

## 女性の身体美志向に関する研究の現状

——身体美に関連した問題を踏まえて——

平川 祥子

### 1. はじめに

有史以来、人は様々な方法で身体を美しくしようとしてきた。入浴や洗髪、歯を磨くというように身体を清潔に保つためというだけでなく、自身が理想とする美しい身体に少しでも近づくため、自身の外見の美的価値を少しでも高めるために、自身の身体に対して様々な行為を行ってきた。化粧が最もその代表的なものであるが、その他にも、調髪・整髪、ネイルアート、ガードルやコルセット等の補正下着の着用、ダイエット、美容整形、などもこの種の行為であると考えられる。こういった行為は、一見男性よりも女性の間で盛んに行われているように見えるが、男性でも髭を剃ったり蓄えたり爪を短く切りそろえたり、また、ダイエットや運動で体型を変えらることなど、様々な美容行為が広く行われており、一概にどちらが多いということとは言えないという（石田、2000）。

近年、科学技術の発展により、エステティック、美容医療等の身体美に関わる産業が飛躍的に発展した。現在、私たちの身の回りには、化粧のように洗えば元に戻ったり、髪や爪のように暫く待てば元のように伸びてきたりするような、元に戻りやすく、比較的加工度の低い、失敗のリスクも少ないものから、永久脱毛、美容整形、豊胸手術のように、直接身体に加工を施すために、元の状態に戻すことは難しく、加工度が高い、失敗のリスクが相対的に高いものまで、実に様々な身体美容のための商品やサービスが存在する。美容医療まで手を伸ばせば、今まで実現できなかったかなり多くのことが実現できるような状況にある。私たちはお金さえ払えば、それらあらゆる商品やサービスを駆使して、自分の身体を自由に理想に近づけていくことが出来る状況にある。しかし、このような状況を考えてみても、やはりクローズアップされてくるの

は女性である。確かに男性においても、様々な身体美容行為が行われているのはその通りだろう。しかし、男性が行う身体美容行為は、男性用化粧品によるスキンケアにせよ、調髪や整髪にせよ、髭を剃る・蓄えるにせよ、女性のそれに比べると加工度が相対的に低いところに集中しているように思われる。それに対し、女性の場合は、化粧やスキンケアなどの加工度の低いものから、エステや永久脱毛など、比較的加工度が高いものまで幅広い身体美容行為において、主要な行為者の位置を占めていると思われる。そして、そういった過熱化する身体美志向（周、2003）の中で、そういった身体美に関わる問題の中核に位置するのもまた女性である。

どうして女性はそこまで身体美に拘るのか？この問題に様々な研究者が答えようとしてきた。本稿では近年指摘されている女性と身体美に関連する問題を概観した後、そういった身体美志向に対して、従来どのような研究がなされてきたのかを踏まえ、今後の研究の展開を探ることとする。

### 2. 身体美に関連する問題

#### (1) 女性のスリム化

身体を美しくするための行為に関連した問題の一つとして、若い女性を中心とした日本人女性のスリム化の問題が指摘されている。平成9年度の厚生白書によれば、個人の体格指標であるBMIは、女性では20～30代を中心に1960年以降30年間一貫して減少している。この値は、男性では戦後一貫して増加しており、この減少傾向は女性特有の現象である。この女性のスリム化傾向は1990年以降も続き、最近の調査では日本人女性のBMIは医学的に最も健康的な数値である22を切り、「痩せ気味」と評価される20.0付近、あるいはそれを若

干切程度と報告するものまでである(切池・永田・白田、1996; 杉森・菅原、2004、など)。

このスリム化の原因としては、女性のダイエット行動の長期化・習慣化の問題が指摘されている(杉森・菅原、2004)。先の厚生省(現・厚生労働省)の調査では、20代で1960年頃に始まったBMIの低下が、10年ごとに次の世代へと広がっていくように見える。これは1960年代に20代だった女性が、1970年代には30代になり、その10年後には40代になりというように、ダイエット行動を習慣化し、痩せ傾向を維持しながら成長していったためと考えられるのである。すなわち、ある世代以降からダイエットは日本人女性の生活習慣として定着していったと考えられる。このスリム化およびその背景のダイエット行動の長期化・定着化の問題は、女性の健康の面からも危惧されるべき問題である。

## (2) 美容整形とプチ醜態恐怖

また、身体的なコンプレックスから安易に美容整形に踏み切る女性が増えているという問題がある。顔の皺取り、二重瞼手術といった、いわゆる「プチ整形手術」が若い女性だけでなく、年齢や性別を問わず幅広い層の人たちにも広がっている。「プチ整形」に明確な定義はないが、一般的にはメスを使わずに施術するものと言われている。短時間で、手術料金が通常十数万円程度と比較的安価であり、従来の美容整形に比べて「気軽に」、「簡単に」、美容整形手術を受けることができる。

厚生労働省統計情報部が2005年11月17日に発表した2005年「医師・歯科医師・薬剤師調査」の概要(複数回答)によれば、美容外科の医師数の伸び率が顕著であり、1996年から隔年で行われた同調査の結果から、美容外科の医師数は1996年から一貫して増加していることが報告されている。この増加傾向は、平均で毎年、前年の1.15倍であり、アレルギー科、心療内科に次いで高い値である。全体の医師数が1.04倍、アレルギー科、心療内科の医師数が倍であることを考えると、美容外科の医師が増加の需要がいかに高まっているか分かるだろう。しかし、こういった需要の高まりを背景に、美容医療の利用による施術不良などの消費者被害も増加しているという問題がある(詳しくは(4)で)。

石井(2003)は、こういった美容整形がブームになる社会を、自分の外見に欠点があるという思いこみに過度にとらわれた結果、深く悩んだり機能障害が生じたりする「身体醜態障害(醜態恐怖)」になぞらえて、「プチ醜態恐怖」の社会であるとし、医療技術が発達し、また美容整形に関する情報が氾濫した結果、自分の身体コンプレックスとうまく付き合うことが出来ず、自分の身体を受け入れ、一生付き合うことが難しくなっており、こういった心理状態が、美に至る最短距離と信じて美容整形に安易に走る人を増加させているのではないかと述べている。化粧品メーカーであるコーセーが毎年、首都圏の女性650人(14歳~64歳)を対象に行っている「一般消費者意識調査」でも、「美容整形に抵抗感はない」という人は2003年度では12.6%で、前年の13.1%、2001年度の11.1%と3年連続で2ケタ台を維持しており、美容整形に対する抵抗感の低下とともに、今後も安易な美容医療の利用による消費者被害の増加傾向が持続すると懸念される。

## (3) 消費者被害の増加

身体を美しくする行為に関連して、ダイエット食品やダイエット薬、化粧品、エステティック・サービスなどによる消費者被害の増加が問題となっている。国民生活センターによると、ダイエット食品や痩せ薬に関する苦情・相談の件数は、1992年度では174件であったが、2001年度では1877件と10倍以上になっている。また、平成16年9月3日に発表された同センターの「美容医療にかかわる消費者被害の未然防止に向けて-概要-」では、美容医療に関わる相談件数が、1997年度から2003年度まで一貫して増加しており、1997年度には年間357件であったのが、2003年度には856件と、2.3倍以上に増加していることが報告されている。相談は20~30代を中心とした幅広い年代層から寄せられ、相談者の性別は男性が21.3%なのに対し、女性は74.6%である。相談内容としては、施術不良(36.5%)が最も高く、次いで、高価格・料金(19.2%)、雑誌広告(16.9%)、解約(16.9%)、返金(14.4%)である。化粧品、痩身・美顔等のエステティック・サービスによる健康被害も同様に増加している。中国製のダイエット薬やダイエット用健康食品を利用していた女性の死亡事故や、脂肪吸引手術後に容体が急変し死亡

し事故、また豊胸手術後に植物人間になった事故も報告されている。こういった問題の裏には、美しくありたいという願望が働いていることは間違いないが、通常であれば「そんなにうまく行くはずがない」と安全性や掲げられた効果を疑っていいものの、そうした疑念に先行してしまうほど身体美志向が加熱している現状が伺える。健康や安全を無視しても「美しくなればいい」、「痩せればいい」という願望の身体美志向はさすがに行き過ぎであろう。過去にハードなダイエットをたびたび行っている人はCMに登場するモニターの中に社会的に望ましいパーソナリティを見出し、ダイエット食品に対しても好意的な態度を示すという結果も出ており(田中、2003)、身体を美しくするための行為が過激化・習慣化することも懸念される。

### 3. 身体美の問題の背景

こういった問題は どうして起きているのか? この問題を解くために、大きく分けて二つの方向からこの問題の全貌を明らかにしようと研究がなされてきた。一つは、身体美の当事者である女性を対象に、動機の部分である身体美願望(痩せ願望、摂食障害傾向、美容整形願望など)を解明していく方向である。これは特に心理学の領域で行われてきた。女性の身体美願望の特徴を把握し、また、そういった願望の高低にどのような要因が影響を及ぼしているかを明らかにしていくことで、問題の一端を探ろうとする方向である。この方向では、身体美願望の中でも特に痩せ願望に関して知見が蓄積されている。

もう一つは、女性の美しさの価値基準を提供している、あるいは女性の深層心理に影響を及ぼしているという理由から、女性雑誌などのメディアによって伝えられるメッセージを手がかりにし、女性の意識を探っていこうとする方向である。これは特に社会学、特に女性学の立場から研究がなされてきた。雑誌に起用されるモデル、コピー、広告、該当する記事の量などを分析する。

以下では、これら二つの研究の流れそれぞれについて概観していく。

#### (1) 心理学の立場から—女性当事者へのアプローチ

##### ① 女性の身体美願望の特徴

女性の身体美願望のうち、特に痩身願望の特徴として、第一にBMIといった客観的評価だけではなく、主観的な身体への満足感や自己評価が、そういった願望に強く影響を与えていることが指摘されている。例えば、水村(久埜)・橋本(2002)は、女子大生の多くがBMIおよび体脂肪率によると標準的な身体特性であるにもかかわらず痩せ願望は持つことを指摘している。また金本・鷲尾(1990)は大学生を対象に身体意識を調査しているが、女性で身体の客観的評価と自己評価との間に差が見られ、また身体への満足度についても女子の7割が痩せ願望を持っていることを明らかにしている。

痩せ願望自体は男性でも認められるが、男性の痩せ願望の場合、痩せ願望に影響を及ぼすのは、体型の認知、身体満足度、容姿の重視度の3つのうち、体型の認知のみであるのに、女性の痩せ願望の場合は、体型の認知、身体満足度、容姿の重視度の全てが影響を与えており、質的に異なったものである(仮屋園、1998)。

この知見を、安易に身体全体の美しさに適用することは避けたいが、こういった、身体認知だけでなく、身体に対する身体満足度や容姿の重視度が強く影響しているという特徴は、整形願望についても同じような傾向があると推測される。また、顔の美しさは、痩せに比べ、更に主観的な基準が影響すると考えられるため、身体満足度や容姿の重視度がより影響力を持つてくると考えられる。

また、男性の場合、太っていることによるデメリット感を低減するために痩せることを願うのに対し、女性の場合は、痩せることによるメリット(得をする、注目されるなど)を感じることで、痩せ願望に繋がっていることも指摘されている(服部・高橋、2004; 馬場・菅原、2000)。さらに男性の場合、自分の体型が気になるのは、身近で具体的な誰かの視線に対してであるが、女性の場合、気になるのは街頭の人々など不特定多数の視線であり、また何よりも自分自身の目であることが指摘されている(馬場・菅原、2000)。このように、同じ身体美願望とは言え、男性と女性とで様相が異なり、異なる質のものであると考えられる。

##### ② 身体に対する不満とステレオタイプとの関連性

痩せ願望に見られたように、女性の身体美願望においては、体型にしろ、鼻の高さにしろ、肌の肌理にし

ろ、自分の身体が「醜い」あるいは「美しくない」という身体への不満が深く関わっていると考えられる。こういった不満を抱く際の判断基準となるのは何であろうか、そしてまた、それらの判断基準に影響を与えるのは何であろうか？

池上・北野（2000）は、痩せ願望について、男らしさ・女らしさというジェンダー・ステレオタイプの影響について検討し、男女という性別の区分だけでなく、身体的外観についてのステレオタイプの種別が身体に対する不満に影響を与えていることを明らかにしている。この研究では、女性では女性の性的な魅力を重視するステレオタイプであれ、繊細さを重視するステレオタイプであれ、そういったステレオタイプを抱く女性ほど自己の身体への不満と変身願望を持ちやすいが、男性では、身体にスマートさを求める新しいタイプのステレオタイプを抱く男性では身体満足度が低くなるものの、肉体的なたくましさ志向する男性では身体的な不満は確認されていない（このことについて池上・北野（2000）は伝統的性別意識の影響を指摘している）。ここで興味深いのは男性において、少ないながらも身体にスマートさを求める新しいタイプの男性では、身体満足度が低くなる点である。

### ③身体不満、身体美願望を持つのに影響を及ぼす要因

前川（2005）は、体型不満や痩せ願望に何が影響を及ぼすのかについて、個人的要因と社会文化的要因の二側面から検討しているが、その結果、他者からの「体型に関する指摘」を経験することは、「痩せに関する価値観」と関連していること、また、「体型に関する指摘」は直接「体型に関する不満」に影響を与えていること、そして、「痩せ願望」に対しては、「痩せに対する価値観」、「メディアの影響」「友人の痩せ志向」が影響力を持っていることを指摘している。その他、父親の養育態度は痩せ傾向を低める形で影響しているという。齊藤（2004）は、女性の摂食障害傾向について、社会的要因（性別役割に対する態度と痩せ志向文化への態度）と個人内要因（自尊感情と相互依存的自己概念）の2側面から検討しているが、その結果、「社会文化的な規範（性別役割、痩せ志向文化）に過剰に適応しようとする自己理解が、自らの自尊感情を低下させて、摂食障害傾向を形成するであろう」という仮説モデルを見出している。

特に個人的特性と身体美願望を研究した研究も存在する。川上（2003）は、美容整形願望に関連する個人的特性について検討しているが、この結果、美容整形に至る以下の三つのルートを見出している。第一は、完璧主義傾向のある人が、外見の魅力を高める行為の一環として、「変身願望」を高め、「美容整形願望」に至るルート。第二に充実感が低く孤立意識を感じている人が、自分でも自分の外見を満足して受け入れることが出来ないために「変身願望」を高め、「美容整形願望」に至るルート。そして第三は、心理的に不適応を起こしている人が、外見への評価や関心の度合いとは関係なく、現状打開のために「変身願望」を高め、「美容整形願望」へ至るルートである。また、長谷川・橋本・佐藤（1999）は健常の一般大学生を対象に調査実験をし、対人関係における基本的構えと摂食障害傾向およびボディ・イメージの歪みの間に強い関連があることを明らかにしている。

また、池上・川西（2005）は、特に社会文化的要因であるメディアの影響について検討しているが、この結果、魅力的な女性モデルを起用したテレビCMの視聴において、モデルに注目して意識することで身体を変容させたいという願望が高まると指摘している。

## (2) 社会学の立場から—メディアの分析

### ①メディアの中に描かれる身体美に関する研究

影響力の大きさゆえ、メディアが伝える内容について様々な研究者が注目して研究してきた。これらは、特に、社会学の領域で盛んに行われてきた。特に雑誌は、特定のターゲットに影響を与えることが出来るというセグメント性の高さ、保存性の高さといった理由から、広く分析が行われてきたメディアである。以下、今までの分析の結果を概観する。

例えば Garner ら（1980）は、1959年から1978年のプレーボーイ誌に登場するモデルとミスアメリカの体型の調査を調査し、アメリカにおける女性の理想体型がスリムになってきていることを指摘している。また、Wiseman ら（1989）は、1979年から1988年までの同モデルの体型を調査し、体型のスリム化がさらに進行していることを指摘している。

また日本においても、例えば、藤田（2000）は雑誌「non-no」を対象に、創刊号から1999年10月20日ま

での667冊を分析しているが、その結果以下のことを指摘している。第一に、ダイエット記事の量は全体的に増加しており(1970年代には年間2件しか取り上げられていないダイエット記事が、1980年代を境に急増し、それ以後も順調に記事の量が伸びている)、またその変化は摂食障害に対する認識の広まり、景気、若い女性のスリム化といった社会的事象との関係が見受けられる。第二に、ダイエットを推奨するばかりではなく、全体として少数ではあるが危険性も取り上げられている。ただし、警告しているようでじつは推奨しているという矛盾した記述が行われているという問題がある。第三に、ダイエットの種類・対象部位・方法は時代によって変化する。第四に、読者の体験談・読者モデルが挑戦・有名人の実践方法の紹介を用いた記事など、理想体重の表記やダイエットを実践したくなるような表現が繰り返さされている。第五に、90年代以降には個人に合わせたダイエット方法を勧める記事の増加している。しかし方法は個人に合わせつつも、同時に「誰もが痩せて美しくなる努力をすべきである」という価値基準を伝えている。第六に、「やせれば良いことがある」という主張が何度も繰り返される。「痩せれば美しくなれる(恋愛が成就する)」・「おしゃれができる」・「理想とするモデルに近づける」など、「良いこと」の内容には時代的な変化がある。第七に、ダイエット食品、ダイエットグッズ、ダイエット関連のコスメティックなどを扱った記事が90年代以降急増し、景気が悪くなるにつれ増加してくる。

また、松浦(2000)はダイエット広告の内容について分析しているが、薬剤・錠剤等を用いたダイエット広告は1983年までほとんどなくその後少しずつ掲載され始め、1990年代に急増することを指摘している。またサウナスーツやバンテージなどの装身具を用いたダイエット広告については1990年代に取り上げられ始めその後急増していることを指摘している。また福田(1997)による、エステ・ダイエットが心身に及ぼす影響を女性雑誌の分析から試みた研究では、ダイエットの効果が単に外見の問題のみならず、その人の内面や生活、人柄、自己管理能力を表すものとして、認識され、語られていることが明らかになっている。

また、諸橋(1994)による女性雑誌30誌の美容・整形外科・エステティックサロン・脱毛・痩身・ダイエ

ット食品・美顔などの広告が含まれる割合とそこで描かれる言説を分析した研究によると、30誌中この種の広告に該当するものは400件近くあり、20ページに1ページがこの種の広告であった。しかも、痩身に関する記事・広告は共通して、「短期間の即効性」「食事制限なし」に「楽に」「大幅な」体重減を売り物にしていることが指摘されている。また、周(2001)による、エステ・ダイエット広告のボディ・イメージを分析した研究では、スリムなボディ、小さい顔、白い肌の3要素が美女の基準として規範的に描かれていることを明らかにしている。またそれに反する特性：ポッチャリしているボディ、特に顔、足、ウェスト、ヒップ、二の腕がしまっていないこと、肌のくすみ、シミ、乾燥などの問題を持つ身体は完全に排除、あるいはそういった特性を持つ人間を「あとちょっとのおんな」だと表現し、その女性全体をまるで不完全な人間として扱うことを指摘している。また、化粧品については、石田(2004)は1931年から1945年までの化粧品広告を分析し、そこで描かれる女性美の変遷を明らかにし、戦時下においては、化粧品を贅沢で奢侈的なものではなく、日用品化するために、優美さではなく、素肌美と若々しさによって視覚化された、「健康美」を称揚する女性像が登場したことを指摘している。

#### 4. 先行研究における課題

女性の身体美志向をテーマに行われてきた、当事者である女性たちへとアプローチするタイプの研究と、また、メディアの内容分析を行うタイプの研究の、二つの流れを概観した。心理学の領域では、女性のスリム化や、ダイエット薬品による消費者被害などの問題の背景にある、女性の身体を美しくしたいという強い願望(特に、痩せ願望)が特に着目されてきた。現在までのところ、そういった願望が女性の方が強いこと、質的に男性のそれとは異なること、何がそれを高めるかについて明らかにされてきた。また、それらの多くの研究が、動機に着目しているために、女性の視点からこの問題を取り上げている場合が多い。例えば女性のスリム化のように、ダイエット行動が長期化・習慣化していることを考えると、そういった痩せであったり、社会的に美しいとされる身体であったりを手に入れることによって、どのようなメリットを享受するこ

とができるのかというような、身体美志向を支える社会システムや、現代社会に存在する美しい身体に報酬を与える仕組みに関する考察が必要であろうと杉森・菅原(2004)は述べている。

また、社会学の分野で主に行われてきた、雑誌分析の研究については、前述のように、雑誌メディアの中の身体美に関連させた分析では特に、どのようなステレオタイプが伝えられているか(美しい身体とはどのようなものか、美しいことのメリットとは何か、など)、あるいはどれくらいそういった内容が伝えられているのか、という点に着目して研究が行われてきた。現在までのところ、そういった雑誌の内容が社会で起こっている問題が生起するのとシンクロするように変化していること、ステレオタイプの表現が多用されていることなどが指摘されている。しかしその反面、根本的な問題である、そういった表現が多用されていたとして、それらがブームになりやすいなど、どうしてこれらがこんなに効果を持つのかということについては問われてこなかった。こういったメディアを通じた消費者被害が指摘されている中で、理想の身体像や身体観といったメディアの伝える内容だけでなく、伝え方も視野に入れる必要があると考えられる。この問題は、雑誌の広告的特質を考えても、説得的コミュニケーション研究に有用な示唆を提供するものとしてもより問われて良い問題であると考えられる。

### 謝辞

本稿執筆に際し、貴重なご意見を賜りました、やまだようご教授に感謝いたします。

### 引用文献

- 1)馬場安希・菅原健介 2000 女子青年における瘦身願望についての研究. 教育心理学研究, 48, 267-274.
- 2)藤田知子 2000 ダイエットブームの実態とその背景: 女性雑誌を通しての考察. 生活社会科学研究, 7, 65-80.
- 3)深谷昌志・深谷和子監修 2001 子どものやせ願望: 見た目を気にする子どもたち. モノグラフ・小学生ナウ, vol.21-2, ベネッセ教育研究所.
- 4)福田然子 1997 エステ・ダイエットが心身に及ぼす影響—女性雑誌の分析—. 家庭科教育, 71(7), 39-43.
- 5)Garner, D. M., Garfinkel, P. E., Schwartz, D., & Thompson, M. 1980. Cultural expectations of thinness in women. Psychological Reports, 47, 483-491.
- 6)長谷川洋子・橋本幸・佐藤豪 1999 対人関係における基本的構えが摂食障害およびボディ・イメージの歪みに与える影響. 健康心理学研究, 12(2), 12-23.
- 7)服部恒明・高橋優子 2004 女子中学生、高校生および大学生のやせ願望とその関連要因. 53, 75-82.
- 8)池上知子・北野佳徳理 2000 ステレオタイプの規範機能に関する一研究—「女らしさ」「男らしさ」が生み出す身体への不満. 愛知教育大学研究報告(教育科学編), 49, 95-102.
- 9)石田あゆみ 2004 一九三〇—一九四五化粧品広告にみる女性美の変遷. マス・コミュニケーション研究, 65, 62-78.
- 10)石田かおり 2000 『化粧せずには生きられない人間の歴史』 講談社現代新書.
- 11)石井政之 2003 『肉体不平等—ひとはなぜ美しくなりたいのか?』 平凡社.
- 12)金本めぐみ・鷲尾濤子 1990 大学生の身体意識に関する研究. 上智大学体育 23, 63-77.
- 13)仮屋園昭彦 1998 鹿児島大学教育学部研究紀要教育科学編, 49, 259-269.
- 14)切池信夫・永田利彦・白田久美子 1996 近年における若い女性の Body Mass Index 低下について 臨床精神医学, 25, 611-617.
- 15)厚生労働省 2005 中国製ダイエット用健康食品(未承認医薬品)による健康被害事例等. <http://www.mhlw.go.jp/houdou/2002/07/h0719-3.html> 検索日: 2005年11月17日.
- 16)国民生活センター <http://www.kokusen.go.jp/news/index.html> 検索日: 2006年2月6日.
- 17)川上由貴子 2003 青年の美容整形願望に影響する個人特性について. 臨床教育心理学研究, 29(1), 77.
- 18)前川浩子 2005 青年期女子の体重・体型へのこだわりに影響を及ぼす要因: 親の養育行動と社会的要因からの検討 パーソナリティ研究, 13(2), 129-142.

- 19)松浦賢長 2000 女性雑誌に見るダイエット広告・記事の変遷. 母子保健情報, 41, 71-78.
- 20)水村(久埜)真由美・橋本万記子 2002 大学生のボディ・イメージと健康に関連する意識・行動および知識に見られる性差. ジェンダー研究, 5, 89-98.
- 21)水島広子 2001 『「やせ願望」の精神病理 摂食障害からのメッセージ』 PHP 新書.
- 22)諸橋泰樹 1994 女性雑誌にみる“痩せ”ブームを探る 松井豊編 『ファンとブームの社会心理』サイエンス社 115-140.
- 23)齊藤千鶴 2004 摂食障害傾向における個人的・社会文化的影響の検討. パーソナリティ研究. 13(1), 79-90.
- 24)周典芳 2001 ファッション誌のエステ広告に見る規範的なボディ・イメージ. 年報人間科学, 22, 59-72.
- 25)周典芳 2003 スリム化社会についての考察. 人間科学研究, 5, 149-165.
- 26)杉森智徳・菅原健介 2004 女たちはなぜやせたがるのか? 菅原健介編著 『ひとの目に映る自己ー「印象管理」の心理学入門』 金子書房 Pp131-152.
- 27)竹内聡・早野順一郎・堀礼子・向井誠時・藤浪隆雄 1993 中学生の体重イメージーマスメディアの影響. 心身医学, 33(8), 691-696.
- 28)田中久美子 2003 青年期女子におけるダイエット食品に対する認知とその背景的要因について. 京都大学大学院教育学研究科紀要 49, 259-269.
- 29) Wiseman, C. V., Gray, J. J., Moismann, J. E., & Ahrens, A. H. (1990). Cultural expectations of thinness in women: An update. *International Journal of Eating Disorders*, 11 (1), 85-89.

(修士課程)