

若者における自撮りの文化と Instagram ーコミュニティへの帰属意識と「顔出し」の観点からー

島田 祐樹

近年、スマートフォンの普及によって、容易にネット上に写真を投稿することができるようになった。Instagram においては、投稿時に必ず写真・画像データが必要なこと、若い女性にユーザーが偏っていることから、特に自撮りを行って自身の「顔出し」写真を上げている人がよく見受けられる。近年では自撮り棒という商品が販売されて売り上げを伸ばしていることから、特に若者間では Instagram に自分の「顔出し」写真を上げることに對して、抵抗を感じるどころか、積極的になっている傾向がある。

そこで本研究では、若者が自撮りをして Instagram に上げる目的を明らかにする。先行研究では、馬場 (2018) が自撮りをする行為を自己顕示欲や他者とのコミュニケーションの欲求と紐づけて考察しているものが挙げられるが、実地の調査は行われていない。そこで本研究では、若者が自分をどう感じ、Instagram を通じて他者に発信していくかに深く関連しているのではないかと考えた。調査対象者は 18~25 歳の Instagram に自撮り写真を投稿している女性 5 名とし、半構造化インタビューを用いた質的調査を行った。

調査の結果、被撮影人数が複数の場合、自撮りをして上げる目的には主に「帰属意識の高いコミュニティ」の有無が深く関わっていることが分かった。帰属意識の高いコミュニティがある場合、所属している (またはしていた) コミュニティに対して深い愛着または居心地の良さを感じていると、その証明として自撮りを行うという傾向がある。例えば、B さんの 4 年間ずっと属していたサークルメンバーとの自撮り、A さんの大学に入って初めて仲良くなった人との自撮り、D さんの家族との自撮りなどが挙げられる。そして、その帰属意識が高ければ高いほど、「顔出し」をしている写真を Instagram に投稿することに当人は抵抗を覚えにくくなる。逆に、当人の帰属意識の高いコミュニティがなければ、自撮りをして顔を出さずに、手や足など顔以外の身体の一部に頼るといった事例もあった。

また、被撮影人数が単独の場合、D さんの『メイクがばっちり決まった時とか』や A さんの『セーラー服デザインの可愛い服を着たからかな』といった、「最高の自分を切り取ること」を目的として自撮りが行われていた。そこには単純なアルバムとしての記録の役割もあるが、Instagram を通して「所属コミュニティへの帰属」ではなく「自分という個人のアピール」をするという面が大きいと考えられる。

このように自撮りをして上げる目的は、被撮影人数によって「所属コミュニティへの帰属」と「自分という個人のアピール」という 2 つに分けることができる。前者の目的が強ければ集団内での自分を重視し、後者の目的が強ければ自分という個を意識する傾向があることが明らかになった。

(指導教員 後藤嘉宏)