

# 視覚調査方法としての Instagram 調査の可能性

京都産業大学 金光淳

## 1 目的

Manovich (2017) らは世界 16 都市で撮影された Instagram の投稿画像を解析し、各都市の色調の違いや投稿内容分類を行ったが、Instagram の研究は Visual Methods として (Rose, 2016) 今後の社会学的調査研究において重要性を増すと思われる。この研究の目的は、Instagram の投稿を利用した調査の可能性を探る探索的な試みである。

## 2 方法

金光 (2018) は、瀬戸内国際芸術祭 2016 の夏会期に豊島と小豆島を焦点とした島ブランド連想の現地調査を行い、そのネットワーク分析から豊島と小豆島の島イメージ構造の違いを明らかにした。目下 Instagram の投稿写真に注目し、現代アートの「異化効果」を芸術祭前後で比較、測定する研究を瀬戸内国際芸術祭 2019 で行なっている。そこで Instagram の投稿者×ハッシュタグのネットワークを求めるために Google 検索とリンクした API で複数検索を行い、3 語の組合せ〈小豆島、瀬戸内、2018〉〈豊島、瀬戸内、2018〉によって瀬戸内トリエンナーレ前年 (2018 年) に投稿された Instagram サイトのハッシュタグを〈投稿者→ハッシュタグ〉のエッジとして抽出した。その後 3 コアと 4 コア成分をコミュニティ解析し、投稿内容のクラスター化を行なった。また中心性分析を行い、ページランク中心性は、HIT 中心性 (オーソリティー度、ハブ度) の測定によって発信力の高い投稿者とステイタスの高い (使われやすい) タグを確定した。最後にエッジ (投稿者とタグの) のカテゴリー分類も行なった。

## 3 結果

分析の結果、豊島ではレンタサイクル、ブライダル業者、小豆島では旅館業組合の発信力が強く、純粋な観光客は少なく、写真愛好家が投稿する例が多いことがわかった。また観光コンテンツの多い小豆島では稠密な投稿ネットワークが観測された。これは金光 (2018) が島の連想ネットワーク分析で見出した知見とも一致する。

## 4 結論

以上から、Instagram のタグの社会ネットワーク分析の応用可能性は高いと言えるが、課題も存在する。1) 豊島のような商用 Instagram サイトの圧倒的存在は一面的な島のイメージを構築してしまう可能性があり、このバイアスに対処する必要がある。2) このメディアの本質である画像内容そのものを分類・解析する必要があり、画像解析技術や機械学習などの手法も駆使した解析方法を開発する必要がある。3) 写真論やデジタル・メディア論との理論的接合も重要な課題である。

## 文献

金光 淳 (2018) 「アート・フェスティバルは地域をどのように表象し何を可視化するのか：島連想イメージのネットワーク分析」『理論と方法』33,1,114?131.

Manovich, Lev (2017) Instagram and Contemporary Image, Released under Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International Creative Commons license. New York.

Rose, Gillian (2016) Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials Fourth Edition, Sage.