

# 対人相互作用場面における化粧の役割に関する研究

嶋 はる美

## 問題

私たちは対人関係の初期段階において、外見的魅力を重要な規定因として用いている。他者と知り合ったばかりの頃は二人の関係の間に十分な相互作用は生じていないため、相手の内面に関する情報が乏しい。したがって、比較的入手しやすい相手の外見的魅力の評価をもとに、表面的な印象の形成や、内面的特徴の推測を行う。松井・山本（1985）は、身体的魅力性の効果を検討し、人は外見的特徴の好ましさによって人物の全体的な評価を決める傾向があることを示した。このように、外見的な魅力は人間関係構築の重要な規定因である。特に顔は、構造が容易に変化しないため安定性が高く、その人らしさを十分に映し出す部位として重要視される。顔がそれだけ注目される部位であるために、人はより自分の魅力をアピールするために、自分の顔に人工的に手を加え、飾ろうとする。そのような手段の一つとして、一般的に化粧が用いられる。近年では、化粧行動を通して精神的健康や対人行動について明らかにしようとする研究が進められている（e.g. Graham & Kligman, 1985；大坊 1996）。本論文では、化粧が自己の感情状態他者とのかかわりの中で化粧が自己の心理的安定に与える個人への効果と、コミュニケーション行動の積極性に与える対人的効果に焦点をあてた。同時に、化粧をコミュニケーション形態の 1 つとして扱い、他者との相互作用の中で化粧行動がどのように変化するかについて検討を行った。

## 研究 1<sup>1</sup>: 目的および方法

自己意識特性と社会的状況が化粧行動に与える影響について検討を行った。女子大学生 218 名を対象に質問紙調査を行い、公的自己意識尺度と私的自己意識尺度（菅原, 1984）への回答を求めた。さらに、ふだん、デート、パーティ時での化粧度について 3 件法で回答を求めた。なお、化粧度は基本的な化粧アイテム 10 項目について回答を得た。

## 結果および考察

回答者を、公的自己意識の高低と私的自己意識の高低の組み合わせによってグループ分けを行った。独立変数は、自己意識特性（両尺度の高低水準により 4 タイプ）、社会的状況（3 水準）、化粧アイテム（7 アイテム）であり、従属変数は化粧度（化粧アイテム使用度）であった。

ここで、化粧アイテムの使用度を自己意識特性と社会的状況を独立変数とした 2 要因分散分析を行い、得られた結果によって類型化を行った。結果、3 つの類型にグループ化された。具体的には、状況の主効果のみが得られたアイテム（アイカラーなど）を、「面の化粧」と名づけた。また状況と自己意識特性の主効果が得られたアイテム（マスカラなど）を、「線の化粧」とした。さらに、状況の主効果と交互作用が有意であったリップカラーを、唇の化粧とした。低公的自己意識・高公的自己意識のデートでの口紅使用度が比較的低いことが示された。唇の化粧においてのみ交互作用が見られた点について、唇が性的アピールと関連があることから、私的自己意識が高い人は唇の化粧によるあからさまなアピールを避ける傾向があると考えられる。従来の研究では化粧行動との関連において、公的自己意識のみが注目される傾向があるが、本研究においては個人のパーソナリティを公的自己意

---

<sup>1</sup> 本研究は日韓化粧感国際比較プロジェクトの一部であり、共同研究として行われた。

識と私的自己意識の2側面を同時に扱うことによって、新たな視点が得られたと言えよう。

## 研究2：目的および方法

研究2の目的は、他者の評価と化粧の有無が、会話場面における対人距離に与える影響を検討することであった。実験デザインは、印象評定のフィードバック条件（ネガティブ・ポジティブ）×化粧条件（化粧あり・化粧なし）の2要因被験者間計画であった。実験参加者は、日常的に化粧を行っている女子大学生20名（平均年齢20.75歳  $SD=1.25$ ）であった。

実験参加者は、化粧をしている状態、もしくは化粧をしていない状態で同一の会話相手（実験協力者、女性）と会話を2回行った。1回目の会話後、実験的に操作した印象評定用紙を提示して評価のフィードバックを行った。フィードバック後、再度会話をを行った。

## 結果および考察

対人距離の変化量について検討を行った結果、化粧の有無にかかわらず、ポジティブなフィードバックを受けた場合は会話相手に接近し、反対にネガティブなフィードバックを受けた場合は、より長い対人距離をとるようになった。また、統計的に有意ではなかったが、ネガティブなフィードバックを受けた場合でも、化粧をしている状況では、2回目の会話で相手から離れる程度が小さい傾向がみられた。この結果は、他者から悪い評価を受けた場合でも、化粧を行うことによって会話相手に積極的に働きかけることが可能になることを示唆するものであると考えられる。

## 研究3：目的および方法

研究2で得られた結果をもとに、他者評価と化粧が、対人相互作用場面における内的状態とコミュニケーション行動に与える影響について検討を行った。実験参加者は日常的に化粧を行っている女子大学生12名（平均年齢22.75  $SD=1.31$ ）、女子大学院生9名（平均年齢24.50  $SD=1.71$ ）、合計21名であった。実験の手続きは、研究2と同様であった。なお研究2との相違点は、実験協力者が男性であった点と、化粧の有無が被験者内要因であった点で、1回目の会話は化粧を落とした状態で行い、肯定的・否定的なフィードバックを与えた後に化粧を施して2回目の会話をを行った。さらに、実験開始時とフィードバック後、化粧後で状態不安質問紙への回答を求め、内的状態の測定を行った。

## 結果および考察

状態不安質問紙で測定された内的状態の変化について検討を行った結果、化粧を行うことによって自信と満足感が上昇することが示された。この結果は、化粧のもつ対自効果を示唆するものであると考えられる。また、実験時の化粧時間についてフィードバック条件による差を検討した結果、他者から否定的な評価を受けた場合に化粧時間が長くなることが示された。同様に化粧行動について、否定的な評価を受けた場合、普段の化粧度と実験時の化粧時間の間に有意な相関関係が確認された。以上の結果は、相手から否定的な評価を受けた場合、化粧を入念に行うことによって自分の魅力を高め、相手の持つ悪い印象を回復しようとしていることを示唆する。つまり、化粧は自己呈示の道具としての役割をより強く果たしているといえる。また、肯定的なフィードバックを受けた場合は、化粧後のコミュニケーション行動がより肯定的になり、他者への働きかけが増加することが示された。つまり化粧はコミュニケーションの促進効果をもち、化粧を行うことで他者に対して積極的に行動できるようになることが示唆された。以上から、コミュニケーション場面において化粧の対人的効果が確認されたが、その内容は他者から受ける評価によって変化することが示された。今後は、円滑なコミュニケーションを行い対人関係構築のための道具としての化粧の有効性について、さらに詳細な研究を行うとともに、社会的スキルとの関連について検討を行う必要があるだろう。