

〔事例研究〕

短時間視聴児と
長時間視聴児



事例研究

短時間視聴児と 長時間視聴児

はじめに

本編から本調査とは別に、もうひとつの調査研究を行うことになった。今回の調査は、事例を生かし質的な面を重視したミニ調査である。これまでの学校通しによる質問紙法では、統計上有効なサンプル数は確保できるものの、様々な制約があり、調べたくても手の届かないところが出てしまった。その欠点を補うことが、この調査報告のひとつの目的となろう。

一人一人の子どもの姿が見える・詳細な質問項目が立てられる・一定の期間継続して調査ができるといった長所を生かしたレポートを、今後もしていきたいと思う。

1. 調査の概要

テレビ視聴の実態調査をするならば、1週間にわたって継続的に調べてみたいと考えていたが、学校通しによる調査では、諸事情から不可能であった。しかしサンプル数が1クラス規模ならば、何とか可能である。できれば、視聴の実態だけではなく、あわせて生活記録もとりたい。そうすれば、テレビ視聴の実態をケースバイケースで追っていくこともできる。そんな思いを今回の調査に託してみた。

調査対象は千葉市の小学校6年生37名（1クラス）。調査時期は平成4年2月の1週間である。調査方法は、調査票を自宅に持ち帰らせて、できる限り逐次に記入させる方法を

とった。調査票の見本はP.61に載せてあるので見ていただきたい。調査票のテレビ番組欄に1人でテレビを見た場合は△を、家族と一緒に見た場合は○をその場で記入するようになっている。この方法だと、面接法によるのと同程度にテレビ視聴の実態を知ることができる。もちろん、生活の記録の欄も設定した。調査票は1週間分まとめて配り、毎朝、前日の分を担当が回収しチェックした。記入上で不都合な点があれば、その場で担当が子どもに聞き補った。なお、調査が1週間にわたるため、保護者の理解と協力が必要となってくる。その点については保護者会を開き、主旨を説明し理解と協力を要請した。

2. クラスの概要

クラスの男女比は、男子が21名、女子が16名である。テレビの所有台数は、図1が示すように全家庭に普及しており、複数台所有し

ている家庭は25人とクラスの68%を占めている。ビデオデッキは34人の家庭で所有しており、クラスの92%にあたる。ほぼ全家庭にテ

図1 家庭にあるテレビやビデオの台数

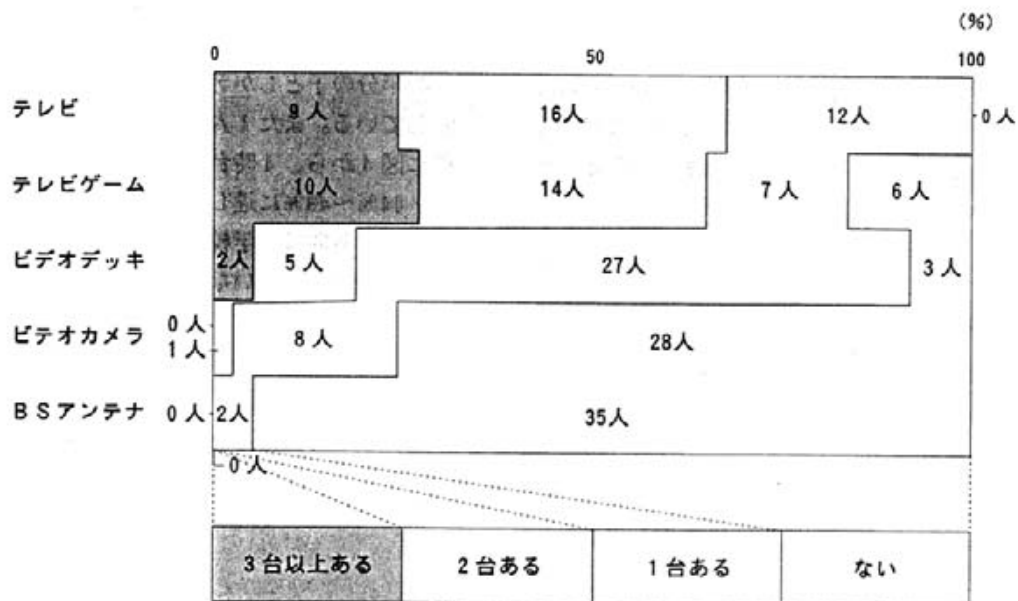
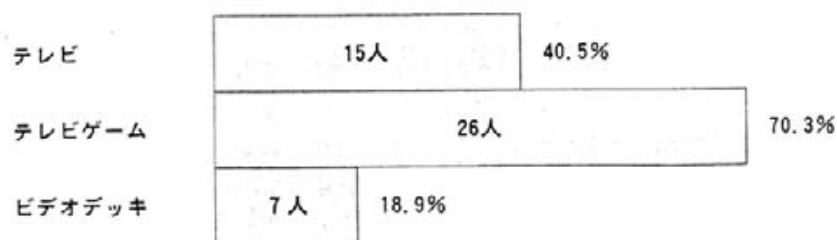


図2 子ども専用のテレビやビデオ



テレビとビデオデッキがあると言える。しかし、衛星放送を見るために必要なBSアンテナになると2人(5%)とさすがに少なくなる。

次に、図2は子ども専用のテレビがあるか調べたものであるが、テレビは15人(41%)

が自分専用のものを持っていると答えている。なお、これらの数値を調査レポートの図2(P.14)の全体の数値と比較してみると、やや低いものの大きな相違はないことがわかる。

3. テレビをよく見る時間帯・1人で見る時間帯

調査票を回収し、曜日ごとの一覧表を作成してみた。その一部が、表1(水曜日)と表2(日曜日)である。なお表中の数値はそのテレビ番組を見ていた人数を、()内の数値はそのうち1人で見ていた人数を表している。また右端の欄に、各時間帯ごとの合計人数も示した。

まず、平日のテレビ視聴人数(表1)を見ると、やはりゴールデンアワーと呼ばれる午後7時台~9時台の視聴人数が多いことに気がつく。次に、1人で見ていた人数に目を移してみると、6時以前の人数が多いことがわかる。

これに対して休日(表2)は、午後6時台~8時台の視聴人数が多く、あとの時間帯はほぼ平均しているようである。

それでは、こういった傾向が1週間を通して見られるのであろうか。図3は、月曜日から金曜日までの時間帯別視聴人数の合計値

(延べ人数)である。

図中、柱状グラフの上部の数値が、その時間帯にテレビを見ていた子どもの合計人数を示しており、下部の数値が1人で見ていた子どもの合計人数を示している。やはり表1の通り、平日においては、7時台~9時台にテレビを見ている子どもが多いと言える。さらに平日の平均視聴率を表した図4を見ると、この時間帯の視聴率は42%~56%とほぼクラスの半分の子どものみがテレビを見ていることを示している。また1人で見ていた割合は、同様に図4から、4時台~5時台が圧倒的に高く、44%~49%に達している。この4時台~5時台の時間は、学校から帰ってきたものの、家の人は帰宅していないか、いても家事で忙しくてテレビどころではない。きょうだいも塾へ行ったり、遊びに出かけたりしている。しかたがないから、1人でテレビでも見ようかということであろう。

表1 平日のテレビ視聴人数

(人)

2月19日 (水)		上段=テレビ番組 下段=テレビを見ていた人数(1人で見ていた人数)							各時間帯 にテレビ を見てい た人数
時間	1 NHK総合	3 NHK教育	4 日本テレビ	6 TBSテレビ	8 フジテレビ	10 テレビ朝日	12 テレビ東京	その他の チャンネル	
朝	モーニング ワイド 1(0)		ズームイン 朝 3(0)	ビッグモー ニング 2(0)	ニュース ワールド 1(0)				7(0)
4		できるもん 1(1)			かりあげクン 学校へ行こう 2(1) 7(3)	ワイド劇場 1(0)			3(1) ----- 8(4)
5			プリンセス ミンキーモモ 1(1) ルパン三世 2(0)	ふぞろいの 林檎たち 1(1)	学校へ行こう キテレツ大 百科 3(1)	代表取締役 刑事 2(1)			11(6) ----- 8(3)
6				ニュースの 森 1(0)	スーパータ イム 1(0)		ライオン オー 8(1) バックス・ パニー 8(0)		10(1) ----- 8(0)
7	7時の ニュース 1(0)		追跡 1(0) 笑ってロロ ジク 6(1)	北緯35度の 風 4(0)	ドラゴン ボールZ 13(2) 太郎と花子 3(0)	おませな二 人 2(0) 水曜特バン 6(0)			21(2) ----- 19(1)
8			SHOW-BY ショーバイ 11(1)			水曜特バン 6(0)			17(1)
9			とんねるず 10(2)	ダーティー ハリー 1(0)	やまだかつ てない 5(0)				16(2)
10			ポール・ポ ジション 4(2)	ダーティー ハリー 1(0)	しあわせの 決断 2(0)				7(2)

※スペースの都合で一部の番組名は省略してあります。

表2 休日のテレビ視聴人数

(人)

2月23日(日)		上段=テレビ番組 下段=テレビを見ていた人数(1人で見ていた人数)							各時間帯 にテレビ を見てい た人数
時間	1NHK総合	3NHK教育	4日本テレビ	6TBSテレビ	8フジテレビ	10テレビ朝日	12テレビ東京	その他の チャンネル	
8			ザ・サン デー 1(0)	サンデー モーニング 1(0)	満足!通い 旅 1(0)	エグゼード ラット 1(0) タルター くん 8(2)			2(0) 11(2)
	9				サンデー モーニング 1(0)	大館宮城 5(1) ガモ子 1(0) マイハウス 8(1)			
10				キン肉マン 3(1)		笑っていい とも 8(3)			
	11					笑っていい とも 8(3)	弁護士シャ ノン 1(0)	(衛星2) SFアニメ 1(0)	
12				国際女子駅 伝 3(0)	アッコにお まかせ 3(1)	上岡龍太郎 にはダメさ れないぞ 1(0)	新編さとい ちゃん 1(0)		
	1			国際女子駅 伝 3(0)		あっぱれさ んま大先生 1(0) ゴールド ラッシュ 7(2)	新編さんい ちゃん 1(0) 歌謡びんび んハウス 1(0)		
2						ゴールド ラッシュ 7(2) 日曜ドラマ ハウス 1(0)	歌謡びんび んハウス 1(0) たけし軍団 1(1)	映画 1(0)	
	3	オリンピック ハイライト 1(1)					たけし軍団 1(1)	映画 1(0)	
4		オリンピック ハイライト 1(1)				マイクロネ シア 1(0)	バレーボー ル 2(2)	映画 1(0)	
	5	オリンピック ハイライト 1(1)	セサミスト リート 1(1)	笑売繁盛 1(0)		マイクロネ シア 1(0) アニメータ イム 1(0)	バレーボー ル 2(2)		
6						ちびまる子 ちゃん 1(0) ザザエさん 5(1)		(衛星2) サンデーア ニメ劇場 1(0)	
	7			ザ・ラスベ ガス 1(0) あしたのKAN 2(0)	ひらめきバ スワード 1(0) テレビ探偵 団 3(0)	ホテイツ大 百科 13(2) ファミレス イビー 7(0)		ビッグスペ シャル 1(0)	
8		信長 3(0)		元気が出る テレビ 11(1)		ダウンタウ ンのこっつ ええ感じ 9(0)	ララバイ刑 事 2(0)	ビッグスペ シャル 1(0)	
	9			知ってるつ もり 2(0)		ファミリー スペシャル 1(0)	日曜洋画劇 場 1(0)	幸せを急が ないで 1(0)	
10							日曜洋画劇 場 1(0)		

※スペースの都合で一部の番組名は省略してあります。

図3 平日（月～金）の時間帯別視聴人数（延べ人数）

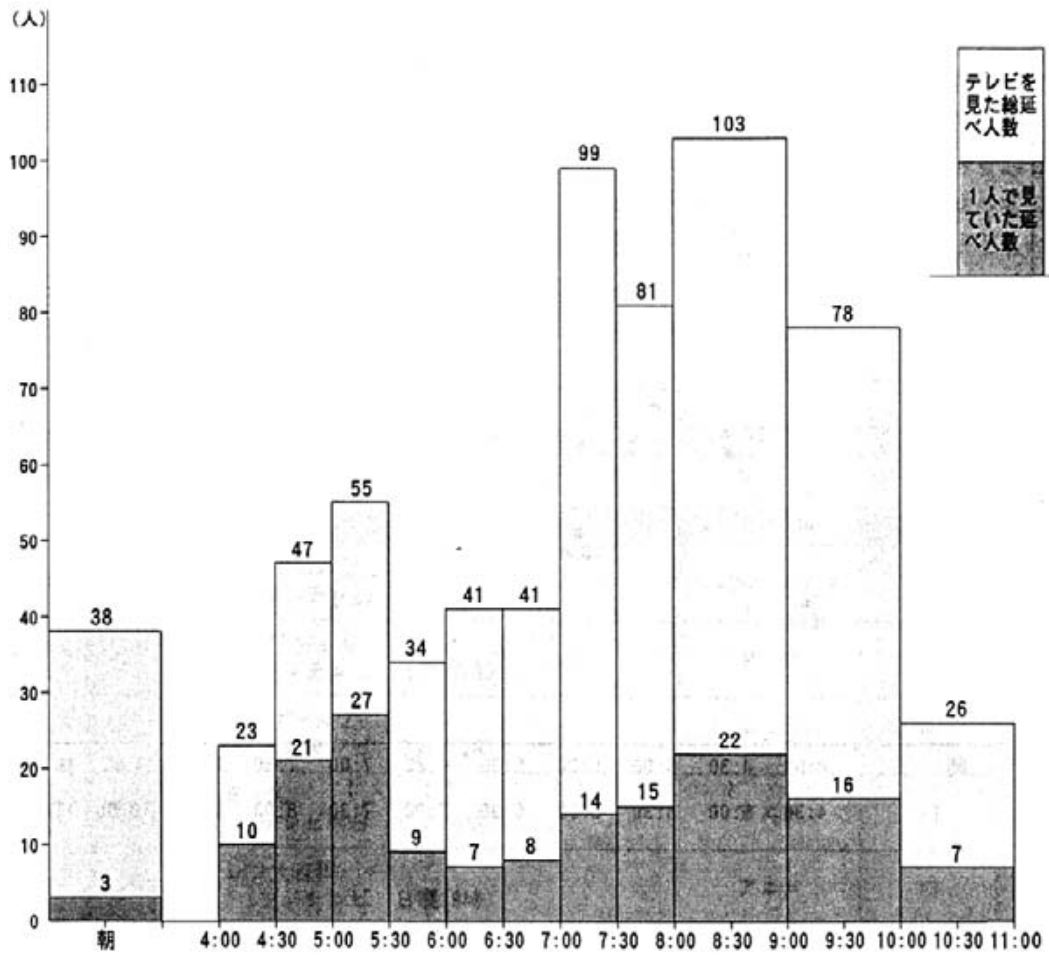
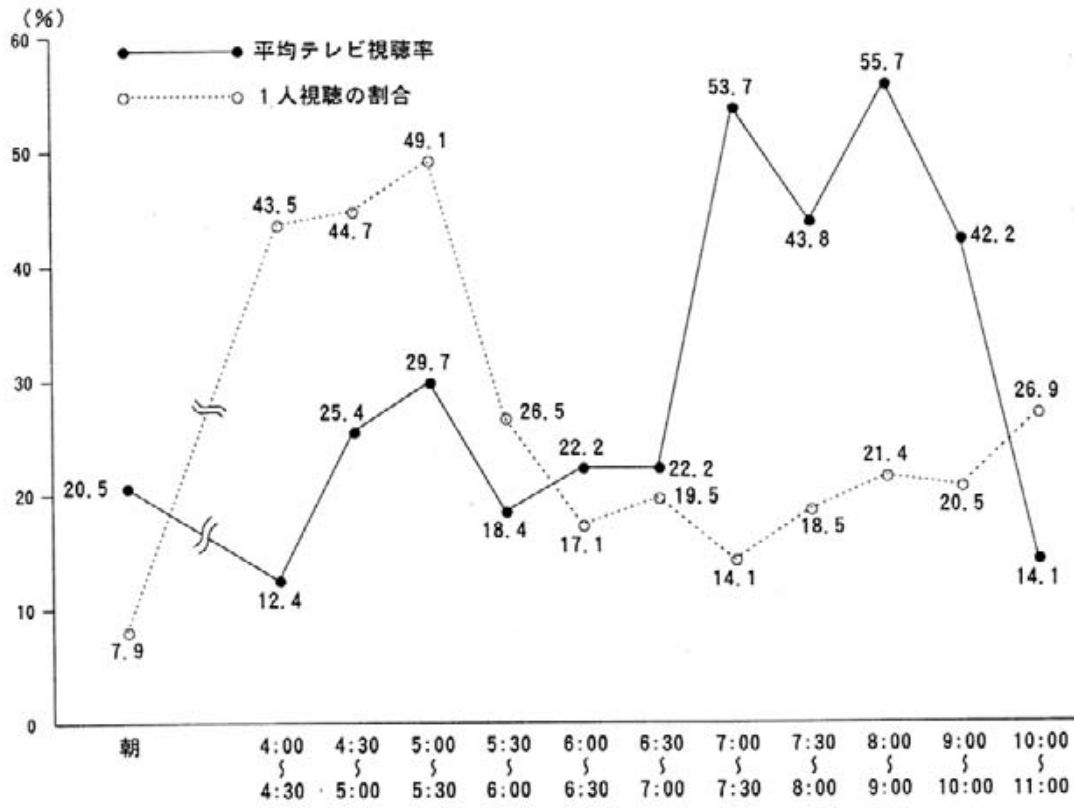


図4 平日の平均テレビ視聴率と1人視聴の割合



4. 人気テレビ番組

先の表1と表2について、番組に焦点をあてて見直すと、アニメとバラエティーが多いことに気がつく。そこで、子どもたちは、どんな番組を好んで見ているのかを調べてみた。

表3は、作成した曜日ごとの一覧表の中から見ていた子どもの人数が多い番組をピックアップしたものである。人気1位の番組はとんねるずをメインに置いたバラエティー番組で、クラスの半分近い16名が見ていた。以下、

アニメの「ちびまる子ちゃん」「ドラゴンボールZ」「ドラえもん」などが続いている。やはり、アニメやバラエティー番組に人気が集まっているようである。

さらに表4は、この傾向をはっきりさせるために、月曜日から日曜日までのすべての番組をジャンル別に分け、見ていた子どもの人数をカウントしたものである。なお、番組のジャンル分けについては、テレビ番組雑誌を

表3 子どもが見ている番組ベスト10

(人)

順位	番組名	ジャンル	見た人数
1	とんねるずのみなさんのおかげです (フジテレビ 木曜21時)	バラエティー	16
2	ちびまる子ちゃん (フジテレビ 日曜18時)	アニメ	14
3	ドラゴンボールZ (フジテレビ 水曜19時)	アニメ	13
3	ドラえもん (テレビ朝日 金曜19時)	アニメ	13
3	キテレツ大百科 (フジテレビ 日曜19時)	アニメ	13
3	あなただけ見えない (フジテレビ 月曜21時)	ドラマ	13
7	たけし逸見の平成教育委員会 (フジテレビ 日曜19時)	バラエティー	12
8	ダイの大冒険 (TBSテレビ 木曜19時)	アニメ	11
8	クイズ世界はSHOW・BYショーバイ (日本テレビ 水曜20時)	バラエティー	11
8	天才たけしの元気が出るテレビ (日本テレビ 日曜20時)	バラエティー	11

参考にした。表が示すように、バラエティー番組（クイズやトーク番組を含む）が一番多く、比率にすると33%に達した。次いで、アニメで30%である。この2つのジャンルで6割を占めている。

意外だったのは、アルベールビルオリンピックの放送が連日行われていたにもかかわらず、スポーツ番組がわずか1.8%であった点である。そこで子どもたちに、この点を

際にインタビューしてみた。すると、日本の複合団体の金メダルも、伊藤みどりの銀メダルもよく知っていた。どうやら、ニュースのダイジェストで情報を仕入れていたようである。子どもたちにとってニュース番組が情報源になっているというのは、予想外であった。実際、表4を見ると、ニュースを延べ65人の子ども（8.4%）が見ていたのである。

表4 子どもが見ているジャンル別番組（延べ人数）

	ニュース	ドラマ	バラエティー (クイズ)	アニメ	音楽	スポーツ (オリンピック)	映画	ドキュメン タリー	文化・趣味
月	14	26	29	30	5	0	0	3	3
火	15	27	24	18	0	0	0	4	5
水	10	17	33	35	0	0	1	5	1
木	9	19	41	34	0	1	0	1	4
金	10	21	11	32	9	0	3	2	1
土	5	8	58	28	2	9	5	2	3
日	2	15	57	51	8	4	4	3	3
合計	65	133	253	228	24	14	13	20	20
比率	8.4%	17.3%	32.9%	29.6%	3.1%	1.8%	1.7%	2.6%	2.6%

5. マルチ・メディア化

このクラスのビデオデッキの普及率が92%に達していることは前に述べたが、果たしてテレビがどのくらい他のメディアに利用されているのだろうか。

まず、VHFのキー局以外を見ていたのは、日曜日（先の表2）の衛星放送を見ていた2人だけである。このクラスの衛星放送の普及率が5%と低いことにもよるが、現状では子どもたちの中にまだ多チャンネル化の波は入ってきていないと言えよう。

次にビデオであるが、1週間の間に男子が1名、女子が5名の計6名が、それぞれ1回ずつ利用している。内訳はレンタルビデオが2名、テレビ番組を録画したものが4名で

あった。この子どもたちに直接インタビューしてみると、自分で録画をしたという子どもは2名で、あとは家族が録画したりレンタルしてきたりしたものを一緒に見たということであった。

しかし表5をみると、ビデオを録画した経験は、9割以上の子どもが「何回かある」「数えきれないほどある」と答えている。また、レンタルビデオを借りた経験も8割近くの子どもの同様にありと答えている。この数値を考え合わせると、テレビのビデオ利用という面ではマルチ・メディア化が進んでいるといえる。

表5 ビデオを自分で録画した経験

	1度もない	1度ある	何回かある	数えきれないほどある
レンタルビデオを自分で借りたこと	6人 (16.2%)	2人 (5.4%)	19人 (51.4%)	10人 (27.0%)
テレビ番組を自分でビデオに録画したこと	3人 (8.1%)	0人 (0%)	12人 (32.4%)	22人 (59.5%)

6. テレビ視聴の時間

表6は、1週間のテレビ視聴時間をクラスすべての子について表にまとめたものである。表中の数値は、集計上、「分」で表されているが、平均についてはわかりやすくするために「時間」と「分」に直してある。

まず、表右下の1週間の合計時間と平均時間に目を向けると、1週間で1人の子どもが平均20時間33分テレビを見ていることになる。1日あたりにすると、3時間（未実施の空欄があるので単純に7分の1にならない）となる。平日と週末を比べると、平日が1日平均2時間42分であるのに対して、週末は3時間42分と1時間増えている。男子と女子では、1日の平均視聴時間にそれほどの差は見られなかった。この数値が多いか少ないかであるが、平日、3時半に帰宅し9時半にふとんに

入るとすると、放課後の持ち時間は1人6時間となる。それに朝の1時間を加えて7時間。そのうちの2時間42分がテレビ視聴というのは、少し多いような気がする。2時間以内が妥当な線ではなかろうか。

1週間の平均視聴時間の動きを図5にまとめてみた。図を見ると、週末に向かって平均視聴時間が次第に長くなっている様子がわかる。ただ、金曜日の男子の平均視聴時間が極端に落ち込んでいるのは、この日午前中にめずらしく雪が降り、天気が回復した放課後、外で遊ぶ子どもが多かったためと思われる。

このように1週間を通して、天候がほとんどよかったにもかかわらず、次第にテレビ視聴時間が長くなるという傾向が読み取れたことは、興味深いことであった。

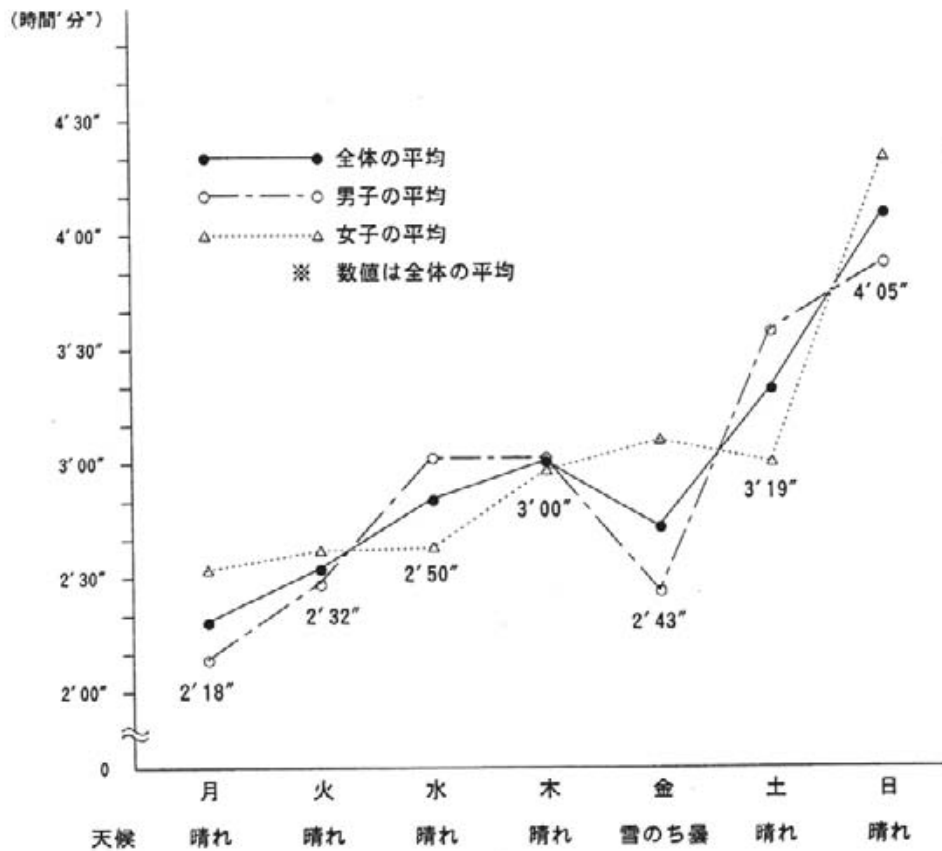
表6 テレビを見ていた時間

単位(分)ただし平均は(時間'分)

M=男子 F=女子	平日					週末		の一 合週 計間	の一 平週 均間	平 日 の 平均	週 末 の 平均
	月	火	水	木	金	土	日				
M 1	90	60	210	180	195	90	120	945	2'15	2'27	1'45
M 2	250	195	270	270	280	190	375	1830	4'21	4'13	4'42
M 3	180	90	270	180	240	420	240	1620	3'51	3'12	5'30
M 4	210	180	120	180	150	240	150	1230	2'55	2'48	3'15
M 5	120	180	30	150	30	30	210	750	1'47	1'42	2'00
M 6	210	90	285	240	240	270	210	1545	3'40	3'33	4'00
M 7	10	120	150	120	70	180	120	770	1'50	1'34	2'30
M 8	210	180	225	225	285	510	270	1905	4'32	3'45	6'30
M 9	180	120	120	120	15	420	330	1305	3'06	1'51	6'15
M10	120	130	160	180	150	180	240	1160	2'45	2'28	3'30
M11	90	180	190	240	110	120	270	1200	2'51	2'42	3'15
M12	90	180	150	130	150	120	180	1000	2'22	2'20	2'30
M13	100	120	300	300	300	240	240	1600	3'48	3'44	4'00
M14	190	330	405	310	105	450	560	2350	5'35	4'28	8'25
M15	185	210	*	270	*	305	330	1300	4'20	3'41	5'17
M16	15	0	60	30	0	0	30	135	0'19	0'21	0'15
M17	30	120	150	60	30	120	120	630	1'30	1'18	2'00
M18	60	150	90	120	125	150	190	885	2'06	1'49	2'50
M19	*	330	240	270	240	240	420	1740	4'50	4'30	5'30
M20	30	0	30	0	30	0	0	90	0'12	0'18	0'00
M21	180	165	*	240	165	180	300	1230	3'25	3'07	4'00
F 1	60	60	90	60	60	120	120	570	1'21	1'06	2'00
F 2	390	90	150	300	180	120	300	1530	3'38	3'42	3'30
F 3	120	180	210	240	135	300	360	1545	3'40	2'57	5'30
F 4	50	110	170	110	100	150	150	840	2'00	1'48	2'30
F 5	260	270	270	260	380	150	30	1620	3'50	4'48	1'30
F 6	150	150	120	210	150	180	330	1290	3'04	2'36	4'15
F 7	150	210	240	240	270	270	480	1860	4'25	3'42	6'15
F 8	80	180	240	120	300	330	420	1670	4'58	3'04	6'15
F 9	60	210	240	255	335	360	330	1790	4'15	3'40	5'45
F10	60	60	30	120	90	110	120	590	1'24	1'12	1'55
F11	300	250	270	370	360	180	390	2120	5'02	5'10	4'45
F12	180	210	180	270	150	120	330	1440	3'25	3'18	3'45
F13	255	360	195	180	300	250	480	2020	4'48	4'18	6'05
F14	110	30	30	0	30	60	105	365	0'52	0'40	1'22
F15	180	150	90	120	120	150	180	990	2'21	2'12	2'45
F16	30	0	0	0	30	60	60	180	0'25	0'12	1'00
全体の平均	2'18	2'32	2'50	3'00	2'43	3'19	4'05	20'33	3'00	2'42	3'42
男子の平均	2'07	2'29	3'01	3'01	2'25	3'32	3'53	20'00	2'58	2'39	3'42
女子の平均	2'32	2'37	2'37	2'58	3'06	3'01	4'21	21'16	3'02	2'46	3'41

*印は欠席などのため未実施。

図5 1週間のテレビ視聴時間（平均値）



7. テレビ視聴時間とライフスタイル

さて、表6を再度詳しく見てみると、平日の平均視聴時間が4時間を超える長時間視聴の子（表中 ○ 囲み）と2時間以内と比較的短い子（表中 ○ 囲み）がいることがわかる。ではどういった属性の子どもが長時間視聴なのだろうかと思い、成績・母親の就労形態・塾通いといった属性ごとに視聴時間の差を見てみた。しかしどの属性についても、残念なことに有意な差は読み取れなかった。ただ、テレビ視聴時間は子どものライフスタイルと関わりが深いということはわかった。ケースバイケースではあるが、それぞれの子どもについて、ライフスタイルから説明

がつくのである。その典型的な事例を以下、追ってみたい。

図6から図13は、1週間にわたって子どもたちに書かせた生活記録から抜粋したものである。まず図6は、平日における平均的なテレビ視聴の事例である。対象は男子（M12）で、平日の平均視聴時間は2時間20分である。成績は上位で、学校での基本的な生活習慣も比較的よくできている子どもである。この子の場合は3時すぎに帰宅し、塾、テレビゲーム、友人との外遊びをして6時に夕食、テレビ視聴は夕食後の7時から9時までのおよそ2時間となっている。

次の図7は、平日における長時間視聴の事例である。対象は男子(M2)で、平日の平均視聴時間は4時間13分である。なお、成績はほぼ中位で、学校ではきまりをよく守るおとなしい子である。この子の場合、帰宅後から夕食の7時までがほとんどテレビで占められている。しかも夕食後もまたテレビである。それだけではなく、朝食中、朝のしたくの間、夕食中もテレビを見ている。テレビ依存症といってもおかしくないくらいである。こういった長時間視聴の原因を考えると、今年度になって、母親がパートに出たことがあげられるだろう。それまで母親がいつもそばにいたのが、突然いなくなってしまい、その寂しさをまぎらわすために、テレビを求めたのではないかと思う。

図8も長時間視聴の事例である。対象は女子(F11)で、平日の平均視聴時間は5時間10分である。成績は下位で、父子家庭である。この子は、同じ長時間視聴でも、昼間は友だちと遊んでおり、夜12時近くまでテレビを見ているために視聴時間が長くなっているタイプである。背景にあるのは生活リズムの乱れである。完全な夜型になってしまっているために、生活記録にも「朝ボーッとしている」と書かれている。

図9は長時間視聴の最後のタイプである。成績は上位であるが、学校での基本的な生活習慣はあまりできていない子である。生活記録を一見するとわかるように、テレビとテレビゲームが交互に出てくる。テレビゲーム共存型と名づけたが、家庭におけるきまりに問題があるように思う。平日の平均視聴時間は4時間30分であるが、テレビゲームの時間を加えると6時間を超すものと思われる。このタイプの子どもには、テレビとテレビゲームは合わせて何時間以内というきまりが必要であろう。

図10は、逆にテレビ視聴が短い子の事例である。対象は女子(F16)で、平日の平均視聴時間は12分である。成績は上位で、しっかりとした子である。この生活記録を書いた日

は全くテレビを見ていない。表6の一覧表を見ても、平日5日間のうち2日間しかテレビを見ていないことがわかる。なぜ、こんなにテレビ視聴が短いかというと、放課後の生活の大半を占めている塾とピアノの練習のためである。塾は週に3回、ピアノの練習は毎日、あとは自分の勉強をすれば、ほとんどテレビを見る時間はなくなってしまうわけである。

図11も、短いテレビ視聴の事例である。対象は女子(F1)で、平日の平均視聴時間は1時間6分である。成績は上位、まじめで口数の少ない子である。この子の場合、下校後は読書と犬の散歩で過ごし、テレビは夕食後に家族と一緒に1時間、そして早めの9時にふとんに入るというライフスタイルが確立している。他の曜日の生活記録も、この日とほぼ同じである。こういった形がテレビ視聴のひとつの望ましいスタイルと言えるかもしれない。

図12は、先の塾型(図10)と似ているが、学校でのクラブ活動を熱心に行っているために、テレビ視聴時間が短くなるタイプである。成績は中位、明るく活発な子である。この女子の場合、平日の平均視聴時間は40分であるが、中学校の運動系クラブなどでは、視聴時間がもっと短くなるものと思われる。

短い視聴時間の最後の事例が図13である。対象は活発な男子で、平日の平均視聴時間は18分である。成績は中位、基本的な生活習慣は乱れがちである。この事例の特徴は、帰宅後、夕方暗くなるまで友だちと外遊びをしている点である。遊ぶだけ遊んで、夕食を食べたあと、しかられつつ勉強をする。つかれているから後は寝るだけになってしまう。テレビを見る元気もないのである。まさに昔の子どものライフスタイルそのものである。こういったライフスタイルが、今でも子どもたちの中に残っているのをみるとうれしい気さえる。

図6 平均的な視聴の事例

午前	生活の記録 (15分おき)
6	すいめん
7	朝のしたく
7	朝食
8	登校
午後	生活の記録 (15分おき)
3	下校
4	くちん
5	ファミコン
6	遊んで
7	夕食
7	TV
10	すいめん

男子M12・木曜日

図7 長時間視聴の事例(1)
テレビ依存型

午前	生活の記録 (15分おき)
6	すいめん
7	朝ごはん・テレビ
7	したく・テレビ
8	登校
午後	生活の記録 (15分おき)
3	下校
3	宿題
4	テレビ
5	ファミコン
6	テレビ
7	テレビ
7	夕ごはん・テレビ
8	テレビ
10	すいめん

男子M2・金曜日

図 8 長時間視聴の事例(2)
夜ふかし型

午前	生活の記録 (15分おき)
6	
7	おきのしなく
8	ポットして ようこ
午後	生活の記録 (15分おき)
3	
4	ハコ
5	あそび
6	T
7	V
8	夕食 あそび
9	T
10	V
11	

女子 F 11・金曜日

図 9 長時間視聴の事例(3)
テレビゲーム共存型

午前	生活の記録 (15分おき)
6	
7	朝めし 朝めたく
8	登校
午後	生活の記録 (15分おき)
3	下校
4	テレビ
5	ゲームボーイ
6	テレビ
7	夕めし 帰る
8	ゲームボーイ
9	テレビ
10	帰る
11	

男子 M 19・水曜日

図10 短い視聴の事例(1)
塾型

午前	生活の記録 (15分おき)
6	
7	
8	朝食
	登校
	朝自習
午後	生活の記録 (15分おき)
3	
4	ピ・ア1 (先生が来た) 待ち時間 は読書
6	塾
8	夕食
9	勉強
10	ズズズ...
11	

女子F16・水曜日

図11 短い視聴の事例(2)
ライフスタイル確立型

午前	生活の記録 (15分おき)
6	
7	起床 朝自習
	朝食
8	登校
午後	生活の記録 (15分おき)
3	下校
4	本読み
5	犬の散歩
6	本読み
7	夕食
8	テレビ
9	お風呂
10	テレビ
11	

女子F1・木曜日

図12 短い視聴の事例(3)
クラブ活動型

午前	生活の記録 (15分おき)
6	あいみん
7	朝のしごと
8	登校
午後	生活の記録 (15分おき)
3	学校
4	管楽器 クラブ
5	家に帰る ごはん
6	CDを聞いた。
7	テレビニュース
8	勉強
9	おしゃべり
10	あいみん

女子F14・火曜日

図13 短い視聴の事例(4)
外あそび型

午前	生活の記録 (15分おき)
6	あいみん
7	ごはん
8	学校
午後	生活の記録 (15分おき)
3	外あそび
6	ごはん
7	けんきう
9	ねる

男子M20・木曜日

まとめに代えて

これまでの大量調査では、子どもたちのテレビ視聴の姿は、平均的な姿としてしか浮かび上がってこなかった。それは、それで意味のあることであるが、今回の調査を通して、様々なテレビ視聴のスタイルがあることがわかった点は、大きな収穫であったと思う。そしてテレビ視聴のスタイルが、その子のライ

フスタイルと深く結びついているというのも興味深いことであった。

また、長時間テレビを見ている子どもは、その背景に、乱れたライフスタイルを持っていることも確かのようなのである。そうになると、テレビは子どもたちの生活を映す鏡とも言えよう。



2月17日(月)

氏名()

調査票見本

○ア これは、あなたが毎日どんなテレビ番組をどのくらい見ているか調べるためのアンケートです。できるだけ正確に書いてください。

見たテレビ番組の記録 (家族といっしょに見た番組には○印を、ひとりで見た番組には△印を書いてください。)											12テレビ東京	その他のチャンネル	午前	午後
1 NHK総合	3 NHK教育	4 日本テレビ	6 TBSテレビ	8 フジテレビ	10 テレビ朝日	12 テレビ東京	CH: 番組名				起床・食事・浴・遊び・テレビ・入浴などを書く欄			
6	モーニングワイド 高校数学 林園・健康	ルンロン朝	ニュースコール	NワールドUP	デイブレイク ANN/N	ビジネスマンN					6			
7	モーニングワイド やさしい英会話 伊・独語	ズームイン朝	ビッグモーニング	NワールドUP	やじうまワイド	いい旅ウルトラ RCカー					7			
見たテレビ番組の記録 (家族といっしょに見た番組には○印を、ひとりで見た番組には△印を書いてください。)														
3	きょうの料理 あすの福祉 有児カレンダー 午後のチャンネル	キャッチ	3時にあいま しょう	タイム3	傑作ワイド劇場 映画						3			
4	オリンピックハ イライト	結婚しないから しれない証候群	水戸黄門	かりあげクン	傑作ワイド劇場 ニュース	レディス4					4			
5	オリンピックハ イライト	歌・できるもん おかあさんといっしょ テレビ絵本	ふぞろいの林檎 たちII	学校へ行こう キテレツ大百科	代表取締役刑事 若草物語						5			
6	イブニングネッ トワーク	工研探訪つくる みんなの手話	ニュースプラス ワン	スーパータイム	ステーションE YE	マリーベル 愛ラブSMA.P					6			
7	7時のニュース くらべてみれば	歴史でみる世界 きょうの健康	100人に聞きました おかしスポーツ祭	今夜は好奇心	いたずらジャジボ いいな世界は	ドッジ弾平 月曜特集					7			
8	地球ファミリー	現代ジャーナル	世界まる見えテ レビ特捜部	志村けんのだい じょうぶだぁ	赤かぶ検事 月曜特集						8			
9	ニュース21 きょうの料理 レッツダンス	スーパードレ ビ	月曜ドラママス ベシヤル	あなただけ見え ない	たけしのTV タックル	女のサスペンス					9			
10	オリンピックア ワー	英語会話 仏語・ハンブル	スター爆笑Q& A	恐怖配達人	ニュースステ ーション	ファッション ザフィッシング					10			
11	視点・論点	アンコールア ワー	きょうの出来事	ニュースCOM	ニュースステ ーション	ビジネスサテラ イト					11			

〔対 談〕

子どもにとってのテレビ



子どもにとっての

小平さち子氏
(NHK放送文化研究所)

深谷昌志氏
(静岡大学教授)

今の子どもはテレビと 上手につき合っている

深谷 小平さんはNHK放送文化研究所で、主に子どもとメディアについてご研究をなさっていらっしゃるわけですが、今の子どもたちのテレビとのつき合い方というと特にどんなことが印象的ですか。

小平 おとなの目から見ると、今の子どもたちは、テレビばかり見ていて外で遊ばなくなった、テレビゲームに熱中して目に悪いなどと、マイナス面ばかりが強調されがちですが、実際はこうしたメディアとうまく適応しながら対処しているという感じを受けます。

深谷 ということは、テレビに象徴される新しいメディアとの接し方が上手だということですか。

小平 必ずしも今のままでいいという意味ではないのですが、とにかく器用にこなしていると思います。たとえば、塾やおけいこの合間に、ビデオを使って放送時間帯に見られない番組を見るとか、自分の知恵としてビデオの活用法を編み出しているという印象を受けます。

深谷 もっともテレビは生で見なければ本来の価値がないということを使う人もいらっしゃると思いますね。

小平 作り手としては30分なら30分、初めから終わりまで見てほしいということでストーリーを組んで番組を作っているわけですから、

ビデオでコマ切れに5分とか10分とかという見方をされると、作り手の意図通りに見てもらっているとは言えないと思います。

深谷 つまり送り手の意図とは別に、受け手のほうがたくましくなっているということでしょうか。

小平 送り手の意図とは違うことを、受け手は自分なりに楽しんで見ているという気がします。おそらく子どもに限らず、おとなもそういう見方をしているのではないかと思います。

深谷 ところで、子どもの視聴時間の調査というのは、NHK放送文化研究所でなさっていらっしゃるんですか。

小平 はい。私どもでも行っています。

深谷 これは子どもに限ったことではないんですが、いわゆるテレビの視聴時間を調べるというのは、大変むずかしいのではないかと思います。

小平 いろいろな調べ方があります。日記式に5分きざみでテレビを見ていたかどうかを答えていただく場合もありますし、「あなたは1日おおよそ何時間くらい見えていますか」という形で質問することもあります。

深谷 私たちも小学生のテレビ視聴時間は1日2時間半というような言い方をしますが、実際には真剣に見ている場合もあれば、何かをしているときのバックグラウンドミュージックになっている場合もあるわけですよ。

テレビ

〔はじめに〕

子どもとテレビの問題について、誰と語ろうかと悩んだ。いろいろな識者を存じあげているが、そうした中から、NHK放送文化研究所で、テレビについて長年にわたって研究を重ねていらっしゃる小平さち子さんに、じっくりとお話をお聞きしたいと思った。
(深谷)

小平 そうですね。それを自分がどういうふう
に意識しているかということになりますが、
たとえば宿題をしながら見ている場合に、勉
強とテレビ視聴のどちらにウエイトをおい
ているかということ厳密に測定するのは大変
むずかしいところです。

深谷 調査をなさるときに、子どもたちがテ
レビ視聴しているというのはどうやって定義
するんですか。たとえば「ながら視聴」も入
れるんですか。

小平 原則的には含めております。「テレビ
を見ながら他に何かをしていますか」という
質問項目を入れて詳しく調査をすることもあ
ります。

深谷 今日のようにパーソナルなメディアと
して、テレビが子どもたちの中に入り込んで
くるということは、子どもたちにとってプラ
スなんでしょうか、あるいはマイナスなんでしょうか。

小平 大変むずかしい問題ですね。選択肢が
増えたということなのでしょう。今日では
個室にテレビを持ち込むこともできるし、ビ
デオも普及してきた。同じ番組を同じ時間見
ているとしても、一人一人の受け止め方が非
常に多様化しているわけです。どういう見方
をするのか、それから何を得ているのか、あ
るいは楽しんでいるのかということが、人
によってかなり違ってきているのです。一概に
プラスマイナスを論じることはできませんが、
同じものを見ているのに、それが有益になる

人とそうでない人、その差がますます開いて
くるのではないかという気がします。

ヨーロッパと日米のテレビ事情の違い

深谷 日本にいると日本のテレビ事情も世界
のそれもまったく同じような錯覚を起こしま
すが、お隣の韓国でもテレビはそんなに流
行っていないし、チャンネル数も少ない。
ヨーロッパでも同じような事情で、放映時間
も短いし、娯楽番組も少ないというのが現状
ではないでしょうか。

小平 そうですね。誰でもがごく一般的に見
れるテレビということで考えてみますと、こ
れほどチャンネル数多くて、しかも一日中

●小平さち子氏／プロフィール●

NHK放送文化研究所研究員。上智大
学外国語学部卒業。1977年以来、NHK
放送文化研究所において「子どもとテレ
ビ(メディア)」「教育放送(とくに学校
放送・幼児教育番組)」のテーマを中心
に、各種の調査、研究を担当。研究の対
象には、幼児あるいは乳児をも含めてい
る。それぞれのテーマに関連して、海外
のテレビ番組や子どものテレビ視聴の状
況、研究動向の分析に関わる他、海外の
研究者や放送関係者に向けて、日本にお
ける放送の状況や研究の紹介にも努めて
いる。



小平さち子氏

ひっきりなしに放映されているというのは、アメリカと日本くらいでしょう。ヨーロッパでは、おおかたの人がふだん接しているテレビは大体3~4チャンネルくらいですし、朝の時間帯と夕方以降放映して、昼間は休みというチャンネルもあります。

深谷 ご研究を続けるなかで、子どものアングルから主にどこの国のテレビ番組をご覧になっていることが多いのでしょうか。

小平 ヨーロッパではイギリスとかドイツ。あとは、アメリカやオーストラリアなどが多いです。

深谷 たとえばイギリスの場合、子どもとの関係でテレビの話をする時、どんなことが印象的ですか。

小平 イギリスでは日本のNHKにあたる公共放送と、それに商業放送とはいってもかなり公共放送に近い二系統のテレビ局があります。そして両局とも平日の3時半から5時半くらいまで子ども向けの時間帯を設けていまして、幼児から小・中学生向けの番組をバラエティー豊かな編成で放映しているのが印象的でした。

深谷 バラエティーに富んだ番組編成というのは具体的にはどのようなことなのですか。

小平 子ども向けのニュースがあったり、スタジオショーがあったり、アニメがありドラ

マがあるといった編成です。2時間という枠組みの中で番組のジャンルをうまく配分しているという印象を受けました。しかもこれを、長い年月少しも崩していないという点も特徴だと思います。

深谷 年齢差もあるでしょうが一般的にみて、子どものテレビ視聴時間はどのくらいなのでしょう。

小平 たとえば、イギリスでは、4~15歳で1日あたり平均2時間から2時間半といったところで、日本の子どもとほぼ同程度といえましょう。

深谷 アジアの国と比べるとかなり多いようですね。たとえばソウルとかタイペイでは、子ども向けの番組が少ないこともあって、1時間くらいしかテレビを見ていないと聞いています。

小平 ヨーロッパの中ではドイツや北欧の子どもたちの視聴時間が短いようですね。これらの国々では子ども向けの番組自体が圧倒的に少ないのです。そんなことも影響して、子どもの視聴時間も短いのではないかと推測されます。

深谷 調査段階でいろいろな国のテレビ関係者と交流する機会があると思うのですが、たとえばドイツやイギリスのテレビ関係者は、テレビを通じて子どもたちに、どのようなものを与えたいと言っているのでしょうか。

小平 一つには自分の国に昔からある児童文学というものに、かなりのウエイトをおいているようです。おじさんが登場して、絵本をめくりながらお話を読んで聞かせるという、オーソドックスといえますか、古いスタイルのものも多いようです。

ですから、イギリスに住むことになった日本の子どもたち、つまり、日本のテレビ番組のテンポに慣れた子どもには、物足りないという思いが強いようですね。

深谷 ロンドンからの帰国子女が、日本に帰ってきたらテレビが楽しくてしょうがないと話していましたが、ロンドンのテレビが物足りないというのは、やはりテンポが合わない

というようなことですか。

小平 テンポもありますが、アニメーションの場合、色合いの違いということもありますね。アメリカや日本のアニメの場合、色がきついというか、ケバケバしいという感じですね。そうしたものに慣れた子どもには物足りないという感じを与えるのだと思います。

深谷 私など日本のテレビに慣れてしまっているのでしょうか、ヨーロッパのテレビは何か古い番組を見せられているような感じをもっていたのですが、日本のテレビはケバケバしいと言われると、その通りだと思いますね。また、あのゆったりとしたテンポも大事にしているわけなんじゃないかな。

小平 その通りだと思いますし、また親たちからも支持されているということなのではないでしょうか。ヨーロッパの場合は、先ほども申しあげましたように、これまで長い間、公共放送が中心でしたから、番組も子どもたちが飛びついてくるというものよりも、子どもたちへ向けてのメッセージといった色合いが強いのではないかと思います。

深谷 そのあたりがアメリカや日本との違いなのでしょうね。

小平 子どもとテレビだけの問題ではなく、テレビ全体のシステムの違いという気がします。アメリカのように商業テレビが圧倒的な力を持っている国では、子ども向けの番組というと、アッという間にみんな似たようなものだけになってしまうんですね。こうした傾向は、とくに1960年代半ばから顕著になってきたといえると思います。

深谷 アメリカの場合、あんなにたくさんのチャンネルがあって、しかもケーブルテレビが普及していても、やはり子どもの番組というのは似通っていますね。

小平 そうですね。アメリカでは、“子ども向けテレビ”というのと、1960年代以降は“アニメマンガ”と同義語になっていると指摘されているくらいです。もちろん、アニメ以外にも、日本でもよく知られている「セサミストリート」などがありますが、この番組に続



深谷昌志氏

くものがほとんどなかったことが問題になってきました。

深谷 そうした背景をふまえて、アメリカとヨーロッパとの、テレビと子どもとのかかわりで比較した場合、大きな違いというのと、どんなことが挙げられますか。

小平 番組一つ一つを特定して比較することはできませんが、アメリカの場合、次から次へとテレビ番組用のアニメが作られるということに驚かされます。それもロボットが当たると、次々と似たようなロボットを主人公にした番組が作られるわけです。しかも同じ時間帯に同じような番組が放映されるので、そこに熾烈な視聴率競争が起こるのです。

深谷 子どもの番組にも視聴率競争があるわけですか。

小平 商業テレビの子ども番組担当者は、二番煎じではないオリジナルな番組を作ろうとしても、結局はマーチャンダイジングともかみあわなくてはいけないということで、そういったジレンマの中で番組作りをしているのではないかと思います。一方では公共放送で提供されている「セサミストリート」のように、アメリカ国内だけではなく世界中で評価され、しかも20数年間も続いている番組もあるのですが、こうした番組の制作を維持するのは、とてもむずかしいことです。

テレビを使った幼児教育 「セサミストリート」

深谷 「セサミストリート」の成り立ちについては、ご存じない方も多いと思いますが。

小平 1960年代のアメリカは日本と違って、幼児教育が全米に行きわたっていないという状況にあったわけです。それをどうにかしなければいけないということで、大きなプロジェクトが組まれました。しかしあの広大な国上りのあちらこちらに幼稚園を作って幼児を通わせるなどということは到底できることではありません。そこで目をつけたのが、当時すでに全米に普及していたテレビメディアでした。つまり、テレビを使って幼児教育ができないかということで、国家規模のプロジェクトを組んでカリキュラムの開発から始めたのが「セサミストリート」だったのです。

深谷 テレビを通しての幼稚園教育はもちろんですが、もう一つの側面として、人種的な偏見をなくすということもあったと聞きましたか…。

小平 「セサミストリート」は、文字と数を教えこむ番組だという誤解を受けることがありますが、実際は当初から情操面、特にアメリカの場合は、ご指摘のように人種問題のテーマなども、重要なポイントとして盛り込まれていました。カリキュラムを決める会議も毎年開かれ、その時々アメリカの置かれている状況を考慮して、教育目標が決定されます。人種差別に限らず、いろいろなハンディキャップをもつ人たちの理解などもテーマとして取り入れているようですね。

深谷 性の偏見をなくすようなストーリーも散見されますね。

小平 結婚や赤ちゃん誕生というテーマも取り入れています。先日、「セサミストリート」を制作しているプロダクションの人たちと話す機会があったのですが、新しいテーマを取り上げる場合、事前に専門家と何回もディスカッションを重ねて、それを番組に反映させているということでした。たとえば、

「死」という問題を取り上げた場合、怖がらせるような形で扱ってはマイナスで、この年齢の子どもには、どのような形で伝えたいのかということを慎重に検討するそうです。

深谷 あのような番組を、日本で作るということはむずかしいのですか。

小平 「おかあさんといっしょ」や「ひらけ！ポンキッキ」などの中で、日本に合った形を考えることができるのではないのでしょうか。

深谷 私どもの調査によりますと、アメリカの子どもたちのテレビ視聴時間は平均値が4時間くらいになりそうなのですが…。

小平 そうですね。季節によって1時間近く差があるようですが、最近では2～11歳の場合で、平均すると1日あたりの視聴時間が3時間半というデータがあります。

深谷 アメリカでは塾がありませんし、放課後や夜間の視聴時間を考えると、もう少し多いのではないかという気もするのですが、いずれにしても、日本よりテレビづけという印象を受けますね。

小平 アメリカでは10年以上前から、ケーブルでも子ども向け専門のチャンネルがありませんね。

深谷 ところで、アメリカのテレビを見ていて、いい意味でのヒントとか、あるいは反省点などもあると思うのですが、そのあたりはいかがでしょうか。

小平 作り手の側から言えば、すでにできあがったシステムの中で、制約とか条件があるのでしょうが、本当の意味での子どものニーズを考えれば、もっといろいろな種類の番組を、さまざまな形で提供することが求められているのではないかと思います。

深谷 これから日本の子どものテレビの状況は変わりそうなのでしょうか。

小平 幼児向けの番組では「おかあさんといっしょ」「ひらけ！ポンキッキ」などが長寿番組として知られていますが、それに続く小・中学生から高校生向けの番組を充実させていくことが大切だと思います。

深谷 調査してみると、子どもたちが見ているのは、アニメとか、バラエティー番組が多いですね。

小平 小学生では「ドラえもん」や「サザエさん」が根強い人気を保っているようですし、「ちびまる子ちゃん」は、おとなをも含めての話題の番組ですね。アニメ以外では、必ずしも子ども向けとはいえませんが、いわゆるバラエティーショーも人気があるようです。

深谷 私どもの調査に限らず、他の調査でも、音楽番組を支えているのも小学生から中学生ですし、子どもたちだけがテレビを通じて、いろいろなものを先に知ってしまう。そうなりますと歯止めがなくなってしまうような気がしてならないのですが…。

小平 子どもたちがテレビに何を求めているのかを見てみますと、やはりリラックスするため、娯楽のためということと、そしてもう一つ重要なのは、友だちとの共通の話題をもつ、つまりコミュニケーションを深めるためにテレビを見る。そういう意識はかなり強いような気がします。

よい視聴者を育てるためのしつけ

深谷 小平さんは長くテレビとつき合ってきたわけですが、そのご経験からみて子どもなりにいいテレビ視聴者というのはいるものなのでしょうか。

小平 親たちは3時間も見ているのは長すぎるとか、マンガばかり見て困るとか、特定の番組名をあげて、この番組は見えてはいけないというようにパターン化してしまっていますね。本当はそうではなくて、ある子どもは、ある番組を内容に共感し感動しながら見ますが、宿題をしながら聞いている子どもにとっては同じ番組も、バックグラウンドミュージックでしかないわけです。同じ番組を見て、その場で感動する子どももいれば、何かの折にふと思いだして、あの番組を見たことは自分にとってこんな意味があったんだと気がつく子どももいるでしょう。このよう

に形は違っても、子どもの心に残る番組との出会いができることが大切でしょうね。

深谷 よくPTAの席などで、お母さん方から「うちの子はテレビばかり見て困っています」ということが担任の先生に寄せられますが、こうしたテレビづけのお子さんを持った、お母さんなり相談される先生方に、何かアドバイスはありますか。

小平 自分がその番組を見たいのはなぜなのか、その番組から何が得られるか、また、テレビ以外の別の方法はないかということ子ども自身が考えるチャンスを作ることが大事だと思います。

深谷 何を見てはいけないとか、見るのは1時間にしておきなさいということではなく、子ども自身に考えさせるということですね。

小平 まず、この番組の何がおもしろいのか、どういう部分が好きなのかということ子ども自身に考えさせることです。そのうえで、その情報なり楽しみなりを得るためには、本を読む方法もあるのではないか、あるいは友だちと話すことによってできるかもしれないということに自分自身で気づくことが大切だと思います。

深谷 そういったことは小さいときからしつけておいたほうがいいのですか。あるいはある年齢に達してからのほうがいいのでしょうか



か。またそういうしつけは家庭でするものなのではないでしょうか。

小平 基本的には家庭で早い時期からのしつけが大切だと思います。日本の家庭では子どもが生まれたときからテレビやビデオがあります。お母さんは赤ちゃんを抱いて一緒に見ることもあるでしょう。テレビを見せておけばおとなしくしているからというおとなの都合で見せてしまうのはよくありませんね。

深谷 よい視聴者を育てるためのしつけという事ですね。

小平 テレビに限ったことではないと思いますが、おとな自身の態度も大切ですね。

深谷 ただ、テレビというのは身近にあって魅力的なものですから、余計そのようなしつけが必要なんでしょうね。

小平 たんに時間量とか時間帯がどうということよりも、ある場合には、お母さんやお父

さんが一緒に見ることも大事だと思うんです。そこから共通の話題が生まれれば大変いいことだと思います。それぞれの家庭でのルールを作るということが大切なのではないでしょうか。

深谷 ところで〇〇の番組はよくないなどと、番組刈りのようなことが起こりますが、それについてはどのようにお考えでしょうか。

小平 その番組のすべてが悪いという決めつけ方は正しくないと思います。その番組のどういう点、どういう部分が悪いのかということをはっきりとさせるべきですね。おとながよいと思って安心して見せている番組が、必ずしもすべての子どもたちにとって好ましいものとはいえないことだってあり得るのではないのでしょうか。

深谷 本日は大変貴重なお話をありがとうございました。

《対談を終えて》

子どもとテレビについて語る人は多い。しかし、一つのテーマをじっくり腰を据えて研究を重ねる…。そうした人のもつ重みを、小平さんから感じた。なにげなく話される言葉に、ずっしりとしたものがあった。



文献紹介

「海外における“子どもとテレビ”」

小平さち子「子ども文化としてのテレビ～海外の“子どもとテレビ”をめぐる動向から～」『NHK放送文化調査研究年報』第32集、NHK放送文化調査研究所、1987年、P.127～155から、第1章の部分（P.128～133）を抜粋しました。

I 各国にみる子ども番組編成と子どものテレビ視聴

1. 子ども番組時間帯の発想と番組のバラエティー

イギリス、西ドイツ、フランス、北欧諸国など、ヨーロッパでは、平日の午後4時～6時ぐらいの時間帯と土曜・日曜日の午前から午後にかけての時間帯に、子ども向け番組を編成している国が多い。その他、平日の午前中や午後の早い時間帯に就学前児童向け番組を放送する場合もある。これは、子どもの生活時間帯の観点からテレビ視聴に好ましい時間として編成を行っているものである。

そして、これらの国々では、この子ども向け時間帯の中で、バラエティーに富んださまざまなジャンルの子ども番組が放送されているという特徴がある。

また、ヨーロッパでは、毎日午後7時～8時頃に、“子ども（とくに幼児）”に対して“あなたたちのテレビの時間はおしまいですよ”というメッセージを送る短い番組が放送されている国が少なくない。西ドイツの「砂まきおじさん（Sandmännchen）」（4分間の人形アニメ）のほか、イタリア、ハンガリー、ソ連などでも同様の番組が放送されている。ヨーロッパの家庭のしつけの習慣をテレビが取り入れた例といえよう。

日本では、アニメマンガが最も集中的に放送されている時間帯であることは対照的である。

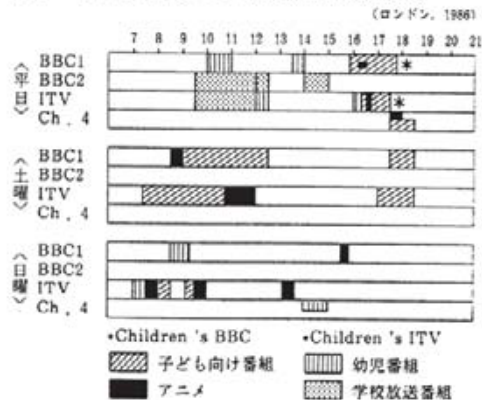
＜イギリスにみる年齢に応じた内容の重視＞

イギリスでは、公共放送と商業放送（公共企業体としての性格をもつ）の2本立てで、それぞれ

がテレビ2チャンネルずつを持っているが、子ども向け番組は、主にBBC1とITVで放送される。平日の夕方、BBCが“Children's BBC”（3：50～6：00pm）、ITVが“Children's ITV”（4：00～5：15）という“子ども時間帯”の枠を設定して番組紹介役のホストを付けている。

いずれの場合にも、時間帯の初めは、幼児向け番組で始まり、次第に対象年齢が高くなるような順で番組を編成している。番組の内容も、アニメ、人形劇、お話（語り）、ドラマ、スタジオ・バラエティー、クイズ、ニュースなど、バラエティーに富んでいる。“アニメ”といっても、ヨーロッパやオーストラリアの場合には、基本的にはアメ

図1 イギリスのテレビ子ども番組放送状況



リカや日本のアニメとは趣きを異にする。内容的にも児童文学や昔話をアニメ化したものが多く、画面の方も、クレヨン画や水彩画がぎこちなく動くものや部分アニメのもの、人形アニメ、クレイ（粘土）アニメなどの手法を用いた、素朴な穏やかな感じのものが主流である。

アメリカの商業放送（3大ネットワーク）が、

幅広い年齢の子どもを数多く魅きつけるねらいで同じパターンの子どもの大量提供に熱心であるのとは、考え方に大きな違いが感じられる¹⁾。

この点について、アンナ・ホーム (Anna Home) BBCテレビ青少年番組部長に直接質問する機会を持った (1986年)。ホーム部長は、番組制作者、責任者として、BBC、商業テレビの両方での体験を持つ人であるが、いずれの放送機関の場合にも、「子どもの好みに左右されることなく、年齢に応じた内容をバランスよく提供することが基本です。テレビにはその責任があります」と明快な答えを返してくれた。

この信念は、代々のBBCの部長から着実に受け継がれ、育てられてきたもののようだ。

モニカ・シムス (Monica Sims) は、1970年代のイギリスにおける子ども番組拡張期に、BBCのテレビ青少年番組部長を勤めた人物で、彼女の確固たる哲学は今日に至るまでBBCの子ども番組の質とバラエティーを維持するばかりでなく、ヨーロッパの国々へもその影響を与えていると評されている。

子ども番組制作の責任者としての、彼女の考え方は、「EBUレビュー」(1971, 5.) の論文の中にも表われている²⁾。

子ども向け番組には最高の作家、俳優、プロデューサーを当てるべきであり、プロデューサーは子どもたちが何を欲しているのか熟知しているべきである。…

プロデューサーは、子どもたちを過保護にさせるような圧力に抵抗しなくてはならない。…我々の責任は、子どもたちが現実や悲しみ、世の中の悪を直視する手助けをすることにある。…そして、すべての情緒的な体験をさせるべきである。…

子どもにこびることない姿勢、自信に満ちた番組提供の姿勢は、次の例などによく表れている。BBCの「グレンジヒル (Grange Hill)」は、中学校を舞台としたドキュメンタリードラマシリーズである。(平日午後5時台に放送)。麻薬、飲酒、暴力、人種差別などの現実社会の問題を描いたもので、「このようなリアルな現実描写はかえって子どもたちを墮落に導く」として、PTAばかり

かBBCの経営委員会からまで批判を受けたこともあった。しかし、モニカ・シムス、そして彼女の後任部長のエドワード・バーンズは、「すべての台本は十分に吟味され、不要に“好ましくないシーン”を描いているわけではない。このテーマは子どもたちが避けては通れないもので子どもに必要なものである」として、番組を守り抜く姿勢を貫いてきたのである。現部長のホームも「このき然とした態度こそ重要である」と強調している。

“Watch With Mother” (1953年より、毎日の放送)、さらには“Play School” (1964～) など、BBCが、幼児 (就学前児童) 向けの番組を早い時期からスタートさせていたことも注目される。

長寿番組シリーズを育てる一方、新しい発想の番組を組み入れていくという努力 (例えば、1970年代初期には、聴力障害を持つ子どもと一緒に楽しめるよう映像の使い方に新しい工夫がなされた“Vision On” が世界的にも話題をよんだ) がイギリス、とくにBBCの子ども番組には強く感じられる。

〈創造性を重視し啓蒙的な西ドイツテレビ〉

西ドイツでは、放送局の人々自身が子どものテレビ視聴のあり方については慎重な態度を示しており、「視聴率優先の発想が強いテレビは、子どもの創造力を貧弱にする以外の何ものでもない」と、番組の質に対する評価は厳しい。また質のいかんにかかわらず、視聴時間量が多いことによる影響ということも憂慮している。

首相や大統領がテレビの影響について発言することも多い国である。かつて、シュミット首相は、テレビに振り回されることによって人間的なふれ合いが減少することを心配して「週1日、テレビを見ない日を作ろう」と呼びかけたことがある。

また、最近の例では、1985年の年頭のあいさつで、ワイゼッカー大統領が「テレビの見すぎは子どもの創造力を奪うので注意を要する。また、テレビが人間の精神に与える影響について、本格的な研究が必要だ」と述べ、さらには、これを受けたHR (ヘッセン放送協会) 会長が、テレビで「番組を吟味して見よう。ためらわずにスイッチを切ることも必要だ」と答えている。テレビの啓蒙性を重視するお国がらもよく表れている。

この2つのできごとは、新聞でも第一面に取り上げられた。というのは、ちょうどこの日、西ドイツで初の民間放送が始まったことと関係があるようだ。もともと、アメリカや日本の商業放送の事情を批判的に見、西ドイツにおける民放の許可にあたっては、殺人、ポルノなど「人間の尊厳を冒す」番組をきびしく規制したといういきさつはあった。今回の大統領、テレビ局会長の発言、それをとりあげた新聞ジャーナリズムの行動には「悪貨が良貨を駆逐する」事態を危ぶんでの警告を発する意味もこめられていたと読み取るべきであろう。

「重要な番組種目としての子ども向けテレビ放送の展望と考察」と題した、ミュンテフェリング^(註) (Gert K. Müntefering) WDR (西ドイツ放送協会) の家庭向け番組 (Familien Programm) 部長の論文 (1986) は、今日の西ドイツの子ども番組状況を分析しつつ、これからの新しい政策を展開している点において、大変興味深い³⁾。

ミュンテフェリングの分析によれば、まず、「子どもにとってのテレビとは“語り手”であり、良質の物語シリーズの制作を国内において充実させることが重要だ」という。これまでの西ドイツの子ども番組をふり返ってみてもバラエティーに富む番組編成を行う中で、“ストーリーもの” (日本人の感覚においては、観念的な筋立てで、演出もきわめて重厚さを持つようなものが多い) は確かに大切にされてきたといえよう。しかし、「“物語シリーズ”というのは、老朽化することのない種類のものであり、この分野には、さらに多大な投資が必要で」、「子どものファンタジーの世界にまで入っていける番組をふやす必要がある」として子どもの創造性の育成を重視する考えを示している。

その背後には、「公共放送機関としての第一の使命は文化的義務を果たすことである」との強い信念がうかがえるのである。

「質の点で十分といえない番組をたくさん制作するのではなく、4半期毎に大型子ども番組を提供するといったような重点政策をとることが、公共放送としては大切であろう」とも述べているが、

そこには、今日の世界各国の商業放送やニューメディアの提供しているアクションドラマやアニメの質への批判が含まれているといえる。

そして、「実的な子ども番組の政策という観点に立てば、本当の意味での成功のためには、経済的基盤と番組制作首脳部の理解が重要である」という。これは、氏の制作者としての長年の体験にも基づくものといえるが、今や理念のみを強調している時代ではないという現状を強く反映したものともしえる。

つまり、“海外市場へ積極的に進出 (番組販売) していくことによって西ドイツの放送機関への財政的プラスをもたらし、それを再び良質の子ども番組制作にも生かしていく” という形になることを理想として考えているのである。

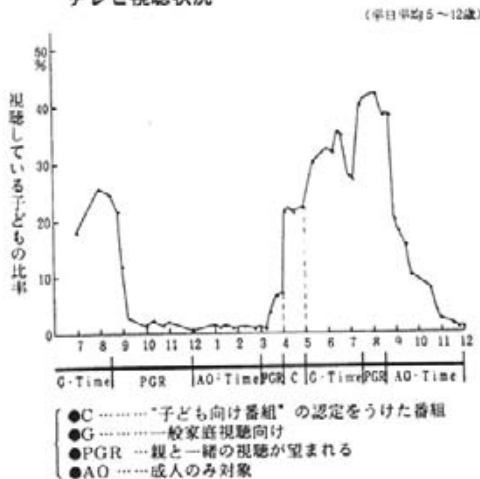
その他のヨーロッパの国々の子ども番組においても、基本的にはイギリスやドイツの項で示したような傾向があり、北欧や東欧においては、番組のふんい気は、さらに穏やかで柔らかいトーンのものになっている。

〈番組の格付けを行うオーストラリア〉

第2章でその制度化の経過を紹介するとおり、オーストラリアでは「子ども向け番組」と認められたものしか放送できない“C-Time”というのが午後4～5時に設定されている。その他の時間帯についても、子どもの視聴可能時間帯などとの関係を考慮して、各時間帯別に、放送してよい番組のランク付けがなされている。

(注) ミュンテフェリング氏は、ヨーロッパ中を魅了した「ねずみちゃんと一緒に (Sendung mit der Maus, 1972～)」シリーズなど子ども番組の制作者としてのキャリアを持つ。

図2 時間帯別にみたオーストラリアの子どものテレビ視聴状況



(注) AO番組を放送できるのはAO-timeのみ
 PGR番組を放送できるのはPGR、AO-timeのみ
 C-timeにはC番組以外の放送は認められない。

(Australian Broadcasting Tribunal Annual Report 1985/86より)

〈アニメに集中したアメリカの子ども番組〉

これに対して、商業放送中心に発展してきたアメリカでは、かなり事情が異なっている。初の子ども番組といわれる“*Howdy Doody*”が1947年に始まってからしばらくは、ネットワークの午後4時30分～7時に人形劇、ストーリーもの、子ども参加のスタジオショーなどが編成されていたものの、子ども番組は利益の面で不利ということで、50年代後半までには、これらの番組はネットワークのこの時間帯からは締め出されてしまった。

60年代に入って、テレビアニメが登場すると、たちまちのうちに、3大ネットワークの土曜日の午前中がほとんどすべてがアニメマンガという“子どもの時間帯”となった。これは、“子どもにとっての好適時間帯を当てた”というよりも、“空き時間を子ども用に当てた”結果といえる。

1960年以降、アメリカの子ども向け番組は、ストーリーもの、アクション・アドベンチャー、変身ロボットものなどの各種のアニメーションとなり、「アメリカの子どもたちは土曜日の朝テレビの前から動かない」と言われる状況を作った。このことが、今日に至るまで番組の内容や質、テレビコ

マーシャルにかかわる数々の問題を生み出す一因となっているのである。

この2～3年は、3大ネットワークだけでなく、独立局やケーブルサービスにおけるアニメ番組（再放送も多い）が急増し、日曜日の午前中、平日の午後3～5時、6～9時という時間帯にまで進出している。チャンネル選択可能性の高い地域に住んでいる子どもにとっては、まさに、あふれんばかりのテレビアニメの状況となっている。

3大ネットワークの新作アニメ番組の内容については、このところ1～2年単位で激しい変化がみられる。1984～85年頃にはハードアクションアニメやロボットアニメが隆盛だったかと思えば、1986年秋からのシーズンでは、6歳ぐらいの女の子にターゲットをしばった、キャラクターアビールの強い、かわいいアニメが増加しているといった具合である。

「セサミストリート」生みの親として著名なジェラルド・レッサー、ハーバード大学教授は、1986年東京で開催された講演の中でアメリカの現状について次のように述べている。

商業放送のネットワークの中に、平日に定期的に放送されている“子ども番組”が1本もないことを非常に憂えています。アメリカは、子どもたちに高い価値を見出しているにもかかわらず、(テレビという)この我々にとって最も強力な資源のひとつを有効に使えないということは恥というべきでしょう。

(*ここではアニメを含めていない)

(1986.5.31. プレスセンターにおいて)

1969年に始まった公共放送では「セサミストリート」「3・2・1コンタクト」など子ども番組に力を入れてきたが、10年もたない頃から財政難に苦しみ始め、思うような番組開発がむずかしくなった。しかしながら、1984年頃から、公共放送では子ども番組の充実を最優先事項とする姿勢を示し、毎年いくつかのプロジェクトについて財政的にも重点的なバックアップ体制を固めるようになってきている。

1984年秋から何シーズンかにわたって放送されたドラマ・アンソロジー「ワンダーワークス(Wonderworks)」はその一例である。対象は6

～12歳の子どもと家族向けということで、放送時間帯も月曜日の午後8～9時であったが、予想を上回る視聴率をおさめるなど、最近の“アメリカの子どもとテレビ”では明るい話題を提供している。

しかし、こうした傾向が、子ども向け番組の主流として定着し得るのかどうか、ヨーロッパとは異なり、商業放送が歴史的にも圧倒的なウエイトを占めてきただけにむずかしい面もある。

〈子どもが好む番組の傾向〉

「(4～15歳ぐらいの)子どもたちが好きなテレビ番組は、子ども向けの各種アニメのほか、一般向けにプライムタイムに放送されているアクションドラマ、探偵ドラマ、コメディなどである」というのは、多くの国に共通した傾向のようである。また、幼児から10歳ぐらいまでではとくにアニメへの関心が高いこと、年齢の上昇とともに好みが一般向け番組の方へ移行していくことも共通した現象といえる。

また、西ヨーロッパやオーストラリア、カナダのようにアメリカ製、イギリス製番組の放送が多い国を見てみると、子どもたちが好んで視聴している番組の中には、そうした海外の番組も多い。

例えば、イギリスの場合は、4～15歳の子どもたちの間で視聴率の高かった番組を上位10番組まで挙げてみると、その中の4～5番組はアメリカの番組である。オーストラリアの場合(5～12歳)も、同様にしてみると、10番組のうちオーストラリア製の番組は2～3番組、残りの大半がアメリカ製、そしてイギリス製のものもいくらかみられるといった状況である。

なお、テレビの視聴時間量については、国によって調査の方法も異なるので比較は容易ではないが、やはり、アメリカの子どもたちの視聴時間はイギリスほかヨーロッパの場合や日本の場合よりも多い傾向にあるといえるようだ。

〈参考〉

アメリカ	1週間合計	イギリス	1週間合計
2～5歳	28:15	4～7歳	16:30
6～11歳	27:22	8～11歳	19:52
12～17歳	男23:43 女23:23	12～15歳	17:26

(2歳以上全体 31:28) (成人 29:05)
(1985.11. Nielsen) (1984/1985 BBC)

オーストラリア(シドニー)		日本	
1週間合計		週平均1日	
5～12歳	15:09	小学生	2:06
13～17歳	16:28	中学生	2:08
(18歳以上)	男17:28 女21:11	高校生	2:19
		(7歳以上全体)	3:21

(1985年分 McNair Anderson (NHK 全国視聴率調査 Reportsより換算) 1986.11.)

2. 世界的にみた新しい傾向

〈アニメ番組の増加〉

各国においてアニメ番組が幼児や10歳ぐらいの子どもたちに人気のある事実が、さらに世界的にアニメ番組の増加傾向を生み出そうとしている。

日本やアメリカのように、すでにアニメ制作のさかんな国では、ますます新しい番組作りに意欲を燃やし、海外への進出を拡大する方向にある。また、新たにアニメ制作に取り組もうとする国でも、自国向けだけではなく、海外への販売を考える方向での関心が高まっている。

他方では、アニメの自作には至らないが、海外のアニメ番組を購入する国も少なくない。また、国をこえたさまざまな形態の共同制作も進められるなど、アニメの量が増えるというだけでなく、アニメをめぐる各国間の関係に新しい関係が生まれ、子どもたちに対しても、新たな影響を及ぼすことが予想される。

〈CATVほかにみる新メディアサービス〉

これまででは、いわゆる既存のテレビ放送について述べてきたが、「子どもとテレビ」を考える際に見落とすことのできないのが、ケーブルサービスやビデオなどによる番組の提供である。ケーブルサービスの中には、次のような子ども向け番組専用のサービスもある。

- アメリカのNICKELODEON (1979年4月～)
- イギリスのTCC(The Children's Channel) (1984年9月～)

フランスのカナルJ（1985年12月～）

こうした新しいサービスの拡大は、アニメ番組の増加の一因ともなっている。

いずれにしても共通する問題点としては、子どもが視聴可能な番組が増加（時によっては急増）する方向に向かっていること、その経営基盤を確立することは非常に困難なため、往々にして番組内容がコマーシャルの強いものになる傾向があることが指摘される。ケーブルサービスの番組やビデオソフトには、暴力描写や性描写がこれま

でのテレビ番組よりはるかに強烈なものが少なくないといった問題なども生じているのである。

それぞれの国が“子どもとテレビ”について固有の文化を持つうえに、このような世界的に共通な問題あるいは相互作用をもたらす問題も加わるといった具合で、これから、ますますこのテーマは複雑かつ重要になる様相を見せているのが、世界的にみた今日の状況である。

