

連想法を用いたテレビ番組の質の評価

糸山 景大*、中山 竜馬**

(2008年10月31日 受理)

Assessment on the Quality of TV Programs by Using Association Method

Kagehiro ITOYAMA*, Ryoma NAKAYAMA**

(Received October 31, 2008)

Abstract

In the present society, the role of TV-media is still large as before. In comparison with the early stage of TV broadcasting, the recent condition like as a development of the internet and a diffusion of carrying telephone should be discussed TV broadcasting as mass-media again. Especially, whenever authors have been heard from an advanced age to voice like that recent TV is not interesting, authors have been thinking that the assessment of the quality should be necessary.

In this paper, authors describe the quality assessment of TV-program by using association method by 7 stimulating words such as ``Interesting TV-program'', ``Uninteresting TV-program'', ``Useful TV-program'', ``TV-program that want to watch again'' and so on. And authors have aim to discuss the assessment of TV-program for a generation gap. In this research, the total answerer is 332 from teen-age to 60's age.

As results, a quality assessment for ``the variety'' is different largely by the difference of generation. A variety, a news and press, a drama are the usually watching programs. And the variety, drama and animation are the program of which many persons want to refuse to watch, if children want, because a scene of violence and homicide. The variety program is hated by a behavior connected to burry.

Key Word: Quality assessment of TV-program, Association method, Emotional Vector

*長崎大学教育学部生活健康講座技術教育教室 (長崎市文教町 1 - 14)

**長菱制御システム株式会社 (長崎市飽の浦町 1 - 1)

あらまし

現代社会の中で、テレビメディアの果たす役割は、依然として大きい。確かにテレビ放送草創期の頃に比べれば、インターネットの発展、携帯電話の普及と言った昨今の状況は、マス・メディアとしてのテレビ放送を再度検証する必要がある。特に、高齢者から「最近のテレビは面白くない」と言った批判を聞くたびに、テレビ番組の「質」の評価が必要であると考えてきた。

本報告では、「面白い番組」「つまらない番組」「役に立つ番組」「子どもに見せたくない番組」等7つの刺激語による連想法を用いたテレビ番組の「質」の評価を行った。かつ、世代間の「質」の評価を検証する目的で、10代～60代の全部で332名の被験者に対して調査を行った。

その結果、バラエティ番組は世代間で、その「質」の評価が大きく異なること、バラエティ番組、ニュース・報道番組、ドラマは「いつも見る番組」であること、バラエティ番組やドラマ、アニメーション番組では殺人や暴力的なシーンが嫌われ、またいじめにつながりかねない言動によって「子どもに見せたくない番組」となっていることがわかった。

キーワード：テレビ番組の質の評価、連想法、情意ベクトル

1. まえがき

1-1 マス・メディアとしてのテレビ放送の現状

1953年（昭和28年）から開始されている地上アナログテレビジョン放送は、2003年（平成15年）から地上デジタルテレビジョン放送に移行しようとしており、2011年7月には完全に移行する。テレビというメディアは新たな時代へと変貌しつつある。今やワンセグメント放送（ワンセグ放送）を利用して携帯電話でも地上放送を視聴できるようになった。また放送の媒体も地上放送に加え、衛星放送やケーブルテレビを使ったものも今や大多数の大衆に認知されるようになった。テレビ番組を提供する側は、様々な手段を使って家庭に配信できるようになったのである。

詳しく見ていくとテレビ番組を提供する側の主なものとして、日本放送協会（NHK）やキー局と呼ばれる日本テレビ放送網（日本テレビ）、東京放送（TBS）、フジテレビジョン（フジテレビ）、テレビ朝日、テレビ東京の6局がある。それらは、従来の地上放送に加え衛星放送、通信衛星を使った配信も行っている。さらにその衛星放送、通信衛星を利用した独自の委託放送事業者であるWOWOWやスターチャンネル、日本BS放送、ワールド・ハイビジョン・チャンネル、またプラットフォーム事業者であるスカイパーフェクト・コミュニケーションが配信するスカイパーフェクトV！などが出現している。

また準キー局、ローカル局と呼ばれる地方放送局も地域に密着した番組を制作し、より視聴者に共感を生んだり、有益な情報を提供したりしている。

さらにインターネット利用者の増大に伴い地上放送を展開している事業者は、インターネットテレビを使った配信も開始した。それとは別にGyaoやYahoo!動画などのプロバイダー、ポータルサイト、通信会社等が運営するものや独自の番組制作会社、映像コンテンツ会社等が運営するものも生まれている。

このように現代の日本において、マス・コミュニケーションの最たるものであるテレビメディアは、放送事業者の数やチャンネル、番組の数も以前に比べ大幅に増加している。つまり視聴者獲得のための競争が激化している。

このような状況にあるテレビ業界においては、競争を勝ち抜くために他の番組との差別化が必要になってくる。そのテレビ番組の評価の指標の一つとして視聴率がある。テレビ視聴率が高いということは、そのテレビ番組が、多くの人に支持されていることを意味する。「見ている人が多い」ことが「支持されている」ことに直接対応するのなら、上に述べた論理は正しいと言わねばならない。このため視聴率データは、テレビの媒体力やテレビコマーシャルの広告効果を測るひとつの指標として利用されると共に、「国民の関心の高さを探る」「社会の動きを知る」といった社会調査的な側面でも利用されてきた。

1-2 テレビ視聴率の問題点

しかし、視聴率の高さが、そのまま放送される内容の質の高さを意味するものでないことは、多くの識者が指摘してきたとおりである。今となれば懐かしい気もする、おぼけ番組と言われた「ドリフターズの『8時だよ全員集合!』」(最大視聴率:50.5%、ビデオリサーチ調べ)は、一時は低俗番組とされ、当時の親にとって子どもにあまり見せたくない番組と評価されたこともある。

そもそも視聴率は社会の流れを反映し、番組への関心の高さを表すものである。それと同時に「視聴率至上主義」と言われるように視聴率は番組、ひいてはテレビ局の評価に関わるためにいつの時代も徹底的に追及されている。それがマイナス面に作用した例として最近では、2007年に関西テレビ製作の「発掘!あるある大事典」のデータ改ざん問題があり、それに端を発して捏造、歪曲、やらせ、過剰演出等が問題になっている。視聴率は、視聴者の興味・関心を惹きつけなければ向上しないものであるのでテレビ番組の制作者は、必要以上に内容を誇張しがちになってしまう。

また現在、テレビ番組の主流にあるのがバラエティー番組である。視聴者が一番多いとされるゴールデンタイムは、ほぼバラエティー番組の独壇場となっており、スポーツ中継や時代劇などはますます隅に追い込まれている状況にある。そのスポーツ中継でも高視聴率が見込まれる世界大会やオリンピック等だけは大きく放送するといったように、テレビ局にとって都合のいい形で利用されている。

バラエティー番組は、1960年代の漫オブームに端を発して急速にその番組数を増やしてきた。年末年始のテレビ欄には、軒並みバラエティー番組が名を連ねる時代になった。バラエティー番組は、際立って高視聴率を取れるわけではないがコンスタントに視聴率を獲得していく。単純に面白いものは、視聴率を取れる。しかし最近の傾向として制作者側は、「面白い=笑える」と判断しているのではと思わざるを得ない。筆者らとしては、無理やり笑わされている感覚を覚える。流行だから、売れているからと、出演者を全面に押し出した演出がそうさせるのであろう。そのために先に挙げたようなやらせを使ってでも「演出」という名の下に正当化されたようになっている。

またテレビ番組が多様化しているという点は、バラエティー番組に最もよく当てはまる。本研究においても指摘するが、バラエティー番組の定義が非常に曖昧で広範なものになっており、政治、報道、料理、クイズ、歌、ドキュメンタリー、旅行、スポーツなどとバラ

エティーは組み合わせられて番組化される。糸山が平成18年に発表している「連想法を用いたテレビ番組の評価」でも考察しているように^[1]、バラエティー番組は実験的な企画を打ち出しやすく、視聴者に斬新的な印象を与えることが出来る。しかし、番組の多様化が行き過ぎたためか、人気が出る番組は大抵の場合限定されており（旅番組とバラエティーやトーク番組とバラエティーなど）結局のところ似たような番組に収束し、番組の差別化ができていないように感じる場合も少なくない。視聴率至上主義と呼ばれる現代であるが、無難に視聴率が取れるテレビ番組作りになってしまっている。

このような現状にあって視聴率の「高さ」が必ずしも信頼の置ける番組、支持されている番組、そして質が高い番組とは言い切れない。もちろん視聴率自体を否定するわけではなく、それはそれで先に挙げたような役割を担っていることは間違いない。

現在もテレビ放送は、世論形成に依然として大きな影響力を持っている。この影響力の大きさを考えるならば、テレビ番組の「質」がもっと論議の俎上に登っていい筈である。勿論テレビ番組の制作にかかわる人たちにとって、テレビ番組の「質」が「どうでもいいもの」であった、と言う気はない。視聴率のような「視聴質」の調査もあるのであろうが、それが番組制作に活かされてきたかと言えば、残念ながら否定的である。筆者らの憶測に過ぎないことを断っておくが、これまでのテレビ番組の「質」に関する調査データが、利用しようにもしづらいデータでしかなかったのではないかと推察される。

テレビ放送もこれまでのアナログ放送から、2011年7月までに地上デジタル、いわゆる「地デジ」に移行する。かつ、従来のマス・メディアだけでなく、インターネットや携帯電話を利用した情報の取得は一般的な方法となっている。少なくとも若い人にとっては、携帯電話をパソコンの端末と見做すと、パソコンを駆使しながら情報を獲得し、社会生活を営むことは当たり前となっている。

そのような社会的背景におけるマス・メディアとしてのテレビ番組の「質」は、世代の違いによって評価が大きく分かれることが予想されるであろう。筆者らは既に大学生を対象にして、2001年7月から11月までに、連想法を用いてテレビ番組の「質」の評価を実施した^[1]。この時にも、世代の違いとテレビの「質」の評価との間に関係があるのではないかと指摘があり、この点を明らかにすることは本研究での重要な主題であった。

本来テレビメディアは、マス・コミュニケーションの最たるものであり、「何かを伝える」ことを最大の業務とする。一方で筆者らは、これまで連想法を用いた授業評価の研究を進めてきた^{[2][4]}。筆者らは、授業を「授業者及び学習者を含めた環境の中で、授業者が適当と考えた指導法に従い、具体的な事例や資料を通して、授業者が伝えようとする教科専門領域のある内容（知識や概念）を伝えること」と規定した^[4]。この授業に対する概念規定と、上に述べたテレビメディアの性格である「何かを伝える」を対比すると、両者は極めて似通った面をもっており、連想法を用いたテレビ番組の評価も可能であろう。

今回は、テレビ番組のうち「面白い番組」「面白くない番組」「良い番組」「悪い番組」「役に立つ番組」「いつも見ている番組」「もう一度見たい番組」「子どもに見せたくない番組」の8つの刺激語を用い、テレビ番組の内容（質）の評価を試みた。

2. 調査方法

2-1 被験者

被験者は合計で332名であった。年代ごと及び性別ごとの被験者数は表1に示すとおりである。

表1 年代ごと、性別ごとの被験者数

年代	10代	20代(大学生)	20代(社会人)	30代	40代	50代	60代	計
男	19	32	14	12	19	13	4	113
女	21	44	24	34	39	44	13	219
計	40	76	38	46	58	57	17	332

10代の被験者は、長崎県佐世保市にある県立高校1年生(1クラス分)、20代学生は長崎大学教育学部2年生、それ以外は長崎大学事務系職員、長崎大学公開講座参加者である。

2-2 連想調査と刺激語

本研究は、糸山らが開発した「連想法」を用いて、テレビ番組の「質」の評価を行うことを主題としている。

連想法によって調査を行う場合、刺激となる言葉の選び方が問題となる。質の評価を行うためには、例えば[面白い/つまらない]のような、通常2組の対となる刺激語を用い、それ以外に「質」の評価に役立つような刺激語を組み合わせる。今回の調査では、[面白い番組/つまらない番組][良い番組/悪い番組]のように対になった刺激語の他に、[役に立つ番組][いつも見る番組][もう一度見たい番組][子どもに見せたくない番組]の4つの刺激語を加え、全部で8つの刺激語で調査を実施した。連想の際の調査時間は、制限時間を設けない方法を採用した。かなり広範囲の世代について調査を行ったため、調査時間に制限を設ける方法が採用しづらい面が多かったためである。

なお、この連想調査の前に、すべての被験者に世代、性別、1日当りのテレビの平均視聴時間、被験者の自宅でのテレビの設置台数についても質問を行っている。

2-3 反応語に対するカテゴリーについて

調査で得られた反応語は、次のように分類した。まず、反応語が番組名に関係ある場合には、Yahoo!テレビに従って、「アニメーション・動画(AS)」「ドキュメンタリー(Dc)」「ドラマ(Dr)」「映画(F)」「趣味・教養(HE)」「情報・ワイドショー(I)」「音楽(M)」「ニュース・報道(N)」「スポーツ(S)」「劇場・公演(TP)」「バラエティー(V)」「福祉(W)」「その他(X)」に分類し、反応語がどのカテゴリーにも入らないものについては反応語としての「その他(Y)」に、無反応を(Z)に分類した。

3. 調査結果と考察

3-1 テレビの保有台数及び1日当りの平均視聴時間の結果と考察

テレビの保有台数の分布を、図1に示す。図1に示すように、最も多いのは一家に1台のテレビ保有(37.9%)であるが、6割以上の所帯で1家に2台以上のテレビを保有して

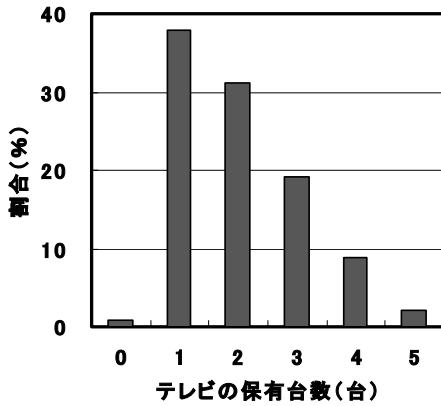


図1 テレビの保有台数の分布

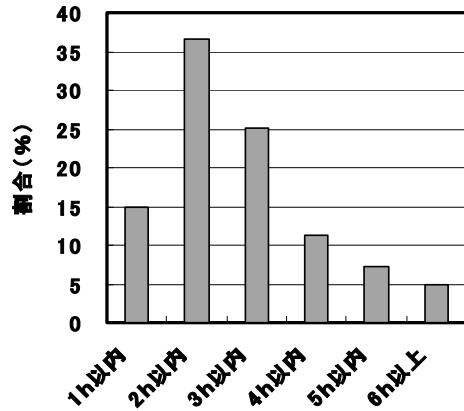


図2 テレビ視聴時間の分布

いる。一つの家で子どもの年齢が上がるに従って、子どもたちのテレビと親の世代のテレビがあるというのが、特別珍しい状態ではなくなりつつある。

図2は、テレビの平均視聴時間の分布である。最も多い視聴時間は2時間以内である。しかしながら、3時間以内(25%)、4時間以内(11%)と回答した被験者も3分の1強おり、テレビ視聴が相変わらず団樂の中心であることを物語っている。この分布の平均値(平均視聴時間)は2.24時間である。

図3は年代とテレビ視聴時間の関係を示している。1日当りの平均視聴時間を長い順に60代以上(2.68時間)、30代(2.5時間)、10代(2.38時間)であり、短い順に50代(1.98時間)、20代(大学生)(2.07時間)である。50代の視聴時間の短さは、仕事の量が増大すると共に、その責任も重くなり、家庭団樂の中でテレビを見るという昔前の生活パターンが通用しなくなっていることを物語っている。20代(大学生)の視聴時間の短さは、テレビ以外の事柄へ興味が向かい始めたことも影響していると考えている。30代になり、家庭を構成したとき、再度テレビ視聴時間が増加する。更に言えば、60代あるいはそれ以上になると、テレビ視聴は生活の重要な一部となっていることがわかる。

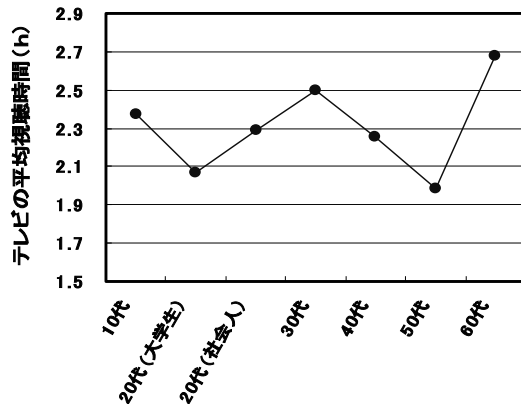


図3 世代別の平均視聴時間の変化

3-2 テレビ番組の「質」の評価の結果と考察

3-2-1 [面白い番組 - つまらない番組/良い番組 - 悪い番組]

何を面白いと思ひ、何を良い番組とするかを見てみよう。図4は、[面白い番組 - つまらない番組/良い番組 - 悪い番組]の情意ベクトル図である。

[面白い番組]としては、バラエティ番組(V)やドラマ(Dr)を挙げているが、これらの番組はいずれも[悪い番組]と評価されており、バラエティやドラマ番組は「面白いけど若干悪い」番組と見られている。[良い番組]とみなされているのは、ドキュメンタリー(Dc)や趣味・教育番組(HE)あるいはニュース・報道番組(N)である。ニュース・報道番組が[面白い番組]と考えられていないのは、極めて自然である。ドキュメンタリー番組や趣味・教養番組は、もう少し面白いと評価されても然るべき番組であろうが(筆者等はそのように思っている)残念ながら見てもらえる機会が少ないようである。10代~40代でこれらの番組を視聴されることが少ないことが、今回の結果にも現れている。結果的に、ドキュメンタリー番組や趣味・教養番組は「必ずしも面白いという訳ではないが、良い番組」という評価になっている。情報・ワイドショー番組(I)は「面白くもなく、そんなに良い番組という訳ではない」という評価である。どの民放においても情報・ワイドショー番組をもっているが、その切り口はほぼ同じであり、かつ同じニュースを追いかけている。更に言えば、情報・ワイドショー番組のいわゆるレポーター達の不躰な発言や感動を強要しているとか言えない発言に、視聴者は辟易する思いで見ているのであろう。情報・ワイドショー番組に対する評価の低さはこのようなことに起因していると言っている。

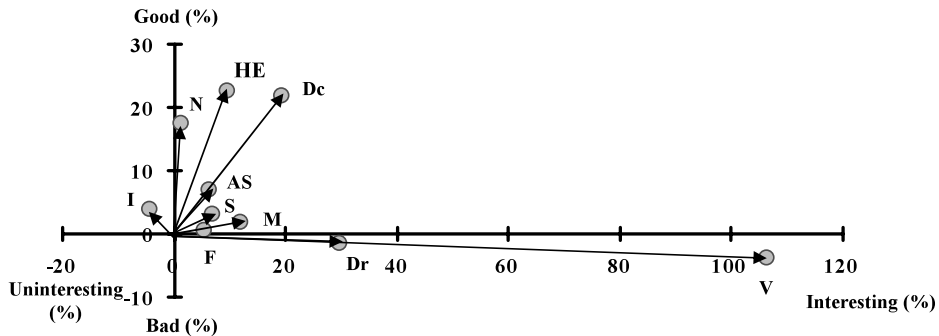


図4 [面白い番組 - つまらない番組/良い番組 - 悪い番組]の情意ベクトル図

AS: アニメ・特撮、Dc: ドキュメンタリー、Dr: ドラマ、F: 映画、HE: 趣味、教育、
I: 情報・ワイドショー、M: 音楽、N: ニュース・報道、S: スポーツ、V: バラエティ

3-2-2 [面白い番組 - つまらない番組/いつも見る番組]

図5に、[面白い番組 - つまらない番組/いつも見る番組]の情意ベクトルによる図を示す。図に示すように、「面白くて、いつも見る番組」としては、バラエティ番組(V)、ドラマ(Dr)である。ニュース・報道(N)番組は、「面白い・つまらないに関係なく、いつも見る番組」である。情報・ワイドショー(I)は「つまらないけど、ある程度見て

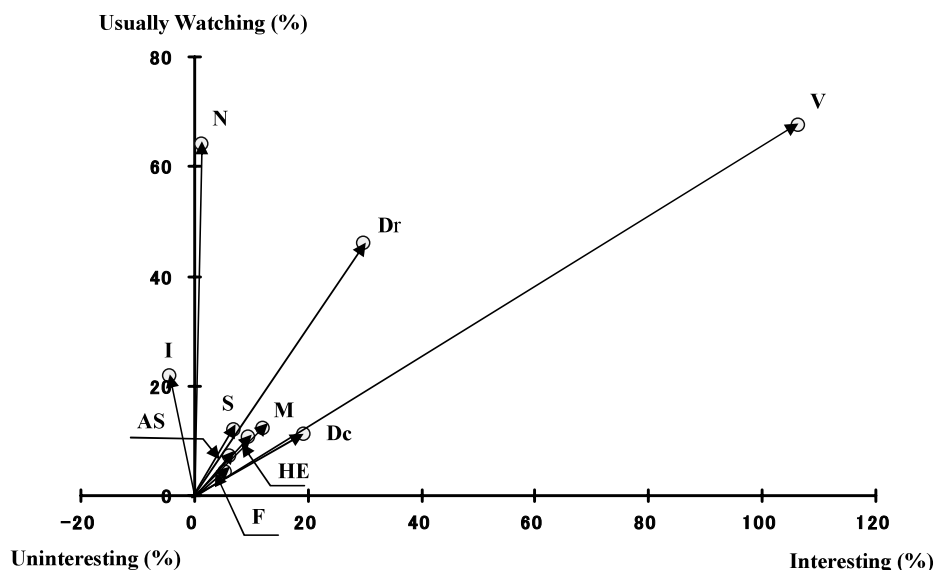


図5 [面白い番組 - つまらない番組/いつも見る番組]の情意ベクトル図

AS : アニメ・特撮、Dc : ドキュメンタリー、Dr : ドラマ、F : 映画、HE : 趣味、教育、
I : 情報・ワイドショー、M : 音楽、N : ニュース・報道、S : スポーツ、V : バラエティ

いる番組」である。これらのジャンル以外の番組は、番組の数も少ないため「いつも見る番組」という認識が視聴者にはないのではないかと推察できる。

3-2-3 [面白い番組 - つまらない番組/役に立つ番組]

図6に、[面白い番組 - つまらない番組/役に立つ番組]の情意ベクトルを示す。図に示すように、「面白い」と感じるのは、圧倒的にバラエティ番組(V)であり、50代を除く

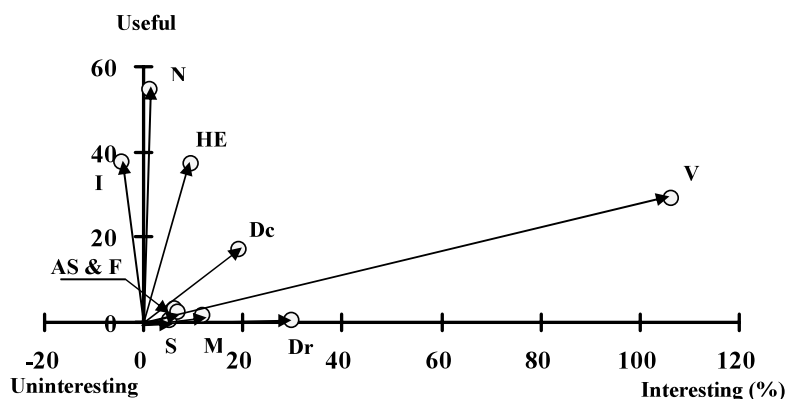


図6 [面白い番組 - つまらない番組/役に立つ番組]の情意ベクトル図

AS : アニメ・特撮、Dc : ドキュメンタリー、Dr : ドラマ、F : 映画、HE : 趣味、教育、
I : 情報・ワイドショー、M : 音楽、N : ニュース・報道、S : スポーツ、V : バラエティ

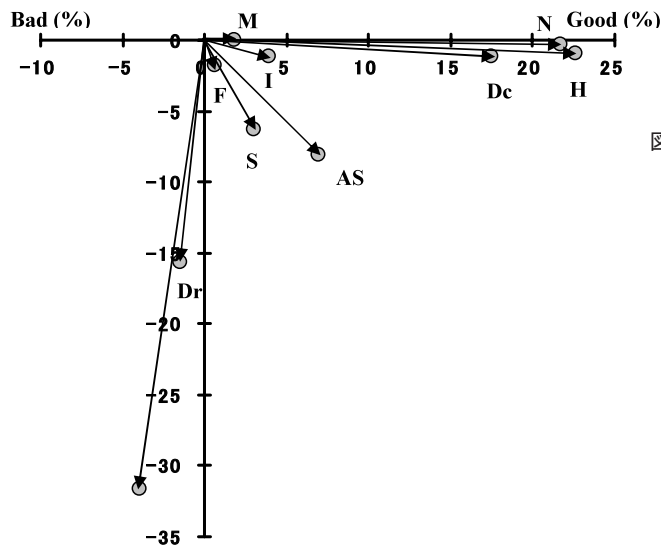
殆どの世代で一人2語以上の反応語を示した。「役に立つ」番組としては、ニュース・報道番組（N）情報・ワイドショー（I）趣味・教育番組（HE）ドキュメンタリー（Dc）である。

なお、バラエティ番組については、面白くない番組としても一人1語程度の反応語が現れており、「面白い番組」と「つまらない番組」が同居している状態である。バラエティ番組や情報・ワイドショー番組が「悪い」番組や「つまらない」番組と見られている反面「役に立つ」番組としても評価されている点は注目されていい。特にバラエティ番組については、様々な実験的な番組作りがなされており、視聴者の好評を得ている番組も少なくない。

3-2-4 [良い番組 - 悪い番組/子どもに見せたくない番組]

図7に[良い番組 - 悪い番組/子どもに見せたくない番組]の情意ベクトル図を示す。図に示すように、「子どもに見せたくない番組」としては、バラエティ番組（V）ドラマ（Dr）アニメーション（AS）である。これらの番組は「悪い番組」の反応語と重なっている。

「子どもに見せたくない番組」という刺激語から、番組名以外の多くの反応語（その他に分類）が得られたが、それらの一部を列挙すると「暴力」「殺人」「お笑い」「いじめ」「言葉遣い」「性」等である。ドラマやアニメ番組の中に現れる暴力や殺人、言葉遣いの下品さあるいはさわどい性描写、更にはお笑い芸人によるバラエティ番組の中に現れるいじめと同種の構図を、多くの視聴者が（10代の高校生も含めて）「子どもに見せたくない」と考えていると言わざるをえない。番組作りに、本論文のようなテレビの「質」の評価が必要と考える理由である。



Don't want children to watch

図7 [良い番組 - 悪い番組/子どもに見せたくない番組]の情意ベクトル図：

- AS：アニメ・特撮、
- Dc：ドキュメンタリー、
- Dr：ドラマ、
- F：映画、
- HE：趣味、教育、
- I：情報・ワイドショー、
- M：音楽、
- N：ニュース・報道、
- S：スポーツ、
- V：バラエティ

3-3 世代別のテレビ番組に対する「質」の評価

3-3-1 「バラエティ番組」に対する年代別の評価

- [面白い番組 - つまらない番組/役に立つ番組] -

今回の調査で問題としたことの一つは、世代別のテレビ番組に対する「質」の評価である。ここでは3-2で特徴的な結果を示したバラエティ番組(V)とニュース(N)に対して抱いた、年代別の評価を示す。

図8に、バラエティ番組に対する世代別の「質」の評価を示している。図8に示した情意ベクトルは、[面白い番組 - つまらない番組/役に立つ番組]である。

図に示すように、バラエティ番組に対する評価は、世代間の評価が相当に異なる。20代から40代まではその傾きまでもほぼ同じであり、「面白いし、そこそ役に立つ」という評価であるが、50代・60代では評価が低い。特に、「面白い」方への伸びが短い結果となっている。これは多くのバラエティ番組が若者をターゲットにして制作されており、50代・60代の視聴者にとって楽しめる番組ではないことを物語っている。番組制作者がターゲットを50代・60代に絞っていないということもあろうが、実験的な試みが可能なバラエティ番組であるからこそ、50代・60代にも支持される番組作りを望んでやまない。

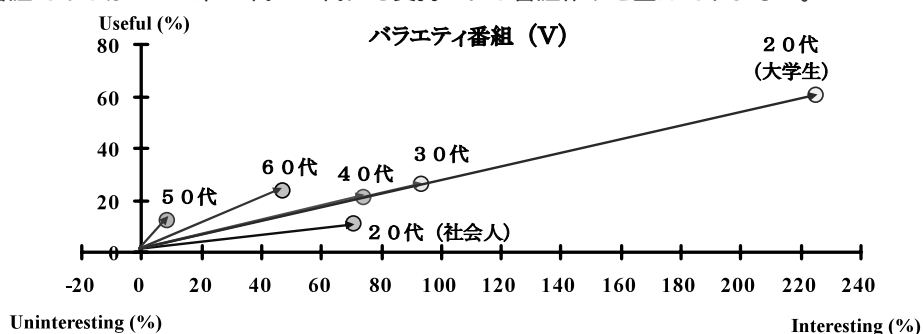


図8 バラエティ番組に対する世代別の評価
[面白い番組 - つまらない番組/役に立つ番組]

3-3-2 「ニュース・報道番組」に対する年代別の評価

- [面白い番組 - つまらない番組/役に立つ番組] -

「ニュース・報道番組」に対する世代別の評価を、図9に示す。いずれの世代においても「ニュース・報道番組」は「役に立つ」番組であるが、興味・関心という点では世代間に大きな相違が見られる。20代から40代では、「面白くない」という評価であるが、50代・60代では「面白い」という評価になっている。50代・60代は、社会における責任の大きさが、若い世代よりもより重く、社会問題に対する関わり方の相違が反映していると考えるのが妥当であろう。

20代の大学生や30代でニュース・報道番組に対して「役に立つ」と評価しているのは特徴的である。50代、60代の世代がニュース・報道番組に抱いている「役に立つ」度合いに匹敵する。特に20代の大学生において顕著である。勿論ニュース・報道番組が役に立つことを否定はしないが、ニュース・報道番組の内容を無批判に鵜呑みにしている感じがする。

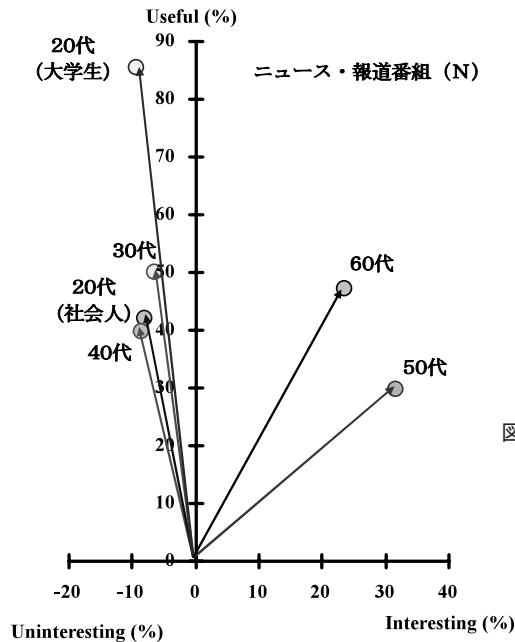


図9 ニュース・報道番組に対する世代別の評価:
[面白い番組 - つまらない番組/役に立つ番組]

もう少し批判的に番組を見ることも必要であろう。

3-3-3 20代と50代のテレビ番組に対する評価の相違

- [面白い番組 - つまらない番組/良い番組 - 悪い番組] -

世代間の相違が顕著に現れる20代と50代の、テレビ番組に対する評価の相違を図10に示す。二つの世代において、その評価が最も異なるのは「面白い番組」に対する評価である。バラエティ番組に対しては、20代の評価は50代の値の20倍を超えている。逆に趣味・教養番組（HE）、ニュース番組（N）では、20代はつまらない側に現れるのに対して、50代では面白い側に現れる。また、アニメーション・特撮番組（AS）ではその逆となっている。このように、世代によって「面白い番組」と評価される番組が、このように異なる結果を得たことは、本調査の妥当性を別の側面から裏付けると共に、番組制作に対する貴重な資料となっていると言える。

4. 考察

今回の調査では、[面白い - つまらない]や[良い - 悪い]を軸にしながら、[役に立つ]や[いつも見る]等の刺激語を組み合わせて、テレビ番組の「質」の評価を行ってきた。しかしこれら以外に[好きな番組 - 嫌いな番組]のような刺激語を組み合わせれば、「良い番組」が「好きな番組」とどの程度一致するのかの検討が可能であろう。

これまで述べてきたテレビ番組の評価結果と考察は、おおむねこれまで多くの人たちが漠然と抱いていたテレビ番組に対する感想・評価と合致するものであろう。その意味では本報告の結果は格別目新しい結論を得たものではない。視点を変えて言えば、漠然と抱い

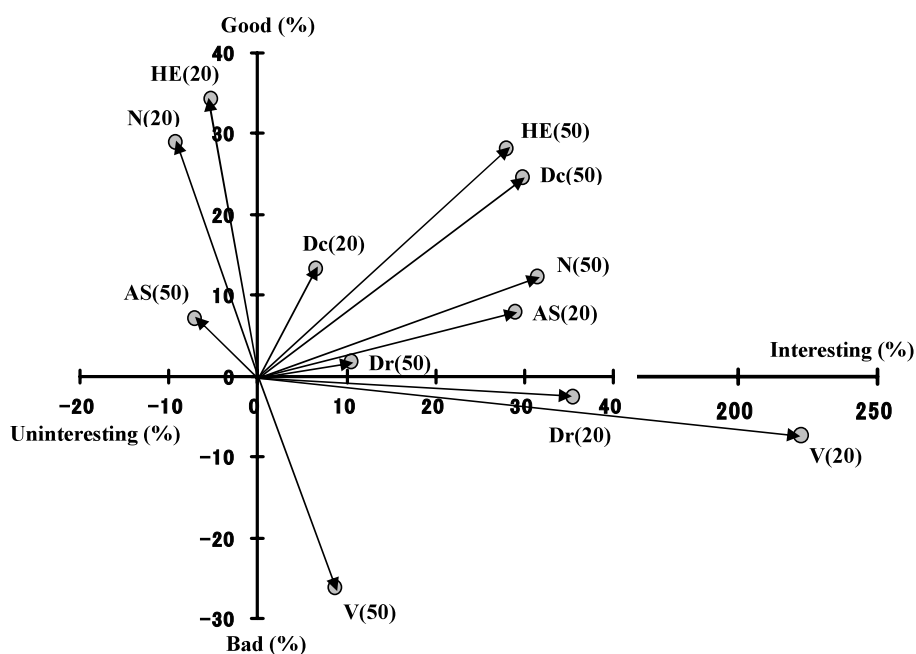


図10 50代と20代のテレビ番組に対する情意面の評価：

[面白い番組 - つまらない番組/良い番組 - 悪い番組]

AS：アニメ・特撮、Dc：ドキュメンタリー、Dr：ドラマ、F：映画、HE：趣味、教育、
I：情報・ワイドショー、M：音楽、N：ニュース・報道、S：スポーツ、V：バラエティ

ていたテレビ番組の「質」に対する感想・評価を、連想法を用いて数量化して図示できたところに意義がある。

現在のテレビ番組はバラエティ番組全盛である。1週間のうち、いわゆるゴールデンタイム（7時～10時）に占めるバラエティ番組の多さは群を抜いている。既に述べているように、様々な実験的な番組作りがなされており、カテゴリーとしての「バラエティ番組」についてはもう少し分類を分けるべきであろう。とにかく、「面白い」軸上に100%以上の反応語があり、「役に立つ」軸上にも30%以上の反応語があるということは、番組制作の工夫しだいで、より有益な番組を制作できる可能性を秘めている。

図4～図9に示すように、テレビ番組に対する世代間の感じ方には相当な違いがある。「時間」という制約の中で番組を制作しなければならない、NHKや民放キー局は、視聴率を気にしながらの番組製作にならざるを得ないのであろう。しかし、視聴者側から見れば同じ時間帯に同じような「質」の番組が、しかも10代・20代をメイン・ターゲットにした番組が並べば、テレビは自らの使命を自ら閉ざしてしまうことになりかねない。番組製作に、本報告のような番組の「質」の評価を必要とする理由である。

5. むすび

1. テレビ番組の「質」の評価において、世代間で大きな相違がある。視聴率だけでは知れない、テレビ番組の「質」を考慮した番組作りが必要である。
2. テレビの保有台数が1家に2台に近づいていることから、同じ時間帯に「質」の異なるテレビ番組の「質」を考慮した、世代を意識した番組作りを望んでいる。
3. 連想法によるテレビ番組の「質」の評価は有効な評価法である。

謝辞

本研究は、平成18年度放送文化基金（人文社会・文化部門183038）の助成を得て進められた。記して感謝の意を表します。

参考文献

- [1] 糸山;連想法を用いたテレビ番組の評価、長崎大学教育学部紀要 自然科学、第74号、pp.49-58 (2006.3)。
- [2] 糸山、藤木：教科教育学研究のモデル化と授業設計理論、教科教育学研究 第14集、第一法規、pp.71-86、1996。
- [3] 糸山、平林、後藤：連想法を用いた情意的側面からの授業評価、長崎大学教育学部紀要 教科教育学、第47号、pp.97-107 (2007.3)。
- [4] K. Itoyama, T. Nitta: The Evaluation for Teaching by Using Association Method, The 3rd Int'l Conference on EISTA, Proceeding on EISTA 2005, Vol.2, pp.156-161, July 2005.

