

顔の好感度における幼児性の効果

052G018 金岡夏代・052G030 後藤祐希・052G061 濱田裕美子

問題

Ekman (1978) によると、顔が担う情報は、表情などの変わりやすい情報、化粧などの人工的情報、年齢などのゆっくり変わる情報、人種などの固定的な情報という4つに分類できるという。の中で、年齢を認識することは、単に相手の歳を知るということを意味するにとどまらず、その年齢段階にある人の心理・行動的特性を把握することも意味する。たとえば赤ちゃんや老人という年齢段階のカテゴリーを識別することは、それによって相手に対する行動にある種の枠付け、すなわち「構え」が得られるということでもある。それは言い換えると、年齢を伝える顔が、行動を解発する刺激としての性格もあわせもっているということである。中でも、赤ちゃんの顔がたたえる「かわいらしさ」という解発刺激としての特性は、大人の行動に大きな影響を及ぼすように思われる(根ヶ山, 1993)。

Lorenz は、このような赤ちゃんのかわいらしさに関する解発刺激としての特性を、幼体図式という概念で説明した。彼によって示された赤ちゃん的顔つきは、それが人であるか動物であるかを問わず、見るものに「かわいらしい」という感情を引き起こす。それを行動学の観点からいえば、赤ちゃんという年齢段階に属する顔の形態的特徴が、接近や保護・世話という行動を解発する刺激性を無条件に備えているということである(根ヶ山, 1993)。

魅力的だと思われる顔の特徴として、Zebrowitz (1997) は、顔の対称性、平均性、性の典型性などをあげている。魅力に感じる顔は、すなわち好感をもつ顔ということになるが、本研究では、赤ちゃんらしさによって、どのように顔に対して抱く好感度が影響されるかを調べる。また、顔に含まれる幼児性の情報を操作するため、幼児(1歳齢)16人の顔を合成させた赤ちゃん顔「バーチャルクローン」(吉田, 2003)を用いる。

バーチャルクローンでは、成人顔を1歳齢の赤ちゃんの平均顔と合成することで、特定個人の顔を赤ちゃんらしく変形させることができる。成人顔と合成する赤ちゃん顔は複数の顔を合成した平均顔のため、顔の平均性の要因が入り込む。そこで、得られた好感度が顔の平均性による影響でないことを確かめるため、平

均顔と合成し個性を弱くした平均成人顔も実験刺激に加える。

方法

実験参加者 比治山大学に在籍する学部学生 51 名(男性 19 名, 女性 32 名)が本研究に参加した。

実験刺激 成人顔画像を男女各 20 枚, 成人顔と成人平均顔を合成した平均化顔画像を男女各 20 枚, 成人顔を基にして作った赤ちゃん化顔画像を男女各 20 枚, 計 120 枚の顔画像を作成した(図 1)。



図 1 実験で使用した顔画像の例

※この顔画像は実験者 3 人の合成画像を使用した

装置 パーソナルコンピュータ (NEC PC-MA30YMZETG8B) および 17 インチ CRT (IO-DATA LCD-A171GS) を使用した。

手続き 実験は、比治山大学のコンピュータ実習室で行われる授業時間を利用して集団で実施した。まず、各参加者がパーソナルコンピュータの前に向かったことを確認し、好感度を、0~10 の 11 段階で評価してもらうよう、教示を行った。練習試行を 12 試行実施し、参加者全員の練習試行が終了したことを確認し、本試行 120 試行を実施した。

結果

本実験の結果として得られたデータに対し、参加者の性別 (2 水準: 男性, 女性) × 顔画像の性別 (2 水準: 男性, 女性) × 画像加工条件 (3 水準: 成人顔, 平均化顔, 赤ちゃん化顔) の 3 要因分析を行った。

分散分析の結果、顔画像の性別 ($F(1,49) = 9.581, p < .005$), 画像加工条件 ($F(2,49) = 22.714, p < .005$) について有意な主効果が認められた。そのうち画像加工条件について、下位検定として Ryan 法による多重比較 (有意水準は 5%) を行ったところ、成人顔画像

と平均化顔画像、成人顔画像と赤ちゃん化顔画像の間に有意な差がみられた。

交互作用については、参加者の性別×顔画像の性別 ($F(1,49) = 7.152, p < .05$)、参加者の性別×画像加工条件 ($F(2,98) = 22.714, p < .05$)、顔画像の性別×画像加工条件 ($F(2,98) = 8.620, p < .005$) が有意であった。さらに、参加者の性別×顔画像の性別×画像加工条件の2次の交互作用も有意となった ($F(2,98) = 3.173, p < .05$)。

参加者の性別×顔画像の性別の交互作用について、単純主効果の下位検定を行ったところ、顔画像の性別の効果が女性参加者においては有意であったのに対し ($F(1,49) = 16.644, p < .001$)、男性参加者においては有意でなかった ($F(1,49) = 0.089, ns$)。

また、顔画像の性別×画像加工条件の交互作用について、単純主効果の下位検定を行なったところ、顔画像の性別の効果は赤ちゃん化画像においては有意であったが ($F(1,147) = 25.227, p < .001$)、成人顔画像 ($F(1,147) = 0.007, ns$) と平均化顔画像 ($F(1,147) = 2.056, ns$) では有意ではないことがわかった。

参加者の性別×顔画像の性別×画像加工条件の2次の交互作用について、単純主効果の下位検定を行なったところ、画像加工条件の効果は男性参加者が女性顔を判断したときに非常に大きかったことがわかった ($F(2,196) = 28.702, p < .0001$)。多重比較検定を行なったところ、平均化された顔画像と赤ちゃん化された顔画像の間には他の条件では有意差がなかったのに対し、男性参加者が女性顔画像を判断したときのみ、赤ちゃん化顔画像の方が平均化顔画像よりも好感度が高く評価されていた (図2)。

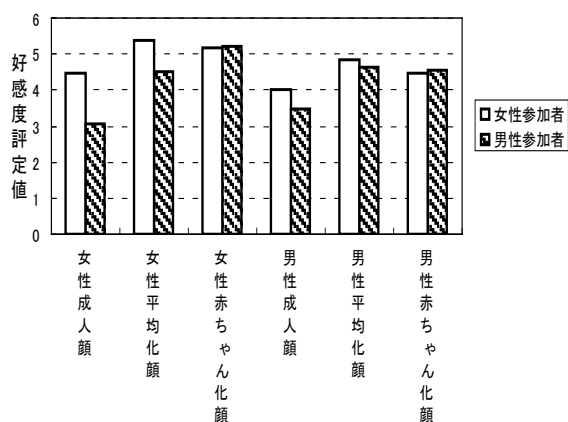


図2 参加者の性別×画像加工条件の交互作用

考察

本研究の目的は、大きな目や大きな頭部などの幼児

性が、顔に対して抱く好感度に影響を及ぼすかを検討することであった。

本研究の結果では、成人顔画像に対し、平均化顔画像と赤ちゃん化顔画像では有意に好感度が高く評価されていた。しかし、平均化顔画像と赤ちゃん化顔画像の間に差は生まれなかったため、赤ちゃん化顔画像には平均性が入り込み、少なからず影響を及ぼしていると推測される。また、平均化顔画像には輪郭が丸くなる、肌が白くなるなどの傾向があり、幼児性の特徴と似通った点がある。このことから、平均性と幼児性には共通項があり、それが顔の魅力を高める効果をもっていたことも考えられる。

Zebrowitz (1997) は、幼児性が男性よりも女性の魅力に肯定的に働くことを示している。本研究においても、赤ちゃん顔化した画像において男性顔画像より女性顔画像の好感が高く、これを支持している。このことから、女性は赤ちゃんらしさを取り入れると、より好感度が増すことが分かった。

本研究では、参加者の性別×顔画像の性別×画像加工条件の2次の交互作用も有意であった。このことは、顔画像の性別や、平均顔、赤ちゃん顔といった画像加工の効果は、参加者の性別とも相互に複雑に影響しあって、好感度を左右していることを示している。

平均化した女性顔画像よりも赤ちゃん化した女性顔画像に対する好感度の評価が高いという男性参加者の傾向から、男性が求める女性らしさは成熟性や平均性よりもむしろ、幼児性に代表されるようなかわいらしさなのではないかと考えられる。その反対に、男性顔画像は赤ちゃん顔になると、女性からの評価が下がった。このように、男女によって、異性である相手に対して抱く好感を左右する要因は異なるということが、本研究の結果、示唆された。

引用文献

- 根ヶ山光一 (1993). 顔から年齢を知る 竹原卓真・野村理朗 (編)「顔」研究の最前線 北大路書房 pp.88-107.
- Zebrowitz, L. A. (1997). Reading faces: Window to the soul? Boulder: Westview Press.
- (レズリー・A・ゼブロウィッツ 羽田節子・中尾ゆかり (訳) (1999). 顔を読む—顔学への招待— 大修館書店)
- 吉田弘司 (2003). バーチャルクローンプロジェクト <http://homepage3.nifty.com/maruhi/> 2008年4月21日参照