子どものメディアに対する態度の日中比較

Comparative study about Children's Attitude toward the Media in Japan and China

生田孝至*・後藤康志**

Takashi IKUTA・Yasushi GOTO

I 背景

子供を取り巻くメディア環境の変化は著しい。子供にとって身近なメディアといえば，テレビ，マンガ本，図書，新聞などであり，近年それに加えて高度情報通信社会を支えるメディアの代表格であるインターネットが加わってきた。総務省『平成14年度「通信利用動向調査」の結果』によれば，平成14年度末におけるインターネット利用者数は6942万人でアメリカに次いで世界第2位であるという。人口普及率では50%を越え，2人に一人がインターネットを使う時代が到来した。国際的に見ても日本におけるインターネットの発展は著しい。平成11年度の「ミレニアム・プロジェクト」において「教育の情報化」の方針が打ち出されており，2001年度末をもって全ての公立小中高等学校等がインターネットに接続された。2005年度には全ての学級のあらゆる授業において教員及び生徒がコンピュータを活用できる環境を整備することが目標とされ，コンピュータを用いて指導できる教員を100%にするべく教員研修も急ピッチで進んでいる。インターネットと並び急速に普及しているのが携帯電話である。現在の携帯電話は，「持ち運べる電話機」というよりは「超小型のマルチメディア・ネットワーク端末」とでも呼んだ方がふさわしい。インターネットのホームページ情報を参照する機能，メールの送受信機能，画像の送受信機能の進歩は著しい。以前のデジタル・スチル・カメラとほぼ同等の高画質の写真を撮影でき，動画さえも送受信できるようになりつつある。

インターネットや携帯電話に代表されるディジタル・メディアの最大の特徴は「情報の双方向性」である。従来のメディア，例えば本や新聞は，マスコミュニケーションであり，情報の受け手と送り手が明瞭に区別されてきた。ディジタル化されたコミュニケーションメディアであるインターネットは安価にかつ広範囲に情報を公開することが可能であり，誰もが手軽に情報の受け手にも送り手にもなれる。このことは，不適切な発言内容であっても瞬時に広がってしまうという問題もはらんでいる。また，インターネットの急速な普及はそれへの過度な依存によりインターネットの持つ仮想空間に利用者が埋没し，仮想空間と現実空間の区別が曖昧になったり，仮想空間の中でしかコミュニケーションできなくなったりすることへの危険性が指摘されている（生田・木原1999)。

こういった新しいメディアの登場とともに常に問題になるのがメディア・リテラシーである。リテラシーとは本来「文字の読み書き能力」を意味するものであった。出版や印刷の技術の発展に伴って文字の読み書き能力が必須のものとなっていき，その教育に対する要請が高まってきたわけである。ついで映像メディアであるテレビの出現によって映像視聴

2003. 9. 1 受理

* 新潟大学教育人間科学部

**新潟大学大学院現代社会文化研究科・院生

能力の概念が指摘され，さらに電子メディアであるコンピュータによりコンピュータリテラシーが，さらには情報ネットワークの発達により情報リテラシーが指摘されるようになったという（生田2000a）。大量な情報を時間・空間の制限なく双方向でやり取りできる情報ネットワーク時代のメディア・リテラシーは，情報理解能力，メディアを使う能力，メディアを構成する能力に加え，メディアを批判的に読むといった複合的な能力を要求している。

このような新しいメディア・リテラシーが要求される時代を生きる子どもたちは，電子メディアであるインターネットや，活字メディアである新聞，本，映像メディアであるテレビや映画をどのように捉えているのだろうか。また，そのようなメディアに対する態度は，社会的，文化的背景によって異なっているのだろうか。例えば中国においては1980年代からメディアの普及は急速に進展しており，教育にもメディアの利用が取り入れられつつある。実践能力と創造能力を中心とした「素質教育」においては，多様なコミュニケーションメディアを活用することが期待されている。

異なる社会的，文化的背景をもつ子どもが，メディアに対してどのような態度をとるのかについて，生田・呉（2001）は日本と中国の小学生を比較し，電子メディア，活字メディア，映像メディアに分けて日本と中国の小学生のメディアに対する態度の特徴を明らかにしている。しかし，その特徴が発達的にどのように変化しているか，例えば中学校段階におけるメディアに対する態度の比較といったことは行われていない。新しいメディアの普及の過渡期において，基礎的知見がそれほど蓄積されているわけではない。

Ⅱ　目的

本研究は，文化的，社会的背景が異なる日本と中国の中学生がメディアに対してどのような態度を持っているかを把握し，彼らが形成する新しいメディア・リテラシーへの基礎的知見を得ることを目的とする。

メディアに対する態度の調査では，絵画投影法を採用する。絵画投影法は，FURU（1971）や生田ら（1988）が，テレビなどのマスメディアやゲーム用コンピュータに対する子どもの態度を研究する際に採用してきた方法である。この方法はメディアを文字や文章ではなく略図で提示し，それを手がかりにメディアへの態度を表明するやり方である。この方法を用いることにより，被験者の持つ潜在的な意識が絵画に投影され，より深いところで態度が把握されると期待できる（生田2000b）。FURU（1971）および生田ら（1988）の研究の結果，メディアに対して子どもは肯定的な態度と否定的な態度の両方を有しており，アンビバレンスな感情を有していることが明らかになっているが，こういった研究成果との比較のためにもインターネットや携帯電話などのICTによる新しいメディア活動を加えた絵画投影法よる調査が必要である。

Ⅲ　方法

1　調査対象及び実施時期

調査対象は，日本と中国の中学生を対象とした。中国については498名（4校），日本については4267名（14校）で，計4765名を対象とした。調査は2000年9月から2001年2月にかけて実施した。

2　調査方法

メディアに対する態度を絵画投影法により調査する。絵画投影法とは，「映画を見る」，「新聞を読む」といったメディア行動の複数の絵を示し，「世の中のことがよくわかるようになる」といった調査項目に最も当てはまるメディア行動を1つ選択させるものである。今回の調査では，生田・木原（1999）の方法を採用する。この方法は，FURU（1971）の調査の枠組み（肯定的態度と否定的態度，さらに肯定的態度については認知的要因と情動的要因）を一部修正し，新たにインターネット利用の社会性（賞賛欲求の充足，コミュニティ感覚の醸成）を考慮した項目を加えたもので，46項目からなる。

メディア行動については，FURU（1971）による6つにインターネット利用及び携帯電話の利用を加え，「映画を見る」，「新聞を読む」，「マンガを読む」，「本を読む」，「テレビを見る」，「友達と会話をする」，「インターネットを使う」，「携帯電話を使う」という8つのメディア行動を取り上げる。絵画そのものは，画風を揃えるために8つの絵画すべてを新たに描きなおした。それらの絵画とメディア行動との整合性については，調査と並行して対象とした児童以外の子供に8つの絵画を示し，「何をしているところか」を自由記述で質問し，絵画の妥当性を確認した。それによると，すべての絵画について，

90%以上の子供がそこで示されるメディア行動を正しく把握しており，本調査で採用する８つの絵画とメディア活動との整合性は高いと思われる。

Ⅳ　結果

８つのコミュニケーションメディアに対する日本と中国の中学生の態度について，メディア毎に表１から表８にまとめた。メディアに対する態度項目は46項目あるが，日本と中国のいずれかで選択比率が10%を超えたものだけを抽出している。さらに日本と中国の比較を行うために選択比率のカイ２乗検定を行い，５%水準で有意な差が見られる項目には＊，１%水準で有意な差が見られる項目には＊＊の記号を付した。

１　映画に対する態度

映画に対する日本と中国の中学生の態度を示しているのが表１である。

表１　メディア：映画

態度項目	日本	中国	合計	
多くの人に見てもらえる	25.80%	23.30%	25.60%	n. s
心がうきうきする	25.90%	11.40%	24.40%	**
きばらしには、もってこいだ	23.90%	15 90%	23.00%	**
気分てんかんになる	24.10%	10.80%	22.70%	**
自分が主人公になったような気持ちになる	23.00%	12 40%	21.90%	**
私のユメをみたしてくれる	22.60%	11.00%	21.40%	**
心をしずめてくれる	19.30%	7.60%	18.10%	**
やすらぎを覚える	16.80%	5.40%	15.60%	**
つかれてしまう	11.50%	16.10%	12 00%	**
お金がかかる	11 70%	14.70%	12.00%	n. s
想像力が豊かになる	12.50%	4.40%	11.70%	**
あとできっと後悔する	10 70%	18.50%	11.50%	**
いやなことを忘れる	11.60%	11.20%	11.50%	n. s
まったく時間のむだづかいだ	9.80%	25.10%	11.40%	**

最も選択比率が高い項目は「多くの人に見てもらえる」であり，この項目に関しては日本と中国で共通している。しかし，それ以外の項目では日本と中国に顕著な差が見られる。日本において，20%を超えている項目を挙げてみると，「心がうきうきする」「気晴らしにはもってこいだ」「気分転換になる」「自分が主人公になったような気持ちになる」「私のユメをみたしてくれる」といった情意面での肯定的項目である。日本の中学生は映画に対して情意面での肯定的な態度を持っていることがわかる。

これに対して，中国で選択比率が多いものを挙げてみると，「全く時間のむだづかいだ」，「あとできっと後悔する」，「つかれてしまう」という否定的な態度項目であり，これらの項目全てにおいて有意な差が見られる。日本の中学生にとって映画はこころがうきうきし，よい気分転換になるのに対して，中国の中学生は映画に時間を費やすことは無駄であるとさえ考えているのである。この理由としては，日本と中国の中学生が視聴する映画の内容が影響していると考えられる。日本の中学生が映画を見るといった場合，その内容は娯楽的な映画である場合がほとんどである。一方，中国の中学生が映画を見るという場合，多くは学校教育の一環として教育映画を見る場合の方が多く，内容も娯楽的なものではない。日本と中国の映画に対する態度の違いの背景にはこういったことが考えられる。

２　新聞に対する態度

日本と中国の中学生の新聞に対する態度を示しているのが表２である。

表２　メディア：新聞

態度項目	日本	中国	合計	
世の中の事がよくわかるようになる	57.70%	47.00%	56.50%	**
ためになる知識が得られる	46.10%	18.50%	43.20%	**
まじめな気持ちになる	36.50%	16 10%	34 40%	**
いろいろなところの様子がよくわかる	34.50%	22.30%	33 20%	**
人はどう生きるべきかを考えさせてくれる	27.80%	19.70%	26.90%	**
めんどうだ	28.00%	12 00%	26.40%	**
学校で教えないことがわかる	21.30%	18 70%	21.10%	n. s
いろいろ役立つ	15 60%	20.30%	16 10%	**
仕事や勉強に欠かせない	15.30%	10.40%	14.80%	**
まったく時間のむだづかいだ	15.00%	2 80%	13.80%	**
つかれてしまう	14.40%	5.00%	13.40%	**
新しいことに興味をおぼえるようになる	11.80%	17.50%	12.40%	**
これからもっと必要になる	10 50%	9.20%	10.30%	n. s

最も選択比率が高いのは「世の中のことがよく分かるようになる」であり，日本では57.7%，中国でも47.0%の子どもが選択している。このことから，日本と中国の子どもも新聞の提供する情報の特性を理解していることが伺える。日本で20%程度選択されている項目を取り上げてみると，日本の中学生にとって新聞は「ためになる知識が得られる」ばかりでなく「まじめな気持ちになる」「いろいろなとこ

ろの様子がよく分かる」「人はどう生きるべきかを考えさせてくれる」となっている。これらの項目において中国と有意な差が見られることから，新聞の持つ情報性や情意面での肯定的な態度は，日本の中学生の方がより明瞭に形成されていると思われる。一方で，日本の中学生にとって「めんどうだ」「全く時間のむだ使いだ」「つかれてしまう」という否定的な態度も持っており，アンビバレンスがあるといえる。

中国の中学生について選択比率が高いものを挙げると，「いろいろなところの様子がよく分かる」「いろいろ役立つ」「人はどう生きるべきかを考えさせてくれる」「学校で教えないことが分かる」などであり，情報提示機能に関する態度や，有用性に対する態度の形成がなされていることが分かるが，日本ほど明瞭であるとは言えない。一方で，「めんどうだ」「つかれてしまう」といった読むことに必要とされる認知的な負荷に対する否定的な態度項目の選択比率は，日本におけるものほどは高くない。このことから，中国の中学生の「読む」ことに対する抵抗感は日本ほど高くないといえるかもしれない。

3　漫画に対する態度

日本と中国の中学生の漫画に対する態度を示しているのが表3である。

表3　メディア：漫画

態度項目	日本	中国	合計	
私はなんて怠け者だろう	49 10%	10.60%	45 00%	**
おもしろくてやめられない	44 60%	23 90%	42 40%	**
夢中になってしまう	32.90%	21.90%	31 70%	**
まったく勉強の邪魔になる	32 50%	14 10%	30.60%	**
もっとほかのことをすべきだ	31 50%	12 20%	29 50%	**
あとできっと後悔する	30 50%	14 70%	28 90%	**
自分が主人公になったような気持ちになる	28 80%	17 10%	27.50%	**
誰が何といってもやめられない	28.30%	6 60%	26 00%	**
きばらしには、もってこいだ	26 40%	13 10%	25 00%	**
私のユメをみたしてくれる	20 70%	39 20%	22 60%	**
気分てんかんになる	22 90%	6.40%	21 20%	**
想像力が豊かになる	17 60%	51.80%	21 10%	**
考え事をしなくなる	22 40%	8 80%	20 90%	**
心がうきうきする	21 60%	13 10%	20.70%	**
まったく時間のむだづかいだ	18.20%	16 50%	18 00%	**
いやなことを忘れる	18 20%	12 90%	17 70%	**
こんなに楽しい時間はない	11 90%	10 00%	11 70%	n s

漫画については，日本と中国の態度は対照的であるといえる。日本で選択比率の高いものを見ていくと「私はなんて怠け者だろう」「おもしろくてやめられない」「夢中になってしまう」「全く勉強の邪魔になる」「もっと他のことをすべきだ」「あとできっと後悔する」「自分が主人公になったような気持ちになる」「誰がなんといってもやめられない」「気晴らしにもってこいだ」といった項目が並んでいる。つまり，日本の中学生にとっては漫画を読むことは勉強の邪魔になり，漫画に夢中になっている自分は怠け者であると感じながらも，おもしろくてやめられず，夢中になってしまうというのであり，強いアンビバレントが存在する。

一方，中国において選択比率の高いものを見ていくと，「想像力が豊かになる」が最も高く，51.8%である。次いで，「私のユメをみたしてくれる」「おもしろくてやめられない」「夢中になってしまう」といった情意的な肯定的態度と娯楽性に関する態度である。「全く時間のむだづかいだ」「あとできっと後悔する」という否定的な態度も見られていが，日本ほどではない。

こういった漫画に対する態度の差は，日本と中国での漫画の意味合いの違いが反映しているかも知れない。日本では漫画といえば数ページから数十ページにわたるストーリー性のある漫画が思い浮かぶ。しかし，中国ではそういった長編もないわけではないが，むしろ1コマから数コマで日常生活や国際政治，社会問題などを風刺的に描いた漫画が多いのであり，娯楽的なメディアである日本の漫画とは大きく異なる。こういった事情から，中国の中学生は日本の中学生ほど漫画にのめりこんでおらず，クールな態度をとっているのかも知れない。

4　読書に対する態度

日本と中国の中学生の読書に対する態度を示しているのが表4である。

表4　メディア：本

態度項目	日本	中国	合計	
まじめな気持ちになる	47 90%	56 20%	48 80%	**
想像力が豊かになる	50 90%	7 40%	46.30%	**
心をしずめてくれる	37 90%	39 80%	38.10%	n s
人はどう生きるべきかを考えさせてくれる	36 30%	29 10%	35 60%	**
つかれてしまう	30 30%	23 90%	29 70%	**
自分が主人公になったような気持ちになる	29 90%	10 80%	27 90%	**

めんどうだ	30.20%	5 40%	27 60%	**
やすらぎを覚える	20.30%	35.90%	21.90%	**
ためになる知識が得られる	14.20%	61.60%	19.20%	**
仕事や勉強に欠かせない	15.40%	40.60%	18 00%	**
私のユメをみたしてくれる	15.30%	8 20%	14.60%	**
まったく時間のむだづかいだ	15.60%	1.60%	14.20%	**
学校で教えないことがわかる	10.50%	24.50%	11.90%	**
もっとほかのことをすべきだ	9.80%	14 50%	10.30%	**

読書については，日本は本を情意面での肯定的な面から捉えているのに対して，中国では情報提示機能に着目し，有用な情報を提供してくれるメディアとして捉えている。全体としてみると，最も選択比率が高いのは「まじめな気持ちになる」であり，本を読むことは中学生にとって真剣な気持ちになるという点では両国で共通している。日本が中国に比べて有意に多い項目を上位からみていくと，「想像力が豊かになる」「人はどう生きるべきか考えさせてくれる」「つかれてしまう」「自分が主人公になったような気持ちになる」「めんどうだ」といった項目である。日本の中学生は，情意面での肯定的態度をもっているとともに，本を読むことはめんどうで，つかれるとも感じているともいえる。

中国の中学生の選択比率で高いものを見ていくと，「ためになる知識が得られる」「仕事や勉強に欠かせない」「学校で教えないことが分かる」などが日本に比べて高いことが分かる。「心をしずめてくれる」「人はどう生きるべきか考えさせてくれる」といった項目もかなり多く選択されているものの，中国では情報性に関する項目が多く，情報を得るための有用なメディアとして本を見ていることがわかる。また「想像力が豊かになる」では日本の選択比率が50%を越えるのに対して中国においてはわずか７%にとどまっている。こういった態度の背景として，中国における本のメディアとしての位置づけが考えられる。中国においては，大学への進学を考える中学生にとって，日本の高等学校段階に当たる上級学校に進学するかは大きな意味をもつ。進学率の高い上級学校に進学することは大学進学に非常に有利になる実態がある。そのため，中学生段階でのいわゆる受験準備が大きな意味を持つ。中国にあっては，この受験準備のために本を読んで情報を得ることが多いことから，本が娯楽や精神の平静を得るためのメディアというよりも情報を得るためのメディアとして捉えられているのかも知れない。また新聞の時と同じく，「めんどうだ」「つかれてしまう」といった態度項目の選択比率は低く，文字を読むことに対する抵抗感は日本ほどではないことが分かる。

5　テレビに対する態度

日本と中国の中学生のテレビに対する態度を示しているのが表５である。

表5　メディア：テレビ

態度項目	日本	中国	合計	
まったく勉強の邪魔になる	36.90%	43.80%	37.60%	**
誰が何といってもやめられない	32.70%	19 70%	31 40%	**
話のたねをあたえてくれる	33.50%	7.00%	30.70%	**
いろいろなところの様子がよくわかる	28 60%	23 90%	28.10%	*
私はなんて怠け者だろう	26.10%	32 50%	26 80%	**
夢中になってしまう	22.30%	27.50%	22 80%	**
おもしろくてやめられない	22 70%	19 10%	22.30%	n s
気分てんかんになる	21.50%	19.30%	21.20%	n. s
考え事をしなくなる	20.80%	24.50%	21.20%	n. s
きばらしには，もってこいだ	19.20%	22.90%	19.60%	n s
心がうきうきする	18.20%	21.90%	18.60%	*
こんなに楽しい時間はない	18.50%	17.70%	18.40%	n. s
新しいことに興味をおぼえるようになる	18.30%	14.10%	17.90%	*
いやなことを忘れる	17 40%	20.90%	17.80%	n. s
あとできっと後悔する	16.00%	19.90%	16.40%	*
私のユメをみたしてくれる	15.70%	13.30%	15.40%	n s
もっとほかのことをすべきだ	14.30%	14.10%	14 30%	n s
多くの人に見てもらえる	13.10%	14.90%	13.30%	n. s
世の中の事がよくわかるようになる	12.10%	20.90%	13.00%	**
やすらぎを覚える	12.00%	39 80%	12.80%	**
学校で教えないことがわかる	12.30%	6.60%	11.70%	**

テレビに対する態度においては，他のメディアほど日本と中国の間に差がないといえる。有意な差がない項目として，「おもしろくてやめられない」「気分転換になる」「考えことをしなくなる」「気晴らしにもってこいだ」「こんなに楽しい時間はない」「いやなことを忘れる」といった娯楽性についての態度，情意面での態度である。差がある項目を挙げると，日本では「誰がなんといってもやめられない」「話の種を与えてくれる」「いろいろなところの様子がよくわかる」「新しいことに興味をおぼえるようになる」といった娯楽性，交流性，情報性についての肯定的な態度項目である。これに比べて，中国の方が有意に選択比率の高い項目を挙げると，「全く勉強の邪魔になる」「私はなんて怠け者だろう」「夢中になってしまう」「心がうきうきする」「あとできっと

後悔する」といった否定的な態度項目である。こういった否定的態度項目は日本では漫画について多く選択されていた。日本の中学生の漫画に対する態度に近いものを，中国の中学生はテレビに対してもっているといえる。前述のように中国における漫画は日本のものと比べてそれほど娯楽性が高いわけではなく，社会風刺などをテーマとした数コマのものである。それと比べれば，テレビは娯楽性が高い。以上のような背景が，日本と中国のテレビに対する態度の差となっているのかもしれない。

6　会話に対する態度

日本と中国の中学生の会話に対する態度を示しているのが表6である。

表6　メディア：会話

態度項目	日本	中国	合計	
いっしょに何かができる	79.00%	54 60%	76 50%	**
私のなやみを解決するのに役立つ	71.50%	37 10%	68 00%	**
さびしい気持ちをやわらげる	58 60%	48 20%	57 50%	**
私のよわい心をはげましてくれる	59 70%	27.50%	56 30%	**
私のいいたいことをいってくれる	52.70%	66.70%	54 20%	**
こんなに楽しい時間はない	53 00%	31 50%	50.80%	**
話のたねをあたえてくれる	36 90%	44.40%	37 70%	**
いやなことを忘れる	37.30%	26 90%	36 20%	**
やすらぎをおぼえる	34.50%	17 50%	32 70%	**
心がうきうきする	18 90%	16.90%	18 70%	n s
考え事をしなくなる	19.80%	7 80%	18 50%	**
知らない人と友達になれる	15 10%	30.50%	16 70%	**
気分てんかんになる	13 50%	43 40%	16.60%	**
誰が何といってもやめられない	15 40%	14 50%	15 30%	n s
きばらしには、もってこいだ	14 80%	9.60%	14.20%	**
心をしずめてくれる	13 00%	9 00%	12.60%	*
何でもできちゃう	11 00%	13 50%	11.30%	n s

会話については，日本と中国で共通して交流性や情意面での肯定的な面において多く選択されている。日本の子どもの方が選択率の高い項目を挙げると，「いっしょに何かができる」「私の悩みを解決するのに役立つ」「さびしい気持ちをやわらげる」「わたしの弱い心をはげましてくれる」「こんなに楽しい時間はない」「いやなことを忘れる」「やすらぎをおぼえる」である。日本の子どもたちは，実際には友人関係が希薄であるといわれているが，子どもの中にある対人コミュニケーションに対する潜在的渇望が，こうした形で現れているとも推測される。これに対して中国の子どもの方が選択率の高い項目を挙げると，「わたしのいいたいことをいってくれる」「話しのたねをあたえてくれる」「知らない人と友達になれる」といった交流面や情意面での肯定的な態度の形成がみられる。「いっしょに何かができる」「さびしい気持ちをやわらげる」「私の悩みを解決するのに役立つ」といった項目も多く選択されており，会話に対する態度はかなり日本と中国で共通しているといえる。

7　インターネットに対する態度

日本と中国の中学生のインターネットに対する態度を示しているのが表7である。

表7　メディア：インターネット

態度項目	日本	中国	合計	
世界とつながる	83 30%	74.70%	82 40%	**
調べるのに便利だ	81.80%	68 90%	80 50%	**
知りたいことがすぐわかる	78 10%	55 20%	75 70%	**
何でもできちゃう	62 90%	57 60%	62 40%	*
いろいろなことが手にはいる	61 70%	60 80%	61.60%	n s
知らない人と友達になれる	59.00%	58 60%	59 00%	n s
いろいろ役立つ	48 20%	28 70%	46.10%	**
これからもっと必要になる	44 30%	39 60%	43 80%	*
仕事や勉強に欠かせない	44 90%	33 30%	43 70%	**
新しいことに興味をおぼえるようになる	38 50%	40 80%	38.80%	n s
多くの人に見てもらえる	39 40%	32.70%	38.70%	**
お金がかかる	37 10%	27 10%	36 10%	**
学校で教えないことがわかる	33 40%	33 10%	33 40%	n s
めんどうだ	23 10%	34 90%	24.30%	**
いろいろなところの様子がよくわかる	21.10%	42 40%	23.40%	**
ためになる知識が得られる	23 80%	12.20%	22.60%	**
世の中の事がよくわかるようになる	22 50%	22 30%	22 50%	n s
つかれてしまう	21.60%	17 90%	21 20%	n. s
夢中になってしまう	13 30%	26 90%	14.70%	**
おもしろくてやめられない	8 80%	33 10%	11 30%	**
私のユメをみたしてくれる	10 30%	19.30%	11.20%	**
考え事をしなくなる	10 60%	13 50%	10 90%	**
私のいいたいことをいってくれる	10 00%	11 60%	10 20%	n. s
私のなやみを解決するのに役立つ	9 50%	14 70%	10 00%	**

日本をみてみると，「世界とつながる」「調べるのに便利だ」「知りたいことがすぐ分かる」「何でもできちゃう」「いろいろなことが手に入る」という，情報提示機能やコミュニケーションの拡張機能についての項目が多く選択されている。こういった項目

は中国についてもすべて50%を超えており，インターネットの持つ情報の提示機能や，交流の機能については両国とも共通に形成されていることがみてとれる。インターネットは世界につながっており，簡便な操作で多様な情報を得ることが出来る有用なメディアであるという認識を日本と中国の子どもたちはもっているといえる。

次いで，「知らない人と友達になれる」であり，両国ともに60%近い選択率となっている。この項目でインターネットに次ぐメディアをみてみると日本では携帯電話，中国では友達との会話である。ここでいう交流は，もちろんメールなどを利用したネットワークを介した交流でもあろうが，そのようなネットワークを介した交流から直接の対面による対人コミュニケーションへの拡大の可能性をも示しているのかも知れない。

さらに，「いろいろと役に立つ」「これからもっと必要になる」「仕事や勉強に欠かせない」「新しいことに興味をおぼえるようになる」「多くの人にみてもらえる」という，社会的な有用性についての態度が，両国に共通して形成されていることがわかる。全体として，これらの項目についての選択比率は日本の方が有意に高いことから，インターネットの情報性，交流性，社会的な有用性についての態度は，日本と中国で共通しているものの，その度合いは日本の方がより高いと言える。

一方，中国の子どもは「めんどうだ」「いろいろなところの様子がよく分かる」「夢中になってしまう」「おもしろくてやめられない」といった項目での選択が多い。中国の子どもは，インターネットを使うことで様々な情報を容易に得ることが出来，おもしろくて夢中になるが，面倒でもあると感じている。

8　携帯電話に対する態度

日本と中国の中学生の携帯電話に対する態度を示しているのが表8である。

表8　メディア：携帯電話

態度項目	日本	中国	合計	
いつでも連絡できる	92.50%	61.80%	89.30%	**
お金がかかる	42.90%	51.20%	43 80%	**
これからもっと必要になる	22.60%	6.20%	20.90%	**
まったく時間のむだづかいだ	20.40%	18.30%	20.20%	n. s
知らない人と友達になれる	19.70%	2 60%	17.90%	**
あとできっと後悔する	16.00%	20.90%	16.50%	**
いろいろ役立つ	17.90%	1 20%	16.10%	**
もっとほかのことをすべきだ	14 50%	11.20%	14.20%	*
何でもできちゃう	11.60%	8 00%	11.20%	*
私のいいたいことをいってくれる	10.30%	17 70%	11.10%	**

日本では「いつでも連絡できる」「これからもっと必要になる」「全く時間のむだ使いだ」「知らない人と友達になれる」「いろいろと役立つ」「もっと他のことをすべきだ」「なんでもできちゃう」といった項目で中学よりも選択率が有意に高い。ことに，「いつでも連絡ができる」「知らない人と友達になれる」と言った項目の高さは，日本における携帯電話のネットワークの普及や，メール機能などのサービスの充実といった実態が背景にあるのかもしれない。一方で，携帯電話に対して，時間をむだに使ってしまい，他にするべきことがあるというようなある種のアンビバレンスもみられる。

中国では，「お金がかかる」「あとできっと後悔する」という項目で日本よりも高く，「これからもっと必要になる」とはさほど思っていない。また，携帯電話で「知らない人と友達になれる」とはほとんど思っていない。日本において携帯電話関連のサービスは急速に普及している。携帯電話の持つインターネット接続機能，メール送受信機能，画像送受信機能はコンピュータに匹敵するものである。そのような新たな機能を生かした各種サービスが展開され，実際日本では携帯電話で「知らない人と友達になれる」のであって，それが新たな社会問題にも発展しつつあるほどである。日中の差は，こういったメディアを取り巻く環境の違いを反映しているのかも知れない。

V　まとめ

絵画投影法による日本と中国の中学生のメディアに対する態度についてまとめていこう。本調査では，文字メディア（新聞，本），映像メディア（漫画，映画，テレビ），電子メディア（インターネット，携帯電話），会話について検討した。メディアごとに日本と中国の特徴を，生田・呉（2001）の日本と中国の小学生の比較研究とも比べながらまとめると，次のようになる。

1　文字メディア

本については，日本の中学生は情意面での肯定的な態度が見られるのに対して，中国では知識の獲得

や有用な情報を提供してくれるメディアとして捉えている。これは，小学生において中国の子どもの方が利便性に対する態度が強かった傾向と似ている。新聞については，日本の子どもの方が新聞の持つ情報提供の機能や，情緒的な機能に対する態度が強い傾向がある。中国の子どもは，情緒的な面への肯定的な態度はさほどでもなく，情報性や有用性については，日本と似た態度を形成しているものの，日本ほど顕著ではない。この結果も，小学生での比較研究と似通っている。また，文字に対する抵抗感は日本の方が強い傾向がある。

2 映像メディア

テレビについては，両国ともに情緒的肯定と否定的態度が存在し，「おもしろくてやめられない」が「全く勉強の邪魔になる」とも思っている。日本は娯楽性，交流性，情報性についての肯定的態度が中国に比べて顕著であるのに対して，中国は否定的態度が顕著であり強いアンビバレンスがみられる。対照的なのが漫画で，日本の方が肯定的態度の裏腹に強い否定的態度があり，アンビバレンスが存在する。漫画については中国にも情緒的肯定と否定的態度が存在するものの，日本ほど否定的態度が強いわけではない。こういった傾向は小学生とほぼ共通するものであった。また，映画に対して中国の中学生は否定的態度，日本の中学生は情緒的肯定をもっており，この傾向も小学生との高い共通性がある。

3 電子メディア

日中の中学生にはインターネットの情報性，利便性，社会的有用性についての態度は日本と中国でかなり類似している。これは，小学生での結果と共通している。ただし，選択比率自体を比較すると，日本の方がより明瞭にこういった態度を形成しているとも言える。携帯電話については，利便性，否定的態度において両国で共通の態度が見られるのに対して，交流可能性，すなわち「知らない人と友達になれる」といった項目では日本が高く，中国では「お金がかかる」「あとできっと後悔する」といった否定的態度が強い。こういった傾向も，小学生での結果と共通性は高い。

付 記：本論文は，Takashi Ikuta et. al., Comparative Research about the Attitude of Children in Japan and China towards the Media, Paper presented at the Annual Conference of ECER-2002, Lisbon , Portugal に加筆・修正を加えたものである。

参考文献

張国良（編）(2001) 新聞媒介与社会 (NEWS MEDIA AND SOCIETY)．上海人民出版社

Furu Takeo (1971) The Function of Television for Children and Adolescents, Sophia Univ.

後藤康志・生田孝至（1997）学習者特性を考慮したマルチメディア活用単元の開発．教育工学関連学協会連合第5回全国大会講演論文集（第二分冊）:719-720.

後藤康志・生田孝至（1998）マルチメディア活用学習が子どもの先有知覚に及ぼす影響．日本視聴覚・放送教育学会1998年度大会発表論文集：74-75

呉 鵬沢・生田孝至 (2001) 中国の子供たちのメディアに対して態度研究．日本教育工学会第17回全国大会講演論文集：209-210.

生田孝至他 (1988) メディアに対する児童の態度(2)．電子情報通信学会 ET88-4，43-46.

生田孝至・木原俊行（1999）インターネットに対する子供の態度－利用経験に着目した比較研究－．日本教育工学会第15回全国大会講演論文集：523-524.

生田孝至・後藤康志（1999）情報の受信と発信におけるメディアに対して子供の先有知覚に関する研究．新潟大学教育人間科学部紀要 1(2)：133-150.

生田孝至（2000ａ）教育工学事典．日本教育工学会（編），メディアリテラシー．実教出版，東京

生田孝至（2000ｂ）ドイツ及び日本に置ける総合的学習と新しい教育メディアの関連に関する比較研究．基盤研究(B)研究成果報告書

生田孝至(2000ｃ)子供はコミュニケーションメディアをどうみているか－メディアの発展の視点から－．教育工学関連学協会第6回全国大会講演論文集第二分冊：693-694.

生田孝至・呉鵬沢（2001）メディアに対する子供の態度－中日小学生の比較－ Selected Papers of International Conference on Information Technology in Education of Schools, 2001 : 88-93.

生田孝至（2001）メディアへの愛着性とメディアに対する態度．日本教育工学会第17回大会講演論

文集：79-80.
生田孝至・呉鵬沢（2002）中国の子どものメディアに対する態度研究．新潟大学教育人間科学部紀要．5(1)：1-37.
生田孝至・後藤康志（2003）小中学生のメディアに対する態度に関する研究．新潟大学教育人間科学部紀要 5 (3)：11-47.
生田孝至（編）（2003）平成12～14年度文部科学省科学研究費補助金基盤研究(B)(1) インターネット教育実践の質的研究ーメディア行動・認知・態度の観点からー（研究代表者 生田孝至）研究結果報告書
黒田卓・呉家信・木原俊行・黒上晴夫・生田孝至（1999）メディアに対する子供の態度ーマレーシアと日本の国際比較ー．日本教育メディア学会第 6 回大会発表論文集：65-66.
総務省（2003）平成14年通信利用動向調査.
崔保国（編）（1999）媒介変革与社会発展．南京師範大学出版社