

マッチングアプリにおける情報探索方略

——仮想プロフィール画面を用いた実験用検討——

○田中瑠奈¹・須山巨基¹

(¹安田女子大学心理学部ビジネス心理学科)

目的

恋愛関係のパートナー選択において、人は相手の外見的魅力や社会的地位、知性など、様々な情報から総合的に判断するといわれている (Buss, 2001)。近年、恋愛パートナーとの新たな出会いの場として、マッチングアプリが台頭している (羽瀨, 2022)。これまでマッチングアプリ利用者の特性についてや、利用者がどのようにプロフィール情報を参照しているかについて様々な検討がなされてきた。しかし、プロフィール情報を閲覧している際、友人の発言がどれほど影響を与えるのかに関する検討はまだされていない。

そこで、本研究は、マッチングアプリにおける情報探索方略について友人の発言がどれほど個人の判断に影響を与えるのかについて実験的に検討する。特に、友人と会話をしながら、意思決定をする際、マッチングアプリ上の手がかりの使い方に統計的な変化が生じるのか、または「いいね」を押すなどの行動に移す場面でこうした会話が影響を及ぼすのかを探索的に検討していく。

方法

参加者 安田女子大学の学生 18 名 (平均年齢 19.22 歳、標準偏差 0.99) が参加した。

手続き PC を用いて、架空の異性に関するプロフィールを呈示した。参加者は呈示されたプロフィール情報を探索し、その異性について印象を評定した。評定では、印象 (とても悪い～とてもよい)、外見の魅力度 (まったく魅力的でない～非常に魅力的である)、内面の魅力度 (まったく魅力的でない～非常に魅力的である)、「いいね」する程度 (「いいね」しない～「いいね」する)、話してみたい程度 (話してみたい～話してみたくない) の 5 項目を尋ねた。これを個人試行とペア試行で各 8 人分行った。ペア試行の際、手がかり探索は会話しながら実施したが、評定を行うときは発話せずに行った。その後、事後質問紙に回答した。

実験刺激 実験では、顔写真や年齢など 10 項目からなる架空の男性 16 名のプロフィールを作成 (うち、8 名は川原・山田 (2024) で使用されたプロフィールを改変して使用し、あとの 8 名は自

作) した。2 回同じシステムで実験を行うため、それぞれの実験の男性への魅力度になるべく差が出ないようにするために自作のプロフィールは、川原・山田 (2024) の改変版と別人ではあるが似ている人を作成した。プロフィールの呈示する順番は、個人試行ではランダム、ペア試行ではペア同士で固定した。実験開始時、プロフィールの各項目はすべて非表示にされており、マウスで各項目のセルをクリックしている間のみ、情報を参照できた。この際、クリック数や閲覧時間の制限はなかった。プロフィールを閲覧後、参加者は任意のタイミングで、提示された相手異性の評価を行った。事後質問紙では、参加者の個人特性、およびデモグラフィック項目について尋ねた。

結果と考察

個人試行とペア試行で、プロフィールの各項目への注視時間とそのプロフィールの異性への評価が変化しているのかを検討した。その結果、個人試行の際、プロフィールへの注視時間が長い異性ほどその異性に対しての評価が高いことが分かった ($r = .24, p < .001$)。一方で、ペア試行ではそのような関連は見られなかった ($r = .04, p = ns$)。

情報探索方法の違いから手掛かりの使用頻度を算出し、主成分分析を使い検討した結果、個人試行では、外面 (第 1 主成分) と内面 (第 2 主成分) が成分ごとに分かれたのに対し、ペア思考ではそのような成分に分かれなかったことから、異なる戦略が使われたことがわかった。

参加者があるプロフィールを見る際に、どれほどまんべんなく手がかりをクリックしたかを検討した結果、個人試行に比べてペア試行の方が少数の手がかりを集中的に使うようになっていたことが分かった ($t(16) = -5.30, p < .001$)。

手がかり使用の偏りがプロフィールに対する選好に影響を与えるのか検討した結果、偏り度合いと選好の間には有意な差が確認されなかった ($p > .05$)。よって、情報探索時に会話を行うと、情報探索宝暦に変化は見られるが、最終的な選考に影響を及ぼさないことが示された。