

## 1 調査の目的と方法

放送倫理・番組向上機構（BPO）の「放送と青少年に関する委員会（青少年委員会）」は、その活動の一環として放送と青少年に関わる調査研究を行っており、これまでテレビが青少年に及ぼす影響を多角的に検証するためのパネル調査（2001～2004年）、小中学生のテレビの視聴様式や位置づけを把握するためのインタビュー調査（2006～2007年）、デジタルネイティブと呼ばれる世代のテレビやインターネットを中心とするメディア利用の実態解明を主眼とした質問紙調査（2008～2009年）を実施し、それぞれについて報告書を作成している。

今回は、調査対象を視聴者から制作者に切り替えて、番組制作の現場で働いている人たちの日頃の活動状況、番組制作にかける思いや心構え、テレビ放送の現状や課題、将来展望などの認識を探るための調査を実施することにした。テレビ番組には、さまざまなジャンルがあり、たとえば報道・情報番組とドラマ・バラエティといった娯楽番組では、担当者が番組にかける思いや日頃の活動も大きく異なっていることが予測される。青少年委員会に寄せられる視聴者意見の中では、ドラマやバラエティに関するものが非常に多く、また小中高生の大多数がドラマやバラエティに強い関心を寄せていることから、今回の調査はドラマやバラエティ番組の制作者を対象を限定することにした。

まずは2010年7月から8月にかけて在京キー局（NHK、日本テレビ、TBS、フジテレビ、テレビ朝日、テレビ東京）を調査チームのメンバーが訪れ、ドラマ担当者、バラエティ担当者のインタビューによる聞き取り調査を行った。そうした番組制作者の意見や青少年委員会に寄せられる視聴者意見などを参考に質問項目を作成し、簡単な予備調査を行った後、2011年5月から6月にかけて本調査を実施した。実際には、5月中旬にNHK及び民放キー局のBPO担当者を通じて各局のドラマ、バラエティ制作担当者（社員）に調査票を配布し、それぞれの局のBPO担当者が6月中旬までに回答済みの調査票を回収してBPO事務局あてに一括して送付する形で調査を実施したのである。

### 「テレビ番組制作者調査」の質問項目と回答者の構成

この調査で使用された質問項目の構成は、以下の通りである（使用された調査票の具体的内容については、巻末資料を参照されたい）。

- (1) 放送局での仕事内容（勤務する放送局名、勤務年数、入社前の転職経験、担当する主な番組ジャンル、番組制作上の役割、番組制作以外の部署への配属経験）
- (2) 入社前の生活や就職準備などの活動状況（テレビ関連の仕事をめざし始めた時期、映像制作経験、各種の就職活動経験、小中高生の頃のテレビ視聴、番組ジャンルの嗜好性、NHKと民放の嗜好性、テレビ関連の仕事をめざすきっかけとなった番組）
- (3) 「テレビ放送の現状認識」に関する18項目のステートメントに対する賛否（「そう思

わない」から「そう思う」までの5件法で回答)

(4)「テレビが視聴者、特に青少年に与える影響」に関する15項目のステートメントに対する賛否(「そう思わない」から「そう思う」までの5件法で回答)

(5)「テレビ視聴者のイメージ」(8項目の視聴者イメージについて「全く当てはまらない」から「よくあてはまる」までの4件法で回答)

(6)「視聴者意見との接触状況」(7種類の接触経路を設定し、各経路を通じての視聴者意見との接触機会を「全くない」から「よくある」までの4件法で回答)

(7)「視聴者意見に対する評価」に関する6項目のステートメントに対する賛否(「そう思わない」から「そう思う」までの5件法で回答)

(8)「視聴率の捉え方」に関する10項目のステートメントに対する賛否(「そう思わない」から「そう思う」までの5件法で回答)

(9)「番組の制作状況や心構え」に関する9項目のステートメントに対する賛否(「そう思わない」から「そう思う」までの5件法で回答)

(10)「今後のテレビ放送の姿、将来像」に関する8項目のステートメントに対する賛否(「そう思わない」から「そう思う」までの5件法で回答)

(11) 放送倫理・番組向上機構(BPO)に関する認識と評価(9項目のステートメントに「はい」「いいえ」の2件法で回答)

(12) 回答者の基本属性(性別、年齢、結婚状況、子どもの有無)、生活状況(テレビ視聴、映画や芝居の視聴、同業者との交際、休暇の有無、職場環境、仕事に対する満足度、仕事上の不満な点)

なお調査票の最後のページに、東日本大震災の発生による緊急報道態勢のもとで通常の番組やCMが放送されなかった時に、番組制作者として感じた思いを自由に記述するスペースを設けているが、その回答結果については、別途、第3部で報告することにした。

さて上述した形で各局のBPO担当者を通じて調査票を配布、回収したわけだが、最終的な有効回答数は、「NHK」154、「日本テレビ」130、「TBS」97、「フジテレビ」83、「テレビ朝日」114、「テレビ東京」88、総計666件となった。回答者の性・年齢別の内訳は、表1に示す通りである。ここで回答者の基本属性や仕事内容について簡単に整理しておくことにしよう。

表1 番組制作者調査の回答者の性・年齢構成(性別、年齢不明の4名を除く)

|    | 20代 |      | 30代 |      | 40代 |      | 50歳以上 |      | 計   |       |
|----|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|-----|-------|
|    | N   | %    | N   | %    | N   | %    | N     | %    | N   | %     |
| 男性 | 111 | 16.8 | 198 | 29.9 | 199 | 30.1 | 69    | 10.4 | 577 | 87.2  |
| 女性 | 23  | 3.5  | 38  | 5.7  | 19  | 2.9  | 5     | 0.8  | 85  | 12.8  |
| 計  | 134 | 20.2 | 236 | 35.6 | 218 | 32.9 | 74    | 11.2 | 662 | 100.0 |

まず回答者の基本属性をみると男性 87.2%、女性 12.8%と圧倒的に男性が多くなっていることがわかる。表 1 では回答者の年齢を 4 つの年代に大別しているが、調査票では「25 歳以下」から「60 歳以上」まで 5 歳刻みの 9 つのカテゴリーを設けており、「35～39 歳」19.8%、「40～44 歳」19.7%をピークとし、「30～34 歳」16.1%、「45～49 歳」13.1%、「26～29 歳」12.5%、「50～54 歳」7.4%、「25 歳以下」7.0%、「55～59 歳」3.5%、「60 歳以上」0.3%という形の明確な単峰性の分布が示されている。いずれの放送局においても男性の比率は 8 割から 9 割と圧倒的に多く、男女比に関して放送局による違いはみられないが、年齢に関しては半数近くが 40 代となった NHK に比べると、民放各局の回答者は 30 代や 20 代が中心になっており、全体に NHK よりも民放の方が若年層の比率が高くなる様子が見えてきた。回答者全体の 6 割 (60.8%) が既婚者、半数近く (46.0%) が「子どもがいる」と回答している。ただし男性よりも女性の年齢層が低めになっていることもあり、既婚者の割合は男性 65.1%、女性 32.9%、子どもがいる者の割合は男性 49.7%、女性 20.0%という具合に顕著な性差が出現している。

次に放送局での仕事内容や勤務状況を調べてみよう (表 2 参照)。

表 2 回答者の主な担当番組ジャンルと番組での役割

|                         | N   | %    |
|-------------------------|-----|------|
| 担当番組ジャンル (無回答の 17 名を除く) |     |      |
| ドラマ                     | 194 | 29.9 |
| お笑い・演芸系バラエティ            | 188 | 29.0 |
| クイズ・情報系バラエティ            | 123 | 19.0 |
| トーク・音楽系バラエティ            | 113 | 17.4 |
| その他                     | 31  | 4.8  |
| 番組における役割 (無回答の 8 名を除く)  |     |      |
| チーフプロデューサー              | 92  | 14.0 |
| プロデューサー                 | 152 | 23.1 |
| アシスタントプロデューサー           | 24  | 3.6  |
| チーフディレクター               | 89  | 13.5 |
| ディレクター                  | 172 | 26.1 |
| アシスタントディレクター            | 86  | 13.1 |
| 局長、次長などの管理職             | 21  | 3.2  |
| その他                     | 22  | 3.3  |

担当している主な番組ジャンルとしては、「ドラマ」が 29.9%、バラエティの中では「お笑い・演芸系」29.0%、「クイズ・情報系」19.0%、「トーク・音楽系」17.4%という構成比が示されており、残りの 4.8%が「その他」という回答を選択している。その番組での役割 (職種) については「ディレクター」26.1%と「プロデューサー」23.1%が相対的に高い割合を占め、それに次いで「チーフプロデューサー」14.0%、「チーフディレクター」13.5%、「アシスタントディレクター」13.1%、「アシスタントプロデューサー」3.6%、それ以外に

「局長、次長などの管理職」3.2%、「その他」3.3%という回答も含まれている。なお後続の分析においてはアシスタントディレクター、ディレクター、チーフディレクターを併せて「ディレクター」、アシスタントプロデューサー、プロデューサー、チーフプロデューサーを併せて「プロデューサー」として扱うと共に、「局長、次長などの管理職」を含めて「その他」に一括して職種による違いを検討することにした。

回答者の1割以上(12.6%)にあたる83名が別の会社で働いた経験があると答えており、その7割以上(72.3%)が番組制作に関連した会社からの転職組であることが判明した。また全体の3割近く(28.4%)にあたる175名が、現在の会社で番組制作以外の部署に配属された経験があり、配属先としては「営業・事業・ライツ」が34.3%と最も多く、次いで「編成」27.4%、「報道・情報」21.7%、「総務・経理・人事」10.3%という順になっているが、「その他」という回答も26.3%と相対的に高い割合を占めていた。現在の放送局の勤務年数は、1年未満から39年までの広い範囲に分布しており、その平均値は14.0年であった。

#### 「一般視聴者調査」の質問項目と回答者の構成

さて今回の調査は、東京のテレビキー局でドラマやバラエティなどの娯楽番組を制作している人々を対象にしているわけだが、テレビ放送の現状や影響力、視聴者イメージや今後のテレビ放送の姿などに関するテレビ制作者の認識や見解の特徴を明らかにするために、首都圏に在住する一般視聴者の認識や見解との比較をしてみることにした。そこで番組制作者調査の質問項目の中から一般の視聴者にも該当するものを選び出し、首都圏在住の成人男女を対象に質問紙調査を実施した。具体的には、大手の調査会社(日本リサーチセンター)にモニター登録している人たち(トラストパネル)の中から首都圏(東京、神奈川、千葉、埼玉)在住者の住民基本台帳データに基づいて、性・年齢構成が実態に近くなるような形で1,300名の成人男女を抽出して2011年7月に調査票を郵送し、752名から回答を得たのである(回収率は57.8%)。回答者の性・年齢構成は、表3に示す通りである。

表3 一般視聴者調査の回答者の性・年齢構成

|    | 20代 |      | 30代 |      | 40代 |      | 50代 |      |
|----|-----|------|-----|------|-----|------|-----|------|
|    | N   | %    | N   | %    | N   | %    | N   | %    |
| 男性 | 41  | 5.5  | 49  | 6.5  | 71  | 9.4  | 59  | 7.8  |
| 女性 | 46  | 6.1  | 59  | 7.8  | 86  | 11.4 | 72  | 9.6  |
| 計  | 87  | 11.6 | 108 | 14.4 | 157 | 20.9 | 131 | 17.4 |

|    | 60代 |      | 70代 |      | 計   |       |
|----|-----|------|-----|------|-----|-------|
|    | N   | %    | N   | %    | N   | %     |
| 男性 | 74  | 9.8  | 45  | 6.0  | 339 | 45.1  |
| 女性 | 101 | 13.4 | 49  | 6.5  | 413 | 54.9  |
| 計  | 175 | 23.3 | 94  | 12.5 | 752 | 100.0 |

実際の人口構成に比べると、回答者の中では女性の比率が高く、また年代でみると20代、30代の若年層の割合が低く、その分だけ40代以上の割合が高くなっており、特に60代女性が過大抽出されていることがわかる。居住地は東京都が37.8%と最も多く、次いで神奈川県25.0%、埼玉、千葉がそれぞれ18.6%、学歴は「高校」が35.6%と最も多く、「大学」32.6%、「短大・高専・旧制高校」22.1%、「中学校」4.5%、「無回答」3.7%、「大学院」1.5%という順になっている。回答者の75.9%が既婚、16.2%が未婚、残りの7.8%は死別または離婚しており、世帯構成に関しては、「2世代世帯（親と子）」が57.7%と最も多く、次いで「1世代世帯（夫婦のみ）」23.7%、「3世代世帯（親と子と孫）」10.1%、「1人世帯」6.8%、「その他」1.8%という順になっている。現在の仕事としては、全体の44.0%が「フルタイムで働いており」、次いで「パートタイム・アルバイト」21.0%、「専業主婦」19.3%、「無職」13.6%、「学生・生徒」1.6%、「無回答」0.5%という構成比が示されている。

さて一般視聴者調査では、番組制作者調査の中から以下の質問項目を選んで使用している（一般視聴者調査用の調査票は、巻末に資料として収録している）。

- (3) 「テレビ放送の現状認識」に関する18項目
- (4) 「テレビが視聴者、特に青少年に与える影響」に関する15項目
- (5) 「テレビ視聴者のイメージ」に関する8項目
- (10) 「今後のテレビ放送の姿、将来像」に関する8項目

また一般視聴者に対しては、性別、年齢、学歴、結婚状況、子どもの有無・人数、世帯構成、仕事などの個人属性に加えて、テレビの視聴状況（視聴頻度、視聴時間、視聴する番組ジャンル）や各種テレビ放送の受信状況（ケーブルテレビ、BSデジタル放送、ワンセグ放送、オンデマンド放送、動画配信サービス、動画共有サービスなど）といった質問を設けている。以下の各章で番組制作者調査の結果を報告していくが、適宜、一般視聴者の回答結果との比較を行うことにする。

## 2 放送局に就職する前の活動状況とテレビ視聴

放送局で番組制作の仕事をしている人たちは、いつ頃からテレビ関連の仕事をしたいと思いはじめたのであろうか。この点に関しては「大学生になってから」29.7%、「就職の時期になってから」23.2%という回答の割合が高く、半数以上は就職問題が現実味を帯びだす大学時代にテレビ局への就職を考え始めたことが明らかになる。それでも「小中学生の頃から」18.5%、「高校生の頃から」18.2%という具合に早い時期からテレビ局への就職を目指していた者も全体の3分の1以上に及んでいる。さすがに「学齢前から」と答えた者は1%以下にすぎないが、逆に「特にテレビ局で仕事をしたいと思っていたわけではない」6.9%、「覚えていない／わからない」2.7%を併せても1割に満たず、大多数の回答者が明確な意思をもってテレビ局への就職を目指していたことが確かめられる。この点に関しては、勤

務する放送局、担当する番組ジャンル、番組での役割（職種）など仕事内容による違いはみられないが、回答者の年代によってテレビ局への就職を考え始める時期が異なっていることが明らかになった。

40代や50歳以上の人たちの間では、「大学生になってから」「就職の時期になってから」という回答が多く、両者を併せると過半数に達しているのに対して、20代の3分の1が「小中学生の頃から」と回答しており、若年層ほど早い時期からテレビ関係の仕事を意識している様子が示されている（表4参照）。

表4 テレビ関連の仕事をしたと思い始めた時期(全体と年代別)

|                           | 全体  |      | 年代別** |      |      |       |
|---------------------------|-----|------|-------|------|------|-------|
|                           | N   | %    | 20代   | 30代  | 40代  | 50歳以上 |
| 学齢前から                     | 5   | 0.8  | 0.7   | 0.8  | 0.9  | 0.0   |
| 小中学生の頃から                  | 123 | 18.5 | 33.6  | 16.3 | 13.9 | 12.2  |
| 高校生の頃から                   | 121 | 18.2 | 19.4  | 21.3 | 13.4 | 20.3  |
| 大学生になってから                 | 197 | 29.7 | 21.6  | 28.5 | 35.2 | 32.4  |
| 就職の時期になってから               | 154 | 23.2 | 18.7  | 20.5 | 27.3 | 27.0  |
| 覚えていない/わからない              | 18  | 2.7  | 1.5   | 3.3  | 3.2  | 1.4   |
| 特にテレビ局で仕事をしたいと思っていたわけではない | 46  | 6.9  | 4.5   | 9.2  | 6.0  | 6.8   |

$\chi^2$ 検定の結果 \*\* p<.01

学生時代に映像制作のサークルに入るなど現在の仕事に関連するような活動をしていた者も全体の3割近く（27.7%）に達している。この点に関しては、勤務する放送局や回答者の年代による違いはみられないが、そうした活動をしていた割合は男性（26.0%）よりも女性（37.6%）の方が幾分高く、またバラエティ（22.2%）よりもドラマ（41.2%）の担当者間で高くなる傾向が認められる。

さらに具体的な就職の準備としては「放送局に勤務する先輩の話聞きに行った」が35.0%と最も多く、それに次いで「マスコミセミナーなどを受講した」27.0%、「放送局でアルバイトをした」13.7%、「放送局の見学に行った」10.8%という順になっている。また全体の5.7%が「放送局でインターンをした」と回答しているが、インターン制度が導入されたのは比較的最近のことであり、各年代の回答者の中では20代の人たちの中で21.6%と飛び抜けて高い数値が記録されている（表5参照）。また職種でみるとプロデューサー（2.2%）よりもディレクター（9.2%）、勤務先でみるとNHK（1.9%）よりも民放（6.8%）の人たちの間でインターン経験者が多くなっていることがわかる。逆にマスコミセミナーなどの受講経験者の割合は、民放（24.4%）よりもNHK（35.7%）の方が高く、また男性（24.6%）よりも女性（43.5%）、年代別にみると40代（33.9%）と20代（32.8%）で高くなる傾向が現れている。もちろん上記の就職準備活動には、個人差が大きく、何もしなかった者（32.5%）、ひとつだけ行った者（36.8%）、複数の活動を行った者（30.7%）に回答者を三分することができ、概して他の年代よりも20代の若年層、男性よりも女性の

方が積極的に就職の準備を行っていた様子が示されている。

表 5 放送局に就職する前にした活動  
(該当するものチェック)(全体、NHKと民放、職種別、年代別、男女別)

|                    | 全体   |      | NHKと民放 |       |     | 職種別     |        |     |
|--------------------|------|------|--------|-------|-----|---------|--------|-----|
|                    | N    | %    | NHK    | 民放    |     | プロデューサー | ディレクター |     |
| 放送局でアルバイトをした       | 91   | 13.7 | 13.0   | 13.9  |     | 14.6    | 13.0   |     |
| 放送局のインターンをした       | 38   | 5.7  | 1.9    | 6.8   | *   | 2.2     | 9.2    | *** |
| マスコミセミナーなどを受講した    | 180  | 27.0 | 35.7   | 24.4  | **  | 29.1    | 27.1   |     |
| 放送局に勤務する先輩の話聞きに行った | 233  | 35.0 | 32.5   | 35.7  |     | 33.2    | 36.0   |     |
| 放送局に見学に行った         | 72   | 10.8 | 10.4   | 10.9  |     | 9.7     | 12.1   |     |
|                    | 年代別  |      |        |       |     | 男女別     |        |     |
|                    | 20代  | 30代  | 40代    | 50歳以上 |     | 男       | 女      |     |
| 放送局でアルバイトをした       | 13.4 | 15.1 | 13.3   | 10.8  |     | 13.0    | 18.8   |     |
| 放送局のインターンをした       | 21.6 | 3.3  | 0.0    | 1.4   | *** | 5.2     | 9.4    | +   |
| マスコミセミナーなどを受講した    | 32.8 | 23.0 | 33.9   | 9.5   | *** | 24.6    | 43.5   | *** |
| 放送局に勤務する先輩の話聞きに行った | 46.5 | 34.7 | 30.3   | 31.1  | *   | 34.1    | 42.4   | +   |
| 放送局に見学に行った         | 17.9 | 10.5 | 6.9    | 10.8  | *   | 10.0    | 16.5   | +   |

$\chi^2$  検定の結果 + p < .10 \* p < .05 \*\* p < .01 \*\*\* p < .001

テレビ局で働いている人たちは、子どもの頃からテレビをよく見ていたのであろうか。小中高生の頃のテレビ視聴状況については、半数以上(50.8%)が同世代に比べてテレビを「よく見る方だった」、4割近く(39.6%)が「ごく普通(平均的)だった」と答えており、「あまり見ない方だった」と回答したのは1割以下(9.6%)であった。現在、テレビ番組制作に携わっている人たちの多くが、子どもの頃に同世代の人たちと同等もしくはそれ以上にテレビをよく見ていたという認識を示していることになるが、この点に関しては放送局や担当番組ジャンル、職種による違いはみられないものの、性差及び年代差が生じている。女性よりも男性、他の年代よりも20代の若年層の方が子どもの頃にテレビをよく見ていたという認識を強く持っている様子が示されているのである(表6参照)。

表 6 小中学生の頃にテレビをよく見る方だったか(全体、年代別、男女別)

|              | 全体  |      | 年代別** |      |      |       | 男女別** |      |
|--------------|-----|------|-------|------|------|-------|-------|------|
|              | N   | %    | 20代   | 30代  | 40代  | 50歳以上 | 男     | 女    |
| あまり見ない方だった   | 64  | 9.6  | 4.5   | 9.2  | 14.2 | 6.8   | 8.1   | 18.8 |
| ごく普通(平均的)だった | 264 | 39.6 | 28.4  | 42.3 | 42.2 | 43.2  | 39.4  | 41.2 |
| よく見る方だった     | 338 | 50.8 | 67.2  | 48.5 | 43.6 | 50.0  | 52.4  | 40.0 |

$\chi^2$  検定の結果 \*\* p < .01

その頃によく見ていた番組ジャンルに関しては、「その他」を含めて11のカテゴリーを設

定して、あてはまるものをすべてチェックする形の質問を行っているが、「お笑い・演芸系バラエティ」(68.6%)を見ていた者が最も多く、次いで「ドラマ」(58.0%)、「トーク・音楽系バラエティ」(46.1%)、「クイズ・情報系バラエティ」(40.1%)という順になっており、やはりドラマやバラエティ番組の制作者の間では、自分たちが担当しているような番組を子どもの頃から見ていたという記憶が鮮明になっていることが裏付けられる(表7参照)。

表7 よく見ていた番組ジャンル(全体、担当番組ジャンル別、年代別、男女別)

|                 | 全体   |      | 担当番組ジャンル別 |              |              |              |      |     |
|-----------------|------|------|-----------|--------------|--------------|--------------|------|-----|
|                 | N    | %    | ドラマ       | お笑い・演芸系バラエティ | クイズ・情報系バラエティ | トーク・音楽系バラエティ | その他  |     |
| ニュース・報道         | 160  | 24.0 | 23.2      | 18.1         | 26.0         | 31.9         | 29.0 | +   |
| ドキュメンタリー        | 171  | 25.7 | 21.6      | 25.0         | 26.0         | 32.7         | 25.8 |     |
| ドラマ             | 386  | 58.0 | 82.0      | 47.9         | 48.8         | 48.7         | 45.2 | *** |
| 映画              | 203  | 30.5 | 45.4      | 23.9         | 26.8         | 24.8         | 22.6 | *** |
| アニメ・マンガ         | 223  | 33.5 | 36.6      | 27.7         | 38.2         | 34.5         | 32.3 |     |
| お笑い・演芸系バラエティ    | 457  | 68.6 | 52.1      | 87.8         | 74.0         | 64.6         | 48.4 | *** |
| クイズ・情報系バラエティ    | 267  | 40.1 | 33.5      | 34.6         | 56.1         | 42.5         | 48.4 | *** |
| トーク・音楽系バラエティ    | 307  | 46.1 | 32.0      | 46.3         | 48.8         | 66.4         | 54.8 | *** |
| スポーツ            | 200  | 30.0 | 23.2      | 35.1         | 35.8         | 24.8         | 38.7 | *   |
| 旅・料理・暮らしなどの生活情報 | 34   | 5.1  | 3.1       | 4.8          | 6.5          | 6.2          | 12.9 |     |
| その他             | 12   | 1.8  | 2.1       | 0.5          | 0.0          | 5.3          | 3.2  | *   |
|                 | 年代別  |      |           |              |              | 男女別          |      |     |
|                 | 20代  | 30代  | 40代       | 50歳以上        |              | 男            | 女    |     |
| ニュース・報道         | 21.6 | 19.7 | 28.9      | 27.0         |              | 22.1         | 37.6 | **  |
| ドキュメンタリー        | 24.6 | 21.8 | 29.4      | 28.4         |              | 25.4         | 27.1 |     |
| ドラマ             | 56.0 | 55.6 | 59.6      | 63.5         |              | 56.1         | 69.4 | *   |
| 映画              | 32.8 | 25.9 | 30.3      | 41.9         | +            | 30.3         | 30.6 |     |
| アニメ・マンガ         | 23.9 | 31.0 | 40.4      | 37.8         | **           | 34.3         | 28.2 |     |
| お笑い・演芸系バラエティ    | 81.3 | 76.6 | 60.6      | 43.2         | ***          | 71.5         | 50.6 | *** |
| クイズ・情報系バラエティ    | 38.8 | 38.1 | 45.9      | 31.1         |              | 39.4         | 43.5 |     |
| トーク・音楽系バラエティ    | 59.7 | 41.0 | 45.9      | 37.8         | **           | 45.8         | 47.1 |     |
| スポーツ            | 26.1 | 25.5 | 38.1      | 27.0         | *            | 33.4         | 8.2  | *** |
| 旅・料理・暮らしなどの生活情報 | 3.7  | 3.8  | 6.4       | 8.1          |              | 3.6          | 15.3 | *** |
| その他             | 0.7  | 1.3  | 2.8       | 2.7          |              | 2.1          | 0.0  | **  |

$\chi^2$ 検定の結果 + p < .10 \* p < .05 \*\* p < .01 \*\*\* p < .001

実際に現在担当している番組ジャンルによる違いをみると、ドラマ制作者の間では「ドラマ」(82.0%)と「映画」(45.4%)の選択率が際立って高く、バラエティ制作者に関しても自分が担当するジャンルのバラエティ番組を子どもの頃によく見ていたと回答する傾向が顕著になっている。たとえば「お笑い・演芸系バラエティ」の担当者の87.8%が当該の



ジャンルを選択し、他のジャンルの番組の制作者よりも高い割合で「お笑い・演芸系バラエティ」を見ていたとしているし、「クイズ・情報系バラエティ」制作者の 56.1%、「トーク・音楽系」制作者の 66.4%が自分の担当しているジャンルの番組を子どもの頃に見ていたと回答しており、それらの数値は他のジャンルの番組の担当者よりもいずれも高くなっていることが確かめられる。なお「お笑い・演芸系バラエティ」を見ていたという回答の割合は、NHK (53.2%) よりも民放 (73.2%)、女性 (50.6%) よりも男性 (71.5%) の間で高く、また年齢層の低い者ほど(「20代」81.3%、「30代」76.6%、「40代」60.6%、「50歳以上」43.2%) この種の番組をよく見ていたと回答する傾向が明示されている。それ以外にも男性よりも女性の方が「ドラマ」「ニュース・報道」「旅・料理・暮らしなどの生活情報」といった番組をよく見ており、逆に「スポーツ」番組を見る割合が低くなっているし、「トーク・音楽系バラエティ」は20代、「スポーツ」と「アニメ・マンガ」は40代が他の年代の人たちよりも高い割合で見えていたことが明らかにされている。

また NHK と民放のどちらの番組を見るが多かったかという質問に対する回答は、「民放の方が多かった」80.0%、「どちらとも言えない」14.7%、「NHKの方が多かった」5.3%という割合になっており、小中高生にとって NHK よりも民放の番組の方が高い人気を誇っていたことが明確にされている (表 8 参照)。

表 8 NHKと民放のどちらの番組を見るが多かったか  
(全体、担当番組ジャンル別、年代別、男女別)

|            | 全体          |              | NHKと民放***    |              | 年代別*** |      |      |       |
|------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------|------|------|-------|
|            | N           | %            | NHK          | 民放           | 20代    | 30代  | 40代  | 50歳以上 |
| NHKの方が多かった | 35          | 5.3          | 12.3         | 3.1          | 3.0    | 4.2  | 5.5  | 12.2  |
| どちらとも言えない  | 98          | 14.7         | 31.2         | 9.8          | 5.2    | 10.1 | 22.0 | 25.7  |
| 民放の方が多かった  | 532         | 80.0         | 56.5         | 87.1         | 91.8   | 85.7 | 72.5 | 62.2  |
|            | 担当番組ジャンル別** |              |              |              |        | 男女別* |      |       |
|            | ドラマ         | お笑い・演芸系バラエティ | クイズ・情報系バラエティ | トーク・音楽系バラエティ | その他    | 男    | 女    |       |
| NHKの方が多かった | 8.2         | 1.6          | 4.1          | 7.1          | 9.7    | 4.9  | 7.1  |       |
| どちらとも言えない  | 17.5        | 11.2         | 10.6         | 16.1         | 32.3   | 13.2 | 24.7 |       |
| 民放の方が多かった  | 74.2        | 87.2         | 85.4         | 76.8         | 58.1   | 82.0 | 68.2 |       |

$\chi^2$  検定の結果 \* p < .05 \*\* p < .01 \*\*\* p < .001

ただし「民放の方が多かった」という回答の割合は、民放 (87.1%) よりも NHK (56.5%) に勤めている人たちの間で低くなっており、ここでも現在のテレビ局での仕事が過去のテレビ番組の視聴状況の想起と強く結びついていることが再確認される。なお民放番組に対する嗜好性には回答者の性と年齢による違いも生じており、「民放の方が多かった」という回答の割合は男性 (82.0%) よりも女性 (68.2%) の間で少なく、また年齢層と共に低下す

ることが明らかにされている（「20代」91.8%、「30代」85.7%、「40代」72.5%、「50歳以上」62.2%）。さらに担当する番組ジャンルによる違いも生じており、ドラマやバラエティに担当が限定されない「その他」をチェックした人たちは、民放番組を偏重する傾向が弱く、他方でドラマよりもバラエティ番組の担当者、バラエティの中でも「お笑い・演芸系」や「クイズ・情報系」を制作している人たちは、子どもの頃に民放番組を好んで見る傾向が強かったことが確かめられる。

テレビ関連の仕事をめざすきっかけとなった番組があれば、その番組名を自由に記入するよう求めたところ、6割近く（57.7%）が回答を寄せ、その内容は多岐にわたるが、具体的な番組名としては『オレたちひょうきん族』、『めちゃ2イケてるッ!』、『ダウンタウンのごっつええ感じ』（フジテレビ）、『8時だよ！全員集合』（TBS）など現在も継続中のものも含めて民放のバラエティ番組が数多く挙げられていた。この他にも『王様ののレストラン』、『北の国から』（フジテレビ）、『岸辺のアルバム』、『ふぞろいの林檎たち』（TBS）といったドラマや『シルクロード』、『新日本紀行』（NHK）といったドキュメンタリーなど多様なジャンルの番組名が記入されていた。それらを便宜的に「ドラマ」「バラエティ」「その他」及び「複合（ジャンルを超えた複数の番組を記入）」に分けて集計すると、やはりバラエティ番組を挙げた者の割合が最も高く（22.8%）、次いでドラマ（13.7%）、その他（11.0%）、複合（10.2%）という順になった（表9参照）。

表9 テレビ関連の仕事をめざすきっかけとなった番組の有無、番組のジャンル  
（全体、NHKと民放、担当番組ジャンル別、職種別、年代別）

|            | 全体           |       | NHKと民放*** |        | 年代別*** |      |      |       |
|------------|--------------|-------|-----------|--------|--------|------|------|-------|
|            | N            | %     | NHK       | 民放     | 20代    | 30代  | 40代  | 50歳以上 |
| 記入なし       | 282          | 42.3  | 44.8      | 41.6   | 31.3   | 45.6 | 45.9 | 40.5  |
| ドラマを記入     | 91           | 13.7  | 14.3      | 13.5   | 10.4   | 12.1 | 14.7 | 21.6  |
| バラエティ番組を記入 | 152          | 22.8  | 10.4      | 26.6   | 38.8   | 25.5 | 14.7 | 9.5   |
| その他の番組を記入  | 73           | 11.0  | 18.2      | 8.8    | 9.7    | 8.4  | 14.2 | 12.2  |
| 複合         | 68           | 10.2  | 12.3      | 9.6    | 9.7    | 8.4  | 10.6 | 16.2  |
|            | 担当番組ジャンル別*** |       | 職種別**     |        |        |      |      |       |
|            | ドラマ          | バラエティ | プロデューサー   | ディレクター | その他    |      |      |       |
| 記入なし       | 39.2         | 43.4  | 45.9      | 39.5   | 46.5   |      |      |       |
| ドラマを記入     | 38.1         | 3.5   | 16.8      | 11.5   | 9.3    |      |      |       |
| バラエティ番組を記入 | 3.6          | 31.8  | 16.8      | 28.8   | 11.6   |      |      |       |
| その他の番組を記入  | 6.2          | 12.7  | 10.4      | 11.0   | 14.0   |      |      |       |
| 複合         | 12.9         | 8.5   | 10.1      | 9.2    | 18.6   |      |      |       |

$\chi^2$ 検定の結果 \*\* p < .01 \*\*\* p < .001

想起される具体的な番組名は、回答者の年代によって異なるとしても、年齢層が高くなるほどバラエティ番組を記入する割合が低く（「20代」38.8%、「30代」25.5%、「40代」14.7%、

「50歳以上」9.5%）、逆にドラマを挙げる割合が高くなる（「20代」10.4%、「30代」12.1%、「40代」14.7%、「50歳以上」21.6%）明確な傾向が認められた。また、当然のことながら、ドラマ番組の担当者はバラエティ（3.6%）よりもドラマ（38.1%）、バラエティ番組の担当者はドラマ（3.5%）よりもバラエティ（31.8%）を自身が現在の仕事をめざすきっかけとなった番組として多く記入していることも確認されている。またNHKよりも民放の人たちの方がバラエティ番組を挙げる割合が高く、NHKの人たちはドラマやバラエティ以外の番組名を記入することが多かった。さらに職種による違いもみられ、プロデューサーに比べると、ディレクターの方がバラエティ番組を多く挙げ、逆にドラマを記入する割合が低くなることが明らかにされている。

### 3 現在の仕事や職場環境に対する評価と生活状況

テレビ番組制作を業務としている人たちは、仕事を離れてもテレビをよく見ているのだろうか。それを直接に尋ねた質問に対して7割（70.1%）が「はい」と答えている。また9割近く（87.6%）が自分の作った番組を家族が見ている、9割以上（94.5%）が自分の子どもに（子どものいない人は、いたと仮定して）自分の作った番組を見せたい、と回答している。このように大多数のテレビ番組制作者は、自分の仕事の成果を家族が享受することに積極的な姿勢を示しており、この点に関しては放送局、担当番組ジャンル、職種や性別、年齢といった個人的属性による有意な違いは認められない。

一方、映画や芝居を見に行くことがあるかという質問に対しては、9割（90.4%）が肯定的な回答を示しているが、この点に関しては放送局、担当番組ジャンルや職種、年代による違いが認められる（表10参照）。

NHKと民放の違いはみられないが、民放各局の中で日本テレビやフジテレビの人たちは映画や芝居を見に行くことが多いのに対して、テレビ東京の人たちはそうした活動に消極的な姿勢を示す傾向がみられた。ドラマとバラエティの担当者を比べると、前者の方が映画や芝居を見に行くことに熱心であり、後者の中でも特に「クイズ・情報系バラエティ」の担当者が消極的な姿勢を示している。ただし、映画や芝居を見に行く割合は、ドラマ・バラエティ担当者以外の「その他」の人たちの間で飛び抜けて低くなっていることにも注意する必要があるようだ。ディレクターよりもプロデューサーや管理職など他の職種の人たちの方が映画や芝居をよく見ており、さらには他の年代よりも20代の人たちの方が映画や観劇の機会が乏しくなることが示されているが、こうした結果には仕事以外の時間の余裕がどの程度あるかということが反映されている可能性が高い。

表 10 職場環境の評価

(全体、NHKと民放、民放局別、担当ジャンル別、職種別、年代別、男女別)

|                   | 全体   | NHKと民放       |              | 民放局別         |      |         |        |       |      |
|-------------------|------|--------------|--------------|--------------|------|---------|--------|-------|------|
|                   |      | NHK          | 民放           | 日本テレビ        | TBS  | フジテレビ   | テレビ朝日  | テレビ東京 |      |
|                   |      | 映画や芝居を見に行く   | 90.4         | 89.6         | 90.6 | 96.2    | 91.8   | 95.2  | 87.7 |
| 1週間以上のまとまった休みがあった | 44.9 | 70.8         | 37.1         | **           | 45.4 | 44.6    | 30.7   | 30.2  | +    |
| 尊敬できる上司がいる        | 88.4 | 82.4         | 90.2         | **           | 93.8 | 89.2    | 85.0   | 89.5  |      |
| 信頼できる同僚や部下がいる     | 94.3 | 93.5         | 94.5         |              | 98.5 | 94.0    | 88.6   | 94.3  | *    |
|                   |      | 担当番組ジャンル別    |              | 職種別          |      |         |        |       |      |
|                   | ドラマ  | お笑い・演芸系バラエティ | クイズ・情報系バラエティ | トーク・音楽系バラエティ | その他  | プロデューサー | ディレクター | その他   |      |
| 映画や芝居を見に行く        | 96.4 | 89.9         | 84.6         | 93.8         | 71.0 | **      | 87.6   | 97.7  | *    |
| 1週間以上のまとまった休みがあった | 61.9 | 36.4         | 24.6         | 46.9         | 54.8 | **      | 45.5   | 69.8  | **   |
| 尊敬できる上司がいる        | 82.0 | 94.1         | 89.3         | 91.9         | 80.0 | **      | 89.9   | 97.7  | *    |
| 信頼できる同僚や部下がいる     | 93.3 | 95.2         | 94.3         | 96.4         | 93.5 |         | 93.9   | 100.0 |      |
|                   |      | 年代別          |              | 男女別          |      |         |        |       |      |
|                   | 20代  | 30代          | 40代          | 50歳以上        | 男    | 女       |        |       |      |
| 映画や芝居を見に行く        | 82.8 | 91.2         | 93.1         | 93.2         | **   | 90.0    | 92.9   |       |      |
| 1週間以上のまとまった休みがあった | 39.4 | 42.3         | 48.6         | 52.7         |      | 44.5    | 46.4   |       |      |
| 尊敬できる上司がいる        | 94.8 | 90.8         | 86.6         | 73.6         | **   | 88.5    | 88.2   |       |      |
| 信頼できる同僚や部下がいる     | 91.0 | 95.4         | 95.0         | 91.9         |      | 94.6    | 91.8   |       |      |

$\chi^2$ 検定の結果 + p < .10 \* p < .05 \*\* p < .01 \*\*\* p < .001

この1年間で1週間以上のまとまった休みがあったかという質問に対しては、回答が分かかれ、半数弱(44.9%)が「はい」と答えている(表10参照)。この点に関しては、民放各局の中でも回答のばらつきがみられるが、それ以上にNHKとの格差が大きく、NHKでは7割以上(70.8%)が1週間以上の休みがあったと回答しているのに対して、その割合は民放の人たちの間では4割以下(37.1%)となっている。ドラマよりもバラエティ番組の担当者の方がまとまった休みをとりにくいようで、1週間以上の休みがあったという回答の割合は、前者は61.9%、後者は35.8%と大きな開きが生じており、特に「クイズ・情報系バラエティ」の担当者で長期休暇をとったのは4分の1以下(24.6%)となっている。またプロデューサー(40.3%)やディレクター(45.5%)に比べると、それ以外の職種の人たち(69.8%)の方がまとまった休みをとりやすいことも明らかにされている。

回答者の職場環境を探るために、仕事をするうえで尊敬できる上司はいるか、信頼できる同僚や部下はいるか、という2つの質問を設けているが、前者に関しては88.4%、後者に関しては94.3%が「はい」と答えており、大多数が職場の人間関係を肯定的に捉えている様子が示されている(表10参照)。信頼できる同僚や部下の有無に関しては、民放各局の中で他局よりもテレビ朝日の人たちの中で肯定的な回答をする割合が低くなっている以外には、回答者の個人的属性による違いは認められない。一方、尊敬できる上司がいるという回答の割合は、NHK(82.4%)よりも民放(90.2%)、ドラマ(82.0%)よりもバラエティ番組(92.2%)の担当者、そしてプロデューサー(84.9%)やディレクター(89.9%)よりもその他(97.7%)の職種の人たちの中で高くなることが明らかにされている。この点に関しては、回答者の年代による違いが最も顕著に現れており、若い年齢層の人たちほど尊敬できる上司がいると答える割合が直線的に高くなる傾向が示されている。ただし、年代が高くなるほど上司の数自体が少なくなるはずであり、これは当然の結果と言えるかもしれない。

他の放送局の人たちと、仕事以外で個人的に会ったり、話をする機会があるかという質問に関しては、4つの選択肢が用意されており、それぞれの選択率は「全くない」20.6%、「たまにある」42.3%、「ときどきある」25.2%、「よくある」11.9%となっている。

全体としてみれば、仕事を離れて同業者と個人的に接する機会は、それほど多くはないことになるが、民放よりもNHKの人たちの方が、そうしたつきあいをすることが少なくなっている。いずれも「たまにある」という回答が最も多いことに変わりはないが、「全くない」という回答の割合は民放(17.0%)よりもNHKの人たち(32.5%)の方が2倍近く、「よくある」の選択率は民放(13.5%)に比べると、NHKの人たちの間では(6.5%)半分以下となっているのである。またTBSの人たちは、他局の同業者との交流が多く、逆にフジテレビの人たちは少ないといった民放局の中での違いも現れている(表11参照)。

表 11 他の放送局の人たちと個人的に会ったり、話をする頻度  
(全体、NHKと民放、民放局別)

|        | 全体   | NHKと民放*** |      | 民放局別* |      |       |       |       |
|--------|------|-----------|------|-------|------|-------|-------|-------|
|        |      | NHK       | 民放   | 日本テレビ | TBS  | フジテレビ | テレビ朝日 | テレビ東京 |
| 全くない   | 20.6 | 32.5      | 17.0 | 9.2   | 12.4 | 21.7  | 24.6  | 19.3  |
| たまにある  | 42.3 | 44.8      | 41.6 | 46.2  | 38.1 | 47.0  | 35.1  | 42.0  |
| ときどきある | 25.2 | 16.2      | 27.9 | 30.8  | 27.8 | 21.7  | 28.9  | 28.4  |
| よくある   | 11.9 | 6.5       | 13.5 | 13.8  | 21.6 | 9.6   | 11.4  | 10.2  |

$\chi^2$ 検定の結果 \* p < .05 \*\*\* p < .001

現在の仕事に対する満足度を4件法で直接に尋ねた結果をみると、「不満」5.4%、「少し不満」19.5%、「まあ満足」49.6%、「満足」25.5%という回答の分布が示されており、全体的には不満よりも満足という評価が大勢を占めていることが判明する。

この点に関してNHKと民放の違いはみられないが、民放各局の間で有意な違いが生じており、日本テレビの人たちの満足度が最も高く、逆にフジテレビの人たちの満足度が最も低くなることが明らかにされている。さらに担当番組ジャンルによっても仕事に対する満足度が異なり、ドラマやバラエティを担当していない「その他」の人たちの満足度が最も低くなっているのを別にする、バラエティよりもドラマの担当者の方が満足度が低く、またバラエティの中でも「お笑い・演芸系」や「トーク・音楽系」よりも「クイズ・情報系」の担当者の方が満足度が低くなる傾向が示されているのである(表12参照)。

表 12 現在の仕事に対する満足度(全体、NHKと民放、民放局別、担当番組ジャンル別)

|      | 全体          | NHKと民放           |                  | 民放局別*            |      |       |       |       |
|------|-------------|------------------|------------------|------------------|------|-------|-------|-------|
|      |             | NHK              | 民放               | 日本テレビ            | TBS  | フジテレビ | テレビ朝日 | テレビ東京 |
| 不満足  | 5.4         | 5.2              | 5.5              | 4.7              | 3.1  | 12.2  | 4.4   | 4.5   |
| 少し不満 | 19.5        | 20.9             | 19.0             | 10.9             | 20.6 | 19.5  | 23.7  | 22.7  |
| まあ満足 | 49.6        | 52.3             | 48.8             | 48.8             | 46.4 | 43.9  | 49.1  | 55.7  |
| 満足   | 25.5        | 21.6             | 26.7             | 35.7             | 29.9 | 24.4  | 22.8  | 17.0  |
|      | 担当番組ジャンル別** |                  |                  |                  |      |       |       |       |
|      | ドラマ         | お笑い・演芸系<br>バラエティ | クイズ・情報系<br>バラエティ | トーク・音楽系<br>バラエティ | その他  |       |       |       |
| 不満足  | 6.8         | 2.7              | 7.4              | 2.7              | 12.9 |       |       |       |
| 少し不満 | 20.8        | 12.2             | 23.0             | 22.1             | 22.6 |       |       |       |
| まあ満足 | 51.6        | 52.7             | 50.0             | 42.5             | 45.2 |       |       |       |
| 満足   | 20.8        | 32.4             | 19.7             | 32.7             | 19.4 |       |       |       |

$\chi^2$ 検定の結果 \* p < .05 \*\* p < .01

さらに 6 つの事項を提示して、不満に思っていることをいくつでもチェックするという形式の質問に対する回答をみると「制作費が不足して思うような番組を作れない」(32.3%)と「自分のやりたいような仕事できていない」(31.5%) ことを不満とする割合が最も高く、「仕事が忙しくてリラックスすることがない」(26.4%)、「法令順守が厳しくて思うような番組を作れない」(20.1%) といった不満がそれに次いで多く、逆に「仕事量の割に給料がよくない」(12.2%)、「職場の人間関係がうまくいっていない」(7.1%) といった不満は相対的に少なくなっていることがわかる。

4 件法による仕事の満足度に関しては、回答者の個人的属性による大きな違いはあまりみられなかったが、どのような点に不満を感じるかということについては、放送局や担当番組ジャンル、あるいは性別や年齢などによる違いがいくつも現れている。たとえば NHK よりも民放の人たちの方が「制作費が不足して思うような番組を作れない」、「法令順守が厳しくて思うような番組を作れない」という具合に番組制作上の制約に対する不満を訴えることが多くなっているし、民放各局の中でも制作費不足に対する不満はテレビ東京と TBS、「仕事が忙しくて、リラックスすることがない」という不満はテレビ朝日の人たちの間で大きくなっている。仕事の忙しさに対する不満の割合は、男性(24.7%)よりも女性(38.8%)、他の年代よりも 20 代の若年層(41.8%)で飛び抜けて高く、またドラマ(22.2%)よりもバラエティ(29.5%)、とりわけ「クイズ・情報系バラエティ」(43.1%)の担当者の中で顕著に高くなることが同時に明らかにされている。法令順守の厳しさを不満とする割合は、「クイズ・情報系バラエティ」の担当者、20 代や 30 代の若年層の間で高く、仕事量の割に給料がよくないという不満は、なぜか 30 代や 50 歳以上ではなく、20 代と 40 代の人たちの間で高めになる傾向が現れている(表 13 参照)。

表 13 現在の仕事で不満に思っていること(全体、NHKと民放、NHKと民放、民放局別、担当ジャンル別、職種別、年代別、男女別)

|                       | 全体        |                  | NHKと民放           |                  | 民放局別     |         |       |      |         |       |
|-----------------------|-----------|------------------|------------------|------------------|----------|---------|-------|------|---------|-------|
|                       | ドラマ       | お笑い・演芸系<br>バラエティ | クイズ・情報系<br>バラエティ | トーク・音楽系<br>バラエティ | 日本テレビ    | TBS     | フジテレビ |      | テレビ朝日   | テレビ東京 |
|                       |           |                  |                  |                  |          |         | NHK   | 民放   |         |       |
| 仕事で忙しくて、リラックスすることがない  | 26.4      | 24.0             | 27.0             |                  | 23.8     | 17.5    | 27.7  | 38.6 | 27.3 *  |       |
| 自分のやりたいような仕事が出ていない    | 31.5      | 34.4             | 30.7             |                  | 28.5     | 25.8    | 39.8  | 26.3 | 36.4    |       |
| 職場での人間関係がうまくいっていない    | 7.1       | 7.1              | 7.0              |                  | 3.1      | 7.2     | 13.3  | 7.0  | 6.8 +   |       |
| 仕事量の割に給料がよくない         | 12.2      | 13.0             | 11.9             |                  | 16.9     | 8.2     | 12.0  | 6.1  | 15.9 +  |       |
| 制作費が不足して思うような番組が作れない  | 32.3      | 16.2             | 37.1 ***         |                  | 39.2     | 43.3    | 34.9  | 22.8 | 47.7 ** |       |
| 法令順守が厳しくて思うような番組が作れない | 20.1      | 11.0             | 22.9 **          |                  | 20.8     | 18.6    | 31.3  | 21.1 | 25.0    |       |
|                       | 担当番組ジャンル別 |                  |                  |                  | 職種別      |         |       |      |         |       |
| 仕事で忙しくて、リラックスすることがない  | 22.2      | 25.0             | 43.1             | 22.1             | 12.9 *** |         | 25.0  | 28.8 | 14.0 +  |       |
| 自分のやりたいような仕事が出ていない    | 38.1      | 21.3             | 37.4             | 28.3             | 38.7 **  |         | 31.0  | 31.7 | 32.6    |       |
| 職場での人間関係がうまくいっていない    | 10.3      | 4.8              | 4.9              | 7.1              | 9.7      |         | 8.0   | 6.3  | 2.3     |       |
| 仕事量の割に給料がよくない         | 9.8       | 11.7             | 17.9             | 9.7              | 19.4     |         | 12.7  | 13.3 | 0.0 *   |       |
| 制作費が不足して思うような番組が作れない  | 35.6      | 27.7             | 38.2             | 27.4             | 29.0     |         | 37.3  | 29.7 | 25.6 +  |       |
| 法令順守が厳しくて思うような番組が作れない | 23.2      | 15.4             | 28.5             | 18.6             | 9.7 *    |         | 22.4  | 19.9 | 9.3     |       |
|                       | 年代別       |                  |                  |                  | 男女別      |         |       |      |         |       |
|                       | 20代       | 30代              | 40代              | 50歳以上            | 男        | 女       |       |      |         |       |
| 仕事で忙しくて、リラックスすることがない  | 41.8      | 23.4             | 25.7             | 10.8 ***         | 24.7     | 38.8 ** |       |      |         |       |
| 自分のやりたいような仕事が出ていない    | 32.1      | 31.4             | 32.1             | 29.7             | 31.0     | 34.1    |       |      |         |       |
| 職場での人間関係がうまくいっていない    | 9.0       | 6.3              | 6.9              | 6.8              | 6.4      | 9.4     |       |      |         |       |
| 仕事量の割に給料がよくない         | 19.4      | 7.5              | 15.6             | 4.1 ***          | 12.3     | 11.8    |       |      |         |       |
| 制作費が不足して思うような番組が作れない  | 28.4      | 36.0             | 32.6             | 27.0             | 32.2     | 34.1    |       |      |         |       |
| 法令順守が厳しくて思うような番組が作れない | 24.6      | 23.8             | 15.1             | 14.9 *           | 19.9     | 22.4    |       |      |         |       |

$\chi^2$  検定の結果 + p < .10 \* p < .05 \*\* p < .01 \*\*\* p < .001



ところでこれら 6 つの事項に対する不満の有無は、仕事の満足度の評価にどのような形で結びついているのだろうか。4 件法での満足度の評定を従属変数（被説明変数）、6 つの事項の不満の有無（なし=0、あり=1）を独立変数（説明変数）とする重回帰分析の結果を表 14 に示す<sup>1</sup>。

表 14 仕事に対する満足度を従属変数とする重回帰分析

|                           | 標準化係数(β)    |     |
|---------------------------|-------------|-----|
| 仕事が忙しくて、リラックスすることがない      | -.144       | *** |
| 自分のやりたいような仕事ができない         | -.456       | *** |
| 職場での人間関係がうまくいっていない        | -.146       | *** |
| 仕事量の割に給料がよくない             | .014        |     |
| 制作費が不足して思うような番組が作れない      | .036        |     |
| 法令順守が厳しくて思うような番組が作れない     | -.033       |     |
| <b>R</b>                  | <b>.555</b> |     |
| <b>R<sup>2</sup></b>      | <b>.308</b> |     |
| <b>調整済み R<sup>2</sup></b> | <b>.302</b> |     |

\*\*\* p < .001

これをみると 6 つの事項の中では、「自分のやりたいような仕事ができない」ことが、仕事に対する満足度を最も強く規定しており、それ以外に「職場での人間関係がうまくいっていない」「仕事が忙しすぎて、リラックスすることができない」の 2 項目の標準化係数(β)が有意になっており、こうした不満の有無が仕事に対する満足度と結びついていることが確かめられる。一方「仕事量の割に給料がよくない」「制作費が不足して思うような番組が作れない」「法令順守が厳しくて思うような番組が作れない」の 3 項目の標準化係数は有意水準に達していない。自分のやりたいような仕事ができないことが仕事に対する満足度を強く規定するのは当然としても、法令順守の厳しさや制作費の不足、給料に対する不満よりも忙しさや職場の人間関係の方が仕事に対する満足度と強い関連性を示していることに注意する必要があるようだ。

#### 4 テレビ放送の現状認識

この 10 年ほどのメディア環境の変化には、目覚ましいものがある。ケータイやインターネットが最も身近なメディアとなった若者の間では、ワンセグや動画サイト、実況掲示板、

<sup>1</sup> 重回帰分析は、1 つの従属変数（仕事に対する満足度）を複数の独立変数（6 項目に対する不満の有無）から説明しようとするものである。標準化係数（標準偏回帰係数：β）は、各独立変数が従属変数に及ぼす影響の方向（各項目に不満があると満足度が低くなるという関係はマイナスの値）と大きさ（数値が大きいほど影響力が大きい）を表す。決定係数（R<sup>2</sup>）は独立変数全体の予測力の指標となる。

チャット、ツイッターなどを利用した新たなテレビの見方が増え、従来よりも視聴パターンが多様化すると共に、一部ではテレビ離れが加速しているとも言われている。本調査が実施されて間もなく 2011 年 7 月 24 日に地上アナログ放送が終了し、完全デジタル化の達成と共に「見るテレビ」から「使うテレビ」へとテレビの機能も大きな進化を遂げつつある。その一方で制作費の削減や法令順守の強化によって番組制作上の制約が増え、番組の内容や形式あるいは CM のあり方などに対するさまざまな批判の声も強まっている。

こうしたテレビ放送の現状を番組制作者は、どのように認識しているのだろうか。ここではテレビ放送の現状に関する 18 項目のステートメントを用意し、それぞれについて「そう思わない」から「そう思う」までの 5 件法で賛否の程度を尋ねている。その回答の分布は表 15 に示す通りだが、ここでは「そう思わない」を 1、「そう思う」を 5 として 5 件法での回答に 1 から 5 までの数値を割り当て、その平均値の高い順にステートメントを配列してある。(各ステートメントの前に付された数字は、調査票の中での質問の順番を表わす。以下同様。)

まず全体をみると、「そう思わない」「あまりそう思わない」と否定するよりも「まあそう思う」「そう思う」と賛意を表する割合が高く、大多数のステートメントの 5 件法での評定の平均値が 3 よりも大きくなっていることがわかる。肯定よりも否定する割合が多かったのは、「最近のバラエティ番組は罰ゲームを使いすぎている」「新聞のテレビ欄での番組紹介は、誤った印象を与えるものが多い」「番組宣伝は、大げさで番組の本質を歪めて伝えている」の 3 項目だけであった。バラエティ番組での罰ゲームの使用や番組宣伝のあり方に対して視聴者から批判の声を聞くことがあるが、番組制作者の多くは、そうした弊害をそれほど強く感じてはいないようである。

一方、「高齢者がテレビを楽しみに見ていることに変わりはない」という意見に賛同する割合 (88.6%) は、18 項目の中で飛び抜けて高く、多様な視聴者層の中で高齢者が最も強固なテレビの支持母体となっているという認識が番組制作者に共有されていることが確かめられる。この他にも 8 割以上 (81.8%) が「さまざまな人々に共通の話題を提供するテレビの役割は依然として大きい」とテレビの役割の大きさを肯定的に捉えているが、その一方で 8 割近く (77.0%) が「若い人たちの間でテレビ離れが進んでいる」、半数以上 (55.0%) が「テレビ番組が人々の話題になることが少なくなった」としてテレビの社会的影響力の低下を認めている。このようにテレビの社会的影響力の捉え方には様々な視点があり、番組制作者の意見が分かれることは「テレビの社会的影響力は全体に低下している」というステートメントに対する回答の分布に如実に反映されている。この意見に対して「どちらとも言えない」と回答を保留したのは 1 割程度 (13.2%) で、それを否定する割合 (42.0%) と賛同する割合 (44.7%) が拮抗して、回答のばらつき (標準偏差) が最大になることが明らかにされているのである。なお「どちらとも言えない」と回答を保留する割合が最も高かったのは「民放よりも NHK の方が良質の番組を放送している」(38.9%) というステートメントであり、それに次いで「番組宣伝は、大げさで番組の本質を歪めて伝えている」

表 15 テレビ放送の現状に関する番組制作者の認識(5 件法での評定結果: 平均値でソート)

|  | そう思<br>わない | あまりそう<br>思わない | どちらとも<br>言えない | まあそう<br>思う | そう思う | 平均値  | 標準<br>偏差 |
|--|------------|---------------|---------------|------------|------|------|----------|
| 5) 高齢者がテレビを楽しみに見ていることに変わりはない               | 2.4        | 3.2           | 5.9           | 35.1       | 53.5 | 4.34 | 0.91     |
| 4) 若い人たちの間でテレビ離れが進んでいる                     | 1.4        | 6.5           | 15.2          | 38.4       | 38.6 | 4.06 | 0.96     |
| 3) さまざまな人々に共通の話題を提供するテレビの役割は依然として大きい       | 5.4        | 3.5           | 9.3           | 44.8       | 37.0 | 4.05 | 1.01     |
| 8) 民放各局の番組は似通った内容のものが多い                    | 2.1        | 6.8           | 15.9          | 44.7       | 30.5 | 3.95 | 0.96     |
| 7) 民放番組では CM 後に視聴者を引きもどすためのあざといしかけが多すぎる    | 4.2        | 16.4          | 25.0          | 34.3       | 20.0 | 3.50 | 1.11     |
| 10) タレント人気に依存した安易な作りのドラマが多い                | 7.2        | 15.9          | 27.8          | 29.6       | 19.4 | 3.38 | 1.17     |
| 2) テレビ番組が人々の話題になることが少なくなった                 | 7.1        | 23.7          | 14.3          | 38.6       | 16.4 | 3.33 | 1.20     |
| 11) じっくり見るように作られたドラマが少なくなった                | 6.0        | 20.6          | 26.8          | 28.6       | 18.0 | 3.32 | 1.16     |
| 6) 家族そろって楽しめるような番組が少なくなった                  | 9.9        | 19.2          | 26.8          | 25.4       | 18.6 | 3.24 | 1.24     |
| 16) 深夜の時間帯には個性ある番組が放送されている                 | 8.6        | 19.7          | 27.6          | 30.9       | 13.3 | 3.20 | 1.16     |
| 13) 最近のバラエティ番組には作りこんだ笑いが足りない               | 9.8        | 21.5          | 26.9          | 25.9       | 15.9 | 3.17 | 1.22     |
| 9) 民放よりもNHKの方が良質の番組を放送している                 | 13.8       | 11.9          | 38.9          | 19.2       | 16.1 | 3.12 | 1.22     |
| 12) 出演者の内輪話やバカ騒ぎが中心で視聴者を置き去りにしたような番組が増えている | 8.7        | 24.3          | 30.2          | 24.0       | 12.8 | 3.08 | 1.16     |
| 1) テレビの社会的影響力は全体に低下している                    | 13.8       | 28.2          | 13.2          | 29.7       | 15.0 | 3.04 | 1.32     |
| 15) パチンコや消費者金融の CM が多すぎる                   | 10.4       | 24.8          | 29.1          | 21.6       | 14.1 | 3.04 | 1.20     |
| 17) 番組宣伝は、大げさで番組の本質を歪めて伝えている               | 15.9       | 33.0          | 37.2          | 10.2       | 3.6  | 2.53 | 1.00     |
| 18) 新聞のテレビ欄での番組紹介は、誤った印象を与えるものが多い          | 18.9       | 37.7          | 36.3          | 4.8        | 2.3  | 2.34 | 0.91     |
| 14) 最近のバラエティ番組は罰ゲームを使いすぎている                | 25.7       | 34.3          | 26.6          | 8.0        | 5.0  | 2.33 | 1.10     |

(37.2%)、「新聞のテレビ欄での番組紹介は、誤った印象を与えるものが多い」(36.3%)の2項目となっている。NHK と民放番組の質の違いや番組宣伝のあり方については、番組制作者の間で確固たる認識が定着していないということであろうか。

この他に過半数が賛意を表したのは「民放各局の番組は似通った内容のものが多い」(75.2%)、「民放番組では CM 後に視聴者を引きもどすためのあざといしかけが多すぎる」

(54.3%) の 2 項目であった。いずれも民放番組の内容や形式に対する批判的な意見である。回答者の個人的属性や放送局、担当番組ジャンルや職種などによる違いは、後でまとめて検討することにするが、こうした民放番組の質の低下に関わる項目に関しては、やはり民放よりも NHK の人たちの方が強い賛意を表す傾向が一貫して現れていることを指摘しておきたい。たとえば民放という言葉を使用した 3 つのステートメントに関する NHK と民放の人たちの評定平均値は、いずれも前者の方が有意に高くなっているのである<sup>2</sup>。

民放であることを明示してはいないが、「タレント人気に依存した安易な作りのドラマが多い」「じっくり見るように作られたドラマが少なくなった」という具合にドラマを対象を限定した意見、「最近のバラエティ番組には作り込んだ笑いが少ない」「出演者の内輪話やバカ騒ぎが中心で視聴者を置き去りにしたような番組が増えている」という具合に民放のバラエティ番組を想定したような意見、あるいは「家族そろって楽しめるような番組が少なくなった」という具合にジャンルを特定せずに、番組の質の低下を指摘した意見に関しては、番組制作者の見解は賛否に分かれてはいるが、バラエティ番組よりもドラマの質の低下に賛意を表す割合が高くなる傾向が認められる。

この他「深夜の時間帯には個性ある番組が放送されている」という意見については、否定よりも賛同する声が大きくなっているのに対して、「パチンコや消費者金融の CM が多すぎる」という意見については、賛否相半ばして、番組制作者の間で CM の現状に関する一定の見方が定着していないことが示唆される結果となっている。

### 一般視聴者との比較

テレビ放送の現状認識に関わる 18 項目は、一般視聴者調査でも共通に用いられている。そこで番組制作者と一般視聴者の認識の異同を以下でみていくことにするが、その前に 18 項目への反応を因子分析にかけて、この調査で取り上げたテレビ放送の現状認識の構造を明らかにしておくことにしよう<sup>3</sup>。

番組制作者と一般視聴者の回答を併せて因子分析（主成分分解、バリマックス回転）を行った結果と、それに基づいて項目を配列して番組制作者と一般視聴者の評定平均値の差を一元配置の分散分析によって検定した結果を表 16 に示す。

---

<sup>2</sup> 「民放よりも NHK の方が良質の番組を放送している」(NHK=3.72、民放=2.94,  $p < .001$ )、「民放各局の番組は似通った内容のものが多い」(NHK=4.10、民放=3.90,  $p < .05$ )、「民放番組では CM 後に視聴者を引きもどすためのあざといしかけが多すぎる」(NHK=4.10、民放=3.31,  $p < .001$ )。

<sup>3</sup> 因子分析は、測定された変数間の相関関係をもとに複数の変数をいくつかのまとまり（因子）に分けて、変数全体の潜在的な構造を探る方法である。因子負荷は、それぞれの項目と各因子の結びつきの方向（その項目に関して「そう思う」ではなく、「そう思わない」と回答するほど因子への寄与が大きくなる関係はマイナスの値）と強さ（数値が大きいほど関係が強い）を表す。

表 16 テレビ放送の現状認識(因子分析の結果と番組制作者と一般視聴者の評定結果の比較)

|  | 因子負荷        |             |             |             | 番組制作者 |      | 一般視聴者 |      |     |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------|------|-------|------|-----|
|  | I           | II          | III         | IV          | 平均値   | 標準偏差 | 平均値   | 標準偏差 |     |
| 12) 出演者の内輪話やバカ騒ぎが中心で視聴者を置き去りにしたような番組が増えている | <b>.784</b> | -.056       | .272        | -.070       | 3.08  | 1.16 | 4.17  | 0.92 | *** |
| 11) じっくり見るように作られたドラマが少なくなった                | <b>.714</b> | .006        | .038        | -.089       | 3.32  | 1.16 | 4.00  | 0.99 | *** |
| 13) 最近のバラエティ番組には作りこんだ笑いが足りない               | <b>.701</b> | -.030       | .122        | -.040       | 3.17  | 1.22 | 3.88  | 0.96 | *** |
| 10) タレント人気に依存した安易な作りのドラマが多い                | <b>.686</b> | -.017       | .099        | -.093       | 3.38  | 1.17 | 3.98  | 0.94 | *** |
| 8) 民放各局の番組は似通った内容のものが多い                    | <b>.652</b> | .065        | -.071       | .083        | 3.95  | 0.96 | 4.16  | 0.83 | *** |
| 7) 民放番組では CM 後に視聴者を引きもどすためのあざといしかけが多すぎる    | <b>.648</b> | -.027       | .199        | .035        | 3.50  | 1.11 | 4.14  | 0.95 | *** |
| 14) 最近のバラエティ番組は罰ゲームを使いすぎている                | <b>.636</b> | -.187       | .413        | -.117       | 2.33  | 1.10 | 3.59  | 1.00 | *** |
| 6) 家族そろって楽しめるような番組が少なくなった                  | <b>.622</b> | .193        | .053        | -.055       | 3.24  | 1.24 | 3.71  | 1.09 | *** |
| 9) 民放よりもNHKの方が良質の番組を放送している                 | <b>.432</b> | .186        | -.057       | .212        | 3.12  | 1.22 | 3.16  | 1.16 |     |
| (民放)番組の質の低下(第1因子の9項目の合成得点)                 |             |             |             |             | 29.11 | 6.83 | 34.75 | 5.52 | *** |
| 2) テレビ番組が人々の話題になることが少なくなった                 | .055        | <b>.832</b> | .022        | -.045       | 3.33  | 1.20 | 2.75  | 1.13 | *** |
| 1) テレビの社会的影響力は全体に低下している                    | -.017       | <b>.813</b> | .139        | -.034       | 3.04  | 1.32 | 2.41  | 1.20 | *** |
| 4) 若い人たちの間でテレビ離れが進んでいる                     | .031        | <b>.754</b> | -.112       | .002        | 4.06  | 0.96 | 3.13  | 1.08 | *** |
| テレビの影響力の低下(第2因子の3項目の合成得点)                  |             |             |             |             | 10.44 | 2.77 | 8.29  | 2.67 | *** |
| 16) 深夜の時間帯には個性ある番組が放送されている                 | -.197       | .049        | <b>.686</b> | .226        | 3.20  | 1.16 | 3.29  | 0.99 |     |
| 17) 番組宣伝は、大げさで番組の本質を歪めて伝えている               | <b>.538</b> | -.046       | <b>.546</b> | -.152       | 2.53  | 1.00 | 3.43  | 0.92 | *** |
| 15) パチンコや消費者金融のCMが多すぎる                     | .334        | .089        | <b>.536</b> | .016        | 3.04  | 1.20 | 3.47  | 1.06 | *** |
| 18) 新聞のテレビ欄での番組紹介は、誤った印象を与えるものが多い          | .388        | -.066       | <b>.505</b> | -.230       | 2.34  | 0.91 | 2.87  | 0.87 | *** |
| 5) 高齢者がテレビを楽しみに見ていることに変わりはない               | .049        | .030        | .001        | <b>.808</b> | 4.34  | 0.91 | 4.11  | 0.96 | *** |
| 3) さまざまな人々に共通の話題を提供するテレビの役割は依然として大きい       | -.102       | -.116       | .036        | <b>.747</b> | 4.05  | 1.01 | 3.86  | 1.07 | **  |

分散分析の結果 \*\* p < .01 \*\*\* p < .001

まず因子分析の結果をみると 18 項目の中で、特に民放のバラエティやドラマなどの番組の質の低下を様々な視点で捉えた 9 項目が第 1 因子を構成しており、ここでは〈(民放) 番組の質の低下〉と名付けることにした。次いで「テレビ番組が人々の話題になることが少なくなった」「テレビの社会的影響力は全体に低下している」「若い人たちの間でテレビ離れが進んでいる」という具合に〈テレビの影響力の低下〉を表す 3 項目が第 2 因子を構成している。そして第 3 因子は「深夜の時間帯には個性ある番組が放送されている」「番組宣伝は、大げさで番組の本質を歪めて伝えている」「パチンコや消費者金融の CM が多すぎる」「新聞のテレビ欄での番組紹介は、誤った印象を与えるものが多い」など番組宣伝や CM、深夜番組など主流ではない放送や宣伝に関する 4 項目、第 4 因子は「高齢者がテレビを楽しむにしていることに変わりはない」「さまざまな人々に共通の話題を提供するテレビの役割は依然として大きい」という具合に、第 2 因子の 3 項目とは逆に、テレビの影響力が維持されていることを示す 2 項目が配置される形になっている。

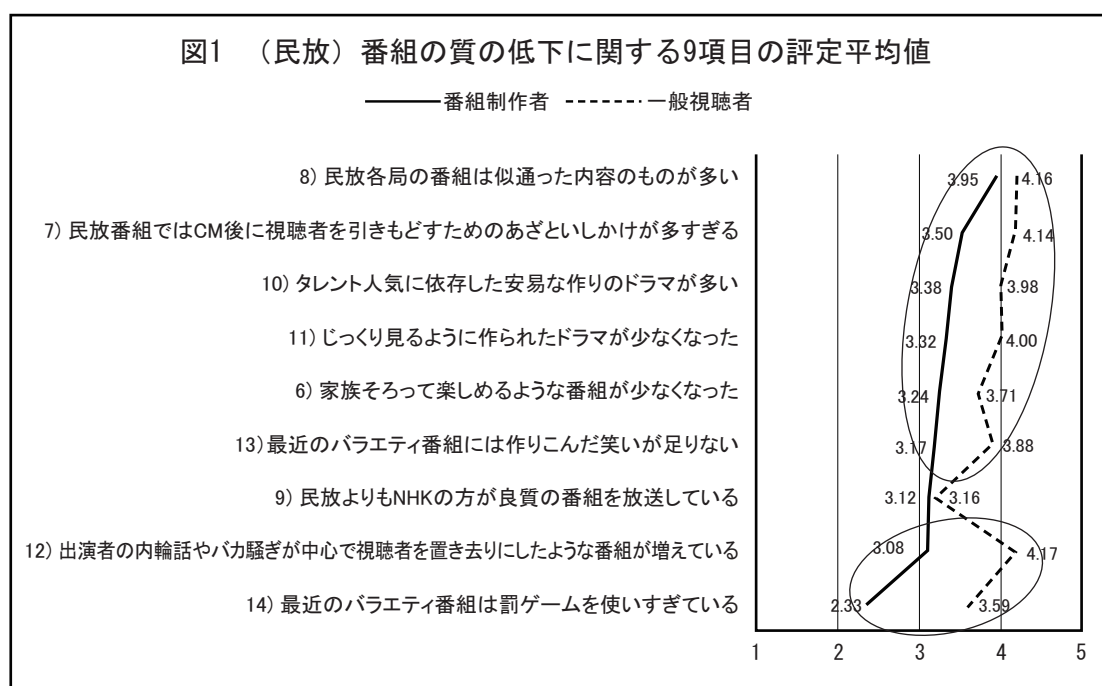
そして番組制作者と一般視聴者の各ステートメントへの 5 件法での評定の平均値をみると、(民放) 番組の質の低下を指摘する第 1 因子の 9 項目に関しては、番組制作者よりも一般視聴者の方が賛意を表する傾向が強く、「民放よりも NHK の方が良質の番組を放送している」を除く 8 項目で、その差が有意となっていることがわかる。番組制作者以上に一般視聴者の方が、全体に娯楽番組の質の低下を強く認識していることになるが、番組制作者の評定平均値の順に 9 項目を再配列して、一般視聴者の認識とのギャップを見やすい形に整理した図 1 をみると<sup>4</sup>、「出演者の内輪話やバカ騒ぎが中心で視聴者を置き去りにしたような番組が増えている」「最近のバラエティ番組は罰ゲームを使いすぎている」の 2 項目で番組制作者と一般視聴者の認識のずれが特に大きくなっていることが確かめられる。「最近のバラエティ番組には作り込んだ笑いが足りない」を含めて、民放の番組編成の中での比重が増しているバラエティ番組に関して番組制作者と一般視聴者の認識の違いが際立っていることになろう。

次に、第 2 因子の 3 項目の平均値をみると、第 1 因子とは逆に、一般視聴者よりも番組制作者の方がテレビの影響力の低下を強く意識していることが明らかになる。「若い人たちの間でテレビ離れが進んでいる」という認識は、番組制作者の間で特に強固になっているが、その認識は一般視聴者もある程度共有しており、それを否定する (27.8%) よりも肯定する (37.6%) 者が多くなっている。しかし番組制作者の過半数 (55.0%) が「テレビ番組が話題になることが少なくなった」という認識を示しているのに対して、それに賛同する一般視聴者は 3 割以下 (29.3%)、半数近く (47.6%) が否定的見解を示しているのである。また前述した通り「テレビの社会的影響力が全体に低下している」という点については賛否相半ばして番組制作者の意見が大きく分かれているのに対して、一般視聴者の約 6 割

---

4 図中の数値は、各項目に関する番組制作者と一般視聴者の評定の平均値を表す。両者の平均値に有意差があった場合には、その数値を○で囲んでいる。以下の図 2、図 3、図 8、図 9、図 10、図 17 についても同様。

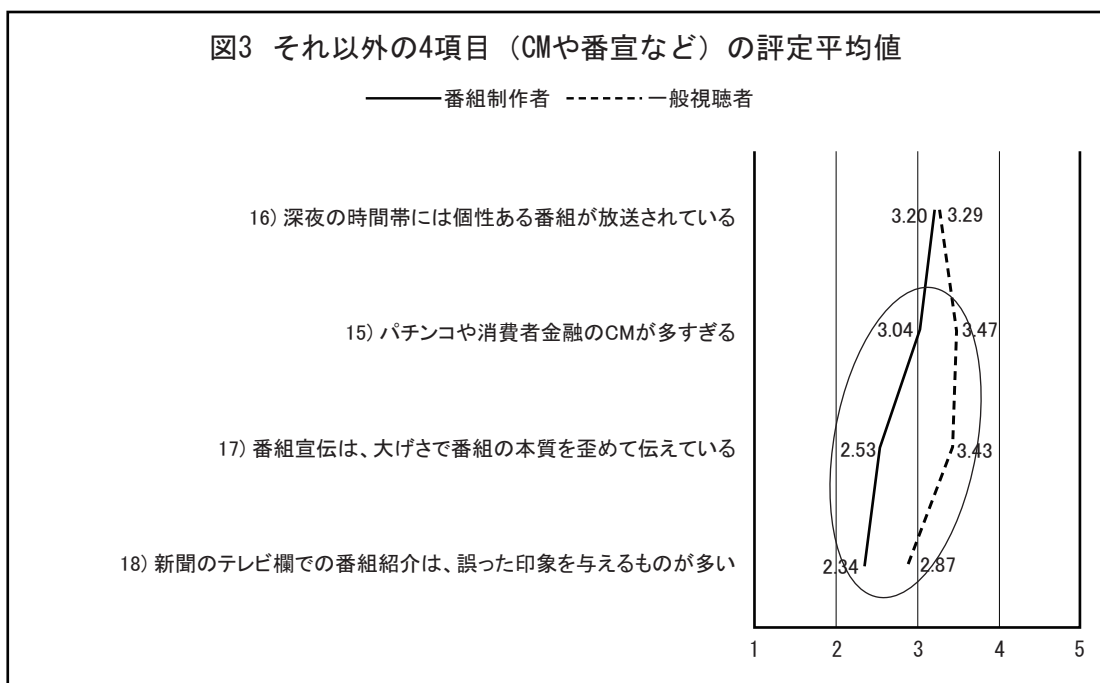
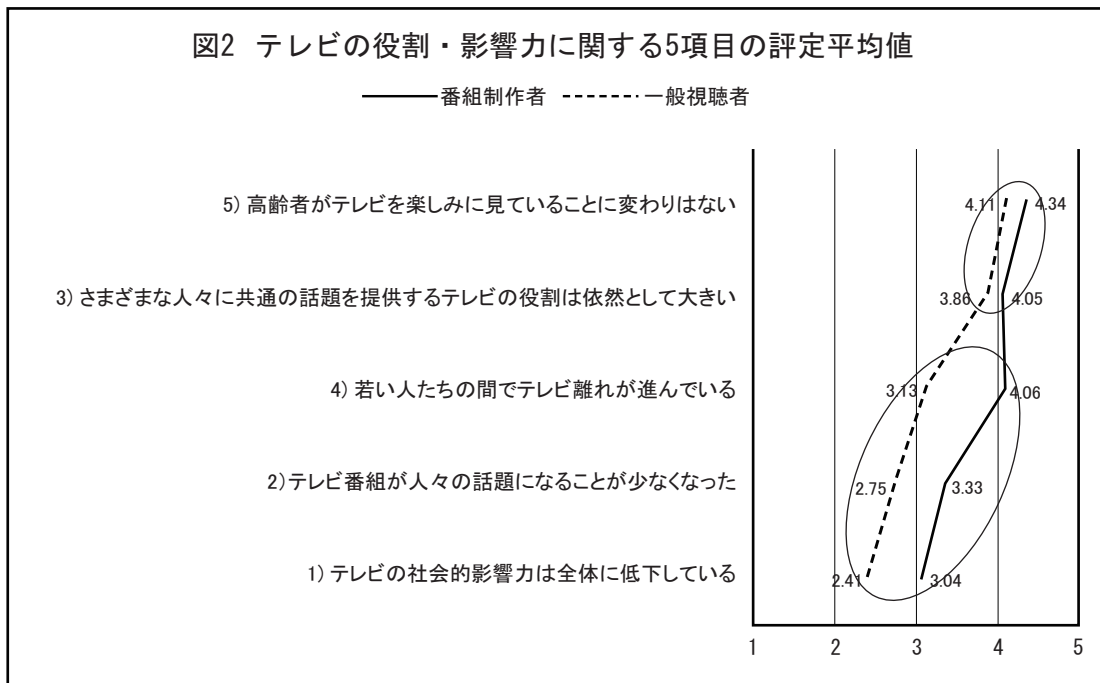
(59.0%) がテレビの社会的影響力の低下を否認しているのである。



このように一般視聴者よりも番組制作者の方が、全体にテレビの影響力の低下を強く認識する様子が示される一方で、「高齢者がテレビを楽しみに見ていることに変わりはない」「さまざまな人々に話題を提供するテレビの役割は依然として大きい」という第4因子の2項目に関しても、番組制作者の方が一般視聴者よりも強い賛意を表する傾向が現れている。テレビの影響力については、一般の人たちよりもテレビ関係者の方が強い関心を寄せており、その役割や影響力の大きさを日頃から意識すると同時に、時代の変化にも敏感に反応しているということであろうか。これら5項目の番組制作者と一般視聴者の評定の平均値をプロットした図2を見ると、テレビの高齢者に対する役割や話題提供機能の大きさについては、番組制作者も一般視聴者も共に賛同する傾向が強く、両者の見解の相違は比較的小さくなっているのに対して、若者のテレビ離れやテレビ番組自体の話題性の低下を含めてテレビの社会的影響力の低下傾向については、一般視聴者と番組制作者の認識の違いが大きく、以前ほどの影響力をテレビが失いつつあることを番組制作者の方が一般視聴者よりもはるかに敏感に感じ取っている様子が示されている。

第3因子の4項目の中では「深夜の時間帯には個性ある番組が放送されている」以外の3項目で有意差が生じており、パチンコや消費者金融のCM、テレビでの番組宣伝や新聞の番組紹介のあり方について、番組制作者よりも一般視聴者の方が否定的な見方をしていることが判明する(図3参照)。とりわけ「番組宣伝は大きさで番組の本質を歪めて伝えている」という点に関して、一般視聴者の4割以上(43.6%)が賛同し、それを否認したのは1割強(12.8%)にすぎないのに対して、それに賛意を表した番組制作者は1割強(13.8%)、

半数近く（48.9%）が否認するという具合に番組宣伝の現状に関して両者の認識の差が特に大きくなっていることに注意する必要があるようだ。





### 番組制作者の立場や属性による認識の違い

このようにテレビ放送の現状について番組制作者と一般視聴者の認識にいくつかの隔たりがあることが示されたわけだが、当然のことながらそうした認識は番組制作者の中でも大きな変動を示している。全体としてみると「高齢者がテレビを楽しみに見ていることに変わりはない」「さまざまな人々に共通の話題を提供するテレビの役割は依然として大きい」といった第 4 因子の 2 項目については、番組制作者の立場や属性による認識の違いが少なく、また番組制作者の立場としてはプロデューサー、ディレクターといった職種よりも勤務する放送局や担当する番組ジャンルによる認識の違いが大きく、個人属性としては性別ではなく、年代による違いが顕著になることが示されている。以下で回答者の立場や属性による現状認識の変動を検討するにあたり、個々の項目を取り上げていくと煩雑になりすぎるので、上述した因子分析の結果を考慮して、テレビ放送の現状認識を 2 つの側面に集約した形で分析を行い、必要に応じて個々の質問に対する回答を調べていくことにしたい。

因子ごとに合成得点を作ろうとしたのだが、第 3 因子の 4 項目、第 4 因子の 2 項目については、尺度化を可能にするだけの十分な内的整合性を得ることができず、第 1 因子の 9 項目 ( $\alpha = .837^5$ ) での回答を合計して〈(民放)番組の質の低下〉、第 2 因子の 3 項目の合成得点 ( $\alpha = .701^6$ ) を〈テレビの影響力の低下〉という認識の指標として、以下の分析を行うことにした。なお前出の表 16 には、番組制作者と一般視聴者の合成得点の平均値が記されており、〈(民放)番組の質の低下〉に関しては一般視聴者の平均値 (34.75) の方が番組制作者の平均値 (29.11) よりも有意 ( $p < .001$ ) に高く、逆に〈テレビの影響力の低下〉に関しては番組制作者の平均値 (10.44) の方が一般視聴者の平均値 (8.29) よりも有意 ( $p < .001$ ) に高くなることが明確にされている。

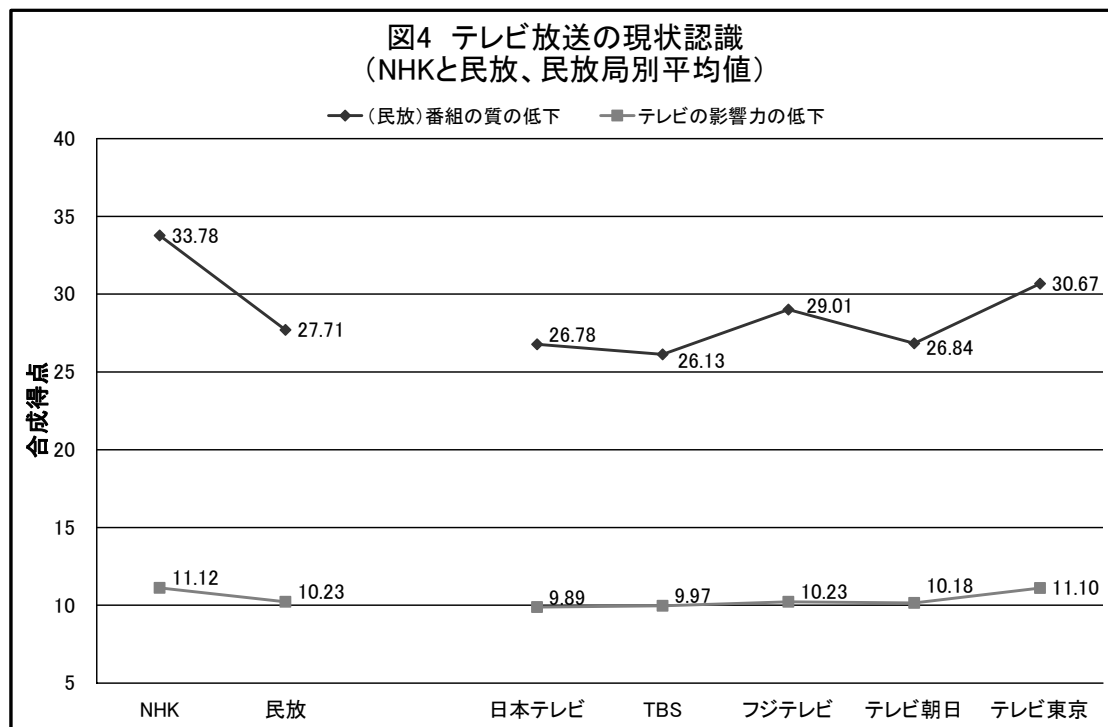
### 放送局による違い

第 1 因子 (レンジは 9 から 45) 及び第 2 因子 (レンジは 3 から 15) の合成得点に関して、NHK と民放の平均値及び民放各局の平均値をプロットした結果を図 4 に示す。

---

5 一般視聴者調査での信頼性係数は.803、番組制作者と併せた場合は.846 となった。

6 一般視聴者調査での信頼性係数は.687、番組制作者と併せた場合は.732 となった。

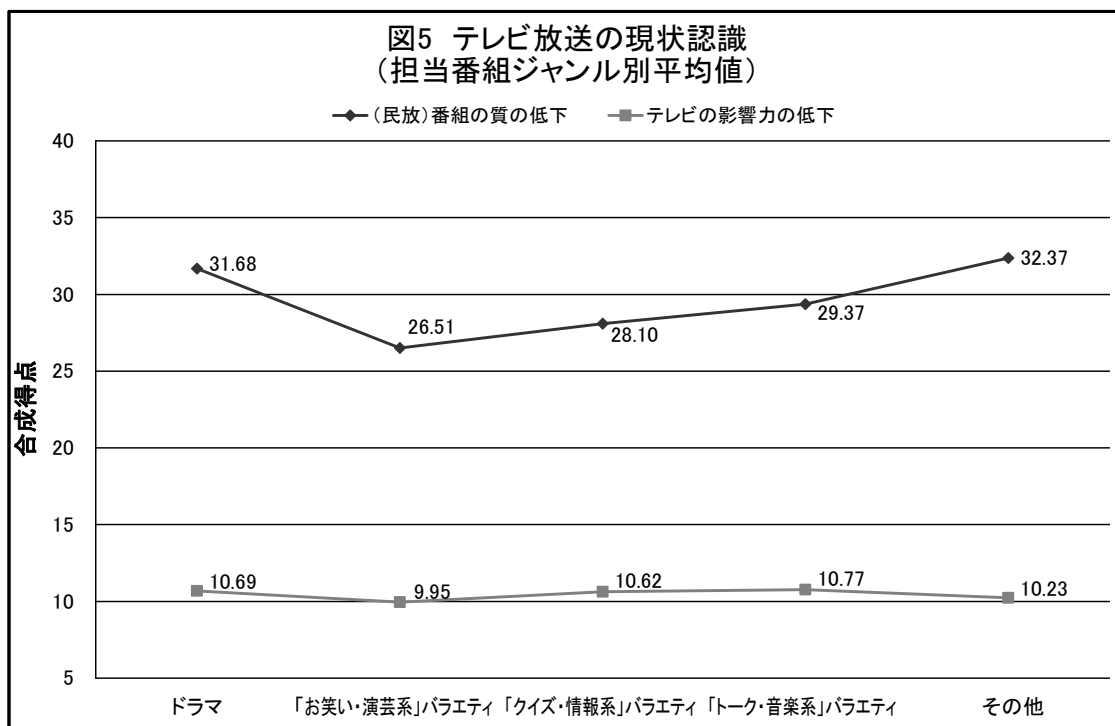


民放に比べるとNHKの人たちの方が民放的な番組作りに対して批判的な姿勢をもち、最近のドラマやバラエティなどの番組の質が全体に低下しているという認識を示す ( $p < .001$ ) と共に、若者のテレビ離れや話題性のある番組の減少などテレビの影響力の低下傾向を強く感じとっている ( $p < .001$ ) ことが明らかになる。個々の項目をみても第1因子の9項目、第2因子の3項目のすべてでNHKと民放の人たちの評定に有意差が生じていることが確かめられる。さらに民放各局の人たちの合成得点を一元配置の分散分析で検定すると、番組の質の低下 ( $p < .001$ ) に関しても、テレビの影響力の低下 ( $p < .05$ ) に関しても有意差が生じており、TBS、日本テレビ、テレビ朝日に比べるとフジテレビやテレビ東京の人たちの方が民放の番組作りの現状に批判的な目を向けており、また日本テレビやTBSよりもテレビ東京の人たちがテレビの影響力の低下を強く感じ取っている様子が見られる。テレビ放送の現状に関して民放各局の中ではテレビ東京の人たちがNHKに最も近い認識を示し、逆に日本テレビとTBSの人たちがNHKとは異なる認識を示していることになろう。なお個々の項目に対する民放各局の人たちの回答を1元配置の分散分析で検定すると、第1因子の9項目の中では「家族そろって楽しめるような番組が少なくなった」以外の8項目で有意差が生じており、特にドラマやバラエティに関する項目で民放各局の認識の違いが大きくなる傾向が現れている。逆に第2因子の3項目の中で民放各局の評定に有意差がみられたのは「若い人たちの間でテレビ離れが進んでいる」という1項目だけで、民放番組の質の低下ほどテレビの影響力の低下に関して民放局間の認識の違いは大きくないことが示唆されている。

また第3因子の4項目に関するNHKと民放の人たちの評価結果を比較すると「番組宣伝は大きすぎて番組の本質を歪めて伝えている (NHK=3.05、民放=2.37,  $p < .001$ )」、「新聞のテレビ欄での番組紹介は、誤った印象を与えるものが多い (NHK=2.70、民放=2.23,  $p < .001$ )」、「パチンコや消費者金融のCMが多すぎる (NHK=3.74、民放=2.83,  $p < .001$ )」の3項目で有意差がみられ、民放よりもNHKの人たちの方が番組宣伝、番組紹介の現状やCMのあり方について批判的な態度をもっていることが確かめられる。「深夜の時間帯には個性ある番組が放送されている」というステートメントに関しては、NHKと民放の間ではなく、民放局間の評価に有意差が生じており、それに賛同する傾向はテレビ東京の人たち (M=3.47) の間で最も強く、逆に日本テレビの人たち (M=2.97) の賛同率が最も低くなることが明らかにされている。新聞のテレビ欄での番組紹介、パチンコや消費者金融のCMの認識については、民放局間の有意差はみられないが、番組宣伝のあり方については有意差が生じており ( $p < .05$ )、フジテレビの人たち (M=2.66) が最も強く賛同し、番組宣伝の現状に批判的な目を向けているのに対して、日本テレビ (M=2.24) やテレビ朝日 (M=2.27) の人たちは寛容な態度を示す様子が現れている。第4因子の2項目については、民放局間の違いはみられないが、「さまざまな人々に共通の話題を提供するテレビの役割は依然として大きい」というステートメントにNHK (M=3.79) よりも民放の人たち (M=4.12) の方が強く賛意を表す傾向が示されている ( $p < .01$ )。

#### 担当番組ジャンルによる違い

次に、担当する番組ジャンルごとに合成得点の平均値を求めた結果を図5に示す。



番組の質の低下 ( $p < .001$ )、テレビの影響力の低下 ( $p < .05$ ) のいずれに関しても有意差が生じており、特に前者に関しては、3種類のバラエティをまとめてドラマと比較した場合も、バラエティの中でのジャンルの違いを比較した場合も有意差が維持されている。民放的な番組作りに対しては、担当番組がドラマやバラエティに限定されない「その他」の人たちが最も批判的な目を向けて番組の質の低下を強く認識しているが、その傾向はバラエティよりもドラマを制作している人たちの間で強く現れており ( $p < .001$ )、またバラエティの中でも「お笑い・演芸系」よりも「クイズ・情報系」、それ以上に「トーク・音楽系」 ( $p < .01$ ) という順で番組作りの現状に批判的な姿勢を強める様子が示されているのである。バラエティ番組の中でも「お笑い・演芸系」の担当者が番組の質の低下を認識することが最も少ないことになるが、同様の傾向はテレビの影響力の低下に関する認識にも現れている。バラエティ番組の中でも「トーク・音楽系」の担当者がテレビの影響力の低下を最も強く感じており、次いで「クイズ・情報系」、そして「お笑い・演芸系」の人たちが最も楽観的な認識を示しているのである。

第1因子の9項目に対する回答を個別にみていくと、すべての項目で担当番組ジャンルによる評定平均値の差が有意水準に達しており、ドラマとバラエティ担当者を比べると「民放各局の番組は似通ったものが多い」以外の8項目で有意差が生じており、いずれにおいてもバラエティよりもドラマの担当者の方が現状の番組内容に批判的な姿勢を示していることが確かめられる。「タレント人気に依存した安易な作りのドラマが多い」(ドラマ=3.62、バラエティ=3.27,  $p < .001$ )、「じっくりと見るように作られたドラマが少なくなった」(ドラマ=3.75、バラエティ=3.10,  $p < .001$ ) などドラマに対する批判的な言明についてもバラエティ担当者以上にドラマ制作者の方が強い賛意を表す傾向が示されているのである。さらにバラエティ番組のジャンルによる違いをみると、「じっくりと見るように作られたドラマが少なくなった」「民放よりもNHKの方が良質の番組を放送している」の2項目を除く、残りの7項目で有意差が記録されており、そのいずれにおいても「お笑い・演芸系」番組の制作者の平均値が最も低く、民放番組の質に関して最も寛容な態度を示していることが裏付けられる。一方、テレビの影響力の低下(第2因子)に関する3項目の中では、「若い人たちの間でテレビ離れが進んでいる」という項目で担当番組ジャンルによる有意差が一貫して現れており、バラエティよりもドラマの担当者、バラエティの中では「クイズ・情報系」、「トーク・音楽系」、「お笑い・演芸系」の順に賛意を表す傾向が現れている。「テレビの社会的影響力は全体に低下している」という項目に関しては、ドラマとバラエティ担当者間に有意差は認められないが、バラエティ番組のジャンルによる違いが有意水準に達しており ( $p < .05$ )、「トーク・音楽系」の担当者が最も強く賛同することが明らかにされている。

第4因子の2項目については、番組ジャンルによる違いはみられないが、第3因子の4項目のうち「番組宣伝は、大げさで番組の本質を歪めて伝えている」「新聞のテレビ欄の番組紹介は、誤った印象を与えるものが多い」「パチンコや消費者金融のCMが多すぎる」の

3項目で有意差が生じており、バラエティよりもドラマの担当者の方が番組宣伝、番組紹介、CMの現状に対して批判的な姿勢を示していることが裏付けられる。また、これら3項目に関しては、バラエティのジャンルによる違いも有意水準に達しており、番組宣伝、番組紹介、CMの現状に関して「トーク・音楽系」の担当者が最も批判的、逆に「お笑い・演芸系」の担当者が最も寛容な態度を示すことが再確認されている。

### 職種による違い

担当する番組ジャンルではなく、プロデューサーかディレクターかという職種による合成得点の違いをみると、民放番組の質の低下、テレビの影響力の低下のいずれに関しても有意差はみられないが、個々の項目の評定結果をみると「最近のバラエティ番組には作り込んだ笑いが足りない（プロデューサー=3.33、ディレクター=3.00,  $p < .01$ ）」、「じっくり見るように作られたドラマが少なくなった（プロデューサー=3.46、ディレクター=3.23,  $p < .05$ ）」、「出演者の内輪話やバカ騒ぎが中心で視聴者を置き去りにしたような番組が増えている（プロデューサー=3.20、ディレクター=2.97,  $p < .05$ ）」の3項目で有意差がみられ、いずれにおいてもディレクターよりもプロデューサーの平均値が高く、前者よりも後者の方が番組の質の低下を強く感じている様子が明らかにされている。

### 年代による違い

番組制作者の性別によってテレビ放送の現状に関する認識に大きな変動はみられないが、年代による違いは大きく、年代が上の番組制作者ほど番組の質の低下を強く感じ取っている様子が示されている。回答者の年代別に民放番組の質の低下に関する9項目の合成得点の平均値をプロットした結果を図6、テレビ放送の影響力の低下に関する3項目の結果を同様に整理した結果を図7に示す。

放送局や職種は、番組制作者のみに該当する項目だが、性別や年代は、一般視聴者にも共通の変数となっている。番組制作者調査には、65歳以上の人は含まれていないが、一般視聴者調査には79歳までの人が回答している。従って、年齢のカテゴリー設定の仕方は、調査によって異なっているが、ここでは番組制作者と比較するために一般視聴者の年代別の平均値も併せてプロットしてみることにした。

まず図6をみると、第1因子の9項目の合成得点については、番組制作者の年代による有意な違い ( $p < .001$ ) がみられ、20代、30代の若年層よりも40代の中年層、さらには50歳以上の高年層という具合に年代が上がるほど民放番組の質の低下を明確に認識し、テレビ放送の現状に対して批判的な姿勢を強めていることがわかる。一般視聴者に関しても年代の違いは有意水準に達しており ( $p < .01$ )、60代、70代の高齢者が最も強く番組の質の低下を認識していることが確かめられる。それよりも下の年代の中では50代の人たちが最もテレビ放送の現状に批判的な態度をもっていることが示されているが、20代から40代にかけては年代と共に批判的姿勢を強めるような傾向が明確に示されてはいない。20代

図6 テレビ放送の現状認識＝(民放)番組の質の低下  
番組制作者と一般視聴者の年代別平均値

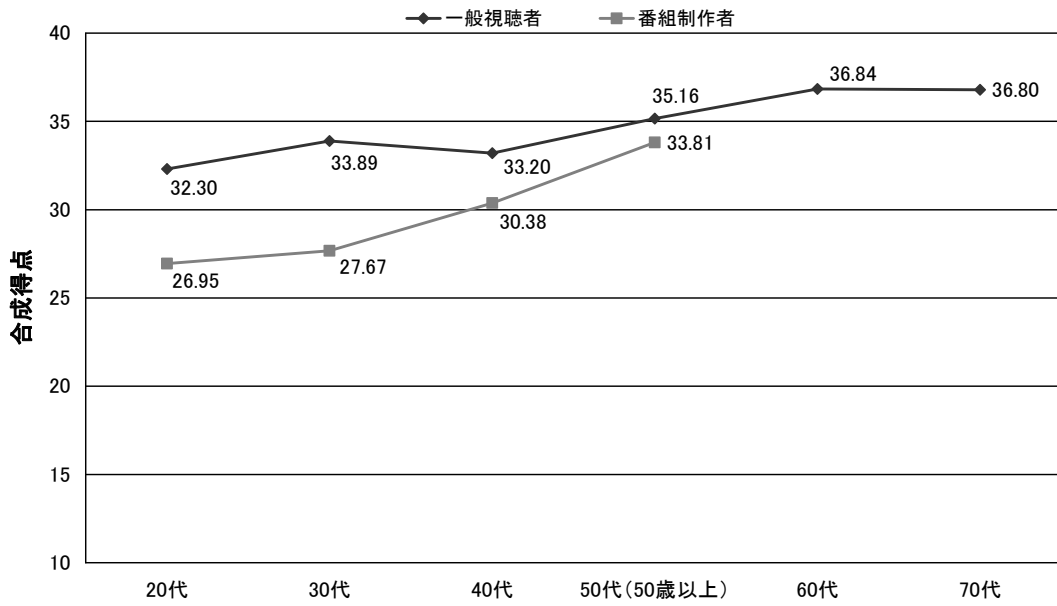
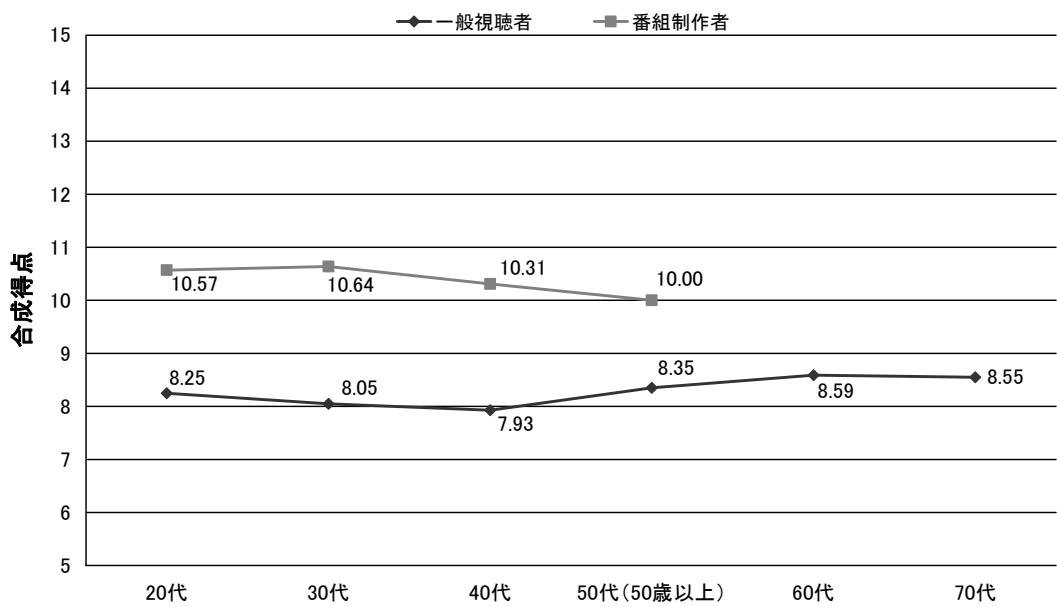


図7 テレビ放送の現状認識＝テレビの影響力低下  
番組制作者と一般視聴者の年代別平均値



や 40 代よりも 30 代の人たちの方が番組の質の低下を強く感じるような傾向が現れているのである。いずれの年代においても番組制作者よりも一般視聴者の方が民放番組の質の低下を強く感じ、テレビ放送の現状に否定的な見方をしていることに変わりはないが、そうした認識のギャップが、特に 20 代、30 代の若年層の間で顕著になることが示されたことになろう。第 1 因子の 9 項目への回答を個別にみると「民放よりも NHK の方が良質の番組を放送している」以外の 8 項目で番組制作者の年代による違いが有意になっており、すべての項目で 50 歳以上の人たちが最も高い平均値を記録していることが確かめられる。20 代と 30 代の人たちの認識には大きな違いはみられないが、そうした若年層よりは 40 代の中間層、さらには 50 代以上の高年層という具合にドラマやバラエティなど娯楽番組の内容に批判的な姿勢を強める傾向が明示されているのである。

一方、第 2 因子の 3 項目の合成得点については、番組制作者、一般視聴者とも年代による有意差は出現していない。ただし個々の項目への回答をみると「テレビ番組が人々の話題になることが少なくなった」という項目に関して番組制作者の年代による違いが有意になっており ( $p < .05$ )、20 代、30 代の若年層の方がテレビの話題性の低下を強く感じている様子が示されている。一方、一般視聴者に関しては、「若い人たちの間でテレビ離れが進んでいる」という項目について年代による違いが有意水準に達しており ( $p < .05$ )、ここでは 40 代以下よりも 50 代以上の高齢層の方が若者のテレビ離れを明確に認識している様子が示されている。テレビの影響力の低下については、回答者の年代による鮮明な違いはみられないとしても、番組制作者と一般視聴者では年代による認識の違いの現れ方や方向が異なっている可能性が示唆されたことになろう。

第 3 因子の 3 項目の中では、「深夜の時間帯には個性ある番組が放送されている」( $p < .001$ )、「番組宣伝は、大げさで番組の本質を歪めて伝えている」( $p < .01$ )、「パチンコや消費者金融の CM が多すぎる」( $p < .05$ ) の 3 項目で番組制作者の年代による有意差が現れている。ただし番組宣伝や CM の現状については、民放番組の質の低下と同様に、年代が上がるほど強く賛同する直線的な傾向が示されているのに対して、深夜番組については、40 代の評価が最も低く、50 歳以上の高齢層と 20 代の若年層が好意的評価を示すという複雑な結果が現れている。番組宣伝と深夜番組の 2 項目については、一般視聴者の年代差も有意になっているが、番組制作者の場合と異なるパターンが現れている。すなわち深夜の時間帯の番組については、10 代、20 代が最も好意的評価を示し、60 代の人たちの評価が最も低くなっているのに対して、番組宣伝については 10 代と 30 代が最も寛容な態度を示し、70 代の高齢者が最も批判的な見方を示すことが明らかにされているのである。

第 4 因子の 2 項目の中では、「さまざまな人々に共通の話題を提供するテレビの役割は依然として大きい」という項目に関して番組制作者の年代差が生じており ( $p < .05$ )、40 代よりも 20 代の方が強い賛意を表すことが明らかにされている。一方、一般視聴者の年代差は「高齢者がテレビを楽しみに見ていることに変わりはない」という項目に顕著に現れており ( $p < .001$ )、この点に関する賛同率は 10 代で最も低く、70 代で最も高くなっており、

年齢が高くなるほど高齢者がテレビを楽しみにしているという認識を強くする傾向が明示されているのである。

### 性別による違い

第1因子の9項目、第2因子の3項目の合成得点には番組制作者の性別による有意な違いはみられないが、18項目の評定結果を個別にみると「じっくりと見るように作られたドラマが少なくなった（男=3.37、女=3.00,  $p < .01$ ）」、「深夜の時間帯には個性ある番組が放送されている（男=3.16、女=3.55,  $p < .01$ ）」の2項目で有意な性差が生じている。最近のドラマの作り方に対しては女性よりも男性制作者の方が厳しい評価を下し、深夜の時間帯の番組に関しては男性よりも女性制作者の方が好意的な評価を示していることになる。一方、一般視聴者に関しては、第2因子の合成得点に有意な男女差がみられ（男=8.60、女=8.03,  $p < .01$ ）、女性よりも男性の方がテレビの影響力の低下を強く感じ取っている様子がうかがわれた。「テレビ番組が人々の話題になることが少なくなった（男=2.88、女=2.65,  $p < .01$ ）」「若い人たちの間でテレビ離れが進んでいる（男=3.26、女=3.02,  $p < .01$ ）」という第2因子の2項目で有意な男女差が生じており、これらのステートメントに女性よりも男性の方が賛同する傾向の強いことが確かめられている。また第1因子の合成得点に男女差はみられないが、「家族そろって楽しめるような番組が少なくなった（男=3.81、女=3.62,  $p < .05$ ）」というステートメントに賛同する傾向が女性より男性の間で有意に高くなる傾向が現れている。

## 5 テレビが視聴者、特に青少年に与える影響

1950年代後半から1960年代にかけてテレビ受像機が急速に普及し、1970年代中盤までテレビ視聴時間が増大を続ける過程で、1957年の流行語となった大宅壮一の「一億総白痴化論」を待つまでもなく、さまざまな形でテレビの弊害が喧伝されてきた。たとえば青少年に及ぼす悪影響として、テレビばかり見ていると「本を読まない」「勉強をしない」「身体を動かさない」「友だちと遊ばない」など放送内容に関係なく、テレビを長く視聴すること自体が青少年の健全な心身の発達の妨げとなる可能性への懸念がいくつも表明されてきた。一方、放送内容の影響としては、テレビ番組に頻繁に描かれる暴力場面を繰り返し視聴することが青少年の攻撃性を助長する可能性が早くから指摘され、欧米を中心に、暴力場面の影響に関する心理学的研究が積み重ねられてきた。しかし日本PTA全国協議会が毎年実施している調査で保護者が小中学生に見せたくない番組として『ロンドンハーツ』『めっちゃイケてるッ!』『志村けんのバカ殿様』『はねるのトビら』といったバラエティ番組が『クレヨンしんちゃん』と並んで上位を独占し続けていることを考えると、日本では暴力よりもいじめ、下ネタや下品な言動、低俗さやモラルの欠如に対して批判の目が向けられることが多く、テレビで見た望ましくないタレントやキャラクターの言動を子どもたち



が模倣することに対して保護者は強い懸念を抱いているように思われる。この他にもテレビ番組の中での性的表現、偏見や差別に関わる問題が指摘されることも少なくないが、ゲーム機やケータイなどが浸透してテレビ以外にも多くの娯楽メディアに子どもや若者が取り囲まれるようになった現在、テレビが視聴者、特に青少年に与える影響に関して番組制作者は、いかなる思いを抱いているのであろうか。

この点に関して、本調査では、15項目のステートメントを用意して、それぞれに対する賛同の程度を「そう思わない」から「そう思う」までの5件法で回答するよう求めている。その平均値の高い順に15項目を並び替えて、回答の分布を整理した結果を表17に示す。

これをみると、やはり「そう思わない」「あまりそう思わない」と否定するよりも「そう思う」「まあそう思う」と肯定する割合が全体に高く、否定が肯定を上回ったのは、15項目中「暴力場面を見ることは、暴力を助長するよりも、ストレスの発散になることが多い」の1項目だけであった。番組制作者の3分の1以上(35.3%)が「どちらとも言えない」と判断を留保しているが、半数以上(57.3%)が暴力場面をみることがストレス発散になるという考えを否定しているのである。

一方、番組制作者が最も賛同する割合が高かったのは「子どものしつけや教育は、テレビではなく家庭が基本である」というステートメントで、7割以上(70.3%)が「そう思う」、「まあそう思う」を併せると9割近く(88.8%)が家庭の重要性を強調する意見に賛同していることが判明する。この他に「子ども向けの番組では、性や暴力表現に細心の注意を払う必要がある」(84.6%)、「人気のあるアイドルは、子どもたちに対して多大な影響力をもっている」(81.9%)、「テレビで見て面白いと思ったことを真似しようとするのは子どもたちの習性だ」(81.0%)の3項目に8割以上が賛同しており、子どもたちに対するテレビの影響力の大きさを大多数の番組制作者が自覚していることが明確にされている。また6割以上が「テレビの影響というと、望ましいものよりも望ましくないものばかりが目立ちすぎる」(66.4%)とテレビ批判への否定的見解を支持し、「テレビを見ることで親子の会話が円滑になる」(65.2%)とテレビの効用を積極的に評価する一方で、「一般に年齢の若い子どもたちほどテレビの影響を受けやすい」(66.2%)、「テレビの影響については、個々の場面よりも番組全体が伝えるメッセージを重視すべきだ」(60.6%)という具合に子どもの年齢によってテレビの影響は異なり、テレビの影響についての議論には慎重さが必要という見解も番組制作者の間に広く浸透していることが示唆されている。

さらに半数以上が「反社会的な言動をテレビで見ても、周囲の大人が注意をすれば、反面教師として役に立つ」(57.5%)、「いじめや暴力は実際にあるのだから、それをテレビ番組から排除するのは不自然だ」(52.3%)と反社会的言動、いじめや暴力をテレビで見せることに肯定的な意見を支持しており、「政治や社会に対する子どもたちの関心はテレビによって強化されている」(52.3%)と社会化のエージェントとしてのテレビの役割を積極的に評価しているのである。一方、「影響力があるかどうかは別にして、見て不快な暴力やいじめの場面は放送すべきではない」「テレビで見た好ましくない言動を子どもたちが真似して

表 17 テレビが視聴者、特に青少年に与える影響に関する番組制作者の見解

(5 件法での評定結果: 平均値でソート)

|  | そう<br>思わない | あまり<br>そう思<br>わない | どちら<br>とも言<br>えない | まあ<br>そう思<br>う | そう思<br>う | 平均値  | 標準偏差 |
|--|------------|-------------------|-------------------|----------------|----------|------|------|
| 7) 子どものしつけや教育は、テレビではなく家庭が基本である               | 0.8        | 2.0               | 8.6               | 18.5           | 70.3     | 4.56 | 0.79 |
| 4) 子ども向けの番組では、性や暴力表現に細心の注意を払う必要がある           | 1.4        | 3.6               | 10.4              | 35.4           | 49.2     | 4.28 | 0.89 |
| 6) 人気のあるアイドルは、子どもたちに対して多大な影響力をもっている          | 0.8        | 4.7               | 12.6              | 45.7           | 36.2     | 4.12 | 0.85 |
| 1) テレビで見て面白いと思ったことを真似しようとするのは子どもたちの習性だ       | 2.9        | 3.5               | 12.6              | 45.9           | 35.1     | 4.07 | 0.93 |
| 12) テレビの影響というと、望ましいものよりも望ましくないものばかりが目立ってしまう  | 2.0        | 4.4               | 27.3              | 38.6           | 27.8     | 3.86 | 0.94 |
| 9) テレビの影響については、個々の場面よりも番組全体が伝えるメッセージを重視すべきだ  | 3.0        | 7.7               | 28.7              | 29.4           | 31.2     | 3.78 | 1.06 |
| 15) テレビを見ることで親子の会話が円滑になる                     | 2.0        | 5.6               | 27.3              | 42.8           | 22.4     | 3.78 | 0.92 |
| 5) 一般に年齢の若い子どもたちほどテレビの影響を受けやすい               | 3.8        | 9.9               | 20.1              | 37.7           | 28.5     | 3.77 | 1.08 |
| 8) 反社会的な言動をテレビで見ても、周囲の大人が注意すれば、反面教師として役に立つ   | 4.5        | 9.7               | 28.4              | 31.1           | 26.4     | 3.65 | 1.11 |
| 14) 政治や社会に対する子どもたちの関心はテレビによって強化されている         | 2.1        | 9.5               | 33.1              | 41.4           | 14.0     | 3.56 | 0.92 |
| 3) いじめや暴力は実際にあるのだから、それをテレビ番組から排除するのは不自然だ     | 6.2        | 12.5              | 29.0              | 29.0           | 23.3     | 3.51 | 1.16 |
| 11) 影響力があるかどうかは別にして、見て不快な暴力やいじめの場面は放送すべきではない | 8.7        | 15.5              | 31.2              | 22.0           | 22.5     | 3.34 | 1.23 |
| 13) テレビよりもケータイやゲームの方が子どもたちに大きな影響を与えている       | 3.8        | 13.8              | 46.8              | 22.2           | 13.4     | 3.28 | 0.99 |
| 2) テレビで見た好ましくない言動を子どもたちが真似しても、それは深刻な問題ではない   | 9.9        | 15.1              | 34.6              | 25.2           | 15.2     | 3.21 | 1.17 |
| 10) 暴力場面を見ることは、暴力を助長するよりも、ストレスの発散になることが多い    | 29.1       | 28.2              | 35.3              | 5.0            | 2.4      | 2.23 | 1.00 |

も、それは深刻な問題ではない」という 2 つのステートメントについては、否認よりも賛同の割合が高くなってはいるが、3 割程度が判断を保留しており、番組制作者の間で意見が分かれることが明らかにされている。なお「どちらとも言えない」という回答の割合が最も高かったのは「テレビよりもケータイやゲームの方が子どもたちに大きな影響を与えている」というステートメントであり、半数近く (46.8%) が新たなメディア環境の中でのテレビの影響力の大きさを測りかねている様子が示されている。

## 一般視聴者との比較

テレビが視聴者に与える影響についての 15 項目は、一般視聴者調査でも同様に用いられている。番組制作者と一般視聴者の回答を併せて因子分析（主成分分解、バリマックス回転）を行ったところ、3 因子が抽出された。それに基づいて 15 項目を配列し直し、番組制作者と一般視聴者の各項目の平均値と標準偏差を整理した結果を表 18 に示す。

第 1 因子には、6 項目が含まれており、「いじめや暴力は実際にあるのだから、それをテレビ番組から排除するのは不自然だ」「テレビで見た好ましからぬ言動を子どもたちが真似しても、それは深刻な問題ではない」「暴力場面を見ることは、暴力を助長するよりも、ストレスの発散になることが多い」「反社会的な言動をテレビで見ても、周囲の大人が注意をすれば、反面教師として役に立つ」と暴力描写を肯定的に捉え、そのネガティブな影響を否定する内容の 4 項目はプラスの負荷、「影響力があるかどうかは別にして、見て不快な暴力やいじめの場面は放送すべきではない」「子ども向けの番組では、性や暴力表現に細心の注意を払う必要がある」とテレビでの暴力描写に否定的ないし消極的な態度を表す 2 項目はマイナスの負荷を示している。従って、第 1 因子の 6 項目は、いじめや暴力あるいは性表現の規制を排除し、テレビのネガティブな影響を否定するような態度に集約されることから、〈ネガティブな影響の否定〉と名付けることにした。なおマイナスの負荷を示す 2 項目については、「そう思わない」と回答した場合に高くなるように得点化の方向を逆転して 6 項目の合成得点を算出し、テレビの〈ネガティブな影響の否定〉の指標とすることにした。番組制作者調査における 6 項目の信頼性係数は .615 であった<sup>7</sup>。

第 2 因子には、「人気のあるアイドルは、子どもたちに対して多大な影響力をもっている」「一般に年齢の若い子どもたちほどテレビの影響を受けやすい」「テレビで見て面白いと思ったことを真似しようとするのは子どもたちの習性だ」とテレビの影響力の大きさを認識し、「政治や社会に対する子どもたちの関心はテレビによって強化されている」「テレビを見ることで親子の会話が円滑になる」と肯定的な影響を指摘する 5 項目から構成されており、それらの合成得点を算出して〈テレビ視聴の効用〉の指標とすることにした。番組制作者調査における 5 項目の信頼性係数は .606 であった<sup>8</sup>。

第 3 因子には、「子どものしつけや教育は、テレビではなく家庭が基本である」「テレビよりもケータイやゲームの方が子どもたちに大きな影響を与えている」とテレビ以外の影響を考慮する必要性を指摘し、「テレビの影響については、個々の場面よりも番組全体が伝えるメッセージを重視すべきだ」「テレビの影響というと、望ましいものよりも望ましくないものばかりが目立ちすぎる」とテレビの影響の中身をもっと吟味する必要性を指摘する 4 項目が含まれている。なお、これらの 4 項目は、テレビの影響について慎重な議論を要するといった見解を表しているように思われるが、十分な内的整合性が得られなかったために、合成得点を算出して後の分析に用いることはしなかった。

<sup>7</sup> 一般視聴者調査での信頼性係数は .638、番組制作者調査と併せた場合は .654 となった。

<sup>8</sup> 一般視聴者調査での信頼性係数は .624、番組制作者調査と併せた場合は .615 となった。

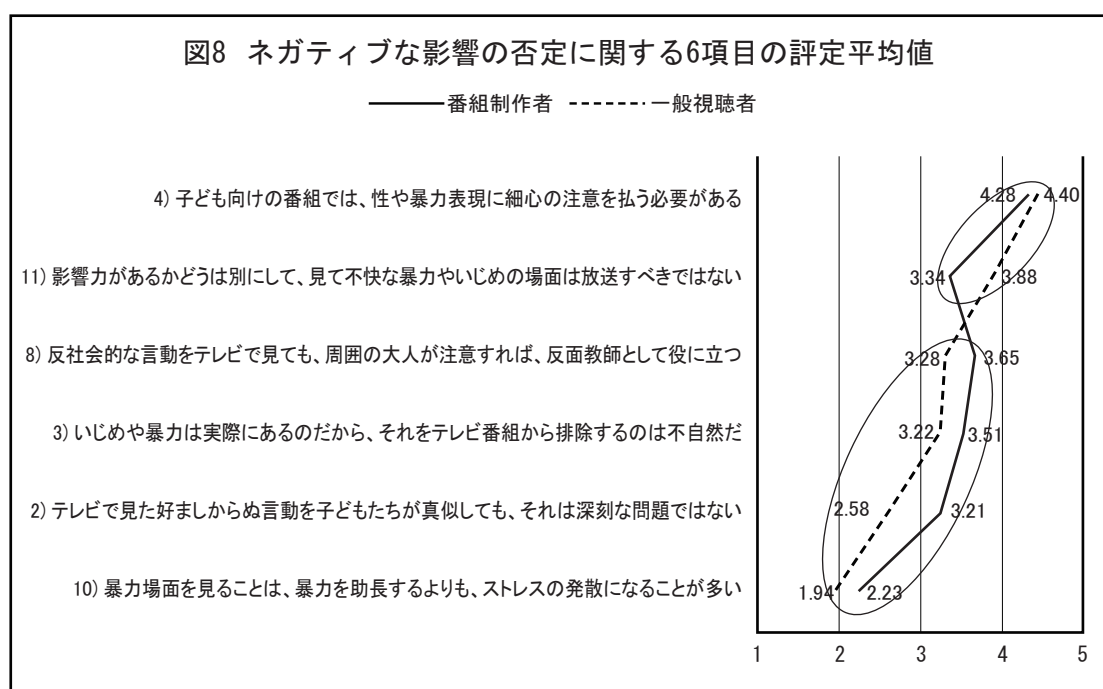
表 18 テレビが視聴者、特に青少年に与える影響に関する見解  
(因子分析の結果と番組制作者と一般視聴者の評定結果の比較)

|  | 因子負荷         |             |             | 番組制作者 |      | 一般視聴者 |      |     |
|--|--------------|-------------|-------------|-------|------|-------|------|-----|
|  | I            | II          | III         | 平均値   | 標準偏差 | 平均値   | 標準偏差 |     |
| 11) 影響力があるかどうかは別にして、見て不快な暴力やいじめの場面は放送すべきではない | <b>-.644</b> | .109        | .211        | 3.34  | 1.23 | 3.88  | 1.06 | *** |
| 3) いじめや暴力は実際にあるのだから、それをテレビ番組から排除するのは不自然だ     | <b>.604</b>  | .141        | .178        | 3.51  | 1.16 | 3.22  | 1.09 | *** |
| 2) テレビで見た好ましからぬ言動を子どもたちが真似しても、それは深刻な問題ではない   | <b>.591</b>  | -.153       | .153        | 3.21  | 1.17 | 2.58  | 1.17 | *** |
| 10) 暴力場面を見ることは、暴力を助長するよりも、ストレスの発散になることが多い    | <b>.566</b>  | -.023       | -.007       | 2.23  | 1.00 | 1.94  | 0.98 | *** |
| 4) 子ども向けの番組では、性や暴力表現に細心の注意を払う必要がある           | <b>-.543</b> | .325        | .168        | 4.28  | 0.89 | 4.40  | 0.79 | **  |
| 8) 反社会的な言動をテレビで見ても、周囲の大人が注意すれば、反面教師として役に立つ   | <b>.518</b>  | .067        | <b>.507</b> | 3.65  | 1.11 | 3.28  | 1.05 | *** |
| ネガティブな影響の否定(第1因子の6項目の合成得点)                   |              |             |             | 17.00 | 3.85 | 14.74 | 3.68 | *** |
| 6) 人気のあるアイドルは、子どもたちに対して多大な影響力をもっている          | -.257        | <b>.670</b> | -.004       | 4.12  | 0.85 | 4.43  | 0.69 | *** |
| 5) 一般に年齢の若い子どもたちほどテレビの影響を受けやすい               | -.304        | <b>.651</b> | -.060       | 3.77  | 1.08 | 4.30  | 0.77 | *** |
| 14) 政治や社会に対する子どもたちの関心はテレビによって強化されている         | .082         | <b>.643</b> | -.036       | 3.56  | 0.92 | 3.54  | 0.88 |     |
| 15) テレビを見ることで親子の会話が円滑になる                     | .228         | <b>.609</b> | .069        | 3.78  | 0.92 | 3.72  | 0.86 |     |
| 1) テレビで見て面白いと思ったことを真似しようとするのは子どもたちの習性だ       | -.087        | <b>.502</b> | .139        | 4.07  | 0.93 | 4.23  | 0.69 | *** |
| テレビ視聴の効用(第2因子の5項目の合成得点)                      |              |             |             | 19.31 | 2.94 | 20.24 | 2.46 | *** |
| 7) 子どものしつけや教育は、テレビではなく家庭が基本である               | -.136        | -.049       | <b>.652</b> | 4.56  | 0.79 | 4.58  | 0.70 |     |
| 9) テレビの影響については、個々の場面よりも番組全体が伝えるメッセージを重視すべきだ  | .331         | .166        | <b>.549</b> | 3.78  | 1.06 | 3.52  | 0.88 | *** |
| 13) テレビよりもケータイやゲームの方が子どもたちに大きな影響を与えている       | -.190        | -.093       | <b>.492</b> | 3.28  | 0.99 | 3.66  | 0.92 | *** |
| 12) テレビの影響というと、望ましいものよりも望ましくないものばかりが目立ってしまう  | .173         | .155        | <b>.489</b> | 3.86  | 0.94 | 3.60  | 0.90 | *** |

分散分析の結果 \*\* p < .01 \*\*\* p < .001

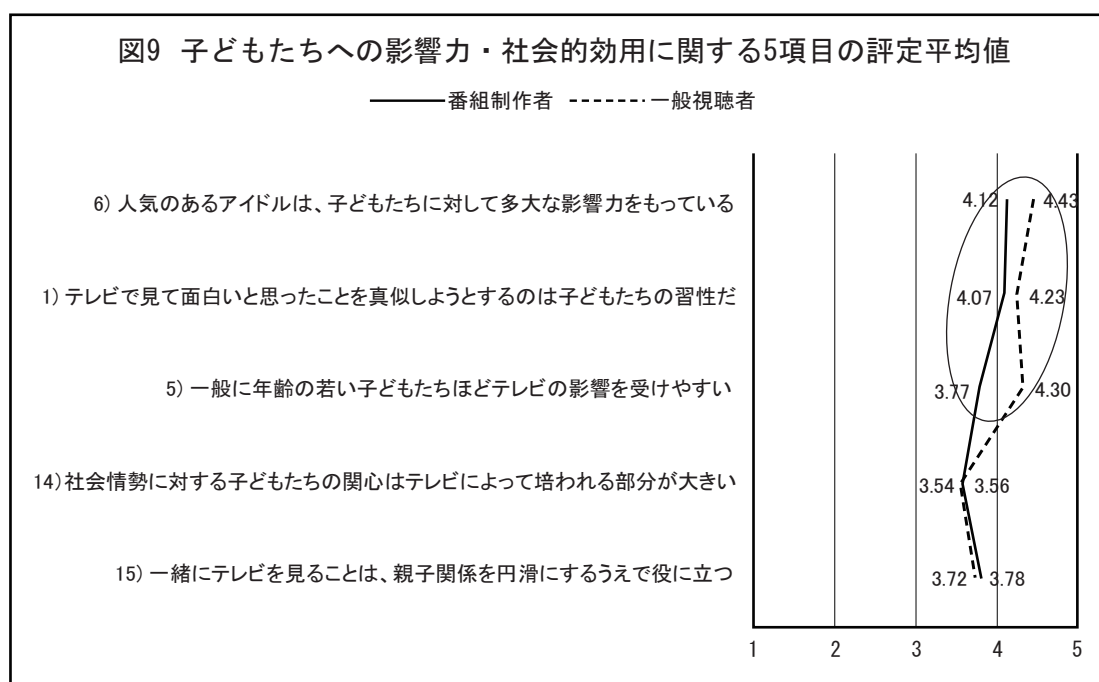
さて番組制作者と一般視聴者の評定の平均値の差の検定をすると、15項目中12項目で有意差が生じており、両者の見方が一致したのは「政治や社会に対する子どもたちの関心はテレビによって強化されている」「テレビを見ることで親子の会話が円滑になる」とテレビの効用を指摘する第2因子の2項目と第3因子の「子どものしつけや教育は、テレビではなく家庭が基本である」を併せた3項目にすぎなかった。上述した通り、番組制作者の9割近く(88.8%)が、子どものしつけや教育における家庭の重要性を指摘する意見に賛同し、飛び抜けて高い平均値を記録していたが、この項目への一般視聴者の賛同率は9割を上回り(92.0%)、その平均値が15項目の中で最も高くなっていることが確かめられる。また社会に対する関心を醸成したり、親子の会話を円滑にするといったテレビの効用については、番組制作者も一般視聴者も同様に肯定的な見方を示していることが明確にされている。

一方、第1因子の6項目のうち、「いじめや暴力は実際にあるのだから、それをテレビ番組から排除するのは不自然だ」「テレビで見た好ましくない言動を子どもたちが真似しても、それは深刻な問題ではない」「暴力場面を見ることは、暴力を助長するよりも、ストレスの発散になることが多い」「反社会的な言動をテレビで見ても、周囲の大人が注意をすれば、反面教師として役に立つ」と暴力描写を肯定的に捉え、そのネガティブな影響を否定する内容の4項目については、一般視聴者よりも番組制作者の平均値の方が有意に高く、「影響力があるかどうかは別にして、見て不快な暴力やいじめの場面は放送すべきではない」「子ども向けの番組では、性や暴力表現に細心の注意を払う必要がある」といじめや暴力、性表現に慎重な態度を表す2項目については、逆に番組制作者よりも一般視聴者の平均値が有意に高くなる傾向が現れている(図8参照)。

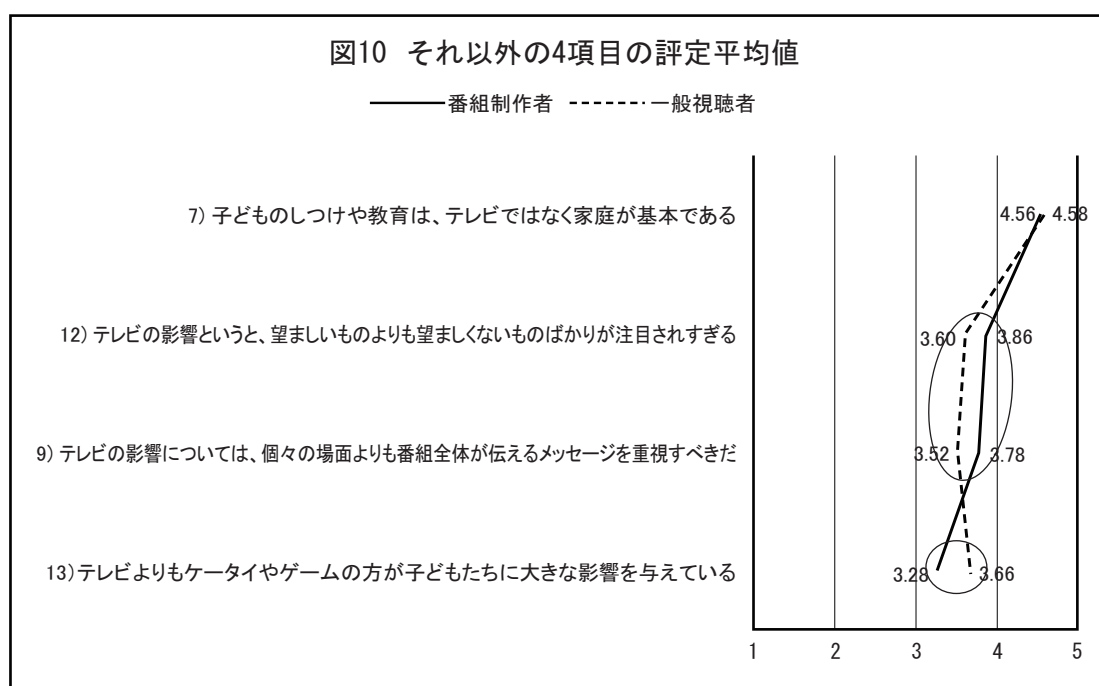


つまり一般視聴者に比べると、番組制作者の方がテレビでの暴力描写や性表現に対して寛容な態度をもち、それほどネガティブな影響はないという認識を一貫して示していることが明確に裏付けられたことになる。テレビの〈ネガティブな影響の否定〉に関する6項目の合成得点（レンジは6から30）の平均値をみると（表18参照）、番組制作者の場合は17.00、一般視聴者の場合は14.74となっており、前者の方が後者よりもテレビのネガティブな影響を否定する見方に強い賛意を表していることが確かめられる（ $p < .001$ ）。番組制作者と一般視聴者の各項目の平均値をプロットした図8をみると、「影響力があるかどうかは別にして、見て不快な暴力やいじめの場面は放送すべきではない」「テレビで見た好ましからぬ言動を子どもたちが真似しても、それは深刻な問題ではない」の2項目で両者の違いが顕著になっており、一般視聴者に比べると番組制作者は、暴力場面を放送すべきではないという意見に与せず、暴力場面を真似ても問題はないという意見に与する傾向の強いことが明確にされている。

第2因子の5項目の中では、「政治や社会に対する子どもたちの関心はテレビによって強化されている」「テレビを見ることで親子の会話が円滑になる」とテレビの効用を指摘した2項目に関しては、番組制作者と一般視聴者の見方が一致していることは前述した通りだが、「人気のあるアイドルは、子どもたちに対して多大な影響力をもっている」「一般に年齢の若い子どもたちほどテレビの影響を受けやすい」「テレビで見て面白いと思ったことを真似しようとするのは子どもたちの習性だ」とテレビの影響力の大きさを指摘する3項目に関しては有意差がみられ、番組制作者以上に一般視聴者の方がテレビの影響力を強く認識していることが確かめられる。これらの項目における番組制作者と一般視聴者の平均値をプロットした図9をみると、「一般に年齢の若い子どもたちほどテレビの影響を受けやすい」という項目に関して両者の違いが最も大きくなっていることがわかる。



第3因子の4項目の中では、「子どものしつけや教育は、テレビではなく家庭が基本である」という意見に番組制作者も一般視聴者も強い賛意を表していることは前述した通りだが、残りの3項目については両者間に有意差が生じており、「テレビの影響というと、望ましいものよりも望ましくないものばかりが目立ちすぎる」「テレビの影響については、個々の場面よりも番組全体が伝えるメッセージを重視すべきだ」とテレビの影響の中身をもっと精査すべきという意見には一般視聴者よりも番組制作者の方が賛同する傾向が強く、逆に「テレビよりもケータイやゲームの方が子どもたちに大きな影響を与えている」とテレビ以外のメディアの影響力の大きさを指摘した意見には番組制作者よりも一般視聴者の方が強い賛意を表す傾向が明らかにされている（図10参照）。

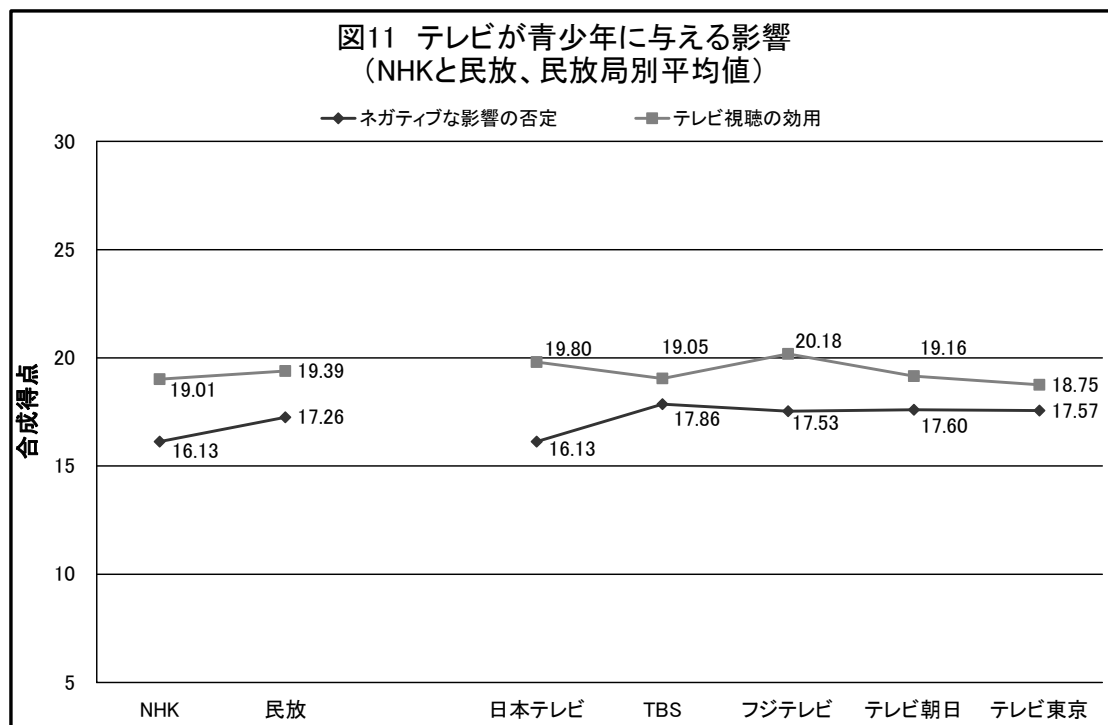


### 番組制作者の立場や属性による見解の違い

番組制作者の立場としては勤務する放送局、担当する番組ジャンルと職種、個人的属性としては性別と年齢を取り上げて、テレビの影響に関する番組制作者の認識の違いを検討しているが、これらの変数の中では放送局と年代による違いが顕著になっている。先に見たように、テレビ放送の現状認識に関しては、担当する番組ジャンルによる違いが顕著に現れていたが、テレビの影響に関しては、ドラマ制作者とバラエティ制作者の認識の違いは、それほど大きくないことが示されているのである。

### 放送局による違い

NHKと民放、さらに民放局別に第1因子の6項目（ネガティブな影響の否定）と第2因子の5項目（テレビ視聴の効用）の合成得点の平均値をプロットした結果を図11に示す。



NHK と民放を比較すると、第 1 因子に関しては有意差 ( $p < .01$ ) があり、NHK ( $M=16.13$ ) よりも民放の人たち ( $M=17.26$ ) の方がテレビのネガティブな影響を否定し、いじめや暴力、性表現などの規制に反対するような態度をもつことが示されているが、第 2 因子に関しては NHK ( $M=19.01$ ) と民放 ( $M=19.39$ ) の間に有意差は認められず、テレビ視聴の効用について NHK と民放の人たちの見解に大きな隔たりがないことが明らかにされている。この点に関しては、むしろ民放局間の違いが大きく、第 1 因子に関しても ( $p < .01$ )、第 2 因子に関しても ( $p < .01$ )、民放局による平均値の違いが有意水準に達している。第 1 因子の 6 項目の合成得点については、他局よりも日本テレビの人たちの平均値が有意に低く、民放各局の中では日本テレビの人たちが NHK の人たちと同様の認識を示し、テレビのネガティブな影響をそれほど強く否定しないことが明らかにされている。また第 2 因子の 5 項目の合成得点については、フジテレビの人たちがテレビ東京や TBS の人たちよりも有意に高い平均値を記録しており、民放各局の中でフジテレビの人たちがテレビ視聴の効用を特に強く認識している様子が示されている。

次に各項目への反応を個別にみていくと、第 1 因子の 6 項目の中では「反社会的な言動をテレビで見ても、周囲の大人が注意をすれば、反面教師として役に立つ」という点に関して放送局による認識の違いが特に顕著に現れていることがわかる。このステートメントには NHK ( $M=3.33$ ) よりも民放の人たち ( $M=3.75$ ) の方が賛同する傾向が強く ( $p < .001$ )、また民放局間にも有意差があり ( $p < .01$ )、TBS の人たち ( $M=4.03$ ) が最も高い割合で賛意を表し、逆に日本テレビの人たち ( $M=3.45$ ) の賛同率が最も低くなることが明らかにさ



れている。この他に「テレビで見た好ましからぬ言動を子どもたちが真似しても、それは深刻な問題ではない」という意見に NHK (M=2.99) よりも民放の人たち (M=3.27) が賛成する傾向が強く ( $p < .05$ )、「暴力場面を見ることは、暴力を助長するよりも、ストレスの発散になることが多い」という点については、民放局間に有意差がみられ ( $p < .05$ )、日本テレビ (M=2.06) よりもフジテレビ (M=2.55) の人たちの方が暴力場面の効用を強く認識していることが明らかになった。

一方、第 2 因子の 5 項目の中では「テレビを見ることで親子の会話が円滑になる」というステートメントで放送局による違いが最も顕著に現れており、NHK (M=3.57) よりも民放の人たち (M=3.84) の方が強く賛同する傾向だけでなく ( $p < .01$ )、民放局間での違いもそれ以上に大きく ( $p < .001$ )、テレビ東京 (M=3.61)、テレビ朝日 (M=3.73)、TBS (M=3.78) よりも日本テレビ (M=3.92)、それ以上にフジテレビ (M=4.19) の人たちがこうしたテレビの効用を強く認識している様子が示されている。この他に「政治や社会に対する子どもたちの関心はテレビによって強化されている」という意見に NHK (M=3.57) よりも民放の人たち (M=3.84) の方が強い賛意を表す様子が示されている ( $p < .05$ )。

なお第 3 因子の 4 項目については、民放局間の有意差は認められないが、「子どもしつけや教育は、テレビではなく家庭が基本である」以外の 3 項目で NHK と民放の違いが有意となっている。「テレビの影響というと、望ましいものよりも望ましくないものばかりが目立ってしまう」(NHK=3.55、民放=3.95,  $p < .001$ )、「テレビの影響については、個々の場面よりも番組全体が伝えるメッセージを重視すべきだ」(NHK=3.54、民放=3.86,  $p < .01$ ) とテレビの影響の中身を吟味する必要性を指摘するような意見には NHK よりも民放の人たちが賛成する傾向が強く、逆に「テレビよりもケータイやゲームの方が子どもたちに大きな影響を与えている」(NHK=3.56、民放=3.19,  $p < .001$ ) とテレビ以外のメディアの影響力を指摘する意見には民放よりも NHK の人たちの方が強く賛同する傾向が現れているのである。

#### 担当番組ジャンルによる違い

テレビの〈ネガティブな影響の否定〉、〈テレビ視聴の効用〉のいずれの合成得点に関してもドラマやバラエティなど担当する番組ジャンルによる平均値の差は有意水準に達していない。ただし各項目への反応を個別にみていくと、いくつかの項目で担当番組ジャンルによる違いが有意となっていることがわかる。

第 1 因子の 6 項目に関しては、バラエティ番組のジャンルによる違いはみられないが、3 項目でドラマとバラエティ担当の間で有意差が生じており、「テレビで見た好ましからぬ言動を子どもたちが真似しても、それは深刻な問題ではない」(ドラマ=3.07、バラエティ=3.32,  $p < .05$ )、「影響力があるかどうかは別にして、見て不快な暴力やいじめの場面は放送すべきではない」(ドラマ=3.13、バラエティ=3.40,  $p < .05$ ) という意見にはドラマよりもバラエティ制作者が強い賛意を表し、逆に「いじめや暴力は実際にあるのだから、そ

れをテレビ番組から排除するのは不自然だ」(ドラマ=3.73、バラエティ=3.40,  $p < .01$ ) というステートメントにはバラエティよりもドラマ制作者の方が賛同する傾向が強くなっている。これら 3 項目の中で「暴力やいじめなどの不快な場면을放送すべきではない」というステートメントのみが〈ネガティブな影響の否定〉という因子にマイナスの負荷を示しており、ドラマよりもバラエティ番組の担当者の方が「不快な言動を子どもたちが真似しても問題はない」としながら、「不快な場면을放送すべきでない」と考えるのは、一見して矛盾しているようにも思われる。バラエティよりもドラマの担当者の方がテレビでの自由な表現や描写を規制されることへの抵抗感が強く、子どもたちが模倣することは深刻な問題ではないとは思わないが、いじめや暴力をテレビから排除するのは不自然だし、不快な場面でも放送する必然性はあると考える傾向が強いということであろうか。

第 2 因子の 5 項目の中では「テレビで見て面白いと思ったことを真似しようとするのは子どもたちの習性だ」という項目のみに番組ジャンルによる有意差が出現しており ( $p < .05$ )、ドラマとバラエティの間に有意差はみられないが、バラエティのジャンルによる違いが大きく(クイズ・情報系=4.26、トーク・音楽系=4.04、お笑い・演芸系=3.91,  $p < .001$ )、「お笑い・演芸系」よりも「クイズ・情報系」のバラエティ番組担当者の方が子どもたちの模倣傾向を強く認識している様子が示されている。

第 3 因子の 4 項目の中では「テレビよりもケータイやゲームの方が子どもたちに大きな影響を与えている」という項目で番組ジャンルによる認識の違いが顕著に現れており ( $p < .001$ )、バラエティ ( $M=3.18$ ) よりもドラマ ( $M=3.45$ ) 担当者の方がテレビ以外のメディアの影響力を強く感じ取っているだけでなく ( $p < .01$ )、バラエティ番組の中でも「お笑い・演芸系」( $M=3.07$ ) や「クイズ・情報系」( $M=3.12$ ) よりも「トーク・音楽系」( $M=3.42$ ) 番組担当者の方が、そうした新しいメディアの影響力の強さを明確に認識していることが明らかにされている。この他に「テレビの影響については、個々の場面よりも番組全体が伝えるメッセージを重視すべきだ」という意見については、バラエティ ( $M=3.71$ ) よりもドラマ ( $M=3.97$ ) 制作者の方が強い賛意を表していることが確かめられている ( $p < .01$ )。

### 職種による違い

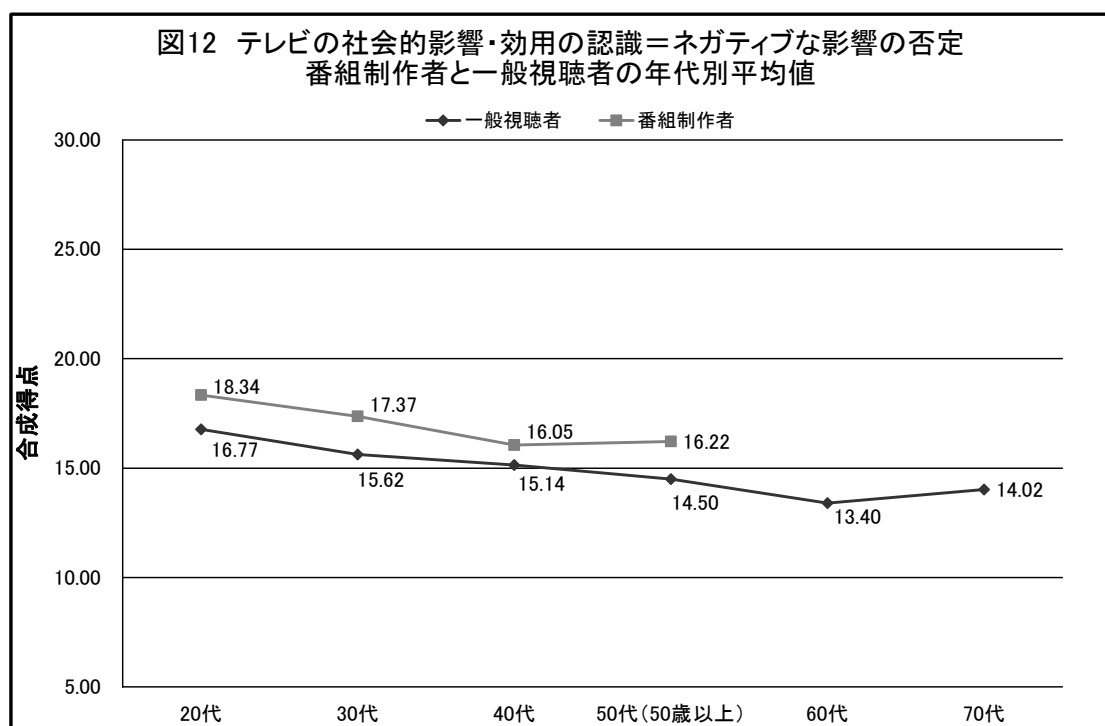
第 1 因子、第 2 因子の合成得点にはプロデューサー、ディレクターといった職種による有意な違いはみられないが、個別の項目への反応をみるといくつかの項目で職種による違いが有意水準に達している。第 1 因子の 6 項目の中では「影響力があるかどうかは別にして、見て不快な暴力やいじめの場面は放送すべきではない」(プロデューサー=3.47、ディレクター=3.16、その他=3.88,  $p < .001$ )、「子ども向けの番組では、性や暴力表現に細心の注意を払う必要がある」(プロデューサー=4.34、ディレクター=4.18、その他=4.60,  $p < .01$ ) の 2 項目で職種による有意差が現れており、プロデューサーやディレクター以外の管理職などの立場の人たちが、いじめや暴力、性表現などに最も慎重な態度を示していることが裏付けられる。またプロデューサーとディレクターの間にも有意差があり、後者よりも前

者の方が「不快な場面は放送すべきではない」( $p < .01$ )、「性や暴力表現に細心の注意を払うべき」( $p < .05$ )と考えていることも明らかにされている。

第2因子の5項目の中では「テレビを見ることで親子の会話が円滑になる」(プロデューサー=3.78、ディレクター=3.73、その他=4.16,  $p < .05$ )という項目のみに職種による有意差が現れており、プロデューサーとディレクターの認識の違いはないが、それ以外の職種の人たちが親子の会話を円滑にするテレビの効用を強く感じていることが明らかになった。また第3因子の4項目の中では「テレビよりもケータイやゲームの方が子どもたちに大きな影響を与えている」(プロデューサー=3.43、ディレクター=3.11、その他=3.72,  $p < .001$ )という項目で有意差がみられ、ディレクターよりもプロデューサーの方がテレビ以外のメディアの影響力の強さを明確に認識し、その傾向はそれ以外の職種の人たちの間でさらに強固になることが明らかにされているのである。

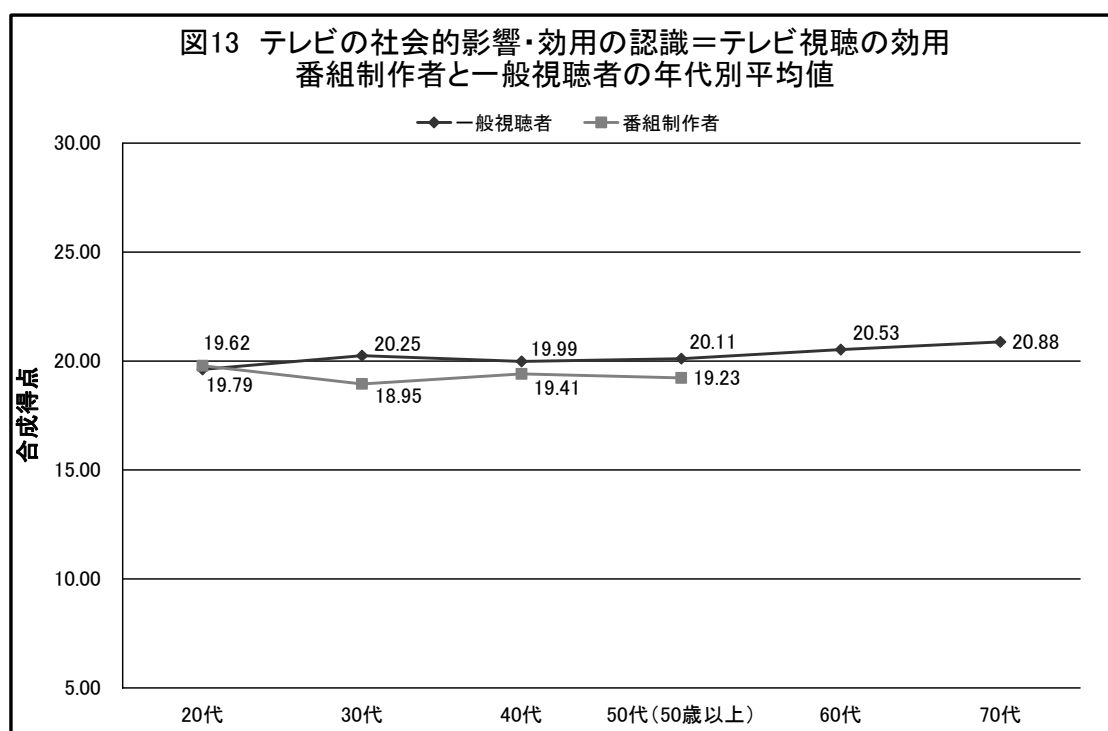
### 年代による違い

テレビ放送の現状認識の場合と同様に、テレビの影響に関する見解についても番組制作者だけでなく、一般視聴者も含めて、回答者の年代による違いを検討してみることにしよう。第1因子の6項目の合成得点に関しては(図12参照)、番組制作者の年代による違いが有意になっており( $p < .001$ )、40代以上よりも30代以下の若年層の方がテレビの〈ネガティブな影響を否定〉する傾向が強くなっていることが確かめられる。



つまり年代の高い人たちほど、いじめや暴力場面のネガティブな影響を否定せず、そう

した描写に抑制的な態度を示していることになるわけだが、一般視聴者に関しても同様の傾向が認められる ( $p < .001$ )。一般視聴者調査には 60 代、70 代の回答者が含まれており、こうした高齢層の人たちがテレビのネガティブな影響を否定するような意見に与することが最も少なく、それよりも年代が若くなるにつれて平均値が直線的に上昇し、ネガティブな影響を否定する傾向が強くなる様子が示されているのである。一般視聴者に比べると、番組制作者の方が暴力描写などに寛容でテレビのネガティブな影響を否定する傾向が強くなっているわけだが、そうした番組制作者と一般視聴者の認識の違いは年代にかかわらず維持されていることが確かめられる。一方、第 2 因子の 5 項目の合成得点に関しては (図 13 参照)、番組制作者の年代の違いは有意水準に達していないが、一般視聴者の間では有意な年代差が生じており ( $p < .01$ )、〈テレビ視聴の効用〉を認識する傾向は 70 代の高齢層が最も強く、20 代の若年層で最も低くなることが確かめられている。



次に各項目への反応をみると、第 1 因子の 6 項目の中では「影響力があるかどうかは別にして、見て不快な暴力やいじめの場面は放送すべきではない」「子ども向けの番組では、性や暴力表現に細心の注意を払う必要がある」という 2 項目で番組制作者の年代による違いが強く現れており ( $p < .001$ )、40 代以上の人たちの方が 30 代以下の若年層よりもいじめや暴力、性表現に慎重な態度を有していることが再確認される。この他に「テレビで見た好ましくない言動を子どもたちが真似しても、それは深刻な問題ではない」という項目で番組制作者の年代差が有意になっており ( $p < .05$ )、ここでは年代が高くなるほど平均値が低く、20 代よりも 50 歳以上の人たちの方が反社会的行動の模倣を問題視していることが

明示されている。

第2因子の5項目の中では「政治や社会に対する子どもたちの関心はテレビによって強化されている」「テレビを見ることで親子の会話が円滑になる」の2項目で有意な年代差が生じており ( $p < .01$ )、こうしたテレビの効用に賛同する割合は30代で最も低く、20代で最も高く、その中間に40代以上が位置づけられる結果になっている。調査に回答した番組制作者の中で子どもがいる人の割合は20代では6.0%、30代になると半数近く(47.3%)に急増している。子育てが最も身近で切実な問題となっている30代の人たちが社会的関心の醸成や親子の会話の円滑化といったテレビの効用を実感することが少なく、子育てを経験していない20代の人たちの方が希望的観測をしやすいということであろうか。

第3因子に関しては「テレビよりもケータイやゲームの方が子どもたちに大きな影響を与えている」という項目のみに有意な年代差が現れており ( $p < .001$ )、30代以下よりも40代以上の高齢層の方がゲームやケータイの影響力の大きさを強く感じている様子が示されている。

### 性別による違い

第1因子の6項目、第2因子の5項目の合成得点に番組制作者の性別による違いは認められない。ただし各項目への反応を個別にみると「テレビで見た好ましからぬ言動を子どもたちが真似しても、それは深刻な問題ではない(男=3.24、女=2.98,  $p < .05$ )」、「テレビを見ることで親子の会話が円滑になる(男=3.75、女=4.01,  $p < .05$ )」の2項目で有意な性差がみられ、前者には男性、後者には女性の方が強い賛意を表していることが判明する。

一方、一般視聴者の場合は、第1因子の合成得点(男=15.14、女=14.41,  $p < .01$ )、第2因子の合成得点(男=20.00、女=20.44,  $p < .05$ )のいずれに関しても有意な男女差が現れている。テレビのネガティブな影響を否定する傾向は男性の方が強く、テレビ視聴の効用を認識する傾向は女性の間で顕著になっているのである。各項目への反応を個別にみると第1因子の6項目の中では「影響力があるかどうかは別にして、見て不快な暴力やいじめの場面は放送すべきではない(男=3.74、女=4.00,  $p < .01$ )」、「子ども向けの番組では、性や暴力表現に細心の注意を払う必要がある(男=4.32、女=4.46,  $p < .05$ )」という具合に暴力描写や性表現に慎重な姿勢を表す2項目には女性の方が賛同し、「暴力場面を見ることは、暴力を助長するよりも、ストレスの発散になることが多い(男=2.03、女=1.87,  $p < .05$ )」と暴力描写に肯定的な見方を男性の方が容認しやすいことが確かめられているのである。第2因子の5項目の中では「テレビを見ることで親子の会話が円滑になる(男=3.62、女=3.80,  $p < .01$ )」、「人気のあるアイドルは、子どもたちに対して多大な影響力をもっている(男=4.37、女=4.48,  $p < .05$ )」の2項目で有意差が生じており、男性よりも女性の方がテレビ視聴の効用や影響力を強く認識していることが再確認される。また「テレビよりもケータイやゲームの方が子どもたちに大きな影響を与えている(男=3.57、女=3.73,  $p < .05$ )」という項目でも男女差がみられ、男性以上に女性の方がケータイやゲームの影響力を強く認識していることが明らかになった。