

# AHP を用いたメディア特性の理解の可視化

## Visualization of Understanding of Media using Analytic Hierarchy Process

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> AHP は、複数の要因が絡み合う場合で合理的な意思決定を行うために考案された構造化法のひとつである。メディア利用も、複数の要因を考慮しつつメディアの利用を決定していく行為といえるだろう。速報性や信頼性、簡便性、嗜好性などメディアを選択する際に考慮する要因と、実際のメディア選択の問題は、AHP を用いると可視化できるはずである。本発表では AHP を用いた学習者学習者のメディア特性の理解の可視化について議論したい。

<キーワード> メディア特性 メディア・リテラシー 批判的思考 AHP

### 1. 背景

メディアからの情報を批判的に捉え、情報がどのような背景で構成されたかを考慮し、解釈することはメディア・リテラシーの一部である。批判的思考は道田(2001a, 2001b)によれば、見かけに惑わされず、多面的にとらえ、本質を見抜く態度や技能を指す。バイアスにとらわれず、判断を行っている自分自身をメタ的に引いて見ながら、より正しい判断ができる能力や、そのような行動をしようとする態度である。

東日本大震災において Twitter を介してデマが拡散されたことは記憶に新しいが、「インターネット上の情報には匿名性が高いものが多く、すぐに削除されるなどして保存性が低いことから信頼性は低い」などと言われてきた。これに対して図書は著者が明確であり、出版まで何回も校正を経ることなどから信頼性が高い、と見なされる事が多い。信頼性を高めようとするれば情報を発信するには時間を要することから、トレードオフで図書の速報性は低くなる。こうしたメディアが持つ特徴をメディア特性と呼ばれる。筆者はメディア特性を信頼性、速報性、嗜好性、簡便性として捉え、メディア特性の理解がメディアに対する批判的思考(以下、CT)に影響を及ぼすことを明らかにした(後藤, 2006)。

「インターネットは信頼性が低く、図書や新聞は信頼性が高い」といった一般的な知識、いわば市民として必要な基盤的な知識は必要である。新聞は購読せずネットで済ます学生は多いが、産経新聞のように紙面そのものをネット配信している場合は別として、紙の新聞とネットの新聞はその内容も情報の構造は大きく異なっている。ケータイのポータルサイトのヘッドラインと4大新聞の一面とがどれだけ異なっているかを知らなければ、就職活動などでも困るだろう。

一方で、近年のメディア環境はこうした「インターネットの情報は信頼性が低く、図書や新聞の情報は信頼性が高い」といった単純な図式で説明できなくなってきた。例えば、OECD の最新の報告を読もうと思えば、私たちは OECD のホームページにアクセスし、PDF 版をダウンロードするだろう。必要と考えれば冊子体を購入することを考えるだろうが、情報を得るまでの時間を考えれば最初から冊子体という選択肢は選びにくいかも知れない。Facebook についても信頼のおける研究仲間や同僚のものであれば有用な最新情報が得られることも多い。CT を「メディアから必要な情報を偏りなく収集することができる知識・技能および態度」と捉えるならば、一般的な知識を基盤としつつ、専門的な

データベースやインターネット上のリソースに関する知識をもって信頼性を検証することは職務や研究を遂行する。こうした状況で必要なより高次のCTと考えられるだろう。

こうしたメディア特性の理解は、CTにどう位置付くのか。筆者は、田中・楠見(2007)の認知プロセスモデルをもとにして、メディアに対する批判的思考の認知プロセスモデルは図1のように考えた。ここではCTの構成要素をCT傾向性、CT技能、CT知識として捉える。CT傾向性はある状況においてCTを発揮するか、発揮しないかを支える態度・姿勢である。情報を得たときにそれが正しいものか、どのようなプロセスを経て生み出されたものが気になるか、ならないか、気になるとしたら確かめてみようという行動を起こす意欲があるかどうかである。

状況変数には目標や文脈が入る。例えば娯楽の文脈で何か情報が入ってきてもCTを発揮するまでもないだろうし、不確定要素が多くて真偽の判断が必要とされればメタ認知レベルでのCT知識が用いられる。ここではCT知識を2つのレベルで考える。一つは「インターネットは信頼性が低く、書籍や新聞は信頼性が高い」といった一般的な知識レベルである。こうした一般的なレベルの知識は必要ないわけではないが、前述のような理由によ

り一般的な知識だけでは職務や研究の遂行に必要なより高次のCTには対応できないことから、それぞれの文脈に固有な知識も必要となるだろう。これをここでは「自己とメディアとの関係に関する知識」としておき、具体的には、Web、図書、テレビ、新聞、Twitter & Facebookのメディアに対して、信頼性、速報性、嗜好性、簡便性に検索可能性を加えた特性をどう理解しているか、とする。そして、この「自己とメディアとの関係に関する知識」が本稿でいうメディア特性の理解である。

なお、自己とメディアとの関係に関する知識には、学習者自身が知らず知らずのうちに生活の中で培っている自分自身のメディア行動に関する知識も含めている。例えば新聞を購読していない学生（特に下宿生）は多い。朝、起きたらテレビを付ける学生も多いが、目的はといえば娯楽であったりBGM代わりであったり、そこから情報を得ようということが少なかったりする。ニュースを見るのはケータイのポータルサイトのヘッドラインからだけ、というのでは就職活動でも困るはずであり、こうした習慣化したメディア行動を可視化し、自分とメディアとの関わりを知識として得させる必要がある。

こうしたCT知識を駆使しつつ、実際に情

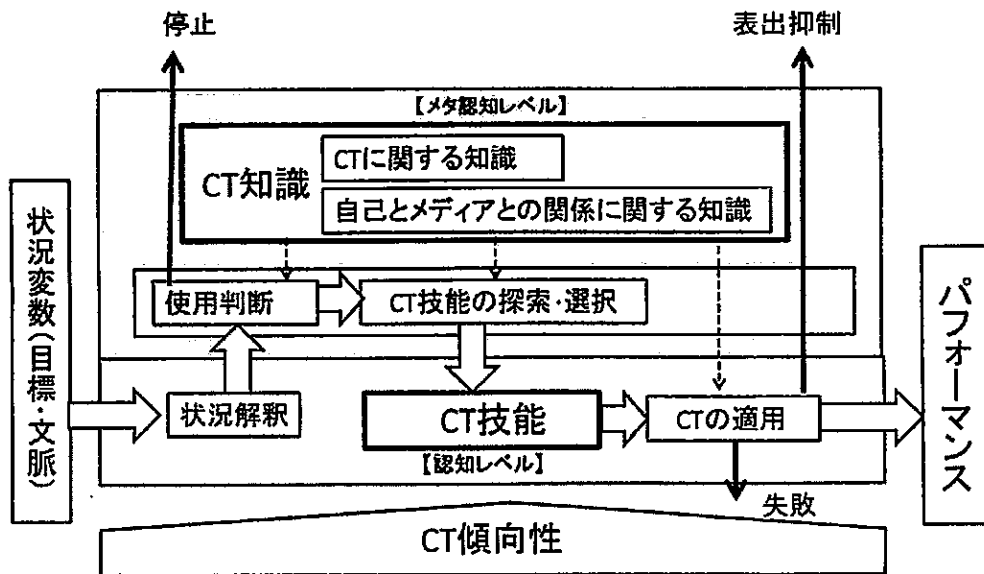


図1. メディアに対する批判的思考の認知プロセスモデル (楠見, 2010:138) をベースとして作成

報の信頼性を確認するために利用できる CT 技能のどれを利用するか探索・選択を行い、実際に適用することになる。

本稿では、メディア特性の理解を階層分析法 (AHP : Analytic Hierarchy Process) によって可視化する。AHP は、複数の要因が絡み合う場合で合理的な意思決定を行うために考案された構造化法のひとつである。メディア利用も、複数の要因(信頼性、速報性、嗜好性、簡便性、検索可能性)を考慮しつつメディア (Web, 図書, テレビ, 新聞, Twitter & Facebook) の選択を決定していく行為といえるだろう。メディアを選択する際に考慮する要因と、実際のメディア選択を検討することによって、個々の学習者によって多様であると考えられるメディア特性の理解を可視化したい。

## 2. 目的

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、学習者が Web, 図書, テレビ, 新聞, Twitter & Facebook といったメディアの特性をどのように理解しているのか、検討する。

### 2.1. 方法

#### 2.1.1. 対象及び調査時期

対象は「メディア論」を受講した N 大学の学生 73 名である。調査期間は 2012 年 2 月 26 日～3 月 18 日である。

#### 2.1.2. 階層分析法

階層分析法 (AHP : Analytic Hierarchy Process) について、目的は「仕事や学習のために必要な最新の情報を集めるため」とした。基準としては、

- 検索機能 (検索しやすい),
- 速報性 (情報が新しい),
- 簡便性 (情報を得やすい),
- 信頼性 (情報の信頼性が高い),
- 嗜好性 (使うのが好き)

の 5 つを採用した。代替案(メディア)としては、

- Web,
- 図書,
- テレビ,
- 新聞,
- Twitter & Facebook

の 5 つを採用した。結果をどう解釈するかについて、最適なメディアを一つ選択するのではなく、優先順位を付けて使い分けるためとする。

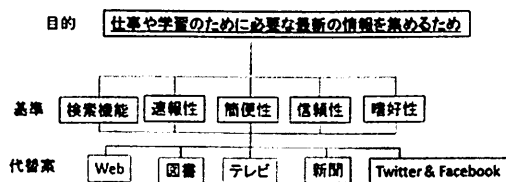


図 2. 目的, 基準, 代替案

評価点は、基準、代替案共に 5 段階とした。解析はエスミ社製の EXCEL コンジョイント分析/AHP Ver. 1. 0 1 ライセンスパッケージを利用した。データの処理については、学生がまず一対比較の質問紙に回答し、数値をエクセルシートに転記した後、教員に提出し、結果を印刷物で受け取る方法をとった。

### 2.2. 分析

#### 2.2.1. 重要度の比較

全ての被験者のデータの重要度の平均を用いて総合評価とメディア特性による比較を行う。

#### 2.2.2. 相関分析

メディア特性、メディアのそれぞれについて、相関分析を行う。

## 3. 結果と考察

### 3.1. 重要度の比較

#### 3.1.1. 総合評価の比較

全ての被験者の総合評価を平均したところ、最も総合評価が高かったのは Web であり、検索可能性、嗜好性、速報性の寄与が大きい。次いで新聞であるが、信頼性の寄与が大きいものの、嗜好性、検索可能性、簡便性の寄与は小さく、速報性でも Web やテレビ, Twitter

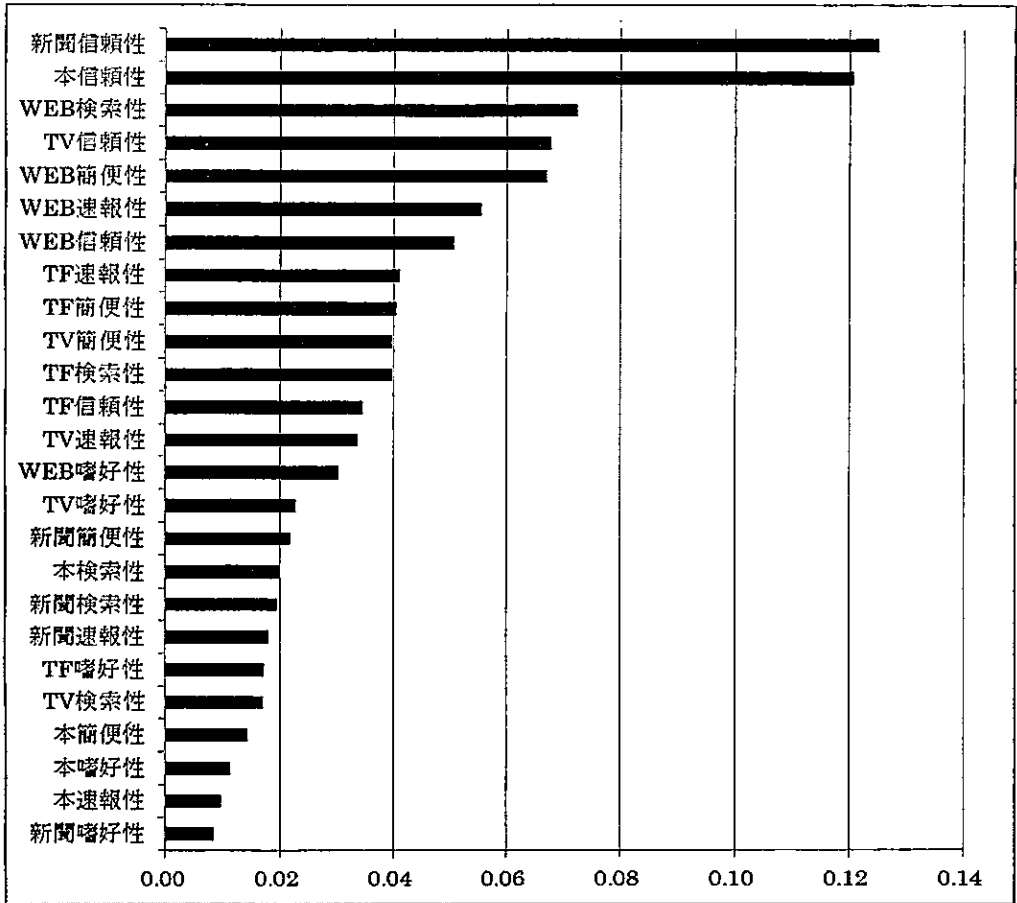


図3. 総合評価（単位は重要度、TFはTwitter & Facebook、以下同じ）

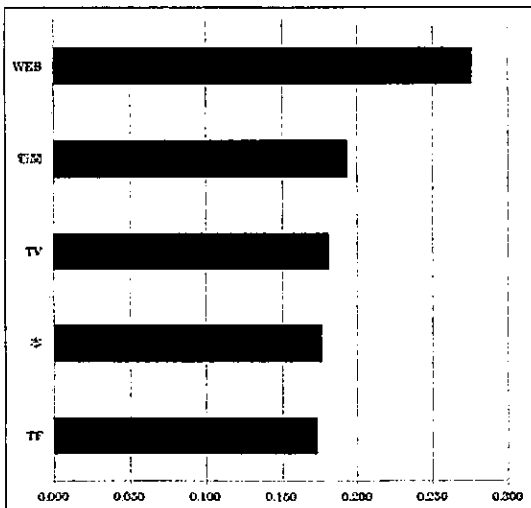


図4. メディアによる比較

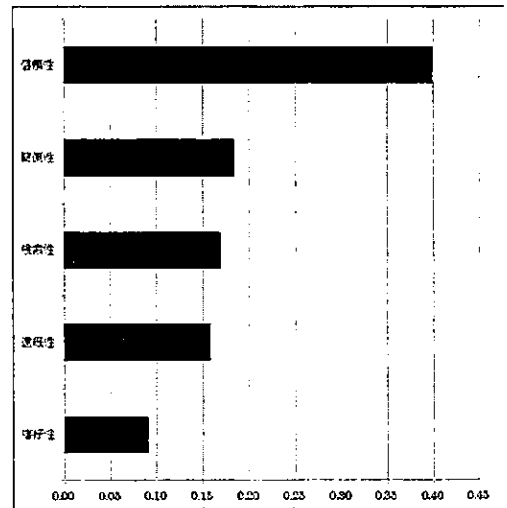


図5. メディア特性による比較

に大きく水をあけられている。次いでテレビ であるが、信頼性、簡便性の寄与が大きい。

ついで図書は信頼性の寄与が大きい。最も総合評価が低いのが Twitter & Facebook であったが、速報性や検索性ととも信頼性でも一定の評価を得ている。

こうした結果は、通常感覚ともよく合致すると考えられる。このことから、AHP を用いることで学習者のメディア特性の理解をある程度可視化できるといえるかも知れない。

また、Twitter & Facebook が一定の評価を受けている。このことは、Twitter & Facebook が仕事や学習に必要な情報を得るために有益なメディアであるという経験に基づくものなのか、ある種の期待によるものなのかはこのデータからは判断できない。

### 3.1.2. メディア特性による比較

信頼性が最も重視されており、寄与の割合はほぼ 40% である。次いで簡便性、検索性、速報性がそれぞれ 20% から 15% の間であり、嗜好性はやや離れて 10% 以下であった。このことから、仕事や学習に必要な情報を得るために最も重視されているメディア特性は信頼性であり、簡便性、検索性、速報性はそれに次ぐものであり、嗜好性はそれほど重視されていない、と学習者はメディア特性を理解していることが示唆された。

## 3.2. 相関分析

### 3.2.1. メディア特性間の相関

メディア特性毎の重要度の相関を算出し、5% 水準ならびに 5% 水準で有意な相関があったもののみ書き出したのが表 1 である。まず、信頼性の重要度と簡便性、嗜好性、速報性の重要度の間に負の相関があり、速報性と嗜好性にも負の相関が見られた。総合評価においては、信頼性の寄与が最も高く、信頼性を重視するほど簡便性、嗜好性、速報性といった特性については重視せず、また速報性を重視するほど嗜好性を重視しない傾向があることが示唆された。こうしたメディア特性の理解は、仕事や学習に必要な情報を得るためという目的からして妥当な判断であるといえるだろう。

表 1. メディア特性間の相関

	速報性	信頼性	簡便性	嗜好性	嗜好性
速報性		-.316**			
信頼性			-.658**		-.412**
簡便性					
嗜好性					
嗜好性					

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

### 3.2.2. メディア間の相関

次に、メディア特性毎の重要度の相関を算出し、5% 水準ならびに 5% 水準で有意な相関があったもののみ書き出したのが表 2 である。図書の重要度と新聞の重要度に有意な正の相関があり、Web、TV、Twitter & Facebook の重要度の間に有意な負の相関があった。新聞は Web、TV、Twitter & Facebook の重要度の間に有意な負の相関があり、図書と極めてよく似た構造をもつようであった。

伝統的な図書や新聞を重視する傾向と、相対的にそうしたメディアを重視するほど、Web、TV、Twitter & Facebook は重視しない傾向が見られた。これは、活字メディアと電子メディアの対比とも理解できる可能性もあろう。活字メディアを重視するほど、電子メディアの評価をおさえる傾向があるのかも知れない。

表 2. メディア間の相関

	図書	Web	TV	TF	新聞
図書		-.255*	-.437**	-.318**	.242*
Web					-.452**
TV				-.274*	-.323*
TF					-.233*
新聞					

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

## 4. まとめと今後の課題

本稿では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、学習者がメディアの特性をどのように理解しているのか検討した。

総合評価においては Web が最も評価され、検索可能性、嗜好性、速報性の寄与が大きか

った。次いで新聞であり、信頼性の寄与が大きいものの、嗜好性、検索可能性、簡便性の寄与は小さく、速報性でも Web やテレビ、Twitter に大きく水をあけられる結果となった。次いでテレビであり、信頼性、簡便性の寄与が大きかった。次いで図であり信頼性の寄与が大きかった。最も総合評価が低かったのが Twitter & Facebook であったが、速報性や検索性ととも信頼性でも一定の評価を得ていた。

信頼性を重視するほど簡便性、嗜好性、速報性といった特性については重視せず、また速報性を重視するほど嗜好性を重視しない傾向があり、活字メディアを重視するほど、電子メディアの評価をおさえる傾向が示唆された。以上から、AHP を用いて学習者のメディア特性の理解をある程度可視化することが可能であると考えられる。

メディア特性の理解はメディア・リテラシーの構成要素であり、批判的思考力とメディア特性の理解をセットに考える研究は多い(坂元, 1986; 山内 2003)。連合王国教育省は自分自身のメディアの選択や利用について、なぜそのメディアを活用したのかを、メディアの特性を踏まえて合理的に説明できることが批判的思考力の構成要素の一つであると指摘する (Department of Culture, Media and Sports in UK, 2001)。一方、メディア特性の理解は理念的には語られることはあっても、操作的な定義に基づいて測定されることはあまりなかった。特に、個々の学習者によって多様であえると想定される高次の CT におけるメディア特性の理解 (CT 知識) については、図 1 でみたような状況変数が極めて多様なものとなることから、従来言われてきたような「インターネットの情報は信頼性が低く、図書や新聞の情報は信頼性が高い」といった一般的図式は適用困難である。いわばテラーメイドのメディア特性の理解の可視化とそれを活用した教育プログラム(後藤, 2012)が必要である。

## 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。

## 5. 参考文献

- Department for Culture, Media and Sport (2001) Media Literacy Statement: 2001. A General Statement of Policy by the Department for Culture, Media and Sport on Media Literacy and Critical Viewing Skills. [http://www.culture.gov.uk/PDF/media\\_lit\\_2001.Pdf](http://www.culture.gov.uk/PDF/media_lit_2001.Pdf)(参照日 2012.5.27)
- 後藤康志(2012) 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. 平成 21 年度~平成 23 年度科学研究費補助金基盤研究(C) 研究成果報告書
- 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
- 楠見孝(2010) 批判的思考と高次リテラシー. 日本認知心理学会(監) 楠見孝(編) 現代の認知心理学 3. 思考と言語, 134-160
- 道田泰司 (2001a) メディア・リテラシーから教育リテラシーへ—教育における批判的思考—. 初等教育資料, 738:68-71
- 道田泰司 (2001b) 日常的題材に対する大学生の批判的思考—態度と能力の学年差と専攻差—. 教育心理学研究, 49:41-49
- 道田泰司 (2001b) 日常的題材に対する大学生の批判的思考—態度と能力の学年差と専攻差—. 教育心理学研究, 49:41-49
- 坂元昂 (1986) メディアリテラシー. 後藤和彦・坂元昂・高桑康雄・平沢茂(編) メディア教育を拓く メディア教育のすすめ①. ぎょうせい.
- 山内祐平 (2003) デジタル社会のリテラシー 「学びのコミュニティ」をデザインする. 岩波書店