

## テレビジョン番組研究序説 クイズ番組というジャンル

鈴木 常恭

### A television program case study introduction A Quiz program genre

SUZUKI Tsuneyasu

#### Abstract

The television program proceeds by demonstrating most leading dramas, public entertainment and opera and dilate movies

However, this quiz show is one of the few among the media (television, radio) which developed its form originally. This form of program still gets many audiences since the appearance of television.

And this form of program shares in all over the world as the main genre in the television broadcast industry.

Firstly mention generation and the establishment of the genre in the TV program, and with this study notebook, as part of a television case study, consider the componentry of the quiz show; questions and intellect; direction and reception ; and transformation of the program.

Key Word: Quiz, Genre, Solver, Audience

#### [ 要約 ]

テレビジョン番組は、ほとんどが先行する演劇、大衆演芸、歌劇などの実演形式、そして映画の表現形式を敷衍したものである。しかし、クイズ番組は放送メディア（テレビ、ラジオ）が、独自に開発した数少ない番組形式である。この番組形式は、テレビが登場して以来いまでも多くの視聴者を獲得している。そして、この番組形式は、いま世界中のテレビジョン放送が共有する主要なジャンルとして位置づけられている。

この研究ノートでは、テレビ番組研究の一貫として、はじめにテレビ番組におけるジャンルの生成と確立に言及し、これを踏まえクイズ番組の構成要素、出題と知、演出そして受容のされかたを番組の変遷を踏まえ考察する。

キーワード：クイズ、ジャンル、解答者、視聴者

## 1. はじめに

我が国は、アメリカに次ぐテレビ放送システムを保有し、24時間多様な番組が放送されている。私たちは、このテレビ放送システムを通して世界のニュースに接し、世の中の話題を知り、またバラエティ豊かなエンターテインメント番組などを楽しみながらプライベートな生活を送っている。また、テレビなしには、消費も経済も成り立たなくなっている。

テレビ放送が、我が国で始まり既に50年以上経つ。出自から大衆性の高いメディアである。報道でもドキュメンタリーでも、エンターテインメントでも映像と音声を統合し一目でばっとわかり、誰にでも理解できるような内容が求められている。そして、テレビは、「いま」を全ての人に等しく伝えることを求められている。それは、大衆階層社会であり、民主主義社会である限り、誰もが等しくアクセスできるメディアとしての存在意義は、どのように新しく、革新的なメディアの登場があっても、変わることはない使命であるといえる。

このことは、「テレビは私たちの生活の一部である」というごく自然な物言いを含み、私たち日常生活とテレビの関係を分かちがたいものであることを示している。

この研究ノートでは、日常化・環境化したテレビ、この状況を具現化している「番組」特にクイズ形式の番組を通し、メディア・テキストの「送り手」と「受け手」の関係を考察していく。

### 2-1. テレビ番組とジャンル

テレビ放送開始以来、番組の多くは先行する新聞による報道、上演形式の演劇、ボードビルなどの大衆演芸、歌劇、そして映画などの形式を敷衍したものである。これは単に形式だけではない。番組制作に関わる人材、組織、技術など各プロセスを先行するメディアからの影響を受けているだけでなく、視聴し意味づける側であるオーディエンスもまた同じである。

そして、ラジオ・テレビという放送メディアは、先行メディアの形式を承継しながらジャンルをも承継している。フランソワ・ジョストは、『テレビに先だって存在するメディアジャンルに対する知識や信念、そして映像と音声の関係に内在する知識や信念に従って解釈を行う視聴者の能力と釣り合わなければならない。あらゆる素材はそれ自体で、世界との関係の約束であり、その存在の様式あるいは程度によって、視聴者の支持や参加が条件付けられるものである。』（F. ジョスト：2007.16）とテレビにおけるジャンルの役割を規定している。

ジャンルに関する知識は、ジャンルをそれとして特定させている本質的な構成要素を充足する必要がある、これを欠くとジャンル形成を不能する。

テレビ番組におけるジャンルをジョストは、三つの発話様式に基づいて分類している。（F. ジョスト：2007.25）

#### 情報的様式

サールのいう、確言の規則を採用するものであり、確言の発話者は、表現された命題の真実に対して責任を負い、確言を支持する証拠を提出できなければならない。

#### フィクション的様式

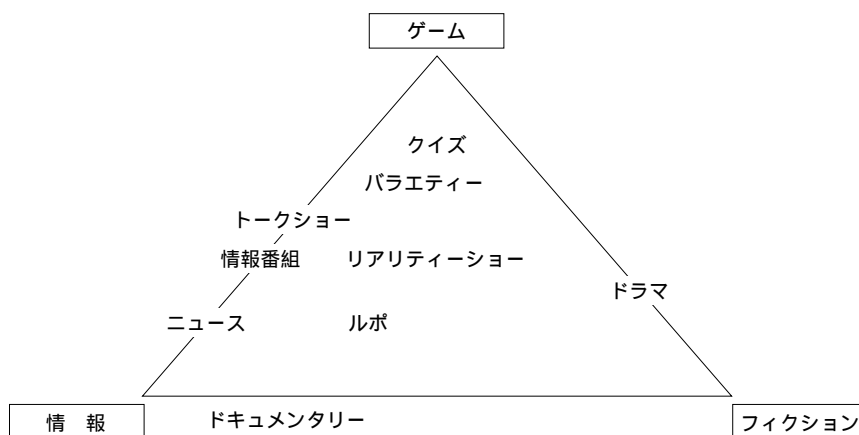
唯一の規則は法則によって作られた宇宙とそれを基礎づける特性の一致である。

#### ゲーム的様式

ゲームの規則、そして社会的あるいは儀礼の規則を守ることが時間の流れを規定し、発話媒介効果が番組を方向づける。

そして、この様式の基に『ジャンルの三角形』として下に図示できる。

これから考察するクイズ番組は、一定の規則に従って競うゲームの規則を基とするジャンルと言うことになる。



ジョストの「ジャンルの三角形」

ジャンルは、まさに広範なテレビテキストに秩序を作り出そうとする文化的実践であり、制作者と視聴者の双方に利便を与えるために流通する意味をもつ。それは、同一ジャンル内の理解においては、制作者と視聴者が共有する慣行（convention）が構造的要素となるのである。

テレビ番組におけるジャンルは、「テレビ記号」解読において重要な意味をもつ。それぞれのテレビ番組は、放送時間帯やチャンネル枠（ステーション）をコミュニケーション・フレームとする「ジャンル契約」にもとづくコミュニケーション行為として生みだされる。（石田英敬：2003.61）すなわち、テレビ番組におけるジャンルは、テレビの多声的な可能性をコントロールしようとする戦略の一部となる。

## 2-2．テレビ番組のジャンル生成

テレビ番組におけるジャンルは、つくり手、表現の形式、解釈における期待の水準が連合することでひとつの意味を形成するときに生成される。

これは、オーディエンスとメディア制作者との間に交わされる文化的・社会的契約であると、石田佐恵子という。（石田佐恵子：2003.121）また、この契約内容は、以下のように四つに要約している。

同じ表現の繰り返しと規則化によって他と区別

オーディエンスに分かりやすい意味と馴染みのある面白の提供

番組視聴選択の手がかり

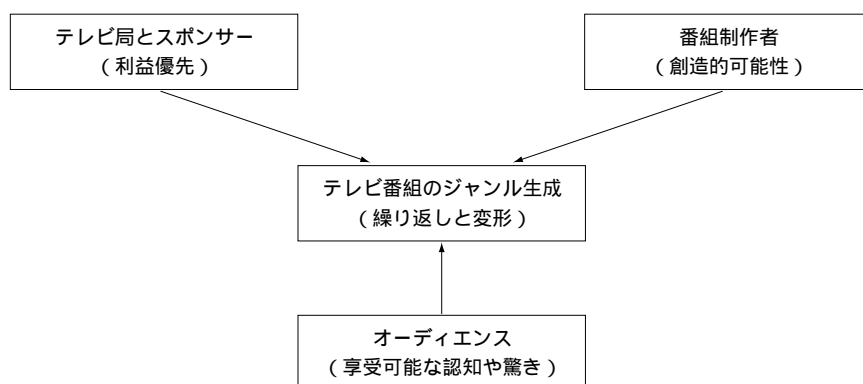
オーディエンスが視聴することでアイデンティティを表現できる。

このジャンル契約は、オーディエンスだけでなくメディア産業側の一方であり発注側となるテレビ局、スポンサー、そして受注側の制作会社にもそれぞれに有用に働き掛けている。

テレビ局、スポンサーにとってジャンル契約により視聴率の獲得、利益を優先した期待を得ることが可能になる。制作会社にとってこの契約を了解することで表現の可能性と失敗のリスク回避を選択できる。ジャンル設定をすることで安定した制作と視聴率獲得などのマーケティングを有効に働かせることができる。

かつて筆者もテレビ番組を制作会社サイドで実作していたとき、上記のジャンル契約の概念を実践し、視聴者層の決定、表現領域の確定とリスク回避、制作費の精査、獲得視聴率予想などに使い安定的な制作プロセスを実現した経験がある。

以下の図は、石田がジャンル生成における3つの力の関係を的確に示した図である。(石田：2003.123)



石田佐恵子による「ジャンル生成にかかわる3つの力」

テレビにおけるジャンルの生成は、メディア産業（テレビ局）、番組制作者（制作会社）、オーディエンスの三者が力学的に作用する。そして、ジャンル内での変容・変化は、この三者の相互作用により時間的経過によってなされる。

そして、フィスクはジャンルを相互テキスト的なものであり、あるいは前テキスト的でさえあるという。(J・フィスク：1996.168) ジャンルが番組制作者・テレビ局と視聴者の双方に共有された産業的・経済的、イデオロギー的および制度的な慣行のネットワークを形成するのである。このことにより制作者が作りだした番組のコードを視聴者の読解を可能にすることである。

### 3-1. クイズ番組としてのジャンル構築

テレビ番組のジャンルは、上に記したように先行する表現の形式を承継したものが大半を占めている。しかし、クイズ番組は放送メディアにおいて独自に発展した番組形式であり、テレビ番組の主要なジャンルとなっている。そして、テレビの草創期から現在まで続いているという事実は、クイズとテレビが相性のよいジャンルであることを物語っている。

テレビにおけるクイズ番組の起源は、ラジオに求めることができる。と言っても放送メディアとして全く新たに開発されたものでなく、それ以前のパーティー・ゲームとコミュニティでのゲームに起源を有しているとジョン・フィスクは『テレビジョンカルチャー』( J・フィスク：1996.414 ) で記している。

アメリカでは、1936年『プロフェッサー・クイズ ( Professor Quiz ) 』が最初のラジオのクイズ番組として登場。1938年に『ドクター・アイ・キュー ( Dr.I.Q. ) 』『インフォメーション・プリーズ ( Information Please! ) 』などが放送されると急速にクイズ番組が増え始め、出題形式、解答者の参加のさせ方など様々なフォーマットが確立された。1941年には、クイズ番組の放送時間は、夕方の全ラジオ番組の放送時間の約11パーセントを占めるようになり、クイズ番組としてのジャンルを確立する。

ラジオにおけるクイズ番組急増の理由は、放送時間の延長による番組ソフトの不足であった。また、ライブ放送により制作費、制作時間がドラマと比べると格段に圧縮でき、そして聴取者も一緒に考え答えるという図式が形成されることで支持され人気番組となっていくた。

1945年には、アメリカでテレビ放送が本格的に始まった。だが、テレビ界は膨大な放送時間に見合う番組の調達という問題に直面していた。この状況を解決したのが、ラジオで多くの支持を得ていたクイズ番組であった。番組名も形式もそのまま移植された。1950年代の半ば視聴率を誇った『六万四千ドルの問題 ( The \$64,000 Question ) 』は、ラジオの人気クイズ番組『六十四ドルの問題 ( The \$64 Question ) 』の変形であった。『六万四千ドルの問題 ( The \$64,000 Question ) 』は、1957年7月には、35.2%の視聴率を獲得し、これを真似たテレビ版クイズ番組が、次々と登場した。

この現象は、前節に記した「ジャンル生成の3つの力」が、テレビ局 ( スポンサー )、番組制作者、オーディエンスによることを具現した好例といえる。

### 3-2 . 日本におけるクイズ番組の生成

日本におけるクイズ番組もラジオからであることは、アメリカと同じである。

しかし、その生成のされ方は、アメリカとは大きな違いがある。これは、電波行政による相違と社会的状況の差によるものであった。

それは、敗戦の翌年1946年2月に始まった『話の泉』が、NHK ( 日本放送協会 ) のラジオ放送である。翌年 ( 47年 ) 『二十の扉』が始まった。この2つの番組は、NHKによって独自に企画されたものでなく、アメリカやイギリスで放送されたものを範とし日本化したものであった。

これらの番組が実現するにはGHQ ( 連合国軍最高指令部 ) 占領下、NHKの番組制作に対して指導を行ったCIE ( 民間情報教育局 ) ラジオ課の助言であった。それは、敗戦前までの放送事業を独占してきたNHKを、GHQ管理下のもとラジオの民主化を通じての日本国民の民主化促進にあった。放送を通じての民主化とは、一般大衆にマイクを解放することもそのひとつであった。敗戦の翌月に始まった街頭録音や翌年の年初の『のど自慢素人音楽大会』などの聴取者参加形式の番組で具現化された。そして『話の泉』や『二十の扉』などの番組では、聴取者参加番組とし「マイクの解放」=「日本の民主化」というGHQの命題を実現を目指していた。この時の聴取者参加番組といっても出題の投書という形か、公開録音の会場に出席するだけであった。

『話の泉』や『二十の扉』は、司会者が読み上げる問題を詩人、新聞記者、映画監督、評論家など博覧・博識を誇る文化人そして女優などの解答陣が当意即妙に答えるという形式であった。

1949年にアメリカの“ What's my Name ”を土台にした『私は誰でしょう』が登場。初めての聴取者に解答者席を開放し、賞金が貰えるクイズ番組であった。翌年には、純国産クイズ番組『とんち教室』が始まり、なぞなぞなど日本的なことば遊びの伝統から発想されたものであった。また、音楽をクイズ問題にした『三つの歌』（1952年）も始まった。この番組も聴取者が解答者となる番組であった。このようにNHKは、当初はアメリカ、イギリスなどに範を求めた番組で中心であった。その後独自開発した番組が、多くの聴取者を獲得するようになる。

1951年に民間に電波が開放され民間放送局の誕生によりラジオにクイズの洪水をもたらし、これはNHKの先行したクイズ番組の好況がもたらした結果である。民放第一声を放った新日本放送（現・毎日放送）は、月曜日から土曜日まで毎晩午後8時5分から6本のクイズ番組を放送した。その中の1本を除いてすべて賞金付きで聴取者参加形式をとっていた。

その後に開局したラジオ局でも賞金付きのクイズ番組が次々に登場しことで、一部の識者から徒に射倖心を煽ると批判されるなか、52年からラジオ東京（現・TBS）で始まった『ぴよぴよ大学』に哲学者の安部能成氏は「社会教育上の貢献は意外に多きかも知れぬ。とかく日本人は、娯楽と教育とを無理に両立させまいとする所がある」とクイズ番組への期待を述べている。

1953年2月、日本でもテレビ放送が開始されるとアメリカでもそうであったようにラジオで培った経験をもとに次々にクイズ番組が登場し、世紀をまたいだいまもテレビの主要なジャンルとして牙城を護ることになる。

### 3-3．クイズ番組のジャンルの発展と変容

クイズ番組は、1953年のテレビ放送の開始から50年以上にわたり新聞のテレビ欄から消えることなく続いている。クイズ番組は「問い」と「答え」が基本形式である。クイズ番組は、問題の内容、解答の方法、解答者、司会者、ルール、賞金・景品などの基本的な構成要素を演出的要請に基づきながら、同ジャンル内での差異化を図っている。このような観点から日本におけるクイズ番組の発展と変容を概括する。

石田佐恵子は、クイズ番組を五つの時期区分に記述している。（石田佐恵子：2003.122-123）筆者もこの区分を踏まえながら実作経験を踏まえ考察を進める。

#### 3-3-1．1953年から1964年（期）

アメリカやイギリスの番組に範を求めたもの制作が主流。

この時期はテレビ受像機の普及率が急速な進展により、テレビが特別なものから日常のものになった。また放送時間が拡大され多様な番組が求められ、これに呼応し週に10本を超えるクイズ番組が放送された。結果、クイズ番組のジャンルが認知され定着された時期である。

放送開始当初は、ラジオのクイズ番組を単に移植されていたが、次第にテレビ的見せ方の工夫がなされていく時期でもあった。その典型は、1953年に始まった『アップダウンクイズ』（毎日放送制作）である。



『アップダウンクイズ』（毎日放送）

左図の『アップダウンクイズ』は、解答者の乗った Gondola 6 台を正解・不正解の結果で上下に動かし、単純明快に得点を視覚化する演出的作業を実践した。

また解答権を「早押し」で決するため、この権利の獲得まで6台の Gondola をフルショットで押さえることで視聴者に緊張感を喚起する演出を行っていた。

この演出は、その後のクイズ番組の基本として維持されることになる。また、解答者の得点が一目で視聴者に分らせるスタジオセットの基本型となる。

### 3-3-2 . 1965年から1974年（期）

番組制作のカラー化が進み、テレビの普及率が90%に達し、時間ごとの番組イメージが明確に確立した時期である。

週に15本のクイズ番組（1970年）が放送された。この期は日本の高度成長に相俟ってクイズ番組の賞金が高騰し社会問題化する。そして、視聴者参加番組が全盛をむかえる。

前期の後半に登場した品物の値段をピタリと当てる出題形式が次々に登場し、デパートなどでのウィンドー・ショッピングの楽しみをクイズ番組化している。



『がっちり買いまショウ』（毎日放送）

左図の『がっちり買いまショウ』（毎日放送制作）は、その代表的番組である。当時の平均的ボーナス範囲内の金額をコース分けし、その設定金額で時間内にうまく買い物ができるかを競いあった。折からの消費ブームや家電製品への憧れをクイズという形式を巧みに利用し番組化された。しかし、70年代に入ると日常生活の消費水準が「衣食住」の衣食面に限り一応の向上を見たことでこの形式は魅力を失い、荒唐無稽な非日常的な買い物の対象とする設問が多くなり、クイズ番組が遊びと空想に近づいていく道を選択せざる得なくなった。

フィスクは、クイズ番組における「買い物」を『クイズ番組における象徴貨幣はお金を使うことの意味を、稼ぐことの苦痛と隷属から切りはなす人びとの日常生活上の能力を公然と目にみえるかたちにしたものなのである。』（J・フィスク：1996.212）と説明している。

### 3-3-3 . 1975年から1984年（期）

国際化の波が、クイズ番組にも浸透してくる。

週に23本のクイズ番組（1979年）が、テレビ欄を占める。また、このころになると日本独自の番組形式が人気を博すようになり、アメリカ化という図式はほぼ忘却される。

出題形式が、期・期は、「読み上げ形式」やスタジオに問題となる人物・品物を登場させての出題であったが、1980年代になると小型VTRが導入される。そこでクイズ問題をVTRで出すことが可能になり出題範囲を格段に拡張した。また、VTRで正解を検証する

「出題 - 正解」のパターンを確立される。そして、クイズの他にゲームやドキュメンタリーの要素を取り込んだクイズ番組形式が現れ、新たな番組形式の開発が活発に行われるようになる。

1977年に単発スペシャル番組として放送された『史上最大！アメリカ横断ウルトラクイズ』（日本テレビ）は、クイズ番組をスタジオ制作から解放した。海外ロケを含んだロケーション中心の番組である。またクイズにゲームと解答者のヒューマンドキュメンタリーを加味し新たなクイズ番組の新局面を開発した。後にアメリカでも注目され企画が輸出された。



『なるほど！ザ・ワールド』（フジテレビ）

左図の1981年に始まった『なるほど！ザ・ワールド』（フジテレビ）もクイズ番組に新たな展開軸を提示した。

『クイズ番組草創期、70年代のクイズ番組はスタジオでのショーアップに力点を置いた第2世代に対して』映像で見せる「なるほど！ザ・ワールド」は、第3世代に当たる。従来のようなアメリカの番組を焼き直しではなく、オリジナルを作りたかった』と番組プロデューサーの王東順は語っている。かつてのクイズ番組の「3S（スリル、スピード、サスペンス）」ではない位置づけを行った。それは、知識や常識の盲点を捜し、映像化し、情報化しクイズ問題を作成し、解答のプロセスを楽しむ番組とすることであった。『なるほど！ザ・ワールド』の成功により、テレビの常である類似番組が次々に登場した。それまでのクイズ番組は、どれだけの知識を持ち、いかに早く正解をするかという知識重視・競争型のクイズの単純な意味構造を変容させるきっかけになった。この時期は「トーク番組＋クイズ番組」という形式が確立する。そして、海外旅行の自由化によりクイズの勝利者の賞品として「ハワイ旅行」「世界旅行」が定着する。また、出題範囲も国内から海外へと変化の兆しが見え、クイズ問題の「グローバル化」時代へ向かう。

#### 3-3-4 . 1985年から1994年（期）

この時期は、映像クイズ、海外情報型クイズの全盛期と位置づけることができる。

「海外情報」とは、急速に増加した海外旅行人口を背景に、「国際化」というキーワードの基に行われたが、それはテレビ文化の意味構造における「自文化中心主義」を進行させていくことであった。筆者もこの時期ゴールデンタイムで海外情報型クイズ番組を制作していた。

それは、先行同種番組との差異化を求め、より深度の深いクイズ問題を海外に求めていくことであった。その時の筆者たち制作スタッフは、日本の価値判断 - 文化、常識、慣習等 - 基準を「合わせ鏡」とし問題を考えていた。それは、まさに「自文化中心主義」を極めていくような経験をしていくことであった。

この期の傾向として視聴者が解答参加するクイズ形式は激減した。視聴者参加型のクイズ番組は「冬の時代」に入った。これは、1980年代前半の『なるほど！ザ・ワールド』の登場でより顕在化する。草創期以来のクイズ番組の形式そのものに大きな変化が起き、変容を余儀なくされたのであった。

それは、映像による出題形式が中心になり、映像を読み解く能力を解答者に求める傾向が強くなる。また、単に正解だけを求めるクイズ番組形式から解答のプロセスを楽しむ番組に変容し、面白い解答する人が求められるようになる。視聴者が解答する番組形式では、この演出的要請を安定的に求めることは困難と考えられ、タレントが解答者席を占めることになる。

そして、このことは次の時期に大きな影響を与えることになった。

### 3-3-5 . 1995年から2007年（期）

クイズ・ジャンルの溶解期と位置づけられている。1990年代半ば頃から、テレビ番組の「総バラエティー化」が進行していく。かつてのように単一のクイズ番組と成立するだけでなく、他ジャンルと考えられていた番組のなかにも「クイズ：質問（疑問） 答え」形式を取り入れる傾向が顕在化し2007年のいまでも続いている。クイズ番組は、独立したジャンル、カテゴリーとして捉えられなくなった。クイズ番組も「総バラエティー化」の波に巻き込まれている。

1995年から始まった『世界ウルルン滞在記』（毎日放送）もそのひとつである。若いタレントが、海外の鄙びた町の一家にホームステイしながらその地の伝統工芸や「チーズづくり」や「水路掘り」などに挑戦する様子をドキュメンタリー調に紹介していく番組である。1時間番組の大部分を挑戦者のホームステイ先で家族との交流や伝統工芸づくりの挑戦する姿を映し出す。クイズは、番組の半ばに1問と後半の1問の2問だけである。これは、クイズ形式を番組構成要素として取り入れることで視聴者のドキュメンタリー部分に親近感を抱かせ理解を促すために取り入れものである。このことは、クイズ番組という番組形式のもつ遍在性を示すものと言えよう。

このような傾向を検証するため2001年1月の地上波各局の主要なクイズ番組を見てみると14番組の内8番組がクイズ形式を取り入れた情報バラエティーである。

地上波各局の主要なクイズ番組

NHK総合	「新・クイズ日本人の質問」（日曜 19時20分～30時）
フジテレビ系	「クイズ\$ミリオネア」（木曜 19時～19時53分）
テレビ朝日系	「タイムショック21」（月曜 20時～20時54分） 「パネルクイズ・アタック25」（日曜 13時25分～13時55分）
テレビ東京系	「クイズ赤恥青恥」（水曜 21時～21時54分） 「クイズところ変れば!？」（金曜 20時～20時54分） 「クイズ!爆笑問題」（火曜 23時55分～0時55分）
日本テレビ系	「世界まる見え!テレビ特捜部」（月曜 20時～20時54分） 「1億人の大質問!? 笑ってコラえて!」（水曜 19時～19時58分）
TBS系	「関口宏の東京フレンドパーク」（月曜 19時～20時） 「世界・ふしぎ発見!」（土曜 21時～21時54分） 「さんまのスーパーからくりTV」（日曜 19時～20時） 「どうぶつ奇想天外!」（日曜 19時～20時） 「世界ウルルン滞在記」（日曜 22時～22時54分）

はクイズ形式を取り入れた情報バラエティー番組

ではバラエティー化の現代的意味を考えてみる。その中でクイズ番組はどのように変容しているのかを見ていく。友宗由美子らは「バラエティー」を「笑い、感動、共感、知的満足度などを楽しみながら見られるもの」基本的にスタジオでタレントや知名人が進行させ、他にも複数のタレントが参加するもの。多くの場合、その語源のように、異なるコーナーが存在するものとしている。この他のところでは、ザッピングの可能な「乗り降り自由な構成」が取り入れられていることにも言及している。(友宗由美子、原由美子、重森万紀：2001.13)

友宗らが示した「バラエティー」の定義では、「内容」を表すことでなく「形式」を表していることが分かる。それは、この時期のクイズ番組の出演者について見てみると明らかであることが分かる。本来、鍛えられた「芸」「パフォーマンス」で視聴者から支持されていた芸人たちが、1995年以降になると個々のパーソナリティーでなく出会い頭のリアクションの軽妙さや「ボケ」でクイズ番組の解答者席を占めるようになっていく。

クイズ番組におけるバラエティー化は、「知を競う」「解答のスピード競う」ことを後退させた番組内容になり、「問う 答える」という形式のみが残る結果となった。このような状況で出されるクイズは、情報消費の一形式と考えることができないだろうか。クイズは、演出や構成の単なる一手法となったと考える。

#### 4-1. クイズ番組の構造

これまでテレビにおけるクイズ番組のジャンルの生成と変容を述べてきた。ここからはクイズ番組の構成要素の構造分析を進めていく。

なお、クイズ番組は、「質問に答えるゲームまたは競争」(石田佐恵子：2003.4)と定義する。

#### 4-2. クイズ番組の構成要素分析 : ゲームとルール

クイズ番組におけるゲームとは、ルールに支配される競争である。このルールは、進行を司り、勝敗の基準を定め勝者と敗者に差異化させることだけではない。ルールによって創り出した世界は、構造的枠組みを決定し、固有の秩序を生み出す。この世界は、現実的・日常的な事象から切り離され、クイズ番組として独自の世界を仮構するのである。

クイズ番組におけるルールは、日常生活とは異なるルールによって決定される。これはクイズというゲームに参加することで「現実離脱」の快楽をもたらせるといえないか。

井上俊は『ゲームの世界は、単に日常的現実から区別された別の世界であるにとどまらず、何らかの意味で、より完全な世界でもあるのだ。私たちは、ままたらぬ現実離脱して、より平等、より公正、より明確、より完結的なゲームの世界に向かい、そこに、ある種のユートピアを垣間見る。』(井上：1977.8)と述べている。

クイズ番組の「現実離脱」=「ユートピア」は、解答者だけの願望でなくスタジオの観客そして視聴者にも共有できる空間と時間である。そして、現実世界からの「離脱」というゲーム世界を獲得するには、参加者(解答者・観客・視聴者)の自由意志に基づく。

クイズ番組のルールは、「問いて答える」という形式に対して「正答する」以外に、「早く答える」「より多く答える」「時間内に答える」「面白く答える」など交差するルールがいくつも存在することもある。そしてクイズ・ゲームの究極のルールは。そのゲームを成立させる「枠組み=クイズ・マスター」の決めたルールに従うことである。(石田佐恵子：2003.11)

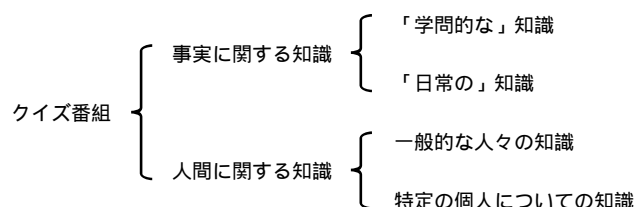
#### 4-3. クイズ番組の構成要素分析 : 問題と知

クイズ番組で使われる「知」「知識」は、勝者と敗者を区別する道具として存在する。

山本雄二は、日常生活における知識はつねに流動的で、その知識はそれにもとづいてなにごとかをおこなうことのなかで、またおこなう人との関係のなかではじめて意味をもつような種類の知識なのである。特定状況だけを切り離して、固定化した情報（すなわちデータ）だけを必要な知識として扱う。それゆえにクイズ番組の正解がある、と言う。（山本：1995.51）

すなわち、クイズ番組の正解は、どのような状況においてもただひとつしかないのである。

クイズ番組における「知識」のタイプをフィスクは、『テレビジョンカルチャー』になかで分類しヒエラルキー構造を示している。これは権力と文化資本の概念に極めて密接に関係していると述べる。（フィスク：1996.417-421）



フィスクによる「クイズ番組のヒエラルキー」から（フィスク：1996.420）

私たちの日常生活における知は、固定的なものとしては存在しない。しかし、クイズ番組で問われる知は、固定したものとして取り扱われる。それゆえに「たった一つの正解」としてとなることができるのである。山本雄二は、クイズ番組のなかの知識は、死んで、石のなかに封じこめられた化石のようなものである。（山本：1995.52）と記し、「化石化した知識」と言う。すなわち、生成したり、変容する知識は、クイズ番組には馴染まないということになる。

問いと答えが排他的に一直線に結ばれ、たった一つの正解のみからなる「管理された応答」の構造は、後に述べる「司会者」の位置づけに重要な意味をもつことになる。

また、クイズ番組で問われる知＝設問は「化石化した知識」ではあるが、放送された時代や放送される時間によって規定される。また、設問に対する解答するための手だては、放送される国において共有されている常識や慣習によって行われる。我が国において1981年に始まった『なるほど!ザ・ワールド』やその後、次々に始まる海外を舞台にした情報型クイズ番組は、解答を導き出すための知識は、日本の常識や慣習を合わせ鏡としてなされるように出題される傾向があり、以後急速なグローバル化においても出題・解答・正解のこの関係は崩されていない。

2007年6月に終わった『クイズ\$ミリオネア』（フジテレビ）の番組の形式は、1998年からイギリスで放送されている『Who wants to be a Millionaire?』の権利を取得して制作されていた。設問・正解だけは、日本で独自に作られものが放送されていた。このような例は、我が国だけでなく海外においても同じ傾向を見ることができる。同じ英語圏であっても文化的土

壤の違いによってそれぞれが独自に制作している。これは、他のテレビジャンルのドラマ、スポーツ中継、ニュースなどとクイズ番組の大きな違いであるといえよう。

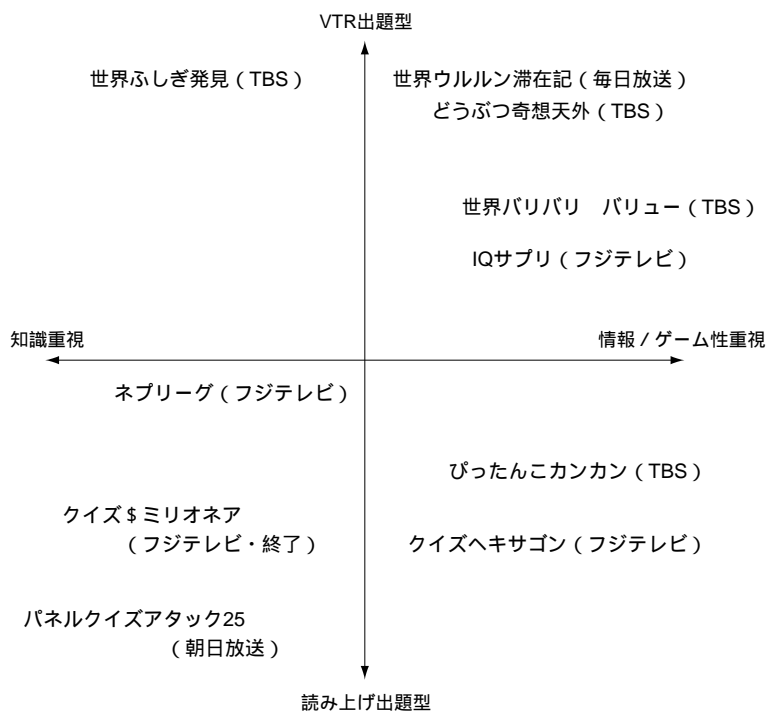
これは、クイズ番組の設問が、まさにナショナル・メディアとしての「国民文化の担い手」としての重要な役割をになっているといえよう。

#### 4-4．クイズ番組の構成要素分析　：出題方式

クイズにおける正解を要求する「知識」に対し、出題方式はどのようになされているのであろうか。出題方式は解答者をクイズの思考に促す。そして、演出的は、番組の型を決定する要素として重要な位置を占める。

日本のクイズ番組の黎明期から1980年代初頭までは、問題をアシスタントやナレーターが読み上げる「読み上げ型出題」が大半であった。1980年代以降になると機動性にとんだ小型VTRが導入され出題部分をVTR構成で行われる「VTR出題型」形態を取る。これは、読み上げスタイルの単調さを脱し「見せる問題」というテレビ的演出の要請である。また、それまでは「正解」の解説部分も読み上げで済ませていたが、VTRの導入で映像による実証的な正解フォローし解説を行うことに可能にした。これは、クイズ番組の情報性の高いものとさせている。

VTR出題型に変化したことで出題数が、読み上げ型の時に比べ少なくなった。そして、出題傾向が知識重視から情報・ゲーム性重視に変化している。以下に出題方式を図示する



#### 4-5．クイズ番組の構成要素分析　：司会者

クイズ番組における司会者の役割は、クイズショーというカーニバルの祭司として終始にこやかな役割を担い、同時に厳正でフェアな試験監督の先生のごとく振る舞う。

試験監督としての目線は、クイズの解答者に向けられる。祭司の目線は、スタジオの観客、視聴者への向けられる。まさに、司会者は全能の存在でありクイズショーの権力者として君臨する。

司会者の振る舞いは、視聴者にとって「エラソー！」「何様だと思っているんだ！」「アクが強い」と映る時があるかもしれない。しかし、全能の権力者として滞りなく祭司としての役割を行使するためにこの振る舞いは、必要とされるのである。

すなわち、クイズ番組の司会者は、情報を整理し、問題の意味づけ、正解の正当性を声高に主張する。そして批評して、視聴者に番組の正当性、無謬を主張する最前線の機関として存在しているものである。この振る舞いは、「枠組み＝クイズマスター」から付託されたものであるからである。

クイズ番組の司会者＝祭司は、まさに旧体制の「男女の役割分担」を忠実に担う男性が担ってきている。一方、女性はクイズ番組においては、男性司会者にあいづちをうったり、問題の読み上げ、賞品の授与などの巫女的役割を担わされている。

スタジオにおける司会者は、祭司として役割を担っていることで解答者と画然と一線を画すための場所を用意されている。司会者と解答者のスタジオでの配置は、両者が妥当に対峙する距離関係を保つように配されている。そして、司会者は番組冒頭、エンディングを除いて余りこの場所を空けることはない。もしこの場所を空ける場合があっても解答者と同じ位置（高さ）に立つことはない。この場所を離れた場合でも番組の基調となるコメントでは、必ず司会者に用意された場所からなされる。これは、祭司としての公明性を誇示するための位置づけであろう。クイズ番組における司会者は、番組の形式、番組の視点を明確にし、解答者との関係、視聴者への見方を提示する重要なコードを担っている。

#### 4-6．クイズ番組の構成要素分析　：解答者

クイズ番組の構成要素における「解答者」は、「出題＝問題」と同等の意味をもつ。視聴の動機付けにおいても大きな意味を持っていると考える。すなわち、誰が解答者になるかということである。解答者はクイズ番組史の上で大別すると、知識人解答型、視聴者解答型、タレント解答型である。この3つの型は、上に記した「知」「ルール」の変化を表し、番組の形式を決定している。以下のそれぞれの型を記していく。

##### 4-6-1．知識人解答型

テレビクイズ番組草創期から1960年代半ばまで知識人解答型がクイズ番組を牽引するが、1960年代末には姿を消すことになる。

このスタイルの代表例は、1955年に始まった『私の秘密』（NHK）である。

この番組の知識人とは、元新聞記者の渡辺紳一郎、作詞家も藤浦洸、茶道家の塩月弥栄子などの博学的知識を持った人をさす。この番組の視聴者は、解答者がいかにして正解にたど



『私の秘密』(NHK)

りつくプロセスを楽しみ、また博学を利用して司会者との当意即妙なやり取りを期待していた。

ラジオ番組制作において、前にも記したようにアメリカの占領政策が遂行するCIE(民間情報教育局)のクイズ番組導入に対する積極的働きかけがあったことや、その後のテレビ番組においても、アメリカの番組を模倣した当初のクイズ番組は、典型的なアメリカ化の過程と捉えられる。石田佐恵子は滝沢正樹が指摘した『「国民大衆の規模において、常識的標準的な思考や行動様式が熟望」され「個人と社会の同時安定化が心理的にもとめられていた」ことがクイズブームの背景

にあると分析した。』(石田:2003.119)と述べ、そして、滝沢の述べたCIEの影響下にあったことを踏まえ『当時の大衆が求めていたというよりまさしく占領政策が求めていたものであり、イデオロギーと思想の民主化を推進していたCIEの政策に適ったものであった』(石田:2003.119)と記している。このことから知識人解答型は、「常識的標準的な思考や行動様式」であるといえよう。

1960年から68年まで放送された『それは私です』(NHK)でも当時知識人と言われていた解答者たちで構成されている。映画監督の山本嘉次郎、後に参議院議員となった安西愛子、俳優の池部良がレギュラー解答者であった。

これらの番組は「問いがあり答え」があるというクイズの構成様式を満たしているが、次に述べる「視聴者解答型」の一問一答型の番組構成になっていない。この形式には、後の「タレント解答型」の原型と見ることができる。すなわち、クイズ形式をとった知識人の博学を基盤においた「情報番組」であったといえる。

知識人解答型と明確に分類される番組は、1960年代後半にいったん姿を消すが、1976年に始まる『クイズダービー』(TBS)に大学教授の鈴木武樹や篠沢秀夫が解答者として登場する。ここでの彼等の役割は、1960年代の知識人たちが担った役割とは異なりタレント的性格を求められていた。

#### 4-6-2. 視聴者解答型

視聴者が解答者になり、知識を競い合うことにより賞品や賞金を獲得するのが特徴である。

1960年代はじめにこのスタイルが出現し、1970年代から1980年代半ばまで全盛をきわめるが、80年代後半になると視聴者解答型クイズ番組数は、急速に減ってくる。しかし、このスタイルが、視聴者から支持され、クイズ番組の形式を確立させた。

視聴者解答型は、単に解答者が知識人から視聴者になっただけではなかった。クイズの形式、内容、演出面においても大きな変化を惹起したのである。

何といっても視聴者が自主的に参加し、純粹に知識を競い合うクイズ番組であるということである。視聴者解答型と知識人型の相違は、テレビ局が「知識人」を規定した後、テレビ局が解答者として出演を要請する点と大きく異なる。まさに、大衆参加を促しクイズブームを創り出すことになっていった。

視聴者解答型の典型例を1963年に始まった『アップダウンクイズ』(毎日放送)に見てい

くことにする。

『アップダウンクイズ』は、解答席の6名の中で早くボタンを押した者が解答する権利を獲得するという典型的な「早押し」形式である。「早押し」は、単に知識を競うだけでなく、「反射神経の良さ」も競う要素を持ち込んだ。これは、知的なゲームと他の解答者との戦いというスポーツの要素を取り込んだ。また、誤答者はそれまで獲得した得点がゼロになり、乗っているゴンドラがスタート地点に戻される。2問間違えると失格となりゴンドラから降りなければならない。10問正解すると賞品と賞金のハワイ旅行と副賞10万円を獲得できるのである。

『アップダウンクイズ』は、6名の解答者が競うという形式であったが、1969年に始まった『クイズ タイムショック』（現テレビ朝日）では、他者との競う形式を取らず個人が解答時間枠との戦いを強調した番組も現れた。

知識人解答型の番組における知識人は、彼等自身の深い教養に裏打ちされたものという暗黙の相互テキスト性によって視聴者に受容されている。しかし視聴者解答型においての解答者は、単に「もの知り」といって受けとめられているだけであった。視聴者解答型の早押しや択一での解答で使われる「知」は、元の文脈から切り離され、知識の断片がのみの消費されていることになる。

このような「消費される知識」を基底においた視聴者解答型は、1980年代後半になると後退していく。これは情報化の伸展によりクイズ番組の知識の源泉としての教科書的知識や書物的知識などへの懐疑によることが原因と考えられる。そして、90年代半ば以降インターネットなどの情報テクノロジーによって知識への眼差しが変化してくる。即ち、コンピュータなどによる「知識の外在化」が可能になり必要に応じ、必要な知識を必要に応じて検索し、入手することができるようになった結果、他人（視聴者解答者）が「知っている」ことに対して大きな意味を見出したり、驚嘆する番組構成に共感を抱かなくなった結果であろう。

#### 4-6-3. タレント解答型

1980年代半ばからタレントが解答者席を占め、現在のクイズ番組の主流になっている。

1979年に始まった『クイズ100人に聞きました』（TBS）は、視聴者解答型ではあったが、知識を問うことが目的をせず、番組が予め100人に聞いた結果をスタジオの視聴者の解答者グループが、予測して当て、答えた人の人数分得点するというルールで番組が構成されていた。解答は、勘や推理力を競うものであり、スタジオの観客は「ある！ ある！」と囁き立てる。また上で触れた『クイズダービー』（TBS）は、レギュラー解答者のタレントの解答に視聴者が掛けるという複合要素を含んだ番組が登場してきた。

村瀬敬子は、1970年代に入るとクイズ番組は、「バラエティ化」していると指摘する。そして、クイズというゲームの要素に、タレントのトーク、映像、情報など、さまざまな要素が加わった番組が登場してくる。（村瀬：2003.181）と言っている。この指摘は、筆者が実作を進めていた1970年代半ば、特に80年代に顕在化してきたことを実感していた。

この現象は、知識の裏付けのもとに解答を求めるのではなく「勘」で当てる。そして、1970年代後半に視聴者解答型ではあるが、スタジオに飛び出しドキュメンタリー化したクイズ番組『アメリカ横断ウルトラクイズ』（NTV、1977～1992）が登場し、回を重ねるごとに解答者の中から、クイズに強いだけでなく容姿やキャラクターなどに魅力をもち「面白く答

える」人気者が出てきた。しかし、視聴者の中から「面白く答える」人のキャスティングを常に求めるのは困難である。これが自発的な解答者という前提の視聴者解答型の番組構成を難しくし、形式的な変容をせざるをえなかった。結果、「面白く答える」ということに長け、安定的に人材を供給できるタレントに解答者を求めることになった。

3-3-3 でふれたように1980年代になると出題形式が「読み上げ」から小型VTR（ENG = Electric News Gathering）の導入されたことで「VTR出題」が可能になり、映像を読み解く能力の訓練を受けたタレントの登用となる。

これらが相俟ってクイズ番組に海外紀行ドキュメンタリーの性格をもたせ、知識を答えるのではなく「勘」で当てることを主眼とした1981年に始まった『なるほど！ザ・ワールド』（フジテレビ）の出現により以後のクイズ番組形態を道づけた。そして、以後の『世界まるごとHOWマッチ』（TBS、1983～96）『世界・ふしぎ発見!』（TBS、1988～）『世界の常識・非常識』（フジテレビ、1990～1991）などがこの形式を取った。これらの番組で取り上げられる問題は、知識や常識の盲点を探し、映像化し、かつてのクイズ番組の解答までのモットーであった3S「スリル、スピード、サスペンス」を後退させざるを得なかった。そして、タレント解答型は、情報・娯楽プラストーク・クイズ番組と位置づけられた。

タレント解答型は、タレントの相互テキスト性によって理解することが可能である。解答者であるタレントは当該の番組だけでなく、他番組での登場人物としての水平的な相互テキスト性との関連で読まれる。

近年、クイズ番組の解答者はタレント解答型が大勢を占めている。これは、クイズ番組の本来の魅力であった知的探求でなくなり、むしろ出演者（職業的タレント）の組み合わせの面白さやその存在感の面白さを引き出す司会者のものになっている。

#### 4-7. クイズ番組の構成要素分析 : 構成 - 物語性

これまでクイズ番組の構成要素をゲームとルール、問題と知、出題形式、司会者、そして解答者と見てきた。これからはこれらの要素がどのように構成され、物語性を実現しているのかを述べていく。

クイズ番組は、「出題 解答 得点」という構造で成り立っている。それはクイズ番組の構造が、登場、闘争・葛藤、解決という典型的な物語構造をもっていることを意味する。出題から解答までは、独自の物語性と緊張感を喚起させる。これは「書かれたものでない」物語であることが、緊張状態を生みだされ「いま現在に」起きているということにリアルを訴えることができる。このことがクイズ番組とドラマなどのフィクション系番組との大きな違いなのである。

フィスクは、「クイズ番組によって作りだされた第一に重要なポイントは、部分的に能動的な、参加する視聴者の誕生ということである。彼らの小さな物語は、謎が引き起こされ、やがて解決されるという、解釈学のコードによって構造化されている。しかし、いわゆる物語とは違って、クイズ番組は演じられた架空のお話しではなく、生の出来事なのである。」（フィスク：1996.425）と述べている。

クイズ番組の演出において、「誰が優勝するか」というクライマックスに演出の重心をおき番組全体の「縦」の流れを重視している型がある。それは、番組のヤマ場を番組の最後半に

おく方式である。衿野末矢はこれを「タテ充実型」と名づけている。(衿野：1992.No.115.48) この構成方法は、視聴者解答型に多く見られるパターンである。

また「タテ充実型」に対し「ヨコ充実型」と衿野が称するパターンがある。

「ヨコ充実型」は、「タテ充実型」が持つ番組構成上の欠点である、番組全体のテンポの緩慢さを解決することと、視聴者の環境的变化によって出現した構成法といえる。

「ヨコ充実型」は、ヤマ場を番組内に間断なく散りばめ、番組全体のテンポ感を出題ごとに高め、その都度、登場 闘争 解決という物語の構造を持っている。これにより視聴者が番組の途中から見てもそれなりに楽しめるという側面がある。これは、1980年代後半からリモコンを使つての「ザッピング」視聴といわれる番組の面白い箇所をつまみ食いする見方が出てきたことによると考えられる。

「タテ充実型」の場合は、設問の充実を行っても視聴者解答型の形式を取っていることから解答者の質によって番組の盛り上がりなど、視聴の誘導要素にバラツキが出る。番組視聴者に見方の巧みさを要求する。番組の進行のどこに見方のポイントを置くかその時々解答者の質に合わせなければならない。これは、視聴者に能動的に番組視聴を求めることになる。

これに対し「ヨコ充実型」は、知的レベルよりも面白い解答が引き出せる。また解答の後の会話を司会者と解答者が面白くできるなどの面を強調している傾向を明白にみることができる。このため解答者は、視聴者が誰かと分かるというタレントが重用され、解答者と登用される。

解答者の項で記したように1980年代後半からタレント解答型の「ヨコ充実型」が、クイズ番組の大半を占めるようになっていく。この傾向は、視聴率競争の激化のよると結果と考えられる。「タテ充実型」は、番組全体を視聴することで物語、ストーリーを理解するという構造のため視聴者に熟練を求める。これを演出サイドの視点で見ると、番組内容の質を上げたり、構成に凝ったりしても直接的に視聴率に反映をしない。それは、より多くの視聴者を獲得できないからである。

この傾向のなかで現在(2007年7月)も「タテ充実型」の構成法を踏襲しているのは、1975年に始まりいまでも続いている『パネルクイズアタック25』(朝日放送制作)だけである。この番組以外は、クイズ番組は「ヨコ充実型」である。午後7時から午後10時のゴールデンタイム枠では、視聴者の「ザッピング」に耐える構造としてこの「ヨコ充実型」が選択されている。

## 5. おわりに

テレビにおけるクイズ番組は、我が国においては戦後のGHQ(連合国軍最高指令部)の占領政策のもと始まったラジオ放送のクイズ番組の実績を踏まえ放送開始とともに編成表に載り、いまでも主要な番組ジャンルとして間断なく続いている状況をみてきた。

そして、テレビ視聴のあり方は、放送開始からいまでも、いや今後も含め時代の変化に応じていくメディアである。これに呼応して番組形式や構成法、そして演出も変化している。

クイズ番組も1980年に入ると大きな変化を求められ、クイズ番組の遍在性を顕現化させ、また構造の柔軟性のもと「知」から「情報」を扱う番組に変化したと言える。

クイズ番組は、独自ジャンルとしてテレビ番組のバラエティ化が加速度的に進むなかでも

「問う、答える」という形式を基調に時代に適応した形で放送が続けられると考えられる。また、汎用性の高い表現形式として発展していくと考えられる。

最後に、テレビ番組は、放送することで第一義的な役割を終わる。そのため、これまで番組のアーカイブにはむずかしい問題があった。しかし、テレビ番組のグローバル化などが喧伝され、また「知財大国」を目指すためには、テレビ番組の多角的で実践的研究が求められていると考える。それには、全ての番組のアーカイブを早急に進め、広く公開される機関の設立を願ってこの研究ノートを終わる。

なお、今後この研究ノートを基に、作品分析を加え『クイズ番組構成法(課題)』としてまとめる予定である。

## 引用文献

- 石田英敬 「テレビ記号論」『テレビジョンの解体』2007。慶応義塾大学出版会。
- 石田英敬 「テレビ記号論とは何か」『思想』2003.12。No.956 岩波書店
- フランソワ・ジョスト 「ジャンルの約束」『テレビジョンの解体』西兼志訳 2007 慶応義塾大学出版会。
- 石田佐恵子 「テレビ文化のグローバル化をめぐる二つの位相 クイズ番組ジャンル研究」『思想』2003.12 No.956 岩波書店
- ジョン・フィスク 『テレビジョンカルチャー ポピュラー文化の政治学』 伊藤守、藤田真文ほか訳 1996 梓出版社。
- 井上俊 『遊びの社会学』1997 世界思想社。
- 津澤聡廣 「ラジオ・テレビのクイズ番組史」『is』1993. No.60 ポーラ文化研究所。
- 友宗由美子、原由美子、重森万紀 「日常感覚に寄り添うバラエティー番組 番組内容分析による一考察」『放送研究と調査』2001.3 日本放送協会出版
- 山本雄二 「知の力 クイズ番組の分析から」『教育現象の社会学』1995 世界思想社
- 村瀬敬子 「「お茶の間」という空間 クイズ番組と一家団らん」『クイズ文化の社会学』2003 世界思想社
- 衿野末矢 「クイズ番組進化論」『放送レポート』1992. No.115. 118. 1120. メディア総合研究所
- 鈴木健司 「クイズはテレビの王道だ」『新・調査情報』2003.7-8 No.42 東京放送編成局

## 参考文献

- 日本放送協会編 『20世紀放送史』(上)(下) 2001 日本放送協出版協会
- 『テレビ史ハンドブック』改訂増補版 1998 自由国民社
- 有馬哲夫 『テレビの夢から覚めるまで アメリカ1950年代テレビ文化社会史』 1997 国文社
- ジョン・フィスク 『抵抗の快楽ポピュラーカルチャーの記号論』山本雄二訳 1998 世界思想社

ジョン・フィスク、ジョン・ハートレー 『テレビを 読む』池村六郎訳 1991 未来社  
石田佐恵子、小川博司編 『クイズ文化の社会学』2003 世界思想社  
水島久光 「「情報バラエティー」のダイクシスとアドレス」『社会の言語態』2002 東京大学出版会  
水島久光 「バラエティ化する日常世界 「いま・ここ」にあるヴァーチャル・リアリティの記述方法」『メディア研究』2005. No.3 丸善プラネット  
原由美子・米倉律 「現代のメディア空間とテレビの位置」『メディア研究』2004. No.2. 丸善プラネット  
「クイズ人類学」『is』1993. No.60 ポーラ文化研究所