

メディアリテラシー親子参加型プロジェクト 「ろっぽん夏休み」の実践的研究

—東京大学とテレビ朝日の共同研究の一環として—

駒谷 真美

A Study of Parent-child Participation
in the “Roppon Summer Holidays” Media Literacy Project:
A collaborative project with the University of Tokyo and TV Asahi

Mami Komaya

Abstract

Since 2007, the University of Tokyo and the TV Asahi Corporation have been promoting a three-year practical media literacy project called the “Roppon Project.” As part of “Roppon Project,” the “Roppon Summer Holidays” was designed in order to focus on parent-child participation. This paper analyzes the effect of this intervention study.

The results of “Roppon Summer Holidays” were evaluated using pre- and post- questionnaires with 32 elementary school children, 3 junior high school students and the 28 parents who had joined the TV station tour or the TV-puzzle workshop. Both children and parents displayed highly positive attitudes and feelings toward the project, expressing feelings such as: “I really enjoyed the project and finding out what goes on behind the scenes” and “I changed my point of view about TV.” They recognized the merits of TV, such as “TV can provide a variety of information immediately” and “Watching TV can encourage lively conversations with my family or friends.” The project worked as a meaningful bridge between the participants and TV.

Key words: media literacy (メディアリテラシー), practical research (実践研究), parent and child (親子), participatory project (参加型プロジェクト)

I 問題の所在

本論文は、「ろっぽん夏休み」と称するプロジェクトを実践した研究である。まず、「ろっぽん夏休み」に関する2点の特徴を概観し、それに伴う課題を掲示する。

1 ML教育の場

「ろっぽん夏休み」の第一義的特徴として、メディアリテラシー教育（以後「ML教育」と略す）が挙げられる。メディアリテラシーは、国や文化・歴史により、多様かつ微妙にその意味や定義づけが異なるが、総括すると、「メディアの受け手・使い手・作り手・送り手の立場から、能動的なオーディエンスとして、メディアから得られる情報を主体的に読み解き、活用し、コミュニケーションを創造する能力」と捉えることができる（駒谷、2006）。

メディアリテラシーを育成する教育は、1980年代前後から欧米を中心に関心が高まり、国や州の政府、大学やシンクタンクの研究機関、幼稚園・小学校から大学までの学校教育現場、市民団体や

NPOのコミュニティ、新聞社や放送局の制作者レベルで、社会的・文化的背景を反映しながら、世界各国で多岐に展開している(駒谷, 2006)。

日本におけるML教育は、様々な取り組みが行われているが、周知と普及が徹底しているとは言えない状況である。例えば、学校現場における情報モラル教育は、狭義のML教育と考えられるが、実際には、ML教育そのものとしてより、道德面に特化した情報教育として受け止められている。最近では、情報モラル教育が、学校教育において重要視されつつある。なぜなら、2008年1月の中央教育審議会答申において、今次改訂の学習指導要領の第一の改善事項に、「言語活動の充実」が掲げられ、「情報教育が目指している情報活用能力をはぐくむことは、基礎的・基本的知識・技能の確実な定着と共に、発表、記録、要約、報告といった知識・技能を活用して行う言語活動の基盤となるものである」と示された。そして、同年3月に公示された新学習指導要領の「総則」には、「情報モラルを身に付けさせる」ことが新たに明記されたからである(文部科学省生涯学習政策局, 2009)。ネットいじめなどメディアの影の部分への対応が緊要の問題として浮上し、情報モラル教育では、「情報モラル」指導実践キックオフガイド(日本教育工学振興会, 2007)や「春野家ケータイ物語」(メディア教育開発センター・NTTドコモ, 2009)などが作成され、カリキュラム開発・教員教育・教材制作を伴った実践的取り組みが開始されている。情報モラル教育における「言語活動の充実」は、ML教育におけるコミュニケーション能力の育成と繋がる。すなわち、情報モラル教育の実践が、ML教育の概念の一つを学ぶ機会となり、学校現場でのML教育の周知の契機となることが期待される。

更にML教育の普及には、学校以外にも実践する「場」の拡大が求められる。例えば、民間放送や公共放送に関わらず放送局は、メディアの作り手の視点から、局内見学や検証番組制作など、視聴者を対象としたメディアリテラシー活動を行ってきた。特に、テレビ朝日は、「館内見学」「出前授業」「出前講座」「テレビ塾」など制作の「現場」を知ってもらう活動を継続して行い、メルマガ「touch!★テレアサ」を配信し、「はい!テレビ朝日です」(視聴者と共にテレビについて考える番組)を放送している(テレビ朝日HP, 2009)。これらのメディアリテラシー活動は、edutainmentとして娯楽と教育の両面を備えたものが多いが、ML教育としては、定義・概念・方法論などの理論的枠組みが顕示化されていない。実践する「場」には、単に量的にだけでなく質的にも充実が望まれる。

そこで、「ろっぼん夏休み」では、ML教育のプロジェクトとして、「親子見学」「親子ワークショップ」「テレビ塾」の3コースが編成された(詳細は、「III 研究方法」を参照)。まず、「親子見学」は、ML教育の基本概念を入れたクイズを解きながら、通常の「館内見学」と同様のポイントを巡る。次に、「親子ワークショップ」は、「親子見学」に加えて、テレビの特性やイメージを探る「テレビ・パズル」(視聴者と放送局員がグループになり、テレビについて互いに学び合い、語り合うためのメディアリテラシーのゲーム)で遊ぶ。そして、「テレビ塾」は、今回は特別に『アニメ番組のできるまで〜「ドラえもん」スペシャル〜』となっている(テレビ朝日「はい!テレビ朝日です」HP, 2009)。本研究者は、「ろっぼん夏休み」において、「親子見学」と「親子ワークショップ」の企画と実践に携わった。「ろっぼん夏休み」の体験が、メディア教育におけるコミュニケーション能力を育成する「場」として成立し、メディア教育の周知と普及へのbreakthroughと成り得るか、その可能性を検討する。

2 協働プロジェクトの場

続いて、「ろっぼん夏休み」の特徴として、産学協働プロジェクトがある。「ろっぼん夏休み」は、

2007年度から3年間にわたり、東京大学大学院情報学環（水越伸研究室）とテレビ朝日（広報局お客様フロント部）が共同研究している「テレビ朝日開局50周年記念 ろっぼんプロジェクト」の一環として、2009年度に企画・実践された。

母体である「ろっぼんプロジェクト」の「ろっぼん」は、テレビ朝日の所在地である六本木の「ろく」と東京大学が位置する本郷の「ほん（本）」に因んだ名称である。「ろっぼんプロジェクト」は、「放送局と市民の協働的メディア・リテラシー活動の体系的構築」を研究テーマに掲げ、市民参加型の「ろっぼんワークショップ」を開催するなど、新たな取り組みを行っている。

「ろっぼんプロジェクト」を立案した東京大学大学院情報学環水越伸教授は、2001年から5年間にわたり、メディアに媒介された「表現」と「学び」、そしてメディアリテラシーについての実践的な研究を目的とした、ゆるやかなネットワーク型の研究プロジェクト「メルプロジェクト」を遂行した（メルプロジェクトHP, 2006）。「メルプロジェクト」終了後2007年からは、メディア表現とリテラシーについて共に語り合う広場として、「メル・プラッツ」を運営している（メル・プラッツHP, 2007）。また、「民放連メディアリテラシー実践プロジェクト」に副主査として関わり、メディアリテラシー向上運動に取り組んでいる（駒谷, 2008）。また、プロジェクトパートナーであるテレビ朝日は、前掲のようなメディアリテラシー活動の蓄積がある。こうして、メディアリテラシーに関して経験と実績を重ねてきたこの二者による協働プロジェクトが始動されたのである。

「ろっぼんプロジェクト」では、テレビ朝日の取り組みを体系的に捉え直し、学際的見地を取り入れ、メディアリテラシー活動の深化と発展を目指している。例えば、「ろっぼんワークショップ」では、共同開発された「テレビ・パズル」を体験することで、ゲーム形式で楽しみながらも、メディアの送り手である放送局員と受け手である視聴者の循環を図っている。

更に「ろっぼんプロジェクト」の普及と促進のために、参加者が16歳以上の「ろっぼんワークショップ」、小学5年生以上の「館内見学」、18歳以上の「テレビ塾」に加えて、新たに対象を“親子”に拡大した「ろっぼん夏休み」を計画するに至った。「ろっぼん夏休み」では、基本的には「ろっぼんプロジェクト」と同じスタンスで、放送局員と大学研究者の協働によるパートナーシップに基づいて、プロジェクトを実践していく。すなわち、それは、プロジェクトの企画段階から実践までの葛藤や試行錯誤をも、協働の重要な過程と認め、メディアの受け手と送り手のコミュニケーションの循環性をどれほど高められるか、その可能性を検討するものである。

本論文の執筆と写真を含む資料の提供にあたっては、東京大学大学院情報学環水越伸教授とテレビ朝日広報局お客様フロント部の承諾を得ている。

II 研究目的

「親子見学」または「親子ワークショップ」に参加した親と子のメディアに関わる意識行動を把握した上で、メディアリテラシーの理解の変化と実践した感想の詳細から、メディアリテラシー親子参加型プロジェクト「ろっぼん夏休み」の総体的成果を検討する。

III 研究方法

1 調査対象と調査時期

調査対象は、「ろっぼん夏休み」に応募し、「親子見学」か「親子ワークショップ」のいずれかに参

加した親子 63 人である。参加者の内訳は、親 28 人（「親子見学」15 人・「親子ワークショップ」13 人、男性 5 人・女性 22 人、父親 5 人・母親 22 人；平均年齢 42.82 歳，範囲 33 歳～49 歳，標準偏差 3.486），子ども 35 人（「親子見学」20 人・「親子ワークショップ」15 人，男子 20 人・女子 15 人，小学生 32 人・中学生 3 人；平均年齢 10.49 歳，範囲 9 歳～13 歳，標準偏差 1.147）である。

調査時期は、「親子見学」参加の場合は、2009 年 8 月 10 日午前・午後，8 月 11・12 日の午前（計 4 回），「親子ワークショップ」参加の場合は，同年同月 11・12 日午後（計 2 回）である。

2 手続き

(1) プロジェクト企画

「ろっぱん夏休み」では、「親子見学」（45～60 分，親子 3～4 組参加，4 回実施）と「親子ワークショップ」（45～60 分，親子 6～7 組参加，2 回実施）の 2 コースを，東京大学大学院情報学環水越伸教授・テレビ朝日広報局お客様フロント部スタッフ・本研究者が企画した。

(1)-1 「見学クイズ」の制作

「親子見学」で使用する「見学クイズ」を，新たに開発した。テレビ朝日広報局お客様フロント部所属の見学ガイド担当者から，通常の「館内見学」の流れ・説明する場所とポイント・時間配分等を聞き，ガイドの説明マニュアルを作成してもらった。それらの情報を元に，見学クイズを作成した。見学クイズでは，ML 教育の基本概念である「メディアは構成されている」「メディアは『現実』を伝えている」ことへの理解を上位の目標とし，その目標を達成するために，「構成概念を体験から知る・わかる・学ぶ」ための質問を下位に設定した。以下は，「見学クイズ」の詳細である。



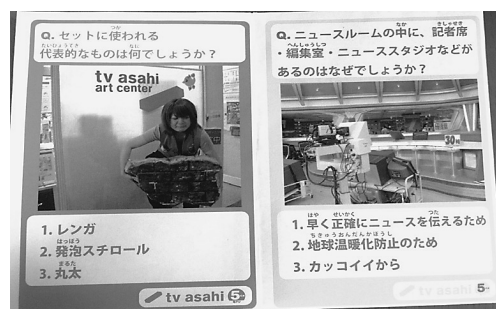
①スタッフミーティングを重ねクイズ内容を検討



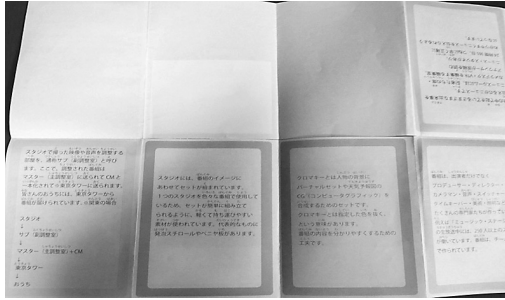
②完成した見学クイズの表紙
(入館証を表紙に添付)



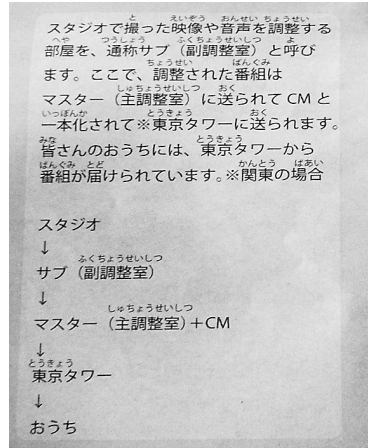
③クイズの全容（全 5 問・3 択方式）



④クイズは 1 問ごとに難易度がアップ



⑤裏面にクイズの解説を掲載（クイズ終了後に説明）



⑥親子の会話促進・自由勉強利用の目的で作成 ©tv asahi

(1)-2 「親子見学」の流れ

「親子見学」では、サブルームやスタジオなど見学ポイントで、「見学クイズ」に挑戦しながら、制作現場を体験した。「親子見学」は、以下の流れで進行した。



①見学ガイドの説明を聞いて、クイズに挑戦



②美術関係のアートセンターを見学



③小道具の岩（軽量の発泡スチロール）を持つ



④CG合成セットを見学



⑤番組収録の現場で大勢のスタッフと機材に遭遇



⑥ニュースキャスター風に地デジカと記念撮影

©tv asahi

(1)-3 「親子ワークショップ」の流れ

「親子ワークショップ」は、「ろっぼんプロジェクト」で開発された「テレビ・パズル」を活用するワークショップである。「親子見学」終了後に、親子・援助する大学生・放送局員・大学研究者によるグループ活動で「テレビ・パズル」を実施した。パズルが完成し、グループでの発表が終了後に、メディアの送り手・受け手の視点、テレビの循環的コミュニケーションとしての役割などに関して、メディアリテラシーの観点から、「ワークショップ」の総括を行った。具体的な流れを次に示した。

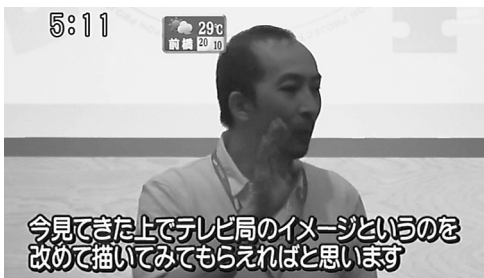


自分がテレビ局というこんなことを
思い出すというイメージを絵にしてもらえますか

①見学前に、最初のイメージ絵を自由に作成



②「親子見学」に参加。スタジオ等を見学



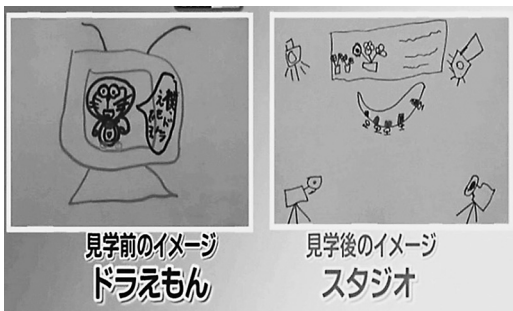
今見てきた上でテレビ局のイメージというのを
改めて描いてみてもらえればと思います

③見学後に2枚目のイメージ絵を作成



夢を与える仕事と思ってやっています

④自己紹介を兼ねグループで絵の説明。
局員も参加



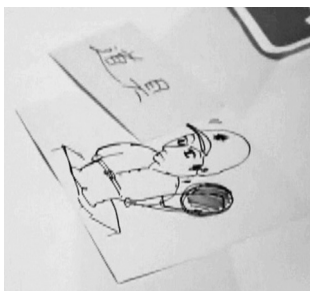
見学前のイメージ
ドラえもん

見学後のイメージ
スタジオ

⑤見学前と見学後の絵を比較し、各自説明



⑥グループで絵を組み合わせ、テレビ・パズル作成



⑦KJ法でイメージが似ている絵を類型化



⑧完成したパズルの特徴について発表

©tv asahi

(2) アンケート調査

「親子見学」「親子ワークショップ」いずれも実践の事前と事後でアンケート調査を2回行っている。アンケートの対象者は、実践に参加した子どもとその保護者である。手続きは、配布回収法で局内の一室で行った。アンケートの内容に関しては、本研究者・東京大学大学院情報学環水越伸教授・テレビ朝日広報局お客様フロント部スタッフが、対象者に妥当な質問方法・選択肢・語句を吟味し選定した。先入観や不安を回避するため、アンケート開始時に「メディアに関するアンケートでテストではない。点数はつかない。思ったことをそのまま書くだけでよい」と、対象者に伝達されている。アンケートの分析はPASW® Statistics 18・Excel 2007, 自由記述欄のテキスト分析はPASW® Text Analytics for Surveys 3を使用した。なお、アンケートの一部を付表として、末尾に掲載した。

事前アンケートの項目では、テレビ・テレビゲーム（DSやPSPも含む）・DVDやビデオ・インターネット（パソコン）・ケータイ（メールと電話）・漫画・一般の本に関するメディア接触時間・メディア別の好意度と必要度・メディア観・テレビ視聴時の仲介度（保護者のみ）については、4段階評定尺度で尋ねた。メディアリテラシーの認知度・ML教育の関心度と教育の場については、保護者のみを対象とし選択式で尋ねた。

事後アンケートの項目では、テレビ視聴時の意識行動・メディア観・「親子見学」「親子ワークショップ」に参加した感想・ML教育の必要度については、4段階評定尺度で尋ねた。保護者には、ML教育の実践に適した場所・「ろっぼん夏休み」の情報入手方法についても、多肢選択式で尋ねている。最後に、「ろっぼん夏休み」全体についての自由記述欄を設けた。

(3) 番組インタビュー

「ろっぼん夏休み」は、テレビ朝日の番組内で、親子向けイベントとして紹介された（テレビ朝日「はい！テレビ朝日です」HP, 2009）。「親子見学」「親子ワークショップ」に参加した親子のインタビューが紹介された。インタビューは、統計的手法に則ったものではないので、分析処理はできないが、感想を補完する目的で提示する。

IV 結果

事前・事後のアンケート結果について、3部構成で述べる。第1部は、「ろっぼん夏休み」に参加した親子が、普段どのようにメディアと関わっているか、その実態を把握する。第2部は、親子が「ろっぼん夏休み」に参加することで、メディアリテラシーやその教育に対する意識がどのように変わったか、その変動を探る。第3部は、自由記述を含めた感想から、親子が「ろっぼん夏休み」をどう捉えたか、その詳細を明らかにする。

「親子見学」に参加した親と「親子ワークショップ」に参加した親について、事前・事後アンケートの各項目（メディア接触時間・メディア別好意度や必要度・メディア観・テレビの見方・見学の感想など）について比較した結果、統計的に有意差は認められなかった。これは、「親子見学」と「親子ワークショップ」に参加した親は、日常生活で同様な「メディアに関わる意識行動」を保持しているためと考えられる。また、「親子見学」や「親子ワークショップ」に参加した子ども達にも同傾向が認められた。ゆえに、本論文では、「見学」と「ワークショップ」の2群による比較分析は行わず、主に親と子の2群比較による分析結果を示す。

1 「ろっぼん夏休み」に参加した親子のメディアに関わる意識行動

(1) メディア接触時間

「ろっぼん夏休み」に参加した親子が日常生活において、どのくらいメディアと関わっているか、接触時間を事前アンケートで尋ねた。テレビ・テレビゲーム (DS や PSP も含む、以下ゲーム)・DVD やビデオ・インターネット (パソコン、以下ネット)・ケータイ (メールと電話)・漫画・一般の本・勉強・外遊びの 9 項目を取り上げ、7 つの選択肢 (30 分以下・1 時間くらい・2 時間くらい・3 時間くらい・4 時間くらい・5 時間以上・見ないもしくは持っていない) を設定した。表 1 では、30 分以下・1 時間くらいを低群、2 時間くらい・3 時間くらいを中群、4 時間くらい・5 時間以上を高群、接触しない群を非接触群に分類し示した。なお、勉強と外遊びは、子どものみ回答している。

その結果、親子共に最も接触時間が長いメディアは、テレビであった。他のメディアでは、1 時間以下の低接触群が多いことから、親も子どもも様々なメディアに短時間ずつ接触している傾向が指摘された。クロス集計の結果、ゲーム・ネット・ケータイ・漫画の接触時間と、親子との間には有意な関連が見られた。ゲームは、親の場合、非接触が 6 割で 1 時間以下の低接触が 4 割の 2 群に分かれた。一方、子どもは 1 時間程度に 6 割以上が集中するものの、2・3 時間、4 時間以上の接触群も存在していた ($\chi^2(3)=16.789, p<.01$)。ネットは、子どもの場合、大半が小学生であったため、低接触と非接触群が多かったが、親の場合、7 割近くの低接触に加え、2・3 時間くらいの中接触も見られた ($\chi^2(3)=9.333, p<.05$)。ケータイは、親は 1 時間以下の使用、子どもは持たない傾向が見られた ($\chi^2(3)=31.789, p<.001$)。漫画に関しては、親は読まない場合、子どもも 1 時間以下が多かった ($\chi^2(2)=17.692, p<.001$)。

表 1 「ろっぼん夏休み」に参加した親子のメディア別接触時間

		% (度数)			
		低群 (1 時間以下)	中群 (2・3 時間くらい)	高群 (4 時間以上)	非接触群
テレビ	親 (N=28)	32.1 (9)	39.3 (11)	28.6 (8)	0 (0)
	子ども (N=35)	20.0 (7)	40.0 (14)	40.0 (14)	0 (0)
ゲーム**	親 (N=28)	39.3 (11)	0 (0)	0 (0)	60.7 (17)
	子ども (N=34)	64.7 (22)	11.8 (4)	8.8 (3)	14.7 (5)
DVD	親 (N=28)	78.6 (22)	10.7 (3)	0 (0)	10.7 (3)
	子ども (N=35)	68.6 (24)	20.0 (7)	0 (0)	11.4 (4)
ネット*	親 (N=28)	67.9 (19)	25.0 (7)	0 (0)	7.1 (2)
	子ども (N=35)	48.6 (17)	11.4 (4)	2.9 (1)	37.1 (13)
ケータイ***	親 (N=28)	96.4 (27)	0 (0)	0 (0)	3.6 (1)
	子ども (N=35)	25.7 (9)	8.6 (3)	2.9 (1)	62.9 (22)
漫画***	親 (N=28)	21.4 (6)	0 (0)	0 (0)	78.6 (22)
	子ども (N=35)	68.6 (24)	5.7 (2)	0 (0)	25.7 (9)
一般本	親 (N=28)	89.3 (25)	0 (0)	0 (0)	10.7 (3)
	子ども (N=35)	80.0 (28)	11.4 (4)	2.9 (1)	5.7 (2)
勉強	子ども (N=35)	65.7 (23)	25.7 (9)	8.6 (3)	0 (0)
外遊び	子ども (N=35)	45.7 (16)	25.7 (9)	14.3 (5)	14.3 (5)

注: (網掛け) 部分が各項目の最高値。(* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$)

(2) メディア別好意度と必要度

「ろっぼん夏休み」に参加した親子は、普段どのメディアが好きか、また必要だと考えているか、テレビ・ゲーム・DVD やビデオ・ネット・ケータイ・漫画・一般本・勉強・外遊びの 9 項目を取り

上げ、4段階評定尺度を用い、事前アンケートで尋ねた（添付資料参照）。最大値は4で最小値は1である。表2では、メディア別の好意度と必要度について、親と子の平均値と親子を比較したt検定の結果を示した。

まず好意度について、親の場合は、テレビ（平均値 3.46）>一般本（3.18）>ネット（3.14）>DVD（3.11）>漫画（2.75）>ケータイ（2.61）>ゲーム（2.21）の順であった。子どもの好意度は、テレビ（3.83）>DVD（3.29）>ゲーム（3.20）>外遊び（3.17）>漫画・一般本（3.09）>ネット（2.77）>ケータイ（2.45）>勉強（2.38）の順であった。親子で比較すると、テレビは、親子共に最も好きなメディアであるが、対応のないt検定の結果、子どもの方が親より有意にテレビ好きであることが裏付けられた（ $t=2.665$, $df=42.026$, $p<.05$ ）。ゲームに関しても、子どもの方が親より有意に好感を抱いていることもわかった（ $t=4.561$, $df=61$, $p<.001$ ）。親の好意度に関して、ネットがテレビ・一般本に続いて高く、漫画がケータイやゲームよりも上位に支持されていた。子どもの好意度において、外遊びは、テレビやゲームより低いが、漫画・一般本・ネット・ケータイより上位に位置し、勉強は最下位であった。

次に必要度について、親の場合は、ネット（3.50）>一般本（3.36）>テレビ（3.29）>ケータイ（3.00）>DVD（2.86）>漫画（2.07）>ゲーム（1.68）の順であった。子どもの必要度は、勉強（3.57）>外遊び（3.51）>テレビ（3.37）>一般本（3.34）>ネット（2.74）>DVD（2.60）>ケータイ（2.48）>ゲーム（2.46）>漫画（2.37）の順であった。親の必要度は、ネットが第一位になり、ケータイよりテレビが上位であった。子どもの必要度について、勉強と外遊び以外、テレビが最も必要度が高いメディアであった。また、好意度の平均値が3以上であったゲームと漫画に関しては、必要度はそれぞれ2.5以下の下位になっていた。しかし、対応のないt検定の結果、それでもゲームは、子どもの方が親より有意に必要と感じていた（ $t=4.276$, $df=57.782$, $p<.001$ ）。一方、ネットとケータイは、親の方が子どもより有意に必要と認識していた（ネット $t=4.211$, $df=53.775$, $p<.001$; ケータイ $t=2.326$, $df=57.517$, $p<.05$ ）。

表2 「ろっぼん夏休み」に参加した親子のメディア別好意度と必要度

	好意度		必要度	
	平均値（標準偏差）		平均値（標準偏差）	
	親 N=28	子ども N=35	親 N=28	子ども N=35
テレビ	3.46 (0.637)	3.83 (0.382)*	3.29 (0.600)	3.37 (0.690)
ゲーム	2.21 (0.833)	3.20 (0.868)***	1.68 (0.637)	2.46 (0.382)***
DVD	3.11 (0.629)	3.29 (0.629)	2.86 (0.651)	2.60 (0.775)
ネット	3.14 (0.651)	2.77 (1.140)	3.50 (0.509)	2.74 (0.898)***
ケータイ	2.61 (0.685)	2.45 (1.175)	3.00 (0.720)	2.48 (1.004)*
漫画	2.75 (0.867)	3.09 (1.067)	2.07 (0.663)	2.37 (0.910)
一般本	3.18 (0.612)	3.09 (0.702)	3.36 (0.731)	3.34 (0.725)
勉強	—————	2.38 (1.015)	—————	3.57 (0.739)
外遊び	—————	3.17 (0.954)	—————	3.51 (0.658)

注: 平均値の最大値=4。（* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$ ）。ゲームは子ども N=34。

2 「ろっぼん夏休み」に参加した親子のメディアリテラシーに関わる意識変化

(1) メディアリテラシー認知度とML教育関心度

事前アンケートで、「メディアリテラシーとは、“テレビを含めメディアが伝える情報について、主体的に読み解き、取捨選択し、活用する能力”を指します。そのメディアリテラシーを子どもたちが身につけ、メディアと楽しく上手につきあうための教育を“ML教育”と言います」と但し書きを付

けた。その上で、メディアリテラシー認知度と ML 教育関心度を聞いた（添付資料参照）。

最初に、メディアリテラシーについて既知の有無を 2 択で、親に尋ねたところ、28 人中 20 人（71.4%）が「メディアリテラシーについて知らなかった」と回答した。メディアリテラシーについて「ろっぼん夏休み」の前に聞いたことがあったのは、8 人（28.6%）であった。

続いて、ML 教育関心度について、事前アンケートで、4 段階評定尺度（最大値は 4 で最小値は 1）で尋ねた。その結果、平均値（標準偏差）は、3.00（0.609）となり、28 人中 23 人（82.1%）の親は、「ML 教育に、とても又はやや関心がある」と回答した。

（2） ML 教育の必要度

事後アンケートで、「親」「子ども」「親子」にとって、どのくらい ML 教育が必要か、それぞれ 4 件法で親に尋ね、平均値を表 3 に示した。「やや又はとても必要である」と回答したのは、親自身の場合は 89.3%、子どもと親子の場合は 100% であった。対応のある 1 要因 3 水準の分散分析の結果、ML 教育の必要度の主効果が有意であることが示された（ $F(2, 54) = 12.007, p < .001$ ）。Bonferroni 法による多重比較の結果、親にとっての必要度と子どもにとっての必要度、親にとっての必要度と親子にとっての必要度の平均値の間に、1% 水準で有意な差が認められた。親が、子どもと親子のためにメディア教育は必要であると有意に感じていることがわかった。

表 3 「ろっぼん夏休み」に参加した親が考える ML 教育の必要度

	平均値（標準偏差） N=28		
	親にとって	子どもにとって	親子にとって
ML 教育は必要である**	2.96 (0.576)	3.50 (0.509)	3.36 (0.488)

注: 平均値の最大値=4。 (** $p < .01$)

（3） ML 教育に適した場所

事前・事後アンケートで、ML 教育を教えるのに一番よいと思われる場所について、「家庭」「学校」「テレビ局」「家庭と学校の両方」「学校とテレビ局の両方」「家庭とテレビ局の両方」「家庭と学校とテレビ局」「どちらともいえない」「子どもに教える必要はない」の 9 択の中から 1 つ選ぶ、多肢選択法で親に尋ねた（添付資料参照）。表 4 は、親が選んだ ML 教育に適した場所について事前・事後の比較である。

「ろっぼん夏休み」参加前は、3 割近くの親が「家庭と学校とテレビ局」を、2 割が「家庭」か「家庭と学校」を、1 割前後が「学校とテレビ局」「どちらともいえない」「家庭とテレビ局」の順で選択していた。「テレビ局」を挙げた親はいなかった。参加後は、「家庭と学校とテレビ局」が最適と捉えていたのは変わらないが、5 割弱に増加していた。 χ^2 検定の結果、有意に「家庭」を選択した親は減ったが、「テレビ局」は増えていた（家庭 $\chi^2(1) = 4.082, p < .05$; テレビ局 $\chi^2(1) = 4.235, p < .05$ ）。事前・事後を通して、「子どもに教える必要はない」と考えた親はいなかった。「学校」での教育については、事前・事後で誰も選択していなかった。

表4 「ろっぼん夏休み」に参加した親が考える ML 教育に適した場所

適正場所	% (度数) N=28	
	事 前	事 後
家 庭	21.4 (6)	3.6 (1)*
学 校	0 (0)	0 (0)
テレビ局	0 (0)	14.3 (4)*
家庭と学校	21.4 (6)	17.9 (5)
学校とテレビ局	10.7 (3)	3.6 (1)
家庭とテレビ局	7.1 (2)	10.7 (3)
家庭と学校とテレビ局	28.6 (8)	46.4 (13)
どちらともいえない	10.7 (3)	3.6 (1)
子どもに教える必要はない	0 (0)	0 (0)

注: * $p < .05$

(4) テレビに関わるメディアリテラシー理解度

親子が、テレビにおけるメディアの特性をどのように捉えているか、メディアリテラシー教育の基本となるメディアの特性理解について、事前・事後のアンケートで、4段階定尺度（最大値は4で最小値は1）で尋ねた（添付資料参照）。具体的には、テレビについて、「色々な情報を得られる（情報性）」「今起こっていることを同時に見られる（同時性）」「家族や友達との会話がはずむ（話題性）」「直接見聞きしているように実感できる（実感性）」「大きさに伝えていることが多い（誇張性）」「事実を曲げて伝えることがある（歪曲性）」「現実か作り事か混同するときがある（虚構性）」「いつも真実を伝えている（真実性）」「かたよった意見や考えを押しつける気がする（画一性）」「伝えていることに不満を持つことがある（批判性）」の10項目を設定した。表5は、親子のメディアリテラシー理解度について、事前・事後の平均値を示した。

まず、「ろっぼん夏休み」参加前では、親子ともに「情報性」「話題性」「同時性」「実感性」に関わるテレビの特性を高く認識していることがわかった。対応のない t 検定の結果、「画一性」「誇張性」「歪曲性」の観点では、親の方が子どもより有意に見抜き、「批判性」を持ち合わせていた（画一性 $t=4.226$, $df=61$, $p<.001$; 誇張性 $t=2.489$, $df=59.138$, $p<.05$; 歪曲性 $t=2.161$, $df=61$, $p<.05$; 批判性 $t=2.235$, $df=59.923$, $p<.05$ ）。

続いて「ろっぼん夏休み」参加後では、「情報性」「同時性」「実感性」については、親子共に特性認識は変わらず高かった。クロス集計の結果、特に「情報性」と「同時性」は、事前・事後とも全員の親が「とても又はやや思う」と回答していた。対応のない t 検定の結果、「話題性」は親より子どもの方が有意に高く、コミュニケーションの増加を自覚する結果となった（ $t=2.156$, $df=61$, $p<.05$ ）。「画一性」「誇張性」「批判性」について、事前同様、親が子どもより有意に高かった（画一性 $t=3.645$, $df=61$, $p<.01$; 誇張性 $t=2.210$, $df=55.156$, $p<.05$; 批判性 $t=3.930$, $df=59.048$, $p<.001$ ）。「誇張性」は子どもが親より有意に低く、「真実性」は親より子どもが高いことから、子どもは「テレビはホントのことを伝えている」と信じており、作り事か否かを迷うことがないため、「虚構性」は子どもが親より有意に低くなったと考えられる（真実性 $t=2.474$, $df=61$, $p<.05$; 虚構性 $t=2.032$, $df=59.266$, $p<.05$ ）。クロス集計の結果、39.3%（11人）の親と65.7%（23人）の子どもが「いつも真実を伝えている」と回答した。71.4%（20人）の親と42.9%（15人）の子どもが、「現実か作り事か、とても又はやや混同する」と答えていた。事後の結果から、全体的にメディアリテラシー理解度は、安定している部分と揺らいでいる部分が明らかになった。

表5 「ろっぼん夏休み」に参加した親子のメディアリテラシー理解度

	事前		事後	
	平均値 (標準偏差)		平均値 (標準偏差)	
	親 N=28	子ども N=35	親 N=28	子ども N=35
情報性	3.68 (0.476)	3.71 (0.572)	3.46 (0.508)	3.57 (0.698)
同時性	3.68 (0.476)	3.49 (0.658)	3.54 (0.508)	3.43 (0.655)
話題性	3.39 (0.497)	3.57 (0.608)	3.14 (0.651)	3.51 (0.702)*
実感性	3.00 (0.544)	3.29 (0.710)	3.18 (0.476)	3.34 (0.725)
誇張性	3.11 (0.497)	2.71 (0.750)*	3.00 (0.471)	2.63 (0.843)*
歪曲性	3.00 (0.609)	2.66 (0.639)*	2.86 (0.525)	2.60 (0.736)
虚構性	3.00 (0.667)	2.71 (0.893)	2.82 (0.612)	2.43 (0.917)*
真実性	2.43 (0.573)	2.74 (0.780)	2.36 (0.559)	2.77 (0.731)*
画一性	2.93 (0.604)	2.23 (0.690)***	2.75 (0.441)	2.23 (0.646)**
批判性	2.85 (0.602)	2.40 (0.881)*	2.89 (0.577)	2.17 (0.857)***

注: 平均値の最大値=4。(* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$)

3 「ろっぼん夏休み」に対する親子の意識変化

(1) 「親子見学」参加後の全体的感想

事後アンケートで、「親子見学」に参加した親子 63 人に、全体的な感想を 8 項目、4 段階評定尺度で尋ねた。最大値は 4 で最小値は 1 である。なお、「親子見学」コースと「親子ワークショップ」コースの参加者は、局内見学を体験しており、「親子見学」の感想部分について、両コース間に統計的差異がなかったため、「親子見学」の感想部分は両コースを統合し分析した。表 6 は、「親子見学」に参加した感想について、肯定的・積極的感想と批判的・否定的感想に分け、親子の平均値と親子比較した t 検定の結果を示した。

全体的に「親子見学」に関して、肯定的・積極的反応は、親子共にかかなり高かった。特に、親子で最も高い平均値は「楽しかった」であり、クロス集計の結果、両者の 100% が「とても又はやや楽しかった」と回答していた。同様に親と子の全員が「テレビのことがよく又はややわかった」と回答していたが、 t 検定の結果、子どもの方が親より有意にテレビのことを理解できたと実感していた ($t=4.901, df=59, p<.001$)。見学中に実施したクイズについては、親より子どもが有意に「おもしろかった」と回答している。($t=2.338, df=60, p<.05$)。「家族でテレビについて話すことが増える」「学校の自由研究に役立つ」点に関して、親子共に平均値が 3 以上あり、見学後の波及効果を認めている。

表 6 「親子見学」に参加した親子の感想

	平均値 (標準偏差)	
	親 N=28	子ども N=35
肯定的・積極的感想		
楽しかった	3.96 (0.189)	3.97 (0.171)
テレビのことがよくわかった***	3.25 (0.441)	3.79 (0.415)
クイズはおもしろかった*	3.32 (0.476)	3.65 (0.597)
家族でテレビについて話すことが増える	3.61 (0.497)	3.38 (0.697)
学校の自由研究に役立つ	3.50 (0.577)	3.35 (0.884)
批判的・否定的感想		
つまらなかった*	1.18 (0.390)	1.00 (0.000)
説明は難しかった	1.75 (0.518)	1.91 (0.753)
クイズを解くのが面倒だった	1.43 (0.573)	1.35 (0.544)

注: 平均値の最大値=4。(* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$)

一方、批判的・否定的反応は、親子共に低かった。「とても又はややつまらなかった」と回答したのは、クロス集計の結果、親子共に0%であり、 t 検定の結果、子どもの方が親より有意につまらないと感じていなかった ($t=2.423$, $df=27.000$, $p<.05$)。「説明はとても又はやや難しかった」と回答したのは、親は1人、子どもは6人であった。「クイズを解くのが面倒だった」と回答したのは、親子とも1人のみであり、クイズに対する負担感は少なかった。

(2) 「親子ワークショップ」参加後の全体的感想

事後アンケートで、「親子ワークショップ」に参加した親子28人に、全体的な感想を14項目、4段階評定尺度（最大値は4で最小値は1）で尋ねた（添付資料参照）。表7は、ワークショップに参加した感想について、肯定的・積極的感想と批判的・否定的感想に分け、親子の平均値と親子比較した t 検定の結果を示した。

総体的にワークショップに関して、肯定的・積極的感想の平均値は、3点前後であった。クロス集計の結果、親は全員、子どもは1人を除いて全員が、とても又はやや「面白かった」「楽しかった」と回答していた。特に、親子全員が「満足した」と回答し、 t 検定の結果、子どもの方が親より有意に満足感を味わっていた ($t=3.137$, $df=25.681$, $p<.01$)。親は1人を除いて全員、子どもは全員が「テレビの見方がとても又はやや変わった気がする」と回答した。親子共に12人が、ワークショップ中に「色々話すことがとても又はややできた」と感じていた。

ワークショップ後の発展について、「続きがあれば、またやりたい」と継続意欲を示したのは、子どもが親より有意に高かった ($t=2.306$, $df=24.478$, $p<.05$)。親は全員、子どもは1人を除いて全員が、「家族でテレビについて話すことが増える」「学校の自由研究に役立つ」点を認めていた。

時間の長さは、長すぎず短すぎず「ちょうどよかった」と親子共に回答しているが、特に、子どもの方が親より有意に時間の長さは適切であると感じていた（「ちょうどよい長さだった」 ($t=2.606$, $df=26$, $p<.05$); 「時間は長すぎた」 ($t=2.394$, $df=22.293$, $p<.05$); 「時間は短すぎた」 ($t=2.606$, $df=26$,

表7 「親子ワークショップ」に参加した親子の感想

	平均値（標準偏差）	
	親 N=13	子ども N=15
肯定的・積極的感想		
楽しかった	3.54 (0.519)	3.53 (0.640)
おもしろかった	3.46 (0.519)	3.73 (0.594)
満足した**	3.15 (0.376)	3.67 (0.488)
テレビの見方が変わった	3.23 (0.599)	3.60 (0.507)
色々話すことができた	3.15 (0.555)	3.33 (0.816)
続きをやりたい*	2.92 (0.494)	3.47 (0.743)
時間はちょうどよい長さだった*	3.00 (0.577)	3.60 (0.632)
家族でテレビについて話すことが増える	3.38 (0.506)	3.33 (0.816)
学校の自由研究に役立つ	3.46 (0.519)	3.40 (0.828)
批判的・否定的感想		
難しかった*	2.15 (0.801)	1.47 (0.640)
つかれた	2.08 (0.641)	1.64 (0.617)
絵やメモが面倒だった*	2.15 (0.555)	1.47 (0.743)
時間は長すぎた*	2.00 (0.408)	1.47 (0.743)
時間は短すぎた*	2.00 (0.577)	1.40 (0.632)

注: 平均値の最大値=4。(* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$)

p<.05)。

一方、批判的・否定的感想の平均値は、2点前後で留まり、子どもの方が親より若干低い傾向が見られた。子どもの方が「疲れた」と感じておらず、「難しかった」点 ($t=2.524, df=26, p<.05$) と「絵を描いたり、メモを取ったりするのが面倒だった」点 ($t=2.736, df=26, p<.05$) については、子どもは有意に否定的であった。

(3) 「ろっぼん夏休み」参加後の具体的な感想

「ろっぼん夏休み」に参加した親子が、具体的にどのような感想を持つに至ったか、事後アンケートの自由記述欄で尋ねた(下部の自由記述を参照)。親子62人(子ども1人は無回答)の自由回答をテキスト分析した結果、63のキーワードと456のレコードが抽出された。その中から、類似したレコードを持ち、頻度の高いキーワードを選出し、22のカテゴリに分類した。

表8は、親子の自由記述のカテゴリと各カテゴリのレコード抽出数と記述例を示した。主な上位カテゴリ(レコード抽出数)は、「テレビの裏側」(80)・「多くの人々」(57)・「見学」(36)である。親子62人全員の回答に、「テレビの裏側」に関わる記述が見られた。「親子見学」「親子ワークショップ」に関わらず、参加した親子は、主に「館内見学」で実際に「多くのスタッフ」に出会えた「貴重な体験」(24)について述べていた。感情面では、「良さ」(24)・「楽しさ」(18)・「驚き」(16)・「嬉しさ」(11)・「感謝」(9)・「面白さ」(6)が出ていた。同時に、「普段」(9)入れない場所である「実際」(9)の現場を見学し、「参加」(16)意識も表れていた。「学び」(21)と「気づき」(9)に関わる語句も表出し、今後の「自由研究」(10)に役立てる面も出ていた。「テレビ」(19)に関しては、テレビ自体を指す場合・テレビ局そしてテレビ朝日を指す場合に分かれていた。「地デジカ」(13)については、見学中に地デジカの着ぐるみが登場したので、その印象が子どもに残っていたと考えられる。

更に、表8で分類した22のカテゴリの共起関係について、テキスト分析(PASW® Text Analytics for Surveys 3)を用い、カテゴリ Web 機能で視覚化したものを、図1に表示した。Web グラフの各ノード(点)がカテゴリを示しており、ノードの大きさは、回答者数に基づく。カテゴリ間の線の太さは、2つのノードが共有するレコード数を示している。図1では、最大ノードは「テレビの裏側」であり、四方に「多くの人々」「見学」「貴重な体験」「良さ」が位置している。

これらの主要ノードから発する線は、太くかつ多く放射線状に他のノードに連結されている。すなわち、「ろっぼん夏休み」に参加した親子の多くが、「テレビの裏側」には「多くの人々」の存在があり、その現場を「見学」することは、「面白さ」「楽しさ」「驚き」の感情と「学び」「気づき」を伴う「貴重な体験」であり、その「良さ」を認めたことがわかる。

問5 「ろっぼん夏休み」に関して、ご意見・ご感想がありましたら、自由にお書き下さい。
スタジオや、ほかの場所も見学できたのが良かったです。今日、学んだことを役に立てて、今後の自由研究に使えたらいいです。明日からテレビ朝日を見るときは細かいことにも注意しながら見ようと思います。家族でもたくさん話をしようと思います。これからもうカウンセラーやスタッフの方の反応が楽しみです。

以上で、アンケート②は終了です。ご協力ありがとうございました。



子どもの感想

問6 「ろっぼん夏休み」に関して、ご意見・ご感想がありましたら、自由にお書き下さい。
子どもがテレビ局に興味を持っていた事を知りました。大人よりも面白い事に視線がまわっていたのが意外でした。これは大人である私が気づき学ばされました。ニュース、ドラマの製作が夕暮のスタッフによって成り立つものであるのを子どもが学んだことに感謝がたついています。

問7 「ろっぼん夏休み」をご感想ありがとうございました。

あてはまる番号に1つずつをつけてください。

- (1) テレビ番組
- (2) メルマガ
- (3) テレビ朝日ホームページ
- (4) その他のインターネット
- (5) 館内から聞いて
- (6) 館員の話のとき
- (7) その他 ()

以上で、アンケート②は終了です。ご協力ありがとうございました。



親の感想

表 8 「ろっぼん夏休み」に参加した親子の自由回答のカテゴリー一覧

カテゴリ	抽出数	主な記述例
テレビの裏側	80	スタジオ・セット・働く・大変・クロマキー・サブ・生放送
多くの人々	57	スタッフ・多くの人・250人
見学	36	見学・コース・企画
良さ	24	よかった・見られてよかった・できてよかった
貴重な体験	24	体験・機会・出会い
多様性	23	たくさん・色々・詳しい・細かい
番組	21	番組・ドラマ・ミュージックステーション・ドラえもん
学び	21	学んだ・わかった・勉強・全問正解
テレビ	19	テレビ・テレビ局・テレビ朝日
楽しさ	18	楽しかった
参加	16	来る・参加
驚き	16	すごい・びっくりした・驚いた
子ども	14	子ども
地デジカ	13	地デジカ
嬉しさ	11	うれしかった
ニュース	11	ニュース・報道ステーション・報道
自由研究	10	自由研究
感謝	9	ありがとうございました
普段	9	普段・普通（入れない場所を見られて、見ている番組）
実際	9	実際（生で見られて、スタジオで）
気づき	9	知る・気づく
面白さ	6	面白かった

注: 抽出数は、親子の合計で 456 である。

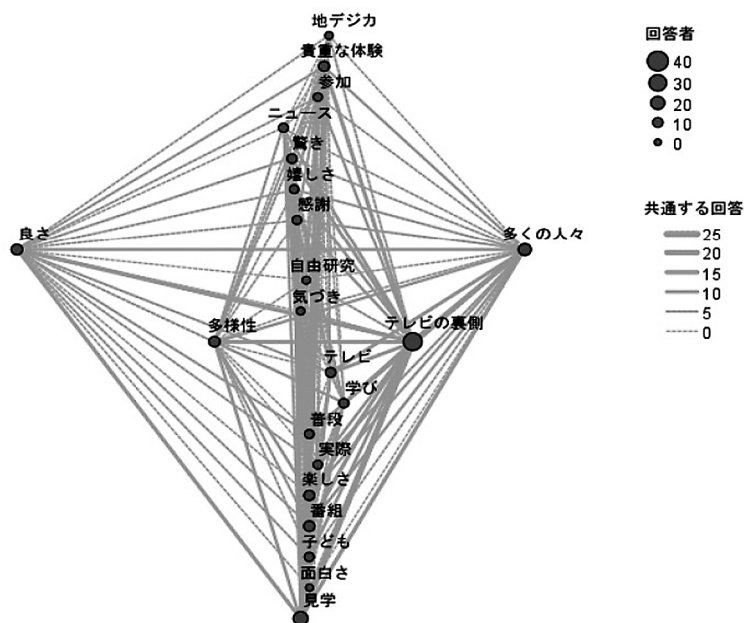


図 1 「ろっぼん夏休み」参加後の親子の自由回答によるカテゴリ Web 図

「ろっぼん夏休み」に参加した親子の感想は、前述のアンケートや自由記述の結果以外では、テレビ朝日の番組で、インタビュー形式で紹介された（「はい！テレビ朝日です」HP, 2009）。「親子見学」では、クイズに参加して「簡単だった」「難しかった」「意外といける」「全部面白い」と一喜一憂する子ども達の姿が見られた。小道具の岩（発泡スチロール製で軽量）を実際に持たせてもらい、「（ガイド担当者が）重そうに持っていたのが、（自分が持つと）急に軽くなった」と答え、見た目との違いに

「本当らしく見える」工夫に気づく場面もあった。一方、スタジオのセットに大量の水が使用されていると聞いて、「本物の水だとは思わなかった」と驚いていた。見学時間は「結構短かった」と答え、その理由を尋ねられると、「楽しかったから」と返答していた。そして、「テレビの裏を見られて楽しかった」「(これからテレビを見るときは) もっとよく見たい」と希望していた。親も実際のスタジオを見学して、「スタッフの方が動いていると分かってよかった」「なかなかこういう機会がないので、夏休みに家族で来てよかった」と答えていた。「親子ワークショップ」では、局内見学の前後でテレビ局に対するイメージ画を2枚描き、比較した結果、子どもは、「最初はドラえもんが印象に残ったんですが、見学してからクロマキーと地デジカが印象に残りました」、親は「(見学前は) ニュースを放送している様子がすごく印象的でしたが、(見学後は) ニュースを出しているというか集めて、みんな24時間待機しているところが印象的でした」とインタビューに答えていた。

V 考察

1 「ろっぼん夏休み」の成果

本研究の目的は、「ろっぼん夏休み」に参加した親子のメディアに関わる意識行動を把握し、親子のメディアリテラシーやML教育に関わる意識変化を探り、「ろっぼん夏休み」に対しての親子の意識を明確にし、メディアリテラシー親子参加型プロジェクトとしての「ろっぼん夏休み」の成果を検討することであった。次の3つの観点から結果を概観しつつ、プロジェクトの成果を考察する。

第一に、親子のメディアに関わる意識行動である。メディア別接触時間を比較したところ、親子共にテレビの視聴時間が2・3時間くらいと最も長く、他のメディアは1時間以内の短時間接触もしくは非接触であった。この結果は、全国調査とほぼ同傾向である。例えば、親の場合、「2005年国民生活時間調査報告書」(NHK放送文化研究所, 2006)によると、国民全体の平均接触時間は、テレビが3時間29分であり、DVDが1時間40分であった。子どもの場合、「子どものICT利用実態調査」(Benesse®教育開発センター, 2009)によると、ゲームは1時間以下が最も多く52.9%であり、ケータイは非接触が71.5%、1時間以下が21.1%であった。これらの調査結果と照合すると、「ろっぼん夏休み」に参加した親子のメディアに関わる行動は、特異的ではなく平均的であると言える。

このように、テレビの接触時間が他のメディアより多かった親子にとって、メディア別好意度もテレビが最も高かった。しかし、メディア別必要度は親子で異なった。子どもはテレビを最も必要と感じていたが、親はネットの必要性を有意に認めていた。親子共に誕生時からテレビが存在したテレビ世代といえども、最も「好きなメディア」と「必要なメディア」について、子どもの見解は一致したが、親には乖離が見られた。「ろっぼん夏休み」に参加した親子は、このようなメディアに関わる意識行動を保持していた。

第二に、親子のメディアリテラシーに関わる意識変化である。「ろっぼん夏休み」に参加する前は、親のメディアリテラシー認知度は低かったが、ML教育については高い関心を示した。「ろっぼん夏休み」参加後の親は、子どもにとって、そして親子にとって、ML教育は必要であると有意に考えるようになった。また、ML教育を行う場所としては、親は、事前・事後とも「家庭と学校とテレビ局」の三位一体型を最も高く支持したことから、均衡的な教育の場を望んでいることがわかる。加えて、事前には「テレビ局」でのML教育を求めた親はいなかったが、事後には有意に増加していた。一方、「学校」を挙げた親は、事前・事後も皆無であった。この結果は、「ろっぼん夏休み」で「親子見学」

を体験したことで、「テレビ局」への期待が増したと推察する。結果的には、「ろっぼん夏休み」の体験を通して、親のML教育に対する意識が高まったと考えられる。

メディアリテラシー理解度については、「ろっぼん夏休み」参加前と後で、親子共に安定と揺らぎの双方が表出した。「情報性」「同時性」「話題性」「実感性」については、参加前と後でもテレビの特性として高く評価し、理解の定着が認められた。「画一性」「誇張性」「歪曲性」「批判性」については、親の方が有意に高く、メディアをクリティカルに読み解く観点を持っていることがわかった。「真実性」「誇張性」「虚構性」については、親子で理解の相違が見られた。「誇張性」は子どもが親より有意に低く、「真実性」は親より子どもが高いことから、子どもは「テレビはホントのことを伝えている」と信じており、作り事か否かを迷うことがないため、「虚構性」は子どもが親より有意に低くなったと考えられる。特に「真実性」については、事後の回答でも、親は4割、子どもは7割が「常に真実を伝えている」と信じていることから、「ろっぼん夏休み」で、実際にメディアの送り手の現場に接したことで、「体験したことは現実のこと」と「テレビが伝えていることは常に本当のこと」を混同する親子が存在したと推察する。総体的に、「ろっぼん夏休み」の体験は、メディアリテラシー理解に様々な影響を及ぼしたと考えられる。

第三は、「ろっぼん夏休み」に対しての親子の意識変化である。「親子見学」と「親子ワークショップ」について、親子共に肯定的・積極的感想が批判的・否定的感想を圧倒的に上回っていた。「館内見学」では、親子全員が楽しみ、テレビのことがよくわかったと実感していた。「ワークショップ」では、満足度も高く、テレビの見方が変わったと感じ、継続意欲を示していた。「親子見学」のクイズや「親子ワークショップ」のテレビ・パズルのような、メディアの協働的な遊びが親子に受け入れられたことも、高い肯定的・積極的感想につながったと思われる。「館内見学」や「ワークショップ」を体験した親子の多くは、家族でテレビについて話すことが増えると回答したことから、「ろっぼん夏休み」の体験が、コミュニケーションの契機になると示唆される。

自由記述の感想では、分類されたカテゴリから、「ろっぼん夏休み」に対する肯定的な評価が浮かび上がった。「良さ」「楽しさ」「驚き」「嬉しさ」「感謝」「面白さ」といった感情面の記述にも裏づけされ、「見学」が「貴重な体験」であったことがわかる。「ろっぼん夏休み」の体験は、参加した親子にテレビへの親和性を高めていたことも示唆された。注目すべきは、「テレビの裏側」「多くの人々」「多様性」に関わる記述が頻出したことである。これらの記述から、メディアリテラシーの基本概念である「メディアは構成されている」ことを、「ろっぼん夏休み」に参加した親子が各々の段階で、理解できたと推察する。

最後に本研究の知見から、「ろっぼん夏休み」の最大の成果は、ML教育を育成する「場」として機能したことであると考える。「ろっぼんプロジェクト」の単なるスピノフではなく、新しいメディアリテラシー親子参加型プロジェクトの方向性を示せたと言える。「ろっぼんプロジェクト」で培ったノウハウが生かされた結果でもある。参加した親子が、「見学」や「ワークショップ」で活発に会話をしながら、テレビの behind the scenes を知ることが、確実にメディアリテラシーの気づきになっていた。「テレビ局」での体験が「家庭」へ波及していくことで、メディアの送り手と受け手の連携が結実するであろう。メディアの送り手であるテレビ局だからこそML教育に貢献できた「ろっぼん夏休み」は、ML教育の周知と普及の第一歩として、大いに意義がある。

2 今後の課題

「ろっぼん夏休み」は短期プロジェクトであり、ML教育の導入としては成功したと考えられるが、今後の発展には、「ろっぼん夏休み」の複数化・継続化・定期化・定着化が期待される。「ろっぼん夏休み」は、メディアの送り手である放送局のスタッフと受け手の親子の間で、協働的な活動として一循環はしたが、更に循環性を高める必要がある。その視点からも上記の課題に対する対応策の検討が希求される。

参考・引用文献

- Benesse®教育研究開発センター（2009）「子どものICT利用実態調査」，2009年12月1日検索，
http://www.benesse.jp/berd/center/open/report/ict_riyou/hon/index.html
- 駒谷真美（2006）「幼児期から児童期におけるメディア・リテラシー教育の開発研究」 お茶の水女子大学大学院人間文化研究科博士後期課程 学位論文，p. 2
- 駒谷真美（2008）「民放連メディアリテラシー実践プロジェクト」における効果研究—プロジェクトに参加した中高生の意識変化を中心に—『学苑』No. 816，pp. 83-109
- メディア教育開発センター・NTTドコモ（2009）「春野家ケータイ物語」，2009年12月1日検索，
<http://kids-ktai.jp/download/090216-01.html>
- メルプロジェクト HP（2006）2009年12月1日検索，<http://mell.jp/index.html>
- メル・プラッツ HP（2007）2009年12月1日検索，<http://mellplatz.net/>
- 文部科学省生涯学習政策局（2009）「新しい学習指導要領における情報教育の充実」『初等教育資料』10月号，pp. 2-6
- NHK放送文化研究所（2006）「2005年国民生活時間調査報告書」，2009年12月1日検索，
http://www.nhk.or.jp/bunken/research/life/life_20060210.pdf
- 日本教育工学振興会（2007）「情報モラル」指導実践キックオフガイド，2009年12月1日検索，
<http://kayoo.info/moral-guidebook-2007/kickoff/index.html>
- テレビ朝日 HP（2009）「遊びにおいでよ！テレビ朝日」2009年12月1日検索，
<http://www.tv-asahi.co.jp/hq/>
- テレビ朝日「はい！テレビ朝日です」HP（2009）「ろっぼん夏休み」の回（2009年9月6日放送），2009年12月1日検索，<http://www.tv-asahi.co.jp/hai/>

謝 辞

本論文の執筆にあたり，東京大学大学院情報学環教授水越伸先生とテレビ朝日広報局お客様フロント部のスタッフの皆さまにご助言を頂戴しました。「ろっぼん夏休み」プロジェクトに参加した子ども達と保護者の方に，アンケートやインタビューでご協力頂きました。誠に有難うございました。

問3 あなたにとって、次のことは、どのくらい好きだと思いますか。

(1)から(9)のそれぞれについて、あてはまる番号(1~4)に1つずつ○をつけてください。それをしていない回数(多い・少ない)や所背(持っている・いない)は関係ありません。

	とても好き	やや好き	あまり好きではない	まったく好きではない
(1) テレビを見ること	4	3	2	1
(2) テレビゲームをすること	4	3	2	1
(3) DVDやビデオを見る	4	3	2	1
(4) 漫画を読むこと	4	3	2	1
(5) 本を読むこと	4	3	2	1
(6) インターネットをすること	4	3	2	1
(7) ケータイを使うこと	4	3	2	1
(8) 勉強をすること	4	3	2	1
(9) 外で遊ぶこと	4	3	2	1

問4 あなたにとって、次のことは、どのくらい必要だと思いますか。

(1)から(9)のそれぞれについて、あてはまる番号(1~4)に1つずつ○をつけてください。それをしていない回数(多い・少ない)や所背(持っている・いない)は関係ありません。

	とても必要	やや必要	あまり必要ではない	まったく必要ではない
(1) テレビを見ること	4	3	2	1
(2) テレビゲームをすること	4	3	2	1
(3) DVDやビデオを見る	4	3	2	1
(4) 漫画を読むこと	4	3	2	1
(5) 本を読むこと	4	3	2	1
(6) インターネットをすること	4	3	2	1
(7) ケータイを使うこと	4	3	2	1
(8) 勉強をすること	4	3	2	1
(9) 外で遊ぶこと	4	3	2	1

事前 ①メディア別好意度・必要度

問7 最後に、メディアリテラシーについてうかがいます。

メディアリテラシーとは、「テレビを含めメディアが伝える情報について、主体的に読み解き、取捨選択し、活用する能力」を指します。そのメディアリテラシーを子どもたちが身につけ、メディアと楽しく上手につきあうための教育を「メディアリテラシー教育」と言います。

1から3のそれぞれについて、あてはまる番号に、1つずつ○をつけてください。

- メディアリテラシーについて (1)聞いたことがあった (2)知らなかった
- メディアリテラシー教育について
 - まったく関心がない (2)あまり関心がない
 - まあ関心がある (4)とても関心がある
- メディアリテラシー教育について
 - 子どもに教える必要はない (2)家庭で教えた方がいい
 - 学校で教えた方がいい (4)テレビ局が教えた方がいい
 - 家庭と学校の両方で教えた方がいい (6)学校とテレビ局で教えた方がいい
 - 家庭とテレビ局の両方で教えた方がいい
 - 家庭と学校とテレビ局で教えた方がいい
 - どちらともいえない

以上でアンケート①は終わりです。

ご協力有難うございました。

事前・事後

③メディアリテラシー認知度・ML教育関心度・ML教育の場の選択

問5 あなたは、テレビについて、どのくらい、そう思いますか。

(1)から(10)について、あてはまる番号(1~4)に1つずつ○をつけてください。

	とても思う	やや思う	思わない	あまり思わない	まったく思わない
(1) テレビは、直接見聞きしているのと同じように実感できるところがよい	4	3	2	1	
(2) テレビは、かたよった意見や考えを押しつける気がする	4	3	2	1	
(3) テレビは、今起こっていることが同時に見られるところがよい	4	3	2	1	
(4) テレビは、情報を大げさに伝えてくることが多い	4	3	2	1	
(5) 番組によっては、現実なのか作り事なのか、混同する時がある	4	3	2	1	
(6) テレビから色々な情報が得られる	4	3	2	1	
(7) テレビが伝えていることに、不満を持つことがある	4	3	2	1	
(8) テレビはいつも真実を伝えている	4	3	2	1	
(9) 番組によっては、事実を曲げて伝えたりすることがある	4	3	2	1	
(10) テレビを見ることで、家族や友達との会話がはずむ	4	3	2	1	

事前・事後 ②メディアリテラシー理解度(テレビの特性)

問4 「ろっぼん夏休み」に参加された感想をうかがいます。

ここからは、ワークショップに参加した方がお答えください。

	とても思う	やや思う	思わない	あまり思わない	まったく思わない
(9) ワークショップは楽しかった	4	3	2	1	
(10) ワークショップの内容は難しかった	4	3	2	1	
(11) ワークショップの内容に満足した	4	3	2	1	
(12) ワークショップに参加して良かった	4	3	2	1	
(13) ワークショップに参加して、テレビの見方が変わった気がする	4	3	2	1	
(14) ワークショップは面白かった	4	3	2	1	
(15) ワークショップで、色々話すことができた	4	3	2	1	
(16) 絵を描いたり、メモを取ったりするのが面倒だった	4	3	2	1	
(17) ワークショップのペースがあれば、またやりたい	4	3	2	1	
(18) ワークショップの時間は、長すぎた	4	3	2	1	
(19) ワークショップの時間は、ちょうどよい長さだった	4	3	2	1	
(20) ワークショップの時間は、短すぎた	4	3	2	1	
(21) ワークショップの後で、家族でテレビについて話すことが増える	4	3	2	1	
(22) ワークショップは、学校の自由研究に役に立つ	4	3	2	1	

事後 ④「親子ワークショップ」の感想