

〔報 告〕

保健指導で使用する用語のイメージ

Image of terms used in health guidance

奥山 みき子 伊藤 孝治

【キーワード】 保健指導、用語、生活習慣、言語連想法

I はじめに

生活習慣病の起源には、環境・食事・生活様式等の幅広い生活にかかわる諸要因が関係していることは周知の事実である。そのような諸要因によりゆっくりと進行する生活習慣病に対する予防の方策は簡単なものではない。WHOは、一部の発展途上国を除いて、2003年からコレステロールや血圧の管理とともに、体重の管理、運動不足の解消を世界死因の30%を占める心血管病の予防対策の主要対策項目とする新政策を打ち出している。¹⁾ まさに、生活習慣病は、多くの国において、その予防対策が真剣に検討されている保健・健康上の課題である。つまり、生活習慣病は、予防により対処できるものであるが、その対処が非常に困難な性質を有している。

坂本は²⁾、生活習慣病予防の健康教育や保健指導を効果的に行うために、受講者が教育・指導内容に対しどのような心証を持っているかを把握することの重要性を報告している。生活習慣病予防の健康教育や保健指導にかかわる保健師にとっては、非常に的確な指摘である考える。しかし、現実には受講者の心証を把握する方法に関する確たる手段は確立されていないのが実情である。³⁾⁴⁾

心証を把握するとは、その人の言語・事象に対する認識の仕方の意味を明らかにすることである。そこで、生活習慣病と関連する食品名(言葉)からの連想を利用して、生活習慣に対する認識や気構えを把握することを試みた。つまり、食品名を刺激語として与え、これに対する反応語群について検討し、その反応語群がいかなるイメージの表現形であるかを明らかにすることで、保健師の健康教育や保健指導のあり方に

関する改善の糸口を見出すことができるのではと考えた。

本調査の目的は、言語連想法を用いて生活習慣病に関連する食品に対する反応と認識について明らかにすることである。

II 研究方法

1) 対象者

対象は本調査に協力の得られた175名で、その内訳は、女子大学生50名、男子大学生41名および3歳児の女性保護者84名である。

2) 調査期間 平成14年6月~7月

3) 方法及び分析

今回刺激語を与え応答反応を語句でみるという投影法の一つである連想検査を用いた。この検査は、刺激語が与えられた時に被験者の心に浮かんだ言葉を連想反応と言い、刺激語—反応語関係、反応語の性質、連想反応所要時間等から被験者心理に関する診断的所見を得ようとするものである⁵⁾⁶⁾。これを応用し、刺激語—反応語関係の分析から、特定の刺激語はどのような言葉での反応を導く可能性があるかの知見を得ようとするのが連想検査である。

今回の調査方法は、調査対象を、数名ずつの小集団に分けて、刺激語を提示し、これに対する自由連想反応語を記述させる方法をとった。なお、刺激語として食品名6語は、米のご飯、ショートケーキ、きゅうり、わかめ、お茶、饅頭である。7つのダミー語は、用語の順序効果の相殺及び連想の連続影響を断つために使用した。ダミー語は、コンビニ、ペット、リストラ、病院、机、タバコ、早起きである。13の各語を無

作為に配列した。また、自由記載については、単語と文章の制限はしなかった。

今回調査の反応語の分類は、自由連想応答の語句または文章の内容を、著者が読みとり、SD法的手法、山岸尺度分類を修正したY尺度の分類、新設尺度（I尺度）分類で処理した。

SD法的手法では、刺激語に対する自由連想応答を対立する2つの感情を「肯定—否定」、「好き—嫌い」、「快—不快」の3尺度を用いて評定した。刺激語の「肯定—否定」、「好き—嫌い」、「快—不快」の応答差は、統計ソフトSPSS Exact Testsを用い、Fisherの直接確立計算によるカイ二乗検定を行った。5%の危険率を有意水準として判定した。

修正したY尺度分類は、食品が本来有している性質を分類した11の分類⁷⁾を、「調理献立上の用途」、「食品の属性」、「個人的嗜好」、「栄養・保健衛生」、「食品分類・商品名」、「その他」の6分類に整理した。

I尺度分類は、著者が保健指導で明らかにしたい心証がより把握しやすいと予測して新たに設定した分類である「対象属性」、「自分との関わり」、「加工等」、「病気・健康・美容」、「その他」の5分類とした。

上記のY尺度、I尺度の分類による各刺激語に対する自由連想応答のそれぞれの分類項目別応答出現頻度の一致性についての統計検定は、カイ二乗検定を行った。計算には統計ソフトSPSSを用いた。

4) 倫理的配慮

倫理的配慮については、調査目的・方法・調査への参加は自由意志であること、プライバシー保護のため

無記名とすることを説明し、協力を依頼した。また、回答用紙の提出をもって意思の確認とした。

Ⅲ 結果

- 1) 対象者の年齢は、女子大生が20～27歳、男子学生は18～26歳、女性保護者は24～58歳であった。
- 2) 有効回答は、完全回答を得られなかった6名を除外した169名であり、有効回答率は96%であった
- 3) 成績

(1) SD法的方法による結果を表1に示した。「肯定」応答が「否定」応答に比べて有意に多かった食品は、米のご飯、ショートケーキ、お茶、饅頭であった。「否定」応答が「肯定」応答に比べて有意に多かった食品はなかった。「肯定」と「否定」応答に相違がなかった食品は、きゅうりとわかめであった。

(2) Y尺度分類による結果を表2に示した。各食品の自由連想応答の分類項目別応答出現頻度には、有意差が認められなかった。

6分類した自由連想応答数は、「食品の属性」が35.1%、「調理献立上の用途」が19.8%、「個人的嗜好」が18.7%の3分類にほぼ集約された。「調理献立上の用途」への応答数が最多であった食品は、ショートケーキ、次にきゅうり、わかめであった。「食品の属性」への応答数が最多であった食品はきゅうり、次に米のご飯、饅頭であった。

(3) I尺度による分類の分布結果を表3に示した。各食品の自由連想応答の分類項目別出現頻度には、有意差が認められなかった。

表1 食品に対するSD法的評定尺度別応答内容

尺 度 事項	肯定 vs 否定			好き vs 嫌い			快 vs 不快		
	応答割合 (%)		P	応答割合 (%)		P	応答割合 (%)		P
食品名	肯 定	否 定		好 き	嫌 い		快	不 快	
米のご飯	40.2	0	<0.001	/			35.5	1.2	<0.001
ショートケーキ	37.9	2.4	<0.001	24.9	2.4	<0.001	/		
お茶	32.5	13.0	<0.001	/			/		
饅頭	53.3	7.1	<0.001	/			47.3	4.1	<0.001
きゅうり	/			/			/		
わかめ	/			/			/		

注：表中の斜線は分析対象とした条件を満たしていない用語を示す。

表2 Y尺度6分類の応答分布と食品に対するイメージ

食品名	調理献立上の用途		食品の属性		個人的嗜好		栄養・保健衛生		食品分類・商品名		その他 応答数	計
	応答数 %	多いイメージ の割合	応答数 %	多いイメージ の割合	応答数 %	多いイメージ の割合	応答数 %	多いイメージ の割合	応答数 %	多いイメージ の割合	%	
米のご飯	17 10.1%		79 46.7%	白 63/79 79.7%	51 30.2%	おいしい46/51 90.2%	0		3 1.8%		19 11.2%	169
ショート ケーキ	70 41.1%	イチゴ60/70 85.7%	37 21.9%	甘い 34/37 91.9%	44 26.0%	おいしい 33/44 75.0%	0		4 2.4%		14 8.3%	169
きゅうり	41 24.9%	サラダ15/41 36.6%	83 49.1%	緑 45/83 54.2%	24 14.2%	おいしい 10/25 40.0%	1 0.6%		1 0.6%		18 10.7%	169
わかめ	40 23.7%	味噌汁35/40 85.7%	24 14.2%	緑 10/24 41.7%	8 4.7%		44 26.0%	髪に良い 19/44 43.2%	13 7.7%		40 23.7%	169
お茶	3 1.8%		66 39.1%	緑 29/66 43.9%	23 13.6%	おいしい 16/23 69.6%	24 14.2%	休養 14/24 58.3%	17 10.1%	静岡茶 7/17 41.2%	36 21.3%	169
饅頭	30 17.8%	あんこ28/30 93.3%	67 39.6%	甘い 56/67 83.6%	39 23.1%	おいしい 19/39 48.7%	0		18 10.7%	紅白 4/18 22.2%	15 8.9%	169
計	201 19.8%		365 35.1%		190 18.7%		69 6.8%		56 5.5%		142 14.0%	1,014 100%

注1：応答数は該当食品に対する分類別の応答実数、%は該当食品全応答数に対する割合をしめした。

注2：多いイメージの割合は、該当食品の分類別応答実数に対する連想応答の割合を示した。

自由連想応答は、「対象属性」35.1%、「加工等」30.3%、「自分との関わり」20.5%の3分類にほぼ集約されていた。「対象属性」への応答数が最多であった食品は、きゅうりであり、次に米のご飯、饅頭であった。

「加工等」への応答数が最多であった食品は、ショートケーキであり、次にわかめ、饅頭であった。

表3 I尺度5分類の応答分布と食品に対するイメージ

食品名	対象属性		自分との関わり		加工等		病気・健康・美容		その他	計
	応答数	多いイメージ の割合	応答数	多いイメージ の割合	応答数	多いイメージ の割合	応答数	多いイメージ の割合	応答数	
米のご飯	79	白 63/79 79.7%	56 33.1%	おいしい 46/56 82.1%	22 13.0%	おにぎり 7/22 31.8%	0		12 7.1%	169
ショート ケーキ	37	甘い 34/37 91.9%	45 26.6%	おいしい 33/45 73.3%	83 49.1%	イチゴ 60/83 72.3%	2 1.2%		2 1.2%	169
きゅうり	83	緑 45/83 54.2%	25 14.8%	おいしい 10/25 40.0%	36 21.3%	サラダ 15/36 41.7%	1 0.6%		24 14.2%	169
わかめ	24	緑 10/24 41.7%	9 5.3%		79 46.7%	味噌汁 35/79 44.3%	44 26.0%	髪に良い 19/44 43.2%	13 7.7%	169
お茶	66	緑 29/66 43.9%	34 20.1%	おいしい 16/34 47.1%	25 14.7%	緑茶 1 3/25 52%	26 15.4%	休養 14/26 53.8%	18 10.8%	169
饅頭	67	甘い 56/67 83.6%	39 23.1%	おいしい 19/39 48.7%	62 36.7%	あんこ 28/62 45.2%	1 0.6%		0	169
計	356 35.1%		208 20.5%		307 30.3%		74 7.3%		69 6.8%	1014 100%

注1：応答数は該当食品に対する分類別の応答実数。%は該当食品全応答数に対する割合を示した。

注2：多いイメージの割合は、該当食品の分類別応答実数に対する連想応答の割合を示した。

IV 考察

言語連想法では、用意した刺激語を被調査者に提示し、それについて連想する言葉を自由にあげさせている。調査者側が用意している評価枠を与えていないので、反応にはありのままの心証が表出される。しかし、その反応から態度をどのように推察するか、また集団調査などの場合には応答をどのように類型化し、その傾向を表現するかが問題となる。

これに対してSD法によるイメージの測定は、刺激語を被調査者に提示し、あらかじめ調査者が用意した評定尺度上に応答を記入させるものである。評定尺度は相反する形容詞もしくは副詞を両極に配置したスケールであり、両極間を5~7段階に分割し、尺度の中心には「どちらでもない」評定を配置させる。両極に近づくほど「やや」、「非常に」などの程度表現がとられている。応答に際して「どちらでもない」の評定の選択は極力さけるように指示される。

すなわち、SD法は、調査者があらかじめ用意にした評定尺度で被調査者が評価するという図式である。このようなやり方の場合被調査者は実際に感じていなくても評価語を用意されれば評価できてしまうため、得られる結果はいわば調査者が用意した評価次元上における評価傾向ということになり、被調査者が感じているものをありのままに反映したものとは言えない。

本報の目的とする被調査者の心証の把握からすれば、刺激語の示す対象に対して自己の感情、好き嫌い、願望、ないし感情的意見、感想を反応語として、「おいしい」「食べたい」「旨い」等の応答となって示させている。この応答反応が本報で求めようとする言語イメージである。

須賀らは、「海のイメージ」調査を⁸⁾、畔柳らは、離島住民の生活環境に対する意識調査を「しぜん」、「まち」、「うみ」、「しま」の4つの刺激語を用いて⁹⁾、小松は、「水」の概念について¹⁰⁾、井筒は、「キャンプ」¹¹⁾について連想法で調査を行っているが、これらの研究報告によると、反応語の出現頻度を求めるための分類化には一定の形式が存在するわけではなく、研究目的に応じて設定されるものである。

本報では、調査対象者に刺激語を提示し、それに対する自由連想応答を記述させた。したがって応答そのものはありのままの心証を表している。しかし、前述のように応答そのものから態度を推察することが困難

なため、本報では評定者が自由に応答させた反応に対して二次的にSD法的な評定尺度をあてはめて評定するという方法を1つの方法としてとった。すなわち、尺度の両極に相反する形容詞が配してはいるが、すでに応答された言葉には程度表現がなされていないので、段階評価は不可能であった。また、評定尺度の両極の中央に「どちらでもない」応答をおいた尺度となるので、程度評価とは趣を異なった質的評価となった。

応答された自由連想には評定するために設定した尺度とは無縁のものが多く、そのため「どちらでもない」評定が多数となっている。これがありのままの反応語の特徴といえる。「どちらでもない」評定中には刺激語に対する被調査者の心証が含まれているにもかかわらず、これを捨象して心証を把握しようとしたことにも問題がある。

応答にY尺度を当てはめた場合、生活習慣の適正化に関連したカテゴリーは個人的嗜好が該当した。このカテゴリーへの食品の心証として、米のご飯、ショートケーキおよび饅頭に対する心証が多く、いずれも「おいしい」というイメージが共通しており受容的心証であった。

I尺度を当てはめた場合、生活習慣の適正化に関連したカテゴリーは「自分との関わり」が該当した。このカテゴリーへの食品に対する心証としては、米のご飯、ショートケーキおよび饅頭に対する心証が多く、いずれも「おいしい」というイメージが共通しており受容的心証であった。

すなわち、Y尺度を用いた場合およびI尺度を用いた場合共に食品に対する心証では、米のご飯、ショートケーキおよび饅頭に対していずれも受容的であった。これをSD法的尺度での成績と比較すると、SD法的解析では、米のご飯、ショートケーキおよび饅頭に対して、肯定・好き・快とする許容的態度がみられた。すなわち、SD法的尺度、YおよびI尺度への応答頻度による解析共に、食品に対する心証は受容的心証であった。

以上述べてきたように、食品に対する心証は本報で用いた3尺度共にほぼ同一傾向の結果が把握できた。すなわち、これら3尺度は調査に際して実用化し得る可能性が示唆された。

【文 献】

- 1) 松澤佑次・中尾一和・永井良三・他：肥満の科学. 日医雑誌131(11)：1780-1790, 2004
- 2) 坂本弘：衣食住生活変革への支援方法、坂本弘、衣食住の保健指導. 名古屋：日本総研出版、39-76, 1983
- 3) 奥山みき子、和田暁、杉浦静子：運動・体重イメージ測定法に関する予備調査. 三重県立看護大学紀要6：111-116, 2002
- 4) 奥山みき子：適正体重および運動習慣化にかかわる言葉に対する心証に関する研究. 三重県立看護大学紀要8：1-12, 2004
- 5) 戸川行男：現行の連想検査法、戸川行男・倉石精一共編、連想検査法. 東京：白亜書房、45-92、1958
- 6) 清水御代明・梅本堯夫・永田照子・他：連想法による関係性の測定、清水御代明・梅本堯夫・永田照子・森川弥寿雄共著、連想検査による意味分析. 東京：東京大学出版会、9-15, 1967
- 7) 山岸恵美子：短大食物専攻生両親の食品イメージについて－食品イメージと性別との関係－. 長野県短期大学紀要30：21-31, 1975
- 8) 須賀伸介・大井絃：海イメージの自由連想法による調査. 国立環境研究所資料, F-73-'95/NIES, 1995
- 9) 畔柳昭雄・大隈健五：離島住民の生活環境に対する意識に関する研究－福岡県大島村における自由連想法を用いた意識調査－. 日本建築学会計画系論文集491, 255-262, 1991
- 10) 小松伸一：自由連想法による「水」概念の分析、香川大学教育実践研究6, 87-105, 1986
- 11) 井筒次郎：日本体育大学キャンプ実習の内容設定に関する一考察－自由連想法による形式的、内容的側面からのアプローチ－. 日本体育大学紀要10：69-76, 19

