

目的 1980年代に入って、キャプテンやCATVといったニューメディアに関する論議が主としてシステムの提供者側から盛んに行われている。最近ではホームショッピングやホームバンキングなど、具体的なサービスを挙げてニューメディアの可能性が示されているが、それに対し、そのサービスを受ける側からの議論はほとんどなされていないのが現状である。コストや法制上の問題などから、さしあたりすぐ各家庭に普及するようなことはないとしても、将来の方向としては、このようなニューメディアによる情報・サービスのシステムの整備は必ず至であろう。本研究は、企業側の論理によるニューメディアの流入以前に、家庭がそれに対応できる体制を整えておく必要から、家政学の立場に立ち、家庭生活を主体として、ニューメディアの普及とそれによる種々の問題を検討することを目的とする。

方法 今回はまず第1歩として、ニューメディアに関する既存の研究成果を見直し、従来の研究で欠如している部分を整理した上で、その中から家政学の分野において是非検討を要すると思われる諸側面を抽出、それらの視点にたって考察をすすめる。

結果 まず現在可能とされているサービスを家庭生活の側からチェックする必要がある。(この点については特に在宅福祉の面において評価している。)同時に未知の分野(家庭において)における積極利用の開発をすすめる。さらにニューメディアの家庭進出に伴う家庭生活の変化の予測をたてておくことが必要である。それらの変様は、衣・食・住、家庭経営等の家政のあり方や家族関係、コミュニティ、さらには文化的側面においてあらわれる。