



# 化粧心理学

人が化粧する理由や化粧が人に与える影響と及ぼす作用といった化粧と人との関係を研究する分野が「化粧心理学」です。

メイクをより効果的に施すために、ここでは「化粧心理学」について学んでいきます。

## ●化粧の始まりと歴史

化粧の起源と推測されているのは、石器時代の人々が顔や身体に色を塗る行為とされています。

この行為を古代の人々が行っていた理由は、大きく分けて、狩猟などの際に周囲の自然に同化するカモフラージュのため、襲いかかってくる獣を怯ませる威嚇のため、そして、神や自然を祭る呪術や信仰のための三つで、そのどれも大変「実用的」な用途から生まれたものといえます。

このように実用的な用途のために生まれた「化粧」は、歴史を積み重ねるうちに描く形が装飾としての意味合いを持つようになり、力強さや格好良さ、美しさなどが表現の中に加わっていくことで、現代のような「美的効果」を目的としたものへと変化してきたと考えられています。

## ●化粧をする理由

化粧が「実用的」なものから、「美的効果」を目的とする「装飾」としてのものに変化した現代においては、化粧を施す理由も移り変わってきています。

基礎化粧のマッサージ効果などのリラクゼーション効果を得るためや、自分の個性や嗜好などを示す自己表現のため、シミや傷などを隠すためや、紫外線や乾燥などから肌を守るケアをするためなど、様々な理由が挙げられますが、化粧心理学において、「化粧をする理由」は、「リラクゼーション」「自己表現」「カムフラージュ（隠す・補う）」の三つに大きく分類されています。

化粧心理学の研究者の統計によると、日本やアメリカなどの先進国における「化粧をする理由」で大多数を占めるのは「自己表現」のためといわれており、メイクセラピーにおいても「自己表現のための化粧」という観点から、クライアントを支援していくことになります。

## ●印象管理

意識、無意識を問わず、自分の意図した印象を相手に与えようとする試みを「印象管理」といい、自己表現のために行なう化粧は、「印象管理」の一環といえます。

「印象管理」には化粧だけでなく、髪型や服装などの様々な要素がありますから、化粧だけで印象を左右

できるものではありませんが、印象をコントロールするための重要な要素であることは間違いありません。

自己表現をしていく上で、自分自身の「外見」が相手にどのような印象を与えるのかを、自覚しておくことは、メイクの方向性を決める上でも、最も重要なことといえます。

## ● 印象管理の役割

「印象管理」は単に自己表現としての側面だけでなく、社会に適合するために自己を調整するといった要素も持っています。

自己表現のためといっても、その場になじまない化粧や服装をしていれば、周囲に非常識な印象を与えてしまいます。

相手や場所などの状況を考慮して自己表現を調整し、良好な人間関係を構築することも「印象管理」の重要な役割です。

様々な状況や人間関係、目的に合わせた「自己表現」を行なえるように、「印象管理」をクライアントに習得させることも、メイクセラピストの重要な役割といえるでしょう。

## ● 情報伝達

相手を感じる印象というのは、相手に伝達された情報によって決まってきます。

この情報伝達には、演出をして意図した印象を伝達しようと試みる意図的情報伝達と、演出をせずに自分の主観によって伝達する非意図的情報伝達の二種類があります。

「印象管理」に基づいて行なう「自己表現」のための化粧は意図的情報伝達ですから、相手に与えたい印象の見せ方を念頭において、演出をしていく必要があります。

ただし、伝えたい印象を過剰に演出してしまうと、意図や目的に反して、不快感や嫌悪感を与えてしまう場合もありますから、しっかりと「調整」を行なうことが必要です。

## ● 第一印象

「印象」は、容姿、表情、声、話し方、体格、動作、服装、経験など、様々な情報の蓄積から構築され、形作られていきます。

相手との付き合いの状況や期間によって、印象というものは変化をしていくものですが、最初に構築されるのは出会ったその瞬間で、この時の印象を「第一印象」と呼びます。

予備知識のない初対面の状態で印象を構築するには、表面的特徴に頼らざるを得ないため、外見は「第一印象」を形作る上で、大変重要な役割を持っているといえます。

「第一印象」には、付き合いが長く続いても後々まで残る印象を与える〈初頭効果〉と、付き合いが長くなるにつれて徐々に消えていく印象を与える〈親近効果〉があります。

〈初頭効果〉は情緒的に強い衝撃を受けた場合に見られることが多く、感動を覚えるような行為などが引き金となることが多いようです。



# メイクセラピー的心理学

ここでは幅広く様々な種類に分類される心理学から、メイクセラピーを行う上で関係の深い「心理的メカニズム」を学習し、クライアントの抱える悩みやその原因を探りやすくしていきます。

メイクセラピーのアドバイザーレベルでは、クライアントの深層心理に触れるような踏み込んだアプローチは行いませんが、心理学の知識を習得することはカウンセリングだけでなく日常生活の様々な場面で役立つものです。

また、自身の実感を得ることで、知識をしっかりと裏付けることができますから、実践を心がけることが重要といえます。

## ● 精神分析と無意識

精神分析とは、人の心の奥底にある「深層心理」と「無意識」に関連した現象を対象にした分析で、オーストリアの精神医学者であった「精神分析の父」ジクムント・フロイトが創始したものです。

心理学の世界では、この精神分析の対象となる「無意識」は、通常は意識されていない潜在的な心の領域を指し、潜在意識や深層心理と呼ばれるものです。

人の心の領域は、普段、意識的に使われている部分は5～6%程度しかなく、そのほとんどを「無意識」が占めているのです。

話し方や会話の癖などが原因で、周囲に誤解されてしまうことや敬遠されてしまうことがあっても、原因となる行為が「無意識」に行われているために、本人が自覚をできず、同じ事を繰り返して、何度も行き詰ってしまうといったように、「無意識」に振り回されてしまっていることが多くあるのです。

しかし、「無意識」もまた心の一部ですから、「意識化」をすることによって、修正することやコントロールをすることができます。

近年の講座や研修、書籍などに見られる「自分探し」「自己理解」「自己分析」をテーマとするものの多くが「無意識を意識化すること」を促しているのは、より良い人間関係の構築や自己の向上のために無意識のコントロールが不可欠であることを示しているといえるでしょう。

また、フロイトは自らが提唱した精神分析学の中で、人は不快な考えや感情を無意識の中に押し込め、意識にのぼらないようにしているとし、「抑圧」と呼びました。

この「抑圧」によって無意識に押し込められた感情が、長い間放置されてしまうことで、様々な症状（精神や身体の不調、依存的行動など）となって表出してしまうことがあります。

症状の原因となる心因が「無意識」に隠れてしまっている症状を治療するために、フロイトは催眠術を用いた催眠療法や患者の脳裏に浮かんだ言葉を自由に話させる自由連想法などを用いて、「カタルシス（浄化）」と呼ばれる「無意識を意識化」させる治療法を用いました。

重要  
ポイント

メイクセラピーでは、無意識の奥底に抑圧された心的外傷（深い心の傷）は扱いませんが、クライアント自身が普段抑えている自分らしい振舞いや欲求を意識できるようにカウンセリングすることが望まれます。

## ● 分析心理学

分析心理学は、スイスの心理療法家・精神医学者であったカール・ユングが提唱したもので、通称ユング心理学とも呼ばれています。

ユングはフロイトの精神分析の影響を大きく受けますが、その後、独自の深層心理理論を構築しフロイトと決別しました。

このユング心理学では、フロイトの精神分析学で定義されている「抑圧された感情が無意識に還元される」という部分があることを認めつつも、それは局面の一つでしかないとし、フロイトが想定したよりも遙かに広く大きいものとして「無意識」を再定義しています。その中の一つに「元型」と呼ばれるものがあり、全ての人間に共通する無意識があると提唱しました。

## ● シャドー（影）

元型の一つに、「シャドー（影）」と呼ばれるものがあります。

人は自分の受け入れたくない部分を他人に見出すとその人を嫌うという心理的反応があります。

この受け入れたくない部分が「シャドー（影）」です。

また、自分が抑圧によって生きられなかった部分を自由に表現している他人を見ると、否定的な感情をともしません。これも嫉妬や羨ましが「シャドー（影）」となっているのです。

文字通り、光の当たらないその個人の影の部分である「シャドー」は、自分が意識的に生きなかったことや意識によって圧殺したことが要因となって、無意識の中に蓄積されていく「もう一人の自分」でもあるのです。この「もう一人の自分」ともいえる「シャドー」を否定し続けることで、対人関係に苦悩を生じたり、不必要な対人ストレスを感じている人は大勢います。

ユングは無意識に蓄積された「シャドー」と意識の統合を図りました。「シャドー」も自分の一部であると受け入れることができると、他人へ否定的な感情を投影しなくなることから苦手な意識や嫌いな人が少なくなっていくのです。

これは、メイクセラピストとして活動するにあたり非常に大切な働きかけです。クライアントが自分のシャドーであるケースは多々あるからです。その場合はクライアントに否定的な感情を向けてしまう恐れがあるのです。シャドーを受け入れることで、他人に否定感が無くなり、受容的な態度が示せるようになります。セラピーの質も高まり、クライアントへの負担も軽減することができます。よって、常日頃から「苦手な人への感情をシャドーであるなら、という観点で整理するよう努めることが望まれます。

## ● ペルソナ（仮面）

ユング自身が提唱しなかったものの、現代では元型のひとつとして考えられているのが、ラテン語で仮



# 印象分析

## ●印象分析（パーツバランス編）

メイクセラピーで施すメイクアップで、まず最初に意識して用いる技術は『パーツバランス』の分析です。パーツバランスとは、目鼻立ちや、眉、唇の位置や形、輪郭など、「全体的な」バランスのことです。このバランス効果によって、優しい、知的、親しみやすいなど、人に与える印象に影響します。

メイクセラピーで行うメイクアップの真髄は、クライアントの〈オーダーに伴ったメイク〉であるかどうかです。そして、〈印象を変える〉ために行うことが目的であり、メイクを通じてクライアント自身が日常で肯定的な変化を起こせるようになることに価値を置きます。そのために、どのようにパーツを整え、色を選択し、化粧品を選ぶというプロセスを踏み、クライアントの「なりたい自分」の印象をメイクアップで実現できるよう援助します。

また、メイクセラピーの特徴は「日常メイク」であるということです。舞台やショーで施されるクリエイティブなメイク技術は必要としません。明日から誰もが日常で出来るメイクを施し、クライアントが自分自身でできるよう指導します。メイクによって自分の力で自己演出が出来るようになることでクライアントの自己成長へも繋がり、目標達成したという自信にもつながります。自己成長を支援する側のメイクセラピストも、日常メイクのプロフェッショナルとして、高度な技術や力量が必要とされることはいうまでもありません。

※印象分析は「態度や表情」なども考慮して行うのが基本です。さらには、声の質や話す言葉など、人から発せられている情報の全てが分析の対象となります。メイクセラピーアドバイザーとしては、「顔」を中心に印象分析できることが求められます。

## ○メイクセラピーのメイクアップに必要な要素

### ①パーツバランス（目鼻立ちの配置）

見せたい印象にメイクでどうバランスを整えていくのかを考えます。

●眉、目、鼻、口、輪郭の各パーツと錯視効果（目の錯覚を利用する効果）の技術が必須です。

### ②色彩

●色彩学による色の印象（イメージや象徴）

●色彩心理による感情効果

●パーソナルカラーによるアンダートーン（イエローアンダートーン又はブルーアンダートーン）

### ③コスメティックの質感

- その化粧品の持つ質感を利用します。（オーダーによってマット感を出したり、ラメを使って艶感を出したり、パール感を加えたりする等）

#### 主な質感

- ・マット → 光沢（てかり）のない質感。大人っぽさや落ち着きを感じさせる
- ・グロス → 光沢や艶、潤いのある質感。セクシーさやみずみずしさを感じさせる。
- ・パール → 真珠のような質感。上品さや高級感を感じさせる。
- ・ラメ → 金や銀などキラキラと光輝く質感。ゴージャスさや華やかさを感じさせる。

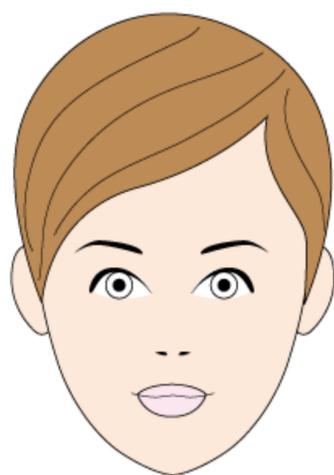
以上三つを考慮してオーダーに伴ったメイクアップを施します。印象の変化は「変身願望」を叶えるための大事な要素です。パーツを整え、色彩の効果を取り入れ、コスメティックの質感を利用してメイクアップするので、単に感性だけで施すわけにはいきません。もちろん、感性を磨き続けていくことは必須ですが、分析力や施したメイクにクライアントが納得する説明ができる論理力も兼ね備えることが大切です。

### パーツバランスによる印象分析

顔の印象はパーツバランスによって大きく二つに分かれます。

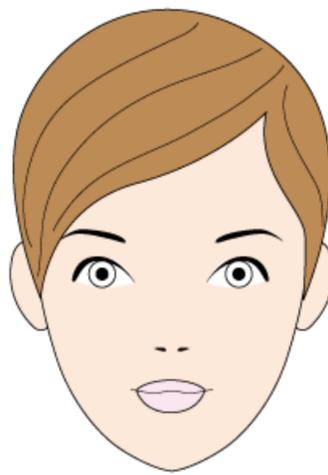
一つはパーツ（眉、目）が耳側に離れている配置を「遠心顔」もう一つは、逆に鼻を中心に中央にパーツ（眉、目）が集まっている配置を「求心顔」と言います。

#### 主な求心顔の印象



真面目・冷静・知的  
勝気・大人っぽい

#### 主な遠心顔の印象



穏やか・のんびり・優しい  
愛嬌がある・幼い・色っぽい

※顔の輪郭や長短、各パーツの形や大きさによって印象は様々に異なりますが、基本は、遠心顔と求心顔の二つです。眉と目が寄っているか離れているか、顔が長いか短いかの視点で分けます。生まれ持ったパーツバランスがどちらなのかによって生来の顔の印象が決まります。そこにメイクアップによって、違う印象を与えることを可能にするのです。また、自身の無自覚なメイクアップによってパーツバランスの効果が起き、良くない印象を与えてしまっているクライアントがいることも覚えておきましょう。

※生まれ持ったパーツバランスを活かすか、錯視効果で変化させるかの選択は、全てオーダーによって判断します。