

テレビ番組の放映内容と放映の「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～

音 好宏 日吉昭彦 中田絢子

1. はじめに

放送の多メディア・多チャンネル化は、放送の多様性にどのような影響をあたえつつあるのだろうか。

本研究は、放送サービスのあり方に関して論じられる際に、常に問題とされてきた放送の多様性について、測定可能な実証的な指標を設計・精微化する試みである。

放送の多様性に関しては、これまでも多くの研究がなされてきたが、特に多チャンネル化、放送系サービスの多様化といった放送番組を取り巻く環境の変化を踏まえ、放送の多様性をより多角的に検討する必要性に迫られている。

当然、その指標化にあたっては、メディア状況の変化に応じた測定方法の開発、並びに分析手法の検討が必要がある。

周知の通りに、日本のテレビ放送における多チャンネル化は、この20年で急速に進行した。

1953年2月1日に、NHKテレビが放送を開始したことで始まった日本のテレビ放送は、その後、全国に普及拡大していった。テレビ放送の普及に関して、放送行政を所管する旧・郵政省は、日本全国にあまねく放送サービスを提供する義務を有するNHKに関しては、全ての都道府県に置局を進めるのはもちろん、地域放送を基本とする民放に関しては、「民放4波化」を目指すことを基本としていた。他方において、NHKは、1960年代から、究極の難視聴対策のサービスとして衛星放送（BS放送）に関する計画を進め、

* 本研究は、(財)放送文化基金平成19年度助成(人文社会・文化部門)を受けて行われた研究「多チャンネル化時代の新たな『放送の多様性』の検討と『日本型多様性指標』作成の試み」(代表 音好宏 上智大学新聞学科教授)の研究成果の一部である。執筆者の音は本学教授、日吉は文教大学情報学部講師、中田は本学文学研究科新聞学専攻博士前期課程在。

1984年、試験放送という形でサービスを開始する。

その後、衛星を用いた放送サービスは、多チャンネル型ケーブルテレビとともに、日本のテレビ放送の多チャンネル化を牽引していくことになる。1989年にNHKは、このBS放送を本放送に移行。1992年には、通信衛星（CS）から直接受信するCS放送が有料放送としてサービスを開始。1996年には、パーフェクTVをプラットフォームとしたCSデジタル放送が開始されることで、提供されるチャンネル数は飛躍的に拡大した。他方、BS放送に関してもデジタル化が計画され、2000年12月にはBSデジタル放送が開始されるが、民放系のBS放送5社が、新たに広告放送としてサービスを開始することとなる。

ここで問題となったのは、BS放送の位置づけである。地上放送が「基幹放送」と位置づけられたのに対し、BS放送は「準基幹放送」とされた。BS放送の普及を牽引したのが公共放送であるNHKであったこととともに、後発の民放BSについても広告放送としてサービスを始めたことで、誰もがアクセス可能という意味における「FREE TV」であったことが、「準基幹放送」とされたゆえんである。しかし、当然、そのサービス内容に関しては地上テレビ放送との差別化がなされることになる。では、はたしてBS放送は、テレビ放送全体のなかで、どのような多様性を実現しているのだろうか。

本研究では、2007年に行った「放送の多様性」に関する調査研究に引き続き、テレビ放送における多様性に関する実証的調査を行った。特に今回の調査では、先に述べたような視点から、BSテレビ放送にもフォーカスする形で調査を進めた。

2. 調査方法

2-1. 概要

本論文で報告するのは、2009年に行われたテレビ番組の「多様性」に関する「内容分析」調査の結果である。同様の調査が2007年に行われており、本調査はパネル的に行ったものである¹。基本的な方法は、両調査とも共通であるが、分析対象がやや異なっている。2007年の調査は、地上波放送の番組

¹ 2007年に行われた調査の結果は『コミュニケーション研究』第38号（2008年）で報告されており、2007年の調査の方法の詳細は、これを参照してほしい。

のみが対象であったが、2009年の調査ではBS放送を分析対象に加え、BSと地上波の比較など、伝送路の多元性を踏まえた番組の「多様性」を検討できるようになっている。

分析対象は次のとおりである²。2009年6月～7月の一週間（29日(月)から5日(日)まで）の夜の時間帯（18時から24時まで）に放映された地上波テレビ放送4局分（NHK総合、NHK教育、日本テレビ、テレビ朝日）とBSデジタル放送4局分（NHK BS1、NHK BS2、BSフジ、BSイレブン）をすべて録画したもの³。

調査では、分析素材として収集したすべての番組を網羅的に視聴するのではなく、分類するサンプルを無作為に抽出する方法を用いている。系統抽出法によるランダム・サンプリングの方法を応用して、「5分に一度、5秒間」の映像を選び出して分析を行った⁴。こうして4032サンプルを得た⁵。

以上のサンプルを視聴し、図表1のようなコード表にしたがって分類を行った⁶。

2-2. コーディング・カテゴリーについて

(1) 番組種目別分類

番組種目とは番組の種類である。この項目は同一番組内では共通する番組種目とした。ただし、番組中であっても「CM」はそれを選択させた。

特に違いを述べておかなければならないのは、「情報／ワイドショー」「バラエティ」「趣味／教育」「ドキュメンター／教養」の分類についてである。「情報／ワイドショー」は、クイズやトークが主体の「バラエティ」と異なり、

² 分析素材の映像の収集にはHDレコーダーを利用。地上波は文教大学（神奈川県茅ヶ崎市）でアナログ放送を録画。BSデジタルは上智大学と文教大学の両大学で録画。

³ なお、2007年調査の分析対象は、2007年3月の一週間（19日(月)から25日(日)まで）の夜の時間帯（19時から23時まで）に放映された地上波テレビ放送7局分（NHK総合、NHK教育、日本テレビ、TBSテレビ、フジテレビ、テレビ朝日、テレビ東京）をすべて録画したもの。2009年調査とは対象番組の放映時間が異なっていることに留意しておきたい。

⁴ サンプリングの方法は2007年調査と共通とし、18：03分00秒を起点に以降、5分に一度5秒間の映像をサンプルとして抽出した。18：03分00秒－18：03分05秒、18：08分00秒－18：08分05秒・・・といった形である。詳細なプロセスは『コミュニケーション研究』第38号を参照。

⁵ 2007年調査では2350サンプルを得ている。

⁶ 分類作業は分析方法について十分な訓練を受けた大学生（上智大学生28名および文教大学生14名）が行っている。なお、複数コーダーによる信頼性の確認は行われていない。

音 好宏

製品や店舗、地域などの情報紹介が主体である。番組内で「趣味」や「教養」に関して触れていても、情報紹介やトークが主体であれば各カテゴリーに分類した。

また、何かテーマや人物を紹介している場合は「ドキュメンタリー／教育」であり、あくまでも教える形態をとっていれば「趣味／教育」に分類した。

図表1 コーディング・カテゴリーの定義

基礎 情報	番組種目別分類 (番組の種類)	CM 広告
		ニュース／報道 「事実」として出来事を伝達
		スポーツ スポーツ競技の様子を映している
		情報／ワイドショー 人物／食品／店舗／地域などを紹介
		ドラマ 演出が加えられた人々の物語を映している
		音楽 音楽が演奏されている様子を映している
		バラエティ トークなどでエンターテインメント性の表現
		映画 演出された人々の長編的物語を映している
		アニメ／特撮 アニメーションや特殊撮影による表現
		ドキュメンタリー／教養 「事実」として出来事や人物を紹介
		劇場／公演 舞台上で表現されているショー
		趣味／教育 趣味や教養となる情報の紹介
		福祉 平等な暮らしに関する事実の紹介
		不明 カテゴリーに無い

(2) 映像の背景

映像の背景は「人口素材」「現実素材」「その他」に大きく分け、各項目で具体的な分類をした。制作者の手が加えられていると見なせる「人口素材」は、主に三つに分けられる。「CG・合成」はコンピュータで編集や合成が施されたものであるが、出演者がスタジオにいても背景がCGであると明白な場合は合成と見なした。スタジオで撮影された「スタジオ」は、アナウンサーによるニュース、トークショーが当てはまる。「明白なセット」は、スタジオ等に設営されたセットの場合である。典型的な例では時代劇の城内がある。「スタジオ」はスタジオ内と分かるのに対し、「明白なセット」はスタジオ内ではあるが舞台が仮説されている。

創作物でなく現実に存在すると見なせるのが「現実素材」だが、これは主に「屋内」「屋外」の二つに分けられる。「屋内」と「明白なセット」の違いは、現実的な店舗や部屋の内部の場合には前者であり、明らかな創作された内部の場合は後者である。ただし、現代もののドラマで屋内が舞台となって

いる場合、「人口素材」ではあるが「現実素材」を忠実に再現しているため「屋内」に分類した。

「その他」にあたるカテゴリーは、「なし」「分類不能」の背景である。背景として意味を成さない「なし」としたものは、白い背景や黒い背景などである。

(3) 映像の作り（情報・資料型）

どのような手法で撮影・放映されたものであるかを分類したのが「映像の作り」の項目である。「情報・資料型」「取材・作成型」「作り込み・演出型」の大きく三つに分けられる。資料やモノなどをプレゼンテーションするための「情報・資料型」は「資料映像」「提示映像」「資料提示映像」の三つである。「資料映像」は出演者を紹介する静止画や場所や建物を紹介する形式で、バラエティ番組に見られる。また、東京の抽象的なイメージを共有させるビル群や夜景などがニュース番組に見られるだろう。

「提示映像」は、説明をしている食べ物などのモノや、人物や場所に焦点を当て、それらをアップで示したショットである。グルメ特集で示される食べ物のアップや、事件報道で示される容疑者の人となりを表わす文集のアップが、例として挙げられる。

そして「資料提示映像」は、株価ボードの映像や天気予報の雲の動き、キャスターがもつフリップといった、プレゼンテーションを行うための表現ツールとして使用されている映像である。

(4) 映像の作り（取材・作成型）

「取材・作成型」は、「インタビュー映像」「ドキュメント映像」「取材・ニュースの映像」「録画・編集・中継されたショー・コンサート等アート作品」「録画・編集・中継されたスポーツ」の5つに分類した。これらは、制作者側が取材撮影時にあまり手を加えておらず、実際の様子や現場を映しているものとした。

各項目は、その素材がどのような番組として使用されているかという点に注意が必要である。「インタビュー映像」は簡単な会話としての受け答えではなく、一対一で対話がなされているインタビューの模様を撮影したものである。「ドキュメント映像」と「取材・ニュース映像」は、番組種目の分類

音 好宏

に準ずる。

「録画・編集・中継されたショー・コンサート等アート作品」「録画・編集・中継されたスポーツ」について具体的に述べておく。前者は、歌舞伎や能、音楽のコンサートなどが当てはまる。ただし、歌手が歌っている様子でも音楽番組であった場合、ライブやコンサートではないため「作り込み・演出型」の項目で分類する。後者は、アイススケートや野球中継が例として挙げられる。ただし、バラエティ番組でタレントが運動する様子は、撮影時に演出が加えられているため、「作り込み・演出型」の項目で分類した。

(5) 映像の作り（作り込み・演出型）

「素材となる映像」にあたるカテゴリーは、「ロケ映像」「ドラマ映像」「スタジオ映像」「合成・セット映像」「その他」「分類不能」の6つの分類項目を設定した。このカテゴリーが「取材による映像」と異なる点は、収録撮影時に、制作者や出演者が演出を加えている映像である点である。

各項目の留意点は、番組種目と映像の背景である。「ロケ映像」は外部で取材・撮影され、タレントが街を散策するような場面に見られる。「ドラマ映像」はテレビドラマや映画の番組種目に分類される映像だが、ニュースでも再現映像はこれに分類した。「スタジオ映像」は、スタジオで雑談・討論・コントなどが収録されている場合が挙げられる。「合成・セット映像」は、出演者がスタジオで収録していても、映像の背景がCGである場合はこれに当てはまる。

(6) 映像の焦点

映像の焦点は「人物」か「その他」であるかである。注意したいのは、人物を中心に映している場合でもロングショットなど「人物」と特定できないカメラワークで撮影された場合である。これは「その他」と分類した。そして、「その他」の項目では、分かる範囲で具体的な自由記述を行った。例を挙げると、省庁などの建造物に対して「国土交通省のビル」、都市のイメージ映像に対して「渋谷の雑踏」、説明のための資料のズームに対して「株価下落の時系列データ」といった記述である。

図表2 映像の背景・作り・焦点

映像	映像の背景 (舞台となる場所、 セット・CGなどの特 徴)	人口素材	制作者の手が加えられていると見なせる
		CG・合成	コンピューターで編集・合成されている
		スタジオ	スタジオで収録されている
		明白なセット	仮設に設置された舞台セットで収録されている
		その他人工素材	カテゴリ以外
		現実素材	現実に存在していた場所であると見なせる背景
		屋内	部屋の中で撮影(自由記述)
	屋外	室外で撮影(自由記述)	
	その他現実素材	カテゴリ以外	
	その他		
	なし	意味をなさない白や黒	
	分類不能	分類・分割できない	
	不明	カテゴリに無い	
	映像の作り (どのような手法で 撮影・放映されたも のであるか)	情報・資料型	モノや人物、場所などを説明の為に提示している
		資料映像	場所や出来事、人物などを提示し紹介している
		提示映像	モノや資料をアップにして示している
		資料提示映像	プレゼンテーションや演出が映像化されている
		取材・作成型	演出を含まない実際の様子や現場を映している
		インタビュー映像	実際のインタビューの様様
		ドキュメント映像	ドキュメンタリーにおける人物や出来事の様子
取材・ニュース素材映像		ニュースにおける人物や出来事の様子	
録画・編集・中継された ショー、コンサート等アート作品		歌舞伎や能、音楽のライブなど	
録画・編集・中継された スポーツ		アイススケートや野球中継など	
作り込み・演出型		制作者・演出者に演出が加えられた出来事の様子	
ロケ映像		外部で取材・撮影されている	
ドラマ映像		テレビドラマや映画における演出されたもの	
スタジオ映像	スタジオでの場面を映し出している		
合成・セット映像	コンピューターで編集・合成されている		
その他			
不明	カテゴリに無い		
分類不能	分類・分割できない		
映像の焦点	人物	カメラは人物を中心に撮影している	
	その他	カメラは人物以外を中心に撮影している	

(7) 「人物」について

次に、「映像の焦点」で「人物」が選択された場合、その人物がどのような特徴をもっているか分析していく。分類したカテゴリは「個人・集団」「番組内での立場」「職業など」「性別」「年齢」「国籍等」である。これらを、5秒間のサンプルの中で最も長く映し出された「人物」について分析していった。

「個人・集団」は、「1名に特定できる」「複数人物が均等に写っている」「集団・群衆」の主に三つの項目である。集団全体に焦点がある「集団・群衆」

とは異なり、「複数人物が均等に写っている」は数名の人物が同時に映され、1名に特定できない場合に当てはまる。

「番組内での立場」は、「番組を演出される立場」「番組を演出される立場」、映像自体に演出的特性のある「CM・映画・ドラマ・再現映像など」の三つの項目である。前の二つについて例を挙げておくと、番組を進行させる「番組を演出する立場」は司会者やナビゲーターが見られる。一方「番組を演出される立場」は、進行役に受け身なゲストやコメンテーターが挙げられる。

「職業など」は、「人物」が実際にどのような職業に就いていると見なせるかである。アナウンサーや記者といった番組制作を行うスタッフである「メディア従事者1」、タレントや歌手などの出演者である「メディア従事者2」、しばしばゲストとして出演する弁護士などプロフェッショナルな職業に就く「一般1」、高校生や主婦など一般の視聴者である「一般2」の、四つの項目で分類した。

図表3 映像のなかの人物・番組内の立場・職業・性別・年齢

人物（映像の焦点が「人物」だった場合）	個人・集団	1名を特定できる 複数人物が均等に写っている 集団・群集 分割不能	1名特定の人物が焦点であると見なせる 2名以上の人物が均等に映されている 複数の人物が集団・群衆として映されている 分類・分割できない
	番組内での立場	番組を演出する立場 番組で演出される立場 CM/ドラマ・映画/再現映像など 不明	番組内で話題を進行していく立場 進行役に対して受け身の立場 映像自体が演出的特性を持つ カテゴリに無い
	職業等	メディア従事者1 メディア従事者2 一般1 一般2 CM/ドラマ・映画/再現映像など 不明	実際に番組制作を行うアナウンサーやスタッフ 番組を構成していくタレントや俳優などの出演者 番組を構成していく弁護士やジャーナリストなどの専門家 職業や所属、世代など肩書をもった一般の視聴者 その人物の職業と役柄が異なっている カテゴリに無い
	性別	男 女	男性と見なせる 女性と見なせる
	年齢	子ども 中学・高校生 (子どもまたは中高生年代) 若い人物 中間層年代 (若いまたは中間層年代) 60才代以上 判別不能 不明	0才から小学生程度まで 番組内容や制服などから中高生と見なせる 8歳以下で、どちらも判断つかない 18歳以上から30代半ば程度と見なせる 「若い人物」から「60代以上」の中間 若いとも中間年代層とも区別がつかない 番組内容や外見などから60歳以上と見なせる 判断がつかない場合 カテゴリに無い

「年齢」は、明確に分からない場合には外見から推測した。特に注意したのは、「子どもまたは中高生年代」「若い人物」「若いまたは中間年代層」「中間年代層」の項目である。具体的に述べると、「子どもまたは中高生年代」は18歳以下だが若い印象の人物、「若い人物」は30代半ばあたりまでで若い印象を受ける人物である。「中間年代層」は若くはないが60歳代より手前と判断できる人物、「若いまたは中間年代層」は「若い人物」と「中間年代層」の判別がつかなかった人物である。

最後に「国籍等」は、「人物」が日本出身であると見なせれば「なし」とし、海外出身の場合は「その他」で自由記述をした。

(8) 音声の形式と主体

次に、音声の基本的な分類として、「形式」と「主体」、「性別」がある。「形式」は、画面に登場している人物からの音声情報「画面に写っている出演者の語り・セリフ」か、そうでないかを分類している。「画面に写っていない人物の語り・セリフ」は、ナレーションによる語りや、出演者ではあるが画面に写っていない人物の音声の場合に当てはめられる。

「主体」は、どの立場の人物からの音声情報かを分類するもので、「番組を演出する立場」「番組で演出される立場」が主にある。これは「人物」の「番組内の立場」の分類定義に準ずる。

最後に「性別」には、「男女混合」の項目を設けた。これは、男性と女性の声が両方同程度聞こえた場合に分類することとした。

(9) 音声情報の種類

「音声」は言説情報であるため、その内容がどのようなものであるか分類した。主に6つに分けられる。

「テーマに関わる情報提示」は、テーマに関する基本情報で、具体的な日時や場所、名前や価格が当てはめられる。「テーマに関わる解説・説明」はこのような基本情報ではなく、より詳細な関連事項である。例えば、事件の概要や原因の解説、製品の作り方の説明などが挙げられる。「テーマに関わる心情・経験」は、事実や情報ではなく、より個人的な内容を含む発言である。発言者の経験を踏まえた感想や、テーマに対する意見が当てはまる。

さらに「出演者同士のやりとり」は、テーマに関わる出演者同士の会話や

音 好宏

発言である。つまり出演者が、視聴者ではなく出演者に対して発した言葉である。これと異なり「雑談・トーク・冗談」では、テーマに関わりの無い出演者同士のやりとりが当てはめられる。「番組の進行や内容に関する『説明』」は、演出する立場の人物が導いていくのに必要な発言である。テーマ変更や、締める際に使われる。

音声情報の種類で注意しておきたいのが、インタビュー映像のケースだ。インタビュアーによる質問は「テーマに関わる情報提示」に分類し出演者などの受け手の回答は「テーマに関わる心情・経験」に当てはまるか判断をすることとした。

図表4 音声

音声 (言語による 音声情報)	音声の形式	画面に写っていない人物の語り・セリフ 画面に写っている出演者の語り・セリフ 音声なし その他 不明	出演者以外、もしくは画面にいない人物による声や語り 画面に登場している出演者による発話 言説による音声情報が無い カテゴリに無い 分類・分析ができない
	音声主体	番組を演出する立場 番組で演出される立場 CM・映画・ドラマ・再現映像など 不明 音声なし	番組内容を進行していく司会していく人物 番組を構成し、進行役に対して受け身である人物 映像自体が演出的特性を持つ カテゴリに無い 言説による音声情報が無い
	音声の性別	男 女 男女混合 不明 音声なし	男性と見なせる声 女性と見なせる声 男性と女性の声が両方同程度聞こえる 判断がつかない場合 言説による音声情報が無い
	音声情報の種類	テーマに関わる情報提示 テーマに関わる解説／説明 テーマに関わる心情／経験 出演者同士のやりとり 雑談・トーク・冗談 番組の進行や内容に関する「説明」 その他の演出的情報 ドラマ／広告 不明 音声なし	テーマに関わる日時や場所などの基本情報 テーマに関わる内容の事実に基づく具体的な情報の提示 テーマに関わる内容の個人的な意見や心情、感想 出演者が出演者に対して発している テーマと関わりが無い会話 番組内容の進行に必要な語りやセリフ、発言 演出上必要だと見なせる反応、笑い声や相づち 発言・発話自体が演出的特性を持つ カテゴリに無い 言説による音声情報が無い

(10) サウンドの種類

演出的役割を果たしているBGMや効果音は、主に4つの項目で分類した。「BGMクラシック」「BGMポピュラー」では、クラシック音楽か、それ以外の音楽かという点で分類した。クラシック音楽は、ピアノや弦楽器、管楽器といったクラシック音楽によく使用される楽器の音の音が出されているかが、判断基準の一つになる。

また、「効果音 小」「効果音 大」は、前者が番組演出にあまり関わらない人物の動作などに付け加えられた音である。後者は説明や感情の動き、人物の動きに演出的な効果を発揮し、強調するような音が当てはまる。

図表5 音声効果

サウンド	サウンド種類	BGMクラシック	演出的役割を果たすクラシック音楽
		BGMポピュラー	演出的役割を果たすクラシック音楽以外の音楽
		効果音 小	演出にあまり関わらない人物の動作などに合わせた音
		効果音 大	演出に関わる説明や感情、言動に合わせた音
		その他	カテゴリに無い

(11) キャプションの形式

映像編集で加えられた文字情報は、6つの項目に分け、複数回答可とした。まず「テーマに関わる情報提示」は、番組の中心的内容に直接関わる基本情報で、日時や場所、名前や価格などが示されている場合である。「テーマに関わる解説・説明」はこれと異なり、基本情報より具体的な内容である。テーマに関わる情報のより詳しい説明が提示されていると見せる場合に当てはめられる。

「番組またはシーンのプログラム内容の要約」は、番組の中心的内容や細分化されたコーナーが、小見出しとして提示されている場合である。また「番組のタイトル」は、テーマやコーナーではなく、番組タイトルがそのまま見出しとなって表示されている場合だ。

さらに「音声強調」「音声にない言葉。その他の演出」があるが、前者は文字情報が音声情報と重複している時で、後者は音声情報に含まれていない内容や、写真などの演出的要素がある情報が提示されている時に分類した。

図表6 キャプション形式

キャプション	キャプション形式	テーマに関わる情報提示	番組の中心的内容に関連する日時や場所などの基本情報
		テーマに関わる解説/説明	番組の中心的内容の具体的な情報の提示
		番組シーンに関わるプログラムの要約	テーマやコーナー内容が小見出しの形で示されている
		番組タイトル	番組のタイトルが提示されている
		音声強調	音声情報を重複し、強調する役割を果たしている
		音声にない言葉/その他の演出	音声にない内容、写真や絵など演出的要素を果たす情報
		キャプションなし	文字情報が無い
その他	カテゴリに無い		

音 好宏

(12) コンテキスト

「コンテキスト」では、「伝統文化」「歴史」「宗教」「地域」「生活」「芸術」「貧困」「主義・主張・イデオロギー・哲学」「科学・教育」「自然」「批判・討論」「外国・海外」「医療・健康」「社会福祉」「社会問題」といった15項目を設け、これらのカテゴリーに当てはまるシーン内容が映像にあった場合に分類することとした。「伝統文化」の例をあげると、琴や三味線の演奏、着物の染色の様子などである。「歴史」は、武田信玄の旗揚げや中国の歴史を伝えるような内容である。「宗教」では、西洋キリスト教文化を伝え、教会訪問の様子を示すような映像が当てはめられる。

図表7 コンテキスト

コン テ ク ス ト	伝統文化に関する内容の有無	各カテゴリーに当てはまる内容が提示、表現されている場合
	歴史に関する内容の有無	
	宗教に関する内容の有無	
	地域に関する内容の有無	
	生活の知恵に関する内容の有無	
	芸術に関する内容の有無	
	貧困に関する内容の有無	
	主義・主張・イデオロギー・哲学に関する内容の有無	
	科学・教育に関する内容の有無	
	自然に関する内容の有無	
	批評・討論に関する内容の有無	
	外国・海外に関わる内容の有無	
	医療・健康に関わる内容の有無	
	社会福祉に関する内容の有無	
	社会問題に関する内容の有無	

3. 調査結果

3-1. 調査結果の概要

(1) 番組の種類

8チャンネルを合わせた全4032サンプルの番組種目の割合は、「ニュース／報道」が最も多く20%。次いで、「ドキュメンタリー／教養」と「バラエティ」が約13%だった。

10%未満の種目は、順に「ドラマ」「CM」「情報／ワイドショー」「スポーツ」「映画」と並んだ。さらに5%未満の種目は「趣味／教育」「音楽」「アニメ／特撮」「劇場／公演」で、最も少ない割合だったのが「福祉」だった。

図表8 番組種類

番組種目	N	割合
ニュース／報道	813	20.16%
ドキュメンタリー／教養	528	13.10%
バラエティ	507	12.57%
ドラマ	366	9.08%
CM	360	8.93%
情報／ワイドショー	333	8.26%
スポーツ	291	7.22%
映画	262	6.50%
趣味／教育	197	4.89%
音楽	176	4.37%
アニメ／特撮	155	3.84%
劇場／公演	27	0.67%
福祉	11	0.27%
不明	6	0.15%
合計	4032	100.00%

(2) 映像

① 映像の背景

まず、映像の背景について見ていくと、「現実素材」が約5割で「人工素材」の4割を上回り、やや「現実素材」の方が多く使われていることが分かった。

種目別に見ていくと、最も使われているのは「屋内」だった。これと同程度使われているのが「屋外である。いずれも全体の4分の1を占めていることから、やはり「現実素材」が多く使われていることが分かる。

一方で「人工素材」では「スタジオ」が最も多く19%、次いで「CG・合成」の13%だった。「CG・合成」が「スタジオ」の差は6%と迫っている。

図表9 映像の背景

映像の背景	背景の種目	N	割合	N	割合
人工素材	CG・合成	535	13.3%	1625	40.3%
	スタジオ	777	19.3%		
	明白なセット	275	6.8%		
	その他人工素材	38	0.9%		
現実素材	屋外	999	24.8%	2152	53.4%
	屋内	1041	25.8%		
	その他現実素材	112	2.8%		
その他	なし	136	3.4%	255	6.3%
	不明	5	0.1%		
	分類不能	114	2.8%		
合計		4032	100.0%	4032	100.0%

② 映像の作り

次に、映像の作りについて大きく三つのタイプに分けた時、最も多く使わ

音 好宏

れていたのは「作り込み・演出型」で半数を占めていた。次いで「取材・作成型」で約3割、「情報取材型」で約2割だった。

さらに詳細な分類を見ていくと、最も使われているのは「スタジオ映像」で、ついで「ドラマ映像」「合成・セット映像」「資料映像」であった。今回のサンプルの番組種目は、「ニュース／報道」「ドキュメンタリー／教養」「バラエティ」「ドラマ」の順で多かった。このため、「ニュース・報道」「ドキュメンタリー／教養」「バラエティ」では「スタジオ映像」や「合成・セット映像」の作りが共有され集中し、また「バラエティ」「ドラマ」で「ドラマ映像」の作りが共有されたと思われる。

しかし、「ニュース／報道」「ドキュメンタリー／教養」でよく使われうる「取材・ニュース映像」や「ドキュメント映像」など「取材・作成型」の作りが、6%台にとどまり比較的が少ないことが分かる。このことから、これらの番組種目においても、「スタジオ映像」や「資料映像」など、演出する側が自ら提示できる情報を盛り込んでいることが推測できる。

図表10 映像の作り

映像の作り	作りの種目	N	割合	N	割合
情報・資料型	資料映像	392	9.7%	694	17.2%
	提示映像	144	3.6%		
	資料提示映像	158	3.9%		
取材・作成型	インタビュー映像	195	4.8%	1143	28.3%
	ドキュメント映像	250	6.2%		
	取材・ニュース映像	266	6.6%		
	録画・編集・中継されたショー・アート	136	3.4%		
	録画・編集・中継されたスポーツ	296	7.3%		
作り込み・演出型	ロケ映像	316	7.8%	2158	53.5%
	ドラマ映像	580	14.4%		
	スタジオ映像	730	18.1%		
	合成・セット映像	532	13.2%		
その他	不明	37	0.9%	37	0.9%
合計		4032	100.0%	4032	100.0%

③ 映像の焦点

続いて、映像の焦点について「人物」かそうでないかを調べた。結果、人物が7割を占め、その他は3割にとどまった。

図表11 映像の焦点

映像の焦点	N	割合
人物	2824	70.0%
その他(詳細は省略)	1208	30.0%
合計	4032	100.0%

④ 映像のなかの人物

映像の中で、人物がどのように映されているか分類した。その結果、「1名に特定できる」ものが約4割を占めており、次いで「複数人物が均等に写っている」であった。「集団・群衆」「複数人物が均等に写っている」を合わせても約3割であることから、特定できる1名に焦点があることが多いと言える。

図表12 映像内の人物

個人・集団	N	割合	個人or not
1名に特定できる	1564	38.76%	1566
不明	2	0.05%	
集団・群衆 (自由記述する)	171	4.24%	1253
複数人物が均等に写っている	1082	26.84%	
分割不能	76	1.88%	
無記入	1137	28.22%	
合計	4032	100.00%	4032

⑤ 番組内の立場

さらに、映像のなかの特定できる人物（「1名に特定できる」「不明」を合わせたN=1566について）が、どのような立場と位置付けられるか分類した。結果、「番組で演出される立場」が5割を占めていた。一方、「番組を演出する立場」は全体のおよそ4分の1にとどまっていた。

図表13 番組内の立場

立場	N	割合
CM/ドラマ・映画/再現映像など	408	26.1%
番組で演出される立場	776	49.6%
番組を演出する立場	373	23.8%
不明	9	0.6%
合計	1566	100.0%

⑥ 職業、性別、年齢、国籍

そして、人物について4つの項目で具体的な分類を行った。まず職業につ

音 好宏

いて、解説者などのゲストとして出演するプロフェッショナル（一般1）と、タレントや歌手（メディア従事者2）が同程度で、全体の4分の1を占めていた。人物の立場は「演出される立場」が半数を占めていたことから、このような職業の人物がその立場になりやすいことが分かる。

また、性別については男性が7割を占めていた。

世代を見ると、30代以降の60代前の「中間層世代」が約4割を占めていて、次いで18歳以上で30才程度までの「若い人物」がおよそ3割だった。60才以上は14%程度にとどまった。最も少ない世代は18歳未満だった。

国籍を見ると、日本人が8割以上を占め、外国人は2割以下だった。

図表14 職業・性・世代・国籍

職業など	N	割合
CM／ドラマ・映画／再現映像など	399	25.5%
メディア従事者1（アナ／レポ／記者等）	162	10.3%
メディア従事者2（タレント／歌手／俳優等）	387	24.7%
一般1（弁護士／教員／ジャーナリスト等ゲスト）	397	25.4%
一般2（高校生／美容師等一般の人々）	206	13.2%
不明	15	1.0%
合計	1566	100.0%

性別	N	割合
女性	425	27.1%
男性	1127	72.0%
不明	14	0.9%
合計	1566	100.0%

世代	N	割合
赤ん坊	1	0.1%
子ども	40	2.6%
中学・高校生	29	1.9%
子どもまたは中高生年代	4	0.3%
若い人物	496	31.7%
中間層年代	681	43.5%
若いまたは中間層年代	55	3.5%
60才代以上	224	14.3%
判別不能	7	0.4%
不明	29	1.9%
合計	1566	100.0%

国籍	N	割合
日本	3446	85.5%
外国	586	14.5%
合計	4032	100.0%

(3) 音声

① 音声の形式

映像に続いて、音声について具体的な結果を述べていく。まず音声の形式

は、「場面の写っている出演者の語り・セリフ」がもっとも多く約半数を占めた。「画面に写っていない人物による語り・セリフ」はやや少なかったが、これも4割程度を占めていた。登場している出演者自身が語ることはもちろんだが、映像の焦点は7割が「人物」に当てられているという結果だったことから、画面に登場している人物とは異なる人物の音声による語りも加えられていることが分かる。

図表15 音声形式

音声の形式	N	割合
その他	26	0.6%
画面には写っていない人物による語り・セリフ	1691	41.9%
場面に写っている出演者の語り・セリフ	1908	47.3%
不明	66	1.6%
音声なし	341	8.5%
合計	4032	100.0%

② 音声主体

続いて、音声の主体がどこにあるかについて分類した。結果、「番組を演出する立場」に約半数が集まり、次いで「CM・映画・ドラマ・再現映像など」が約26%、「番組で演出される立場」に約17%となった。このことから、番組の流れを仕切り、コントロールすることができる「番組を演出する立場」による発言が多いことが分かる。

図表16 音声主体

音声主体	N	割合
CM・映画・ドラマ・再現映像など	1058	26.2%
その他	16	0.4%
番組で演出される立場	680	16.9%
番組を演出する立場	1860	46.1%
不明	77	1.9%
音声なし	341	8.5%
合計	4032	100.0%

③ 音声の性別

音声の性別に関しては、「男性」がおよそ57%に対して「女性」が25%と大きな差があった。また、「音声なし」が約8%であり、BGMや効果音でない音声情報を含まない映像は非常に少ないと言える。

図表17 音声の性別

音声の性別	N	割合
その他	5	0.12
女性	1024	25.40
男女混合	265	6.57
男性	2288	56.75
不明	109	2.70
音声なし	341	8.46
合計	4032	100.00

④ 音声が表示情報の種類

次に音声が表示情報について、「テーマに関わる解説／説明」がおおよそ全体の3分の1を占めていた。「テーマに関わる情報提示」は7%程度であったことから、基本情報（日時や場所、価格や人名など）ではなく、より具体的な言及に時間が割かれていると言える。

図表18 音声が表示情報の種類

音声が表示情報の種類	N	割合
CM・映画・ドラマ・再現映像など	1054	26.1%
その他	118	2.9%
その他の演出的情報	39	1.0%
テーマに関わる解説／説明	1309	32.5%
テーマに関わる情報提示	295	7.3%
テーマに関わる心情／経験	215	5.3%
雑談・トーク・冗談	140	3.5%
出演者同士のやりとり	274	6.8%
番組の進行や内容に関する「説明」	194	4.8%
不明	53	1.3%
音声なし	341	8.5%
合計	4032	100.0%

⑤ 効果音

BGMや効果音は、演出的役割を果たす音声である。結果は、「BGMポピュラー」が最も多く35%であった。人物の動作や感情に合わせた短い効果音ではなく、連続的に流されるBGM音楽の方が、登場頻度が高いことが分かる。

図表19 効果音

効果音	N	割合
効果音 大	89	2.2%
効果音 小	281	7.0%
BGMポピュラー	1414	35.1%
BGMクラシック	255	6.3%
その他の効果音	227	5.6%

(4) キャプション形式

キャプションの形式としては「テーマに関わる情報提示」がもっとも多く

およそ305%。次いで「番組シーンのプログラムの要約」「キャプションなし」24%を占めた。

今回の調査では、番組の種目が「ニュース／報道」が最も多く約20%、次いで「ドキュメンタリー／教養」「バラエティ」が約13%だった。いずれの番組種目でも、日時や場所、映像に映された物の名前の紹介など、「テーマに関わる情報提示」が使用されていた。また、音声が表示情報の「テーマに関わる解説／説明」が約30%で最も多かったことから、基本情報は文字で、具体的内容は音声で提示されていることが推測される。

図表20 キャプション形式

キャプション形式	N	割合
テーマに関わる情報提示	1179	29.2%
テーマに関わる解説・説明	607	14.9%
番組シーンのプログラムの要約	967	24.0%
番組タイトル	462	11.3%
音声強調	312	7.7%
音声中にない言葉・その他の演出	120	2.9%
キャプションなし	966	24.0%
その他	324	8.0%

(5) コンテキスト

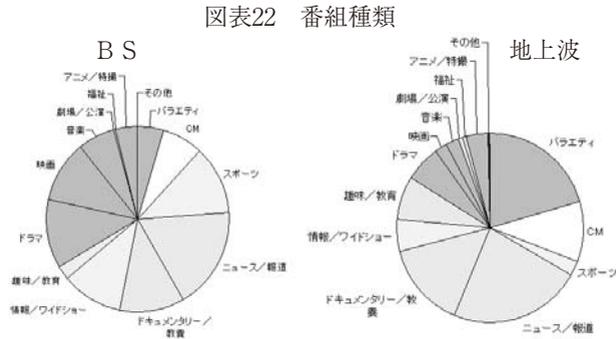
最後に、分析対象の映像に以下のカテゴリーに当てはまる内容が含まれていた場合、複数回答可で選択した。最も当てはまったのは154回で「外国・海外」、次いで「地域」と「芸術」が90回程度であった。一方、「宗教」「貧困」が、今回の分類では見られなかった。

図表21 コンテキスト

教育・教養的内容の有無	N	割合
外国・海外	154	3.82%
地域	91	2.26%
芸術	87	2.16%
伝統文化	66	1.64%
科学・教育	58	1.44%
自然	50	1.24%
社会問題	46	1.14%
医療・健康	41	1.02%
生活の知恵	27	0.67%
社会福祉	26	0.64%
歴史	24	0.60%
主義・主張・イデオロギー・哲学	22	0.55%
批評・討論	10	0.25%
宗教	0	0.00%
貧困	0	0.00%

3-2. 地上波とBSの比較

図表22は、「番組種類」をBSと地上波の別でみたものである。



BSと地上波の大きな違いは、円グラフ左上に位置する作品色の強い「ドラマ」「映画」「音楽」など、いわゆるソフトなコンテンツの充実だろう。地上波放送ではゴールデンタイムの主演は（特に民放では）「バラエティ番組」だが、BSの場合は「バラエティ番組」が少なくなっている。

そこで、放送チャンネルごとに「番組種類」を見たものが図表23である。BSのチャンネルをみると、作品色の強いソフト・コンテンツについても、「ドラマ」ならBSイレブンが、「映画」「音楽」ならBS2が、とそれぞれチャンネルごとの強みがありそうだ。一方、BS1ではソフト・コンテンツの放

図表23 チャンネル別番組種類

	NHK総合 (07年)	NHK教育 (07年)	テレビ朝日 (07年)	日本テレビ (07年)	BS1	BS2	BSフジ	BSイレブン	合計
バラエティ	14	40	125	235	5	30	51	25	607
大相撲	2,78 (7.46)	7,84 (4.78)	24,80 (4.46)	46,63 (39.10)	0	7,14	10,12	0,20	12,57
	46	0	4	0	224	0	0	117	291
ドキュ	5,13 (0.80)	0,00 (0.00)	0,79 (0.00)	(48.51)	0,00 (0.00)	44,44	0,00	0,00	3,37
	43	19	40	20	89	0	0	105	266
情報/ワイドショー	8,53 (5.27)	3,71 (4.78)	7,24 (2.28)	3,67 (0.55)	0,00	13,65	13,65	20,63	6,66
	29	27	25	30	0	53	23	73	333
ドラマ	5,95 (16.72)	5,36 (4.78)	5,16 (4.17)	5,95 (8.68)	9,50	9,33	10,52	13,89	8,26
	79	48	48	9	26	26	46	39	326
映画/教育	15,28 (25.67)	33,13 (29.78)	9,13 (0.00)	1,79 (0.00)	11,11	17,66	9,72	6,94	13,10
	264	22	89	81	167	36	119	33	613
ニュース/報道	55,55 (32.84)	4,57 (8.62)	17,56 (16.96)	15,07 (5.37)	32,15	7,54	20,62	5,20	28,19
	156	15	6	0	0	0	0	0	186
音楽	2,55 (3.58)	25,65 (34.62)	1,16 (0.00)	0,60 (0.00)	0,00	0,79	4,37	3,57	4,59
	0	46	0	0	0	0	0	0	46
アニメ/特撮	0,00 (0.00)	9,13 (0.00)	1,79 (2.68)	4,96 (0.00)	0,00	4,56	0,79	9,52	3,64
	0	11	0	0	0	112	28	10	262
その他	0,00 (0.00)	0,00 (0.00)	4,32 (4.78)	0,00 (5.07)	0,00	22,32	5,56	15,87	176
	13	21	10	2	0	0	34	25	176
スポーツ	2,55 (5.27)	4,17 (7.14)	1,56 (0.00)	5,40 (8.59)	0,00	54,00	6,72	2,80	5,77
	0	15	0	0	0	0	0	0	15
番組/公演	0,00 (0.00)	3,37 (0.00)	0,00 (0.00)	0,00 (0.00)	0,00	1,68	0,00	0,00	0,67
	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CM	0,00 (0.00)	2,18 (7.14)	0,00 (0.00)	0,00 (0.00)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,27
	0	5	105	88	2	5	13	70	360
不明	0,40 (0.80)	0,56 (2.38)	20,53 (16.07)	19,44 (23.89)	0,42	0,56	14,46	13,89	8,63
	2	0	2	1	0	0	1	0	6
合計	0,40 (0.30)	0,00 (0.00)	0,40 (0.00)	0,30 (0.30)	0,00	0,20	0,00	0,00	0,15
	324	324	324	324	324	324	324	324	324
	100	100	100	100	100	100	100	100	100

映がなく、「スポーツ」と「ニュース・報道」が多くなっているなど、また異なった特徴があることが分かる。

地上波放送のデータをみると、たとえばNHK総合の場合、この時間帯では50%を超える率で「ニュース・報道」を放映しており、群を抜いて多い傾向だ。

地上波放送のデータには、07年調査の結果（割合のみ）を括弧内に示してある。07年と09年では分析対象となった番組の時間帯が異なっており、「番組の種類」の傾向もある程度異なっている。07年調査では民放を中心に「バラエティ」重視の傾向があったが、09年調査ではそれがより顕著な傾向だ。特に日本テレビは「バラエティ」が5割にも迫る勢いだ。07年調査の時期には国際的なスポーツイベントがあったため、「スポーツ」をより多く放映してその他のチャンネルとは異なる傾向を見せていたテレビ朝日は、09年調査ではスポーツ放映がなく、「バラエティ」をより多く放映している。スポーツイベントがないとテレビ朝日も他の民放同様に「バラエティ」重視の編成になっていることが分かる。

07年調査では、「番組の種類」の観点から民放の均質化が見られていた。そのなかでも比較的異なる編成になっていた日本テレビとテレビ朝日を09年調査では分析チャンネルに選定したのであったが、結果的に地上波民放の均質化という結果には変わりがないようである。07年調査の際には、スポーツイベント頼みの「多様性」では、放送局の独自性を発揮できないのではないかと述べたが、09年調査の結果はそれを裏付ける結果になりそうだ。

3-3. 「水平多様性」と「垂直多様性」の検討

ここではグリーンバーグらの「水平多様性」と「垂直多様性」という概念⁷を踏まえた番組の「多様性」について検討する。グリーンバーグの「水平多

⁷ 「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」（ブラドレー・S・グリーンバーグら、1992）参照。なお『コミュニケーション研究』第38号（2008年）の07年調査報告で詳しく解説しているので、そちらも参照。

⁸ 測定項目の差異を検討するために、1) チャンネル別、2) 時間帯別、3) 放映日別に、全ての項目を集計したデータを作成した。つまり、「チャンネル×時間帯」×「放映日」×「集計項目（この場合、番組の種類）」の多重クロスを行った。こうして集計されたデータを用いて、二元配置分散分析を行い、チャンネル別/時間帯別にみた各項目の平均値の差を検討した。『コミュニケーション研究』第38号（2008年）には多重クロスの例が掲載されているので参照されたい。

音 好宏

「多様性」とは「一定時間に選択できる番組数」と述べている。簡略に換言すればチャンネルを変えれば、違う番組をやっているかどうか、を示す指標だ。また、グリーンバグは「垂直多様性」とは「番組全ラインナップを通じた多様性」と述べている。これも換言するなら違う時間にテレビを見れば、違う番組を見ることができるかどうか、を示す指標といえるだろう。

そこで、チャンネルや時間帯ごとにデータを集計し、統計的に「水平多様性」と「垂直多様性」を示したのが図表24である。

図表24 番組の種類に見る「垂直的多様性／水平的多様性」

	垂直(時間帯)	水平(チャンネル)
バラエティ	NS	**
スポーツ	NS	**
ドラマ	NS	**
情報／ワイドショー	NS	NS
ドキュメンタリー・教養	NS	**
ニュース・報道	NS	**
趣味・教養	NS	**
アニメ・特撮	NS	**
映画	**	**
音楽	NS	**
劇場／公演	NS	NS
福祉	NS	NS
CM	NS	**

※ P<.01, **= P<.05, NS=P>.05

まず「垂直多様性」であるが、ほとんどの「番組の種類」で統計的に有意な差がなく（NS）、時間帯が異なっても「番組の種類」に違いが見られない、つまり「垂直多様性」はほとんど見られない、という結果である。07年調査（夜7時から夜11時）もほぼ同様で、09年調査では時間帯を延長（夕方6時から深夜12時）しているが、結果に変わりはなかった。夕方の時間帯に特有の番組編成、いわばゴールデン編成とでもいえるような編成の存在が見取れる。なお、映画のみ夜の9時台からの放映が多く、時間帯によって異なる放映がみられる「番組の種類」になっている。

次に「水平多様性」であるが、こちらは統計的に有意な差が認められている「番組の種類」が多くなっており、チャンネルを変えれば異なる番組を視聴できる、つまり「水平多様性」が認められている、という結果だ。

このうち、統計的に有意な差が認められなかった「番組の種類」は、放映番組自体が少なかった「劇場・公演」「福祉」のケースと、「情報・ワイドショー」である。図表24で示されているように、「情報・ワイドショー」はどのチャンネルも一定の割合で放映されているので、これは、チャンネルを変えてもいずれかかのチャンネルで定期的に放映されている「情報番組／ワイドショー」

に当たらるだろう、ということを示している。既にBSと地上波でそれぞれ特徴の異なる番組編成があることについては述べたが、「情報番組／ワイドショー」は例外のようだ。本調査では通販番組は「CM」カテゴリーに入れているのであるが、昨今、こうした番組が「情報番組」と称されることも多いようだ。このような実情をふまえても、「情報番組」においてチャンネル間で競合が行われているのは一つのトレンドなのだろう。

3-4. チャンネル間の差異の要因

「水平多様性」が認められたことから、チャンネル間の差異に特に貢献した「番組の種類」を検討する。その過程でチャンネル間の関係をいくつかの統計指標から考察したい。

まず、3-3で用いた集計表を用いて判別分析を行った。放映日別・時間帯別に集計した「番組の種類」のデータからチャンネルを判別した⁹。その際にステップワイズ法により判別に貢献した変数を析出した¹⁰。

図表25は、判別結果を整理したものである。NHK総合は、(NHK総合)型として判別された割合が57.14%となっている。また(BS2)型として判別された割合が16.67%と、NHK総合とBS2が放映日や時間帯によっては近い編成の場合があるようだ。このように見ていくと、NHK同士がこのような関係にあるケースがしばしば見受けられるが、基本的には判別結果は高い傾向で、チャンネルの独自性がデータから読み解くことができる。一方、テレビ朝日は(日本テレビ)型と判別されるケースが多くなっている。

図表25 番組の種類による判別結果

	(NHK総合)型	(NHK教育)型	(日本テレビ)型	(テレビ朝日)型	(BS1)型	(BS2)型	(BSフジ)型	(BSイレブン)型
NHK総合	57.14	9.52	4.76	0.00	9.52	16.67	2.38	0.00
NHK教育	4.76	61.80	9.52	0.00	0.00	23.81	0.00	0.00
日本テレビ	7.14	0.00	59.52	19.05	0.00	7.14	0.00	7.14
テレビ朝日	4.76	7.14	33.33	16.67	0.00	2.38	9.52	26.19
BS1	28.57	9.52	0.00	0.00	54.76	7.14	0.00	0.00
BS2	14.29	9.52	7.14	0.00	0.00	61.90	0.00	7.14
BSフジ	21.43	7.14	11.90	16.67	0.00	14.29	7.14	21.43
BSイレブン	4.76	7.14	0.00	9.52	2.38	30.95	7.14	38.10

⁹ 集計結果のデータ傾向が、特定のチャンネルの傾向と判別できるかどうか（つまり、NHK総合の分布が、NHK総合独自のもので、日本テレビの分布と異なると判別できるか）を検討するものである。詳しくは『コミュニケーション研究』第38号（2008年）も参考

¹⁰ 判別に貢献した変数とは、チャンネル間の差異に貢献した変数カテゴリーであるから、「水平的多様性」を確保する上で何が重要であるのか、その要因を示している。

音 好宏

この結果は、テレビ朝日に個性がない、という結果ではなく、地上波民放同士で区別が付きづらい、つまり均質化が見られていることを示している。BSフジはその傾向が顕著だ。地上波とBS、民放とNHKの要素を併せ持っているような編成の傾向があるということだろう。BSイレブンも(BS2)型と判別されるケースがあり、BS民放は、地上波民放のような「バラエティ」志向の均質化は見られていないが、「BSジャンル」とでもいうべきか、BS独特の編成上の特徴が、個々のチャンネルの志向よりも強いようだ。

また、このデータは「水平的多様性」を検討する上で、表現の傾向上の「占有」を示しており、図表25の例で示すなら、(BSフジ)型が全体的に少なく、BS4局の調査を行ったが編成上のバリエーションは3種類程度であることを示している。

ステップワイズ分析の結果、このような判別に貢献した「番組の種類」は、「CM、スポーツ、ドキュメンタリー/教養、ニュース・報道、バラエティ、趣味・教育」であった(wilksのラムダ=0.127、 $P < 0.01$ 、判別の中率44.6%)。図表23でみたように、BS全体を地上波と比較すると、「ドラマ」「映画」「音楽」などの作品性のあるソフト・コンテンツが特徴であったが、チャンネルごとの差異を示した要因を見ると、NHKと民放の違いを示すような「番組種類」が析出されている。BSか地上波か、という選択肢以上に、民放かNHKかという選択肢が、視聴者の前では大きい、ということを示しているようである。

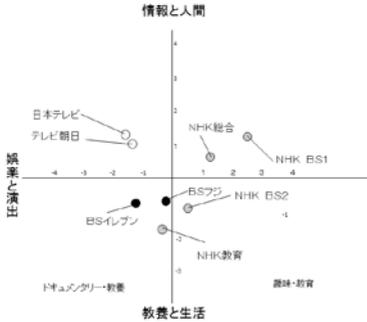
3-5. チャンネル間の関係性

07年調査では、全ての調査項目において(映像の項目ごと、出演者の項目ごと、文字情報の項目ごと、音声情報の項目ごと)に同様のデータを示した。その結果、「映像」や「文字情報」についてはNHKと民放の違いが不明瞭となっていた。テレビ表現の演出上では、NHKと民放の差異は見られなくなっており、テレビ的表現スタイルといったものが確立していることを示した。07年調査の結果と09年調査の各項目を比較すると、統計的有意差は認められたものの、全体的には共通の傾向であったことから、今回は紙面の都合もふまえて省略する。

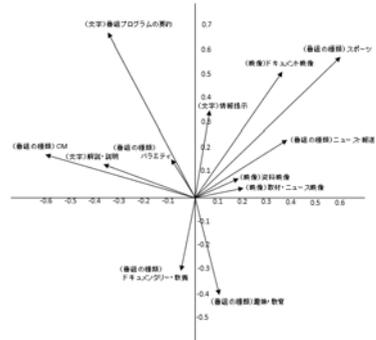
¹¹ 放映日別・時間帯別に集計した「全カテゴリー」のデータからチャンネルを判別

そこで、本報告では、全調査項目を全て投入した判別分析を行い¹¹、正準判別関数を用いてグループの中心をプロットし、チャンネル間の関係性を図式化して示してみたい（図表26）。また、ステップワイズ法を用いてマッピングに貢献した分析項目を出力し、空間の意味を示す（図表27）。

図表26 チャンネル間の関係性



図表27 ステップワイズ法によるマッピング



図表28 判別分析結果

	判別率的中率=44.6%	標準化判別係数1	標準化判別係数2
番組種類			
CM		-0.63	0.18
スポーツ		0.60	0.59
ドキュメンタリー/教養		-0.06	-0.31
ニュース/報道		0.40	0.23
バラエティ		-0.10	0.16
趣味/教育		-0.11	-0.39
映像			
資料映像		0.19	0.10
ドキュメント映像		0.37	0.51
取材・ニュース映像		0.21	0.04
文字			
テーマに関わる情報提示		0.08	0.37
テーマに関わる解説・説明		-0.39	0.13
番組シーンプログラムの要約		-0.36	0.67

図表26から分かるように、①「NHK総合」と「BS1」、②「日本テレビ」と「テレビ朝日」、③「BS1」以外のBSグループに「NHK教育」が加わったもの、と大きく3グループに分かれた。

結果に貢献した分類項目から、それぞれのグループの特徴が分かる。

①「NHK総合」と「BS1」のグループは、比較的に「報道」に関わるような項目が特徴的だった。②「日本テレビ」と「テレビ朝日」の地上波グループは、放映量の多かった「CM」「バラエティ」などの番組の特徴に加

音 好宏

え、「文字情報」の演出に特徴があったことが分かる。③のBSグループも放映されている「番組の種類」がこうした分類に貢献した。

一方、ここに示されていない分類項目は、図化の結果に貢献していない、つまり、チャンネルの違いを示していない項目だ。たとえば、「出演者」「音声情報」の分類項目が見当たらないのは、どのチャンネルも「出演者」や「音声情報」の点では均質的である、ということである。

こうした特徴をもとに、チャンネル間の関係性を示す図表27の軸の意味を読解した。

それぞれ判別に貢献した変数のベクトルをふまえて縦軸を「情報と人間」「教養と生活」の軸、横軸を「知と啓蒙」「娯楽と演出」の軸とした。

現在のテレビ局が持ち合わせているTV的表現の強みを生かして「多様性」を実現するには、このマップに広がりを持たせることだろう。

このマッピングのなかで、NHK4局が斜め一直線に並んでいるのが目立つ。同じ放送局のなかで複数のチャンネルを持ちながら、それぞれのチャンネルごとの編成上の特性を生かして放送を行っているNHK。この直線が示すのは多様性の幅であるのは確かであろう。しかし、NHK教育を例にとるなら、「教養と生活」の軸から「娯楽と演出」方向に動いているようにも見えなくはない。星団が広がるように、多様性のコスモスのなかで、それぞれのメディアがどのような方向に進むのか、今後の調査にも要注目である。

4. おわりに

いま、日本における放送制度は、大きな変革期を迎えている。

今回の調査において焦点をあてた衛星放送サービスに関して、放送行政を所管する総務省は、アナログ衛星放送が終了する2011年をめぐり、これまでのBS放送と110度CS放送を「特別衛星放送」という形で一括りにして制度運営を行うことを決めている。東経110度の軌道位置ある衛星を用いるBS放送と110度CS放送との制度的な垣根を下げる一方で、124度/128度CS放送との差別化がなされることになる。これはとりもなおさず、それぞれのサービスに求められる公共性・公益性も異なるよう整理を行ったことになる。

他方において、通信と放送の本格的な融合に向けた法整備も進められてい

る。

法整備を急ぐ背景には、2011年の地上デジタル放送の完全デジタル化や全国ブロードバンドの整備といったメディア環境の変化を機に、制度整備を行うのが最も都合がよいからだとされる。

現実的な問題として、視聴者にとっては、空中波を介して届けられるテレビ放送とブロードバンド網を介して提供される動画との差異が解らなくなりつつある。そのようななかで、テレビ放送はどこまで「多様性」を提示し得ているのか。また、私たち視聴者は、テレビ放送にどのような多様性を求めていくのか。

「放送の多様性」を指標化することにより、その実態の可視化に努めるとともに、そこに求められる社会的意味を再検討する必要性にも迫られている。

参考文献

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
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