

コミュニケーションとしての装いに関する研究

A Research on the Appearances as the Communication

1W143068-6 高橋 結芽

TAKAHASHI Yume

指導教員 長 幾朗 教授

Prof. CHO Ikuro

概要：本研究は、非言語コミュニケーションとしての装いの有効性の評価を目的としたものである。装いが他者に及ぼす影響や社会の変化を考察し、装うことの意義やコミュニケーションにおける装いの重要性、装いの変化から分かる社会的変化について論じた。装いは、非言語コミュニケーションであり、慣習やジェンダーによる表現や評価をシグナルとして伝達している。また、装いは時代や慣習により定義され、装いの持つメッセージは変遷し続けている。先行研究における評価を歴史的背景として、今日の装いについて評価を行った。本実験では装いの他者への影響に着目し、装いの呈示方法を変えながら客観的評価による実験を行い、比較検討を進めた。そして、実験結果から明らかになった今日の非言語コミュニケーションとしての装いについて考察した。

キーワード：衣服のメッセージ、非言語コミュニケーション、シグナル伝達、印象

Keywords: clothing message, non-verbal communication, signal transduction, impression

1. はじめに

人間は誰でも、いつでも、どこでも装うことを欠かさない。装いは、人間にとって人間であるための条件とも言える。本研究では「衣服」を「環境に対して、障壁、防壁となり、ときには連絡橋、攻撃路ともなり、それが存在することが心理的に大きな支えになるような被覆物」と定義し、衣服や化粧、髪型、アクセサリ、刺青などを身に纏って人間の外観を整えたり変化させたりすることを「装い」と定義した。

2. 装いがもたらす社会性

装いの役割は時代によって変化していくが、大きく分けて実用性・社会性・装飾性の3つが挙げられ、本研究では社会性に着目した。装いの社会性は、自己に対して確認・強化・変容機能をもたらす、他者に対して情報伝達・社会作用機能をもたらす。単に体温調節やお洒落をするためだけでなく、円滑な人間関係を形成し社会の一員として生活するために、装うことは欠かせないのである。

3. 非言語コミュニケーション

メラビアンの法則によると、コミュニケーションにおいて人に影響を与える情報の割合は、言語情報が7%、非言語情報が93%である。時に言語情報を否定し

てしまうほど、非言語情報は大きな役割を担っている。非言語コミュニケーションとしての装いが伝達する情報として、(1)アイデンティティに関する情報、(2)人格に関する情報、(3)態度に関する情報、(4)感情や情動に関する情報、(5)価値に関する情報、(6)状況的意味に関する情報の6つが挙げられる。私達は無意識のうちにこれらの情報を受信・発信している。

4. 装いの現状・課題

社会の変化に伴って、慣習やジェンダーに対する考え方が変化し、その変化は装いにも現れている。従来から築き上げてきた社会的規範やTPOなどの装いに関する固定観念が通用しなくなっており、そえゆえ情報伝達の円滑化を妨げたり、情を発信する側と受信する側の認識のズレを生じさせたり、装いの情報が消失したりなどの課題が挙げられる。しかし一方では、情報化によって従来は不可能であった新たな情報を伝達する装いが登場している。以上より装いの価値や役割、在り方が大きく変化していることが分かる。

5. 客観的評価による実験

実験 1) 人物刺激図を用いた評価実験

1990年に神山らが報告した先行研究を踏まえて客観的評価実験を行った。

表 1. 実験 1 について

評価対象	図 1 に示した身体露出度の異なる人物刺激図 A・B・C・D
呈示刺激の理由	装いの印象を左右する重要な手掛かりであるため
人物刺激図 A・B	先行研究において最も顕著な差の見られた人物刺激図
人物刺激図 C・D	身体露出度にはフィット感(身体の線の露出度)も関係すると考え追加
使用尺度	神山らが作成した 75 項目から構成される服装メッセージ評定尺度
被験者	女子学生 6 名・男子学生 6 名

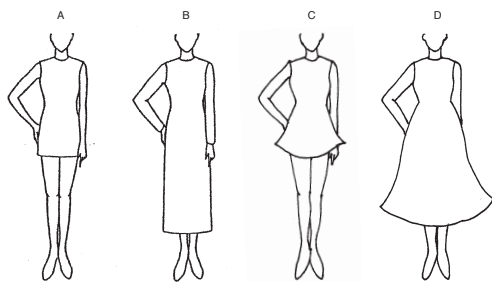


図 1. 実験 1 で用いた人物刺激図

実験 2) マネキンを用いた評価実験

身体露出度の異なる衣服を用意しマネキンに着用させ、実験 1 と同様に客観的評価を行った。

表 2. 実験 2 について

評価対象	図 2 に示した身体露出度の異なる人物刺激図 A・B・C・D
使用衣服の素材	ポリエステル 65%・レーヨン 35%
使用衣服の着丈	A・C 83cm B・D 126cm
使用尺度	神山らが作成した 75 項目から構成される服装メッセージ評定尺度
被験者	女子学生 7 名・男子学生 3 名

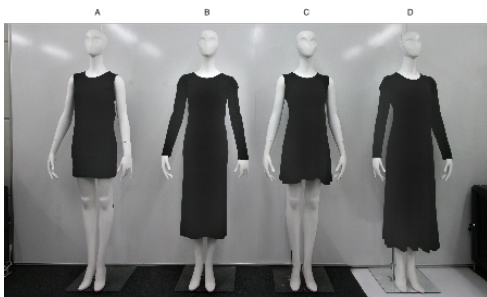


図 2. 装うマネキン

6. 考察

実験 1 及び実験 2 の結果をもとに、装いの情報伝達内容について(1)先行研究と比較、(2)流行感覚、(3)社会良識、(4)仕事、(5)活動性の 5 つの観点から考察を行った。多様化や働き方の変化など社会的背景の変化による影響で伝達内容に大きく変化が見られた。

ジェンダー・フリーや慣習における装いのメッセージの変化、パブリックとプライベートのボーダーレス、フォーマルやソーシャルの喪失、情報化における役割の追加など、今日の装いの意義が大きく変化している。コミュニケーションにおいて装いは重要な役割を果たしており、円滑なコミュニケーションを行うためには欠かせない情報を伝達している一方で、装いが持つメッセージは、時代や社会的背景に左右され、遷移し続けている。装いの自由度が高まっている現代では、伝達内容が個々人の価値観や知識量などによって違いが生じ、その影響はコミュニケーションにまで及ぶ可能性があるということ、私達は認識する必要がある。

7. 今後の展望

本実験の結果から、色や素材などの装いの形以外の要素や評価する人の年齢、衣服関心度も装いの伝達情報内容に関係すると考えられる。以上より、装いの着目する要素を変えたり、組み合わせやシチュエーションを考慮したり、評価する人の傾向を区別して調査を行う必要がある。また、今回は客観的評価のみであったが、自分自身が装う場合の心理的影響や行動の変化など主観的評価も加えて調査したいと考える。装いは自己と他者の双方に効果を有する機能があるからだ。

参考文献

- [1] 牧島邦夫(1995), 「衣服の科学」, 東海大学出版会
- [2] 千村典生(2009), 「ファッションの歴史」, 平凡社
- [3] 神山進(1999), 「被服行動の社会心理学」, 北大路書房
- [4] 神山進、柘田庸(1990), 「容姿の伝達情報内容に関する研究 -肌の露出度について-

図表出典一覧

- 図 1 神山進・柘田庸(1990), 高橋加筆
- 図 2 高橋(2018)
- 表 1 高橋(2018)
- 表 2 高橋(2018)