

テレビコマーシャルにおける暴力および向社会的行為の描写 ～広告描写の内容分析研究のための新手法の確立にむけて～

代表研究者	坂 元 章 お茶の水女子大学文教育学部教授
共同研究者	鈴木 佳 苗 筑波大学大学院図書館 情報メディア研究科講師
	田 島 祥 お茶の水女子大学大学院 人間文化研究科博士前期課程
	佐 渡 真 紀 子 武蔵工業大学 環境情報学科非常勤講師
	長谷川 真 里 お茶の水女子大学文教育学部研究員
	堀 内 由 樹 子 お茶の水女子大学大学院 人間文化研究科博士前期課程

1. 本研究の目的

近年、テレビの暴力描写が、犯罪や非行などの子どもを取り巻く状況を深刻化させる原因のひとつに挙げられ、その悪影響に関する社会的関心が高まり、国内外で放送規制の問題が盛んに議論されている。一方で、多様なメディアが普及する今日でも、テレビは子どもの生活や娯楽において重要な位置を占めていることから、欧米を中心に、悪影響を問題視するよりもむしろ、その肯定的影響に着目し、教育的に活用しようとする試みもなされている（山下、1996）。これらの議論や試みを進めていく上では、最近の日本のテレビ番組の中に、日常的にどのような暴力行為や向社会的行為（援助行動など他者のためになる行為）がどのくらい描写されているかを明らかにすることが必要である。そこで

研究代表者ら（Japanese Television Violence Study; JTVS）は、日本のテレビ番組内で描写される暴力行為や向社会的行為の特徴を明らかにするために、内容分析研究を行ってきた（佐渡ら，2004 など）。しかし、テレビ番組を視聴する際には、番組内容のみならず、そこに付随するCMを視聴する機会も多い。また、CM表現が本来、視聴者に強いインパクトを与えることを意図して制作されていることを考えると、その影響を軽視することはできないといえる。CMについても、客観的な基準に基づいて描写内容を分析し、検討を行うことは重要な課題であると考えられることから、本研究では、日本のCMにおける暴力および向社会的行為の描写に焦点を当てた内容分析を行うこととした。

本研究における分析の枠組みや分析項目は、テレビ番組の暴力描写に関する内容分析研究として世界的に評価の高い、カリフォルニア大学サンタバーバラ校の研究グループが行った米国テレビ暴力研究(National Television Violence Study; NTVS, 1996)を翻訳し、援用したJTVS（佐渡ら，2004；鈴木ら，2004 など）の分析枠組みや項目に準拠した。NTVS や JTVS では、暴力行為を量的側面から捉えるだけでなく、行為の理由や行為後に与えられる報酬や罰などの、行為に関する文脈を捉えることができるよう、「行為」「セグメント」「番組」の3つのレベルを分析枠組みに採用している。また、暴力描写を視聴することによる影響に関する3つの理論に基づいて、分析項目を作成している。1つ目は、暴力を含むメディアに接することによって視聴者がそれを学んでしまう「社会的学習理論」(Bandura, 1965)であり、暴力行為の理由の正当性や、行為に対する報酬や罰、苦痛や被害の手がかりなどが取り上げられている。2つ目は、暴力を含むメディアに接触した結果、現実世界との混同が生じ、必要以上に恐怖心を持つようになる「カルティベーション理論」であり、暴力対象者の魅力や正当化されない暴力、現実的な暴力などが取り上げられている。3つ目は、メディア暴力接触の結果として暴力に慣れてしまう「脱感作理論」(Wilson, 1995)であり、多量な暴力やユーモアが取り上げられている。JTVSでは、さらに、これらの分析枠組みや項目を援用し、向社会的行為の描写を分析するための手法を開発している（佐渡ら，2004；長谷川ら，2004 など）。

本研究では、これらの分析枠組みや分析項目を援用することで、CM内に描写される暴力および向社会的行為について、量的側面のみならず、行為の文脈についても分析を行っていく。本研究の目的は以下の3点である。1点目は、CM

における表現の内容を文脈的要素も含めて分析しうる新しい手法を開発することである。上述したように、NTVS の暴力行為の分析枠組みをもとに開発された、JTVS の暴力および向社会的行為描写の分析枠組みをさらに援用していく。2 点目は、どのような CM に暴力行為や向社会的行為の描写があるのかを、CM の放送日や時間帯、商品の種類などの変数に着目し、その特徴を明らかにすることである。3 点目は、CM 内で描写される暴力および向社会的行為に着目し、その特徴を明らかにすることである。

2. 方法

分析対象 CM 特別な番組編成ではない 1 週間（2005 年 1 月 13 日から 19 日）に、在京の 5 放送局（日本テレビ、TBS、フジテレビ、テレビ朝日、テレビ東京）で放送された番組を終日録画し、放送局と時間帯によるサンプリングを行った。抽出された 216 時間分（1 日約 31 時間分）に含まれた、301 番組に含まれる 7422 本の CM が分析対象となった。

暴力および向社会的行為の定義 暴力行為は、NTVS によって定義された「暴力行為」と、JTVS によって追加された「言語的攻撃」「間接的攻撃」の 3 種から構成された。「暴力行為」は、NTVS を翻訳し、「相手に身体的な被害をもたらすことを意図して、切迫した脅威を与えたり、実際に暴力をふるったりする行為」と定義した。「言語的攻撃」は「身体的な暴力は伴わないが、言葉そのものによって相手を傷つけることを意図して行使される行為」、「間接的攻撃」は「対象者に直接働きかけをするのではなく、悪い評判を立てる、ものを隠す、無視する、（相手を苦しめるために）必要な世話をしないなど、相手を傷つけることを意図して遠回しに行使される行為」とそれぞれ定義した。また、向社会的行為は、「他人あるいは他の人々の集団を助けようとしたり、こうした人々のためになることをしようとする自発的行動」と定義した。

分析の枠組み JTVS では、NTVS に基づき、「行為」「セグメント」「番組」の 3 つのレベルを採用しているが、本研究では、1 本の CM の長さを考慮し、CM 全体を 1 セグメントと考えることにした。したがって、分析は「行為」「CM 全体」の 2 つのレベルで行った。

分析項目 CM や CM が含まれる番組の属性に関する項目として、CM 名、CM を含む番組名、放送日、放送時間、放送局、番組のジャンル、CM 内の商品のタイ

ブについてコード化した。商品のタイプは、電通によるマスコミ四媒体広告費の業種別分類基準（21 分類）をもとに作成した（電通，2004）。

暴力および向社会的行為描写に関する分析項目は、NTVS の分析項目を翻訳した JTVS の分析項目をもとに作成した（佐渡ら，2004 など）。分析項目を表 1 に示す。なお、先述のとおり、本研究における分析の枠組みは「行為」と「CM 全体」の 2 つのレベルであるが、便宜上、NTVS や JTVS の枠組みである「行為」「セグメント」「番組（CM 全体）」レベルごとに項目を記している。

手続き 事前に 20 時間以上の研修を受けた大学生 9 名が分担してコード化を行った。無作為に選出した 4 本の DVD（24 時間分）に含まれる CM645 本の一致率を算出したところ、CM 内に暴力および向社会的行為が描写されているか否かについての一致率は、暴力行為、向社会的行為ともに、.90 であった。

表 1 分析レベルごとの分析項目

分析レベル	項目内容
暴力行為	
行為	実行者と対象者の形態、集団の大きさ、関係性 暴力行為の種類、理由、手段、程度、性的暴力/攻撃の有無、描写された被害/身体的苦痛/ 心理的苦痛、現実的な被害/身体的苦痛/心理的苦痛
セグメント	キャラクターの肉体的強さ、暴力・攻撃への関与、報酬(自己賞賛/他者からの賞賛/物理的賞 賛)や罰(自己非難、他者からの非難、非暴力行為、暴力行為)、行為や手段・対象への焦点づ け、血の描写、ユーモア、問題解決
CM 全体	実行者と対象者の種類、性別、人種、ヒーロー性、年齢、善人/悪人、有能性、身体的魅力 反暴力(攻撃)主題、現実性、スタイル、キャラクターへの罰、行為描写
向社会的行為	
行為	実行者と対象者の形態、集団の大きさ、関係性、向社会的行為の種類、手段、理由、視覚的 描写、成果の描写
セグメント	ユーモア、報酬(自己賞賛/他者からの賞賛/物理的報酬)や罰(自己非難/他者からの非難/ 非暴力行為/暴力行為)
CM 全体	実行者と対象者の種類、性別、人種、ヒーロー性、年齢、善人/悪人、身体的魅力、有能性、養 育性、勢力性、主題、現実性、スタイル、キャラクターへの報酬

3. 結果と考察 一暴力および向社会的行為の描写のあるCMの特徴一

分析対象となった 7422 本の CM のうち、暴力行為描写を含む CM は 223 本（3.00%）であり、1 時間あたり 1.03 本の暴力行為描写のある CM が放送されていた。向社会的行為描写を含む CM は 150 本（2.02%）であり、1 時間あたり 0.69 本の向社会的行為描写のある CM が放送されていた。暴力行為描写のある CM の方が向社会的行為描写のある CM よりも多くみられた。

放送時間に着目した分析結果を表 2 に示す。暴力行為描写のある CM の割合は

深夜（24-4時）に多く、向社会的行為描写のあるCMは夜（18-24時）に多かった。また、民放連が「児童および青少年、とりわけ児童の視聴に十分配慮する」と定める17-21時（以下配慮時間）に含まれる暴力行為描写のあるCMは、全体時間における割合よりはやや少ないものの、他の時間区分との違いは顕著ではなかった。一方、向社会的行為描写のあるCMは、全体時間における割合よりもやや多く、他の時間区分と比較しても多めであることが明らかになった。さらに、CMが宣伝する商品のタイプに着目すると、暴力行為描写のあるCMは「ゲーム・ゲームソフト」「交通・レジャー（映画・舞台）」「番組宣伝」に多くみられ、向社会的行為描写のあるCMは「金融・保険」、「食品」に多くみられた。

これらの結果を概観すると、全体的に、暴力行為描写のあるCMと向社会的行為描写のあるCMとでは異なる特徴を持っていることが明らかになった。CM制作に関する自主規制として、「広告は、幼少年の健全な育成の妨げにならないように配慮する」といったことが掲げられているが（社団法人日本広告業協会、2004など）、実際には暴力行為描写のあるCMが含まれており、特に「ゲーム・ゲームソフト」「交通・レジャー（映画・舞台）」「番組宣伝」といった商品タイプのCMに多いことが明らかになった。このような商品のタイプに暴力描写が多い理由としては、商品自体がストーリーや世界観を有しており、そこに暴力行為が含まれていることが多いためであると考えられる。また、それらの暴力行為は商品の制作側の意図によって挿入されたものであるため、暴力行為の描写に対する責任の所在は商品の制作側にあり、CM制作の自主規制は及ばない範囲であると捉えられている可能性があるのではないだろうか。今後、自主規制の観点から、この問題について再確認する意味は小さくないと考えられる。

表2 各時間帯のCM全体に占める暴力および向社会的行為の描写のあるCM割合

時間区分	全体CM数	暴力行為		向社会的行為	
		CM数	%	CM数	%
午前(4-12時)	2264	51	2.25	37	1.63
午後(12-18時)	2790	51	1.83	66	2.37
夜(18-24時)	1077	37	3.44	34	3.16
深夜(24-4時)	1291	84	6.51	13	1.01
配慮時間(17-21時)	880	24	2.73	26	2.95
全体	7422	223	3.00	150	2.02

また、放送時間に関しては、民放連の配慮時間における暴力行為描写のあるCMの割合は少ないことが期待されたが、そのような結果はみられなかった。しかし、商品の宣伝に大きな効果が期待される、「プライムタイム」「ゴールデンタイム」と呼ばれる時間帯と一部重なっているものの、同じく時間が重なる「夜（18-24時）」よりも暴力行為描写のあるCMの割合は少なかったことから、民放連による取り組みはなんらかの効果をもたらしめている可能性が示唆された。今後、さらに青少年への配慮がなされていくことが期待される。一方、この時間帯における向社会的行為のあるCMについては、全体的な割合や、他の時間帯よりも比較的多く放送されており、望ましい傾向がみられた。

4. 結果と考察 —CM内に描写される暴力行為の特徴—

CM内に描写される暴力行為の特徴を、NTVSやJTVSによる文脈的側面を捉えることのできる項目を援用し、分析を行った。分析項目作成の背景となった3つの理論の観点から結果を概観する。

社会的学習理論

社会的学習理論に関しては、暴力行為の理由や手段とその程度、暴力行為による被害や苦痛の描写、行為に対する報酬や罰、実行者や対象者の魅力などの項目が用意されていた。

分析の結果、正当化されやすい理由よりも正当化されにくい理由による暴力行為の方が多く、暴力行為の学習を促進する要因とはなりにくいことが示唆された。また、暴力の手段については、過去に記憶した暴力的行為を呼び起こす手掛かりとなりうる「通常凶器」が半数以上を占め、次いで、容易に真似することができる手段である「自然手段」が多くみられた。これらは、暴力や攻撃性の学習を促進する要因であるといえる。行為の程度については、繰り返しの暴力よりも1回のみ暴力の方が多かったことから、攻撃性を促進する要因とはなりにくいと考えられる。暴力行為による被害や苦痛の描写については、暴力行為とともに被害者の被害や苦痛が描写されることにより、暴力の深刻な結果が伝わるため、攻撃行動が抑制すると推測されているが（佐渡ら、2004）、本研究結果では「描写なし」がもっとも多く、このような抑制効果は期待できないことが明らかになった。さらに、表3に示すように、描写された被害や苦痛と、現実に想定される被害や苦痛には大きなギャップがあることが明らかになった。

表3 「描写された被害」と「現実的な被害」のクロス集計結果

描写された被害	現実的な被害							合計
	被害なし	軽度	中程度	重度	未遂	不明	該当せず	
被害なし	55	4	11	6	0	0	0	76
軽度	0	35	4	10	0	0	0	49
中程度	0	0	28	5	0	1	0	34
重度	1	0	0	73	0	0	0	74
未遂	0	0	5	6	80	0	0	91
描写なし	13	7	72	60	0	38	0	190
該当せず	0	0	0	0	0	0	91	91
合計	69	46	120	160	80	39	91	605

特に、現実的には「中程度」「重度」と考えられる被害や苦痛が、CM内では描写されていなかったり、被害や苦痛はないものとして描かれていた。このような結果は、攻撃行動の抑制や暴力行為の学習の抑制を妨げているといえる。また、行為に対する報酬や罰の描写は攻撃性の学習において重要な要素であるが、本研究では報酬はまったくみられず、攻撃性の学習を促進する要因とはならないことが明らかになった。

対象者の魅力については、実行者、対象者ともに、日本人の成人男性が多く、善人でも悪人でもなく、ヒーロー性もなく、有能ではないキャラクターが多数登場していた。これらの結果からは、暴力実行者の魅力によって学習が促進されることは考えにくい。しかし、同一視しやすいキャラクターであることも学習を促進する要因となりえるため、「普通」の日本人成人男性という身近なキャラクターによって行われる暴力行為は、学習を促進する可能性を有していることが示唆された。

カルティベーション理論（恐怖）

この理論に関しては、対象者の魅力や暴力行為の程度、現実性といった項目が用意されていた。しかし、魅力的な対象者は多くなかったことから、恐怖を喚起する要因とはなりにくいと示唆された。また、行為の程度についても同様に、1回のみの方が多かったことから、恐怖を喚起する要因にはなりにくいと考えられる。しかし現実性については、約8割の暴力行為を含むCMにおいて現実性が高かったことから、恐怖を喚起する要因となりうることが示唆された。

脱感作

脱感作については、暴力行為の程度とユーモアについて分析された。しかし、

繰り返しの暴力は少なく、大多数のCMにおいてユーモアはみられなかったため、脱感作を引き起こす要因にはなりにくいことが示唆された。

5. 結果と考察 —CM内に描写される向社会的行為の特徴—

CM内に描写される向社会的行為の特徴を、文脈的側面を捉えることのできる項目を用いて分析を行った。分析項目作成の背景となった社会的学習理論を踏まえ、結果を概観する。

社会的学習理論によると、キャラクターが魅力的であることは学習を促進する要因となると考えられる。分析の結果、キャラクターのヒーロー性については低かったものの、向社会的行為の実行者の善人性や、キャラクターの身体的魅力、キャラクターの養育性が高かったことから、向社会的行為の学習を促進する要因となりうることが示唆された。

また、行為が成功したり、報酬が与えられたりすることも学習の促進要因となりうる。分析の結果より、80.7%の向社会行為に成果の描写があり、中でも79.53%が成功していたことから、これらの描写は、学習の促進要因であるといえる。しかし、行為に対する報酬はほとんど与えられてなかった。

以上のことから考えると、CM内で描写される向社会的行為は、キャラクターの面からみれば学習の促進要因となりうることが示唆された。これは、JTVSによる番組評定結果（長谷川ら、2004）とは異なった、CM独自の特徴であるといえる。しかし一方で、行為の結果の描写に関しては、行為が成功する描写は多いものの、その行為に対する反応（報酬）はごくまれであり、学習の促進要因とは考えにくいことも明らかになった。この点は長谷川ら（2004）と同様の結果であった。

6. おわりに

本研究では、日本のCMで描かれる暴力および向社会的行為描写の特徴を明らかにすることを目的とし、NTVS および JTVS による分析項目を援用した分析枠組みを開発し、内容分析研究を行った。7422本の分析対象CMに対し、「どのようなCMに暴力および向社会的行為の描写があるのか」という量的側面と、「どのような描写がなされているのか」という文脈的側面の両者から分析を行った。その結果、日本のCMにおける暴力および向社会的行為の描写に関する基礎的資

料を提示することができた。

今後の展望としては、以下の3点が挙げられる。まず1点目は、放送時期を増やして検討することである。本研究では、2005年1月の1週間をサンプルウィークとしたが、CMの内容は放送時期によって変化するものであるため、異なる時期のCMを対象とした分析を併せて行うことで、より日本のCMにおける暴力および向社会的行為描写の特徴を明らかにしていく必要があると考えられる。

2点目は、商品タイプや購買層（大人向け、子ども向け）、放送時間帯などのCMのもつ変数ごとに、暴力および向社会的行為描写の特徴を明らかにしていくことである。本研究では、これらの側面について量的な分析を行い、その特徴を明らかにした。今後は、変数ごとに暴力および向社会的行為描写を文脈的側面から分析していくことにより、その特徴を明らかにしていくことが必要であると考えられる。

3点目は、CMにおける暴力および向社会的行為描写が、実際にどのように人々に影響を与えているのかを検討することである。本研究から、各描写内容が、暴力および向社会的行為の学習の促進要因や抑制要因となりうるか否かが明らかにされた。今後は、それらの要因が実際に及ぼす影響について検討していく方向に、研究を発展させていく必要があると考えられる。

引用文献

Bandura, A (1965). Influence of models' reinforcement contingencies on the acquisition of imitative responses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1, 589-595.

電通 (2004) 電通推定「日本の広告費」について

[http://www.dentsu.co.jp/marketing/adex/adex2004/_about.html] (検索日 2006年3月9日)

長谷川真里・佐渡真紀子・鈴木佳苗・堀内由樹子・坂元章 (2004). テレビ番組における暴力および向社会的行為の描写 (4) 一向社会的行為描写の分析—日本社会心理学会第45回大会発表論文集, 588-589.

National Television Violence Study (vol. 1) 1996. CA: Sage.

佐渡真紀子・鈴木佳苗・坂元章 (2004). テレビ番組における暴力および向社会的行為描写の分析 日本教育工学会論文誌, 28(suppl), 77-80.

- 佐渡真紀子・長谷川真里・堀内由樹子・鈴木佳苗・坂元章 (2005). テレビ番組における暴力および向社会的行為の描写—2004年の番組における向社会的行為描写のジャンル別分析— 日本教育工学会第21回全国大会講演論文集, 847-848.
- 社団法人日本広告業協会 (2004). 社団法人 日本広告業協会広告倫理綱領 [http://www.jaaa.ne.jp/introduction/5.html] (検索日 2006年3月9日)
- 鈴木佳苗・佐渡真紀子・坂元章 (2004). テレビ番組における暴力描写および向社会的行為の描写 (1) —研究の概要と描写の程度— 日本社会心理学会第45回大会発表論文集, 738-739.
- 山下玲子 (1996). テレビが子どもの向社会的行動に及ぼす影響に関する研究についての一考察, 研究の外観として マス・コミュニケーション研究, 49, 161-179.
- Wilson, B. J. (1995). *Effects of media violence: Aggression, desensitization, and fear*. Les Cahiers de la sécurité Intérieure, 20, 21-37.