

自撮りの加工と整形願望

Interaction between processing of selfies and interest in plastic surgery

栗津 俊二, 古庄歩未

Shunji Awazu, Ayumi Furusho

実践女子大学

Jissen Women's University

Awazu-shunji@jissen.ac.jp

概要

女子大生を対象に、整形への関心度と、顔加工アプリの使用経験との関係を調べた。整形関心度によって、加工アプリの使用頻度、自身の顔に対する感じる違和感に差が見られた。また、アプリの使用頻度と違和感には正の相関が、加工程度と自身の外見に対する動機づけには、負の相関がみられた。自身の顔の加工という ICT 技術を用いた仮想的な知覚運動経験が、現実の自身の顔の認知に影響し、行動を通して現実の知覚運動経験も変容させていく例と考えられる。

キーワード：顔 整形願望 ICT 知覚運動経験

1 目的

身体性認知科学の知見によれば、知覚運動経験に由来する知覚運動表象は、人間が行う様々な概念処理、認知処理に適用される[1]。この観点から、ICT を用いた仮想現実、非現実のコンテンツに対する活動と、現実世界での経験や活動との関係について考える。

仮想現実における活動は、自分の名前や外見、身体を変容させたり、物理的な制限を無視することができる。つまり、本来自身の身体を通して経験する知覚運動経験を変容させることができる。しかも ICT を用いた仮想現実・非現実コンテンツとのやり取りは、単にそのコンテンツを受容するだけでなく、その環境やコンテンツにおいて能動的に行動し、フィードバックを受ける。これはそのコンテンツのある環境との相互作用が生じるということであり、その環境に適した知覚運動表象の形成に繋がる。したがって、仮想現実、非現実コンテンツでの(疑似的な)知覚運動経験を持つことで、現実世界における概念処理や認知処理に影響が生じると考えられる。もしそうであれば、今後さらに ICT が発展し、仮想現実・非現実コンテンツに触れる機会が増えるにつれて、その影響はますます大きくなるであろう。

本研究では、このような仮想現実・非現実コンテンツとの相互作用が、現実環境における自己認知に影響するかどうかを検討する。具体的には、「自撮り加工アプリ」の使用が、整形願望と関係しているかどうかを検討する。現代の若者の整形願望に関する社会的な分析

によれば、整形実践者は「実在する他者から言われた評価」よりも「自分が想像する他者による評価」が重要であり、かつ「鏡に映った実際の姿」よりも「自らが想像した自己」が重要とされている。また、化粧などによって「本当の自分」を「理想の自己像」に近づける経験を重ねることで、「すっぴんの素顔」と「理想の自己像＝本当の自分」のギャップを埋める手段として美容整形願望が強くなると考えられている[2]。もしこの分析が正しければ、「自撮り加工アプリ」によって、「本当の自分」を「理想の自己像」へと近づける経験を重ねるほど、整形願望も強くなると予想される。本研究では、この仮説を検討する。

2 方法

2.1. 協力者

女子大生 59 名 (18 歳～22 歳) を対象に、質問紙調査および調査実験を行った。事前に写真加工アプリの使用経験の有無を尋ね、使用経験が無い者には質問紙調査のみを、使用経験が有る者には質問紙調査と、実際に加工アプリを用いた調査実験を行った。

2.2. 質問紙調査

質問紙は下記 3 要素、全 26 項目から構成された。

<美容整形への興味関心> 「あなたは整形に興味がありますか」という質問に対して、「興味がない」「興味はあるが、行うつもりはない」「興味があり、機会があったら行いたい」「近々行う予定がある。もしくは過去に行ったことがある」「どちらでもない」の 5 項目から選択させた。

<加工アプリの使用状況> 「あなたは SNOW, SODA, Ulike, BeautyPlus などの「自撮り加工アプリ」を使っていますか?(複数人で自撮りをする場合も含む)」という質問に対し、「使っている」「加工に使っていたが、今は使っていない」「使ったことがない」の 3 項目から選択させた。

さらに、加工アプリの使用頻度について、週平均の加

工アプリ使用頻度と自撮りをする際に加工アプリを使う頻度を尋ねた。これは、自撮りをしないときにも加工アプリで自分の顔を加工する「私遊び」をする可能性があるためである[3]。「あなたは加工アプリを平均週何回使用していますか?」という質問に対し、「毎日」「2~3日に1回」「3~4日に1回」「週に1回」「加工アプリを使用していない」の5項目から選択させた。また「自分自身や複数人と自撮りをする時に、加工アプリを使用する頻度について最も近い回答を選んでください」という質問に対し、「毎回必ず使用する」「毎回ではないが、よく使用する」「あまり使用しない」「全く使用しない」「自分自身や友達などとも、自撮りはしない」の5項目から選択させた。

最後に、「あなたは鏡を見たときや加工アプリを使用していない自分の写真を見たとき、自分の顔に違和感を感じることはありますか?」という質問に対して、「強く感じる」「やや感じる」「あまり感じない」「全く感じない」「どちらでもない」の5項目から選択させた。

＜自身の外見への評価＞外見スキーマ尺度[4]を用いて、自身の外見を気にする程度を測定した。この尺度には、自身の外見に関する自己評価 (SES) 因子9項目(例「自分がどのように見えているか考えさせられることが多い」と)、動機づけ (MS) 因子4項目(例「できるだけ自分の外見を魅力的にしようと努力している」)が含まれている。ただし、手違いにより SES 因子の「私は、できるだけ自分の外見を魅力的にしようとする」という項目を削除したため、SES 因子8項目、MS 因子4項目の計12項目を用いた。5件法で回答させた。

2.3. 調査実験

加工アプリの使用経験がある58名に対し、加工アプリ SNOW(SNOW Corporation)を用いた調査実験を行った。協力者自身のスマートフォンにSNOWをインストールしてもらい、1名ずつ個室で行った。

まずその場で顔写真を自撮りさせた。その後、「SNSに載せることを前提として、普段自分自身や友達と自撮りをする際の加工度合いを想定して加工してください」と教示し、SNOWの「メイン」-「高性能」機能を用いて、顔のみを加工するよう指示した。

SNOWで加工可能な顔部位のうち、目の9部位を「目カテゴリー」、口の6部位を「口カテゴリー」、輪郭の8部位を「輪郭カテゴリー」、鼻の7部位を「鼻カテゴリー」とし、4カテゴリー計30部位について、加工した程度をSNOWの画面上に表示された数値(0~100)で

Google フォームに入力させた。このとき、加工しない部位には0を、マイナスの加工数値では絶対値を記入させた。また、各カテゴリー内で最も大きく加工をした部位と、「目」「口」「輪郭」「鼻」各カテゴリー内および4カテゴリー計30項目内で最も整形したい部位を、それぞれ回答させた。

3 結果

3.1 分析方法

＜加工アプリの使用頻度＞回答者59名のうち43名は調査時点でも何らかの写真加工アプリを使用しており、15名は現在使用していないが過去に使用経験があった。全く使用経験のない回答者は1名だった。

加工アプリを使用する「使用頻度」として、「自撮り時に加工アプリを使用する頻度」と「週に何回しようするか」の2つの質問へのそれぞれ4件法の回答を合算し、2~8点の使用頻度得点とした。

＜加工アプリによる加工程度＞4カテゴリーに含まれる各部位の加工程度の平均値を、そのカテゴリーの加工程度とした。さらに、全30部位の平均値を、全部位の平均加工程度とした。4カテゴリーおよび全部位の平均加工程度について、相関係数を求めたところ、5カテゴリー間全てにおいて1%水準で有意な正の相関がみられた。よって、全部位の平均加工程度のみを加工程度の指標とした。

＜美容整形への興味関心＞美容整形に「興味がない」と回答した12名を無関心群に、「興味はあるが、行うつもりはない」と回答した21名を消極的関心群に、「興味があり、機会があったら行いたい」と回答した19名および「近々行う予定がある。もしくは過去に行ったことがある」と回答した7名の計26名を積極的関心群に分類した。

＜外見スキーマ尺度＞SES 因子10項目とMS 因子4項目の個人平均を、両因子の得点とした。SES 因子は平均3.92(範囲2.6-4.9, SD 0.64), MS 因子は平均4.22(範囲1.5-5, SD 0.72)であった。なおSES 因子とMS 因子には有意な正の相関($r = .39, p < .01$)がみられた。

3.2 尺度間の関係

各尺度間の相関(表1)をみると、使用頻度と違和感、加工程度と違和感、SES 因子とMS 因子に有意な正の相関があった。また、MS 因子と加工程度には有意な負の相関がみられた。加工程度との関係を抜き出すと、自

撮りアプリの加工程度が大きい者ほど実際の自身の外見への違和感が大きく、また自身の外見に関する動機づけが高い者ほど加工程度は小さかった。

表1 各測定尺度間の相関係数

尺度	使用頻度	違和感	加工程度	SES因子	MS因子
使用頻度	1	.361**	0.23	-0.051	0.132
違和感		1	.307*	0.209	0.168
加工程度			1	0.047	-.263*
SES因子				1	.386**
MS因子					1

3.3 美容整形への関心度の影響

全体および美容整形への関心度別に、使用頻度、加工程度、違和感、外見スキーマ尺度のSES因子とMS因子の平均値および標準偏差(SD)を表2に示す。

表2 整形関心度別の平均値と標準偏差

群	人数	使用頻度		違和感		加工程度		SES因子		MS因子	
		平均	SD	平均	SD	平均	SD	平均	SD	平均	S
消極的関心群	21	4.71	1.42	3.10	1.64	1.81	1.48	3.90	0.62	4.20	0.
積極的関心群	26	5.69	1.41	4.00	0.98	2.17	1.46	3.97	0.70	4.12	0.
無関心群	12	4.67	1.87	3.25	1.14	1.36	1.35	3.86	0.60	4.48	0.
全体	59	5.14	1.57	3.53	1.33	1.88	1.45	3.92	0.65	4.22	0.

使用頻度得点について一要因分散分析で比較したところ、有意差が見られた[F(2,56)=3.14, p=.05]。平均値としては積極的関心群の使用頻度得点が高く、無関心群の使用頻度が最も小さかった。しかしTukeyのHSD法による多重比較を行ったところ、消極的関心群と積極的関心群の間に有意差のある傾向がみられた(p=.08)。

自身の顔への違和感について一要因分散分析で比較したところ、有意差が見られた[F(2,56)=3.14, p=.05]。TukeyのHSD法による多重比較では、消極的関心群と積極的関心群の間に有意差がみられた(p=.05)。

加工程度[F(2,55)=1.39, p=.28]、SES因子[F(2,56)=30.05, p=.89]、MS因子[F(2,56)=1.04, p=.36]には、一要因分散分析で有意差がみられなかった。

4. 考察

本調査では、整形への関心度と、加工アプリによる自撮りとの関係を調べた。整形への関心度によって有意差が見られたのは、加工アプリの使用頻度、自身の顔を見た時に感じる違和感の程度であった。また、使用頻度と違和感には有意な正の相関が、MS因子とSES因子

には正の相関がみられた。MS因子と加工程度には、有意な負の相関がみられた。

これらの結果は、自身の外見について自己評価(SES因子)する者は、自身の外見を魅力的にしようとする動機(MS因子)も強いことを示唆する。また、MS因子が低い者ほど写真での加工量が大きく、加工程度の大きな者は、自身の顔への違和感も感じやすいということが示唆される。加えて、加工アプリの使用頻度、自身の顔への違和感、そして整形への関心に密接な関係があることが示唆される。

本調査からは因果関係を確定することはできないが、加工アプリの使用と整形への関心をつなぐ機序を考察する。まず自身の外見への自己評価は行うが、しかし現実の外見を変える動機は低い者が、加工アプリでの大きな加工を行うことで、自己評価を満たすと思われる。しかし、それによって加工された「理想の自己像」と「本当の自分」との差異が大きくなり、自分自身の素顔に違和感を感じるようになると考えられる。加えて、そのような加工を頻繁に行うことで、加工された「理想の自己像」を見る頻度が多くなるため、「理想の自己像」を「本当の自分」と認識し、自分自身の素顔を「本当の自分」に近づけるために、整形に興味関心を持つと考えられる。自身の顔の加工という情報技術を用いた仮想的な知覚運動経験が、現実の自身の顔の認知(違和感)に影響し、自身の行動(整形)、さらには現実の知覚運動経験(実際の顔)も変容させていく例と考えられる。

ただし本調査の協力者のうち、実際に実施した経験のある者および実際に整形をする予定がある者は、7名のみである。整形への興味と実施には大きな差があることも考えられる。今後、整形実施経験者のデータを追加し、本調査の妥当性を確認する必要がある。

文献

- [1] Barsalou, L. W. (1999). Perceptual symbol systems. *Behavioral and Brain Sciences*, 22(4), 577-609.
- [2] 谷本奈穂(2008)「美容整形と化粧の社会学—プラスチックな身体」新曜社
- [3] 米澤泉,馬場信彦(2021)「奥行をなくした顔の時代—イメージ化する身体, コスメ・自撮り・SNS」晃洋書房
- [4] 安保恵理子・須賀千奈・根建金男 (2012) 外見スキーマ尺度の開発および外見スキーマとボディチェック認知の関連性の検討. *パーソナリティ研究*,20(3), 155-166.