

愛知淑徳短大 ○土田正子 愛知学泉短大 倉橋久子
 姫路短大 土井千鶴子 鳴門教育大 藤原康晴

目的：服装は非言語情報伝達の媒体として重要な役割を果しており、その伝達内容の一つにパーソナリティ特性がある。本研究では前報¹⁾、前々報²⁾に引き続き、服装は人にとってどのような印象を与えるか、すなわち、人々が服装とパーソナリティ特性の間に想定している関連性を明らかにすることを目的としている。

方法：本研究では大橋らによる「相貌と性格の仮定された関連性」の研究をモデルにし、前々報では11対22項目の性格と16対32種の服装について、それぞれの刺激を言語によって呈示したのに対し、前報では服装についての刺激を言語ではなく、衣服を着装した人物をスライド写真で示すという、より実際に近い状態で調査を実施した。しかし、前回の方法では衣服を着装した人物の容貌や髪型、靴なども印象形成に影響をおよぼすと考えられたため、今回はこれらの影響が少なくなるように条件を設定し、再度調査を行った。調査対象者は女子短大生で11対の各服装スタイルの評定者100名ずつにスライド写真を呈示し、SD法を用いて、11対の性格尺度上に7段階で評定してもらった。

結果：「派手/地味」などの各服装スタイルが11対の性格尺度上で評定され、評定平均値に差があるかを検定した結果、服装スタイル11対×性格尺度11対=121ケースのうち、87.6%に違いが認められ、さらに57.9%については評定平均値が性格尺度の midpoint の両側に位置した。また、性格尺度を変数として、数量化理論第Ⅲ類を用いて分析したところ、「外向/内向」「誠実/不誠実」を弁別する軸を抽出することができたので、各服装スタイルのサンプルスコアの平均値をプロットし、服装から認知される性格特性について検討した 1)土井他；日本家政学会研究発表要旨(1988)、2)藤原；繊維機械学会誌 40,7