メディア接触によるメディア認知の比較

Comparison of Media Cognition From the point of Media Utilization

後藤　康志
Yasushi Gotoh

新潟大学 教育・学生支援機構
Institute of Education and Student Affair, Niigata University

<あらまし>　メディア接触の頻度によるメディア認知の差を検討した.結果として検索性,速報性,簡便性,信頼性,嗜好性といったメディア特性の認知については,メディア接触の頻度による差は見られなかったが,メディア(図書,Web,TV,雑誌,新聞)のプライオリティについては,メディア接触と顕著な関係が見られた.「仕事や学習に役立つ最新の情報を得る」という目的において実際に活用したいと考えるメディアは「普段から親しんでいるメディア」という関係が成り立っている可能性がある.
<キーワード>　メディア・リテラシー　メディア認知　メディア特性　階層分析法

1. はじめに

平成24年6月,文部科学省は大学教育改革実行プランを発表し,社会が求める人材像として「主体的に学び,どんな状況にも対応できる人材」を挙げ,そのような人材育成のために大学教育に求められることとして「答えのない問題」を発見し,最善解を導くために必要な専門的知識及び汎用的能力を鍛えることを挙げている(文科省,2012).新潟大学では主専攻プログラそれぞれに到達目標を設定しており,論理的思考力や問題解決力,主体的に情報を収集し活用する能力,批判的思考力の育成が意図されている(後藤,2011).こうした流れを受けて,本研究では問題解決を支えるメディア・リテラシーに焦点化する.

筆者はメディア・リテラシーの構成要素を主体的態度,メディア操作スキル,メディア特性の理解,メディアに対する批判的思考に分け「メディアから主体的に情報を得ようとするほどメディア操作スキルが高まり,それがメディア特性の理解に影響し,メディア特性の理解がメディアに対する批判的思考に影響するというモデルを作成した(後藤,2006).メディアに対する批判的思考とは「メディアからの情報の鵜呑みにせず真偽を判断しながら受容すること」である.その判断において,例えば新聞とはどういうメディアなのか,Webの情報はテレビの情報とどこが同じでどこが違うのかといったメディア特性の理解が影響を与えていると考えられる.イギリス教育省も自らのメディア選択の特徴を説明できることがメディアに対する批判的思考と関係することを指摘している(DCMS 2001).

メディア認知の先行研究には先有知覚(Clark,R.E,1983;Krendle,K.A,1986;佐賀,1983;佐賀,1993;白,1992;今井 1993;)があり,筆者も受信のみでなく発信を考慮したメディア特性として簡便性(情報を得やすい),信頼性(情報の信頼性が高い),速報性(情報が新しい),嗜好性(使うのが好き)を取り上げて,検討した(後藤・生田,1999).本研究では,特定の目的においてメディアを利用しようとするとき,メディアのいかなる特性にプライオリティを置くのか,そのプライオリティのもとで個々のメディアをどう評価するのかをもってメディア認知を推し量ろうとする.

具体的には,具体的には,検索性,速報性,簡便性,信頼性,嗜好性以上をメディア特性と捉え,利用できるメディアをWeb,図書,テレビ,新聞,雑誌に限定し,「仕事や学習に役立つ最新の情報を得る」という目的において実際に活用するメディアをとしたとき,どの特性をどれほど重視するかを階層分析法(AHP:Analytic Hierarchy Process)を用いて調査した.結果として全体としては信頼性に重きを置く者が多いものの,個々に見ていくと指向性や簡便性を重視するといった具合に個人差が見いだされた(Gotoh,2012;後

藤 2012b;2012c;2012d).これを信頼性重視タイプと簡便性・嗜好性重視タイプに暫定的に分け（後藤 2012e），後藤（2013）では，このような個人差が生じる原因として「仕事や学習に役立つ最新の情報を得る」状況に置かれた経験の有無という観点から現職教員と大学生の比較を行った.こうした結果を受けて，本稿ではメディア接触に焦点化する.

2. 目的

① メディア接触頻度がメディア特性（検索性，速報性，簡便性，信頼性，嗜好性）と関係しているかを明らかにする.

② メディア接触度がメディア（図書，Web，TV，雑誌，新聞）のプライオリティと関係しているかを明らかにする.

3. 方法

3.1. 対象及び調査時期

対象はＮ大学の大学生 276 名である.調査期間は 2013 年 2 月 10 日である.

3.2. メディア接触

調査は後藤（2013）と同じ方法で行った.まずメディア接触については図書，Web，テレビ，新聞，雑誌について，NHK 放送文化研究所及び東京大学学際情報学環を参考に項目を作成した.具体的には図書については①ほとんど読まない，②1 ヶ月 1,2 冊,③1 ヶ月 3 冊から 5 冊,④1 ヶ月 5 冊以上の 4 件法，Web については①ほとんど見ない,②1 日に 10分くらい,③1日 11分から 30分くらい,④1日 31分～1時間くらい,⑤1日 1時間以上の 5 件法，テレビについては①ほとんど見ない，②1 日 30 分以下,③1 日 30 分～1 時間,④1 日 1 時間～3 時間,⑤一日 3 時間以上の 5 件法，新聞については①ほとんど読まない,②1日 5 分以下,③1日 6分から 15分くらい,④1日 16分から 30分くらい,⑤1日 31分以上の 5 件法，雑誌については①ほとんど読まない,②1 ヶ月 1～2 冊,③1 ヶ月 3～5 冊,④1 ヶ月 6 冊以上の 4 件法で調査する.

3.2. メディア認知

目的を「仕事や学習のために必要な最新の情報を集めるため」，基準を検索性，速報性，簡便性，信頼性，嗜好性，代替案を Web，図書，テレビ，新聞，雑誌とする階層分析法を行う（高萩・中島，2005）.目的からみた基準の一対比較を行い，基準の下での代替案の一対比較を行う.固有値法により一対比較表からプライオリティを算出する.

3.3. メディア接触によるプライオリティの比較

まず，AHP によって得られたデータが筆者のこれまでの研究と整合するものか確認するために，総合評価の確認と構造の確認を行う.

メディアの接触度によって被験者を高接触群と低接触群に概ね 2 等分し，①メディア特性による比較，②メディアによる比較を行う.各基準及び各代替案のプライオリティを測度とし，ｔ検定を行う.

4. 結果

4.1. メディア接触

読書量について，「ほとんど読まない」が 62.5%であることから，これを図書低接触群とし，それ以外を図書高接触群とした.

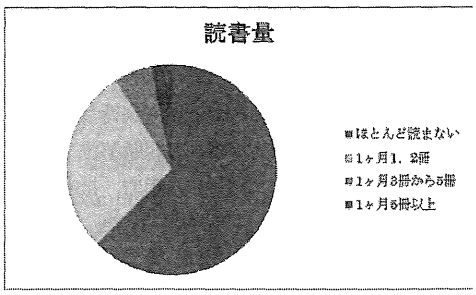


図 1. 読書量

Web 閲覧について，1 日 1 時間以上が 40.1%，1 日 31 分から 1 時間くらいが 15.5%であり，これらを合わせて Web 高接触群とし，それ以外を Web 低接触群とした.

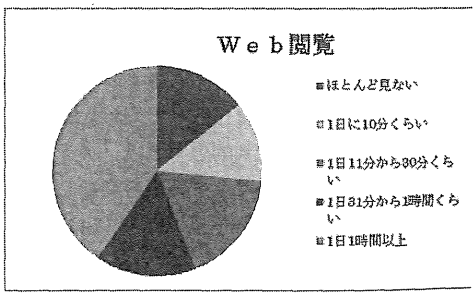


図 2. Web 閲覧

テレビ視聴について，1 日 3 時間以上が

16.6%，1時間から3時間が43%であり，これらを合わせてテレビ高接触群とし，それ以外をテレビ低接触群とした.

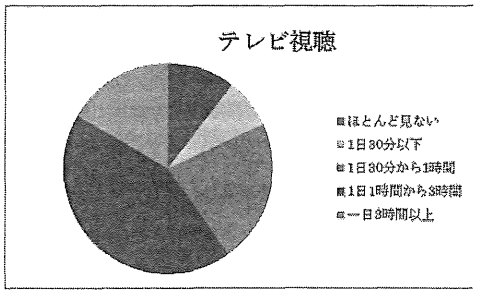


図3. テレビ視聴

雑誌購読について，ほとんど読まないが49.1%であり，これを雑誌低接触群とし，それ以外を雑誌高接触群とした.

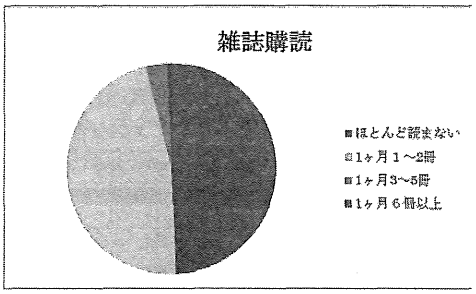


図4. 雑誌購読

新聞はほとんど読まないが80.5%であり，これを新聞低接触群とし，それ以外を新聞高接触群とした.

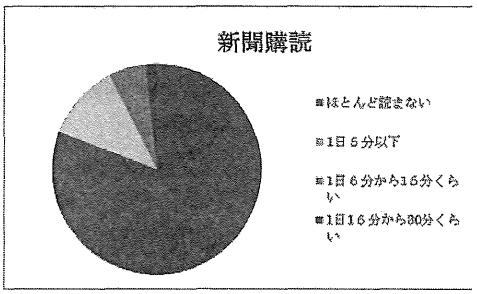


図5. 新聞購読

次に，メディア接触の連関を見るために順位相関係数（Kendallのタウb）を算出した（表1）.人数が多いため検定では有意となっているが，相関係数自体は低いことに注意する必要はあるが，次のような傾向がある.

まず，図書はWebと1%水準,新聞と5%水準で有意な正の相関があり，テレビとは1%水準で有意な負の相関がある.TVとはWebも1%水準で有意な負の相関がある.このことから，比較的読書をし，新聞を読み，Webも利用する者はテレビをそれほど長時間視聴せず，逆にテレビを長時間視聴するタイプは図書，新聞，Webは利用しないことを示している可能性がある.

また，新聞は雑誌と，テレビも雑誌と有意な相関がある.

表1. メディア接触の連関

	図書	Web	TV	新聞	雑誌
図書	1	.164**	-.208**	.142*	
Web		1	-.151**		
TV			1		.161**
新聞				1	.115*
雑誌					1

**p＜.01，*p＜.05

4.2. メディア認知

4.2.1. 総合評価

次に，AHPの結果についてみていく.整合度指数（consistency indes: C.I.）について，目安は0.1を下回れば内的な一貫性が確保されると判断されるが，基準については0.003，速報性については0.025，信頼性については0.0025，簡便性については0.0136，嗜好性については0.0052，検索性については0.0024でいずれも0.1を下回っている.

基準では信頼性が最も重視され（0.358），次いで簡便性（0.185），検索性（0.184），速報性（0.128）であり，嗜好性（0.144）が最も重視されなかった.

総合評価（図6）で，最も優先されたのがWebであり(0.293)検索性，簡便性，速報性の評価が高く，信頼性はそれほどでもない.次いでテレビであり（0.227）信頼性，簡便性，嗜好性，速報性の寄与が大きい.次いで新聞(0.199)であり，信頼性の寄与が高いがその他は評価されていない.次いで図書(0.154)であり，新聞と同様な傾向である.雑誌が最も評価されてない（0.125）.これらの傾向は筆者による先行研究を支持する（Gotoh,2012;後藤2012b）.

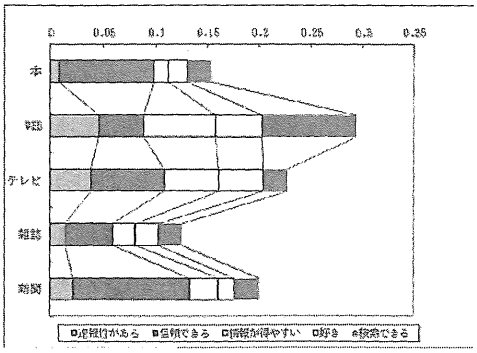


図 6. 総合評価

4.2.2. 構造

次に，構造について検討する（表 2）.信頼性と速報性，簡便性，嗜好性，検索性には有意の負の相関があり，信頼性にプライオリティを置くとトレードオフの関係として速報性，簡便性，嗜好性，検索性のプライオリティが下がっている.これは，後藤（2013）などの研究とも一致する.また，速報性は簡便性，嗜好性とも有意な負の相関がある.簡便性は嗜好性と，嗜好性は検索性との有意な負の相関がある.

表 2. 基準の相関

	信頼性	速報性	簡便性	嗜好性	検索性
信頼性	1	-.263**	-.372**	-.461*.*	-.473**
速報性		1	-.150 **	-.187**	
簡便性			1	-.165**	
嗜好性				1	-.131*
検索性					1

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

4.3. メディア認知の比較

4.3.1. 図書

まず，図書であるが（図 7），メディア特性（基準）でみると，低接触度では嗜好性を評価する傾向がある.

メディア（代替案）でみると，図書高接触群は図書を高く評価する傾向がある.つまり，本をよく読む者は情報を得るメディアとしての図書のプライオリティが高くなる傾向が見られる.

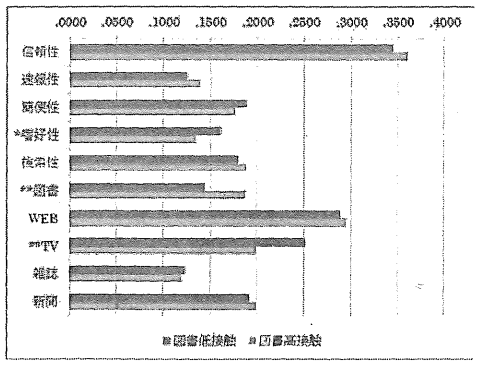


図 7.図書接触度による比較**p <.01, *p <.05

4.3.2. Web

次に Web であるが（図 8），メディア特性では有意な差は見られなかった.

メディアで見ると，Web 高接触群は Web を高く評価する傾向がある.つまり，Web をよく利用する者は情報を得るメディアとしての Web のプライオリティが高い.このトレードオフとして，TV のプライオリティが低い.

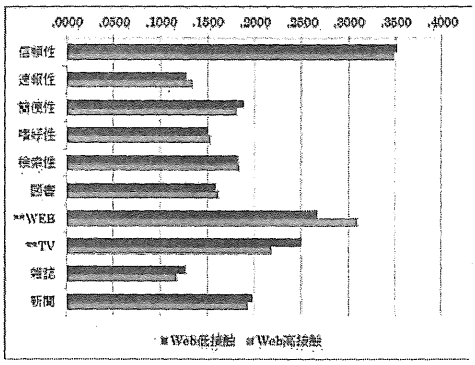


図 8.Web 接触度による比較**p <.01, *p <.05

4.3.3. TV

次に TV であるが（図 9），メディア特性では有意な差は見られなかった.

メディアで見ると，TV 高接触群は TV を高く評価する傾向がある.TV をよく利用する者は情報を得るメディアとしての TV のプライオリティが高い.このトレードオフとして，図書のプライオリティが低い.

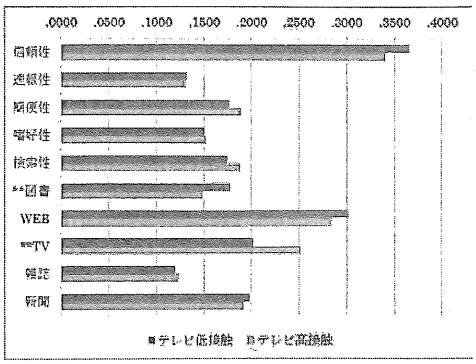


図 9.TV 接触度による比較**p <.01, *p <.05

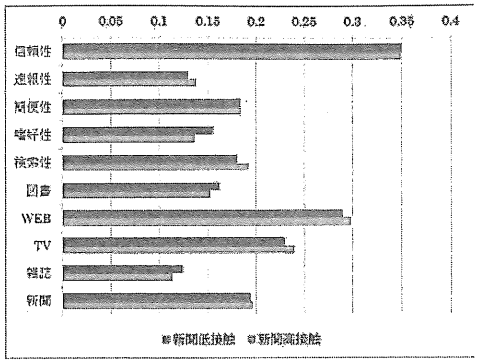


図 10.新聞接触度による比較**p <.01, *p <.05

4.3.4. 雑誌

次に雑誌であるが（図 10），メディア特性では有意な差は見られなかった.

メディアで見ると，雑誌高接触群は雑誌及び TV を高く評価する傾向がある.TV をよく利用する者は情報を得るメディアとしての雑紙及びTVのプライオリティが高い.このトレードオフとして，図書のプライオリティが低い.

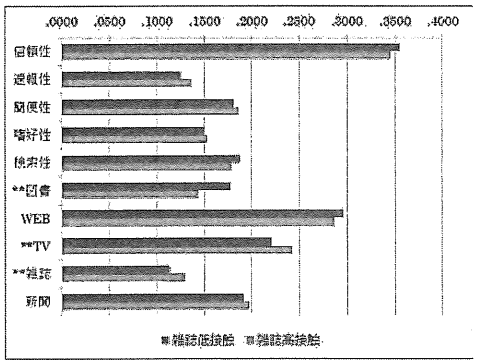


図 10.雑紙接触度による比較**p <.01, *p <.05

4.3.5. 新聞

最後に新聞であるが，メディア特性及びメディアともに有意な差はみられなかった（図 11）.

5. 考察

検索性，速報性，簡便性，信頼性，嗜好性といったメディア特性の認知については，メディア接触の頻度による差は見られなかった.後藤（2013）では現職教員と学部学生の比較を行い，メディア接触には差があるのに対してメディア特性の認知には差がなかった.今回の結果はこれと同様と言える.

一方，メディア（図書，Web，TV，雑誌，新聞）のプライオリティについては，メディア接触と顕著な関係が見られた.つまり「仕事や学習に役立つ最新の情報を得る」という目的において実際に活用するメディアは「普段から親しんでいるメディア」である可能性がある.

より踏み込んでいうならば，メディア接触の頻度でみると読書や Web 利用，新聞購読に連関があったことから，比較的読書をし，新聞を読み，Web も利用する者は「仕事や学習に役立つ最新の情報を得る」ために図書や Web にプライオリティを置く，という傾向があるのかも知れない.このグループはテレビをそれほど長時間視聴せず，比較的情報の受容に積極的であるのかも知れない.

他方，テレビの接触が高い者は Web,図書への接触が低く，テレビのプライオリティが高くなる傾向があるのかも知れない.

このことは，教育実践上，意味のある知見と言えるかも知れない.というのは，特定の目的でメディアを利用しようとするとき，普段のメディア利用の経験に左右される，というのであれば，レパートリーを広げることの重要性を学習者に知らせることができるからで

ある.AHP でメディア認知を測定することには一定の時間と手間を要するが，メディア利用の経験によってある程度，メディア認知を推し量ることができるのであれば，統計処理のために特別なソフトウェアや道具立てを必要とする AHP を持ち出すまでもなく簡単なメディア接触の自己評価で足りるからである.

6. 今後の課題

今回の調査ではある程度まとまった数で経験とメディア認知との関係を検討できたが，今後さらに対象を広げ，今回得られた知見が安定的なものか検討する必要がある.

これまで「仕事や学習に役立つ最新の情報を得る」という場面に限定して調査してきているが，このように情報収集目的に限定した場合と，目的自体をオープンにした場合で，メディア認知がどのように異なるか検討したい.

謝辞：本研究の一部は，科学研究費助成事業（基盤研究（C）「メタ認知とパフォーマンス評価を組み入れた高次批判的思考力育成モジュール教材の開発」課題番号24501179：研究代表者後藤康志)による助成により行われている.

参考文献

白南権（1992）学習メディアに対する先有知覚の機能に関する研究　日本教育工学雑誌 16(2),107-117

Clark, R. E. (1983) Reconsidering research on learning from media. *Review of Educational Research.* 53,445-459

Ennis, R(1987)　A Taxonomy of Critical Thinking Dispositions and Abilities .Teaching thinking skills: theory and practice. Edited by Joan Boykoff Baron, Robert J. Sternberg. Freeman.

後藤康志(2006) メディア・リテラシーの発達と構造に関する研究. 新潟大学提出博士学位論文

後藤康志(2012a) メディア認知の意識化を組み入れた批判的思考力育成プログラムの開発.文部科学省科学研究費（基盤研究（C））成果報告書

後藤康志（2012b）学習者のメディア特性の理解の類型化の試み. 日本教育メディア学会大会講演論文集,17-18

後藤康志（2012c）メディア日記法によるメディア活動の記録. 日本教育メディア学会大会講演論文集,149-152

後藤康志(2012d) AHP を用いたメディア特性の理解の可視化. 日本教育工学会研究報告集,JSET12(3): 31－36

後藤康志(2012e)学習者によるメディア特性の理解の類型化.日本教育工学会研究報告集, Vol.JSET12, No.4, pp.151 - 156

Gotoh,Y.(2012) Visualization of understanding of media characteristics using the Analytic Hierarchy Process. Proceedings of 10th International Conference for Media in Education

後藤康志・生田孝至（1999）受信・発信メディアに対する児童の先有知覚に関する研究. 日本教育工学雑誌, 23：85－88

今井真悟（1993）児童のメディアに対する先有知覚と教師の指導法との関係　新潟大学修士論文

Krendle, K. A. (1986) Media influence on learning : Examining the role of preconceptions. *Educational Communication and Technology Journal* 34,223-234

佐賀啓男（1988）多メディア利用事態における学習者のメディア知覚と教師の役割 放送教育開発センター研究報告 9, 95－115

佐賀啓男（1993）中大学生のメディアに対する先有知覚の性格と学習　視聴覚教育研究 23, 55-67