

多チャンネル状況下の放送の「多様性」と質的評価 ～地上波放送、BS、CS放送の内容分析調査と映像評価尺度 を用いた考察～

日吉 昭彦

Evaluation of Television Content in the Multichannel Age

Akihiko Hiyoshi

Abstract

In the preceding bulletins, we reported the results of quantitative analysis which examined “diversity” in Japanese broadcasting (Hiyoshi & Oto 2013, Hiyoshi 2014). Content analysis was conducted on the samples which were collected from 70 television channels in broadcasting of terrestrial and satellite, communication satellite, in December 2011, and 2,016 samples of program moments were randomly chosen. In this paper, we'll report the data on qualitative evaluation of television's representation. All the program moments collected by content analysis were evaluated by 4 coders, using original 17 rating scales which were designed to evaluate television content. These scales include viewer's interest, viewing intention, popularity, attractiveness of characters, richness of production cost, and so on.

First, we revealed the difference of a trend in evaluation between broadcasters. Content of terrestrial broadcasting was more likely to be evaluated favorably. Secondly, the data examined with 17 rating scales was analyzed by covariance structure analysis, and results structural equation modeling showed some effective factors for viewing intention. Thirdly, we analyzed the difference of evaluation by using coding data as independent variables, and also analyzed effective factors for evaluation by multiple regression analysis. Although the results showed the statistic difference in some coding categories, the factors were not clear.

1. はじめに

1-1. 研究の概要

筆者は、2011年12月1日（木）から12月7日（水）の一週間の期間において、地上波デジタル放送（以下、「地上波」）、BSデジタル放送（以下、「BS」）、東経110度CSデジタル放送（以下、「CS」）で放映されたテレビ番組の内容分析を行った。

この調査は、多チャンネル状況下において、放送の「多様性」を検討する目的で行われたもので、本紀要の49号、50号にその調査結果を報告した（日吉・音 2013、日吉 2014）。調査は、一種のパネル調査として計画されたもので、これまで2007年には地上波を（音・日吉・莫 2008）、2009

年には地上波とBSを対象として分析を行い（音・日吉・中田 2010）、2011年にはCSを加え、合計70チャンネルにおよぶ多チャンネルの放送内容の傾向を明らかにしてきた。

一週間にわたる70チャンネル分の放送内容を、全て録画して収集することは物理的に困難であるので、サンプリングを用いて分析素材を収集した。具体的には、5分に一度、1分間の映像を録画し、録画するチャンネルについては、それぞれ70チャンネルからランダムに選び出すという方法でサンプリングを行った。こうして一週間にわたって収集した2,016の分析素材の映像内容を、コーダーが視聴し、「番組種別」「文字情報」「映像情報」「出演者」「シーンの内容」といった変数を用いて、分類を行った。これらの分類結果を集計し、独自の「多様性指標」を作成して、チャンネルの特性を分析した。

その結果、主にBSのチャンネルで「番組種別」のバランスがとれており、また、その他の変数においても全体的に多様な映像が用いられているなど、「多様性」が認められる傾向が示された。一方、専門チャンネルを除くBSのチャンネルは、チャンネル内において「多様性」が認められても、チャンネル間の差異はほとんど認められなかった。また、BS民放と地上波民放の放映内容が類似している傾向も見られた。このように、放送メディアの違いを越えて、チャンネルの均質化が進んでいる状況が、調査結果から明らかになった。その他にも、例えば、出演者が男性出演者に偏っている傾向や、職業役割表現に現実性がないこと、教育・教養的なテーマがほとんど取り扱われていないことなど、「多様性」という価値観をめぐる課題も示されている。データの詳細については、過去2号分の拙稿を参考にさせていただきたいが、チャンネルは70あっても、視聴者にとって多様な選択肢が用意されている状況とは言えず、また、視聴者が多様な放送サービスを享受できているとは言い難いという結果であった。

一方、こうしたコンテンツを視聴者がどのように評価するかについては未検討の課題である。本研究では、上記の内容分析と並行して、全てのサンプルについて、コーダーに興味・関心や継続視聴の希望の程度をたずねたり、映像の「質」の評価を行う尺度項目を設けて回答を求めるなどして、番組に関する質的評価データを得た。内容分析のコーダーが行う評価であり、一般的な視聴者評価とは異なるものであるが、試論として報告したい。

1-2. テレビ番組の質的評価に関する調査研究の動向

放送の質的評価の研究動向をレビューした石川は、視聴率批判を発端に、放送の質的評価を行う調査研究が試みられてきたが、こうした研究では「広範な視点から編成、制作の各レベルを含めて捉える努力」が不足していたと指摘する。そして、「個別の番組の質的評価の追及に多くの努力が集中した（石川 1992）」と述べる。いわばアドホックな事例研究が中心であったわけであるが、こうしたなかで「一般的に認知され、広範に利用されるに至ったものはこれらの研究からは生まれなかった（石川 1992）」と言う。

1960年代にNHKが行った「アピールポイントの達成度」に関する調査では、視聴者の関心を事前に定義しておき、放送番組が視聴者の関心に応えられたか否かを評価する方法がとられたことや、「構成要素評価」という番組の作られ方や出演者などを評価する方法が用いられたという（石川 1992）。1970年代に民放連が行った「充足度調査」では、テレビ番組のタイプ分類とタイプごとの欲求充足の度合いを測定する研究事例などが見られた（石川 1992）が、これらの先行研究は、放送の質的評価から、編成や制作のレベルの課題を捉える試みの一つであったと言えるだろう。しかし、調査方法論上の課題や作業量の限界などの点から、継続的には行われなかったと石川は指摘

している（石川 1992）。

イギリスでは、テレビ番組の「質の高さ」や「好感度（興味を持ったか・楽しんだか）」について測定した例があるという（レガット 1992）。この例では、事前に調査者がテレビ番組を指定しておき、指定した番組の評価を視聴者に依頼して行われた。石川によれば、こうした「個別の番組について全体的な評価を一次元尺度で求める」試みは、形を変えつつ数多く世界でも行われてきたという。グリーンバーグは、視聴者による質の評価が、「アピール」「インパクト」「楽しさ」「好み」「親しみ」などの変数で測定されてきたことを報告している（グリーンバーグ 1992）。これも同様に「全体的な評価を一次元尺度で求める」方法である。

このように、放送の質の評価とは、視聴率データに代替できるような番組を単位とした視聴者のさまざまな反応を測定してきたものと言える。しかし、石川も指摘するように、こうした方法では、放送局がどのような番組をどのような編成で放映するのか、あるいは、番組制作者が行っている映像制作上の努力や工夫、あるいはそうしたものから導かれる放送の「質」といったものを測定することは難しいだろう。極端な例を示すなら、大学の授業評価アンケートのようなもので、「総合的に授業に満足したか?」「この分野の学問に興味を持てたか?」という尺度を用いると、学生の反応を把握できても、FD 活動の本質である授業内容やシラバス、あるいは教員の授業の工夫やいわゆる授業の「質」の改善につながらないのと同じだろう。特定の番組を単位に視聴者の反応を測定するだけでは、放送あるいはマス・コミュニケーションの「送り手」評価にまでは至らないのである。

近年は、インターネットのモニター調査を用いるなどして、調査方法論上の課題や作業量の限界を乗り越えて、新しい質的調査を目指す動きも見られている。

継続的な「視聴質」の調査で知られるテレビ朝日と慶應義塾大学の共同プロジェクト「リサーチ Q」は、視聴者が自身で視聴した番組について、1) 期待度、2) 満足度、3) 集中度をそれぞれ5段階評定で回答するものである。1997年に開始され、現在も継続的に行われている。インターネット上のウェブサイトから評価し、19時から25時の時間に放映された番組が対象である。自由記述による評価も可能で、「コメントが分かりやすかった」「新しい情報を得られた」といった評価も加わっている。インターネット利用とシンプルな尺度構成によって速報データを得る点において利点があり、「放送翌日に出る個人視聴率のデータと合わせて「量」「質」の両面から立体的且つスピーディに視聴状況が把握できる（松瀬ら 2000）」とされる。

「武蔵メディアと社会（MMS）研究会」は、インターネットでテレビ番組を評価するプロジェクト「Quae」を主宰して、2009年から継続して調査を行っている。評定尺度の精査を経て、20項目を調査項目とし、1) 娯楽、2) 品質、3) 実用、4) 倫理の四つの評価尺度を用いて番組の質的評価を行っている。調査は、隔月で実施され、「リサーチ Q」と同様に、視聴者が自身で視聴した番組をインターネット上のウェブサイトから選択して評価を行うものだ。評価の対象となるのは、「偶数月最終日の17～24時に放送された地上波の番組（中橋 2013）」である。「Quae」の特徴は市民参加型のプロジェクトという点にある。小玉は「番組の評価よりテレビ局がどれだけ稼げるかに視聴率が使われ、それがテレビ局の番組編成に直結しているのが実態である以上、それに対抗して市民のための視聴質の調査を行って番組評価をする必要がある（小玉 2013）」と述べている。また、中橋は、「この調査に参加することは、視聴者としての市民が、番組および番組制作者と向き合う機会になる（中橋 2013）」と述べているが、番組評価データの産出とはまた別に、評価を行う行為自体に市民運動としての性格を認めていることも、本プロジェクトの特徴であろう。

データニュース株式会社の「テレビウォッチャー」もインターネット・モニターを使った質的調査を行っている。3,000名のモニター・サンプルが視聴した番組の視聴度(全て視聴、1/2以上視聴、1/2～1/3視聴、3/1未満の視聴)を報告するのに加え、現代的なタイムシフト視聴やモバイル視聴の有無などを調査している。また、自由回答によるコメントの記述欄などもあり、コメントを用いて反応の肯定・否定の度合いも測定している(藤平 2014)。「テレビウォッチャー」のパンフレットを見ると、3,000名のモニター・サンプルの存在をアピールしていて、視聴率データのサンプルよりも多いことを主張しているが、質的調査の流れを汲む調査方法を採用しながら、量的データよりもサンプル数が多いことをアピールしているのは、ビッグデータ時代の特徴なのかもしれない。

世論調査の方法で番組評価を行ったNHK放送文化研究所の「番組総合調査」では、夜の7時台に放映された番組名を挙げて、1)「感想」(満足度)、2)「番組の見方」(「自分から」「付き合いで」など)、3)「丁寧な取材」「正確な情報」「新しい切り口や演出への挑戦」といった番組制作についての評価や、「わくわく・ドキドキ」「感動できる・心に残る」といった情動的な評価などを用いて、「視聴者の番組評価を多面的に測定」しようと試みている(林田 2013)。この調査では特定の時間に放映された番組を網羅的に一覧しており、調査結果として例えば「視聴率は低いものの、視聴印象の回答率が高い番組や満足率の高い番組など、視聴者の評価はさまざまであることを確認できた(林田 2013)」ことが示されている。ただし、「リサーチQ」「Quae」同様に、視聴していない番組の評価を行うことはできない。世論調査の形式を持つこの調査は、サンプルの特性にあり、モニター制で調査が行われている「リサーチQ」「Quae」などとは異なっている。

1-3. 多チャンネル化と質的評価

筆者の管見でこれまで試みられたテレビ番組の質的評価の動向の全体像を示すことはとうていできないことであるが、現在までに多チャンネル状況下に対応したテレビ番組の質的評価の試みはほとんど行われていないようである。上記の調査は、一部はBSに対応しているが、主に地上波の番組を評価対象としている。調査で報告される事例も、地上波の番組が中心である。

しかし、多チャンネル化が一般の家庭でも広まっている状況のなかで、あるいは、本研究の背景としても取り上げたBSのチャンネル数の増加のなかで、テレビ視聴の選択肢は広まっており、BSやCSで視聴できる番組の質的評価も必要になるだろう。こうしたなかで、特定の地上波の番組だけを調査することや、多くの視聴者を得ている番組だけを調査すること、あるいは結果的にそのような形になるだろう調査方法を採用することは、現代的な放送事情にはややそぐわないと思われる。

現実的には、インターネット・モニターに対するウェブ調査で、仮に多チャンネル状況での視聴や接触の状況を把握し、評価を得ることはできても、番組単位でも、あるいは放送局単位でも、おそらく十分な量的データを集めることは至難の業であろう。分析対象のチャンネルが増え、選択肢が増えれば、特定の番組や放送局を視聴したことを報告するデータは分散するだろうから、視聴者が視聴した番組を単位として、自己申告して評価する、という方法は多チャンネル状況での調査には馴染まないだろうし、従来の方法とは異なる質的評価の調査計画が必要になるはずである。

近年の調査研究をみると、視聴していない番組の評価は行わない調査設計となっている。しかし、多チャンネル状況下においては、視聴もされず、評価もされない無数の番組コンテンツが、多様な選択肢や多様なサービスとして、私たちに提供されている、ということでもある。

こうしたことをふまえると、これまでの質的評価において行われてこなかった、網羅的な評価、

つまり、視聴者の視聴・接触申告の対象外になっていた、見られなかった番組への評価も必要となるのではないだろうか。本研究は、内容分析の対象となった一定期間の70ものチャンネルの映像データを持ち合わせており、こうした調査を行うことができる環境にある。

そこで、内容分析調査で用いたランダム・サンプリングによって収集した映像素材を対象に、質的評価を行い、内容分析で明らかにしてきた番組内容の傾向に関するデータを用いながら考察を行っていきたい。なお、本報告では、これまで発表した内容分析の目的や分類項目や分類の基準、分析されたデータは紙面の都合から掲載できないので、筆者らの過去の発表を随時、参考にしてほしい。

2. 調査方法

番組評価の対象は、「1. はじめに」で述べたテレビ番組の内容分析調査の対象となった映像素材(2011年12月期の一週間の期間に放映された地上波、BS、CS放送の70チャンネルからランダムに抽出されたもので、HDレコーダーで録画して収集した2,016の映像内容)である。このうち、本紀要49号で報告したように85サンプルが有効サンプルから除外された。また、深夜の時間で放送を休止していたチャンネルから録画されたサンプルを除外した。さらに、本調査は、テレビ番組の評価が目的であるので、番組種別で「コマーシャル(223サンプル)」に分類されたサンプルについても除外して調査を行った。こうして1,704サンプルの映像内容の質的評価を行った。

質的評価は、一つの映像素材に対して4名の評価者が行った。具体的には、2名一組の評価者が、映像を視聴した後、それぞれ別個のコンピューターを用いて、コンピューターのデータベース・ソフトウェア上の質問に回答する形で行われた。さらに別の2名一組の評価者が再度、同じ作業を行い、一映像素材に対してそれぞれ異なる4名が評価を行った¹。なお、視聴中や回答前には番組素材に関する感想などの会話は行わないように指示した。

番組評価を行ったのは、のべ17名の大学生である。内容分析調査と番組評価は同時に行ってはおらず、別の期間に実施した調査であるが、評価者の中にはコーダーを担当した学生4名が含まれている。

番組評価の測定項目は17つの段階評定尺度と、1つの名義尺度から構成されている。表-1は測定項目の一覧である。既存の評定尺度群を利用したものではなく、本調査のために独自に設けられた評価尺度であるが、個別の変数については先行研究を踏まえたものとなっている。

具体的には、先行研究で示したレガットやグリーンバーグによって紹介された「1. 関心の高さ」「4-a. 質の高さ」「6. 楽しさ」などイギリスの研究で利用されたものが含まれている。「3. 番組を見て感じたこと」は、アメリカの公共放送(PBS)が過去の調査に用いた調査項目を利用し、これにバラエティ番組等のコンテンツが多い日本の放送番組の傾向をふまえ「エンターテインメント性が高いと感じた」という項目を加えたものである。

別途行った内容分析では、映像がどのように制作されているのかを測定する変数が設けられているため、それらを評価するため、「4-b. 高い技術の利用」「4-c. 制作費」「4-f. 制作者の努力・工夫」といった変数が設けられている。これらの項目は、石川が指摘するような「制作・編成」のレベルをふまえて質的調査を行うためのものでもある。

さらに、「4-e. 有料で契約する必要のあるチャンネルでも見たい」「5-a. 引き続き見てみたい—チャンネルを変えたいくなる」という視聴意向を測定する二つの変数がある。

印象評価の項目として「4-g. 画面から目が離せない」「4-h. はっとする」「5-c. 目新しい—古めかしい」「5-d. ありきたりだ—斬新だ」といった変数が設けられている。文化的な特性についての評価に「5-b. 芸術性—大衆的」「5-e. 日本人らしさの有無」が、また専門チャンネルも多いCSの番組評価が多くなることから5-fのような想定する視聴者の範囲をたずねる項目も設けられている。

全ての映像素材についての評価が終了した後、サンプルごとに4名の評定平均を算出した。段階評定尺度については、得点でサンプルを四分位し、高得点グループと低得点グループの分散分析を行い、すべて有意差が見られたことから、評価尺度として妥当なものと判断して分析を進めた。これらのデータについて、放送メディア別/番組種別/時間帯別に見た評価結果を示すとともに、質的評価尺度間の関係性を示し、さらに内容分析調査の結果のデータを用いて、放映内容が質的評価に与える影響を検討した。結果は以下のとおりである。

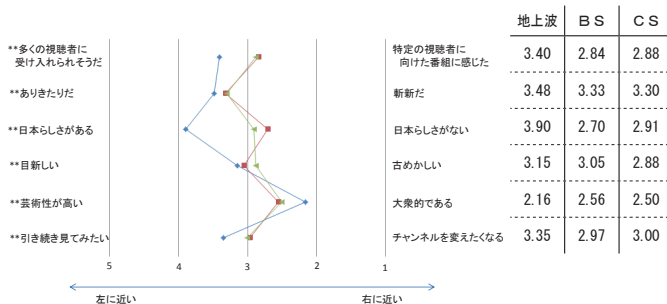
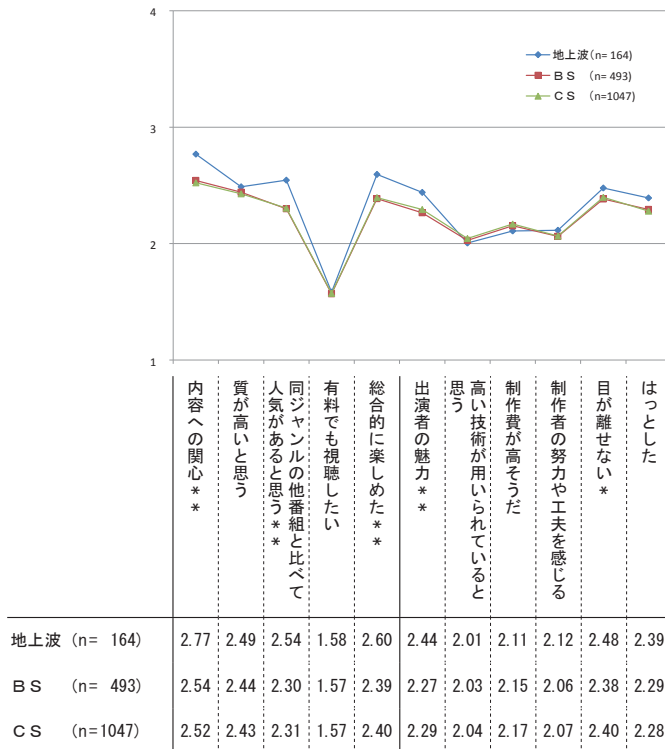
表-1. 測定項目の一覧

1. 内容への関心	[とても関心もてた、やや関心もてた、 あまり関心もてなかった、全く関心もてなかった]
2. 出演者の魅力	[とても魅力的だ、やや魅力的だ、 あまり魅力的でない、全く魅力的でない]
3. 番組を見て感じたこと	1. 教育的だと感じた 2. 情報提供的だと感じた 3. 刺激的だと感じた 4. イメージ喚起的だと感じた 5. 真面目だと感じた 6. エンターテインメント性が高いと感じた 7. どれにも当てはまらないと感じた
4. テレビ番組への印象 1 a. 全体的に質が高いと思う b. 高い技術が用いられていると思う c. 制作費が高そうだ d. 同じジャンルの他の番組と比べて人気がありそうだ e. 有料で契約する必要のあるチャンネルでも見たい f. 制作者の努力や工夫を感じる g. 画面から目を離せない h. はっとする	[あてはまる、ややあてはまる、 あまり当てはまらない、全く当てはまらない]
5. テレビ番組への印象 2 a. 引き続き見てみたい — チャンネルを変えたいくなる b. 芸術性が高い — 大衆的である c. 目新しい — 古めかしい d. ありきたりだ — 斬新だ e. 日本らしさがある — 日本らしさがない f. 多くの視聴者に受け入れられそうだ — 特定の視聴者に向けた番組に感じた	左右の評定が近い方に五段階で測定
6. 番組を見て楽しめたかどうか	[とても楽しめた、やや楽しめた、 あまり楽しめなかった、全く楽しめなかった]

3. 調査結果

3-1. 放送メディア別に見た質の評価

図-1. 放送メディア別に見た評価結果



各項目の平均値を放送メディア別（地上波・BS・CSの別）に示したものが図-1である。

関心や質への評価など、全体的な番組評価をまず始めに示している。放送メディア別に見て有意差が見られたのは「1. 関心」「4-d. 人気」「6. 楽しめた」の項目で、どの項目においても地上波の平均値が高い傾向にある (**:p<.01, *:p<.05、以下、全て同様)。番組の「4-d. 質の高さ」では有意差が見られず、平均は2.4前後とほぼ中間の値である。一方どの放送メディアにおいても「4-e. 有料でも視聴したい」という項目の平均値は低い傾向にある。

次に出演者や番組制作の仕方、映像に関する評価を示したが、有意差が見られたのは「2. 出演者の魅力」「4-g. 目が離せない」の2項目だけであった。いずれも地上波で平均値が高い傾向にある。

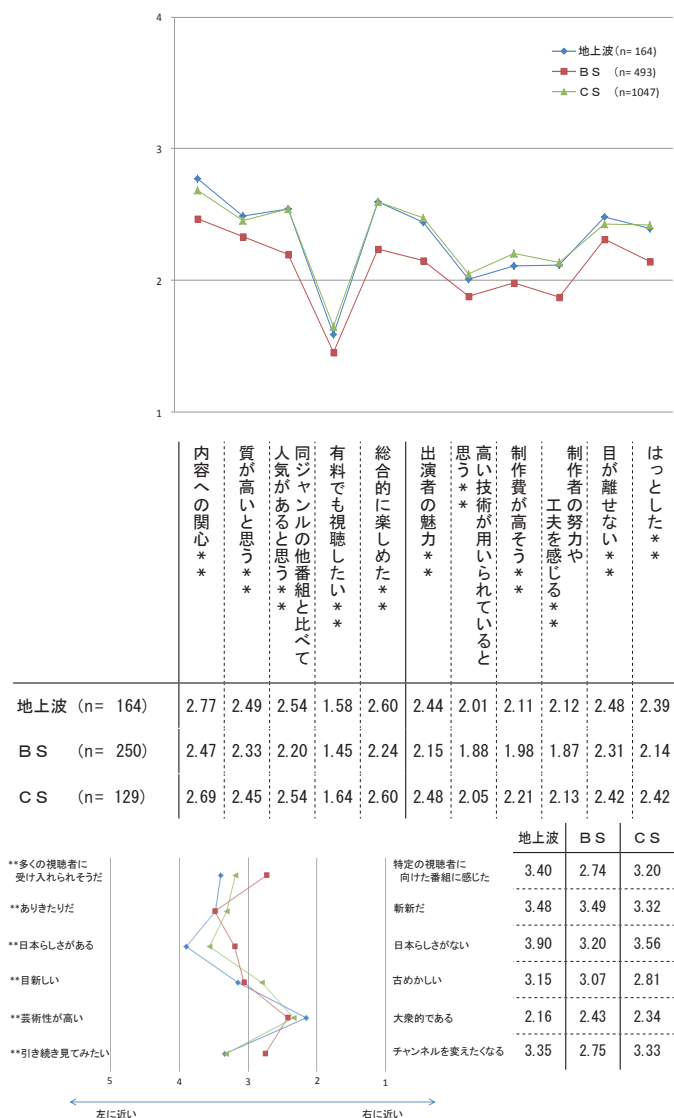
5段階評定で、番組に対する考え方が左右のどちらに近いかを訊ねた項目では、すべての項目で有意差が見られ

た。全体的にBSとCSに大きな違いは見られず、地上波が、やや「5-d. ありきたり」で「5-b. 大衆的」であるが、「5-f. 多く視聴者に受け入れられ」「5-a. 引き続き見てみたい」と評価されているようだ。また「5-e. 日本らしさ」についても地上波だけが非常に高い傾向だ。

地上波と比べて、専門チャンネルが多いBSとCSでは、評価者の嗜好が反映しやすいと考えられる。そこで、総合編成を行っているチャンネルに限定して集計したⁱⁱ。その結果が図-2である。地上波とCSは、ほぼ同様の評価であったが、BSの平均値が全体的に低くなっている。全ての項

目で有意差が見られ、番組の「4-a. 質の高さ」においても違いが見られるようになっている。5段階評定による番組に対する考え方のデータの場合も、ほぼ同様の傾向で、地上波とCSの傾向が類似しており、BSは「5-f. 特定の視聴者に向けられた」もので「5-a. チャンネルを変えたい」という評価である。

図-2. 放送メディア別に見た評価結果
(ただし専門チャンネルを除く)



これまで報告した内容分析調査の結果では、BSは地上波と比べ、作品性の高いソフトコンテンツがより多く放映されており、地上波とは異なるコンテンツが放送されていることが分かった。特に、調査期間の2011年は、CSから専門チャンネルがBSに移行してきた時期であり、アニメや映画、音楽などの番組種別の内容がより多く放映されていた。また、総合的な編成を行う民放系列のBSチャンネルでは、用いられる映像や出演者、テーマなどにおいてバラエティに富むとともにバランスが取れており、チャンネル内でのコンテンツの多様性を示す指標は、他のチャンネルよりも高い傾向にあった。このように、地上波と比べて、総合的に多様性志向が高いのがBSの特徴であった。

しかし、BSの番組評価は、総合的な評価においても、また出演者や番組の作り方、映像のインパクトの面でも、地上波やCSと比べて低くなっている。

内容分析では、民放系列のBSはどのチャンネルも、総合的には表現上のバランスが

取れており、多様性志向が高いが、どのチャンネルも類似している傾向にあり、均質性が高いことも明らかになっている。BSの評価が低くなったのは、こうした均質化の傾向が背景にありそうだ。

放送の歴史としては新しいBSが、「5-d. ありきたりだ」という評価において、ほぼ地上波と同じであることをふまえると、BSが地上波の亜種程度にしか捉えられていない可能性もある。これに加え、制作費も制作者の努力もかけられていない、という評価が見られていることは、異なるプラットフォームで特定の系列局が複数のチャンネルを持ちながら、その利点を生かし切れていない、という視聴者からの厳しい審判とも言えるだろう。

次に、放送メディア別に「3. 番組を見て感じたこと」の回答結果を整理したものを示す。この項目は名義尺度であるので、4名の評価者の多重回答となっているⁱⁱⁱ。

表-2は、全てのサンプルの回答結果である。割合で見ると、地上波において「教育的だ」「情報提供的だ」という評価が多くなっており、「真面目だ」という評価もやや多い傾向だ。一方、「刺激的だ」「イメージ喚起的だ」という評価は、BSとCSに多く、また「どれにも当てはまらない」というケースもBSとCSに多い傾向であった。

表-2. 放送メディア別に見た評価結果（「3. 番組を見て感じたこと」）

	教育的だ	情報提供的だ	刺激的だ	イメージ喚起的だ	真面目だ	エンターテインメント性が高い	どれも当てはまらない	合計
地上波	66 10.06%	219 33.38%	12 1.83%	35 5.34%	101 15.40%	175 26.68%	48 7.32%	656 100.00%
BS	76 3.86%	395 20.05%	127 6.45%	197 10.00%	223 11.32%	602 30.56%	350 17.77%	1970 100.00%
CS	155 3.71%	825 19.74%	259 6.20%	382 9.14%	507 12.13%	1504 35.98%	548 13.11%	4180 100.00%
合計	297 4.36%	1439 21.14%	398 5.85%	614 9.02%	831 12.21%	2281 33.51%	946 13.90%	6806 100.00%

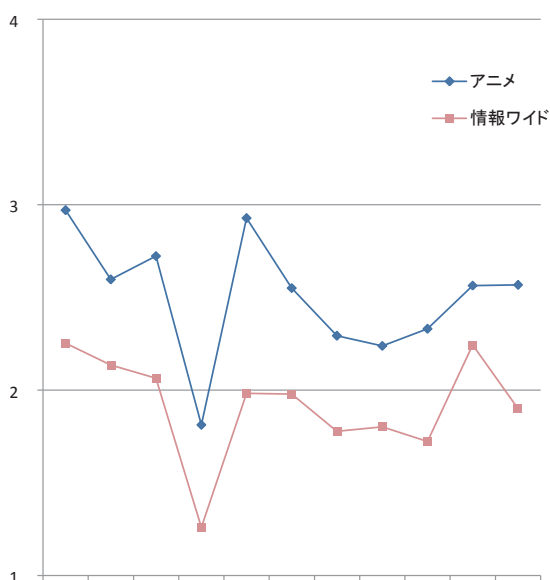
表-3は、総合編成を行っているチャンネルに限定して集計したものである。BSとCSから映画やアニメ、スポーツなどの専門チャンネルを除外してあるため、表-2と比べると「刺激的だ」の項目で大きな違いが見られている。また、BSはやや地上波の傾向と類似している。CSでは専門チャンネルを除外すると、「エンターテインメント性が高い」の項目の割合が50%を超えている。過去の人気バラエティ番組やドラマの再放送が多いなど、地上波の系列の番組編成の特性がよく表れている結果である。

表-3. 放送メディア別に見た評価結果（「3. 番組を見て感じたこと」）ただし専門チャンネルを除く

	教育的だ	情報提供的だ	刺激的だ	イメージ喚起的だ	真面目だ	エンターテインメント性が高い	どれも当てはまらない	合計
地上波	66 10.06%	219 33.38%	12 1.83%	35 5.34%	101 15.40%	175 26.68%	48 7.32%	656 100.00%
BS	66 6.61%	315 31.53%	19 1.90%	110 11.01%	137 13.71%	212 21.22%	140 14.01%	999 100.00%
CS	13 2.52%	52 10.10%	20 3.88%	38 7.38%	40 7.77%	261 50.68%	91 17.67%	515 100.00%
合計	145 6.68%	586 27.00%	51 2.35%	183 8.43%	278 12.81%	648 29.86%	279 12.86%	2170 100.00%

3-2. 番組種別に見た質的評価

図-3. 番組種別ごとにみた評価結果



	内容への関心**	質が高いと思う**	同ジャンルの他番組と比べて人気があると思う**	有料でも視聴したい**	総合的に楽しめた**	出演者の魅力**	高い技術が用いられていると思う**	制作費が高そうだと思う**	制作者の努力や工夫を感じる**	目が離せない**	はっとした**	「関心」「質」「人気」「有料視聴意図」「楽しめた」の合計
アニメ	2.97	2.60	2.72	1.81	2.93	2.55	2.29	2.24	2.33	2.56	2.57	13.03
ドキュメント	2.92	2.63	2.36	1.78	2.69	2.34	2.09	2.23	2.31	2.54	2.60	12.39
映画	2.58	2.61	2.33	1.70	2.52	2.42	2.23	2.50	2.32	2.53	2.49	11.74
音楽	2.59	2.53	2.34	1.68	2.52	2.54	2.16	2.24	1.90	2.40	2.27	11.66
バラエティ	2.69	2.34	2.37	1.57	2.60	2.49	1.89	2.04	2.03	2.41	2.31	11.57
教育	2.68	2.42	2.24	1.51	2.49	2.30	1.94	1.93	1.97	2.47	2.33	11.33
ドラマ	2.46	2.49	2.37	1.55	2.39	2.36	2.08	2.42	2.14	2.48	2.29	11.26
スポーツ	2.42	2.31	2.25	1.49	2.28	2.22	1.94	1.96	2.11	2.21	2.32	10.75
ニュース	2.41	2.34	2.30	1.48	2.12	1.97	1.90	1.92	1.84	2.27	2.07	10.65
情報ワイド	2.25	2.13	2.06	1.26	1.98	1.98	1.78	1.80	1.72	2.24	1.90	9.69

図-3は、番組種別ごとに質的評価を整理したものである。評価には統計的に有意差が全ての項目で見られている。しかし、番組種別で特定の項目のみ評価が異なるという傾向はあまりなく、「映画」「ドラマ」において他の番組種別よりも「4-f. 制作費が高そうだと思う」という評価がなされている以外は、どの番組種別も類似した傾向である。そこで、図-3では「1. 内容への関心」や「4-a. 質」

への評価など全体的な番組評価の平均値を合計した値を示し、値が高い順に並べ、もっとも値が高い「アニメ」と、もっとも値が低い「情報・ワイドショー」の二つの番組種別のデータだけをグラフで示した。

本調査は、評価者が4名と少人数であり、かつ大学生のみによる評価であることから、評価者の嗜好が反映されやすい点是否定できず、「アニメ」や「ドキュメント」が多くの項目で高評価であったことは、評価者の属性が反映した結果でもあるだろう。また、ランダムに選ばれたサンプルを、約一年後に視聴してシーンを評価しており、時事的な問題を扱う「ニュース」の評価についても、調査の制限のなかで行われた結果であることは留意しておく必要がある。

3-3. 時間帯別に見た質的評価

表-4は、時間帯別に見た質的評価を整理したものである。全体的な番組評価や出演者、制作の仕方、映像についての評価では、水準の差こそ見られるが、全て統計的に有意差が見られている。ただし、時間帯別に見て特定の項目のみ評価が異なるという傾向は見られなかったため、グラフは示していない。全体的には、夕方から夜にかけての時間帯において、どの項目においても評価が高い傾向にある。表-4には、「夕方」「プライム」「ゴールデン」「夜」の時間帯と、それ以外の時間帯の評価の平均値を集計したデータについても示してあるが、全ての項目において、「夕方～夜」の時間帯の値が高い傾向だ。

一方、番組に対する考え方のうち「5-f. 多くの視聴者に向けた番組 -- 特定の視聴者に向けた番組」「5-e. 日本らしさがある -- 日本らしさがない」の2項目に関しては有意差が見られていない。また、有意差はあるが「5-b. 芸術的 -- 大衆的」の項目は、必ずしも「夕方～夜」が高い傾向にあるわけではなく、時間帯によって評価もまちまちである。

表-4. 時間帯別に見た評価結果

	映像への関心**	質が高いと思う**	人気があると思う**	同ジャンルの他番組と比べて有料でも視聴したい*	総合的に楽しめた*	出演者の魅力**	高い技術が用いられていると思う**	制作費が高そうだ**	制作者の努力や工夫を感じる**	目が離せない**	はっとした**	多くの視聴者／特定の視聴者 NS	ありきたり／斬新*	日本らしさ 有／無 NS	目新しい／古めかしい	芸術性／大衆的**	継続して見たい／チャンネルを変えたい*
早朝	2.55	2.44	2.35	1.58	2.37	2.24	1.95	2.14	2.02	2.43	2.33	2.90	3.39	2.77	2.90	2.64	3.01
朝	2.47	2.34	2.30	1.51	2.36	2.18	1.98	2.10	1.98	2.36	2.22	2.94	3.29	3.03	2.92	2.38	3.01
午前	2.51	2.37	2.22	1.51	2.36	2.23	1.99	2.13	1.95	2.30	2.20	2.91	3.29	3.02	2.86	2.32	2.92
午後	2.52	2.39	2.32	1.57	2.38	2.27	1.99	2.13	1.99	2.38	2.24	2.90	3.42	3.01	2.97	2.56	2.97
夕方	2.67	2.47	2.41	1.60	2.50	2.33	2.11	2.16	2.20	2.43	2.41	3.02	3.29	3.08	2.99	2.47	3.22
ゴールデン	2.61	2.47	2.37	1.58	2.44	2.35	2.05	2.20	2.18	2.42	2.37	2.96	3.36	3.02	2.85	2.37	3.09
プライム	2.62	2.54	2.42	1.62	2.52	2.45	2.09	2.22	2.20	2.47	2.41	3.01	3.23	2.89	3.08	2.55	3.15
夜	2.65	2.60	2.39	1.64	2.49	2.42	2.16	2.31	2.21	2.51	2.39	2.87	3.24	2.70	3.10	2.61	3.13
深夜	2.51	2.46	2.27	1.60	2.39	2.33	2.07	2.14	2.09	2.43	2.27	2.81	3.34	2.82	2.93	2.51	2.90
夕方～夜	2.64	2.52	2.40	1.61	2.49	2.39	2.11	2.22	2.20	2.45	2.39	2.97	3.28	2.92	3.01	2.50	3.15
それ以外	2.51	2.40	2.29	1.55	2.37	2.25	2.00	2.13	2.01	2.38	2.25	2.89	3.34	2.93	2.92	2.48	2.96

※4段階評定の平均値

※5段階評定の平均値

表-5は、「3. 番組を見て感じたこと」（4名の評価者の多重回答の合計）を時間帯別に整理したものである。

「夕方～夜」にかけて多かったものとしては「エンターテインメント性が高い」という項目があるが、それ以外の項目では「夕方～夜」に特徴的な傾向が見られるわけではない。「刺激的だ」は「深夜」に多く、「イメージ喚起的だ」は「早朝」に多い。また、「情報提供的」であるものは「早朝～朝」にかけて多い傾向にある。

表-5. 時間帯別に見た評価結果「3. 番組を見て感じたこと」

	教育的だ	情報提供的だ	刺激的だ	イメージ喚起的だ	真面目だ	エンターテインメント性が高い	どれも当てはまらない	合計
早朝	13 2.83%	132 28.70%	26 5.65%	63 13.70%	61 13.26%	108 23.48%	57 12.39%	460 100.00%
朝	46 5.22%	222 25.20%	35 3.97%	65 7.38%	76 8.63%	297 33.71%	140 15.89%	881 100.00%
午前	49 5.81%	161 19.08%	46 5.45%	71 8.41%	101 11.97%	284 33.65%	132 15.64%	844 100.00%
午後	58 3.91%	312 21.04%	67 4.52%	142 9.58%	184 12.41%	482 32.50%	238 16.05%	1483 100.00%
夕方	33 5.69%	127 21.90%	29 5.00%	56 9.66%	72 12.41%	198 34.14%	65 11.21%	580 100.00%
ゴールデン	26 4.52%	112 19.48%	29 5.04%	38 6.61%	79 13.74%	212 36.87%	79 13.74%	575 100.00%
プライム	25 4.09%	106 17.35%	39 6.38%	59 9.66%	67 10.97%	243 39.77%	72 11.78%	611 100.00%
夜	16 2.88%	101 18.17%	50 8.99%	44 7.91%	81 14.57%	202 36.33%	62 11.15%	556 100.00%
深夜	31 3.80%	166 20.34%	77 9.44%	76 9.31%	110 13.48%	255 31.25%	101 12.38%	816 100.00%

3-4. 評価尺度間の関係性の考察

本研究で用いられている質的評価の対象となる映像素材サンプルは、系統抽出（5分ごとに1分間の映像を録画することの繰り返し）により収集したものである。素材の前後の映像は、無作為に切り離されており、いわば突然に始まり、突然に切れてしまうような映像となっている。こうした映像を視聴した上での質的評価は、個別のテレビ番組への評価ではなく、あくまで映像シーンに対する限定的な評価である。このような視聴が現実に行われることは考えられないが、ザッピング視聴をしている時と近い状況でなされた評価とも言える。

そこでサンプルの特徴と評価の状況をふまえ、評価項目のなかでも、「5-a. 引き続き見てみたい—チャンネルを変えたいくなる」「4-e. 有料で契約する必要があるチャンネルでも見たい」という視聴意向を示す2変数を選び、「5-a.」を「短期的なチャンネル選択」、「4-e.」を「長期的な放送サービス消費」として捉え、これらを規定する要因を明らかにすることにした。

全体的に質的評価が高いことは、「短期的なチャンネル選択」と「長期的な放送サービス消費」の意向の両者を規定していると思われる。しかし、質的評価といっても、「関心が持てた」「楽しめた」のように主観的でやや情動的な評価から、「人気がありそうだ」「多くの視聴者に受け入れられそうだ」といった一般他者の態度を内面化するような評価までさまざまである。「芸術性」のよう

な要因は、短期的なチャンネル選択よりも、長期的な放送サービス消費に向かうとも考えられる。

そこで、まず映像シーンに対する質的評価には、1)「主観的な評価」(「6. 総合的に楽しめた」「1. 内容への関心」「4-a. 質が高いと思う」)、2)「一般他者の評価」(「5-f. 多くの視聴者に受け入れられそうだ -- 特定の視聴者に向けた番組に感じた」「5-d. 同じジャンルの他番組と比べて人気がありそうだ」)、3)「映像への反応や印象評価」(「4-h. はっとした」「4-g. 目が離せない」「5-c. 目新しい -- 古めかしい」)があり、これらの組み合わせが従属変数である「短期的なチャンネル選択」と「長期的な放送サービス消費」の意向の両者を規定するだろうという仮説を立てた。また、上記の3つの質的評価を規定する要素として、4)「制作レベルの評価」(「4-f. 制作者の努力や工夫を感じる」「4-c. 制作費が高そうだ」「4-b. 高い技術が用いられていると思う」)や、5)「コンテンツの特性に関する評価」(「2. 出演者の魅力」「5-b. 芸術性が高い -- 大衆的である」「5-d. ありきたりだ -- 斬新だ」「5-e. 日本らしさがある -- 日本らしさがない」)があり、制作レベルの評価やコンテンツの特性に関する評価もまた、「短期的なチャンネル選択」と「長期的な放送サービス消費」の意向の両者を規定するだろうという仮説を立てた。

そこで、表-1にある尺度のうち、カテゴリー尺度で構成される項目3以外の尺度を用いて、探索的な因子分析を行った。主因子法によりバリマックス回転を用いて因子抽出した結果が表-6に示されている。因子は3つ析出された。

表-6. 質的評価尺度の因子分析結果

	因子		
	1	2	3
総合的に楽しめた	.890	.253	.230
内容への関心	.859	.188	.186
はっとした	.748	.315	.280
出演者の魅力	.681	.275	.106
同じジャンルの他番組と比べて人気があると思う	.663	.445	-.034
制作者の努力や工夫を感じる	.588	.353	.312
多くの視聴者に受け入れられる -- 特定の視聴者に向けられた番組だ	.587	.242	-.333
制作費が高そうだ	.283	.744	.190
高い技術が用いられていると思う	.270	.712	.298
質が高いと思う	.499	.665	.244
目が離せない	.467	.526	.218
芸術性が高い -- 大衆的である	-.261	-.126	-.578
ありきたりだ -- 斬新だ	.031	.156	.576
日本らしさがある -- 日本らしさがない	.044	-.119	-.476
目新しい -- 古めかしい	.200	.061	.284
平方和	4.41	2.49	1.59
寄与率	29.43%	16.62%	10.61%
寄与率の合計	56.62%		

ここからは、仮説のとおり、4)「制作レベルの評価」が第二因子として、5)「コンテンツの特性に関する評価」が第三因子として析出されている。ただし、「4-a. 質が高いと思う」という項目が「制作レベルの評価」を構成するなど、因子を構成する尺度項目については仮説どおりにはならなかった。

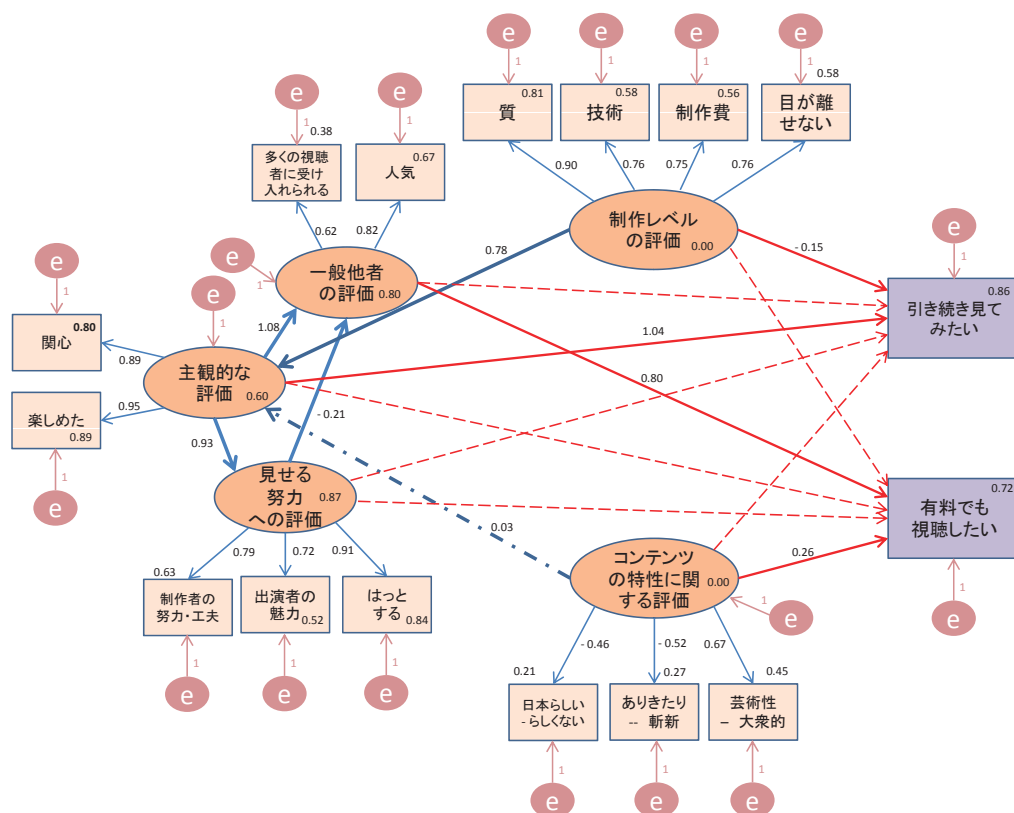
さらに、仮説では、映像シーンに対する質的評価のあり方には「主観的な評価」「一般他者の評価」「映像シーンへの反応からの印象評価」があると考えていたが、これらの項目は、一つの因子にま

とまって析出されている。さらに、仮説で3)「映像への反応や印象評価」を示すと考えた項目は、それぞれの別の因子を構成するという結果となっている上、「5-c. 目新しい -- 古めかしい」という項目は、3因子ともに因子負荷量が低い傾向であった。

第一因子については、内的整合性は高い（Cronbach $\alpha = 0.91$ ）が、項目間の相関係数が低い項目もあるため、さらに仮説と照らし合わせて、探索的な分析を行うこととした。まず、因子負荷量が高い「6. 総合的に楽しめた」「1. 内容への関心」の二項目を「主観的な評価」を構成する尺度と考えた。「5-f. 多くの視聴者に受け入れられそうだ --- 特定の視聴者に向けた番組に感じた」「4-d. 同じジャンルの他番組と比べて人気がありそうだ」の2項目については、仮説のとおり同一因子を構成していたことから、「一般他者の評価」という評価因子があると考えた。仮説が当てはまらなかった「映像への反応や印象評価」の代わりに、それ以外の項目である「2. 出演者の魅力」「4-f. 制作者の努力や工夫を感じる」「4-h. はっとした」の3項目を新たに「見せる努力への評価」と解釈して仮説を再構成した。

その上で、構造方程式モデリングを行い、質的評価のあり方を検討するとともに、従属変数との関連を示した（図-4）。因子分析から3因子ともに因子負荷量が低かった「5-c. 目新しい -- 古めかしい」という項目については除外してある。

図-4. 質的評価における評価尺度間の関係性



モデリングにあたっては、独立変数となる潜在変数から2つの従属変数へのパスを全て網羅した上で、探索的モデルの特定化を行い、必要なパスのみを設置した ($\chi^2=2478.412$, $df=97$, $P<.01$ / $GFI=0.848$, $AGFI=0.787$, $CFI=0.883$, $RMSEA=0.120$)。モデルの適合度を示す指標からは、十分に説明力が高いとは言えない傾向であるが、考察には耐えうる適合的なモデルであると言える。図-4の赤色で示されたパスについて探索的モデルの特定化を行い、実線のパスのみを採択した。青色のパスは仮説に従って作成したが、点線部分の「コンテンツの特性に関する評価」から「主観的な評価」へのパスは有意ではなかった。

「短期的なチャンネル選択」に影響を及ぼしたのは、主に「主観的な評価」であった。また、「主観的な評価」と「制作レベルの評価」を結ぶパス係数が0.78となっており、「制作レベルの評価」が「主観的な評価」に影響を及ぼしていることが分かる。「制作レベルの評価」と「短期的なチャンネル選択」を結ぶパス係数は負になっているため、映像技術や制作費を含む制作レベルの質の高さは、必ずしも視聴意向につながっていないが、それが「主観的な評価」を高めた際には、「短期的なチャンネル選択」に影響を及ぼすということが分かる。

一方、「長期的な放送サービス消費」に影響を及ぼしたのは、「主観的な評価」が「一般他者の評価」に影響を及ぼすような場合であり、評価者自身の評価だけでなく、多くの他のオーディエンスの評価と一致するときに、有料でも視聴したいと考えられている。「コンテンツの特性に関する評価」については、潜在変数から観測変数の一部には負の係数が見られており、この潜在変数が示すのは、「5-d. ありきたり」ではなく「斬新」であること、「5-e. 日本らしい」ものではなく「日本らしくない」もの、そして、これに「5-b. 芸術性」が加わったものである。こうした「コンテンツの特性に関する評価」についても「長期的な放送サービス消費」に影響を及ぼしている結果が示された。しかし、こうした評価は、「主観的な評価」にほとんど影響を与えておらず、楽しく関心が持てるものとは考えられていない。

「見せる努力への評価」と解釈して設けた潜在変数は、「短期的なチャンネル選択」にも「長期的な放送サービス消費」にも影響を与えていなかった。「主観的な評価」は「見せる努力への評価」とつながっているが、「見せる努力への評価」と「一般他者の評価」へのパス係数は負になっており、こうした工夫があっても、視聴意向にはつながっていないという結果である。

3-5. 質的評価の潜在変数と番組種別、放送局

巻末に示した表-12は、それぞれの潜在変数ごとに、評価の高いもの10サンプル、低いものを10サンプルずつ選び出して、その番組種別を整理したものである。全サンプルのデータと、専門チャンネルを除外して総合的な編成を行っているチャンネルのみを限定したデータの両方を示している。

1,704サンプルのなかの上位・下位10番組に過ぎず、5つの潜在変数の傾向を評価された番組の傾向から把握するために、あくまで参考として掲載したものである。全体的に映画の評価が高い傾向にあるなか、下位10位にも映画が複数入っており、必ずしも特定の番組種別と評価の傾向が相関しているわけではない。また、表中には同一の番組が複数見られており、一つの評価次元で評価が高い番組は、別の評価次元でも評価が高いケースも見られている。

また、表-13は、放送局別に潜在変数の平均値を示したものである。本研究では、これまで質的評価があまり行われてこなかったBSやCSの放送局を対象とした調査を行い、「送り手」評価を行うという目的があったので、放送局別に見て「短期的なチャンネル選択」や「長期的な放送サービス

ス消費」につながる潜在変数の評価がどの程度であったのかを表13では示しておきたい。

3-6. 内容が及ぼす質的評価への影響

次に、図-4のモデルの潜在変数ごとに観測変数の合成変数を作成し、合成変数の加算平均を従属変数に、独立変数には内容分析で用いた調査項目を用いて、統計的検定を行った。ここから番組内容が評価（「主観的な評価」「一般他者の評価」「見せる努力への評価」「制作レベルの評価」「コンテンツの特性に関する評価」）に与えている影響を考察する。

内容分析では、「文字情報」に関する項目や「映像情報」に関する項目、「出演者」に関する項目、「シーンの内容」に関する項目が、それぞれ独立的に設けられ、複数の変数からサンプル映像を多角的に分析するように構成されている。それぞれの変数ごとにコーディングの基準が異なっており、項目ごとに必要に応じた集計データを作成して、それを独立変数として分析を進めていく。

3-6-1. 「文字情報」と評価への影響

まず、「文字情報」であるが、サンプルとなった映像に表示されるさまざまなタイプのテキスト情報を分類したもので、1) テレビ画面の一部や分割された画面中に映像内容とは無関係の情報が示されているタイプ（例えば、天気の実況がある、株価がテロップで流れた、など）の「情報を示す文字情報（以下、「情報」）」、2) 映像内容の理解を促すような、テキスト情報による解説や説明である「説明や解説に用いられる文字情報（以下、「解説」）」、3) インターネットやクロスメディア広告に誘導するようなテキスト情報（続きはウェブで、といった表示や、URLの表示など）である「インターネットへの誘導を示す文字情報（以下、「ネット」）」、4) 当該番組のメタ情報にあたるテキスト（チャンネル名や番組タイトルなど）の「番組内容を示す文字情報（以下、「紹介」）」、の4つの大項目が設けられている。それぞれに小項目があるため^{iv}、それぞれの大項目ごとに小分類の合計値を計算して合成変数とし、これを独立変数として、重回帰分析を行った。ここから、映像に含まれた文字の量が、質的評価に影響を与えているかを示したい。

表-7は、重回帰分析の結果を、全サンプルで行った場合と、専門チャンネルを除外して総合編成の番組に限定して行った場合とに分けて示したものである。分けて示した理由は、全体的に評価が高い傾向であったアニメや映画のような番組は、そもそも文字情報がほとんど含まれていないケースが多いためである。

表-7. 「文字情報」と評価への影響

	主観的な評価		一般他者の評価		見せる努力への評価		制作レベルの評価		コンテンツの特性に関する評価	
	全番組	総合編成	全番組	総合編成	全番組	総合編成	全番組	総合編成	全番組	総合編成
情 報	-0.07**	-0.01	0.17**	0.21**	-0.11**	-0.02	-0.11**	0.01	0.06*	-0.01
解 説	-0.04	0.01	-0.01	0.02	-0.05*	-0.02	-0.13**	-0.10*	0.10**	0.01
ネ ッ ト	-0.25**	-0.26**	-0.20**	-0.26**	-0.24**	-0.23**	-0.21**	-0.19**	0.11**	0.09*
紹 介	0.04	0.13**	0.04	0.09*	0.01	0.12**	-0.04	0.04	0.02	-0.02
R ²	0.08	0.09	0.08	0.13	0.08	0.07	0.09	0.06	0.03	0.01

※表中のデータは、標準偏回帰係数

まず、全サンプルを分析した結果であるが、「情報」および「ネット」の項目の文字量は、全ての評価と有意差が認められた。ただし、傾向としては、「情報」については、「主観的評価」「見せる努力へ評価」「制作レベルの評価」の分析で標準偏回帰係数が負になっており、こうした「情報」に関心が持たれたり、「情報」があるから質が高い、というような認識は持たれていないようである。「一般他者の評価」はプラスであるので、自分以外の他の視聴者にとっては有用な情報だと受け止められたと言えるだろう。

「ネット」については、「コンテンツの特性に関する評価」以外で全て標準偏回帰係数が負であったが、インターネットに導くような情報が含まれているのは、調査時点では主に通販番組が中心であったことから、文字情報の影響ではなく、番組自体への低評価が表れているものと思われる。

また、「解説」の項目の文字情報は、「見せる努力へ評価」「制作レベルの評価」「コンテンツの特性に関する評価」に対して有意であった。これも「情報」と同様で、こうした文字情報が高い評価にはつながってはいないようである。「紹介」の文字量は、全て有意差が見られなかった。

専門チャンネルを除外して、総合的な編成を行っている局にデータを限定すると、やや異なる傾向も見えてくる。例えば、「情報」の文字量は、「一般他者の評価」以外では有意差が見られていないが、例えば地上波の情報番組であれば、こうした文字情報を用いた演出は当たり前になっていることもあり、文字情報の有無が評価の差に表れなかったと考えられる。一方、「紹介」の文字量は、「主観的評価」「一般他者の評価」「見せる努力へ評価」と有意差が認められた。「紹介」の小項目には「番組シーンプログラムの要約」という項目が入っているが、これはバラエティ番組などのコーナーごとの内容紹介などのことである。こうしたテレビらしい演出には一定の評価がなされているとも考えられる。

ただし、重回帰分析の結果の R^2 値は、どの評価の場合も0.03から0.08台であり、回帰式はほとんど当てはまっておらず、文字情報から評価が決定されるということはなさそうだ。

内容分析調査では、サンプル映像ごとにコーディングされた文字項目を合計し、文字量を三分位にカテゴリー分けしている。文字内容をふまえず、文字量だけを測定したものである。この三分位（多い、中間、少ない）によって評価の分散分析を行うと、全サンプルでは「一般他者の評価」以外は全て有意差が認められた^v。このうち、「主観的評価」「編成上の評価」「制作レベルの評価」では、文字数が多いほど、評価が低くなる傾向にあった。一方、サンプルを総合編成の番組に限定すると、「制作レベルの評価（ $F=6.76$, $df=541$, $P<.01$ ）」のみで有意差が見られ、やはり文字数が多いほど、評価がやや低くなっていた。

これらの傾向から、多チャンネル状況下のコンテンツには、マルチモーダルなテレビ的演出は求められておらず、むしろネガティブな評価につながっている可能性があることが分かる。一方、総合編成の従来のテレビ番組については、こうした演出が当たり前となっている状況で、情報の多寡は評価に影響を与えていないようである。

3-6-2. 「映像情報」と評価への影響

「映像情報」の分類は、映像の特性を「情報・資料型」「取材・作成型」「作り込み・演出型」「その他」に分けた「映像の作り」という項目と、その映像が「人工的」なものであるか「現実的」なものであるかに分けた「映像の背景」という項目がある。映像が「人工的」であれば、「作り込み・演出型」になりがちで、両者の相関は強いと思われるため、それぞれ個別に評価の差の有無を検討した。

表-8は、「映像の作り」の項目別に見た評価の差を検討したものである。上記で示した大項目には、それぞれ複数の小項目があり、表-8は小項目ごとに整理したものである。本来なら評価の平均値を示したいところであるが、潜在変数を構成する観測変数には単位の異なる尺度が混在しているので、評価間の比較を行えるようにするため、平均値ではなくzスコアでデータを示した。1に近ければ評価が高く、0が中間で、-1に近いと評価が低い傾向となる。

表-8. 「映像の作り」の項目別に見た評価の差

		N	主観評価	一般他者の評価	見せる努力への評価	制作レベルの評価	コンテンツの特性に関する評価
情報・資料型映像	資料映像	77	-0.15	-0.17	-0.38	-0.49	0.14
	提示映像	49	-0.51	-0.44	-0.66	-0.68	0.37
	資料提示映像	27	-0.37	0.46	-0.63	-0.54	0.32
	合計		-0.30	-0.15	-0.52	-0.56	0.25
取材・作成型映像	インタビュー映像	67	-0.45	-0.61	-0.56	-0.69	0.24
	ドキュメント映像	104	0.58	-0.00	0.50	0.44	-0.46
	取材・ニュース映像	109	-0.34	0.39	-0.48	-0.37	0.01
	録画・編集・中継されたショー・アート	93	0.23	0.06	0.12	0.04	0.32
	録画・編集・中継されたスポーツ	154	-0.06	-0.33	0.21	-0.27	-0.12
	合計		0.01	-0.08	0.01	-0.15	-0.04
作り込み・演出型映像	ロケ映像	48	0.22	0.08	-0.04	-0.49	0.21
	ドラマ映像	487	0.03	0.05	0.25	0.42	-0.29
	スタジオ映像	135	-0.36	-0.10	-0.43	-0.50	0.49
	合成・セット映像	37	0.07	0.11	-0.03	0.26	-0.01
	その他の作り込み映像	110	-0.14	-0.13	-0.20	-0.02	0.11
	合計		-0.05	0.01	0.05	0.15	-0.07
その他	アニメーション映像	152	0.75	0.53	0.43	0.43	0.22
	CM、予告	32	-0.99	-0.61	-0.82	-0.83	0.54
	分類不能	23	-0.12	0.02	-0.11	0.21	-0.62
	合計		0.39	0.30	0.17	0.21	0.18
合計		1704					
F			15.89**	8.51**	16.81**	30.75**	6.92**
df		1703					

全体の傾向であるが、zスコアからは、「情報・資料型」映像が、「コンテンツの特性に関する評価」以外で評価が低い傾向である。また、小項目を見ると、「その他」の「アニメーション映像」がどの評価でも値が高く、やや評価者の嗜好が反映している傾向もありそうだ。

「映像の作り」の大項目（「情報・資料型」「取材・作成型」「作り込み・演出型」「その他」）を独立変数、評価を従属変数として、一元配置分散分析を行った結果、全ての評価で有意差が見られた。

図-4のパス図をふまえて考察するなら、「短期的なチャンネル選択」を規定していた「主観的な評価」「制作レベルの評価」の両方で評価が高い項目は、「アニメーション映像」「ドキュメント映像」で、「制作レベルの評価」では「ドラマ映像」も評価が高い傾向だ。

一方、「長期的な放送サービス消費」につながる「一般他者の評価」では、天気解説や時事解説のプレゼンテーションのような映像を示す「資料提示映像」や「ニュース映像」の値が高い。こ

こから、「一般他者の評価」は、コンテンツが社会的に重要であるという認識と関連があることを示しているといえるだろう。「コンテンツの特性に関する評価」では、「スタジオ映像」「録画・編集・中継されたショー・アート」、またモノに焦点をあてて映し出す「提示映像」などの値が高い。絵画などを写しながら、スタジオでトークするような映像が一例にあたる。

本分析のサンプルは、ランダムに選んだ1分間の映像であるので、前後のコンテキストがなく、資料やモノを映像で提示しても、その意味や魅力を伝える情報が含まれていないサンプルもあり、「情報・資料型」映像の評価が低いのは、こうした調査上の限界から導かれているとも考えられる。

一方、「スタジオ映像」については、調査方法上の制約をあまり受けないと考えられる。なぜなら、この映像は、バラエティ番組のスタジオトークの一部をザッピングしながら見るようなサンプルであるからで、こうした映像では、前後のコンテキスト以上に、その場で展開する即時的なコミュニケーションに終始することも少なくないからである。つまり、一分間の映像でも十分に理解可能な映像であると考えられる。しかしながら、「スタジオ映像」が含まれたサンプルに対する評価は、全般的に低い傾向であった。「スタジオ映像」は、「主観的な評価」が低いだけでなく、出演者を含む「見せる努力への評価」や制作者の努力を含む「制作レベルの評価」においても低い傾向だ。地上波ではゴールデンタイムで総バラエティ化が見られるなか、視聴者からの判定は厳しいといえる。

表-9は、「映像の背景」の項目別に見た評価の差を検討したものである。やはりzスコアで結果を示している。

「映像の背景」の大項目（「人工的な背景」「現実的な背景（屋外）」「現実的な背景（屋内）」）を独立変数、評価を従属変数として、一元配置分散分析を行った結果、全ての評価で有意差が見られた。

全体的な傾向では「人工的な背景」において評価がやや低い傾向にある。また、「主観的な評価」や「見せる努力への評価」において「現実的な背景（屋外）」の評価の値が高い傾向である。

小項目をみると、「主観的な評価」が高いのは、消費イメージが反映している「飲食店以外のサービス店の中（デパートや宝飾店等）」や、前後のコンテキストとは無関係に映像美を示し得る「自然」などだ。「屋外（公共的な施設）」も評価が高いが、この項目はコーディングの基準では、駐車場から教会までと幅広い演出の舞台を分類した項目であった。「制作レベルの評価」では、「セット」や「大都市や都市の雑踏」なども評価が高くなっている。

図-4のパス図で示したように、「主観的な評価」は「短期的なチャンネル選択」を規定していることから、都市イメージが含まれる映像は視聴者の関心を喚起し、継続視聴に影響を及ぼす影響の一因と考えられるかもしれない。

「映像の背景」の項目では、「一般他者の評価」で評価が高い項目は、「主観的な評価」「制作レベルの評価」においても評価が高い傾向がある。また、「コンテンツの特性に関する評価」では、極端に「セット」だけが高くなっている。これは時代劇などが一様に「日本的」と評価されたからである。

表-9. 「映像の背景」の項目別に見た評価の差

		N	主観評価	一般他者の評価	見せる努力への評価	制作レベルの評価	コンテンツの特性に関する評価
人工的な背景	スタジオ	219	-0.48	-0.22	-0.57	-0.55	0.45
	人工的な編集映像	140	-0.13	-0.00	-0.24	-0.01	-0.00
	背景なし	115	-0.07	0.09	-0.14	-0.06	0.13
	セット	74	-0.27	-0.26	-0.09	0.30	0.87
	その他の人工素材	10	0.14	0.19	-0.14	-0.15	0.34
	合計		-0.27	-0.10	-0.33	-0.19	0.32
現実的な背景（屋外）	自然	206	0.34	0.08	0.34	0.29	-0.11
	スポーツ競技のシーン	137	-0.05	-0.31	0.18	-0.27	-0.09
	コンサートやライブ会場など	121	0.03	0.04	0.09	-0.10	0.02
	大都市や都市の雑踏	67	0.14	0.32	0.11	0.30	-0.32
	屋外 その他	61	0.31	0.38	0.38	0.37	-0.08
	地方都市や町、暮らし	38	0.03	-0.08	-0.11	-0.14	-0.23
	屋外（公共的な施設）	24	0.53	0.21	0.30	0.34	-0.02
	屋外（私的な建築物）	24	0.27	0.26	0.23	0.00	-0.27
	イベントやデモなどの集合	13	0.26	0.13	0.32	0.06	-0.46
	合計		0.17	0.05	0.22	0.08	-0.12
現実的な背景（屋内）	家庭の中	175	0.06	0.09	0.14	0.15	-0.25
	公共的な施設の中	71	0.19	0.18	0.17	0.23	-0.05
	屋内その他	77	0.04	-0.00	0.06	0.23	-0.24
	オフィスの中	54	-0.00	0.04	0.01	0.12	-0.43
	飲食店の中	41	-0.10	-0.07	-0.12	-0.03	-0.16
	工場や倉庫、工事中のビルの中など	20	-0.20	0.19	-0.22	-0.07	-0.08
	飲食店以外のサービス店の中（デパートや宝飾店等）	10	0.59	0.46	0.29	-0.02	-0.29
	娯楽施設	7	-0.16	-0.84	0.30	-0.19	0.14
	合計		0.07	0.05	0.08	0.11	-0.22
	合計	1704					
	F		32.59**	4.24*	50.23**	15.86**	40.08**
	df	1703					

3-6-3. 「出演者」と評価への影響

「出演者」のコーディングは、サンプル映像において明らかに「主役」を演じている人物を1名に特定できると判断できた際に行い、「性別」「年齢」や番組内での「立場」などの項目で分類した。「性別」は「男女」、年齢は「子ども、中高生、若者、中間年代、高齢者」の5分類が設けられている。また、番組内での「立場」とは、「メディア従事者」と「一般の人々」に分けるもので、さらに「メディア従事者」は、1) アナウンサーのように放送局側の立場で番組を演出する立場のものと、2) タレントのように番組を演出する上で配役されているものに、また「一般の人々」は、3) 専門家として登場するプロフェッションと、4) 市民の声などで取り上げられる一般の人々に分類されている。複数の項目で「出演者」を説明するよう計画されているため、項目の主効果に加え、たとえば若い女性アナウンサーの場合の効果など、交互作用を検討した。

「出演者」が評価に及ぼす影響であるが、効果が見られたのは「年齢と一般他者の評価」「立場と一般他者の評価、コンテンツの評価」の3つのみで、交互作用は全て認められなかった^{vi}。効果が認められた項目では、「年齢」が若いほど評価が高く、「一般」の出演者に比べて「メディア従事者」

の評価が高い傾向であった^{vii}。

効果が見られた「一般他者の評価」「コンテンツの特性に関する評価」の潜在変数は、図-4のパス図では、「短期的なチャンネル選択」へのパスがない。一方、「長期的な放送サービス消費」へのパスは見られるため、視聴料を支払ってもよいというような番組では、より若いメディア従事者による高い演出性が求められているというような傾向である。ただし、 R^2 の値が低くなっており、「出演者」の傾向から評価が決定されるということはなさそうである。

3-6-4. 「シーンの内容」と評価への影響

「シーンの内容」は、大きく「シーンのテーマ」「行動描写」「教育・教養的テーマ」の大項目に分かれており、それぞれに複数の小項目が設けられている。サンプルごとに小項目で挙げた内容の有無をコーディングしてある。ここでは大項目ごとに検討し、それぞれのテーマが及ぼす評価への影響を考察する。なお、コーディングの結果、サンプルの少ない小項目のいくつかは除外して分析を行っている。

「シーンのテーマ」は、「戦争・テロ」「犯罪・大怪我」「病気・障害」「健康・美容」「死」「家族」「労働」の7項目があり、一変量の分散分析で主効果と交互作用を検討した。

効果が認められたのは、「犯罪・大怪我」のみで、「主観的な評価 ($F=3.9, *, R^2=0.04$)」「見せる努力への評価 (13.41, **, 0.08)」「制作レベルの評価 (5.16, *, 0.08)」で有意差が認められた。「犯罪・大怪我」のシーンが含まれたものは、どの評価でも評価の値が高くなる傾向だ。

表-10は、「犯罪・大怪我」のシーンが含まれる番組種別(小)を参考までに示したもので、洋画と海外ドラマが上位を占めている^{viii}。

「行動描写」は、「暴力的行動」「利他的行動」「友好関係」「セクシュアルな行動」「上下・従属関係」の5項目があり、同じく一変量の分散分析で主効果と交互作用を検討したが、すべての項目で主効果を認められなかった^{ix}。

「教育・教養的テーマ」は、「伝統文化」「歴史」「地域」「芸術」「科学・教育」「自然」「批評・討論」「政治」の8項目を一変量の分散分析で主効果を検討した。有意差が見られたものが多いため、表-10に整理をして掲載してある。表-10の上段は該当テーマが含まれているときの評価のzスコア、下段に有意差が見られたものについてはF値を示した。F値が黒字の場合は、該当テーマが含まれているときに、含まれていないときよりも評価が高くなること、赤字の部分は、該当テーマが含まれているときに、含まれていないときよりも評価が低くなっていることを示している。

全体的には「歴史」「科学・教育」「自然」のテーマで評価が高く、それ以外の時事的なテーマや芸術や伝統文化に関するテーマでは、評価が低くなる傾向にあった。時間をかけて議論が必要となる社会的テーマや芸術的なテーマは、本調査のように1分間の映像を視聴する調査方法によって質の評価を得るには、やや調査方法的な限界がありそうだ。

「短期的なチャンネル選択」を規定する「主観的な評価」「制作レベルの評価」については、「映像の背景」のデータと同様に、前後のコンテキストとは無関係に映像美を示し得る「自然」も評価が高い傾向である。

表-10. 「犯罪・大怪我」
テーマが含まれる
番組種別(小)

洋画	20
海外ドラマ	13
国内アニメ	7
時代劇	6
邦画	4
自然・動物・環境	3
宇宙・科学・医学	2
国内ドラマ	2
スポーツニュース	1
海外アニメ	1
特撮	1

「長期的な放送サービス消費」につながる「コンテンツの特性に関する評価」では「伝統文化」や「医療・健康」などの評価の値が高くなる傾向であった。「コンテンツの特性に関する評価」が高くなるということは、評価としては「日本的で、ありきたりだが、芸術性は高い」ということであり、ここに「伝統文化」が含まれるのはごく自然な評価である。一方、「医療・健康」は、30 サンプルが該当したが、そのうち 19 サンプルは「ショッピング・通販」番組であったので、この評価はより「ありきたり」という評価であろう。

「一般他者の評価」も「長期的な放送サービス消費」につながっているが、全体的に評価が低い傾向で、教養的なテーマが多くの人に受け入れられるとは考えられていないようである。評価者による部分も大きいと思われるが、現代社会においては教養的な人と人との結びつきが意識されておらず、あるいは、個人的な嗜好の細分化のなかで専門化する多チャンネル状況下においては、テレビ的な教養の共同体は成り立たないのかもしれない。

表-11. 教育・教養的テーマと評価

	主観評価	一般他者の評価	見せる努力への評価	制作レベルの評価	コンテンツの特性に関する評価
伝統文化	0.24	-0.27	-0.18	-0.39 4.36*	0.58 6.67*
歴史	0.13	-0.28	0.01	0.26 5.45*	0.11
地域	0.25	-0.08	-0.04	-0.19 4.47*	-0.11
芸術	0.07	-0.56 5.53*	-0.24	-0.29	0.08
科学・教育	0.51 8.44**	-0.04	0.25	0.23	-0.24
自然	0.70 13.95**	0.14	0.66 14.83**	0.61 12.73**	-0.41
批評・討論	-0.90 7.76**	-0.47 5.46*	-1.10 12.53**	-0.65 4.29*	0.26
外国・海外	-0.05	-0.15 9.20**	-0.04	0.11	-0.77 **
医療・健康	-0.55 9.58**	-0.31	-0.62 13.11**	-0.56 10.17**	0.42 6.17*
政治	-1.00 25.01**	0.11	-1.07 27.27**	-0.55 8.22**	-0.03

4. まとめ

以上、内容分析の調査対象となった映像素材を用いて行われた、テレビ番組の質的調査の試論の結果を示してきた。

本研究の目的は、これまでほとんど行われてこなかった多チャンネル状況下におけるテレビ番組の質的評価を行うことであった。また、こうした質的評価から、個別の番組に対する視聴者の反応を考察するだけでなく、放送局やマス・コミュニケーションの「送り手」評価にまでつなげることも目的の一つだった。3-1. で示したような、地上波・BS・CS という放送メディア別に質的評価を比較検討したデータはほとんどないため、ある程度、調査の目的は達成できたと思われる。

調査対象となった全 70 チャンネルを総合すると、地上波の評価が BS や CS と比べて高い傾向であり、多チャンネル化のなかで選択肢が増えたメディア環境においても、「視聴者」の支持を得ていることが分かる。内容分析の調査結果からは、バランスのよい内容構成で多様性が認められた BS であるが、質的評価の結果は、調査時期に新たに増加した専門チャンネル頼みの傾向で、既存の民放 BS の評価は低い傾向であった。また、これまで質的評価がほとんど公開されてこなかった CS の専門チャンネルの評価結果についても、新たなデータを提供できたと言えるだろう。

本研究で採用した方法は、既存の質的評価の調査研究と異なり、実際の視聴者が見た番組の評価ではなく、むしろ見られなかったであろう番組を含めて網羅的に評価を行った。こうした調査のため、映像を1分間だけ視聴する、という視聴の仕方や、映像素材に対して4名のみが評価する、という評価方法を採用し、内容によっては評価にそぐわないサンプルがあったり、評価者の主観が入り込みやすかったりと、調査方法論上の限界もあった。

ただ、多チャンネル化が進み、現実の視聴者が番組を選択する上で、じっくり番組を見てチャンネルを選んでいるのか、つまり、番組全体の視聴を前提に視聴対象を選択しているかどうかを考えると、必ずしも映像を1分間だけ視聴する方法が、現実の視聴行為からかけ離れたものではないと思われる。また、番組全体の視聴を前提にして、1時間の番組と5分間の番組を対象に、あるいは連続ドラマと完結したドキュメンタリーを対象に、同じ次元尺度で質的評価を行うと、番組自体の違いが評価に反映されることになる。むしろ、1分間のみという基準で限定されたサンプルのほうが、異なる番組種別を横断的に評価する際には有効な方法であるとも考えられる。

放送の質的評価は、必ずしも視聴者評価だけが採用されているわけではなく、たとえば少数の専門家の審査による受賞歴なども含まれる。こうして得た評価を、多くの視聴者とは異なる一部の専門家のバイアスが含まれた評価であって、信頼性がない、というような受け取り方をする人は少ないだろう。質的評価は、客観的評価基準なのではなく、むしろ評価者の主観の反映であり、そこに視聴率データとは異なる価値が見出されているとも言える。本研究では、アニメーションの評価が高いなど、評価者のバイアスが結果に反映している部分も散見されたが、これは方法論上の限界であるとともに、質的評価の方法論上の可能性でもある。

本研究では、放送局も放送時間も番組種別もさまざまな放送番組素材について評価する過程において、「視聴者」がテレビ番組の質的評価を行う際の心理的メカニズムについても明らかになった。図-4で示した共分散構造分析による質的評価モデルからは、視聴者の「短期的なチャンネル選択」や「長期的な放送サービス消費」を規定する要因を明らかにした。多チャンネル化が進み、水平多様性が高まるなか、視聴者のどのような評価が、どのような視聴選択の意識や行動と関連しているのか、というテーマは今後、ますます重要になってくるだろう。

こうした質的評価に、内容分析で明らかにした内容の傾向がどのように関連し影響を及ぼしているのかを明らかにすることも本研究の目的であったが、3-6で示したように、内容の傾向は十分に質的評価を説明できる要因とは言い難い結果であった。そもそも本研究は、内容分析が先に計画され、その後に質的評価が行われているが、質的評価に関連し影響を及ぼすであろう放送内容を検討するための内容分析の計画については、今後の課題である^{ix}。

参考文献

ブラドレー・S・グリーンバーグ、ロバート・アルバース、リック・ビュッセル、ロバート・ラローズ、バリー・リトマン（1992）「公共テレビジョン放送の質的評価における制作・技術・経済・視聴者要因」『放送学研究』42号

藤平芳紀（2014）「昨今のテレビ視聴率調査を補完する新しい調査手法」、2014年度日本マス・コミュニケーション学会春季研究発表会 研究発表論文集

林田将来（2013）「テレビ番組に対する意識・評価の現況 2012年6月『番組総合調査』から」『放送研究と調査』63（2）

日吉昭彦（2010）「テレビ番組の内容分析調査が示す民放地上波の均質化、BSの多様化」『月刊 Journalism（朝日新聞社）』No. 236

日吉昭彦、音好宏（2013）「テレビ番組の放映内容と放送の「多様性」その3 ～地上波放送およびBS、CS放送の内容分析調査」『情報研究』第49号

日吉昭彦（2014）「多チャンネル化と放送の「多様性」に関する一考察 ～地上波放送およびBS、CSの内容分析調査～」『情報研究』第50号

石川旺（1992）「放送の質的評価、日本における研究」『放送学研究』42号

ジェイ・G・ブラムラー（1992）「放送の幅と質の探究」『放送学研究』42号

小玉美意子（2013）「テレビを放っておけない ～MMS研究会のあゆみ～」、戸田桂太（監）、小玉美意子（監）、山下玲子（編）（2013）『ユーザーからのテレビ通信簿 ～テレビ採点サイトQuaeの挑戦』学文社

松瀬俊一郎、川崎照夫、箱島 保友（2000）「インターネットを活用した視聴質調査「リサーチQ」の概要（1999年研究大会報告）」日本世論調査協会報（85）

中橋雄（2013）「文化振興としてのメディア・リテラシーとテレビ番組評価」、戸田桂太（監）、小玉美意子（監）、山下玲子（編）（2013）『ユーザーからのテレビ通信簿 ～テレビ採点サイトQuaeの挑戦』学文社

音好宏、日吉昭彦、莫广瑩（2008）「テレビ番組の放映内容と放送の“多様性” ～地上波放送のゴールデンタイムの内容分析～」『コミュニケーション研究』第38号

音好宏、日吉昭彦、中田絢子（2010）「テレビ番組の放映内容と放送の“多様性”その2 ～地上放送とBS放送のゴールデンタイムの内容分析調査～」『コミュニケーション研究』第40号

ティモシー・レガット（1992）「定義できないものを検証する ～英国におけるテレビの質的評価へのアプローチに関する試論～」『放送学研究』42号

注

- i 質問項目は17つ設けられているが、4名全ての有効回答が得られた割合は平均で98.4%である。有効回答が一つ得られなかったものが平均で1.5%である。2つ得られなかったものが0.1%、全員が回答できなかった質問はなかった。
- ii 分析対象のチャンネルは、地上波（NHK総合、NHK Eテレ、日本テレビ、TBSテレビ、フジテレビ、テレビ朝日、テレビ東京）、BS（NHK BS1、NHK BSプレミアム、BS日テレ、BS TBS、BSフジ、BS朝日、BSジャパン、BS 11、TWEET V、BSスカパー！）、CS（日テレプラス、TBSチャンネル、テレ朝チャンネル、フジテレビONE、フジテレビTWO）である。
- iii 無回答や回答不能の場合のケースもあり、サンプル数×4になっているとは限らないことに留意。
- iv 「情報（金融情報＋ニュース情報＋天気＋時間）」、「解説（テーマに関わる情報提示＋テーマに関わる解説・説明）」、「ネット（メール＋URL＋SNS＋検索窓＋電話・ファックス）」、「紹介（番組タイトル＋番組シーンプログラムの要約＋チャンネル名）」である。
- v 「主観的評価（ $F=20.76$ 、 $df=1703$ 、**）」「一般他者の評価（2.15、1703、NS）」「見せる努力への評価（32.29、1703、**）」「制作レベルの評価（60.80、1703、**）」「コンテンツの特性に関する評価（14.51、1703、**）」
- vi タイプⅢ平方和と修正済 R^2 は、それぞれ「主観的評価（タイプⅢ平方和=16.76、修正済

$R^2=0.08$)」「一般他者の評価 (10.76、0.04)」「見せる努力への評価 (16.07、0.12)」「制作レベルの評価 (5.19、0.07)」「コンテンツの特性に関する評価 (11.04、0.07)」であった。

- vii 効果が見られたものに対し、Tukey の b 検定を行った。「年齢と一般他者の評価」については等質サブグループが一つとなり、最も評価が高いものは「中高生」で以下、「子ども」「若者」「中間年代」「高齢者」と続き、年齢が高くなるについて、評価が低い傾向であった。「立場 2 と一般他者の評価」では、等質サブグループが 2 つとなり、最も評価が高かったのは「メディア従事者 1 (アナ等)」で、逆に「一般 1 (専門ゲスト)」が最も低かった。「立場 2 とコンテンツの特性に関する評価」も等質サブグループが 2 つとなり、最も評価が高かったのは「メディア従事者 2 (タレント等)」で、逆に「一般 1 (一般の人々)」が最も低かった。
- viii 交互作用では「戦争・テロ×病気・障害 (6.33、*、0.08)」が「編成上の評価」と、「健康・美×家族 (5.25、*、0.04)」が「主観的评价」と有意差が認められたが、サンプル数が少なく、十分な分析は行えなかった。
- ix 「暴力的行動×セクシュアルな行動」の交互作用が「編成上の評価 (4.25、*、0.05)」「制作レベルの評価 (8.27、**、0.06)」と有意差が認められたが、サンプル数が少なく、十分な分析は行えなかった。
- ix 本研究は 2010 年度「公益信託 高橋信三記念放送文化振興基金」の研究助成を受け実施したものである。

表-12. 番組種別(小)による評価 もっとも評価値の高かったもの10番組 低かったもの10番組

番組種別 (小)		全チャンネル	放送局	主観評価	番組種別 (大)	専門チャンネル除く	放送局
関心がある、羨ましい	映画 (アニメ、1995)	WOW WOW シネマ	スポーツ (サッカー)	スポーツニュース (サッカー)	NHK BS1		
	映画 (アニメ、1995)	WOW WOW シネマ	スポーツ (オリンピック・パレー)	スポーツ (オリンピック・パレー)	フジテレビONE		
	スポーツニュース (サッカー)	NHK BS1	国内アニメ (2010)	国内アニメ (2010)	TBSチャンネル		
	洋画 (その他)	WOW WOW シネマ	ドキュメンタリー / 教養 (歴史・紀行)	ドキュメンタリー / 教養 (歴史・紀行)	BS TBS		
	海外ドラマ (ホームドラマ)	ディズニート XD	バラエティ (トークバラエティ)	バラエティ (トークバラエティ)	フジテレビ		
	洋画 (音楽、ミュージカル)	ディズニートチャンネル	バラエティ (トークバラエティ)	バラエティ (トークバラエティ)	TBS		
	洋画 (ホームドラマ、ファミリー)	ムービープラスHD	趣味 / 教育 (幼児・小学生)	趣味 / 教育 (幼児・小学生)	NHK Eテレ		
	スポーツ (オリンピック・パレー)	フジテレビONE	趣味 / 教育 (音楽・美術・工芸)	趣味 / 教育 (音楽・美術・工芸)	テレビ東京		
	洋画 (コメディ、2009、仏)	スターチャンネル1	国内アニメ (2010)	国内アニメ (2010)	フジテレビTWO		
	洋画 (時代劇・西部劇、2003)	スターチャンネル1	スポーツ (フィギュア)	スポーツ (フィギュア)	日テレプラス		
関心がない、羨しめ	ショッキング / 通版	OVC	洋画 (SF、2007)	洋画 (SF、2007)	BS 日テレ		
	スポーツ (競馬・公営競技、1999)	グリーンチャンネル	スポーツ (スキー、ウィンタースポーツ)	スポーツ (スキー、ウィンタースポーツ)	テレビ朝チャンネル		
	ショッキング / 通版	OVC	ニュース / 報道 (討論・会議)	ニュース / 報道 (討論・会議)	NHK 総合1		
	洋画 (SF、2007)	BS 日テレ	ニュース / 報道 (海外・国際)	ニュース / 報道 (海外・国際)	NHK BS1		
	洋画 (ホラー、スリラー、1985)	ザ・シネマ	スポーツ (野球)	スポーツ (野球)	フジテレビ		
	洋画 (戦争・テロ、パニック、1997)	スターチャンネル1	ドキュメンタリー / 教養 (カルチャー / 伝統)	ドキュメンタリー / 教養 (カルチャー / 伝統)	NHK Eテレ		
	洋画 (ホラー、スリラー、1985)	ムービープラスHD	趣味 / 教育 (麻雀・将棋)	趣味 / 教育 (麻雀・将棋)	NHK BS プレミアム		
	洋画 (刑事・探偵、車、2010)	スターチャンネル2	趣味 / 教育 (麻雀・パチンコ)	趣味 / 教育 (麻雀・パチンコ)	BS スカパー!		
	洋画 (ホームドラマ、ファミリー、2005)	スターチャンネル2	スポーツ (プロレス)	スポーツ (プロレス)	フジテレビONE		
	スポーツ (野球)	日テレG+HD	ショッキング / 通版	ショッキング / 通版	BS11		
関心がある、羨しめ	洋画 (その他、2007)	WOW WOW シネマ	一般 viewer の評価	一般 viewer の評価			
	バラエティ (トークバラエティ)	フジテレビ	バラエティ (トークバラエティ)	バラエティ (トークバラエティ)	フジテレビ		
	洋画 (SF、2009)	ムービープラスHD	国内アニメ	国内アニメ	フジテレビTWO		
	映画 (海外アニメ、1995)	WOW WOW シネマ	国内アニメ	国内アニメ	フジテレビ		
	映画 (海外アニメ、1995)	WOW WOW シネマ	ニュース / 報道 (定時・総合)	ニュース / 報道 (定時・総合)	TBSチャンネル		
	国内アニメ	WOW WOW シネマ	ドラマ (恋愛、2007)	ドラマ (恋愛、2007)	TBS		
	国内アニメ	WOW WOW シネマ	バラエティ (トークバラエティ)	バラエティ (トークバラエティ)	TBS		
	国内アニメ	フジテレビTWO	バラエティ (ゲーム)	バラエティ (ゲーム)	フジテレビ		
	国内アニメ	フジテレビ	国内ドラマ (刑事・探偵、車)	国内ドラマ (刑事・探偵、車)	テレビ朝日		
	ニュース / 報道 (定時・総合)	フジテレビ	国内ドラマ (恋愛、2007)	国内ドラマ (恋愛、2007)	TBSチャンネル		
海外ドラマ (ホームドラマ)	ディズニート XD	バラエティ (クイズ)	バラエティ (クイズ)	テレビ朝日			
関心がある、羨しめ	スポーツ (スキー、ウィンタースポーツ)	テレビ朝チャンネル	スポーツ (スキー、ウィンタースポーツ)	スポーツ (スキー、ウィンタースポーツ)	テレビ朝チャンネル		
	スポーツ (競馬・公営競技、1999年)	グリーンチャンネル	趣味 / 教育 (囲碁・将棋)	趣味 / 教育 (囲碁・将棋)	NHK BS プレミアム		
	スポーツ (野球)	日テレG+HD	ショッキング / 通版	ショッキング / 通版	BS11		
	ドラマ (時代劇)	時代劇専門チャンネル	バラエティ (ゲーム)	バラエティ (ゲーム)	フジテレビONE		
	趣味 / 教育 (囲碁・将棋)	NHK BS プレミアム	スポーツ (野球)	スポーツ (野球)	フジテレビONE		
	ショッキング / 通版	BS11	ドキュメンタリー / 教養 (カルチャー / 伝統)	ドキュメンタリー / 教養 (カルチャー / 伝統)	NHK Eテレ		
	ショッキング / 通版	フジテレビONE	ショッキング / 通版	ショッキング / 通版	BS 日テレ		
	洋画 (その他、2000年)	チャンネルNEO	趣味 / 教育 (会話・語学)	趣味 / 教育 (会話・語学)	NHK Eテレ		
	洋画 (刑事・探偵、車、1985年)	ザ・シネマ	音楽 (国内ロック・ポップス)	音楽 (国内ロック・ポップス)	テレビ東京		
	ドキュメンタリー / 教養 (カルチャー / 伝統)	NHK Eテレ	趣味 / 教育 (釣り・旅・アウトドア)	趣味 / 教育 (釣り・旅・アウトドア)	TWEI11 V		
関心がある、羨しめ	洋画 (時代劇、2003)	スターチャンネル1	スポーツ (サッカー)	スポーツ (サッカー)	NHK BS1		
	スポーツニュース (サッカー)	NHK BS1	スポーツ (オリンピック・パレー)	スポーツ (オリンピック・パレー)	フジテレビONE		
	洋画 (ホームドラマ、2007)	ムービープラスHD	国内ドラマ (刑事・探偵、車、)	国内ドラマ (刑事・探偵、車、)	TBS		
	ドキュメンタリー / 教養 (動物)	動物トイ / アニプラ	ドキュメンタリー / 教養 (動物)	ドキュメンタリー / 教養 (動物)	フジテレビ		
	洋画 (その他、2007)	WOW WOW シネマ	ドキュメンタリー / 教養 (歴史・紀行)	ドキュメンタリー / 教養 (歴史・紀行)	BS TBS		
	洋画 (SF、2009)	スターチャンネル1	バラエティ (トークバラエティ)	バラエティ (トークバラエティ)	TBS		
	邦画 (恋愛、2010)	WOW WOW シネマ	国内アニメ (2009)	国内アニメ (2009)	日テレプラス		
	スポーツ (オリンピック・パレー)	フジテレビONE	趣味 / 教育 (音楽・美術・工芸)	趣味 / 教育 (音楽・美術・工芸)	テレビ東京		
	国内アニメ	ムービープラスHD	バラエティ (お笑い / コメディ、1998)	バラエティ (お笑い / コメディ、1998)	日テレプラス		
	国内アニメ	キッズステーション	国内ドラマ (恋愛、1999)	国内ドラマ (恋愛、1999)	TBSチャンネル		
関心がある、羨しめ	スポーツ (野球)	ザ・シネマ	洋画 (SF、2007)	洋画 (SF、2007)	BS 日テレ		
	スポーツ (刑事・探偵、車、1985年)	スターチャンネル2	スポーツ (スキー、ウィンタースポーツ)	スポーツ (スキー、ウィンタースポーツ)	テレビ朝チャンネル		
	洋画 (刑事・探偵、車、2010)	WOW WOW プライム	ニュース / 報道 (討論・会議)	ニュース / 報道 (討論・会議)	NHK 総合1		
	洋画 (SF、2010)	BS 日テレ	趣味 / 教育 (旅・釣り・アウトドア)	趣味 / 教育 (旅・釣り・アウトドア)	TWEI11 V		
	スポーツ (スキー、ウィンタースポーツ)	テレビ朝チャンネル	ニュース / 報道 (海外・国際)	ニュース / 報道 (海外・国際)	NHK BS1		
	スポーツ (競馬・公営競技、1999年)	グリーンチャンネル	ドキュメンタリー / 教養 (カルチャー / 伝統)	ドキュメンタリー / 教養 (カルチャー / 伝統)	NHK Eテレ		
	ドラマ (時代劇)	時代劇専門チャンネル	ニュース / 報道 (定時・総合)	ニュース / 報道 (定時・総合)	BS11		
	ショッキング / 通版	OVC	趣味 / 教育 (囲碁・将棋)	趣味 / 教育 (囲碁・将棋)	NHK BS プレミアム		
	洋画 (戦争・テロ、パニック、1997)	スターチャンネル1	スポーツ (野球)	スポーツ (野球)	フジテレビ		
	洋画 (戦争・テロ、パニック、1997)	スターチャンネル1	ショッキング / 通版	ショッキング / 通版	BS 日テレ		
関心がある、羨しめ	洋画 (時代劇、2007)	WOW WOW シネマ	制作 レベルの評価	制作 レベルの評価			
	洋画 (SF、2009)	スターチャンネル1	趣味 / 教育 (幼児・小学生)	趣味 / 教育 (幼児・小学生)	NHK Eテレ		
	洋画 (SF、1993)	WOW WOW シネマ	アニメ / 特撮 (特撮、2011)	アニメ / 特撮 (特撮、2011)	テレビ朝チャンネル		
	洋画 (時代劇・西部劇、2003)	スターチャンネル1	スポーツニュース (サッカー)	スポーツニュース (サッカー)	NHK BS1		
	映画 (アニメ、1995)	WOW WOW シネマ	アニメ / 特撮 (特撮、2011)	アニメ / 特撮 (特撮、2011)	テレビ朝チャンネル		
	映画 (アニメ、1995)	WOW WOW シネマ	趣味 / 教育 (幼児・小学生)	趣味 / 教育 (幼児・小学生)	NHK Eテレ		
	洋画 (時代劇・西部劇、2003)	スターチャンネル1	国内アニメ	国内アニメ	フジテレビTWO		
	洋画 (SF)	ムービープラスHD	国内ドラマ (時代劇)	国内ドラマ (時代劇)	NHK BS プレミアム		
	趣味 / 教育 (小学生)	NHK Eテレ	国内アニメ (2010)	国内アニメ (2010)	フジテレビTWO		
	洋画 (SF、2009)	スターチャンネル1	映画 (アニメ)	映画 (アニメ)	日テレ		
関心がある、羨しめ	洋画 (刑事・探偵、車、1985年)	ザ・シネマ	スポーツ (スキー、ウィンタースポーツ)	スポーツ (スキー、ウィンタースポーツ)	テレビ朝チャンネル		
	洋画 (刑事・探偵、車、2010)	スターチャンネル2	スポーツ (野球)	スポーツ (野球)	フジテレビONE		
	スポーツ (スキー、ウィンタースポーツ)	テレビ朝チャンネル	スポーツ (アメフト・ラグビー)	スポーツ (アメフト・ラグビー)	NHK Eテレ		
	洋画 (ホームドラマ、ファミリー、2005)	スターチャンネル2	ドキュメンタリー / 教養 (カルチャー / 伝統)	ドキュメンタリー / 教養 (カルチャー / 伝統)	NHK Eテレ		
	スポーツ (野球)	フジテレビONE	趣味 / 教育 (囲碁・将棋)	趣味 / 教育 (囲碁・将棋)	NHK BS プレミアム		
	洋画 (戦争・テロ、パニック、1997)	スターチャンネル1	ニュース / 報道 (政治・国会)	ニュース / 報道 (政治・国会)	NHK 総合1		
	洋画 (ホラー、スリラー)	ムービープラスHD	ショッキング / 通版	ショッキング / 通版	BS ジョアン		
	音楽 (国内ロック・ポップス)	M J T V	ショッキング / 通版	ショッキング / 通版	BS TBS		
	ニュース / 報道 (定時・総合)	朝日ニュースター	バラエティ (お笑い / コメディ)	バラエティ (お笑い / コメディ)	日テレプラス		
	スポーツ (アメフト、ラグビー)	NHK Eテレ	趣味 / 教育 (旅・釣り・アウトドア)	趣味 / 教育 (旅・釣り・アウトドア)	TWEI11 V		
関心がある、羨しめ	ドラマ (時代劇、1961)	時代劇専門チャンネル	コンテンツの特性に関する評価	コンテンツの特性に関する評価			
	国内ドラマ (時代劇)	NHK BS プレミアム	国内ドラマ (時代劇)	国内ドラマ (時代劇)	NHK BS プレミアム		
	邦画 (時代劇、1954)	日本映画専門チャンネル	ドキュメンタリー / 教養 (歴史・紀行)	ドキュメンタリー / 教養 (歴史・紀行)	NHK BS プレミアム		
	ドラマ (SF、1967)	時代劇専門チャンネル	音楽 (歌謡曲・演歌)	音楽 (歌謡曲・演歌)	テレビ東京		
	邦画 (ホラー、スリラー、2004)	チャンネルNEO	音楽 (歌謡曲・演歌)	音楽 (歌謡曲・演歌)	テレビ東京		
	映画 (時代劇、1995)	ホームドラマCH	音楽 (歌謡曲・演歌)	音楽 (歌謡曲・演歌)	NHK 総合1		
	ドラマ (時代劇、1995)	チャンネル銀河	音楽 (ランキング・リクエスト)	音楽 (ランキング・リクエスト)	BS スカパー!		
	ドラマ (時代劇、1994)	時代劇専門チャンネル	情報 / ワイドショー	情報 / ワイドショー	BS 朝日		
	ドラマ (時代劇、1998)	時代劇専門チャンネル	ニュース / 報道 (定時・総合)	ニュース / 報道 (定時・総合)	テレビ東京		
	ドラマ (時代劇、1961)	時代劇専門チャンネル	ドラマ (時代劇)	ドラマ (時代劇)	BS フジ		
関心がある、羨しめ	ドキュメンタリー (歴史・紀行)	ヒストリーチャンネル	ドキュメンタリー / 教養 (歴史・紀行)	ドキュメンタリー / 教養 (歴史・紀行)	BS フジ		
	ドキュメンタリー (宇宙・科学・医学)	ディスカバリー	スポーツ (アメフト・ラグビー)	スポーツ (アメフト・ラグビー)	NHK BS1		
	ドキュメンタリー (宇宙・科学・医学)	ディスカバリー	ドキュメンタリー / 教養 (カルチャー / 伝統)	ドキュメンタリー / 教養 (カルチャー / 伝統)	BS TBS		
	ドキュメンタリー (歴史・紀行)	ヒストリーチャンネル	スポーツ (オリンピック)	スポーツ (オリンピック)	フジテレビONE		
	ニュース / 報道 (海外・紛争)	CNN J	バラエティ (料理バラエティ、2009)	バラエティ (料理バラエティ、2009)	テレビ朝チャンネル		
	番組紹介 / お知らせ	スターチャンネル2	バラエティ (料理バラエティ)	バラエティ (料理バラエティ)	フジテレビTWO		
	洋画 (SF、1993)	WOW WOW シネマ	海外ドラマ (人間ドラマ: 医療、政治、経済)	海外ドラマ (人間ドラマ: 医療、政治、経済)	フジテレビTWO		
	洋画 (サスペンス、1970)	ザ・シネマ	海外ドラマ (人間ドラマ: 医療、政治、経済) 恋愛	海外ドラマ (人間ドラマ: 医療、政治、経済) 恋愛	フジテレビTWO		
	ニュース / 報道 (海外・経済)	BBCワールド	洋画 (サスペンス、ミステリー、2002)	洋画 (サスペンス、ミステリー、2002)	BS 日テレ		
	洋画 (サスペンス、2007)	スターチャンネル2	趣味 / 教育 (生涯教育・資格、2011)	趣味 / 教育 (生涯教育・資格、2011)	BS IRIS		

表-13. 放送局別に見た質的評価

	N	主観的な評価	一般他者の評価	見せる努力 への評価	制作レベルの 評価	コンテンツの特 性に関する評価	有料でも 見てみたい	引き続き 見てみたい
ディズニー XD	25	3.03	3.00	2.52	2.43	2.70	1.91	3.91
動物c h / アニブラ	23	3.02	2.78	2.76	2.43	2.53	1.87	3.78
日テレ	22	2.92	3.37	2.48	2.38	3.14	1.74	3.74
キッズステーション	26	2.99	2.93	2.60	2.48	3.19	1.82	3.79
フジテレビ	21	2.85	3.40	2.54	2.33	3.11	1.62	3.85
BS アニマックス	24	2.89	2.97	2.42	2.40	3.34	1.80	3.80
WOW WOW シネマ	36	2.74	2.83	2.57	2.65	2.50	1.96	3.53
ディズニーチャンネル	23	2.90	2.85	2.39	2.49	2.55	1.79	3.65
ムービープラスHD	24	2.69	2.88	2.53	2.56	2.52	1.84	3.50
ディスカバリー	24	2.80	2.63	2.50	2.50	2.37	1.83	3.61
TBS	20	2.78	3.13	2.49	2.35	3.02	1.70	3.41
スペースシャワーTV	29	2.72	2.85	2.35	2.42	3.20	1.88	3.62
日テレプラス	25	2.69	3.08	2.47	2.27	3.26	1.75	3.56
ナショナルチャンネル	17	2.79	2.51	2.46	2.58	2.41	1.84	3.56
ヒストリーチャンネル	20	2.86	2.54	2.44	2.33	2.43	1.87	3.63
スターチャンネル1	35	2.66	2.78	2.48	2.64	2.56	1.74	3.35
TBSチャンネル	18	2.59	3.09	2.39	2.40	3.14	1.72	3.38
テレビ朝日	20	2.67	3.21	2.32	2.26	3.13	1.58	3.46
エムオン!	24	2.62	2.83	2.30	2.48	3.26	1.82	3.43
カートゥーン	24	2.79	2.73	2.39	2.33	2.57	1.72	3.45
テレビ朝チャンネル	31	2.76	2.86	2.36	2.29	3.04	1.60	3.48
フジテレビTWO	27	2.64	2.96	2.29	2.37	2.94	1.69	3.40
スーパードラマ	16	2.57	2.66	2.44	2.54	2.38	1.61	3.27
WOW WOW プライム	14	2.57	2.78	2.36	2.40	2.64	1.66	3.32
AXN	21	2.51	2.72	2.39	2.47	2.40	1.63	3.33
FOX	19	2.49	2.77	2.36	2.41	2.45	1.65	3.36
スターチャンネル2	31	2.50	2.73	2.37	2.43	2.40	1.71	3.19
WOW WOW ライブ	31	2.60	2.67	2.42	2.24	2.75	1.66	3.17
FOX bs 238	22	2.52	2.60	2.25	2.28	2.47	1.61	3.16
MJTV	38	2.51	2.71	2.22	2.26	3.20	1.61	3.07
テレビ東京	30	2.63	2.67	2.26	2.22	3.23	1.49	3.10
MTV	22	2.53	2.47	2.20	2.44	2.96	1.65	3.06
BS スカパー!	17	2.46	2.71	2.18	2.17	3.06	1.71	3.00
NHK BS1	27	2.45	2.64	2.19	2.27	2.71	1.66	2.99
NHK 総合1	27	2.46	2.89	2.08	2.17	3.34	1.57	2.99
TBSニュースバード	24	2.39	3.15	2.00	2.06	3.17	1.51	2.93
旅チャンネル	21	2.58	2.58	2.12	2.13	3.03	1.48	3.13
ファミリー劇場	17	2.45	2.57	2.19	2.26	3.31	1.62	2.88
NHK BS プレミアム	26	2.51	2.55	2.17	2.20	3.16	1.45	3.04
NHK Eテレ	24	2.56	2.39	2.16	2.23	3.22	1.45	3.11
チャンネルNECO	25	2.40	2.46	2.33	2.32	3.30	1.49	2.90
洋画★シネフィル	24	2.34	2.50	2.20	2.28	2.42	1.50	3.03
J SPORTS2	25	2.51	2.45	2.33	2.19	2.67	1.55	2.80
BS ジャパン	27	2.51	2.54	2.17	2.10	3.03	1.48	2.99
FOXプラス	17	2.38	2.45	2.25	2.40	2.49	1.53	2.77
フジテレビONE	28	2.50	2.47	2.23	2.13	3.04	1.51	2.85
BS フジ	33	2.49	2.54	2.09	2.14	3.03	1.47	2.88
日テレNEWS 24	29	2.31	2.92	2.03	2.05	3.13	1.45	2.78
ザ・シネマ	23	2.36	2.45	2.29	2.16	2.46	1.43	2.86
チャンネル銀河	26	2.31	2.48	2.13	2.24	3.30	1.49	2.81
日本映画専門c h HD	26	2.26	2.25	2.17	2.24	3.27	1.47	2.79
BS TBS	26	2.37	2.47	2.01	2.09	3.04	1.38	2.81
LALA HD	20	2.28	2.43	2.09	2.16	2.74	1.43	2.71
ミュージックエア	24	2.36	2.30	2.11	2.11	2.73	1.55	2.64
J SPORTS 1	17	2.32	2.50	2.10	2.11	2.85	1.44	2.56
ホームドラマCH	29	2.23	2.44	2.10	2.26	2.92	1.42	2.52
時代劇専門チャンネル	37	2.25	2.33	2.07	2.31	3.61	1.35	2.59
日テレG+HD	38	2.31	2.27	2.14	2.03	2.95	1.37	2.67
BS 日テレ	27	2.15	2.44	1.97	2.13	3.00	1.41	2.48
BS 朝日	25	2.19	2.36	1.94	2.08	3.16	1.35	2.49
CNN j	15	2.01	2.44	1.89	2.22	2.21	1.46	2.28
TWEETV	21	2.21	2.21	1.88	1.95	3.16	1.40	2.54
朝日ニュースター	33	2.13	2.51	1.78	1.91	3.05	1.34	2.45
ゴルフ・チャンネル	25	2.16	2.09	2.02	2.06	2.76	1.38	2.37
BBCワールド	20	1.93	2.45	1.78	2.15	2.29	1.48	2.11
BS11	21	2.09	2.14	1.88	2.07	3.11	1.23	2.20
ゴルフネットHD	24	1.99	1.99	1.93	2.06	2.94	1.34	2.29
OVC	29	1.66	2.11	1.57	1.86	3.24	1.16	1.58
プライム365 TV	17	1.76	2.07	1.61	1.72	3.20	1.10	1.59
グリーンチャンネル	8	1.78	1.73	1.51	1.84	3.20	1.19	1.73
合計	1704	2.48	2.62	2.22	2.26	2.92	1.57	3.03