

他者から社会福祉はどうみられているか

～イメージカラーから読み解く～

三橋 真人

英文要約

To transmit the others the desired impression, to build and maintain friendships, may lead to the success of the work. In self-presentation, it is important to engage people the goodness of the impression of choice any time, especially when working in welfare. There are complicated psychological state patients and the families, the person should be act as a human model that may give an impression of caring. In this paper, it is possible to decipher whether the social welfare is seen from others by the image color. Unconsciously those welfare workers are affecting others that welfare workers are sought from others is by clear and respectful by the color of image. Color is often recognized and greatly affects the human mind and feelings. Such fact, to continue on giving the image of social welfare as a respectful by expressing the clearness of color, and it might lead treatment more effectively and meaningful.

和文要約

自分にとって望ましい印象を他者に伝達することは、友人関係の構築・維持、仕事の成功につながる。自己呈示において、誰にでも好まれる印象の良さを持ち合わせる必要があるのが福祉に従事する人たちではないだろうか。彼らは、複雑な心理状態である患者やその家族、地域からも誠実であることや思いやりのある人間のモデルとして活動することが求められているといえる。本論文では他者から社会福祉はどうみられているかをイメージカラーから読み解くことで、無意識に福祉従事者が他者に影響を与えていること、福祉従事者が他者から求められていることが明らかにした。色はただの色として認識されている事が多いが、人の心や気持ちに大きく影響している。こうしたことから社会福祉のイメージを色を使って表現していき、それを効果的に治療に繋げていくことには意味があると考えられる。

はじめに

第1節 研究の背景

自分にとって望ましい印象を他者に伝達することは、友人関係の構築・維持、仕事の成功につながる (Rosenfeld, Giacalone, & Riordan, 2002; Schlenker, 1980)¹。したがって、人々は他者にある特定のイメージで自分を知覚してもらうよう行動しようと強く動機づけられており、このプロセスを自己呈示 (self-presentation) という (Goffman, 1959; Nezlek & Leary, 2002)²。

従来、人々は同性よりも異性に対する自己呈示に関心が高いことが示されてきた。人々は同性との関係において、仲間付き合い、サポートなどを得ている。一方、異性との関係においては、それらに加えて、ロマンチックな性的関係への期待や、外見的魅力、性的魅力などのわれわれにとって重要な次元における自己肯定的フィードバックも得ることができるからである。また、多くの人は、同性との関係を多く持っており、異性関係が不足し

ているため、経済的な意味でも異性関係はより価値があるといわれている。

日常のコミュニケーション場面においては、コミュニケーションを行っている当事者の周りにも他者が存在することが多い。魅力的な異性への自己呈示場面に同性の他者が居合わせる場合もあるだろう。異性に対して外見的魅力を好ましく呈示することは、同性の他者からは異性獲得の機会が妨害されるとみなされ、否定的な評価を受ける (Buss, 1988)³。このような異なる印象を与えた相手が同時に居合わせる状況において、人々ほどちらの相手に合わせた自己呈示を行えばよいかという複数観衆問題 (multiple audience problem) に陥る。こうした自己呈示において、誰にでも好まれる印象の良さを持ち合わせる必要があるのが福祉に従事する人たちではないだろうか。彼らは、複雑な心理状態である患者やその家族、地域からも誠実であることや思いやりのある人間のモデルとして活動することが求められているといえる。そこで、彼らがどのような自己呈示を行えば

いいのか、そしてそれは彼らに対する現状のイメージを把握する必要があると考えた。

第2節 研究目的

人間の感覚機能には、視覚・聴覚・触覚・嗅覚・味覚といった、いわゆる五感と呼ばれるものがあり、特に人間は視覚から多くの情報を得るといわれている⁴。同時に色から何らかの影響を受ける。色には心や感覚に作用する心理的な性質や、食欲、緊張感、内臓やホルモンの働きといった生理的機能を左右する作用もあることが知られている。

本論文では他者から社会福祉はどうみられているかをイメージカラーから読み解くことで、無意識に福祉従事者が他者に影響を与えていること、福祉従事者が他者から求められていることが明らかになるのではないかと考えた。

第3節 研究の視点および方法

第1項 対象者

A大学 社会福祉学科以外の学科 1～4年生 (n=265)。

第2項 調査期間

2013 (平成 25) 年 6 月 11 日～14 日

第3項 質問項目

「社会福祉からイメージする色は何色ですか。回答は1つにしてください」

第4項 調査手続き

質問項目が書かれた質問紙を協力学生に配布した。

第5項 倫理的配慮

1. 研究目的を説明した上で、回答を断ることができることを口頭で説明した。
2. アンケートの提出をもって同意とした。
3. 調査の参加の有無が成績とは関係しないことを口頭で説明した。
4. 個人が特定を避けるため無記名とした。
5. データは本研究以外に使用しない旨を口頭で約束した。
6. データは研究発表終了後、シュレッダーで廃棄することを口頭で説明した。
7. 学会発表後、協力者に研究結果を報告することを約束した。

第2章 先行研究

第1節 医療とカラー

こうした色との関係性をみるのに、繁用されている医療用医薬品の外箱を対象に、薬効別に外箱の色相を調べた

吉岡・山崎、瀬尾の研究がある。医療用医薬品外箱の色相を調査するにあたり、マンセル色調環で主要な5色相環(赤、黄、緑、青、紫)のうち紫色を除く他の4色にピンク色を加えたものを分類の基本系統色としたが、特に青色系統は日本人の嗜好色1位で国際的にも多くの地域で最も好まれる色相である。また、この系統の色の持つ心理的イメージは、「浄化」「癒し」「解放感」などであり、これらの要素が医薬品外箱の色相として好んで選ばれる理由の一つであろう。実際、本アンケート調査結果の分析においても向精神薬、消化器系用薬、および呼吸器系用薬のイメージカラーとして青色の選択が多かった。また、青色と黄色という対極にある色の混合である緑色についても、「自然」さらには「恒常性」「安心感」「リラックス」をイメージさせることにより、消化器系用薬および呼吸器系用薬のイメージカラーとしての選択が多かったものと考えられる。一方、循環器系用薬のイメージカラーとして、圧倒的に多くから選択された赤色は、「血液」、「生命」、「エネルギー」に結びつくからであろう。次に、薬効に対するカラーイメージに性差はみられなかったが、薬学部6年生、のイメージ傾向が薬剤師および外来患者のイメージ傾向とやや異なっていたのは、薬学部学生が各薬効のイメージを主に生理学的機能により抱いたのに比べ、薬剤師および外来患者は実際、日常的に調剤又は服用している薬剤自体からイメージした結果ではないかと考えられる。特に骨粗鬆症治療薬のイメージで薬剤師の多くがピンクを選択していたのは真に専門職上の認識の表れであろう。今回の調査では、外箱収集の件数が少なく、色相分類は十分ではなかったが、アンケート調査では興味ある知見が得られた。現実的な問題として、2009年の薬事法の改正に伴い、一般用医薬品(OTC)の外箱表示に関する規則が大幅に変更されリスク分類表示が義務付けられている。特に、OTCでは重要な情報が外箱に記載されておりリスクマネジメント上でも外箱の色相および文字の配色が重要である。医薬品外箱の主要色相は今後も嗜好色が中心になると思うが、ユニバーサルカラーデザインへの考慮もなされるべきだと述べている。

第3章 研究結果

アンケートの結果、社会福祉に対するイメージで最も多かったのが、白色で16%、続いて橙色で15%、桃色12%、黄色10%、緑色9%、水色7%、ベージュ6%、青色6%、茶色4%、赤色と肌色は3%、灰色・黄緑色2%、紫色・虹色1%、黒色1%、金色0.1%という結果を得ることができた。

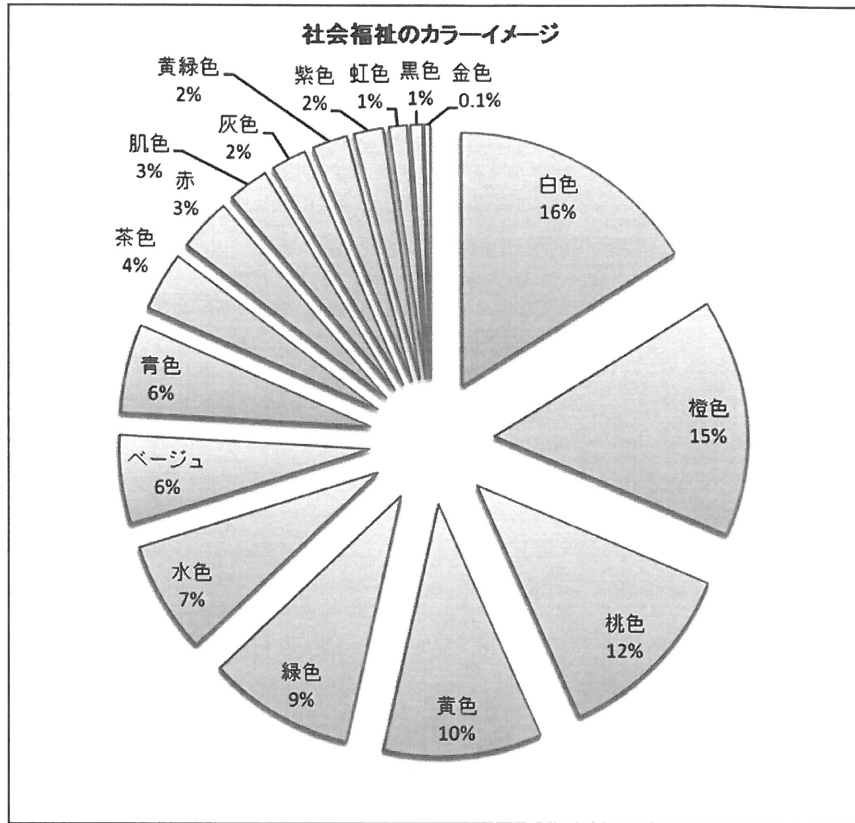


図. 1 社会福祉からイメージする色の結果

第4章 考察

第1節 色が人の心理と行動に与える影響とは

私たちの生活は色に囲まれているが、なぜ一つ一つにその色が使われているのか考えた事はあるだろうか。色は私たちが思っている以上に人の心の働きに影響を与えているとわれている。

第1項 色はどんな影響力があるか

【心理的な影響】

暗記力、回想力、認識力を増す。また、色によって簡単に理解・学習・誘導ができる。また、好みの色と性格にも人の本質を表すとして以下のような結果が導き出されている。

①青

じっくり理性的に考えてから行動を起こす慎重派な性格である。他人に下品な印象を与える事を嫌い、清潔感を常に意識しているという特徴がある。粘り強く物事に当たるが、少しプライドが高い面も持ち合わせている傾向があるといえる。

②赤

好奇心とパワーが満ち溢れ、未知のものを知る事や挑戦する事に大きな意義を見出す積極派である。怒りっぽい

がさめやすいなど、感情の起伏や時と場合によるギャップが大きくなりがちで、周囲を振り回してしまう傾向があるといえる

③白

卑怯や不正、不誠実を嫌う理想・理念追求派である。時に完全主義な面が強く出すぎる事があり、他人とのトラブルが増大する傾向があるといえる。

④緑

何事にもバランスを重視する中道派である。控え目で目立ちたがらず、他人との関係を継続させる事に気を配る傾向があるといえる。

⑤黒

強さや力を見せる事で本当の自分を覆い隠そうとする隠蔽派である。小心でナイーブな面を持つが、それを悟られる事を嫌う傾向があるといえる。

⑥茶

安定や普通を好む堅実派である。理想を追わず、現実に見えている事実を重視し、健康の維持増進や金銭的な豊かさなどを追い求める傾向があるといえる。

⑦ピンク

穏やかで細かなところに配慮が行き届く気配り派である。甘えたがりで、「守られたい」といった依存心が強い傾

向があるといえる。

⑧黄色・オレンジ

明るく社交的は楽天派である。あまり深い人間関係は好まず、浅く広くを指向する傾向にあるといえる。

⑨グレー

真面目で基本的に忠実な安定派である。自分よりも周囲を活かす事を重視して自ら裏方に回ろうとする傾向があるといえる。

文化的な差異や個人差などの違いはあるといえるが、好きな色と性格については、上記のものが『ほぼ間違いなく事実を表す』とされているという研究結果が示されているといえる。また、様々な実験や観察が行われている色彩心理学であるが、心理学者のシャイエは、「イド」「エド」「スーパーエゴ」を使い、以下の3分類を行っている。

1. 限定型（好きな色が1～2個で、他の色は嫌いというタイプ）

他人に従わない頑固な人が多い。

2. 拡散型（多くの色を好み、色の系統がバラバラ）

行き当たりばったりで周囲に流され易い人が多い。

3. 分化型（複数の色を好み、色の系統に統一感がある）
全てにおいて安定した人である。

【生理的な影響】

神経に影響を与える。研究によって、明るい赤は交感神経系に刺激を与えるので血圧をあげるともいわれている。逆に、青や緑はリラックスさせる生理作用がある。

【感情的な影響】

私達の感情や気分は色に大きく影響されている。例えば、黄色を見ると人は明るい気分になる。観葉植物など緑を見ると人は安心する。

【文化的な影響】

文化は人に基本的な価値観や感覚を与える。よって、文化によって色が人に与える印象も異なる。例えば、西洋文化では黒は死を象徴するのに対して東洋文化では白が死を象徴する。この様に文化はデザインに影響を与え、さらにユーザーの文化によっても受け取り方が異なる。

第2項 それぞれの色の働きと色彩心理

色は国際的に同じだが、文化によって心理的に受ける影響は多少異なる。また、生理や心理作用を共に把握する事が色を上手く使うコツとなる。色には、知覚的な印象が変化する『知覚的印象』と感情的な印象をもたらす、『感情印象（色彩感情）』の心理的な働きがある。『知覚的印象』は、遠近感などの『視覚的印象』寒暖などの『触覚的印象』強いなどその他の『知覚的印象』に分けられる。また、色彩心理学の世界では、その日そのひとが選

ぶ色がその人の感情を表すとも言われている。以上のことを踏まえ、それぞれの色の整理を行いたい。

【赤】警戒心、注意力を喚起し、人間の感情的興奮や刺激をもたらす。赤は色の中で最も長い波長を持ち、交感神経に刺激を与え体温・血圧・脈をあげる。この色を選らん場合、何かしらの行動が起こしたくてうずうずしている、ハイな気分である、ストレスやフラストレーションがたまっているといえる。

【オレンジ】楽天的な印象をあたえ、陽気にみえる。消化、新陳代謝をよくする作用があるため、食欲を増進させる。血管や自律神経を刺激し身体を活動的にする。この色を選んだ場合、不安がなくやる気に満ちている、心身両面が好調である、気分が良いといえる。

【黄】明るさや希望を与える。運動神経を活性化させる。脳の活性化がよくなり頭の回転が早くなる。集中力がアップする。

【緑】情緒の安定、安心感の増加。身体を癒す色。筋肉の緊張をほぐし、リラックスさせてくれる。また、筋肉や骨その他組織の細胞を作る力を促進したり、暖和効果があるので血圧を下げる。この色を選んだ場合は、心身の調子が良くない、休息を求めている、だるくて眠いなどがあげられる。

【青】爽快感、冷静を与える。鎮静作用があり、精神的に落ち着かせる作用がある。体温の低下、痛みの暖和などの作用もある。青色を選んだ場合、心身両面が疲れ、自分を癒したいと感じている、何かを諦めるムードになっている、一人になりたいと思っているなどがあげられる。

【紫】高貴さ優雅さを表す。集中力アップ、鎮静効果。リンパ管や心筋、運動神経の働きを抑制する。

【黒】力強さ、高級感を与える。相手を威圧し、力を象徴する。この色を選んだ場合、周囲や置かれた状況に対し、不満や不安を抱いている、壁を作って距離をおきたい、安心や安定を求めているといえる。

【白】純潔さや純真さを表す。過去を清算してリセットする色。この色を選んだ場合、何かに集中したい（している）、わだかまりやこだわりがなく、物事を受け入れ易い気分である、無の状態であるなどがあげられる。

以上のような特徴を踏まえると今回の結果で社会福祉は白色であると答えた回答者が多かったことから、社会福祉に対して、純潔や純真といったイメージを抱いている者が多いということが予想できる。攻撃的な色としても認識できる赤を選んだ人が少なかったのも、社会福祉＝非攻撃的であるイメージが強く持たれているからであろう。また色が認知されるとき、視覚からの情報は生理

的反応だけでなく、「暖かい感じ」「大きな感じ」というような知覚感情を喚起することから、白にたいして透明感がある感じや自然体というイメージがあるということも言われている⁵。

第3項 色で人は誘導されるか

色彩は様々な印象、感情、錯覚を与えるが、これらの作用は部屋の空間から広告やファッションなどあらゆるところで使われている。心理や生理的に影響を与えるので言葉で伝えられるのとは違い、自分が感じた印象として素直に受け止められる事が多い。また人間関係や自己の向上にも色は関係していて身につけている色によって人に与える印象も変わる。

一番身近な例で言えば道や室内にあるサインである。信号機は青、黄、赤の色が変わる事によって人を上手く誘導することができている。また飛行場などサインがないと多くの人が混乱する場所などではサインが目立つように黄色と黒の組み合わせを使って目立つように工夫している。

また初対面の人に会う時は、服を選ぶ時に色に気を付けて選ぶと効果的である。例えば、黒色の服を着ているとクールで知的に見える。重圧感や自立している印象を与えるので交渉などの場面では有効な色である。逆に白は、誠実さや上品な印象を与えるので初対面の人に会うときなどは好印象を与える効果的な色である。青はまじめさや落ち着いた印象を与えるので面接の時などに適した色である。調査結果を見ても、社会福祉に対して白を選んだものが多かったのは、誠実な人に適した職種であるというイメージが定着していることが考える。また水色と回答したものが多かったのも、白と同様にまじめな仕事であるという印象があるからであろう。

第5章 最後に

第1節 総括

社会福祉に対する色のイメージについて調査を行ったが、誠実であるイメージが社会福祉にはあるということが分かった。また、福祉のイメージの発信は色を使うことで効果的に広めることができるといえる。色はただの色として認識されている事が多いが、人の心や気持ちに大きく影響している。色相の特徴を知ってから改めて商品やロゴなどを見ると、理由があってその色が選ばれている事がわかる。またその日の気分で自分が選んだ服も、その時求めている感情に合った色を自然に選んだりもする。色は文字とは違い見て感じるものなので、自分でも気づかないところで様々な影響をうけている可

能性がある。

第2節 今後の可能性

色で社会福祉を捉える調査を行ったが、色を与える人間への影響は大きいものであるということが分かった。それは、イメージを作り出すとしてのみならず、福祉の現場や治療法としての応用も可能であるということが分かっている。色を活用し、思いをうまく伝えられない人たちの内面をくみ取り、心を癒すことを「色彩福祉」と呼び、「色彩心理」を活用した心のケアを行っている。「福祉」は、人々の生活の安定、充足といった幸福を意味する言葉でありが、私たちが具体的にイメージできる福祉は、高齢者や障害者、子どもなど社会的に弱者とされる人々に対する支援で、さまざまな生活上の問題を解消し、より暮らしやすくなるよう手を差し伸べるものである。そのような中で、色彩福祉は、その支援のなかで心のケアを大きな目的としており、色彩が人に与える心理的な影響力を応用し、色彩を媒介にしたカウンセリングの活動、色彩を用いた福祉施設の環境整備やバリアフリー商品などの開発している。また、このような活動を推進していく人を色彩福祉士と位置づけている。現代社会のなかで、福祉を考えることはどのような人にも不可欠な状況となっているといえる。また、福祉や介護の現場では介護される側にも、する側にも精神的なゆとりが必要であることが叫ばれている。そのような状況のなかで、言語によらないコミュニケーションを可能にする色彩の果たす役割は非常に大きいということができ、社会の現状や福祉の現場を理解し、そのうえで色彩を自在に扱える、社会貢献のできる介護のプロとしての活躍の場を広げるための検定は存在している。

近年では「色彩治療法」と呼ばれる色彩学と心理学を基盤とした「癒しの科学」がカラーセラピーとして登場している。例えば病院や老人ホームなどで、色彩を使って治癒効果を高める場所もあり⁶、社会福祉学においてもこのような色との関わりは重要になってくる。「色彩診断治療」とは、文字どおり色(カラー)を用いて痛みを取り除いたり、病気を治そうしたりするという、これまでは全く考えられなかった治療法である。当然世界初の試みでもある。薬の薬効成分と同じように効果がある色を用いて病気を治す、つまり服薬せず色を身体に貼るだけで病気が治ったとしたら、また服用した薬の効能を生かす役割をしてくれるとしたら、これほど素晴らしいことはないのではないだろうか。患者さんにとっては、検査で辛い思いをしなくてもカラーで診断ができる症状があり、薬の心配もなく費用だって安く済むといえる。

現状、この治療法について多くの人が理解しているとは言えず、たいがいの人は、そんな治療法がありうるのかと疑問に思うことのほうが多いといえる。しかし中国医学を基礎として、実際にこの色彩診断治療法を日常の治療に用いて、驚くべき効果が見られている。

こうしたことから社会福祉のイメージを色を使って表現していき、それを効果的に治療に繋げていくことには意味のあることである。

参考文献

- 日比野治雄 (2009) 『デザイン心理学の視点から医薬品におけるデザインの問題を考える』、ファルマシア、45
末永蒼生 (2007) 『色彩セラピー入門』PHP 文庫
大山 正、斉藤美穂 (2009) 『色彩学入門』東京大学出版会⁷

脚注

- ¹ Rosenfeld, P., Giacalone, R. A., & Riordan, C. A. (2002). Impression management : building and enhancing reputations at work
Schlenker, B. R. (1980). Impression management: The self-concept, social identity and interpersonal relations. Monterey, CA: Brooks/Cole.
- ² Goffman, E. (1959). The presentation of self in everyday life. Garden City, NJ: Doubleday Anchor.
Nezlek, J. B. & Leary, M. R. (2002). Individual difference in self-presentational interaction. Personality and Social Psychology Bulletin, 28, 211-223.
- ³ Buss, D. M. (1988). The evolution of human intrasexual competition: Tactics of mate attraction. Journal of Personality and Social Psychology, 54, 616-628.
- ⁴ 深澤奏子・高田谷久美子・佐藤都也子, 健康な成人が色彩にもつイメージと生理的反応, 山梨看護ジャーナル VOL 8 NO.1, 23-27, 2009
- ⁵ 深澤奏子・高田谷久美子・佐藤都也子, 健康な成人が色彩にもつイメージと生理的反応, 山梨看護ジャーナル VOL 8 NO.1, 26, 2009
- ⁶ 井上沙江子, カラーセラピーの効果に関する考察, 大阪大学経営情報学部紀要, 2002