

## 北海道浅井学園大学短期大学部2003年入学者の社会に対する意識調査 —— 学生の社会性と大学の役割 ——

A Survey on Social Consciousness of Students Matriculated to  
Hokkaido Asai Gakuen College in 2003

—— A Study on the Student's Social Consciousness and the Role in University ——

田 口 智 子

Tomoko TAGUCHI

### I は じ め に

当稿は、「社会に対する意識調査」を視点に学生の意識分析を行なうものである。社会という大きな枠組みをいかに捉えるかということが重視点となる。社会学の見地から捉えると、社会概念は、人間の社会的行為から出発して社会関係、社会集団、その相互的な関連としての全体的な社会構造を把握するところにある。また、パーソンズ (T.Parsons) が唱える社会システムは、自我と他者としての相互行為システムから成り、共有する文化の内に相互的なコミュニケーションの基礎があり、地位が規定されている<sup>1)</sup>。いわば、環境という外部作用と他者という外部作用、自身の内部作用などの連鎖的作用によって相互行為システムが成り立っており、その関係性を維持するのは個々人の社会的役割のみである。この意において、学生の社会性はパーソナリティの発達度を示す。

当調査は、北海道浅井学園大学短期大学部創立40周年記念として2003年度入学生525名を対象に、調査票記入形式で意識調査を行なったものである<sup>2)</sup>。同調査は、10年前に行った調査を基に、時代変遷に伴う情報技術に関する項目の加筆修正を行っている。NTTは、1994年1月にマルチメディア構想を発表し、その年1994年をマルチメディア元年と称した。情報技術が社会構造を大きく変え、グローバル・ネットワーク構築の大きな担い手となった。10年前は、現代に至る模索期であり、そして現代は新たな社会形成に向けたゆらぎの時を迎えている。21世紀社会の底辺にある現代社会の複雑化されたゆらぎの時に社会的役割試行段階を迎えている18歳から19歳の学生に社会環境がどのような影響を与えているかは、彼ら自身の思考行動に大きく反映される。なぜなら思考行動は、彼らの環境が導く各々の過去の記憶を基底に、経験という動的な機能として現在の思考行動に表出しているからである。この観点から、当稿では、情報、文化、仕事、生き甲斐をキーワードにおき、①学生が社会に対して何に関心をもち、どのようなメディア媒体を活用して情報入手をしているか、②学生が日本文化をいかに捉え、日本文化を継承していくための自身の役割をいかに捉えているか、③学生がどのような職場を望み、いかなる時に生きがいを感じるかの3点を分析因子として、学生の社会性を考察する。また、

当調査結果から教育的役割課題を導き出す。学生の社会性に対する調査結果は、必然的に学生の最終教育段階である大学教育において、彼らに何が必要であるかを見極める題材となるであろう。

## II. 学生の思考領域にみる社会性

### (1) 情報入手媒体の選択と活用法

技術進化が目覚ましい現代、若年層にとって一番身近で有力な道具に携帯電話がある。携帯電話は、従来の電話機能という単一機能のみではなく、手紙やネット上における情報収集、そしてE-MONEYの機能までもが付加されて、現代社会の有力な道具と化している。こうした携帯電話を活用して、若年層のみ有効な文字を生み出し、ある種の創発的な側面を見せている。しかし、この創発性は、単なる個人的な領域のみに反映された断片的なものとして捉えられる結果が今回の調査で得られた。

当調査の「社会に対する意識調査」のうち情報入手媒体に関する調査項目は、①社会を知ろうとする場合の方法、②新聞のどの分野を一番よく読むか、③テレビをどのくらい見るか、④テレビを見る場合、一番よく見る番組等の分野、⑤食品などの身の回りの品を買う場合の情報入手先、⑥旅行をする場合の情報入手先、⑦高額商品を買う場合の情報入手先、⑧アルバイトを探す場合の情報入手先、⑨催物や映画の情報を探す場合の情報入手先の9項目に大別される。

まず「社会を知ろうとする方法」の調査結果(付録2.図1参照)は、圧倒的に「テレビ」で、84%の数値を示した。次いで「新聞」が9.52%、「インターネット」が2.85%と続く。「新聞を購読している学生」48%と半数近くの数値を示している中で、「新聞によって社会動向を知ろう」とする学生は9.52%であった。では、学生たちが「新聞紙上で一番興味をもっている分野」を調査したところ、「番組欄」が60.71%、次いで「スポーツ欄」が21.43%、「趣味・家庭」の分野は0.19%、その他「社説・論説、政治」などの分野については各々0.28%程度の数値であった。また、「テレビで一番よくみる番組等の分野」については「娯楽(芸能)」が58.41%、次いで「スポーツ」が13.73%、「趣味」が10.25%の数値を示した。「ニュース」は6.19%、「政治関連や報道特集」の分野については0.58%程度であった。学生の関心度は、娯楽(芸能を含む)やスポーツ、趣味に集中しており、新聞やテレビなどメディア活用による社会動向の関心度が低いことが示された。「よくテレビを見る時間帯」については、「21時から22時」の時間帯が33.46%で、次いで「19時から20時」の時間帯が19.54%であった。22時から23時の時間帯に見る学生は11.80%、深夜番組を見る学生は8.12%であった。午前中、いわば当校前に見る学生は3.29%と低い数値を示した。19時から22時までの時間帯にテレビを一番よく見ている学生は、5割強という結果を得ている。この時間帯は、ニュースをはじめ娯楽、報道特集等が集中している時間帯である。しかし、学生が娯楽性のみに関心を集中させていると単純にこの結果を分析するには、少々荒っぽさが生じる。なぜならば、現代のテレビ番組構成は、ニュースや報道番組のみというのではなく、報道あり、芸能ニュースありと複合的な内容の番組が多

いからである。その点を加味すると、学生が全く社会動向に無関心であるとは言い切れない。ただ、この結果から重要な事実が、2点表出した。まず1点目は、社会動向が目覚ましく変化をなす現代において、新聞やテレビの媒体を情報収集に活用しようという意識が低い傾向を示したことである。2点目は、ネット媒体の情報収集の観点から当調査結果を捉えると、自身が生きる生活社会の知識を得るための道具ではなく、単なる娯楽的要素が濃く、一時的なコミュニケーションツールの機能しか果たしていないということである。これを裏付ける調査項目として、旅行や高額商品、アルバイト等に関する情報入手法（付録2.図2参照）がある。具体的には、「食品などの身の回りの品を買う場合の情報入手先」として「新聞の折込広告」などが49.14%と半数近くを占めており、次いで「家族、友人、知人の情報」が19.05%であった。「ネット情報」は0.19%と低い数値であった。「旅行に関する情報入手先」でも「ネット情報」は9.33%を示す程度である。多くは「情報専門誌」（32.19%）から情報を入手しており、次いで「家族、友人等の情報」が15.43%とバラつきを示している。「高額商品の購入にあたっての情報入手先」は、「家族や友人など」が24.19%、「週刊月刊誌等の雑誌」が19.62%であった。「ネット情報」における入手者数は、6.67%と低い数値であった。「アルバイト情報」においては、「情報専門誌」が圧倒的で33.90%であった。「催し事や映画等の情報」においては、かなりバラつきがあるものの「新聞広告」が圧倒的で29.33%であった。

彼らにとって食品、旅行、高額商品などの情報入手法は、新聞広告や折り込み広告等のチラシが重視されていることが分かった。特に「食品」に関しては、先にも確認したように「折り込み広告等のチラシ」が49.14%という圧倒的数値を示した。次いで、「家族や友人等の情報」が19.05%、「新聞広告」が8%であった。これらの情報入手目的は、現地点のバーゲン情報であったり、新製品発売などの情報が主として考えられる。学生たちは、生活空間に溢れる情報の中で、単一的、断片的な情報を主流として入手していることが分かる。

この結果は、10年前の調査結果と同傾向を示した。専門誌をはじめ新聞広告など一時的、単一的情報価値に関心度が高いのが若年層の特性といえる。マルチメディア社会構想から10年を迎える現代、情報技術は、学生たちの年代にとって断片的、私的思考領域のみで機能をしている。

## (2) 情報入手媒体の活用に見る今後の課題

こうした彼らの情報入手法は、デジタル機器を時代の道具として活用し、情報を入手している数値は極めて低く、従来のペーパーで単一的に示された雑誌等を重視している結果を得た。

当調査結果により、彼らが目的に照らした雑誌を主体とし、家族や友人間との情報交換に信頼性をおいていること、そしてネット情報の信頼性が低いことが明らかになった。この結果は、ネット情報を携帯電話に限定すると、携帯電話は学生にとって単なる娯楽的要素が強く、生活行動の情報収集のための有力な道具としての意識が低いと換言できる。さまざまな情報が随随する媒体より専門誌や新聞広告など単一的特殊情報を優先する彼らの特性は、独自で多くの中

から情報を収集し加工していく作業過程より、与えられた完全なる情報を求めていることが分かる。この事象は、モノを創造する時代と相反する特性といえる。また、当結果は、携帯電話が社会一般に普及し、学生割引などで入手し易い価格であるのに対し、ネット情報入手料金がかかるという経済的問題が絡んでいることも予測される。この観点から、パソコンを保持する有無のデータを抽出してパソコンによるネット活用状況をみることにする。

「自分専用のパソコン使用者」は10.10%、「家族共有のパソコン使用者」は39.81%であり、「家庭におけるパソコン使用者」は全体的数値として49.90%と半数近い数値を示した。「日常生活でパソコンを使用しない者」は24.19%、「家庭にはあるが使用をしない者」は6.09%で、パソコンを使用しない全体数は30.29%を示した。使用者のうち「パソコン操作の有無」に関する調査結果は、「自由に使える」が8%、「かなり使える」が62.86%で、短大部全体で7割強の学生がパソコン操作ができることが示された。先の調査項目による「ネットから情報入手する」学生の数値が低いことを概観すると、学生にとってネット情報の信頼性もしくは認識性が低いことが再確認できる。ネット情報の活用者が低い数値を示したのに対し、パソコン使用に関する調査では、「学校等のコンピュータ施設の使用を含めソフト活用を中心に使用している」数値が52.19%と過半数を示した。

これらのことは、18歳～19歳の学生がこれまで受けてきた技術重視の教育の反映結果とも捉えることができる。わが国においてマルチメディア元年と称された1994年、海外では、「日本は『いかに用いるか』に強いが、『何に使うか』に弱い」<sup>3)</sup>と評されたことがあった。わが国では、教育の原点である「読み書き算盤」によって、各々の能力をいかに伸ばしていくかに尽力が注がれていたその時代から、各々の能力を総合化し、それを「何」に用いるかという柔軟性ある教育が、近年漸く各教育機関で実践されるようになってきた。当調査結果は、機器操作に重点がおかれすぎてきた従来の教育結果といえるであろう。今後一層進化し続ける技術を、われわれが「何」に活用するかという目的に照らした教育が求められる。一つに集約され、加工された情報を求めるのではなく、一つひとつを自身で入手し、独自情報を他者と交換し合うコミュニケーションを築いていけるよう導く必要がある。そして、将来を担う学生たちには、機器の保有する多機能を大いに習得し、何に活用するかまでの目的をもって時代の道具を操る努力をしてほしいと考える。「努力とは、注意をすること、そしてそれは関心をもつこと」<sup>4)</sup>（傍点は筆者）である。一時的なモノ、断片的なモノの見方は、次に繋げる要素がないことに気づかせることは、これまでのわが国の教育の反省としてわれわれの務めといえる。

マス・メディアは、常に新しい情報を大衆により分かりやすく迅速に提供することを目的としている。テレビや新聞などのメディアが提供する情報価値は、瞬時に新たな情報を提供することにある。そしてデジタル化が促進する現在、過去のデータを蓄積し、サイバネーション・システム化され、過去に遡りながら必要な情報を受信側の要求に適應させていく媒体が、各分野に拡大しつつある。21世紀社会に生きるわれわれには、各々の媒体特性を把握し、用途に応じて使い分けるだけの判断力と行動力が求められる。われわれが情報を欲する先には、必

ず行動の目的がある。行動を促すための意思決定は、入手した情報が知識として蓄積された結果として導きかれる。社会全体が共有しうる情報を生活の本の一部分のみで関わっている学生には、個々の思考を拡範させる意味においても大いに時代の道具を操ってほしい。専門誌や家族、友人等から収集した情報の精密性および解釈の公正さなど均衡のとれた判断を促すべく、情報にもっと敏感になり、情報収集に貪欲になってもらいたい。自らが積極的に情報を求めていくことで、一層の知識が蓄積されていくのである。

現代社会は、「戦争と平和」、「同質性と異質性」、「安定と変化」という相反する事体が共存するゆらぎの時にある。さまざまな分野において世界規模で生命危機を感じる現代、社会の担い手となる彼らの選択力、判断力を養うことは、学生自身の社会的価値を示すものであり、それは強力な戦力となる。

社会的役割試行段階という大切な成長段階にある彼らが生まれた一年後の1985年に男女雇用機会均等法、その一年後に労働派遣法（略称）が制定されている。また、教育環境においても、これまでのわが国の学習指導要領をはじめとして、教育に関連する事項の改正が連続的に実施されている。この時代に初等、中等教育を受けてきた彼らの成長期は、社会全体が模索期にあった。不安定化にある社会が導いた若年層の断片的思考行動をわれわれの責任として、彼らの思考を私的領域から公的領域へと拡範すべく導いていくことが重要といえる。

次項において、彼らが何に関心をもっているかを「文化とすまいに関する意識調査項目」から概観し、学生の社会性を掘り下げてみたい。

### Ⅲ. 文化意識からみる社会性

文化とすまいに関する調査項目の一つ「文化という言葉のイメージ」に対する回答では、「伝統的なお茶・行事・芸能などのこと」が56%、次いで「歴史的遺産が保存されていること」が53.14%、「美術・音楽等の芸術が盛んなこと」が31.43%、そして「生活の中から生まれた知恵や工夫などのこと」が22.10%であった。また、「文化が現代社会で大切にされている」（付録2.図3参照）と考えている学生は、61.14%と過半数の数値を示した。しかし、「わが国の文化の世界水準は高いほうである」と考えている学生は、わずか28.95%であった。次いで「一概には言えない」という回答率が28%を示した。また、衣生活に関する意識調査において「ゆかたを持っていますか」の回答率が51.24%であり、そのうち「着る機会の回数」は77.70%が1～2回、3～5回までを合わせると86.25%という高い数値を示した。「着付けができる」学生は、21.46%という数値であった。着物文化は、身のこなし方を含めさまざまなわが国の生活行動の基本がある。生活空間に伝統的な茶道や催事で着物文化を受け継いでいる学生たちにとって、わが国の文化水準は世界的に高水準にあると評価をしていることが予測される。18歳から19歳の学生が、文化継承の担い手として着物の着術を身に付けていることは重視点である。また、技術革新で合理化が促進する中で、薄れゆく文化意識を危惧する回答として捉えれば、「わが国の文化の世界水準を高いほうだと思うか」に対する「一概に言えない（28%）」と

という回答も現代社会を見つめた結果といえるのではないだろうか。学生たちは、文化を受け継いでいくことの重要性を十分感じている。それは次ぎの調査項目に反映されている。「文化活動を自ら行なうことの大切さ」(付録2.図4参照)について、78.67%という数値が示すとおり大半の学生がわが国の文化繁栄のために活動をしようと考えている。

技術革新が進む21世紀社会において、文化の見直しが各分野で活発化されている。学生たち若年層は、文化の継承者として大きな担い手となる。グローバルスタンダードが叫ばれる現代、合理化をキーワードに生活空間全てに便宜性、効率性が重視されている社会に生きるわれわれが、守るべきものと変化をしなければいけないものをしっかり見極めていかなければならない。これは、若年層だけでの課題ではなく、彼らを取り巻く大人、いや社会全体が文化継承意識を持たなくてはならない重要な課題である。

私的領域の私的(private)という用語の観念を含む“privative”は「欠如している」という意がある。アレント(Hanna,A.)が述べているように、「私的領域で欠如しているものは、公的領域に関わる多様性」<sup>5</sup>である。単なる便宜性、効率性という私的欲求のまま思考行動を促していけば、必然的にわが国の文化は見失われていく。技術革新が目指す合理化は、世界全てを同質化していくことを目的としてはいない。わが国のもつ本来の文化を継承すべく豊かな心を培っていくことが重要である。われわれが国宝建造物を見学する良い機会に修学旅行があった。しかし近年の初等、中等教育の修学旅行先にディズニーランドが選択されている傾向がある。ディズニーランドには、仕事行動に重要な組織行動論、リーダーシップ論などさまざまな教育視点で学ぶ要素が多く存在する。しかし、どれだけの教育機関がそういう深層にまで入った中で、旅行先としてディズニーランドを選択しているかは、疑問である。ここにも、目的と手段の関係性の曖昧さがある。これは本の一例である。パーソナリティは、家族、友人、教育、仕事などを媒介とした関係性によって形成されていく。文化というのは、言葉や身のこなし方など生活に密着した行動習性的なものもあれば、古来保存されている芸術など複合的な意の中に存在をしている。文化継承をしていくためには、どのような生活意識が重要なのか、個人にできることは何か、わが国における文化継承における問題点は何かなどを教育の各段階で示し、考えさせていくことが大切である。教育機関は、文化継承のために活動をしたいと考える学生の意識の眼を失わせないように活動へと導いていく、いわば学生と地域社会との媒介機能を備えているのである。

#### IV. 生活意識からみる社会性

学生は、パーソナリティ形成に重要な人間関係の側面において社会性が強い傾向にあることが分かった。

18歳から19歳の学生が希望する職場(付録2.図5参照)の第1位は、「自分の才能が活かされる職場」67.62%、「次いで気持ちの良い人が多い職場」62.67%、そして「収入が多い職場」54.29%であった。能力を活かしながらも人間関係を重視する点は、他の調査項目でも同じ傾

向を示す結果となった。生活意識に関する意識調査項目の「生きがいをどんな時に感じるか(複数回答可)」という回答で、「友人や仲間といる時」70.29%、「スポーツや趣味に打ち込んでいる時」66.29%が圧倒的答率で、次いで「親しい異性といる時」32.95%、「家族といる時」30.48%であった。彼らは、仕事観を含めた生活全般において、家族や友人と共有する時に生き甲斐を感じるという人を主体とした生活観を抱いている結果を得た。当結果は、内閣府政策統括官調査による「第7回世界青少年意識調査結果」<sup>6</sup>においても、次ぎのような同傾向の結果が得られている。例えば仕事に対する考え方の調査項目「仕事を選ぶ際に重視する点」では、「仕事内容」が66.6%、「労働時間」44.9%、「職場の雰囲気」44.3%の回答であった。また同調査による余暇の過ごし方について調査対象5ヶ国とも「友人と共に過ごす」が1位であった。本学調査による「生きがいを感じずる時」(付録2.図6参照)の答率で「友人や仲間といる時」70.29%と圧倒的数値を示し、先の内閣府の調査と同傾向の人間関係を重視した結果を得た。本学調査による生きがいを感じずる時の答率の第2位にあがった「スポーツや趣味に打ち込んでいる時」といった回答傾向は、本学調査項目「希望する職場」の第1位となった「自分の才能が活かされる職場」67.62%という回答傾向とからめて概観すると、自身の内面に眼を向けた生活観を意味し、それは自身を取り巻く多くの人たちとの関わりの中で人間としての豊かさを増していく可能性を示している。

これらのことは、生命体の一つである植物の栄養吸収で例えることができる。植物の栄養吸収は、受動的吸収と能動的吸収がある<sup>7</sup>。受動的吸収とは、養分の濃度が高い方から低い方に流れて行くメカニズムを保有しており、多く栄養を与えれば多く吸収されていく働きである。能動的吸収とは、自分に必要としているものは探してでも取るが、必要でないものは受け入れないという働きである。土をはじめとする植物を取り巻く環境に、植物自身の細胞機能を有して生命維持を図っているのである。われわれ人間も社会や家族、友人などさまざまな関係性から自身が培われている。社会に生きるわれわれが、同じ生き方をしているわけではなく、各々の性質を活かし、活かされながら一つの社会を成している。先の植物の栄養吸収原理に基づくと、「自身の才能が活かされる職場」という一見受動的にも思われる回答であるが、一方で能動的としても捉えられる。個人が才能を保持するだけでは社会的役割は果たし得ない。才能が活かされるためには、まず自身の才能を社会的役割に組み込む程の努力が必要なのである。個人と関わる他者、情報、モノ、金を含有する全ての社会的資源との関わりで、相互の経験知を交織させうる資性を備えることができ、社会が、職場が才能を活かされる場となりうるのである。換言すれば、自分自身が何であるかを示す場が社会である。職名や肩書きを除去した自身の役割が価値であり、自身の社会的役割となる。それを見つけ出す過程には、他者などの外部からの栄養補給を知識補強とする社会的活動が必要である。自身に、社会に必要なモノ、不必要なモノを見極める眼は、一時的瞬時的情報のみでは得られるものではない。社会と密接に関わるということは、各々の経験知を交織し合い、個々人が何らかの形で役割効果をもたらすことである。

18歳から19歳という年代は、職業形成の役割試行段階にあたる。彼らは、自分が何をしたいのか、自分に何ができるのか等を模索しながら自身と向き合う大切な時期にさしかかっている。大いに彼らの可能性に期待をし、可能性を伸ばすべく教育機関の社会的役割はさらに大きい。

## V. 調査結果に基づく今後の教育的課題

デジタル化社会が促進する現代、合理化された生活空間において人と人との断片的な付き合いが問題視されている。この社会事象の中で、学生が他者との触れ合いを大切にしながらも、自らの趣味など個性を活かした時間に生き甲斐を感じていることは、人間的豊かさを感じるものである。

当調査で判明したことは、①単一的な情報収集と社会動向への関心度が低いこと、②わが国の文化を重んじ、継承意識が高いこと、③人間関係を重視した生活観を備えていること、の3点である。この結果を社会性の概念から捉えると、家族や友人を大切にした生活観をもつ一方で、社会動向への関心度の低さが強調された。しかしこの結果は、先の内閣府の調査による「社会への満足度」について、アメリカやスウェーデンが75%強の数値を示したのに対し、わが国は30%という低数値でも分かるように、社会に対する問題点が関心度を低下させている原因ともいえる。企業のモラルハザードが相次ぐ中、経済不況で就職難という事象は、学生の士気を低下させるのに十分な要件なのであろう。一方で当調査結果は、学生が現在保有する自らの力で築くことができる人間関係や能力開発に重点を置いているという見方もできる。

先述したように、調査対象となった学生たちの成長過程にあたる時期は、産業構造の転換、学習指導要領の改正などが積極的に行われた時代の転換期にあたる。情報技術の進歩に伴い、いかに操作するか重点がおかれた20世紀のわが国の教育的反省点が当調査結果として示されている。

こうした社会的背景を加味した中で、大学教育の役割として、次ぎの2点が挙げられる。まず第一に、情報とは何かを正確に指導することである。情報という言葉は、社会で曖昧に用いられている。単一的に存在するのではなく、複合的に自身が加工することによってさまざまなデータ化ができる。まずは、情報収集媒体の活用法を示すことから始まる。一つひとつの情報をいかに加工したらよいか、思考の形成過程を重視した教育が重要となる。第二に、社会参加をする機会を提供する場を増やし、学生と地域社会との接点を継続的に保つことである。

教育は点ではなく、線で結ばれている。初等、中等、高等教育の各段階を経て、総合的な教育成果として、最終的には企業、社会に評価される。学生のパーソナリティの発達を意識すると社会性は、重要な資質要素である。情報を媒介として、いかに知識を貯えて行動化していくか、それは一部の情報を全てと捉えるのではなく、情報のありかを知らせること、そして知らない世界を知らせることから始まる。これ迄のわが国の教育の結果が学生を媒介して表出しているのであれば、それは時代の移行期にある現地点で軌道修正することがわれわれの役割といえる。

当調査の結果は、社会全体が抱える大きな課題である。彼ら若年層が広い視野のもとに、あらゆる情報媒体を活用しながら、知識と経験を蓄積することによって、可能性は一層拡大していく。単なる機械の一部の機能に操られるのではなく、全体機能を活かしながら自らの能力を発揮しうる場を見つけ出し、積極的に社会参加していく人材に期待し、今後の人材開発に臨むことがわれわれの社会的役割であろう。そして、自身が保有する価値観を大切にしている学生たちが、社会性という基準値に焦点を定め、自身の価値を高めていくことによって、社会は一層豊かさを増すことであろう。彼らが21世紀社会の大きな担い手なのだから。

20世紀末から急速に進化したわが国の技術力は、デジタル社会へと導いた。デジタル化された社会は、記号化され、断片化されたデータを受信者がいかに組み立てるかによって、異なったモノを形成する。われわれ生活世界には、さまざまな情報の入手方法が存在し、その選択権が平等に与えられている。どこに、いかにアンテナを張り巡らすかは、われわれ一人ひとりの意識に委ねられている。意識をすることによって、これまで見えなかったモノまでもが見えてくる。いわば、われわれは意識の眼で社会を見ているのである。あらゆるモノに無関心でいる人には、形あるものまでもが視界に入っていない場合もありうる。意識の眼が、個人の思考を拓き、外部との連続的関係性を維持し、社会性を養っていく。

技術が進化すればする程、人間の本質的機能が求められくる。肩書きを除去した自身の役割を見出せる人材の育成は、物事を部分から全体に、個を活かしながらも他者や外部との関係性をもたせた教育にある。その関係性には、先のウイナーが指摘する目的と手段が明確に絡み合っていないなくてはならない。

当調査は、本学学生の社会性を情報、文化、仕事、生き甲斐をキーワードに分析を行った。この結果は、現代の若者の特性と捉えられ、最終学習段階の教育機関における今後の学生の補強すべき事項、強化すべき事項を明らかにすることができた。企業が求める学生の資質に、判断力、行動力、創造力、自発性なる言葉が連なる。判断力、行動力はいかなる形で示されるのか、自発性が他者を意識した基準値によってもたらせるためには何が必要か、それをいかに行動化させるのか、学生の社会を意識した学習行動を導く教育が今求められている。

近年企業が、社会が、コラボレートを強化し始めている。21世紀社会は、組織個内に留まる専門性から各々の専門性を交織し合う意識化行動によって築かれる時代である。これまでの教育カリキュラムは、個々の教員の専門性が独立して成り立っていた。しかし、現代は時代性を反映し、各々の専門性が絡み合い、教育機関としての教育目標が総合教育として一つになりうるシステムづくりが重要といえる。その教育システムによって、一つひとつの知識が関係性を持ち、新たな思考を切り開いていく。社会性は、拓かれた思考から養われていくのである。

## 註

1. パーソنز, T., 武田良三監訳, 『社会構造とパーソナリティ』, 1973年, 30-31ページ.
2. 調査概要は、付録に示すとおりである。

3. わが国がマルチメディア元年を迎えた際に、アメリカから指摘された内容は、ウイナーが、技術革新が急速に進んだ当時のアメリカ人に指摘した内容と同様である。  
ウイナーは、「ノー・ハウよりさらに重要なものがある。それは『ノー・ホワット』であると。自分たちの目的をいかにして達成するかだけではなく、一体目的は何であるのかをも決定するところのものである」と唱えている。(ウイナー, N., 鎮目恭夫, 池原止夫共訳, 『人間機械論』, みすず書房, 1992年, 195-197ページ.)
4. ベルクソン, H.L., 真方敬道訳, 『創造的進化』, 岩波書店, 1979年, 316ページ.
5. アレント, H., 志水速雄訳, 『人間の条件』, 筑摩書房, 1995年, 87ページ.
6. 内閣府政策統括官(総合企画調整担当)付青少年育成第1担当により、2003年2月～6月にかけて下記5ヶ国を対象に実施されたものである。  
  - <調査対象国と標本回収数>日本(1,042人)、アメリカ(1,010人)、ドイツ(1,016人)、スウェーデン(1,026人)、韓国(1,080人)
  - <調査対象>調査実施時点で、18歳から24歳までの青少年(男女)層化二段無作為抽出法による。
  - <調査方法等>調査員による質問紙を用いた個別面接調査
7. 中嶋常允著『土を知る』, 地湧社, 2003年, 127-128ページ.

## 参 考 文 献

1. アレント, H., 志水速雄訳, 『人間の条件』, 筑摩書房, 1995年.
2. ウイナー, N., 鎮目恭夫, 池原止夫共訳, 『人間機械論』, みすず書房, 1992年.
3. パーソンズ, T., 武田良三監訳, 『社会構造とパーソナリティ』, 1973年.
4. ベルクソン, H.L., 真方敬道訳, 『創造的進化』, 岩波書店, 1979年.
5. 田口智子稿「人的資源の公の創造」, 『北海道浅井学園大学短期大学部研究紀要第41号』, 2003年, 99-111ページ.
6. 鑪幹八郎著『アイデンティティとライフサイクル論』, ナカニシヤ出版, 2002年.
7. 中嶋常允著『土を知る』, 地湧社, 2003年.

## 付録1：調査方法

### (1) 調査目的

北海道浅井学園大学短期大学部入学生を対象に意識調査を行なうことによって現状の学生の考え方を把握し、教育側との相互理解を促進し、教育現場に反映させることを目的とする。

### (2) 調査領域

①生活意識に関する調査, ②服装感に関する実態調査, ③衣生活に関する意識調査, ④体力・運動・健康等に関する調査, ⑤健康に関する日常生活調査, ⑥文化とすまいに関する調査, ⑦社会に対する意識調査

\*上記項目に対し、各教員の専門分野別に分析担当を行なっている。なお、筆者担当の「社会に対する意識調査」の分析において、他の意識調査領域（①，③，⑥）にある調査項目を採用して分析を行なっている。

(3) 調査対象

2004年度北海道浅井学園大学短期大学部入学生525名

(4) 調査時期

平成15年4月

(5) 調査方法

質問調査票を教員により直接配付し、その場において回収を行なった。質問調査票は、自記式、記名式である。

(6) 標本特性：2003年度短期大学部入学生

全 体	男 性	女 性
525名	123名	402名

### 付録2：当稿採用主要関連調査概要

(図1) <社会に対する意識調査Q1>あなたは、社会の動きを知ろうとする場合、次のどの方法を利用しますか。

属 性	対象数	調 査 項 目								
		ラジオ	友人・知人の話	テレビ	新聞	週刊誌等の雑誌	インターネット(iモード含む)	その他	無回答	不明
全 体	525 男性123 女性402	3 0.57%	9 1.71%	441 84%	50 9.52%	2 0.38%	15 2.85%	2 0.38%	3 0.57%	0 0.0%

(図2) <社会に対する意識調査Q8>情報入手先(属性：全体525名 男性123名・女性402名)

項目	調 査 項 目											
	週刊・月刊誌等の雑誌	家族・友人・知人の情報	新聞広告	ラジオ広告	折り込み広告等のチラシ	情報専門誌	看板・ポスター等	テレビ広告	インターネット(iモード含む)	その他	無回答	不明
食品などの身の回り品	26 4.95%	100 19.05%	42 8%	3 0.57%	258 49.14%	5 0.95%	3 0.57%	32 6.10%	1 0.19%	42 8%	13 2.48%	0 0.0%
旅行	80 15.24%	81 15.43%	19 36.19%	2 0.38%	43 8.19%	169 32.19%	12 2.29%	29 5.52%	49 9.33%	28 5.33%	13 2.48%	0 0.0%
高額商品を買う	103 19.62%	127 24.19%	11 2.10%	3 0.57%	54 10.29%	87 16.57%	0 0.0%	24 4.57%	35 6.67%	64 12.19%	17 3.24%	0 0.0%
アルバイトを探す	159 30.29%	88 16.76%	18 3.43%	0 0.0%	20 3.81%	178 33.90%	8 1.52%	1 0.19%	20 3.81%	20 3.81%	13 2.48%	0 0.0%
催し物や映画の情報を探す	80 15.24%	69 13.14%	154 29.33%	3 0.57%	10 19.05%	42 8%	15 2.86%	78 14.86%	47 8.95%	12 2.29%	14 2.67%	1 0.19%

(図3) <文化とすまいに関する調査Q3>日本では、文化が大切にされていると思いますか。

属性	対象数	調査項目							
		そう思う	どちらかといえばそう思う	どちらかといえばそう思わない	そうは思わない	わからない	無回答	不明	
全体	525	113	208	73	83	45	3	0	
	男性123 女性402	21.52%	39.62%						13.90%
		321							
		61.14%							

(図4) <文化とすまいに関する調査Q5>あなたは日常生活の中で、優れた芸術・文化を觀賞したり、自ら文化活動を行ったりすることは大切だと思いますか。

属性	対象数	調査項目							
		非常に大切だ	ある程度大切だ	あまり大切でない	全く大切ではない	わからない	無回答	不明	
全体	525	110	303	15	6	90	1	0	
	男性123 女性402	20.95%	57.71%						2.86%
		413							
		78.67%							

(図5) <生活意識に関する調査Q6>あなたが今働くとしたら、どんな職場(職業)で働きたいと思いますか。

属性	対象数	調査項目										
		収入が多い職場	自分の才能が活かせる職場	気持ちの良い人が多い職場	かっこいい職場	仕事が楽な職場	休暇がきちんととれたり残業があまりない職場	世の人の為になる仕事をしている職場	将来の不安がない職場	その他	無回答	不明
全体	525	285	355	329	50	35	188	169	242	10	1	0
	男性123 女性402	54.29%	67.62%	62.67%	9.52%	6.67%	35.81%	32.19%	46.10%	1.90%	0.19%	0.0%

(図6) <生活意識に関する調査Q8>あなたはどんな時に生き甲斐を感じますか。

属性	対象数	調査項目										
		社会のために役立つ事をしている時	仕事に打ち込んでいる時	勉強に打ち込んでいる時	スポーツや趣味に打ち込んでいる時	家族といる時	友人や仲間といる時	親しい異性といる時	他人に煩わされず一人である時	その他	無回答	不明
全体	525	93	66	24	348	160	369	173	42	15	0	0
	男性123 女性402	17.71%	12.57%	4.57%	66.29%	30.48%	70.29%	32.95%	8.0%	2.86%	0.0%	0.0%