

「大学生のSNS利用と ライフデザインに関するアンケート」



2016.11.1
同志社大学社会学部社会学科 鵜飼ゼミ

ゼミ紹介



～ゼミコンの様子～



SNS調査に至った経緯

▶ 各自の社会学の興味分野についての意見交換

→ 集団社会学/ジェンダー/事実婚

⇒ **SNSの社会学**

- ・ 「いいね」の使い方は？
- ・ 承認欲求を満たすもの？

・ 自分たちの調査をもとにオリジナリティのある研究

先行研究①：浅野智彦氏「SNSは私を変 えるか」

○問題設定

SNSが自己の多元化に対してどのような関係をもっているかを明らかにすること

- * 多元化...
- ①場面によって異なった顔を見せる
 - ②複数の自己の間に整合性が見られない
 - ③本当か仮面かといった優劣が見られない

⇒SNSへの注目が近年に見られる自己の多元化の一つの検討策

先行研究①：浅野智彦氏「SNSは私を変えるか」

○仮説

SNSは自己の多元化を促進するのか

○調査内容

「自己意識における調査」

→2001年と2011年の二回にわたって調査

○結果

- ・ 自己が多元的である≠自分自身の確信の欠如
- ・ 「自分がどういう人間かわからない」「多元性と自己拡散の距離が大きい」→若い人
⇒年齢によって大きく差がでる
- ・ パソコンかケータイかで結果は大きく異なる
→パーソナルネットワークが広い...パソコン利用者

○まとめ

- ・ 2011年のデータ→少し古い
- ・ 2016年現在ではどのように変化しているか？

先行研究②：高橋暁子「ソーシャルメディア中毒」

○なぜ使うのか・・・？

- ・「つながりたい！」

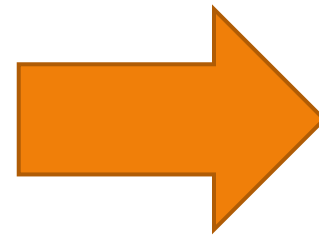
- ・「他人に認められたい！」 →→ **承認欲求**

- ・「情報を得たい！」

○ 『きずな依存』 墨岡氏

いいね！

コメント



承認欲求

自己表現欲求

が満足できる！

先行研究③：東京広告研究会「SNS時代を生きる 大学生の行動モデル」

○Twitter

「思ったことをつぶやける場」 < 「情報源」

気持ちの発信から情報の受信へシフト

But...

6割以上が「フォロワーからどう思われる気にしながら投稿する」

○Instagram

「自分がどのように見られているか気になる」

「どんな投稿をしているかで自分のイメージが左右されていると思う」

⇒写真の加工・修正

ねらい・仮説

▶ テーマ「若者のSNSの使い分け」

TwitterとInstagramに焦点を当てそれぞれの役割を考察

Twitter：所属集団のつながり強化

Instagram：自己の強化

◎ 仮説

「集団に属している自分」と「自分自身」を認めてもらいたい
という承認欲求を満たすためにTwitterとInstagramを使い分けている

調査方法

- ・同志社大学社会学部の講義（2016/7/22,29）でアンケート紙を配布
- ・その場で回答、回収

調査対象

- ・講義に出席している社会学部生85名
- ・主に3回生、大学院生数人

質問項目について

- ▶ 問1～6 : フェイスシート（性別、学年、所属集団、SNSの利用など）
- ▶ 問7～15、問16～24 : 同じ質問をTwitter、Instagramについて
 - ・ いいねに関すること（利用、期待、確認など）
 - ・ つながりの深い集団に関すること
 - ・ 自分の写真のこだわり
- ▶ 問25 : TwitterとInstagram両方利用している人に投稿内容を区別しているか

調査結果

1-1.他人の写っていない写真（自撮りや風景や購入品）の投稿頻度の比較

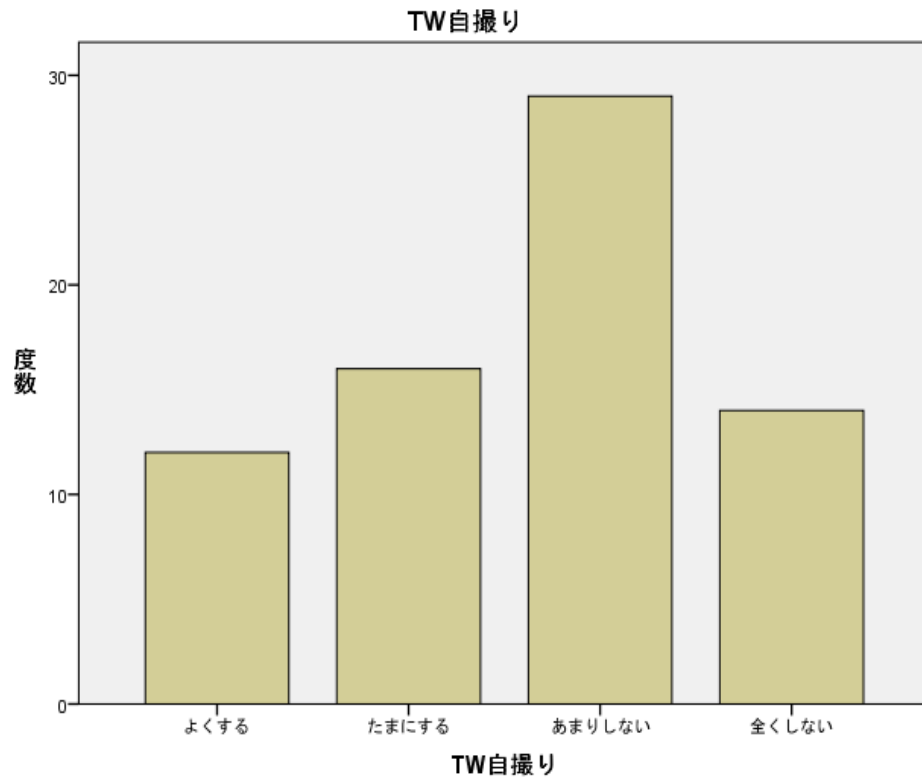


図1 他人の写っていない写真の投稿頻度（Twitter）

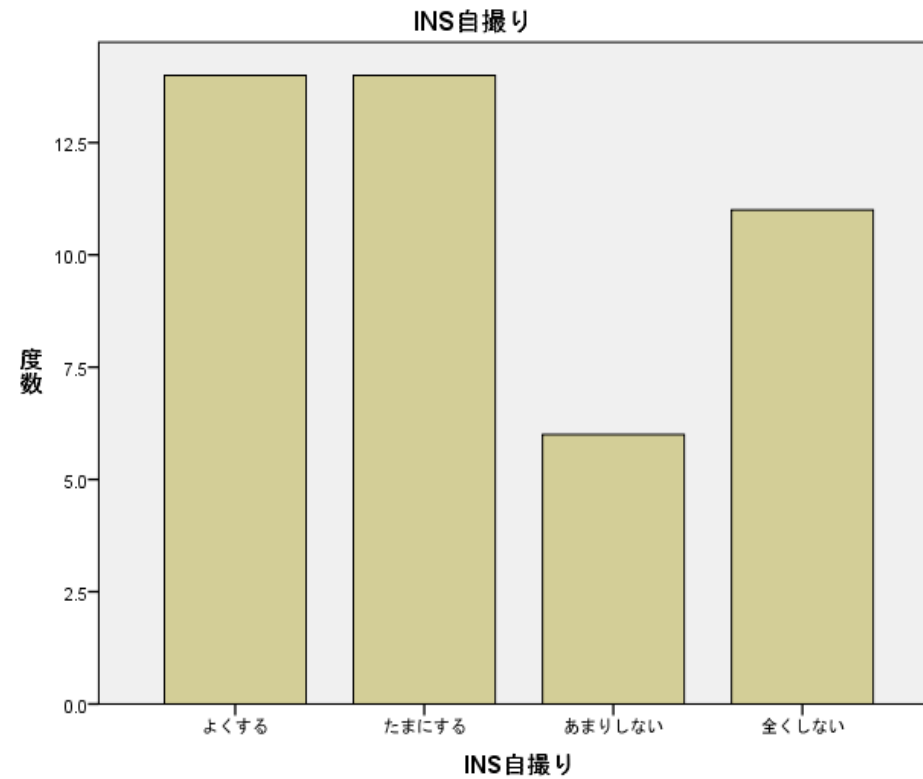


図2 他人の写っていない写真の投稿頻度（Instagram）

1-1.他人の写っていない写真（自撮りや風景や購入品） の投稿頻度の比較

▶ 図1と図2の比較より、

他人の写っていない写真（自撮りや風景や購入品）の投稿頻度

→Instagram：よくする・たまにする人が多い（62.2%）

→Twitter：あまりしない・全くしない人が多い（60.5%）

1-2.他人の写っていない写真の投稿頻度×いいね期待 の関係性 (Twitter)

TW自撮り と TWいいね期待 のクロス表

		TWいいね期待		合計	
		期待する	期待しない		
TW自撮り	よくする	度数	8	4	12
		TW自撮りの%	66.7%	33.3%	100.0%
	たまにする	度数	12	4	16
		TW自撮りの%	75.0%	25.0%	100.0%
	あまりしない	度数	13	16	29
		TW自撮りの%	44.8%	55.2%	100.0%
	全くしない	度数	6	7	13
		TW自撮りの%	46.2%	53.8%	100.0%
合計		度数	39	31	70
		TW自撮りの%	55.7%	44.3%	100.0%

表 1

カイ 2 乗検定

	値	自由度	漸近有意確率 (両側)
Pearson のカイ 2 乗	4.870 ^a	3	.182
尤度比	5.017	3	.171
線型と線型による連関	2.904	1	.088
有効なケースの数	70		

a. 0 セル (.0%) は期待度数が 5 未満です。最小期待度数は 5.31 です。

1-2.他人の写っていない写真の投稿頻度×いいね期待 の関係性 (Instagram)

INS自撮り と INSいいね期待 のクロス表

			INSいいね期待		合計
			期待する	期待しない	
INS自撮り	よくする	度数	12	2	14
		INS自撮りの%	85.7%	14.3%	100.0%
	たまにする	度数	13	1	14
		INS自撮りの%	92.9%	7.1%	100.0%
	あまりしない	度数	3	3	6
		INS自撮りの%	50.0%	50.0%	100.0%
	全くしない	度数	3	8	11
		INS自撮りの%	27.3%	72.7%	100.0%
合計		度数	31	14	45
		INS自撮りの%	68.9%	31.1%	100.0%

表 2

カイ 2 乗検定

	値	自由度	漸近有意確率 (両側)
Pearson のカイ 2 乗	15.490 ^a	3	.001
尤度比	15.902	3	.001
線型と線型による連関	12.229	1	.000
有効なケースの数	45		

a. 5 セル (62.5%) は期待度数が 5 未満です。最小期待度数
は 1.87 です。

1-2.他人の写っていない写真の投稿頻度×いいね期待 の関係性の比較

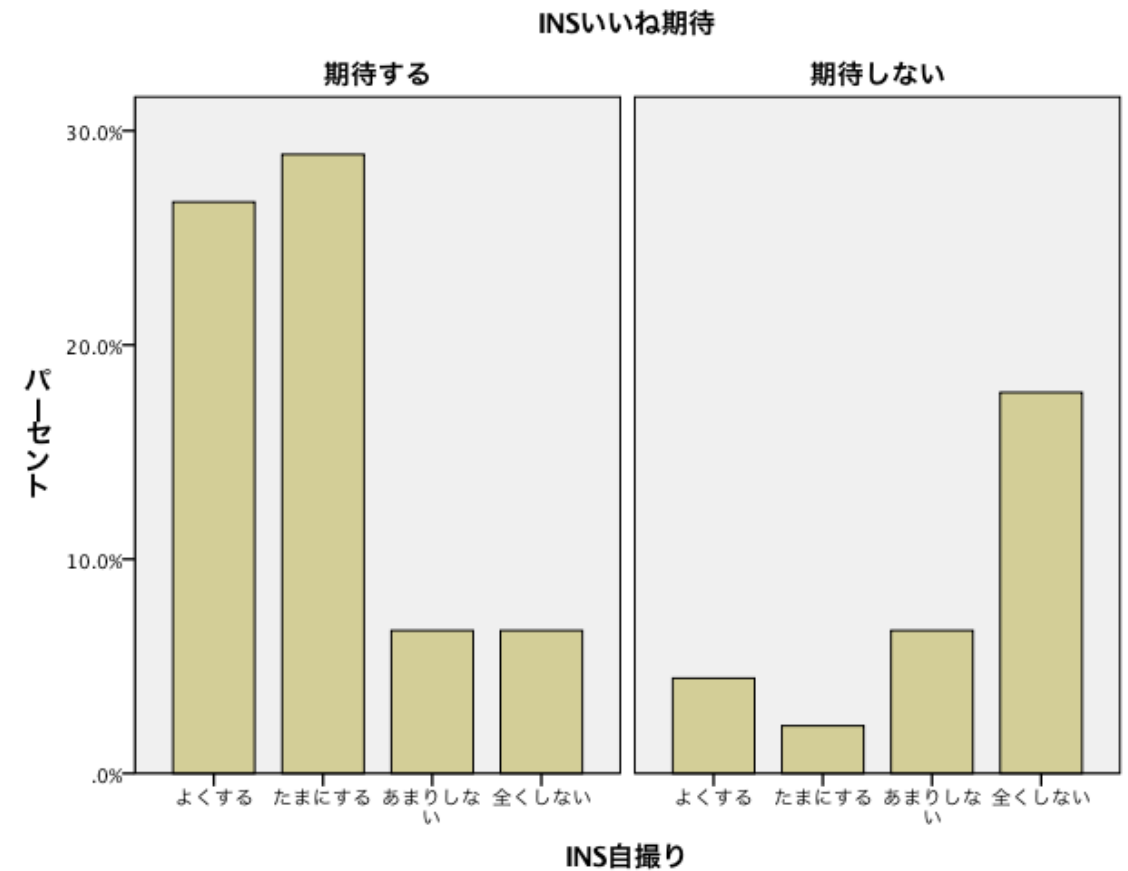
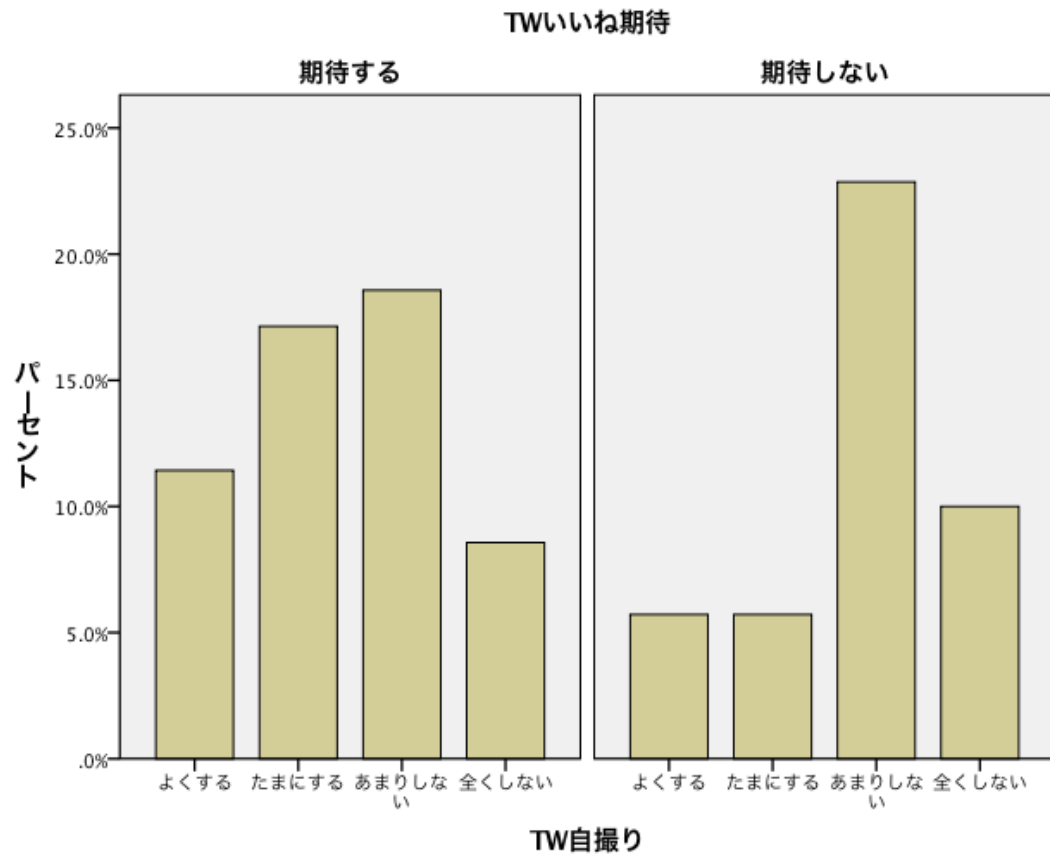


図3 いいね期待と他人の写っていない写真の関係 (Twitter)

図4 いいね期待と他人の写っていない写真の関係(Instagram)

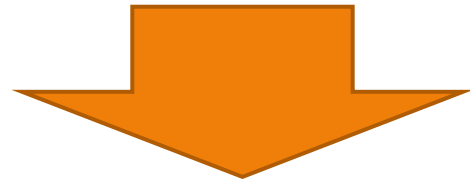
1-2.他人の写っていない写真の投稿頻度×いいね期待 の関係性の比較

- ▶ 表1と表2、図3と図4の比較より、

Instagramで他人の写っていない写真を投稿する頻度

×

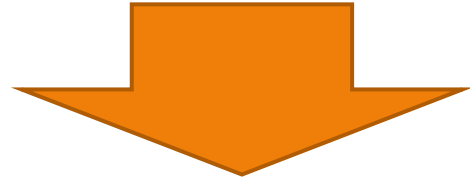
いいねを期待するか



相関があるといえる

1-1.他人の写っていない写真（自撮りや風景や購入品）の投稿頻度の比較

1-2.他人の写っていない写真の投稿頻度×いいね期待 の関係性の比較



Instagram : 自己承認欲求を満たすために使われている

2.所属集団の人とのやり取り頻度比較

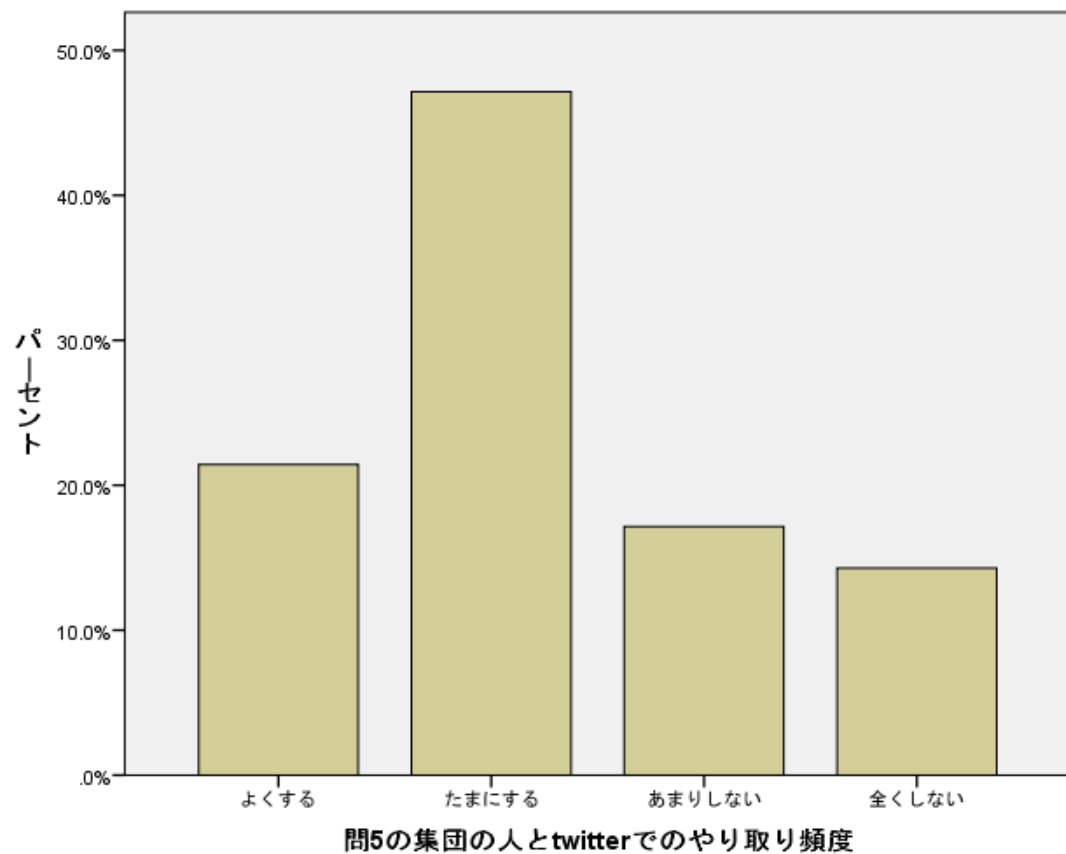


図5 所属集団の人とのやり取り頻度(Twitter)

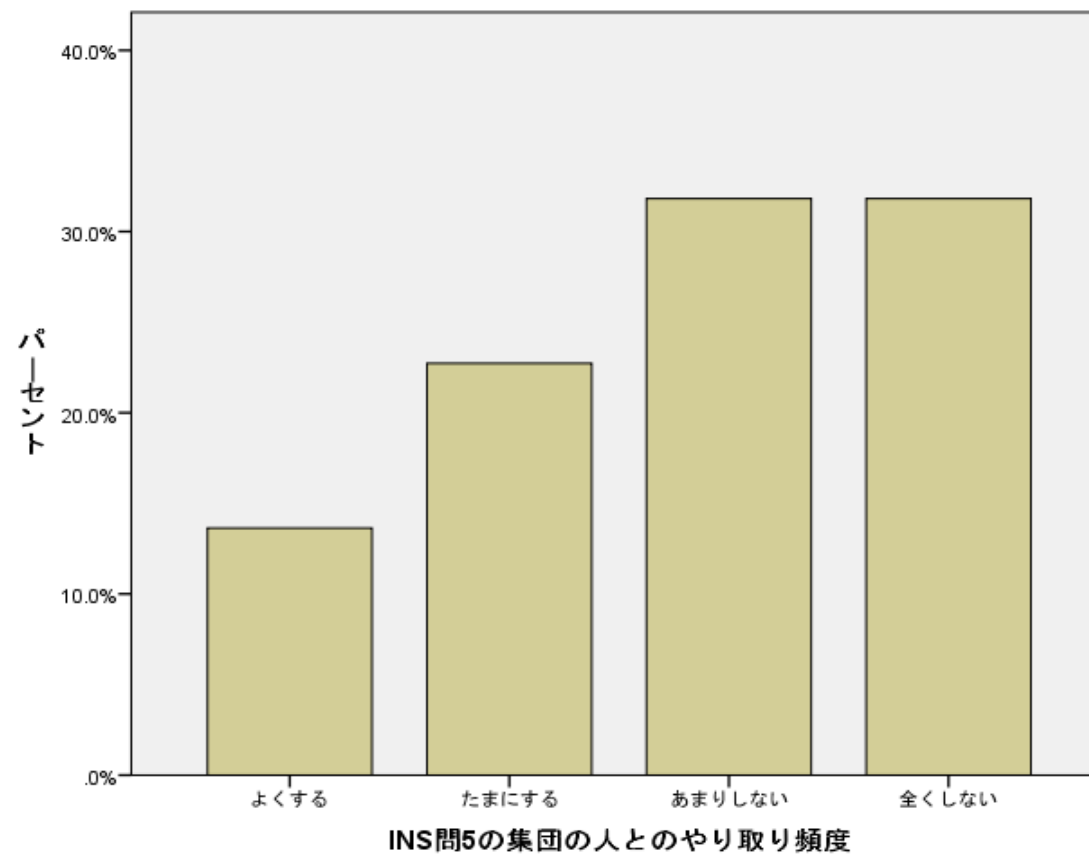
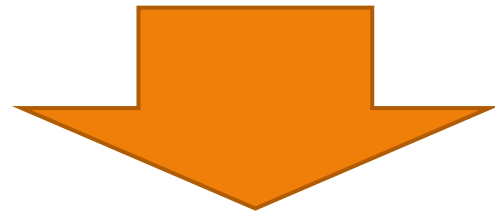


図6 所属集団の人とのやり取り頻度(Instagram)

2.所属集団の人とのやり取り頻度比較

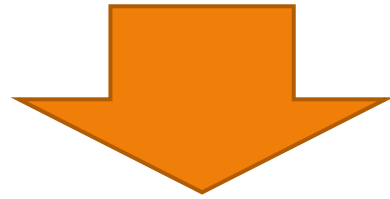
- ▶ InstagramよりTwitterの方が
所属集団の人とやり取りをしてる人が多い



Twitter : 集団強化の役割を果たしているのでは . . . ?

今後の課題

- ・ 対象者が少なく、比較しにくい
- ・ 集団強化の質問項目が曖昧



他の講義、他学年へのアンケート実施を予定

→ さらに分析を進める

参考文献

- ▶ 公益社団法人東京広告協会, 2015, 「大学生意識調査プロジェクト FUTURE2015『SNS時代を生きる大学生の行動モデル』に関する意識調査」, 東京広告協会ホームページ, (2016年10月27日取得, <http://www.tokyo-ad.or.jp/activity/seminar/pdf/FUTURE2015.pdf>)
- ▶ 高橋暁子, 2014, 『ソーシャルメディア中毒 -つながりに溺れる人たち-』, 幻冬舎エデュケーション新書
- ▶ 松田美佐・土橋臣吾・辻泉編, 2014, 「SNSは私を変えるか」, 『ケータイの2000年代 成熟するモバイル社会』, 東京大学出版会

ご清聴ありがとうございました！