

オリエンテーション形態が心理学科 オリエンテーションに対する態度に及ぼす影響

心理学科 坂田浩之・佐久田祐子・奥田 亮・川上正浩

抄録：佐久田・奥田・川上・坂田（2003）は、大学生が新入生を対象としたオリエンテーションに何を期待し、またそれに参加してどのようなことを獲得したと考えているかについて調査を行った。しかしそのような期待や獲得感、どのような形態のオリエンテーションを経験したかによって異なってくるであろう。そこで本研究では、異なった形態で行われたオリエンテーションに対し、学生がどのようなことを期待し獲得したと考えるかについて調べることを目的とし、調査を行った。本研究と、比較対象とされた佐久田ら（2003）の研究におけるオリエンテーションとの大きな形態上の相違点は、(1) 学外で行われること (2) 一泊二日で行われる（それに伴い内容も豊かになること）こと (3) “大学生活”に関する情報の提示があること、である。調査の結果、これらの相違がオリエンテーションに対する態度に与える影響として、(2) 一泊二日で行われること（内容が豊かになること）と (3) “大学生活”情報の提示が、オリエンテーションは大学への帰属感を高める行事であり、大学4年間を過ごす上で大切な情報を獲得できる機会であるという認識を確かなものにする効果を持つことなどが示された。

索引語：新入生対象のオリエンテーション、大学教育

問題と目的

大学教育が十全に実践されるためには、その初動時における体制の確立が重要である。多くの大学において、こうした観点から、新入生に対して春期の早い段階で“オリエンテーション”あるいは“学外オリエンテーション”という企画が実施されている。

こうしたオリエンテーションは、学生にとって、今後の大学生活がいかなるものであるのか、いかなるものになりうるのかのイメージを抱くためには、きわめて重要な機会であると考えられる。大学の側から考えれば、大学教育初動時の段階で、学生がどのような機会を求めているのかを把握し、これに呼応する適切なオリエンテーションを実施していくことは、大学教育の十全な実践のための大きな機会であると言える。すなわち、オリエン

テーションは学生たちがその後の大学生活を充実して送る上で、あるいは教員にとっては大学教育を十全に行なう上で、それぞれ滑らかなスタートを切るために大きな意義を持っており、その企画について調査を行ないデータに基づいて検討することは有用であると考えられる。

このような考えのもとに、筆者ら（佐久田・奥田・川上・坂田，2003；奥田・川上・坂田・佐久田，2003；川上・坂田・佐久田・奥田，2004）は、様々な大学で実施されている、学外に出かけるなどの“企画”を含めた参加型の催しを、狭義のオリエンテーションとして定義した上で、こうしたオリエンテーションに対して学生がどのような期待をもち、また実際に経験したオリエンテーションから、何を獲得したと感じているのかを質問紙調査によって吟味した。

筆者ら（佐久田ら，2003；奥田ら，2003；川上

ら、2004)が検討したオリエンテーションは、筆者らが所属する大阪樟蔭女子大学で、2002年度に実施されたものであり、実施時期は入学当初の4月であった。このオリエンテーションでは、学外に出かけることなく、講義用の大教室に、アドバイザー・グループ⁽¹⁾がまとまって座れるよう机を配置し、非言語的コミュニケーションを活性化させるゲーム(人間知恵の輪、人間椅子)を行った。またグループ毎に茶話会という形で、ジュースやお菓子などを食べながら雑談を行った。企画の運営には二回生の有志が参加し、オリエンテーション自体にも、二回生の有志が参加している(図1参照)。

佐久田ら(2003)が検討したのは、“学外オリエンテーション期待尺度(E尺度)”“学生生活満足尺度(S尺度)”“本年度オリエンテーション獲得尺度(G尺度)”の3つであった。E尺度では、教員がオリエンテーションで提供し得るであろう

企画内容をもとに項目を設定し、どのような企画あるいは機会を望むのかを評定することを求めた。S尺度では、学生が学業や人間関係を含めて、どの程度今の学生生活に満足し充実していると感じているかを評定することを求めた。G尺度では、ある程度E尺度と内容に対応させつつ、被験者が実際に経験したオリエンテーションの企画内容を考慮に入れ、オリエンテーションを通して何が獲得されたと感じているのかを測定した。そしてE尺度、S尺度を合わせて因子分析を行ったところ、“企画期待”“機会期待”“学業満足”“交友満足”“将来展望”の5つの因子が抽出された。“企画期待”因子は、「大学ではないどこか他の場所への遠出」、「泊まりがけの旅行」など、オリエンテーションを通常の授業とは違うことを行なう一つの企画・イベントとして期待する態度を示す因子と考えられた。“機会期待”因子は、「上回生(二回生や三回生)と親しくなる機会・きっかけ」

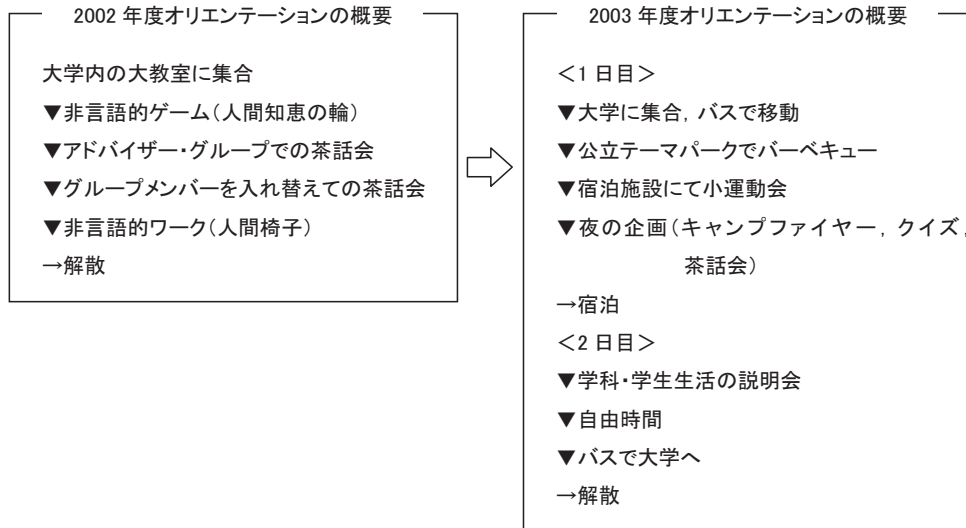


図1 2002年度および2003年度のオリエンテーションの概要

(1) 大阪樟蔭女子大学においてはアドバイザー制度と呼ばれる、一種の担任制度が設けられている。心理学科では、三・四回生時にはゼミの担当教員が、一・二回生時には、学籍番号に基づき機械的に割り振られた教員がアドバイザーとなる。アドバイザーの役割は、教員としての大学の窓口、といったものであり、それぞれのアドバイザーにつく学生のグループはアドバイザー・グループと呼ばれている。

「学生生活とはどんなものか聞く機会・きっかけ」など、オリエンテーションの場を誰かと知り合う、あるいは何かを知る機会として期待する態度に関する因子、「学業満足」は「大学の授業が面白い」「心理学科の授業内容に満足している」など、大学生活の学業面での満足度を示す因子であった。「交友満足」因子は「学内の友人関係に満足している」「大学での交友関係はせまい（逆転項目）」など、大学生活の交友面での満足度を示しており、「将来展望」因子は、「資格について知る機会・きっかけ」「将来の進路について不安である」など、自分の将来に対する意識や不安の高まりに関する因子と考えられた。

さらに G 尺度に対する因子分析の結果、“一回生との親密化”“企画充実感”“上回生からの情報獲得”“教員との関係”“獲得困難”の 5 つの因子が抽出された。“一回生との親密化”因子は「他の一回生と親しくなれた」「友人関係の輪が広がった」などの、同じ一回生とのつながりに関する項目から構成されていた。“企画充実感”因子は「人間知恵の輪が楽しかった」などの、オリエンテーションで実施された企画の充実感に関わる項目から構成されていた。“上回生からの情報獲得”因子は「授業について情報を得た」「二回生との会話が今後の役に立った」など、主に上回生との会話を通じての情報獲得に関わる項目から構成されていた。“教員との関係”因子は「先生との会話が楽しかった」などの、教員とのつながりに関する項目から構成されていた。“獲得困難”因子は「大学の施設についての情報を得た」「資格についての情報を得た」「特定の人と深く付き合えるようになった」などの項目から構成されており、被験者が参加した、当該年度のオリエンテーションにおいて、獲得が困難な内容が一つの因子としてまとめて評価されたのだと解釈された。

しかしながら以上の研究は、特定の大学において、特定の年度に実施された、特定の形態のオリ

エンテーションに関するものである。したがってより一般的な意味でのオリエンテーションに対する態度を検討して行くためには、こうしたケース研究を超えて、複数の形態のオリエンテーションを射程に入れて行くことが不可欠である。

そこで本研究では、佐久田ら（2003）の研究を、異なった形態のオリエンテーションを経験した学生に対して実施し、新たなケースを加えることと、形態を超えて共通する特性について考察することを目的とする。このため、筆者らが所属する大学において、異なる年度に実施された、異なる形態のオリエンテーションを取り上げ、佐久田ら（2003）の E 尺度（学外オリエンテーション期待尺度）、G 尺度（本年度オリエンテーション獲得尺度）と同様の質問紙調査を実施し、経験するオリエンテーションの形態が異なることが、オリエンテーションに対する期待と何が獲得されたと感じるかとは、どのような相違をもたらすのか、あるいはこうした形態の違いを超えて、どのような共通点を見せるのか、を軸に比較検討を行う。

本研究において検討の対象としたオリエンテーションは、筆者らが所属する大学で、2003 年度に実施されたものであり、その概要は以下の通りである（図 1 参照）。

当該オリエンテーションは、入学当初の 4 月、2 日間にわたって実施された。当日は朝、大学からバス 3 台に分乗して出発し、公立テーマパークに到着した。テーマパークでは、アドバイザー・グループごとに分かれてバーベキュー形式の昼食をとり、学生は自分のアドバイザー・教員に対し、教員は担当するアドバイザー・グループの学生たちに対し、より認識を深めるよう対話を持った。昼食後はテーマパーク内を自由に見学する時間を持った。

次に宿泊地である公立保養施設に移動した。簡単な行事説明の後、野外の広場で小規模な運動会を二・三回生スタッフの主導で行った。教員を含めて幾つかのアドバイザー・グループを統合した

チーム対抗で競技を行った。

休憩時間を挟んで夕食をとり、その後夜の企画を行った。運動会と同様、二・三回生スタッフが取り仕切った。企画内容を、キャンプ・ファイヤーなどを交えエネルギーに遊ぼうという企画、室内でクイズなどしながらほどこに遊ぼうという企画、ゆったりとお喋りをしようという企画の3つの企画に分け、新入生が好きな企画に参加することができるようにした。人数は大きく偏ることなく3分された。

2日目は起床・朝食後に“心理学科オリエンテーション4年間の学びについて”と題して、学科説明の時間を持った。教員がプロジェクターを使って画像を提示しながら、4年間の学生生活全体の流れを展望させ、心理学科で学べること、身につくことについて具体例を挙げつつ説明を行った。説明会の後に若干の自由時間を持ち、最後に記念撮影を行い、大学へと帰途に着いた。以上が当該オリエンテーションで実施された内容である。

佐久田ら（佐久田ら，2003；奥田ら，2003；川上ら，2004）で被験者が経験したオリエンテーションとの大きな違いは、以下の3点であると考えることができる。

- (1) 学内ではなく、学外へ出かける企画であること。
- (2) 一泊二日という、泊まりがけの企画である（それに伴い内容も豊かになる）こと。
- (3) 教員から、明確な形での“大学生活”に関する情報の提示があること。

以上の3点は、オリエンテーション形態として、明確な特色と言えるものであり、こうした点の相違が、オリエンテーションに対する態度にどのような違いをもたらすのか、また、こうした形態の相違を超えて、どうした点が共通のものとして残るのか、を検討することが、本研究の目的である。

方法

被験者

大阪樟蔭女子大学人間科学部心理学科に所属する一回生111名が調査に参加した。

調査実施時期

2003年4月中旬に実施した学外オリエンテーションから、あまり時間が経過しすぎないように配慮し、2003年5月中に授業時間を使って質問紙調査を実施した。

質問紙の構成と質問項目の作成

学外オリエンテーションに関して、

- ① 2003年度版学外オリエンテーション期待尺度 [2003年度版E尺度] (17項目・5件法)
- ② 2003年度版オリエンテーション獲得尺度 [2003年度版G尺度] (38項目・5件法)

という内容から構成された2種類の質問紙を作成し実施した。

①の2003年度版E尺度は、学外オリエンテーションで提供し得るであろう企画内容をもとに、それらのいずれが学生の望むものであるか、即ち「学生が入学して初めの頃にどのような企画を体験すれば、後の大学生活にとって良いと考えているか」を測るために作成されたものである。2002年度版E尺度（佐久田ら，2003）で用いられた項目に再検討を加え、その意味内容が変わることのないよう部分的に表現の修正を行った。

②の2003年度版G尺度は、実際にオリエンテーションを経験した一回生たちが、それによって何を得たと思っているかを調べるために作成されたものである。2002年度版G尺度（佐久田ら，2003）をベースにし、2003年度オリエンテーションの企画内容を反映させるために、項目の追加および内容の変更を行った。2002年度版との主な違いは、泊りがけで学外に出かけたことに伴う項目である「バスの中が楽しかった」、「学外に出ら

れて良かった」,「おふろが良かった⁽²⁾」等が追加された点,樟蔭心理学科への帰属感を測定する項目である「樟蔭の心理学科の一員であるという意識が高まった」,「樟蔭の心理学科の雰囲気が感じられた」等が新たに設けられた点,教員によって心理学科の4年間について具体的な説明が行われたことに伴う項目,「心理学科の4年間についての説明会が良かった」が新たに設けられた点,以上の3点である。

手続き

被験者には調査目的を説明し,了解を得た上で調査に参加してもらった。調査票は授業時間内に一斉に配布し,被験者にその場で記入してもらい回収した。その際,各被験者は各自のペースで質問紙に回答することが求められた。

結果

1. 2003年度版オリエンテーション期待尺度

(2003年度版E尺度)の因子分析と下位尺度得点の分析

2003年度オリエンテーションに参加した一回生たちがオリエンテーションに対して抱く期待を詳しく分析するために,2003年度版E尺度の因子分析を行った(主因子法,プロマックス回転)。どの因子にも因子負荷量が.40に満たない項目を削除して,再び主因子法・プロマックス回転による因子分析を行った結果,最終的に3因子を抽出した(表1)。

第1因子は「観光」「スポーツ」「皆で遊ぶようなゲーム」などの項目の因子負荷量が高く,それらがオリエンテーションを企画として期待する内容であると解釈して“企画期待”因子と命名した。第2因子は「できるだけ多くの人と親しくなる機

表1 2003年度版E尺度の因子分析の結果(主因子法,プロマックス回転,3因子解)

	第1因子	第2因子	第3因子
第1因子: 企画期待 ($\alpha=.903$)			
E12 観光.	.827	-.164	.120
E10 スポーツ.	.778	-.199	-.055
E9 皆で遊ぶようなゲーム.	.726	.169	-.081
E14 大学ではないどこか他の場所への遠出.	.724	.148	.005
E2 遊園地などに出かけること.	.710	.101	-.128
E11 上回生の参加.	.705	-.083	.172
E16 泊まりがけの旅行.	.551	.288	-.002
E5 上回生(二回生や三回生)と親しくなる機会・きっかけ.	.517	.220	.077
第2因子: 機会期待 ($\alpha=.801$)			
E17 できるだけ多くの人と親しくなる機会・きっかけ.	.008	.840	-.036
E3 他の一回生と親しくなる機会・きっかけ.	.014	.754	-.047
第3因子: 情報期待 ($\alpha=.709$)			
E15 資格について知る機会・きっかけ.	-.011	-.116	.891
E1 大学の授業に関する情報を得る機会.	-.233	.392	.557
E8 就職について知る機会・きっかけ.	.103	-.140	.524
E13 学生生活とはどんなものか聞く機会・きっかけ.	.185	.125	.462

注1) ()内はCronbachの α 係数

注2) 因子負荷量が.40未満であったため削除された項目は以下の通り

- E4 特定の人と深くつきあえる機会・きっかけ.
- E6 大学の施設について知る機会・きっかけ.
- E7 先生と親しくなる機会・きっかけ.

(2) 入浴に関しては,宿泊施設から徒歩5分ほど離れた場所にある,「ジャングル」をテーマにした大規模温泉施設へと,グループ単位で出かけていくような形態をとった。したがってそのこと自体も娯楽の一つとなり,同時にコミュニケーション形成の場となっていた可能性が高いことから,このような項目を追加するに至った。

会・きっかけ」「他の一回生と親しくなる機会・きっかけ」の2項目から構成され、オリエンテーションを対人的な出会いの場として捉える“機会期待”因子として解釈した。第3因子は「資格について知るきっかけ」などの項目を含み、オリエンテーションを種々の情報を得るきっかけと見なしている因子として“情報期待”因子と命名した。

なお、3因子それぞれを構成する項目群についてCronbachの α 係数を算出したところ、.905～.709であり、内的整合性はほぼ確認された(表1)。

表2 2003年度版E尺度の因子相関行列

	第1因子	第2因子	第3因子
第1因子	—	.568	.351
第2因子		—	.341
第3因子			—

表3 2003年度版E尺度の各下位尺度得点の平均値 (MAX=5)

	企画期待	機会期待	情報期待
平均	3.36 (.84)	4.38 (.67)	4.07 (.67)

()内の数値はSD

因子間の相関は第1因子と第2因子の間で $r=.568$ と高く(表2)、“企画期待”因子と“機会期待”因子が強く関連していることが窺える。

次に、第1因子の負荷量が.40以上の8項目からなる“企画期待”尺度について、各被験者で得点を合計し項目数で割った“企画期待”尺度得点を算出し、その平均値と標準偏差を算出した。同様の手続きを残りの因子に対しても行い、“機会期待”尺度得点と“情報期待”尺度得点の平均および標準偏差を算出した。これらを表にして示したのが表3である。どの平均値も3以上で、機会期待および情報期待尺度得点は際立って高い値を示している。

下位尺度得点間の相関(Pearsonの積率相関係数)は、3因子間全ての組み合わせにおいて有意な正の相関を示した(表4)。

表4 2003年度版E尺度の下位尺度得点間の相関

	企画期待	機会期待	情報期待
企画期待	—	.514 **	.391 **
機会期待		—	.296 **
情報期待			—

** $p < .01$

2. 2003年度版オリエンテーション獲得尺度

(2003年度版G尺度)の因子分析と下位尺度得点の分析

2003年度に実施されたオリエンテーションによって、参加した一回生たちが何を不得何を得られなかったと感じているかという獲得感が、どのような構造をしているかを知るために、2003年度版G尺度の因子分析を行った(主因子法、プロマックス回転)。どの因子にも因子負荷量が.40に満たない項目と二つ以上の因子にまたがって因子負荷量が.40の項目を削除して、繰り返し主因子法・プロマックス回転による因子分析を行った結果、最終的に5因子を抽出した。因子パターンを表5に示す。

第1因子は「友人関係の輪が広がった」「他の一回生と親しくなれた」など、同じ一回生同士の関係形成を肯定的に評価する項目の負荷量が高いので、“一回生との親密化”因子と命名した。第2因子は「気疲れした」「気詰まりだった」(共に逆転項目)などの項目の因子負荷量が高く、それらが総じてオリエンテーションを企画として良いものとして体験している内容であることから“企画充実感”因子と命名した。第3因子は「樟蔭の心理学科の一員であるという意識が高まった」「樟蔭の心理学科の印象が良くなった」などの項目を含んでおり、“学科への帰属感”因子と命名した。第4因子は「先生との会話が楽しかった」など全て教員との関係に関連する項目が含まれており、“教員との親密化”因子と命名した。第5因子は「上回生との会話が今後のために役立った」「上回生と親しくなれた」などの項目から構成されており、“上回生との親密化”因子と命名した。

各因子を構成する質問項目の内的整合性を検討するため、Cronbachの α 係数を算出した(表5)

表5 2003年度版G尺度の因子分析結果(主因子法, プロマックス回転, 5因子解)

	第1因子	第2因子	第3因子	第4因子	第5因子
第1因子: 一回生との親密化 ($\alpha=.905$)					
G1 友人関係の輪が広がった.	.897	-.038	-.031	.047	-.189
G7 他の一回生と親しくなれた.	.804	-.171	-.101	.083	.169
G34 他の一回生との会話が楽しかった.	.789	-.077	.195	-.123	-.033
G17 他の一回生との会話が今後のために役立った.	.756	-.204	.043	-.046	.134
G3 楽しかった.	.652	.231	-.096	.090	.024
G39 多くの人と親しくなれた.	.567	.102	.132	-.036	.078
G27 他の人とのコミュニケーションがうまく取れた.	.484	.126	.360	-.043	-.059
G16 自由時間が楽しかった.	.483	.389	-.147	.177	-.058
G26 バスの中が楽しかった.	.438	-.010	.193	-.004	.037
第2因子: 企画充実感 ($\alpha=.875$)					
G33 気疲れした.	.233	-1.013	.085	.006	-.011
G4 日帰りが良かった.	.181	-.785	-.137	.026	-.025
G29 気詰まりだった.	-.269	-.677	-.019	.075	.067
G9 会話に困った.	-.074	-.646	-.170	.112	.125
G8 おふろが良かった.	-.020	.498	.171	-.061	.038
G24 夜の企画が楽しかった.	.333	.482	-.231	.154	.120
G30 学外に出られて良かった.	.208	.454	.218	-.124	.023
G23 屋の企画(小運動会)が楽しかった.	.088	.442	-.129	.146	.185
第3因子: 学科への帰属感 ($\alpha=.847$)					
G10 樟蔭の心理学科の一員であるという意識が高まった.	-.033	-.004	.796	.158	-.065
G12 樟蔭の心理学科の印象が良くなった.	.107	.190	.635	.039	.017
G21 大学の施設について情報を得た.	-.074	-.094	.615	.157	.186
G22 樟蔭の心理学科の雰囲気を感じられた.	.097	.065	.540	-.009	.129
G11 特定の人と深くつきあえるようになった.	.256	.053	.490	-.015	-.096
第4因子: 教員との親密化 ($\alpha=.879$)					
G32 先生との会話が楽しかった.	-.010	-.015	.058	.945	-.021
G20 先生と親しくなれた.	.045	-.037	.099	.823	-.065
G6 先生との会話が今後のために役立った.	.112	-.159	.056	.764	-.065
G36 先生について情報を得た.	-.154	.167	.128	.609	.124
第5因子: 上回生との親密化 ($\alpha=.801$)					
G35 上回生との会話が今後のために役立った.	.070	.046	-.154	.011	.791
G13 上回生と親しくなれた.	.100	-.030	.091	-.124	.790
G38 上回生との会話が楽しかった.	.096	-.005	.080	-.025	.729
G31 学外の生活(バイト, サークルその他)について情報を得た.	-.258	.005	.262	.080	.447
注1) ()内はCronbachの α 係数					
注2) 因子負荷量が.40未満、または2因子にまたがって.40以上であったため削除された項目は以下の通り					
G2 資格について情報を得た.					
G5 みんなでバスに乗って行けたのが良かった.					
G14 大学生活に対する不安が和らいだ.					
G15 就職について情報を得た.					
G18 大学生活について情報を得た.					
G19 利用した施設(しあわせの村)が良かった.					
G25 心理学科の4年間についての説明会が良かった.					
G28 利用した施設(フルーツフラワーパーク)が良かった.					
G37 有意義だった.					

表6 2003年度版G尺度の因子相関行列

	第1因子	第2因子	第3因子	第4因子	第5因子
第1因子	—	.711	.521	.308	.451
第2因子		—	.533	.325	.453
第3因子			—	.296	.411
第4因子				—	.486
第5因子					—

ところ、いずれも .905~.801 と高い値を示した。
また、5 因子の因子間相関は表 6 のようになっ

た。第 1 因子・第 2 因子・第 3 因子の間で相関が
高く、特に第 1 因子と第 2 因子の相関が非常に高

表7 2003年度版G尺度の各下位尺度得点の平均値 (MAX=5)

	一回生との親密化	企画充実感	学科への帰属感	教員との親密化	上回生との親密化
平均	3.73 (.74)	3.50 (.89)	3.38 (.76)	3.27 (.90)	2.84 (.85)

()内の数値はSD

表8 2003年度版G尺度の下位尺度得点間の相関

	一回生との親密化	企画充実感	学科への帰属感	教員との親密化	上回生との親密化
一回生との親密化	—	.720 **	.607 **	.355 **	.468 **
企画充実感		—	.595 **	.325 **	.459 **
学科への帰属感			—	.421 **	.481 **
教員との親密化				—	.433 **
上回生との親密化					—

** $p < .01$

かった ($r = .711$)。

次に、各因子を構成する質問項目群を下位尺度とし、被験者ごとに各下位尺度の合計値を項目数で割って、G尺度の下位尺度得点を算出した。その平均値および標準偏差を示したのが表7である。“上回生との親密化”尺度を除いて全て3以上であった。

さらに、下位尺度得点間の相関を調べるためにPearsonの積率相関係数を算出したところ、全ての得点間で有意な正の相関が見られた(表8)。

考 察

1. 2003年度版オリエンテーション期待尺度

(2003年度版E尺度)の因子分析と下位尺度得点の分析に関連して

結果で記載した2003年度版E尺度における因子分析について考察するために、2002年度版E・S尺度⁽³⁾における因子分析(佐久田ら, 2003)と比較することにする(図2)。

2002年度版E・S尺度を因子分析した結果抽出された因子は、“企画期待”“機会期待”“学業

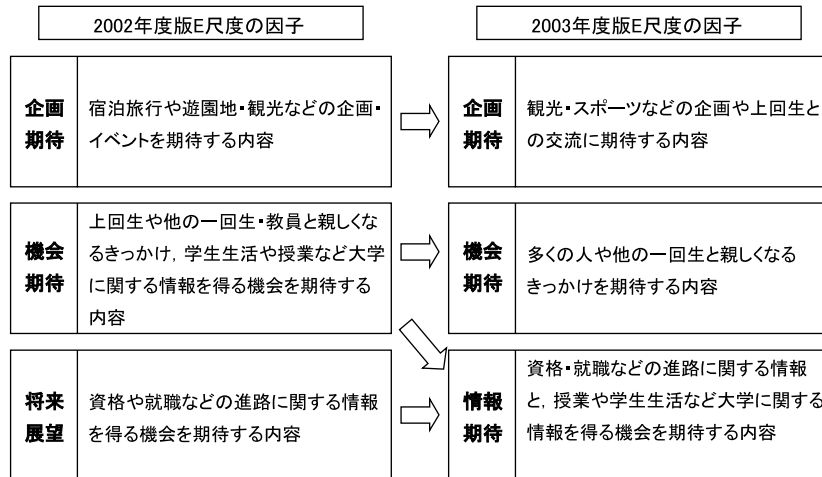


図2 2002年度版および2003年度版E尺度の因子比較

(3) 2002年度調査に関しては学生生活満足尺度(S尺度)を併せて実施しており、佐久田ら(2003)は因子分析においてE尺度とS尺度の項目を一緒に因子分析しているが、2003年度調査では、S尺度は実施していないため、E尺度のみの因子分析となっている。

満足度”“交友満足度”“将来展望”の5つであったが、このうち“学業満足度”と“交友満足度”は学生生活満足尺度（S尺度）の項目の因子負荷が高い因子であり、E尺度と主に関連した因子は、“企画期待”“機会期待”“将来展望”の3つであった。2003年度版E尺度の因子分析でも3因子が抽出されたが、2002年度版とほぼ同じ因子と考えられるのは、“企画期待”であった。また、2003年度版の“機会期待”“情報期待”に対する各項目の因子負荷のあり方を見ると、2002年度版では“機会期待”に因子負荷の高かった「大学の授業に関する情報を得る機会」「学生生活とはどんなものか聞く機会・きっかけ」がむしろ“情報期待”に対して因子負荷が高くなっており、2003年度版の“機会期待”はより他者との親密化の機会への期待というニュアンスが強くなっている。一方で“情報期待”の方は、“将来展望”に特に因子負荷の高かった「資格について知る機会・きっかけ」「就職について知る機会・きっかけ」の2項目のような将来に直結する情報への期待のみでなく、前記の“授業”と“学生生活”に関する項目など、より足下の大学生活に関する情報に関する項目の因子負荷も高くなり、大学生活に関する様々な情報を得る機会を期待する因子になっている。

これらのことから、2003年度版の“機会期待”と“情報期待”は、2002年度版の“機会期待”が2つに分かれたものと考えられることができる。さらにここから、オリエンテーションへの期待は、大きく分けて、企画への期待と機会への期待の2つから成ると考えられる。

また、2002年度と2003年度でオリエンテーションに対する期待の因子に違いが生じたのは、E尺度の実施が、2002年度、2003年度ともにオリエンテーション実施後であったことの影響であると考えられる。つまり2002年度と2003年度の調査においてE尺度は、ある内容のオリエンテーションを経験した後に、遡って入学時にオリエンテーションに何を期待するかを尋ねるものであり、そ

の回答には体験したオリエンテーションの内容が反映されると考えられるのである。さらに、2003年度においてなぜ機会への期待が“機会期待”という対人的なものと、“情報期待”という情報的なものに分かれたのかという点については、2003年度オリエンテーションでは、教員による心理学科の4年間についての説明会という2002年度にはなかった情報提供を主眼とする企画を実施したため、それを体験した学生には、オリエンテーションには様々な情報提供を期待することができるという観点が明確化したという理由が考えられる。

2. 2003年度版オリエンテーション獲得尺度

（2003年度版G尺度）の因子分析と下位尺度得点の分析に関連して

結果で記載した2003年度版G尺度における因子分析について考察するために、2002年度版G尺度における因子分析（佐久田ら、2003）と比較することにする（図3）。

2002年度版G尺度を因子分析した結果抽出された因子は、“一回生との親密化”“企画充実感”“上回生からの情報獲得”“教員との関係”“獲得困難”の5つであった。2003年度版でも同様に5因子が抽出されたが、2002年度版とほぼ同じ因子と考えられるのは、“一回生との親密化”“企画充実感”“教員との親密化”（2002年度版G尺度における“教員との関係”）であった。これらの因子に関しては、オリエンテーションの内容や質問項目にあまり影響を受けずに、一回生がオリエンテーションから獲得したものを評価する際の基本的な観点となると考えることができる。

一方、2003年度版G尺度における“上回生との親密化”に近いものとして2002年度版G尺度では“上回生からの情報獲得”が抽出されていたが、この2つの因子に対する各項目の因子負荷のあり方を比べてみると、この2つの因子の内容は微妙に異なると考えられる。すなわち、2002年度のG尺度では“上回生からの情報獲得”に対

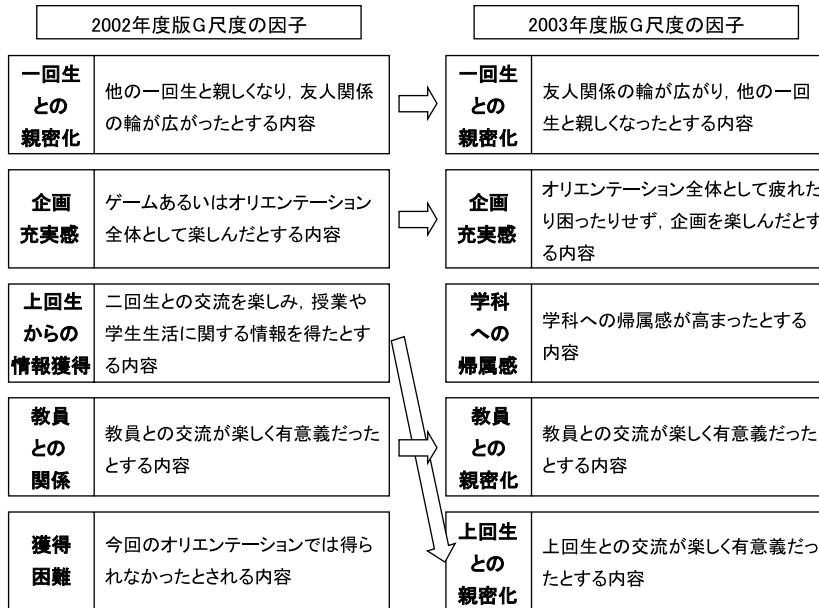


図3 2002年度版および2003年度版G尺度の因子比較

してのみ因子負荷量が.40以上あった「授業についての情報を得た」「学生生活についての情報を得た」のような情報獲得に関する項目が、2003年度版G尺度では“上回生との親密化”に対して因子負荷量が.40未満であったり別の因子に対しても因子負荷が高かったりしたことを見ると、2003年度オリエンテーションの体験では、2002年度のように“情報”と“上回生”とが特化的に強く結びついていないことが窺える。このことは、2003年度のオリエンテーションにおける上回生の役割が、2002年度とは違ったことが大きく影響していると考えられる。すなわち、2002年度のオリエンテーションは茶話会中心で、しかも茶話会では上回生がリードしてグループの会話を促進する場面が多く、それに伴って情報も上回生から一回生に伝達されることが多かったので“上回生は情報の発信源”という認知が生じたのに対し、2003年度のオリエンテーションでは、企画内容もよりバラエティに富んだものとなり、情報はオリエンテーションの様々なシチュエーションで伝達されていったので、上回生は情報の発信源とい

うよりは、親密化の対象であるという認知が生じ、“情報”と“上回生”との特化的な結びつきが薄れたのではないだろうか。なお、“上回生との親密化”の尺度得点の平均値は3を下回っていたが、これは2003年度のオリエンテーションでは上回生が企画者という役割をとることが多く、積極的に上回生と一回生が会話する機会が少なかったために、実際に上回生との親密化が達成されることは難しかったことによるものと考えられる。この“企画者”という上回生の位置づけは、2003年度版E尺度において上回生に関する項目が“企画期待”に因子負荷が高かったこととも整合的である。

また、2002年度版G尺度における“獲得困難”に当たる因子は、2003年度版G尺度においては抽出されず、代わりに新しく“学科への帰属感”が抽出された。この結果は、オリエンテーションの内容と質問項目の変更の影響を大きく受けていると思われる。2つの因子は、「大学の施設について情報を得た」「特定の人と深くつきあえるようになった」という項目の因子負荷が高いという点では共通するが、“獲得困難”には因子負荷の

高かった「資格について情報を得た」「就職について情報を得た」といった項目が、“学科への帰属感”への因子負荷は低かった。また、“学科への帰属感”は、2003年度版G尺度で新たに追加した「樟蔭の心理学科の一員であるという意識が高まった」「樟蔭の心理学科の印象が良くなった」「樟蔭の心理学科の雰囲気が感じられた」といった項目の因子負荷が高かった。これは、2003年度オリエンテーションは、2002年度オリエンテーションの経験をふまえ、オリエンテーションを一泊二日に拡大して、大学の施設について情報を与えたり、特定の人と深くつきあえるようになったりできるような機会とともに、“樟蔭の心理学科”の特色を理解してもらう企画を意図的に盛り込んだ成果が現れたといえる。このことは、“獲得困難”尺度得点の平均値が3を大きく下回っていたのに対し、“学科への帰属感”尺度得点の平均値が3を上回っていることから裏付けられる。

G尺度の下位尺度得点間の相関を見ると、2002年度版2003年度版共通してG尺度の因子間の相関が高いが、2003年度版においては特に“一回生との親密化”と“企画充実感”と“学科への帰属感”の相関が比較的強いことが特徴的である。また、下位尺度得点の平均値を見ると、“一回生との親密化”と“企画充実感”と“学科への帰属感”は3を比較的大きく上回っている。これらのことから、2003年度のオリエンテーションは、一回生同士の親密化と企画充実感と学科への帰属感が相互に高め合うようにしながらよく体験されたことが、一つの達成であったと言えるだろう。

また、2003年度版G尺度においては、「気疲れした」「日帰りが良かった」などオリエンテーションに対するネガティブな感情を意味する項目が揃って“企画充実感”に対する因子負荷量が負で大きかった。他に、「おふろが良かった」「夜の企画が楽しかった」などの企画の良さに関する項目が“企画充実感”に対して因子負荷が高かったこと、「自由時間が楽しかった」「バスの中が楽し

かった」といったより自由に過ごせる企画に関する項目が“一回生との親密化”に因子負荷が高かったことなどを考え合わせると、次のように考察できる。すなわち、楽しい企画を充実させることはオリエンテーションをネガティブにとらえない、あるいはマイナスの印象を埋めるといった効果を持つものであり、一回生がオリエンテーションを積極的に良かったと評価するためには、企画を充実させた上で、自由に交流できる時間を設けることが大切である。しかし、何の企画も用意せず、自由な時間を与えるだけでは、学生によっては他者との親密化は難しく、そうなればオリエンテーション全体の体験もネガティブなものになるであろうことは“一回生との親密化”と“企画充実感”の相関が高かったことから容易に推測できる。

3. まとめと今後の課題

本研究では、体験するオリエンテーションの形態の違いが、一回生のオリエンテーションに対する態度にどのような影響をもたらすのか、2002年度と2003年度の調査データを比較検討した。その結果、オリエンテーションを機会として期待する態度が出会いの機会を期待するものと情報を期待するものに分化した、所属学科への帰属感が高まったかどうかやオリエンテーションの評価の観点として現れた、上回生が情報源としてではなく親密化の対象として認知された、などいくつかの違いを見いだすことができた。分析からは、オリエンテーションが一泊二日になり、共に過ごす時間が長くなったのに伴って、“自由時間”の枠も含めて企画の内容がバラエティ豊かになったこと、大学生活や学科の特色に関する情報を説明会中心に積極的に提示したこと、またこれらの変化によって上回生の役割も変化したことなどがこれらに影響を及ぼしていることが明らかになってきた。

一方で、オリエンテーションの形態に関わらず一回生がオリエンテーションについて期待・評価する際の基本的な観点となるものが明らかになっ

てきた。①オリエンテーションに期待を向ける態度には、大きく分けて、企画として期待する観点と機会として期待する観点があること、②一回生との親密化が達成されたかどうか、オリエンテーションが企画として充実していたかどうか、教員との親密化が達成されたかどうかという3つの観点が、評価の観点として安定したものであること、③オリエンテーションにおける他者との親密化を評価するときには、一回生同士、上回生との間、教員との間、とそれぞれが別々に評価されること、などである。これらの知見は、効果的なオリエンテーションを企画・実施する上で役立つものである。

また、オリエンテーションの趣旨を考えると、オリエンテーション自体が一回生にとって満足いくものであったかどうかよりは、その後の大学生活全般の満足感を高めることに有効であったか

どうかにより重要である。体験するオリエンテーションの違いによってその後の大学生活全般にどのような影響が及ぶのかということについて今後検討を加えていきたい。

引用文献

- 川上正浩・坂田浩之・佐久田祐子・奥田亮 2004 個人特性が心理学科オリエンテーションに対する態度に及ぼす影響 (3)－出身校、居住形態との関連から－ 大阪樟蔭女子大学人間科学研究紀要, 3, 57-68.
- 奥田亮・川上正浩・坂田浩之・佐久田祐子 2003 個人特性が心理学科オリエンテーションに対する態度に及ぼす影響 (2)－personality との関連から－ 大阪樟蔭女子大学人間科学研究紀要, 2, 73-82.
- 佐久田祐子・奥田亮・川上正浩・坂田浩之 2003 個人特性が心理学科オリエンテーションに対する態度に及ぼす影響 (1)－オリエンテーションに対する態度の基礎データ－ 大阪樟蔭女子大学人間科学研究紀要, 2, 59-71.

The effect of the style of the fresher orientation event to the attitude towards the fresher orientation event

Osaka Shoin Women's University

*Hiroyuki SAKATA, Yuko SAKUTA,
Akira OKUDA, & Masahiro KAWAKAMI*

ABSTRACT

Sakuta, Okuda, Kawakami, & Sakata (2003) investigated the students' expectation to the fresher orientation event (FOE) and the gain they recognize to have got in their FOE experience. However, students' expectation and gain might differ depending on the style of the FOE. The purpose of this study was to examine the students' expectation and gain toward the FOE in another style. The major differences in style of the FOE that participants of this study experienced from that of Sakuta et al. (2003) are (1) It was held outside the university, (2) It was an overnight event (and its contents got varied accordingly), and (3) There was a lecture on university life.

In this study, the impact of these differences on the attitude towards the fresher orientation event was investigated. The results showed that difference (2) and difference (3) have the impact to confirm that FOE should be the event in which they can contribute to establish the involvement to the university and can get great information about university life.

Key words: fresher orientation event (FOE), education in the university