

## 連想法を用いたテレビ番組の評価

糸 山 景 大

長崎大学教育学部技術教育教室

(平成17年10月31日受理)

## Evaluation on TV Programs by Using Association Method

Kagehiro ITOYAMA

Department of Technology Education, Faculty of Education, Nagasaki University

1-14 Bunkyo-machi, Nagasaki 852-8521, Japan.

(Received October 31, 2005)

### Abstract

This paper describes on the evaluation on TV programs by using Association Method. Namely, author showed answerers nine stimulating words which are “interesting programs”, “uninteresting programs”, “useful programs” and so on. Answerers recalled freely some response words from these stimulating words and wrote to the testing paper during 30 seconds. The response words obtained were classified 24 categories based on Classification of TV Guide. The number of answerers is 100 students of Nagasaki University.

Author made the emotional association maps, which were explained by emotional vector, and the “quality of TV program” was evaluated by these emotional association maps. As results, “Variety Program” involves two tendencies with “interesting, but not useful” and “not so interesting, but useful”. “News Program” is usually “not so interesting, but useful”. But, “News Program” of the sponsored broadcast is “interesting and useful”. From these results, it was concluded that this association method is very good one to evaluate on the “quality of TV program”.

### 1. ま え が き

あるテレビ番組がいかに多くの人に見られているかを判断する指標は、テレビ視聴率である。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という。「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。

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:52.8%, ビデオリサーチ社)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でもあったこともある。

今年、民間放送開局50周年の記念の年である。この50年の間、NHKも含め、番組制作者は視聴率に一喜一憂し、これを高めることに心を砕いてきたように思える。視聴率以外の、番組の質を問うような指標を問題にしてきたような跡はうかがえない。50年経った今も、視聴率を上げることに地道を上げ、例えばビデオリサーチ社の視聴率を、金品の授受によって高めようとしたというような報道があることが、上に述べた事柄を如実に物語っている。

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以上、番組内容の質を問う作業は不可欠の作業であろう。そのためにも、番組内容の質を評価する指標の開発とその指標をもとにした番組制作が求められるべきであろう。本来、視聴率の調査の中には、視聴者がどのような感情を持ちテレビを見ているのかという情報は入っていない。例えば、テレビ番組を模倣した、学校でのイジメの問題などは、テレビ番組の質の評価が的確にできれば改善できるように思える。

筆者は、これまで連想法を用いた授業評価の研究を進めてきた<sup>[1]-[3]</sup>。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。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、連想法を用いたテレビ番組の評価も可能であると考えられる。また授業評価だけでなく、都市診断等にも連想法を適用してきたが<sup>[4],[5]</sup>、その経験を踏まえて、テレビ番組の内容(質)の評価を試みてみた。

今回は、テレビ番組のうち「面白かった番組」「面白くなかった番組」「ためになった番組」「感動的であった番組」など、9つの刺激語を用いテレビ番組の内容(質)の評価を試みた。今回の報告は、テレビ番組の質の評価に、連想法が適用できるかどうかを確かめることが、最大の目的である。

## 2. 調査方法とその処理

### 2-1 連想調査の手順と条件

本研究では、長崎大学の学生(男性34人、女性66人の計100人)に対して、表1に示すような刺激語9語に対し連想調査を行った。連想調査は表紙と刺激語1語に対して1枚の調査用紙を9語分まとめて冊子にしたものを使用した。調査の手順は、まず各個人に冊子を配布し、連想調査に間違いが起らないよう、表紙の注意事項の確認を行った。基本的に「なるべく反応語を想起するように」促し、何も思いつかない場合は「何も書かなくてもいい」ことを注意した。次に、年齢・性別の記入が終わったことを確認し、時間を計り想起

した反応語を書き込んでもらった。反応語はいくつでも書けるようにした。調査時間は刺激語1語に対し30秒とした。

表1 調査に用いた刺激語

面白い番組	つまらない番組
斬新である番組	月並みな番組
笑える番組	泣ける番組
ためになる番組	感動できる番組
もう一度見たい番組	

## 2-2 カテゴリーの分類

各刺激語から想起された反応語をTVガイドに従って、「ドラマ」「映画」「音楽」「スポーツ」「料理」「アニメ」「バラエティ・芸能」「クイズ」「ワイドショー」「ニュース・報道」「ドキュメンタリー・ルポルタージュ」など24のジャンルに分類した<sup>[6]</sup>。

## 3. 調査結果及び考察

### 3-1 カテゴリー別における反応の結果と考察

9つの刺激語に対する反応語を24のジャンルのカテゴリーに分類した。ここでは「面白い番組」「つまらない番組」及び「ためになる番組」の3つの刺激語に対する反応を図1～図3に示す。

「面白い番組」に対して、圧倒的に多数の反応があったのは、「バラエティ・芸能」番組である。「面白い」の意味を「おかしい」ととるか「興味深い」ととるかによって反応は変わるが、多くの被験者は前者の意味に解釈して反応したと考えていい。

テレビ放送草創期のアミューズメント番組の主流は「ドラマ」であったが、70年代半ばの「コント55号」や「やすきよ」の漫才更には80年代の漫才ブームがあって、特に民間放送では「バラエティ・芸能」番組が盛んになったと考えられる。とにかく現在のテレビ放送における「面白い」番組の主流は、「バラエティ・芸能」番組である。

「バラエティ・芸能」番組以外では、「ドラマ」、「音楽」番組が20%以上の反応を、「アニメ」番組が10%以上の反応を示している。それぞれテレビ草創期から多くの視聴者が面白いと感じてきた番組である。

図2に「つまらない番組」に対するジャンル別の反応を示している。この場合も「バラエティ・芸能」番組の反応が最も高く(29%)、以下「ドラマ」(23%)、「ニュース・報道」番組(20%)と続いている。更に「趣味・生活・健康・実用」番組(15%)、「スポーツ」番組(12%)と続いている。「スポーツ」番組が「つまらない番組」にこれだけ多数の反応を示すことは、かなり特異な反応と考えられる。

「ためになる番組」に対するジャンル別の反応を、図3に示す。図3に示すように、「ためになる番組」に対する反応は、「面白い番組」や「つまらない番組」の反応と異なり、「趣味・生活・健康・実用」番組(49%)、「ニュース・報道」番組(44%)、「バラエティ・芸能」番組(32%)、「自然・科学・教養」番組(26%)、「ドキュメンタリー・ルポルタージュ」

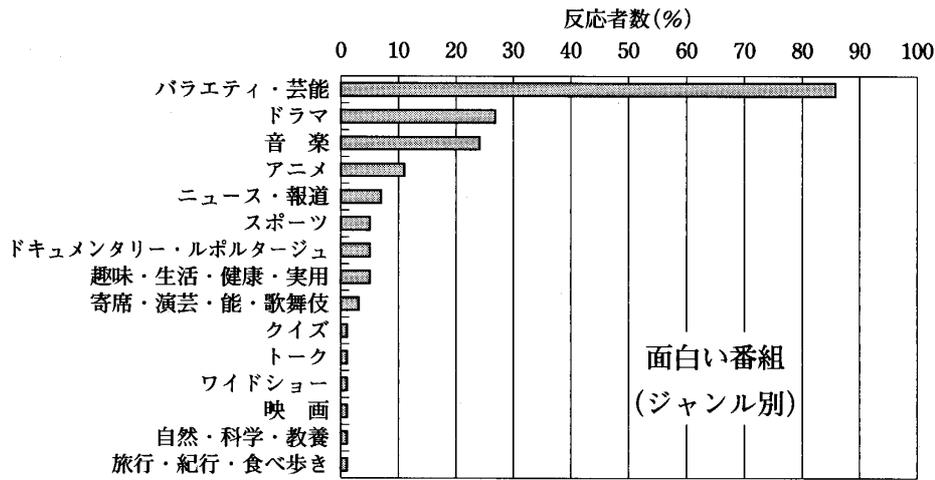


図1 「面白い番組」に対するジャンル別の反応

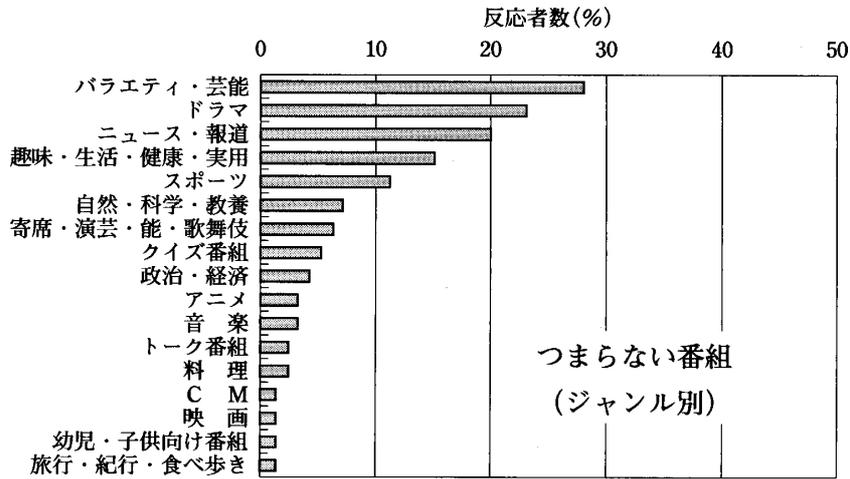


図2 「つまらない番組」に対するジャンル別の反応

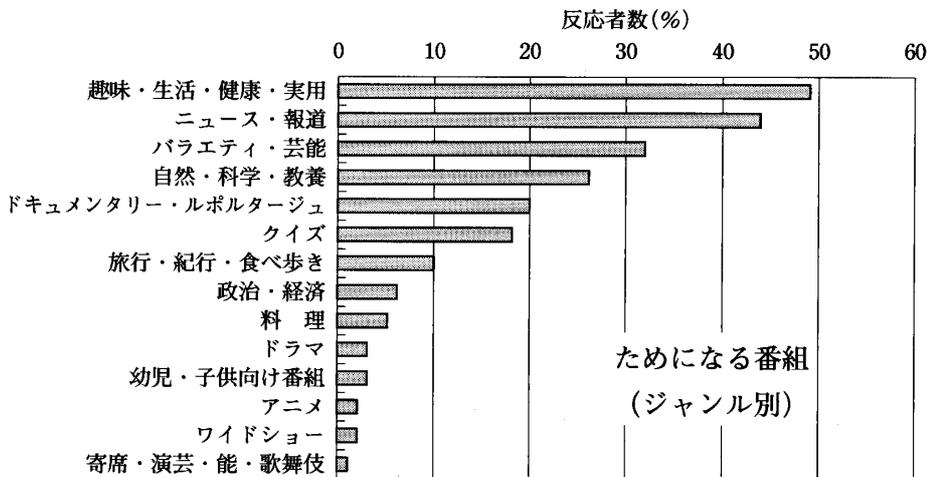


図3 「ためになる番組」に対するジャンル別の反応

番組(20%)などが主な反応である。「ためになる」という意味を考えれば、妥当な反応と考えていい。

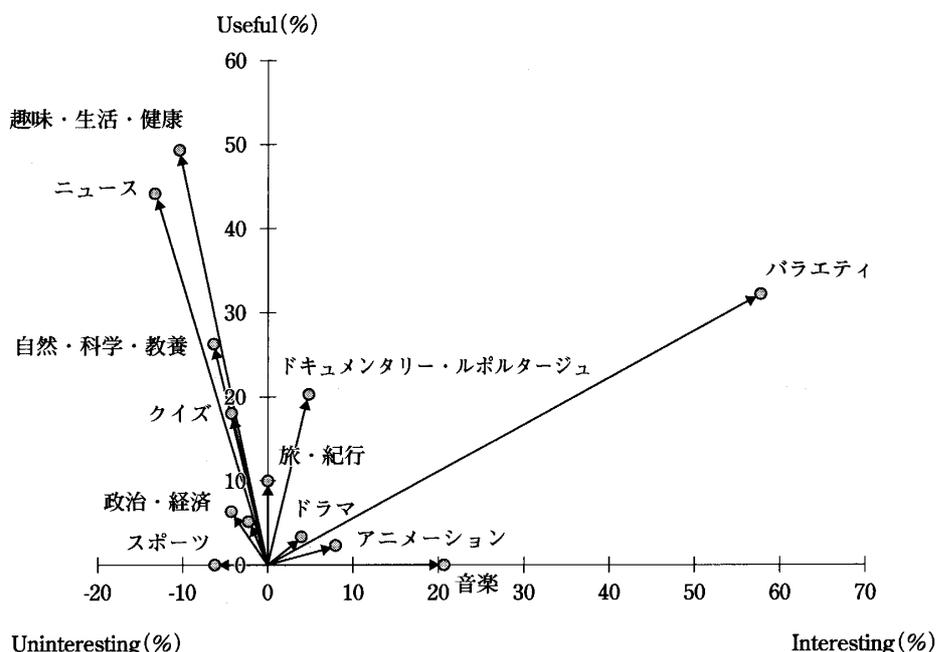


図4 「面白い—つまらない」/「ためになる」番組の情意連想マップ(ジャンル別)

図4に、「面白い—つまらない」/「ためになる」番組の情意連想マップをジャンル別に表した。「バラエティ・芸能」,「ドキュメンタリー・ルポルタージュ」番組は「面白くてためになる」側に、「趣味・生活・健康・実用」「ニュース・報道」「自然・科学・教養」番組は「つまらないけどためになる」側に明確に現れた。「ニュース・報道」「自然・科学・教養」番組では、面白さより報道の正確さに重点が置かれていることを考えれば、「ためになる」側に大きく出ている点を評価すれば、むしろ報道する側の意図通りとすることができる。その他のジャンルについても、「ドラマ」番組を除けば、ほぼ報道する側の意図に沿った結果といってよいのではなかろうか。「ドラマ」番組については、「面白い」側にもっと多くの反応があつてしかるべきであろう。

図5は、ジャンル別に見た「面白い番組—つまらない番組」/「月並みな番組」の情意連想マップである。図に示すように、「ドラマ」「バラエティ番組」「音楽番組」等が「月並み」なものとして捉えられている。図に示してはいないが、「斬新な番組」として「ドキュメンタリー・ルポルタージュ」「バラエティ番組」が高い値を示すが、「バラエティ番組」は二極化が激しい印象がある。その理由として、「バラエティ番組」の幾つかは高視聴率の番組となっており、容易に従来の手法を変えきれないでいる場合(「笑っていいとも」;フジテレビ系列など)、と「バラエティ番組」では実験的な企画を打ち出しやすく、視聴者に斬新さを訴えやすい性格をもっている面の二つを挙げることができる。

かつてテレビの中心ジャンルであった「ドラマ」が、ホームドラマを含めて、新しさを打ち出せないでいる。「岸辺のアルバム」「ふぞろいの林檎達」等、数々の感動を与えた日本の「ドラマ」が、今沈滞期にあることは確かである。特に「ドラマ」のTBSと言われたTBSのドラマに対して評価は低い。

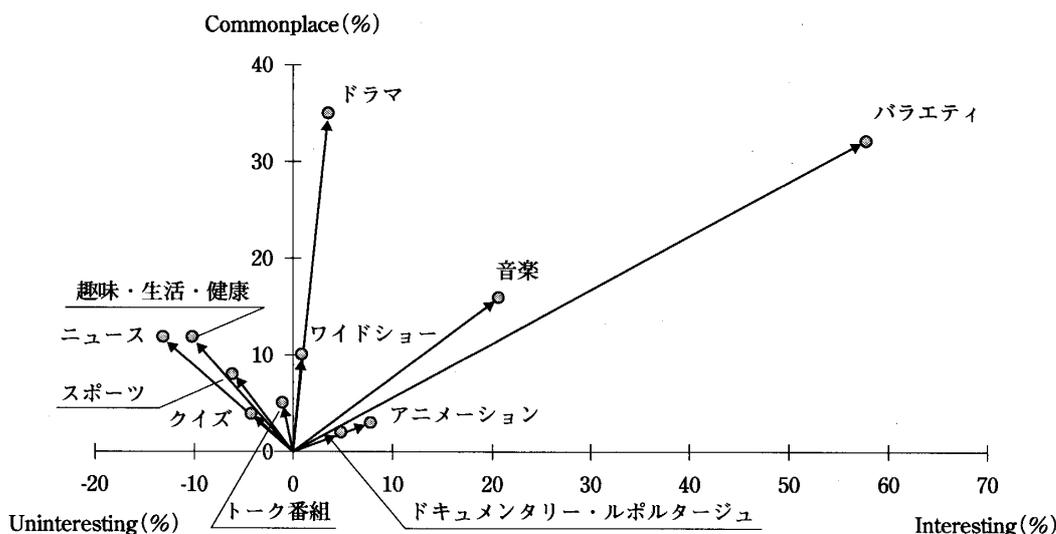


図5 「面白い—つまらない」/「つきなみ」な番組の情意連想マップ (ジャンル別)

「ドキュメンタリー・ルポルタージュ」番組では、問題を的確に捉え、説得力のある内容となったものが数多くある。ただし、番組の数そのものが少ないことが問題である。

### 3-2 個々の番組に対する反応の結果と考察

#### (1) 「面白い番組」—「つまらない番組」/「ためになる番組」の情意連想マップと考察

これまでは、テレビの番組をジャンル別に分けて結果をまとめ、考察してきたが、ここでは個々の番組について、連想反応の結果をまとめ、考察を試みる。

図6は、図4に対応する形で、個々の番組に対する「面白い番組」—「つまらない番組」/「ためになる番組」の情意連想マップである。個々の番組に対する反応の結果であり、反応語の種類は図6に示した反応語種数の6倍強(122語種)ある。これを全て示すことには無理があり、反応数が多かったものを選んで表している。

図6に示すように、「笑っていいとも」「HEYHEYHEY」「めちゃめちゃイケてる」などが、「面白い」軸上に現れる。単に「面白い」番組であることがわかる。これに対して、「発掘あるある大辞典」や「伊東家の食卓」は「ためになる」軸近くに相当大きな値を示している。これらの番組はすべて「バラエティ」番組に分類されるものであるが、内容的には大きな隔たりがあることがわかる。現在のテレビ番組の主流を成す「バラエティ」番組の中で、様々な実験的な試み(例えば「トーク」番組と「クイズ」番組の融合や「ドキュメンタリー」と「芸能」番組の融合などの事例)を通して、視聴者に支持される番組を創り上げている。ただしいかなる番組でも、マンネリ化すれば、視聴者に飽きられる。

「ニュース」番組は、通常「面白くはないが有用である」と考えられ、視聴者の支持を受けてきた。図6の「ニュース」の現れ方は、最も妥当な方向と大きさであろう。しかし、80年代から「ニュース・報道」番組に、ニュースショウの要素が加わった番組が出現した。図6に示された「ニュースステーション」(メインキャスター:久米宏氏)や「ニュース23」(メインキャスター:筑紫哲也氏)の二つの番組が、その好例であろう。二つの番組とも、僅かではあるが、「面白い」側に現れ、「ためになる」程度も高い。これは、二つの番組が、単に事実としての「報道」のみならず、「ニュース解説」の部分番組の中に取り込んだこ

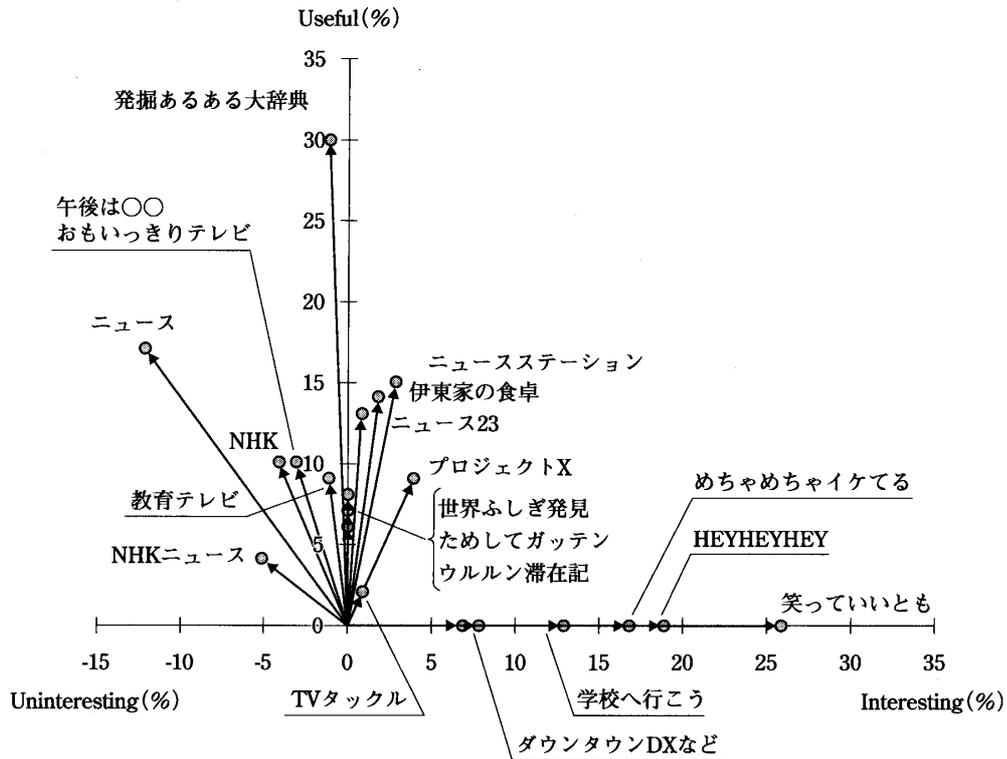


図6 「面白い番組」—「つまらない番組」/「ためになる番組」の情意連想マップ

とによるものと考えてよい。ニュース・報道の核となっている政治家や芸能・スポーツ人をスタジオに招き、将に「旬の話題」を、ブラウン管を通してお茶の間に提供してきた。メインキャスターの人柄と相まって、このことが全般的には視聴者に好感をもって受け入れられている。もっとも「ニュース・報道」番組の性格や使命をよほど熟知していなければ、場合によっては時の政府の代弁者になりかねない危険性を含んでいる。少なくとも「単なる事実の報道」に比べ、世論を操作しかねないという自らの力を、番組担当者はおかねばならない。

## (2) 「斬新な番組」—「月並みな番組」/「面白い番組」の情意連想マップの結果と考察

番組の斬新さと面白さに関係があるのではないかという興味から、この刺激語群が選ばれた。図7にその結果を示しているが、「月並み」と評価された番組の多くは、もともと長寿番組である。その好例はドラマ「水戸黄門」や「渡る世間は鬼ばかり」であるが、製作者も番組の基本的な内容を変えようという意図は少ないのではなかろうか。「水戸黄門」はかつて一度だけ、従来の「水戸黄門」と異なる「水戸黄門」を放映したことがあったが、視聴率も低下し、散々な不評であったと聞いている。

既に述べたが、テレビ放送草創期から娯楽の中心的なジャンルであった日本の「ドラマ」番組が、いま危機的状況にあるように思えてならない。民間放送開局50周年を記念して民放各局が過去の番組を放映していた。その中でドラマ「私は貝になりたい」が放映されたので、懐かしさを感じながら見たが、戦争の不条理をもの見事に描いていた。昨今は韓流ブームとかで、韓国のドラマが数多く放映され、好評を博している。日本の「ドラマ」

製作者も、ドラマの主張を明確にしながら、より質の高いドラマを提供して欲しい。

「電波少年」「あいのり」「ガキの使いやあらへんで」「プロジェクトX」「伊東家の食卓」などが、斬新なものであるという評価結果がでていいる。「電波少年」「ガキの使いやあらへんで」等に、確かに斬新なところがある。「電波少年」における、若手お笑いタレント二人の旅行記は、むしろ「ルポルタージュ」に近いものがあるが、これらの番組の手法は、学校での「いじめ」につながりかねない危険な部分もあり、「斬新さ」の質が問われる。これらの番組では、何を伝えようとしているのかが曖昧であるが、これに対して「プロジェクトX」「伊東家の食卓」では、製作者の意図が明確であり、その「面白さ」が分かりやすいものになっている。

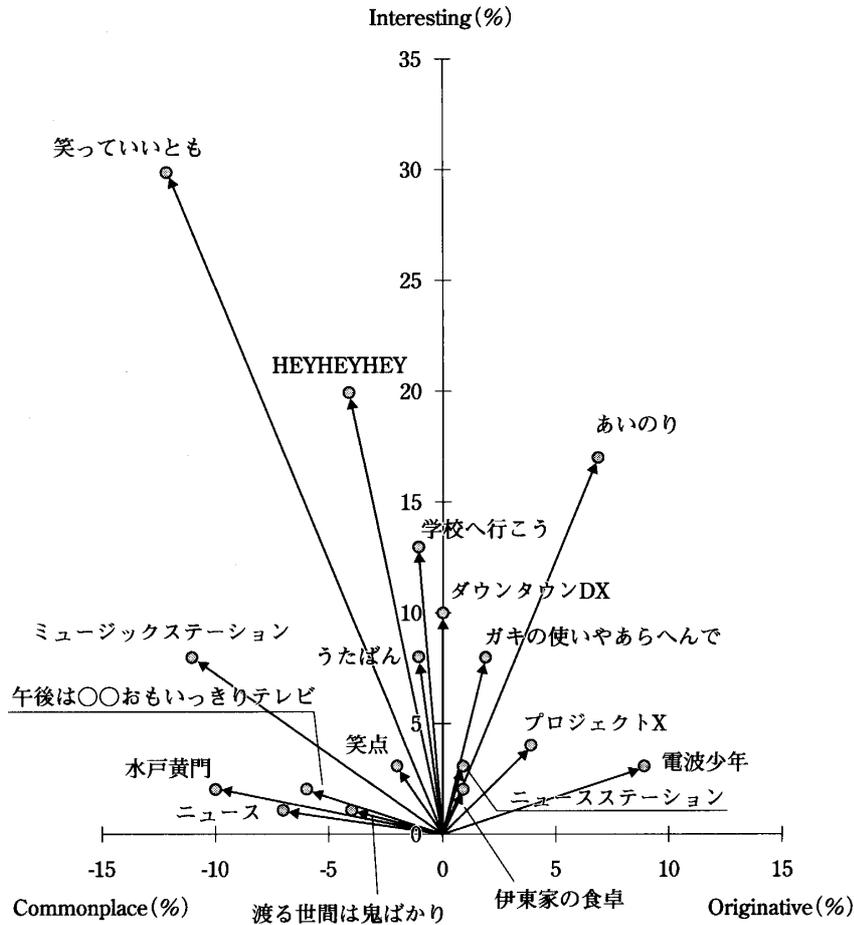


図7 「斬新な一月並みな」/「面白い」番組の情意連想マップ

### 3-3 連想法を用いたテレビ番組の評価の検討

以上の結果から、手法の妥当性を検討する。結果に示したように、連想法を用いたテレビ番組の評価は、その質を評価するという点で、視聴率では表すことのできない側面を評価しており、極めて有効な方法といえることができる。

テレビ放送の民間放送50周年を迎え、かつ全面的なデジタル地上波放送の開始を真近に控え、日本のテレビ放送も重大な岐路に立たされていると言わざるを得ない。質の高い

内容の放送を創り出すためにも、これまでのように視聴率のみに一喜一憂するような評価基準だけでなく、ここに示したような質の評価に対する評価法を開発すべきであろう。

残念ながら日本のテレビ放送関係者には、この点についての認識が甘いように感じられる。

今回の調査では9つの刺激語を用い、連想法によって番組を評価した。このときテレビ番組を指定した従来型の評価法ではなく、「面白い番組」といえば、どのような番組を思い出すかを問うている。このような調査の場合、思いつくこともなかった番組は、殆ど見られていないことを意味している。その意味でどのような刺激語が妥当であるかの検討が必要となる。「月並み」「泣ける」等の刺激語が有効に働いたかどうかは疑わしい点がある。

番組に対するジャンルの区別も、今回はTVガイドの区分に従ったが、これも検討の必要がある。最近のテレビ番組が「バラエティ」番組に偏重しているが、それと共にジャンルの再検討が必要であろう。

本調査は、2001年7月から11月までに実施したものであるが、現在はテレビ番組も変わっている。今ではなくなった番組も少なくないし、新たにスタートした番組もある。そのような状況を考えると、このような調査は単発ではなく、継続的に何年かおきに調査すべきである。今回の調査の被験者は、大学生のみであった。年代別に調査をすれば、それぞれの年代におけるテレビ番組に寄せる感じ方が分かり、テレビ番組の内容を向上させるために有益であろう。

#### 4. む す び

本研究から得た知見を以下に示す。

- (1) 「ドキュメンタリー・ルポルタージュ」番組は「おもしろくてためになる番組」と評価されている。
- (2) 「ニュース・報道」「趣味・生活・健康・実用」番組は「ためになるけど面白くない番組」と評価されている。
- (3) 「ニュース・報道」番組は民放とNHKで、はっきりと差が表れた。
- (4) 「バラエティ・芸能」番組は、番組としての幅が広く、テレビメディアの質を正確に評価するうえで、ジャンルの分類の再検討が必要である。
- (5) テレビ番組の内容（質）の評価に、連想法を用いた本調査法は極めて有効である。

#### 謝 辞

本研究の一部は、日本学術振興会平成15年度科学研究費補助金（基盤研究（C）（2）, 課題番号15530596）の助成を得て進められた。記して感謝の意を表します。

本研究を進めるにあたって、長崎大学教育学部の元学生淵上晃全君（平成13年度教育学部情報文化教育課程卒業）の協力を得た。心から同君に感謝いたします。

## 参 考 文 献

- [1] 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.
- [2] 大久保, 金崎, 藤木, 糸山: 連想調査による授業の情意的側面の表現, 信学技報, ET96-2, pp. 7-14, 1996-04.
- [3] K. Itoyama, T. Nitta: The Evaluation for Teaching by Using Association Method, The 3rd Int'l Conference on EISTA, Proceedings on EISTA 2005, Vol.2, pp.156-161, July 2005.
- [4] 辻, 金崎, 藤木, 糸山: バレーボールにおける練習改善のためのチームイメージの表現の研究, 信学技報, ET96-1, pp.1-6, 1996-04.
- [5] 辻, 藤木, 上菌, 糸山: 連想による都市イメージの表現, 信学技報, ET96-128, pp.111-118, 1997-03.
- [6] インターネット TV ガイドホームページ <http://www.tvguide.or.jp/top>