

投稿レビューの感想語に着目した嗜好分析

日大生産工（学部） ○大島 知貴
日大生産工 関 亜紀子

1 まえがき

近年、インターネット上で映画のレビューを投稿できる環境が整ってきた。他者が投稿した映画レビューには、ユーザの興味に繋がる書き込みもあり、映画検索にレビューが利用されている。例として、Web上のレビューを利用した映画推薦システム¹⁾の論文が挙げられる。特に、似たような感想を抱いた他者のレビューを読んだとき、ユーザはそのレビューが記す映画に対し興味を喚起させられやすい。しかし、レビューを判断するには、数件のレビューに目を通す必要があり、膨大な数の映画レビューの中から、自分の好みに合う映画を探す作業は負担が大きい。そこで、コンテンツ一覧に表示される上位のレビューに、自分の嗜好と似た嗜好を持つ他者の書いたレビューを提示できれば、映画を探す作業の負担軽減に繋がると考える。

本研究では、ユーザの感想を表す語に着目し、ユーザが投稿した映画レビューに含まれるこれらの語の使用頻度をもとに、ユーザの嗜好を分析している。本稿では、ジャンルの違いやユーザの違いにより、レビューに用いられる感想を表す語の使用頻度に差があるのかを検討している。

2 感想語

ユーザの投稿したレビューには、映画を観てユーザが抱いた感想が含まれており、またそれらの感想は、名詞・動詞・形容詞・副詞に表れると考える。本稿では、感想を表す名詞・動詞・形容詞・副詞を感想語と記す。

抽出を試みる感想語は、「楽」「驚」「恐」「愛」「哀」の五つの印象とする。これらの五つに分類される感想語は、それぞれ映画に対し、「楽」には楽しいや面白い、「驚」には驚き、

表1 感想語の語数 / 一例

	名詞	動詞	形容詞	副詞
楽	語数：5 爽快	語数：4 楽しめる	語数：6 面白い	語数：3 くすくす
驚	語数：11 興奮	語数：5 驚く	語数：6 上手い	語数：4 ドキドキ
恐	語数：4 恐怖	語数：2 恐がる	語数：8 怖い	語数：2 ゾッと
愛	語数：3 恋愛	語数：3 癒す	語数：8 愛らしい	語数：4 うっとり
哀	語数：8 号泣	語数：2 泣ける	語数：8 哀しい	語数：3 しんみり

表2 3作品の品詞使用頻度

	名詞	動詞	形容詞	副詞
ジャングルブック	18	15	55	8
SCOOP!	19	17	58	5
聲の形	15	13	43	0

「恐」には恐怖、「愛」には美や癒し、「哀」には哀しみ、以上を連想させる語とする。

表1に、五つの印象を連想させる感想語の一例と、使用頻度の抽出条件として事前に準備した各印象に対応する感想語の語数を品詞別に示す。

3 ジャンル別の感想語使用頻度分析

レビューサイトに投稿されているレビューを対象に、どのような感想語が投稿されているのか、ジャンルにより違いがあるかを調査した。対象とした映画は、「ジャングルブック」、「SCOOP!」、「聲の形」の3作品であり、洋画、邦画、アニメの三つのジャンルから1作品ずつ選んだ。各映画のレビューを90件ずつ収集し、表1に分類した感想語の出現頻度を集計した。この結果を表2、表3に示す。3作品のレ

表3 ジャンル別 作品に含まれる感想語

ジャングルブック				
	名詞	動詞	形容詞	副詞
楽		スリルと冒険 楽しめる	楽しい 仲間と掛け合い	
驚	3D でなおさら 迫力 増	驚かせる 演出も最高!	演技も 素晴らしい	臨場感あつて ドキドキ
恐			これなかなか 怖い かも	ビクッ! つてした
愛	素敵過ぎる 映画	開始5分で 萌える	子狼 かわいい	
哀	笑いあり 感動 あり王道ストーリー	闘病は 泣けない 、動物は涙腺ユル	見れば見るほど 愛しく なる	たくましさ優しさに ほろつ とした

SCOOP!				
	名詞	動詞	形容詞	副詞
楽	ゲスくて 爽快 で笑い	何度見ても 楽しめる	下品極まる と清々しい	
驚	衝撃的 なラスト	後半の弾け具合に 驚く	役者は全員 素晴らしい	ラストに びっくり!
恐	リリーの 狂気 にビビり		凶悪の時以上に 怖い	背筋が ゾクゾク した!
愛	恋愛 の件は要らない		汚い中にも輝く 美しい	
哀		さいごは 泣きました	切なさ を感じる終盤	

聲の形				
	名詞	動詞	形容詞	副詞
楽		楽しめ ました	漫画も 面白い	
驚	友情の本質が リアル	音の取り扱い繊細 驚く	細かい演出 素晴らしい	
恐				
愛	美しく 素敵 だった	痛みを伴う本来的 癒し	絵柄が 可愛い	
哀	笑いあり涙あり 感動 作	今年一番 泣いた 映画		

ビュー内の感想語の使用頻度は、表2に示すように、いずれのジャンルも形容詞が最も高く、次に名詞、動詞、副詞と続いた。また表3から、作品の内容や分野によって用いられる感動語は異なり、感想語が一つも用いられていない印象もあることが明らかとなった。

表4 投稿者10人の品詞使用頻度

	名詞	動詞	形容詞	副詞
投稿者A	11	7	24	1
投稿者B	8	6	12	0
投稿者C	5	4	11	0
投稿者D	1	3	12	0
投稿者E	15	3	14	2
投稿者F	6	7	14	1
投稿者G	7	2	13	0
投稿者H	5	7	17	0
投稿者I	1	5	17	0
投稿者J	5	1	11	1

4 投稿者別の感想語使用頻度分析

投稿者によってレビューで用いる感想語に違いや特徴があるのかを調査した。ここでは、10人の投稿者を対象にそれぞれ30作品分のレビューを収集し、分析を行った。この結果、感想語を含むレビューの平均数は、30件中20件であった。表4に、投稿者10人の各品詞の使用頻度を示す。表4から、形容詞の使用頻度はどの投稿者も高いのだが、名詞を最も多く用いる投稿者もあり、投稿者によって感想の表現の仕方は違うということが明らかとなった。

5 まとめと今後

本稿では、ユーザが投稿した映画レビューを対象に、ユーザの感想を表す語の使用頻度を考察した。この結果、ジャンル別、投稿者別でも、感想を述べる際に形容詞が最も多く用いられることが分かった。また、投稿者の中には、形容詞よりも名詞を多く用いて感想を書き込む者もいるなど、投稿者により違いがあることが分かった。なお、名詞は形容詞よりも感想をストレートに表すことから、名詞を多用している場合、名詞を重視することで推薦の精度が上がると考えられる。

今後は、ユーザが用いた感想語と類似する他者のレビューを推薦する手法の検討、提案手法の有効性を検証する。

「参考文献」

- 1) 林貴宏, 尾内理紀夫, Web 上のレビューを利用した映画推薦システム (2015), p102-111