動物に対する好き嫌いが印象に与える影響

— イヌとネコにおける検討 —

○大森慈子・石黒由貴・水田敏郎

(仁愛大学人間学部)

キーワード: イヌとネコ, 好き嫌い, 印象

The effect of likes and dislikes about animal on impressions

Yasuko OMORI, Yuki ISHIGURO and Toshiro MIZUTA

(Faculty of Human Studies, Jin-ai University)

Key Words: dogs and cats, likes and dislikes about animal, impressions

目 的

近年, 少子化と並行して到来したペットブームの影響で, 子供の数とペットの数が逆転した. 飼育頭数の多いイヌやネコなどは, 特に家族の一員として定着してきている. 一方, 動物の存在やペットの有無によって形成される印象が異なるなど(金児, 2006), 対人認知と動物の関連性が認められる. そこで, イヌおよびネコに対する好悪感情と印象の関係に着目した.

本研究の目的は, 動物に対する好き嫌いが印象に与える影響について, 特にイヌおよびネコについて検討し, さらに自身における動物の好悪との関係を調べることであった.

方 法

被験者: 大学生 83 名 (男性 25 名, 女性 58 名), 平均年齢は 20.7 歳 (範囲 20-24 歳) であった.

実験刺激: 動物に対する好き嫌いが文章で呈示された人物であった. 動物にはイヌとネコの 2 種類があり, 「犬が好きな人」「犬が嫌いな人」「猫が好きな人」「猫が嫌いな人」の 4 通りで表記された.

実験条件: 刺激人物の動物に対する好き嫌いによって, 好き条件と嫌い条件の 2 条件を設定した.

印象評定: 20 項目の形容詞対を用いた (7 段階尺度).

質問紙: イヌおよびネコに対する好き嫌いの程度 (5 段階尺度), 動物の飼育経験に関して問う自作の質問紙を使用した.

実験手続き: 集団実験として実施された. 評定冊子を被験者に配布後, 各刺激人物に対する印象評定が計 4 回繰り返された. 刺激人物の呈示順序には, 動物の種類と条件の組み合わせが異なる 4 パターンがあり, 評定冊子の最後に質問紙がつけられていた.

結 果

2 (動物) × 2 (条件) × 83 (被験者) の 332 ケースにおける各項目の評定値をもとに, 主因子解を用いた主成分分析を行った. バリマックス回転後, 「親近性」「活動性」「信頼性」の 3 因子を抽出した.

Figure1 に, 親近性因子における条件と動物の種類ごとの平均因子得点を, イヌ好き程度別に示した. イヌに対する好き嫌いの程度について「とても好き」と答えた 29 名をイヌ好き度高群, 「好き」と答えた 24 名をイヌ好き度中群, 「どちらかといえば好き」と答えた 25 名をイヌ好き度低群とした. 2 (動物) × 2 (条件) × 3 (イヌ好き程度) の分散分析を行ったところ, 条件の主効果 ($F(1, 75)=178.10, p<.001$), 動物と条件とイヌ好き程度の交互作用 ($F(2, 75)=4.70, p<.05$) があった. LSD 検定の結果 ($p<.05$), イヌ好き度高群の好き条件においてのみ, イヌの好き嫌いに対する評定の方がネコの好き嫌いに対する評定より親近性があるという印象であった.

Figure2 に, 親近性因子における条件と動物の種類ごとの平均因子得点を, ネコ好き程度別に示した. ネコに対する

Figure1. 親近性因子におけるイヌ好き程度別の条件と動物の種類ごとの平均因子得点.

Figure2. 親近性因子におけるネコ好き程度別の条件と動物の種類ごとの平均因子得点.

好き嫌いの程度について, 「とても好き」と答えた 27 名をネコ好き度高群, 「好き」と答えた 25 名をネコ好き度中群, 「どちらかといえば好き」と答えた 24 名をネコ好き度低群とした. 2 (動物) × 2 (条件) × 3 (ネコ好き程度) の分散分析を行ったところ, 条件の主効果が有意であった ($F(1, 73)=157.41, p<.001$). つまり, 好き条件の方が嫌い条件より親近性があると評定された.

考 察

イヌがとても好きな人の「犬が好きな人」に対するイメージは, 「猫が好きな人」に対するイメージより親近性があるというものであった. 対人魅力の重要な要因の 1 つに類似性がある. イヌがとても好きな人 29 名中, ネコよりイヌの方が好きな人は 24 名で約 83% おり, イヌ好きという類似性が影響した可能性がある.

イヌであってもネコであっても, 動物好きな人は嫌いな人より親近性があると評定された. 動物好きであることは, 肯定的なイメージがあると考えられる.

以上, 本研究により, イヌおよびネコに対する好き嫌い印象の関係が示された.

引用文献

金児恵 (2006). コンパニオン・アニマルが飼主の主観的幸福感と社会的ネットワークに与える影響. 心理学研究, 77, 1-9.