

大学生のメディアに関する意識と価値観との比較

田井志保里*・阿濱 茂樹

Relationship between University Student's Media Consciousness
and Sense of Values

TAI Shihori*, AHAMA Shigeki

(Received July 20, 2007)

キーワード：メディアリテラシー、メディアに関する意識、上位下位分析、価値観、志向性

はじめに

情報過多の現代において、得られる情報が人々の価値判断の基準を形成する要素となったり、メディアから伝えられる情報で私たちが抱く意識や考え方に影響を受けていると考えられる。メディアから伝えられる情報を私たちがどのように受け取ればよいのかについて、“メディアリテラシー”の視点から取り組んだ研究はいくつか見られる。豊田・西村(2004)は国語教育の中での様々なメディアを活用して情報を表現したりメディアの特性を理解することから、メディアを通じた情報の受発信の態度を養う教育実践を行い、森棟・尾澤・山崎(2007)は学校を紹介するCM作成を通じてのメディアとの関わり機会を与え、メディアに関しての理解を深めさせる教育実践研究を行っている。筆者ら(2005)もメディアリテラシー教育に関連して、教師のメディアに対する意識測定のための尺度構成や中学生、高校生に対するメディアリテラシー教育のための教材開発および指導法の検討に取り組んできている。しかし、メディアからの情報をクリティカルに受け取る態度を育成するための研究はいくつか試みられているが、学習者の価値観や考え方とメディアに対する意識や態度の関連を明らかにするための研究は数少ない。メディアリテラシーを学ぶとき、一方的に教授するのではなく、対象者が持つ思考力や価値観を把握し、それにあった指導方法や学習方法を提供する必要があると考えられる。価値観に関しての先行研究では、酒井・山口・久野(1998)は価値観とは普遍的価値として6つの因子に分かれることを明らかにし、価値志向性は私たちの生活のあらゆるところに影響を与えているとしている。

本研究では、メディアを正しく、クリティカルに読み解く力を育成するために、学習者の志向や価値観を正しく理解し、メディアに対する意識と価値観の関係を明らかにすることで、より効果的な学習方法を見出すための基礎的な研究を行なった。また、メディアリテラシー教育を効果的に行なうために、大学生が「メディア」に対して抱く意識と、一般社会における価値観の関係を把握するために、調査項目の再構成を試みた。

*京都大学大学院医学研究科

1. 方法

1. 1 調査の概要

学習者にメディアからの情報をクリティカルな態度を読み解く力を育成させるため、学習者のメディアに対する意識を把握するために、SD(セマンティック・ディファレンシャル)法を用いて調査を行った。しかし、メディアに対しての学習方法の多くは、学習者の価値観を考慮していることはなく、ほとんどは教授側の価値の判断から進んでいると考えられる。学習者の価値判断の理解をすることで、より効果的な教授方法を考えられることができると示唆される。

調査は、石川県内の大学生に対して行った。調査時期は2006年12月である。調査では筆者らによって作成されたメディアに対する意識調査と、一般社会における価値観の志向性の調査を行なった。

1. 2 メディアに対する調査票の概要

メディアに対する意識を把握するためにSD法を用いて調査を行った。調査票は田井・阿濱(2006)によって作成された「メディアに対する意識(SD)尺度」を用いた。今回、用いたSD法はメディアに対しての意識を数値化して把握するために、メディアに関しての構成要素を明らかにする。そして、SD法を用いて、対象者のメディアに対する意識の調査票を作成した。その結果、新聞に対しての意識は、「Entertainment 因子」、「Sociality 因子」、「Hospitality 因子」、「Rapid 因子」の4つの因子から構成させることが明らかになった。さらにその項目から5つずつ抽出したものを新聞に対する「メディアに対する意識(SD)尺度」として調査を行った。

テレビに対しても同様に、構成要素を明らかにし、調査票の作成を行なった。その結果、テレビに対しての意識は、「Entertainment 因子」、「Sociality 因子」、「Hospitality 因子」、「Rapid 因子」の4つの因子から構成させることが明らかになった。さらにその項目から5つずつ抽出したものをテレビに対する「メディアに対する意識(SD)尺度」として調査を行った。

インターネットも同様に、構成要素を明らかにし、調査票の作成を行なった。その結果、インターネットに対しての意識は、「Activity 因子」、「Entertainment 因子」、「Sociality 因子」の3つの因子から構成されることが明らかになった。さらにその項目から5つずつ抽出したものをインターネットに対する「メディアに対する意識(SD)尺度」として調査を行った。

1. 3 価値観に関する調査

次に、調査対象者の普遍的価値観を個人がどの程度志向し、体験しているかを明らかにするための調査を行なった。一般社会に関する価値観を測定する尺度は酒井ら(1998)によって作成された「価値志向性尺度」を用いた。なかでも、酒井らが価値観を構成していると考えている理論および経済、審美、宗教、社会、権力の中から審美、宗教、権力を除く理論、経済、社会で調査を行った。調査項目は12項目とし、(1)～(5)は理論に関する項目、(6)～(10)は経済に関する項目、(11)～(15)は社会に関する項目から成り立っている。回答方法は5件法を用いた。調査項目を表1に示す。

表1 一般社会に対する価値観の測定尺度 項目

(1)	複雑なものの中から、法則性や規則性を見つけ出すことに興味がある。
(2)	より正しいものの見方・考え方はないかと、常に追求している。
(3)	あいまいなこと・よく分からないことがあっても、さほど気にならない。
(4)	事態を分析したり、推理したりするのは面倒くさいと思う。
(5)	ものの仕組みや仕かけがどうなっているのか、興味を持つ方だ。
(6)	あまり重要でないことにも、つい手間ひまをかけ過ぎてしまう。
(7)	わずかな空き時間・待ち時間も、ゆうこうに活用する。
(8)	目先のことよりも、長期的に損得を考えて行動する。
(9)	重要な選択をする時は、プラス面・マイナス面を考え、現実的に判断する。
(10)	自分にとって役立つもの・便利なものは、積極的に活用する。
(11)	人の喜びや悲しみを、心から共に分かち合いたいと思う。
(12)	仲間と力を合わせて、1つの目標に向かってがんばるのは好きだ。
(13)	他人のことを深く理解したいとは思わない。
(14)	人の役に立てたり、人と助け合えたりすることに、充足感を見出す。
(15)	あまり人と親密な関係になりたいとは思わない。

2. 結果・考察

本研究におけるメディアに対する意識調査と価値観の調査結果について、新聞およびテレビ、インターネットに対する意識と価値観の比較検討を行った。

2. 1 新聞に対する意識調査

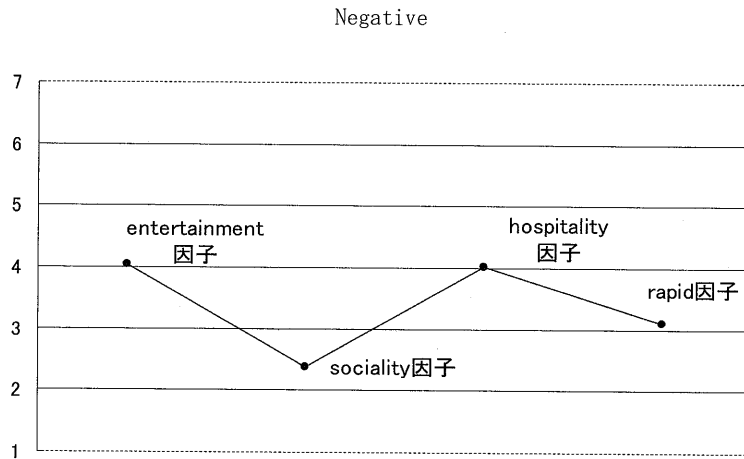
「メディアに対する意識 (SD) 尺度」を用いて「新聞」の意識調査を行なった。回答方法は7件法である。結果を図1に示す。

娯楽性を示す「Entertainment 因子」では、娯楽性がやや低いことから、新聞は文字が多く、「読む」ことに重視しているため、学生の多くは新聞から娯楽性を見出していないことが示唆された。

社会性の因子である「Sociality 因子」では、肯定的な傾向が見られた。このことから、新聞について社会性や信頼性、社会的な価値観を見出し、信頼できるものだということ意識していることが示唆された。

また、親和性を示す「Hospitality 因子」に関しては、否定的な傾向が見られる。このことから、親近感が低く、学生の生活にとって新聞は身近なものではないものだと考えられる。

速報性を示す「Rapid 因子」では、肯定的な傾向が見られた。このことから、学生は、新聞に関して即時性や速報性を感じていることが読み取れる。

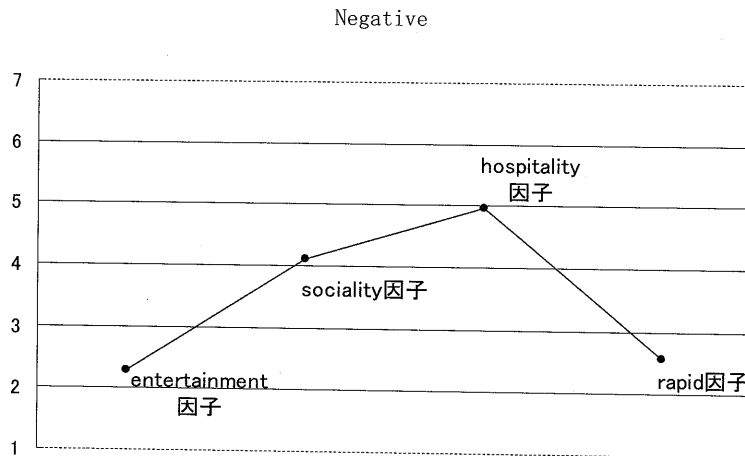


Positive

図1 新聞に対する意識調査の結果

2. 2 テレビに対する意識調査

次に、「メディアに対する意識 (SD) 尺度」を用いて、「テレビ」の意識調査の結果を図2に示す。



Positive

図2 テレビに対する意識調査の結果

娯楽性の因子である「Entertainment 因子」に関しては、肯定的な意識がやや強い傾向が見られた。このことから、テレビにはバラエティ番組など娯楽性の高い情報が多く、学生も娯楽性の高い情報を求めていることが示唆された。

社会性の因子である「Sociality 因子」に関しては、批判的な傾向が見られた。このことから、テレビから流される情報に対して、不安感や不信感があると考えられる。近年のテレビ番組制作にかかわるやらせや不適切な表現についての報道を通じて、テレビからの情報に信頼性が揺らいでいることが考えられる。

親和性の因子である「Hospitality 因子」に関しては、否定的な傾向が見られた。学生にとって日常生活でテレビを見ることよくあっても、画面を通じて伝えられる出来事には自分とは関係のないものだと感じているのではないかと思われる。

速報性の因子である「Rapid 因子」に関しては、肯定的な傾向が見られた。このことから、テレビに関して速報性、即時性を感じていることが示唆された。報道番組だけでなく、地震速報などのサービスを含め、テレビには速報性があると感じていると考えられる。

2. 3 インターネットに対する意識調査

「メディアに対する意識 (SD) 尺度」を用いた「インターネット」の意識調査の結果を図 3 に示す。

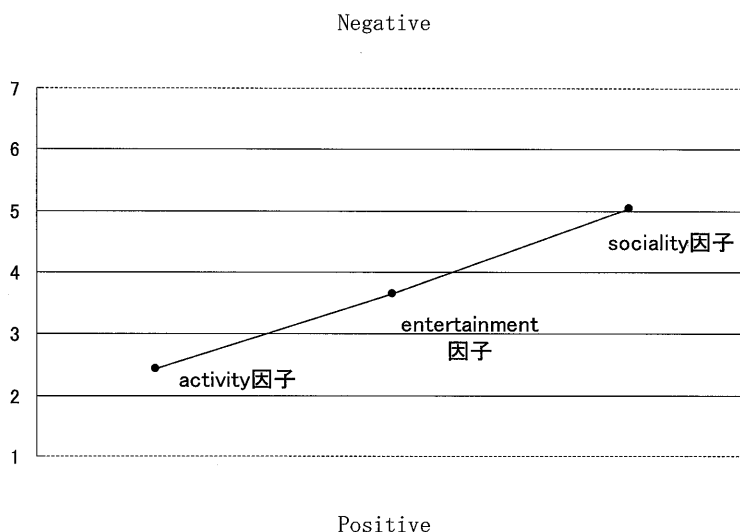


図 3 インターネットに対する意識調査の結果

活動性を示す「Activity 因子」では、肯定的な意識が強い傾向が見られることから、活動性や活発性などのインターネットの特徴を評価していることが示唆された。

娯楽性を示す「Entertainment 因子」では、肯定的な意識がやや強い傾向が見られる。このことから、インターネットはシステムの進化などの要因により、手軽さが増し、個人的な意見をネット上に流すことが可能になった。また、様々なコンテンツがマルチメディアによって提供され、多くの利用者が楽しむことができるようになった。そのため、自由な情報の受発信の手段として活用されており、娯楽性を感じていることが読み取れる。

社会性を示す「Sociality 因子」では、否定的な意識が強い傾向が見られる。このことから、だれでも情報を発信できる環境にあるインターネットに対しては、社会的価値を見出しはならず、信頼性が低いことが示唆された。

2. 4 価値観とメディアに対する意識の上位下位分析

価値の志向性とメディアに対する意識の関連を明らかにすることを目的に、上記の調査より得られた結果を数値化し、価値の志向性の得点が高い者を上位群、価値の志向性の得点の低い者を下位群として上位下位分析を行った。結果を表2に示す。

表2 価値の志向性に関しての上位下位分析

	新聞	テレビ
Entertainment因子	0.27599444	0.064073974 †
Sociality因子	0.165492118	0.201932205
Hospitality因子	0.321032218	0.124597633
Rapid因子	0.22648675	0.369198088
インターネット		
Activity因子	0.429106235	
Entertainment因子	0.059659023 †	
Sociality因子	0.015499849 *	

† 有意傾向 * $<.05$

その結果、新聞に関しては価値の志向性の上位群下位群においてそれぞれの各因子の差は見られなかった。このことから、新聞に関しての対象者の価値の志向性はメディアのイメージに対して影響を与えていないと考えられる。

テレビに関しては価値の志向性の上位下位分析では、「Entertainment 因子」において有意傾向が見られた。このことから、価値の志向性がテレビの娯楽性に対して影響を与えていることが示唆された。

また、インターネットに関しての価値の志向性の各上位下位分析では、「Entertainment 因子」において有意傾向が見られた。このことから、価値の志向性がインターネットの娯楽性に対して影響を与えていると示唆された。「Sociality 因子」においても5%水準で差が見られた。このことから、価値の志向性や価値観が、メディアに対しての意識に影響を与えていることが示唆された。

以上のことより、価値観がメディアに対する意識を左右する視点として、テレビの「Entertainment 因子」、インターネットの「Entertainment 因子」、「Sociality 因子」に差がみられ、個人がもっている価値観と、娯楽性や社会性の高い動画や映像などのマルチメディアからの情報を受け取る姿勢に関連があることが示唆された。これらの理由として、娯楽性や社会性の高い動画や映像などは、様々な社会現象と関係があるため、価値の志向性の影響がみられると考えられる。

3. まとめ

本研究では、効果的にメディアリテラシー教育を行うために、大学生のメディアに対する意識の調査と、一般社会に対しての価値観の調査を行なった。また、それらの関連について上位下位分析を用いて検討を試みた。その結果、価値の志向性の上位群と下位群に関してはテレビの「Entertainment 因子」に対して、有意傾向が見られた。このことから、個人の価値観がテレビに対しての娯楽性に影響を与えていることが示唆された。また、インターネットに関しては、「Entertainment 因子」と「Sociality 因子」において有意傾向、5%水準で差が見られた。このことから、個人の価値観がインターネットの娯楽性や動画や映像などの伝達媒体と通じて得られる情報に影響を与え、関連性があると示唆された。

以上の調査結果より、価値的志向や価値観がメディアに対する意識に影響していることが示唆された。

文献

豊田充崇、西村充司：メディアリテラシー育成を目指した小学校国語科授業実践事例の報告：「ごんぎつね」を映像とアニメーションで表現し比較する、和歌山大学教育学部教育実践総合センター紀要、Vol. 14, pp. 39-44, 2004

森棟隆一、尾澤勇、山崎謙介：メディアリテラシー教育の実践－学校紹介 CM 制作を通じて－、情報処理学会研究報告、社団法人情報処理学会、Vol. 2007, No. 12, pp. 119-125, 2007

田井 志保里、阿濱 茂樹：メディアリテラシー育成のための教材開発～メディアを読み解く力の育成を目的にした新聞制作を題材にして～、教育システム情報学会 30 周年記念全国大会講演論文集、(ISSN11342 - 9477), pp409 ~ 410, 2005

酒井、山口、久野：価値志向性尺度、心理測定尺度集(2)人間と社会のつながりをとらえる“対人関係・価値観” pp370-376, 1998

田井 志保里、阿濱 茂樹：教師のメディアに対する感性尺度と授業実践を通じての評価－「新聞」を教材とした学習に適用して－、教育システム情報学会誌, vol. 24, No. 1, p p. 45 ~ 48, 2007