意図的な表情模倣が他者の魅力に与える効果

○石川健太¹・大久保街亜¹

(専修大学人間科学部)

キーワード：表情模倣，表情表出，魅力

Effect of intentional mimicry on the attractiveness of others

Kenta Ishikawa¹ and Matia Okubo¹

(¹Senshu University)

Key Words: facial mimicry, facial expression, attractiveness

目 的

笑顔の人を見ると，自然と自分自身も笑みを浮かべてしまうことがある。このような現象は表情模倣と呼ばれる(Hess & Blairy, 2001; Blairy et al., 1999)。Blairy et al. (1999)によると，表情模倣は他者の感情状態を把握する機能があり，他者の表情の再現を行うことが，他者理解を促進させると述べている。

Stel & Vonk (2010)は意図的な表情模倣が他者評価に与える効果を検討した。この研究では他者との交流場面において表情模倣の有無を操作することで，他者に対する共感の程度を評価した。結果，表情模倣を行った人は，行わなかった人よりも共感的で，交流がスムーズに行われたと評価された。

Stel & Vonk (2010)の研究では，表情模倣が他者評価に影響を与えることが示唆された。では，表情模倣は他者の魅力にも影響を与えるのであろうか。共感を抱く人物は魅力的に評価されることが，報告されている(Jankowiak-Siuda et al., 2015; Müller et al., 2013)。したがって，表情模倣によって，他者との感情体験の共有が生まれるならば，表情模倣を行った相手への魅力が高まることも考えられる。ただし，こうした効果は表情を問わず生じるのか，あるいは特定の表情にのみ生じるのかはわからない。そこで本研究では，笑顔と悲しみ顔に焦点を当て，意図的な表情模倣が他者の魅力に与える効果を検討する。結果の予測としては，表情模倣を行わなかった人よりも行った人に対する魅力が高く評価される。そして，こうした効果は，悲しみ顔よりも笑い顔においてより強く生じることが予測される。

方 法

評定者 男子大学生 38 名であった。平均年齢は 20.71 歳，標準偏差は 1.31 であった。

表情刺激 表情刺激として，女性モデル 30 名の顔写真を用いた。女性モデルの表情は，笑顔，悲しみ顔の 2 表情があった。

課題 参加者はディスプレイに提示された顔写真に対する魅力評定を 7 件法(とても魅力的でない～とても魅力的だ)で行った。参加者は模倣教示あり群となし群 2 つにランダムに振り分けられた。模倣教示あり群の参加者には，“実験中は提示された写真と同じ表情を作って魅力の評価をしてください”と教示し，表情刺激と同じ表情をしながら魅力の評価を行った。模倣教示なし群では，こうした教示は行わなかった。

参加者の気分状態の測定のために，Forgas & East (2008) が使用した気分状態を測定する質問紙を用いた。質問項目は平穏な～神経質な，幸せ～不幸せ，良い～悪いの 3 項目について 6 件法で回答するものであった。参加者はこれらの質問項目について，表情刺激の評価前，笑顔の魅力評価中，悲しみ顔の魅力評価中に回答した。実験デザインは，モデルの表情(笑顔，悲しみ)の被験者内 1 要因，模倣教示(あり，なし)の被験者間 1 要因とした混合計画であった。

結果と考察

実験計画に示した各条件について，参加者の評定値を算出した(Figure 1)。分散分析を行った結果，表情の主効果が有意であり($F(1, 36) = 62.63, p < .001, \eta_p^2 = .63$)，笑顔は($M = 3.57, SE = 0.13$)，悲しみ顔よりも($M = 2.34, SE = 0.12$)，魅力が高く評価

された。表情と表情模倣の交互作用は有意傾向であった($F(1, 36) = 3.54, p = .068, \eta_p^2 = .09$)。笑顔に対する表情模倣が先験的に予測されるため，笑顔条件について，表情模倣の有無を要因として t 検定を行った。その結果，Figure 1 に示すように，表情教示あり群の方がなし群よりも，魅力が高く評価された($t(36) = 2.59, p = .014, d = .84$)。一方，悲しみ顔では，表情模倣の有無による魅力のちがいはなかった($t(36) = 0.45, p = .65, d = .15$)。

表情顔刺激の評価前，笑顔の魅力評価中，悲しみ顔の魅力評価中の気分状態の変化を測定するために，気分得点の変化量を算出した。変化得点の算出方法は，評定前の得点から魅力評定時の得点の差分によって求めた。気分変化得点は+であればポジティブな気分，-であればネガティブな気分に変化したことを示す。実験計画に示した各条件について，気分変化得点を算出し分散分析を行った。その結果，表情と模倣の有無の交互作用($F(1, 36) = 12.32, p < .001, \eta_p^2 = .22$)が有意であり，笑顔条件で，表情模倣あり群の方($M = 0.68, SE = 0.18$)がなし群よりも($M = 0.03, SE = 0.16$)，得点が高かった($t(36) = 2.66, p = .011, d = .87$)。一方，悲しみ顔では模倣の有無によるちがいはなかった($t(36) = 0.59, p = .55, d = .19$)。

Figure1 Facial attractiveness for each experimental condition: (Error bars indicating standard errors)

実験の結果は，本研究の仮説を支持するものであり，笑い顔に対する表情模倣は，表情模倣を行った他者の魅力を高めることが示唆された。また，表情刺激の評定前と，笑い顔の顔写真の評定中における参加者の気分状態の変化を測定すると，ポジティブな感情への気分変化が生じていた。これらの結果は Stel & Vonk (2010) の報告と一致するものであり，表情模倣を行うことは他者との感情の共有を引き起こし，その人への魅力を高めることが示唆された。一方，こうした表情模倣の効果は，悲しみ顔では生じないことが示唆された。この結果は，笑顔よりも悲しみ顔は，表情模倣による感情の共有が生じ難かったことが関わると思われる。これを裏づけるように，表情刺激の評価前と悲しみ顔の魅力の評価している際の参加者の気分状態に変化はなかった。

これらの結果は，表情模倣が自身の気分状態や他者の魅力に与える効果は，他者の表情に依存するものであり，笑顔などのポジティブな表情において生じることが示唆された。