

映像作品における比喩表現に関する構造分析的検討 コマーシャルフィルムのシーン分析を通して

奈良知美[†] 田中香菜江[†] 木田小百合[†] 高田明典[†]

フェリス女学院大学文学部[†]

1. はじめに

映像作品においては「象徴的な一枚の絵柄」が用いられることがあり、それが非常に重要な意味を持つ場合が多々存在する。とくにコマーシャルフィルムなどにおいては、表面的には「物語」が提示されるのではなく「一続きの絵柄」を連続して提示することを中心的な目的としていると考えられるものが多数存在する。

人間は、「一見、文脈から遊離しているように思える表現」を目にしたとき、その「意味」の解釈を試み、「整合性のある一連の物語の中の一つの要素」として位置づけるといって「機能」を有している。そのような人間の心的機能の特性を利用することによって、映像表現に「意味」や「訴求力」を持たせるのが「映像における比喩表現」の基本的機序であると考えられる。

そのような「ストーリー性」および「シーケンス性」の希薄な映像作品を、従来型の「物語構造分析」による手法のみで分析することには限界が存在する。また、コマーシャルフィルムのみならず、子供向けアニメーションの変身シーンや戦闘シーンなど「象徴性」の高いシーンにおいても同様のことが言える。

本研究においては、上記のような問題に鑑み、物語構造分析の文脈で援用できる形の分析要素として利用可能な形で、映像比喩表現や象徴的表現を分析するための手法を策定し吟味することを、その主たる目的とする。そのような分析手法が確立されることによって、幅広い映像作品を物語分析しうる可能性が生まれる。

たしかに、一つの映像作品が「物語中心（ストーリーテリング中心）」であるのか「映像中心」であるのかを判別することさえ容易ではない。「付け足し」的なストーリーであってもそれが十分に機能している場合はあるし、逆に「ストーリーテリング」を目指した作品にきわ

めて象徴的なシーンが存在する場合もある。それは「作者の意図」を離れて機能する類のものだと思われる。したがって、一見「物語中心・ストーリーテリング中心」であると思われる作品に対してさえ、その作中で繰り返し用いられる「絵柄」などに関しては、ストーリーの構造分析とは別の方法を援用して分析する必要があると考える。そうすることによって「物語分析」の分析結果を補完したり、強化したりすることが可能となる。

2. 方法および手続き

2.1. 分析対象

TVCMを分析対象にした理由は、CMが視聴者の商品購入意欲を喚起するために制作された作品だという点にある。CMは現代の社会事情や文化を反映すると同時に人々の欲求に応じる要素が盛り込まれている。このことから、人々の欲求の構造を抽出するには相応しい分析対象であると考えたことによる。今回の分析では、「三ツ矢サイダー」「Volvic」「南アルプス天然水」などの「透明系」の清涼飲料水のTVCMを対象とした。また、「透明系清涼飲料水」と対比のため、緑茶系、ビールなどのCMの分析も併せて行った。

2.2. 分析手法の概要

本研究においては、「物語構造分析」を改良した新たな手法を用いる。「物語構造分析」とはこれまで主に文芸作品や民話・神話などの分析に用いられてきた手法である。これを映像作品の分析に当てはめるために、CMで使用されている映像から比喩表現を抽出し、深層構造を見出すという手順を加えた。この新たな手法の実践も今回の研究目的のひとつである。さらに、今後の映像研究における手段としての有効性をより精緻に検討することも併せて行った。

本分析手法においては、通常の比喩表現における以下の要素を、映像表現の中から抽出することを最初の段階としている。

(1) 直喩・明喩 (simile)

Structuralism's Analytical Considerations of Figurative Expressions in Image Work: As An Application of Scene Analysis to TV Ads.

NARA Satomi, TANAKA Kanae, KIDA Sayuri, TAKADA Akinori

[†]Faculty of Letters, Ferris University

- (2) 隠喩・暗喩 (metaphor)
- (3) 提喩 (synecdoche)
- (4) 換喩 (metonymy)

端的に言うならば「比喩」とは、連想を惹起する力と、その連想の許容範囲という二つの要素によって定義される。また、比喩とは文法的な構造によってのみ決せられるものではなく、文脈からの逸脱という要素を必要とする表現技法である。文脈から逸脱した表現を目にしたとき、視聴者は連想もしくは想像力によってそれを補おうとする。連想した要素のうち、文脈上での整合性を保つことができる解釈を採用する。この「連想を惹起する要因」が比喩表現に必要なものであり、それは「まるで～のようだ」という「文法規則に則った表現」である場合に「直喩」となり、「文法規則に則らない表現」である場合に「提喩・換喩・隠喩」となる。換喩は提喩に比べて「連想を惹起する力が強い」が、「連想の許容範囲」は狭い。隠喩は、換喩・提喩に比べて「連想を惹起する力が弱い」が、「連想の許容範囲」が広い。

しかしながら、「記号表現」と「記号内容」は、1対1に対応しているわけではない。特に比喩表現においては、「記号内容」の解釈の幅を広くとることが「基本的な条件」であるので、文脈を吟味することが重要となる。本研究においては物語構造分析の手法にのっとり、要素間の対立関係を抽出し、それをもとに「深層構造」の同定を試みた。

3. 結果および考察

以上の手順で分析を行った結果、「清らかさ・透明さの過度な強調」が対象としたCM中に見られることが分かった。例として「三ツ矢サイダー」の分析シートの一部（最初のシーンのみ）を示す (Table.1)。それらの比

喩の中から対立関係を有するものを抽出し、「三ツ矢サイダー」においては、以下の項目を得た。

- 不明瞭・ぼんやり 輝き・光
- 孤独 合流
- 運動 制止
- あつい - つめたい
- 山・空 町
- 涙 笑顔

これにより、それらの対立関係が「不明瞭さと輝き（不透明性と透明性）」を示していると考え、深層における物語構造として「不明瞭な将来に向かうための希望獲得/激励」が存在していると推測した。また、同様の方法によって、対象とした他CMにおいても同種の構造を抽出することができた。

今日の社会において、人々は精神的な穢れを感じている。人々は何らかの理由で自分が清らかさを喪失していると常に感じ、穢れを拭い去るために清らかなイメージを求める傾向にある。近年の文化現象の例として、「世界の中心で愛を叫ぶ」「いま会いに行きます」といった純愛物語作品の映画やドラマの大ヒットをあげることができる。清らかなイメージを強調した作品・商品は、人々の欲求に合致し、流行し、人々の需要に応じてさらに生産されている。しかし、そのこと自体は問題ではない。我々が問題視するのは、「清らかさ」の表現が時として過剰になり、「穢れ」への恐れや禁忌までも間接的に喚起してはいないかという点である。

本分析手法の適用事例はまだ少なく、手法の細部に関しては十分に確立されているとはいえないが、本手法をさらに精緻なものとすることによって、映像作品の構造分析を効率的かつ有意義なものとするのが可能であると考えられる。

Table.1 「三ツ矢サイダー」TV CMのシーン分析表(冒頭シーンのみ)

段階	#	小見出し	比喩表現		比喩対象		深層修飾語句	深層名詞
			表層修飾語句	表層名詞	比喩種類	比喩		
対象の提示 / (偽りの) 目的の提示 / 自己投影対象	1	高台の鉄棒	かすんだ ぼんやりした カラフルな セーラー服の 一人にいる 鉄棒を掴んでいる 晴れない表情の 目をつぶり、(勢いをつけるために)空を仰ぐ 身を投げ出す	山々 空・雲 鉄棒 少女 少女 少女 少女 少女 少女	隠喩 隠喩 隠喩 提喩 直喩 直喩 直喩 直喩 直喩	世界 世界 運動の道具・努力 若者 視聴者 視聴者 視聴者 視聴者 視聴者	不明瞭な 不明瞭な 色々な 清純な 孤独な 努力しようとする 晴れない気分の 覚悟する 思い切る	将来 将来 努力 学生 自分 自分 自分 自分 自分