

金城学院大短大 東珠実、(脚) アルバイトタイムス 渥美美晴、  
 名古屋文理短大 鈴木真由子、 椋山女学園大家政 守谷敏子、  
 金城学院大 古寺浩、 静岡大教育 ○菅原亜子、 村尾勇之

目的 本研究の目的は、第1報以来述べてきたように、アメリカ家政学会誌に報告された家政学研究の内容が、歴史的にどのように推移してきたのかを追求し、それを通して家政学の本質を明らかにしようとするものである。前年度までに、分析対象論文の特定と、研究内容の系譜を概観し、10分類領域中の『家政学原論』、『家庭経営学および家庭管理学』、『食物学』の3つの領域を概観してきた。さらに前報では『家庭経済学』領域の研究動向を捉えてきた。本報では、10分類領域中の『家庭経済学』、『家政教育学』、『総合』の3つの領域に見られる「消費者問題」・「消費者教育」関連の論文を抽出し、アメリカ家政学会における「消費者問題」・「消費者教育」関連の研究動向を概観することを目的とした。

方法 本報で使用した資料は、前報までと同様である。分析の過程は以下に示す通りである。①『家庭経済学』、『家政教育学』、『総合』の3つの領域の中分類領域に見られる「消費者問題」・「消費者教育」関連論文を量的に把握する。②上記の分類領域とは別の分類項目を設け、研究動向とその特質の把握を試みる。

結果 ①『家庭経済学』領域から「消費者問題」関連論文を143本、『家政教育学』領域と『総合』領域から「消費者教育」関連の論文をそれぞれ20本と13本、計176本を抽出することができた。また量的には、40年代と60年代を山としたM字型の動向を示すことが理解された。②全体として生活情報や市場における消費者の役割、消費者教育、家政学との関わり、消費者信用についての論文が多くみられた。