

母子保健における情報の整理と育児への応用に 関する研究

総括報告者 巷野 悟郎
研究者 白鳥 元雄⁽²⁾, 小林 祐子⁽³⁾, 浦野 純子⁽³⁾
狩野 順子⁽³⁾, 犬飼 靖光⁽⁴⁾, 広野 優子⁽⁵⁾, 山岡 テイ⁽⁶⁾
山中 龍宏⁽⁷⁾, 榊原 洋一⁽⁸⁾, 吉田 弘道⁽¹⁾, 太田百合子⁽¹⁾
中澤 恵子⁽¹⁾, 植松 紀子⁽¹⁾, 近藤 洋子⁽⁹⁾

要約：家族や隣近所、地域社会などから、身近な育児情報が求められなくなった今日、街に氾濫する情報の実態や、母親が情報をどのように受けとめているか、その結果はどうであるかを調査し、育児情報のありかたについて検討し、よりよい情報発信と受けとめ方を考察することが、本研究の目的である。今年度は、情報とは何か、特に小児保健に関する育児情報の実態を調査するためにどのような方法をとったらいいのかを、情報学、保健所、保育所、電話相談、マスコミ関係、病院、医学教育、母子教室、保健教育の各領域で検討した。

見出し語：育児情報、発信と受けとめ、情報学、保健所、保育所、電話相談、マスコミ、病院、医学教育、母子教室、保健教育、

I. 目的

育児情報が氾濫している。その内容のうち多くは正しいものであって、育児に専念する母親にとっては有益なものであるが、ときには正しい情報を強調し過ぎるあまり、母親の育児の自信を失わせてしてしまうことがある（母乳栄養や母子相互作用の強調など）。一方、誤った情報は、現代の

育児を偏った方向へ導いてしまう（除去食や舌小帯切断など）。

家族や隣近所、地域社会などから、身近な育児情報が求められなくなった今日、街に氾濫する情報の実態や、母親が情報をどのように受けとめているか、その結果はどうであるかを調査し、育児情報のありかたについて検討し、よりよい情報発

-
- (1) こどもの城小児保健部、(2) 聖徳大学児童学科、(3) 板橋区志村保健所、
(4) 日本保育協会、(5) ダイアル・サービス株式会社、(6) 情報教育研究所、
(7) 焼津市立総合病院小児科、(8) 東京大学小児科、(9) 玉川大学文学部教育学科、

信と受けとめ方を考察する。

II. 今年度の成果

情報（information）とは何か、また小児保健に関する育児情報の実態の調査に先立ち、どのような方法をとったらよいか等を、各領域で検討した。

1. 情報学の立場から（班員 白鳥元雄）

（1）目的

通信白書によれば、最近10年間で情報の発信量は2倍に増大したという。しかし、受け手側の情報量は、必ずしもそれだけ増量しているとは限らないので、受け手側は多くの情報を選択していることになる。子育て中の母親であれば、目をひく情報をとということになろう。したがって、マスコミ側は、母親の注意をひく内容を取り上げ、常識的な内容のものは敬遠するであろう。特殊な情報は多くの場合それなりに正しいとしても、正常からかけ離れた異常や特殊な例についての情報であるので、育児の常識をその方向へ片寄らせてしまう危険がある。

マスメディアのなかで、視聴覚に訴える情報の量と内容を育児という領域で検討する。

（2）研究計画

平成5年度からの研究計画として以下のことを考えている。

①昭和30年代から今日にいたる出版メディアによる育児情報の量的変化を「出版年鑑」から解析する。

②現在の育児情報の定量的把握を行う。活字（新聞、雑誌、書籍の各分野）でどの程度の情報発信があるのかを、出版部数の多い（ABC調査によ

る）上位10誌程度の女性雑誌年間企画について分析する。また、TVの「健康番組」の企画の分析も行う。

③保健所とタイアップして、乳幼児をもつ母親のアンケート調査を実施する。調査内容としては、メディア調査と情報環境に関するものを考えている。

④地域の保健所は期待通りに「医療・健康情報の集約点」としての役目を果たしているかどうかを調査する。

2. 保健所（班員 小林祐子、浦野純子、狩野順子）

保健所における母子情報を整理し、問題点を検討する。今年度は、平成5年度の実態調査に先立ち以下の4点についてまとめた。

（1）保健所の保健婦が母親から聞いた「おやおやと感じたり」、「驚かされた」具体例の収集。

「頭のよくなるミルクを飲ませたけれど、頭はよくなるのか?」、「コマーシャルの紙おむつの青いおしっこ違うけれどよいのか」、「水道の水はミルクに不安である」等、氾濫する育児情報に戸惑う様子が見られる。情報過多で混乱しているというより、たまたま入った「人から聞いた。テレビで見た」情報に自分で判断できず、戸惑っているのが多いようである。

またわかっているけれど確認するという傾向も見られ、育児書や雑誌を読んでというより、仲間同士からの情報を重視する傾向が目立っている。

この他、外国の育児風習と日本の育児の相違とが問題になることもある。

（2）保健婦が得ている情報源（板橋区）

志村保健所保健婦と板橋区母子担当保健婦会で収集した資料を基に、保健婦が日常業務で利用している情報源を整理した。大きな項目は次の通りであった。

専門雑誌（８種類）、雑誌（１０種類）、母子情報関係専門ニュース（４種類）主要新聞（４種類）、研修会・相談機関・テレビ・ラジオ・書籍・その他

（３）志村保健所を利用している妊婦・母親から収集した母子情報源

母親学級・母親学級OB会を通じて、情報源を収集した。雑誌、テレビ、育児書等のマスメディアと、友人、姉妹、祖母、近所の母親達というのが主な情報源であった。

（４）今後の計画

アンケート調査を実施し、保健婦や母親の情報源について把握する。

3. 保育所（班員 犬飼靖光）

保育所を対象に、母子保健情報がどのように入ってきているか、またどのように活用しているかの実態を調査し、保育所における育児情報のあり方を究明することを計画している。

（１）研究内容

以下の項目を調査し、実態を把握するとともに、整理分析する。

- ①保育所における育児情報と問題点
- ②家庭、地域社会における育児情報と問題点
- ③保育所独自に実施している育児法

（２）研究方法

全国の９地区（北海道、東北、関東、北信越、東海、近畿、中国、四国、九州）から保育所を２

箇所抽出し、計１８箇所の保育所を対象にアンケート形式あるいは聞き取り形式で調査する。

4. 電話相談（班員 広野優子）

（１）目的

電話相談は、いつでも、だれでも、どこからでも、気軽に相談できる。近年その普及が目覚ましいので、情報化社会の中で、母親にどのような悩みがあり、どのように間違った情報を受けているのかを知るのに有利である。

そこでこの班では、実際の相談例を収集分類し、正しい情報が間違っ受け取られる実態と、受け手の反応が情報の内容によってどう違うかを明らかにする。

（２）方法

相談例を分類整理する。また、電話相談を申し込んできた母親から育児情報の入手先や、情報による影響度を収集する。

今年度は、マスメディアで報道された育児情報が、その後電話相談にどのような反響として現れるかを、うつぶせ寝・アレルギー・予防接種（MMR）を例にとって調査した。

（３）結果

電話相談を通じて、多くの母親の悩みがマスメディアを通じての育児情報、医学情報などに起因していることが伺われた。

①うつぶせ寝

うつぶせ寝と突然死との関係が日刊紙に報道されると、直ちに質問が殺到する。「心配になって仰向け寝にしようとしてもなかなかしない」、「心配なので目を離さないようにしている」等。

②アレルギー

90年ごろから相談が増えている。相談の特徴は不確かな情報によって不安になった母親が、症状を独断でアレルギーに結び付ける傾向がある。しかし、情報源を特定しにくいこともある。例としては、「鳥肉を食べると何となく赤くなる、アトピーか」、「生きのこはアレルギーの原因になるか」等。

③予防接種（MMR）

副反応の情報が母親の不安をかきたてている。そして不安な状態で選択を迫られた結果が、誰かに決定をゆだねたいという相談になって現れている。例としては、「テレビで副作用があると言っていた、受けた方がいいか」、「医師にMMRを勧められた、副作用が心配なので受けようかどうか」等。

5. マスコミ情報（班員 山岡ティ）

（1）目的

母親達の育児情報の入手先（発信元）、情報の内容による信頼度や影響などの受け止め方に関する総合的な調査を行い、実態を把握すると共に、育児情報においてマスメディアが及ぼす影響を明らかにしていくことが目的である。

（2）研究内容と方法

①母親達を対象に育児情報の内容別入手先、信頼度・影響度等、受け止め方に関する研究。方法としては、質問紙調査や面接による聞き取り調査。

②過去数年間に実施した同種の調査結果との時系列比較研究。

③育児情報の発信側からの情報ルートを分類整理し、受け止め側の情報の流れとの比較研究。

④新聞・テレビ・雑誌など、マスコミで育児関連の情報を発信している側を対象とした調査。

（3）今年度の研究—今後の研究序説

都内近郊に住む0歳から5歳児をもつ母親を対象に行った、育児情報の入手先や情報の信頼度などに関する調査結果（山岡、1992）を参考に、今後の研究の方向について検討した。

①情報源

育児情報全般の情報源としては、「近所ではない友人・近所の人・雑誌」が上位であった。しかし、最も重視している情報の入手先を総合的にみると、1位、近所ではない友人、2位、医師、保健婦、保母、園の先生などの専門家、3位、母親や姑であった。

また、育児情報の入手先は、必要とする内容によっても異なっていた。教育については、友人、夫、雑誌の順で、しつけについては、母や姑、夫、友人の順、また育児用品については、育児雑誌、友人、近所の人、体のことについては、医者などの専門家、母や姑が重要視されていた。しかし、体の事とはいってもアトピーの相談相手となると「アトピーの子をもつ親」が上位に上がって来ている。

②関心の高い情報

近年の最大の関心事は「しつけ、教育」が81%であった。しつけに関しては母や姑が相談相手であり、教育に関しては「知りたい専門情報をもっている特定の友人」をあげているものが多い。

③体験よりも知識を重視

母親同志が交わす育児情報の中には、自分の子どもを育てながらの体験を通して身につけたものばかりではなく、育児書や雑誌、テレビ、新聞の

記事などからの2次情報が多い。自分の判断より、権威のある情報や、育児の外注化、専門家指向へと走る傾向が見られる。

また、育児用品の購入も、87年度の調査に比べ91年度は、実物を見たり、使っている人や販売員に聞くことは減っており、雑誌の記事や広告、パンフレットを参考情報にするものが増えている。カタログ販売が定着して、他人の意見よりもマスコミや広告メディア情報を活用する傾向、つまり「人離れ育児情報」がある。

以上のことを考えると、育児情報の発信源を検討する際には、項目別、内容別などきめ細かな分類検討が必要であるといえる。

6. 医療機関（班員 山中龍宏）

（1）目的

保護者の育児知識のうち、小児科の一般外来から得られた知識がどのくらいの割合を占めているかを調査し、保護者はどのような医療情報、育児情報を求めているのかを「発熱の指導」を例にとって検討した。

（2）方法

対象：焼津市立総合病院小児科で行っている1ヶ月健診、4ヶ月健診、10ヶ月健診に受診した子どもの母親、計803名。

方法：情報をどこから求めているかの選択枝として「自分の経験、夫の母、自分の母、お産をした産婦人科、受診した小児科、友人、知人、育児書、育児雑誌、保母、健康センター、その他」の11項目をあげたアンケート用紙に記入してもらった。また、発熱に関する指導パンフレットを集め、その内容について検討した。パンフレットは

20種類集めた。

（3）結果

①だれから育児情報を得ているか

第1子を育てている母親の60%は、自分の母親、友人・知人から情報を得ており、また第2子、3子の母親では、自分の経験からと答えたものが70%~80%を占めていた。これにより、小児科の一般外来は、情報源としての役割を殆どはたしていないことがわかった。

②保護者が求めている「発熱」に関する情報

小児科臨床で最も日常的に遭遇する「発熱」について、保護者が求めている情報を整理した。

A 疾患・病態について一命に別状はないか・脳がやられることはないか・ひきつけることはないか・どういう病気なのか。

B 治療法について一薬剤の使い方は・冷やした方がよいのか・お風呂にはいってもよいのか・何を食べさせたらよいのか・学校、幼稚園、保育所にいつから行ったらよいのか・いつから外にでてよいのか。

C パンフレット一般について一権威ある情報を求めている・他からの情報と違う場合に不安を解消してくれるもの・誰にでもわかる内容で、簡明な情報。

以上の結果より、今後は、小児科が育児相談の担い手となれるような工夫を行うことの必要性を感じた。その一つとして、保護者が求めているようなパンフレットを作成する場合には、以下の条件を加味することが考えられる。

a 家庭でどうすればよいかを主眼とする。

b 文章は必要最小限とし、内容については極力簡略化する。

c イラストや色を使って、一目で分かる工夫をする。

これらの条件を満たしたパンフレットを作成し、今後外来で使用し、その反響を調査することも考えている。

7. 医学教育（班員 榑原洋一）

（1）目的

小児科に限らず乳児健診や育児指導を担う、開業している内科医の多くは、各人の経験によって育児指導を行ってきたのではないだろうか。世界一低率の乳児死亡率が物語るように、日本の育児指導は、結果においてはそれがうまく機能していたとみなすことも可能であろう。しかしもともと対象のほとんどは健康乳児であるため、医療統計に表れない問題を作り出していた可能性は否めない。最近問題になっている母親の育児不安の増大は、氾濫する医療情報や、核家族化し孤立した母親の状況に基ずくところが大きいかもしれないが、十分に対応できない乳児指導も、その原因の一部になっている可能性は大きい。

これまで日本の育児指導について、その利用者の意見や希望をアンケートやインタビューによって調査する試みは盛んに行われてきた。しかし育児指導を行い、育児情報を提供する主体である看護婦、保健婦の資質についての調査はこれまで行われていなかった。特にそれらの育児指導主体が、どのように育児情報を吸収し、理解しているのかということについては知られていない。

本研究では、育児指導の主体がどのように育児学を学び、どのように理解しているかを調査することを目的とする。更に得られた情報を分析し、

育児学教育の標準化されたカリキュラムの必要性の有無についても検討する。

（2）方法

全国の医学関係の教育機関で行われている育児学教育の実態調査と、小児科研修医、開業医、保健婦の育児知識の調査を、アンケートあるいはグループインタビュー等の方法で行いたい。

8. その1 情報交換集団の役割（班員 中澤恵子、太田百合子、植松紀子）

（1）目的

育児の最中にある母親を支援する目的で開催しているこどもの城「赤ちゃんサロン」（以後「サロン」と略す）に参加する母親達の生の声を通して、現代の母親達の求めている「情報」とは何か、本当に必要な「情報」はどういうものかを考察し、母子保健における「情報」のあり方を検討すると共に、「サロン」のような場が情報の育児への応用という点でどのような役割を果たし得るかを考察する。

なお「サロン」は①子連れで気軽に集まれる場の提供、②母親同士のネットワーク作りの援助、③正確な育児情報の提供等を目的として、平成3年5月より、こどもの城で行われている育児支援事業である。対象は2歳未満の乳幼児とその保護者及び妊婦で1回2時間、自由参加の形式で行っている。内容は母親同士の自由な会話や情報交換及び子ども同士のふれ合いを中心に行っている。また医師、保健婦、栄養士、心理相談員等が簡単な相談にのっている。

（2）方法

①「サロン」の参加者を対象としてアンケート

や面接調査を行う

②実際の「サロン」の場での母親達との自由な会話の中から直接得られる情報から、現代の母親や育児の特徴や問題点を整理し分析する。

(3) 結果

①「サロン」にみる、現代の母親の姿

今年度は平成4年10月までの参加者379名(延べ806名)の生の声をまとめた。子育て中の母親達の姿は以下の通りであった。

A周囲に子育てのモデルがないため子ども本来の姿を知らない。

B母子が近すぎて余裕を持って子どもを見る子とが出来ない。

C身近に相談相手がいないため不安が増大している。

Dストレスがたまり気分転換を求めている。

②「サロン」に参加した理由

平成3年度の参加者(228名)へのアンケート結果から「サロン」への参加理由と役だった点をまとめた。アンケート回答者は120名で回収率は56.2%であった。

参加理由としては「情報を得る」(70.8%)が第1位を占めていた。役だった点としては、同年令の子を持つ母親同士の生きた意見交換や子ども同士の自由な遊び、他児を見て(よい意味での)比較ができたこと、専門家とリラックスして相談できたこと等をあげる者が多かった。

母親達はまず「情報」を、そして母親同士の交流、子ども同士のふれ合い、気分転換を求めて参加しているといえる。

以上のことより、「サロン」のような育児支援の場が、母親同士の交流を深め人間関係を広げる場、身近な相談相手となり育児の問題が深刻化するのを防ぐ場、ストレスを解消し母親自信がリフレッシュする場として機能していると言える。また、育児情報の育児への応用という観点から見ると、自分に必要な情報を選び取る力を高めたり(情報選択能力の向上)、自分の持っている情報の確認や内容を整理し(情報の確認と整理)、それらを生きた情報として自らの生活の中に取り込んでいく力(情報の活性化)を身につけたりする場として機能しているのではないかと推察できる。

その2 育児情報の受け手側の捉え方

(班員 吉田弘道、植松紀子、太田百合子、中澤恵子)

(1) 目的

本研究は、子育てをしている母親が伝えられる育児情報をどのようにとらえる傾向をもっているのかを明らかにすることを目的としている。この傾向を明らかにすることにより、母親に混乱を生じさせることなく、また、有効に育児情報を提供する方法を確立するのに貢献できるものと考えられる。

(2) 方法

①対象: こどもの城赤ちゃんサロンに参加している母親を対象とすることを考えているが、場合によってはその他の集団にも協力を依頼する。

②方法: 同じ情報でありながら、なおかつ異なる特徴をもっている模擬情報を提示し、対象者がどのようにその情報を受け取り、どのように混乱を生じたのか等を、アンケート調査や面接調査を行って調べる。

(3) 今年度の報告

研究項目を選択するため、情報の受け手側が、情報を受け取る時に示す心理的傾向を、主に社会心理学の領域で行われているコミュニケーション研究の知見から、文献研究により整理した。

①情報の信憑性に影響される — 信憑性には送り手の信頼性と、専門性、さらに経験などがからんでいる。「信頼性」は、送り手の地位、職業、人柄が要因となっている。「専門性」は、送り手が、与える情報の専門家である場合には高くなる。また、同じ専門家でも「経験」がありそうな送り手からの情報の方が、より影響力をもつ。

②専門家からの情報であっても混乱が生じる — 育児情報はいわゆる専門家から発信されることが多いので、専門家の見解が統一されていないと、情報の受け手側は混乱することになる。

③情報の提示方法が影響する — 育児情報のなかには、いわゆる「おどし」を用いて関心を高め、説得効果をあげようとするものがある。しかし、これまでの研究によると、強すぎるおどしは効果が最低であり、それに対して、弱いおどしが最も説得効果が高いといわれている。

④専門家以外からの情報の提供 — 共通の関心をもち、共通の利害のある物理的に近い友人集団によって、情報は送り手から受け手に伝わりやすい。母親達は、このような子育て仲間を求めているのであろう。

⑤個人が得た情報を役立てるかどうか — 伝えられた情報を採用することに利点がある場合には、情報は具体的に使われる。

⑥情報の氾濫と社会的条件 — 流行と同じように社会構造そのものが不安定な時代には情報は混

乱し、情報の受け手側は混乱することになる。

以上の文献研究より、育児情報の受け手側の特性を研究する項目として、①送り手側の専門性の影響、②情報の統一・不統一、③受け手を混乱させない情報、④情報の提示方法、⑤情報交換集団の役割、⑥情報の役立て方、を選択した。

9. 教育 (班員 近藤洋子)

(1) 目的

学校教育のなかで、母子保健や育児に関する知識・情報がどのように教授され、児童・生徒・学生により習得されているかについて明らかにするため、関連教材の検討、及び学生の保健知識習得状況等の実態調査を行う。

(2) 方法

①教科書および教材の分析

小学校・中学校および高等学校の保健および家庭科の教材として使用されている教科書を収集し、その内容を分析する。また関連する教材や、生活科・理科・生物等についても可能な範囲で教材を収集し、内容を検討する。対象として考えているのは次の現行教科書の一部である。

小学校 保健 (平成4年度から新規発足)

— 5・6年用6社6種類、

家庭 — 5・6年用2社2種類、

中学校 (平成5年度改訂、現在移行措置)

保健体育 — 3社3種類、

技術・家庭 — 2社2種類、

高等学校 (平成6年度改訂、現在移行措置)

保健体育 — 5社12種類、

家庭一般 — 6社13種類

保育（選択）

②学生の育児知識に関する実態調査

学生（小・中学生、高校生、大学生）を対象に、これまで習得した保健知識や育児情報の入手方法等について実態調査を行う。具体的には、学校教育課程のなかのどの科目でどのような内容を学習したか、年間授業実施率、教科書終了率、授業担当者はだれか、授業形態、教科以外の学習機会の有無、学校以外での情報の入手先等の項目をアンケートの項目とする予定である。あわせて、習得知識の正確度および実際の育児体験等についても調査する。

Ⅲ．来年度以降の研究計画

平成5年度

①小児保健指導・医療等の現場で、直接母親からの情報を収集し、整理分析する。

②育児情報を発するマスコミ関係者と、情報発信の実態と受け手側にたつての問題点等を検討する。

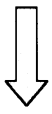
③情報を受け取る側の「母親の心理と育児への取り込み」との関係进行分析する。

④誤った情報の発信源と普及の実態。

⑤義務教育における「保健体育教科書」の分析。

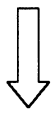
平成6年度

育児情報は小児保健の各領域に飛び交っている。したがって、本研究も各領域での研究を通じて、特殊性を検討するとともに、最終的には総合的に将来のあり方をまとめる。



検索用テキスト OCR(光学的文字認識)ソフト使用

論文の一部ですが、認識率の関係で誤字が含まれる場合があります



要約：家族や隣近所、地域社会などから、身近な育児情報が求められなくなった今日、街に氾濫する情報の実態や、母親が情報をどのように受けとめているか、その結果はどうであるかを調査し、育児情報のありかたについて検討し、よりよい情報発信と受けとめ方を考察することが、本研究の目的である。今年度は、情報とは何か、特に小児保健に関する育児情報の実態を調査するためにどのような方法をとったらいいのかを、情報学、保健所、保育所、電話相談、マスコミ関係、病院、医学教育、母子教室、保健教育の各領域で検討した。