

第2章 親から見たメディア利用

山田 兼尚*

家庭でのメディアの利用状況等を把握するために小学5年生と中学2年生の保護者を対象とした調査を平成11年10～12月に実施した。本章では、この保護者調査（参考文献1の調査票「家庭でのメディア利用に関する調査」を参照）の結果を分析し、親から見たメディア利用について検討する。

1. 親の属性

分析は全調査対象者を一括して扱う。調査対象者である親の属性として取り上げた性別、年齢による集計結果を表2-1に示した。

表2-1 親の属性

	性 別			年 齢						分析 対象者
	女性	男性	無回答	20歳台	30歳台	40歳台	50歳台	60歳以上	無回答	
保護者	1539	284	15	7	600	1141	71	11	8	1838
(%)	83.7	15.5	0.8	0.4	32.6	62.1	3.9	0.6	0.4	100.0

調査票が各学校から児童・生徒を経由して、その親に配布されたこともあり、80%以上が母親が回答者となっている。したがって、調査結果は、親といっても母親の意見が反映されていることを留意する必要があるだろう。年齢は、40歳台が最も多く62%、30歳台が33%で、これら二つの年代で95%を占めている。

なお、親の属性による調査結果の比較検討—小学5年生と中学2年生の親の比較は参考文献1、性別と年齢のクロスによる比較は参考文献2—を参照されたい。

2. 家庭でのメディアの使用状況

「本（マンガも含む）」、「新聞」、「ラジオ」、「テレビ」、「ビデオ」、「テレビゲーム」、「携帯電話またはPHS」、「ファックス」、「パソコン」、「インターネットに接続しているパソコン」、「パソコンで電子メール」、「携帯電話やPHSで電子メール」の12種のメディアを取り上げ、これらのメディアの家庭での使用状況を「ほぼ毎日使う」「ときどき使う」「使わない」の三選択肢によって捉えた。その結果を図2-1に示した（「ほぼ毎日使う」の回答率の高い順に並べ替えてある）。

「ほぼ毎日使う」の回答率の高いのは、日常性の高い「テレビ」が91%、「新聞」が82%である。次いで「携帯電話またはPHS」で約30%、「本」「ラジオ」は共に25%が「ほぼ毎日を使う」と回答している。

* 国立教育政策研究所生涯学習政策研究部

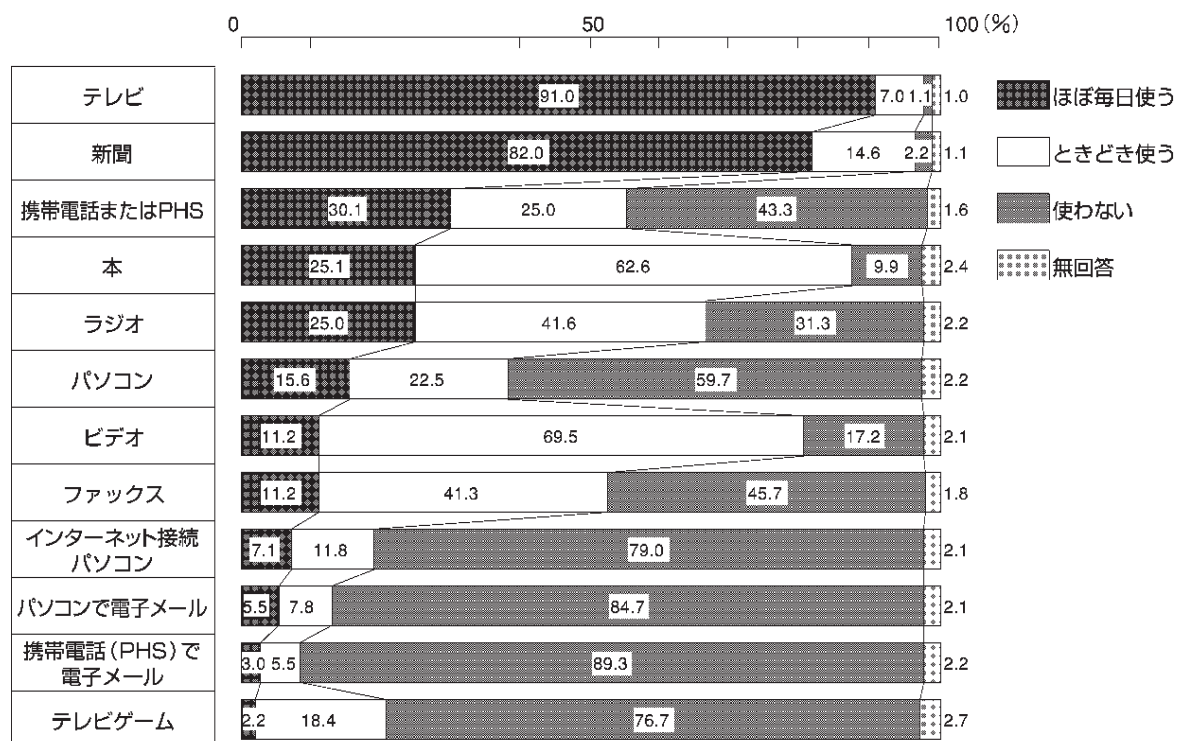


図 2-1 家庭でのメディアの使用状況

その他のメディアは、いわゆる情報化社会において主要な役割を果たすと思われるもので、「パソコン」「ビデオ」「ファックス」を「ほぼ毎日使う」の回答率は10%台で、「テレビゲーム」「携帯電話 (PHS) で電子メール」「パソコンで電子メール」「インターネット接続パソコン」のそれは10%未満である。これらのメディアの中で「使わない」の回答率が高いのは、「携帯電話 (PHS) で電子メール」が89%、「パソコンで電子メール」が85%、「インターネット接続のパソコン」が79%である。

3. メディアの使用上の困難さ

前記1で取り上げた12種のメディアについて、それらを使用する際の「困難さ」について、「いつも感じる」「ときどき感じる」「感じない」の三選択肢によって捉え、その結果を図2-2に示した（「いつも感じる」の回答率の高い順に並べ替えてある）。

図2-1に示したように、「携帯電話 (PHS) で電子メール」「パソコンで電子メール」「インターネットに接続しているパソコン」などメディアでは「使わない」とする回答率が80～90%の範囲にあり、「使わない」と答えた親に使用上の困難さを問うことには無理がある。ここでは、「使わない」と回答した親は、これらのメディアを使うのが「難しそうである」とあると判断して回答しているものと推察とされる。というのは、この「困難さ」についての「無回答」が「インターネットに接続しているパソコン」「パソコンで電子メール」「携帯電話 (PHS) で電子メール」が、他のメディアよりやや高く、それでも10%前後であるからである。「使わない」から「答えられない」、すなわち「無回答」という図式を考えれば、「無回答」の比率がもっと高くなるものと考えられるからである。この観点から結果をみることにする。

使うことが難しい（難しそうである）と「いつも感じる」の回答率が高いメディアは、「携帯電話 (PHS) で電子メール」(48%)、「パソコンで電子メール」(48%)、「テレビゲーム」

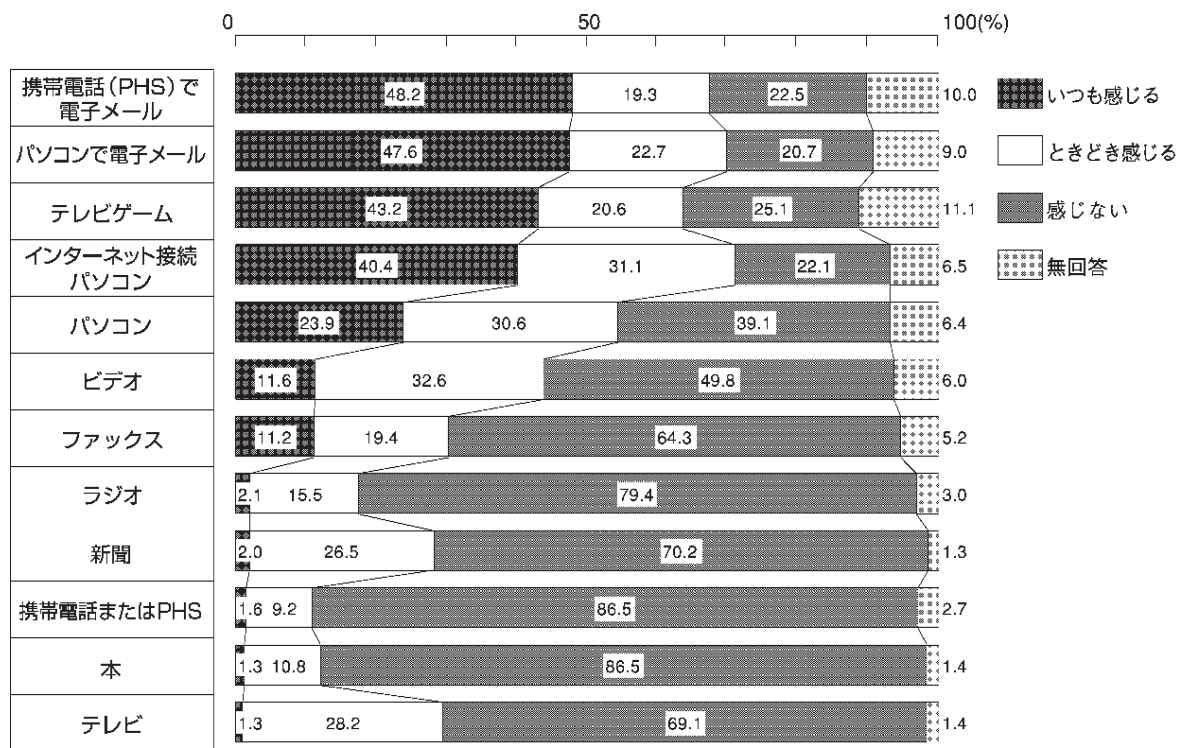


図 2-2 メディアの使用上の困難さ

(43%), 「インターネットに接続しているパソコン」(40%) で、いずれも40%台である。これらの四種のメディアは、前述したように、情報化社会において中心的役割を果たす、新しいメディアであることに起因しているものと推測されよう(「テレビゲーム」については、親が使用することは少ないことによるものと考えられよう)。

「パソコン」自体を使うことの困難さについて「いつも感じる」の回答率は24%で、その使用についてかなり慣れてきているものと推測される。「ビデオ」「ファックス」についてのそれは共に10%強で、これらのメディアも、その使用について、「パソコン」以上に慣れてきているものと推測される。

その他の「テレビ」「本」「携帯電話または PHS」「新聞」「ラジオ」について、その使用上の困難さを「いつも感じる」の回答率は数%で、日常性の高いことが示されている。

4. メディアからの情報により受けた体験

「本」「新聞」「雑誌」「テレビ」「テレビゲーム」「インターネット」の六種のメディアから受けた情報により、「ア) 元気が出た事」「イ) 自分の学習に役立てた事」「ウ) 遊びに役立った事」「エ) 仕事に役立てた事」の四つの体験をしたことがどの程度あるかを、「よくある」「ときどきある」「あまりない」「まったくない」の四選択肢によって捉え、その結果を図 2-3 に示した(いずれも、「よくある」の回答率の高い順に並べ替えてある)。以下、四つの体験別に検討していく。

(1) 元気がでた事

「よくある」の回答率の高いメディアは「テレビ」(27%), 「本」(26%) で、回答者の約 4 分の 1 強が、これらのメディアからの情報によって「元気が出た事」が「よくある」と回答

し、「ときどきある」の回答も含めると80%前後に達している。

次いで「新聞」(17%)、「雑誌」(13%)で、「よくある」の回答率は共に10%台で、「テレビ」「本」と比較してやや低くなっている。

「テレビゲーム」「インターネット」については、「まったくない」の回答率が他の四つのメディアと比較して高くなっているが、これは図2-1で示したように、これら二つのメディアを「使わない」の回答率が高いことに関連していると推測される。

(2) 自分の学習に役立てた事

「よくある」の回答率の最も高いメディアは「本」で40%、「ときどきある」の回答も含めるとそれは約90%となる。次いで「新聞」で、「よくある」の回答率は28%、「ときどきある」の回答も含めるとそれは80%強になる。

「テレビ」「雑誌」の「よくある」の回答率は、それぞれ19%、14%である。「インターネット」を「自分の学習に役立てた事」が「よくある」とする回答率は4%で少なく、「まったくない」の回答率が60%となっている。

(3) 遊びに役立った事

「よくある」の回答率の高いメディアは「本」が24%、次いで「雑誌」が19%、「テレビ」が18%である。これら三つのメディアの「ときどきある」の回答も含めると、いずれも70%を超えている。

「インターネット」「テレビゲーム」が「遊びに役立った事」が「よくある」とする回答率は両者共に4%で少なく、「まったくない」の回答率は60%となっている。

(4) 仕事に役立った事

「よくある」の回答率の高いメディアは「本」が28%、次いで「新聞」が21%である。「テレビ」「雑誌」は、それぞれ13%、12%である。

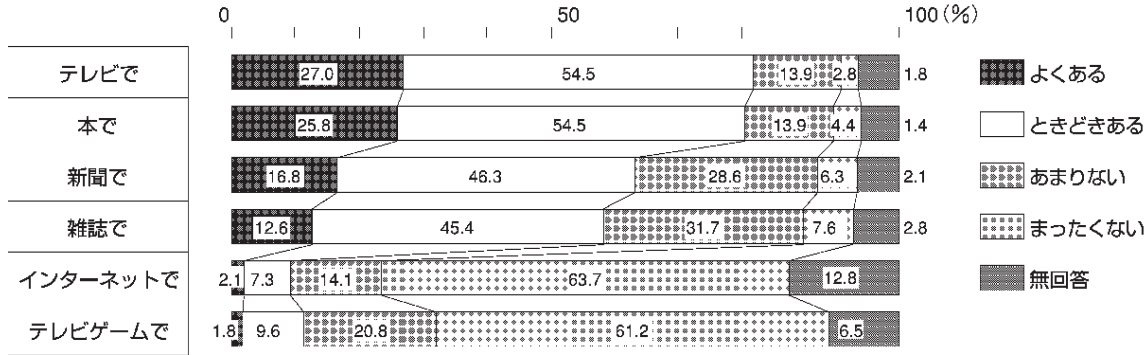
「インターネット」を「自分の学習に役立てた事」が「よくある」とする回答率は5%で少なく、「まったくない」の回答率が60%となっているが、今後は、「よくある」の回答率の伸びが予想される。

取り上げた六種のメディア（「本」「新聞」「雑誌」「テレビ」「テレビゲーム」「インターネット」）からの情報により受けた体験について、メディアごとにみると次のような結果である。

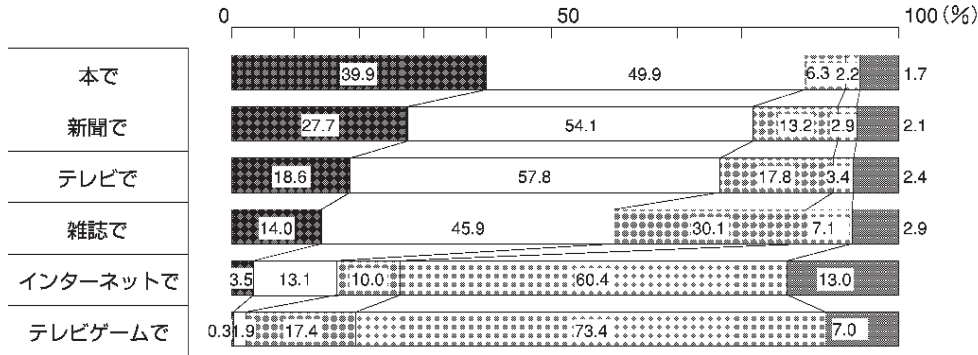
- ① 取り上げた四つのいずれの体験についても、「よくある」の回答率の高いのは「本」である。特に「自分の学習に役立てた事」で最も高く40%である。
- ② 「テレビ」は、「元気が出た事」で「よくある」の回答率が最も高く27%、その他の体験での「よくある」の回答率は、13~19%の範囲にある。
- ③ 「新聞」は、「自分の学習に役立てた事」で「よくある」の回答率が最も高く28%、その他の体験での「よくある」の回答率は、14~21%の範囲にある。
- ④ 「雑誌」は、「遊びに役立った事」が他の三つの体験より「よくある」の回答率がやや高く19%、その他の体験での「よくある」の回答率は13%前後である。
- ⑤ 「テレビゲーム」「インターネット」は、いずれの体験においても「よくある」の回答率は、共に5%以下で他の四種のメディアより低くなっている。このことは、図2-1で示したように、この二つのメディアを「使わない」とする回答率が80%近くあることと関連して

いると思われる。

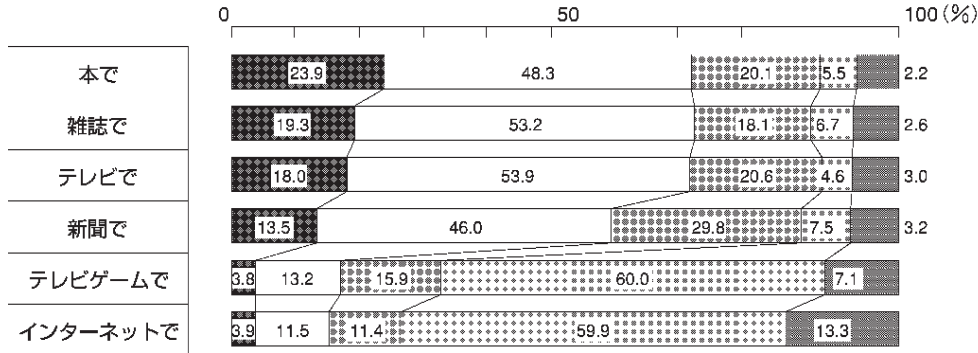
ア) 元気がでた事



イ) 自分の学習に役立てた事



ウ) 遊びに役立った事



エ) 仕事に役立った事

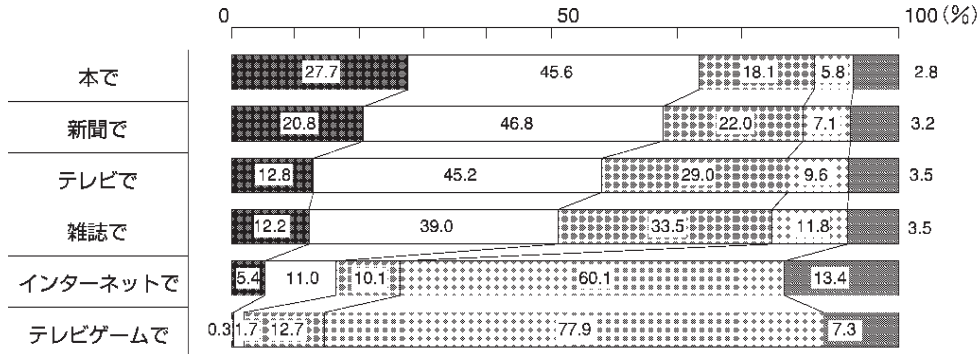


図 2-3 メディアからの情報により受けた体験

5. メディアからの情報の受け取り方

「本」「新聞」「雑誌」「テレビ」「インターネット」の五種のメディアから受けた情報をどのように受け取っているか、その受け取り方として、「ア）本当の事と違う」「イ）考え方がかたよっている」「ウ）人の気持ちを傷つけている」「エ）報道が行き過ぎている」の四つを取り上げ、それぞれについて、そのように感じたことがどの程度あるかを、「よくある」「ときどきある」「あまりない」「まったくない」の四選択肢で評定を求め、その結果を図2-4に示した（「よくある」の回答率の高い順に示してある）。以下、四つの受け取り方別に検討していく。

(1) 本当の事と違う

「よくある」の回答率の最も高いのは「雑誌」で34%、「ときどきある」の回答も含めるとそれは80%を超える。次いで「よくある」の回答率の高いのは「テレビ」で23%、「ときどきある」の回答を含めると78%となる。

「本」「新聞」「インターネット」の「よくある」の回答率は10%未満で、それ程高くはないといえる。

(2) 考え方がかたよっている

「よくある」の回答率の最も高いのは「雑誌」で31%、次いで「テレビ」の23%である。

回答傾向（回答率）は、前記の「本当の事と違う」とほぼ同様であり、このことは、これら二つの受け取り方の内容の相関が高いことに起因しているものと推測される。すなわち、「考え方がかたよっている」ことは「本当の事と違う」と判断して回答しているのではないかと推測される。

(3) 人の気持ちを傷つけている

「よくある」の回答率が最も高いのは「雑誌」で43%、次いで「テレビ」の42%で、「ときどきある」の回答も含めると、「テレビ」の方が高く88%、「雑誌」が85%となっている。

その他のメディアについての「よくある」の回答率は、「新聞」が12%、「本」「インターネット」は10%未満である。

(4) 報道が行き過ぎている

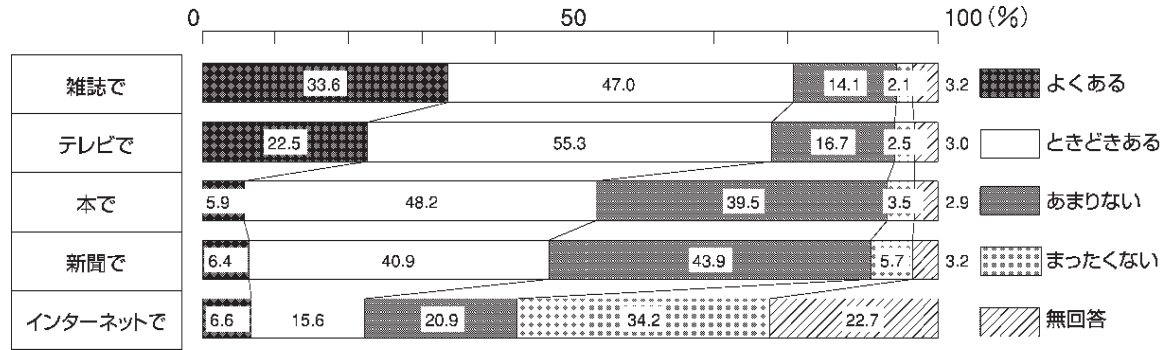
「よくある」の回答率が最も高いのは、「テレビ」61%で、「ときどきある」の回答も含めると92%となる。次いで「雑誌」で56%で、「ときどきある」の回答も含めると89%である。

その他のメディアについての「よくある」の回答率は、「新聞」が20%、「本」「インターネット」は10%強である。

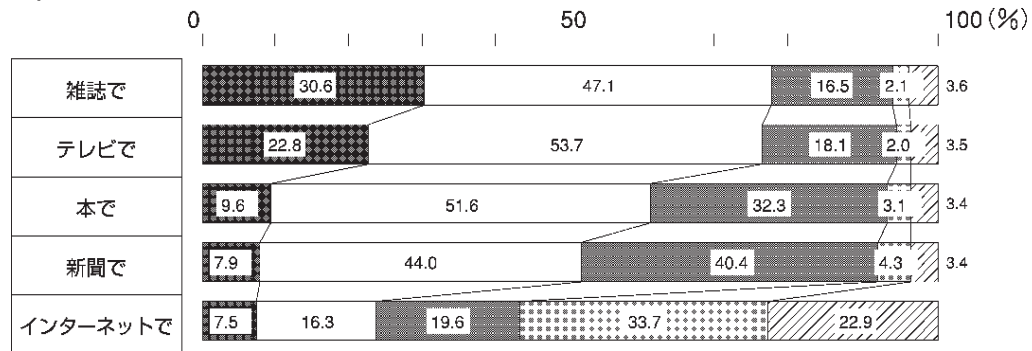
取り上げた五種のメディア（「本」「新聞」「雑誌」「テレビ」「インターネット」）からの情報の受け取り方について、まとめると次のようになる。

- ① ここで取り上げた情報の受け取り方の四つは、いずれもネガティブな受け取り方であるが、概して「テレビ」「雑誌」の二つのメディアからの情報が、ネガティブに受け取られている傾向にあるといえようか。
- ② 取り上げた五つのメディアについて、回答率に差はみられるものの、他の三つの受け取り

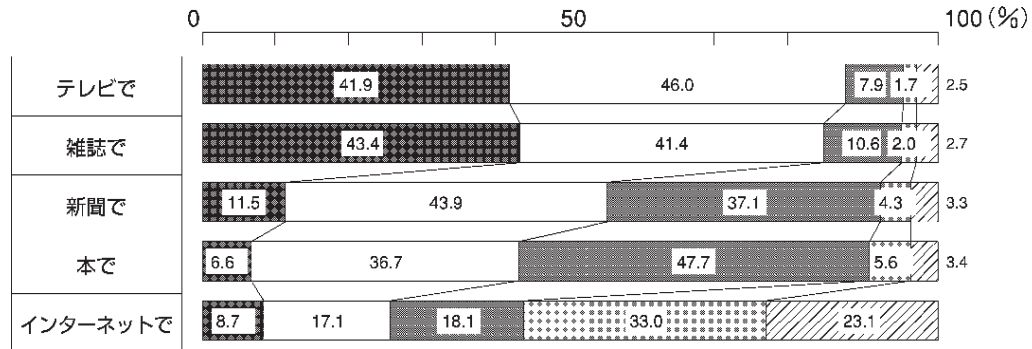
ア) 本当の事と違う



イ) 考え方がかたよっている



ウ) 人の気持ちを傷つけている



エ) 報道が行き過ぎている

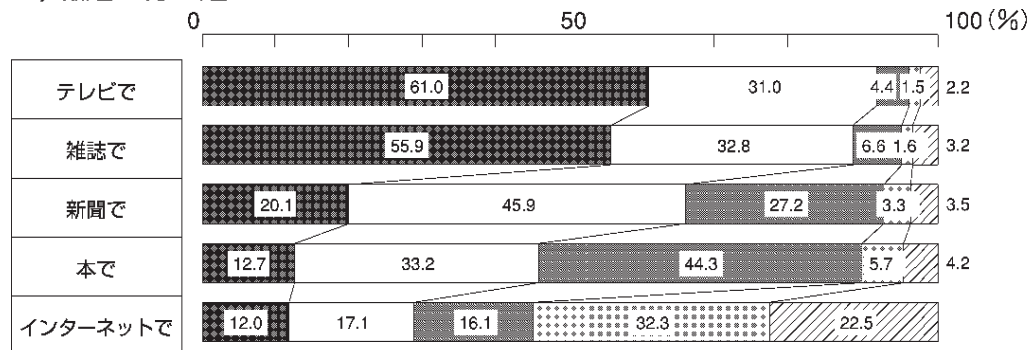


図 2-4 メディアからの情報の受け取り方

方と比較して「報道が行き過ぎている」と感じたことが「よくある」あるいは「ときどきある」と判断している傾向にある。

- ③ 「テレビ」の情報について、「報道が行き過ぎている」と感じるものが「よくある」とする回答率が61%、「人の気持ちを傷つけている」のそれは42%である。
- ④ 「雑誌」の情報についても、「報道が行き過ぎている」と感じるものが「よくある」とする回答率が56%、「人の気持ちを傷つけている」のそれは43%で、「テレビ」とほぼ同様の傾向を示している。

6. テレビ番組の場面の受け取り方

四つのテレビ番組の場面、すなわち、
「ア）ドラマに出てくる暴力の場面」
「イ）ニュースやドキュメンタリーなどの残酷な場面」
「ウ）バラエティー番組で出演者をからかったり、たたいたりしている場面」
「エ）酒やたばこのコマーシャル」
を取り上げ、このような場面についてどのように受け取っているかを、「今のままでよい」「しかたがない」「少なくすべきである」「やめるべきである」の四選択肢で評定を求め、その結果を図2-5に示した（「今のままでよい」の回答率の高い順に並べ替えてある）。

「やめるべき」の回答率の高いのが、「バラエティー番組でのからかい等の場面」で45%、「少なくすべき」の回答も含めると86%となる。「ドラマの暴力の場面」も「やめるべき」が21%、「少なくすべき」の回答も含めると81%である。親は、これら二つの場面について自粛を求めていることが推察される。これら二つの「場面」について、「今のままでよい」とする回答率は共に5%以下となっている。

「ニュース等の残酷な場面」「酒やたばこのコマーシャル」については、ほぼ同様の回答傾向を示している。すなわち、これら二つの「場面」については、「少なくすべき」が最頻値選択肢で共に39%、次いで「しかたがない」で30%前後、「今のままでよい」は共に約15%である。

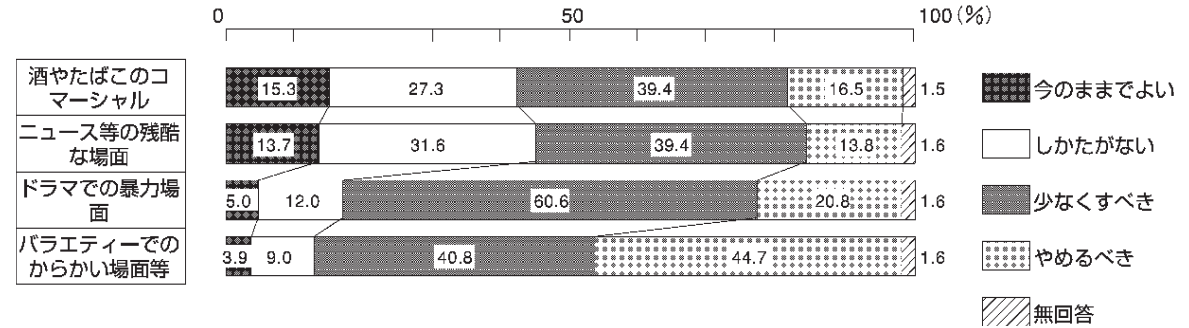


図 2-5 テレビ番組の場面の受け取り方

7. メディアの提供する有害情報に対する考え方

本、新聞、雑誌、テレビ、インターネットなどのメディアが提供する有害情報に対する考え方について、「法律で制限すべきである」「制作する側が気をつけるべきである」「これらの情報に近づけないような工夫をおこなう」「利用者が自分で判断すればよい」の四選択肢で

回答（択一）を求め、その結果を図2-6に示した。

「制作する側が気をつけるべき」の回答率が最も高く40%，次いで「法律で制限すべき」の34%で、これらの二つの回答率で74%になる。親は、第三者に有害情報の規制を求めている傾向がうかがえる。

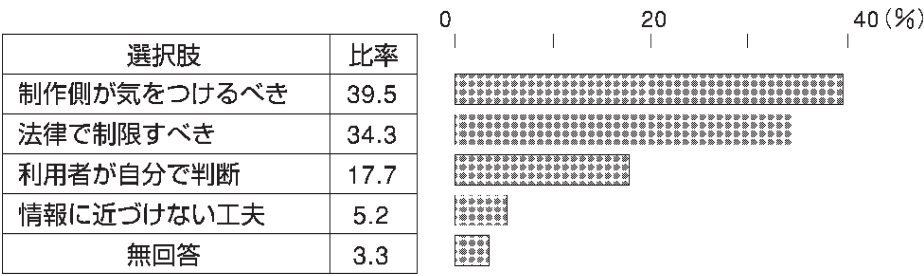


図2-6 メディアの提供する有害情報に対する考え方

8. 見せたくないテレビの場面への対応

子どもに見せたくない場面がテレビに出てきた場合の対応を、「その番組を子どもに見せるのをやめる」「そのまま見せるが、番組について自分の意見を言ったり話し合ったりする」「とくに何もしない」「その他」の四選択肢によって回答（択一）を求め、その結果を図2-7に示した。

「見せて話し合う」が最頻値選択肢で45%，次いで「見せない」が27%，「何もしない」が22%という結果である。

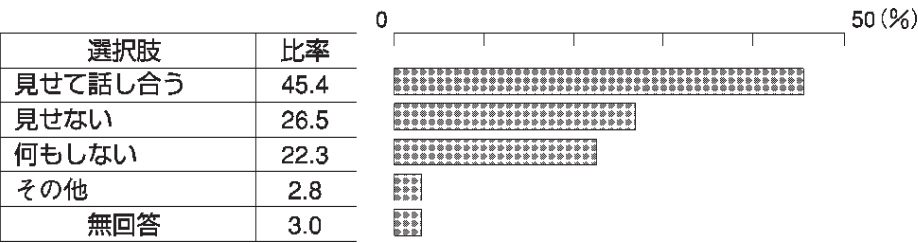


図2-7 見せたくないテレビの場面への対応

9. テレビ視聴についての約束事

平日の、子どものテレビ視聴の約束事―「子どもがテレビを見る時間を決めている」「テレビを見るのは夜何時までと決めている」「番組によって見せないものを決めている」の三つの事項について「はい」「いいえ」の二選択肢で回答を求め、その結果を図2-8に示した。

約束事として「決めている」の回答率の高い事項は、「夜何時までと決めている」で50%で

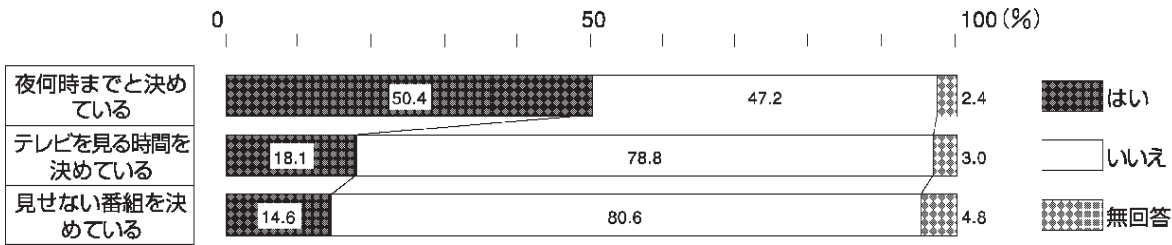


図2-8 テレビ視聴についての約束事

ある。「テレビを見る時間を決めている」は18%、「見せない番組を決めている」については15%という結果である。

10. テレビゲームについての約束事

テレビゲームについての約束事―「ゲームをしていい曜日を決めている」「ゲームをしていいのは1日何時間までと決めている」「ゲームをしていいのは夜何時までと決めている」「内容によって、させないゲームを決めている」の四つの事項について「はい」「いいえ」の二選択肢で回答を求め、その結果を図2-9に示した。

約束事として「決めている」の回答率の高い事項は、「ゲームをする時間を決めている」と「夜何時までと決めている」で、共に約40%である。「ゲームをする曜日を決めている」は9%、「させないゲームを決めている」は8%で、これら二つを約束事としているのは、10%未満という結果である。

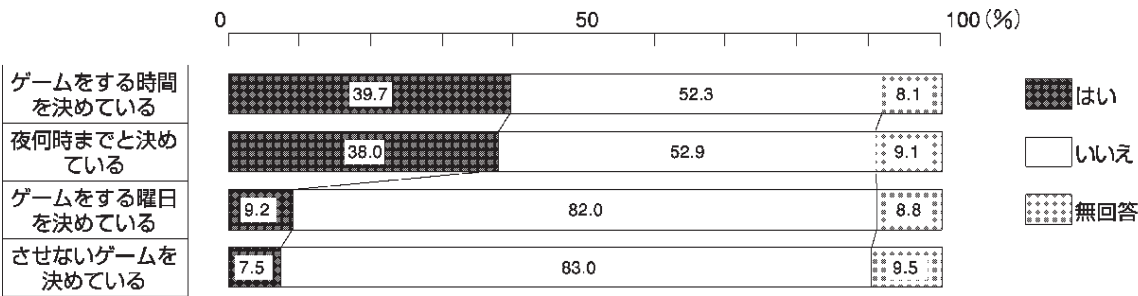


図2-9 テレビゲームについての約束事

＜参考文献＞

- 1. 国立教育研究所「生涯学習社会におけるメディア・リテラシーに関する総合的研究」(学校教育・中間報告書)平成12年3月
- 2. 国立教育政策研究所「生涯学習社会におけるメディア・リテラシーに関する総合的研究」(最終報告書―学校教育編)平成14年3月