

ニューメディア

目次

要 約	2
1.はじめに	6
●ニューメディアとは	6
●INS実験地区からのサンプリング	7
2.ニューメディアとのかかわり	8
●ニューメディア	8
●マイコン	12
●テレビゲーム	15
3.ニューメディア時代への期待	20
●新しいサービスへの期待	20
●入手したい情報内容	23
●授業改革の希望	25
4.子どもの描く未来社会のイメージ	29
●マイコンの導入が勉強に及ぼす影響	29
●将来生きていくために大切な技術	33
まとめに代えて(ニューメディア)	35
シリーズ/講座・子ども調査入門 28 テーマを広げる	深谷昌志 37
資料1 調査票見本	43
資料2 学年・性別集計表	51

調査レポート / ニューメディア

要約



① ニューメディアの使用経験率

ニューメディアの使用経験者率は、キャプテンシステム35%、テレビ電話28%、ファクシミリ8%、CATV 3%となっており、キャプテンシステムやテレビ電話は3～4人に1人がすでに使用経験済みということになる(図1)。



② マイコンの使用経験率

マイコンを使ったことがある子どもは55%と半数を超える(図4)ものの、その使い方は店頭でのゲーム遊びなどに限られている(図5)。



③ テレビゲームの使用状況

テレビゲームを持っている子どもは67%おり(図7(1))、使用状況では毎日使用している子どもが4割に達する(図8)。使用状況を成績別にみると、成績が下位の者ほど長時間使っている(表8)。

放送大学教授 深谷昌志

三井情報開発研究員 田中雅文

④ INS 実験地区と一般地域との比較

INS 実験地区と一般地域の子どもたちを比べると、ニューメディアの使用経験者率は INS 実験地区のほうが高い（表 2）ものの、ニューメディアの使用欲求（表 3）、マイコンの使用経験（表 4）・所有欲求（表 5）では、差がみられない。



⑤ 新しいサービスへの期待

ニューメディア時代の新しいサービスとしては、「テレビ電話で話ができる」（「すごく・わりとべんり」78%）、「マンガやおかしを電話で注文して持ってきてもらえる」（同60%）、「じゅくの先生がテレビで授業をしたり、問題集を送ってくれる」（同60%）などに期待が集まっている（図 9）。



⑥ 「電話サービス」でほしい情報

電話による「子ども相談サービス」があるとすると、それを利用して「すごく・わりと知りたい」情報は、「自分のほしいものがどこの店に行けば買えるか」（59%）、「むずかしい計算問題をとくにはどうしたらよいか」（59%）などである（図 10）。



調査レポート／ニューメディア

要約



⑦ 授業改革への希望

授業改革の希望としては、「先生が黒板に書いた字がコピーで出てくる」「ぜったい・わりとそうしてほしい」57%、「日本のいろいろな地方のようすをビデオでうつす」(同52%)などがあげられている(図11)。

⑧ 成績下位層の期待

成績下位者は上位者に比べ、これまでの授業形態を根底から覆してテレビやコンピュータ授業への転換を望む傾向が強く、現行の授業を受ける中でストレスが蓄積しているようすがうかがわれる(表12)。



調査概要

1. 調査主題 ニューメディア
2. 調査視点 高度情報社会といわれはじめた現代社会におけるニューメディアを子どもたちはどう受けとめ、どのような期待を抱いているのかを調査

する。

3. 調査項目 マイコンについて／情報機械の使用について／「電話子ども相談サービス」があったら／学校の授業でパソコンをとり入れたら／テレビゲームについて／家庭でマイコンを使って勉強したら など。

⑨ マイコンと教師の役割

学校で各自の机にマイコンが設置されたら、「先生がひまになってしまうだろう」と思う子どもが69%（とても・わりと）にのぼる(図13)。



⑩ 将来絶対に大切な技術

将来生きていくために「ぜったい大切」な技術としては、「漢字を正しく書ける」75%、「えんぴつでじょうずに字が書ける」59%、「暗算で正しく計算できる」59%など、国語や算数の基礎技術をあげる者が多い(図17)。



4. 調査時期 1986年(昭61)1月～2月
5. 調査対象 東京都の小学4、5、6年生
6. 調査方法 学校通しによる質問紙調査

7. サンプル数 (人)

学年/性	男子	女子	計
4年	279	270	549
5年	296	335	631
6年	272	256	528
計	847	861	1,708

1.はじめに



/// ニューメディアとは ///

ニューメディアとは、字義どおりの解釈をすれば「情報を伝えるための新しい媒体」ということになる。その意味では、かつてはじめて社会に登場したころのテレビや電話なども、その時代におけるニューメディアであった。それでは、高度情報社会といわれはじめた現代の社会におけるニューメディアとは何を指すのだろうか。例示すれば以下のとおりである。

キャブテンシステム、テレビ電話、CATV
(有線テレビ：主として双方向伝達が可能なもの)、ファクシミリ

<以上有線系>

文字多重放送テレビ、通信衛星

<以上無線系>

ビデオディスク、コンパクトディスク

<以上パッケージ系>

「ニューメディア」というテーマの名称から考えると、これらのメディアと現代の子どもたちの関係を取り扱うことが、本レポートの本来的な役割となる。しかし、これらのニューメディアはまだ一般の日常生活にはなじみが薄く、子どもたちのかかわり方といっても、十分な使用実態がないのが現状であろう。

そこで本レポートは、ニューメディアそのものにはあまりこだわらず、近年急速に普及しているマイコンやテレビゲームも含め、「情報機器」に関する使用実態と意識、およびその周辺の諸問題(将来社会のイメージや期待など)という問題設定のもとに構成することにした。

/// INS 実験地区からのサンプリング ///

ところで、多種類のニューメディアが地域や家庭の中に入りこんでいる例としては、東京の三鷹・武蔵野地区におけるINSモデルシステム実験（昭和59年スタート、現在も実施中）がある。ニューメディアが日常生活になじみが薄いとはいっても、このような実験地区であれば、子どもたちの使用実態もある程度あり、将来のニューメディア社会に対する意識も一般地域と異なり、現実感覚に多少なりとも裏づけされたものが把握できるかもしれない。そう考え、一般地域との比較の意味で、INS実験地区（東京都三鷹市・武蔵野市）

からも調査対象校を選んだ。

サンプル構成は表1のとおりである。なお、一般地域の3校（いずれも東京都区部）は、落ちついた雰囲気のある住宅街（D校）、下町の特徴をもつ古くからの町（E校）、巨大な都営団地に住居する世帯が主流を占める町（F校）に属しており、それぞれ東京都区部の主な住区タイプを代表している。したがって、一般地域のサンプル群は地域的偏りの比較的少ないものとなり、INS実験地区との比較を行うにも好ましいと考えられる。

表1 サンプル構成

(人数)

性・学年 地 域	4 年		5 年		6 年		合 計
	男 子	女 子	男 子	女 子	男 子	女 子	
INS実験地域 (A-C校)	156	138	145	163	175	165	942
一 般 地 域	123	132	151	172	97	91	766
(D 校)	52	43	50	65	64	59	333
(E 校)	19	29	26	20	33	32	159
(F 校)	52	60	75	87	—	—	274
合 計	279	270	296	335	272	256	1,708

2. ニューメディアとのかかわり



子どもたちは、ニューメディア、マイコン、テレビゲームとどのようなかかわりをもっているのだろうか。本章では、小学生における

これらの情報関連機器の使用状況や使用欲求などを、種類別にみていくことにする。

/// ニューメディア ///

まずはじめに、ニューメディアのうち代表的なものを取り上げ、使用経験をたずねた結果が図1である。

これによれば、「使ったことがある」と答えた子どもの割合は、キャブテンシステム35%、テレビ電話28%、ファクシミリ8%、CATV 3%となっている。これらのメディアは、いずれも一般の日常生活にはなじみが薄いものである。にもかかわらず、キャブテンシステムやテレビ電話は3~4人に1人がすでに使用経験をもっており、子どもたちの間ではけっこう浸透しつつあることが推察され

る。とくにキャブテンシステムの場合は、男子の約半数(46%)が「使ったことがある」と答えている。

ところで、図2はこれらのニューメディアの使用経験を学年別にみたものである。さすがに年長者ほど情報入手量が多いのか、「ぜんぜん知らない」の割合は学年が高くなるにつれて低下している。しかし、「使ったことがある」は学年差がほとんど認められない。知識はともかく、実際の使用経験は学年とあまり関係がないようである。

次に、図1にあげたようなニューメディア

を使ってみたいと思うか否かを（使用経験のある場合は使う前のことを思い出して）答えてもらった結果が図3である。「ぜひ使ってみたいと思う」は3人に1人（35%）、「まあ」も含めると6割を超える子ども（65%）が使ってみたいと回答している。とくに男子の使用意欲は高く、72%が使ってみたい（「ぜひ」+「まあ」としている）。また、学年別にみると、「ぜひ使ってみたい」の割合は低い学年ほど高くなっており、低学年ほどニューメ

ディアへの素朴な興味が高いようである。

以上に示してきたように、ニューメディアの一部はすでに子どもたちの世界に浸透のきざしを見せており、子どもの側からの関心も高い。とくにメカ好きの傾向を反映してか、男子にその傾向が顕著である。学年別では、高学年だからといって使用経験者が多いわけではなく、使用意欲ではむしろ低学年のほうが強くなっていることが注目される。

図1 ニューメディアの使用経験

		使ったことがある				使ったことはないが、ことばは知っているが、 どのようなものか だいたい知っている		ことばは知っているが、 どのようなものか あまり知らない		ぜんぜん知らない	
		34.9		11.5		17.0		36.6			
キャプテンシステム	全体	34.9		11.5		17.0		36.6			
	男子	45.6		11.3		13.6		29.5			
	女子	24.3		11.6		20.4		43.7			
テレビ電話	全体	27.7		35.3		21.7		15.3			
	男子	33.4		32.4		18.0		16.2			
	女子	22.3		37.9		25.3		14.5			
ファクシミリ	全体	7.5		15.8		30.2		46.5			
	男子	21.6		19.1		25.2		45.1			
	女子	4.5		12.7		34.9		47.9			
CATV	全体	2.8		6.1		17.9		73.2			
	男子	4.1		6.9		15.6		73.4			
	女子	5.4		20.1		72.9					

1.6

図2 ニューメディアの使用経験——学年別——

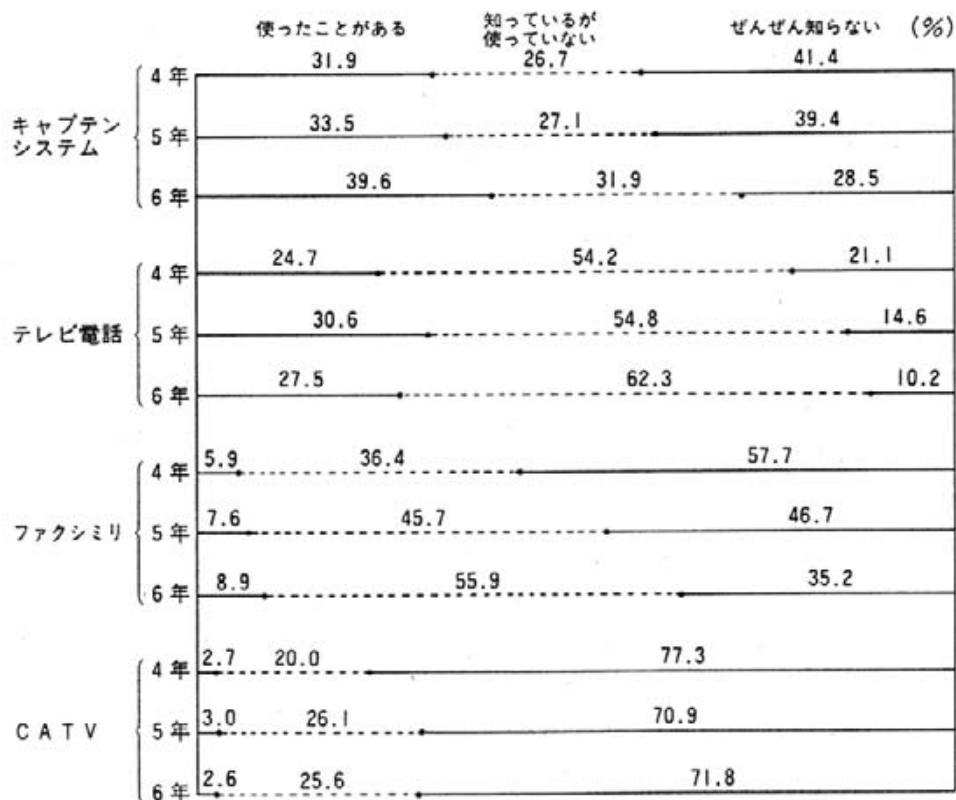
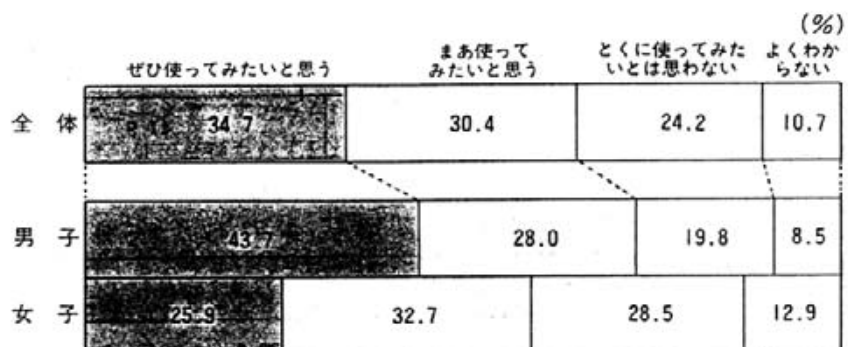


図3 ニューメディアの使用意欲



「ぜひ使ってみたいと思う」の学年別回答率

4年=37.1% 5年=36.2% 6年=30.5%

▶ 地域別

図1にあげたようなメディアは、いずれも三鷹・武蔵野地区におけるINSモデルシステム実験で使用されているものである。したがって、今回の調査対象のうち上記実験の対象地域（以下INS実験地区）の子どもたちのほうが、そうでない一般地域に比べて使用経験者の割合が高いことが予想される。事実、

表2によれば、キャブテンシステム（58%）、テレビ電話（36%）といったメディアに関しては、INS実験地区のほうが圧倒的に使用経験者率が高い。ただし、表3が示すように、使用意欲に関してはほとんど地域差がみられず、実験地区に居住しているからといって、必ずしもニューメディアに対する積極的関心が高まるわけではないことを示唆している。

表2 ニューメディアの使用経験——地域別——

(%)

ニューメディアの種類	地域	使用経験				合計
		使ったことがある	使ったことはないが、どのようなものかだいたい知っている	ことばは知っているが、どのようなものかあまり知らない	ぜんぜん知らない	
キャブテンシステム	INS実験地区	58.2	10.2	11.8	19.8	100.0
	一般地域	5.1	13.1	23.8	58.0	100.0
テレビ電話	INS実験地区	36.3	33.5	20.3	9.9	100.0
	一般地域	17.3	37.3	23.5	21.9	100.0
ファクシミリ	INS実験地区	8.2	14.3	29.7	47.8	100.0
	一般地域	6.5	17.7	30.7	45.1	100.0
CATV	INS実験地区	3.5	5.5	17.6	73.4	100.0
	一般地域	1.9	6.8	18.3	73.0	100.0

表3 ニューメディアの使用意欲——地域別——

(%)

ニューメディアの地域	使用意欲				合計
	ぜひ使ってみたいと思う	まあ使ってみたいと思う	とくに使ってみたいとは思わない	よくわからない	
INS実験地区	34.3	32.5	24.1	9.1	100.0
一般地域	35.2	27.8	24.3	12.7	100.0

/// マイコン ///

次に、今や情報機器の代表ともいえるマイコンの使用実態をみてみよう。図4によれば、「使ったことがある」と答えた子どもは半数以上の55%に達し、とくに男子では67%にのぼる。学年別にみても、5～6年生に比べてやや低くなっているものの、4年生でも49%の子どもが使用経験をもっており、低い学年層にもマイコンは定着しているようである。（なお、ここでいうマイコンとは、ファミコンなどのゲーム専用機は含めておらず、調査票においてもその趣旨を明記している）

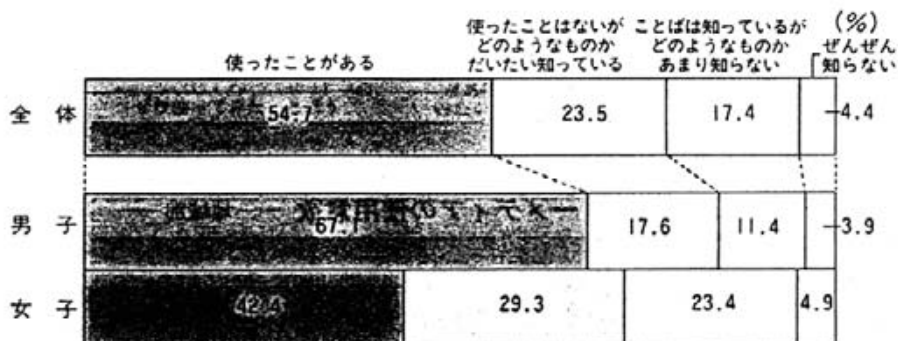
ただし、定着しているとはいえ、その使い方は非常に限定されているようである。つまり、マイコンの使い道と使った場所をたずねた結果である図5に示したように、マイコンショップなどの店頭で、デモンストレーション用のゲームを楽しむ、という使い方が、現

段階での子どもたちとマイコンの関係のほとんどを占めていると推察できる。

それでは、このような使用実態をもつ子どもたちは、マイコンを自分の所有物として手に入れたいと思っているのだろうか。図6によれば、「ぜひほしい」と答えた子どもは20%、「まあほしい」を含めても、マイコンの所有欲求がある子どもは37%にとどまる。

このように、マイコンは多くの子どもが使用経験をもつとはいえ、その使い方は店頭でのゲーム遊びなどに限られ、手に入れたいと思う者もそれほど多いとはいえない。先にあげた各種のニューメディアに比べれば浸透度は高いものの、マイコンがその多様な機能を子どもたちの社会の中で発揮するのは、もう少し先のようなのである。

図4 マイコンの使用経験



「使ったことがある」の学年別回答率

4年=48.7% 5年=58.2% 6年=56.4%

図5 マイコンの使い道と使った場所

—マイコンを使ったことがある子のみ—

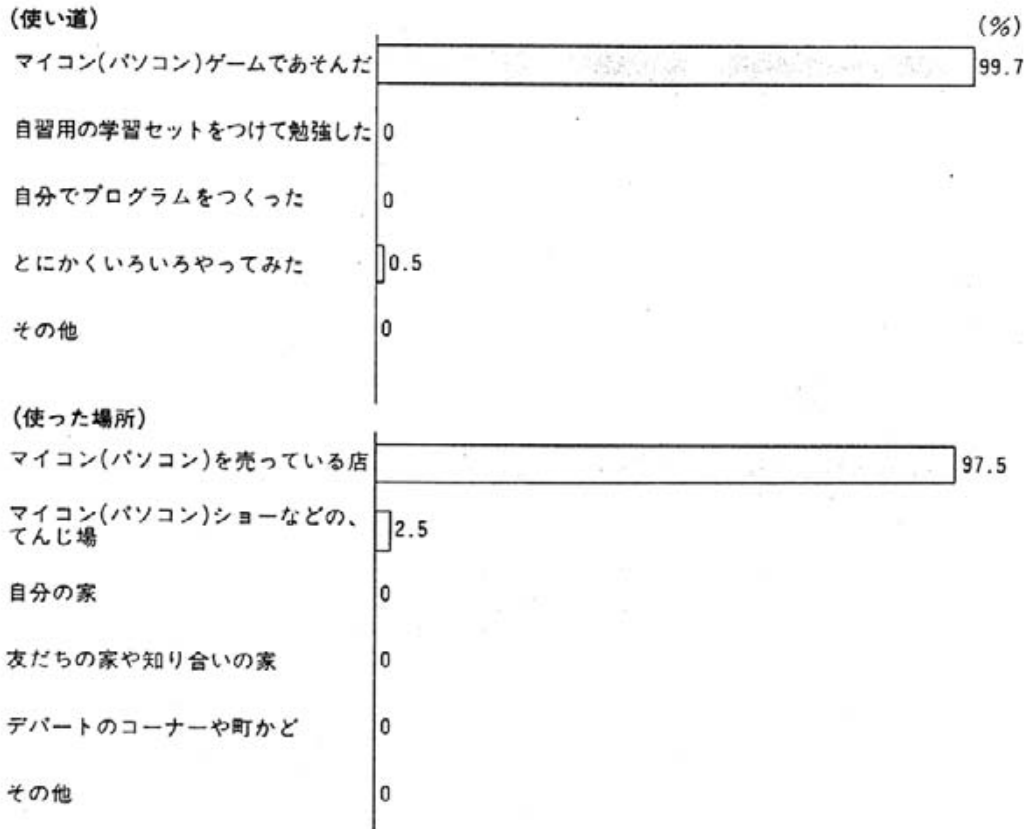


図6 マイコンの所有欲求

	(%)				
	ぜひほしい	まあほしい	とくにほしいとは思わない	よくわからない	もう家にマイコンがある
全体	19.7	17.2	35.6	9.3	18.2
男子	25.9	15.9	27.7	8.5	22.0
女子	13.6	18.6	43.1	10.2	14.5

「ぜひ・まあほしい」の学年別回答率

4年=34.0% 5年=38.4% 6年=39.0%

▶ 地域別

表4、表5は、マイコンの使用経験と所有欲求を、地域別に示したものである。キャプテンシステムなどのニューメディアと異なり、INS実験地区と一般地域の間には、使用経験の差がほとんどない(表4)。INSモデルシ

ステム実験において、とくにマイコンが実験用機器として使われているわけではない以上、これは当然かもしれない。また、マイコンの所有欲求に関しても、地域差はあまり認められず、むしろ「とくにほしいとは思わない」の回答率はINS実験地区のほうがいくぶん高くなってさえいる(表5)。

表4 マイコンの使用経験 — 地域別 —

(%)

マイコンの使用経験 地域	使ったことがあ る	使ったことはないが、どのよう なものかだいたい知っている	ことばは知っているが、どのよ うなものかあまり知らない	ぜんぜん 知らない	合 計
INS実験地区	54.1	25.3	16.6	4.0	100.0
一般地域	55.2	21.3	18.5	5.0	100.0

表5 マイコンの所有欲求 — 地域別 —

(%)

マイコンの 所有欲求 地域	ぜひほしい	まあほしい	とくに ほしいとは思わない	よくわから ない	もう家に マイコンが ある	合 計
INS実験地区	20.0	17.3	38.4	8.3	16.0	100.0
一般地域	19.3	17.2	32.0	10.6	20.9	100.0

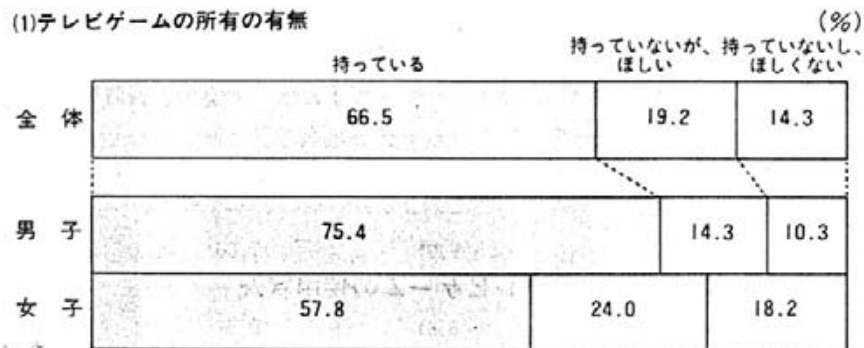
/// テレビゲーム ///

図7、図8は、ここ1～2年で急速に普及したテレビゲームの所有と使用の状況とを示したものである。これらのグラフから以下の3点を指摘することができよう。

① まず、テレビゲームを持っている子ども

の割合は67%に達し、とくに男子の所有率が高い。学年別にみると、4年生の所有率がやや高いものの、ほとんど差は認められない。学年差のないことは、以下の②、③でも同様である。(以上図7

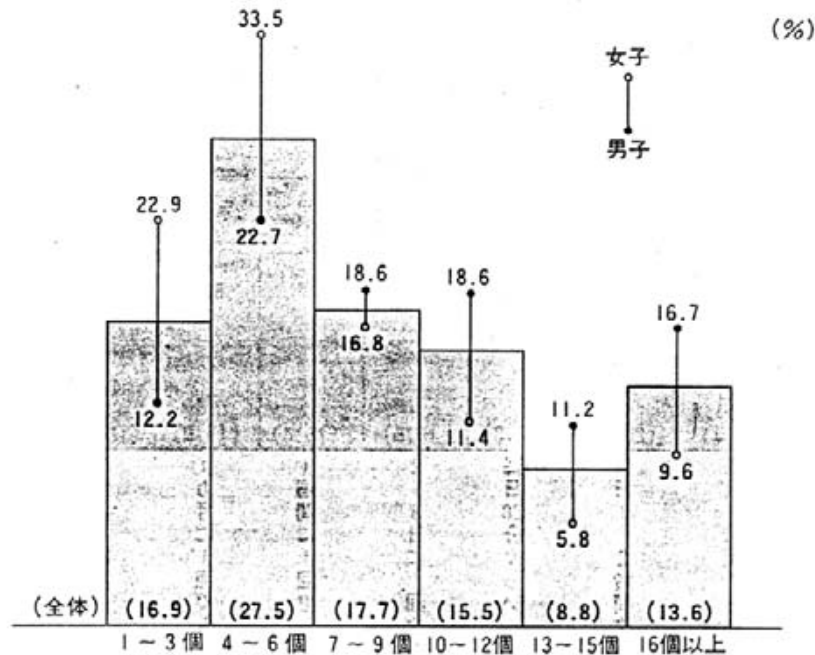
図7 テレビゲームの所有状況



「持っている」の学年別回答率

4年=69.4% 5年=65.4% 6年=64.7%

(2)テレビゲームの所有カセット数(持っている子どものみ)



- (1)
- ② 所有しているカセットの数は、4～6個の子どもが28%で最も多い。また、10個以上の所有者を合わせると38%にのぼり、16個以上という大量所有者も14%いる。性別では男子のほうがより多くのカセットを持っている。(以上図7(2))
- ③ 使用頻度の分布はかなりバラツキが大きいものの、毎日使用する子どもは合計で40%にもなり、かなり多くの子どもの間でテレビゲーム遊びが習慣となっていることがわかる。とくに「毎日3時間ぐらい」という超熱中派も5%おり、これらの子どもたちについては、遊び、勉強、睡眠など他の生活への悪影響が懸念されるところである。性別にみると、

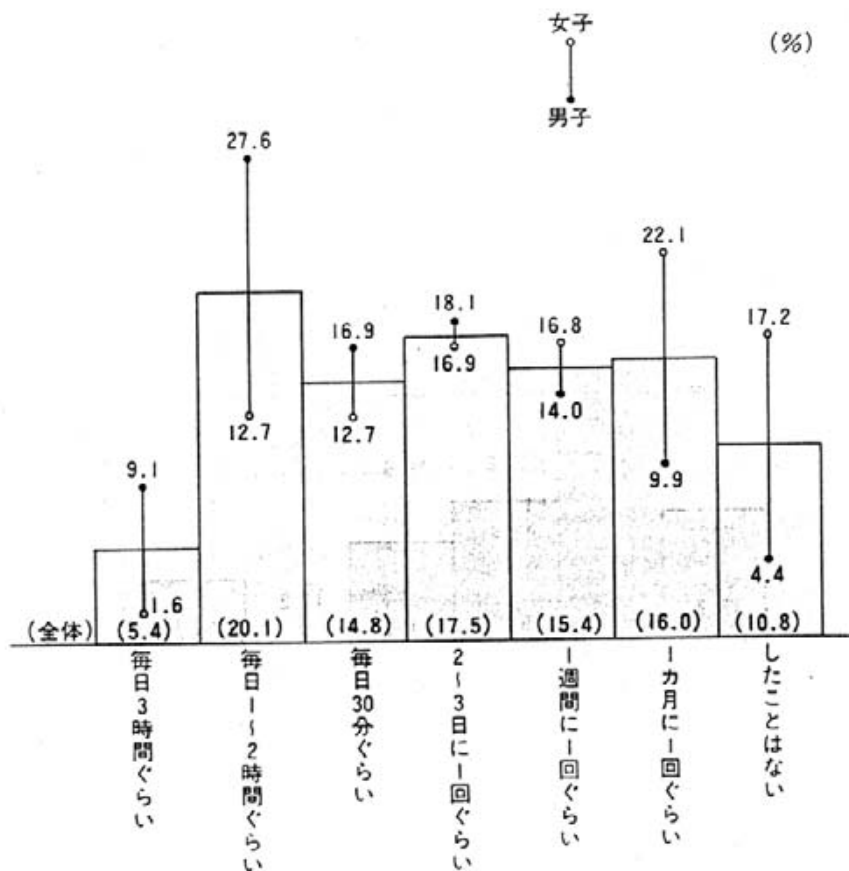
ここでも男子の熱の入れ方が目につき、半数以上(54%)が毎日テレビゲームで遊んでいる。(以上図8)

このように、テレビゲームは今や、完全に子どもたちの遊び、いや生活全体を支配しているともいえるほどに普及しており、男子においてとくに顕著である。テレビゲームが子どもの成長に及ぼす影響について、社会全体で、より真剣に考え直す必要があろう。

▶ 地域別

テレビゲームの所有の有無と使用状況を地域別にみたものが、表6、表7である。これらによれば、所有者、長時間使用者ともに、INS実験地区よりは、むしろ一般地域にやや多くなっている。

図8 テレビゲームの使用状況



情報関連機器とのかかわりを地域別に集計したこれまでの結果をまとめると、次のようになる。つまり、INS実験に使われている機器については、さすがに実験地区の子どもたちのほうが使用頻度が高いものの、使用欲求は一般地域とそれほど変わらない。また、マイコンやテレビゲームといったそ

他の情報関連機器についても、実験地区であることが所有や使用を促す要因とはなっていない。INS実験地区に住むことは、少なくとも現段階では、ニューメディアや情報関連機器全体への関心を高めるほど、強いインパクトとはなっていないようである。

表6 テレビゲームの所有の有無 — 地域別 —

(%)

テレビゲーム 地域	持っている	持っていないが ほしい	持っていないし ほしくない	合 計
INS実験地区	63.7	19.7	16.6	100.0
一般地域	70.0	18.6	11.4	100.0

表7 テレビゲームの使用状況 — 地域別 —

(%)

テレビゲーム の 使用 地 域	毎日3時間ぐらい 毎日1-2時間ぐらい	毎日30分ぐらい 2-3日に1回ぐらい	1週間に1回ぐらい 1ヵ月に1回ぐらい	使ったことは ない	合 計
INS実験地区	22.3	32.3	32.2	13.2	100.0
一般地域	29.6	32.4	30.3	7.7	100.0

▶ 学業成績別

ところで、テレビゲーム遊びの習慣化現象は、学業成績が下位になるにつれて著しいという傾向が得られている。つまり表8によれば、テレビゲームを「毎日3時間(1~2時間)ぐらい」使用する子どもは、成績が下位の子どもほど多くなっているのである。勉強面でふるわないために、つついテレビゲー

ム遊びに逃避してしまい、その結果成績にも悪影響を及ぼす、という悪循環に陥っているのではないか、と懸念される。

なお、成績が下位の子どもほどテレビゲームの長時間使用者が多いという傾向は、表9に示すように、学年によって多少の変化があるものの、女子よりは男子のほうに強く表れている。これは、テレビゲームの所有についても同様にいえることである(表10)。

表8 テレビゲームの使用と成績の関係

()内は人数(%)

テレビゲームの使用 勉強がとくい	毎日3時間ぐらい 毎日1~2時間ぐらい	毎日30分ぐらい 2~3日に1回ぐらい	1週間に1回ぐらい 1ヵ月に1回ぐらい	したことはない	合計
とてもそう わりとそう	19.3	36.4	35.9	8.4	100.0 (367)
すこしそう	23.5	31.8	32.5	12.2	100.0 (378)
あまり そうではない	25.7	32.4	30.8	11.1	100.0 (495)
ぜんぜん そうではない	33.7	29.7	25.1	11.5	100.0 (347)

表9 テレビゲームの長時間使用と成績の関係

※数字は、テレビゲームを「毎日3時間ぐらい」あるいは「毎日1~2時間ぐらい」使用する者の割合(%)。また()内は各成績ランクに属する者の総数。

勉強がとくい 属性	とてもそう わりとそう 5.2% (385)	すこしそう 2.2% (399)	あまり そうではない 1.2% (530)	ぜんぜん そうではない 0.3% (361)
全 体	19.3	23.5	25.7	33.7
4 年 男 子	25.9	36.7	47.4	54.2
5 年 男 子	19.2	35.6	36.7	48.7
6 年 男 子	31.3	39.6	33.8	43.8
4 年 女 子	10.4	17.7	20.9	20.0
5 年 女 子	7.7	12.0	15.6	11.9
6 年 女 子	13.4	5.2	14.4	19.2

(注) 表の数字の読み方については、表10の(注)参照。

表10 テレビゲームの所有と成績の関係

※数字は、テレビゲームを持っている者の割合(%)。また、()内は各成績ランクに属する者の総数。

属性	勉強がとくい とてもそう わりとそう (385)	すこしそう (399)	あまり そうではない (530)	ぜんぜん そうではない (361)
全 体	65.4	65.0	66.6	69.9
4 年 男 子	67.8	75.3	82.5	84.0
5 年 男 子	70.4	76.7	82.1	86.5
6 年 男 子	70.8	77.1	74.7	67.2
4 年 女 子	63.3	56.9	66.7	64.4
5 年 女 子	52.7	61.2	48.3	55.9
6 年 女 子	61.3	46.9	62.4	58.8

(注) 表の数字は、たとえば、勉強がとくいか否かという質問に「とてもそう」あるいは「わりとそう」と答えた者のうち、テレビゲームを持っている者の割合は、全体では65.4%、4年男子では67.8%であることを表している。

3. ニューメディア時代への期待



情報関連機器に対して以上のようなかわり方をしている現代の子どもたちは、それらの機器の普及を前提とした、将来のより高度な情報化社会に何を期待しているのだろうか。

ここでは、サービスと情報内容の側面から情報ニーズを把握するとともに、情報機器を用いた授業改革の方向についての希望をとらえることにする。

//// 新しいサービスへの期待 ////

まずはじめに、子どもたちが今までにない種々の新しいサービスに対して、どの程度の期待を抱いているかをみてみよう。

図9は、10種類のサービスを提示し、それぞれについてももしも実現したらどの程度便利と思うか、をたずねた結果である。

「すごくべんり」と「わりとべんり」の回答率の合計をみると、「テレビ電話で話ができる」が78%で他の項目を大きく引き離しており、最も多くの子どもから期待されている。この他の項目は比較的回答率が接近しており、

いずれも4～6割程度となっている。その中で上位の項目をあげると、

- マンガやおかしを電話で注文して持ってきてもらえる } 60%
- じゅくの先生がテレビで授業をしたり、問題集を送ってくれる } 60%
- 「テレビゲームの時間」というテレビ番組でテレビゲームができる } 58%

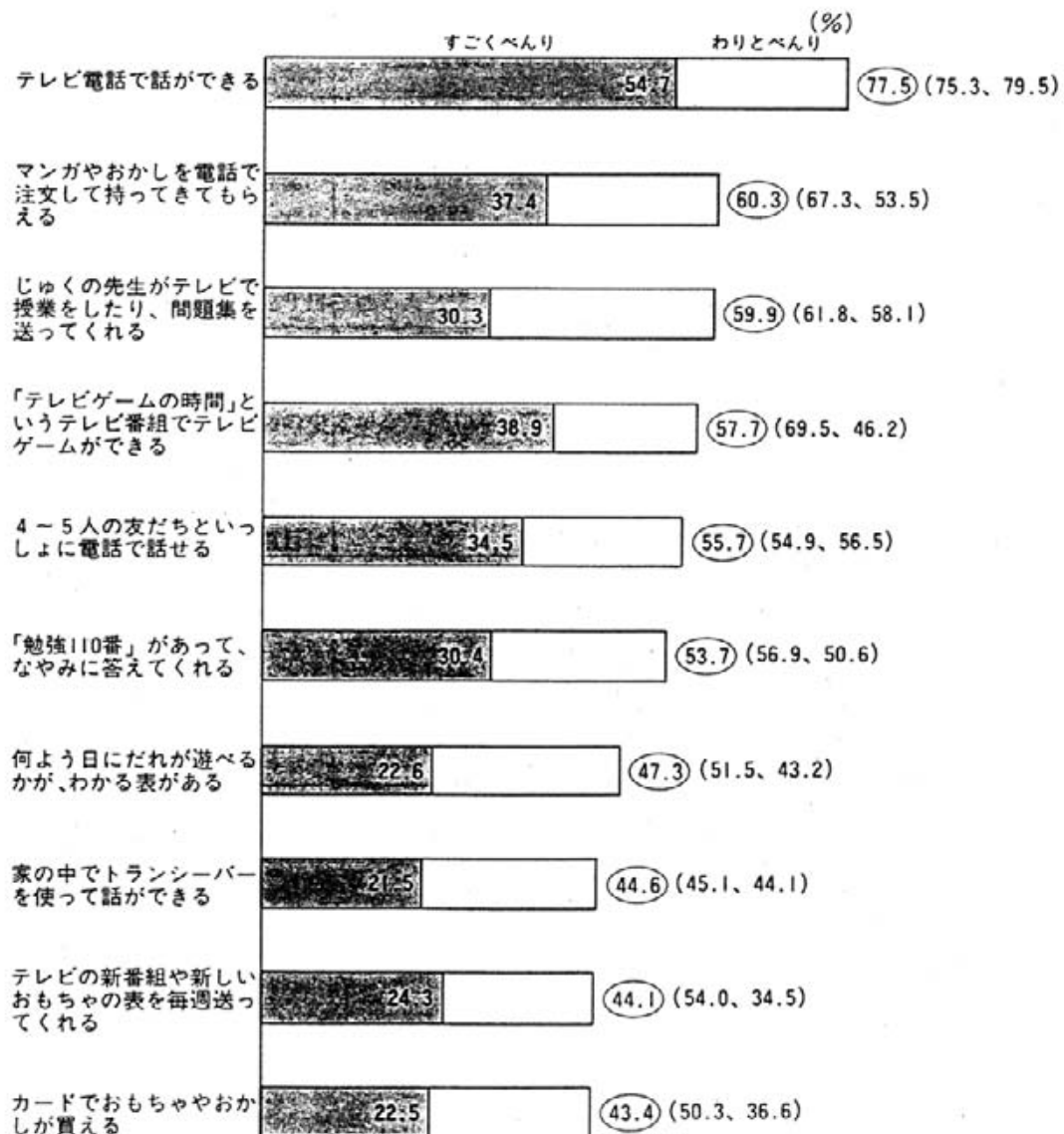
などである。これらの項目が上位に並ぶということは、●こづかいで買い物をする機会が多くなっている ●塾をはじめ、勉強が生活の

中で高いウェイトをもっている、●テレビゲームが非常に流行している、といった現象が、現代の子どもたちの生活を特徴づけていることの表れといえる。また、相対的には低い回答率であるものの、「何曜日にだれが遊べるかがわかる表がある」(「すごく・わりとべんり」47%)にも期待が集まっている。これは、塾やおけいこなどで子どもが多忙になり、他の子どもとのスケジュール調整が重要になっ

てきていることを反映する結果に他ならない。

図9の結果を性別にみると、ほとんどの項目で男子のほうが高い期待を表明している。その中であって、「テレビ電話で話ができる」、「4～5人の友だちといっしょに電話ができる」だけは、統計的には有意でないものの、女子の回答率がわずかに上回っており、会話好きの女子の特質がよく表れている。

図9 新しいサービスへの期待



※数字は、棒グラフ内が「すごくべんり」の回答率、○印内が「すごくべんり」と「わりとべんり」の回答率の合計。また、()内は左側が男子、右側が女子を表し、それぞれ「すごくべんり」と「わりとべんり」の回答率の合計。

▶ 地域別

新しいサービスへの期待を地域別にみると、表11が示すように、INS実験地区と一般地域の間にはほとんど差が認められない。このことは、以下の図表に表れるすべての回答結果

についてもあてはまる。先に述べたマイコンなどのかかわりと同様に、新しい技術やサービスへの期待、将来社会の予想といった意識の側面については、INS実験のインパクトはほとんど存在しないように思われる。

表11 新しいサービスへの期待 — 地域別 —

※数字は、各地域に属する者のうち、当該サービスが実現すると「すこくべんり」あるいは「わりとべんり」と答えた者の割合。(%)

サービス内容の希望	INS実験地区	一般地域
テレビ電話で話ができる	77.8	77.2
マンガやおかしを電話で注文して持ってきてもらえる	59.2	61.8
じゅくの先生がテレビで授業をしたり、問題集を送ってくれる	61.7	57.5
「テレビゲームの時間」というテレビ番組でテレビゲームができる	56.9	58.8
4～5人の友だちといっしょに電話で話せる	56.5	54.7
「勉強110番」があって、なやみに答えてくれる	54.5	52.8
何よう日にだれが遊べるか、がわかる表がある	48.7	45.7
家の中でトランシーバーを使って話ができる	43.7	45.7
テレビの新番組や新しいおもちゃの表を毎週送ってくれる	44.3	43.8
カードでおもちゃやおかしが買える	43.6	43.0

/// 入手したい情報内容 ///

それでは次に、子どもたちはどのような情報を求めているのかをみてみよう。図10は、電話による「子ども相談サービス」というものを想定した場合に、そのサービスを利用してどのような情報を知りたいか、をたずねた結果である。

「すごく知りたい」と「わりと知りたい」の回答率の合計をみると、第2位の項目とほとんど差がないとはいえ、「自分のほしいものがこの店に行けば買えるか」が59%でトップである。子ども向けの商品が氾濫するなかで、消費者としての位置づけが強化されてきている現代の子どもたちの特徴を見る思いがする。とくに男子では、「これからどんなテレビゲームソフトが売り出されるか」と並んで7割ちかい子どもが知りたがっており、テレビゲームのソフトをはじめ、「ものを買う」という行動が、生活の中でかなり高いウエイトをもって位置づけられていることがわかる。

続いて回答率の高い項目は、

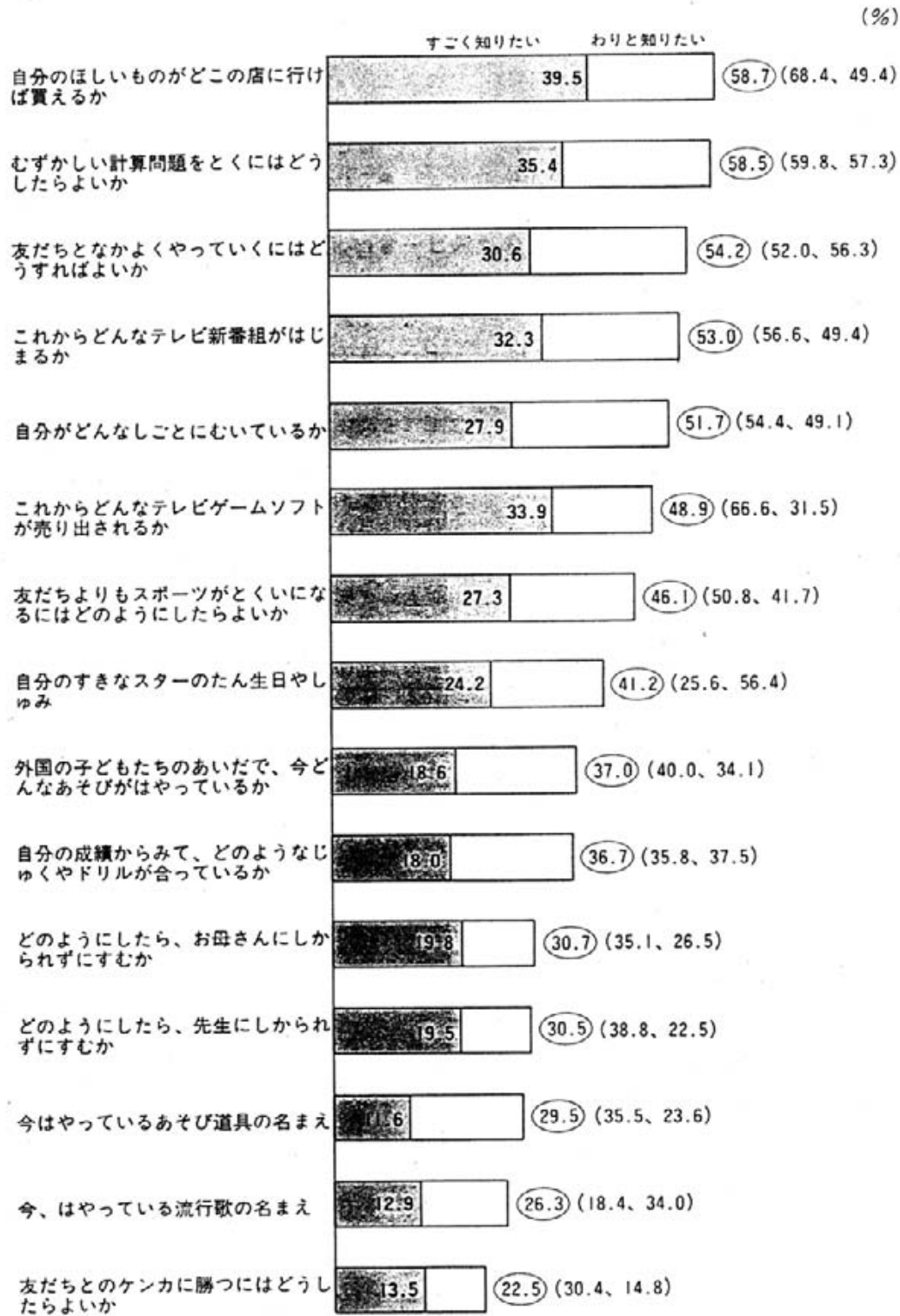
- むずかしい計算問題をとくには } 59%
- どうしたらよいか

- 友だちとなかよくやっっていくには } 54%
- どうすればよいか
- これからどんなテレビ番組がはじまるか } 53%
- 自分がどんなしごくにむいてい } 52%
- るか

などである。つまり、勉強、友だち、テレビという子どもの基本的な生活領域に関する情報と並んで、将来の職業に関する情報に対しても高いニーズを抱いているわけである。すでに小学校段階から、これほどまでに自分の適性職業に対する関心が高まっていることは、注目に値しよう。

次に性別の傾向をみてみると、多くの項目において男子のほうが、知りたいと答える者の割合が高い。ただし、「自分の好きなスターの誕生日やしゅみ」(男子26%、女子56%)、「今、はやっている流行歌の名まえ」(男子18%、女子34%)の2項目では女子の回答率が大差で上回っており、男子に比べて芸能関連事項への関心の高いことが反映したものと思われる。

図10 「子ども相談サービス」の情報内容への希望



※数字は、棒グラフ内が「すごく知りたい」の回答率、○印内が「すごく知りたい」と「わりと知りたい」の回答率の合計。
また、()内は左側が男子、右側が女子を表し、それぞれ「すごく知りたい」と「わりと知りたい」の回答率の合計。

/// 授業改革の希望 ///

これまでサービスと情報内容の側面から、ニューメディア時代における子どもたちの情報ニーズを探ってきた。それでは、彼らの生活の大きな部分を占める学校の授業における情報機器の活用に対しては、どのような希望を抱いているのだろうか。

図11によれば、「先生が黒板に書いた字がコピーで出てくる（自分でノートに書かなくてすむ）」が最も多くの子どもから

希望されており、「ぜったいあるいは「わりと」そうしてほしいと答えた者は半数を超えている（57%）。ノートへの転記がめんどうであるという気持ちの強さが表れた結果ともいえよう。

また、「日本のいろいろな地方のようすを、ビデオでうつす」は、「ぜったいそうしてほしい」の回答率では4位に甘んじているもの

図11 授業改革の希望

	(%)				
	ぜったい そうして ほしい	わりと そうして ほしい	すこし そうして ほしい	あまり そうして ほしくない	ぜんぜん そうして ほしくない
先生が黒板に書いた字がコピーで出てくる（自分でノートに書かなくてすむ）	57.0	21.6	14.8	14.7	13.3
学校に行かなくても、テレビで授業をやってくれる	25.4	12.2	12.9	19.6	26.9
教科書はなくなって、ぜんぶマイコンやテレビを使いながら授業をする	27.0	14.4	13.4	20.0	24.3
日本のいろいろな地方のようすを、ビデオでうつす	27.6	27.6	27.1	13.1	7.5
先生がいなくても、コンピュータがみんな教えてくれる	12.6	15.3	24.3	26.7	
テレビ電話を使って、農村や漁村の子どもたちと話ができるようにする	20.9	25.4	20.2	12.8	
マイコン(パソコン)の使い方を教えてくれる	20.9	23.0	19.3	16.1	
波の音やいろいろな動物の声をテープでながす	20.1	29.5	20.5	12.2	

の、「わりと」を含めると52%で2位の回答率を得ている。これはビジュアルなものへの子どもの指向が強いことの表れといえる。教科書中心の授業ではなく、視聴覚の新しい機器を効果的にとり入れ、子どもたちの興味を喚起することも重要だが、そうした一方で、それらのメディアを多用する教育が子どもをスポイルするのではないかという不安も拭いきれない。

さて、その他の項目に対する回答率をみても、「ぜったい」と「わりと」を合わせると、「そうしてほしい」が多くの項目において4割を超えている。すでに登場した板書文字のコピーやビデオによる地方の紹介にとどまらず、テレビ、マイコン、テレビ電話など、さまざまな情報機器の活用が、子どもの側からはかなり強く望まれているように思える。

一方、「そうしてほしくない」（あまり+ぜんぜん）の回答率に目を転じれば、

- | | |
|-----------------------------------|-------|
| ●先生がいなくても、コンピューターがみんな教えてくれる | } 51% |
| ●学校に行かなくても、テレビで授業をやってくれる | |
| ●教科書はなくなって、ぜんぶマイコンやテレビを使いながら授業をする | } 44% |
| ●学校に行かなくても、テレビで授業をやってくれる | |

といった項目がクローズアップされる。これらの授業改革はいずれも現行の授業方式を根底から覆すものであるだけに、多少の不安を感じて「そうしてほしくない」と答えた子どもが多いものと思われる。

以上が図11の特徴を概観した結果である。次に、授業改革に対する希望を性別、学年別にみてみよう（図12）。

まず性別では、すべての項目において男子のほうが授業改革を望む者が多くっており、とりわけ、3番目、7番目の項目に表れるように、マイコンの導入に対する希望の差が顕著である。先に述べたように、男子ほどマイ

コンやニューメディアへのかかわりや意欲が強いいため、そのことがここでの回答の差にも大きく影響していると思われる。

学年別にみると、多くの項目において学年差はあまり大きくない。しかしながら、4番目、6番目、8番目の項目では、6年生に比べて4～5年生のほうが回答率が高くなっている。つまり、ビデオによる地方紹介、農漁村の子どもとのテレビ電話通信、テープによる自然界の音の再現といった試みを授業の中にとり入れることについては、低い学年ほど希望しているのである。学年の上昇とともに学習意欲が低下するという現象を防ぐためにも、メディア利用の工夫による魅力的な授業づくりが求められているといえよう。

▶ 学業成績別

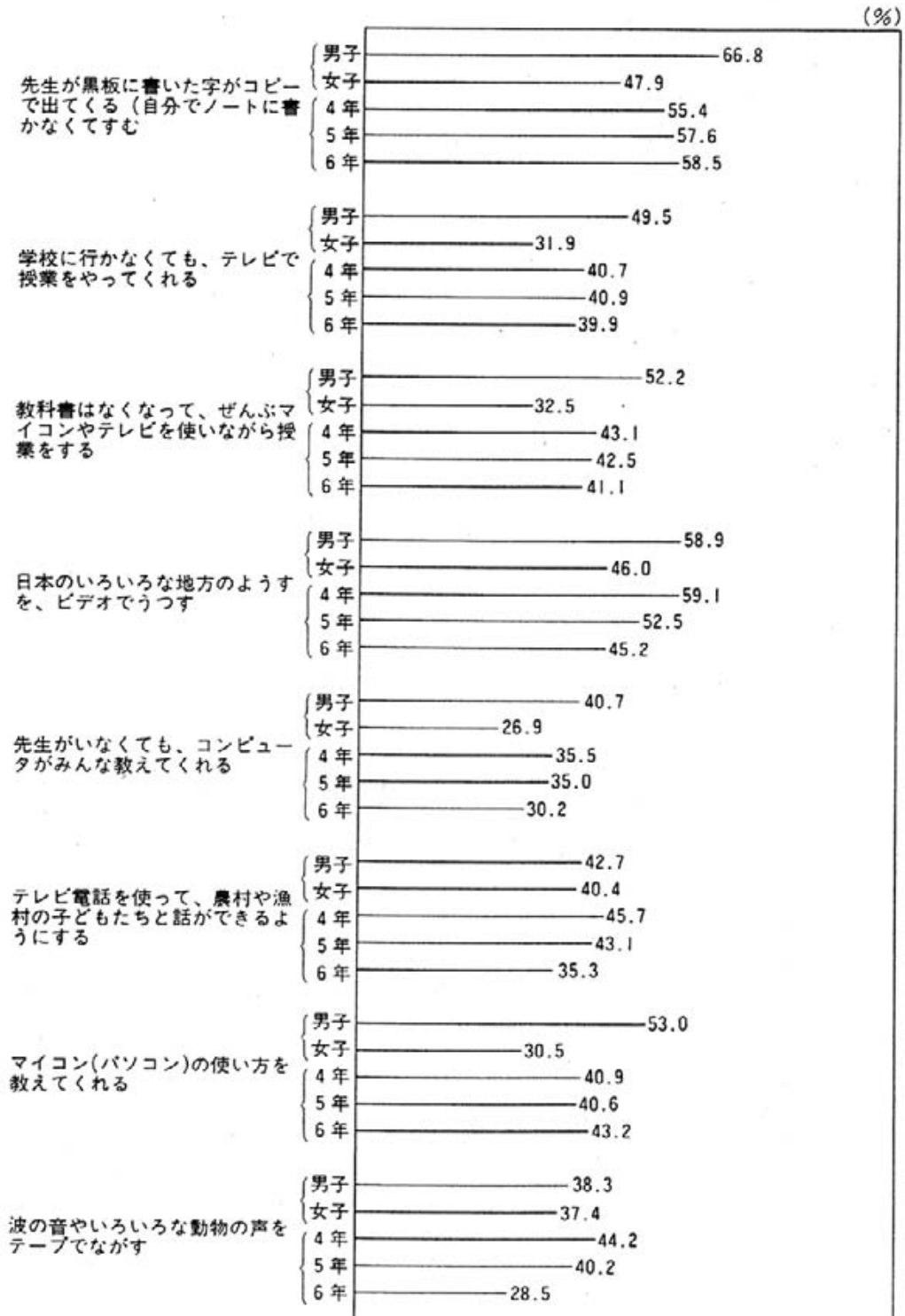
さて、授業改革に対する希望は、学業成績とどのような関係にあるのだろうか。

表12によれば、成績との関係によって、授業改革の種類は2つのグループに分けることができる。1つは、第1、2、3、5番目の項目群で、成績のよくない子どもに支持される授業改革である。成績下位者とすれば、板書文字のコピー、テレビ授業、教科書の廃止、先生のいないコンピュータ授業という、これまでの授業形態を根底から覆したものを望んでいる。新天地になれば勉強に取り組みそう、という心境なのだろうか。

もう1つのグループは、第4、6、7、8番目の項目群で、成績のよい子どもに支持される授業改革である。これらは、現行の授業を前提とした上でより楽しい、あるいは効果的な方法をとりたい、という気持ちの表れとみることができる。

このようにみえてくると、勉強の得意な子どもたちが望んでいるように、新しいメディアを活用して授業を立体化する努力が必要であろう。

図12 授業改革の希望—性別、学年別—



※「ぜったいそうしてほしい」と「わりとそうしてほしい」の回答率の合計。

表12 授業改革の希望と成績の関係

※数字は、各成績ランクに属する者のうち、当該授業改革に関し「ぜったいそうしてほしい」あるいは「わりとそうしてほしい」と答えた者の割合。また、()内の数字は各成績ランクに属する者の総数。 (%)

授業改革の希望	勉強がとくい とてもそう わりとそう (385)	すこしそう (399)	あまりそう ではない (530)	ぜんぜんそ うではない (361)
先生が黒板に書いた字がコピーで出てくる(自分でノートに書かなくてすむ)	57.1	53.4	53.2	67.5
学校に行かなくても、テレビで授業をやってくれる	39.3	33.7	39.8	50.6
教科書はなくなって、ぜんぶマイコンやテレビを使いながら授業をする	43.1	37.3	39.9	50.3
日本のいろいろな地方のようすを、ビデオでうつす	62.2	57.3	42.9	49.9
先生がいなくても、コンピュータがみんな教えてくれる	31.0	31.3	31.5	42.3
テレビ電話を使って、農村や漁村の子どもたちと話ができるようにする	51.6	43.5	34.6	38.1
マイコン(パソコン)の使い方を教えてくれる	50.5	37.2	38.2	41.9
波の音やいろいろな動物の声をテープでながす	40.0	39.7	35.6	37.3

4. 子どもの描く未来社会のイメージ



子どもたちは将来の社会に対してどのようなイメージを抱いているのだろうか。ここでは勉強に関する問題に焦点をあて、学校や家庭での勉強へのマイコンの本格導入が及ぼす

影響と、将来生きていくうえで必要となるさまざまな技術についてのイメージをたずねてみた。

//// マイコンの導入が勉強に及ぼす影響 ////

教科学習のためのマイコンが普及しつくしたとき、学校の授業や自宅学習はどのように変わるだろうか。

まず図13は、学校で各自の机にマイコンが設置されたら授業はどのように変わるか、をたずねた結果である。

これによれば、なんと5項目のうち「とても（わりと）そう思う」の回答率が最も高かったものは、「先生がひまになってしまうだろう」（69%）であった。マイコンにできる程度の授業しか教師が行っていない、という

ことは、実際にはけっしてないと思う。しかし、こうした回答結果をみると、授業の多くの部分がマイコンに置き換えられるのではないか、という漠然としたイメージを子どもたちが抱いていることは確かのようにみえる。もちろん、マイコンが授業の代わりになるはずはないが、子どもたちは、マイコンに万能薬にも似た信頼を抱いているのであろう。

さて、その他の4項目について、「とても・わりとそう思う」の回答率を比較すると次のとおりである。つまり、勉強が「楽しくなる」

(44%)、「これまでよりわかりやすくなる」(43%)という、正のイメージを意味する回答のほうが、負のイメージを意味する「ついていけない子がふえる」(38%)、「これまでよりむずかしくなる」(31%)という回答よりいくぶん多い。ただしその差はけっして大きいわけではなく、マイコン導入が授業や勉強の改善に役立つか否かについてはよくわからない、というのが子どもたちの正直な気持ちではなからうか。

以上の回答結果を性別、学年別にみたものが図14である。

性別では、勉強が「楽しくなる」、「これまでよりわかりやすくなる」という正のイメージを表す項目についてそう思う子どもの割合に差がみられ、男子のほうが高い。このように、授業へのマイコン導入に対する楽観的な男子の見方は、すでに述べたマイコンへのかわりや意欲の強さが背景となり、また授業へのマイコン導入を希望する者が多かったことと対応するものである。

また学年別にみると、全体として低い学年ほどマイコン導入の影響を認める者が多くなっている。

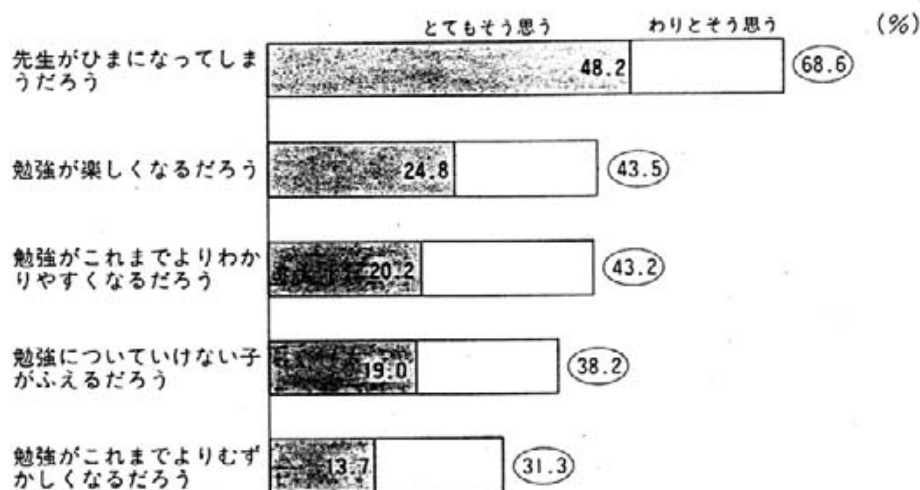
次に、視点を学校の授業から自宅学習に移すことにしよう。

図15は、各自の家に学習用マイコンが設置されたときのことをたずねた結果である。

これによれば、「とても・わりとそう思う」の回答率が最も高い項目は、「わざわざじゅくに行かなくても家で自分に合った勉強ができるようになる」というもので47%に達する。図9でも塾の先生がテレビで授業をしたり問題集を家に送ってくれると便利だ、とする回答が多かったことと合わせて考えると、勉強することはともかく、「塾に行く」という行動にかなり負担を感じている子どもが少なくない、という推察ができる。

この他の2項目は、勉強量が増えて遊ぶ時間が減る、勉強量が減って遊ぶ時間が増える、という対立した現象に関する予想をたずねたものである。回答結果はほぼ拮抗しており、

図13 学校の授業へのマイコン導入の影響



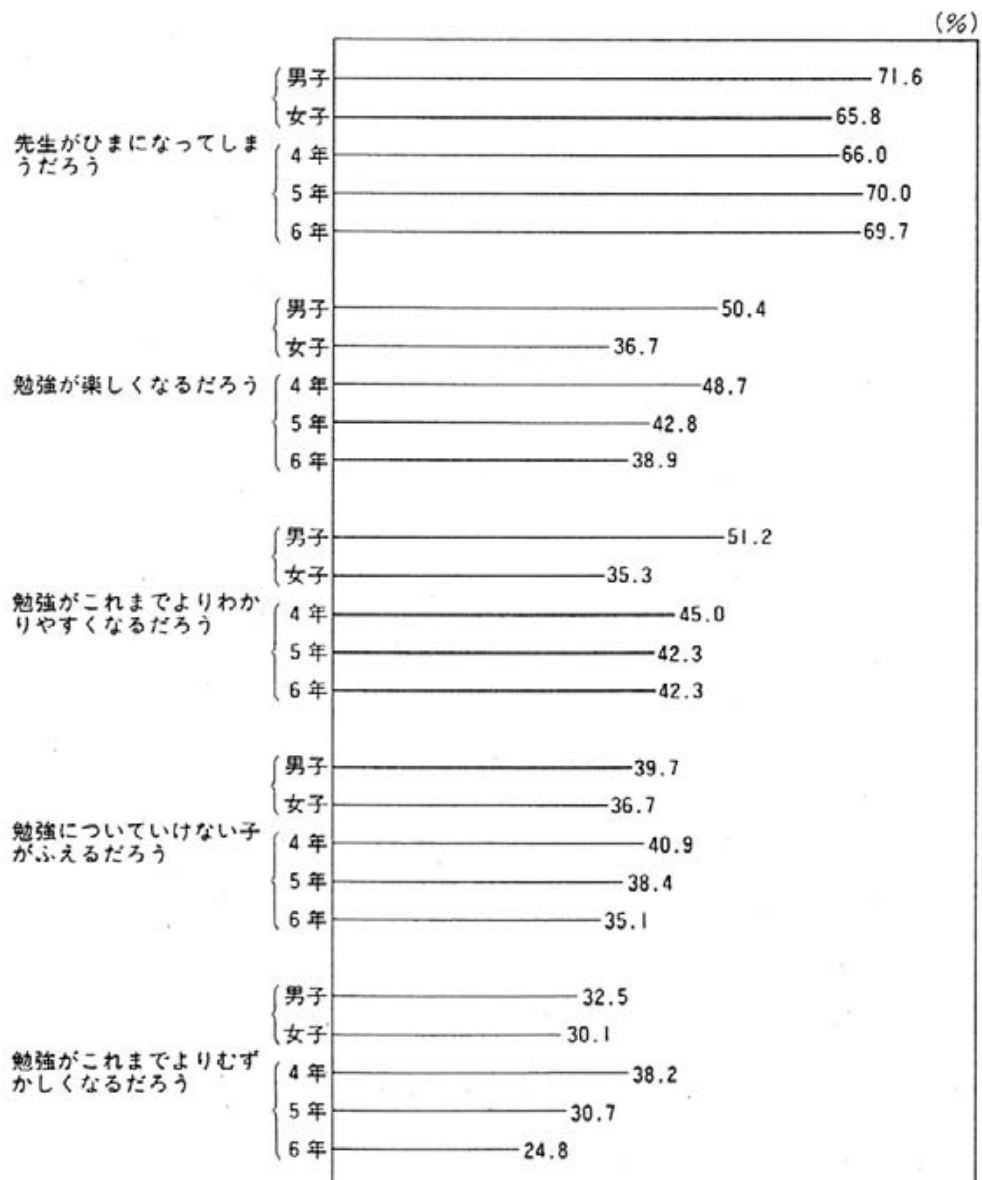
*数字は、棒グラフ内が「とてもそう思う」の回答率、○印内が「とてもそう思う」と「わりとそう思う」の回答率の合計。

自宅学習へのマイコン導入が遊び時間に与える影響については、子どもの意識からみる限り判定しがたい、ということになる。

以上の回答結果を性別、学年別にみたものが図16である。

これによると、女子よりは男子、高学年よりは低学年のほうが、自宅学習へのマイコン導入の影響を認める子どもがやや多くなっている。

図14 学校の授業へのマイコン導入の影響——性別、学年別——



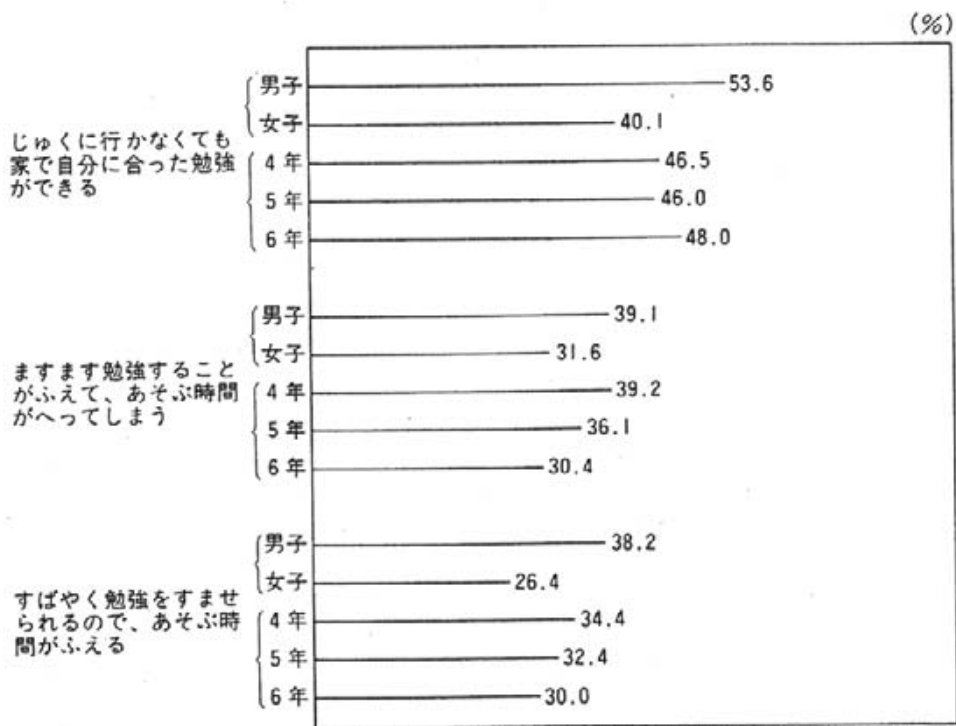
※「とてもそう思う」と「わりとそう思う」の回答率の合計。

図15 自宅学習へのマイコンの導入の影響



※数字は、棒グラフ内が「とてもそう思う」の回答率、○印内が「とてもそう思う」と「わりとそう思う」の回答率の合計。

図16 自宅学習へのマイコン導入の影響——性別、学年別——



※「とてもそう思う」と「わりとそう思う」の回答率の合計。

//// 将来生きていくために大切な技術 ////

ニューメディアの普及をはじめ、さまざまな形態で情報化が進展していると考えられる将来の社会においては、どのような技術を有していることが生きていくために必要となってくるのだろうか。図17は、そのようなことを子どもたちに質問し、「ぜったい大切」の回答率をグラフにしたものである。

上位に位置している項目をあげると、「漢字を正しく書ける」75%、「えんぴつでじょうずに字が書ける」59%、「暗算で正しく計算できる」59%、「手紙でじょうずな文を書ける」58%などである。これらはいずれも、書く、計算する、といった国語や算数における基礎技術の能力であり、子どもたちが教科学習におけるそれらの基礎技術修得の重要性を非常によく認識していることの表れといえよう。ただし、同じ計算でもそろばん、電卓といった道具を用いた計算の技術が軽視されていることは注目に値する。

その他の項目では、たとえば「外国人と英語で話し合いができる」が55%の回答率を得て5位に位置していることが注目される。国際化が一層進展するとみられる将来社会に生きていく、現代の子どもたちにふさわしい回答結果といえよう。また、「パソコン（マイコン）をうまく使える」は25%で下位に甘んじている。日常生活へのコンピュータの浸透

が進むといわれ、図4に表れたようにすでに使用体験をもつ子どもが多いわりには、低い回答結果ではなかろうか。

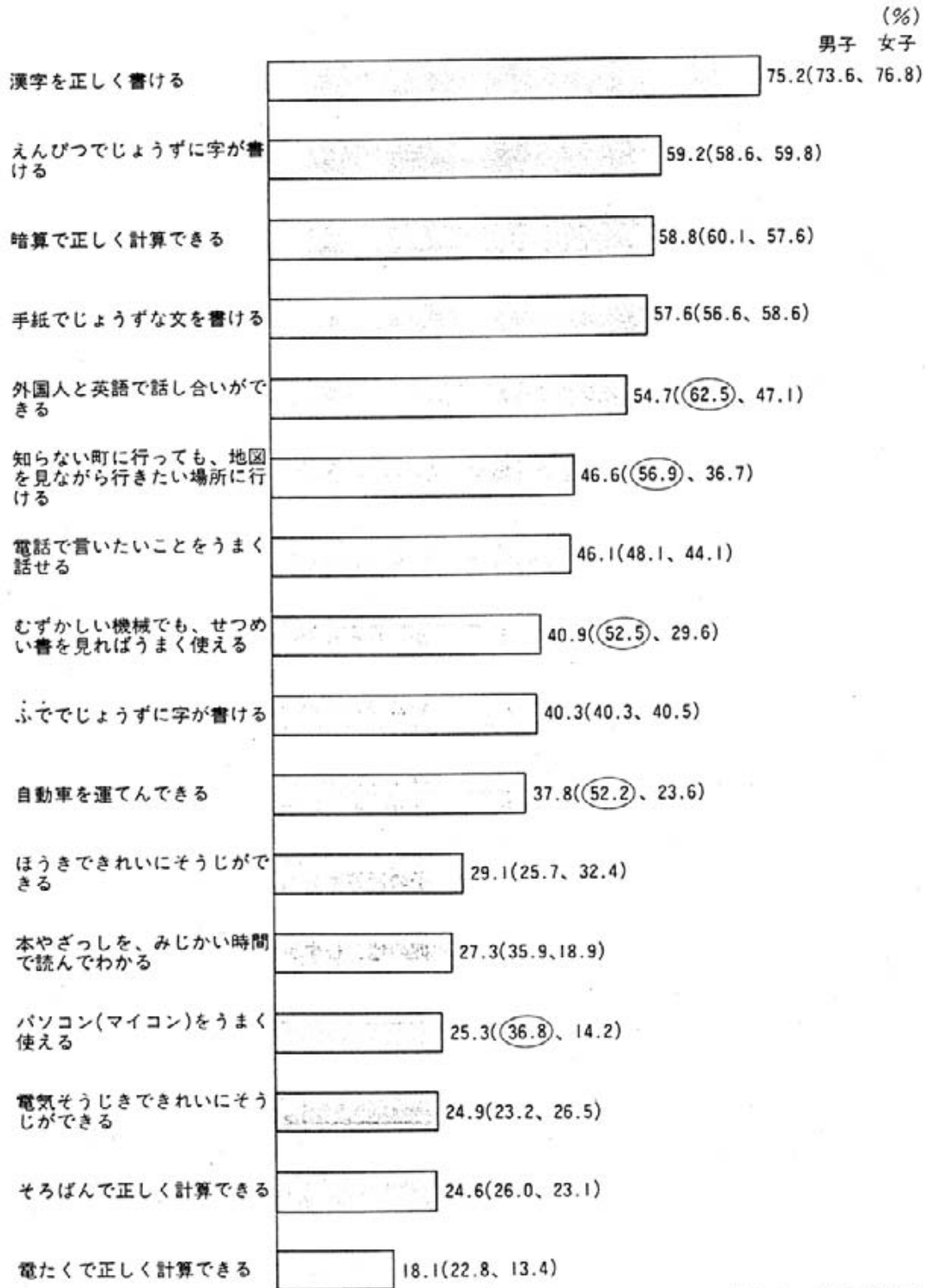
ところで、この質問のねらいの1つは、伝統的な道具と新しい道具の使用技術の大切さに対する、子どもたちの比較認識を知ることである。その結果は以下のとおりである。

- じょうずに字が書けること
「筆で」40% ↔ 「鉛筆で」59%
- 正しく計算できること
「そろばんで」25% ↔ 「電卓で」18%
- きれいに掃除ができること
「ほうきで」29% ↔ 「電気掃除機で」25%

つまり、筆記具は鉛筆、計算の道具はそろばん、掃除の道具ではわずかの差でほうき、がそれぞれ大切な道具として認識されており、新旧どちらの道具がより大切とみられているかについての一般的傾向は見いだせない。

最後に、以上に述べた図17の結果を性別にみると、多くの項目において、男子のほうが「ぜったい大切」の回答率が高い。とくに20%以上の大差があるものについては、図中男子の回答率を○で囲ってあるが、英語による外国人との会話、地図による未知の町の把握の他、むずかしい機械・自動車・マイコンというメカを使いこなすこと、などである。

図17 将来生きていくために大切な技術



※「ぜったい大切」の回答率。

まとめに代えて

——高度情報化社会への警告——

*

2年半ほど前、本シリーズで「メカ」というテーマのもとに調査を行ったことがある。(モノグラフ小学生ナウ vol. 3-11) 当時はゲームウォッチの全盛期であり、メカの保有状況に関する質問結果でも、ゲームウォッチはなんと82%の保有率、それに対しテレビゲームは14%にすぎなかった。

それが今では完全にテレビゲームが玩具市場を支配し、今回の調査結果でも、持っている子どもの割合は7割に迫る勢いである。ゲームウォッチに比べて高度化、複雑化したテレビゲームはさすがにおもしろらしく、子どもたちの間では人気絶頂である。毎日使用する子どもが4割いることが、それを証明している。

ニューメディアの普及によって、子どもたちの生活にも変化が生まれ、これから先もそうした傾向は持続していこう。しかし、成績が下位の子どもほどテレビゲームに熱中していることが示すように、それが現実の社会か

ら逃避する場となっている可能性も強い。また、目の疲れ、交友関係の希薄化、運動不足、寝不足など、精神・肉体系への弊害をもたらす恐れも、熱中の度合いによっては生じてくる。したがって、いくら子どもたちがテレビゲームで楽しく遊んでいるとしても、これらの危機を消し去ることはできまい。

しかも、かつてのゲームウォッチが衰退したように、テレビゲームブームが去る時もあるであろうし、企業のコマーシャルイズムは、ニューメディアなどを利用したさらに魅力的な遊び道具を必ず生み出すであろう。そして、その新しい遊び道具が、子どもの健全な成長にとって安全なものである、という保証はどこにもない。

このように考えてみると、子どもに乞われるままに遊び道具を買い与えるような親の態度を見直さなければなるまい。教育的配慮に基づいて毅然たる態度で子どもの遊び道具を選択するとともに、子ども自身の手で楽しい

遊びを創造しうるような刺激なり、環境設定なりを、真剣に検討すべきであろう。子どもの成長に責任をもち、見守ってゆくことができるのは、親自身なのであるから……。

以上が、本レポートのまとめとして指摘したい第1の点である。次に、第2点として以下のことにも触れておきたい。

いわゆるニューメディアというのは、あくまでも産業界における新しい事業機会の拡大、あるいは生産や販売の効率化などを実現するために、開発・普及が推進されているきらいが強い。したがって、それらのメディアが日常生活に浸透したとき、人びとの生活、とくに子どもの生活にどのような影響が及ぼされるかについては、今のところあまり事前の評価が行われていない。子どもの対人接触の仕方はどうなるのか、塾や教育産業が利用することによって勉強の量や質はどう変わるのか、そして外遊びがさらに減少する心配はないか、などニューメディアの本格的な普及に備えて

チェックしておかなければならない問題は数多く残されている。

子どもにとって生活の変化は、即成長への重大な影響となって表れる。それだけに、先に述べたテレビゲームなどの新しい遊び道具にとどまらず、あらゆるたぐいのニューメディアの発達や普及には、子どもの健全な成長を願う立場から、そうしたメディアの普及に伴う影響を検討しておく態度が必要であろう。

* * * * *

以上に指摘した2点において、ニューメディアやそれらを利用した新しい遊び道具に対する批判的なニュアンスばかりが強くなってしまったように見えるが、けっしてそうではない。ニューメディアは両刃の剣である。ニューメディアやコンピュータの発達によって形成されるいわゆる“高度情報化社会”を、子どもたちのハッピーライフと健全な成長の約束できる社会にすることが、おとなたちに課せられた大きな課題であろう。

※おことわり：本文中に使用した写真は本文・テーマとはいっさい関係ありません。