

Title	社会的脈絡における顔コミュニケーションへの文化的視点
Author(s)	大坊, 郁夫
Citation	対人社会心理学研究. 7 p.1-p.10
Issue Date	2007
oaire:version	VoR
URL	<a href="https://doi.org/10.18910/10862">https://doi.org/10.18910/10862</a>
rights	
Note	

***Osaka University Knowledge Archive : OUKA***

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

Osaka University

## 社会的脈絡における顔コミュニケーションへの文化的視点<sup>1) 2)</sup>

大坊郁夫(大阪大学大学院人間科学研究科)

顔は個人的な特徴や社会的脈絡や社会についての社会的、心理的なメッセージを伝えるものである。異なる民族に属する人々はそれぞれにコミュニケーション・メッセージについて異なる基準を持ち得る。顔面表情に違いが見られるように、自分とは異なる文化にある人々の間では共有される意味を正しく理解することが難しいことがある。民族的な親和性があると、馴染みのある自民族の顔特徴をより魅力的で分かり易いと判断しやすいものである。韓国人の表出性の豊かさの背景を考えると分かるように、顔面表情についての規則のような対人コミュニケーション・スタイルには、歴史的、地理的な特徴が重大な影響を及ぼすものである。多くの研究は、異なる民族文化に共通するコミュニケーション特徴もまたその異なる民族文化に異なる特徴もあることを指摘している。顔にかかわるコミュニケーションのメカニズムを文化と関連させて考えると、このような共通性と相違性という二重性は有効な視点の一つと言えよう。顔によるコミュニケーションのもたらす意味は、顔貌特徴、文化規範、表示規則、対人関係、社会的脈絡などの多様な要因によって相対的に決まるものである。

キーワード: 顔形態、顔面表情、社会的スキル、文化比較

### 問題

「文化」とはよく用いられている言葉でありながら、高い一般性をもっては規定し難い概念であろう。包括的には、多くの人々が相応の歴史や習慣的行動を踏まえて築いてきた「精神性」を表し、その精神性を生活のいくつかのルールや過去の遺産的な証憑から知ることはできる。しかし、それは、人々に影響を与えるものではなく、時に人の行動の範囲を拘束する可能性を含むものである。われわれの行動や価値観のテンプレートをなすのが文化であると言えるが、それは一般には緩やかな枠組みを与えるものであり、少なくとも行動を駆動するプログラム群とも言える。それは、一種のモデル的な手本的な指標であるが、影響・拘束の程度については、明確にはし難い点があり、研究者の論議の幅をもたらしている。東京に住む者として、大阪に住む者として無視できないやり方があるという類のものではない。文化を厳密に規定することは容易ではない。しかし、いくつかの面での重なりを持つ、排他的ではない概念として考えることが必要であろう。

文化に伴って人々の行動に反映される違いの例として、言語様式による影響が指摘されている(サピア・ウォーフ仮説, Sapir – Whorf model; ウォーフ, 1993)。

これは、当該の文化において日常的に使用される言語が人の認知や思考に影響を与えるという見解であり、言語が持つ意味と個人内の習慣的思考そして文化のパターンが結びついているとの主張であり、言語相対性仮説の一つと言える。人間の経験や思考の様式はその言語習慣によって暗黙裡に規定されており、従って異なる言語を用いている人々の間では経験や思考の様式も違うのではないかとこの視点を示すものであり、その根拠はい

くつか指摘されている。これは、アメリカの言語学者 Sapir, E とその弟子 Whorf, B. L. が唱えた説で(互いが共同して主張したものではなく、両者が同じ主旨の主張をしていることから、後代に、両者の名を冠した名称となっている)。Whorf はアメリカン・インディアン人のホーピ語の研究において、その特有の文法は、ホーピ族の知覚の仕方や考え方や密接に関連しているとの発見からしだいに、その論を展開している。

文の構造を比較すると、英語や中国語では、「私は＋反対です＋A 氏の意見には」(主語＋述語＋目的語)に対し、日本語では、「私は＋A 氏の意見には＋反対です」(主語＋目的語＋述語)の順となっている。前者は主体の行為を先ず明らかにして後に対象を示す。後者は先ず対象を挙げ、その後に行いを明らかにする。後者は対象を前もって示し、行いの向かう対象・関係を明らかにしながら行為を示すことになり、関係性を優先する構造とも言えるのに対し、前者は当該者の行為や態度を示すものであり、「個人」性を優先するものとも言えよう。

住所表記の例を挙げてみよう。英語では、番地、通り、町(市)、州(県)、国名の順で表すが、日本語では、この正反対の表記となる。日本人の場合には、大枠から次第的に絞っていくものであり(全体から個へ)、前者では、狭い範囲から広域へと一般化していくものである(個から全体へ)。

日本語の場合、物事が起こる原因をあいまいにすることが少なくない。行動主体である主語としてのヒトをあいまいにして、間接的な受動態をとることである。主語となるべきヒトは当該の行為や引き起こされる結果に責任をとらないで済む。しかも、それは、丁寧で柔和な表現とされる。

主体であるヒトを文字通りに主語とすると、直接的過ぎてなじみにくいとされる傾向がある。例えば、「結論がなかなか得られ得なくて、その問題が解決できなかった。」(話し合いに参加しているので、結論を導くことの責任があるが、話し合い自体を主客的に扱い、自分のかかわりは主でないかのように述べている)、「雨に降られて、着くのが遅くなった。」(遅れたのは当人でありながら、天候によるやむを得ないという事由を強調している)などである。

また、人称の表現は文化によって異なる。「相手」を指すのに、英語では、「you」であるが(特定の親密な関係の場合には、sweetheart, darling, dear などはあるが)、ドイツ語では、「du」と「sie」があり、日本語では、「あなた」、「君」、「おまえ」、「汝」など、敬称としては、「様」、「殿」、「さん」、「君」、「名前の呼び捨て(呼称無し)」と社会的地位や性別などによって多様である。呼称が、社会的脈絡に応じて、相手への対応の仕方を変える契機になることを示していると言えよう。それだけに、「コンテキストを読む」ことが社会的に期待される文化を持っていると言えよう。

ここに挙げたのは僅かな例であるが、発想の仕方が部分から全体か全体から部分へという流れのどちらに慣れているかによって、それぞれに応じた思考様式の方向性に違いを生む可能性は否定し難い。

言語システムは、それぞれの文化の特徴を反映するものではあるが、言語システムにのみ表れるものではない。その後の研究では、サピアーウォーフ仮説を支持する研究、反論のいずれも展開されている。基本的には、各人の発想がすべて言語表現スタイル、統語法に規定されるとは言い難いが、発想の仕方に影響することを否定はできない。それが汎個人の現象として規定することは容易ではないが、少なくとも、多数者の行動傾向として想定することは可能であろう。そして、その傾向は、基本的な発想として逐一厳密なカタチではないにせよ、社会的な相互作用に意味を持つと考えられる。

文化自体を全体的に鮮明には扱うのは容易ではないが、上記の例のように、その一端を明らかな資料として扱うことは可能である。文化現象を鳥瞰することは不可能に近いが、その部分的な手がかりを蓄積して、当該のモデルな文化を考えていくことはできる。ただし、文化を具体的な変数として扱えないことは、マツモト(2001)が「文化とは社会的構成概念であると同様に、個人的で心理的な構成概念」と指摘していることからもうかがわれる。即ち、文化を多数者の行動の集積ないしテンプレートとして扱うのか、個人の行動によって示される個別の現象として扱うことができるのかどうかを仕分けする必要がある。しかし、これらの視点が多くの研究では混在している。

具体的な心理事象を扱う立場のアプローチから、ここ

では、文化と感情をつなぐ手がかりとしての役割の大きな、顔の持つコミュニケーション性に注目して述べていくことにする。

顔、表情が果たす役割は大きい。例えば、視線を他者に向けることは、相手に対するフィードバックという機能を果たしたり、説得場面では視線が信憑性を高める役割をするというように、顔のチャンネルが多様な影響力を持つことが指摘されている(Argyle, 1988)。

顔や顔面表情によるコミュニケーション性については、文化的背景という要因がこれまで検討されてきている(マツモト・工藤, 1966)。わが国の美術解剖学の先駆者である西田(1942)は、西洋人の持つ立体性に対して、日本人の身体的特徴として平面性を指摘している。関連して、和服や美術作品(大和絵、浮世絵など)に見られる平面性について述べている。そして、身体的特徴に通じる立体性、平面性を指向するのは自然なことであるとしている(「立体的な顔や身体を持つ彼等が立体的な服飾を彫刻を絵画を制作し、明暗によって動く映画を現実以上に立体的に効果的に美化し誇示すると云ふ傾向は、寧ろ彼等にとっては当然の示向性であり、極めて自然な発展方向であり効果的表現法だとも思へる。」、p.277)。日本人が西洋的な「立体性」を指向し、日本化するには多大な努力と時間がかかるとしている。しかし、その後の異文化受容の速度は急である。大坊(2000)は、日本における魅力的な顔とは、伝統的にはあまり凹凸の少ない「平板な顔」であったが、明治時代、さらに戦後、西欧文化との接触が増加したことにより、より「活動的な顔」、つまり、眉や目を強調した、コミュニケーション性との関連で顔の魅力が論じられるようになってきたと言えよう。

コミュニケーション効果の点からすると、感情を伝達する機能を多く持つ顔面表情の役割は重要である。

高橋(2001)では、どの文化にも普遍的な顔の表情を提示する JACFEE (Japanese And Caucasian Facial Expressions of Emotion)を用いて検討したところ、マツモト・工藤(1996)の結果とは嫌悪の表情で共通点がみられないことが示された。さらに、中村(1991)では1人である場合の基本感情の表出パターンは日米で類似しているが、他者と一緒にいる場面では「悲しみ」や「嫌悪」で日本人の表出が抑制されることが示されている。

これらのことから、文化によって典型とされる顔面表情が異なること、顔自体や顔によるコミュニケーションが心理的、社会的に有する効果は文化を超えて同じとはいえない。文化的な背景を考慮した上で、顔によるコミュニケーションの機能や役割を明確にしていく必要がある。

### 顔の伝達性の文化差

顔の構造的特徴は、民族的・人種の特徴、加齢などの生物学的な面での特徴の違いや変化があるが、それにと

どまらず、社会的脈絡において個人の特徴と結びつけて認知される。民族的特徴の比較という点については、日本人を含むモンゴロイドはコーカソイド、ネグロイドと比較して、その特徴は明らかに異なっている。民族性の比較からするならば、近似性の高いモンゴロイド、アジア系民族との比較は欠かせないであろう。しかも、この民族的特徴は進化的な共通の背景、地理的な要因に通じる気候要因とも関連している。

また、村澤(1992)の指摘にあるように、長年にわたり女の子に人気のある「リカちゃん」人形の例は興味深い。アメリカでは1959年に発売されたバービー人形がある。女の子向けの着せ替え人形で、家族などもあり、多様なバリエーションを楽しむことができる。しかし、当時、日本に輸入され販売されたが、アメリカほどの売れ行きにはならなかった。アングロサクソン系のいかにもスマートな身体つきであり、日本人からすると、「おとな」的であった。これに対して、1967年に発売されたリカちゃん人形は長期にわたり人気を博している。後者は、バービー人形に比べて、こどものような体型で、目が大きく、ベビー図式にのっとった特徴が見られる。このようなところにも、文化的な違いがうかがい得る。なじみのある身体特徴への親近さが選好の基盤として作用していることがうかがわれる。

アメリカで女子大学生が書いたとされたレポートを男子学生が採点したところ、レポートの質以外の効果が働いていることが報告されている(Landy & Sigall, 1974)。条件としてレポートの出来、書き手の顔写真の有無、書き手の顔の魅力の高低を条件として設定している。その結果、出来の悪い場合には採点は書き手とされた人物の外見に影響され、魅力的でない人物条件で採点は辛くなり、写真を提示しない条件ではむしろ魅力的な条件に近いものであった。評定対象の人物の外見の魅力度が知的評価にも影響していたのである。

これに対して、大坊(1993)は、同様な方法で顔の魅力度の効果を検討している。レポートの出来がいい場合にはアメリカでの結果と同様に容貌の条件は関係しないが、レポートの出来の悪い場合には、容貌の条件は影響していた。ところが、その大小関係はアメリカでの結果とは異なり、容貌写真が提示されない条件は、他に比べて最も採点評価が辛くなり、顔の高低魅力条件間には大きな違いはない。一般に、知的な判断を求められている場面において、書き手の外見特徴は直接影響するものではないはずである。特に、日本においては、外見に左右されたくないとの伝統的な規範、知的な判断への敏感さ・集中性が働いているのではないかと考えられる。外見の美醜へのあらわな評価を抑制する社会性、直接の外見美を回避する文化(一種の判断停止的な態度)が今なおこのように影響していると考えられる。日本人の場合には、顔の

魅力度に大きく左右されながら、社会的通念として、外見美を顕示することを控える風潮がある。

日本人の生活様式や行動パターンは伝統的な日本文化によるものから変化している。それは、一口に表現すれば、「腹におさめる」、「顔に出さない」など「内に秘める、耐える」から相互理解を求めての、「積極的に表す」ことに向かっているとと言える。しかし、西欧文化と比べるとまだ抑制的なレベルにある。

Ekman & Friesen(1971)は、緊張を喚起する映画、中性的な映画を見た後のアメリカ人と日本人の感情表出行動を比較している。それによると、緊張を喚起する映画を見た後の同国人との面接において、アメリカ人の場合には不快な感情をあらわにしたのに対して、日本人は愉快そうな表情を呈していたのである。これは、日本人は不快な感情を他者にあまり示さない・示したくないという暗黙の規則に従っていると考えられる。

また、Shimoda, Argyle, & Bitti(1978)は、日本人、イギリス人、イタリア人大学生にいくつかの感情や態度を表現するよう求め、その映像を他の国の学生に示して何を伝えようとしているかを解読させている(Table 1)。英国、イタリア人では、自国人の表情についての解読が最も正確であり、それは、親和性の高い自国人の表現様式を熟知している故と考えられるが、日本人の結果はこれと符号しない。少なくとも、日本人の場合には、伝統的に感情を表出することへの抑制を美德とする意識が強く、かつ、社会的脈絡依存の対人関係傾向があり、したがって、率直に表現できていないので、解読の手がかりが少なく、それ故に、表出性の強い文化にある者にとっては、正確な解読もしいという文化差を反映していると考えられる。

Table 1 英国、イタリア、日本人の顔面表情の解読結果

判定者	英国人	イタリア人	日本人
英国人	61	55	36
イタリア人	52	62	29
日本人	54	56	44
平均	56	57	36 (%)

Shimodaら(1979) 提示された3カ国人の多様な顔面表情についての正解読率

否定的な感情や態度に比べて幸せと友好性についての表出は明瞭であったことも示されていた。このことは、日本人の顔面表情は抑制的であり、あいまい度が高いこと、特に否定的な感情については抑制的であることを示している。日本では、伝統的に能面のように見る者によって多義的に解釈されるような表情が尊ばれてきたこと、すべてを許容するかのような平静さを装うことが美德とされてきたという抑制・間接さを旨とする美意識が根強く働いていると考えられる。

これらのことから、文化によって典型とされる顔面表情が異なることや、顔によるコミュニケーションが及ぼす心理的な効果はどの文化でも同様とはいえない。文化的な背景を考慮した上で、顔が対人コミュニケーションにおいて果たす機能や役割を明確にしていく必要がある。

他者との関係において生ずる感情のスタイルには、一般性の高いものと文化的に特異性を示すものがある。

その感情の内容自体には、さまざまな文化間でも普遍性はあるが、必ずしも単純ではなく、その表現様式についてはいくつかの文化的な差異が示されている。顔面表情の表出や解釈についての研究はとりわけ多い。それによると、基本感情とされる概念の内容は、概ね各文化間で共通したものがあるようである。

例えば、解釈の研究からすると、幸福や驚きなどの親和的ないし急激な変化を伴う感情についての正確さは高いのに対して、抑制される傾向にある感情についての正確さは、弱くなる傾向があると考えられている(Argyle, 1988; Ekman & Friesen, 1975; Heslin & Patterson, 1982)。これは、その文化において、「有益な基準」として学習された成果なのであろう。この点については、中村(1991)は、日米の感情表出の調査から私的状況では基本感情の表出パターンは日米で類似しているが、他者と共にいる公的状況においては、日米の表出程度は異なると述べている。そして、表示規則の解明のためには文化的な視点が重要であることを指摘している。例えば、基本感情の表出について、私的場面では大体同じパターンで、相互の相関関係は高度に高いが、公的な状況においては非常に異なっている(Figure 1)。特に、「悲しみ」については、アメリカ人の表出程度が非常に弱いことを指摘している。日本人では、「嫌悪」で特に少し低下しており、アメリカ人の場合は、「悲しみ」で大きく低下している。日本人の場合には、相手に対する体面を保つために、アメリカ人の場合には、自分の失意・弱さが他者に伝わらないように、という各々の対人的な「体面」維持のあり方の違いが表れているのではないかと考えられる。

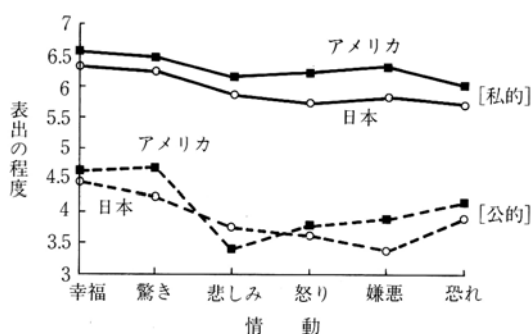


Figure1 公的・私的場面での感情の表出の日米比較 (中村, 1991)

全般的に、否定的感情の表出については日本人は抑制的である。その表出の程度自体も、特に欧米に比べると比較的lowである、ということが指摘されている。これは、その文化において抑制を推奨される行動パターンについては、表出を避けた方が他者との調和的な関係を築きやすい。それ故に、歴史的に抑制されていく。そして、行動レパトリの頻度も少なくなっていく、しだいに、解釈の際の感受性も低下していくのではないと思われる。一種の「退化」的な変化なのかも知れない。

### 顔のもたらす美的感情の文化差: 平板な日本人

美人とされる顔は民族を超えて必ずしも同じではない。日本では、「丸みのある顔で、目が大きく、唇の小さな、鼻の小さな顔」、豊頬が一般に魅力的とされる(大坊, 1991)。しかし、各部位の配置関係を含めれば、この基準は文化や時代によって変化しており、最近では、大きな口が受容され、社会的活動性やコミュニケーション力の重視が反映されているのではないかと推測される。

**女性の顔文化** 基本としては、民族による骨格的な特徴の違いがあるにせよ、見慣れた顔の部位のバランスが美的判断の有力な手がかりになると思われる。異なる民族の顔には注意を向けるものの、自分の文化での認知の手がかりに該当しない特徴については、適切に把握し難い。むしろ、見慣れた民族の顔には緊張が少なく親近さを感じ、より魅力的と判断する傾向がある。

地理的、歴史的に密接な関係を持つ朝鮮半島と日本とは歴史的に多くの共通点がありながら違いも多い。その文化と行動様式について比較することの意義は少くない。特に、両者の美意識について対照的に取りあげられることがある。それは、日本では「顔より心」とされるのに対して、韓国では「心のきれいな人は顔も美しい」と言われることに象徴されるように、「形的美イコール内面美」というスキーマがあることに強く関係している。即ち、韓国では、美を明瞭に形や外見に表すことを是とし、ひいては形を変えることを厭わないストレートな文化があり、わが国と好対照をなすこと点が関心と呼ぶところなのである。ミス・コンテストへの応募は盛況であり、整形手術は日本に比べてはるかにポピュラーであることに文化的違いを見ることができる(韓国の美容整形経験者の割合は、男性 17%、女性 26%、インターパークによる調査、朝鮮日報 2004年8月16日; 国際美容学会によると、韓国の2000年の美容外科手術数は 12,800回、日本の約2倍、人口数を勘案すると約 5.5倍とのデータもある ([http://www.is.me.titech.ac.jp/seminar/2004\\_international/04korea/young.pdf](http://www.is.me.titech.ac.jp/seminar/2004_international/04korea/young.pdf))。また、慶熙大学衣装学部による調査によると、ソウル・京畿地域在住の 18歳以上の女性 810人を対象に 2006年9月に行ったアンケート調査の結果では、整形手術を受けたことがあると答えた女

性は、47%であった。年齢別では、25～29歳の62%が整形手術の経験があり、30～39歳では57%、40～49歳では43%、50歳以上では39%と高い回答率であった (<http://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20070221-00000011-yonh-kr>)。

なお、中国では、この種の具体的なデータは明かではないが、2006年の調査で美容整形を理解できるとする者は75%、してみたい者は24%であり、その志向性は決して少ないものではなく、増加傾向がうかがわれる (<http://www.chinawork.co.jp/bookstore/book/sonota/A70seikatujittai.htm>)。

このように、整形することの受容の高さに見られるように身体意識は急速に変容しつつあることが知られることから、それぞれに根本的な質的違いがあるというよりも、受容度の時間差と見ることができよう。

日本、韓国の大学生を対象者として、同年輩の日本、韓国女性の容貌写真計36人分(予備調査の結果により、美しさ得点の高中低を両国の人物につき各3人、計36人)を用いて、顔の形態的特徴と美意識、魅力との関連、民族性との関係についての検討を行った(大坊・村澤・趙, 1994など)。高魅力の人物は両国で共に一致して美しい、派手と認知されるが、韓国人に比べて日本人の方が提示した人物の美しさの水準により鋭敏に反応した回答結果を示していた。ところが、韓国人対象者は韓国人人物を自国人らしいと明確に識別できるが、日本人対象者はできていない。また、日本人は日本人モデルをより肯定的に認知していた(対象者には提示人物の国籍や魅力水準を伝えていないので予測はつき難い)。日本人は暗黙のうちに民族的な違いに反応し、より身近な特徴を持つ者への親近感を持っていながら、そのことを意識していないのである。

日本人は美しければ好き、かわいいというように認知する意味の重複が大きいのにに対して韓国人では、評価次元の意味の独立性が日本人よりも高いものであった。韓国人は多面的な見方ができるが、日本人の見方は単純と言わざるを得ない。

また、日本、韓国、中国、英国人を対象にして、いくつかの比較を行った。提示刺激は3ポーズ(正面顔、斜め横顔、横顔)あるが、印象の強いポーズは、正面顔、斜め横顔、横顔の順序であり正面顔のインパクトの強いことは共通している。しかし、日本人では正面顔への注目度が最も多く、それに比べて韓国人や中国人、英国人は顔の奥行きにより注目しており、顔の細部に敏感に反応しており、立体的で、外顕的な美意識を持っていると言える。

なお、日本人の場合には、横顔の回答が有意に最少である。このことなどは、西田(1942)の指摘にあるように、日本人の平面性を示唆するものであり、改めて、日本人

の平板性の文化の影響の強いことが分かる。

特に、韓国は大陸の半島部に位置し、多くの文化と接し、幾度もの民族分断という長い歴史における感情の起伏や文化へのテロ性になんらかの手がかりを求めることができるのではとも考えられる。

なお、日本、韓国、中国、英国の男女大学生を対象にして、美しさ、自国人らしいの評定値を基に顔の特徴を比較すると、日韓では自国人らしさの認知が類似していることが分かる。また、日本人では、大きな目、韓国人では広い顎、中国人では広い額、英国人ではやや上がり目で広い顎の特徴を手がかりとして認知していることが知られる(英国人については、東洋人らしさの評定)。なお、中国人、英国人では男女差なく、判断枠の一般性の高いことが分かった(大坊, 2000)。

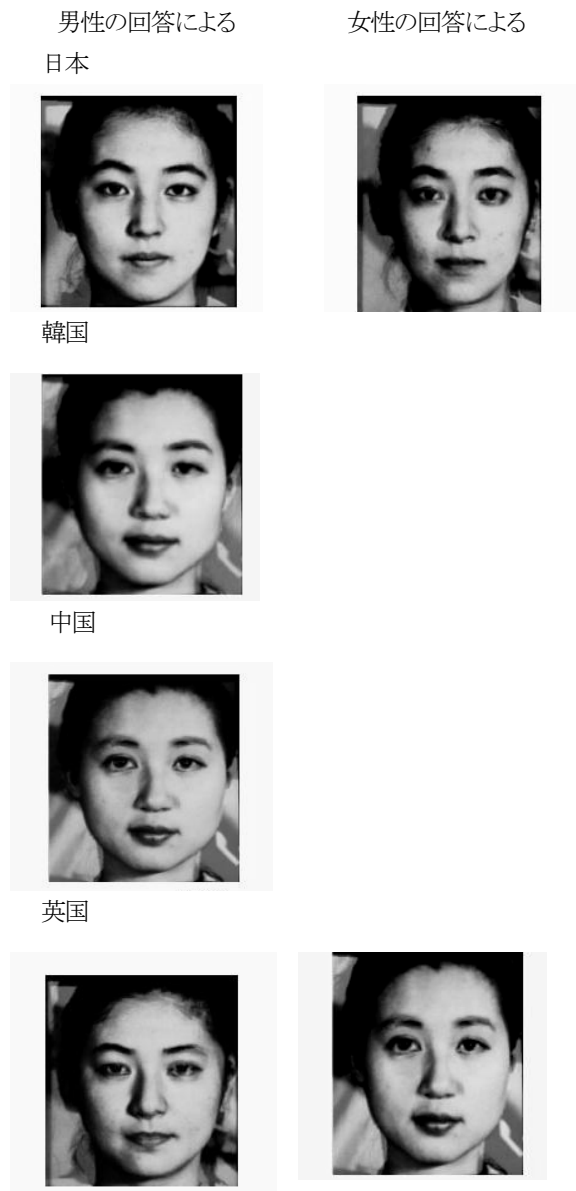


Figure 2 美しさ評定得点の上位1、2位者による合成平均顔の比較(大坊・村澤・趙・李, 1999)  
韓国、中国の女性による回答は、日本人の結果と同一。

Figure 2は、「美しさ」の得点の1、2位の人物の顔写真の合成(モーフィングソフトによる)を示したものである(大坊・村澤・趙・李, 1999)。日本、韓国、中国の女性回答者による結果は同一、韓国の男性、英国の女性の結果も同一であった。さらに、英国の男女回答者の結果はほぼ同じであり、日本と中国の男性の結果では、上位2名の内1名は同一人物が挙げられており、高い割合で「美しさ」の認知は一般性の高いことがうかがわれる(なお、ここに示さなかったが、下位35,36位の人物についても同様に4ヶ国の共通性が高い結果であった)。

このように外見特徴についての美的感情は、普遍的であることが示唆される。美には、絶対(普遍的)美と、相対的美があると考えられる(大坊, 1997)、顔については、その相称性、配置均衡などの形態美については、普遍性が高いと考えられる。

女性の顔の美意識の次元については、概ね2つ(1.一般的な魅力-親しみやすさと、2.積極性・活動性)がほぼ共通に用いられていた。ただし、日本人の場合には、積極性・活動性には、外向的の意味合いが主であり、セクシーさの判断はきわめて希薄であること、そして、一般的魅力も他の国に比べると「感じのよさ」という漠然とした意味合いの強いものであった。これに対して、他の3ヶ国では、2番目のモノサシでは「セクシーさ」の意味が強く、外向性は評定の積極的な手がかりにはなっていない。また、他の国に比べて英国では「セクシーさ」への注目度は最も高く、美意識の中心的な意味を持っていることも示された(Table 2、大坊ら, 1994, 1999 など)。

Table 2 女性人物の印象評定次元の代表項目(4ヶ国回答者の比較、主成分分析による)

次元	代表的な評定項目
日本	1. 魅力(好悪・親疎) 感じのよい 好きな 親しみやすい かわいい 美しい
	2. 活動性・積極性 派手な 外向的
韓国	1. 魅力(好悪・親疎) 感じのよい 好きな 美しい 親しみやすい
	2. 活動性・積極性 派手な セクシー
中国	1. 魅力(好悪・親疎) 好きな 感じのよい 美しい 親しみやすい
	2. 活動性・積極性 派手な セクシー
英国	1. 魅力(好悪・親疎) 親しみやすい 感じのよい 好きな
	2. 美的魅力・女性性 セクシー 美しい かわいい 女性的

大坊・村澤・趙・李(1999)

このように、評価の次元は共通するのに対して、それをどのように対象に当てはめるか、適用の仕方やその程度に、文化による、相対性が見られると言える。即ち、特徴を顕在化させ、主張する文化なのか、ダイナミックな個性の顕在化を好まない受動性、さらに身体的特徴自体が表示・解釈規則を拘束するものと言えよう。

**男性の顔文化** 男性の身体的特徴から優位性、権力、成熟さや地位を読みとり、そこに魅力を感じることも予想され、それを裏付ける報告も少なくない。例えば、Keating(1985)は、男性の顔の小さな目や薄い唇などの成熟さの特徴は優位性と結びつくこと、角張った顎や薄い唇は女性から魅力的に評価されることを示している。また、他の身体的特徴についての研究でもサイズの大小が単純に魅力の決め手にはならず、曲線的な関係にあることを示すものがあつた。

男性への女性の関心には複合した動機が含まれている。進化的視点からすると、女性は他の男性に競り勝てる、優位な成熟した男性を望むものであり、同時に、自分を守ってくれるよう望むだけでなく、子孫を守り、保護してくれることも期待するとされる。

男性の顔の部位を操作した写真を基にした、魅力を測定する研究によると、男らしく、外向的で、好ましさの最大であった顔の特徴点は、くつきりと二重瞼で大きな目であり、最も嫌われた顔は、輪郭や他の部位は同じながら一重瞼で細いつり目にしたものであつた(大坊, 1997)。なお、目を二重瞼でも細長いものは男らしさ、外向性、好意度も低下している。鼻については幅広にした場合は好意度は低下し、細長い鼻の場合には好意度は高い。顎については、ふっくらしている顔は男らしいものの好意度は低く、細長い顎はすっきりしていて好意度は高めであつた。口については、厚い唇で大きな口の好意度はごく低く、唇の薄いものも好まれない。口を”へ”字的に閉めている顔は、消極的な評価を得て好まれないが、男性的とは評価されていた。

なお、3ヶ国の評定結果を因子分析(主因子法、斜交回転)したところ、1)一般的な魅力(美しさ、女性性など)、2)親近さ(クールさ、ラフさの否定)、3)主張性のある活動性の魅力、4)男性性-女性性の因子が得られ、女性では第1因子に含まれていた第4因子が独立した点と因子が細分化された点が異なるが、次元的には類似していることが示された。

村澤・大坊・趙・李(2001)、大坊・村澤・趙・李(2001, 2002)は、日韓中の男性顔の写真を男女大学生に提示し、魅力度の評定を求め、男性顔についての美意識の比較を行っている。

魅力評定値について各国間の相関係数を比較すると、韓国と日本: -.000、韓国と中国: .864、日本と中国: .126と大きな違いがあり、日本のみ独自な認知をしていると言える。なお、この相関関係の違いは男女別に算出してもほぼ同一であり、各国の男女間では一致した見方であることが分かる。

なお、参加者の国別で平均値を比較すると、韓国男性は、日本人>韓国>中国人の順でよりハンサムと認知

している。日本男性は、日本人>韓国人>中国人、中国男性は、日本人>韓国人>中国人であった。女性も、日本人物を最もハンサムと認知していた(Figure 3)。

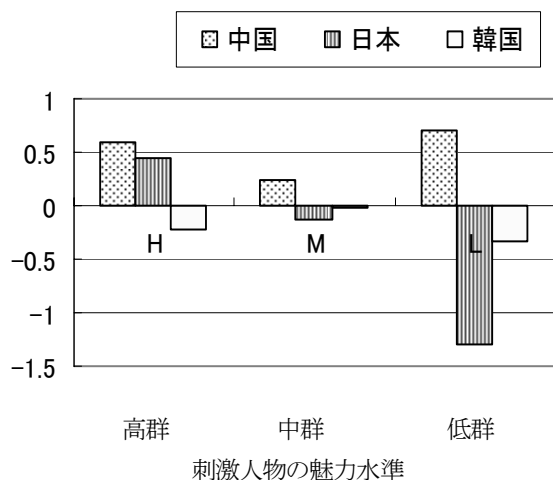


Figure 3 一般魅力因子(美醜、好悪、上品など)得点の比較 (大坊・村澤・趙・李, 2002)

顔から受け取る魅力は、社会的な意味を有している。顔に意味される個人としての識別性はその個人らしさを表すものであると同時に見る者の属性、状況によって左右される。顔を一つの媒介的要因と設定して、多様な視点で個人と社会・文化を結ぶ研究が今後も展開されるであろう。

### 顔コミュニケーションの文化比較—日韓比較を中心に

先に挙げた日韓を中心とする研究(大坊・村澤・趙, 1994)の主な結果からすると、第一に、韓国人に比べて日本人は、正面顔中心に、いわば顔を平面的に認知する傾向があるのに対して、韓国人はより「横顔」をよく見、立体的な見方をしていると言える。この傾向は日本人においては、呈示人物の魅力水準にかかわらないが、韓国人では魅力の水準の高い刺激人物で明らかであった。今回の回答者の自己意識傾向を見ると、日本人の方が公的自己意識の程度が高く、私的自己意識は低めであったこと、韓国人の日本への知識度や関与度よりも、日本人の韓国への知識度や関与度が低いことなどが示された。また、村澤(1992)でも指摘されていることであるが、韓国ではチョゴリ(上衣)、チマ(スカート)という身体の立体的特徴を示す伝統的な服装があり、また、額をあらわにし、心は顔にあらわれるとの美意識を持っている。実際に、提示人物についての顔の計測値からすると、日本人よりも韓国人の方が奥行きのある顔であった。

これらのことなどを考え合わせるならば、韓国人は、日本人に比べて、立体的で、外顕的な美意識を持っていると言えよう。その背景について指摘するのは容易では

ないが、女性の年代的变化を十分に認識し、「美」の表れは固定ではなく、段階、状況に応じて変動するものであり、また、その変化を期待している心理性があると考えられる。この点については、日本は歴史的には、女性に非活動的の間接的な意思表示を期待し、隠す・抑制された外見美(そこに美の片鱗を垣間見るといふ、推量の妙を尊ぶ認識があろう)を重んじる美意識があり、伝統的な以心伝心、阿吽の呼吸に通じる直接的な表現を超えたメタ・コミュニケーションの尊重がうかがわれる。その根底には、他者に対する動的な感情を表さず、対人関係に波風の起こるのを避け、表面的なところであっても、平静であることが期待されてきた、いわば、他者指向の強さがあると考えられる。そのことは、韓国人に比べて、他者からの評価を懸念する公的自己意識の程度が高いことにもうかがわれる。しかし、内なる感情を抑え、少ない手がかりから相手を理解することは、容易ではない。さらに、現代の日本においては、国際的な交流進展が著しく、多くの情報を容易に入手できるようになってきた。しかし、外国に対して日本を閉鎖し、異文化を部分的にしか受け入れずに、あいまいさを含んだ単一民族的な環境を作ってきた歴史がある。実際には日本はアジア系民族、アイヌ、琉球人とのヘテロ社会でありながら、単一民族的な社会との意識が大勢であること自体に、日本におけるデジタル的な単純化の意識が見られる。それは、異質な存在に対する許容度の低い社会を示している(福岡, 1993)。地理的環境からしても外国との日常的な接触の機会が少ないことも関連しているであろう。

したがって、現代において、国際的な交流が言われてはいるものの、自文化と異文化との対比的な吟味、融合は十分にできていないと言わざるを得ない。それに比べて、韓国・朝鮮は、大陸に突出した半島に位置し、様々な文化の往来を経験してきた。陸続きの日常的な他地域の文化との交流、海を介して対象化できる「ソト」の文化の受け入れがされてきた。そのことは、広域的な視点の形成に関与しているのではないかと思われる(Daibo, Murasawa, & Chou, 1997)。

このような意味においては、韓国人の美意識の背景は、民族のヘテロ性の高い欧米社会におけるそれと共通するものがあると考えられる。ただし、人種・民族的には、立体性の顕著な顔の特徴を持つコーカソイドを中心とする人種構成とヨーロッパ的個人主義の行動様式を持つ文化との違いは考えられる。したがって、韓国における美意識は、欧米的なものとも異なるものと考えられるので、欧米との比較検討をさらに要する。

また、日本人の顔の平板さ、大きな目、小サイズで丸顔、韓国人の顔の立体性、大きなサイズ、やや角張った輪郭の特徴が知られたが、各々の特徴が日本、韓国の回答



者ともに、概ね許容される評定結果であったことからすると、それぞれにおける日常的ななじみのある特徴が受容されていることになる。したがって、人種的ななじみややすさ(familiarity)の要因が単純接触効果(mere exposure effect)と同様なメカニズムで魅力に反映しているとも考えられる。

第二に、日韓における美の認知次元の単純さと複合性の問題が指摘できる。日本人の意識としては、「美しい」と「上品」、「かわいい」、「好き」、「女性的」、「感じがいい」、「親しみやすい」、「派手」、「外向的」、「暖かい」との概念はかなり共通している。これに対して、韓国人は、日本人に比べて項目間の相関関係の程度は低い。美醜感情と、「親しみやすい」、「かわいい」、「外向的」、「暖かい」との相関は日本に比べて大きく下回っている。認知評定の因子分析結果からも、魅力の基本成分として、日本人では「親しみやすさ」、韓国人では「美しさ」が主に働いており、次いで得られた因子としても日本人では積極性、韓国人では「成熟した自己主張の魅力」が示されている。これは、顔についての美意識の違いをよく示している。村澤(1992)の指摘にあるように、日本人は「未熟さ」への保護的視点からの魅力観を持っていることがうかがわれる。顔に顕著に表れるように、「美」の現象は成熟過程と密接な関係を持っている。Cunningham(1986), Cunningham, Barbee, & Pike(1990)では、顔に現れる魅力の規定因として、幼児的特徴、成熟した特徴、表現力の特徴に分けている。特に、幼児的特徴というのは、Lorenz(1943)のベビー図式に相当するものであり、これは、見る者に養護反応を促し、保護的感情を生起させる生得的解発性を持つとされている。韓国においては、「かわいい」という表現は子どもに対しては用いられるが、おとなの女性に対しては用いられることはあまり使われておらず、そう形容されることは好まれない。欧米においても同様である(村澤, 1992)。

それに対して、日本においては、「かわいい」は多用されており、広く肯定的に受容されている。「かわいさ」を求める心理性は、成熟さとは対立するものであり、その表現の対象をより未熟で幼いものと見なすものと言えよう。とりわけ、近年では、この言葉による形容の対象を青少年層において拡大して使用する傾向すらある。人間の成熟過程を認容せずに、多くの特徴を分化して捉えるのではなく、むしろ、認知の規準をあいまいにして、完成された女性、「おとな」の判断を避け、責任を追求する／されることをぼかしているのではなかろうか。日本においては、美的感情の発現の観点からも概念の未熟さが見られる。それは、居心地のいいものであり、いつまでも、発展途上であり、保護されることを期待する心理性と言えよう。前髪を垂らし(顔が小さく、丸みが増す)、淡紅色系の口紅を用い

る傾向は根強いものがある。保護され、弱さを一種の対人関係の方略としてアピールし、積極的に自己主張せず、最終的な責任をできるだけ避けることによって自己の評価を守ろうとする傾向が働いているのではなかろうか。このように見られることによる女性の側の効用とともに、このように見なす側の男性にとっても、相手の外見が“作られた”ものであろうと、その表現されたものを保護できる側としての立場を得ることができるので、自己評価を保つことができる。双方にとって効用はある。しかし、このような心理性は解決すべき問題を先送りにし、成熟の過程を組織的に追い難い。

成熟の段階に応じた外見と心理的な対応関係を把握して、自己主張をしていくことは、真の個性の発揮と理解に通じるのではなかろうか。そのことは、国際的な交流を契りあるものにしていくことにもつながると考えられる。

コーカソイドなどの人種に応じて身体的特徴には違いがある。日常生活の中で相互作用をする同一人種の特徴になじみを形成しており、認知的な受容性は異なる人種に対してよりも高い(吉川, 1991)。さらに、Martin(1964)によれば、黒人女性の魅力度を評定させる実験で、同一人種であってもアメリカ系黒人(シカゴ居住)とアフリカ系黒人(ナイジェリア居住)では魅力評定の傾向は異なり、むしろ人種の違いがあっても同じくアメリカ(シカゴ)に居住する黒人、白人の評定はより近似していた。このことは、身体的には人種の類似性をベースとするものの、共有する文化における認知傾向がより優勢となることを示唆している。

韓国では、口ひげ(特に、八の字形の)は、日本統治時代の悪しき日本人男性支配者の象徴的意味があり、そのイメージから、韓国においては許容されていない。

なお、近年、韓国の若年層においては、日本の芸能動向が受容され、その影響から、以前の典型的な輪郭の鮮明でやや角形の女性よりも、やや丸顔の女性が、さらに、濃いメイクからナチュラルメイクへと化粧スタイルが変化してきている。このような変化自体にも明らかに意味されているように、社会的脈絡において時には決定的なほどに、顔の構造的特徴の認知は変化する。

### 顔面表情の比較文化研究の展開

日本、韓国、中国の人々を対象として、顔面形態・表情の文化的な比較を行い、顔コミュニケーション性をミクロ・マクロな視点で考えることを目指している一連の研究がある(大坊・上出・趙・高橋, 2005; 大坊・上出・毛, 2006; 上出・大坊・趙・高橋, 2005; 上出・大坊・毛, 2006)。この研究では、上記3ヶ国の男女大学生を参加者として真顔と自分の経験を想起しての感情(幸福、怒り)生起を求め、3次元撮影法を用いて、顔面表情に伴う顔面形態の立体的な計測を行い、表情動作によって反映される顔面の形

態値を微細に表すことを試みている。従来は、Ekman & Friesen(1978)による顔面の表情筋の動きに伴う特徴 (Action Unit: AU)を評定する方法が用いられてきたが、評定の主観性をできるだけ避け、表情変化に伴う形態的特徴を捉え、そこから、顔面表情の特徴を明らかにしたいとの目的による計測法である。

人体計測法に基づく 32 種類の計測指標を用いて検討したところ、男女間には多数の指標で有意差が認められた。また、幸福の表情では上下左右の伸展的变化が見られ、怒りの表情は、中顔部に縮小する傾向があった。なお、真顔時には目のサイズが最大であるが、幸福、怒りの表情時には縮小する傾向が共通的に示された。

形態指標の構造としては、韓国、中国ともに、かつ、感情条件に共通して、鼻を中心とする中顔部の縦方向の特徴を示す主成分が得られ、それに加えて目、そして口唇部の主成分が示された。幸福の表情では真顔、怒り条件に比べて口唇部の伸展が両国に共通に示されているのに対して、眼裂幅(目の横幅)は、韓国人>中国人がはっきりしている。韓国人では、男>女が顕著であるが、中国人では幅のサイズが小さいためか、男>女の差は韓国よりも少ない(特に、幸福時の男女差は僅か)。目の面積については、目の横幅と同様に、韓国人>中国人であるが、韓国人では、男女差は乏しく、真顔>怒り≒幸福、中国人では、女>男が明瞭であり、怒り、幸福に比べて真顔時のサイズははっきりと大きい。いくつかの共通点としては、感情喚起状態では、顔の形態サイズは概ね、韓国人>中国人であり、認知次元も異ならない。

なお、口唇面積(韓国人>中国人)は、中国人では男女差はないが、韓国人では男>女であり、表情条件については、両国とも同じく、幸福時に最大であった(幸福>真顔≒怒り)。なお、両国共通に、怒り表情時には、鼻根幅が小さく、顔中央部の緊縮が大きいことが認められる。

ここで取り上げた顔面表情に限られるが、表情を生み出す感情が生起する際には、両国に同様な顔面諸筋の緊縮と伸展が認められる。

趙(2002)は、社会人に 6 種類の基本感情の表出度を問う質問紙調査の結果から、日本、中国とも公的状況よりも私的状況での表出度が強いことを示している(男性では、日本≒中国であるが、私的状況では、日本>中国、男<女)。そして、日本と同様の顔面表情表出を抑制する表示規則が見られると述べている。

公的状況では、喜び、恐れを表出が、中国人よりも日本人で大きい、怒りの表出は、反対に日本<中国であった。日本人よりも中国人が、表現することの主張性に富んでいるが、他者との関係を配慮した社会性をも併せ持っていることが分かる。

森下・趙・米谷(2002) は、中国の男女社会人を対象に

した研究にて、中国人は喚起された感情を直接に表出することを抑制し、微笑むことで対人関係を安定させようとしている。感情誘発直前や直後に微笑を表出することを見いだしたこのような特徴は日本と同様なものであった。

なお、中国人は、眼球運動を伴った表情、眉の動きを伴う表情が多く、日本人よりもダイナミックであり、相手に表情変化が伝わりやすいものであると言える。このような特徴は、自己主張的な行動であるとともに、「面子」重視の傾向なども関連しているのではないかと考えられる。

時代や文化によって、さらには個人の特徴や相互の関係、社会的脈絡によって、顔コミュニケーションのスタイルも伝達される意味も大きく影響される。同じ顔の特徴、表情であっても異なるメッセージを発することがある。また、顔形態の安定したバランスとともに、社会の大勢的な見方と個人的指向性という複線的な見方ができるところに、多くの研究課題がある。顔が他人に伝える意味は、形態にのみ由来するわけではなく、文化規範や表示規則、場面、対人関係の特質などによって相対的に決まると言える。このような観点から、顔の持つコミュニケーション性を検討することは、心理的、感情的なメッセージを扱いながら、背景にある文化や時代精神を探ることに通じるものである。

## 引用文献

- Argyle, M. 1988 *Bodily communication*. Second edition. London: Methuen & Co. Ltd.
- 趙 特雷 2002 表示規則の日中比較研究 国際文化学, 6, 77-89.
- Cunningham, M. R. 1986 Measuring the physical in physical attractiveness: Quasiexperiments on the sociology of female facial beauty. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 925-935.
- Cunningham, M. R., Barbee, A. P., & Pike, C. L. 1990 What do women want? Facialmetric assessment of multiple motives in the perception of male facial physical attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 61-72.
- 大坊郁夫 1991 容貌の構造的特徴と対人魅力 化粧文化, 24, 55-68.
- 大坊郁夫 1993 容貌の魅力認知における個人情報役割 日本グループ・ダイナミクス学会第 41 回大会発表論文集, 102-103.
- 大坊郁夫 1997 魅力の心理学 ポーラ文化研究所
- 大坊郁夫 2000 顔の社会心理学—文化と顔の美意識、バイオプログレッシブ・スタディクラブ会誌, 14, 1-14.
- 大坊郁夫・上出寛子・趙 鏞珍・高橋直樹 2005 顔面表情に伴う顔形態特徴の3次元的測定—韓国人大学生の場合— 電子情報通信学会技術研究報告, 105(385), 27-32.
- 大坊郁夫・村澤博人・趙 鏞珍 1994 魅力的な顔と美的感情. 感情心理学研究, 1, 101-123.
- Daibo, I., Murasawa, H., & Chou, Y. 1997 Facial attractiveness is "Social": A comparison of preferences of feminine facial beauty. *Asia. Progress in Asian Social Psychology*, 1, 151-164.
- 大坊郁夫・村澤博人・趙 鏞珍・李 当岐 1999 顔の美意識についての韓日中英の比較—合成平均顔からの検討

- 第5回国際美術解剖学シンポジウム論文集, 12-13.  
大坊郁夫・村澤博人・趙 鏞珍・李 当岐 2001 男性顔の魅力認知についての韓日中の比較(1)—魅力認知はどのくらい一致するのか—第8回国際美術解剖学シンポジウム論文集, 4-5.  
大坊郁夫・村澤博人・趙 鏞珍・李 当岐 2002 日韓中男性人物についての美意識の研究(2)—認知次元の検討 第10回国際美術解剖学シンポジウム論文集, 4-6.  
大坊郁夫・上出寛子・毛 新華 2006 3次元計測法による顔面表情に伴う顔形態特徴の測定(1)—中国人大学生の特徵— 電子情報通信学会技術報告, 106(268), 29-34.  
Ekman, P. & Friesen, W. V. 1971 Constants across culture in the face and emotion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 17, 124-129.  
Ekman, P. & Friesen, W. V. 1975 *Unmasking the face*. New Jersey: Prentice-Hall.(工藤力訳編 1987 表情分析入門 誠信書房)  
Ekman, P. & Friesen, W. V. 1978 *The facial action coding system – A technique for the measurement of facial movement*. Palo Alto: Consulting Psychologist Press.  
福岡安則 1993 在日韓国・朝鮮人 中公新書 1164 中央公論社  
Heslin, R. & Patterson, M. L. 1982 *Nonverbal Behavior and Social Psychology*. New York: Plenum Press.  
上出寛子・大坊郁夫・毛 新華 2006 3次元計測法による顔面表情に伴う顔形態特徴の測定(2)—中国人大学生の社会的スキルと顔面表情との関係— 電子情報通信学会技術報告, 106(268), 35-40.  
上出寛子・大坊郁夫・趙 鏞珍・高橋直樹 2005 韓国人の顔面表情時の顔形態特徴と社会的スキルとの関係, 電子情報通信学会技術報告, 105(385), 33-38.  
Keating, C. F. 1985 Gender and physiognomy of dominance and attractiveness. *Social Psychology Quarterly*, 48, 61-70.  
Landy, D. & Sigall, H. 1974 Beauty is tallent: Task evaluation as a function of the performer's physical attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 29, 299-304.  
Lorenz, K. 1943 Die angeborenen Formen möglicher Erfahrung. *Z. Tierpsychologie*, 5, 235-409.  
Martin, J. G. 1964 Racial ethnocentrism and judgment of beauty. *Journal of Social Psychology*, 63, 59-63.  
マツモト, D. (南 雅彦・佐藤公代監訳) 2001 文化と心理学 北大路書房 (Matsumoto, D. 2000 *Culture and Psychology: People around the world*. Belmont: Wadsworth)  
マツモト, D.・工藤力 1996 日本人の感情世界—ミステリアスな文化の謎を解く— 誠信書房 pp.39.  
森下朝日・趙特雷・米谷 淳 2002 中国人の表情に関する研究—誘発刺激法による表情実験 電子情報通信学会技術報告, HCS2002-8, 1-6.  
村澤博人 1992 顔の文化誌 東京書籍  
村澤博人・大坊郁夫・趙鏞珍・李当岐 2001 男性顔の魅力認知についての韓日中の比較(1)—調査方法と基本属性の検討— 第8回国際美術解剖学シンポジウム論文集, 2-3.  
中村 真 1991 情動コミュニケーションにおける表示・解読規則 大阪大学人間科学部 紀要, 17, 115-146.  
西田正秋 1942 顔の形態美 聖紀書房  
Shimoda, K., Argyle, M., & Bitti, P. R. 1978 The intercultural recognition of emotional expressions by three national racial groups: English, Italian and Japanese. *European Journal of Social Psychology*, 8, 169-179.  
高橋直樹 2001 日本人の表情データベース構築のための基礎的研究, 神戸大学大学院総合人間科学研究科修士論文(未公開)  
吉川左紀子 1991 人種の異なる顔の形態記述の分析—日英対象者による記述資料の比較 追手門学院大学文学部 紀要, 25, 83-94.  
Whorf, B. L. 1956. *Language, thought, and reality: Selected writings of Benjamin Lee Whorf*. Cambridge, MA: MIT Press (B.L.ウオーフ(池上嘉彦訳) 1993 言語・思考・現実 講談社学術文庫 講談社)

## 註

- 1)本稿は、鈴木直人編「感情心理学」朝倉書店(2007,印刷中)に所載の拙著「感情と文化」の一部をベースに加筆・再編したものである。
- 2)平成 16-18 年度日本学術振興会科学研究費基盤研究 B(代表:大坊郁夫)の補助を受けた研究の一環である(共同研究者:上出寛子、毛 新華、高橋直樹、村澤博人、趙鏞珍、李 当岐)。

## A scope of cultural consideration of facial communication in social context

Ikuko DAIBO (*Graduate School of Human Sciences, Osaka University*)

The face conveys social and psychological messages with regard to the personal attributes and social context/culture. Different ethnic groups might have different criteria of communication messages. It is often difficult to understand and appreciate what are meanings shared by other cultures as there are differences in facial expressions of emotion. Ethnical familiarity causes to judge the familiar face of one's own ethnicity as more attractive and easier understanding. The historical background and the geographical features cause important effects on interpersonal communication style such as facial expression rules. This point is derived from understanding of the background of Korean's rich expressiveness of emotions. Many studies fund the common characteristics across different ethnic cultures and different features among different cultures. When we consider the facial communication mechanism in relation to cultures, the duality such as above commonality and differences are one of useful viewpoints. The meaning of facial communication is determined relatively by many factors such as facial physiognomy, cultural norms, display rules, interpersonal relationships and social contexts.

Keywords: facial physiognomy, facial expression, social skills, cultural comparison.