

# SNSにおける写真アイコンの 違いによる印象形成について

---

生活文化学科 11461536

安藤ゼミ 前川ありさ

# 問題関心

初対面の相手の印象形成の際

対面状況の場合

外見的魅力が重要な役割を担う



つまり

SNS状況の場合

写真アイコンが印象形成に影響をあたえるはず

# 目的

自分の利用目的に合わせた、安全で効果的なSNSの利用のためにどのような写真アイコンを選ぶのが適切であるのか。

写真アイコンの違いによって、相手に与える印象はどのように異なるのか。

以上の2点について検討する。

# 方法(実験)

被験者 20～24歳の男女35名(女性24名、男性11名)

期間 2014年7月27日～9月27日

## 実験の手続き

写真アイコンを3種類(各2枚)の合計6枚を1枚ずつ被験者に提示し、その写真アイコンごとに質問項目へ回答を求めた。

実験に使用する写真アイコンは、A.本人の顔がはっきりわかるもの、B.本人の顔がはっきりわからないもの、C.本人以外のイラスト の3種類を各2枚ずつ選択。

写真アイコンは実際にFacebookで使用されているものを使用。

被験者に回答を求めた質問項目は以下の8項目

1. 社交的である
2. 親しみやすい
3. 真面目である
4. 気が短い
5. 好奇心が強い
6. 豊富な知識を持っている
7. 公平にものを言う
8. 信頼感が感じられる

1. 全く感じられない 2. あまり感じられない 3. どちらともいえない 4. やや感じられる 5. 非常に感じられる の5段階で評価を求めた。

# 図 実際に実験に使用した写真アイコン



③

⑤

A

顔がはっきりわかる



①

④

B

顔がはっきりわからない



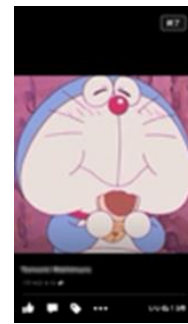
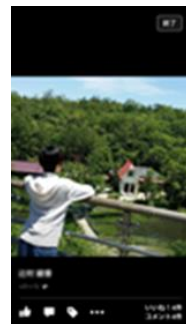
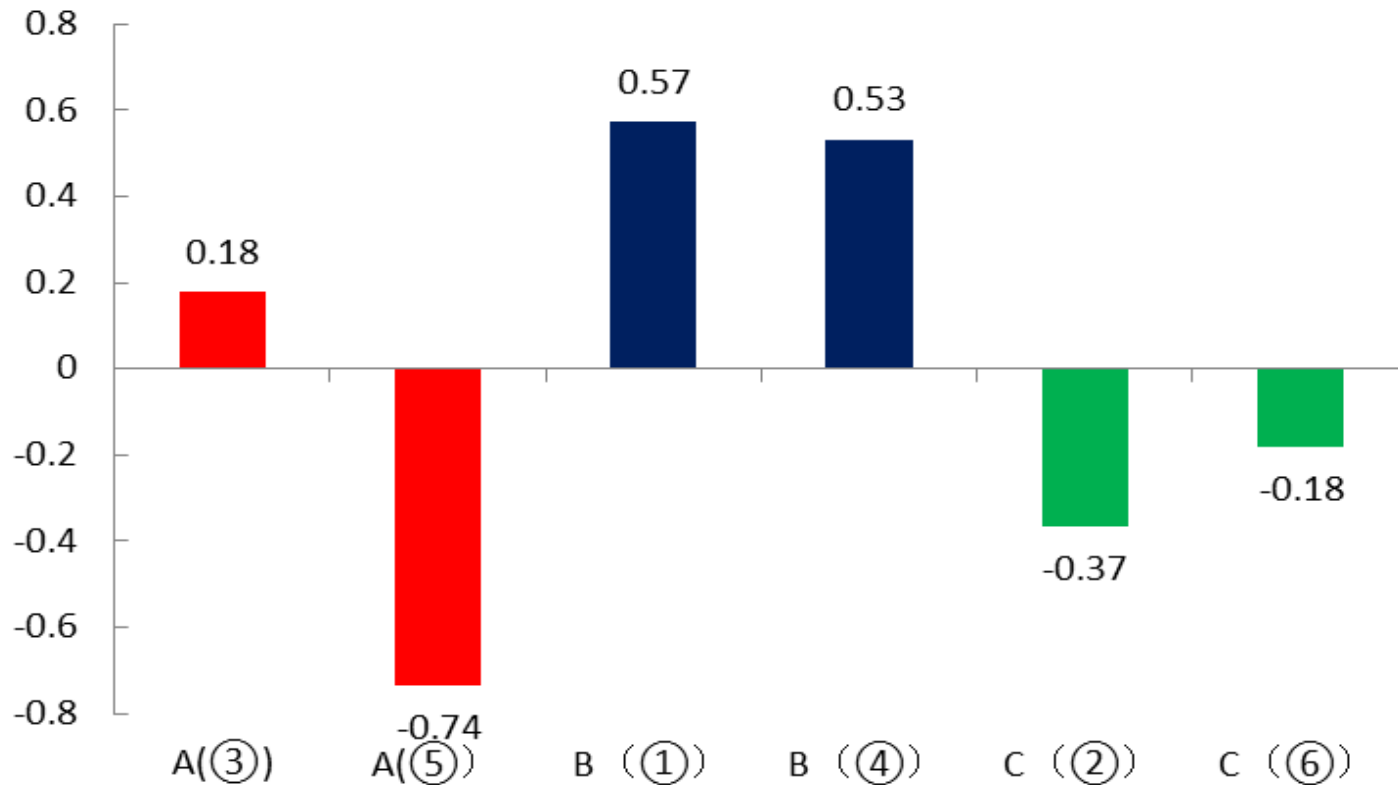
②

⑥

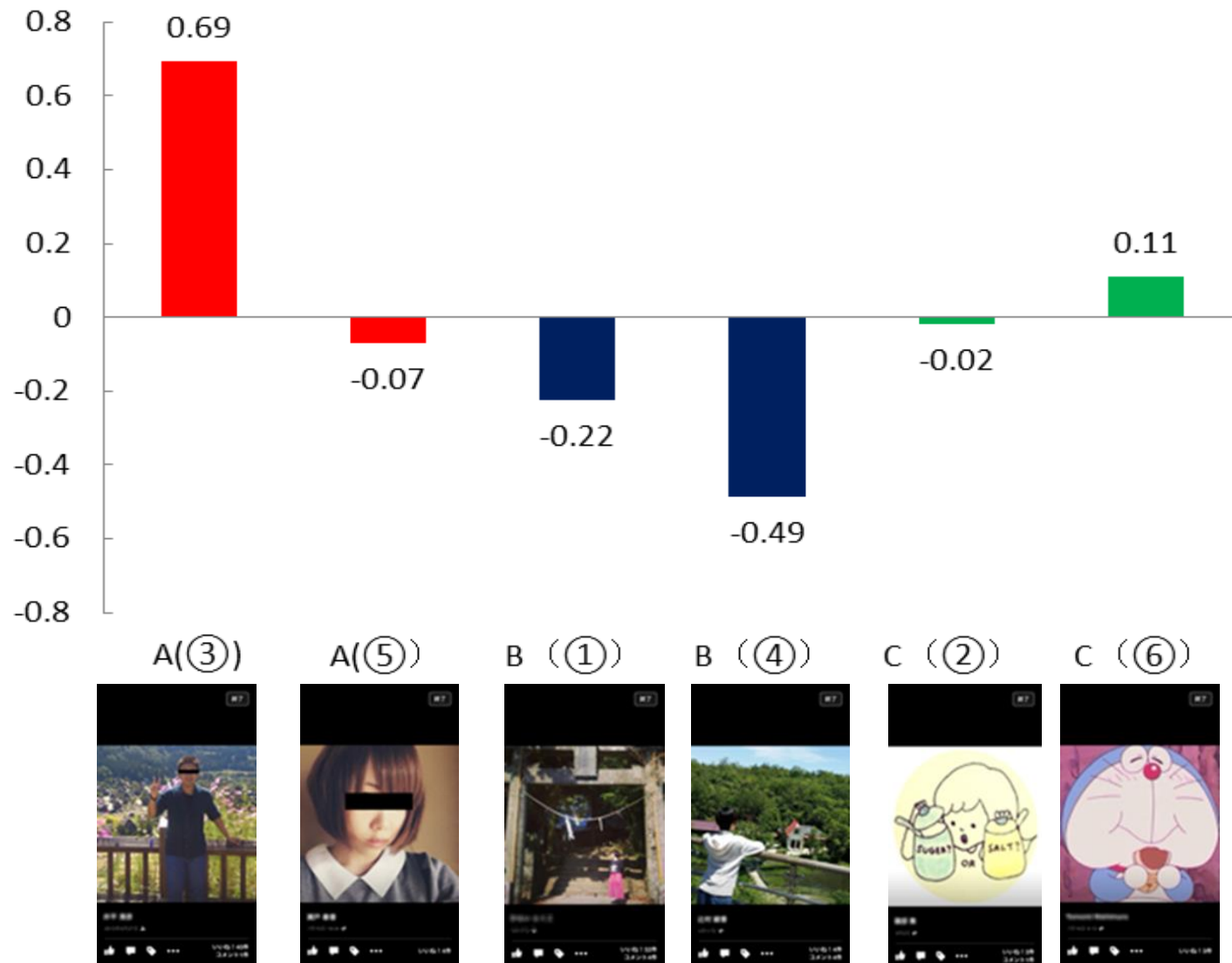
C

本人以外のイラスト

# 印象形成(社会的望ましさ)



# 印象形成(個人的親しみやすさ)





# まとめ

「親しみやすい」印象を与える

→景色の綺麗な場所でカメラに正面を向き、ピースをして微笑んでいる自分の顔がはっきりと写っている写真アイコンにする

「真面目」や「信頼感がある」印象を与える

→自分以外のイラストの写真アイコンは避けるべき  
(自分の顔がはっきり写っていなくても良いので自分自身の写真アイコンにした方が良い)