

化粧文化から見た自分顔イメージという課題 村澤博人

1980年代以降、社会がもっていた外見に対する共通の認識があいまいとなり、「社会が決めてくれた外見」から「一人ひとりが自分で外見を決定する」時代となった。ひとことで言えば、「自分らしさの時代」である。しかしながら、自分の顔を直接自分で見れないように、自分らしさを問われてもなかなか認識できないのが現実である。また、生まれつきアザなどがあつたり事故や熱傷などで顔を損傷した人たちの現実の顔と自己イメージとのギャップに悩む人も多く存在する。

そこで化粧がかかわる自分らしさの追求、あるいは自分探しについていくつかの事例を紹介しながら、自分顔イメージの認識と拡大について、現状の問題点を提示することとした。

Self face image, makeup and good relations MURASAWA, Hiroto

Since 1980s, Japanese mennish style had changed especially in young. Young men began to care their skin, remove their body hair and shape their eyebrow for goodlooking as women do. Women looked at their faces and evaluate them whether handsome or not. And now it is a important thing to know their facial impression and their self face image.

In 1990s people with facial disfigurements began organaizing NPO to have a social face for good relations with other people.

Technology have a chance to help these people for better QOL, I believe.

顔・化粧文化研究所 Culture Institute of Face Style

外見も重要に

1980年代半ば以降に、男性の顔に対する美意識が大きく変化する。84年に失われつつある「凛々しい男らしさ」を取り戻そうと男性用メイクアップ化粧品が発売された。「男は顔じゃない」という時代にもかかわらず、外見をメイクアップで変えることで、内面である従来型の男らしさをつくらうとしたわけである。その後、「ショウユ顔、ソース顔」の流行で、女性と同様、男性も見られて評価される立場になった。

自分らしさの時代に

メイクは時代が要求する男性像とは異なったため、流行するには至らなかったが、その後の清潔志向は女性と同様にパックをして洗顔料で顔を洗う若い男性を生み出した。さらには脱毛が一部で流行し、ツルスベの肌が好まれるなど、1960年代 70年代の男臭い男性像は支持されな

くなった。その結果、外見に対する社会的な要求、すなわち、それまでは社会が与えてくれた男らしさに準じて身なりを整えていけばよかった時代から、自分で自分らしさを選択して決定しなければならない時代へと移行しはじめたことを意味する。

その背景には、女性の社会進出、男女雇用機会均等法の成立、高度情報化社会へ突入したことによる入手できる情報環境の均質化などが考えられる。男女の壁のみならず、大人と子供の境界、茶髪の流行で髪の色による日本人らしさがあいまいになる一方、自分で選択できる幅は自分の性までも及んでいる。

自分らしさを自己決定する時代になったが、自分の顔についての認識があいまいで、顔かたちの認識のみならず、印象さえも明確につかんでいる人は少ないのが現状である。

携帯電話がカメラになる時代にもかかわらず、そこに写す自分の顔の特徴の認識があいまいだとしたら、自分らしさを明確にできる技術がもっと普及してもよいのではないだろうか。顔画像を取り込んだらすぐに顔の形態的な特徴を分析して、その印象がアウトプットされるというような具合に。

一人の自分から多様な自分に

男性のおしゃれと女性のおしゃれを比較するまでもなく、女性のおしゃれに対する消費活動は目まぐるしいものがある。メイクアップを含め、いくつもの自分を演出する手段をもっているだけでなく、TPOに応じて、十分に自己演出している人が多い。それに対して男性の場合は、1990年代に拡まったフライデー・カジュアルなる運動に、何を来てよいか戸惑った人も多かったはず。デパートにコーナーができて一種の制服が売られたように、男性のバリエーションの幅は大変少ないのが現状のようだ。女性と同様に、多様な自分を演出できるためには、多様な自分らしさづくりを手助けしてくれる手段が要求されよう。自分顔における認識と表現の幅もまた、多様な自分らしさを形成するのに必要とされるのである。

自分顔とは、自分らしさとは、に対して、顔画像を使ったかんたんな方法を筆者は授業に取り入れているが、多様なプログラムの開発を期待したい。

顔にトラブルをもつ人の社会化

顔の問題は日本では1990年代以降、さらなる拡がりを見せている。それは、生まれつきアザなどがあつたり事故や熱傷などで顔を損傷した人たちの、社会的な活動が生まれたことであり、いままでは二の次にされてきた障害者の人たちの顔を含めたおしゃれの普及である。

それぞれの立場でのQOLの向上が求められている結果ではあるが、前者の人は、形成

外科美容外科の助けである程度の顔を取り戻すが、社会的な顔を回復させるには、メイクセラピストとよばれるような、メイクやマッサージなどで色や形を直し、凹凸感を軽減させる人が必要とされる。そのための養成講座なども始まっているが、この分野にもコンピュータを役立てることはできないだろうか。

後天的な人は、多くの場合、自己などが起こる前の顔が存在し、その後の変形した顔がもう一つ存在し、事故後の顔はその人の顔として認識されていないという、現実の顔と自己イメージとのギャップに悩む人も多く存在する。

前年ながら、現代社会においては誰もが事故に遭遇したり、火傷を負ったりする危険性とともに接しながら生活をしている。その意味で、明日はわが身に降り懸かるかもしれない。それほどに社会性の高い問題でもある。

二の次にされてきた外見

前述の「顔じゃない心だよ」に代表されてきた社会では、「命が助かったんだから、外見なんて……」というように外見を軽視する傾向が強かった。その結果、顔などの外見を扱う研究が遅れていることは疑いもない事実である。2003年の5月末に聖心女子大学で開催された社会心理学会のシンポジウムで初めて「外見へのこだわり」がテーマとしてとりあげられ、今後の継続テーマとなったが、過去半世紀の歴史のなかでそのようなことがなかったということは驚かざるを得ない事実である。

外見も含めてその人のはずだが、「内面さえよければ」という日本の外見文化はある意味でゆがんだ構造をつくってきたようにも見える。

その意味で、顔画像関係の研究の成果が多くの人に活用され、その人たちの魅力づくりに役立つとしたら、うれしい限りである。