

情報活用の実践力、情報源、およびメディアの利用傾向が 情報の認知・伝達に及ぼす影響

新見直子

(広島文教女子大学)

小下いずみ

(仁風園)

今日の情報化社会において、情報および情報手段を主体的に選択し活用する能力(情報活用の実践力)の育成が求められている。本研究では、女子大学生を対象に情報活用の実践力、メールの情報源(友人、大学)、メディア(携帯メール、Social Network Service : SNS)の利用傾向によってメール情報の認知や伝達傾向に違いがみられるか否かを検討することを目的とした。分析の結果、以下の3点が明らかになった。(1) 情報活用の実践力が高い者は友人から情報が送られてきた場合に、中程度の者は大学から情報が送られてきた場合に、その情報を友人に伝達する傾向にあった。(2) 情報の内容にかかわらず、情報源が大学の場合よりも友人の場合に受け取ったメール情報を友人に伝達する傾向が認められた。(3) 携帯メールの利用傾向によって伝達する手段に違いは認められなかったが、情報活用の実践力が高い者では、SNSの利用傾向によって受け取った情報を伝達するメディアが異なる可能性が示唆された。

キーワード : 情報活用の実践力、情報源、メディアの利用傾向、情報の認知・伝達

問 題

わが国におけるインターネット利用の動向

総務省(2013a)によると、平成24年末のインターネット利用者数は9,652万人(人口普及率79.5%)であり、平成13年末(利用者数5,593万人、普及率46.3%)以降、増加の一途をたどっている。年代別にみると、平成20年末から平成24年末にわたって13歳から49歳のインターネット利用率が一貫して90%を超えている。このような情報化の進展に伴い、多様な通信メディアが普及してきた。平成24年末におけるインターネット利用端末の種類をみると、自宅のパソコン(59.5%)が最も多く、次いで携帯電話(42.8%)、自宅外のパソコン(34.1%)、スマートフォン(31.4%)の順となっている(総務省, 2013a)。さらに、平成22年(9.7%)から平成24年(49.5%)にかけてはスマートフォンの普及率が急速に増加しており、自宅以外や移動中でも多くの者がインターネットを利用していることが窺える。また、インターネット利用の機能やサービスについてみると、家庭内・外のいずれにおいても、メールの受送信の割合が最も多く、次いでソーシャルメディアの利用が多い(総

務省, 2013a)。

メールに次いで利用割合の高いソーシャルメディアとは、近年 10 代や 20 代の若年者を中心に利用者が急速な増加傾向にある mixi や Facebook を含む Social Network Service (以下、SNS)、ブログ、Twitter 等のことである。ソーシャルメディアは、情報発信・共有の進展、対人関係の形成・維持・再生、現実社会の不安や問題の解消等、実社会に対して肯定的な影響を与える潜在力を有すると考えられている(総務省, 2011)。実際、総務省(2011)の調査結果によると、SNS、ブログ、Twitter を利用する約 80% の者が情報収集や同じ趣味・嗜好を持つ人との交流を行っており、特に SNS の利用において疎遠になっていた人との再交流(SNS 50.0%、ブログ 20.5%、Twitter 27.8%)を図っている。さらに、ソーシャルメディアにおける若者の情報交換や交流には携帯電話・PHS やスマートフォンを利用する傾向が高い。以上の調査結果を総合すると、現在の若者の多くは、対人コミュニケーションにおいて、携帯電話・PHS やスマートフォンを媒体としてメールやソーシャルメディア(特に SNS)を利用していると考えられる。

個人や家庭だけでなく、企業でも商取引(51.0%)や広告(27.0%)等でインターネットを利用しており(総務省, 2013a)、日本の社会全体的に情報化が進展してきている。このような動向に伴っていくつかの課題も指摘されている(総務省, 2013b)。その一つは、情報管理の問題である。世帯でも企業でも、インターネット利用において感じる不安としてウイルスの感染(世帯 72.2%、企業 42.6%)が最も多く、個人情報の保護(世帯 71.0%)や情報セキュリティ対策(企業 39.7%)についても不安を感じる割合が比較的高い。また、迷惑メールや架空請求等への対策も課題として挙げられている。加えて、青少年のインターネット利用については、出会い系サイトやコミュニティサイトに起因する犯罪被害が平成 22 年以降減少傾向にあるとはいえ、インターネット利用に関連する犯罪被害をさらに減少するための対策も課題といえよう。

情報活用の実践力に関する先行研究とその課題

上述のような情報化社会を背景として、学校教育において情報に対する正しい知識とそれを使いこなす能力の習得が重視されている。例えば、高度情報化社会において情報および情報手段を主体的に選択し活用する能力として、「情報活用の実践力」が提唱されている(情報化の進展に対応した初等中等教育における情報教育の推進等に関する調査研究協力者会議, 1998)。この情報活用の実践力は、課題や目標に応じて情報手段を適切に活用しつつ、必要な情報を主体的に収集・判断・表現・処理・創造し、受け手の状況などを踏まえて発信・伝達できる能力と定義されている。また、この定義に基づいて高比良・坂元・森・坂元・足立・鈴木・勝谷・小林・木村・波多野・坂元(2001)は、収集力、判断力、表現力、処理力、創造力、発信・伝達力の 6 下位尺度から構成される情報活用の実践力尺度を作成し、中学生、高校生、および大学生のデータに基づいてこの尺度が十分な信頼性と妥当性を有することを確認している。

さらに、この情報活用の実践力尺度を使用してインターネット使用量や関連要因との関連性が検討されている。例えば、高比良他(2001)では、中学生と高校生のデータに基づいて、学校種と性別を統制し、情報活用の実践力とインターネット使用量との偏相関係数を算出している。その結果、

メール使用量は、収集力、判断力、処理力、発信・伝達力と有意な正の偏相関係数 (.06～.10) を、HP 閲覧は収集力、判断力、処理力、想像力と有意な正の偏相関係数 (.06～.14) をそれぞれ示した。また、安藤・高比良・坂元 (2004) は、小学生を対象に情報活用の実践力とインターネット使用量との相互関係を縦断的に検討し、メールの使用量が多い者ほど収集力、判断力、表現力、発信・伝達力が高くなる傾向 (.06～.10) にあり、逆に収集力、判断力、発信・伝達力が高い者ほどメール使用量が多くなる関係 (.08～.10) にあったことを報告している。さらに、WEB・掲示板などの閲覧をする者ほど収集力や判断力が高くなるという関係 (.07～.11) もみられた。しかし、以上の情報活用の実践力とインターネット使用量の関連性を検討した研究で示された関連性を表す数値をみると、統計的に有意であっても関連の程度は強いとはいえず、インターネット利用量以外の要因も情報活用の実践力に寄与する可能性が高い。

インターネット使用量以外の変数と情報活用の実践力の関連について検討した研究に宮川・市原・上之園・森山 (2010) がある。宮川他 (2010) では、中学生を対象に、自己の認知過程を分析的・論理的にコントロールする傾向性 (熟慮性) との関係性を検討している。熟慮性の上位群と下位群の間で6つの情報活用の実践力得点を比較したところ、上位群は下位群よりも収集力、判断力、処理力、想像力、発信・伝達力の5つの得点において有意に高かった。森・清水・石田・富永 (2003) は、大学生を対象に自己調整学習とほぼ同義とされ、日本の教育界で広く使用されている概念である自己教育力と情報活用の実践力との関係性を検討している。なお、Zimmerman (1989) によると、自己調整学習は、生徒がメタ認知、動機づけ、行動において、自分の学習過程に対して積極的に関与することと定義される。森他 (2003) は、自己教育力の上位群と下位群を構成し、情報活用の実践力得点について群間比較を行い、上位群が下位群よりも6つすべての得点を高く評定したことを報告している。熟慮性も自己教育力も、与えられた情報や状況に関する認知過程に関連する概念であり、自己教育力は情報や状況に基づいてどのように行動するかも包含した概念である。これら2つの得点の上位群と下位群の間で情報活用の実践力に違いが認められたことは、情報活用の実践力と提示された情報の認知的処理傾向や情報の扱い方が関連することを示唆する。さらに、先行研究 (安藤他, 2004; 宮川他, 2010; 森他, 2003; 高比良他, 2001) では、情報活用の実践力を育成する上で何が関連するのかに着目する傾向にある。それに対して、情報活用の実践力を習得することによって、具体的な情報の扱い方等にどのような違いがみられるのかについては十分検討されているとはいえない。

本研究の目的

そこで本研究では、仮想場面を設定して情報活用の実践力によってインターネットを通じて得られた情報の認知や伝達の仕方に違いがみられるか否かを探索的に検討することにした。仮想場面は、インターネットの機能として利用される割合が最も高いメール (総務省, 2013a) が送られてきた場面とした。また、インターネット利用が社会的に普及していること、本研究の対象者が大学生であることを踏まえて、メールの送信元 (情報源) として私的な相手 (友人) と公的な相手 (大学) の2種類を設定することにした。さらに、提示するメールの内容は、友人との対面や携帯メールでの

コミュニケーション内容として体験談や現状報告等が多いこと（古谷・坂田, 2006）、2種類の情報源からのメールとして不自然ではないことを考慮し、ちかん情報、集中講義、就職ガイダンスの3種類の内容を設定した。内容の種類を複数にしたのは、メールの内容を1種類に限定すると内容の種類によって結果に偏向が生じる可能性が考えられたからである。また、メールで送られてきた情報に対する認知やその情報の伝達の仕方にはインターネットの利用傾向も関与すると考えられる。例えば、インターネットを普段から多く利用する者はあまり利用しない者と比べて、メールやSNSによって情報を送受信することに負担を感じにくいといった違いが推測される。そこで、利用者の割合の高いメールとSNSの利用傾向による違いも検討することにした。したがって、本研究では独立変数として、情報活用の実践力、メールの情報源、インターネットの利用傾向を取り上げる。従属変数には情報に対する認知（自己との関連性、情報の重要性、情報内容確認傾向）と伝達の仕方（メール、口頭、SNS）を取り上げることにした。なお、情報活用の実践力とインターネットの利用傾向との間に弱いながらも有意な関連が見出されていることから（安藤他, 2004; 高比良他, 2001）、事前に独立変数間の相互独立性を検討したうえで分析を行うこととする。

方 法

実験参加者

女子大学生 114 名が本実験に参加した。このうち、回答に不備のなかった 109 名（有効回答率 95.61%）を分析対象者とした。

実施時期

2012 年 7 月下旬に質問紙実験を実施した。

手続き

授業時間の一部を使用して集団で一斉実施した。所要時間は約 15 分であった。実験実施にあたっては、実験への参加が任意であること、回答したくない項目には回答しなくてもよいこと、全体傾向について分析・検討するので個別の回答を取り上げることがないこと等を口頭および質問紙の表紙に印刷して説明した。

実験材料

2 種類（友人、大学）の情報源別に 3 種類（ちかん情報、集中講義、就職ガイダンス）の想定文を使用した（表 1）。情報源は参加者間要因とし、想定文は参加者内要因とした。したがって、実験参加者は、友人または大学からメールで送られてきたと仮定した 3 種類の想定文に対して回答した。なお、想定文の提示順序は参加者間でカウンターバランスを行った。

表1 使用した想定文

情報源	種類	想定文の内容
友人	ちかん情報	ちかん出没注意！！ 最近学校の帰りに同じ学科の〇〇ちゃんが、ちかんにあったらしいよ。ちかんってほんとくと本当に調子に乗ってくるらしいよ。ちかんにあったら通報するか、誰かに相談した方がいいよ。
	集中講義	集中講義について 夏休みにある集中講義の日程と教室が決まったって。掲示板に一覧表が貼ってあったよ。
	就職ガイダンス	就職ガイダンスの日程決定！！ 後期にある就職説明会と就職ガイダンスの日程が決まったらしいよ。就職課の掲示板のところに一覧表が貼ってあったよ。
大学	ちかん情報	ちかんなど性犯罪にご注意！！ ～夏に向け多発の恐れ！～ 最近、□□□区内で、帰宅途中の女子学生をねらう“ちかん”が出発しています。“ちかん”は卑劣な行為で、徐々に行為がエスカレートしていくものです。泣き寝入りせず、勇気をもって通報、相談しましょう。
	集中講義	集中講義のお知らせ 夏季に行われる集中講義の日程が決まりました。 詳しくは掲示板をご覧ください。
	就職ガイダンス	就職ガイダンスの日程決定！ 後期に開催される就職説明会と就職ガイダンスの日程が決定しました。詳しくは掲示板をご覧ください。

測定内容

以下の3つの事柄について測定を行った。

1) 基礎データ まず、携帯メールの使用状況について、①利用の有無、②一日の平均携帯メールの送受信数を尋ねた。①利用の有無では、「1. 使っている」または「2. 使っていない」のいずれかを選択するよう求め、②一日の平均携帯メールの送受信数については、回答欄に記入するよう求めた。次に、SNSの使用状況について、使用している場合は、一日の平均利用時間を分単位で回答欄に記入するよう求めた。SNSを使用していない場合は、選択肢「使っていない」を選択するよう求めた。

2) 想定文に対する反応項目 友人または大学から提示されている3種類の想定文のメールが送られてきた場合を想定し、メールの種類別に表2に示す6項目について5段階で回答するよう求めた。反応項目1については「1: まったく関係ないと思う」から「5: とても関係あると思う」の5段階で回答を求めた。反応項目2については「1: まったく重要でないと思う」から「5: とても重要であると思う」の5段階で回答を求めた。反応項目3から6については「1: まったく思わない」から「5: とても思う」の5段階で回答を求めた。また、情報源を友人と大学とした場合、メールが送られてくる可能性や頻度が異なる可能性と、参加者によって情報を伝えると想定する友人との親密度が異なる可能性が考えられたため、共変量項目①と②にも併せて回答するよう求めた。共変量項目①には「1: まったくないと思う」から「5: とてもあると思う」、共変量項目②には「1: あまり親しくない」から「5: とても親しい」の5段階で回答を求めた。各項目得点を分析に使用した。

表2 想定文に対する反応項目および共変量項目

項目	
反応項目	1 この情報はあなたにどの程度関係があると思いますか
	2 この情報はあなたにとってどの程度重要だと思いますか
	3 この情報について自分自身で調べようと思いますか
	4 この情報について、友人とメールしようと思いますか
	5 この情報について、友人と口頭で話そうと思いますか
	6 この情報について、mixiに書き込んだり、Twitterでつぶやいたりしようと思いますか
共変量項目	① あなたはこのようなメールが送られてくることがどの程度あると思いますか
	② この情報を伝えようと思う友人は、あなたとどの程度親しい友人ですか

3) 情報活用の実践力 高比良他（2001）の作成した情報活用の実践力尺度 7 下位尺度のうち特に情報の収集や発信に関連する 4 下位尺度（収集力、判断力、表現力、発言・伝達力）を選択した。さらに、選択した 4 下位尺度項目から、因子構造モデルの因果係数（推定値）の高い順に 3 項目を抽出して使用した。項目を抽出したところ、情報を発信したり表現したりすることに関する項目が相対的に少なかったため、発言・伝達力の因果係数が 4 番目に高かった「自分の考えを人に説明するのが苦手だ」も追加した。さらに、本研究において「友だちに連絡する時は、要件に応じて、連絡手段を使い分ける（メール・携帯電話・手紙など）」を新たに付け加えた。各項目内容があてはまる程度について 5 段階（1. 全くあてはまらない～5. 非常にあてはまる）で評定するよう求めた。

質問紙の構成

本実験用の質問紙は、友人からメールが送られてくることを想定した質問紙と大学からメールが送られてくることを想定した質問紙の 2 種類を使用した。各質問紙は、初めに基礎データに関する質問、次に 3 種類の想定文と各想定文に対する反応項目および共変量項目、最後に情報活用の実践力尺度の順に構成されていた。

結 果

携帯メールと SNS の使用状況

まず、各情報伝達機能を使用しているか否かについてみると、携帯メール使用者は 109 名（100.00%）、SNS 使用者は 84 名（77.06%）であった。次に、携帯メールの送受信数と SNS の利用時間についてみると、一日の平均携帯メール送受信数は 0 通から 150 通（中央値 10.00 通）であり、SNS の平均利用時間は 2 分から 600 分（中央値 40.00 分）であった。なお、一日の平均携帯メール送受信数が 0 通の者が 3 名含まれていたが、いずれも携帯メールを使用すると回答していたので分析対象者に含めることにした。また、平均利用時間を 1 日と回答した者が 3 名いた。これら 3 名については、上述の中央値の算出には含めなかったが、後述の群構成で利用多群に分類することにした。

因子分析

情報活用の実践力尺度 14 項目について逆転項目の得点を変換した後、因子分析（主因子法）を行った。その結果、固有値の減衰状況から 1 因子が妥当と判断した。1 因子解を固定して同様の因子分析を行ったところ、40 未満の因子負荷量を示した項目が 8 項目（項目 2、4、6、7、9、10、11、14）認められた。負荷量の低い項目が 8 項目と比較的多かったが、残り 6 項目に収集力、判断力、表現力、発言・伝達力の項目が含まれていたため、これら 8 項目を除外して再度因子分析を行った。その結果、表 3 に示す結果が得られた（ $\alpha = .75$ ）。6 項目の平均値を算出し、それを情報活用の実践力得点とした。したがって、情報活用の実践力得点の得点範囲は 1 点から 5 点の範囲にわたる。情報活用の実践力得点は得点が高いほど、必要な情報を主体的に収集・判断・表現し、受け手の状況などを踏まえて発信・伝達する傾向が強いことを意味する。

表3 情報活用の実践力の因子分析結果

項目	
8 集めた資料を整理するのは苦手である(*)	.69
5 たくさんの資料から必要な情報を見つけ出すのは 苦手である(*)	.69
13 自分の考えを人に説明するのが苦手だ(*)	.63
12 わかりやすい文章を書くのは苦手である(*)	.60
1 自分から進んで調べものをするのは少ない(*)	.43
3 授業でわからないことがあっても、先生に質問したり、 教科書や参考書でしらべるとはほとんどない(*)	.40
	寄与率(%) 34.30

(*)は逆転項目を意味する。除外した項目は以下の8項目であった。項目2「わからない事柄があったら、辞書や辞典をひくようにしている」、項目4「噂を聞いたときには、それがどのくらい根拠があるかを確認している」、項目6「対立する意見があるときにはいつも両方の言い分を聞いてそれぞれの良し悪しを判断するようにしている」、項目7「調べたことを整理するとき、文章だけでなく図や表も活用するよう心がけている」、項目9「文章を理解するために、自分で図や表に書き直してみることもある」、項目10「大勢の前で発表するときは、いふべきことを整理してから話すようにしている」、項目11「人に用件を伝えるときは、重要な部分に下線を引くなどして、相手が注目するように工夫している」、項目14「友だちに連絡するときは、用件に応じて、連絡手段を使い分ける(メール・携帯電話・手紙など)」。

群構成

情報活用の実践力得点の全体平均値（ $M = 2.83$ ）と標準偏差（ $SD = 0.69$ ）を基準に、情報活用高群（ $M+0.5SD$ 以上の 30 名）、中群（ $M \pm 0.5SD$ 範囲内の 45 名）、低群（ $M-0.5SD$ 以下の 34 名）を構成した。また、携帯メールの平均送受信数については、パーセンタイル値を基準に対象者を携帯メール利用多群（40 名）、中群（33 名）、少群（36 名）の 3 群に分類した。SNS の利用については、パーセンタイル値を基準に分類した SNS 利用多群（27 名）と少群（57 名）に加えて SNS を利用していない群（25 名）も設定した。

ところで、携帯メールと SNS の利用傾向について、携帯メールを多用する者は SNS も多用するという関係にある可能性が考えられた。そこで、携帯メール利用傾向群と SNS 利用傾向群の組み合わせ

わせに人数の偏りが認められるか否かについて χ^2 検定を行ったところ、予想に反して有意差は認められなかった ($\chi^2(4) = 1.68, p = .79$)。したがって、当初の目的どおり、携帯メール利用傾向群と SNS 利用傾向群それぞれについて検討することとした。

予備分析

以下の分析で独立変数とする要因間が独立の関係にあるか否かをあらかじめ検討した。まず、情報源と情報活用の実践力が独立の関係にあるかを検討するため、情報源を独立変数、情報活用の実践力得点を従属変数とする t 検定を行ったところ、有意差は認められなかった ($t(93.48) = 0.98, p = .33$)。次に、情報源によって携帯メール利用傾向群 ($\chi^2(2) = 2.24, p = .33$) や SNS 利用傾向群 ($\chi^2(2) = 0.90, p = .64$) の人数に偏りがあるか否かを検討するために 2 種類の χ^2 検定を行ったところ、いずれも有意ではなかった。さらに、携帯メールや SNS を利用する傾向と情報活用の実践力が独立の関係にあるか否かを検討するため、携帯メール利用傾向群と SNS 利用傾向群をそれぞれ独立変数、情報活用の実践力得点を従属変数とする分散分析を行った。その結果、携帯メール利用傾向群間 ($F(2, 106) = 1.19, p = .31$) でも、SNS 利用傾向群間 ($F(2, 106) = 0.80, p = .45$) でも有意差は認められなかった。これらの結果から、本研究で独立変数として取り上げる要因は互いに独立の関係にあると解釈される。

情報源×情報活用群×携帯メール利用傾向群の共分散分析

想定文の種類（ちかん情報、集中講義、就職ガイダンス）別に 6 つの反応項目をそれぞれ従属変数、情報源（友人、大学）、情報活用群（高群、中群、低群）、および携帯メール利用傾向群（多群、中群、少群）を独立変数とする共分散分析を行った。共変量については、反応項目 1 から 3 を従属変数とする場合には共変量項目①を、反応項目 4 から 6 を従属変数とする場合には共変量項目①と②をそれぞれ共変量とした。まず、ちかん情報に関する反応項目について共分散分析を行った（表 4）。その結果、情報源の主効果が反応項目 3 ($F(1, 90) = 4.39, p < .05$)、項目 4 ($F(1, 89) = 20.94, p < .001$)、項目 5 ($F(1, 89) = 20.96, p < .001$) で有意となり、いずれも友人を情報源とする場合が大学を情報源とする場合よりも高かった。次に、集中講義に関する反応項目について共分散分析を行った（表 5）。その結果、情報源の主効果が反応項目 4 ($F(1, 89) = 9.21, p < .01$) で有意となり、友人を情報源とする場合が大学を情報源とする場合よりも高かった。最後に、就職ガイダンスに関する反応項目について共分散分析を行った（表 6）。その結果、情報源の主効果が反応項目 4 ($F(1, 89) = 6.73, p < .05$) と項目 6 ($F(1, 89) = 5.35, p < .05$) で有意となり、いずれも友人を情報源とする場合が大学を情報源とする場合よりも高かった。

情報源×情報活用群×SNS 利用傾向群の共分散分析

3 種類の想定文別に 6 つの反応項目をそれぞれ従属変数、情報源（友人、大学）、情報活用群（高群、中群、低群）、および SNS 使用利用傾向群（多群、少群、利用していない群）を独立変数とする共分散分析を行った。共変量は上述の共分散分析と同様であった。まず、ちかん情報に関する反

応項目について共分散分析を行った(表7)。その結果、情報源の主効果が反応項目4($F(1, 89) = 9.95, p < .01$)と項目5($F(1, 89) = 16.81, p < .001$)で有意となり、いずれも友人を情報源とする場合が大学を情報源とする場合よりも高かった。次に、集中講義に関する反応項目について共分散分析を行った(表8)。その結果、情報源の主効果が反応項目4($F(1, 89) = 10.29, p < .01$)で有意となり、友人を情報源とする場合が大学を情報源とする場合よりも高かった。SNS利用傾向群の主効果が反応項目6($F(2, 89) = 5.34, p < .01$)で有意となり、SNS利用多群と少群が利用していない群よりも有意に高かった。反応項目6では、情報源と情報活用群の交互作用($F(2, 89) = 5.52, p < .01$)も有意であった。情報活用群別にみると、情報活用高群では、友人を情報源とする場合が大学を情報源とする場合よりも高かった。一方、情報源別にみると、大学を情報源とする場合、情報活用中群が高群や低群よりも高かった。

就職ガイダンスに関する反応項目について共分散分析を行った(表9)。その結果、情報源の主効果が反応項目4($F(1, 89) = 7.35, p < .01$)、項目5($F(1, 89) = 4.20, p < .05$)、項目6($F(1, 89) = 5.57, p < .05$)で有意となり、いずれも友人を情報源とする場合が大学を情報源とする場合よりも高かった。また、情報源と情報活用群の交互作用が反応項目6($F(2, 89) = 4.40, p < .05$)で有意となった。下位検定の結果、情報活用高群では、友人を情報源とする場合が大学を情報源とする場合よりも高かった。また、情報源とSNS利用傾向群の交互作用が反応項目4($F(2, 89) = 4.09, p < .05$)で有意となった。SNS利用傾向群別にみると、SNS利用少群と利用していない群では、友人を情報源とする場合が大学を情報源とする場合よりも有意に高かった。一方、情報源別にみると、友人を情報源とした場合には、SNS利用少群が多群よりも有意に高かった。さらに、反応項目4では二次の交互作用も有意となった($F(4, 89) = 3.00, p < .05$)。そこで、情報源別、情報活用群別、SNS利用傾向群別に下位分析を行った。情報源別に検討したところ、友人を情報源とした場合、SNS利用傾向群間に有意差が認められ($F(2, 41) = 3.62, p < .05$)、SNS利用少群が多群よりも有意に高かった。次いで、情報活用群別に検討したところ、情報活用高群において、情報源とSNS利用傾向群の交互作用が有意となった($F(2, 22) = 9.34, p < .01$)。SNS利用傾向群別にみると、SNS利用多群では大学を情報源とする場合が友人を情報源とする場合よりも有意に高かったのに対して、SNS利用少群では友人を情報源とする場合が大学を情報源とする場合よりも有意に高かった。一方、情報源別にみると、友人を情報源とした場合には、SNS利用少群と使用していない群が多群よりも有意に高かった。また、SNS利用傾向群別に検討した結果、SNS利用少群($F(2, 49) = 11.11, p < .01$)と利用していない群($F(2, 17) = 4.89, p < .05$)において、情報源間で有意差が認められ、どちらも友人を情報源とする場合が大学を情報源とする場合よりも有意に高かった。さらに、SNS利用少群において情報源と情報活用群の交互作用も有意となった($F(2, 49) = 3.36, p < .05$)。下位検定の結果、情報活用高群で友人を情報源とする場合が大学を情報源とする場合よりも有意に高かった。大学を情報源とする場合には、情報活用中群が高群よりも有意に高かった。

表4 ちか情報情報の想定文に対する情報源別・情報活用群別・携帯メール利用傾向群別の推定値(標準誤差)

		友人			大学		
		情報活用高群	情報活用中群	情報活用低群	情報活用高群	情報活用中群	情報活用低群
反応項目1*	メール利用多群	2.69 (0.54)	2.46 (0.36)	2.45 (0.38)	3.14 (0.38)	2.80 (0.30)	2.87 (0.34)
	メール利用中群	3.50 (0.39)	3.48 (0.38)	3.42 (0.35)	3.40 (0.53)	3.10 (0.36)	2.89 (0.46)
	メール利用少群	3.02 (0.38)	3.39 (0.42)	3.10 (0.39)	2.38 (0.38)	2.57 (0.29)	2.97 (0.54)
反応項目2*	メール利用多群	2.62 (0.56)	2.80 (0.38)	2.90 (0.40)	3.38 (0.40)	2.96 (0.31)	2.45 (0.35)
	メール利用中群	3.24 (0.41)	3.28 (0.39)	2.94 (0.37)	2.72 (0.55)	3.11 (0.37)	2.66 (0.48)
	メール利用少群	2.88 (0.39)	3.31 (0.44)	3.18 (0.40)	2.77 (0.40)	2.79 (0.30)	3.04 (0.56)
反応項目3*	メール利用多群	1.52 (0.49)	2.39 (0.33)	1.65 (0.35)	1.81 (0.35)	2.04 (0.27)	1.55 (0.31)
	メール利用中群	2.60 (0.36)	1.91 (0.34)	1.86 (0.32)	1.04 (0.49)	2.07 (0.33)	1.44 (0.42)
	メール利用少群	1.76 (0.34)	2.41 (0.38)	2.06 (0.35)	1.51 (0.35)	1.43 (0.27)	1.48 (0.49)
反応項目4**	メール利用多群	1.87 (0.47)	2.76 (0.32)	2.55 (0.33)	1.04 (0.33)	1.25 (0.26)	1.25 (0.29)
	メール利用中群	1.92 (0.34)	1.78 (0.33)	2.00 (0.31)	0.92 (0.46)	1.77 (0.31)	1.60 (0.40)
	メール利用少群	1.79 (0.33)	2.04 (0.37)	2.69 (0.34)	1.45 (0.33)	1.70 (0.26)	0.57 (0.47)
反応項目5**	メール利用多群	2.73 (0.62)	3.65 (0.42)	3.60 (0.44)	2.76 (0.44)	1.90 (0.35)	1.74 (0.39)
	メール利用中群	3.51 (0.45)	3.55 (0.44)	3.56 (0.41)	1.49 (0.62)	2.25 (0.41)	2.44 (0.54)
	メール利用少群	2.92 (0.44)	3.07 (0.49)	3.37 (0.45)	2.40 (0.44)	3.00 (0.34)	1.48 (0.63)
反応項目6**	メール利用多群	1.48 (0.45)	2.06 (0.31)	2.13 (0.32)	1.38 (0.32)	1.18 (0.25)	1.25 (0.28)
	メール利用中群	1.53 (0.33)	1.35 (0.32)	1.63 (0.30)	0.99 (0.45)	1.77 (0.30)	1.43 (0.39)
	メール利用少群	1.29 (0.32)	1.30 (0.36)	1.32 (0.33)	1.09 (0.32)	1.50 (0.25)	0.78 (0.46)

* 共変量①を共変量とした分析を行ったことを表す。 ** 共変量①と②を共変量とした分析を行ったことを表す。

表5 集中講義の想定文に対する情報源別・情報活用群別・携帯メール利用傾向群別の推定値(標準誤差)

		友人			大学		
		情報活用高群	情報活用中群	情報活用低群	情報活用高群	情報活用中群	情報活用低群
反応項目1*	メール利用多群	4.27 (0.48)	4.19 (0.32)	3.87 (0.34)	4.24 (0.34)	4.38 (0.26)	4.54 (0.29)
	メール利用中群	4.64 (0.34)	4.58 (0.34)	4.63 (0.31)	4.15 (0.48)	3.87 (0.31)	3.84 (0.41)
	メール利用少群	3.97 (0.34)	4.18 (0.37)	4.21 (0.34)	3.96 (0.34)	3.89 (0.26)	4.48 (0.48)
反応項目2*	メール利用多群	4.24 (0.47)	4.36 (0.31)	4.18 (0.33)	4.42 (0.33)	4.38 (0.25)	4.42 (0.28)
	メール利用中群	4.31 (0.33)	4.59 (0.33)	4.92 (0.30)	4.46 (0.46)	4.01 (0.30)	4.08 (0.40)
	メール利用少群	3.97 (0.33)	4.18 (0.36)	4.02 (0.33)	3.98 (0.33)	3.78 (0.25)	4.46 (0.46)
反応項目3*	メール利用多群	3.82 (0.55)	2.58 (0.36)	3.45 (0.39)	3.62 (0.39)	3.59 (0.30)	4.08 (0.34)
	メール利用中群	3.48 (0.39)	4.28 (0.39)	3.95 (0.36)	3.08 (0.55)	3.62 (0.36)	3.80 (0.47)
	メール利用少群	3.65 (0.39)	3.79 (0.42)	3.12 (0.39)	3.38 (0.39)	3.45 (0.30)	3.75 (0.55)
反応項目4**	メール利用多群	3.36 (0.68)	3.62 (0.45)	3.44 (0.48)	3.39 (0.48)	2.82 (0.37)	2.74 (0.41)
	メール利用中群	3.50 (0.49)	4.09 (0.48)	4.38 (0.44)	3.12 (0.67)	3.16 (0.44)	3.77 (0.58)
	メール利用少群	3.67 (0.48)	3.90 (0.52)	3.40 (0.48)	2.22 (0.48)	2.87 (0.38)	2.79 (0.67)
反応項目5**	メール利用多群	3.42 (0.51)	4.09 (0.33)	2.99 (0.36)	4.20 (0.36)	3.74 (0.28)	4.33 (0.31)
	メール利用中群	3.67 (0.36)	4.45 (0.35)	4.44 (0.33)	4.06 (0.50)	3.42 (0.33)	4.17 (0.44)
	メール利用少群	3.72 (0.35)	4.00 (0.39)	3.91 (0.36)	3.71 (0.36)	3.86 (0.28)	4.06 (0.50)
反応項目6**	メール利用多群	2.25 (0.72)	2.80 (0.47)	1.86 (0.51)	1.75 (0.50)	2.67 (0.39)	1.66 (0.43)
	メール利用中群	3.10 (0.51)	1.76 (0.50)	2.37 (0.46)	1.45 (0.71)	2.79 (0.46)	1.80 (0.61)
	メール利用少群	2.32 (0.50)	2.36 (0.55)	2.18 (0.51)	1.19 (0.51)	2.20 (0.39)	1.11 (0.71)

* 共変量①を共変量とした分析を行ったことを表す。 ** 共変量①と②を共変量とした分析を行ったことを表す。

表6 就職ガイダンスの想定文に対する情報源別・情報活用群別・携帯メール利用傾向群別の推定値(標準誤差)

		友人			大学		
		情報活用高群	情報活用中群	情報活用低群	情報活用高群	情報活用中群	情報活用低群
反応項目1*	メール利用多群	3.30 (0.57)	3.27 (0.37)	3.48 (0.41)	3.21 (0.40)	3.47 (0.31)	3.04 (0.36)
	メール利用中群	4.30 (0.40)	4.23 (0.41)	3.20 (0.37)	3.45 (0.57)	3.62 (0.37)	3.12 (0.49)
	メール利用少群	2.62 (0.40)	3.43 (0.44)	3.21 (0.40)	2.94 (0.41)	3.03 (0.31)	4.12 (0.57)
反応項目2*	メール利用多群	3.30 (0.60)	3.12 (0.39)	3.31 (0.43)	3.38 (0.42)	3.67 (0.33)	3.17 (0.38)
	メール利用中群	4.13 (0.43)	4.06 (0.44)	3.34 (0.39)	3.45 (0.60)	3.62 (0.39)	3.12 (0.52)
	メール利用少群	2.62 (0.42)	3.43 (0.47)	3.54 (0.42)	2.95 (0.43)	3.13 (0.33)	4.45 (0.60)
反応項目3*	メール利用多群	2.56 (0.74)	3.13 (0.48)	3.20 (0.53)	2.53 (0.52)	3.20 (0.41)	2.68 (0.47)
	メール利用中群	3.43 (0.52)	3.76 (0.54)	3.16 (0.49)	2.83 (0.74)	3.29 (0.48)	2.90 (0.64)
	メール利用少群	2.30 (0.52)	3.02 (0.57)	3.37 (0.52)	2.04 (0.53)	2.70 (0.41)	2.83 (0.74)
反応項目4**	メール利用多群	2.50 (0.70)	3.16 (0.46)	2.52 (0.50)	2.03 (0.49)	2.64 (0.38)	1.74 (0.45)
	メール利用中群	3.05 (0.50)	3.29 (0.51)	2.68 (0.46)	2.73 (0.70)	2.14 (0.46)	2.97 (0.60)
	メール利用少群	2.66 (0.49)	2.89 (0.54)	3.24 (0.49)	1.58 (0.50)	2.99 (0.39)	1.05 (0.70)
反応項目5**	メール利用多群	2.24 (0.67)	3.82 (0.44)	2.76 (0.48)	2.21 (0.47)	3.01 (0.37)	2.94 (0.43)
	メール利用中群	3.67 (0.48)	3.68 (0.49)	3.86 (0.44)	3.09 (0.67)	2.89 (0.44)	2.70 (0.58)
	メール利用少群	3.00 (0.47)	3.05 (0.52)	3.27 (0.47)	2.55 (0.48)	3.07 (0.37)	3.60 (0.67)
反応項目6**	メール利用多群	2.09 (0.62)	2.30 (0.41)	1.98 (0.44)	1.51 (0.44)	1.66 (0.34)	1.30 (0.40)
	メール利用中群	2.56 (0.44)	1.69 (0.45)	2.06 (0.40)	1.25 (0.62)	2.26 (0.40)	1.46 (0.53)
	メール利用少群	1.98 (0.44)	1.62 (0.48)	2.01 (0.44)	1.04 (0.44)	2.02 (0.34)	0.96 (0.62)

* 共変量①を共変量とした分析を行ったことを表す。** 共変量①と②を共変量とした分析を行ったことを表す。

表7 ちかん情報の想定文に対する情報源別・情報活用群別・SNS利用傾向群別の推定値(標準誤差)

		友人			大学		
		情報活用高群	情報活用中群	情報活用低群	情報活用高群	情報活用中群	情報活用低群
反応項目1*	SNS利用多群	3.18 (0.68)	3.18 (0.68)	3.04 (0.34)	2.99 (0.36)	2.51 (0.47)	2.52 (0.48)
	SNS利用少群	3.71 (0.39)	3.08 (0.29)	3.09 (0.33)	2.94 (0.39)	2.86 (0.23)	2.64 (0.37)
	利用していない群	2.68 (0.36)	3.01 (0.43)	2.68 (0.68)	2.27 (0.67)	2.68 (0.43)	3.66 (0.48)
反応項目2*	SNS利用多群	3.54 (0.66)	3.04 (0.66)	3.14 (0.32)	3.34 (0.35)	2.66 (0.46)	2.07 (0.46)
	SNS利用少群	3.47 (0.38)	3.30 (0.28)	3.12 (0.32)	2.82 (0.38)	3.03 (0.22)	2.71 (0.35)
	利用していない群	2.40 (0.35)	2.73 (0.42)	2.04 (0.66)	2.32 (0.65)	2.74 (0.41)	2.98 (0.46)
反応項目3*	SNS利用多群	1.30 (0.63)	2.30 (0.63)	1.83 (0.31)	1.87 (0.34)	1.70 (0.44)	1.65 (0.44)
	SNS利用少群	2.17 (0.36)	2.21 (0.27)	1.86 (0.30)	1.23 (0.36)	1.86 (0.21)	1.55 (0.34)
	利用していない群	2.13 (0.33)	2.18 (0.40)	1.80 (0.63)	1.40 (0.62)	1.86 (0.40)	1.35 (0.44)
反応項目4**	SNS利用多群	1.19 (0.60)	2.41 (0.61)	2.57 (0.30)	1.27 (0.32)	1.78 (0.41)	1.41 (0.41)
	SNS利用少群	1.81 (0.34)	2.29 (0.25)	2.24 (0.29)	1.05 (0.34)	1.64 (0.20)	1.43 (0.32)
	利用していない群	2.02 (0.31)	1.90 (0.38)	2.01 (0.60)	1.45 (0.58)	1.19 (0.38)	0.83 (0.42)
反応項目5**	SNS利用多群	3.50 (0.78)	3.86 (0.80)	3.75 (0.39)	2.76 (0.42)	2.06 (0.55)	1.52 (0.55)
	SNS利用少群	3.36 (0.45)	3.63 (0.33)	3.36 (0.38)	2.08 (0.45)	2.55 (0.27)	1.92 (0.42)
	利用していない群	2.75 (0.41)	2.87 (0.50)	3.07 (0.79)	1.87 (0.77)	2.14 (0.49)	2.33 (0.55)
反応項目6**	SNS利用多群	1.21 (0.57)	1.11 (0.58)	1.15 (0.28)	1.46 (0.30)	1.36 (0.40)	1.42 (0.40)
	SNS利用少群	1.63 (0.33)	1.73 (0.24)	1.95 (0.28)	0.97 (0.33)	1.57 (0.19)	1.30 (0.30)
	利用していない群	1.29 (0.30)	1.52 (0.36)	1.14 (0.58)	0.94 (0.56)	1.13 (0.36)	0.87 (0.40)

* 共変量①を共変量とした分析を行ったことを表す。** 共変量①と②を共変量とした分析を行ったことを表す。

表8 集中講義の想定文に対する情報源別・情報活用群別・SNS利用傾向群別の推定値(標準誤差)

		友人			大学		
		情報活用高群	情報活用中群	情報活用低群	情報活用高群	情報活用中群	情報活用低群
反応項目1*	SNS利用多群	3.91 (0.58)	4.41 (0.58)	4.18 (0.29)	4.29 (0.31)	3.92 (0.41)	5.09 (0.41)
	SNS利用少群	4.47 (0.34)	4.39 (0.25)	4.22 (0.28)	3.80 (0.34)	3.94 (0.20)	4.16 (0.31)
	利用していない群	4.26 (0.31)	4.11 (0.37)	4.73 (0.58)	4.41 (0.58)	4.64 (0.37)	3.91 (0.41)
反応項目2*	SNS利用多群	3.92 (0.58)	4.42 (0.58)	4.29 (0.29)	4.44 (0.31)	4.17 (0.41)	4.83 (0.41)
	SNS利用少群	4.14 (0.34)	4.49 (0.25)	4.44 (0.28)	3.97 (0.34)	3.99 (0.20)	4.30 (0.31)
	利用していない群	4.25 (0.31)	4.12 (0.37)	4.75 (0.59)	4.42 (0.58)	4.25 (0.37)	3.92 (0.41)
反応項目3*	SNS利用多群	1.95 (0.69)	3.95 (0.69)	3.48 (0.35)	3.49 (0.37)	3.53 (0.48)	4.05 (0.49)
	SNS利用少群	3.82 (0.40)	3.36 (0.30)	3.40 (0.32)	3.48 (0.40)	3.62 (0.23)	3.86 (0.37)
	利用していない群	3.92 (0.37)	3.55 (0.43)	4.34 (0.69)	2.95 (0.69)	3.01 (0.44)	3.95 (0.49)
反応項目4**	SNS利用多群	2.92 (0.80)	3.92 (0.80)	3.67 (0.41)	3.88 (0.43)	3.38 (0.57)	3.13 (0.57)
	SNS利用少群	3.56 (0.47)	3.87 (0.35)	3.80 (0.39)	1.84 (0.46)	3.01 (0.27)	3.05 (0.43)
	利用していない群	3.69 (0.43)	3.78 (0.52)	4.16 (0.81)	2.42 (0.80)	2.26 (0.51)	2.86 (0.57)
反応項目5**	SNS利用多群	3.95 (0.62)	4.45 (0.62)	3.51 (0.31)	4.49 (0.33)	3.82 (0.44)	4.40 (0.44)
	SNS利用少群	3.64 (0.36)	4.28 (0.27)	3.92 (0.30)	3.39 (0.36)	3.68 (0.21)	4.21 (0.34)
	利用していない群	3.54 (0.33)	3.85 (0.40)	4.62 (0.63)	3.95 (0.62)	3.71 (0.40)	4.07 (0.44)
反応項目6**	SNS利用多群	3.42 (0.77)	1.42 (0.77)	1.92 (0.39)	1.87 (0.41)	3.76 (0.55)	2.13 (0.55)
	SNS利用少群	3.06 (0.45)	2.86 (0.33)	2.57 (0.37)	1.01 (0.45)	2.62 (0.26)	1.63 (0.42)
	利用していない群	1.98 (0.41)	1.39 (0.49)	1.66 (0.78)	1.42 (0.77)	1.26 (0.49)	0.86 (0.55)

* 共変量①を共変量とした分析を行ったことを表す。**共変量①と②を共変量とした分析を行ったことを表す。

表9 就職ガイダンスの想定文に対する情報源別・情報活用群別・SNS利用傾向群別の推定値(標準誤差)

		友人			大学		
		情報活用高群	情報活用中群	情報活用低群	情報活用高群	情報活用中群	情報活用低群
反応項目1*	SNS利用多群	4.15 (0.70)	4.12 (0.70)	2.74 (0.35)	3.33 (0.38)	3.77 (0.50)	3.50 (0.49)
	SNS利用少群	4.04 (0.40)	3.52 (0.30)	3.66 (0.34)	3.00 (0.42)	3.46 (0.23)	3.23 (0.39)
	利用していない群	2.68 (0.38)	3.61 (0.44)	3.62 (0.70)	3.12 (0.70)	2.62 (0.44)	3.28 (0.50)
反応項目2*	SNS利用多群	3.64 (0.75)	4.12 (0.75)	2.87 (0.38)	3.33 (0.40)	3.51 (0.53)	3.50 (0.53)
	SNS利用少群	4.04 (0.43)	3.34 (0.32)	3.66 (0.36)	3.16 (0.45)	3.57 (0.25)	3.37 (0.41)
	利用していない群	2.68 (0.40)	3.61 (0.48)	4.12 (0.75)	3.12 (0.75)	3.02 (0.47)	3.53 (0.54)
反応項目3*	SNS利用多群	2.19 (0.89)	4.60 (0.89)	2.73 (0.45)	2.59 (0.48)	2.92 (0.63)	3.25 (0.63)
	SNS利用少群	3.37 (0.51)	3.05 (0.38)	3.62 (0.43)	2.25 (0.54)	3.18 (0.30)	2.72 (0.49)
	利用していない群	2.50 (0.48)	3.38 (0.57)	3.60 (0.89)	2.10 (0.89)	2.62 (0.56)	2.34 (0.64)
反応項目4**	SNS利用多群	0.69 (0.81)	3.39 (0.81)	2.33 (0.40)	2.57 (0.43)	2.48 (0.57)	2.41 (0.57)
	SNS利用少群	3.67 (0.47)	2.98 (0.35)	3.25 (0.39)	1.12 (0.49)	2.68 (0.27)	2.05 (0.45)
	利用していない群	2.70 (0.44)	3.61 (0.52)	3.08 (0.80)	2.18 (0.81)	2.53 (0.51)	0.91 (0.58)
反応項目5**	SNS利用多群	3.06 (0.79)	3.77 (0.80)	2.74 (0.40)	3.05 (0.42)	3.08 (0.56)	3.35 (0.56)
	SNS利用少群	3.66 (0.46)	3.71 (0.34)	3.89 (0.38)	1.53 (0.48)	3.14 (0.26)	2.60 (0.44)
	利用していない群	2.72 (0.43)	3.35 (0.51)	3.61 (0.79)	3.28 (0.79)	2.41 (0.50)	3.05 (0.57)
反応項目6**	SNS利用多群	3.88 (0.69)	1.09 (0.70)	1.67 (0.34)	1.64 (0.37)	2.65 (0.49)	1.77 (0.49)
	SNS利用少群	2.35 (0.40)	2.16 (0.30)	2.46 (0.33)	0.72 (0.42)	2.00 (0.23)	1.21 (0.39)
	利用していない群	1.68 (0.37)	1.72 (0.44)	1.55 (0.69)	1.52 (0.69)	1.18 (0.44)	0.82 (0.49)

* 共変量①を共変量とした分析を行ったことを表す。**共変量①と②を共変量とした分析を行ったことを表す。

考 察

本研究では、情報活用の実践力、情報源、メール・SNSの利用傾向によるメール情報の認知や伝達傾向の違いを検討することを目的とした。質問紙実験を行った結果、メール情報に対する認知の反応項目にはほとんど違いがみられなかったのに対して、情報の伝達傾向の反応項目に違いがみられた。そこで、情報伝達に関する反応項目の結果に着目して考察する。

情報活用の実践力による違い

まず、情報活用群間差についてみると、いずれの分析においても群の主効果は有意ではなかった。さらに、各情報活用群の情報伝達得点（実測値）をみると、情報活用高群（1.30～3.83）、中群（1.52～3.92）、低群（1.47～3.94）間で得点傾向に大きな違いは認められなかった。したがって、情報活用の実践力が高ければ単純に受け取った情報を伝達する傾向が強いとはいえない。なお、この得点傾向は情報の認知に関する項目でも同様であった。一方、交互作用についてみると、集中講義の情報について SNS を使って情報伝達を行う傾向（反応項目 6）は、情報活用高群では友人からのメールを受け取った場合に、大学から受け取った場合よりも高かった（表 8）。同様の結果は就職ガイダンスについてのメールを受け取った場合でも認められた（表 9）。それに対して、大学からのメールの場合には、情報活用中群が SNS を使って情報伝達を行う傾向は高群や低群よりも高かった（表 8）。類似した結果は、就職ガイダンスについてメールによる情報伝達を行う傾向（反応項目 4）でも認められた（表 9）。すなわち、SNS 少群において情報活用高群は友人からのメールの場合に、大学から受け取った場合よりも友人にメールで伝達する傾向にあった。それに対して、大学からのメールの場合、情報活用中群は高群よりもメールで伝達する傾向にあった。つまり、情報活用高群と中群では情報源の種類によって送られてきた情報を友人に伝達する傾向が異なり、低群では情報源による顕著な違いが認められないことが明らかになった。

このような群間差がみられた理由として、情報源による情報伝達の目的や範囲に対する捉え方の違いがあげられる。大学から送られてくるメールは関係する学生全員に周知する目的で配信されたものであるのに対して、友人から送られてくるメールは情報を知った友人が情報受信者（対象者）に教えるために配信されものと考えられる。このような 2 種類の情報源からのメールに対して、情報活用高群と中群間で伝達の仕方が異なったのは、情報内容と情報源から受け取った情報がどのような目的でどの程度の範囲に伝達されているかに対する判断の仕方が異なったからと考えることができる。つまり、情報活用高群は、友人からのメールの場合には、自分が受け取った情報を知らない友人がいる可能性を想定して友人に情報を伝達し、大学からのメールの場合は一斉に周知されている情報であると考えて友人に情報を伝達しなくても情報が伝わっていると判断したものと示唆される。それに対して、情報活用中群は大学という情報源からの情報は重要なものであると判断して友人に伝達しようと考えたのかもしれない。さらに、情報活用低群では情報源に基づく判断をしなかった可能性が考えられる。しかし、本研究では受け取った情報を伝達する理由について明らかに

できないため、情報活用群間で情報伝達の傾向が異なった理由について今後検討する必要があるだろう。さらに、本研究では想定文の内容を考慮して情報の送受信に着目したため、情報活用の実践力の6側面うち情報の送受信に関連があると思われる4側面のみを取り上げて測定した。しかし、今後はすべての側面を含めて具体的な情報の認知や伝達の傾向等との関連性を詳細に検討する必要がある。

ところで、本研究では情報活用の実践力によってメール情報の認知や伝達傾向が異なるか否かを検討することを主目的として共分散分析を使用して検討を行ったが、実際の情報伝達場面では情報の認知と伝達行動は関連すると考えられる。したがって、情報活用の実践力の程度が受け取った情報の認知や判断の仕方に影響し、さらに情報伝達行動に影響するといった影響過程を検討することも重要と考えられる。本研究で収集したデータではこのような影響過程について詳細な検討を行うことは難しいが、追加分析として2つの共変量項目を統制し、想定文別・情報活用群別に認知項目（反応項目1、2、3）と伝達項目（反応項目4、5、6）間の偏相関係数を算出した（表10）。その結果、就職ガイダンスについては、すべての群に共通して、情報の関係性、重要性、および確認傾向が高い者ほど口頭で情報伝達をする傾向にあった。同様の関連性は、集中講義でも認められた。ちかん情報や就職ガイダンスでは、メール情報の確認傾向が高い者ほどメールで情報伝達をする傾向が高い関係にあった。また、情報活用群別の特徴についてみると、情報活用高群では、情報の重要性が高いと判断した場合、すべての想定文に関して口頭で情報伝達をする傾向にあった。さらに情報活用高群では、ちかん情報について3つの情報認知項目の得点が高い者ほどSNSで情報伝達する傾向にあった。それに対して中群や低群では一貫した有意な偏相関は認められなかった。情報活用高群に特徴的な関連性が認められたが、受け取った情報の処理・伝達に関わる影響過程を明らかにするためには、認知変数や行動変数等を精査したうえでモデル検討を行う必要がある。

表10 想定文別・情報活用群別の偏相関係数

		ちかん情報			集中講義			就職ガイダンス		
		反応項目1 (関係性)	反応項目2 (重要性)	反応項目3 (確認傾向)	反応項目1 (関係性)	反応項目2 (重要性)	反応項目3 (確認傾向)	反応項目1 (関係性)	反応項目2 (重要性)	反応項目3 (確認傾向)
反応項目4 (メール)	高群	.26	.35	.74 **	.06	.36	.36	.30	.34	.55 **
	中群	.13	.16	.57 **	.07	.13	.15	.46 **	.53 **	.68 **
	低群	.15	.39 *	.63 **	.13	.25	.23	.39 *	.36 *	.63 **
反応項目5 (口頭)	高群	.63 **	.52 **	.39 *	.33	.70 **	.34	.60 **	.57 **	.65 **
	中群	.17	.30	-.04	.55 **	.65 **	.58 **	.45 **	.45 **	.59 **
	低群	.26	.46 **	.23	.52 **	.33	.22	.54 **	.53 **	.38 *
反応項目6 (SNS)	高群	.51 **	.48 **	.50 **	-.09	.06	.04	.17	.08	.19
	中群	.23	.20	.25	-.09	.07	-.09	.18	.08	.23
	低群	.21	.29	.44 *	.09	.14	-.02	.19	.19	.24

高群 $df = 26$, 中群 $df = 41$, 低群 $df = 30$ 。* $p < .05$, ** $p < .01$ 。

情報源および携帯メール・SNS利用傾向による違い

本研究では情報源とメールやSNSの利用傾向も要因として検討した。情報源についてみると、本

研究で取り上げた3種類の情報いずれについても、友人からメールが送られてきた場合に友人にメールによる情報伝達を行う傾向（反応項目4）にあった。さらに、ちかん情報や就職ガイダンスに関するメール情報が友人から送られてきた場合には、口頭やSNSで友人に情報伝達をする傾向も認められた。また、メールやSNSの利用傾向による違いをみると、メールの利用傾向にはいずれの分析でも有意差が認められなかった。それに対して、SNSの利用傾向では情報伝達傾向に違いが認められ、集中講義の情報についてSNSを使った情報伝達を行う傾向（反応項目6）は、SNS多群と少群がSNSを利用していない群よりも高かった（表8）。加えて、就職ガイダンスの情報について友人にメールによる情報伝達を行う傾向（反応項目4）は、SNS少群と利用していない群で友人から情報が送られてきた場合に高かった。さらに、表9の情報活用高群についてみると、友人からメールが送られてきた場合、SNS利用少群と利用していない群はSNS多群よりもメールで情報伝達を行う傾向にあった。加えて、情報活用高群がSNSで情報伝達をする傾向（反応項目6）の得点をみると、SNS多群は他の2群よりも高い得点を示していた。この得点傾向は、集中講義についても同様であった（表8）。これらの得点傾向を考慮すると、情報活用高群においては、メディアの選択傾向がSNSを利用する程度によって異なることが示唆される。すなわち、SNSを利用する機会が少ない者は情報が送られてきたメディアを利用して情報伝達をするのに対して、SNSを多用する者はメールで送られてきた情報であっても情報伝達する際にはSNSを利用することが窺えた。

本研究の限界と今後の課題

最後に、本研究の限界と今後の課題について3点指摘する。まず、本研究では情報伝達をする対象を友人としたが、友人を限定していなかったため、特にメールやSNSでの情報伝達に関しては、メールを受け取った友人（メール送信者）に返信する可能性を排除できないという限界がある。情報源や情報を伝達する相手としての友人を明確に設定することでより詳細な検討が可能になる。次に、3種類のメール内容を設定した結果、集中講義と就職ガイダンスでは有意差がいくつか認められたが、ちかん情報では有意差がほとんど認められなかった。情報の関連度（反応項目1）や重要性（反応項目2）をみると、ちかん情報は集中講義や就職ガイダンスよりも相対的に低い値になっていた。このことから、自分に関連性が高く重要だと思う情報については、情報活用の実践力やメディアの利用傾向によって伝達の仕方が異なる可能性が考えられる。今後は、提示する情報内容等についても精査したうえで検討していく必要がある。最後に、本研究では性別や年代の影響を排除するために女子大学生のみを対象とした。しかし、先行研究等（古谷・坂田, 2006; 宮川他, 2010; 西村, 2003; 総務省, 2011）で性別や年代による違いが見出されており、社会的な役割（例えば、学生と社会人）や相手との関係性によってもインターネットの利用傾向や情報の取扱い方等が異なるとも考えられるため、これらの要因も踏まえた研究も必要であろう。

引用文献

安藤玲子・高比良美詠子・坂元 章 (2004). 小学生のインターネット使用と情報活用の実践力との

- 因果関係 日本教育工学会論文誌, **28**, 65-68.
- 古谷嘉一郎・坂田桐子 (2006). 対面、携帯電話、携帯メールでのコミュニケーションが友人との関係維持に及ぼす効果: コミュニケーションのメディアと内容の適合性に注目して 社会心理学研究, **22**, 72-84.
- 情報化の進展に対応した初等中等教育における情報教育の推進等に関する調査研究協力者会議 (1998). 情報化の進展に対応した教育環境の実現に向けて(情報化の進展に対応した初等中等教育における情報教育の推進等に関する調査研究協力者会議 最終報告) 文部科学省 1998年8月 <http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/shotou/002/toushin/980801.htm> (2014年1月20日)
- 宮川洋一・市原靖士・上之園哲也・森山 潤 (2010). 情報活用の実践力に対する熟慮・衝動型認知スタイルの影響: 中学生を対象とした検討 日本教育工学会論文誌, **34**, 33-36.
- 森 敏昭・清水益治・石田 潤・富永美穂子 (2003). 大学生の自己教育力と情報活用の実践力および情報化社会レディネスとの関係 広島大学大学院教育学研究科紀要第一部, **52**, 1-8.
- 西村洋一 (2003). 対人不安、インターネット利用、およびインターネットにおける人間関係 社会心理学研究, **19**, 124-134.
- 総務省 (2011). 平成 23 年版情報通信白書 総務省 2011 年 8 月 9 日 <<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h23/pdf/index.html>> (2013 年 12 月 25 日)
- 総務省 (2013a). 平成 24 年通信利用動向調査の結果 総務省 2013 年 6 月 14 日 <http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/130614_1.pdf> (2013 年 12 月 25 日)
- 総務省 (2013b). 平成 25 年版情報通信白書 総務省 2013 年 7 月 16 日 <<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h25/pdf/25honpen.pdf>> (2013 年 12 月 25 日)
- 高比良美詠子・坂元 章・森津太子・坂元 桂・足立にれか・鈴木佳苗・勝谷紀子・小林久美子・木村文香・波多野和彦・坂元 昂 (2001). 情報活用の実践力尺度の作成と信頼性および妥当性の検討 日本教育工学雑誌, **24**, 247-256.
- Zimmerman, B. J. (1989). A social cognitive view of self-regulated academic learning. *Journal of Educational Psychology*, **81**, 329-339.

Effects of information literacy, source, and media usage on perception and transmission of information

Naoko NIIMI (Hiroshima Bunkyo Women's University)

and

Izumi KOSHIMO (Jinpuen)

The information society requires developing information literacy, which is defined as the ability to choose and utilize information and information media. Effects of information literacy, the source of information (friends, the university), and media usage, such as using mobile phones and social network services (SNS), on the perception and transmission of information among female university students was investigated. The results indicated the following. (1) Students in the high information literacy group tended to transmit messages originating from friends, more often than those originating from their university. On the other hand, students in the medium information literacy group tended to transmit messages originating from their university, more often than those originating from friends. (2) Regardless of the content of a message, students were more likely to transmit messages originating from friends than those originating from their university. (3) It is suggested that the choice of the media for transmitting messages is related to SNS usage.

Key words: information literacy, source, media usage, perception and transmission of information