家庭におけるメディア・コミュニケーションと家族関係

～小学生の子どもがいる家族の調査研究～

メディア研究部　渡辺 誓司
山梨大学教育人間科学部　酒井　厚

要　約

小学生の子どもがいる家族における，メディア（テレビ，テレビゲーム，携帯電話）を介した家族コミュニケーションの実態を調べるために，516家庭を対象にウェブ調査を行ったところ，5つのタイプに分類された。メディアによる親子のコミュニケーションを活発に行っている「メディア・コミュニケーション・バランス型」，子どものメディア利用に関する親のコントロールが低い「メディア・コミュニケーション・開放型」，テレビゲームに対してテレビの利用が活発な「メディア・コミュニケーション・テレビ偏重型」，テレビに対してテレビゲームの利用が活発な「メディア・コミュニケーション・ゲーム偏重型」，親子のメディアを介したコミュニケーションが全体的に不活発な「メディア・コミュニケーション・低調型」である。これら5つのタイプを比較した結果，「メディア・コミュニケーション・バランス型」の家庭では，「メディア・コミュニケーション・開放型」の家庭に比べてメディアが子どもに与える影響の好悪をともに認めている親が多いことや，他のどのタイプに比べても子どものメディア・リテラシー得点が高いことが示唆された。

さらに，5つのタイプに該当する20家庭を対象に，母・父・子のそれぞれに対する詳細な個別インタビューを実施したところ，上記の内容以外にも，タイプ間において，母と父のメディア観や子どものメディアへの接し方に対する関心，家族で利用するメディアの種類，親自身が子どもだった時のメディアライフ・ヒストリー，家族の一体感などに特徴的な違いが見出された。

デジタルメディアが急速に進展する中で，子どもが健全なメディア・リテラシーを身につけていくためにも，家族におけるメディア・コミュニケーションは重要である。親と子がともにリテラシーを高めていくことが求められる中で，コンテンツや家族の多様性などにも視野を広げて，家族のメディア・コミュニケーションの全体像をつかむ必要があるだろう。

目　次

はじめに …… 156

Ⅰ　変わりつつある家族を取り巻くメディア環境 … 157
- Ⅰ－1 子どもとメディア，子どもと家族をめぐる状況
- Ⅰ－2 調査設計：小学生の子どもがいる家族を対象にしたウェブ調査と家庭訪問調査

Ⅱ　ウェブ調査にみる家庭のメディア・コミュニケーションと家族関係 …… 163
- Ⅱ－1 調査概要
- Ⅱ－2 メディアを介した家族内のコミュニケーション・タイプの分類
- Ⅱ－3 メディア・コミュニケーションのタイプによるメディア観の比較
- Ⅱ－4 子どものメディア・リテラシーとの関連

Ⅲ　家庭訪問調査にみる家庭のメディア・コミュニケーションと家族関係 …… 176
- Ⅲ－1 調査の枠組み
- Ⅲ－2 訪問家庭全体からとらえる家族のメディア・コミュニケーションの特徴
- Ⅲ－3 5つのタイプの典型的事例からみる家族のメディア・コミュニケーションの特徴

Ⅳ　2つの調査からみえてきた家族のメディア・コミュニケーションの現状とこれから …… 199
- Ⅳ－1 活性化タイプと低調タイプの親で異なる子どもにとってのメディア観
- Ⅳ－2 メディア・コミュニケーション・バランス型と他のタイプを分ける親のメディアへの態度
- Ⅳ－3 多メディア化が進む中で行われる家族のメディア・コミュニケーション

はじめに

最近，子どもが口をきいてくれなくなったと，周りのお母さんは言う。でも，うちでは，テレビをきっかけに家族が集まり，テレビを話題にしながら学校であったことなどを話し合う。私は幸せだなと，じんわりかみしめる時間になっている。

（小学6年男子の母）

ゲームだけはパパが主導権を握っている。クリスマスが近いので，娘はパパと一緒に，買ってもらうソフトのリサーチをしている。私はゲームが全然わからないので，これだけはパパに譲っている感じがする。

（小学5年女子の母）

これは，小学生の子どもがいる母親が，メディアを利用した，子どもとのコミュニケーションについてたずねられた時の発言である。すでに家庭には，パソコン，インターネット，携帯電話，ゲーム[1]などのデジタルメディアが浸透しつつある。テレビにも，2011年7月に地上テレビ放送の完全デジタル化が迫っている。我々を取り巻くメディアの利便性が高まり複雑化する中で，これからの時代を生きる子どもとその家族にとってメディアがどのような存在であるのか，多面的に調べていくことが求められている。

NHK放送文化研究所では，これまで，テレビを始めとするメディアと子ども・家族との関わりについて，多角的に調査や研究を行ってきた。たとえば，2001年に発足した“子どもに良い放送”プロジェクトは，1,000人あまりの子どものメディアとの関わりを，0歳から継続調査するものである。現在までの調査では，乳幼児期（0～5歳）の段階から子どものテレビやビデオの視聴，ゲームの利用が始まっていること，そして親と一緒に視聴したり遊んだり内容を話し合ったりして，メディアを利用していることがわかっている[2]。

では，子どもが小学生になり，さまざまなメディアを自分の意思で利用できるようになるとどうであろうか。乳幼児期にみられた親子によるテレビ視聴やゲームの共同利用は，この発達段階においてもみられることだろう。しかし，生活の中で友人と過ごす時間が相対的に多くなるこの時期には，親の監視下にない所でのメディア利用の機会も多くなることが予想される。そのため，親子間のメディアを介したやりとりは，親が子どものメディア利用をいかに把握し管理しているかによって異なってくる。したがって，小学生の子どもがいる家庭においては，子どものメディア利用状況とともに，家族内のメディアを介したコミュニケーション（以下，メディア・コミュニケーションと記す）に注目し，家庭によってどのような違いがあるのか，またその違いに関わる要因は何なのかを検討していくことがより重要になってくる。

こうしたことから，小学生の子どもがいる家庭を対象とする研究に，NHK放送文化研究所と山梨大学教育人間科学部・酒井厚准教授（発達心理学）とが2008年に着手した。子どもの発達と家族・友人との対人関係やその適応といった視点からのアプローチを交えて研究を進めている。その一環として，2008年には，全国の小学生の子どもがいる家庭を対象に，家庭のメディア利用と家族間の結びつきについてとらえるウェブ調査を実施した。さらに，その結果に基づく事例研究として，2009年には，小学生の子どもがいる

家庭の訪問調査を実施し，母・父・子に対して詳細な個別インタビュー（デプス・インタビュー）を試みた。この二つの調査では，同一の調査項目を使用することによって，家族内のメディア・コミュニケーションについて総合的，立体的に分析することを目指している。

本稿では，ウェブ調査と家庭訪問調査による研究から，デジタル時代における家庭のメディア利用と家族のメディア・コミュニケーションとの関係について得られた結果を報告する。具体的には，同一家族における母・父・子の三者のメディア・コミュニケーションが家庭によってどのように異なるのかについて考えてみたい。また，違いがあるとすれば，それに関わる要因は何であるのか，親のメディア観や子どものメディア・リテラシー，さらには親子の関係性との関連から考察する。

本稿の執筆は，Ⅱのウェブ調査については酒井が，Ⅲの家庭訪問調査については渡辺が担当し，Ⅰの現状分析およびⅣの総合分析は共同で行った。

Ⅰ 変わりつつある家族を取り巻くメディア環境

本稿で取り上げる調査を実施した2008年～2010年の3年あまりの間に，家族や子どもを取り巻くメディアの状況は，**表1**にあるように大きく変化した。そこで，調査にあたっての仮説を考えるための前提として，メディアとの関係という観点から，子どもおよび家庭の状況をみていく。

表1　子どもを取り巻くメディアの変化

2004	12	ニンテンドーDS発売
		PSP（プレイステーション・ポータブル）発売
2006	11	プレイステーション3発売
	12	Wii発売
2008	2	電子情報技術産業協会（JEITA）の発表によれば，2007年末で地上デジタル放送を受信できる「ワンセグ」対応携帯電話の国内向け出荷台数が2,000万台を突破した
	7	NHKは，2008年7月末でBSデジタル放送の普及が4,000万件を突破したと発表
		スマートフォン「iPhone」の国内発売
	11	文部科学省による，全国の小学校・中学校・高等学校の調査では，ネットいじめが前年度（2007年度）から2割増加
	12	NHKは，放送した番組を有料で配信する動画サービス「NHKオンデマンド」を開始
2009	1	文部科学省は，携帯電話について，小学校・中学校は持ち込みを原則禁止，高等学校は校内での使用禁止という指針を，全国の教育委員会などに通知
	2	NHKは，携帯電話向けに本格的なニュース配信（月額315円の有料サービス）を開始
	4	NHKは，ワンセグ独自サービス「NHKワンセグ2」の放送を開始
		総務省は，日本のインターネット利用者が9,000万人を突破したと発表
		「青少年ネット規制法」が施行され，フィルタリングサービスが義務化
	6	東京都は，「学校裏サイト」の監視をスタート（公立学校2,200校が対象）
	9	テレビ朝日とTBSは，インターネットを利用した動画共有サイトのYouTubeに，ニュース番組などの配信を開始
	10	「Windows 7」発売
	11	電子情報技術産業協会（ＪＥITA）の発表によれば，地上デジタル放送受信機の国内累積出荷実績が，2009年10月末現在で約6,074万台となった
2010	4	内閣府は，薄型テレビの普及率は2010年3月末で69.2%と発表。薄型テレビを1世帯で2台以上保有している世帯が増え，100世帯あたりの保有台数は108.5台で，初めて1世帯1台以上となった
		パナソニックは，国内家電メーカーで初めて三次元（3D）テレビを発売
	5	タブレット型パソコン「iPad」の国内発売
		総務省は，2010年3月末現在の地上デジタル放送に対応する受信機の世帯普及率が83.8%になったと発表。2009年9月末より14.3ポイント上昇し，政府目標を2.2%上回る

Ⅰ－1 子どもとメディア，子どもと家族をめぐる状況

(1)多メディア化が進む中で成長する子どもたち

今，子どもたちは，映像に関わる多様なデジタルメディアに囲まれて毎日を過ごしている。学校においては，授業中にテレビ，ビデオ・DVD，パソコン，インターネットなどの利用はもちろんのこと，学校の教室ならではの機器として電子黒板の利用も増えてきた。家庭では，ゲームや携帯電話なども加わる。

2009年6月に，全国の小学校4年生から中学校3年生を対象にNHKが行ったメディア利用実態調査では，自分専用の機器で多かったのは携帯型のテレビゲーム機で，小学生（4～6年生）の61％が所有していた(**表2**)。一方，中学生の4割が所有している携帯電話は，小学生では19％であった。携帯型ゲーム機の所有率は男子が高く（男子67％，女子55％），携帯電話の所有率は女子が高い（男子13％，女子24％）というように，メディアによって性差がみられる[3)]。

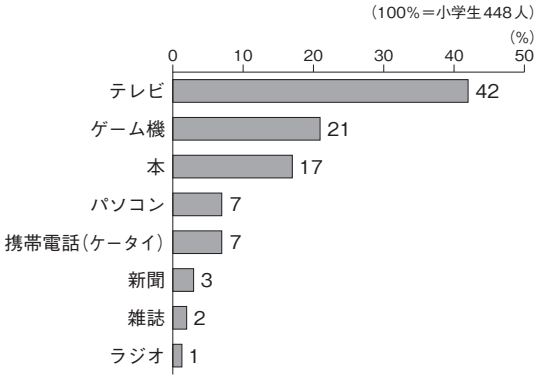
表2　小学生（4～6年生）の所有機器（複数回答）（％）

	全体*（1,004人）	小学生（448人）	小学生男子（225人）	小学生女子（223人）	中学生（525人）
携帯型テレビゲーム機	64	61	67	55	68
携帯電話	32	19	13	24	40
ヘッドホンステレオ**	31	14	7	21	45
据え置き型テレビゲーム機	30	25	32	19	34
CDラジカセ，CDプレーヤー	28	13	6	20	40
テレビ	16	12	12	13	19
ビデオ・DVDプレーヤー・HDD	10	7	4	10	12
パソコン	10	5	5	5	13
この中にはない	12	18	17	19	8

*調査は全国の9歳～15歳の男女に対して行っており，小学生，中学生以外に，高校生など31人を含む。
**「ヘッドホンステレオ」にはウオークマン，アイポッドなども含む。
出典：「小・中学生のテレビ・メディア利用実態調査」（2009年6月）

このようなパーソナルメディアに対して，小学生にとって重要なメディアはテレビであった(**図1**)。2010年6月の「全国個人視聴率調査」によると，小学生（7～12歳）の平均視聴時間はおよそ2時間である。また，先に示した2009年6月の調査では「家族と会話しながら見る」小学生の割合は77％であった。家族と会話をしながらテレビを視聴することは，小学生にとって一般的な行動であると考えられる。“子どもに良い放送”プロジェクトの乳幼児期の調査では，テレビの親子視聴を通じて，その内容について話し合ったりする実態がみてとれたが，そのような親子の関係は，小学生の子どもにおいても実際に継続しているようだ。

図1　小学生（4～6年生）にとって重要なメディア（1番目）



「なくてはならないメディア」を，3つまで順位をつけて選んでもらったうち1番目に選んだメディア
出典：「小・中学生のテレビ・メディア利用実態調査」（2009年6月）

テレビが2台以上ある世帯が53％と半数を超えたのは，1985年のことである[4)]。これによって，家族で同じテレビを見なくても，一人で好きな番組を自由に見ることができる状況が進んだ。「一人だけで見るほう」とい

う人が4割近くになったのも1980年代のことである[5]。それらは，現在小学生の子どもを持つ親の世代（30～40歳代）が，小学生前後だった頃に該当する。テレビは，彼らの物心のつく前からすでに存在しており，彼らは，アニメ番組から，ドラマ，バラエティー番組まで多彩に繰り広げられるテレビ文化を享受して成長した世代である。また，この世代は，1983年に誕生したファミコンを始め，テレビゲームとともに成長した世代でもある。子どもの頃にテレビあるいはゲームを楽しんだ原体験を持つ世代が親となり，メディアの多様化が進むひとつ屋根の下で，小学生の子どもとともに生活を送っているといえる。

そして，このような現代の家族をターゲットに開発されたゲームが，任天堂株式会社のWiiである（図2）。これまでのゲームは，アクションゲームやロールプレイングゲームなど，高得点の獲得や物語の疑似体験を通じて達成感を味わうものが多かった。Wiiは，家族や友人とのコミュニケーションや楽しい経験を共有することを目指した新たなゲーム機として，2006年12月に登場した。2008年のデータによると，国内の家庭用ゲーム機におけるWiiのシェアは22.7％で，据え置き型ゲームでは最も多い[6]。2009年度末までの国内累計販売台数は，1千万台を超えた[7]。

図2　任天堂 Wii

（写真提供　任天堂株式会社）

Wiiは，テレビの前でスポーツをするように，実際に体を動かして参加する体感型のゲームである[8]。中心ユーザーは14歳以下の層と30～44歳の層というデータや[9]，ゲームをする場所は家庭のリビングが中心という報告もあることから[10]，小学生の子どもがいる家族にも普及が進み，ゲームを介したコミュニケーションが行われていると考えられる。

こうした現状の一方で押さえておきたいのは，テレビ，ビデオ・DVD，ゲーム，パソコンなどの映像メディアが，子どもに及ぼす影響に関する議論である[11]。映像に接触する時間量と内容の両面からメディアが子どもに与える影響を懸念し，子どもを守るという視点から議論が行われる中で，2004年2月には日本小児科医会，4月には日本小児科学会が，ともに，「2歳までの子どものテレビ，ビデオの長時間視聴を控えるべき」という提言を出し，反響を呼んだ[12]。

また，携帯電話については，2009年1月に，文部科学省から，小・中学校への持ち込みを原則禁止すべきだという通知が出されるなど，子どもの使用に一定の規制を加える動きもある。多メディア化が進み，高度情報化社会へと移行する中で，子どもはどのようにメディアと向き合っていけばいいのか，そしてそれはいつ誰がどのような形で向き合わせればいいのか，そのありようが問われている。

（2）子どものメディア・リテラシーの育成

1990年代以降，わが国でも子どものメディア教育への関心は高まることになった。特に，子どもがさらされる可能性があるさまざまな

メディアに対して主体的に的確に関わる力，すなわちメディア・リテラシーの育成に注目が集まった。教育の方法や体制についてさかんに議論され，取り組みも広がりつつある[13)]。

たとえば，教育機関である学校では，授業や委員会活動・クラブ活動などを通じてメディア・リテラシーの育成に取り組んでいる小学校が全国で6割を超える[14)]。また，学校がスーパーマーケットや地元放送局など地域に根づいた企業と協力して，子どもが主体となった映像番組を作成することで，メディア・リテラシーを育む機会を設けるといったユニークな実践も行われている[15)]。

こうした学校や地域での具体的な実践に対して，家庭における子どものメディア・リテラシーの育成には，子どものメディア接触に対する親の関心の程度や，メディア接触を管理・統制する養育が重要となろう。しかし，メディアの提供する有害情報に対して誰が気をつけるべきかを親にたずねた2003年の実態調査では，「制作側が気をつけるべき」が39.5％，「法律で制限すべき」が34.3％を占め，「利用者が自分で判断」（17.7％）や「情報に近づけない工夫」（5.2％）という回答を大きく上回る結果であった[16)]。また，親が小・中学生の子どものテレビ視聴時間を決めているケースは全体（1,838名）の50.4％と半数を超えるが，ゲームの使用時間では39.7％と低く，テレビ番組やゲームの内容を管理している親は，テレビは14.6％，ゲームでは7.5％と少数であった。つまり，親による子どものメディア接触に対する関与は全体的に消極的である上に，家庭によって程度に差があることがうかがわれるのである。

先述の“子どもに良い放送”プロジェクト（156ページ）では，こうした子どものメディア接触に対する親の関与を「親のフィルタリング行動」として定義し，親が子どもとメディア接触を共有したり子どものメディア利用に関心を示す共有・評価機能（共同視聴，解説）と，子どものメディア接触を統制・管理するコントロール機能（時間制限，番組選択，監督）の2つに分類している。また，これらフィルタリング行動の程度は家庭によって異なり，乳幼児期の子どものメディア接触に影響を与えるという結果も報告している[17)]。

しかし，本研究の対象家庭のように，子どもが小学生まで成長している場合，「親のフィルタリング行動」は，親による一方的な働きかけで成立するものではないだろう。テレビ視聴やゲームでの遊びを親子が共有する場合も，ともに楽しめる番組やソフトを両者が話し合って選択したり，管理・統制についても親子間の話し合いのもとに決められることが予想される。この観点からすれば，小学生の子どもに対する「フィルタリング行動」における共有や管理・統制の程度とバランスは，その家庭の親子間のメディアを介したコミュニケーションを表す重要な指標のひとつであると考えられる。

そこで，本研究では，母・父・子のそれぞれに，家庭における親子間でのメディアの共有と管理について質問し，その回答をもとに家庭におけるメディア・コミュニケーションの形態を評価することにした。そして，家庭におけるメディア・コミュニケーションのタイプとその特徴について，メディアに関する複数の側面からとらえていきたいと思う。また，メディア・コミュニケーションの家庭差によって，子どものメディア・リテラシーが

どのように異なるのかについても考えてみたい。

(3) 家庭におけるメディア・コミュニケーションについての仮説

現代の子どもとメディアや家族の状況をふまえ，家庭で営まれているメディア・コミュニケーションについて取り上げた先行調査・研究では，先述の，NHKが2009年6月に全国の小・中学生を対象に行った調査（158ページ）だけでなく，たとえば，BPO（放送倫理・番組向上機構）の放送と青少年に関する委員会が2006年～2007年に実施した，小学校高学年から中学生の36人を対象とするインタビュー調査がある。この調査では，小・中学生の子どもが，家族の集まるリビングに置かれたテレビを家族とともに視聴し，会話を交わしている様子が報告されている[18)]。このほか，テレビを家族と一緒に見る小・中学生が増える傾向にあるという報告や[19)]，このような，リビングに集まってテレビを楽しむ家族が増えている背景には，長引く不況で，家計が苦しく外出を控えるようになったことも影響している，という指摘もみられる[20)]。

これらの調査報告では，テレビをめぐる家族の関係を中心に取り上げていたが，家庭のデジタルメディアは，もはやテレビだけに限らない。そこで，ひとつの家庭に混在する複数のデジタルメディアが目的や相手に応じて使い分けられながら，家族のメディア・コミュニケーションは営まれているのではないかという視点から，以下の仮説が考えられる。

i）親と子のメディアを通した関係には，楽しい時間を共有することと，親が子のメディア利用のコントロールをすることの2つの側面があるが，特に後者は，家庭によってその程度に差があるのではないか。

ii）その差は，親のメディア観や親が考える子どもとメディアのつきあい方，子どものメディア・リテラシーと関わるのではないか。

iii）親と子がともに同じメディアを通して時間を共有することが，親子の関係の善しあしに関わる要因のひとつになっているのではないか。

この3つの仮説に基づき，小学生の子どもがいる家族のメディア利用とメディア・コミュニケーションの実態から，メディアの違いによるコミュニケーションの特徴や母・父・子の関係性に着目し，家族によるメディア・コミュニケーションの違いとその違いを生じさせているものを明確にすることを目指した。

Ⅰ－2　調査設計：小学生の子どもがいる家族を対象にしたウェブ調査と家庭訪問調査

調査は，デジタルメディアを利用している家族を，メディア・コミュニケーションの特徴に応じて分類すること，そのタイプごとに個々の家族の具体的な利用の事例やコミュニケーションのやりとりを把握することを念頭に置いた。手法としては，家族のタイプ分けを行うには量的なデータが必要であることからウェブ調査を実施し，具体的な事例の把握については，タイプ分けに該当する家庭を訪問し，詳細なインタビューを行うこととした。

いずれの調査も，メディア・コミュニケーションに基づく家族の関係性をとらえるために，同一家庭の母・父・子[21]から個別に回答を得ることとした。

ウェブ調査の留意点

ウェブ調査は2008年に実施し，調査会社の全国のモニター登録者から回答を得た。彼らは，調査モニターに自発的に登録しており，インターネットに対する親和性の高いサンプルが集まる可能性があることは排除できない。したがって，世論調査のような一般的な代表性を持ちえたサンプルではなく，調査相手の母集団を明示できないことも留意する必要がある。このような注意点がありながら，ウェブ調査を採用したのは，以下の理由に基づく。

今回の調査では，同一家庭の母・父・子のそれぞれから回答を得ることを条件としたが，近年，住民基本台帳の閲覧の制限など，世論調査を取り巻く環境が厳しくなる中で，そのようなサンプリングには非常に困難を伴う。また，回答にはこの三者全員の協力が必要で，調査の負担は通常の調査以上に大きい。そこで，モニター登録者であることによる，調査に対する協力度の高さを考慮した。

一方，メディア・コミュニケーションと家族との関係をとらえるには，調査の対象がメディアを所有し利用している家族であることが求められる。また，母・父・子の関係を考えるにあたり，次のような条件を加えて，調査結果に関わる影響要因を最小限にする必要があると考えた。

・母・父・子が同居していること（単身赴任を含め，調査時点で親が不在の家庭は除く）。

・母・父ともに初婚であること。

・きょうだいが多い家庭では，対象児と親とのメディアを通した関係性をとらえにくくなるため，きょうだいを2人までに限定すること。

ウェブ調査は，これらの個別特定性に基づく限定が可能な調査手法である。今回の調査では，回答者の一般性よりも個別特定性を優先させることで，代表性は得られないものの，メディア利用を行っている家族の傾向を把握することは可能だと考えた。

家庭訪問調査の留意点

家庭訪問調査は，ウェブ調査から得られた，親子のメディア・コミュニケーションのタイプに分類した家庭において，母・父・子の個別にインタビューを行うこととした。子についても親は同席せずひとりで対応してもらうことを条件にした。また，家族が同じ時間を過ごす場としてのリビングの状況や，メディア機器の位置の確認も調査項目に加えた。

この調査も，調査者が調査相手の家庭に入る，母・父・子の三者が在宅している必要があるなど，物理的にも心理的にも調査相手の負担が大きい。そこで，やはり協力度の高さという点から，調査会社のモニター登録者に対してスクリーニング調査を行い，訪問家庭を抽出することにした。訪問にかかる時間や経費などを考慮し，スクリーニング調査の対象は，1都3県（東京都，千葉県，埼玉県，神奈川県）に在住のモニターに限定した。インタビューの項目や設問は構造化することで，調査者（訪問者）の違いによる設問の内容やニュアンスの差を最小に抑えることに努

めた。

以上のような設計に基づき，次の日程で2つの調査を実施した。

ウェブ調査　2008年4月

家庭訪問調査 2009年10月～2010年1月

次章から，それぞれの調査結果と分析について紹介する。

Ⅱ ウェブ調査にみる家庭のメディア・コミュニケーションと家族関係

Ⅱ－1　調査概要

調査目的

母・父・子それぞれのメディア利用の実態とメディア観，親子のメディア･コミュニケーションの実態を探る。

調査時期

2008年4月26日（土）～4月30日（水）

調査方法

パソコン・インターネット調査（ウェブ画面上での個人記入法）

調査相手

全国の小学生の子どもがいる家庭の母・父・子（子どもの性別と学年をふまえて，4～6年生の各学年の男女が均等になるように割り付ける）。調査会社の登録モニターのうち，普段の生活で子どもとの結びつきが強いと考えられる母親にスクリーニング調査を行い，162ページにある条件を満たし，母・父・子ともに回答可能な家庭を抽出した。

調査依頼数

5,000人

調査回答数

600家庭の母・父・子（学年・性別で100家庭×6層）。ただし，分析は，無回答や論理矛盾のある回答者の欠損データを省いた516家庭を対象とした。対象の家庭の割り付けは，**表3**のようになる。

調査実施機関

ヤフーバリューインサイト株式会社

表3　子どもの学年に基づく対象家庭の割り付け

			男子	女子
小学4年生	実数（人）	166	84	82
	%	100.0	50.6	49.4
小学5年生	実数（人）	180	89	91
	%	100.0	49.4	50.6
小学6年生	実数（人）	170	90	80
	%	100.0	52.9	47.1

分析対象516家庭のプロフィール

ウェブ調査の結果を分析するにあたり，対象となる516家庭の母・父・子の基本的属性，家庭のメディア環境をみておく。もちろん，ここで挙げる数値は，先述のとおり代表性や一般性を持ちえないが，母・父・子の属性や，コミュニケーションの媒介となるメディア環境を把握しておくことは，結果を読み取る際の基本情報になると考えるためである。

・母・父・子の属性

母親の平均年齢は39.5歳，父親の平均年齢は41.9歳である。母親は35～39歳，父親は40～44歳が多い（**表4**）。

母親の職業をみると専業主婦が多く，半数を超えている（**図3**）。専業主婦の割合が高いのは[22]，有職者に比べて，調査会社にモニターとして登録してさまざまな調査に応じるだけの時間的な余裕があることが関係していると思われる。一方，父親の職業は，事務職・技術職が多い。学歴は，父親は大学・大学院

表4　母親と父親の年齢構成

		全体	29歳以下	30～34歳	35～39歳	40～44歳	45～49歳	50歳以上
母	実数（人）	516	1	46	227	183	55	4
	%	100.0	0.2	8.9	44.0	35.5	10.7	0.8
父	実数（人）	516	0	22	134	233	93	34
	%	100.0	0	4.3	26.0	45.2	18.0	6.6

※年齢は，調査時点（2008年4月1日現在）のものである。

が，母親は短期大学・高等専門学校以上がそれぞれ半数を超えている。

対象児の一人っ子と二人きょうだいの割合は1対4で二人きょうだいの方が多く，二人きょうだいでは第二子の方が多い（**図4**）。

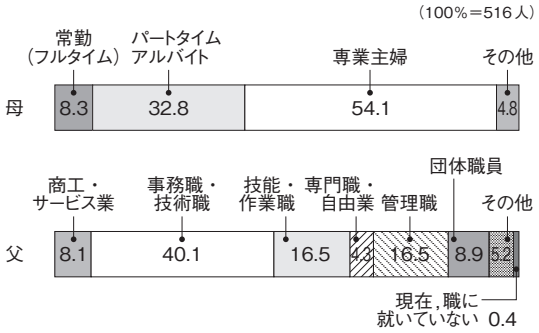
・家庭のメディア環境

メディア機器の所有は，親と子の利用がともに考えられるテレビ，ゲーム，パソコン，携帯電話についてたずねた。このうち，パソコンはウェブ調査のモニター登録者であることから全員が所有しているが，あわせてテレビとゲームも所有していることを条件に加えた。

ただし，テレビは，調査時点でのデジタルテレビの普及状況をふまえ，アナログテレビとの分類はしていない。また，ゲームは，据え置き型ゲーム機（Wii，プレイステーション3など）か携帯型ゲーム機（ニンテンドーDS，プレイステーション・ポータブルなど）のいずれかを所有していることを条件としたが，調査家庭のほとんどがその両者を所有していた（**図5**）。

携帯電話は，母親と父親は全員が所有していることとしたが，子どもについては，調査相手を確保する上で全員所有しているという条件を加えることは難しく[23]，統制をかけなかった。その結果，携帯電話を所有している（対象児専用の携帯電話を持たせている，家族やきょうだいの携帯電話を共用させている，のいずれかに該当する）子どもの割合は33.3％であった。このうち男子は27.8％，女子は39.1％で，女子の方が高かった（**図6**）。

図3　母親と父親の職業



商工・サービス業…家族従業を含む
事務職・技術職…営業，経理，システム技術者，看護士など
技能・作業職…行員，職人，運転手，作業員，保守点検員など
専門職・自由業…医師，弁護士，芸術家，学者など
団体職員…公務員，教師など

図4　子どものきょうだいの構成

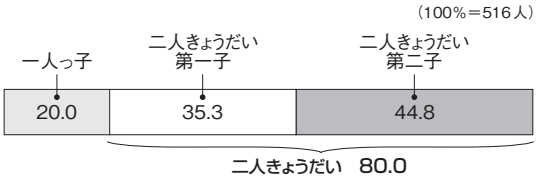
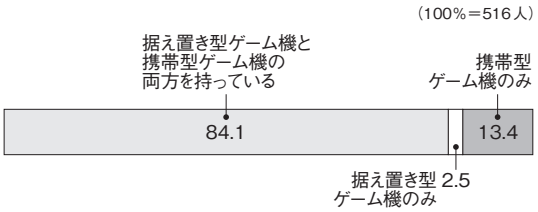
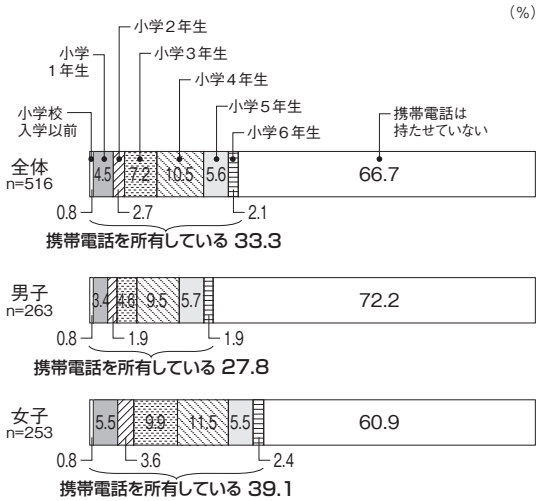


図5　所有ゲーム機



据え置き型ゲーム……Wii，プレイステーション3など
携帯型ゲーム……ニンテンドーDS，プレイステーション・ポータブルなど

図6　子どもの携帯電話の所有時期



Ⅱ－2　メディアを介した家族内のコミュニケーション・タイプの分類

テレビやゲーム，携帯電話といったメディアは，今日の家族間のコミュニケーションにとって重要な媒体となっている。たとえば，テレビやゲームを一緒に楽しみその内容について話す場面は，普段の家庭生活でみられる光景であろう。また，親子間でテレビやゲームの使用に関してルールを設けることなども，家族内のメディア・コミュニケーションのひとつと考えることができる。しかし，こうしたコミュニケーションのあり方は，家族によって決して一様ではない。家族全員で一緒にメディアを楽しむ家庭もあれば，家族のメンバーそれぞれが独立して楽しむ傾向が強い家庭もあり，家族間でルールを決めてメディアと接している家庭もあれば，そうでない家庭も存在することが考えられる。

これから紹介するウェブ調査では，こうしたメディア・コミュニケーションのタイプを探索し，その特徴を明らかにすることを目的とした。そこで，メディア・コミュニケーションとしてテレビ，ゲーム，携帯電話といったメディアが家族内で共同利用されている程度と，利用に関するルールが親子間でどの程度機能しているかに注目した。

母・父・子の三者が回答したのは，先述の「フィルタリング行動」(160ページ) を測定する尺度[24] を一部改変した項目である。具体的には，親と子がテレビやゲームを一緒に利用し楽しんでいる「共有コミュニケーション」(項目例：「テレビ／ゲームの内容について子どもとよく話す」など) と，家庭内での子どものテレビやゲームの利用に対する，親による「統制コミュニケーション」(項目例：「子どもが見てよい番組／してよいゲームが決まっている」など) のそれぞれについて，5段階 (「あてはまる」「ややあてはまる」「どちらでもない」「ややあてはまらない」「あてはまらない」) で評価を依頼し，結果は，「あてはまる」5点～「あてはまらない」1点で得点化した (共有コミュニケーションに関する5つの変数の得点はそれぞれ5～25点，統制コミュニケーションに関する3つの変数の得点はそれぞれ3～15点)。

携帯電話については，母と父のそれぞれが，通話とメールを利用して配偶者や対象児とやりとりを行っているかを調べた。アプリオリに用意した12対象 (配偶者，対象児，その他の家族や親せき，普段会っている友人・知人，仕事の関係者など) から，通話とメールのそれぞれについてやりとりの多い相手の上位3つを選んでもらい，やりとりをする相手として配偶者を通話とメールの両方で選んでいる場合は2点，通話あるいはメールのどちらかで選んで

いる場合は1点，どちらでも選んでいない場合は0点とし，対象児についても同様に得点化した。この，配偶者および対象児に関する2つの得点を合成し，母と父それぞれの，「子どもや配偶者との携帯電話コミュニケーション」に関する変数とした（得点はそれぞれ0～4点）。

これら，メディア・コミュニケーションに関する10変数（「共有コミュニケーション」5変数，「統制コミュニケーション」3変数，「携帯電話コミュニケーション」2変数）をすべて投入し，非階層型のクラスタ分析（K-Means法）を実施したところ，解釈可能な5つの群に分類された。クラスタごとの各変数の平均点と標準偏差を**表5**に，クラスタの分布については**図7**に示す。

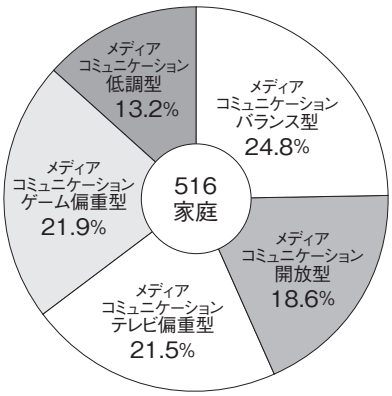
次に，各クラスタの特徴を解釈するために，メディア・コミュニケーションに関する10変数の得点を分散分析により比較した。その結果，第1クラスタは，「母親による，子どもや配偶者との携帯電話コミュニケーション」以外のすべての変数の得点が，他のクラスタに比べて有意に（統計上で意味のある差があったということ。以下も同様）高かった（**表5**）。したがって，このクラスタは，親子間のメディアの共有コミュニケーションと親

表5　10変数の平均値と標準偏差

変数＼クラスタ	メディアコミュニケーション バランス型	メディアコミュニケーション 開放型	メディアコミュニケーション テレビ偏重型	メディアコミュニケーション ゲーム偏重型	メディアコミュニケーション 低調型
母親評定による　子どもとのテレビ共有コミュニケーション（得点範囲：5－25点）	21.7 *(1.9)*　a	20.3 *(2.4)* b	20.0 *(2.1)* b	16.8 *(2.7)* c	16.1 *(3.0)* c
子ども評定による　親とのテレビ共有コミュニケーション（得点範囲：5－25点）	22.2 *(2.3)* a	21.1 *(2.2)* b	19.7 *(2.7)* c	17.0 *(2.3)* d	13.8 *(3.3)* e
母親評定による　子どもとのゲーム共有コミュニケーション（得点範囲：3－15点）	10.6 *(2.8)* a	10.5 *(2.3)* a	7.4 *(2.6)* b	8.3 *(2.8)* b	5.6 *(2.6)* c
父親評定による　子どもとのゲーム共有コミュニケーション（得点範囲：3－15点）	11.3 *(3.0)* a,x	11.0 *(2.9)* a	5.2 *(2.2)* b	10.2 *(2.5)* a,y	5.0 *(2.6)* b
子ども評定による　親とのゲーム共有コミュニケーション（得点範囲：3－15点）	11.4 *(2.6)* a	11.7 *(1.7)* a	7.8 *(2.5)* c	10.0 *(2.2)* b	5.4 *(2.3)* d
母親による　子どものテレビ統制コミュニケーション（得点範囲：3－15点）	12.2 *(2.1)* a	7.2 *(2.2)* d	10.5 *(2.4)* b	9.7 *(2.3)* b	8.4 *(2.9)* c
母親による　子どものゲーム統制コミュニケーション（得点範囲：3－15点）	12.1 *(2.1)* a	7.7 *(2.2)* c	10.0 *(2.4)* b	9.6 *(2.3)* b	7.2 *(3.0)* c
父親による　子どものゲーム統制コミュニケーション（得点範囲：3－15点）	12.2 *(2.1)* a	6.3 *(2.2)* c	6.7 *(3.0)* c	9.6 *(2.3)* b	4.3 *(2.3)* d
母親による　子どもや配偶者との携帯電話コミュニケーション（得点範囲：0－4点）	2.1 *(1.0)*	2.3 *(1.1)*	2.2 *(0.9)*	2.3 *(1.1)*	1.9 *(1.0)*
父親による　子どもや配偶者との携帯電話コミュニケーション（得点範囲：0－4点）	2.2 *(0.9)* a	2.1 *(1.0)* a	1.9 *(0.7)*	2.1 *(0.9)* a	1.7 *(0.9)* b

※セル内の数字は平均値，カッコ内の斜体の数字は標準偏差を示す。
※セル内のa，b，c，d，eおよびx, yは，a＞b＞c＞d＞e，x＞yの関係にあり，p＜.05水準で各変数においてそのタイプが有意に高いことを示す。

図7　5つのクラスタの分布



による統制コミュニケーションの両者がともに活性化している家族群であると考えられ，この群を「**メディア・コミュニケーション（Media Communication）・バランス型**（以下，「**MCバランス型**」と記す）」と命名した。

第2クラスタは，テレビの共有コミュニケーション得点が第1クラスタより低いもののその他のクラスタと比べると相対的に高く，ゲーム共有コミュニケーションにおいては得点が有意に高かった。これに対して，統制コミュニケーションは他のクラスタに比べて有意に低い特徴がみられたことから，「**メディア・コミュニケーション・開放型**（以下，「**MC開放型**」と記す）」と命名した。

第3クラスタは，第1クラスタや第2クラスタほどではないが，テレビの共有コミュニケーション得点が高く，テレビの統制コミュニケーションも2番目に有意に高い群であった。その一方で，ゲームに関わるコミュニケーションは共有と統制がともに相対的に低く，「**メディア・コミュニケーション・テレビ偏重型**（以下，「**MCテレビ偏重型**」と記す）」と命名することにした。これとは対照的に，第4クラスタはゲームに関わるコミュニケーション得点が他のクラスタより相対的に高く，テレビに関わるコミュニケーションの得点が有意に低い特徴がみられ，「**メディア・コミュニケーション・ゲーム偏重型**（以下，「**MCゲーム偏重型**」と記す）」とした。

最後の第5クラスタは，すべての変数の得点が他のクラスタよりも有意に低く（母親によるテレビの統制コミュニケーションだけは4番目），メディア・コミュニケーションの活性が低い家庭群であると考えられた。そのため，このクラスタを「**メディア・コミュニケーション・低調型**（以下，「**MC低調型**」と記す）」と呼ぶことにした。

以上のように，クラスタ分析の結果から，本研究の対象家庭におけるメディア・コミュニケーションは5つのタイプで考えることができそうである。次節からは，各タイプによって家族の各メンバーのメディア観や子どものメディア・リテラシーがどのように異なるのかを検討していきたい。

Ⅱ－3　メディア・コミュニケーションのタイプによるメディア観の比較

メディア・コミュニケーションのタイプの違いによって，家族の各メンバーのメディア観は特徴的であると思われる。本節では，家族の各メンバーのメディア観として，母親と子どもによるテレビの利用目的，母親が考えるテレビやゲームが子どもに与える影響感，子どもにとっての各種メディアの重要性といったメディアに対する態度について検討した。また，メディア・コミュニケーションのタイプによって，子どものメディアへの接し

方に対する親の関心がどのように異なるのかについても分析を行った。

(1) 母親にとってのテレビ：MCバランス型家庭にみられるテレビへの積極性

表6と**表7**は，母親に複数選択方式でたずねたテレビの利用目的の回答を，メディア・コミュニケーションのタイプごとに集計したものである。各表での網かけ部分は，そのタイプに属した家庭とそれ以外の家庭による回答の中で「あてはまる」と「あてはまらない」の割合を比較した結果，χ^2分析により5%水準で統計的な有意差がみられた箇所を示している。また，*がついたセルの方の回答（たとえば，**表6**の**MCバランス型**における「仕事や生活，学習に必要な情報を入手する」での「あてはまる」）において，該当するタイプの家庭はそれ以外のタイプよりも比率が有意に

表6　母親：テレビの利用目的①　（%）

	MCバランス型		MC開放型		MCテレビ偏重型		MCゲーム偏重型		MC低調型	
	あてはまる	あてはまらない	あてはまる	あてはまらない	あてはまる	あてはまらない	あてはまる	あてはまらない	あてはまる	あてはまらない
趣味に関することを調べる	35.9	64.1	34.4	65.6	22.5	77.5 *	28.3	71.7	29.4	70.6
気になるニュースについてさらに詳しく知る	45.3	54.7	40.6	59.4	34.2	65.8	42.5	57.5	36.8	63.2
仕事や生活，学習に必要な情報を入手する	42.2 *	57.8	36.5	63.5	24.3	75.7	30.1	69.9	19.1	80.9 *
自分の考えが人と違っていないかを確認する	15.6	84.4	13.5	86.5	9.0	91.0	10.6	89.4	10.3	89.7
世の中の出来事や動きがわかる	84.4	15.6	82.3	17.7	73.9	26.1	76.1	23.9	77.9	22.1
人と共通の話題が得られる	66.4 *	33.6	67.7 *	32.3	54.1	45.9	46.9	53.1 *	50.0	50.0
ふだん表に出ない情報を知ることができる	17.2	82.8	16.7	83.3	9.9	90.1	14.2	85.8	13.2	86.8
関心のない分野のことでも知識が得られる	47.7	52.3	45.8	54.2	40.5	59.5	38.9	61.1	41.2	58.8

※網かけは，p＜.05で有意差がある。※セル内の*は，その度数が，それ以外のタイプよりも比率が有意に高いことを示す。
※MC＝メディア・コミュニケーション を示す。

表7　母親：テレビの利用目的②　（%）

	MCバランス型		MC開放型		MCテレビ偏重型		MCゲーム偏重型		MC低調型	
	あてはまる	あてはまらない	あてはまる	あてはまらない	あてはまる	あてはまらない	あてはまる	あてはまらない	あてはまる	あてはまらない
気軽に楽しむ	80.5	19.5	90.6 *	9.4	78.4	21.6	77.0	23.0	75.0	25.0
感動する	72.7	27.3	78.1	21.9	73.0	27.0	67.3	32.7	76.5	23.5
時間をつぶす	66.4	33.6	78.1 *	21.9	67.6	32.4	53.1	46.9 *	58.8	41.2
さびしさをまぎらす	56.3 *	43.8	42.7	57.3	39.6	60.4	38.9	61.1	42.6	57.4
信頼できる情報を得る	50.8 *	49.2	49.0	51.0	35.1	64.9	34.5	65.5	42.6	57.4
多くの人が同じ気持ちや考えになる	39.8	60.2	44.8 *	55.2	31.5	68.5	29.2	70.8	30.9	69.1
感じたことや考えたことを伝える	10.9 *	89.1	5.2	94.8	1.8	98.2 *	5.3	94.7	4.4	95.6
意見や作品を発表する	8.6 *	91.4	3.1	96.9	1.8	98.2	2.7	97.3	4.4	95.6

※網かけは，p＜.05で有意差がある。※セル内の*は，その度数が，それ以外のタイプよりも比率が有意に高いことを示す。
※MC＝メディア・コミュニケーション を示す。

高かった。

2つの表に示した結果をみると，本研究で用意したテレビの利用目的に肯定的な回答（「あてはまる」）を示したのは，**MCバランス型**と**MC開放型**の母親に多いことがわかる。統計的に有意となった項目に違いはみられるものの，この両群は，テレビが「気軽に楽しむ」，「時間をつぶす」，「さびしさをまぎらす」など余暇活動のツールとして機能している点で共通していた。また，両群ともに「人と共通の話題が得られる」と回答した母親が多く，「仕事や生活，学習に必要な情報を入手する」，「信頼できる情報を得る」，「多くの人が同じ気持ちや考えになる」など情報ツールとしても役立てていた。さらに，**MCバランス型**については，該当した人数は少ないながらも，「感じたことや考えたことを伝える」（10.9%）や「意見や作品を発表する」（8.6%）といった能動的な項目にあてはまると回答した母親が他のタイプに比べて有意に多く存在し，テレビをアクティブ・メディアとして利用する積極性がうかがわれた。

その他の群では，肯定的な回答よりもむしろ否定的な回答（「あてはまらない」）が多くみられ，**MCテレビ偏重型**では「趣味に関することを調べる」と「感じたことや考えたことを伝える」において，**MCゲーム偏重型**では「人と共通の話題が得られる」と「時間をつぶす」において，**MC低調型**では「仕事や生活，学習に必要な情報を入手する」の各項目において，他の群よりも否定的な回答の母親が有意に多かった。これらの項目の多くは，**MCバランス型**や**MC開放型**では肯定的に回答する母親が多かった内容である。

(2) 子どもにとってのテレビ

母親と同様に，子どもに対しても複数選択方式でテレビの利用目的をたずねた。

表8からわかるように，子どもの場合には肯定的な回答が**MCバランス型**に，否定的な回答が**MCゲーム偏重型**に多かった。統計的に有意であった項目をみると，**MCバランス型**では「気軽に楽しむ」，「感動する」，「世の中のできごとや動きがわかる」，「友だちと共

表8　子ども：テレビの利用目的　（%）

	MCバランス型		MC開放型		MCテレビ偏重型		MCゲーム偏重型		MC低調型	
	あてはまる	あてはまらない	あてはまる	あてはまらない	あてはまる	あてはまらない	あてはまる	あてはまらない	あてはまる	あてはまらない
趣味に関係することを調べる	31.3	68.8	27.1	72.9	22.5	77.5	31.9	68.1	22.1	77.9
学習に必要な情報を手に入れる	17.2	82.8	16.7	83.3	9.0	91.0	12.4	87.6	10.3	89.7
世の中のできごとや動きがわかる	78.1 *	21.9	68.8	31.3	68.5	31.5	63.7	36.3	72.1	27.9
友だちと共通の話題を手に入れる	74.2 *	25.8	64.6	35.4	60.4	39.6	47.8	52.2 *	57.4	42.6
気軽に楽しむ	83.6 *	16.4	77.1	22.9	69.4	30.6	63.7	36.3 *	69.1	30.9
感動する	75.0 *	25.0	60.4	39.6	68.5	31.5	60.2	39.8	58.8	41.2
ひまな時間をつぶす	75.0	25.0	71.9	28.1	70.3	29.7	61.9	38.1	66.2	33.8
感じたことや考えたことを伝える	9.4	90.6	9.4	90.6	7.2	92.8	8.0	92.0	7.4	92.6
意見などを発表する	5.5	94.5	3.1	96.9	1.8	98.2	3.5	96.5	4.4	95.6

※網かけは，p＜.05で有意差がある。※セル内の*は，その度数が，それ以外のタイプよりも比率が有意に高いことを示す。
※MC＝メディア・コミュニケーション を示す。

通の話題を手に入れる」の4つで他の群よりも肯定的に回答した子どもが多く，余暇活動や情報ツールとして機能しているようであった。特に，最後の「友だちと共通の話題を手に入れる」は，小学生の子どもに重要な友人とのコミュニケーションに関する内容であり，**MCバランス型**の家庭の子どもは，家庭ばかりでなく家庭外においても，テレビをコミュニケーションの媒体として重視していることが示された。

一方，**MCゲーム偏重型**の子どもでは，「気軽に楽しむ」や「友だちと共通の話題を手に入れる」において否定的に回答するものが多かった。この**MCバランス型**と**MCゲーム偏重型**の比較からもわかるように，家庭でのメディア・コミュニケーションの違いは，家庭

表9　母親：テレビの影響感　（%）

		MCバランス型		MC開放型		MCテレビ偏重型		MCゲーム偏重型		MC低調型	
		認識群	非認識群	認識群	非認識群	認識群	非認識群	認識群	非認識群	認識群	非認識群
テレビ好影響	知識を豊かにする	98.3	1.7	98.8	1.2	96.3	3.7	97.4	2.6	92.1	7.9 *
	言葉の表現を豊かにする	71.1	28.9	78.3	21.7	63.5	36.5	63.3	36.7	68.3	31.7
	友だちとの親しさが増す（同じ番組を見ることで）	98.2	1.8	97.5	2.5	93.9	6.1	97.4	2.6	92.3	7.7
テレビ悪影響	必要以上にいろいろなことを教えすぎる	97.2	2.8	94.4	5.6	95.1	4.9	95.0	5.0	97.7	2.3
	言葉づかいを乱暴にする	93.8	6.3	96.2	3.8	96.7	3.3	94.1	5.9	96.2	3.8
	子どもの考え方が型にはまる（同じ番組を見ることで）	84.2	15.8	73.8	26.2	70.2	29.8	80.4	19.6	71.9	28.1

※網かけは，p＜.05で有意差がある。※セル内の*は，その度数が，それ以外のタイプよりも比率が有意に高いことを示す。
※MC＝メディア・コミュニケーション を示す。

表10　母親：ゲームの影響感　（%）

		MCバランス型		MC開放型		MCテレビ偏重型		MCゲーム偏重型		MC低調型	
		認識群	非認識群	認識群	非認識群	認識群	非認識群	認識群	非認識群	認識群	非認識群
ゲーム好影響	利用することで，子どもの生活に区切りをつけられる	48.2 *	51.8	32.1	67.9	16.2	83.8 *	22.9	77.1	8.5	91.5 *
	お子さんのストレス発散に役立っている	91.1 *	8.9	87.7	12.3	81.3	18.8	84.1	15.9	73.9	26.1 *
	実際になかなか体験できないことを疑似体験させてくれる	65.1 *	34.9	63.5	36.5	38.9	61.1 *	54.9	45.1	45.7	54.3
	お子さんの友達や家族とのコミュニケーションに役立っている	90.1 *	9.9	90.4 *	9.6	66.7	33.3 *	83.1	16.9	65.3	34.7 *
ゲーム悪影響	お子さんの生活のリズムを乱す	86.3	13.7	87.9	12.1	84.1	15.9	87.0	13.0	86.0	14.0
	暴力を正当な手段として扱っている	66.7 *	33.3	41.5	58.5 *	57.6	42.4	55.2	44.8	56.1	43.9
	お子さんに空想と現実の区別をつかなくさせる	62.1	37.9	48.1	51.9	58.8	41.3	65.6	34.4	57.1	42.9
	お子さんの友達や家族とのコミュニケーションを減らしている	58.3	41.7	49.0	51.0 *	72.1	27.9	71.9	28.1	72.2	27.8

※網かけは，p＜.05で有意差がある。※セル内の*は，その度数が，それ以外のタイプよりも比率が有意に高いことを示す。
※MC＝メディア・コミュニケーション を示す。

外の友人関係におけるメディア・コミュニケーションのあり方にも関わるようであった。

(3) 母親が考えるメディアの子どもへの影響

母親が考えるメディアの子どもへの影響感は，メディア・コミュニケーションのタイプによってどのように異なるのであろうか。**表9**と**表10**に示した質問群は，テレビとゲームそれぞれの子どもへの影響感を母親にたずねたものである（「5：あてはまる」～「1：あてはまらない」までの5段階評定）。これらの各質問群は，因子分析（主因子法・Varimax回転）の結果，固有値1以上を基準にそれぞれ2因子が抽出されており，テレビの影響感については**表9**に示す「好影響」と「悪影響」の3項目ずつに，ゲームに関しては**表10**に示すやはり「好影響」と「悪影響」の4項目ずつにまとめることができる。

まず，テレビによる影響感の項目（**表9**）について，各タイプに属した家庭とそれ以外の家庭における「認識群」（「5：あてはまる」か「4：ややあてはまる」と回答した人）と「非認識群」（「2：ややあてはまらない」か「1：あてはまらない」と回答した人）の割合を比較した。その結果，絶対数は少ない（7.9％）ながらも，**MC低調型**には他のタイプに比べて，「（テレビは）知識を豊かにする」とは認識していない，否定的な母親の比率が高いことが示された。

次に，テレビによる好影響と悪影響の各因子を構成する項目の回答得点を合計し，分散分析によりタイプ間の得点比較を行ったところ，**図8**のような結果が得られた。テレビによる好影響に関しては，**MCバランス型**が，

図8　母親：テレビの影響感の比較

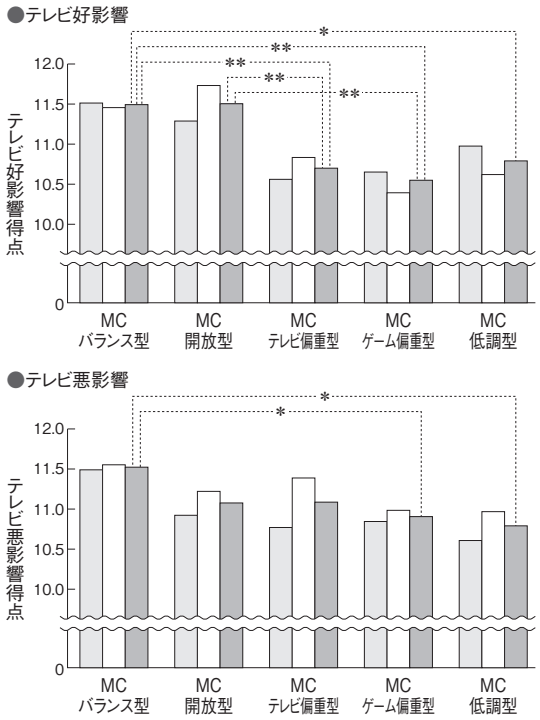
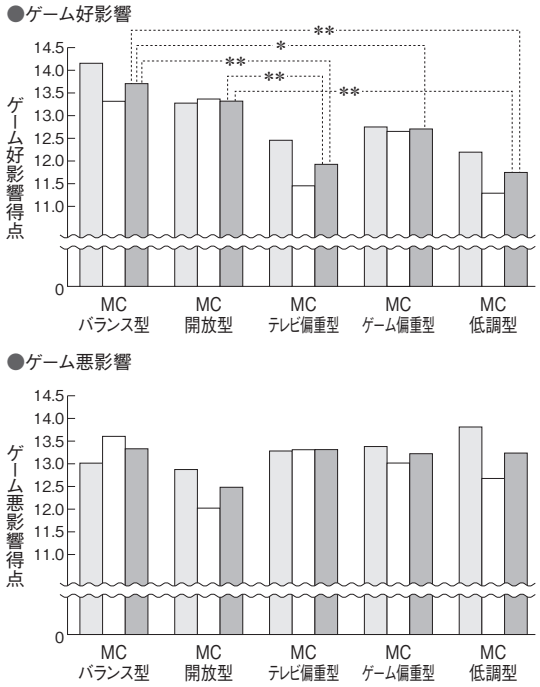


図9　母親：ゲームの影響感の比較



□男子家庭　□女子家庭　■全家庭　＊=p<.05, ＊＊=p<.01で有意差がある。
※MC=メディア・コミュニケーション を示す。（図8・図9共通）

MCテレビ偏重型や**MCゲーム偏重型**，**MC低調型**に比べて得点が有意に高く，**MC開放型**も**テレビ偏重型**や**MCゲーム偏重型**に比べて得点が高かった。テレビによる悪影響に関しては，**MCバランス型**が，**MCゲーム偏重型**や**MC低調型**に比べて有意に得点が高かった。

ゲームによる影響感の項目ごとの結果は(**表10**)，テレビの場合に比べてより特徴的であった。たとえば，**MCバランス型**の母親は「利用することで，子どもの生活に区切りをつけられる」など，ゲームによる好影響の全項目について認識している割合が高いと同時に，「暴力を正当な手段として扱っている」というゲームによる悪影響も充分に認識している傾向にあった。しかし，**MC開放型**では，好影響については認識している母親が多いものの，悪影響をそれほど認識していない人が比較的多く，**MCバランス型**では多くの母親が認めた「暴力を正当な手段として扱っている」という内容に対しても，**MC開放型**では認めている人が少なかった。また，**MCテレビ偏重型**や**MC低調型**では，複数の項目において，他の群に比べてゲームによる好影響を認めない母親の比率が高かった。

ゲームに関して，好影響と悪影響の各因子を構成する項目の回答得点を合計し，分散分析によりタイプ間で比較したところ，**図9**のような結果が得られた。ゲームによる好影響に関して，**MCバランス型**は，**MCテレビ偏重型**や**MCゲーム偏重型**，**MC低調型**に比べて得点が有意に高く，**MC開放型**も**MCテレビ偏重型**や**MC低調型**に比べて得点が高くなっていた。しかし，ゲームによる悪影響については，タイプ間に有意な差はみられなかった。

以上のように，親が考えるテレビやゲームの子どもへの影響感は，メディア・コミュニケーションのタイプによって特徴的に異なっていた。特に，**MCバランス型**と**MC開放型**の結果を比較してみると，テレビやゲームのコミュニケーションが同じように高い家庭であっても，統制が高い**MCバランス型**の親は，それが低い**MC開放型**に比べて，メディアが子どもに与える影響の好悪をともに認めていることがうかがわれる。

(4) MCバランス型とMC低調型の関心の違い

表11に示した項目は，母親と父親に，子どものメディアへの接し方と友人関係についてどの程度関心があるかをたずねたものである。友人関係についての項目は，子どものメディア利用と直接関わる内容ではない。しかし，小学生の子どものメディア利用は友人との間においても営まれることが多いこと，また，インターネット上の「学校裏サイト」や匿名掲示板の学校のスレッドなどで個人に対する非難や中傷を行う，いわゆる「ネットいじめ」が社会的問題になっている現状を考え[25]，子どものメディア利用を内包する項目として注目することにした。

まず，母親の回答に関して，各タイプに属した家庭とそれ以外の家庭における「関心群」(「5：関心を持っている」か「4：やや関心を持っている」と回答した人）と「無関心群」(「2：あまり関心を持っていない」か「1：関心を持っていない」と回答した人）の割合をχ^2検定により比較した。その結果，**MCバランス型**では，子どものメディアに対する関わり方に「関心がある」と回答した母親が他

表11　母親と父親：子どものメディアとの接し方と友人関係への関心　（%）

	MCバランス型				MC開放型				MCテレビ偏重型				MCゲーム偏重型				MC低調型			
	母		父		母		父		母		父		母		父		母		父	
	関心群	無関心群	関心群	無関心群	関心群	無関心群	関心群	無関心群	関心群	無関心群	関心群	無関心群	関心群	無関心群	関心群	無関心群	関心群	無関心群	関心群	無関心群
インターネットや携帯電話との関わり方に関すること	96.3 *	3.7	16.4	83.6	85.5	14.5	11.5	88.5	95.1	4.9	8.1	91.9	93.2	6.8	14.2	85.8	75.5	24.5 *	4.4	95.6 *
テレビやゲームなど，その他のメディアとの関わり方に関すること	95.6 *	4.4	17.2	82.8	88.4	11.6	9.4	90.6	93.4	6.6	9.9	90.1	90.5	9.5	12.4	87.6	69.2	30.8 *	11.8	88.2
友達づきあいや友達との関わり方に関すること	99.2	0.8	52.3 *	47.7	98.9	1.1	41.7	58.3	99.0	1.0	43.2	56.8	98.0	2.0	30.1	69.9 *	98.4	1.6	26.5	73.5 *
いじめに関すること	96.7	3.3	31.3 *	68.8	98.8	1.2	31.3	68.8	100.0	0.0	21.6	78.4	98.9	1.1	15.9	84.1 *	96.4	3.6	17.6	82.4

※網かけは，p＜.05で有意差がある。※セル内の*は，その度数が，それ以外のタイプよりも比率が有意に高いことを示す。
※MC＝メディア・コミュニケーション を示す。

の群に比べて有意に多かったのに対し，**MC低調型**では，「無関心」と回答した母親が有意に多かった。父親に関しても同様に検討したところ，5％水準には満たないものの，**MCバランス型**では10％の有意傾向で「関心がある」と回答した父親の割合が高く，**MC低調型**では「インターネットや携帯電話との関わり方に関すること」について無関心と回答した父親の割合が有意に高かった[26)]。

子どもの友人関係についての母親の回答には，タイプにおける特徴的な違いはみられなかった。父親に関しては，**MCバランス型**において2つの項目ともに「関心がある」と回答した人が他の群に比べて有意に多く，**MC低調型**では「友達づきあいや友達との関わり方に関すること」について，**MCゲーム偏重型**では2つの項目ともに無関心である父親の割合が高かった。

このように，子どものメディアに対する関わり方への関心は，主に**MCバランス型**と**MC低調型**の間で特徴的な差がみられ，前者には子どものメディアへの接し方に関心が高い親が多いのに対し，後者では関心が低い親が多かった。子どものメディアとの接し方に間接的に関わる友人関係についても，**MCバランス型**では父親の関心の高さがみられ，**MC低調型**や**MCゲーム偏重型**の父親による低さと相反する結果であった。

次に，メディア・コミュニケーションのタイプにより，母親による子どものメディア利用育成の意向がどのように異なるのかを検討した。今回は，デジタルメディア以外のものも含めた複数の媒体について質問している。**表12**は，母親が子どもの活用する力を育てたい媒体として選択した場合には「あてはまる」，そうでない場合には「あてはまらない」として集計した結果をまとめたものである。この表からわかるように，**MCバランス型**では「テレビ」ばかりでなく，デジタルメディアではない「新聞や雑誌などの活字メディア」を活用する力に重きを置く母親が多かった。一方，**MC低調型**では，他のタイプに比べて「パソコン」の活用について「あてはまらない」と回答する母親が多く，「新聞や雑誌などの活字メディア」に対しても「あてはまらない」と答える母親が多かった。この他では，**MC**

表12　母親：子どものメディア利用育成の意向　（%）

	MCバランス型		MC開放型		MCテレビ偏重型		MCゲーム偏重型		MC低調型	
	あてはまる	あてはまらない	あてはまる	あてはまらない	あてはまる	あてはまらない	あてはまる	あてはまらない	あてはまる	あてはまらない
テレビ	55.5 *	44.5	52.1	47.9	44.1	55.9	37.2	62.8 *	51.5	48.5
パソコン	68.8	31.3	66.7	33.3	65.8	34.2	60.2	39.8	51.5	48.5 *
携帯電話	28.1	71.9	25.0	75.0	26.1	73.9	21.2	78.8	22.1	77.9
パソコンあるいは携帯電話のインターネット	36.7	63.3	35.4	64.6	31.5	68.5	24.8	75.2	33.8	66.2
テレビゲームやポータブルゲーム	14.1	85.9	5.2	94.8	12.6	87.4	10.6	89.4	8.8	91.2
新聞や雑誌などの活字メディア	47.7 *	52.3	33.3	66.7	46.8 *	53.2	30.1	69.9	16.2	83.8 *
ビデオや映画	17.2	82.8	15.6	84.4	12.6	87.4	7.1	92.9 *	8.8	91.2
その他	0.0	100.0	1.0	99.0	0.0	100.0	0.9	99.1	0.0	100.0
わからない	9.4	90.6	15.6	84.4	12.6	87.4	19.5	80.5	13.2	86.8

※網かけは，p＜.05で有意差がある。※セル内の*は，その度数が，それ以外のタイプよりも比率が有意に高いことを示す。
※MC＝メディア・コミュニケーション を示す。

テレビ偏重型において「新聞や雑誌などの活字メディア」を活用する力に対して肯定的な母親が多く，**MCゲーム偏重型**では「テレビ」と「ビデオや映画」を活用する力に対して「あてはまらない」と回答する母親が多いという特徴がみられた。

以上の結果から，デジタルメディアでのコミュニケーションが相対的に高い**MCバランス型**では，子どもが活用する力を育てたいメディアとして，活字メディアについても重視していることがわかった。その一方で，デジタルメディアでのコミュニケーションが他に比べて低い**MC低調型**では，デジタルメディアの中でも学習や教育の場面で使用される可能性が高いパソコンや，活字メディアについても，他の群よりも子どもが関わることを重視していない傾向がみられた。

（5）メディア・リテラシー教育の担い手は誰が適当か

表13は，子どもがメディアとつきあう力を教育する機関としてどこが適当と思うかどうかを，母親に複数選択方式でたずね，その回答を集計したものである。

この表をみると，他のタイプに比べて，**MCバランス型**の中に「子どもが利用する地域の施設」や「市民団体やボランティアグループ」といった地域機関に期待する母親が多いことがわかる。一方，**MCテレビ偏重型**や**MCゲーム偏重型**では，こうした地域機関への期待が低い母親が多く対照的であった。さらに，**MC開放型**では，他のタイプに比べて「放送局」に期待する母親の割合が高くなっており，先に紹介したメディアの提供する有害情報に関する調査（160ページ）と同様に，制作側が気をつけるべきと判断する傾向が高かった。

表13　母親：メディア・リテラシー教育の担い手　（%）

	MCバランス型		MC開放型		MCテレビ偏重型		MCゲーム偏重型		MC低調型	
	あてはまる	あてはまらない	あてはまる	あてはまらない	あてはまる	あてはまらない	あてはまる	あてはまらない	あてはまる	あてはまらない
家庭	93.0	7.0	86.5	13.5	88.3	11.7	85.8	14.2	86.8	13.2
学校	82.8	17.2	69.8	30.2	78.4	21.6	74.3	25.7	76.5	23.5
自治体	10.9	89.1	8.3	91.7	3.6	96.4	5.3	94.7	8.8	91.2
子どもが利用する地域の施設（図書館や児童館など）	23.4 *	76.6	15.6	84.4	16.2	83.8	8.8	91.2 *	8.8	91.2
放送局	17.2	82.8	20.8 *	79.2	10.8	89.2	8.8	91.2	14.7	85.3
通信事業者（電話会社やプロバイダーなど）	14.8	85.2	13.5	86.5	12.6	87.4	14.2	85.8	14.7	85.3
学習塾	4.7	95.3	2.1	97.9	6.3	93.7	4.4	95.6	4.4	95.6
市民団体やボランティアグループ	9.4 *	90.6	1.0	99.0	0.0	100.0 *	0.9	99.1	4.4	95.6
その他	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	100.0
わからない	0.0	100.0 *	5.2	94.8	4.5	95.5	3.5	96.5	2.9	97.1

※網かけは，p＜.05で有意差がある。※セル内の*は，その度数が，それ以外のタイプよりも比率が有意に高いことを示す。
※MC＝メディア・コミュニケーション を示す。

Ⅱ－4　子どものメディア・リテラシーとの関連

本章の最後に，家庭におけるメディア・コミュニケーションのタイプの違いが，子どものメディア・リテラシーとどのように関わるのかを考えてみたい。

表14の各質問は，子どものメディア・リテラシーとして必要と考える能力を母親にたずねた尺度であり（「5：あてはまる」～「1：あてはまらない」までの5段階評定），この尺度は主成分分析の結果で1因子構造が認められている。

まず，項目ごとに，各タイプに属した家庭とそれ以外の家庭における「肯定群」（「5：あてはまる」か「4：ややあてはまる」と回答した人）と「否定群」（「2：ややあてはまらない」か「1：あてはまらない」と回答した人）の割合を比較した結果，**MCバランス型**の家庭の子どもにおいて，メディア・リテラシーとして必要な能力の得点が高かった。具体的には，「携帯電話やゲームなど，利用する時間を自分で調整することができる」，「インターネットなどの危険性を理解している」，「たくさんある情報の中から正しい情報を選択する」といった内容であり，**MCバランス型**の家庭では他のタイプに比べて，メディア生活時間の調整ばかりでなく情報の取捨選択もできる子どもが多いと考えられる。一方，**MCゲーム偏重型**の家庭の子どもでは，他のタイプに比べて「携帯電話やゲームなど，利用する時間を自分で調整することができる」の項目で否定的な回答の母親が多くなっていた。

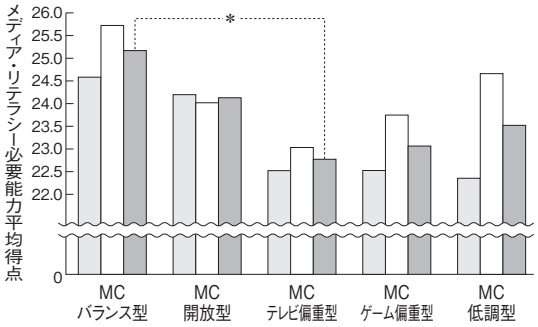
これらのメディア・リテラシーに関する全項目の回答得点を合計し，分散分析によりタイプ間で比較した結果を**図10**に示した。この図をみてわかるように，**MCバランス型**家庭の子どもは，他のどの家庭に比べてもメディア・リテラシーとして必要な能力の得点が高く，特に**MCテレビ偏重型**との間に有意

表14　母親：子どものメディア・リテラシーに必要な能力　（%）

	MCバランス型		MC開放型		MCテレビ偏重型		MCゲーム偏重型		MC低調型	
	肯定群	否定群	肯定群	否定群	肯定群	否定群	肯定群	否定群	肯定群	否定群
さまざまな機器を正しく使うことができる	74.0	26.0	70.1	29.9	65.7	34.3	71.8	28.2	63.5	36.5
たくさんある情報の中から正しい情報を選択する力がある	60.5 *	39.5	50.9	49.1	43.9	56.1	42.2	57.8	55.3	44.7
情報を整理する力がある	46.9	53.1	45.9	54.1	34.3	65.7	32.2	67.8	44.7	55.3
情報の発信のしかたを身につけている	40.7	59.3	42.9	57.1	28.6	71.4	33.8	66.2	33.3	66.7
使用するときのマナーやモラルを身につけている	69.4	30.6	58.2	41.8	55.6	44.4	58.6	41.4	60.0	40.0
携帯電話やゲームなど，利用する時間を自分で調整することができる	75.2 *	24.8	59.2	40.8	58.3	41.7	50.0	50.0 *	55.1	44.9
インターネットなどの危険性を理解している	64.7 *	35.3	53.5	46.5	47.4	52.6	45.7	54.3	48.9	51.1
メディアによって伝え方が異なることやメディアの特性を理解している	41.4	58.6	35.9	64.1	32.3	67.7	26.7	73.3	35.0	65.0

※網かけは，p＜.05で有意差がある。※セル内の*は，その度数が，それ以外のタイプよりも比率が有意に高いことを示す。
※MC＝メディア・コミュニケーション を示す。

図10　母親：子どものメディア・リテラシーに必要な能力平均得点の比較



□男子家庭　□女子家庭　■全家庭　＊=p<.05で有意差がある。
※MC=メディア・コミュニケーション を示す。

な差が認められていた。これらの結果を総合すると，子どものメディア・リテラシーは，テレビやゲームを家族が共有して楽しみ，親の管理も充分に行われている家庭において良好に発達していくと考えられそうである。その一方で，テレビやゲームに偏って接している家庭の子どもは，メディア・リテラシーとして必要な能力の一部もしくは全体が順調に育まれていないことが示唆され，興味深い。

Ⅲ　家庭訪問調査にみる家庭のメディア・コミュニケーションと家族関係

ウェブ調査を通して，家庭における子どもへのメディア・リテラシー教育に対する親の関心や程度が，家族間のメディア・コミュニケーションのタイプによって異なることがみえてきた。しかし，そのような親の養育態度の差が，各家庭における親と子の実際のメディア・コミュニケーションの中でどのような違いとなって現れているのか，また，そもそもその養育態度の差はどこから生まれているのか，具体的な様相はつかめていない。

そこで，家庭訪問調査では，ウェブ調査では得られなかった，このような家庭単位の状況を母・父・子の三者から詳細に聞き出すことによって，5つのタイプの特徴を具体的事例で肉付けし，立体化することを目指した。

Ⅲ－1　調査の枠組み

家庭訪問調査では，まず，調査会社の登録モニターのうち，小学生（4～6年生）の子どもがいる1都3県（東京都，千葉県，埼玉県，神奈川県）に在住の母親を対象に，スクリーニング調査（ウェブ調査）を行った（2009年10月，調査会社：株式会社バルク，調査依頼数：12,000人[27]）。母親には，家庭のメディア機器の所有状況とともに，ウェブ調査にも利用した，親子がテレビやゲームを一緒に楽しんでいる「共有コミュニケーション」，子どものテレビやゲームの利用に対する，親の「統制コミュニケーション」，「子どもや配偶者との携帯電話コミュニケーション」に関する質問（165ページ）を行い，これらの利用が行われていると考えられる，それぞれの得点が高い上位の家庭から，母・父・子の個別インタビューに対応可能な20家庭を抽出した。テレビ（アナログテレビとデジタルテレビの区別はしていない），ゲーム，パソコンをいずれも所有しているが，携帯電話は子ども自身が利用している家庭と利用していない家庭とが含まれている。

さらに，この20家庭がウェブ調査から得られた5つのどのタイプに属するのかを調べるために，父親と子どもにも，ウェブ調査で利用したコミュニケーションに関する質問に回答してもらった（2009年11月，質問紙調査）。この結果と母親のスクリーニング調査の結果を，各クラスタの変数得点（平均値と標準偏差）と比較して分類を行った（**表15**）[28]。

各家庭への訪問は，2009年11月～2010年1月に実施した。調査者は対象宅をひとりで訪問してインタビューを行うものとし，当研究所から渡辺を含む2名，酒井，調査会社の2名が担当した。

Ⅲ－2　訪問家庭全体からとらえる家族のメディア・コミュニケーションの特徴

家庭訪問調査から得られた結果を，ここでは，メディアを介した家族のコミュニケーションの実態について20家庭全体をふかんするとともに，メディア・コミュニケーションのタイプに着目しながらみていく。メディアによって，タイプの違いが明確であったものとあまり明確でないものとがみてとれた。

（1）テレビ家族共同視聴の実態

家族が一緒にテレビを見る場合，すべての家庭において，リビングまたはリビングに併設されたダイニングに置かれたテレビに家族が集まって視聴されていた。子ども部屋を設けている家庭では，対象児の部屋にテレビが置かれた家庭も散見されたが，そのような家庭でも，子どもの視聴は基本的にリビングやダイニングのテレビで行われていた。対象児が，まだ親との結びつきが強い小学生だからということも関係していると思われる。

家族でテレビを見る時間帯は夕食の時間帯以降で，平日は，母親と子どもとの視聴が中心であった。そこに父親が加わるのは，父親の帰宅が早まった時に限られる。20家庭中，母親は全員が専業主婦か働いていてもパートタイムやアルバイトで，家庭で過ごす時間が長いが，18家庭の父親は会社員で平日は帰宅時間が遅い。父親が自営業という2家庭も

表15　訪問調査20家庭の分類とプロフィール

クラスタ	ケース番号	居住地	親の職業	親の年齢	対象児	その他の子
MC バランス型	①	神奈川	父：会社員 母：専業主婦	父：43 母：43	小学４年生女子	中学生男子
	②	千葉	父：会社員 母：専業主婦	父：39 母：39	小学４年生女子	中学生女子
	③	東京	父：会社員 母：パートタイム・アルバイト	父：38 母：41	小学６年生男子	－
	④	東京	父：会社員 母：専業主婦	父：46 母：47	小学５年生女子	－
	⑤	東京	父：会社員 母：パートタイム・アルバイト	父：44 母：38	小学４年生男子	－
MC 開放型	⑥	埼玉	父：自営業 母：専業主婦	父：39 母：36	小学６年生女子	小学１年生女子
	⑦	千葉	父：会社員 母：専業主婦	父：45 母：49	小学６年生男子	高校生男子
	⑧	埼玉	父：会社員 母：専業主婦	父：51 母：40	小学５年生男子	中学生男子・高校生男子
	⑨	東京	父：自営業 母：自営業・家事手伝い	父：33 母：33	小学４年生女子	小学２年生男子
MC テレビ偏重型	⑩	神奈川	父：会社員 母：専業主婦	父：41 母：38	小学５年生男子	小学３年生女子
	⑪	千葉	父：会社員 母：パートタイム・アルバイト	父：46 母：41	小学５年生男子	小学3年生男子・小学1年生女子 幼稚園女子
	⑫	埼玉	父：会社員 母：専業主婦	父：47 母：43	小学５年生女子	小学１年生男子
	⑬	神奈川	父：会社員 母：専業主婦	父：43 母：41	小学４年生男子	中学生男子
	⑭	神奈川	父：会社員 母：パートタイム・アルバイト	父：46 母：45	小学４年生女子	大学生男子・大学生女子
	⑮	東京	父：会社員 母：専業主婦	父：46 母：44	小学５年生女子	中学生女子
MC ゲーム偏重型	⑯	神奈川	父：会社員 母：専業主婦	父：47 母：42	小学５年生男子	－
	⑰	東京	父：会社員 母：専業主婦	父：38 母：37	小学６年生男子	－
	⑱	神奈川	父：会社員 母：パートタイム・アルバイト	父：42 母：37	小学６年生男子	小学５年生男子
MC 低調型	⑲	埼玉	父：会社員 母：専業主婦	父：40 母：39	小学５年生男子	中学生男子・高校生女子
	⑳	神奈川	父：会社員 母：専業主婦	父：43 母：40	小学６年生女子	高校生女子

※MC＝メディア・コミュニケーション を示す。

平日は多忙であった。したがって，父親を交えた家族全員のテレビ視聴は，父親の休日となる，土曜日や日曜日の夕方から夜の時間帯を中心に行われていた。ただ，お気に入りの番組を事前に録画しておき，土・日の空き時間に一緒に見ている家庭もあった。

メディア・コミュニケーションのタイプ別にみると，**MC低調型**以外の4つのタイプの家庭では，母親，父親，子どものいずれも，家族で一緒にテレビを見ることに楽しさを見出していた。ウェブ調査で，テレビに関わるコミュニケーションの得点が低かっ

表16　20家庭の家族視聴番組

	ドラマ	バラエティー番組			アニメ・子ども向け番組
		コント・ギャグ系	クイズ系	情報系・その他	
NHK	*天地人* ROMES／空港防御システム			ダーウィンが来た！生きもの新伝説	
日本テレビ		*エンタの神様* しゃべくり007		*天才！志村どうぶつ園* *世界一受けたい授業* *ザ！鉄腕！DASH！！* *世界の果てまでイッテQ！* 世界まる見え！テレビ特捜部 秘密のケンミンＳＨＯＷ	
TBS	*日曜劇場「JIN－仁－」*			ひみつの嵐ちゃん！ 時短生活ガイドＳＨＯＷ 関口宏の東京フレンドパークⅡ	
フジテレビ	オトメン（乙男）	*爆笑レッドカーペット* はねるのトびら	*平成教育委員会* ネプリーグ クイズ！ヘキサゴンⅡ	VS嵐	*ちびまる子ちゃん* *サザエさん*
テレビ朝日			クイズプレゼンバラエティーQさま!!	*大改造!!劇的ビフォーアフター* 最終警告！たけしの本当は怖い家庭の医学	クレヨンしんちゃん
テレビ東京				*出没！アド街ック天国*	*ポケモンサンデー* ピラメキーノ
衛星放送	宮廷女官チャングムの誓い（BS-TBS）				スター・ウォーズ／クローン・ウォーズ（NHK BS2）

※表の中の番組は，家庭訪問調査実施時（2009年11月～2010年1月）に放送されていたものである。
※斜体太字は，土曜日・日曜日に放送されていた番組である。

た**MCゲーム偏重型**の家庭においても，インタビューを行ってみると，家族コミュニケーションは必ずしもゲームばかりでなく，テレビを介しても行われていた（ただし，ゲームと比較するとその位置づけは低い。182ページ参照）。

ここでは，家族一緒のテレビ視聴が活発に行われていた4タイプの家庭の事例を中心に取り上げる（**MC低調型**については後で触れる。184ページ参照）。

家族視聴番組のジャンル

家族で一緒に視聴している番組は，全体では，土曜日と日曜日に放送されているものが多く挙がった（**表16**）。前項で触れたように父親が在宅していることの表れだと思われる（なお，家族視聴とは，母・父・子の三者での視聴，母と子あるいは父と子の視聴を含めてとらえるものとする）。家族がテレビを見ながら行う会話は番組の内容に沿ったものが多く，どのタイプの家庭でもほぼ類似していて違いはみられなかった。むしろ番組のジャンルによる違いの方が大きかったことから，会話の内容と番組のジャンルとの関係についてみていくことにする。

家族視聴番組として多くの家庭で視聴されていたのは，バラエティー番組である。その中でも多かったのは，『ザ！鉄腕！DASH!!』『世界の果てまでイッテQ!』『秘密のケンミンSHOW』（いずれも日本テレビ）など，年代に関係なく好奇心や興味をいざなうテーマや情報を扱っている番組である（12家庭）。肩が凝らずに家族そろって知識や情報を共有できたり，納得しあえる番組として受け入れられていた。

『爆笑レッドカーペット』『はねるのトびら』

(いずれもフジテレビ)のような，芸人のコントやギャグが登場する番組を挙げたのは5家庭である。家族でツッコミを入れたり，芸人のネタのまねをして楽しまれていた。一方，『クイズ!ヘキサゴンⅡ』(フジテレビ)，『クイズプレゼンバラエティー Qさま!!』(テレビ朝日)のようなクイズ系の番組は，家族が解答者になりきり，問題に対する解答を言い合って視聴されていた(6家庭)。中には，親がわからない答えを子どもが解答することで，子どもの成長を確認する家庭もあった。コント・ギャグ系，さらにクイズ系の番組は，演出が見ている側の会話を引き出す仕掛けになっているために，自然に家族の会話を生むようだ。

ただ，これらの番組が家族で視聴されている背景には，夕食後の夜間という，家族視聴の時間帯とも関係しているものと思われる。この時間帯は，母親は夕食後の片づけなど何らかの家事をしていて，番組の最初から最後までテレビの前に腰を下ろしているのではなく，立ち座りを繰り返しているという発言が多かった(12家庭)。したがって，バラエティー番組のように，ひとつひとつのコーナーがセグメント化されているマガジン形式の番組は，前後の脈絡にこだわらずに視聴の出入りが可能であり，そのような視聴形態にも見合っているのであろう。ストーリー性があり，話を理解するために出演者の一挙手一投足を注視する集中力が求められるドラマがあまり挙がってこなかったのは，このためかもしれない。もっとも，ドラマは出演者の好みやストーリーの内容に左右され，視聴が行われるのは，家族それぞれの趣味や志向が番組と合致した時に限定されていた。

アニメ番組や子ども向け番組は，子どもの視聴に親がつきあうような形で視聴されていた。中でも，『ちびまる子ちゃん』『サザエさん』(いずれもフジテレビ)のように，長く放送が続いていて，かつて親自身が子どもの頃に視聴していた番組の場合は，親の子ども時代のことを話すきっかけにもなっている。例外は，『スター・ウォーズ／クローン・ウォーズ』(NHK-BS2)で，父親が子どもに見せたのがきっかけで父と子が一緒に視聴していた(詳細は191ページを参照)。

また，占い，恋物語，クイズ，ゲーム，英会話レッスンなど，小学生の関心のあるアイテムをコーナー建てにした，子ども向けバラエティー番組の『ピラメキーノ』(テレビ東京)は，わが子の関心事や子どもの世界で何が流行しているのかをつかむために，母親が子どもと一緒に視聴していた(5家庭)。

家族共同視聴から生まれる親子の会話

家族で一緒にテレビを見ることは，番組の内容をともに楽しむというだけでなく，共通の話題を通して親子が会話を行い，家族の絆や結びつきを実感する時間としてとらえられていた。親と子が同じ時間を共有することで，両者の距離は狭まる。番組についての会話をきっかけに，子どもが何を考えているのか，何に関心を持っているか親が確認したり情報を取得したりする場にもなっている。

家族で過ごしているという一体感を感じる。同じものを見て，同じ空間を過ごしているという一体感。共通のものを共有しているというか。(**MCテレビ偏重型**・母)

家族全員で気持ちが通じ合う。子どもはこう

思うんだ，主人はこう思うというのがわかるのでホッとする。(**MCゲーム偏重型**・母)

(家族) みんなと一緒に見た方が楽しい。みんなで見ているとそれについて話題が盛り上がっていくし，わからないことがあれば聞けるし。テンションが上がる感じで楽しい。(**MC開放型**・小6男子)

母親の発言で興味深いのは，男子の母親と女子の母親とではテレビの家族視聴のとらえ方が異なっていて，男子の母親の方が一緒にテレビを見ることを大切にしている様子がうかがえることである。母親と女子は，同性ということもあってそもそも親密な関係性を築きやすく，子どもに関する情報も取得しやすいようだが，異性の男子の場合，母親は女子のようにはその行動を類推することができない。子どもの性格や精神的な成熟度合いによっても親との親密度が異なる。そのため，男子の母親は，子どもに関する情報収集の場として家族視聴を利用する傾向が，女子の母親よりも強いと思われる。

また，子どもは成長段階でいつかは家族から離れていくという意識も，男子の母親において顕著であった。男子の母親は，家族が一緒に過ごすテレビの時間もいつかは失われるものであり，子どもが反抗期を迎えるまでの期間限定の幸せな時間として受け止めていた。

親子で過ごす時間を大切にしたい。中学生や高校生になったら親なんかより友達との時間の方が増えるだろうし。家族が同じ番組を見るのは今しかないと思って，見たくない番組でもあえて一緒に見ているところはある。(**MCバランス型**・母)

全体的に，テレビは，父親よりも，母親と子どもとの間で利用されている傾向が強かった。今回の調査では，母親は平日もテレビを見る夕食後の時間帯に在宅しており，父親よりも，子どもとともに過ごす時間的余地が大きいことも関係しているだろう。

(2) ゲームの家族共同利用

20家庭のゲーム機をみると，家族が一緒に遊ぶゲームは，据え置き型のゲーム機が中心で，家族が集まるリビングやダイニングに置かれたテレビと接続されていた。ゲーム機では，Wiiが13家庭，プレイステーション系が12家庭とほぼ同数であった(**表17**)。Wiiとプレイステーション系の両方を所有している家庭もあったが，家族全員で遊ぶという点では，Wiiの評価が高かった。体を動かして遊べることや，ゲームを楽しむだけでなく家族と一緒に遊ぶ楽しさが指摘された。

携帯型のゲームは，1台のゲーム機を親子で貸しあう，2台のゲーム機で親子が対戦するなどの利用がみられ，ニンテンドーDS(以下，DSと表記)を所有している家庭が多かった(16家庭)。DSは，子どもの性別にかかわらず所有されていて，親用も含め，複数台を所有している家庭もあった(12家庭)。ただ，携帯型のゲームは，そもそもひとりで楽しむものというイメージが強く，家族一緒に遊ぶという点では利用は限られているようだ。むしろ，子どもにとっては，友人と一緒に遊ぶツールという意識が強かった。

平日，母親と子どもとでゲームを楽しんでいる家庭もみられたが，父親を交えてゲームで遊ぶ場合は，テレビと同じく，父親が在宅し，時間の余裕のある土曜日・日曜日が選ばれていた。

表17　所有ゲーム機

クラスタ	ケース番号	据え置き型ゲーム	携帯型ゲーム
MC バランス型	①	Wii プレイステーション2	DS
	②	Wii	DS
	③	Wii	ゲームボーイ
	④	Wii Fit プレイステーション2	DS　PSP
	⑤	Wii プレイステーション	DS
MC 開放型	⑥	Wii	DS
	⑦	プレイステーション2	DS
	⑧	Wii プレイステーション2	DS　PSP
	⑨	Wii プレイステーション2	DS
MC テレビ偏重型	⑩	Wii Sports	―
	⑪	Wii	DS
	⑫	プレイステーション	DS
	⑬	プレイステーション	DS
	⑭	―	DS
	⑮	―	学習携帯ゲーム
MC ゲーム偏重型	⑯	Wii Sports	DS
	⑰	Wii　Xbox プレイステーション2 プレイステーション3	DS
	⑱	プレイステーション2	DS
MC 低調型	⑲	Wii プレイステーション2	PSP
	⑳	―	DS

※DS＝ニンテンドーDS，PSP＝プレイステーション・ポータブル
※網かけはDSを複数台所有している家庭。
※MC＝メディア・コミュニケーション を示す。

ゲームから生まれる家族の一体感

ゲームへの関心は，母親よりも父親の方が高い家庭が多い（15家庭）。**MC低調型**以外の家庭でそのような発言が得られ，ゲームで遊ぶ時だけでなく，ゲーム機やソフトの選定と購入にあたっても父親が先導的な役割を果たしていた。ただし，**MCゲーム偏重型**は，3家庭すべてで母親も父親同様にゲームを好んでいた。

ゲームで遊ぶ時は，ゲームに参加する母・父・子が等しい立場で競い合うことになる。したがって，テレビよりもゲームの方が，より家族の一体感を感じる場としてとらえている家庭もあり，そのような発言はWiiを利用している家庭でみられた（5家庭）。テレビは，番組を通して会話が生まれ，家族が結びつき，情報取得の場にもなっていたが，ゲームは，会話が広がるというよりもゲームの楽しさ自体を分かち合う場になっている。ゲームの方が能動的な関わりが求められることも，家族のより強い一体感につながっているものと思われる。

スイッチひとつで視聴できるテレビと比べると，ゲームはテレビと接続させるなど準備が必要な場合もあり，気楽さではやや劣る。しかし，普段は子どもとの関わりを持ちにくい父親も含めて参加できるため，子どもも親と一緒に遊んでいるという実感を持ちやすいようだ。

メディア・コミュニケーションのタイプ別にみるゲームの利用

家族一緒にゲームで遊ぶことに積極的だったのは，**MCバランス型**，**MC開放型**，**MCゲーム偏重型**の家庭である。中でも**MCゲーム偏重型**の家庭では，家族一緒にテレビも視聴していたものの，家族コミュニケーションとしては，テレビよりもゲームに，より積極的な意味を見出していた。

（ゲームは）パパがいなければ私と2人の子どもの3人でやるし，パパがいれば一緒にやる。みんなでやる方がパパも必死にやるので，私も見ていてほほえましい。（**MCバランス型**・母）

僕自身は子どもにはかなわないが，子どもができないところは攻略本を見たり，2人で「こう

しよう，ああしよう」とか言いながらやっている。子どもに近づける，会話になると感じているし，つながりはとれているのかなというのはある。（**MC開放型**・父）

テレビはBGMみたいに流している時と真剣に見る時とがあって，ゆるい感じ。ゲームは集中力が必要なので，親子のコミュニケーションでは，ゲームの方がみんなで熱くなって，ひとつになれる気がする。（**MCゲーム偏重型**・母）

一方，**MCテレビ偏重型**は，ゲーム機を所有しながらも家族コミュニケーションにおける利用には消極的で，ゲームに距離感を持っていた。また，**MC低調型**も，家族コミュニケーションの媒体としては利用が不活発であった。

「テレビとかアニメを一緒に見ようよ」と言われると張り切って見ます。自分も楽しい気分になりますし。でも，ゲームはどこが楽しいのかが私にはわからないというか。（**MCテレビ偏重型**・母）

ゲームは，（子どもはやっても）家族でやることはない。僕がダメなんですよ。ゲームがとても苦手で。（**MC低調型**・父）

（3）家族コミュニケーションにおける テレビ／ゲーム利用のタイプを分けるもの

家庭訪問調査では，親自身の子どもの頃のメディア利用経験が，メディアを介した親の子どもに対する養育態度と関係があるのではないかと考えて，母親と父親に，過去のテレビ視聴経験やゲーム経験についてもたずねている。ここでは，まず，5つのタイプの中で家族利用の濃淡が明確に表れたゲームに着目して，その結果をみることにする。

これまでのゲーム経験からとらえると，ゲームを家族コミュニケーションに活発に利用していた**MCバランス型**と**MC開放型**の家庭では，母親と父親の両方，あるいはそのどちらかが過去にゲームに熱中した経験を持っていた。テレビに比べてゲームの利用の位置づけが高い**MCゲーム偏重型**の家庭も同様であった（**表18**）。熱中した時期は，子ども時代，学生時代，社会人になってからとさまざまではあるが，過去に一度はゲームの楽しさを堪能した経験があることによってゲームとの親和性が高く，ゲームで遊びたいという子どもの気持ちにも共感を持ちやすいようだ。

これに対して，ゲームの利用について消極的な**MCテレビ偏重型**，テレビ，ゲームの両方の利用について消極的な**MC低調型**の親は，次の2つに分かれた。子どもの頃からゲーム自体への関心が薄く遊んだ経験もほとんどないなど，そもそもゲームとの親和性が低い場合と，ゲームに熱中した経験があるからこそ子どもに対してゲームには触れさせたくない場合とである。特に，後者は，いずれもゲームにのめり込んだ時期が社会人になってからや結婚後など，成人してからの経験であることが注目される。時間の使い方という点でマイナスの経験であったということに自覚的で，彼らは，わが子の利用に対してゲームで遊ぶ時間のコントロールを行っていた（5家庭）。

このような，過去の熱中経験の有無との関係は，自らのテレビの家族視聴経験と，家族との現在のテレビ視聴との間にもみられた。母親と父親の両方，あるいはどちらかが，子どもの頃に親と一緒にテレビを見ていた記憶がある場合は，家族視聴が行われていた（18家庭）（**表18**）。

ただし，その当時は，家庭にあったテレビは1台のみだったという発言が多かった。チャンネル権は親にあり親の見る番組を一緒に見ざるをえなかったため，現在彼らが行っている家族視聴のように，必ずしも親子が同じ番組を楽しみ，会話が交わされていたというわけではないようだ。

しかし，家族視聴が不活発であった**MC低調型**の2家庭においては，母親，父親ともにこれまでに家族視聴体験そのものがなかったり，その体験を覚えていなかった。子どもの頃に家族とテレビを囲み，同じ空間で同じ時間を共有したという経験が希薄な場合は，親になってから，個々のテレビ視聴はあっても，それを介して子どもとコミュニケーションを図るところまで利用が広がっていかないのではないかと思われる。

表18　親のゲーム熱中経験とテレビ家族視聴経験

クラスタ	ケース番号		ゲーム熱中経験	テレビ家族視聴経験
MC バランス型	①	父	大学生	小学生の頃
		母	―	―
	②	父	小学生	小学生の頃
		母	小学生	小学生の頃
	③	父	中学生	中学生まで
		母	―	―
	④	父	―	―
		母	高校生	小学生の頃
	⑤	父	社会人になってから	小学生の頃
		母	結婚後	小学生の頃
MC 開放型	⑥	父	―	―
		母	小学生	小学生の頃
	⑦	父	高校生	小学生の頃
		母	―	小学生の頃
	⑧	父	高校生	小学生の頃
		母	高校生	―
	⑨	父	小学生	―
		母	小学生	中学生の頃まで
MC テレビ偏重型	⑩	父	―	小学生の頃
		母	―	中学生まで
	⑪	父	社会人になってから	―
		母	幼稚園	中学生の頃まで
	⑫	父	社会人になってから	中学生の頃まで
		母	結婚後	高校生の頃まで
	⑬	父	中学生	小学生の頃
		母	結婚後	中学生まで
	⑭	父	―	小学生の頃
		母	―	小学生の頃
	⑮	父	―	―
		母	中学生	中学生まで
MC ゲーム偏重型	⑯	父	―	小学生の頃
		母	中学生	小学生の頃
	⑰	父	小学生	高校生の頃まで
		母	小学生	小学生の頃
	⑱	父	―	小学生の頃
		母	小学生	―
MC 低調型	⑲	父	中学生	―
		母	―	―
	⑳	父	―	―
		母	―	―

※MC＝メディア・コミュニケーション を示す。

> 家族で一緒にテレビを見るという感じはなかったですね。(私の)母も働いていたのですが，(私の)父と母が夜会社から帰ってくるとご飯を食べて，そうしたらもう子どもは終わりと言われてしまっていたので。(**MC低調型**・母)
>
> (自分の)親と(テレビを)見るというのはめったになかったですね。共稼ぎで仕事の帰りが遅くて，(自分の)父親なんかあまり夜一緒にいた印象がないので。(**MC低調型**・父)

また，家族コミュニケーションにおけるメディア利用について考慮すべき点は，テレビやゲームなどの手段以外に，親子が，旅行やレジャーのような何らかの手段によって，直接的なコミュニケーションを行っている家庭(**MCテレビ偏重型**3家庭，**MC低調型**2家庭)の場合，メディアのコミュニケーション・ツールとしての親の評価があまり高くなかったことである。親子が直に触れあう手段が確保され，それを通じて親子のコミュニケーションを交わすことができているという実感があることによって，あえてテレビやゲームを利用

する必要性を強くは感じていないということであろう。したがって，メディア・コミュニケーションが不活発であっても，必ずしも家族のコミュニケーションが不活発だということにはならない。また，この他の家庭でも直接的なコミュニケーションが全く行われていなかったというわけではない。メディアは，家族が思い立った時にいつでもともに楽しい時間を共有できる，手軽なツールのひとつということなのだと思われる。

ただし，そのような直接的なコミュニケーションが成立するのも，子どもと親が密接につながっている，小学生という限定された期間であることに留意する必要がある。小学生であっても学年が上がり思春期に近づくと，その距離は開き，必ずしも有効ではなくなってくるからである（詳細は197ページを参照）。

> メディアでコミュニケーションよりは，やっぱり外でキャンプしたりとか。みんな火のそばに集まって，そういう時に（子どもと）話をする方が多い。月に1回は行く。（**MCテレビ偏重型**・父）
>
> 子どもと話をするなら，家族で一緒に旅行に行く方が一緒にいる意味があると思う。テレビは，たまたま同じ時間にそこにいるだけ。（**MC低調型**・母）

（4）メディア利用に関する親から子へのコントロール～テレビ／ゲーム／パソコン・インターネット

続いて，“子どもに良い放送”プロジェクトにおいて，子どものテレビ視聴に対して親が果たす機能として定義された「親のフィルタリング行動」（160ページ）のうち，コントロールの機能（時間制限，番組選択，監督）が，小学生の子どもに対してどのように行われているのかをみていく。子どものメディア利用に関わる何らかのルールを決めて対応している家庭は14家庭であった。回答が得られたテレビ，ゲーム，パソコン・インターネットに関するルールを**表19**にまとめた（携帯電話については187ページを参照）。この14家庭の中で，母親と父親とが相談して決めた家庭は8家庭，母親だけが対応している家庭が5家庭，父親だけが対応している家庭が1家庭であった。母親と父親が相談して決めた家庭は**MCバランス型**に多く（4家庭），日常生活でのルールの運用という点では，子どもと過ごす時間の長い母親が担当していた。

利用時間の制限は，テレビは4家庭で，ゲームは6家庭で行われていた。親が時間を制限するのは，子ども自身による自制が難しいためである。特に，ゲームの場合，熱中するとその歯止めが利かなくなることを親は認識していて，子どもが自分の時間をゲームだけに費やさないように，ルールを通して，ゲームとのつきあい方を体得させようとしていた。

テレビの番組選択は5家庭でみられた。食べ物を粗末にするもの，人の欠点をあげつらうもの，残酷な場面があるもの，ハードな恋愛描写があるものは共通して，もともとチャンネルを合わせなかったり，その時点でチャンネルを替えるなどして，子どもに見せない対応がとられていた。この中で**MCテレビ偏重型**の1家庭だけではあったが，子どもに見せたくない番組は子どもに理由を説明して，親子で合意を図っている事例もみられた。

テレビの番組選択は，ゲームではゲームソフトの選択に相当する。シューティングゲー

表19　対象児のメディア利用に関するルール

クラスタ	ケース番号	ルールの内容
MC バランス型	①	ゲームで遊ぶ時は親の許可が必要　パソコン・インターネットはリビングの親が見ているところで利用
	②	ルールは決めていない
	③	パソコン・インターネットはリビングの親が見ているところで利用
	④	パソコン・インターネットは利用可能なサイトを制限
	⑤	テレビとゲームをあわせて1日2時間　そのうちゲームは30分間まで テレビは親が見せたくない番組を見せない
MC 開放型	⑥	ルールは決めていない
	⑦	テレビは平日は夜9時まで　ゲームは休日のみ
	⑧	ルールは決めていない
	⑨	ルールは決めていない
MC テレビ偏重型	⑩	食事中にテレビは見ない　携帯型ゲームは買い与えない
	⑪	テレビ／ゲームはルールを決めていない パソコン・インターネットは有害サイトにアクセスできないように規制をかけ，接続の履歴をチェック
	⑫	テレビは親が見せたくない番組は見せない ゲームは宿題が終わってから1時間　パソコン・インターネットはダイニングの親が見ているところで利用
	⑬	テレビは親が見せたくない番組は子どもに理由を説明し，親も見ない パソコン・インターネットはリビングの親が見ているところで利用
	⑭	テレビは夜10時まで　ゲームは1時間
	⑮	テレビは親が見せたくない番組は見せない パソコン・インターネットはリビングの親が見ているところで利用し，利用時間，利用可能なアプリやサイトを制限
MC ゲーム偏重型	⑯	ゲームは宿題が終わってから
	⑰	テレビは親が見せたくない番組は見せない
	⑱	パソコン・インターネットはリビングの親が見ているところで利用
MC 低調型	⑲	ルールは決めていない
	⑳	ルールは決めていない

※MC＝メディア・コミュニケーション を示す。

ムで残虐なシーンがあったり，人が死ぬことによってリセットされたりすることへの懸念も示されたが，実際に明確にルール化して，そのようなソフトで遊ばせない対応をとっている家庭はみられなかった。これは，今回調査を行った20家庭では，ゲームで遊ぶ場所がリビングという家族の集まる場所になっていて，親が一緒に遊ばなくても遊んでいる子どもの行動を監督することができ，どのようなゲームで遊んでいるかを把握しやすいことも関係していると思われる。

同じことは，子どものパソコン・インターネットの利用に対するコントロールにおいてもみてとれる。子ども専用のパソコンの所有はなかったが，パソコン・インターネットは，親のパソコンを兼用する形で子どもも利用していた（16家庭）。主に，宿題などの調べ物をする，「Yahoo!きっず」「ディズニーゲームズ」「ポケモンだいすきクラブ」のようなゲームをひとりで遊ぶ，YouTubeでテレビ番組やアイドルのプロモーション・ビデオを見るといった利用がみられた。この16家庭のうち，利用に関する明確なルールを確認できたのは8家庭である。子の利用可能なサイトを制限するなどの規制をかけている家庭もあったが（3家庭），パソコンがリビングに置かれていることもあって，インターネットは親の目の届くところで利用することがルールとされていた（6家庭）。今回の調査の対象児の小学校高学年という年齢ではまだ親と子どもとの関係が密接で，だからこそこのような親の監督も有効に働いているといえる。また，調査の回答者がウェブ調査の登録モニターの家庭であり，インターネットとの親和性が高く，

親自身も子どもの利用をコントロールできるだけの技量を持ちあわせているということも考えられる。

メディア・コミュニケーションのタイプ別にみると，親による統制コミュニケーションが弱い**MC開放型**と，メディア利用自体が不活発な**MC低調型**では，どのメディアについても明確なルールを決めていない家庭が目立った。ただ，この中でも，テレビやゲーム，パソコンを親の目の届く範囲に置くことによって，親が意識的，あるいは無意識のうちに子を監督している家庭と，そもそもルールを定めること自体に意味を見出していない家庭とに分かれた。後者は，家族コミュニケーションにおけるメディア利用自体が希薄であることも関係していると思われる。

> 意識していなかったが，よく考えると自分の目の届くところに子どもがいて，どんな番組を見ているかを見るために一緒に見ているのかもしれない。それは，教育的視点ということかもしれない。(**MC開放型**・母)
>
> (インターネットは) 興味があれば見てしまうだろうし，それを制限する必要もないんじゃないかな。有害なサイトとかブログとかあるが，それはそれで仕方がないんじゃないか。あえて隠すようなことはしたくないです。(**MC低調型**・父)

(5) 家族との連絡ツールにとどまっていた携帯電話

本節の最後に，携帯電話の利用を取り上げる。20家庭のうち，父親と母親は全員が携帯電話を利用していたが，対象児自身が利用している家庭は14家庭であった (男子7家庭，女子7家庭)。対象児専用の携帯電話を利用していたのは10家庭で，残りは，親の携帯電話を使わせたり，きょうだいと兼用させたりしていた。なお，**MCテレビ偏重型**は，他のタイプに比べて対象児に携帯電話を持たせている家庭が少なかった (**表20**) が，利用については5つのタイプによる明確な違いはみてとれなかった。そこで，対象児が利用している家庭全体の状況をとらえるものとする。

親が携帯電話を持たせている主な目的は，子どもの安全確保である。防犯とともに，帰宅時間や迎えの確認などの連絡に使われていた。塾や習い事などで帰宅時間が遅くなるようになったことがきっかけになっている。子ども自身が携帯電話を欲しがったことも携帯電話を買い与えた要因のひとつになっている家庭もあったが，保護者という立場からは，安全確保が優先されているといえる。

表20　対象児の携帯電話の所有

クラスタ	ケース番号	携帯電話の有無	親の規制の有無 ○:有 ×：無
MC バランス型	①	対象児専用の携帯電話	○
	②	対象児専用の携帯電話	×
	③	−	−
	④	対象児専用の携帯電話	○
	⑤	対象児専用の携帯電話	○
MC 開放型	⑥	父母と共用の携帯電話	×
	⑦	対象児専用の携帯電話	○
	⑧	父母と共用の携帯電話	×
	⑨	対象児専用の携帯電話	○
MC テレビ偏重型	⑩	−	−
	⑪	対象児専用の携帯電話	○
	⑫	−	−
	⑬	−	−
	⑭	−	−
	⑮	対象児専用の携帯電話	○
MC ゲーム偏重型	⑯	対象児専用の携帯電話	○
	⑰	−	−
	⑱	きょうだいと共用の携帯電話	○
MC 低調型	⑲	対象児専用の携帯電話	×
	⑳	父母と共用の携帯電話	×

※MC＝メディア・コミュニケーション を示す。

ただ，子どもに携帯電話を与えることにより，親が子どもの人間関係や利用状況を把握できなくなることを危惧していることは共通していた。そのため，対象児専用の携帯電話を持たせている10家庭中8家庭で，子ども向け仕様の携帯電話を利用させているだけでなく，インターネットへの接続の機能や連絡可能者をある程度限定し，親の目が行き届く工夫をしていた。また，使うのは塾などで帰りが遅くなる時や家族と一緒に出かける時だけ，あるいは食事の時には使わないといった，使用場面の限定もみられた。テレビやゲームはルールを決めていなくても，携帯電話については，メールの相手を家族に限定する，インターネットは使わせないなどの規制を行っている家庭もあった（4家庭）。

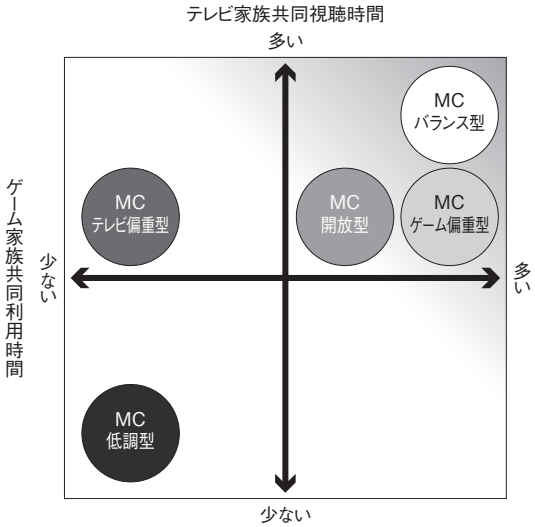
子どもに携帯電話を利用させていない家庭（6家庭）には，小学生の段階での購入意向をたずねたが，そのすべての家庭の母親と父親が，便利かもしれないが小学生で持たせるのは早いと答えた。子どもの要求度も，ゲーム関係（機器本体やソフトなど）と比べると低かった。

携帯電話は，親も子も家族との連絡ツールという意識が強く，テレビやゲームのように，家族の関係性を深めるツールとしてはとらえられていなかった。また，対象児が小学生ということもあって，家族以外とのやりとりは親が制限していて，友人とのコミュニケーション・ツールとしての利用は，20家庭にはみられなかった。

（6）家庭訪問調査からみた５つのタイプの比較と特徴

家庭訪問調査では，家族コミュニケーションにおける5つのタイプの違いを，メディア利用のしかたやその位置づけだけでなく，親自身のこれまでのメディア利用体験と現在の養育態度との関係など，ウェブ調査ではとらえきれなかった観点からも把握することができた。そこで，この結果を反映させて，テレビの家族視聴，ゲームの家族利用，テレビ／ゲームのコントロールという点から5つのタイプをポジショニングしたものを，**図11～図13**に示した。

図11　利用量における違い



※MC＝メディア・コミュニケーション を示す。（以下同）

テレビとゲームをよく利用し，利用に関するルールも母・父・子の間で明確にされていてコントロール度が強い**MCバランス型**と，その対極のタイプである**MC低調型**は，どの図においても同じポジショニングである。しかし，**MC開放型**，**MCテレビ偏重型**と**MCゲーム偏重型**は，着目点によってポジショニングが異なる。たとえば，**MC開放型**は，テレビやゲームの利用という点では**MCバランス型**に近いが，コントロールからみたポジ

図12　重要度における違い

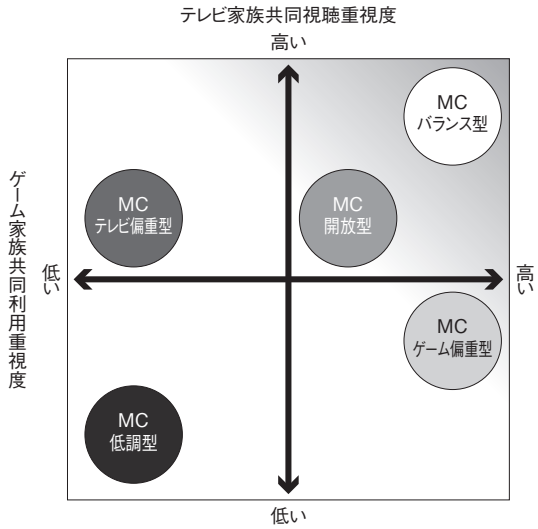
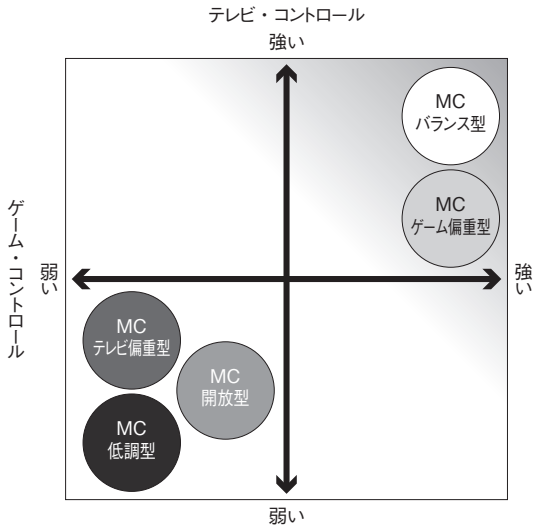


図13　コントロールにおける違い



ショニングはむしろ**MC低調型**に近く，**MCバランス型**とは対照的な位置取りになる。

また，**MCテレビ偏重型**と**MCゲーム偏重型**とを分けたのは，ゲームの利用の差やゲームに対する距離感である。テレビに比べてゲームの評価が低い**MCテレビ偏重型**の家庭の親は，ゲームの熱中経験がなかったり，熱中経験を持っていてもその経験をマイナスにとらえていた。この両者は親のゲーム観が大きく異なり，それが，ゲームに対するコントロールの強弱につながっていた。

Ⅲ－3　5つのタイプの典型的事例からみる家族のメディア・コミュニケーションの特徴

ここまで，20家庭全体を見渡しながら，5つのタイプの違いや特徴をみてきたが，本章の最後に，それぞれのタイプに属する典型的な5つの家庭について，各タイプの特徴がどのように反映されているのか，その家庭の背景もふまえながら具体的な発言から詳細に押さえることにする。5家庭のプロフィールは，**表21**の通りである。

(1) メディア・コミュニケーション・バランス型（ケース番号⑤）

リビングには，スピーカーが接続されている42インチのデジタルテレビが置かれている（**図14**）。家族一緒にテレビを見たりゲーム

図14　リビング間取り図　ケース番号⑤

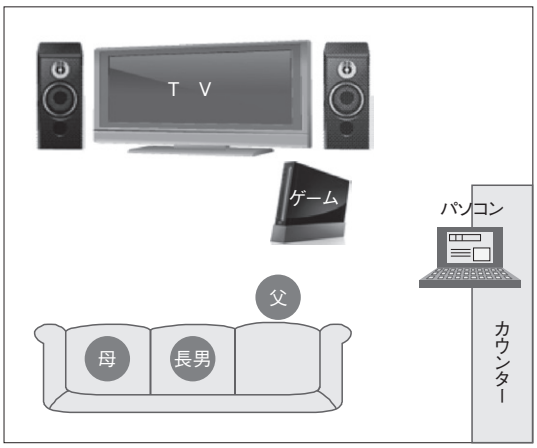


表21　5つのタイプの代表的家庭のプロフィール

		MC バランス型 ケース番号：⑤	MC 開放型 ケース番号：⑧	MC テレビ偏重型 ケース番号：⑫	MC ゲーム偏重型 ケース番号：⑰	MC 低調型 ケース番号：⑳
居住地		東　京	埼　玉	埼　玉	東　京	神奈川
親の職業		父：会社員 母：パート	父：会社員 母：専業主婦	父：会社員 母：専業主婦	父：会社員 母：専業主婦	父：会社員 母：専業主婦
親の年齢		父44　　母38	父51　　母40	父47　　母43	父38　　母37	父43　　母40
対象児		小学4年生男子	小学5年生男子	小学5年生女子	小学6年生男子	小学6年生女子
その他の子ども		―	高校生男子 中学生男子	小学1年生男子	―	高校生女子
家族でよく見るテレビ番組	母	宮廷女官チャングムの誓い ピラメキーノ	日曜劇場「JIN－仁－」	ＲＯＭＥＳ／空港防御システム	はねるのトびら 秘密のケンミンSHOW	ひみつの嵐ちゃん！
	父	スター・ウォーズ／クローン・ウォーズ ちびまる子ちゃん	平成教育委員会 日曜劇場「JIN－仁－」	ザ！鉄腕！DASH！！	世界の果てまでイッテＱ！	―
子どもがよく見るテレビ番組	子	スター・ウォーズ／クローン・ウォーズ 宮廷女官チャングムの誓い ポケモンサンデー ドラえもん おはスタ ネプリーグ クイズ！ヘキサゴンⅡ 新・三銃士 ピラメキーノ	クイズ！ヘキサゴンⅡ イナズマイレブン 日曜劇場「JIN－仁－」 平成教育委員会	天才！志村どうぶつ園 ROMES／空港防御システム ザ！鉄腕！DASH！！	はねるのトびら 世界の果てまでイッテＱ！ 秘密のケンミンSHOW クレヨンしんちゃん イナズマイレブン	嵐の宿題くん 世界の果てまでイッテＱ！ 天才！志村どうぶつ園
家族でよく遊ぶゲーム	母	Wii Sports Resort DS ぷよぷよ ポケットモンスター・ソウルシルバー	Wii　DS	―	Wii Sports　Wii Fit どうぶつの森 ともだちコレクション	―
	父	Wii Sports Resort マリオカート ぷよぷよ	Wii Sports	―	塊魂	―
子どもがよく遊ぶゲーム	子	Wii Fit Plus マリオカート ぷよぷよ	Wii　DS イナズマイレブン2・ファイア/ブリザード	DS ともだちコレクション	Wii Sports　Wii Fit 塊魂 どうぶつの森 ともだちコレクション	DS ともだちコレクション
子どもの携帯電話の使用		子ども専用の携帯電話	父母の携帯電話の共用	―	―	父母の携帯電話の共用
携帯電話による親子間通話		週に1日くらい	月に1～2日くらい	―	―	ほとんど利用しない
携帯電話による親子間メール		週に1日くらい	月に1～2日くらい	―	―	月に1～2日くらい

※母と父には「家族でよく見るテレビ番組」「家族でよく遊ぶゲーム」を，子には自身が「よく見るテレビ番組」「よく遊ぶゲーム」をたずねた。
※テレビ番組は，家庭訪問調査実施時（2009年11月～2010年1月）に放送されていたものである。※ゲームについては，ゲーム機の名称とソフトの名称が混在している。
※MC＝メディア・コミュニケーション を示す。

で遊ぶ時には，このテレビを利用する。カウンターのパソコンは母の専用である。小学4年生の長男（対象児）はパソコンを利用するのは学校だけで，家では使用しない。また，長男は，自分専用の携帯電話を持っているが，通話やメールの相手は，母が登録した家族と親戚に限られている。長男自身も，友人とは学校などで直接話をしているので，携帯電話での通話やメールの必要性を感じていない。母は長男の安全のために，GPS機能に着目して携帯電話を持たせた。

母と父が「家族でよく見る番組」として挙げた，『宮廷女官チャングムの誓い』（調査時にBS民放で再放送されていた）は，長男も自分がよく見る番組に挙げた。この家庭では，すでに二度目の視聴である。夕方の放送というこ

ともあって，早く帰宅した時など，父も視聴に加わることもあるが，欠かさず見ているのは，長男と韓国ドラマが好きな母である。

『チャングム』の時間になると，「始まるよ」と息子が言う。私はバタバタしているが，「急いで」と言われてソファに座らされる感じ。（見ている時は）息子は私に，「これはこうだったんじゃない」とか「やはり，そうだ」とか，ずっとしゃべっている。ご飯の時もその話が続く。（母）

父が挙げたNHK衛星アニメ劇場の『クローン・ウォーズ』（映画『スター・ウォーズ』のアニメ版）は録画をして，父が休日となる土・日の夜に長男と一緒に見ている。父は『スター・ウォーズ』のファンで，長男にこの番組を見せたところ興味を持ち，父子で視聴するようになった。長男は，番組を見ながら父からキャラクターやストーリーについて教えてもらうのが楽しみで，父も，自分が好きなものに長男が興味を持っているのを喜んでいた。

息子はのめり込むタイプなので，見始めたらおもしろがって。私も（この番組を）おもしろいと思うので，趣味は共通している。登場人物や使われた武器について話をしながら見るのが楽しい。自分の好きなものを息子もわかってほしいし，共有してもらいたいという思いもある。（父）

長男も，『チャングム』『クローン・ウォーズ』という番組を通して，母や父とそれぞれ一緒にテレビを見ることを楽しんでいる。

ひとりでテレビを見るのは好きじゃない。お父さんやお母さんとしゃべりながら見るのが好き。（長男・小4）

ゲームについても，母は，長男がひとりで遊ぶよりは家族一緒に遊ぶ方が望ましいと考えていて，土・日の昼間は，家族3人で遊ぶのが定番になっている。

家にいる時は「やろう，やろう」と息子が言うので。ゲームって，全部やめて集中しなきゃいけない。だから，子どもにとっては，（テレビよりも）一緒に遊んでもらっているという感じがするのでは。（母）

（テレビよりも）ゲームは，お母さん，お父さんと一緒にやっているっていう感じがするから楽しい。（長男・小4）

ゲームは，自分が参加しているという感覚があるので楽しい。でも，家族一緒にやるから楽しいのであって，妻と息子が実家に帰っている時にひとりでやっても楽しくなかった。（父）

母も父も，小学生の頃は家族一緒にテレビを見ていた。父はテレビの制限はなかったが，母は夜8時までしか許されていなかった。父は社会人になってから，母は仕事をやめて自分の時間が増えてから，それぞれ一時期ゲームに熱中した経験がある。

主人が大阪に転勤になったので（仕事を）やめて一緒に行ったんですね。その時は一番やった。他にやることがないというか，時間の使い方がわからなかった。子どもを放り出してゲームをやっていたんです。（母）

プレステを買ったのは社会人になって何年目かなんです。おもしろそうなCMがきっかけでした。同じ会社で「昨日3時までやった」とか「4時までやった」とか言い合っていた。（父）

そのため，長男に対しては，平日は，テレビとゲームをあわせて1日2時間まで，ゲームは長くても30分までというルールを決め

ている。長男と過ごす時間の長い母親が対応することが多いが，必ず父と意思統一を図り，長男への対応が一致するように心がけている。

ルールについては，主人と話しています。一致するようにしないと，（長男に）ごまかされてしまうことがあるので。（母）
ゲームは，楽しいと思ったら時間がたつのを忘れてやってしまう。（息子が）もうちょっとやりたいのはわかるが，ルールはルールなので。だから，親がルールを決めてやるのはいいんじゃないかと思います。（父）

メディアを介した家族のコミュニケーションをどのようにとらえているのかは，父の次のような発言からもうかがえる。

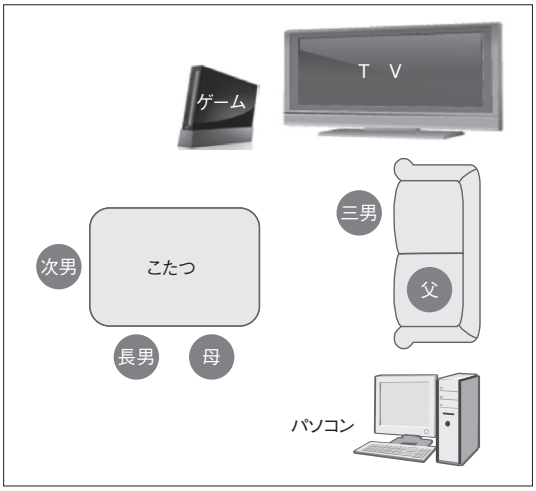
家族で同じものを見ている時は，幸せな気分ですね。同じ体験を同時にしていて，家族があることを感じながら見ているので幸せだなと。（父）

(2) メディア・コミュニケーション・開放型（ケース番号：⑧）

リビングには32インチのデジタルテレビがあり，このテレビで家族一緒に番組を見たりゲームで遊んでいる。ソファの近くには母のパソコンがあり，小学5年生の三男（対象児）は，学校の調べ物がある時に，母に頼んで使っている。携帯電話は，主に母のものを共用していて，三男がひとりで出かける時などに持たせている。

平日は父の帰宅が遅く，高校生の長男，中学生の次男も部活などで忙しいため，家族全員が一緒に過ごせるのは日曜日だけである。そこで，日曜日の夕方から夜の時間帯は，父を囲んでテレビを見ることが，家族の決まりになっている。

図15　リビング間取り図　ケース番号⑧



子どもたちとお父さんがテレビを見ながら楽しくしゃべっているのを聞いたりすると，いいなぁという感じ。テレビは普段も息子たちと見ているが，家族全員の方が楽しい。（母）
日曜劇場『Jin－仁－』（TBS）は，番宣を見ておもしろそうだったから，今日からこれ見るぞって。三男は最初「えー！」って感じだったけど。途中のCMの時は，「お前学校はどうだ？」とか息子たちに聞いたりしている。（父）
テレビはみんなで見ると楽しい。『Jin』は，言葉がよくわからない時もあるけど，お父さんやお母さんに聞いたら教えてくれるし。『平成教育委員会』（フジテレビ）で，答えとかをみんなで考え合うのも楽しい。（三男・小5）

母は，実家が自営業だったため親と一緒にテレビを見た記憶がないが，チャンバラ好きだった父は，家族と時代劇を見ていた。ゲームは，父も母も高校生の頃に熱中した。その後いったん熱が冷めた母は家族と一緒に遊ぶ

ようになって復活したが，ゲームが好きな父はずっと続けていた。そのため，ゲーム機はWii，プレイステーション2，DS，プレイステーション・ポータブルがそろっている。平日は息子たちが母を，日曜日には父を誘って対戦している。

（ゲームは）家族で遊ぶ方が，友達とかより盛り上がる。みんな強いし，負けたくないから。（三男・小5）

私ひとりの時にはゲームはしない。子どもたちとゲームをやると，わーっと盛り上がったりするのが楽しい。テレビはぺちゃくちゃしゃべっているけど，ゲームは瞬間的に盛り上がる感じ。（母）

たまに（息子たちとは）野球とかサッカーをやったりするけど。（母も含めて）家族みんな共通でできるというのは，今のところゲームしかないかもしれない。（父）

テレビ，ゲームに関する明確なルールは定められていない。母は，テレビは情報取得のための，そして子どもの友人との会話にも大事なツールだと考えている。

子どもが小さい時，テレビから得るものは何もないから見せない方がいいといわれた。でも，私はそうじゃないと思っている。いろいろな情報が入ってくるし，子どもたち同士の「テレビ見た？」という会話にもつながっていくので，制限はしないという感じ。（母）

母と父は，残酷な場面のあるシューティングゲームをあまり快くは思っていないが，禁止はしていない。ある程度ならしかたがないと思っている。母も父もゲームとの親和性が高いといえるが，それがコントロールには結びついていない。

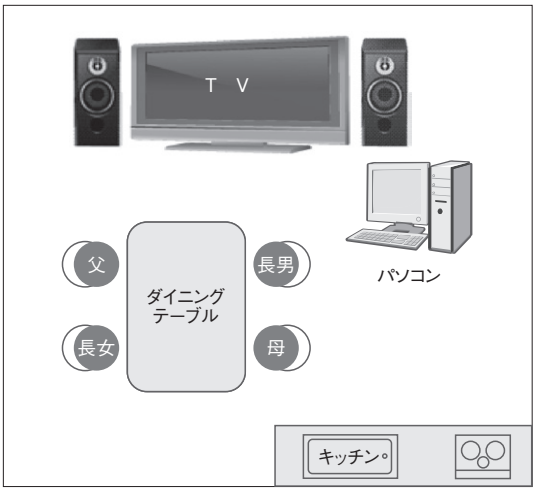
（高校生の長男は）シューティングゲームが好き。残酷だというので実際見てみたら，思っているより，うぁーっていう感じでもなかった。私は「殺す」「死ね」みたいのはあまり好きではないが。これくらいはいいのかなあって…。（母）

血がびゅーっと出たりするのは，ちょっとなあと思う時もある。（妻は）やらせたくないだろうから，逆に「たまにはやらせてやれよ」と。ある程度のゲームなら，そういうのも大丈夫だと思っているから。（父）

（3）メディア・コミュニケーション・テレビ偏重型（ケース番号：⑫）

家族が集まるダイニングには，スピーカーが接続された42インチのデジタルテレビがあり，家族一緒の時はこのテレビを見ている。家の中にはあわせて4台のテレビがあるが，子ども部屋には置かれていない。テレビのそばには母のパソコンが置かれていて，小学5年生の長女（対象児）も調べ物をしたり，「Yahoo！きっず」のゲームをしたりするが，必ず母のかたわらで利用することになっている。子どもに携帯電話は持たせておらず，母

図16　ダイニング間取り図　ケース番号⑫



も父も与えるつもりはない。学校が禁止しなければ中学生になれば考えてもいいと思っているが，インターネット使用などの規制はかけたいという。

母と長女は，ジャニーズ系アイドルの，中でも関ジャニ∞のファンである。関ジャニ∞のメンバーが出演していたドラマ『ROMES／空港防御システム』(NHK) は，母と長女が一緒に見ていた。小学1年生の長男がいるが，母と長女は，女同士で同じアイドルが好きということもあって結びつきが強い。

(長女は) 8時に寝ることになっているので，『ROMES』の時は，特別に許可して見ていた。ジャニーズが好きなので，ジャニーズの出ているドラマの時には，(娘と) 2人だけの世界で見ています。まわりには誰もいないでほしい。(母)

平日，帰宅後に父がひと息つく時間には長女は就寝している。父と長女が挙げた，日曜夜の『ザ！鉄腕!DASH!!』(日本テレビ) は，家族4人が楽しむ，定番の番組である。

とりわけ4人で一緒に見るのは『鉄腕DASH』。みんな好きで見ていますね。出演者のTOKIOを娘が好きだったり，取り組んでいる題材が環境に関してのこととか，田舎で農業したりして，ああいうのやってみたいよね，とか話しています。(父)

(テレビは) ひとりで見るのはあまりおもしろくない。家族みんなで見た方がいい。そのテレビの話とかがみんなでできるから。(長女・小5)

母は，高校生の頃まで家族と一緒にテレビを見ていたが，食事中は見ない家庭で育った。一方，父は，子ども時代にはテレビの規制がなかった。母は，今も食事時にはテレビを消したいのだが，たまに早く帰宅した父がスイッチを入れてしまうことがある。

主人が帰ってくると (テレビを) つけて，そうすると子どもが見ちゃうので。私は見せたくないなと。一応主人もわかっているんですがクセで。子どもには，「それ見なくてもいいんじゃない？」と言います。(母)

(子どもの頃は) ずっとテレビがつきっぱなしの家だったような気がします。今は，家内がこまめに消して，それを子どもたちにも言っているのでつきっぱなしというのはないんですけど。(父)

ゲームは，長女のDS，父のプレイステーションがあるが，プレイステーションは利用されていない。小学1年生の長男が，ひとりで際限なく遊ぶようになったため，母と父が相談して片づけてしまったのである。

私も (長男に) 興味本位で与えてしまったのですが，それにはまって際限なくやり始めてしまって。時間を守ってくれればいいけど，我慢できないところもあって。(父)

長女は，プレイステーションには興味がないが，DSは，おこづかいをためて購入した。まわりの友人が持っていたからである。

(DSは) 親が反対していました。目も悪くなる，自分の時間もなくなるということで。本人も「いらないよね」なんて言ってたんですが。(家の中で) DSをやるのは娘だけです。(母)

(DSは友達が) みんな持っていて，よくゲームの話とかもしているから欲しいと思った。それまでは友達に見せてもらったり，借りたり。自分の (DS) を持ってないとおもしろくなかった。(長女・小5)

父は社会人になってから，母は父の海外赴任に同行し時間を持て余していた時に，ゲームに熱中した経験があり，どちらも自分で区切りをつける難しさを実感していた。そのため，母と父とで話し合い，長女のDSは，宿題が終わってから1時間と決めている。

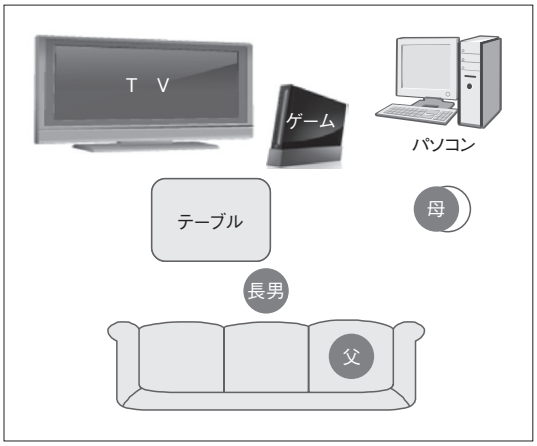
> テレビには，いい情報もあれば悪い情報もあると思うので，わざわざ遠ざける必要はないと思いますが，ゲームにはあまり積極的には関わらない方がいいなと思っています。楽しいのはわかるけれども，時間の使い方がコントロールできないと非常に危険かなと思います。(父)
>
> ゲームは娯楽でしかないと思うんですけれど，テレビは知識が増えますよね。長女の作文に私の知らないことが書いてあったので，どこで聞いたのかたずねたらテレビでやっていたと。子どもの頭にもちゃんと入っているんですよね。(母)

母も父も，テレビの情報取得ツールとしての価値を認めているが，ゲームはマイナスだととらえていて，一緒にコントロールを行っている。ただ，長女にとっては，DSが，家族ではなく友人関係を保つために重要なツールとなっていることが注目される。

(4) メディア・コミュニケーション・ゲーム偏重型（ケース番号：⑰）

リビングには，42インチのデジタルテレビがあり，家族一緒に番組を見たりゲームで遊んでいる。パソコンは，母がよくインターネットを使っている。小学6年生の長男（対象児）の利用はYouTubeでアニメを見るためで，母のかたわらで利用している。携帯電話は，学校が禁止しているので持たせていない。長男も，携帯電話よりもゲームに対する関心の方が強い。

図17　リビング間取り図　ケース番号⑰



家族が一緒に見る番組は，『はねるのトびら』（フジテレビ），『秘密のケンミンSHOW』（日本テレビ）などのバラエティー番組が挙がった。

> 『はねるのトびら』は，ギャグで笑う。お父さんもお母さんも笑っている。ひとりで見るよりも，みんなで笑っているのがおもしろい。(長男･小6)
>
> おもしろいテレビだったらみんなで笑うし，結構感情をみんなで共有しあうというんですかね。(父)
>
> 『はねるのトびら』は，長男が見ようと言い出した。子どもが喜ぶからその番組を見るというのはある。(母)

母は，長男の好きなアニメ番組も一緒に見ていて，主題歌を一緒に歌ったりしている。それは，長男が成長すると，いずれはこのような時間もなくなると考えているからである。

> こういう風にして過ごすのは期間限定かなと思っている。中学生や高校生になったら家族旅行についてこなくなるのと同じように，家族が同じ番組を見るのは今だけだと思って，あえて子ども（長男）に合わせているところはある。(母)

ただ，家族一緒にテレビを見ている時は，父はテレビだけだが，母は「2ちゃんねる」の実況とながら見をしたり，長男もCMの時にはDSをしている。ゲームに比べるとテレビとの関わりは薄い。

（テレビは）それぞれに好きなことをやりながら一緒に見るという感じですかね。最近は，家族一緒というとゲームの方が多いかもしれないですね。（父）

土・日の家族がそろっている時に，テレビを一緒に見る時間は減った。家族でゲームをやっているから。（母）

母と父の発言を裏付けるように，リビングには，Wiiや2台のDSを始め，プレイステーション3，Xboxまであわせて6機種が置かれていて，ゲームの利用が多い。小学生の頃からゲームに熱中していた母と父は今もゲーム好きである。ゲームには，母も父も同じような思い出があり，それが今の長男とゲームとのつきあい方にも影響している。

うちの父はテレビを見る時間はすごく厳しかったんですが，ゲームには厳しくなくて一緒に遊んでいた。当時は親がやっているのは珍しかったんです。子どもが学校で話題についていけないのが忍びないと考えていたんじゃないかと思うんです。今は僕も息子に対してそう思っています。（父）

（ゲームは）父が私の弟に，男の子が学校で仲間はずれにならないようにと買ったんですね。私が希望を出した時は買ってくれなかったのに。だから，それなりに流行っているソフトは，息子がやりたいのであれば買っています。そこで仲間はずれみたいなこともあるので。（母）

長男は，母とはDSで，父とはプレイステーションなどで遊んでいる。

長男がやっているのを見て，すごく楽しそうだと思って，自分もDSを買った。通信で対戦している。（母）

お母さんともやるけど，お父さんとやるのが一番楽しい。スキルとかを教えてもらったり，僕ができないことをやってくれるから。（長男・小6）

自分がクリアできないところを（長男は）クリアしたりして，自分よりもうまくなっているとか。ゲームだけども，子どもの成長を見たりしてびっくりすることがある。（父）

父は残酷なゲームは息子にさせたくないと思っているが，実際にはうまく対応できていない。

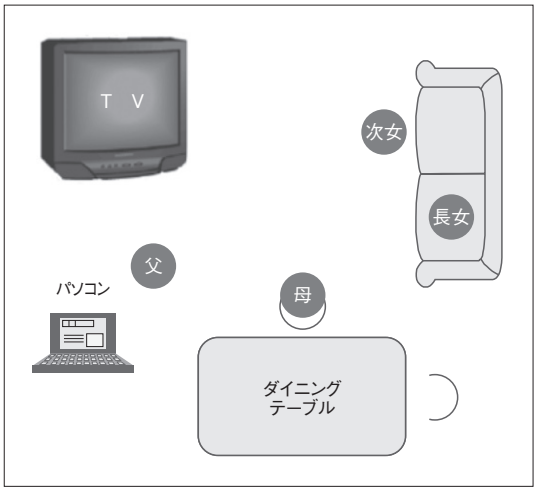
血がいっぱい出るようなやつとかはあんまり見せたくないなという感じがあるので。なるべく見せないようにしているが，そばで見ていると，ついやらせてしまったりするんですね。（父）

家族のコミュニケーションにおいて重要なのはテレビよりもゲームであり，それについて母も父も自覚的である。ゲームを，子どもの友人とのコミュニケーション・ツールとしてもとらえていることが特徴的である。

（5）メディア・コミュニケーション・低調型（ケース番号：⑳）

リビングにある26インチのアナログテレビを家族で一緒に見ている。ゲームは，高校生の長女と小学6年生の次女（対象児）がそれぞれ持っているDSのみで，テレビに接続する据え置き型ゲームはない。母のパソコンがリビングに置かれていて，次女はYouTubeで，好きなジャニーズ系アイドル

図18　リビング間取り図　ケース番号⑳



（嵐，Hey!Say!JUMP）のプロモーション・ビデオを見たり，母と一緒に見逃したドラマを見たりしている。

携帯電話は長女が持っているが，次女には母のものを使わせている。次女は自分の専用電話を欲しがっているが，母は，料金がかかることが心配で今のところ持たせるつもりはない。

母と長女，次女の3人はともにアイドル・グループの嵐のファンで好みが共通している。父の帰宅が遅い平日の夜は，3人一緒に『ひみつの嵐ちゃん！』（TBS）を好んで見ている。父を交えて家族全員でテレビを見るのは，父が休日の土・日の夜になる。『天才！志村どうぶつ園』『世界の果てまでイッテQ！』（いずれも日本テレビ）が挙がったものの，母・父・子で，誰がその番組を見たいのかとらえ方が食い違っている。

> なんか3人の時は気楽なんですけど，主人がいると主人に合わせるというところもありますよね。（母）
>
> チャンネル権は向こうにあって，（番組が）決まっているんです。彼女たちの見るものがほぼ固定化されていて，他のを見たことがないんです。（父）
>
> 一緒に見るのは『志村どうぶつ園』とか『イッテQ！』とか。でも誰が見たいかわからない。私もどっちでもいい。（次女・小6）

父は，休日には，家族と旅行に行ったりスキーに出かけたりしていて，家族とのコミュニケーションを図るために，一緒にテレビを見る必要性を感じていない。ただ，次女はそのような父に距離感を持ち始めている。

> 日曜日は，たとえば家族で車に乗ってどこかに気分転換に行こうかなとか，買い物をしたりしていると，あんまりテレビを見ている時間がなくて。みんなですぐ一泊の車で旅行に行ったり，これからの季節だとスキーに行っちゃったりするから。（父）
>
> 主人はまだ子どもが小さい頃のままだと思っていて行きたがるが，次女ももう友達と映画の方に行きたがるので。（母）

長女と次女のDSは，それぞれに遊んだり，たまに友人と遊ぶために持っている程度である。小学6年生で，思春期にさしかかっている次女の関心事は，ファッションや友人との関係についてである。

> 友達とのつきあいで困るのは，ファッションのこと。専門用語とか出てくるとわからなかったり。竹下通りの情報とか，友達に聞いたりする。（次女・小6）

母は，次女がDSで遊んでいるところを横から眺めるくらいで，一緒に遊ぶことはない。父もゲームで家族一緒に遊ぶという感覚はなく，ゲーム自体が不要だと考えている。

テレビゲームなんて買いたくないとずっと思っていた。DSを貸してもらってやったこともあるが，ちょっとやったら終わりで，はまらないです。（母）

（2人の娘は）本当はゲームに興味はないんだろうという感じです。だから，僕も「そんなのはいらん」と言っています。（父）

母も父もこれまでにゲームに熱中した経験もないこともあって，ゲームへの関心が薄い。また，子どもの頃に家族一緒にテレビを見た記憶もほとんどない。

うちは鍵っ子で，親の帰りが遅くて一緒にテレビを見た記憶がない。見たいものは見られたけど。ゲームも，出たのは高校生の頃だが，やりたいとは思わなかったです。部活の山登りばかりしていた。（父）

うちの父がナイターばかり見ていたんです。だからすごく嫌でした。ナイターを見られるともう何も見れなくて。だから一緒に見たという感じじゃなかった。（母）

父は，自分の育った経験から，メディアの利用についても，親がコントロールすること自体に意味を見出していない。母も長女には専用の携帯電話を持たせているが，規制をかけていない。心配しているのはむしろ毎月の利用額である。

私はほとんど放置されて育ちましたから。メディアなんかいくらでも入ってくるんですよ。管理なんか言い出すと，交友関係とか，全部管理してとなっちゃう。だから，ある程度はオープンにしておいて。（父）

（長女の携帯電話は）フィルタリングはかけてないです。そのことも主人は何も知らないと思います。長女はおとなしいので，変なものは見てないと思うんですけど。高校の連絡網がメーリングリストになっていて，その連絡だけで結構な金額になっちゃうのが心配。（母）

家族のメディア・コミュニケーションが全体に希薄だが，それは母，父のこれまでの家族視聴経験やゲーム経験が反映されている。レジャーを通じた家族コミュニケーションはむしろ活発ともいえるが，子どもが思春期に近づき親との距離が開き始めると，それも難しくなることが垣間見える。

小括

家族のメディア・コミュニケーションにおける，典型的な5つの家庭の事例からうかがえるのは，子どものメディアへの接し方に対する親の関心や距離感の違いであり，それは特にゲームへの対応を通して顕著にみてとれる。たとえば，残酷な場面のあるゲームをしかたがない（**MC開放型**，**MCゲーム偏重型**）とするのも，時間がきたらルールだから子どもにやめさせる（**MCバランス型**，**MCテレビ偏重型**）というのも，さらにはゲームそのものに関わろうとしない（**MC低調型**）というのも，親の教育観の違いによるものといえるだろう。

本章では，家庭訪問調査の結果から家族のメディア・コミュニケーションの具体的な様相についてみてきたが，テレビとゲームが，子どもの友人とのコミュニケーションにおいても重要なツールであるとする発言が，親と子どもの双方から得られたことにも注目したい。すなわち，子どもとメディアの関わりは，家庭における親とのやりとりばかりでなく，

友人とのつきあいという子ども同士のやりとりによっても規定されている部分があると思われる。

友人とのつきあいは，**MC低調型**の家庭の事例にもみられたように，子どもの発達段階において次第に比重を増していく。家庭における子どものメディア利用に対する親の対応と，友人とのつきあいを通して得られるメディア観とが，どのように関わり合いながら子どものメディア観を形成していくのかということも，子どもの発達段階に照らしながらとらえるべき課題であろう。

Ⅳ 2つの調査からみえてきた家族のメディア･コミュニケーションの現状とこれから

本研究では，メディアを介した家族のコミュニケーションについて，その重要な要素である，子どもと親との間の共有コミュニケーションと，親による子どもへの統制コミュニケーションに注目して検討してきた。516家庭の母・父・子を対象とした比較的大規模なウェブ調査から，20家庭に実施した家庭訪問調査への一連の研究を通じて得られた結果は，仮説として考えたように，現代家庭におけるメディア・コミュニケーションがいくつかのタイプに分かれることを示していた。

今回の調査で分類された個々のタイプには，前章までに紹介したような母と父のメディア観や親が考える子どもとメディアのつきあい方，家族で利用するメディアのコンテンツ，親自身が子どもだったときのメディアライフ・ヒストリー，子どものメディア・リテラシーの発達や家族の一体感などによってそれぞれに特徴があり，タイプ間を比較すれば共通する面や対照的な面もありさまざまである。しかし，こうした各タイプの個性から抽出される主な対称軸を考えてみると，次の2点に集約することができるかもしれない。

ひとつはテレビ，ゲーム，携帯電話によるメディア・コミュニケーションが活性化しているタイプと，すべてが低調なタイプ間の軸である。もうひとつは，メディアへの親和性が高いながらも，親による管理があり一方にはないという，**MCバランス型**と，その他のタイプとの軸である。

Ⅳ－1 活性化タイプと低調タイプの親で異なる子どもにとってのメディア観

メディア・コミュニケーションが活性化しているタイプ（特に**MCバランス型**）と低調タイプにみられた主な違いは，親のメディア観である。たとえば，ウェブ調査の結果から，**MCバランス型**や**MC開放型**ではテレビを何らかの情報源ととらえ（**表6，168ページ**），ゲームを家族や友人との関係性を媒介するツール（**表10，170ページ**）として認識している家庭が多い一方で，**MC低調型**にはそうした家庭が少なかった。この違いは家庭訪問調査での発言にもみつけることができ，**MC低調型**の事例家庭の発言からは母・父・子がともに家庭でのメディア・コミュニケーションに消極的であった。

その一方で，この事例家庭の対象児の発言からは，小学校高学年になり友人との関係性が大きな関心事となり，流行に関する情報やメディアがその媒体となっていることがみて

とれる。**MC低調型**の家庭が子どものメディアへの接し方と友人関係への関心が低い傾向にあるとすれば（**表11**，173ページ），親がこうした子どもの発達に伴う変化を見過ごしてしまう可能性を否定できない。**MC低調型**の事例家庭の母親の発言でも，対象児は家族一緒の旅行やレジャーから友人とのつきあいに気持ちが移っているようであった。

たしかに，家族一緒の旅行やレジャーなどによる直接的なコミュニケーションと比べれば，家庭におけるメディア・コミュニケーションの優先順位は低いであろう。しかし，子どもの対人関係における友人の比重が高まれば，家族で過ごすそうした時間が短くなることは否定できない。こうした限られた時間の中では，**MC開放型**や**MCゲーム偏重型**の母親の発言のように，メディアを使用して感情を共有したり会話の糸口をつかむ意識が大切であり，その積み重ねが，子どもの家庭外の情報を知る機会となる可能性があるのである。

また，**表12**（174ページ）で示したように，**MCバランス型**や**MCテレビ偏重型**の結果に対して，**MC低調型**では，子どもが新聞や雑誌などの活字メディアを利用することの必要性を感じていない親が多いのも特徴的であった。新聞に関しては，情報ソースとしての重要性が認められ，教育現場においても児童・生徒に読むことが推奨されるメディア媒体であると思われる。**MC低調型**の親は，全般的に，子どもがメディアに関わることに関心が薄いようであり，結果として共有もしないし管理もしないことにつながっているのかもしれない。

Ⅳ－2　メディア・コミュニケーション・バランス型と他のタイプを分ける親のメディアへの態度

MCバランス型と比較すると，**MCテレビ偏重型**や**MCゲーム偏重型**には対照的な結果が複数認められている。主な例を挙げれば，**MCテレビ偏重型**はゲームの好影響感が低く（**表10**，170ページ），**MCゲーム偏重型**ではテレビの効用感が親子ともに低い（**表6**，168ページ・**表8**，169ページ）。その一方で，家庭訪問調査の各事例家庭の発言をみると，**MCバランス型**と同様に，**MCテレビ偏重型**はテレビが与える情報の質を，**MCゲーム偏重型**はゲームのコンテンツの質を良悪両面からとらえる視点を持っていた。こうした結果から，テレビもしくはゲームの利用が少ない家庭では，実体験としてではない悪影響感が高まることで，子どもがそれに接するのを避けようとすると考えることができるだろう。しかし，視点を変えてみると，家族は，皆でテレビやゲームを使用することを通じてその質を知り，良悪のラインを測ることができるとも考えられる。こうしたラインが適切に引かれるためには，親の良識はもちろんであるが，親にテレビやゲームへの関心と知識があることも重要であろう。**MCバランス型**，**MCテレビ偏重型**，**MCゲーム偏重型**のどの事例家庭の発言にも共通していたのは，親がテレビやゲームの知識をある程度知っていることで会話が多くなること，母・父・子の三者に参加意識があること，そして見せたくないコンテンツを子どもに伝えられることであった。

MCバランス型と**MC開放型**の間にも，共通する特徴が数多くみられた。しかし，両

タイプには特徴的な2つの違いがみられており，この差が管理コミュニケーションの違いを生んでいると推察される。ひとつは，ゲームの悪影響感にみられた差である。**MCバランス型**がゲームの好影響感ばかりでなく悪影響感を認めた親が多かったのに対し，**MC開放型**は悪影響感を認める親が少なかった。この差は，**MC開放型**の事例家庭の発言にもみつけることができ，ゲームの暴力的な映像に対して寛容な態度がみてとれる。もうひとつの差は，親子で一緒にメディアに触れる際の形態の違いである。両タイプの事例家庭にある発言をみると，**MCバランス型**では，子どもが主体となり親が付き添う形でメディア接触が図られているが，**MC開放型**の場合には，親が積極的に子どもと遊び，ゲームに関しては子どもと同じくらいの技量を持っていることがうかがわれる。これはあくまで2つの事例間の違いによる解釈ではあるが，**MCバランス型**の親の方が**MC開放型**の親よりも親の役割を自覚した上での子どもとのメディア接触であると考えられ，自分が楽しむ以上に子どもが楽しむことを大事にしていることが想像される。ウェブ調査の結果において，子どものメディア・リテラシーを育む機関として挙げたのは，**MCバランス型**の場合に（10%水準で有意だった結果も含めると）家庭と学校および各種地域施設であったのに対し，**MC開放型**ではメディアの制作側である放送局を挙げる人が多かった（**表13，175ページ**）。**MC開放型**の親には，自身がメディアで流れる情報を管理する自覚が低く，「規制を行うべきなのはむしろ発信する側である」という見方があり，子どものメディア接触をコントロールするのが弱いという実情に反映されているとも考えられよう。

以上の比較から，本研究で抽出したメディアを介したコミュニケーションのタイプは，親の教育観やメディア・リテラシー教育観などの面でそれぞれに特徴的であった。子どものメディア・リテラシーの発達という面では，**MCバランス型**の家庭が最も良好であることが示された一方で，家族の凝集性に関してはどのタイプ間にも大きな差はなかったように思われる。しかし，他のタイプの親が，小学校高学年では子どもにとっての友人の重要性が高まり，その関係を円滑にするメディアの存在を認識する中で，**MC低調型**の家庭にはそれとわかる結果が得られなかった。この時期に**MC低調型**であった家庭の子どもが，その後，家族や友人とどのような関係性を営んでいくのか，他のタイプの子どもと比較しながら，縦断的な視点により検討することが求められる。

Ⅳ－3　多メディア化が進む中で行われる家族のメディア・コミュニケーション

2010年は，デジタルメディアに新しい進化の波が押し寄せた年でもあった。放送のデジタル化に伴って，大画面の薄型テレビの利用が広がる中で，三次元（3D）映像表示に対応するテレビが登場した。パーソナルメディアでは，携帯情報端末（PDA）機能を備えた多機能型のスマートフォンの利用が進み，電子書籍も購読できるiPadが発売された。教育現場では，紙の教科書に代わる「デジタル教科書」[29]の導入の検討が始まり，総務省は，2015年までにすべての児童・生徒にデジタ

ル教科書用の情報端末を1台ずつ配布する方針を示している[30]。これらはすべて，親の世代にとっても体験したことのない初めてのメディアである。むしろデジタル教科書などは，子どもの方が学校で先に触れることが考えられ，デジタルメディアとの関わりでは，子どもが親の先を行く可能性もあるだろう。

また，当研究所が，2010年3月に全国の幼児（3～5歳児）の母親に対して行ったウェブ調査によると[31]，母親が幼児にテレビ番組を見せる際に，テレビ受信機だけでなく，インターネット上のYouTubeを利用して見せたり，携帯電話のワンセグ機能を利用して見せたりしていることが少なからずみてとれた。もちろん，幼児自身が選択をして視聴しているわけではなく，母親が視聴させたり母親とともに視聴したりしているのではあるが，すでに幼児の段階で，テレビ番組をきっかけに，メディアとこのように多様な接し方が行われている状況を考えると，子どもがメディア・リテラシーを身につける上で，最も基本的な人間関係となる，家庭における家族とのコミュニケーションが非常に重要であることがうかがえよう。

本稿で論じてきたように，家庭における子どものメディア・リテラシーの育成という点で親の果たす役割は大きい。したがって，新しいデジタルメディアとの健全なつきあい方を育むためには，まず親自身がそれらに触れ，それぞれの家庭の状況や子どもの特性にふさわしいつきあい方を考えることが求められるだろう。これまでのメディアは，子どもの頃や社会人になってからも含めて，わが子が触れるよりも以前に親が利用したことがあるものであったが，これからは，親も，子どもと同じラインに立ち，実際に利用するという体験を通して適切な向き合い方を身につけていかなければならなくなるのである。

家庭とは，親と子が向き合い，さまざまな経験を積み重ねることによって，愛情と信頼とで結ばれる場所である。家族で一緒に新しいデジタルメディアに触れたり，使い方を学んだり，ルールを決めるために話し合いをしたり，あるいは親が子どもから教えてもらったりすることを通して，親と子の間にコミュニケーションが生まれるきっかけになることも考えられる。進化を続けるデジタルメディアにどのように向き合い，それに対する適切なリテラシーをどこでどのように身につけていくのか。メディア・リテラシーの育成という点からみると，家庭は，親と子がともに抵抗なくメディアとのつきあい方を身につけることができる最も身近な場所としても，これから大きな意味を持つであろう。

最後に，これからの研究の課題について触れておきたい。今回の2つの調査では，メディアの利用実態やメディア観を中心に取り上げており，コンテンツという側面からのアプローチは，家庭訪問調査で家族視聴番組をたずねた程度に限られている。家族のコミュニケーションにテレビというメディアがどのように関わっているのか，その全体像をとらえるためには，家族視聴番組を形からとらえるだけでなく，さらにその内容に分け入った分析を行うことが求められるであろう。それは，ゲームについても同様で，機器の側面や利用のしかたからだけでなく，内容的にも形式的にも多様に展開されているソフトとの関係に目を向けていく必要がある。コンテンツの内容をどのように分析していくかその方法論も

含めて，検討していかなければならない。

携帯電話については，対象児が小学生ということもあって，位置づけが家族との連絡ツールにとどまっていて，今回の調査では，家族コミュニケーションとの関係を明確にとらえることはできなかった。ただ，訪問をした20家庭の中で，中学生，高校生のきょうだいがいる家庭では，彼らが食事中や家族と一緒にテレビを見ている時でも携帯電話を離さず友人とメールのやりとりをしているという事例もみられた。家族コミュニケーションにおいて，携帯電話は，家族との連絡ツール以上の意味合いを持つのか，あるいは，家族と一緒に過ごしている時でも友人を含む外部との接触を保つことができるという点で，家族コミュニケーションを阻害する要因になるのか。家族の中だけにとどまらず子どもの友人関係にも視野を広げ，彼らの人間関係とメディア利用の関係を重層的にとらえることも必要であろう。

また，今回の調査は，ウェブ調査，家庭訪問調査もともに，調査会社の登録モニターを利用した。そのため，専業主婦の割合が高いなど，限定された家庭が対象となっている。家庭訪問調査の条件を考えると，調査に協力した家庭は，そもそも普段から家族間のコミュニケーションが良好である家庭の可能性が高い。しかし，現代の家族の状況をみると，シングル・マザーやシングル・ファーザー，ステップ・ファミリーなどむしろ多様化が進んでいるといえる。そのような家庭が調査から省かれたことによって，家庭で実際に行われているメディア・コミュニケーションの中から抜け落ちてしまったものがある可能性は否定できない。これは，調査手法のジレンマともいえるだろう。

ただ，今回の調査を通じて，たとえば親子の会話が行われていない家庭であっても，テレビやゲームがその関係を結び直すツールとなりうることも示されたものと考える。家庭におけるメディア・コミュニケーションがどのような意味を持つのか，調査手法の検討もふまえつつ，家族の多様化を視野に入れて調査研究に取り組むことが，これからの課題だと思われる。

（わたなべ せいじ／さかい あつし）

注：

1) 本稿では，テレビ受信機を利用する据え置き型のテレビゲーム（Wii，プレイステーション3など），および携帯型のテレビゲーム（ニンテンドーDS，プレイステーション・ポータブルなど）のような家庭で使用されるテレビゲームを取り上げるものとし，この2つを総称して「ゲーム」と表すことにする。なお，パソコンや携帯電話のインターネットを利用した，オンラインゲームは省く。

2) 「“子どもに良い放送”プロジェクト中間総括報告 0 - 5歳」
NHK放送文化研究所のホームページを参照。
http://www.nhk.or.jp/bunken/research/bangumi/kodomo/pdf/kodomopro_100311.pdf

3) 白石信子・中野佐知子「変わらず高いテレビの役割～2009年6月『小・中学生のテレビ・メディア利用実態調査』から～」NHK放送文化研究所編『放送研究と調査』2010年3月号，pp.66-83を参照。

4) NHK放送文化研究所編『テレビ視聴の50年』NHK出版，2003年

5) 同上

6) 社団法人コンピュータエンターテインメント協会『2009CESAゲーム白書』

7) 任天堂株式会社『第70期報告書』
http://www.nintendo.co.jp/ir/pdf/2010/breport_1003.pdf

8) 渡辺誓司「家庭内多メディア共存時代のいま～テレビ番組・ゲームと家族コミュニケーション」『放送研究と調査』2010年6月号，pp.24-41を参照。

9) エンターブレインによる調査（2007年9月実施），栗木契「検証!『ファミコン，PS，Wii』二度の逆転劇」『プレジデント』プレジデント社，2008年4.14号，pp.164-171を参照。

10) 浜村弘一『ゲーム産業で何が起こったかー巨大エンターテインメント業界のいま』アスキー，2007年，pp.52-56

11) 既存の子どもとテレビに関する調査研究や，メディア・リテラシー育成の取り組みについては，小平さち子「テレビ50年 子どもとテレビ研究・50年の軌跡と考察～今後の研究と議論の展開のために～」『NHK放送文化研究所年報』47，2003年，pp.53-110に詳しい。

12) ・日本小児科医会による「『子どもとメディア』の問題に対する提言」2004年2月5日
・日本小児科学会（こどもの生活環境改善委員会）による提言「乳幼児のテレビ・ビデオ長時間視聴は危険です」2004年4月5日

13) 家庭，学校，地域での取り組みについては下記を参照。
・村野井均「特別企画・子どもの発達とテレビーメディアリテラシー教育のいま（1）学校で番組作りを教える時代」『児童心理』2003年3月号，pp.107-112
・藤川大祐「学校・家庭でできるメディアリテラシー教育（新連載・1）時事的問題としての携帯電話ーディベートで高めるメディアリテラシー」『児童心理』2009年1月号，pp.114-120
・村野井均「特別企画・子どもの発達とテレビーメディアリテラシー教育のいま（2）学校と放送局が協力した番組作り」『児童心理』2003年4月号，pp.107-112

14) 渡辺誓司「進む学校放送利用の多様化と進まない学校のデジタル化～2008年度NHK学校放送利用状況調査から～」『放送研究と調査』2009年6月号，pp.32-49を参照。

15) 村野井均「特別企画・子どもの発達とテレビーメディアリテラシー教育のいま（3）スーパーやＣＡＴＶと協力した番組作り」『児童心理』2003年5月号，pp.107-112を参照。

16) 国立政策研究所編『メディアリテラシーへの招待：生涯学習社会を生きる力』東洋館出版社，2004年を参照。

17) 「“子どもに良い放送”プロジェクト中間総括報告 0 - 5歳」前掲参照。

18) BPO 放送と青少年に関する委員会「今，テレビは子ども達にどう見られているか？ー小中学生36人インタビュー＆アンケート調査」報告 2007年
http://www.bpo.gr.jp/youth/research/interview.pdf

19) 日本PTA全国協議会「平成21年度マスメディアに関するアンケート調査　子どもとメディアに関する意識調査 調査結果報告書」2010年

http://www.nippon-pta.or.jp/material/pdf/17_mediahoukoku.pdf

20) 電通総研が中心になって設立した「家ナカ研究会」が，2009年6月に，子どもがいる全国の既婚男女1,000人を対象に実施したウェブ調査による。

21) 子どもは，学年と調査設問に関する理解力とを考慮して，小学校4～6年生の男女に対象を限定した。

22) たとえば，国立社会保障・人口問題研究所「第13回出生動向基本調査」(2005年6月実施) によると，小学校高学年の子どもがいると推定される結婚持続期間10～14年の初婚同士の夫婦の場合，結婚前に就業していた妻のうち子どもがいる専業主婦の割合は36.8％である。なお，この調査における「専業主婦」とは，結婚前に就業していて現在無職の場合を指す。結婚前に就業していた妻の割合は，全体の86.0％である。

23) ウェブ調査時点での小学生の携帯電話の利用は，たとえば，内閣府「第5回情報化社会と青少年に関する意識調査」(2007年3月実施) によると，携帯電話を使用している小学生 (4年生～6年生) の割合は31.3％であった。

24)「“子どもに良い放送” プロジェクト中間総括報告 0 - 5歳」前掲参照。

25) 文部科学省が2008年1月～3月に実施した調査によると，学校の公式ホームページとは異なり，児童・生徒が独自に作った「学校裏サイト」が全国におよそ3万8千件あった。中学校・高等学校に関するサイトが中心だが，小学校関係のものも存在した。

「青少年が利用する学校非公式サイトに関する調査報告書」2008年

http://www.mext.go.jp/a_menu/sports/ikusei/taisaku/1262855.htm

26) 5％水準で有意な差がみられたのはMC低調型の父親のみであったが，他の4つのタイプの父親においても，有意な差はないものの，無関心と回答した割合が高い傾向にあった。

27) 家庭訪問および母・父・子の個別インタビューという負担にどの程度の応諾者が得られるか予測がつかず，依頼数を増やすことで，少しでも多くの応諾者を得ることを目指した。ウェブ調査で設定した，きょうだいに関する条件も，同様の理由から省くことにした。

28) 家庭訪問調査の対象家庭のメディア・コミュニケーション・タイプを同定するため，スクリーニング調査と質問紙調査では，ウェブ調査で使用したのと同じ質問項目を使用した。今回は，ウェブ調査で得られた各変数の平均点と標準偏差を基準とし，スクリーニング調査，質問紙調査での各変数の得点がそれぞれ1標準偏差以内にあることを第1条件，家庭内の各変数得点の相対的関係性を第2条件として，コミュニケーション・タイプを分類した。

29)「デジタル教科書」とは，教科書の内容をデジタル化した教材ソフトを指す。電子黒板などに教科書のページを映し出し，文字や文章，写真などを拡大したり動かしたりできる。児童・生徒が持つ情報端末で利用するとともに，教師の電子端末とネットワーク化することも検討されている。

30)「原口ビジョン」(2009年12月)

http://www.soumu.go.jp/main_content/000048728.pdf

「新たな成長戦略ビジョン－原口ビジョンⅡ－」(2010年5月)

http://www.soumu.go.jp/main_content/000064871.pdf

31) 調査は，2010年3月12日～17日に，全国の3～5歳児の母親600名に対して実施した。このうち，複数回答で子どもへのテレビ番組の見せ方をたずねたところ，YouTubeなどの動画サイトでテレビ番組を見せることがある母親の割合は24.8％，ワンセグ放送の番組を携帯電話で見せることがある母親の割合は9.3％であった。