

子どものテレビ視聴に関する問題(Ⅱ)

—テレビ視聴量に関する問題—

大 石 純 悟

はじめに

テレビジョンが放送開始されて以来、6年有余になるが、本年8月末で、既に全国では280万台を越える目ざましい発達普及が見られるようになった。その間、テレビの功罪について種々論議されてきたが、その中で特に教育的な面から、テレビが子どもの生活に及ぼす影響として、睡眠、健康、学習などの生活習慣や学習態度、或は社会行動などの点から調査研究がなされ、これが指導についての示唆が与えられてきた。しかしなお、根本的な視聴指導の解決にまで迫っているとは考えられない。単に視聴に対する現象的な調査だけに終わっているものが多く、視聴する側にある問題の追求には深く入っていないようである。そこで本研究は、子どもの視聴傾向の特性から視聴量に及ぼす要因を考察し、視聴指導の方向を考えて見たいと思うものである。というのは、子どものテレビ視聴量の増減が、子どもの年齢、性別、知的段階、或はその社会的背景から、子どもの生活への適応の程度を示すパラメーターとして考えるに役立つように思えるからである。従って本調査研究は、視聴初期の視聴者側の問題を中心としたものであるが、継続的な調査の方向をも含んでいるのである。すなわち、テレビの視聴初期の傾向は、ラジオの日常性と同様に、日常化されると解らなくなってしまう初期の特性から要因を分析して、将来の視聴傾向について考察を進めていきたいと思っている。今回の調査は、昭和34年3月、NHKと民間放送(NKT日本海放送)が殆んど時を同じくして開局された鳥取市において行なったものである。鳥取県では、テレビジョン放送開局以前は、県下のテレビ所有台数は約300台であったが、開局後3ヶ月にして約6700台余に急激な上昇を示し、なお上昇の一途を辿っている。

さて、本研究はその調査対象として視聴初期(開局後3ヶ月以内)の鳥取市内の児童(小学5・6年生約1200名)から、テレビ所有家庭の子ども155名とテレビのない家庭の子ども300名を抽出し、質問紙によって得た資料を基礎として検討したものである。調査研究の内容としては、(1)子どもの知能、(2)性別の差、(3)家庭の社会的階層、(4)子どもの性格、(5)趣味の傾向、(6)テレビの誘引力、(7)両親の影響、(8)テレビの所有期間、(9)他のマス・コミとの接触状況、(10)その他、などを含めている。これらはいずれも子どもの個性と環境の影響による変化を中心問題として考えたもので、そこから子どもの視聴量に変化を及ぼす要因を導き出し、将来の視聴指導に一つの示唆を与えたいと考えているものである。

I 子どものテレビ視聴量における問題

子どものテレビ視聴時間については、既に文部省の「テレビジョンの影響調査」によって、小学生の視聴時間は2～4時間、中高校生は1～3時間、また一日5時間以上もテレビを見ている小学生は（5年生の場合）平日ではほぼ5人に1人の割合となっている、などの視聴量を明らかにしている。このような視聴量の調査には、視聴者の視聴量におよぼす条件も考慮される必要がある。例えば視聴期間、特にテレビセット所有期間の長さによる初期や長期にわたる視聴者の問題、あるいはチャンネルの増加にともなう視聴機会の問題など、自ら視聴量に差異が生じてくることが予想される。また両親の影響、本人の自覚的視聴制限など、直接子どもの視聴量に影響を与えるものである。したがって、子どもの視聴量は、現象的な量の測定だけでなく、それとともに、視聴の量におよぼす諸条件についても、調査上考慮されねば有効な視聴指導の手がかりを得ることがむづかしいと思われる。この意味で本調査は、子どもの将来の視聴量に対する比較資料のためにも、また初期視聴者の特性を検討するためにも、テレビセット所有期間の3ヶ月以内の児童を対象とした視聴量の調査である。

さて、視聴初期にある鳥取市の子どもの視聴量は、平日の調査の結果から見ると、

テレビの視聴時間と比率

視 聴 時 間	人 員	率
約 1 時 間	25	16.1
” 2 時 間	39	25.2
” 3 時 間	44	28.4
” 4 時 間	28	18.1
” 4時間以上	19	12.2
計	155	100

子どもの視聴時間は平均2～3時間と推定できる。この視聴時間は文部省の調査に見られる結果と、ほぼ同じ時間で、一般的な傾向とも見られる。しかし注意しなければならないことは、この視聴時間が、子どもの放課後（下校時間の平均は4.00P.M.）から就寝まで（就寝時間は9.00～10.00P.M.）の5～6時間の自由時間における視聴量であるという点を考えるからである。このような点から見れば、この視聴量は、子どもの余暇利用の時間における比重の大きさから見逃すことはできない。今日問題とされるように、子どもの余暇時間の多くをテレビが占有しているため、有益な諸活動に障害を

与えているのではないかという懸念も生じ、余暇時間の利用に大きな問題をなげかけている。しかし他面、テレビの特性やその提供番組が、子どもに豊かな経験と深い感動を与え、自発的活動への発展や実践力となっているものであるならば、余暇時間に占める比重の価値は、教育的に無視することはできない。ただテレビの提供する番組内容の安易な娯楽に幻惑され、受動的に吸収し、心を執らえられたり、逃避したりするために利用されているならば問題がある。少年少女が冒険、武勇、推理探偵、犯罪などの劇番組に熱中し、英雄のごとく振舞う場面を空想したりすることは、現実において満たされない願望を fiction の世界で満たし、一応の調整を得ていることであって、精神的健康な子どもにおいても、共通した心的メカニズムである。しかし、それが積極的な生活の表

現としての空想でなく、消極的逃避的、あるいは攻撃的な表現となる点に精神的不健康性がある。

本調査では、テレビ番組に対する子どもの視聴態度がかなり積極的であり、規則的であったことは、「あなたは見たい番組をきめていますか」の質問に対して、

きめている	128人	82.6%
きめていない	27	17.4
調査人員	155	100

大部分のものが、好きな番組に対して規則的であることがうかがえた。しかし、人気のある番組に対しては、テレビセットの前に膠着せしめられるが、どのような番組でも無差別に見ているという事実もほとんどない。また「テレビを見ていて、おもしろくない番組になったとき、あなたはどうしま

すか」の質問に対して、次のような回答をしている。

そのまま見ている	4人	2.6%
ほかのテレビ放送に切りかえる	75	48.7
見るのをやめてほかのことをする	75	48.7
調査人員	154	100

殆んど全部の子どもは、合理的選択的視聴方法をとっている。就中「見るのをやめてほかのことをする」子どもの内訳については、「勉強する」「外で遊ぶ」「お手つだいをする」など有益な活動に利用されているようである。

外で遊ぶ	10.7%
ラジオを聞く	3.6
マンガをよむ	5.9
お手つだいをする	14.3
勉強をする	50.0
その他（室内での遊びを含む）	15.5

特に勉強する子どもが半数を占めていることは注目値する。視聴後3ヶ月未満で視聴態度がほぼ固定しかけている様子うかがえる。このような結果から考えると、テレビの視聴量が余暇活動に占める地位は大きいが、子どもの自主的な時間の利用によって、むしろ子どもの生活を合理的規則的なものにしていくこともまた事実であろう。

これらの調査結果の事実、テレビ所有期間の3ヶ月以内のうちに形成された視聴態度であって、家庭あるいは学校の視聴指導ならびに、本人の自覚的意識の積極的な高まりが現われているものと見てよい。したがって、視聴量の増減は、子どもの自律的な生活意識にもとずいて考慮されねばならないものである。いたずらに、視聴量の増加を憂う必要はない。ただ視聴量の増大を問題としなければならない点は、子どもの生活への適応度合であって、テレビへ誘引され、逃避的、攻撃的な行動となって現われる場合である。この点視聴量は生活適応のバロメーターとして考えられるゆえんである。それでは、どのような要因が、子どもの視聴量に影響して、見る興味を増減させたり、視聴時間を異常なまでに過ごさせたりするものであろうか。テレビの視聴指導上から、視聴量におよぼす要因について考察を進めていきたいと思う。

II テレビ視聴量におよぼす要因

社会的経済的決定因子は別としても、子どものテレビ視聴量に多くの要因が作用していることは事実である。しかし今日、視聴者側から考えられる主要な要因としては、まず最初に、年齢、性、

知能、社会的階級などであろうと思われる。(1)年齢や性は、成長とともに変化する趣味や知的成熟の増加、あるいは情緒的要求や事情の変化などによって、視聴量の増減変化に影響をおよぼす要因と考えられるし、(2)社会的階級の要因は、直接子どもの視聴量に影響する背景的要因と考えられるものであるし、(3)知能の優れている子どもと比較的劣っている子どもとでは、知能と視聴反応との関係から見て、概して劣っている子ども程視聴時間が多く、優れている子どもは批判的で選択性があり視聴時間も少ない、という視聴量の知的要因が考えられる。

しかし、これらの要因は、あくまで視聴者側から影響する要因である。われわれは、これら視聴者側の年齢、性、知能、社会的階級の変数だけで、子どもの視聴量における要因を十分に考慮し解明しているとは思っていない。子どもの視聴量の増減に直接的な力となって作用する他の幾つかの factors についても考えなければならない。それは家庭における (4)両親の影響であり、(5)子どもの友人や家族との関係の性質や、一般的な家庭の雰囲気における子どものパーソナリティの要因、さらには(6)テレビセットの所有期間の長さによる要因など、その他多くの要因が子どもの視聴量に大きな影響力となっていることを知らなければならない。そこで本論においては、特に知能、初期視聴者の特性、趣味の型式及び両親の影響から、視聴量への影響について考察していきたいと思う。

(I) 知能と視聴量

知能が子どものテレビ視聴量に及ぼす要因の中で最も重要な背景因子として考えられることについては前研究報告においても述べた。知能は学習する能力であるため、テレビ視聴における基礎的な条件であるともいえる。したがって、知能とテレビ効果との関係は、一方においては提供される番組内容を理解する能力、他方においては、他の情報源(子ども達が接触する)と比較される番組内容の水準によって、現われてくるものである。知能が子ども達の視聴量や見る興味に示された反応については既に英国の研究調査において報告されている。知能と視聴反応との関係は、知能の優れた子ども程一層批判的であり、テレビを見る量は下降し、見る興味は減少している。しかし知能が普通や普通以下の劣っている子どもは、今までより一層広い興味を得ることによって最もよく反動的であったし、比較的視聴量も多いことを報告している。このように低い知能の子どもが、興味的反応を示したことは、反面不適当な番組内容や有害な価値をもった番組を終始提供されると、それらの番組によって影響される可能性を示すものであろう。また、比較的低い知能の子どもは、視聴量の多いときは、普通知能の子どもと全く違った意味をもってくるものであることに注意しなければならない。このような子どもは、趣味範囲が狭いか、殆んど持っていないかであって、テレビが、新聞や本の代用となっている主要な刺激源であり、またそれらの子ども達に適する方法や歩調で提供されているため、当然、子どもの視聴量が多くなることは予想される。ところが知能の高い子どもの場合、視聴量の増加は、めぐまれない環境の兆候であったりまた子ども自身の心の中の個人的な問題の信号であることがしばしばであるといわれる。一般的に知能の高い子どもは趣味範囲

も広いため本を読んだり、趣味の仕事に従事することができるため、テレビが生活の中心的役割を占めることは少なく、視聴量も減少するものであろうと考えられる。しかし、知能と視聴量との相関は、初期においては必ずしも上記のような結果とはならない。これは初期における子どもの傾向性になんらかの特性が作用していることが考えられるからである。ここにおいて、視聴量におよぼす要因として、知能と視聴量との関係について考えるため、両者の連関から初期における傾向をながめて見ると、

Table 1 知能別に見た視聴量との連関

知能別 \ 視聴量	1～2時間 (軽い)	2～3～4時間 (普通)	4時間以上 (重い)
偏差値 55以上	28.6%	33.3%	38.1%
" 45～54	27.3	33.3	39.4
" 44以下	68.8	12.5	18.7
平 均	41.6	26.3	32.1

上表に見られるように、知能と視聴量との相関における特徴は、普通知能以上のものの視聴量が視聴時間の長くなるにつれて高くなり、普通知能以下のものは、視聴時間の増加によって低くなっている。これはさきの英国における調査とは逆な現象であるが、これは視聴初期の特殊な傾向性として考えられるものである。すなわち、まだ視

聴習慣や番組選択が固定されず、テレビの新奇さから脱却していない傾向とも見られるし、また知能の低いものは、理解能力の困難性からくるものと考えられるし、趣味範囲も狭く、まだ平易で解りやすい安直な娯楽（例えばマンガなど）の方に吸収されているものとも考えられる。いずれにしても、両者の知能と視聴量との関係においては、視聴初期の新しい媒体に、知能の優れた子ども達は、余暇時間の多くを当てているので、視聴興味はますます増加し、視聴量が増大することが予想される。しかし、知能の高い子どもと低い子どもの視聴量が、上述したように時間経過と共に変化することが予想されるためには、どれだけの期間を要するものであろうか。新奇さから脱け出す時機や脱却した後の両者の視聴量は、どのように変化するものであろうか。Hilde T. Himmelweit等の研究によると、視聴量は最初の3ヶ月の内に、子どもたちの年齢、知能、パーソナリティと一致して固定するが、テレビ所有期間の長さが、3年から5年後には、同じ境遇にある初期視聴の子どもより、一週間約2時間程少なくなっている、とのべている。それゆえ、テレビ視聴の3ヶ月で、年齢知能の共通した大部分の子どもたちは、テレビの圧力を克服することができ、それ以後は視聴する習慣の型が固定し、テレビ所有期間の長さによって、視聴量は減少するといえる。しかしこの視聴量の減少が、劇的な下降線を辿っていないことに注意する必要がある。その理由は、知的な子どもの自主的選択的視聴によって、視聴量の下降と興味の減少が考えられるが、他方、普通や普通以下の知能の子どもは、テレビへ接触している期間の長さに応じて、興味の拡大、情報の吸収がなされ、反応強化による視聴量の増大が考えられるからである。したがって、上表の両知能群に見られる視聴量との関係は、視聴初期の傾向であって、所有期間の長さとともに変化の可能性が考

えられる。

以上のように考えてくると、知能の優劣は、個人の理解能力と番組の選択的節度的視聴態度によって、子どもの視聴量に影響する主要な要因として考えられるものであり、それによって、子どもの生活におけるテレビの役割も、自らその地位を異にするものであることが理解されるものである。

(II) マス・メディアに対する要求とテレビ視聴量

視聴量に及ぼす第二の要因として外部の刺激に対する要求の強さの程度について考えねばならない。特に大衆娯楽としての ready-made の娯楽に対する要求は、社会的経済的理由を別にすれば、その子どもの性格や家庭における生活状況によるものであることが想像される。これは英国の Norwich 地方における 1955~1956 年の 1 年間における調査研究の結果であるが、放送開局後の初期にテレビを購入した家庭の子どもには次のごとき四つの主要な特性のあることを指摘している。

- (1) 子ども達は ready-made の娯楽に非常に熱心さを示した。子どもの趣味は狭く、未成熟で開発されていない。
- (2) 子ども達は、自身の将来に対して非常に低く、しかも一層限定された抱負をもつ傾向がある。
- (3) 家庭の監督が今までより弛緩した。
- (4) 子ども達は一層社交的で外向性をもつ傾向がある。

勿論この調査は調査対象を選択する場合、十分な注意が払われ、年齢、性別、知能、家庭の社会的背景などを均等にした対象群を、テレビを「見ている子ども」「見ていない子ども」に分け、比較対照の結果から論ぜられたものである。

この結果から考えられることは、第一に初期の視聴者は ready-made の娯楽に対して最も強い要求をもっているが、大衆娯楽の趣味においても発展性がなく、趣味範囲の狭いことが察せられる。そこで、本調査では子どもの娯楽資源であるマス・メディアに対する選択の順位から接触の状況についてのべ、子どもの要求の強さについて考えて見たいと思う。そこでまずマス・メディアの選択順位を配列すると

Table 2 mass media の選択順位

種別 順位	テレビ	映画	マンガ	ラジオ	新聞	雑誌	本
男	1	2	3	4	5	6	7
女	1	2	3	4	7	5	6

Table 2 のごとく、男女間に僅かな相異が見られるが、その一致相関はかなり高い。(順位相関係

数は Kendall の $\tau = 1 - \frac{2Q}{\frac{1}{2}n(n-1)}$ によって求めると、 $\tau=0.809$)

つぎにこのようなマス・メディアとの接触状態を見ると次の通りである。

Table 3 映画の1ヶ月の観覧回数

回数	0	1	2	3	4以上
比率別					
男	20%	31.5%	31.4%	5.7%	11.4%
女	22.9	45.6	22.9	5.7	2.9
平均	21.5	38.6	27.2	5.7	7.2

Table 4 ラジオの1日の聴取時間

聴取時間	0	1時間以内	1~2時間	2~3時間	3時間以上
比率別					
男	17.2%	51.4%	17.1%	2.9%	11.4%
女	17.0	54.3	11.5	8.6	8.6
平均	17.1	52.9	14.3	5.7	100

映画は1ヶ月平均1.4回、ラジオは1日平均1.06時間、視聴している。また印刷されたマス・メディアとしてのマンガ、雑誌、本の1週間の読書量は、

Table 5 マンガ、雑誌、本の1週間の読書量

種別	マンガ	雑誌	本
冊数			
男	9.9	3.1	3.6
女	5.3	2.3	3.7
平均	7.6	2.7	3.7

Table 5 のように、平均読書量としてマンガはかなり高い数値を示している。またその選択順位からしてもマンガ、雑誌、本となっている。

このように外部の刺激に対する要求の強さは、テレビ以外の他のマス・メディアについても高く、テレビの初期視聴者の視聴量とかなり高い相関度をもって考えられることに注意する必要がある。例えば子ども達が多くのお機に接触するマス・メディアの中で、特にマンガの読書量とテレビの視聴量との相関について考えて見ると、

Table 6 マンガの読書量とテレビの視聴量との相関

テレビ視聴量	1~2時間	2~3時間	4時間以上	
マンガの読書量(冊)				
0 ~ 5	26.8%	39.0%	34.2%	
6 ~ 10	25.0	58.3	16.7	
11 以上	5.9	41.2	52.9	
平均	21.4	42.9	35.7	100

マンガの読書量の多いものほど、テレビの視聴量も多くなっている傾向が見られる。これは一つの傾向として両者の関係を数的にながめて見ると、両者の相関の有意水準は、

$$x^2 = N \left\{ \sum \frac{f_{ij}^2}{T_i T_j} - 1 \right\} \quad x^2 = 17,080$$

$$N = \text{度数}, \quad df = (3-1)(3-1) = 4$$

$$f_{ij} = \text{各細胞の大きさ} \quad \therefore P < 0.01$$

$$T_i T_j = \text{行、列の周辺度数}$$

1パーセントの有意性をもって、一つの傾向性を立証している。なお、テレビ所有家庭の子どもの刺激に対する要求の強さの特性を見るため、テレビを持たない家庭の子どもの比較において見ると、

Table 7 テレビ所有家庭の子どもと非テレビ所有家庭の子どものマンガの読書量の相関

グループ別	テレビ・グループ	非テレビ・グループ
マンガの量		
0 ~ 5冊	59%	61%
6 ~ 10	17	27
11 以上	24	12
計	100	100

両者の有意差を検定するため x^2 検定を行って見ると、
 $x^2 = 14,120$
 $df = 2$
 $\therefore P < 0.01$

となり、有意差が認められる。これは明らかにテレビ所有家庭の子どものマンガの読書量が、テレビのない家庭の子どもより多いことを示すものである。両者の差の信頼性については、

$$f_0 - \sqrt{\frac{f_0 \cdot x^2 a}{n-1}} \leq \phi \leq f_0 + \sqrt{\frac{f_0 \cdot x^2 a}{n-1}}$$

〔 f_0 =実測頻数、 ϕ =真の頻数、 n =カテゴリーの数、 $x^2 a$ =自由度 ($n-1$) で危険率 a のときの x^2 の値〕
 によって、11冊以上の場合の両者の差の信頼性について検定して見ると、信頼限界は、

テレビ・グループは $\therefore 15.5 \leq \phi \leq 32.5$

非テレビ・グループは $\therefore 6 \leq \phi \leq 18$

であるから、両者の関係は、わずかに重なっているため、この調査においては真の差があるとは言えない。調査人数を増せばその差が見られる可能性はある。しかし、テレビ所有家庭の子どもの刺激に対する要求の強さは、テレビを持たない家庭の子どもより強いという傾向性はこの例によっても考えられるであろう。

以上のように、外的刺激に対する要求の強さは、マンガの一例によって検証しただけであるが、テレビ所有家庭の子どもの中には、比較的強い傾向性のあることが見られる。この傾向性は、初期視聴者の特性であると考えられるもので、テレビの普及と日常品化によって、解らなくなる特性ではないかと考えられる。そのように考えてくると、この特性は、テレビ視聴後につくられたものであると見るより、テレビ視聴以前にその傾向性がつくられていたものであると考える方がよいのではないと思われる。したがって、テレビに接触する以前も他のマス・メディアに接する機会が多くあったと見るべきである。それでは以前から既にあった傾向性とは何か、どうしてつくられたものか。ここに初期視聴者のパーソナリティの問題が考えられてくる。Himmelweit 等の見解によると、初期視聴者の外部の刺激に対する要求の強い子どもは、趣味の欲求は少ない。これは知能や社会的背景によるものでなく、その子どものパーソナリティや見解に帰すべきものであるとしている。パーソナリティと視聴量との問題については、前研究報告で詳細に論じたから、ここでは省略する。いずれにしても、テレビ視聴量と他のマス・メディアとの関係は、両者の量の連関において考えられる一つの傾向性をもっていることあり、その傾向性は、知能や社会的背景によるものでなく、テレビ視聴以前に形成されているものであることが理解されよう。

しかし、テレビの視聴期間の長さは、このような初期の傾向性を、テレビの日常化の中に同化するため、その特性を解明することは困難になってくる。すなわち、読書量や映画、ラジオの視聴は、時間とともに、テレビの視聴量の増大につれて著しい減少を示している。ところが、テレビの新奇さから脱し、視聴態度が固定する一定の期間後は、再びテレビの影響から失なわれた地位を回復する傾向が現われている。この回復の傾向は、アメリカの成人間における調査においても、雑誌の読書量の増加をあげているし、L. Bogart は図書館の本の借出し調査から、テレビ所有後約1ヶ年にして興味の仇敵の出現を報告している。英国における調査においても、テレビ視聴後約2、3年

にして、読書の量が增大していることをのべている。

また映画についても、ようやくその兆が見えているようである。映画の場合は、映画スターとか社交上の意味から、特殊な興味の上に現われてきたものようで、思春期の青年の余暇活動の利用上に意味がある。

映画と同様、ラジオの場合も、視聴後1年にして5%、5年にして8%の増加が英国においては見られている。これもラジオを特殊なプログラムの提供、例えばパネルゲーム、ディスカッション、音楽、スポーツ司会などによって、聴取者を維持しているのであって、ラジオの役割の変化に伴って現われてきた増加とも見らるべきものである。

ただ漫画については、時間と共に、読書量の変化は、視聴後3年の調査において、反って減少していたことを報じている。

(Ⅲ) 趣味と視聴量

視聴量に及ぼす第三の要因として、子どもの趣味傾向について考える必要がある。趣味は必ずしも一つの限定された好みでなく、類型的領域が考えられるため、テレビだけに限らず、ラジオ、映画、書物(マンガを含む)など、子どもたちの好みの基礎となる共通した趣味のパターンにおいて、他の興味に関係ずけて考える必要がある。このように考えると、テレビ番組に対する趣味傾向は子どもの共通した趣味型式からふえんされた番組の好みによって視聴量に影響する要因として考えられるものである。

そこで、テレビ番組の視聴傾向を見る前に、比較的を考えるため、初期視聴者のラジオ番組に対する聴取状況を見ることにする。最も人気のある番組を七つの種類に類別し、性別に処理した結果は次の通りである。

Table 8 ラジオ番組の性別聴取状況

種別 性別	(調査人員)	家族向番組 (お父さんはい おひと目一番 地など)	子ども向番組 (赤胴鈴之助 子どもニュー ースなど)	推理探偵 (素人ラジオ 探偵局 星をあげる)	ヴァリエティー (お笑い三人組 など)	スポーツ	クイズ (私はだれ でしょう)	歌謡曲
男	57	21.0%	33.3%	8.8%	15.8%	10.5%	5.3%	5.3%
女	67	46.3	16.4	6.0	16.4	0	0	14.9
平均	(124)	33.7	24.8	7.4	16.1	5.3	2.6	10.1

ここに掲げた最も人気のある、あるいは聴取量の多い番組に関する限り、ラジオ番組の嗜好傾向は、男女の性別によって、その好みの差 ($\chi^2=28.52$ $df=6$ $\therefore P<0.01$) に明らかな有意差が認められる。また知能別に男女の差を検定すると (知能偏差値 51以上 50以下 の二群別にして処理)、女子

においては殆んど差は見られないが、男子においては決定的でないが ($\therefore 0.20 > P > 0.10$)、かなり高い数値が見られた。

子ども番組に対する好みは、年齢、性、知能に影響され、趣味は子ども個人の要求やパーソナリティーの形成によって決定されるともいわれるし、また一般的に、番組に対する嫌悪の情は、知能よりもむしろ、年齢、性によって決定されるとも見られている。このように考えてくると、上記の性別によって認められた有意差、知能別によって認められない差の事実は、子どもの好みに複雑な因子の相互関係が考えられてくる。ただ一定の番組に対する子どもの好みは、子どもの性、情緒、そして知的成熟の函数であり、子ども自身の特異的な要求の函数であるということはできるであろう。

つぎに同じ対象によるテレビ番組の好みについて調査した結果によると、ラジオの場合と、稍、異った傾向が見られる。

Table 9 テレ ビ 番 組 の 性 別 視 聴 状 況

種別 性別	子ども向番組	スポーツ	推理探偵	ヴァリエティー	家族向番組	その他
男	60.0	17.1	14.3	5.7	0	2.9
女	45.7	0	20.0	17.1	8.6	8.6

ラジオ番組とテレビ番組における子どもの好みのなかで、特に目立ったものは、家族向番組と子ども向番組とに見られる男女の逆な対照、男子のスポーツ、クイズ番組と女子の歌謡曲番組との逆な対照などである。ラジオ番組における現実的な親近性は、家族番組における女子の好みにおいてうかがえる。ところがテレビ番組の場合は、この家庭向放送が子どもの好みから、かなり離れていることに注目する必要がある。これは番組の内容が、子どもの現実や理解から離れているもので、ラジオ番組において見られるような、成人を対象としていながら、子どもも共に見て楽しめる家庭向番組でないことを物語るものであろう。したがって、女子の番組の好みの傾向も、ラジオにおける家族向番組ではなく、男子と同様に、子ども向番組が第一位になっている。番組の好みについて特に注目に値するものは、推理探偵番組が、男子と同様、あるいはそれ以上に、女子において人気のあることである。この傾向は英国の調査においても、推理探偵犯罪など意外な番組に関心がもたれていることに注目されている。

さて、ここにおいて、番組の内容から子どもの好みの型を導き出せば、子どもにアピールする本来の趣味傾向が明らかになるのではないかと思われるし、またこの好みの傾向が、子どもの視聴量にどのような番組の型式として影響をおよぼしているかということも考えられてくる。そこでわれわれは、子どものテレビ番組の嗜好状況から趣味傾向を類型的な型式によって類別して考えて見よう。

(1) 西部劇やチャンバラ劇を中心とする興奮群型 (The excitement Cluster)。

この型式に属するものは、冒険もの、犯罪探偵推理もの、宇宙旅行、宇宙人などに関する群が含まれる。

(2) 平凡な家族を対象し、番組内容に変化の多い家庭ものを中心とする社会的強調群。

(The Social empathy cluster)

この類型に属するものは、有名人の劇、視聴者を笑わせたり、悲しませたりするもの、恐ろしい劇や物語、恋愛もの、学校生活、歴史上のでき事などが考えられるが、ある程度、第一群とオーバーラップした面もある。

(3) 前二群の混合した型式で社会的強調群と興奮群の混合群 (Mixed Social empathy and excitement cluster)

この型式の代表的なものは、バラエティ、ものである。巧みなジョークや風刺、歌、笑をもった速い変化のある一幕のシリーズものである。

以上三つの型式群の外に、舞踊や絵画のごとき芸術群 (The artistic cluster) や、建築学、ニュース、時事問題、政治などを含む知的群 (The intellectual cluster) も考えられるが、子どもの視聴に特に著しい関係のあるものは前三群であるだろう。

つぎに、このような子どものテレビ番組に対する好みの類型的傾向から、趣味の型式を予想するため、他のマス・メディアとの関係において、どのような関連性をもっているかを見ることによって、われわれはある程度子どもの趣味傾向を類推することができる。

われわれはさきに、テレビ視聴初期の傾向として、視聴前に子どもの視聴傾向への要因が形成されていることについて考察したが、趣味型式の場合においても同様に、テレビ番組の好みと他のマス・メディア (ラジオ、映画、読書) との間に有意義な相関のあることが考えられる。これは Hilde T. Himmelweit 等の研究であるが、テレビ番組のタイプとラジオ、映画、読書とにおける等しい種類においては、有意的連関が Tau 係数 (Kendall の趨向的一致性を重んずる相関係数、

$$\tau = 1 - \frac{2Q}{\frac{1}{2}n(n-1)}$$
) によって立証されている。すなわち、興奮群に属する西部もの、犯罪冒険

もの、探偵推理もの、あるいは社会的強調群に属する家庭もの、恋愛ものなどのテレビ番組の型式は、ラジオ、映画、読書の中に、興奮への好みが増大していることを示している。また、テレビ番組の型式とマンガを読むことに有意義な相関のあることも示めされている。相関の高いものは、犯罪探偵推理、冒険、西部劇、恋愛もの、偉人もの、昔のでき事などで、子どもたちの読むマンガの内容との傾向性が一致していることである。ただ、普通の家庭ものに関する興味は、テレビとマンガとにおいて殆んど有意差がなかったことは注意に値する。したがって趣味への要因は、一定の趣味型式だけに限定されて視聴量に影響しているとも見られる。すなわち、興奮群に属する型式の種目は、テレビ、ラジオ、映画、読書において趨向的一致相関が見られることである (ただし、テレビ

と新聞の場合の相関はない)。例外としては、テレビの宇宙旅行は、独立した趣味で犯罪や冒険ものの番組とは殆んど関係が見出されていない。かく考えてくると、大抵の趣味の型式は、テレビ、映画、ラジオ、読書によってふえんしていくことができる。したがって、ある程度まで、子どものテレビ番組の好みは、ラジオ、映画、読書の選択から予想されるし、他のマス・メディアに接する量からテレビの視聴量に影響する要因も考えられてくるであろう。

さらにまた、子どものテレビ番組に対する趣味の型が、他の余暇時間における興味との間に、どのような関連性があるかについて考えて見たい。最も人気のある番組を三群、すなわち推理探偵もの、バラエティもの、ドキュメンタリ形式のもの(ニュース、時の話題など)を選び、これに興味調査による16の興味領域、すなわち(1)戸外での集団競技スポーツ、(2)戸外の競技スポーツの傍観(3)戸外での半集団活動(非競技的なもの)、(4)自然的興味、(5)室内ゲーム、(6)実用的な手工や構成的活動、(7)収集する興味、(8)芸術的自己表現活動、(9)想像的投影的ゲーム、(10)音楽的興味、(11)文化的知的興味、(12)時事問題の興味、(13)受動的な軽い娯楽、(14)読書活動、(15)家庭の創造的活動、(16)一般的な家庭活動、などの平均得点を比較した結果によると、

(1) 推理探偵ものを好むものは、その興味得点が殆んど興味領域の各点において平均と接近している。特に演劇を観賞したり、物語を作ったり、政治を論じたり、チェスを指したりする文化的知的な追求における興味は平均以下であった。

(2) またドキュメンタリ形式の番組を好むものは、興味得点が平均よりはるかに高い傾向を示した。特にカード、クロスワード・パズルのような室内ゲーム、あるいは、木や金属を利用する実用的な手芸やエンジンの機能を研究したりする構成的活動など、文化的知的な興味は平均以上に高い。しかし、家庭的な仕事(料理、商売、小さな子どもの世話)やマス・メディア(受動的な軽い娯楽)に対しては平均以下であった。

(3) さらに、家庭的、情緒的雰囲気があって、しかも願望充足の大きな要素を含んでいる番組であるバラエティものを好むものは、中学生で知能の低いものに多いようである。彼等は大部分の興味領域において平均以下の傾向があり、趣味の型は知能の優れた子どもの型とは逆であった。彼等は座ってするゲームやあらゆる形式の文化的知的な興味に関心をもつことが少ない。が他方、家庭的な仕事や、盛装したり、演技したりすることを楽しんでいるようであった。これは、むしろ非知的、非活動的な夢多き思春期の典型的な特徴であるようである。

いずれにしても、これら三群の番組に対する趣味の型が、子どもの興味領域の平均に近いということは、一般的なアピールが番組内容にあることを示すものであり、興味領域からテレビの視聴量が類推できる要因といえることができる。

以上のように、趣味の型は子どもの余暇活動における興味の領域とさまざまな面で類型的な相関が見られるもので、テレビ番組の選択と子どもの趣味傾向とは連合的な関係があるといえることができる。このように考えると、子どもの趣味は性、年齢、知能に応ずる番組の好みによって、視聴量

に影響するものと考えられるし、共通した趣味類型の上に立った番組の提供に対しては視聴量に影響する要因として重要な役割を演ずるものである。

Ⅳ 両親の見本と視聴量

視聴量の第四の要因として、家庭における子どもの視聴態度と両親の影響について考えて見たい。家庭における両親のテレビに対する視聴指導は、直接間接に何らかの形で行なわれていることが予想されるが、なお充分であるとはいえない。特に視聴初期においては、両親の視聴が優先する場合も多く、番組選択上家族間に主導権の争いがあるようである。本調査では、家族内におけるテレビの主導権をもっている子どもは65.2%もあったが、自分の見たい番組を他のチャンネルに切り換えるものは、父、兄、母の順になっている。スイッチを入れることと、テレビを見る主導権及び支配権は別で、子ども達のテレビ番組に対する要求不満も32.2%現われている。これは家族内の支配権の順序につながっているようである。

ところで、支配権の優位にある両親の、子どものテレビ視聴に対して、どのような指導、態度でのぞんでいるか。両親の子どもに対する視聴指導に関する調査において、

Table 10 子どものテレビ視聴に対する
両親の態度

なんともいわない (両親の放任)	21.3%
ときどき、よい番組を見なさい。 悪い番組は見ないように注意する (番組選択の注意)	41.3
自分でよい番組を選んで見なさい (子どもの自主性に委す)	17.4
両親が見てよい番組をすすめる (指示的)	19.4
その他	0.6

調査人員

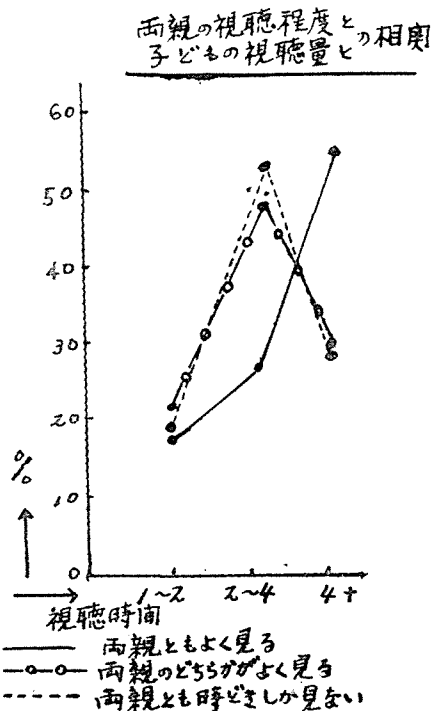
155

上表のような結果を得た。大部分は選択視聴の指導が与えられている。視聴に対する両親の放任が21.3%もあるが、視聴に対する放任はイギリスにおいても約 $\frac{1}{4}$ あったことを報じている。また家庭における視聴のコントロールが、アメリカの初等学校では $\frac{1}{4}$ であったことを思えば、視聴初期における鳥取市内では、両親の視聴指導がかなり行われていると見られるであろう。

このように、両親の視聴指導が、子どもの視聴態度に向けられている以上、子どもの視聴傾向は早い期間において固定することも予想される。しかし両親の視聴態度が子どもに影響し、子どもの自主的な選択視聴を阻害する場合も考えられる。視聴量の多いことが必ずしも問題ではない。子どもの余暇時間の利用が、テレビによって占有され有益な諸活動や睡眠が阻害されることに問題がある。しかも未成熟な子どもの趣味が低俗な成人向番組によって形成されるとなれば、子どもの成長に憂うべき問題が多く残されることになるであろう。このような点から考えて、家庭における視聴指導上、両親の見本が重要な役割を演ずることになる。そこで、両親のテレビに対する視聴態度を、子どもからの評価を基礎とし、子どもとの視聴量の相関を考えて見ることにする。この資料は、子どもから見た両親の評価であるため、決定的な信頼をおくわけにはいかぬが、両者の相関に見られる傾向性を否定することはできないであろう。

Table 11 両親の視聴程度と子どもの視聴量との相関

両親の視聴程度	子どもの視聴程度			全体の率
	1~2時間 (軽い)	2~3~4時間 (普通)	4時間以上 (重い)	
両親ともよく見る	18 %	27 %	55 %	15.7 %
両親のどちらかがよく見る	22	48	30	38.6
両親ともときどきしか見ない	19	53	28	45.7
平均	20	43	37	100



上表から見られるように、適度に視聴する両親のもとにある子どもの視聴時間は、平均の視聴量の水準に多く集まっているが、両親の視聴程度の高い家庭の子どもの視聴時間は、両親の視聴量に相関して現われている。この相関の程度を検定して見ると、

$$\chi^2 = 10.64, \quad df = 4, \quad \therefore P < 0.05$$

となり、相関の有意が立証される。したがって、両親ともよく見る家庭の子どものは、テレビの視聴量も多いという傾向性が理解されるであろう。なおこの相関をグラフで表わすと、一層その傾向が明瞭に把握されるであろう。

要するに、両親の視聴態度、すなわち両親の見本が子どもの視聴量に影響を与える要因となっている事実が理解されるであろう。

む す び

以上、子どものテレビ視聴量におよぼす影響の中で特に顕著な若干の要因について考察してきた。視聴量の要因については、なおテレビ所有期間の長さによる要因、チャンネルの増加による影響、テレビの誘引力など直接視聴量に結びつく諸問題が残されているが、この問題については次回にこれを追求したい。いずれにしても、本論で取扱った問題は、子どもたちのテレビを見る時間量や、子ども達に負わされる視聴方法を決定する重要な factors として、家庭や学校における視聴指導において、考えねばならない問題ではないかと思う。

参 考 文 献

- (1) Hilde T. Himmelweit : Television and the child, 1958.
and others
- (2) L. Bogart : The Age of Television, 1956.
- (3) Cunningham and Walsh : Videotown, 1948-1955, 1956.
- (4) 大石純悟 : 子どものテレビ視聴に関する問題(1) 鳥取大学学芸学部「研究報告」第10巻1号
以 上 -Nov. 1959-