

2022年度卒業論文

「テラスハウス」を対象にしたスタジオトーク分析

ヒール役を仕立て上げる文化はあったのか？

慶應義塾大学

総合政策学部 4年 小熊英二研究会

指導教官：小熊英二 教授

学籍番号：71904158

氏名：鈴木美南星

提出日：2023年2月1日

◆要旨

2020年テラスハウスに出演中であった女性プロレスラーの木村花さんが番組内での言動をめぐるSNSでの誹謗中傷を苦に自ら命を絶ってしまった。この事件で問題視されたのは、SNS上での悪質なバッシングはもちろんのこと、テラスハウスの番組制作のあり方であった。

番組内では、毎度出演者の一人が「ヒール役」として仕立て上げられることが恒例となっており、番組制作側は出演者に対する配慮が足りなかったのではないということが指摘されている。

そこで、本研究では、テラスハウスのスタジオトークを量的・質的に分析することで、こうした番組制作が実際にあったのかを検証した。その上で、こうした番組制作が行われた背景に関して、視聴率偏重主義の観点から分析を行った。その結果、明らかになったことが以下である。

まず、スタジオメンバーの山里によってヒール役を仕立て上げる文化が形成されていた。

(第1章)

また、褒められる人と貶される人は初回の段階である程度決まっており、“ターゲット”となった人物はその後何をしても否定的な評価が覆ることはなかった。(第2章)

さらに、女性出演者にだけ性的に揶揄するコメントがあり、性別によってコメント内容に差が見られた。(第3章)

以上を踏まえた上で、扇動的な番組制作が行われた背景について視聴率偏重主義の観点から分析した。結果、出演者と製作者の間で不平等なパワーバランスが形成されていることが明らかになった。(第4章)

・キーワード

リアリティーショー テラスハウス 内容分析 メディア研究 カルチュラルスタディーズ

目次

◆序論.....	1
1.テーマ設定.....	1
2.対象.....	2
3.方法論と方法.....	3
4.先行研究の検討.....	4
4-1 リアリティ番組の定義とその特性.....	4
4-2 リアリティショー番組「テラスハウス」.....	5
◆本論.....	6
第1章：現状分析.....	6
1-1 本章の目的.....	6
1-2 「ヒール役」を仕立てる文化.....	7
1-3 その他のスタジオメンバーの反応.....	8
1-4 第1章まとめ.....	9
第2章：スタジオトークの量的分析.....	9
2-1 本章の目的.....	9
2-2 スタジオトークの傾向性.....	9
2-3 ターゲットが固定化されるフロー.....	10
2-4 誰が主体となってターゲットを定めているのか.....	13
2-5 第2章まとめ.....	14
第3章:スタジオトークの質的分析.....	15
3-1 本章の目的.....	15
3-2 女性出演者に対する性的揶揄.....	15
3-3 第3章まとめ.....	17
第4章：扇動的な番組制作の背景.....	17
4-1 本章の目的.....	17
4-2 視聴率偏重主義に基づく番組制作.....	17
4-3 自己責任と自助努力.....	18
4-4 不平等なパワーバランス.....	19
4-5 第4章まとめ.....	19
◆結論.....	19
◆おわりに.....	21
◆謝辞.....	21
◆参考文献.....	22

◆序論

1. テーマ設定

「テラスハウス」とは、シェアハウスで生活する男女6人の恋愛模様や夢を追う姿などを見てスタジオの芸能人がコメントするという形式のリアリティー番組である。

番組は1回45分程度で、合間に3回ほど、スタジオのメンバーが視聴者に近い目線で、内容を語り合う場面が入る。スタジオメンバーはYOU、トリンドル玲奈、徳井義実、山里亮太、馬場園梓、葉山奨之の6人で、このレギュラーメンバーに加え、時おりゲストも加わることもあった。

しかし、テラスハウスに出演中であった女性プロレスラー木村花さんが番組内での言動を巡る誹謗中傷を苦に自ら命を絶ってしまったことをきっかけに、番組制作のあり方が問題視されるようになった。というのも、テラスハウスのスタジオトークでは毎度出演者の一部が「ヒール役」として仕立て上げられることが恒例になっており、一度ターゲットにされるとスタジオメンバーから集中攻撃を受けてしまうためである。実際、スタジオで交わされる言葉は、出演者を褒めるものもあるものの、半分以上は批判したり、揶揄したり、性的に貶めたりと辛口なコメントが多く、スタジオトークはSNSでの誹謗中傷を扇動したのではないかという指摘もある。本研究は、こうした扇動的な番組コンセプトを是とする製作陣に対する問題意識が発端となっている。

そこで、本研究では、スタジオトークを量的・質的に分析することで、「出演者をヒール役に仕立て上げる流れが実際に存在したのか」を検証した。その上で、こうした番組制作が行われた背景に関して、視聴率偏重主義の観点から分析を行った。章の構成としては、以下のように論じる。

まず、第1章では、番組内のスタジオトークにおいて出演者を「ヒール役」に仕立て上げる文化が存在したのかということを経験者の発言から現状分析を行う。

次に、第2章では、それぞれの出演者に対して述べられた肯定的コメントと否定的コメントを集計し、量的分析を行うことでどのようにヒール役が仕立て上げられるのかを検証する。さらに、その過程を時系列で追うことで、「誰が主体となってターゲットを定め、固定化させているのか」というフローを分析する。第3章では、コメント内容を質的に分析することで出演者の性別によるコメント内容の違いを明らかにする。最後に、第4章では、このような番組制作が行われた背景に関して、視聴率偏重主義の観点から分析を行う。

2.対象

テラスハウス全5シーズンのうち、閲覧可能な最新のシーズンとして、シーズン4の軽井沢編1～9話（2017年～2018年）¹のスタジオトーク部分を対象とした。以下がその対象エピソードである。

- 1話「OPENING NEW DOORS」（新しいドアが開く）42分
 - 2話「New experience for Her」（彼女のための新たな経験）34分
 - 3話「Captain Tsubasa」（キャプテンつばさ）32分
 - 4話「The Reason She Cried」（彼女が泣いた理由）36分
 - 5話「Cocky Kid」（生意気なガキ）40分
 - 6話「First Snowfall」（最初の雪）42分
 - 7話「I Erased Him From My World」（自分の世界から彼を消した）42分
 - 8話「A Man Different Values」（価値観の違う男）38分
 - 9話「She is MVP」（彼女がMVP）44分
- 出典：Netflix / 地上波放送フジテレビ

対象シーズンにおけるスタジオメンバーと出演者は、以下で構成されている。

[スタジオメンバー]²

YOU	お笑いタレント	徳井義実	お笑いタレント
トリンドル玲奈	モデル	山里亮太	お笑いタレント
馬場園梓	お笑い芸人	葉山奨之	俳優

[出演者]³

岡本至恩(22)	モデル	治田みずき(26)	モデル
新井雄大(22)	料理人志望	小室安未(20)	大学生
中村貴之(31)	プロスノーボーダー	佐藤つば沙(24)	アイスホッケー選手

¹地上波放送：フジテレビ 2018年01月22日

ネット配信：Netflix 2017年12月19日 <https://www.netflix.com>

FOD（フジテレビオンデマンド）見逃し配信

※ネット配信（Netflix、FOD）に関しては2023年1月現在も視聴可能

² しあわせさがし(2018)「【テラスハウス軽井沢】メンバーとあらすじネタバレまとめ」

<https://shiawasesagashi.com/terracehouse-member-arasuji-matome-977> (参照 2023-1-1)

³ otalab(2019)「テラスハウス東京のスタジオメンバーはトリンドル？ゲストやコメンテーターも紹介！」<https://otalab.net/terrace-house-studio/> (参照 2023-1-1)

最新シーズン（シーズン4 軽井沢編）を対象とした理由は、シーズンを追うごとに番組制作が過激化していった経緯があるためである。初期シーズン1の時点では、スタジオメンバーはYOUとトリンドルの2人のみであり、出演者に寄り添った比較的平和な番組であった。しかし、シーズンを追うごとにスタジオメンバーの人数が増え、話題性のために炎上商法的な番組制作が行われ始めた。そのため、閲覧可能なもののうち最新のシーズンとしてシーズン4 軽井沢編が対象として適切だと考えた。

3.方法論と方法

テラスハウスに出演中であった木村華さんが番組内での言動をめぐる誹謗中傷を苦に自殺してしまった事件をきっかけに、番組制作のあり方が問題視されるようになった。

そこで、本研究では、ヒール役を仕立て上げる文化があったのかという仮説のもと、以下の方法論①-④によって、その番組構造を明らかにするとともに、扇動的な番組制作が行われた背景に関して視聴率偏重主義の観点から考察する。

- ① まず、テラスハウスのスタジオトーク全体を概観して、ヒール役を仕立てあげる文化が明確に読み取れる言動を集め、スタジオトーク全体の性質を確認する。
 - ② 次に、出演者6人それぞれに対して述べられたコメントを肯定的コメントと否定的コメントに分けて類型化し、その量を可視化する。集計結果に関して、一部の出演者にのみ否定的コメントが集中していれば、ヒール役を仕立て上げる文化があったと捉えられる。
- ・集計の際の具体的なルールは、以下である。

文面上では否定的でなくとも、言い方やトーン、前後の文脈、その場の空気ですら明らかに皮肉や揶揄と捉えられるものは、否定的コメントとして扱う。出演者に言及するコメントのうち、肯定も否定もしていないニュートラルなコメントはどちらにもカウントしない。

また、“ターゲット”が確定した決定的な場面を時系列で追うことで、「誰が主体となってターゲットを定め、どの時点で固定化されているのか」というフローを分析する。

- ③ さらに、出演者の性別によるコメント内容の違いに着目して質的分析を行うことで、スタジオトークの傾向性を探る。具体的には、「女性にのみ性的揶揄が行われていたこと」をもとに、スタジオトークにはどのようなジェンダー観が作用しているかを探る。

このように、上記の①-③の方法論を組み合わせることによって、「ヒール役を仕立て上げる文化は存在したのか」を明らかにするとともに、「そのヒール役はどの時点で誰が主体となって定められているのか」「その際、スタジオトークには、どのようなジェンダー観が作用しているのか」といった番組構造を詳細に分析する。

- ④ 以上を踏まえた上で、扇動的な番組制作が行われた背景について、視聴率偏重主義の観点から分析を行う。過激な番組演出のもと、出演者がいかに抑圧的な立場に置かれていたのかに関して、既存研究を踏まえながら考察を行う。

4.先行研究の検討

4-1 リアリティ番組の定義とその特性

そもそもリアリティショーとは、定義もスタイルも曖昧な番組群であり、捉えかたもさまざまなものがある。おおよその特徴としては、「製作者が設けたシチュエーションに、一般人や無名のタレント等を出演させ、そこに彼らの感情や行動の変化を引き起こす何らかの仕掛けを用意し、その様子を観察するような番組」である(村上,2003,p.2)。そして、一般的にリアリティ番組という言葉が使われる場合、「現実」をなんらかの形で扱ったもの全体を指している。しかし、いくら“現実を扱っている”といっても番組である以上、(多くの場合は視聴者が望むような形で)編集という作業が存在するので、現実そのものに手が加えられていることになる(重森,2001,p.43)。つまり、番組が設定した環境のなかで一般人がどのように振る舞うかに関して、量・質ともに加工が加えられたものがリアリティ番組なのである。

にもかかわらず、リアリティ番組は、その事実を隠蔽しようとしていると(Lucia,2013)は主張する。

リアリティ番組は、それ自体が真実であり、作り物やメディアのエリート主義から自由であり、普通の人々の生活を描く庶民向けのコンテンツであると売り込んでいる。それは、自然で、リアルで、自発的であるように意図的に見せている。しかし、リアリティ番組は台本がある番組と同様に作り上げられ、パッケージ化されている。その真実性は、その製品を売るために作られた作為である。その意味で、リアリティ番組は、その他の文化的商品と同様に、商業的な目的で特定の視聴者のためにデザインされているのだ。

(Lucia,2013,p124)

実際、リアリティ番組の製作者は、参加者の恥ずかしい行為や問題のある行為を促進させることで、世間の非難を歓迎あるいは扇動していることが明らかになっている。(Schramm H.& Ruth N.,2014,p176)。なぜなら、こうした世間の注目は、番組やその番組の製品を広告することに役立つからである。そして、視聴者は、出演者の失敗や屈辱的な扱いなど、よりシニカルなエンターテインメントを肯定的に喜んでいる。(Bryan E. & Richelle N.,2008.p.1)

では、視聴者は、こうしたリアリティショーを現実と受け止めているのか、一種のフィクションだと受け止めているのか。樫村(2003)によれば、リアリティショーは、公共的領域

と私的領域、および現実とフィクションの間の従来の境界を壊乱することで、視聴者に「現実的確からしさ」を与えているという。

リアリティーショーでは、私的領域に閉じ込められているべき私生活が公共メディアで延々放映され、これまでの公私の境界が超えられてしまっている。また、リアリティーショーではフィクションではないが、現実をそこで作り出すという意味である種のフィクション性を持ち、また脚本がなく現実にそこで起きたことがリアルタイムで放映されるという意味で現実に近く、現実とフィクションの間の中間的存在である。しかも単に中間的存在であるだけでなく、リアリティーショーの存在は現実やフィクションのあり方そのものを壊乱する。そこでの出来事は自然に起こっていることではなく非日常的であるので「やらせ」だという議論もあるが、しかしそこで起こっていることはある「現実的確からしさ」を視聴者に与えている(樫村,2003,pp.108-109)。

つまり、視聴者は、始めは生身の人間のリアクションだと理解していても番組を見慣れるうちに、次第にそれが現実なのかフィクションなのか混乱していくのではないだろうか。

テラスハウスの出演者に向けられた過激な誹謗中傷も、上記のような構図で発生したと予想される。ただ、その番組制作のあり方に関して、特定のリアリティー番組を対象に、具体的なコメント内容を量的・質的に分析したものは見当たらなかったため、この点に本研究の意義を見い出している。

4-2 リアリティーショー番組「テラスハウス」

村上(2018)は、テラスハウスについて、「欧米型のリアリティーショーと日本人らしさを生かした『ドキュメントバラエティ』の歴史の接合点で生まれた、初めての“日本型リアリティーショー“だ」と形容している(村上.2018.p.22)。

根拠として、テラスハウスの番組企画を行った太田氏の以下のインタビューがある。

ヒーリスティックなキャラクターがいかにヒーリスティックと描かれるのが通常のリアリティーショーだとすれば『テラスハウス』はもっとリアルな、ドキュメンタリー性を重視している。(中略) 一人一人のキャラクターを多面的に描くことで、そこから生まれるドラマを楽しんでいただきたい⁴

⁴ ザ・テレビジョン(2018)“ネットで火が付いた! 「テラスハウス」のサクセスストーリー【フジテレビプロデューサー・太田大】” <https://news.line.me/detail/oa-thetvjp/5681ac20b88e>(参照 2023-1-1)

この発言を踏まえ、村上（2018）は、過激さを増す欧米型リアリティーショーに対して、テラスハウスはアンチテーゼ的な存在として位置づけられると主張している。

さらに、テラスハウスがNetflixで海外に配信されると「可愛く、静かな、軋轢のない日常。これまでのどぎついリアリティーショーの解毒剤⁵」「ほとんど何も起きないのだが、（中略）番組は非常に退屈だが、心地よい⁶」等といったように、日常を淡々と描くことそのものが海外から高い評価を得ていた。こうした海外からの評価をもとに、村上（2018）は日本人の「侘び寂び」文化を汲み取っていた。

テラスハウスの番組企画を行った太田氏は、「ヒーロ的なキャラクターをいかにもヒーロ然と描くのではなく、一人一人のキャラクターを多面的に描くドラマを楽しんでもらいたい」と述べていたが、彼の考えは本当に体现されていたと言えるだろうか。もし、本当に一人一人の多面的な側面が映し出されていたとしたら、当番組から自殺者がでただろうか。確かに、出演者の日常生活の様子は、欧米と比較して淡々とした印象が強いかもしれない。ただ、それに対するスタジオトークは、出演者の多面性を尊重したコメントがなされていたと言えるだろうか。この点に関して、既存研究では議論されてこなかったことを踏まえ、本研究ではスタジオトークの分析を行うことで、「ヒーロ役を仕立て上げる文化」があったのかを検証する。

◆本論

第1章：現状分析

1-1 本章の目的

テラスハウスのスタジオトークに「ヒーロ役」を仕立てあげる流れが存在したのかということ、スタジオトークの言動を引用しながら検証していく。（1-2）

また、そうした流れに対して、スタジオメンバーはどう捉えていたのかをスタジオの言動から探る。（1-3）

⁵ BBC News (2018) "Terrace House: Japan's nice, calm Love Island antidote" <https://www.bbc.com/news/world-asia-44544439> (参照 2023-1-1)

⁶ The Guardian(2017)"Terrace House: the must-watch Japanese reality show in which nothing happens" <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/tvandradioblog/2017/oct/18/terrace-house-the-must-watch-japanese-reality-show-in-which-nothing-happens> (参照 2023-1-1)

1-2「ヒール役」を仕立てる文化

以下では、ヒール役を仕立ててあげる文化が明確に分かる発言をすべて抜粋した。
Netflix配信の当該シーズンにおいて、その発言の登場シーンのPart数とその分数秒数も示している。

Part1 36:36-36:47

(徳井) 今 山ちゃん (山里) 第一攻撃対象 見つけるのに必死やから 今大変なのよ 攻撃したくてしょうがない

(山里) こんな平和なままだと俺の存在意義がなくなるから

山里は出演者を攻撃することが自分の存在意義だと発言している。このことから、出演者をターゲットにして攻撃する流れがあることがうかがえる。

さらに、以下のような発言もあった。

Part4 33:17-33:27

(徳井) “感動のシーズンになりそう”な時の山ちゃんの顔ったらないな

(一同笑い声)

(徳井) “そんなのいらねんだ”っていう顔

(YOU) “俺は地獄を見てえんだよ”って

(山里) ちょっと どっかで爆発してほしいんだけどな

Part9 38:02-38:18

(山里) (揉めずに平穏に卒業したメンバーに対して) 揉めろよー ガツカリですね もっといけたよ もっと掻き回せたよ

住居者同士が揉める様子を歓迎している発言があり、攻撃できるネタを探しているようにも捉えられた。

このように、ヒール役を仕立て上げる文化は、主に山里によって作り上げられており、出演者を揶揄したり暴言を吐くことで番組を盛り上げようとする番組作りがうかがえた。

実際、出演者を褒める発言は多々あるものの、そのテーマでトークが盛り上がることは稀で、出演者に対する揶揄や批判で盛り上がるのが常であった。そのため、テラスハウスのスタジオトークは、出演者の良いところよりも悪いところに着目して、話を広げる性質があった。

1-3 その他のスタジオメンバーの反応

ヒール役を仕立て上げる流れは、主に山里によって作り上げられていたが、その他のスタジオメンバーはどんな反応だったのだろうか。

周りのメンバーは山里の行き過ぎた言動に対して時に激しい嫌悪感を示したり、反論する場面も見られた。その例が以下である。

Part5 15:11-15:13

(山里) (男2について) “俺には俺の”とか“自分のペースで”って言うヤツって本当 ダメなヤツが多いんですよ

(トリドル)でも 19ですからねこれから そういう失敗をして“あっ ダメだったな”って直ればいいんじゃないですかね？

Part9 40:18-40:21

(山里が女1を性的に揶揄するなか)

(YOU) 本当に口が悪い

(葉山) 今日 何かすごいですね (皮肉)

(YOU) 口汚い

山里がターゲットを痛烈に批判するなか、その他のメンバーが出演者をフォローすることで全体のバランスを取り、出演者が過度に悪者に見えないような働きをしていた。

一方で、山里の発言を筆頭にスタジオメンバー全員で悪ノリする場面も見られた。

<part2>17:15-17:25

(山里) (女2に対して)口の中 から揚げぶっ込んでやろうか？ この野郎

(一同笑い声)

(山里) それで腹満たせ この野郎

(徳井) ノってる ノってる

(YOU) ノってるー！

(山里) 嫌いだわー ああいうヤツ

(YOU) 波が来たね

山里の暴言に対して一同は笑って受け流し、この場を楽しんでいる様子が見える。

1-4 第1章まとめ

スタジオトークでの発言をもとに現状を分析したところ、主に山里によってヒール役を仕立て上げる文化が形成されていた。その他のメンバーは、山里の攻撃的な言動に対して反論したり、嫌悪感を示すことで出演者をフォローする場面はあった一方で、笑って受け流しエンターテイメントとして楽しんでいる場面も見られた。

第2章：スタジオトークの量的分析

2-1 本章の目的

本章では、どのようにヒール役が仕立て上げられるのかを検証するため、それぞれの出演者に対して述べられた肯定的コメントと否定的コメントを集計し、量的分析を行った。(2-2)

また、ターゲットが固定化されるフローを分析するため、「ターゲット」が確定した決定的な場面を集め、時系列でヒール役が定まる過程を明らかにした。(2-3)

2-2 スタジオトークの傾向性

スタジオトークでそれぞれの出演者に対して言及された肯定的コメントと否定的コメントを集計し、以下の表にまとめた。

出演者の匿名性を保つため、男1・男2・男3・女1・女2・女3と表示している。彼らの簡単なプロフィールは以下である。

男1(22)モデル	男2(22)料理人志望	男3(31)プロスノーボーダー
女1(26)モデル	女2(20)大学生	女3(24)アイスホッケー選手

表1

	男1	男2	男3	女1	女2	女3	合計
肯定コメント	79	9	8	3	4	49	152
否定コメント	1	190	8	15	46	4	264
合計	80	199	16	18	50	53	416

表1の合計において肯定コメントよりも否定コメントの方が圧倒的に多いことから、スタジオトークは基本的に辛口であることがうかがえる。

また、男1や女3は、ほとんどが肯定コメントなのに対し、男2や女2はほとんどが否定コメントとなっており、人によってコメント内容が大きく偏っていることが分かる。こうしたことから、褒められる人と貶される人は固定化される傾向にあることが読み取れる。

また、男2と女2に対して否定的なコメントが多いのは、彼らが”ターゲット”になったためだと予想され、中でも男2は集中攻撃を受けていることが分かる。

2-3 ターゲットが固定化されるフロー

では、どのような過程を経てターゲットの対象が定まっていき、固定化されていくのだろうか。スタジオトークの内容を時系列で追い決定的な場面を集めることで、ターゲットの対象（男2・女2）が定まっていく過程を明らかにする。

・[男2]

まず、スタジオトークの内容を追っていくと男2はパート1の時点でターゲットとして既に目をつけられていることが分かる。

<part1>24:39-24:51

(男2のおばあちゃんが放送を見ていることに関して)

(山里) ちょっと これはズルいわ 言えないわ もう[男2]君のこと

おばあちゃんっ子に 悪いヤツ…

(徳井) お前 もし [男2]のこと何か言ったらおばあちゃん悲しむからな

(山里) うわっ おばあちゃん悲しませるの無理だな

「(徳井) お前 もし [男2]のこと何か言ったらおばあちゃん悲しむからな」「(山里) うわっ おばあちゃん悲しませるの無理だな」という発言が盛大な前フリとなっており、番組初回の25分後には[男2]がターゲットとして見定められていることが読み取れる。

実際、この発言以降、Part 1・2では、[男2]に対する以下のような揶揄や皮肉が頻繁に見られ、かなり初期の段階でターゲットとして固定化されている様子が確認できた。

<Part1>35:11-35:25

(--) [男2]君は子供ですよね ただの

(YOU) [男2]君はね 子犬です

(トリンドル) 子犬ですね

(山里) だから“お母さん犬が欲しい”って言ってましたもん

<Part2>05:17-05:21

(山里) ちょっと[男2]のそこらへんのね

奇行にも注目ということで (皮肉)

<Part2>29:31-29:35

(山里) [男2]さん そっか ちょっと (脳の) 容量がね 2ビットくらいしかないから (皮肉)

・[女2]

一方、女2は、パート2の時点でターゲットとして確定した場面があった。

<part2>00:49-01:07

(山里) (女2に対して) モデル志望だしね

“卒業できる最低限の授業だけ出れば“って考えたら…

(徳井) いやいやそれは ちゃんと全部取ろうと思ってはるんとちゃう？

(山里) 最低限のやつ取って卒業して

モデルで大成すると思ってるわけですから (皮肉)

(徳井) 今のとこ [女2]ちゃんに嘸みついでる感じやね

(山里) 見つけたぞー

(一同笑い)

山里が「(ターゲットを) 見つけたぞー」と明確に公言する場面があり、この発言によってスタジオメンバー全員が[女2]をターゲットとして共通認識することとなった。

この発言以降、[女2]においても同様に、同パートで以下のような過激な揶揄や暴言が見られ、「ターゲット」としての固定化が見られた。

<part2>16:04-16:24

(山里) まあ 俺はこんな人間だからストレートに言いますけど

すげーゲームかつきませんか？こいつら

(一同笑い声)

(馬場園・徳井) こいつら？

(山里) 特に このモデル崩れ

(山里) 腹たつわ あいつの連れ

(YOU) まだ崩れてない

(山里) “類は友を呼ぶ”って当たり前だろ

本当に精神的ブスばっかだよ あれ

<part2>17:15-17:25

(山里) (女2に対して) 口のなかから揚げぶっこんでやろうか? この野郎

(一同笑い声)

(山里) それで腹満たせ この野郎

(徳井) ノってる ノってる

(YOU) ノってるー!

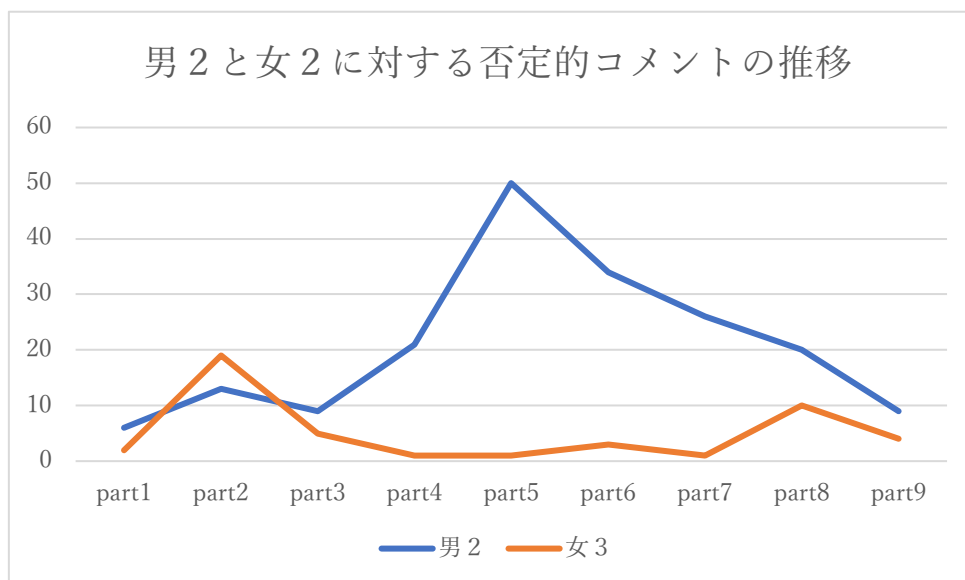
(山里) 嫌いだわー ああいうヤツ

以上のように、幼い言動の多い[男2]は、「子供」「子犬」と揶揄されていた一方で、女子大生にもかかわらずズケズケとした物言いをする[女2]は、「精神的ブス」「モデル崩れ」と揶揄されていた。ターゲットにされた人物は、否定的なラベリングによって、特定のステレオタイプに貶められており、出演者の尊厳が踏みにじられていたと言えよう。

そして、スタジオトークのターゲットとなる出演者は、かなり初期の段階である程度定まっており、初めの印象のまま一貫してコメントされる傾向にあることが分かった。

ただ、両者ともに山里の攻撃対象になったにもかかわらず、全体としては男2の方が女2よりも圧倒的に否定コメントが多くなっている。この差はどこで生まれたのだろうか。

それを確かめるために、part1～part9までの[男2]と[女2]に対する否定コメントの推移を以下のグラフに表した。



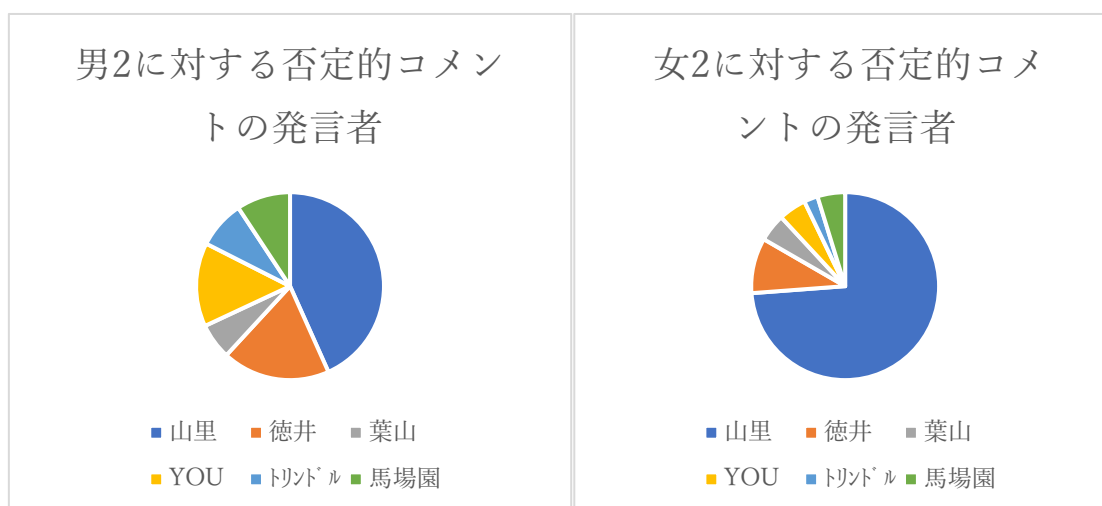
上記のように、両者に対する否定的なコメントは最後まで続いたものの、part5の時点で男2に対する批判が激化したことで、相対的に女2に対する批判は弱まっている。

ここから読み取れるのは、初期の段階で男女一人ずつターゲットとして定められ、part2の時点では女2が集中的に攻撃されていたものの、回を追うごとに男2に対する批判が激化したことで、パート5以降は男2だけがターゲットに絞られていったということである。実際、ターゲットとして固定化された男2への否定的コメントは、彼がテラスハウスを卒業するまで続くこととなった。こうしたスタジオメンバーの批判に影響してか、男2のSNSには番組内での言動を巡る非難が相次いだという。⁷

リアリティーショーの性質上、番組で映し出される人物像がその人のリアルな人格として視聴者に受け止められてしまうため、スタジオトークの影響力を軽視してはならない。

2-4 誰が主体となってターゲットを定めているのか

今回の場合は、男2と女3がターゲットの候補になり、徐々に男2へとターゲットが絞られていったが、その否定的コメントを発信していた主体はスタジオメンバーのうち誰だろうか？以下では、その否定的コメントの発信者の割合を円グラフに表した。



まず、男2に対する否定的コメントの発言量は、山里が最も多いものの、その他の5人の否定的コメントが過半数を占めており、男2はスタジオメンバー全員から否定的に評価されていた。山里が先導しつつも、スタジオメンバーの総意として否定的にコメントされていたのである。

一方で、女2に対する批判は約7割が山里による発信であった。さらに、そのスタジオトークでの話の流れを見ると、山里が女2に対して否定的コメントをした後、他のスタジオメンバーが山里に反論し、女2をフォローしている様子も多々見られた。

⁷ モデルプレス(2020) “元テラハ・新井雄大、木村花さんを追悼 自身も誹謗中書を受けた過去”<https://mdpr.jp/news/detail/2079274> (参照 2023-1-1)

以下がその例である。

Part1 36:10-36:31

(山里) (女2に対して) ああいうのすぐケンカ売ってると思っちゃうんだよな

(YOU) 違いますよ

(徳井) あれでケンカ売ってると思うの？

(山里) あれでケンカ売ってるっていうか 嫌いな人 言って“ビンゴ”って言うって
“お前 すごー俺の嫌いなヤツに前のめりだな”っていう “やってんな？ お前”つつって

(徳井) 自首に近いんちゃう？

(YOU) そう“そういう感じかもしれない 私”っていう

Part2 18:20-18:22

(山里が女2を痛烈に批判するなか)

(徳井) まあ でも女の子3人友達 集まったらあんなもんやで 多分

Part4 30:52-30:54

(山里) (女2に対して) 散りばめられる敬語が怖くてしかたないんだけど

(馬場園) 照れ隠しじゃないんかな？ 意外と

(山里) あっ そうなんですか？

つまり、女2はスタジオメンバーの総意として批判されていたというよりも、山里のターゲットになったことで否定的コメントが増えたと捉えられる。

このように、男2と女2はどちらも否定的コメントが多かったものの、その性質は大きく異なっていた。男2は、スタジオメンバーの総意として彼の言動が批判されていた一方で、女2は、山里の集中攻撃にあっただけで、他のメンバーからはそれほど批判は受けていなかったのである。このことから、山里は女性出演者に対して厳しいコメントをする傾向にあることが示唆された。

2-5 第2章まとめ

テラスハウスのスタジオトークにおいて、褒められる人と貶される人は初回の段階である程度決まっており、ターゲットとなった人物はその後、一貫して否定的な評価が覆ることはない。また、ターゲットの対象は主に山里によって決定づけられており、山里は女性出演者に対して厳しいコメントをすることが示唆された。

第3章:スタジオトークの質的分析

3-1 本章の目的

出演者の性別によるコメント内容の違いに着目して質的分析を行うことで、スタジオトークの傾向性を探る。具体的には、女性にのみ性的揶揄が行われていたことを背景に、スタジオトークにはどのようなジェンダー観が作用しているかを探る。

3-2 女性出演者に対する性的揶揄

出演者に対して言及されたコメントを質的に分析したところ「性的に貶めるコメントは、女性出演者にしかなされていない」ということが明らかになった。さらに、そうしたコメントの大部分は男性メンバーによって行われていた。

以下がその例である。

Part2 02:59-03:09

(山里) 何かちょっと色恋の香りがまだあんまりしませんからね、(女3) ちゃんは

(YOU) (女3について) でもね アスリートですから 強いですよ

(山里) 性欲?

(一同 笑い声)

Part5 37:34-37:37

(男1が女3に言った“俺は心を開けてくれるのを待っているよ“という発言に対して)

(YOU) 心とかね いろんな所の… (性的揶揄)

(山里) YOUさーん(ツッコミ)

(一同 笑い声)

Part6 16:25-16:34

(YOU) 言うたって だって[女3] アスリートじゃん? すごいからね

(山里) 性欲が?

(YOU) ちょっと待ってやめて そういう言い方

Part8 02:41-02:47

(徳井) (ストレッチする女3について) ストレッチはエロいですよね 前戯みたいなもんですよ ストレッチは

(YOU) あっ 出ました 頂きました 久しぶりに

(徳井) 前戯というか体位の1つですよ あれは もう

Part8 03:25-03:27

(元彼から連絡がきた女1に対して)

(徳井) やりたいだけだよ

Part8 16:08-16:14

(女1と元彼の関係について)

(徳井) まあ 都合のいいというか...“セフレ”で もう

Part9 00:35-00:38

(徳井) おセフ? おセフですね

Part9 19:42-19:46

(女1の下着を見て)

(山里) “すげー! 下着 見れた”みたいな

Part9 40:04-40:06

(卒業する女1に対して)

(山里) 思い出なかったもんあの子なんか やり捨てられただけじゃん あの子

山里や徳井といった男性メンバーがヘゲモニーを握るスタジオトークにおいて、女性出演者のみが性的に消費されており、「性的モノ化」が行われていると言えよう。

性的モノ化とは、男性が支配的な社会においては、女性たちが性的な「オブジェクト」、すなわち単なる物体(モノ)として扱われているということを指す。現代社会においては、男性は「能動的な主体」であるのに対し、女性は「受動的(受け身)な客体」であり、眺められ触れられるモノとされている、という発想である。

加えて、レイ・ラングトン¹⁾は、性的モノ化について以下のように指摘する。

こうした性的モノ化は、モノ化される側の主体が完全に自律的で心をもつ存在であるということについて、モノ化する側の主体が無知であるか、またはその女性がどんな存在であるか(というよりむしろ、彼女が誰なのか)についてまるで関心を払わない結果として生じる。(Langton,2009,225-229)

これは、テラスハウスにおいても同様に当てはまる指摘である。一貫して人間性や言動ともに肯定的に評価されていた[女1]に対して性的揶揄が多かったことから、このことがうかがえる。彼女は、行動や人間性の面で否定的にコメントされたことは一度もなかったものの、性的に揶揄される場面が何度かあった。つまり、スタジオトークにおいて、女性出演者が性的に消費される時、その人物がどんな存在であるかには一切関心が払われていないのである。

3-3 第3章まとめ

男性メンバーがヘゲモニーを握るスタジオトークにおいて、女性出演者のみが性的に消費されており、「性的モノ化」が生じていた。そして、その性的揶揄は、その女性の間人性や言動とは無関係に行われていることが明らかになった。

第4章：扇動的な番組制作の背景

4-1 本章の目的

第3章までで確認したように、テラスハウスのスタジオトークでは、「出演者の1人をヒーロー役に仕立て上げる文化」や「女性出演者に対する性的モノ化」など、番組制作側は明らかに出演者に対する配慮が欠けていた。このような扇動的な番組制作が行われた背景に関して、視聴率偏重主義の観点から考察する。

4-2 視聴率偏重主義に基づく番組制作

テラスハウスにおける扇動的な番組制作の背景には、視聴率偏重主義のもと、より多くの広告費を稼ごうとする製作陣の意図があると考えられる。

実際、リアリティー番組の製作者の多くは、参加者の恥ずかしい行為や問題のある行為を促進させることで、世間の非難を歓迎あるいは扇動していると指摘されている(Schramm H.& Ruth N.,2014,p176)。そして、出演者の失敗や屈辱的な扱いなど、よりシニカルなエンターテインメントを肯定的に喜んでいる。(Bryan E. & Richelle N.,2008.p.1)

これは、テラスハウスにおいても同様に当てはまる指摘だろう。劇的な展開や対立を煽るスタジオトークがこの番組の魅力の一つになっており、しばしばツイッターのトレンドに「#テラスハウス」が入るなど、その人気の高さがうかがえる。放送とSNSの相乗効果でエンターテインメント性を高め、それを番組の求心力に繋がたとして、日経BP社主催「ソーシャルテレビ・アワード2014」で「日経エンタテインメント！賞」を受賞するなど、その先進的な取り組みは対外的にも評価を得ていた⁸。

⁸日経BP(2014)「ソーシャルテレビ・アワード2014」

<https://www.nikkeibp.co.jp/atcl/newsrelease/corp/newsrelease20140723/> (参照 2023-1-5)

4-3 自己責任と自助努力

ただ、こうした状況のなかで最も弱い立場に置かれるのが、出演者たちである。実際、テラスハウスの”ターゲット”の対象になったものは、彼らの餌食としてこき下ろされる様が多く、視聴者の前にさらされ、深い傷を受ける。実際に深い傷を負った出演者の声が以下である。

「(SNSで)書いてる内容がデリヘル嬢だとか、コカイン中毒者とか、
本当犯罪者とかのレベルだから、帽子(仕事関係)もできなくなるんじゃないかと思って
どんどんネットって拡散するし、自分の手には追えなくなってきた。
警察にも行ったし、弁護士さんにも相談してるけど、時間も費用もかかるし。」
【23rdWEEK】ありさ、ネットの誹謗中傷に涙…⁹

テラスハウスの2ndシーズンに出演中であった女性メンバーが誹謗中傷に悩み、涙ながらにメンバーに相談する様子が未公開映像としてYouTubeに公開されていた。上記は、その際に彼女が語った言葉である。番組出演によって事実無根の誹謗中傷を受けるだけでなく、それに苦しむ姿さえコンテンツ化されてしまうことの残虐性を考えなければならない。

そして、番組で起こることは、出演者の自己責任と自助努力に任せられる。これは視聴率偏重主義に基づく市場原理のレトリックとパラレルである。

テラスハウス出演にあたって結ぶ「同意書兼誓約書」は、出演者のプライバシーを侵害し、演出・編集を含む撮影方法などのすべての指示に従うこと、制作に関連する一切を口外しないことを求める内容であった。違反した場合は、賠償金を支払わなければならないことも記載されており、強い従属関係に出演者を置くものとなっていた¹⁰。こうした状況下では、番組内で起こることは出演者の自己責任となっており、彼らの人権が守られにくい構図にあったことが分かる。

そして、番組が出演者にとって自己実現の場として成立している以上、リアリティーショーの参加者は、見られている自分を意識しつつ、常にセルフブランディングが求められるとHearn(2018)は指摘する。セルフ・ブランディングとは、注目や評判を得るために個人によって意図的に行われる感情労働の一形態の一つとされている(Hearn, 2008, p.200)。実際、テラスハウスの出演者のほとんどが、若いモデルや俳優の卵、アーティストなどであり、番組上でのように振る舞い、どのように視聴者に印象付けるかは、彼らの自己実現に関わる重要な事柄となる。

⁹テラスハウス公式YouTube(2016). “【23rdWEEK】ありさ、ネットの誹謗中傷に涙…”.

<https://www.youtube.com/watch?v=c0oOEIK5Grw> (参照 2023-1-15)

¹⁰ 安田(2022). “「なかったことにしないでほしい」-ネット中傷と、問われるメディアの責任”
<https://d4p.world/news/15092/> (参照 2023-1-5)

そして、ベラファンテは、リアリティー番組の参加者について以下のように述べている。

「自己」と「俳優」、「仕事」と「生活」を同時にこなすリアリティー番組の参加者は、ハイブリッドな「人物キャラクター」であり、彼らの仕事/生活は、価値生成の一つのシームレスなフローのようである。ここでは、「存在すること」が労働であり、個々の人物キャラクターとその生産者であるテレビ局の両方にとって価値を生み出す (Bellafante,2009)。

このように、彼らの日常生活は、番組の枠を超えて起こっていることであり、番組内での批判や揶揄が彼らのプライベートな日常にまで侵食するという点で、精神的負担の大きいものだと言えよう。

4-4 不平等なパワーバランス

さらに、出演者は、金銭的な次元でも搾取されていると指摘されている (Deery 2014, p21) 出演者は、ほとんど、あるいは全く報酬を期待せず、一般的に不完全雇用の俳優志望者や低・中流階級の従業員であり、そのキャスティングは安価な労働力へのアウトソーシングの一形態と考えられる (Deery 2014, p20)。

実際、テラスハウスの出演者は、自らのプライベートをさらけ出し、時に恥ずかしい姿や屈辱的な姿を見せけているにもかかわらず、家賃といった住宅費用を除けば、他に何の報酬も受け取っていない。

その一方で、テレビ制作陣にとっては、比較的安価な製作方法となりうる。プロの俳優ではない一般の人々に焦点を当てることで、出演者の給与に費やすお金が少なくて済むことが保証されているためである (Curnutt 2011)。

4-5 第4章まとめ

視聴率偏重主義のもと、扇動的な番組制作がなされており、劇的な展開や対立を煽る番組コンセプトは世間の注目を集めることに成功していた。その一方で、番組内で起こることは出演者の自己責任と自助努力に任されており、出演者は非常に抑圧された立場に置かれていた。さらに、出演者は金銭的な側面でも搾取されており、出演者と製作者の間には不平等なパワーバランスが形成されていた。

◆結論

2020年テラスハウスに出演中であった女性プロレスラー木村花さんが番組内での言動を巡るSNSでの誹謗中傷を苦に自殺してしまった事件について、テレビ局の過剰演出がその原因の一端になっているのではないかという問題意識のもと、番組の構造的な問題を探った。その結果、明らかになったことが以下である。

主にスタジオメンバーの山里によって、出演者の一人をヒール役に仕立て上げる文化が形成されていた。そして、その“ターゲット”は、かなり初期の段階で定まっており、“ターゲット”になった人物はその後何をしても否定的な評価が覆ることがなかった。また、女性出演者にだけ性的に揶揄するコメントがあり、性別によってコメント内容に差が見られた。

そして、こうした扇動的な番組制作の背景には、視聴率偏重主義があり、行き過ぎた過剰演出のもと出演者が非常に抑圧された立場に置かれていた。番組内で起こることは、出演者の自己責任と自助努力に任されているとともに、金銭的な側面でも搾取されており、出演者と製作者間で不平等なパワーバランスが生じていたことが明らかになった。

本研究の意義としては、当番組から自殺者が出てしまったことを踏まえ、番組制作における構造的な問題を実証的に分析したことにあると考えている。スタジオトークの辛口なコメントがSNSでの誹謗中傷を扇動したのではないかと問題視されている現状において、その問題点を具体的に明らかにすることは、類似事件の再発防止につながるのではない。

ただ、研究の限界としてカバーできなかった点としては、スタジオメンバーもある意味では被害者であったという視点だ。本研究で明らかになったように、スタジオメンバーは、対立や劇的な展開を煽るトークで番組を盛り上げていたものの、彼らは製作陣の意向に沿うように動いていたに過ぎない。

亡くなった木村花さんの母である木村響子さんも、2021年12月16日の会見で、以下のように述べている。

誹謗中傷すら利用して、視聴率をかせぎ、お金儲けをしたのは誰なのか。花や花を大切に思うだけでなく、現場のスタッフや出演者の方々、誹謗中傷した人やその周りまで、本当に多くの人生を狂わせる番組だったと思っています。¹¹

本研究では、スタジオメンバーの発言を引用しながら、いかに扇動的な番組制作が行われていたかを論じたものの、問題の本質はそうした番組コンセプトを打ち出した製作陣にあるだろう。そのため、今後のリアリティー番組を考える上では、番組の表層に現れることのない、番組の背後にある何らかの構造的な問題にまで手を伸ばす必要があるだろう。

¹¹ 安田(2022).”「なかったことにしないでほしい」-ネット中傷と、問われるメディアの責任”
<https://d4p.world/news/15092/> (参照 2023-1-5)

◆おわりに

『テラスハウス』は、次のようなナレーションで番組が始まる。

「『テラスハウス』は見ず知らずの男女6人が共同生活する様子をただただ記録したものです。用意したものは、素敵なお家と素敵な車だけです。台本は一切ございません」

確かに、テラスハウスが「台本なしの共同生活をただただ記録したもの」であったことは、間違いないだろう。ただ、映像が編集・宣伝される過程のなかで、製作者の意向が強く表れることは明らかである。にもかかわらず、リアリティー番組は、現実とフィクションの境界を壊乱するため、カメラの背後にある製作者の存在が不可視化され、視聴者は無意識のうちに参加者を観察しているような錯覚に陥ってしまう。その結果、劇的な展開や対立を煽る番組映像を現実だと思ひ込み、出演者本人に対するSNSでの誹謗中傷を激化させてしまったのではないだろうか。実際、出演者の個人インスタグラムやツイッターには、番組内での言動を痛烈に批判・揶揄するものが数多く書き込まれていた。この問題の背景には、製作者が出演者の尊厳を軽視し、扇動的な番組制作を行ったことがあるだろう。

リアリティー番組は、本来的には作り込まれたものでありながら、あたかもそれ自体がリアルであるかのように意図的に売り込むことで、視聴者の覗き見根性を喚起させてきた。もちろん、これがリアリティー番組の魅力と分かれがたく結びついていることは事実である。しかし、出演者の尊厳を守りながら今後もリアリティー番組の制作を存続させるためにも、番組制作のあり方が再考されるべきだと考える。

◆謝辞

本論分を作成にあたって、豊富な助言をいただき、直前まで丁寧な指導して下さった指導教官の小熊英字先生に心より感謝申し上げます。

また、研究発表の際には、多様な意見やアドバイスを下さった皆さんに心から感謝しています。ありがとうございました。

◆参考文献

- 檜村 愛子(2003).「リアリティーショー」の社会学的分析 pp.108-109
- 重森万紀(2001).世界を圧巻する「リアリティー・ショー」 ～人気の現状と問題点～ p.43
- ダニエル・J・リンデマン(2022).『リアリティ番組の社会学「リアルワールド」、 「サバイバー」から「バチェラー」まで』
- 村上圭子(2020). テラスハウスショック -リアリティーショーの現在地- p.2 p.22
- Bellafante, G. (2009, January 4). West Coast Fashionista Takes on Manhattan, Manolos in Tow.
- Bryan E. Denham and Richelle N. Jones(2008)Survival of the Stereotypical:A Study of Personal Characteristics and Order of Elimination on Reality Television p.1
- Curnutt 2011 Durable participants: A generational approach to reality TV's 'ordinary' labor pool
- Deery, J. (2004). Reality TV as Advertainment. Popular Communication, 2(1), 1-20 pp20-21
- Hearn, A. (2008). Variations on the branded 'self': theme, invention, improvisation and inventory. In Hesmondhalgh and Toynbee (ed.), The Media and Social Theory (pp. 194-210). London: Routledge. p.200
- Hugh Curnutt(2011) Durable Participants: A Generational Approach to Reality TV's 'ordinary' Labor Pool
- Langton,2009. Sexual Solipsism: Philosophical Essays on Pornography and Objectification pp225-229
- Lucia Palmer (2013) Sluts, Brats, and Sextuplets: The Dangers of Reality Television for Children and Teen Participants p.124
- Schramm, H., & Ruth, N. (2014). »The Voice« of the music industry New advertising options in music talent shows. Advertising and Design . p176
- しあわせさがし(2018)”【テラスハウス軽井沢】メンバーとあらすじネタバレまとめ”
<https://shiwasesagashi.com/terracehouse-member-arasuji-matome-977> (参照 2023-1-1)
- otalab(2019)”テラスハウス東京のスタジオメンバーはトリンドル?ゲストやコメンテーターも紹介!”<https://otalab.net/terrace-house-studio/> (参照 2023-1-1)
- ザ・テレビジョン(2018)“ネットで火が付いた!「テラスハウス」のサクセスストーリー【フジテレビプロデューサー・太田大】”<https://news.line.me/detail/oa-thetvjp/5681ac20b88e>(参照 2023-1-1)
- モデルプレス(2020)“元テラハ・新井雄大、木村花さんを追悼 自身も誹謗中書を受けた過去”
<https://mdpr.jp/news/detail/2079274> (参照 2023-1-1)
- 日経 BP(2014)”「ソーシャルテレビ・アワード 2014」
”<https://www.nikkeibp.co.jp/atcl/newsrelease/corp/newsrelease20140723/> (参照 2023-1-1)
- テラスハウス公式 YouTube(2016).“【23rd WEEK】ありさ、ネットの誹謗中傷に涙…”.

<https://www.youtube.com/watch?v=c0oOEIK5Grw> (参照 2023-1-1)

安田(2022).” 「なかったことにしないでほしい」-ネット中傷と、問われるメディアの責任

“<https://d4p.world/news/15092/> (参照 2023-1-5)

BBC News (2018) ”Terrace House: Japan’s nice. calm Love Island antidote”

<https://www.bbc.com/news/world-asia-44544439> (参照 2023-1-1)

The Guardian(2017)”Terrace House: the must-watch Japanese reality show in which nothing happens”

<https://www.theguardian.com/tv-and-radio/tvandradioblog/2017/oct/18/terrace-house-the-must-watch-japanese-reality-show-in-which-nothing-happens> (参照 2023-1-1)