

Title	ソーシャルメディアにおけるアカウント集団特定によるキャンペーンの検出
Author(s)	油布, 翔平
Citation	
Issue Date	2021-03
Type	Thesis or Dissertation
Text version	author
URL	<a href="http://hdl.handle.net/10119/17130">http://hdl.handle.net/10119/17130</a>
Rights	
Description	Supervisor: 篠田 陽一, 先端科学技術研究科, 修士 (情報科学)

## 概要

ソーシャルメディアの普及により、情報の発信や収集が容易となり多くの人々に利用されている。ソーシャルメディアの一つに、レビューや口コミとして情報発信される情報・レビュー共有サイトがある。情報・レビュー共有サイトのレビューは商品やサービスに対する評価や情報が書き込まれており、企業などの広告・宣伝とは別にユーザと同じ視点を持つ消費者の評価を閲覧することができる。そのため、レビューは宣伝や広告にはない商品の特徴を知ることができ、利用者が商品を購入したりサービスを利用したりする際に重要な判断材料となっている。さらに、商品やサービスのレビューの評価が肯定的であれば商品やサービスの購入や利用を検討する後押しになり、否定的であれば購入や利用の検討が減少する。

また、レビューは閲覧者の商品に対する購買意欲や購買行動などの商品購入の意志決定に大きく影響している。したがって、企業側が商品の購入率を高めるために肯定的な評価を複数行うことで閲覧者に対して、肯定的な評価を印象づけることができるなど、商品やサービスに対してレビュー投稿者が投稿したレビューによる印象操作を行いやすい。

さらに、特定の商品やサービスに対する評価において、レビュー投稿者自身の評価を印象づけることができる。レビューや口コミはキャンペーンにおける印象操作を受けやすい傾向にある。しかし、レビューから得られる情報の信頼性は保証されておらず、レビューの情報の正しさについての判断は閲覧者に任されている。レビューはレビュー投稿者の印象操作を受けやすいため閲覧者が正当に判断することが困難になっている。

本研究の目的は、ソーシャルメディアの利用者がレビュー投稿者の目的にそった行動を検出することで、レビュー投稿者の目的を理解して商品やサービスに対する評価を正当に判断することを支援することである。

本研究はレビュー投稿者がレビューを投稿した目的かつ目的に対して行われる行動をキャンペーンと定め、ソーシャルメディアにおけるキャンペーンを議論した。キャンペーンを検出するアルゴリズムとしてDETECTIVECAMを提案する。DETECTIVECAMは、キャンペーンの可能性を含むレビューを検出し、検出した結果に基づきネットワークグラフを用いてキャンペーンを検出する。DETECTIVECAMは3つの段階によって検出を行う。DETECTIVECAMの動作検証及びキャンペーンの検出における評価を行うため、DETECTIVECAMを用いて二種類

の実験を行った。一つ目は、実験用のために作成したデータを用いて行い、二つ目はECサイトの実際のデータを用いて実験を行った。実験によりキャンペーンの可能性を含む各レビュワーが共通して投稿している商品が多いほどキャンペーンが共通して行われていると考えることができる。よって、明らかなキャンペーンを行なっているレビュワーを特定することで、同類のキャンペーンを行なっているレビュワーも特定することができる。

本研究の展望として次の3つがある。1つはキャンペーンの検出の精度の向上、2つ目は既存技術との併用によるスパムにより影響を受けたユーザの検出、3つ目はDETECTIVECAMのユーザインターフェースの実現である。