

大学生のメディア利用・ライフスタイル・ 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からの調査報告——

小澤考人^{*1}・野田恵子^{*2}

Current Trends in University Students' Media Usages and Effects of Media Education: A Report through the Results of Questionnaire Surveys in “Media Literacy” in 2013

Takato OZAWA, Keiko NODA

Abstract

As information and communication technology highly advances in contemporary society, media education has become more and more important in every educational institution, from elementary schools to universities. This requires us to evaluate media education in terms of its effectiveness and efficiency in order to find a better way of carrying it out. For this purpose, a research project was conducted during a course of “Information Literacy” in the 2013 spring semester in the Department of Tourism at Tokai University. In this research project, questionnaire surveys were carried out in the first and last classes, so that teaching effectiveness could be quantitatively evaluated. Based on the results of these surveys, this article aims to show how young people use media tools, including smartphones, personal computers, and social network services in their everyday lives, and in what ways university students improve their media skills through educational programs of “Information Literacy”. This article argues that the findings of the survey can be used to reveal a more effective method of media education.

1. 調査報告の目的およびねらい

1990年代後半のインター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浸透、また2010年頃からAndroid系端末やiPhone 4～5など次々と市場に投入されたスマートフォンの急速な普及に見られるように、ますます高度化し利便性を高めるメディア環境は、現在、私たち

*1 東海大学観光学部観光学科

*2 早稲田大学文化構想学部ほか

投稿日2013年9月30日 受理日2013年12月17日

が生きる情報消費社会の不可欠の条件を構成している。近年、NHKの生活時間調査がメディア利用に特化した調査を進めるのもこうした現状を物語る一例である（諸藤ほか [2012]）。

このことは、観光・ツーリズム論の文脈においても重要な意味をもつ。たとえば観光立国が叫ばれる中、国内外からの誘客・集客に力を入れる各地の観光地では、そのプロモーション活動にネットやSNS等は必要不可欠のツールであり、またリーズナブルに旅行を楽しもうとするツーリストにとっても、チケット予約から観光地でのイベント情報に至るまで、快適な旅にはメディア利用の環境とスキルが不可欠の前提となっている。

メディアとは、かつてマクルーハンが示唆したように、「見る／聞く」という感覚原理の拡張として、今や私たちが生きる日常生活そのものを支える「インフラ」を構成しているといえる（柴田 [2006]）。それゆえ現代社会のライフスタイル全般はもちろん、今回の調査が行われた教育環境が象徴するように、観光・ツーリズムという各論的な領域においても、もはやメディアを度外視することはできない状況にあるといっても過言ではない。

欧米ではすでに20世紀後半にメディア・リテラシー教育が普及していたが（Buckingham [2003]）、日本でもこうした現状下で2000年頃から小中学校など義務教育課程において、パソコンの使用法やネット利用のモラルをはじめとするメディア教育が導入され始めた。大学教育の現場でもメディア論・情報学関連の学部学科の新設があいつぎ、基礎学力・専門養成・就労支援などの幅広い意義を付与されつつ、「情報リテラシー」「メディア実習」等の講座が次々と設置されている。2010年度新設の東海大学・観光学部でも、「情報リテラシー」講座は年間で計4コマ設置され、より専門的な関連講座（「観光メディア論」「コンテンツツーリズム論」など）も幅広く設置されている。

そこで本研究では、こうした近年のメディア教育の高まりを受け、大学教育の現場からのフィードバックとしてメディア教育の効果と意義を問い返すこと、またその一環として大学生のメディア利用の実態調査を行うことで、より効果的でコストパフォーマンスの高いメディア教育のあり方を構想していくことをねらいとした。もっとも今回の調査報告は、もとより授業の教育効果をおしはかり改善点を自覚化するための「授業アンケート」の形式・発想をベースに企画したものであり、このため研究成果としてはおのずから限界点を抱えているものの、教育現場の取組みを「再帰的」（ブルデュー）にフィードバックし研究成果へと橋わたししていく実験的な試み（調査ノート）として、また大学生の現在進行形の実態をスピード感をもって報告するデータ上のアクチュアリティ、および基礎資料としての他の分野への応用可能性などを考慮して、今回報告の場を与えて頂くことを企図した。

2. 調査の実施概要と方法、および問題設定

本研究では、次のような形で調査を実施した。調査の実施場所は、東海大学・観光学部の「情報リテラシー」講座である。当科目は、入学したばかりの大学生を念頭に、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（週1コマ・2単位）、学部教育のベーシックなスキルとして情報リテラシーの能力を養成することをねらいとしている点で、全国の四年制大学における標準的なケースとほぼ同様である。2013年春学

期の場合、湘南キャンパスで3クラス設定されており、そのうちの担当1クラス（履修登録の学生約100名）で調査を実施した¹⁾。

調査の実施時期は、春学期スタート時の2013年4月17日に第一回、春学期ラスト時の2013年7月10日に第二回目を行い、二時点間のデータの変化を観察可能な形式とした²⁾。調査対象は、「情報リテラシー」講座のうち担当1クラスの受講者計102名であり、このうち約90%を観光学部1年生、残る10%を観光学部の2年生以上や工学部・体育学部など他学部の学生が占めた。なお有効回答数（サンプル総数）は、二回とも90名であった。男女比は、一回目が男性30%で女性70%、二回目が男性29%で女性71%である³⁾。

調査方法については、ウェブ上にアップしたアンケート調査を用意し、これを授業中に回答してもらった形式とした。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。

なお本研究の前提として、2011～2012年度実施のA大学・情報学部「情報リテラシー」講座での調査研究がある⁴⁾。その際の参照モデルは、第一に古典的なレジャー（時間・活動）調査およびNHKの生活時間調査であり（諸藤ほか[2011]など）、第二に近年の若年層に対するメディア調査の研究成果を挙げることができる（皆吉ほか[2007]など）。それらをふまえて今回の調査に応用するとともに、新たにSNS関連の質問項目を付加することで、大学生のライフスタイルの一側面をより照射しやすいように工夫した。

アンケート調査の構成は、大きく二部構成から成る。Part I が[A] メディア環境（3問）、[B] メディア関心・参加意欲（3問）、[C] メディア教育歴（2問）、[D] メディア活用能力（4問）、[E] メディア利用・意識（8問）であり、Part II がメディア利用時間（10種類のメディアの平日利用時間）を尋ねるという内容である（[B] [C] は第一回調査のみ実施）。その際、回答形式としては集計の単純化のためいずれも選択式とし、自由記述欄は設けなかった。また今回の調査で採用した主観的アプローチの有効性については、別途論じたとおりである⁵⁾。調査の実施に際しては、以下の問題設定のもとで質問項目の構成と配置を行った。

（1）大学生のメディア環境・利用の実態は、現在どのようなものであるか。またそれは大学生としてのライフスタイルを身につけるプロセスの中で、つまり2013年4月時点と7月時点との間でどのように変化したか。

（2）「情報リテラシー」講座の教育効果として、同じく2013年4月時点と7月時点との間で、「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。

以下では主な調査結果のデータについて、できるかぎり単純集計の結果をベースに概観すると同時に、データに対する一定の解釈と考察を提示しておきたい。

3. メディア利用から見る大学生のライフスタイル

3-1. メディア環境・利用時間について

まずメディアが置かれた文脈として、2013年7月現在の生活環境について同居の家族数（本人を含む）を質問した結果、「1人暮らし」が最大で42%、ほぼ並んで「4人以上」世帯が39%、次いで「3人」世帯が12%、「2人」世帯が7%という結果となった⁶⁾。

次に大学生のメディア利用の実態を見ていくと、図表1は各メディア（10種類）の所有率を

示したデータである。ここから学生がどのようなメディアをもっているかが判明する。

図表1を見ていくと、①まず2013年7月現在の一般的傾向としては、約9割（87%）の学生がスマートフォンを所有していることが分かる。2011年10月のiPhone4S（4は2010年6月）およびAndroid系端末のあいつぐ発売で2011年を中心に急速に進んだ旧型携帯からの切り替えがほぼ全面的に進行・完了しつつある点、またそれほどまでに大学生にとってメディア利用に占めるスマートフォン（「スマホ」）の重要性の高さが伺われる。また、②テレビ（79%）のほか、携帯音楽プレーヤー（63%）および自分専用のパソコン（62%）の所有率の相対的な高さも伺われる。他方、③社会人には浸透しているタブレットPCについては、大学生のライフスタイルではその必要性が高くなく、スマートフォンで代替できているためか、全体的傾向として所有率が低いことが伺われる（7%）。ちなみに4月から7月の時系列データとして、注目すべき重要な変化は見出されない。

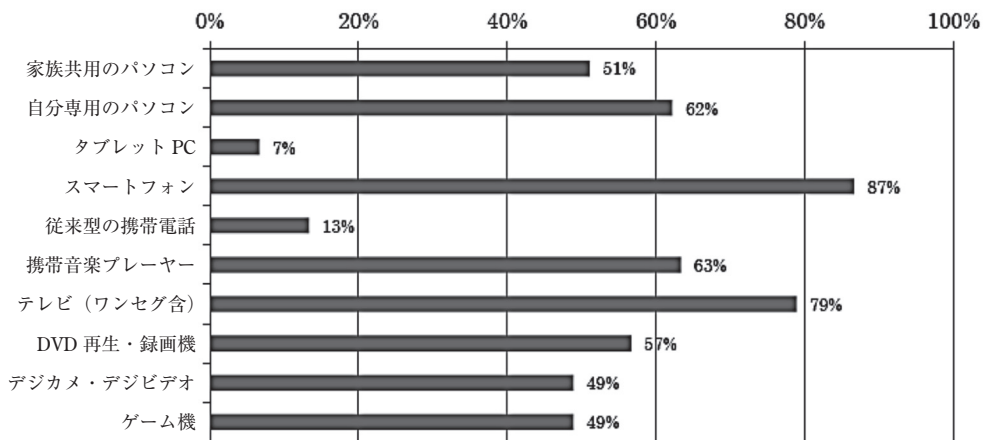
次に、図表2は各メディアの利用時間について、平日の平均値を質問した結果である。前段のグラフが2013年4月時点と7月時点におけるサンプル全体の平均値（分）であり、後段の表は全体平均（分）・利用者率（%）・利用者平均（分）を示したデータである。

まず7月時点のデータに注目すると、平日のある1日のライフスタイルとして全体平均は上位から、①スマートフォン・携帯（＝ネット視聴・メール・SNS含）が最大値で約3時間40分、これに②音楽「屋外」（＝CD・MD・MP3等）が続いて約1時間45分、③パソコン（ネット視聴・メール・SNS含）が約1時間38分、さらに④テレビが約1時間27分と続く。そのほか⑤音楽「自宅」が約1時間3分、⑥スマートフォン・携帯（主に通話）が約53分と、いずれも大きな時間を占めている。これら6種類のメディアは利用者率（＝サンプル学生全体のうち実際にそのメディアを利用している人の割合）がともに約84～100%と非常に高いため、全体平均（分）のデータはサンプル学生の一般的傾向に近似することから、単純に合計してみると約11時間30分、1日の起きている時間のうちほぼ三分の二を占める数値におよぶ。ここには食事中のテレビ視聴や通学中の音楽鑑賞・SNS利用、テレビを見ながらのSNSへの応答など「ながら時間・重複時間」も多く含まれることが当然予想される。だが上記①スマートフォン・携帯の「約3時間40分／利用者率100%」に限ってさえ、最近のNHK「メディア利用の生活時間調査」（2012年3月）が示すインターネット利用（パソコン・携帯合計）の最大値である「2時間前後／行為者率80%前後」（20代男女）を大きく超えることをふまえると、現在の大学生がいかに関「メディア漬け」ともいえるべき日常的ライフスタイルを生きているかが浮かび上がってくる。

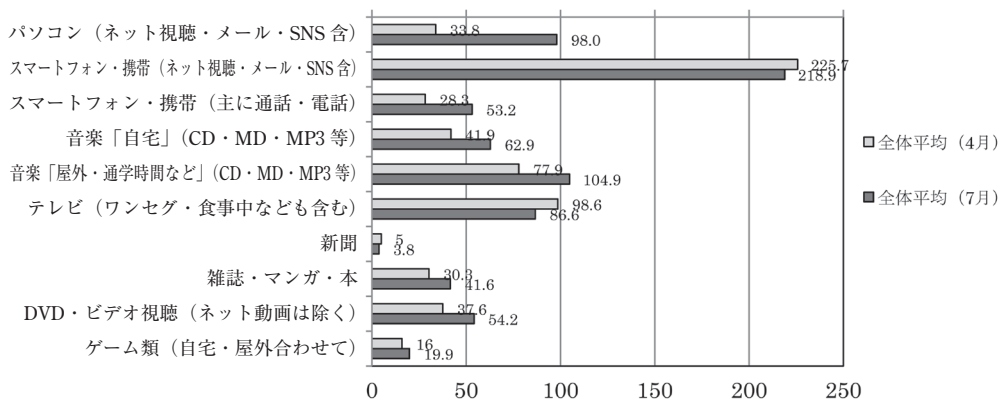
ほかに気がつく点としては、新聞が最小値で約4分（ただし利用者率が約19%、利用者平均が約20分）として現在の大学生の「新聞離れ」は顕著であるが、他方、テレビはすでに述べたとおり約1時間27分（利用者率が約91%、利用者平均が1時間35分）で上位を占めており、現在の大学生の「テレビ離れ」という印象を覆すデータが見られる。

次に4月時点と7月時点のデータを対照すると、パソコンが約34分（利用者率68%、利用者平均50分）から約98分（利用者率84%、利用者平均117分）へというように、全体平均だけでなく利用者率・利用者平均のいずれも大幅なアップが見られるが、これはいわば大学生のライ

大学生のメディア利用・ライフスタイル・メディア教育の効果について



【図表1】 各メディアの所有率 (%)：複数回答 (7月時点) N=90



(4月：N=90, 7月：N=68～73)

	全体平均 (分)		利用率 (%)		利用者平均 (分)	
	4月	7月	4月	7月	4月	7月
パソコン (ネット視聴・メール・SNS 含)	34 分	98 分	68%	84%	50 分	117 分
スマートフォン・携帯 (ネット視聴・メール・SNS 含)	226 分	219 分	100%	100%	226 分	219 分
スマートフォン・携帯 (主に通話・電話)	28 分	53 分	88%	89%	32 分	60 分
音楽「自宅」(CD・MD・MP3 など)	42 分	63 分	73%	84%	57 分	75 分
音楽「屋外・通学時間など」(CD・MD・MP3 など)	78 分	105 分	80%	93%	97 分	113 分
テレビ (ワンセグ・食事中なども含む)	99 分	87 分	94%	91%	104 分	95 分
新聞	5 分	4 分	26%	19%	20 分	20 分
雑誌・マンガ・本	30 分	42 分	78%	75%	39 分	56 分
DVD・ビデオ視聴 (ネット動画は除く)	38 分	54 分	56%	59%	68 分	92 分
ゲーム類 (自宅・屋外合わせて)	16 分	20 分	36%	37%	45 分	54 分

【図表2】 各メディアの利用時間 (分) 〈全体平均〉

フスタイルを身につける過程で、学生が授業中や空き時間にパソコンを利用する機会が増加した結果として推測される。また興味深いことに、4月時点と7月時点とで利用時間の若干のマイナス傾向を示したテレビ（約99分→約87分）を除くと、その他のメディアはほぼ同程度が増加傾向を示している。こうした点から大学生としてのライフスタイルの構造は、彼らがその相対的に豊かな自由時間をメディア利用に伴う学習、およびメディア視聴や友人とのコミュニケーションに充てる機会をおそらく増幅させるという点で、メディア利用の度合いを高める効果をもつと言えそうである。

3-2. ソーシャルネットワーク（SNS）等の活用について

では次に、現在の大学生はどのようにソーシャルネットワーキング・サービス（SNS）を活用しているのだろうか。東海大学でも2013年度に「ソーシャルネットワーク利用ガイドライン」が配布されるなど、学生による SNS 利用の広まりに対応する取組みが動き出している。そこでまず前提として、「自分の HP・ブログ等をもっているか」という質問の結果を見ると、2013 年 7 月現在で「はい」が約38%、「いいえ」が約62%となっている。つまり HP やブログ等については利用者が半分に満たないが、これに対して「ソーシャルネットワーキング・サービス（SNS）をふだん使っていますか？」という質問に対しては、100%が「はい」と答えている（図表3参照）。サンプル学生の全員が、SNS をふだん利用しているのだ。

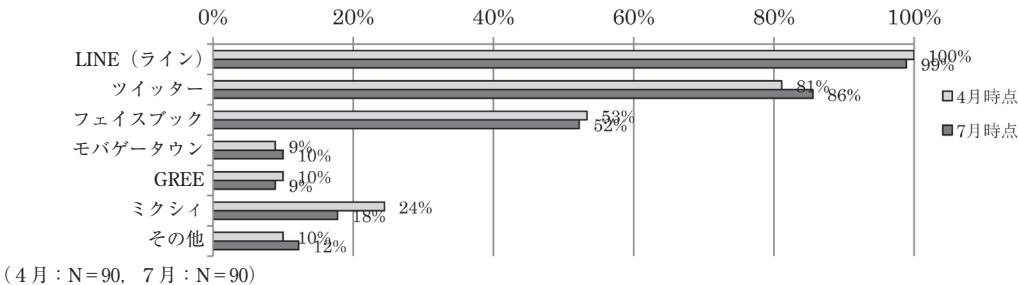
ではその際、「利用している SNS の種類はどのようなものか？」（複数回答）という点について質問した結果が、図表4である。

一見してわかるとおり、LINE（ライン）が圧倒的でほぼ100%、およそ学生なら誰でも利用している状況であり、これにツイッターが80%以上、フェイスブックが50%超と続いていく。このデータを少し細かく見ていくと、3 種類の SNS（ライン・ツイッター・フェイスブック）のうちすべてを使用している学生は、約47%でほぼ半数に迫る割合であり、「ラインとツイッター」「ラインとフェイスブック」の

	はい	いいえ
①自分の HP・ブログをもつ	38%	62%
②SNS をふだん使用している	100%	0%

(①N=87, 欠損値 3、②N=89, 欠損値 1)

【図表3】SNS 関連のメディア利用（7 月）



【図表4】利用している SNS の種類（複数回答）

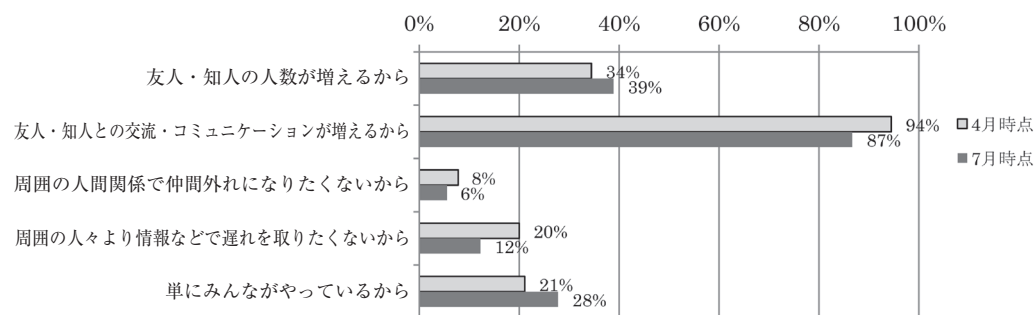
いずれか2種類のSNSを利用している学生が約43%、ラインだけを利用している学生が約10%である。およそ9割の学生が複数のSNSを併用するという構図は、現在の大学生にとって、ソーシャルネットワークがどれほど身近で不可欠な存在であるかを物語るものである。

では、大学生はなぜSNSを利用しているのだろうか。つまりSNSを利用する動機や理由とは何か。そこでSNSへの参加理由を質問した結果（複数回答）が、図表5である。

7月時点のデータを見ると、SNSへの参加理由について9割近くの学生が「友人・知人との交流が増えるから」と答えているように、友人・知人間のコミュニケーションの増加が理由のうち圧倒的なトップを占め、つぎに「友人・知人の人数が増えるから」が参加理由の4割近くを占める（約39%）。そのほか「単にみんながやっているから」（約28%）、「周囲に遅れを取りたくないから」（約12%）、「仲間外れになりたくないから」（約6%）というように消極的な理由が続くが、このように見ると、SNSへの参加理由については総じてポジティブな理由が圧倒的な多数派を占めることがわかる。この点についてはさらに、全く同じ選択肢を提示してSNSに参加する最大の理由（単一回答）を聞いた結果、約71%の学生が「友人・知人間の交流が増えるから」と回答している点、および他の理由は多くて1割かそれ以下にとどまる点からも、コミュニケーションの増加というポジティブな理由からSNSに参加している様子が浮かび上がる。

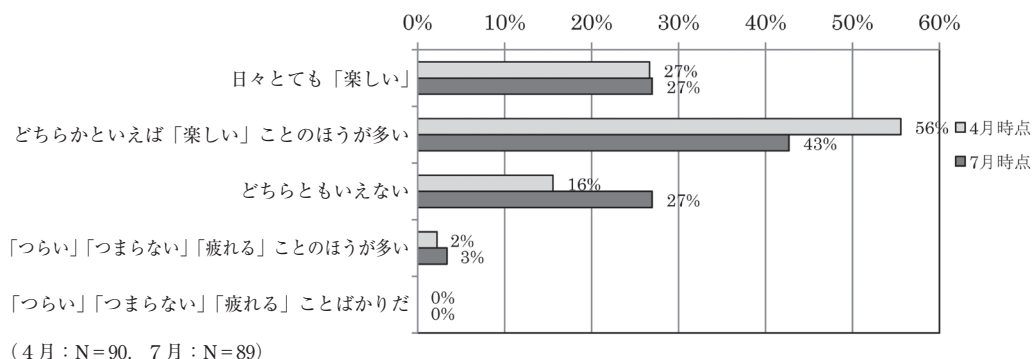
それでは、大学生はSNSを利用している中で日々どのように感じているのだろうか。この点について質問した結果（単一回答）が、図表6である。

まず7月時点のデータに注目すると、一見して明らかであるとおおり、「とても楽しい」（約27%）と「どちらかといえば楽しい」（約43%）を合わせて、約7割の学生がSNSを利用して日々「楽しい」と回答している。ただし4月時点のデータと対比すると、「どちらかといえば楽しい」（約56%→約43%）が13ポイントの大きなダウンを示し、逆に「どちらともいえない」（約16%→27%）が11ポイントの大きな伸びを示しているように、SNSの利用が楽しく感じられることの多かった局面から、（いわゆるSNS疲れに当たるかはともかく）楽しさというよりもいわば習慣的に惰性でSNSを利用するようになっている学生が一部には増加していることが伺われる。

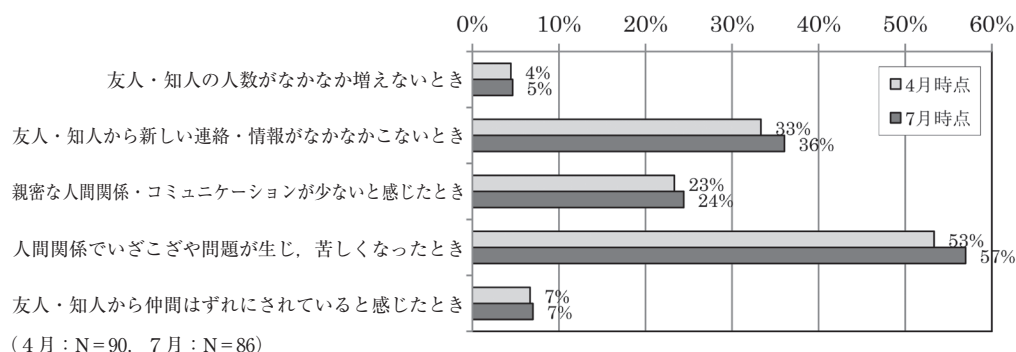


（4月：N=90、7月：N=90）

【図表5】 ソーシャル・ネットワーク・サービス（SNS）への参加理由（複数回答）



【図表6】SNSを使っていて日々どのように感じるか？（単一回答）



【図表7】SNSを利用して「つらい・つまらない・疲れる」と感じることはあるとすれば、それはどのようなときか？（複数回答）

ではこうした点をふまえて、SNSを利用して「つらい・つまらない・疲れる」と感じることはあるとすれば、それはどのような時かという点を質問した結果（複数回答）が、図表7である。なおここでの質問項目の設定は、「つらい・つまらない・疲れる」といういささか乱暴な括りながらも、一般に「楽しい」というポジティブなイメージが先行するSNSに対する広くネガティブなイメージに焦点を当てることを意図している。

7月時点のデータで見ると、トップ3は「人間関係でいざこざや問題が生じて苦しくなったとき」（約57%）、「友人・知人から新しい連絡がなかなかこないとき」（約36%）、「親密な人間関係・交流が少ないと感じたとき」（約24%）であり、これらの理由だけで大部分を占めている。以上の傾向は4月時点ともそれほど変わらない。このデータを見るかぎり、SNSの利用により苦悩や疲労が生じる要因は、「新しい関係が増えない」という点よりも、「今ある関係の中で問題が生じたり、連絡がこなかったり、関係が希薄であると感じる」ときに生じていることがわかる。実際のところ、このデータの意味をより質的に掘り下げるため、学生数名に対してインタビューによる補完的なリサーチを試みたところ、「やっぱり人間関係で問題がおきるとつらいですね」というコメントが頻出したように、メディアを介さない対話的・直接的な

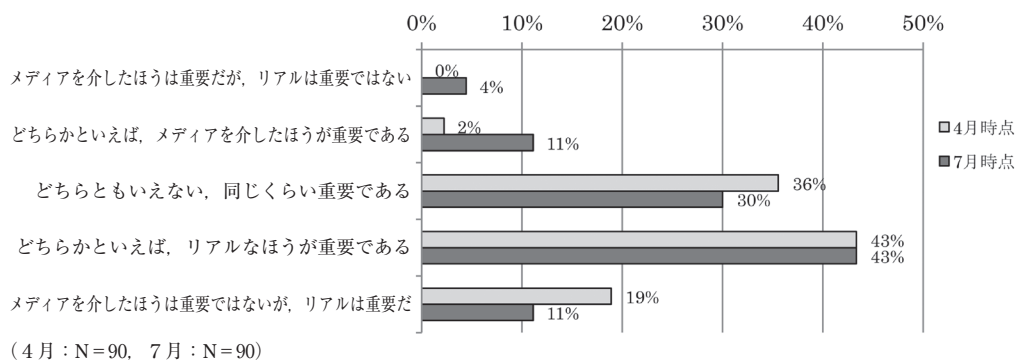
コミュニケーションにもとづく人間関係で問題が生じたとき、SNSの利用にもマイナスの影響を落とすという様相が浮かび上がる。なるほどSNS利用による「楽しさ」への期待がコミュニケーションの豊穡化にあったことを想起すれば、それゆえに逆にひとたび人間関係に問題が生じるなどコミュニケーションの悪化が自覚され不安視されるとき、SNS利用がむしろ苦悩・疲労に転化する傾向があると言えそうである。ここにはソーシャルネットワークの魅力の要因が、時には苦悩・疲労を増幅させる要因にもなる、というSNSの両刃の剣ともいべき特徴が垣間見られる。

それでは、大学生はそもそも人間関係の充実という点において、「メディアを介した人間関係」と「リアルな人間関係」のいずれを重視しているのだろうか。もちろん現代社会では、通常誰しも双方のコミュニケーションを重層的に用いているが、そのうち総じて「メディアを介した人間関係」のほうを重視するのか、メディアを介さない直接的・対面的なコミュニケーションを中心とする人間関係を重視しているのか、という点について質問した結果が図表8である。

7月時点のデータを見ていくと、「どちらかといえばリアルな人間関係を重視」している学生が最大で約43%、「(メディアを介した場合ではなく)リアルな人間関係だけを重視する」学生の約11%を加えると、総じて人間関係の充実において、「リアルな人間関係」をより重視する大学生が過半数の約54%と多数派を占めることがわかる。ただし4月時点のデータと対比してみると、「リアルな人間関係」重視派が8ポイントのマイナスとなり、逆に「メディアを介した人間関係」重視派が13ポイントのプラスとなっていることは、若干注目に値する事実である。この点は、はたして大学生としてのライフスタイルがメディア利用の度合いを高めるといふ前述のデータ(3-1節)と相関する事態なのか、一定の追加調査を要する興味深い論点でもある。

4. メディア活用能力およびその変化について

以上ではメディアに接する大学生のライフスタイルを念頭に、そのメディア環境・活用の実態に照明を当ててきた。次にメディア教育の現場からの問いとして、「情報リテラシー」講座



【図表8】メディアを介した人間関係が充実している場合と、リアルな人間関係が充実している場合とでは、どちらが自分にとって重要だと感じるか？

の教育効果は具体的にどのようなものか、という点を明らかにしていきたい。

4-1. 過去のメディア教育歴について

まず基本的な事実から確認しておこう。現在の大学生は、いつ頃からパソコンやネットの利用方法などのメディア教育を経験しているのだろうか。以下の質問と同様、この点については、当授業がスタートした4月時点で質問したところ、「幼稚園から」が約1%、「小学校から」が約34%、「中学校から」が約33%、「高校から」が約28%で、メディア教育を受けた経験がない学生はわずか3%である、という結果が浮かび上がった⁷⁾。現代日本においてメディア教育がすでに義務教育の早期段階から行われている点が浮かび上がる。

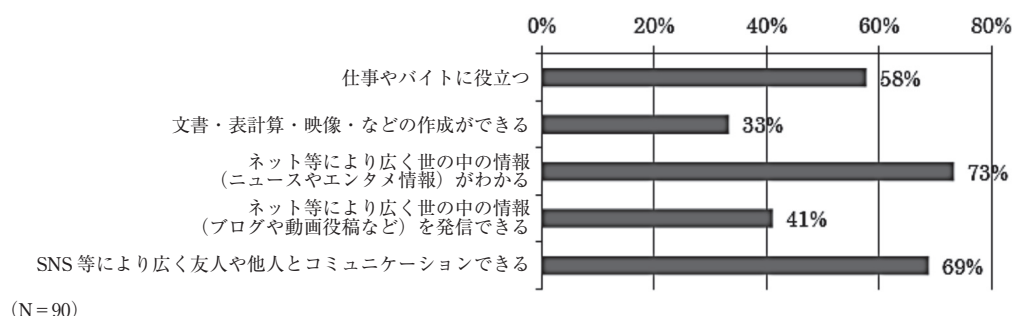
4-2. メディア関心および授業への参加意欲について

それでは学生は、そもそもメディア一般にどのような理由で興味を感じるのだろうか。この点を聞いた結果（複数回答）が図表9である。なおこの質問項目の配置については、メディア一般に対して学生が何に興味を抱き、何を期待しているのかという点を知るために、総じて職業的／レジャー的関心を大別したうえで、ICTメディアの諸要素やイメージを具体化したものである。

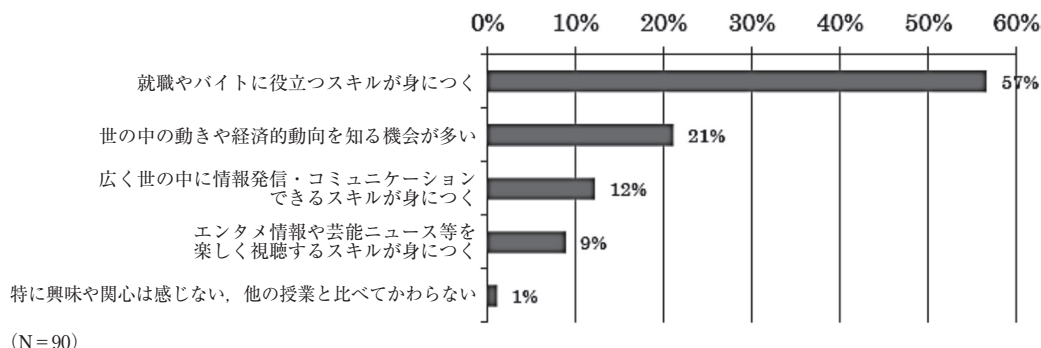
これを見ると、ネットによる情報受信（約73%）、SNS等によるコミュニケーション（約69%）、仕事やバイトへの有用性（約58%）がトップ3を占めているように、ネット的・SNS的・オフィスのといういわゆるICTメディアの三要素がいずれも学生のメディア関心を惹きつけ、魅了していることが明らかである。ただし文書・表計算・映像などの具体的スキルの面ではやや数値が低くなっており、仕事やバイトへの有用性は、この局面ではいまだ具体的なスキル面よりも一般的イメージの次元で感覚されていることも伺われる。

では、学生がメディア一般ではなく、「メディア関連の授業」に興味を感じる理由とは何だろうか。同じく2013年4月時点で、この点について質問した結果が、図表10である。ここでの質問項目もまた、総じて職業的／レジャー的関心を大別したうえで、発信と受信をめぐるスキルや機会の面で分類・具体化している。

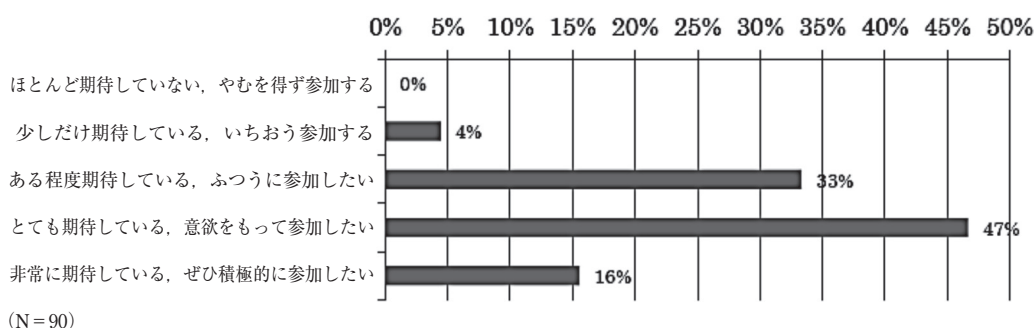
このデータを見ると、興味深いことに先ほどの順位が入れかわり、圧倒的に仕事やバイトへ



【図表9】メディア一般を「楽しい・面白い・興味深い」と思う理由（複数回答）



【図表 10】 メディア関連の授業に興味・関心をもつ理由（単一回答）



【図表 11】「情報リテラシー」講座への参加意欲や期待度（単一回答）

の有効性（約57%）がトップの座を占めることがわかる。わざわざ「情報リテラシー」講座を選択して授業に参加するからには、就職やバイトに役立つスキルを身につけようという学生の意欲やねらいが浮かび上がる。この点に関連して、当アンケート調査が実施されたところの「情報リテラシー」講座そのものの参加意欲・期待度について質問した結果が、図表11である。

このデータを見ると、「とても期待している」だけでほぼ半数に迫る勢いであり、それ以上に参加意欲をもつ学生を合わせるとサンプル全体の約63%、つまりほとんど三人に二人にのぼることが判明する。これらの点を考え合わせると、当授業の参加学生にとって情報リテラシーのスキルを身につけることによって、就職など自己の将来のキャリアに役立てたいという意欲や期待度が相対的にかなり高いことが判明する。

4-3. メディア活用能力はどのように変化したか？

では実際、「情報リテラシー」講座の教育効果として、授業スタート時の2013年4月時点とラスト時の7月時点との間で、学生のメディア活用能力はどのように変化したのだろうか。そこでワード・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」について質問し、「全く未経験」から「ほぼ何でもできる」まで5段階から最もよく当てはまるものを選択してもらった結果を示したものが、図表12である。

まず上記のデータから明らかであるように、ワード・パワーポイント・エクセル・メディア文化の四項目いずれにおいても、現状の「メディア活用能力（自己評価）」の全体的傾向がプラスにシフトしていることが判明する。つまり授業内容として扱った四項目のスキルすべての面で、メディア教育の一定の効果が見られたという傾向が伺われる。

次にこの点をより詳しく見ていくために、「情報リテラシー」講座の中核となるワード・パワーポイント・エクセルの三項目のスキルについて、選択肢①を1点、②を2点、③を3点、④を4点、⑤を5点という形でポイント化（指標化）して総和を算出し、「メディア活用能力（自己評価）」として示したものが、図表13である（N=66）。ここでは三項目の合計にしたがって、「入門レベル」（3～5点）、「初級レベル」（6～8点）、「中級レベル」（9～11点）、「上級レベル」（12～15点）と分類して提示している⁸⁾。

一見して判明するように、最大の比重が4月時点には「初級レベル」（約61%）にあったのが、7月時点には「中級レベル」（約64%）へと移行している。より具体的には、4月時点では「入門・初級・中級」レベルで約97%であるのに対して、7月時点では「初級・中級・上級」レベルで約95%を占めるように、2013年4月時点から7月時点までの期間で「メディア活用能力（自己評価）」の全体的な底上げ効果を見て取ることができる。また各スキルごとに平均スコアを見ると、ワードが「2.3→3.0」、パワーポイントが「2.5→3.6」、エクセルが「1.9→2.8」という形で、三項目のスキル全てでプラス効果を確認できる。

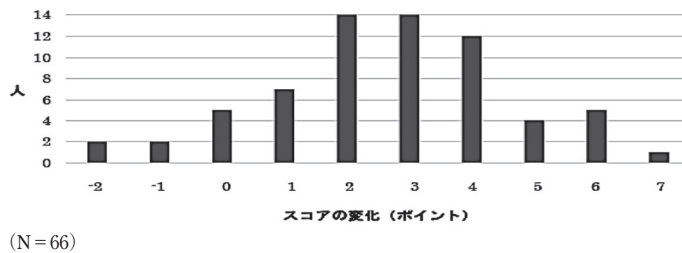
	〈時期〉	全く未体験、ほぼ何もできない	ごく簡単なスキルは少しできる	ある程度のスキルはできる	応用的なスキルもできる	ほぼ何でもできると思う
ワード	2013年4月	3%	76%	8%	8%	6%
	2013年7月	2%	41%	23%	25%	9%
パワーポイント	2013年4月	7%	53%	23%	13%	3%
	2013年7月	1%	19%	24%	41%	14%
エクセル	2013年4月	28%	50%	21%	1%	0%
	2013年7月	4%	24%	57%	12%	2%
メディア文化	2013年4月	57%	40%	3%	0%	0%
	2013年7月	24%	48%	26%	2%	0%

（4月N=90、7月N=83～90）

【図表12】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（単一回答）

〈2013 年 4 月〉			⇒	〈2013 年 7 月〉	
上級レベル(12～15 点)	2 人	3%	⇒	8 人	12%
中級レベル(9～11 点)	9 人	14%	⇒	42 人	64%
初級レベル(6～8 点)	40 人	61%	⇒	13 人	20%
入門レベル(3～5 点)	15 人	23%	⇒	3 人	5%

【図表13】メディア活用能力



【図表 14】 メディア活用能力の「伸び」：スコアの変化

さらに個別 ID からサンプル全体のスコアの「伸び」具合を示したものが図表14である。中には自己評価がマイナスに下がっている学生も一部に存在するものの、全体としてはスコアの「伸び」が2～4ポイント付近に最も多く分布し、平均すると各学生で約2.7ポイントのプラス効果が見られたということが判明する⁹⁾。以上のように整理すると、メディア活用能力のスコアの「伸び」が鮮明に確認され、「情報リテラシー」講座という入門段階におけるメディア教育の一定の効果が明らかになったものとして当面結論づけることができるだろう。

5. 結びにかえて——本稿の含意と今後の展望

本研究では、主として第3～4節で示した調査データと分析結果が導かれた。すなわち、①大学生のメディア環境・利用の実態について、現在進行形に近い現状報告を行うとともに、②当授業（「情報リテラシー」講座）の教育効果がどのようなものかという点について、一定のデータを示しつつ実証的にその結果と分析について提示してきた。それゆえ本研究の意義としては、第一に、高度情報化した現代社会で大学生がどのようにメディアに接するライフスタイルを日常的に生きているのかという点の全体的・概括的なイメージについて、一定の客観的データをもとに明るみに出したことにある。第二に、学部レベルの初期段階で「情報リテラシー」講座が設定されていることは、今回のメディア教育に関する一定の効果を示すデータから考慮しても、十分に意義のあることが判明したといえる。

もっとも本研究が明らかにしたのは、メディア活用能力の「伸び」とはいえ、その方法上、「自己評価」という主観的な側面に限られている。だが先行研究の知見が示すとおり、メディア教育における課題の一つは、特にエクセルなど表計算ソフトの活用に象徴されるように、初期段階における「苦手意識」をどう克服し自信の獲得につなげるかが重要なカギとなる（折本・南[2010] ほか）。この点をふまえると、まさに「自己評価」の面でプラス効果を確認できたという事実こそは、各学生が今後さまざまなメディア教育やスキル向上の機会を経験していく際に、入門段階でのステップアップとその自覚がそうした将来的ステップへのスムーズな移行を可能にする点で重要な意義として評価されてよいだろう。

そのうえで本稿は、研究成果としてはいまだメディア教育の現場からのフィードバックとして基礎資料を提示した試みにすぎない。このためメディア論に特化すればより各論的な掘り下げが要請されるであろうし（河合[2012] など）、他方、メディア教育に特化すればより詳細

なスキルや専門教育の次元を視野に入れる必要があるだろう（森ほか [2012]）。したがって今後の課題としては、さしあたり追加調査により調査結果の精度を反省的に強化していく必要があるとともに、今回の調査で十分に活用できなかったメディア教育の効果に対する規定要因について検証方法を考察し、今後のメディア教育のより効果的なアプローチを提起する可能性を模索することが選択肢の一つとして挙げられる。

また他の分野に目を転じると、上記の調査結果を援用しつつ、学生のライフスタイルのメディア的側面による把握を介して、大学教育一般・大学外での実践的应用へと一定のフィードバックが可能であり、また同時に課題としても挙げられよう。たとえば近年、大学教育の場でも SNS 利用の功罪とともにその直接的・間接的な教育的実践の重要性が指摘され始めると同時に、実際すでに SNS の双方向性・即時性やオンライン・コミュニティの特性を効果的に活用した試みが多方面で進められており、本研究の調査結果が示した大学生における SNS 利用の実態もまた、こうした SNS の教育的活用の試みに対して前向きに意義の検討を促すような傍証的データとして理解することもできるだろう¹⁰⁾。さらに観光・ツーリズム論の文脈では、メディア利用実態と観光・ツーリズムの相互の関連性に注目することで、一定の触発的な問題提起が可能になるはずである。すなわち、①若者世代による観光地（＝非日常空間）でのメディア活用の実践に焦点を当てた実証的研究、及びそれをふまえたマーケティング戦略、また②観光地の現場に即した商品開発や地域プロデュースの次元で SNS 等のメディア利用がどのように効果的なインパクトを有するか、といった点に関する検証などについても、本研究との対照・応用を介しつつ、今後取り組まれるべき重要な課題として展望することができるだろう。

注

- 1) その前提として、東海大学「人を対象とする研究」に関する倫理委員会に研究計画書を提出し、調査実施に関する承認を受けている。
- 2) なおその際、回答用フォームにおいて学生証番号を関数で自動変換して ID 化し、二時点間のデータを比較対照できるようにした。
- 3) 男女比のデータに関しては、本研究がジェンダー分析を目的とはせず、またジェンダー別に準拠しない教育効果を構想していたため、今回の調査では分析の変数として設定しなかった。
- 4) 調査は2011年4月13日（第一回目）および2012年1月11日（第二回目）に実施した。また学会報告としては2012年11月7日、第40回日本レジャー・レクリエーション学会大会にて実施した。報告内容については、小澤 [2012] を参照。
- 5) なお主観的アプローチを採用することのメリット／デメリットについて、本文で議論すると煩雑になるため、ここで取り上げておく必要がある。一般に、メディア活用能力について客観的指標やデータで評価しようとする場合、例えばマイクロソフト社の MOS のような周到な様式と準備を要する。このことは客観的レベルの把握には重要である反面、メディア教育の個別現場では高コスト型であり、反復可能性が低くなるというデメリットがある。

これに対して主観的アプローチの場合、シンプルなアンケート調査の形式を採用できる点で、①低コスト型で反復可能性が高い、②それゆえ経年の時系列データや他大学・他学科での実施協力など、今後の調査実施と研究蓄積が容易になる、③自己評価が「授業の満足度・充実感」の参考にもなる点で「授業アンケート」の要素を兼ねる、といったメリットを挙げることができる。その一方で、あくまで自己評価を尋ねる形式である以上、①もともと回答者ごとに自己評価の厳

しさ／甘さが異なり、必ずしもデータが客観的レベルと一致しない、②客観的にはスキルアップしていても他者との比較で過小評価／過大評価するケース（などのバイアス）を回避できない、といったデメリットを指摘できるが、①についてはサンプルIDを個別に把握して時系列データで見るとは無視してよい、②についてはサンプル総数の増加で一定の相殺を伴う、という若干の留保も可能である。以上のようにメリット／デメリットの両面を考慮した結果、本研究では主観的アプローチのデメリットを自覚しつつ、その相対的なメリットの高さを重視して採用することとした。

- 6) サンプル数はN=89（欠損値1）。なお4月から7月の変化としては「4人以上」世帯が微減、逆に実家を出ての「1人暮らし」が微増した。
- 7) うち約三分の二が週1コマ、約三分の一が週2コマである。
- 8) なお二時点間の双方で個別IDを確認できるサンプルに準拠したため、4月と7月のサンプル数をともにN=66としているが、それを各時点で入手可能な有効サンプル数の全体（当質問項目では4月がN=90、7月がN=67）としても、図表13とほぼ同様の結果が導かれる。
- 9) 本研究では当初、メディア活用能力（自己評価）の「伸び」が「過去のメディア教育歴」「メディア関連の授業への関心」「当該授業への参加意欲」とどのように関連するかを検討課題の一つとしていたが、諸々の統計的な検証・再検証を重ねる中で、今回の調査では全体的傾向を斉一的に特徴づける程度の明白なレベルで有為な分析結果は得られず、より精緻な検証にはさらなる紙幅と分析を要することから、本稿では割愛することとした。この点については、前回調査で当該授業への参加意欲と一定の相関関係が見出されたが（小澤 [2012]）、こうした点の再検討も含めて今後の課題に譲ることは本論の末尾でも触れたとおりである。
- 10) 大学教育におけるSNS利用については、そのマナーやルールに配慮しつつ、すでに少人数授業やゼミ単位の規模で多くの実践的試みが進められている（西出 [2012]、長谷川他 [2013] ほか）。実際、その双方向性・即時性に貫かれたオンライン・コミュニティの特性によって、従来型の「掲示板」のような一方的なウェブ情報よりも、より即時的で積極的なコミュニケーションが介在しやすいなど、豊穡かつ効果的な教育的可能性が見出されている。

参考文献

- Buckingham, David 2003 *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*, Polity
- 長谷川聡・安井明代・山口宗芳 2013「SNSの教育利用とソーシャルラーニング」『名古屋文理大学紀要（情報メディア学部・基礎教育センター・食と栄養研究所開設記念号）』13, pp.51-58
- 五十嵐祐 2003「情報探究性尺度の作成と大学生のメディア利用の実態について」『名古屋大学大学院教育発達科学研究科紀要・心理発達科学』50, pp.285-292
- 河合大介 2012「SNS依存者の生活習慣的影響と利用機能の分析：2010年A社SNS調査結果より」『社会情報学研究』16（2）, pp.157-170
- マクルーハン 1967 後藤和彦・高儀進訳『人間拡張の原理』竹内書店
- 皆吉淳平・柴田邦臣 2007「生活環境やメディア利用状況は、社会参加に影響を与えるか：若年層に対する「ICT利用に関する調査」の分析から」『社会情報学研究』16pp.103-113
- 森博・田近一郎・杉江晶子 2012「タブレットPCを活用したマルチメディア教育の試み」『名古屋文理大学紀要』12, pp.97-107
- 諸藤絵美・関根智江 2012「多様化するインターネット利用の現在：「メディア利用の生活時間調査から②」」『放送研究と調査』62（11）, pp.16-34
- 諸藤絵美・渡辺洋子 2011「生活時間調査からみたメディア利用の現状と変化：2010年国民生活時間調査より」『放送研究と調査』61（6）, pp.48-57
- 西出崇 2012「大学教育におけるSNS（Social Networking Service）の有用性：立命館大学政策科

- 学部における学部 SNS 運用事例から」『政策科学』19（4）, pp.39-58
- 折本綾子・南紀子 2010「学習意欲向上を目指した課題達成型学習プログラムとグループワークの連動」『論文誌 ICT 活用教育方法研究』13（1）, pp.1-5
- 小澤考人 2012「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」『レジャー・レクリエーション研究』70, pp.42-45
- 柴田邦臣 2006「メディア・リテラシー：社会に参加する知の積層」早坂裕子・広井良典編『みらいに架ける社会学』ミネルヴァ書房, pp.47-63
- 滝山桂子・増本仁雄 2007「大学生の生活情報の入手におけるメディア利用の実態分析」『日本家政学会誌』54（1）, pp.47-57

【巻末資料】アンケート質問票

【Part I】

【A】生活環境・メディア環境について

- （1）「学生証番号」をご記入ください。（自動的に変換されます。次回アンケートの確認項目 ID です。）
- （2）同居している家族の人数は、自分を入れて何人ですか？当てはまるものを一つ選んで下さい。
- ① 1人（一人暮らし） ② 2人 ③ 3人 ④ 4人以上
- （3）「メディア環境」についてお聞きします。以下のうち所有しているメディア機器について、当てはまるものをすべて選んで下さい（複数回答）。
- ①家族共用のパソコン ②自分専用のパソコン ③タブレット PC ④スマートフォン ⑤従来型の携帯電話 ⑥携帯音楽プレーヤー ⑦テレビ（ワンセグを含む）⑧ DVD プレーヤー・レコーダー⑨デジカメ・デジタルビデオカメラ ⑩ゲーム機（携帯ゲーム機を含む）

【B】メディアへの関心理由・当授業への参加意欲について

- （4）メディア一般について「面白い」「興味深い」「楽しい」と思う理由は何ですか？当てはまるものをすべて選んでください（複数回答）。
- ①仕事やバイトなどに役立つから。
- ②文書・表計算・映像などの作成ができるから。
- ③ネット等により、広く世の中の情報（ニュースやエンタメ情報など）がわかるから。
- ④ネット等により、広く世の中に情報（ブログや動画投稿など）を発信できるから。
- ⑤ SNS 等により、親しい友人や匿名の他人と広くコミュニケーションできるから。
- （5）メディア関連の授業について興味・関心を感じるとすれば、どのような理由からですか？最もよく当てはまるものを一つ選んでください。
- ①就職やバイトに役立つスキルが身につくと思うから。
- ②世の中の動きや経済的動向について知見や情報を得る機会が多いと思うから。
- ③自分で世の中に情報（ブログや動画投稿など）を広く発信するなどコミュニケーションを楽しむスキルが身につくと思うから。
- ④エンタメ情報や芸能ニュースなどを楽しく視聴するスキルが身につくから。
- ⑤とくに興味や関心は感じない。他の授業と比べて特別な印象はない。
- （6）当授業（「情報リテラシー」）について、参加意欲や期待度はどのくらいですか？最もよく当てはまるものを一つ選んでください。
- ①ほとんど期待していない。必修なのでやむを得ず参加する。
- ②少しだけ期待している。必修なので参加する。
- ③ある程度期待している。ふつうに参加したい。

④とても期待している。意欲をもって参加したい。

⑤非常に期待している。積極的に毎回参加したい。

[C] メディア教育歴について

(7) これまでの教育課程で、メディア教育の授業を受けたことがありますか？最もよく当てはまるものを一つ選んでください。

①いいえ ②はい（高校から）③はい（中学校から）④はい（小学校から）⑤はい（幼稚園から）

(8) またメディア教育の授業は、主に一週間におよそ何コマでしたか？（メディア教育の授業が無かった場合には「0コマ」を選んでください）

①0コマ ②1コマ ③2コマ ④3コマ ⑤4コマ以上

[D] 現状のメディア活用能力について

現状のメディア活用能力についてお聞きします。現在の自分は、率直にどのくらいのことができる
と自己評価しますか？最もよく当てはまるものを一つ選んでください。

(9) ワード（Word）の自己評価についてお聞きします。

①全く未経験、ほとんど何もできない。

②キーボードで文字や文章を何とか少し入力できる。

③ブラインドタッチで文章をある程度の早さで入力できる。

④ブラインドタッチのほかに、文書ファイルの保存・編集などもできる。

⑤ワードについてはほぼ何でもできる。

(10) パワーポイント（PowerPoint）の自己評価についてお聞きします。

①全く未経験、ほとんど何もできない。

②キーボードで文字や文章を何とか少し入力できる。

③文字や文章をある程度の早さで入力し、スライドを作成できる。

④文章入力のほかに、スライド編集やアニメーションの設定などもできる。

⑤プレゼンテーションも含めてほぼ何でもできる。

(11) エクセル（Excel）の自己評価についてお聞きします。

①全く未経験、ほとんど何もできない。

②ごく簡単な関数をつかった表計算だけは少しできる。

③簡単な関数とグラフ作成など、ある程度のスキルができる。

④複雑な関数とグラフ作成・表集計などができる。

⑤エクセルについてはほぼ何でもできる。

(12) メディア文化に関する基本的な知識について（たとえば「ウェブ2.0」「クラウドコンピューティング」「ソーシャルメディア」「メディア・リテラシー」など）、自分はどのくらい知っていると思いますか？最もよく当てはまるものを一つ選んでください。

①ほとんど何も知らないと思う。

②少しだけなら知っていると思う。

③ある程度のことは知っていると思う。

④わりと詳しいほうだと思う。

⑤およそのことはほぼ何でも知っていると思う。

[E] メディア利用・メディア意識について

(13) 自分の「ホームページ・ブログ・プロフ等」をもっていますか？

①はい ②いいえ

(14) 「ソーシャル・ネットワーク・サービス（SNS）」をふだん使っていますか？

①はい ②いいえ

(15) 使っている「ソーシャル・ネットワーク・サービス（SNS）」として、以下のうち当てはまるものをすべて選んで下さい（複数回答）。

- ① LINE (ライン) ② ツイッター ③ フェイスブック ④ モバゲータウン ⑤ GREE ⑥ ミクシィ ⑦ その他の SNS
- (16) LINE (ライン) など「ソーシャル・ネットワーク・サービス (SNS)」に参加する理由として、以下のうち当てはまるものをすべて選んで下さい (複数回答)。
- ① 友人・知人の人数が増えるから
② 友人・知人との交流・コミュニケーションが増えるから
③ 周囲の人間関係で仲間外れになりたくないから
④ 周囲の人々より情報などで遅れを取りたくないから
⑤ 単にみんながやっているから
- (17) 上記の選択肢のうち、最もよく当てはまるものを一つ選んで下さい (単一回答)。
- ① 友人・知人の人数が増えるから
② 友人・知人との交流・コミュニケーションが増えるから
③ 周囲の人間関係で仲間外れになりたくないから
④ 周囲の人々より情報などで遅れを取りたくないから
⑤ 単にみんながやっているから
- (18) LINE (ライン) など「ソーシャル・ネットワーク・サービス (SNS)」を使っていて、日々どのように感じますか？最もよく当てはまるものを一つ選んでください。(単一回答)
- ① 日々とても「楽しい」
② どちらかといえば「楽しい」ことのほうが多い
③ どちらともいえない
④ どちらかといえば「つらい」「つまらない」「疲れる」ことのほうが多い
⑤ ほとんど「つらい」「つまらない」「疲れる」ことばかりだ
- (19) LINE (ライン) など「ソーシャル・ネットワーク・サービス (SNS)」を使っていて、「つらい」「つまらない」「疲れる」と感じることはあるとすれば、それはどのようなときですか？以下のうち当てはまるものをすべて選んで下さい (複数回答)。
- ① 友人・知人の人数がなかなか増えないとき
② 友人・知人から新しい連絡・情報がなかなかこないとき
③ 親密な人間関係・コミュニケーションが少ないと感じたとき
④ 人間関係でいざこざや問題が生じたり、苦しくなったりしたとき
⑤ 友人・知人から仲間はずれにされていると感じたとき
- (20) メディアを介した人間関係・コミュニケーションが充実している場合と、リアルな人間関係・コミュニケーションが充実している場合とでは、どちらが自分にとって重要だと感じますか？最もよく当てはまるものを一つ選んでください。(単一回答)
- ① メディアを介したほうは重要だが、リアルなほうはどうでもよい (=重要ではない)
② どちらかといえば、メディアを介したほうが重要である。
③ どちらともいえない (=どちらも同じくらい重要である)。
④ どちらかといえば、リアルなほうが重要である。
⑤ メディアを介したほうはどうでもよい (=重要ではない) が、リアルなほうは重要である。

【Part II】

＜メディア利用時間調査＞

各メディアの「平日の平均利用時間」はおよそどのくらいですか？それぞれ「〇〇分」と記入して下さい。

- (1) パソコン (ネット視聴・メール・SNS を含む)

- (2) スマートフォン・携帯電話（ネット視聴・メール・SNSを含む）
- (3) スマートフォン・携帯電話（主に通話・電話）
- (4) 音楽「自宅」（CD・MD・MP3など）
- (5) 音楽「屋外・通学時間など」（CD・MD・MP3など）
- (6) テレビ（ワンセグ・食事中なども含む）
- (7) 新聞
- (8) 雑誌・マンガ・本
- (9) DVD・ビデオ視聴（ネット動画は除く）
- (10) ゲーム類（自宅・屋外あわせて）