

大学生の情報選択における表現形式の選好傾向

渡部 優斗

ソーシャルメディアの登場以降、利用率は年々増加し、特に若年層の利用率は高い。中でも近年では短い動画プラットフォームである「TikTok」の利用率の高さが注目されている。また当初はコミュニケーションやネットワークの構築が主な目的であったが、情報収集ツールとしての利用も多く見られるようになった。海外では、ソーシャルメディアを利用した情報収集の典型例としてニュース消費の研究が進み、特に若年層の利用率が高い TikTok にメディアや研究者の関心が移ってきている。一方日本では、TikTok 等の動画共有系サービスは情報収集ツールとして想定されていない。しかし、現状のソーシャルメディアにはショート動画以外にも特徴的な表現形式が存在しており、利用者は情報収集の際に、その様々な表現形式の中から自分の好みやニーズに合ったものを選択しているのではないかと考える。また現在でも文章形式の情報から情報を得る人は存在すると思われる。したがって本研究では、同一内容のコンテンツがあった場合にどの表現形式がどのような理由で選択されるのかを調べることで、若年層が情報収集を行う際に多様な表現形式を使い分けている様子を描き出すことを目的として実験を行った。

筑波大学の学群生 30 名を対象に実験と実験後の半構造化インタビューを行った。ただし日常のメディア利用の影響を考慮し、Instagram、TikTok、YouTube shorts を知らないか、もしくは知っていても利用したことがない人は除いた。実験では、あるトピックに関するコンテンツを「ショート動画」、「スライド」、「文章」の 3 つの形式で提示し、そこで選択された表現形式を調査すると同時にその選択理由等を語ってもらった。また事後インタビューでは、実験内容に限定されない協力者の日常的な形式選択について尋ねた。以上の 2 つの調査をもとに選択される表現形式と選択に関連する要素を分析した。

調査の結果、若年層の情報選択において最も選択される表現形式はスライドであった。一方でショート動画の選択は当初の想定よりも少なく、ショート動画ばかりが好まれているわけではないこともわかった。表現形式の選択理由としては、スライドでは情報の整理のしやすさや要点の掴みやすさ、取捨選択のしやすさなどの形式の特徴が挙げられた。また文章では得られる情報量の多さ、ショート動画では受動的な閲覧が可能な点がそれぞれ挙げられた。実験協力者の発言を見ていくと、メディアの利用経験や予測される内容が選択される表現形式に影響する可能性が考えられる。また前提知識が無い場合には文章選択の割合が増加し、興味関心が無い場合にはショート動画選択の割合が増加するなど状況によって選択の割合が変化した。以上の結果を総合すると、先行研究では若年層が情報収集においてショート動画を用いる傾向にあることが指摘されているが、日常生活における情報利用というように対象を広げると、閲覧者の態度や目的などの状況の違いによって様々な表現形式が選択されると考えることができるのではないかと考える。

(指導教員 松林麻実子)