



Tokyo Gakugei University Repository

東京学芸大学リポジトリ

<http://ir.u-gakugei.ac.jp/>

Title	高等教育におけるマス・メディア接触の影響：心理学・社会心理学・教育工学・情報教育へのイメージ及び興味・知識
Author(s)	和田, 正人
Citation	東京学芸大学紀要. 第1部門, 教育科学, 55: 345-352
Issue Date	2004-02-27
URL	http://hdl.handle.net/2309/2132
Publisher	東京学芸大学紀要出版委員会
Rights	

高等教育におけるマス・メディア接触の影響

——心理学・社会心理学・教育工学・情報教育へのイメージ及び興味・知識——

和田 正人

教育実践総合センター*

(2003年10月31日受理)

1. はじめに

本研究の目的は、大学生が大学の科目について、学習前にマス・メディアからの情報により、どのようなイメージや態度を持っているかを明らかにすることである。

大学生は、大学入学後に、それまで小・中・高校と続いた文部科学省が決めた学習指導要領における科目以外を選んで学習していく。例えば、心理学や教育工学という学問は、大学に来て始めて学ぶ。しかし、TVの教養・情報番組からバラエティ番組にまで、学問の成果が多く取り入れ、大学で学ぶ以前に知識の一部を得ている。

例えば、心理学を大学で学ぶときには、すでにトラウマという言葉や、ジンバルドの囚人と看守の実験をかなりの大学生が聞いている。つり橋実験はデートを成功させるためのノウハウとして実践している学生さえもいる。テレビによるせいか、心理学に良いイメージを持っている半面、統計の授業を始めた途端、心理学への情熱が冷めてしまうことも多々見受けられる。一方、テレビに取り上げられることが少ない教育工学は、いまだに言葉が定着しないどころか、情報教育に置き換えられつつある。

従来は、大学では、教師はまず学問への興味を高めることに力を注いできた。しかし、現在は最初にマス・メディアが興味を高め、それを利用できる科目の場合は、大学教師の負担は大幅に減るが、マス・メディアで取り上げられない科目の場合には、履修学生の減少により、科目の存続さえ危うい現状がある。

マス・メディア接触がその科目のイメージを与え、それが科目への興味を左右し、その結果知識獲得へも

影響する。さらにその科目がどのような効用があるかもマス・メディア接触からあらかじめ予測している(図1)と考えられる。

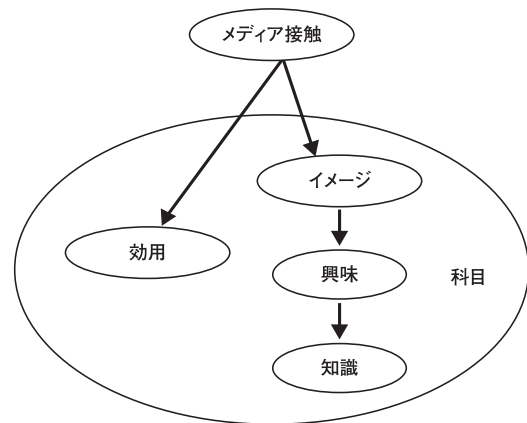


図1. メディア接触と科目

したがって、マス・メディア接触によって、学生に学習前の科目に与える影響を明らかにすることで、授業をより効果的にし、高等教育の改善に役立つと考えられる。

そこで、本研究では心理学、社会心理学及び教育工学と情報教育の科目を取り上げて、それぞれのイメージや態度を調べることにする。

2. 心理学への影響

2.1 はじめに

大学1年生が初めて心理学の講義を受講する際には、すでにメディアを通じて、心理学に関連する知識を得ているが、非常に偏ったしかも誤った知識が多い。心理学を学習すればすぐカウンセリングができるとか、センセーショナルな犯罪をおこした者の心理がわかる

* 東京学芸大学 (184-8501 小金井市貫井北町4-1-1)

等のトピックス的なことに興味や関心を持って授業に臨む。しかし、統計の学習という未知の事を学習することで意欲を減退させ、ひいては心理学への興味を失うこともある。

そこで、本研究では、大学生が心理学について、授業以前にどのようなメディアから知識を得て、どのようなイメージを形成して、どのような興味を持っているかを明らかにする。さらに、授業が全て終了後に、イメージ、態度、知識がどのように変化したかを明らかにする。このことにより、心理学の教育方法の基礎を提供する。

2.2 方法

2.2.1 事前調査

関東近県の理工学系大学の理工学部選択総合科目「こころの科学」の1年生の履修学生487名を対象に2002年4月に質問紙法で行なった。

2.2.2 質問項目

- (1) 心理学を知るメディア：テレビ（ドラマ、バラエティ、ニュース、教養番組）、雑誌、本からの情報量を、非常に多いから非常に少ないまでの7点尺度で測定した。
- (2) 心理学へのイメージ：SD法を用い、豊田の尺度¹⁾の、狭い-広い、不便-便利、怖い-優しい、退屈-興味深い、不安-安心、雑然-整然の修飾語対を5点尺度で測定した。
- (3) 心理学の興味と知識の程度：心理学6領域として、知覚（エッシャーの図と地の図形や感覚遮断実験など）、学習（条件反射や記憶の忘却曲線など）、動機づけ（ホメオスタシスや攻撃の欲求など）、パーソナリティ（フロイトや知能テストなど）、発達（ピアジェの説や遺伝と環境の問題など）社会（態度変容や同調行動など）と3トピックス（トラウマ、多重人格、快樂殺人）とした。これらについて、興味と知識を、非常に興味ありから全く興味なし、非常によく知っているから全く知らないまで、それぞれ7点尺度で測定した。
- (4) 心理学的迷信：超常現象、血液型性格、心理ゲームへの信念を、絶対に信じるから絶対に信じないまでの7点尺度で測定した。

2.2.3 事後調査

2002年7月の授業の最終回に同様の質問紙調査を、同じ対象に実施した。メディア接触に関しては、授業開始の4月から7月までのメディア接触による心理学の情報量とした。

授業はテキストに「マンガ心理学入門—現代心理学

の全体像が見える」²⁾を用い、Q&Aのレポート形式とした。内容は次の通りである。

- 1) オリエンテーション
- 2) 心理学とは何か：心理学と精神医学、心理学の方法
- 3) 心理学以前：ダーウィンの進化論
- 4) 精神分析：フロイトの評価
- 5) 行動主義：学習の理論、条件づけ、カウンセリングへの利用
- 6) 認知心理学：知るということ
- 7) 人間性心理学：欲求の階層、セラピーとは
- 8) 生物心理学：脳の機能

また、授業中に、映画「アルジャーノンに花束を」と「グッド・ウィル・ハンティング」を数回に分けて視聴させた。

2.3 結果

2.3.1 心理学を知るメディア

バラエティ番組の心理テストが最も多く、本、雑誌もあった。また、授業後には、マス・メディアからの情報量が減少している傾向が見られた（図2.1）。

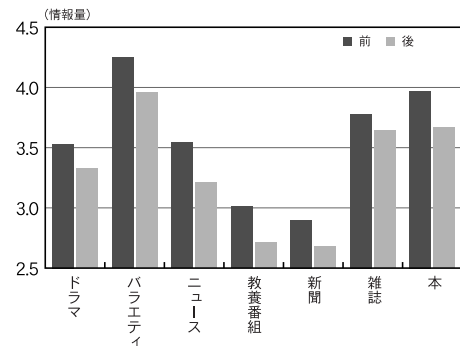


図2.1 心理学の情報源

2.3.2 心理学のイメージ

狭い、退屈、不便のイメージが低かった。また授業後にイメージの大きな変化はなかった（図2.2）。

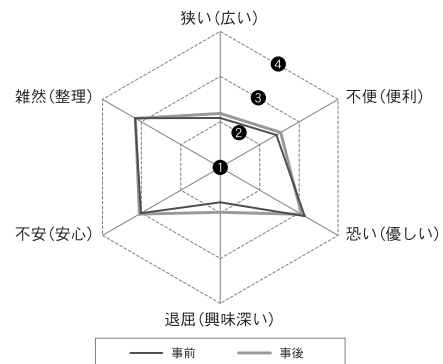


図2.2 心理学イメージ (中間値3.0)

2.3.3 心理学への興味・知識

興味は知識を上回り、3トピックスのトラウマ、多重人格、快樂殺人への興味知識がいずれもとても高い。授業後の変化では、興味の減少がわずかに見られた。また知識については、トピックス以外の知識が増加したと考えていた(図2.3)。

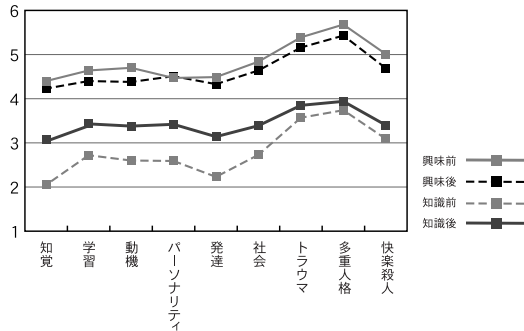


図2.3 心理学への興味と知識 (中間値3.0)

事前調査でのメディア接触の高低(上位下位それぞれ25%ずつ)群に分けて、興味・知識の平均値を求めたところ、接触高群が低群に比べて、興味・知識ともいずれも高かった(図2.4)。

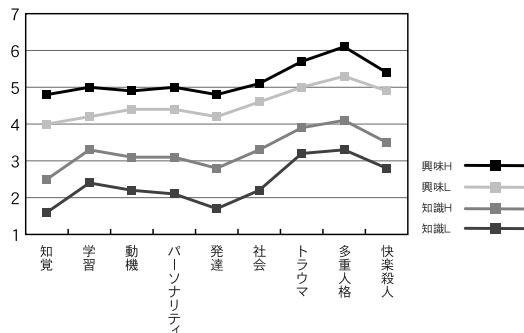


図2.4 心理学への興味と知識 (HL:メディア接触高低)

2.3.4 心理学的迷信

血液型による性格は信じない方であったが、超常現象と心理ゲームは高い割合で信じており、授業後もその割合についてはほとんど変化がなかった(図2.5)。また、事前調査においてメディア接触高低群での迷信の信念は、接触高群が低群よりも3項目全てにおいて高かった(図2.6)。

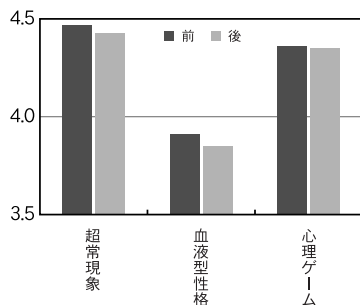


図2.5 心理学的迷信 (平均値)

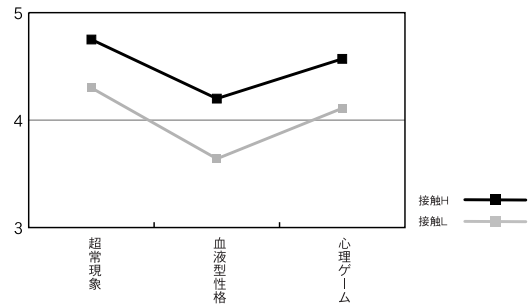


図2.6 心理学的迷信とメディア接触

2.4 考察

2.4.1 メディアから得る心理学の知識

知識は、テレビだけではなく、本からも得ている学生が多かった。また、マス・メディアからの心理学の情報量が授業期間で減少したことは、この期間に心理学的知識を利用した番組がなかったか、あるいは授業で知識が充足されたために、積極的に見ることがなかったのか、いずれの理由であるかは明確ではない。

2.4.2 心理学のイメージ

イメージは、授業を受ける前から非常に良いことが明らかであった。しかし、授業後もイメージはほぼ同じであったことは、良いイメージをさらに高めることは非常に困難であると考えられる。

2.4.3 心理学への知識・興味

興味・知識はメディア接触により影響を受けていることが明らかになったが、知識については学習の効果があらわれたと考えられよう。しかし、興味の減少がわずかに見られたということは、学習によってさらなる興味を呼び起こせなかったと考えられる。

2.4.4 心理学的迷信

心理学的迷信もメディアの影響があることが明らかになり、しかもその信念は授業によっても変化しなかった。授業においては、心理学的迷信には言及したものの積極的に取り上げて扱うことはしなかった。これは英国の教科書を中心にして授業をしたためであり、日本特有の迷信については、授業の独自の工夫が必要とされると考えられた。

3. 社会心理学への影響

3.1 目的

本研究は、「社会心理学」を大学生が初めて学習する際に、あらかじめマス・メディアからの情報により、どのようなイメージや興味・知識を持っているかを明らかにすることである。高校までの学習指導要領には「心理学」の単元は含まれていないが、心理学に関連

する情報をマス・メディアから得ていることが多い。しかしその情報ゆえに、殺人犯の心理の解明など特別な事項について、心理学の授業に期待する学生も多い。社会心理学においても、テレビのバラエティ番組で取り上げる「恋愛」成功術などに興味を持つ学生も多い。したがって、大学において「社会心理学」の授業を行なう場合には、授業の効果を高めるためにも、学生がマス・メディアによって、どのような「社会心理学」観を持っているかを確認する必要がある。

すでに牧野³⁾は「社会心理学」の講義の授業評価と自己評価に3因子を見出し、学生による授業評価、自己評価と満足度、成績との関連を明らかにした。しかし、この研究は、社会心理学の内容は扱わなかった。

豊田¹⁾は、「心理統計学」で用いる統計学的用語のイメージをSD法により調べ、授業前後の変化を明らかにした。

そこで、本研究では、1) 社会心理学の知識を得るマス・メディア、2) 社会心理学へのイメージ、3) 社会心理学への各領域への興味と知識、4) 社会心理学の効果を調べることにした。1) の解明により、大学における学習の導入を助けることになる。2) の結果に豊田¹⁾の研究結果を応用してイメージの改善が考えられる。3) から学生の興味と知識を講義前に知ること、教授者による授業設計が容易になる。4) より学生の授業評価の観点を事前に得られる。

3.2 方法

3.2.1 調査対象

2002年9月に関東近県の理工系大学1年生の総合選択科目「社会心理学」の講義初回に、受講生423名に、質問紙に記名式で回答を求めた。

3.2.2 質問項目

1) 社会心理学の知識を得るマス・メディア

マス・メディアとして、テレビドラマ、バラエティ番組の恋愛関係テスト、テレビニュース、教養番組、新聞の記事、雑誌、本を選び、情報量を7点尺度で測定した。

2) 社会心理学へのイメージ

豊田¹⁾の項目を用い、狭い—広い、専門的—身近な、不便な—便利な、恐い—優しい、退屈な—興味深い、不安な—安心な、雑然とした—整理されたの修飾語句対に5段階で測定した。

3) 社会心理学の各領域への興味と知識

社会心理学の領域は、テキスト数種から、社会的認知(人の印象など)、自己(自己概念など)、態度、社会的影響(人から受ける影響)、魅力(好きになるこ

とや恋愛)、援助と攻撃、集団と個人(リーダーシップなど)、マス・コミュニケーションとし、トピクスとして、マインド・コントロール(MC)も加えた。興味、知識とも7点尺度で測定して、平均値を求めた。

4) 社会心理学の効果

予備調査から、「人間関係の改善に役立つ」「恋愛に役立つ」「人の心がわかる」「人にだまされなくなる」「人を説得できる」「いやな人ともうまくつきあえる」の6項目を選び、賛成度を5点尺度で測定し、「賛成」「どちらでもない」「反対」とまとめた。

3.3 結果

3.3.1 社会心理学の知識を得るマス・メディア

TVドラマやバラエティ番組、雑誌が多く、本からも情報を多く得ていた(図3.1)

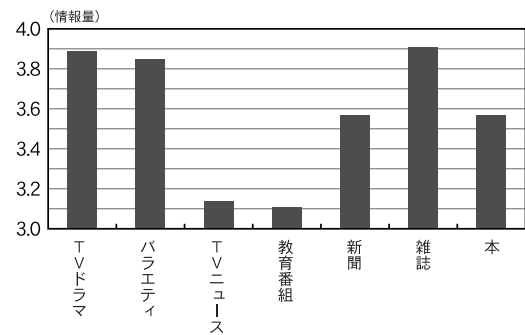


図3.1 知識の情報源

3.3.2 社会心理学へのイメージ

メディア接触量の高低それぞれ25%の2群で、イメージの差異をみたがほとんど差はなく、広くて、専門的、便利、興味深いという特徴があった(図3.2)。

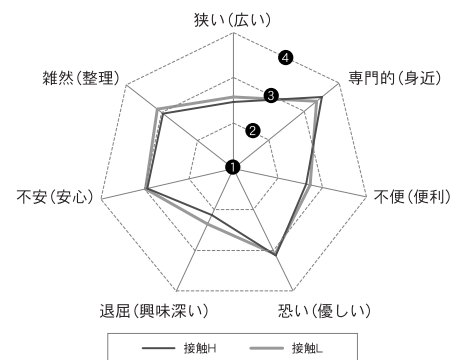


図3.2 社会的心理学のイメージ

3.3.3 社会心理学の各領域への興味と知識

興味は知識よりも全領域において高かった。またメディア接触量の高低2群において、興味は領域により差が生じていたが、知識においては全ての領域において、接触高群が接触低群よりも高かった(図3.3)。

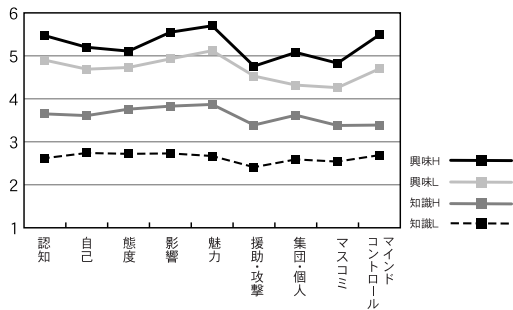


図3.3 興味・知識とメディア接触

3.3.4 社会心理学の効用

人間関係の効用を最も高く考えており、またメディア接触高群は低群よりも全ての効用を高く考えていた。(図3.4)。

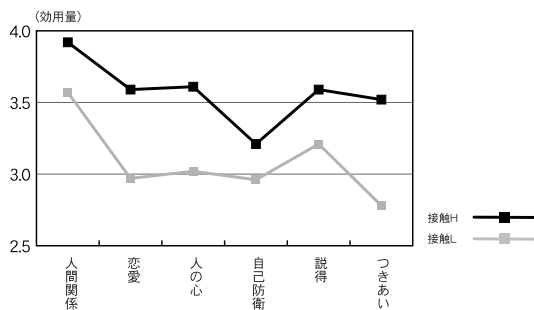


図3.4 社会心理学効用とメディア接触

3.4 考察

社会心理学の情報は、バラエティ番組だけでなく雑誌や本からも多いと考えている(図3.1)。また、社会心理学は専門的な感じはするものの、便利であり、興味深いものとなっている(図3.2)。そこで、個人別授業実践法¹⁾を用いることで、社会心理学に関して雑然としているイメージを減少させることが可能であろう。またトピックスだけでなく、様々な領域に関して興味は持っている(図3.3)。そして、マス・メディアに接触しているものほど興味が高く、知識も高く、効果も高く認知している(図3.4)。しかし、知識は興味に及ばず、正しい知識が不足していることは自覚している。メディアから得た情報に支えられた良いイメージと、興味、及び学習効果という、学習を促進する要因が多いことは、講義の上で非常に助けになっている。

したがって、講義では、知識不足を解消させるべく、積極的に学生に知識を与えつつ、いままでマス・メディアから得ていた情報を体系化した知識に変えていくことが重要であると考えられる。

4. 教育学と情報教育への影響

4.1 研究の目的

学生は教育学に大学の講義で初めてふれ、複雑な説明にとまどうことが多く、教育心理学と比較すると、興味の差は歴然としていた。しかし、コンピュータと教育との関連知識として、さらに雑誌等を通じて講義以前に教育学について何らかの情報は得ていると考えられる。一方、インターネットの普及により、コンピュータだけではなく携帯電話からもWebを通じて大量の情報を得られる状況がある。この状況は、江戸時代に『本草綱目』や『和漢三才図会』が流行したときと同じ状況で、我先に最新の情報を得ていくといった状況がある。そこで教育における興味の関心が、教育学から情報教育に移っている。図書館でも教育学の棚には、教育学の本よりも情報教育の本の方が多く備えられているのが現状である。

このような状況において、本研究では、学生はマス・メディアによって、教育学と情報教育の情報をどの程度得ているのか、教育学と情報教育へのイメージをどのように認知しているのか、その興味と知識はどの程度であるのか、さらに、教育への有用性がどの程度あると考えているのかを明らかにする。このことにより、大学教育における教育学と情報教育について、有効な教育方法の基礎的資料を示す。

4.2 方法

4.2.1 調査対象

東京都内の3大学の教育学受講学生60名を対象にして、2002年及び2003年に教育学と情報教育に関する質問紙調査を実施した。

4.2.2 調査項目

(1) メディア接触

教育学と情報教育について、テレビ、新聞、雑誌、本、インターネットからどの程度見聞きしているかを7点尺度で測定した。

(2) イメージ

教育学と情報教育のイメージを測定するために、セマンティック・デファレンシャル(SD, semantic differential)法を用いた。これは修飾語対によりイメージを測定するものである。心理学についての調査¹⁾より、「狭い-広い」「専門的-身近」「不便-便利」「恐い-優しい」「退屈-興味深い」「不安-安心」「雑然とした-整理された」「機械的-人間的」の8項目とした。教育学と情報教育に持つイメージをこの8項

目の一方の修飾語に「とても」がつく場合から、「どちらでもない」を経てもう一方の修飾語に「とても」がつく場合まで、5段階で評定した。

(3) 興味と知識

教育工学では、教育工学事典⁴⁾を参考にして、教育メディア、教授・学習過程、教育経営、インターネットのセキュリティ、情報化について、情報教育については、情報教育カリキュラム、情報処理教育、情報活用能力、学習環境、学習情報、遠隔共同学習の各領域を設定し、さらにトピックに不登校を入れ、それぞれへの興味と知識の程度を7点尺度で測定した。

(4) 教育への有用性

教育工学と情報教育が教育に役立つと思う程度を5点尺度で測定した。

大きかったが、分野ごとの差はそれほど大きくない。またトピックスとしての「不登校」への興味・知識は、教育工学のいずれの分野よりも大きかった(図4.3)。

情報教育への興味知識は、各分野において多少のばらつきがみられたが、興味は知識に比べて一貫して大きかった(図4.4)。

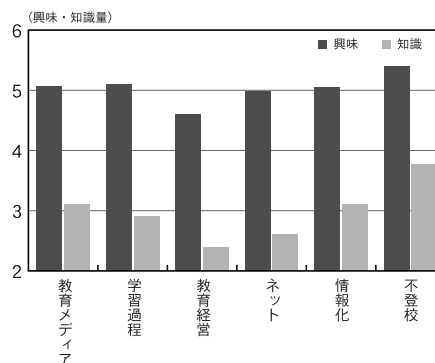


図4.3 興味と知識 (教育工学)

4.3 結果

4.3.1 メディア接触

情報量は、いずれのメディアにおいても、教育工学よりも情報教育が多かった(図4.1)。

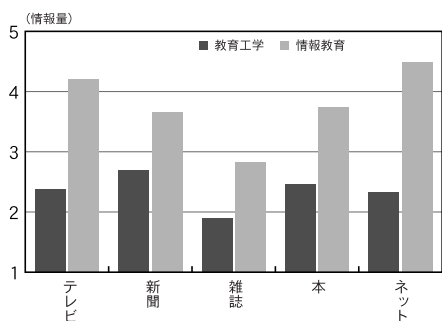


図4.1 メディアからの情報量

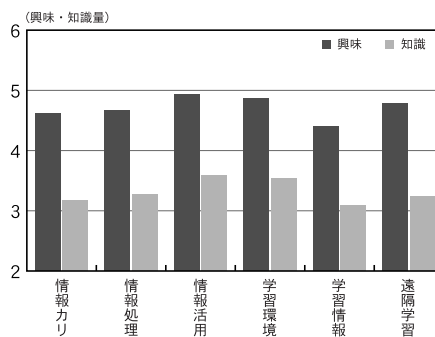


図4.4 興味と知識 (情報教育)

4.3.2 イメージ

教育工学と情報教育における8項目のイメージのうち、6項目はほとんど一緒であるが、教育工学は、より狭く、専門的であると認知していることが明らかになった(図4.2)。

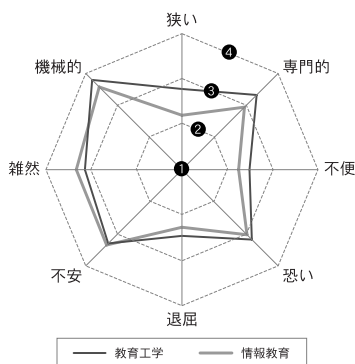


図4.2 イメージ

4.3.4 教育への有用性

情報教育は「とても役に立つ」と思っているものが教育工学よりはるかに多かった(図4.5)。

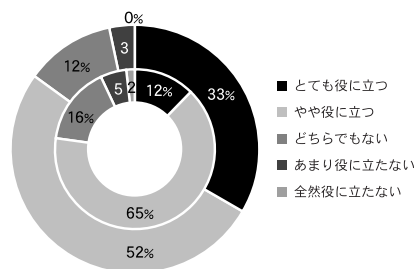


図4.5 有用性 (内: 工学, 外: 情報)

4.3.3 興味と知識

教育工学のどの分野においても、興味は知識よりも

4.4. 考察

あらゆるメディアを通じての情報は、教育工学は情報教育に及ばない。しかし教育工学は、メディアによる余分な情報がないだけに、正確な情報を教授者が与えられると考えられる。

イメージでは教育工学が狭い範囲で専門的であるこ

とを利用して、より深い学習を与える準備ができてい
ると考えられよう。また教育学への興味は、教育経
営を除いた各分野でそれほどの差異はない。したがっ
て、専門的なことを教える場合でも、学生は学習内容
に興味を持つという利点があると考えられる。しかし、
教育への有用性はやや役に立つ程度にしか思っていな
いことを変えるためにも、より有用性がある研究成果
を示すことが必要であろう。

一方、情報教育は、多くのメディアからの情報をあ
らかじめ学習者が持ち、広いイメージがあるものの、
各領域への興味知識には差がある。したがって、学習
の際にはその差を考慮して教えることが必要である。
そして、教育への有用性への強い期待を失望に変えな
いためにも、有用性を実証させる研究成果が必要であ
ると考えられる。

5. 総合考察

本研究では、マス・メディア接触による影響が、心
理学、社会心理学、教育学及び情報教育について、
それぞれ相違があることが明らかになった。したがっ
て、ここでは、科目間の考察を行なう。

マス・メディア接触による情報量は、教育学を除
いて、各科目ともテレビだけではなく、本からも多い
ことが明らかになった。本を読まない大学生が定着し
た現在、これは新しい知見である。

また、イメージについては、共通項目のみを比較す
ると、興味深いイメージは全科目で高かった。また、
心理学、社会心理学、情報教育では広いというイメ
ージがあり、社会心理学と教育学は専門的というイメ
ージも高かった。しかし、心理学のみの分析で、授業
でイメージが変化しなかったことがこれからの課題と
して残された。さらに、マス・メディア接触による情
報量の高低でイメージに差がなかったことは、マス・
メディアから情報を得てイメージを形成するという予
測に反する。しかし、マス・メディア以外からの情報
があることは考えづらい。これはマス・メディア接触
の量よりも質の問題であるかもしれない。例えば、1
回のドラマがイメージに影響を与えるということもあ
りえよう。ことがしたがって、マス・メディア接触の
量よりも質の間の詳細な分析の必要性が生じた。

各教科とも知識に比べて興味は非常に高かった。し
たがって、高い興味保たせつつ、マス・メディアから
得られたあやふやで断片的な知識を、構造化して確実
なものとしていくことがこれからの課題となろう。

科目の効用についても、メディアからの情報量の高

低で差があることが明らかになった。したがって、推
測された効用を授業で学生に獲得させることも必要と
なろう。しかし、心理学的迷信が授業によって減少し
なかったことから明らかになるように、具体的な内容
の学習をさせることが大切であろう。

【引用文献】

- 1) 豊田秀樹
確認的ポジショニング分析—印象変化の発見と認知マッ
プの評価のための多変量解析法— 心理学研究
Vol.72, 5, 397-403. 2001.
- 2) ナイジェル・ベンソン
マンガ心理学入門—現代心理学の全体像が見える— 清
水佳苗・大前泰彦訳 講談社2001 (Nigel Benson.
Introducing Psychology. Icon Books Inc. UK. 1998)
- 3) 牧野幸志
学生による授業評価と自己評価、成績、及び学生の満足
感との関係—教養選択科目「社会心理学」の場合—
『高松大学紀要』35, 1-16. 2000.
- 4) 日本教育工学会
教育学事典 実教出版 2000.

付 記

本研究の一部は、2003年度日本心理学会大会、2003年度日
本社会心理学会大会、2003年度日本教育工学会で発表したも
のである。

An Effect of Mass Media Exposure on Higher Education
— An Image, Interesting and Knowledge of Psychology, Social Psychology,
Educational Technology and Informational Education —

Masato WADA

*Integrated Research Center for Educational Practice,
Division of Research and Development of Educational Technology**

This study was to clarify an effect of mass media exposure on higher education. To research this effect, undergraduate students were selected to be subjects. Psychology, social psychology, educational technology and informational education course were selected to research. Subjects got many of information about the courses through TV program, magazine, and books. They have highly interest image on 4 courses. A broad image was on psychology, social psychology, and informational education. Specialized image was on social psychology and educational technology. The quantity of information did not relate to the image. After 1 term psychology course lecture, there was no change on the image and Japanese superstitions. A degree of an interest was larger than that of knowledge in divisions of courses. The quantity of information had an effect on both an interest and knowledge. An estimated efficiency related to the quantity of information.

Key words: mass media exposure, image, attitude

* Tokyo Gakugei University (4-1-1 Nukui-kita-machi, Koganei-shi, Tokyo, 184-8501, Japan)