

テレビ、雑誌と若者の選択 (つづき)

——調査報告その2：雑誌、生活時間編——

柳 原 佳 子

<目 次>

Ⅱ* 雑誌と若者の選択

- (1)よく読む雑誌の内容
- (2)マンガ雑誌の内容
- (3)雑誌広告についての記憶状況

Ⅲ 若者の生活時間

- (1)生活必需時間
- (2)学業時間
- (3)自由時間

おわりに

Ⅱ. 雑誌と若者の選択

(1)よく読む雑誌の選好

多様な雑誌が大量に店頭に並び、しかも多彩な新刊雑誌が出現しつつある現在、若者たちはどのような雑誌を好んで読んだり見たりしているのか。

①雑誌の選好順位

まずどのような雑誌が好んで読まれているかをみてみよう。

雑誌との接触のしかたにはさまざまなかたちが考えられる。たとえば定期的に買って読むとか、続けて借りるとか、続けて立ち読みするというかたちや、ときどき買ったり借りたりするというかたち、あるいは手元があれば読んだりもするという場合など。

本調査では積極的に接触する雑誌について、「定期的に読む雑誌」と「わりとよく読んだり見たりする雑誌」とにわけて、自由に記入してもらった。

「定期的に読む雑誌」については205誌、「わりとよ

く読んだりする雑誌」は221誌の名前があがった。この驚くべき雑誌数はそのまま現在の出版界の状況を示しているわけだが、若者たちがよく読む雑誌の上位約20誌については〈表1〉にあげた。

「定期的に読んでいる雑誌」と「わりとよく読んだり見たりする雑誌」とでは、その選好順位がやや異なる。前者が自発的に購買したりして楽しむもの、後者が、おそらくは店頭での立ち読みの対象であったり、興味のある記事がのっているときに買うものであろう。

「定期的に読んでいる雑誌」について注目していこう。

選好の第1位が「週刊少年ジャンプ」(集英社)の8.3%、第2位は「週刊少年サンデー」(小学館)の7.2%、第3位が「non-no」(集英社)の4.7%、第4位に「週刊少年マガジン」(講談社)の3.6%があがる。

上位に少年マンガ雑誌が多くあがっているのが特徴的だが^(注)、上位選好誌を中学生、高校生、大学生で別々にみると、〈表2〉のように、その順位にかなり変動がある。年齢の上昇とともに読む雑誌の範囲は拡がり、内容傾向も変化していくけれども、いわゆる少年少女雑誌は、中・高・大の別なく読まれている。

なお、とくに中・高校生ではその選好に男女差がみられる(〈表3〉参照)。また、男子がよく読むマンガ誌が週刊誌であるのに対し、女子のそれは月刊誌であることも特徴的である。

②選好雑誌のジャンル

全体での選好上位にあがっている雑誌21誌は、ジャンル別にみると〈表4〉にみられるように大きく4つに分類できる。そのうちマンガ誌は8誌、ガイド・趣味の雑誌が8誌、ファッション誌が3誌、芸能タレント情報誌が2誌である。

これらはいずれも娯楽誌と呼べる種類のものである。

※ 前号(50号)の目次は次の通りである。Ⅰテレビと若者の選択 (1)テレビの視聴のパターン (2)テレビ番組の選好 (3)テレビ視聴の効果 (4)テレビ・コマーシャルの選好 (5)テレビ・コマーシャルの意味

(注) 少年マンガ雑誌についての本調査の順位は、奇しくもこれらの雑誌の刊行部数と対応する。推計刊行部数は、「ジャンプ」180万部、「サンデー」150万部、「マガジン」140万部である。(副田義也「マンガ文化」, 紀伊國屋書店, 1983, p. 14)

〈表1〉 よく読む雑誌 (全体順位)

＜定期的に読んでいる雑誌＞			＜わりとよく読んだり見たりする雑誌＞		
1 位	週刊少年ジャンプ	8.3% (30人)	1 位	non-no	15.5% (59人)
2 位	週刊少年サンデー	7.2 (26)	2 位	週刊少年サンデー	8.8 (32)
3 位	non-no	4.7 (17)	3 位	フォーカス	8.0 (29)
4 位	週刊少年マガジン	3.6 (13)	4 位	週刊少年ジャンプ	7.2 (26)
5 位	月刊明星	3.3 (12)		月刊セブンティーン	7.2 (26)
	月刊セブンティーン	3.3 (12)	6 位	週刊少年マガジン	5.0 (18)
	別冊マーガレット	3.3 (12)	7 位	L マガジン	4.4 (16)
	L マガジン	3.3 (12)	8 位	月刊明星	3.3 (12)
9 位	りぼん	3.0 (11)		プチ・セブン	3.3 (12)
10位	アニメディア	2.5 (9)	10位	an-an	3.0 (11)
11位	LaLa	2.2 (8)		Mc-sister	3.0 (11)
12位	週刊 FM	1.9 (7)		週刊明星	3.3 (11)
	ジ・アニメ	1.9 (7)	13位	週刊プレイボーイ	2.8 (10)
14位	Lemon	1.7 (6)	14位	My バースデー	2.5 (9)
15位	スクリーン	1.4 (5)		ポバイ	2.5 (9)
	アニメージュ	1.4 (5)		別冊マーガレット	2.5 (9)
	花とゆめ	1.4 (5)	17位	月刊平凡	1.9 (7)
	サウンド・レコパル	1.4 (5)		GORO	1.9 (7)
	an-an	1.4 (5)		りぼん	1.9 (7)
	月刊平凡	1.4 (5)		Music Life	1.9 (7)
	ニュートン	1.4 (5)		ビッグコミック・スピリッツ	1.9 (7)
		花とゆめ		1.9 (7)	
		Can-Can		1.9 (7)	
			女性自身	1.9 (7)	

〈表2〉 定期的に読む雑誌

＜中学生＞		(86人)
1 位	週刊少年ジャンプ	11.6% (10人)
	月刊明星	11.6 (10)
3 位	Lemon	7.0 (6)
4 位	週刊少年サンデー	5.8 (5)
	月刊セブンティーン	5.8 (5)
6 位	週刊少年マガジン	4.7 (4)
	月刊平凡	4.7 (4)
	アニメディア	4.7 (4)
	りぼん	4.7 (4)
10位	つりボーイ	3.5 (3)
	別冊少女コミック	3.5 (3)
	別冊マーガレット	3.5 (3)
	プチセブン	3.5 (3)
	なかよし	3.5 (3)
15位	ジュニアスタイル	2.3 (2)
	スクリーン	2.3 (2)
	ザ・ベストワン	2.3 (2)
	週刊 FM	2.3 (2)
	別冊少女フレンド	2.3 (2)

＜高校生＞		(125人)
1 位	週刊少年ジャンプ	13.6% (17人)
	週刊少年サンデー	13.6 (17)
3 位	週刊少年マガジン	6.4 (8)
4 位	別冊マーガレット	3.2 (4)
	FM ステーション	3.2 (4)

	オートバイ	3.2 (4)
7 位	ロッキン・オン	2.4 (3)
	ニュートン	2.4 (3)
	りぼん	2.4 (3)
	non-no	2.4 (3)
	ヤングジャンプ	2.4 (3)
	ホリデー・オート	2.4 (3)
12位	週刊少年チャンピオン	1.6 (2)
	LaLa	1.6 (2)
	高2時代	1.6 (2)
	アニメディア	1.6 (2)
	アニメック	1.6 (2)
	ジ・アニメ	1.6 (2)
	ジュニアスタイル	1.6 (2)
	FM fan	1.6 (2)
	Music Life	1.6 (2)
	Young Guitar	1.6 (2)
	宝塚歌劇	1.6 (2)
	宝塚グラフ	1.6 (2)
	ポバイ	1.6 (2)
	ゴング	1.6 (2)
	ザ・テレビジョン	1.6 (2)
	鉄道ファン	1.6 (2)
	時刻表	1.6 (2)
	Cook	1.6 (2)
	Mc-sister	1.6 (2)
	GORO	1.6 (2)

ビッグコミック・スピリッツ	1.6	(2)
少年ビッグコミック	1.6	(2)
少年キング	1.6	(2)

＜大学生＞		(151人)	
1位	non-no	9.4	(14人)
2位	L マガジン	6.0	(9)
3位	月刊セブンティーン	4.0	(6)
	LaLa	4.0	(6)
5位	週刊 FM	3.3	(5)
	別冊マーガレット	3.3	(5)
7位	ジ・アニメ	2.6	(4)

	週刊少年サンデー	2.6	(4)
	りぼん	2.6	(4)
	<i>an-an</i>	2.6	(4)
	ビーラブ	2.6	(4)
	J. J.	2.6	(4)
13位	週刊少年ジャンプ	2.0	(3)
	アニメディア	2.0	(3)
	アニメージュ	2.0	(3)
	You	2.0	(3)
	花とゆめ	2.0	(3)
	ふあんろーど	2.0	(3)
	週刊マーガレット	2.0	(3)

〈表3〉 よく読む雑誌（男女別）

《中学生》

＜男子＞			＜女子＞		
1位	週刊少年ジャンプ	10.5%	1位	月刊明星	9.3%
2位	週刊少年サンデー	5.8	2位	Lemon	7.0
3位	週刊少年マガジン	4.7	3位	月刊セブンティーン	5.8
4位	つりボーイ	3.5	4位	りぼん	4.7
5位	スクリーン	2.3	5位	月刊平凡	3.5
	月刊明星	2.3	6位	プチセブン	3.5
	ボム	2.3		別冊少女コミック	3.5
	週刊 FM	2.3		別冊マーガレット	3.5
	アニメディア	2.3		なかよし	3.5

《高 校 生》

＜男子＞			＜女子＞		
1位	週刊少年ジャンプ	9.1%	1位	別冊マーガレット	4.5%
2位	オートバイ	5.0	2位	りぼん	3.4
	週刊少年サンデー	3.4	4位	non-no	3.4
	ロッキン・オン	3.4		ジュニア・スタイル	2.3
	FMステーション	3.4		高2時代	2.3
	ホリデーオート	3.4		宝塚歌劇	2.3
	6位	アウト		2.3	宝塚グラフィ
週刊少年マガジン		2.3		Mc-Sister	2.3
FMファン		2.3		Cook	2.3
Music Life		2.3		LaLa	2.3
Young Guitar		2.3			
アニメック		2.3			
ポパイ		2.3			
ニュートン		2.3			
ヤングジャンプ		2.3			

〈表4〉 選好上位雑誌のジャンル

マ ン ガ	ガ イ ド ・ 趣 味					ファッション	芸能・ タレント 情 報
	プレイ ガイド	アニメーション	音楽	映画	科学		
花とゆめ LaLa りぼん 別冊マーガレット 月刊セブンティーン 週刊少年マガジン 週刊少年サンデー 週刊少年ジャンプ	Ｌマガジン	アニメージュ ジ・アニメ アニメディア	サウンド・レコパル 週刊FM	スクリーン	ニュートン	an・an Lemon non・no	月刊平凡 月刊明星

ただ、ここで興味深いのは、彼（女）らがマンガを好んで読んだり見たりするだけではなくて、マンガに関する情報誌（たとえば「アニメディア」、「ジ・アニメ」、「アニメージュ」）にも好んでアプローチしていることである。つまり、彼（女）らはたんにテレビや雑誌から与えられるマンガを受動的に楽しむだけでなく、マンガ情報誌を通して、おもしろいテレビアニメやマンガの本、マンガ・カセットを探索したり、実際に自分自身でマンガ・アニメーションを描くトレーニングをしたりもしている。若者たちの一部には、マンガの読者、受け手であるにとどまらず、作者、送り手であろうと指向するものもいるのである。

(2)マンガ雑誌の内容

若者たちがよく読む雑誌には、いわゆるマンガ雑誌が多いけれども、彼（女）らが好んで読む（というより見る）マンガ誌にはどんな内容が盛りこまれているのか。

全体選好順位の高い7誌について内容を分類した。

<対象誌>

- 1. 「週刊少年ジャンプ」（集英社）
- 2. 「週刊少年サンデー」（小学館）
- 3. 「週刊少年マガジン」（講談社）
- 4. 「月刊セブンティーン」（集英社）
- 5. 「別冊マザーズ」（集英社）
- 6. 「りぼん」（集英社）
- 7. 「LaLa」（白泉社）

分類の具体的な手続きは、各誌の記事内容を分類枠にそって分類し、そのページ数を計上、それらが全体ページのなかで占める割合を出すという方法をとった。その結果については〈表5〉の通りである。

取りあげた7誌はそれぞれに特色をもっていることがわかる。だが、いわゆる少年マンガには、SFもの、アクション、スポーツ、ギャグものが多く含まれているのに対し、いわゆる少女マンガの中心は、まず第1に恋愛ものであり、そしてホームドラマである。

そして少年マンガのドラマ展開の背景が宇宙といった無限の世界から学校・家庭という身近な日常世界にまでを包摂するのに対して、少女マンガのドラマ・スクリーンは、もっぱら学園を中心に描かれ、その扱いは家庭から街頭まで、あるいは特定の活動領域（たとえば、ファッション界とか芸能界）までにとどまることが多い^(注)。このようなマンガ雑誌の男女別内容分化の現象は、1つには、少年や（若い）男性がそのよ

<分類枠>

マンガの内容	SF アクション	超能力者、ロボット、アンドロイドが登場し、攻撃的なアクション傾向の強いもの
	SF ドラマ	超能力者、ロボット、アンドロイドが登場し、比較的平穏なドラマ展開のもの
	リアル・アクション	人間たちの間で戦闘的・攻撃的なやりとりが展開されるもの
	スポーツ	スポーツの試合や練習の場面を中心に、人間関係、ストーリーがくりひろげられるもの
	恋愛	登場人物たちの間での、異性間もしくは同性間の恋愛が中心テーマになっているもの
	ホーム ドラマ	家族や家族関係、近隣の友人関係などを中心にストーリーが展開するもの
	ナンセンス ・ギャグ	ナンセンスな笑いやギャグ的なおもしろさをねらったもの
	メルヘン	童話風な、なごやかで幼児期懐旧的なストーリーを展開するもの
	その他	史実にもとづいたストーリーの構成、動物の生態をえがいたものなど
	グラビア 記事	スター、タレントなどの写真、ピンナップ写真など
その他	編集部 情報	プレゼントのお知らせや発表、クイズ、占い、作家情報など
	投稿	読者からのはがきの紹介
	次号予告	
	広告	

うな少年マンガを好み、少女や（若い）女性がそのような少女マンガを好むからではあるが、もう1つには逆に少年マンガと少女マンガの内容とがそのような分化傾向をもつから、読み手たちがその内容にあわせて、ずからの好みを形成していくためでもある。

少年・少女マンガ雑誌が小学生のころから読まれば始めることを考えると、マンガの内容にみられる男女分化の現象は、男の子、女の子の世界像や自我像の形成に、教育的機能をはたしているといえる。

このことの是非はともかく、マンガ雑誌が発達期の若者たちに何らかの感化作用を及ぼしているとして、読み手である彼ら彼女らは、それらの感化情報を盲目的に受け取るだけではあるまい。

たとえば同じ少年誌でも、「少年ジャンプ」は他誌よりSFドラマ、リアル・アクション、ギャグを多く含み、しかもアクションの描写場面は他誌のそれより激烈でありスピード感がある。「少年サンデー」はスポーツ、恋愛を多く取り扱い、いわゆる学園ものが多い。「少年マガジン」は空想・想像の要素の少ないアクション・スポーツものが多く、下げもののギャグが多い。

このような雑誌の内容傾向に対し、とくに中学生と高校生は、まず「少年ジャンプ」を好み、次に「少年

(注) 無論、例外的に、巨大な歴史スペクタクルを背景にしたものや、広大なものを背景としたものがないわけではない。ただ、少女マンガの場合、広大・遠大な背景のなかで、恋愛過程が進行する。

〈表5〉マンガ雑誌の内容

(単位、%)

雑誌名 取りあげた号 内容分類	週刊少年ジャンプ	週刊少年サンデー	週刊少年マガジン	月刊セブンティーン	別冊マーガレット	りぼん	LaLa
	1983年 49号(11月21日) 50号(11. 28) 51号(12. 5) 52号(12.12・19)	1983年 49号(11月23日) 50号(11. 30) 51号(12. 7) 52号(12. 14)	1983年 49号(11月23日) 50号(11. 30) 51号(12. 7) 52号(12. 14)	1983年 10月号 11月号	1983年 11月号 12月号	1983年 11月号 12月号	1984年 3月号 4月号
SFアクション	8.3%	10.6%	3.2%	0 %	0 %	0 %	0 %
SF ドラマ	16.2	4.7	0	12.0	0	0	0
リアル・アクション	29.0	10.0	24.0	0	0	27.0	21.4
ス ポ ー ツ	13.1	31.6	35.7	0	10.8	4.7	6.9
恋 愛	13.1	32.8	11.1	85.2	84.2	61.7	49.6
ホームドラマ	11.5	8.9	0	31.3	39.2	20.0	12.6
ナンセンス・ギャグ	27.9	13.9	28.8	18.7	0.4	23.6	7.1
メルヘン	3.4	0	0	0.5	0.4	9.0	16.6
そ の 他	10.3	0	0	0	14.9	0	0
グラビア記事	0	0	1.2	1.8	0	0	0
編集部情報	1.4	2.9	3.8	6.2	5.1	4.0	4.4
投 稿	1.7	3.2	1.1	1.4	0.8	0.9	1.1
次 号 予 告	1.3	0.6	0.9	0.5	0.4	1.8	0.6
広 告	6.2	10.3	9.1	3.2	3.0	4.2	3.9

〈注〉マンガのストーリーには、1つのうちに複数の分類内容が含まれているものもあり、1編を2種の内容項目に算入した場合のものもあるため、各誌の比率合計は100%をこえる。

サンデー」を読む。彼ら（と一部の彼女ら）は、まず一方でより激烈なアクションとよりナンセンスなギャグを好み、他方では学園青春ドラマを好む。

少女誌の選好順位は、中学生と大学生でまず「月刊セブンティーン」があがる。「セブンティーン」の特色は恋愛とホームドラマ、そこにギャグ的な要素が含まれる。高校生のトップは「別冊マーガレット」、これは学園青春ものを多く含む。「りぼん」は中・高・大にほぼ等しく読まれているが、他誌とくらべると、ギャグ的な色彩を強く示しているのが特色である。「LaLa」、これは大学生（と高校生の一部）に支持されているが、この雑誌の特色は、他の少女誌よりは登場人物の年齢が高く、学園家庭にとどまらず歴史や海外へと背景が拡大する。また女性が攻撃的アクションに参加する率は「LaLa」が少女4誌のなかで最も高い。

一般的にみて、少年誌のアクションとギャグ、少女誌の恋愛・ホームドラマ（とギャグ）。このようにみると最近のマンガは暴力と性に満ちているという俗間の批評と変わりはない。が、その間に含まれるギャグ的な笑いの要素は、他者を攻撃し破壊するという暴力的エネルギーを中和・鎮静させ、他者を愛し融即するまでにいたる必要な精神的緊張を緩和・弛緩させる。マンガに含まれるこのアンビヴァラントなバランス機制は、現代の若者たちの置かれている精神状況を示唆しているともいえる。



『少年ジャンプ』『ブラック・エンジェルス』（平松伸二）



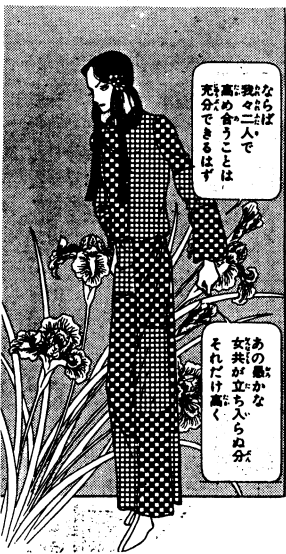
『少年サンデー』『うる星やつら』（高橋留美子）



『少年マガジン』『極道キャンパス』（しもさか保）



『月刊セブンティーン』『フィジカル・アワー』（あき美かよ）



『La La』『白出処の天子』（山岸涼子）

このような状況が生じる理由として、1つには彼（女）らの言語表現能力が年齢の上昇にあわせて拡大していくことがある。広告の受け手である若者たちの個体発達上の条件と同時に、もう1つの理由として、年齢の上昇とともに多様化していく彼（女）らの愛読雑誌に、広告を多く掲載しているものが増えていくということがある。つまり、若者たちが年齢の上昇とともに、潜在的な購買者から実質的な購買者・消費者になっていくのに応じて、彼（女）らの愛読誌のなかに含まれる広告の量は増えていくという関係があるわけである^(注)。

さて、彼（女）ら、もっぱら高校生、大学生が選んだ雑誌広告110点についてリストアップしたのが〈表6〉である。

②選好された雑誌広告の商品ジャンル

ところで、〈表6〉は広告商品のジャンル別になっている。

(3)雑誌広告についての記憶状況

①印象に残っている雑誌広告

雑誌広告で、印象に残っているもの、気に入ったものを、自由記述式（3点まで）で書いてもらった。

記入された雑誌広告の数は合計110点（のべ158人）、テレビ広告が247点あがっていたことからみると、半数以下の状況である。

中学生、高校生、大学生の別でみると、中学生では具体的な商品名がほとんど出てこないで、たとえば「化粧品」の広告、「空気銃の広告」といったように品種が示されるだけである。具体的な商品名の指示と広告の特徴の説明は、大学生が最も明示的であった。

〈表6〉印象に残る雑誌広告

(S, 362人)

記 述 状 況		備 考	人数
商 品 名	記 憶 の 焦 点		
資生堂パーキーゼーン	ジュニアファースト・ビルズ		9
資生堂リップ・アシュレット			3
資生堂フェアネス	猫, 美人		3
シールドビーム		(二光), 美顔器	2
資生堂サンフェア		日焼け対策	1

(注) たとえば大学生（の女子）がよく読む雑誌としてあがった「non-no」の場合、全ページに広告が占める割合は38.5%である。（「non-no」20号（10月20日）、21号（11月5日、1983年）の全552ページ中、広告ページは201ページ。ちなみに衣装ファッションのページは23.8%）

資生堂マニキュア・シリーズ		マニキュア全カラーの配列	1
資生堂三段パレット	三段重ねのウサギ	パーキーゼーン・シリーズ	1
カネボウ・ミニマスカラ			1
IONA			1

2位 <保健・医療品> 19人

記 述 状 況		備 考	人数
商 品 名	記 憶 の 焦 点		
オロナミン C		(大塚製薬)	4
ダイズ・サポニン		(コスモ) 痩身剤	2
マッハのハトムギ	ハトムギ減量法	(森谷健康食品)	2
キンチョーどんと		(大日本除虫菊)	1
	ひさや大黒堂	痔の治療薬	1
エチケットライオン	岸本加代子		1
ビュア・シャンプー・アンド・リンス		(花王)	1
カロヤンハイ		(シオノギ)	1
ロゼット洗顔パスタ	黒子さんと白子さん		1
グリーン仁丹	田中邦衛のイラスト	(森下) 絵, 山藤章二	1
マウスベット	小人の人形たちのキス	(ライオン)	1
リポピタン D	「ファイトー発ノ」	(大正製薬)	1
	「かぜは社会の迷惑です」	「ベンザ・エース D」(武田)	1
保谷コンタクト・レンズ	伊藤麻衣子		1

3位 <酒> 18人

記 述 状 況		備 考	人数
商 品 名	記 憶 の 焦 点		
サントリー缶ビール	ペンギンのイラスト		8
ブランデー	坂東玉三郎	「マーテル・コニャック」(サントリー)	2
サントリーワイン	「お皿があたるなんとかワイン」	「レゼルブ」	2
バドワイザー・ビール		(サントリー)	1
ハイネケン・ビール			1
ヘイグ	斉藤慶子のヌード	(サントリー)	1
カティーサーク・プライベート	プレゼント付	(サントリー)	1
赤玉パンチ	クリス・パティム	(サントリー)	1
ワイン	坂本龍一	「サントネージュ」(協和発酵)	1

4位 <食品> 14人

記 述 状 況		備 考	人数
商 品 名	記 憶 の 焦 点		
グリコ・ポッキー		松田聖子「ポッキーオンザロック」	4
カルピス	黒人のイラスト		1
サンキスト・ドリンク		(森永)	1
クリープ		(森永)	1
リーベンデール・アイスクリーム		(雪印)	1
サーティワン・アイスクリーム	8種類重ねのアイスクリーム		1
明治チョコレート	原辰徳		1
ハイクラウンチョコレート		(森永) 荻野目慶子	1
クノールスープ	中井貴一	(味の素)	1
ドンペー	ドンドンバ時計プレゼント	(日清)	1
西友の無印良品			1

5位 <書籍> 13人

記 述 状 況		備 考	人数
商 品 名	記 憶 の 焦 点		
月刊少年マガジン			2
別冊少女コミック			2
メンズクラブ			1

コミックス			1
リオ	カフチュア・マガジンの創刊		1
「カムイ伝」	「一気に読め、たまにはこんなヘビーな本もいい」		1
「めぞん一刻」		雑誌マンガの単行本化	1
角川ノベルズ新刊		原田知代	2
「風待よい草」	さだまさしのエッセイ集		1
「夜のピアノ」	山本達彦の本		1

・ 6 位 <自動車> 8 人

記 述 状 況		備 考	人数
商 品 名	記 憶 の 焦 点		
三菱ミラージュ		忌野清志郎「ベイビー、逃げるんだ」	2
フェアレディ Z		(日産)	2
セリカ	グレイス・ジョーンズ	(トヨタ)	1
ホンダ・シティ・マッドネス			1
日産ブルーバード	沢田研二		1
ラングラー	ポールとポーラ	(日産)	1

6 位 <映画> 8 人

記 述 状 況		備 考	人数
商 品 名	記 憶 の 焦 点		
里見八犬伝	薬師丸ひろ子		2
ワン・フロム・ザ・ハート			1
超人ロック		アニメ	1
機甲創世紀モスピーダ		アニメ	1
積木くずし	渡辺典子		1
白蛇抄	小柳ルミ子		1
居酒屋兆治		高倉健	1

8 位 <レコード、テープ> 7 人

記 述 状 況		備 考	人数
商 品 名	記 憶 の 焦 点		
「限りなき戦い」	ザ・マイケル・シェンカ		1
「ミッドナイトマッドネス」	ナイトレンジャー		1
「ウルトラ Q」	デジタルトリップ		1
「メモリー」	スーパーギャルズ		1
「浮気なばくら」	YMO		1
「愛のゲーム」	松あきら		1
「那曲他」			1

9 位 <バイク> 5 人

記 述 状 況		備 考	人数
商 品 名	記 憶 の 焦 点		
MB-X-50	15万円でカウルつき	(ホンダ)	1
MU-X	32.8万円		1
ホンダビート		(ホンダ)	1
イヴ		(ホンダ) 大原麗子	1
アライ S-75		ヘルメット	1

9 位 <テープ(カセット、ビデオ)> 5 人

記 述 状 況		備 考	人数
商 品 名	記 憶 の 焦 点		
ソニー・カセットテープ			2
マクセル 3D	モッズ	(日立)	1
TDK ビデオテープ	ソフィー・マルソー		1
アルパ 3D		?	1

9位 <時計> 5人

記 述 状 況		備 考	人数
商 品 名	記 憶 の 焦 点		
セイコーの時計シリーズ	手がいっぱい		3
セイコー・ソシエ			2

12位 <電気製品> 4人

記 述 状 況		備 考	人数
商 品 名	記 憶 の 焦 点		
ナショナル・テレビ		?	1
テクニクス・コンポステレオ	薬師丸ひろ子	(松下)	1
プライベート・ステレオ		(パイオニア)	1
パソコン	キングコング	(ソニー?)	1

12位 <トランジスタ製品> 4人

記 述 状 況		備 考	人数
商 品 名	記 憶 の 焦 点		
TK-80BS		すべて高校生男子	1
CP/M TM	「標準をもとう」		1
PC-8001			1
FM-X			1

12位 <衣類> 4人

記 述 状 況		備 考	人数
商 品 名	記 憶 の 焦 点		
ブリティッシュパイパーのセーター			1
ラコステ			1
リーバイス・ジーンズ			1
アメリカ屋くつ店			1

12位 <サラリーローン> 4人

記 述 状 況		備 考	人数
商 品 名	記 憶 の 焦 点		
ACOM レンタル		すべて高校生	1
武富士			1
プロミス			1
ほのほのレイク			1

16位 <タバコ> 3人

記 述 状 況		備 考	人数
商 品 名	記 憶 の 焦 点		
キャスター	藤竜也	三浦友和 女子	2
キャビン	「俺の赤」		1

16位 <スポーツ用品> 3人

記 述 状 況		備 考	人数
商 品 名	記 憶 の 焦 点		
NCAA スポーツ品			1
美津野バット, グラブ	新製品の紹介		2

18位 <航空機 2人>

記 述 状 況		備 考	人数
商 品 名	記 憶 の 焦 点		
F-15-イーグル			1
ダグラス MD-100			1

18位 <政府広報> 2人

記 述 状 況		備 考	人数
商 品 名	記 憶 の 焦 点		
「覚醒剤やめますか, それとも人間やめますか」			2

20位 <カメラ> 1人

記 述 状 況		備 考	人数
商 品 名	記 憶 の 焦 点		
オリンパス OM-10			1

その他 4人

記 述 状 況		備 考	人数
商 品 名	記 憶 の 焦 点		
日ペンの美子ちゃん		(日本ペン習字研究会)	3
劇団ひまわり	劇団員募集		1

広告認知が商品認知とイコールでないことはいうまでもない。雑誌広告の認知状況は、どんな種類の雑誌をよく見ているかということにかなり影響をうけるし、認知の焦点が広告商品ではなく広告表現そのものにむけられていることも少なくない。

これらの制約条件をふまえたうえで、彼(女)らが印象に残っているとする雑誌広告の広告商品のジャンルを、記述点数の多い順にみると、第1位が「化粧品」(22人)、2位が「保健・医薬品」(19人)、3位が「酒」(18人)。テレビ・コマーシャルでは上位23点中で11点までが「酒」のコマーシャルであったのに対し、雑誌広告は相対化されている。「サントリー缶ビール」は雑誌広告でも高い選好率をもつ。化粧品では資生堂、酒類ではサントリーが独占的な位置にある^(注)。

4位の「食品」類(14人)、このジャンルの広告商品名をあげた者は女子が圧倒的に多く14人中12人であった。

5位の「書籍」類、6位の「映画」広告以下は、回答者たちの趣味の傾向を反映しているものが多く、たとえば8位の「レコード・テープ」、9位の「バイク」、12位の「トランジスタ製品」、18位の「航空機」などは、これらについての専門誌に掲載された広告であろう。

③雑誌広告の記憶の焦点

雑誌広告は何が記憶の焦点となっているか。

〈表6〉の「記憶の焦点」の項には回答者の記述ポイントが記入されている。

テレビ・コマーシャルについての記述がかなり細目にわたって展開されていたのに対し、雑誌広告についての説明内容は、それが高校生、大学生であっても、かなりあいまいであり希薄である。

雑誌広告が紙面の構成、登場主体、コピーによって成り立ち、テレビ・コマーシャルは映像の構成、登場主体、コピー、そして音声を音楽によって成り立つ。テレビ・コマーシャルから送信の反復性、画面の変化、

音楽と音声を消し去ったものが雑誌広告であるとすれば、それはよほど強烈なアピール効果をもつか、広告対象を特定の指向をもつ者に限定(いわゆるマーケット・セグメンテーション)しなければ、受け手に記憶されない。

テレビ広告の記述247点、雑誌広告の記述110点。若者たちは広告に関しては、明らかに「映像人間」である。

Ⅲ. 若者たちの生活時間

現代の中学生、高校生、大学生はどのような1日をすごしているのか。

彼(女)らが生徒・学生であるということから、彼(女)らの1日が学校時間(始業・終業時間や授業時間など)を中心として展開されるであろうことは、当然、予想されることだが、その内実はいかなるものなのだろうか。

1日の生活時間を、〈生活必需時間〉、〈勉強時間〉、〈自由時間〉に大別し、そぞれの内容をみていきたい。

なお、生活行動のおもな項目とその内容については〈付表〉の生活行動分類表を参照されたい。

1日の生活時間の項目別平均時間については〈表7〉の通りである。

(1)生活必需時間

ここで〈生活必需時間〉というのは、人間が生きて活動していくために不可欠と思われる、いわば個体維持に必要な基本的活動に要する時間をさす。具体的には、睡眠時間、食事時間、身のまわりの清潔や整理のための時間などを含む。

生活必需時間の主な項目別時間については〈表8〉の通りである。

ほぼ全員にみられる生活必需行動時間の合計(睡眠、食事、身のまわりの用事の合計時間)は、全体平均で

(注) 化粧品業界では資生堂が、洋酒業界ではサントリーが広告宣伝費について第1位であることを考えると、本調査の対象たちは、広告主・広告制作者たちの意図に「すなおに」対応している。ただし、彼(女)らが「すなおに」それらの企業商品を購入・消費するとは限らない。〔広告宣伝費(1981年)：サントリー-23,313,500万円、資生堂1,798,300万円(八巻俊雄他「広告読本」東洋経済新報社, 1983, 資料p. 9)〕

〈付表〉 生活行動分類表

		具 体 的 な 内 容
生活必需時間	睡眠	連続30分以上、昼寝などを含む
	食事	
	身のまわりの用事	洗顔、着がえ、入浴、整髪、自分の部屋のそうじなど
	家事手伝い	買い物、食事のしたくやあとかたづけ、きょうだいの世話、家業手伝いなど
学業時間	授業・学校の備事	授業、ホームルーム、そうじ、体育大会など
	クラブ・部活動	始業前、昼休み、放課後のクラブや部の活動
	学習塾・習いごと	
	自宅学習	宿題、予習・復習、自主学习
自由時間	テレビ	
	ラジオ	
	レコード・カセットテープ	
	本・雑誌・新聞	
	遊び	野球、サッカーなどのスポーツ、映画・イベントの鑑賞、ゲーム、編物など
	休養	おやつ、ぼんやりしている、お茶、病気療養など
	友人との会話	
	家族との会話	親やきょうだいなどとの雑談、一家だんらん
	通学	学校の行き帰り

〈表7〉 1日の生活時間

		中学生	高校生	大学生	全 体
生活必需時間	睡眠	時間 分 8.06	時間 分 7.18	時間 分 7.31	時間 分 7.35
	食事	1.20	1.17	1.36	1.26
	身のまわりの用事	.52	.53	1.26	1.11
	家事手伝い	[.55]	[1.12]	[1.07]	[1.05]
学業時間	授業・学校の行事	5.50	5.27	3.33	4.45
	クラブ・部活動	[1.51]	[2.38]	[3.29]	[2.46]
	学習塾・習いごと	[1.49]	[1.54]	[2.08]	[1.54]
	自宅学習	[2.27]	[2.36]	[1.42]	[2.15]
自由時間	テレビ	[2.47]	[1.49]	[2.27]	[2.23]
	ラジオ	[1.22]	[1.16]	[1.28]	[1.24]
	レコード・カセット	[1.38]	[1.35]	[1.15]	[1.25]
	本・雑誌・新聞	[1.12]	[1.04]	[1.23]	[1.17]
	遊び	[1.28]	[1.58]	[1.50]	[1.45]
	休養	[.41]	[1.02]	[.59]	[.54]
	友人との会話	[.39]	[1.07]	[1.21]	[1.08]
	家族との会話	[.52]	[1.08]	[1.06]	[1.03]
	通学	.38	1.16	2.11	1.27

〈注〉各行動について1日を通じての集計にあたっては、〔 〕で示したのは、その行動をした人だけについて計算した平均時間（＝行為者平均時間）、無印のものは、全体の95%以上の者が行った行動を示し、その行動を行わなかった者も含めた全体としての平均時間（＝全員平均時間）とした。

〈表8〉 おもな生活必需時間

学校別	行動	睡眠	食事	身辺整理	入浴	合計
		時間 分	時間 分	時間 分	時間 分	時間 分
中学生		8.06	1.20	.31	.21	10.18
高校生		7.18	1.17	.30	.23	9.28
大学生		7.31	1.36	1.01	.25	10.33
全体平均		7.35	1.26	.47	.24	10.12

10時間12分、中学生が10時間18分、高校生が9時間28分、大学生が10時間33分である。

① 睡眠時間と起床・就寝時刻

全体の平均時間は7時間35分。ただし中学生の8時間6分を最高として、大学生の7時間31分、高校生の7時間18分という順になっている。

また図表には示さなかったけれども、中・高・大ともに、女子より男子の睡眠時間のほうが多い。

なお、とくに高校生のなかに、深夜の勉強にそなえてと思われる「昼寝時間」を設けている者も少なからずいた。

起床時刻をみると、〈図1〉のように、中学生では午前7時を軸に、7時までに起床しているのが23.3%、7時30分までに起床している者は累積して87.3%となる。7時半以降8時までに起床する者は累積して98.9%である。

高校生の起床状況も中学生と比較的似てはいるが、午前7時までに起床しているのが38.4%、7時30分までの起床累積率は84.4である。7時半以降8時までの累積起床率は96.8%。

中学生と比較して高校生の起床が全体にやや早いのは、両者とも始業時刻が8時30分であるのだけれども中学校が市立、高校は府立・県立であることから、高校生のほうが通学時間が長く（中学生平均38分）、高校生平均1時間16分）、そのため始業時刻から通学所要時

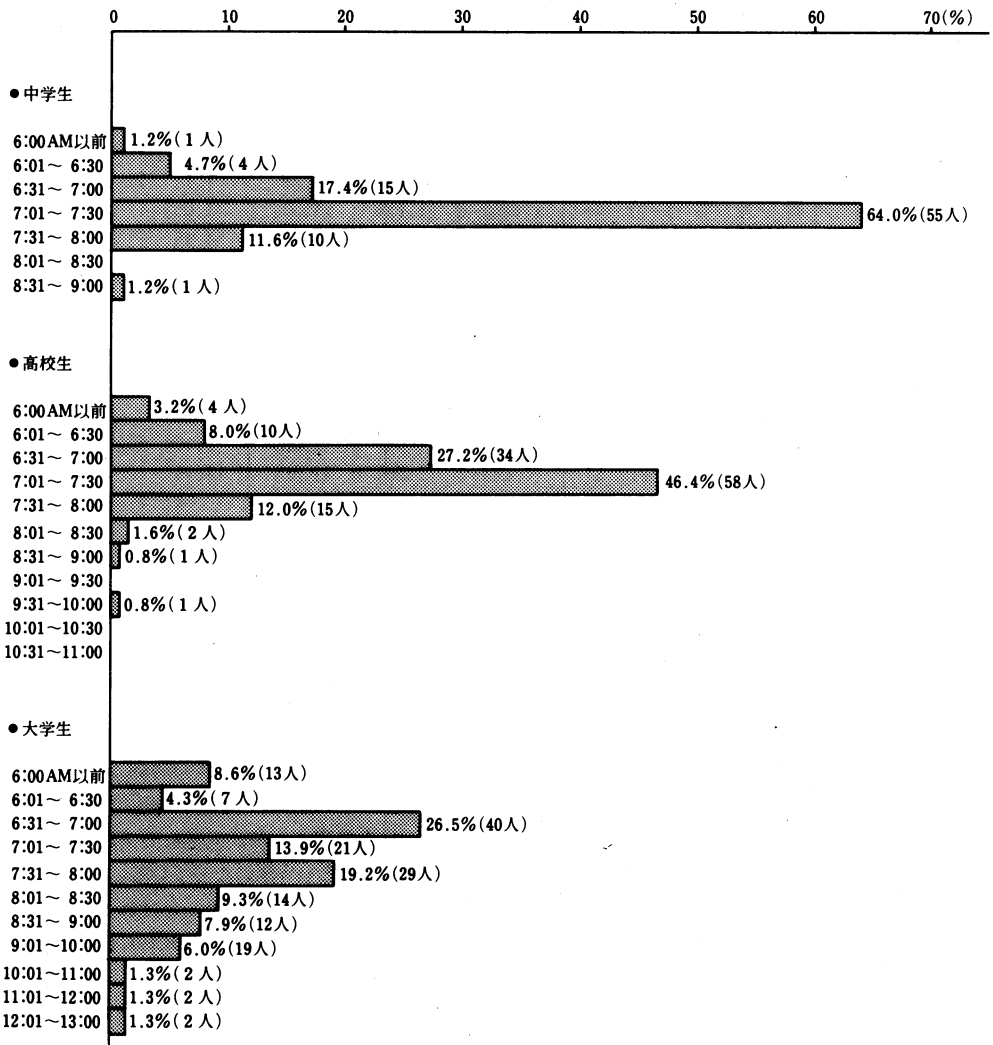
間を差し引いて起床せざるをえないということの結果であろう。

大学生に関しては、起床時刻は一定していない。6時半から7時までに起きる者が全体のなかでやや多いが、8時までに起床する者が72.5%、9時を過ぎても寝ている者が9.9%いるといった具合に、中・高校生よりは朝寝坊である。

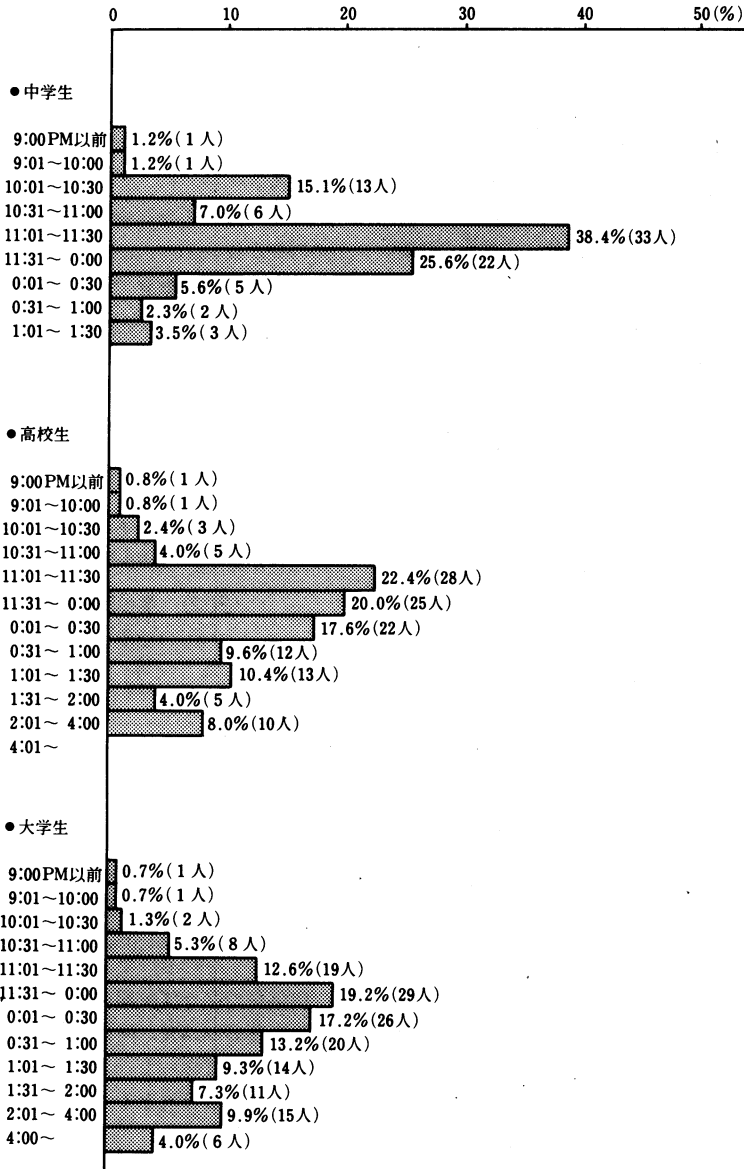
ただし大学生で7時前に起きる者は、大半がまじめに講義に出席しており、また通学に片道1時間以上を要するといった、「遠距離通学マジメ学生」である。他方、8時以降に起床する者は、通学時間が少ないというよりは通学意志が少なく、1日を自分の好きなことをして過ごす、「自由・趣味型学生」である場合が多い。

就寝時刻は〈図2〉にみられるように、中学生より

〈図1〉起床時刻



〈図2〉就寝時刻



高校生が、高校生より大学生が多様なパターンをとり、また全体に年齢の上昇とともに就寝時刻が遅くなる。

ちなみに、午後12時までに床についている率は、中学生では88.5%，高校生では50.4%，大学生は39.8%である。また午前2時以降に寝ているのは中学生ではゼロ，高校生に8.0%，大学生では13.9%いる。大学生の遅寝遅起きが目立っている。

②食事時間

1日の食事時間の合計を平均すると1時間26分。中学生が1時間20分，高校生が1時間17分，大学生が1時間36分である。全体にみて，男子のほうが女子より

食事時間は短いという傾向がある。

なお、後にテレビの項目のところで詳しくみるけれども、とくに夕食時間中のテレビながら視聴が多い。テレビをみながらの夕食時間は、その大部分が1時間程度であるのに対し、もっぱら食事に専念する場合は、20分ないし30分が夕食時間である。

③身のまわりの用事の時間

身のまわりの用事にかかる時間は、学齢が上昇するにつれて増える。学校別でみると、中学生が平均して52分，高校生が53分，大学生が1時間26分である。

身のまわりの用事の時間のうち、おもなものは入浴

と自分の部屋のそうじや片づけに使われる時間だが、その他、女子にドライヤーで髪をかわかす時間やブロー・セットする時間を明記している者が（しかも20～30分）、少なからずいたことも付記しておく。

入浴時間について少し詳しくみると、〈表9〉にみられるように、入浴した者の割合は、中学生（74.4%）、高校生（71.2%）、大学生（68.9%）の順に多い。だが入浴時間を入浴者の数で割った入浴者平均時間を見ると、逆に大学生（36.8分）、高校生（32.7分）、中学生（28.8分）の順になる。

〈表9〉 入 浴 時 間

	中学生	高校生	大学生
入 浴 者 率	74.4%	71.2%	68.9%
平均入浴時間	28.8分	32.7分	36.8分

なお、入浴時間をはじめ、洗顔、着がえなどを含む、身体的ケアに関しては男子よりも女子が長い時間を使い、さらに同じ女子でも年齢の上昇とともにまたその時間が長くなるという傾向が認められた。

④家事手伝いの時間

家庭の雑事や食事のしたくの手伝いやあとかたづけの手伝いなどを行う者はかなり少ない。全体でみると、わずか17.1%、中学生の15.1%、高校生では一番少なくて8.0%、大学生はいくらか増えて（その大部分は女子）、25.8%である。手伝いに関しては男女差が顕著で、全体でみると手伝いをするもののうち男子が16%、女子は84%となる。

中学生、高校生、大学生の別で手伝いの状況を見ると〈表10〉の通りである。

(2)学業時間

〈学業〉に関連する時間、これは生徒・学生にとっては、いわば「本業」ともいえる時間である。24時間のうち、はたしてどれほどの時間が彼（女）らの「仕事」時間にふり向けられているのだろうか。

なお、調査日の当日とその前後には特別な学校行事がなかったことを改めて確認しておく。

学業時間の表を再び示しておこう。〈表11〉を参照されたい。

①授業・学校行事の時間

この項目は、実質的には授業時間とホーム・ルームないし学級活動の時間、および校内清掃の時間を含ん

〈表11〉 学 業 時 間

	授業・学校行事	クラブ・部	学習塾・習いごと	自宅学習
	時間/分	時間/分	時間/分	時間/分
中 学 生	5.50	[1.51]	[1.49]	[2.27]
高 校 生	5.27	[2.38]	[1.54]	[2.36]
大 学 生	3.33	[3.29]	[2.08]	[1.42]
全体平均	4.45	[2.46]	[1.54]	[2.15]

でいる。
 ここでは明らかに中学生、高校生、大学生の順でその時間が長い。

中学生が義務教育であり、高校が今や準義務教育化していること、大学が選択的教育課程であること、このいわば学校拘束時間の長短が一致しているのは興味深い。

ただし、この項目に関しては、同じ教育課程であっても学校差がある。本調査では、中学校、高校、大学とも2校ずつ抽出しているが、参考までに学校別の授業・学校行事時間をあげておこう。いずれも30分程度の差異がある。〈表12〉参照。

〈表12〉 学校別の授業・学校行事時間

	K中学	O中学	I高校	Y高校	K大学	S大学
学校別	時間/分	時間/分	時間/分	時間/分	時間/分	時間/分
平 均	6.06	5.33	5.35	5.09	3.31	4.06
	5.50		5.27		3.33	

②クラブ・部活動の時間

クラブや部の活動を行っている者の割合をまずみてみよう（〈表13〉参照）。

〈表13〉 クラブ・部活動者の割合

中学生	高校生	大学生	全 体
24.4%	44.0%	23.8%	30.9%

中学生でクラブや部の活動時間を計上した者は、中学生全体の24.4%、同様に高校生では44.0%、大学生では23.8%であった。全体でみると30.9%がこの活動を行っているけれども、この活動に関しても学校差がめだった。

③学習塾・習いごとの時間

学習塾や何らかの習いごとのために自宅外へ出かけていく者の割合とその内容については〈表14〉の通りである。学習塾に通うのは中学生が最も多く、中学生全体のうちの20%のものが塾通いをしている。高校生では3%と下降する。

習いごとについては、大学生がバラエティーにとん

〈表10〉 家事手伝いの状況

	平均時間	行為者 母集団 ×100	男子 行為者 ×100	女子 行為者 ×100
中学生	[55分]	15.1% (13人)	23.1% (3人)	76.9% (10人)
高校生	[1時間12分]	8.0% (10人)	40.0% (4人)	60.0% (6人)
大学生	[1時間7分]	25.8% (39人)	7.7% (3人)	92.3% (36人)

〈表14〉 学習塾・習いごとの状況

	行為者率	実数	具体的内容
中学生	23.3%	20人	学習塾(18人)、ピアノ(1人)、エレクトーン(1人)
高校生	4.0%	5人	学習塾(4人)、ピアノ(1人)
大学生	4.0%	6人	タイプ(2人)、エレクトーン(1人)、お茶(1人)、太極拳(1人)、英会話(1人)

でいるけれども、6人の習い事者のうち5人までが女子（男子1名はエレクトーン）であり、中・高校生の習い事者も女子のみである。

また、この項目にあてられる時間についてみると、大学生（2時間8分）、高校生（1時間45分）、中学生（1時間49分）という順になる。

④ 自宅学習時間

自宅で学校の宿題や予習・復習をする時間、あるいは自分が自発的にあることがらについて勉強する時間はどの程度だろうか。

自宅学習時間の全員平均時間（合計時間を員数全体で割ったもの）は〈表15〉の通りである。

〈表15〉 自宅学習の全員平均時間

中学生		高校生		大学生	
時間 分		時間 分		時間 分	
1.50		1.45		0.42	
K中学	O中学	I高校	Y高校	K大学	S大学
2.44	0.54	1.56	1.16	0.52	0.27

全員平均時間でみると、中学生が最も長く自宅で勉強しており、大学生が最も短い。

全体としてみると、中学生、高校生、大学生の順に自宅学習時間が長いということになるが、やはりここでも学校格差が大きく出ている。

自宅学習をすべての者が行ったというわけではない。自宅学習を行った者だけでの平均時間は、すでに〈表11〉で示した。そこでは高校生の学習時間が最も長く（〔2時間36分〕）、次いで中学生〔（2時間27分）〕、大学生〔（1時間42分）〕の順であった。

自宅学習時間を調査用紙に記入した者は、中学生全体のうち77.4%、高校生では67.2%、大学生では41.4%である。この回答状況からみる限り、自宅で「勉強」

の時間を設けているのは中学生が一番多く、高校生、大学生になるにつれてその時間を設ける者の割合は減少する。

これらのことを総合して考えるなら、中学生は全般的に自宅でもまず「マジメに勉強」しているとみることができる。（もっとも他の学校とくらべて中学生が宿題を課される程度が高いということもあるから、中学生の自宅学習時間は「授業時間」の延長であるともいえる。）

次に高校生に関してみると、自宅で学習時間をとる者と、全くまたはほとんどその時間を設けずにすませる者との大きく二分できる。つまり家へ帰ってもいっしょうけんめいに学業に従事し、学業を中心に生活が展開されるタイプと、クラブ活動や友人との交際や遊びあるいはアルバイトを、「勉強」よりも重視しているタイプとがある。

大学生については、多少の個体差、学校差はあるものの、中学生や高校生とくらべると自宅学習時間は短い。

ところで、24時間のうちどこに自宅学習の時間を設けているかという点から、下の〈付表〉に示したような4つの自宅学習のタイプが見出せる。

(3)自由時間

1日24時間から、生理的に欠かすことのできない＜必需時間＞と、学生・生徒の場合は＜学業時間＞を差し引いた残りの時間が、いわゆる＜自由時間＞である。各人がその内容を自由に選択・裁量できるこの時間には、しかし実質的には2つのタイプがある。つまり、生徒・学生の場合でいえば、学校教育の論理と倫理によって規定されている、他律的な、いわば＜準学校時間＞と、ほぼ自由裁量が可能な随意的自由時間であるところの＜私時間＞とが＜自由時間＞を構成している。＜準学校時間＞には、たとえば、通学時間や帰宅後の休養時間などが含まれる。また＜私時間＞には、遊びの時間、読書やレコード鑑賞、家族との団らんなどが含まれる。ただ、どこまでが完全な＜私時間＞であるかということは厳密には限定できない。なぜな

〈付表〉 自宅学習のタイプ

1	夕暮れ型	夕食前の午後4時から6時ごろまでの間だけ学習時間をとっているタイプ。中学生に限定して見出せる。
2	優等生型	夕食前の午後4時から6時ごろまでと、夕食後8時すぎから11時ごろまでの間に学習時間をとっているタイプ。中学生の一部にときどき見出せる。
3	夜型	午後8時ないし9時ごろから11時ごろまで自宅で学習するタイプ。持続的に学習するものと、断続的に行なわれもののが含まれる。中学生と高校生の多くがこのタイプ、とくに継続学習型に属する。
	3' 深夜型	ときに高校生と大学生の一部に見出せるタイプで、学習開始時刻が10時ごろからはじまり、午前2時ごろまでのもの。
4	課外活動型	とくに自宅学習時間はなく、おもに友人との交際や街へ出かけたり、スポーツなどをして遊んだしするタイプ。大学生の多くはこのタイプに属するが、高校生、中学生にも見出せる。

らたとえば音楽をきくという行動は自由裁量の余地のかなり高い行動ではあるけれども、それが学業の疲れをいやすためのものであるということがあったり、逆に通学時間は、なるほど学校教育が存在するから必要なものであるけれども、登下校の時間が友人との楽しい会話の時間であったり、通学路が遊びの場であったりということもあるからである。

そこで、ここではやはり行動項目別にその特性をみていくことにする。

①通学時間

通学に要する往復時間は、一般に学校のタイプによって異なる。本調査では中学校がいずれも校区の限定された市立、高校も地域的に学校区が規定された府立・県立であること、また大学も自宅通学者の多い私立を選んでいることから、同種の学校間（たとえば中学校どうし）に通学時間の差はほとんどなかった。

通学時間は中学生の平均が38分、高校生が1時間16分、大学生が2時間11分と、通学路離をほぼ正確に反映している。

なお中学生は大半の者が徒歩通学、高校生は電車と徒歩、ないし電車と自転車の組み合わせ、大学生には複数の乗り物を並用している者が多かった。

②休養時間

おやつやお茶の時間、何もせずにはんやりしている時間、病気のための通院や自宅療養時間が休養時間の内実である。

〈表16〉 休 養 時 間

	中学生	高校生	大学生
休 養 者 率	53.5%	34.4%	40.4%
平均休養時間	41分	1時間2分	54分

休養時間を記入した者の率は〈表16〉の通り、中学生が一番多い。中学生の場合は、帰宅後のおやつや入浴に切りかえるまでの間隙のぼんやりしている時間というのが多い。高校生の場合は、たとえば帰宅後の休息や、自宅学習時間のなかでの息ぬきの時間として休養時間が設けられていることが多い。大学生の場合は一定のかたちはなく、朝から昼間、夕食前後、深夜にいたるまで、さまざまな休養形態がみられた。

③家族との会話

帰宅後、家族のメンバーたちと会話や雑談をしたとしている者の割合は、全体で約1割、中・高・大の別は〈表17〉の通りである。

〈表17〉 家 族 と の 会 話

	中学生	高校生	大学生
会 話 者 率	9.3%	9.6%	12.6%
平均会話時間	52分	1時間8分	1時間6分

中学生、高校生、大学生いずれの場合も、女子のほうが男子よりは人数が多く、また会話時間も長い。

④友人との会話

学校の昼休み時間や放課後、あるいは帰宅後も直接会ったり電話をしたりして友人と会話する者は、全体でみると56.3%にのぼり、家族との会話よりもはるかに多い。

友人との会話の時間を記入した者の率は〈表18〉の通りである。

〈表18〉 友 人 と の 会 話

	中学生	高校生	大学生
会 話 者 率	70.9%	44.0%	63.6%
平均会話時間	39分	1時間7分	1時間21分

会話時間は中学生より高校生が多く、高校生より大学生が多い、そして、中学生がどちらかといえは授業時間の合い間や登下校の前後の短い時間に頻ぱんに雑談したいのに対し、高校生はもっぱら放課後にまとめて会話している。なお大学生に関しては、講義の間の休み時間や空き時間に友人と話すというよりは、友人の会うこと自体を目的として友人と会話する時間を設定しているように思われる。

友人との会話に関しても、女子のほうが男子より行為者率、平均会話時間ともに多い。

⑤遊びの時間

自発的にスポーツやゲームをしたり、映画やコンサートに出かけたりする行動、あるいは自宅で編物などの手芸をしたり楽器をひいたりする行動などを含むのがこの遊びの時間である。〈表19〉参照。

〈表19〉 遊 び 時 間

	中学生	高校生	大学生
遊んだ者の率	48.8%	54.4%	49.0%
平均遊び時間	1時間28分	1時間58分	1時間50分

中学生のおもな遊びの内容は、男子の場合は野球やサッカーなどのスポーツが多く、女子の場合は編物やエレクトーン演奏などの室内の遊びないしは買物（小物や本など）がほとんどである。高校生の遊びは多様化して、室内での1人遊びから、デート、単車の運転や教習所通いまで、とくに男子の遊びかたの範囲の拡大がめだつ。大学生になると、遊びのパターンはさらに増加し、行動範囲もひろがるが、大学生の遊びには消費ないし出費をとまうものが増えるのも特徴的である（たとえばコンパや貸しスタジオでのバンド練習、マージャンなど）。

遊びのパターンで興味深いのは、男子の場合、年齢の上昇とともに行動のパターンが多様化し、行動範囲が拡大していくのに対し、女子の場合は、中学生、高校生、大学生の間に大きな差異はなく、室内での遊び

か買物というパターンが類似していることである。

⑥アルバイトの時間

高校生、大学生のうちでアルバイトをしている者の状況をみた。調査日に限ってみると〈表20〉のようになる。

〈表20〉 アルバイトの状況

	行為者率	平均アルバイト時間 時間 分
高校生	8.8%	3. 15
I 高校	1.1	. 45
Y 高校	48.6	3. 30
大学生	23.8	3. 47
K 大学	19.8	3. 51
S 大学	30.0	3. 43

アルバイトの内容については不明のことが多いが、大学生の約半数が家庭教師、その他は高校生も含めておもに飲食店や小売店の補助店員をつとめている者が多いようである。

⑦本・雑誌・新聞を読見する時間

本を読んだり雑誌を読んだりみたり、あるいは新聞に目を通したりする時間をあわせて集計した。

マス・メディアの活字への接触状況を見ると、中学生はおもにマンガ雑誌を中心とする雑誌を多くみており、高校生は、マンガはもとより、自分の趣味に関する雑誌（車、映画、音楽などの専門誌）をはじめとして新聞との接触が増える。大学生になると、マンガ雑誌、趣味雑誌、グラビア・ファッション誌など雑誌類が多様化すると同時に、いわゆる「本」（活字だけの書籍）を読むことが加わってくる。

〈表21〉 本・雑誌・新聞を読見する時間

	中学生	高校生	大学生
行 為 者 率	20.9%	24.8%	56.3%
平均読見時間	1時間12分	1時間 4 分	1時間23分

〈表21〉を概見すると、たしかによくいわれるところの若年層の活字ばなれを指摘することも可能ではあるけれども、それよりはむしろ若年層の自由裁量時間が少ないために、感覚レベルで理解できる活字以外のメディアを若者のうちとくに低年齢層が選択しているとみた方が妥当であろう。なぜなら、たとえば学校への拘束時間が少ない大学生に活字への復帰がみられ、読書時間や新聞を読む時間も他よりは長いということがみられるからである。シンボル（活字）メディアへの接触か、シグナル（映像、絵画、写真）メディアへの接触かという選択は、おそらく自由な私時間をどれほど私有できるかということと無関係ではない。

⑧レコード・テープをきく時間

レコードやカセットテープ（まれにビデオ・ディス

ク）で音楽をきく時間は、全体の行為者平均で1時間25分、行為者率は19.9%であった。中・高・大の別でみると〈表22〉の通りである。聴取・鑑賞時間にそれほど大きな差はないが、行為者率は学齢の上昇とともに増える。自由時間の使い方の選択肢が年齢の上昇とともに増加することの1つの例とみることができる。

〈表22〉 レコード・テープをきく時間

	中学生	高校生	大学生
行 為 者 率	10.5%	21.6%	28.8%
平均聴取・鑑賞時間	1時間38分	1時間35分	1時間15分

⑨ラジオをきく時間

ラジオをきく時間は、平均時間では中・高・大間にそれほど差はないが、聴取時間帯でみると学齢の上昇とともに時刻が遅くなっていく。とくに高校生と大学生の一部には、自宅学習時間の遅延化と並行して、深夜2時ないし3時ごろにラジオをきいている者も少なくない。

〈表23〉 ラジオをきく時間

	中学生	高校生	大学生
聴 取 者 率	26.7%	12.8%	30.5%
平均聴取時間	1時間22分	1時間16分	1時間28分

ラジオをきいている時間、のみならずレコードやカセット・テープをきいている時間というのは、もっぱら自分の部屋で1人での時間である。そして、聴覚で音楽をキャッチしているとき、それに専念していることもあるにはあるが、大半の者は聴覚以外の感覚器を作動させている。たとえば脳と目と手を使って「勉強」にいそしんだり、手芸や工作をしたり、手紙やイラストを書いたりといった具合に、夜、自室に1人での彼（女）らは、情景としては孤独であるけれども、個体内の感覚・知覚メカニズムとしてはきわめて多忙である。

⑩テレビをみる時間

テレビを視聴する者は全体のうち82.3%（298人）である。その他のマス・メディアとは比較にならないほど圧倒的な接触率である。中・高・大別の視聴状況については〈表24〉を参照されたい。

〈表24〉 テレビ視聴時間

	中学生	高校生	大学生
視 聴 者 率	90.7%	80.0%	79.5%
平均視聴時間	2時間47分	1時間49分	2時間27分

視聴者率をみると中学生が最も多く90.7%、高校生が80.0%、大学生が79.5%と、学齢の上昇とともにテ

レビ離れの傾向がみとめられる^(注)。

テレビ視聴パターンの詳しい内容については前号ですでに述べた。

ただ生活時間全般との関連でいえば、中学生・高校生・大学生ともに、帰宅後、なんらかの程度でテレビと接触をもつ者が大部分であること、および、帰宅後の時間をテレビに大幅に依存してすごす者を一方の極として、何らかの活動間の切りかえのための息ぬきや時間つなぎにテレビを用いている者をもう一方の極に置くと、実に多様なテレビ接触法があることが指摘できる。

おわりに

学校教育プログラムと、マス・メディア・プログラムとりわけテレビ・プログラムという2種類の予定表ないし時間割の間を器用に往復しながら、「勉強」と「娯楽」に生きる若者たち。多種で大量の情報をインプットするために、彼（女）らは多極アンテナ型の感覚器を駆使して、現実とフィクションの境界を明るく、気軽に行き来し、思考・感覚のチャンネルを頻ぱんに切りかえる。

「退屈しのぎ」、「時間つなぎ」だとその存在価値を無効化・相対化しつつも、やはりテレビ番組やテレビ・コマーシャルを「楽しみ」として享受し、店頭に大量に並ぶ雑誌のうちから自分の「好み」でマンガ誌を選択する。若者たちにとって、少なくともテレビと雑誌というマス・メディアは、フィクシヤスな共感や笑いを提供してくれる娯楽メディアである。そしてマス・メディア情報は友人たち（や家族）とのパーソナル・コミュニケーションを成り立たせるために不可欠な情報でもある。

昼間＝学校、夜＝テレビという日常のルーティーン化された営みのなかで、学校を中心とした言語情報による理性的思考のチャンネルと、テレビを中心とする映像情報についての感覚的了解のチャンネルとでは、その回路の作動の容易さという点では後者に軍配が上がる。

若者たちが「受動的」な「感覚人間」、「映像人間」であるという批評がはたして「真である」のかどうか

を確認しようとして試みられた本研究の結論として、それらの若者観はどうやら真であるらしいといわねばなるまい。

学校という場で、テレビや雑誌のことについて尋ねるという私の稚拙な調査や、その後のインタビューに対して、若者たちは実に親切にこたえてくれた。自由記述式というめんどうな形式をもちとわず、彼（女）らはその回答空間にもりだくさんのメッセージを書き込んでくれた。彼（女）らがついやしてくれた時間とエネルギーに本研究が十分にこたえきれていないのは残念である。

けれども、調査用紙を一枚ずつ読んだりながめたりしていると彼（女）らの間に奇妙な符合点があることに気づく。それは学齢の上昇につれて、語彙の選択、文章構成といった記述形式に関しては、学校教育の熏陶の甲斐あって、次第に精密になっていくのだけれども、記述の内容に関しては、感性レベルでの言及であるという点で共通しているということである。また、その言及の焦点が、シンボリックな次元よりシグナル次元に集中するという点でも彼（女）らは共通する。

「言分け構造」より「身分け構造」（丸山圭三郎）の論理に従ってマス・メディア情報に接するという若者たちの傾向は、感覚器にアピールする要素の強いテレビや雑誌に対するナイーブな反応である。けれども、若者たちのナイーブな感性を刺激するのが、もっぱらマス・メディアという社会的に制度化されたドミナントな情報システムであることを考えると、若者たちは、学校文化の領域のみならず、いわゆる大衆文化の領域においても、＜素直なおとな＞になるよう教育されているといえる。

現代の若者たちを「感覚人間」、「映像人間」、「受動的人間」などなどと、いく分かネガティブなニュアンスをこめて評価する現代のおとなの評価前提に、感覚的であるよりは論理的であることが望ましく、映像的であるより（文字）言語的であることが望ましく、受動的であるより積極的であることが望ましいという価値判断があるとすれば、では、現代という生活世界で何を論理的に解明し、何をことばで表現し、何を積極的に行うことが望ましいのか。

この「何」の部分が空白である限り、おとなの若者

(注) テレビ視聴に関しては、まずテレビ視聴のための絶対条件、つまりテレビが身近にあるという条件が満たされていなければならない。カラーテレビ受像機が普及している現在、この条件は問題にならないかにみえる。ところが、大学生の場合、本調査に関しては、「テレビをみない」と答えたものに対して追調査してみると、1人ぐらしや寮生活という生活形態の特性から、テレビが身近にないため、「テレビをみるチャンスがない」、あるいは「テレビはみたいがテレビがない」（そして「切実にテレビがほしい」）という声が聞かれた。

これらのことから、少なくとも本調査に限っていえば、もしテレビがすべての対象者の身近にあれば、大学生の視聴者率はずっと高くなったと推測できる。大学生のテレビ離れは、それゆえ、必ずしも自律的な選択の結果であるとはいえない。

談義は空しい。そしてその間に、当の若者たちはますます明るく気軽に現実世界と虚構世界との間の往復演技をくりひろげていく。

主な参考文献

- 「週刊少年ジャンプ」集英社
 「週刊少年サンデー」小学館
 「週刊少年マガジン」講談社
 「週刊少年チャンピオン」秋田書店
 「少年ビッグコミック」小学館
 「月刊セブンティーン」集英社
 「別冊マーガレット」集英社
 「りぼん」集英社
 「別冊少女フレンド」講談社
 「花とゆめ」白泉社
 「LaLa」白泉社
 「ビッグコミック・スピリッツ」小学館
 「週刊 YOUNG JUMP」集英社
 「アニメージュ」徳間書房
 「ジ・アニメ」近代映画社
 「明星」集英社
 「平凡」マガジンハウス
 「non-no」集英社
 「an-an」平凡出版
 「Lemon」学研
 「L magazine」京阪神エルマガジン社
 「スクリーン」近代映画社
 「サウンドレコパル」小学館
 「オートバイ」モーターマガジン社
 「ポパイ」マガジンハウス
 「週刊 FM」音楽の友社
 「広告批評」マドラ出版
 「コマーシャル・フォト」玄光社
 「ブレン」誠文堂新光社
 「CR」パッケージング社
 「CM now」玄光社
 「コピーライターズ・スペシャル」誠文堂新光社
 「放送レポート」晩聲社
 「放送文化」日本放送出版協会
 「図説日本人の生活時間 1980」日本放送出版協会、1982
 「国民生活時間調査 全国編」日本放送出版協会、1981.
 「情報化社会と青少年」総理府青少年対策本部編、大蔵省印刷局、1982
 「国際比較 日本の子供と母親」総理府青少年対策本

部編、大蔵省印刷局、1980

「日本人の生活価値観」野村総合研究所他編、東洋経済新報社、1982

津金沢聡広他編著「放送文化論」ミネルヴァ書房、1983

井上宏「テレビの社会学」世界思想社、1979

山本明他編「図説 日本のマス・コミュニケーション」日本放送出版協会、1983

中野収「現代人の情報行動」日本放送出版協会、1980

藤岡喜愛「イメージ」日本放送出版協会、1983

副田義也「マンガ文化」紀伊國屋書店、1983

八巻俊雄他「広結読本」東洋経済新報社、1983

アクロス編集室編「新時代感覚」PARCO 出版、1983

小林保彦「広告 もうひとつの科学」実教出版、1982

栗本慎一郎他「俺たちはノイズだ」冬樹社、1983

小島明他「子どもの中のテレビ」厚德社、1983

佐古田好一他編「子どものからだと心」青木書店、1983

産育と教育の社会史編集委員会編「学校のない社会 学校のある社会」新評論、1983

北沢方邦編「近代知の反転」新評論、1983

永畑道子編「〈非行〉・学校・家庭」新評論、1983

丸山圭三郎「文化記号の可能性」日本放送出版協会、1982

村上陽一郎編「時間と人間」東京大学出版会、1982

真木悠介「時間の比較社会学」岩波書店、1982

滝浦静雄「時間」岩波書店、1976

K. E. ボウルディング「ザ・イメージ」大川信明訳、誠信書房、1982

J. A. ケイム「写真と人間」宇波彰訳、ありな書房、1983

J. ボードリヤール「消費社会の神話と構造」今村仁司他訳、紀伊國屋書店、1979

E. モラン「スター」渡辺淳他訳、法政大学出版局、1976

E. モラン「時代精神」Ⅰ、Ⅱ、宇波彰訳、法政大学出版局、1979、1982

E. A. ホール「文化としての時間」宇波彰訳、TBS プリタニカ、1983

W. E. ムーア「時間の社会学」丹下隆一他訳、新泉社、1974

J. コーエン「時間の心理」小野章夫他訳、協同出版、1978

A. S. Edelstein, 'An altesnative approach to the study

of source effects in mass communication,' "Studies of Broad casting," No. 9, 1973, pp. 5—29.

A. S. Edelstein, "The Use of Communication in Decision Making," Praeger, 1974.

D. McQuail (ed.) "Sociology of Mass Communications", Penguin Books.