

生活情報の収集に関する調査

岩下紀久雄

Research on Information Collection in Daily Life

Kikuo IWASHITA

緒 言

近年、家庭においても様々な情報が洪水のように押し寄せてきている

今、これらの情報をどのような価値に基づいて取捨選択し、あるいは活用し、生活の質を高めていくかが問われていると言えよう

このような観点から、大学生の教育に当たる者として、学生の実態を十分に把握し、今後の指導に役立てる必要があると考え、本学の学生(女子)について各種情報メディアの利用状況についてアンケート調査を行い検討した

方 法

1 調査対象

本学 短期大学部	生活学科	生活情報専攻1年(以下, '情報' と略す)	44名
4年制大学	家政学科	生活環境専攻4年(以下, '環境' と略す)	27名
4年制大学	家政学科	生活経営専攻4年(以下, '経営' と略す)	47名
4年制大学	日本文学科	3年 (以下, '日文' と略す)	56名
			計174名

回収率 100%

2 調査時期

平成7年9月

3 調査内容

- (1) 各種情報メディアの所有と利用状況
- (2) 新聞記事の読まれ方及びテレビ番組の視聴状況
- (3) 生活上の関心事

これらの項目の回答について、単純集計とクロス集計などを行い、その結果を検討した。

結果と考察

1 基本属性(生活の場)

問1 いまの生活の場はどこですか (①自宅 ②アパート ③寮)

この結果を表1に示す

- ・自宅通学者が81.0%と多いが、中でも短大「情報」が90.0%で、他の4年制を合わせた77.7%より12.3%も多くなっている。(以下の図や表では、紙面の関係で学科・専攻別のデータは割愛し、必要に応じてコメントする。)

表1 生活の場

	自宅		アパート		寮		合計
	人数	%	人数	%	人数	%	
情報	40	90.9	2	4.5	2	4.5	44
環境	22	81.5	5	18.5	0	0.0	27
経営	35	74.5	12	25.5	0	0.0	47
日文	44	78.6	12	21.4	0	0.0	56
合計	141	81.0	31	17.8	2	1.1	174

2 各種情報メディアの利用状況

問2 次の情報機器や出版物などに

- ついて (①よく利用 (2)時々利用 (3)あるが利用しない (4)ない)

(1) この問いについて、「よく利用」と「時々利用」をジャンル別に図1にまとめた。

- ・一番多く利用されているのが「電話」で、174人中 169人(97.1%)
- ・次いで「テレビ」164人(94.3%)
- 「ラジカセ」145人(83.3%)
- 「新聞」145人(83.3%)
- 「ファッション情報誌」98人(56.3%)
- 「ラジオ」96人(55.2%)
- 「ワープロ」94人(54.0%)
- 「チラシ・DM」92人(52.9%)
- 「VTR」84人(48.3%)
- 「一般週刊誌」62人(35.6%)
- 「ウオークマン」61人(35.1%)
- 「ポケベル」55人(31.6%)
- 「女性週刊誌」50人(28.7%)
- 「商品情報誌」48人(27.6%)
- 「旅行情報誌」41人(23.6%)
- 「衛星放送」34人(19.5%)
- 「アルバイト情報誌」34人(19.5%)
- 「パソコン」33人(19.0%)
- 「レジャー情報誌」29人(16.7%)
- 「音楽情報誌」28人(16.1%)
- 「FAX」13人(7.5%)
- 「資格情報誌」13人(7.5%)
- 「車情報誌」13人(7.5%)
- 「CATV」11人(6.3%)
- 「健康情報誌」10人(5.7%)

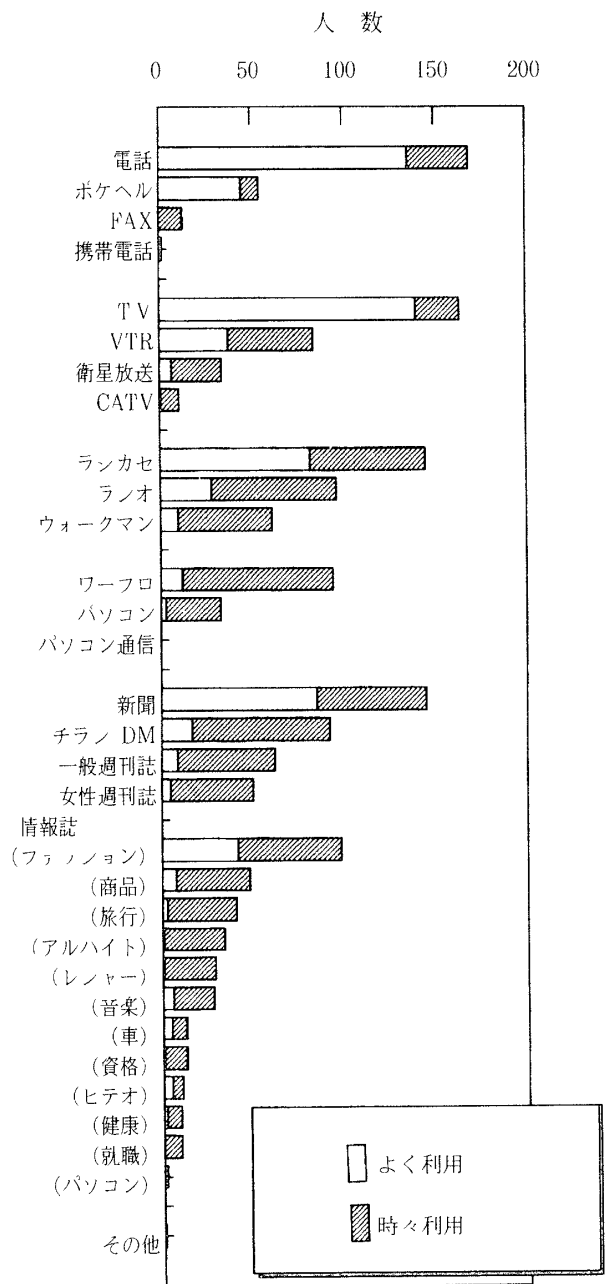


図1 各種情報メディアの利用状況

の順になっている

(2) なお、この項目について特徴的なことを挙げると、

- ・大多数の学生が利用しているのが「電話」、「TV」、「ラジカセ」、「新聞」である。
- ・「ポケベル」については、「情報」の利用率が72.7%と大きく、「情報」を除いた他の学科・専攻の平均17.7%に対し際立った差を見せている アルバイトと関係があるのではないかと推測される
- ・「電話」、「TV」、「ラジオ」、「新聞」、「週刊誌」、「VTR」については、学科・専攻間で大きな差は見られない
- ・「専用ワープロ」は、半数以上の94人(54.0%)が利用しており、「パソコン」の33人(19.0%)を大きく上回っている。
- ・「パソコン」については、「情報」の12人(27.3%)が家で利用している これは専攻の性格によるものと思われる。因みに他の平均は16.1%である。
また、「あるが利用しない」者が全体で21人(12.1%)いる
- ・「FAX」は、利用者が13人と少なく、「あるが利用しない」の12人とほぼ同数であり、学生にとっては利用の方途があまりないものと思われる
- ・社会で急速に普及し始めた「携帯電話」は、全体でわずか3人が利用しているだけであり、経費の面もあってか、未だ親の職業上の利用に限られているようだ
- ・これから重要な役割を果たすと考えられる「パソコン通信」設備のある家庭は2軒だけであり、この2軒についても学生は利用していない
- ・マルチメディア時代の先駆となると考えられている「CATV」の普及は、本調査では6.3%と低い。因みに米国では60%台にある
- ・「チラシ・DM」の利用は、「日文」が他の学科・専攻の平均64.2%に対し、26.8%と低い数値を示している
- ・「アルバイト情報誌」の利用は、「情報」が31.8%であるのに対し、他の4年制の平均は16.1%と低い。
- ・「就職情報誌」の利用の7名はいずれも4年生である

3 世の中の動向を認識するためのメディア

問3 あなたが世の中の動きを知るためによく利用しているもの(複数可)

このまとめを図2に示す

- ・「TV」が92.0%と多いことは予想されたとおりであった。
- ・「友人との会話」の比率が高いことは注目に値する

4 学生の関心事

問4 あなたがいま興味・関心を持っている事柄について(3つ以内)

この回答を図3にまとめた

- ・就職難時代の反映と考えられるが、「職業」に関する関心が48.3%と最も高くなっている

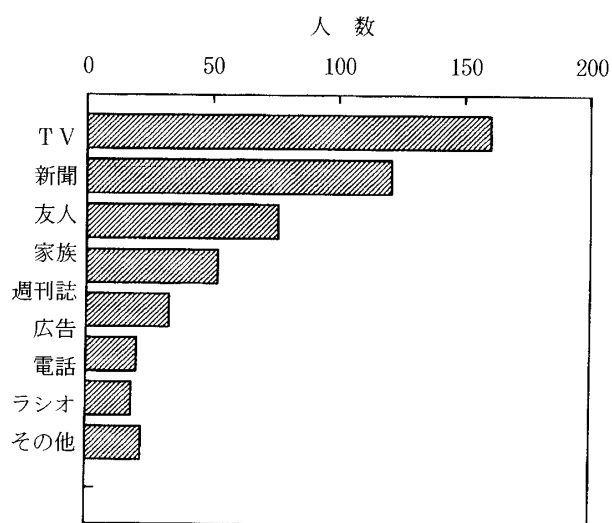


図2 世の動向を知るためのメディア

- ・次いで、「生き方」についてが38.5%となっており、女性の社会進出と家庭生活の狭間で揺れ動く心が表れているのではなかろうか
- ・第3位に「買い物」33.9%と「ファッション」33.9%がきて、順次「趣味」25.9%、「恋愛」25.3%が続いている。「ファッション」の回答が多かったのは「情報」である
- ・「政治・経済」や「環境問題」などの社会面にはあまり関心を示していない

5 テレビ番組について

利用率が高いテレビについて、番組のジャンル別の頻度と、それがどのような理由で視聴されているかを調べた。

問5 テレビ番組放送で、次の各項目について、よく見るものには○(複数可)をつけ、見る理由を下の①～⑨から選んで下さい

(※ 項目は表2参照)

- ①教養を高める
- ②主権者としての力をつける
- ③職業生活に役立つ
- ④良い品を安く買う
- ⑤日常生活の改善
- ⑥健康な生活
- ⑦楽しみ・娯楽
- ⑧暇つぶし
- ⑨その他

集計結果を「図4」及び「表2」にまとめた

- ・回答数が1番多かったのが「一般ニュース」(147名, 84.5%)で学生としては当然といえる
- ・次の上位群に位置するのは、「ドラマ・映画」(141名, 81.0%), 「スポーツニュース」(112名, 64.4%), 「バラエティ・ショー」(107名, 61.5%), 「歌謡」(97名, 55.7%)などと娯楽性のある番組の

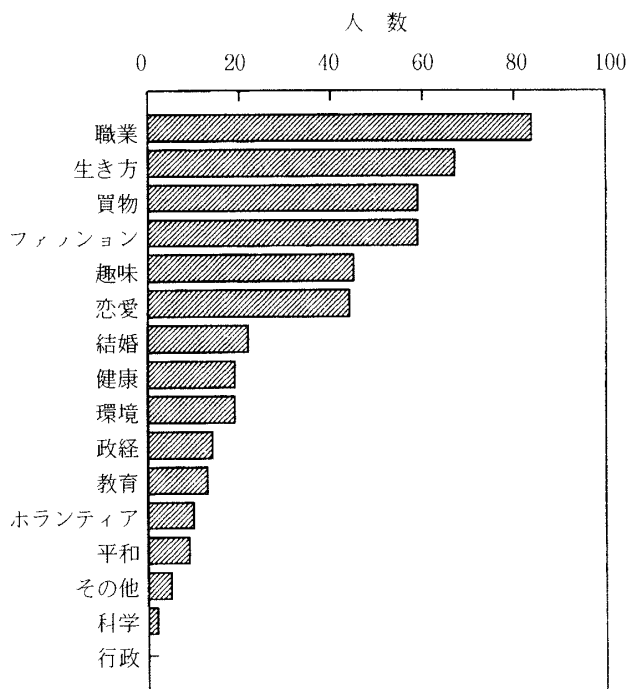


図3 興味関心を持っている事柄

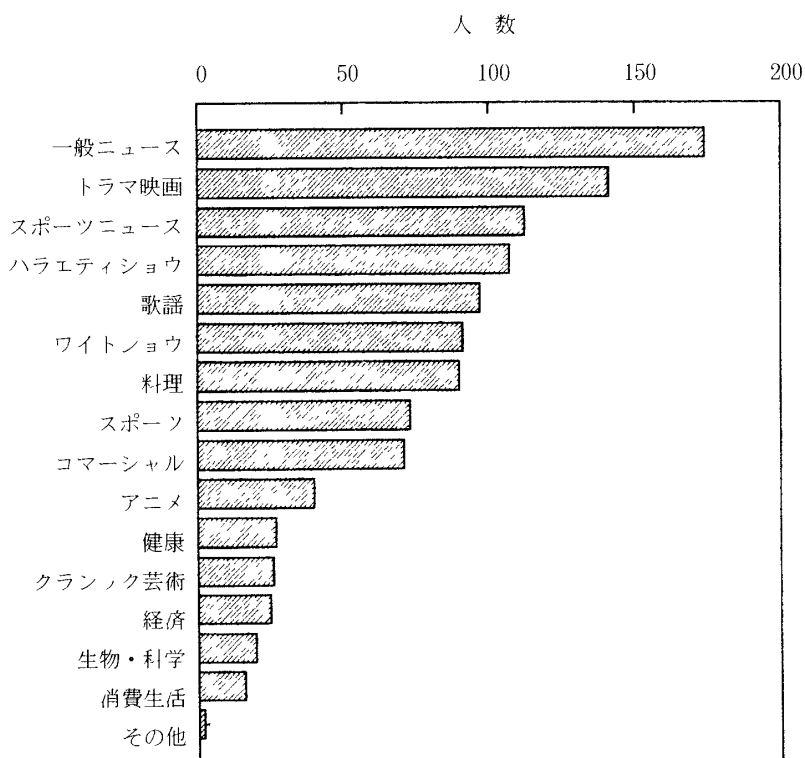


図4 TVでよく見る番組

表2 テレビ番組視聴頻度と視聴理由

(上段は人数, 下段は%)

	①教養	②主権者	③職業	④買い物	⑤生活改善	⑥健康生活	⑦楽しみ 娯楽	⑧暇つぶし	⑨その他	合計 %
一般ニュース	106 60.9	11 6.3	4 2.3	0 0.0	3 1.7	1 0.6	5 2.9	13 7.5	4 2.3	147 84.5
スポーツニュース	27 15.5	1 0.6	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 0.6	62 35.6	21 12.1	0 0.0	112 64.4
生物・科学	12 6.9	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 0.6	0 0.6	4 2.3	3 1.7	0 0.0	20 11.5
経 済	15 8.6	2 1.1	1 0.6	1 0.6	3 1.7	1 0.6	0 0.0	2 1.1	0 0.0	25 14.4
健 康	1 0.6	0 0.0	0 0.0	0 0.0	3 1.7	22 12.6	0 0.0	1 0.6	0 0.0	27 15.5
消 費 生 活	1 0.6	1 0.6	1 0.6	5 2.9	7 4.0	1 0.6	0 0.0	0 0.0	0 0.0	16 9.2
コマーシャル	0 0.0	1 0.6	2 1.1	1 0.6	1 0.6	0 0.0	14 8.0	45 25.9	7 4.0	71 40.8
料 理	10 5.7	0 0.0	0 0.0	1 0.6	19 10.9	4 2.3	44 25.3	12 6.9	0 0.0	90 51.7
ドラマ・映画	1 0.6	1 0.6	1 0.6	0 0.0	0 0.0	0 0.0	124 71.3	14 8.0	0 0.0	141 81.0
ス ポ ー ツ	1 0.6	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 0.6	1 0.6	58 33.3	12 6.9	0 0.0	73 42.0
ワイドショー	1 0.6	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 0.6	26 14.9	63 36.2	0 0.0	91 52.3
バラエティショー	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	79 45.4	28 16.1	0 0.0	107 61.5
歌 謡	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	85 48.9	12 6.9	0 0.0	97 55.7
ア ニ メ	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	17 9.8	23 13.2	0 0.0	40 23.0
クラシック芸術	9 5.2	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	10 5.7	7 4.0	0 0.0	26 14.9
そ の 他	1 0.6	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 0.6	0 0.0	0 0.0	2 1.1
計	185	17	3	8	38	32	529	256	11	1079

視聴率が高くなっている

- ・「一般ニュース」,「経済」,「消費生活」など社会性のある番組を視聴する者は「ドラマ映画」,「スポーツ」,「バラエティショウ」など娯楽番組の視聴が低いというような明確な区別はみられなかった
- ・視聴理由は,番組のジャンルにもよるか,全般的には「楽しみ・娯楽」のためが最も多く,「暇つぶし」,「教養を高める」がこれに続いている
- ・娯楽ものの視聴理由が「楽しみ」のためとするのは当然としても,「暇つぶし」のためとしている総件数も256件と多く,学生生活がこれほど暇なものでよいものであろうか
 ただ,‘環境’については,娯楽性番組の視聴率は他に比べて低い

6 新聞記事について

現時点では情報源として量,質ともに高いと考えられる新聞について,女子学生かどの記事をよく利用しているか,そしてそれを何に利用しているかについて調べた

問6 新聞記事の中で,よく読む項目には○(複数可)を,また,それを読む理由について,下の①~⑨から選んで下さい

- ①教養を高める ②主権者としての力をつける ③職業生活に役立つ
- ④良い品を安く買う ⑤日常生活の改善 ⑥健康な生活 ⑦楽しみ・娯楽 ⑧暇つぶし ⑨その他

集計結果を「図5」及び「表3」にまとめた

- ・読まれている記事は,上位から順に「TV・ラジオ番組」,「広告」,「スポーツ」,「災害・事故」,「政治経済」,「犯罪」,「料理」,「社説・コラム」,「声」,「占い」,「女性問題」と続いている
- ・当初多いと考えた「女性問題」は,意外に低くランクされている
- ・‘経営’は,他の学科・専攻と異なっていて高い数字が出ている項目が多い「政治経済」,「物価」,「産業」,「女性問題」,「教育」,「科学」,「商品情報」,「苦情情報」などかそれである 専攻の性格が表れているといえよう

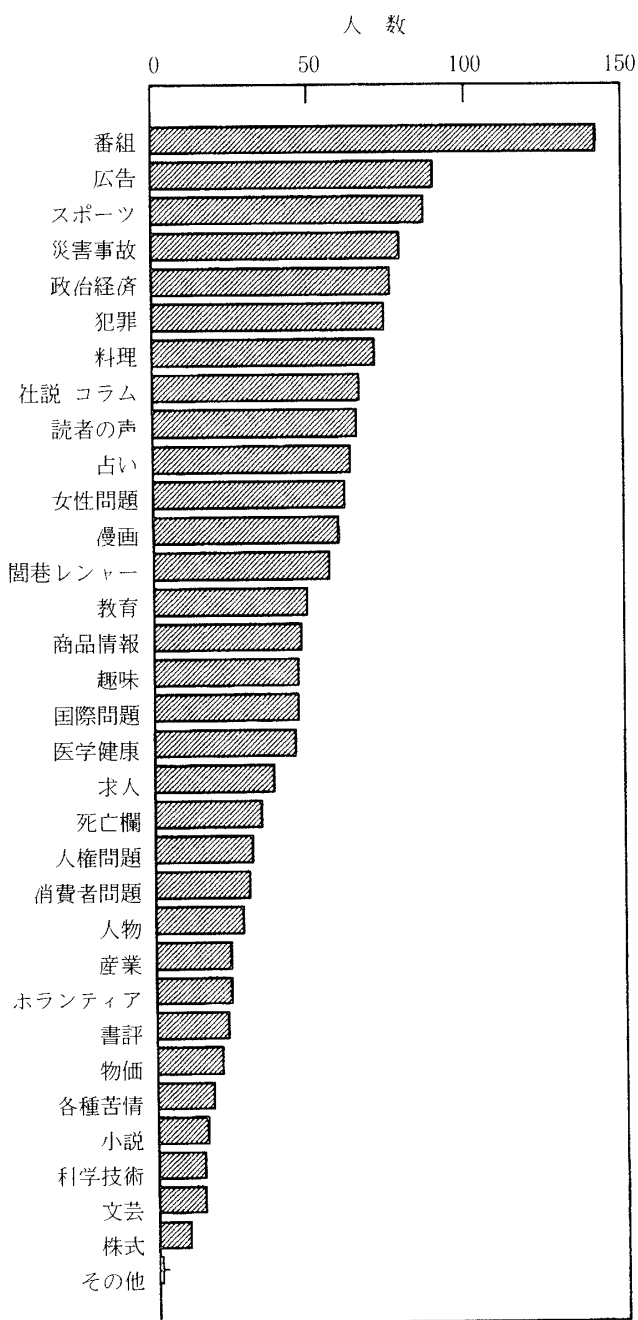


図5 新聞でよく読む記事

表3 新聞でよく読む記事と読む理由

(上段は人数, 下段は%)

	①教養	②主権者	③職業	④買い物	⑤生活改善	⑥健康生活	⑦楽しみ 娯楽	⑧暇つぶし	⑨その他	合計 %
政治経済	54 31.0	13 7.5	4 2.3	0 0.0	1 0.6	0 0.0	0 0.0	3 1.7	1 0.6	76 43.7
物価	8 4.6	2 1.1	0 0.0	8 4.6	2 1.1	0 0.0	1 0.6	0 0.0	0 0.0	21 12.1
産業	13 7.5	2 1.1	7 4.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 0.6	1 0.6	0 0.0	24 13.8
国際問題	31 17.8	8 4.6	2 1.1	0 0.0	1 0.6	0 0.0	1 0.6	2 1.1	1 0.6	46 26.4
株式	6 3.4	1 0.6	1 0.6	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 0.6	0 0.0	1 0.6	10 5.7
女性問題	33 19.0	17 9.8	4 2.3	0 0.0	5 2.9	0 0.0	0 0.0	1 0.6	1 0.6	61 35.1
人権	20 11.5	7 4.0	1 0.6	0 0.0	2 1.1	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 0.6	31 17.8
教育	37 21.3	4 2.3	5 2.9	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 0.6	1 0.6	1 0.6	49 28.2
科学技術	12 6.9	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 0.6	1 0.6	0 0.0	1 0.6	0 0.0	15 8.6
医学・健康	10 5.7	0 0.0	1 0.6	1 0.6	9 5.2	22 12.6	0 0.0	2 1.1	0 0.0	45 25.9
社説・コラム	39 22.4	1 0.6	3 1.7	0 0.0	4 2.3	0 0.0	7 4.0	10 5.7	2 1.1	66 37.9
読者の声	9 5.2	5 2.9	0 0.0	0 0.0	17 9.8	0 0.0	16 9.2	15 8.6	3 1.7	65 37.4
消費者問題	6 3.4	5 2.9	1 0.6	4 2.3	11 6.3	0 0.0	2 1.1	0 0.0	1 0.6	30 17.2
趣味	2 1.1	0 0.0	0 0.0	1 0.6	0 0.0	0 0.0	37 21.3	5 2.9	1 0.6	46 26.4
料理	3 1.7	0 0.0	1 0.6	2 1.1	7 4.0	13 7.5	33 19.0	12 6.9	0 0.0	71 40.8
小説	1 0.6	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 0.6	0 0.0	10 5.7	4 2.3	0 0.0	16 9.2
スポーツ	2 1.1	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	78 44.8	7 4.0	0 0.0	87 50.0
文芸	2 1.1	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	7 4.0	6 3.4	0 0.0	15 8.6

(表3の続き)

	①教養	②主権者	③職業	④買い物	⑤生活改善	⑥健康生活	⑦楽しみ 娯楽	⑧暇つふ し	⑨その他	合計 %
漫 画	0	0	0	0	0	0	21	38	0	59
	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	12 1	21 8	0 0	33 9
犯 罪	18	6	0	1	8	0	8	14	19	74
	10 3	3 4	0 0	0 6	4 6	0 0	4 6	8 0	10 9	42 5
求 人	0	0	16	2	1	0	2	17	0	38
	0 0	0 0	9 2	1 1	0 6	0 0	1 1	9 8	0 0	21 8
商 品 情 報	3	1	1	2	11	0	13	14	2	47
	1 7	0 6	0 6	1 1	6 3	0 0	7 5	8 0	1 1	27 0
各 種 の 苦 情	4	0	0	0	4	2	2	4	2	18
	2 3	0 0	0 0	0 0	2 3	1 1	1 1	2 3	1 1	10 3
災 害 ・ 事 故	19	8	1	0	21	0	5	13	12	79
	10 9	4 6	0 6	0 0	12 1	0 0	2 9	7 5	6 9	45 4
人 物	12	1	1	0	1	0	6	5	2	28
	6 9	0 6	0 6	0 0	0 6	0 0	3 4	2 9	1 1	16 1
書 評	9	0	0	0	0	0	12	2	0	23
	5 2	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	6 9	1 1	0 0	13 2
旅 行 ・ レ ン ャ ー	2	0	0	0	2	1	37	14	0	56
	1 1	0 0	0 0	0 0	1 1	0 6	21 3	8 0	0 0	32 2
死 亡 欄	7	3	0	0	3	0	1	8	12	34
	4 0	1 7	0 0	0 0	1 7	0 0	0 6	4 6	6 9	19 5
ホ ラ ン テ ィ ア	8	2	1	0	8	0	2	3	0	24
	4 6	1 1	0 6	0 0	4 6	0 0	1 1	1 7	0 0	13 8
催 し 物	0	0	1	0	2	0	24	17	0	44
	0 0	0 0	0 6	0 0	1 1	0 0	13 8	9 8	0 0	25 3
占 い	1	0	0	0	1	0	33	27	1	63
	0 6	0 0	0 0	0 0	0 6	0 0	19 0	15 5	0 6	36 2
TV ラ シ オ 番 組	2	0	0	0	2	0	101	31	6	142
	1 1	0 0	0 0	0 0	1 1	0 0	58 0	17 8	3 4	81 6
広 告	0	0	0	2	7	0	32	49	0	90
	0 0	0 0	0 0	1 1	4 0	0 0	18 4	28 2	0 0	51 7
そ の 他	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0 6	0 0	0 6
合 計	373	86	51	23	132	39	494	337	69	1604

- ・ ‘環境’ は、逆に「教育」、「健康」、「趣味」、「料理」、「スポーツ」、「漫画」、「犯罪」、「レジャー」、「占い」、「広告」で低い数字が出ている
- ・ ‘日文’ は、「文芸」、「書評」で高い数字を出している。
- ・ 各ジャンル別の記事を読む理由については、TV同様「楽しみ・娯楽」が一番多いが、次いで「教養を高める」がきている 全般に娯楽や暇つぶしのためとする件数の比率は、TVに比べて少なくなっている

7 考察

(1) 自宅学生群とアパート通学生群の情報収集量の差について

問2の質問は、各種情報メディアを総合的に捉えようとしたものであるが、2つの群間には情報収集量に大きな差が見られる

各メディアについて自宅群(141名)で「①よく利用」と「②ときどき利用」の延選択数は1424件で、平均1人当たり10.1件であるが、アパート群(31名)は239件、平均1人当たり7.7件である

この調査の中で挙げたメディアには、プラス指向のものばかりではないので、必ずしも件数が多い方が好ましいとは限らないが、特に、筆者が情報の質、量及び記録性において、現時点で最重要と考えている「新聞」についていえば、自宅通学群の選択総数÷人数＝ $129 \div 141 = 0.91$ となるのに対し、アパート通学群は $14 \div 31 = 0.45$ にしかならない

この傾向は、最近行った寮生活を中心とする勤労女子短大生に対する調査(未発表)ではもっと強く表れている。

情報量がその人間の社会的戦力を決めるとすらいわれている今日、例えば、身近な就職戦線1つをとっても、自宅外通学生に対する指導が重要であるといえよう

(2) TVと新聞のジャンル別相関について

TVと新聞の類似したジャンルでは、両方とも視聴し、かつ読んでおり、どちらか一方の情報の取得で済ませていない傾向が強い。逆に、TVで視聴しないジャンルは新聞でも読んでいない者が多い この傾向は、TVコマーシャルと新聞広告、料理、スポーツ等で顕著である

例えば、新聞で「政治経済」欄を読む者(76名)のほとんどはTVでも「一般ニュース」を視聴している。逆にこの欄を読まない者(98名)のうち25名がTVの「一般ニュース」をも視聴していない

- (3) どのようなライフスタイルを選ぶかは個人の自由であるにせよ、進んで質の高い生活情報を選択して、前向きにより満足度の高い人生を送るよう心掛けることは人間として必要である。しかし、今回の調査では、これに背を向けている学生もかなりいることが分かった 学校における生き方の指導がいかに大切かを今回の調査を通して改めて感じた

要 約

各種情報メディアについて利用状況と利用する理由についてまとめた

1 TVについて

- ・ 回答数が一番多いのは「一般ニュース」(147名, 84.5%)であるが、次に位置するのは「ドラマ・映画」(141名, 81.0%)、「スポーツニュース」(112名, 64.4%)、「バラエティショー」(107名, 61.5%)、「歌謡」(97名, 55.7%)など娯楽性のある番組の視聴率が高い

- ・新聞をTV番組の情報ツールとしている傾向が強い
- 2 新聞について
 - ・読まれている記事のは，上位から順に「TV ラジオ番組」，「広告」，「スポーツ」，「災害・事故」，「政治経済」，「犯罪」，「料理」，「社説・コラム」，「声」，「占い」，「女性問題」と続いている
 - ・TVと新聞の類似したジャンルでは，両方とも視聴し，かつ読むという傾向がある
 - 3 自宅学生群とアパート通学生群の情報収集量の差が大きい 特に「新聞」において著しい
 - 4 学科専攻の性格が，生活情報の収集に表れている項目が多い

参 考 文 献

- 1) 日本家政学会編 生活情報論，朝倉書店，(1994)
- 2) 加藤恵子 短大生の生活状況における行為・思考について，名古屋女子大学紀要(家政・自然編)，No41 pp 1～10 (1995)