

【研究ノート】

簡易版番組評価尺度の開発の試み

— BS 番組による検証 —

Attempt of Developing of Simplified TV Program Quality Scale

藤井達也*

Tatsuya FUJII*

要約: 武蔵メディアと社会研究会では、これまでテレビ番組の質を測定するための評価尺度の開発を行い、現在では20項目の尺度による調査を行うまでに至っている。本稿では、現在までの経緯を述べるとともに、回答者の負担を軽減するために行った評価尺度の簡易化の経緯と、簡易化した評価尺度の有用性を確認するために行った調査結果について述べている。はじめに、尺度の簡易化のために、これまで用いていた20項目による番組評価調査をインターネット上で2回行った。調査で得られた結果に対してクラスター分析を行ったところ、20項目としていた評価尺度が8項目にまで収束できることが確認された。そのため、その8項目を簡易版の番組評価尺度とすることとした。次に、8項目の評価尺度が番組の質を測定するのに有用であるのかを確認するために、BS局の番組を対象としたインターネット調査を行った。番組ごとの評価に対してクラスター分析を行ったところ、評価のされ方により4つのジャンルに分類できることが確認された。ジャンルごとに比較すると、評価結果に差異が見られ、視聴率のような単一の評価では捉えにくい、各ジャンルの質の違いを客観的に表すことができる可能性が見られた。

1. はじめに

日本において、テレビの視聴率¹⁾の測定とともに視聴質の測定が必要であるという議論は、1960年代から継続して行われている。1989年には、日本民間放送連盟(以下、民放連)研究所が視聴質に関する報告書を提出

*武蔵大学大学院 人文科学研究科 博士後期課程

し、視聴質とは(1)視聴者構成の質、(2)視聴者反応の質、(3)番組の質という3つの内容を含む概念であることが整理されている(日本民間放送連盟 2004)。現在に至るまでに、視聴質に関する多くの調査や研究が行われ、測定のための指標づくりが試みられており、複数の放送局や調査会社が視聴質の測定を行っている。

しかし、現在測定されている視聴質の多くが、「視聴者構成の質」(性別や年齢など)と「視聴者反応の質」(番組に対する「満足度」や「好意度」、視聴者の視聴態度(集中的なのか、ながら視聴なのか)など)が中心となっており、「番組の質」(例えば、楽しい番組であるのか、実用的な番組であるのか、という番組自体に対する評価)に関しては十分に測定されているとはいえない。さらに、テレビ番組に対して評価がされていたとしても、その多くが放送の専門家や評論家による評価であり²⁾、一般の視聴者による評価が反映されやすい調査はあまり見られていないのが現状といえる。

2. 日本における視聴質調査の歴史

民放連の報告書(2004)によれば、日本においては、1960年代初めに機械式による世帯視聴率の調査が導入された当初から³⁾、視聴率調査は量的調査と質的調査を使い分ける工夫が必要であると提起されていたという。この動きを受け、当時には、番組好意度と視聴経験を調査する「TVQ レイティング」や放送研究の専門誌上で試みられた番組の記述的分析、日本放送協会(以下、NHK)が1963年から1970年にかけて行った「番組内容評価調査」⁴⁾が、番組を質的に評価するための調査研究として行われている。しかしながら、いずれの調査も調査サンプル構成の問題や膨大な作業量が問題となり、広く定着するには至らなかった(石川 1992)。

1970年代から1980年代末までは、「具体的な『質』的調査手法の開発研究」がなされた時期とされている(伊豫田 2004)。具体的な研究としては、1975年から4年間にわたり行われた、民放連研究所による「充足度

調査」システムの開発があげられる。この研究について伊豫田（2004）は、調査コスト等の問題もあり、実用化には至らなかったが、「質」的調査の具体的な方向性を提示したという点で、画期的な研究だったと評している。また1979年からは、ビデオリサーチ社による「テレビ番組カルテ」が開始されている。この調査は番組の好意度と視聴経験を調査するという点で「TVQ レイティング」の影響を受けており（伊豫田 2004）、現在も行われている⁵⁾。さらに1984年から1989年には、NHK放送文化研究所による「視聴感想調査」が行われており、「おもしろかった」「よかった」という「視聴者反応の質」を中心に調査が行われている⁶⁾。

1980年代末になると、ピープルメータによる機械式の個人視聴率調査の導入が検討され始め⁷⁾、視聴質に関する議論がより活発となった。1987年には、日本広告主協会が研究テーマとして「視聴質」を取り上げ、広告主からもその必要性が提起されることとなった。また上述したように、1989年には、民放連研究所により、「視聴質」という言葉の整理がされたため、議論が活性化されることとなった。

これらの動きを受けるかたちで、1990年代には多くの調査が見られ、特に放送局による調査が多かった⁸⁾。その中でも、1997年に開始された「リサーチQ」は、インターネット上で調査を行うという点で、他の調査よりも一般の視聴者の意見が反映されやすい仕組みがとられていた。この調査は、テレビ朝日と慶應義塾大学が共同開発したものであり、番組の「期待度」「満足度」「集中度」などの「視聴者反応の質」を測定している⁹⁾。現在も調査は続けられており、調査結果の一部は定期的に公開されている。

ここまでの視聴質に関する議論はいずれも、「『量』的調査と『質』的調査の有用性比較の要請から、提起され、議論されてきた」（伊豫田 2004）が、2000年代初めの視聴質に関する議論は、2003年に発覚した視聴率の不正操作¹⁰⁾という不祥事に端を発している。

この不祥事が発覚したことで、放送倫理・番組向上機構が、番組の制作・編成方針が視聴率に過度に依存している状況について提言をした。それを

受けるかたちで、民放連の「視聴率等のあり方に関する調査研究会」が発足し、2004年に報告書が提出されている。この報告書では視聴率調査の現状と課題とともに、視聴質測定の実用性についても報告がなされている。そこでは視聴質測定の実用性について、「視聴者構成の質」に関してはピープルメータが導入されたことで測定できるようになってきたこと、「視聴者反応の質」に関しては、1990年代に見られた多くの調査のように、放送局などが測定を行っていることを記している。しかし、「番組の質」に関しては、「広く関係者間のコンセンサスを得ている評価指標は存在しないのが現状である」(日本民間放送連盟 2004: 19)とし、測定が十分に行われていないことを指摘している。

この報告書が提出された後も視聴質測定に関する研究は行われており、NHK放送文化研究所による番組の満足度や印象を評価する「番組総合調査」¹¹⁾や一部上場企業の社員とその家族によるアンケートにより推奨する番組を決定する「優良放送番組推進会議」¹²⁾、データニュース社の番組視聴の度合いや視聴の仕方についてのインターネット調査「テレビウォッチャー」¹³⁾が見られている¹⁴⁾。しかし、いずれも「番組の質」を十分、客観的に表すには至っていない。

上述してきたように、視聴質に関する議論と測定は長年試みられてきた。しかし、調査コストの問題や膨大な作業量などの理由から、その多くが視聴率のように、一般の視聴者に広く認知されないままである。また、2004年の民放連の報告書にもあるように、「視聴者構成の質」や「視聴者反応の質」は十分に測定されているが、「番組の質」に関しては社会的にコンセンサスを得た評価指標は見られていないという現状がある。

3. 視聴者は番組をどのように見ているのか

上述したように、これまでの諸団体の取り組みから、どのような視聴者がどんな番組を視聴しており(「視聴者構成の質」)、どのような番組に満

足しているのか（満足度や継続視聴意向といった「視聴者反応の質」）はある程度明らかにされてきた。しかしながら、視聴者が番組を「どのように」見ているのか、すなわち、視聴している間、どのような部分に心惹かれ、時に感動し、また憤りを感じたりしながら、総合的に番組に満足していくのか、そのようなプロセスを明らかにできる指標は、いまだ開発の途上にあると考えられる。それ以前に、日本のテレビ放送開始から60年以上経過し、テレビ視聴がほとんどの国民にとって習慣化している現在に至っても、一般の視聴者が、自分が視聴した番組の「おもしろさ（つまらなさ）」を表現するのに主観的な感想以外のツールを持ち合わせていないというのが現状といえるだろう。

ここから、「視聴者が、自ら好んで視聴している『番組の質』を量的に測定し、そこからどのように満足を引き出しているのかを記述できないか」という課題が浮かび上がってくるだろう。ピープルメータにより測定可能となった番組の視聴者を構成するデモグラフィック的な質ではなく、番組に対する満足度や継続視聴、他者への推奨の意向（「リサーチQ」や「優良放送番組推進会議」など）でもなく、また、NHK放送文化研究所が「日本人とテレビ」調査（木村・関根・行木2015など）で収集している「ながら視聴」や「専念視聴」といった番組の見方でもなく、番組内容の質そのものに対して、視聴者が簡単に評価できるツールを開発できないか。武蔵メディアと社会研究会（以下、MMS研究会）が取り組んできたのが、この「『番組の質』を量的に測定する」ツールの開発である。

このツールの利点は、第一に視聴者が好んで視聴した番組を、自らがどのように評価しているのかを可視化できる点である。漠然とただ、「おもしろい」「つまらない」と表現していたものに対して、客観的な指標があることで、その理由を説明できるようになることが期待される。

第二に、このツールによって得点化した「番組の質」と視聴率データを組み合わせることにより、視聴者に「おもしろい」とされる番組が、共通してもつ特徴が何であるかを示すことができる。また、一部の層にのみ

「おもしろい」とされる番組の特徴や、幅広く支持される番組の特徴など、支持する視聴者層の違いによる番組の特徴の差異も示すことができるだろう。

第三に、テレビ番組に限らず、コンテンツの「おもしろさ」を科学的に明らかにすることに対する要請は、根強いものがある¹⁵⁾。しかしながら、文学的なアプローチによる鑑賞や芸術論的な批評とは異なる、一般の受け手によるコンテンツの享受のあり方を心理学的な側面から明らかにする試みは端緒についたばかりである。したがって、このような評価指標の開発は、同様の研究への取り組みの一助となる可能性がある。

MMS 研究会がこの課題に取り組んだ当初の目的は、「視聴率以外の方法で市民が番組を評価し、調査結果を社会に発信することによって、良心的番組の制作会社やディレクター/プロデューサーを応援し、番組制作の新しい流れを作りだすこと」であり、「局の編成・営業、代理店・スポンサー等に、良い番組を提供し質的に満足してもらう意識と社会的責任を呼び起こそう」(小玉 2011 : 2)ということであった。しかし、その取り組みを進めていくにつれ、そもそも「『番組の質』を量的に測定することが可能であるのか」という問いに答えることが先決と判断し、指標の開発に専念してきた。送り手も受け手も、感覚的には番組の良し悪しが「わかる」とはいえ、視聴率のように客観的には説明できない、というのが「番組の質」に対する評価の定石であった。

本稿は、これまでの多数の試みから得られた知見を踏まえた上で、改めてテレビ番組の「質を量で表現することの可否の検討」および「質の表現方法の簡易化の可能性」、そして「(それらが達成された場合における)学術的および実務的な活用の可能性の検討」について報告するものである。

4. 尺度開発の経緯

4-1. 現状の番組評価尺度に至るまでの経緯

本章では、これまでのMMS研究会による「番組の質」測定のための尺度開発の経緯について、その概略を示していく。

研究のはじまりとして、視聴者が番組に対してどのようなイメージを持っているのかを把握するために、尺度の元となる情報の収集を行った。2005年に学生を対象に、「良い番組」「悪い番組」「見たいと思う番組」「見たくないと思う番組」に対するイメージについて、自由記述による調査を行った。その収集したイメージを「視聴者の反応の良し悪し」と「番組そのものの良し悪し」に分類し、さらに「視聴者の反応の良し悪し」については感情面と機能面とに分け、計3カテゴリー（「感情面」「機能面」「番組評価」）に分類することとした。そして、このイメージ項目を用いて、番組を評価してもらう調査を行い、その結果を検討し、項目数を60、回答形式を5件法・単極とする尺度とした¹⁶⁾。

次に60項目の尺度を用いて、学生や公開研究会の参加者に、番組を評価してもらう質問紙調査を行った。その結果、ジャンルごとの評価に一定の傾向が見られ、各ジャンルに対して視聴者が好ましい（もしくは好ましくない）と考えている点を尺度によって表せている可能性が示唆された。また、同じジャンルであっても番組ごとに評価が異なることも確認された。

しかしながら、60項目の調査を行っていく中で、回答者への負担が大きいという問題が見られた。そのため、上述した3カテゴリーの枠組みはそのままに、項目数を60から34にまで削減することとした。その後2006年に、一般の視聴者を対象に34項目を用いた質問紙調査を行った。その結果、尺度の有用性は確認されたが、番組の倫理的問題に言及した項目（例えば「残酷な」「差別的表現がある」「過剰な性表現がある」など）が突出して評価されていることが確認された。これを受け、3カテゴリー

表 1 番組評価のための 20 項目の尺度

カテゴリー名	評価項目	カテゴリー名	評価項目
品質 (Quality)	映像や音楽が良い、 演出が良い、 品が良い、独創性がある、 構成が適切である	実用 (Usefulness)	見ごたえがある、 世の中のことがわかる、 生活に役立つ、 教養が身につく、話題性がある
娯楽 (Amusement)	楽しい、リラックスできる、 感動できる、 共感できる、出演者が好き	倫理 (Ethics) ※逆転項目	公正さに欠ける、良識に反する、 暴力表現が過剰である、 性表現が過剰である、 差別的表現がある

に「倫理面」を加えて、若干のカテゴリー名の変更を行い 4 カテゴリー(「慰安評価」「実用評価」「品質評価」「倫理評価」とし、項目の再編成を行うこととした。

2007 年には、尺度がより簡便となるように、4 カテゴリーはそのままに、研究会で検討し、項目数を 34 から 22 にまで削減することとした。また、回答形式の再検証を行うこととなり、「5 件法・単極」に、「5 件法・両極」「2 件法」を加えて、3 つの番組をそれぞれの方法で評価してもらう調査を行った。回答形式ごとの正確さや回答者から寄せられた意見を考慮した結果、回答形式はそれまで用いていた「5 件法・単極」が妥当であり、回答もしやすいということになった。また、項目については、さらに 2 項目削減し 20 項目とした¹⁷⁾。

2009 年からは、20 項目(5 件法・単極)を番組評価のための尺度とし、インターネット上で定期的に調査を行い、結果を公表してきた¹⁸⁾。20 項目であっても、項目を削減する前と同様に、ジャンルごとの評価の差異および同じジャンル内での差異が示され、「番組の質」を客観的な指標で表せていることが確認された¹⁹⁾。2010 年には、20 という項目数は変えずに、4 カテゴリー間の項目数の統一および項目の文言の修正を行ったが、尺度の有用性は変わらず示されている(20 項目については表 1 参照)。

4-2. 簡易版番組評価尺度の開発について

上述してきたように、MMS 研究会による番組評価尺度の開発は、現在

表1の尺度を用いるまでに至っているが、いまだに問題点が残っている²⁰⁾。そのひとつに、評価のしやすさの問題があげられる。これまでも項目の削減を何回か行ってきたが、20項目であっても、いまだに回答するのに手間がかかるという意見が回答者から寄せられている。尺度を有用とするならば、回答のしやすさを向上させることは重要であると考え、さらに簡便にするため、2回の大規模調査を行い、検討することとした。

1回目の調査は、2013年9月26日から28日に、2013年7～9月の間に放送されたドラマ番組28番組²¹⁾を対象に行った（以下、ドラマ調査）。2回目の調査は2014年1月1日に2013年12月31日の大晦日に放送されたテレビ番組28番組²²⁾を対象に行った（以下、大晦日調査）。

両調査とも、民間のインターネット調査会社に委託して行っており、回答者の人数は624人ずつである。調査にあたって、回答者の性別と年齢に偏りが出ないように年齢を6つの群に分け（15～24歳、25～34歳、35～44歳、45～54歳、55～64歳、65歳以上）、それぞれの群の人数を104人とし、男女が均等になるように対象者を選定した。

調査の手順は、はじめに両調査とも対象の番組リストを提示し、「よく視聴する番組」を最大3番組まで選択してもらった。次に、選択した番組ごとに表1の尺度について「あてはまらない(1点)」～「あてはまる(5点)」の5件法で評価してもらった。加えて、ドラマ調査では番組の視聴頻度と視聴した機器、視聴のタイミング、テレビジャンルの好みを、大晦日調査では視聴した番組の視聴の長さを、それぞれ尋ねている²³⁾。

このようにして調査を行い、両調査によって得られた番組評価の中でも各回答者が1番よく視聴したとする番組の評価、延べ1248件を基に評価項目の検討を行うこととした。1番よく視聴した番組のみとしたのは、(1)回答者ごとの番組評価を1番組ずつにすることで回答者による評価の偏りを無くすため²⁴⁾、(2)番組ジャンルの偏りを無くすためである。

これらのデータを用いて、番組の評価尺度を分類するために、Ward法によるクラスター分析を行い、9つのクラスターを得た。

第1クラスターには「生活に役立つ」「教養が身につく」の2項目、第2クラスターには「世の中のことが分かる」の1項目、第3クラスターには「感動できる」「共感できる」「品が良い」の3項目、第4クラスターには「リラックスできる」の1項目、第5クラスターには「演出が良い」「構成が適切である」「映像や音楽が良い」「独創性がある」の4項目、第6クラスターには「出演者が好き」「見ごたえがある」「話題性がある」の3項目、第7クラスターには「楽しい」の1項目、第8クラスターには「暴力的表現が過剰である」「差別的表現がある」「性表現が過剰である」の3項目、第9クラスターには「公正さに欠ける」「良識に反する」の2項目が含まれた(図1)。

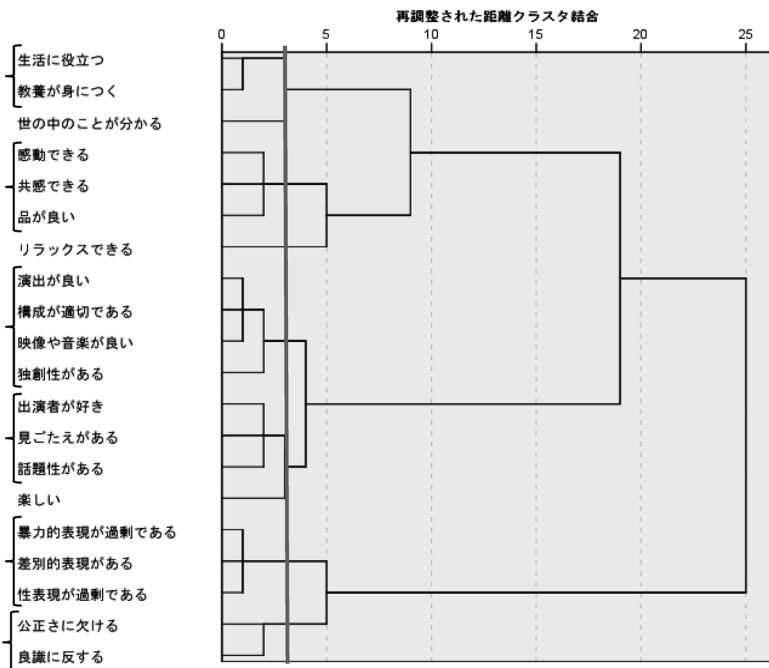


図1 Ward法による番組評価20項目のデンドログラム

表 2 番組評価尺度 20 項目と 8 項目の対応表

クラスター	20項目	8項目
1	生活に役立つ、教養が身につく	⇒ 生活に役立つ
2	世の中のことが分かる	⇒ 世の中の動向がわかる
3	感動できる、共感できる、品が良い	⇒ 感動できる
4	リラックスできる	⇒ リラックスできる
5	映像や音楽が良い、演出が良い、独創性がある、構成が適切である	⇒ 作りが良い
6	出演者が好き、見ごたえがある、話題性がある	⇒ 見ごたえがある
7	楽しい	⇒ 楽しい
8, 9	公正さに欠ける、良識に反する、暴力表現が過剰である、性表現が過剰である、差別的表現がある	⇒ 倫理的に問題がある

この結果を研究会で協議し、元々倫理項目であった第 8 クラスターと第 9 クラスターを統合し「倫理的に問題がある」とし、残りの 7 クラスターについて命名して、8 項目の簡易版番組評価尺度とした（表 2）。項目を 20 から 8 に減らせたことにより、回答がより容易な尺度とすることができたといえる。

5. 簡易版番組評価尺度を用いた調査

次に 8 項目の簡易版番組評価尺度によって、番組がどのように評価されるのかを確認し、「番組の質」を測定するのに有用であるのかを検証することとした。本章では、そのために行った BS 局のテレビ番組を対象に行った調査（以下、BS 調査）の概要と結果について述べていく。

BS 局を対象としたのは、これまでの視聴質調査の多くが地上波のテレビ番組を中心に行われており、BS 局のテレビ番組を中心に測定した調査があまり見られなかったためである。近年、BS 局を視聴できる世帯は増えており、無料 BS 民間放送局²⁵⁾の世帯普及率は 2009 年には 50.9%であったのが、2014 年には 70.5%（推定 3944 万世帯）にもなっているという（電通総研編 2015）。それに伴い、BS 局の売上高や関連広告費も増加傾向にあり²⁶⁾、地上波のテレビ番組と同様に、視聴質の議論を展開していく必要が増えてくると考えられる。そのためにも、BS 局のテレビ番組の視聴質を示しておく必要があるといえる。

5-1. BS 調査の概要

BS 調査は 2014 年 10 月 3 日～6 日に実施した。対象とした番組は 2014 年 9 月に BS7 局²⁷⁾で放送されていた 28 番組である。番組は事前に各放送局の番組編成担当者にインタビューを行い、選定した番組となっている(具体的な番組名は表 3 を参照)²⁸⁾。

調査対象者は民間のインターネット調査会社に登録していたモニター 612 人である。対象の放送局ごとに偏りが出ないように 1 局につき 102 人が対象になるようにし²⁹⁾、さらに年齢の偏りをなくするため 3 群 (15～29 歳, 30～49 歳, 50 歳以上) に分け、それぞれの群が 34 人ずつとなるように選定した。回答した人の平均年齢は 42.37 歳 ($SD=16.96$) であった。

調査の手順は、はじめに対象の番組リストを提示し、「よく視聴する番組」を最大 3 番組まで選択してもらった。次に選択した番組ごとに、視聴方法 (リアルタイム, 録画, 有料動画サイト, 無料動画サイト, その他) を尋ね、そして簡易版番組評価尺度 8 項目について「あてはまらない (1 点)」～「あてはまる (5 点)」の 5 件法で評価してもらった。そして番組ごとの感想と BS 放送局に関する意見を自由記述で尋ねた³⁰⁾。

5-2. BS 調査の結果

5-2-1. 各番組の回答数とクラスター分析による分類

表 3 は、対象番組ごとに放送局によって設定されたジャンルと回答件数を表している。

はじめに番組ごとに 8 項目の平均値を算出し、番組を分類することとした。分類のために Ward 法によるクラスター分析を行い、4 つのクラスターを得た。

第 1 クラスターには『地球バス紀行』『日本の匂を行く! 路線バスの旅』『日本の名曲 人生、歌がある』『美しい日本に出会う旅』『ネイチャードキュメント ボクらの地球』『ぶらぶら美術・博物館』『地球絶景紀行』の 7 番組、第 2 クラスターには『be ポンキッキーズ』『開運! なんでも鑑定団』『イ

表 3 対象番組のジャンルと件数

局	番組名	ジャンル	件数
NHK	国際報道2014(BS1)	ニュース・報道	91
	被災地のためにできること～アメリカ人女性の3年半～(BS1)	ドキュメンタリー	37
	英雄たちの選択(BSプレミアム)	趣味・教育	74
	謎解きLIVE 忍びの里殺人事件(BSプレミアム)	ドラマ	21
日テレ	久米書店～ヨク分かる！話題の一冊～	エンタメ	45
	イオシ！2泊3日の旅	紀行	42
	ぶらぶら美術・博物館	エンタメ	54
深層NEWS	報道	53	
TBS	吉田類の酒場放浪記	エンタテインメント	102
	地球バス紀行	紀行	52
	地球絶景紀行	紀行	93
	日本の旬を行く！路線バスの旅	紀行	50
	美しい日本に出会う旅	紀行	33
フジ	プライムニュース	報道	70
	beポンキッキーズ	キッズ・アニメーション	35
	所さんの世田谷ベース	音楽・バラエティ	103
	たけしの等々力ベース	音楽・バラエティ	40
	堺でございます	音楽・バラエティ	13
朝日	ザ・インタビュー～トップランナーの肖像～	情報	33
	日本の名曲 人生、歌がある	エンタテインメント	56
	ネイチャードキュメント ボクらの地球	紀行・ドキュメンタリー	44
	いま世界は	報道	27
ジャパン	昭和偉人伝	情報	36
	聞きこみ！ローカル線気まぐれ下車の旅	情報・バラエティ	39
	酒とつまみと男と女	情報・バラエティ	21
	武田鉄矢の昭和は輝いていた	情報・バラエティ	26
	日経プラス10	経済・ニュース	45
開運！なんでも鑑定団(※BSジャパンでの視聴に限る)	情報・バラエティ	191	

チオシ！2泊3日の旅』『聞きこみ！ローカル線気まぐれ下車の旅』『吉田類の酒場放浪記』『所さんの世田谷ベース』『たけしの等々力ベース』『酒とつまみと男と女』の8番組、第3クラスターには『堺でございます』『武田鉄矢の昭和は輝いていた』『久米書店～ヨク分かる！話題の一冊～』『謎解きLIVE 忍びの里殺人事件』『英雄たちの選択』『昭和偉人伝』『ザ・インタビュー～トップランナーの肖像～』『被災地のためにできること～アメリカ人女性の3年半～』の8番組、第4クラスターには『国際報道2014』『プライムニュース』『深層NEWS』『いま世界は』『日経プラス10』の5番組が含まれた(図2)。

第1クラスターを見ると、紀行番組の中でも日本や世界の景色の紹介が中心の番組や博物館で美術品を鑑賞する番組といった、視聴することで教養を得ることができるといえる番組が含まれていたため、【教養】と命名した。【教養】には、音楽番組の『日本の名曲 人生、歌がある』が含まれ

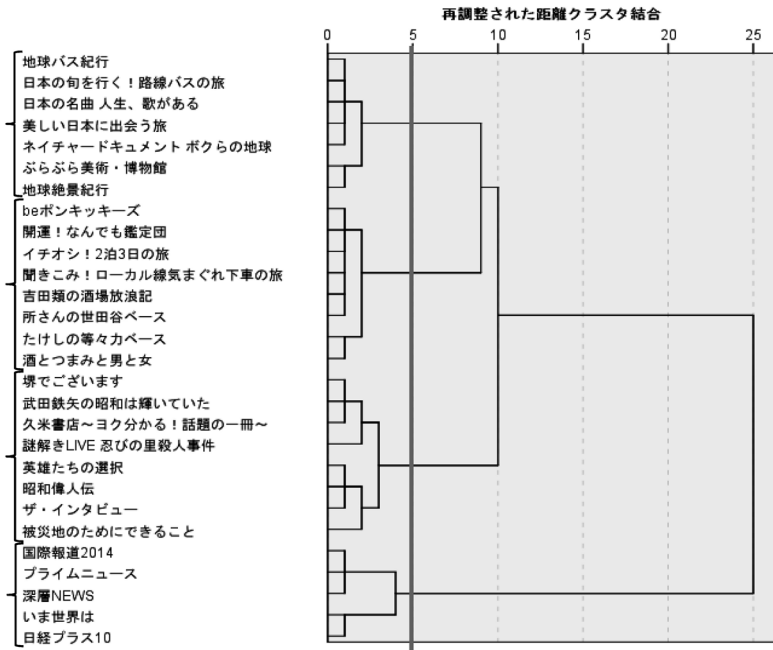


図 2 Ward 法による BS 局の番組のデンドログラム

ていたが、この番組は演歌の名曲を鑑賞するという内容であり、そのことが教養につながると捉えられ、【教養】に含まれたと考えられる。

第2クラスターを見ると、バラエティやエンタメ、キッズなどの番組が含まれていたため、【娯楽】と命名した。『イチオシ！2泊3日の旅』や『聞きこみ！ローカル線気まぐれ下車の旅』といった紀行番組も含まれていたが、【教養】に分類された紀行番組とは異なり、タレントを中心とした旅番組であり、バラエティ的要素が含まれていたため、【娯楽】に含まれたと考えられる。

第3クラスターを見ると、情報系や教育系の番組など、いわゆる「ためになる番組」が多く含まれていたため、【教育】と命名した。ドキュメン

タリー番組の『被災地のためにできること～アメリカ人女性の3年半～』が含まれたのは、被災地での活動実態を知ることが教育的と捉えられたと考えられる。またバラエティ番組の『堺でございます』はゲストとトークを行い、ゲストの歴史を振り返るという内容となっており、歴史を振り返るという点が教育と捉えられたといえる。さらに、ドラマ番組の『謎解きLIVE 忍びの里殺人事件』が含まれていたが、この番組は番組と連動して視聴者が推理に参加できる仕組みが施されており、頭を使って視聴するということが教育につながっているといえるため、【教育】に含まれたと考えられる。

第4クラスターは、すべて報道番組であったため【報道】と命名した。

このように、8項目の番組評価によって、放送局によって設定されているジャンルごとに分類できることが確認された。ジャンルごとに分類できるということは、簡易版の尺度であっても、これまで同様に「番組の質」を客観的な指標によって表すことができていると、一定の有用性があることが示唆される。

5-2-2. クラスター別に見た番組評価の傾向

ここからは、クラスターごとの評価結果の平均値を概観し、さらにクラスター間の比較を行い、その特徴を見ていく。

【教養】に分類した番組の各評価項目の平均値を表したのが表4である。どの番組も「楽しい」や「リラックスできる」「作りが良い」「感動できる」「見ごたえがある」が高く評価されており、「世の中の動向がわかる」と「生活に役立つ」に関しては中間点に近いという中庸な評価がされていた。また、倫理的に問題があるとはされていなかった。

【娯楽】に分類した番組の各評価項目の平均値を表したのが表5である。どの番組も「楽しい」や「リラックスできる」は高く、倫理的に問題があるとはされていない点は【教養】と似ているが、残りの5項目が中庸な評価という違いが見られた。

表 4 【教養】番組の各評価項目の平均値

番組名		作りが 良い	感動 できる	見ごたえ がある	世の中の 動向が わかる	生活に 役立つ	楽しい	リラックス できる	倫理的に 問題 がある
ぶらぶら美術・博物館	MEAN (SD)	3.74 (0.85)	3.61 (0.81)	3.83 (0.82)	3.00 (0.91)	3.09 (0.92)	4.00 (0.82)	4.02 (0.79)	1.87 (1.05)
地球バス紀行	MEAN (SD)	3.67 (0.90)	3.52 (0.96)	3.65 (0.90)	3.04 (0.97)	2.90 (0.87)	3.87 (0.93)	3.88 (0.86)	2.04 (0.88)
地球絶景紀行	MEAN (SD)	3.88 (0.86)	3.95 (0.95)	3.96 (0.87)	2.99 (0.96)	2.87 (0.89)	3.92 (0.86)	4.08 (1.03)	1.87 (0.90)
日本の旬を行く! 路線バスの旅	MEAN (SD)	3.46 (0.79)	3.48 (0.84)	3.52 (0.79)	3.02 (0.89)	3.10 (0.79)	3.94 (0.87)	3.92 (0.85)	2.02 (0.96)
美しい日本に出会う旅	MEAN (SD)	3.61 (0.93)	3.55 (0.90)	3.61 (0.83)	2.85 (0.76)	3.15 (0.87)	3.64 (0.96)	3.52 (1.06)	2.09 (1.01)
日本の名曲 人生 歌がある	MEAN (SD)	3.41 (0.71)	3.59 (0.87)	3.59 (0.78)	2.63 (1.05)	2.66 (0.88)	3.75 (0.86)	3.75 (0.86)	2.05 (1.05)
ネイチャーードキュメント ボクらの地球	MEAN (SD)	3.80 (0.93)	3.55 (0.95)	3.84 (0.94)	3.16 (0.99)	3.20 (0.82)	3.80 (0.76)	3.50 (0.95)	2.30 (1.20)
【教養】番組全体	MEAN (SD)	3.68 (0.86)	3.65 (0.91)	3.74 (0.86)	2.96 (0.95)	2.97 (0.88)	3.86 (0.86)	3.86 (0.94)	2.01 (0.98)

※「倫理的に問題がある」は逆転していない(以降のクラスターの表も同様)。

表 5 【娯楽】番組の各評価項目の平均値

番組名		作りが 良い	感動 できる	見ごたえ がある	世の中の 動向が わかる	生活に 役立つ	楽しい	リラックス できる	倫理的に 問題 がある
イチオシ! 2泊3日の旅	MEAN (SD)	3.52 (0.92)	3.07 (0.97)	3.33 (0.87)	2.81 (0.80)	3.12 (0.86)	3.67 (0.98)	3.60 (1.04)	2.14 (0.93)
吉田類の酒場放浪記	MEAN (SD)	3.50 (0.85)	2.81 (1.07)	3.20 (1.04)	2.62 (1.02)	2.75 (1.02)	4.02 (0.91)	4.07 (0.89)	2.10 (0.98)
beポンキッキーズ	MEAN (SD)	3.63 (0.73)	2.80 (0.96)	3.31 (0.90)	2.37 (1.00)	2.94 (0.84)	3.91 (1.04)	3.54 (0.74)	2.14 (1.12)
所さんの世田谷ベース	MEAN (SD)	3.39 (0.93)	2.71 (0.99)	3.22 (1.04)	2.60 (1.01)	2.99 (1.00)	3.99 (1.09)	3.75 (1.02)	2.24 (0.98)
たけしの等々カベース	MEAN (SD)	3.33 (0.86)	2.80 (0.85)	3.40 (0.81)	2.93 (1.05)	2.95 (0.75)	3.98 (1.10)	3.75 (0.87)	2.75 (0.84)
聞きこみ! ローカル線気まぐれ下車の旅	MEAN (SD)	3.41 (0.88)	3.00 (0.76)	3.33 (0.96)	2.56 (0.82)	2.92 (0.87)	3.72 (0.97)	3.85 (0.87)	2.15 (0.99)
酒とつまみと男と女	MEAN (SD)	3.43 (0.98)	2.71 (1.10)	2.95 (1.07)	2.52 (0.81)	2.62 (1.24)	3.62 (0.86)	3.67 (0.97)	2.43 (1.03)
開運! なんでも鑑定団	MEAN (SD)	3.46 (0.85)	2.82 (0.99)	3.55 (0.90)	2.55 (0.88)	2.90 (0.91)	4.02 (0.91)	3.49 (0.90)	1.97 (0.92)
【娯楽】番組全体	MEAN (SD)	3.46 (0.87)	2.82 (0.98)	3.35 (0.97)	2.61 (0.94)	2.90 (0.94)	3.94 (0.96)	3.70 (0.94)	2.15 (0.98)

【教育】に分類した番組の各評価項目の平均値を表したのが表6である。評価の傾向としては、多くの項目で中庸な評価がされているが、「作りが良い」と「見ごたえがある」の評価が高い番組もあることが確認できる。

【報道】に分類した番組の各評価項目の平均値を表したのが表7である。評価の傾向としては、「世の中の動向がわかる」と「生活に役立つ」が特に高く評価され、番組によっては「見ごたえがある」や「作りが良い」が高く評価されていた。他の項目は中庸な評価が多かった。

表 6 【教育】番組の各評価項目の平均値

番組名		作りが 良い	感動 できる	見ごたえ がある	世の中の 動向が わかる	生活に 役立つ	楽しい	リラックス できる	倫理的に 問題 がある
被災地のためにできること ～アメリカ人女性の3年半～	MEAN (SD)	3.35 (0.92)	3.43 (0.99)	3.43 (1.04)	3.14 (0.89)	3.08 (0.95)	2.65 (0.95)	2.76 (0.89)	2.54 (1.02)
英雄たちの選択	MEAN (SD)	3.61 (0.84)	3.31 (0.86)	3.78 (0.83)	2.96 (0.88)	2.91 (0.69)	3.47 (0.88)	3.08 (0.82)	2.31 (1.07)
謎解きLIVE 忍びの里殺人事件	MEAN (SD)	3.62 (0.86)	2.71 (0.78)	3.71 (0.72)	2.62 (0.80)	3.00 (0.55)	3.52 (1.12)	3.19 (0.75)	2.62 (0.97)
久米書店 ～ヨク分かる！話題の一冊～	MEAN (SD)	3.20 (1.06)	2.89 (0.98)	3.20 (1.04)	3.07 (0.99)	3.29 (0.94)	3.29 (1.01)	3.18 (0.98)	2.29 (0.99)
堺でございます	MEAN (SD)	3.15 (0.99)	3.08 (1.12)	3.31 (0.95)	2.69 (0.85)	2.92 (0.86)	3.54 (1.13)	3.23 (1.24)	2.38 (1.04)
ザ・インタビュー ～トップランナーの肖像～	MEAN (SD)	3.70 (0.77)	3.64 (0.78)	3.85 (0.83)	3.00 (0.90)	2.88 (0.86)	3.48 (0.87)	2.97 (0.81)	1.97 (0.85)
昭和偉人伝	MEAN (SD)	3.44 (0.84)	3.31 (0.82)	3.47 (0.97)	2.94 (0.95)	3.08 (0.73)	3.39 (0.80)	2.89 (0.82)	2.17 (1.00)
武田鉄矢の昭和は 輝いていた	MEAN (SD)	3.31 (0.79)	3.42 (0.81)	3.27 (1.04)	2.85 (0.78)	2.85 (0.73)	3.46 (1.10)	3.38 (0.90)	2.00 (1.10)
【教育】番組全体	MEAN (SD)	3.45 (0.89)	3.25 (0.92)	3.54 (0.95)	2.95 (0.90)	3.01 (0.80)	3.33 (0.98)	3.06 (0.89)	2.28 (1.02)

表 7 【報道】番組の各評価項目の平均値

番組名		作りが 良い	感動 できる	見ごたえ がある	世の中の 動向が わかる	生活に 役立つ	楽しい	リラックス できる	倫理的に 問題 がある
国際報道2014	MEAN (SD)	3.47 (0.92)	2.95 (0.92)	3.51 (0.90)	3.96 (1.01)	3.41 (0.97)	2.92 (0.91)	2.78 (0.83)	2.41 (0.91)
深層NEWS	MEAN (SD)	3.21 (0.99)	2.75 (1.00)	3.17 (1.05)	3.51 (1.15)	3.21 (1.01)	2.66 (1.08)	2.72 (0.93)	2.42 (0.99)
プライムニュース	MEAN (SD)	3.30 (0.82)	2.49 (0.74)	3.36 (0.98)	4.01 (0.79)	3.49 (0.90)	2.81 (0.91)	2.63 (0.84)	2.21 (0.92)
いま世界は	MEAN (SD)	3.78 (0.89)	3.19 (0.68)	3.70 (0.99)	3.85 (1.06)	3.59 (0.97)	3.63 (0.97)	3.37 (0.88)	2.41 (1.08)
日経プラス10	MEAN (SD)	3.67 (0.83)	2.73 (0.69)	3.62 (0.86)	4.24 (0.91)	3.93 (0.81)	3.20 (0.76)	3.00 (0.71)	2.22 (1.08)
【報道】番組全体	MEAN (SD)	3.44 (0.91)	2.79 (0.86)	3.44 (0.96)	3.92 (1.00)	3.49 (0.95)	2.96 (0.95)	2.82 (0.86)	2.33 (0.97)

4つのクラスターごとの全体の平均値を比較したのが図3である。どのクラスターも「倫理的に問題がある」と「作りが良い」「見ごたえがある」については大きな差が見られず、BS局のテレビ番組に対して、視聴者が共通して評価している項目といえる。倫理的問題に関しては、公共で放送されている番組のため、どの番組にも一定の配慮がされており、どのジャンルも突出した評価はされていないのだと考えられる。作りの良さや見ごたえに関しては、今回の調査の対象番組がBS局の番組編成担当者により選定された番組であったため、どのジャンルもある程度高い評価がされたのだと考えられる。

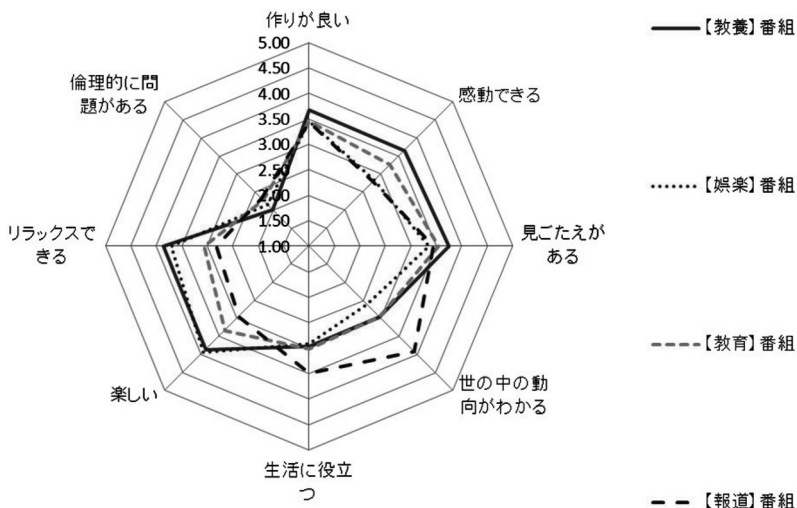


図 3 各クラスターの平均値によるレーダーチャート

次に、評価の差が見られた5項目を見ると、「感動できる」は【教養】、【教育】の順に高く評価され、他の2つのクラスターは中庸な評価であった。「世の中の動向がわかる」と「生活に役立つ」は【報道】が特に高く評価されており、他のクラスターは中庸であった。「楽しい」と「リラックスできる」は【教養】と【娯楽】が特に高く評価されていた。

このように、各クラスターにおいて視聴者が評価している特徴を、本稿で開発した8項目の簡易版番組評価尺度でも表せることが確認できた。これは、これまでの20項目の尺度と同様に、視聴率という単一の数値だけでは把握することが難しい、視聴者が捉えている「質」の良さを、客観的な指標によって表せているといえるだろう。

6. 総括と今後の展望

本稿では、これまでMMS研究会で開発してきた番組評価尺度の経緯と

ともに、簡易版番組評価尺度の開発とその有用性の確認の経緯について報告してきた。結果として、第一に評価項目の数は20から8と半分以下に減り、回答者の負担を減らすことができたと考えられる。また、項目を減らしたとしても、視聴者が捉えている「番組の質」を、ジャンルごとに客観的に表せることも確認された。このように本稿の目的であった、番組の「質を量で表現することの可否の検討」および「質の表現方法の簡易化の可能性」に対して、一定の成果を得られたといえる。

しかし、いまだ検討する点は残されている。第一に、本稿で行った評価尺度の開発は、これまでMMS研究会が開発してきた評価尺度を洗練したに過ぎず、本当の意味で「番組の質」を表せているのかはわからないという点である。これまでのMMS研究会の番組評価調査の中でも、評価の点数は低いが、「くだらないけど、おもしろい」「何も考えずに見ることができてよい」といった自由記述が併記されて評価される番組が複数見られてきた³¹⁾。これらの番組のように、視聴者が「おもしろい」と思っている、これまで開発してきた評価尺度で適切にそれらを表現できていない場合も見られていた。「番組の質」とは何なのか、ということ自体から再び議論していく必要があるかもしれない。

第二の検討点としては、本稿で簡易版番組評価尺度の対象とした番組がBS局の番組のみであるため、地上波やCS局を調査した場合には、異なる結果が見られるかもしれないということである。また、対象番組にはさまざまなジャンルの番組を含めるようにはしたが、各ジャンルの番組数が統一されていないことや、アニメやスポーツなどのジャンルが含まれていないことから、より多くのジャンルを含めて、番組数を統一した調査をする必要があると考えられる。今後は、放送形態の違い（地上波、BS、CSなど）やジャンルの違いを考慮した上での調査を行い、本稿で開発した評価尺度の有用性や妥当性を確かめていく必要があると考えている。

いまだ検討すべき点が残っている尺度ではあるが、最後にこの尺度の学術的および実務的な活用の可能性について述べておく。前提として、この

尺度を用いた番組評価は、インターネット上やデータ放送などでいつでも視聴者が測定でき、すぐに評価の結果が見られる環境を想定するものとする。

第一に考えられるのが、テレビ番組を配信する側である放送局が活用することである。ひとつに、視聴率と同様にテレビ番組の編成や広告出稿の基準として活用することが考えられる。しかし、視聴率のように数字の高低のみで判断するのではなく、ジャンルごとに評価の基準を設けて、「番組の質」を確認するために用いることが望ましい。例えば娯楽番組であれば、「楽しい」や「リラックスできる」の目標を達成できていれば、視聴者が娯楽番組としての質が高いと判断していると考えられるだろう。「たとえ視聴率が低かったとしても、番組の質がよいとされているので、今後視聴率が上がるかもしれないし、広告も効果的に働くかもしれない。」といった判断ができるようになるかもしれない。また、満足度や継続視聴意向などの「視聴者反応の質」と組み合わせることで、有用性は高まると考えられる。

もうひとつ放送局が活用できる点として、ジャンルの客観的基準とすることがあげられる。BS調査の結果に見られたように、番組評価により分類すると番組が4つのクラスターに分類され、それぞれのジャンルで視聴者が捉えている質を確認することができた。本稿の結果のみでその特徴を断定することは難しいが、今後調査を重ねていけば、より精査された基準が見えてくると考えられる。番組を放送後にその基準に照らし合わせることで、視聴者に放送局が想定していたジャンルの番組として受け入れられていたのかを、客観的に判断することができると考えられる。

次に考えられるのが、視聴者が活用することである。もちろん視聴者が評価することで、番組に対して客観的な指標による評価を放送局に伝えることができるというのが一番わかりやすい活用方法といえる。また、現在一部の番組は放送局によって一般放送後にインターネット上で配信されるなど、見逃し配信が行われるようになっている³²⁾。この見逃した番組をま

だ未視聴の人が選ぶ際に、一般放送時の視聴者による評価を見ることであれば、その番組を視聴するか否かの判断材料にすることができる。「番組の質」から好みの番組を選択することができるようになるのである。

ほかにも研究の場での活用も考えられる。例えばテレビ番組などの動画を使用した視聴実験などで、実験対象者の動画に対する反応を調べるための指標として活用できるかもしれない。ほかにも活用方法があるかもしれないが、なにより本稿で開発した評価尺度がテレビ番組の視聴質測定の実験の一助になることを望むばかりである。

註

- 1) 本稿で述べる視聴率は、ビデオリサーチ社により提供されている機械式視聴率調査で測定されている視聴率を指す。
- 2) 例えば、公益財団法人放送文化基金による放送文化基金賞（2015年12月1日確認、<http://www.hbf.or.jp/awards/>）や放送批評懇談会によるギャラクシー賞（2015年12月1日確認、<http://www.houkon.jp/galaxy/>）がある。
- 3) 1961年にニールセン社、1962年にビデオリサーチ社により導入されている。
- 4) 調査の概要については、岩下（1968）や番組評価研究会（1972）を参照されたい。
- 5) 「テレビ番組カルテ」の詳細については、ビデオリサーチ社のHP（2015年12月1日確認、<http://www.videor.co.jp/solution/media-data/tv/program-Karte.htm>）を参照されたい。
- 6) 調査の概要については、斎藤・北城（1984）や斎藤（1988）を参照されたい。
- 7) 1994年にニールセン社（2000年に撤退）、1997年にビデオリサーチ社によりピープルメータによる調査が導入された。このことにより、「視聴者構成の質」に関しては、測定が容易になった。
- 8) 例えば、NHK放送文化研究所による「番組評価スコア調査」（西田1991）やフジテレビによる「視聴者満足度調査」、TBSテレビによる「番組影響力調査」などが見られている。
- 9) 調査の概要については、松瀬・川崎・箱島（2000）を参照されたい。
- 10) 2003年10月に放送局のプロデューサーが視聴率調査のモニター世帯を割り出

し、買収を行って視聴率を不正に操作していたことが明らかとなった。事件の詳細については、放送局による報告書(2015年12月1日確認, <http://www.ntv.co.jp/info/news/20031118.html>)を参照されたい。

- 11) 調査の概要については、白石・吉田(2002)や林田(2013)を参照されたい。
- 12) 優良放送番組推進会議による調査結果は、ホームページ上で確認できる(2015年12月1日確認, <http://good-program.jp/>)。
- 13) 調査の概要については、藤平(2014)を参照されたい。
- 14) 他にも、WEB上の口コミから番組を評価する試み(岩田・坂井2011)やソーシャルメディアであるTwitterの番組に対するつぶやきにより分析する試み(境2013a; 2013b)がなされているが、いまだ視聴率ほどの社会的な影響は見られていない。
- 15) 例えば、日本心理学会第79回大会におけるシンポジウム「心理学は『物語を楽しむ』行為にどう迫れるか」(2015年9月24日開催)において、このような要請が出されている。このシンポジウムには心理学者や経営学者、映画監督が登壇しており、「おもしろさ」を科学的に表すことが、さまざまな領域から求められていることが伺える。
- 16) 番組評価に用いた60項目については、以下のとおりである。「感情面」【娛樂性】(5項目: 笑える, 軽い, リラックスできる, 難しい, 硬い), 【共感性】(5項目: 家族で楽しめる, 感動できる, 共感できる, 暖かい, 明るい), 【個人の嗜好】(5項目: 出演者が好き, 音楽がよい, テンポがよい, 映像がきれい, 好感がもてる)。「機能面」【実利(用)】(6項目: 情報が早い, 知りたい情報が得られる, 流行がわかる, 役に立つ, くだらない, 時間の無駄になる), 【教養】(5項目: ためになる, 知識が増える, 新しい興味が沸く, 多様な価値観がわかる, 人との話題になる), 【社会常識】(5項目: 世の中がわかる, 政治・経済がわかる, 世界情勢がわかる, 視野が広がる, 社会常識が得られる)。「番組評価」【テーマ】(8項目: 社会性がある, 独自性がある, タイムリーである, 話題性がある, 視点が一方的な, 底が浅い, 商業主義的な, 視聴者を低く見ている), 【内容・表現】(11項目: わかりやすい, 公平な, 事実に基づいている, 差別表現がある, 上品な, 芸術性がある, 人権侵害をしている, 強要的な, 低俗な, 残酷な, わいせつな), 【演出】(10項目: 出演者が適切な, カメラワークがよい, 演出が自然な, 演出がていねいな, 繰り返し表現が多すぎる, ワンパターンな, 内輪ウケが多い, 演出が過剰な, 音声がうるさい, テロップが多すぎる)。
- 17) 番組評価尺度として用いていた34項目と22項目, 修正前の20項目や, 行ってきた調査の詳細については, 山下(2013)を参照されたい。
- 18) インターネット上のリサーチシステムの開発経緯については中條(2013)を参照されたい。

- 19) 例えば、バラエティ番組であれば、ジャンル全体の傾向としては「娯楽」が高く評価されるが、報道番組であれば「実用」が高く評価されるなど、ジャンルごとに視聴者が評価する点が違うという結果が見られている。これは、その番組（ジャンル）を視聴した人がその番組（ジャンル）に求めている、ひいては「おもしろかった」という点を客観的に表せていると考えられる。詳しい調査結果については、MMS研究会のQuaeのHP（2015年12月1日確認、<http://quae.jp/>）や黄（2013）、藤井（2013）などを参照されたい。
- 20) 問題点としては、スポーツなどのジャンルにうまく適用できないことや評価の参加人数が集まりにくいことがあげられるが、本稿においては項目の簡便化を優先することとした。
- 21) 対象としたテレビ番組は、NHK総合と日本テレビ、TBSテレビ、フジテレビ、テレビ朝日、テレビ東京、NHKBSプレミアムの7局において、19時から24時の間に放送された45分以上の日本で製作されたドラマ番組である。
- 22) 対象としたテレビ番組は、NHK総合とNHKEテレ、日本テレビ、TBSテレビ、フジテレビ、テレビ朝日、テレビ東京の7局において、17時から24時の間に放送された30分以上の番組である。
- 23) これら2つの調査の詳しい結果については、石山・黄・岩崎・小玉・戸田・中條・藤井・山下（2014）を参照されたい。
- 24) なお、ドラマ調査と大晦日調査の回答者は、重複していない。
- 25) 無料BS民間放送局とは、BS日テレ、BS-TBS、BSフジ、BS朝日、BSジャパン、BS11の6局を指している。
- 26) 売上高を見ると、無料BS民間放送局5局（BS日テレ、BS-TBS、BSフジ、BS朝日、BSジャパン）の合計は、337億円（2010年3月期）から687億円（2014年3月期）と、4年間で2倍以上に増えている。また、関連広告費は709億円（2009年）から1,110億円（2013年）と、4年間で1.5倍以上に増えている（電通総研編2015）。
- 27) 対象の放送局はNHKBS1、NHKBSプレミアム、BS日テレ、BS-TBS、BSフジ、BS朝日、BSジャパンの7局である。
- 28) 番組を各局の編成担当者を選定してもらったのは、(1) 地上波のテレビ番組のように誰しもが視聴できるわけではないため、各番組の回答数ある程度確保できる番組としたかったため、(2) 地上波の再放送番組を避けたかったためである。なお、『開運!なんでも鑑定団』（BSジャパン）は、地上波（TXネットワーク）の再放送番組ではあるが、TXネットワークの視聴可能エリアが13都道府県（2015年10月現在）と限られているため、地上波の視聴可能エリア外での評価を知りたいという要望があったため、対象番組に含まれている。
- 29) ただし、NHK BS1とNHKBSプレミアムは2番組ずつとし、NHK BS1局とし

て扱った。

- 30) BS局に対する自由記述のコメントを見てみると、地上波にはない番組の質の高さを求めて、BS局の番組を視聴しているという傾向が見られていた。詳しくは、小玉(2015)を参照されたい。
- 31) 特にお笑い芸人が登場するバラエティ番組にその傾向が表れており、「楽しい」といった娯楽に関する評価は高くなるが、実用や品質に関する評価は低くなり、他のジャンルの番組よりは倫理的に問題があるとされる傾向が見られている。詳しくは藤井(2013)を参照されたい。
- 32) 2015年10月26日には、在京民放キー5局が共同で、テレビ番組に広告を付けて、インターネット上で無料配信するサービス「TVer(ティーバー)」を開始している。

参考文献

- 番組評価研究会, 1972, 「番組評価の方法と諸問題」『NHK放送文化研究年報』17: 155-221.
- 電通総研編, 2015, 『情報メディア白書2015』ダイヤモンド社.
- 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」日本マス・コミュニケーション学会2014年度春季研究発表会 研究発表論文集.
- 藤井達也, 2013, 「『バラエティ番組』の通信簿」戸田桂太・小玉美意子監修・山下玲子編『ユーザーからのテレビ通信簿——テレビ採点サイト Quacの挑戦』学文社: 93-108.
- 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): 36-45.
- 黄 允一, 2013, 「『大晦日番組』の通信簿」戸田桂太・小玉美意子監修・山下玲子編『ユーザーからのテレビ通信簿——テレビ採点サイト Quacの挑戦』学文社: 74-92.
- 石川 旺, 1992, 「放送の質の評価、日本における研究」『放送学研究』42: 7-18.
- 石山玲子・黄 允一・岩崎貞明・小玉美意子・戸田桂太・中條 浩・藤井達也・山下玲子, 2014, 「視聴質調査における評価尺度の開発」, 日本マス・コミュニケーション学会2014年度秋季研究発表会 研究発表論文集.
- 岩下豊彦, 1968, 「放送の成果をどのように考えるか」『NHK放送文化研究年報』13: 79-105.
- 岩田幸也・坂井政文, 2011, 「テレビ番組とWEB上の口コミにおける関係性について」『マーケティングジャーナル』31(2): 4-17.

- 伊豫田康弘, 2004, 「『視聴質』研究の系譜とデジタル時代の視座」『月刊民放』34 (2) : 5-10.
- 木村義子・関根智江・行木麻衣, 2015, 「テレビ視聴とメディア利用の現在——『日本人とテレビ・2015』調査から」『放送研究と調査』65 (8) : 18-47.
- 小玉美意子, 2011, 「テレビ番組評価サイト『QUAE』のマスコミュニケーション研究上の位置づけ」『ソシオロジスト』13 : 1-32.
- , 2015, 「BS放送はどう見られているか——Quae調査の視聴者コメント分析から」『放送レポート』256 : 36-40.
- 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年度研究大会報告）」『日本世論調査協会報』85 : 25-28.
- 中條 浩, 2013, 「市民参加へ道を拓く——ネットリサーチシステムの開発」戸田桂太・小玉美意子監修・山下玲子編『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 : 45-58.
- 日本民間放送連盟, 2004, 「『視聴率等のあり方に関する調査研究会』報告書」.
- 西田文則, 1991, 「番組評価スコア調査の試み」『放送研究と調査』41 (12) : 58-63.
- 斎藤賢治, 1988, 「新しい視聴率調査を目指して——“よかった率”の中間報告」『放送研究と調査』38 (6) : 30-43.
- 斎藤賢治・北城恵子, 1984, 「新しい視聴率調査を目指して」『放送研究と調査』34 (12) : 54-61.
- 境 治, 2013a, 「ソーシャルメディアと放送“ファンを育てる”放送局へ——前編／ソーシャルメディアによる番組分析」『月刊民放』43 (4) : 38-41.
- , 2013b, 「ソーシャルメディアと放送“ファンを育てる”放送局へ——後編／ビジネスの鍵はコミュニティ」『月刊民放』43 (5) : 30-33.
- 白石信子・吉田理恵, 2002, 「番組の質的評価のための指標開発の試み——2001年『番組満足度世論調査』から（調査研究ノート）」『放送研究と調査』52 (6) : 154-163.
- 山下玲子, 2013, 「“質”を“量”で測る？——尺度開発の道のり」戸田桂太・小玉美意子監修・山下玲子編『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 : 21-44.