

CS-119

土木のイメージ形成に関わるマスメディアの影響

復建調査設計 交通技術部交通計画課 正会員 安達 誠

はじめに

近年、多様化・複雑化する住民ニーズに対応するため優秀な土木技術者の育成が重要な課題となっているが、一方では、「3K」に代表されるマイナスイメージのため土木離れの深刻化というジレンマに陥っている。

土木学会中国支部「ちゅうごく土木みらい委員会」を親委員会として発足した「土木」に対する認識調査小委員会では、大学生及び高校の先生に対して実施した「土木」に対する認識アンケート調査を基に、「土木」のマイナスイメージが主にマスメディアから発信される情報により形成されていることを確認した。

本研究では、上記の調査結果を受けてケーススタディとして新聞記事データベースを選び、現在のマスメディアによる「土木」に関する情報提供の状況を整理し、望ましい情報提供のあり方を検討したものである。

新聞記事データベースの整理方法

昭和60年以降現在までの新聞記事（全国誌）総数約 150万件の内、「土木」というキーワードを含む約 1 万件を対象記事として検討した。（但し、最終的な記事の精読は 1 次検索で抽出した記事に、2 次検索を追加した約 1,000 件に対し実施した。）

なお、新聞記事に対する主な整理項目は次のとおりである。

- ①掲載年
- ②地域（全国版と地域版の区分）
- ③記事の分類（政治、経済、事件等10分類）
- ④記事から受けるイメージ
（土木のイメージ形成に関係するかどうか）

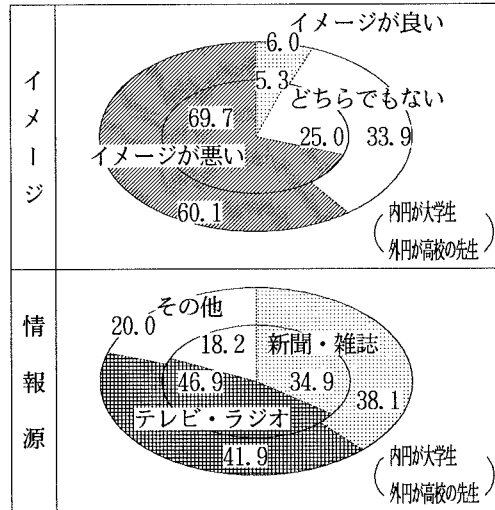


図-1 土木の労働環境に対するイメージと情報源
注) 「土木」に対する認識アンケート調査による。

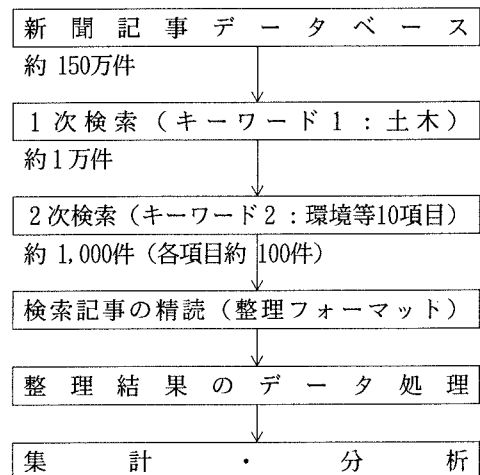


図-2 新聞記事データベースの整理方法

新聞記事による状況提供の現状

1) 「土木」に関する情報提供頻度

「土木」というキーワードを含む記事は現在年間 2,000件程度であり、全記事のうち1%にも満たない状況にある。

即ち、「土木」に関する情報量の不足が様々なイメージ形成の要因の一つになっていると考えられる。

2) 「土木作業員」に関する情報（図-3）

「土木」に関する記事の中で、「土木作業員」に関するものは20%を占め、イメージ形成の上で重要なキーワードになっている。

但し、その記事内容は「逮捕」、「死亡・負傷」等に代表されるマイナスイメージに関するものが80%近くを占めている。

3) 新聞記事から受けるイメージ（図-4）

記事全体では、「土木」のイメージアップが期待されるものと、イメージダウンが危惧されるものがほぼ30%ずつであり、意見が分かれていた。

また、「国際」、「科学」等イメージアップが期待される分野が確認される一方で、「事件」に関してはイメージダウンにつながると思われる記事が60%近くに及んでいる。

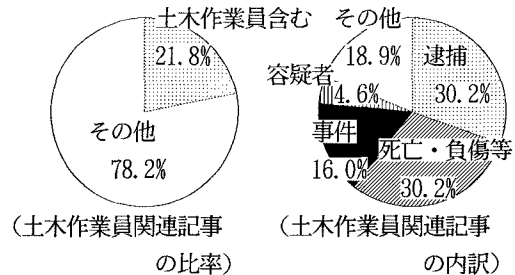


図-3 新聞記事における「土木作業員」に関する情報

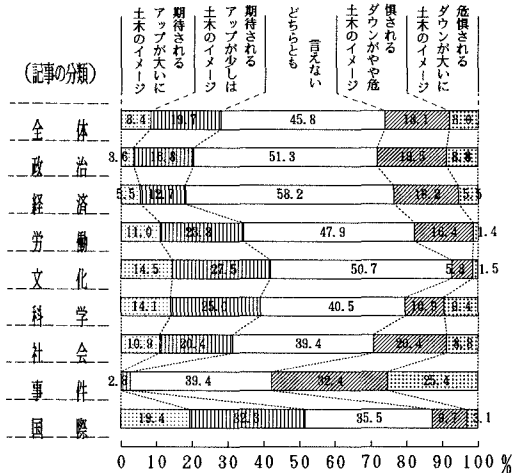


図-4 新聞記事から受けるイメージ

マスメディアによる情報提供のあり方

新聞記事の整理により、現在の情報提供の課題として次の二点が挙げられる。

一点目は、情報不足である。「土木」に関する情報量が不足しているため、僅かな情報量から形成されたイメージが全体のイメージの決定要因になっており、情報の受け手により多くの選択肢を与えるためにも様々な視点からの情報提供が不可欠である。

二点目は、記事全体のイメージがある特定のキーワードにより形成されがちな点である。記事の中から目に飛び込んで来るキーワードの持つ印象が記事のイメージを決定する可能性が非常に強いと思われる。例えば、土木作業員のように悪いイメージの代名詞的に使われているキーワードを含んだ記事は、内容いかんにかかわらず良いイメージの提供は難しいものと思われる。

即ち、正確な情報を提供するためにも、明らかに特定のイメージ形成の原因となる可能性のあるキーワードの使用は避け、情報内容の客観性の確保に努める必要がある。

なお、以上の提言内容を実施するには、土木学会が主体となりマスメディアと協調した情報提供の流れを確立することが望ましい。