

## 特集：アジアの色彩

## 論文

## 中国人学生の「赤」のイメージに対する研究

## Research on the image of red in Chinese Students

張	粵	Etsu Cho	早稲田大学大学院人間科学研究科 Graduate School of Human Sciences, Waseda University
齋藤	美穂	Miho Saito	早稲田大学人間科学学術院 Faculty of Human Sciences, Waseda University

## Abstract

Red, as the socialist color, held a special place in China in the past, and nowadays red is still regarded as the most typical color for China. In order to interpret the meaning of red for Chinese students today, a study was conducted at four cities in China, including Beijing, Wuhan, Hangzhou, and Chongqing. When presented with the red color chart, 536 students were asked to answer questions about color preference, associations from red, what items of red they possess and use, the symbolic color for Japan and China, etc. This study found that the Chinese students comparatively preferred red. For them, red has a rich and mixed meaning - of tradition, politics, function etc. Among these associations, the traditional meaning of auspicious strongly influences the tendency to prefer red. At the same time, the meaning of red is renewed through cultural change and the progress of time.

Keyword : red, image, color preference, color association, Chinese

## 要旨

共産主義の政治色としての赤は、今日相変わらず中国の最たるイメージ色であり続けている。本研究は現代の中国人学生の赤のイメージに対する解釈を試みたものである。

本研究は中国の北京、武漢、杭州、重慶の4つの地域において、536名の大学生（男性294名、女性232名）に対し、赤系色票を提示したうえ、赤に対する認識、赤に対する嗜好、赤い物の所有状況、赤からの連想語、日中のイメージ色、色彩に対する態度などに関するアンケート調査を行った。

その結果、中国人学生は赤を嗜好する傾向が見られた。彼らにとって、赤は伝統、政治、機能などの意味が込められる色であることが分かり、特に、代々受け継がれてきた伝統の「めでたい」意味が強く赤の嗜好を左右することが分かった。また、文化交流と時代の影響で赤が持つ意味も変化してきていることが示唆された。

キーワード：赤、イメージ、色彩嗜好、色連想、中国人

## 1. 緒言

世界が政治的に二極化した時期に、中国のイメージとして赤が強調された背景には政治が強く影響していると見てよいであろう。しかし、今日でも共産主義の政治色としての赤は、相変わらず中国の最たるイメージ色であり続けている。世界的に見ても、中国人のいるところには必ず中華街がある。これらの中華街に共通する特徴は、中国風の建築を強調すると共に、大胆な赤色使いを多用することである。また、中華街では赤色を背景に、黄色や青などの鮮やかな色を用いた配色が建物や飾りに多用されてもいる。そうした配色が中国ならではの風景を演出している。なぜならば、中国人にとって赤は生活に欠かすことできない色であり、歴史の反映であり、継承されてきた文化であるからである。

紀元前一世紀の前漢の末頃に成立した陰陽五行説によると、赤は南方向を示し、瑞祥の色として、慶事に使われており、中国特有の色彩観が表現されている<sup>1)</sup>。また、漢の劉熙の「釈名」により布帛の色については、「赤は赫也、太陽の色也」<sup>2)</sup>とされた。中国人にとって、赤は生命力の強い色の一つであり、生命、太陽、血液、靈魂、希望、光明、情熱、勝利、めでたいなどのイメージとつながるため、人々の思想に影響し続けてきた<sup>3)</sup>。

このように、赤に関する研究は、これまで歴史や芸術などの角度からの報告が多かった。しかし、日常に対する視点が不足している。実際に現代人の赤に対する色彩感情に影響を与える要素は何なのであろうか。本研究は現代の中国人学生が持つ赤のイメージの解釈を試みたものである。地域性、国民性を色彩感情面から捉え、社会の進歩に伴う赤の意味の変化にも迫った。

## 2. 目的

本研究は中国の北京、武漢、杭州、重慶の4ヶ所において、赤のイメージを解釈することを起点とし、地域の違いがどのように色彩感情や色彩感覚に影響するかという点について検討することを目的とした。

## 3. 調査方法

### 3.1. 対象者

Table 1 に各地域における対象者とその構成を示す。各調査地域における被験者の所属大学及び学部・専攻は以下の通りである。北京の被験者は、北京師範

Table 1 対象者の構成

調査地域	平均年齢	男性	女性	合計
北京	24.0才	68人	78人	146人
武漢	20.8才	61人	89人	150人
杭州	21.0才	42人	85人	127人
重慶	21.0才	61人	52人	113人
合計	21.7才	232人	294人	536人

大学文学部歴史専攻及び中央財金大学経済学部国際金融専攻、武漢の被験者は、華中師範大学経済学部経済学専攻、杭州の被験者は、浙江大学理学部運用数学専攻、重慶の被験者は、重慶郵電大学工学部電子情報システム専攻及び生物工程専攻であった。

### 3.2. 刺激

「中国伝統色対照表」<sup>4)</sup>により、「大紅」<4R 4.5/14>と「朱」<7R 5.0/14>を基準として、赤系の16色のカラーチャートを作成した。A5版のニュートラルグレーの台紙に赤系の16色(各色3.5×2.0cm)を貼り付けた。各色は最高彩度(平均C:14.33)を用い、縦方向に同色相を、横方向には同明度を配した。明度(Value)は下から、4.0, 4.5, 5.0, 5.5であり、色相(Hue)は左から4R, 5R, 6R, 7Rとした(Fig. 1を参照)。

4R(5.5/15)	5R(5.5/15)	6R(5.5/15)	7R(5.5/15)
1	2	3	4
4R(5.0/15)	5R(5.0/15)	6R(5.0/15)	7R(5.0/15)
5	6	7	8
4R(4.5/15)	5R(4.5/15)	6R(4.5/15)	7R(4.5/15)
9	10	11	12
4R(4.0/15)	5R(4.0/15)	6R(4.0/15)	7R(4.0/15)
13	14	15	16

Fig. 1 16色の赤系カラーチャート

### 3.3. 手続き

#### 3.3.1. 手順1

対象者に刺激を提示し、「最も赤らしい」色を16色の中から選ばせ、「最も好きな赤色」、「活発な」、「親しみやすい」、「豪華な」、「緊張感がある」、「目立つ」、

「女性らしい」、「美しい」、「穏やかな」、「危険な」、「しゃれた」、「強烈な」、「楽しい」、「妖艶な」などの評価語について、相応しい色を16色の中から選択させた。

### 3.3.2. 手順2

以下の項目における赤い物の所有状況について回答させ、その物の色に最も近い色を16色の色票の中から選択させた。回答を求めた品目は次の通りである。

トップス・ボトムス・コート・ワンピース・  
靴下・靴・バッグ・手袋・帽子・マフラー・  
下着(上下どちらでも)

また、「赤」に対する態度、赤い物の所有状況、赤からの連想語、日中のイメージ色等に関する質問を設け、回答してもらった。

### 3.4. 調査条件

調査は蛍光灯による照明の室内で実施した。

### 3.5. 調査期間

2004年4月初旬～6月初旬

### 3.6. 調査地域の位置

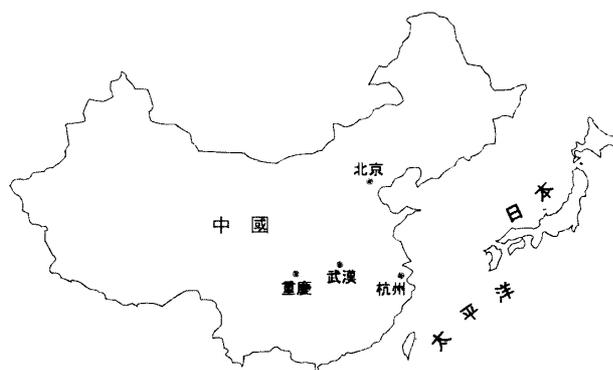


Fig.2 調査地域分布

## 4. 結果及び考察

### 4.1. 評価語に対する色選択

#### 4.1.1. 評価語に対する色選択率

全体的に選択のばらつきが目立ったため、16色の赤色を大きく3つの群に分け、考察を進めていくこととする。

「最も赤らしい」、「豪華な」、「強烈な」、「目立つ」という評価語に対する選択が<6R 4.0/15>と<7R

4.0/15>といった明度の低い、黄み寄りの色群に集中した。特に「豪華な」に対しては、全ての地域からの回答が一致しており、<7R 4.0/15>が豪華な赤色として選択された。また、<7R 4.0/15>は「最も赤らしい」色として最も選択された。

明度のより高い、黄み寄りの色群には、<7R 5.0/15>、<6R 4.5/15>、<7R 4.5/15>が含まれる。これらの色は「楽しい」、「美しい」、「穏やかな」などの評価語に対する選択が目立った。

更に、明度の高い、青み寄りの色の一つである <4R 5.5/15>は、「親しみやすい」赤色として4地域で共通して選ばれた。

各評価語に対する色の選択は、特定の色に集中していなかった。また、評価語に対する色の選択には各地域の特徴が現れている部分もあった(Fig.3~6を

活発な(12.3%) 親しみやすい(12.3)			
4R(5.5/15)	5R(5.5/15)	6R(5.5/15)	7R(5.5/15)
		しゃれた(10.3%)	美しい(11.0)
4R(5.0/15)	5R(5.0/15)	6R(5.0/15)	7R(5.0/15)
	美しい(11.0)	女性らしい(11.0)	楽しい(17.8***) 美しい(11.0)
4R(4.5/15)	5R(4.5/15)	6R(4.5/15)	7R(4.5/15)
緊張感がある(19.2)		最も赤らしい(19.9) しゃれた(10.3)	最も赤らしい(19.9) 最も好きな赤色(13.0***) 豪華な(20.6)穏やかな(19.2) 強烈な(32.2)危険な(17.1*) 目立つ(24.0)妖艶な(17.1)
4R(4.0/15)	5R(4.0/15)	6R(4.0/15)	7R(4.0/15)

(単位: %, †p<.1, \*p<.05, \*\*\*p<.001)

Fig.3 評価語に対する選択色(北京)

親しみやすい(18.7***)			活発な(10.7)
4R(5.5/15)	5R(5.5/15)	6R(5.5/15)	7R(5.5/15)
			楽しい(16.0**) 活発な(10.7)
4R(5.0/15)	5R(5.0/15)	6R(5.0/15)	7R(5.0/15)
		美しい(12.7*)	最も好きな赤色(14.7***) 活発な(10.7) しゃれた(14.0)
4R(4.5/15)	5R(4.5/15)	6R(4.5/15)	7R(4.5/15)
穏やかな(21.3) 危険な(24.0) 緊張感がある(24.7)			最も赤らしい(24.0) 豪華な(28.7)強烈な(36.0) 女性らしい(14.7) 目立つ(26.7)妖艶な(21.3)
4R(4.0/15)	5R(4.0/15)	6R(4.0/15)	7R(4.0/15)

(単位: %, †p<.1, \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001)

Fig.4 評価語に対する選択色(武漢)

親しみやすい(23.9**)			
4R(5.5/15)	5R(5.5/15)	6R(5.5/15)	7R(5.5/15)
			楽しい(14.2) 活発な(12.4)
4R(5.0/15)	5R(5.0/15)	6R(5.0/15)	7R(5.0/15)
女性らしい(11.5)	美しい(10.6)	しゃれた(11.5*)	
4R(4.5/15)	5R(4.5/15)	6R(4.5/15)	7R(4.5/15)
穏やかな(15.0*) 緊張である(20.4) 妖艶な(16.8)	妖艶な(16.8)		最も赤らしい(31.9) 最も好きな赤色(19.5) 豪華な(20.4)強烈な(28.3) 危険な(26.6)目立つ(19.5) 妖艶な(16.8)
4R(4.0/15)	5R(4.0/15)	6R(4.0/15)	7R(4.0/15)

(単位: %, †p<.1, \*p<.05, \*\*p<.01)

Fig.5 評価語に対する選択色(杭州)

親しみやすい(16.5*)			
4R(5.5/15)	5R(5.5/15)	6R(5.5/15)	7R(5.5/15)
			最も好きな赤色(16.54) 美しい(18.90***) 楽しい(14.17) 女性らしい(11.02) しゃれた(14.17)
4R(5.0/15)	5R(5.0/15)	6R(5.0/15)	7R(5.0/15)
緊張感がある(20.5)		穏やかな(14.56)	
4R(4.5/15)	5R(4.5/15)	6R(4.5/15)	7R(4.5/15)
4R(4.0/15)	5R(4.0/15)	6R(4.0/15)	7R(4.0/15)

(単位: %, †p<.1, \*p<.05, \*\*\*p<.001)

Fig.6 評価語に対する選択色(重慶)

参照)。例えば、「最も赤らしい」に対して、武漢、杭州、重慶においては<7R 4.0/15>に集中したのに対して、北京は<6R 4.0/15>と<7R 4.0/15>に選択が二分される傾向がみられた。更に、重慶では、各評価語に対する選択は黄み寄りの<7R 4.0/15>と<7R 4.5/15>に集中していた。

4.1.2. 色相と明度の偏り

各項目に対する選択傾向を把握するため、明度毎に4色を群化し、同明度の4色間で1×4のχ<sup>2</sup>検定(Table2を参照)を行った。全体的に、明度を問わず7Rと4Rが比較的選択される傾向が共通して見られた。

一方、同色相毎に色を群化し、同色相の4色間で1×4のχ<sup>2</sup>検定を行った結果(Table3を参照)では、各項目において、4地域共に色相を問わず明度4.0が頻繁に選択されていたことが明らかとなった。

Table2 16色からの選択における色相間の比較

評価語	色相	V55				V50				V45				V40			
		北京	武漢	杭州	重慶												
最も赤らしい					7R				7R	7R			7R	7R			
最も好きな赤色		7R				7R	7R		7R	7R							
美しい		4R															
豪華な																	
穏やかな																	
美しいな					4R	7R	7R										
活発な		4R			7R	7R											
強烈な					7R				7R		7R						
危険な					4R	7R											
親しみやすい		4R															
緊張感がある																	
女性らしい																	
目立つ																	
しゃれた																	
妖艶な																	

p<.1, ■p<.05, ■p<.01, ■p<.001

Table3 16色からの選択における明度間の比較

評価語	明度	4R				5R				6R				7R			
		北京	武漢	杭州	重慶												
最も赤らしい																	
最も好きな赤色	V40																
美しい	V55																
豪華な																	
穏やかな																	
美しいな																	
活発な																	
強烈な																	
危険な																	
親しみやすい	V55																
緊張感がある	V40																
女性らしい	V45																
目立つ																	
しゃれた																	
妖艶な	V40																

p<.1, ■p<.05, ■p<.01, ■p<.001

4.2. 赤色に対する色彩感情

4.2.1. 嗜好色及び嫌悪色の順位

北京、武漢、杭州、そして重慶の4つの都市において、最も好きな色の上位3位と最も嫌いな色の上位3位を回答してもらった結果(Table4を参照)、何れの地域においても赤は嗜好色として比較的上位に選ばれた。特に杭州における嗜好率は23.2%に達し、嗜好色の1位になった。その他の北京、武漢、重慶における赤の嗜好率はほぼ同じであり、嗜好色の上位6位に入った。

また、Table5によると、北京と重慶の嫌悪率はそれぞれ僅か2.3%、2.8%にとどまった。嫌悪色としての赤の選択率は4地域ともに低く、特に嫌われる色ではないことが明らかになった。

これらの選択の順位付けに関わらず、嗜好及び嫌悪毎に各色の回答頻度を合計したのに対して、χ<sup>2</sup>検定をかけた結果、全ての選択において有意な偏りが見られた。

Table4 中国4つの地域における嗜好色

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位	11位	12位
北京	青	白	赤	緑	桃	黒	紫	橙	黄	藍	灰	茶
***	21.1	15.3	11.0	9.8	9.2	8.9	4.8	4.3	2.1	2.1	0.5	
武漢	青	白	緑	赤	紫	桃	黒	橙	黄	藍	灰	茶
***	24.4	15.3	11.6	9.8	8.9	8.7	8.0	5.1	4.7	2.4	0.9	0.2
杭州	赤	緑	青	白	紫	橙	黒	桃	黄	藍	灰	茶
**	23.2	15.2	11.6	10.7	8.6	8.3	7.4	4.5	4.2	3.3	2.1	0.9
重慶	青	白	緑	桃	紫	赤	黄	黒	橙	藍	灰	茶
**	22.8	15.3	11.4	10.3	9.0	6.1	5.6	1.6	0.8	0.3		

単位:%, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

Table5 中国4つの地域における嫌悪色

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位	11位	12位
北京	茶	灰	藍	紫	黄	緑	桃	黒	橙	青	赤	白
**	23.3	17.1	13.8	7.8	7.4	7.1	6.5	4.4	3.5	2.3	2.1	
武漢	茶	灰	藍	黒	藍	紫	緑	桃	赤	橙	白	青
**	25.9	21.2	12.2	7.8	7.3	6.8	5.4	4.4	0.7	0.5		
杭州	茶	灰	藍	桃	紫	黄	黒	緑	赤	橙	白	青
**	25.2	23.0	10.7	9.7	8.2	6.9	5.3	5.0	4.1	3.8	1.6	0.6
重慶	茶	灰	藍	緑	紫	黒	黄	橙	桃	赤	青	白
***	26.2	21.8	13.3	8.3	7.5	4.4	3.6	3.3	2.8	1.7		

単位:%, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

4.2.2. 赤に対する嗜好

赤の好む度合いについて5段階で回答を求めた結果 (Fig.7を参照)、4つの地域では何れも類似する傾向が見られた。まず、「やや嫌い」「非常に嫌い」とする回答は4つの地域とも6%程度に留まった。「どちらとも言えない」は全地域とも3分の1であり、それ以外の選択は「やや好き」と「非常に好き」に集中した。

そのうち、重慶においては「好き」という回答が最も多く見られた。また、北京における回答の20.5%は「非常に好き」であり、他の地域より明らかに多かったといえる。この結果は、他の地域と比べ、北京

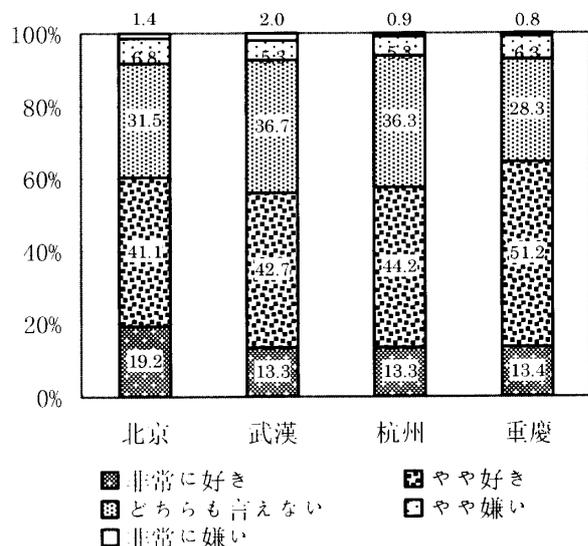


Fig.7 中国4地域における赤を好む度合

の学生は赤に対する感覚が鋭敏になっていることを示しているのではないと思われる。

中国人学生において、赤は比較的好まれる色であり、決して嫌われる色でないことが統計的にも示されるといえる。

4.2.3. 赤色の所有物の有無

赤い物の所有率は、4つの地域全てにおいて75%以上であった。男女を合わせてみると、武漢と重慶において90%以上の高い所有率が示された (Fig. 8を参照)。杭州での所有率は4つの地域中最も少なかったが、それでも79.7%にも上った。4地域全てにおいて赤い物の所有率は高く、愛用されている現状が捉えられた。

また、4つの地域の男女差を調べた結果、全地域において女性は男性よりも赤い物を所有する傾向が見られた。これは男女の色の嗜好をなぞった傾向であるともいえるが、男性の赤い物の所有率は4地域全てにおいて60%を超え、特に武漢では82.0%の男性が赤い物を所有していることが分かった。性別にまつわる色のイメージを超えて、男性も自らの嗜好に従い、品物の色を選択することが示された。

尚、赤い物の中では小面積のもの (靴下・靴・バッグ・手袋・帽子・マフラーなど) が比較的多く所有され、その色は殆どが明度V4.0に偏っていることが4つの地域共通の特徴として見られた。赤い下着の所有率は北京を除いて、3つの地域共に10%以下に留まった。北京における赤い下着所有率は他の地域より高く、12.8%にも上った。北京の回答者において

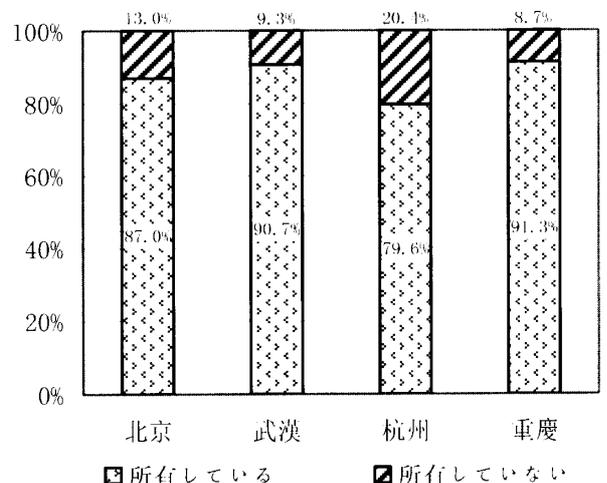


Fig.8 中国4つの地域における赤い物の所有率

は、赤い下着の所有が比較的目立つといえる。

中国では、本命年(生まれ年の干支が巡ってくる年)において、いわゆる年男、年女にあたる男女は赤い下着を着ることでその一年の平安を祈る風習がある。こうした風習は、赤という色に「厄を払って、福を招く」との願いが込められ、またそうした効力を持つ色として信じられているためと考えられる。

#### 4.2.4. 赤との配色

赤と配色させる色(Table6を参照)としては、4つの地域全てにおいて白と黒が最も選択された。それ以外には明度のより高い色を配色させる傾向が見られた。

Table6 中国4つの地域における赤との配色

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位
北京	黒	白	青	緑	黄	橙	紫・桃	灰	藍
	32.9	34.2	9.6	7.5	6.2	2.7	2.1	1.4	0.7
武漢	白	黒	黄	青	緑	橙	茶・紫・灰	桃	
	49.3	26.7	6.7	6.0	4.7	2.0	1.3	0.7	
杭州	白	黒	橙	青	緑	藍	桃	茶・紫・灰	
	38.1	22.1	8.8	7.1	4.4	3.5	2.7	1.8	
重慶	白	黒	黄・青	緑・橙	茶・紫	灰	藍・桃		
	38.6	26.8	9.4	3.9	2.4	1.6	0.8		

単位:%

そのうち、武漢の回答は比較的集中しており、約半分の回答者が白(49.3%)を選択した。杭州では地域において見られた黄色の選択がなく、明度がより低い橙、藍の回答が他の地域より多数であった。重慶は4つの地域で唯一、選択肢として用意された全ての色が選択された。

また、重慶の選択では白と黒の他、黄色と青の選択が著しく多かった。重慶市は中国の西南部最大の商工業都市であり、長江上流の経済の中心地として、中国最大の人口を擁する直轄市である。重慶では漢民族を主とし、49の少数民族が存在することは、重慶の文化を多彩にしている<sup>5)</sup>。このような多様な配色の選択は、重慶人の文化の多様性を表しているのではないかと考えられる。

#### 4.2.5. 「赤」から連想される言葉

「赤」という色から連想される言葉を自由回答形式で尋ねた。その結果を集計し、男女共通して連想された言葉を具象語と象徴語にグループに分け、得られた結果はTable7に示される通りである。

Table7 中国4つの地域における「赤」からの連想語

	北京	武漢	杭州	重慶	
具象語	人体	血(85)心(7) 生命・唇(各3)	血(86)女の人・心(各5) 生命(4)唇・赤い顔(各3)	血(68)唇・死亡(各6) 生命(2)	血(77)心(8)唇(6) 女の人(3)死亡(2)
	自然現象	太陽(41)火(19) 炎(8)夕焼け(5)	太陽(38)火(18) 炎(9)朝日(4)夕日(2)	太陽(31)火(12) 炎(5)夕焼け(3)	太陽(26)火(22) 夕日(4)夕焼け(3)
	植物	りんご(15)バラ(14) 花(6)	花(20)バラ(11)りんご(10) トマト(5)	りんご(9)花(7) バラ(4)スイカ(3)	花(23)バラ・トマト(各8) 紅葉(4)
	政治	国旗(49)赤い旗(40) 赤いスカーフ(注1)・ 革命(各12)	国旗(45)赤い旗(32)中国(7) 赤いスカーフ(5)紅軍(4) 革命(3)共産党(2)	赤い旗(32)国旗(27)中国(7) 赤いスカーフ(6)共産党・革命 五星紅旗(各4)紅軍(注3)(3) 政治・天安門(各2)	赤い旗(36)国旗(33) 赤いスカーフ(7)中国(5) 赤い星(4)愛国(3)
	伝統	吉事・春節(各10) ちようちん(8)中国結び(注2)(5) 結婚・祝日(各4)春貼(3)	春節・ちようちん(各5) 対聯(3)春貼(2)	ちようちん(3)	中国結び(12)春節・吉事(各8) 対聯(7)
	その他	衣装(12)交通信号(10) 戦争(4)暴力・警告(各3) 愛情(2)	交通信号(13)衣装(10) スイカ・希望・戦争(各4) スコア(3)祝日・刺激(各2)	交通信号(10)口紅(6)衣装(5) 戦争(3)	衣装(11)戦争(10) 赤い封筒(注4)・警告(各5) 愛国・愛(各3) 小さい赤い帽子・赤十字(各2)
象徴語	情熱(28)めでたい(14) 熱烈(9) 奔放・活発(各7) 危険・妖艶・鮮やかな(各6) 快樂・明朗(各4) 強烈・鮮やかな赤いさま(各3) セクシー・緊張(各2)	鮮やかな赤いさま(43)情熱(38) 熱烈・活発・めでたい(各13) 危険(12)奔放・勢い盛んなさま (各10)激情・温暖(各8) 目立つ(7)縁起がいい(6)妖艶(5) 富貴・熱い・興奮・強烈(各4) 極めて人気である・セクシー (各3)人気者・穏やか(各2)	情熱(23)危険・妖艶(各7) 熱烈・激情(各5) めでたい・緊張(各4) 血生くさい・鮮やかな・活発・ 目立つ(各3) 温暖(2)	情熱(27)危険(13) 活発・熱烈・めでたい(各9) 激情(6)快樂(6)妖艶(7) 興奮(5)奔放(4) 熱い・綺麗・目立つ(各3) セクシー・恐怖・衝動に・ とても勢い赤いさま(各2)	

(括弧内は回答頻度)

(注1) 赤いスカーフ: 中国少年先鋒隊員の赤いスカーフ<sup>6)</sup>。

(注2) 中国結び: 中国の水引<sup>6)</sup>。

(注1) 紅軍工農紅軍の略称。第二次国共合作以前の中国共産党指導の軍隊の名<sup>6)</sup>。

(注1) 赤い封筒: 赤い紙でお金をくるんで包み; 祝儀; おひねり; 現在では賄賂を意味する<sup>6)</sup>。

全体的に具象語の連想が多かったといえるが、男性は女性よりも具象語の連想が多く、象徴語が少ないという傾向も得られた。

4つの地域に共通して、中国ならではの赤の伝統的意味が示された。例えば「めでたい」(喜慶)、「勢い盛んなさま」(紅红火火)、「縁起がいい」(吉祥)、「富貴」(富貴)などの象徴語が連想された。伝統に関わる具象語は赤をよく使用する場面を反映しているとも捉えられる。例えば、「吉事」、「春節」、「中国結び」、「結婚」。

また、「共産主義」、「革命」など政治に関わる言葉の出現頻度はかなり低い値に留まった。赤の政治的な意味はある程度中国人の考えを左右するといえるが、世界の一体化を強調する今日では、赤の意味は政治的な意味に限らず、より多様化していることが窺える。

尚、特徴的な言葉として「女の人」が挙げられるが、中国において、赤、特に「紅」という文字は、しばしば女性の意味で使用される。「紅顔」、「紅袖」、「紅涙」、「紅杏」など言葉の中では、「紅」が美女を意味する。女性の化粧は「紅粧」とされ、「紅樓」はもともとお金持ちの夫人達の華やかな住宅を指したが、その後水商売の場所を意味するようになった。

その他、連想された言葉の数が地域によって異なり、類別の割合が違うといった特徴も見られた。

北京市は中国の首都であり、中国の六大古都の一つとして、有史以前の50万年前までさかのぼり、遼・金・元・明・清5代の王朝の都であり、849年の間、都としての位置に在り続けている<sup>5)</sup>。政治的な中心として、確固たる位置にあるため北京で政治関連の連想語が4つの地域中で最も多いと予想されたが、伝統に関する連想語の方がむしろ顕著に見られた。この結果は、政治の影響より、むしろ歴史や伝統文化が北京の日常の生活と強いつながりを持つことを示唆すると考えられる。

武漢においては他の地域より多数の象徴語が挙げられた。武漢は、長江と長江最大の支流である漢水の交わる地点であり、昔から「九省に通じる所」と讃えられるように交通はとても便利である<sup>5)</sup>。こうした便利な交通が、文化交流、そして言語の発展にも影響を与えるのではないと思われる。

その他、杭州は政治に関する言葉と自然現象に関する連想語が最も多く示されたが、伝統に関する連想語は僅かであった。重慶では特に植物とその他の

分類に含まれる言葉が想起されやすい傾向が見られた。

#### 4.2.5. 日本と中国を表す色

色に喩えた場合、日本と中国はそれぞれ何色になるかという質問に対し、色名で自由に回答させ、併せてその理由を簡単に説明してもらった。その結果、日本と中国のイメージ色は、中国の4つの地域で類似した回答となった。全体として、日本のイメージ色は白を始め、黒、灰などの無彩色が中心であり、その色数も豊富であったのに対し、中国のイメージ色は色数が少なく、圧倒的に赤が回答される特徴が明確に示された。また、日中のイメージ色の第1位は男女で一致し、それぞれ白と赤となった(Fig.9を参照)。

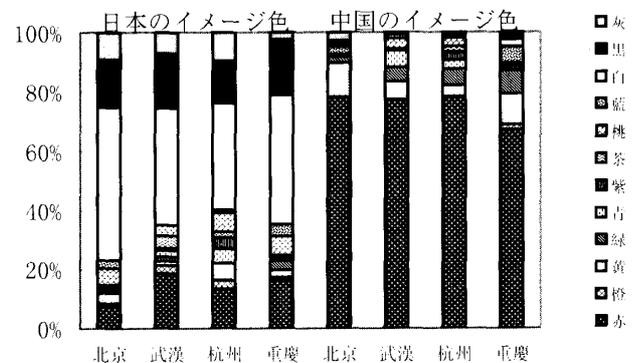


Fig.9 日中のイメージ色

日本のイメージ色に関しては、北京の回答において白、黒、灰に偏った傾向が最も強く見られた。杭州では白などの無彩色を中心に選択され、回答された色数も多く、見方の多様性が捉えられた。一方、中国のイメージ色についての選択は、重慶の回答が他の3つの地域と若干異なり、赤に対する偏りが比較的弱く、他の色を中国に喩える回答も少なくなかった。

日本と中国のイメージ色の回答理由から見ると、多数選択された白と赤は両国の国旗のイメージに強く影響されたことが窺われた。また、白、黒、灰などの無彩色は中国人にとって歴史に残る、日本人の「冷酷」「残酷」「恐怖」といったイメージとの関連が指摘された。一方、日本人のきちんとした性格もこれらの色を通じて表されていたことも分かった。

他方の中国のイメージ色の回答理由を見ると、多数選択された赤は国旗のイメージの他、さまざまな理由も挙げられた。特に、赤は慶事における祝祭色として伝統的な「めでたい」印象が強いことが捉えられた。中国人の情熱的な性格が赤のイメージに反映されてい

るとも考えられる。また、「活気がみなぎっている」、「勢いがすさまじい」等の経済的な現状及び今後の経済への展望も連想された。今回の調査では、「共産党」、「共産主義」など「革命」の連想も挙げられたが、回答頻度は少なかった。

赤の次にイメージされた黄色の理由を見ると、中国人が「黄色皮膚の人種」、「炎黄子孫」<sup>(注5)</sup>である事、「黄色の土で生活したりする」等、人種と自然の特徴が強調される一方、「中国の文化の揺籃(発祥地)と言われる黄河の色」、「伝統文化の龍は黄色である」、黄色は「王帝の権利」であり、「威厳」と「荘重」を代表するなどの文化と関連する回答も見られた。

#### 4.2.6. 色彩に対する認識

中国人学生において色彩に対する認識の現状を調べるために、色彩及び配色に対してどの程度の関心を持っているか、色彩心理学の授業導入を希望しているかなどの質問を用意した。

「色彩に対してどの程度関心がありますか」、「日常生活で配色を気にすることはどのぐらいがありますか」という質問に対して、全体的に70%以上が関心を示したが、北京と武漢、杭州と重慶の2つのグループでは共通する部分がそれぞれ多く見られた。そのうち、北京と武漢ではより高い関心が示されたといえる。特に北京では関心が「ある」という回答が80%にも上り、日常生活において色の組合せにかなり気を配っていることが窺える。

「色彩心理学」の認知度をまとめたところ、「よく知っている」とする回答は4つの地域でも僅かであった。全体的に「聞いたことがある」という回答は最も多かったが、「全く知らない」とする回答も少なくなかった。中でも重慶における認知度が最も低く、「全く知らない」とする選択率は44%を上回った。また、色彩心理学の授業の導入に対しては、4つの地域とも比較的高い希望が見られた。特に、重慶では強い希望が示された。武漢では「全く希望していない」とする回答は全く見られなかった。

このような結果は、色彩や色彩心理学に対して強い関心を持っているにもかかわらず、色彩を上手に使用するために必要な心理学的知識はあまり持たれていないという中国の現状を知ることができる。色彩の知覚に関する物理的知識だけではなく、今後の色彩教育においては色彩心理学の知識を重視し、色彩の効果を高める方法を積極的に探っていくべきで

あると思われる。

(注5) 炎黄子孫：炎帝、黄帝の子孫の義で、現在漢民族のことを謂う<sup>6)</sup>。

## 5. 総合考察

中国人にとって赤は生活に欠かすことできない色であり、歴史の反映であり、継承されてきた文化である。現代では社会環境が変わったものの、赤は変わらず人々に愛されている。赤がめでたい象徴色に転化することによって、伝統的な民族の美意識が一層豊かになり、人々の理想や美しい願望を反映するようになったとも捉えられる。

### 5.1. 中国における地域差

赤に対するイメージ調査では、中国における地域差は小さく、全体的に赤を嗜好する傾向が見られた。千々岩ら(1999)による中国を含む20カ国を対象とした色彩調査の結果では、北京と上海における「親しまれてきた色」の第1位はさえた赤<4.4R 4.4/12.6>であり<sup>7)</sup>、本研究の結果との共通点が認められる。しかしながら、本研究においては地域によって特異な傾向も見出された。

北京は中国の首都であり、共産党の政権所在地であるだけでなく、赤色に彩られる歴史遺跡も豊富である。そうした環境に影響された結果、北京では他の地域に比べ赤嗜好がより強いことが予想されたが、実際はそうではなかった。北京以上に赤の嗜好が強い地域もあった。このような結果は、赤嗜好に影響する要因は赤の政治的な意味だけではないことを示すものと捉えられる。

一方、北京から離れ、沿岸部に位置する杭州では独自の嗜好傾向が示された。嗜好順位においては、杭州における赤の選択率が4地域中最も高く、強い赤嗜好が示された。しかし、赤いものの所有率は最も低く、伝統に関わる赤からの連想語も最も少なかった。また、赤と配色する色としては、他の地域と比べ、杭州では明度の低い色が多数選択された。こうした色嗜好の傾向は、杭州の歴史と文化の特徴に起因するものと考えられる。古代から杭州は錦絵、黒紙扇と檀香扇などの伝統工芸品の製作が盛んであり、それらの品々はシルクロードを通して海外に運ばれ珍重された。杭州の工芸品は、精巧なデザイン、鮮明な色彩を特徴としており、独自の色文化が発達しているといえる<sup>5)</sup>。このような文化的背景が影響を与え、赤に

対する特殊な色彩感情をもたらしたことも考えられる。

## 5.2. 中国人学生にとっての「赤」

### 5.2.1. 赤に対する文化的意味

赤という色から中国人学生が読み取る意味は、色からの連想に反映されている。本調査において、赤から連想された言葉は種類が豊富であり、人体、自然、植物、政治、伝統、その他、象徴語などのカテゴリに分けられた。特に伝統に関する連想語は中国の調査地域に共通して頻繁に見られた。この伝統に関する連想語のうち、中国独特の「めでたい」という意味を中心に、様々な祝賀行事や風俗習慣が想起されており、中国人にとっての赤の重要性が捉えられた。この「めでたい」意味は赤に対する色彩感情を多分に支配し、色彩感情に対して文化的な広がりをもたらしていると考えられる。

赤い物の所有率は4つの地域すべてにおいて高かった。このように、中国人は違和感なく赤に接し、赤という色を生活に密着させているといえるが、中国人にとって赤は単なる色ではなく、文化的に重要な「めでたい」の意味が付与されていることが推測される。

実際に中国では慶事の際、赤がベースカラーとして扱われることが特徴である。特に赤一色だけを使用することが好まれる。花嫁の衣装はもちろん、赤一色のものとして祝儀袋、表彰状、テープカットのテープ、祝賀の席の垂れ幕などもよく目にする。このような赤一色の扱いは「めでたい」(喜慶)雰囲気を実際立たせていると思われ、赤自体のアピール性が強調され、その美意識には中国の文化が浸透しているといえる。

### 5.2.2. 赤における政治意味

「共産主義」、「革命」などユニバーサルな象徴性を持つ語も過去には頻繁に挙げられたが、本調査ではこのような言葉の出現頻度はかなり低かった。「大辞泉」<sup>8)</sup>によれば、「革命旗が赤色」であるところから、赤は共産主義・共産主義者の俗称として解釈されている。確かに、各国の共産党の旗も赤ということは決まっているようである。「赤旗=革命」という一般的な連想は、1848年に起きたフランスの二月革命のときに、大衆が赤旗をシンボルにしたことがきっかけになっている<sup>9)</sup>。

旧ソ連とアメリカの冷戦時期では、共産主義という政治的な赤の意味は極めて強かったが、世界両極の崩壊に伴い、多極化した今日では経済の発展に人々の視線が注がれるようになってきた。共産主義という狭い意味を超えて、経済の好況や、国の繁栄なども赤からイメージされた。このように、時代の進歩は色に新たな意味をも与えるのではないかとと思われる。

### 5.2.3. 赤における「提示」機能

今回の調査では、赤からの連想語として「赤信号」あるいは「交通信号」(红绿灯)も挙げられたが、その出現頻度は高くはなかった。中国人の色連想に関する過去の研究<sup>10), 11)</sup>によると、中国人においては赤に対して止まるという意識が比較的持たれにくいとされ、赤は提示機能(伝達手段に使われる)よりも、むしろ文化機能の役割が重要ではないかという報告もなされた。今回の調査では、中国の各地域で伝統に関する連想語の特徴が共通しており、赤のイメージに伝統的な文化の影響の方が強いことも窺える。

## 5.3. 今後の課題及び展開

赤のイメージに対して地域の違いがどのように色彩感情に影響するかを解明するため、本研究では中国の4つの地域を対象地として、色彩嗜好、色の使い方、色からの連想などの色彩感情の分析を通じて調査を行ったが、赤に対するイメージは全体的に類似しており、それぞれの地域の特徴も現れていた。それらの独特な色彩感情がどのように歴史文化、地理条件、経済状況など要因に影響されているかという点については、今後も更に検討し続けるべきであると思われる。

## 6. 参考文献

- 1) 古大治・傅师申・杨仁鸣(2000)色彩与图形视觉原理, 科学出版社
- 2) 城一夫(1993)色彩の宇宙誌—色彩の文化史, 明現社
- 3) 乔洪・张序贵(2003)中华民族观念中的红色, Journal of Zhejiang Institute of Science and Technology, 20(2)
- 4) 李应强(1996)中国服装色彩史論, 台北南天書局
- 5) 米倉二郎・陳橋驛・馬安東(1990)中国の諸都市—その生い立ちと現状—, 大明堂

- 6) 北京商務印書館・小学館(合同編集)(2002)  
中日辞典
- 7) 千々岩英彰(編著)(1999) 図解世界の色彩感情  
事典, 河出書房新社
- 8) 松村明(監修)(1998) 大辞泉, 小学館
- 9) 伊東孝(1994) 「色」の不思議, 株式会社雄鷄社
- 10) Courtney, A. J. (1986) Chinese Population  
Stereotypes: Color Associations, Human Factors,  
28(1), 97-99.
- 11) Chan, A.H.S. & Courtney, A.J. (2001) Color  
associations for Hong Kong Chinese,  
International Journal of Industrial Ergonomics,  
28, 165-170.

(投稿受付日: 2005年4月11日)

(採録決定日: 2005年12月15日)

### 著者紹介



ちゆう えつ  
張 粵

2005年早稲田大学大学院人間科学  
学研究科修士課程修了、修士(人  
間科学)

日本色彩学会



さいとう みほ  
齋藤 美穂

1985年早稲田大学大学院文学研  
究科博士後期課程修了

博士(人間科学)

現在, 早稲田大学人間科学学術院  
教授

日本色彩学会, 日本心理学会, 日本社会心理学会,  
日本教育心理学会, 色彩教育研究会, アメリカ心理  
学会, ISCC, 人間・環境学会