

# 性格の類似性が対人魅力評価に及ぼす影響

特定の人物から SNS でいいねを獲得するには

山口 優翔 (22111373@tama.ac.jp)

## 1. 問題と目的

松木・松本(2021)によれば、過去の研究によって他者との類似性は相手の魅力を高め、中でも態度の類似性は対人魅力の規定において重要であることが明らかにされてきたが (e.g., Byrne & Nelson, 1965)、性格の類似性も魅力を高めることが示されている。例えば、Hendrick & Brown (1971) では外向性が高い人は同じく外向性が高い人に魅力を抱きやすいこと、遠藤 (1992) では性格特性の社会的望ましさを統制しても性格の類似性が他者の魅力を高めることが明らかにされている。

以上の研究などを踏まえて、本研究では、SNS において、人物写真にいいねをつける際は自分の性格に類似し、対人魅力が高いものにつけるのではないかと、という問題について研究を行う。

様々な人物の写真を用意し、人物に対する魅力度や回答者の性格特性などを測定し、その類似性や特徴について明らかにすることを本研究の目的とする。

## 2. 方法

### 調査対象

多摩大生を対象に実施する。

### 使用尺度

性格特性を測定する尺度として Big Five を用いる。Big Five の測定には並川他 (2012) の短縮版 Big Five 尺度を使用し、5 件法で回答を求める。

人物に対する魅力度についても測定する。この場合の魅力指標は SNS であるということを考慮して、「いいね」と「無関心」の 2 項目を用いて回答を求めるこ

ととする。

### 手続き

BigFive モデルの 5 特性 (外向性, 協調性, 誠実性, 神経症傾向, 開放性) のいずれか 1 つの特性が顕著な人物写真を複数枚用意する (仮に 5 特性 10 枚ずつ用意する)。

数回に分けランダムに人物写真を表示し、魅力を感じたものには「いいね」をおしてもらい、魅力を感じなかったものは無回答としてもらう。

その後、調査対象者自身についての Big Five 尺度への回答を求める。

## 3. 引用文献

松木祐馬、松本芳之(2021). 性格の類似性が対人魅力評価に及ぼす影響 —被評価者に顕著な性格特性に着目して— パーソナリティ研究 29, 3, 141–143.