

印象形成におけるピアスが与える影響について

佐藤 唯一

(有馬 淑子ゼミ)

問 題

どのようにすれば我々は、他者により印象を与えられるだろうか。つまりどうすれば人に良く見られるか。このような研究は、印象形成として行われてきた。我々が誰かに初めて出会う時、その相手が持つ顔や身体の特徴などの情報を意識したとしてもしなくとも処理し第一印象を形成していく。これが印象形成である。特に、就職活動などで使用する履歴書、SNS などさまざまな場面で用いられるプロフィール写真は、印象を決めるうえで重要な要素となる。重要な決定をする場面においても印象形成が大きな要因となりえる。たとえば、Stevenage.S.V・McKay (1999) は、企業の採用面接の場において、容貌が最大の採用決定要因であるということを示している。

また、顔だけではなく、服装やアクセサリなどを含めた周辺の手がかりも印象形成に影響を及ぼす。たとえば、Elliot et al (2010) は、男性モデルのシャツの色を赤に変えるだけ、女性に対する魅力度が高まる結果を示している。その影響は、評価者にとっては気がつかない、意識下のうちに及ぼされるものと考えられている。

本研究では、顔写真に対する印象形成に、ピアスという目にとまりにくいアクセサリがどの程度の影響を与えるかについて検討する。ピアスは、注意深く見なければ気がつかれないため、あまり意識されないうちに影響する周辺の手がかりとして、適切な呈示刺激になる。一方、ピアスは、過去にはネガティブな意味が強く付与されてきたという、社会的な情報を含むアクセサリでもある。

ピアスがつもつ意味

ピアスは、ピアッシングという自分自身の身体に穴をあけるという自傷行為をしなければならず、村澤 (2002) は日本では「親からもらった身体を

傷つける」のはよくないという儒教の考えから、社会的に受け入れにくいものとして存在してきたと述べている。近年に入りピアス (ピアッシング) に対するイメージ変わりつつある。鈴木 (2020) は 1990 年代から 2000 年代にかけて反抗や不良の印として認識されてきたが、現在では、比較的一般的な「おしゃれ」として認識されてきていると述べている。これは 90 年代にピアスを経験した若者が大人になり、ピアスを経験している年齢層が広がったことにより、ピアスに対するネガティブなイメージが持たれにくくなってきたためと考えられる。表 1 は年代ごとのピアッシング経験の割合 (田中、水津、大久保、鈴木 (2014)) である。10 代では 15.9% とやや少ないが 20 代が 33.5%、30 代では 40%、40 代は 28.7% と 1990 年から 2000 年代に若者だった世代が多くピアッシングを経験していることがわかる。ピアッシングを行う部位でも持たれるイメージは大きく変わってくる。表 2 がピアッシングの部位による許容の割合 (大久保、鈴木、井筒、2011) である。これによると耳へのピアッシングの許容は 90% を超え、他の部位と比べると許容できるものとされていることがわかる。また、へそに対するピアッシングも許容できる割合が高くなっている。これは有名人やモデルなどがへそへのピアッシングを行っており、一般的に受け入れられる傾向がみられるためだと考えられる。しかし、他の部位に関しては社会的に浸透しておらず、許容されにくくなっている。

ピアッシングへのイメージについて、金 (2006) は、おもに女子学生を対象とした調査で内面の高揚やファッションに関するイメージがある一方で、特異なものとして他者にネガティブにみられる傾向は従来通り存在するとしている。ただし金 (2006) の研究は女子学生のみを対象としたもので男子学生のイメージは反映されていない。このようにピアスに関する調査は女性のみを対象

印象形成におけるピアスが与える影響について

とし、男性のイメージが反映されないものが多い。これは女性がつけるピアスと男性がつけるピアスに対するイメージの違いがあるためだろう。それに比べると男性向けのものは数が少なく、男女間での社会的な浸透の差や、ファッションとしてのイメージの違いが見受けられる。鈴木（2020）は女性のピアッシングの方が許容されやすく、男性のピアッシングはネガティブにとらえられやすい現状があると述べている。そこで本研究では、男女差も検討することとした。

写真に対する対人認知の測定

林（1978）により、対人認知は、個人的親しみやすさ、力本性（活動性）、社会的望ましさの3因子に分かれることが知られている。この対人認知尺度を顔写真に対する印象形成に用いた研究として、佐藤ら（2009）のものがある。

佐藤ら（2009）は顔写真において画像の明るさやコントラストにより印象形成に影響があるという研究結果を発表している。顔写真を男女の顔ともに3つのコントラスト（ローコントラスト、ミドルコントラスト、ハイコントラスト）と3つの明るさ（ローキー、ミドルキー、ハイキー）の9枚の写真、男女合計18枚の写真を用意し、SD法により評価させるという方法を用いた。その結果、顔画像が暗いことによって「個人的親しみや

やすさ」が低下し、コントラストが高ければ「活動性」や「社会的望ましさ」が高く印象形成されていた。また女性顔では暗く（ローキー）高いコントラスト（ハイコントラスト）の画像において「個人的親しみやすさ」に対し著しくネガティブな印象を、ハイキーとハイコントラストの組み合わせでは顕著にポジティブな印象が与えられるという効果が見られた。つまり明るい顔であれば「個人的親しみやすさ」に、コントラストが高い顔であれば「社会的望ましさ」という部分の印象形成においてポジティブな結果が得られた。

本研究の実験手続きはこの研究を参照して行った。佐藤らの実験では写真の明るさやコントラストを編集したものを用いているが、本研究では、顔にコントラストを付ける装飾としてピアスを用いることになる。佐藤らの研究結果を踏まえるならば、ピアスを耳に着けることで顔にコントラストを出せば、社会的望ましさの次元に置いてポジティブな効果をもたらすと予想される。

一方で、過去の研究より、ピアスは部分的には社会的に認められてきたものの、許容されない部分も多く、ネガティブなイメージを持たれる場合も示された。就職活動や、仕事に応募するような証明書写真にピアスをつけていることは、ネガティブな影響をもたらす可能性があるだろう。

本研究では、上記の相反する予測のどちらが正

表1. 年代ごとのピアッシング経験の割合（田中、水津、大久保、鈴木、2014）

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	合計
経験なし	1640 (84.1)	1312 (66.5)	1193 (60.0)	1424 (71.3)	1642 (81.9)	1722 (86.6)	8933 (75.1)
経験あり	310 (15.9)	661 (33.5)	796 (28.7)	573 (28.7)	361 (18.1)	267 (13.4)	2969 (24.9)
合計	1950	1973	1989	1997	2004	1989	11902

表2. ピアッシングの部位による許容の割合（大久保、鈴木、井筒、2011）

	全体	男性	女性
耳たぶ	709 (98.6)	368 (98.7)	341 (98.6)
耳の軟骨	650 (90.4)	330 (88.5)	320 (92.5)
鼻	289 (40.2)	132 (35.4)	157 (45.4)
眉	278 (38.7)	145 (38.9)	133 (38.4)
口	219 (30.5)	103 (27.6)	116 (33.5)
舌	144 (20.0)	51 (13.7)	93 (26.9)
へそ	521 (72.5)	231 (61.9)	290 (83.8)

※数字は人数。 () 内はパーセンテージ。

しいのかについて、検討する。実験参加者には、ピアスをつけてない男女の写真か、同じ写真の耳たぶにピアスを着用した男女写真のいずれかが呈示される。対人認知尺度は再度因子分析をして下位尺度得点に及ばずピアスありなし、男女の効果を検討する。

方法

調査対象

インターネットサービスの google フォームを使用し 74 名（男性 39 名、女性 35 名）がこの実験に参加した。参加者の年齢は $M = 20.94$ 歳、 $SD = 4.84$ であった。

写真画像は、男女共に画像がパブリックドメインにより公開されている著作権フリー写真をいた（GAHAG 著作権フリー写真・イラスト素材集より）のものをを用いた。画像には耳たぶ部分にピアスを付けるため、耳が出ており、正面を向いたものを用意した。ピアスあり画像の作成には、Adobe Photoshop を使用し、耳たぶ部分に黒いピアスに見えるものを描きこむことで表現した。



図 1. 実験に使用した男性顔の写真。
左がピアスなし、右がピアスあり。



図 2. 実験に使用した女性顔の写真。
左がピアスなし、右がピアスあり。

手続き

回答者には“印象形成についての研究”という名目で質問と顔画像の評価を行ってもらった。質問紙は、ピアスありの男性顔を評価させた後に、ピア

スありの女性顔を評価させるものと、その男女の順番を入れ替えたもの。ピアスなしの男性顔を評価させた後に、ピアスなしの女性顔の評価をさせるものと、その男女の順番を入れ替えたものの合計 4 つのパターンを用意し、一人の回答者につきランダムで 1 つのパターンに回答をさせた。すなわち、各実験参加者は男性および女性の顔写真の評価を行うが、ピアスあり、またはピアスなし、のいずれかの条件に割り当てられる。男性の顔写真と女性の顔写真のどちらが先に呈示されるかの順番の違いはカウンターバランスとして設定された条件であり、分析に置いては同じ条件として合併された。

2 枚の画像は SD 法により評価させた。回答者は、19 個の形容詞対から 7 件方の質問紙によって、各画像における人物の印象を回答した。形容詞対の選択に関しては、佐藤ら（2009）に準拠した。実験に使用した形容詞対が表 3 である。

表 3. 実験に使用した形容詞対

No.	形容詞対	No.	形容詞対
1	意欲的な 無気力な	11	近づきたい 人なつっこい
2	内向的な 外向的な	12	不誠実な 誠実な
3	心のひろい 心のせまい	13	自信のない 自信のある
4	親しみにくい 親しみやすい	14	親切な 不親切な
5	感じのよい 感じのわるい	15	まじめな ふまじめな
6	人のよい 人のわるい	16	活発な おとなしい
7	無責任な 責任感のある	17	信頼できる 信頼できない
8	消極的な 積極的な	18	暖かい 冷たい
9	知的な 知的でない	19	慎重な 軽率な
10	意志が強い 意志が弱い		

結果

印象評定項目についての因子分析の結果

得られたデータの形容詞対 19 項目について回答者の性別（男女）それぞれに因子分析（主因子法、プロマックス回転）を行った。その結果、回答者の性別の違いで因子構造に大きな差はみられなかった。回答者の性別が男性の因子寄与率は第 1 因子が 35.14%、第 2 因子が 14.38%。回答者の性別が女性の場合、第 1 因子の因子寄与率が 13.91%であった。そのため回答者の性別それぞれの同じ形容詞対の質問項目をまとめ因子分析を行い、因子負荷量が、40 以上であることを基準に、2 因子 15 項目を採用した（表 4）。残りの 4 つの項目は基準に満たなかったため、分析からは除外

印象形成におけるピアスが与える影響について

した。これにしたがい、第1因子を「親しみやすさ」、第2因子を「活動性」と命名した。本研究では、社会的望ましさの因子は見られなかった。各因子の形容詞対に関しては表5のとおりである。これらの得点の合計を項目数で割った値を、親しみやすさ、活動性の評価得点とした。

ピアスが印象形成に与える効果

印象形成におけるピアスの影響について検討するため、印象(親しみやすさ・活動性)と性別(男性・

女性)・ピアス有無(有・無)の繰り返し要因による3要因分散分析を行った。印象 ($f(1,75) = 562.37, p < .001$) と性別 ($f(1,75) = 9.59, p < .001$) の主効果に有意な差がみられた。印象とピアス有無の交互作用に関して、 $f(1,75) = 16.65, p < .001$ で有意な差が認められ、ピアスの有無が印象形成に影響を及ぼしていた。結果を図3に示す。性別と印象の交互効果についても、 $f(1,75) = 6.19, p = 0.015$ と有意な差が認められた。結果を図4に示す。さらに、性別とピアス有無の交互効果も認

表4. 形容詞対の因子分析の結果

形容詞対	男性		女性	
	第1因子	第2因子	第1因子	第2因子
2 内向的な 外向的な	0.49	0.043	0.551	0.042
3 心のひろい 心のせまい	0.56	0.115	0.767	0.038
5 感じのよい 感じのわるい	0.736	0.058	0.717	0.128
6 人のよい 人のわるい	0.641	0.123	0.85	-0.055
7 無責任な 責任感のある	0.203	0.546	0.117	0.554
8 消極的な 積極的な	0.527	0.099	0.506	0.199
9 知的な 知的でない	0.73	-0.091	0.786	-0.057
10 意志が強い 意志が弱い	-0.122	0.682	0.109	0.69
12 不誠実な 誠実な	0.844	-0.079	0.715	0.099
13 自信のない 自信のある	0.766	-0.464	0.763	-0.5
14 親切な 不親切な	-0.059	0.605	-0.128	0.81
15 まじめな ふまじめな	0.578	0.337	0.684	0.182
16 活発な おとなしい	0.025	0.742	0.088	0.735
17 信頼できる 信頼できない	0.775	0.042	0.691	0.13
19 慎重な 軽率な	0.143	0.744	0.033	0.625

表5. 各因子の形容詞と因子の解釈

形容詞	因子の解釈	
2 内向的な 外向的な	親しみやすさ	
3 心のひろい 心のせまい		
5 感じのよい 感じのわるい		
6 人のよい 人のわるい		
8 消極的な 積極的な		
9 知的な 知的でない		
12 不誠実な 誠実な		
13 自信のない 自信のある		
15 まじめな ふまじめな		
17 信頼できる 信頼できない		
7 無責任な 責任感のある		活動性
10 意志が強い 意志が弱い		
14 親切な 不親切な		
16 活発な おとなしい		
19 慎重な 軽率な		

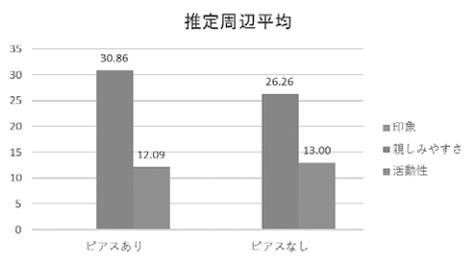


図3. 分散分析の結果

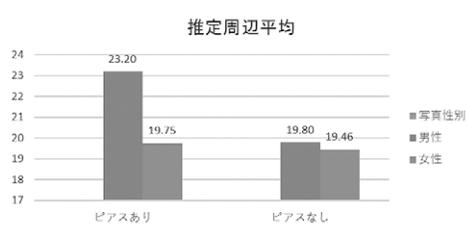


図4. 分散分析の結果

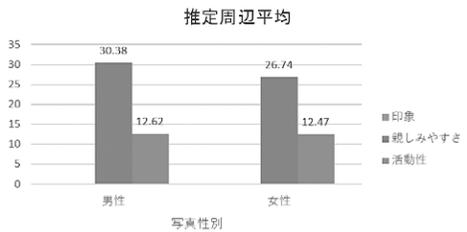


図5. 分散分析の結果

められた ($f(1,75)=6.42, p=0.013$)。結果を図5に示す。回答者本人の性別を加えた分散分析を行ったところ、本人の性別の主効果、他要因との交互効果ともに有意な影響はみられなかった。

図3は、親しみやすさと活動性の評価がピアスの有無でどのように変わるかを示したものである。「親しみやすさ」因子はピアスありの方が高く、ピアスなしと大きな差が見られた。ピアスを耳たぶにつけることで、「親しみやすさ」にはポジティブな影響を与える。「活動性」因子は、ピアスありと比べ、ピアスなしのほうがやや高いという結果がでた。ピアスをつけることでピアスを着用しない状態とくらべ「親しみやすさ」は高い印象を与えられるが、「活動性」はやや低い印象を与える。

図4は、ピアスの有無と男女ごとの印象の平均点である。ピアスをつけた男性顔の親しみやすさが高い。図5から、女性よりも男性の方が親しみやすい顔と認知されていたことがわかる。

考 察

本研究では、佐藤ら(2009)の研究をもとに、ピアスを耳たぶに着用することで印象形成に影響が与えられるという仮説を立て実験を行った。

実験の結果、耳たぶにピアスをつけることで印象形成にポジティブな影響が与えられるという結果が得られた。男性顔、女性顔ともにピアスを耳たぶに着用した方がポジティブな印象が与えられやすく、仮説が支持された。今回の実験では、回答者が学生や20代前半の人たちがメインであった。田中ら(2014)の調査(表6)では、ピアッシングの許容の割合は学生や20代、30代が高くなって

おり、ピアスやピアッシングという行為そのものへの抵抗の少ない年齢層だったことが原因と考えられる。また、回答者が学生であれば、周囲の人や同年代の人たちにピアッシングをしている人が比較的多く(表3)、友人などにピアスをしている人がいればピアスに対するネガティブなイメージを持っていなかったことも考えられる。日ごろからピアスをしている人に多く触れる機会があれば、ピアスそのものへの抵抗や、ピアスをしている人への抵抗が少なくなり、ピアスを許容しやすくなるという結果が今回の実験でも現れたのではないかと推測される。

「親しみやすさ」が高い傾向が見られた原因として、上記のピアスへの許容という理由の他に、ピアスがおしゃれとして浸透していることが考えられる。宇野・近藤・中川ら(2006)の調査では、学生のピアス経験者は8割が「服装に合わせておしゃれをたのしみたいから」という理由でピアスを着用している。このことから、自分をアピールできるおしゃれの一環としてピアスが浸透しており、ピアスをつけている人に対してネガティブなイメージではなくおしゃれをしているといったポジティブなイメージを抱いたと思われる。そういったポジティブなイメージが「親しみやすさ」という面で現れたと考えられる。加えて今回使用した写真画像では、男性は歯が見えるほど笑顔であった。女性も口角はあがっているものの男性顔のほうが笑顔であるようにとれる。ピアスによって顔を引き立てる効果が、より笑顔であった男性顔に現れたと考えられる。

「活動性」に関して大きな差が見られなかったのは、「活動性」が「目元の鮮明さ」、「眉と口元の鋭さ」、「眉の太さと顔のつくりの荒さ」と関係

表6. 世代ごとのピアスの部位による許容の割合

	学生 (N=360)	20代 (N=49)	30代 (N=50)	40代 (N=36)	50代 (N=50)	60代以上 (N=38)	全体 (N=583)
耳たぶ	98.3%	100.0%	100.0%	94.4%	100.0%	89.5%	97.9%
耳の軟骨	83.6%	79.6%	88.0%	61.1%	68.0%	47.4%	78.6%
鼻	23.1%	40.8%	50.0%	11.1%	6.0%	2.6%	23.3%
口	14.2%	32.7%	54.0%	5.6%	2.0%	5.3%	17.0%
舌	10.0%	18.4%	30.0%	0.0%	0.0%	2.6%	10.5%
へそ	59.7%	73.5%	68.0%	38.9%	30.0%	13.2%	54.7%

印象形成におけるピアスが与える影響について

しているという林（1978）の調査に当てはまる変化が少なかったためであると考えられる。今回の実験で使用した画像は、ピアスあり、ピアスなしともに同じ人物の同じ写真であり、耳たぶ部分にピアスに見えるような描きこみを行っただけであった。林の調査で明らかになった「活動性」との関係性は強い部分の変化や編集は全くしていないため「活動性」に強く影響を与えることはなかったと推測される。今回は耳たぶ部分のみにピアスをつけての実験であったが、眉部分や口、下などにピアスをつければ、「眉と口の鋭さ」や「眉の太さと顔のつくりの荒さ」に影響を与え、「活動性」の印象にも変化がみられると推測できる。今回の実験では、耳たぶに左右1つずつのピアスを付けていただけであったため、回答者がこれに気がつかなかった可能性も考えられる。無意識下でも「親しみやすさ」には影響が表れたが、「活動性」に関しては上記の理由などもありピアスが印象形成に影響を与えにくかったのではないかと推測される。これは今後の研究課題としていきたい。

男性顔と女性顔の印象の平均値は、全体としてピアスをつけた顔の方が高い傾向がみられた。また男性顔のピアスありは、ピアスなしの顔に比べ印象がかなり高くなっており、女性がピアスをつけるより、男子がピアスを付けたほうがより、印象をポジティブなものにするには効果的であることが分かる。この理由としてピアスを着用する女性が多いことが考えられる。

男性が身に付けるピアスより女性が身に付けるピアスの方が、おしゃれやファッション性が強くみられる。実際に、街中で売られているピアスも女性向けに作られているものが多く見られ、女性向けのもはピアスの専門ショップだけではなくアパレルショップやインターネット通販などでも数が多い。しらべの調査によるとピアスホールを空けている男性の割合は6.5%であり、女性の32.1%に比べるとかなり少なくなっている。ピアッシングの経験割合は女性の方が男性より高くピアスの着用という点で浸透はしている。そのため、おしゃれの一環や自分をアピールする手段としては、効果が見られにくかったのではないだろうか。逆に男性はピアスをしている人そのものが少なく、ピアスをしている人に対してポジ

ティブな印象効果が強く働いたと推測できる。

今回の実験では、耳たぶ部分に黒いピアスを左右1つずつつけた画像という条件で行った。しかし、ピアスは耳たぶ以外の部分にもつけることが可能な装飾品である。他の部分では表2、表6のように許容されづらい箇所が多く、今回の結果とは違った印象形成への影響が考えられる。耳たぶに関しても、1カ所だけではなく2カ所、あるいはもっと多くのピアスを装着することができる。今回の実験で、ピアスが左右1つずつの着用であればポジティブな印象が与えられるということが分かったが、ピアスの個数が増えることで印象が大きく変わる可能性も大いにあり得る。ピアスの色や大きさに関しても同じである。また、調査対象者の年齢や使用した写真の人物の年齢についても今回と同様の実験を行い検証する必要がある。また、今回の質問紙では回答者が顔写真のピアス部分に気が付いていたかどうかという点を調査していなかった。ピアスを着用していると認識していたのか、ピアスは認識しておらず無意識のうちにピアスが印象形成に影響を与えていたのか。これらの課題を踏まえ、今後の研究を展開していく必要があると考えられる。

引用文献

- Elliot et al. (2010). Red,rank,and Romance in Women Viewing Men. *Journal of Experimental Psychology:General*, 139,399-417.
- GAHAG 著作権フリー写真・イラスト集 (<http://gahag.net/>)
- 鈴木公啓 (2020). 『装いの心理学』69-80p, 北大路書房
- 林文俊 (1978). 『対人認知構造の基本的次元についての - 考察』名古屋大学教育学部紀要 (教育心理学科), 25, 233-247
- 林文俊 (1978) 『相貌と性格の仮定された関係性』名古屋大学教育学部紀要, 25, 41-55p
- 林伸二 (2006). 『第一印象の形成』青山経営論集 第40巻第4号 (https://www.jstage.jst.go.jp/article/itej/63/11/63_11_1637/_pdf/-char/ja)
- 風戸真理 (2017). 『身体装飾をめぐる子ども・大人・社会の交渉』Contact Zone 特集論文

(https://repository.kulib.kyoto-u.ac.jp/dspace/bitstream/2433/228328/1/ctz_9_347.pdf)

村澤博人 (2002). 『ピアスの時代』 おしゃれ白書 1991-2000, 化粧文化, 42, 78-81p

大久保智生・井筒芽衣・鈴木広啓 (2011) 『PAC 分析を用いた青年のピアッシングへの意味づけの質的研究：身体装飾としてのピアスに関する研究 (2)』 繊維製品消費科学, 52, 121-128p

越智啓太 (2013). 『美人の正体 外的魅力をめぐる心理学』 実務教育出版

Stevenage.S.V・Y.McKay . 『Model Applicants: The Effect of Facial Appearance on Recruitment Decisions』 British Journal of Psychology,1999.Vol90 part2 p221-235

佐藤慈・児守啓史・青木直和・小林裕幸 (2009). 『写真の明るさとコントラストが印象形成に与える影響』, 映像情報メディア学会誌, 2009, 63 巻, 11 号, p1637-1644 (https://www.jstage.jst.go.jp/article/itej/63/11/63_11_1637/_pdf/-char/ja)

田中孝・水津幸恵・大久保智生・鈴木広啓 (2014). 『身体装飾としてのピアス・いれずみの実態とそのイメージの検討：身体装飾としてのピアスに関する研究 (3)』 香川大学教育学部研究報告書第 1 部 142, 53-62 (file:///C:/Users/ichi%20sato/Downloads/AN00038237_142_53-62.pdf)

高橋超 (1970). 『印象形成過程の研究 (II)』 教育・社会心理学研究, 1970, 9 巻, 1 号, p61-69 (https://www.jstage.jst.go.jp/article/jjesp1960/9/1/9_1_61/_pdf/-char/ja)

タカハシマコト (2019) 『ピアスを開けているのはどんな人?』 しらべえ (<https://cuttly/Cjj7URu>)

宇野保子・近藤信子・中川早苗 (2006) 『身体装飾について:第1報 ファッション意識との関連』 中国学園紀要, 5, 1-8

そして、質問紙の回答に協力していただいたすべての方に心から感謝いたします。みなさんが回答していただけなければ論文はできておりません。ありがとうございました。

謝 辞

本論文を作成するにあたり、助言や指導を下さった有馬淑子先生に感謝します。また、質問紙、論文の作成、質問紙の配布に協力していただいた友人に感謝します。ありがとうございました。