

昭和 62 年度 学位 論文

ヴァイジュアル・コミュニケーション・メディアと

子供の表現の関りについての考察

教科・領域教育 専攻

芸術系 コース

学籍番号 M86307G

氏名 久保田 隆

目次

はじめに	4
第1章 ヴィジュアル・コミュニケーション	6
第1節 ヴィジュアル・コミュニケーション・メディアの分類	6
1. 感覚による分類	6
2. バーバル・コミュニケーションと ノン・バーバル・コミュニケーション	10
3. 複合的なメディア	13
第2節 ヴィジュアル・コミュニケーションの特性と定義	17
1. ヴィジュアル・コミュニケーション・メディアの特性	17
2. ヴィジュアル・コミュニケーション・メディアの定義	20
注	22
第2章 子供の周りの視覚環境の変化とその影響	23
第1節 生活の変化	23
1. 物質面の変化	23
2. 生活時間の変化	25
第2節 印刷媒体	28
1. 印刷媒体	28
2. マンガ	30
3. マンガとその他の出版物との関わり	38
第3節 映像媒体	46
1. 映画	47
2. テレビとその他のメディアとの関わり	53

はじめに

我々の身のまわりには、多くのコミュニケーション・メディアが存在する。特に、視覚に訴えかけるメディアであるヴィジュアル・コミュニケーション・メディアは、そのうちの多くを占めている。その中には、看板やポスターのように昔からあるものや、ファクシミリやコンピューターのディスプレイなどのニューメディアと呼ばれるものまで多種多様のものがある。このことは、我々が、外部からの情報を取り入れる際、その多くを視覚に依存しているためであると考えられる。

近年、これらの情報は、ますます増加傾向にある。そして、成長期にある子供達は、これらが、成育環境の一部となり、多くの情報の中で、その影響を強く受けながら成長している。このことについての功罪は、いろいろといわれており、それに関してもさまざまな説がある。

例えば、テレビに関していえば、視力が低下する、注意力が散漫になるといったテレビ視聴に伴う身体的な害悪や生活習慣への影響があげられる。他にも、番組の内容からの悪影響についても、よく論議されるところである。

また、このような現象は、視聴覚教育や映像教育のさかんなイギリスやアメリカでは、メディアの登場から時間を置かずして公的及び私的の専門研究機関が設置され、実験室における研究だけでなく、実地研究も行われ、体系化され理論化されつつある。

こうした研究は日本でも紹介され、民間の研究機関も設立され、活動しはじめたが、まだ、諸外国の研究の紹介やその応用的な研究がほとんどで、日本の習慣や子供の実態に十分適合していないのが現状のようである。

例えば、日本では、ほとんどの家庭でテレビを見る場合は、明るい部屋で見るのが普通であるが、アメリカでは、部屋を薄暗くして見るのが一般的なようである。また、テレビゲームを行う場合、日本の子供は一般的に遊びの時間を使い、アメリカの子供はテレビの視聴の時間をそれに当てることが多い。つまり、日本では、テレビゲームはテレビを使用してもテレビ視聴とは別の行為であると考えられているが、アメリカではテレビ視聴の一部であると捉えられている。このような、差から生じる違いについては、今後明らかにされていくことと思われる。

このような、多様なメディアの状況の中で、造形教育を行う我々は、こうしたメディアについての多くを知り、また、それと子供との関わりや造形活動との関わりを明らかにしておく必要がある。それは、これらが日常的なメディアであり、子供の行動や表現がこれらと関係なしに成立しているとは考えがたいからである。

ヴィジュアル・コミュニケーション・メディアが、子供の行動や精神活動に及ぼす影響だけではなく、子供の造形活動にもなんらかの影響を及ぼしていることは、十分に考えられる。しかし、このことは一般論として述べられていることが多く、根拠が明らかにされていないことが多い。

本研究は、これらヴィジュアル・コミュニケーション・メディアが、子供の表現に与える影響について考察する。それは、一般的にいわれている事柄について具体的に考察し、その中で、このメディアの持つ問題や、メディアと接触することによって起こる問題と、それが子供の身体や精神活動にどういった影響を及ぼしているのかを明らかにし、さらに表現活動やその表現方法にどのような影響を与えるのかを考えようというものである。

第1章 ヴィジュアル・コミュニケーション

第1節 ヴィジュアル・コミュニケーション・メディアの分類

1. 感覚による分類

コミュニケーション・メディアは、人間の感覚との関わりの中で、初めてメディアとしての意味を持つ。従って、その種類は、各感覚器官に働く五種類のメディアとそれらを複合したものの六種類に大きく分ける事ができる。

メディアの種類	(例)
味覚を刺激するメディア	
嗅覚を刺激するメディア	
触覚を刺激するメディア	
聴覚を刺激するメディア	(音楽 電話 ラジオ etc...)
視覚を刺激するメディア	(絵画 出版物 イラストレーション etc...)
複合的なメディア	(映画 テレビ ビデオ etc...)

また、それぞれの感覚器官はというと、脊椎動物と無脊椎動物とでは多少差があり、表1-1のようになる。なお、聴覚は無脊椎動物では昆虫の一部にのみ存在する。

これらのコミュニケーション・メディアのうち、味覚・嗅覚・触角に作用するメディアについて例をあげていない。それは、これらの三感覚を刺激するメディアというのは、媒体と考えるよりも、手段・方法と考え

	脊椎動物	無脊椎動物
味覚	口腔内の味蕾	触角，前脂，口腔
嗅覚	鼻	触角
触覚	皮膚	皮膚，触角
聴覚	耳（外・内・中）	鼓膜器，弦音器
視覚	目	目

表 1 - 1 各感覚と感覚器

の方が理解しやすく、また、これらの三感覚は、他の感覚と比べて、動物的であるといえるからである。

広辞苑によれば、コミュニケーションとは、「社会生活を営む人間の間に行われる知覚・感情・思考の伝達。言語・文字その他視覚・聴覚に訴える各種のものを媒介とする。動物相互間での身振りや、音声などによる心的内容の伝達。」となっている。上の理由によれば、伝え手の意志がそのメディアの中に含まれていれば、それらのものは、コミュニケーション・メディアといえることができることになる。それに従えば、味覚という感覚を使用する料理や、嗅覚を使う香水なども、コミュニケーション・メディアと呼ぶ事ができる。

聴覚及び視覚、またこれらを含む複合的なメディアは、我々人間が最も多く利用するコミュニケーション・メディアである。

図 1 - 1 は、聴覚媒体・視覚媒体と複合媒体を関連付けた図である。これらのメディアは、それぞれが、干渉しあいながらも、互いに関連を持ちながら進歩してきた。それは、一つのメディアの発展が、他のメディアの発展に影響したり、二つ以上のメディアによる新しいメディアができてきたためである。

図中の「記号」及び「言葉」は、それぞれが音声化されたものと視覚化されたものであり「言語」で結ぶことができる。これらは、ある共通理解のもとに、決められた概念的なものを伝達するのに適したメディアであり、これらを『概念的なメディア』と呼ぶことができる。

また、「非記号的なもの」「非言葉的なもの」というのは、『感覚的なメディア』と呼ぶことができる。

芸術的表現の分野でいえば、美術や音楽は感覚的なメディアであり、文学は概念的なメディアであると、一般的には考えられる。しかし、これは、必ずしもこのようにはっきりと区別をつけられるものではない。

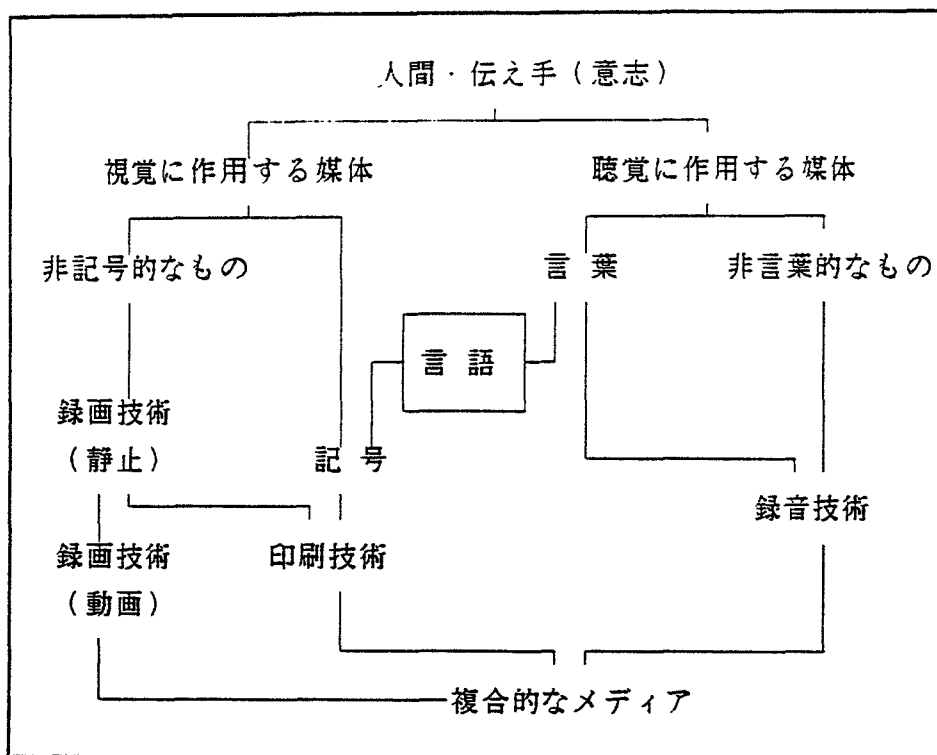


図1-1 視覚、聴覚メディアの発達と複合的なメディアとの関係

それは、これらが、単一で使用される場合もあるが、そうでない場合の方が、現在では多いと考えられるからである。

そして、現在のコミュニケーション・メディアの状況は、多様化され、他のメディアと複合化されたものも多い。

2. バーバル・コミュニケーションとノン・バーバル・コミュニケーション

前項で述べたように、ヴィジュアル・コミュニケーション・メディアは、「概念的なメディア」と「感覚的なメディア」に分けることができる。「概念的なメディア」とは、文字を含む記号的なものであり、伝達されたものをそのまま理解するのではなく、自分の記憶や知識と照らし合わせることにより、理解するものである。それに対して、「感覚的なメディア」とは、伝達されたものを、そのものから直接的に情報として理解することのできるものである。言い換えるならば、「概念的なメディア」は、間接的なメディア、「感覚的なメディア」は直接的なメディアといっても、差し支えないと思われる。

高橋正人著「視覚デザインの原理」によれば、コミュニケーションは「バーバルなもの」と「ノン・バーバルなもの」に分類される。バーバル・コミュニケーションとは、「言葉によって、話したり、書いたりして伝達すること。」であり、ノン・バーバル・コミュニケーションとは、「言葉によらないコミュニケーション」で「言葉が使用できない場合であるとか、バーバル・コミュニケーションが不完全である場合に有効である。」と述べられている。^{*1}

また、この二つのコミュニケーションの特性について高橋氏は、「バーバル・コミュニケーションが、客観的な科学的思考や報告に適して入るのに対して、ノン・バーバル・コミュニケーションは、主観的な情緒の表現や伝達に適している。」^{*2}と論述している。

このことに、前述の「感覚的なメディア」と「概念的なメディア」を当てはめてみれば、「感覚的なメディア」は、ノン・バーバル・コミュニケーションであり、「概念的なメディア」は、バーバル・コミュニケー

ションであると大まかにはいうことができる。

ヴィジュアル・コミュニケーション・メディアをバーバル・コミュニケーションとノン・バーバル・コミュニケーションに分けた場合、次のように例をあげることができる。新聞、雑誌、書籍、手紙など活字や文字を主体としたものが、バーバル・コミュニケーションによるメディアであり、それ以外が、ノン・バーバル・コミュニケーションによるメディアである。

つまり、絵画、写真、標識、イラストレーションなどの絵画的なメディア。ジェスチャーやしぐさなどを用いた身体表現的な方法（ジェスチャー・アクション）。装飾品や服装、また、シンボリック・オブジェなど、物体をメディアとして用いる伝達手段。これらが、ノン・バーバル・コミュニケーションによるメディアである。

また、バーバル・コミュニケーションは、視覚に作用しても、聴覚に作用しても、基本的には同じ働きをしても差し仕えはないように思われる。なぜなら、視覚に作用するバーバル・コミュニケーションは、聴覚に作用するものを、視覚化あるいは記号化したものであると考えられるし、逆に、聴覚に作用するバーバル・コミュニケーションは、視覚に作用するそれを音声化したものであると考えられるからである。具体的に言うならば、それは、文字と話し言葉に対応する。それは、口から発せられたものと、紙などに書かれたものとの違いであり、微妙で感覚的な意味合いは別にして、伝達されようとする内容に大きな差異はない。

このことから、ここでは視覚に作用するメディアと聴覚に作用するメディアを次のように分類し、研究を進めていくことにする。

それは、バーバル・コミュニケーション・メディアと視覚に作用するノン・バーバル・コミュニケーション・メディア、聴覚に作用するノン・バーバル・コミュニケーション・メディアの三つである。そして、それらは

それぞれ、言語的メディア、視覚的メディア、聴覚的メディアと名付けることができる。

3. 複合的なメディア

いくつかの方法でコミュニケーション・メディアを分類してきたが、必ずしもはっきりと区別できるものではなく、コミュニケーション・メディアの多様化、複合化により、区別が困難になっている部分があることは既に述べた。

複合されたコミュニケーション・メディアは、いくつか見られるが、ここでは、聴覚と視覚に作用するメディアについて主に考えてみたい。なぜなら、これらのメディアは、我々人類が最も多く使用するメディアであるからだ。聴覚と視覚に作用するメディアは、前述したように三つに分けられる。それは、視覚的メディア、聴覚的メディア、言語的メディアである。そして、それらが複合していると考え、複合的なメディアについての説明が付きやすい。

これらの複合の方法は、いくつかあり、順列組合わせでいけば図1-2の1～6のようなことが考えられる。図中の1と2は、視覚的メディアと聴覚的メディアの関係を示したものであるが、互いに潜在化された相手の持つイメージを引き出すことができる。つまり、視覚的メディアのもつ聴覚的イメージや聴覚的メディアのもつ視覚的イメージを顕在化させることができる。

3～6は、互いを効果的に補い合うことができる。つまり、それぞれの表現では、充分でない部分を補完することにより、より有効な伝達をはかることができる。また、視覚的メディア、聴覚的メディアは、言語的メディアに対して、臨場感であるとか、印象付けなどさまざまな心理的な効果を持っている。

これらの三つのメディアが、すべて複合される場合もある。その効果

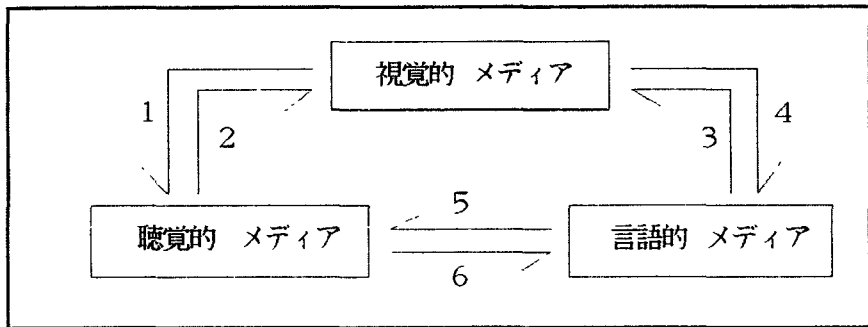


図1-2 視覚・聴覚・言語メディアの複合化の可能性

や目的については、先に述べたことと同じであるが、二つのメディアが複合されたものよりも、より効果的なものとなる可能性が高い。なぜなら、その体験は、三つのメディアを媒介することにより、同じことについて、三つの中枢から記憶されることになるからである。

一般に人間は、同じメディアに属する情報を、一度に二つ以上処理することができない。例えば、会話をしながら、本を読むことや、二種類の音楽や映像を同時に見たり聞いたりしても、その二つを双方ともを把握することは、おそらく不可能であると思われる。

これに対して、媒介するメディアが、それぞれ別であれば、訓練や慣れが必要となるであろうが、二つのメディアを同時に処理することは、可能である。それは、音楽を聞きながら本を読むことや、テレビや映画のように、映像を見ながら音声を聞くことが、可能であることによって証明される。

図1-3は、情報の、感覚器から中枢を経て情報処理にいたるまでの過程を、簡単に表したものである。言語的メディアは、それを司る独立した感覚器はない。つまり、視覚では文字、聴覚では話し言葉というように、視覚的メディアと聴覚的メディアと同じ感覚器を使っている。し

たがって、二つの課題を同じ感覚器を通じて処理するには限界がある。特に視覚的メディアは、そうである。それは、眼球を動かさずに、視角の中心の非常に限られた狭い部分以上のものを、知覚することができないからである。

これに対して、聴覚的メディアの感覚器である耳は、まわりの音の全てを聞き取ることができる。また、それらの音の中から必要なものだけを、意識的・無意識的のうちに選択し、取り入れることも可能である。それでも、伝達経路を同じくしているため、互いが雑音となることもある。この場合の視覚と聴覚の違いは、対象の切り代えが、視覚は眼球運動という筋肉運動（図中B）と中枢内での神経系の回路の切り代え（図中A）の2点であるのに対して、聴覚は、中枢内での神経系の回路の切り代え（図中a）だけであるということが、伝達や反応の早さを左右し処理能力に差をもたらす。

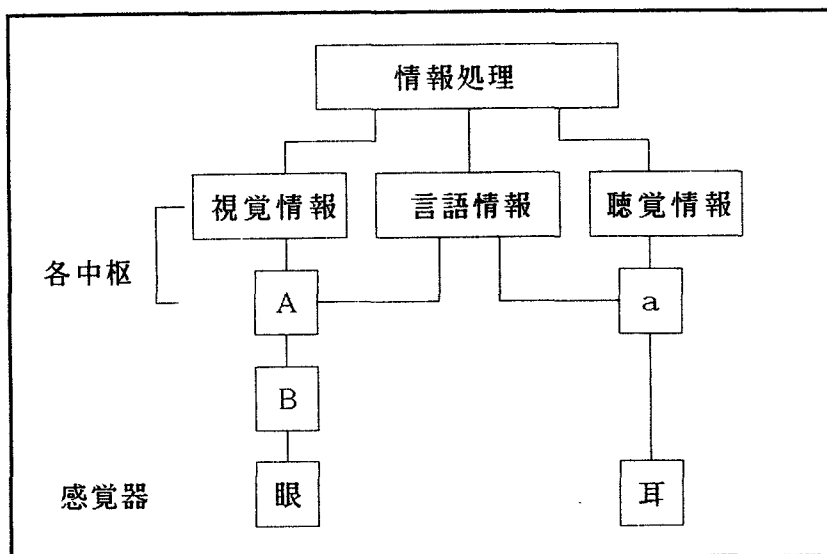


図1-3 各情報の処理過程

言い換えれば、二つの異なった情報を処理する場合、別の感覚器を伝える情報でも、情報の種類が同じであるなら、それらを二つとも処理することは、不可能といえる。

逆に、同じ感覚を使用するメディアでも、情報の種類が異なっていれば、困難であっても、訓練によりそれを向上させることは可能である。

第2節 ヴィジュアル・コミュニケーション・メディアの特性と定義

1. ヴィジュアル・コミュニケーション・メディアの特性

(1)長所

ヴィジュアル・コミュニケーション・メディアは、他のコミュニケーション・メディアに比べ、使用される頻度が非常に高い。

瀧本孝雄は、その著書の中で「我々が外界から獲得する情報の70%強は視覚系を通しており、20%ぐらいが聴覚、残りを味覚・嗅覚で分担するとさえいわれている。」³⁾と述べている。

これは、ヴィジュアル・コミュニケーション・メディアが、他のコミュニケーション・メディアよりも、情報伝達において優れているからであり、その優位性の主なものは、伝達の速さ、伝達の量、普遍性である。

伝達の速さとは、言語情報や聴覚情報が、時間の流れを媒介としなければならないのに対して、視覚情報は、全体を一瞬のうちに理解することができるということである。つまり、具体的なものの表現や説明に際して、言葉で何度も繰り返すよりも、絵や図で示した方が、簡単に理解できるということである。

また、伝達の量に関しては、視覚情報は、具体的であることにより、状況や状態や全体の構成を伝達するときに、言語、聴覚による情報をはるかにしのぐ。言い換えれば、一度に、多量の情報を読み取ることができる訳である。

伝達の速さと量は、密接な関係があり、また、この二つにより、伝達の効率を高めている。

例えば、図1-4は月のみちかけを表したものである。これを文章化

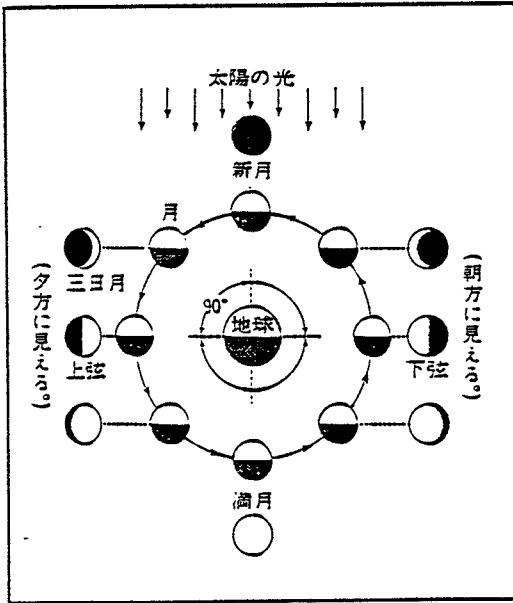


図1-4 月のみちかけ
 中学新理科 啓林館 より

すれば次のようになる。

「月面に太陽の光が当たると、明るい面と影になった暗い面とに別れるが、太陽と月と地球に対する位置の関係で、月の明るい面がみちたりかけたりして見える。

地球から見て月が太陽と同じ方向にあると、月面は暗くて見えない。これを新月という。新月から約一週間後には太陽から東方へ90度移動して半月(上弦)となり夕方南の空に見える。さらに約一週間後に、月は太陽の

反対の方向にきて満月となる。満月の位置から約一週間後に、また、太陽より西方へ90度の方向へきて半月(下弦)となって、朝南の空に見える、さらに約一週間後に新月にかえる。」*5

このように、ヴィジュアルなものを中心とした伝達の効率は、文字や言葉に比べて非常に高い。もちろん、上のような文章とともに読み取ればさらに理解は深くなる。

普遍性については、異なる民族、国、時代、大人と子供の区別などを考えると、形象による視覚情報は、その適応範囲が広い。それは、具体的事物について、言語を含む概念的な情報は間接的であり、言語、習慣、地域、時代などによって表現の方法が異なるのに対して、形象的な情報は直接的な表出であり、その事象は何者にとっても同じものであること

により変化しないからである。

例えば、公共性の高い場所においては、日本語や英語の文字による表示の他に、それを示す図、いわゆるピクトグラムと一緒に表示されている。それは、そこに書かれた文字が読めない者のために、その文字が何を意味しているかを形象により、理解させるためのものであると共に、文字を読まなくても、そこに何が示しているかを、瞬時に判断させる役目を持つものである。

このように、形象的な情報はその事象についての共通の知識や理解があることを前提とすれば普遍的なものである。

②短所

このように考えると、ヴィジュアル・コミュニケーション・メディアは、万全のコミュニケーション・メディアのように思われるが、決してそうではない。

情報の速さと量について、それが、有効であるのは、具体的事例についてであり、抽象的な事例や概念的な内容については、言語によるコミュニケーションメディアには劣ることになる。

また、普遍性についても、文化や教育などの共有に基づいてのことであり、形象による視覚伝達といっても、限界がある。それは、言葉において、同じ動物の鳴き声が、言語が変わるとその表現も変わるように、同じものを形象で表現しても、文化や教育に差異があれば、それを受け取る側にも違いが生じることからおこる。

つまり、ヴィジュアル・コミュニケーション・メディアは、場合によっては、受け取る側の経験や立場状況などによって幅の広い受け方をさせることになり、不正確である。

2. ヴィジュアル・コミュニケーション・メディアの定義

(1) 一般的な定義

ヴィジュアル・コミュニケーション・メディアを分類し定義する場合、最初に考えられる方法は、第1節で示したような受容感覚による定義である。

つまり、ヴィジュアルな情報を受ける感覚である視覚に作用するコミュニケーション・メディアをヴィジュアル・コミュニケーション・メディアと定義することができる。

このことは、そのメディアがヴィジュアル・コミュニケーション・メディアであることを証明するための第1の条件でもある。

しかし、この定義では、記号や文字などのバーバルなメディアも含まれている。それは、先に述べた情報の速さや量、普遍性などの視覚の特性が、無視された形となり、十分な定義とは思えない。

(2) 視覚特性による定義

もう一つ考えられる定義としては、前述の、感覚の特性による定義を第1条件として、さらに視覚の特性を含めたものである。

同じ感覚である視覚を通すコミュニケーションの中でも、バーバル・コミュニケーションよりも、ノン・バーバル・コミュニケーションの方が、視覚の特性に合致する。

それは、バーバル・コミュニケーションは、概念的、抽象的表現に向いており、ノン・バーバル・コミュニケーションは、具体的表現に向いているからである。

視覚に作用するメディアでも、文字や記号のようなバーバル・コミニ

ケーション・メディアは、記録や指示のために、取り決められたものであり、視覚の特性を生かしたものであるとは、考えられない。

ここで言うヴィジュアル・コミュニケーション・メディアとは、視覚に作用するメディアの中でも、ノン・バーバル・コミュニケーション・メディアを言う。つまり、言葉や記号によらないコミュニケーション・メディアである。

この定義では、映像や絵画的表現は、ヴィジュアル・コミュニケーション・メディアであるということが出来るが、文字や記号など言語的表現は、いくらその受容に目を使用していても、この範囲ではない。

③今日的な定義

一般的な定義、視覚の特性による定義の二つを述べたが、今日の状況では、これだけでは適当ではない。なぜなら、テレビなどに代表されるように、音声や言葉を一緒に用いるコミュニケーション・メディアも多く存在し、また、それらが現在のヴィジュアル・コミュニケーション・メディアの主流となっていると考えられるからである。

したがって、聴覚的表現や言語的表現が含まれていても、視覚的表現がそのメディアの核となっていれば、それは、ヴィジュアル・コミュニケーション・メディアであると考えてもよい。

つまり、ここでいうヴィジュアル・コミュニケーション・メディアとは、視覚表現を中心として、その視覚表現を補助的あるいは相乗的に使用して、種々の効果を生むために、聴覚表現や言語表現を併用するコミュニケーション・メディアであると定義できる。

また、一般的にヴィジュアル・コミュニケーション・メディアといった場合には、現在では、このことを指すことが多くなった。

注

- *1 高橋正人 視覚デザインの原理 ダヴィッド社 1965 pp.7-12
- *2 同上
- *3 藤沢英昭 瀧本孝雄 中村裕 西川潔
ヴィジュアル・コミュニケーション ダヴィッド社 1975 pp.64-65
- *4 藤沢英昭 瀧本孝雄 中村裕 西川潔 前掲 P.11
- *5 内藤卯三郎 他19名 著 中学新理科 3年 新興出版啓林館 1968
pp.237-238

第2章 子供の周りの視覚環境の変化とその影響

前章では、ヴィジュアル・コミュニケーション・メディアを分類し、その特性を述べ、また、その定義づけを行った。ここでは、子供の生活の変化を捉え、その後に、これらのメディアが、どのような状況の上で発生し発展してきたかを明らかにし、さらにこれらがどのように子供と関わりを持つかを考えていく。

第1節 生活の変化

現代の子供の生活は、以前の子供のそれと比べ、多くの面で変化してきたと考えられる。ひとつにそれは、物質面の問題であり、また、生活形態である。ここでは、子供の生活の変化を捉え、現在の子供を取り巻く状況を考察する。

1. 物質面の変化

現在、物質面で、豊かになったことは、言うまでもない。産業革命以降の技術の進歩には、目を見張るものがあり、特に第2次世界大戦以降の我が国は、高度経済成長の波に乗り驚異的な発展を遂げた。その結果として、安価で良質なものを大量に消費者に提供できるようになった。

東海銀行が、子供の持ち物の保有率を調査したところ、中学生について、次のような結果を得た。視聴覚機器だけに限って、あげてみると、ラジオカセットレコーダー（以下ラジカセ）は、男子83.5%、女子76.7%、ゲームウォッチは、男子51.7%、女子40.9%、テレビゲームは、男

子49.4%、女子16.5%、テレビは、男子46.6%、女子33.5%、ステレオは、男子39.2%、女子33.0%、ビデオテープレコーダー（以下ビデオ）は、男子24.4%、女子20.5%、パーソナル・コンピューター（以下パソコン）は、男子18.2%、女子4.5%となっている。^{*1}

この中で、前年と比べ増加が目立つものは、男子では、ビデオ（13.1%増）、テレビゲーム（11.7%増）、女子では、ビデオ（16.0%増）となっており、ラジカセなど音楽機器の普及が安定期に入り、視聴覚機器の普及が上昇期に入ったことを示している。

また、同調査では、子供の欲している物についての調査も同時に行っているが、中学生の男子では、パソコンが第1位で、女子では、ビデオが第1位である。以下、男子は、ステレオ、ビデオ、テレビゲーム、ラジカセ、女子では、洋服、ステレオ、パソコン、ヘッドホンステレオの順になっており、先に述べたものとほぼ一致する。

このことは、子供達が、音楽や映像をより身近なものとし、更にハードウェアやソフトウェアの質の高さを求めていることの表れであると考えられる。

2. 生活時間の変化

生活時間について、大きく変化の見られるものは、学校以外での学習時間の増加と睡眠時間の減少があげられる。

表2-1および図2-1～図2-4は、*2「第3回東京都子ども基本調査、大都市における児童・生徒の生活・価値観に関する調査」の中学2年生を対象にした部分の表およびグラフである。その質問内容は、「放課後の使い方」（どの項目をどれくらいしたか）についてである。これによると、家庭での学習時間と一人で遊んだ時間と本を読んだ時間が減少傾向にある。また、塾での学習時間と友人と遊んだ時間とが増加している。

この調査によると、家庭での学習時間が減少しているが、これは、学校以外の学習時間が減少したわけではなく、塾などへ通う生徒が増加したためであると考えられる。

校外生活の中で、大きく割合を占めるものは、テレビの視聴時間で、この調査結果では、1日100分前後となっている。他の調査*3でも、2時間前後視聴する生徒が多く、家庭生活の中に占めるテレビの視聴時間の割合は、他の行動に比べて最も大きい。また、このテレビの視聴時間は、最近は、大きな変化は、見られない。これは、テレビの普及が飽和状態に達し、それに伴いテレビの視聴もピークを過ぎ安定期に入ったからであると考えられる。

テレビの視聴の時間帯は、ゴールデンタイムと言われる19～22時の間が一番多く、番組自体も対象を広くとり、視聴率や番組の質の向上を目指し力の入った番組づくりをしている。これらの中で、中学生がよく視聴している番組は、歌謡番組、アニメーション、バラエティーなどである。

また、睡眠時間の減少については、他の行為時間が増加したというよりも、行為そのものの種類が増えたためと考えられ、そのための時間確保の代償として、睡眠時間が減少したものと思われる。

	男子			女子		
	52年	55年	58年	52年	55年	58年
家で勉強した時間	107	62	56	94	62	51
塾で勉強した時間	33	37	48	21	29	40
友達と遊んだ時間	26	43	49	20	26	27
ひとりで遊んだ時間	47	48	45	45	45	41
テレビを見た時間	100	106	102	96	98	93
マンガを読んだ時間	14	23	21	22	22	22
家の手伝いをした時間	13	17	19	38	30	29
本を読んだ時間	27	20	24	30	21	17
おかあさんと話をした時間	29	27	32	54	46	51
おとうさんと話をした時間	19	19	21	27	22	26

表2-1 放課後の使い方（1日当り，単位は分）

男子（単位は分）

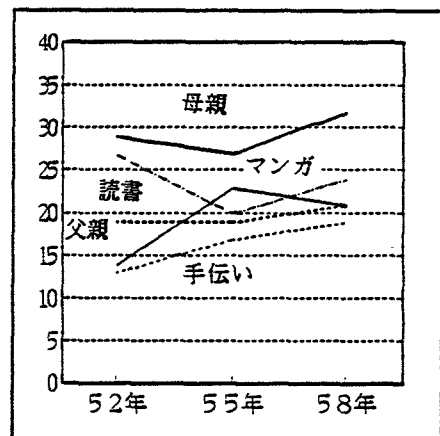
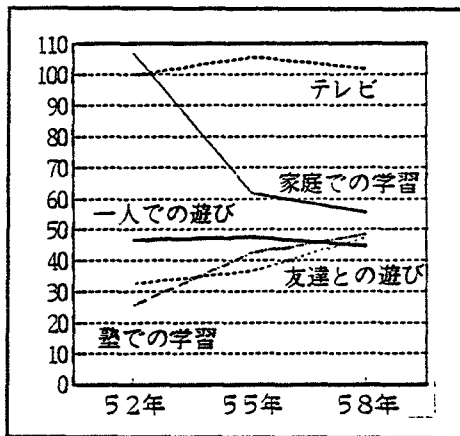


図2-1 放課後の使い方の変化

図2-2 放課後の使い方の変化

女子（単位は分）

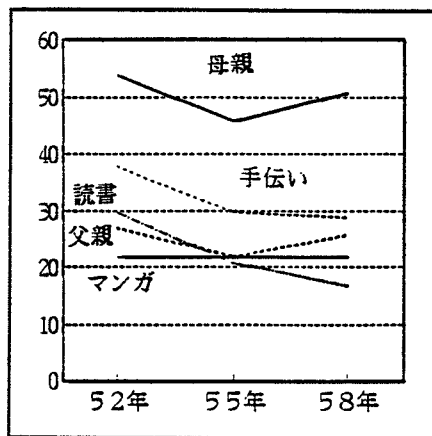
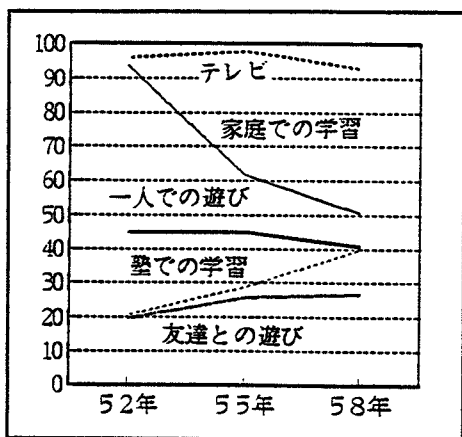


図 2-3 放課後の使い方の変化

図 2-4 放課後の使い方の変化

第2節 印刷媒体

1. 印刷媒体

マス・コミュニケーション・メディアのうち、最も古くから存在するものは、印刷によるメディアであろう。印刷技術は、文字や図の複数性を可能にし、マスメディアの中に取り入れられるようになった。

印刷技術の発明は、現在より千年以上もさかのぼる。世界最古の印刷技術は、中国におこり我が国に伝来している。8世紀頃につくられた陀羅尼がそれである。活字印刷については、11世紀には、中国北宋で、素焼きの活字が発明されたといわれ、13世紀には、朝鮮において金属による活字が作られ現存している。

しかし、印刷技術として一般的に知られているものは、ドイツのグーテンベルグ（J.Gutenberg 1450年頃）による活版印刷技術である。これは、印刷機械の発明と同時に、現代に共通する形の金属の鑄造活字を使用した功績によるものである。

現代において、出版物の代表的なものといえば、新聞・雑誌と一般書籍である。新聞・雑誌は、定期的に発行されるものであり、一般書籍は出版社の出版予定に合わせて定期的、不定期的に刊行されるものである。

新聞や雑誌などの定期的刊行物は、定期性とマス性を持つ。定期性は習慣性を持ち、マス性は多大な影響力を持つ。

新聞は、日刊、週刊、月刊、その他があるが、日刊が主体である。また、その日刊の中にも、朝刊、夕刊があり、朝刊もしくは、朝夕刊を発行しているものが一番多い。雑誌は、週刊、旬刊、隔週刊、月刊、隔月刊、季刊、その他があるが、週刊および月刊が主体である。

これらの出版物は、その内容は、多種多様にわたるが一般的刊行物、専門的刊行物という分類が可能である。

現在、出版されている雑誌、書籍の種類は、一般、専門を問わず、膨大な数になる。この中で、本研究と関わりの深いと思われるものは、子供が触れる機会が多く、また、出版物の中でも成長著しい分野でもあるマンガおよびマンガ雑誌である。

2. マンガ

(1) 『マンガ』と『漫画』

マンガは、現代以前より存在しており、現在、我々が使用している『漫画』という言葉は、葛飾北斎の『北斎漫画』から由来しているといわれている。また、鳥羽僧正の鳥獣戯画とか、大津絵、大和絵、浮世絵なども広い意味でマンガと捉えることができる。

しかし、今日では、マンガについて語る場合、この『漫画』という言葉を使うよりも、『マンガ』と片仮名で示す方が一般的である。

これは、マンガの中にも多くのジャンルがあり、『漫画』という言葉も、この枝分かれしたものの一つだと考えられているからである。それは、石子順造が、『戦後マンガ史ノート』の中で語ったことによる。

石子は、次のように述べている。

「ぼくは『漫画』と『マンガ』をかき分け、また『劇画』と『マンガ』も使い分けてきた。それには多少の理由がある。＜中略＞『マンガ』を、もっとも広義な意味の語として用いる。したがって、『劇画』も『漫画』の一部とみなす。むろん、『漫画』というふうには漢字で書いてもいいのだが、『漫画』を戦後の『ストーリー・マンガ』、あるいは、『劇画』までひっくるめた広義の語としては使いにくい。」^{*4}

本研究では、このことを参考にし、これらを総称して『マンガ』と呼び、その下に『漫画』や『劇画』などが位置付けられると捉える。片仮名、平仮名どちらを用いてもよいが、平仮名は地の文に埋もれてしまいやすいので、ここでは片仮名を使用する。

②マンガ研究の現状

マンガの研究については、現代マンガが確立してから日が浅く、マンガの存在そのものが、程度の低いものであると考えられ、害悪とされる部分のみが、表面化されることが多かった。そのため、マンガに関する研究や資料は少ない。

そういった状況の中で、近年は、この方面の研究も充実する傾向にある。それは、マンガの普及が安定し、単なる流行とは考えられなくなり、独自のマンガ文化とでもいべきものまでに成長したことが、一つの原因である。

もう一つは、後に詳しく述べるが、出版業界内でのマンガの売れ行きが、他のジャンルのそれと比較した場合、無視できない程に、伸びたことが、その原因であると考えられている。

③現代マンガの歴史

こういった中での、マンガ研究であるから、マンガの歴史について研究されたものもいくつかある。しかし、時代区分も統一されていないし、あいまいにされている部分も少なくない。

これら、いくつかあるマンガについての評論の中で、呉智英の時代区分^{*5}をもととして考えてみたい。それは、区分の方法が明確で視点が一定していることによるものである。

マンガは、戦後のものというわけではないが、現代マンガの歴史については1945年から絞ってみた。これは、呉の区分に限らず、多くの研究家の考えでもある。もちろん、突然起こったものではないので、前史は存在するし、前史からのつながりもあるが、第2次世界対戦を境に、多くのものが変わったように、現代マンガもその時期を始めとすること

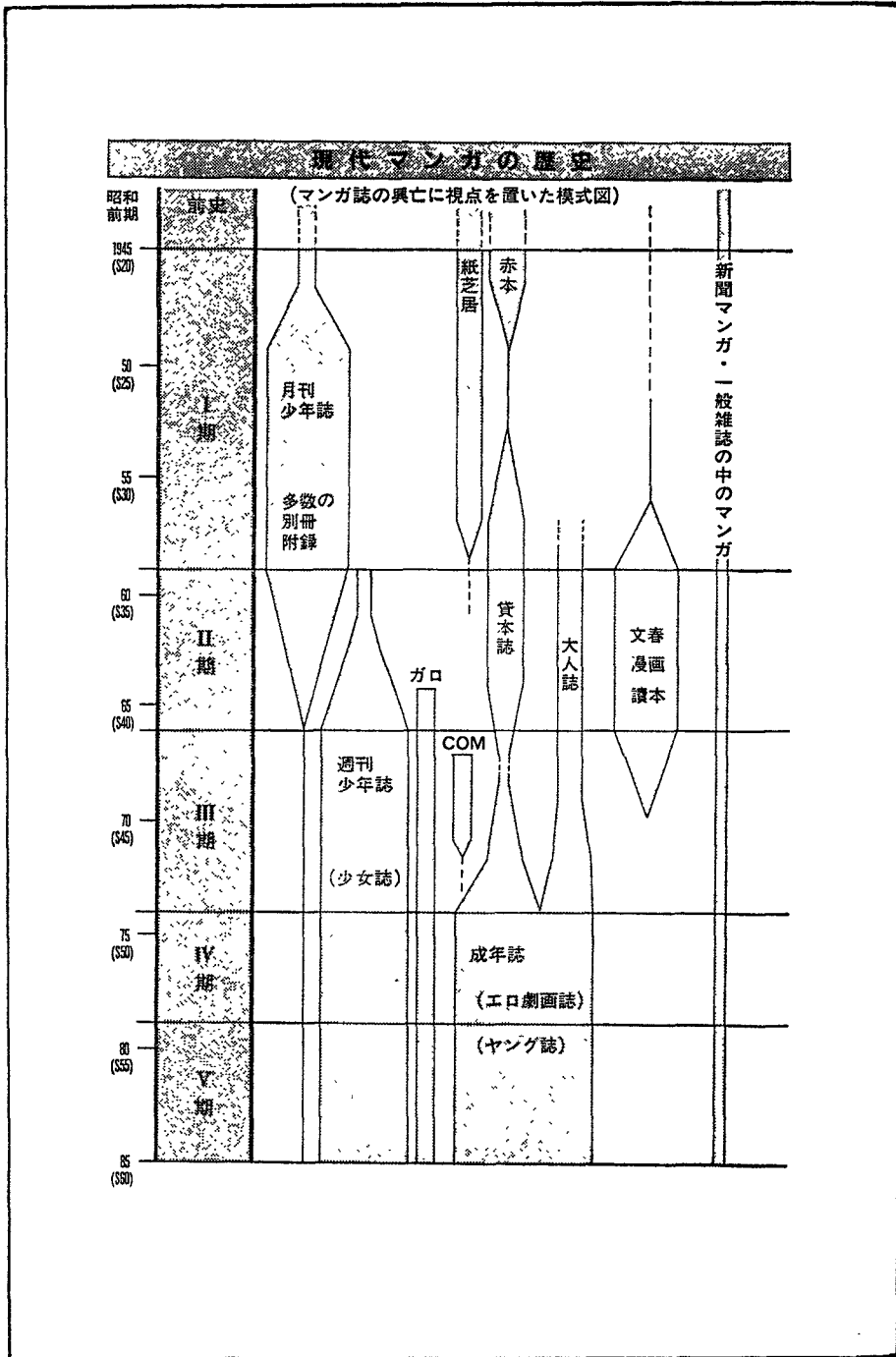


図2-5 現代マンガの歴史 吳智英 現代マンガの全体像より

が、妥当であるように思われる。

呉によれば、五期に区分される。以下は、呉の出版メディアの形式による時代区分によるものである。

①第一期

第一期は、1945年から1958年にかけてである。この時期は、現代マンガの成立期である。45年の終戦から少年誌の週刊化開始までを、第一期とする。

この時期のマンガは、新聞・雑誌の四コママンガと月刊の少年誌、赤本マンガ、紙芝居、絵物語などが主流であった。

新聞・雑誌のマンガは、46年から連載が開始し、現在まで途切れることなく連載されている。

この時期の四コママンガの特徴は、主人公である登場人物の名前が、題名になっていることである。これは、その時代を象徴したり、平均的読者が最も感情移入しやすい登場人物を設定し、後は、それにかからませて時事風俗を描くという定法に従ったものである。

この時期の代表的なものは、少年を対象とした月刊マンガ誌で、この時代には月刊少年誌が続々と創刊された。

また、その他にも、赤本マンガと称する単行本や、紙芝居が少年達を対象としたものであった。これらは、俗悪で低級なマンガであるという印象を持たれていた。そして、それは、後の貸本誌に姿を変えるのである。

この時期の、重要な作家と作品については、手塚治虫の『新宝島』（47年）をまずあげることができるが、この作品を以て、現代ストーリーマンガが、成立したといわれている。それ以来、ストーリーマンガでは科学、冒険、探偵ものを描いた作品が主流となった。

②第二期

第二期は、1959年から1965年にかけてである。この時期は、第一期で成立した現代マンガの成長期である。少年誌の週刊化開始から月刊誌の廃止までを、第二期とする。一般の出版界では、雑誌の週刊誌化が始まり、ジャーナリズムのテンポが、いっそう速くなった。

少年マンガでも、59年から週刊誌化が進められるようになり、少年週刊が続々と創刊された。しかし、創刊後数年間は、好調というわけではなかった。それは、月刊誌が、まだ人気があったことや、月刊誌の内容を四分しただけで、週刊誌特有のリズムやテンポが、確立されていなかったためだと思われる。また、この時期の少年週刊誌には、マンガ以外に、小説やスポーツ記事、科学読み物なども掲載されていた。現在のように、マンガ一色になるのは、第三期以降のことである。

また、この第二期は、貸本マンガ誌が、多く出版された時期であり、50年半ばから60年半ばにかけてブームとなった。これらを雑誌に準じて貸本誌と呼ぶ。

◎第三期

第三期は、1966年から1973年までである。この頃の日本は、この時期は、少年週刊誌と青年誌の上昇期であり、現代マンガの興隆期、充実期にあたる。

第三期は、少年週刊誌が定着し、月刊誌が没落し一部のものを除き、廃刊された。この時期の少年週刊誌は、発売部数が上昇し、70年前後には、主要な少年週刊誌は、一号あたりの発行部数が百万部を上下するまでになった。

内容としては、従来のストーリーマンガ、劇画に加え、ギャグマンガという旧来のユーモアマンガにない、テンポの速さ、爆発力を秘めた新しい形式のマンガが生まれた。

また、この時期から大学生が、マンガを愛読する風潮が始まった。このことをきっかけの一つとして、少年週刊誌の作品の内容が、青年向けのものが、増加した。これは、低年齢層の切り捨てであるとともに、作品内容の対象年齢層が徐々に上がっていくことを示すものである。これが60年代後半には、限界に達し、二つの現象を引き起こす。

その一つは、発行部数が、一時的な頭打ち状態に陥ったことである。70年から71年にかけて、少年誌の発行部数が一時的に低迷した。それは、作品内容の年齢層を一挙に切り下げたためである。つまり、少年誌が本来の姿に戻ったために、青年読者が少年誌から離れたためである。

もう一つは、青年を対象とした、青年誌とも言うべき雑誌の発刊である。青年誌は、67年から68年にかけて、各出版社から続々と創刊された。

この青年誌の作品は、少年誌の作家が、そのまま移行して描いた場合も多く、劇画やギャグマンガが中心となった。

このように青年誌が、創刊された時期と前後して、これとは逆に、一コマものの時評マンガ、コママンガなどの戦前からの伝統的なマンガが人気を失い衰退する。

この時期のマンガで重要なことは、原作と作画の分業が成立したことがあげられる。原作付きマンガについては、以前からなかったという訳ではない。名作といわれる童話や物語をマンガ化することは、珍しいことではない。しかし、ここでの原作付きマンガとは、原作と作画の完全分業である。つまり、原作者は、脚本家であり、マンガ家は、製作者となる。このことは、マンガにリアリズムが導入されたこと、週刊誌化によるマンガ家への負担増などが関係している。

もう一つこの時期で、注目したいことは、商業性・大衆性・娯楽性を必ずしも目指さないマンガが出現したことである。これは、マンガ市場

が拡大し、大衆性を目指さなくても一定数の確実な読者さえ支持してくれば、商業性を満たすことができるようになったためである。

こうなると、娯楽性からも脱皮して、実験的作品や前衛的作品を生み出した。

④第四期

第四期は、1974年から1978年にかけてである。この時期は、安定繁栄期であるということができる。

この時期のマンガは、一つの文化としても認められるようになり、出版産業の中でも重要な位置を占めるようになる。マンガ誌は、種類・発行部数ともに増大した。これにともない、マンガのそれぞれの領域がはっきりと区別されるようになった。青年誌、少年誌、成人誌、少女誌、マニア誌、というようにである。これは、読者の年齢的な広がりや、需要の多様化に対応するものであった。

この時期のマンガの特徴は、原作付きマンガが定着したことと、少女マンガが注目されるようになったことである。

少女マンガについては、これまでの様式から脱却した作品が、多く生まれた。幻想味の強い作品、文学臭の感じられる作品、構成が骨太な作品、といった従来は見られなかった作品が目につくようになった。

少年誌の内容は、あまり第三期と変わった様相をみせていない。変化が感じられる点といえば、題材の取り方が多様化し、また、旧来の題材でもエピソードを多く挿入したりするなど、多様化を見せ始めたことである。

⑤第五期

第五期は、1979年から現在までである。第五期は、第四期の延長線上にあり、飽和状態になりつつある時期である。

こうした中で、マンガも、技術的には向上したが内容的には、新鮮味にかけ、過去に使われた手法や展開を繰り返すようになった。しかし、マンガ誌は、量的には増加傾向にあり、同時にその細分化・固定化はさらに進んでいった。

マンガ領域の細分化・固定化は、さらに新しい領域を作り出した。それは、ヤング誌とレディズ誌と呼ばれるものである。

ヤング誌は、大学生を中心に、十代後半から二十代前半を対象としたマンガ誌である。これは、少年誌読者の上限と青年誌読者の下限にあたる。掲載作品の内容は、主人公やそれを取り巻く環境が、読者の年齢に合わせて少し変わった以外は、従来作品と比べ大きく変わってはいない。

ヤング誌レディズ誌の出現により、青年誌は対象読者を性別、職種、未婚・既婚などのより微妙に変化させ、読者層分化の方向に進んだ。少年誌は、対象年齢の分化が進む。

この時期は、量的には増加傾向にあることは、既に述べたが、少年誌の最有力誌である「少年ジャンプ」は、86年初め、発行部数五百万部を記録した。

このように、マンガの歴史を出版媒体の変化から追ってみたが、内容的には第三期から大きな変化は見られない。したがって、第三期に現在のようなマンガの形態が完成したと考えられる。

3. マンガとその他の出版物との関わり

(1) 出版におけるマンガの位置

マンガ雑誌は、その成立期から月刊誌から週刊誌へと主となるものは変化しながらも、着実にその発行部数を伸ばしてきた。これらのマンガ雑誌は、その他の出版物とどんな関わりを持っているのか。

表2-2は、1960年から1982年の、雑誌の総発行部数*6とマンガ雑誌の発行部数*7、それに、雑誌総発行部数のうちマンガ雑誌の占める割合を示したものである。また、図2-6、図2-7は、表2-2をそれぞれグラフ化したものである。

これは、前項の時代区分にあてはめて考えれば、第二期の途中から第五期までにあたる。60年以前については、こういったマンガ誌だけの発行部数についての記録というものが残されていない。

これによると、雑誌総発行数におけるマンガ雑誌の発行部数の占める割合は、第四期が頂点となっている。第五期に入ると、マンガ雑誌の発行部数も伸びているが、雑誌そのものの発行部数もそれ以上に伸びていることがわかる。

このことは、マンガ雑誌が、出版側にも消費者側にも定着・安定したことを表している。雑誌総発行部数の三割を占めるようになった現在、マンガは、出版社、出版業界にとっても重要な商品の一つである。

また、第四期から第五期にかけてマンガ誌の発行部数が、停滞気味であるのは、前項でも述べたように、現在のマンガは、飽和状態にあり、発行部数は各出版社の企業努力により、伸びてはいるが、新しい試みが生まれ限りは、大きな飛躍は期待できない状態にあることを示す。

前項で、「少年ジャンプ」誌が、五百万部を突破したことについて触

	マンガ雑誌(冊)	全雑誌(万部)	割合(%)
1960	1.785	107.900	1.65
1962	2.521	107.450	2.34
1964	11.132	117.548	9.47
1966	17.756	136.567	13.00
1968	33.981	161.528	21.03
1970	43.501	187.325	23.22
1972	49.451	206.772	23.91
1974	63.200	223.439	28.28
1976	77.790	245.542	31.68
1978	82.739	263.158	31.44
1980	92.132	301.760	30.53
1982	90.656	311.162	29.13

表 2-2 雑誌の総発行部数におけるマンガ雑誌の発行部数と割合の変化

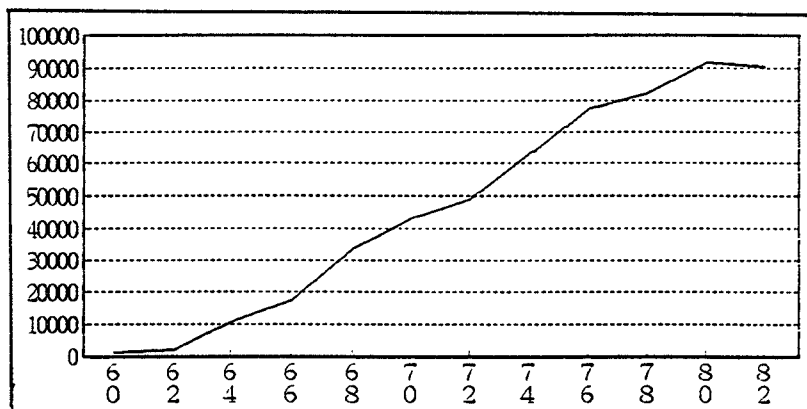


図 2-6 マンガ雑誌の発行部数の変化

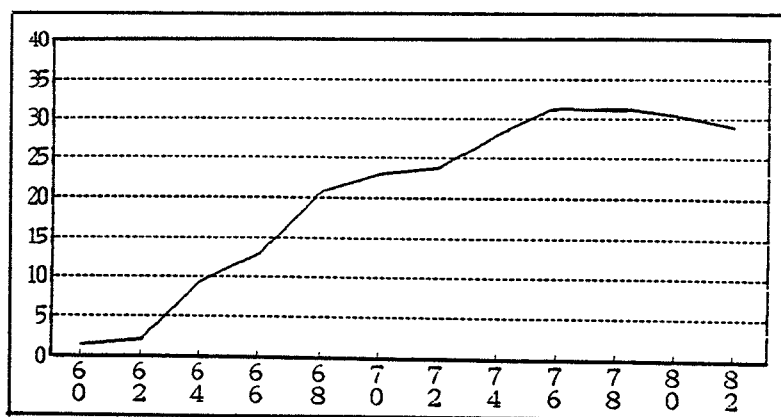


図 2-7 雑誌の総発行部数におけるマンガ雑誌の発行部数の割合の変化

れた。この五百万部という数字は、発行部数だけで考えた場合、世界最大の雑誌の一つであるかもしれない。

第五期に入って、同誌は『キン肉マン』など作品の人気によりそれを実現した。同作品は、79年4月から87年4月まで同誌に連載された。単行本は、1巻あたり平均百六十万部、全巻合わせると三千万部を越える。

同誌は、新人作家を多く登用することにより、新鮮な感覚を保ち、また、読者からアンケートをとることにより、その結果を誌面作りにフィードバックさせ、好結果を得られない作品に対しては、即座に新たな作家、作品に切りかえるという編集方針をとっている。このように、作品の新陳代謝が激しいことが、現在のマンガ誌の特徴ともなっている。

また、同誌は、対象の読者を小学校の四年生程度から中学生程度に絞っているが、実際の読者の年齢層は青年、成人までと幅広い。これは、読者が成長していないのではなく、マンガに慣れている読者の要求に応えるためには、小手先の技術や安易な内容の作品を掲載するよりも、年長の読者をもひきつけるような内容や、描写の作品を掲載する必要性が生じたためであると考えられる。

②マンガの拡がり

雑誌に限らず、出版物の発行部数は、停滞する時期はあるものの着実に伸びている。これは、人口増加も考えられるし、社会の多様化、細分化という現状も手伝い書籍を読む人々が増えていることも関係している。

また、人々の要求も多種多様で、それに対応する形で、いろいろな専門誌も発刊されている。それは、情報化社会といわれる今日に、非常に合致したものである。出版物だけではなく、あらゆる形のメディアにおいて、そういった傾向がある。

こういった中で、近年興味深い現象がある。それは、本来一般書籍の内容であったものが、マンガによって出版されるということである。こういったことは、これまで全くなかったわけではなく、その要素は、以前からもあった。それは、雑誌の記事の一部などに、図解のかわりとして使用されていたり、保険や貯蓄ような一般の店頭に並ばず、説明が困難な商品の説明のためなどに使用されたりした。また、子供向けの雑誌などには、遊びから学習まで、あらゆる事象についての内容がマンガの手法により、表現されている。しかし、このように、一冊の書籍として出版され、これ程注目を集めるようになったのは、近年になってからのことである。

例えば、経済関係のでは、『マンガ日本経済入門』（石ノ森章太郎 日本経済新聞社）が、87年の一時期には、ベストセラーのトップにもなり話題となった。他にも、株式投資や流通に関するものもある。また、『葉隠』『葉根譚』（赤塚不二夫 ダイヤモンド社）などのわが国や中国の古典までも、マンガ化され発行されている。

この他にマンガ化された書籍は、社会、歴史、科学、他のあらゆる分野において、刊行されるようになった。

また、政府や公共団体などの刊行物にも、マンガが使用されている。マンガが、啓蒙的役割を果たすものとして、使用されたことは、現代マンガが成立する以前からある啓蒙マンガの流れをくむものであり、明治初期や第二次世界大戦前、中のマンガに見られるものと使われ方の似ている部分もある。

現代マンガは、子供マンガから始まり、娯楽が目的であったのに対して、それ以前のマンガは、多くの人々の目に触れさせるための啓蒙マンガが、始まりの一つであった。

現代の啓蒙マンガと思われるものと、以前のそれと比較した場合、理解を促すためにマンガを使用するということもあるが、それ以上に、多くの人々に親しまれているメディアとして使用されている。それは、テレビや新聞を使用するということと基本的には同じことなのである。

③新聞のメディア特性と視覚的表現

一般書籍で扱う分野にマンガが進出してきたことは、マンガが理解を促すことと、それに伴い発行部数が増加し一般的なメディアになったことによるということとは②で述べたが、もう一つ大きな理由がある。

それは、テレビを始めとする視覚的なメディアに慣れた人々への対応手段である。これまでは、印刷媒体の主は一般的に文字であった。しかし、現在では、図版や写真、イラストなどの視覚的表現を使用することが多くなった。また、その視覚的表現が中心のグラビア雑誌なども創刊され、視覚化傾向が強くなってきた。

このような傾向は、印刷媒体が文字による表現を離れ視覚的な表現に移行しつつある現象の前触れなのだろうか。

そこで、マス・メディアの中でも、一番古くから存在し、一般性が高く、また社会的重要度が高い新聞について、視覚化傾向が強くなっているのか、文字部分と文字以外の部分の割合の変化について、次ページに示すような調査を行ってみた。

表2-3及び図2-8は、1978年から～1987年の10年間の新聞記事における図および写真の割合を求めたもので、表2-4及び図2-9は、1955年から1985年までの30年間で5年間隔で同じように調べたものである。

この結果によると、2～3%の増減はあるものの、ここ10年間では9%

年	割合
78	10.90
79	7.72
80	7.86
81	7.91
82	9.90
83	7.39
84	8.78
85	9.98
86	8.97
87	10.42

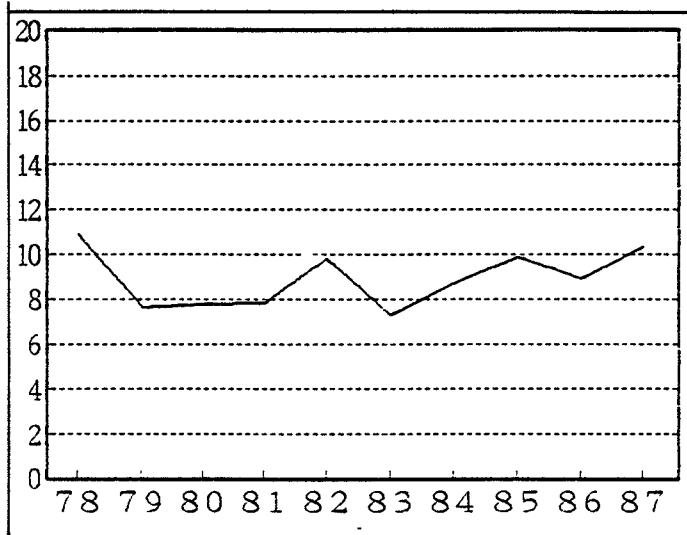


表2-3, 図2-8 新聞における図, 写真の割合 (1978~1987)

年	割合
55	7.42
60	10.22
65	12.51
70	8.90
75	11.25
80	7.86
85	9.98

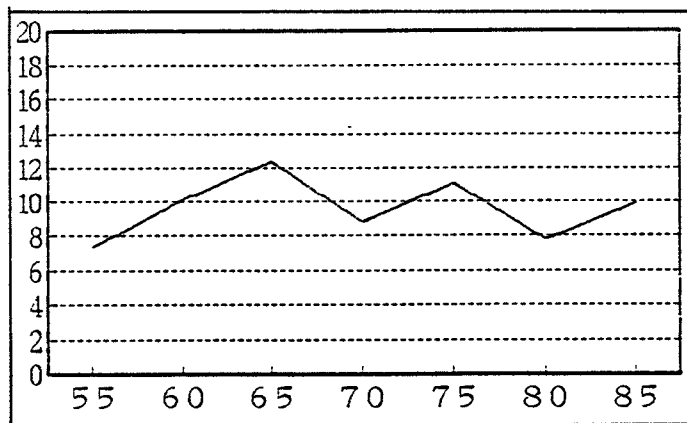


表2-4, 図2-9 新聞における図, 写真の割合 (1955~1985)

割合の求め方は以下の通りである。

$$\frac{\text{記事中の図及び写真部分の面積}}{(\text{紙面全体の面積}) - (\text{広告部分の面積})} \times 100 = \text{図・写真の割合} (\%)$$

朝日新聞縮刷版を使用し、各年の3月1日について調査した

前後、30年間では10%前後となっている。この増減は、前日、前々日のでき事の重大性や特集記事の性質によって変わるもので、新聞記事中における図版及び写真の割合は、9～10%前後で安定していると考えられる。

この調査において、図および写真の割合が、はっきりと増加傾向になかったことで、新聞における視覚化傾向は否定された。しかし、このことが、そのままこの他の印刷媒体のそれを否定するものではない。なぜなら、新聞は文字情報が主体であるというメディア特性を持つものであり、ここでは、それがはっきりと現れたに過ぎない。そして、その新聞も、記事の内容によっては、文字情報だけでは現場の臨場感を表現することは限界があり、事件や事故では現場写真を使用することによりそれを補完している。また、その事件や事故が、重要であるほどその割合は増大する。

新聞のメディア特性は、新聞というメディアが、視覚的表現の補助に頼らなくても、文字から、十分に内容を理解することが可能である者を対象としていることを示している。つまり、新聞を読むためには、ある程度の予備知識と、読解能力が必要とされる。そして、このことは、その読者が限定されてしまうことを意味すると考えられる。しかし、それは、文字など概念的な情報については、一般的な事実である。また、このこととは逆に、映像的な情報は、そういった読解力や予備知識がなくても具体的であることにより理解することが、文字情報と比較した場合容易である。

しかし、視覚情報が最良の伝達方法というわけではない。それは、知識を得るためには、そのための素地が必要であり、それが予備知識であり読解能力である。これを獲得せずに知識のみを得た場合、それを使用

することができないし、できたとしても正しい使い方ができないことが多い。

我々の社会においては、活字による情報が信頼され重要視されている部分とそうでない部分がある。仕事や生活において、重要であるものほど文字が使われている。それは、こうした場面においては理解のしやすさということよりも正確な意味の伝達が必要とされるからである。映像情報は、具体的であるにもかかわらずそれが意味を伝達しないのに対して、言語的情報は意味を中心に構成されているからである。つまり、映像による情報はそれが何であるかは理解することもできて、それが何をいおうとしているかは一義的ではない。

このように、思想や概念の伝達においては言語による情報の方が映像による情報に優る。言語情報によって正確な意味を伝達し、それに具体性を持たせるために視覚情報を使用する形式が、現在の伝達方法の一般的な形である。

第3節 映像媒体

映像という言葉は、現在一般的に用いられているが、その映像の規定概念は厳密なものがあるわけではない。

例えば、テレビ・映画・写真あるいはそれに類するものをひとまとめにして呼ぶときに用いたり、これらに共通でしかもそれぞれにとって必要な、同質の特性をもった表現・伝達手段を指示するために用いたりする。さらには、視覚的表現・視覚的伝達手段全般を意味する場合もある。

映像に対するこのいくつかの概念と第一章で述べたヴィジュアル・コミュニケーション・メディアの定義の間には、共通部分が多い。このことは、レベルは違うが、「映像」と「ヴィジュアル・コミュニケーション」は、同義語として使うことも可能なことを示している。

つまり、「テレビ・映画・写真あるいはそれに類するもの」は「今日的な定義」にあたり、「これらに共通でしかもそれぞれにとって必要な同質の特性をもった表現・伝達手段を指示するために用いること」は「視覚特性による定義」にあたる。また、「視覚的表現・伝達手段全般を意味すること」は「一般的な定義」にあたる。

しかし、ここでは、映像とは、「光という感覚的なものを近代技術的な手段で形成することによって成立する視覚的表現・伝達手段」^{*8}と考え、ヴィジュアル・コミュニケーションと区別したい。

このように考えた場合、映像媒体とはテレビ、映画、写真、OHP、スライドなどがあたることになる。これらの中で特にここでは、動き、音声を伴ったものを中心として考えていきたい。それは、映像に音声や動きをとまなうことが我々の生活の中では自然なこととして受け入れられているからである。その中でも、テレビは既に我々の生活の一部となっ

ており、多くの情報や作品を視聴者に提供している。このことが、我々や子供に与える影響は重大なものがある。具体的な影響については、第3章で述べるとして、ここではこれらの映像媒体がどのように変化してきたかを、これらの代表的なメディアであるテレビ、映画を中心に考えていきたい。

1. 映画

(1)映画の三要素

映画は、写真・動画・幻燈の三つの技術が結びついたものである。しかし、これらは、別々の目的のために考案され発展したものであり、最初から映画のために開発されたものではない。それぞれの技術の発展とそれに伴う新しい要求によって、生まれたものが映画であった。

①写真

写真は、対象を光学的に正確に像として別の物体に写し取ることを目的としている。

写真機の前形は、16世紀につくられ、18世紀までに改良された「カメラ・オブスキュラ」である。これは、小さな穴を持つ暗室で、その穴から入り込む光が、反対側の壁に外界の倒立像をつくりだす装置である。そして、技術の発展とともに移動可能の大きさになり、レンズがはめこまれるようになって現在のカメラのような形態に近づく。

「カメラ・オブスキュラ」の発展と平行してもう一つの研究が進んでいた。それは、光より生じる影を一定の物質上に定着させることの研究である。1725年、シュルツェ（J.H.Schulze）は、太陽光による硝酸銀の変色を発見した。そして、多くの人々が改良を加えた後の1829年、フ

ランスのニエプス (J.S.Niepce) は、感光材料を「カメラ・オブスキュラ」の中に挿入し、不完全ながら最初の映像をつくりあげた。その十年後の1839年、ニエプスの共同研究者であるダゲール (M.Daguerre) は、「ダゲレオタイプ」を発表した。これが、一般的には写真の誕生であるとされる。これ以降、感光乳剤の改良、現像定着技術の進歩、カメラ装置の開発などにより今日に至る。例えば、タルボット、アーチャー、マドックスは、撮影時間を短縮し、マイブリッジは、十二台のカメラを横にならべ、走る馬の瞬間的な姿を連続的に撮影することに成功した。また、マレイは写真銃 (クロノフォトグラフ) を考案し一台のカメラで連続した動きを捉えることができるようになった。

② 動画

動画とは、一般に仮現運動を利用した画像・技術である。仮現運動とは、実際に動いていない刺激を一定条件のもとで次々と与えると、視覚上に独自の動きをつくりだす現象をいう。この現象は、1912年ウェルトハイマー (M.Wertheimer 1880-1943) により発表^{*)}された。

それまでも、この現象は、いろいろな理論によって説明されてきた。それは、残像現象で説明されたり、眼球運動によって生じる現象であると説明されたりした。しかし、ゲシュタルト学説以降、静止像の運動知覚は、残像現象というより仮現運動として把握すべきものであることが明らかになった。

この仮現運動を利用しそれによって絵を動かす装置は、19世紀中頃からさかんにつくられるようになった。1982年ベルギーのプラトー (J.A.F.Plateau) は「フェナキスティスコープ」をオーストリアのシュタンベル (F.Stampfer) は、「ストロボスコープ」を、製作した。これらの装置は、いずれも周囲にスリットをもつ円盤で、表面に連続した画像が描か

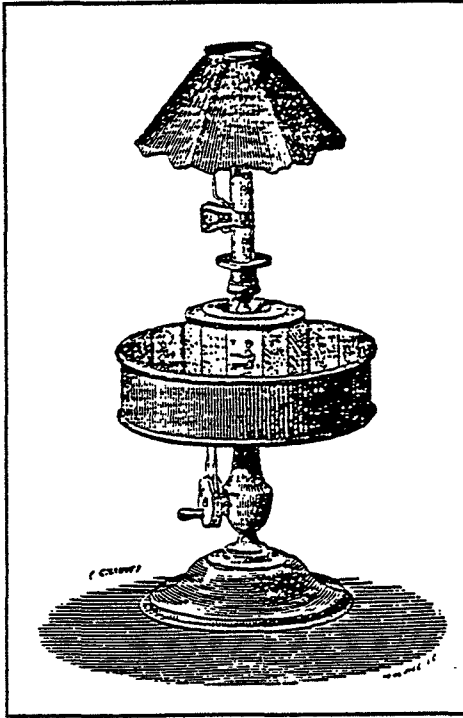


図2-10 ホーナーのゾートロープ
新映画事典 より

れ、鏡に向かって回転させながら、スリットを裏面より鏡像を見る仕組みになっていた。これ以降、こうした装置の技術的改良、社会的普及はきわめて速く進行し、それは、ホーナーの「ゾートロープ」、レノーの「プラキシノスコープ」において完成する。そして、19世紀末には、動画は、写真の技術と結びつき解析写真を総合する手段として用いられるようになる。さらに、幻燈の技術と結びつき投射光を利用し、それをスクリーンに拡大し映画の原形ができる。

③ 幻燈

幻燈とは、画像を光とレンズによって拡大投影することである。この装置は、1646年、ドイツの僧侶キルヒャー（A.Kircher）によりローマで発表され、ボヘミアのスコット（G.Schott）やデンマークのワンゲルシュテイン（T.Wangelstein）らによって改良された。そして、1685年、ドイツの修道僧ツァーン（J.Zahn）が、ほぼ完全な幻燈機を完成した。

幻燈機は、17世紀、18世紀を通じて、科学装置というより不思議な仕掛けとして発達した。このことは、製作者をみてもわかるように僧侶や教会が多くかかわっている。これは、宗教儀礼などの場合の光と影の演出として使われたからである。

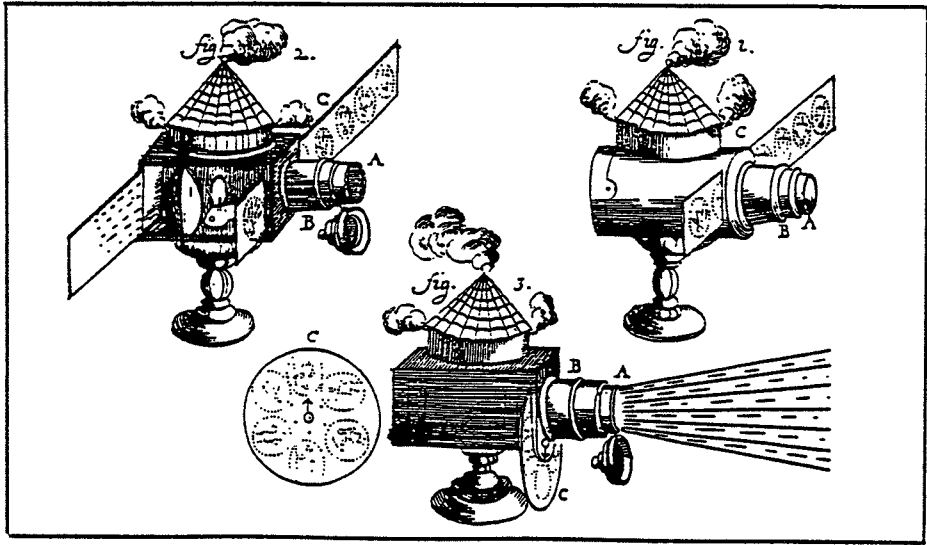


図 2-11 ツァーンの幻燈機

The Origins of the Motion Picture より

19世紀に入ると、幻燈は、大衆興行として人気を博した。その中で、ストロボスコープの原理を利用し、スクリーンの上の像を動かそうとする研究が始まった

②映画の完成と発展

①映画の完成

1889年、フランスのレノー (E.Reynaud) は、「投射式プラキシノスコープ」を使い『光の劇場』をパリに開いた。これにより、レノーは、アニメーションの創始者となった。

同年、アメリカのイーストマン (G.Eastman) により、帯状のセルロイド・ベースが発明された。エディソン (T.Edison) は、早速それを取り入れ「キネトスコープ」を発表した。しかし、これは、動く写真を覗き窓から見る仕掛けで、スクリーンに投影できなかった。

そして、1895年、最初の映画が、リュミエール兄弟（A.Lumière,L.Lumière）によってパリで上演された。リュミエール兄弟による映写機は「シネマトグラフ」といい、シネマの語源ともなった。彼らは、エディソンの方式を改め、フィルムを一コマずつ停止させ、シャッターを開閉し、次のコマを送る装置を開発した。

この映写機は、機能的には現在のものほとんど変わらない。

また、彼らは、暗い場所に人々を集め、切符を売って入場料を得る映画独自の興行制度を確立した。

②トーキーと映画の発展

映画の三要素の中には、入っていないが重要な要素がもう一つある。それは、音声である。エディソンなどにより開発された録音・再生技術により、映画は新しい時代に入る。それは、『ジャズシンガー』（1927）に代表されるトーキーである。

無声映画からトーキーへの移行期には、激しい表現上の混乱を生じた。これは、従来の三要素に録音・再生技術という新しい要素が加わっただけのことに思える。しかし、現在においてこそ、音声は映像媒体にとって必要不可欠のものであるが、無声映画とトーキーは、本来別の媒体である。

三つの技術的固体からなる集合体としての無声映画と四つの技術的固体からなる集合体としてのトーキーとは、技術体としてとらえた場合には、異質のものなのである。^{*10}それは、この三要素の中の二つが結びついたものと比べた場合を考えればわかる。例えば、写真と幻燈が結合すれば、現在のスライドと考えられるが、これは、映画とは明らかに違う表現媒体である。同じように、写真と動画を組み合わせた場合は、前述の「ストロボスコープ」のようなものになる。こうして考えてみると、

無声映画とトーキーとは別のメディアであることが明瞭になる。

このようにしてトーキーが、登場したときは混乱が生じたものの、1930年代のカラー・フィルムによる色彩映画や、1950年代のワイド・スクリーン化などには、このようなトーキーが登場したときのような混乱が生じることがなかった。色彩映画やワイド・スクリーンが、トーキーと比べ、なぜ簡単に受け入れられたのか。それは、これらの技術が、映画本来の性質を変えるものではなく、従来の技術を一步進めた形のものであったからである。

このような経過を経て映画は、発展してきた。ここであげた他にも、画面の解像度の向上により、肉眼では観察できないところまで見る事が可能になり、また、特殊撮影の技術の向上により、現実にはあり得ない場面を映し出して見せることも可能となった。

2. テレビとその他のメディアとの関わり

(1) テレビ

① テレビの投影方式

テレビは、映画と同じく仮現運動を利用し、いわゆる「見えの運動」作用により動きを認識させるものである。

テレビの画面は光の点により構成されているが、わが国のテレビ放送標準方式では、縦525、横700、計367,500の区画に分解している。したがって画面が小さければ目が細くなり、画面が大きければ目が荒くなる。しかし、テレビは画面から数メートル距離を置いて視聴することが一般的であり、目の荒さについてはあまり問題ではない。

また、画面の動きは、テレビの場合は、毎秒三〇コマで映画は、一秒間に二四コマであるから、それより精度が高い。

テレビは1925年、イギリス人ベアードにより実用化の第一歩をふみだした。それは、機械的走査によるもので観賞にはまだ程遠い状態のものであった。1933年、アメリカのゾールキンは、現代と同じ電氣的走査を可能にした。また、同じころ日本の高柳健次郎は、ブラウン管による画面の再生方式を考案した。その後、第二次世界大戦中にアメリカで研究が進められたが、正式放送に入るのは大戦以降である。

② 映画の衰退とテレビの普及

日本の映画の入場者数は、最盛期の1950年代から60年代にかけては、十億人以上の観客を誇ったが、1950年代後半から60年代前半をピークに下がり始め、現在では一億五千万人前後となっている。^{*11}

また、常設映画館数も60年には七千五百軒近くあったものが、85年には二千軒程度にまで減少している。

ここで興味深い現象として考えられることは、1960年を100とした場合、1985年には、邦画専門の劇場数は20%以下に減少しているのに対して、洋画専門の劇場は90%程度に留まっているということをおげることができる。^{*12}

このことは、邦画の質が低下したというわけではなく、映画の手法を駆使したテレビドラマなどの登場により邦画が追い込まれたことや、映画以外の娯楽に人々の目が向けられるようになったためではないかと思われる。

洋画については、上映館数が邦画と比べて少なかったことと、固定ファンがついていたこと、外国の情報、状況が入手できることなどから大幅な減少は免れたのではないかと思われる。つまり、邦画の役割をテレビが奪ってしまったのに対して、洋画は娯楽の一つとして残った。

しかし、テレビの普及に映画の衰退の一因があるとしても、それは、映画と同じ原理のメディアが身近に登場し、手軽に情報を入手できるようになったことが原因であると単純に考えられるものではない。

1953年に、NHKのテレビ放送が始まり、後を追うように民間の放送局も放送を開始した。また、1960年にはカラー放送が開始された。1959年の皇太子の成婚により白黒テレビが、1968年のメキシコ五輪によりカラー・テレビが急速に普及したといわれている。

③テレビメディアの特性

マクルーハン(M. MacLhan)によれば、映画はホット・メディアであり、テレビはクール・メディアである。

マクルーハンは、ホット・メディアとクール・メディアについて次のように述べている。「ホット・メディアとは、単一の感覚を高い精細度にまで拡張するものである。高い精細度というのは、データが充実し

ている状態をいう。たとえば、写真は視覚的には『高い精細度』にある。漫画は極めて僅かな視覚的情報が示されるに過ぎないから『低い精細度』にある。〈中略〉ところが、ホット・メディアは、聞く側で埋める部分、あるいは、補完する部分が極めて少ししかない。したがって、ホット・メディアでは、聞く側の参加する度合いが低く、クール・メディアは参加、あるいは完成する度合いが高い。」¹³

マクルーハンのいうホットメディアとクールメディアは、二つのメディアを比較した場合に置き換えることができる。映画とテレビでは、前者がホットメディアであり後者がクールメディアである。

それは、参加する姿勢の差であると考えられる。つまり、映画を見るものは、映画館に入るために入場料を支払い、暗い館内で視角いっぱい画面を見ることになる。当然、そのの中に引き込まれることになる。

しかし、テレビは電源をいれさえすれば見ることは可能であり、また視角の中に画面が入るので没頭するためにはそのための心づもりが必要になる。言い換えれば、映画は、画面を特に意識しなくてもその中に入ることができるが、テレビは、そのための意識づくりが必要となる。このことから、考えると参加度とはメディアの中に自己を置くためにする努力の度合いであり、それが低くてすむものがクールメディアであり、そうでないものがホットメディアである。

したがって、映画は、テレビよりも参加度が低いことになり、このことが、映画の衰退の原因の一つであるとも考えられる。

②テレビが印刷媒体に与えた影響

テレビの登場によって変化したものは、映画だけではない。それは、

同じ視覚的メディアや他のメディアにも大きな影響を与えた。

例えば、印刷媒体において週刊誌が盛況であること、写真週刊誌の創刊などが考えられる。また、内容の変化として考えられることは文章構成や話題の展開のテンポが短く速くなったことなどがあげることができる。

印刷媒体の変化とテレビの関係について、藤竹暁はテレビ体験という視角から次の三点を指摘している。^{*14}

第一は、テレビ体験の断片化に対応する事態である。印刷メディア体験における持続時間を短縮することであり、読書体験が断片化されるようになったことである。

第二は、マクルーハンによるところのホットな活字メディアにおいても、テレビのもつクール性が要求されるようになった。それは、客観的な立場にあるべき印刷媒体、特に新聞でも送り手の主観性が要求されるようになったことである。この主観性とは、送り手の独断や感情を表出するというのではなく、その事柄に対しての送り手の立場を明確にすることにより、読者がその主観性を手がかりに参加することができることを意味している。それは、たとえば、投書欄の拡大などに代表される。

第三は、活字メディアにおいて、視覚性が要求されるようになったことである。それは、写真、イラスト、グラビアの多用やカタログ的手法による編集に表れている。さまざまな事実ないしは意見を提示し、これらの事実や意見を結びつける作業は読者に委ねるという、「新しい」活字メディアの文法を採用するにいたっていることを示している。

このように、テレビの持つ特性に対応した形で印刷媒体が変化していることは、興味ある事柄である。

現代社会は、テレビと対応する形で存在しているように見える。それは、印刷媒体の変化と同じように、テンポが速く、断片的であり、視覚的でもある。これは、テレビが印刷媒体や映画に与えた影響と同様に人間の行動や精神活動に対しても影響を及ぼしたと考えることもできる。

しかし、このような社会的、精神的状況は、多くの要因が総括的に起因したものであり、テレビがその原因のすべてではない。

例えば、第一番目の断片化について考えれば、テレビの流れが断片的なことが、断片的な視聴を生むと考えるよりも、断片的な視聴にテレビがあうと考えられる。それは、現在の社会状況が非常に断片的であり、生活や仕事、趣味なども多様化し、それに対応するためこれらに変化している。活字メディアもこの例にもれるものではない。

三番目の印刷媒体における視覚性要求については、このように多様化した現代では、一般的な活字メディアであっても従来のように浅く広い知識ではなく、広く深い知識が必要となり、また、読者層の拡がりに対応するために文章を視覚的表現により補完する必要性が強くなったことが考えられる。

このように、これらの変化は、テレビもその一因となりうるがテレビにより変化させられたものであると考えるよりも、テレビはこれらの状況に合致したメディアであると考えることが自然である。

③テレビと学習

①テレビの受動性

テレビやラジオなどのマス・コミュニケーション・メディアは、送り手からの一方向的なメディアで、受け身であると考えられている。このことからテレビというメディアは、視聴者が非活動的になり、教育手段と

しては、適していないとする見方も多い。

しかし、教育用に開発されたものは、その範囲ではないものも多く、また、それ以外のものであっても、あるものは子供の何らかの発達に有用である。

日本でも、一時放映されていたアメリカの幼児番組に「セサミストリート」という番組がある。この番組は、視聴者である子供を番組に参加させ、受動的な性格のテレビを使って、視聴者である子供を能動的に活動させることに成功した番組の一つである。例えば、アルファベットを覚えるというコーナーで、出演者がアルファベットを暗唱し、画面には出演者がこれからいおうとするそれがあらわれ、子供は、出演者に合わせてアルファベットを発音する。これを繰り返すうちに子供は、画面に表示されたアルファベットを見て、出演者が発音する前に、それを発音するようになり、さらには、アルファベットが、画面に表示される前にそれを発音するようになる。こうして、その番組は、子供にアルファベットを覚えさせることに成功した。^{*15}

また、この番組は、ある年齢の子供がどのように考え、どのように学習するのかについて科学的に知ることが、いかに子供向け教育番組の製作に必要であることを示した番組でもある。例えば、子供の注意をひきつけるために、アニメーション・あやつり人形や音響効果などを使用した。次に、何か新しいことを学ぶためには、既にわかっていることと関連づけながら学習していくというピアジェの認知獲得の原則を持ち出している点。また、繰り返しは、学習効果を高めるという原則を使った点である。^{*16}

このように、幼児番組つくるにあたりその制作者達は、子供の発達や行動、興味、精神活動などを科学的研究、分析し、それらを番組にフィー

ドバックさせることにより、質が高くまた子供に飽きられない番組をつくっている。

日本でも、「セサミストリート」に習って、こうした幼児向けの番組がいくつか作られ、また、別な手法も取り入れ、子供達を積極的に番組に参加させ、学習させることに成功した。¹⁷

このようにして、「セサミストリート」を始めいくつかの番組は、テレビがたとえ一方のメディアであっても、子供が積極的に参加できるメディアであることを示した。それは、テレビの受動的な視聴から能動的な活動を引き出すことが、テレビの教育利用にとって重要なことを物語っている。

②テレビの特性と教育利用

今の子供たちは、生まれたときからテレビというメディアが存在し、それに慣れ親しんでいる。これを教育の場に持ち込むことは、それを否定し、追い払おうとすることよりは、むしろ妥当であることのように思う。テレビというメディアが、教育の場において黒板や書籍、対話といったメディアに全面的に取って変わるという訳ではない、ただ、これだけ子供に、なじんだメディアをもっと使用すべきだと考えるほうが自然であるということである。

テレビというメディアは、動きを伴う点と具体的な表現に関して優れており、次に、音声を伴っている点で、印象づけや画面に対して集中させることに効果がある。また、他の場所で起こっている出来ごとを同時に見ることができたり、実際は、危険性を伴うことやその場で実行不可能なことを疑似的に体験することができる。

ビデオの普及など技術的な進歩により、今まで問題となっていた放映時間に合わせなければならないといったような問題は、解決し、スロー

モーション，ストップ・モーション，逆モーションなどで見ることに、繰り返し見ることなどが可能になり、教育効果を高められるようになった。

テレビを使用した授業風景というのは現在では、珍しいものではなくなったが、実際使用するに当たってその特性を考慮せずに使用している場合も多々見られる。例えば、テレビを使用した授業では、使用しない授業と比較した場合、教師の側の活動が少なくなるが生徒の活動も少なくなる。教師や生徒の活動が少なくなることは、テレビを視聴するというのに何分かを費やさなければならないので当然であるが、内容を深めるためには、事前、事後、場合によっては途中での指導が大事である。しかし、これがなされていない場合や、逆に、生徒の内容への没入を妨げる場合がある。また、テレビを信頼しすぎて、視聴させるだけの指導で満足してしまう場合がある。これらの場合、効果が半減するだけでなく、生徒が注意散漫になったり、偏った視聴をするなど、逆効果となる場合がある。

現在、テレビを始め、いろいろな新しいメディアが教育の現場で使用されている。これらのメディアは、その一つのメディアだけに依存するのではなく、それぞれのメディアの特性を生かしながら、併用していくことが望ましい。それは、メディアはあくまでも教材の一部であり、結果としてそうなることはあっても、それが子供の能力や個性をのばすものではないからだ。子供のそうした力を引き出すのは、教師や親など周りの大人達の役割である。また、一つのメディアに偏らないということは、ものの見方を偏らせないことでもある。それは、メディアの特性とも関わりを持つが、メディアにそのメディア独特の観点があり、一つのメディアに依存することは見方を狭くしてしまうことにもつながりかねない。このことをよく考えて、子供の発達や教材の内容、効果などその

場に合致したメディアを利用することが重要である。

第4節 新しい媒体

近年、ニューメディアという言葉がよく使われるようになった。この言葉は、あらゆる分野で使われている。例えば、映像では、レーザー・ディスクやビデオなどはこの一つである。他にも、音響や通信などあらゆる分野でニューメディアと呼ばれるものがある。

これらのニューメディアと呼ばれるものは、メディアそのものが新しいというわけではなく、技術の進歩とそれに伴う新しい方式や機器に対して使われることが多い。

デジタル、デジタル化という言葉は、ニューメディアと同義語のようによく使われる。音響でのデジタル録音・再生、映像でのデジタル録画・再生、通信でのデジタル通信などがそれである。しかし、これらは、従来のアナログ方式では解決できない部分をデジタル方式により補完したに過ぎない。

この節では、主にテレビゲームとコンピューターについて扱う。コンピューターやテレビゲームが特に新しいというわけではなく、ディスプレイを利用することを考えれば、テレビと同様映像媒体の一部であると考えられる。

しかし、マイクロ・コンピューターで制御されている画像は、今までになかった新しいものである。また、印刷媒体や映像媒体が、一方向的なメディアであったことに比して、これらは、ネットワークなどにより双方向のメディアであることが新しい。そして、それが、普及に伴いマス化したことにより、これまでのメディアとは別のそれとして定着したことなどから、ここではこの新しいメディアについて考察していく。

1. コンピューター

コンピューターといっても、家庭用電化製品に使用されているマイクロ・コンピューターのチップから大型電子計算機として使われているものまで用途が多い。ここではコンピューターとして、パーソナル・コンピューター（パソコン）を主に扱う。

それは、一般にコンピューターとして知られているものが、マイクロ・コンピューターのチップよりも、汎用性のあるコンピューターのことをさしているからであり、その中でもパソコンは、家庭や企業で個人的に使用できるものとして普及が著しく定着しつつあると考えられるからである。

国内で、パソコンが市場に登場したのは、1979年のことである。その後、記憶容量も周辺部品の性能も拡大、向上し現在に至っている。例えば、ハードウェアでは、その中核をなすCPUは8ビット、16ビット、32ビットと変化し、それにともなって記憶容量や処理速度の能力は向上した。また、価格も廉価となり個人でもさほど無理なく購入できるようになった。そして、ソフトウェアでは、より使い易いオペレーティング・システムやプログラミング言語の開発、日本語ワードプロセッサやデータベースなどのソフトウェアの開発により普及が増大した。

パソコンの普及は、全機種対象での累計売上台数は1986年3月の時点で約四百万台である。しかし、これをテレビゲーム機であるファミコン一機種の累計売上台数（約一千万台 1987年3月現在）と比較した場合遠く及ばない。

もちろん、パソコンとテレビゲーム機の普及台数を比較することは、それほど意味をなすことではない。それは、テレビゲーム機はコンピュー

ターと名が冠されてはいるが、その実態はゲーム専用の玩具であるからである。したがって、これらは、本来の用途が異なるし、使用対象も異なるからである。

しかし、互換性ということ考えた場合このテレビゲーム機の一千万台(3.8世帯に1台)というという普及数は重大である。なぜなら、テレビゲーム機が玩具として開発されたものであるとしても、それは、ある意味ではパソコンと同様の基礎的な性能を有しているからである。ゲームをより良い状態とするための画面の制御や音声の出力などに適切なマイクロ・コンピューターを使用してはいるが、そのマイクロ・コンピューターは8ビットから16ビット方式を採用しており、その性能は初期のパソコンのそれと同等かそれ以上である。したがって、ソフトウェア次第では、ゲーム以外の用途にも利用することは十分可能である。その普及台数から考えるとコンピューター・ネット・ワークの端末として使用することが有効であり、また、事実、そういった方向に進みつつある。それに対してパソコンは、まず高価である。通常それはテレビゲーム機の20倍以上の価格である。また、本体と共にディスプレイやプリンターなどの出力装置やフロッピーディスクドライブのような外部記憶装置などの周辺機器が必要であるとするものが多く、これが本体と同様高価である。

また、パソコンを使用するには、それを作動させるプログラムが必要である。それには、簡単なものもあるが、高度で能率の良い作業をさせるためには、複雑なプログラムが必要であり、一般的なユーザーがプログラミングするのは困難である。そのため、そうしたソフトウェアを購入する必要があるが、それが常に使用者の要求に合致したものであるわけではなく、また、他の機種用に開発されたものはほとんど使用できな

い。

その結果、パソコンの普及は四百万台と数量的にも少なく、また、異機種間での互換性の開発もほとんど進んでいない。ベストセラーを誇る日本電気のPC-9801シリーズでも約百十九万台（1987年8月現在）であり、同機種間での互換性のみである。

また、ソフトウェアは、普及台数の多い機種に対してはその開発がさかんになる。そして、優れたソフトウェアが開発され、充実することになる。逆に、ハードウェアを購入する際はハードウェアの性能を別にすれば、ソフトウェアが充実してしている機種が選定の基準となる。つまり、ソフトウェアの充実がハードウェアを普及させるし、ハードウェアの充実が良質のソフトウェアを作ることになる。

このような互換性の問題を解消しようとMSXという統一ベーシックを使用したパソコンが開発され発売された。しかし、これらは機能、価格とも中途半端であったため、結果としては上位機種とテレビゲーム機の間にはさまれた形となり、普及台数はあまり伸びていない。

パソコンは、汎用性の高い機器である。つまり、それは、粘土のようなもので、素材の限界内であれば、自由に形を変化させ思い通りの形を作ることが可能である。しかし、その使用方法の多くは、専用のソフトウェアによる専用の使い方が主である。それは、粘土の形が変えられることを知っていても、どんな形に変えていいのかがわからず、既に形ができあがっているものを入手することに等しい。

企業などでは、事務処理一般として汎用的な利用をしている場合もあるが、個人レベルのユーザーではソフトウェアが高価なこともありあまり汎用的な使い方はされていない。また、ワードプロセッサやゲームなどは、それぞれに専用機が市場にも登場している。パソコンを使用す

るよりも専用機を使用したほうが、使い易いし価格も安くてすむ。

パソコンに汎用性があるということは、使用目的を使用者が決めなければならないということでもある。このことは、使用者にとっては、有利であると同時に意味のあることでもある。それは、使用目的を使用者に考えさせる機械であり、それは、今までにはなかったものだからである。それが、今までの機械の概念を持った多くの人々の間に、それが浸透していかない一番大きな理由なのである。

2. テレビゲーム

(1) テレビゲームの種類

テレビゲームとは、マイクロ・コンピューターにより制御された画面を遊戯者がパソコンのキーボードや専用のコントローラーを操作することによりゲームを行うものである。そして、そのゲームをする方法は、大きく三つに分けることができる。

それは、ゲームセンターなどにある専用のテレビゲーム機に硬貨を投入し有料で遊戯する方法、家庭用のテレビゲーム機を購入して遊戯する方法、パソコンのゲーム用のソフトウェアを購入しそれを使用して遊戯する方法である。

テレビゲームは、一般にこの種のゲーム全般をいう。しかし、細かくわけて、ゲームセンターなどにおいてあるものをアーケードゲームと呼び、家庭用のものをビデオゲームと呼ぶ。また、コンピューターを使用するものをコンピューターゲームと呼び便宜上区別する場合もある。

アーケードゲームとは、ゲームセンターなどに設置されているゲーム全般をいうが、ここでは特にことわりを入れない限りは、テレビゲームの一つとして扱う。また、ビデオゲームとは日本やアメリカの一般家庭で使われているテレビゲーム専用機のことである。

これらは、基本的には同じである。それは、どれも中枢部にマイクロ・コンピューターを使用しているからである。アーケードゲームとビデオゲームは、ゲーム専用機である。コンピューター・ゲームは、マイクロコンピューターを使用しているため、そのコンピューターをゲーム以外の用途にも使用できるが、ゲーム専用機はそうではない。また、アー

アーケードゲームは、内部の記憶装置にプログラムが記入されているため、一つのゲーム専用機であるのに対して、ビデオゲームは、外部の記憶装置を交換することにより多くの種類のゲームをすることが可能である。つまり、汎用ビデオゲーム機とも呼べるものである。この点では、コンピューター・ゲームと似ている。

アーケードゲームは、ゲームをすることに代価を支払うが、ビデオゲームとコンピューター・ゲームは、ゲームのプログラムを入手することに代価を払う。

また、ゲームのソフトウェアは、ゲーム機メーカーが独自に制作する場合とその供給会社が制作する場合がある。このほか、アーケードゲームで人気の高いゲームをテレビゲームやコンピューターゲームに移植し販売することもある。これは、主に自社のアーケードゲームのプログラムをテレビゲームやコンピューターゲームのに移植する 경우가多く、アーケードゲームは、ある意味で市場調査の役割を果たしている。

②ビデオゲーム

①ハードウェア

国内で最も普及しているビデオゲーム機は、任天堂のファミリーコンピュータ（以下ファミコン）である。同機の累計売り上げ台数は、1987年の三月時点で一千万台を突破した。83年7月に売り出されてからわずか四年足らずである。この商品は国内では、ハードウェア面で90%、ソフトウェア面で99%のシェアを占めている。^{*18}

ビデオゲームは、1960年代の終わりにアメリカで開発され、その翌年には日本でも国産1号機が開発販売された。その後アメリカのアタリ社やコモドル社によるホーム・コンピューターが開発されビデオゲーム

は、ブームとなった。ホーム・コンピューターとは、パソコン機能を持ち数種類のゲームをすることが可能なテレビゲーム機のことである。我が国でもそれに対抗する形でパソコンの機能を持った汎用ゲーム機が開発され発売された。しかし、それは、高価なうえ機能的にも中途半端であり、画面上の解像度や音声など今日とは比べものにならないほどのものであった。

1976年アタリ社の「ブレイクアウト」、79年タイトーの「スペース・インベーダー」などが大ヒットし、テーブル型の業務用テレビ・ゲームが出現した。その後、これらの業務用ゲームが家庭用に改良され専用のゲーム機が数多く発売された。

このような背景から次に生まれたものは、ファミコンに代表されるゲーム機であった。

このゲーム機の特徴は、アーケードゲームと比べても遜色の無い解像度、音声、内容を持っていること、ゲームの内容が簡単に交換できること、専用ゲーム機であるため操作が簡単であること、玩具としては決して安価ではないがその機能から考えれば高価ではないと考えられたことなどがあげられる。

②ソフトウェア

テレビゲームの内容はリアルタイムタイプとそうでないものとに分けることができる。

リアルタイムタイプのゲームは、主に反射神経を競うものである。その内容は、戦争、戦闘、レース、スポーツ、他があり、場面の設定も凝ったものが多く、現在、過去、未来、海、空、宇宙、他、多様である。

リアルタイムタイプでないものは、主に内容の展開と思考を楽しむためのものとなっている。内容もリアルタイムタイプのものに加え推理、

冒険、他があり場面設定もリアルタイムタイプと同じく多様である。

また、ゲームの構成としては、リアルタイムタイプではないが、部分的に、反射神経を必要とする半リアルタイムタイプとでも呼べるものもある。一般に、単純なリアルタイムタイプよりもこうしたものが増えつつある。

これらの中には、アドベンチャータイプやシュミレーションタイプがあり、前者は物語の筋を追うようにゲームを進めていくもので、後者はゲームの内容でスポーツや将棋などのゲームのように実際に遊戯されているものをゲームに置き換えたものである。

アドベンチャータイプは、アドベンチャーゲームとロールプレイングゲームに分けることができ、アドベンチャーゲームは結末が一定であるのに対して、ロールプレイングゲームは、終了の型はゲームをするものによって異なる。

シュミレーションタイプは、野球のバットやボール、将棋の駒、それを扱う選手などを画面に表示して、遊戯者の代わりに野球や将棋などをさせるものである。特に将棋やチェス、オセロゲームなどゲームを扱ったもの場合は、そこに実際の駒や盤がなく、画面上にそれらがあるという違いの他は実際のゲームをしたと変わらない。このほかにも、株式投資や外科手術を扱ったものなどゲーム以外のシュミレーションタイプもある。

現在では、このようにゲームの種類も多種多様で、メーカーも子供を飽きさせないように新しいものを次々に供給しようとしている。1987年3月現在で、ゲームソフトウェアの種類は二百種類、ゲームソフトの累計売上数はカセット式は四十九社から九千百万個、カード式は四十社から千二百万枚である。^{*19}

3. テレビゲーム、コンピューターと子供

(1) テレビゲームと子供

第二章の第一節の調査結果では、テレビゲーム機を所持している者が男子では二人に一人、コンピューターを所持している者は五人に一人の割合であるということ述べた。女子の所持率が少ないことは、男子ほど機械類を好まないことと、女子向けのソフトウェアが少ないためであろうと思われる。

前項でテレビゲーム機がなぜここまで普及したか、ということについて少し触れた。それは、ハードウェアの性能も優れているが、ソフトウェアが子供をひきつけるのに十分なものを持っていたからでもある。

それではなぜ、子供はテレビゲームを好むのか。その一つの理由は、同じテレビを使用するメディアであっても、テレビのような一方向の受動的メディアではなく、双方向のメディアであり能動的に対処することができるということにある。

二つ目は、非常に色彩が豊かであり、動きがダイナミックで、また、音声を伴うことにより緊迫感があるということである。このことは、テレビゲームの非常に特徴的なものであり、テレビで育った子供達は、こういうものにひかれやすいという性質を持っている。^{*20}

三つ目は、目的がはっきりさせやすいということ。これは得点であるとか、どこまで進むとかいったものが遊戯者の能力に合わせて持てるからである。この目的は遊戯者にとっては報酬であり、これを得ることを心理学では強化という。テレビゲームは、この強化を巧みに利用し、遊戯者の能力に合わせて強化の対象が用意されているのである。

四つ目は、偶然性である。これは、ゲームのプログラマーが意図して

起こる場合もあるが、意図せずに起こる場合もある。これにより、遊戯者の予期せぬ方向にゲームが展開する。この偶然性が強化の対象となる場合もおおく、遊戯者は、この偶然が必然となる方法を見つけ出そうとするようになる。

この方法を見つけ出そうとすることを方略といい、得点など争い高得点を記録しようとすることを外的強化、自己の目的に到達しようとすることを内的強化という。つまり、テレビゲームは、内的強化、外的強化の両面を遊戯者に持たせることができる。

②コンピューターと子供

コンピューターは、現在我が国での一般の個人所持者の使用法は、日本語情報処理、データベース、コンピューター通信として使用されるか、コンピューターゲームとして使用される場合が多い。特に子供の場合は、コンピューターゲームとして使用する場合は圧倒的である。それは、プログラミングが難しいことや子供向けのソフトウェアが少ないためである。

しかし、教育的なソフトウェアやプログラミング言語がまったくないわけではない。このようなコンピューターの教育利用をC A I (Computer Assisted Instruction or Computer Added Instruction) と呼ぶ。C A I は、1960年代の初めにアメリカで始まり、現在では日本でも研究、開発がさかんに行われている。

C A I の発展はコンピューターの発展でもある。マイクロプロセッサ開発以前は、中型および大型のコンピューターを使用しなければならなかったこともあり、設置条件や予算などの都合から一般の学校でC A I を実施することは不可能に近かった。その後、コンピューターが小型

化され大量生産が可能になり、企業や学校、個人で購入することが可能となり、C A I もさかんになり始めた。

C A I は、プログラム学習と同じものであるというような受取方をされる場合が多いがそうではない。プログラム学習とは、1950年代の後半にスキナー（Skinner）によって考案されたティーチング・マシンによる学習をいう。

スキナーは、学習目標に到達する一連の学習行動をスモールステップ化しておき学習者は正反応の連続で、ステップごとに強化を受けつつ、学習目的に近づいていけるように、そのプログラムによる学習という意味でプログラム学習という言葉を使った。彼はそのプログラム学習を実施させるための機械としてティーチング・マシンを作ったのである。^{*21}

日本ではティーチング・マシンは導入されずプログラム学習の方式のみ導入され、紙に印刷した学習プログラム教材を使って行われている。

C A I の様式としては五つ考えられる。それは、練習・演習様式、個別教授様式、問い合わせ様式、ゲーム・シュミレーション様式、問題解決様式である。そして、それは、次のようなものである。^{*22}

練習・演習様式（Drill and Practice Mode）は、学習者の能力に応じた問題を次々に提示して、学習者に反復練習を繰り返させる方式。

個別教授様式（Tutorial Mode）は、教師と学習者が1対1で教授学習を展開していくときに教師のする機能をコンピューターにさせて、教授学習活動を進めていく方式。

問い合わせ様式（Inquiry Mode）は、学習者がコンピューターに、問題や問題に関連する必要事項や説明を要求したりし、コンピューターはそれに応答する形で学習を進めていく方式。データベース型C A I もこの様式の一つである。

ゲーム・シュミレーション様式 (Game and Simulation Mode) は、学習者がコンピューター制御下のゲームあるいはシュミレーション環境と会話をしながら、問題解決をしていく学習の方式。

問題解決様式 (Problem Solving Mode) は、学習者が会話型のプログラム言語を用いて、問題解決過程に至る思考過程を学習者自身でプログラムに組み、それをコンピューターに実行させ、結果を得ながら問題解決を進めていく方式。中でもLOGOがよく知られている。

CAI教材の全てが、この五つの中に分類できるかということそうではない。なぜならば複合化されたものもあるし、これらよりも新しい様式が登場する可能性があるからである。また、評価もまちまちで、これからの研究・実践により決定されるものであると思われる。

そして、コンピューターだけでなくテレビゲーム機もCAIのハードウェアとして利用することが可能である。既に、日本国内においても数種のテレビゲーム機用のCAI教材が開発され市場に登場している。^{*23} それは、既に述べたがテレビゲーム機も本質的には汎用コンピューターであるからである。

注

- *¹ 現代っ子の持ち物と貯蓄
調査時期 昭和60年3月
調査対象 東京・名古屋・大阪の3都市で小学生から高校生までの子供のいる主婦
調査人数 4,000人有効回収数841人うち小学生645人
調査者 東海銀行企画部広報室

- *² 第3回東京都子ども基本調査 大都市における児童・生徒の生活・価値観に関する調査
調査時期 昭和58年10月下旬～11月上旬
調査対象 東京都の小3、小5、中2の児童・生徒とその母親
調査人数 4,424人児童・生徒2,233人
調査者 東京都生活文化局

- *³ NHK世論調査部 図説 日本人の生活時間 1985 日本放送出版協会 1987

- *⁴ 石子順造 戦後マンガ史ノート 紀伊國屋書店 1975

- *⁵ 呉智英 現代マンガの全体像 情報センター 1986 pp.107-198

- *⁶ 出版ニュース社編 1945年－1984年出版データブック 出版ニュース社 1985 pp.108-111

- *⁷ 副田義也 マンガ文化 紀伊國屋書店 1983 P.22

- *⁸ 浅沼圭司 岡田晋 佐藤忠男 波多野哲朗 松本俊夫 編著 新映画辞典 美術出版社 1980 P.15

- *⁹ 仮現運動は、1912年ウェルトハイマーの『運動視の実験的研究』の中で発表された。

- *¹⁰ 浅沼圭司 岡田晋 佐藤忠男 波多野哲朗 松本俊夫 編著 前掲 P.257

- *11 日本映画産業統計による。
- *12 日本映画製作者連盟「全国映画統計」外国映画輸入配給協会「外国映画統計」邦画上映館は1960年の5,132軒から85年の877軒に減少、約17%。洋画上映館は794軒から718軒に減少、約90%の減少となっている。
- *13 M. マクルーハン／後藤和彦 高儀進 訳 人間拡張の原理 竹内書店新社 1967 pp.33-34
- *14 藤竹暁 日本のテレビ文化 有斐閣 1983 pp.66-69
- *15 P.M. グリンフィールド 無藤隆 鈴木寿子 訳 子どものころを育てるテレビ・テレビゲーム・コンピューター サイエンス社 1975 pp.36-41
- *16 同上 pp.29-41
- *17 NHK「おかあさんといっしょ」、日本テレビ系「おはようこどもショー」「カリキュラマシーン」、フジテレビ系「ママとあそぼう！ピンポンパン」他
- *18 刑部澄徹 片山聖一 技術者が語る（四）ファミコンブームが崩壊する日 秀和システムトレーディング 1986 pp.155-162
- *19 朝日新聞 1987年3月17日付朝刊
- *20 P.M. グリンフィールド 前掲 pp.128-132
- *21 中山和彦 木村捨雄 東原義訓 教育とコンピューター3 コンピューター支援の教育システム 東京書籍 1987 pp.30-31
- *22 前掲書 P.36
- *23 刑部澄徹 片山聖一 前掲 pp.88-92

第3章 ヴィジュアル・コミュニケーション・メディアと子供の表現

第1節 ヴィジュアル・コミュニケーション・メディアが子供に及ぼす影響

ヴィジュアル・コミュニケーション・メディアが子供に及ぼす影響については、主に二つの観点から考えることができる。それは、受け手の側である子供が受ける影響と送り手の側であるメディアが及ぼす影響である。前者は、受け手である子供の精神活動と身体への影響の二つに分けて考えられる。後者は、送り手であるメディアの特性による影響とメディアから伝達される内容によるもののやはり二つが考えられる。このことは、どちらか一方からではなく、両側から考える必要がある。なぜなら、これから述べる現象のすべての原因がメディア側にあるわけではなく、受ける側の子供にもそれがあると考えられるからである。また、原因を探るだけでなく、十分な対応を行うためにもその必要がある。

ここでは、テレビについての影響を中心に他のメディアもそれにあてはめながら、メディアからの影響について考察する。それは、テレビの普及は既に家庭単位ではなく個人単位となっており、非常に日常的なメディアであるからである。

1. 身体に及ぼす影響

(1) ブラウン管、スクリーン

テレビや映画を見たり、テレビゲームで遊ぶことは、それらの行為と共に次の行為も同時に行うことである。それは、テレビやテレビゲームを媒介するブラウン管や映画を媒介するスクリーンを長時間見続けるこ

とである。ブラウン管やスクリーンは、発光体である。映画のスクリーンについては、それ自体は、発光体ではなく反射によるものであるが、室内を暗くして見ることから、ここでは、テレビのブラウン管と同様発光体と考える。これらを長時間見続けることから起こり得ると推察される物理的な弊害は次のようなものがある。

一つ目は、眼および眼球に負担を与えることである。発光体であるブラウン管やスクリーンを長時間見続けることは、かなりの負担を眼に与えることになる。また、テレビを見るときは、眼球を殆ど動かさない、つまりそれを見る人間が眼球運動をあまりしない。これは、視覚情報を得る場合一般的に眼球運動を伴う必要があるが、テレビの視聴はそれをさせない。このことによる弊害はいくつか考えられる。例えば、眼球運動の発達には、手足を含めて身体の発達を促す。また、読書をするには眼球を上下、または左右に動かすことが必要である。しかし、テレビの視聴は、眼球運動の発達を低下させる。

二つ目は、手と身体の使用についての影響である。幼年期における手と身体の使用は、子供の全体的な知覚の発達を促進している。つまり、手と眼、眼と足などを使用することにより発達する。しかし、子供はテレビを見ている間はそれをしない。手と眼と脳の機能は、非常に結び付きが強く、これらの使用が相乗的に他の感覚や機能を育てるわけであるが、どれか一つの機能が働かなくなれば、残りの機能の働きが低下することは十分に考えられる。つまり、手作業が極端に減少すれば眼や脳の働きが低下することが予測される。^{*1}

三つ目は、過剰刺激による身体の変調である。これは、テレビなどのメディアだけから起こるわけではなく、日常生活全てから起こるものである。それは、過剰刺激による緊張から起こるもので、脳波、血圧、心

拍、ホルモン分泌物などあらゆる異常な身体的症状を引き起こす。テレビなどのメディアは、日常生活で緊張した感覚器にさらに刺激を与え、過剰刺激によるいくつかの症状を引き起こさせる。これは、刺激に慣れたおとなでもありうることであるが、メディアからの慢性的な刺激が子供の感覚に与えるものはより大きなものがある。^{*2}

四つ目は、過剰刺激が脳波に与える影響によって、うつろな状態に陥ることである。それは、発光体であるブラウン管やスクリーンを凝視し続けることにより起こる。これらは、発光体であるが常に同じ明るさを放っているわけではなく点滅している。これらは子供の神経系統を興奮させると同時に麻痺させるようである。つまり、一種の催眠状態に陥ったり、多動性状態に陥る。極端な例としては、「テレビ癲癇」というものもある。^{*3}

これらの諸症状についてムーディーは次のように説明する。^{*4}

「催眠状態」とは、人間は、テレビ視聴中にアルファ波を放出することはよく知られている。しかし、このアルファ波は、冥想や睡眠時に表れるものとは違い、どちらかと言えば麻酔状態や催眠状態に表れるものとパターンが似ている。つまり、人によってはテレビの長時間視聴により無反応状態となることがある。

「多動性状態」とは、あきっぽくて数分間と注意を集中することができず、落ち着きがなくて、絶えず身体を動かし、攻撃的行動を抑えることのできない状態のことをいう。

また、「テレビ癲癇」とは、テレビの視聴中にだけ放心状態になったり、癲癇の発作を起こすことをいう。テレビ受像器に近づいて、画像を調整したり、チャンネルを回した途端に、こうした症状がでることが多い。これらの患者の少なくとも半分は、光の刺激を受けているとき以外

は、正常な脳波を示している。

②テレビが放出する極超短波

テレビの視聴は、テレビから放射されるものに対して身体を晒すことになる。テレビから放出される極超短波のために、行動や身体に異常が起きることは動物実験によって明らかにされている。^{*5}もちろん、この極超短波についてはメーカー側でテスト済みで、販売時には基準以下の状態であるが、規定の使用時や新製品の場合においてである。したがって、電圧が上がったり、テレビが古くなったりした場合は充分かどうかはわからない。

これらの問題は、全ての人々が影響を受けるというわけではなく、習慣的な長時間視聴をする者の一部に対して影響を及ぼす。しかし、このような症例が増加していることも事実であり、特に幼児に多いことが明らかになっている。^{*6}

2. 精神活動への影響

(1) 番組内容と性、暴力の問題

テレビの視聴について、危惧される問題の多くは、そのメディアの特性である「テレビの受動性」であるということや「身体への影響」や「テレビが放出する極超短波」など前項で述べたことよりも、放送局の商業主義的な姿勢によって制作される番組の内容やコマーシャルについてのことが重要に思われる。

例えば、「暴力的で」「破壊的な」内容の番組や場面からは、子供達が、そういった衝動にかられる危険性についての報告は多くなされている。そして、それは、テレビゲームの攻撃的な内容のものや暴力場面の多いマンガについても同じである。

テレビやマンガなどの作品中に登場する性行為や破壊・暴力の場面が視聴者の行動にどのような影響を及ぼすかについては、メディア教育のさかんな英国や米国では、メディア教育の推進と並行して研究されてきた。

テレビや映画などの映像的メディアが、活字である新聞や書籍と比べて危険なメディアであるとされる理由の一つに、どんなに破壊的な内容であっても、どんなにわいせつな内容であっても文章で書かれているのであれば、子供はそこに書かれた文字や単語や文章を理解することのできる年齢までは、それらから守られていることがある。しかし、視覚的なメディアでは子供はそのままそれを認識する。また、認識不可能な場合においてもテレビに写し出された行為を模倣することは可能である。

このことは、マンガにおいても同様である。マンガは、文字と画に

よって成り立っているが、その表現手段の中核をなしているものは画である。その画は誇張、省略、変形などの技法により、より効果的に伝達できるように変換されており、極めて動的であり直接的でもある。これらは、場合によっては実在するものよりも実際的に読者に迫ってくる。

テレビゲームは、テレビやマンガの持つ要素に加えて、子供がそれを操作することができるという要素が加わる。その上、テレビゲームは、攻撃的な内容のものが多い。当然、それは、子供の攻撃的精神を助長させることにつながると考えられる。その攻撃的ゲームの余韻が他の子供や物に対して向けられることと、常に何かを攻撃することにより欲求不満を解消しようとするようになる危険性をそれは含んでいる。

図3-1は、アニメーション番組に描かれている暴力の割合を調査したものである。これによれば多くの番組の約半分の時間が暴力及びサスペンス場面で占められている。G, I, Hは比較的少ない部類である。これらを除いた他の番組はタイプは少し違うが、どれも正義の味方である主人公と邪悪な敵役との戦いを描いたものである。したがって、これらは、その戦いが中心となっているものであり、それ以外の場面は、戦闘場面への導入部的役割を果たしているものと思われる。また、Gは、他と同じくスーパーマンタイプであるのに直接的暴力場面が、非常に少ない。それは、この作品がアメリカで制作されたことに関係がある。それは、テレビと暴力や行動の関係についての研究が熱心であることや、それについての公や民間の研究機関などの厳しい目によって監視されているからである。そして、直接的暴力場面が少ない分だけサスペンス場面を多くすることによって視聴者をひきつけようとしている。

このように、テレビや映画、マンガなどのメディアは、それが何であるか理解できない者に対しても、具体的であることによって強烈な印象

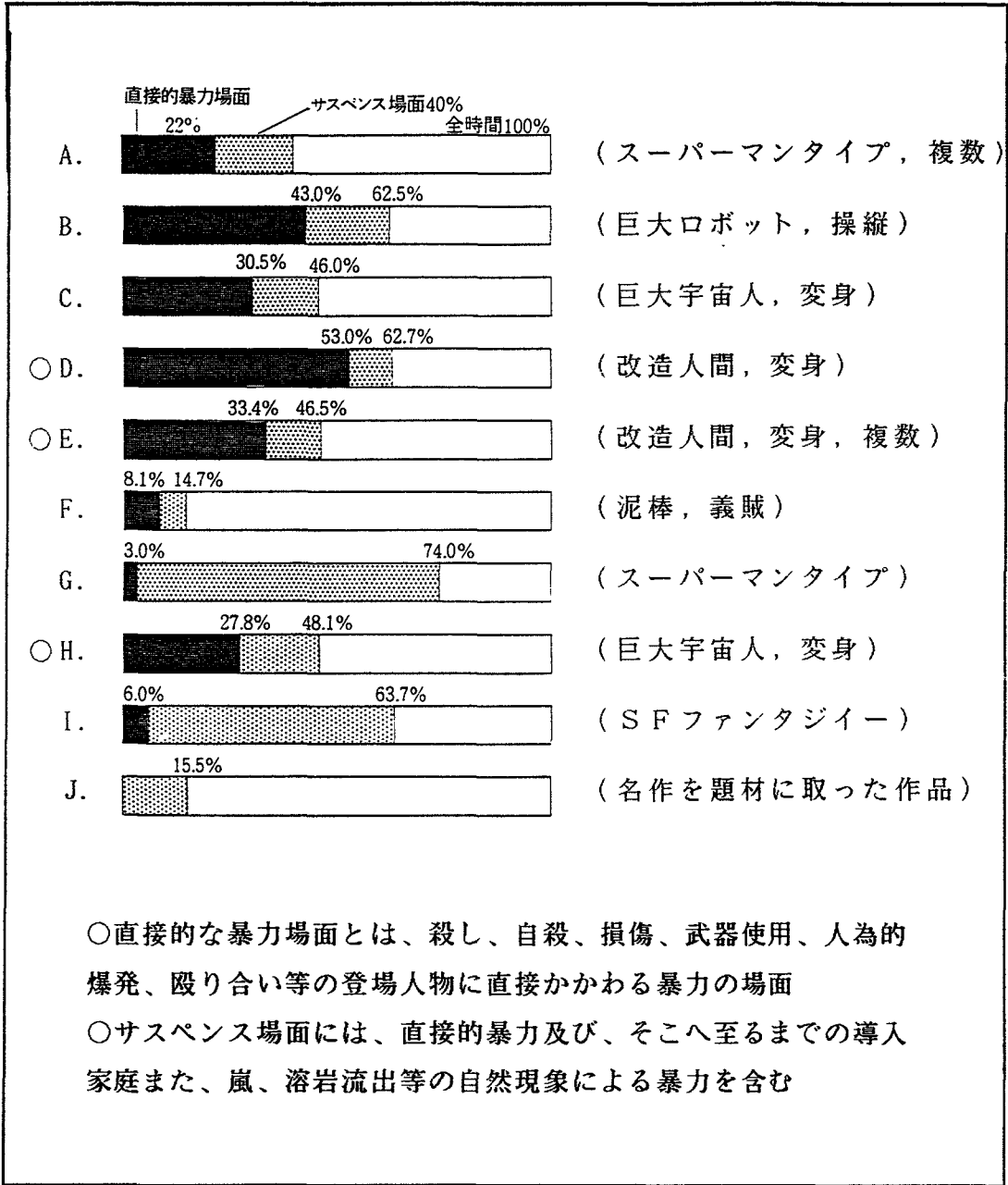


図3-1 アニメーション番組に描かれている暴力の割合

○記は特殊撮影による作品 FCT (子供のテレビの会) 編「テレビと子ども」, 学陽書房 1981より

を持たせることができる。そして、そのことは、子供の心に奥深く留まる。それと同時に、子供は他の経験とそれを重ね合わせ、その解釈を変化させていく。その上、これらのメディアは、その内容の中に見る者を取り込むことが比較的容易であり、それが強いものほど作品の質が高いと評価される。それは、子供が登場人物に感情移入したり、同情や共感を抱くことにより成立する。

また、テレビゲームはこれらのことに加えて、疑似体験的な効果が非常に高いということが人気の一つとなっている。しかし、そのゲームの中で子供は実際に攻撃や破壊を繰り返しているのである。

② コマーシャルと消費行動

番組の内容からの影響と同様にコマーシャルからの影響も大きな問題を含んでいる。それは、コマーシャルは、消費者の購買意欲をそそるようにつくられているものである。そして、我々はその多くの情報の中から必要なものを選び入手しようとする。しかし、子供は大人と違い選択することよりも、コマーシャルに影響されて無批判にそれらの商品を欲する傾向が強い。

これは、コマーシャルだけではなく一般の番組の場合でも起こり得る。それは、登場人物の行動を模倣したり、所持品を持つことを欲するなどの傾向を示すことがある。

例えば、イギリスでは、コマーシャルのないBBC放送の1局の時代の調査^{*7}でも既にそういった結果が表れている。

その調査では、「思春期の少年達は、テレビを見ることによって、将来一体何を所有すべきなのか具体的に考えをめぐらせてしまうのに対して、テレビを見ない少年達は、将来一体何をすべきであるかについて

考えをめぐらせている。」と述べている。^{*8}

(3) 番組やコマーシャルからの影響

番組やコマーシャルからの影響という問題は、重大である。なぜなら、子供(特に幼い子供)は、テレビの画面に映し出されたものが現実にあることと混同しやすく、それを区別することが難しい。また、年長の子供や大人でさえも、画面の中での作り事であることを知りつつも感情移入してしまいがちな傾向にあり、影響を受けたり現実に同じ事があった場合の反応がそれを視聴しない子供と異なってくる。

このことは、良い効果を狙う場合には、今後おこり得ることの疑似体験的な効果として大変有効な手段となり得るかも知れないが、現在の商業主義や視聴率を重視した番組やコマーシャルでは、逆効果となる場合が多い。

これを防ぐためには、悪影響を及ぼすものを視聴させないということも一つの方法である。

しかし、親や教師など周りの大人たちが、そう考えるものほど子供は視聴したがるものが多く、成長期の子供にとってこれらのことに興味を示すことは当然のことであり、ある意味では、視聴することも重要であるとも考えられる。

また、周りの大人達が、子供が視聴する番組についていつも監視することは不可能であり、視聴する番組について強制したりすることは、子供の自主性を育てる上においても好ましくない。

ここで重要なことは、テレビの画面に映し出されているものの全てが真実ではないことを知り、番組やコマーシャルに対する批判力を育てることである。このためには、番組の前後や場合によっては途中で注釈や

説明を加えれば、子供は番組を注意深く視聴するようになり、今までと違った角度から視聴することができるようになる。このことは、教材用に制作された番組ではより効果を生む場合が多く、番組の前や途中で説明や注釈をいれることにより子供の番組からの読み取る深さが大きくなる。

しかし、この方法も一般の放送番組の場合、子供の注意を散漫なものにしたり、子供の思考の流れを中断したりするなど、集中を妨げることにもなるので、そういった場合の配慮が必要になる。

(4) 学習、読書に及ぼす影響

児童・生徒において、テレビの長時間視聴と学習、読書との間には、一般的に反比例関係が成立しているようにいわれている。つまり、長時間視聴者は、学習成績が低く、読書もあまりしないと考えられている。

このことは、ある意味では正しい。それは、テレビの視聴と学習や読書の習慣とは一般に正反対の位置にあり、テレビの長時間視聴者は自己管理ができないものが多いからだ。

テレビの長時間視聴と学習、読書の関係は、次のようなことが考えられる。それは、テレビ視聴により直接生じるものと、テレビ視聴によりそれらの時間が奪われてしまうことから生じる問題である。

テレビの視聴から生じる問題としては、テレビの習慣的視聴者は、学習や読書に必要な注意力や集中力が欠けてしまう傾向があることがあげられる。それは、テレビやマンガなどの特性の一つともなっているものであるが、これらは視聴者を飽きさせないようにするために多くの技法を駆使している。それらは、展開が速く、刺激的で見るものを釘付けにするが、非常に断片的である。このことについてムーディーは次のよう

に述べている。

「テレビは、思考の寸断を習慣づけるだけで、読書に必要な持続的思考を習慣づけない。」*9

また、コーエンは、次のように説明する。

「テレビによって万華鏡のように事物が変化し、一貫性のない反応を強いられる生活を送っている子供や、事物（および人間）が消えると二度と現れないという経験を繰り返している子供、また、環境がテレビの不安定なペースによって強く支配されている子供は、気が散りやすい。こうした子供にとって、注意を向けたり、集中したりすることは苦痛である。」*10

このように、テレビの長時間視聴と集中力や注意力などとの間にはなんらかの関係が存在するようである。

では、長時間視聴と学習能力、読書能力の関係はどうであろうか。そのことについてのアメリカの研究では次のような報告がある。

「テレビの長時間視聴者は、短時間視聴者よりも知能指数が低い傾向にある。特に読解力は、テレビ視聴時間との関係が深い。これは一般に反比例の関係である。ほとんどの子供について、視聴時間が長いほど読解力が低い。例外は知能指数の低い長時間視聴者である。かれらの読解力は同じ知能指数の水準の短時間視聴者の読解力よりもやや高い。」*11

しかし、このような研究結果であっても、テレビの長時間視聴が子供の知能指数の低下を招くのか、知能指数の低い者が、テレビの長時間視聴を好むのかは、明言ができない。

習慣的に長時間視聴する者は、短時間視聴する者と比べて学習や読書の能力が劣ることは既に述べた。当然長時間視聴者は、その視聴時間は学習や読書をしていない。そして、その視聴の仕方も長時間視聴をする

子供は、番組の内容を視聴するよりも、テレビの画面を漠然と見ていることが多いようである。

また、読書との関係では、多くの研究が、幼児期に本を読んでもらっていた子供は、そうでない子供よりも、学校での言語的要件を容易に満たし、読み書きの学習も速いということを示している。^{*12}しかし、テレビが日常化するに伴い、親を始めとする大人のこうした役割をテレビに肩替わりさせるようになってきた。子供は、家族と話したり、本を読んだりすることによって、言語の発達が促されるのである。それをテレビに任せることは、言語の発達が順調ではなくなるということになる。このことは、学習においても同じである。それは、子供は、日常生活において多くの経験を積むことにより知覚が発達するわけであるが、テレビの前で子供は、その意味が理解できるできないに関わらず、画面を見つめる以外の行動をしない。

このことについてムーディーは次のように語っている。

「テレビの習慣的視聴は、想像力を働かせる機会を奪い去る。家庭ではテレビがあらゆる時間の合間を満たしてくれるので、ほとんどの子供は退屈ということを知らない。」^{*13}

第2節 造形表現に及ぼす影響

前節では、ヴィジュアル・コミュニケーション・メディアが、子供に及ぼす影響についていくつかの角度から述べた。ここでは、このような影響が造形表現にどのように関わっているかという問題を取りあげる。

表現のいくつかの要素とヴィジュアル・コミュニケーション・メディアとの関わりを考えていきたい。

1. 精神活動

ヴィジュアル・コミュニケーション・メディアが子供の一般的な生活や精神活動に及ぼす影響については、第1節で述べたが、これらは、子供の造形活動における精神活動にもあてはめることができる。それは、子供が表現活動をする際の意欲や集中力などの学習態度に表れる。

子供が表現活動に参加することは、その教材に対しての興味や関心、感動や欲求が素直に表出することである。

これらの要素は、日常の学習態度や生活態度の中での精神活動と合致している。

(1)受動性と表現活動

①一方向のメディア

視覚メディアの多くは、メディア側からの一方通行である。このことが、造形表現に及ぼす影響は大きいものがある。なぜなら、造形表現は本来能動的な活動であるからである。

テレビの習慣的な長時間視聴は子供を受動的にする。このことについ

ては第2章で触れたが、それは造形表現の場においても同様である。このようなメディアによる子供の消極化傾向については、次のようなことが考えられる。

具象的な表現において、特に観察による表現の場においては、モデルやモチーフを十分に観察した上で描くことが重要である。このことは小学校の中学年までの児童を除いて考えたい。なぜなら、就学前の幼児においては形態を図式的に表現しようとする欲求が対象を模倣しようとする気持ちに先行するからである。^{*14}

そして、この傾向は小学校の中学年まで続くと考えられ、就学前から小学校の中学年までに、対象の模倣へと移り変わっていくものであると思われる。このことは、小学校指導要領を見ても「観察」という言葉ははっきりと登場するのが小学校の第五学年からであることからもうなずける。

観察による表現の場においては、対象の細部に注目して描くことも大事であるが、それよりも、全体のバランスや大きな形の流れなどをとらえることなどが重要である。

テレビの長時間視聴は、こうした何をどう見るかという意欲を奪ってしまう危険性を持つ。テレビのように特に注意を向けなくても簡単に視覚の中に飛び込んでくるメディアに慣れた者は、対象を目の前にしても積極的な観察をしようとしなない。つまり、角度を変えたり、距離を変えたりして観察することなど、テレビでは、画面に向かっているだけでできるが、表現の場においては、それを彼自身がする必要があることに気付かない。

また、メディアとの多くの接触は、幼児や中学年以下の児童にみられるような、対象の模倣よりもイメージの表出を重要視する傾向に拍車をかけることも考えられる。つまり、メディアからのイメージが強いとい

うこととそのイメージの数が多く、表現する際に対象を模倣するよりもその子供の心にやきついたイメージの表出が行われるのではないかとと思われる。

また、表現の際の工夫は、子供がそれまでに獲得した表現技術をその表現においてどのように使うかであるが、テレビとの接触の多い子供は、そういった表現技術を積極的に使おうとはしない。一般にこうした表現技術は表現活動や遊びや生活の中で自然に修得し、また別の表現活動や遊びの中で必要に応じて使用するものである。しかし、テレビとの接触の多い子供は、こうしたメディアとの接触以外の遊びや生活における経験が少ないことと、このような技能を使う場が少なく、それを十分に使用できない。したがって、頻繁に使う技能については問題ないが、それ以外の技能についてはどの場面で使用するかが判断できない。そのために消極的な表現活動をしてしまうおそれがある。

②双方向のメディア

テレビのような一方のメディアとの接触で受動的な活動をする子供は、コンピューターやテレビゲームのような双方向のメディアではどうだろうか。つまり、このようなメディアが積極性を育てるのか。

それについて考えるには、まず、なぜテレビゲームが面白いのかについて考える必要がある。簡単に答えれば、それが双方向のメディアであり、答えを返してくれるからである。

テレビゲームが上達するためには、繰り返しそのゲームを行わなければならない。そして、遊戯していくうちにいろいろなその解決に必要な方法を見いだす。それには、指を早く動かせるようになるといったような身体的な動作の問題とや記憶や注意といった認知的なものがある。それは、簡単なゲームにおいては少ない方略を用いれば強化を得ること

はでき、また複雑なゲームにおいては多くの方略を用いなければ強化を得ることができない。

子供は、ゲームを遊戯するために多くの方略を駆使する。それは、上級者ほど効率的な方略を駆使するものである。つまり、テレビゲームの上手な子供は、経験で得た技能を場面や状況に応じて使うことができることになる。問題は、このような方略をテレビゲームをする以外の場面でも駆使することができるかである。

その答えは、一般的には否定的なものである。なぜならば、子供がその方略を発揮できるのは、テレビゲームという一つの閉じた遊びの場であることが多く、学習の場においては内的強化が成立しにくいからである。

しかし、テレビゲームにおいてこうした方略を使うことを獲得した子供は、それ以外の場面でも自己の獲得した技能をテレビゲームの中と同じように方略として駆使することができる可能性は持っている。つまり、内的強化が起こるようにすれば、そうした子供は状況に応じて対処できるようになると考えられる。特に造形活動の場はそうした要素を多く持っている。なぜなら、それは、子供の自由な表現の場であり、子供が内的欲求を素直に表現することができるからである。

②感性

また、現代のように、生活のテンポが早く、メディアとの接触など多くの刺激が存在する社会においては、その量の多さや質の過激さに麻痺してしまうことにより、感動や感受性といったものが薄れがちで、何に対しても興味を抱かない子供、感動しない子供が増えつつあるようにいわれている。このことは、ある意味では事実であると思われる。このこ

とは、メディアとの接触だけが原因という訳ではないがメディアからの影響も大きいのではないかと思われる。

例えば、テレビの内容が子供にとって刺激が強過ぎるといわれながらも、その内容が年々エスカレートされていくことが問題にされることがある。このことは、やはり刺激に子供が慣らされてしまい、さらに新しい刺激が必要となったと考えることができる。

また、殺人や暴力がテレビの中で日常茶飯事のように行われている現在では、死というものを軽く考える傾向にあるということはよくいわれることである。実際にそういったことで起こった悲惨な事件もいくつかある。

このように、子供達は、感受性をなくし無感動になってしまったのだろうか。私はそうは思わない。彼らは、美しいものを美しいと感じる心を持っているし、多感でもある。子供達の本質的なものが変化しているわけではなく、価値観が少しずつ変化してきているのだ。価値観は、時代や社会などまわりの状況に応じて変化するものである。そして、その変化とは、メディアを含めた情報過多や受験や友人関係など生活形態の変化などが考えられる。

生まれながらにして、家庭内にテレビがある生活を送ってきた現代の子供達は、こうした環境やメディアからの多くの情報から自己を守る術を自然と身につけていると思われる。つまり、衝撃的な情報に対してある種の防御をすることが可能である。それは、受け流すことであり、拒絶であり、受け入れて心の奥底に仕舞い込んでしまうことである。そして、そうした反応の仕方が大人には無感動であり、感受性が薄くなったような印象を持たせるのであると思われる。

例えば、先に述べたような、子供や少年による悲惨な事件も、子供達が感受性が薄く無感動であるために起こったのではなく、むしろ、感受

性が強いために起こったものであるとも考えられる。それは、子供の持つ情報から自己を守る方法の限界を越えてしまったために、起こったのであるという見方も成立するのである。

現代の子供達の本質は、以前の子供と比べて決して変化しているのではなく、価値観や情報の状況などが変化し多様化したために、反応の方法や状態が以前と少しずつ変化しているのだと考えられる。

③行動

日常生活において落ち着きを持たない子供は、表現の場においても同様である。それは、モチーフに対する観察が十分にできないということでもある。また、そのことは、工夫をするとか論理的な思考ができないこと、興味を持続させることができないことでもある。

学習や読書の能力とテレビの習慣的な長時間視聴の間にはなんらかの因果関係が存在することは、既に述べた通りであるが、それは、生活習慣にも及ぶようである。しかし、このこともテレビの長時間視聴が生活習慣の不規則性を誘発するのか、それとも不規則な生活習慣がテレビの長時間視聴を誘うのかは明らかではない。

しかし、どちらにしてもテレビの長時間視聴は、子供の造形表現にとっては望ましくないとと思われる。それは、子供に想像力を働かせるすきを与えないからである。また、テレビから与えられた情報を彼らは十分に消化することができない。それは、情報を受けてそれをどう処理するかについての素地が子供にないためである。

また、集中力の欠如は、テレビの視聴と関係があると考えられる。それは、テレビのコマーシャルによって強制的に思考や作品への没入を妨げられることや、断片的なシーンのつながりが多いため集中して視聴す

ることができないことなどによるものであると考えられる。こうした視聴の方法に慣らされた子供達は、物事に対して長時間集中することが苦手で、飽きやすい傾向を持つことが多い。

さらに、ムーディーの前掲書によれば「テレビの長時間視聴者は、絶えず不安感を持ち、集中ができない傾向にある。それは、テレビで行われている殺人や暴力が自分の身の上にかかるかもしれないという不安感と、それ以外の漠然とした不安感が混在したものである。」とした傾向があるとしている。

2. メディア・リテラシー

メディア・リテラシーとは、言語リテラシー（literacy 読み書き能力）に対して使われる言葉である。現代のようにコミュニケーション手段の種類が、多くなかった時代においては、読み書きの能力が重要であった。しかし、現在は、コミュニケーションの手段が多様化し、言語だけでは十分な伝達ができなくなってきた。テレビ、マンガ、コンピューターなどの視覚的なメディアに対応する必要が生じた。そして、視覚リテラシー、テレビリテラシー、コンピューターリテラシー、などの用語が使われるようになった。映像によるコミュニケーションの能力、テレビによるコミュニケーションの能力、コンピューターによるコミュニケーションなどの能力が必要となってきた。このような能力をまとめてメディア・リテラシーと呼んでいる。

これらの能力が発達するためには、個々の成熟と、一般的な体験、そして、それぞれのメディア体験が必要である。つまり、メディア・リテラシーは、言語リテラシーの文字の読み書きと同様、メディアについての経験を通じて獲得されていくものである。メディア・リテラシーを獲得することは、そのメディアの特性や表現方法を理解することでもある。

(1)映像リテラシー

映像リテラシー、テレビや映画の視聴技能を獲得することは、これらの特徴的な表現技法を理解し、映像からのメッセージを読み取ることである。

テレビを視聴するにあたり、読み解かなくてはならないいくつかの要素がある。それは、ひとつのシーンから次のシーンへと画面が切れて移

行する技術（カット）、カメラが場面の片側からもう一方へ徐々に移行する技術（パン）、遠くからの映像が徐々に近づいて拡大する技術（ズーム）画面を分割する技術といった映像的なものである。

例えば、テレビや映画は場面の転換がいとも簡単に行われる。幼児のように、これらの技法に慣れていないものは、場面の転換が理解できない。また、その変化についていくことができず、番組や作品の具体的な内容を理解することが困難である。また、同じものを映す場合においても、数台のカメラによる視点の変化やクローズアップやロングショットなどの手法を使用することにより大きさが変化するなど、画面の内容が変化することにより効果を狙う場合においては、視聴するものがその手法を理解できなければその画面の変化は理解できず効果とはならない。

このようなことを理解することにより、テレビや映画のような断片的な画面のつながりをも理解できるようになる。それを視聴技能と呼ぶ。

②視聴技能の獲得

子供が大人向けのテレビや映画を理解できないのは、内容が子供にとって難しいものであることはもちろんであるが、それ以外にこの視聴技能の低さによるところが大きい。それは、特に四歳以下の子供では顕著に表れる。

一般に、四歳以下の子供達は、それぞれのショットのつながりを理解できないとされている。しかし、それでもテレビ視聴の習慣のある子供とそうでない子供では視聴技能において差が見られる。それは、内容が彼らにあったレベルのものであれば、そのショット間の関係についての何がしか知識を持ち合わせているからである。^{*15}

この視聴技能の獲得は、テレビや映画との接触が多いものほど獲得の

時期は早い。それも、年齢が低ければ低い程効果的である。そして、この種の技能は、発達的な段階をふむものであり、十歳以前では完全ではない。^{*16}

しかし、このような技能は、幼児期だけでなく少年期においても視聴時間の多いものとそうでないものでは差がある。例えば、小中学校の授業において教材用に開発されたビデオや映画を視聴する場合、映画やテレビをよく見ている者の方が、それらの中から多くのことを学んでいる。このことは、テレビや映画を教育媒体として利用する場合には、注意する必要がある。それは、子供がどれだけ多くのことを学ぶかは彼らの視聴技能が強く関わるからである。また、このことは、他のメディアにおいても同様である。つまり、教育媒体としてのメディアの価値は、生徒達が各々発揮するメディア・リテラシーのレベルと無関係にはあり得ない。^{*17}

こういった視聴技能の獲得は、子供の学習能力にどのように関連を持つのか。

テレビのさまざまな技術は、本来なら頭の中で構成すべきことの関係を目で見えるものにしてくれる。例えば、カメラがあるものの細部についてズーム・インすると、部分と全体の関係は目に見えて明らかになる。つまり、それは、テレビの構成の仕方を理解することによってその本来の役割である頭の中での構成ができるようになる。例えば、ズーム・インとズーム・アウトのショットを繰り返して見る訓練によって細部をよく観察できるようになる。^{*18}

また、全体と断片的な部分を交互に繰り返して見る訓練をすると子供は断片的な部分をいくつか見れば全体を理解できるようになる。

図3-2は、イスラエルのサロモンの視点変換のテストである。この

テストの問題は、「あなたが窓辺にすわっている女性だと思ってください。絵描きさんは、そこからどういうふうに見えますか。」である。このような問題に答えられる子供は、ある視点に立って理解できると同時に、視点の変換を行う、つまり自分とは違う他の視点を理解できることである。これは、さまざまな角度からカメラで捉えても、同じものは同じものとして認識するといったテレビの制作技法にもつながるものである。¹⁹⁾

このテストを行った時期、イスラエルでは放送局は一局しかなく、また、夜は四時間しか放映されず、その内の子供番組は三十分であった。そして、その頃、アメリカの「セサミ・ストリート」が放映されるよう

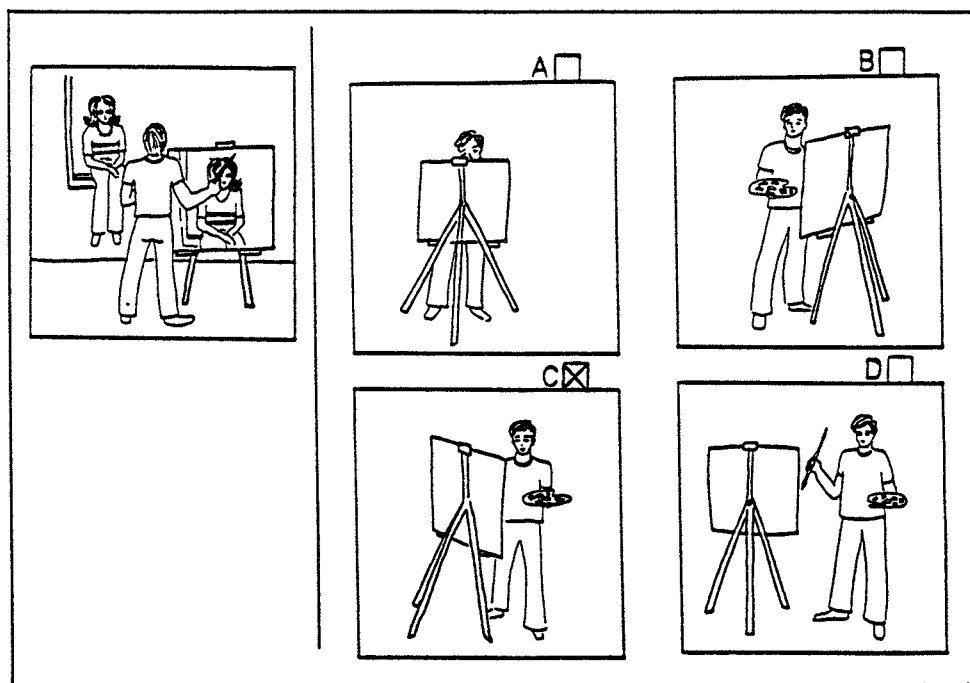


図 3-2 サロモンの視点変換テスト

P. M. Greenfield, 子どもの心を育てるテレビ・テレビゲーム・コンピューター より

になった。

このテストの結果は、七歳から九歳児の中で、「セサミ・ストリート」をよく見ている子供はこうしたテストでの成績が良かった。それは、家庭環境にかかわらず同様の結果を示した。

しかし、これらのことも既にこのような技能を修得しているものに対しては逆効果となる。それは、ものの見えを模倣することで、カメラは部分的に人間の目の役割を引き継いでいるのにすぎない。したがって、既に基本的な視覚技能を身につけたものにとって、カメラの目は十分以上の働きをしすぎてしまうからである。

このように視覚技能を獲得したものがさらにこの技能を発達させるためには、メディアによりその技能を伸ばそうとするのではなく、カメラが果たした目の役割を自分の目にさせ自分で見たものを構成するという訓練を自主的に行うことが必要である。

(3)空間概念の把握

空間概念の把握は、子供がテレビを視聴するうちに獲得できるテレビリテラシーの技能の一つである。

絵画表現において、空間概念の発達は重要である。それは、一般に具体的表現においては位置関係の理解と表現につながる。

子供が並列的なものの配置から重なりをその表現に使用するようになるのは、小学校の中学年ぐらいからであるが、この時期は視覚技能の獲得の時期とほぼ同じである。

図3-2で示した、視点変換の能力もこのことと関わりを持つ。それは、視点変換により、絶対的な位置関係から相対的な位置関係を知るようになる。つまり、視点が変化することにより、ものの見えや重なりが

変化することを理解できるようになる。

また、絵画表現においては、遠近法の約束ごとを利用して三次元情報を二次元に表すことがある。特に透視図法は視点を一点に固定し、固体相互の距離を明確化して、視覚に忠実で客観的な見方を提示するものである。^{*20}

子供の空間表現の発達過程において、透視図法的な表現は内発的に達成されることはなく、子供は自身の空間認知を彼らなりの方法で表現する。それは、視覚的な空間表現というより認知的な空間表現であり、また、多視点的な表現でもある。^{*21}

テレビやテレビゲームは、この透視図法的表現を多く使用しているメディアである。これらのメディアと接触の多い子供は、この技法を比較的早い段階で理解することができる。

しかし、透視図法的表現を理解することと表現の中で使用することは別の問題であるし、この技法は、子供の空間表現にとって必ずしも望ましいものであるというわけではない。それでも、子供が表現する上で認知的及び多視点的な空間表現に限界を感じ視覚に忠実な表現をしようとした場合にはその限りではない。このような技法の獲得の時期は小学校の高学年から中学校にかけてが望ましいとされている。それより、早い時期の獲得は絵を画一化し、没個性的なものにしてしまう恐れがある。それは、他の技術の獲得や精神発達など子供の素地が適していない状態だからである。

メディアとの接触でこのような技法を理解するとともに、表現において使用できるようになる子供の多くは、絵の内容よりも技術を大事にすることにより、絵の内容が型にはまったものになる危険性を持っている。また、このことは、一般的によく問題にされることである。

このような技能の獲得は造形表現にとっては、重要なことであるが、それは、受け入れる側の子供の発達に応じて獲得する必要がある。

3. 概念形成と想像力

(1) 概念形成

発達過程において造形的な概念形成は重要である。それは、子供の経験から形作られるものである。しかし、造形教育の現場においては、テレビやマンガからの概念形成は子供の想像力を奪い創造性を失わせるものであると考えられている。それは、テレビやマンガなどによって焼きつけられたイメージは強烈であり、不必要なイメージまでも子供に持たせてしまうという理由からである。

しかし、こうしたイメージはそのすべてが子供の表現の妨げとなるものではない。それは、イメージは経験により生じるものであり、子供にとっては必要なもの一つである。そして、想像力とはそれらのイメージをどのように記憶から導き出し、どのように結びつけることができるかという力である。問題となることはその概念の獲得の時期と、概念をもつことにより子供のイメージが固定化してしまうことにある。

映画化やテレビ化された小説をその映像化されたものを既に見た場合とそうでない場合では、その作品を読む際の想像力の働きは大きく異なる。それは、前者は、その小説の配役を映像化された作品の配役と同じように頭の中に思い浮かべながら読み進んでいくであろう。後者は今までの経験から多くのことを想像しながらその役に本人が一番合致するものを思い浮かべるであろう。それは、配役に限らず、それぞれの場面や背景にしても同様である。

我々は、一つ概念に対して個人個人それぞれのイメージを所有しているが、一般にそれは同じではない。しかし、現代のようにマス化されたメディアのもとでは、一つ概念に対して同一のイメージを持つとい

う現象が起こりうる。このことは、没個性化や画一化につながる危険性を持ち合わせている。

もちろん、多くの人々が同じ映像を見ても、それぞれの経験や感じ方によりイメージは変化するものであり、いちがいに危険視する必要はないが、考え方や経験が平均化しつつある現在、考えなければならない問題の一つである。具体的に示せば、テレビ局のネットワークは全国規模であり、日本の文化の中心である東京の文化は、地方に紹介され、流行は地方単位ではなく全国規模である。このように、マスメディアによるメディア経験はどこにいても同じ経験をする。このことが、子供達に与える影響は無視できるものではない。

②模倣

概念の問題でもう一つ考えられる問題は、模倣である。それは、具体的な表現をする場合において実物を観察しながら描く場合と、その写真やすでに描かれた絵をみて描く場合と比較してみれば、その絵、写真、実物の順におそらくよく描かれている。実物を描くのになぜ実物が難しいのか。それは、まず実物が三次元であるということが考えられる。絵画表現は二次元である。したがって、三次元のを二次元に写しとることは子供にとっては困難なことである。これを写真や絵画を使って描かせれば、二次元の表現から二次元の表現をするのであるから子供にとっては少しは楽になる。しかし、写真は人間の目を通したものでなくカメラのレンズを通したものである。また、写真の場合細部までそのカメラの性能の限界まで写っていることもあり、子供がその選択する必要がでてくる。絵画を使ってそれを模倣すれば子供はそこにあるものを十分に写し取れるのである。

このような技術の修得法も以前では行われていた。例えば、明治時代初期の高等小学校、下等中学校の「画学」では、いわゆる「臨画」と呼ばれるお手本を写しとることが主な内容であった。このことは、臨画主義と呼ばれ明治の図画教育の根幹となるものであった。^{*22}

「小学画手本」の『臨画心得』には次のように書かれている。^{*23}

- 画ヲ臨スルニ須ク原本ニ模倣シテ分毫モ違フコトアル可ラス
- 画紙ハ臨本ト同状ノモノヲ用モチフヘシ若シ紙幅ヲシテ放大ナラシムルトキハ略其比例ヲ同ウスヘシ但シ其大サヲ臨本ヨリ縮小セザルコトヲ要ス

しかし、こうした技術偏重の図画教育は、精神の発達に技術が追いつけないとか、子供の自由で個性的な表現ができないなど問題点が多かった。そこで、現在では、子供の自由な表現を重視することが最重要課題であると考えられている。

子供は、テレビやマンガ、テレビゲームなどに登場する、キャラクターをよく模倣する。そして、その手法は子供の遊びだけでなく、学校の図工や美術の時間の表現にまで及ぶ。

ルイスは、子供がどのような美術形態を好むかを発見したが、彼によると次のようになる。

「子どもがいちばん好むのは最も写実的なものではなく、自分が描くものよりももう少し写実性の高いものなのである。」^{*24}

このことは、子供がテレビやその他のキャラクターを好んで描くことも関わりを持つと考えられる。もちろん、これ以外にも原因はある。それは、そのキャラクター自身を子供が好んでいるからである。

この模倣により獲得したマンガ的手法とでも呼ぶ技法は、多くの子供達にとっては、歓迎すべきものではない。それは、そうした技法により

技術中心の表現になることが危惧されるからである。しかし、表現活動において発達が遅れている子供については逆に、この技法の獲得により新しい表現方法を見いだすことにもなる可能性がある。

(3)想像力

一般的に、テレビの長時間視聴は、子供の想像力を減退させると考えられている。それは、テレビの視聴が子供の想像力を喚起させるものではないと考えられていることによるものである。

ラジオとテレビを比較した場合、テレビよりもラジオの方が受け手の想像力を喚起させるように考えられている。それは、ラジオは、テレビの映像の部分を聴いている人のイメージで補う必要があるため、ラジオの方がテレビよりも想像力を刺激するということからである。

テレビとラジオを比較した調査に次のようなものがある。それは、テレビ版とラジオ版につくられた同じ物語をテレビ版のグループとラジオ版のグループに分けた子供達にそれぞれ与え、その物語がどちらも最後の一部分を見せずに子供達に結末を想像させるというものである。この調査の結果は、テレビのグループよりラジオのグループの方が、より想像力を発揮するということがわかった。^{*25}

また、シンガー夫妻（J.L.Singer, D.G.Singer）は、就学前の幼児のテレビと想像力の関係について次のような調査を行った。彼らは、子供達が想像上の仲間を持っているかどうかをその想像力の指標として測った。彼らは、テレビの視聴時間が長い子供達ほど、想像で遊び仲間を作って遊ぶことをあまりしないことを発見した。特に冒険アクション番組をよく見る子供達は、想像遊びで得点が低い結果となった。また、調査対象の子供達を八歳になるまで追跡してみると、やはり、テレビを過度に

見ていることもわかった。^{*26}

もう一つカナダで行われた。それは、ありふれた物がどのような使われ方ができるのかを子供達の創造力の指標とした実験である。それは、ある町にテレビが初めて放映されるようになった後、子供達の創造力が低下したという結果が得られた。^{*27}

このような、研究からテレビが、創造力や想像力を低下させるという結果を得たとしても、それはうなずけることである。しかし、テレビと想像力の問題はそれほど簡単なものではない。テレビのすべてが子供の想像力を奪うわけではなく、ある条件のもとでは逆にそれを伸ばすこともある。

シンガー夫妻は、先のような研究とともに次のような研究も行っている。それによると、ある種の番組は子供達の想像力を刺激するという研究結果を得たのである。それは、子供向けの『ミスター・ロジャース』という番組である。彼らは、この番組が特に想像力のない幼児を刺激して「ごっこ遊び」とさせたことを発見した。また、『セサミ・ストリート』でも『ミスター・ロジャース』ほどではないが、想像力がないとわかっている子供達に、想像的な遊びを促す結果を得た。^{*28}

このように、番組によっては子供の想像力を伸ばすことは十分可能である。しかし、ここまでの研究は、言葉による指標についてであった。

メリンゴフらは、ラジオとテレビと絵本が、子供達にそれぞれどういった種類の想像力を刺激しているかについての研究を行った。その結果は、次のようになった。それぞれのメディアに接触した子供達に絵を描かせた結果、ラジオが他のメディアに比べて、子供達が絵を描くのに必要な想像力を刺激したという結果を得た。彼らの絵は独創的であった。しかし、絵の独創性という点でなくその質を問題にするのであればテレビや絵本に接した子供達の方がよくできていた。このことは、子供達が絵を

描くのに際して、多様性を促進し、子供達のそれまでの経験を生かすことについては、テレビはラジオに及ばないが、視覚的な視点を作り出すといった視覚的技能を促進することを示している。^{*29}

このような、テレビが子供達の表現に与える効果についてはスカンジナビアでも研究され、同様の結果を得ている。^{*30}

このように、想像力とテレビの関係は複雑に絡みあっている。ある面では想像力を低下させ、またある面では向上させ、表現時の視覚的技能を促進させる。つまり、番組の内容によってそれは負の要因となり、正の要因ともなる。

4. 情報の処理能力と表現能力

(1)情報の処理能力

テレビのような視覚的なメディアと多く接触している子供は、視覚から入手する情報を処理することは短時間視聴者よりも上ではないか、という見方も成立する。それは、多くの視覚的メディアと接触し、それからの情報を処理することにも慣れていないかという観点によるものである。そして、それは、メディア・リテラシーの獲得と同様に、このような技能も獲得することは可能であると考えられる。なぜなら、この技能は、メディア・リテラシーに負う部分がいくつか見られるからである。

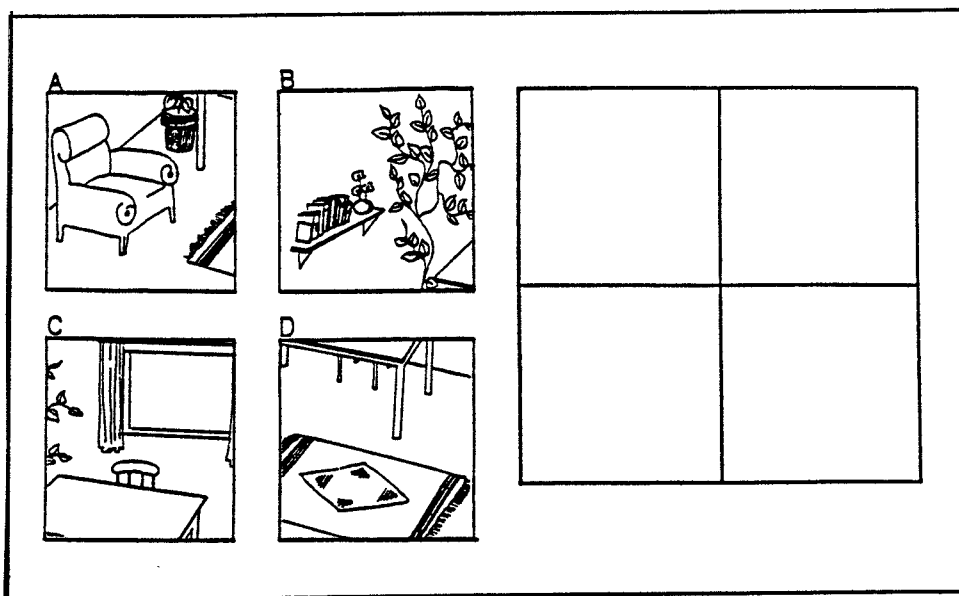


図3-3 サロモンの空間構成のテスト

P.M. グリンフィールド前掲より

視覚技能の獲得にともなう空間概念の把握を例に上げれば、この能力を獲得した子供は、図3-3の空間構成のテストで示したような技能を持っていることになる。この技能は、絵画表現における空間表現、空間構成とつなげることができる。

図3-3は、サロモンの空間構成のテストであるが、このテストは、図に示した四つの絵を一つにまとめるよう子供に求めたものである。この実験の結果、視覚技能が高い者ほど良い成績を示した。このことは、全体の像を心的に構成してまとめることが必要であり、それが、視覚技能の高い者に認められたのである。

このように、現代の子供は、多くのメディアと接触する機会があり、自然に視覚情報を整理する技術を身につけていると考えられる。

しかし、テレビを初めとする多くのメディアとの接触により、子供達は、さまざまな知識や情報を獲得しているが、彼らは、それらを実際の直接的な体験に生かす場を持たない。それらを生かそうとしても余りにも情報は多く、また現実との格差が大きく、彼らはその格差をなくす手段を知らないからである。

②描写能力

描写能力の多くの要素は、教授によるものも含めた経験から得られるものがほとんどである。材料を使いこなす能力、形態の特性をとらえて表現する能力などが描写能力であるとすれば、これらの多くは経験から得られるものである。それは、どんな材料を使えば自己の表現に適しているのかを知ることや与えられた材料の限界を知ることでもある。

また、形態の特性を捉えて表現することは、観察力が必要であるし、それを表現する力も必要である。

基本的には、これらの能力は一般にメディアとの接触では得られないものであると考えられている。多くの子供達が、メディアとの接触に、時間をさかれることによって実際の経験をする事ができないならば、また、メディアによって表された概念を子供が信じ込むことによって、実際のものの形をとらえる事ができないならば、このことは造形表現にとっては大きな問題である。

これらのことは、ここまで述べてきたことを総合すれば、十分に考えられることである。それは、テレビの前で子供は、何もせず画面を見つめているだけであるとか、多くの子供達は、メディアとの接触から模倣を学びそれが子供の自由な表現の妨げになる恐れがあることなどについてである。

例えば、一本の線を描く場合に、子供はなぐり描きの経験を通した後、にそれができるようになる。もちろん、直線を定規などを当てずに正確に引くことは、大人でもできることではないが、こうした経験なしには子供は思い通りの線を引くこともできないのである。

メディアとの接触が、子供が手を使用しすることを妨げるのであれば、これは重大な問題である。「近頃の子供はナイフで鉛筆を削ることができない」とよくいわれるが、ナイフで鉛筆を削ること自体は、それ程重要なことではない。ナイフに変わるものがある現在では、ナイフで鉛筆を削る必要などないからである。この言葉が持つ意味の重要さは、別のところにある。それは、子供達が多くのことを経験しなくなっていることである。そして、それが、テレビを初めとするメディアとの接触のせいであるのなら早急に対策をたてる必要がある。

なぜなら、視覚的メディアは、てっとりばやく疑似体験をすることができるが、それによって得られることの多くは、知識の獲得であり、技

能の獲得ではないからだ。

このことは、大人にとっては、単なる知識の獲得ではなく、これまでの経験に新しい要素を加えることができる。しかし、経験の少ない子供においては、その多くは、実際に経験したことがないものであり、単なる知識でしかない場合が多い。

ここで重要なことは、視覚的なメディアとの接触によって得られることの内容が問題なのではなく、メディアやその他との接触で得られたものを使いこなせるようするためには、子供に、より多くの経験させなければならないということである。それは、実際には、遊びを含めた生活の中で自然に獲得されるものであり、それが一番望ましい方法である。ところが、現代の子供達の多くは、そうした経験をすることが少なくなりつつある。それは、子供の生活や遊びの大部分が、テレビやテレビゲームを始めとするメディアとの接触に時間をさかれてしまっていることにも原因の一端はある。

しかし、この問題となるメディアとの接触も、遊び場の問題、時間的制約などがある中で、子供達が、選ばされてしまったものなのである。それは、室内で楽しむことができ、時間的にも融通が付きやすい。つまり、大人にとっては、けがの心配がなく、管理しやすい。このような要因のいくつかは、結果として、子供をテレビの前においやってしまったのである。

ここで、我々大人が、しなければならないことは、テレビやテレビゲームなどを批判しながらも、子供を管理下におき安心して、放っておくことではなく、子供が経験する機会を設け、多くの情報や知識を使うことができるように援助することである。

注

- *1 K.ムーディー／市川孝一 北濃秋子 訳 テレビ症候群 光の家協会
1982 pp.40-47
- *2 同上 pp.20-22
- *3 同上 pp.22-34
- *4 同上 pp.20-34
- *5 同上 pp.47-54
- *6 同上

- *7 P.M.グリーンフィールド 無藤隆 鈴木寿子 訳 子どものころを育
てるテレビ・テレビゲーム・コンピューター サイエンス社 1975
pp.129-154
- *8 同上

- *9 K.ムーディー 前掲 P.103
- *10 同上 P.75

- *11 テレビ効果研究会 FCT子どものテレビの会 テレビと行動 子
どものテレビの会 東海大学広報学科広報メディア研究室 1983
pp.104-105 6年生から9年生まで実施

- *12 K.ムーディー 前掲 P.102
- *13 同上 前掲 P.102

- *14 E.W.アイズナー／仲瀬津久 他訳 美術教育と子どもの知的発達
黎明書房 1986 pp.151-152 原典 Earl Barnes, "A Study
of Children's Drawings" (Worcester, mass.: Pedagogical
Seminary II, 1892), pp.455-463

- *15 P.M.グリーンフィールド 前掲 P.14
- *16 同上 pp.21-22
- *17 同上
- *18 同上
- *19 同上 原典 Salomon Interaction of Media ,Cognition and Lear

- *20 宮脇理 監修 福田隆真 福本勤一 茂木一司 編著 美術科教育の
基礎知識 建帛社 1985 P.56
- *21 同上
- *22 同上 P.14

- *23 倉田三郎 監修 中村亨 編 日本の美術教育の変遷－教科書・
文献にみる体系－日本文京出版 1979 pp.46-47
原典は 本多錦吉郎 小学画手本 団々社書店 1886 より

- *²⁴ E.W.アイズナー 前掲 P.153
原典 Hilda Lewis, "Spatial Representation in Drawing as a Corrlate of Development and a Basis for Pictur Preference, *Journal of Gengtic Psychology* 102, (March 1963), pp.95-107
- *²⁵ P.M.グリーンフィールド 前掲 pp.115-116
原典 P. Greenfield, B. Geber, J. Beagles, D. Farrar, and I. Get, "Television and Radio Experimentally Compared :Effects of the Medium on Imagination and Transmission of Content," paper presented at the Biennial Meeting of the Society for Reseach in Child Development, Boston, April 1981.
- *²⁶ 同上
原典 J.L. Singer and D.G. Singer, *Television, Imagination, and Aggression*. Singer and Singer, Family Lifestyle and Television-Viewing."
- *²⁷ 同上
原典 L. F. Harrison and T. M. Williams, "Television and Cognitive Development," in The Inpact of Television :A NaturalExperiment InvolvingThreeCommunities,a synposium presented to the Canadadian Psychological Association, Vancouver,1977.
- *²⁸ 同上 pp.116-117
原典 J.L.Singer and D.G.Singer, "Can TV Stimulate Imaginative Play?"*Jounal of Communication* ,1976, 26, 74-80. R.B.Tower, J.L.Singer and D.G.Singer, Differential Effects of Television Programming on Preschooler's Cognition ,Imagination, and Social Play,*American Journal of Orthopsychiatry*, 1979, 49, 265-281. M.A.Runco and K.Pezdek, The Effect of Television and Radio on Children's Creatinity," unpublished paper, Claremont Graduat School, 1982. Himmelweit, Oppenheim, and Vince, *Television and Child*.
- *²⁹ 同上 pp.117-118
原典 L.K.Meringoff ,M.Vibbert, H.Kelly, and C.Char, "How Shall You Take Your Story with or without Pictures? : Progress Reort on a Program of Media Reseach with Children," paper presented at the Biennial Meetingof the Society for Reseach in Child Development ,April 1981.
- *³⁰ 同上
Feilitzen, Filipson ,and Schyller, Open Your Eyes to Children's Viewing.
- *³¹ P.M.グリーンフィールド 前掲 P.17

おわりに

第3章の第1節で、テレビを中心にヴィジュアル・コミュニケーション・メディアが、子供の身体や精神活動にどのように影響を及ぼすのかを述べた。その多くは、ある小人数の子供達に対する影響を除いては、子供達にとっては有害なものであった。

しかし、このことは、それほど単純な問題ではなく、多くの要素が絡みあっているため、有害の一言で片付けられるものではない。それは、副作用のない薬がないことと同じように表裏一体となっているからである。例えば、ヴィジュアル・コミュニケーション・メディアの情報量の多さは、短時間で多くの情報を入手することができるが、その刺激の多さから生じる弊害はさまざまであった。

このような、メディアとの接触において起こる子供にとっての害悪を防ぐには、メディアとの接触をしないようにすることが最上の方法である。しかし、その方法は、メディアの希少な場所においてのみ意味を持つが、現代社会において、特に我が国の現状では、そのことが、何の解決にもならないことは、誰もが承知していることである。それは、今日のメディアの状況は、多様性を増し、メディアとの関わりは、日増しにふえる一方である。メディアから子供を遠ざけることは、それに対しての子供の免疫性を奪うことにもなりかねないのである。

また、メディアを排除することはメディアとの接触を避けることよりも更に困難である。例えば、テレビは、日本人の生活スタイルを大幅に変化させた。第2章で述べたように、テレビの普及は、家庭単位の普及から個人単位のそれに移行しつつある。これほど家庭に浸透しているメディアを排除することを考えるべきではない。

これらのメディアが、子供の表現活動に及ぼす影響は、子供の生活や精神活動に及ぼす影響の上に成り立つ部分がほとんどである。それは、表現活動が、それらとまったく別のところに存在するものではなく、もともとは生活や精神活動の一部として存在するからであり、表現活動の本来の目的もそういったことにある。

子供の表現する際の基礎となる技能の多くは、基本的には、学校の学習や彼らの遊びや生活の中から獲得するものであり、特別な技能として獲得するものではない。それは、落書きや泥遊びの中で手を動かし、画材の使い方や粘土のこねかたを知ることであり、また、造形教育では、これらを子供の発達に合わせて学び取らせることを目標の一つにしている。メディアとの接触からこれらの技能を得ることは、あまりない。このような、場合において、ヴィジュアル・コミュニケーション・メディアは、多くの場合、子供にとってよい影響を見いだすことはできなかった。

それは、メディアとの接触によって得られるものの多くが、技能や技術ではなく知識であるからである。この知識は子供にとっては必要なものも多く含まれているが、それを実際に生かすには子供の経験が不足であったり、子供の発達段階において時期尚早である場合が多い。

メディアとの接触で、子供に有利となる部分が多いと思われるものは、精神活動や経験に与える影響ではなく、メディアリテラシーにともなう、空間概念の把握であるとか、視覚技術の獲得であった。これらは、子供が、表現活動をする上で、必ず必要となるものであると思われる。

しかし、このような有利な材料もこれまで述べた不利となる材料と比較した場合、相殺されるよりも、不利な材料が優ると考えられる。その上、このような有利な材料もメディアとの接触がなくても獲得することは可能であり、メディアとの接触は、早期の獲得を促す作用でしかないとも

考えられる。

しかし、子供とメディアとの接触が避けられない以上は、消極的な回避策をとるのではなく、有利な材料を一つでも多く見つけ出し、それを生かしていくことが必要である。

以上のように本研究では、子供とメディアの関わりによって起こるさまざまな現象について考察してきた。ここで論述したことは、メディア側に立った視点から考察したものであり、造形教育からの視点を主としているわけではない。したがって、子供のどの発達段階においてどういった影響があるかという点についての論述が不十分であったのではないかという危惧を持っている。

ここで取り上げた事例や取り上げることのできなかつた事例を体系化し、理論化し、また、新たな視点から研究することによって本研究の内容を高めることを今後の課題としてさらに研究を進めていきたい。

参考文献

- E. W. アイスナー／仲瀬津久 他訳 美術教育と子どもの知的発達
黎明書房 1986
- H. アイゼンク・D. ナイアス／岩脇三良 訳 性・暴力・メディア
新曜社 1982
- 浅沼圭司 岡田晋 佐藤忠男 波多野哲朗 松本俊夫 編 新映画事典
美術出版社 1980
- 石子順造 戦後マンガ史ノート 紀伊國屋書店 1975
- 宇津木保 大山正 岡本夏木 金城辰夫 高橋滯子 心理学のあゆみ
有斐閣 1977
- NHK 世論調査部 図説日本人の生活時間1985 日本放送出版協会 1987
- 遠藤邦武 視覚伝達論 東京デザイナー学院出版局 1968
- 遠藤邦武 視覚伝達論Ⅱ 東京デザイナー学院出版局 1970
- T. オシエイ・J. セルフ／坂元 昴監訳 人工知能による学習革命
ホルト・サウンダース・ジャパン 1984
- 刑部澄徹 片山聖一 技術者が語る（四）ファミコンブームが崩壊する日
秀和システムトレーディング 1986
- 北村日出夫・中野収編 日本のテレビ文化 有斐閣 1983
- 倉田三郎 監修 中村亨 編 日本の美術教育の変遷
－教科書・文献にみる体系－ 日本文京出版 1979
- 桑原茂夫 アイ・トリック百科 筑摩書房 1983
- 呉智英 現代マンガの全体像 情報センター出版局 1986
- P. M. グリンフィールド／無藤 隆・鈴木寿子 訳
子どものころを育てるテレビ・テレビゲーム・コンピューター
サイエンス社 1986

- 後藤和彦 坂本昂 高桑康雄 平沢茂 編 メディア教育のすすめ①～⑤
ぎょうせい 1987
- 斎藤次郎 ああファミコン現象－「是か非か」を越えて－
岩波ブックレット NO.61 岩波書店 1986
- 佐藤忠男 映像文化と教育 明治図書 1975
- 出版ニュース社 編 1945年－1984年 出版データブック
出版ニュース社 1985
- 祐安重夫 Logo 人工知能へのアプローチ ラジオ技術社 1984
- E. R. スタインバーグ / 森本泰弘 岡田正志 訳 C A I 教材の設計
－コンピュータによる教育実践－ T B S 出版協会 1985
- 副田義也 マンガ文化 紀伊國屋書店 1983
- 高橋正人 視覚デザインの原理 ダヴィッド社 1965
- 高津道昭 視覚デザインの基礎知識 東京美術 1983
- テレビ環境研究会 T・A・T 日本委員会 F C T (子供のテレビの会)
テレビの見かた つきあいかた テレビ環境研究会 1987
- 電気通信学会 編著 C M I システム－教育におけるコンピュータ利用
社団法人 電気通信学会 1976
- 内藤卯三郎 他19名 再訂 中学新理科 3年 新興出版啓林館 1968
- 中山和彦 木村捨雄 東原義訓 教育とコンピューター3
コンピューター支援のシステム 東京書籍 1987
- 服部康夫 ファミコンが日本をこう変える！
－新・情報ネットワーク社会の誕生－ P H P 研究所 1986
- S. パパート / 奥村貴世子 訳 マインドストーム 未来社 1982
- K. バヴェーク / 大久保良一 佐々木基一 森田弘 訳 視覚時代
美術出版社 1970

- J. ピアジェ／大伴茂 訳 模倣の心理学 黎明書房 1968
- 藤沢英昭 瀧本孝雄 中村裕 西川潔 ヴィジュアル・コミュニケーション
ダヴィッド社 1975
- 米国・国立精神衛生研究所 編 子どものテレビの会 訳
テレビと行動 -70年代の科学的進歩とふ80年代研究への提言-
米・国立衛生研究所サマリー・レポート 東海大学広報学科広報メ
ディア研究室 子どものテレビの会 1983
- J.E.ホッホバーグ／田中良久 訳 知覚 岩波書店 1966
- 本多錦吉郎 小学画手本 団々社書店 1886
- M.マクルーハン・E.カーペンター /大前正臣 後藤和彦 訳
マクルーハン理論 サイマル出版会 1967
- M. マクルーハン／後藤和彦 高儀進 訳 人間拡張の原理
竹内書店新社 1967
- ジェリー・マンダー／鈴木みどり訳 テレビ・危険なメディア
時事通信社 1985
- 三宅なほみ 編 教室にマイコンをもちこむ前に 新曜社 1985
- 三宅なほみ 編 教育とコンピューター 新曜社 1987
- 宮脇理 監修 福田隆眞 福本勤一 茂木一司 編著
美術科教育の基礎知識 建帛社 1985
- ケイト・ムーディ／市川孝一監訳 北濃秋子訳 テレビ症候群
光の家協会 1982
- 米沢嘉博 編 マンガ批評宣言 亜紀書房 1987
- G. ロフトス・E. ロフトス／西本武彦訳 ビデオゲームの心理
コンパニオン出版 1985