

Instagram における男女の承認欲求の違い

1190445 門脇 恵

高知工科大学 経済・マネジメント学群

1. 序論

1.1 背景

今日、日本では「インスタ映え」という言葉をよく耳にする。インスタ映えとは、PC、スマートフォン向け写真共有 SNS の Instagram に投稿した写真や、その被写体などに対して見映えがする、おしゃれに見える、という意味で用いられる表現である。飲食店、観光地などに、インスタ映えするからという理由で訪れる若者も多い。

Instagram の国内での月間アクティブユーザー数（月に 1 回以上利用したことのあるユーザー数）は、2018 年 11 月に Instagram Day Tokyo 2018 で発表された時点で 2900 万人である。男女別ユーザー構成は女性が 57%、男性が 43%で、最も多いといわれているユーザー層は 20~30 代の女性ユーザーである。

また、トレンドーズ株式会社によって 2015 年に実施された「女性の Instagram 活用」に関する意識・実態調査では、Instagram の投稿から刺激を受け購買に至った経験を持つ女性が回答者の 4 割を占めた。化粧品や洋服などを、工夫を凝らして撮り、「いいね！」欲しさに買い物や外出するのも若い世代の女性が多いのではないかと。若い世代の女性たちの日常の一部と化している Instagram だが、この使用率の男女差の要因を明らかにすることが本研究の目的である。

1.2 先行研究

安永・野口 (2012) によれば、女性は男性より自分や他人のファッションへの関心が強く、外出着の着想基準において個人的嗜好・流行・社会的規範・機能性を重視し、一か月の衣服の購入金額が多いとされている。安永・野口 (2012) から、女性の方が承認欲求が強い可能性が考えられる。承認欲求とは、他者から認められたい欲

求のことである。一方、菅原 (1986) の研究ではむしろ男性の方が承認欲求が強い可能性が示されている。菅原 (1986) によれば、賞賛獲得欲求（他者からの肯定的な評価の獲得を目標とする欲求）に関しては女性より男性の方が平均値が高いものの、拒否回避欲求（否定的な評価を回避しようとする欲求）に関しては平均値の方向としては女性の方がやや強いものの、有意な差は見られなかったという。これらは、承認欲求に安定的な男女差があるかどうかはまだ明らかではないことを示している。

加藤 (2014) によれば、自分自身に対する良い印象を相手に抱かせるために「いいね！」等の機能を利用する者がいることも考えられ、賞賛獲得欲求と SNS 利用は少なからず関連があると思われるとのことである。また、ネット利用全般に関して、賞賛獲得欲求得点が高い者は他者から賞賛を得るため、拒否回避欲求得点が高い者は他者から拒否されることを避けるために、1 日あたりのネット利用時間やメール送受信数が多くなると思われる、SNS 利用の仕方にも差が出てくることが考えられるとのことである。

2. 本研究の目的

本研究では、先行研究を受けて、SNS の使用率の男女差と承認欲求の男女差に関連の有無を Instagram に絞り、明らかにすることが目的である。

仮説①：女性は男性よりも承認欲求が強いため Instagram の使用率が男性よりも高いだろう。

仮説②：女性と男性で承認欲求の差異は見られない、あるいは男性の方が高いが、Instagram の使用率は男性よりも女性の方が高いだろう。

3. 方法

3.1 調査対象者

高知工科大学、高知県立大学の学生 108 人（男性 46 名、女性 62 名）を対象にアンケートを実施した。

3.2 調査方法

本調査は平成 30 年 11 月に実施した。

3.3 質問紙の構成

賞賛獲得欲求、拒否回避欲求、Instagram の利用について質問した。Q1～Q9 は賞賛獲得欲求、Q10～Q18 は拒否獲得欲求の質問項目、Q19～Q30 はスマートフォンや Instagram の利用についての質問項目とした。

3.4 賞賛獲得欲求

尺度は小島・太田・菅原 (2003) 賞賛獲得欲求尺度を使用した。「皆から注目され、愛され有名人になりたいと思う」「人と話すときにはできるだけ自分の存在をアピールしたい」など 9 項目を「1 : 全くあてはまらない」～「5 : よくあてはまる」の 5 件法で回答させた。

3.5 拒否回避欲求

尺度は、小島・太田・菅原 (2003) の拒否回避欲求尺度を使用した。「優れた人々の中にいると、自分だけが孤立していないか気になる」「人から敵視されないよう、人間関係には気を付けている」など 9 項目を「1 : 全くあてはまらない」～「5 : よくあてはまる」の 5 件法で回答させた。

3.6 Instagram の利用について

Instagram を利用する程度や、一日の中でのスマホの使用時間、そのうち SNS (Instagram) が占める割合を 3 段階で回答させた。また、Instagram の使用理由は「友人の近況を知るため」「写真を投稿するため」などを複数回答可とした。また、現実の友人とつながる目的以外のアカウント (趣味アカウント) を所持しているかの有無も回答させた。そして、Instagram を一度でも利用したことのある人には「Instagram に投稿する際、一枚の写真を撮るのに手間暇をかけている」「いいねの数が多いと、認められたように感じる」など 7 項目を「1 : 全くあてはまらない」～「5 : よくあてはまる」

の 5 件法で回答させた。

4. 結果

全てのデータは HAD を用いて統計分析を行った (清水, 2016)。

まず、スマートフォンや Instagram の利用に関する調査では表 1 から表 3 のような結果となった。

表 1. 一日の中でのスマートフォンの使用時間

1 時間以内	5.6%
2 時間～3 時間	48.1%
4 時間以上	46.3%

表 2. そのうち SNS を使用する時間の割合

ほとんどを占める	43.5%
どちらともいえない	32.4%
ほとんどを占めない	24.1%

表 3. その中でも Instagram の使用頻度の割合

ほとんどを占める	13.9%
どちらともいえない	23.1%
ほとんどを占めない	63%

そして、今回の参加者の Instagram の使用したことがあるかどうかについては表 4 と図 1 に表わす。

表 4. 今回の参加者の、男女別の Instagram の使用の有無

	使用したことがある	使用したことが無い
男性	69.6%	30.4%
女性	83.9%	16.1%

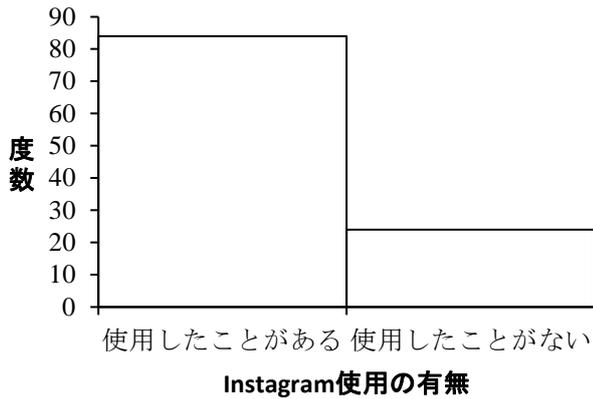


図1. 今回の参加者の Instagram の使用の有無

また、Instagram の使用理由については表5に表わす。

表5.

写真を投稿するため	19.4%
情報収集のため	50%
好きな芸能人を見るため	28.7%
好きなブランドの写真を見るため	17.6%
同じ趣味を持つ人たちと趣味を共有するため	12%
友人たちの近況を知るため	49.1%
お洒落な写真を見るため	21.3%

一日の中で2時間以上スマートフォンを使用する人の割合は高いものの、SNS（特にInstagram）の使用率が高い人は少ない。また、Instagramを利用すると回答した人の中でも、投稿する際に手間をかけたか、投稿のために買い物や外出までする人は非常に少なかった。

また、承認欲求に関する質問項目を因子分析した結果、2因子にまとまった（表6）。Factor1は賞賛獲得欲求、Factor2は拒否回避欲求として、今後の分析で使用する。

表6. 質問項目を賞賛獲得欲求と拒否回避欲求で因子分析

項目	Factor1	Factor2	共通性
Q12	.739	.184	.596
Q13	.725	.028	.529
Q14	.653	.044	.432
Q10	.650	.004	.422
Q17	.641	-.205	.437
Q15	.621	.092	.401
Q11	.581	-.211	.367
Q18	.549	.009	.302
Q16	.437	.069	.199
Q2	.018	.810	.658
Q1	.038	.730	.538
Q3	-.114	.723	.526
Q4	-.093	.579	.338
Q9	.070	.524	.284
Q5	.094	.488	.253
Q7	.044	.361	.134
Q6	.096	.274	.087
Q8	-.122	.229	.064

賞賛獲得欲求と拒否回避欲求を従属変数、性別を独立変数とした二要因の分散分析の結果、図1のように性別の主効果は認められなかった（ $F(1, 106) = 0.494, n.s., \eta^2 = .005$ ）また、図2のように種類の主効果は認められた。（ $f(1, 106) = 20.199, p < 0.000, \eta^2 = .007$ ）。性別と種類の交互作用は有意でなかった。（ $F(1, 106) = 0.792, n.s., \eta^2 = .007$ ）。

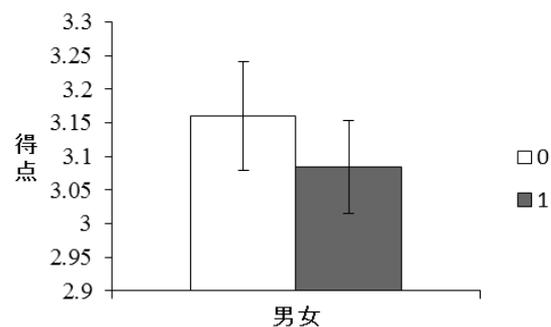


図2. 性別による分散分析

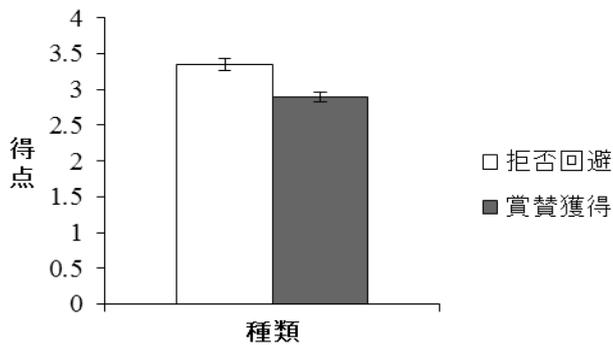


図3. 承認欲求の種類による分散分析

性別を独立変数、賞賛獲得欲求を従属変数とした、対応のないt検定を行った。この結果、図4のように、有意な差は見られなかった。 $(t(98.226)=1.284, ns)$ 。つまり、賞賛獲得欲求に男女差は見られなかった。

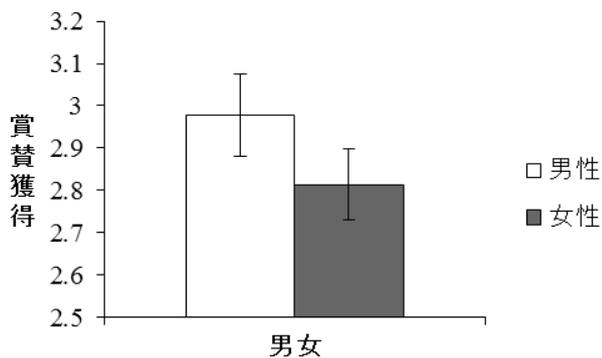


図4. 賞賛獲得欲求の男女差

性別を独立変数、拒否回避欲求を従属変数とした、対応のないt検定を行った。この結果、図5のように、有意な差は見られなかった。 $(t(84.545)=0.085, ns)$ 。つまり、拒否回避欲求に男女差は見られなかった。

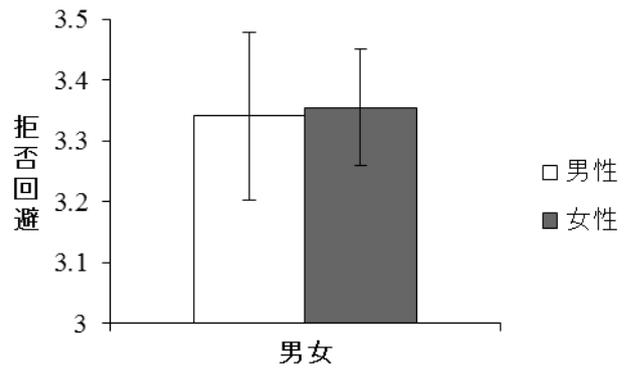


図5. 拒否回避欲求の男女差

図3から、拒否回避欲求と賞賛獲得欲求に差はみられるが、図4と図5からそれぞれの男女差はみられなかった。

また、性別関係なく、Instagram使用の有無に賞賛獲得欲求・拒否回避欲求が関連しているかを対応の無いt検定を行った。

まず、賞賛獲得欲求の場合については図6に表わす。

$t(30.470)=0.257, ns$ 。

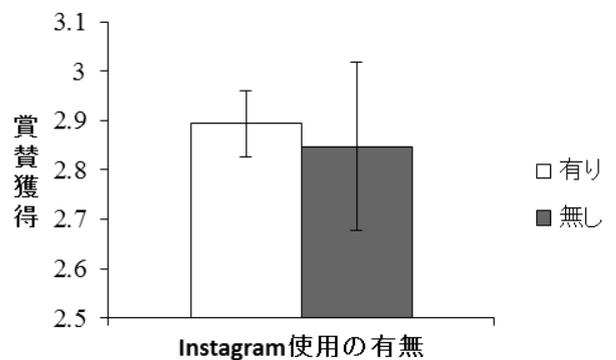


図6. Instagram使用の有無と賞賛獲得欲求の差

次に、拒否回避欲求の場合については図7に表わす。

$t(39.089)=0.903, ns$ 。

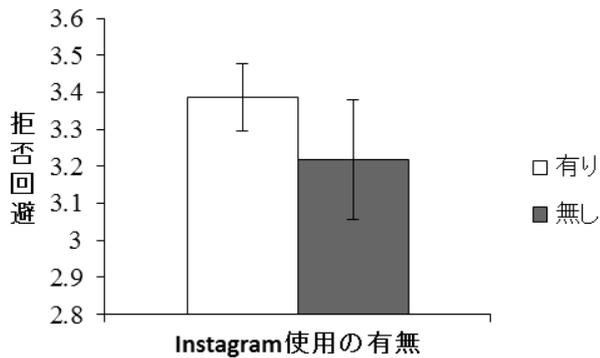


図7. Instagram使用の有無と拒否回避欲求の差

また、Instagramの利用についての質問で使った項目を因子分析し、「こだわり」「楽しさ」に分け、それらとの賞賛獲得欲求、拒否回避欲求との相関分析を行った。こだわりは「Instagramに投稿する際、一枚の写真を撮るのに手間暇をかけている」「Instagramの更新の為に外出したり買い物、飲食することがある」などで、楽しさは「Instagramをしているとき楽しい」「家族・友人などといると楽しい」などである。

表7. 承認欲求と、Instagramの利用状態の相関分析

	拒否回避	賞賛獲得	こだわり	楽しさ
拒否回避	1.000			
賞賛獲得	.062	1.000		
こだわり	.295 **	.255 *	1.000	
楽しさ	-.024	.145	.313 **	1.000

表7から分かるように、拒否回避欲求と賞賛獲得欲求が高い人ほどいいねを気にして手間暇掛けて更新していた。

5. 考察

仮説①の「女性は男性よりも承認欲求が強いためにInstagramの使用率が男性よりも高い。使用率の男女差は性格特性の違いで説明できる。」は今回支持されなかった。

仮説②の「女性と男性で承認欲求の差異は見られず、Instagram使用率の男女差は性格特性の違いでは説明できない」が支持された。

使用率に男女差があるということと、承認欲求が強い人ほどこだ

わっているという点は支持された。

使用率に男女差はあったものの、承認欲求の男女差は無かった。また、Instagramの使用の有無と承認欲求の関連もなかった。つまり、Instagramを使用するかどうかは、承認欲求という性格の違いではない理由で男女の差が生じていた。

使用率の男女差が、どういった心理の違いであらわれたのかを検討する必要がある。

使用している人たちの、使用する理由として、こだわりなのか楽しさなのかについては、男女で使用理由に差は無かった。使用理由と承認欲求の関連は有り、それがこだわりに表れている。承認欲求が強い人ほどこだわっているという結果だった。

承認欲求（賞賛獲得欲求も拒否回避欲求も）にも拘る理由にも男女差は無かった。

この結果で見えてきたのは、Instagramの使用するかどうかとどういった理由で使用するかは別の心理で規定されている可能性が示された。

6. 引用文献

安永・野口 (2012) ファッションへの関心と着装行動に関する基礎的調査研究—性別、年齢、主観的経済状況、性格による差の検討—ファッションビジネス学会論文誌, 17, 129-137.

菅原 (1986) 賞賛されたい欲求と拒否されたくない欲求—一公的自意識の強い人に見られる2つの欲求について—心理学研究 3, 134-140

加藤千枝 (2014) 賞賛獲得欲求と拒否回避欲求からみた青少年のSNS利用

小島・太田・菅原 (2003) 賞賛獲得欲求、拒否回避欲求尺度HAD (清水, 2016)