

ピンク/青の化粧がジェンダー的な自己認知と選択に及ぼす効果⁽¹⁾

石井 国雄¹・田戸岡 好香²

The Effect of Pink / Blue Makeup on Gender-Related Self-Cognition and Choice

Kunio ISHII¹ and Yoshika TADO'OKA²

Abstract

Makeup is an important dress for women, and is an important form of self-expression. The present study examined the effects of pink and blue makeup on self-cognition and gender-related choice among female college students. We hypothesized that female participants would perceive themselves more feminine and choose feminine things when they applied pink makeup than when they applied blue makeup. In the experiment, Japanese female college students were applied pink or blue makeup. Then participants completed a gender-related self-rating scale, and then chose which one they wanted feminine things or masculine things. Results showed that among participant in blue condition, frequency to makeup in everyday life predicted the gender related choice: the more frequently they do makeup, the more they chose feminine things. We discussed the role of makeup color on the feeling and gender-related self-cognition for women.

キーワード：化粧、色、ピンク/青、ジェンダー・ステレオタイプ、感情

Keywords : makeup, color, pink/blue, gender stereotype, affect.

1. 問題

1.1 化粧の心理的機能

女性にとって化粧は重要な装いであり、重要な自己表現の一つである。現代女性は化粧をすることに高い意識を持っており、日常生活の中でほぼ毎日化粧行動を行っている。人々が化粧を行う背景には様々なものがあるだろう。ある者は他者に自分を美しく見せるために、ある者は普段とは異なる自分となるために、ある者は自分自身の満足のために、といったように多様な目的があると考えられる。こうした多様な人々の想いから、多様な種類の化粧品が開発・販売され、化粧方法も多様に変化を遂げている。また、人々も毎日同じ化粧をするのではなく、季節やイベントなどによって異なる化粧方法を使い分けている。

こうした化粧は、女性に対してどのような心理的影響を与えているだろうか。大坊（2001）は化粧の機能として、自己維持機能と対人相互機能を挙げている。自己維持作用機能とは、化粧により自分を手直ししたり、作り変える（変身する）ことを通して、安定的な自己を維持する働きのことを指す。一方で、対人相互作用機能とは一般に身体的魅力を増加させる化粧を通して、自尊心や自己の価値を向上させ、他者との積極的な関わりなど社会的適応を高める働きのことを指す。また、化粧は装いという意味で考えると被服行動と類似しているが、Kaiser（1985）は被服の社会・心理的機能として、自己の確認・強化・変容機能、情報伝達機能、社会的相互作用の促進・抑制機能の3つを挙げている。自己の確認・強化・変容機能は、自己の被服により自分自身がどのような人物であるかを確認し、そのイメージを強化・変容させる働きを指す。情報伝達機能は、他者に自分の特徴や欲求を伝える働き

¹ 清泉女学院大学

² 長野県短期大学

を指す。社会的相互作用の促進・抑制機能とは、被服が他者との相互作用を規定するという機能を指す。いずれの説明においても、化粧が、自己の変容や維持と関わること、社会的な適応感と関わることは一致していると言えるだろう。

こうした機能と対応し、化粧によって自己の印象や行動が変容することが実証的に示されている。たとえば飛田（1996）は、口紅（ピンク、オレンジ）を塗った時と塗っていない時における自分に対する印象を比較したところ、口紅を塗った時には「洗練された」「激しさ」「情熱的な」「美しさ」が高まる一方で「暖かさ」や「やさしさ」が減少することを示している。また、余語（2001）は自己開示課題において、化粧を施された場合には、施されない素顔の場合よりも状態不安が低まり、ビデオカメラを見つめる回数が増えることを示している。

1.2 ピンクと青の被服による心理的影響

ここまで一概に化粧行動とまとめてきたが、その方法や種類は多様で多彩である。化粧の色彩を考えると、暖色系や寒色系があり、色合いの強いものやナチュラルなものなどさまざまな種類がある。たとえば、日本で一般的に用いられるアイシャドウの色は明るすぎないブラウンやベージュが主であるが、目元のワンポイントにピンク色や青色などを使用する場面も多い。こうした化粧の色彩の利用は、流行によって大きく左右されるが、肌の色やその日の出来事、その時の気分などにあわせて使い分けられている。

化粧の種類の違いによって見た目としての変化は当然生じると考えられるが、こうした変化は自分の内面や行動にまで及ぶのだろうか。化粧は自分を手直ししたり、作り変える（変身する）行為を含むとしたが、本研究は社会心理学的な観点から、異なる種類の化粧が自己の内面や判断に異なる影響を及ぼすかを検討した。とくに注目したのは、化粧の色を伝統的な女性色（ピンク）とするか、伝統的な男性色（青）とするかによって違いが生じるかである。

ピンクは、かわいらしく、やさしい印象が一般に持たれており、青は知性や誠実で落ち着いた印象がもたれており（日本色彩学会, 2011）、伝統的にジェンダーと関わりがある。現代社会においては、ピンクは女の子、青は男の子らしいというステレオタイプがもたれている（Paoletti, 2012）。とくに女性の衣服や化粧など、身につけるものにピンクの色合いはよく使われている。

こうした化粧に用いられるピンクと青は、化粧を施される人にどのような心理的影響を及ぼすだろうか。先に触れた飛田（1996）はピンクとオレンジの口紅の使用が自己に対する印象を変えることを示している。しかし、この実験においては評定されているものの多くが外見的な印象評価にとどまっており、自己の内面（性格特性など）の変容についてはそれほど扱っていない。また、研究として色の違いではなく化粧の有無による違いに重きが置かれており、化粧の色による明確な違いは示されていない。こうしたことから、本研究は、化粧の色をピンクとするか、青とするかということ进行操作し、その後に性格特性や判断において、違いがみられるかを検討することとした。

化粧の色をピンクとするか、青とするかによってどのような性格特性の変化が生じるだろうか。ここでは化粧と関連の強い被服行動において、色の違いが自己の内面的特性に及ぼす影響を検討した研究を援用する。石井・沼崎・田戸岡（2014）は、男性大学生にピンクまたは青の白衣を着用させた後に、IAT（Greenwald, McGhee, & Schwartz, 1998）と質問紙を用いて、ジェンダーに関する自己概念がどのように変容するかを検討した。その結果、男性参加者におけるピンクの白衣の着用は青の白衣を着用

した条件と比べて、伝統的な女性的概念である共同的特性（e.g., あたたかい、やさしい）と自己を結び付ける自己認知の変化を生じさせた。さらに、こうした効果は IAT で測定された潜在的認知においても、質問紙で測定された顕在的認知においても同様に生じており、とくに潜在的認知において強かった。また、ピンクを着用した条件では青の白衣を着用した条件と比べて、非伝統的な平等主義的性役割態度が強まっていた。こうしたことから、ピンクの被服は着用者に女性的な自己認知を生じさせる一方で、青の被服は着用者に男性的な自己認知を生じさせることが示されている。

なぜピンクや青の被服がこのような心理的影響を及ぼすのだろうか。衣服は自己表現の重要な方法であり、その着用者に自己認知や判断などの変化をもたらす（Adam & Galinsky, 2012; Stone, 1962）。着衣認知理論（Adam & Galinsky, 2012）によると、衣服にはさまざまな象徴的な意味が伴うが、衣服を着るという行為は、そうした象徴的な意味を活性化させることにより、着る者の認知や判断に影響を及ぼすとされる。衣服の着用が自己概念の変容や判断に影響するのは、衣服によって活性化された概念が、衣服を自己が着用するという自己知覚により、自己認知に反映されるためと考えられる。

衣服が認知や判断に影響を及ぼすことは多くの研究によって示されている。たとえば、先行研究では黒色に非道徳的、白色に道徳的という含意があることから、白や黒の衣服の着用が着用者の自己認知に及ぼす影響が検討されている。上林・田戸岡・石井・村田（2016）は、白色または黒色の衣服を着用した後の自己認知を調べたところ、白服着用の方が黒服着用者より、自己を道徳的に捉えていた。また、こうした着衣の効果は行動面にもあらわれることが示されており、たとえば、Frank & Gilovich (1988)は、プロスポーツにおいて、黒色のユニフォームを着ているチームは、そうでないチームと比べて攻撃的となることを示している。

こうした考え方からすると、ピンクは女性的な概念と関連付けられているために、その着用は女性的な自己認知や判断を生じさせる一方で、青は男性的な概念が関連付けられているために、その着用は男性的自己認知や判断を生じさせると考えられる。本研究は、着衣認知理論から予測されるこうした仮説を、化粧行動においても同様に当てはめ、その効果を実証的に検討した。

また、先に触れたように、化粧は対人相互作用機能を持ち、満足感や自尊心、社会的適応感を高める効用をもつ。そこで本研究は、自己認知や判断への影響とあわせて、気分への影響についても検討した。先行研究は概して化粧による使用者の気分や自己効力感への肯定的な影響を示している（松井, 1983; 大坊, 1996; 余語・津田・濱・鈴木・互, 1990）。しかし、こうした効果は化粧後の姿が自己イメージや状況に適合したと感じた場合にのみ生じ、適合しないと感じた時には生じない可能性もある。とくに、青の化粧は現代日本においては一般的な化粧ではないため、普段の自分からの不適合を感じやすいかもしれず、気分に対する肯定的な影響が見られない可能性もあるだろう。

2. 目的と仮説

以上のことから、本研究は女子大学生を対象として、ピンクと青の化粧が自己認知とジェンダー的な判断、および気分にも及ぼす影響を実証的に検討した。ピンク条件の参加者には、ピンク色のアイシャドウとチークを、青条件の参加者には青色のアイシャドウを施した。なお青いチークは日常的に用いられることが少なく、実験の際にも不自然に感じられると考えたため、青条件ではチークを使用しなかった。また代表的な化粧としてリップもあるが、チークと同様に青いリップは日常的に使われることは少ないと考えられたため、いずれの条件においても用いなかった。また、こうした化粧の効果

は、日常的に化粧を行っているかどうかということも結果に影響することが想定されたため、日常における化粧の頻度も測定することで調整効果を検討した。

自己認知として、自己報告による顕在的自己認知を測定した。自己認知に関する仮説として、ピンク色の化粧はより女性的な自己認知、青色の化粧はより男性的な自己認知を生じさせることとした。また、自己認知の測定とともに、女性的・男性的判断にも影響が生じるかを検討した。その方法として、男性らしいもの（例：万年筆、リュックサックなど実用的な物）と女性らしい物（例：リボン、ぬいぐるみなどのかわいらしい物）を呈示して、どちらをより好むかを検討した。こうした判断における仮説としても、ピンク色の化粧をした場合はより女性的な物を選好する判断を行い、青色の化粧をした場合はより男性的な物を選好する判断を行うだろう、とした。

気分については、化粧の前後において、ポジティブ感情とネガティブ感情を測定し、その変化を検討した。仮説として、青色の化粧をした場合はピンク色の化粧をした場合と比べて、ポジティブ感情が低く、ネガティブ感情が高まるだろうとした。

3. 方法

3.1. 実験参加者

長野県の女子大学生 21 名（年齢 $M=20.1$ 歳、 $SD=0.8$ ）が実験に参加した。実験参加者は、実験に参加し、実験参加レポートを提出することで授業の評価に加点されることが伝えられていた。実験参加者にはあらかじめ、実験で化粧を行うことと、化粧を施していない状態（ベースメイクは可とした）で実験に参加するよう呼びかけていた。参加者は、ピンク条件（ $N=11$ ）と青条件（ $N=10$ ）のいずれかにランダムに割り当てられた。

3.2. 手続き

本実験は、実験室にて個別に実施した。女性実験者 1 名が一連の実験手続を行った。実験参加者は実験室に入室し、着席した後、実験参加承諾書を配布され、実験内容の説明を受けた。カバーストーリーは、「化粧が気分や自己イメージに与える影響について」というものであった。実験参加承諾書には目的と諸注意が記載されており、実験者が最初にその内容を読み上げながら説明を行った。その際、化粧を行うことを説明した。説明後、実験参加者に承諾書に署名をしてもらい、実験に移行した。

3.2.1. 事前の気分測定

化粧セッション前に、化粧前の気分について把握するため、感情チェックリストに回答してもらった。チェックリストには、ネガティブ感情 8 項目（e.g., いらいら、失望）、ポジティブ感情 4 項目（e.g., 楽しさ、すがすがしさ）があり、現在の気分について 7 件法（1：全く感じない—7：強く感じる）で回答してもらった。

3.2.2. 化粧セッション

実験参加者が化粧の変化をよく感じられるように、首周りに無地の白いタオルを巻いた。その際、「化粧を施す際に洋服が汚れないように首周りにタオルを巻きます」と教示した。その後、化粧前の自分の姿を鏡で確認する時間を 20 秒ほどとった。

次に、実験者が実験参加者に化粧を施した。その際、ピンク条件の参加者には、ピンク色のアイシャドウとチークを、青条件の参加者には青色のアイシャドウを施した。化粧の順序は、アイシャドウを瞼または目の下（涙袋）に塗り、その後、チークを頬に塗るといったようにした。アイシャドウについては、実験参加者が一重・奥二重・二重の場合で化粧の仕方を変えるようにした。その理由として、例えば、ピンク条件で一重の場合、二重のように瞼にピンク色のアイシャドウを塗ってしまうと腫れているような印象を受けてしまうことがあり、この場合には瞼ではなく目の下（涙袋）にアイシャドウを塗るようにした。全体的に化粧は、参加者が変化を感じられる程度に行った。化粧にかかった時間は3分程度であった。

化粧終了後に、化粧をした自分の姿を鏡で確認する時間を20秒ほどとった。ただし、実際に実験参加者が鏡を見た時間は10秒程度であった。

3.2.3. 事後質問紙

化粧終了後、感情チェックリストに再度回答を求めた。その後、自己特性評定尺度への回答、普段の化粧の頻度（4件法）など化粧に関する質問へと続いた。

特性評定 ジェンダー関連の特性評定の質問紙（沼崎・高林・天野, 2006）に回答を求めた。特性項目として、男性ポジティブ語（e.g., 勇敢な）、女性ポジティブ語（e.g., 献身的な）、男性ネガティブ語（e.g., 傲慢）、女性ネガティブ語（e.g., わがままな）の各10項目を呈示し、それぞれの特性が自分にどの程度当てはまるかを7件法（1：まったく当てはまらない—7：非常に当てはまる）で回答を求めた。それぞれの項目について合算平均値を算出し、尺度得点とした。

普段の化粧行動に関する質問 回答者の普段の化粧や好みについて把握するため、いくつかの質問を行った。具体的には、「あなたは日常で化粧をしますか」（1：よくする—4：全くしない）、「化粧するのは好きですか」（1：とても好き—4：全く好きではない）、「普段の化粧はどの程度ですか」（1：薄い—4：濃い）であった。また、「あなたが好きな化粧の色は何色ですか」については6色を呈示し（ブラウン系、ピンク系、ブルー系、グリーン系、パープル系、オレンジ系）、一番好きな色に◎、二番目に好きな色に○をつけるよう求めた。「化粧にどのくらいこだわりがありますか」について5件法（1：とてもある—5：全くない）で回答を求めた。

今回の化粧に関する質問 今回の実験で施した化粧に対する印象を把握するため、いくつかの質問に回答を求めた。具体的には、「現在の化粧についてどのような印象を持ちましたか」（1：とても好き—5：まったく好きではない）、「現在の化粧はどの程度ですか」（1：薄い—4：濃い）、「現在の化粧を普段でもやってみたいと思いますか」（1：やってみたい—5：やりたくない）であった。さらに、現在の化粧について感じたことを自由に記述してもらった。

男性・女性らしい物の選択 好みを調査するという名目で、男性らしい物の写真10枚（例：万年筆、リュックサック）と、女性らしい物の写真11枚（例：リボン、ぬいぐるみ）の取められたファイルを呈示し、その中から、好きなもの、欲しいものをそれぞれ4つ選ぶよう求めた²⁾。

3.2.4. ディブリーフィング

すべての回答が終了した後、研究の概要についての説明を行った。説明終了後、再度データ使用承諾に関する確認を行い、許可の得られた参加者の質問紙のみを回収した。

4. 結果

4.1. 普段の化粧行動に関する質問

化粧後に行った普段の化粧行動に関する質問について、度数分布と記述統計量を Table1 に示した。化粧の頻度（「あなたは日常で化粧をしますか」）については、「よくする」「まあする」の回答が多く、「全くしない」という回答は見られなかった。

化粧の好みについては、「化粧をするのは好きですか」という質問に対して、「どちらかと言えば好き」という回答が全体のおよそ7割強となっていた。普段の化粧について、「やや薄い」「薄い」という回答が多く、「やや濃い」「濃い」という回答は少なかった。また、化粧に対するこだわりは、「とてもある」「ややある」という回答が合わせて8割強であった。これらの回答から、今回の参加者の傾向として、化粧行動の頻度はある程度高く、化粧を好ましく感じ、薄い化粧になじみがあり、化粧にこだわりを持っているという傾向が読み取れる。そのため、以後の分析では、化粧の頻度（「あなたは日常で化粧をしますか」）については、得点を逆転化処理したうえでz得点化し、要因として用いた。

Table 1. 普段の化粧行動に関する質問についての記述統計量

					M	SD
あなたは日常で化粧をしますか	1:よくする	2:まあする	3:あまりしない	4:全くしない	1.71	0.78
	10 (47.6%)	7 (33.3%)	4 (19.0%)	0 (0%)		
化粧をするのは好きですか	1:とても好き	2:どちらかという と好き	3:どちらかという と好きではない	4:全く好きでは ない	2.05	0.50
	2 (9.5%)	16 (76.2%)	3 (14.3%)	0 (0%)		
普段の化粧はどの程度ですか	1:薄い	2:やや薄い	3:やや濃い	4:濃い	1.81	0.68
	7 (33.3%)	11 (52.4%)	3 (14.3%)	0 (0%)		
化粧にどのくらいこだわりが ありますか	1:とてもある	2:ややある	3:どちらでもない	4:あまりない	1.71	0.85
	10 (47.6%)	8 (38.1%)	2 (9.5%)	1 (4.8%)		

また、好きな化粧の色については、1番目に挙げたものは、ピンク系（9名）、ブラウン系（7名）、オレンジ系（4名）ブルー系（1名）、であり、ピンクが最も選択されていた。2番目に挙げたものは、ブラウン系（12名）、ピンク系（5名）、オレンジ系（1名）であった。このように、全体的に暖色が選ばれていた。

4.2. 自己認知

自己認知に対する影響を調べるため、男性ポジティブ得点 ($\alpha=.80$)、男性ネガティブ得点 ($\alpha=.76$)、女性ポジティブ得点 ($\alpha=.79$)、女性ネガティブ得点 ($\alpha=.66$) を従属変数とし、特性性別（男性的特性 vs.女性的特性；参加者内）、特性バイレンス（ポジティブ特性 vs.ネガティブ特性；参加者内）、色条件（ピンク vs.青；参加者間）、化粧頻度（連続量）のすべての主効果と交互作用項を投入した、一般線形モデルによる分析を行った。その結果、特性性別 ($F(1, 17)=12.31, p<.005$) の効果のみ有意であり、女性的特性 ($M=3.83$) の方が男性的特性 ($M=3.23$) よりも高く評定されていた。条件および条件を含む交互作用はいずれも有意ではなかった ($F<3$)。

4.3. 男性・女性らしい物の選択

男性らしい物の写真10枚と女性らしい物の写真11枚の計21枚から、欲しいものと好きなものをそ

れぞれ4つ選ばせた。そこで、選んだ4つのうち、女性らしい物が何個含まれているかを算出し、女性的な物の選択数として従属変数とした。欲しいものの選択数と好きな物の選択数のそれぞれを従属変数とした、条件、化粧の頻度の主効果と交互作用を投入した一般線形モデルによる分析を行った。すると、欲しいものの選択数において、条件×化粧の頻度の交互作用が見られた ($F(1, 17)=4.91, p<.05$, Figure 1)。下位検定を行ったところ、青条件において化粧の頻度が高いほど女性らしい物を選択していた一方で ($p<.05$)、ピンク条件においてはそうした傾向は見られなかった (ns)。化粧の頻度の高さごとに条件の効果を調べたところ、有意な差は得られなかった (ns)。欲しいものの選択数においてそのほかに有意な効果は見られなかった ($F<3$)。また、好きな物の選択数においては有意な傾向は見られなかった ($F<1$)。

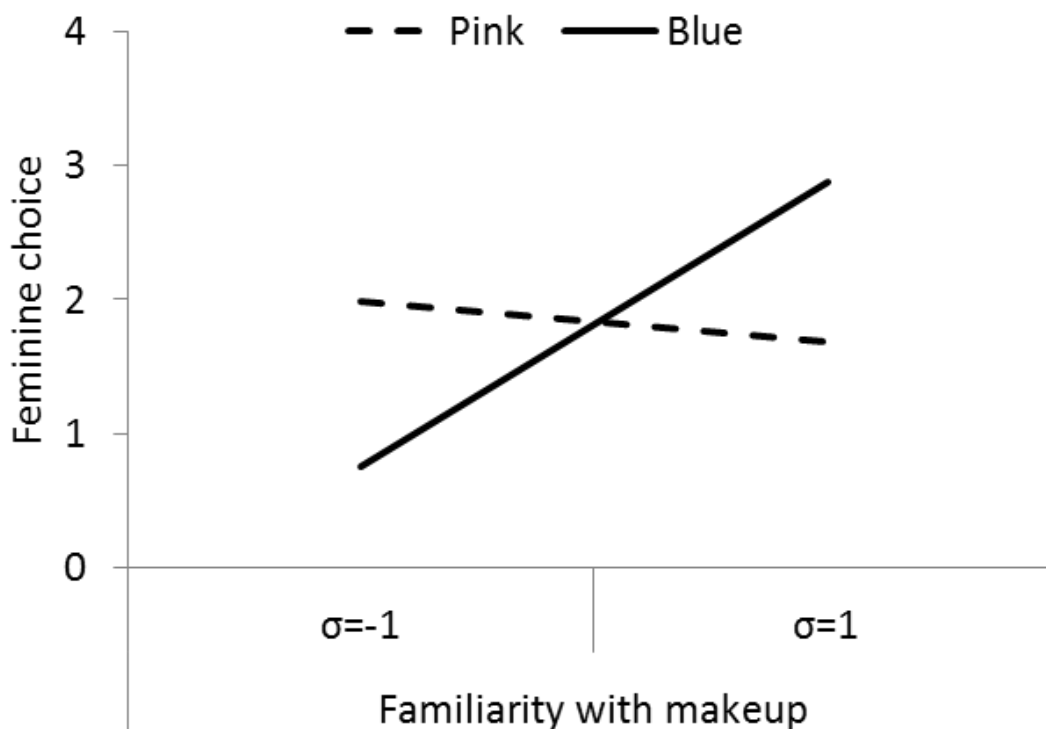


Figure 1. Feminine choice as a function of color and familiarity.

4.4. 気分の変化

ポジティブ感情4項目(事前 $\alpha=.59$ 、事後 $\alpha=.83$)、ネガティブ感情8項目(事前 $\alpha=.89$ 、事後 $\alpha=.90$)、それぞれについて合算平均を算出した。ポジティブ感情とネガティブ感情それぞれの事前・事後得点を従属変数とした、測定時点(事前 vs. 事後; 参加者内) × バイレンス(ポジティブ vs. ネガティブ; 参加者内) × 色条件(ピンク vs. 青; 参加者間) × 化粧の頻度(連続量)の一般線形モデルによる分析を行った。その結果、バイレンスの主効果 ($F(1, 17) = 44.20, p<.001$)、測定時点×条件の交互作用 ($F(1, 17) = 12.18, p<.005$)、測定時点×バイレンス×条件の交互作用が有意となった ($F(1, 17) = 4.47, p<.05$)。まず、バイレンスの主効果として、全体的な傾向として、ポジティブ感情得点 ($M=4.11$)の方がネガティブ感情得点 ($M=2.23$)よりも有意に高かった。次に、測定時点×条件の交互作用を詳しく検討すると、青条件では事前得点 ($M=3.46$)よりも事後得点 ($M=2.87$)の方が得点が低くなる一

方で ($p<.05$)、ピンク条件では事前 ($M=3.05$) と事後 ($M=3.31$) の違いは見られなかった (ns)。ただしこの効果は、測定時点×バイレンス×条件が有意であることによって調整された (Figure 2)。ポジティブ感情得点については、ピンク条件では事前得点 ($M=4.04$) よりも事後得点 ($M=4.60$) の方が高くなる一方で ($p<.05$)、青条件では事前得点 ($M=4.28$) よりも事後得点 ($M=3.53$) の方が低くなる傾向にあった ($p<.01$)。ネガティブ得点については、ピンク条件と青条件のいずれも事前事後による有意な差は見られなかった (ns)。

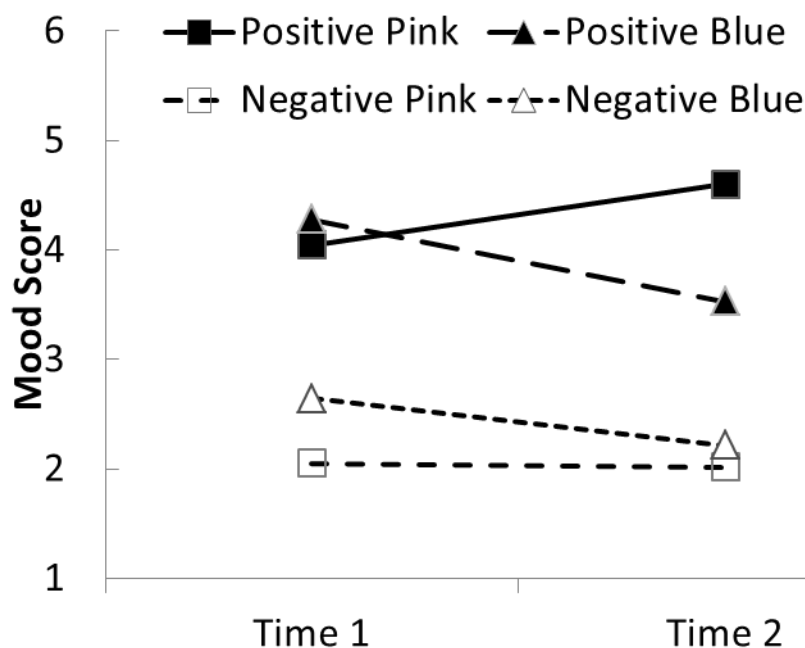


Figure 2. Mood scores as a function of valence, color, and time.

4.5. 今回の化粧に対する印象

化粧後に行った今回の化粧に対する印象について、条件ごとの記述統計量を Table 2 に示した。「現在の化粧についてどのような印象を持ちましたか」という項目では、ピンク条件の方が青条件よりも有意に得点が低く、ピンクの化粧の方が好意的印象を与えていた ($t(19)=3.74, p<.01$)。とくに、ピンク条件においては得点は中点 (3 点) よりも低いことから ($t(10)=5.16, p<.001$)、好意的な印象を与えていたがわかる。その一方で、青の化粧は平均点は中点からは差がないものの高く ($t(9)=1.50, p=.17$)、好意的な印象があたえられなかったことがわかる。化粧の濃さについては、両条件で有意な差はみられなかったが、ピンク件は中点 (2.5 点) より低く ($t(10)=3.61, p<.01$)、ピンクはやや薄い印象を与えていたことがわかる。「現在の化粧を普段でもやってみたいと思いますか」という質問に対しては、青条件の方が有意に得点が高かった ($t(19)=6.06, p<.001$)。ここでも、ピンク条件は中点 (3 点) より低くやってみたいと思われる一方で ($t(10)=5.59, p<.001$)、青条件においては得点は中点よりも高くやってみたいと思われていなかった ($t(9)=3.28, p<.01$)。総じて、ピンクの化粧は好意的、青の化粧は非好意的な印象を与えていたといえる。

次に、化粧への印象に関する自由記述について、ピンク条件と青条件の内容を Table 3 に示した。

Table 2. 各実験条件における化粧に対する印象

	ピンク		青		T
	M	SD	M	SD	
現在の化粧についてどのような印象を持ちましたか (1: とても好き-5: まったく好きではない)	2.27	0.47	3.40	0.84	3.74**
現在の化粧はどの程度ですか (1: 薄い-4: 濃い)	2.18	0.75	2.60	0.84	1.20
現在の化粧を普段でもやってみたいと思いますか (1: やってみたい-5: やりたくない)	2.09	0.54	3.70	0.68	6.06***

: $p < .01$, *: $p < .001$

Table 3. 今回の化粧に関する自由記述 (上段: ピンク条件、下段: 青条件、原文ママ)

(ピンク条件)

- ピンクは普段使わないので新鮮でした。
- いつもと違うアイシャドウで気分も印象もこんなに変わるのだと感じた。
- 思ったよりも薄かった。
- 普段、ブラウン系のものしか使っていないので、ピンク系がとても新鮮に感じた。華やかな感じがする。
- 普段、チークをあまりしないので、新鮮でした。
- 目元にピンク色は入れたことがないので少し驚いた。ファンデーションしていないで地肌の色が暗く見えた。光は日光に変えたりすると印象が変わるかもしれない。
- 今回はピンク色のメイクだったのですが、ピンク色のメイクも好きなので今後自分でもやってみたいと思いました。
- ピンクを使ったことがなかったので、新鮮でした。印象が変わった感じがしました。
- かわいらしい感じ。アイシャドウとチークだけでも印象が変わるのだなと思った。
- ピンク色の化粧は自分には似合わない感じがした。
- 普段自分でアイメイクをすることが少ないので、色が入っただけでも大分、雰囲気明るくなるのだなあと思いました。

(青条件)

- 青色だと落ち着いたクールな印象に見えると感じた。普段あまり化粧をしたりブルー系のもので使ったことがないので、色で印象ってけっこう変わるんだなと思った。
- 自分の顔や目には合わないなと思った。普段使わないので緊張した。
- 寒色系は顔が暗く見えるから日常ではあまり使いたくない。
- 普段、ブルーのアイシャドウをぬらないので違和感がある。自分でブルー系の化粧が似合っていないと感じるので、なんか恥ずかしい。
- 色が暗い感じがする。冷たい印象がある。
- アイシャドウの色が青で、目の下に多くぬったので、暗い印象になったと思いました。
- 全然寝てなくてくまができてしまった時のような感じがしました。すごくキレイな色だったけど、自分にはむいてないのかなと感じました。
- 使う色によって全然見え方がちがうのだなあと思いました。
- 血色が悪く見えそう。テンションが低く見えそう。
- 目を少しかえるだけでも印象とはかわるのだと感じた。
- ブルー系はやっぱ普段使いはできない。印象が大きく変わる。濃い(色が)方が特に似合わない。

5. 考察

本研究は、女子大学生を対象として、ピンクまたは青の化粧が、自己認知と男性的・女性的な判断、および気分にあげぼす影響を検討した。まず、ピンクと青の化粧による自己認知に対する明確な影響は見られなかった。その理由として、化粧という行為自体が全体的に女性らしさを意識させ、その結果として男性的・女性的という色の効果が限定された可能性がある。とくに化粧の直後に自己認知の測定を行ったため、色ではなく化粧そのものの影響が生じやすかったのだろう。また、化粧は参加者からあからさまに見える行為であるため、意識的な修正過程が働きやすい可能性がある。そのため、今回は顕在測度を用いたが、今後は IAT のような潜在測度を用いた検討が必要だろう。また、一般的に社会的プライミング研究においては、プライミング直後において効果が生じやすいとされるが (Kunda, Davies, Adams, & Spencer, 2002)、化粧のような行為についてはある程度の時間を置いて、参加者の気分を落ち着かせる必要があるかもしれない。

自己認知については化粧の影響は見られなかったものの、男性的・女性的な判断と気分については、化粧の色による影響が化粧の頻度と交互作用という形で見られていた。青の化粧をした人は、化粧の頻度が低い場合には男性的な選択をしたが、化粧の頻度が高い場合は逆に女性的な選択となった。他方で、ピンクの化粧を行った人では影響は見られなかった。青の化粧における効果は、化粧の頻度が低い人においては仮説を支持するものであるが、化粧の頻度が高い人においては仮説に反するものであった。このような結果が生じた一つの可能性として、化粧の頻度が高い人において、リアクタンスが生じたことが考えられる。青条件の自由記述を見てみると、「普段、ブルーのアイシャドウをぬらないので違和感がある。自分でブルー系の化粧が似合っていないと感じるので、なんか恥ずかしい。」といったものがあり、参加者において青の化粧に違和感があったことが読み取れる。こうした普段とは異なる化粧の色が生じさせた違和感は、かえって自分の女性らしさの意識を強めさせたのかもしれない。被服の効果が自己意識の介在によって異なることはいくつかの先行研究においても示されている (石井ら, 2014; 田戸岡・石井・沼崎, 2014)。今回の研究のように、青の化粧は自分を男性的に「変身」させる可能性もあるが、かえって自分の女性らしさを喚起させる手がかりともなるかもしれない。このように化粧は使用者のおかれた状況によってその意味合いは多義的となりうることから、化粧の効果を検討する際には、その時の状況と絡めて検討する必要があるだろう。

気分については、ピンク条件はポジティブ気分が向上した一方で、青条件はポジティブ気分が低下していた。化粧に関する自由記述を見てみると、ピンク条件においては、「かわいらしい感じ。アイシャドウとチークだけでも印象が変わるのだなと思った。」「普段、ブラウン系のものしか使っていないので、ピンク系がとても新鮮に感じた。華やかな感じがする。」などの回答がみられ、全体的に肯定的な印象がもたれていた。ピンク色の化粧により顔全体が華やかに見えたり、かわいらしく見えたりしたため、ポジティブ気分が高くなったのではないかと考えられる。その一方で、青条件における自由記述では、「寒色系は顔が暗く見えるから日常ではあまり使いたくない。」「色が暗い感じがする。冷たい印象がある。」「血色が悪く見えそう。テンションが低く見えそう。」などの記述があり、概して否定的な印象がもたれていた。こうしたことを考えると、今回行った青色の化粧は、男性的な印象というよりも、顔の暗さを強調させてしまい、その結果、肯定的な感情を低めてしまった可能性がある。今後の化粧の色の違いの効果を検討する際は、顔の明るさなど、全体的な見え方の印象がどのように変わるのかを考慮する必要があるだろう。また、好きな化粧の色としてブルー系を挙げる人は少なく、

ブラウン系やピンク系などの暖色が挙げられることが多かった。こうした化粧の色についての好みの差も影響を与えたのだと考えられるため、今後の検討に際しては、化粧の好みについても統制する必要があるだろう。

本研究においては、ピンクと青という化粧の色が、女子大学生にどのような心理的影響を及ぼすかについて、ジェンダーに関する自己認知と判断に加えて、気分への影響に着目して検討した。その結果、青の化粧を施すことは、使用者の普段の化粧の頻度に対応してジェンダーに関する判断に影響を及ぼす可能性が示唆された。また、ピンクの化粧がポジティブ気分を向上させる一方で、青の化粧はポジティブ気分を下げることを示された。化粧において青とピンクという色合いを用いることがさまざまな内面の違いを生じさせることを示すことができた一方で、その影響過程においてどのようなことが生じているかについては明確な結果を示すことはできなかった。今後の検討において、影響過程に着目することで、化粧の効果についてのより発展的な知見が得られるだろう。

引用文献

- Adam, H., & Galinsky, A. D. (2012). Enclothed cognition. *Journal of Experimental Social Psychology*, **117**, 249–260.
- 大坊郁夫 (1996). 化粧心理学の動向 高木修(監) 被服と化粧の社会心理学 北大路書房, pp.28-46.
- 大坊郁夫(2001). 化粧と顔の美意識 大坊郁夫(編) 化粧行動の社会心理学 北大路書房, pp.1-9.
- Frank, M. G., & Gilovich, T. (1988). The dark side of self and social perception: Black uniforms and aggression in professional sports. *Journal of Personality and Social Psychology*, **54**, 74-85.
- Greenwald, A. G., McGhee, D. E., & Schwartz, J. L. K. (1998). Measuring individual differences in implicit cognition: The Implicit Association Test. *Journal of Personality and Social Psychology*, **74**, 1464-1480.
- 石井国雄・加藤樹里・田戸岡好香・松崎圭佑 (2016). ピンクの衣服が看護学生のキャリア意識と自己認知に及ぼす影響 日本社会心理学会第 57 回大会発表論文集, 184.
- 石井国雄・沼崎誠・田戸岡好香 (2014). ピンクの衣服がジェンダー関連の自己認知と態度に及ぼす影響 (1) 日本社会心理学会第 55 回大会発表論文集, 149.
- Kaiser, S. B. (1985). *The social psychology of clothing and personal adornment*. New York, Macmillan.
- Kunda, Z., Davies, P. G., Adams, B. D., & Spencer, S. J. (2002). The dynamic time course of stereotype activation: Activation, dissipation, and resurrection. *Journal of Personality and Social Psychology*, **82**, 283-299.
- 松井豊・山本真理子・岩男寿美子 (1983). 化粧の心理的効用 マーケティングリサーチ **21**, 30-41.
- 日本色彩学会 (編) (2011). 色彩科学ハンドブック 東京大学出版会
- 沼崎誠・高林久美子・天野陽一 (2006). 恋愛は女性に対するステレオタイプ化や偏見を強めるか?—異性愛プライムと平等主義的性役割観がキャリア女性と家庭女性に対する印象や評価に及ぼす効果— 日本学術振興会科学研究費補助金研究成果報告書 2003-2005 年度 (研究代表者: 沼崎誠)
- Paoletti, J. B. (2012). *Pink and Blue: Telling the Girls From the Boys in America*, Indiana University Press.
- Stone, G. P. (1962). Appearance and the self. In A. M. Rose (Ed.), *Human behavior and the social processes: An interactionist approach* (pp. 86-118). New York: Houghton Mifflin.
- 田戸岡好香・石井国雄・沼崎誠 (2014). ピンクの衣服がジェンダー関連の自己認知と態度に及ぼす影響 (2) 日本社会心理学会第 55 回大会発表論文集, 150.
- 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, **3**, 145-150.

上林憲司・田戸岡好香・石井国雄・村田光二 (2016). 白色または黒色の着衣が道徳性の自己認知に及ぼす影響 実験社会心理学研究, **55**, 130-138.

余語真夫 (2001). 化粧のもたらす対人魅力 大坊郁夫(編) 化粧行動の社会心理学 北大路書房, pp.114-122.

余語真夫・津田兼六・浜治世・鈴木ゆかり・互恵子 (1990). 女性の精神的健康に与える化粧の効用 健康心理学研究, **3**, 28-32.

注

(1) 本研究は科学研究費補助金の補助を受けた(若手研究(B) 課題番号 JP15K17255)。本研究は、平成28年度の清泉女学院大学の橋原幸路さんの卒業論文のデータを再分析したものである。本研究の一部は日本社会心理学会第58回大会(於: 広島大学)にて発表された。

(2) 男性らしい物、女性らしい物の選定にあたっては、事前に女子大学生6名に対する予備調査を行った。男性らしい、女性らしいと想定される物(雑貨、洋服、食べ物、ネイル、部屋のカテゴリに分類した)の画像100個のリストを呈示し、それぞれに対して、SD法を用い、「ボーイッシュ - ガーリー」「かっこいい - かわいい」「クール - キュート」「男の子っぽい - 女の子っぽい」を5件法(得点が1に近いほど男性的、得点が5に近いほど女性的)で回答してもらった。その結果、すべての項目について男性らしさの極(ボーイッシュ、かっこいい、クール、男の子っぽい、得点は3以下)に近い物を男性らしいものとして10個選定し、すべての項目について女性らしさの極(ガーリー、かわいい、キュート、女の子っぽい、得点は4以上)に近い物11個を女性らしい物とした。

(受付日: 2018年2月15日)