

子どもの番組への嗜好はどう変化するのか

一色伸夫・田島 祥

1. 目的

1歳時点から2歳時点のテレビ番組の視聴内容の変化を明らかにするために、放送局別、番組のジャンル別の分析を行った。さらに、「幼児向け教育番組」と「子ども向けアニメ」を対象に内容分析を行い、2歳児の番組に対する嗜好要因を探った。

2. 方法

対象者：平成14年2月～7月に川崎市で生まれた2歳児1244人：有効回収1060人（85%）

調査項目：映像メディア視聴実態（映像メディア日誌：15分刻み24時間日記式）

内容分析：幼児向け教育番組7番組、子ども向けアニメ6番組

3. 分析

映像メディア視聴日誌分析結果

- (1) 放送局別に分析した結果からは、1歳時点と同様に2歳時点でもNHK教育テレビが最も多く視聴されていたものの、その割合は減少し、民放局の視聴が増加している。
- (2) 番組ジャンル別では、テレビが「ついているだけ」という状況も含めた「テレビ接触」時間でみた場合には、「一般向け番組」への接触が半数を占め、親が見ている番組と一緒に見るという状況が依然続いていることがわかった。しかし、2歳児が「専念して見ている」番組に着目すると、「子ども向け番組」が8割を占め、中でも「幼児向け教育番組」が多く視聴されていた。
- (3) 2歳児が特によく視聴している「幼児向け教育番組」と「子ども向けアニメ」について下位ジャンルを設定し、視聴状況を分析した。「幼児向け教育番組」では、『おかあさんといっしょ』などの「教育複合型」の視聴が最も多く、「子ども向けアニメ」では、『ちびまる子ちゃん』などの「日常生活」、『焼きたて!!ジャぱん』などの「チャレンジ」などが視聴されていた。

内容分析結果

- (1) 番組の主題に関する分析からは、「幼児向け教育番組」は幅広い内容を扱っているのに対して、アニメは「人間関係」を中心的に扱っていることがわかった。
- (2) カットの切り替えや、BGM、効果音など「注意を喚起する手がかり」の使用状況を調べたところ、アニメの方が教育番組に較べてストーリーの展開が速く、視覚・聴覚的な注意を喚起する技法が多く使用されていることがわかった。

4. 結論

- (1) 1歳時点では「幼児向け教育番組」が中心だったテレビ視聴が、2歳時点では、この他に「子ども向けアニメ」の視聴も増え、視聴番組ジャンルが広がっている。
- (2) 「子ども向けアニメ」では「人間関係」というテーマや、演出技法を多用したストーリーの展開が、多く使用されている。