

大学生のメディア利用実態とメディア教育の効果について ——情報リテラシー教育の現場における調査報告（2011）——

小澤考人（東海大学）

メディア環境・メディア利用・教育効果

1. はじめに

1990年代後半のネットの普及から近年のツイッターやフェイスブックの急速な広まりに象徴されるように、日常生活を取りまく環境世界はますます高度情報化の度合いを高め、多様なメディアは今や日常生活を支える必要不可欠の「インフラ」と化している。

こうした社会背景のもとで、パソコンの使用法からネット利用のモラルに至るまで、小中高の学校教育の課程でメディア教育が導入され始め、大学教育の現場でも「メディア学」「情報学」関連の学部・学科が新たに次々と設置されると同時に、学部教育の前提的なスキルとして、また就職活動など労働への移行を見ずえて、「情報リテラシー」「メディア実習」などの講座が必修・選択科目を問わず広く設置されるようになっていく。メディア教育は現在、就労支援とレジャー教育の両面に横断的に関わる重要性を帯びている。

こうした現状をふまえると、大学教育の現場でメディア教育の効果を問うこと、またその前提として大学生のメディア環境・メディア利用実態を調査することは、今後のメディア教育の意義を構想し評価していくうえできわめて重要性が高いと考えられる。

2. 研究の目的

そこで本研究は、上記の問題関心にもとづき、①学生の「メディア環境」と「メディア利用」の実態はどのようなものか、②授業の効果として「メディア活用能力の「伸び」」がどのような形で生じるのか、という点を明らかにすることを目的として調査を行い、メディア教育の効果・意義を構想し評価するうえでの基礎資料とすることとした。

3. 調査方法

本研究では、次のような形で調査を実施した。まず実施場所は、A大学・情報系学部・情報系学科の「情報リテラシー」科目であり、調査対象の母集団はその受講者全体（2クラス）計約120名である。A大学は、東京近郊にキャンパスのある中堅の女子大であり、全国の大学偏差値ではほぼ平均的な位置を占める。また当科目は一年生の必修科目であり、情報系学部・学科であるため一週2コマ連続で一年間の設定である。この「情報リテラシー」科目では、「ワープロ・表計算・プレゼンテーション」ソフトの習得を軸にメディアの基礎知識を加味した内容であり、その点で全国の大学の一般的動向と近似している。

調査方法は、ウェブにアップした選択式のアンケート調査について、授業中に回答してもらう形式とした。ウェブ利用のため、即日のエクセルデータ収集が可能である。

調査の実施時期は、2011年4月13日に第一回、2012年1月11日に第二回目を行い、夏学期の冒頭と冬学期のラストの期間におけるデータの変化を観察可能な形式とした。

アンケート調査の構成は、Part I が[A]メディア環境・メディア利用など（6問）、[B]入学動機・参加意欲など（3問）、[C]過去のメディア教育歴（2問）、[D]現在のメディア活用能力（4問）、Part II がメディア利用時間（10種類の各メディアの平日利用時間）を問うという内容である（なお[B][C]は第一回調査のみ実施）。また今回のアンケート調査では、

いずれも自己評価のレベルで質問を設定する形で主観的アプローチを採用した。

なお本調査は、本来パイロット調査として企画したものであるが、メディア環境の変化のスピードと調査結果のデータの速報性を考慮し、今回報告の機会を得ることとした。

4. 調査結果と考察

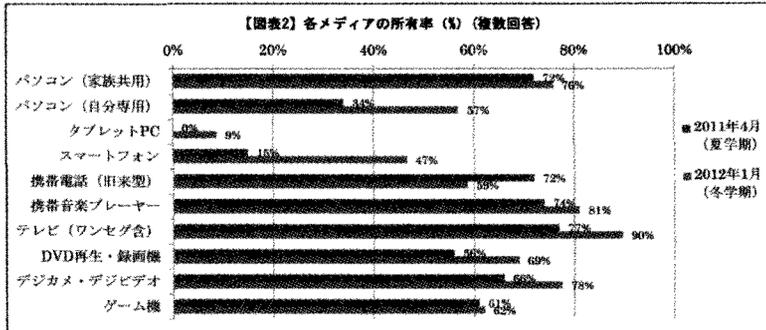
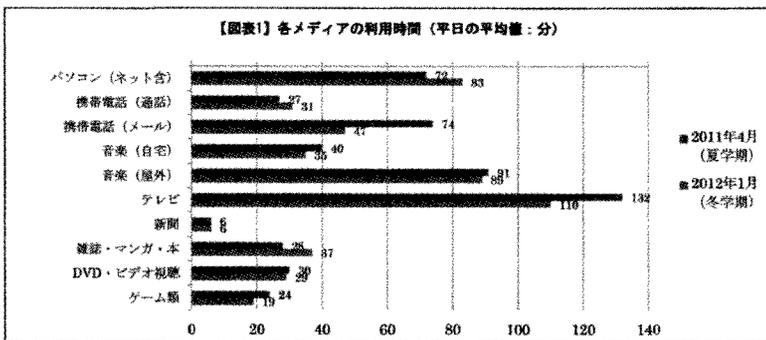
調査に際して、前述の研究目的に即して、次のように具体的な問題設定を配置した。

- (1) 大学生としてのライフスタイルを身につける過程で、つまり大学生活一年目の初めと最後で、学生の「メディア環境」「メディア利用」の実態はどのように変化したか。
- (2) 「情報リテラシー」科目の教育効果として、「メディア活用能力」の実態は自己評価のレベルでどのように変化したか。
- (3) 「メディア活用能力の「伸び」」は、入学動機や当該授業への参加意欲とどのような関連性があるか。

以下では、調査結果について主要なデータを概観し、若干の考察を記しておきたい。

(1) 「メディア環境」と「メディア利用」の実態

まず大学生のメディア利用時間とメディア所有の実態について、**図表1**は各メディアの利用時間を、**図表2**は各メディア（10種類）の所有率を示したデータである。

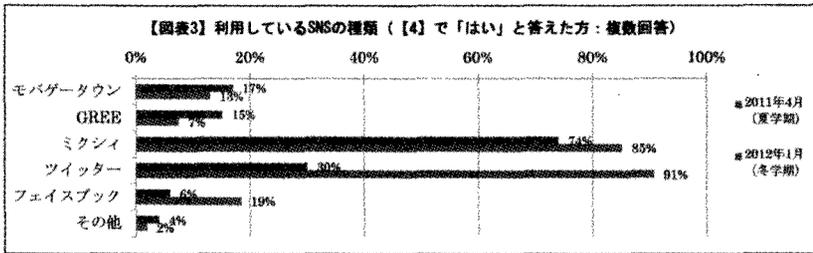


まずメディア利用時間の特徴について述べると、平日のある一日のライフスタイルとして、①新聞が最小で6分（利用者平均13～15分）と現在の若者の「新聞離れ」は顕著であるが、他方、②テレビが最大で120分前後であり、現在の若者の「テレビ離れ」という印象を若干覆す。さらに③パソコン（ネット含）と携帯（通話・メール）の合計が150分を超え、平均的な大学生におけるいわば「メディア漬け」の日々の実態が浮かび上がる。

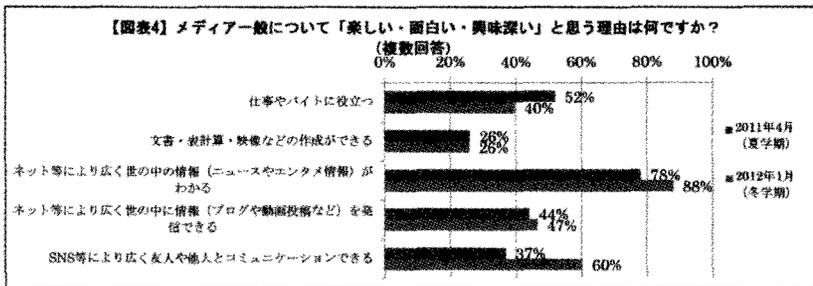
次にメディア所有の特徴については、①まず大学一年生の間に自分専用のパソコンを所有する傾向が大きいといえるが（34→57p）、これは大学生のとしてのライフスタイルを身につけるプロセスで当然予測される結果である。②また一般的傾向としてタブレットPCの所有率はかなり低いですが、2011年4月と2012年1月の期間で若干の増加傾向（0→9p）にある。③さらにスマートフォンについては、旧型携帯からの切替えも含めて（72→59p）、所有率の増加傾向は著しく顕著である（15→47p）。これらの点（②③）については、2011

年4月にiPad、10月にiPhone4S（4は前年6月）、そしてAndroid系端末もあいついで日本発売され、トレンドに敏感な大学生の場合にすぐに反映されたと見られる。それはこの時期に、若者の間にスマートフォンが急速に普及し始めたという印象と合致する。

メディア利用の特徴については、①「自分のウェブページ（ブログ・プロフ等）をもっているか」との質問に対して、約60%の学生が肯定しており、この数値は一年間でほぼ同じである。他方、②「ソーシャル・ネットワーク・サービス（SNS）をふだん利用しているか」との質問については、2011年4月と2012年1月の間に増加傾向が見出され（72→93p）、数値上は9割以上の学生がSNSを日常的に利用し始めたという実態が判明する。またその際、③利用しているSNSの種類は、ツイッター（30→91p）とフェイスブック（6



→19p) が一年間で大きな増加傾向を示している（図表3）。さらにこれらの点については、④「メディア一般について「楽しい」と思う理由は何か」との質問で、「SNS等により広く友人や他人とコミュニケーションできる」が最も大きく増加傾向を示した点とも符合する（37→60%）（図表4）。以上から、入学後の学生が友人・知人との交流にSNS等を用いる中でメディアへの魅力もより多く感じるようになる、という一つの傾向が浮かび上がる。



以上から、入学後の学生が友人・知人との交流にSNS等を用いる中でメディアへの魅力もより多く感じるようになる、という一つの傾向が浮かび上がる。

（2）「メディア活用能力」（自己評価）の実態

メディア活用能力については、ワード・パワーポイント・エクセル・メディア文化の四項目に関する現状の自己評価を尋ねたもので、「全く未経験」から「ほぼ何でもできる」ま

【図表5】現状のメディア活用能力（自己評価）について、最もよく当てはまるものを選んでください。（単一回答）

	(時期)	全く未経験、ほぼ何もできない	ごく簡単なスキルは少しできる	ある程度のスキルはできる	応用的なスキルもできる	ほぼ何でもできると思う
ワード	2011年4月	5%	64%	17%	12%	3%
	2012年1月	0%	41%	14%	28%	19%
パワーポイント	2011年4月	15%	45%	19%	18%	3%
	2012年1月	2%	19%	18%	53%	10%
エクセル	2011年4月	34%	46%	17%	2%	1%
	2012年1月	0%	40%	55%	3%	2%
メディア文化	2011年4月	45%	44%	9%	0%	0%
	2012年1月	36%	52%	9%	2%	2%

で5段階から選択してもらったものである。そのデータ一覧で全般的な増加傾向が見出されたが（図表5）、特に（メディア文化を除く）スキルの三項目でこの傾向が顕著であった。

それゆえ「情報リテラシー」科目の軸である上記スキルの三項目において、メディア教育の一定の効果が見られたという事実を確認できる。この点については図表6のように、三

項目をポイント化して総和を算出し、メディア活用能力一般として区分し提示してみると、2011年4月と2012年1月の期間における「伸び」(+ポイント)が顕著に観察される。

【図表6】メディア活用能力(自己評価) <2011年4月> ⇒ <2012年1月>

初級Ⅰ(3~5点)	33人	31%	⇒	1人	2%
初級Ⅱ(6~8点)	49人	45%	⇒	17人	29%
中級(9~11点)	24人	22%	⇒	29人	50%
上級(12~15点)	2人	2%	⇒	11人	19%

(3)「メディア活用能力の「伸び」(自己評価)と関連する要因

それでは「メディア活用能力の「伸び」は、いったい何に由来するのだろうか。とりわけ入学動機や当該授業への参加意欲とどのような関連性(相関)が見られるだろうか。この問いに関しては、まずその前提として、①当学部・当学科の入学動機、②メディア関連の授業一般への関心理由、③当科目(「情報リテラシー」)への参加意欲について、2011年4月時点で質問を実施した結果のデータを活用することとした。次に「メディア活用能力の「伸び」については、各学生IDで個別に+ポイントを確認し、このデータと上記①~③のデータとの相関関係を検証するという方法を採用した。

なおその際の手続きとしては、上記①②については、選択肢を「就職・実利関心」型、「レジャー関心」型、「無関心」型のように設定し、③については授業への参加意欲を「ほとんど期待せず/必修なのでやむを得ず参加」から「非常に期待/積極的に参加」の5段階に分類し、それぞれ単純相関を検証した。要するに①入学動機と②メディア関心の面で、「就職・実利関心」型のメンタリティーをもつほうが「伸び」が大きいのか、「レジャー関心」型のほうが「伸び」が大きいのか、また③参加意欲の面では、授業への参加意欲が高い/低いほうが「伸び」が大きい/小さいかどうか、を検証するというねらいである。

検証の結果、今回の調査サンプルでは、上記①②については「ほとんど相関なし」という結果が導かれた。すなわち①入学動機と②メディア関心の面では、当科目(「情報リテラシー」)における「メディア活用能力の「伸び」」との有意な相関関係は認められなかった。これに対して③参加意欲については、相関係数0.32と比較的有意な相関が認められた。つまり夏学期スタート時に授業への「参加意欲が高い」学生ほど、冬学期ラスト時に「メディア活用能力が上がった」と自己評価する傾向が認められた。やる気のある学生ほど成果(の自己評価)も高いという、半ば当然予測される結果が実証的に確認されたといえる。

5. 今後の課題

本研究の調査報告では、主として第4節で提示した調査結果と知見が導かれた。教育上の実践面では上記の調査結果を援用しつつ、今後の研究上の課題としては、①他大学・他学科等での実施協力や②経年の追加調査により、調査結果の精度を反省的に強化する必要がある。また過去のメディア教育歴など、今回の調査で十分に活用できなかった規定要因について検証方法を考察するとともに、さらに新たな規定要因の抽出をつうじて、メディア教育の効果的なアプローチを提起し得る可能性について模索することが課題となる。