

Instagram からみるスポーツ系学生と他学生の美意識の違い

スポーツマネジメントゼミナール 1216184 横島 大河

1. 研究動機・研究目的

「2017 ユーキャン新語・流行語大賞」(「現代用語の基礎知識」選)において「インスタ映え」という言葉が流行語大賞になるほど、Instagramには写真映りの良さが求められている。この「インスタ映え」を気にするユーザーは承認欲求が強い傾向が強く、センスや行動力が優れている傾向にあるとされている(正木, 2018)。

スポーツ系学生は他学生に比べ調和性・外向性・誠実性の項目で有意に高い先行研究が存在する。谷口ら(2013)によると、他学生が私服で学生生活を過ごすのに比べ、スポーツと身近な存在であるスポーツ系学生は通学時や学内を運動着姿で過ごすことが多いが、「だらしがない」、「大学のイメージがおかしくなってしまう」、「風紀が悪くなる」と捉える人があるというデメリットを示唆している。矢口らの調査結果として、「私服」はおしゃれ、都会的、派手さ、華やかさが高く、「運動着」は低偏差値、ださい、田舎、地味といったイメージを与えることが判明している。しかし、外見に対する意識は他学生と差異は発生しているのだろうか。

また、これまで明らかにされてきた Instagram の使用用途や美意識、商品の購入経路についての先行研究は、いわゆる一般的な大学生を調査対象としているが、スポーツ系学生と他学生の美意識の違いや、具体的にユーザーは何を求めて Instagram を使用し、どのような投稿なら反応するのか、またその反応はスポーツ系学生と他学生では差異が存在するのか。

本研究の目的は、近年利用者が増加している SNS の中でも視覚的要素の強い Instagram に焦点を当て、普段スポーツに満身するスポーツ系学生と他学生では写真や動画を投稿、閲覧する際の意識(本稿では写真映りという観点から美意識とした)に差異はあるのかを調査し、その結果を基にそれぞれに対するネット上でのアプローチを明らかにすることであった。

2. 研究方法

本研究の調査対象者は、大学生 349 名(男性 188 名 161 名)とし、その内訳はスポーツ系 235 名、他学科の学生が 113 名であった。

調査期間は 2019 年度 10 月～11 月の 2 ヶ月間であった。

本研究では、スポーツ系学生と他学生の美意識の違いを明らかにするため、赤坂・飯塚(2018)によって作成されたファッションに対する認識と行動についての調査項目より援用した。着装基準についての項目では、安永・野口(2012)の着装基準の項目にある社会的調和を援用した。Instagram についての項目では、一般的な大学生とスポーツ系学生の Instagram の利用に対し、何を求め使用しているのか、普段どのように使用しているか、どの程度参考にしているかを明らかにし、差異は存在するのかもしれないのかを調査するため、t 検定、多変量分散分析(MANOVA)、 χ^2 検定を行った。

3. 主な結果と考察

「スポーツ」と「ファッション」はカテゴリーが異なり、スポーツ関連時には運動着姿（ジャージなど）になるため、スポーツ系学生はプライベートで着用するような「私服姿」での移り変わりの激しい流行に後れを取ってしまうことが明らかとなった。

また、「所属学科別と Instagram に求めているものの関係」では、スポーツ系学生は本当に好き人たちとのコミュニティ、ちょっとした自慢、求めているものはないというグループが多く見られた。また、他学生は自分のお気に入りの空間、好きな情報が見つかる、ビジュアルファーストというグループが多く見られた。このことから、スポーツ系学生は Instagram をなんとなく使用し、他学生は Instagram には美意識を求めていることが明らかとなった。

4. 結論

1. 個人的嗜好に差はないが、スポーツ系学生は流行で後れを取ってしまうことが明らかとなった。

2. サークルや部活の熱中度が美意識に影響を及ぼすことは明らかでなかった。流行重要視型、個人的嗜好重要視型共に「全く熱中していない」という項目が1番高い数値を示したが、有意な差はなかった。

3. 他学生はスポーツ系学生よりも同調性の観点から、周囲と同じような着装をすることが明らかとなった。

4. スポーツ系学生は、Instagram をなんとなく使用し、他学生は美意識を求めていることが明らかとなった。

5. スポーツ系学生と他学生の企業・ブランドに求めているものは変わらず、他学生は新しい情報が気になればさらに調べ、さらなるお気に入りとして追加する可能性が示唆された。

5. 卒業論文の執筆を終えて

本研究ではスポーツ系学生と他学生に対し無作為にアンケートを回答してもらったが、1か月の平均ファッション代、Instagram のフォロワー数、フォロワー数にバラつきが生じた。ファッション、Instagram 共にアクティブな学生の数をさらに得ることができればより正確な調査結果が明らかとなったように感じる。また、今回、筆者が通う J 大学の学生を中心にアンケートに回答してもらったが、大学の環境の違いも分析結果に表れているのではないかと考える。似ている環境にある大学の比較分析ができれば違った結果になったように思える。

最後になりましたが、本研究を進めるにあたり毎日のように親身になってご指導していただいた小笠原教授、大学院生に心から感謝申し上げます。また、共に切磋琢磨し、支えてくれながら研究に取り組んできたスポーツマネジメントゼミナールの学生たちにも感謝の意を表したいと思います。