

女子大学生の化粧行動と自己意識との関連性¹

上 方 美 紀² ・ 田 頭 穂 積 (初等教育学科)

キーワード：化粧行動，化粧の動機，公的自己意識，私的自己意識，女子大学生

近年，雑誌やテレビで若い女性の化粧がよくとりざたされている。化粧は今や遊び感覚・ひとつの流行とみなされ，小学生までもが化粧品を使用するなど，低年齢化の一途を辿っている。また，若い女性による電車内での化粧など，社会問題としても注目されている。村澤(2001)によると，化粧行動は，広い意味では被服行動の一環であり，顔を装う行動を指す。彼は，化粧という行為を，広義に次の3つに分類している。①身体変工：髪を切る，抜く，縮らす(パーマ)，ヘアスタイルを整えるなど，②色調生成：入墨，タトゥーイングなど，③塗彩：皮膚に色や艶を添える，ボディペインティング，メイクアップ，ネイルメイクなど。心理学の領域では，メイクアップについての研究が多くなされているが，化粧の心理的効果について最初に注目したのはMcKeachie(1952)である。それ以後，容貌魅力や被服行動などと関連づけて化粧の効果が注目されてきた(Bull & Rumsey, 1988; Graham & Jouhar, 1980; 神山, 1985)。化粧という顔を装う行為がどのように外見の印象を変えるのかは，個人の容貌と化粧の相互関係の中で考慮される必要があるが，実際には，化粧を施すことによって，その行為者自身に満足感や対人的効用がもたらされ，心の健康にもつながることが明らかにされている(松井, 1983; 大坊, 1997)。また，化粧行動をめぐる心理的研究の知見を体系化した化粧心理学という新たな領域も展開しつつある(Graham & Kligman, 1985; 資生堂ビューティーサイエンス研究所, 1993)。

私たちは社会の中で他者とともに生きている。私たちの意識や関心は自己に向けられるだけでなく，他者へも向けられる。Fenigstein, Scheier, & Buss (1975)は，自己を公的自己(public self)と私的自己(private self)に区別し，理論化を行っている。前者は，容姿・容貌や外見行動などのように，他者にも観察可能な公的な自己である。これに対して後者は，動機，感情，思考，理念などのように，それを経験している本人にしか観察できない私的な自己である。菅原(1984)は，Fenigstein et al. (1975)を基に，公的自己意識尺度と私的自己意識尺度を作成している。また，辻(1987)によると，自己への注意は，自己の外側(公的自己意識)か内側(私的自己意識)に向かうと仮定される。

1 本研究の一部は中国四国心理学会第58回大会(2002年)において発表された。

2 広島文教女子大学大学院文学研究科

Cash, Rissi, & Chapman (1985)や松井(1986)は、化粧と自己意識との関連について研究を行っている。松井(1986)は、公的自己意識が化粧の程度と関連する傾向を見出しているが、公的自己意識や私的自己意識は化粧の程度ではなく、化粧によって呈示しようとする自分のイメージと深く関連することを明らかにしている。また、飛田(1996)は、女子大学生が化粧をする理由、および化粧をしない理由については分析しているが、自己意識との関連については検討していない。また、宇山・鈴木・互(1990)は、化粧する前と後で、気持ちの状態がどのように異なるかについて分析を行っている。しかし、化粧をしたいと思うのはどのような気分の時であるかについては問題にしていない。Cash et al. (1985)は、15種の化粧品の使用の程度が12種類の場面や状況でどのように異なるかについて研究しているが、化粧をしたいと思うのはどのような場面や状況であるかについては検討していない。

そこで本研究では、女子大学生の化粧する動機、および化粧する時の気分、化粧したいと思う場面が、公的自己意識や私的自己意識とどのように関連しているのかについて検討することを目的とする。

方 法

対象者 女子大学生 76名。

調査時期 2001年12月。

調査用紙の構成 調査用紙は、自己意識、化粧をする理由、化粧をしたいと思う気分、化粧したいと思う場面の4つから構成された。自己意識については、菅原(1984)の自己意識尺度(公的自己意識と私的自己意識)21項目を用いた。化粧する理由尺度は、飛田(1996)の20項目を用いた。両尺度とも各項目にどの程度あてはまるかについて、「とてもあてはまる」から「全くあてはまらない」の5件法を用いた。化粧したいと思う時の気分尺度については、中村(1983)の音楽に対する情動的評価尺度を参考に精選した。また、化粧したいと思う場面尺度は、Cash et al. (1985)による12種類の状況における化粧の度合いの評価尺度を参考に作成した。化粧したいと思う時の気分、化粧したいと思う場面にどの程度あてはまるかについては、「とてもしたい」から「全くしたくない」の5段階で評定するようになっていた。なお、各対象者の調査用紙は、項目配列の順序効果をなくすために、カウンターバランスが取られた。

手続き 調査は“女子大学生の意識に関する調査”という名称にし、授業時間内に一斉に実施した。調査用紙を配布した後、回答方法を説明し、各項目について答えさせた。

結果の処理 自己意識尺度と化粧する理由尺度の得点は、「とてもあてはまる」を5点、「全くあてはまらない」を1点として得点化した。得点が高いほど自己意識や化粧する理由がその項目にあてはまることを示す。化粧したいと思う時の気分尺度と化粧したいと思う場面尺度は、「とてもしたい」を5点、「全くしたくない」に1点を与えたので、高得点であるほどその気分や場面の時に化粧をしたいと思っていることを示す。

結果及び考察

1. 自己意識の分析

自己意識の因子構造を明らかにするために、因子分析(主因子法・バリマックス回転)を行った。その結果、4因子が抽出され、因子負荷量が0.40以上を示す項目を選定した(Table 1)。第1因子は「他者からの評価」、第2因子は「他者の目に映る自分」、第3因子は「自分から見た自分」、第4因子は「自分の心を見つめる目」と命名した。第1因子と第2因子が公的自己意識、第3因子と第4因子が私的自己意識である。菅原(1984)の研究では、第1因子に「公的自己意識」、第2因子に「私的自己意識」が抽出されており、本研究ではそれらが、それぞれさらに細分化された結果となった。

Table 1 自己意識の因子分析結果

項目	因子				共通性
	F1	F2	F3	F4	
第1因子「他者からの評価」					
16. 自分が他人にどう思われているのか気になる	0.91	0.01	0.08	0.03	0.83
20. 他人からの評価を考えながら行動する	0.76	0.12	0.06	0.02	0.59
13. 自分の容姿を気にするほうだ	0.61	0.02	-0.06	0.26	0.45
7. 人に見られていると、つかつかうをつけてしまう	0.50	0.16	0.07	0.31	0.37
15. 人に会う時、どんな風にふるまえば良いのか気になる	0.48	0.16	0.23	0.16	0.33
21. 世間体など気にならない	-0.47	0.24	-0.19	0.05	0.32
第2因子「他者の目に映る自分」					
17. 人の目に映る自分の姿に心を配る	0.03	0.80	0.07	-0.02	0.64
4. 初対面の人に、自分の印象を悪くしないように気づかう	0.22	0.69	0.33	-0.11	0.65
9. 自分についてのうわさに関心がある	0.10	0.62	0.01	-0.04	0.39
2. 人前で何かする時、自分のしぐさや姿が気になる	0.23	0.56	0.05	0.31	0.47
19. 自分の発言を他人がどう受け取ったか気になる	0.07	0.48	0.08	0.08	0.24
第3因子「自分から見た自分」					
11. ふと、一歩離れた所から自分を眺めてみることもある	0.01	0.19	0.72	0.23	0.60
1. 自分がどんな人間か自覚しようと努めている	-0.01	0.07	0.71	0.19	0.55
3. 自分を反省してみることが多い	0.01	0.09	0.69	-0.05	0.49
第4因子「自分の心を見つめる目」					
5. その時々、の気持ちの動きを自分自身でつかんでいたい	0.10	0.05	0.17	0.71	0.55
6. 常に、自分自身を見つめる目を忘れないようにしている	0.08	-0.18	0.10	0.64	0.46
14. 気分が変わると自分自身でそれを敏感に感じ取るほうだ	0.19	0.26	0.11	0.46	0.33
寄与率	13.52	11.63	9.46	9.28	
累積寄与率	13.52	25.15	34.61	43.89	

2. 化粧する理由の分析

化粧する理由の因子構造を明らかにするために、因子分析(主因子法・バリマックス回転)を行った。その結果、5因子が抽出され、因子負荷量が0.40以上を示す項目を選定した(Table 2)。第1因子は「変わる楽しさ」、第2因子は「魅力の呈示」、第3因子は「積極性の向上」、第4因子は「リラクゼーション」、第5因子は「肌の美しさ」と命名した。飛田(1996)の研究では、第1因子に「自己顕示と魅力性」、第2因子に「積極性や自信の獲得」、第3因子に「伝統的性役割観」、第4因子に「肌の保護と欠点のカバー」が抽出されており、類似する因子も見られたが、本研究の第1因子では、自己顕示の項目よりも「変わる楽しさ」に関する項目の因子負荷量が高かった。また、「リラクゼーション」の因子は認められたが、女性のみだしなみという伝統的性役割観の因子は見

出されなかった。これは、共学の女子大学生との違いを示す化粧行動によるものであるのか、さらに比較検討する必要があるだろう。

Table 2 化粧する理由の因子分析結果

項目	因子					共通性
	F1	F2	F3	F4	F5	
第1因子「変わる楽しさ」						
5.顔を創造する楽しさがあるから	0.75	0.30	0.17	-0.19	0.06	0.72
20.気分転換になるから	0.68	0.05	0.07	0.07	0.01	0.45
4.異性から注目されたいから	0.59	0.12	0.36	0.14	0.01	0.51
2.周りや友人がしているから	0.50	-0.09	0.31	0.39	-0.05	0.50
第2因子「魅力の显示」						
15.同性から注目されたいから	0.25	0.59	0.19	0.32	0.31	0.65
19.男性から魅力的だと思われたいから	0.11	0.58	0.17	-0.10	0.17	0.43
8.同性に見劣りしたくないから	0.20	0.56	-0.14	0.06	0.22	0.42
10.気持ちが引き締まるから	-0.07	0.52	0.16	0.04	0.29	0.39
第3因子「積極性の向上」						
11.積極的な気分になれるから	-0.06	0.20	0.59	0.35	0.01	0.51
17.素顔とは違う自分になりたいから	0.12	-0.39	0.55	0.30	0.12	0.60
1.自信が持てるから	0.11	0.11	0.43	0.26	0.17	0.31
第4因子「リラクゼーション」						
14.ストレスが解消できるから	-0.08	-0.06	0.07	0.73	0.01	0.55
7.肌に触れると気持ちがいいから	0.06	-0.04	0.16	0.62	0.06	0.42
第5因子「肌の美しさ」						
6.欠点のカバーできるから	0.16	0.31	0.13	-0.02	0.68	0.61
13.自分の肌を守るため	-0.02	0.07	0.11	0.08	0.62	0.41
寄与率	13.09	11.83	9.26	8.18	7.07	
累積寄与率	13.09	24.92	34.18	42.36	49.43	

3. 化粧したいと思う時の気分の分析

化粧したいと思う時の因子構造を明らかにするために、因子分析(主因子法・バリマックス回転)を行った結果、4因子が抽出され、因子負荷量が0.40以上を示す項目を選定した(Table 3)。第1因子は「陽気さ」、第2因子は「抑うつ」、第3因子は「快い弛緩」、第4因子は「緊張」と命名した。因子構造は中村(1983)の研究とほぼ同様の結果となった。化粧したいと思う時の情動的な気分は、音楽に対する評価と情動的次元で同じ構造を有するといえよう。

4. 化粧したいと思う場面の分析

化粧したいと思う場面の因子構造を明らかにするために、主成分分析(バリマックス回転)を行った結果、2因子が抽出され、因子負荷量が0.40以上を示す項目を選定した(Table 4)。第1因子は「対人場面」、第2因子は「非対人場面」と命名した。Cash et al. (1985)は、化粧の度合いを評価するために12の場面を設定しているが、本研究では、意識する他者が存在し心理的交流が生じる対人場面と、そうでない非対人場面の2つに大きく分類された。

5. 自己意識と化粧する理由の関係

公的自己意識と私的自己意識が化粧する理由にどのように関連しているのかについて明らかにするために、まず、第1因子の公的自己意識「他者からの評価」を取りあげた。全対象者の「他者か

Table 3 化粧したいと思う気分の因子分析結果

項目	因子				共通性
	F1	F2	F3	F4	
第1 因子「陽気さ」					
8.うれしい気分の時	0.88	0.01	0.16	-0.08	0.81
5.楽しい気分の時	0.81	0.01	-0.06	0.03	0.67
13.うきうきした気分の時	0.78	-0.02	0.09	0.07	0.62
17.明るい気分の時	0.73	-0.10	0.19	0.01	0.59
10.陽気な気分の時	0.67	0.04	0.14	0.11	0.48
第2 因子「抑うつ」					
4.暗い気分の時	-0.14	0.83	0.04	-0.10	0.72
9.悲しい気分の時	-0.15	0.79	-0.02	-0.09	0.65
7.陰気な気分の時	0.05	0.66	-0.06	0.09	0.45
16.沈んだ気分の時	-0.11	0.62	0.11	0.13	0.43
6.落ち着きのない気分の時	0.07	0.53	-0.17	0.22	0.37
15.はりつめた気分の時	0.11	0.52	-0.07	0.24	0.34
第3 因子「快い弛緩」					
14.おだやかな気分の時	0.27	-0.06	0.79	-0.05	0.70
3.ゆったりした気分の時	0.04	0.03	0.67	-0.11	0.47
1.安定した気分の時	0.10	-0.08	0.58	0.21	0.40
第4 因子「緊張」					
11.緊張した気分の時	0.21	0.32	-0.09	0.45	0.35
寄与率	21.02	17.74	9.41	5.55	
累積寄与率	21.02	38.76	48.17	53.72	

Table 4 化粧したいと思う場面の主成分分析結果

項目	因子		共通性
	F1	F2	
第1 因子「対人場面」			
10.合コンに出席する	0.83	0.05	0.69
2.異性の友人と遊びに行く	0.79	-0.04	0.63
12.フォーマルな場に出席する	0.73	0.01	0.54
8.同性の友人と買い物に行く	0.72	0.27	0.59
4.彼氏とデートをする	0.70	0.28	0.57
3.会社の面接を受ける	0.69	-0.31	0.57
5.目上の人と会う	0.68	-0.10	0.47
1.あまり親しくない人と会う	0.65	0.04	0.42
11.アルバイトに行く	0.63	0.08	0.41
第2 因子「非対人場面」			
9.近所のスーパーに買い物に行く	0.21	0.79	0.68
6.一人で家にいる	-0.13	0.78	0.62
寄与率	42.55	13.71	
累積寄与率	42.55	56.27	

らの評価」の平均(M)3.75と標準偏差(SD)0.65に基づいて、対象者をH群(M+0.5SD以上)とL群(M-0.5SD以下)に分類した。

「他者からの評価」のH群における、私的自己意識因子「自分から見た自分」の平均(M)は3.77、標準偏差(SD)は0.77であった。「他者からの評価」のH群を、さらに「自分から見た自分」のMとSDに基づいて、H群(M+0.5SD以上)とL群(M-0.5SD以下)に分類した。従って、「他者からの評価」および「自分から見た自分」の両得点が高い群をHH群とし、「他者からの評価」が高く、「自分から見た自分」の得点が低い群をHL群として分類した。また、同様の手続きで、「他者からの評価」

のL群における、私的自己意識因子「自分から見た自分」の平均($M=3.67$)と標準偏差($SD=0.89$)に基づいて、対象者をLH群, LL群に分類した。

自己意識と化粧する理由の関連性を見るために、化粧する理由因子「変わる楽しさ」について2(他者からの評価; HL)×2(自分から見た自分; HL)の二要因分散分析を行った結果、「他者からの評価」に主効果($F=6.35, df=1/71, p<.05$)が見られた。また、「他者からの評価」×「自分から見た自分」の交互作用に片側で傾向($F=1.82, df=1/71, p<.1$)が見られた(Fig. 1)。このことから、他者からの評価を強く意識し、自分から見た自分にも意識を多く向ける人が「変わる楽しさ」という理由で化粧をする傾向があると考えられる。また、化粧する理由因子「魅力の呈示」では、「自分から見た自分」に主効果($F=4.20, df=1/71, p<.05$)が見られたことから、自分から見た自分に多く意識を向ける人が「魅力の呈示」という理由で化粧をするといえる。

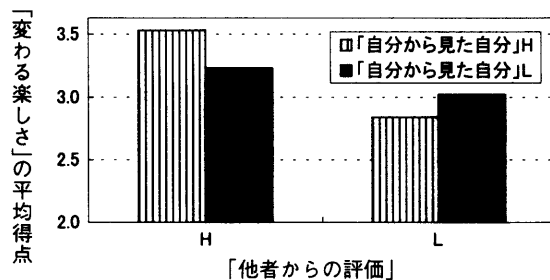


Fig. 1 自己意識のタイプ別に見た化粧する理由の平均得点

また、第1因子の公的自己意識「他者からの評価」と第4因子の私的自己意識「自分の心を見つめる目」の分散分析の結果は、第3因子の私的自己意識「自分から見た自分」との分析と同様であり、他者からの評価を強く意識している人ほど「変わる楽しさ」という理由で化粧をするといえる($F=5.94, df=1/71, p<.05$)。さらに、「リラクゼーション」という理由も認められた($F=10.15, df=1/71, p<.01$)。

次に、第2因子の公的自己意識「他者の目に映る自分」についても、公的自己意識「他者からの評価」の場合と同様の手続きで分析を行った。第2因子の公的自己意識「他者の目に映る自分」($M=3.86, SD=0.67$)と第3因子の私的自己意識「自分から見た自分」($M=3.76, SD=0.74$)の M と SD に基づいて、4タイプ(HH, HL, LH, LL)に分類した。自己意識と化粧する理由の関係をj見るために、化粧する理由因子「変わる楽しさ」について2(他者の目に映る自分; HL)×2(自分から見た自分; HL)の二要因分散分析を行った結果、「他者の目に映る自分」に主効果($F=8.47, df=1/71, p<.01$)が見られた。このことから、他者の目を気にしている人ほど「変わる楽しさ」という理由で化粧をするといえる。また、「魅力の呈示」の理由については、「自分から見た自分」に主効果($F=4.85, df=1/71, p<.05$)が見られたことから、自分から見た自分に意識を多く向ける人が「魅力の呈示」という理由で化粧をするといえる。また、第2因子の公的自己意識「他者の目に映る自分」と第4因子の私的自己意識「自分の心を見つめる目」の分散分析の結果は、第3因子の私的自己意識「自

分から見た自分」との分析と同様であり、他者の目を気にしている人ほど「変わる楽しさ」という理由で化粧をするといえる($F=9.56, df=1/71, p<.01$)。また、「リラクゼーション」の理由では、「自分の心を見つめる目」に主効果($F=9.62, df=1/71, p<.01$)が見られ、自分を客観的に見つめる人ほど「リラクゼーション」という理由で化粧をするといえる。

6. 自己意識と化粧したいと思う時の気分の関係

自己意識を、第1因子の公的自己意識「他者からの評価」と第3因子の私的自己意識「自分から見た自分」の M と SD に基づいて、公的自己意識をH群・L群とし、それぞれの群をさらに私的自己意識のH群・L群に分け、HH, HL, LH, LLの4タイプに分類した。自己意識と化粧したいと思う時の気分の関連性を見るために、化粧したいと思う時の気分因子「陽気さ」について2(他者からの評価; HL)×2(自分から見た自分; HL)の二要因分散分析を行った結果、「他者からの評価」に主効果($F=8.26, df=1/71, p<.01$)が見られた(Fig.2)。このことから、他者からの評価を強く意識している人ほど陽気な気分の時に化粧をしたいと思っているといえる。

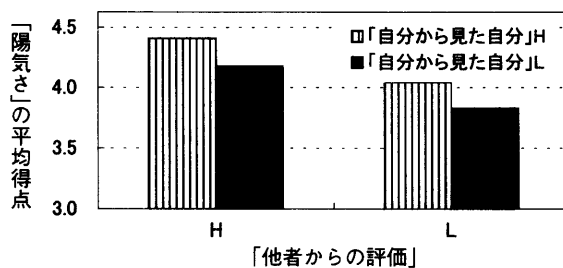


Fig.2 自己意識のタイプ別に見た化粧する時の気分の平均得点

第1因子の公的自己意識「他者からの評価」と第4因子の私的自己意識「自分の心を見つめる目」の分散分析の結果は、第3因子の私的自己意識「自分から見た自分」との場合と同様に、他者からの評価を意識している人ほど陽気な気分の時に化粧をしたいと思っているといえる($F=7.52, df=1/71, p<.01$)。

次に、第2因子の公的自己意識「他者の目に映る自分」についてもとあげた。第2因子の公的自己意識「他者の目に映る自分」($M=3.86, SD=0.67$)と第3因子の私的自己意識「自分から見た自分」($M=3.76, SD=0.74$)の M と SD に基づいて、公的自己意識をH群・L群とし、それぞれの群をさらに私的自己意識のH群・L群に分け、HH, HL, LH, LLの4タイプに分類した。自己意識と化粧したいと思う時の気分の関連性を見るために、化粧したいと思う時の気分因子「陽気さ」について2(他者の目に映る自分; HL)×2(自分から見た自分; HL)の二要因分散分析を行った結果、「他者の目に映る自分」に主効果($F=9.33, df=1/71, p<.01$)が見られた。このことから、他者の目を気にしている人は、陽気な気分の時に化粧をしたいと思っているといえる。また、「緊張」の気分では、「自分から見た自分」に主効果($F=8.26, df=1/71, p<.01$)が見られ、「他者の目に映る自分」×「自

分から見た自分」の交互作用に傾向($F=3.02, df=1/71, p<.1$)が見られた。このことから、他者の目を強く意識し、自分から見た自分にも意識を多く向ける人は、「緊張」する時に化粧をしたいと思っているといえる。

第2因子の公的自己意識「他者の目に映る自分」と第4因子の私的自己意識「自分の心を見つめる目」の分散分析の結果は、第3因子の私的自己意識「自分から見た自分」の分析と同様であり、他者の目を気にしている人が「緊張」する時に化粧をしたいと思っているといえる($F=11.08, df=1/71, p<.001$)。また、「緊張」の気分では、「自分の心を見つめる目」に主効果($F=10.69, df=1/71, p<.01$)が見られた。このことから、自分から見た自分に意識を多く向ける人が「緊張」する時に化粧をしたいと思っているといえる。

7. 自己意識と化粧したいと思う場面の関係

自己意識を、第1因子の公的自己意識「他者からの評価」と第3因子の私的自己意識「自分から見た自分」の M と SD に基づいて、公的自己意識をH群・L群とし、それぞれの群をさらに私的自己意識のH群・L群に分け、HH, HL, LH, LLの4タイプに分類した。自己意識と化粧したいと思う場面の関連性を見るために、化粧したいと思う場面因子「対人場面」について2(他者からの評価; HL)×2(自分から見た自分; HL)の二要因分散分析を行った結果、「他者からの評価」に主効果($F=4.16, df=1/71, p<.05$)が見られ、「自分から見た自分」に傾向($F=3.07, df=1/71, p<.1$)が見られた(Fig. 3)。このことから、他者からの評価を意識している人ほど「対人場面」で化粧をしたいと思っているといえる。

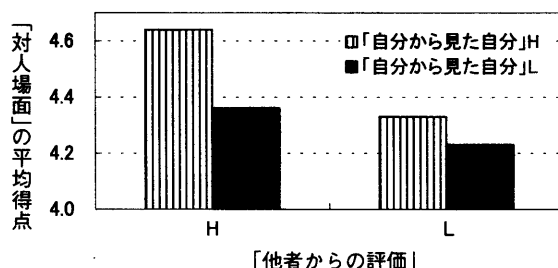


Fig. 3 自己意識のタイプ別に見た化粧する場面の平均得点

第1因子の公的自己意識「他者からの評価」と第4因子の私的自己意識「自分の心を見つめる目」の分散分析の結果、「対人場面」において、「他者からの評価」と「自分の心を見つめる目」の主効果にそれぞれ傾向($F=3.63, F=2.96; df=1/71, p<.1$)が見られた。

次に、第2因子の公的自己意識「他者の目に映る自分」と第3因子の私的自己意識「自分から見た自分」の M と SD に基づいて、公的自己意識をH群・L群とし、それぞれの群をさらに私的自己意識のH群・L群に分け、HH, HL, LH, LLの4タイプに分類した。自己意識と化粧したいと思う場面の関連性を見るために、化粧したいと思う場面因子「対人場面」について2(他者の目に映る自分; HL)

×2(自分から見た自分; HL)の二要因分散分析を行った結果,「他者の目に映る自分」($F=16.92, df=1/71, p<.001$)と「自分から見た自分」($F=5.00, df=1/71, p<.05$)に主効果が見られた。このことから, 他者の目を気にして, 自分から見た自分に意識を多く向ける人が「対人場面」で化粧をしたいと思っているといえる。また, 「非対人場面」では「他者の目に映る自分」に主効果($F=4.07, df=1/71, p<.05$)が見られたことから, 他者の目を気にする人は, 「対人場面」だけでなく「非対人場面」でも化粧をしたいと思っているといえる。

第2因子の公的自己意識「他者の目に映る自分」と第4因子の私的自己意識「自分の心を見つめる目」の分散分析の結果は, 「対人場面」では「他者の目に映る自分」に主効果($F=13.59, df=1/71, p<.001$), 「自分の心を見つめる目」に傾向($F=2.89, df=1/71, p<.1$)が見られた。第3因子の私的自己意識「自分から見た自分」との分析の場合と類似した結果が得られたことから, 他者の目を気にする人ほど「対人場面」で化粧をしたいと思っているといえる。また, 「非対人場面」では「他者の目に映る自分」に主効果($F=4.57, df=1/71, p<.05$)が見られたことから, 他者の目を気にする人は, 「対人場面」だけでなく「非対人場面」でも化粧をしたいと思っているといえる。

以上のことから, 私的自己意識の高低に関わらず, 公的自己意識の高い人は, 「対人場面」, 「非対人場面」の両場面において化粧をしたいと思っているといえるであろう。

8. 化粧する理由と化粧したいと思う気分・場面の関連性

一般的に気分や場面によって化粧は変わると言われる。この言葉は, 化粧行動が, 化粧する状況によって左右されることを示すものと解される。大坊(1993)の化粧行動の発生構造モデルによると, 場面などの要因が化粧する動機に影響を与えており, それが化粧行動を規定する。しかし, 先行条件としての気分や場面が, 化粧する動機, 即ち化粧する理由にどのような影響を与えているかという研究は見られない。また, 今まで化粧した後の効果についての研究は見られるが, 化粧行動に影響を及ぼす化粧前の変数との関連性を詳細に検討した研究はほとんど見られない。

Table 5 化粧する理由因子に影響を及ぼす化粧したいと思う時の気分因子の重回帰分析

説明変数	目的変数				
	変わる楽しさ	魅力の呈示	積極性の向上	リラクゼーション	肌の美しさ
公H私H群 陽気さ 抑うつ 快い弛緩 緊張		0.53**	0.45*		
			0.48*		
R	0.27	0.67	0.65	0.33	0.46
公H私L群 陽気さ 抑うつ 快い弛緩 緊張		0.69*	0.92*** 0.52*		0.66*
R	0.51	0.67	0.75	0.18	0.53

*** $p<.001$, ** $p<.01$, * $p<.05$ (数値は標準偏回帰係数)

(注) 公H私Hは, 公的自己意識と私的自己意識が共に高く, 公H私Lは公的自己意識が高く, 私的自己意識が低いことを示す。

Table 6 化粧する理由因子に影響を及ぼす化粧したいと思う場面因子の重回帰分析

説明変数	目的変数				
	変わる楽しさ	魅力の呈示	積極性の向上	リラクゼーション	肌の美しさ
公H私L群 対人場面			0.58**		
非対人場面		0.48*			
R	0.51	0.50	0.66	0.44	0.24
公L私L群 対人場面			0.55*		
非対人場面					
R	0.29	0.39	0.63	0.29	0.20

** $p<.01$, * $p<.05$ (数値は標準偏回帰係数)

そこで、化粧したいと思う気分や化粧したいと思う場面がどのように化粧の動機を規定するのか検討するために、化粧したいと思う気分因子と化粧したいと思う場面因子をそれぞれ説明変数に、化粧する理由の各因子を目的変数にして、重回帰分析を行なった。Table5, 6には、重回帰式が0.1%, 1%水準および5%水準で有意となる説明変数の標準偏回帰係数を記載してある。

なお、公的自己意識のH群は、公的自己意識の第1因子「他者からの評価」と第2因子「他者の目に映る自分」の合成平均得点(M)と標準偏差(SD)を基に分類した。私的自己意識のH群とL群は、私的自己意識の第3因子「自分から見た自分」と第4因子「自分の心を見つめる目」の合成平均得点(M)と標準偏差(SD)を基に分類した。

まず、化粧したいと思う気分因子において、公的自己意識も私的自己意識も高い群では、「陽気さ」は「魅力の呈示」($\beta=0.53$)、「積極性の向上」($\beta=0.45$)と有意な正の関連性があった。「快い弛緩」は「積極性の向上」($\beta=0.48$)と有意な正の関連性があった。公的自己意識が高く私的自己意識の低い群では、「陽気さ」は「積極性の向上」($\beta=0.92$)と有意な正の関連性があった。「抑うつ」は「魅力の呈示」($\beta=0.69$)、「積極性の向上」($\beta=0.52$)と有意な正の関連性があった。「快い弛緩」は「肌の美しさ」($\beta=0.66$)と有意な正の関連性があった。つまり、公的自己意識の高い人は、概して「積極性の向上」という理由で化粧をする。しかし、公的自己意識に私的自己意識がからむことによって、化粧する理由に若干の違いが見られる。「陽気」な気分の時には、私的自己意識の高い人の場合、化粧行動が「積極性の向上」だけではなく「魅力の呈示」という理由にも強く規定されているといえる。また、「快い弛緩」の気分は、私的自己意識の高い群では「積極性の向上」、低い群では「肌の美しさ」を化粧する理由としている。即ち、同じ気分であっても私的自己意識の高低によって化粧する理由が異なる。また、化粧行動の理由が同じであっても、自己意識の高低によって影響する気分が若干異なる。

化粧したいと思う場面と化粧する理由の関連性が認められたのは主に次の群についてであった。公的自己意識が高く私的自己意識の低い群において、「対人場面」では「積極性の向上」($\beta=0.58$)と有意な正の関連性があり、「非対人場面」では「魅力の呈示」($\beta=0.48$)と有意な正の関連性があった。また、公的自己意識も私的自己意識も低い群では、「対人場面」では「積極性の向上」(β

=0.55)と有意な正の関連性があった。私的自己意識の低い群では、公的自己意識の高低に関係なく、「対人場面」において「積極性の向上」という理由で化粧をする。ただし、「非対人場面」においては、公的自己意識の高い群が「魅力の呈示」という理由で化粧をする。つまり、公的・私的自己意識との相互作用によって、気分や場面が化粧の動機に及ぼす影響は、さらに変化するといえる。

本研究では、一般的な化粧行動に言及しており、顔の装い方については検討を行っていないため、これらの要因についてはさらに検討する必要がある。

引用文献

- Bull, R. & Rumsey, N. 1988 *The social psychology of facial appearance*. New York : Springer-Verlag.
- Cash, T.F., Rissi, J., & Chapman, R. 1985 Not just another pretty face : Sex roles, locus of control, and cosmetics use. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 11, 246-257
- 大坊郁夫 1993 化粧 美のコミュニケーション(3) 化粧文化(ポーラ研究所), 29, 75-91.
- 大坊郁夫 1997 化粧の対人的効果 creabeaux, 11, 12-18.
- Fenigstein, A., Scheier, M.F., & Buss, A.H. 1975 Public and private self-consciousness : Assessment and theory. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 43, 522-527.
- Graham, J.A. & Jouhar, A.J. 1980 Cosmetics considered in the context of physical attractiveness : A review. *International Journal of Cosmetic Science*, 2, 77-101.
- Graham, J.A. & Kligman, A.M. (Eds.) 1985 *The psychology of cosmetic treatments*. New York : Prager.
- 飛田 操 1996 化粧の個人的効果と対人的効果に関する実証的研究 コスメトロジー研究報告, 4, 145-157.
- 神山 進 1985 被服心理学 光生館
- 松井 豊 1983 化粧の心理的効用 マーケティング・リサーチ, 21, 30-41
- 松井 豊 1986 化粧と性格 詫摩武俊(監) 鈴木乙史・清水弘司・松井 豊(編) パッケージ・性格の心理 5 自分の性格と他人の性格 プレーン出版 Pp.55-66.
- McKeachie, W.J 1952 Lipstick as a determiner of first impressions of personality : An experiment for the general psychology course. *The Journal of Social Psychology*, 36, 241-244.
- 村澤博人 2001 化粧の文化誌 大坊郁夫(編) シリーズ 21世紀の社会心理学 9 化粧行動の社会心理学 北大路書房 Pp.48-63.
- 中村 均 1983 音楽の情動的性格の評定と音楽によって生じる情動の評定の関係 心理学研究,

54, 54-57.

資生堂ビューティーサイエンス研究所(編) 1993 化粧心理学－化粧と心のサイエンスー フレグランスジャーナル社

菅原健介 1984 自己意識尺度(self-consciousness scale) 日本語版作成の試み 心理学研究, 55, 184-188.

辻 平治郎 1987 自己意識と他者意識(1) 日本教育心理学会第29回総会発表論文集, 514-515.

宇山光男・鈴木ゆかり・互 恵子 1990 メーキャップの心理的有効性 日本化粧品科学会誌, 14, 163-168.

余語真夫 1993 化粧することの理由を考える1; 感情および容貌印象に与える影響 資生堂ビューティーサイエンス研究所(編) 化粧心理学－化粧と心のサイエンスー フレグランスジャーナル社 Pp. 268-275.