

対社会的自己表現の戦略 —「メイク」という媒体を通して—

淵上 鈴

本論文は、特に女性にとって普段の生活の一部であるメイクアップについてその目的と社会とのかかわりについての研究である。メイクの起源や流行の歴史を研究し考察していく中で、女性のメイクが表していることは何なのか、社会背景とはどんな関わりを持っているのかが見えてくる。

メイクアップには大きく2種類に分類できると考える。「主体的なメイク」と「客体的なメイク」である。この2つは「自分の意志によってメイクをしている」と「他者から見た自分のためにメイクをしている」と言い換えることができる。また、前者は積極性・外向性をもつ「攻め」のメイク、後者は消極性・内向性をもつ「守り」のメイクである。「守り」のメイクをする人は「攻め」のメイクをする人よりも、他者や集団に対し配慮（気を使う）し、「社会性」が高い人である。しかし規範の圧力に弱く、集団の中で自己を目立たせたくない「保守的」傾向がある。こうした傾向は、その人の生活全般（衣食住、人間関係、価値観、行動様式）も同様の傾向にあると考え、本論文では「攻め」のメイクと「守り」のメイクの5人の対象者のメイクやファッションについてのこだわりや、行動と生活について聞き取り調査を行い、仮説を検証する。また聞き取り調査で具体的なエピソードを聴取する中、“こだわり”、“オフの時間”、“社会性”、“対抗心”などをキーワードに、タイプの異なる5人のそれぞれの傾向を読み取り、メイクをする目的と社会への意識を見出すことができた。

今後の研究課題として、メイクの違いによる自分一人の時と他者という時のふるまい方の違から、メイクと行動範囲・友人関係（社会関係）との関連性についても検討していきたい。