

化粧における非対称性

神戸松蔭女子学院大学 文学部心理学科

藤本 浩一

The purpose of this study is to examine the impression of asymmetrical makeup faces compared to faces without makeup and normal makeup faces.

200 female students aged from 19 to 20 years at women's university in Kobe participated in this experiment. 8 face-photographs (2 person(A,B) × 4 conditions (non-makeup, normal makeup, two kinds of asymmetric makeup)) were presented, and subjects rated for each one of them 21 scales. The results indicated that asymmetrical makeup was looked rather eccentric ("preference to novelty", "different from others") while the face without makeup was looked more friendly and the normal makeup face was looked more attractive. The results also showed that one of the asymmetrical makeup face was looked more attractive, while another more eccentric.

It is found from these results that the effect of asymmetric makeup depends both on the person's face itself and the type of asymmetric makeup.

1 緒言

1.1 シンメトリー

シンメトリーは安定した形であり情報処理しやすいが、複雑な美的判断において必ずしも最優先されるとは限らない。一般大学生には対称性などの規則性が好印象を与える(藤本 1984)が、美術大学生は一般大生に比べてより非具象的で非対称的なものを好んで製作した(藤本 1986、藤本・仲谷 1987)。被服の分野では左右の袖の色が互いに異なるセーターや、片袖を着脱できる衣服が見られる。もっとも、左右非対称の化粧を顔に施すことに人々は慎重であり、今後このような化粧が採用されるかどうか未知数である。

1.2 化粧の歴史とアシンメトリー

アイラインやアイシャドーがはじまった紀元前 530 年頃以来、化粧は左右対称であり、顔に対する左右非対称の装飾としては、化粧の歴史の中で 17 世紀に流行したパッチ(美斑)が見出される程度で(青木英夫 1979)、顔の化粧としての非対称化粧は見られない。

非対称化粧はこのように歴史の中になく、また、自然界に起源を持たない。しかし様々な試みが行われつつある新しい世紀に、突如現れないとも限らないのである。

1.3 化粧の意味と効用

化粧には変身や自分の姿の管理・演出といった動機があり、

気分の覚醒、不安の低減、自信の増大などの効用がある(大坊郁夫(高木修監修 1996))。本論では種々の個人内要因と非対称化粧に対する印象評定との関連を検討することを目的の 1 つとした。

非対称化粧は外見上人体が左右対称であるというリアリズムを無視し、日常的でないことから、人々にとって特別な日のためという象徴的な意味を持つと考えられる。

石田(デズモンド・モリス、石田 1999)は「鏡」をキーワードにして化粧を考察した。自己のイメージを見つめる「一人称の鏡」、親しい間柄の人の反応を見て自分を振り返る「二人称の鏡」、そして他人にどう見られているかを気にする「三人称の鏡」という 3 種類から化粧を論じているが、本論実験Ⅲではその言葉を用いて、非対称化粧について、自分自身・親しい相手・そして一般他者という 3 種類の眼差しとの関連で非対称化粧を論じる。

1.4 本論の目的

本論では 3 つの調査研究により、非対称化粧の特徴を考察する。まず非対称化粧が他者にどのように評価されるかを調べ、素顔や普通化粧顔と比較した非対称化粧顔の印象の基礎的データを収集する。次に自己意識や流行を追う心理などの個人内要因と非対称化粧に対する態度との関連を検討する。最後に女性被験者に実際に化粧を行わせて対人場面の体験報告を求めて、非対称化粧の満足度や社会的な意味づけを問う。

2 実験 I

(本実験の詳細は藤本「非対称化粧の印象評定」コスメトロジー研究振興財団研究業績中間報告集第 9 号 Pp86-94 を参照されたい)



Asymmetry in makeup face

Koichi Fujimoto

Department of Psychology, Kobe Shoin Women's University

2.1 目的

非対称化粧を施した女性の顔写真の印象を調べた。

2.2 方法

2.2.1 被験者

神戸の女子大学1、2回生200名。年齢平均値18歳11ヶ月。

2.2.2 材料

2名の人物(A、B)×4種類の化粧条件(素顔、化粧顔、非対称化粧1、非対称化粧2)の計8画像を用いた。非対称化粧とは図1のように、人物Aについては普通程度の化粧に加えて淡青色のアイシャドーを右目の上だけ少し濃くしたもの(非対称化粧A1)と、同じく普通化粧を施した上で左頬骨に小さな三日月型のラメシールを貼ったもの(非対称化粧A2)である。また、人物Bでは右目尻に銀粉ラメを散らしたもの(非対称化粧B1)と、右目は目の上にピンク系のアイシャドーと目の下にブルー系のアイ

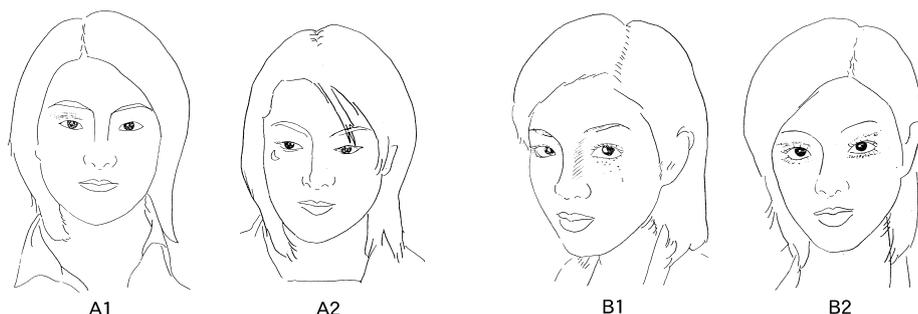


図1 非対称化粧の例

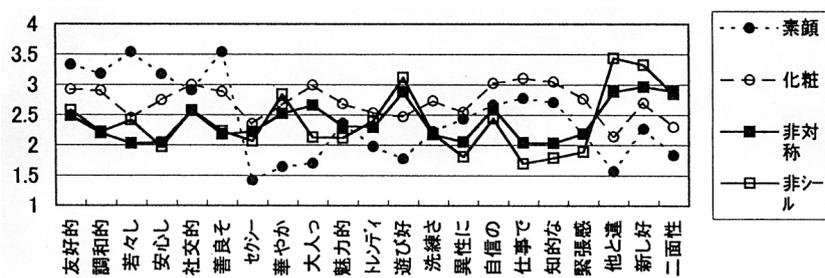


図2 Aさんの化粧印象

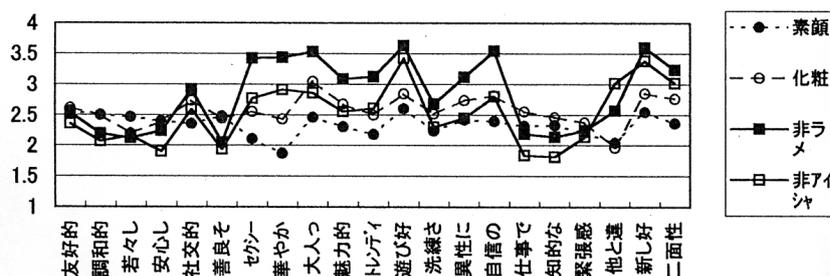


図3 Bさんの化粧印象

シャドーを施し、左目についてはその上下を逆にしたもの(非対称化粧B2)である。人物を2名にすることで特定人物の影響を少しでも相対化しようと試みた。

2.2.3 評定尺度

人格的特徴・魅力・知性などを表す21の項目について4件法で評定させた。

2.2.4 手続き

教材提示装置を用いて授業中に集団で実施した。

2.3 結果

2.3.1 人物Aに関する因子分析

素顔、化粧顔、2種類の非対称化粧顔、の4種類の化粧条件を通じて21尺度の評定値を主因子分析し、バリマックス回転を行って固有値が1以上の条件で因子を抽出した。得られた3因子を次の通り命名した：

第1因子(人柄)…友好的・調和的・若々しい・安心した、等

第2因子(女性的成熟度)…セクシーな、華やかな、大人っぽい、魅力的、他

第3因子(知的緊張感)…仕事できそう、知的な、緊張感のある、等

2.3.2 人物Aの化粧条件別・尺度別平均評定値

人物Aの平均評定値をほぼ因子別の順序に従って図2に示した。(他と少し違った)、(新しいもの好き)、(二面性のある)、などのいわば「奇抜さ」がその特徴といえる。この人物においては若さや魅力を表すためには普通化粧で十分であり、非対称化粧によって特に好意的な印象が形成されることはなかったといえよう。顔と化粧との相性、および、ここでの非対称化粧が奇抜すぎたなどの理由が考えられる。

2.3.3 人物Bに関する因子分析

人物Aと同様に21尺度について主因子分析を行いバリマックス回転したところ、2因子が抽出され、次の通り命名した：

第1因子(女性的成熟度)…セ

クシー、華やか、遊び好き、トレンドイ、大人っぽい

第2因子(人柄)…調和的、友好的、安心した、若々しい等

2つの因子の分かれ方は人物Aとほぼ同じ結果であったが、第3因子は固有値が1以下になるので省略した。

2.3.4 人物Bの化粧条件別尺度別平均評定値

人物Bの尺度別平均評定値を人物Aと同じ尺度順序で図3に示した。片側の目尻にラメを散らした画像について、より多く(セクシー)、(華やか)、(大人っぽい)と評定された。また、(自信のある)印象を与え、この人物Bでは非対称化粧が自分の魅力上昇と自己肯定感の形成を印象づける上で有効に働いていた。もう1つの非対称化粧である青・赤系の上下アイシャドウ左右逆の画像は、(他の人と少し違った)・(新しいもの好き)・(二面性)等のいわゆる「奇抜さ」の尺度で高得点であり、この点は人物Aの非対称化粧印象と共通する。

2.4 考察

2.4.1 非対称化粧の印象

Workmann& Johnson 1991(高木 1996より)の研究では、化粧度に依って魅力度や女性性が増し、逆に道徳性が低下することを示したが、非対称化粧の印象評定ではさらにその傾向が顕著であった。すなわち、「女性的成熟度」や「奇抜さ」の印象を与え、他方、人柄については否定的評価が見られた。適度なズレは好ましく感じられる場合があるが、対称化粧からの隔たりは人々に許容される程度のものにとどめておく方がよいのであろう。

2.4.2 人物間の非対称化粧の効果の違い

幼な顔(A)ではあまり奇抜な非対称化粧は有効ではなく、逆に成熟顔(B)では適度に目新しい非対称化粧が魅力や自信を引き上げてくれることが示唆される。

3 実験Ⅱ

3.1 目的

非対称化粧をやってみたいか、また、他者がやっているのをどう思うかなどを調べる非対称化粧受容度と、個人の自己意識・流行を追う心理・自己評価重要度などの諸要因の間の関係を集団調査により検討する。なお、私的自己意識とは、自分の心の動きや気持ちの変化など内面に関心を持ち、自己反省したりするはたらきで、他方、公的自己意識とは、他人から見られる自分の行動や容姿に注意を向けることである。仮説としては、化粧への関心が高い人は私的自己意識よりも公的自己意識が高く、より多く流行が気になり、自分は友好的よりも魅力的でありたいと思っている、などが考えられる。

3.2 方法

3.2.1 被験者

実験Ⅰとは異なる1回生女子大生173名。

3.2.2 調査項目等

①非対称化粧受容度質問紙(事前テスト)…10項目から成る質問紙。

1~5の項目については「非対称メイクを次の場面でやってみてみたいですか」と教示し、4(とてもやってみてみたい)から1までの4段階で回答させた。項目は次の通りである: 1. 買い物や通学などの日常生活で、2. 夜の飲み会で、3. 異性が集まる合コンで、4. コンサートに出かける時、5. 部屋の中で1人で試しに。

6~9では「このメイクをもしも誰か他の人がやっているのを見たら貴方はどう思いますか」と尋ねる4段階評定で、項目は以下の通りであった: 6. キャンパスで見かけた見知らぬ女子学生、7. 合コンで集まった友達の1人、8. スポーツクラブのインストラクター、9. 藤原紀香のような人気女性タレント。

第10項目は「このメイクを仮に同世代の女性の何%がしていたら貴方もしますか」と尋ねて、5(5%前後)、4(20%前後)、3(35%前後)、2(50%前後)、1(70%前後)のうち1つを選ばせた。

②私的自己意識、③公的自己意識、④対人不安質問項目…押見輝男(1992)から引用した30項目からなる私的・公的自己意識と対人不安(人がいると神経質になる、自分から視線をそらす、等)を測定するものを原著通り5段階評定させた

⑤流行追求度質問項目…「ブランドものが気になる」等の11項目(4段階評定)

⑥自己重要度項目…実験Ⅰの21尺度をすべて用いて、「友好的な」などについて「自分がそう見えることがどれくらい重要か」を4段階で評定させた。実験Ⅰでの因子分析結果を踏まえて全項目を人柄・成熟度・仕事・奇抜さに4分類した。

⑦化粧品購入額…第63問は春から実験実施の夏までの化粧品購入額を1(2000円まで)から5(3万円以上)までの5段階で回答させた。

手続き:実験Ⅰで得られた非対称メイク写真のうち1枚(図1-B2)をLL教室の教材提示装置を用いて被験者2人1組で見られるように提示し、①非対称化粧受容度の評定を行わせた。その後②~⑦について質問紙に回答を求めた。

3.3 結果

3.3.1 非対称化粧受容度

全10項目の評定平均値を示した図4の通り、日常生活

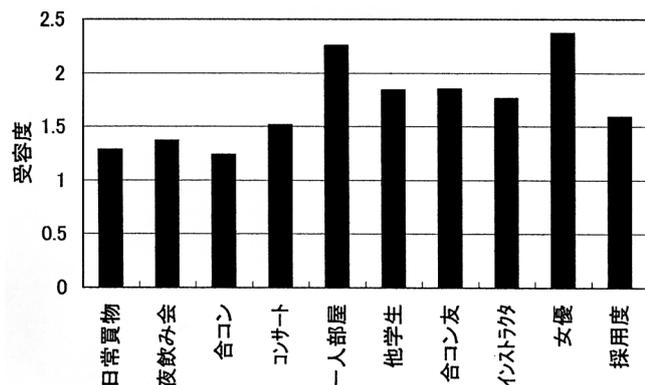


図4 項目別の受容度平均値

や合コンではやってみたくないという気持ちが強く、コンサートや夜の飲み会でも自分でこうしたメイクをすることには否定的であったが、「部屋の中で1人試しに」やってみてもよいとする傾向が少し見られた。また、他者がやっているのを見てあまり快く思わないものの、第9項目の「藤原紀香のような人気女性タレント」ならまずまずの印象であった。次にこの10項目の主因子分析を行ったところ、第1因子として第1～4項目（日常の買い物で・夜の飲み会で・合コンで・コンサートで、各々の場面で自分自身がやってみたくどうか）の因子負荷量が高かったので個人別に得点を合計して「自己因子」得点とし、また、第6～9項目（キャンパスの他学生・合コンでの友達・インストラクター・女優、の各々がやっているのを見てどう思うか）を第2因子として「他者因子」としてまとめ、次に述べる相関の算出に利用した。

3.3.2 自己意識、対人不安、自己重要度その他の諸要因と非対称メイク受容度との関係

諸要因間の相関係数を求めた。なお、⑤の流行追求度については、11項目を主因子分析して第1因子の負荷量が高かった4つの項目（同世代の～服や小物が気になる、～新商品が気になる、ブランドものが気になる、流行もの～が気になる）の値を平均して個人得点とした。有意差があった相関係数に基づいておもな結果を以下に文章化した：

1. 流行が気になる人は、採用度「同世代の何%がしていたら貴方もしますか」と関係し、このメイクに比較的積極的であった。また、コンサートに出掛ける時などにこのメイクをしてもいいと思うものの、キャンパスの見知らぬ女子学生がしていると快く思わない。
2. 自分にとって成熟度（魅力的、洗練された等）を重視する人は、他学生や合コンで友達が非対称メイクをしていると好ましく思わない。また、成熟度を重視しない人ほどこのメイクは他者がやったらいいと思っている（「他者因子」との相関）。
3. 同様に、奇抜さを重視する人は合コンで友達がこの

メイクをしていると快く思わない。

4. 化粧品購入額が高いと、自分自身がやってみたくと思うし（「自己因子」との相関）、特に異性が集まる合コンで自分がやってみたくと思う。
5. 私的自己意識の高い人はこのメイクはインストラクターなどがやればよいと思っている。
6. 公的自己意識の高い人は、流行が気になるが自分に大事なのは人柄であり奇抜さは重視していない。

3.4 考察

3.4.1 自己意識との関連

公的自己意識が高い人は、人に見られる自分を強く意識するので、化粧一般および非対称化粧に対する関心が高くなるといえる。他方、私的自己意識の高い人は、いかに見られるかを演出する化粧そのものに対して自我関与が低く、非対称化粧などはどこかの誰かがやればよいと他人事になっている。

3.4.2 別の自分を演出することと一般他者の価値観の二重構造

日常生活で非対称化粧を自分ではして見たくないし他人がしているのもよいと思わないにもかかわらず、「部屋で1人で試しに」なら興味があるという結果が見られた。このことから、非対称化粧はおかしい、変だといういわゆる「三人称の鏡」すなわち客観的・世間的な確固たる価値基準が被験者の中に存在し、同時に他者の批判的な眼差しを逃れたところで密かに変身してみたい願望があるといえる。三人称の一般他者に承認される「健全な」自分でいたいという気持ちと、冒険して少し妖しい自己を演出したいという願望の狭間に非対称化粧が位置づけられよう。

女性的成熟度や奇抜さが自分にとって大事だと思う人や、流行が気になる人が、他者が非対称化粧をしていると快く思わないという結果も、上記の二重構造から考察できる。自分だけが目新しい・魅力的・流行の先取りをしていると一般他者から見られるためには、その一般他者がありきたりで穏当であり特別の自分と差別化されなければいけない。主として三人称の一般他者との関係について述べたが、次のモニター実験報告では二人称の親しい眼差しが重要となる。

4 実験 III

4.1 目的

非対称メイクを施した若い女性が知人や他人の中で数時間過ごし、その結果どのような感想を持つかを記録して、他者からの眼差しの影響の受け取り方や非対称メイクに関する自己意識の変化を調べる。

4.2 方法

4.2.1 被験者

共学大学に通学する1回生の女子学生4名。

4.2.2 手続き

7月の授業期間中に、朝10時頃から学内の一室で女性メイク係りにより被験者は順次メイクを施された後に、10時40分からの授業に出席したり食堂で食事をしたり友人と語らう等して通常の大学生活を過ごし、質問紙や記録紙に回答した。

4.2.3 調査項目等

実験Ⅱの①から⑦までと同じものに、さらに2種類の調査を加えた。

①非対称化粧受容度（事前テスト・メイク前に実施した）、②私的自己意識、③公的自己意識、④対人不安、⑤流行追求度、⑥自己重要度項目、⑦化粧品購入額、⑧モニター記録票…時刻・状況・心に浮かんだ考え・満足度（5段階評定）の4列×5行からなるB5用紙の記録票を携帯させて、モニター実施中の少なくとも30分以内毎に、または場面・状況が変わる度に各欄に記入を求めた。記入例として、12:35・モニター3名と食堂で談笑中・隣の席の視線を感じて～・3（満足度）、などと用紙の冒頭に例示した。⑨非対称メイク受容度質問紙（事後テスト）…①と同じものの（実験Ⅱ参照）を実験終了後のメイクを落とす直前に行わせた。

4.3 結果

4.3.1 非対称化粧受容度の事前・事後テストの比較

4名中3名は事前・事後でメイク受容度にあまり変化がなかったが、うち1名についてはメイク後数時間経過した方がより肯定的に評価するようになった。なお、この1名と他の3名との間に、私的・公的自己意識や自己重要度その他の測定値について目立った差異は見られなかった。

4.3.2 モニター時の時間経過に伴う記録票記載事項や満足度の変化

（ユカ子）もっとも満足度が高かったユカ子については最初3（どちらでもない）でスタートし、知り合いに「パリコレみたいでカッコいい」と言われて4に上昇したが、別の知人に「デビルマンみたい」と言われて1（とても不満）に変わった。しかしその後あまり気にならなくなり、また友達に「かわいい」とほめられるなどして楽しくなり4→3→5と推移し、「慣れてきて」3→3→4と最後は満足気味に終わった。

（マミ）親しい相手に直接言われたことばに加えて、自分で思い込み、反応していた。メイクの最初に不安が募っ

て0（とても不満）でスタートしたが、「友達の反響がよかったので落ち着き」3になった。しかしトイレの鏡に写った自分を見て「誰かになぐられたようだ」と思い、落ち込んで1に下降した。友人がそんなにわからないと言ったので4に上がったが、下を向いた時にアイシャドーがわかると言われ少しショックを受ける。通りすがりの人に目が合ってヘンな顔をされたので、「自分のことではなかったかも知れないが」気になる。その後3→2→3と推移し、友達と普通にしゃべりメイクを忘れてしまうくらいで5に上がるが、知人から下のブルーシャドーがなぐられたように見えると恐れショックを受けて終了。

（カズヨ）モニターを依頼した時にもっとも積極的だったが、メイク前から緊張し（2:やや不満）、スタート直後エレベータの中で男子学生がずっと目を見てきて恥ずかしくなり（1）、友達に「そんなにわからない」と言われてようやく安心した（3）。大学構内の生協で買い物した折にはずっと伏し目がち（1）だったが、友達が普通の反応だったので恥ずかしくなくなる（4）。しかしある教員に人相を見てもらうもののメイクについてのコメントがなく、寂しい思いをする（2）。その後も大勢の中で視線を感じて恥ずかしくなる（2）ことと知り合いの反応が普通なので安心する（4）ことが交代して現れる。最後は図書室に行く時にエレベータや廊下を平気で歩いて「見るなら見ろ」と開き直って満足度4で終了した。

（ユリ）実施前にもっとも難色を示していたが、始まるにつれて普段あまりメイクをしたことがなかったから「少しおもしろい」という気持ちも湧いた（3）。友達に「あまりわからない」と言われてホッとしたり（4）、「よく見たら結構わかる」と指摘され（2）、皆が気づかないかと恥ずかしく思う（2）。慣れてきたり（4）、鏡の自分に違和感を覚えたり（2）、また、「どこかでうったのかと思った」などと言われてショックを受けたり（2）しながら、最後の安堵感（4）で終了した。

4.4 考察

4.4.1 自己意識等との関連

4名について非対称化粧への関心は、自己意識などの諸要因と明確な関係が見られなかったことから、それ以外に自分の容貌に対する自尊心や楽観主義などの要因と関係するかも知れず、人格変数や社会的態度と非対称化粧受容度との関係の検討が今後の課題である。

4.4.2 一人称（自分自身）、二人称（親しい相手）、三人称（一般他者）の眼差し

モニター被験者は、親しい友達に「かわいい」、あるいは「デビルマンみたい」などと言われる度に一喜一憂していた。非対称化粧に対する各場面の満足度は、友達のこと

ばや反応によって推移することが多かった。被験者の一人が「パリコレみたいでかっこいい」と言われてうれしくなったように、若者たちは他の人と少し違う自分を演出して斬新さと自由と個性を主張しようとする。その時に最も肯定的な関心を示してほしい相手は、見ず知らずの他人ではなく、身近にいる親しい人間なのであろう。また、親しい人間関係だからこそ「殴られたみたい」などと率直な意見も聞ける。

通りすがりやエレベータに乗り合わせた他学生の冷やかな視線すなわち三人称の鏡は、非対称化粧によって演出された別の自分の姿を振り返らせ、違和感を蘇らせてしまう役目をする。また、自分自身で文字通りトイレの鏡を見ること（一人称）で、常識的な三人称の視線を先取りする。非対称化粧に対する個人の評価（一人称）の中に常識（三人称）が内包され、入れ子構造になって被験者自身に批判的な視線を浴びせる、しかし、他方で、親しい友が平静にながめる二人称のいつもの眼差しは、被験者に化粧していることを忘れさせ、満足を与えるのである。自分のメイクや着こなしによほど自信があるならともかく、普段私たちは外出前に、自分の服装や化粧が似合っているかどうかを親しい人に確認する。冒険心のある化粧や服装を取り入れた時に、親しい人からの肯定的な評価は、他者の批判的な眼差しが内在化して自分を責め立てることから自分を護り、自信を持って前に進むことを支援する役目を持つ。

三人称の視線は自己を演出する上でとても大事である。少し危ない自分を提示する（露出する）時に、人目を避け

たい、でも見て欲しいという両方の気持ちがあり、二人称だけではこうしたワクワクした体験は味わえないであろう。

(参考文献)

- 1) Rosen, J. (永田雅宜監訳・吉沢保枝訳 1977) シンメトリーを求めて (紀伊国屋書店)
- 2) 青木英夫 1979 西洋化粧文化史 (源流社)
- 3) 押見輝男 1992 自分を見つめる自分自己フォーカスの社会心理学 (サイエンス社)
- 4) 高木 修 (監修) 大坊郁夫・神山 進 (編) 1996 被服と化粧の社会心理学 (北大路書房)
- 5) 竹内久美子 2000 シンメトリーな男 (新潮社)
- 6) デズモンド・モリス、石田かおり 1999 「裸のサル」は化粧好き (求龍堂)
- 7) 仲谷洋平・藤本浩一 1984 パターンの良さ及び好み判断について - 美術群と非美術群の比較 - 関西心理学会第 96 回大会発表論文集
- 8) 藤本浩一 1984 パターンの良さ及び好み判断と知的能力の関係 日本心理学会第 48 回大会発表論文集
- 9) 藤本浩一 1986 良いパターンの創造における規則性の要因 日本教育心理学会第 28 回大会発表論文集
- 10) 藤本浩一・土肥伊都子 2000 非対称化粧の意味を探る 繊維製品消費科学 41, 70-79.
- 11) 藤本浩一・仲谷洋平 1987 美的パターンの創造過程 - 美大生との比較 - 日本心理学会第 51 回大会発表論文