

かわいさと幼さ：ベビースキーマをめぐる批判的考察

入戸野 宏

広島大学 大学院総合科学研究科
〒739-8521 広島県東広島市鏡山1-7-1

1. はじめに

“かわいい”という言葉は私たちの日常生活にあふれている。かわいいと表現される対象は多岐にわたるため、何がかわいいかを一般的に定義するのは難しい。しかし、“かわいい”という言葉で共通に理解できる心的状態があることは確かである。“かわいい”を理解するには、対象がもつ属性に注目するよりも、対象に触れて生じる個人の反応に注目する方が近道である。

著者は、心理学・行動科学の立場から、“かわいい”の二層モデルを提案した¹⁾。研究を進めるにあたり、生物学的な基盤をもつ感情としての“かわいい”(以下、“かわいい”感情)と、文化的価値観としての“かわいい”という2つの層を想定した。“かわいい”とは、幼児に対する愛情から派生して、意識主体にとって害がなく緊張を感じさせず、保護したいというポジティブな感情を喚起させる対象をさす形容詞であると定義できる。ここでいう保護とは、上から下への関係だけでなく、その状態を維持してほしい／見守りたいという気持ちも含む。このような感情としての“かわいい”が、日本文化の特徴によって社会的に注目され、現在の“かわいい”文化の隆盛につながったというのが二層モデルの骨子である。

“かわいい”という言葉は、赤ちゃんに代表される幼く弱いものに対して使われる。文化論においても、かわいいは子どもっぽさや未成熟と結びつけて語られることが多い^{2,3)}。しかし、

幼さとかわいさがどのような関係にあるのかは十分に整理されていない。本稿では、この問題について実験心理学の立場から批判的に考察する。まず、幼い動物に対して“かわいい”と感じる理由を論じたベビースキーマ説を紹介する。次に、幼さとかわいさの関係を調べるために行った質問紙調査の結果を紹介する。最後に、かわいさは、養育や保護ではなく、社会的関与を促進する機能があると主張する最近の仮説を紹介し、“かわいい”感情が行動に与える2種類の効果を説明する。

2. かわいさの原点：ベビースキーマ

かわいさ(cuteness)に関する実験心理学研究のほとんどは、ベビースキーマ(Kindchenschema, 英語ではbaby schema, babyishness, babyiness)という概念に基づいて行われている。オーストリアの動物行動学者Konrad Lorenzは、非力で助けの必要な幼い動物に出会ったときに生じる体験—“かわいい(愛くるしい, herzig)”と表現される—について、他とは異質の独特な体験であると考えた^{4,5)}。そのような体験を生み出す対象の特徴を内省によって検討し、(1)身体に比して大きな頭、(2)前に張り出た額をとまなう高い上頭部、(3)顔の中央よりやや下に位置する大きな眼、(4)短くてふとい四肢、(5)全体に丸みのある体型、(6)やわらかい体表面、(7)丸みをもつ豊頬、といった項目を挙げた。これがベビースキーマとよばれるものである。Lorenzは、これらの特徴の数と強度が増えれば、対象が人間であっても動物であっても非生物であっても、よりかわいいと感じられると述べた。また、このような

2013年冬季大会シンポジウム講演。

特徴に対する反応は、1歳から1歳半の子どもであっても生じるので生得的な本能行動であり、幼い個体の養育や保護に関連していると推測した。

ベビースキーマの数や強度を増やした線画や写真がよりかわいいと感じられることは、その後の実験研究によって繰り返し示されている(詳しくは入戸野¹⁾を参照)。しかし、ベビースキーマという名称は誤解を生みやすい。第1に、この説は“幼い動物はベビースキーマを持つので無条件にかわいい”と主張しているわけではない。幼い動物をかわいいと感じるのはその個体の身体的特徴に対する反応だと述べているだけである。また、人間と他の動物ではベビースキーマが異なることも示唆している。幼い動物であっても、人間にとってのベビースキーマの程度が低ければ、かわいいとは感じられない。Lorenz自身、アカゲザルやヒヒの子どもは頬がこけているので、かわいいとは感じられないと書いている。第2に、“幼い個体ほどベビースキーマが多い”と述べているわけでもない。ベビースキーマは幼い動物の形状を計測して得られたものではなく、Lorenz自身がかわいいと感じる身体的特徴を列記したものにすぎない。実際、ベビースキーマの中には生まれた後に増加していくものがある。たとえば、未熟児は正常出産児に比べて目が小さく顔の丸みが少ない⁶⁾。目の丸さ(縦の長さ/横の長さ)も出生直後は小さく、生後半年で急激に増加する⁷⁾。これと並行して、未熟児よりも正常出産児の方がかわいいと評価され⁶⁾、出生直後より9~11カ月齢の子どもの方がかわいいと評価される^{7,8)}。このように、幼いことはかわいいと感じるための十分条件ではない。幼いものもっている一部の要素がかわいいと感じられるのである。

かわいいと感じられるのは身体的な特徴にかぎらない。子どもの未熟な考え方を聞くと、かわいいと感じることがある。しかし、子どもの考え方であれば何でも好意的に捉えられるわけではない。Bjorklundらは、超自然的な考え方

をする子ども(例:曇りの日に太陽が出てこないのはなぜかと聞かれて、太陽が怒っているからだと答えた子ども)はかわいいと好意的に評価されるが、未熟だが超自然的でない考え方をする子ども(例:1分間で20枚の絵のうち何枚を覚えられるかと聞かれて、全部覚えられると答えた子ども)はネガティブに評価されると報告した⁹⁾。なぜそうなのかは明らかでないが、幼く未熟なことがかわいさに直結しないことを示す一例である。

3. 幼さと関係しないかわいさ

著者らは、男女大学生を対象にした質問紙調査により、かわいさと幼さの関係を検討した¹⁰⁾。インターネットや雑誌、インタビューを情報源として、“かわいい”と感じることのある対象(単語または句として記述されるもの)を93項目集めた。166名(男性71名、女性95名)の大学生をランダムに2群に分け、一方の群には各項目のかわいさを、他方の群には各項目の幼さを5件法(1:全くそう思わない—5:とてもそう思う)で回答してもらった。かわいさを尋ねる質問紙に答えたのは84名(男性44名、女性40名)、幼さを尋ねる質問紙に答えたのは82名(男性27名、女性55名)であった。各回答者に一つの次元でのみ判断してもらったのは、“幼いものはかわいい”という先入観によって回答が歪むのを防ぐためである。男女別に項目ごとの平均評定値を求め、相関分析やクラスタ分析を行った。

項目ごとに求めたかわいさと幼さの平均評定値には、中程度の正の相関が認められた(男性 $r(91)=.50$ 、女性 $r(91)=.45$ 、全体 $r(91)=.50$ 、すべて $p<.001$)。男女別の平均評定値を用いてクラスタ分析を行ったところ、93項目を4つのクラスタに分けることができた。図1に示すように、右上がりの対角線上に、“低幼い—低かわいい”(16項目、例:人体模型、トカゲ)、“中幼い—中かわいい”(37項目、例:ピンクのもの、人形)、“高幼い—高かわいい”(6項目、例:赤ちゃん、子ども)という3つのクラスタが並

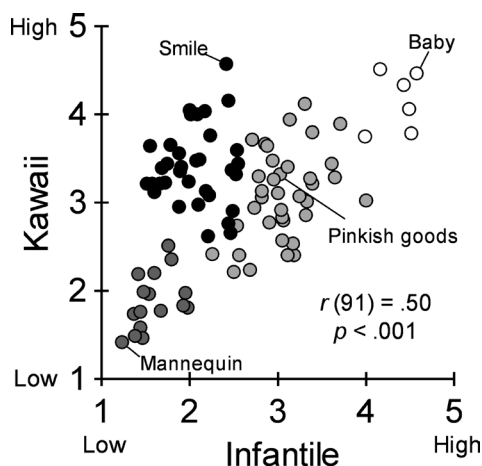


図1 93項目に対するかわいさと幼さの平均評定値と4つのクラスター¹⁰⁾

び、幼さとかawaiiさの正の相関を形成していた。残りの1つが、幼さの評定値は低いがかわいいと評定される“低幼い—高かわいい”（34項目、例：笑顔、女性）というクラスターであった。意外なことに、93項目中でかわいさの評定値が男女ともに最も高かったのは、このクラスターに属する“笑顔”であった（男性4.43、女性4.73）。かわいさの典型と考えられる“赤ちゃん”に対する評定値は、男性4.36（93項目中2位）、女性4.58（同4位）であった。これらの結果から、幼さとかawaiiさは関連しているが、幼さはかわいさの必要条件ではない（幼さと関係しないかわいさも存在する）ことが示された。

4. “かわいい”感情の機能

幼さがかわいさの十分条件ではなく必要条件でもないとするならば、“かわいい”と感じることにはどのような心理学的意味があるのだろうか。ベビースキーマ説で想定する、幼い個体の保護や養育に関係した本能行動という説明は当てはまらない。近年、ShermanとHaidtは、かわいさに対する反応（cuteness response）を、社会や個人への関心や福祉と結びつけた道徳感情として捉える仮説を提案した¹¹⁾。かわいさと感じることは、保護や養育に関係するというより、相手に社会的価値を認め、交流しようと

いう動機づけを高めるものであるという。このとき相手に心的状態を認めるメンタライジング（mentalizing）の傾向が強まる。動物や人工物を人間のように扱う擬人化もメンタライジングの一種である。かわいさ反応の対極にあるのが、嫌悪（disgust）である。嫌悪はもともと不快な食物への反応であるが、社会的関係にも適用される。汚い（負の社会的価値がある）人を忌避するのだが、このとき相手に心があると考えなければ、動物や人工物に対してのみ許されるような扱いができる。それとは反対に、かわいさ反応は、相手に正の社会的価値を見だし、社会的関与を動機づける感情メカニズムであると主張した。この仮説を支持する証拠として、生まれたばかりの子どもはかわいくないという上述の知見⁶⁻⁸⁾や、子どもは無表情でいるよりも笑顔でいる方がかわいさと評価される¹²⁾という知見を挙げている。

笑顔には社会的関係を強める機能がある。著者らが行った調査でも、笑顔は男女ともに最もかわいさと評定された¹⁰⁾。ShermanとHaidtは、かわいさ反応の効果が、（一貫した多面的身体変化を伴う）情動によって仲介されているかは明らかでないとして述べている。しかし、かわいさのものを見たときに最も顕著に生じる身体反応は微笑である¹³⁻¹⁵⁾。笑顔をかわいさと感じ、笑顔に対して笑顔で応えるという交流によって、双方の“かわいさ”感情が増強されることも考えられる。このような、いわば“かわいさスパイラル”とも呼べる社会的関係が、情動反応（感情表出）を基盤にして成立していることはありうる。

著者らは、さまざまな対象に抱く“かわいさ”感情に共通する心理的要因を探るために、質問紙調査を実施した¹⁶⁾。かわいさと思う対象として、以下の4つのカテゴリを取り上げた。ベビースキーマ（例：赤ちゃん、小動物、ぬいぐるみ）、ヒト（例：笑顔、元気で明るい人、自分をしたってくる人）、モノ（例：花、アクセサリー、洋菓子）、独自（多くの人に理解してもらえないとしても、自分にとってはかわいさ

と思えるもの。例：トカゲ、きのこ、ぶさいくなもの)の4カテゴリである。大学生180名(男性86名,女性94名)に,それぞれのカテゴリについてイメージしてもらった後,“かわいさ”と“幼さ”,接近動機(“近づきたい”“そばに置いておきたい”),養護動機(“困っていたら助けたい”“保護したい”)の6項目についてそれぞれ5件法で尋ねた。その結果,対象によって評定プロフィールに顕著な違いが認められた。幼さと養護動機の得点は,ベビースキーマカテゴリに対して高く,モノカテゴリに対して低かった。ヒトと独自カテゴリは両者の中間であった。このことは,さまざまな対象に抱く“かわいい”感情が質的に異なることを示している。6つの質問項目間の相関は高かった。かわいさと各項目との関係についてそれ以外の4項目の得点を統制した偏相関係数を求めたところ,4つのカテゴリで一貫して,かわいさは接近動機に相当する項目と有意に関連していた。対象の性質によって,“近づきたい”と関連するカテゴリ(ベビースキーマ,ヒト,独自)と,“そばに置いておきたい”と関連するカテゴリ(モノ)があった。他方,幼さや養護動機に相当する項目(“困っていたら助けたい”“保護したい”)とかわいさとの偏相関はすべてのカテゴリで有意でなかった。これらの結果は,“かわいい”と感じる心理状態には対象によって質的な差があるが,そこに共通する要因として接近動機があることを示している。ベビースキーマをもつ対象であっても,かわいさは養護動機ではなく接近動機と関連していた。

5. おわりに

以上の考察から,(1)かわいさは幼さと直接関係していないこと,(2)“かわいい”感情は対象に接近して社会的な関係を持つとしようとする動機と関連していることが示唆された。“かわいい”の根底にはベビースキーマがあるという古典的な枠組みは再考する必要がある。

これまでの研究を総合すると,“かわいい”感情が行動に及ぼす効果は大きく2種類に分け

られる。一つは,社会的交流を促進し相手を人間的に扱うようになる領域特異的な効果である。幼い動物の写真を見た後は,成体動物の写真を見た後よりも,人工物(たとえば,掃除ロボット)を擬人化して扱おうとする(名前をつける,話しかける)傾向が強くなるという¹¹⁾。また,かわいいもの(子どもの写真や犬)を傍に置いておくと,街頭でアンケート調査に協力してくれる人の割合が増えるという報告もある¹⁷⁾。こういった知見は,製品への愛着や製品を介した対人コミュニケーションの研究につながっていくだろう。

もう一つは,強い接近動機を伴うポジティブ感情もたらす一般的な効果である。かわいい写真を見た後には行動が慎重になるという知見がある¹⁸⁾。この効果は養育とは関係のない課題でも生じ,注意の範囲が狭くなることと関連している¹⁹⁾。かわいいものを身の回りに置くことで,注意集中が必要な場面(運転や事務作業)において行動傾向を調整することができるかもしれない。かわいい写真を見た後に作業を慎重に行う傾向は,向社会的な志向性(他者の役に立ちたいという価値観)をもつ女性の方が強いという報告²⁰⁾もあるので,このような効果も社会性と無関係ではなさそうである。

かわいさがもたらす効果をデザインに利用する工学的な研究も行われている²¹⁾。しかし,“かわいい”の本質を心理学的に理解しないまま,かわいいと評価される刺激要素を手当たり次第に探索しても,理論の発展は期待できないし,汎用的な知識も得られない。心理学・行動科学的な視点に立って体系的に“かわいい”の研究を進めることで,人間に対する理解も産業への応用もすすむだろう。

謝辞 本稿は,日本感性工学会かわいい人工物研究部会2周年記念シンポジウムと日本視覚学会2013年冬季大会シンポジウムで発表した内容に加筆したものである。本研究は,科学研究費補助金(基盤研究(B)23330217)により実施した。

文 献

- 1) 入戸野 宏：“かわいい”に対する行動科学的アプローチ。広島大学大学院総合科学研究科紀要I人間科学研究, **4**, 19–35, 2009.
- 2) S. Kinsella: Cuties in Japan. L. Skov and B. Moeran (eds): *Women, media and consumption in Japan*. Curzon Press, Richmond, 220–254, 1995.
- 3) 四方田犬彦：「かわいい」論，ちくま新書，2006.
- 4) K. Lorenz: Die angeborenen Formen möglicher Erfahrung [Innate forms of potential experience]. *Zeitschrift für Tierpsychologie*, **5**, 235–409, 1943.
- 5) K. Lorenz: *Über tierisches und menschliches Verhalten: aus dem Werdegang der Verhaltenslehre*. Piper, München, 1965. 丘直通，日高敏隆（訳）動物行動学II，思索社，1989.
- 6) R. A. Maier, D. L. Holmes, F. L. Slaymaker and J. N. Reich: The perceived attractiveness of preterm infants. *Infant Behavior and Development*, **7**, 403–414, 1984.
- 7) 根ヶ山光一：子どもの顔のかわいらしさの縦断的発達変化に関する研究。早稲田大学人間科学研究, **10**, 61–68, 1997.
- 8) K. A. Hildebrandt and H. E. Fitzgerald: Adults’ perceptions of infant sex and cuteness. *Sex Roles*, **5**, 471–481, 1979.
- 9) D. Bjorklund, C. Blasi and V. Periss: Lorenz revisited: The adaptive nature of children’s supernatural thinking. *Human Nature*, **21**, 371–382, 2010.
- 10) 井原なみは，入戸野 宏：幼さの程度による“かわいい”のカテゴリ分類。広島大学大学院総合科学研究科紀要I 人間科学研究, **6**, 13–18, 2011.
- 11) G. D. Sherman and J. Haidt: Cuteness and disgust: The humanizing and dehumanizing effects of emotion. *Emotion Review*, **3**, 245–251, 2011.
- 12) K. A. Hildebrandt: The effect of facial expression variations on ratings of infants’ physical attractiveness. *Developmental Psychology*, **19**, 414–417, 1983.
- 13) K. A. Hildebrandt and H. E. Fitzgerald: Adults’ responses to infants varying in perceived cuteness. *Behavioural Processes*, **3**, 159–172, 1978.
- 14) M. Schleidt, W. Schiefenhovel, K. Stanjek and R. Krell: “Caring for a baby” behavior: Reactions of passersby to a mother and baby. *Man-Environment Systems*, **10**, 73–82, 1980.
- 15) 入戸野 宏：行動科学的アプローチによるかわいい人工物の研究。感性工学, **10**, 91–95, 2011.
- 16) 井原なみは，入戸野 宏：対象の異なる“かわいい”感情に共通する心理的要因。広島大学大学院総合科学研究科紀要I人間科学研究, **7**, 37–42, 2012.
- 17) J. Bellfield, C. Bimont, J. Blom, C. J. Dommeyer, K. Gardiner, E. Mathenia and J. Soto: The effect of a cute stimulus on personally-initiated, self-administered surveys. *Marketing Bulletin*, **22**, Research Note 1, 2011.
- 18) G. D. Sherman, J. Haidt and J. A. Coan: Viewing cute images increases behavioral carefulness. *Emotion*, **9**, 282–286, 2009.
- 19) H. Nittono, M. Fukushima, A. Yano and H. Moriya: The power of *kawaii*: Viewing cute images promotes a careful behavior and narrows attentional focus. *PLOS ONE*, **7**, e46362, 2012.
- 20) G. D. Sherman, J. Haidt, R. Iyer and J. A. Coan: Individual differences in the physical embodiment of care: Prosocially oriented women respond to cuteness by becoming more physically careful. *Emotion*, **13**, 151–158, 2013.
- 21) A. D. Cheok and O. N. N. Fernando: *Kawaii*/cute interactive media. *Universal Access in the Information Society*, **11**, 295–309, 2012.