

実践『ペルソナ』通信 Side-*Be* (No. B-65)
「女子大生における SNS アイコン（プロフィール画像）」に関する調査結果

実践女子大学人間社会学部 実践「ペルソナ」研究会では、大学生がよく使用している SNS を Twitter、LINE、Instagram の 3 つに絞り、そのアイコンについて調査しました。

※実践『ペルソナ』通信 Be 面とは、写真観察により、実践女子大生像を具体的に考察した調査レポートです。

調査結果のポイント

(1) ① Twitter は顔を出すことに抵抗あり。

伏し目で撮った写真や横顔の写真、モデルの写真を使用している人が多かった。顔写真を載せてしまうと悪用される、身バレしてしまうという恐怖から顔をなるべく隠す傾向があるのではないかと考えた。

② LINE は自分が映っている写真が多い。

ほとんどが自分の顔が映っている写真を使う人が多かった。LINE は相手を特定するためには名前とアイコンしか情報がありません。そのため、見て誰だかわかりやすいようなアイコンを設定する傾向があるのではないかと考えた。

③ Instagram は背景重視。

自分が映っている写真をしようしている人が多かったが、特徴として背景を重視して遠くから撮影した写真が多かった。Instagram はアイコンが小さいので自分よりも背景の面積が大きいとおしゃれに見えるからではないかと考えた。

(2) SNS ごとに違う画像を使用している。

今回の調査に協力していただいた方全員がそれぞれ違う画像を使用していることがわかった。このことから各人に使い分けするこだわりがあると考えられる。

(3) ディズニーで撮影した写真を使用。

それぞれの SNS のアイコンに共通することはディズニーリゾートで撮影した写真を使用している人が多数だった。理由として写真映えする、ディズニーに行くと写真を撮る機会が増えるから、非現実世界で撮影したという特別感からあるのではないかと考えた。

(4) 「本人のみ」映っている写真が多い。

今回の調査で「本人のみ」、「友達と」、「モデルやキャラクター」の 3 つに分類分けすることができた。その中で最も多かったのが「本人のみ」の写真だった。アイコンを設定する際に個人

が識別しやすくするために自分だけ映っている写真を選んでいるのだろうと考えた。また、自撮り写真はなく、他人に撮って貰った写真がほとんどであった。

本件調査担当

実践「ペルソナ」研究会

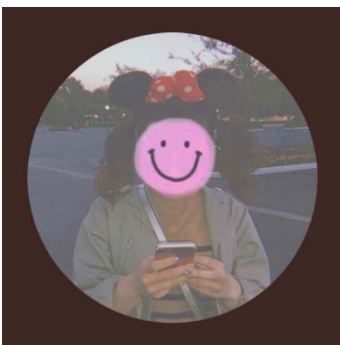
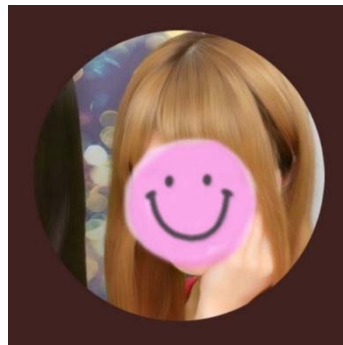
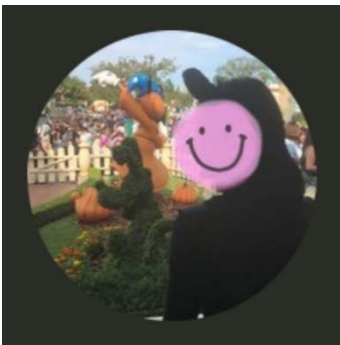
3年 井上 優花

観察調査結果

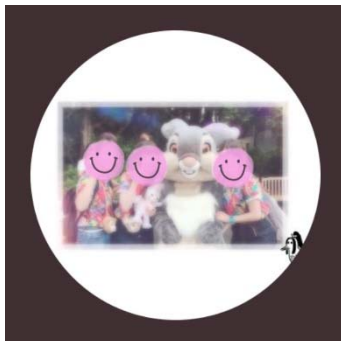
※本人写真は顔を隠して使用しています。

(1) Twitter

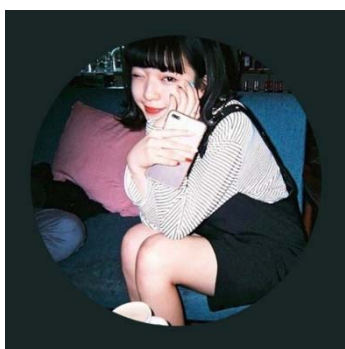
・本人のみ



・友達と



・モデルやキャラクター



・似顔絵



(2) LINE

・本人のみ





・友達と



・モデルやキャラクター



(3) Instagram

・本人のみ





・友達と



・モデルやキャラクター

