

【母亲们的现在】1. 母亲和短信·手机的世界

东京成德大学大学研究生 上原加津美

1) 母亲的年龄和手机短信的使用情况

按年龄看，年轻母亲使用短信多于电话，用途也非常广泛。

至于短信内容，所有的年龄段都以“简单的咨询和商议”为最，而在“闲聊”和“倾诉苦恼、寻求帮助”这两项上则呈现出了年龄差异。

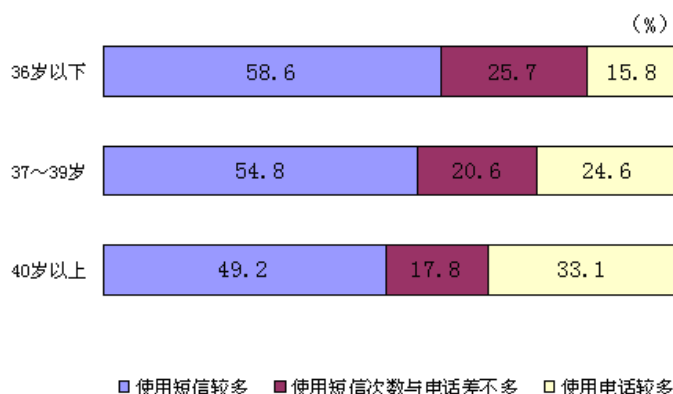
第一生命经济研究所 2004 年的调查报告指出，不管交往是否密切，人们越来越习惯通过电子邮件进行交流，电子邮件作为一种常用的通信工具正在逐渐取代电话、信件等传统通信手段，大大增加了人们的沟通机会。那么，电子邮件和手机等新兴的通信工具使小学生母亲的生活空间发生了怎样的变化呢？

为使各年龄段的人数相对均等，我们将被调查对象分成三组即“36 岁以下”、“37—39 岁”和“40 岁以上”进行了分析。

各年龄段短信使用率均高于电话

正如图 1-1 所示，越是年轻，使用短信的比例就越高，而较为年长的母亲则更多地使用电话功能。即便如此，40 岁以上的母亲中也有 60% 以上的人“使用短信多于电话”或“使用短信的次数与电话差不多”。此外，调查结果表明 39 岁以下的母亲中 40% 到 50% 的人以及 40 岁以上的母亲中将近 30% 的人几乎每天收到手机短信，有些人甚至每天收到好几条，这一点就不再图表显示。手机短信不仅收费便宜，而且发送短信时不必在意对方是否有空，对于生活繁忙、希望有效利用零星时间的母亲来说，这是比电话更方便的通信手段。

图1-1 使用短信和电话的比例×母亲的年龄



年轻母亲频发短信取代闲聊

接下来看一下短信的内容（图表省略）。76.0%的母亲“经常”或“有时”利用短信进行“简单的咨询和商议”；54.6%的母亲“经常”或“有时”通过短信联络久违的朋友、重叙友情；49.1%的母亲表示“经常”或“有时”用做孩子幼儿园或学校家长间的联络网；47.3%的母亲“经常”或“有时”用以交换育儿信息；41.9%的母亲用以交换生活方面的信息；42.0%的母亲表示即使没有急事也会交换短信聊家常；另外，34.3%的母亲表示“有时”通过短信倾诉烦恼、寻求帮助。可见，短信的用途非常广泛。

在各项用途中，“即使没有急事也会交换短信聊家常”和“倾诉烦恼、寻求帮助”这两项上各年龄段呈现出一定的差异。40岁以上的母亲中只有20%到30%的人利用短信聊家常或倾诉烦恼，而39岁以下的母亲中却有40%到50%的人用短信聊家常或倾诉烦恼。究其原因，因为聊家常和倾诉烦恼时，不仅仅是在单纯地交换信息，声调、表情也很重要，40岁以上的母亲们可能更看重面对面的直接沟通吧。与此相反，年轻的母亲们却对短信交流这种沟通方式没有什么抵触。因为短信交流既不约束别人的时间，也不约束自己的时间，既不用担心中途被打断，也不会偏离主题，可以无拘无束地将自己的意见传达给对方，非常随意。不可否认，适应了短信文化的母亲们和其他母亲在处理待人接物的距离方面也许已经出现了差异。

每月手机费：3千至6千日圆

不同年龄段的母亲使用手机的费用有何差异呢？从调查数据来看，各年龄段中每月手机费为3千日圆至6千日圆的最多，而费用高达1万日圆以上的只占极少数。但是，36岁以下的母亲中，每月支付6千日圆以上的超过了25%。这不仅是因为使用短信的次数较多，可能还因为利用了手机连接因特网的服务，对于这一点，本次调查中未做提问。

由此可见，手机与其说是“电话机”，不如说是已经作为“便携式终端”、最近甚至作为“数码相机”渗透到母亲们的生活中。并且，越是年轻的母亲，越是能够驾轻就熟地应用手机的各项功能。

2) 母亲的职业和短信使用情况

不管母亲从事何种职业，手机拥有率已经高达90%左右。小时工母亲们使用短信多于电话，发送短信的对象也较多，但每月手机费却较节约。相比之下，从事个体经营者的母亲们发送短信的对象较少，使用电话的频率较高，手机费也比较贵。

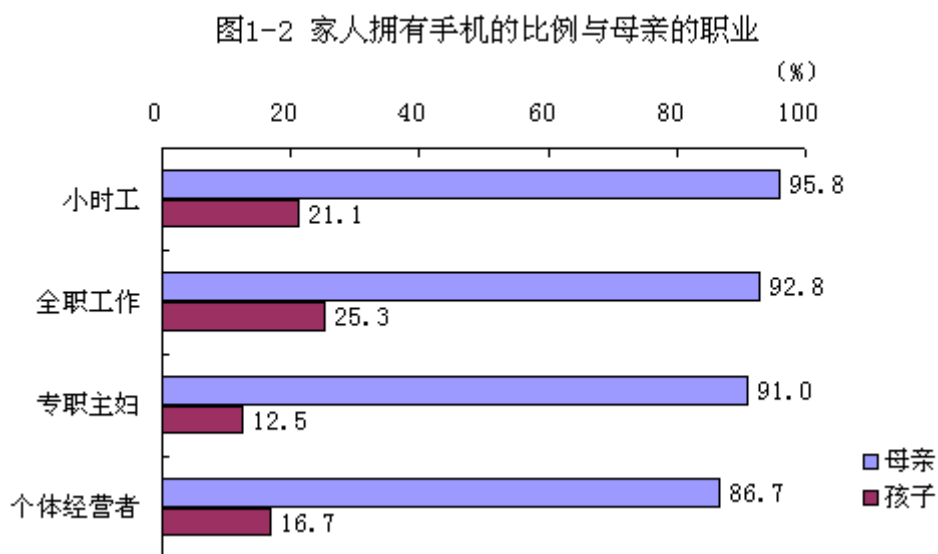
我们在分析时把接受调查的母亲们按职业分成四大类，即“专职主妇”、“小时工”、“个体经营者”和“全职工作者”。

首先需要说明的是，这次接受调查的母亲多为专职主妇，人数占被调查总数的55.8%，而从事个体经营者的人数较少，仅占6.6%，也就是说，上述四大类在人数

上有较大的差异。

大约 90%的母亲拥有手机

如图 1-2 所示, 小时工母亲中拥有手机的比例最高为 95.8%; 其次是全职工的母亲, 为 92.8%; 专职主妇 91.0% 的人有手机; 从事个体经营者的母亲最低, 为 86.7%。当然, 这个比例相差并不大。可见, 不管从事何种职业, 对小学生们的母亲来说, 手机已经成为了生活必需品。另外, 小学生拥有手机的比例, 比如说, 全职工母亲的孩子为 25.3%, 小时工母亲的孩子为 21.1%。也就是说, 母亲外出工作的孩子中有四分之一的人拥有手机。



母亲的职业与每月手机费

下面来看图 1-3。专职主妇和小时工母亲中 80% 以上的人每月手机费基本上控制在“6 千日圆以内”, 而全职工或从事个体经营的母亲中每月支付“6 千至 1 万日圆”和“1 万日圆以上”的人都有所增加, 可能有时候需要紧急联系或对方不使用短信, 那么即使费用较高, 也不得不打电话。正因如此, 全职工作或从事个体经营者的母亲每月支付的手机费才会较高的吧。

那么, 在使用短信和电话功能的比例上有没有出现职业差异呢? 图 1-4 表明, 不管从事何种职业, 均有超过半数的人使用短信多于电话。特别是小时工母亲使用短信的比例明显较高。而从事个体经营者的母亲中却有 40% 多的人表示使用电话功能更多, 这一点与从事其他职业的母亲截然不同。这可能是跟个体经营独特的人际关系有关吧。

表 1-1 是对发送短信的对象(可重复回答)进行统计并用百分比显示的结果。不管母亲从事什么职业, 发送短信的对象均以“孩子朋友的家长”为最, 特别是专职主妇和从事个体经营者的母亲, 80% 以上的短信是发给孩子朋友的家长的。由此可

见，对小学生的母亲来说，通过孩子与其他母亲交往已成为其人际交往的一个重要组成部分。另外，专职主妇和小时工母亲们也经常给老朋友发短信。对专职主妇来说，家庭是其生活的中心，但她们也在试图通过交换短信来维持过去的人际关系。发送短信对象的范围最广的是小时工母亲们，因为除了和专职主妇相同的对象以外，她们还有很多工作单位里的朋友。引人注目的是，从事个体经营者的母亲发送短信的对象非常有限，这跟她们身处以丈夫、父母和亲属为中心的人际关系中、交往对象多为顾客和客户有关。与热衷于使用各种功能的从事其他职业的母亲们相比，她们似乎更看重打电话或是面对面交谈等传统的沟通方式。

<参考资料>

第一生命经济研究所（2004）《〈母亲朋友〉的朋友关系和通信媒体的作用》《生活设计报告》2月号

图1-3 每月手机费与母亲的职业

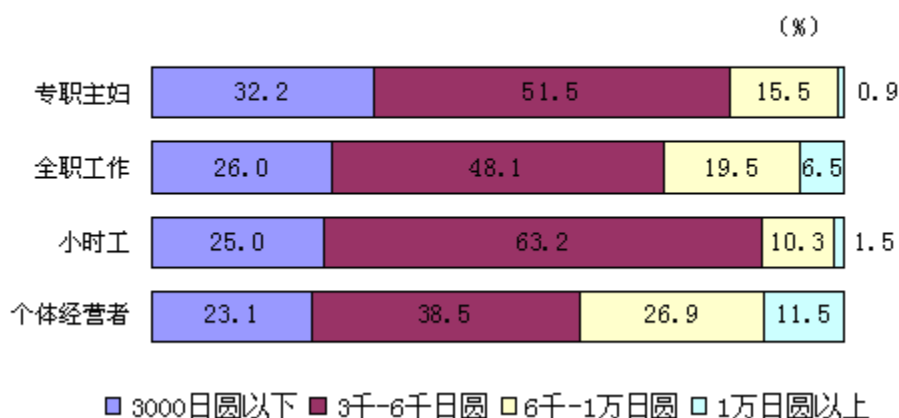


图1-4 短信和电话的比例与母亲的职业

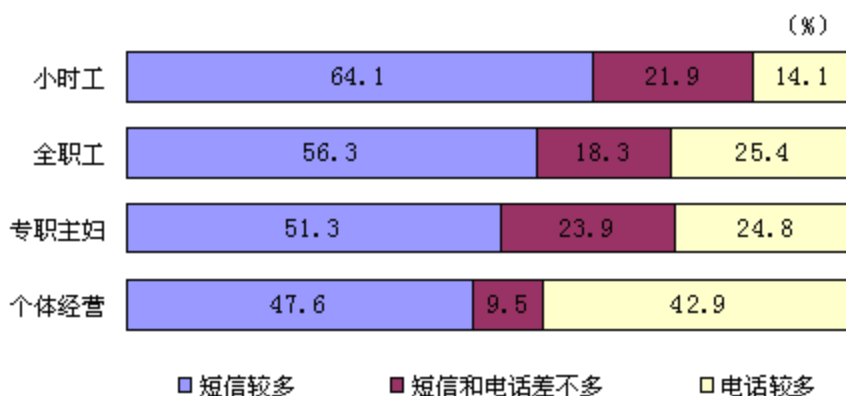


表 1-1 发送短信的对象与母亲的职业 (%)

	孩子朋友的 家长	老朋友	丈夫	自己的兄弟 姐妹	同事	兴趣爱好班 的朋友	孩子	平均打圈数
专职主妇	86.0	81.6	74.1	57.0	5.3	27.2	6.1	4.0
小时工	82.8	79.7	81.3	56.3	51.6	26.6	23.4	4.6
个体经营	81.8	54.5	22.7	63.6	22.7	13.6	18.2	3.0
全职工作	62.5	69.4	55.6	58.3	76.4	22.2	18.1	4.4
总体	81.0	77.8	68.7	57.8	28.3	25.4	11.8	4.1

* 其他职业不计

* 重复回答的 16 项中选择了 7 项列入表中

更多精彩调查, 请参考儿童研究网 www.crn.net.cn 的“调查资料”专栏 ↓
<http://www.crn.net.cn/research/database/>