

# 痩せ願望を引き起こす社会

## —SNS を中心に—

近年、日本における若年女性のやせ願望の増加が顕著であり、特に 20 代女性のやせの割合は約 20%に達する。この背景には、メディアが強調する「痩せ＝美」という価値観や、ソーシャルネットワーキングサービス（SNS）の急速な普及が影響を与えている。SNS では、理想的な体型やダイエット情報が拡散されやすく、外見至上主義（ルッキズム）が強化される傾向がある。ルッキズムとは、外見を基準に他者を評価・差別する思想であり、現代日本では特にスリムな体型が美しさの象徴とされ、若年女性の自己評価に深刻な影響を及ぼしている。

本論文では、大学生を対象としたアンケート調査を通じて、メディア（テレビ、雑誌など）や SNS が若年女性のダイエット行動や心理に与える影響を分析した。また、これに関連するジェンダー表象や日韓の文化的背景の違いにも注目し、韓国での外見至上主義の現状と比較した。先行研究によれば、日本では小中高校生から大学生に至るまで、メディアの影響で瘦身願望や体型不満が高まり、ダイエット行動と関連していることが明らかとなっている。特に SNS では、理想的な体型を持つインフルエンサーが「美の基準」として模倣の対象となり、過度なダイエットや美容整形への関心が高まっている。さらに、韓国では母親の影響や厳しい美的基準が若者の瘦身願望を強化している点で、日本とは異なる社会的背景が見られた。韓国では、整形手術が一般的であり、瘦身や美容が社会的成功の条件として認識されている。一方で、両国に共通する課題として、メディアが強調する「痩せ＝美しい」という価値観が若年女性に心理的圧力を与え、健康や個性を軽視する傾向があることが挙げられる。

本研究を通じ、現代のメディア環境が若年女性の瘦身願望を強化するメカニズムを明らかにし、それが社会や心理に及ぼす影響を理解するための一助となることを目指した。