

視聴率の社会的文脈

後藤 将之

1. はじめに

このところマスコミ接触行動の研究領域で、テレビの「視聴質」が話題にされることが多い。「視聴質」とは「視聴率」の対立概念として想定されたものであるが、概念自体が新しく、まだ確実な統一的定義は存在していない。むしろそうした測度が必要ではないかという希望的な文脈で語られる用語のようである¹⁾。筆者自身も「視聴質」に関する研究会などで、この話題について検討する機会を持った²⁾。だが、これまでの「視聴率」概念に対して「視聴質」という概念を設定し、前者を一次的な量的概念、後者を多元的な質的概念として、これらに対比させようという発想の背後には(その発想自体は妥当なものであっても)、「視聴率」という測度に関する多少とも混乱した認識があるように思えてならない。というのも、現行の「視聴率」という数値は、厳密には量的な概念ではなく、むしろ質的な概念であり、「視聴率」じたいが、「視聴質」の一例であると考えられるからである。そしてもし、テレビ視聴に関する純粋に量的な概念を探すとすれば、それは現行の「視聴率」によってではなく、たとえば「絶対視聴量」とでも呼ばれるような測度によってあらわされるべきものである。

本論では、以上略述した諸点をいっそう詳細に検討して、テレビ視聴における「質」と「量」の問題に関する一定の整理を行いたい。

2. テレビ視聴の質と量

まずはじめに、テレビ視聴行動の「量」的側面と「質」的側面につい

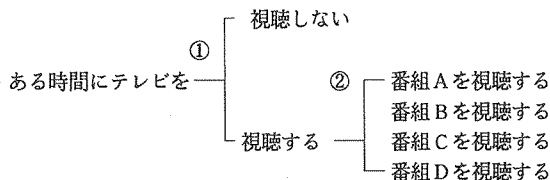
て検討しておこう。いうまでもないことだが、テレビの視聴という情報行動は、いっそう大局的な日常生活時間という枠組みの中で、その一部分を構成するものである。われわれの日常は、朝起きて顔を洗い、朝食をとることにはじまって、出勤し、仕事をし、昼と午後の休憩をとり、帰宅し、夕食をとり、自宅で家庭生活を行うことにいたる、各種の社会行動からなりたっている。そして、そうした社会行動のひとつとして、テレビ視聴という情報行動が存在しているわけである。

この一般的な社会行動の文脈からながめれば、ある個人がテレビ視聴に対して行うことができる意思決定は、次の二つの段階を持っている。すなわち、その人は、自分がある時間にテレビを視聴するかしないかを決定することができる。続いてその人は、もしテレビを視聴すると決定した場合に、視聴したいテレビの番組を選択することができる。このように、特定のテレビ番組の視聴という情報行動は、①テレビ視聴それ自体の選択、②特定のテレビ番組の選択、というふたつの決定を結果的に含むものとなっている³⁾。図示すれば、それは下図1のような選択形式を持つものとりあえずは言うてよい。

さて、では、このようなテレビ視聴の選択において、「量」的なののはどの部分であり、「質」的なののはどの部分なのかということを考えてみよう。

①の視聴行動それ自体の選択は、テレビ視聴を「する／しない」という二項選択としてこれを理解すれば、量的な測度であるといえる。たとえば「個人Aはある特定の日にテレビを2時間視聴した」といい、「個人Bは同じ特定日時にテレビを4時間視聴した」といい、さらに「個人Cは同じ特定日時にテレビを1時間視聴した」という場合、個人A・B・Cが、どんな番組をどんな時間帯に視聴してしようとも、そのことには無関係に「個人Aの視聴時間は個人Bの視聴時間の半分の長さをも

図1 テレビ視聴行動における選択の形式



っている」「個人Bの視聴時間は個人Cの視聴時間の4倍の長さを持っている」したがって「個人Aの視聴時間は個人Cの視聴時間の2倍の長さを持っている」ということができる。換言すれば、個人A・B・Cにおける番組視聴「量」は、視聴された番組の種類（または「質」）にかわりなく、2：4：1であるということができる。つまり、この測度は、視聴された「質」からは独立に定義できる一次元的な量にかかわる「量的」な測度である。

では、②の段階すなわち視聴される「番組」の選択という行為の場合はどうだろうか。いうまでもなく、上図A～Dの番組内容を、一元的な尺度上に配列させるための絶対的な基準は存在していない。というのも、番組内容を測定するための一定の尺度が利用可能になっていて、その基準にてらした場合に、「番組Aの内容は番組Bの内容の半分であり」また「番組Cの内容は番組Bの内容の1/4であり」したがって「番組Aの内容は番組Cの内容の2倍である」、つまりここで測定されている内容の性質に関して、A：B：Cは2：4：1であるという言明を行うことができないからである。

たしかに、例えば「各番組における場面転換の回数」というような「番組内容にかかわる性質」を尺度として採用すれば、上のような一元的な配列のための言明を行うことは不可能ではない。なぜなら「各番組における場面転換の回数」という値は、連続的で一次元的なものであるからだ。とはいえ常識的に言って、この種の変数は（内容分析では繁用されるが）、番組内容を測定するための絶対的な基準ではない。したがって、この②という選択行為は、「量」的なものとはいえない⁴⁾。

以上のようにみてくれば、テレビ視聴という単純な行動にも、ふたつの側面が分析的に区別されることが分かるだろう。第一に、テレビへの接触それ自体は、少なくとも一定程度の数量化が無理なく可能な行動である。第二に、視聴番組の選択は、選択される番組が単純に一元的な数量化可能な性質を持っていないという理由から、一元的に数量化することが困難な行動である。テレビ視聴行動は、こうしたふたつの側面から構成されている。

3. 視聴率の性質

ではここで、本論の主題である「視聴率」について検討しよう。現行の視聴率は、次に述べるような特殊な条件のもとに成立する数値である⁵⁾。

まず、現在のテレビ視聴行動は、たとえば東京地区のV波に関して言えば、NHK 2波と民放5波の合計7波から、1波のみが選択されて視聴され、しかもある1波を選択したということが、それ以外の同時刻の番組への接触を基本的に排除することにつながるという、相互に排他的なゼロ・サム形式を持つものになっている。つまり、同時刻に複数の局からの番組が放送されているがために、複数のテレビ画面を同時に視聴したり、VCRに依存したりしないかぎり、これらの番組の中からどれか1波のみを選択して視聴せざるをえないような構造が成立している。そして忘れてはならないことは、現行の視聴率という測定値は、あくまでこの排他的なゼロ・サム構造の内部における、各番組への接触の割合に関する測度であるということだ。

このことが何を意味しているかといえば、当然ながら、視聴率という数値の代表しているものは、一定の客観的・絶対的な番組への接触の割合ではなく、むしろ各種の同時刻の番組の布置構造という一定の「文脈」の内部において決定された、特定番組への接触の割合だということである。これをもっとくだけて表現すれば、次のようになる。

たとえばある日の午後4時に、番組A・番組Bおよび番組Cが、それぞれ5%・10%・15%の視聴率を獲得したとする。また、同日の午後8時に、番組X・番組Y・番組Zのおのおのが、やはりそれぞれ5%・10%・15%の視聴率を獲得したとしよう。このとき、現行の視聴率のみに注目すれば、番組AとX、BとY、CとZとは、それぞれ同程度の視聴率を獲得しているということになる。視聴率のみから判断するかぎり、各ペアを構成する番組への、受け手による接触率は同一である。しかしこのことは、番組AとX、BとY、CとZとが、相互に互換可能であるということの意味するものだろうか。無論そうではない。なぜなら、そもそもあまり放送番組が視聴されず、視聴率競争も激しくない午後4時という時間帯において獲得された5%の視聴率と、もっとも競争が激し

い時間帯である午後8時において獲得された5%の視聴率とでは、その数値の代表する意味合いが異なっているからである。

このことは、次のように考えればいっそう理解しやすくなるだろう。午後4時における番組A・B・Cの視聴率=5%・10%・15%を、たとえば、仮に「絶対的な動員力(というものが測定できたとして)」が10・15・20であるような3つの番組が、相互に“綱引き”をした結果、表面に現れてきた数字であるとしよう。これに対して、午後7時における番組X・Y・Zの視聴率=やはり5%・10%・15%は、「絶対的な動員力」が70・75・80の3番組が、やはり一種の“綱引き”をした結果として決定された分配率であると考え。とすれば、番組AとXの間には、その「絶対的な動員力」でみれば、10対70という相違が存在している。BとY、CとZにしても同様である。つまり、A・B・CとX・Y・Zとでは、番組の動員力にきわめて大きな違いがあるわけである。

以上を要するに、「視聴率」という数値は、同時刻の相互に競合している各番組の間においてのみ、それらの競合の結果として、一種の相対評価点として決定されたものである。それは、テレビ欄のヨコ一行を、ある学校のある学年のあるクラスにたとえれば、このクラスの生徒に対して与えられた相対評価点のようなものである。同じクラスに良くできる子供が多くいたために、他のクラスでなら優等生だったはずの生徒があまり目立たない子供になってしまうということと、これは本質的に同義である。要するに、そもそも視聴率は絶対評価点ではない。したがって、同じ学年の別のクラスふたつを比較したり、去年のこの学年のあるクラスを、今年と同じクラスと比較したりすることは、原理的にいって不可能なことである。すなわち、ある1日のテレビ欄のヨコ一行に関しては比較が可能だが、それ以外の部分間での比較は、たやすく行うことが困難な数字なのである。

このようにみれば、視聴率という数字が、現実には、なんらかの絶対的な数量をあらわすのではなく、むしろ、テレビ欄のヨコ一行という限定された文脈の中においてのみ、固有の意味を持つ相対的な数字であることが理解されよう。つまるところそれは、同時刻の他の番組と比較した際の、ある番組の相対的な強さを示すものであるにすぎない。あるいは換言すれば、複数の競争者から成り立つ一定の「場」において、おのおのの競争者がどれだけの取り分を獲得したかを、個々の「場」

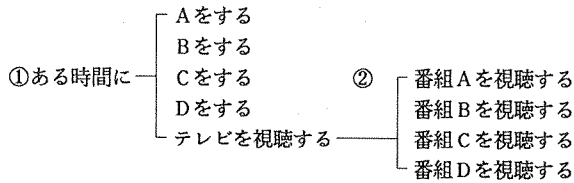
(=ある時間帯)の内部において示すものであるにすぎない。そしてしかも、それぞれの「場」は、同じ期間の異なる「場」同士においても同一ではないし、各期の番組編成によっても時間的に流動を続けるといふ、きわめて動的な性質を持っている。もしこういってよければ、視聴率は、複数の変数の間の関係を示す、いわゆる「関係変数」としての性質を強く帯びている。視聴率があらわすものは、もっとも端的には、ある番組と同じ時間帯の他の番組との、相対的な力関係だからである。以上述べた点において、現行の視聴率は、それ自体として存在する視聴の絶対的な「量」というよりは、むしろ相対的な「質」にかかわる変数としての性質を持つものである。つまり現状の視聴率とは、この見地からすれば、むしろある種の「視聴質」にほかならないのである。

ここまで述べた問題を解決することはなかなか困難である。というのも、そもそも視聴率の調査とは、基本的に、個々の時点における、サンプルの各番組への接触程度(のみ)を測定するものであるからだ。こうした測定方式がとられているかぎり、視聴率は相対的な「視聴質」の一種としての性質を持ち続ける(そしてこのことは、視聴率調査の具体的な手法を、現行の自記式やメーター式から、ピープル・メーターなどの新しい個人別測定用具に変更してみたところで、まったく変わらない)。なぜならば、個々の時点における番組接触程度という測度のみからでは、各種の競合番組からなりたつ「場」の構成が、たえず(新編成などによって)変動しているという前提のもとに、その個々の時点に関しての、個別的・特殊な知見しか得ることができないからである。

以上に加えて、さらにもうひとつ、現行の視聴率調査を相対的な「質」に関する調査としている制約がある。すなわち個別の具体的な視聴行動は、常にかならず、一定の日常生活時間という枠組みの内部で行われるものだというのである。このことをより詳しく説明するためには、前掲の図と次の図2とを比較してもらえばよい。

ふたつの図を比較すればただちに理解できるように、すでに述べた議論では、一応「量的」であると規定しておいた①の選択(すなわち「テレビ視聴それ自体の選択」)もまた、いっそう具体的には、さまざまに変化する各種の社会行動のうちからひとつを選択するという意味において、②における視聴番組の選択と、なんら変わるところのない性質を持ったものだということが分かる。すなわち、ここにおいても、「テレビ

図2 社会行動とテレビ視聴



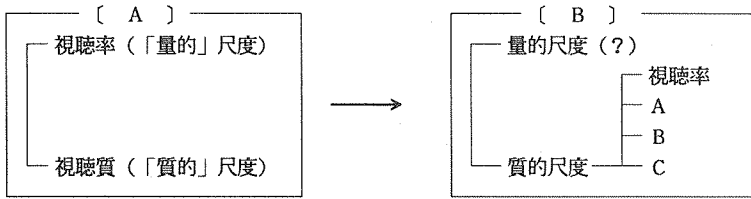
視聴それ自体を選択する」ということは、相互に質的に異なる複数の行動オプションから、ひとつの行動のみを選択するということである。そしてこの意味において、この変数もまた、そういう複数の行動オプションからなりたつ一定の「場」の内部における、「関係変数」としての性質を持つものである。もうすこしくだいて表現すれば、たとえば1960年という時点で行われた「テレビ視聴をする」という選択は、1990年の時点で行われた同じ選択とは、異なった意味を持つものである。なぜならば、このふたつの時点は、テレビの社会への浸透度や娯楽の種類や一般的な帰宅・就寝時刻や余暇の過ごし方の多様性などの性質に関して、まったく異なったものである⁶⁾。であるならば、1960年のテレビ視聴は、安易に1990年のテレビ視聴と比較することができないことになるだろう。同様にまた、1960年の視聴率は、1990年の視聴率と単純に同列には論じがたいものであろう。

こうして、実際には、①のテレビ視聴それ自体の選択も、②のテレビ番組の選択も、ともに、一定の「質」的な文脈に支えられたものであるということになる。要約的に表現すれば、①の変数は「生活時間構造」という文脈の上で成立し、②の変数は「番組編成構造」という文脈の上で成立する、「質」的かつ相対的な変数となっているのである。

さて、以上の分析から、「視聴率」というものが、実際には、予想されるほど単純な一次元的数値ではないことが明らかになっただろう。ある時点の視聴率は、その時点における「生活時間構造」および「番組編成構造」という2種類の「場」の中で、そのおのおのに規定されて成立しているのである。

では、もし視聴率が、これほどにも質的に変動しやすい相対的な測定値であるならば、はたしてわれわれは、どのようにしてある番組に関する一定程度まで「正確」な尺度を得ることができるのだろうか。

図3 視聴率と視聴質の関係



この点に関して考察する前に、ここまでの議論を簡単に整理しておけば、上の図3のようになる。

すなわち、本論の冒頭に記したように、「量的」な尺度としての視聴率に対して、いっそう「質的」な尺度としての視聴質を設定するという発想は、この見地からすれば、やや不明瞭なものである。じっさいには、すでにみてきたような各種の理由から、視聴率という測度じたい、きわめて「質」的な性質を持ったものであり、むしろ「視聴質」の一種とみなされるべきようなものだからである。したがって、上図3の[A]の認識ではなく、[B]のような認識のほうが、いっそう現実妥当的であるということになる。とすれば、ここで考察されるべき問題は二通りであろう。すなわち第一に、いまだ充分適切に測定されていない、視聴に関する量的な尺度を探究することが必要である。そして第二に、現行の視聴率に加えて、視聴の質的な尺度としては他にどんなものが考えられるかを検討しなくてはならないわけである。

4. テレビ視聴の量的測定

上述したように、現行の視聴率は、「生活時間構造」および「番組編成構造」という2種類の「場」の中で、こうした「場」に規定されて成立する数値である。そして、こうした時間的に限定された「場」の中でのみ意味をもつ数値からは、厳密な意味での「量的」な測度はなかなか得られない。この点に関する対処策にはおおよそ3種類がある。

第一に、できるかぎりこうした規定要因を統制した状況下での「番組の力」を測定するという方法である。すなわち、①どんな時代に視聴されても大きな変動を示さず、かつ②どんな番組編成の中で視聴されても大きな変動を示さないような番組の性質を測定するということである。

より具体的には、「生活時間構造」および「番組編成構造」の両者が持っている「あれかこれか」のゼロ・サム構造という文脈から独立したものとしての「番組の力」を測定するということである。

たとえば、初めて国内で封切りされて以来、ずっと高い観客動員数を示している映画が、テレビで何度も放送されて、やはり常に一定の視聴者を獲得しているという場合、このソフトは①および②を結果的に一定程度まで満たすような内容となっているだろう⁷⁾。

このような番組内容の測定方式は、むしろ現行の視聴率調査とは独立に、できるだけ周囲からの影響を排除した状況下で、その番組の性質を測定することである。たとえば、レンタル・ソフトの貸出し視聴は、②の影響をそれほど大きくは受けられない性質の行動であろう。であるならば、もしレンタル・ビデオとしてある番組ソフトが提供されている場合、このソフトの貸出しの頻度は、②から比較的独立した番組の動員力をあらわすものとなっているかもしれない。これと同様の調査を、各種の番組ソフトに関して行ってみたらどうかという発想である。

このことはすなわち、現行の視聴率調査とは独立に、テレビ放送視聴行動のゼロ・サム構造の影響を比較的受けにくいような状況下で、番組ソフトの動員力を測定するという発想につながる。例えば、ある日時にある番組に接触した／しなかったという「接触に関する事実」は、テレビ視聴におけるゼロ・サム構造という文脈からの影響を、きわめて大きく受けてしまうものである。もしこれを、ある日時のある番組を観たいと思った／思わなかったという「視聴の希望に関する意識」という測度で測定すれば、おそらく、現行の視聴率調査で得られるものとは異なった結果が得られるだろう。それは、それだけでは視聴率調査の代替物とはなりえないが、少なくとも視聴率調査で得られる知見を解釈する際に、補完的な役割を果たしうるものとはなるだろう

ただし、このようにして、「生活時間構造」と「番組編成構造」の二重の文脈からの影響を極力排除した「絶対的な測度」を構成しようとする発想には、ひとつの無視できない欠点がある。すなわち、われわれがその性質を知りたいと望んでいる具体的な個々の番組は、そもそも、常に必ず、「生活時間構造」および「番組編成構造」という、二重の文脈の内部においてのみ、現実には視聴されうるものだけということである。したがって、上の①および②の条件を満たすような番組内容の測定を行

っても、それは結局のところ、現実には存在しないような番組の性質を測定したに過ぎないということになる。こうした数値がはたして実効上どんな意味を持っているのかが問題となってくるだろう。端的に言って、ある番組が、どれほど「場」の影響から独立に大きな動員力を持つことが確認されても、それだけでは、現実の視聴率に基づいて運営されている放送の現状に対しては、何の意味も持たないものであろう。ただしこの方法は、ある映像ソフトの長期間における動員力を推測するには一定の有効性を持つものであるかも知れない。

さて第二に、こうした「場」の影響を無化しようとするのではなく、むしろ代表的ないくつかの「場」の内部において、個々の番組が発揮するであろう動員力を測定するという方向が考えられる。具体的には、さまざまな「生活時間構造」および「番組編成構造」の内部において、ある番組内容が発揮する力を測定し、それらを記述的に列記するという方法である。

つまり、忙しい視聴者と時間のゆとりがある視聴者とで、ある番組の視聴のされかたがどのように違うかを比較したり、あるいはまた、競争の激しい時間帯で放送された場合と、競争のゆるやかな時間帯で放送された場合に、視聴のされかたがどのように変化してくるか、早朝・昼間・午後・深夜というそれぞれに性質の異なる時間帯では、ある番組の視聴のされかたはどう違ってくるかななどを、さまざまな場合を想定して比較してみるという発想である。もし仮に、各地である番組の放送時間が違っているような場合には、この違いを利用した、いわゆる「自然的実験」に類したものが可能となる。すなわち、可能な各種の場合が一定程度まで現実に生じているという限りにおいて、これらの場合を比較してみることで、さまざまに異なる「番組編成構造」における特定番組の視聴実態を比較することができる。また、できるだけ生活時間の異なる各種サンプルにおける、特定番組の視聴実態を比較することによって、相異なる「生活時間構造」における特定番組の視聴の実態を検討することができるだろう。

ある番組の性質は、こうした複数の対照的な「場」において比較された場合に、いっそう明らかなものとなるだろう。とはいえこの方法は、2種の「視聴質」に影響する要因を類型化して整理したというにすぎないものであり、厳密な意味で「客観的」な視聴に関する測定とはいいが

たい。その点で客観的な「量」的尺度を設定するという目的にはそぐわないものである。

第三に考えられるのは、以下のような手法である。すなわち、もし一定のサンプルの協力が得られ、このサンプルに対して、すべての放送番組を、VCR（または双方向ケーブルを通したリクエスト）で供給することが許されたとする。すると、これらのサンプルは、すべてのテレビ番組を、こうしたVCR（またはケーブルを通したリクエスト）によってのみ視聴することになる。つまり、通常のテレビ放送という排他的なゼロ・サム構造の中でではなく、一日の放送番組全体の中から（つまりテレビ欄の全体から）好きな番組のみを視聴できる「番組編成構造」を実験的にサンプルに対して提供する。そしてこの状況下で、サンプルがどのように各種の番組を（限られた手持ちの視聴時間の中で）選択していったかを測定する。これは、「番組編成構造」という「場」の影響を無化し、一日のすべての放送時間をヨコ並びにして、それらに対する一種の「絶対評価」を行わせるということと同義である。この場合には、編成という文脈による規定を受けない、その意味では番組群に関する「絶対的」な評価が可能となる。もしテレビ視聴に関する何らかの絶対的・客観的な「量」的尺度を考えるとすれば、現状では、筆者にはこの方法しか思いつかない。さらに付言しておけば、サンプルの選定にあたって、さまざまな典型的「生活時間構造」を充分によく代表しているような人々を選べば、生活時間という「場」の構造から受ける影響に関しても、これを一定程度までは無化することができるだろう。

ただし、この方法にはひとつ、大きな問題がある。というのも、現行のテレビ放送には、一定程度の「生」番組が含まれている。ニュースや速報などを代表例とするこうした同時性の番組に関しては、これを事前にビデオ・ソフトなどの記録性番組として供給することが論理的にいて不可能である。なぜならば、どんなニュース内容が放送されるかということ自体、その日一日の社会的な動きの反映として逐次決定されるものだからである。したがって、上の方法で得られるデータは、必然的に、あらかじめ制作されている「記録性」の番組群のみに関するデータでしかありえない。そしてこの記録性番組に関する接触データが、その内部ではいくら客観的なものとなっていたとしても、それが同時性の番組を排除している（換言すれば突然の突発事件などを考慮していない）という限

りにおいて、それはテレビ放送の全体に関する客観的な「量」的尺度とはなりえないわけである。

この最後の指摘は、解決のきわめて困難な問題である。というのも、ニュースや速報などの同時性番組の場合、そもそもそれへの接触がどんなプライオリティをもって行われるものであるかは、一方で事件の性質に依存し、他方で受け手の関心に大きく依存している問題であるがために、なんらかの一般化を導出することが、さらに困難であるからだ。

とはいえ、もはやこの地点までくれば、問題は、「すべての番組に対して共通に妥当する客観的な量的尺度を作り出すことが可能かどうか」ということではないようにみえる。むしろ、そもそもテレビ番組には、ある程度まで一元化して客観的な量的指標を付与することが可能な（つまり視聴者の頭の中に、事前に番組に関する一定の選好が存在していると予想される）記録性の番組と、事前の特定化をなかなか許さない同時性の番組とが存在しているということである。そして、この両者を同一の評価尺度の中で扱おうとすることは、むしろ「記録性」番組および「同時性」番組のおおのみに固有の価値を無視してしまうことにつながるのではないかという印象がある。

以上、テレビ視聴に関する客観的な尺度を索出するために考慮されるべきいくつかの論点に関して簡単に検討した。

5. テレビ視聴の質的測定

続いて、上に検討した視聴の「量」的な測度ではなく、いっそう「質」的な測度に関して簡単に考察しておきたい。

すでに繰り返して述べているように、テレビ放送の視聴という行動は、特定時点における「生活時間構造」および「番組編成構造」というふたつの文脈に依存して決定される行動である。視聴の客観的な側面のみを検討するのであれば、考察されるべき制約条件はとりあえず以上の2変数で構わないが、もし視聴の「質」を考察するということになれば、ここにもうひとつの変数を導入する必要がある。それはすなわち、「番組視聴構造」に関する変数とでも呼ばれるべき性質のものである。

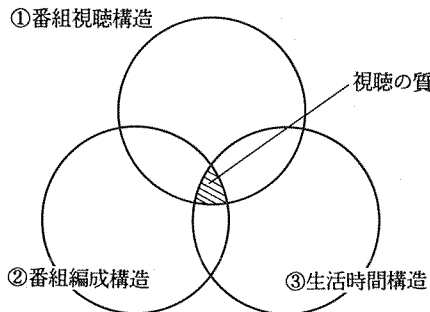
すでに多くのマスコミ研究が明らかにしているように、テレビ視聴の「質」を左右する要因としては、番組の一定の「質」に加えて、それを

視聴する受け手の側における視聴の態度、先有傾向、目的、興味関心などなどの心理的要因が無視しえないものとなる。

たとえば、ある番組が「ながら視聴」される時、そのことは、一部は「生活時間構造」からの要請であるかも知れないが、他方では、「この番組はながら視聴してもかまわない」という受け手の側の心理的な要因の反映であるとも考えられるものである。また、どんな番組を・どの程度まで・どのような先有傾向のもとに・どのように利用し・どのような満足をそこから得て・どのようにその番組を評価するのか、といった各種の問題が、すべて、これまでマスコミの社会学・社会心理学的な研究において検討されてきた種類のものであることは言うまでもないだろう⁸⁾。視聴の「質」的尺度を構成するためには、こうした要因を考慮する必要が生じてくるわけである。つまり視聴質は、下図4のように、3つの文脈の重なった部分において決定される変数であるということになる。

視聴の「質」という時、しばしば言われるように、そこには2種類の含意がある⁹⁾。第一に、視聴の「質」とは、視聴される「番組」の内容に関するなんらかの分類や測度のことを意味している。これは、番組を分類する「客観的」な基準としての視聴率という数値に対して、いっそう質的な各種の基準を設定しようとするときに使用される用語法である。これに対して第二に、視聴の「質」といった場合、それは、視聴される番組に内在的な一定の性質を想定するのではなく、視聴者によってその番組がどのような「質」を持つものと解釈されているかを検討しよ

図4 番組の質的測定値を規定する3つの文脈



うとするものである。

かつてコミュニケーションの内容分析に関して問題視されたのと同じように、テレビ番組の評価においても、コミュニケーションの内容そのもの（メッセージ）と、その受け手による解釈または意味付与の結果産物との間には、分析上きわめて微妙な問題が存在している。あくまで客観主義的な見地からすれば、数量的な内容分析がそうであると同様に、さまざまな指標による番組特性の分類や測定が容易に可能である。また、そうした数量化が容易に行えるような番組に関する測度が皆無というわけでもない。たしかに通常理解では、「2時間の番組は1時間の番組よりも2倍長い」という言明は、問題なく行えるはずのものである。ところが、もしここで、個人の意味的世界を理解することを重視する主観主義（または相互主観主義）の立場をとれば、「ある状況でのある個人にとって、ある種の1時間の番組は、別の種類の2時間の番組に比較して、主観的には2倍長い」という言明が、これまた無理なく行える。

そして一般的にあって、前者の立場は数量化された変数および変数関係によって操作的に対象を測定する目的には便利であるが、その結果得られた知見は、かならずしも具体的な諸個人の「生の文脈」に対して適合的であるかどうかは分からないものとなる。また、後者の立場によって個々の個人の「生きられた意味の世界」を了解しようとする方向では、少なくとも研究対象である個人の内的意味世界を正確に記述することは行っても、それを越えた一般化を行うことが概して困難となる。

以上から示される方法論上の問題に関して、決定的な解答はいまだ得られていない。つまり、番組内容の客観的な特性のみに注目する方法も、受け手の内的意味世界のみに注目する方法も、それだけで番組の「質」に関する完璧な研究方法を提供しているわけではない。ちなみに、前者に属する代表的な研究としては、ジョージ・ガブナーのグループによるテレビ番組の研究などがあげられるだろう¹⁰⁾。後者に属する研究としては、利用と満足の研究の系譜などがあげられるだろう¹¹⁾。こうした現状を踏まえた上で、それでは番組の「質」に関するどのような測定方法が考えられるのだろうか。

ひとつには、番組の性質に関するなんらかの客観的な指標または主観的な指標と、受け手のその番組に対する主観的な指標とを組み合わせ使用する、という方法がある。一般的にあって、「物理的には1時間の

番組が、ある個人にとって、心理的には2時間の番組と同じだけ長かった（心理的には2時間の番組だった）」という事実は、「概してつまらない番組や不愉快な番組は長く感じられる」という個人心理に関する原則が妥当しているかぎり、要するに、「その個人にとって、その番組はつまらないものだった」ということを示唆するものである。同様に、製作者の意図からすれば「面白いはずのA・B・Cという3つの要素」から成り立っている番組が、ある視聴者にとっては、「面白いAとつまらないCという2つの要素だけ」から成り立っているものとして受容された場合には、製作者と視聴者とは「Aに関する共通理解、Bに関する一方的な理解、およびCに関する対立する理解」を持っているということが分かる。

このようにして、たとえば、「製作者と受け手との間で理解が共有されやすい番組」と「相互の理解の一致が困難な番組」とを、段階的に区別するといった作業が可能である。もう少し単純に言えば、「分かりやすい番組」と「難解な番組」を区別することが可能である。類似の作業によって、各種の番組を、対立する複数の属性の連続体上に配置させることができるだろう。こうした作業をある程度まで行うことによって、各種の番組の（製作者および受け手の双方にとっての）性質を、一定の多次元尺度の上にマッピングすることが可能となるだろう。ただし、こうして得られた各種の「質」に関する測度は、上図の他のふたつの文脈からは独立に考察されたものしかない。「生活時間構造」および「番組編成構造」の文脈の内部においても、ここで得られた各種の「質」に関する測度が妥当的なものでありつづけるかどうかは、さらに別の検討を必要とする問題であろう。

以上、視聴の「率」と「量」と「質」をめぐる諸問題に関して、一定の整理を試みてみた¹²⁾。

註

- 1) 現行の視聴率の測定方式については、ビデオ・リサーチ編『視聴率の正体』（廣松書店、1983年）が具体的である。加えて岸田功『テレビ放送人（第2版）』（東洋経済新報社、1986年）の205～224頁、内田明宏「視聴率の功罪」（田宮武・津金沢聡広編『テレビ放送を考える』、ミネルヴァ書房、1990年、146～167頁）を参照されたい。また、日本新聞学会（現日本マス・コミュニ

ニケーション学会)は1987年の秋季研究発表会で「視聴率」に関するワークショップを行なっている。

- 2) 日本民間放送連盟放送研究所で「視聴質」の研究会が持たれている。本論文は、そこでの討議に影響されて記されている。この点については、同研究所『視聴率と視聴質・中間報告書』(1988年)を参照されたい。
- 3) 一般的には、ある番組を視聴したいという要求がまずあって、これにもなって結果的に、テレビそのものへの視聴が決定されることが多い。とはいえ、ただ漠然と「テレビがみたい」という欲求もありうるので、この二者を分析上区別することは可能である。
- 4) なお、本論では扱わないが、これ以外にも、異なる時点での視聴率の意味を異なるものとさせる要因がある。すなわち、もし在宅率が40%の昼間の時間帯に、ある番組が20%の視聴率を記録したならば、増加させることが可能な潜在的視聴可能人口の上限は、あと20%である。換言すれば、これは「潜在的視聴可能人口に対する50%の視聴率」というきわめて高い視聴率であるといってよい。他方で、在宅率が90%である午後11時30分におけるある番組の視聴率が20%であれば、潜在的視聴可能人口の70%はこの番組を視聴していない。これは「潜在的視聴可能人口に対する約22%の視聴率」となっている。
- 5) 視聴率の意味について詳説した論文として、吉田潤「視聴率調査の問題点——その方法論的考察」、NHK総合放送文化研究所編『創立二十年記念論文集』(日本放送出版協会、1967年)、405~470頁を参照のこと。
- 6) ここでも、この変化が一定の連続性を持ったものであると主張することは可能である。とはいえ、1960年と1990年では、ここに示したような諸点において、生活構造が大幅に変化してしまっていることもまた事実である。となれば、比較的近い数年分のデータは比較可能でも、ある程度年次が離れると比較が困難となるということであろうか。であるならば、その境界がどの程度の年限であるかが多少とも推定されるべきだろう。
- 7) むろん言うまでもなく、この例の場合、はじめの初回封切りにおける好評が、以後の各再上映・再放送における好評に大きく影響しているという可能性は否定できない。時間的な要因を完全に排除したかたちでの一定の番組内容の「質」的測定は、きわめて困難なものであろう。
- 8) 竹内郁郎『マス・コミュニケーションの社会理論』(東京大学出版会、1990年)を参照のこと。
- 9) 前出、民間放送連盟放送研究所『視聴率と視聴質・中間報告書』を参照のこと。

- 10) 代表的な論文として, G. Gerbner and L. Gross, 1976, "Living with television: the violence profile," *Journal of Communication*, 26: 173-199.
- 11) 代表的な論文として, E. Katz, M. Gurevitch and H. Haas, 1973, "On the use of the mass media for important things," *American Sociological Review*, 38: 164-181.
- 12) 現在テレビ視聴率調査の現場では, いわゆるピープル・メーターをはじめとして, 個人視聴率を測定しうる新しい視聴率調査の道具が開発され, 導入されつつある。また, 各種の「視聴質」の調査が試行されている。ただし本論では, いまだ状況が流動的であるため, これらの新測定技術に関しては言及しなかった。