

f c t

# GAZETTE

1982.7  
vol. 2  
Number. 6

※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

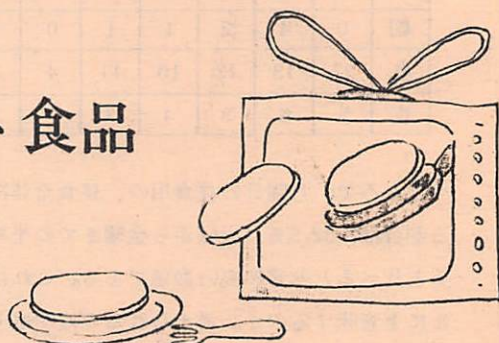
編集 FCT資料室 銀行口座 第一勧業銀行返子支店 (普通預金口座 1425785)

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 子どもの食生活とテレビ

### 幼児のインスタント食品

### 摂取実態



女性を家事労働から解放する旗手としてもてはやされたインスタント食品も、最近、安全性の面から見直しの動きがうまれている。食品添加物の人体への影響、その複合作用など、食品全体が論議を呼び、検討が加えられているなかで、インスタント食品ははたして、どのように用いられているのだろうか。子どもの食生活との関連で、小規模ながら調査によってその実態を明らかにしようと試みた。対象者は千葉県市川市の住宅地区にある幼稚園児の母親118名、方法は一週間留置アンケート調査法、実施は1982年5月10日～17日である。回収は48名で、その家族構成は約90%が核家族、

三世大家族はわずか4%にすぎない。家族構成からみる限り、食生活に関し、祖父母など他世代からの助言のはたらく余地はすくないといえよう。

#### 昼食は、手ぬき……？

さて、子どものインスタント食品摂取実態をみてみたのが表1である。これを見ると、圧倒的に多いのが、昼食に用いられるケースで、全体の67%を占める。曜日別にみても、土曜、日曜がすくなく、昼食に用いられる数全体のわずか、4.8%、7.2%にすぎない。インスタント食品が主に昼食に用いられていること、しかも土曜、日曜は昼食用に用いられるのがすくないこと、などから、

## CONTENTS

- 特集・子どもの食生活とテレビ…………… 1
- ケース・スタディ  
わが家のテレビ視聴日記・Bさんの場合………… 4
- 速報・FCT第2回テレビ診断・分析開始… 4

- くさのねネットワーク…………… 5
- 編集室から…………… 5
- 海外ニュースフラッシュ…………… 6
- FCTデータバンク  
海外篇…………… 7  
国内篇…………… 8

インスタント食品はもっぱら子どものおべんとう用に用いられていることが推察できる。このことは、その食品内容を見ると、いっそうよく理解できる。たとえば、土曜、日曜の昼食に摂取されるインスタント食品は、カップラーメン、カップヌードル、お弁当、市販のコロッケ、などというように、手軽に昼食の代替となるものであり、かならずしも、おかず用に限られているわけではない。

表1 インスタント食品摂取品目表

	月	火	水	木	金	土	日
朝	0	4	2	1	1	0	1
昼	27	13	12	10	11	4	6
夜	5	6	3	4	3	7	4

ところで、月曜日の昼食用の、昼食全体に占める割合は、32.5%、火曜から金曜までの平均13.8%と比べると非常に高い数値である。これは一体、なにを意味するのか。考えられるのはやはり、休日の疲れ、買い忘れなどの影響が月曜に集中してあらわれており、インスタント食品が文字どおり手軽な、急場しのぎとして用いられているということであろうか。

さて、月曜から金曜まで、昼食用に用いられたインスタント食品を頻度の高いものからみていくと(表2)まずポテト(15人)、ミートボール(11)、コロッケ(11)、コーン(7)、ハンバーグ(3)、エビフライ(3)など、いかにも幼児の好みそうな食品群があがってくる。その他にも、イカフライ、しゅうまいなど、おべんとうのおかずになりそうなものが回答されているのが、昼食に用いられたインスタント食品の特徴といえる。

	インスタント食品	回数	表 2 食 品 取 り 回 数
1	ポテト	15	食 品 取 り 回 数
2	ミートボール	11	
2	コロッケ	11	
3	コーン	7	
4	ハンバーグ	3	
4	エビフライ	3	

それでは一体、母親たちはどう考えているのか。「おべんとうなどは、めんどろくさいのでつい、

冷凍食品を使ってしまう。栄養はどうなのかとか、疑問に思いますが、楽なのでつい、使ってしまう」(子ども3人の母)、「今はインスタント食品が氾濫しすぎていると思っています。添加物がこわいですし、食事は母親の愛情のあらわれと思っていますので、インスタント食品はほとんど使いません」(子ども数不明)という母親でも、「疲れたときや、子どものおべんとうの品数が足りない時はインスタント食品を使います」とし、「ミックスベジタブル、ポテト、冷凍コロッケ」などをあげている。また、「忙しい時にインスタント食品を利用しています」(子ども3人)という母親も、「おべんとうづくりに少々ゆとりがあれば、冷凍食品(コロッケ類)を利用しなくてもすむのではないかと思います」といっており、自覚もなくインスタント食品を使っているわけではないことがわかる。朝のあわただしい時間のおべんとうづくりに、つい、インスタント食品に手がでてしまう、というのが現状のようだ。

#### 情報源は、スーパー、テレビ

48人のうち、44人がインスタント食品の購入場所にスーパーをあげており、デパートはわずか1人にすぎず(この場合も、スーパーと二重回答)、その他としてあげられているのが生協からの注文購入で、4人。日頃なにげなく食品を購入しているわけだが、こういうふうに記録をとってみると、スーパー店頭でのインスタント食品がいかに多いか、あらためて認識させられる。

こんな意見を紹介しよう。

「私自身は、インスタント食品がきらいです。で食事はすべて自分でつくりますが、子どもはスーパーなどに行くと、インスタント食品を非常に欲しがります」(子ども2人の母)

「子どもにせがまれて、7日~10日に一度ぐらいはカップラーメンを買い、食べています。あまり食べない方がよいと思いますが、簡単なのと、子どもが好きです。利用しています」(子ども2人の母)

以上にみられるように、母親がインスタント食

品を避けているにもかかわらず、子どもはスーパーなどで目にすれば食べたがるという実態。このことは、インスタント食品の情報をどこから得ているかについての回答とも呼応しあう。

たとえば、インスタント食品の情報源について、第一位にあげたものを頻度の高いものからみていくと、①店頭(20)②テレビ(10)③人から(3)④チラシ(2)⑤子ども(1)となっており、第二位にあげたものをみても、①店頭(8)②テレビ(8)③子ども(4)④チラシ(3)と、同様の傾向を示す。情報源として8項目用意したにもかかわらず、その上位のものは同じような項目が回答された。頻度の高い情報源としてあげられた店頭、テレビ、子ども、チラシは相互に深く関連しあっていることが示唆される。すなわち、まずテレビでインスタント食品の情報に接触していることが、直接の購買行動につながる店頭情報、チラシ情報などをうけ入れる基盤となっているということである。子どもについても同じことがいえそう。なにげなくテレビで見た食品情報が意識下に沈みこみ、堆積し、それがスーパーの店頭などで現物を見ると「手に入れたい」という願望に変わる。先述の、母親がインスタント食品を避けているにもかかわらず、子どもはスーパーでみかけると欲しがるという例は、このことを裏書きしているといえそう。ある母親は、「子どもがカップラーメンを食べたとき、テレビの宣伝のせいか、とても喜びました」と、テレビの威力に驚いている。いくら親がきびしい態度でインスタント食品を拒もうとしても、テレビの申し子のような子どもには勝てず、時にはゆずって、カップラーメンでも食べさせているというのが実情のようである。

#### 手づくり礼讚

「手づくりの方がおいしいし、家庭でまとめてつくった方が安いし、たくさん食べられます」(子ども2人の母)、「ふだん利用しないのは、添加物、容器、調理時期などについて、よくわからないから、不安に思うからです」(子ども2人の母)、「いかにも主婦業をさぼっている感じがすると、

子どもがインスタント食品の味になれてしまうのがおそろしいからです」(子ども2人の母)、「あまりおいしいとも思わないのです。薄味になれているせいか、味がしつこく感じられて、家でつくった方がよほどおいしく、安くできると思います」(子ども2人の母)、「一度、二度はいいけれども、すぐあきてしまいます。それに5人家族の胃袋を満たすには高価すぎるということがあります」(子ども3人の母)、「添加物がこわいですし、食事は母親の愛情とと思っていますので、あまり使わないようにしています」(子ども数不明)。

これを見ると、母親たちがインスタント食品を快よく思っていないことがよくわかる。もちろん、ここに引用した母親の意見が調査対象者全員の意見を代弁しているとはいえないが、インスタント食品を望ましいとする意見が皆無であったことから、母親がインスタント食品になんらかの危険を感じていることは確かであろう。このことは、子どもを無事に育てあげるといふ母親の役割からすれば当然のことで、そういう母親の眼が、子どもの食生活に対して一つのチェック機能を果たことになるのであろう。

以上、幼児のインスタント食品摂取状況の一端を、小規模な調査ではあったが、明らかにしてきた。調査対象者が住宅地の恵まれた家庭環境の、しかも全員が専業主婦であるという特性は、かならずしも現在の日本の同年齢主婦層を代表するものではない。そういうサンプル特性を十分にふまえた上で、ここで得られたデータを活用していくことは有意義であろう。実は、このアンケート調査はFCTが7月から一年間の予定であらたに開始する「テレビの食品CMに描かれる価値観の分析と、その結果に基づく子どもの食生活実態調査」のプリテストの役割を担っている。ここで、子どもの食生活に果している母親の役割や、実際に食べている食品とその情報源、および購入場所との関係などについて、示唆に富むデータを得ることができたのは幸いであった。

(アンケート調査実施・松山恭子、文責・香取淳子)

## わが家のテレビ視聴日記・Bさんの場合

横浜市六ツ川台団地自治会調査 続き(81.5.29~6.4)

◎Bさんは家族4人で、子ども2才(男)、12才(男)と両親の核家族。父親と兄は外出時間が長く、視聴時間は少ない。母親の視聴時間は5.5時間と多く、2才の子どもにも影響しており、視聴時間は4.5時間にもなっている。話し言葉の獲得期にある2才児のテレビ視聴時間については、一日30分以内にとどめるのが言語発達上好ましいといわれている。そのことから考えると、2才の子の視聴時間はもっと減らさなければならぬ状況にあると思う。この調査でも、母親の視聴時間が少ない家庭では、子どもの視聴時間も1.5時間におさえられている例があるので、Bさんの場合も、母親の視聴時間をまず減らすのが肝要。

◎番組についても、今見ている7本の子ども番組の中から、一本か二本、母親が判断して選び、子どもと共に話し合いをしながら見るといふ、積極的な姿勢を望みたい。(文責・松山恭子)

視聴した テレビ番組名	その番組を見た人			
	父	母	子 <sub>1</sub>	子 <sub>2</sub>
7:00 明かるい農村	○	○		
テレビ列島		○	○	
8:00 "		○	○	
ひらけボンキッキ		○		○
9:00 なかよしリズム				○
10:00 教育テレビ				○
午後				
1:00 ごちそうさま		○		○
2:00 徹子の部屋		○		○
5:30 お母さんと一緒		○		○
6:00 鉄人28号				○
7:00 かの木モック、ドラエモン				○
ハローサンデーベル		○		○
8:00 太陽にほえろ			○	○
9:00 ニュースセンター9時	○			
10:00 銀河ドラマ		○		
必殺仕事人		○		

(子<sub>1</sub>-男12才、子<sub>2</sub>-男2才)

## 速報

## FCT第2回テレビ診断・分析開始

FCTでは第2回テレビ診断を以下のように実施し、現在、分析作業を続けている。

## ・FCT第2回テレビ診断週間-

1982年5月31(月)~6月6日(日)

## ・調査対象TV局及び時間帯-

全国で視聴可能なすべてのTV局でNHK総合、NHK教育、日本テレビ、TBS、フジテレビ、テレビ朝日、テレビ東京の7局及びこれらのTV局をキー局とする全地方局の午後5時から9時。

## ・調査方法-VTRに録画した全

番組とCMを分析シートを使ってチェックし、集計するテレビ診断スタッフによる分析作業と、一般向けに開発したシートを使ったモニター調査の併用。

## ・今年のテーマ-平和を願う私た

ちにとって、子どものテレビの何が、いま、問題なのでしょう?

## ・調査内容-1)子どもの見ている

番組とCMの数量分析(79年及び

81年データとの比較)-CMにつ

いては局別、時間帯別、曜日別C

M本数と時間量、業種別CM本数

と時間量及び、各々の項目で、午

後5-7時と7-9時の両時間帯

比較。番組の数量分析では、種目

別番組本数と時間量を局別、時間

帯別に明らかにする。

## 2)ファーストフードCMの内容分

析-インスタント食品やレトルト

食品、外食産業などのCMに描か

れる価値観の分析を主眼とし、登

場人物の性別、年齢、外見・容姿、

活動、画面様式、色調、状況設定、

ナレーション内容、ナレーター

性別、音楽、効果音、CMの長さ、ショット数、広告主名、商品

名、画面上の文字、景品・懸賞など、30数項目についてチェックする。

## 3)ドラマ、アニメーション、バラ

エティ・ショーの3種目の番組に

登場する人物の行為分析-超能力

や武器を使い、殴る・ける、の

しる等の暴力行為、性に関する言

動、弱者に対するいたわりを示す

言動、主体的・自立的言動の5項

目で登場人物の行為をチェックし、

「平和教育」という今年のテーマ

にそって分析する。これは、VT

Rをみながらの内容分析として行

うが、同時に、同テーマでモニタ

ー調査も実施しており、視聴者の

反応や意見を、現在、回収中。

## ・分析結果は「FCT第2回テレ

ビ診断報告書」としてまとめ、10

月中に発表の予定。



★今回も、いろいろな草の根情報が集まりました。あなたも、ぜひ、ご自分の或いは身近な、草の根の活動をご紹介下さい。★

●早稲田大学テレビ放送研究会

(03-943-3871 (呼)夜9時まで 東京都文京区音羽1-2-3 土屋淳一)

早稲田大学で、テレビに興味を持つ学生が集い、様々な活動を続けている。総勢40名。内分けは、文・政経・教育学部など多様で、サークルとして発足して2年目に入った。ドラマ、報道、スポーツ、歌謡、クイズ、古典芸能といったジャンル毎にグループを分け、テレビの各番組を分析・批評したり、その視聴者の意識調査を試みたり。また、テレビ番組で古典芸能をどう生かすかなどの可能性も追究している。一方、別のグループでは、テレビそのものあるいは視聴者に関する全体的な問題を追究しており、放送関係者に会ったり、視聴者の活動に積極的に参加したり、話を聞いたりしている。

会員は皆、テレビが好きで世代。テレビの世界を覗いてみたいという素朴な動機から出発して、先ずは学生として各人がテレビに対する認識を深めることをめざしている。そして、テレビを認識する事は自分を認識する事につながると考えているという。近々、報告書を出す予定もあり、今後の活動が大変期待される、テレビ世代の取り組みである。

●ひまじんクラブ(045-842-1120 横浜市港南区港南2-8-6 コーポウチダ204 春海猛男)

35才のある男性が、毎月、B4版の紙一面にびっしりと書いたミニコミ誌を出している。都市の生活、戦争、教育、政治、音楽と、様々な話題で、様々な本の引用や紹介も折り混ぜながらのエッセイといったところ。ミニコミ誌の長所で、感想や反

響にもすぐ対応するし、それほど肩の凝らない文章ながら、どこか鋭い視点がある。

発行者の春海さんは、妻の弘美さんと互いに、10万円以上稼がないようにし、万が一別れた時にもそれぞれが社会の中で一個の人格として自立していけるようにと、仕事も家事も育事も半々でやっていると。真の自立を考える男性の対社会的表現であり、ミニ社会批判である。

●第5回東京都消費生活講座「現代っ子とテレビ—どうつきあっていかうかどう変えていくか—」(0425-22-5118 東京都消費者センター立川市所)

消費者運動の中でも、テレビ、特にキャラクターやアイドルなどを使ったCMの影響は大きな問題である。去る6月7日~16日の間、4回にわたって、講座が開かれた。講師はNHK総合文化放送研究所の秋山隆志郎、女子栄養短大の岡崎光子、民放労連の隅井孝雄、FCTの鈴木木の4名。

やはり、食の問題を中心にすえた第2回の「食品CMと食生活」は参加人数が他の回の倍で、テレビで宣伝する食品にどう対応するか、関心が集まっていた。第1回は子どもの視聴行動を中心にテレビの影響について、第3回はCMや番組の仕組みなどについての講義。第4回は、実際に、テレビとどうつきあい変えていけばよいかを中心に、参加者全員の意見を聞きながら進められ、消費者運動や、地域づくり運動、生活学校などで活躍する女性も参加。現実の問題として、テレビを消すと泣いて怒る子にどう対応してよいのかわからないという母親の悩みや、テレビにおける市民の反論権獲得などをめざし、各団体がより協力すべきだという意見も出された。全体に参加者の年齢が高かった(子育てを終わった人が多かった)ように思う。

同センターでは、7月23日に、隅井氏を迎え、CMについて中学生向

けの講演会を予定している。

●アクセスの会(0438-98-5230

木更津市清見台南1-31-1 B32 奥田方)

国際婦人年と前後して、主婦を中心に、女性の自立にとりくむ会が生まれた。AACW、またはアクセスの会という。年に3回ほど通信誌を発行し、全国的な購読会員を持つ。

同会のうち、北九州で活動する北九州婦人問題研究会が、「主婦とその生き方」「テレビと女性の生き方」などの研究報告書を出してきた。また、今年に入り、東京近辺の会員を中心に、「ひととき」欄に投稿する女性の意識の分析を中心にした研究を始めた。尚、北九州の研究報告は、次号ガゼットで特集として紹介する予定。

●伝言(横須賀市馬堀海岸 佐藤好子)

子どもを預けて何かを始めようと思った時、身近に面倒をみてくれる人もいない。そんな自分の経験から、ベビーシッターやりますという告知板を近隣地域に配ったのがきっかけで、核家族化し、コミュニケーションの薄れた新興住宅地でミニコミ誌を作った主婦がいる。

犬が生まれたとか、家具ゆずりますなど、いろいろな地域の情報を集めては、無料で発行。有機農業との契約もしており、地域のコミュニケーションが主旨だという。賛同して、定期発行する仲間を深めている。

(文責・樋口知子)

この号から表紙の絵とレイアウトの担当として、市川雅美さんが編集スタッフに参加します。年間購読更新のご送金、ありがとうございます。北海道小樽市や江別市から沖縄の那覇市まで、99%の更新率に加えて、嬉しいお便りも送られていたりして、スタッフへの大きな励みになりました。

環境化するテレビと取り組む市民の眼を、点から線へつないでいく作業に皆さまも参加を

# 海外 ニュース・グラフィック

●ACT・連邦通信委員会(FCC)及び7名のFCC委員を相手に提訴  
米国では、電波行政の規則緩和というFCCの方針に対して、市民側から、さまざまな批判が出ている。中でも、子どものテレビの領域では、FCCが過去10年間、子どもの利益を最優先するテレビのあり方を探るために、政策表明に続く一連の調査と、前向きに取り組んできただけに、政権交代によるFCCの姿勢転換に対する市民の失望、怒りは大きい。

市民側のこうした批判をバックにACTは、6月18日、FCCが子どものテレビに関して何ら行動を起こさず、あいまいな態度に終始しているのは、自由裁量権の乱用であるとして、FCC及びその7人の委員を相手に提訴。ACTによれば、この訴訟の真の原告は、長期間にわたって軽視されてきた子ども視聴者で、そのことを強調するため、ACT原告団には、ワシントンD.C. 駐在スタッフのナンシー・ダイツとその夫及び娘のサラ(5才)も参加した。

最近のテレビ界をみると、ネットワーク提供の良質の子ども番組は、次々と姿を消している。ABCのAnimals Animals Animals, CBSのFat Albertや30 Minutes, Captain Kangaroo, NBCのSpecial Treatと、いずれも、過去にACT賞を受賞した作品の放映中止。業界はFCCの規制緩和を、子ども視聴者への配慮の要なしと、短絡させて受け止めているのは明白と、ACTは主張している。

●ワシントン子どもとテレビ協会  
Washington Association for  
Television and Children (WATCH)

主都ワシントンD.C. で活動を始めて8年目のWATCHは、地域の特性を生かして、全国PTAや女性解放運動の全国組織NOW、各種の市民

権運動の本部と密接な連絡をとり合っており、これらの団体のメディア担当者やG. ガーブナー等の著名な研究者、小児医療関係者が諮問委員会に名をつらねている。

平日の朝9時から夕方5時に子ども番組をレギュラーで放映せよというのが、WATCHの要求の一つ。これは、子どもの見ている番組の80%がおとな番組という現状を踏まえてのもの。こんな「ささやかな」親の願いすら阻んでいる三大ネットワークに対して、WATCHは地元ネットワーク加盟局WRC(NBC)、WJLA(ABC)、WDVM(CBS)の放送免許再新拒否請求で対抗。

●PBS会長、ニューメディア時代の公共放送の役割は一層大きいと講演  
— Broadcasting 誌4・19日号より  
米国の公共放送PBSのクロスマン会長は、イタリアのミラノで開かれた国際コミュニケーション会議で講演し、ケーブルテレビや放送衛星の新技术を駆使しても、テレビの商業主義に拍車がかかるばかりで、質的な向上は望めそうもないと予想。したがって、報道や芸術、教育の領域で良質な、しかも、多様な情報を提供し続ける上で、非営利の公共放送の役割は、一層、大きなものになると述べる。

「テレビ・チャンネルの増加は、巨大なスーパーマーケットの現出を思わせる。巧みなデザインと包装、口当りの良さ、大量宣伝による販売合戦。しかし、そうした商業番組は消化にはよいけれど、ただ、それだけのものである。」

「商業テレビは、将来、今日の雑誌が志向している方向をたどるのではないと思われる。映画、ゴシップ、スポーツ、ポップス、ニュース、セックス、金、その他のレジャーと、内容は分化し、視聴者はどこまでもセグメント化されていく。その結果、目先の利益だけが問題となり、時間や経費のかかる良質の番組制作は占め出されていく」子ども番組や社

会問題に関するドキュメンタリー、各種の芸術番組、教育番組と、ニューメディア時代において、公共放送の可能性をさらに追求すべき領域が、改めて、クローズアップされているということのようだ。

●ACT賞: 1981-82年

ACTは毎年、より良い子どものテレビ実現のために貢献したシリーズ番組を選び、その制作者と放送局にACT賞を贈呈している。今年度の受賞作品は以下の11番組で、ネットワーク番組が皆無という結果になっている。

商業TV: Buster and Me(サンフランシスコKRON局) — 子どもが日常生活の中で遭遇する諸問題について、優しいユーモアを交えて考えるシリーズ。Frog Hollow(Raleigh 市WRAL局) — パベットを使った幼児番組(毎日)。Time Out(アトランタWSB局) — 子どもの特技や趣味をひろうし合うマガジン番組。The Baseball Bunch(シンジケート番組) — 楽しいスポーツ教育。

公共TV: Checking It Out(サウスウエスト教育テレビセンター) — ガゼットNo.5参照。「シエクスピア劇場」(ロスアンゼルスKCET局及び劇団)。

教育TV: You and Your World(ブルックリンWNYE局) — 飢餓、中東危機、核問題などの今日的問題を教師と生徒が真剣に取り組んでいる。ACT特別賞を受賞。Read All About It(トロントTVオンタリオ) — 本を読む楽しさの追求。

ケーブルTV: Scholastic Sports Academy(USAケーブル・ネットワーク及びそのプロダクション) — 子どもを魅了する専門教育シリーズ。Kid Stuff(シラキュース・ケーブルシステム) — 子どもが制作するローカルの子ども番組。Cable Television Workshop(ニュージャージー州U.A.コロムビア・ケーブルビジョン) — 中・高校生の手で制作するコミュニティ番組。

(文責・鈴木みどり)

# FCT デモグラフィック

## ＝ 海外篇 ＝

●TV暴力は子どもに有害—米国の国立精神衛生研究所(NIMH)報告書を発表  
Television and Behavior Ten Years of Scientific Progress and Implications for the Eighties. Vol.: Summary Report, Government Printing Office, Washington, D.C.

テレビ研究はこのメディアの誕生と共に始まったが、特に、70年から80年までの10年間には、ぼう大な量の研究が行われ、その数は、英語で発表されたものだけでも、2500になるという。この2500編の調査や研究論文をレビューし、72年の米国連邦政府医務長官報告書以降、今日までに蓄積されてきた研究成果を一冊にまとめたのが、今回、公にされたNIMH報告書。当然のことながら、子どもや10代に与えるテレビの影響が主要部分を占める。

テレビ暴力に関していえば、子どもの暴力的行為や攻撃的傾向は、暴力的内容をテレビで見ることで助長されることが、この10年間の研究で、ほぼ実証されているという。

報告書は10章から成り、精神衛生とテレビの関係、テレビの制作技法と認知度、テレビ暴力、テレビに描かれる役割モデル、テレビ内容の分析と社会化、家族関係とテレビ、メディア教育などについて、それぞれの章で、多数の研究をレビューした結果、今日までに明らかになったことをまとめている。

詳細は、次号以下のGAZETTEに、順次、訳出して紹介する予定。

●米国ニールセン報告—1982—  
Nielsen Report on Television 1982

米国の子どもの週間テレビ視聴時間は、80年以降、減少を続けている。幼児(2〜5才)—27時間4分(1982年)、29時間14分(81年)、32時間47分(80年)。

小学生(6〜11才)—24時間48分(82年)、25時間44分(81年)、29時間3分(80年)。10代女性(12〜17才)—18時間19分(82年)、22時間19分(81年)、24時間11分(80年)。10代男性(12〜17才)—22時間28分(82年)、23時間40分(81年)、24時間3分(80年)。

●西ドイツ及び西欧諸国の児童文学にみる人種差別 Racism in Childrens and Young Peoples Literature in the Western World by G. Becker, Journal of Peace Research, Oslo, 1973。

市民権運動が米国からヨーロッパへと広がっていった70年代初期に書かれた論文。子どもたちを取りまくテレビ、マンガ、書籍の内容を考えると、人種的偏見や差別は10年後の今日でも、以然として大きな問題であることがわかる。

児童文学に登場する黒人がどう描かれているかを、アフリカ系とアメリカ系の両者について分析している。アフリカ系黒人像の典型は①素朴で陽気だが、西欧文明の恩恵に浴することなく、原始的なジャングル生活を営んでいる人たち—例「So leben wir in Africa」(G. Schwendy, 71年)、「エマニュエルとおうむ」(C. Craig 71年)、②白人の指導や助けを必要とする貧しくて、かわいそうな人たち—西ドイツで数多く出版されているA.シュヴァイツァーに関する児童書等。

アメリカ系黒人の典型はストーリーの「アングル・トムの小屋」で描かれる素朴で信心深く、忠実で忍耐強い人たちというもの。この本は今日でも子どものベストセラーとなっている。60年代に入り、白いアメリカを拒絶する異教徒、強靱な肉体、セックス・アピールといった、別の意味で差別的な黒人像を描く10代向けの本も出てきた。

●PTSTガイドブック内容紹介  
Prime Time School Television(PTST) (PTSTはシカゴにある市民団体に、テレビと学校教育の接点を求めて、番組ガイドを発行し、無料で配布している。GAZETTE No.5参照)

1.「ミステリー劇場」Mystery /

PBS作品。79年2月5日〜5月13日の15週、火曜日夜に放映。

ガイドブックは大学ノート大で8ページ。資金提供主はモービル石油だが、この企業名は表紙の一番下にmade Possible by Mobil と一行入るだけ。表紙に放映予定日と番組名。

ページを開くと、前半は推理小説の簡単な歴史と様式の解説(P.4まで)。後半は放映予定の5番組を順を追って紹介しながら、映像化された推理小説の見どころを教える(P.8まで)。

テレビ経験を単なる娯楽に終らせるのでなく、視聴者の関心や興味を深め、授業へもつなげていくために、読書案内(全部で20冊)、テレビを見た後でやってみみたい活動のいろいろを提案している。たとえば、推理小説の分析と討議、創作、推理劇の上演、本物の刑事を教室に招き、捜査活動について聞く等。

## 2.「スコキー事件」Skokie

CBS作品。81年11月17日(火)夜8時放映。資金提供主はCBS。

この番組は1977〜78年、シカゴ市郊外のスコキーで実際に起った事件を再現したドキュメンタリードラマ。ネオ・ナチ組織のフランク・コリンがユダヤ系住民の多い村スコキーでの街頭デモを申請したことが発端となって、デモの禁止を要求する住民とコリンの間で、18か月にわたって法廷闘争が続いた。コリンの弁護を引き受けた弁護士はユダヤ系で、深く苦悩しつつも、彼の表現の自由を奪うことは許されないと論陣をはり、最終的に勝利する。

ガイドブックは、やはり、大学ノート大の4ページ。表現の自由という難しいテーマの理解を助けるため、事件の概要、法廷闘争の経緯、コリン側とスコキー住民側の各々の主張を簡潔に紹介している。

最終ページでは、生徒たちが表現の自由の問題について討議し、関心を深めることができるように配慮した13項目の質問と、読書案内を。

(文責・鈴木みどり)

## 国内篇

●子どものためのテレビCM改善運動、湯浅夏子、消費生活にかかわる実践活動の報告(神戸市)、1981年9月24、25日。

灘神戸生協が諸活動の一環として取り組んでいるテレビCM改善運動の報告。国際児童年を契機として子どもとテレビCMとのかかわりを調査した結果、予想以上に、テレビが子どもの生活に深く浸透していることが判明。翌80年、テレビCM改善を運動のテーマとし、テレビCM3万人アンケートを実施。さらに、学者や技師、テレビ関係者を交えてシンポジウムを開催し、CM改善運動の必要性を確認しあうとともに、このシンポジウムの内容を骨子に小冊子「子供とテレビコマーシャル」を作製。

一方、大阪の民放4局へCM改善要求を申し入れたところ、各局とも反応を示してくれはしたが、肝心なところで話しあいはすれ違いに終る。視聴者は制作過程から完全に疎外されていることを認識させられると同時に、これをつき破るためには、単なる嘆きの声に終らせず、科学的に問題点を追求し、データを積み重ねて、企業側にぶつけていくことが必要であるとの判断から、放送局と広告会社、スポンサーの三者関係の研究に着手している。

●教育テレビ番組制作のための教授設計モデル 浜野保樹、「放送教育研究」11号、1982・3。

教授設計モデルにもとづいて制作されたセサミ・ストリートの成功から、幼児番組、教育番組における、教授設計モデルの有効性に注目。当論文では、教授設計モデルの手続きの紹介がなされている。

手続きとして、(1)情報の収集、(2)教育目標の作成、(3)行動目標の記述、(4)学習者の能力の査定、(5)教授事態の選択、(6)教授メディアの選択、(7)番組の制作、(8)形成的評価、(9)総括

的評価、などが掲げられ、それぞれの段階について、実施した場合の問題点にも言及。子どもにわからせるには、子どもの知っている映像表現および音声表現の範囲で番組を制作する必要があると指摘。また、テレビは幼児にとって最高の教授メディアとなる可能性がある結論づけられている。

●輸入食品の現状と食生活の変化、内田泰司、「国民生活」VOL.12.No.3、1982年3月号。

まず、輸入食品とはどういうもので、トータルでどのくらい日本に輸入されているかが、貿易統計によって示されている。食品の輸入額から、家畜の食料をさし引いたのが「人間の食用に供しうる輸入品」となり、これは約3兆1000億円である。

次に、それらの輸入食品が個々の家庭の食卓に届くまでの経路を、たまねぎ、バナナ、豚肉、チーズの場合について紹介している。これは、輸入食品を三分類した中の、形状をあまり変えることなく消費者の手に渡るもの(たまねぎとバナナ)と、輸入時の形状では消費者の手に渡ることがすくなく、食品産業の原料となっているもの(豚肉とチーズ)に関する解説である。

それでは一体、この20年間、輸入食品はどのくらい増加しているのか。「食料需給表」をもとに、昭和35年から55年まで5年きざみの資料があげられており、果実、肉類は国内生産、輸入量ともに増加傾向にあり、小麦、大豆については、国内生産が減少の一途をたどっているのに対して、輸入が急激に増加している。

国民1人1年あたり供給純食料の推移を「食料需給表」でみると、食材料では、米といも類、豆類の消費が減少し、消費の増加している肉、油脂、乳製品などは、輸入依存。消費の減っていないもので国内生産のウェイトの高いものは野菜、果実、魚介類のみで、最近20年間の食生活の変化は、輸入食料を前提として可

能になったことが指摘されている。

●「日本人の食生活」調査 川口祥一、「文研月報」1982-4。

●「図説資料・家庭科」一橋出版、1982。

●急展開する食品二法制定運動、「消費と生活」、No.125、1982.5.6。

●スーパーと消費者、「国民生活」VOL.11、1981、11。

●「テレビ症候群」ケイト・ムーディ著、家の光協会、1982年6月

アメリカにおける“子どもとテレビ”の現状を、具体的事例を豊富に引用して、平易に解説している。全体は10章から成り立っていて、まず、アメリカにおけるテレビ世代の現状が紹介されている。次いで、テレビの及ぼす影響について、身体、学習と知覚、読書、暴力、健康、社会関係など、さまざまな側面から、具体的にアメリカとは同じようなテレビの状況にあるだけに、テレビの及ぼす影響の大きさを、全体的に再認識させられる。

こうした子どもの置かれているテレビ状況を踏まえて、「家庭」「学校」「社会」での対策を、これも豊富な具体例をもって示している。この部分になると、アメリカにおけるテレビに対する取り組みは、わが国に比べ、10年近くも進んでいるように思われる。しかし、「家庭での対策」に関しては、視聴者としての自覚を持つならば、今日からでもわが国の家庭でも実行できる対策が、述べられていて、大変参考になる。家庭での具体的対策としては①現実経験を拡大すること②テレビ視聴時間を制限すること③番組の内容を吟味すること④子どもの話を聞くこと⑤教育手段としてテレビを利用すること⑥番組の内容を話し合うこと、など貴重な提言が多い。

(文責・香取淳子、今井真介)

