

コマーシャル・マスコミ情報が生徒に及ぼす影響
共学家庭一般における住領域教材について

大分大・教育 久保加津代

目的 住教育の困難さはたびたび指摘されている。しかし、子どもたちの住生活への関心は高く、これに根ざした住領域教材の開発が望まれる。そのためには子どもたちの住生活への関心がどのように形成されているかを知る必要がある。大きな要因となっていると思われる住宅産業などによるコマーシャル・マスコミ情報について、それが子どもたちの住居観形成にどのような影響を及ぼしているかを明らかにする。

方法 質問紙法による調査 調査時期 1989.12. 対象 大分市内高校生男女 295名
有効回収票数 295

結果 1.住生活に関する関心は高く、今後学びたい領域としては インテリアデザイン(82%)、住宅設計(46%) (複数回答)などをあげている。2.高校生はコマーシャル・マスコミ情報に積極的に対応しており、9割近くが新聞に折り込まれるチラシ広告を見ている。3.コマーシャル・マスコミ情報の影響で住生活に対する一定の知識は豊富である。一方、中・高の教科書で取り上げられているようなことについては知らない。4.将来の住生活像も、広いフローリングの居間・出窓のある部屋・システムキッチン・天窓などを望むものが多い一方で、段差のない家・家事室のある家などを望むものは少ない。5.しかし、コマーシャル・マスコミ情報が単に商品の宣伝だけではなくライフスタイルを提案する形のものになってきており、住居観形成に積極的役割を果たしている面もある。これらの積極面と問題点を詳しく分析して住教材を考えていきたい。

謝辞 調査票作成・実施にあたり大分県立上野丘高校教諭本田幸子氏の協力を得た。