

YouTuber に対する認知に個人特性が与える影響

○眞崎一成・北崎千尋・橋本望々香・井川純一
(大分大学)

目的

近年、YouTuber は子供たちのあこがれの職業としてあげられる一方で、職業とは呼べないなど否定的な意見も挙げられている (渡辺, 2017)。

本研究では、YouTuber に対する認知について検討するため、YouTuber と漫画家のイメージについて比較し (目的 1)、それらの認知に及ぼす個人特性として妬み、成功恐怖及び自己効力感に着目して検討した (目的 2)。

仮説 目的 1 の仮説として、YouTuber への印象は否定的かつ内的に帰属しにくい (仮説 1)、稼ぎが高ければ、印象が否定的になる (仮説 2)、稼ぎが高い YouTuber に対して、印象が否定的になる (仮説 3)、目的 2 の仮説として、妬み傾向及び成功恐怖が高ければ、印象が否定的になる (仮説 4・5)、自己効力感が高ければ、印象は肯定的になる (仮説 6) の計 6 つの仮説を立てた。

方法

手続き 調査期間は 2019 年 10 月、調査参加者がシナリオ場面であればどのような感情を抱くかを問う場面想定法を用いて行った。「A さんについてどのような印象をもちますか？」と教示し、調査参加者はシナリオの場面であれば、YouTuber (または漫画家) に対してどのような印象を持つかについての質問項目に回答した。

調査参加者 大分大学の学生 208 名 (男性 103 名、女性 99 名、その他 6 名、平均年齢 19.86 歳)。

質問紙 調査参加者は、性別、年齢及び個人属性に関する質問票、妬み傾向尺度 (澤田, 新井, 2002)、成功恐怖測定尺度 (堀野, 1991)、特性自己効力感尺度 (成田他, 1995) に回答した後、シナリオ場面における A さんの印象評定のため、特性形容詞尺度 (林, 1978)、否定的対人感情尺度 (高木, 2003)、内的帰属を測定するために成功恐怖尺度 3 (堀野, 1991) を用いた質問票に回答した。

シナリオ シナリオは、職種 (漫画家・YouTuber) を被験者内、稼ぎ (成功・不成功) を被験者間に配置した計 4 種類のシナリオを作成し、ランダムに配布した。なお、職種については、提示順序を相殺した。

分析 被験者内間混合要因の分散分析 (目的 1) 及び階層的重回帰分析 (目的 2) を行った。

結果

尺度の分析 因子分析を用いて、尺度得点を算出した結果、特性形容詞尺度は、「社会的望ましき因子 ($\alpha = .82$)」、「個人的親しみやすさ因子 ($\alpha = .85$)」の 2 因子構造が採用され、否定的対人感情尺度は、「否定感情因子 ($\alpha = .95$)」の 1 因子構造、成功恐怖尺度 3 は、「内的帰属因子 ($\alpha = .88$)」の 1 因子構造が採用された。また、妬み傾向尺度は、「妬み因子 ($\alpha = .87$)」

の 1 因子構造、成功恐怖尺度は、「対人的配慮因子 ($\alpha = .89$)」、「成功の否定的感情 ($\alpha = .75$)」の 2 因子構造、特性的自己効力感尺度は、「自己効力感因子 ($\alpha = .88$)」の 1 因子構造が採用された。

目的 1 について検討するため、A さんに対する印象得点のそれぞれを従属変数とした被験者内間混合要因の分散分析を行った結果、YouTuber は漫画家よりも否定的に見られ、内的帰属されにくいことが明らかとなった ($ps < .01^{**}$, 仮説 1)。一方、稼ぎについて低いほど否定的に捉えられた ($ps < .05^{*}$ 仮説 2 不支持)。また、有意傾向にとどまったが、稼ぎが高い YouTuber への否定的感情が小さくなる交互作用が認められた ($F(1, 201) = 3.55, p < .10^{+}$, 仮説 3 不支持)。

階層的重回帰分析 個人的親しみやすさ、社会的望ましき、否定感情、内的帰属を従属変数とし、Step1 で個人属性、シナリオ場面における稼ぎ (成功・不成功)、個人特性の因子得点、Step2 で稼ぎと個人特性の交互作用項を投入した階層的重回帰分析を行った結果、妬み傾向、成功恐怖においては、有意な標準偏回帰係数が認められなかった (仮説 4・5 不支持)。YouTuber の印象に影響を与えている自己効力感において認められた交互作用について Figure1 に示す。自己効力感が低いほど、成功している人に対し印象が肯定的になるという結果が認められた (仮説 6 不支持)。

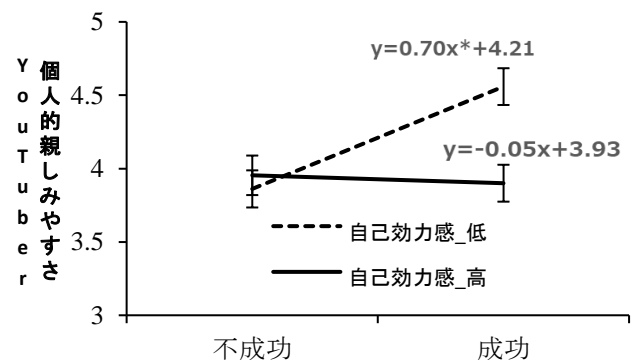


Figure1 自己効力感と稼ぎの交互作用

考察

本研究の結果からは、YouTuber への印象が漫画家と比較して否定的であり、その成果が内的に帰属しにくいことが明らかになった。これらの理由として、YouTuber の非道徳的な行動の報道や、トレンドに左右される可能性が示唆された。また、自己効力感の低い人が、成功している YouTuber に対し個人的親しみやすさを抱くという結果は、本人の自信のなさが他者への認知に影響を及ぼす可能性を示唆している。

引用文献

渡辺 恵美衣 (2017) 「YouTuber」という職業 -開かれた場での新しい発信の形