第３章　考察

Ⅰ　青森県民の電子メディア利用と生涯学習行動

青森大学　社会学部　教授　柏谷　至

はじめに

第 15 期の青森県生涯学習審議会における議論の中心テーマのひとつは、「情報通信技術 (ICT) 等の新しい技術を活用した学びの在り方」である。情報通信技術の進展に伴って普及してきた新たなメディア状況は、生涯学習・社会教育の分野にもさまざまな影響を与えると考えられる。

代表的なインパクトとしては、時間や距離の制約を越えいつでもどこでも学習が可能になること、ニッチな情報へのアクセスが容易になること、誰もが情報の発信者になれることなどが上げられる。その一方で、他方で誤った情報の流布や、自分とは違う意見・視点との接触が行われない「エコーチャンバー効果」の存在といった負の側面も指摘されるようになってきた。

本稿では、「生涯学習に関する県民の意識調査」の結果から、青森県民の電子メディア利用の実態と生涯学習に関連した行動との関連について紹介し、今後の生涯学習・社会教育の課題について考察を加えたい。

１　「学びの関する情報の入手先」をめぐって

本調査の問 17 では、学びに関する情報の入手先を尋ねている。仕事・趣味・生活・ボランティアの 4 つの分野に役立つ情報を入手先として、「テレビ･ラジオ」、「新聞･チラシ・フリーペーパー」、「行政機関の広報誌、回覧板」、「ホームページ、LINE や Facebook などの SNS」、「友人や知人の口コミ」の 5 つの情報源をそれぞれどの程度利用しているか、4 段階で評価してもらう設問である。

表 3-1 では、平成 27 年度に実施した「学習活動に関する県民の意識調査」（以下「2015 年調査」という）における同様の質問との比較を示した。2015 年調査とは回答の方法や情報源の分類の仕方が異なるため、単純な比較はできないが、「テレビ・ラジオ」と「ホームページ・SNS」を積極的に利用する人の割合が増加しているように見える。

また情報源同士の順位に注目すると、2015 年調査では、情報入手先として最も回答が多かったのは「新聞・チラシ」（ボランティアに関する情報では「行政機関の広報誌」）であり、「テレビ・ラジオ」や「ホームページ」がそれに続いている。これに対し、2021 年調査では、「仕事」「趣味」「生活」に関する情報源として「ホームページ・SNS」が「新聞・チラシ・フリーペーパー」を抜いて第 2 位になった。電子メディアが、学びの情報源として定着しつつあることを示唆する結果と言える。

表 3-1 学びに関する情報の入手先 (2015 年調査との比較)

<table>
<tr><th colspan="2">情報源</th><th colspan="8">目的</th></tr>
<tr><th rowspan="2">2015</th><th rowspan="2">2021</th><th colspan="2">仕事</th><th colspan="2">趣味</th><th colspan="2">生活</th><th colspan="2">ボランティア</th></tr>
<tr><th>2015</th><th>2021</th><th>2015</th><th>2021</th><th>2015</th><th>2021</th><th>2015</th><th>2021</th></tr>
<tr><td colspan="2">テレビ・ラジオ</td><td>14.1%</td><td>37.8%</td><td>15.6%</td><td>32.1%</td><td>19.3%</td><td>43.9%</td><td>9.7%</td><td>10.2%</td></tr>
<tr><td>新聞・チラシ</td><td rowspan="2">新聞・チラシ・フリーペーパー</td><td>20.2%</td><td rowspan="2">25.0%</td><td>19.3%</td><td rowspan="2">17.6%</td><td>20.6%</td><td rowspan="2">27.4%</td><td>17.6%</td><td rowspan="2">7.7%</td></tr>
<tr><td>タウン誌・フリーペーパー</td><td>4.7%</td><td>7.5%</td><td>6.8%</td><td>4.4%</td></tr>
<tr><td>行政機関の広報誌</td><td rowspan="2">行政機関の広報誌、回覧板</td><td>15.2%</td><td rowspan="2">16.3%</td><td>10.2%</td><td rowspan="2">9.5%</td><td>14.4%</td><td rowspan="2">14.5%</td><td>24.3%</td><td rowspan="2">8.8%</td></tr>
<tr><td>回覧板や掲示物</td><td>7.8%</td><td>7.0%</td><td>8.6%</td><td>17.4%</td></tr>
<tr><td>ホームページ</td><td rowspan="2">ホームページ、LINE や Facebook などの SNS</td><td>16.4%</td><td rowspan="2">25.5%</td><td>15.1%</td><td rowspan="2">31.3%</td><td>12.3%</td><td rowspan="2">28.6%</td><td>7.0%</td><td rowspan="2">7.2%</td></tr>
<tr><td>SNS (LINE や Facebook)</td><td>3.3%</td><td>6.0%</td><td>4.0%</td><td>2.4%</td></tr>
<tr><td colspan="2">友人や知人の口コミ</td><td>9.2%</td><td>10.7%</td><td>15.1%</td><td>18.0%</td><td>9.0%</td><td>16.3%</td><td>7.8%</td><td>6.3%</td></tr>
</table>

注：2015 年調査は、9 種類の情報源の中から「情報を手に入れているところ」として当てはまるものすべてを選択してもらった回答の選択率。2021 年調査は、その情報源を「よく利用する」～「全く利用しない」の 4 段階で評価してもらったとき、「よく利用する」と回答した人の割合。

２　情報収集に積極的な人・消極的な人

電子メディアの利用は、既存のメディア利用とはどの程度異なるのだろうか。表 3-2 では、各情報源同士の利用度の相関係数を示した。相関係数がプラスであれば、2 つの情報源は同時に利用される (あるいは同時に利用されない) 傾向があることを、マイナスであれば、一方の情報源を積極的に利用する人はもう一方の情報源をあまり利用しない傾向があることを意味している。相関係数が 0 に近ければ、両者の利用傾向には関連性がないことになる。

まず、全体として相関係数がプラスになる組み合わせが多いことが、表からは見てとれる。ある情報源を積極的に利用する人は他の情報源の利用にも積極的であるのに対し、ある情報源を利用しない人は別の情報源もあまり利用しない傾向にある。言い換えれば、「情報収集に積極的な人」はどのメディアもよく利用しているし、「消極的な人」はどのメディアもあまり利用しない、という関係にあると解釈できる。

表 3-2 をさらに詳細に見れば、メディアによる利用傾向の違いにも気づかされる。「仕事」「趣味」「生活」の 3 つの分野では、「新聞等」「広報等」の利用とホームページや SNS などの「ネット」利用との間には、相関が見られない (表の灰色網掛け部分)。新聞や広報誌のような印刷メディアと電子メディアとの関係は、一方を利用する人は他方を利用しないといった対立的関係ではないものの、相対的に独立した関係にあると言える。

表 3-2 情報源の利用度の相関係数

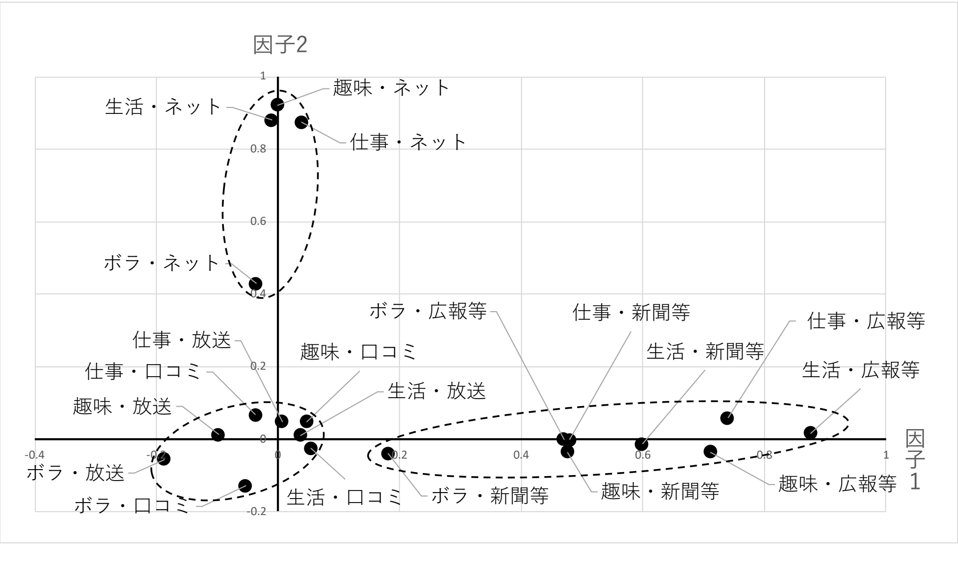
		放送	新聞等	広報等	ネット	ロコミ
仕事	放送	1.000	0.543**	0.449**	0.125**	0.325**
	新聞等	0.543**	1.000	0.571**	0.003	0.239**
	広報等	0.449**	0.571**	1.000	0.043	0.241**
	ネット	0.125**	0.003	0.043	1.000	0.396**
	ロコミ	0.325**	0.239**	0.241**	0.396**	1.000
趣味	放送	1.000	0.540**	0.357**	0.132**	0.316**
	新聞等	0.540**	1.000	0.588**	-0.029	0.254**
	広報等	0.357**	0.588**	1.000	-0.058	0.280**
	ネット	0.132**	-0.029	-0.058	1.000	0.366**
	ロコミ	0.316**	0.254**	0.280**	0.366**	1.000
生活	放送	1.000	0.567**	0.391**	0.078*	0.289**
	新聞等	0.567**	1.000	0.607**	-0.046	0.225**
	広報等	0.391**	0.607**	1.000	-0.043	0.224**
	ネット	0.078*	-0.046	-0.043	1.000	0.351**
	ロコミ	0.289**	0.225**	0.224**	0.351**	1.000
ボランティア	放送	1.000	0.793**	0.602**	0.519**	0.549**
	新聞等	0.793**	1.000	0.719**	0.441**	0.505**
	広報等	0.602**	0.719**	1.000	0.435**	0.563**
	ネット	0.519**	0.441**	0.435**	1.000	0.557**
	ロコミ	0.549**	0.505**	0.563**	0.557**	1.000

注：数値の右肩の*印は、相関係数が 5%水準で統計的に有意であることを、**印は 1%水準で有意であることを表す。

３　「電子メディア 対 既存メディア」の対立関係は存在するか?

上記の関係をより詳細に分析したのが、図 3-1 である。ここでは、因子分析（主因子法・プロマックス回転）を用いて、分野別・情報源別の利用度を決定している共通の要因として 2 つの因子を抽出した。

図 3-1 情報源別利用度の因子分析結果 (各項目の因子負荷量)



各項目の因子負荷量を見ると、「新聞等」「広報等」では第 1 因子の、「ネット」は第 2 因子の負荷量が大きくなっている。「放送」「ロコミ」はいずれの因子負荷量も小さい。ここから、第 1 因子は新聞・広報誌といった印刷メディアの利用度を、第 2 因子はホームページや SNS といった電子メディアの利用度を表していると解釈できる。

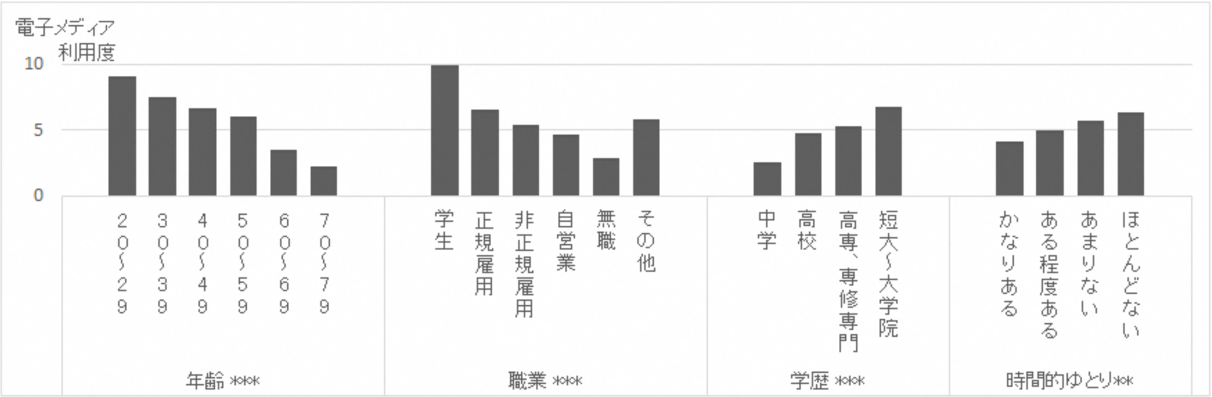
2 つの因子は緩やかに相関しており、「電子メディアが印刷メディアを駆逐する」と俗に言われるような、排他的関係にあるとは考えられない。それでも、情報の入手先として電子メディアの重要性と独自性が増してきていることは、本調査の結果から確認できるのである。

4 「電子メディアをよく利用する人」の社会的属性

そこで以下の分析では、回答者の電子メディア利用度を数量的に把握することを試みる。具体的には、問 17 の「ホームページ・SNS」の利用度を点数化し(「よく利用する」3 点～「ほとんど利用しない」0 点)、「仕事」「趣味」「生活」「ボランティア」の 4 分野を合計して「電子メディア利用度」スコアを算出した[1]。このスコアが大きければ、回答者が電子メディアを積極的に利用していることを、小さければあまり利用していないことを示す数値である。

図 3-2 には、回答者の基本的な属性と「電子メディア利用度」との関連を示した[2]。電子メディアの利用度に最も明確な影響を与えているのは、年齢 (問 1 の 2)である。電子メディアの普及が近年になって急速に、若年層を中心に普及したことを考えれば、当然の結果と言える。

図 3-2 基本属性による電子メディア利用度の違い



他の基本属性についても見ると、職業 (問 2 前半) では学生や正規雇用者で高く、無職・自営業者・非正規雇用者で低い傾向が見られる。最終学歴 (問 2 後半) が高いほど、

[1] こうして算出した「電子メディア利用度」の最大値は 12 点、最小値は 0 点、回答者 (無回答を除く) の平均値は 5.32 点となった。尺度の信頼性係数 (クロンバックの α) は 0.884 であった。

[2] 各属性と「電子メディア利用度」の間で一元配置の分散分析を行い、属性を基準とするグループ間の平均値に統計学的な有意差があったものを図に示した (該当者数が極端に少ないグループは図から省略した)。なお、図表の* 印は、5% (*)、1% (**)、0.1% (***) の水準で有意であることを示している。

電子メディア利用度のスコアも高い。また、時間的なゆとり (問 3 前半) については、「ない」と答える人の方が、電子メディアをより積極的に利用する傾向が見られた。これらの変数は年齢との関連性が深いと考えられる。

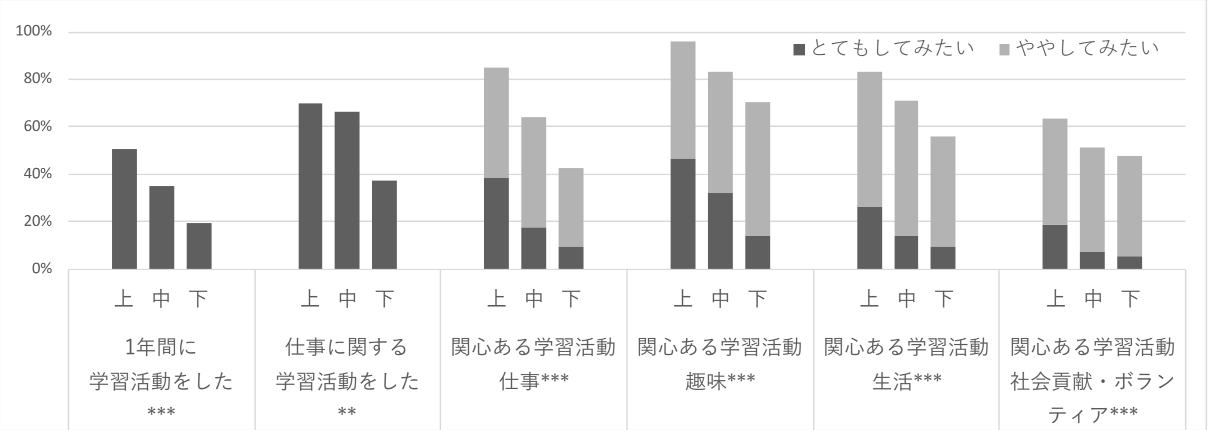
これに対し、性別 (問 1 の 1)、居住地 (問 1 の 3)、経済的なゆとり (問 3 後半)、地域とのつながりの強さ (問 15) については、電子メディア利用度との間に統計的に有意な関連性が見られなかった。

５　「電子メディアをよく利用する人」の学習行動

それでは、情報源として電子メディアを積極的に利用する人は、生涯学習・社会教育に関連してどのような行動を取っているのだろうか。ここでは、電子メディアの利用度を基準に回答者を 3 つのグループに分け、学習行動の違いを検討してゆこう [3]。

まず分かることは、電子メディアをよく利用している人は一般的に、学習活動に対して積極的だ、ということである (図 3-2)。過去 1 年間に学習活動を行った割合 (問 5) は、電子メディア利用度が上位のグループほど高く、分野別の内訳 (問 6) で見ると「仕事に関する学習活動」への参加率で大きな差が見られる。分野ごとの学習活動への関心度 (問 9) で見ても、すべての分野において、電子メディア利用度が上位のグループの方がより積極的な関心を示している。

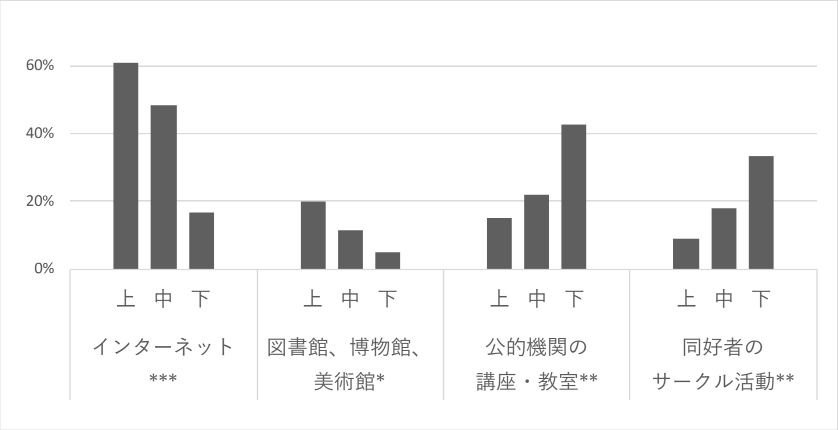
図 3-2 電子メディア利用度による学習活動の違い



次に、学習活動を行った人に対し学習活動の場所・手段を尋ねた質問 (問 7) の回答結果を、図 3-3 に示す。電子メディア利用度が上位のグループで「インターネット」と回答する割合が高いことは当然の結果と言えるが、その他に「図書館、博物館、美術館」でも、電子メディア利用度が上位のグループで利用率が高く、下位のグループでは利用率が低くなっている。

[3] 以下の分析では「電子メディア利用度」によって回答者を上位 (9～12 点)、中位 (3～8 点)、下位 (0～2 点) の 3 グループに分けてクロス集計を行った。なお、図表の*印はそれぞれ、5% (*)、1% (**)、0.1% (***) の水準で統計学的に有意な差があることを示している。

図 3-3 学習活動の手段・場所 (電子メディア利用度による違い)



６　電子メディアを活用した学習行動の「見えにくさ」

反対に、電子メディア利用度の高いグループほど利用率が低いのは、「公的な機関における講座や教室」および「同好者が自主的に行っているサークル活動」である。ここから読み取ることができるのは、従来の生涯学習・社会教育観からすると「見えにくい」生涯学習行動が、電子メディアの普及に伴って拡大しつつあるという事実である。

生涯学習とは本来、学校教育以外のあらゆる学習活動を含む幅広い概念である。しかし、行政施策としては公民館や図書館・博物館といった「社会教育施設」で行われる学習活動を指すことが多く、時間に比較的余裕のある高齢者や主婦・自営業者などが、生涯学習の担い手として想定されがちだった。

しかし、電子メディアを活用した学習は、そうした公式の「学習の場」を必ずしも必要としないし、自由時間・余暇時間に行われるとも限らない。他方で、従来型の生涯学習・社会教育プログラムのなかには、新規参加者の減少やメンバーの固定化、活動のマンネリ化などに悩んでいるところが多い。

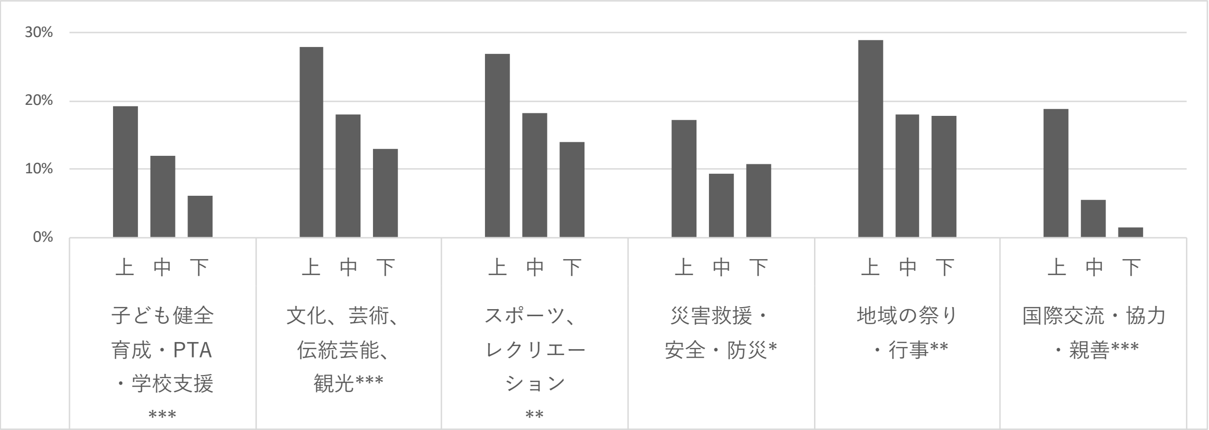
「生涯を通じた学び」の重要性が増している今日では、生涯学習・社会教育施策においても、従来の枠にとらわれない新しい発想が求められてきている。電子メディアの普及は、こうした流れをいっそう進めていくと考えることができる。

７　生涯学習・社会教育の課題

（1）魅力的な「きっかけ」の提供

こうした「見えにくい学習行動」を読み解くヒントとして、今後参加してみたいボランティア等 (問 14) の分析結果を紹介しよう。電子メディア利用度が上位のグループでは、「家庭教育・子育て支援・読み聞かせ活動」「文化、芸術、伝統芸能、観光に関する活動」、「スポーツ、レクリエーションに関する活動」、「災害救援・安全・防災に関する活動」、「地域のお祭りや行事」、「国際交流・協力・親善活動」に参加したいと答えた割合が高かった (図 3-4)。地域づくり一般というよりは、自分にとって身近な課題や、限定的・具体的なテーマに取り組む活動への関心が高いと言える。

図 3-4 関心のあるボランティアの分野 (電子メディア利用度による違い)



変化のスピードが速く、また地域社会や職場など限られた人間関係の中で完結することのない現代の生活では、自分の行うべきことを最初に決めてしまったり、ある関係に全面的に没入したりすることは難しい。反対に、はじめは身近な課題から出発したとしても学習の進展とともに他のテーマに波及したり、新たな人間関係が広がったりすることは十分にあり得る。「気軽さ」と「深さ」を併せ持った、魅力的な学習の「きっかけ」を提供することが求められているのではないだろうか。

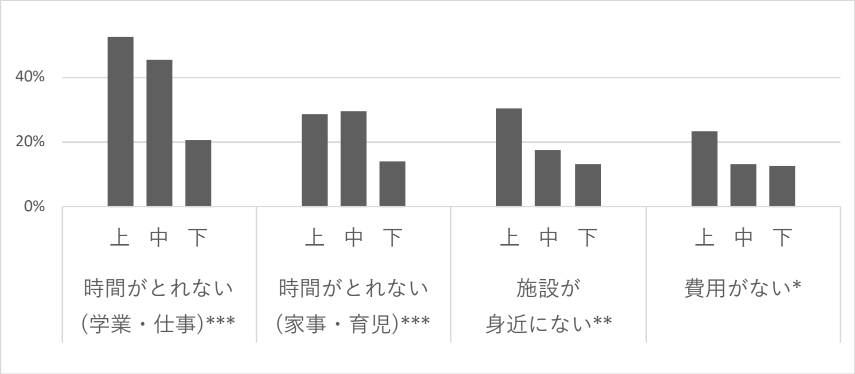
（2）バーチャルとリアルの接続

これからの生涯学習・社会教育の課題として 2 番目に指摘できるのは、バーチャルとリアル、新しいメディアを活用した学習手段と対面的なコミュニケーションを中心とした既存の学習手段とをつなぐ手法の必要性である。

この 1 年間に学習活動をしなかった人に、学習活動ができないと感じる理由を尋ねた設問 (問 8) において、電子メディア利用度が上位のグループは、「時間がとれなかった」(仕事や学業で、家事や育児・介護で)、「施設が身近になかった」、「必要な費用がなかった」という理由を選択する割合が高かった (図 3-5)。

電子メディアを活用することの利点のひとつは、時間や場所の制約を克服できることだったはずである。しかしここでは、電子メディアを積極的に利用する層の方が、学習活動の障害として時間や場所の制約を強く意識していることが分かる。

図 3-5 学習活動ができない理由 (電子メディア利用度による違い)

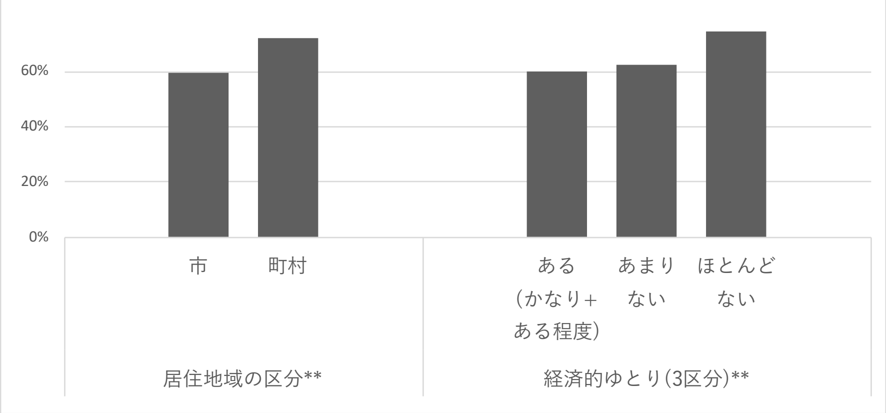


この結果は、電子メディア利用を学習活動に結びつけていく上で、「機会」や「場」が果たす役割が大きいことを示唆しているように思われる。前に紹介したように、既存のメディアの利用と電子メディアの利用とは相互排他的な関係ではない。電子メディアの利用者が単なる情報の消費者ではなく、主体的に情報を取捨選択し、あるいは情報を自ら発信していく存在となるため、既存の学習手法が果たす役割も大きいと言える。

（3）格差への対処・是正

第 3 に指摘できる課題は、いわゆる「デジタル・ディバイド」への対処である。ここ数年で急速に普及したビデオ通話や Web 会議ツールの利用状況を尋ねた質問 (問 19) に、「使用したことがない」と答えた人の割合は、市部よりは町村部の住民に多く、経済的なゆとりが「ほとんどない」と答えた人に多い (図 3-6) [4]。

図 3-6 ビデオ通話・Web 会議を利用したことのない人の割合



デジタル・ディバイドというと、電子機器の操作能力による格差がまず思い浮かぶ。本調査でも、電子メディアの利用度が年齢に大きく規定されていることは、既に紹介

[4] 紙面の都合があり図表では示さないが、年齢条件を一定にした分析でも上記の関連はなりたつことが確認されている。

した。しかし近年では、若年層でも経済的な理由からネットワークへの接続が制限され生活困窮状態から脱出できないといった、新たなデジタル・ディバイドの存在も指摘されている。

本調査からは、地域格差や経済的な格差が、電子メディアを活用した学びへの接近可能性に影響を及ぼす可能性があることが示唆される。格差が固定化・拡大していく現代において、個人や企業・地域社会が単独でこうした課題に対処することには限界がある。格差の是正には、地方行政をはじめとする公共政策の役割が大きいと言えるだろう。

おわりに

本稿では、「生涯学習に関する県民の意識調査」の結果から、青森県民が電子メディアを既存メディアとは別の論理で利用していること、電子メディアを積極的に活用する人々の学習行動が、従来の公的機関による、自由時間・余暇時間中心の学習観からすると「見えにくい」ものであることなどを示してきた。また、これからの生涯学習・社会教育の課題として、気軽さと深さを併せ持った学習の「きっかけ」の提供、バーチャルとリアルを接続する学習手法、地域格差・経済格差が「学び」に与える悪影響への対処・是正、の 3 点を指摘した。

本稿での主張は、限られた質問紙調査の分析結果から導き出されたものとしては飛躍があるかもしれない。その一方で、私たちが現在経験しつつあるのは日々の生活や人間関係のあり方、私たちの感受性などを、ゆっくりとだが根底的に変えるような変化であり、それを先取りするには多少の想像力と先駆的な実践が欠かせないようにも思われる。

本調査の結果が、生涯学習・社会教育の新しい実践のヒントとなり、また地域や分野・実施主体の違いを乗り越えた連携と協力を生み出す一助となれば幸いである。