

アイメイクによる目の傾き錯視量の心理物理学的測定

小川 花

本研究はアイメイクによって目の傾きにどの程度錯視が生じるか、実験的に調べた。1 回目の実験では若い女性の平均顔にツリ目メイク、タレ目メイクを施し、上下法を用いて実験参加者が知覚する目の角度を測定した。結果、ツリ目メイク、タレ目メイクどちらも平均顔よりも目の角度がツリ目、タレ目に知覚された。2 回目の実験では平均顔に加え、平均顔から目の角度を $+4^\circ$ 、 -4° 加工した画像にもツリ目、タレ目メイクを施し、目の角度を測定した。結果、ツリ目メイクに関しては -4° 顔、平均顔、 $+4^\circ$ 顔の順に錯視量が大きかった。タレ目メイクに関しては $+4^\circ$ 顔の方が -4° 顔よりも錯視量が大きく、平均顔と $+4^\circ$ 顔の錯視量には有意な差が見られなかった。この結果から、錯視効果が得られた要因は脳がメイクを施した部分も目の一部として処理したためと考察した。またツリ目メイクがタレ目メイクよりも錯視量が明らかに大きかった要因はメイクを施した対象が「若い」女性であったため、老けた印象を感じさせるタレ目よりも、ツリ目の方が自然に感じられるためと考えた。そして平均的な目の角度に近づけるメイクの方が錯視量が大きかった要因として、実験参加者は目の角度を今までの経験に基づいて知覚し、経験上最もありうる平均的な目の角度により近づけようと知覚しているためと考えた。以上の研究結果から、ツリ目、タレ目メイクの効果が実験的に証明された。そして魅力度が高いとされる平均顔に近づけるメイクは少量でも効果があることが示唆された。(基礎心理学)