

大学生のメディア利用状況と情報行動

—2003年度入学生を対象に行った時系列調査から—

塚本 美恵子

【要旨】本稿では、メディア環境が急速に変化する中で育った子どもたちが、どのようにメディアと接してきたのかをこれまでの先行研究から概観した上で、2003年に大学に入学した文化情報学部1年生を対象に、入学直後と8ヶ月後に行ったメディア利用状況調査の結果を報告する。

調査結果では、大学生が情報を知る手段としてはテレビへの依存度が9割前後と高く、入学直後は朝、夕方、夜のニュースや情報番組から情報を得ているが、8ヶ月後には朝と夜の情報番組を視聴する者の割合が増加していた。朝と夜に視聴する情報番組については、特定の番組に人気が集まっており、視聴している番組によって視聴理由に差がみられた。雑誌は、入学時に比べ8ヶ月後の1月には読む率が低下している。携帯電話は高校1年から持ち始めた者が53%と過半数を占め、大学入学直後には96%が所持していた。ニュースを誰が提供するかといった情報の送り手によって情報が変化するかとの質問に対しては、8割弱がポジティブな回答をした。

【キーワード】メディア、メディア利用、大学生、情報、

はじめに

近年のデジタル革命は、私たちの日々の生活に大きな変化をもたらしている。とりわけパソコンや携帯電話などの普及は目覚ましい。こうしたメディア環境の急激な変化は、従来私たちがテレビやラジオ、新聞、雑誌などのメディアから得てきた情報を、これまでとは異なった方法で入手することを可能にしている。その一方で、メディア環境の良し悪しが情報量を左右するデジタルデバイドの問題や、メディア情報の特性を理解するメディアリテラシー教育の必要性も指摘されるようになってきている。

本稿では、まずメディア環境が急速に変化する中で育った若者たちがこれまでどのようにメディアと接してきたのかを先行研究から概観した上で、2003年に大学に入学した文化情報学部1年生を対象に行った調査結果をもとに、彼らのメディア利用状況について報告する。2003年度に入学し

た大学生の多くは、1985年度生まれである。1983年に発売されたファミコンは彼らの幼年期にすでに広く普及しており、小学校高学年から中学時代には携帯電話の急激な普及が始まっている。また後述するように、彼らの中には、高校の修学旅行が2001年の9・11テロ事件の影響から行き先が変更になった等の経験をしている者も少なからずいる。こうした世代が、大学入学直後にどのようなメディア利用状況にあり、大学生活の中でどう変化していくのかを時系列の調査結果から考察する。

1 子どもたちのメディア環境に関する先行研究

急速に広がるデジタル革命の中でのメディア環境の変化を、箕浦¹⁾は3期に分けて捉えている。第1期は1950年代後半にテレビが子どもの生活の中で大きな位置を占めるようになった時期、第2期がビデオゲーム（テレビゲーム）機が浸透し子

どもたちの遊びが大きく変化した時期、そして現在が第3期で、パソコン、インターネット、携帯電話の急速な普及が変化を起こしつつある時期である。そこで、2003年度に大学に入学した1年生が、テレビ、ビデオゲーム（テレビゲーム）、そしてパソコン・インターネット・携帯電話などどのように接してきたのかを、彼らの幼児期、小学校時期、中学・高校時期に実施された調査をもとに概観することから始める。

1.1 乳・幼児期

テレビ放送が開始されてから50年以上経過した現代では、テレビはすでに子どもたちの生活の中で大きな位置を占めている。小林²⁾は、生まれたばかりの新生児が産声を泣きやめるや周囲を見回す行動をとり、しかもその対象の情報量が多ければ多いほどその物を見つめる時間が長いことは広く知られた現象であることを紹介しながら、人は生来、情報を求める力が遺伝子に組み込まれた“information seeker”であるとしている。

小林³⁾や谷村¹⁾によると、赤ん坊は3、4ヶ月になるとテレビの音の方を見たり、画面をじっと見つめるようになり、6ヶ月頃になると画面の子どもを見て声を出したり微笑んだりといった反応をする。はいはいをするようになると、テレビを触りに行ってスイッチをつけたり消したりする。12ヶ月～18ヶ月頃になれば、体操や歌を真似たりと視聴内容への嗜好が見られ、2歳後半にもなるとテレビを見ていないときも番組で聞いた言葉を使ったり登場人物のしぐさを模倣したりすることから、対テレビ行動は3歳前に一人前の視聴者に達し、またビデオの操作はテレビより一足早く、2歳から3歳で可能になると報告している。

テレビ以外にビデオやパソコンなどのニューメディアが普及した1990年代以降にも、子どものテレビ画面視聴時間は増えつつきている⁵⁾。幼稚園にも保育園にも就園していない3歳児の未就学児を対象に行った調査では、テレビとビデオをあわせて3時間以上視聴している幼児が6割もいるとの報告などもあり⁶⁾、テレビ画面を長時間視聴し

ている幼児の問題行動が目立つなどが問題視され始めている。また、長時間のテレビ視聴だけではなく早期教育ビデオを含むビデオの普及は“電子ベビーシッター”依存の危険な子育てになるとの危機感から、映像メディアが子どもの発達について及ぼす影響について研究する複数の長期プロジェクトが始まっている⁷⁾。

1.2 小学生時期

小学生が夕食前にしている遊びを1987年と1997年で比較した研究によると⁸⁾、「野球、サッカーなどのボール遊び」や自転車やなわとびなど屋外での遊びが減少している一方で、テレビやテレビゲームで遊ぶ小学生は増加しており、とりわけテレビゲームで遊ぶ者の割合は87年より倍増している。そして夕食後にテレビを見る子どもの割合は、8割に達している。小学生がよく見る番組としては、アニメ・マンガが圧倒的に多く、ドラマ、映画、歌、スポーツは学年があがるにつれて増えていく。テレビ番組視聴時の特徴としては、子どもたちがチャンネルの切り換えや“CM飛ばし”、ビデオ利用中の早送りなどの利用法にかなり習熟しており、テレビを見ながらゲームをしたりといった“ながら見”が日常的に行われている点である。テレビやテレビゲームは小学生の大半がかなりの時間を費やしてはいるが、彼らがいちばん楽しいと感じているのは、意外にテレビゲームやスポーツをしている時ではなく、友達と遊んでいる時と答えている。また、子どもたちが番組を選ぶ際に参考にするのは、友達からの情報、つまり「友達がおもしろいよと言っていた番組をみる」と答えている割合が7割強、更に、小学生がふだんの学校の行き帰りに友だちと話す話題としては、「テレビのこと」、「友だちのこと」「テレビゲームのこと」が多いなどの調査結果から、小学生がメディアに接触する動機は、主に友だちとの話題としてテレビやテレビゲームを利用していると報告されている。87年の調査時はファミコンが83年に発売されて広がりはじめた時期で、テレビゲームで遊んでいる者の割合も4人に1人であっ

たが、97年の調査では、子ども達が自分専用機として持っているものは「ペットゲーム」(たまごっちなど)が6割、「携帯ゲーム」(ゲームボーイ、ミニテトリスなど)や「テレビを使うゲーム」ファミコンは5割と多様なゲーム機器が急速に普及している。こうした機器の普及は、その他のメディア機器にも及んでおり、自分専用のCDラジカセを所有している小学生は4人に1人、テレビも15%が自分専用のもを持っている⁹⁾。しかしテレビやゲームも、結局は「友だち付き合いの必需品」であり、「コミュニケーション・ツール」だという¹⁰⁾。

パソコンについては、94年から小学校でもパソコンが教育機器として活用されるようになったこともあり、最も欲しいものにパソコンを挙げている小学生が4人に1人と高い割合を示している。この時期にパソコンを利用した経験をもつ者のうち半数は学校で利用しており、自宅での利用者は4割、自分専用のパソコンを持っている小学生は全体の4%にすぎない¹¹⁾。

子ども達が実際にどのようなメディアに接しているかの実体を知るのに参考になるのが、表1に引用した「よく接する(見る、聴く、読む、話す)情報メディアランキング」である¹²⁾。男女小中学生とともに、約9割の子どもたちがテレビ番組を一位にあげているが、それ以外のメディアでは男女

差が見られるとともに、年齢があがるにつれて変化している。

1.3 中学・高校生時期

1998年に実施された中学・高校生を対象とした調査によると¹³⁾、ふだんの日にテレビに向かう時間は、「3時間ぐらい」が3割、「2時間ぐらい」が2割強と、半数以上が2時間から3時間テレビを視聴している。86年、92年の同様な調査に比べると1・2時間といった時間の視聴者は減少し、3・4・5時間の長時間視聴者が増加している。よく見る番組は、「ドラマ」や「歌番組・音楽番組」をあげている者が半数以上で、「笑いやコントなどのバラエティショー」など娯楽系のものが上位を占めている。放送にいちばん多く期待する内容としては、「くつろいで楽しめる番組」(娯楽)を8割近くが挙げ、報道や教養を期待する者は僅かとなっている。番組について86年の調査と比較すると、「アニメ・マンガ」や「スポーツ番組」を視聴する者の割合は減少しているが、「ドラマ」や「バラエティショー」などが増加している。専用テレビを所有者している者は3分の1程度で、テレビを必要なものと捉えている者の割合も増加している。高校生にとって、情報源としてのテレビの重要性は他のメディアと比べてかなり大きく、特に「世の中の出来事について知りたい」については、「テレビ」を挙げているものは8割強と「新聞」の1割未満と大きく差が生じている。ちなみに、中高生が関心を持っていることは、「友達づきあい」を挙げている者が半数、それに「音楽」、「成績、受験」、「おしゃれ、ファッション」、「将来のこと」がこれに続いている。関心の多くは『自分』とその周辺に関するもので、「世の中の動き」や「学校・先生のこと」といった社会的なものに対する関心は相対的に少なく、彼らにとっての『情報』とは、風俗、ファッションといったものが主体となっている。テレビ視聴の影響としては、「CMで見た商品を思わず買ってしまった」と回答した者が4割で、「ギャグや人をけなすことばづかいをまねた」、「ドラマの登場人物のようにな

表1 「よく接する(見る、聴く、読む、話す)情報メディアランキング」

	小学男子	小学女子	中学男子	中学女子
テレビ番組	①92.2%	①92.2%	①89.7%	①91.0%
テレビゲーム	②85.8	⑦47.6	③76.6	⑨32.3
マンガ	③84.2	③70.7	②84.0	③70.0
広告・コマーシャル	④59.6	④67.3	⑥63.3	⑤67.3
ビデオ	⑤59.1	⑤55.3	⑦62.0	⑦62.7
雑誌	⑥48.7	⑧45.6	⑤64.7	④68.3
音楽(CD/音楽テープ)	⑦47.1	②71.1	④70.0	②84.3
友達との電話	⑧36.7	⑥54.9	⑧38.3	⑥66.7
新聞	⑨28.7	⑩24.0	⑩25.3	⑩17.3
本(学習・マンガ以外)	⑩22.9	⑨28.0	⑩17.0	⑩18.0
ラジオ	⑪12.2	⑪17.1	⑨32.2	⑧33.7

「子どもの生活 少子化時代のアメンボキッズ」博報堂生活総合研究所1997より

りたいと思った」, 「タレントの持ち物やファッションをまねた」, 「テレビの新しいことばをすぐに使ってみた」などの回答が2割となっているが, 回答には男女差がみられ, 女子のほうが「テレビ番組」「おしゃれ, ファッション」「芸能界の動き」などへの関心が高いことから影響されやすい面があるのかもしれない, と報告している。

携帯電話に関する2001年の報告によると¹⁴⁾, 中学生の30%が携帯かPHSを持ち, 女子中学生にいたっては3人に1人が所有し, 約6割弱の者が「今の生活に絶対必要」と答え, 毎月の電話代は平均3,700円(男子4,100円, 女子3,300円)となっている。

2001年の調査では¹⁵⁾, 携帯電話は高校生の利用がもっとも活発で, およそ8割が自分の携帯を所有し, 1日あたりの利用時間は1時間54分ほどのぼっていること, 更に携帯電話は年下の層ほど利用する者の割合と時間量が増加していることが報告されている。携帯電話が急速に普及した背景には, 1990年代にポケベルが流行したことから女子学生を中心に利用が広がったところに1995年にはPHSのサービスが開始され, さらにi-modeサービスが付加されて多様な情報に対応できる携帯電話が登場したことなどが挙げられる。2002年の猪俣の報告によれば¹⁶⁾, 高校生のPHSを含む携帯所持率は76%で, 一カ月の通話料金は平均6,500円となっている。

中野¹⁷⁾によると, 携帯電話の利用で若者に特徴的なのが「友人との会話」や他の機器との重複利用だという。利用時間のピークである朝, 昼, 午後3時以降から深夜までは, 友人との会話をするために「携帯コミュニケーション」に専念している。またテレビ視聴, あるいはMD・CD・テープを聴き“ながら”の携帯メールの利用も多い。こうした状況から携帯電話の利用者は, テレビは毎日2時間以上を視聴しながらも, 携帯電話の方がテレビよりも「欠かせないもの」と考えている率が高い。若者がメディアを選択する過程では, “随時性”, と“主体性”がキーワードになっており, インターネットを含めたメディア接触量比

によると, 16~19歳の平均では, ウィークデーにテレビを視聴している者は85%で平均時間が2時間9分, 携帯電話は64%で平均の使用時間は1時間4分, メールの利用者は58%で56分, CDやテープが37%で39分, パソコン利用は18%で19分となっている。パソコン利用時間の19分のうち学業利用時間はわずか3分で, 残りの16分はプライベートでパソコンを使っていると報告されている。

2 大学生のメディア利用状況

2003年度に大学に入学した1年生は, ファミコン用のゲームソフト「スーパーマリオブラザーズ」が発売されるや大ヒットした1985年に出生した世代である。1990年, つまり彼らが5歳時の調査によれば, ビデオゲームの保有率は78%¹⁸⁾で, 小学生時代は「ビデオゲームエイジ」¹⁹⁾と呼ばれるほどビデオゲームに熱中する時期を過ごしている。

「テレビ世代」の両親をもつ彼らは, 前述のように早い時期から幼児向けのテレビ番組を見, テレビ視聴中のチャンネル切り換えやビデオの早送り, テレビをつけたままマンガを読んだり, ゲームをしたりといった“ながら見”, コマーシャル飛ばしを日常的に行っている一方で, それ以前の子どもたちよりは外遊びをしていない。中学・高校時代は, 娯楽系のテレビ番組を中心に視聴し, 高校時代には携帯電話も7割以上が自分専用を所持しており, 半数以上が日常的に会っている友だちとの間でメールを利用している。

ここでは, こうしたメディア環境で育ってきた彼らのメディア利用状況を把握するために, 駿河台大学文化情報学部にて2003年4月に入学した1年生全員を対象に, 2003年4月と2004年1月の2度にわたって実施したメディア利用状況と時系列による変化の調査結果を報告する。

2.1 利用メディアの種類

まず1回目の2003年4月では, 実施直前の2003年3月20日にイラク戦争が勃発したことから, どのようなメディアでイラク戦争について知ったか

表2 「ニュースをどのメディアで知ったか」

2003年4月実施 (n = 276: 男子172, 女子104)	2004年1月実施 (n = 252)
①テレビのニュースや情報番組で…265 (96%)	224 (88%)
②新聞で……………5 (1%)	8 (3%)
③家族から聞いた……………3 (1%)	0
④インターネットのニュースで……………1 (0.3%)	12 (4%)
⑤その他……………2 (0.7%)	0
⑥友人……………0	4 (1%)
⑦携帯ウェブニュース……………0	4 (1%)

を聞いた。結果は、表2の左側に示したように、大多数(96%)がテレビのニュースや情報番組で情報を得ており、「新聞で」あるいは「家族から聞いた」はごく少数(1%)となっている。

小王ら²⁰⁾が2001年9月11日の同時多発テロ後に大学生を対象に実施した同様の調査では、テレビが77.3%、家族や友人が10.8%、携帯電話のニュースが4.5%、ラジオ3.2%、新聞が0.6%インターネットが0.4%となっており、本調査結果とはかなり異なっている。同時テロの際は突発的であったが、イラク開戦については、事前に関連情報が流された等、状況がかなり違っていることも要因として作用していると思われる。

2回目の調査は2004年1月に実施した。ここでは日々起きる様々な事件やニュースについて、どのようなメディアによって知るか聞いた。ここでも大半(88%)がテレビを通じて情報を得ているが、「新聞で」や「インターネットのニュースで」情報を得ている学生も若干増えている。これ

は1年入学時にはコンピュータ操作やインターネット接続に慣れていなかった学生が、学内のメディアセンターや自宅のパソコンからインターネットにアクセスすることに慣れた結果とも考えられる。

2.2 テレビ

(1) 視聴しているテレビの情報番組

利用メディアの種類で「テレビ」と答えた人は、どのようなニュースや情報番組を主に見ているのか聞いた。その結果が表3である。今回はOCRシートによる選択肢が10項目までであったことから、2003年4月の時点で、テレビ番組表を参考に選んでみた。

2003年4月の段階では、朝の民放の情報番組から情報を収集している者が25%、夕方の民放の情報番組が23%、次いでTV朝日のニュースステーションの順で多くなっている。時間帯で分けると、朝の情報番組が(NHK:6%+民放:25%=)

表3 「視聴しているテレビの情報番組」

	2003年4月 (n = 276)	2004年1月 (n = 252)	
朝 : ①NHKテレビの朝の情報番組……	17 (6%)	9 (3%)	▼
②民放テレビの朝の情報番組……	71 (25%)	86 (34%)	△
夕方 : ③NHKテレビ夕方7時のニュース	13 (4%)	11 (4%)	
④民放テレビの夕方の情報番組…	66 (23%)	29 (11%)	▼
夜 : ⑤NHKテレビ夜9時のニュース……	4 (1%)	4 (1%)	
⑥NHKテレビ10時のニュース……	8 (2%)	1 (0.3%)	
⑦ニュースステーション (TV朝日)	56 (20%)	75 (29%)	△
⑧筑紫哲也NEWS23 (TBS) ……………	19 (6%)	18 (7%)	
⑨WBS (TV東京) ……………	3 (1%)	4 (1%)	
⑩その他……………	3 (1%)	5 (1%)	
不明……………	16 (5%)	10 (3%)	

31%, 夕方の情報番組 (NHK: 4% + 民放: 23% =) 27%, 夜 (NHK9時: 1% + NHK10時: 2% + ニュースステーション20% + NEWS23: 6% + WBS: 1% =) 30%となっている。大学1年入学直後では、朝、夕方、夜とほぼ3つの時間帯に分かれて視聴していることがわかる。

次に2004年1月に行った調査では、表3の右側のような結果となった。2004年1月の調査と比較すると、②民放テレビ朝の情報番組が25%から34%と高くなっている一方で、④民放テレビ夕方の情報番組が23%から11%と少なくなり、⑦ニュースステーションが20%から29%と上昇している。これは、授業やアルバイトなどで帰宅時間が遅くなったなどの理由から、4月に夕方の情報番組を見ていた学生が夜の番組や朝の民放の情報番組に移行したと考えられる。

【夜の情報番組】

夜の情報番組としては、ニュースステーションが高い割合を示している。2004年3月26日に終了した「ニュースステーション」は、2004年1月の調査では8ヶ月前の4月 (20%) よりも高い比率 (29%) で視聴されていた。1985年から放送されたこの番組は全国的にも高い比率で視聴されており²¹⁾、2000年の調査でも4番目によく見られた番組として挙げられている。ニュースステーションを放送しているテレビ朝日は、NHKに次いで「ニュースがわかりやすいチャンネル」とのイメージがもたれており、「政治や行政に対してははっきりものを言っているテレビ局」では他社よりも高い評価を得ている²²⁾。

民放テレビ朝や「ニュースステーション」を視聴する学生が増加した結果については様々な要因が考えられるが、前述の白石 (1998) や総務庁調査でも指摘されているように、テレビの番組については友達の影響が大きいことから、学内の友人との共通の話題として番組が利用されていることも一因となっているのではないかと考えられる。

【民放の朝の情報番組】

別項の自由記述で求めたよく見る番組名では、朝の情報番組「めざましテレビ」をあげている者

の数が29名と多い。朝の民放の情報番組では、全体が広く視聴されている訳ではなく一つの番組に集中している様子がうかがえる。2000年の調査でも²³⁾、「めざましテレビ」は全国的にも関東・近畿で5%程度の視聴率をあげており、16歳～39歳までの年代の6割から5割が「好きなテレビ局」として「めざましテレビ」を流しているフジテレビが若者世代に「笑える番組」「元気な局」「気楽に見られる」「友だちの間で話題になる」「親しみが感じられる」等の理由で人気がある。今回の調査でも、ニュース以外にファッション情報や占いなど若者向けの内容が多いことから、好まれている²⁴⁾。

(2) 情報番組の視聴理由

テレビのこうした番組を視聴する理由を聞いた結果が、表4である。

テレビの視聴理由としては、4月の段階でも翌年の1月でも「④なんとなく」チャンネルを合わせている者が割合としては最も多く、次に「②家族がいつも見ているから」の順となっている。

4月と1月を比較すると、「④なんとなく」番組を視聴していると回答している者が増加している。これは1月時には下宿学生が「②家族」ではなく「④なんとなく」を選択したとも考えられる。

表4 「テレビ視聴理由」

	2003年4月 (n = 276)	2004年1月 (n = 252)	
なんとなく.....	114 (41%)	135 (53%)	△
家族がいつも見ているから...	55 (19%)	46 (18%)	
わかりやすく説明してくれるから...	31 (11%)	36 (14%)	
報道の姿勢が好きだから.....	19 (6%)	23 (9%)	
その他.....	20 (7%)	7 (2%)	
不明.....	37 (13%)	5 (2%)	

それぞれの番組を視聴している者が、どのような理由でチャンネルを合わせているかを2004年1月のものでクロス集計した結果が表5である。NHKはそれぞれの時間帯を1本化した。視聴しているニュース番組ごとの視聴者数、つまり母数が異なることから同一には比較できないが、各番組の選択理由が比較できる。

表5 「視聴している情報番組と視聴理由」

【2004年1月】

		テレビ視聴情報番組(2004年1月)								
		全体	NHK	民放朝	民放夕方	ニュースステーション	NEWS 23	WBS	その他	不明
全体		252	25	86	29	75	18	4	5	10
		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
なんとなく		135	11	48	13	46	8	2	3	4
		<u>53.6%</u>	44.0%	55.8%	44.8%	<u>61.3%</u>	44.4%	50.0%	60.0%	40.0%
視聴理由	家族がいつも見ているから	46	8	15	6	13	0	2	0	2
		<u>18.3%</u>	<u>32.0%</u>	17.4%	20.7%	17.3%	0.0%	50.0%	0.0%	20.0%
	わかりやすく説明してくれるから	36	2	11	7	9	4	0	2	1
		<u>14.3%</u>	8.0%	12.8%	<u>24.1%</u>	12.0%	<u>22.2%</u>	0.0%	40.0%	10.0%
	報道の姿勢が好きだから	23	3	6	2	6	6	0	0	0
		<u>9.1%</u>	12.0%	7.0%	6.9%	8.0%	<u>33.3%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
	その他	7	1	4	1	1	0	0	0	0
		2.8%	4.0%	4.7%	3.4%	1.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	不明	5	0	2	0	0	0	0	0	3
		2.0%	0.0%	2.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	30.0%

「夕方民放」と「NEWS23」で、「わかりやすく説明してくれるから」の理由を選択している者が多く、「NHK」は「家族がいつも見ているから」の理由で視聴している者の割合が高い。「NEWS 23」は「報道の姿勢が好きだから」の理由を挙げている者の割合が高く、「ニュースステーション」は「なんとなく」の理由を挙げたものが平均値より高くなっている。

(3) 曜日別視聴番組

2003年4月の入学時に、学生がよく視聴する番組名とその理由を曜日ごとに自由記述で回答を求めた。その結果、月曜は「あいのり」(26名：以下、カッコ内は人数で19名以上の記載のあったもの)、「SMAP×SMAP」(24)、「内村プロデュース」(22)、「世界まる見え！テレビ特捜部」(21)、「HEY！HEY！HEY！」(19)、「火曜は『『ぷっ』すま』」(29)、「ロンドンハーツ」(21)、「学校へ行こう！」(19)、「水曜は「水10！」(32)、「木曜は「うたばん」(42)、「金曜「ミュージックステーション」(43)、「金曜ロードショー」(32)、「土曜が「めっちゃ2イケてる！」(28)などが増えている。ウィークデーに比べて週末は記載されている番組名が多いことからテレビがよく視聴されていることがわかるが、土曜の「めっちゃ2イケてる！」以外の週末の番組は、一つの番組に集中す

ることなく広く様々な番組が高い割合で視聴されているが、比較的長期間放送されている番組が好まれている²⁵⁾。

2004年1月の自由記述では、全体的には記載された番組名は春に比べると低調となっている。9名以上が記載したのものについて挙げると、月曜は、「内村プロデュース」(21)、「あいのり」(18)、「SMAP×SMAP」(15)、「HEY！HEY！HEY！」(11)、「世界まる見え！テレビ特捜部」(10)、「火曜は『『ぷっ』すま』」(4)と「ファイアーボーイス」(9)、「水曜が「トリビアの泉」(25)や「Mathew's Best Hit TV」(9)、「木曜が「うたばん」(25)、「金曜が「ミュージックステーション」(34)と「金曜ロードショー」(9)、「土曜が「めっちゃ2イケてる！」(12)などがありが、総じてバラエティー番組や音楽情報番組が多く視聴されている。

2.3 雑誌・週刊誌

雑誌・週刊誌についての結果は、表6に示した。4月入学当初よりも翌年1月時の方が読まなくなっている。4月時に「よく読む」と回答していた者が35%から1月には29%と減少し、その分「全く読まない」が0.3%から9%へと増加している。参考までに、表7に2名以上が記載した雑

表6 「雑誌・週刊誌」

	よく読む	時々読む	あまり読まない	全く読まない	不明
2003年4月 (n=276)	97 (35%)	57 (20%)	97 (35%)	1 (0.3%)	24 (8%)
2004年1月 (n=252)	75 (29%)	46 (18%)	97 (38%)	24 (9%)	10 (3%)

表7 「よく読む雑誌名」

	2003年4月 (複数回答)	2004年1月 (複数回答)
男子	週刊ジャンプ-48, 週刊マガジン-16, フライデー-8, 週刊サンデー-5, スマート-5, ヤングジャンプ-5, ザッピ-4, Rock'n on-4, サムライ-4, テレビジョン-4, CROSS BEAT-4, WO-3, ファミ通-3, Tokyo Walker-3, Boon-2, Mens egg-2, メンズノンノ-2, SHOXX-2, ゼロサム-2, CDデーター-2, Street Jack-2, レタスクラブ-2, サッカーマガジン-2, 【計86タイトル】	週刊ジャンプ-23, 週刊マガジン-7, Rock'n on-4, フライデー-4, 週刊サンデー-4, ワールドサッカーマガジン-4, ヤングジャンプ-3, Tokyo Walker-3, 週刊ベースボール-3, テレパル-3, ニュートン-2, ヤングジャンプ-2, マックビーブル-2, CROSS BEAT-2, ワールドサッカーダイジェスト-2, SMART-2, 週刊新潮-2, サムライ-2, WO-2, メンズノンノ-2, クロスビート-2, ファミ通-2, 日経エンターテインメント-2, 日経PC21-1, 【計65タイトル】
	ノンノ-11, キューティー-7, ViVi-5, Zipper-5, Mina-5, Mini-4, 週刊ジャンプ-4, 花とゆめ-3, Cawaii-2, Popteen-2, 別冊マーガレット-2, Spring-2, JILE-2, SHOXX-2, ゼロサム-2, PATi PATi-2, FOOL'S MATE-2, セブンティーン-2, 【計55タイトル】	ノンノ-17, Mina-7, Mini-6, ViVi-4, ザッピ-3, キューティー-3, ファッション雑誌-3, テレビジョン-2, TVガイド-2, スープ-2, 【計33タイトル】

誌名を男女別に挙げたが、雑誌のタイトル数でも男女とも春学期から秋学期で減少している。雑誌の幅は漫画週刊誌からスポーツ・音楽・趣味の専門誌、ファッション雑誌まで非常に幅広いが、秋学期にはコンピュータ関係の雑誌もかなり目についた。

2.4 携帯電話

(1) 携帯電話の所持率

本学部に入學した大学1年生はどの程度携帯電話を所有しているか、またいつ頃から携帯電話を所持するようになったのかの結果が、表8である。携帯電話の所持者は中学までの累計で20%程度にとどまっているが、高校1年で76%と4分の3が所持し、学年が上がるにつれてその割合が増加して高校3年時には94%が携帯電話を所持している。また本学入學時には96%の学生が携帯電話を持っており、持っていない者はごく少数である。携帯電話の所持率が高校生から高くなる点については、高校生活ではアルバイトが可能になることも要因の一つになっているようである²⁶⁾。

表8 「携帯電話 (PHS含む) 所持率」

(2003年4月, [] 内は「持っている者」の累計)

①持っている	266 (96%)	
小学校高学年から	1(0.3%)	[0.3%]
中学校1年から	5(1%)	[2.2%]
中学校2年から	10(3%)	[6.0%]
中学校3年から	45(16%)	[22.9%]
高校1年から	143(51%)	[76.6%]
高校2年から	30(10%)	[88.7%]
高校3年から	17(6%)	[94.3%]
大学入学後	15(5%)	[100.0%]
②持っていない	9 (3%)	
③不明	1	
計	276	

(2) 携帯電話の利用料金

所持率の高い携帯電話だが、こうした携帯電話の利用料金はどのようになっているのだろうか。携帯電話の利用金額を表9に示した。入学当初の4月では4,000~5,999円が23%で最も多く、次いで6,000~7,999円が20%となっており、4千円から8千円未満までの範囲の利用者が43%と多くなっている。一方翌年の1月ではこの幅の利用金額の者が減少し、8,000~9,999円と1,2000~1,3999万円の利用者が若干増加している。

(3) 携帯電話の利用時間

携帯電話の利用時間の結果が表10である。4月と1月の調査とも14分以下と答えた者が4分の1

表9 「携帯電話利用料金」

	2003年4月 (n=276)	2004年1月 (n=252)
2,000～ 3,999円	39 (14%)	32 (12%)
4,000～ 5,999円	66 (23%)	50 (19%)
6,000～ 7,999円	57 (20%)	50 (19%)
8,000～ 9,999円	35 (12%)	44 (17%)
10,000～11,999円	43 (15%)	41 (16%)
12,000～13,999円	8 (2%)	18 (7%)
14,000～15,999円	3 (1%)	5 (1%)
16,000以上	12 (4%)	2 (0.7%)
不明	13 (4%)	10 (3%)

となっており、全体では44分以下と答えた者が5割以上となっている。両時期に大きな変化はみられないが、30～44分の回答が4月時の14%から18%と上昇している点と、4月に2時間以上の利用していると回答した者が11%いたが、1月には8%に減少しているのがわずかに目立つ程度である。これまで実施されている他の調査よりは利用時間は少ないが、これは本調査が自己申告による調査のため、実質の時間ではなく、学生本人がどの程度の時間と認識しているかの結果と受け止めるべきだろう。

表10 「携帯電話利用時間」

	2003年4月 (n=276)	2004年1月 (n=252)
14分以下	71 (25%)	69 (27%)
15分～29分	46 (16%)	39 (15%)
30分～44分	41 (14%)	47 (18%)
45分～59分	13 (4%)	17 (6%)
1時間～1時間14分	29 (10%)	26 (10%)
1時間15分～1時間29分	8 (2%)	8 (3%)
1時間30分～1時間44分	14 (5%)	14 (5%)
1時間45分～1時間59分	2 (0.7%)	6 (2%)
2時間以上	31 (11%)	21 (8%)
不明	21 (7%)	8 (3%)

(4) 携帯電話の利用形態

携帯電話の利用形態であるが、主に「話す」のか「メール」の送受信に利用するかを聞いた結果が、表11である。入学当初は、⑤「ほとんどメールを利用」が39%、④「話す」:「メール」が1:2位と回答した者が31%であったものが、1月の

時点では両者がほぼ逆転した形になっている。携帯電話は「メール」利用が中心ではあるが、1月には「話す」方へわずかにシフトしていると言える。

表11 「携帯電話利用方法」

	2003年4月 (n=276)	2004年1月 (n=252)
①携帯ではほとんど「話す」方が多い	17 (6%)	4 (1%)
②「話す」:「メール」=2:1位の割合	12 (4%)	25 (9%)
③「話す」のと「メール」は同じ位	26 (9%)	29 (11%)
④「話す」:「メール」=1:2位の割合	86 (31%)	108(42%) △
⑤ほとんどメールを利用している	108(39%)	77(30%) ▼
不明	27 (9%)	9 (3%)

(5) 携帯電話の利用台数

携帯電話は何台目かを聞いた結果が表12である。携帯電話は新しい機種が発売されたり友だちの持っているものと同じ機種のものに買い換えたりといったことが頻繁に行われていることがこれまでの調査では指摘されているが、本学の学生ではどうだろう。2003年4月に実施した調査では、1～3台までの選択肢で回答を求めたが、半数近くが3台目と回答したことから2004年1月の調査では8台目までの選択肢を設けて聞いた。3台目が29%、2台目が22%、4台目が21%とかなり早いペースで買い換えを行っている。学生たちは「携帯電話の寿命は約1年」と考えて買い換えている者が多いようで²⁷⁾、調査からもこうした様子はいかがえる。

表12 携帯電話の利用台数

	2003年4月 (n=276)	2004年1月 (n=252)
1台目	44(15%)	34(13%)
2台目	73(26%)	57(22%)
3台目	130(47%)	74(29%)
4台目	—	53(21%)
5台目	—	19(7%)
6台目	—	3(1%)
7台目	—	3(1%)
8台目以上	—	1(0.3%)
不明	29(10%)	8(3%)

2.5 ラジオ

ラジオの聴取状況を大学入学直後の4月に聞いた結果が表13である。ラジオは半数以上(51%)が「ほとんど聞かない」と答えており、「時々聞く」が29%、「よく聞く」は13%にとどまっている。「テレビ・ラジオ視聴の現況」『放送研究と調査』によるとラジオ全局の1日の平均聴取時間は平均38分だが、13歳から19歳の平均は7~8分と他の年齢に比べ極端に短いことから、本学学生もラジオを聞いている者は少ないようである。

表13 「ラジオ聴取状況」(n=276)

①ほとんど聞かない	143 (51%)
②時々聞く	82 (29%)
③よく聞く	36 (13%)
不明	15 (5%)

2.6 インターネット

大学入学時に、これまでインターネット利用状況について聞いたものが表14の上段である。「よく利用していた」が45%と半数弱で、「まあまあ利用した」の28%と合わせると73%が利用した経験があると答えている。2004年1月に聞いたインターネットの利用場所では、「自宅で」という回答が61%で最も高く、学校が12%となっている。

また自由記述で求めた「これまでの利用目的」では、「気になることを調べる」(138名)、「趣味」(44)、「ホームページを見る」(25)、「メール+チャット」(16)、「オークション」(14)などとなっている。「気になること」とは、大学受験情報、旅行・レジャー情報、映画情報、電車の乗り換え情報、アルバイト情報、宿題に出たテーマについての情報、音楽・芸能情報、といったものが挙げられている²⁸⁾。

表14 インターネット利用状況と利用場所

Q インターネットは利用していたか? 2003年4月(n=276)			
①よく利用した	125 (45%)	②まあまあ利用した	79 (28%)
③余り利用していない	50 (18%)	④利用したことはない	15 (5%)
不明	7 (2%)		
Q どこでインターネットを利用したか? 2004年1月(n=252)			
①自宅で	156 (61%)	②学校で	32 (12%)
③携帯で	19 (7%)	④インターネット喫茶で	2 (0.7%)
⑤その他	2 (0.7%)	不明	41 (16%)

表15 学内e-mailアドレス利用度【2004年1月】

Q 大学のe-mailアドレスの利用頻度 (n=252)		
①毎日 3 (1%)	②2日に1度位	③1週間に2度位
	2 (0.7%)	14 (5%)
④1週間に1度位	⑤月に2~3回	⑥全くしない
24 (9%)	62 (24%)	138 (54%)
不明	9 (3%)	
Q あなたは、大学のe-mailアドレス以外にe-mailアドレスを持っているか (n=252)		
①持っていない	②1つ持っている	③2つ以上持っている
93 (36%)	103 (40%)	42 (16%)
不明	14 (5%)	

本大学の学生は、大学のe-mailのアドレスを所持している。そこで、学生の学内アドレスへのアクセス頻度を聞いてみた結果が、表15である。結果は意外なことに半数以上の学生が学内のe-mailアドレスにアクセスしていないと回答している。レポートなど授業での課題を提出するなど学内での利用は多い筈だが、日常的に利用している者の割合は少ない。

学内のe-mailアドレス以外にいくつアドレスを持っているかを聞いた結果は、56%が持っているとして回答している。

2.7 修学旅行

冒頭に紹介したように、2003年度入学生については、修学旅行が9.11のテロの影響を受けて変更されたところがある。そこで、高校の修学旅行が予定通り実施されたかどうかを聞いた。その結果が下の表16である。

「大幅に変更された」と回答した者を見ると、40名が当初の行き先が沖縄であったものが事件後に行き先が関西を中心に、九州・広島・大阪・京都・東京などに変更になったと答えている。また

表16 高校修学旅行実施について【2004年1月】(n=252)

①予定通り実施された	②部分的に変更された
162 (64%)	8 (3%)
③大幅に変更された	④その他(修学旅行はなかった)
57 (22%)	3 (1%)
不明	22 (8%)

ヨーロッパやオーストラリア、ハワイ、カナダ、シンガポール、韓国などの海外修学旅行の予定が、大阪など国内に変更になったと回答した者が17名いた。「部分的に変更になった」との回答では、時期が秋から翌年の春に変更されたり、11月に沖縄の予定が1月に北海道へと時期や目的地、交通手段などが変更されている。

こうした対応については、「残念」、「ショックだった」「がっかりした」などネガティブに受け止めた者31名、「仕方がない」と現状を受け入れた者9名、「それでも結構よかった」や「楽しかった」などポジティブな回答を寄せている者11名、「変更は必要だったのだろうか」など疑問をもった者や「影響の大きさを実感した」などと答えた者6名となっている。

3 メディア情報の受け止め方

NHKが行った2000年の調査によると²⁹⁾、テレビや新聞などのマスコミについて「マスコミが伝えていることは、ほぼ事実どおり」と考えている人は85年の調査の37%から減り続けて29%となっており、そう思わない人は若年層に多いと報告されている。またテレビで見たことを「直接見聞きしたのと同じように実感もてる」への回答は42%に対し、「そう思わない」との回答が39%にのぼっていることから、人々の情報の読み取り方

が変わってきたと分析している。それでは本学の学生は、情報について、どのように捉えているのだろうか。

今回のイラク戦争の報道では、アメリカ側の報道とアルジャジーラなどの報道内容が異なっているなど、情報の送り手によって報道内容に違いが見られる点なども話題になった。そこで、2004年1月の時点で、メディアのニュースソースに対する意識、誰がどのように報道するかといった送り手の違いによって情報が変化するかについて聞いた。

表17の左列の「全体」の項目を見ると、「関係あると思う」と回答した割合が46%で最も多く、次いで「関係あるかもしれない」の割合が32%で、8割弱が「関係ある」あるいは「関係あるかもしれない」と答えている。表17で示したように、視聴している情報番組別にクロス集計を行った結果、視聴番組によって若干の違いが見られることがわかった。視聴者数となる母数に多少があるため同じように比較はできないが、それでも番組によって差が見られる。全体の平均と比較すると、「NEWS23」では「関係あると思う」と回答した者の割合が高く、「NHK」と「民放朝」で「関係あるかもしれない」との割合が若干高く、「民放夕方」では「わからない」が多くなっている。視聴している情報番組によってこうした意識に差が生じるのか、意識のある者がこうした番組選択を

表17 「ニュースソースによる情報の変化」x「テレビ視聴情報番組」

	テレビ視聴情報番組								
	全体	NHK	民放朝	民放夕方	ニュース7	NEWS23	WBS	その他	不明
全体	252	25	86	29	75	18	4	5	10
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
関係あると思う	116	9	38	14	33	11	2	3	6
	46.0%	36.0%	44.2%	48.3%	44.0%	61.1%	50.0%	60.0%	60.0%
関係あるかも知れない	83	10	34	7	25	3	2	0	2
	32.9%	40.0%	39.5%	24.1%	33.3%	16.7%	50.0%	0.0%	20.0%
わからない	36	4	8	7	12	3	0	1	1
	14.3%	16.0%	9.3%	24.1%	16.0%	16.7%	0.0%	20.0%	10.0%
関係ないと思う	8	2	3	0	1	1	0	0	1
	3.2%	8.0%	3.5%	0.0%	1.3%	5.6%	0.0%	0.0%	10.0%
不明	9	0	3	1	4	0	0	1	0
	3.2%	0.0%	3.5%	3.4%	5.3%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%

おこなっているのかの因果関係はここでは特定できない。しかし筆者がたまたま見た「NEWS23」では、番組内でこうした点に言及していたことから、番組の姿勢がかなり視聴者に影響を与えているのではないかと推測された。

以上が今回の調査結果である。調査の分析は今後さらに詳細に行く必要があるが、こうした調査結果は今後の教育に反映させていきたい。

4 まとめにかえて

メディアによる情報提供は、画像、特に動画が多用されるようになってきている。牧田³⁰⁾は、「読む」ことを重視する欧米文化よりも、「見る」ことを重視するアジア文化の土壌の方がテレビ文化が育ちやすく、日本がその代表として位置づけられること指摘しながら、昔「家庭映画館」であったテレビは、現在「社会の今を感じ取る身体的センサー」として他のメディアとは一線を画したものに变质している、と指摘する。デジタル革命の中でメディア機器を流行の一部として受け入れ、利用しながら育ってきた若者たちは、確かにテレビを「見る」というよりは牧田の言うように「身体的なセンサー」の一部として接してきているのだろう。

しかしこうした身体化の動きさえ指摘されるメディアに対する人の本来の対応能力、つまりメディアを通じて提供される情報そのものに対する見方は備わってきているのだろうか。冒頭で紹介した小林の言葉通り、人が生来、情報を求める力が遺伝子に組み込まれた“information seeker”であるならば、そのinformation (情報) そのものを読み取る力こそ、今、時代が求めているものではないだろうか。日進月歩のデジタル技術開発競争のお陰で、私たちはデジタル革命のさまざまな恩恵をうけるようになった。とりわけ原始の時代には直接体験のみから得られた情報が、現代はいともたやすく言葉や文字、映像などの媒体を通じてメディアから伝えられる時代である。ただメディアからの情報は、直接体験ではなく、間に常

に人が介在している。誰がどのように情報を伝えているのかといった点を意識した情報の読み取り方や、取り扱い方を学ぶ必要がある。

現実には、こうした技術の進歩や普及に現状の教育が間に合っていないというのが現代社会の実態である。前述したように、これまで情報化社会の実態についての調査研究はかなり行われてきている。しかも今さら繰り返すまでもないが、子どもたちは学校で学んでいる以上の時間をテレビをはじめとするメディアの接触に費やしている。現在、遅まきながら高校で情報の授業が始まっているが、現状の情報の教科書を見る限り、情報機器に関する知識や操作の習得に重きが置かれ、提供される情報の中味そのものに対する読み取り方などのメディアリテラシー教育については手薄な感がぬぐえない。こうした状況から見ても、本学部に入學している学生のメディア教育を充実させていく必要がある。とりわけ文化情報学部では、情報を扱う情報メディエーターを養成していることから、今後さらに日々の情報内容の「読み取り方」や扱い方などメディアリテラシーの要素をとり入れた実践的な授業の拡充をはかる必要があるのではないだろうか。

謝辞：本稿の2度目の調査実施に際しては、高橋豊美先生にご協力をいただいた。また、4月実施調査については、当時のオリエンテーションゼミ生の坂本隆子・吉野明子、荒井佐直、富井一世諸君がオリエンテーションゼミナールの課題として調査データの整理分析に取り組んでくれたことに、この場を借りてお礼申し上げたい。

引用文献

- 1) 箕浦康子, 2001, 「第5章 子ども・メディア・生涯学習」, カルチュラルエコロジー研究委員会編, 『情報革命の光と影』, NTT出版, p 163
- 2) 小林登, 2001, 「第1章 カルチュラルエコロジーの基本概念とその研究課題」, カルチュラルエコロジー研究委員会編, 『情報革

- 命の光と影』, NTT出版, p 15
- 3) 小林登, 1989, 『赤ちゃんも見ている聞いている!?', 二期出版,
 - 4) 谷村雅子, 1995, 5「テレビ時代の赤ちゃん」, 『子ども学』, Vol. 7号, ベネッセコーポレーション, pp 44-54
 - 5) 土谷みち子, 2000, 「バーチャルリアリティと子ども」『子ども白書2000版—子どもの権利実現と市民的共同』, 日本子どもを守る会編, 草土文化, p 248
 - 6) 土谷みち子, 2001, 「乳幼児のメディア接触と発達への課題」, 『子ども白書—子ども市民と創る21世紀』, 日本子どもを守る会編, 草土文化, pp 256-259
 - 7) 清川輝基, 2002, 「子どもとメディアをめぐるこの1年」, 日本子どもを守る会編, 『子ども白書』, 2002, 草土文化, pp 242-245.
 - 8) 白石信子, 1999, 「小学生と親とテレビ」, 『マス・コミュニケーション研究』, No54, pp 55-66
 - 9) 白石信子, 1998. 4, 「“つきあい”にも欠かせないテレビとテレビゲーム—『小学生の生活とテレビ'97』調査から—」, 『放送研究と調査』, 日本放送出版協会, pp 2-11
 - 10) 猪俣富美子, 2001, 「子どものメディアをめぐるこの一年」, 日本子どもを守る会編, 『子ども白書—子ども市民と創る21世紀』, 草土文化, pp 252-255
 - 11) 総務庁, 1999. 9, 『青少年とテレビゲーム等に係る暴力性に関する調査研究会報告』(1999. 9)
 - 12) 岩崎真理子, 「メディアとバーチャルリアリティ」, 日本子どもを守る会編, 『子ども白書』2001版, 草土文化pp 249-251
 - 13) 白石信子, 1999. 4, 「高まるテレビの有用性—メディアと中学・高校生・1998年調査から—」, 『放送研究と調査』, 日本放送出版協会, pp 30-47
 - 14) 猪俣富美子, 2001, 前掲書
 - 15) 中野佐知子, 2002. 8, 「インターネットとテレビ視聴の今後—携帯電話による若者のコミュニケーション革命—」『IT時代の生活時間調査』から③～, 『放送研究と調査』, 日本放送出版協会, pp 126-137
 - 16) 猪俣富美子, 2002, 「子どもをターゲットにしたメディアビジネス」, 日本子どもを守る会編, 『子ども白書』, 草土文化, pp 254-255
 - 17) 中野, 2002, 前掲書, p 130
 - 18) 箕浦康子, 前掲書, p 167
 - 19) 子安増生・山田富美雄編, 1994, 『ニューメディア時代の子どもたち』, 有斐閣
 - 20) 小王美意子・白水繁彦・吉田文彦・小田原敏・音好宏・鈴木宏貴・中正樹, 2002, 「9. 11 (同時多発テロ)」ニュースに関わる情報行動—大学生は何で知りどう思ったか』『武蔵大学総合研究所紀要』, 武蔵大学総合研究所, No12. p57-71
 - 21) 友宗由美子/原由美子/重森万紀/高橋佳恵, 2000. 7, 「テレビをめぐるステーションイメージの諸相—「2000年3月ステーションイメージ調査」から—」, 『放送研究と調査』, 日本放送出版協会
 - 22) 白石信子/居駒千穂, 2001. 1, 「近づいた関東と近畿のテレビ視聴」, 『放送研究と調査』, 日本放送出版協会, pp 66-67
 - 23) 友宗由美子/原由美子/重森万紀/高橋佳恵, 2000. 前掲書, pp 2-25
 - 24) 坂本隆子・吉野明子「若者とテレビのかかわり」, 2003年度オリエンテーションゼミナールレポート
 - 25) 坂本隆子・吉野明子, 2003, 前掲書
 - 26) 荒井佐直, 2003, 「携帯電話と若者の関わり」, 2003年度オリエンテーションゼミナールレポート
 - 27) 荒井佐直, 2003, 前掲書
 - 28) 富井一世, 2003, 「インターネットの利用方法について—若者のかかわり方—」, 2003年度オリエンテーションゼミナールレポート
 - 29) 上村修一/居駒千穂/中野佐知子, 2000, 「日本人とテレビ・2000—テレビ視聴の現在

～], 『放送研究と調査』, 日本放送出版協会,
p2～35

コミュニケーションの変化』, 『マス・コミュニ
ケーション研究』, No63, p 4

30) 牧田徹雄, 2003, 「テレビとメディア・コ

University Students' Current Trends in Media Usage and Their Views on Information

—From the Results of a 2003 Survey—

[Abstract] In this paper, after reviewing the studies focusing on how children have adjusted to the digital media environment and have accepted new media, the author reports university students' current trends in media usage and their views on media information. The results of the survey shows that about ninety percent of freshmen depend on TV media to get news and information. In April the ratio of the students who watch news and information programs in the morning, in the evening and at night were almost the same, but 8 months later the number of those who watch programs in the evening decreased. There are some popular news and information programs they prefer and also different reasons for watching depending on the program. Fifty-three percent of the students got their own cellular phones when they were freshmen at high school and this ratio went up to ninety-six percent when they were freshmen at university. About eighty percent of the students think that who sends the news and how the news is reported affects the audiences' impression.

[Keyword] media, media usage, university students, information