

## 子どもの情報環境に関する調査研究

—テレビ・テレビゲーム利用に関する実態と意識—

(分担研究：学習・遊びと子どもの健康に関する研究)

小田 豊・徳地千里

**要約** 子どものメディア体験としてのテレビ・テレビゲーム利用等の実態を把握し、現代の子どもの情報環境に関する特性やそれを利用する子どもの適応力や問題点を明らかにするための調査をした結果、特にニューメディアとしてのファミコンに取り組む子どもたちは、あらゆることに積極的であった。ファミコンは、子どもたちの情報源であり、友人関係を創り出す媒体にもなっていた。しかし、その利用度においては男女に差があった。女子のメディア利用の主流は、従来通りテレビであった。

子どものメディア行動は、親がその遊びを許容することによって成立する傾向がある。ファミコンはテレビの出現時と同様、一般的な「遊び」と決定的に違うところは、子どもの遊びに親が関与することである。子どもの情報環境は、テレビからファミコンへの連続性をもった過渡期にあると考えられる。

見出し語：テレビ・ファミコン・遊び・学習・生活・文化

**研究意図** テレビゲームは、子どもの生活にすっかり定着してしまっただけである。ファミコンゲーム（本報告では、任天堂の商標であるファミリーコンピュータ、またはファミコンという名称をコンピュータゲームやテレビゲーム全般を表すものとして使わせていただいた）は、1983年7月に発売されて以来、現在までに国内販売台数だけでも2,000万台を越えている。その結果、高額な玩具でもあるファミコンがこれだけヒットしたことは一つの社会現象であり、子どもの生活環境としての影響から捉えてみる必要があるとの議論が盛んになってきている。

そこでは、子どもたちの発達や生活に対して悪い影響の面が取り上げられ否定的意見が主流をなしているの（例えば：斉藤次郎「ああファミコン現象—是か非かを越えて」岩波書店1986・安田寿明「ファミコンは子供をダメにする—親たちよ、子供からファミコンを取り上げろ」文藝春秋4月号1986など）。しかし、現実の社会はどうであろうか。コンピュータ技術をはじめとして科学の進歩は、従来のメディアに加えて、新たにニューメディア媒体が生活全体に浸透してきている。将来、子どもたちは多様なメ

ディアに囲まれて情報社会を送らなければならないということはいままでのない。だとすれば、それらのニューメディアを積極的に活用できる能力を育てることが、これからの重要な教育の一つになるであろう。また、長い目でみるならば、ニューメディアの将来の発展度を左右するとも考えられるのである。

情報工学の専門家である逢沢 明氏は「ファミコンが子どもの創造的思考を失わせている、という世間で流布しているファミコン有害論には与しない。むしろ、ファミコンから無意識のうちに『創造せよ 感性は増幅せよ』というメッセージを受け取り、自分の空間の世界を積極的に重ね合わせている」と指摘している。

そこで本研究では、子どもの情報環境として現在のスターであるテレビやファミコンの「光と陰の部分」を生活実態として調査し、子どもの生活に何をもたらしているのか検討することを目的とする。

**研究方法** アンケート調査

1・調査対象

滋賀県の小学4年生	1090人
中学2年生	1076人
計	2166人

\*滋賀大学教育学部幼児教育研究室  
(Dept. of Child Education, Faculty  
of Education, Shiga Univ.)

地域は、市部と郡部に分けて調査した。

2. 調査手続

調査は質問紙（強制選択法）を、各学校のクラス担任を通して配布し回収した。

質問内容は、メディア関連行動（ファミコン・テレビ・ラジオなど）を行動、意識、知識の3レベルに分け、合計61項目の質問を用意した。質問項目の設定は、「ニューメディア適応能力の形成要因に関する研究」中国ニューメディア懇談会（代表 森 嶺）1985に依拠した。

3. 調査期間

1994年 10月～11月

分析方法：メディア適応力の得点化

メディア関連行動（適応力）の3レベルを、質問項目に対する回答を0～5点に得点化し、それぞれ低・中・高群に分類し分析した。

結果の概要：

1. 3レベルの相関

メディア行動は、いくつかの次元から構成されている。まず、行動レベルとは、メディア一般に対しての取り組みの頻度や関わり具合などを対象に導かれる狭い行動である。次に広い意味でのメディア行動に対する意識（ファミコンやテレビ等の肯定、否定）や知識（ファミコンなどの基本的知識）も行動として考えることができる。この観点で導かれるそれぞれの相関を出したものが以下の表である。

表1-1 行動と知識の相関

		意識			計
		低群	中群	高群	
行 動	低	250 42.4%	285 34.0%	185 25.0%	720 33.2%
	中	184 31.2%	300 35.8%	284 38.4%	768 35.5%
	高	155 26.3%	253 30.2%	270 36.5%	678 31.3%
計		589 27.2%	838 38.7%	739 34.1%	2166 100%

カイニ乗 46.4 df=4 p < 0.01

表1-2 知識と意識の相関

		意識			計
		低群	中群	高群	
知 識	低	212 29.4%	168 21.9%	95 14.0%	475 21.9%
	中	438 60.8%	501 65.2%	435 64.2%	1374 63.4%
	高	70 9.7%	99 12.9%	148 21.8%	317 14.6%
計		720 33.2%	768 35.5%	678 31.3%	2166 100%

カイニ乗 78.5 df=4 p < 0.01

表1-3 行動と知識の相関

		知識			計
		低群	中群	高群	
行 動	低	148 31.2%	379 27.6%	62 19.6%	589 27.2%
	中	171 36.0%	550 40.0%	117 36.9%	838 38.7%
	高	156 32.8%	445 32.4%	138 43.5%	739 34.1%
計		475 21.9%	1374 63.4%	317 14.6%	2166 100%

カイニ乗 21.0 df=4 p < 0.03

この表から明らかなように、行動レベルと意識レベル、知識レベルと意識レベルに高い相関が見られ、行動レベルと知識レベルにおいても5%水準で相関が得られた。

この結果、3レベルがそれぞれ独立して存在するのではなく、ファミコン等を肯定的に捉えている子どもは、メディアに対して積極的に行動し、メディアに関する意識も高く、知識も豊富であることが分かる。

2・メディア適応型と子どもの特性  
(1)発達と性別

表2-1 年齢と意識の相関

	小学校	中学校	計
低群	477 43.8%	243 22.5%	720 33.2%
中群	341 31.3%	427 39.7%	708 35.5%
高群	272 25.0%	406 37.7%	678 31.3%
計	1090 50.3%	1076 49.7%	2166 100%

カイ二乗 112.0 df=2 p < 0.01

表2-2 性別と3レベルとの相関

	低群	中群	高群	計
男子	191 40.2%	684 49.8%	227 71.6%	1102 50.9%
女子	284 59.8%	690 50.2%	90 28.4%	1064 49.1%
	475 21.9%	1374 63.4%	317 14.6%	2166 100%

カイ二乗 76.7 df=2 p < 0.01

表2-3 性別と知識との相関

	男子	女子	計
低群	191 17.3%	284 26.7%	475 21.9%
中群	684 62.1%	690 64.3%	1374 63.4%
高群	227 20.6%	90 8.5%	317 14.6%
計	1102 50.9%	1064 49.1%	2166 100%

カイ二乗 76.7 df=2 p < 0.01

年齢との相関が見られたのは、意識レベルのみであった。各相関の数値からは、小学生の方がファミコンを中学生よりも否定的に捉えている傾向を読み取ることができる。

メディア行動に対する性差は、男子の方がファミコン等に対する知識が女子に比べ有意であった。特に、高群において顕著である。

(2)メディア適応行動とファミコン

表2-4 ファミコンとテレビ

	低群	中群	高群	計
どちらかといえばファミコン	131 18.2%	216 28.1%	283 41.7%	630 29.1%
どちらかといえばテレビ	557 77.4%	529 68.9%	380 56.0%	1466 67.7%
どちらも嫌い	20 2.8%	12 1.6%	3 0.4%	35 1.6%
不明	12 1.7%	11 1.4%	12 1.8%	35 1.6%
計	720 33.2%	768 35.5%	678 31.3%	2166 100%

カイ二乗 102.7 df=6 p < 0.01

表2-5 ファミコンへの評価

	低群	中群	高群	計
ファミコンは役に立つ	81 11.3%	165 21.5%	284 41.9%	530 24.5%
ファミコンは役に立たない	195 27.1%	165 21.5%	46 6.8%	406 18.7%
どちらでもないわからない	428 59.4%	428 55.7%	340 50.1%	1196 55.2%
不明	16 2.2%	10 1.3%	8 1.2%	34 1.6%
計	720 33.2%	768 35.5%	678 31.3%	2166 100%

カイ二乗 228.2 df=6 p < 0.01

ファミコンとテレビに対する評価では、3群ともにテレビが好きと50%以上が答えているが、メディア行動の高い群ではファミコンと答えたものが40%を越えている。

また、ファミコンをしていることが将来役に立つか否かを尋ねたのが、表2-2である。ここでも行動レベルの高い群は、40%を越えてファミコンは役に立つと答えている。この結果は、行動レベルの高い子どもたちは、テレビだけでなくメディア一般に好感を持っており、テレビ文化から新しいメディアへのシフトが近くなっていくことを予測させる。

表2-6 1週間に何日ファミコンで遊ぶか

	低群	中群	高群	計
ほとんど毎日	46 7.8%	96 11.5%	66 8.9%	208 9.6%
1週間に 3-4日	279 12.9%	102 12.2%	113 15.3%	279 12.9%
1週間に 2-3日	80 13.6%	130 15.5%	124 16.8%	334 15.4%
土、日曜だけ	62 10.5%	75 8.9%	60 8.1%	197 9.1%
ほとんどしない	299 50.8%	391 46.7%	355 48.0%	1045 48.2%
遊んだことが ない	38 4.6%	41 4.9%	20 2.7%	99 4.6%
計	589 27.2%	838 38.7%	739 34.1%	2166 100%

表2-7 1週間に何日屋外で遊ぶか

	低群	中群	高群	計
ほとんど毎日	148 25.1%	216 25.8%	221 29.9%	585 27.0%
1週間に 3-4日	85 14.4%	130 15.5%	128 17.3%	343 15.8%
1週間に 2-3日	68 11.5%	107 12.8%	91 12.3%	266 12.3%
土、日曜だけ	123 20.9%	171 20.4%	124 16.8%	418 19.3%
ほとんど 遊ばない	163 27.7%	208 24.8%	173 23.4%	544 25.1%
不明	2 0.3%	6 0.7%	2 0.3%	10 0.5%
計	589 27.2%	838 38.7%	739 34.1%	2166 100%

次に、ファミコンに直接、間接にかかわるであろうことを尋ねたものを表2-6-7-8に掲げた。

その結果、毎日ファミコンをすると答えた子どもたちは、行動レベルのどの群にも1割ぐらいであった。また、屋外遊びをみると、どの群も同じ傾向を示している。外で遊ばない子どもたちが30%近くいるのが気になる。友だちがファミコンを通して増えたか否かを尋ねたが、特徴としては、行動レベルの高い群は肯定的で、低い群は否定的であった。

表2-8 ファミコンで友だちが増えたか？

	低群	中群	高群	計
とてもそう思う	19 3.2%	31 3.7%	42 5.7%	92 4.2%
少しそう思う	66 11.2%	118 14.1%	123 16.6%	307 14.2%
変わらない	98 16.6%	161 19.2%	155 21.0%	414 19.1%
あまり思わない	95 16.1%	131 15.6%	113 15.3%	339 15.7%
全然そう思 わない	248 42.1%	319 38.1%	246 33.3%	813 37.5%
ファミコンは していない	60 10.2%	76 9.1%	60 8.1%	196 9.0%
計	589 27.2%	838 38.7%	739 34.1%	2166 100%

まとめにかえて

紙数の関係で、ここではメディア行動に対するレベルを分けた結果のみを掲載した。そこでの結論は、メディアに対する行動レベルの高い子どもは友だちと比較的によく遊び、ファミコンというニューメディアの媒体を生かして友だちを増やし、コンピュータにも興味をもっていた。それに対して低い群は、遊びも消極的でファミコンやコンピュータへの思いも低い傾向にあった。

今後、学校教育の一つの柱になるであろうコンピュータ教育に不安を抱かせるものであった。それは、一般的な遊びと違って高価な玩具の側面を持っているために親が関与しているからであろう。親のコンピュータへの思いが今後大きな役割を示すことになるのかも知れない。

確かに、ファミコンの出現から10年強しか経っていない現時点で、発達的にも身体的にも長期の変化をはっきりと目で見ているわけではない。しかし、子どもたちのテレビゲームに接する時間は、学校で授業を受ける時間などと比べると本調査でも分かったことであるが相対的に短いものである。したがって、子どもに与えるファミコンの影響は小さいものであろう。むしろ、子どもたちの心を引きつけるファミコンのプラス面を探して見る必要がある。もちろん、ゲームに対する内容のチェックは当然考えなければならない。例えば、単に反射神経を刺激し、早さを競うものがファミコンの特徴ではない。子どもの内面に寄り添い、子どもの創造性や探求心・発想の転換に意味を持つファミコン環境とは何かを探る時がきているのである。

参考文献：逢沢 明「情報新人類の誕生」

カッパサイエンス 1991



## 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:子どものメディア体験としてのテレビ・テレビゲーム利用等の実態を把握し、現代の子どもの情報環境に関する特性やそれを利用する子どもの適応力や問題点を明らかにするための調査をした結果、特にニューメディアとしてのファミコンに取り組む子どもたちは、あらゆることに積極的であった。ファミコンは、子どもたちの情報源であり、友人関係を創り出す媒体にもなっていた。しかし、その利用度においては男女に差があった。女子のメディア利用の主流は、従来通りテレビであった。

子どものメディア行動は、親がその遊びを許容することによって成立する傾向がある。ファミコンはテレビの出現時と同様、一般的な「遊び」と決定的に違うところは、子どもの遊びに親が関与することである。子どもの情報環境は、テレビからファミコンへの連続性をもった過渡期にあると考えられる。