

テレビ CM を構成する情報とその構造の記録方法の提案及び検証

佐野 桃子

私たちの身の回りには、雑誌広告や新聞広告など様々な広告メディアが存在している。中でも、テレビ CM はターゲットとなる世代を問わず、あらゆる商品を訴求できる広告メディアである。このような特性を持つテレビ CM は、これまで社会学、心理学、芸術学、音楽学など幅広い分野において研究が行われてきた。本研究では、テレビ CM を構成する情報に着目する。テレビ CM を構成する情報の種類や構造を明らかにするために、本研究ではテレビ CM の記録方法を作成することを目的とした。

本研究では、以下の手順でテレビ CM の記録方法の構築及び検証を行った。

- ①テレビ CM に含まれる情報を抽出した結果、以下の項目が挙げられた
 - ・映像情報（映像の種類・カメラワーク・商品・登場人物・風景・背景・物体）
 - ・文字情報（メインテロップ・商品名・企業名・サブテロップ）
 - ・音声情報（ナレーション・台詞・BGM・ジングル）
- ②各項目の記録方法を検討し、記録用紙を作成した
- ③テレビ CM を記録し（371 本）、記録方法が有効であるかどうか検証を行った
- ④テレビ CM を記録した結果から、記録用紙の改良を行った

記録用紙の改良を行った結果、記録方法及び記録する項目について以下の改良点が挙げられた。

- ・映像の種類は時間軸を用いて記録する
- ・商品の映像はアップか映り込みか、また中身かパッケージか、区別して記録
- ・商品が形のないものである場合、商品に関連する形のあるものも商品として記録する
- ・登場人物を主役級かそうでないか区別して記録する
- ・登場人物及び台詞の項目は、の枠を大きめにとり罫線を引かずに自由記入欄にする
- ・物体の下位項目として「商品関連」と「その他」を設ける
- ・メインテロップを「台詞」「キャッチコピー」「商品説明」「その他」に分ける
- ・パッケージから商品名が分かる場合、「商品名（パッケージに表示）」と記録する
- ・企業名の項目において、「企業名」と「企業ロゴ」を区別して記録する
- ・ナレーション、台詞、歌詞、ジングルの中に、企業名と商品名が含まれている場合は、色を変えて記録して他の部分と区別する
- ・効果音を「商品関連」と「その他」を設ける

これらの改善点をふまえた記録用紙を作成することにより、テレビ CM を構成する情報とその構造を記録する方法を構築することができた。

（指導教員 三波千穂美）