

第6章 成人のメディア・リテラシー —成人のメディア利用とメディア・リテラシーの現状—

加藤 かおり*

1. 成人のメディア利用

私たち成人は、日常的にマスコミをはじめ様々なメディアから多くの情報を入手し、携帯電話やインターネットを利用して、実に広い範囲でのコミュニケーションを楽しんでいる。しかしながら、これほど多様なメディアがあり、あふれるほどの情報が流されている情報社会という環境の中で、すべての人が同じようにその情報社会の恩恵を受けているわけではない。個々の人々が実際に利用しているメディアの種類、利用回数、そしてメディアの捉え方も情報の量も質も、当然のことながら異なっている。

そこで、『メディアの利用に関する調査』（国立教育政策研究所，平成13年）の調査結果を用いて、第1に、成人がどのようにメディアを利用しているのか、メディアの利用の状況と、第2に、メディアに対して、私たちがどのように対応すべきだと考えているのか、狭義の意味でのメディア・リテラシー（メディアに対する批判的思考力）の現状についてみてみよう。

成人にとってのメディア利用には、大きく分けて、①主に新聞、テレビやインターネットなどを用いた、情報源および情報入手のツールとしてのメディア利用、②携帯電話、メールなどを用いた、他の人とのコミュニケーションツールとしてのメディア利用、③主にパソコンを用いた、事務処理、データ分析、数的処理、翻訳などの作業ツールとしてのメディア利用、④その他応用（データベースなど）がある。

ここでは、②の他の人とのコミュニケーションツールとしてのメディア利用に注目し、利用状況の傾向を明らかにするとともに、特にインターネット接続のパソコン利用、およびパソコンや携帯電話での電子メール（Email）利用の現状から、今後の課題を提示する。

(1) コミュニケーションツールとしてのメディア利用

成人が日常的に使用するコミュニケーションツールとしてのメディアには、携帯電話・PHS、ファクス、インターネットに接続したパソコン、パソコンでの電子メール、携帯電話での電子メールがある。これらのメディアを毎日利用している人の割合を示したのが、次の表6-1である。

携帯電話・PHSの利用状況をみると、成人全体では36%の人が毎日使っている。年代別で、40代以下と50代以上とで利用度に大きな差があり、若い世代ほど毎日利用している人が多い。また、学生や有職者、最終学歴が各種学校・専門学校の層で利用している人が多い。

ファクスの利用では、30代から60代では年代にかかわらず、時々の利用者を含めて7割近くある。とくに自営業者で毎日利用している人が多い。また、主婦層で日常的に最も利用頻度の高いメディアが、このファクスであった。

インターネットに接続したパソコンを毎日使っている人は、全体で約25%、すなわち成人の

*新潟大学大学教育開発研究センター

4人に1人が使っていることになる。このメディアの利用状況で、携帯電話やファクスの利用状況と異なるのは、性別による利用度の差が大きいことである。とくに男性で毎日利用している人が多い。年代でみると、携帯電話と同様に、40代以下と50代以上での利用状況にギャップが見られる。また職業別では、主婦層の利用率が低いなど、パソコンの利用状況では、年齢、職業生活スタイル、そして最終学歴による相違が目立つ。

表6-1 メディアの毎日利用度 (%)

		携帯	ファクス(毎日・時々)		インターネットPC	PCでメール	携帯でメール
全体 n=613		36.2	7.2	56.0	25.4	18.9	11.6
性別	女性	34.3	7.2	55.6	19.7	18.0	14.7
	男性	37.8	7.1	56.9	30.2	19.4	9.0
年代別	20代	85.5	7.4	37.0	38.2	34.5	45.5
	30代	51.5	4.1	66.0	42.7	34.4	19.8
	40代	45.0	9.2	61.8	28.8	20.5	9.9
	50代	28.0	10.6	58.5	16.1	9.7	6.5
	60代	18.3	6.9	52.0	18.5	14.0	4.0
	70代以上	11.7	1.7	53.3	10.0	3.3	0.0
職業別	学生(n=10)	70.0	0.0	50.0	50.0	50.0	50.0
	自営(n=17)	35.3	17.6	52.9	23.5	18.8	11.8
	主婦	16.7	6.6	57.0	11.7	10.1	3.3
	特に職なし	15.4	4.7	51.9	22.7	14.0	2.3
	有職者	54.2	8.3	60.2	35.6	26.5	17.9
最終学歴	各種・専修	40.5	2.7	64.9	25.0	19.4	16.7
	義務教育(n=9)	33.3	0.0	37.5	0.0	0.0	0.0
	高等学校	33.3	7.1	57.9	13.7	11.6	11.5
	大学	38.7	8.2	58.9	33.8	22.6	9.9
	大学以外	33.3	6.3	47.3	20.7	19.8	17.1

注) ファクスのみ毎日と時々の利用を表示してある。

パソコンでの電子メール利用をみると、全体では2割弱の人が使っている。性別による利用状況の差はみられないが、やはり年代や職業、最終学歴での差がある。

携帯電話での電子メール利用になると、全体での毎日の利用者はさらに少なくなり、約1割にとどまった。しかし、性別では女性で利用者がやや多く、20代、30代の若年層での利用率がそれ以上の年代層に比べて非常に高いのが特徴的である。他のメディアに比べて、利用している人の層がより偏っているといえる。

(2) 携帯電話・PHSとインターネット接続パソコンの所有と、電子メール利用率の関係

携帯電話・PHSやインターネット接続のパソコンを持っている割合は、その人の職業生活スタイルによって大きく異なっている(表6-2)。

携帯電話・PHSについて、自分自身のものを持っている人は、同じ性別でも有職者のほうが主婦や無職より多く、同じ有職者では女性の方が所有している人が多い。インターネット接続のパソコンでも同様に、有職者や学生で自分自身のパソコンを所有している人が多く、主婦層では、家族と共有している人の割合が他の職業層に比べて多い。

また、パソコンでのメールを毎日利用しているかどうかは、自分専用のインターネット接続

のパソコンを持っているかどうかと関係がある（表6-3）。例えば、毎日使っている人の割合が少ない主婦層や無職の男性でも、個人でパソコンを持っている人では、電子メールを使っている人の割合が有職者と同じくらい高い。

有職者でみると、家族で共有している女性の利用度は2割強であるのに対し、男性で家族共有している場合には、半数以上の人々が毎日電子メールを使っている。つまり、パソコンを家族で共有している場合、実質的には、男性が優先的に使っている場合が多いことがわかる。

表6-2 職業別に見た携帯電話・PHSとインターネット接続パソコンの所有率（％）

	携帯・PHS				インターネット接続パソコン			
	自分の	家族と	所有なし	n	自分の	家族と	所有なし	n
主婦(女)	25.6	21.6	56.0	125	7.5	42.5	50.0	120
有職(女)	67.5	8.9	23.6	123	31.4	27.3	41.3	121
有職(男)	56.1	9.6	20.3	187	31.6	32.3	36.1	158
無職(男)	23.1	30.8	46.1	156	25.6	12.4	62.0	121
学生	70.0	10.0	20.0	10	50.0	20.0	30.0	10

注) nは実数

表6-3 インターネット接続のPC所有形態別に見たパソコンでのメール利用率（％）

	主婦(n=117)		有職女(n=115)		有職男(n=146)		無職(n=121)		学生(n=9)	
	毎日	時々	毎日	時々	毎日	時々	毎日	時々	毎日	時々
個人所有	66.7	33.3	65.8	26.3	70.0	30.0	71.9	28.1	100	0.0
家族所有	19.2	44.2	25.0	50.0	54.0	36.0	29.4	47.1	50.0	50.0
所有なし	0.0	0.0	4.3	21.3	8.8	17.5	2.4	0.0	0.0	0.0

注) nは実数

(3) コミュニケーションツールとしてのパソコン利用の今後

パソコンを今後どのように活用したいかについては、成人全体では、「文書作成のため」に使いたいという希望がもっとも多く、ワープロ利用の延長としてパソコンを使ってみようという状況がみえる（図6-1）。

その一方で、「情報収集や検索のため」「電子メール等の通信のため」の利用希望は、前述のインターネット接続のパソコンやパソコンでの電子メールを毎日利用している人の現状からすると、高くなっているといえる。これらのメディア利用の現状では、職業生活スタイルで差が見られたが、今後の活用希望では、いずれの職業生活スタイルにおいても関心が高くなっている（表6-4）。

同じ職業生活スタイルでも、メディアの所有状況が利用状況に影響を与えていることは、すでに見た通りであるが、その他にも利用の現状と利用希望とのギャップの要因があるだろうか。

そこで、職業生活スタイル別に、ア. 過去1年のパソコン学習経験率、イ. メディアの操作がわからない時にとる手段、ウ. インターネット接続パソコンに対する難しさの感覚と、その毎日の利用率について見てみた。

① 過去1年のパソコン学習経験率

過去1年にパソコンの学習をした人（n=294）の割合は、主婦では25.6％、女性の有職者

では59.8%，男性有職者では61.2%，無職男性では48.3%，学生では40.0%であり，主婦層での学習経験の低さが目立つ。

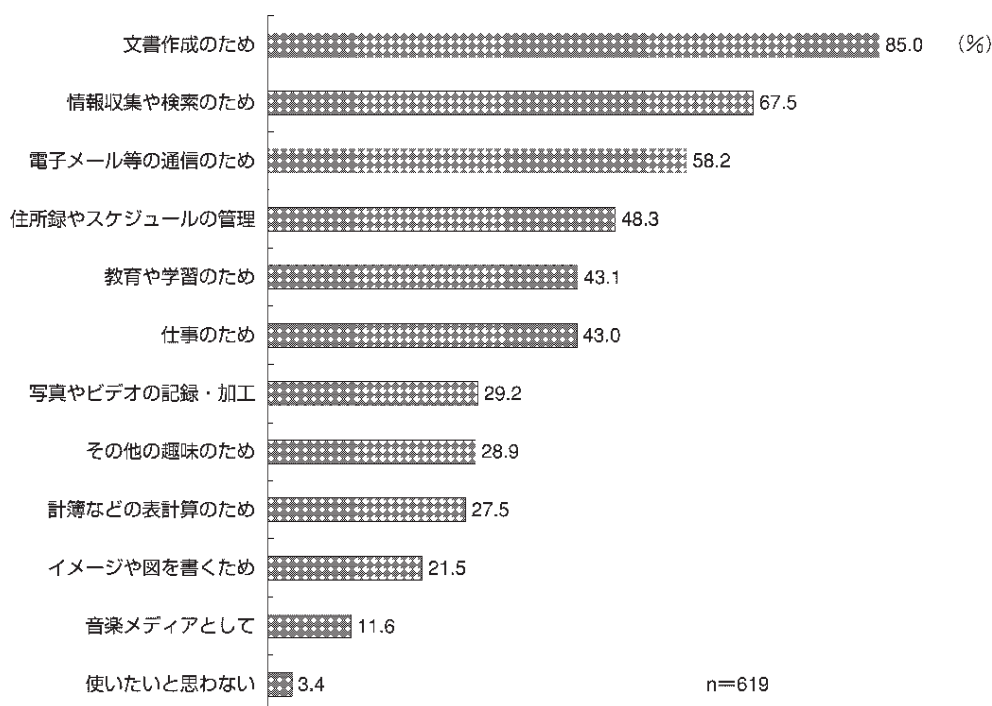


図 6-1 パソコンを今後どのように活用したいか

② メディアの操作がわからない時にとる手段

「マニュアルを読む」は全体に多いが，特に男性でこの手段をとる傾向が強い。それに比べて，「家族に聞く」は主婦層で最も多く，有職者でも女性が多い。また有職者層と主婦を含む無職者層とで異なるのは，「詳しい友人に聞く」かどうかで，有職者ほど身近な友人に聞くという人が多い（表 6-5）。つまり，有職者ではマニュアルを見るほか，身近にパソコンに詳しい友人がおり，その人から教わっていることが多いのに対し，無職者層では身近にそのような友人が少なく，家族に聞いたり，自分一人に対応している人が多いといえる。

③ インターネット接続パソコンに対する難しさの感覚と，その毎日の利用率

インターネット接続のパソコンを利用する時，利用の難しさを「いつも感じる」「ときどき感じる」「感じない」という人の中で，インターネット接続のパソコンを毎日利用しているという人の割合をみると，全体的に難しさを感じない人で利用率が高いのがわかる（表 6-6）。これに加えて，有職者では，難しさをいつも若しくは時々でも感じながらも毎日利用している人が女性，男性ともにいる。すなわち，有職者では，利用がむずかしいと感じる，感じないにかかわらず，毎日利用している状況の人がいる。

以上のことから，次のようなことがいえる。コミュニケーションツールとしてのパソコンの利用には，職業生活スタイルによって利用状況が異なってくる。そこには，職業生活による相違点として，特に有職者は，パソコンをコミュニケーションツールとして，利用上の困難さを感じるか否かにかかわらず利用している状況にあることや，周囲にパソコンに詳しい人がいて聞くことができること，学習経験が多いことがあり，それらが重なってパソコン利用者が多く，また今後の利用希望も高いという結果を生じていることがわかる。これに対し，特に主婦

層では、パソコン利用を高めるような状況からいわば疎外されている人が多く、結果として関心の高さのわりに、利用度が低いといえる。今後パソコンのコミュニケーションツールとしての利用度が高まるかどうかは、ここでみてきたような利用を高める状況が、職業生活スタイルにかかわらず一般化されるかどうかに関わっている。

表 6-4 職業別に見たパソコンの活用希望率 (%)

	メール等通信	情報収集
主婦女性	58.8 (>10.3)	70.6
有職女性	71.4 (>27.6)	68.1
有職男性	70.5 (>25.7)	73.8
無職男性	43.2 (>13.7)	64.4
学生	90.0 (>50.0)	90.0

注) () 内は現在のパソコンでのメールの利用率

表 6-5 メディアの操作がわからない場合にとる手段 (%)

	手引きマニュアルを読む	家族に聞く	詳しい友人に聞く
主婦(n=113)	82.3	79.6	38.9
有職女性(n=118)	79.7	44.9	72.9
有職男性(n=148)	89.9	18.9	81.8
無職男性(n=121)	91.7	32.2	41.3
学生(n=10)	100.0	20.0	60.0

表 6-6 インターネット接続パソコンに対する難しさの感覚と、その毎日利用率 (%)

	いつも感じる	ときどき感じる	感じない
主婦女性(n=62)	—	25.0	58.3
有職女性(n=91)	14.3	31.1	64.0
有職男性(n=125)	15.8	39.6	65.5
無職男性(n=69)	13.6	38.1	69.2
学生(n=7)	—	—	83.3

注) インターネット接続のパソコン利用の難しさを「いつも感じる」「ときどき感じる」「感じない」人の中で、毎日使っている人の割合を示している。

2. 成人のメディア・リテラシーの現状

メディアを利用してコミュニケーションを図ったり、情報収集をしたりするためには、そのメディアにどのようにしてアクセスすればよいのか、とくにパソコンや携帯電話などのニューメディアについては、その機器自体を使いこなすための操作能力が必要である。この能力は、メディアを利用する際の基本的なリテラシーであり、広義の意味でメディア・リテラシーのひとつといえる。

これに対して、狭義の意味でのメディア・リテラシーとは何かというと、メディアにアクセスした際に、メディアのメッセージやメディアの意味を理解し(読み解き)、時に批判的、分析的な視点をもってメディアを考察することのできる能力である。

ここでは、この狭義の意味でのメディア・リテラシーについて、どのくらいの割合の成人がメディア(主にマスコミ)に対して批判的な視点をもっているのかをみてみよう。

(1) メディアへの懐疑度

① メディアからの情報は本当のことと違う？

人々に、情報が本当のこととは違うと思われるメディアは、第1位が雑誌、第2位がテレビである（図6-2）。本当のことと違うと思うことが「よくある」人と「時々ある」人の割合をあわせると、約8割の人が雑誌やテレビの情報の信憑性に対して疑いを持っている。とくに、テレビに対して20代、30代で疑いを抱いている割合が高い。

(ア) 本当のことと違う (%)

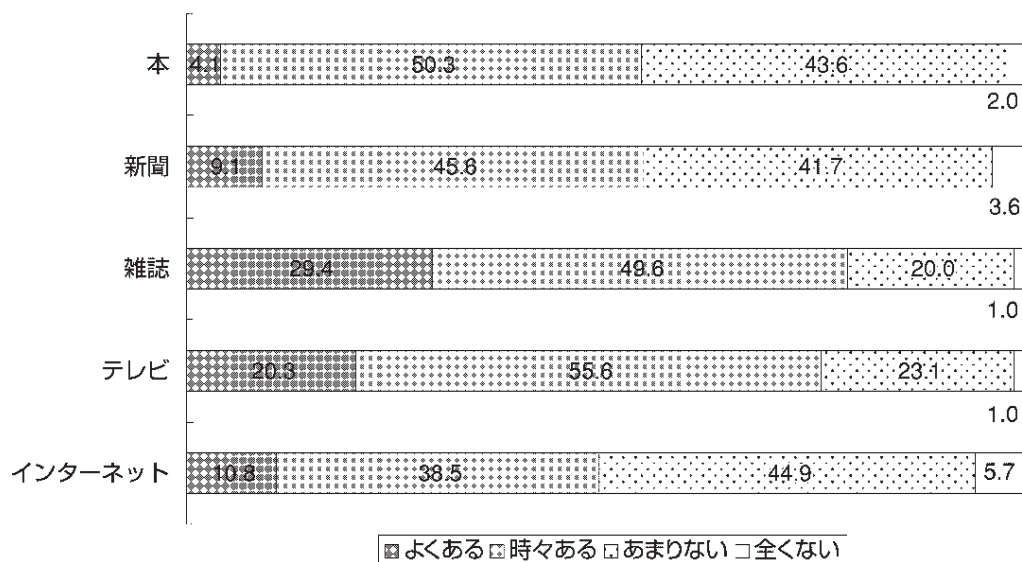


図6-2

② メディアの情報は考え方がかたよっている？

情報の考え方にかたよりがあるとされているメディアの第1位は雑誌、第2位はテレビである（図6-3）。テレビに対しては、やはり若い世代ほど考え方に偏りがあると感じている。

(イ) 考え方がかたよっている (%)

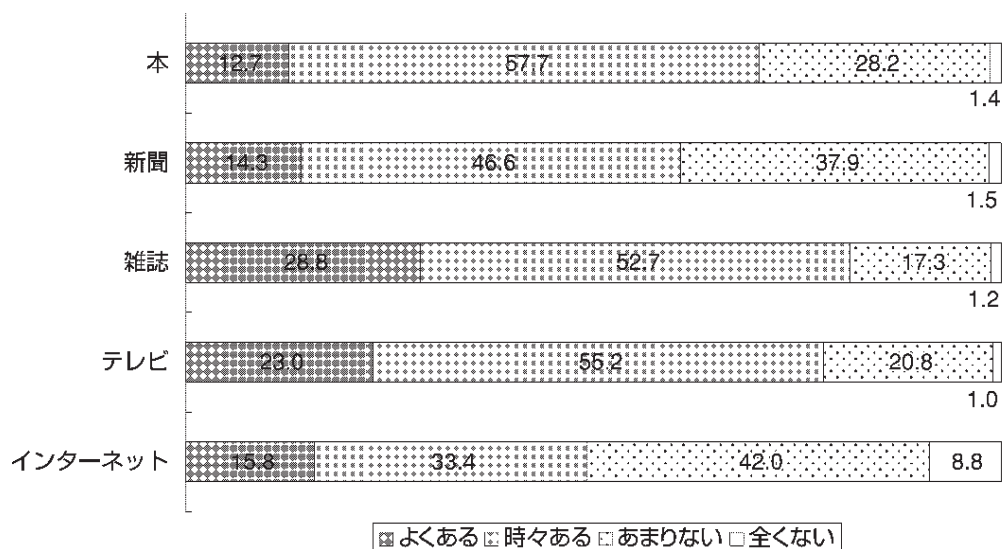


図6-3

③ メディアの報道は行き過ぎている？

報道が行き過ぎているのではと思われるメディアの第1位はテレビであった（図6-

4)。2位は雑誌で、(ア)の本当のことと違うや、(イ)の考え方の偏りに比べると、この報道が行き過ぎていると思う人の割合は半数以上にのぼっており、強くそう思われていることがわかる。活字よりもテレビ中心のビジュアル世代といわれる20代、30代では、じつに9割以上の人が報道が行き過ぎていると「よく思う」「時々思う」と答えているのは興味深い。

(ウ) 報道が行き過ぎている (%)

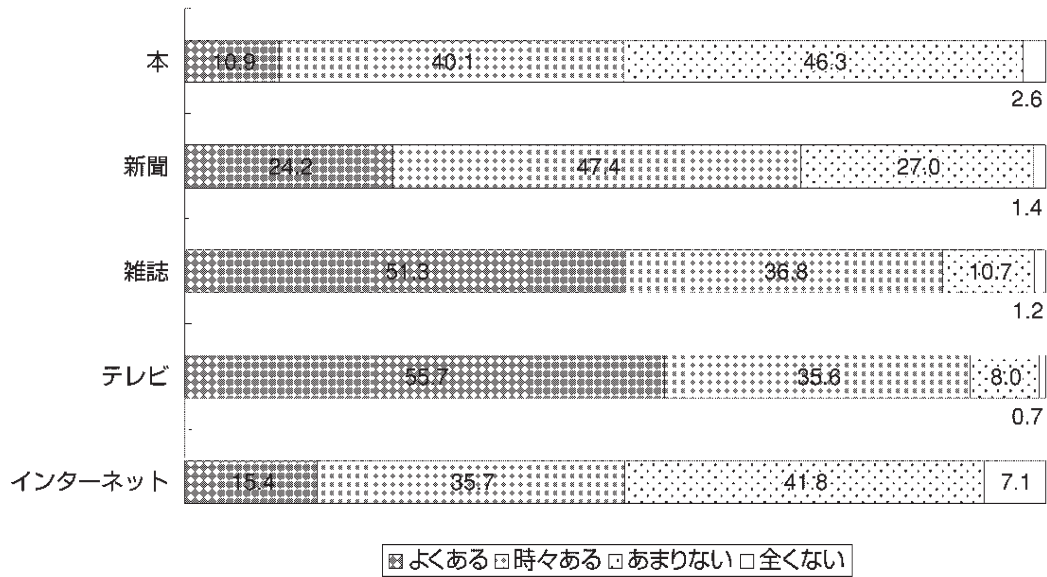


図 6-4

(2) 有害情報への対処について

本や新聞、雑誌、テレビ、インターネットなどが提供する子どもに有害と思われる情報をどのようにすべきかについて、全体では「制作する側が気をつけるべき」とする人(47.1%)や「法律で制限すべき」とする人(34.5%)など、つくり手や上からの規制で対応すべきとする他者依存型の傾向が強く、高年層ほどその傾向が強い。これに対して20代では、「利用者が自分で判断すればよい」という自己判断を重視する傾向も見られた(表6-7)。

これらの傾向から確定するにはデータが少ないが、これまではどちらかといえばメディアからの情報について、作り手や上からの規制に判断を委ねてきた傾向が強いが、これからは、世論として、むしろ自分自身のメディアからの情報に対する判断力を問う傾向が強くなることが予想される。

表 6-7 子どもに有害と思われる情報をどのようにすべきか (%)

	20代	30代	40代	50代	60代	70以上
法律で制限すべき	27.8	37.1	43.5	30.5	28.4	41.3
制作する側が気をつけるべき	35.2	40.2	35.1	50.5	60.2	50.8
情報に近づけないよう大人が工夫すべき	7.4	12.4	9.2	7.4	5.1	4.8
利用者が自分で判断すればよい	27.8	10.3	12.2	11.6	6.3	3.2

注) n=618

(3) 情報理解への姿勢

テレビを見ていて、A. わからない言葉や問題があった時、またB. 信じられないようなニ

ニュース報道の内容があった時、いずれの場合も分からなくてもそのままにしておく人は6%、18%と少なく、何かしら他の情報を入手したり、他のメディアと比較したり、できるだけ本当のことを知ろうとする姿勢が見られる。また、Aの場合であれば、家族や友人に詳しいことを聞いたり、関連する本を買ったり、借りたりして調べる人が多く、Bの場合であれば、同じテレビの違うチャンネルや番組を見たり、より詳細な番組を見るという人が多く、場合によってメディアを使い分けている人が多い(表6-8)。

表6-8 テレビを見ていて次のことを知りたくなった時、どうするか (%)

	A.わからない言葉や問題があった時どうするか	B.信じられないニュース報道の内容があった時どうするか
わからなくてもそのままにしておく	6.3	8.6
家族や友人に詳しいことを聞く	34.5	20.7
関連する本を買ったり、借りたりして調べる	32.5	2.2
違うチャンネルを見て、その情報を知るように心がける	3.8	33.1
解説番組など、より詳細な番組を見る	5.1	16.9
新聞やラジオなど他のメディアで調べる	10.6	15.7
インターネットなどで情報を収集する	7.0	2.6
役所や大学、専門企業の詳しい専門家に聞く	0.2	0.2
現地にでかけて自分の目で確かめる	0.0	0.0

n=603

3. まとめ

メディアの利用状況では、現状では職業生活スタイルによって、メディア利用の生活環境が異なり、利用状況にも格差が生じている。とくにパソコンの利用においてはその格差は明らかで、今後、職業別にみられるメディア環境の傾向にこのまま変化がみられないとすると、利用する人とならない人の格差は広がることが予想される。また若い世代ほど、多様なメディアを使いこなしており、世代間における格差も懸念される。

メディア・リテラシーの状況では、全体的にみてメディアからの情報に対し、何らかの疑問を抱いている人が多く、テレビや雑誌からの情報については、若年層の方がより懐疑的である。流されてくる情報への対応では、未だ作り手の責任や上からの規制に判断を委ねている傾向がみられたが、一方で若年層では、情報を受け取る読み手側の自己判断を求める傾向もみられた。こうした若年層の存在は、メディアとくにマスコミに対する批判の目をもつことの重要性や、情報を読み解く読み手側の自己責任を重視する傾向が強まる可能性を示唆しており、すなわち今後の生涯学習におけるメディア・リテラシーの重要性を示すものである。

<参考文献>

国立教育政策研究所『生涯学習社会におけるメディア・リテラシーに関する総合的研究 第2次報告書—社会教育編—』平成13年9月

笹井宏益・山本慶裕編著『メディアと生涯学習』玉川大学出版部、平成12年