

Study on young Japanese and German women's self-presentations on social media

ソーシャルメディア (Instagram) における日本とドイツの若い女性の自己表現に関する研究」

Vera Paola Shoda, Ph.D., M.B.A.

Assistant Professor, Center for Computational Social Science, Research Institute for Economics and Business Administration, Kobe University

正田ヴェラパオラ

助教 計算社会科学研究所センター 経済経営研究所神戸大学

About Me 自己紹介

Hello! こんにちは! ちは! Hallo!

Assistant professor at the Research Institute of Economics and Business Administration and Center for Computational Social Science of Kobe University.

助教 計算社会科学研究所 経済経営研究所 神戸大学



Social informatics, natural language processing (NLP), machine learning (ML), artificial intelligence (AI).

Originally from the Philippines, currently I live in Hyogo prefecture with my Japanese husband and 1-year old son.

フィリピン出身で、現在は日本人の夫ともうすぐ1歳の息子と一緒に兵庫県に住んでいます。

Vera Paola Shoda
正田ヴェラパオラ





Instagram



Women are represented sexually and stereotyped in traditional media.

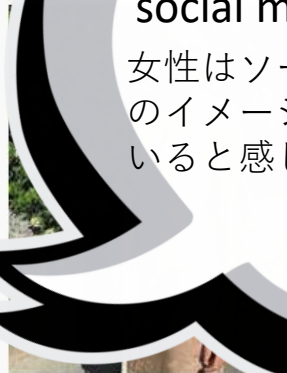
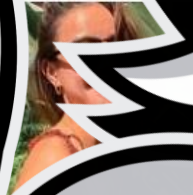
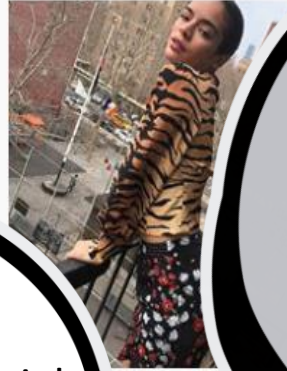
従来のメディアでは、女性は性的に表現され、ステレオタイプ化されています。

But... what if women can choose how they are represented? Will the representations change?

でも...女性が自分の表現方法を選べるとしたらどうでしょう？
表現が変わるのでしょうか？

Introduction

研究背景



What do young women post on social media?

若い女性はSNSに何を投稿しているのか？

How different are these across cultures?

文化の違いの影響は？

Do women feel empowered with their social media persona?

女性はソーシャルメディアのイメージで力を発揮していると感じますか？

Research Purpose & Questions

研究目的

The purpose of this research is to reveal and reimagine young Japanese and German women's uses of social media such as Instagram for empowerment or otherwise.

この研究の目的は、日本とドイツの若い女性たちが、エンパワーメントやその他の目的でInstagramなどのソーシャルメディアを利用していることを明らかにし、再考することである。

RQ1: What are the complexities of everyday self-presentation practices on Instagram of young Japanese and German women, and does this contribute to self-empowerment or otherwise?

RQ1：日本とドイツの若い女性のInstagram上での日常的な自己呈示の実践は、どのような複雑性を持ち、それが自己啓発に寄与しているのか、そうでないのか？

RQ2: How different or similar are the self-presentations of celebrities to “ordinary” women?

RQ2：有名人の自己呈示は、「普通の」女性とどの程度違うのか、あるいは似ているのか？

Professional Tennis Players
プロテニスプレーヤー

“Ordinary” women
(recreational tennis players)
アマチュアプレーヤー

RQ3: What is considered “photographable” and “Instagrammable aesthetic” among young Japanese and German women?

RQ3：日独の若い女性の間で「写真映え」「インスタ映えする美意識」とされるものは何か？

Introduction 研究背景

Tennis in Japan and Germany is a popular sport among young women. Both countries have famous professional tennis players.

日本とドイツのテニスは、若い女性の間で人気のあるスポーツです。両国とも有名なプロテニスプレイヤーがいます。

Naomi Osaka



Photo: @naomiosaka



Angelique Kerber



Photo: @angie.kerber

Background & Related Studies

文献調査

Theoretical frameworks on self-presentation

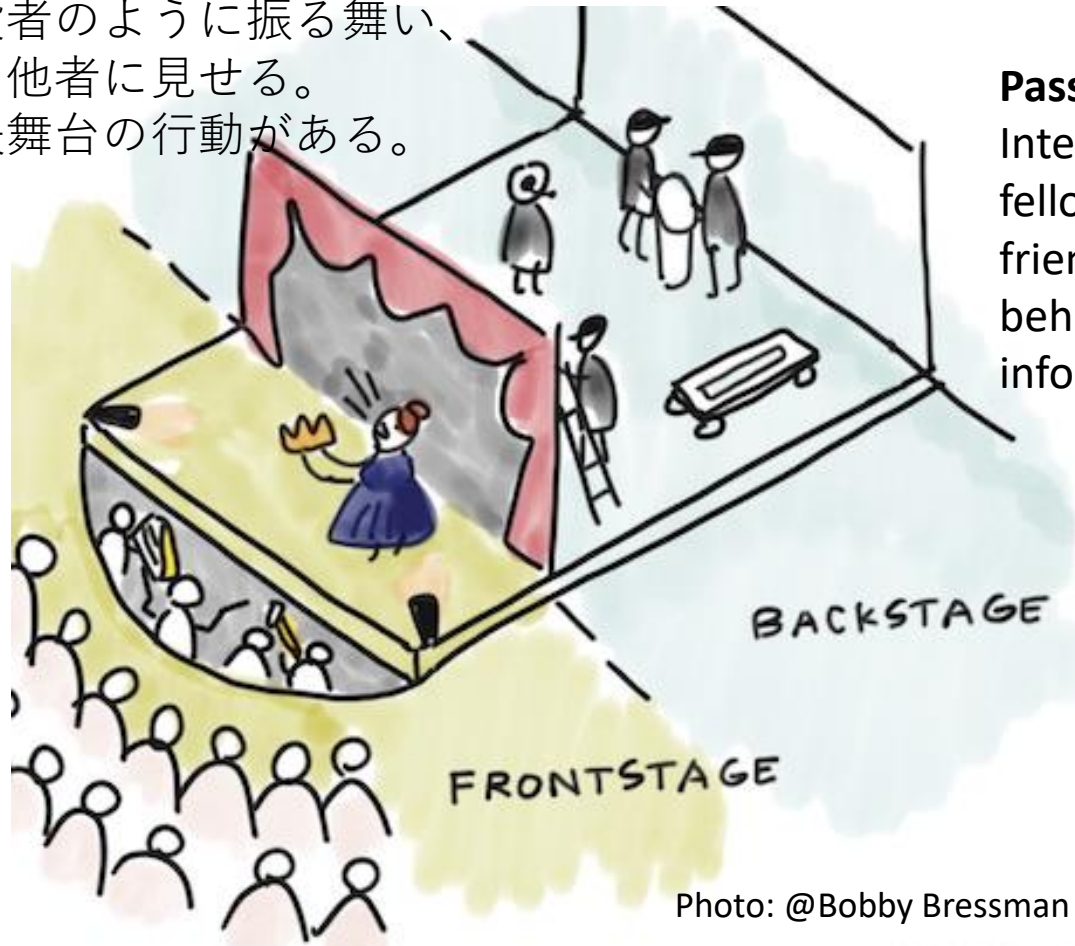
Goffman's (1959) Self-presentation theory

People act as actors on a stage to present their "ideal" self to others. There are backstage and frontstage behaviors.

人は舞台上で役者のように振る舞い、「理想」の自分を他者に見せる。舞台裏の行動と表舞台の行動がある。

Active/Direct
Promotion,
upcoming
matches,
winning shots,
fan interaction

プロモーション、試合
予定、ウイニングショ
ット、ファンとの交流



Passive/Relaxed
Interactions with
fellow athletes,
friends, family,
behind-the-scenes
info

仲間との交流
、友人、家族
、舞台裏の情
報など

Photo: @Bobby Bressman

Background & Related Studies

文献調査

Cultural Differences

Collectivism (Japan) vs Individualism (Germany) 集団主義(日本)vs個人主義(ドイツ)

Social media behavior is also influenced by cultural factors such as collectivism and individualism. SNS上の行動は、集団主義や個人主義といった文化的な要因にも影響されます。

Collectivism (Japan)



Photo:
@Bloomb
erg

- tend to self-efface or be modest as a default behavior
- less likely to introduce personal preferences and expectations during social encounters
- higher level of protective self-presentation
- デフォルトの行動として、控えめである傾向がある
- 社会的な出会いの中で、個人的な好みや期待を持ち込むことが少ない
- 保護的な自己呈示のレベルが高い

Individualism (Germany)



Photo:
@Brant
In Store

- self-enhance or promote themselves
- tendency to display their individualistic nature by highlighting their self-uniqueness
- have greater levels of public self-consciousness
- 自己顕示欲
- 自分のユニークさを強調することによって、自分の個人的な性質を表示する傾向がある。
- 世間体を気にする傾向が強い

Methodology

研究方法

Data collection

データ収集

Instagram account search (name search; hashtag search ['テニス女子'、Liebe Tennis])

```
graph TD; A[Instagram account search (name search; hashtag search ['テニス女子'、Liebe Tennis])] --> B[Total: 113 Japanese (63 pro; 50 rec) 55 German (40 pro; 15 rec), Get 10 photos from each account]; B --> C[Visual Content Analysis];
```

Total: 113 Japanese (63 pro; 50 rec) 55 German (40 pro; 15 rec),
Get 10 photos from each account

Visual Content Analysis

Methodology

研究方法

Content analysis 内容分析

Developed a codebook guided by previous literature. Two coders coded the dataset. Cohen's Kappa is used to compute intercoder reliability.

先行文献を参考にコードブックを作成。2人のR.A.がデータセットをコーディングした。カッパ係数を使用してインターコーダ信頼性を計算した。

Variable	Options	Theoretical backing	Cohen's Kappa
Photo type	Sports/ personal/ sponsored , others	Predict more personal photos (backstage behavior) than sports or sponsored photos (frontstage behavior)*	0.75
Focus	Athlete/ family&fri ends/ scenery/ others	Preidct that photos focus on athletes more to show authenticity**	0.53



Photo: @naomiosaka

Photo type: Personal
Focus: Athlete

*Geurin-Eagleman and Burch, 2016; Smith and Sanderson, 2015

**Aria et al., 2014; Smith and Sanderson, 2015

Methodology

研究方法

Content analysis 内容分析

Variable	Options	Theoretical backing	Cohen's Kappa
Prop	Yes/No	Predict usage of props to promote legitimacy or credibility*	0.71
Logo/ brand visibility	Yes/No	Social media is used to promote athlete brands**	0.68
Athlete in photo?	Yes/No	Use social media for self-presentation***	0.82



Photo: @naomiosaka

Prop: No

Logo: No

Athlete in photo?: Yes

*Emmons and Mocarski 2014

** Eagleman 2013

Bodaghi and Oliveira 2022

Methodology

研究方法

Content analysis 内容分析

Photos in which the athlete appeared. 選手が登場した写真

Variable	Options	Theoretical backing	Cohen's Kappa
Number of people	Solo/ pair/ group	Women tend to pose with others than men*	0.92
Looking at camera?	Yes/No	Expected to avoid direct camera gaze and be unfocused and not in control**	0.81
Clothing	Uniform/ casual/ others	Uniforms reinforces their membership in the sport***	0.80
Proximity	Wide/ medium/ tight	Wide shots display athletic competence and power****	0.73



Photo: @naomiosaka

Number of people: Solo
Looking at camera: No
Clothing: Casual
Proximity: Medium

*Trujillo (1991), ** Goffman (1979), *** Emmons and Mocarski 2014

****Smith and Sanderson (2015)

Methodology

研究方法

Photos in which the athlete appeared. 選手が登場した写真

Content analysis 内容分析

Variable	Options	Theoretical backing	Cohen's Kappa
Type of shot	Full/ half /selfie /headshot	Full body shots show more athletic power*	0.78
Facial expression	Happy/ intense/ sexual gaze, others	Women are likely to have sexual gaze (self-objectification)**	0.79
Motion	Active-sport/ active-nonsport /passive-sport /passive nonsport	Females are more commonly shown in passive poses***	0.77
Touch	Yes/No	Touching is associated with feminine behavior****	0.71



Photo: @naomiosaka

Type of shot: Full body
Facial expression: Sexual gaze, others
Motion: Passive non-sport
Touch: Yes

* Smith and Sanderson (2015), ** Emmons and Mocariski 2014, *** Trujillo (1991), **** Goffman (1979)

Content analysis of
1680 Instagram posts from
168 athletes

の内容分析
1680件のインスタグラム投稿
168名の選手

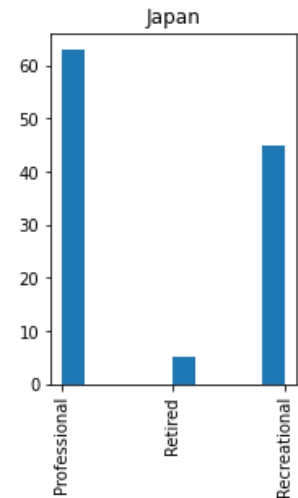
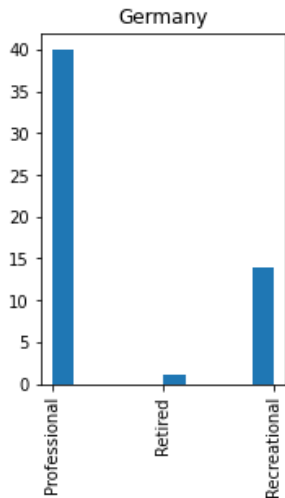
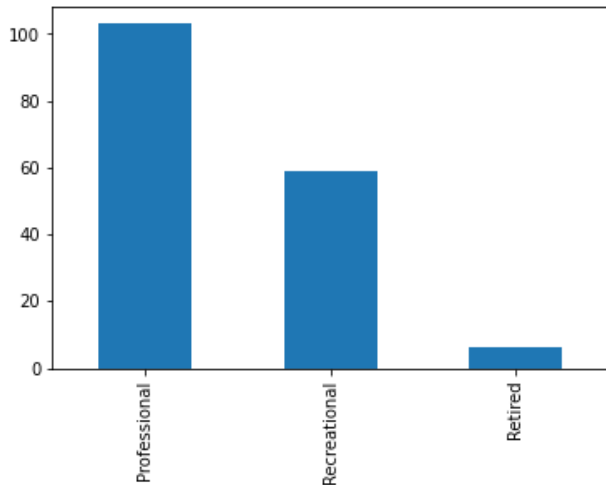
Results & Discussion

研究結果

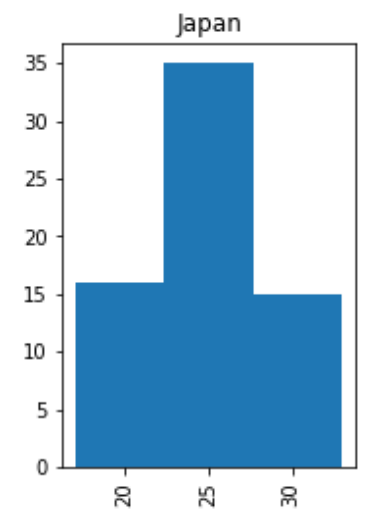
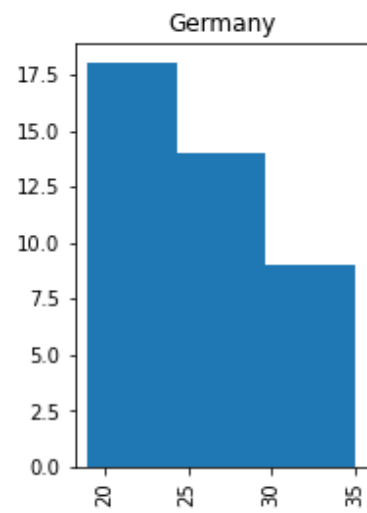
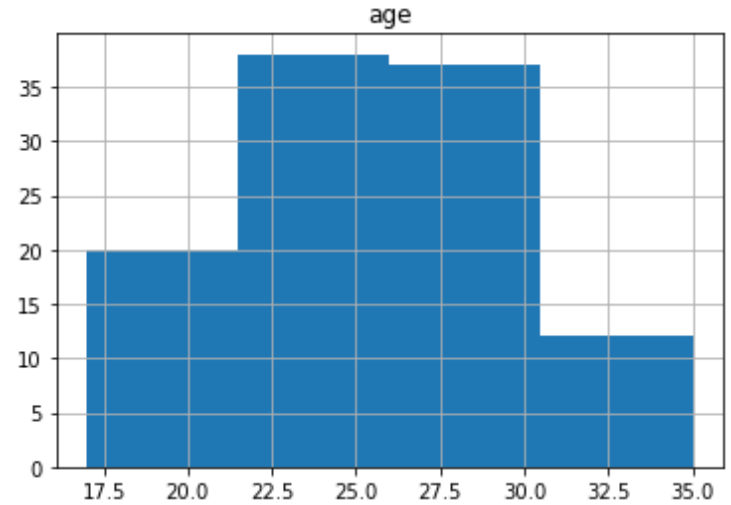
Data overview

データ概要

Athletes by player status, country



Professional athletes by age, country



Results & Discussion

研究結果

Data overview

データ概要

Mean	Professional	Recreational	Retired	ALL
Followers	41166	5358	16157	27697
Following	494	647	579	550
Number of posts	239	433	458	315

Mean	Japan	Germnay	ALL
Followers	28656	25727	27697
Following	456	746	550
Number of posts	344	254	315

RQ1: What are the complexities of everyday self-presentation practices on Instagram of young Japanese and German women, and does this contribute to self-empowerment or otherwise?

RQ1：日本とドイツの若い女性のInstagram上での日常的な自己呈示の実践は、どのような複雑性を持ち、それが自己啓発に寄与しているのか、そうでないのか？

RQ3: What is considered “photographable” and “Instagrammable aesthetic” among young Japanese and German women?

RQ3：日独の若い女性の間で「写真映え」「インスタ映えする美意識」とされるものは何か？

**Japanese women are less likely to introduce personal posts
(protective self-presentation).**

**German women highlight their uniqueness by sharing their
personal preferences.**

日本人女性は、個人的な投稿を紹介することが少ない（保護的自
己呈示）。

ドイツ人女性は、個人的な好みを紹介することで、自分のユニーク
さを強調する。

Results & Discussion

研究結果

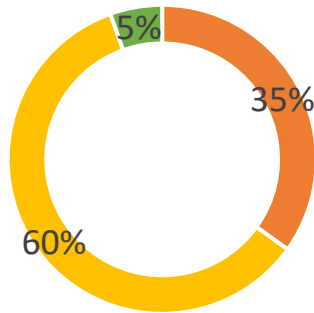
Content Analysis

内容分析

Photo type	ALL (n)	ALL (%)	Germany (n)	Germany (%)	Japan (n)	Japan (%)	X2	p value
Sports	754	47.44	192	34.91	562	49.73	49.02	< 0.001
Personal	797	44.88	328	59.64	469	41.5		
Sponsored, Others	129	7.68	30	5.45	99	8.76		

Germany

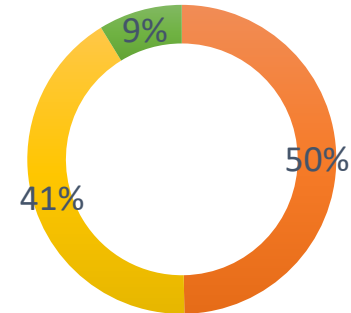
■ Sports ■ Personal ■ Sponsored, Others



Backstage behavior (aligned with previous research)

Japan

■ Sports ■ Personal ■ Sponsored, Others



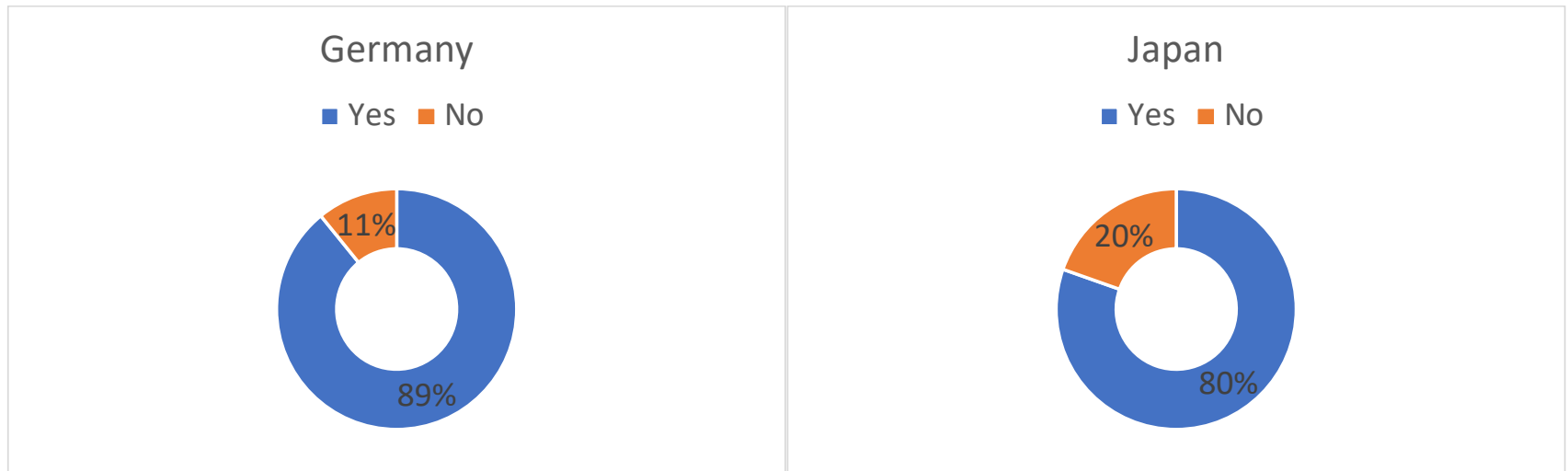
Fronstage behavior (contrary to previous research)

Results & Discussion

研究結果

Content Analysis 内容分析

Athlete in photo	ALL (n)	ALL (%)	Germany (n)	Germany (%)	Japan (n)	Japan (%)	X2	p value
Yes	1398	83.21	490	89.09	908	80.35	20.22	< 0.001
No	282	16.79	60	10.91	222	19.65		



Japanese women are less likely to introduce personal posts (protective self-presentation).

German women highlight their uniqueness by sharing their personal preferences.

日本人女性は、個人的な投稿を紹介することが少ない（保護的自己呈示）。
ドイツ人女性は、個人的な好みを紹介することで、自分のユニークさを強調する。

Japanese women “feel” more need to show their athletic competence. (frontstage behavior)

German women share more relaxed content (backstage behavior).

日本の女性は、アスリート能力を示す必要性をより「感じて」いる
（表舞台での振る舞い）

ドイツ人女性は、よりリラックスした内容を共有している
（舞台裏での行動）。

Results & Discussion

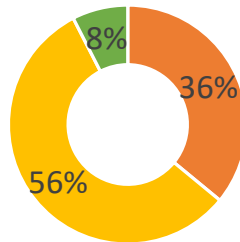
研究結果

Content Analysis 内容分析

Clothing	ALL (n)	ALL (%)	Germany (n)	Germany (%)	Japan (n)	Japan (%)	X2	p value
Uniform	705	50.43	176	35.92	529	58.26	77.4	< 0.001
Casual	639	45.71	277	56.53	362	39.87		
Others	54	3.86	37	7.55	17	1.87		

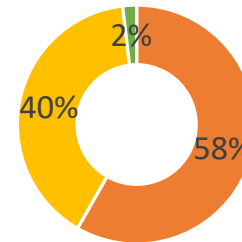
Germany

Uniform Casual Others



Japan

Uniform Casual Others



Japanese women “feel” more need to show their athletic competence. (frontstage behavior)

German women share more relaxed content (backstage behavior).

日本の女性は、アスリート能力を示す必要性をより「感じて」いる。

(表舞台での振る舞い)

ドイツ人女性は、よりリラックスした内容を共有している

(舞台裏での行動)。

Results & Discussion

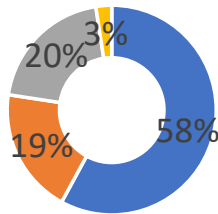
研究結果

Content Analysis 内容分析

Motion	ALL (n)	ALL (%)	Germany (n)	Germany (%)	Japan (n)	Japan (%)	X2	p value
Passive non-sport	630	45.06	284	57.96	346	38.11	60.82	< 0.001
Passive sport	428	30.62	95	19.39	333	36.67		
Active sport	311	22.25	99	20.20	212	23.35		
Active non-sport	29	2.07	12	2.45	17	1.87		

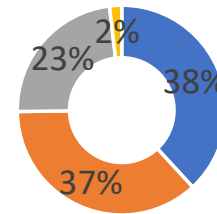
Germany

- Passive non-sport
- Passive sport
- Active sport
- Active non-sport



Japan

- Passive non-sport
- Passive sport
- Active sport
- Active non-sport



Japanese women “feel” more need to show their athletic competence. (frontstage behavior)

German women share more relaxed content (backstage behavior).

日本の女性は、アスリート能力を示す必要性をより「感じて」いる。

(表舞台での振る舞い)

ドイツ人女性は、よりリラックスした内容を共有している

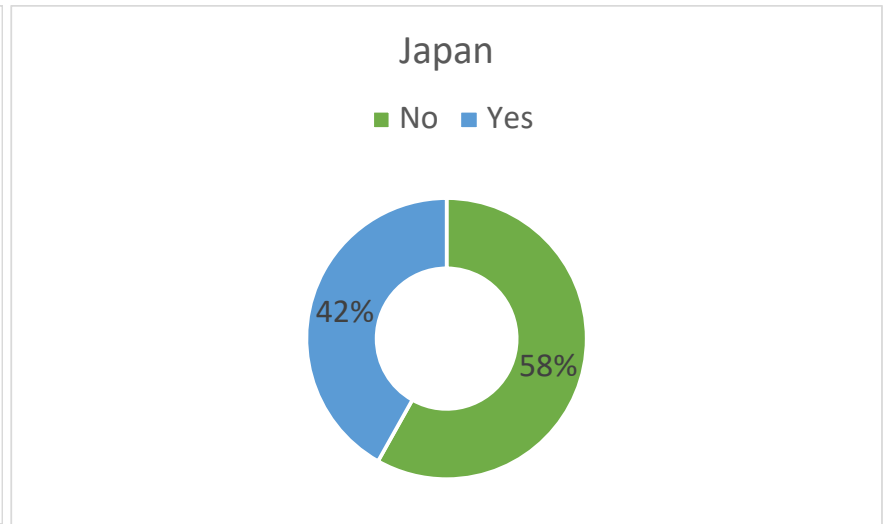
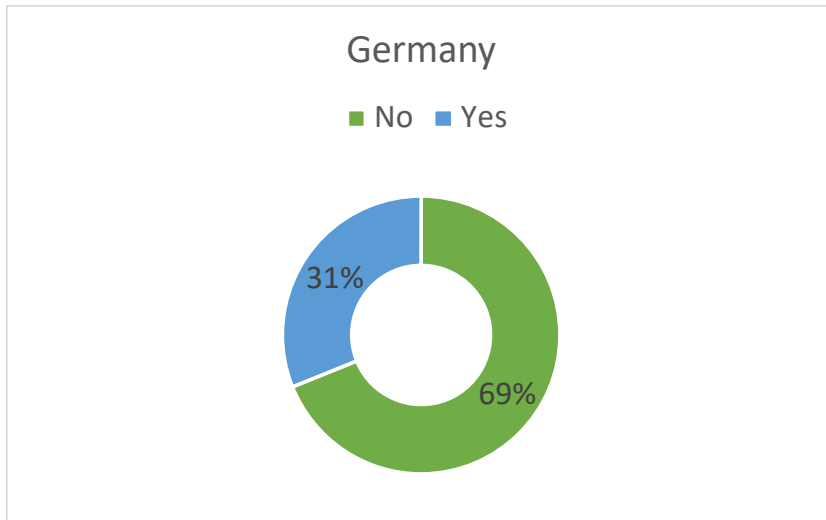
(舞台裏での行動)。

Results & Discussion

研究結果

Content Analysis 内容分析

Prop	ALL (n)	ALL (%)	Germany (n)	Germany (%)	Japan (n)	Japan (%)	X2	p value
No	1036	61.67	379	68.91	657	58.14	18.14	< 0.001
Yes	664	38.33	171	31.09	473	41.86		



Japanese women “feel” more need to show their athletic competence. (frontstage behavior)
German women share more relaxed content (backstage behavior).

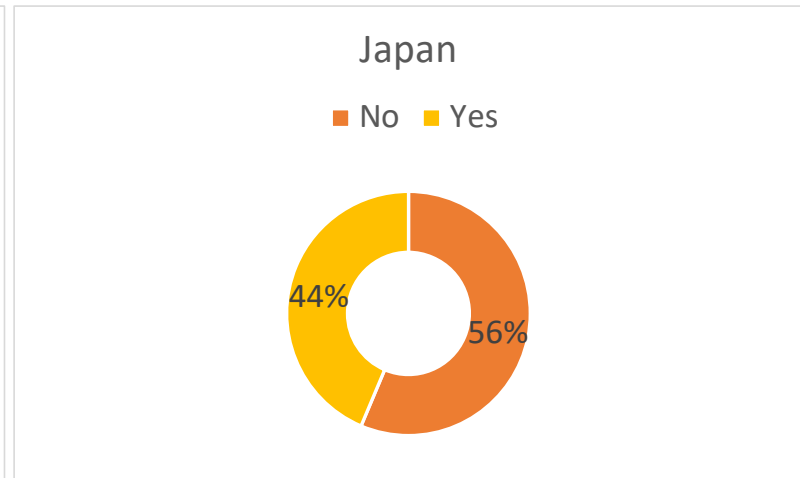
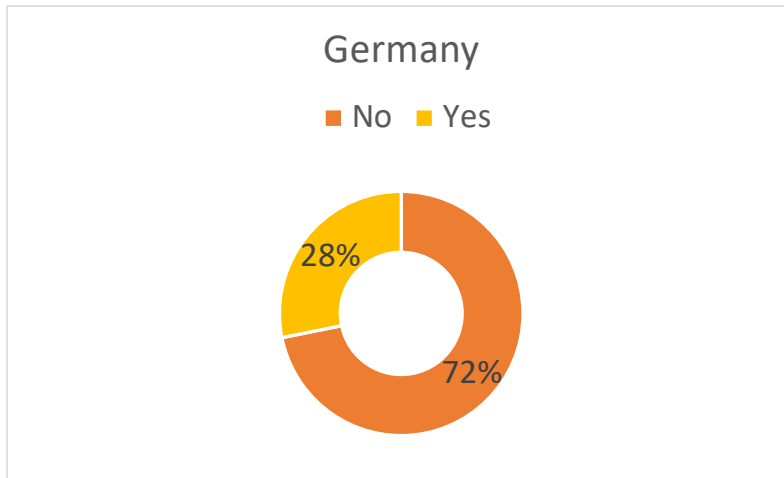
日本の女性は、アスリート能力を示す必要性をより「感じて」いる。
(表舞台での振る舞い)
ドイツ人女性は、よりリラックスした内容を共有している
(舞台裏での行動)。

Results & Discussion

研究結果

Content Analysis 内容分析

Brand visibility	ALL (n)	ALL (%)	Germany (n)	Germany (%)	Japan (n)	Japan (%)	X2	p value
No	1032	61.43	395	71.82	637	56.37	37.25	< 0.001
Yes	648	38.57	155	28.18	493	43.63		



Japanese women “feel” more need to show their athletic competence. (frontstage behavior)
German women share more relaxed content (backstage behavior).

日本の女性は、アスリート能力を示す必要性をより「感じて」いる。
(表舞台での振る舞い)
ドイツ人女性は、よりリラックスした内容を共有している
(舞台裏での行動)。

**German women pose “alone” (individualistic) more while
Japanese women pose with others more (collectivism).**

ドイツ人女性は「一人」の投稿が多く（個人主義）、日本人女性は「みんな」と一緒にいる投稿が多い（集団主義）。

Results & Discussion

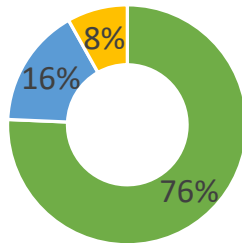
研究結果

Content Analysis 内容分析

Number of people	ALL (n)	ALL (%)	Germany (n)	Germany (%)	Japan (n)	Japan (%)	X2	p value
Solo	948	67.81	371	75.71	577	63.55	22.31	< 0.001
Pair	283	20.24	79	16.12	204	22.47		
Group	167	11.95	40	8.16	127	13.99		

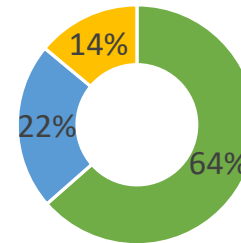
Germany

■ Solo ■ Pair ■ Group



Japan

■ Solo ■ Pair ■ Group



German women pose “alone” (individualistic) more while Japanese women pose with others more (collectivism).

ドイツ人女性は「一人」の投稿が多く（個人主義）、日本人女性は「みんな」と一緒にいる投稿が多い（集団主義）。

**Japanese women exhibit more feminine behavior than
German women.**

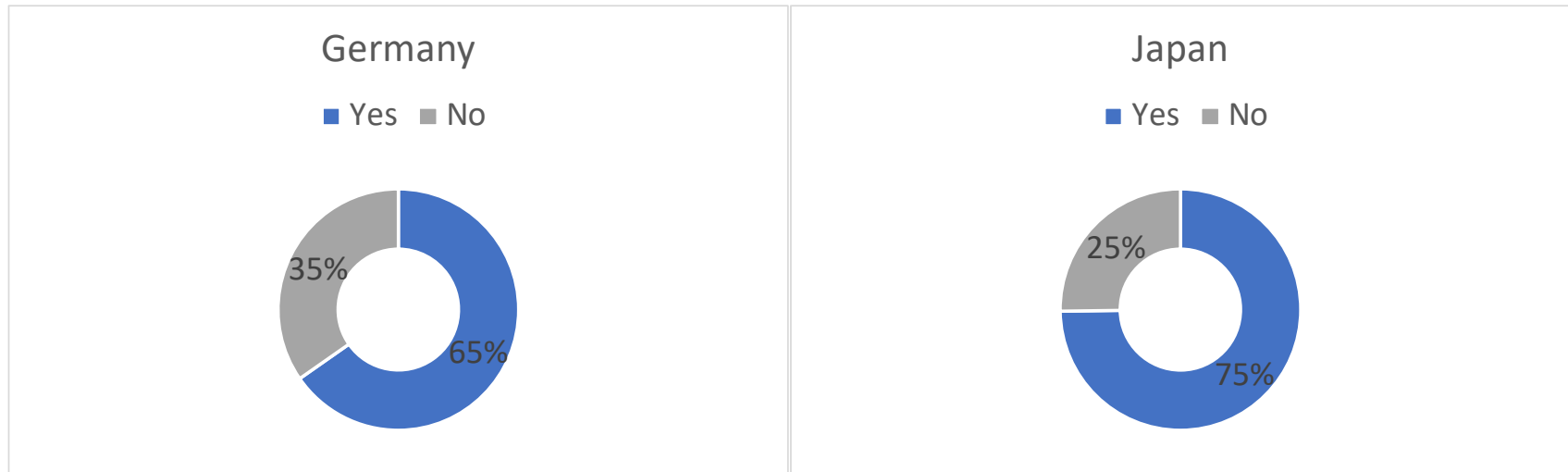
日本の女性は、ドイツの女性よりも女性らしい振る舞いをする。

Results & Discussion

研究結果

Content Analysis 内容分析

Touch	ALL (n)	ALL (%)	Germany (n)	Germany (%)	Japan (n)	Japan (%)	X2	p value
Yes	999	71.46	320	65.31	679	74.78	14.00	< 0.001
No	399	28.54	170	34.69	229	25.22		



Japanese women exhibit more feminine behavior than German women.

日本の女性は、ドイツの女性よりも女性らしい振る舞いをする。

Results & Discussion

研究結果

Differences between Japanese and German athletes.

- Japanese women are less likely to introduce personal posts (protective self-presentation). 日本人女性は、個人的な投稿を紹介することが少ない（保護的自己呈示）。
- German women highlight their uniqueness by sharing their personal preferences. ドイツ人女性は、個人的な好みを紹介することで、自分のユニークさを強調する。
- Japanese women “feel” more need to show their athletic competence. (frontstage behavior) 日本の女性は、アスリート能力を示す必要性をより「感じて」いる。（表舞台での振る舞い）
- German women share more relaxed content (backstage behavior). ドイツ人女性は、よりリラックスした内容を共有している（舞台裏での行動）。
- German women pose “alone” (individualistic) more while Japanese women pose with others more (collectivism). ドイツ人女性は「一人」の投稿が多く（個人主義）、日本人女性は「みんな」と一緒にいる投稿が多い（集団主義）。
- Japanese women exhibit more feminine behavior than German women. 日本の女性は、ドイツの女性よりも女性らしい振る舞いをする。

RQ2: How different or similar are the self-presentations of celebrities to “ordinary” women?

RQ2：有名人の自己呈示は、「普通の」女性とどの程度違うのか、あるいは似ているのか？

Non professional players feel the need to “prove” their athletic competence or belongingness in their sport.

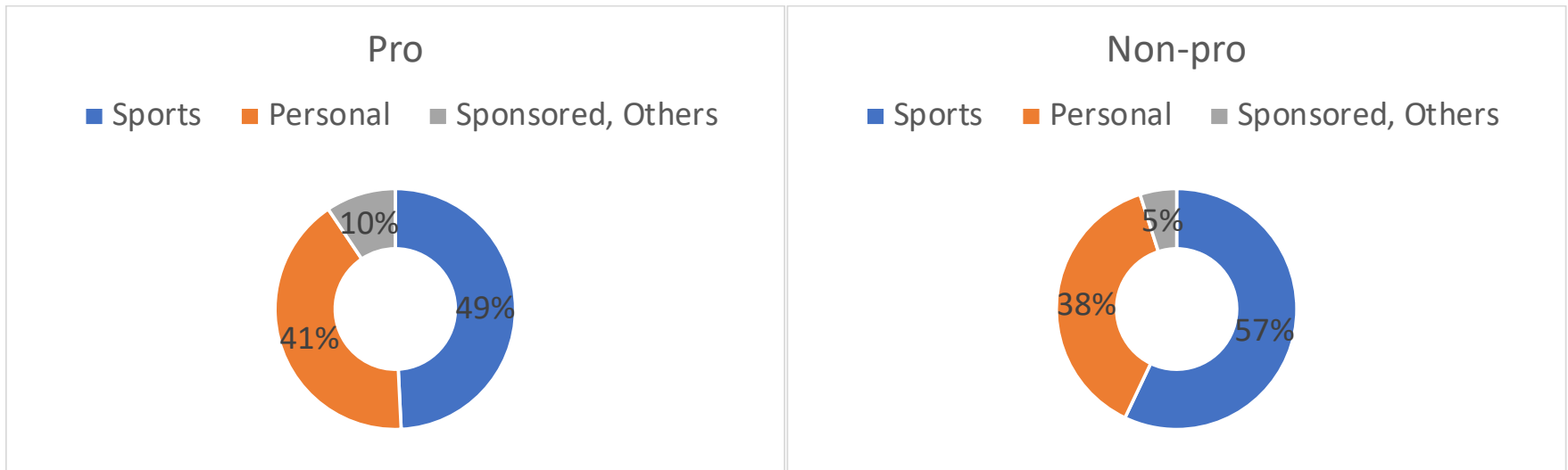
アマチュアプレーヤーは、自分の競技力、あるいはそのスポーツにおける所属を「証明」する必要性を感じているのです。

Results & Discussion

研究結果

Content Analysis 内容分析

Photo type	ALL (n)	ALL (%)	Pro (n)	Pro (%)	Non-pro (n)	Non-pro (%)	X2	p value
Sports	754	47.44	507	49.22	371	57.08	16.31	< 0.001
Personal	797	44.88	426	41.36	247	38.00		
Sponsored, Others	129	7.68	97	9.42	32	4.92		



Non professional players feel the need to “prove” their athletic competence or belongingness in their sport.

アマチュアプレイヤーは、自分の競技力、あるいはそのスポーツにおける所属を「証明」する必要性を感じているのです。

Professional athletes are more engaged in self-promotion than non-pros.

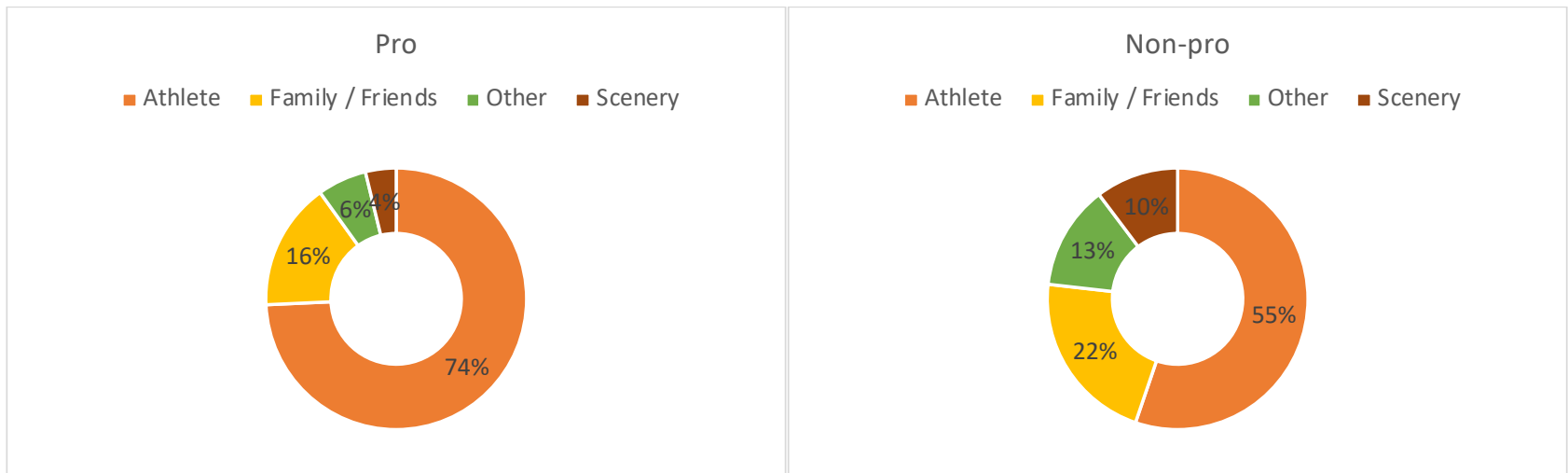
プロスポーツ選手は、アマチュア選手に比べて、自己アピールをすることが多い。

Results & Discussion

研究結果

Content Analysis 内容分析

Focus	ALL (n)	ALL (%)	Pro (n)	Pro (%)	Non-pro (n)	Non-pro (%)	X2	p value
Athlete	1124	66.90	765	74.27	359	55.23	76.77	< 0.001
Family / Friends	230	13.69	163	15.83	140	21.54		
Other	179	10.65	63	6.12	84	12.92		
Scenery	147	8.75	39	3.79	67	10.31		



Professional athletes are more engaged in self-promotion than non-pros.

プロスポーツ選手は、アマチュア選手に比べて、自己アピールをすることが多い。

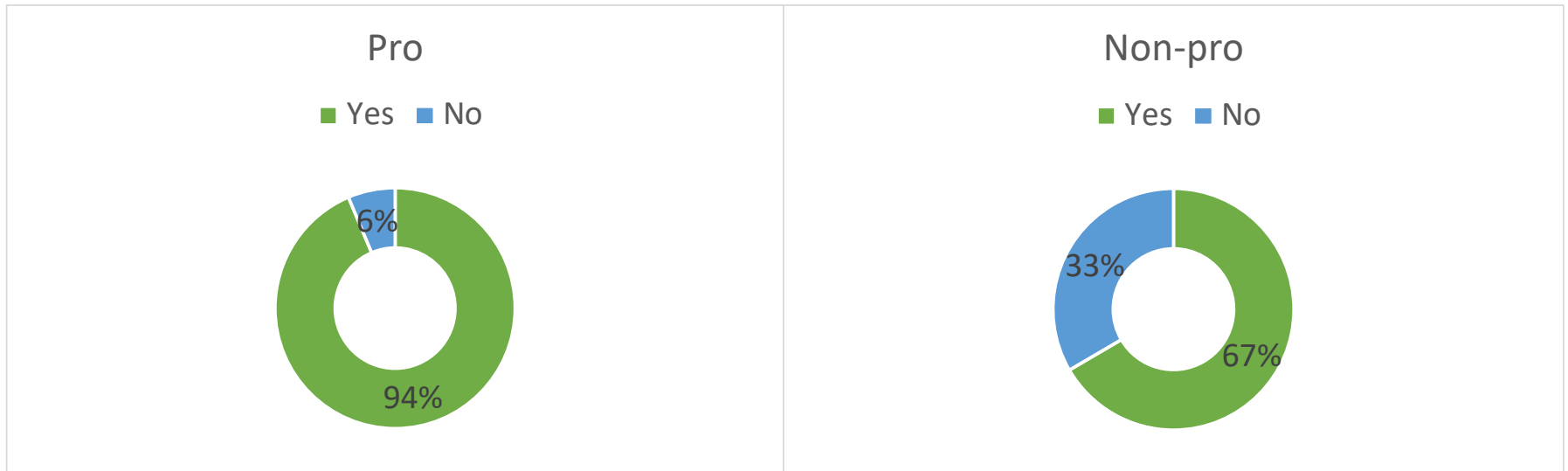
Results & Discussion

研究結果

Content Analysis

内容分析

Athlete in photo	ALL (n)	ALL (%)	Pro (n)	Pro (%)	Non-pro (n)	Non-pro (%)	X2	p value
Yes	1398	83.21	955	93.69	433	66.62	206.4	< 0.001
No	282	16.79	65	6.31	217	33.38		



Professional athletes are more engaged in self-promotion than non-pros.

プロスポーツ選手は、アマチュア選手に比べて、自己アピールをすることが多い。

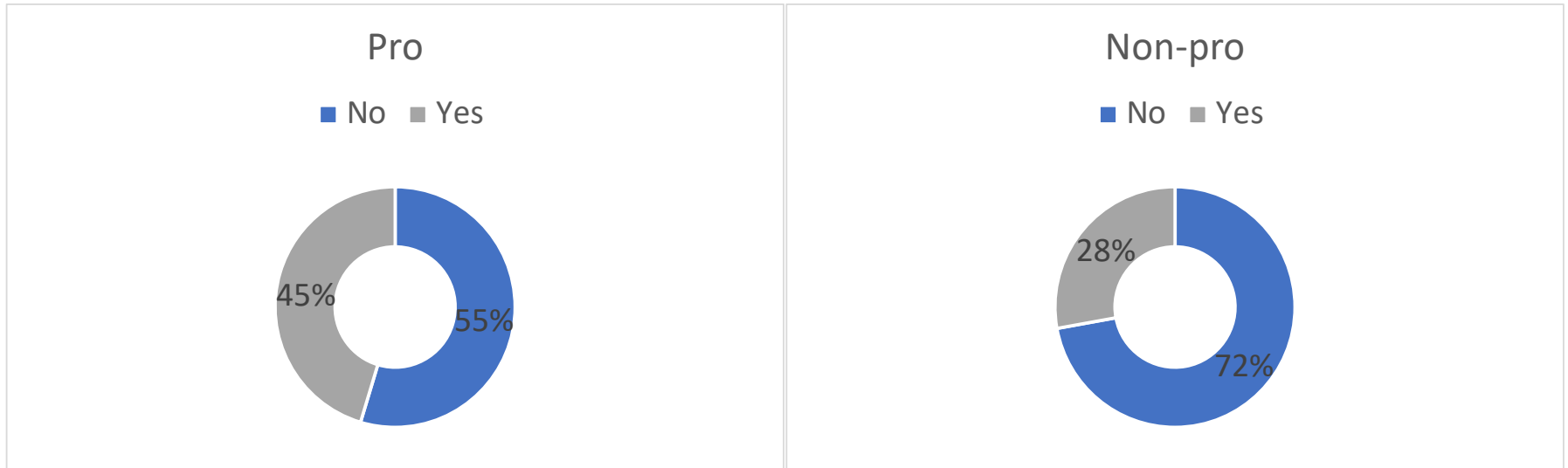
Results & Discussion

研究結果

Content Analysis

内容分析

Brand visibility	ALL (n)	ALL (%)	Pro (n)	Pro (%)	Non-pro (n)	Non-pro (%)	X2	p value
No	1032	61.43	563	54.66	469	72.15	51.47	< 0.001
Yes	648	38.57	467	45.34	181	27.85		



Professional athletes are more engaged in self-promotion than non-pros.

プロスポーツ選手は、アマチュア選手に比べて、自己アピールをすることが多い。

Professional athletes are more empowered as they display and highlight their athletic competence more than non-pros.

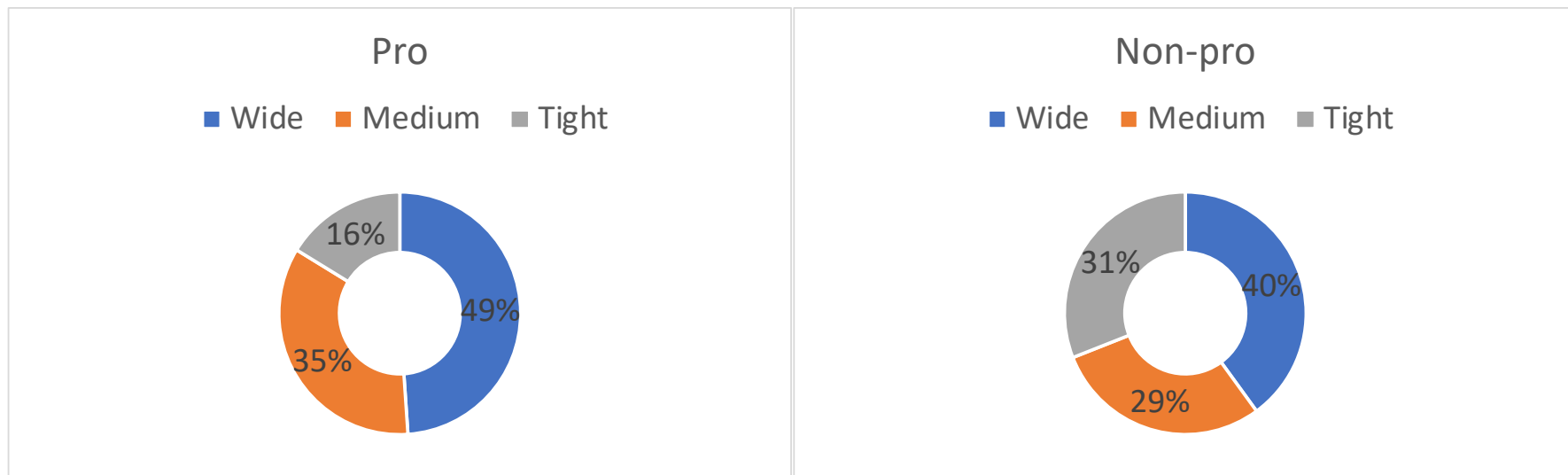
プロスポーツ選手は、アマチュア選手よりも運動能力を発揮し、強調するため、よりエンパワーされます。

Results & Discussion

研究結果

Content Analysis 内容分析

Proximity	ALL (n)	ALL (%)	Pro (n)	Pro (%)	Non-pro (n)	Non-pro (%)	X2	p value
Wide	645	46.14	472	48.91	173	39.95	39.09	< 0.001
Medium	462	33.05	336	34.82	126	29.10		
Tight	291	20.82	157	16.27	134	30.95		



Professional athletes are more empowered as they display and highlight their athletic competence more.
プロスポーツ選手は、アマチュア選手よりも運動能力を発揮し、強調するため、よりエンパワーされます。

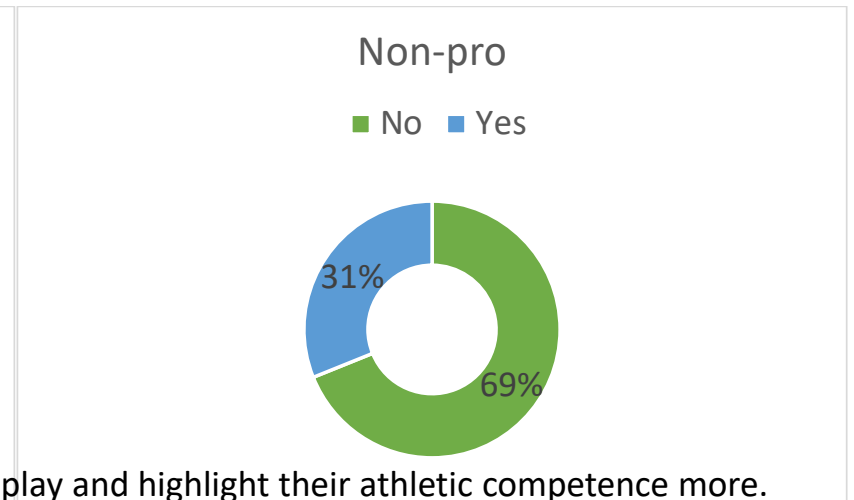
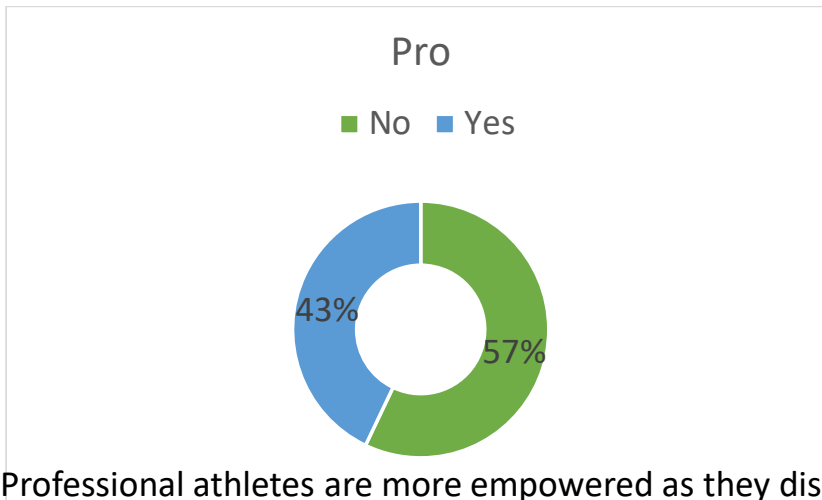
Results & Discussion

研究結果

Content Analysis

内容分析

Prop	ALL (n)	ALL (%)	Pro (n)	Pro (%)	Non-pro (n)	Non-pro (%)	X2	p value
No	1036	61.67	588	57.09	448	68.92	23.61	< 0.001
Yes	664	38.33	442	42.91	202	31.08		



Professional athletes are more empowered as they display and highlight their athletic competence more.

プロスポーツ選手は、アマチュア選手よりも運動能力を発揮し、強調するため、よりエンパワーされます。

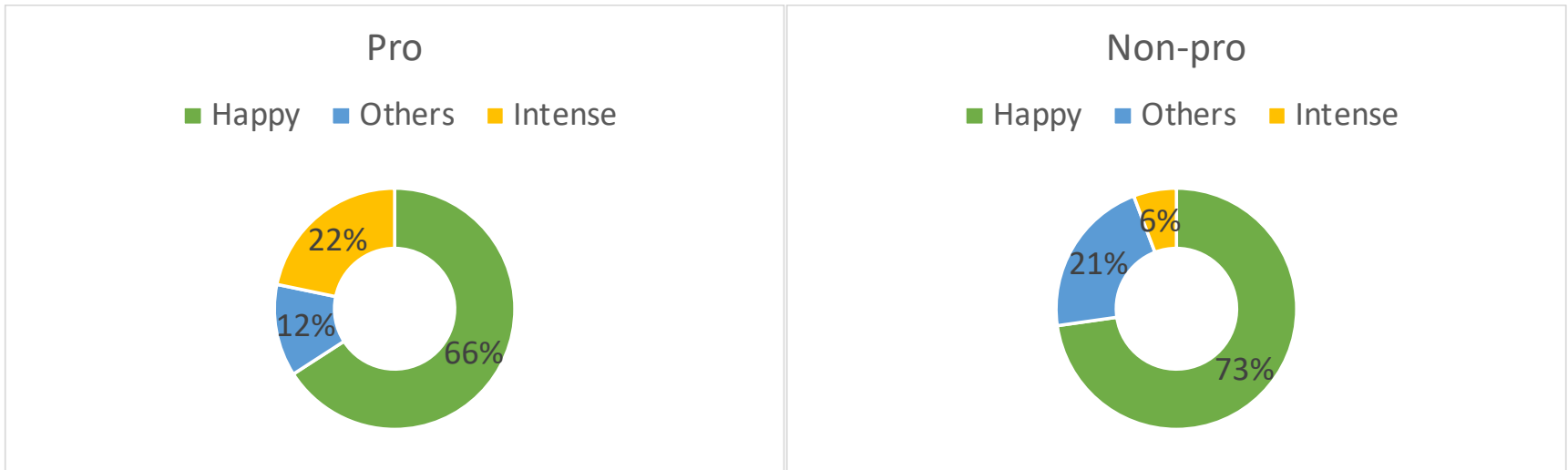
Results & Discussion

研究結果

Content Analysis

内容分析

Facial expression	ALL (n)	ALL (%)	Pro (n)	Pro (%)	Non-pro (n)	Non-pro (%)	X2	p value
Happy	951	68.03	636	65.91	315	72.75	63.99	< 0.001
Others	212	15.16	119	12.33	93	21.48		
Intense	235	16.81	210	21.76	25	5.77		



Professional athletes are more empowered as they display and highlight their athletic competence more.

プロスポーツ選手は、アマチュア選手よりも運動能力を発揮し、強調するため、よりエンパワーされます。

Results & Discussion

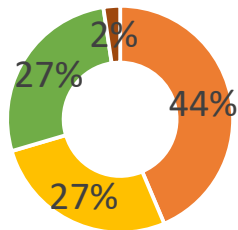
研究結果

Content Analysis 内容分析

Motion	ALL (n)	ALL (%)	Pro (n)	Pro (%)	Non-pro (n)	Non-pro (%)	X2	p value
Passive non-sport	630	45.06	421	43.63	209	48.27	51.05	< 0.001
Passive sport	428	30.62	259	26.84	169	39.03		
Active sport	311	22.25	262	27.15	49	11.32		
Active non-sport	29	2.07	23	2.38	6	1.39		

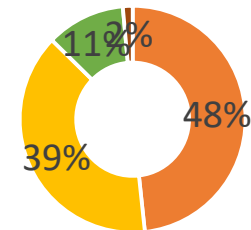
Pro

- Passive non-sport
- Passive sport
- Active sport
- Active non-sport



Non-pro

- Passive non-sport
- Passive sport
- Active sport
- Active non-sport



Professional athletes are more empowered as they display and highlight their athletic competence more.

プロスポーツ選手は、アマチュア選手よりも運動能力を発揮し、強調するため、よりエンパワーされます。

However, professional athletes still maintain their feminine behavior. Athletes first, females second.

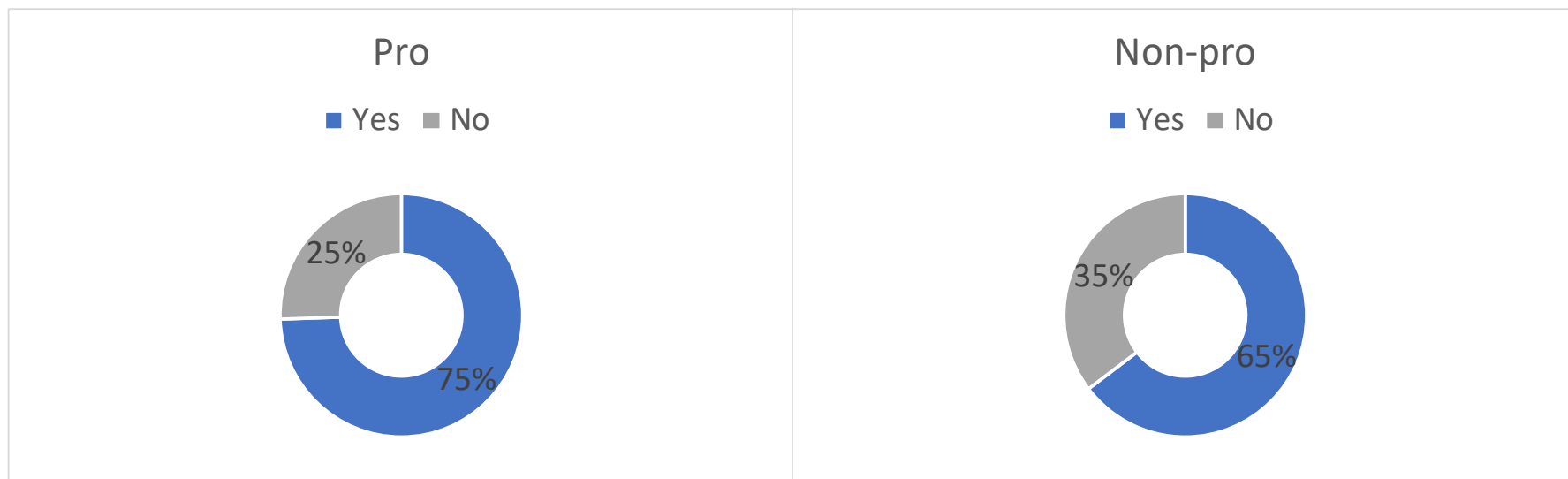
しかし、プロスポーツ選手は、いまだに女性らしい振る舞いを貫いています。
まずアスリートとして、次に女性として自分を表現する。

Results & Discussion

研究結果

Content Analysis 内容分析

Touch	ALL (n)	ALL (%)	Pro (n)	Pro (%)	Non-pro (n)	Non-pro (%)	X2	p value
Yes	999	71.46	719	74.51	280	64.67	14.2	< 0.001
No	399	28.54	246	25.49	153	35.33		



However, professional athletes still maintain their feminine behavior. Athletes first, females second.

しかし、プロスポーツ選手は、いまだに女性らしい振る舞いを貫いています。
まずアスリートとして、次に女性として自分を表現する。

Results & Discussion

研究結果

Content Analysis (Summary)

内容分析

- Non professional players feel the need to “prove” their athletic competence or belongingness in their sport.

アマチュアプレイヤーは、自分の競技力、あるいはそのスポーツにおける所属を「証明」する必要性を感じているのです。

- Professional athletes are more engaged in self-promotion than non-pros.

プロスポーツ選手は、アマチュア選手に比べて、自己アピールをすることが多い。

- Professional athletes are more empowered as they display and highlight their athletic competence more than non-pros.

プロスポーツ選手は、アマチュア選手よりも運動能力を発揮し、強調するため、よりエンパワーされます。

- However, professional athletes still maintain their feminine behavior. Athletes first, females second.

しかし、プロスポーツ選手は、いまだに女性らしい振る舞いを貫いています。
まずアスリートとして、次に女性として自分を表現する。

Summary & Implications

まとめと意味合い

- German and Japanese tennis players differ in 8 variables:
- Professional and ordinary (non-pro) tennis players differ in 9 variables.

ドイツ人テニスプレーヤーと日本人テニスプレーヤーは、8つの変数で異なっている。
プロとアマチュアのテニスプレーヤーは、9つの変数で異なっている。

- **Through social media, women are given the opportunity and control how they are represented and can choose not conform to stereotypes.**
 - **Women athletes present themselves as athletes first, women second**
 - **Culture (individualism & collectivism) affect how women present themselves on social media**
-
- ソーシャルメディアを通じて、女性は自分たちをどのように表現するかをコントロールし、ステレオタイプに従わないことを選択する機会を与えられています。
 - 女性アスリートは、まずアスリートとして、次に女性として自分を表現する。
 - 文化（個人主義・集団主義）は、ソーシャルメディアにおける女性の表現方法に影響を与える。

Thank you!

ありがとうございました！

Danke!

Appendices:

Results & Discussion

研究結果

Content Analysis 内容分析

Focus	ALL (n)	ALL (%)	Germany (n)	Germany (%)	Japan (n)	Japan (%)	X2	p value
Athlete	1124	66.90	401	72.91	723	63.98	13.90	p = 0.003
Family / Friends	230	13.69	62	11.27	170	15.04		
Other	179	10.65	60	4.91	152	13.45		
Scenery	147	8.75	27	11.27	85	7.52		
Facial expression	ALL (n)	ALL (%)	Germany (n)	Germany (%)	Japan (n)	Japan (%)	X2	p value
Happy	951	68.03	315	64.29	636	70.04	5.84	p = 0.054
Others	212	15.16	78	15.92	134	14.76		
Intense	235	16.81	97	19.80	138	15.20		

Results & Discussion

研究結果

Content Analysis

內容分析

Number of people	ALL (n)	ALL (%)	Pro (n)	Pro (%)	Non-pro (n)	Non-pro (%)	X2	p value
Solo	948	67.81	636	65.91	312	72.06	6.83	p = 0.03
Pair	283	20.24	213	22.07	70	16.17		
Group	167	11.95	116	12.02	51	11.78		
Looking at camera	ALL (n)	ALL (%)	Pro (n)	Pro (%)	Non-pro (n)	Non-pro (%)	X2	p value
Yes	811	58.01	539	55.85	272	62.82	5.95	p = 0.01
No	587	41.99	426	44.15	161	37.18		
Clothing	ALL (n)	ALL (%)	Pro (n)	Pro (%)	Non-pro (n)	Non-pro (%)	X2	p value
Uniform	705	50.43	519	53.78	230	53.12	0.05	p = 0.97
Casual	639	45.71	409	42.38	186	42.96		
Others	54	3.86	37	3.83	17	3.93		

Results & Discussion

研究結果

Content Analysis 内容分析

Proximity	ALL (n)	ALL (%)	Germany (n)	Germany (%)	Japan (n)	Japan (%)	X2	p value
Wide	645	46.14	240	48.98	405	44.60	9.89	p = 0.007
Medium	462	33.05	136	27.76	326	35.90		
Tight	291	20.82	114	23.27	177	19.49		
Type of shot	ALL (n)	ALL (%)	Germany (n)	Germany (%)	Japan (n)	Japan (%)	X2	p value
Full body	899	64.31	323	65.92	576	63.44	13.58	p = 0.003
Half-body	338	24.18	96	19.59	242	26.65		
Selfie	117	8.37	49	10.00	68	7.49		
Headshot	44	3.15	22	4.49	22	2.42		
Looking at camera	ALL (n)	ALL (%)	Germany (n)	Germany (%)	Japan (n)	Japan (%)	X2	p value
Yes	811	58.01	260	53.06	551	60.68	7.59	p = 0.006
No	587	41.99	230	46.94	357	39.32		

Results & Discussion

研究結果

Content Analysis 内容分析

Type of shot	ALL (n)	ALL (%)	Pro (n)	Pro (%)	Non-pro (n)	Non-pro (%)	X2	p value
Full body	899	64.31	637	66.01	262	60.51	5.57	p = 0.13
Half-body	338	24.18	223	23.11	115	26.56		
Selfie	117	8.37	73	7.56	44	10.16		
Headshot	44	3.15	32	3.32	12	2.77		