

情報探求性尺度の作成と大学生のメディア利用の実態について

五十嵐 祐¹⁾

高度情報化社会の進展は、人々の生活に大きな変化を与えている。平成15年度情報通信白書によると、日本におけるインターネット、携帯電話の人口普及率は、それぞれ54.5%、62.0%にのぼり、さらに携帯電話・PHS（以下、併せて携帯電話と表記）からインターネットや携帯メールを利用している人は、携帯電話所持者の82.6%を占める（総務省（編）、2003）。人々は、これらのコミュニケーションメディアを通じて、時間や場所を問わず、さまざまな情報交換を行うことが可能となったのである。

新たなコミュニケーションメディアの発達は、人々を取り巻く情報環境を一変させた。池田（2001）は、情報環境を、社会的ネットワークなどの対人的情報環境、マスメディアなどの社会的情報環境の2つに分類し、インターネットや携帯電話、携帯メールの普及が、(1)対人的情報環境と社会的情報環境との間の境界の喪失、(2)情報量の増大に伴うデータベース化の進展と情報オーバーロード、(3)物理空間という制約の緩和に伴う対人的情報環境の変容、(4)社会的リアリティの不確実性の増大、を引き起こしていると述べている。つまり、従来は主にマスメディアを通じてしか入手できなかった情報が、コミュニケーションメディアの普及に伴い、対人的な資源を通じて容易に入手可能な時代となったといえるだろう。

このような情報化社会の進展に対応するためには、情報を能動的に取捨選択し、積極的に活用していくスキルが求められる。そこで近年、メディアを通じて情報をどのように活用するのかを測定する尺度がいくつか作成されてきた。例えば、高比良ら（2001）は、中高生を対象として、情報および情報手段を主体的に選択して活用する「情報活用能力」の実践力を測定する尺度（情報活用の実践力尺度）を作成した。この尺度は、(1)収集力（目的に応じて必要な情報をもれなく適切な手段で主体的に収集する能力）、(2)判断力（数多くある情報の中から必

要なものを選択し、内容を判断し、適切な情報を引き出す能力）、(3)表現力（情報表現の特性を理解し、伝えたい情報を適切な形式で表現する能力）、(4)処理力（収集した情報に適切な処理を加えて、必要な情報を読み取る能力）、(5)創造力（自分の考えや意見を持ち、情報を創造する能力）、(6)発信・伝達力（受け手の立場や情報を処理する能力を意識して、情報を発信・伝達する能力）という6つの下位尺度から構成されている。

また、川上・電通メディア社会プロジェクト（1999）は、情報化社会において、必要な情報を効率よく収集・発信し、影響力を持つリーダーとなる「情報イノベーター」に注目し、情報イノベーターを抽出するための「ネットワーク人間尺度」を作成した。この尺度は、重層的かつ広い人間関係において中心的な存在であり、情報を能動的に受信し、より主体的に理解し、より網羅的に伝達する傾向を測定するものである。

高比良ら（2001）は、情報活用の実践力尺度の全体得点、および表現力を除く下位尺度得点と、インターネットの使用量との間に正の相関がみられることを報告している。また、川上・電通メディア社会プロジェクト（1999）は、情報イノベーターはメディア接触量が多く、政治参加や対人コミュニケーションに積極的な関心を示すことも報告されている。すなわち、インターネットの利用は情報探求行動を促進し、社会生活全体にポジティブな効果を与えているといえよう。

しかし、これらの尺度では、対人的情報環境から得られる情報と、社会的情報環境から得られる情報が区別されておらず、インターネットの普及に伴う情報環境の変容が情報探求活動に与える影響が考慮されていない。例えば、インターネットが対人的情報環境へのアクセスを容易にすることで、「わからないことは自分で調べる」のではなく、「わからないことは人に聞く」という姿勢を助長することも推測される。これは、非対面で匿名性の高いインターネット上のコミュニケーションが、相手の社会的存在感（Short, Williams, & Christie, 1976）を希薄にし、社会的リアリティの欠如をもたらすことに起因すると考えられる。インターネット上の掲示板など

1) 名古屋大学大学院教育発達科学研究科博士課程（後期課程）

日本学術振興会特別研究員

の電子コミュニティにおいては、対人的情報環境の利用が、弱い絆で結ばれたメンバー同士が相互に助け合うというポジティブな相互作用を促進する (e. g., 池田, 1990; Constant, Sproull, & Kiesler, 1997; 野島・阪谷, 1992)。その反面, 本来, 対面コミュニケーションを中心として利用されるはずの対人的情報源が, コンピュータを介したコミュニケーションを通じて利用されることで, 「人と接している」というリアリティが希薄になり, 利用者がまるでコンピュータから情報を引き出しているかのように錯覚してしまい, 結果として相手の迷惑を考えない, 自己中心的なコミュニケーションを促進してしまう可能性も推測される²⁾。

実際に, 個人のメールアドレスやホームページを公開している人々にとって, 見知らぬ他者から些細な質問の電子メールなどが来ることは, ストレスや不快感をもたらすことが指摘されている (e. g., 三浦・相川・大野・川浦, 2000; 山下・山本・赤尾・川浦, 1998)。また, 携帯メールの利用は, 親和欲求の充足に有用で, コミュニケーションの利便性を高めると認知されているだけでなく, 同時に束縛感・不快感も高めると認知されている (五十嵐・吉田, 2003a)。つまり, インターネットの利用が, 対人的情報環境と社会的情報環境との境界を曖昧にする結果, 社会的・対人的な迷惑行為 (吉田ら, 1999; 小池, 2002) を生起させていることが推測される。将来, まますます発展することが予測される情報化社会において, こうした迷惑行為がなぜ生起するのかを検討していくことは, 重要な課題である。また, これまで筆者は, メディアコミュニケーションが社会生活に与える影響について, 心理的健康や社会的ネットワークの変化という側面から多面的な検討を行ってきた (五十嵐, 2002; Igarashi, 2003; 五十嵐・吉田, 2003a, 2003b)。今後は, メディアコミュニケーションの利用動機の一つとして情報収集行動を捉え, インターネット上の対人的情報環境や社会的情報環境を通じた情報収集行動が, 心理的健康や社会的ネットワークのあり方とどのように関連しているのかを検討することも必要であろう。

以上の議論から, 本研究では, 高度情報化社会における情報収集行動に注目し, まず対人的情報環境, 社会的情報環境の区別を行った上で, どちらの情報源に対して情報を探求する傾向があるのかを測定する尺度 (情報探求性尺度) を作成する。また, 大学生がこれらの情報環

境をどの程度利用しているのかを把握するために, マスメディア, コミュニケーションメディアの利用状況を測定し, 情報探求性尺度との関連を検討する。

方法

調査対象者および実施時期

調査の対象は, 大学生142名 (男性50名, 女性92名, 平均18.3歳 [$SD = 0.91$]) であった。また, 調査の実施時期は, 2003年4月～7月であった。

質問紙の構成

情報探求性尺度 川上・電通メディア社会プロジェクト (1999) の「ネットワーク人間尺度」, 高比良ら (2001) の「情報活用の実践力尺度」を参考に, 情報に対する探求性と, 情報を得る際にどのような情報源を用いるかを測定する尺度 (13項目) を作成した。各項目について, それぞれ「1. 全くあてはまらない」「2. あまりあてはまらない」「3. どちらともいえない」「4. ややあてはまる」「5. 非常にあてはまる」の5件法で回答を求めた。

メディアの利用状況 マスメディア (新聞, テレビ, ラジオ, 本, 雑誌), およびコミュニケーションメディア (電話, 電子メール, 携帯メール) の利用状況を測定するために, 新聞, テレビ, ラジオ, 本, 雑誌, インターネットのホームページ (パソコンから, 携帯電話から) の各メディアについて, (1)一日にそのメディアに費やす時間, (2)そのメディアから得られる情報の重要度 (「1. 全く重要でない」「2. あまり重要でない」「3. どちらともいえない」「4. やや重要である」「5. 非常に重要である」) の各項目に対する回答を求めた。また, 電話, 携帯メール, パソコンの電子メールについては, (1)一日に費やす時間, (2)一週間あたりの利用回数について回答を求めた。

結果

情報探求性尺度の因子分析結果

情報探求性尺度13項目について, まず因子数を1に指定して因子分析 (最尤法) を行った。その結果, 固有値の推移 (3.99, 2.06, 1.22, 0.96, ...) および解釈可能性から3因子を抽出し, 次に因子数を3に指定して再度因子分析 (最尤法, プロマックス回転) を行った (累積寄与率 55.88%, $\chi^2(42) = 56.31, p = .07$)。分析の結果をTable 1に示す。

第1因子 (4項目) は, 「10 わからないことがあったら, まず本や雑誌, Webサイトで調べる」「12 新しいことをするときには, 本や雑誌, Webサイトを参考に

2) このような事態を避けるために, 多くの Web サイトでは, FAQ (Frequency-Asked Question) と呼ばれる質問-回答集を作成し, 質問をする前に, まず FAQに目を通すことを勧めている。

Table 1 情報探求性尺度の因子分析結果

	I	II	III	h^2	M	SD
＜Ⅰ：メディア情報源の活用＞						
6 関心のある本や雑誌，Webサイトには，なるべく目を通すようにしている。	.77	.06	.00	.52	3.56	1.12
10 わからないことがあったら，まず本や雑誌，Webサイトで調べる。	.71	-.22	.14	.50	3.34	1.06
12 新しいことをするときには，本や雑誌，Webサイトを参考にする。	.70	.11	-.15	.35	3.31	1.05
4 知りたいことがあるときには，本や雑誌，Webサイトを見る。	.68	.01	.05	.50	3.90	0.96
＜Ⅱ：対人的情報源の活用＞						
11 情報を集めるときに，誰かに尋ねるようなことはしない。	.04	-.78	.15	.40	1.89	0.92
3 新しいことをするときには，そのことに詳しい人に尋ねる。	.13	.56	.08	.34	3.71	0.93
8 わからないことがあるときは，信頼できる人に尋ねる。	.09	.53	-.15	.29	3.95	0.90
1 興味を持った事柄について調べるときは，積極的に人に聞く。	-.11	.52	.26	.36	3.48	1.03
13 さまざまな情報を持っている人と，幅広くつきあいがある。	-.03	.43	.22	.25	3.01	1.08
＜Ⅲ：一般的情報探求性＞						
2 必要だと思う情報は自分で集める。	-.05	.00	.86	.52	3.86	0.83
9 興味のあることについては，自分で情報を集める。	.09	-.04	.72	.49	3.89	0.81
＜残余項目＞						
5 広くいろいろなことを知っていたいほうである。	.17	.10	.11	.11	4.01	1.06
7 自分から進んで何かを調べることは少ない。	-.28	-.13	-.31	.36	2.63	1.05
	因子相関	I	II	III		
	I	-				
	II	.19	-			
	III	.58	.27	-		

Table 2 情報探求性尺度の平均値（全体，男女別）

	全体 (n = 142)	男性 (n = 50)	女性 (n = 92)
メディア情報源の活用	14.11 (3.34)	14.42 (3.54)	13.93 (3.23)
対人的情報源の活用	18.27 (3.30)	17.38 (3.98)	18.75 (2.78)
一般的情報探求性	11.13 (2.16)	11.20 (2.30)	11.09 (2.08)

()内は標準偏差

する」など，メディアを利用して情報を収集することを示す項目で構成されることから，「メディア情報源の活用」と命名した。第2因子（5項目）は，「3 新しいことをするときには，そのことに詳しい人に尋ねる」「1 興味を持った事柄について調べるときは，積極的に人に聞く」など，対人的な情報源を通じて情報を収集することに関連する項目で構成されることから，「対人的情報源の活用」と命名した。第3因子（2項目）は，「2 必要だと思う情報は自分で集める」「9 興味のあることについては，自分で情報を集める」といった，能動的に情報を収集することに関する項目で構成されることから，「一般的情報探求性」と命名した³⁾。信頼性係数は，「メディア情報源の活用」が $\alpha = .83$ ，「対人的情報源の活

用」が $\alpha = .71$ ，「一般的情報探求性」が $\alpha = .77$ であり，内的整合性は十分に高いと考えられる。各尺度の平均値，標準偏差をTable 2に示す。

次に，情報探求性の尺度得点に男女間で差があるかどうかを検討するため，情報探求性尺度の3つの下位尺度得点を従属変数として，多変量分散分析（MANOVA）を行った。その結果，性別の効果が有意傾向であり（ $F(3, 138) = 2.59, p < .10$ ），女性の方が男性よりも対人的情報源の活用得点が高い可能性が示された（ $F(1, 141) = 5.76, p < .05$ ）。メディア情報源の活用と一般的情報探求性については，男女間で平均値に差は見られなかった。

メディアの利用状況

マスメディアの視聴（購読）時間，コミュニケーションメディアの利用時間の平均値，標準偏差，マスメディアの重要度，コミュニケーションメディアの利用頻度の

3) 徳谷（2003）は，因子分析の結果，第1因子と第3因子を込みにして「一般的情報探求性」と命名している。

Table 3 メディアの利用時間, 重要度の平均値および標準偏差

	新聞	テレビ	ラジオ	本	雑誌
時間 (分)					
Med	15 ^b	120 ^a	0 ^d	60 ^b	30 ^b
M	23.87	117.34	14.51	49.49	41.13
SD	(25.71)	(94.53)	(51.69)	(48.65)	(54.47)
重要度					
M	3.73 ^a	3.62 ^a	2.23 ^c	3.68 ^a	3.35 ^a
SD	(1.09)	(1.09)	(1.17)	(1.19)	(1.20)
	ネットPC	ネット携帯	電話	携帯メール	電子メール
時間 (分)					
Med	1 ^c	0 ^{ad}	6 ^b	60 ^a	0 ^d
M	32.80	15.96	20.09	86.49	11.70
SD	(49.75)	(27.33)	(23.57)	(164.03)	(25.80)
重要度					
M	2.91 ^b	2.71 ^b	—	—	—
SD	(1.38)	(1.33)			
回数 (週)					
Med	—	—	2 ^b	20 ^a	0 ^c
M			3.76	86.37	1.24
SD			(3.89)	(172.14)	(2.40)

異なる記号は平均値, 中央値間に有意な差があることを示す。

平均値, 標準偏差, 中央値を Table 3 に示す。なお, 時間に関する指標は分布の正規性が満たされていないため, 中央値を用いて検定を行った。

まず, メディアによって視聴時間や利用時間に差があるかどうかを検討するため, マスメディアの視聴時間とコミュニケーションメディアの利用時間の中央値について, Friedman の検定を行った結果, 有意な差があることが示された ($\chi^2(9) = 296.71, p < .01$)。そこで, Sheffe の方法で多重比較を行ったところ, テレビと携帯メールの視聴時間, 利用時間が最も長く, 電子メールの利用時間が最も短いことが明らかになった。

また, マスメディアの重要度について, 対応のある一要因分散分析を行った結果, メディアの主効果が有意であった ($F(6, 96) = 29.30, p < .01$)。そこで Ryan 法による多重比較を行ったところ, マスメディアは, 新聞=テレビ=本=雑誌>インターネットのホームページ (パソコン, 携帯電話)>ラジオの順に重要であると認知されていた。

さらに, 電話, 携帯メール, 電子メールといったコミュニケーションメディアの利用頻度について, Friedman の検定を行った結果, メディアによって利用頻度に有意な差があることが明らかになった ($\chi^2(2) = 180.44, p < .01$)。そこで, Sheffe の方法を用いて多重比較を行ったところ, 携帯メール>電話>電子メールの順に利用頻

度が高いことが示された。

情報探求性とメディアの利用状況との関連

情報探求性がメディアの利用状況とどのように関連しているのかを検討するために, マスメディアの視聴 (購読) 時間, コミュニケーションメディアの利用時間, マスメディアの重要度, コミュニケーションメディアの利用頻度の各指標について, それぞれ情報探求性の下位尺度 (メディア情報源の活用, 対人的情報源の活用, 一般的情報探求性) との相関係数を算出した (Table 4)。なお, マスメディアの重要度については Pearson の積率相関係数を, それ以外の指標については Spearman の順位相関係数を算出した。

まず, 情報探求性とメディアの視聴 (購読) 時間, および利用時間との関連を検討した結果, メディア情報源の活用は, 本, 雑誌の購読時間, 電子メールの利用時間とそれぞれ有意な正の相関を示していた。これに対して, 対人的情報源の活用は, 携帯メールの利用時間と有意な正の相関を示していた。また, 一般的情報探求性は, 新聞の購読時間と有意な正の相関を示していた。

一方, 情報探求性とマスメディアの重要度, およびコミュニケーションメディアの利用頻度との関連を検討した結果, メディア情報源の活用は, テレビ, 本の重要度, および電子メールの利用頻度と有意な正の相関を示し,

Table 4 情報探求性とメディアの利用時間、重要度、利用頻度との関連

	メディア情報源の活用	対人的情報源の活用	一般的情報探求性
新聞：時間	.11	.03	.18*
テレビ：時間	-.12	.00	-.03
ラジオ：時間	.06	-.04	-.05
本：時間	.26**	.13	.06
雑誌：時間	.24**	.00	.10
ネットPC：時間	.13	.11	.11
ネット携帯：時間	-.10	-.15	-.14
電話：時間	.05	.16	.07
携帯メール：時間	-.11	.29**	-.12
電子メール：時間	.21*	.12	.08
新聞：重要度	.01	.18*	.09
テレビ：重要度	.17*	-.01	.30**
ラジオ：重要度	-.23*	.01	-.14
本：重要度	.19*	.24*	.15
雑誌：重要度	.17	.16	.05
ネットPC：重要度	.10	.02	.07
ネット携帯：重要度	-.14	-.11	.02
電話：回数	.02	.10	.08
携帯メール：回数	.01	.31**	-.01
電子メール：回数	.35**	.12	.22*

** $p < .01$, * $p < .05$

ラジオの重要度と有意な負の相関を示していた。また、対人的情報源の活用は、新聞、本の重要度、および携帯メールの利用頻度と有意な正の相関を示していた。さらに、一般的情報探求性は、テレビの重要度、電子メールの利用頻度とそれぞれ有意な正の相関を示していた。

考 察

本研究は、インターネットの普及に伴う社会的情報環境と対人的情報環境の変化に着目し、それぞれの環境から情報を収集する傾向を測定する情報探求性尺度を作成して、メディアの利用状況との関連を検討した。

因子分析の結果、情報探求性尺度は、メディア情報源の活用、対人的情報源の活用、一般的情報探求性の3因子で構成されていた。これらの因子は、メディア情報源の活用因子が社会的情報環境の利用に、対人的情報源の活用因子が対人的情報環境の利用と関連しており、一般的情報探求性因子は、これら2つの因子の上位概念に当たると考えられる。また、男女で情報探求性に差があるかどうかを検討した結果、女性の方が対人的情報源を積極的に活用している可能性が示唆された。女性は、男性に比べて社交性が高く、情緒的で、より親密な社会的ネットワークを形成する傾向にある (e. g., Deaux, 1976; Wheeler, Reis, & Nezlek, 1983)。すなわち、女性は対人的情報環境へのアクセスが容易なため、男性よりも

対人的情報源を利用しやすくなるのだろう。

次に、大学生のメディアの利用状況について検討した結果、社会的情報環境のうち、テレビ、本、雑誌、新聞といった従来型のマスメディアの重要度が高く評定され、視聴（購読）時間も比較的長いことが明らかとなった。一方、インターネットのホームページは、パソコン、携帯電話のいずれからもほとんど利用されておらず、重要度も低いことが示された。また、対人的情報環境のうち、携帯メールは最も重要度が高く、利用時間や利用回数も多かったのに対して、電子メールは全く利用されていなかった。一方、従来型のコミュニケーションメディアである電話は、平均的な頻度で利用されていた。これらのことから、大学生は従来型のマスメディアから多くの情報を収集する傍らで、新たに携帯メールを通じたコミュニケーションによって、他者からも活発に情報を収集している可能性が考えられる。しかし、インターネットのホームページや電子メールなどの新しいメディアは、ほとんど利用されていなかった。このことは、インターネットの普及が進んでいるにもかかわらず、若年層はコミュニケーションの手段として携帯メールのみを利用しており、情報の探索手段として本来インターネットが持つ利便性を享受できていない可能性を示唆する。つまり、インターネットの普及が、世代間のデジタル・デバイド（情報格差）を生み出していることが考えられる（木村、

2001)。

さらに、情報探求性とメディアの利用状況との関連を検討した結果、メディア情報源を活用する人は、本や雑誌の利用時間が長く、テレビの重要度を高く評定していた。このことは、メディア情報源を活用する人が、能動的に選択可能なメディアである本や雑誌から情報を収集するだけでなく、受動的なメディアであるが生活に関わりの深いテレビから得られる情報も重要視していることを示すといえよう。一方、メディア情報源を活用する人は、電子メールの利用時間が長く、利用回数が多くなる傾向が示された。これは、インターネット上での対人的・社会的迷惑行為の生起に、情報探求性が影響を与えている可能性を示唆する。従来の研究では、コンピュータや携帯メールを介したコミュニケーションが、対人緊張を緩和する役割を果たすことが指摘されている(五十嵐・吉田, 2003a; 原田, 1997; 都築・木村, 2000)。しかし、非対面状況における対人緊張の緩和は、コミュニケーションのリアリティを低め、相手との接触頻度を高めることにもつながる。したがって、本来は対人的情報環境に含まれるはずの電子メールというコミュニケーションメディアが、インターネットのもたらす社会的リアリティの欠如によって、マスメディアを含む社会的情報環境として認知されてしまうことが推測される。つまり、メディア情報源を活用する人が、本や雑誌、ホームページを見る感覚で、電子メールで気軽に他者に質問をする結果、インターネット上で迷惑行為を行ってしまうことも考えられよう。

これに対して、対人的情報源を活用する人は、主に携帯メールの利用時間が長く、利用回数が多くなる可能性が明らかとなった。このことは、可搬性・即時性の高い携帯電話のメールを介したコミュニケーションが、他者の存在を意識した上で行われていることを示唆する。したがって、インターネット上で迷惑行為が生起するメカニズムは、電子メールと携帯メールとで異なる可能性が考えられる。ただし、電子メールや携帯メールが実際にどのような場面で利用されているのか、また、コミュニケーション相手のどのような側面に対して社会的リアリティが意識されているのかについては、本研究では明らかとされていない。今後は、人々がコミュニケーションメディアを通じて情報探求行動を行う際に、メールの受け手の感情をどのように推測しているのかや、メールを送信するタイミングをどのように調整しているかなどについて、さらなる検討が必要であろう。

なお、本研究にはいくつかの問題点がある。まず、一般的情報探求性とメディアの利用との間に、明確な関連は見出されなかった。したがって、情報探求性尺度の項目

をさらに吟味することが求められよう。また、インターネットの普及が実際に社会的リアリティの欠如をもたらしているのかを検討するために、より広範なサンプルに対して調査を実施し、対人的情報環境、社会的情報環境に対する認知を測定して、情報探求性やメディアの利用状況との関連を検討することも重要な課題である。最終的には、情報探求性や社会的リアリティとインターネット上の迷惑行為との関連を、より直接的に検証していく必要もあるだろう。

引用文献

- Constant, D., Sproull, L., & Kiesler, S. 1997 The kindness of strangers. In S. Kiesler (Ed.), *Culture of the Internet* (Pp. 303-322). Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum.
- Deaux, K. 1976 *The behavior of women and men*. CA: Brooks/Cole.
- 原田悦子 1997 人の視点からみた人工物研究 共立出版
- 五十嵐祐 2002 CMCの社会的ネットワークを介した社会的スキルと孤独感との関連性 社会心理学研究, 17, 97-108.
- Igarashi, T. 2003 Longitudinal changes in social network structure of face-to-face and mobile phone text messages: Focusing on gender differences. *Paper presented at fifth biennial conference of the Asian Association of Social Psychology, Manila, Philippines*.
- 五十嵐祐・吉田俊和 2003a 大学新入生の携帯メール利用が入学後の孤独感に与える影響 心理学研究, 74, 379-385.
- 五十嵐祐・吉田俊和 2003b 携帯メールの利用が社会的ネットワーク構造に与える影響: 男女差を中心とした縦断的検討 日本社会心理学会第44回大会発表論文集, 222-223.
- 池田謙一 1990 ニューメディアの利用と満足 竹内郁郎・児島和人・川本勝(編) ニューメディアと社会生活 (Pp. 141-165). 東京大学出版会
- 池田謙一 2001 コミュニケーション 東京大学出版会
- 川上和久・電通メディア社会プロジェクト 1999 情報イノベーター: 共創社会のリーダーたち 講談社
- 木村忠正 2001 デジタルデバイドとは何か—コンセンサス・コミュニティをめざして 岩波書店
- 小池はるか 2002 対人的迷惑行為と共感性との関連—

- 迷惑高認知場面及び迷惑低認知場面における行為生起と共感性との関連— 日本社会心理学会第43回大会発表論文集, 298-299.
- 三浦麻子・相川充・大野久・川浦康至 2000 座談会: 日記コミュニケーション 現代のエスプリ, 391, 9-46.
- 野島久雄・阪谷徹 1992 コンピュータネットワーク利用場面における他者の役割 日本認知科学会(編) 認知科学の発展 (Vol. 5, Pp. 49-71). 講談社サイエンティフィック
- Short, J., Williams, E., & Christie, B. 1976 *The social psychology of telecommunications*. London: John Wiley & Sons.
- 総務省(編) 2003 平成15年版情報通信白書 ぎょうせい
- 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 日本教育工学会論文誌, 24, 247-256.
- 徳谷智美 2003 情報収集が大学新入生の初期適応に及ぼす影響 日本社会心理学会第44回大会発表論文集, 480-481.
- 都築誉史・木村泰之 2000 大学生におけるメディア・コミュニケーションの心理的特性に関する分析—対面, 携帯電話, 携帯メール, 電子メール条件の比較— 応用社会学研究, 42, 15-24.
- Wheeler, L., Reis, H., & Nezlek, J. 1983 Loneliness, social interaction, and sex roles. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 943-953.
- 山下清美・山本葉子・赤尾晃一・川浦康至 1998 座談会: インターネット社会 現代のエスプリ, 370, 8-31.
- 吉田俊和・安藤直樹・元吉忠寛・藤田達雄・廣岡秀一・斎藤和志・森久美子・石田靖彦・北折充隆 1999 社会的迷惑に関する研究(1) 名古屋大学教育学部紀要(心理学), 46, 75-98.

謝辞

本研究の分析に際して, 研究データの提供を快諾してくださった, 名古屋大学大学院教育発達科学研究科博士前期課程の徳谷智美氏に心よりお礼申し上げます。

(2003年9月30日 受稿)

ABSTRACT

Development of the Information-Exploration Scale and Its Relation to Undergraduates' Media Usage

Tasuku IGARASHI

This study reports on the development of the Information-Exploration Scale, and on exploring the relationship between the scale and media use. A total of 142 undergraduates (50 males and 92 females) completed the scale, reported on how much they spent time using mass media and communication media, and rated the importance of these media. A factor analysis of the Information-Exploring Scale revealed three significant factors, labelled Implementing Mass Media Resource (IMMR), Implementing Interpersonal Resource (IIR) and General Information Exploration (GIE). Females scored higher than males on IMMR. These scales demonstrated satisfactory levels of internal consistency (Cronbach's α ranging from .71 to .83). Results of the analyses of media usage showed that participants spent a lot of time on TV and mobile phone text messages. Correlations between the Information-Exploration Scale and media usage showed that UMMR was related positively to time spent on reading books, on magazines and on e-mail, while UIR was related only to time spent on mobile phone text messages. Discussion was conducted focusing on the emergence of social annoyance on the Internet, and on the implications for future research.

Key words: Information seeking, media use, college students