

# 対人コミュニケーション場面における化粧の効果の検討

## Examination of the Effects of Make-up in Interpersonal Communication Situations

伊師華江<sup>1)</sup>、菅井 楓<sup>1)</sup>

Hanae ISHI<sup>1)</sup>, Kaede SUGAI<sup>1)</sup>

E-mail : ishi@sendai-nct.ac.jp

### 和文要旨

化粧は顔の外見の印象を変化させるだけでなく、化粧を施した個人の心理や行動へも影響を及ぼすことが指摘されている。本研究では、実際の二者間会話場面を設定し、心理的な不安感と視線行動（アイコンタクト）に着目して対人コミュニケーションにおける化粧の心理的・行動的效果を実験的に検証することを目的とした。

実験では、女性 20 名の参加者が素顔・化粧の各条件下で質問者と 5 分間の会話を行った。その様子を撮影したビデオカメラの映像から、参加者が相手を直視した（アイコンタクト）回数と合計時間を測定した。更に、State-Trait Anxiety Inventory (STAI) の質問項目を用いて、参加者の通常時の不安傾向（特性不安）と各条件下での不安を測定した。これらの不安と視線行動についてそれぞれ分析をおこなった結果、素顔時と比較して化粧時に不安が低く、アイコンタクトの回数が多く合計時間が長いことが確認された。また、特性不安高群と低群に分けて分析を行うと、低群に比べて高群は素顔時により強い不安を感じているが、化粧時には低群と同程度に不安が低いことがわかり、化粧の効果にはももとの不安傾向が影響することが示唆された。

以上から、対人コミュニケーション場面で化粧の使用が不安を緩和し、コミュニケーション行動を促進する可能性が示された。これらの結果を、個人の不安傾向の違いおよび各条件下のコミュニケーション場面に対する「雰囲気」評価の観点から考察した。

キーワード：化粧、コミュニケーション行動、不安

Keywords :make-up, communication behavior, anxiety

### 1. はじめに

“ある集団 = 社会が持つ美意識に基づいて顔や体に意図的に手を加えて、外見的にも内面的にもそれまでの自分とは異なる自分になろうとするための行為 [1]”として化粧を位置付ける考え方がある。この考え方にもとづけば、人は、自身の外見や内面にもたらされる変化を期待して化粧を行うと考えることができる。

化粧（メイクアップ）による外見の変化とは、顔に化粧を施すことによって顔全体の見た目印象が変わることを意味する。例として、アイシャドウや口紅などの化粧品を利用して目や口など顔の要素を大きく見せることで顔のバランスが変わ

り、顔の全体的な印象も変化するという [2]。また、化粧における着色はももとの顔の自然な色彩を補うほかに色彩のもたらす様々な作用を狙っており [3]、たとえば色彩の感情的な効果や連想作用も顔の見た目印象に大きく影響を与えている。これらの化粧による外見の印象変化は、一般的に、女性の外見的な魅力を高め、他者へ向けて肯定的な印象を形成することを目的としていると考えられる。

一方、化粧による内面の変化とは、化粧を施すことによってその人自身の気持ちが変わったり行動が変容したりすることを意味する。例として、化粧を施した結果がその人の心理面に与える効果

<sup>1)</sup> 仙台高等専門学校、Sendai National College of Technology