

子どもによるウェブサイトに関する調査

荒川志津代・江口幸*・大羽鮎子**・大場順子***
土田渉子⁺・平井智子⁺⁺・藤崎奈津子⁺⁺⁺・八木香織里⁺⁺⁺⁺

A Study on Web sites by Children

Shizuyo ARAKAWA, Sachi EGUCHI, Ayuko OBA, Junko OBA
Shoko TSUCHIDA, Tomoko HIRAI, Natsuko FUJISAKI and Kaori YAGI

1. はじめに

情報化社会の影響は子どもの世界にも及びつつあり、近年、子どものインターネット利用率は高まっている¹⁾。学校教育を通して情報教育の一環としてパソコンに親しんでいるゆえでもあろうし、家庭におけるパソコン及びインターネット、携帯電話の普及などを通して、この種の新しいメディアが子どもの生活の一部としても取り込まれつつある²⁾ことの反映でもあろう。

子どものインターネット利用は、対戦型ゲームをしたり、メールのやりとりをしたり、ネットサーフィンをしたりするには止まらない。子どもは好奇心にあふれた存在であり、新しい環境に適応性の高い存在である。歴史的にも、「まだ子ども」と言われる若者たちが、良くも悪くも文化の最先端を切り開いてきた。新奇なものに目敏い10代の子どもの達が、ウェブとどのような関わりを持っているかを検討したクラウディア・ミッチェルらは、ポピュラーカルチャーとしての子ども文化を論じた著作³⁾中で、「サイバー開拓地における子ども」⁴⁾という章を設けている。子どもは、情報化社会の到来という新たな局面において、受け手としてのみ存在しているのではなく、先駆者、開拓者という位置にもあるという認識である。

ここでの開拓とは、ウェブ上のコンテンツにおいて、彼ら独自のカルチャーを構築していることを指している。ミッチェルらは、インターネット上の子どものホームページを、子ども向けサイト、子どもによるサイト（子どもが個人的に立ち上げているサイト）、子どもとおとなの手によるサイトごとに、その内容を分析した。そこで使用されている分析手法は、対象に「深く関わり、その記述と分析を繰り返して、社会文脈の中で対象を重層的に理解しようとする」⁵⁾エスノグラフィーである。近年、「日常の実践」の分析においては、数量的分析の限界と問題が論じられ、エスノグラフィーや間主観といった新たな方法が模索されている。それらの手法は、客観や普遍を絶対的価値とする自然科学的研究法の立場からは、いまだ難点が多く指摘されている。しかし、自然科学的アプローチでは掬い得ない課題で、多くの成果を上げつつあるのも事実である。

ミッチェルらも、子どものホームページを、エスノグラフィー的手法においてテキスト（視

*かわい学園幼稚園（石川県）、**愛知県町立小学校、***名古屋市立小学校、+名古屋市立幼稚園、

++北米語学留学中、+++名古屋市立幼稚園、++++グループホーム浄心の杜（名古屋市）

覚・聴覚テキスト)分析した結果、興味深い事実を提示している。この中でとりわけ筆者らの興味を引いたのは、子どもによるサイトでの、女子の個人的ホームページについての分析であった。分析者が女性研究者であったことも関係しているのかもしれないが、サイバースペースの、特に女子にとっての意味が丁寧に検討されていた。

彼女らの諸検討の結果を総括的に言えば、女子の個人的なホームページは、女子のポピュラーカルチャーの一形態としてあるのではないかと言えるということである。欧州や北米、豪州など英語圏のホームページからの分析ではあるが、女子のページのイメージやグラフィックスは、例えばステッカーやミニチュア人形を想起させるものであり、自叙伝的ページにおける文芸や美術作品には、ビジュアルなメタファーが使われている。彼女らは、ミシェル・フーコーのヘテロトピア(実際の施設や制度の内に存在しながら、人々を現実から運びさる場)の概念を援用し、少女のホームページを、「異なる場所」と考えた。また、ホームページに見られる文化は、ジェンダー論の中で指摘されるような性役割の強化が指摘できる一方で、従来のジェンダー論を越える点も見られることが指摘されている。

これらの分析に刺激を受けた筆者らは、彼女らの分析視点に学びつつ、日本の子どもの状況について調査することを試みた。日本における子どものサイトは、日本語という壁のもと、今のところ、一定程度あるいは相対的に、英語圏から独立した位相にある。日本の子どもは、ウェブサイトとどのように関わっているのであろうか。ウェブ上の子どもに関わるページの中でも、ミッチェルらの研究において明確に女子の特徴が見いだされた、子どもが立ち上げているホームページについて、日本の子どもの今の状況を把握しておきたい。ウェブ上の世界は絶えず変化しているが、その経過の中で、時に定点観測的に観察していくことが、子どもとウェブの関わり方の検討にとって今後必要となろう。そのような観点から筆者らは、ミッチェルらの分析の視点を、出来る限り数量的に記述した。それは、エスノグラフィ的分析のための、前段階の資料となるはずである。

2. 方 法

1. 分析対象：検索エンジンで見つかった、小学生から高校生までを対象にした6つのリンク集サイト(J-Students、「わあい」、ちびっこページ、きっずどり～むねっと、きっずどり～むねっと&キッズ共和国、小学生が作ったホームページ大集合)から、日本語で子どもが発信している子ども向けのホームページ367サイトを探し出した。そのうち、開くことができ、ホームページ上のプロフィールなどから小学生が個人的に作っていると判断できる140サイトを対象とした。

2. 検索及び調査の時期：2003年6月20日から8月28日。

3. 分析指標：次の指標に基づいて量的調査をした。

- 1) 子どもの特性と独立性(親などからの)を示す項目
 - ・管理人(学年、性別、親の関与の有無)
- 2) コミュニケーションの様子、双方向性の確保に関する項目
 - ・掲示板(有無、内容、利用度、返信状況、ゲーム的要素の有無、お絵描き掲示板の有無)
 - ・メール(有無)
- 3) イメージ分析、テキスト分析に関わる項目
 - ・タイトル(主に使われている文字の種類、表現している内容)・構成(ページ数リンク集)

- ・全体の色調と壁紙
- ・イメージ絵図の有無とリンク機能の有無
- ・ホームページの内容

3. 結果と考察

小学生が作っていると判断したホームページ140サイトのうち、学年が不明のものが9サイトあり、調査時点では、制作者が小学生ではなくなっていると判断できるもの（例えば数年前制作され、そのまま放置されているもの）が4サイトあった。調査項目によっては、140サイトからこの4サイトを引いた136サイトを対象とした。

1. 子どもの特性と独立性（親などからの）を示す項目：「管理人」について

分析対象は子どもによるホームページであるから、その管理人は子どもである。どのような子どもがホームページを立ち上げ、管理人となっているのであろうか。

学年で見ると、3年生、4年生の中学年から増えていた（図1）。これは、パソコンを操作出来るようになる年齢に付随した結果と思われる。

管理人の性別では、女子63%、男子31%、不明6%となった。一般的には、パソコンなどを行うのは男子、女子は人形遊びといったイメージを持たれがちであるが、実際には、女子にホームページを持つ子が多く、常識的なイメージとは違っていた。管理人の性別を学年別に検討しても、全ての学年で女子の比率が高いという結果（図2、数値はサイト数）になった。

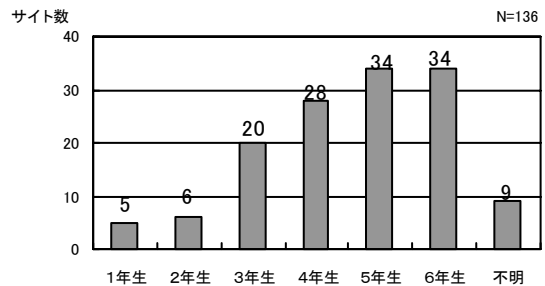


図1 管理人の学年

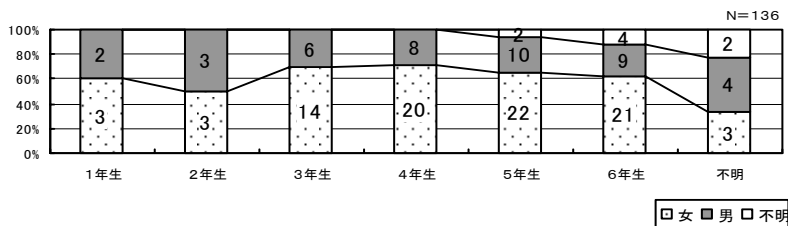


図2 管理人の学年別男女比

さらに、子どもがホームページを立ち上げるという活動に、親が関与しているかどうかについて調べた。関与の有無については、不明のページが半分近く（48%）あったが、わかる範囲で見ると、ほとんどが親の関与が有る（45%）（関与無：7%）という結果となった。小学生が全て自分でホームページを立ち上げるということは、難しいということが考えられる。

特に低学年ではその傾向が強いが、学年が上がるにつれ、親から独立してページが作られていた（図3、数値はサイト数）。男子と女子の性差については、大きな違いは見られなかった（図4、数値はサイト数）。

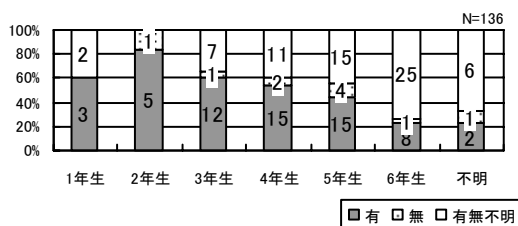


図3 学年別親の関与比

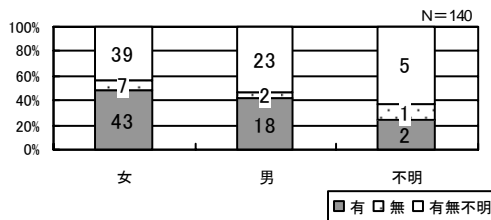


図4 性別／親の関与

2. コミュニケーションの様子、双方向性の確保に関する項目

ホームページ内で他の子どもたちと交流の場ともなり得る場所が、掲示板とメールである。そこでまず、1) 掲示板の有無、掲示板に書き込まれる内容、2) 掲示板の利用状況、掲示板に書き込まれたメッセージに対する管理人の返信状況、3) ゲームの要素を持った掲示板の有無、お絵描き掲示板の有無、そして4) メールについて調べた。

1) 掲示板の有無と内容

子どもが立ち上げたホームページには、掲示板がどれくらい存在するかを図5に示した。多くのホームページに掲示板が作られる理由は、掲示板を開設することでホームページを訪れた人と交流が持てるからであり、掲示板内では、日頃では友達になりえないような遠隔地の友達ができたりもするからと考えられる。

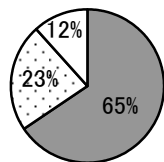


図5 掲示板の有無 (N=136)

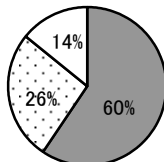


図6 男子の掲示板保有率 (N=136)

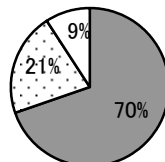


図7 女子の掲示板保有率 (N=136)

学年ごとの傾向(図8)では、低学年は、掲示板を開設している割合が低かった。低学年の立ち上げているホームページには親の関与が高く、親子で立ち上げている場合が多かったが、そこでの主体は子どもではなく親である。3年生からでは、掲示板を開設する管理人が増え、4年生から6年生の高学年は掲示板を開設する比率が高かった。子どもは掲示板での交流を求めているように思われる。そこには、学年が上がるにつれて自己主張が強くなり、友だちとの関わりを強く求める徒党時代を迎えることも影響していると考えられる。

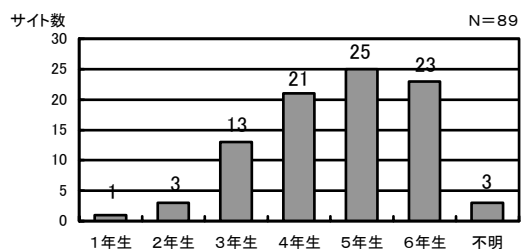


図8 掲示板の設置者の学年

これら掲示板に書き込まれている内容は、図9に示したが、「日常会話」と「HP」(ホームページ)に関するものが多かった。「日常会話」と分類した具体的内容としては、挨拶や天候、学校であった一日の出来事などであった。学校に関することの中でも、テストや学校の勉強に

については、「勉強」に分類し、「日常会話」とは区別した。「HP」には、ホームページの管理人に、立ち上げたホームページの感想、かわいいアイコンやページについて褒める、使っている素材についてのリンクの場所を尋ねる、といった内容のものを分類した。また、分類にあたっては、書かれているさまざまな内容のうち、主たる内容に基づいて行った。「ゲーム」には、TVゲームの攻略法をあらう、ゲームをした感想などが書かれていたものを分類した。「詩」には、自分で書いた詩を載せていたものを分類した。

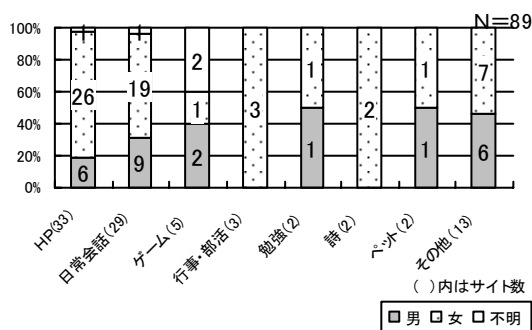


図10 男女別掲示板の内容

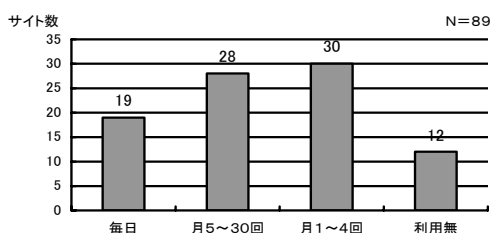


図9 掲示板の内容

その結果、「HP」と「日常会話」には大きな違いがあるように感じた。それは、子ども同士の親密度である。「HP」は、ホームページを立ち上げている、見知らぬ子ども同士のやりとりが、ほとんどであったように読み取れた。掲示板に書かれた言葉は、敬語が多くよそよそしい印象を受けた。一方、「日常会話」は見知らぬ者同士のやりとりか、友だち同士のやり取りかは文脈からはわからないが、「HP」とは違い、

非常に親しげであるように感じた。初めは抵抗無く持ち出せる話題として、「HP」を取り上げ、何度かのメールのやりとりで徐々に親交を深めていき、「日常会話」をするようになっていくのではないだろうか。これは、子ども同士の会話の段取りなのであろう。

男子と女子を比べると、女子の方がホームページでの交流に興味を持っているようであった(図10、数値はサイト数)。自分で書いた詩を載せることなどは、自己表現の現れであるように感じた。ホームページの管理人自体女子が多かったが、そこで掲示板を開設している女子の目的は、自己表現、友だち作り、その友だちとのおしゃべりであろうと考えられる。

2) 掲示板の利用度と返信状況

利用頻度を図11に示した。毎日利用されている掲示板は少なく、それらを立ち上げているのは、全てが4年生から6年生の高学年であった。月に1~4回というのが最も多いが、このことは、休日利用など、生活の中でインターネットが節度を持って使われていることを窺わせる。

これら掲示板の返信の状況(ホームページの管理人が、掲示板の書き込みに対してどの程度

返信しているか)を見ると、たまに返信する人数も含めると、全体の85%(する:70%、たまにする:15%)の管理人が、掲示板の書き込みに対して返信していた。また、管理人の返信が小さいからといって、掲示板の書き込みが少ないわけではなかった。この場合子どもは、掲

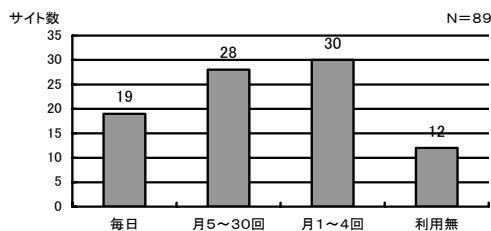


図11 掲示板の利用頻度

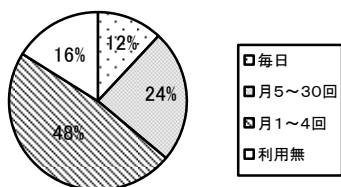


図12 男子の掲示板利用頻度 (N=25)

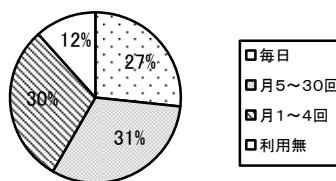


図13 女子の掲示板利用頻度 (N=60)

掲示板を管理人との交流の場としてだけでなく、ホームページの訪問者同士の交流の場としても利用しているようであった。

男女比を見ると、女子の掲示板の方が男子の掲示板よりも利用頻度が高いが(図12、13)、書き込みに対しての返信は、男子の管理者の方がまめにしていた(図14、15)。

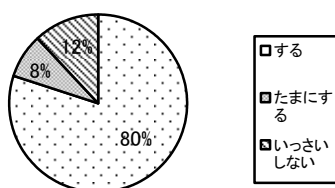


図14 男子の返信状況 (N=25)

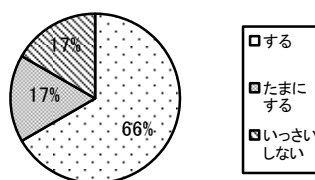


図15 女子の返信状況 (N=60)

3) 掲示板におけるゲーム的要素とお絵描き掲示板について

ゲーム的要素とは、掲示板にただ書き込むだけではなく投稿者を楽しませるような機能を持ち合わせたものをいう。ゲーム的要素が付いているものは見ただけでも楽しくなるものばかりで、投稿者の意欲を掻きたてていると考えられる。しかし、掲示板にゲーム的要素が付いているものは、全体の4%しか存在しなかった。学年別に見ると、4年生の開設したホームページが2サイト、5年生のものが3サイト、6年生のものが1サイトであった。今後は、今よりも簡単な方法で機能をつけることができるようになれば、ゲーム的要素のついた掲示板が増えてくる可能性も考えられる。しかしながら、ホームページの訪問者は、あまり掲示板にゲーム的要素を求めている可能性も考えられる。ゲームができるサイトは他にもたくさん存在するからであり、ホームページには精巧なゲームとは異なる何かを求めているのかもしれない。

お絵描き掲示板とは、文字だけではなく、その場でホームページの訪問者が自分でイラストを描いて投稿できる機能を持った掲示板をいう。主体は、どちらかという文字よりもイラストである。お絵描き掲示板の存在したホームページは、全体の19%であった。残りの81%は通常の掲示板だけであった。男女比で見ると、ホームページを立ち上げている女子の20%が、お絵描き掲示板を開設しており、男子のお絵描き掲示板の開設率は14%であった。また学年では、4年生の開設が最も多く、それに続いて5年生、6年生の順に多かった。

お絵描き掲示板を持っている子どもは、必ずといっていいほど通常の掲示板との両方を併用していた。また、お絵描き掲示板の存在したホームページの「内容」には、管理人自身が描いた絵やイラストが掲載されている「イラスト」であることが多かった。掲示板の書き込みには、

色の使い方や手法を聞いたりして互いに刺激しあっているようであった。お絵描き掲示板に絵やイラストを描くことは、投稿者にとっての話すこと以外の自己表現方法の一つであるように感じた。掲示板の投稿者は、この場を利用して、自分の描いた作品を見せ合うことで、自己表現をしているように思われた。

4) メール

メールアドレスはホームページを公開する際の登録時に、多くの場合必要となるので、ホームページを公開しようとするほとんどの人は持っているものである。そのメールアドレスを、訪問者が管理人に直接メールが送れるように、ホームページ上で公開しているものは65% (91サイト) あった。公開していないものは35% (49サイト) であった。訪問者との関わりを持つようとしている子が多いと考えられる。訪問者が管理人とやりとりができる手段として「掲示板」もあるが、その「掲示板」の開設率と、メールアドレスの公開率はほぼ同じであった。メールは管理人と訪問者という1対1でのやりとりになるが、「掲示板」は管理人と多くの訪問者、また、訪問者同士の交流の場となる。そのどちらに対しても積極的であるようだった。

メールアドレスの公開の有無に男女で大きな差はなく、学年による大きな違いも見られなかった。

ホームページ上にメールアドレスを公開する理由は、「掲示板」にも同じことが言えると思われるが、自分のホームページを見た感想や意見を聞いてより良いものにしようしたり、管理人と訪問者との交流の場として、仲間を作ろうとしたり、増やそうとしたりなどしているのではないかと考えられる。一方「掲示板」もメールアドレスの公開もない子は、ホームページを公開し、自分をアピールすることだけで満足しているのではないかと考えられる。また、メールアドレスを公開することで、そのメールアドレスを悪用されるなどの恐れがあるため、警戒して公開していないという面もあろう。

3. イメージ分析、テキスト分析に関わる項目

エスノグラフィーの手法で分析する前段階の作業として、イメージやビジュアルテキストについても、数量的に明確化出来る部分について、量的に把握することにした。

1) タイトル

ホームページを開いて、まず一番最初に目に入ってくるのがタイトルである。本のタイトルや新聞の見出しなどと同じで、ホームページもタイトルが肝心だと思われる。インターネットで検索し、一覧表を探している時もタイトルに惹かれてそのページを見てみようと思うことがあるだろう。

まずタイトルの文字について見ると、子どもが作ったタイトルで、目立って多いのが「ひらがな」で54%、全体の半数以上である。次に多いのが「英語」と「カタカナ」で16%、その次が「漢字」で9%であった。一番少ないのは「ローマ字」で5%であった。「ひらがな」が一番多い理由として、子どもにとっ

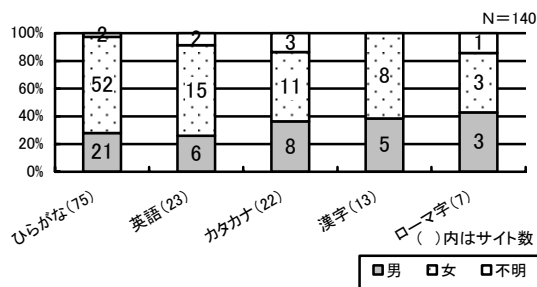


図16 男女別タイトルの文字

て一番初めに覚えるのが「ひらがな」なので、身近で使いやすいのと、「ひらがな」は丸みがあってかわいらしい感じがするということがあげられるであろう。「英語」や「ローマ字」は「ひらがな」とは違い、カッコいい感じがすると思いついたのだろうと思われる。また、「カタカナ」と「漢字」はそのまま使われているのではなく、「ひらがな」と組み合わせて使っているものが多かった。例としてあげると、<まあくんの部屋>や<ようこそ！ナホ&ユキの部屋へ>などがある。現在ひらがなは、親しみ、柔らかさ、かわいらしさ等、独特の雰囲気を持って受け止められている。従ってホームページに対して、そのイメージ効果を狙うことが、意識、無意識にひらがなが好んで使われる理由のように思われる。このひらがなを特に好んで使っていたのは、男子より女子の方であった。男女差が無かったものは「ローマ字」である。

子どもが作ったホームページのタイトルの内容を見ると、「自分の名前」が57%と一番多かった。次に「その他」(タイトルが自分の名前や「中身」以外のもの、例:「あおりんご」)が31%、「中身」(タイトルがホームページの中身になっているもの、例:「キッズ☆キャンプ」)が12%の順になっている。「自分の名前」はそのまま使われているものもあれば、ニックネームなどがあつた(例:「はっぴーきょりな」)。「中身」より「自分の名前」が多かつた理由として、自分の趣味のことより自分自身について書いてあるホームページが多かつたので、タイトルを「自分の名前」にしたほうが分かりやすかつたのだと考える。「自分」を外に向かって表現していきたいという思いもあるだろう。なお性差でみると、女子はタイトルに「自分の名前」を付けることが多く、男子は「中身」に関するタイトルを付けることが多かつた(図17、数値はサイト数)。

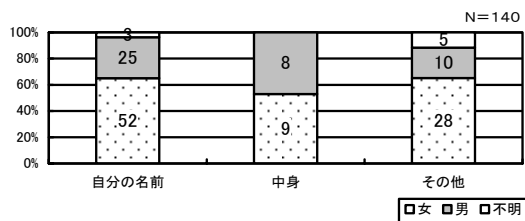


図17 男女別タイトルの内容

2) 構成

まずホームページのページ数であるが、1～100ページで構成されているものが31サイトで一番多く、次に11～21ページのもの31サイト、その次が21～30ページのもの20サイトであつた。30ページ以上のサイトについてはその分量は100ページを越えるものまでさまざまであつた。分量が増えていくのは、主に掲示板の書き込みのためであつた。分量が管理人の属性とどのような関連を持っているかについては、明確な傾向は見つからなかつたが、わずかに、男子に比べ女子の方がページ数が多くなるようであつた(図18、()内はサイト数)。

次にリンクの様子についてみると、集計した全てのホームページにおけるリンクの有無の割合は、リンク有は86%、リンク無は14%となつた。ほとんどの子どものホームページ上にリンクがあることがわかる。学年別にリンクの有無をみてみると、どの学年においてもリンク有の

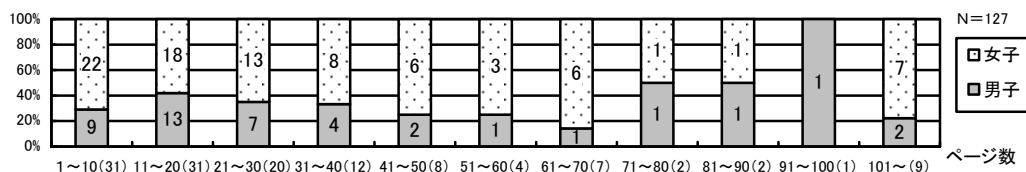


図18 男女別ページ数の割合

割合の方が高い。また、学年があがるにつれて、リンク有が多くなっていった。どこにリンクしているかについて示すため、管理人が推薦してリンクしているホームページを3つに分類した。子どもが発信しているホームへのリンク、大人が発信しているホームページへのリンク、企業が発信しているホームページへのリンクである。図19では、それぞれを推薦 HP (子ども)、推薦 HP (大人)、推薦 HP (企業) と表記している。その割合を見ると、「子ども」と「大人」のリンクは、それぞれ全体の4割をしめ、「企業」のリンクは、全体の2割弱という結果になった。「企業」よりも、個人が作ったホームページへの推薦が多いことから、ホームページを作っている子ども(管理人)は、同じように個人で作ったホームページに興味があるのではないだろうかと思われる。

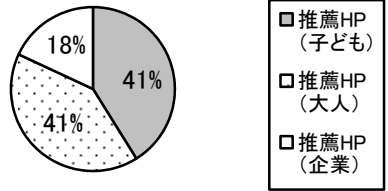


図19 推薦ホームページの割合 (N=127)

3) 全体の色調と壁紙

ホームページを見ていると、ホームページを彩るのにさまざまな色が使われている。もし色がなく、無色ばかりのホームページでは作るのも見るのも味気なくなってしまう。色は、ホームページを視覚的に楽しませるものである。また色には、子どものメッセージ性やホームページの特徴が反映されている。そこでページ全体の色について、どのような色調に仕立てているのか見てみることにした。ホームページには多様な色が使われているが、主にどんな色が使われているか3色まで順位をつけてカウントした(図20、数値はサイト数)。

図20に見るように、ホームページでよく使われる色は「白」や「水色」や「ピンク」など薄い色が多かった。また、「黒」や「青」などの色は、文字として使われていることが多かった。3位までにカウントされた色(1位+2位+3位)について、男女別で見ると、図21のようであった(数値はサイト数)。男子は、「青」や「緑」の寒色系の色や「オレンジ」などのはっきりと

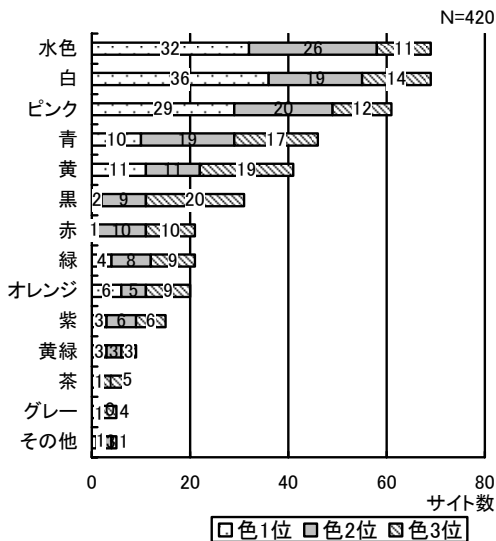


図20 色1～3位

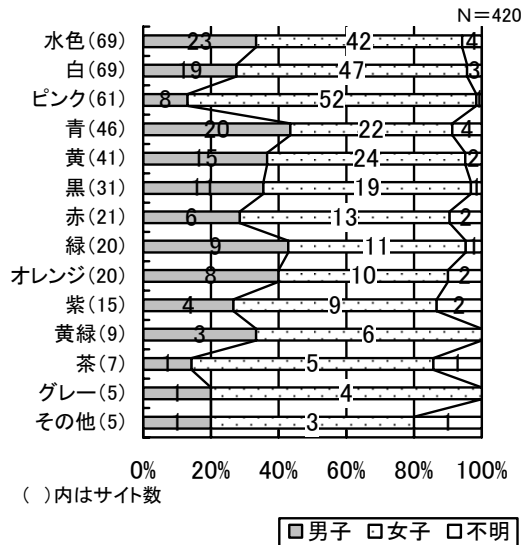


図21 男女別色1～3位

した色を好んで使っていると思われる。反対に女子は、「ピンク」や「白」の比率が特に男子よりも多く、こういった淡い色を好んで使っていると思われた。ホームページに使われている色を学年別に見ると、全学年が使っている色は、「ピンク」「黄色」「紫」「水色」「青」「赤」「白」「緑」である。

次に壁紙（デスクトップの背景）について見てみる。壁紙トップは、ホームページの訪問者が、初めて目にするページの背景のことであり、ページに対する印象に影響を与える要素の一つと言える。これを、13個の色と11個の模様に分けた。色だけで作られた壁紙は色をカウントし、模様をつけていた場合は、模様をカウントした。ここに挙げた色や模様には属さないものは、「その他」にカウントした。「その他」の例としては、手書きで書かれたものや、スプレーを吹きかけたようなものなど様々なものがあった。また、トップの他に壁紙の1ページから5ページも、それぞれ合わせて色と模様をカウントした。

まず壁紙トップの色や模様と性別との関連について、図22（数値はサイト数）に示した。男子は、特徴がつかみにくいものの、「自然」が一番多かった。「自然」というのは、「植物」「花形」「星形」以外の自然、例えば太陽や雲などを意味している。男子は全体的に、一つの項目に偏らず、ばらつきがあった。女子は男子と異なり、一つの項目に集中する傾向があった。例えば「動物」「花形」は、ほぼ女子のみに使用されていた。女子は、「動物」や「花形」など積極的に模様を用いて、凝った作品に仕上げる傾向があった。全体的に一番多いのは白であり、壁紙作りにあまりこだわらない管理人は「白」とするのではないかと思われた。

壁紙の1ページから5ページまでを合わせて性別の比較をして見ると、男女の差が最もよく表れているのが、「ハート形」、「花形」、「動物」、「ストライプ」、「チェック」、「ピンク」、「黄緑」、

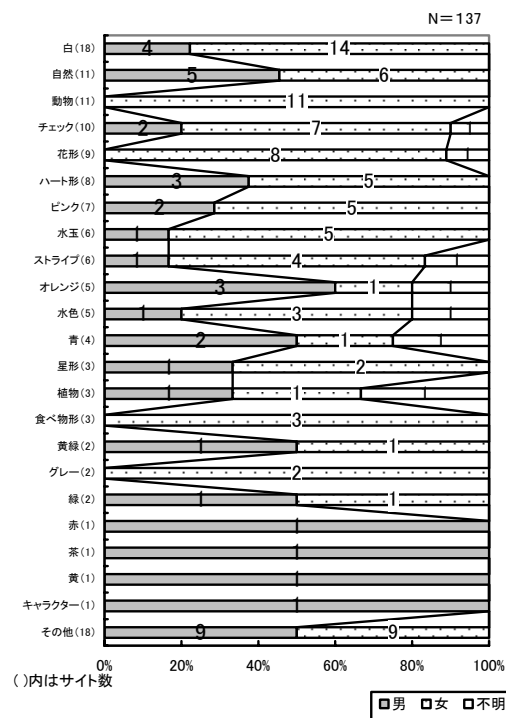


図22 壁紙トップの男女比

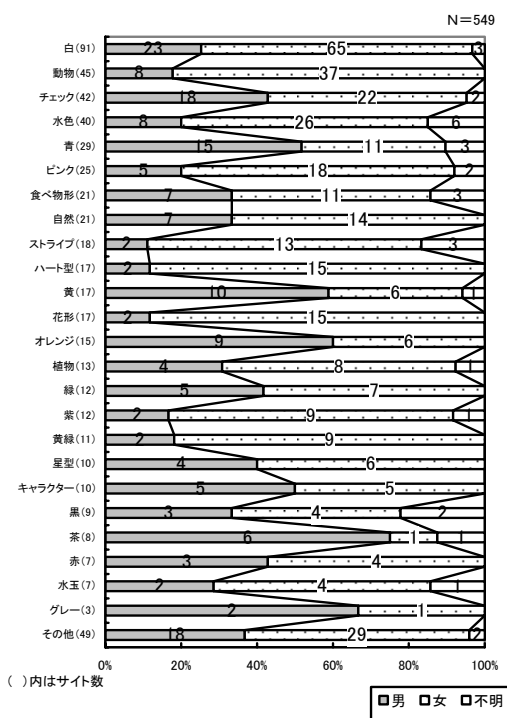


図23 壁紙1～5ページの男女比

「紫」、「水色」、「白」であった(図23、数値はサイト数)。これらは、男子よりも女子のほうが多い。逆に男子の方が多かったのは、「オレンジ」、「黄」、「青」、「茶」である。壁紙トップと同じように、女子は模様を積極的に使い、かわいい模様や色を好む傾向にあった。

管理人の学年によって壁紙がどのようなものであるかについても検討した。1～3年生の低学年では、管理人の数が少ないのではっきりした傾向はわからなかったが、1年生は、「ハート形」、「花形」、「白」が多く、2年生になると、「チェック」の壁紙を使う子が現れ、3年生になると、「食べ物形」「星形」「動物」と模様をつけ始める子が増えていた。3年生になるとパソコンに慣れ始め、他の人とは一味違うような模様をつけるようになるのではないかと考えられた。

高学年が立ち上げたページでは、トップページを見ると、4年生は「ピンク」、「自然」、5年生は、「動物」、「白」、6年生は、「ストライプ」、「白」が多かった(図24)。しかし差ははっきりしたものではなかった。壁紙の1～5ページ全部に関して見ると(図25)、全体に白が最も多いが、その他の色としては4年生は、「黒」、「自然」、「水色」、「茶」が多く、5年生は、「動物」、6年生は、「ストライプ」、「チェック」が多かった。しかし高学年では、他にもさまざまな色や模様が多様に使われており、また低学年より複雑な模様を使う傾向があった。

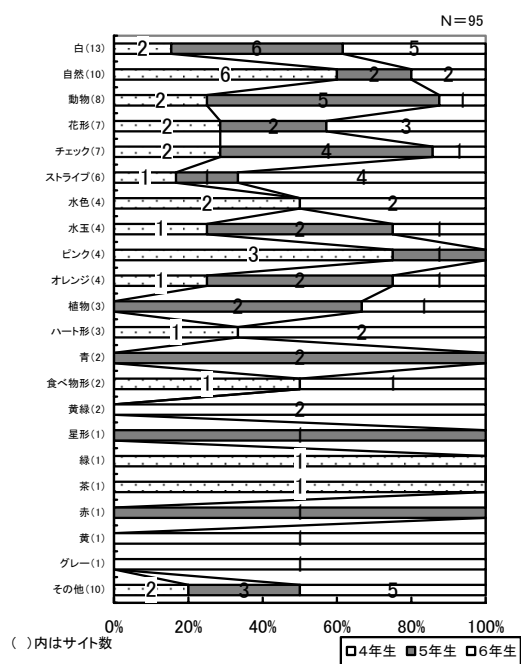


図24 壁紙トップと高学年

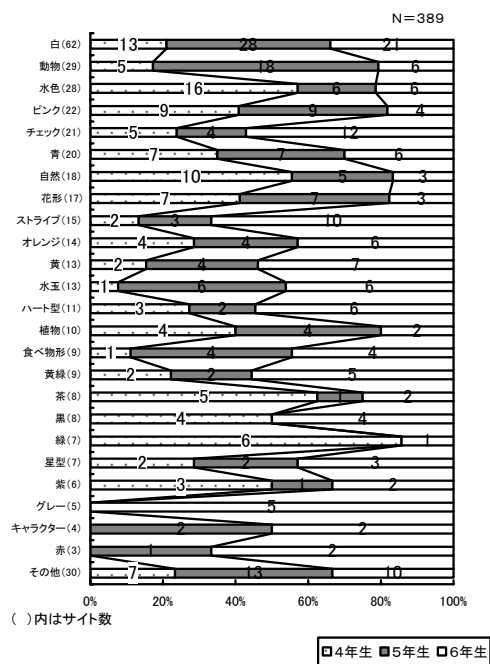


図25 壁紙1ページから5ページと高学年

壁紙全体にいえる傾向として、男子は「青」、「黄」などの色を好み、女子は「ピンク」を好んでおり、特に低学年にこの傾向が顕著であった。低学年の色の選択は若干ステレオタイプであり、高学年になると、男女関係なく、色や模様を選んでいる様子であった。模様は3年生頃から積極的に使われていた。1、2年生では、好みの色を選択するといった感じであったが、3年生からは、自分の使いたい壁紙を素材集サイトから取り寄せたりすることができるようになるのではないかと考える。また高学年については、見てもらう人に伝えたいことが増え、内容

も増えるため、内容に合わせて壁紙を作っているのではないかとされた。

5) イメージ絵図

ホームページを見ていくと、ぱっと見たときに目に飛び込んでくる、主たる絵(映像・動画・イラスト)がTOPページにあった。ここでは、そのことをイメージ絵図と呼ぶことにする(例:図26)⁶⁾。



図26 イメージ絵図

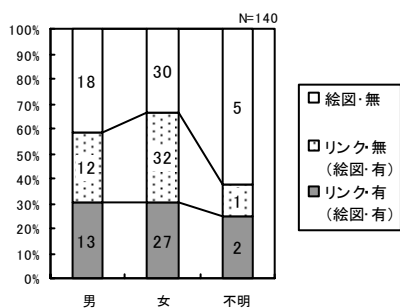


図27 イメージ絵図の有無の男女比

イメージ絵図は、管理者の好みを反映しているようであった。調査対象全体の中で、イメージ絵図を持っているのは、69%であった。

図27(数値はサイト数)は、イメージ絵図を有と無に分け、そのイメージ絵図の有のうち、リンク機能の有と無に分けたものである。この場合のリンク機能とは、このイメージ図をクリックすると次のページなどに行けるといった仕掛けがしてあることを言う。

イメージ絵図はホームページの入り口にあるものであり、学年が上がるにつれ、TOPページがシンプルになっていったからであろうと考えられる。また、内容が充実し、文字数が増えていったことも理由の一つであろう。

イメージ絵図やリンク機能を持っているものの割合は、学年があがるにつれ、下がっていった(図28)。

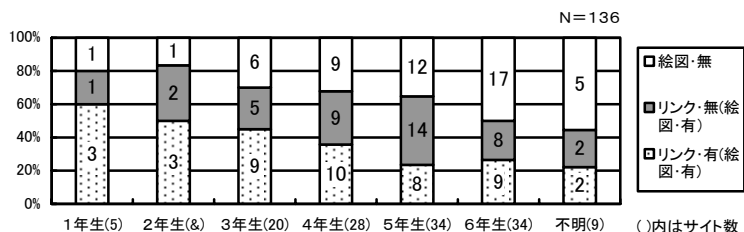


図28 イメージ絵図の有無の学年比

6) ホームページの内容

ホームページにはさまざまな内容が載せられている。その内容には、管理人の興味あること、考え方、思いが表れていると思われる。ホームページの内容については、ページ数にかかわらず、5種類までを分類し、カウントした。5種類ないものについては、ある分だけをカウントし、残りは「無」としてカウントした。分類の仕方は次のようである。

「趣味」…熱中していること、または、好きなこと。その中でさらに、料理や工作など、作ったものや作り方などを紹介しているものを「趣味・作る」、シールやぬいぐるみなど、集めたものを紹介などしているものを「趣味・集める」、釣りや機関車についてなど、どちらにも当てはまらないものを「趣味・その他」として分けた。

「有名人」…好きな有名人のプロフィールや画像を紹介したり、好きな有名人のファンサイ

トなどにリンクさせたりしているもの。

「キャラクター」…好きなアニメなどのキャラクターのこについて紹介したり、それらについて紹介した他の人のサイトをリンクさせたりしているもの。

「勉強」…自由研究として調べたものなどを紹介しているもの。

「学校・友達」…部活や授業の様子など、学校の様子について紹介しているもの。

「日記」…日々起きたことや旅行記、自分の気持ちなどをつづったもの。

「自己紹介」…自分の名前（本名又は、ニックネームやウェブネームなど）や生年月日、好きな食べ物・色の好みなど、自分自身について紹介しているもの。

「ゲーム」…インターネットを使ってできる自作のゲームや他作のゲームをリンクしているものや、コンピューターゲームの攻略法について紹介しているもの。

「イラスト」…パソコンを使って描いたものや、実際に絵の具などを使って描いてスキャナしたものを紹介しているもの。

「ペット」…自分が飼っている生き物を写真などで紹介しているもの。

「その他」…上記のどれにも当てはまらないもの。例えば、そのホームページの利用状況や、占い、自分の住んでいる街についてなど。

分類した結果、次のことが分かった（図29）。「趣味」について載せているものが一番多く、その中でも特に、「趣味・作る」が多かった。また、約半数のものが「日記」や「自己紹介」を載せていた。ホームページを公開する子どもにとっては、ホームページは自分の興味や、自分に起きたことなど、「自分」を中心に紹介する場としている管理人が多いと考えられる。

男女別にみると次のことが分かった（図30、数値はサイト数）。男女ともに、全体的に「趣味・作る」や「ゲーム」、約半数が載せていた「日記」や「自己紹介」が多かった。その他に、女子では「イラスト」も多かった。男女比で見ると、「勉強」と「ペット」は同じくらいだが、その他は女子の方が割合が高かった。このことから、女子の方が多種類を載せて、より自分をアピールし、表現しようとしていると考えられる。

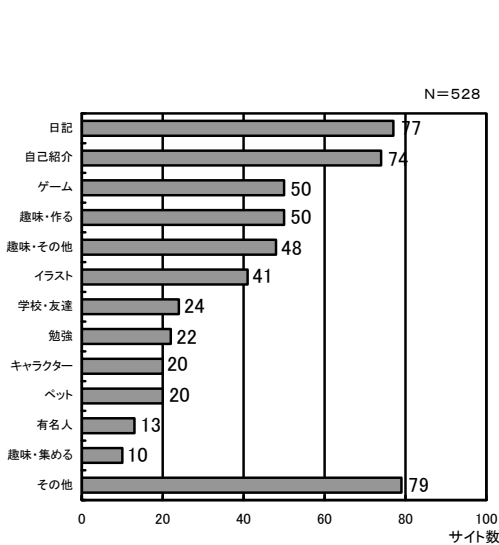


図29 内容

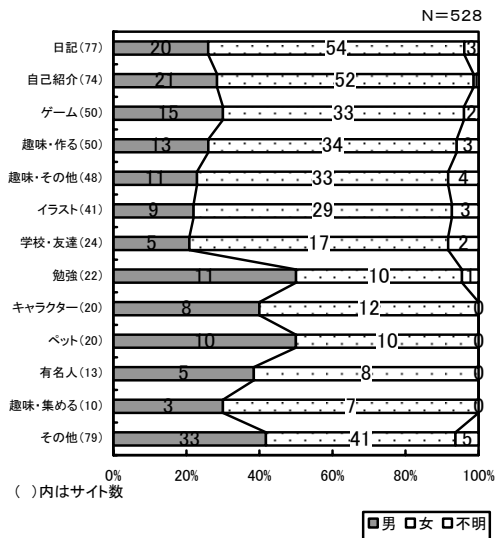


図30 内容の男女比

4. 結 び

調査の結果、2003年時点における子どもが立ち上げているホームページについて、次の点が明らかになった。

①子どものホームページの立ち上げは、主に小学校3年生以降に行われている。

②ホームページ管理者の性別比較では、男子より女子の方が多い。

③管理者は、掲示板やメールによる双方向性の確保には積極的である。そこでは、ホームページについての話題を入りに交流が始まり、その他の会話へと発展する。

④掲示板は、自己表現の場としても使われている。この傾向は特に女子に多い。

⑤ホームページのタイトルは、ひらがなが多く、親しみややかさが演出されている。また、自分の名前をタイトルにつけることが多く、自己表現欲求との関連がうかがえる。特に女子にこの傾向がある。

⑥ホームページの色調には、女子はピンク、男子はオレンジ、黄、青、茶などの性別によるステレオタイプな傾向が若干見られた。また壁紙の模様にも、女子は動物や花、男子は自然系など、若干の嗜好傾向の違いが見られた。

⑦トップページにおけるイメージ的な図や絵は学年とともに減少し、年長になるに従い、文字などのその他の表現手段が用いられる傾向にあった。

⑧ホームページの内容は、趣味、日記、自己紹介が多く、「自分」を中心とした表現の場であった。

以上から、子どもが立ち上げているホームページには、「人との交流」「自己表現」の機能があると考えられた。とくに女子のページにそれが強く見られ、雑誌など種々のメディアで独自の領域を確立した「少女文化」が、今後ウェブ上においても新たな形で花開くかもしれないと思われた。

現時点で言うならば、今ホームページを立ち上げている子どもにとって、インターネットは、粘土で自分が表現したい物を作ったりすることと同じように、自己表現の一つのスタイルにすぎないと考えられる。技術的にも社会的制約の上でも、彼らの表現がいかに自由に出来るかが、今後のウェブ上の子ども文化の発展にとって、重要になると思われた。

参考及び引用文献

- 1) 財団法人インターネット協会監修、井芹昌信『インターネット白書2003 利用動向調査 レポート』、株式会社インプレスネットビジネスカンパニー、p.384-393. (2003)
- 2) 前掲1)、p.25-26.
- 3) Clandia Mitchelland Jacqueline Reid-Walsh、Researching Childen' s Popular Culture : The Cultural Spaces of Childhood、Routledge. (2002)
- 4) 前掲3)、p.141-170.
- 5) 吉見俊哉編、『カルチュラル・スタディーズ』、講談社、p.217 (2002)
- 6) <http://www.h5.dion.ne.jp/~oracion/index.htm>