

●モノグラフ

小学生ナウ

Vol. 12・1

テレビ

目 次

子どもにとってのテレビの持つ意味	3
〔調査レポート〕子どもたちのテレビ視聴	
要約	8
はじめに	12
1. テレビのマルチ・メディア化状況	
●家にあるメカ	13
●テレビのマルチ・メディア利用	15
2. マルチ・メディア状況の中でのテレビとのつき合い	
●マルチ・メディア利用の進んでいる家庭	18
●視聴時間と見ている番組	22
●テレビへのコミット	27
3. マルチ・メディア環境のもたらすもの	
●友だちとしていること	29
●家族とのテレビ、ビデオ視聴	31
●視聴態度	33
●テレビを見るきまり	37
まとめに代えて	39
〔事例研究〕短時間視聴児と長時間視聴児	
はじめに	42
1. 調査の概要	43
2. クラスの概要	43
3. テレビをよく見る時間帯・1人で見る時間帯	44
4. 人気テレビ番組	49
5. マルチ・メディア化	51
6. テレビ視聴の時間	52
7. テレビ視聴時間とライフスタイル	54
まとめに代えて	60
〔対談〕子どもにとってのテレビ……小平さち子 VS 深谷昌志	
・文献紹介「海外における“子どもとテレビ”」	71
資料1 調査票見本（調査レポート）	77
資料2 学年・性別集計表（調査レポート）	85

*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。

「小学生ナウ」Vol. 12を迎えて

これまで（Vol. 12まで）、131号の「小学生ナウ」の調査票の作成・分析・執筆を行ってきました。これほど長い期間、「小学生ナウ」を発表できたのは、福武書店関係者のご協力はもちろんのこと、調査に参加してくれた先生方や子どもたち、そして「小学生ナウ」を読んでいただき、さまざまな形でご支援くださったたくさんの方たちのお陰だと思います。この機会をお借りして心から感謝申し上げます。

Vol. 12を迎え、これまでスケジュールに追われがちであったことを反省し、思いきって1年間の発刊を6冊とし、そのかわりに各号の内容の充実を図ることにしました。そして、気軽に読み、また、資料として保存いただけるような「小学生ナウ」を作りたいと願っています。本号の感想を教育研究所までお寄せいただければ幸いです。

1992年5月

深谷昌志・深谷和子
小学生ナウ同人一同

子どもにとっての テレビの持つ意味

静岡大学教授

深谷昌志

高嶺の花としてのテレビ

「テレビ」というと、はじめてテレビと身近に接した瞬間のことを思いおこす。

昭和31年の暮れ、家庭教師をしている家に顔を出すと、茶の間にテレビが鎮座していた。夕方の6時少し前だと思うが、画面に小鳥がはばたく映像がうつり、その後、時計がうつって時刻を知らせた。四角い画面の向こうに、玉手箱が入っていて、どんどんいろいろなものをうつす。

その日は息をできずに、ブラウン管をみつめる感じで、アルバイトの子どもとテレビを見続け、勉強にならなかった。

もちろん、それまでも街角に立ちどまって、テレビを見たことはあった。しかし、それは町の中にあるもので、家庭と無縁だった。ところが、アルバイトの家庭に、突然、テレビさまが侵入してきたのである。家庭という人間的で暖かい場所に、メカニックで近代的な上に魅力的な情報マシンがわりこんできた感じで、違和感を味わった。

調べてみると、その頃のテレビは70万円で、現代の貨幣価値に換算すれば、1千万円を超えるぜいたく品だった。もちろん、その頃テレビのあるのはほんのひと握りの豊かな家庭

に限られ、庶民には手の届かない高嶺の花であった。

アルバイトの家の奥さんから「先生、好きな番組をごらんになってください」といわれても、どうしたらよいかわからない。なにしろ、チャンネルのつまみがどうなっているのかわからないので、どれくらい力を入れてひねったらよいかに悩んだ。そして、おそるおそるチャンネルに手をつけたのは、それから3か月後だったよう憶えている。

アルバイトの家庭には週に2回行くことになっていたが、テレビを見るのが、なんとも楽しみになった。食事をとりながら、ホームドラマや外国のドラマが見える。30年以上たった現在でも、「名犬リンチンチン」などのストーリーを憶えていることでも、テレビが強い印象を与えたことがわかる。

チャンネル権の時代

子どもたちにテレビがなじみ深い存在となったのは昭和37年前後といわれる。昭和37年3月にテレビの受信契約台数が1千万世帯に達した。テレビの普及率がおよそ5割を超えたのである。

昭和30年代前半に「テレビ・ジブシー」という用語が流行した。テレビの普及がそれは

ど一般的でなかったので、夕方の子ども番組のある時間帯に、テレビのある家庭に行ってテレビを見せてもらう。といっても、同じ家庭ばかり行けないので、あちらこちらと、見せてくれそうな家庭を探す。それが、ジブシーという言葉の由来である。

しかし、ジブシー世代は昭和33年くらいから36年くらいまでの数年間で、37年以降、子どもたちは自分の家庭でテレビを見るようになった。

昭和38年には、日本製初めてのアニメ「鉄腕アトム」の放映が始まったのに加え、その年には「鉄人28号」や「おかあさんといっしょ」、「ロンパールーム」などの幼児・子ども向けの魅力的な番組がスタートしている。

そうした意味では、昭和38年くらいから、家庭の中でテレビを見ながら育つ子どもが誕生することになる。考えてみると、その翌年、東京オリンピックが開催され、日本が急速に豊かな情報化社会への道を歩み始めるのだが、その前後に生まれた子どもたちは、すでに20代後半に入っている。したがって、小学生の頃、ジブシーを体験した世代は40代前後に達している。

こう見えてくると、テレビとのかかわりといっても、それぞれの世代に応じて、テレビの持つ意味が異なっているのがわかる。そして、生まれたときに家庭にテレビがあり、テレビを子守り唄代わりに育った「テレビの純粋培養世代」は20代後半に達しているのはすでにふれた通りである。

その頃、「チャンネル権争い」があった。一家にテレビが1台しかない。しかも同じ時間帯に見たい番組がいくつかあるので、父親の好みを優先させるのか、それとも子どもの見たいものを見せるのかが重要になるが、前者だと家父長的だし、後者だと過保護になる。

それだけに、チャンネル権のゆくえが大事になるが、その頃、テレビが家庭のだんらんを奪うという指摘もさかんだった。テレビに気をとられ、夕食のときもブラウン管をみつ

めながら箸を口へ運ぶだけ。それでは、家族の絆が失われる。だから、食事のときはテレビを消したらどうかというのが、その頃のテレビをめぐる論議の中心だった。

現代のテレビ

現代に視点を移そう。考えてみると、テレビといっても、テレビそのものが変わってきている。かつての白黒にかわってカラーテレビは現在ではむしろあたり前になっているが、それだけでなく、もっと大きな変化が認められる。それを要約すると、以下の通りとなる。

	かつてのテレビ	現在のテレビ
台数	1台	何台も
リモコン	なし	あり
衛星放送 (ケーブルテレビ)	なし	あり
留守録機能	なし	あり
ビデオ機能	なし	あり
テレビゲーム	なし	あり

テレビとは生のまま（リアル・タイム）の番組をみんなで見るものだったのに、現在のテレビはパーソナル化し、見たいものを見たい人が見れるようになった。それも、生の形でなく、留守録を使って、時間をずらして見ることもできるし、さらに、ビデオ機能を活用すると、テレビ以外の映像をうつすことも可能になるし、それに、テレビゲームの機能が加わる。

そうなると、マルチ・メディアといっても、子どもにとってのテレビは、多機能の備えたなんとも魅力的な玩具が身近にある感じになる。そうだとすれば、魅力的なテレビにおぼれこんでしまうほうが子どもらしいといえるのかもしれない。

したがって、おとなたちにしたところで、「仮に子どもへ戻ることがあったら、テレビづけになってしまうのではないか。」

なにしろ魅力的なので、つい見すぎてしまう。それが、子どもにとってのテレビの本質であろう。といっても、そのままだと、子どもがテレビに埋没してしまうこと、困ったことに、

リモコン機能などがあるので、体をまったく動かさなくとも、何時間でもテレビを楽しめる。それも、おもしろおかしいことが次々と画面に出てくるので、ついテレビを見すぎてしまう。

テレビが魅力的なことは、テレビの罪ではない。仕事に疲れた男性が明日の英気を養うために娯楽のテレビを見る。あるいは、体の不自由な高齢者が旅のテレビ番組で昔訪ねた土地を思いおこす。さらに、育児に疲れた母親が芸能レポートの報告に気晴らしをするなどは、テレビの利用方法として十分に理解できる。

しかし、正直なところ、人生のさまざまな段階の中で、テレビのもっともいらない年代が子どもたちのように思う。子どもの間は元気に外に出て遊び、学校でしっかり勉強していればよいので、テレビはそれほど必要がないのではないか。

だからといって、子どもに「ノウ・テレビ・デイ」をすすめるつもりはないが、テレビが十分に魅力的なことをふまえた上で、それとの接し方が大事になろう。

テレビの他にも、マンガやラジカセなど、子どものまわりにはさまざまな魅力的な玩具がある。

それだけに、テレビとの接し方をマスターできれば、魅力的なものの誘惑に負けることなく、自主的に魅力あるものと節度のあるつき合い方ができるようになる。

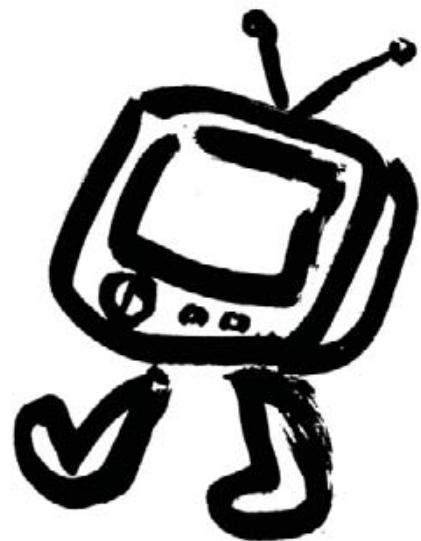
そう考えてくると、テレビとの接し方をいかに身につけていくかが、子どもの人間形成に大きな意味を持ってくるのがわかる。そのさい、おとなが外からルールを作るのでなく、子ども自身が自分の力で見たい番組を選んで見れる力を育てたいのである。

具体的には、いろいろな方法が考えられる。一日に見る番組数を決める。あるいは、視聴の長さを決める。あるいは視聴の長さに関係なく、あらかじめ見る番組を決め、それ以外は見ないようにするなどが、その一例となる。そして、テレビノートでも作り、番組数や長さを決める場合、曜日によって貸し借りを認める形をとるのもひとつ的方法となる。それと同時に、日記のかわりに、見たテレビの印象を簡単にメモをとる習慣をつけるのも望ましいと思われる。

いずれにせよ、それぞれの形で、テレビの見方を身につける教育が必要なのではないか。放っておくにしては、テレビは子どもにとって、あまりに魅力がありすぎるからである。

[調査レポート]

子どもたちのテレビ視聴



調査レポート 子どもたちのテレビ視聴 要 約

静岡大学教授 深谷 昌志

船橋市立葉円台小学校教諭 新井 誠（調査レポート執筆）

千葉市立都賀小学校教諭 広森 滋（事例研究執筆）

千代田区立麹町小学校教諭 島田美佐江

練馬区立大泉第六小学校教諭 鶴巻 景子

1. 進むテレビのパーソナル化

37%の家にはテレビが3台以上あり、43%の子は子ども用のテレビを持っている。
(図1、図2)



2. マルチ・メディア利用

マルチ・メディア利用として多いのは、テレビゲーム、ビデオの録画・再生であり、テレビのパーソナル化している子ほど、その割合は高い。(図3～図5)

3. マルチ・メディア化が進む家庭

マルチ・メディア化が進む家庭は2割で、家にあるメカや子ども専用のメカが多く、子どものマルチ・メディア利用の割合も高い。
(資料1、図6～図8)



4. テレビ視聴時間と見ている番組

子ども自身の思っている視聴時間よりも実際の視聴時間が長く、アニメやお笑いなどの娯楽番組を見ている。そして、この傾向は、マルチ・メディア化している家庭の子ほど強い。(図9～図13)

5. テレビへのコミット

テレビが好きだが、テレビに対してはクールな態度をとり、それほどコミットしない。マルチ・メディア化している家庭の子は、テレビへのコミットが強い。(図14～図17)



調査レポート／子どもたちのテレビ視聴

要 約

6. 友だちや家族との結びつき

マルチ・メディア化している家庭の子は、テレビなどを友だちと話題にし、テレビを通しての家族との接触も多い。

(図18～図21)



7. 視聴態度



マルチ・メディア化している家庭の子ほど、スナック菓子を食べながらテレビを見たり、テレビ視聴のけじめがなかつたりと、視聴態度の乱れが大きい。(図22～図23)

●調査概要

1. 調査主題 子どもたちのテレビ視聴

2. 調査視点 テレビのパーソナル化が進み、今やテレビは多様で強力な情報メディアとなってきた。情報化社会の進展の中で、子

どもたちはどのようにテレビと接し、どんな影響を受けているのかを探っていきたい。

3. 調査項目 テレビ視聴時間、テレビのマルチ・メディア利用、メカ所有、見ている番組、視聴態度、テレビに対する気持ち、テレビを見るきまり、など。

8. テレビ視聴のがまん

テレビ視聴のがまんが不足し、もっとテレビを見たいし、見てもよいと思っている子はマルチ・メディア化の進む家庭の子のほうが多い。(図24～図29)



9. テレビ視聴のきまり

テレビ視聴のきまりが甘く、特に、マルチ・メディア化の進む家庭にそれがいえる。(図30～図31)

- 4. 調査時期 1991年10月～11月
- 5. 調査対象 東京、神奈川、埼玉の小学
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	229	236	465
5 年	326	276	602
6 年	317	315	632
計	872	827	1,699

■ はじめに

40年ほど前に生まれたテレビの持つ意味が、最近、急速に変わってきている。昭和30年代には貴重品で、自分の家にあるというだけで自慢できたテレビが、今や一家に1台どころか、何台もあるのがふつうとなり、テレビのパーソナル化が進んでいる。映像の送り手も衛星放送時代となり、多様、大量の情報を視聴者に向けて届けてくる。時計がわり、退屈しのぎ、そしてナイターのためだけのテレビではすませていられなくなってきた。

また、テレビを、見るテレビとして利用するだけでなく、自分の都合に合わせてパーソナルに、様々な形で活用することが可能になってきた。それはテレビゲーム、ビデオディッキ、レーザーディスクの出現と普及によるものである。

今やテレビは、身近になって、多様な目的に利用できる、とても便利で強力な情報メディアとなってきた。

このようなテレビを子どもたちはどのように利用し、どんなつき合い方をし、どんな感情を抱いているのかを明らかにし、マルチ・メディア時代のテレビとのつき合い方を探っていきたい。

1. テレビのマルチ・メディア化状況



● 家にあるメカ)))

マルチ・メディア時代といわれるが、はじめに、テレビを筆頭に、情報メディアとしてのメカが、家にどのくらいあるのかをながめてみよう。図1は、メカの有無と数を尋ねたものである。

やはり一番普及しているのがテレビで、8割の家庭に複数のテレビがあり、しかも3台以上という、テレビがパーソナル化していると思われる家庭が37%と3分の1を超える。テレビに続き、ラジカセ、テレビゲームも3分の1以上の家庭が2台以上持ち、ビデオデッキとともに、所有家庭は8割~9割に達する。一方、BSアンテナ、レーザーディスクの普及率は、現在は1割~2割と低いものの、テレビゲームやビデオデッキ、CDプレーヤーが数年間であっという間に広まっ

たように、ここ数年で、急速に普及率が高まる気配を感じさせる。

さらに図2で、子ども用のメカがどのくらいあるのか調べてみよう。図が示すように、最も多いのが、テレビゲームで74%、ラジカセ46%、テレビ43%、ウォークマン34%と続く。これらのメカを3分の1以上の子が自分専用、あるいはきょうだい共用で持っていることになる。

これらの数値を見ると、かつてテレビについて論じるとき、必ずと言ってよいほど問題にされてきたチャンネル権の問題は、まったく過去の話となり、今やテレビをどんなふうに使うかという時代に突入し始めたことがよくわかる。

図1 家にあるメカの数

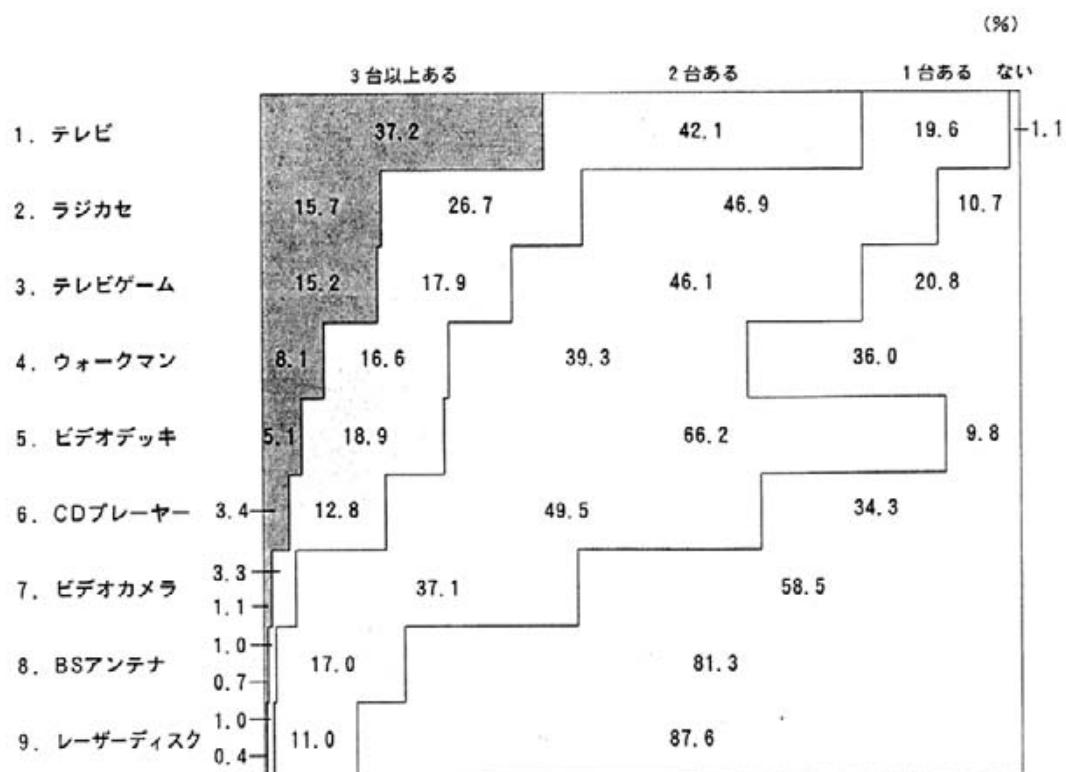
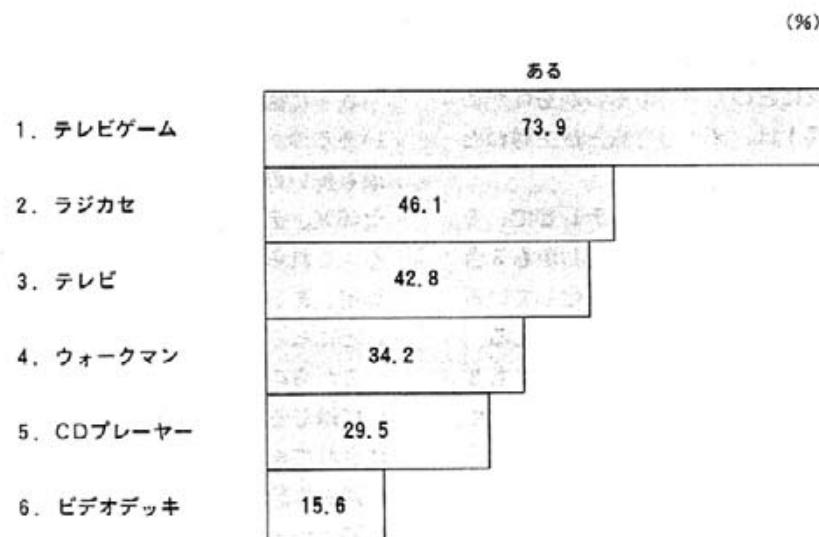


図2 子ども用のメカ



● テレビのマルチ・メディア利用)))

今やテレビ利用をこれまでのようなテレビ視聴という観点だけからとらえるのでは、テレビの持つ意味をとらえるには不十分になってしまった。そこで、実際に、どのように家庭でテレビを利用しているのかを尋ねてみた。図3が示すように、毎日のように利用しているメディアで一番利用頻度が高いのがテレビゲームだが、その数値は15%と低く、毎日のようにマルチ・メディアとしてのテレビ利用をしている家庭は少ないことがわかる。しかし、「週に1、2度くらい見る（使う）」という、毎日とはいえないが、定期的に利用している家庭に目を向けると、4割～5割の家庭で、テレビゲームやビデオの録画・再生をしていることがわかる。そして「たまに」を含めれば、ビデオでは9割、テレビゲーム、レンタルビデオでは3分の2近い家庭が利用しているのである。衛星放送やレーザーディスクの利用は、現状では1割～2割ほどだが、機器の普及とともに、今後どんどん利用が増

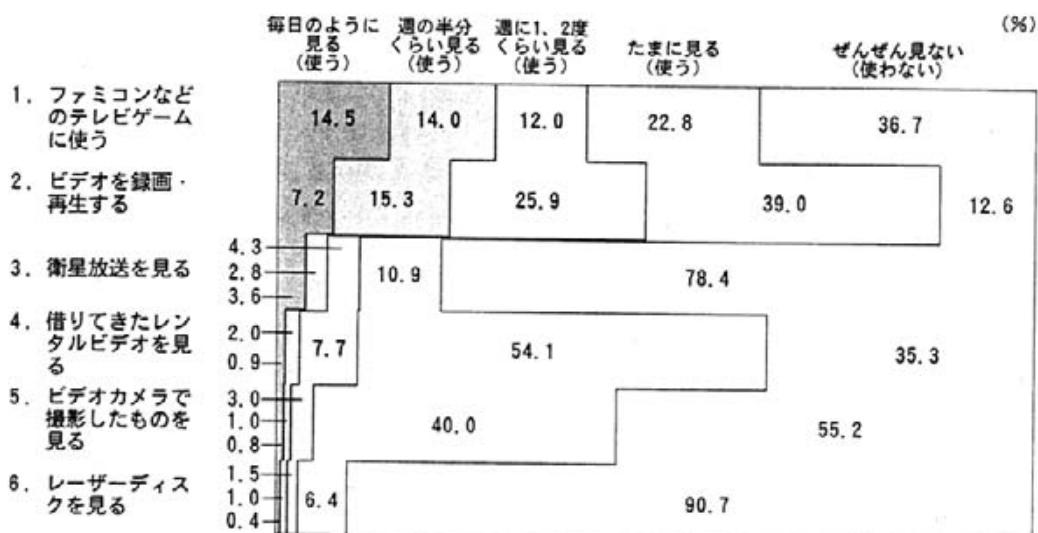
えていくのは間違いないであろう。

では、子どもたちのマルチ・メディアとのふれ合いは、どのくらいあるのだろう。図4を見ると、図3の家の人のテレビ利用と同じような傾向が読み取れる。やはり、テレビゲーム、ビデオの利用頻度が高い。子どもたちのマルチ・メディアとのふれ合いには、家庭環境が大きいようである。ここでは、学習用のコンピュータの利用についても尋ねてみたが、定期的な利用はほとんどされていないよう、「たまに」を含めても、利用は1割ほどだった。

さらに、マルチ・メディア化とテレビのパソコン化との関係を調べてみると、子ども用のテレビを持ち、パソコンな利用をしている子のほうが、定期的にマルチ・メディアとして利用していることが、図5からわかる。

テレビゲームやビデオなど機器の普及の高いものほど利用の差が大きいことから、レンタルビデオ以下のほとんど差が見られない項

図3 家の人のテレビ利用



目も、今後、利用の差が開いてくると思われる。

データを見ると、現在はマルチ・メディアとのふれ合いの大きい家庭は2割ほどだが、今後、機器の普及とともに、急速に増加することが予想される。テレビが急速に普及

した時代にも言われたが、メカの増加とバーソナル化、そして、テレビのマルチ・メディア化が子どもたちの毎日の生活や健康、人間形成にどのような影響を与えていくのか、早急に考えはじめるべきではないだろうか。

図4 子ども自身のテレビ利用

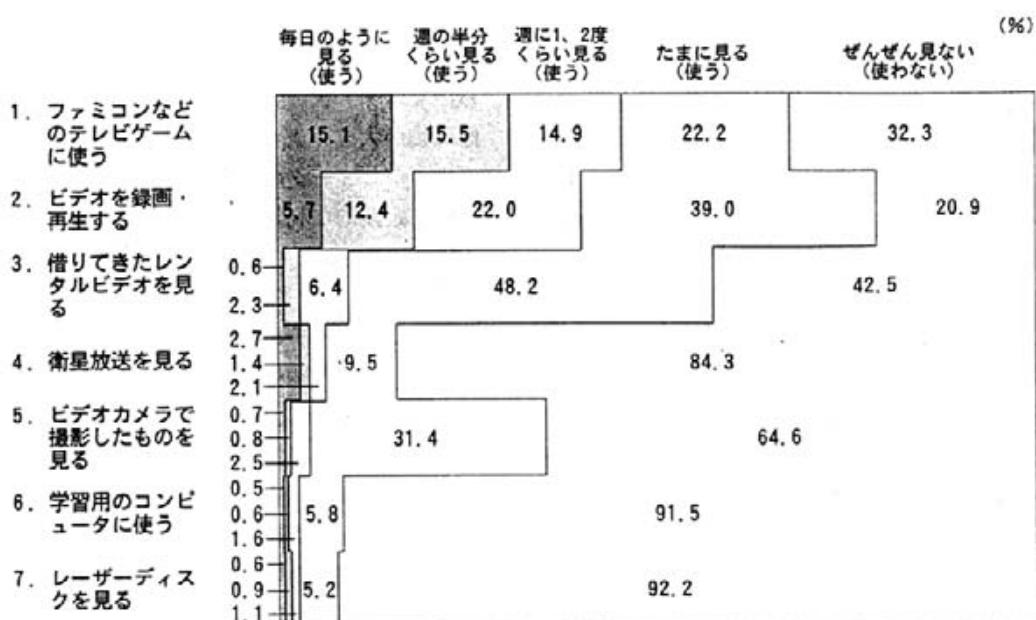
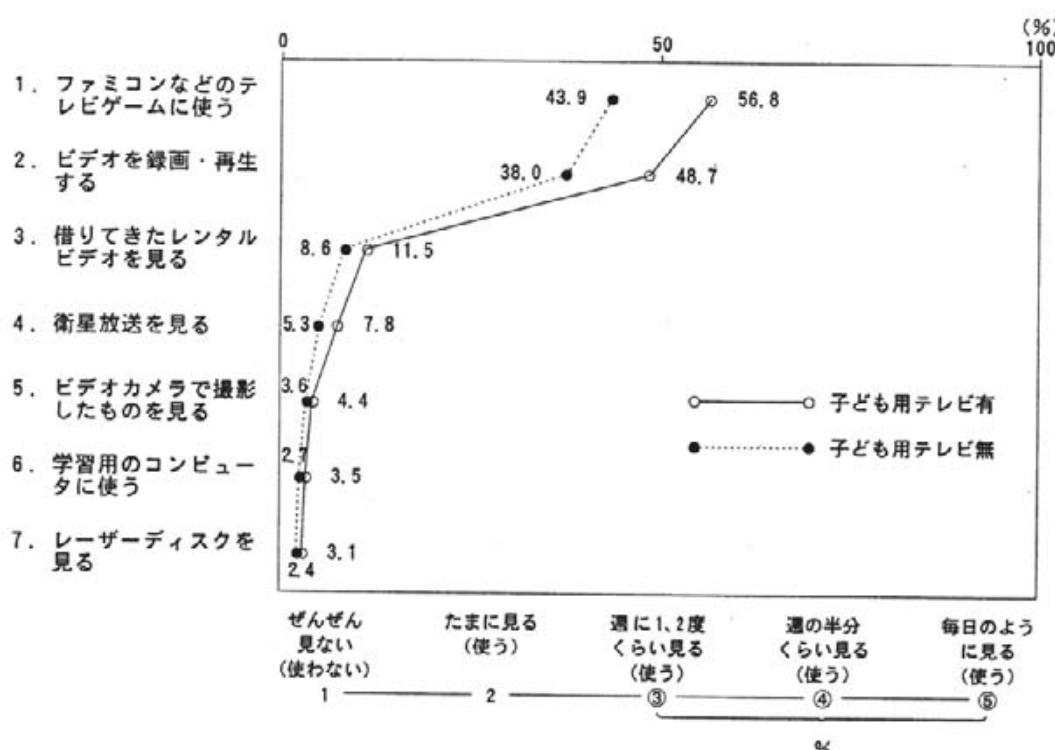


図5 子ども自身のテレビ利用 × 子ども用テレビ



2. マルチ・メディア状況の中での テレビとのつき合い



● マルチ・メディア利用の進んでいる家庭)))

ここでは、今後、さらにテレビのマルチ・メディア化が進むことを考え、現在マルチ・メディアの度合いが大きい家庭とそうでない家庭に分けて、データの考察を進めたい。これから先のマルチ・メディア化時代のテレビとのつき合い方の手がかりを探れればと考えている。

マルチ・メディア化している家庭とそうでない家庭の分類の仕方については、資料1にその方法を説明しておいた。では、データを見ていく。

資料1の方法で分類してみると、テレビのマルチ・メディア化が大きい家庭は2割ほど存在する。まず図6で、家にあるメカから考

察を進めたい。図から明らかなように、当然、マルチ・メディア化が大きい家庭のほうがメカがたくさんある。なかでも、テレビ、テレビゲーム、ビデオデッキが複数あり、パソコン化しているようである。その他では、BSアンテナを持ち、衛星放送を視聴している家庭が多いのが特徴的である。

さらに、図7に目を向けると、子ども専用のメカもマルチ・メディア化の大きい家庭のほうが所有率は高い。特に、テレビゲーム、テレビの差が大きい。

たくさんのメカに囲まれ、親がテレビのマルチ・メディア利用をしていると、当然、子ども自身のマルチ・メディア利用も高まって

くることが、次の図8を見ると明らかである。特に、テレビゲーム、ビデオの利用での差が著しく、5割前後の差が認められる。子ども

自身のマルチ・メディア利用が、その環境と密接に関連することがよくわかる。

資料1 家でのマルチ・メディア化算出の方法

図3で紹介した家の人のテレビ利用の中の4項目について、以下のように点数化し、加算点を算出する。

	ぜんぜん見ない (使わない)	たまに見る (使う)	週に1、2度 くらい見る (使う)	週の半分 くらい見る (使う)	毎日のように 見る (使う)
1. ファミコンなどのテ レビゲームを使う	1点	2点	3点	4点	5点
2. ビデオを録画・再生 する					
3. 衛星放送を見る					
4. 借りてきたレンタル ビデオを見る					

マルチ・メディア化 小さい	マルチ・メディア化 中くらい	マルチ・メディア化 大きい
4~6点	7~10点	11~20点
26.3%	54.7%	19.0%

図6 家にあるメカ × 家庭のマルチ・メディア化

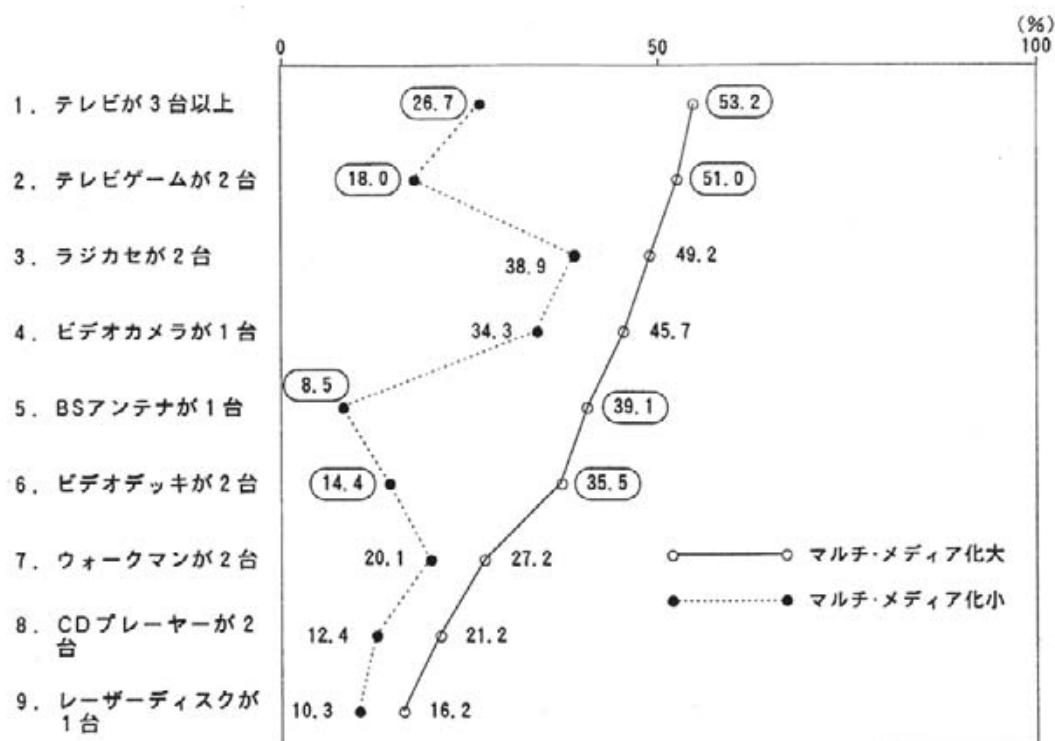


図7 子ども専用のメカ × 家庭のマルチ・メディア化

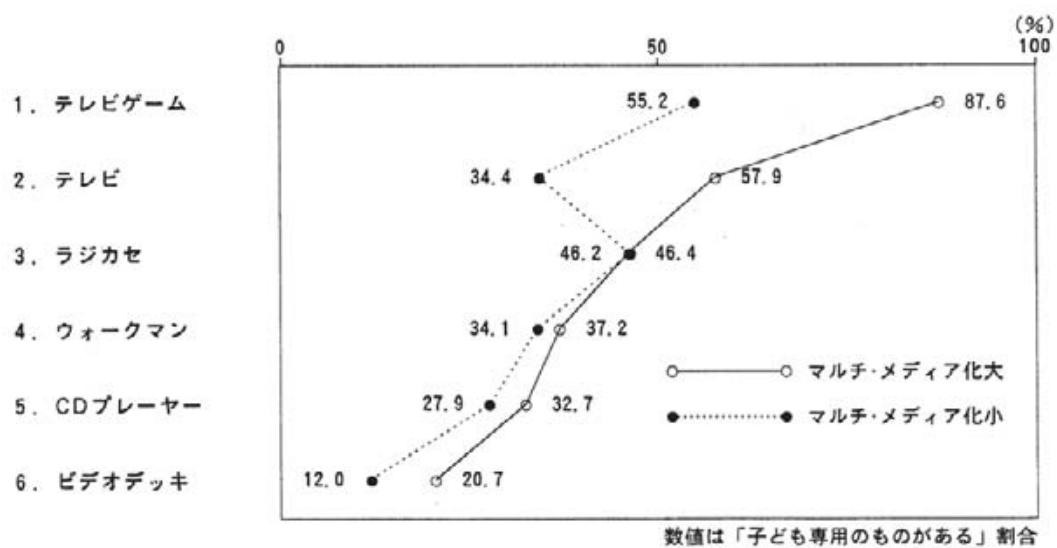
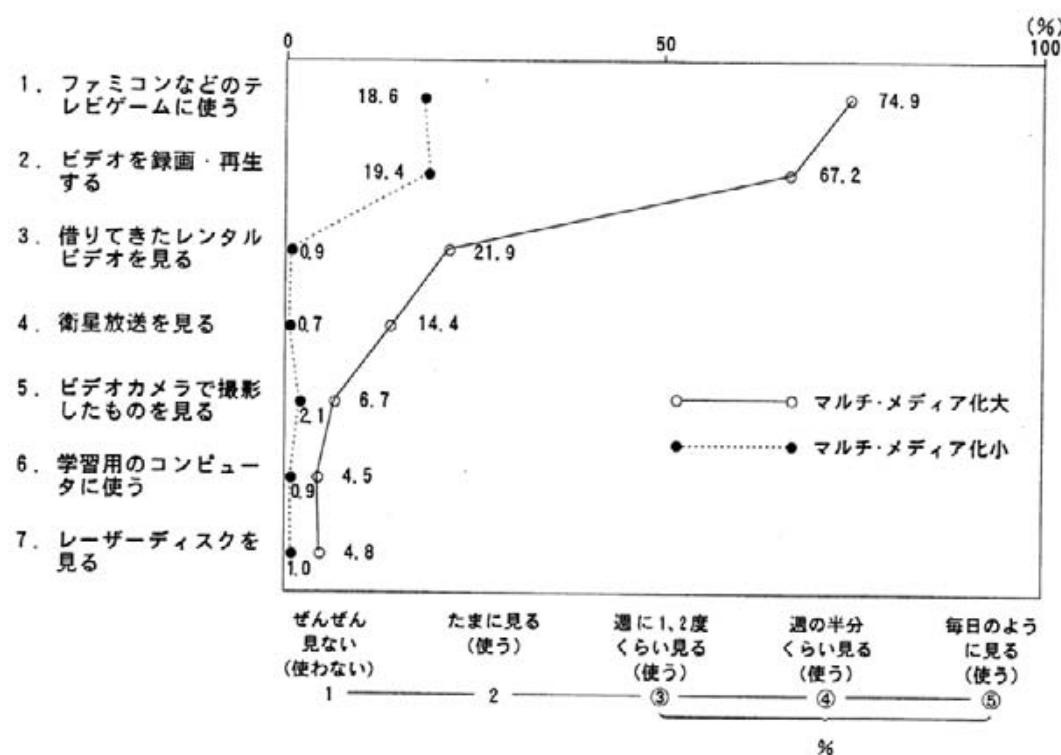


図8 子ども自身のテレビ利用 × 家庭のマルチ・メディア化



● 視聴時間と見ている番組 ())

家庭のマルチ・メディア状況が進み、それとともに、子ども自身のマルチ・メディア利用も増えている中で、子どもたちはどのくらいテレビと接しているのだろう。次の図9は、平日のテレビ視聴時間である。参考までに、10年前の1981年に「小学生ナウ」で調査したデータを紹介してみよう。

ぜんぜん見ていない	0.6%
1時間くらい	6.0%
1時間半くらい	8.6%
2時間くらい	11.3%
2時間半くらい	13.3%
3時間くらい	16.3%
3時間半くらい	11.5%
4時間くらい	13.1%
4時間半くらい	19.3%

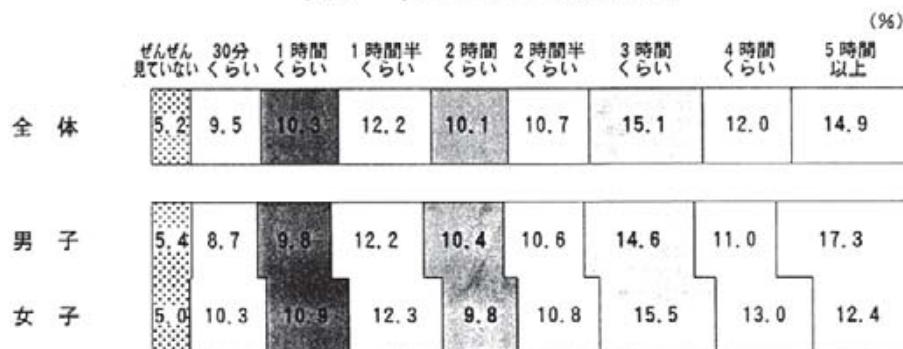
視聴時間は、10年前より増えたのではないかと思っていたが、データを見る限りでは、「3時間以上」が10年前は60%、今がおよそ40%と、逆に長時間視聴は減っている。しか

し、これはテレビ視聴についてだけ尋ねた結果で、今の子はこれにテレビゲームやビデオ利用が入るので、実際にテレビと接している時間は10年前より長いと考えられる。

また、図9の数値は、子どもたち自身がテレビを見ていると思っている視聴時間であって、客観的に測定したものではない。そこで、少しでも客観的なものに近づけるために、登校前と下校後の各時間について、テレビを見ていたかどうか尋ねてみた。それが図10である。

子どもたちがよくテレビを見ている時間帯は、朝の7時半頃(68%)、夜の7時頃(65%)、朝の7時頃(64%)、夜の7時半頃(57%)と続く。朝食や夕食時にテレビを見ることが多いようである。夜10時頃まだテレビを見ている子も4分の1ほどいる。視聴時間について調べてみると、午後5時から午後10時までの5時間にわたって、数値が25%以下になることはなかった。ほぼ同様のことが、朝

図9 平日のテレビ視聴時間



の7時から8時についても言える。つまり、全体の4分の1の子が、土曜日や日曜日でもないふつうの日に6時間あまりもテレビと接していることになる。図9の子どもの思っている視聴時間と比べてみると、図9では、5時間以上テレビを見ていると思っている子は15%ほどであるが、図10で調べてみると、32%の子は5時間はテレビを見ていることになる。つまり子どもたち自身が思っている以上に、子どもたちは長時間テレビと接していることがわかる。

さらに、これがマルチ・メディア化が進んでいる家庭の子どもたちは、テレビ視聴時間そのものも長くなっていることが、図11からわかる。

子ども自身が思っている以上に、子どもたちの視聴時間は長かったが、一体どんな番組を見ているのだろうか。いうまでもなく、テレビは、強力な情報メディアで、見る番組によっては、長時間視聴が一概に悪いとはいえない。どんな番組を見るかによって、テレビ視聴の意味は違ったものになる。

図12に掲げたように、1「ドラゴンボールZ」のようなアニメから、15「そこが知りたい」のようなドキュメンタリーまでの15の

ジャンルについて、「どのくらい見ているか」を尋ねてみた。その結果、「ドラゴンボールZ」のようなアニメや「世にも奇妙な物語」のようなオカルト、そして「志村けんのだいじょうぶだぁ」のようなお笑い番組を見ている割合が高いことがわかる。ドキュメンタリーや時代劇、ニュース番組をいつも見ている子は、それほど多くない。

こうみると、多くの子のテレビ視聴は、娯楽としての意味あいが強いことがわかる。情報メディアとして、テレビが大きく変化している中で、娯楽中心のテレビ視聴というのは、何かもったいないような気がする。子どもたちに対し、テレビはこんなふうに使うととても役に立つということを、もっとピアールしていく必要があるのかもしれない。

次にマルチ・メディア化した家庭の子について目を向けてみよう。彼らは視聴時間が長いだけに他の子より、よくテレビを見ていることがわかる。4「恋愛ドラマ」と12「ニュース番組」以外は、他の子より、よくテレビを見ており、特に、アニメ、お笑い、スポーツ、映画番組での差が大きい。マルチ・メディア化した家庭の子は一層娯楽志向が強いことがうかがえる（図13）。

図10 テレビ視聴時間帯

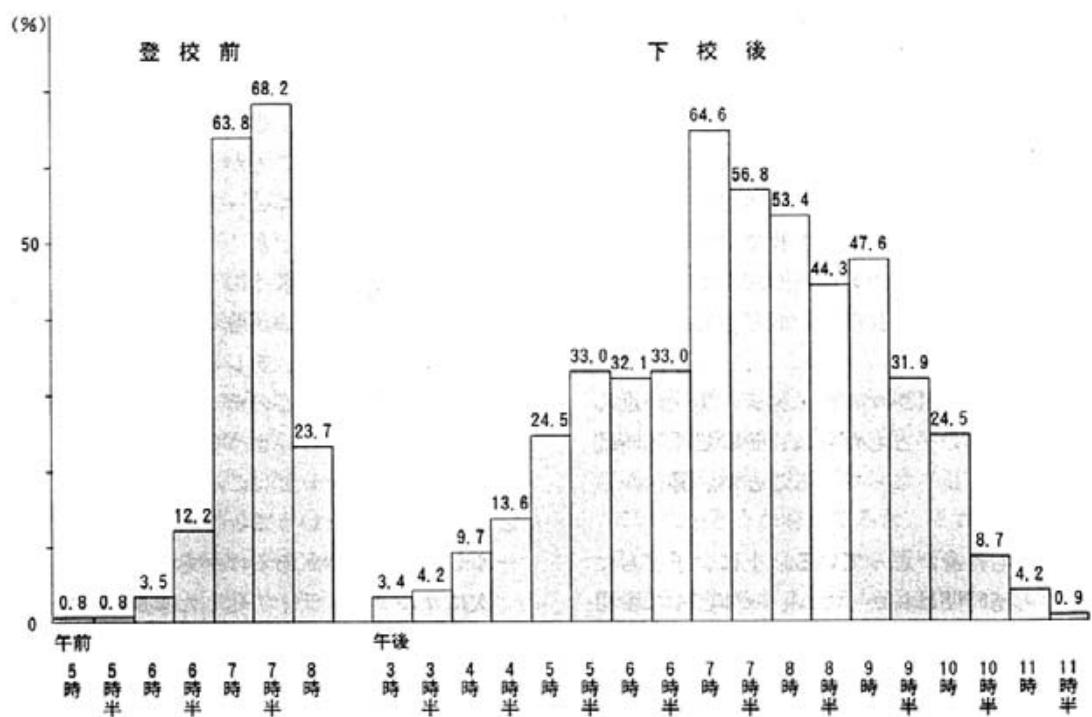


図11 テレビ視聴時間帯 × 家庭のマルチ・メディア化

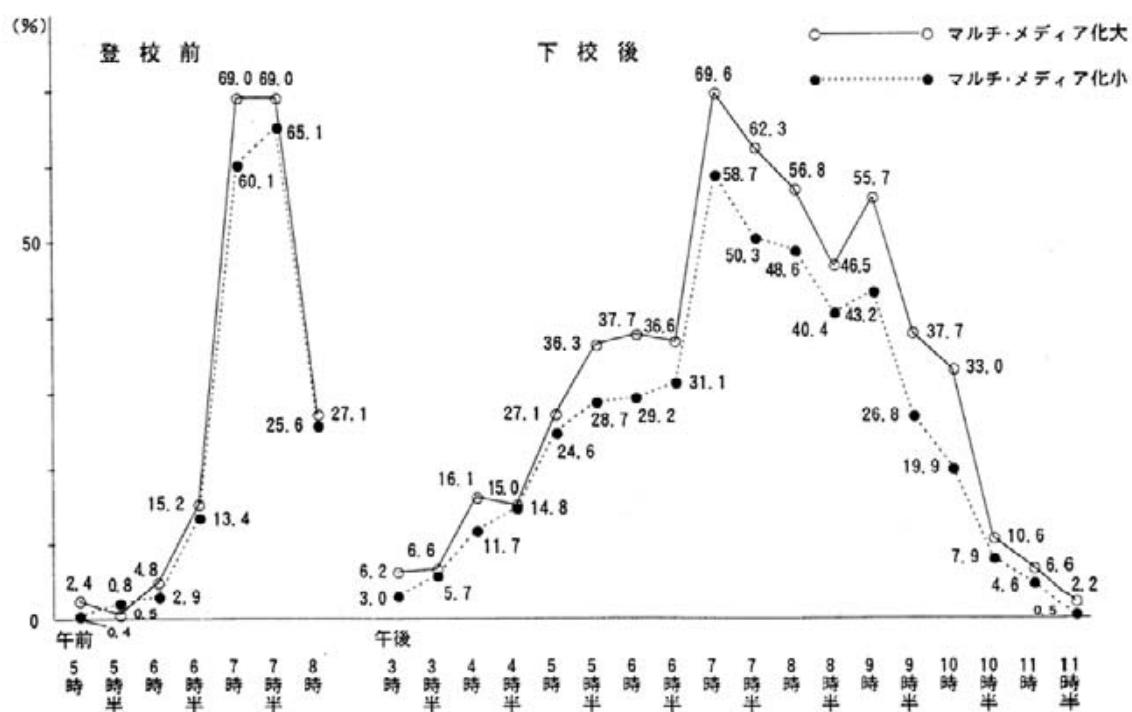


図12 見ている番組

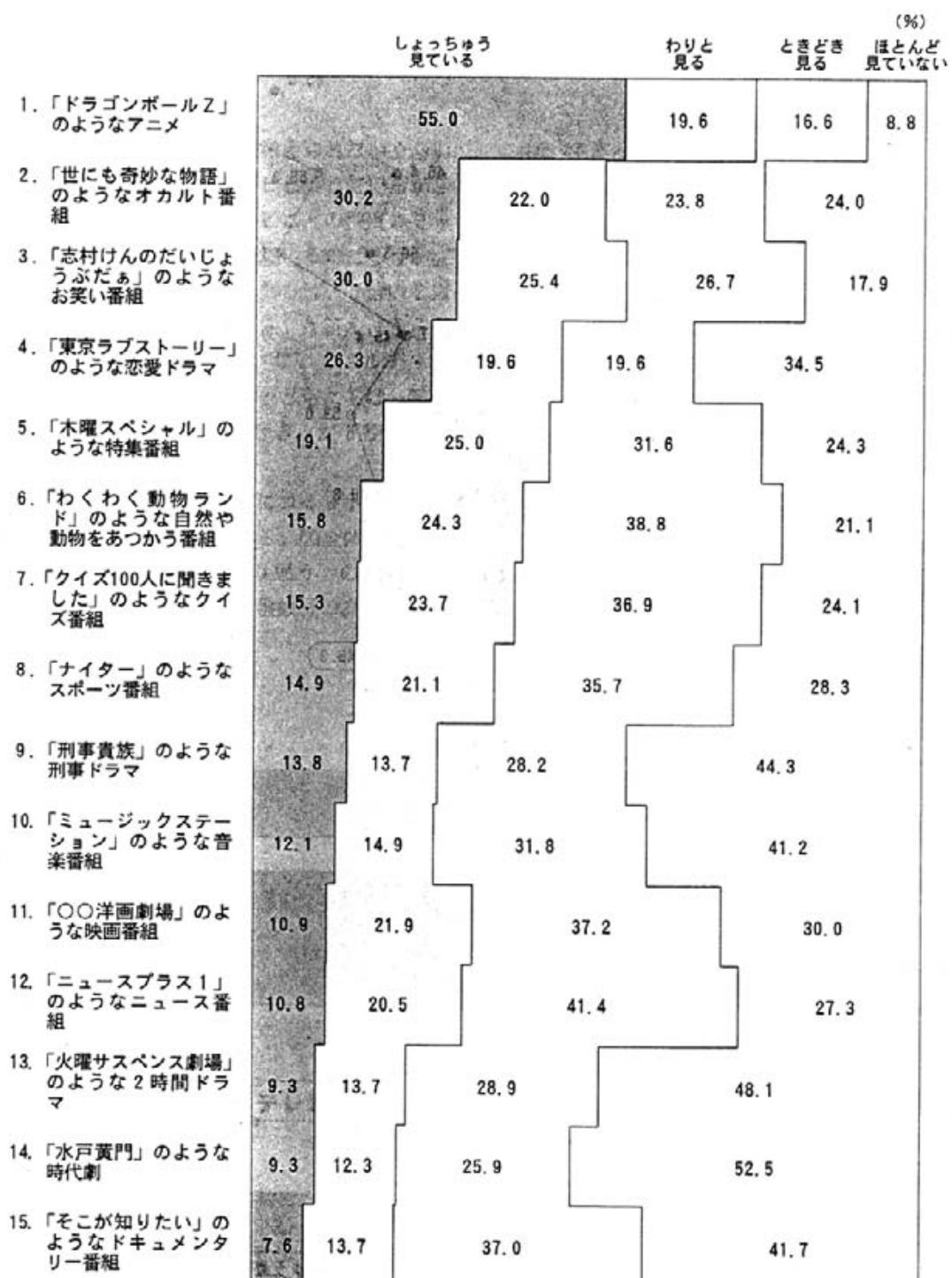
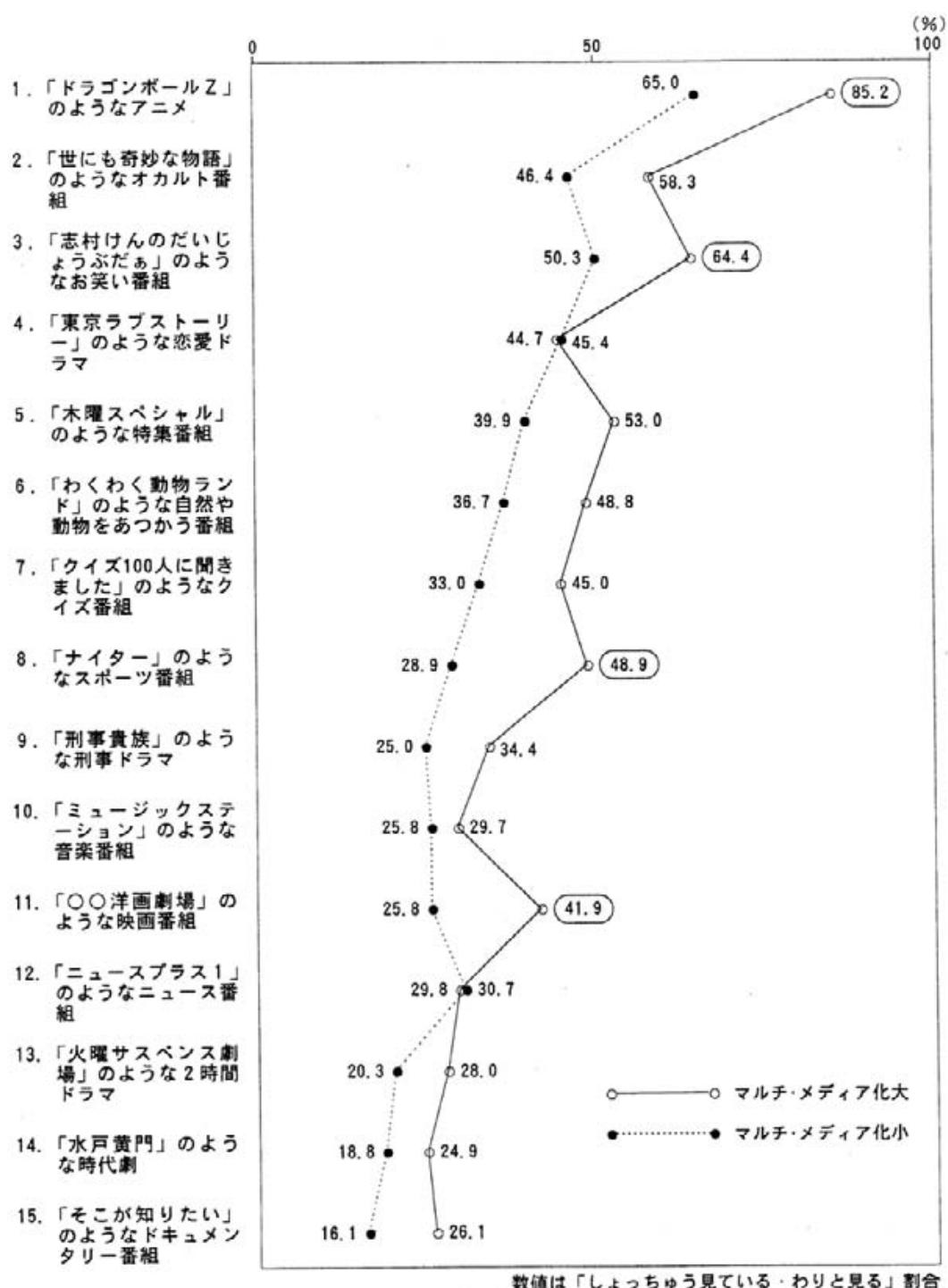


図13 見ている番組 × 家庭のマルチ・メディア化



● テレビへのコミット)))

テレビなしの生活など考えられないくらい、子どもたちは長時間テレビと接しているが、では子どもたちは、テレビにどの程度コミット（心を寄せている）しているのだろうか。

図14を見ると、子どもたちは、3分の2以上がテレビが「とても好き」と答え、くらいだという子はほとんどない。マルチ・メディア化している家庭の子どもたちは一層この傾向が強く、「とても好き」が8割近くにもなる（図15）。

では、どの程度テレビにコミットしているかを探ったのが図16である。図全体を見て気がつくのは、「とてもそう思う」の割合が低いということである。一番数値の高い「1日

中、好きなテレビ番組やビデオを見ていたい」でも22%、「自分も一度はテレビに出てみたい」も20%。「テレビをつけていると、なんとなく落ち着く」以下の項目は1割かそれ以下である。テレビが大好きで、テレビのない世界には行きたくない子が多いわりには、自分から積極的にはコミットしていない。それどころか、非常にクールな態度である。

だが、マルチ・メディア化している家庭の子どもたちはというと、図17にあるように、他の子と比べると、テレビにコミットしている割合が高い。マルチにテレビを使っていると、テレビに対する思い入れも違ってくるのだろうか。

図14 テレビが好きか

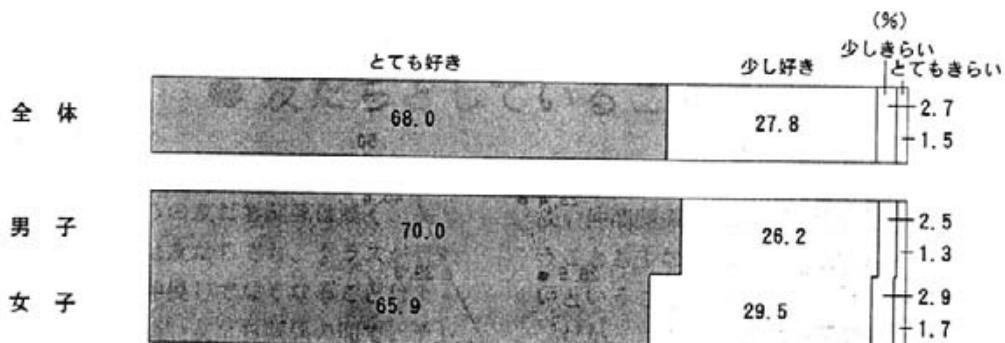


図15 テレビが好きか × 家庭のマルチ・メディア化

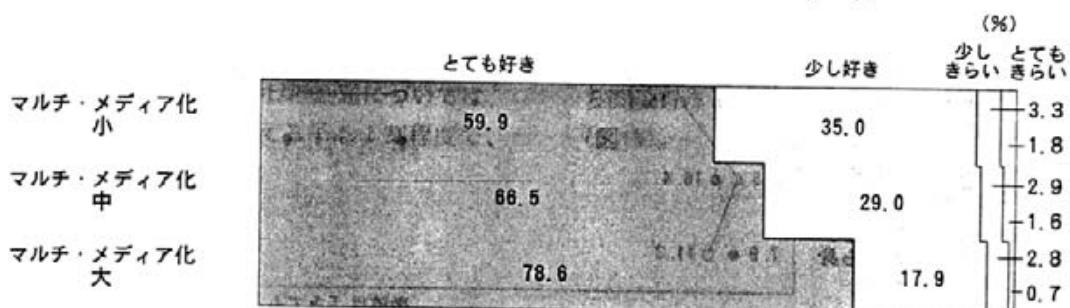


図16 テレビへのコミット

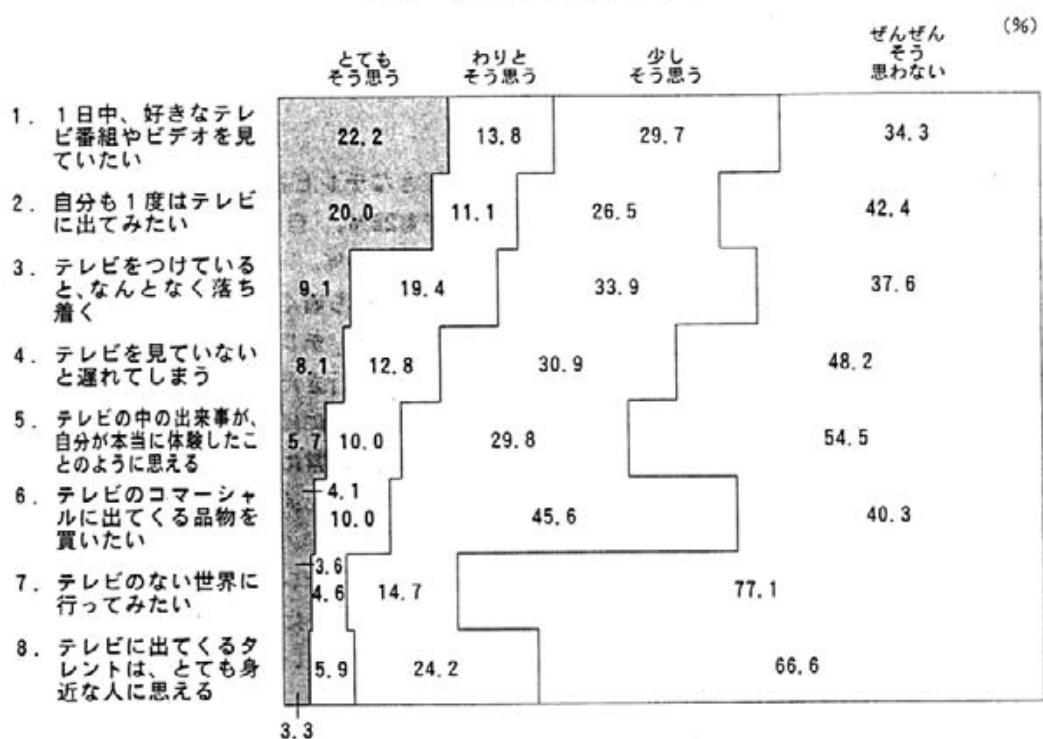
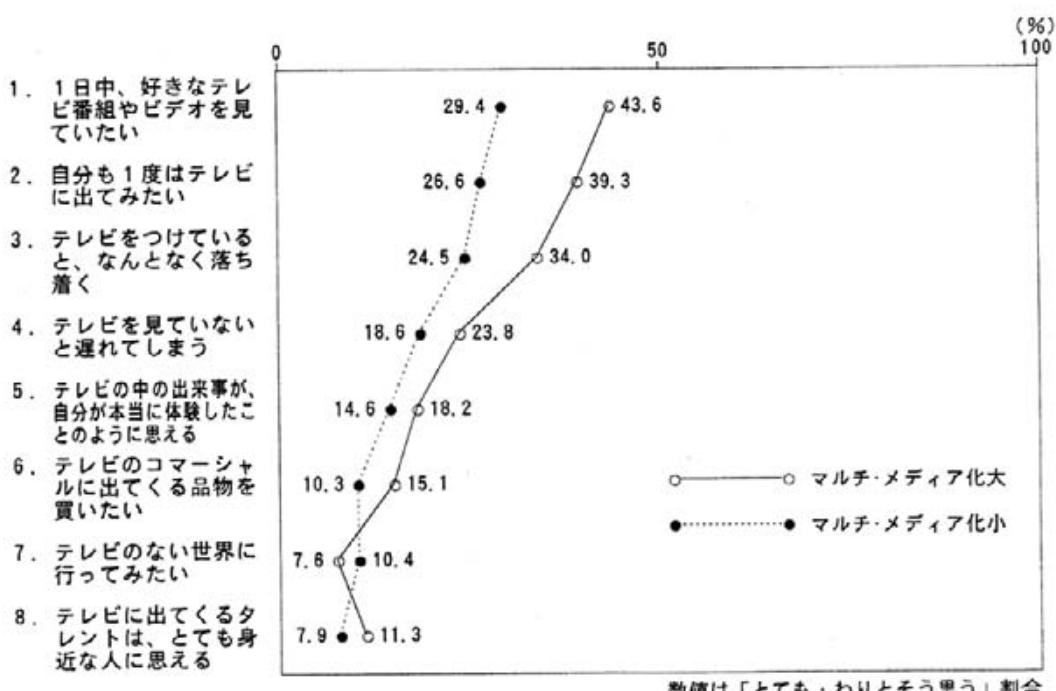
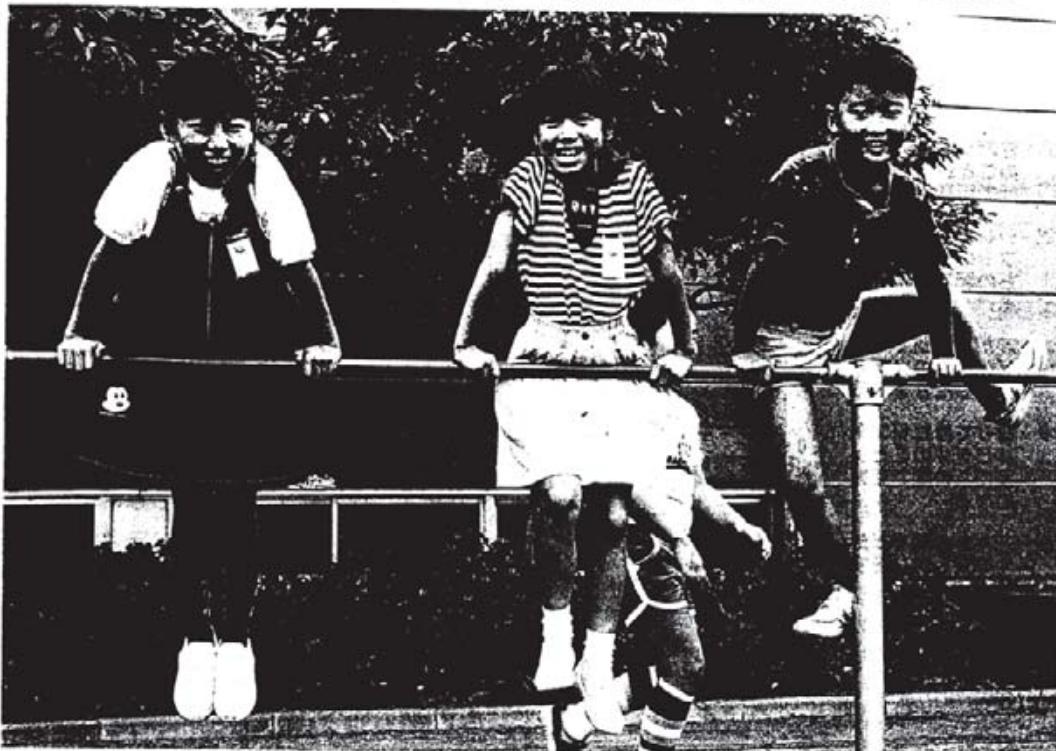


図17 テレビへのコミット × 家庭のマルチ・メディア化



3. マルチ・メディア環境のもたらすもの



● 友だちとしていること)))

今の子どもたちの友だち関係は淡く、同じクラスにいる間は友だちでも、クラスが替わると、とたんに仲良しでなくなることはよくある。こうした淡い友だち関係の間で、テレビやテレビゲームのことが話題になっているのだろうか。

図18を見ると、1の「きのう見たテレビのことが友だちの間で話題になる」以下の5項目で「いつもそう」と答えた子は1割にも満たない。しかし、テレビの話題については、「ぜんぜんない」と答える子も1割程度で、

淡い仲間関係と同様、いつも話題になるといふことも少ないが、話題にならないこともないということらしい。

だが、ここでもマルチ・メディア化している家庭の子は、「テレビの話題」や「テレビゲームのソフトの話題」「ソフトの貸し借り」で、「いつもそう・わりとある」の値が高い。マルチ・メディア化している家庭の子は、テレビやテレビゲームを媒介として友だち関係を作っている可能性もありそうである(図19)。

図18 友だちとしていること

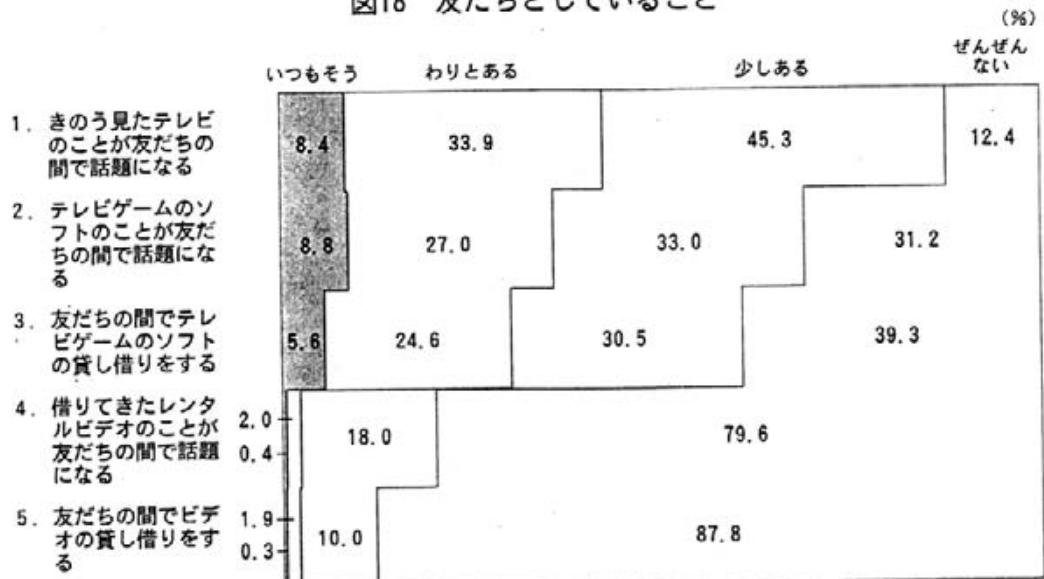
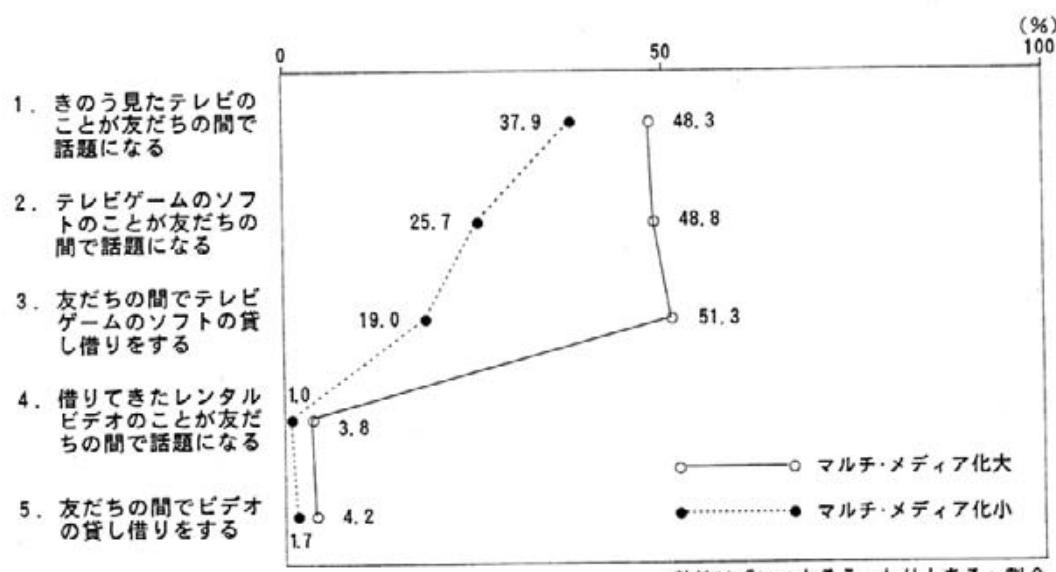


図19 友だちとしていること × 家庭のマルチ・メディア化



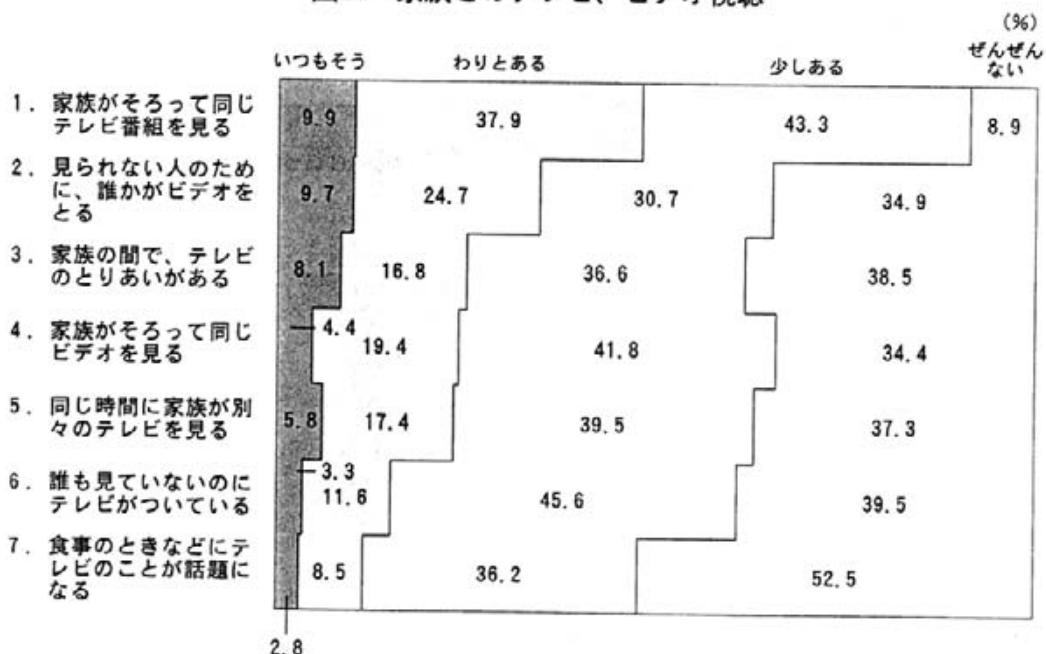
● 家族とのテレビ、ビデオ視聴)))

かつてテレビをかこんで、茶の間のだんらんがあった。今、テレビの台数が増えパーソナル化が進んでいる。そんな中で家族のテレビ視聴がどうなっているのか、図20に目を向けたい。図を見ると、家族がそろって同じ番組を「いつも見る」という家庭は1割しかないが、「わりとある」を含めると5割近くに達する。また、同じ時間に家族が別々のテレビを見るが「わりとある」を含めても2割そこそこのことであることを考えると、親と子がそれぞれ好きなテレビ番組を見ていて、まったく

家族のだんらんがなくなっているわけではないらしい。しかし、テレビを通しての家族の結びつきは、以前に比べると弱まってきていることは間違いないさうである。

次に図21を見ると、親と子のテレビ視聴の分離が進むと思っていたマルチ・メディア化している家庭のほうが、そろって同じテレビやビデオを見る割合が高い。さらにデータを見ていくと、家族が別々のテレビを同じ時間に見ることもやはり増えている。また、見られない人のために、誰かがビデオをとってい

図20 家族とのテレビ、ビデオ視聴

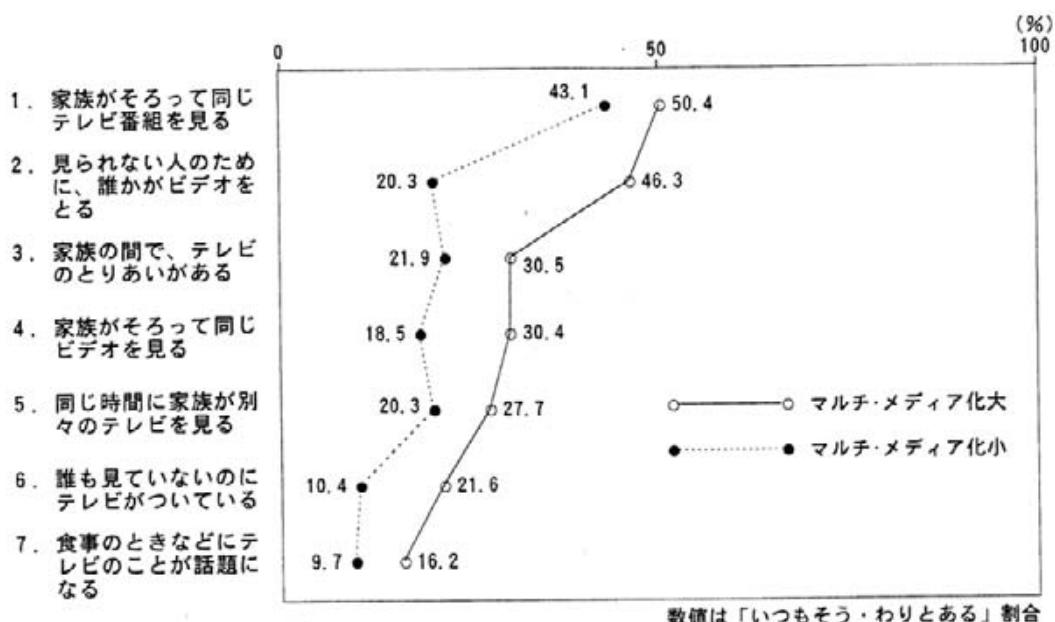


たり、家族間で、テレビのとりあいがある割合も高かった。

マルチ・メディア化すると家族がもっとばらばらになると予想していたが、一緒にテ

ビを見たり、ビデオを録画してあげていたり、テレビをとりあったりと、思った以上に、テレビを通しての家族の接触が多かった。

図21 家族とのテレビ、ビデオ視聴 × 家庭のマルチ・メディア化



● 視聴態度)))

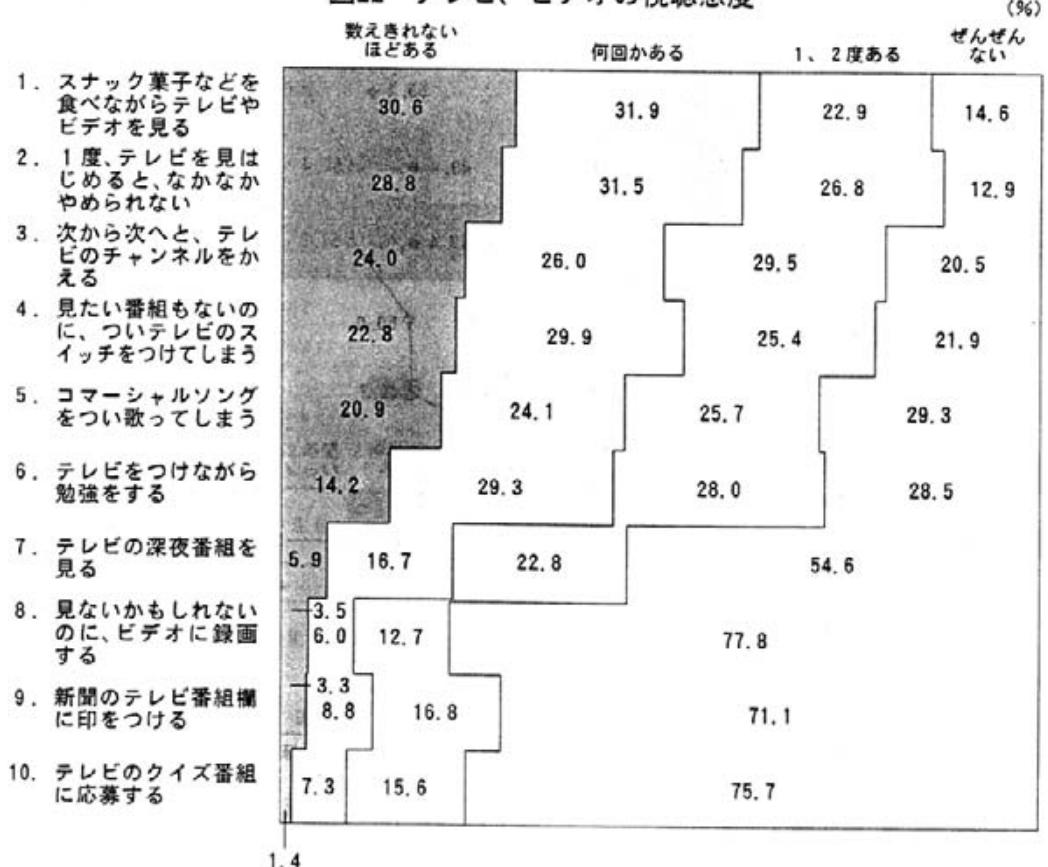
マルチ・メディア化している家庭の子は、テレビを通して、友だちとの話題を作ったり、家族との接触も多かったが、視聴態度がどうなっているのか見てみよう。

まず、図22のテレビ、ビデオの視聴態度を見てみよう。「スナック菓子などを食べながら見る」や「1度、テレビを見はじめる」と、なかなかやめられない」「数えきれないほどある・何回かある」を含めると6割を超す。さらに、「次から次へと、テレビのチャンネルをかえる」「見たい番組もないのに、ついテレビのスイッチをつけてしまう」が5割を

超す数値を示している。常に体を動かさなければ落ち着かないような活気にあふれているはずの10歳から12歳の子どもたちが、何となくテレビをつけ、だらだらとスナック菓子を食べながら、次から次へとおもしろい番組がないかとチャンネルをかえながらテレビを見続けてしまっている状況が浮かび上がってくる。「テレビの深夜番組」を何回か見ている子も2割ほどいる。

さらに図23を見ると、このような視聴態度の乱れは、マルチ・メディア化している家庭の子のほうが強いことがわかる。テレビが身

図22 テレビ、ビデオの視聴態度



近にあって、しかも大変魅力的である。ついでテレビとつき合う時間が長びいてしまうのだろう。おとなでもテレビを見ていると、あっという間に時間がたってしまう。もうちょっと見たいと思いながらもテレビから離れて、学習や明日の準備をする、そんながまんをしている子はどれくらいいるのだろうか。

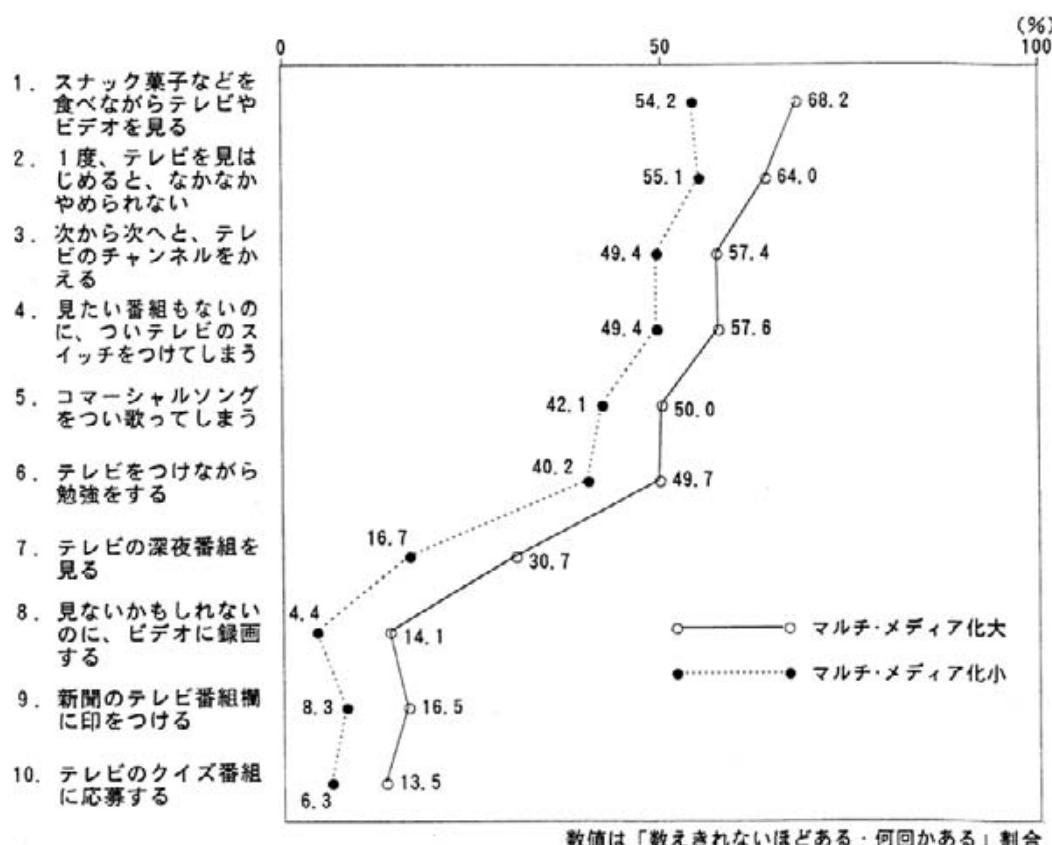
図24から明らかなように、「とてもがまんしている」子は4%しかいない。「少しがまんしている」を含めても3割ほどである。そして、マルチ・メディア化が進むと、好きなだけテレビを見るようになり、がまんをしなくなっている(図25)。

好きなだけテレビを見てもいいと言ったら、

一体どれくらいテレビを見ようとするのだろう。その点をさらに尋ねたのが図26である。「4時間から、それ以上」という子が43%と半数近くもいる。そして、図27を見ると、思った通り、マルチ・メディア化している家庭の子は、そうでない子よりも長時間テレビを見たがっている。子どもたちのもっともっとテレビを見たいという気持ちが伝わってくるようである。

テレビを見たいという思いが強いせいか、「あなたのお母さんはふだんの日、あなたがテレビを見る時間が、どれくらいがよいと思っていますか」と尋ねると、図28にあるように、マルチ・メディア化している

図23 テレビ、ビデオの視聴態度 × 家庭のマルチ・メディア化



家庭の子は、お母さんが長時間視聴を認めてくれているという思いが強い。図29には、参考までに、担任の先生の場合についても掲げておいたが、お母さんの場合と同様の傾向を

示す。

今、家庭では、どのようなテレビのしつけをしているのかが大変気にかかる。

図24 テレビのがまん

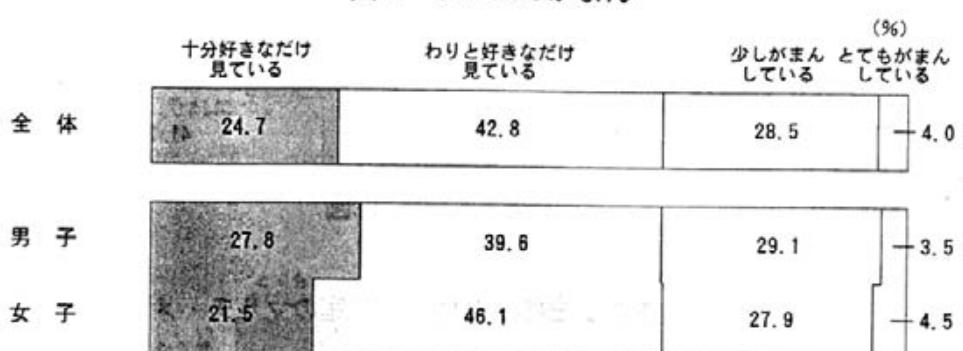


図25 テレビのがまん × 家庭のマルチ・メディア化

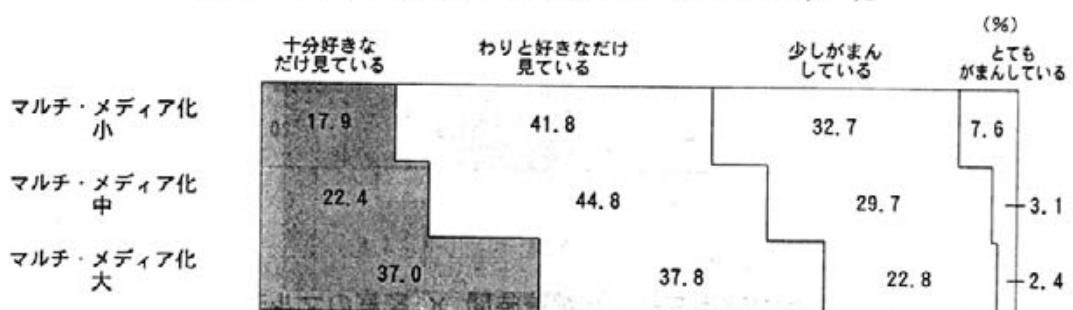


図26 テレビを見たい時間

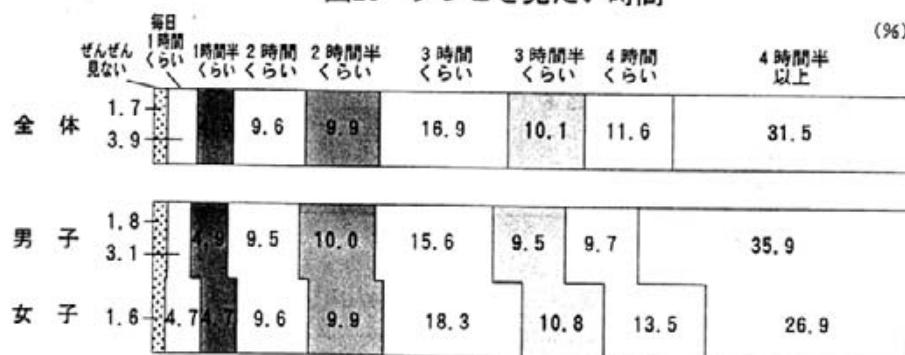


図27 テレビを見たい時間 × 家庭のマルチ・メディア化



図28 お母さんの認めるテレビ視聴時間 × 家庭のマルチ・メディア化

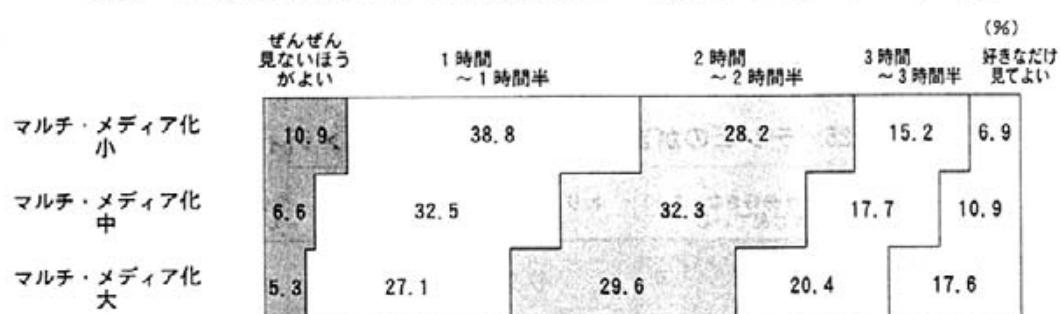
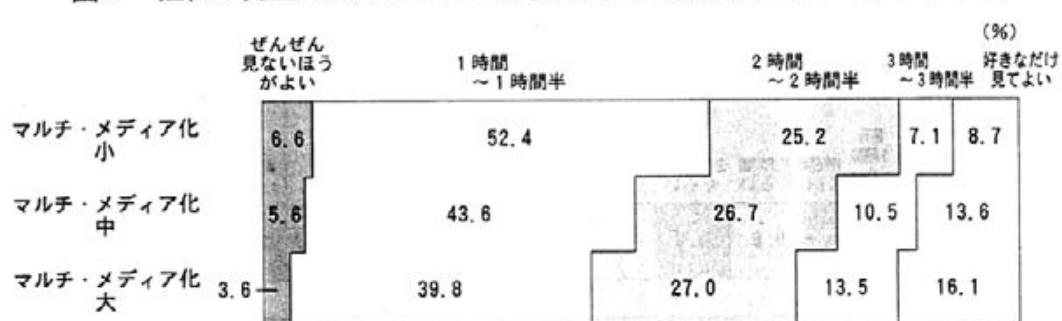


図29 担任の先生の認めるテレビ視聴時間 × 家庭のマルチ・メディア化

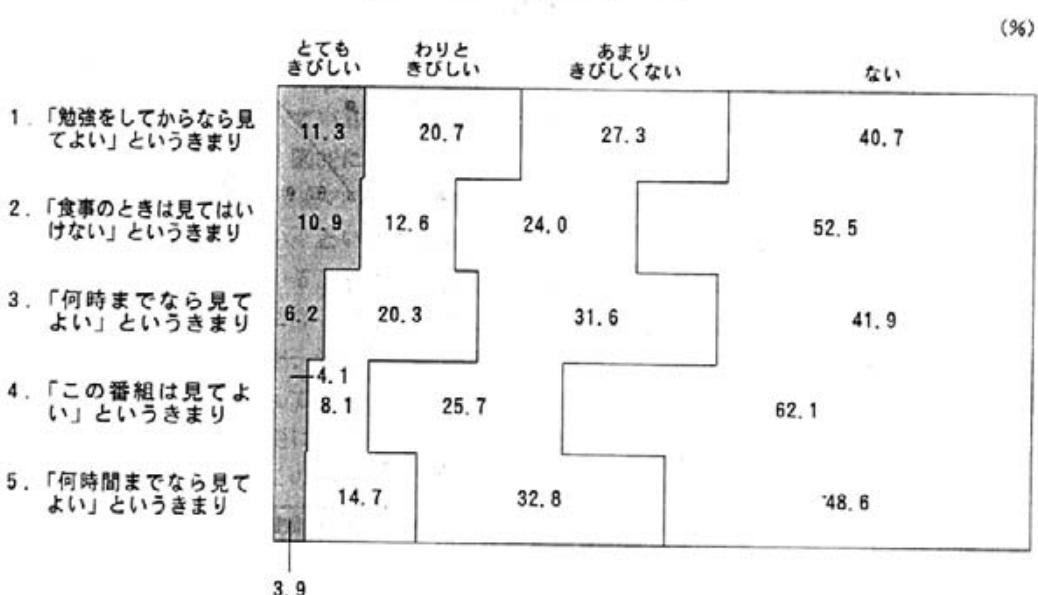


● テレビを見るきまり)))

マルチ・メディア状況の中で、テレビを見るルールというものを、これまで以上に家庭で考えていかなくてはならないだろう。実際、家庭にはどんなテレビを見るためのルールがあるのだろうか。それについて、図30のよう

な結果が得られている。ここでは、1の「勉強をしてからなら見てよい」というきまりから、5の「何時間までなら見てよい」というきまりまでの5項目について尋ねた。どの項目も「きまりがない」という数値の大きさが

図30 テレビ視聴のきまり



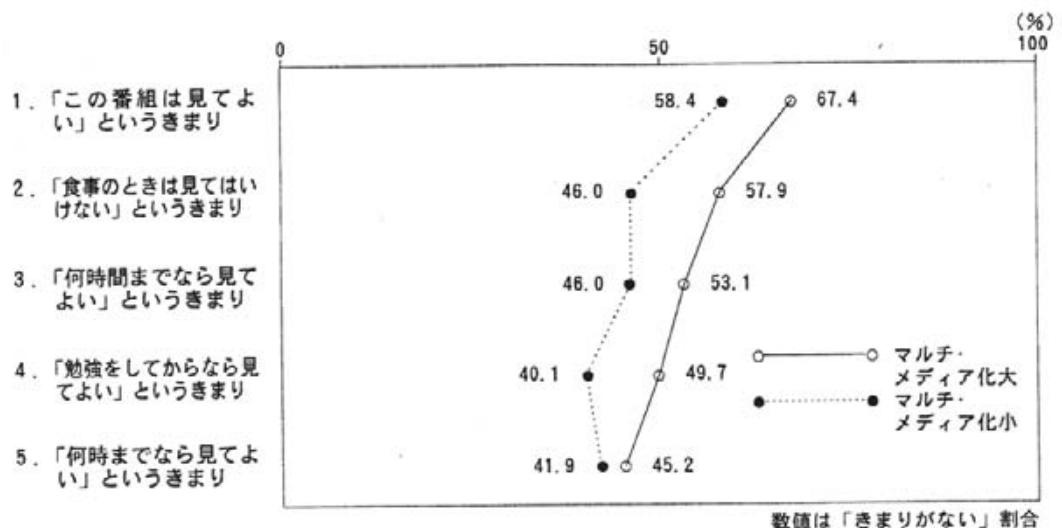
目につく。「とてもきびしい」ルールを持っている家庭は、1割そこそこのことがわかる。

マルチ・メディア利用でどうしてもテレビと接する時間が長くなりがちになるだけに、他の家庭よりもテレビのけじめをつけなくてはいけないと思えるマルチ・メディア化の進んだ家庭は、逆に、テレビ視聴のルールが甘くなっていることが、図31を見ると明らかで

ある。

マルチ・メディア状況の中で、テレビを見るきまりという具体的コントロールが甘く、がまんという自己コントロールも不足している子どもたちが、テレビを有効な情報メディアとして活用し、生活を豊かにしたり、学習や人間形成に役立てていけるのか、とても不安を感じさせられる。

図31 テレビ視聴のきまり × 家庭のマルチ・メディア化



まとめに代えて

これまでデータで探ってきたように、マルチ・メディア状況は、今後ますます進展していくことが考えられる。そんな中で、今、マルチ・メディア化がかなり進んでいる家庭の子が、親のコントロールもなく、暇つぶしや気晴らしにテレビをつけ、けじめのないままにテレビ漬けになりかかっている。

このような状況の中で、図32にあるように、マルチ・メディア化した家庭の子は、「なんとなく学校へ行きたくない」という気持ちを他の子よりも強く持っている。情報メディアにふりまわされ、とりこになってしまっては、役に立つはずのメディアが、逆に子どもたちの人間形成に悪影響を与えててしまう。

これからは、学校5日制になり、子どもの余暇時間が増えてくる。このままでは、増えた余暇時間をテレビとともに過ごし、あげくのはてに、学校にも行かなくなってしまうの

ではないだろうか。

今、テレビは生活の一部となってしまっただけに、便利さのとなりにある危険をみんなが忘れてしまっている気配がある。

情報化社会のメリットや子どもたちが新しいメカを使いこなす点ばかりに目を奪われてはならない。親は、テレビに限らず、子どもたちがけじめのある生活ができるように、基本的生活習慣とがまんの心をしっかり育てる努力をしてほしいと思う。そして、親自身が自分の視聴態度を点検し、上手なマルチ・メディアの利用をすることが大切である。

また一方で、教師や研究者、メディア提供者も、子どもたちが主体的にメディアを活用し、情報活用能力を身につけるために、子どもたちの成長過程に応じたテレビの活用の仕方を考えるプログラムを作っていくことが必要だと考える。

図32 なんとなく学校に行きたくない × 家庭のマルチ・メディア化

