

映像における「青」の色彩感情

——大学生の色彩連想語とアニメーション映画の色彩効果——

大 平 雅 美

1. はじめに

映像は芸術または娯楽として私たちの文化的生活を担ってきたが、その機能は伝達や記録だけでなく、「視覚言語」として人々の心に影響を与えてきた。本論では日本の長編アニメーション映画を研究素材とし、大学生の「青」に対する連想語と合わせて映像における色彩表現と効果を分析する。今やアニメといえば日本を示すが、本格的なカラー長編アニメーション映画はディズニー・スタジオが1937年に製作した『白雪姫』である。この作品はテクニカラーと呼ばれる「赤・青・黄」の3原色の染料を重ねあわせ色を再現する現代のカラー印刷に似た方法であった。その制作過程では念入りにカラーテストが行われた。カラーテスト前、白雪姫の衣装の身頃とスカート部分は薄い黄色、髪につけたりボンは青で彩色されていた。しかしテクニカラーの映像テストの結果、鮮やかな原色の衣装に変わった。それが今誰もが思い起こすことができる愛らしい白雪姫の姿である。ドレス上部の青、スカート部分の黄色、髪に飾られた赤いリボン、どれもはっきりとした原色カラーは心に残る。ディズニー作品修復責任者のスコット・マッキーンは当初の薄い彩色を見て「この色ではまったく印象が違っていた」と述べている。

このように映像が白黒からカラー化されると色彩の持つ意味が重要になった。色彩を視覚言語として最初に捉えた映像作家は、セルゲイ・エイゼンシュタイン（ソビエト連邦）であるが、エイゼンシュタインは“色彩モンタージュ論”を展開し次のように述べている。「映画における一要素としての色彩の理論にかなった協力の第一条件は、この色彩が劇的、作劇的要素として映画の中に挿入されていることである。この点で、まさしく色彩は音楽と同じ位置にある。映画の中の音楽は、それが必要であるかぎり、どこにあってもさしつかえない。つまり映画も音楽も、筋の展開のその瞬間に語られ、宣言され、明示され、暗示されねばならない。他のあらゆる要素にまさって、最大限豊かに明示する限り、どこにおいても、どんなときでも、ある

べき場所にあるのである」つまり色彩は、作り手が最も効果的と考えた場面で自由に表現し挿入して構わないと主張したのである。まさに『白雪姫』は、製作者が色彩を作劇的に挿入した意味においても世界初の長編アニメーション映画と言える。この映画は1937年のアカデミー賞特別賞を受賞し、現在に至るまで世界中の人々に愛され何度もリバイバル公開が続いている。日本では戦後1950年にやっと公開された。

日本のアニメーション技術は海外に比べて10～20年遅れていたが、1950年代にディズニーの長編アニメーション映画を手本にする形で東映動画がスタートした。本論の研究対象の映画監督である宮崎駿もこの東映動画に入社し長編アニメーションの研鑽を積む。日本アニメはTVアニメで独特の手法を獲得し技術力を高めた。東映動画のスタートから約50年経た2002年、宮崎駿率いるスタジオジブリ制作『千と千尋の神隠し』がアカデミー賞長編アニメ賞を受賞するまでになった。今や宮崎駿作品は世界中で観られる。

ところで城一夫・渡辺明日香の「映画にみる色彩の研究」では、映画と色彩の相関性について（1）色彩理論の明確な映画（2）東洋・西洋の色彩を表現した映画（3）色彩を象徴的に表現した映画（4）デジタル・カラーで表現された映画（5）色彩と音楽の共感を表現した映画、と分類している。宮崎駿監督作品は（3）「色彩を象徴的に表現した映画」として、『風の谷のナウシカ』（1984）、『紅の豚』（1992）、『もののけ姫』（1997）が挙げられている。数ある映画作品のなかでも宮崎駿のアニメーションは色彩表現に優れていることが読み取れる。そこで本論では宮崎駿監督の長編アニメーション映画を題材に考察する。今回は宮崎駿の初長編アニメーション映画『風の谷のナウシカ』で象徴的に描かれている色彩を検証する。製作側が意図した色彩を鑑賞者はどんな風に読み取るのか、大学生の連想語を通して映像における色彩感情を検討したい。

った。以後増え続け『もののけ姫』では546色と倍以上の色数になる。(通常のテレビアニメは200色程度)しかし『もののけ姫』から一部でデジタル彩色を導入したことから『千と千尋の神隠し』以降の色数は不明である。デジタル彩色のため限りなく色数が増えると予想したが、宮崎監督は『崖の上のポニョ』(2008)で原点回帰を掲げ手書きに戻している。これらのことから推察すると、宮崎監督のアニメ映画は色に対してこだわりがあることは間違いない。またスタジオジブリの色彩設計においては保田道世の存在が大きいことも記しておく。

4. 色の感性的意味 ——大学生の色彩連想——

(1)SD法「青」のカラープロフィール

本論では主に『風の谷のナウシカ』の色彩を分析するが、ここでの象徴的な色は「青」である。そこで映画の色彩効果を分析する前に現代の大学生は「青」についてどんなイメージがあるのか、セマンティック・ディファレンシャル(SD法)により調査した。SD法は色彩を言語としての意味分析するために用いられる。形容詞で表現される感性的な内包的性質を示すのに有効とされている。(表2)で示したように、形容詞として「汚い—美しい」などの項目を設定する。この項目をセマンティック・スケールと言ひ、スケールの個数は課題により異なる。スケールは左右に形容詞対を置き、中央を0の中間評価として各々左右に1, 2までの5段階評価(7段階の場合もある)による方法で行う。今回は金子隆芳(1990, P191 図6.1)のプロフィール(ジグザグの線を示す)と比較するため金子と同じ10スケールを用いた。最終的に色のプロフィールを得るため個々の項目ごとに最多の数値を結んでいった。その結果が(表2)青のカラープロフィールである。色の表現法は複雑であり主観を伴うものであるが、この方法で色彩を分類する長所として色の性質が分かりやすい形容詞で示せること、色の基本構造を3次元で表現できることにある。具体的に言えば、(1)評価性(2)活動性(3)力量性など3方向から色の感性的意味を評価する。例えば「汚い—美しい」は(1)の評価性、「陽気な—陰気な」は(2)の活動性、(3)「硬い—柔らかい」は力量性に該当する。(色についてのSD法調査では(2)の活動性に特徴が出ることが多い)こうして3次元空間で表現すること

で色の内包的性質の表現が可能とされている。ここでも活動性の特徴が顕著に表れた。

さて大学生に対して行った調査結果は、興味深いことに金子(1990)が描いたプロフィールとほぼ等しいプロフィールとなった。「青」のスケールとして「美しい、弱く、陰気な、快い、地味、重い、深い、暗い、堅い、冷たい」にプラスの傾向が見られた。特にスケールの特徴が顕著な項目は、「美しい、深い、冷たい」であった。なかでも「冷たい」の数値が高いのは、暖色・寒色の違いで表されるように「青」に対しては冷たく感じる色と認識されていることが読み取れる。(合わせて「赤」に対するSD法の調査を行ったが、赤は「暖かい」の数値が高く反対の評価があることが分かった。赤については別の機会に報告したい)またその他の青の特徴として「地味、重い、深い、暗い、堅い」の傾向にあり、ここからは内向的で消極的な青の性質も浮かび上がる。

(表3)は平均値の絶対値であるが、1以上の数値は特徴が顕著な形容詞といえる。(表2)から得られた青の感性的意味は「美しい」「深い」「冷たい」などが際立っていたが、スケール中得票が高い形容詞を抽出すると、「陰気な」「暗い」「冷たい」であった。これにより「美しい、深い、冷たい」に加えて「陰気で暗い」という別の側面からのイメージも浮かび上がる。大山正(1994)は別の尺度を用いて若い女性にSD法調査を行っている。青の因子として「良い、美しい、止まっている、地味な、冷たい、重い、強い、かたい」で大学生調査とほぼ似た結果であった。大山は青に対して「活動性が低い。力量性(重い、強い)は明るさと逆の関係にある」と述べている。このようにSD法での調査は被験者が誰でも結果が似ることが多い。従ってこの調査の場合、個別の体験としての色連想ではなく、一般的に共通した色認識のイメージが表れるといえる。

(2)色彩連想法による「青」

本論では次のような概要で色彩連想調査【青：2009年10月28日実施、都内大学生102名1～4年男46名女56名】を行った。調査方法としては対象とした青(5B5/11)を1分提示し、その色に対する言葉や事物を自由に記述する方法を取った。一般的に色の連想は通常、具体的な事物を表す言葉と抽象的な言葉から成り立つ。この2つはそれぞれ違う性質を持つ。前者は色の知覚や記憶と関係が深く、後者は色の感情や意味との関連があり色の象徴と呼ばれてい

2. 研究の方法と目的

色彩感情の測り方には印象評価と色彩連想がある。ここでは2種類の調査を行う。まず印象評価として色の認知的・感情的作用を明らかにするために次の方法を用いる。イリノイ大学のオズグッド (Osgood, C. E. and Suci, G. J. 1957) が考案したSD法 (Semantic Differential Method の略) で、この方法は色の広範囲な感情的反応の研究が可能とされる。本調査は、都内大学において映像文化論 (2009年) を受講した学生に対してSD法を行った【2009年10月21日実施、学生105名 (1～4年) 男40名女65名】。また色彩連想調査【青：2009年10月28日実施学生102名1～4年男46名女56名】は、同じく学生に対して「青」(5B5 / 11) の色彩から連想される事物を記述する調査を行った。これら2つの調査により日本の大学生の色彩感情の一端が浮かび上がると期待する。さらに色彩感情調査で得られた結果とその他の色彩評価を比較することで、現大学生の色彩に対するイメージの傾向が読み取れる。

対象とする映画は、宮崎駿監督の初長編アニメーション映画『風の谷のナウシカ』を取り上げる。この作品は前出の城・渡辺も色を象徴的に表現している映画として挙げている。『風の谷のナウシカ』は、宮崎駿が映画以前に漫画として執筆していた作品の映画化である。映画ではタイトルバックに青い衣服を着た人物とナレーションが流れる。「その者 青き衣をまとい 金色の野に降り立つべし 失われし大地と絆を結び ついに人々を青き清浄な地に導かん」冒頭より8分弱、青色系統の色彩でほぼ画面が構成され物語が進む。冒頭の映像から他の色を排除したことで、この作品において「青」が何らかの象徴性を持つことを観客に想起させる。本論では色彩を通して宮崎駿作品に流れる色彩の象徴性を考察する。果たして「青」はどのような感性的意味を伝えているのか、また現代の大学生は、それをどのように受け取っているのか、映像における色彩感情とその効果を読み解く。

3. 宮崎駿監督映画の評価

ここ数年、アニメーションは日本の大衆文化として注目をされている。JINTO「訪日旅行誘致ハンドブック 2005 / 2006」によると、諸外国から見た日本のイメージとして、韓国、中国、タイ、イギリス、アメ

リカなどの国では日本のイメージの代表例と「アニメ」が挙げられている。また政府としては経済産業省、外務省、文化庁などでメディア産業、文化産業として様々な取り組みが行われている。例えば、2004年には漫画、アニメーション、コンピューターゲームを含む「コンテンツ産業」の保護育成を目的とした「コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する法律」(通称コンテンツ産業振興法) が成立した。最近では2010年「クール・ジャパン」として欧米やアジアで人気を集める日本の文化産業の海外展開を後押しする「文化産業大国戦略」案を策定した。文化庁ではアニメーションやマンガ、ゲーム、映画など複製技術や先端技術を用いた総合的な芸術“メディア芸術”として扱っている。しかしながら省庁の縦割りから脱却できずに「日本ブランド」としてイメージ向上の成果が上がらないのが現状である。昨今、日本アニメは世界的な評価を得ているにも関わらず、日本のコンテンツ産業全体としてみると売上高のうち輸出の割合は2%で米国の18%を大きく下回っている。スタジオジブリ宮崎駿監督作品の日米興業収入(表1)からも分かるように米国での興行収入は決して多くはない。

宮崎駿監督作品の国内の興業収入は、1作目の『風の谷のナウシカ』(1984) は約7億円だったが、13年後の『もののけ姫』(1997) では194億円と飛躍的に伸びている。アニメーションは子供やマニアが観るものとの社会通念が『風の谷のナウシカ』以降変化したと言える。これ以降宮崎駿が監督した長編アニメーション映画は『千と千尋の神隠し』の304億円を筆頭に100億円を越える興業収入を維持している。国内興行収入トップ10を見ても宮崎駿作品が4作品ある。

国内観客動員数は、『風の谷のナウシカ』約91万人、『魔女の宅急便』264万人、『もののけ姫』は1,353万人と興業収入の躍進からも分かるようにアニメ映画としては画期的な数字をあげた。アカデミー賞受賞作となった『千と千尋の神隠し』は約2,352万人と数字上では国民の5人に1人がこの映画を見たことになる。これらを考えると宮崎駿監督映画がいかに国民的映画であり国民的映画作家であるかが窺える。2010年世界歴代興業収入記録を塗り替えた『アバター』(2009) のジェームズ・キャメロン監督は来日時の新聞社インタビューに「宮崎駿の作品はすべて観ている。アバターは宮崎へのオマージュを込めた箇所がある」と答えている。(2009.12.25 産経新聞)

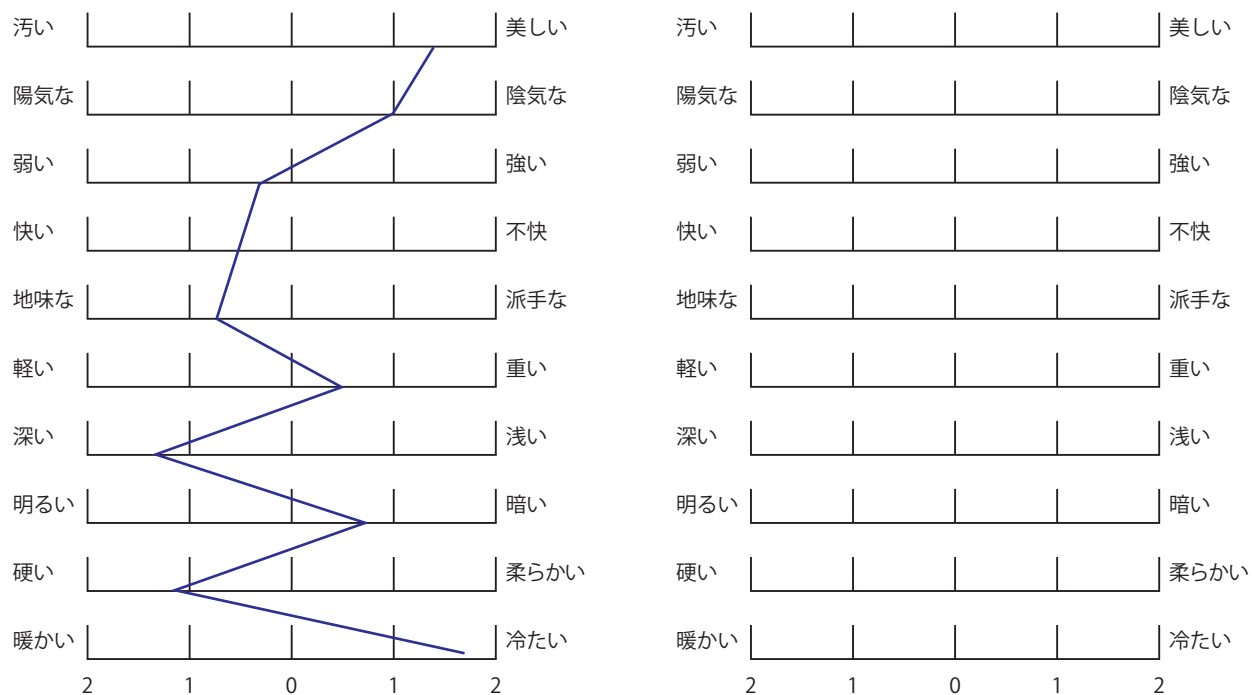
ここで映画における使用色数を確認しておく。初長編アニメ映画の『風の谷のナウシカ』は263色であ

(表 1) スタジオジブリ宮崎駿作品の日米興業収入表

	映 画 (タイトル)	興行収入 (億円)	
		日 本	アメリカ
1984 年	風の谷のナウシカ	7.4	—
1986 年	天空の城ラピュタ	5.8	—
1988 年	となりのトトロ	5.9	—
1989 年	魔女の宅急便	21.7	—
1992 年	紅の豚	27.1	—
1997 年	もののけ姫	194	2.1
2001 年	千と千尋の神隠し	304	9.1
2004 年	ハウルの動く城	196	4.2
2008 年	崖の上のポニョ	155	13.6

(注) 日本 1984 年～92 年配給収入 米国興業収入 1 ドル 90 円換算
(出典)「週刊東洋経済」2009 年 12 月 5 日号 P68

(表 2) 青のカラープロフィール (大学生の青プロフィール結果／使用した青スケール)



(注) 金子隆芳『色彩の心理学』岩波書店 p191 と同スケール (右) で大学生 (2009.10.21) 105 人対象に調査

(表3)「青」の印象語(平均値の絶対値)

各スケール形容語(+)	数 値
美しい	1.13
陰気な	1.00
弱い	0.46
快い	0.32
地味	0.63
重い	0.22
深い	1.09
暗い	0.70
硬い	0.34
冷たい	1.71

大学生(2009.10.21)105人に調査

る。この色彩連想法は新聞社などの世論調査の一部としても用いられ認知されている方法である。さて大学生における色彩連想調査の結果、連想語の種類は284語、連想語の総数は816語であった。大学生の主な連想語は次の通りである。()は出現数、3以上の回答を記載。

海(75) 空(65) 水(33) 冷たい(28) 冷静(22)
地球(18) 寒さ(17) ドラえもん(15) 雨(13)
深い 落ち着き 静か 悲しみ(11) ブルーハワイ
暗い(10) 深海 プール(9) ジーパン 信号(8)
サファイア 寂しさ 涙(7) 青春 涼しい 風 男
静寂 川 クール(6) 夏 爽やか 憂鬱 きれい
イルカ サッカー日本代表(5) やさしい 外国人の
目 魚 晴れ 氷 夜 ペンギン 炎(4) 青りんご
グフ 孤独 知性 血管 人工的 若い 沈静 重い
南国 水着 湖 くじら 落ち込み 冬 冷酷 青ざ
めた顔、青山、広い(3)

次に他大学学生に対して行った連想語との比較を行う。これは財団法人日本色彩研究所で大内啓子がデザイン系の大学生199名に行った色彩連想語調査(「COLOR」2009年no.152)を使用した。結果は(表4)でまとめた通り、上位10項目のうち「海、空、水」の3位までは同じ連想であった。4位以下も「冷たい、冷静、寒い、落ち着き」など7項目まで一致した。不一致の項目も10位以下に回答が出現している。従って現代の大学生が「青」をイメージする事物

としては(表4)に代表されると見てよい。これをみると1～3位は具体的な事物であることから短時間で連想した場合には色の知覚や記憶などの連想が多いことが分かる。大井義雄によると「幼少年期は具体的な連想が多いが、青年、成年になると具体的な連想からつながる連想語が多くなってくる」とある。またいくつかの一致しなかった連想語については調査の時期が関係していると推察する。筆者が行った大学生調査は10月、デザイン系大学は4月であったため季節やその日の天候が連想に影響したと考えられる。(例:4月調査は涼しい、さわやか、クールの回答多い)結果としてこの調査では、現代大学生の「青」に対する代表的な連想語が登場していると考えられる。

(3)日米学生による色の連想調査との比較

次に時代と民族による色の連想を考察する。(表5)は千々岩英彰(1983)が日米の学生を対象に調査したものである。この調査は言語色彩同定法と呼ばれる言語と色彩のマッチングテストとして行われたものである。(赤や黄色など10色実施)そのため筆者が実施した色彩連想語調査とは調査方法が異なるが、時代や国によって色の連想がどのように違うか比較資料として引用した。

この調査は青を含め全10色実施している。千々岩(1983)は青と黄色は日米の学生で違いが著しいと述べている。青に対して両国の上位回答を見ると、日本は科学、涙、男性、米国は信任、協力、調和、献身などである。この違いについて千々岩は「青は信仰の厚い清教徒のシンボルカラーであるため、宗教心を刺激するのとしめないのとの違いではないか」と推察している。さらに筆者の感想として別の視点からは、日本は「男性を表す色」として青の数値が高いのに対して、米国は「女子や母など女性を連想する」学生も多く両国のジェンダー意識の違いを感じた。日本の学生は「青」を見たときに女性より男性を多く連想し、また「若者」を選んだ者も多い。これについて日本では中国の五行思想の影響もあって「青＝未熟や青春」というイメージを持つのではないかと推察する。しかし27年経た今の学生に同じ連想調査を行うと果たしてどんな結果が導き出されるか興味深い。

5. 映像における色彩効果

(1)『風の谷のナウシカ』の色彩表象

ここからは映画における色彩効果を考察する。『風の谷のナウシカ』は1984年に劇場用オリジナル長編アニメーションとして制作された。この映画は宮崎駿が少年雑誌に連載の漫画を映画化したものであるが、人間による自然環境破壊や戦争を主題とする物語で、折からの環境問題や内紛に関する問題提起などを含んでおり、アニメ映画史上画期的なヒット作品になった。その成功を契機に「スタジオジブリ」が設立された。宮崎駿が監督した主な作品は（表1）の通りである。城（2003）によればスタジオジブリ作品は2つの傾向に大別されるとしている。一方は「文明の進化和自然破壊」を主題にした作品、他方は少年少女を主人公として「子供たちと自然との触合い」を通して成長する物語である。『風の谷のナウシカ』は前者に属し、大ヒット作となった『もののけ姫』へと繋がっていく。色彩の視点から映像を俯瞰すれば、テーマカラーは「青」であることは冒頭から読み取れる。前述したが、「青き衣」をまとった人物が物語のキーマンとして象徴的に扱われる。

時代は未来の地球。産業文明から1000年先、文明の極端な発達の先に「火の7日間」と呼ばれる最終戦争が勃発し人類社会が崩壊した1000年余のちが舞台である。大地には「腐海」という有毒な瘴気に満ちた広大な森林が広がり獐猛な蟲がはびこる。このなかで辛うじて「風の谷」という小国が存在している。この族長の娘がナウシカ、主人公である。ナウシカは青い衣服を身につけている。主人公ナウシカは小型のグライダーを自由に操って腐海の上を飛ぶ。この小国に軍事国家トルメキアの皇女クシャナ率いる軍隊が侵攻し平和な風の谷を占領する。そこにトルメキアと同盟を結ぶ小国ペジテが加わり、駐留するトルメキア軍を壊滅させるために王蟲を暴走させる。

この映画は冒頭から約8分、タイトルバックの青、毒ガスの広がる腐海の青、ナウシカの青、王蟲の殻と目の色の青（怒ると赤に変化）など「青」の世界観を持ってはじまる。さらに物語が進行すると腐海の対極を表す瘴気がない清らかな腐海の底もまた青。こうして清濁の青が映画全編に横たわる。宮崎は自然破壊の行き着く先を「青」で示したといえる。現在の地球に瑞々しく存在している自然の緑を「青」という色に置き換え、さらには「青き衣」の人間に救いを求める。この映画は自然と人間の両方の視点から「青」という主題を抱えているのである。

ここでナウシカの衣類の色彩に注目する。ナウシカは清々しい明るい青の衣服を着用している。明らかに

タイトルバックに登場する「青き衣」の青とはトーンが違う。ではどこで救いの主「青」への転換が行われたのか。それは囚われの身から解放される際に青から赤い衣服へ変換したときがはじまるといえる。この赤への変換が行われたとき、すでに事態は破滅の最終段階にあったが、赤い闘う少女ナウシカは自分の身を投げ出し事態を収束させた。誰もがナウシカは死んだと思ったそのとき奇跡が起こる。王蟲と呼ばれる巨大な蟲達が金色の触毛を伸ばしナウシカの身体に触れ蘇生させた。ナウシカの赤い衣服は最後の場面で青く染まる。まさに予言通り「その者、青き衣をまといて、金色の野に立つべし」が可視化された瞬間でもあった。つまりナウシカはイエス・キリスト的自己犠牲によって事態を食い止め蘇ったと捉えることができる。

この結末について宮崎研究で知られる叶精二は次のように記述している。「映画ではナウシカが宗教的救世主としてシンボライズされ、そこに人間中心主義の楽観的未来観を思わせるカタルシスが生まれてしまった。複雑かつ混沌とした思いが後景化されてしまったのだ。それは、エンタテインメント映画である以上やむを得ない選択だった。宮崎氏自身、この矛盾に悩み苦しんだためか、映画について「60点」という辛口の自己採点を下している。己の真の思いをどのように作品に表現すべきか、それは重い課題として宮崎氏の内に残ったのである」（「別冊宝島／アニメの見方が変わる本」1997.9 宝島社）

少女ナウシカについて自己犠牲で人類を救ったキリストのような描き方にせざるを得なかった映画の結末に、監督の苦悩があったことは後の漫画版がまったく違ったものであることから容易に想像できる。しかし今もお繰り返しTV放映され支持が高いことや前出のジェームズ・キャメロン監督『アバター』（2009）の終盤によく似たシーンが登場することなどから世界中の観客に影響を与えた作品であることは間違いない。それでは「宗教＝青」のイメージがない日本の鑑賞者にとって映画の「青」はどのような色彩感情を喚起したのだろうか。次は実際に大学生が『風の谷のナウシカ』の青からどのような意味を感じとったか考察する。

（2）『風の谷のナウシカ』の色彩連想 —大学生の場合—

「青」に対する一般的な色彩連想と、『風の谷のナウシカ』の青に対する連想語の調査は同日に行った。色彩連想法における青は上位から「海、空、水、冷たい、冷静、地球、寒さ、ドラエモン、雨、深い、静か、落ち着き、悲しみ」であった。（表6）と比較すると、「静

けさ、落ち着き、冷静」など活動性が低い形容詞や「自然」などは一致している。では映画において新たに登場した因子は何か。それは「平和、神秘的、幻想的」の連想語である。北畠輝（2006）によると古代社会における色彩象徴の青は、古代エジプトでは「天国、神聖な」、キリスト教では「希望、父なる神、精神、天国」などと表されている。だが日本では前出の千々岩の指摘のように、宗教・神聖なもの＝「青」はなかなかイメージしにくい。しかしながら日本の大学生が宮崎駿監督の『風の谷のナウシカ』を鑑賞後、「平和、神秘的、幻想的」などの色彩感情を挙げたことは興味深い。先に行った青の色彩連想語として大学生からは284語ものイメージ単語が出現したが、平和、神秘的、幻想的は登場しなかった。だが彼らは「青」を主題にした映画から見事に監督が表現したメッセージを受け取ったといえる。さらに自然と文明の相克のメッセージが強い映画だったが、宮崎が描きたかったもうひとつの主題に戦争の根絶、平和への希求があった。学生が当初、色彩連想語として青からは連想しなかった「平和」も導き出されている。映画を鑑賞することで連想された本結果をみると、観客は色彩を通してメッセージや意図を受け取っているといえるのではなかろうか。

おわりに

エイゼンシュタインは次のように述べている。「色彩の持つ劇的機能という場合、それには2つの意味がある。（1）色彩という要素が、色彩の媒介によって物質化し、配列する一定の作劇的な配置に配属される。（2）自然が提供する色のあるものの無定形な形状とは違って色彩を使用する者の自覚的な意思を表現する。（中略）要するに作家は、ある意思行為によって「存在している」から出発して「存在していないもの」を創造し、それに触れた者の思想や感情の表現に役立たせるものを作りあげる。つまり色彩の構築は、自然や現象のうちに存在する色のついたものとは異なるのである」

宮崎駿は、自身初の長編アニメ映画のテーマカラーに「青」を設定した。このことには意味がある。作品のいくつかの主題「自然と文明の相克」「人間による環境破壊」「戦争」などの対極に「青き清浄の地」あるいは「青き衣の者」を置いた。その「青」からどんな連想をするのか、させたのか。これはまさに「存在しているもの」から「存在していないもの」を創造する過程ではあるまいか。現代の大学生が『風の谷のナウシカ』の青から読み取った色彩メッセージ、それは「平和」と「宗教性」であったと言える。

映像作品には色をシンボルとして取り扱った作品が多数ある。そこで表現される色彩は私たちの心身に働

（表4）「青」に対する色彩連想語比較表

順位	受講大学生連想語	票	デザイン系大学生連想語	票
1	海	75	海	103
2	空	65	空・青空	84
3	水	33	水	27
4	冷たい	28	涼しい	14
5	冷静	22	さわやか	13
6	地球	18	クール	12
7	寒さ	17	寒い	11
8	ドラえもん	15	落ち着き	10
9	雨	13	深海	8
10	落ち着き	11	冷静	7
10	深い	11	冷たい	7
10	静か	11		
10	悲しみ	11		

（注）都内大学生：2009年10月28日実施 学生102名（1～4年：男46名女56名）
デザイン系大学：2009年4月実施199名財団法人日本色彩研究所「COLOR」no.152

(表5) 色と連想—日米学生比較 「青」
(注) 米国学生 108 名、日本学生 126 名を対象。数字は連想した者の%

米国学生	票%	日本学生	票%
信任	49	科学	41
協力	38	涙	40
強調	36	息子	37
献身	36	兄弟	37
友達(男)	36	男性	36
責任	31	悲しみ	35
自分個人	30	理論	35
女子	30	理想	34
息子	30	確信	30
人を助けたい気持ち、母、満足	29	若者	29

(出典) 千々岩英彰『色彩学』稲村出版 1983 より「青」のみ抜粋して作成

(表6) 映画『風の谷のナウシカ』の青に対する大学生の連想語

順位	連想語	票
1	静けさ、静的、静寂	21
	自然	21
3	清らか	13
4	平和	10
	落ち着き	10
6	冷静	9
7	神秘的	8
	美しい	8
	悲しい、悲壮感	8
10	暗い	6
	幻想的	6

2009 年 10 月 28 日実施 大学生 102 名 (1～4 年: 男 46 名女 56 名)

きかけている。我々は知らず知らずにうちにメッセージを受け取っている場合もある。今後はさらに「青」を主題とした映画分析を深めると共に、他の色との関係性や時代における色彩の感性的意味の変遷など検討したい。

引用・参考文献

金子隆芳『色彩の心理学』岩波書店 1990
レオン・ムシュナック『エイゼンシュタイン』三一書房 1976
津堅信之『アニメーション学入門』平凡社 2005
柴口育子『アニメーションの色職人』徳間書店 1997
千々岩英彰『色彩学』稲村出版 1983
大山 正『色彩心理入門 ニュートンとゲーテの流れ

を追って』中央公論社 1994
佐々木隆『「宮崎アニメ」秘められたメッセージ』K Kベストセラーズ 2005
宮崎駿『風の谷のナウシカ』1～7 徳間書店 1987～1995
宮崎駿『出発点』徳間書店 1996
北畠輝『色彩学貴重書図説』雄松堂出版 2006
東京商工会議所『カラーコーディネーション』中央経済社 2000
大井義雄 川崎秀昭『カラーコーディネーター入門色彩』日本色研事業 1996
アト・ド・フリース／山下圭一郎他訳『イメージ・シンボル辞典』大修館書店 1984
城一夫・渡辺明日香「宮崎駿とスタジオジブリの映画

- にみる自然破壊と文明についての研究」共立女子
短期大学生生活学科紀要第 46 号 2003
- 城一夫・渡辺明日香「映画における「色彩モニター
ジュ論」の系譜（2）映画における「青の表現」
の系譜」共立女子短期大学生生活学科紀要第 49 号
2006
- 叶精二「別冊宝島／アニメの見方が変わる本」宝島社
1997
- JINTO（日本政府観光局）「訪日旅行誘致ハンドブック
2005／2006」