

f c t

# GAZETTE

1982. 1  
vol. 1  
Number. 4

※ガゼットは  
“テレビと子ども”  
のデータバンクです

発行 子どものテレビの会 (FCT) 神奈川県葉山町長柄1601-27 責任者 鈴木みどり

編集 FCT資料室 銀行口座 第一勧業銀行逗子支店 (普通預金口座1425785)

購読料 年間 (四回発行) ¥1,500 (送料¥240) 一部¥400 郵便振替口座 東京9-84097

## ■特集

### テレビ世代のテレビ批判

#### —私にとってテレビとは何か—

幼児期の環境が人のパーソナリティあるいは行動様式に決定的な影響を与えるといわれている。テレビを子守歌がわりに育ってきた世代はテレビを現在の生活の中でどのように位置づけているのだろうか。テレビが急速に普及した時代に生を受け、典型的テレビっ子として成長した大学生のレポートをもとに、そのあたりを探ってみた。資料としたのは、W大学でマスコミ論を受講する202名の学生のレポート『私にとってテレビとは何か』。うちわけは男子120名、女子82名である。

#### テレビっ子はさびしがり屋

「ひとりでさみしい時には、テレビの画面の人とおはなしをする。人の顔が見えているだけで安心する」(4年,女),「アパートのひとり暮らしには映像の美しいカラーテレビが必要。孤独をまぎ



## CONTENTS

- ◎特集 テレビ世代のテレビ批判  
私にとってテレビとは何か …… 6
- ◎年末年始番組をどう見たか  
モニター・アンケートの結果 …… 4
- ◎ACTニュース
  - ・CATVハンドブック
  - ・3大ネットワークの子ども番組
  - ・TVタイム・チャート …… 6
- ◎ニュース・フラッシュ
  - ・テレビ教育の定義
  - ・豪州の子ども向け食品CM
  - ・バーカス教授  
CMのキーファクターを示す… 7
- ◎FCTデータ・バンク  
CM関係、子どもとテレビ…………… 8



らわせるのである（2年 男）、「朝起きてまず第一にすることはテレビのスイッチを入れることだ。幼ない頃からテレビっ子だった私にとって、テレビの画面を見るだけで、何かホッとするのである」（2年、女）

テレビ世代はどうか、ただ映像と音声に接するだけで心理的安定を得ているようだ。テレビがどういうメッセージを送ってきているのか、まったくお構いなしなのだろうか。こういうタイプの人はテレビに何を期待しているのかをみてみたい。

「気がめいている時、気分転換にバカ番組をみる」（4年、女）、「テレビに対して真面目に接することはほとんどない。だから、テレビは真実を公正に伝えるようにすべきだとか、こんな下劣な番組の存在は許せないとか、いわれてもピンとこない」（1年、男）、「テレビを観る側としては、テレビに映しだされる事だけしか関心がない」。

さびしがり屋のテレビ世代にとってテレビとは、あってもどうということはないが、ないと淋しい。活字世代がタバコやお酒に求めるものをテレビに求めている。とにかく、音が流れ、映像がうつってくれさえすればいいのだ。その場限りの殺那的つながり、感情発散の場としてしかテレビを求めているようだ。ついでにこういう意見も紹介しよう。

「私はテレビとともに生まれ育った世代です。テレビが好きで好きでたまらないのです。好きこそ物の上手なれと、いわれます。ところがテレビに限り、好きだからといって論じられるものではないのです」（4年、男）、「今までテレビについて改めて考えたこともない。それほどテレビは生活の中にとけこんでしまっている」（3年、男）

テレビに密着しすぎた生活からは、テレビを対象として把握しにくいところがあるようだ。テレビメディアが心の深層にまで浸透してしまった場合、どんな影響があるとテレビ世代は考えているのだろうか。

## テレビ世代はチャンネル志向

「何かを欲した時、それに当たる事柄はすべて幾通りか用意されていて、そこから選ばばいい。おもしろくなければチャンネルをかえてみる。だから自分から発掘して行動する必要がどこにもない。よさそうなチャンネルを探し、いやになればチャンネルをかえればよい。そういうふうで育った自分はまるでテレビに対するように現実に対してしまう」（1年、男）、「今考えると、小さい時にテレビばかり見ていたので、相手の話に反応するだけで、自分からは何もできない性格になってしまったのではないかと思うほどだ」（1年、男）、「テレビは悲惨で苦しい場面がバツとそうでない場面に変わってしまう。それに慣れてしまったテレビっ子は現実苦しい場面にぶつかっても、うまく対処できなくなってしまいます。現実テレビの場面のようにバツと変わってはくれないのである。苦しくなっても、チャンネルを変えるわけにはいかないのである」（2年、男）。

テレビに密着しすぎた世代だとはいえ、その影響についての自覚症状はあるといえる。テレビで現実の代理体験をくり返し成長してきた世代の思考構造は必ずしも体系だったものではなく、パターンによる認識に近いものようだ。

「幼ない頃みたマンガが今でも鮮烈に印象に残っている。幼な心にテレビは大きくくさびを打ちこんでいるのです」（1年、男）、「私たちの世代の人たちと子どもの頃のテレビの話をしてみると、みんな驚くほど多くのことを覚えている。主題歌、登場人物、内容、その他細かいところまで詳しく話せる」（1年、女）。

テレビは人の思考様式、認知様式に影響を与えるばかりでなく、いわば「原体験」として人の心に生きつづけているようだ。テレビメディアの日常性、表象性などが、意識、無意識の領域を問わず、人の心に定着しやすいことの危険性を、テレビ世代は感じている。それでは一体、テレビの絶



大な影響力に対し、受け手側は何もなす術がないのだろうか。

### 下宿生活は一つの転機

「現在テレビのない生活をしているわけだが、あれほど生活の中で大きな位置を占めていたテレビがさほど気にならない」(1年、女)、「番組がおもしろい、おもしろくないにかかわらず、テレビの映像をみていると楽しかった。だからテレビから遮断された一時期は苦痛であったが慣れてしまえばどうということもない。時間を主体的に使う方向へと変化した」(1年、女)

下宿生活をはじめようになると、それまでの濃密なテレビとの必理的依存関係がまず物理的にたち切られるケース。このケースの反応には二通りある。

「下宿に移って、テレビを見ず、人とも顔をあわせずに過ごしたことがあります。今思っても不思議なほどの恐怖を感じたのです」(2年、女)、「テレビがないと、退屈でいてもたってもいられない。とにかく、テレビさえあればいいのである」(1年、男)

このように、一種の禁断症状をあらわす人もいるが数としては少なく、多くは、下宿生活を機にテレビからの自立、あるいはテレビ批判に転じていることが注目される。

「与えられたものだけを従順に受けとる人間が、テレビによって作られているのではないか」(1年、女)、「与えられた情報を再検討してみなければ危険である。まわりをみるとそのことを十分に認識している者が少ないのに驚くのである。向こうから送ってくるものは当然のもの、正しいもの、良いものとして疑おうとしない者がいかに多いことか」(1年、男)、「友人達の話のかなりの部分がテレビのことなのだ。これは、私にテレビがないのでその話についていけないためにわかったことである。テレビの影響をうけて、みな生活している。テレビは流行をつくる」(2年、

男)

下宿することによっていや応なくテレビのない生活に慣れさせられる。そうになると必然的に心理的にもテレビに対して距離をおくようになる。それこそ、去るもの日々に疎しというわけだが、かつてはテレビ漬けの生活を送っていただけに、そのテレビ認識にも鋭さがこもる。

最後に、テレビ世代の自己分析を紹介しておこう。

「私の過去の経験によると、テレビが好き人間というのは大体がものぐさなようです」(2年、男)、「テレビの最初の着想は、ポール・ニボーという孤独な貧乏青年によってなされたそうです。テレビは大衆社会に騒々しく登場したわけですが、それは孤独者のひとりごとと端を発しているわけです。テレビに映される場面には人々の種々雑多な要求に合うように、さまざまな物が映しだされます。でも、それはまったく一方的なものであり、TVの映像と私との間にはなんらの会話も意志の伝達も存在しないわけです。テレビをみている私達は、ポールという青年と同様にとても孤独なのではないかと思います」(4年、女)

以上、大学生の生みの声を紹介してきた。202のレポートを、粗雑さをおそれず大別すれば、テレビ依存派(77名)、テレビ自立派(61名)、テレビ批判派(64名)となる。もちろん、資料として用いたのがアンケートではなくレポートであるため、このように分類することは危険なのであるが、おおよその傾向をみるためにはやむをえない。それで見ると、68%がテレビを肯定しており、32%弱を占める批判派もテレビそのものは肯定している。それを考えあわせると、ほぼ全員がテレビの存在は認めていることになる。多くのレポートに書かれていたように、もはやテレビはなくてはならない存在であり、テレビをぬきにして現代青年の生活を語ることはできないのである。



## 年末年始番組をどうみたか

81年大晦日の「紅白歌合戦」と82年三が日のテレビ番組がどんな風に視聴されているか、簡単なアンケートをやってみた。その要約は5頁の通りである。これに協力してくれたのは、首都圏に住む・3~5人の構成員で成る家族を持つ・30~50代の人たち、総計35人。なかでも30代半ばの夫又は妻が8割を占めている。

### 紅白歌合戦を見る人は

#### 年越しそばを食べる人より多い

紅白歌合戦を見た人は、全部・一部を合わせて94%（ビデオリサーチの75%より高いが、このアンケートが標準的世帯であること、旅先きで見た人も入っていることなどから説明できよう）。

この%数は2「年中行事について」のどの項目より高くなっていて、紅白歌合戦を見ることが、完全に年中行事化したと言える。このアンケートの主目的ではないが、2の年中行事の項目がかなり高いことは、日本人の生活様式が急速に変化していることを考えると、やや意外に思える。

1-2「誰と見たか」について、ロのほとんどは子どもが小さくて寝てしまったため。イ、ロを加えると、みんなで見た家は、全体の83%になる。“紅白”は、家族そろって見る番組になったようだ。

1-3「見た理由」ではイの「習慣」以外に3つの理由が多かった。しかし、ハ「他に見る番組がない」、ニ「ながら視聴に向く」については次のような疑問がある。

当日、同じ時間帯に「劇場中継」「81年喜劇スペシャル」「81年東西ベスト漫才」「世界の日本」「特別ロードショー」「木曜洋画劇場」がある。これらは普段の日だったら「見る番組がない」どころか視聴率の高い番組だといえる。ハと答えた人は「他に見るものがなかった」わけではなく、ふだんだったらチャンネルを回したであろう番組を見ないで、“紅白”を見たのである。ま

た、二本の「お笑い番組」と有名人を集めたトーク・ショー（「世界の中の……」）は、「ながら視聴」に十分向くと思われる。つまり、ハ、ニと答えた人は他に本当の理由があったと考えないと何故“紅白”を見たかはっきりしない。私たちには、ハ、ニの人もイの人と同様に習慣的に見ているのに安易に習慣（大勢）に従っていると思われたいのでこう回答したように思えた。

数量化はしなかったが、どう見ているかという聞き取りの中で、「皿を磨きながら」とか「家計簿をしめながら」などが目立った。

これらをつなぎ合わせて考えると、「掃除も料理もあらかた済ませた後、年越しそばを食べて、小さい子どもは寝かせ、その他の家族はテレビの前に集まり、皆で紅白歌合戦をそう熱心ではなく眺め、主として主婦がし残した仕事を片付けている」という大晦日の家庭風景が浮かぶ。10軒の内、7~8軒がこういう家庭だということになる。

### 正月に年中行事化している

#### 番組はなし

正月三が日の番組では、歴史の長い「新春スター隠し芸大会」を採りあげた。視聴率は37%、その中で習慣的に見ている人が62%で、両方ともかなり高率といえるが、ふだんでもこれぐらいの高視聴率をとる番組はいくつかある。三が日の他の番組でもこれ以上高視聴率のものはなく、正月三が日の番組で日びとが年中行事的に楽しんでいるものはない、といっていざらう。

参考に三が日の過ごし方を聞いた。初詣に行く、子どもと遊ぶ、親族・知人への年始に行く、スキー・ゴルフに行く……など、かなりバラエティに富んだ過ごし方をしている。大晦日と違って、正月三が日には他にやるべきこと、やりたいことが色々あるので、テレビ視聴が年中行事化することはなさそうだ。聞き取った際も正月のテレビ視聴はかなり選択的であるように思えた。



年末・年始番組をどう見たか〈ミニ・アンケート報告〉

1) 紅白歌合戦について

1. 紅白歌合戦を
- |   |                   |   |                    |
|---|-------------------|---|--------------------|
| } | 見た…………… 33 (94%)  | } | 全部見た…………… 24 (69%) |
|   | 見なかった…………… 2 (6%) |   | 一部見た…………… 9 (25%)  |

2. 誰と見たか

- イ 家族そろって見た…………… 23 (66%)  
 ロ 夫婦だけで見た…………… 6 (17%)  
 ハ 一人で見た…………… 4 (11%)

4. 気づいたこと

- イ 紅白の対立が薄められ良かった…………… 13 (37%)  
 ロ 地味になって良かった…………… 5 (14%)  
 ハ 知らない出演者がふえた…………… 4 (11%)

3. 見た理由

- イ 習慣だから見た…………… 21 (60%)  
 ロ 家族につきあって…………… 5 (14%)  
 ハ 他に見る所がない…………… 4 (11%)  
 ニ ながら視聴に向く…………… 2 (6%)

2) 年中行事について

1. 大掃除をする…………… 23 (66%)  
 2. 年越しそばを食べる…………… 27 (77%)  
 3. 初詣に行く…………… 23 (66%)  
 4. お節料理をつくる…………… 28 (80%)  
 5. 年始廻りに行く…………… 13 (37%)

3) どんな正月番組を見たか

1. スター隠し芸大会…………… 13 (37%)  
 (習慣…………… 8、気楽で面白い…………… 3、家族につきあって…………… 2)
2. 藤子不二夫スペシャル…………… 10 (29%)  
 3. 竜馬がゆく…………… 7 (20%)  
 4. 松本清張シリーズ…………… 6 (17%)  
 5. 寄席演芸…………… 3 (9%)  
 6. 雄気堂々…………… 3 (9%)  
 7. 雪の華…………… 3 (9%)  
 8. スポーツ番組…………… 9 (26%)



## ■ACTニュース

### ●ACTハンドブック

Cable and Television発行★

ケーブルテレビ(CATV)の米国における普及率は、コミュニティの数にして11,000、世帯数にして21,930,490(273%)を越えているという(81年現在)。視聴者は50~100チャンネルの中から、望み通りの情報を選択し、テレビを楽しめると、バラ色の未来が描かれている。しかし、チャンネル数がどんなに増えても、一方的に送り込まれる情報では、人びとのニーズが軽視されていることに変わりはない。子どもたちの多様なニーズにこたえるテレビの実現をめざすACTは、ケーブルテレビこそ、その機能をもったメディアであるとの考えからこのハンドブック(24ページ)を発行した。

ACTハンドブックは多様な子どもたちの興味や関心にこたえ、また視聴率からいっても成功しているケーブルテレビのあり方を、ボストンやニューヨークの実例で紹介している。その他、それぞれのコミュニティがケーブルテレビを認可する際、配慮すべき諸点をガイドライン(指針)として示している。その主な点をあげると、①子ども向けのチャンネルを必ず確保すべきこと、②子ども向けチャンネルではCMを放送しないこと、③地域の子どもが制作に参加できるような番組の企画・提供、④小児病院や学校、その他の教育施設と結ぶツウウェイの番組提供。

ACTガイドラインは、また、ケーブルテレビ会社や(8項目)、地域の視聴者団体や教育関係者(9項目)にも向けられている。特に、地域住民が運営に積極的に発言することが必要とその具体的な方法を示している。

### ●3大ネットワーク放映の子ども番組は平日で「キャプテン・カンガルー」だけ★

ACTが最近発表した調査結果によると、米国のテレビは子ども視聴者に対して冷淡で、平日に放映されている子ども番組の数は極端に少いという。子ども向け番組に使われている時間は、平日の場合、一局平均で一日50分にしかない。平日子ども番組をまったく放映していない局は、午前6時から午後6時で29%、午後2時から6時で62%になる。3大ネットワーク加盟局の場合はさらにひどく、放課後の時間帯(平日午後2時-6時)に子ども番組を放映しない局が70%になる。平日の子ども番組といえば、ネットワーク加盟局の場合、「キャプテン・カンガルー」(CBS)だけという有様。

子ども番組が3大ネットワークで放映されるのは、依然として、土曜日の午前中だけというわけである。アメリカの子どもは日本以上にテレビ視聴時間が長く、一日平均3時間を越え、一週間で27時間にもなるといわれる。このような現実が一方にあることを思うと、平日の夕方に子ども向け番組を編成しようとするテレビ局のやり方に、ACTならずとも、批判の声をあげたくなるのではないだろうか。

### ●TVタイム・チャートを作成し、配布へ★

一度スイッチを入れるとなかなか切れないのがテレビ。テレビ漬けを心配する親や教師の要望にこたえて、ACTはこの度、「TVタイム・チャート」を作成し、全国組織の教育団体や青少年団体を通じて、全国へ配布した。

このチャートを使うと、子どもたちは楽しみながら、テレビ視聴の自己点検を行うことになり、テレビを計画的、かつ、選択的に視聴できるようになるという。小児科医や教師の間で好評を博している。



## ■ニュースフラッシュ

### ●「テレビ視聴教育」の定義付け★

—A. ドーア教授、今春出版予定の百科辞典で

International Encyclopedia of Education: Research and Studiesの中で、エイメ・ドーア教授(カリフォルニア大)はTelevision Viewing Programs(テレビ視聴教育)を定義して、概略、次のように書いている。

—テレビ視聴教育とはテレビについて教える試みを総称するもので、テレビ教育、ビジュアル・リタラシー、批判的視聴能力(CVS)、テレビ視聴カリキュラム等、さまざまな呼称がある。いずれも、テレビ内容の客観的評価と批判的視聴能力の育成、制作プロセスの理解、生活時間へのテレビ視聴の正しい位置付け等について教えようとするものである。

—テレビ視聴教育の目標、方法、対象、授業内容等は多様で、すべては開発途上にあり、公の教育制度として存在する国は、まだない。こうした教育が切望されている背景としては、商業テレビの普及に伴う諸々の弊害が憂慮されていること(米国や日本)、教育や政治の領域で果たテレビの情報メディアとしての役割が高まっていること(スウェーデン、英国)等の状況が指摘される。

### ●豪州でも子ども向け食品CMが問題に★

オーストラリア消費者協会(ACA)の調査によれば、子ども番組と一緒に放映されているテレビ広告(CM)は、日本と同様、20%を越えており、しかも、その約半数は食品CMであるという。オーストラリアの商業テレビは、普通、夕方4時から6時の時間帯に子ども向け番組を集中的に編成しており、多くの子どもが、この時間にテレビを見ている。特に就学前の幼児のテレビ視聴時間は長く、一日平均3時間にもなるという。

オーストラリアでは、現在、子ども向けにテレ

ビで酒や煙草、医薬品の広告をするのを禁止している。同様に、少なくとも幼児を対象とする番組では、食品CMも規制するべきだと、ACAは主張している。

### ●パーカス教授、子ども向けCMの内容分析でキーファクターを示す★

最近米国で出版された本CHILDREN AND THE FACES OF TELEVISION:

Teaching, Violence, Selling (ed. by Aimée Dorr et al., Academic Press Inc, 1981)の中でボストン大のF. E. パーカス教授は「子ども向けCMの問題点」と題した章を執筆し、内容分析のポイントを次のように示し、米国の実情を整理している。(1)CM時間量、(2)CMの業種、(3)CMで使われる宣伝技術—①商品の提示方法、②注意を魅きつける方法、③注意表示、必要表示、(4)アピールの方法、(5)CMに描かれる価値観。また、内容分析以前に、子ども向けCM問題では、子どもの発達と理解力の究明が急務であるとの、倫理的な問題提起も行なっている。

### ●CMを教材に作って国語の授業★

米国コネティカット州の中学教師ジャック・マックガーベイ氏は、「テレビ広告クイズ」と呼ぶ独自の教材を考案し、それを使って、中学生に国語を教えている。テレビが生活の一部となっている。中学生にとって、CMの影響を自覚することは難しい。しかし、テレビ広告クイズでCMで使われる各種の宣伝方法を分析させ、互いに討論させるなら、生徒たちの眼は批判的になるし、同時に国語能力も養われる。

生徒たちはまた、分析データに基づく批判や意見を広告主に書き送る。これも授業の一環として行なわれている。広告主から返事がくることも多いし、時には、生徒の指摘にそって、CM内容の改善を約束する広告主もいる。



## ■ FCTデータ・バンク

### CM関係

- ・子どもとテレビコマーシャル、灘神戸生協、81年4月
  - ・くらしのミニヒント・子どもとテレビ、灘神戸生協、81年8月
  - ・消費者運動ニュース版15, 16, 63, 64, 76, 86, 106, 107, 109, 110, 115, 全大阪消費者団体連絡会、1978, 6~81. 6
    - ーテレビCM問題で活発な活動を展開している関西の二大消費者団体から送られてきた活動記録。いずれも、アンケート調査の実施、その結果に基づく送り手側との対話、要望書提出と、確実な歩みを続けている。
  - ・「テレビCMと子どもたち」、隅井孝雄著、あゆみ出版、81年12月、¥980。
    - ー子どもとテレビCMの共存を願って、子どものCMはこれでよいのか、コマーシャルの仕組みと経済効率を考える。コマーシャルと世相と視聴者と、外国のCM見たり聞いたり、子どもテレビCMのこれからは、資料編。
  - ・朝日ジャーナル81年11月6日号<特集>カルチャービジネスの生態
    - ー文化を売り込む企業の“経済哲学”、中野広志、“デリーシャス”なイメージ戦略に罪ありー広告番付で三役入りした政府広報、天野祐吉、あなたまで道化に仕立てるテレビCM、佐藤忠男
- 子どもをめぐるテレビ問題一般
- ・シリーズ・現代の子どもを考える巻2「テレビ」稲村博他編、共立出版、81年11月、¥880
    - ー子どもにとってテレビとは・赤坂長義、現代の子どもとテレビ・秋山隆志郎、なぜ子どもはテレビを見たがるか・深谷和子、子どもを変えるメディア教育・鈴木みどり、テレビ番組のあり方・小林利逸、テレビ番組・CM改善運動この6年・森川玉江。

- ・子どもとテレビ・7つの事実、「サイエンス・オブ・ザ・タイムズ」81年12月号、福音社。
- ・悪いのはテレビだけか、ジョエル・スワードロー、TRENDS 81年6月号、アメリカ、大使館国際交流局
- ・第94回国会衆議院通信委員会議録第4号、81年3月19日
  - ー藤原ひろ子議員が子どものテレビ問題を取り上げ、民放連及びNHKに改善を迫る。FCT編「テレビと子ども」(学陽書房刊81年3月)の内容が質問の中で度々引用されている。

### 情報化社会と市民

- ・「視聴者とテレビと言論の自由とーACT対モデルマジョリティー」、81年10月、FCT、¥300。
  - ー米国のACT会長ベギー・チェアレンを迎えたFCT4周年記念国際交流フォーラム記録。ACTの目標と活動を紹介し、モラル・マジョリティー(ニューライトの視聴者団体)との違いを語る中で、視聴者の運動は、本来、市民一人一人の言論の自由に根ざしていることを確認する。

### 編集後記

ガゼット創刊の準備にかかったのは、ちょうど去年の今頃でした。早いものであれから一年が経過しようとしています。春、夏、秋冬、季節のようにひとめぐりして、ガゼットの方角もやっと定まってきたようです。新スタッフ二名を加え、来季からはさらに充実を図っていきたいと考えています。声援をお願いします。

なお、情報サービス可能なものには、★印をつけました。連絡頂ければサービスいたします。(有料:400字1枚1000円の翻訳料を頂きます。)

~~ガゼット編集室(06)888-888まで~~  
(編集長 岩田昭男)