

フェイスメイクの印象における文化の違い

大淵里桜

はじめに

現代社会において、日本の女性は出掛けるとき、仕事するときなど、何かと化粧をする場面が多い。化粧をすると、安心感が生まれたり(宇山ほか 1990)、自分への自信が高まったり(松井 1993)、自分が若々しくなったと自己認知したりする(岩下 1996)。余語が化粧をすると鏡に向かってほほえむ回数が増えることを報告している(余語 1993)。しかし、これらの先行研究では社会的な影響を考えられていない。Yuki et al (2007)は表情認知の文化差を特定しており、日本では目に注目した表情認知が行われ、アメリカでは口に注目した表情認知が行われることを明らかにしている。この先行研究から考えると、各文化的信念で化粧の好みに差がある可能性がある。本研究の目的は各文化的信念と化粧の好みの関係性を特定することである。アメリカは、他者と互いに結びついた人間関係の一部として自己を捉える考え方である相互独立的自己観を持つ傾向が強い。日本では、他者と分離した独自の存在として自己を捉える相互協調的自己観を持つ傾向が強い。一般的信頼の文化差は、アメリカが「社会関係が開かれた」社会で、日本は「社会関係が閉じた」社会である。社会関係が開かれているか程度は関係流動性で測ることができる。関係流動性とは、ある社会または社会状況における対人関係に関する選択肢の多さのことを指す。表情判断課題とは、中心人物の周囲に複数の人物がいて、周囲の人々と中心の人物の表情に差があるような絵を見せて、中心人物の表情からその感情を判断させる課題である。本研究の目的は、これらの文化的信念によって、化粧の好みに差がでるかどうかを明らかにすることである。

方法

本研究では、日本人がよく行う化粧画像とアメリカ人がよく行う化粧画像を呈示し、それぞれの印象を聞き、各個人の文化的信念の程度を測定する調査を行った。

参加者は57名であった。

結果

各文化的信念と日米の化粧画像の差は相関を取った。基本的には、関係流動性、一般的信頼、相互協調的自己観、表情判断課題への回答と日米の化粧画像の差には関連性が見られなかった。

考察

しかし、一部、文化的信念の影響が見られたため、社会的要因が化粧の印象に影響を与えていることは示唆されたといえる。今後の課題として、アメリカの化粧画像と日本の化粧画像の違いをもう少しはっきりさせてわかりやすい実験素材を用意するべきでは無かったのかと考える。