

「ふたりきょうだい」における対人魅力の検討

Study of Interpersonal Attraction in Sibling Relationships

中嶋 佳苗 NAKAJIMA, Kanae

● 国際基督教大学大学院アーツ・サイエンス研究科
Graduate School of Arts and Sciences, International Christian University

磯崎 三喜年 ISOZAKI, Mikitoshi

● 国際基督教大学
International Christian University

Keywords 対人魅力, きょうだい関係, 性格の類似性, 性格の社会的望ましさ
interpersonal attraction, sibling relationships, similarity and social desirability of personality

ABSTRACT

本研究は、「ふたりきょうだい」に焦点をあて、「きょうだい」関係における対人魅力の検討を行った。研究1では、日本の大学生96名を対象にきょうだいにおける対人魅力尺度を作成し、研究2では、研究1で作成した尺度を用いて性格の社会的望ましさと類似性がきょうだいの魅力に与える影響を検討した。研究1より、きょうだいにおける対人魅力尺度は「交流因子」「信頼因子」「誇り因子」の3因子全15項目の構造であり、高い信頼性があることが示された。研究2では、先行研究より、性格の社会的望ましさの方が性格の類似性よりもきょうだいの魅力に与える影響が大きいという仮説をたて検討を行った。その結果、仮説を支持する結果が得られ、きょうだい関係においても類似性の効果よりも社会的望ましさの効果の方が魅力判断における影響が大きいという、これまでの知見と一致する結果が得られた。

The influence of social desirability and similarity of personality on interpersonal attraction between siblings was examined in this two-part study. The first study focused on constructing a Sibling Attraction Scale (SAS) for the mensuration of interpersonal attraction. Time-share, trust, and pride were established as the three factors of the SAS. The second study examined the effects of social desirability and similarity of personality on interpersonal attraction. As hypothesized, data collected on 96 Japanese university students confirmed that there

was a significant positive correlation between social desirability/sibling attraction and similarity of personality/sibling attraction. Meanwhile, the standardized regression coefficient was significant for social desirability/sibling attraction but not for similarity of personality/sibling attraction. In conclusion, social desirability was found to be more influential in terms of interpersonal attraction between siblings.

1. はじめに

社会心理学では、人の魅力を「対人魅力」と呼んでいる。これまで友人関係、恋人関係、初対面者などを対象にさまざまな研究がなされ対人魅力の要因が挙げられてきた。本研究では、きょうだい関係に着目し、対人魅力の要因とされている「社会的望ましさ」と「類似性」に焦点をあて研究を行った。「きょうだい」に焦点を当てた理由は、きょうだい関係が未知者や初対面者はもちろんのこと、親密な関係である友人関係や恋人関係とも異なる特殊な関係であるからである。特に「ふたりきょうだい」は、第二子が生まれた時から生涯続く一対一の関係であり、問題が生じても友人や恋人のように離れるという解決策を取ることが困難な関係である。このような密な関係である「ふたりきょうだい」を対象に、性格の社会的望ましさと類似性がきょうだいの魅力に与える影響の検討を行った。

対人魅力について

「対人魅力 (interpersonal attraction)」とは、他者に対する好意的または非好意的な態度であり、感情的要素・認知的要素・行動的要素が含まれると言われている (和田, 2006)。多くの研究者が対人魅力の定義を述べているが、対人魅力がある人の他者に対する評価、感情、行動意図的要素を伴った対人的な態度として定義するという点において、研究者の見解は一致している (中村, 2003)。これまでの研究から、物理的・環境的要因、身体的要因、類似性の要因、相補性の要因、などが対人魅力の規定因とされており、生理的喚起と錯誤帰属も対人魅力に影響を及ぼすと言われている (大坊, 1998)。

対人魅力研究の第一人者である Byrne と Nelson

(1965) は、テキサス大学の学生を対象に実験参加者の態度に対して未知者の態度を操作し、態度の類似性と対人魅力の研究を行っている。その結果、態度の類似率が高いほど相手に対する好意も増すという直線的な正の相関関係が見られた。このような結果から、Byrne と Nelson は類似性 - 魅力理論 (similarity-attraction theory) を提唱した。なお、このような結果は、社会経済的地位や感情状態の類似性においても見られている。日本では、吉田 (1973) が、価値観における類似・非類似と対人魅力について検討し、類似度の高低は対人魅力の高低に影響するという結果が得られている。加えて、吉田は向性面での類似・非類似と対人魅力について検討を行っている。その結果、外向群では「同類魅力 (高)」が見られたが、内向群では「自己と逆の類型 - 魅力 (高)」という結果が見られた。この結果の考察として、事前に自己の理想とする向性を聞いた際に、実験参加者は外向型を理想とする者が圧倒的に多かった為、理想が対人魅力に反映した可能性があると言われている (吉田, 1974)。また、性格の類似性と対人魅力についての研究を中里・井上・田中 (1975) も行っている。この研究では、性格の外向性と内向性に焦点をあて、外向的な未知者と内向的な未知者の 2 名の回答を質問紙で示し、実験参加者に両者に対する好意度を回答させた。その結果、実験参加者自身の性格に関係なく、外向的・内向的性格の実験参加者において外向的な性格の好意度が高かった。この結果から、中里らは、一般的に社会的に望ましいと考えられている外向的性格の人物が好まれると考察している。上記に示したように、対人魅力の研究はさまざまな要因を扱って研究を行っているが、類似性を対人魅力の主な規定因として扱っている研究は多く、それらの研究では、態度・性格・外見に関する自分と他者との

類似性が対人魅力に影響するという結果が得られている (Byrne, D, 1961; Byrne, D & Nelson, D, 1965; 吉田, 1973; 松陰, 1974)。しかし、態度の類似性と対人魅力にはある程度一貫した関連がみられているが、パーソナリティの類似性と対人魅力の関連に関しては一貫した結果を見出していないとされている (中村, 1984)。さらに、吉田 (1974)、中里ら (1975) のパーソナリティと対人魅力を扱った研究では類似性よりも、社会的に望ましいと考えられる特性をもつ他者への魅力度が高いという結果が得られている。これらの研究結果から、パーソナリティについては望ましき効果と類似性効果が共に見られるが、概して望ましきの効果が大きく、類似性効果が単独で生じることはあまり無いと考えられている (奥田, 1977)。また、藤島 (2005) は、対人魅力の規定因である「類似性」と「社会的望ましき」は、前提とする関係期間によって対人魅力に及ぼす効果に差が出るのではないかとする仮説のもと、異性間における対人魅力について研究を行っている。藤島は、短期的な付き合いを前提とした場合では、拒絶されることに対する恐怖の喚起がされにくいために社会的望ましきの効果が顕著になり、反対に長期的な付き合いを前提とした場合では拒絶されることへの恐怖が喚起されやすくなるため類似性の効果が顕著になるという仮説を設定し検討を行った。しかし、結果は刺激人物の望ましきの効果は前提とする関係期間が短期の場合よりも長期の場合により顕著であったが差は見られなかった。また、類似性の効果においては、各刺激人物の望ましき条件において実験参加者自身の自己評価の指標と刺激人物に対する好意度の評価との相関係数を求めて行われた。その結果、自己評価が高い実験参加者ほど社会的に望ましい特性をもつ刺激人物を好ましいと評価し、自己評価の低い実験参加者ほど社会的に望ましくない特性をもつ刺激人物を好ましいと評価したという結果が見られた。これらの結果により、藤島は、前提とする関係期間が長期であっても短期であっても類似性と社会的望ましきの効果は同時に認められると考察している。その他にも、谷口・大坊 (2002) は、同性友人関係におけ

るパーソナリティの類似性認知が友人に対する魅力判断に与える効果に関して、社会的望ましき効果との影響力の比較を行っている。その結果、男性女性ともに対人魅力の各次元・パーソナリティ特性の各次元において、全般的に、社会的望ましき要因の方が類似性認知よりも標準偏回帰係数が大きく、有意になっている場合が多かった。しかし、パーソナリティ特性次元および対人魅力次元の組み合わせによっては類似性認知の効果が大きい場合や、社会的望ましきと同等に効果を与えている場合、また、類似性認知が負の効果をもっている場合も見られた。さらに、男性と女性では類似性および社会的望ましきの影響の仕方が異なるという結果が得られている。つまり、同性友人に対して社会的望ましきを感じていることが、自分と似ていると感じていることよりもその友人に対する魅力につながっていると示唆されている。

これら上記に述べた研究は、主に未知者や友人を対象に類似性や社会的望ましき効果と対人魅力の関連を検討している。では、未知者や友人よりもより身近な他者である「きょうだい」関係においても、類似性効果・社会的望ましき効果と対人魅力との関連は未知者や友人を対象とした研究と同じ結果になるのだろうか。

きょうだい関係

子どもが成長過程で経験する人間関係には、「親子関係」「きょうだい関係」「友人関係」という三つの段階がある。その中で、きょうだい関係は、親子関係のように上下・保護依存・授与享受などのタテの関係性を持ちながらも、友人関係の様に対等であるヨコの関係性をも持つ、ナナメの人間関係であると言われている。加えて、きょうだい関係には、i) 相互交渉の頻度が多い、ii) 興味類似している、iii) 模倣的なやり取りが多い、iv) 世話や愛着の行動が見られる、v) 感情の抑制が少ないなどの特徴があるとされており、親子関係や友人関係とは異なった特別な関係性であるとされている。対人関係に関する理論には、Heider (1958) のユニット (単位) 関係とセンチメント (感情) 関係の概念に基づくバランス理論が

あるが、きょうだい関係は、典型的なユニット関係にあり、親密さや親愛の情も生じやすいと言われている。対人関係の希薄化が指摘される現在においても、きょうだい関係は、通常ある年齢段階に至るまでは、より頻繁な接触がなされることが多く、行動的・感情的関わりも強く、それ故に、嫉妬や反発、葛藤や軋轢を生み出すものとなっている。また、きょうだいは、遺伝・環境要因のいずれにおいても基本的に類似しており、それ故に、きょうだい関係はさまざまな対人関係の中でも特に結びつきが強いものと言われている(磯崎, 2004)。さらに、きょうだい関係を規定する要因としては、年齢差や性別構成、出生順位などが挙げられるが、規定要因の一つである「きょうだい数」は、その数によってきょうだい関係の特徴が異なると言われている。特にふたりきょうだいは、きょうだいがいない「ひとりっこ」とも、きょうだいが2人以上の「3人きょうだい」とも異なり、「個人としての独立性に乏しい」「2人だけの閉鎖的世界にこもってしまうことがある」「きょうだい関係に一度みぞが生じてしまうと、極めて深刻な対立にまで発展してしまう可能性がある」「2人きょうだいであるが為に、両者間に葛藤が生じてしまうと相手を選べないのでそれから逃れることが困難である」といった特徴的な関係が作られると言われている(白佐, 2004)。

本研究の立場と仮説

本研究では、きょうだい関係においても友人や未知者を対象とした研究と同じように、性格においては類似性よりも社会的望ましさが対人魅力に大きく影響を与えるであろうという立場に立って研究を行った。よって、仮説を以下のように設定した。

理論仮説：きょうだい関係においても、性格の類似性よりも社会的望ましさの方が対人魅力に影響を与える。

作業仮説：きょうだいの魅力に対する性格の社会的望ましさの説明率の方が類似性の説明率よりも高い。

なお、研究1として、きょうだいの魅力を測定

する尺度の作成を行い、研究2として、きょうだいの魅力に対する性格の社会的望ましさと性格の類似性の影響の検討を行った。

2. 研究1：きょうだいの魅力尺度の作成

方法

調査期日 2008年10月31日から2008年12月31日。

調査対象者 ふたりきょうだいである首都圏内の大学生105名、うち男性29名、女性74名、不明者2名であった。年齢は18歳から23歳で平均年齢は20.3歳($SD=1.47$)であった。なお、本研究ではふたりきょうだいを対象として調査を行った為、5名(男性3名、女性2名、年齢19歳から21歳、平均年齢20.2歳)の3人きょうだいおよびひとりっこは調査対象外としデータには含めなかった。

調査方法 質問紙を作成し、調査対象者に配布して任意で回答を依頼した。

分析方法 最尤法と、各因子の間に相関があると考えられることからプロマックス回転を用いて因子分析を行った。また、作成した尺度の信頼性を検討するためにI-T分析を行い、I-T相関係数、項目削除時の α 係数、クロンバックの信頼係数を算出した。なお、I-T分析は、作成した尺度全体と、作成した尺度の因子ごとに行った。

質問紙の内容 フェイスシートでは、回答者の年齢・性別・きょうだい構成・きょうだいとの年齢差と現在きょうだいと一緒に住んでいるかを尋ねた。きょうだいの魅力の測定には、藤森(1980)の対人魅力を測定する尺度と、Rubin(1970)のlove-liking尺度のliking尺度を参考にして作成した尺度を使用した。尺度は、「交流」「誇り」「受容」「信頼」の4つの因子があると想定し、各因子に相当する項目を計39項目考案して作成した。項目はランダムに提示し、回答には、「全くあてはまらない」から「非常にあてはまる」の7件法を用いた。質問紙は、150枚配布し、110枚回収した為、回収率は73%であった。

研究1の結果

初めに、無回答の項目が見られたものを欠損値とみなして削除した。これにより、105名中9名分のデータを削除し、計96名（男性29名、女性67名）のデータを分析対象とした。続いて、データの平均と分布を吟味する為に、平均値と標準偏差を算出し、天井効果と床効果が確認された12項目を削除した。次に、最尤法を用いて因子抽出を行った。初期解における固有値が1.62で1以上であること、累積分散説明率が59.26と50%以上であること、またスクリープロットにおいて3項目目と4項目目の間から傾きが緩くなっていることが見てとれたことから、因子数は3因子に決定した。

続いて、項目の選択を行うにあたり、因子分析を行った。因子分析は、各因子の間に相関があると考えられたため、斜交回転のプロマックス回転を用いた。因子分析の結果、共通性において固有値が.1以下のもの、因子負荷量が.4以下のもの、また複数の因子において同程度の因子負荷量をもつものを削除した。そして、削除するたびに因子分析を繰り返し、安定するまで行い、最終的に計6回転を行った。その結果、因子分析において、7項目を削除した。1回転目の因子分析後と、最終的に残った項目においてIT分析を行ったが、項目削除時のクロンバック α 係数が全体の α 係数よりも高いものは見られなかったため、項目の削除は行わなかった。最終的に第一因子9項目、第二因子6項目、第三因子5項目の計20項目を抽出した。さらに各因子の項目数を揃える為、因子負荷量の高いもの上位5項目を選択し、最終的に各因子5項目の計15項目を抽出した。

表1は、各因子において上位5項目を抽出し、因子分析にかけた結果を表にまとめたものである。上記の項目の内容から、第一因子を「交流因子」、第二因子を「信頼因子」、第三因子を「誇り因子」と命名した。また、各因子とも.8以上の高い α 係数が見られた。

表1は、各因子において上位5項目を抽出し、因子分析にかけた結果を表にまとめたものである。上記の項目の内容から、第一因子を「交流因子」、第二因子を「信頼因子」、第三因子を「誇り因子」と命名した。また、各因子とも.8以上の高い α 係数が見られた。

研究1の考察

きょうだいの魅力尺度作成における当初の仮説では、きょうだいの魅力には、「交流」「誇り」「受容」「信頼」の4つの因子があると想定し項目を作成したが、最終的に抽出された項目の内容から、第一因子を「交流因子」、第二因子を「信頼因子」、第三因子を「誇り因子」と命名し、これらの3因子がきょうだいの魅力尺度の因子となった。まず、

表1 きょうだいの魅力尺度の因子分析結果

項目	因子負荷量			
	1	2	3	
交流因子 ($\alpha=.91$)	1. ~と一緒にいると楽しい	.88	-.03	.05
	2. ~と一緒に遊びに出かけることが好きである	.86	.00	-.05
	3. ~とお互いの好きなことや趣味について話をしたい	.86	-.02	-.05
	4. 時間があれば一緒にいたい	.82	-.14	.11
	5. ~と一緒に作業をするのは楽しい	.75	.08	.03
信頼因子 ($\alpha=.84$)	6. ~は責任ある仕事に推薦できる人物である	-.22	.96	-.02
	7. ~は信頼できる人物である	.34	.77	-.18
	8. ~は多くのことを知っている	-.18	.76	-.01
	9. ~には安心して頼みごとができる	.32	.58	-.03
	10. ~の判断には信頼をおいている	.09	.55	.17
誇り因子 ($\alpha=.83$)	11. ~は皆から好かれる人物であると思う	.00	-.19	.75
	12. ~を尊敬している	.01	.25	.71
	13. 私は~をとともよくできた人物であると思う	-.18	.34	.66
	14. ~は私の誇りである	.27	-.01	.66
	15. きょうだいの功績は人に知らせたい	.04	-.01	.48
	固有値	6.33	2.93	1.22
	因子間の相関			
	第一因子	-	.31	.38
	第二因子	.31	-	.67
	第三因子	.38	.67	-
	Cronbach's Alpha係数	.90		

第一因子は、「～と一緒にいると楽しい」「～とお互いの好きなことや趣味について話をしたい」などの項目から成り立っていた。そのため、きょうだいとの時間の共有や共同作業を通してきょうだいをポジティブに捉えて、自ら時間や作業を共有したいと感じている因子であると解釈し、「交流因子」と命名した。続く第二因子は、「～は信頼できる人物である」「～は責任のある仕事に推薦できる人物である」「～は安心して頼みごとができる」などの項目によって成り立っていた。そのため、きょうだいに信頼をおき、自分のきょうだいは信頼できる人物であると捉えていると解釈し、「信頼因子」と命名した。そして、3つ目の第三因子においては、因子が「～は皆から好かれる人物であると思う」「～を尊敬している」「私は～をとってもよくできた人物であると思う」といった項目から成り立っていた。そのため、きょうだいを肯定的に捉え、きょうだいが自分のきょうだいであることに誇りを感じていると解釈し、「誇り因子」と命名した。本研究では、以上の「交流因子」「信頼因子」「誇り因子」の3因子から構成される、計15項目の「きょうだいの魅力尺度」を作成した。これら上記の3因子が抽出された結果は、初めに想定していた4つの因子から、「受容因子」が除かれた結果となったと考えられる。受容因子に属していた項目の多くは、天井効果が見られたことによって削除したことから、「～がいて良かった」、「～は私にとって大切な人物である」や「～が嫌いである（逆転項目）」といったきょうだいの受容は、殆どの調査対象者において「非常にあてはまる」結果になったと考察できる。よって、多くのふたりきょうだいにおいて、きょうだいを肯定的に捉えている傾向があると考えられた。続いて、きょうだいの魅力尺度の信頼性の検討において、最終のI-T分析について考察を行う。まず、最尤法を使用し、5回転目のプロマックス回転を行った結果から各因子上位5項目を選択して6回転目のプロマックス回転にかけた結果を用いて「きょうだいの魅力尺度」全体のI-T分析を行った。その結果、3因子15項目の全てにおいて、項目削除時のクロンバック α 係数が

全体の α 係数よりも高いものは見られなかった。また、クロンバックの信頼係数 $\alpha=.89$ と高い数値が確認できたことから、きょうだいの魅力尺度における信頼性はあると考えられた。加えて、「きょうだいの魅力尺度」の因子ごとにI-T分析を行った。その結果、「誇り因子」の一項目を除いて、項目削除時の α 係数が因子全体の α 係数を超えるものは見られなかった。また、交流因子では $\alpha=.91$ 、信頼因子では $\alpha=.84$ 、誇り因子では $\alpha=.83$ と、各因子において.8以上の高いクロンバック α 係数が見られた。よって、「交流因子」「信頼因子」「誇り因子」各因子においても信頼性があると考えられた。

3. 研究2：きょうだいの魅力における性格の社会的望ましさと類似性の影響の検討

研究1で作成した、きょうだいの魅力尺度とBig Five Scaleの短縮版（内田，2002）を用いて、きょうだいの魅力に対する、性格の社会的望ましさと性格の類似性が与える影響の検討を行った。

方法

調査期日 2008年10月31日から2008年12月31日。

調査対象者 ふたりきょうだいである首都圏内の大学生105名、うち男性29名、女性74名、不明者2名であった。年齢は18歳から23歳で平均年齢は20.3歳（ $SD=1.47$ ）であった。なお、本研究ではふたりきょうだいを対象として調査を行った為、5名（男性3名、女性2名、年齢19歳から21歳、平均年齢20.2歳）の3人きょうだいおよびひとりっちは調査対象外としデータには含めなかった。

調査方法 質問紙を作成し、調査対象者に配布して任意で回答を依頼した。

分析方法 性格の社会的望ましさと性格の類似性をきょうだいの魅力の説明変数とした重回帰分析を行った。重回帰分析は強制投入法を用いて行った。また、詳細を見る為に対人魅力の各次元に対して類似度と社会的望ましさを説明変数とした重回帰分析も行った。なお、類似度は、パーソナリ

ティ尺度において一項目ごとに自分の性格についての回答ときょうだいの性格についての回答の差の絶対値を算出し、類似度とした。

質問紙の内容 フェイスシートでは、回答者の年齢・性別・きょうだい構成・きょうだいとの年齢差と現在きょうだいと一緒に住んでいるかを尋ねた。社会的望ましさと性格の類似性を測定する尺度は、和田（1996）が作成した形容詞を用いた Big Five Scaleをもとにした、内田（2002）で使用されている短縮版を使用した。尺度は、協調性・情緒不安定性・勤勉性・経験への開放性・外向性の5因子から成り、各因子につき4項目、計20項目で構成されていた。社会的望ましさは、上記の内田（2002）で用いられたパーソナリティ特性用語を呈示し「このパーソナリティ特性はどのくらい社会的に望ましいと思いますか」と尋ねて測定を行った。なお、回答は、どの尺度においても「全く望ましくない」または「全くあてはまらない」から「非常に望ましい」または「非常にあてはまる」の7段階で回答してもらった。なお、項目はランダムに並び替えたものを3通り用意し、質問ごとに提示順番が異なるようにした。

研究2の結果

調査対象者について

上記に述べたように、本研究における調査対象者は105名（男性29名、女性74名、不明者2名）であり、年齢は18歳から23歳で平均年齢は20.3歳（ $SD=1.47$ ）であった。しかし、分析を前にフェイスシートおよび質問項目に欠損があったデータを分析対象外として削除したため、分析の対象者は96名（男性29名、女性67名）となり、年齢は18歳から23歳（平均年齢は20.3歳、

$SD=1.50$ ）であった。また、96名中、第一子が52名、第二子が44名であった。

全体のデータにおける重回帰分析

以下の表2はきょうだいの魅力尺度、社会的望ましき尺度、類似性尺度における平均値と標準偏差を記したものである。

表2 各尺度における平均値と標準偏差（ $n=96$ ）

	<i>M</i>	<i>SD</i>
魅力	4.72	0.99
社会的望ましき	5.25	0.39
類似性	4.45	0.48

初めに、社会的望ましきと類似性をきょうだいの魅力の説明変数として強制投入法を用いて重回帰分析を行った結果、社会的望ましきときょうだいの魅力との間に5%水準で有意な正の相関がみられ、類似性ときょうだいの魅力の間には10%水準で有意な正の相関が見られた。なお、社会的望ましきと類似性との間には負の相関が見られたが有意な値ではなかった。また、重決定係数は $R^2=.073$ であり、帰式全体は、 $F(2,93)=3.64, p<.05$ と5%水準で有意であった。社会的望ましきの標準偏回帰係数は $\beta=.233$ であり、5%水準で有意であったが、類似性は、 $\beta=.143$ であり有意ではなかった。

以下の表3は、きょうだいの魅力と魅力の低位因子に対して、性格の社会的望ましきと性格の類似性を説明変数として重回帰分析にかけた結果の重決定係数と標準偏回帰係数を表にまとめたものである。

上記の結果から、きょうだいの魅力に対する社

表3 きょうだいの魅力と魅力の低位因子に対して性格の社会的望ましきと類似性を説明変数とした重回帰分析

	魅力(全体)	交流因子	信頼因子	誇り因子
社会的望ましき	.233*	.254*	.068	.224*
類似性	.143	.208*	.114	-.004
R^2	.073	.104	.017	.050

注) * $p<.05$

会的望ましさを標準偏回帰係数が有意であったため、より詳しく検討するために、きょうだいの魅力尺度を「交流因子」「信頼因子」「誇り因子」の3因子に分け、社会的望ましさと類似性を説明変数として重回帰分析を行った。その結果、交流因子と社会的望ましさの間に1%水準で有意な正の相関がみられ、交流因子と類似性の間に5%水準で有意な正の相関が見られた。重決定係数は $R^2=.104$ であり、回帰式全体は、 $F(2,93)=5.40, p<.01$ と1%水準で有意であった。交流因子における社会的望ましさの標準偏回帰係数は $\beta=.254$ 、類似性は $\beta=.208$ であり、両方とも5%水準で有意であった。続いて、信頼因子においては社会的望ましさととの間に10%水準で有意な正の相関が見られたが、類似性との間には有意な相関が見られなかった。重決定係数は $R^2=.017$ であり、回帰式全体は、 $F(2,93)=0.81, p<.ns$ と有意ではなかった。信頼因子における社会的望ましさの標準偏回帰係数は $\beta=.068$ で、類似性は $\beta=.114$ であり、ともに有意ではなかった。また、誇り因子と社会的望ましさとの間には、5%水準で有意な正の相関が見られた。誇り因子と類似性の間には負の相関が見られたが有意な値ではなかった。誇り因子における重決定係数は $R^2=.050$ であり、回帰式全体は、 $F(2,93)=2.45, p<.10$ と10%水準で有意であった。誇り因子における社会的望ましさの標準偏回帰係数は $\beta=.224$ であり、5%水準で有意であった。しかし、類似性の標準偏回帰係数は $\beta=-.004$ であり、有意ではなかった。

研究2の考察

社会的望ましさと類似性をきょうだいの魅力の説明変数とした重回帰分析を行った結果、社会的望ましさときょうだいの魅力、類似性ときょうだいの魅力の間に有意な正の相関が見られたことから、性格における社会的望ましさと類似性はそれぞれが高いほど、きょうだいの魅力も高くなるということが分かった。また、社会的望ましさの標準偏回帰係数が有意であり、類似性の標準偏回帰係数が有意でなかったことから、きょうだいの魅力においては社会的望ましさの説明率の方が類似

性の説明率よりも高く見られた。よって、この結果から、性格の社会的望ましさが与える影響の方が、類似性が与える影響よりも大きいということが考えられ、「きょうだい関係においても、性格の類似性よりも社会的望ましさの方が対人魅力に影響を与える」という本研究の仮説は支持された。加えて、きょうだいの魅力尺度の下位因子である交流因子と誇り因子において社会的望ましさの標準偏回帰係数が有意であったことから、社会的に望ましいと考えられている性格特性をきょうだいを持っていることは、きょうだいと一緒に過ごしたい、きょうだいと話したいや、きょうだいを誇りに思うなどのきょうだいの魅力にプラスの影響を持っていると考えられた。また、交流因子においては類似性の標準偏回帰係数も有意であったことから、自分ときょうだいの性格が似ているということもきょうだいと一緒に過ごしたい、きょうだいと話したいなどの魅力にプラスの影響を持っていると考えられた。しかし、有意ではなかったが、誇り因子において類似性の標準偏回帰係数の値がマイナスであったことから、自分ときょうだいの性格が似ていることはきょうだいを誇りに思うことに対してマイナスの影響があると示唆された。

全体の考察

本研究結果では、きょうだいの魅力に対する性格の社会的望ましさの効果が見られた。この結果は、奥田(1997)も述べているように、類似性の効果よりも社会的望ましさの効果の方が魅力判断において影響が大きいという、これまでの知見と一致するものであった。また、先行研究である、藤島(2005)や谷口ら(2002)の研究と同じように、社会的望ましさの効果と同時に類似性の効果も一部で確認されたことから、性格においても、類似性の効果と社会的望ましさの効果の両方が対人魅力に影響を与えるということが言えるだろう。本研究では、魅力を評定する相手としてきょうだいを対象としたが、友人や未知者を対象とした場合と同様に、対人魅力に対しては性格の類似性よりも社会的望ましさの効果が大きいという結果が得られた。よって、「きょうだい」という特

殊な関係かつ、自分自身に似ているという存在においても、類似性よりも社会的望ましさが好まれることが確認できたと考えられる。

加えて、研究1における尺度作成において、「きょうだいが好きだ」、「きょうだいがいて良かった」、「きょう代いは私にとって大切な人物である」などの項目において天井効果が表れたことから、少なくとも本研究の調査協力者においては、きょう代いを肯定的に捉え、自分にとって大切な存在であると認識している人が多いと考えられる。今後の研究では、きょう代いの組み合わせなど各要因において十分なデータを集め、要因も考慮して、魅力に対する性格の社会的望ましさと類似性の効果の検討を行う必要があると考えられる。

引用文献

- Byrne, D. (1961). Interpersonal attraction and attitude similarity. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, **62**, 713-715.
- Byrne, D., & Nelson, D. (1965). Attraction as a linear function of proportion of positive reinforcements. *Journal of Personality and Social Psychology*, **1**, 659-663.
- 大坊郁夫 (1998). 魅力と対人関係 現代社会心理学 末永俊郎・安藤清志 (編) 東京出版会 pp.108-117.
- 藤島喜嗣 (2005). 異性の対人魅力に対する社会的望ましさと類似性の効果：調整要因としての関係期間 昭和女子大学人間社会学部紀要, **772**, 11-20.
- 藤森立男 (1980). 態度の類似性、話題の重要性が対人魅力に及ぼす効果—魅力次元との関連において— 実験社会心理学, **20**, 35-43.
- Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. New York: Wiley.
- 磯崎三喜年 (2004). きょうだい関係における葛藤の解消と自己評価維持 国際基督教大学学報 I-A 教育研究 国際基督教大学教育研究所 Rackham, D, W (編) **46**, 65-75.
- 松陰宏之 (1974). パーソナリティの類似性が対人魅力に及ぼす効果 広島大学教育学部紀要, **23**, 363-371.
- 中村雅彦 (1984). 性格の類似性が対人魅力に及ぼす効果 実験社会心理学研究, **23**, 139-145.
- 中村雅彦 (2003). 対人魅力の形成 ふくろう出版 pp.2-7.
- 中里浩明・井上徹・田中国男 (1975). 人格類似性と対人魅力一向性と欲求の次元 心理学研究, **46**, 109-117.
- 奥田秀宇 (1995). ハイダーの均衡・不均衡状況における感情と認知 社会心理学研究, **11**, 30-38.
- 奥田秀宇 (1997). 人をひきつける心—対人魅力の社会心理学 サイエンス社 pp.27-29.
- 齋藤勇 (2006). 恋心を抱くとき イラストレート 恋愛心理学—出会いから親密な関係へ 齋藤勇 (編) 誠信書房 pp. 4-11.
- 白佐俊憲 (2004). きょうだい関係とその関連領域の文献集成 川島書店
- 谷口淳一・大坊郁夫 (2002). 同性友人関係におけるパーソナリティの類似性認知が魅力判断に与える効果 対人社会心理学研究, **2**, 51-64.
- 内田照久 (2002). 音声の発話速度が話者の性格印象に与える影響 心理学研究, **73**, 131-139.
- 和田さゆり (1996). 性格特性語を用いた Big Five 尺度の作成 心理学研究, **67**, 61-67.
- 山本俊磨 (1974). 対人魅力：類似性と関心度 島根大学教育学部紀要, **8**, 1-4.
- 吉田博 (1973). 対人魅力の決定因に関する研究 (II): 価値観における類似、非類似の役割 富山大学教育学部紀要, **21**, 115-120.
- 吉田博 (1974). 対人魅力の決定因に関する研究 (III): 向性面における類似、非類似の問題 富山大学教育学部紀要, **22**, 99-107.
- Zick Rubin (1973). *Liking and loving: an invitation to social psychology*. New York: Holt, Rinehart and Winston.