

博士学位論文

テレビ・ドキュメンタリーの制作者との
意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究

東北大学大学院情報科学研究科
人間社会情報科学専攻

村井 明日香

博士学位論文目次

博士学位論文目次.....	3
博士学位論文図表目次.....	7
第1章 序論.....	10
1.1. 研究の背景.....	10
1.1.1. テレビの視聴環境の変化と動画の時代の到来.....	10
1.1.2. テレビ番組の制作者と視聴者の意識・態度の違いとメディア・リテラシー.....	13
1.1.3. テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違い.....	16
1.1.4. テレビに対する批判とメディア・リテラシー教育および実践.....	18
1.1.5. 大学におけるテレビ番組に関するメディア・リテラシー教育.....	21
1.2. 問題の所在.....	23
1.3. 研究の目的と方法.....	24
1.4. 本論文の構成.....	25
1.5. 用語の定義.....	27
第2章 関連する先行研究.....	31
2.1. メディア・リテラシー研究.....	31
2.1.1. 本研究におけるメディア・リテラシーの定義.....	32
2.1.2. メディア・リテラシーの構成要素に関する研究.....	36
2.1.3. 番組制作者が著した書籍.....	53
2.1.4. 対象年齢別のメディア・リテラシーの実践研究.....	55
2.1.5. まとめ.....	63
2.2. マス・コミュニケーション研究.....	64
2.2.1. 本研究の研究対象.....	65
2.2.2. テレビの受け手に関する研究.....	69
2.2.3. テレビの送り手に関する研究.....	78
2.2.4. テレビの送り手と受け手の関係に関する研究.....	82
2.2.5. まとめ.....	84
2.3. 本研究のアプローチ.....	85
2.3.1. マス・コミュニケーション研究とメディア・リテラシー研究の関係.....	85

2.3.2.	意識・態度とメディア・リテラシーの関係.....	86
2.3.3.	調査方法.....	87
2.3.4.	調査対象者.....	88
第3章	テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの構成要素の抽出.....	91
3.1.	背景と目的.....	91
3.2.	研究方法.....	91
3.2.1.	分析対象とした書籍.....	91
3.2.2.	分析枠組み.....	94
3.2.3.	分析方法.....	95
3.3.	結果.....	98
3.3.1.	カテゴリー, サブカテゴリー別の記述数.....	98
3.3.2.	各カテゴリーの記述内容.....	102
3.4.	考察.....	107
3.5.	まとめ.....	109
第4章	テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションの構成要素の項目間の関係.....	111
4.1.	背景と目的.....	111
4.2.	研究方法.....	112
4.3.	結果.....	114
4.3.1.	【a.リアリズム】.....	116
4.3.2.	【b.真実を語ること】.....	116
4.3.3.	【c.存在と不在】.....	116
4.3.4.	【d.偏向と客観性】.....	117
4.4.	考察.....	117
4.5.	まとめ.....	119
第5章	テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに対する番組制作者と大学生の意識・態度の違い.....	121
5.1.	背景と目的.....	121
5.2.	研究方法.....	122
5.2.1.	調査対象者.....	122
5.2.2.	調査時期・方法.....	123

5.2.3.	調査の手続き	123
5.2.4.	調査項目	125
5.2.5.	分析方法	129
5.3.	結果	129
5.3.1.	番組制作者が題材選択で考慮していると思う項目 (Q1)	129
5.3.2.	番組が何かの題材を放送しない理由に影響していると思う項目 (Q2)	131
5.3.3.	番組が伝える現実 (Q3)	131
5.3.4.	番組制作者の存在の見せ方 (Q4)	133
5.3.5.	取材対象者に対する番組制作者のあり方 (Q5)	133
5.3.6.	公平・中立に対する考え方 (Q6)	134
5.3.7.	取材対象者へのはたらきかけを行う撮影手法の容認度 (Q7)	134
5.4.	考察	136
5.4.1.	ニュースとの類似点に関する理解	137
5.4.2.	表現手法に関する理解	137
5.4.3.	メディア・リテラシーの基本概念の理解	138
5.4.4.	公平・中立を実現する手順の難しさに関する理解	139
5.4.5.	番組制作者と取材対象者の関係に関する理解	140
5.5.	まとめ	142
第6章	大学生の意識・態度と関係する情報源	144
6.1.	背景と目的	144
6.2.	研究① 大学生が参考にした情報源	145
6.2.1.	研究方法	145
6.2.2.	結果	146
6.2.3.	考察	146
6.3.	研究② ネット情報と大学生の意識・態度の関係	147
6.3.1.	研究方法	147
6.3.2.	結果	148
6.3.3.	考察	153
6.4.	まとめ	156
第7章	大学生のテレビ番組への信頼度および懐疑的な態度との関係	158

7.1.	背景と目的.....	158
7.2.	研究方法.....	159
7.3.	結果.....	159
7.3.1.	テレビ番組への信頼度と懐疑的な態度との関連.....	159
7.3.2.	テレビ番組への信頼度とテレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の関係..	161
7.3.3.	テレビ番組への懐疑的な態度とテレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の関 係	163
7.3.4.	テレビ・ドキュメンタリーのジャンル別の回答傾向.....	169
7.4.	考察.....	171
7.4.1.	テレビ番組への信頼度と懐疑的な態度の関連.....	171
7.4.2.	テレビ番組への信頼度および懐疑的な態度とテレビ・ドキュメンタリーに対する意 識・態度の関係.....	172
7.5.	まとめ.....	177
第8章	成果と今後の課題	179
8.1.	前章までの概要.....	179
8.2.	結論.....	180
8.3.	本研究で得られた成果.....	181
8.3.1.	メディア・リテラシー研究における成果.....	181
8.3.2.	マス・コミュニケーション研究における成果.....	185
8.4.	研究成果を踏まえた提案.....	188
8.5.	社会的な意義.....	194
8.6.	本研究の限界と今後の課題.....	196
8.6.1.	本研究の限界.....	196
8.6.2.	今後の課題.....	198
謝辞	202	
参考文献	206	
本論文に関わる研究発表.....		234
付録1 調査票.....		236
付録2 調査結果.....		253

博士学位論文図表目次

図 1-1 キャッチアップサービスと地上波の視聴者構成比(博報堂 DY メディアパートナーズ 2020 を基に筆者が作成).....	11
図 1-2 メディアの効用比較年層別(斎藤ほか・2021).....	11
図 1-3 各章の位置づけとその関係.....	27
表 1-1 本研究における送り手, 受け手に関する用語.....	28
図 2-1 情報・メディア・技術のリテラシーの相関図(山内 2003).....	32
表 2-1 代表的なメディア・リテラシーの定義.....	33
図 2-2 メディア・リテラシーの構成要素(坂元 1986).....	37
図 2-3 メディア・リテラシーを構成する 3つの能力(水越 1999/改訂版 2002).....	38
図 2-4 メディア・リテラシーの構成要素(郵政省 2000).....	38
表 2-2 動画(テレビ, 映画)に関する小学生のメディア・リテラシーのカリキュラム(坂元 1986)	39
表 2-3 調査項目一覧表(三宅ら 1984 を基に筆者が作成).....	40
表 2-4 中橋・水越(2003)の構成要素.....	42
表 2-5 中橋の構成要素(中橋 2014).....	43
表 2-6 批判的思考「傾向性尺度」制作者の意図(後藤 2007 を基に筆者が作成).....	44
表 2-7 メディア・リテラシーの主要な概念(Masterman 1985=2010 を基に筆者が作成).....	45
表 2-8 メディア・リテラシー教育の基本概念(Buckingham 2002=2006).....	47
図 2-5 メディア研究モデル(鈴木 2004).....	48
表 2-9 本研究における送り手, 受け手に関する用語の定義.....	68
表 2-10 受け手の分類(McQuail 2005=2010 を基に筆者が作成).....	69
表 2-11 マス・コミュニケーションの受け手に関する 3つの研究の系譜の特徴.....	75
図 2-6 ドキュメンタリーの演出の許容限度(朝日新聞社 1994 を基に筆者が作成).....	81
表 3-1 分析対象とした書籍.....	92
表 3-2 メディア・リテラシー教育の基本概念(Buckingham 2002=2006).....	95
図 3-1 分析手順の例.....	96
表 3-3 各カテゴリー, サブカテゴリーに対応する書籍の記述例の一部.....	99
表 3-4 メディア・リテラシーの基本概念に対応する書籍別の記述数と割合.....	100

表 4-1	第 3 章で示された「リプレゼンテーション」の構成要素.....	112
図 4-1	狭義の KJ 法一ラウンド(川喜田 1986).....	112
表 4-2	KJ 法の「関係線」(川喜田 1986).....	114
図 4-2	サブカテゴリーおよび項目間の関係.....	115
表 5-1	番組制作者の所属組織と年齢の割合 (%) $n=101$	122
表 5-2	大学生の学年と性別の割合 (%) $n=93$	123
表 5-3	質問項目およびリプレゼンテーションの構成要素との対応.....	126
図 5-1	調査フォームの画面の一部 (Q1).....	127
表 5-4	選択肢の番組ジャンルと番組例.....	127
表 5-5	取材対象者にはたらきかけを行う撮影手法 (Q7).....	127
表 5-6	番組制作者が題材選択で考慮していると思う項目 (Q1).....	130
表 5-7	番組が何かの題材を放送しない理由に影響していると思う項目 (Q2).....	132
表 5-8	番組が伝える現実 (Q3).....	132
表 5-9	番組制作者の存在の見せ方 (Q4).....	133
表 5-10	取材対象者に対する制作者のあり方 (Q5).....	133
表 5-11	公平・中立に対する考え方 (Q6).....	134
表 5-12	取材対象者へのはたらきかけを行う撮影手法の容認度 (Q7).....	135
表 6-1	回答の際に参考にした情報源の選択肢(複数回答可).....	145
表 6-2	参考にした情報源の数.....	146
表 6-3	参考にした情報源別の回答数と回答割合.....	146
表 6-4	テレビ番組への信頼度および懐疑的な態度の質問項目と選択肢.....	147
表 6-5	テレビ番組への信頼度および懐疑的な態度 ネット情報の参考群 vs 非参考群.....	149
表 6-6	テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違い：ネット情報の参考群 vs 非参考群 vs 番組制作者.....	150
表 6-7	ネット情報の参考群と非参考群が参考にした情報源(複数選択可).....	153
表 7-1	テレビ番組への信頼度および懐疑的な態度の質問項目と選択肢.....	159
表 7-2	テレビ番組への信頼度.....	160
表 7-3	テレビ番組への懐疑的な態度と信頼度との相関分析の結果.....	160
表 7-4	テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違い：テレビ番組への信頼度高群 vs 信 頼度低群.....	162

表 7-5	テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違い：テレビ番組への懐疑的な態度 (A. 情報操作) 強群 vs 弱群.....	164
表 7-6	テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違い：テレビ番組への懐疑的な態度 (B. 中立でない) 強群 vs 弱群.....	165
表 7-7	テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違い：テレビ番組への懐疑的な態度 (C. 伝えていない) 強群 vs 弱群.....	166
表 7-8	テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違い：テレビ番組への懐疑的な態度 (D. 本当のことでない) 強群 vs 弱群.....	167
表 7-9	テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違い：テレビ番組への懐疑的な態度 (E. やらせが多い) 強群 vs 弱群.....	168
表 7-10	テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違い：テレビ番組への懐疑的な態度 A ~E 平均値 強群 vs 弱群.....	169
表 7-11	信頼度および懐疑的な態度の群間で有意な偏りのあった項目	170

第1章 序論

1.1. 研究の背景

1.1.1. テレビの視聴環境の変化と動画の時代の到来

10代、20代の若者のテレビの視聴環境は変化しつつある。10代、20代のテレビの視聴時間は年々減少しており、「テレビ離れ」が指摘されている(大原 2018, 総務省情報通信政策研究所 2021)。一方、スマートフォンやタブレット端末の普及により、インターネット上では動画によるコミュニケーションが活発化し、動画の時代が到来したといわれている(Mayer *et al.* 2020)。動画の撮影および発信が簡単に行えるようになり、企業や自治体等が発信する様々な PR 動画がインターネット上に投稿されている。個人が投稿する日常生活のできごとを投稿する動画や娯楽のための動画も多数投稿されている。動画投稿サイト YouTube を「毎日のように利用する」人は、16～29歳の若者で男性が72%、女性が55%という調査結果もある(斉藤ほか 2021)。

動画の時代が到来する中、これまで主にテレビやラジオで番組を放送してきた放送事業者がインターネット配信を本格的に開始した。NHK は、2008 年から行ってきたオンデマンドの動画配信に加えて、2020 年に、テレビ放送と同時のインターネット配信サービス「NHK プラス」を開始している。在京民放 5 社が 2015 年から共同で立ち上げ、動画を配信してきたプラットフォーム「TVer」では、2021 年 10 月からテレビ放送と同時のインターネット配信サービスも開始している。放送事業者による公式無料動画配信サービス(キャッチアップサービス)の利用者は、地上波テレビの視聴者よりも、15～19 歳、20～34 歳という若者の割合が多いという調査結果もある(図 1-1, 博報堂 DY メディアパートナーズ 2020)。放送事業者のインターネット配信の本格化により、今後、若者がインターネット上の動画の一つとして、テレビ番組に触れる機会が増えることが予想される。

テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
 大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
 | 第1章 序論 |

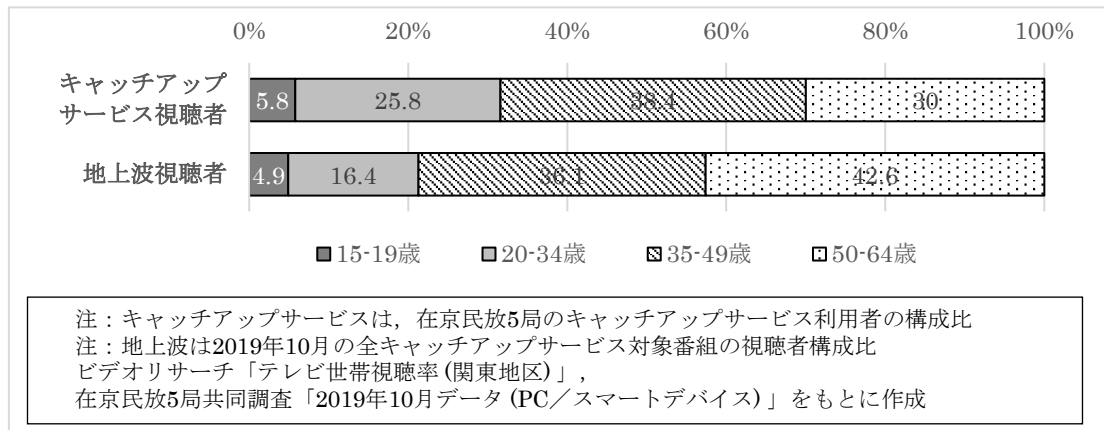


図 1-1 キャッチアップサービスと地上波の視聴者構成比（博報堂 DY メディアパートナーズ 2020 を基に筆者が作成）

テレビには、報道、娯楽、教養、情報、慰安等、様々な効用があるとされてきた（木村他 2015）。なかでも、「世の中の出来事や動きを知る」という報道に関する効用は、様々な効用の中で「テレビが一番役に立っている」とする回答者の割合が最も多い（斎藤ほか 2021）。「若年層（16～29歳）」「中年層（30～50代）」「高年層（60代以上）」という層別の結果では、16～29歳の若年層が「テレビ」と回答した割合は、3つの層の中では最も少なかったものの、約半数が回答している（図 1-2）。これは、インターネットに関連するメディア（YouTube、その他の動画、LINE、Twitter、Instagram、その他のSNS、Yahoo!、その他のサイト・アプリ）の回答の割合の合計よりも多い。以上により、10代、20代の若者は、テレビの視聴時間は減少しているものの、世の中の出来事や動きを知るためにテレビを利用していると考えられる。

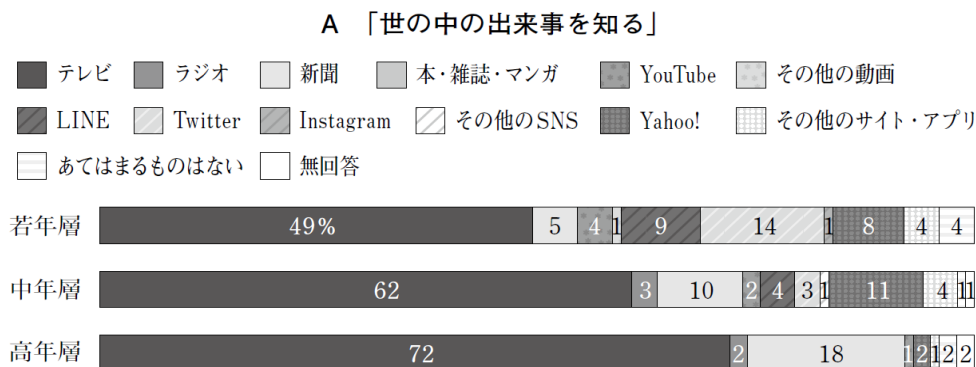


図 1-2 メディアの効用比較 年層別（斎藤ほか 2021）

テレビは、世界に開かれた透明な窓と考えられてきた (Fiske 1987=1996) . しかし、テレビを含むメディアは現実そのものを映しているわけではない。送り手が現実を再構成して提示している (Buckingham 2002=2006) . カメラに映る事件や人は、実在したものであっても、それを伝える映像には必ず送り手の視点が含まれており、伝えられるものと伝えられないものというような「選択」の問題等が関わってくる (Masterman 1985=2010) . そのため、テレビを視聴する際には、「メディアは構成され、コード化された表現である」という基本概念 (Masterman 1989) により成り立つメディア・リテラシーが求められる。前述の通り、テレビに対して多くの人が報道、娯楽、慰安、情報、教養等様々な効用を感じているが、視聴者がテレビの送り手の視点に対して無意識になりがちであることから、テレビに関するメディア・リテラシーはこれまで多くの関心を集めてきた。テレビ番組のインターネット配信が本格化し、10代、20代の若者がテレビ番組に接する機会が増える現在、若者のテレビ番組に関するメディア・リテラシーの重要性は再認識される必要があると考えられる。

テレビに関するメディア・リテラシーの研究は、インターネット上のテレビ番組以外の動画に関するメディア・リテラシー育成の際にも役立つと考えられる。インターネット上の動画によるコミュニケーションでは、送り手、受け手双方にメディア・リテラシーが求められる。送り手のメディア・リテラシーには、撮影、編集等の技能だけでなく、多様な価値観が存在する社会における責任や倫理を理解する能力も含まれる (中橋 2014) . テレビは、2023年には、日本で放送が開始されてから70年を迎える。日本全国の放送局を合わせると毎日何千もの番組が放送されており、コンテンツの数が非常に多いメディアである。放送開始当初から、映像表現に関して様々な試みが行われ、しばしば批判や議論の対象となってきた。テレビに関するメディア・リテラシーの研究は、動画で表現、発信するための送り手のメディア・リテラシーの育成の際にも役立つと考えられる。

インターネット上での動画によるコミュニケーションでは、受け手のメディア・リテラシーも求められる。特にソーシャル・ネットワーキング・サービス (以下、SNS) は、一時情報を直接受け取れる一方で、一次情報を持っている人から多数の媒介者を經由して情報が届く場合が多いことが指摘されている (高橋 2013) . そのため、SNS上の情報の信頼性を判断するためには、一次情報を持っている人は誰で、誰に媒介されて自分に届いたのかという「情報の伝達経路」をまず想像し、その上で、伝達経路上の媒介者の信頼性を判断

することが求められている(村井・堀田 2017)。SNS 上では、個人、企業、自治体、放送事業者等、様々な主体によって、様々な目的で発信される動画が視聴でき、検索をかければ、それらの動画が一覧で表示される。SNS 上の様々な動画の送り手の目的や、動画の制作に影響を与えている社会的背景を読み取るメディア・リテラシーが求められる。テレビに関するメディア・リテラシーは、SNS 上の動画の信頼性の判断において求められる能力の一つといえる。

1.1.2. テレビ番組の制作者と視聴者の意識・態度の違いとメディア・リテラシー

メディア・リテラシーに対する関心が高まった背景は国によって異なるが(中橋 2014)、日本では、1980～90年代にかけて、テレビ局や新聞社の誤報、ねつ造、人権侵害等の問題により視聴者のマスメディアに対する不信感が高まったことがきっかけの一つとされる。メディア・リテラシーの中でも、テレビ番組に関するメディア・リテラシーに関心が高まったきっかけの一つは、放送事業者と視聴者の間に、テレビのあり方に関して意識・認識のギャップが存在すると指摘されたことだった(青少年と放送に関する調査研究会 1998)。テレビ・ドラマの暴力表現や NHK のテレビ・ドキュメンタリーの撮影手法に対して「やらせ」か「演出」かの議論が起こったこと等が契機となり、1990年代末に郵政省(当時)が「青少年と放送に関する調査研究会」を設置した。この調査研究会で、放送事業者と視聴者の間に、テレビのあり方に関して意識・認識のギャップが存在すると指摘された(青少年と放送に関する調査研究会 1998)。具体的には、放送事業者が視聴者のニーズに応えられていないことを「ギャップ」という言葉で示し、放送事業者と視聴者の相互作用、循環作用の充実の必要性が示された。郵政省が続いて設置した「放送分野における青少年とメディア・リテラシーに関する調査研究会」では、視聴者がメディア・リテラシーを向上させることで放送事業者との健全な緊張関係を醸成する必要があることが示された(郵政省 2000)。すなわち、視聴者がメディア・リテラシーを向上させることで、放送事業者が視聴者のニーズをより意識するという意味の緊張感を醸成することが目指されたと考えられる。視聴者に対するメディア・リテラシー育成では、メディアを批判・否定するだけでなく、メディア社会を健全なものにしたいと願い参画する人を育てることが目指された(堀田 2004, 水越 1999/改訂版 2002)。しかし、近年散見される、テレビ番組に対するインターネット上の批判は、番組制作の実態がわかっていない批判が多いとする番組制作者もいる(例えば、水島 2014, 奥村 2013)。このことから、番組制作者と視聴者の間で健全な

緊張関係が醸成されているかどうかについては疑問が残る。

なお、郵政省の調査研究会では、「意識・認識のギャップ」があるとされたが、本研究ではこれと関連して実証が可能と考えられる「意識・態度の違い」を研究対象として研究を行う。そのため、本研究が研究対象とするものを記す際には「意識・態度の違い」と表記する。理由については、「1.5. 用語の定義」で述べる。

日本におけるテレビ番組に関するメディア・リテラシー教育および実践は、郵政省(2000)の提言に始まったわけではない。鈴木みどりが主宰するFCTメディア・リテラシー研究所等の市民団体が1970年代から、テレビ番組の子どもたちへの影響に関心を持ち、テレビ番組に関するメディア・リテラシー教育および実践が行ってきた(FCTは、設立の1977年以来、何度か改称している。本研究では、2021年現在の名称である「FCTメディア・リテラシー研究所」と表記する)。また、学校教育においては、児童を中心とする映像視聴能力に関する研究や実践が多数行われてきた。映像視聴能力に関する研究や実践は、映像技法を基にした番組制作者の意図の読み解きに重点が置かれ、社会文化的な意味構成を問題にするメディア・リテラシーと独立した実践体系を形成してきたとされる(山内2003)。しかし、第2章で述べるが、映像視聴能力の研究は、メディア・リテラシーの研究と研究対象が重なる部分もある。以上のように、郵政省の調査研究会の提言以前もメディア・リテラシー教育および実践と関連する動きが見られた。そうした中、2000年の郵政省の調査研究会の提言は、日本ではじめて公的機関がメディア・リテラシーの問題を取り上げたという点で大きな意味を持っており、日本で、メディア・リテラシー研究を活発化させた要因の一つとされる(中橋2005)。

郵政省の調査研究会(郵政省2000)は、メディア・リテラシーは、「メディアとの関わりが不可欠なメディア社会における『生きる力』」であるとした。構成要素としては、1)メディアを主体的に読み解く能力、2)メディアにアクセスし、活用する能力、3)メディアを通じコミュニケーションを創造する能力、の3つの能力を示した。3つの能力には、テレビ番組に関するメディア・リテラシーだけでなく、情報化社会におけるメディアの活用能力や、表現能力等も含まれる。メディア・リテラシー教育および実践が広まった背景には、マスメディアに対する不信感だけでなく、情報化社会の進展により新たに求められるようになったメディアの利用、情報の受信、情報の発信に関する能力育成の必要性等、社会の変化が関係している。郵政省(2000)が示した、テレビ番組の視聴者が獲得すべきメディ

ア・リテラシーは、3つの能力のうち、1) メディアを主体的に読み解く能力、に重点が置かれていると捉えることができる。

郵政省の研究調査会が提言を出したことに伴い、放送事業者、市民団体、研究者、教師らによる、青少年のメディア・リテラシー育成のための取り組みが活発化した。

放送事業者は、1990年代から、テレビ番組の制作の様子を紹介する番組を放送したり、小学生、中学生、高校生を放送局に招き、放送局員の指導の下でテレビ番組を制作する活動を行ったりする等のメディア・リテラシー育成活動を行ってきた。日本民間放送連盟も、2001年から、東京大学メルプロジェクトとの共同研究として、メディア・リテラシープロジェクト（以下、民放連プロジェクト）を実施してきた。民放連プロジェクトは、ローカル放送局の関係者と地元の青少年が、互いに協力しながら番組をつくって実際にオンエアをし、その過程でテレビ番組の送り手と受け手がともにメディア・リテラシーを学んでいくことを目指した実践的な活動である（水越・林田 2010）。民放連プロジェクトは、2001年から10年間におよぶ活動を行い、その後、民放各社の活動として継続された。民放連プロジェクトでは、青少年に対して、テレビ番組制作の実態に基づいたメディア・リテラシーの学びの機会を提供したといえる。山内（2005）はこの活動によって、テレビ番組の受け手が「テレビや番組のあり方について送り手側と対話をし、建設的な批判を行っていくとともに、自分たちが行っている映像による表現活動を放送という枠の中に位置づけていく」ことができるようになる可能性を述べている。しかし課題として、メディア・リテラシーとは何かというコンセンサスが欠如していたことも指摘されている（駒谷 2008）。

前述のFCTメディア・リテラシー研究所は、カナダの枠組みを参考に「メディア研究モデル」を作成し、メディア・リテラシーで扱うべき項目を「生産現場の仕組み」「規律」「語り／ストーリー」等の23の構成要素で示している（鈴木 2004）。その構成要素に基づき、テレビ番組を読み解く方法を提案したり、実践を行ったりしてきた。しかし、メディア・リテラシーは、社会における教育・放送・政治・文化のシステムすべての領域に関連するものであるため、実践が行われている国や地域の文化の独自性や特殊性を反映するものでなくてはならない（Masterman 1995=1997）。FCTメディア・リテラシー研究所の実践は、放送されたテレビ番組の「分析」によってテレビ番組が構成される背景について検討している。日本の番組制作の実態や番組制作者の考え方に関する調査を十分に行ってきたわけではないといえる。

すなわち、これらの実践においては、テレビ番組制作の実態や番組制作者の考え方に關

する学びが目指されながらも、日本のテレビ番組制作の実態や番組制作者の考え方とメディア・リテラシーの構成要素との対応が行われてこなかった。そのため、番組制作者と共に行った実践の学習目標が、メディア・リテラシーの構成要素と対応付けられていなかったり、メディア・リテラシーの構成要素に基づいたテレビ番組の分析の実践において、実際の番組制作の実態や番組制作者の考え方との対応が十分ではなかったりする等の課題があったといえる。

1.1.3. テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違い

前述の通り、テレビ番組に関するメディア・リテラシーに関心が高まったきっかけの一つは、放送事業者と視聴者の間に、テレビのあり方に関して意識・認識のギャップが存在すると指摘されたことであった（青少年と放送に関する調査研究会 1998）。テレビ番組の中でも、テレビ・ドキュメンタリーは、NHKの番組の撮影手法に関する「やらせ」か「演出」かの議論をきっかけに、番組制作者と視聴者の間に意識・認識のギャップが存在すると指摘された番組ジャンルである（例えば、佐藤 1994）。本研究では、テレビで放送されることを目的に制作されたドキュメンタリー番組のことを「テレビ・ドキュメンタリー」と表記する。テレビ・ドキュメンタリーは、ニュースや情報番組と同様、事実を素材にして構成されているノンフィクション番組の1つのジャンルである（貝谷 2005）。内容や形式、方法が多様であり、明確な定義がないとされてきた（貝谷 2005, 朝日新聞社 1994）。このような事情を背景に、番組のあり方に関してたびたび議論が起こってきた。

NHKの番組の制作手法に関する「やらせ」か「演出」かの議論は、1992年にNHK総合テレビで放送されたテレビ・ドキュメンタリー『NHKスペシャル—奥ヒマラヤ 禁断の王国ムスタン』（以下、『ムスタン』）の制作手法に対して、朝日新聞が視聴者の立場から、紙面で批判したことに端を発する。放送から3か月後の1993年2月、朝日新聞が、同行した制作スタッフからの証言に基づいて著した記事で、「自然の過酷さを強調するため、チーフディレクターが元気なスタッフに高山病の演技をさせたり、がれきが転げ落ちる「流砂」現象をわざと起こしたりして制作した」とし、これを「やらせ」という言葉で批判した（朝日新聞社 1993）。朝日新聞の報道をきっかけに、新聞各紙が「虚偽かデッチ上げに近く、視聴者の信頼を裏切る行為」（読売新聞社 1993）「ドキュメンタリーの理論に誤り」（産経新聞社 1993）等、批判的な記事を連日掲載し、NHKの会長が謝罪するほどの大きな問題に発展した。

しかし、批判を受けた制作手法の中でも特に「流砂」現象をスタッフが起こして撮影した制作手法に関しては、「やらせ」と批判的に捉えることに番組制作者等から反論が起こった。例えば、NHKの編成局長であった河野(1993)は、「テレビ・ドキュメンタリーの番組を豊かにしてきた様々な手法が『やらせ』の一言で葬り去られてはならないと考えた番組制作者は私一人ではあるまい」と反論した。元テレビ・ドキュメンタリーの制作者であった田原(1997)は、「どう考えても批判されるべきとは思えない項目まで入っていた」と反論し、テレビ・ドキュメンタリーの制作手法に関する論争に発展した。この論争の中で、テレビ・ドキュメンタリーのあり方に関して、番組制作者と視聴者の間に意識・認識の違いが存在するのではないかということが指摘された(例えば、佐藤 1994)。番組制作者の中には、「やらせ」か「演出か」について、番組制作者と視聴者が議論をするための共通理解を構築するために、視聴者のメディア・リテラシー育成の必要性を訴える者も現れた(市川 1999)。しかしこの時、視聴者の意見とされたのは、記事を書いた新聞社等のマスメディア組織や、新聞・雑誌等のメディアで発言をした識者の意見に限られていた。

NHKのテレビ・ドキュメンタリーの制作手法に関する論争への対応の一環として、NHK放送文化研究所は、1993年にテレビ・ドキュメンタリーの制作者に質問紙調査を行い、演出の許容範囲を選択式で尋ねている(朝日新聞社 1994)。その結果、「演出や表現手段はリサーチや事実に基づいて真実を伝えようとする制作者の判断に任される」と考える番組制作者が多いことが示されている。しかし、番組制作者が具体的にどのような場面でどのような判断を行っているのかについては示されていない。また、視聴者に対する調査は行っておらず、番組制作者と視聴者の意識・態度に具体的にどのような違いが存在するのかは示されていない。

ドキュメンタリーというジャンルは、映画が発明された当初から出来事を記録するジャンルとして存在し、「番組作り、映像作りの原点のようなもの」(碓井 2003)と評されてきた。民主主義を支える政治判断に用いられるジャンルの一つでもある。メディア・リテラシー教育および実践で題材とされることが多いジャンルでもある(例えば、カナダ・オンタリオ州教育省 1992, 崔 2008, 岩崎 2008, 松野 2002, 村井・堀田 2016, 杉岡 2000, 山登 2006)。しかし、その形式に関しては、議論を呼び、明確にするのが難しいジャンルとされてきた(Lewis 2008)。インターネットにおける動画配信(NHK プラス, TVer, Amazon プライムビデオ, Netflix 等)においても、ジャンルとしての位置づけを得ている。以上の理由により、テレビ番組のジャンルの中でも、テレビ・ドキュメンタリーを対象と

する意義は大きいと考えられる。

1.1.4. テレビに対する批判とメディア・リテラシー教育および実践

近年、インターネット上には、テレビに対する批判的な書き込みが散見される。Google 検索で“マスゴミ” (“マスコミ”と“ゴミ”を掛け合わせた言葉) と“テレビ”を AND 検索すると、約 419 万件がヒットする (2022 年 1 月 7 日現在)。テレビに対する批判的な書き込みが散見される現状について、齋藤 (2016) は「テレビ番組に対する問題意識が送り手、受け手ともに過剰になる時期を迎えている」と述べる。その背景に、近年、インターネットの普及によって、受け手側がテレビに対する意見や批判を発信しやすくなっていることや、放送倫理・番組向上機構 (以下、BPO) 等の、放送への苦情や放送倫理の問題に対応する第三者機関の設立によって、テレビ番組に対して倫理観を求める傾向が強くなったことがあるとしている。BPO から指摘を受けた放送事業者は、指摘内容をニュース等で視聴者に伝えることが放送事業者間で決められている (日本民間放送連盟 2003)。そのため、視聴者は BPO によって「逸脱行為」とされた放送事業者の行為を認知する。

テレビを含めたマスメディア全般に対して、不信が広がっているとの指摘もある (例えば、林 2017, 稲増 2016)。マスメディアに対する不信は、気に入らないマスメディアを非難、攻撃したり、それとの関わりを拒絶、ボイコットしたりする動きであり、これらの動きによって民主主義が揺らぐとの指摘もある (林 2017)。

インターネット上で指摘されているテレビのあり方に関する問題は、テレビ番組の制作者に対する教育で解決できる問題だけとは言えない。齋藤 (2017) は、Twitter 上で多く見られるテレビ番組に対する批判には、「何かの情報が偏っているのではないか」という「偏向報道への懐疑」があるとする。「偏向報道」という批判に対応するためには、「公平・中立とは何か」という議論が必要になる。「公平・中立とは何か」というのは、メディアによる現実の再構成のあり方に関する問題であり、正解がある問題ではない。前述の NHK のテレビ・ドキュメンタリーにおける「やらせ」か「演出」かという議論も、メディアによる現実の再構成のあり方に関する問題と考えることができる。

メディアによる現実の再構成は、メディア・リテラシーにおいては、リプレゼンテーションという言葉で表される。リプレゼンテーションとは、「実社会の人びと、場所、出来事、考え方などを、メディアを通して再構成し、再提示すること。再提示された『現実』 (鈴木 2006) と定義され、メディア教育を統合する中心的概念とされる (Masterman 1989)。

リプレゼンテーションには、リアリズム (現実に対する忠実さ)、真実を語ること、存在と不在 (メディアの世界に何が含まれ、何が排除されているか)、偏向と客観性等の概念が含まれる (Buckingham 2002=2006)。

番組制作者が放送ガイドライン (例えば、NHK 2020, 日本民間放送連盟 2015) に明らかに抵触する行為を行った場合は、番組制作者に対する放送倫理等の教育により対応するべきと考えられる。一方、テレビ番組によるリプレゼンテーションのあり方に関わる問題は、視聴者がメディア・リテラシーを向上させることで、番組制作者に対する健全な緊張関係を醸成し、視聴者と番組制作者の双方が納得できるあり方を模索する必要があると考えられる。

しかし、近年インターネット上で散見されるテレビ番組に対する批判は、番組制作の実態がわかっていない批判が多いとする番組制作者もいる。例えば、水島 (2014) は、「テレビの内情や実態を知らない批評は時に空論に近いのも数多く、現場のテレビの人たちの心には届かないものも少なくない」と述べる。奥村 (2013) は、「ツッコミどころがどこかズレている (略) テレビを批判するのが目的となっていて、揚げ足をとることに一生懸命」と述べている。番組制作者からこのような発言が見られることから、番組制作者と視聴者の間で健全な緊張関係が醸成されているかどうかについては疑問が残る。

前述の通り、メディア・リテラシー教育および実践が目指すのは、メディアを批判・否定するだけでなく、メディア社会を健全なものにしたいと願い参画する人を育てることである (堀田 2004, 水越 1999/改訂版 2002)。メディア・リテラシー教育および実践は、「教育実践が中途半端なものの場合、教えられる側は、自分たちがこれまでいかにマスメディアにだまされていたのかにただ驚くだけで、否定的、悲観的な認識ばかりが強まることになりがちだ」との指摘もある (水越 1999/改訂版 2002)。堀田 (2004) は、メディアのあり方に対する主張を冷静で現実的なものにするためには、「プロに学ぶ」ことが大切であると指摘する。プロの苦勞を知らないまま、安易に批判してしまうのではなく、「プロが該当の問題にどのように取り組み、何に悩み、どんな工夫をし、その上で現状はどこまで来ているのか」を知ることが大切であると述べている。インターネット上の批判は、番組制作の実態がわかっていない批判が多いと指摘される現在、プロである番組制作者の実態や考え方を知ることが、主張の冷静さや現実性に結びつく可能性があると考えられる。

テレビ番組に関する問題の解決には、送り手のメディア・リテラシーを育成することも

重要であると指摘されている(例えば、黒田 2005, 水越・林田 2010)。黒田(2005)は、メディア・リテラシーを受け手に期待し、それを送り手が教育していくという教育論は、送り手が、自らは正しいメディアの解釈者であり、無知な受け手を啓蒙し市民として育てていくというまなざしを生むとする。その上で、送り手がそうした力関係を自覚する必要性や、情報を発信する過程にさまざまな意図、現場での葛藤などがあることを自覚する必要があると指摘する。

しかし、テレビ番組の制作者と視聴者は情報の送り手と受け手というように立場が異なることから、求められるメディア・リテラシーは異なると考えられる。視聴者には、番組制作の実態や制作者の考え方をすること等のメディア・リテラシーが求められるが、番組制作者は自らが手掛けるメディアの社会的な役割や自らが置かれた状況を相対化したり、視聴者が求めるメディア像を理解したりするなどのメディア・リテラシーが求められると考えられる。そのため、番組制作者と視聴者のメディア・リテラシーは、別に検討する必要がある。前述の通り、日本における、テレビ番組に関するメディア・リテラシー育成の目的の一つは、視聴者がメディア・リテラシーを向上させることで、放送事業者との間の健全な緊張関係を醸成することであった(郵政省 2000)。本研究では、この目的に基づき、放送事業者との健全な緊張関係を醸成できる視聴者のメディア・リテラシー育成に役立つ知見を得ることを目指すこととする。

黒田(2005)は、送り手のメディア・リテラシー育成が必用な理由として、テレビ番組の視聴者は、のんびりと画面を眺めている人が多いことも指摘している。しかし、メディア・リテラシーは、テレビ番組を見ているときに視聴者が常にテレビ番組を批判的に読み解くことを求めているわけではない。黒上(2004)は、メディア・リテラシーの受容能力には、1) 興味を持ったメディア情報の意味を理解できる、2) 必要に応じてメディア情報の背景を探求できる、3) 必要に応じてメディア情報を批判的に読み解き行動することができる、という3つのレベルがあると述べている。北田(1998)は、メディア・リテラシーの受容能力に、「ながら視聴」なども含む、「非一意味論」的なメディア受容空間における受け手の能力を含める必要性を述べている。メディア・リテラシーの受容能力には、様々なレベルがある。視聴者が、メディア・リテラシーを獲得することにより、テレビを娯楽として楽しんだり、テレビの番組の背景を考えたり、テレビのあり方を批判的に読み解き行動したりという、様々なレベルの能力の選択肢を得ることができると考えることができる。

小柳(2003)は、メディア・リテラシー教育の目標として、「分析的・個人的な主体形成」

と「革新的・社会的な主体形成」があるとする。すなわち、一つには、賢い視聴者、学習主体を育成する目標があり、もう一つに、メディアの政治・社会構造に着目し、政治・社会問題へ挑んでいく民主的・社会的主体を育成する目標があるとする。小柳（2003）に基づく、テレビ番組のメディア・リテラシー教育の目標は、一つには、テレビにおける現実の構成のされ方を理解することで、「世の中の出来事や動きを知る」ためにテレビ番組をより活用できるようになる賢い視聴者、学習主体の育成があると考えられる。もう一つに、マスメディアによる情報伝達を基盤としてきた民主主義社会を維持していく民主的・社会的主体の育成があると考えられる。本研究は、この2つのメディア・リテラシー教育の目標に寄与することを目指している。

1.1.5. 大学におけるテレビ番組に関するメディア・リテラシー教育

次に、大学におけるテレビ番組に関するメディア・リテラシー教育の現状について、初等中等教育と比較して述べる。

初等中等教育においても、テレビ番組に関するメディア・リテラシー教育が実施されていることが報告されている（例えば、駒谷 2006, 近藤 2000, 緑川 2008, 村田 2008, 佐藤 2000, 杉岡 2000）。しかし、初等中等教育で教える内容が示された学習指導要領において、テレビ番組に関するメディア・リテラシーと関わりのある記述は極めて限られている。テレビ番組に関するメディア・リテラシー育成は、関心を寄せる一部の教師の間で学習指導要領の枠組みを外れない範囲で実験的に行われているとの指摘もある（中橋 2006）。

初等中等教育においては、学習指導要領には、これまで「メディア・リテラシー」という文言は記述されていないが、メディア・リテラシーの概念と重なる学習内容が記載されている（堀田 2021, 宇治橋 2020）。本研究が対象とするテレビ番組に関するメディア・リテラシーと関わりのあるものとしては、小学校第5学年の社会科の「産業と情報との関わり」に「放送」に関する記述がある。ここには「情報を集め発信するまでの工夫や努力などに着目して、放送、新聞などの産業の様子を捉え、それらの産業が国民生活に果たす役割を考え、表現すること」「放送、新聞などの産業は、国民生活に大きな影響を及ぼしていることを理解すること」と記述されている（文部科学省 2017）。しかし初等中等教育の学習指導要領におけるテレビに関する記述は、この記述以外には、高等学校の専門学科「工業」にテレビの放送技術に関する記述があるのみである。「映像表現」に関しては、高等学校の情報科や美術科に記述があり、学習内容がテレビ番組に関するメディア・リテラシー

を育成する支援になる可能性がある。しかし、テレビ番組に関するメディア・リテラシーにおいては、テレビ番組の社会的背景に対する理解や思考が求められる。テレビ番組の社会的背景に関する理解や思考を育むためには、映像表現に関する学習だけでは不十分である。以上により、初等中等教育でテレビ番組に関するメディア・リテラシーの育成の機会が極めて限られていると考えられる。

一方、大学においては、メディア・リテラシー教育は「教養教育」の一部に位置づけられている。金子 (2007) は、大学における教育の目的を、1) 特定の専門的な職業への準備 (医学部、法学部、工学部など)、2) (学術) 専門志向、3) 教養志向、の3点に整理している。3) 教養志向はアメリカにおける「リベラル・アーツ」の思考と共通するものであり、日本では、一般教育として組み込まれているとする。日本学術会議 (2010) は、「提言 20 世紀の教養と教養教育」のなかで、教養の一部にメディア・リテラシーがあるとし、大学においてメディア・リテラシー育成のための教育の充実が求められると述べている。

実際、大学においては、シラバスの科目名または授業内容に「メディア・リテラシー」という言葉が記載される授業が多いことが調査により示されており (近藤 2012)、メディア・リテラシー教育の多くは、一般教養科目等の講義科目として置かれていることが指摘されている (村田 2015)。以上により、大学において、メディア・リテラシー教育は教養教育の一部としての地位を得ていると考えられる。

大学のメディア・リテラシー教育では、テレビ番組に関するメディア・リテラシーの育成も目指されている。大学で実施されているメディア・リテラシー教育の内容に基づいて執筆された書籍には、テレビ番組に関する内容も掲載されている (例えば、長谷川・村田 2015, 久保田 2008, 鈴木 2004)。大学生を対象とする「テレビ番組に関するメディア・リテラシー」を育成する実践も多数報告されている。その中には、テレビ番組の制作経験を持つ者による実践 (川瀬 2008, 村井・堀田 2016, 碓井 2003, 山登 2006) や、ケーブルテレビの番組を制作、放送する実践 (鎌本・白川 2004, 2005) も確認でき、テレビ番組の制作現場との接点を作ることで、学びの材料が提供される実践が多数存在すると考えられる。大学では、テレビ番組の制作現場との接点を作ることで、テレビ番組制作の実態や番組制作者の考え方に関する理解を目指したり、テレビ番組の制作者と視聴者の間に存在する意識・態度の違いに関するより深い検討を行う実践を行ったりする環境が高校生以下に比べると豊富である。以上の理由により、大学生を対象とするテレビ・ドキュメンタリーに対するメディア・リテラシー育成に関する研究を行う意義があると考えられる。

1.2. 問題の所在

ここまで述べてきた、本研究の背景をまとめる。

日本において、テレビ番組に関するメディア・リテラシーに関心が高まったきっかけの一つは、放送事業者と視聴者の間に、テレビのあり方に関して意識・認識のギャップが存在すると指摘されたことだった（青少年と放送に関する調査研究会 1998）。テレビ番組の中でもテレビ・ドキュメンタリーは、番組制作者と視聴者の間に意識・認識のギャップが存在すると指摘された番組ジャンルである（例えば、佐藤 1994）。しかし、テレビ・ドキュメンタリーの制作者と視聴者の間に存在する意識・態度の違いを具体的に明らかにすることを目的とする調査は、管見の限り行われてこなかった。また、これまでテレビ番組制作の実態や番組制作者の考え方とメディア・リテラシーの構成要素とを対応させる研究は行われてこなかった。テレビ番組は、放送事業者によるインターネット配信の本格化により、10代、20代の若者が視聴する機会が増えていると考えられる。大学では、テレビ番組の制作現場との接点を作ることで、テレビ番組制作の実態や番組制作者の考え方に関する理解を目指したり、テレビ番組の制作者と視聴者の間に存在する意識・態度の違いに関するより深い検討を行う実践を行う環境が高校生以下に比べると豊富である。以上が、本研究において、テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した大学生のメディア・リテラシーに関する研究を行う背景である。

これまで、テレビ番組の制作者と視聴者の間に意識・認識の違いが存在すると指摘され、それを解決する方法の一つとして視聴者がメディア・リテラシーを向上させることが示されてきたにも関わらず、番組制作者と視聴者の間に存在する意識・認識の違いを明らかにする研究は極めて限られている。本研究では、その理由として、これまでの先行研究において、1) メディア・リテラシー研究とテレビ番組の制作現場との関わりが十分でなかったこと、2) メディア・リテラシー研究にマス・コミュニケーション研究の実証的な研究手法を取り入れる試みが十分でなかったこと、3) マス・コミュニケーション研究において、送り手に関する研究と受け手に関する研究が別の領域として研究される傾向があったこと、等が関係していると考えている。本研究は、日本のテレビ番組の制作現場とアカデミズムを架橋したメディア・リテラシー研究、マス・コミュニケーション研究とメディア・リテラシー研究、マス・コミュニケーション研究における送り手に関する研究と受け手に関する研究を架橋した研究を目指すものである。マス・コミュニケーション研究およびメディア・リテラシー研究それぞれの領域における本研究の位置づけについては、第2章の先行

研究で詳しく述べることにする。

なお、前述の郵政省の研究調査会では、放送事業者が視聴者のニーズに応えられていないことが「ギャップ」という言葉で示されている（青少年と放送に関する調査研究会 1998）。辞書の定義では、「ギャップ」は、「①隙間・間隙。②考え方や意見などの隔たり、また食い違い」（松村・三省堂編修所 2019）と説明されている。本研究では、「ギャップ」の意味する内容のうち、データによる実証が可能と考えられる「違い」に絞り、研究を行うこととする。

1.3. 研究の目的と方法

本研究の目的は、大学生のテレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの育成を目指す研究や実践開発に役立つ知見を得ることである。そのために、1) テレビ・ドキュメンタリーの制作者と大学生の意識・態度の違いを調査により明らかにすること、2) 大学生の結果の分析により、番組制作者と大学生の間に存在する意識・態度の違いを生じさせる要因の一端を明らかにすること、を研究課題とする。

1) の研究課題では、①番組制作者が著した書籍の分析により、テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの構成要素を抽出する、②メディア・リテラシーの構成要素のうちリプレゼンテーションに含まれる項目を示し、項目間の関係を検討する、③番組制作者と大学生に対する調査票調査を行い、番組制作者と大学生の間に存在する意識・態度の違いを明らかにする、という3点の研究を行う。

2) の研究課題では、1) の③で行った調査票調査における大学生の結果を分析することで、①大学生のテレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度と関係する情報源を検討する、②大学生のテレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度とテレビ番組への信頼度および懐疑的な態度との関係を検討する、という2点の研究を行う。

番組制作者と、視聴者の一部である大学生は、情報の送り手と受け手というように立場が異なることから、意識・態度の違いが存在するのは当然と考えられる。本研究では、番組制作者と大学生の違いが存在することを前提に、大学生に対するメディア・リテラシー教育において「番組制作者の意識・態度を理解すること」および「番組制作者と大学生の間に存在する意識・態度の違いを理解すること」が重要と考えている。ここでいう「理解する」というのは、番組制作者の意識や態度に近づくことを目指すという意味ではない。

番組制作者の意識・態度や、番組制作者との違いを理解した上で、「メディアのあり方を考え、行動していくことができる能力」(中橋 2013)を育成する必要があると考えている。

本研究で抽出する構成要素および項目は、テレビ・ドキュメンタリーに対するメディア・リテラシー教育および実践の学習項目と対応させることができると考えている。具体的には、本研究で明らかになる、番組制作者と視聴者の意識・態度の違いに関する結果は、視聴者の一部である大学生が、1) テレビ番組制作の実態や制作者の意識・態度を理解する、2) テレビ番組の制作者と、視聴者の一部である大学生の間に存在する意識・態度の違いを理解する、3) 番組制作と大学生の意識・態度の違いのあった項目に関して、今後のテレビのあり方を提案する、という 3 つのメディア・リテラシーの育成において役立つ学習項目を検討する際に参考になると考えている。

また、2) の研究課題である、テレビ番組に対する大学生の意識・態度と関係する要因を示すことも、大学生のテレビ・ドキュメンタリーに対するメディア・リテラシー教育に役立つと考えている。どのように役立つかについては、該当する、第 6 章、第 7 章、および最終章である第 8 章で具体的に述べる。ただし、メディア・リテラシー教育の具体的な方法の検討については、本研究の範囲を超えるものと考えている。

1.4. 本論文の構成

本論文は、全 8 章で構成される。

第 1 章「序論」では、研究の背景、目的、本論文の構成、用語の定義について述べた。

第 2 章「関連する先行研究」では、メディア・リテラシー研究およびマス・コミュニケーション研究をレビューし、それぞれの研究領域における本研究の位置づけを示した。

第 3 章～第 5 章は、1) の研究課題である、テレビ・ドキュメンタリーの制作者と大学生の間に存在する意識・態度の違いを調査により明らかにする研究であった。

第 3 章「テレビ・ドキュメンタリーに関するリテラシーの構成要素の抽出」では、テレビ番組制作者が著した 6 冊の書籍の記述の分析により、業界構造、編集技法、取材対象者へのはたらきかけ、ターゲットの興味を引く工夫等、日本のテレビ番組制作の実態や番組制作者の考え方に基づいた、テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの構成要素を抽出した。

第 4 章「テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションの構成要素の項目間の関係」では、第 3 章で抽出された構成要素のうち、リプレゼンテーションに含まれる項目を KJ

法で検討し、番組制作者に相反する意識が存在する可能性や、テレビ・ドキュメンタリーは「再構成したもの」という意識に編集経験が関係している可能性等を述べた。

第 5 章「テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに対する番組制作者と大学生の意識・態度の違い」では、第 4 章で示された項目に関して、番組制作者 101 人と視聴者の一部である大学生 93 人に対して意識・態度を尋ねる調査を行った。その結果、番組制作者が大学生と比較して、テレビ・ドキュメンタリーは「再構成したもの」という意識や、公平・中立は難しいという意識が高いこと、取材対象者にはたらしかけを行う撮影手法を容認する傾向があること等が統計的に認められたことを示し、大学生に対するメディア・リテラシー育成においてこれらを扱う重要性を述べた。

第 6 章、第 7 章は、2) の研究課題である、大学生の結果の分析により、番組制作者と大学生の間に存在する意識・態度の違いを生じさせる要因の一端を明らかにすることに関する研究であった。

第 6 章「大学生の意識・態度と関係する情報源」では、第 5 章の調査で大学生が回答の際に参考にした情報源について検討し、テレビ番組に関して幅広く多様な情報に触れる重要性を述べた。

第 7 章「大学生のテレビ番組への信頼度および懐疑的な態度との関係」では、第 5 章の調査における大学生のテレビ番組への信頼度高群と低群、懐疑的な態度強群と弱群の間でテレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の回答を比較し、「再構成したもの」という意識の高さが、テレビ番組への信頼度の低さや懐疑的な態度の強さと関係すること等を統計的分析によって示した。

第 8 章「成果と今後の課題」では、これまで行ってきた研究結果を整理した。また、本論文で得られた知見を基に、テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシー教育および実践に対する提言を行った。最後に、本研究の限界と今後の課題について述べた。

図 1-3 は、本論文の各章の位置づけとその関係である。

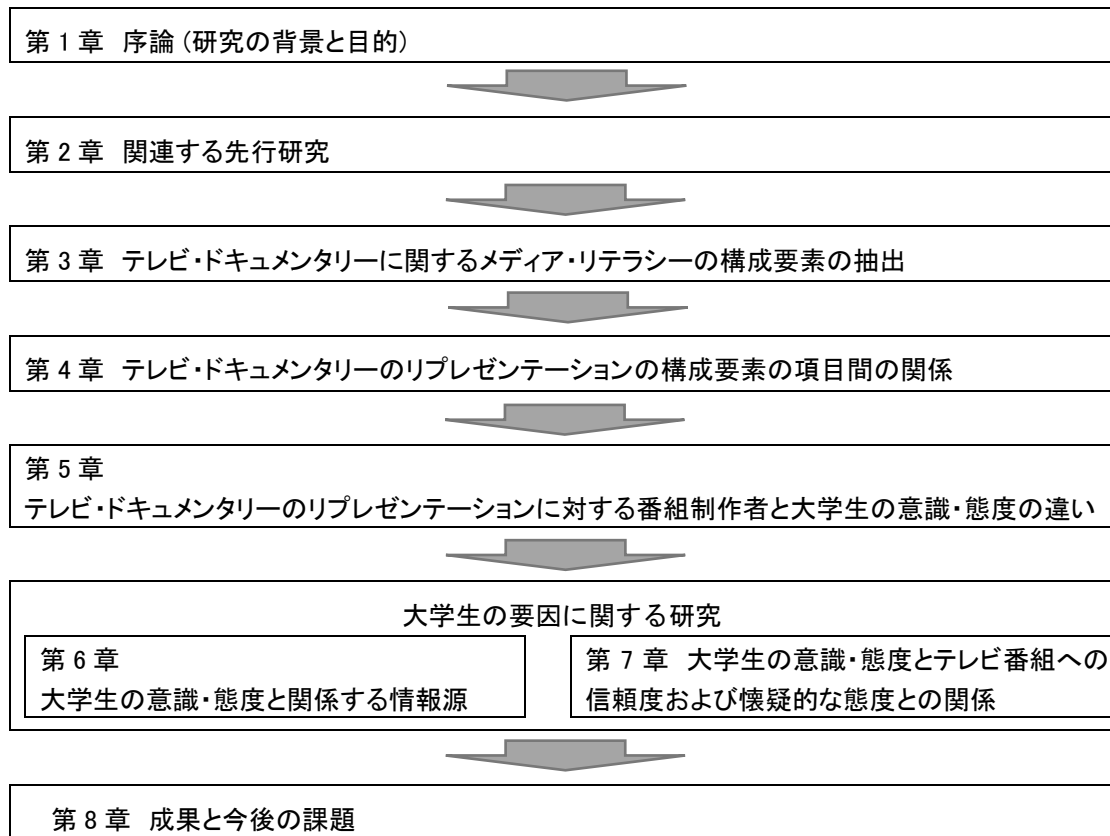


図 1-3 各章の位置づけとその関係

1.5. 用語の定義

本研究における用語の定義について述べる。なお、先行研究に基づく説明は、第 2 章で詳しく述べる。

(1) テレビ，テレビ番組

本研究では、「テレビ番組」をテレビで放送されることを目的として制作された番組と定義する。テレビで放送されることを目的として制作された番組が、インターネット上で配信された場合も「テレビ番組」に含むこととする。テレビの情報発信者、情報装置（テレビ受像機）、流通経路等、テレビ番組以外を指す際には、「テレビ」と表記する。先行研究の内容について述べる際には、先行研究の記述に従うこととする。

(2) 動画，映像

本研究では、「映像」のうち、インターネット上で配信されている映像（放送事業者がイ

インターネット配信したテレビ番組も含む)を「動画」と表記する。「動画」という用語は、元々はアニメーションを指す用語であったが、その後、アニメーションに限らず、インターネット上で配信されている映像を、映画の映像やテレビの映像と区別するために指す言葉となったとする説がある(ヒューマンセントリックス 2019)。放送事業者がインターネット上で配信する映像も、テレビ番組が「動画」と表記される場合や(NTVほか 2015)、インターネット配信用に作成した短い映像が「動画」と表記される場合がある(NHK 公表年不詳)。以上により、本研究では、「動画」という用語を「映像」と区別して用いる。

(3) テレビ・ドキュメンタリー

本研究では、テレビで放送されることを目的として制作されたドキュメンタリー番組のことを「テレビ・ドキュメンタリー」と表記する。テレビで放送されることを目的に制作された番組が、インターネット上で配信された場合もテレビ・ドキュメンタリーと表記する。

(4) 送り手, 受け手に関する用語

本研究では、放送事業者、番組制作者、送り手、視聴者、受け手、という 5 つの用語を表 1-1 に示したように使い分ける。ただし、先行研究の知見に関する記述では、先行研究の記述に従うこととする。

表 1-1 本研究における送り手, 受け手に関する用語

情報伝達の立場	本研究の用語	本研究の定義
送り手	放送事業者	放送法において放送の業務の免許を受けた者
	番組制作者	テレビ番組の制作現場の作り手 (非制作現場の送り手と区別した用語)
	送り手	テレビ以外も含めたメディア全般の情報伝達の送り手
受け手	視聴者	①テレビ番組を実際に見た者 ②インターネット上等, 番組に関する言説を共有する空間にいる者(番組を実際に見ていないものも含む)
	受け手	テレビ以外も含めたメディア全般の情報伝達の受け手

(5) 意識, 認識, 態度

本研究の研究対象に関する記述においては、郵政省の研究調査会がギャップがあるとした「意識・認識」という言葉に替えて、「意識・態度」という言葉を用いることとする。

辞書の定義(松村・三省堂編修所 2019)では、「意識」は、「①物事に気づくこと、②状況・問題のありようなどを自らはっきり知っていること」と説明される。「認識」は、「物事を見分け、本質を理解し、正しく判断すること。また、そうする心のはたらき」と説明される。この定義によると、「認識」というのは、「本質」は何なのか、「正しい判断とは何なのか」という共通理解が前提となっている。しかし、番組制作者と視聴者の間にテレビのあり方に関して意識・認識のギャップが存在すると指摘されたことが示すように、テレビのあり方の「本質」は何なのか、「正しい判断とは何なのか」に関して、共通理解があるとは限らない。このため本研究では、「認識」という言葉に替えて「態度」という言葉を用いることとする。「態度」とは、評価を伴う信念(Aronson 1994)、行為のきっかけとなる心的状態(岡本 1994)とされるものであり、「評価」を伴う点で「認識」と共通しているが、「本質」は何なのか、「正しい判断とは何なのか」が前提となっていない。また、「態度」は「行為のきっかけとなる心的状態」と説明されるように、「評価」よりも行動への結びつきが示唆される言葉である。本研究の問題関心の一つが、「テレビ批判」につながる心の状態を示すことにあることから、本研究では、「評価」ではなく「態度」という言葉を用いることとする。以上により、本研究の研究対象に関する記述においては、「意識・認識」に替えて、「意識・態度」という言葉を用いることとする。

(6) メディア・リテラシー、メディア・リテラシー教育、メディア・リテラシー実践

本研究では、Buckingham (2002=2006)に基づき、「メディア・リテラシー教育」は、「メディアについて教えることと学ぶことのプロセス」「メディア・リテラシー」はその成果、つまり、「学ぶものが獲得する知識と技能」を指すこととする。メディア・リテラシーの定義については、第2章で述べる。

次に、「メディア・リテラシー教育」と「メディア・リテラシー実践」の使い分けについて述べる。本研究における「メディア・リテラシー教育」は、メディア・リテラシーに関して、教える者が教わる者がある方向にいざなう意図がある行為を指す。ただし、メディア・リテラシーに関する実践の中には、教える者が教わる者がある方向にいざなうのではなく、メディアに関する正解のない問いを共に考える意図で行われる実践も存在する。それらは、「教育」という言葉は適さないという考え方により「実践」と呼ばれることがある。以上により、本研究では、メディア・リテラシーに関する実践のうち、学校教育以外の場所における、教えるものが教わるものがある方向にいざなうことを意図しない実践

を「メディア・リテラシー実践」と表記する。「メディア・リテラシー教育」および「メディア・リテラシー実践」の両者を指す際には、「メディア・リテラシー教育および実践」と表記する。

(7) メディア・リテラシー， テレビに関するメディア・リテラシー， テレビ番組に関するメディア・リテラシー， テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシー

本研究では、メディア・リテラシーを階層的に捉え、用語を使い分ける。具体的には、「メディア・リテラシー」の一部に「テレビ」に関するメディア・リテラシーがあり、さらにその一部に「テレビ番組」に関するメディア・リテラシーがあり、その一部に「テレビ・ドキュメンタリー」に関するメディア・リテラシーがあるという捉え方に基づいて用語を使い分ける。

「メディア・リテラシー」という言葉は、メディアとリテラシーの複合語であり、特定のメディアに関するサブ・リテラシーも提案されている。テレビ・リテラシー (Buckingham 1993) , 映画リテラシー (FEWG 1999) , ゲーム・リテラシー (Burn 2009=2017) 等である。Burn (2009=2017) は、サブ・リテラシーへの細分化によって「特定のメディアの特性、構造の表出、記号によってできることや文化的環境を見極めることができる」という面もある」とする。本研究では、この考え方に基づき、用語を使い分けることとする。

第2章 関連する先行研究

本章では、本研究に関連する先行研究をレビューし、本研究の位置づけについて述べる。

本研究の目的は、大学生のテレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの育成を目指す研究や実践開発に役立つ知見を得ることである。そのために、1) テレビ・ドキュメンタリーの制作者と大学生の意識・態度の違いを調査により明らかにすること、2) 大学生の結果の分析により、番組制作者と大学生の間に存在する意識・態度の違いを生じさせる要因の一端を明らかにすること、を研究課題とする。

第1章で述べた通り、日本においては、放送事業者と視聴者の間に、テレビのあり方に関して意識・認識のギャップが存在すると指摘され、対処方法の一つとして視聴者がメディア・リテラシーを向上させることが示されてきた。それにも関わらず、これまで、番組制作者と視聴者の間に存在する意識・認識の違いを明らかにする研究は極めて限られている。本研究では、その理由として、これまでの先行研究において、1) メディア・リテラシー研究とテレビ番組の制作現場との関わりが十分でなかったこと、2) メディア・リテラシー研究にマス・コミュニケーション研究の実証的な研究手法を取り入れる試みが十分でなかったこと、3) マス・コミュニケーション研究において、送り手に関する研究と受け手に関する研究が別の領域として研究される傾向があったこと、等が関係していると考えている。本章では、メディア・リテラシー研究、マス・コミュニケーション研究それぞれの先行研究をレビューし、この3点に関する本研究の見方を述べる。その上で、先行研究における本研究の位置づけを示す。

2.1. メディア・リテラシー研究

本節では、本研究と関連するメディア・リテラシー研究をレビューし、本研究の位置づけを示す。

2.1.1. 本研究におけるメディア・リテラシーの定義

まず、本研究が研究対象とする「メディア・リテラシー」の位置づけを、デジタル社会において必要不可欠な素養とされる様々なリテラシーとの関係で示す。

メディア・リテラシーという言葉は、メディアとリテラシーの複合語である。メディア (medium) は、ラテン語の medium (「中間の」の意) から派生した言葉で、16世紀から使われ始め、17世紀初期までに介在的もしくは中間的な働きを意味するようになった (吉見 2002b)。リテラシー (literacy) は、新聞や書物等の文字を読んだり、文章を書いたりするための能力のことで、読み書き能力、識字力等と呼ばれていた。そのリテラシーにメディアという言葉を結びつけたのがメディア・リテラシーである (水越 1999/改訂版 2002)。

山内 (2003) は、デジタル社会において必要不可欠な素養として主張されているリテラシーには、「情報」「メディア」「技術」に関する3つの流れがあるとする。3つの流れの関係を示したのが図 2-1 である。メディア・リテラシーは、左下の「メディア」を解釈したり表現したりする能力に関する流れに位置づけられる。

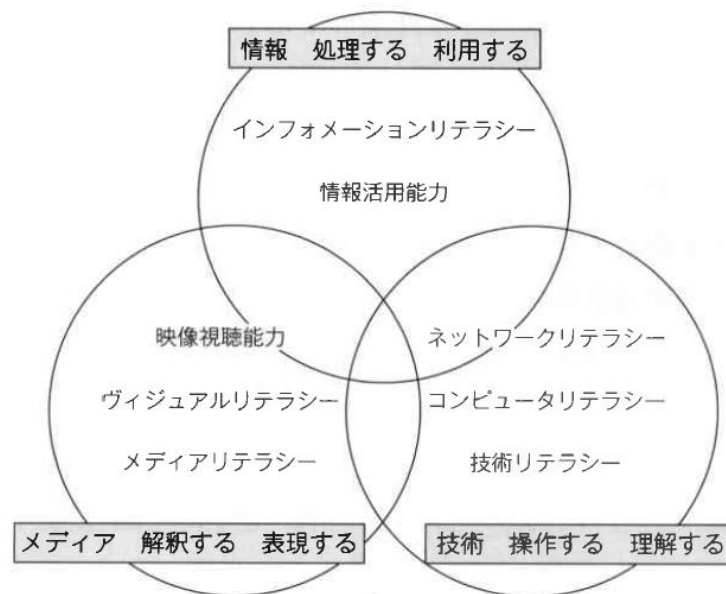


図 2-1 情報・メディア・技術のリテラシーの相関図 (山内 2003)

次に、本研究におけるメディア・リテラシーの定義を述べる。本研究はテレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーを研究対象とする。テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーは、メディア・リテラシーの一部である。そのため、本研

究が参照するメディア・リテラシーの定義を示した上で、本研究が対象とする領域を示すこととする。

メディア・リテラシーという用語は、多数の研究や実践で用いられているが、その定義は、論者によって異なる。中橋 (2005) は、「メディア・リテラシーの意味を理解するには、状況に応じて、『誰のための・何のための・どのようなメディア・リテラシーなのか』を絶えず確認し、その意味するところを共通認識する必要がある」と述べている。

日本における代表的なメディア・リテラシーの定義は、共通する構成要素を含んでおり、重点の置き方に各定義の特徴がある。引用されることの多い 4 者の定義を表 2-1 に示す。ここでは、4 者の定義の共通点および相違点について、1) 対象とする能力、2) 対象とするメディア、3) メディア・リテラシーの目標、4) 「批判的」の意味、の 4 つの観点により検討する。その上で、本研究におけるメディア・リテラシーの領域を示す。

表 2-1 代表的なメディア・リテラシーの定義

定義者	定義
鈴木みどり	市民がメディアを社会的文脈でクリティカルに分析し、評価し、メディアにアクセスし、多様な形態でコミュニケーションを創り出す力 (鈴木 1997)
水越伸	人間がメディアに媒介された情報を構成されたものとして批判的に受容し、解釈すると同時に、自らの思想や意見、感じていることなどをメディアによって構成的に表現し、コミュニケーションの回路を生み出していくという、複合的な能力 (水越 1999/改訂版 2002)
菅谷明子	機器の操作能力に限らず、メディアの特性や社会的な意味を理解し、メディアが送り出す情報を「構成されたもの」として建設的に「批判」とともに、自らの考えなどをメディアを使って表現し、社会に向けて効果的にコミュニケーションをはかることでメディア社会と積極的に付き合うための総合的な能力 (菅谷 2000)
中橋雄	(1) メディアの意味と特性を理解した上で、(2) 受け手として情報を読み解き、(3) 送り手として情報を表現・発信するとともに、(4) メディアのあり方を考え、行動していくことができる能力 (中橋 2013)

(1) 対象とする能力

4 者の定義に共通しているのは、メディア・リテラシーの定義には、「わかる」「つかう」「つくる」という 3 つの能力が含まれるということである。この 3 つの能力は、古くは、坂元 (1986) の構成要素でも示されており、郵政省が設置した調査研究会の定義 (郵政省 2000) にも示されている。日本におけるメディア・リテラシーの一つの柱になっていると考えることができる。本研究は、テレビ・ドキュメンタリーが構成される社会的背景を理解する能力に関わる研究である。このため、「わかる」「つかう」「つくる」という 3 つの能

力のうち「わかる」能力を対象とする研究といえる。

(2) 対象とするメディア

鈴木 (1997) と水越 (1999/改訂版 2002) の定義は、対象とするメディアの違いがあることが指摘されている (近藤 2012, 中橋 2006)。鈴木 (1997) は主に、テレビ、ラジオ、新聞等のマスメディアを対象としているのに対し、水越 (1999/改訂版 2002) が対象とするメディアはマスメディアだけではない。電話、携帯電話、パソコン通信等のパーソナルメディアや、カラオケ、テレビゲーム等日常生活に入り込んできているメディアも含んでいる (近藤 2012)。中橋 (2013) も、インターネットの普及による個人の情報発信も含む、新しいメディア・コミュニケーションも含めた定義であると自ら説明している (中橋 2014)。

本研究が対象とするメディアは、「放送事業者」が制作または配信している「テレビ・ドキュメンタリー」である (インターネット上で配信する番組も含む)。本研究の知見は、スマートフォンやタブレット等で撮影・発信する動画に関するメディア・リテラシーの育成にも役に立つと考えられるが、本研究におけるメディア・リテラシーは、放送事業者が作成または配信することによる、社会的背景に関する理解や批判的思考に重点を置くものである。

(3) メディア・リテラシーの目標

鈴木 (1997) と水越 (1999/改訂版 2002) の定義には、メディア・リテラシーの目標に関する違いもあるとされる (近藤 2012)。鈴木 (1997) の定義では、クリティカルな「読み手」の育成が「送り手」の育成よりも強調されているが、水越 (1999/改訂版 2002) の定義は、「メディア使用能力」「メディア受容能力」「メディア表現能力」の 3 つの能力のうちどれかに重点を置くのではなく、全体として捉えているとされる。

中橋 (2013) の定義には、鈴木 (1997) と水越 (1999/改訂版 2002) とは異なる目標が含まれている。具体的には、中橋の定義には、「メディアのあり方を考え、行動していくことができる能力」が含まれている。この能力を含める理由について中橋 (2014) は、課題を解決して社会を開発することに貢献できる社会的コミュニケーション能力の要素を重視しているためであるとする。「メディアのあり方を考え、行動していくことができる能力」は、メディア・リテラシー教育および実践が目指す、メディアを批判・否定するだけでなく、メディア社会を健全なものにしたいと願い参画する人を育てる (堀田 2004, 水越 1999/改

訂版 2002) という理念を明文化したものであると捉えることができる。

郵政省の調査会が示すように、視聴者のメディア・リテラシーの育成によって「放送事業者と視聴者との健全な緊張関係を醸成する」(郵政省 2000) ためには、視聴者がメディアのあり方を考え、番組制作者に緊張感をもたらす建設的な批判を行うことが重要と考えられる。このことから、本研究では、メディア・リテラシーの定義に、中橋 (2013) の定義に含まれる「メディアのあり方を考え、行動していくことができる能力」を含むこととする。

(4) 「批判的」の意味

表 2-1 の 4 者の定義のうち 3 者の定義に、「批判／クリティカル」に関わる用語が含まれている。鈴木 (1997) の定義には「クリティカルに分析」、という用語が含まれている。水越 (1999／改訂版 2002) の定義には、「批判的に受容」という用語が含まれている。菅谷 (2000) の定義には、「建設的に『批判』する」という用語が含まれている。

森本 (2014) は、メディア・リテラシー教育において学習者が学ぶべき最も重要な能力はメディアを「批判」することであると述べる。その上で、メディア・リテラシー教育における「批判」とは、「なぜ」「誰が」「誰に向けて」それらのテキストが作られているのか、という多様な観点からの問いかけを行い、それらテキストを自らの価値判断も含めて多面的に分析、評価し、最終的にはそのような自分の価値判断について問い直す (内省する) 行為であるとする (森本 2014)。本研究においても、テレビ・ドキュメンタリーが、「なぜ」「誰が」「誰に向けて」作られているのかという問いかけを行い、多面的に分析、評価することが重要と考える。

一方、辞書の定義によれば、「批判」という言葉には、以下の 3 つの意味がある (松村・三省堂編修所 2019)。

ひ - はん【批判】(三省堂「大辞林 第四版」)

1. 物事の可否に検討を加え、評価・判定すること。
2. 誤っている点やよくない点を指摘し、あげつらうこと。
3. [哲]人間の知識や思想・行為などについて、その意味内容の成立する基礎を把握することにより、その起源・妥当性・限界などを明らかにすること。

メディア・リテラシーにおける「批判」の意味は、辞書とは異なる独特の意味が付与されていると考えられるが、森本(2014)の定義に基づけば、辞書の定義においては「1. 物事の可否に検討を加え、評価・判定すること」が最も近いと考えられる。しかし、「批判」という言葉は、「2. 誤っている点やよくない点を指摘し、あげつらうこと」という意味で用いられることもある。「マスメディア批判」というのは、この「2」の意味が近いと考えられる。すなわち、「シニカル(冷笑的)な態度」や「否定」という意味で用いられる場合がある。マスメディアに対してシニカルな態度で接したり、否定したりすることの問題点は、マスメディアに不満を持ちながらも、現状のマスメディアのあり方を所与のものとし、変革する力を生み出さないことである。本研究では、「批判」という言葉を、「シニカルな態度」や「否定」ではなく、メディアを変えていくことにつながる検討や評価という意味で用いる。その点が明確になるよう、本研究のメディア・リテラシーの定義では、菅谷に基づき「建設的に批判する」という言葉を用いることとする。

以上、参照されることの多い 4 者の定義を基に、本研究におけるメディア・リテラシーの定義について検討した。その上で、本研究が対象とする、メディア・リテラシーの領域を示した。

前述の通り、本研究は、メディア・リテラシーのうち、テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーを研究対象とする。本研究では、テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーを「人間がテレビ・ドキュメンタリーを構成されたものとして建設的に批判するとともに、その構成のあり方を考え、提案していくことができる能力」と定義する。この定義は、4 者の定義を参考にしているが、本研究が対象とするメディア・リテラシーを限定的に示している点に特徴がある。

2.1.2. メディア・リテラシーの構成要素に関する研究

第 1 章で、これまでに行われてきたメディア・リテラシーの実践研究では、テレビ番組の制作の実態や番組制作者の考え方に対する理解や思考が目指されながらも、日本のテレビ番組制作の実態や番組制作者の考え方とメディア・リテラシーの構成要素との対応に関する検討が行われてこなかったことを述べた。

本項では、メディア・リテラシーの構成要素に関する先行研究を「能力」による分類、「概念」による分類の 2 つに分けてレビューし、先行研究における課題を示す。その上で、

本研究の位置づけを示す。

2.1.2.1. 能力による分類

(1) 立場別の能力の分類

「能力」による分類は、学習者の立場別に能力を分類することを基本にしている。坂元 (1986) は、メディア・リテラシーの構成要素には以下の 2 つの分類基準があるとしている。

- 1) 学習者の立場別の分類 (「受け手」「使い手」「つくり手」)
- 2) メディア教育によって形成されることが期待される資質・能力の観点からの分類 (特性理解・批判, 選択利用, 構成・制作)

坂元 (1986) は、この 2 つの分類基準を組み合わせることでメディア・リテラシーの構成要素を図 2-2 のように示している。

<立 場>				
受け手	A わかる			A. 視聴能力あるいは、情報理解 (わかる)
使い手	B わかる	C つかう		
つくり手	D わかる	E つかう	F つくる	
<能 力>	特性理解 ・批判	選択利用	構成・制作	B. 利用法の理解 (わかる) C. 選択利用 (つかう) D. 制作法の理解 (わかる) E. 組み合わせ制作 (つかう) F. 構成制作 (つくる)

図 2-2 メディア・リテラシーの構成要素 (坂元 1986)

坂元の 2 つの分類基準による分類はその後、単純化されて、後続の構成要素に引き継がれていったと捉えることができる。

例えば、水越 (1999/改訂版 2002) は、メディア・リテラシーの構成要素を「メディア使用能力」「メディア受容能力」「メディア表現能力」の 3 つの能力に分け、3 つの能力が相互補完的に複合されたものと説明している (図 2-3)。

水越 (1999/改訂版 2002) は、坂元 (1986) の「わかる」「つかう」「つくる」という 3 つの分類と対応する能力を示している。しかし、坂元とは異なる特徴もある。例えば、受容能力の説明として「新聞記事やテレビ番組などを、特定の社会の中で特定のメディア事業者が生み出した情報の構成体として捉え、その特性や文脈に基づき、批判的に受容し、解釈をする」と記述しており、メディアの社会的背景に関する視点が追加されていると捉え

ることができる。これは英語圏のメディア・リテラシー研究の影響が反映されたものと考えられる。また、「つくる」能力を「表現能力」という言葉で表現し、単に作るだけでなく、「表現」の能力にまで拡張している。

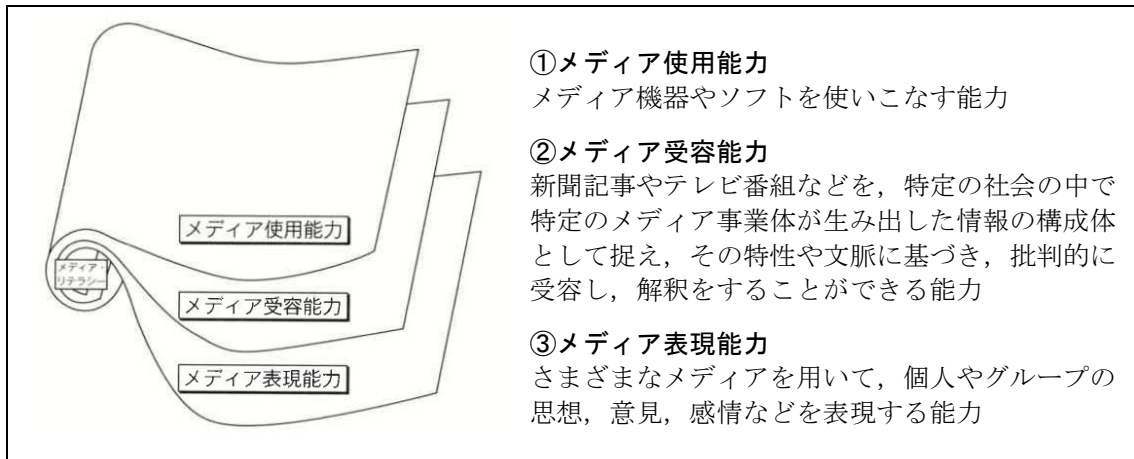


図 2-3 メディア・リテラシーを構成する3つの能力 (水越 1999/改訂版 2002)

郵政省が設置した放送分野における青少年とメディア・リテラシーに関する調査研究会の報告書(郵政省 2000)でも、メディア・リテラシーは3つの構成要素で示されている。具体的には、メディア・リテラシーを「メディアにアクセスし活用する能力」「メディアを主体的に読み解く能力」「メディアを通じコミュニケーションを創造する能力」という3つの能力で示されている(図 2-4)。

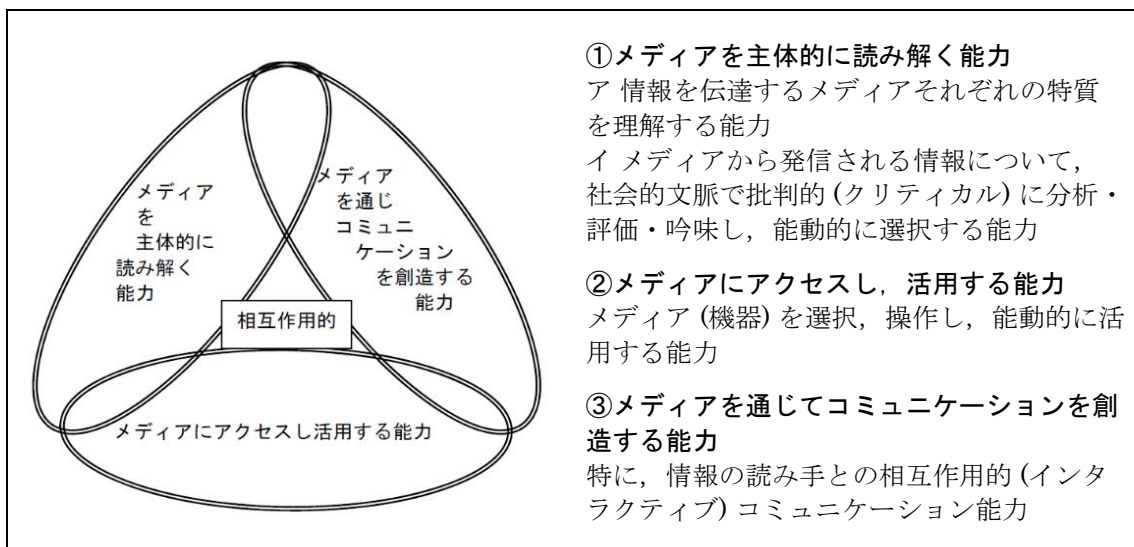


図 2-4 メディア・リテラシーの構成要素 (郵政省 2000)

(2) テレビ番組を「わかる」能力

次に、本研究が対象とするテレビ・ドキュメンタリーを「わかる」能力について述べる。ここでは、本研究よりも対象とするメディアの範囲が広い、「テレビ番組」を「わかる」能力に関する先行研究について述べ、本研究の位置づけを示す。

坂元(1986)は、小学生のメディア・リテラシー学習のカリキュラムを、学習対象とするメディアごとに示している。その中に、動画(テレビ, 映画)に関するカリキュラムがある(表 2-2)。このカリキュラムにおいて、動画(テレビ, 映画)を「わかる」能力育成のための学習内容として、「映像, コメントなどの区別がわかる」「テレビを見て, 話の筋(ストーリー)や音楽, 効果音などのしくみがわかる」「ドラマやニュースなどの表現法を知る」が示されている。これらの学習内容は、日本でメディア・リテラシーの概念が導入される以前から行われてきた「映像視聴能力の研究」と呼ばれる研究群における能力の内訳と重なるものである。

表 2-2 動画(テレビ, 映画)に関する小学生のメディア・リテラシーのカリキュラム
(坂元 1986)

		わかる	つかう	つくる
低学年	目標	簡単なメディアの働きを知る	簡単なメディアを使って発表ができる	簡単なメディアを作成できる
	内容	映像, コメントなどの区別がわかる	テレビ受像機の操作や, ビデオの簡単な操作に慣れる(再生, 録画など)	
中学年	目標	メディアの仕組みを知る	メディアを使って発表ができる	メディアを作成できる
	内容	テレビの内容がわかる	ビデオを使って, 発表ができる	ビデオを使って簡単な表現ができる
高学年	目標	テレビを見て, 話の筋(ストーリー)や音楽, 効果音などのしくみがわかる	録画された番組などを選んで, テーマに合わせて発表ができる	ビデオを操作して, 簡単な作品ができる
	内容	メディアの効果的な特性を知る	メディアを効果的に使って発表ができる	メディアを効果的に作成できる
高学年	目標	メディアの効果的な特性を知る	ビデオを使って, 効果的な発表ができる	効果的な作品をつかって発表する
	内容	ドラマやニュースなどの表現法を知る	録画された番組を, 効果的に組み合わせる発表できる	テーマに合ったシナリオをかき, 作品をまとめる(映像+コメント+音楽+効果音)

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 第2章 関連する先行研究 |

映像視聴能力の研究においては、テレビを中心とする映像を「わかる」能力に関して学習項目や学習内容が示されてきた。例えば水越（1981）は映像視聴能力の構成要素を、「画像の再認」「順序の再生」「時間（過去と現在）と空間（全体と部分）の識別」「段落の読み取り」「キーシーンの把握」「主題の把握」「展開（ストーリー）の先読み」「映像段落の再構成」「既有経験との関連づけ・一般化」「イメージ化」「感情の付加（共感や反発など）」「興味や意欲」の12の要素で示している。吉田・岡部（1983）は、「映像視聴能力」を「とらえ方」「感じ方」「あらわし方」の3領域で示している。「とらえ方」には、番組の主題や構造の把握だけでなく、クローズアップやモンタージュ等の映像表現の特色や映像の背景に流れる音楽の効果を知る等の内容も含まれている。三宅ら（1984）は、映像視聴能力の構成要素の理解に関して児童に対する調査を行っているが、調査項目には、「カメラアングル」「ズームアップ」「構成法の理解」等、映像の技法に関わる項目が含まれている（表2-3）。

表 2-3 調査項目一覧表（三宅ら 1984 を基に筆者が作成）

	調査項目	問題のねらい
1	効果音の記憶・適否	音響の記憶が正確で、効果音が適切かどうか判断できるか
2	BGMの適否	BGMが適切と判断できるか
3	ナレーションの記憶	ナレーションを正確に記憶できるか
4	場面記憶	場面のようすを正確に記憶できるか
5	テロップの意味	テロップの出ている意味がわかっているか
6	注視点	画面の中で注視すべき点はどこかわかっているか
7	カメラアングル	カメラ位置による画像のちがいを正しくイメージできるか
8	ズームアップ	ズームアップすることがどういう意味を画面にわたせるかわかっているか
9	構成法の理解	番組を構成する方法が理解できるかどうか
10	主題把握	番組の主題を正しく把握できるか

映像視聴能力の研究は、映像を理解することに重点を置いており、社会文化的な意味構成を問題にするメディア・リテラシーとは独立した体系を形成してきたとされる（山内2003）。しかし、坂元（1986）が示した動画（テレビ、映画）に関するメディア・リテラシーのカリキュラム（表2-2）には、映像視聴能力の研究の内容と重なる要素も含まれる。例えば、坂元（1986）の「テレビを見て、話の筋（ストーリー）や音楽、効果音などのしくみがわかる」と、三宅ほか（1984）の「番組の主題を正しく把握できるか」「番組を構成する方法が理解できるかどうか」「BGMが適切と判断できるか」「効果音が適切かどうか判断できるか」は、内容的に重なると考えられる。一方、映像視聴能力の研究に位置づけられる水

越 (1981) , 三宅ほか (1984) の構成要素は、後述する英語圏のメディア・リテラシーの構成要素 (Bukingham2002=2006) のうち、「言語」に分類される構成要素 (例えば、「メディアは理念や意味を伝えるためにさまざまな様式の言語をどのように使うか」) と重なる構成要素が含まれる。以上により、映像視聴能力の研究は、メディア・リテラシーの構成要素の一部に関わる研究と捉えることができる。ただし、映像視聴能力の研究では、メディアの送り手の実態や考え方に対する理解には、あまり触れられていない。

(3) 新しい時代に対応した構成要素

前述の「わかる」「つかう」「つくる」という学習者の立場ごとの「能力」の分類を、メディア・コミュニケーションの形態の変化に対応して分類しなおしたのが、中橋・水越 (2003) の構成要素である (表 2-4) 。中橋・水越 (2003) は、インターネットの普及による個人の情報発信を含む、新しいメディア・コミュニケーションに対応した構成要素に分類しなおしたとしている。具体的には、メディア・リテラシーの構成要素を、1. メディア (機器) を使いこなす、2. メディア (マス・機器・メッセージ) を理解する、3. メディア (マス・メッセージ) の読解、解釈、鑑賞、4. メディア (マス・メッセージ) を批判的に捉える、5. 考えをメディア (機器・メッセージ) で表現、6. メディア (機器・メッセージ) での対話とコミュニケーション、の 6 つの能力で示している。

中橋・水越 (2003) の構成要素には、「わかる」「つかう」「つくる」という立場による構成要素と重なる項目も含まれる。例えば、「1. メディア (機器) を使いこなす」は「つかう」と重なる要素である。「3. メディア (マス・メッセージ) の読解、解釈、鑑賞」は、「わかる」と重なる要素である。「5. 考えをメディア (機器・メッセージ) で表現」は、「つくる」と重なる要素である。

一方で、中橋・水越 (2003) の構成要素は、これまでの「わかる」「つかう」「つくる」という立場による構成要素と異なる特徴が 2 点ある。1 点目は、メディアの受け手側と送り手側の両方を意識した分類が示されたことである。例えば、「2. メディア (マス・機器・メッセージ) を理解する」は、受け手だけでなく、送り手にとっても必要な能力と考えられる。2 点目は、後述する、海外のメディア・リテラシーの概念による分類を意識した構成要素が取り入れられている点である。例えば、「4. メディア (マス・メッセージ) を批判的に捉える」や「4c. 多角的な視点からクリティカルに読み解くことができる (場合によっては、社会的・文化的・政治的・経済的文脈も考慮する)」等は、海外のメディア・リテラ

シーの概念による分類を意識した構成要素を考えられる。

中橋・水越(2003)の構成要素には、「4b. 送り手の信条・立場・考え方を捉えることができる」という項目も含まれ、送り手の実態や考え方を理解することが構成要素として示されている。

表 2-4 中橋・水越(2003)の構成要素

<p>1. メディア(機器)を使いこなす (make full use of media)</p> <p>a. メディア(機器)の操作技能</p> <p>b. 複数のメディア(機器)の使い分け</p> <p>c. 複数のメディア(機器)を組み合わせる</p>
<p>2. メディア(マス・機器・メッセージ)を理解する (understanding the special characteristics)</p> <p>a. メディア(機器)がどんな特性を持っているか(一方向性・双方向性・広範性・即時性等)</p> <p>b. メディア(機器・メッセージ)には、どのような文法・表現技法があるか(フレーム・モンタージュ技法・音響効果・編集方法等)</p> <p>c. メディア(マス・メッセージ)は、どのような影響力をもっているか(責任・倫理)</p>
<p>3. メディア(マス・メッセージ)の読解, 解釈, 鑑賞 (interpretation)</p> <p>a. 視聴能力(内容把握・主題把握・先読み・映像段落・鍵シーン・特殊効果等)</p> <p>b. 行間・背景を読む力</p> <p>c. 多角的な視点から評価することができる(価値判断含む)</p>
<p>4. メディア(マス・メッセージ)を批判的に捉える (critical understanding)</p> <p>a. 自分のイメージに偏った読み解きをせず、客観視することができる</p> <p>b. 送り手の信条・立場・考え方を捉えることができる</p> <p>c. 多角的な視点からクリティカルに読み解くことができる(場合によっては、社会的・文化的・政治的・経済的文脈も考慮する)</p>
<p>5. 考えをメディア(機器・メッセージ)で表現 (representation)</p> <p>a. 特性を考慮し、表現技法を駆使した情報発信ができる</p> <p>b. 他者の考え方を受け入れつつ、自己の考え方を創出することができる</p> <p>c. オリジナリティのある情報発信ができる(クリエイティブ・センス)</p>
<p>6. メディア(機器・メッセージ)での対話とコミュニケーション (dialogue and communication)</p> <p>a. 相手の解釈によって、自分の意図がそのまま伝わらないことを理解する</p> <p>b. 相手の反応に応じた情報の発信ができる</p> <p>c. 相手との関係性を深めるコミュニケーションができる</p>

中橋(2014)は、この6つの構成要素に、「7. メディアのあり方を提案する能力」を追加した7つの構成要素を示している(表2-5)。「7. メディアのあり方を提案する能力」では、a, b, cの3つの構成要素が示されている。中橋(2014)は、このうち「c. メディアのあり方を評価し、調整していくことができる」という構成要素の説明として、メディアを取り巻く様々な問題について、社会の構成員同士が議論して新しい知を生み出し、慎重に意思決定をしていくプロセスが重要であると述べている。そうした議論をするために、メディア

のあり方を評価し、調整していくための経験を積む必要があると述べている。中橋の説明からは、「c. メディアのあり方を評価し、調整していくことができる」という能力は、メディア・リテラシー教育および実践の理念である、メディアを批判・否定するだけでなく、メディア社会を健全なものにしたいと願い参画する人を育てる(堀田 2004, 水越 1999/改訂版 2002) という理念と重なる能力と考えられる。中橋の構成要素はこの理念をメディア・リテラシーの構成要素として示したことに特徴があるといえる。

また、中橋(2014)の構成要素には、「4c. 自分の価値観に囚われず送り手の意図・思想・立場を捉えることができる」という項目が含まれ、この構成要素でも送り手の実態や考え方を理解することが示されている。

表 2-5 中橋の構成要素 (中橋 2014)

<p>1. メディアを使いこなす能力</p> <p>a. 情報装置の機能や特性を理解できる。</p> <p>b. 情報装置を操作することができる。</p> <p>c. 的に応じた情報装置の使い分けや組み合わせができる。</p>
<p>2. メディアの特性を理解する能力</p> <p>a. 社会・文化・政治・経済などとメディアとの関係を理解できる。</p> <p>b. 情報内容が送り手の意図によって構成されることを理解できる。</p> <p>c. メディアが人の現実の認識や価値観を形成していることを理解できる。</p>
<p>3. メディアを読解, 解釈, 鑑賞する能力</p> <p>a. 語彙・文法・表現技法などの記号体系を理解できる。</p> <p>b. 記号体系を用いて情報内容を理解することができる。</p> <p>c. 情報内容から背景にあることを読み取り, 想像力を働かせて解釈, 鑑賞できる。</p>
<p>4. メディアを批判的に捉える能力</p> <p>a. 情報内容の信憑性を判断することができる。</p> <p>b. 「現実」を伝えるメディアも作られた「イメージ」だと捉えることができる。</p> <p>c. 自分の価値観に囚われず送り手の意図・思想・立場を捉えることができる。</p>
<p>5. 考えをメディアで表現する能力</p> <p>a. 相手や目的を意識し, 情報手段・表現技法を駆使した表現ができる。</p> <p>b. 他者の考えを受け入れつつ, 自分の考えや新しい文化を創出できる。</p> <p>c. 多様な価値観が存在する社会において送り手となる責任・倫理を理解できる。</p>
<p>6. メディアによる対話とコミュニケーション能力</p> <p>a. 相手の解釈によって, 自分の意図がそのまま伝わらないことを理解できる。</p> <p>b. 相手の反応に応じた情報の発信ができる。</p> <p>c. 相手との関係性を深めるコミュニケーションを図ることができる。</p>
<p>7. メディアのあり方を提案する能力</p> <p>a. 新しい情報装置の使い方や情報装置そのものを生み出すことができる。</p> <p>b. コミュニティにおける取り決めやルールを提案することができる。</p> <p>c. メディアのあり方を評価し, 調整していくことができる。</p>

(4) マスメディアに対する批判的思考に関する研究

ここまで、メディア・リテラシーの構成要素を、「わかる」「つかう」「つくる」という立場による 3 つの能力によって示す研究の系譜について述べてきた。メディア・リテラシーの構成要素を「能力」によって示す研究には、この研究の系譜とは別に、「批判的思考」の尺度の開発を試みた研究もある。

後藤(2007)は、メディアに対する批判的思考を「傾向性尺度」「技能尺度」「知識尺度」の 3 つに分類している。マスメディアに関しては、表 2-6 に示した「傾向性尺度」を示している。質問項目には、マスメディアの制作の実態や、制作者の考え方について尋ねる質問がある。具体的には、「5. 新聞記者が集めた情報は全てが記事になる(逆転項目)」は制作の実態について尋ねる質問であり、「6. ニュースを作る人は見る人を楽しませることは考えていない(逆転項目)」は、制作者の意図について尋ねる質問といえる。後藤(2007)はこれらの調査項目を、日本における一般的な批判的思考に関する尺度の項目や、メディア・リテラシーに関してすでに行われている調査項目を参考にして作成したと述べている。

表 2-6 批判的思考「傾向性尺度」制作者の意図(後藤 2007 を基に筆者が作成)

- | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none">1. コマーシャルは本物以上によいイメージを作りすぎていると思う2. テレビをみていて、大げさな表現をしていると思うときがある3. テレビや新聞をみていて伝え方が公平ではないと思うことがある4. 本に書いてあったこととおおげさだと思ったことがある5. 新聞記者が集めた情報は全てが記事になる(逆転項目)6. ニュースを作る人は見る人を楽しませることは考えていない(逆転項目) |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

(5) 能力による分類のまとめ

ここまで、メディア・リテラシーの構成要素を「能力」によって分類した研究について述べてきた。メディア・リテラシーの構成要素を「能力」によって分類した研究では、坂元が示した「わかる」「つかう」「つくる」という学習者の立場ごとの 3 つの能力の分類に基づく研究の系譜があり、「批判的思考」の尺度の開発を試みた研究もある。構成要素および尺度の中には、送り手の実態や考え方に対する理解も含まれている。しかし、以上で述べたメディア・リテラシーの構成要素および尺度は、日本のテレビ番組の制作の実態や制作者の考え方に関する検討が十分になされて作成されたとは言い難い。そのため、これらのメディア・リテラシーの構成要素および尺度では、「送り手の意図・思想・立場」とは具

体的にどのようなものかについて、番組制作の実態や制作者の考え方に基づいて示されてこなかった。

2.1.2.2. 概念による分類

「2.1.2.1. 能力による分類」では、メディア・リテラシーの構成要素を「能力」によって分類した先行研究について述べた。本項では、メディア・リテラシーの構成要素を「概念」によって分類した先行研究について述べる。

(1) イギリスにおける構成要素

「2.1.2.1. 能力による分類」で示したように、日本においては、メディア・リテラシーの構成要素を「能力」によって分類する研究の系譜がある。しかし英語圏においては、メディア・リテラシーの構成要素は「概念」によって分類されるのが一般的である (Buckingham 2002=2006)。

メディア・リテラシーを学ぶ上で基本となる概念的枠組みにはグローバルに共有されている豊富な蓄積があり (鈴木 2001)，世界各地で展開されるメディア・リテラシー研究および実践の基本となる理論的枠組みを作ったのは、イギリスのメディア教育研究者 Masterman であるとされる (鈴木 1995)。

Masterman (1985=2010) は、自著『メディアを教える』において、メディア・リテラシー教育で学生に理解してもらいたい主要な概念を表 2-7 のように示している。

表 2-7 メディア・リテラシーの主要な概念 (Masterman 1985=2010 を基に筆者が作成)

イデオロギー	非言語的コミュニケーション
ジャンル	アンカレッジ (係留)
レトリック (修辞法)	優先的意味
リアリズム	明示的意味と暗示的意味
ナチュラルリズム	ディスコース (言説)
構築	脱構築
選択	オーディアンスの配置
神話	オーディアンスのセグメント化
流通	ナラティブ構造
媒介するもの	快楽
リプレゼンテーション	符号/符号化 (シニフィアンとシニフィエ)
主体性	情報源 (ソース)
コーディング/エンコーディング/デコーディング	
参加/アクセス/コントロール	

Masterman (1985=2010) が示した概念には、送り手によるテキストのエンコーディングや、その過程に影響を与えるイデオロギー、情報の流通過程等が含まれている。前述の能力に基づく構成要素が受け手の視点からの構成要素であったのに対して、Masterman (1985=2010) が示した概念は、送り手側にも着目した構成要素となっている。

Masterman (1985=2010) が示したメディア・リテラシーの主要な概念を、テキストとの関係性に基づいて分類し、メディア・リテラシー教育における到達水準も含めた形でより具体的に示したのが Buckingham (2002=2006) である。Buckingham は、Masterman 後のイギリスのメディア・リテラシー教育分野の第一人者と位置づけられる人物である (鈴木 2006)。Buckingham (2002=2006) は、メディア・リテラシー教育の基本概念を、「制作」「言語」「リプレゼンテーション」「オーディアンス」の4つの大分類と28のカテゴリーに分けた概念で示している (表 2-8)。

メディア・リテラシー教育の基本概念 (Buckingham 2002=2006, 表 2-8) において、「1. 制作」は、メディア・テキストの制作に関わる項目である。「2. 言語」は、メディアが持つ独自の言語の組み合わせのことであり、テレビ番組の場合、話し言葉や書き言葉だけでなく、映像や音声も含まれる。「3. リプレゼンテーション」は、実社会の人びと、場所、出来事、考え方等を、メディアを通して再構成し、再提示すること、および再提示された「現実」である (鈴木 2006)。「リプレゼンテーション」は、メディア教育を統合する中心的概念であるが (Masterman 1989)、Buckingham は、「リプレゼンテーション」を独立した項目として示している。「4. オーディアンス」は、メディアの受け手がどのようにターゲットにされ測定されているか、およびメディアの流通や分配に関する項目である。

Buckingham は、Masterman について、オーディアンスを受動的なものと捉えており、オーディアンスの「主体性の確立」へはつながらないと批判したとされる (鈴木 1995)。このことから、マスメディアの社会的背景に対する批判的分析を重視する Masterman と、オーディアンスによる情報の受容の多様性を強調する Buckingham というように、二人の間には対立が存在するとされる (上杉 2008)。しかし Buckingham の構成要素には、メディアの社会的背景に着目した Masterman の構成要素も含まれている。Masterman と Buckingham は、構成要素においては対立しているわけではなく、Buckingham が、Masterman が示したメディア・リテラシーの対象を、オーディアンスに関する領域に広げたと理解することができる。

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 第2章 関連する先行研究 |

表 2-8 メディア・リテラシー教育の基本概念 (Buckingham 2002=2006)

	構成要素	説明
1. 制作	a. テクノロジー	メディア・テキストを制作し、供給するためにどんなテクノロジーが使われているか。それによって、作品にどのような違いが生じるか。
	b. 制作業務	誰がメディア・テキストを作るのか。誰が何をし、どのように協力するのか。
	c. 産業	メディアを販売し、購入する会社を誰が所有しているか。それらの会社はどのようにして利潤を生むのか。
	d. メディア間のつながり	どのようにして会社は同じ製品を異なるメディアを通して販売するのか。
	e. 規律/規制	誰がメディアの制作や供給を制御するのか。このことについての法律はあるのだろうか。それらはどのように効果があるのか。
	f. 流通と供給	テキストはどのようにしてオーディエンスに届くのか。どの程度オーディエンスは選択したり、制御したりすることができるか。
	g. アクセスと参加	誰の声がメディアで聞かれるか。誰の声が排除されているか。なぜ、そうなっているのか。
2. 言語	a. 意味	メディアは理念や意味を伝えるためにさまざまな様式の言語をどのように使うか。
	b. きまり/約束事	言語のそのようなさまざまな使い方がどのようにしてよく知られているものとなり、一般的に受け入れられるようになるのだろうか。
	c. コード	メディアの文法上の「ルール」はどのように確立されているか。そのルールが破られたらどうなるか。
	d. ジャンル	きまり/約束事やコードは、例えばニュースやホラーのような異なるタイプのメディア・テキストでどのように作用しているか。
	e. 選択	ある言語の様式、例えば特定の画面構成を使うとどんな効果があるか。
	f. 組み合わせ	映像、音声、あるいは言葉の組み合わせや配列を用いて意味はどのように伝えられるか。
	g. テクノロジー	テクノロジーは作り出される意味にどのような影響を与えるか。
3. リプレゼンテーション	a. リアリズム	このテキストは現実に忠実であろうとしているか。あるテキストはなぜ、他のものより現実に忠実に見えるのか。
	b. 真実を語ること	メディアはどのようにして世界について真実を語っていると主張しているか。どのようにして本物に見せようとしているか。
	c. 存在と不在	メディアの世界に何が含まれ、何が排除されているか。誰が話し、誰が沈黙させられているか。
	d. 偏向と客観性	メディア・テキストは特定の世界観を支持しているか。道徳的価値観や政治的価値観を理解させようとしているか。
	e. ステレオタイプ化	メディアは特定の社会集団をどのように構成し再提示しているか。そのリプレゼンテーションは正確か。
	f. 解釈	なぜオーディエンスは、あるリプレゼンテーションを真実として受け入れ、別のリプレゼンテーションを虚偽として拒絶するのだろうか。
	g. 影響	メディアのリプレゼンテーションは特定の社会集団や問題についての私たちの見方に影響を与えているか。
4. オーディエンス	a. ターゲット化	メディアはどのようにして特定のオーディエンスに照準を定めるのか。彼らに対してどのようにして興味を引こうとするか。
	b. 語りかけ	メディアはどのようにオーディエンスに語りかけるか。メディア制作者はオーディエンスについてどのようなことを想定しているか。
	c. 流通	メディアはどのようにしてオーディエンスに到達するか。オーディエンスは何が利用できるかをどのように知るのか。
	d. 利用	オーディエンスは日常生活でどのようにメディアを利用しているか。利用の習慣やパターンはどのようなものか。
	e. 理解	オーディエンスはメディアをどのように解釈しているか。どのような意味を作り出しているか。
	f. 楽しみ	オーディエンスはどのような楽しみをメディアから得ているか。彼らは何が好きで何が嫌いか。
	g. 社会的な差異	オーディエンスの行動において、ジェンダー、社会的階層、年齢、民族的背景が果たしている役割は何か。

(2) 日本における構成要素

日本においても、英語圏の「概念」による分類に基づき、メディア・リテラシーの構成要素を示した研究がある。

例えば鈴木(2004)は、イギリスの影響を受けたとされるカナダで用いられている概念による分類を参考にして「メディア研究モデル」(図2-5)を示している。「メディア研究モデル」は、メディア分析の対象を「テキスト」「生産・制作」「オーディエンス」という3つの大分類に分け、23の構成要素で示したものである。「生産・制作」では、「生産現場の仕組み」や「規律」等、送り手の実態や考え方と対応する項目も含まれている。

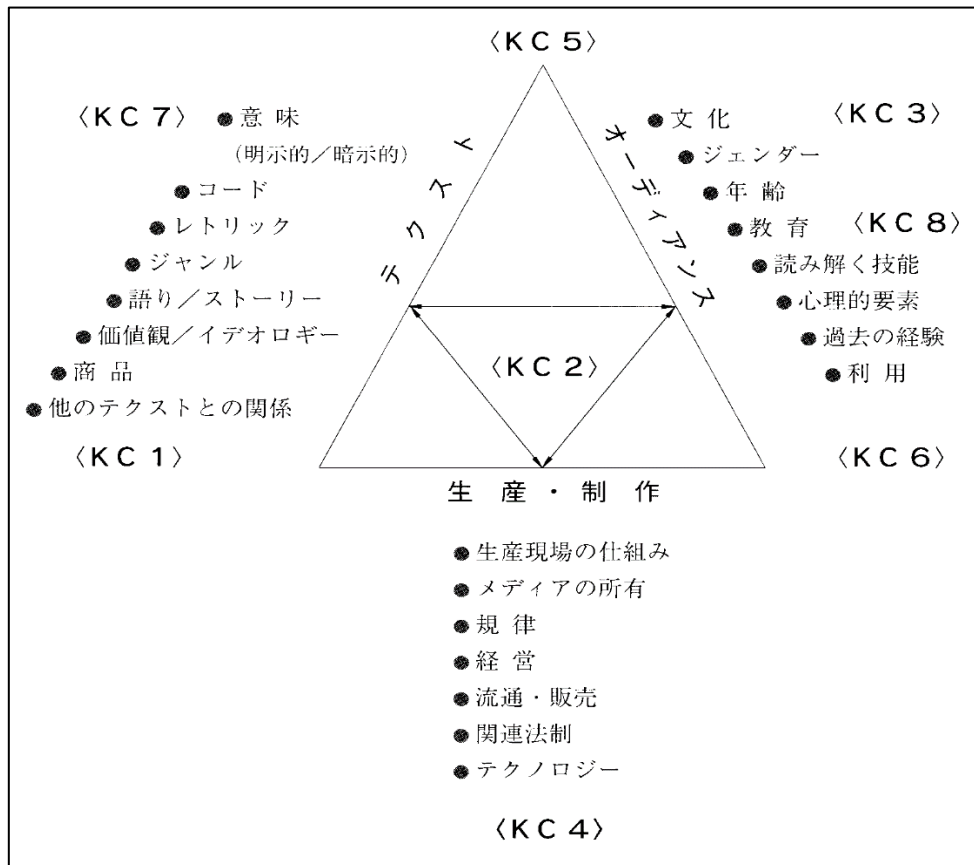


図 2-5 メディア研究モデル (鈴木 2004)

FCT メディア・リテラシー研究所は、メディア研究モデルを用いてテレビ番組を読み解く方法を提案したり、実践を行ったりしてきた。例えば、ニュース番組の分析によってテレビ番組のパターン化やステレオタイプ化に視聴率や制作者側の持つ価値観が影響していることを示したり(宮崎 1997)、ニュース番組の分析によって番組制作者によるニュー

ス・バリューの判断について学ぶ実践を提案したりしている(鈴木 2004)。しかしいずれも放送されたテレビ番組の分析であり、テレビ番組の制作の実態や番組制作者の考え方に関する調査を十分に行っているとは言い難い。前述の通り、メディア・リテラシーは、社会における教育・放送・政治・文化のシステムすべての領域に関連するものであるため、実践が行われている国や地域の文化の独自性や特殊性を反映するものでなくてはならない(Masterman 1995=1997)。「生産現場の仕組み」について学ばせるためには、実際の生産現場の様子を明らかにする必要があると考えられる。「規律」について学ばせるためには、番組制作者が意識している事柄を明らかにする必要があると考えられる。それによって、学習内容を具体的に示すことができると考えられる。

初等中等教育の国語科におけるメディア・リテラシー研究においても、英語圏の「概念による分類」を基にした研究が確認できる。

例えば、羽田(2008)は、イギリスの英国映画協会(BFI)が発行する教員向けの教材や国語の教科書の分析により、動画の教授方法について整理している。それを基に、CMの分析やドキュメンタリー番組の制作等を通じた、動画リテラシーを育む授業を開発している。

奥泉(2005)は、カナダ、オーストラリア(西オーストラリア州)、イギリス、アメリカ(McREL)のカリキュラムを参考に、日本の小学校の国語科で扱う必要があると考えられる映像に関するメディア・リテラシーの内容とその系統性を検討している。その結果、小学校低学年および中学年で扱うべきビジュアル・リテラシーとして、「ジャンル」「アングル、ショットの種類、つなぎ方」等、Buckinghamの基本概念における「言語」の領域を中心とした構成要素を示している。小学校高学年で扱うべきビジュアル・リテラシーでは、「映像メディアが、どのような意図や考え、立場に基づいて制作されているのかを理解すること」等、送り手の意図に対する理解に関する構成要素も含まれている。

中村(2013)は、西オーストラリア州における小学校から後期中等教育までのカリキュラムの内容を参考に、日本の国語科学習指導要領と対応するメディア・リテラシーのコア概念を示している。それに基づき、小学校、中学校それぞれの到達度評価表を学年別に示している。例えば、中学1年の到達度評価表では、「書き言葉のコード」「音のコード」「映像のコード」「メディア形式」「表象」「コンテキスト」「オーディエンス」という7つのコア概念ごとに、具体的な到達度評価の基準を示している。ここではBuckinghamの基本概念における4つの概念が網羅されている。「書き言葉のコード」「音のコード」「映像のコード」

「メディア形式」は Buckingham の基本概念の「言語」と重なる概念である。「表象」は、Buckingham の基本概念の「リプレゼンテーション」と重なる概念である。「コンテキスト」は、Buckingham の基本概念の「制作」と重なる概念である。「オーディエンス」は、Buckingham の基本概念の「オーディエンス」と重なる概念である。「表象」に関する到達度評価表には、「多様な価値観に基づく情報の送り手の視点や、表象されるステレオタイプを理解することができる」という記述があり、「送り手の視点」の理解も学習目標に含まれている。

森本 (2015) は、映像や音声を「言語」として認識するリテラシーの理論的基盤を根拠にして、小学校および中学校段階の児童・生徒を対象とする動画リテラシーのスタンダード案を示している。動画リテラシーを「映像・音声」「形式・ジャンル」「オーディエンス」「リプレゼンテーション」「知識・理解」「分析・評価」の 6 つの概念に分けて示しており、Buckingham (2002=2006) の構成要素の 4 つの大分類のうち、「制作」以外の「言語」「リプレゼンテーション」「オーディエンス」の 3 つの分類と重なる要素が示されている。

以上のように、初等中等教育の国語科におけるメディア・リテラシー研究で示された構成要素では、「映像メディアが、どのような意図や考え、立場に基づいて制作されているのかを理解すること」(奥泉 2005)、「多様な価値観に基づく情報の送り手の視点」(中村 2013) 等、制作現場の実態や、送り手の考え、視点に対する理解も含まれている。これらの構成要素は、映像に関するメディア・リテラシーの構成要素であるが、テレビ番組に限定したものではない。そのため、日本のテレビ番組の制作現場の実態や番組制作者の考え方に関する調査を十分に行って作成されたものではない。

(3) 概念による分類のまとめ

「2.1.2.2. 概念による分類」では、メディア・リテラシーの構成要素を「概念」によって分類する研究について述べてきた。以上述べてきたように、メディア・リテラシーの構成要素は、英語圏においては「概念」によって分類するのが一般的である。日本においても、FCT メディア・リテラシー研究所のメディア分析モデルや、初等中等教育の国語科におけるメディア・リテラシー研究において、概念によって分類したメディア・リテラシーの構成要素が確認できる。

日本における概念によって分類した構成要素の中には、送り手の意図や考え、視点に対する理解も含まれている。しかし、示されている構成要素はいずれも、日本のテレビ番組

の制作の実態や番組制作者の考え方に関する調査を十分に行って作成されたわけではない。そのため、送り手の意図とは何か、制作現場の仕組みがどうなっているのかというような具体的な項目は示されていない。

2.1.2.3. メディア・リテラシーの構成要素に関する研究における本研究の位置づけ

「2.1.2. メディア・リテラシーの構成要素に関する研究」ではここまで、メディア・リテラシーの構成要素に関する研究を、1) 能力による分類、2) 概念による分類、に分けてレビューしてきた。ここで、メディア・リテラシーの構成要素に関する研究における本研究の位置づけを述べる。

ここまで述べてきた、日本におけるメディア・リテラシーの構成要素に関する研究においては、「能力による分類」および「概念による分類」いずれに分類された研究においても、テレビ番組の制作の実態や番組制作者の考え方に関する調査を十分に行っているわけではない。そのため、日本の番組制作の実態や制作者の考え方に基づいた構成要素にはなっていないとは言い難い。本研究は、その点を問題意識とし、日本の番組制作の実態や制作者の考え方に基づいた構成要素の抽出を目指すものである。

次に、「能力による分類」および「概念による分類」と本研究の関係を述べる。本研究は、能力による分類に基づく、テレビ・ドキュメンタリーを「わかる」能力に関する研究である。本研究では、テレビ番組制作の実態や番組制作者の考え方を「わかる」ためのメディア・リテラシーの構成要素を、「概念」に基づいた構成要素で抽出することを試みる。具体的には、Buckingham の「メディア・リテラシーの基本概念」と、日本のテレビ番組制作の実態や番組制作者の考え方を対応させることで、日本のテレビ番組の制作の実態や番組制作者の考え方に基づいたテレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの構成要素を抽出する。

本研究が能力によって分類された構成要素ではなく、概念によって分類された構成要素を用いる理由について述べる。能力による分類は受け手の視点に立った分類であるのに対して、概念による分類は、メディアの送り手、受け手どちらの視点でも適応できる分類である。概念によって分類されたメディア・リテラシーの構成要素には、テレビ番組の制作の実態や制作者の考え方と対応した要素が多数含まれている（例えば、Buckingham2002=2006）。そのため、本研究の枠組みに適していると考えた。また、概念

によって抽出された構成要素は、学習項目として示すことが可能であることも、概念による分類を用いる理由である。

メディア・リテラシーの構成要素の能力による分類と、概念による分類は、厳密に区別できるものではない。なぜならば、メディア・リテラシー教育を行う際には、「わかる」「つかう」「つくる」という各能力を育成するために、具体的な学習目標や学習項目が示される必要があるためである。この学習目標や学習項目は、概念によって分類されたメディア・リテラシーの構成要素と重なってくる可能性がある。例えば、テレビ番組を「わかる」ことを学習目標とする実践の学習項目には、Buckingham (2002=2006) の概念による分類の、「1. 制作」の「c. 産業」や、「2. 言語」の「d. ジャンル」が入ってくる可能性もある。また、「能力による分類」といえる映像視聴能力の研究では、テロップの意味やカメラアングル等に対する理解が学習目標に含まれている(三宅ほか 1984)。これらは、Buckingham (2002=2006) の概念による分類の「2. 言語」と重なる学習項目である。以上の理由から、メディア・リテラシーの「概念」に対する理解(あるいは思考)が、メディア・リテラシーの「能力」の一部であるという見方もできる。

しかし、「能力による分類」と「概念による分類」は、視点や姿勢の違いもある。違いの一つは、「能力による分類」が受け手の視点に立った分類であるのに対して、「概念による分類」は、メディアの送り手の社会的背景に関する構成要素も含まれており、送り手、受け手どちらの視点にも適応できる分類となっている点である。

もう一つの違いは、メディアのあり方に対する姿勢の違いである。「能力による分類」に基づく実践研究では、映像にはいわば正解とされる読みがあり、子どもはどれくらい正解に近づけるかが問われていたとの指摘がある(青山 2016)。このことから、「能力による分類」に基づく実践研究は、現在のメディアを所与とする姿勢と結びつきやすい可能性も考えられる。それに対し、「概念による分類」は、「学習項目」に対応する項目であることから、「理解する力」というような能力による捉え方とは異なり、現在のメディアのあり方を所与のものとはみなさず、作り変えていく姿勢と結びつく可能性をもつと考えられる。中橋の構成要素は「能力」による分類でありながらも、メディアを所与のものとはみなすという限界を乗り越えるために、「能力」に、「提案する能力」という項目を追加したとみることもできる。

以上のように、メディア・リテラシーの構成要素の「能力による分類」および「概念による分類」は、厳密に分けられるものではなく、内容的に重なり合うものである。その一

方で、メディアに対する視点・姿勢の違いを内包する。以上を踏まえたうえで、本研究は、能力による分類に基づく、テレビ番組制作の実態や番組制作者の考え方を「わかる」能力に関する研究であり、学習項目を「概念」に基づいた構成要素で抽出することを試みる研究である。

次に、分析枠組みとして、概念によって分類された構成要素の中でも、**Buckingham** の構成要素を用いる理由を述べる。分析枠組みとしては、カナダで用いられている構成要素を参考に作成された「メディア研究モデル」（鈴木 2004）も利用できる可能性がある。本研究が、**Buckingham** の基本概念を枠組みとして用いる理由は、**Buckingham** の基本概念では、「リプレゼンテーション」に関する構成要素が独立した構成要素として示されており、テレビ批判で多く見られる「選択」「組み合わせ」「存在と不在」「偏向と客観性」等の項目が具体的に示されているためである。

Buckingham は、オーディエンスの読み解きは多様と主張していることから、マスメディアとそれを取り巻く社会の現状を肯定することになり、マスメディアに批判的に取り組む市民の育成という課題が放棄されるという指摘もある（上杉 2008）。しかし構成要素という点に関しては、メディアの生産過程を重視していないわけではなく、メディア・リテラシーの領域をオーディエンスの受容過程にも広げたといえる。本研究では、オーディエンスの読みの多様性に着目しながらも、テレビのあり方を提案していく能力の育成につながることを目的としたメディア・リテラシーの構成要素を、**Buckingham** の構成要素に基づいて抽出することを試みる。

2.1.3. 番組制作者が著した書籍

「2.1.2. メディア・リテラシーの構成要素に関する研究」では、「能力による分類」「概念による分類」に分けて、先行研究をレビューした。その上で、レビューした先行研究はいずれも、日本の番組制作の実態や番組制作者の考え方を十分に検討して作成されたとは言いがたいことを述べた。本研究では、この理由の一つに、これまでのメディア・リテラシー研究が、テレビ番組の制作現場との関わりが十分でなかったことが関係していると考えている。日本の番組制作の実態や番組制作者の考え方に基づいたメディア・リテラシーの構成要素の検討には、番組制作者が書いた書籍の記述内容が有用な資料となる可能性がある。本項では、テレビ・ドキュメンタリーの制作者が書いた書籍について述べる。

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 第2章 関連する先行研究 |

テレビ・ドキュメンタリーの制作者は、ドキュメンタリーの制作手法や自らのテレビ・ドキュメンタリー観に関して、多数の書籍を出版している。番組制作者が著したドキュメンタリーの手法や自らのテレビ・ドキュメンタリー観に関する書籍には、番組制作者が制作の第一線を退いたり、退職したり、大学の教員になったりしたときに自らの経験をまとめて著した書籍（例えば、相田 2003, 河村 2009, 川良 2006, 川良 2009, 尾山 2001, 鈴木 2000, 富沢 2011, 渡辺 2000, 山登 2000）や、テレビ番組に関する問題に関して視聴者に対する説明や主張を行っている書籍（例えば、木村 1996, 今野 2004, 中川 2009）等がある。

視聴者に対する説明や主張を行っている書籍には、視聴者のメディア・リテラシーの向上を期待する記述も多数確認できる。例えば、今野（2004）は、「子供のころから学校で、映像を含めたメディア全般のイロハ（メディア・リテラシー）を教えるべきだ」と述べ、その理由を「事実の作られ方についての基本的な理解のもとに、作り手と見る側がお互い緊張関係を保ちつつドキュメンタリーを育てていくという共作の関係が、私の描く作り手と見る側の理想の関係」と述べている。奥村（2013）は、「映像を読み解く力、表現する力がついてくれば、ただヒステリックに『テレビは隠蔽してる!』『やらせだ!』とはならず、映像や制作者が本当に伝えたいことを汲み取りながら見るようになるのではないか。そのように、受け手のレベルが上がってきて『お、鋭いな!』みたいな指摘がバンバンテレビ局に来ると、やはり僕らも変わらざるを得なくなる。緊張感が生まれる。（中略）そうすると、制作者も次のステージにいけるのではないか。そういう時代が来るといいな、と考えている」と述べている。

テレビ・ドキュメンタリーに限定した書籍とは限らないが、番組制作者が著した書籍には、題名に「メディア・リテラシー」という言葉が入る書籍もある。例えば、NHK プロデューサーの市川克美（1999）が著した『これが“21世紀の学力”だ!—メディアリテラシーの提言』、元 NHK 記者の池上彰（2008）が著した『池上彰のメディア・リテラシー入門』、元 TBS キャスターの下村健一（2015）が著した『10代からの情報キャッチボール入門—使えるメディア・リテラシー』、元フジテレビアナウンサーの長谷川豊（2014）が著した『テレビの裏側とにわか分かる「メディアリテラシー」の教科書』等である。

前述の通り、日本において、テレビ番組に関するメディア・リテラシー育成の目的の一つは、視聴者がメディア・リテラシーを向上させることで、番組制作者との健全な緊張関係を醸成することが目指されたことだった。番組制作者が著した書籍からは、番組制作者

の中には、視聴者のメディア・リテラシー向上によって番組制作者に緊張感がもたらされていることを期待し、書籍を執筆している者がいることがうかがえる。

しかし、番組制作者が著した書籍の記述内容は、これまでメディア・リテラシー教育および実践の参考にされることはあっても、メディア・リテラシー研究に十分活かされてきたとは言い難い。日本の番組制作の実態や番組制作者の考え方に基づいたメディア・リテラシーの構成要素の検討には、番組制作者が書いた書籍の記述内容が有用な資料となる可能性がある。

2.1.4. 対象年齢別のメディア・リテラシーの実践研究

「2.1.2. メディア・リテラシーの構成要素に関する研究」では、これまでに示されてきたメディア・リテラシーの構成要素において、日本の番組制作の実態や番組制作者の考え方に基づく構成要素が示されてこなかったことを述べた。「2.1.3. 番組制作者が著した書籍」では、日本の番組制作の実態や番組制作者の考え方に基づいたメディア・リテラシーの構成要素の検討には、番組制作者が書いた書籍の記述内容が有用な資料となる可能性があることを述べた。本項では、メディア・リテラシーの実践研究を対象年齢別にレビューし、本研究が、「大学生」を対象とするメディア・リテラシー研究や実践開発に役立つ知見を得ることを目的とする理由を示す。ここでは、教育実践を伴う研究、および教育実践に対する知見を得ることを目的とした研究を「実践研究」と定義し、レビューを行うこととする。

本項では、メディア・リテラシーの実践研究の中でも、本研究が研究対象とするテレビ・ドキュメンタリーのメディア・リテラシーと関わりが深いと考えられる、「テレビ番組に関するメディア・リテラシー」および、「映像に関するメディア・リテラシー」の実践研究をレビューする。「映像に関するメディア・リテラシー」は、「テレビ番組に関するメディア・リテラシー」と重なる部分もあると考えられる。しかし、テレビ番組の背景には、様々な社会的な要素がある。それらを学ぶためには、単に「映像」に関するメディア・リテラシーを学ぶだけでは十分ではなく、両者の内容はやや異なると言える。そのため、本項では、「映像に関するメディア・リテラシー」と「テレビ番組に関するメディア・リテラシー」を分けて、それぞれレビューを行う。

なお、映像制作を伴う実践研究には、活動の目標や、活動の成果としてメディア・リテラシー以外の能力が示されている実践研究も多数みられる。例えば、映像制作を通してコミュニケーション能力の向上、協調性・積極性の向上等が目標とされたり、活動の成果と

して報告された実践研究 (例えば, 間島 2013, 松野 2012, 武市 2012), 映像制作を通して, 居住地域に関する気づきを得たり, 視点を養ったりすることを目標とした実践研究 (伊勢崎 2011) 等である. 村田 (2013) は, 映像制作の教育目標として, 1) 機器操作・表現能力, 2) クリティカルな視聴能力, 3) 調査分析に基づく研究能力, 4) 広義のコミュニケーション能力, の 4 つの分類を示している. 本項では, このうち, 2) クリティカルな視聴能力, の育成に関わる実践研究を対象とする. なかでも, Buckingham のメディア・リテラシーの構成要素と対応する活動の目標または活動の成果を示している実践研究に限定してレビューし, 記述を行う.

2.1.4.1. 幼児を対象とする実践研究

幼児を対象とする実践研究としては, 森田 (2007) が報告している, テレビ番組の理解に関する実践研究が確認できる. 3 歳児と 5 歳児に, 立体パズルの作成過程を題材とした映像を視聴してもらい, その後, 同じ立体パズルを作るよう指示している. この実践研究により, パズル作成の再現に影響する要因について検討している.

2.1.4.2. 小学生を対象とする実践研究

小学生を対象とする実践研究においては, テレビ番組の理解に重点を置いた「映像視聴能力の研究」の流れをくむメディア・リテラシーの実践研究が 1980 年代には行われていることが確認できる. 近年では, 社会科や総合的な学習の時間における実践研究のほか, 地元の商店街やテレビ局による実践研究が確認できる.

「映像に関するメディア・リテラシー」を育成する実践研究では, 映像に解説が加わったり, 順番が変わったりすることで受け手の感じ方や受け取り方が変わることを学ぶ実践研究 (浅井 2015), 映像制作によって表現技法の習得やメディアは構成されているということの理解を目指す実践研究 (菅・保崎 2009), 著作権や肖像権等の送り手としての責任や倫理に関する学びが確認できた実践研究 (佐藤・中橋 2014, 山口 2016) 等が報告されている. 映像ではなく, 写真の撮影方法に関する実践であるが, 本研究の内容と関わりの深い「再現」して撮影することに関する学びを促す実践もある (佐藤ほか 2015).

「テレビ番組に関するメディア・リテラシー」を育成する実践研究では, テレビ番組の内容に関する理解や, テレビ番組の表現技法等に関する理解を目指す実践研究が多数確認できる.

テレビ番組の内容に関する理解を目指す実践研究としては、「2.1.2. メディア・リテラシーの構成要素に関する研究」で示した坂元(1986)、三宅ら(1984)、吉田・岡部(1983)の構成要素に基づき、児童のテレビに関する理解を調べる調査研究や、様々なカリキュラムの開発、授業実践が確認できる。また、番組内のあるシーンを置いた制作者の意図を読み取る調査(木原ら 1996)等も確認できる。テレビで表象されたものと現実の違いに関する実践研究もある。例えば、「テレビの中の空想と現実の理解」を目的とする教材を開発し実践した研究(駒谷 2006)や、CM と現実との違いや、CM の意図について考える実践研究(池内 2000)が報告されている。

表現技法に関する理解を目指す実践研究としては、プロ野球中継の番組の分析により、カメラの技術、音声の工夫、文字情報、商業的な楽しみ等について学ぶ授業(佐藤 2000)が報告されている。映像メディアの特性を学ぶことを目的に開発された「映像ふしぎシミュレーター」という教材を用いて、編集による内容の違い、音楽による印象の違い、カメラサイズやカメラワークによる映像の意味の違い、照明による映像の意味の違いを学習させる実践(村田 2008)も報告されている。

番組制作者の意図や視聴率等の経済基盤等、番組の社会的背景に関する学習は、数は限られている。それらは番組制作者の話を聞くことを取り入れた実践研究がいくつか確認できる。テレビのニュース番組の編集について番組のディレクターに話を聞く活動を通して、情報は送り手の意図によって編集が加えられていることを理解すること等を目指す実践(佐藤 2006)、元ニュースキャスターに話を聞くことで視聴率の現場における影響力等の理解を目指す実践(中村ほか 発表年不詳)等が報告されている。

2.1.4.3. 中学生を対象とする実践研究

次に、中学生を対象とする実践について述べる。

「映像に関するメディア・リテラシー」を育成する実践研究は、国語科、技術・家庭(技術分野)、美術科等で報告がある。国語科では、言語表現の育成が中心であるが、一部、オーディエンスに対する意識の育成も学習目標に入っている。例えば中村(2010)は、メディア・リテラシーの5つの概念(記号とコード、形式、表象、コンテクスト、オーディエンス)の理解を深めることを目的とする実践研究を行っている。具体的には、構成やナレーターの語りが見聴者の解釈に影響を与えることへの理解や、グラフの比較からバイアスを見抜くこと、ターゲット・オーディエンスの存在を認識すること等のほか、絵コンテの作成

やインタビューを編集する技術等、表現する能力の育成も目指している。技術・家庭（技術分野）では、映像制作を通して、送り手の意図を考える実践研究が報告されている（森阪 2006）。美術科では、映像・映画表現の特質を学ぶための実践研究が報告されている（桑村・南部 2016）。

中学生を対象とする「テレビ番組に関するメディア・リテラシー」を育成する実践研究は、小学生を対象とする実践研究と比較すると、放映権料や視聴者層など、テレビ番組の背景にある経済基盤に関する学習に対象が広がっているものが多数確認できる。テレビ番組の背景に関する学びは、小学生を対象とした実践研究と同様、番組制作者の話を聞くことを取り入れた実践研究も報告されている。例えば、石川（2000）は、中学校3年生の選択国語の授業で、昼のドラマ時間帯と夜のドラマ時間帯とに放映されるCMを比較することによって、CMが番組の視聴者層を考えて放映されていることや、民放が放映権料によって営業を続ける企業であるということなどを考えさせる実践研究を行っている。緑川（2008）は、中学3年生の「よのなか科」の授業で、テレビ・ドキュメンタリーのやらせと演出の境界を考えることを目的に、テレビ番組制作者による実践が行われたことを報告している。

2.1.4.4. 高校生を対象とする実践研究

高校生を対象とする実践研究について述べる。

「映像に関するメディア・リテラシー」を育成する実践研究は、情報科や、放送部の活動における実践の報告が確認できる。

情報科では、嶋本ほか（2007）は、静止画像で4コマ作品を作る実践を行い、「メディアは構成されたものである」ことへの理解、「情報の受信者にわかりやすく伝えようとする能力・態度」の育成に効果があったことを報告している。岡本（2016）は、映像制作を通して、「メディアを使いこなす能力」「考えをメディアで表現する能力」等の「送り手」としてのメディア・リテラシー、および「情報内容が送り手の意図により構成されることを理解する」「メディアが価値観を構成していることを理解する」ことを目標とする授業を行っている。実践において生徒のワークシートからは「やらせ」に関する学びがあったことも報告されている。

放送部における実践では、映像制作を通して、映像表現技法の獲得のほか、ICT活用能力、コミュニケーション能力、地域への関心が高まったこと等が報告されている。西貝

(2010) は、高校放送部の部員を対象とする映像制作ワークショップで、向かい合っているものを撮影の際に注意する必要があるイマジナリー・ラインに関する講義を行い、学習効果があったことを報告している。林(2007) は、放送部での番組制作活動を通して、高校生が、「力のある映像」の撮り方等の表現技法に関する学びのほか、取材を通して地域の問題に関する理解を深めたり、新聞の紙面で高校生を扱った記事を分析して新聞社の報道部長にインタビューをし、新聞社の価値判断について学んだこと等を報告している。実践研究ではないが、妹尾(2013) は、放送コンテストに参加した高校の放送部員らに質問紙調査を行い、映像制作によって、ICT 活用能力、コミュニケーション能力、地域への関心の向上等の効果があった可能性があることを報告している。また、映像制作を通して、テレビの視聴態度も変化したことを報告している。

「テレビ番組に関するメディア・リテラシー」を育成する実践では、ニュース番組の項目の順番を決める判断基準について考える授業や(近藤聡 2000)、テレビ・ドキュメンタリーを題材に、映像表現技法、音楽・効果音の効果、事実と意見の区別等を考える授業(杉岡 2000) 等が報告されている。

2.1.4.5. 放送局による中高生を対象とした実践に関する研究

ここまで、「中学生を対象とする実践研究」「高校生を対象とする実践研究」について述べてきた。以上述べてきた実践研究のほかに、中学生および高校生を対象とするメディア・リテラシーの実践研究としては、放送局による実践に関する研究も確認できる。放送局による実践に関する研究は、参加した中学生と高校生を一緒にして成果が報告されているものもあることから、ここでは、「放送局による中高生を対象とした実践に関する研究」として記述する。

日本民間放送連盟は、2001 年から、放送局と青少年が共同で番組を制作するメディア・リテラシープロジェクトを継続的に実施してきた。参加した中高生に対する質問紙調査およびインタビュー調査の結果、参加した中高生は、カメラワークや編集技術等のテレビの表現技術に対する学びがあったことや、放送局のイメージやテレビ制作の世界に対するイメージが変わったことが報告されている(駒谷 2008)。番組の制作手法に関して、番組制作者と中高生の意識・態度の違いに関する気づきがあったことも報告されている。例えば、清水ほか(2005) は、番組制作者がニュースの一場面として、「携帯電話をにかけている高校生」を撮影するために、取材対象に依頼をして撮影をするように助言したことに疑問を感

じたことを報告している。

ラジオ局による高校生を対象とした実践では、ラジオ番組制作のほか、NHK および民放の番組制作者による講義によって、NHK が一つのものの宣伝にならないような工夫をしていることや、民放はスポンサーが問題を起こせばニュースとして伝えなくてはならないこと等、放送局の経営基盤に関する学びがあったことが報告されている(後藤 2019)。

以上見てきたように、放送局による中高生を対象とした実践では、放送局の人が関わることにより、放送の制作技術のほか、制作現場独特の考え方や、経営基盤が番組内容に与える影響等、テレビ番組の制作の実態や制作者の考え方に基づいた実践が行われ、学びが生まれたことが報告されている。

2.1.4.6. 高校生以下を対象とする実践研究のまとめ

ここまで、高校生以下を対象とする「映像に関するメディア・リテラシー」を育成する実践研究および「テレビ番組に関するメディア・リテラシー」を育成する実践実践研究を対象年齢別に述べてきた。ここまで述べたことを簡単にまとめる。

高校生以下を対象とした「映像に関するメディア・リテラシー」および「テレビ番組に関するメディア・リテラシー」を育成する実践研究は多数報告されている。「映像に関するメディア・リテラシー」を育成する実践研究は、映像制作の活動を伴う実践が多数報告されている。「テレビ番組に関するメディア・リテラシー」を育成する実践研究では、テレビ番組を分析する活動や、テレビ番組制作者の話を聞いたり、テレビ番組制作者と生徒が協働で番組制作をする等の活動が報告されている。テレビ番組を分析する活動では、「経済基盤がスポンサー収入である」「送り手の意図によって伝え方が変わる」等、番組制作の実態や制作者の考え方に対する理解が目指されている実践もあるが、番組制作の実態や制作者の考え方の中でも、学習対象となる項目が限られている。それに対し、テレビ番組制作者が関わる活動は、視聴率を意識することのメリット、テレビ番組制作者に対するイメージの変化やテレビ番組独特の撮影手法等に対する学びが確認でき、番組制作の実態や番組制作者の考え方に関して学びの対象にやや広がりがある。

ここまで、高校生以下を対象とした「映像に関するメディア・リテラシー」を育成する実践研究および「テレビ番組に関するメディア・リテラシー」を育成する実践研究について述べてきた。以上の実践研究はメディア・リテラシー教育の一つとして実践されたものである。しかし、初等中等教育におけるメディア・リテラシー育成には限界があるとの指

摘もある。第 1 章で述べた通り、初等中等教育の学習指導要領には、これまで「メディア・リテラシー」という用語は記述されていない。メディア・リテラシーの概念と重なる学習内容は記載されていることが指摘されているが(堀田 2021, 宇治橋 2020), 学習指導要領に「メディア・リテラシー」という用語が記載されていないことから、初等中等教育におけるメディア・リテラシー教育は、関心を寄せる一部の教師の間で学習指導要領の枠組みを外れない範囲で実験的に行われているとの指摘もある(中橋 2006)。

さらに、初等中等教育における指導内容を示した学習指導要領において、テレビ番組のメディア・リテラシーと関連する記述は極めて限られている。「映像に関するメディア・リテラシー」に関わる学習内容は、高等学校の情報科および美術科に映像制作に関する記述がある。しかし、「テレビ番組に関するメディア・リテラシー」に関わる学習内容の記述は、小学校第 5 学年の社会科の「産業と情報との関わり」に「放送」に関する記述があるが、それ以外は、高校の専門学科「工業」においてテレビの放送技術に関する記述があるのみである。以上により、初等中等教育でテレビ番組に関するメディア・リテラシーを育成するには、限界があると考えられる。

2.1.4.7. 大学生を対象とする実践研究

ここまで、高校生以下を対象とするメディア・リテラシーの実践研究について述べてきた。次に、大学生を対象とする実践研究について述べる。

第 1 章で述べた通り、メディア・リテラシー教育は、大学において「教養教育」の一部に位置づけられてきた。大学のシラバスの科目名または授業内容に「メディア・リテラシー」という言葉が記載される授業が多いことが調査により示されている(近藤 2012)。また、大学におけるメディア・リテラシー教育は、2010 年代前半まで映像メディアを中心に組み込まれてきたとの指摘もある(土屋 2021)。

大学生を対象とする「映像に関するメディア・リテラシー」を育成する実践研究では、映像制作を伴う実践が多数報告されている。例えば、近藤智嗣(2000)は、モンタージュ技法により意味を創り出す編集技法を学ぶことを目的とする実践の報告をしている。坂本(2009)は、授業で地域をテーマとしたドキュメンタリー制作を行い、受講した学生は、視聴者を意識しながら制作する必要性や、実際には取材ができないこともあること、映像には制作者の意図があること等についての学びがあったことを報告している。

映像に表象されているものに対する理解を目指す実践研究もある。南出(2013)は、映

像による文化表象に関して、映像を「観ること」と「作ること」の両方を通じて理解を促すことを試みている。映像の表象はステレオタイプ化されていることを理解することを学習目標の一つとする実践の報告もある（例えば、崔ほか 2005, ペク 2012, 坂田・小川 2002, 坂田ほか 2011）。

「テレビ番組に関するメディア・リテラシー」を育成する実践は、日本の大学においてメディア・リテラシー教育が導入された当初から行われてきた事が報告されている。日本の大学において先駆的にメディア・リテラシーの実践を行ってきた鈴木 (2001) は、大学の授業において、前述の「メディア研究モデル」に基づき、主にテレビのニュース報道を分析する実践を行っていることを報告している。具体的には、オリンピックの開会式の映像から、メディアがどのように「現実」を構成するかを学ぶ活動、松本サリン事件報道について伝えるテレビのニュース番組等の分析によりメディアが構成する「現実」と人間の基本的な権利（人権）の関係を問う活動、子ども向けのニュース番組等を例にメディアが子どもオーディエンスをどうとらえているかを分析する活動、湾岸戦争について伝えるテレビのニュースを、アメリカのオルタナティブなメディアを比較することで、主流メディアに欠落している理念や価値観等について検討する活動等を実施したことを報告している。岩崎・久保田 (2005) は、講義、テレビ番組の分析、脚本の比較等の活動を組み合わせて、送り手の立場に立ったメディア・リテラシーの育成を目指す実践を行っている。活動の中には、番組制作会社のディレクターを外部講師として招き、ドキュメンタリー制作の技法について話を聞く活動も含まれている。岩崎・久保田 (2005) は、受講した学生がテレビを見る時に、制作者の意図や、カメラアングル等の技法を意識するなど、テレビの見方が変容したことを報告している。

テレビ番組の制作経験がある者が、テレビ番組の制作技術に基づき映像制作を伴う活動を行う実践も多数報告されている（例えば、碓井 2003, 山登 2006, 川瀬 2008）。テレビ番組の制作経験のある者が、「やらせ」に関するメディア・リテラシーを育成することを目的として実施した実践研究も報告されている（村井・堀田 2016）。これら以外の映像制作実践の中にも、テレビ番組の制作経験がある者が指導者となっている実践も多数報告されている（例えば、中山 2012, 武市 2012, 松野 2013a, 松野 2013b, 間島 2012, 間島 2013, 村井・堀田 2019, 五嶋 2013a, 五嶋 2013b）。これらの実践では、報告ではテレビ番組に対するメディア・リテラシーの育成には触れていないが、テレビ番組の制作手法や特徴に基づいて指導をしている可能性があり、学生にとっては、テレビ番組の制作手法を

知る機会になっている可能性が考えられる。

放送局による大学生を対象とする実践も報告されている。例えば、関西テレビでは、大学生が制作スタッフの一員としてドラマの制作体験を行う実践が実施されていることが報告されている（松澤 2014）。ケーブルテレビの番組を制作、放送する活動も報告されている（例えば、鎌本・白川 2004, 鎌本・白川 2005）。これらの活動により、ケーブルテレビという特殊なテレビ局ではあるが、テレビ番組の制作現場と関わりによる学びが生まれている可能性が考えられる。

以上のように、大学生を対象とする実践研究は、「映像に関するメディア・リテラシー」を育成する実践研究、「テレビ番組に関するメディア・リテラシー」を育成する実践研究共に多数報告されている。両者とも映像制作を伴う実践の報告が多数報告されている。「テレビ番組に関するメディア・リテラシー」を育成する実践は、テレビ番組の制作経験を持つ者による実践や、ケーブルテレビの番組を制作、放送する活動も確認でき、テレビ番組の制作現場と関わりにより学びの材料が提供される活動の報告が多数確認できる。

大学では、テレビ番組の制作現場との接点を作ることで、テレビ番組制作の実態や番組制作者の考え方に関する理解を目指したり、テレビ番組の制作者と視聴者の間に存在する意識・態度の違いに関するより深い検討を行う実践を行う環境が高校生以下に比べると豊富である。本研究は、そうした大学生を対象とするメディア・リテラシー教育において、学習項目を検討する際に役に立つことを目的としている。

2.1.5. まとめ

「2.1. メディア・リテラシー研究」では、本研究と関わりのあるメディア・リテラシー研究をレビューし、本研究の位置づけを述べた。ここまでに述べたことをまとめる。

本研究では、参照されることの多い、鈴木（1997）、水越（1999/改訂 2002）、菅谷（2000）、中橋（2013）の4者のメディア・リテラシーの定義を参考に、テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの定義を、「人間がテレビ・ドキュメンタリーを構成されたものとして建設的に批判するとともに、その構成のあり方を考え、提案していくことができる能力」とした。

メディア・リテラシー研究においては、メディア・リテラシーの構成要素を「能力」によって分類する研究と「概念」によって分類する研究があることを述べた。その上で、メディア・リテラシーの構成要素の研究は、どちらの分類の研究においても、日本の番組制

作の実態や番組制作者の考え方との対応に関する検討が十分でないことを述べた。

また、本研究が大学生のメディア・リテラシーの育成を目指す研究や実践開発に有用な知見を得ることを目的とする理由について述べた。具体的には、初等中等教育でテレビ番組に関するメディア・リテラシーの育成の機会は極めて限られていること、メディア・リテラシー教育は、大学における教養教育に位置づけられていること、大学では、テレビ番組の制作現場との接点を作ることで、テレビ番組制作の実態や番組制作者の考え方に関する理解を目指したり、テレビ番組の制作者と視聴者の間に存在する意識・態度の違いに関するより深い検討を行う実践を行う環境が高校生以下に比べると豊富であることを述べた。

以上により、本研究では、大学生のテレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの育成を目指す研究や実践開発に有用な知見を得ることを目的とする。

2.2. マス・コミュニケーション研究

「2.1. メディア・リテラシー研究」では、本研究と関連するメディア・リテラシー研究をレビューし、本研究の位置づけを述べた。本節では、本研究と関連するマス・コミュニケーション研究をレビューし、本研究の位置づけを述べる。

前述の通り、日本においては、番組制作者と視聴者の間にテレビのあり方に関する意識・認識の違いが存在すると指摘され、対処方法の一つとして視聴者がメディア・リテラシーを向上させることが示されてきた。それにも関わらず、これまで、番組制作者と視聴者の間に存在する意識・認識の違いを明らかにする研究が極めて限られている理由として、本研究では、1) メディア・リテラシー研究とテレビ番組の制作現場との関わりが十分でなかったこと、2) メディア・リテラシー研究にマス・コミュニケーション研究の実証的な研究方法を取り入れる試みが十分でなかったこと、3) マス・コミュニケーション研究において、送り手に関する研究と受け手に関する研究が別の領域として研究される傾向があったこと、等が関係していると考えている。本項では、このうち、マス・コミュニケーション研究と関係する、2)、3)の2点に関して述べる。

本項ではまず、マス・コミュニケーション研究に基づいて本研究の研究対象について述べる。その上で、マス・コミュニケーション研究のうち、本研究と関わりが深い、送り手に関する研究、受け手に関する研究、送り手と受け手の関係に関する研究をレビューし、2)、3)の2点に関して述べる。

2.2.1. 本研究の研究対象

まず、マス・コミュニケーション研究に基づいて本研究の研究対象について述べる。

2.2.1.1. テレビ番組の定義

本研究が研究対象とするテレビ・ドキュメンタリーは、「テレビ番組」のジャンルの1つである。本研究では、「テレビ番組」をテレビで放送されることを目的として制作された番組と定義する。テレビで放送されることを目的として制作された番組が、インターネット上で配信された場合も「テレビ番組」に含むこととする。

「テレビ」は、情報を伝達する「メディア」の一つである。吉見(2004)によれば、「メディア」は、何らかの技術的発明の所産ではなく、社会的実践の絡まりあいの中で構成されていくものである。「テレビ」という概念は、一昔前までは、多くの人々にとって、地上波放送の受像機以外のものではなかった。しかし、今日では、テレビ受像機とパソコンとの融合が進んでおり、テレビ受像機はインターネットと結線され、インターネット上でもテレビ番組が配信されている。このことから、「テレビ」の指すものの輪郭がぼやけている。特に、20代を中心とする若者たちは、「テレビを見る」という言葉に「見逃し配信を見る」ことや「動画配信を見る」ことも含まれると考える割合が多いことが調査により示されている(対馬 2020)。総務省情報通信政策研究所の調査においても、テレビ(リアルタイム)視聴には、「テレビ受像器における視聴のみならず、あらゆる機器によるリアルタイムのテレビ視聴をいう」としている(総務省情報通信政策研究所 2021)。以上により、本研究では、テレビ視聴の概念を、あらゆる機器による視聴を含めるのが妥当であると考えた。

以上により、本研究では「テレビ番組」を放送局が制作または放送(配信)している映像を伴う番組とし、放送局が配信するインターネット上の番組も含むこととした。

2.2.1.2. テレビ・ドキュメンタリーの定義

次に、「テレビ・ドキュメンタリー」の定義について述べる。本研究では、「テレビ・ドキュメンタリー」をテレビで放送されることを目的に制作されたドキュメンタリー番組と定義する。ラジオやインターネットでの配信を目的とするドキュメンタリー番組もあることから、本研究では「ドキュメンタリー番組」とせず、「テレビ・ドキュメンタリー」と表記する。テレビで放送されることを目的に制作された番組が、インターネット上で配信された場合もテレビ・ドキュメンタリーに含むこととする。

本研究では、テレビ・ドキュメンタリーをテレビのノンフィクション番組のジャンルの一つと捉え、同じくノンフィクション番組であるニュース、情報番組というジャンルとの差異に基づいてジャンルの輪郭を規定する。

前述の通り、テレビ・ドキュメンタリーというのは、テレビ番組のジャンルの一つである。テレビ番組のジャンルとは、「広範なテキスト群の中に秩序を作り出そうとする文化的実践であり、制作者と視聴者双方の利便のためにわれわれの文化の中で流通している意味」(Fiske 1987=1996) である。すなわち、テレビ番組のジャンルは、社会の構成員が定義づけを行いながら緩やかに形成されているものである。McQuail (2005=2010) によれば、マスメディアの送り手はジャンルに基づき、一貫性をもって効率的な生産活動を行い、その産物が受け手の期待に応えるようにしている。一方、受け手は、各ジャンルに対してこうあるべきだという規範的な期待をしている。その期待に基づき、受け手は、メディアを称えることもあるが、期待が裏切られた場合は非難もする (McQuail 2005=2010)。

様々なテレビ番組のジャンルの中でもドキュメンタリーというジャンルの形式は、議論を呼び、明確にするのが難しいジャンルとされる (Lewis 2008)。テレビ番組のジャンルは社会の構成員が定義づけを行いながら緩やかに形成されていることから、本研究では日本におけるテレビ・ドキュメンタリーというジャンルについて検討する必要がある。日本において、テレビ・ドキュメンタリーは、「作り手の数ほど作法があるともいわれている」(貝谷 2005) とされ、内容や形式、方法が非常に多様であることが指摘されている (例えば、渡辺 2000, 横田 2004)。

NHK 放送文化研究所が行ったテレビ・ドキュメンタリーの制作者に対する調査 (朝日新聞社 1994) でも、「日本の制作者の間にはテレビ・ドキュメンタリーの明確な定義はありますか。あればそれを書いてください」という質問に対して、「いいえ」(定義がない) と回答した番組制作者は 88.1% であり、「はい」(定義がある) と回答した番組制作者 (8.3%) の割合を大きく上回っていた。また、「あなた自身のドキュメンタリーの定義は何ですか」という質問に対しては、「事実を取材することで、何らかの社会に対するメッセージを持つ番組」「制作者による事実の再構成によって見るものに感動を与える一つの作品」「ドキュメンタリーは対象への愛と、それを持続することである」等、様々な回答があった。

こうしたなか、ドキュメンタリーを他のノンフィクションの番組との違いにより説明しているのが貝谷 (2005) である。貝谷 (2005) はノンフィクション番組 (事実・現実を素材にして構成される番組) として、「報道番組 (ニュース)」「ドキュメンタリー」「情報系番組」

を挙げ、その事実・現実がどういった視点で、どのように伝えられているかについてはそれぞれ異なっているとす。貝谷 (2005) によれば、「ニュース」が日常の出来事を可能な限り“ありのまま”伝えることを原則としているのに対し、「ドキュメンタリー」は事実の伝達以外にも、取り上げるテーマ・取材対象に対する制作者の解釈、意見、主張など、制作者個人の思考がその制作過程で浮き彫りにされるケースが多い。“面白さ”を追求するのが本来の目的ではない「ニュース」「ドキュメンタリー」に対して、「情報系」といわれる番組に共通しているのは、事実・現実を土台に置きながらも、視聴者を楽しませ、なおかつ、一時も退屈させないための、さまざまな趣向を凝らした“演出”の存在であるとする。

テレビ・ドキュメンタリーをさらに分類する試みもある。NHK・民放番組倫理委員会は「放送番組の倫理の向上について」において、テレビ・ドキュメンタリーを「ニュースドキュメンタリー」と「フィーチャードキュメンタリー」に分類することを提言している(日本民間放送連盟 1995)。フィーチャードキュメンタリーとは、「人もの、旅もの、歴史、美術、自然・科学もの作品性や創造性を重視して作る映像構成」を指す。NHK 放送文化研究所のドキュメンタリーに関する調査(朝日新聞社 1994)では、海外の番組制作者に対して、この2分類に基づいて調査を行っており、質問項目では、「フィーチャードキュメンタリー」を「その他のドキュメンタリー」という言葉に変えている。

以上を参考に、本研究では、テレビ・ドキュメンタリーをノンフィクション番組の1ジャンルであり、ニュース、情報番組とは異なるジャンルとして、相対的な区別により定義する。すなわち、事実・現実を素材とする番組のうち、「ニュース」「情報伝達を目的とする番組(情報番組)」以外の番組を「テレビ・ドキュメンタリー」と表記する。テレビ・ドキュメンタリーには「ニュース・ドキュメンタリー」「その他のドキュメンタリー」の両方を含むこととする。

2.2.1.3. 送り手、受け手に関する用語の定義

本研究では、テレビ・ドキュメンタリーの送り手である番組制作者と、受け手である視聴者の一部である大学生の意識・態度の違いを明らかにすることを研究課題の一つにしている。ここで、送り手と受け手に関する用語の定義について述べる。第1章で述べた通り、本研究では、放送事業者、番組制作者、送り手、視聴者、受け手、の5つの用語を表2-9に示す通り使い分ける。

表 2-9 本研究における送り手、受け手に関する用語の定義

情報伝達の 立場	本研究の用語	本研究における定義
送り手	放送事業者	放送法において放送の業務の免許を受けた者
	番組制作者	テレビ番組の制作現場の作り手 (非制作現場の送り手と区別した用語)
	送り手	テレビ以外も含めたメディア全般の情報伝達の送り手
受け手	視聴者	①テレビ番組を実際に見た者 ②インターネット上等、番組に関する言説を共有する空間に いる者(番組を実際に見ていないものも含む)
	受け手	テレビ以外も含めたメディア全般の情報伝達の受け手

本研究における各用語の定義を、送り手に関する用語から述べる。「放送事業者」は、放送法（総務省 2019）に基づき、放送の業務の免許を受けた者を指す。「番組制作者」は、「テレビ番組の制作現場の作り手」を指す。テレビ番組の送り手は、テレビ番組の制作現場の「作り手」と、非制作現場を中心とする「送り手」としてのテレビ局の組織や個人（編成部門等）を分離して捉える必要性が指摘されている（松井 2015）。本研究では、松井（2015）を参考に、テレビ番組の作り手を非制作現場の送り手と区別し、「番組制作者」と表記する。テレビ以外も含めたメディア全般の情報伝達の送り手に関して表記する際には、「送り手」と表記する。

次に受け手に関する用語について述べる。本研究において、「視聴者」は、①テレビ番組を実際に見た者、②インターネット上等、番組に関する言説を共有する空間にいる者（番組を実際に見ていないものも含む）、の両方を含む。インターネット上では、実際にテレビ番組を視聴していない人々も、テレビ番組に関して発言を行うことがある。それらの者も「視聴者」という用語に含む。

本研究における、「視聴者」の定義は、McQuail (2005=2010) を参考にした。McQuail (2005=2010) は、Nightingale (2003) に基づき、メディアの受け手は4つの分類があるとする（表 2-10）。

McQuail (2005=2010) の分類に基づくと、テレビ番組の受け手は、(1) 放送時間にテレビに注目している人々、(2) 番組を情報として受け取る人々、(3) テレビ番組の情報の受容を特定の場所で行う人々、(4) テレビに対して発言をする人々、に分類できると考えられる。インターネット上では、テレビに関して、実際にテレビを視聴していない人々も、発言を行うことがある。そうした人々は、受け手のうち、「(4) テレビに対して発言をする人々」に当たると考えられる。本研究では、McQuail (2005=2010) に基づき、テレビ番組の「受

「受け手」に、実際にテレビを視聴していないがテレビに関して発言を行う人々を含めることとする。McQuail は、「受け手 (オーディエンス)」として示しているが、本研究ではテレビ番組の「受け手」を、テレビ以外も含めたメディア全般の情報伝達の受け手と区別するために、「視聴者」と表記する。テレビ以外も含めたメディア全般の情報伝達の受け手は、「受け手」と表記する。先行研究の知見に関する記述では、先行研究の記述に従うこととする。

表 2-10 受け手の分類 (McQuail 2005=2010 を基に筆者が作成)

(1) 「集合体」としてのオーディエンス	特定の時間に提供される、特定の情報や内容に注目する人々の集合体であり、「観客」として知られている。
(2) 「情報を受容する」オーディエンス	マス・メディアの送り手によって想定される人々であり、そうした人々のために情報は生産される。送り手が「想定する」、ないしは送り手に「呼びかけられる」オーディエンスとも呼ばれる。
(3) 「現象」としてのオーディエンス	情報の受容という経験を単独で行う場合もあるし、日常生活における相互作用として他者とともに行う場合もある。この種の経験は、場所などの特徴によってコンテキストの中に位置づけられる。
(4) 「意見聴取」の対象、あるいは「発言者」としてのオーディエンス	そもそも参加という経験と関連する。この場合のオーディエンスは、ある番組の中に組み込まれるか、あるいは距離を克服するメディアを通じての参加、ないしは双方向的な反応を行うことが可能な人々である。

2.2.2. テレビの受け手に関する研究

「2.2.1. 本研究の研究対象」では、マス・コミュニケーション研究に基づき、本研究の研究対象について述べた。ここからは、マス・コミュニケーション研究において本研究と関係のあるテレビの受け手に関する研究とテレビの送り手に関する研究をレビューし、本研究の位置づけを示す。これまでのマス・コミュニケーション研究においては、送り手と受け手は、情報を送る人、受け取る人というように立場が異なることから、送り手に関する研究と受け手に関する研究は、別の領域として研究される傾向があった。本研究は、テレビ番組の送り手と、受け手の一部である大学生の意識・態度の違いを明らかにすることを研究課題の一つとする。この点でマス・コミュニケーション研究における送り手に関する研究と受け手に関する研究を架橋する研究を目指すものである。本項以降の先行研究のレビューにおいては、これまでの研究領域の区分に従い、送り手に関する研究と受け手に関する先行研究を分けてレビューし、本研究の位置づけを示すこととする。

まず、本研究における送り手に関する研究と受け手に関する研究の定義を述べる。マ

ス・コミュニケーション研究の研究分野は、アメリカの政治学者 Lasswell (1949=1968) のコミュニケーションの過程のモデルに基づいて分類されることが多い (McQuail 2005=2010) . Lasswell (1949=1968) は、コミュニケーション過程の研究は、「誰が」「何について」「いかなる通路によって」「誰に対して」「いかなる効果をねらって」という 5 つの質問のどれかに集中する傾向があるとする。その上で、コミュニケーション過程の研究を、「誰が」、すなわち送り手についての研究 (コントロール分析)、「何について」 (内容分析)、「いかなる通路によって」 (メディア分析)、「誰に対して」 (受け手分析)、「いかなる効果をねらって」 (効果分析) の 5 つに分類している。本研究では、Lasswell の分類における「コントロール分析」を「送り手に関する研究」と表記し、「誰に対して」 (受け手分析)、「いかなる効果をねらって」 (効果分析) という 2 つの領域の研究を「受け手に関する研究」と表記する。

ここから、送り手に関する研究よりも歴史の古い、受け手に関する研究について述べ、本研究の位置づけを示す。

マス・コミュニケーションの中でも特に受け手に関する研究は、対抗的な 2 つの研究の系譜に分けて説明されることが多い。一つは、アメリカを中心に発展する社会心理学的なマス・コミュニケーション研究であり、もう一つは、マルクス主義の政治経済学の立場からのメディア産業批判や文化帝国主義批判、イギリスを拠点に展開されていくカルチュラル・スタディーズをはじめとする批判的研究の流れである (吉見 2001a) . 近年の研究では、両者の特徴を併せ持つ「テレビに対する態度の研究」とも呼べる研究群もある。本研究は、受け手に関する研究という点から見ると、「テレビに対する態度の研究」に位置づけられると考えられる。以下、その理由を、1) 研究の焦点、2) テキストに対する意識、3) 研究方法の 3 つの観点に基づいて述べる。

2.2.2.1. 社会心理学的な研究

受け手に関する研究のうち、アメリカを中心に発展してきた社会心理学的なマス・コミュニケーション研究の多くは、マスメディアの「効果」を問うものである。つまり、マスメディアが送り出したメッセージは、オーディエンスにどのような影響を与えるのかという観点から実施される研究である (藤田 2002) . 本研究では、この観点に基づく研究を「効果研究」と表記する。

岡田 (1992) によれば、マス・コミュニケーションの効果研究の歴史は、3 期ないし 4 期

に区分される。第 1 期は、20 世紀初めから 1930 年代であり、マスメディアは受け手に対して大きな影響力を持つという「弾丸理論、皮下注射論」と呼ばれる研究群が示された時期である。第 2 期は、1940 年代から 1960 年代初頭であり、実験法や調査法等の研究手法を使った実証的研究が増え始め、人々の意思決定に対する影響力は、マスメディアよりもパーソナル・コミュニケーションの方が強力であるという「限定効果説」を示す研究が現れた時期である。第 3 期は、1960 年代以降である。テレビの普及により、マスメディアの影響力を再度評価しなおす研究が現れ、「強力効果説」と称される研究群が現れた時期である。具体的には、「議題設定機能」「沈黙の螺旋上仮説」「培養分析」等の研究が挙げられる。

マス・コミュニケーションの効果研究の第 3 期には、テレビに関する研究が多数行われた。例えば、McCombs & Shaw (1972) が行った「議題設定機能」に関する研究においては、テレビのメディア特性に関する検討が行われている。「議題設定機能」とは、アメリカの大統領選挙に際して、マスメディア（新聞・雑誌・テレビ）で報道された争点と、誰に投票するかという有権者の意思決定とが関係することを示し、マスメディアには「議題設定機能」があるとしたものである。この調査において、新聞や雑誌等の活字メディアとテレビとの議題設定機能の違いに関する検討が行われている。Neumann (2013) の「沈黙の螺旋」仮説においても、テレビの影響力について検討が行われている。「沈黙の螺旋」仮説とは、Neumann が、旧西ドイツ連邦議会選挙で、選挙直前まで 2 つの政党の支持率が伯仲していたにもかかわらず、一方の政党が圧勝した現象を説明した際に示した仮説である。この仮説は、多くの人々が多数派とみなす方の意見は声高に話され、もう一方の意見は沈黙したままという状況が、社会のいたるところで起こる。その結果、多数派の意見、支持増大中の意見とみなされているものは、ますます社会の中で大きく顕在化して目立つようになる。反対に少数派とみなされる意見は公に出でこないので、ますます小さく見積もられる、という仮説である(平林 2003)。Neumann (2013) は、テレビが普及したことにより、複数のメディアの表現内容が類似することや、情報伝達が繰り返し行われること、影響力が広い範囲に及ぶようになったことなどを述べている。Gerbner の「培養効果」に関する研究では、テレビ・ドラマの影響力に関する研究が行われている。Gerbner は、アメリカのテレビ・ドラマの内容分析と、市民への意識調査を行っている。その結果、テレビの視聴時間が長いほど「暴力の不安」や「他人への不信感」が強くなることを示し、視聴者は、テレビの中の現実を、現実とみなす傾向があるとしている(児島 2003)。テレビ・ドキュメンタリーに関する効果研究も確認できる。浅野 (2019) は、日本で放送されたテレ

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 第2章 関連する先行研究 |

ビ・ドキュメンタリーを対象に、テレビ・ドキュメンタリーが社会に与える機能を、行政に対するインタビュー調査等により明らかにしている。その結果、テレビ・ドキュメンタリーには、1) 社会問題を見出し行政政策として市民に伝える行政の正当性を補完する機能、2) 市民活動と協働して「下からの政治」を補完する機能等があることを示している。

以上のように、マス・コミュニケーションの効果研究においては、テレビの影響力に関する研究が多数確認できる。ここまで示してきた効果研究は、テレビ番組の内容が視聴者および社会に与える影響に関心が寄せられており、研究方法に関しては、量的調査の手法を用いる研究が多数確認できる。

テレビの受け手に関する研究には、効果研究とは視点が異なる、利用と満足に関する研究（以下、利用と満足研究）もある。効果研究がマス・コミュニケーションの送り手の側から受け手の反応を問題にしたのに対して、受け手がマス・コミュニケーションをどのように利用しているのかという受け手の視点から、マス・コミュニケーションの機能や役割を明らかにしようとしたのが利用と満足研究である（田崎 2003b）。

利用と満足研究は、1930年代末から確認できるが（田崎 2003a）、1960年代後半から70年代から研究が盛んになったとされる（後藤 1979）。テレビに関する利用と満足研究では、例えば、McQuailらの研究がある。McQuailらは、テレビ、ラジオで放送された6種類のドラマ、クイズ、ニュース番組について、受け手がどのような満足を得ているかを調査し、(1) 気晴らし、(2) 人間関係、(3) 自己確認、(4) 環境監視、という機能（充足のタイポロジー）に分類している（高橋 2003）。Palmgreen (1984) は、様々なジャンルのテレビ番組の利用と満足について調べており、その一つにテレビ・ドキュメンタリーも含まれている。その結果、テレビ・ドキュメンタリーは、ニュースやトークショーと同様に、「情報を得ること」が視聴の動機として最も強いことを示している。2000年代以降は、テレビ・ドキュメンタリーの一種として示されることの多いリアリティ TV に関する利用と満足研究も確認できる（例えば、Barton 2016, Hill 2002）。

日本におけるテレビの利用と満足研究としては、1970年代に、テレビの視聴者参加型番組の利用と満足研究や（竹内ほか 1977）、子どもがテレビから得ている充足に関する研究（水野 1977）等が確認できる。また、1980年代後半から1990年代には、テレビの暴力番組の類型化に関する研究（佐々木 1989）や、大学生に対する調査を基にテレビ報道の機能のより詳細な類型化を示した研究（海後 1999）等が確認できる。2000年代以降は、若年層の

テレビ離れに関心が寄せられたのに伴い、高校生や大学生のメディア利用の実態を利用と満足研究により明らかにする試みも見られるようになる（例えば、石川 2001, 桂・藤井 2018, 和田 2017）。また、NHK 放送文化研究所は、1985 年から 5 年に一度、世論調査「日本人とテレビ」（2020 年からは「全国メディア意識世論調査」）を実施し、テレビの視聴時間のほか、テレビにどのような効用を感じているか等を調査してきた（例えば、木村ほか 2015, 斉藤ほか 2021）。

以上示してきたテレビの利用と満足研究は、視聴者がテレビをどのように利用しているかに焦点を当てた研究である。効果研究が送り手の側から受け手の反応を問題にしたのに対して、利用と満足研究は受け手の視点から、マス・コミュニケーションの機能や役割を明らかにしようとする研究である（田崎 2003b）。このように視点の違いは存在するが、利用と満足研究は、テレビ番組が視聴者に対して与える影響に焦点を当てた効果研究と、「テレビ番組の内容と視聴者の意識との関係を問う」という点で共通する。また、利用と満足研究の研究方法は、量的調査を用いるものが多数確認できる。初期の研究は、少ない人数に対する「面接調査」が中心だったが、1960 年代から、大量の調査対象者による調査により動機や欲求の社会的分布を明らかにし、統計学的手法を採用して動機や欲求の分類に客観性をもたせる研究へと変わっていった（田崎 2003b）。利用と満足研究は、研究方法において、量的調査を用いるものが多数確認できる点も効果研究と共通する。

2.2.2.2. 批判的研究

ここまで、マス・コミュニケーション研究の社会心理学的な研究について述べてきた。前述の通り、マス・コミュニケーション研究には、社会心理学的な研究に対抗するもう一つの流れがある。マルクス主義の政治経済学の立場からのメディア産業批判や文化帝国主義批判や、イギリスを拠点に展開されていくカルチュラル・スタディーズのような批判的研究の流れである（吉見 2001a）。

批判的研究のうち、特にカルチュラル・スタディーズでは、テレビに関する研究が多数確認できる。吉見 (2002a) によれば、カルチュラル・スタディーズとは「現代文化におけるイデオロギ的の主体の生産とヘゲモニー、諸々のサイトアイデンティティをめぐる諸戦略、テキストの解釈課程における意味のせめぎあいと日常的実践などを探求していく批判的な知の潮流」である。カルチュラル・スタディーズのメディアへの接近の仕方として最もよく知られているのは、Hall (1973) が提起したエンコーディング／デコーディング・モ

デルである(吉見 2001b)。このモデルは、送り手によるメディア内容の構成過程および受け手によるメディア内容の受容過程に焦点を当てている。このエンコーディング/デコーディング・モデルを用いて、具体的なテレビ番組の受容過程を分析する研究が多数行われてきた。例えば Morley (1980) は、イギリスで人気のニュース番組『Nation Wide』の内容を視聴者がどのように解釈しているのかについて調査を行い、視聴者の解釈には、「支配的読み」「妥協的読み」「対抗的読み」など多様な解釈があることなどを示している。Ang (1985) は、アメリカで人気のドラマ『Dallas』が、アメリカ以外の文化圏で、どのように視聴者によって意味解釈されているのかを調査により明らかにしている。

カルチュラル・スタディーズに位置づけられる研究は、受け手の受容過程に焦点を当てている点で、マス・コミュニケーションの効果研究、利用と満足研究と共通する。しかし送り手がテレビ番組を構成する過程にも焦点を当てており、受け手だけでなく送り手の視点も含む点で、効果研究、利用と満足研究と異なる。マス・コミュニケーションの効果研究、利用と満足研究においては、メディア・テキストの構成課程に焦点を当てていないことから、メディア・テキストを所与のものとみなす傾向があり、メディアのあり方を問う視座につながらないことが指摘されてきた。それに対してカルチュラル・スタディーズに位置づけられる研究は、メディア・テキストを構成されたものとみなすことから、メディアのあり方を問う視座につながると考えられる。

研究方法に関しては、カルチュラル・スタディーズに位置づけられる研究は、効果研究および利用と満足研究とは異なり、質的手法を用いる研究が多数確認できる。その理由について McQuail (2005=2010) は、「カルチュラル・スタディーズには、メディア利用それ自体が『日常生活』の重要な側面であるという見解が含まれる」ことを指摘し、マスメディア利用をめぐる文化、言説、あるいはエスノグラフィーのいずれかに関する調査研究が行われるようになったと述べている。

2.2.2.3. 3つの研究の系譜の特徴の比較

ここまで、マス・コミュニケーション研究の効果研究、利用と満足研究、カルチュラル・スタディーズという3つの研究の系譜について述べてきた。この3つの研究の系譜の特徴を、ここまで述べてきた、1) 研究の焦点、2) テキストに対する意識、3) 研究方法、の3つの観点に基づき整理したのが表 2-11 である。

表 2-11 マス・コミュニケーションの受け手に関する3つの研究の系譜の特徴

	研究の系譜	研究の焦点	テキストに対する意識	研究方法
社会心理学的な研究	効果研究	テキスト → 受け手	所与なものと捉える	量的
	利用と満足研究	テキスト ← 受け手		
批判的研究	カルチュラル・スタディーズ	送り手 → テキスト ← 受け手	構成されたものと捉える	質的

「1) 研究の焦点」という観点で見ると、効果研究はメディア・テキストが受け手に与える影響に焦点を当てており、利用と満足研究は受け手が番組やメディア・テキストをどのように利用しているかに焦点を当てている。「2) テキストに対する意識」という観点で見ると、効果研究と利用と満足研究は共に、メディア・テキストを所与のものと捉える傾向がある。一方、カルチュラル・スタディーズは、「1) 研究の焦点」という観点で見ると、送り手がメディア・テキストを構成する過程、受け手がメディア・テキストを読解する過程の両方に焦点を当てている。送り手がメディア・テキストを構成する過程に焦点を当てることから、「2) テキストに対する意識」という観点で見ると、メディア・テキストを所与のものとはみなさない傾向があると考えられる。「3) 研究方法」という観点で見ると、効果研究、利用と満足研究では量的調査が、カルチュラル・スタディーズでは、質的調査が用いられる傾向がある。

2.2.2.4. テレビに対する態度の研究

ここまで、マス・コミュニケーション研究における効果研究、利用と満足研究、カルチュラル・スタディーズという3つの研究の系譜の特徴について、1) 研究の焦点、2) テキストに対する意識、3) 研究方法、の3つの観点に基づいて述べた。

近年、日本において、「テレビに対する態度の研究」と呼べる研究群が確認できる。ここで「テレビに対する態度の研究」と呼ぶのは、稲増(2016)、小城ほか(2007, 2008a, 2008b, 2009)、小城(2014, 2015)、正木(2019, 2020a, 2020b, 2020c, 2021)、斎藤(2016, 2017, 2018)、佐藤(2014)、山口(2017)等の研究である。これらの研究は、テレビに対する批判的な態度や懐疑的な態度が散見されるようになったことを問題意識としている。この研究群は、ここまで述べてきた3つの研究群の特徴を併せ持つ研究といえる。本研究は、テレビに関する受け手研究という点から見るとこの「テレビに対する態度の研究」に位置づけられると考えられる。以下、その理由を述べる。

テレビに対する態度に関する調査結果が示された研究は、1990年代後半には確認できる。例えば、NHK放送文化研究所が1997年に実施した「人々の情報行動」調査(白石1997)で、「番組のしかけが途中で分かってしまうこと」が「ある(よくある+ときどきある)」と回答した割合は68%、「バラエティ番組でヤラセがあると思うこと」と回答した割合は79%、「同じ問題でもキャスターや番組によって伝え方が違うと思うこと」と回答した割合は68%であった。この結果を受けて、白石・井田(2003)は、1970年代から、オーディエンスの中に「演出だと分かっている、番組が面白ければよい」「一定の約束ごとの中でテレビは作られている」など、番組の演出や細部、裏側への関心などの番組を深読みする「熟練性」の態度が生まれてきており、こうした現代的なテレビの見方をするオーディエンスは、若年層を中心に年々増加傾向にあるとしている。

2010年以降になると、テレビに対する批判的な態度や懐疑的な態度の詳細を明らかにすることを目的の一つとする「テレビに対する態度の研究」と呼べる研究群が確認できるようになる。

例えば、齋藤(2016, 2017, 2018)は、BPO、ツイッター、インターネット掲示板におけるテレビ批判の内容分析を行い、テレビ批判態度尺度を作成している。その上で、作成した尺度を利用して視聴者に対する質問紙調査を行い、テレビ批判態度の規定要因について検討している。調査では、テレビ・ニュースにおいて「出来事の当事者を執拗に追いかけて、無理やりインタビューしようとする」「ある企業の不祥事を報じるなど、偏った報じ方をする」等の場面を挙げ、批判を抱くかどうかを尋ねている。小城(2014)は、「テレビに対する態度尺度」を作成し、その中に「テレビへの懐疑」という項目を入れている。「テレビへの懐疑」には、「ニュース・報道番組も、情報操作されているのではないかと疑っている。」「ニュース・報道番組が伝えていることは、世の中の情報の一部にすぎない。」「ニュース・報道番組が伝えていないことがたくさんあると思う」「最近のニュース・報道番組は娯楽的だと思う」等の項目が含まれている。

テレビ批判の規定因に関する検討も行われている。小城(2014)は、調査会社のモニター会員600人に対する調査により、テレビ批判と関連すると考えられるテレビに対する懐疑的態度と、嗜好する番組ジャンル、メディア接触、批判的思考態度、他の個人特性との関係を調べている。

正木(2019, 2020a, 2020b)は、調査会社のモニター会員を対象とした調査により、テレビに対する親近感、信頼、メディアが人々に与える影響に関する見積もり等、視聴者の

心理的要因とテレビ批判態度の関係を調べている。正木 (2020a) は、テレビへの信頼度を「テレビ局への信頼度」「テレビのニュースへの信頼度」「テレビ番組全般への信頼度」の3つに、批判的態度を「中立性・公平性の欠如」「ドラマの質の低さ」「比例・不謹慎な内容」「犯罪助長・過激表現」「軽薄な内容」の5つに分け、信頼度と批判的態度の関係を調べている。その結果、「テレビ局への信頼度」が低いほど、「中立性・公平性の欠如」に対する批判態度が強まることが示されたが、その他の批判態度との関係は有意でなかった。また、「テレビのニュースへの信頼度」「テレビ番組全般への信頼度」は、どの批判態度とも有意な関係が示されなかった。

マスメディアに対する批判や不信と、インターネット上の言説との接触との関係を調べる研究もある。佐藤 (2014) は、マスメディアの報道方法に関してインターネット上で批判が起きた具体的な事例を分析している。その結果、インターネット上で批判が起きた要因として、サイバースカドや沈黙の螺旋が起きた可能性があるとして述べている。稲増 (2016) は、調査結果を基に、新聞社・テレビ局それぞれに対する信頼とインターネット上の他者の意見との接触頻度との関係について調べている。その結果、インターネット上の他者の意見との接触頻度が多いほど、新聞社に対してもテレビ局に対しても信頼が低いことを示している。

以上のように、テレビに対する批判的な態度や懐疑的な態度が散見されるようになったことを問題意識とした「テレビに対する態度の研究」と呼べる研究群が確認できる。テレビに対する態度の研究は、受け手の側のテレビ観を量的調査によって明らかにする点で、利用と満足研究の系譜に位置付けられると考えることもできる。しかし、従来の利用と満足研究が、メディア・テキストを所与のものとして捉える傾向があったのに対して、テレビに対する態度の研究は、送り手がメディア・テキストを構成しているという点に関する受け手の態度を明らかにする点で、これまでの「利用と満足研究」とは異なる。送り手がメディア・テキストを構成しているという捉え方は、カルチュラル・スタディーズに特徴的な捉え方であり、「テレビに対する態度の研究」は利用と満足研究とカルチュラル・スタディーズの特徴を併せ持つ研究群と考えることができる。

本研究はテレビの受け手に関する研究という点から見ると、このテレビに対する態度の研究に位置づけることができると考えられる。その理由は、本研究は、テレビの受け手に関する研究という点から見ると、以下の3点に関する研究といえるためである。

1) 視聴者がテレビ・ドキュメンタリーにおけるリプレゼンテーションに関してどのような

意識・態度を有しているかを調べる研究(第 5 章)

2) 視聴者のテレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに関する意識・態度の要因を調べる研究(第 6 章, 第 7 章)

3) テレビ番組に対する視聴者の信頼度および懐疑的な態度と関連するテレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに関する意識・態度を調べる研究(第 7 章).

以上により, 本研究は, テレビに対する態度の研究に位置づけることができると考えられる. テレビに対する態度の研究において本研究は, 以下の 3 点の特徴がある.

1 点目は, 管見限りこれまで日本で行われてこなかった, テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度を対象とする点である.

2 点目は, 視聴者のメディア・リテラシーの構成要素に関連する意識・態度の要因を調べる点である. 視聴者のメディア・リテラシーの構成要素に関連する意識・態度の要因が明らかになることは, メディア・リテラシー教育および実践に対する知見になると考えている.

3 点目は, テレビ番組に対する視聴者の信頼度および懐疑的な態度とメディア・リテラシーの構成要素との関係を検討するという点である. テレビ番組に対する視聴者の信頼度および懐疑的な態度とメディア・リテラシーの構成要素との関係が明らかになることも, メディア・リテラシー教育および実践に対する知見になると考えている.

2.2.3. テレビの送り手に関する研究

2.2.3.1. テレビの送り手に関する研究

「2.2.2. テレビの受け手に関する研究」では, マス・コミュニケーション研究におけるテレビの受け手に関する研究についてレビューし, 本研究対象の位置づけを示した. 本研究は, テレビ・ドキュメンタリーの制作者の意識・態度を明らかにするという点において, マス・コミュニケーション研究の送り手研究に位置づけることもできると考えられる. ここでは, 本研究と関わりのあるテレビの送り手に関する研究を概観し, 本研究の位置づけを示す.

マス・コミュニケーション研究における送り手に関する研究の問題意識は, 「送り手側のような要因がメッセージの形成にどのような影響を与えているのか」という問いに集約される(李 1998). 日本においても海外においても, 送り手に関する研究は, 受け手に

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 第2章 関連する先行研究 |

関する研究等の充実に対して十分でないことが指摘されてきた(李 1998, 水越 2006, 大井ほか 2014). テレビに関する送り手研究は, 数は多くないものの, 「ニュース」の送り手に関する研究の一部として, 新聞社と比較した研究が複数確認できる. 例えば, Tuchman (1978=1991) は, ニューヨークのテレビ局, 新聞社, 市民活動, 市庁舎のプレスルームをフィールドとして, 10年にわたって参与観察を行っている. Gans (1979) は, ジャーナリスト自身が何を考慮してニュースを選択しているのか明らかにすることを目的に, CBS, NBC, Time, Newsweek の編集局でそれぞれ数ヶ月間, 参与観察を実施している(藤田 2018).

日本では, マスメディアの送り手に関する記述は, 評論として, あるいはかつてその組織の一員であった人による内部暴露的「読みもの」として多数出されてきた(鶴木・櫻内 1991). 美ノ谷 (1998) によれば, 日本における初期の送り手研究は, マスメディアの産業論であり, マスメディア企業の経済的基盤の分析を中心にしていた. マスメディアの送り手の意識に関する研究の必要性も指摘されていたが(高木 1973), 送り手の意識に関する実証的な研究が多数確認できるようになるのは, 1990年代以降である.

日本におけるマスメディアの送り手の意識に関する実証的な研究は, 新聞の送り手を対象とする調査研究が多数確認できる(例えば, 日本大学法学部新聞学研究所 2008, 宮脇 2015, 大庭 1990, 大井ほか 2014, 大石ほか 2000, 山口 2006, 田中・藤井 2016, 2017, 辻・中原 2018). テレビの送り手に関する研究は, テレビ・ニュースの制作者に対する調査研究が多数確認できる. 例えば, 日本民間放送連盟研究所が民放テレビの報道関係者を対象に報道に関する意識と実態に関する質問紙調査を行っている(日本民間放送連盟 1997). NHK放送文化研究所(富樫・小俣 2008a, 2008b)も, NHKの記者とカメラマンを対象に質問紙調査を行っており, 取材や報道の自由, 匿名報道, メディアスクラム, 記者クラブ制度等, 主にニュース取材に関する意識や態度について尋ねている. 質的調査としては, カメラの技術革新とニュース生産現場に関するインタビュー調査(林田 2011), 東京電力福島第一原発事故における, 地元放送局のニュース生産過程のエスノグラフィー(桶田 2015)等が確認できる. ニュース以外の番組の制作者に対する調査研究としては, 地域メディアのあり方に対する意識調査(小川 2005, 2011, 田村・牛山 2003), キャリア形成に関するインタビュー調査(林・谷岡 2013, 花野 2015)等も確認できる.

以上のように, 日本において, テレビ番組の制作者の意識・態度を調査により明らかにしようとした研究は1990年代後半以降に多数確認できる.

2.2.3.2. テレビ・ドキュメンタリーの送り手に関する研究

次に、テレビ・ドキュメンタリーの送り手に関する研究について述べる。テレビ・ドキュメンタリーの送り手に関する研究は、番組制作者に対するインタビュー調査や文献調査を中心とする質的研究による歴史研究が多数確認できる。

例えば、崔 (2015) は、テレビ・ドキュメンタリーの制作者に対するインタビュー調査や文献調査により、日本におけるテレビ・ドキュメンタリーの起源をラジオの「社会番組」に見出し、そこから NHK や民放のテレビ・ドキュメンタリーシリーズにつながる系譜を示している。丹羽 (2003) は、テレビ・ドキュメンタリーの番組分析や文献調査等により、テレビ・ドキュメンタリーにおいて、1960 年代以降、取材者が傍観者の立場を捨てて被写体に積極的に働きかけ、時には新しい環境を人為的に作り出すことによって、表層の背後に隠された現実を浮かび上がらせる動きが出てきたことを示している。丹羽 (2020) は、日本においてそれぞれの時代の画期をなしたテレビ・ドキュメンタリー番組を取り上げ、描き方や方法について論じている。丸山 (2013a) は、ドキュメンタリーの映像やそれに関する言説を「偶然性」というアプローチにより分析し、草創期のテレビ・ドキュメンタリーは、ありのままに描くことではなく、制作者が現実を批判的に意味付けることにより客観性が模索されていたことを示している。丸山 (2013b) は、森達也の『A』は、ドキュメンタリーが、写された現実と意味づけられた現実の間で摩擦を生じさせ、多義的で固定できない、揺らぎをもった新たな現実を浮かび上がらせる働きを備えていることを示している。村井 (2017, 2018) は、文献調査によるリアリズムに関する言説の分析により、テレビ・ドキュメンタリーの誕生の経緯、および、テレビ番組に対して使われる「やらせ」という言葉の誕生の経緯を調べている。その結果、「やらせ」という言葉は、1960 年代半ば頃から使われており、使われるようになった経緯に、テレビ・ドキュメンタリーのリアリズムに関する言説の変容が関係している可能性を示している。NHK 放送文化研究所 (2016) は、テレビ・ドキュメンタリーの番組分析や関連する文献調査により、テレビ・ドキュメンタリーの草創期から現在に至る 18 人の制作者が、生涯においてどのような番組を制作したのか、番組に制作者個人の歴史や思想、価値観がどのように反映されているのか、番組の企画が採択された過程や制作過程はどのようなものであったか、などを調べている。

以上述べてきた、日本におけるテレビ・ドキュメンタリーに関する研究に共通しているのは、特定の番組や特定の番組制作者を調査対象として取り上げている点である。テレビ・ドキュメンタリーの歴史的な系譜を明らかにするために、後の時代に影響を与えたと

考えられる番組や番組制作者を研究対象とすることは意義があると考えられる。しかし一方で、テレビ・ドキュメンタリーには、「作り手の数ほど作法がある」（貝谷 2005）といわれ、内容や形式、方法論が非常に多様であることが指摘されている（例えば、渡辺 2000、横田 2004）。現在のテレビ・ドキュメンタリーの制作者の意識・態度を明らかにするためには、特定の番組や人物ではなく、できる限り多くの人に対する調査を行うことが重要と考えられる。

テレビ・ドキュメンタリーの制作者に対する量的な調査は極めて少ない。それは管見の限り、日本において2件行われている。1件目は、1993年にNHK放送文化研究所が実施したもので、国内外のテレビ・ドキュメンタリー制作者計107人を対象に、ドキュメンタリーの定義や、演出手法に関して行った質問紙調査である（朝日新聞社 1994）。この調査では、テレビ・ドキュメンタリーを制作するときのディレクターの演出の許容限度について、6つの考え方を挙げ、自分の考え方に近いものを選択してもらっている。結果を示したものが図2-6である。

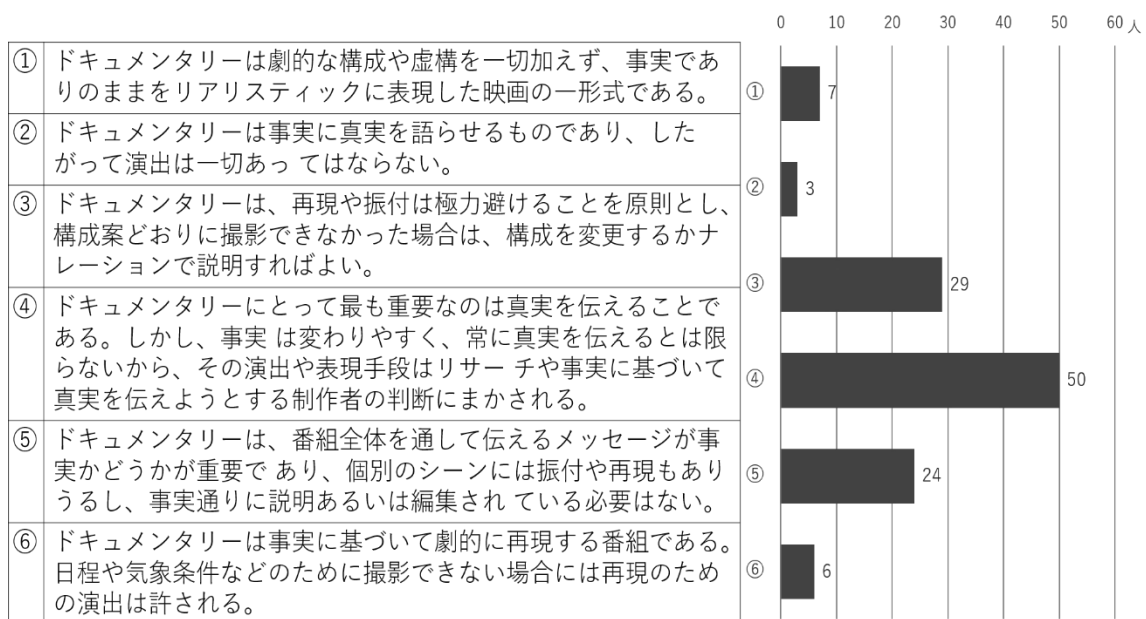


図 2-6 ドキュメンタリーの演出の許容限度（朝日新聞社 1994 を基に筆者が作成）

最も多かったのは、「④ドキュメンタリーにとって最も重要なのは真実を伝えることである。しかし、事実は変わりやすく、常に真実を伝えるとは限らないから、その演出や表現手段はリサーチや事実に基づいて真実を伝えようとする制作者の判断に任される」であり、

84 人中、50 人 (60.0%) の制作者が回答している。この結果からは、演出や表現手段は制作者の判断に任せられると考える制作者が多いことがわかるが、制作者が具体的な場面でどのような判断をしているのかは明らかになっていない。また、この調査では、視聴者に対する調査は行っておらず、制作者との意識・態度の違いは明らかになっていない。

ドキュメンタリーの制作者に対する量的な調査の 2 件目は、2002～2006 年に実施された「デジタル時代におけるテレビドキュメンタリーに関する国際調査」(安間 2007) である。デジタル時代にテレビ・ドキュメンタリーの品質や内容、制作環境などがどのように変化するかを調査したものである。この調査の中で、「Q. デジタル制作に起因するノンフィクション系番組の品質や内容にどんな変化があると思いますか (複数回答可)」という質問があり、日本の番組制作者の 26% が「捏造や“やらせ”の問題が深刻になる」と回答している。ただし、これは、番組制作者の「予測」を尋ねた質問であり、実態を尋ねた質問ではない。

ここまで、本研究と関わりのあるテレビの送り手に関する研究をレビューしてきた。本研究は、テレビの送り手に関する研究という点から見ると、テレビ・ドキュメンタリーの制作者の、具体的な場面における演出の判断基準を明らかにする研究といえる。

2.2.4. テレビの送り手と受け手の関係に関する研究

ここまで、マス・コミュニケーション研究におけるテレビの受け手に関する研究およびテレビの送り手に関する研究についてそれぞれレビューしてきた。本項では、テレビの送り手と受け手の関係に関する研究についてレビューし、本研究の位置づけを示す。

テレビを含むマスメディアの送り手と受け手の関係を問題意識とする研究は、マス・コミュニケーション研究において複数確認できる。例えば、Gerbner の「培養効果」に関する研究を生んだ「文化指標研究プロジェクト」である。「文化指標研究プロジェクト」は、1) マスメディアがどのようなプロセスを経てメディアの中のシンボリックな世界を形成しているのかを探る「制度分析」、2) メディアの中のシンボリックな世界を明らかにする「メッセージ・システム分析」、3) メッセージ・システムが人々の主観的現実にどのような影響を与えているのかを探る「培養分析」、という 3 つの研究を進めることを目指した研究であった (児島 2003)。すなわち、送り手に関する研究、メディアの内容分析、受け手に関する研究の 3 つを進めることを目指したものであり、テレビ番組に関する研究が多数行われている。

また、カルチュラル・スタディーズで多く参照される Hall のエンコーディング／デコーディング・モデルは、マスメディアの送り手の制作過程と受け手の受容過程の両方を研究対象としており、このモデルに基づきテレビ番組に関する研究が多数行われている。例えば、Buckingham (1987) は、イギリスの BBC で放送された「EastEnders」というテレビ番組の人気の理由について4つの方法を組み合わせて研究を行っている。4つの方法とは、1) 番組制作者に対するインタビュー調査、2) 特定の放送回のテキスト分析、3) 番組のプロモーションについての調査、4) 視聴者である若者に対するインタビュー調査、である。この方法により、テレビ番組の制作者が描く視聴者像がテキストに与える影響と、視聴者によるテレビ番組の解釈の仕方等について検討している。

以上のように、Gerbner の文化指標研究プロジェクト、およびカルチュラル・スタディーズに位置づけられる Buckingham (1987) の研究は、送り手と受け手の関係を問題意識とした研究といえる。ただし、これらの研究は、送り手によるメディア・テキストの形成過程、および受け手によるメディア・テキストの受容課程に焦点を当てており、送り手および受け手それぞれとメディア・テキストとの関係を問う研究である。このため、送り手と受け手の意識・態度は同じ尺度で調査されたり、比較されたりはしていない。

日本においても、テレビ番組の制作者と視聴者の関係を問題意識とする研究や論考は確認できる。例えば、テレビ番組の娯楽化の理由として、送り手が受け手の期待に迎合していることを挙げる論考(例えば、深澤 2008) や、事件報道における過熱報道や取材における人権・プライバシーの侵害等の問題に関して、送り手と受け手の意識・態度の違いを指摘した論考(例えば、音 1994) 等である。以上に示したような、テレビ番組の制作者と視聴者の間に存在する意識・態度の違いに対する関心に基づく研究や論考は確認できる。しかし、テレビ番組の制作者と視聴者の間に存在する意識・態度の違いについて実証的に明らかにした研究は限られている。

テレビ番組の制作者と視聴者の間に存在する意識・態度の違いを実証的に明らかにした実証的な研究は、日本語の文献では、管見の限りでは 2 件確認できる。一件目は、甲斐 (2012) による、テレビ局のニュース原稿や放送用語に着目し、制作者と視聴者の言葉の使用の相違について行った調査である。具体的には、民間テレビ局の制作者と視聴者の一部である大学生に質問紙調査を行い、民間テレビ局のニュース原稿や放送用語が、視聴者が実際に使用している言葉遣いと異なることを明らかにしている。

もう一件は、大野 (2002) が報告したもので、指導する学部生のグループが卒業論文のた

めに行った、テレビの視聴者と制作者に対する意識調査である。「テレビの役割の変化」および「受け手と送り手のテレビ観の“ズレ”」をテーマに、2000年に8人の学部生が制作スタッフ45人、視聴者(学生、一般社会人、主婦)1000人へのアンケート調査をまとめ、結果を分析している。その結果、大学生のニーズ以上に制作者がテレビに娯楽を重要視していること、テレビは「低俗」であるとする大学生が24%であるのに対し、制作者は13%と少なく、逆に「決して低俗でない」とする大学生は5%であるのに対し、制作者は22%と差があること、テレビは政治・スポンサーなど外部の力に左右されることがあると回答した制作者が77%に対し、大学生が91%と制作者よりも多いこと、等が示されている。

以上のように、マス・コミュニケーション研究においてテレビの送り手と受け手の関係を問題意識とした研究や論考は存在する。しかし、送り手と受け手の意識や態度を直接比較する実証的な研究は極めて限られており、テレビ・ドキュメンタリーに関する研究は、管見の限り行われていない。また、以上に示した研究は、メディア・リテラシーの構成要素との対応は検討されていない。

また本研究は、送り手と受け手の関係を問題意識とした研究という点から見ると、1)管見の限りこれまで日本では行われていないテレビ・ドキュメンタリーの送り手と受け手の意識・態度の違いを実証的に調べる、2)送り手と受け手の意識・態度の違いを、メディア・リテラシーの構成要素と対応づけることにより、メディア・リテラシー教育および実践に対する知見を得ることを目指す、という2点の特徴がある。

2.2.5. まとめ

ここまで、マス・コミュニケーション研究における、本研究と関係するテレビの受け手に関する研究、テレビの送り手に関する研究、テレビの送り手と受け手の関係に関する研究について述べ、本研究の位置づけを示してきた。

本研究は、テレビの受け手に関する研究という点から見ると、社会心理学的な研究、批判的研究という2つの研究の系譜の特徴を併せ持つ「テレビに対する態度の研究」に位置づけられることを述べた。「テレビに対する態度の研究」において、1) テレビ・ドキュメンタリーを対象とする、2) 視聴者のメディア・リテラシーの構成要素に関連する意識・態度の要因を調べる、3) テレビ番組に対する視聴者の信頼度および懐疑的な態度とメディア・リテラシーの構成要素との関係を検討する、という3点の特徴があることを述べた。

本研究は、テレビの送り手に関する研究という点から見ると、テレビ・ドキュメンタリ

一の制作者の、具体的な場面における演出の判断基準を明らかにする研究といえることを述べた。

また本研究は、送り手と受け手の関係を問題意識とした研究という点から見ると、1) 管見の限りこれまで日本では行われていないテレビ・ドキュメンタリーの送り手と受け手の意識・態度の違いを実証的に調べる、2) 送り手と受け手の意識・態度の違いを、メディア・リテラシーの構成要素と対応づけることにより、メディア・リテラシー教育および実践に対する知見を得ることを目指す、という 2 点の特徴があることを述べた。

2.3. 本研究のアプローチ

第 2 章では、ここまで、本研究と関係のあるメディア・リテラシー研究およびマス・コミュニケーション研究をレビューし、本研究の位置づけについて述べてきた。

本節では、本研究のアプローチについて述べる。

2.3.1. マス・コミュニケーション研究とメディア・リテラシー研究の関係

第 1 章で述べた通り、日本においてはテレビ番組の制作者と視聴者の間に意識・態度の違いが存在すると指摘され、それを解決する方法の一つとして視聴者がメディア・リテラシーを向上させることが示されてきた。それにも関わらず、これまで、番組制作者と視聴者の間に存在する意識・態度の違いを明らかにする研究が極めて限られているのは、1) 日本においてテレビ番組の制作現場とメディア・リテラシー研究の関わりが十分でなかったこと、2) メディア・リテラシー研究にマス・コミュニケーション研究の実証的な研究手法を取り入れる試みが十分でなかったこと、3) マス・コミュニケーション研究において、送り手に関する研究と受け手に関する研究が別の領域として研究される傾向があったこと、等が関係していると本研究では考えている。以下、この 3 点に関する本研究のアプローチを述べる。

本研究のアプローチの 1 点目は、日本のテレビ番組の制作現場とアカデミズムを架橋したメディア・リテラシー研究を目指したことである。具体的には、日本の番組制作者の書籍の記述内容を、概念によって分類されたイギリスのメディア・リテラシーの構成要素に基づき分析することで、日本の番組制作の実態や制作者の考え方に基づいたメディア・リテラシーの構成要素を抽出した。

本研究のアプローチの 2 点目は、マス・コミュニケーション研究とメディア・リテラシ

一研究を架橋した研究を目指したことである。具体的には、メディア・リテラシー研究で示されたメディア・リテラシーの構成要素に対応する質問票を作成し、マス・コミュニケーション研究における実証的な調査研究を参考にしてテレビ・ドキュメンタリーの制作者および視聴者の一部である大学生に対して、意識・態度の調査を行った。

本研究のアプローチの 3 点目は、マス・コミュニケーション研究における送り手に関する研究と受け手に関する研究を架橋した研究を目指したことである。本研究では、テレビ・ドキュメンタリーの制作者と視聴者の一部である大学生に対して、テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度を同じ質問項目で調査し、結果を比較した。本研究の調査は、マス・コミュニケーション研究において別々に研究される傾向がある、送り手に関する研究と受け手に関する研究を架橋する研究といえる。

2.3.2. 意識・態度とメディア・リテラシーの関係

次に、本研究で調査を行う意識・態度と、メディア・リテラシーの関係について述べる。

メディア・リテラシーは「能力」の一つである。このことから、映像理解についての研究では、映像にはいわば正解とされる読みがあり、子どもはどれくらい正解に近づけるかが問われていたとの指摘がある(青山 2016)。本研究でも、テレビ番組制作の実態や番組制作者の考え方を理解する能力は、メディア・リテラシーの能力の一つであると考えている。メディア・リテラシーの批判的思考を働かせるためには領域固有の知識が必要である(後藤 2007, 山本 2017)。番組制作の実態や番組制作者の考え方を知らなければ、批判的思考はできず、その結果、建設的な批判はできないと考えられる。

本研究においては、テレビ番組制作の実態や番組制作者の考え方を理解するだけでなく、番組制作者と視聴者である大学生の意識・態度の違いを理解することも重要と考えている。

しかし本研究では、「理解」に関するこの 2 つの能力が高いことがメディア・リテラシーが高いと単純には言えないと考えている。その理由は、テレビ番組制作の実態や番組制作者の考え方は、必ずしも理想的な姿であるとは言えないためである。そのため、本研究の調査結果で、番組制作者の回答に近い大学生がメディア・リテラシーが高いとは考えていない。本研究では、メディア・リテラシーには「メディアのあり方を考え提案する能力」(中橋 2013)が含まれると考えている。すなわち、本研究におけるメディア・リテラシーの能力には、テレビ番組制作の実態や制作者の考え方を理解すること、および、番組制作や視聴者の一部である大学生の意識・態度の違いを理解することにより、今後のメディア

のあり方を考え、提案する能力が含まれると考えている。

以上の理由により、本研究で明らかになる、番組制作者と視聴者の意識・態度の違いに関する結果は、視聴者の一部である大学生が、1) テレビ番組制作の実態や制作者の意識・態度を理解する、2) テレビ番組の制作者と、視聴者である大学生の間に存在する意識・態度の違いを理解する、3) 意識・態度の違いのあった項目に関して、今後のテレビのあり方を提案する、という 3 つのメディア・リテラシーの育成において役立つ学習項目を検討する際に参考になると考えている。

2.3.3. 調査方法

本研究では、番組制作者と大学生に質問票による調査を行い、意識・態度を比較した。また、同じ調査の結果からテレビ番組に対する大学生の意識・態度と関係する要因に関する分析も行った。インタビュー等の質的調査ではなく、質問票による調査を行った理由は、意識・態度の違いを比較するためには、できる限り同じ条件で調査を行うことが重要であると考えたためである。

欧米のメディア・リテラシーの実証研究では、児童や生徒がメディア・リテラシーを獲得したかどうかに関する検証を、参与観察やインタビューといった質的調査によって明らかにする研究が多数確認できる（例えば、Bazalgette et al. 2008, Buckingham 1993, Burn 2009=2017, Kotilainen 2012）。一方、日本においては、メディア・リテラシーを獲得したかどうかに関する検証を、教育工学の研究方法に基づく量的な調査によって行う研究が多数確認できる。メディア・リテラシーに関する研究を質的調査で行うのか、量的調査で行うのかについては、慎重な検討が必要となる。

Buckingham (1993) は、量的調査の重視は、印象的な確固たる科学的なデータの羅列を作りあげることではできるが、理論仮説に対する基本的な疑問を排除してしまうと警鐘を鳴らす。本研究においても、既存のメディア・リテラシーの構成要素に基づいた調査を行うことから、理論仮説に基づいた研究といえる。そのためメディア・リテラシーの構成要素そのものに対する疑問を排除してしまう可能性は否めない。また、本研究で量的調査という手法を採ることにより、視聴者である大学生の複雑な思考に迫ることは難しい部分もある。

しかし、本研究の柱の一つは、番組制作者と大学生の間に存在する意識・態度の違いを比較することである。違いを比較するためには、できる限り同じ条件で調査を行うことが

重要であると考えられる。インタビュー調査は、調査者と調査対象者の関係が結果に反映されることが指摘されている (Holstein & Gubrium 1995=2004)。また、「違い」を明らかにするためには、少数の対象ではなく、多数の対象に対する調査を行うことで、結果の妥当性を増すことができると考えられる。以上の理由により、本研究では、量的調査の限界があることを理解した上で、質問票を用いた量的調査を行うこととした。

2.3.4. 調査対象者

2.3.4.1. 番組制作者

番組制作者は、テレビ・ドキュメンタリーをディレクターの立場で現在制作している者、および制作経験のある者を対象として調査を行った。回答者数の目標は 100 人とし、101 人から回答を得た。

調査対象者は、自局で制作する番組の多いキー局（全国ネットワークの中心となり、番組を送り出す放送局）がある、関東エリアで放送される番組を制作したことのある者とし、知人の紹介によって標本を集める機縁法で調査を依頼した。普段はニュースの取材を行う記者の立場で仕事をしているが、ディレクターの立場でテレビ・ドキュメンタリーを制作した経験がある者も含めた。調査依頼は著者を起点としたが、サンプリングバイアスの可能性がより小さくなることを目的とし、複数の協力者に質問票の配布を依頼した。

調査対象者の所属は、NHK 放送文化研究所の調査 (朝日新聞社 1994) を参考に、「NHK 職員」「民放社員」「番組制作会社またはフリーランス」が退職者も含めてそれぞれ同数になることを目指した。また、テレビ・ドキュメンタリーに対する考え方は時代とともに変化していることが指摘されていることから (村井 2017)、年齢層ができるだけ均等になることを目指した。60 歳以上は退職者も多いが、日本におけるテレビ・ドキュメンタリーの全盛期とされる 1970 年代前後に活躍した番組制作者が含まれることが予想されるため、本調査の回答者に含めた。

2.3.4.2. 大学生

大学生は、都内大学の教養系学部の大学 1、2 年生を対象として調査を行った。回答者数の目標は 100 人とし、93 人から回答を得た。

都内大学の学生を対象とした理由は、調査対象者の番組制作者が制作した番組を見られる地域に住んでいる可能性が高いためである。テレビ番組の放送内容は、日本国内でも地

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 第2章 関連する先行研究 |

域によって異なる。番組制作者は関東エリアで放送される番組を制作したことがある者として、大学生はその番組を視聴できる範囲に居住する学生が多いと考えられる都内の大学に通う学生に依頼した。大学1、2年生を対象とした理由は、入学後、専門教育を受ける前のできるだけ早い段階で調査を実施することで、大学におけるメディア・リテラシー教育の内容を検討するための知見が得られる可能性があると考えたためである。

次に、対象とした大学生1、2年生の要件について述べる。テレビ・ドキュメンタリーに関する視聴者の意識・態度の調査は管見の限り行われていないため、テレビ・ドキュメンタリーの意識・態度と関係する大学生の属性については、先行研究において明らかになっていない。本研究では、映像およびテレビに関するメディア・リテラシーの先行研究を基に、以下のように検討した。

映像に関するメディア・リテラシーは、生まれながらにして備えもったものや、自然に身についていくものではなく、意図的・計画的な教育の働きかけによってはじめて育成できるとされてきた(水越 1987)。この考えに基づき、メディア・リテラシー育成を目的とする様々な教育および実践が行われ、成果が確認されている。また、放送事業者が実施するメディア・リテラシー育成活動では、映像の制作体験や、番組制作者の話を聞くことによりメディア・リテラシーが高まることが報告されている(例えば、駒谷 2008, 2010)。番組制作者の本を読むことでメディア・リテラシーが高まることも報告されている(南出 2013)。現在、大学生の中にはスマートフォンにより日常的に動画の撮影や編集を行なっている者もいる。放送事業者の活動における映像制作体験がメディア・リテラシー育成に寄与するのであれば、日常的な動画の撮影や編集経験も寄与する可能性もあると考えられる。

テレビ番組に関するメディア・リテラシーに関わりのある情報は、テレビ批判の言説の中で伝えられる場合もある。例えば、インターネット上の言説や、新聞・雑誌等の記事である。中でもインターネット上では、テレビ番組に対して、「フェイクニュース」「偏向報道」「情報隠蔽」「やらせ」等の様々な批判的な言説が確認できる。それらの言説は、ネットニュース等の記事よりも、掲示板や、他人の記事に対する書き込みなどに多く確認できる。「フェイクニュース」「偏向報道」「情報隠蔽」「やらせ」等の言説には、テレビ番組が現実をどのように反映すべきかというリプレゼンテーションに関する情報や意見が含まれる。テレビ番組のあり方については、現在、BPOにより審査され、審議入りした場合や倫理違反があった場合は、ニュースで報道することが定められている。こうした放送された

倫理違反等のニュースもメディア・リテラシーに関わりのある情報を伝えているといえる。インターネット上の言説、新聞・雑誌等の記事、倫理違反に関するニュース等に接することも、大学生のメディア・リテラシーと関係する可能性もあると考えられる。

以上により、本研究では、以下の要件が回答内容に影響を与える可能性があると仮定した。

1. テレビのニュース等で放送される、放送倫理違反事例についての説明との接触
2. インターネット上 (SNS も含む) のメディアや書き込み (以下、ネット情報) との接触
3. 新聞や雑誌の記事との接触
4. テレビ番組制作者の話聞く経験
5. 制作者の本を読む経験
6. メディア・リテラシーに関する授業や実践の経験および習得度
7. 自らの動画撮影・編集経験

なお、ここで示した「インターネット上 (SNS も含む) のメディアや書き込み」には、インターネット上の言説をすべて含むものとする。「メディア」という言葉からは、ネットニュース、ウェブサイト、ブログ等、1人の著者がまとめた記事を執筆したものがイメージされやすいが、インターネット上には、掲示板における書き込みや、他人の記事に対する書き込みも存在する。それらは「書き込み」という言葉で表現されることが多いことから、ここでは、「メディアや書き込み」という表現を用いている。

以上の要件に基づき調査対象者をサンプリングすることが理想であるが、学生が以上の要件を満たしているかどうかは、調査を実施しないと確認ができない。そのため、この要件を基にサンプリングを行うことは困難である。しかし、テレビに対する関心の高さが、これらの要件と関係する可能性があると考えた。そのため、メディアに関係のある学部や専攻の学生ではなく、興味関心が特定の分野に絞られない教養系学部の学生に、専門科目を履修する前に調査を実施することが可能な中で最善の策であると考えた。

以上のアプローチにより、本研究では、大学生のテレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの育成を目指す研究や実践開発に役立つ知見を得ることを目的とした研究を行った。

第3章 テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの構成要素の抽出

本章では、番組制作者が著した書籍の記述の分析により、日本のテレビ番組の制作の実態や番組制作者の考え方に基づいた、テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの構成要素を抽出する。

3.1. 背景と目的

本研究の目的は、大学生のテレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの育成を目指す研究や実践開発に役立つ知見を得ることであり、1) の研究課題は、そのために、テレビ・ドキュメンタリーの制作者と大学生の意識・態度の違いを調査により明らかにすることである。テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーを育成する研究や実践開発に役立つ知見を得ることを目的にした調査を実施するためには、テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの構成要素に基づき、質問項目を作成する必要がある。第2章で述べた通り、メディア・リテラシーの構成要素に関する研究は存在するが、日本のテレビ番組の制作の実態や番組制作者の考え方にに関する調査を十分に行った上で示された構成要素は管見の限り見当たらない。一方、テレビ・ドキュメンタリーの制作者は、番組制作の実態や、自らのテレビ・ドキュメンタリー観に関して多数の書籍を出版している。そこで本章では、番組制作者が著した書籍の記述の分析により、日本のテレビ番組の制作の実態や番組制作者の考え方に基づいたテレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの構成要素を抽出する。

3.2. 研究方法

3.2.1. 分析対象とした書籍

本章の研究では、番組制作者が自らのテレビ・ドキュメンタリーの制作論を書いた書籍(以下、番組制作者が著した書籍)のうち、2000年から2013年に発行された書籍6冊を分

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 第3章 テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの構成要素の抽出 |

析の対象とした。具体的な書籍を表 3-1 に示す。研究方法においては、インタビュー調査も研究データとしての可能性や有用性があると考えられる。本章の研究で書籍の分析に限定したのは、流通する番組制作者が著した書籍の数が多く、本章の研究の目的に関する知見が得やすい可能性があると考えたためである。

表 3-1 分析対象とした書籍

	著者	出版年	書籍タイトル	出版社	所属	生年
①	山登義明	2000	テレビ制作入門 —企画・取材・編集	平凡社 (平凡社新書)	NHK	1948
②	河村雅隆	2009	ドキュメンタリーとは何か —テレビ・ディレクターの仕事 改訂版	ブロンズ新社	NHK	1951
③	大脇三千代	2012	社会の今を見つめて —TV ドキュメンタリーをつくる	岩波書店 (岩波ジュニア 新書)	民放	1967
④	高橋弘樹	2013	テレビディレクターの演出術 —物事の魅力を引き出す方法	筑摩書房 (ちくま新書)	民放	1981
⑤	森達也	2004	ドキュメンタリーは嘘をつく	草思社	制作 会社	1956
⑥	奥村健太	2013	それでもテレビは死なない —映像制作の現場で生きる！	技術評論社	制作 会社	1973

対象とする書籍は、以下の手続きにより、有意に抽出した。

(1) 国会図書館の資料検索サイト「NDL OPAC」で、1993年から2018年に出版された書籍のうち、「テレビ」「TV」「ドキュメンタリー」「ドキュメンタリスト」のいずれかを書名に含み、かつ「映画」を書名に含まない書籍を抽出した。対象範囲を1993年からの理由は、NHKのテレビ・ドキュメンタリーの制作手法が批判を受けたことをきっかけに、1993年以降、テレビ番組の制作ガイドラインが整備されているためである。このことから、1993年以降に出版された書籍では、テレビ番組の制作手法や制作者の考え方がそれ以前とは変わっている可能性があると考えた。書名に「ドキュメンタリー」「ドキュメンタリスト」だけでなく、「テレビ」「TV」のいずれかを含む書籍を抽出した理由は、テレビ・ドキュメンタリーについて書かれた書籍の中には、書名にドキュメンタリーという題目を含まない書籍（例えば、山登 2000）があることから、最初の検索においては、テレビに関する書籍を広く抽出する必要があると考えたためである。この手続きによって 9,758 冊が抽出された。

(2) (1) で抽出された書籍の中から、以下の a～e にすべて当てはまる書籍を抽出した。

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 第3章 テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの構成要素の抽出 |

a. 「日本のテレビ・ドキュメンタリー」の「制作論」について書かれた書籍である。

「テレビ・ドキュメンタリー」について書かれているとする基準は、目次に「テレビ・ドキュメンタリー」という言葉が含まれていることとした。

b. 著者が、出版当時、テレビ番組の「ディレクター」または「記者」である。もしくは、過去にその経歴がある。

c. 「自ら」の制作論を書いた書籍である。

d. 「単著」である（共著、対談集は除く）。

e. 同じ著者の書籍が複数ある場合は、テレビ・ドキュメンタリーの制作論を記述したページ数が最も多い書籍を選ぶ。改訂版が出ている場合は、改訂版を選ぶ。

以上の手続きによって、19冊の書籍が抽出された。

(3) 19冊の書籍のうち、NHK、民放、制作会社（またはフリーランス）の3つの所属組織ごとに若い著者2人の書籍を分析対象とした。組織ごとに分けて選んだ理由は、テレビ番組の制作手法や考え方が所属している組織の影響を受けている可能性が高いと考えたためである。若い著者の書籍を選んだ理由は、テレビ・ドキュメンタリーの制作手法や考え方は、時代によって変化する可能性が指摘されており（村井 2017）、現在のテレビ番組の制作の実態や考え方を反映した知見を得るためである。抽出された19冊のうち12冊は、2018年末時点の著者の年齢が70歳以上であったことから、この基準を採用した。この手続きの結果、抽出された6冊の書籍を本章の研究では分析対象とした（表 3-1）。

分析対象とした書籍の性質について述べる。分析対象とした書籍（表 3-1）のうち、①④は新書であり、③はジュニア向けの新書である。②⑤⑥は単行本であり、価格帯が税抜きで1500-1700円台である。分析対象とした6冊は、価格帯等から、幅広い読者を対象とした書籍と考えられる。

出版目的や、記述される内容は書籍によって異なる。①『テレビ制作入門—企画・取材・編集』（山登 2000）は、NHKのディレクターとして番組制作をしていた著者が、テレビ・ドキュメンタリーの企画、取材、編集の工程を順に説明した上で、テレビ・ドキュメンタリーとは何かについて、著者の持論を述べた書籍である。②『ドキュメンタリーとは何か—テレビ・ディレクターの仕事 改訂版』（河村 2009）は、NHKのディレクターとして番組制作をしていた著者が、番組作りについて、次の世代に伝えることおよび世の中の多くの人に知って議論に加わってもらうことを目的に、制作現場の様子を「ドキュメンタ

リーにおける『演出』『よい構成とは何か』『テレビ局におけるディレクターと記者』等、著者独自のテーマごとにまとめて記述した書籍である。③『社会の今を見つめて—TV ドキュメンタリーをつくる』（大脇 2012）は、小中学生から大人まで、幅広く読める入門新書であることを謳う岩波ジュニア新書の書籍である。著者は民放テレビ局の記者であり、書籍を通して、記者として社会に対してできることや使命について伝えることを目的としている。その一環として、ディレクターとして制作したテレビ・ドキュメンタリーの具体的な制作過程について述べている。④『テレビディレクターの演出術—物事の魅力を引き出す方法』（高橋 2013）は、民放テレビ局のディレクターが、テレビ業界を目指す人をターゲットの一つとして執筆した書籍である。「物事の魅力を最大限引き出す」というディレクターの仕事の本質について、主にテレビ・ドキュメンタリーの企画、構成、撮影、編集という番組の制作段階を順に説明しながら述べている。⑤『ドキュメンタリーは嘘をつく』（森 2004）は、番組制作会社でディレクターをしていた著者が、事実の客観的記録としてドキュメンタリーを見なす「幻想や思いこみを解体すること」を目的とし、自らのテレビ・ドキュメンタリーおよびドキュメンタリー映画の制作過程やドキュメンタリー観について述べている。⑥『それでもテレビは死なない—映像制作の現場で生きる！』（奥村 2013）は、番組制作会社のディレクターが、3・11 等における具体的な番組制作の過程のほか、視聴率や制作予算等の現状について、報道番組やドキュメンタリー番組を例にしながら述べた書籍である。

以上のように、分析対象とした6冊の書籍は、いずれもディレクターまたは記者（またはその経験者）である著者が、制作論について書いた書籍であるが、出版目的や、記述される内容は若干異なる。本研究では、これらの書籍の記述の中から、テレビ・ドキュメンタリーに関して記述されている章または節のみを分析対象とした。

3.2.2. 分析枠組み

本章の研究では、番組制作者の記述を分析する枠組みとして、Buckingham (2002=2006) のメディア・リテラシーの「基本概念」（表 3-2）を用いた。Buckingham は、世界各地で展開されるメディア・リテラシー研究および実践の基本となる理論的枠組みを作ったとされる Masterman の理論を批判しながらも発展的に継承し、Masterman 後のイギリスのメディア・リテラシー教育分野の第一人者と位置づけられる人物である（鈴木 2006）。Buckingham (2002=2006) のメディア・リテラシーの「基本概念」は、「制作」

「言語」「リプレゼンテーション」「オーディアンス」の4つの大分類と28のカテゴリーに分けた概念で示したものであり、メディア・リテラシー教育における到達水準も併せて示している。

「1. 制作」は、メディア・テキストの制作に関わる項目である。「2. 言語」は、メディアが持つ独自の言語の組み合わせのことであり、テレビ番組の場合、話し言葉や書き言葉だけでなく、映像や音声も含まれる。「3. リプレゼンテーション」は、実社会の人びと、場所、出来事、考え方等を、メディアを通して再構成し、再提示すること、および再提示された『現実』である。「4. オーディアンス」は、メディアの受け手がどのようにターゲットにされ測定されているか、およびメディアの流通や分配に関する項目である。

表 3-2 メディア・リテラシー教育の基本概念 (Buckingham 2002=2006)

1 制作	a. テクノロジー	3 リ プ レ ゼ ン テ ー シ ョ ン	a. リアリズム
	b. 制作業務		b. 真実を語ること
	c. 産業		c. 存在と不在
	d. メディア間のつながり		d. 偏向と客観性
	e. 規律／規制		e. ステレオタイプ化
	f. 流通と供給		f. 解釈
	g. アクセスと参加		g. 影響
2 言 語	a. 意味	4 オ ー デ イ ア ン ス	a. ターゲット化
	b. きまり／約束事		b. 語りかけ
	c. コード		c. 流通
	d. ジャンル		d. 利用
	e. 選択		e. 理解
	f. 組み合わせ		f. 楽しみ
	g. テクノロジー		g. 社会的な差異

※各項目の識別用の数字とアルファベット記号は筆者が追加した。

3.2.3. 分析方法

分析対象とする6冊の書籍における、テレビ・ドキュメンタリーに関する記述から、Buckingham (2002=2006) のメディア・リテラシー教育の基本概念(表3-2)に対応する記述を抽出し、基本概念の構成要素別に分類した。分析は、テレビ・ドキュメンタリーの制作経験がある筆者が一人で行った。分析の信頼性確保のため、Buckingham が示すカテゴリーに基づき、1回目のカテゴリー化を行いながらガイドラインを作成した。作成したガイドラインに基づき、2回目のカテゴリー化を行った。一致しないものについて、再度ガイドラインに基づいてカテゴリーに位置づけた。分析結果には、分析者の視点による認識や解釈が加わっていると考えられるが、できる限り研究の再現性を担保するために手順を

定めて分析を行った。分析手順の例を図 3-1 に示す。

(1) 対応する記述の抽出と意味のまとまりによる区切り

番組制作者が著した書籍 6 冊の記述から基本概念と対応する記述を抽出し、文章を意味のまとまりごとに区切った。図 3-1 の (1) は、分析対象書籍 [⑤森] の 97-98 頁から抽出された一連の記述である。記述の意味のまとまりによる区切りを点線で示した。抽出の際は、「自ら」の考え方を述べている箇所、ドキュメンタリー制作の「一般論」として記述されている箇所、「出版当時」の手法や考え方として記述されている箇所を抽出した。

「1b. 制作業務」に対応する記述は、テレビ番組の制作手順についての詳細な記述が多いため、抽出の基準の設定が必要であった。本章の研究では、テレビ番組の制作業務の骨格にあたると思われる①番組制作の全体の流れを示す記述、②各制作段階の説明、③各制作段階における役割分担について書かれている記述の 3 つの基準で抽出した。

図 3-1 分析手順の例

(1) 記述の抽出と意味のまとまりによる区切り	(2) カードの作成 ※ □ 内は分析者による追加	(3) 構成要素別の分類
<p>[⑤森] 97-98 頁 テレビに限ったことではなく、メディアが不祥事を起こすたびに、「商業主義が諸悪の根源であり、これを改めるべきだ」と識者は批判する。無邪気としか言いようがない。マスメディアの営みは商業行為だ。テレビ局や出版社、新聞社は紛れもない営利企業だし、その意味で商業主義は当たり前だ。視聴率や発行部数は、メーカーでいえば売りに相当する。その数字を追求することは、企業としては必然なのだ。</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: auto;"> マスメディアは営利企業であり、商業主義は当たり前だ。 </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: auto;"> 【1. 制作】 《1c. 産業》 〈経営基盤〉 </div>
<p>NHK は確かに、民間のスポンサーを持たないという観点では他のテレビ局と事情は若干違う。でも、「良識」や「民意」という絶対的な指標がある。公共放送を謳っている以上、この指標の束縛からはなかなか自由になれない。後述するが、この良識や民意が何よりも曲者だと僕は思っている。</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: auto;"> NHK は〔公共放送なので〕、「良識」や「民意」という絶対的な指標があ </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: auto;"> 【1. 制作】 《1c. 産業》 〈経営基盤と番組内容の関係〉 </div>
<p>商業主義から脱することが不可能ならば、視聴者や読者というマーケットの要求に応じることも必然だ。要するにメディアが、オウムや北朝鮮や白装束集団へのヒステリックなバッシングに走るのも、ワールドカップ期間中はサッカー一色に染まるのも、タマちゃんの一挙手一投足やハルウララの連敗をトップニュースで伝えるのも、すべてクライアント（顧客）である日本国民のマジョリティのニーズに応じているだけなのだ。</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: auto;"> クライアント（顧客）は、日本国民のマジョリティであり、そのニーズに応じている。 </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: auto;"> 【4. オーディエンス】 《4a. ターゲット化》 〈ターゲットイメージ〉 </div>

(2) カードの作成

抽出した文章を要約し、カードを作成した。図 3-1 の (2) が作成したカードの例である。

文意をできるだけ損なわないよう、元の文章の言葉を極力使用した。

書籍の同じ節の文章で、同じ要約になる文章は、抽出しなかった。異なる節において、同じ要約になる文章は存在しなかった。

(3) 構成要素別の分類

作成されたカードを基本概念の構成要素別に分類した(図3-1の(3))。「2. 言語」の「2a. 意味」「2b. 決まり／約束事」「2c. コード」は分類が困難なカードが多かったため、一つの Kategorie として分類した。そのため、本章の研究では26 Kategorie で分類を行った。

(4) 一つのカードに複数の Kategorie に対応する記述が含まれている場合は、それぞれの Kategorie に分類した。ただし、Kategorie の性質上、他の Kategorie と重複する記述が特に多い以下の Kategorie については、特別に基準を設けた。

「2d. ジャンル」には、ジャンル特性に関する記述のうち、ほかの Kategorie に該当しない記述を分類した。「2e. 選択」は、「ある言語の様式を使うとどんな効果があるか」(Buckingham 2002=2006) に該当する記述のうち、ほかの Kategorie に該当しない記述を分類した。「3a. リアリズム」と「3b. 真実を語ること」は重複する記述や区別が困難な記述も多い。「リアリズム」は、テキストの言説的な規約に関する用語であることから(Fiske 1987=1996)、「3a. リアリズム」には、「現実」と「映像における現実」の比較に関する記述を分類した。「3b. 真実を語ること」は語る「対象」に関する分類と考えられることから、「3b. 真実を語ること」には、「カメラによる現実の変化」に関する記述と、「それにどう対処しているか」に関する記述を分類した。

本章の研究が分析対象とした書籍の記述の特徴や傾向を明らかにするために、Kategorie 一ごとに、分類された記述数を数えた。

(5) 各 Kategorie の記述内容をより詳しく分析するために、各 Kategorie に分類されたカードを類似項目ごとにまとめてサブ Kategorie を作成し、内容を表す見出しをつけた。

書籍の表記に基づき、演出業務にかかわる工程を「制作」(例：制作段階)、商品としての番組全体の工程を「製作」(例：製作費)と表記した。また、抽出された記述はすべてテレビ番組に関する記述であることから、「テレビ番組」という記述は「番組」と簡略した表記にした。

表3-3に、4つの各大分類で、記述数が多かった上位2 Kategorie の記述例を示す。「*」と番号を付した記述は、図3-1で示した記述の一部である。この記述は、NHKの公共放送という形態について述べられているが、民放のスポンサーと対比していることから「経営

基盤」に関する記述と判断した。また、公共放送であるために「良識」や「民意」という指標から自由になれないという記述があることから、番組内容への影響についての記述とみなし、「1. 制作」《c. 産業》の〈経営基盤と番組内容の関係〉に分類した。また、*2 を付した記述は、テレビ局の経営基盤は、広告収入であり、それが「テレビ番組を作る上で無視できない」としていることから、同じく、〈経営基盤と番組内容の関係〉に分類した。*3 を付した記述は、「映像化」することの重要性に関する記述である。*4 を付した記述は、「映像の力の大きさ」に関する記述である。これらは、テレビ・ドキュメンタリーは「映像」によって伝えられるという「様式」を示すものと考えられることから、「2. 言語」《a. 意味, b. きまり／約束事, c. コード》に分類し、〈映像の力〉というサブカテゴリーとした。

なお、本文中では、大分類名を【】、カテゴリー名を《》、サブカテゴリー名を〈〉で表記する。

3.3. 結果

3.3.1. カテゴリー、サブカテゴリー別の記述数

抽出された記述数は、全体で 526 件だった。カテゴリー、サブカテゴリー別の記述数および割合を書籍別に示したものが表 3-4 である。4つの大分類別に見た記述数は、「1. 制作」が 166 (31.6%)、「2. 言語」が 141 (26.8%)、「3. リプレゼンテーション」が 183 (34.8%)、「4. オーディアンス」が 36 (6.8%) であった。4つの大分類すべてで記述が確認されたものの、「4. オーディアンス」に分類された記述数は、他の3分類に比べて少なかった。

26 のカテゴリー別に見ると、18 のカテゴリー (69.2%) で対応する記述が確認された。8 のカテゴリーに対応する記述は確認されず、メディア・リテラシーの構成要素のすべてが抽出されたわけではなかった。対応する記述数が最も多かったのは、「1. 制作」の「1b. 制作業務」で、97 (18.4%) であった。続いて「3. リプレゼンテーション」の「3c. 存在と不在」が 72 (13.7%)、「2. 言語」の「2f. 組み合わせ」が 49 (9.3%) であった。

書籍別に見ると、分析対象である 6 冊すべての書籍において、4つの大分類に対応する記述が確認された。26 のカテゴリー別に見ると、書籍によって、記述数の多いカテゴリーが異なった。例えば、[①山登] で記述数が最も多かったカテゴリーは、「1a. 制作業務」で、136 項目中 50 件 (37.6%) であった。[⑤森] は、「3c. 存在と不在」「3d. 偏向と客観性」の 2 カテゴリーに分類される記述が最も多く、80 件中各 18 件 (22.5%) であった。[⑥奥村] は、「1c. 産業」に分類される記述が最も多く、101 件中 35 件 (34.6%) であった。

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |

| 第3章 テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの構成要素の抽出 |

表 3-3 各カテゴリー、サブカテゴリーに対応する書籍の記述例の一部

大分類	カテゴリー	サブカテゴリー	書籍の記述例の一部
1 制作	b. 制作業務	制作段階の説明	一本の番組を作るためには、「企画」「取材」「編集」「仕上げ」という過程を経ます。〔①山登〕 テレビ番組は、以下の流れで作られます。①リサーチ→②台本の作成→③撮影→④編集&ナレーション作成→⑤仕上げ〔④高橋〕
		c. 産業	NHK は確かに、民間のスポンサーを持たないという観点では他のテレビ局と事情は若干違う。でも、「良識」や「民意」という絶対的な指標がある。公共放送を謳っている以上、この指標の束縛からはなかなか自由になれない。〔⑤森〕 テレビ局は広告収入を主な収入源としているだけに、テレビが商品として魅力的であるためには「多くの人が見ている」裏付けが不可欠だ。だからテレビ局は「視聴率」に本当に弱い。視聴者が多い、つまり視聴率が高い、それ自体が「正義」だ。(中略)やはりテレビ番組を作る上で無視できない要素ではある。〔⑥奥村〕
2 言語	a. 意味 b. きまり／約束事 c. コード	映像の力	結局ドキュメンタリーとは、「不可能」への挑戦であって、映像化が不可能だと思われるものや取材が絶望的だと思われるものを何とか映像化したいと、対象に肉迫する過程そのものである。〔②河村〕 改めて感じているのは、「映像の力」です。映像はこれまで、わたしが伝えたいと思っていた以上のものを観る人に伝えてきてくれました。その力がいかに大きかったのかを今、再認識しています。〔③大脇〕
		f. 組み合わせ	一般的に、映像の編集とはラッシュをいったんカットレベルに解体し、撮影された順序とは異なる新しい組合せにつなぎ変えていく作業といえるかもしれません。〔①山登〕 まずは広い、「引き(ロング)」の画で状況を説明してから「寄り(クローズアップ)」の画で詳細を説明する〔⑥奥村〕
3 リプレゼンテーション	b. 真実を語ること	取材対象者へのはたらきかけ	ドキュメンタリーの演出において、その人物に対して状況の設定を行うというのは、一つの大きな表現手段となりうる。〔②河村〕 被写体との関係を描くことがドキュメンタリーの本質である以上、撮る側が仕掛けてゆくことは当然だ。〔⑤森〕
	c. 存在と不在	放送される理由	私は、企画を立てる時、「1ヒト、2ウゴキ、3ジダイ」という三つのアспект(見方、視点)から、アプローチしていきます。〔①山登〕 衣食住というのは、人間の生活に密接に結びついているので、誰でも興味を持ちやすい〔④高橋〕
4 オーディエンス	a. ターゲット化	ターゲットイメージ	すべてクライアント(顧客)である日本国民のマジョリティのニーズに答えているだけなのだ。〔⑤森〕 日本のテレビ視聴者の大半を占めるのがM3とF3の高齢者。〔⑥奥村〕
	b. 語りかけ	興味を引く工夫	テンポが速い部分とゆったりした部分が巧みに組み合わせられているということが、番組にとって非常に大事なものである。番組全体の流れがただ速いだけでは見る側は疲れてしまい、情報に追いつけないし、ただゆっくりとしているだけでは、見る人にたちまちチャンネルを換えられてしまう。〔②河村〕 強いものを先出し興味をひいて、残りの情報を見てもらえるようにする。〔④高橋〕

※4つの各大分類で、記述数が多かった上位2カテゴリーの記述を記載した。

※〔〕内は分析対象の書籍番号と著者名である。

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 第3章 テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの構成要素の抽出 |

表 3-4 メディア・リテラシーの基本概念に対応する書籍別の記述数と割合

大分類	カテゴリー	サブカテゴリー	分析対象書籍						計 (件数)	割合 (%)
			① 山登	② 河村	③ 大脇	④ 高橋	⑤ 森	⑥ 奥村		
1 制作	a.テクノロジー	撮影機材の説明	4	1	0	0	0	3	8	1.5
		撮影機材選びの手順	2	0	0	0	0	0	2	0.4
		1a 計	6	1	0	0	0	3	10	1.9
	b.制作業務	制作段階の説明	5	1	0	7	0	0	13	2.5
		全体的な役割分担	0	0	0	1	1	0	2	0.4
		企画者	11	0	0	3	1	0	15	2.9
		撮影スタッフ選び	1	0	0	0	0	0	1	0.2
		撮影台本の作成	0	1	0	3	0	0	4	0.8
		撮影準備の手順	1	0	0	0	0	1	2	0.4
		撮影の役割分担	18	3	0	8	2	1	32	6.1
		編集の役割分担	13	3	0	7	1	3	27	5.1
		ナレーション作成の手順	1	0	0	0	0	0	1	0.2
		1b 計	50	8	0	29	5	5	97	18.4
	c.産業	経営基盤	0	0	0	0	4	16	20	3.8
		経営基盤と番組内容の関係	0	0	0	0	1	2	3	0.6
		製作費	1	0	0	0	0	8	9	1.7
		製作費と番組内容の関係	0	0	0	0	1	8	9	1.7
		業界構造	0	0	0	0	0	1	1	0.2
		1c 計	1	0	0	0	6	35	42	8.0
	d.メディア間の つながり	テレビ局と新聞社の関係	0	1	0	0	0	0	1	0.2
		1d 計	0	1	0	0	0	0	1	0.2
	e.規律／規制	免許制度	0	0	1	0	0	3	4	0.8
		憲法(知る権利)	0	0	1	0	0	0	1	0.2
		放送法(不偏不党)	0	0	0	0	0	2	2	0.4
		自主規制	0	0	0	0	1	2	3	0.6
		1e 計	0	0	2	0	1	7	10	1.9
	f.流通と供給	番組の長さや番組内容の関係	3	1	0	0	0	0	4	0.8
放送計画		1	0	0	0	0	0	1	0.2	
流通構造と番組内容の関係		0	0	0	0	1	0	1	0.2	
1f 計		4	1	0	0	1	0	6	1.1	
g.アクセスと参加		0	0	0	0	0	0	0	0.0	
1 計		61	11	2	29	13	50	166	31.6	
2 言語	a.意味 b.きまり ／約束事 c.コード	映像の力	1	1	5	2	0	0	9	1.7
		わかりやすくする工夫	1	0	0	1	1	0	3	0.6
		意外性を出す工夫	0	0	0	1	0	0	1	0.2
		時代性	1	0	0	0	0	0	1	0.2
		インタビューの役割	2	0	0	0	0	0	2	0.4
		インタビュー撮影の技法	1	0	0	0	0	0	1	0.2
		ナレーションの役割	5	2	1	0	1	0	9	1.7
		ナレーションの技法	1	5	0	0	0	0	6	1.1
		テロップの役割	2	0	0	0	0	0	2	0.4
		音楽・音響効果の役割	2	0	0	0	0	0	2	0.4
		番組冒頭の役割	2	0	0	0	0	0	2	0.4
	2abc 計	18	8	6	4	2	0	38	7.2	
	d.ジャンル	手法	3	2	1	0	0	2	8	1.5
		題材	1	0	0	0	2	0	3	0.6
		主観性	0	0	0	0	2	0	2	0.4
		時代性	1	0	0	0	0	0	1	0.2
ドキュメンタリーの定義の困難さ		3	1	0	0	1	0	5	1.0	
2d 計		2	0	0	0	4	0	19	3.6	

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 第3章 テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの構成要素の抽出 |

大分類	カテゴリー	サブカテゴリー	分析対象書籍						計 (件数)	割合 (%)
			① 山登	② 河村	③ 大脇	④ 高橋	⑤ 森	⑥ 奥村		
2 言語	e.選択	構図・カメラワークの重要性	0	0	1	9	0	0	10	1.9
		構図・カメラワークの意味	2	0	0	17	0	0	19	3.6
		2e 計	2	0	1	26	0	0	29	5.5
	f.組み合わせ	番組構成技法	12	8	1	6	1	2	30	5.7
		編集技法	3	4	0	6	1	5	19	3.6
		2f 計	12	8	1	6	1	2	49	9.3
	g.テクノロジー	機材の取材対象者への影響	1	1	0	0	1	0	3	0.6
		カメラ特性	2	0	0	0	0	0	2	19.2
		放送技術と番組内容の関係	0	1	0	0	0	0	1	0.2
		2g 計	3	2	0	0	1	0	6	1.1
	2 計	37	18	8	36	8	2	141	26.8	
3 リ プ レ ゼ ン テ ー シ ョ ン	a.リアリズム	現実の再構成	0	3	1	2	5	4	15	2.9
		情報の正確さ	1	0	4	0	0	3	8	1.5
		制作者の存在の表現	2	0	1	0	3	0	6	1.1
		3a 計	3	3	6	2	8	7	29	5.5
	b.真実を 語ること	カメラによる現実の変化	1	2	0	0	6	0	9	1.7
		素の表情	2	0	1	5	2	2	12	2.3
		取材対象者へのはたらきかけ	3	13	1	1	4	3	25	4.8
		3b 計	6	15	2	6	12	5	46	8.7
	c.存在と不在	放送される理由	17	2	0	14	1	6	40	7.6
		放送されない理由	1	11	1	0	17	2	32	6.1
		3c 計	18	13	1	14	18	8	72	13.7
	d.偏向と客観性	主観性	0	4	1	1	13	7	26	4.9
		公平・中立の必要性	0	0	4	0	0	0	4	0.8
		公平・中立の不可能性	0	0	0	0	5	1	6	1.1
		3d 計	0	4	5	1	18	8	36	6.8
	e.ステレオ タイプ化		0	0	0	0	0	0	0	0.0
	f.解釈		0	0	0	0	0	0	0	0.0
g.影響		0	0	0	0	0	0	0	0.0	
	3 計	27	35	14	23	56	28	183	34.8	
4 オ ー ド イ ア ン ス	a.ターゲット化	ターゲットイメージ	0	0	0	0	1	1	2	0.4
		ターゲットの興味を引く工夫	0	0	0	0	0	2	2	0.4
		視聴者を増やす工夫	0	0	0	0	0	1	1	0.2
		4a 計	0	0	0	0	1	4	5	1.0
	b.語りかけ	視聴者イメージ	0	2	0	1	0	0	3	0.6
		興味を引く工夫	2	2	0	4	0	3	11	2.1
		わかりやすくする工夫	0	2	0	2	0	3	7	1.3
		テレビの影響力	0	0	6	0	0	2	8	1.5
		4b 計	2	6	6	7	0	8	29	5.5
	c.流通	同時性	0	0	0	0	0	1	1	0.2
		一方向性	0	0	0	0	0	1	1	0.2
		4c 計	0	0	0	0	0	2	2	0.4
	d.利用		0	0	0	0	0	0	0	0.0
	e.理解		0	0	0	0	0	0	0	0.0
f.楽しみ		0	0	0	0	0	0	0	0.0	
g.社会的な差異		0	0	0	0	0	0	0	0.0	
	4 計	2	6	6	7	1	14	36	6.8	
	計	136	77	31	101	80	101	526	100.0	

3.3.2. 各カテゴリーの記述内容

各カテゴリーにおいて作成されたサブカテゴリーとその記述内容について、各大分類において、カテゴリーの記述内容が多い順に記述する。

3.3.2.1. 【1. 制作】

【1. 制作】は、メディア・テキストの制作に関わる分類である。この大分類では、番組の制作業務や、産業、テクノロジー等の番組制作の工程に関わる様々なカテゴリーの記述が確認された。7つのカテゴリーのうち、「g. アクセスと参加」以外の6のカテゴリーで対応する記述があった。

記述数が最も多かったカテゴリーは《1b. 制作業務》であり、97件(18.4%)の記述があった。《1b. 制作業務》は、企画・事前取材・撮影・編集等の〈制作段階の説明〉のほか、各制作段階における役割分担、作業の手順等の記述があった。番組制作の工程が細かく記述された書籍があったことから、記述数が多かった。

《1b. 制作業務》以外では、記述数の多い順に、《1c. 産業》《1a. テクノロジー》《1e. 規律／規制》《1f. 流通と供給》《1d. メディア間のつながり》という、番組制作の工程に関わる様々なカテゴリーの記述があった。

この中では《1c. 産業》の記述数が多く、42件(8.0%)あった。《1c. 産業》には、テレビ局の収入源や、視聴率制度等の〈経営基盤〉に関する記述のほか、経営基盤や製作費が番組内容に関係しているという記述があった(〈経営基盤と番組内容の関係〉〈製作費と番組内容の関係〉)。〈経営基盤と番組内容の関係〉には、スポンサーの発言力の大きさに関する記述があった。また、《1c. 産業》には、テレビ局と制作会社の上下関係について述べた〈業界構造〉に関する記述があった。

《1a. テクノロジー》は、〈撮影機材の説明〉や〈撮影機材選びの手順〉に関する10件(1.9%)の記述があった。〈撮影機材の説明〉には、撮影の際にカメラだけでなく録音・照明機材が必要なことや、撮影・編集機器が小型、安価になったこと等の近年の機材の変化に関する記述があった。〈撮影機材選びの手順〉には、番組の構成表の内容にふさわしい機材を準備することや、あらかじめ撮影現場の下見をして撮影機材を選ぶこと等の記述があった。

《1e. 規律／規制》も10件(1.9%)の記述があった。〈憲法(知る権利)〉や〈放送法(不偏不党)〉という法律に関するものから、〈免許制度〉という放送行政に関するもの、〈自

主規制)に関するものまで様々な局面の《1e. 規律／規制》に関する記述があった。記述数が最も多かったのは〈免許制度〉であり、放送は〈免許制度〉であるため所管の総務省に頭が上がらないこと等の記述があった。法律に関する記述には、憲法の表現の自由に含まれるとされる国民の知る権利に応えることを目指す必要性や(〈憲法(知る権利)〉)、放送法(総務省 2019)第一章第一条に明記されている「不偏不党」を目指す必要性(〈放送法(不偏不党)〉)に関する記述があった。〈自主規制〉には、視聴者が望まないものは出さないこと、撮影した被写体に対して放送前に映像をチェックさせることはタブーであること等の記述があった。

《1f. 流通と供給》は6件(1.1%)の記述があった。放送計画や番組の長さによって、番組の内容、形式、質が規定されることや(〈番組の長さや番組内容の関係〉)、放送される時期や時間枠と番組内容が関係していること(〈放送計画〉)、テレビが直接視聴者に届くという流通構造のために、視聴者の意向が反映されやすいこと(〈流通構造と番組内容の関係〉)等の記述があった。

《1d. メディア間のつながり》は、〈テレビ局と新聞社との関係〉に関する記述1件(0.2%)であった。その内容は、テレビ局と新聞社が全く別の世界であり、競争心や敵愾心があるというものだった。

以上のように、【1. 制作】では、番組制作の工程に関する《1b. 制作業務》の記述が最も多かった。また、制作業務に関わりがある《1c. 産業》《1a. テクノロジー》《1e. 規律／規制》《1f. 流通と供給》《1d. メディア間のつながり》という様々なカテゴリーの記述があった。一方、「誰の声がメディアで聞かれるか。誰の声が排除されているか」という《1g. アクセスと参加》に対応する記述は確認されなかった。

3.3.2.2. 【2. 言語】

【2. 言語】は、メディアが持つ独自の言語の組み合わせに関する分類である。この大分類では、番組制作の技法や、技法の持つ意味に対する番組制作者の意識に関する記述が確認された。5のカテゴリーすべてで対応する記述があった。

対応する記述数が最も多かったカテゴリーは、《2f. 組み合わせ》であり、47件(8.9%)の記述があった。《2f. 組み合わせ》には、〈番組構成技法〉と〈編集技法〉に関する記述があった。〈番組構成技法〉には、番組のねらいに沿ってストーリーを組み立てることや、撮影された順序とは異なる新しい組み合わせにつなぎ変えていくこと等の記述があった。〈編集技

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 第3章 テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの構成要素の抽出 |

法)には、広い引き(ロング)の映像で状況を説明してから寄り(クローズアップ)の映像で詳細を説明すること等の編集技法に関する記述のほか、省略が大事であること、飽きさせないようにする必要があること等の編集方針に関する記述があった。

《a. 意味, b. きまり/約束事, c. コード》は38件(7.2%)の記述があった。記述数が多かったのは〈映像の力〉と〈ナレーションの役割〉に関する記述であった。〈映像の力〉には、映像の力は大きいことや、できる限り映像で見せる必要があること等の記述があった。〈ナレーションの役割〉には、背景や周辺情報を伝えることや、映像等ほかの要素と補い合うものであること等の記述があった。〈ナレーションの技法〉も次に記述数が多かった。その他、〈わかりやすくする工夫〉〈意外性を出す工夫〉に関する具体的な技法の記述や、編集、テロップ、音楽・音響効果の役割および具体的な技法等に関する記述があった。

《2e. 選択》は29件(5.5%)の記述があった。何を表現したいかを考えて1カット1カット構図を決めて撮る等の〈構図・カメラワークの重要性〉に関する記述や、下へのPAN(振り下ろし)は状況の転換という意味がある、クイックズームインは強い発見感を出したい時に使う等の〈構図・カメラワークの意味〉に関する記述があった。

《2d. ジャンル》は、19件(3.6%)の記述があった。テレビ・ドキュメンタリーのジャンルの特徴として、〈手法〉〈題材〉〈主観性〉〈時代性〉〈ドキュメンタリーの定義の困難さ〉に関する記述があった。記述数が最も多かったのは、〈手法〉であり、テレビ・ドキュメンタリーがニュースの裏や背景に潜むものを見極めたり、後日、別の文脈で事象を再構成したりするジャンルである等の記述があった。〈題材〉に分類された記述はすべて、どんな題材でもドキュメンタリーになりうるという主旨の記述であった。〈主観性〉は、ドキュメンタリーは主観的であるという記述、〈時代性〉は、ドキュメンタリーは時代を映し出すものであるという記述であった。〈ドキュメンタリーの定義の困難さ〉に関する記述もあった。

《2g. テクノロジー》は、6件(1.1%)の記述があった。〈機材の取材対象者への影響〉〈カメラ特性〉〈放送技術と番組内容の関係〉に関する記述があった。記述数が最も多かったのは、〈機材の取材対象者への影響〉であり、撮影現場は、撮影機材やスタッフが存在することで非日常的な空間になることに関する記述であった。〈カメラ特性〉は、カメラで撮影できるものは今カメラの前で起きていることだけである等の記述があった。〈放送技術と番組内容の関係〉は、ハイビジョン番組では、鮮明な映像が撮影できるので、それにふさわしい素材を選ばなければならない、等の記述があった。

以上のように、【2. 言語】では、撮影、構成、編集等の番組の各制作段階における制作技法や、制作技法の持つ意味に関する記述があった。その他、テレビ・ドキュメンタリーというジャンルの特徴や、テクノロジーが制作技法に与える影響についての記述があった。

3.3.2.3. 【3. リプレゼンテーション】

【3. リプレゼンテーション】は、実社会の人びと、場所、出来事、考え方等を、メディアを通して再構成し、再提示すること、および再提示された『現実』に関する分類である。この大分類では、テレビ・ドキュメンタリーで構成される現実に対する番組制作者の意識に関する記述が確認された。7つのカテゴリーのうち、《3a. リアリズム》《3b. 真実を語ること》《3c. 存在と不在》《3d. 偏向と客観性》の4のカテゴリーで対応する記述があった。

対応する記述数が最も多かったカテゴリーは、《3c. 存在と不在》であり、72件(13.7%)の記述があった。《3c. 存在と不在》には、何かの題材が〈放送される理由〉と〈放送されない理由〉に関する記述があった。〈放送される理由〉には、世間に対する影響力が大きいことや、映像で表現しやすいこと等の記述があった。〈放送されない理由〉には、視聴率が取れないことや、取材対象者の取材・撮影拒否等の記述があった。〈放送される理由〉〈放送されない理由〉いずれも、複数の理由が記述されている書籍があることから、記述数が多かった。

《3b. 真実を語ること》は46件(8.7%)の記述があった。撮影時の取材対象者に対するあり方に関して、〈カメラによる現実の変化〉〈素の表情〉〈取材対象者へのはたらきかけ〉という関連のある3種類の記述があった。〈カメラによる現実の変化〉は、撮られる側がカメラやスタッフを意識してふるまうことにより、普段通りではなくなるという主旨の記述であった。そうした現状に対する考え方として、カメラを意識していない〈素の表情〉をねらうべきだという考え方および手法と、番組制作者が撮られる側の人に何かをお願いして撮影することで、真実を伝えるべきだ(〈取材対象者へのはたらきかけ〉)という考え方および手法という相反するかのように見える記述があった。〈取材対象者へのはたらきかけ〉は、分析対象とした6冊の書籍すべてで同じ主旨の記述があった。

《3d. 偏向と客観性》は、〈主観性〉〈公平・中立の必要性〉〈公平・中立の不可能性〉に関する36件(6.8%)の記述があった。記述数が最も多かったのは、〈主観性〉であり、番組には必ず制作者の意図や目線があり、主観的なものであるという記述であった。〈主観性〉についての同様の主旨の記述は、分析対象とした6冊の書籍のうち5冊で確認された。公

平・中立に関しては、〈公平・中立の必要性〉と、〈公平・中立の不可能性〉という、相反するかのように見える記述があった。

《3a. リアリズム》は、〈現実の再構成〉〈情報の正確さ〉〈制作者の存在の表現〉に関する31件(5.9%)の記述があった。記述数が最も多かったのは、〈現実の再構成〉であり、ドキュメンタリーは番組制作者が感じた世界を再構成したものだということを明記した記述であった。〈現実の再構成〉以外では、しっかり取材をして正確な情報を伝えるべきだという記述(〈情報の正確さ〉)や、番組制作者の存在を番組内で表現すべきかどうかに関する記述(〈制作者の存在の表現〉)があった。「しっかり取材をして正確な情報を伝えるべきだ」という記述(〈情報の正確さ〉)は、特定の事象を、少なくとも取材する者および取材される者の事象に対する意味づけと矛盾しないように、映像およびナレーション等の言語で表現する行為に関する記述と考えることができる。この行為は、Buckingham(2002=2006)の「リアリズム」の説明にある「現実には忠実に見えるように」表現する行為に含まれると考えられることから、「リアリズム」に含めた。

以上のように、【3. リプレゼンテーション】では、〈放送される理由〉と〈放送されない理由〉に関する記述が多く確認された。また、テレビ・ドキュメンタリーで伝えられる現実には、主観的なものである、再構成されたものである等の記述があった。公平・中立や、撮影時の取材対象者に対するあり方に関して、相反するかのように見える記述があった。一方で、《3e. ステレオタイプ化》や、《3f. 解釈》、《3g. 影響》というオーディエンスに関わるカテゴリーに対応する記述は確認されなかった。

3.3.2.4. 【4. オーディエンス】

【4. オーディエンス】は、メディアの受け手がどのようにターゲットにされ測定されているか、およびメディアの流通や分配に関する分類である。この大分類では、テレビ・ドキュメンタリーの受け手に対する番組制作者の意識に関する記述が確認された。7つのカテゴリーのうち、《4a. ターゲット化》《4b. 語りかけ》《4c. 流通》の3つのカテゴリーで対応する記述があった。

対応する記述数が最も多かったカテゴリーは《4b. 語りかけ》であり、29件(5.5%)の記述があった。《4b. 語りかけ》には、〈視聴者イメージ〉〈興味を引く工夫〉〈わかりやすくする工夫〉〈テレビの影響力〉に関する記述があった。〈視聴者イメージ〉には、視聴者は集中してきているわけではない等の記述があった。そうした視聴者の興味を引くための工

夫として、印象が「強い」ものを先に出して興味を引き、残りの情報を見てもらえるようにする等の記述（〈興味を引く工夫〉）や、集中しているわけではない視聴者のために情報を大胆に整理し、省略する必要がある等の記述（〈わかりやすくする工夫〉）があった。また、番組制作者は、メッセージを込めた番組を作ることで、世の中がよくなることを期待しているという記述（〈テレビの影響力〉）もあった。

《4a. ターゲット化》は5件（1.0%）の記述があった。〈ターゲットイメージ〉〈ターゲットの興味を引く工夫〉〈視聴者を増やす工夫〉に関する記述があった。〈ターゲットイメージ〉には、「日本国民のマジョリティ」「高齢者」という2種類の記述があった。〈ターゲットの興味を引く工夫〉には、ターゲット層が好むテーマやテンポを考えて作る等の記述があった。〈視聴者を増やす工夫〉は、「この時はこれを見る」という視聴者を増やすことを目指すという記述であった。

【4. オーディアンズ】では、以上のような、視聴者に対する意識に関する記述以外に、《4c. 流通》に関する記述も2件（0.4%）確認された。テレビの〈同時性〉と〈一方向性〉に関する記述であった。

以上のように、【4. オーディアンズ】では、視聴者のイメージや視聴者の興味を引く工夫という制作者の視点による記述が多く確認された。【4. オーディアンズ】の大分類において、《d. 利用》《e. 理解》《f. 楽しみ》《g. 社会的な差異》という視聴者の視点に関わる4つのカテゴリーに対応する記述は確認されなかった。

3.4. 考察

ここまでの分析によって、日本の番組制作の実態や考え方に基づいた、テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの構成要素が抽出された。

具体的には、【1. 制作】では、経営基盤、業界構造、免許制度、憲法の知る権利、放送法の不偏不党、等の構成要素が抽出された。【2. 言語】では、映像の力、編集技法、ナレーションの技法等の構成要素が抽出された。【3. リプレゼンテーション】では、カメラによる現実の変化、取材対象者へのはたらきかけ、現実の再構成、情報の正確さ等の構成要素が抽出された。「オーディアンズ」では、ターゲットイメージ、ターゲットの興味を引く工夫等の構成要素が抽出された。

本章の研究が分析対象とした書籍から抽出された構成要素は、メディア・リテラシーの構成要素のすべてを網羅するものではない。例えば、「3. リプレゼンテーション」の「e.

ステレオタイプ化」、【4. オーディエンス】の「d. 利用」「e. 理解」等、抽出されなかった項目がある等、抽出された構成要素に偏りがあった。このような偏りが見られた理由としては、番組制作者が著した書籍には、番組制作者が意識していない項目や、書籍の出版目的とは合致しない項目が記述されないという特徴があるためと考えられる。「1. 制作」に分類される記述が多かった理由は、書籍の中に、番組作りについて、次の世代に伝えることを目的とする書籍（河村 2009）や、テレビ業界を目指す人を一つのターゲットとして制作手順を伝えることを目的とする書籍（高橋 2013）が含まれていたことが考えられる。また、「3. リプレゼンテーション」に分類される記述が多かった理由としては、結果で述べた通り、1 つには〈放送される理由〉〈放送されない理由〉いずれも、複数の理由が記述されている書籍があることが 1 つの理由である。事実の客観的記録としてドキュメンタリーを見なす「幻想や思いこみを解体すること」を目的とする書籍（森 2004）があったこと等も理由と考えられる。

また、書籍によって、記述数の多いカテゴリーが異なった。その理由としては、書籍によって出版目的や、著者の伝えたい内容が異なることが考えられる。そのため、分析対象とする書籍の選択によって、各カテゴリーで抽出される記述数は変化すると考えられる。

以上のことから、本章の研究で明らかになったのは、結果で挙げた項目を意識している番組制作者がいる、という事実にとどまるといえる。

番組制作者の記述からは、複雑な番組制作の実態や番組制作者の考え方が示唆される。番組制作者には、所轄の総務省、スポンサー、テレビ局、制作会社、制作スタッフ等の様々な人々との関係を意識している者がおり、より多くの視聴者の興味を引くために様々な工夫をしている者もいる。カメラの存在によって変わってしまう現実を前に、取材対象者にはたらきかけをする番組制作者もいる。番組で示される現実は、様々なメディア言語を使って構成していると考えている番組制作者もいるが、その一方で、正確な情報を伝えることも目指しており、憲法における国民の知る権利に応えることや、放送法の不偏不党も意識している番組制作者もいることが示唆された。Masterman (1985=2010) は、メディア・テキストに存在する、複雑に絡み合う影響が相互に関連し合う性質について理解する重要性を述べている。本章の研究で示されたのは、日本の制作現場におけるこれと対応した要素であった。メディア・リテラシー教育では、各要素を個別に学ぶだけでなく、番組制作者が様々な人々との関係を意識し、様々な考え方や手法を駆使している複雑な状況を複合的に理解する必要があると考えられる。

また、【1. 制作】【2. 言語】【3. リプレゼンテーション】【4. オーディアンス】の4つの大分類のうち、テレビ番組に対する批判の内容と対応する項目は、【3. リプレゼンテーション】に多くみられる。第1章で述べたように、日本でメディア・リテラシーに関心が高まったきっかけの一つに、NHKのテレビ・ドキュメンタリーにおける「やらせ」か「演出」かに関する議論があった。「やらせ」か「演出」かに関する議論は、【3. リプレゼンテーション】「b. 真実を語ること」の〈取材対象者へのはたらきかけ〉と対応する議論である。また、「1.1.4 テレビに対する批判とおよび実践」で述べた通り、テレビ番組に対するTwitter上の批判の特徴として、「何かの情報が偏っているのではないか」という“偏向報道への懐疑”がある(齋藤 2017)。「何かの情報が偏っているのではないか」という批判は、【3. リプレゼンテーション】「d. 偏向と客観性」と対応する内容である。また、インターネット上の「情報隠蔽」等の批判は、【3. リプレゼンテーション】「c. 存在と不在」と対応する内容である。このことから、メディア・リテラシーの4つの大分類の中でも、【3. リプレゼンテーション】に関わる項目に関して、番組制作者と視聴者の間に意識・態度の違いが存在する可能性が高いと考えられる。

3.5. まとめ

本章では、番組制作者が著した書籍の記述の分析により、日本の番組制作の実態や番組制作者の考え方に基づいたテレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの構成要素の抽出を行った。

その結果、「制作」では、経営基盤、業界構造、免許制度、憲法の知る権利、放送法の不偏不党、等の構成要素が抽出された。「言語」では、映像の力、編集技法、ナレーションの技法等の構成要素が抽出された。「リプレゼンテーション」では、カメラによる現実の変化、取材対象者へのはたらきかけ、現実の再構成、情報の正確さ等の構成要素が抽出された。「オーディアンス」では、ターゲットイメージ、ターゲットの興味を引く工夫等の構成要素が抽出された。

また、番組制作者の記述から、番組制作者には、所轄の総務省、スポンサー、テレビ局、制作会社、製作スタッフ等の様々な人々との関係を意識している者がおり、より多くの国民の興味を引くために様々な工夫をしている者もいる。カメラの存在によって変わってしまう現実を前に、取材対象者にはたらきかけをする番組制作者もいる。番組で示される現実とは、様々なメディア言語を使って構成していると考えている番組制作者もいるが、その

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 第3章 テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの構成要素の抽出 |

一方で、正確な情報を伝えることも目指しており、憲法における国民の知る権利に応えることや、放送法の不偏不党も意識している番組制作者もいることが示唆された。こうした複雑なテレビ番組の制作の実態や考え方を複合的に理解する必要があると考えられる。

第1章で述べたとおり、日本においてテレビ番組に関するメディア・リテラシーに関心が高まったきっかけの一つは、放送事業者と視聴者の間に、テレビのあり方に関して意識・認識のギャップが存在すると指摘されたことであった（青少年と放送に関する調査研究会 1998）。視聴者がメディア・リテラシーを向上させることで、放送事業者との健全な緊張関係を醸成することが目指された（郵政省 2000）。第2章で述べた通り、日本において、メディア・リテラシーの構成要素に関する研究は存在するが、番組制作の実態や番組制作者の考え方に関する調査を十分に行った上で示された構成要素は管見の限り見当たらなかった。本章の研究により、メディア・リテラシーの構成要素に対応する、テレビ番組の制作の実態や番組制作者の考え方に関する具体的な構成要素が示された。これらの構成要素が示されたことは、日本のテレビ番組の制作の実態や番組制作者の考え方をより理解するためのカリキュラムやプログラムの開発の糸口になると考えられる。また、メディア・リテラシーの構成要素の中でも、リプレゼンテーションにおいて、インターネット上の批判で散見される「偏向報道」「情報隠蔽」「やらせ」等の批判と対応する項目が示された。このことから、リプレゼンテーションに含まれる項目において、番組制作者と視聴者の間に意識・態度の違いが存在する可能性が考えられる。番組制作者と視聴者の間の意識・態度の違いに着目したメディア・リテラシーの教育および実践を実施する際には、リプレゼンテーションに含まれる項目に関する学びを促す必要があることが示唆された。

本章では、メディア・リテラシーの構成要素の全項目に対応するテレビ・ドキュメンタリーの構成要素を示すため、抽出された記述をサブカテゴリーにまとめて示した。しかし、メディア・リテラシー教育および実践においてこれらの構成要素を学習項目として示すには、記述の詳細を再度検討する必要がある。例えば、本章で示された「放送される理由」というサブカテゴリーは、これだけでは学習項目にはならない。メディア・リテラシー教育および実践においては、「放送される理由」として、具体的にどのような理由があるのかが学習項目になると考えられる。各構成要素の詳細については、第4章で検討する。

第4章 テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーション の構成要素の項目間の関係

第3章では、日本の番組制作の実態や番組制作者の考え方に基づいたテレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの構成要素を抽出した。本章では、メディア・リテラシー育成を目指す研究や実践開発に役立つ知見を得ることを目的に、第3章で抽出した構成要素のうち、リプレゼンテーションに含まれる項目を示し、項目間の関係も検討する。

4.1. 背景と目的

第3章では、番組制作者の書籍から Buckingham (2002=2006) の基本概念と対応する記述を抽出することで、日本の番組制作の実態や番組制作者の考え方に基づいたテレビ・ドキュメンタリーのメディア・リテラシーの構成要素を示した。また、メディア・リテラシーの構成要素の中でも、「リプレゼンテーション」に関わる項目において、番組制作者と視聴者の間に意識・態度の違いが存在する可能性を指摘した。「3. リプレゼンテーション」においては、番組制作者の書籍から183の記述が抽出されている。「a. リアリズム」「b. 真実を語ること」「c. 存在と不在」「d. 偏向と客観性」「e. ステレオタイプ化」「f. 解釈」「g. 影響」の7つのカテゴリーのうち、「a. リアリズム」「b. 真実を語ること」「c. 存在と不在」「d. 偏向と客観性」の4つのカテゴリーにおいて、制作者の記述が抽出され、各カテゴリーに対応する構成要素(サブカテゴリー)が示されている(表4-1)。

しかし、第3章で述べた通り、メディア・リテラシー教育および実践においてこれらの構成要素を学習項目として示すには、書籍の記述の詳細を再度検討する必要がある。例えば、本章で示された「放送される理由」というサブカテゴリーは、これだけでは学習項目にはならない。メディア・リテラシー教育および実践においては、「放送される理由」として、具体的にどのような理由があるのかが学習項目になると考えられる。また、メディア・リテラシー教育および実践を設計するためには、構成要素における項目の意味のまと

まりを検討したり、どの項目を理解すればほかのどの項目が理解できるのかを検討したりする等、リプレゼンテーションの構成要素の項目間の関係を明らかにすることが役立つと考えられる。

以上により、本章では、テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに関するメディア・リテラシー育成を目指す研究や実践開発に役立つ知見を得ることを目的に、リプレゼンテーションの各構成要素に含まれる項目を示し、項目間の関係を検討する。

表 4-1 第3章で示された「リプレゼンテーション」の構成要素

カテゴリー	サブカテゴリー
a. リアリズム	現実の再構成
	情報の正確さ
	制作者の存在の表現
b. 真実を語ること	カメラによる現実の変化
	素の表情
	取材対象者へのはたらきかけ
c. 存在と不在	放送される理由
	放送されない理由
d. 偏向と客観性	主観性
	公平・中立の必要性
	公平・中立の不可能性
e. ステレオタイプ化	(該当なし)
f. 解釈	
g. 影響	

4.2. 研究方法

第3章では、「3. リプレゼンテーション」において番組制作者の書籍から抽出された183の記述をラベル化している。本章では、第3章で作成されたこのラベルを、KJ法(川喜田1986)の図解化(A型)を参考にして図解化を行い、項目間の関係の検討を行った。

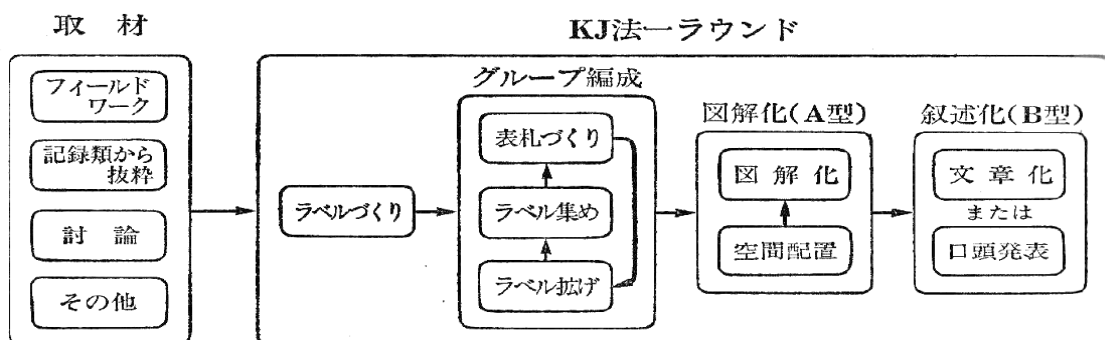


図 4-1 狭義の KJ 法ーラウンド (川喜田 1986)

KJ法は、図4-1に示したように、取材により収集した定性データを、ラベルづくり、グループ編成、図解化、叙述化という手順で整理・体系化する、定性データの整理法である。

本研究では、第3章ですでに、ラベルづくり、グループ編成にあたる工程を実施している。ただし、第3章の工程は、KJ法を一部参考にして実施しているものの、理念は異なるものであった。KJ法は、先入観、仮説や理論、希望的観測に合わせてデータを秩序付けるのではなく、混沌としたデータ自体から秩序を生み出すことを理念とする。KJ法を考案した川喜田(1986)は、「仮説や理論ばかりに頼りすぎると、それ以外のことには目をふさいでしまう危険がある」という問題意識に基づきKJ法を考案している。本研究の第3章の工程は、既存のメディア・リテラシーの構成要素に対応する記述を抽出したものであり、この点において、KJ法の理念とは異なる。



本研究では、本章で項目間の関係を検討する際にKJ法の「図解化」を参考に図解化を行っており、KJ法を一連で行ったものではない。KJ法の図解化は、項目間の関係の検討において有用と考え、採用することとした。

KJ法の図解化では、まず、紙の上に、グループ編成の最終段階で得た紙束のラベルを空間配置を行う。空間配置とは、「この数束の表札の訴える内容が、どういう空間的配置を採れば、意味の上で最も分かりよい相互関係の配置図をなすか、それを探って空間的に配置する作業」(川喜田1986)である。空間配置が終わったら、各束の最後に集めた束を外し、表札の下に意味のすわりのよい位置に空間配置する。この際、隣接する大束との意味との関係も考慮して空間配置を行う。このようにして、次元の高い束から順に、何段もの空間配置をしていき、元ラベルの一枚ずつまで空間配置を行う。

本章の研究では、この手順に基づき、空間配置を行った。ただし、各束の表札がすでに学習項目と対応する抽象度になっていたことから、束を外して空間配置を行う作業は省略した。

KJ法では、続いて「島どり」の工程がある。「島どり」は、一段目のグループ編成で集まった1セットずつの元ラベルを島のように線で囲み、線で囲った部分の表札を貼り付ける工程である。一段目の島どりが終わったら、二段目、三段目、と最高段階まで島どりをする。島と島の間に、関係線を書き込む。意味の上で特に関係が深いと判断された島同士を棒線をつなぐ。関係線には、等、様々な線が考案されてきた。本章の研究では、この手順に基づき「島どり」を行い、川喜田(1986)で示されている関係線(表4-2)に基づき検討を行った。

表 4-2 KJ法の「関係線」 (川喜田 1986)

<p>A=B 両者はほぼ同じもの</p> <p>A—B 両者は関係が深い</p> <p>A→B 両者は、因果関係、発生、大小、上下、授受、その他の上で、序列関係を持っている。</p> <p>A⇄B 両者は相互に影響を及ぼしあっている。</p> <p>A↔B 両者は著しく相互に影響を及ぼしあっている。</p> <p>A×<B 両者は、反対の性質、対立関係などを持っている。</p>	<p>A×3 両者の間に、かつて存した関係が切れている。</p> <p>A>Bの事柄に支えられてAの事柄が存する。</p> <p>A:::B AとBとは関係があるが、その関係は、あいまいであったり未知であったり、あまりに複雑・デリケート。</p> <p> A, B, Cなどは、同類としての関係を持つ。</p> <p> CはA・Dとも同類であり、別の意味でB・Eとも同類である。</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4.3. 結果

第3章で作成されたカードを図解化し、活字にしたものが図4-2である。第3章で示された、メディア・リテラシーの構成要素におけるカテゴリー名を【】で表記し、各カテゴリーに含まれる項目を線で囲んだ。各項目に識別用の番号を振り、カテゴリー記号と合わせて「a1, a2…」と表記した。類似の項目を線で囲み、付与した表札(以下、サブカテゴリー)を《》で表記した。項目名は、〈〉で表記した。

以下、川喜田(1986)の「叙述化」(B型)を参考に、結果を記述する。「叙述化」とは、「図解化をして分かったことを、さらにストーリーとしてみる」ことである(川喜田1986)。本章では、文章化を、Buckinghamの4つのカテゴリーごとに、Buckinghamが示した順に文章化した。川喜田(1986)は、文章化は、①内容を忠実に説明するにとどまる、②文章化を通して新しいアイデアを模索する、という目的の違いによって方法が異なると述べている。本章では、このうち、①内容を忠実に説明するにとどまる文章化を行った。また、川喜田に基づき、叙述と筆者の解釈を区別し、解釈は、()で表記した。考察に関しては、「4.4.考察」として別に記述した。

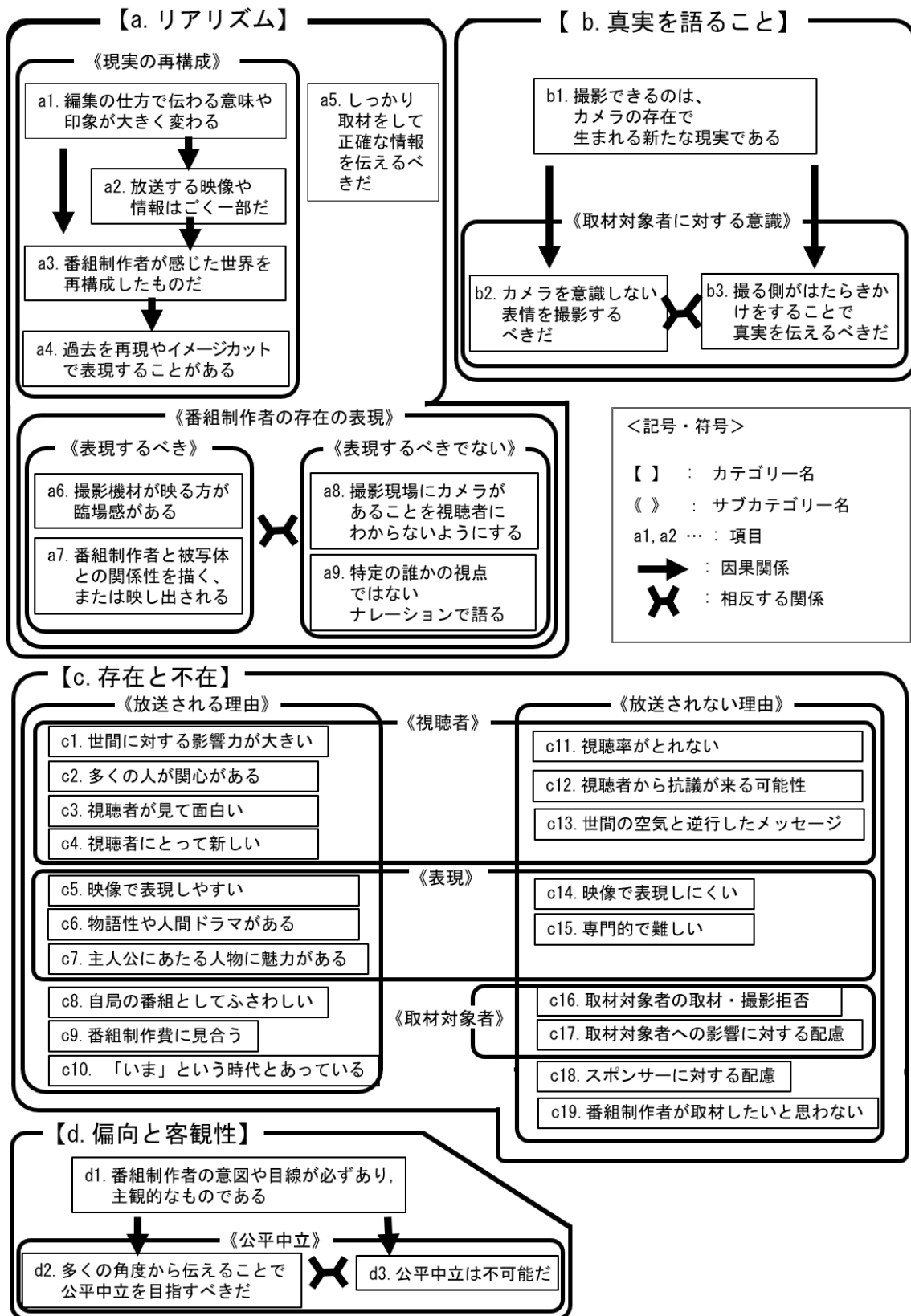


図 4-2 サブカテゴリーおよび項目間の関係

4.3.1. 【a. リアリズム】

【a. リアリズム】から記述する。《現実の再構成》に関して、番組制作者は、〈a1. 編集によって伝わる意味や印象が大きく変わる〉と（自らの経験から）考えている。そのため、テレビ・ドキュメンタリーは〈a3. 番組制作者が感じた世界を再構成したものだ〉と考えている。また、〈a1. 編集によって伝わる意味や印象が大きく変わる〉と考えているため、（番組制作者が伝えたい意味や印象が伝わることを目指して編集をしておき）、〈a2. 放送する映像や情報はごく一部だ〉と考えている。ごく一部の映像や情報を用いて、（編集によって番組制作者が伝えたい意味や印象を作り上げているため、）ドキュメンタリーは〈a3. 番組制作者が感じた世界を再構成したものだ〉と考えている。また、ドキュメンタリーは〈a3. 番組制作者が感じた世界を再構成したものだ〉という考えが、〈a4. 過去を再現やイメージカットで表現することがある〉という手法を支える考え方になっている。一方で、〈a5. しっかり取材をして正確な情報を伝えるべきだ〉とも考えている。〈a5. しっかり取材をして正確な情報を伝えるべきだ〉という記述をする番組制作者が全員、《現実の再構成》に関する記述もしていることから、正確な情報を伝えることと、現実を再構成したものだという考え方は、番組制作者の中で共存している可能性がある。

番組内における《番組制作者の存在の表現》に関しては、《表現するべき》《表現するべきでない》という相反する考え方がある。《現実の再構成》で、テレビ・ドキュメンタリーは〈a3. 番組制作者が感じた世界を再構成したものだ〉という考え方があるが、再構成する番組制作者の存在は、《表現するべきでない》という考え方もある。

4.3.2. 【b. 真実を語ること】

【b. 真実を語ること】に関して記述する。番組制作者は、（撮られる側がカメラを意識することがあるため、）〈b1. 撮影できるのは、カメラの存在で生まれる新たな現実である〉と考えている。こうした現状における《取材対象者に対する意識》には、〈b2. カメラを意識しない表情を撮影すべきだ〉という考え方と、〈b3. 撮る側がはたらきかけをすることで真実を伝えるべきだ〉という相反する（かのように見える）考え方がある。

4.3.3. 【c. 存在と不在】

【c. 存在と不在】には、何かの題材が《放送される理由》と《放送されない理由》がある。何かの題材が《放送される理由》には、〈c1. 世間に対する影響力〉〈c2. 多くの人が関

心がある〉等 10 項目があり、《視聴者》に対する意識、《表現》に関する意識、〈c8. 自局の番組としてふさわしい〉〈c9. 番組制作費に見合う〉〈c10. 「いま」という時代とあっている〉にグループ化できる。《放送されない理由》には、〈c11. 視聴率がとれない〉〈c12. 視聴者から抗議が来る可能性〉等 9 項目があり、《視聴者》に対する意識、《表現》に関する意識、《取材対象者》に対する意識、〈c18. スポンサーに対する配慮〉〈c19. 番組制作者が取材したいと思わない〉にグループ化できる。

4.3.4. 【d. 偏向と客観性】

【d. 偏向と客観性】に関しては、番組制作者は、ドキュメンタリーは〈d1. 番組制作者の意図や目線が必ずあり、主観的なものである〉と考えている。そのため《公平・中立》に関して、〈d2. いろいろな視点から取材をして公平・中立を目指すべきだ〉と考えている。しかし、〈d3. 公平・中立は不可能だ〉という相反する(かのように見える)考え方もある。

4.4. 考察

結果から考えられることの 1 点目は、番組制作者間(または番組制作者内)で、相反する(あるいは相反すると捉えられる)考え方があり得る可能性である。具体的には、【a. リアリズム】の《番組制作者の存在の表現》、【b. 真実を語ること】の《取材対象者に対する意識》、【d. 偏向と客観性】の《公平・中立》において、相反する(あるいは相反すると捉えられる)考え方が確認できた。

【a. リアリズム】の《番組制作者の存在の表現》では、《表現するべき》《表現するべきでない》という相反する考え方があり得る。両方の記述をしている番組制作者もいることから、番組制作者の中には、両方の考え方を併せ持ち、使い分けている制作者がいる可能性が考えられる。

【b. 真実を語ること】の《取材相手に対する意識》では、〈b2. カメラを意識しない表情を撮影すべきだ〉と〈b3. 撮る側がはたらきかけをすることで真実を伝えるべきだ〉という相反するかのように見える 2 つの考え方があり得る。この項目に関して記述が抽出された 6 人中 5 人が〈b2. カメラを意識しない表情を撮影すべきだ〉と、〈b3. 撮る側がはたらきかけをすることで真実を伝えるべきだ〉の両方を記述している。山登(2000)は「これは、対立するものではなく、場面ごとに選択すべき方法である」と述べていることから、番組制作者が両方の考え方を併せ持ち、場面に合わせて使い分けている可能性が考えられる。

【d. 偏向と客観性】の《公平・中立》に関しては、〈d2. いろいろな視点から取材をして公平・中立を目指すべきだ〉と〈d3. 公平・中立は不可能だ〉という相反する（かのように見える）考え方があり、放送事業者は、放送法第1章第1条で「不偏不党」が定められ、第2章第4条で「政治的に公平であること」が定められている（総務省 2019）。また NHK は、個々のニュースや番組の中で公平性を確保できないときに、同一シリーズ内など、放送全体で公平性を確保する方針を示している（NHK 2020）。一方で、公平・中立は、何が放送法上の公平かが曖昧であり、議論の余地があることが指摘されてきた（例えば、原 1997）。また、公平・中立や客観報道といった建前と現実のギャップがあることも指摘されてきた（菅谷 2000）。分析対象の書籍において「目指すべきだ」と唯一記述している大脇は、「取材を受ける人と取材をする人との『関係性』や『距離感』もそのまま映し出します」（大脇 2012）とも述べており、目指すべきという理念と、現実との違いを感じていることも示唆される。このことから、「公平・中立」は目指すべきものとされながらも、現実には「不可能だ」というように、番組制作者には理念と現実との間のギャップを感じている人がいる可能性が考えられる。

以上により、メディア・リテラシー教育および実践では、制作者の存在の表現、取材対象者に対する意識、公平・中立に関して、考え方が一つでないということについて理解を促すことが重要と考えられる。

結果から考えられることの2点目は、番組制作者のリプレゼンテーションに関する考え方や手法に影響を与えている考え方や経験がある可能性である。

まず、【a. リアリズム】の〈a1. 編集によって伝わる意味や印象が大きく変わる〉という考え方は、〈a2. 放送する映像や情報はごく一部だ〉〈a3. 番組制作者が感じた世界を再構成したものだ〉という2つの考え方に影響を与えている可能性がある。また、〈a3. 番組制作者が感じた世界を再構成したものだ〉という考え方が、〈a4. 過去を再現やイメージカットで表現することがある〉という手法の根底にある可能性がある。ドキュメンタリーは〈a3. 番組制作者が感じた世界を再構成したものだ〉という考え方は、メディア・リテラシーの基本概念である「メディアは構成され、コード化された表現である」という、メディア・リテラシーの基本概念（Masterman 1989）と対応した項目である。番組制作者はこの基本概念を意識しており、番組制作者の基本概念に対する意識を理解するためには、編集について知ることが助けになる可能性がある。またこの概念を理解することで、表現手法に対

する理解が深まる可能性がある。

【b. 真実を語ること】の《取材相手に対する意識》には、〈b2. カメラを意識しない表情を撮影すべきだ〉と〈b3. 撮る側がはたらきかけをすることで真実を伝えるべきだ〉という相反するかのように見える2つの考え方がある。これらの2つの考え方は共に、〈b1. 撮影できるのは、カメラの存在で生まれる新たな現実である〉という意識が関係している可能性がある。〈b3. 撮る側がはたらきかけをすることで真実を伝えるべきだ〉という考え方は「やらせ」と批判を受けることもある手法に結びつく考え方であるが、こうした考え方の理由を理解するためには、〈b1. 撮影できるのは、カメラの存在で生まれる新たな現実である〉という意識に対する理解を促すことが支援になる可能性があると考えられる。

【d. 偏向と客観性】では、番組制作者は、ドキュメンタリーは〈d1. 番組制作者の意図や目線が必ずあり、主観的なものである〉と考えている。この考え方が、〈d2. 多くの角度から伝えることで、公平・中立を目指すべきだ〉という考え方と〈d3. 公平・中立は不可能だ〉という考えに結びついている可能性がある。両者の考え方を理解するためには、〈d1. 番組制作者の意図や目線が必ずあり、主観的なものである〉という考え方を理解することが支援になる可能性があると考えられる。

結果から考えられることの3点目は、示された項目のうち、グループ化できる項目がある可能性である。【c. 存在と不在】では、《放送される理由》および《放送されない理由》に関して多くの理由があるが、いずれも《視聴者》に対する意識、および《表現》に対する意識にグループ化できる。さらに、何かの題材が《放送されない理由》には、《取材対象者》に対する意識のほか、〈c18. スポンサーに対する配慮〉〈c19. 番組制作者が取材したいと思わない〉などにグループ化できる。メディア・リテラシー教育および実践では、このように、【c. 存在と不在】の背景にある要素ごとのまとまりで示すことが、学習者の理解の支援になる可能性があると考えられる。

4.5. まとめ

本章では、第3章で抽出されたリプレゼンテーションの記述の詳細を示し、教育および実践の学習項目に適応可能な項目を検討した。また、項目間の関係も検討した。その結果、1) 番組制作者間(または番組制作者内)で、相反する(あるいは相反すると捉えられる)考え方がある可能性があること、2) メディア・リテラシー教育の構成要素の一つの項目につい

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 第4章 テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションの構成要素の項目間の関係 |

て理解するためには、別の項目を理解することが支援になる可能性があること、3) グループ化できる項目がある可能性があること、の3点が示唆された。

本章の研究では、KJ法(川喜田1986)の図解化(A型)と叙述化(B型)を参考に、分析と記述を行った。KJ法は、分析者が意味を構成する質的研究法の一つであるため、結果に分析者の意図が含まれる可能性は否定できない。この点を理解した上で、本章の結果を受け止める必要がある。

また、本章の研究で、番組制作者が著した書籍の記述内容が、どの程度の割合の番組制作者に共通する考え方なのかについては、検証が必要である。これについては、第5章で調べることとする。

第5章 テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーション に対する番組制作者と大学生の意識・態度の違い

第 4 章では、第 3 章で抽出されたリプレゼンテーションに含まれる項目を示し、項目間の関係を検討した。本章では、第 4 章で抽出された項目に関する意識・態度を尋ねる調査票を作成し、番組制作者と視聴者の一部である大学生に対して調査を行い、番組制作者と大学生の間にある、テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違いを明らかにする。

5.1. 背景と目的

第 1 章で述べた通り、日本において、テレビ番組に関するメディア・リテラシー育成に対する関心が高まったきっかけの一つは、放送事業者と視聴者の間に、テレビのあり方に関して意識・認識のギャップが存在すると指摘され、視聴者がメディア・リテラシーを向上させることで、放送事業者と視聴者の間の健全な緊張関係を醸成することが目指されたことだった。テレビ番組の中でもテレビ・ドキュメンタリーは、番組制作者と視聴者の間に意識・認識のギャップが存在すると指摘された番組ジャンルである。しかし、テレビ・ドキュメンタリーの制作者と視聴者の間に存在する意識・認識の違いを具体的に明らかにすることを目的とする調査は、管見の限り行われてこなかった。そのため、番組制作者と視聴者の間に存在する意識・認識の違いに焦点を当てたメディア・リテラシー教育および実践を行うことは困難であった。

第 5 章では、番組制作者と、視聴者の一部である大学生の間に存在する意識・態度の違いを明らかにするために、第 4 章で抽出された項目に関する意識・態度を尋ねる調査を行う。本研究では、「意識・認識」のうち、実証可能と考えられる「意識・態度」を研究対象とする。また、調査結果に基づき、大学生のテレビ・ドキュメンタリーのメディア・リテラシー育成において重視すべき項目について検討を行う。

5.2. 研究方法

5.2.1. 調査対象者

番組制作者は、関東エリアで放送されるテレビ・ドキュメンタリーをディレクターの立場で現在制作している者、および制作経験のある者を調査対象とした。サンプリングにおいては、「2.3.4 調査対象者」で示した通り、「NHK 職員」「民放社員」「番組制作会社またはフリーランス」が退職者も含めてそれぞれ同数になること、年齢層ができるだけ均等になることを目指して回答の依頼をした。回答者数の目標は100人とし、101人から回答を得た。回答者のディレクター（または記者）としての平均在職年数は、19.9年（SD=10.6, 最小値3, 最大値61）であった。回答者数と全体における割合を所属組織と年齢によりクロス集計した結果を表5-1に示す。年齢層別に見ると、30代、40代、50代は、全体の20%台と、大きな差がなく回答が得られたが、29歳以下、60代、70歳以上の回答者数が少なかった。所属組織別に見ると、退職後も含めた回答は、「NHK, または NHK の関連会社」「民放, または民放の関連会社」は、大きな差がなく得られたが、「独立系番組制作会社, またはフリーランス」の回答者数がやや少なかった。

表 5-1 番組制作者の所属組織と年齢の割合 (%) $n = 101$

所属組織/年齢	29歳以下	30代	40代	50代	60代	70歳以上	計
1. NHK, または NHK の関連会社 (現役)	1 (1.0)	10 (9.9)	7 (6.9)	8 (7.9)	2 (2.0)	1 (1.0)	29 (28.7)
2. NHK, または NHK の関連会社 (退職後)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.0)	1 (1.0)	0 (0.0)	5 (5.0)	7 (6.9)
3. 民放, または民放の関連会社 (現役)	1 (1.0)	11 (10.9)	14 (13.9)	7 (6.9)	0 (0.0)	1 (1.0)	34 (33.7)
4. 民放, または民放の関連会社 (退職後)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.0)	2 (2.0)	0 (0.0)	3 (3.0)
5. 独立系番組制作会社, またはフリーランス (現役)	0 (0.0)	4 (4.0)	6 (5.9)	6 (5.9)	3 (3.0)	2 (2.0)	21 (20.8)
6. 独立系番組制作会社, またはフリーランス (退職後)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (2.0)	2 (2.0)
7. その他 (大学教員, 技術会社)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.0)	1 (1.0)	3 (3.0)	5 (5.0)
合計	2 (2.0)	25 (24.8)	28 (27.7)	24 (23.8)	8 (7.9)	14 (13.9)	101 (100.0)

上は回答者数, 下の括弧内は制作者の全回答者における割合 (%)

大学生は、都内の大学の1, 2年生を調査対象とした。興味関心が特定の分野に絞られないことから教養系学部を選び、専門科目を履修する前の1, 2年生を対象に実施した。回答者数の目標は100人とし、93名から回答を得た(回答率は40.6%)。平均年齢は18.7歳

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
 大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
 | 第 5 章 テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに対する番組制作者と大学生の意識・態度
 の違い |

($SD = 0.80$, 最小値 18, 最大値 22) であった。回答者数と全体における割合を学年と性別によりクロス集計した結果を表 5-2 に示す。1 年生と 2 年生は大きな差がなく回答が得られたが、男女比は、1 対 2 で女子の回答者が多かった。

表 5-2 大学生の学年と性別の割合 (%) $n = 93$

	男子	女子	合計
1 年生	15 (16.1)	34 (36.6)	49 (52.7)
2 年生	16 (17.2)	28 (30.1)	44 (47.3)
合計	31 (33.3)	62 (66.7)	93 (100.0)

上は回答者数, 下の括弧内は大学生の全回答者における割合 (%)

5.2.2. 調査時期・方法

調査は、2020 年 3 月から 5 月にかけてインターネット調査フォーム「クエスタント (Questant)」を利用して実施した。匿名での回答を原則とした。インターネット調査を選択した理由は、1) いつでもどこでも誰でも手軽に回答できることから (鈴木 2016), 多忙と推測される番組制作者が回答しやすいこと, 2) テレビ番組の制作過程について、遠慮せず、包み隠さず、正確にその実態をさらけ出せる番組制作者が非常に限られているとされるが (長谷川 2014), インターネット調査は匿名性が高く本音を引き出しやすいこと (鈴木 2016), 3) 大学生に対する調査では匿名性の高さから、成績への影響などを意識した回答を抑えられることである。なお、番組制作者の中にインターネット経由の回答が困難な対象者がいる可能性を考慮し、メール添付や紙面でも回答できるように調査を設計した。

5.2.3. 調査の手続き

5.2.3.1. 番組制作者

番組制作者は、知人の紹介によって標本を集める機縁法で調査を依頼した。筆者を起点とし、2020 年 3 月から 5 月に、知人の番組制作者および経験者に直接会ったり、メールを送ったりして、調査の主旨を説明した上で、調査依頼書をメールで送付して回答を依頼した。回答を依頼した本人だけでなく、調査対象者に該当する知人にも転送してもらうよう依頼した。回答フォームは「クエスタント (Questant)」を使ってインターネット上に作成し、調査協力依頼書にリンクおよび QR コードをつけてそこから回答できるよう設計した。

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 第 5 章 テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに対する番組制作者と大学生の意識・態度
の違い |

インターネット上の回答フォームで回答が困難な番組制作者のために、Word で作成し、Word のチェックフォーム機能で回答できる調査票も作成し、併せてメールに添付した。また、60 代以上の制作者 10 名に関しては、紙面の方が回答しやすいとの意見が協力者からあったことから、紙に印刷した調査票を郵送で送り、返送してもらった。

回答者数の目標は 100 人とし、「NHK 職員」「民放社員」「番組制作会社またはフリーランス」が退職者も含めてそれぞれ同数になること、年齢層ができるだけ均等になることを目指した。その旨を協力者に伝え、著者が回答状況を見ながら、少ない層に回答を依頼してもらうように協力者にお願いをした。

調査依頼書を巻末の付録に示す。調査依頼書において、調査目的・意義を「テレビの制作者が考えているドキュメンタリー観と、視聴者（大学生）が考えているドキュメンタリー観の両方を調査することで、制作者と視聴者の関係をよりよくしていくことを目的とするもの」と説明し、調査の企画者がテレビ・ドキュメンタリーのディレクターであること、制作者の手法を批判することを目的とするものではないこと等を説明した。できるだけ 1 週間に内に回答してほしい旨を説明した。

5.2.3.2. 大学生

大学生は、2020 年 5 月 1 日、5 日、8 日に、都内の大学の教養系学部で、授業内容に「メディア」を含まない、1、2 年生を対象とする 3 つの授業の終了後に回答を依頼した。新型コロナウイルス流行の影響で、授業は ZOOM によるオンラインで実施されていた。調査を実施した 2 つの授業は 2020 年度の第 1 回の授業であった（もう 1 つの授業は第 2 回の授業であった）。

授業終了後に、ZOOM を通して筆者がスライドを映して調査の目的や方法を説明し、できるだけ当日中に回答してもらうよう依頼した。映したスライドを巻末の付録に示す。調査目的は「テレビ番組の制作者はどんなことを考えて作っているのか？大学生はどんなことを考えて見ているのか？両方を調査して、お互いが考えていることを知る」ことであると説明し、「テレビ・ドキュメンタリーについて皆さんが知っていることや考えていることを教えていただくもの」と説明した。調査の参加は自由であること、回答は原則匿名であり、誰の回答かわかることはないこと、謝礼はないこと等も説明した。回答フォームは「クェスタント (Questant)」を使ってインターネット上に作成し、スライドにつけた QR コード、ZOOM のチャットに貼ったリンク、授業の e-learning システム (Moodle) に貼っ

たリンクから回答できるようにした。調査を依頼した時に ZOOM に接続していた学生は、3 つの授業を合計して 229 人であった。そのうち 93 人から回答を得た (回答率は 40.6%)。

5.2.4. 調査項目

調査項目は、第 4 章で示された、リプレゼンテーションの構成要素に対応する項目に対する意識・態度を尋ねる項目とした。第 3 章の書籍の記述の分析により、リプレゼンテーションは、インターネット上のテレビ批判で散見される「やらせ」「偏向報道」「情報隠蔽」等と密接な関係がある項目が含まれることが示されたことから、本調査の対象とした。具体的には、リプレゼンテーションの構成要素 (Buckingham 2002=2006) のうち、「a. リアリズム」「b. 真実を語ること」「c. 存在と不在」「d. 偏向と客観性」に関する意識・態度を尋ねる質問項目を作成した。調査項目は、7 問 31 項目である。質問項目およびリプレゼンテーションの構成要素との対応を表 5-3 に示す (実際の質問票は付録に示す)。

Q1, Q2 は、リプレゼンテーションの構成要素の「c. 存在と不在」と対応した質問である。Q3, Q4 は「a. リアリズム」と対応した質問、Q5, Q7 は「b. 真実を語ること」と対応した質問、Q6 は「d. 偏向と客観性」と対応した質問である。質問項目の並び順は、回答者が回答しやすいように考慮し、構成要素の順番とは異なる順番にした。質問文は、テレビ番組の送り手と受け手というように立場の異なる番組制作者と大学生が同じ質問項目に回答できるよう、予備調査を重ねて検討し、作成した。

Q1 は、番組制作者が題材を選ぶときに考慮していると思う項目について尋ねている。Q1 の調査フォームの画面の一部を図 5-1 に示す。質問文は、「Q1. 制作者が取材する題材を選ぶときに、A~G の項目が考慮されていると思う番組をすべて選んでください」とし、「A. 世間に対する影響力」「B. 多くの人の関心」等、第 4 章の番組制作者の書籍の分析の結果示された 7 項目を示している。回答者には、A~G の 7 項目それぞれに対して、当てはまると思う番組ジャンルを、「ニュース」「ニュース・ドキュメンタリー」「その他のドキュメンタリー」「情報番組」の 4 つの選択肢からすべて選択してもらった。質問項目数が 7 問 31 項目と多いため、回答者の負担を軽減するために、4 つの番組ジャンルそれぞれで間隔尺度による選択肢は設けず、各項目に当てはまる番組ジャンルを回答するという回答方法とした。回答者には、各番組ジャンルの番組例 (表 5-4) を提示し、質問に回答してもらった。

表 5-3 質問項目およびリプレゼンテーションの構成要素との対応

構成要素	質問	項目
c. 存在と不在	Q1. 制作者が取材する題材を選ぶときに、A～Gの項目が考慮されていると思う番組をすべて選んでください。	A.世間に対する影響力 B.多くの人の関心 C.視聴者が見て面白い D.視聴者にとって新しい E.映像で表現しやすい F.物語性や人間ドラマ G.制作費に見合う
c. 存在と不在	Q2. 番組が何かの題材を放送しない理由に、A～Gの項目が影響していると思う番組をすべて選んでください。	A.視聴率がとれない B.世間の空気と逆行したメッセージ C.取材対象者の取材・撮影拒否 D.取材対象者への影響に対する配慮 E.視聴者から抗議が来る可能性 F.スポンサーに対する配慮 G.制作者が取材したいと思わない
a. リアリズム	Q3. A, B は、番組が伝えるものに対する考え方の例です。当てはまると思う番組をすべて選んでください。この中に当てはまる番組がないと思う場合は、「X」を選んでください。同じジャンルの番組で、AとB両方を選んでもかまいません。	A.ありのままの現実 B.再構成したもの
a. リアリズム	Q4. A, B は、制作者の存在の見せ方に対する考え方の例です。当てはまると思う番組をすべて選んでください。この中に当てはまる番組がないと思う場合は、「X」を選んでください。同じジャンルの番組で、AとB両方を選んでもかまいません。	A.わかるようにするべき B.わからないように工夫するべき
b. 真実を語る こと	Q5. A, B は、撮られる側に対する制作者のあり方についての考え方の例です。当てはまると思う番組をすべて選んでください。この中に当てはまる番組がないと思う場合は、「X」を選んでください。同じジャンルの番組で、AとB両方を選んでもかまいません。	A.カメラを意識しない表情をねらうべき B.何かをしてもらうことで現実や真実が伝えられる
d. 偏向と客観 性	Q6. A～C は、様々な意見や立場、利害に対する公平・中立についての考え方の例です。当てはまると思う番組をすべて選んでください。この中に当てはまる番組がないと思う場合は、「X」を選んでください。同じジャンルの番組で、A～Cを同時に複数選んでもかまいません。	A.1つの番組内で公平・中立を目指すべき B.局全体で公平・中立を目指すべき C.公平・中立は難しい
b. 真実を語る こと	Q7. A～H の撮影手法が認められるべきケースがあると 思う 番組をすべて選んでください。この中に認められるべき番組がないと思う場合は、「X」を選んでください。	A.別の角度 B.撮影日時 C.ゆっくり D.もう一度 E.別の場所 F.ふさわしい場所 G.自然現象 H.状況設定

Q1. 制作者が取材する題材を選ぶときに、A～Gの項目が考慮されていると思う番組をすべて選んでください。
(複数選択)

1.ニュース 2.ニュースドキュメンタリー 3.その他のドキュメンタリー 4.情報番組

A.世間に対する影響力

B.多くの人の関心

C.視聴者が見て面白い

図 5-1 調査フォームの画面の一部 (Q1)

表 5-4 選択肢の番組ジャンルと番組例

番組ジャンル	番組例
ニュース	「NHK ニュース 7」(NHK) 「報道ステーション」のストレートニュース部分(テレビ朝日)
ニュース・ドキュメンタリー	「報道ステーション」の特集 VTR 部分(テレビ朝日) 「報道特集」の特集 VTR 部分(TBS テレビ) 「NNNドキュメント」(日本テレビ)
その他のドキュメンタリー	「プロフェッショナル 仕事の流儀」(NHK) 「ザ・ノンフィクション」(フジテレビ) 「情熱大陸」(TBS テレビ)
情報番組	「ガッテン！」(NHK) 「出沒！アド街ック天国」(テレビ東京)

表 5-5 取材対象者にはたらきかけを行う撮影手法 (Q7)

	撮影手法	略語表記
A	別の角度からも撮影するために、同じことをもう一度やってもらう	別の角度
B	撮影スケジュールの都合で、撮影日時に合わせていつも通りのことをやってもらう	撮影日時
C	作業が早すぎて、見ていてわからないので、少しゆっくりやってもらう	ゆっくり
D	テーマを伝えるのに必要なシーンだが、うまく映像が撮れなかったため、もう一度やってもらう	もう一度
E	取材対象者の都合で、いつもとは別の場所でいつも通りのことをやってもらう	別の場所
F	いつもとは違うが、その人を表現するのにふさわしい場所で、いつも通りのことをやってもらう	ふさわしい場所
G	普段起こりうるが、撮影の時には起こらなかった自然現象を人工的に再現する(例えば、桜が散るのを撮りたいが風が吹かなかったので木を揺する)	自然現象
H	取材対象者の隠れた思いを引き出すために状況の設定をする(例えば、手紙を書いたり、誰かに会いに行くことを提案する)	状況設定

なお、このように番組ジャンルごとに選択肢を設ける方法は、Huang (1999) のドキュメンタリー写真の加工に対する容認度の調査を参考にした。番組ジャンルの選択肢は、貝谷 (2005) , および日本民間放送連盟 (1995) を参考に作成した。貝谷 (2005) は事実・現実を素材にしてつくられる番組を「報道番組 (ニュース)」「ドキュメンタリー」「情報系番組」に分類している。「ドキュメンタリー」については NHK・民放番組倫理委員会が「放送番組の倫理の向上について」で、「ニュース・ドキュメンタリー」と「フィーチャードキュメンタリー」に分けることを提言している (日本民間放送連盟 1995) 。フィーチャードキュメンタリーとは、「人もの、旅もの、歴史、美術、自然・科学もの作品性や創造性を重視して作る映像構成」を指す。NHK 放送文化研究所のドキュメンタリーに関する調査 (朝日新聞社 1994) では、海外の番組制作者に対して、この分類に基づき「フィーチャードキュメンタリー」を「その他のドキュメンタリー」という言葉に変えて調査を行っている。これらを参考に、本調査では、テレビ・ドキュメンタリーを「ニュース・ドキュメンタリー」と「その他のドキュメンタリー」に分類し、「ニュース」「情報番組」と合わせて 4 つの選択肢とした。ドキュメンタリーの 2 つの番組ジャンルに対する意識・態度について、「ニュース」と「情報番組」という別の番組ジャンルに対する意識・態度と比較しながら回答してもらうことで、ドキュメンタリーに対する意識・態度の特徴が明らかになると考えた。

番組制作者には様々な番組の担当者がいることが想定されるため、自身の番組や自身の考えを回答するのではなく、一般論として回答してもらう質問文にした。大学生は、制作者の考えや番組制作現場の様子を想像して回答する質問文になるようにした。

Q2 は、Q1 と同様の方法で番組が何かの題材を放送しない理由に影響していると思う項目について、Q1 と類似する質問文で尋ねている。

Q3 から Q6 は、テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに対する自らの考えを選んでもらう質問である。番組制作者は、一般的に制作者がどうすべきか、大学生は、番組制作者がどうすべきかに関する考えを回答してもらう質問文になるように設計している。Q3 は、番組が伝える現実「ありのままの現実」か「再構成したもの」かについて尋ねている。Q4 は、番組制作者の存在を視聴者に「わかるようにすべき」か「わからないように工夫すべき」かについて尋ねている。Q5 は、「カメラを意識しない表情をねらうべき」か「取材対象者へのはたらきかけで現実や真実が伝えられることがある」か、という取材対象者に対する制作者のあり方について尋ねている。Q6 は、公平・中立に関して「一つの番組内で目指すべき」「局全体で目指すべき」「公平・中立は難しい」という 3 つ

の考え方について尋ねている。

Q7 は、取材対象者にはたらきかけを行う撮影手法の例を挙げ、「認められるべきケースがあると思う番組」を選んでもらう質問である。番組制作者は、一般的に制作者がどうすべきか、大学生は、番組制作者がどうすべきかに関する考えを回答してもらう質問文になるようにしている。質問項目で示した具体的な撮影手法を表 5-5 に示した。「略語表記」は、本論文において可読性を高めるために使用する表記である。

5.2.5. 分析方法

回答者に、各項目に当てはまる番組ジャンルを選択するという方法で回答してもらっていることから、分析においてはデータをカテゴリカルデータとして扱った。具体的には、各質問項目において、番組ジャンルが選択された場合は、番組ジャンルが「当てはまる」、番組ジャンルが選択されなかった場合は、番組ジャンルが「当てはまらない」に分類した。回答者の反応を二種類にコーディングした上で、番組制作者と大学生による回答に偏りがあるかどうかについて検討するために 2×2 表に対するカイ二乗検定を行った。分析には、IBM SPSS Statistics 25 (IBM 2017) を使用した。

5.3. 結果

各質問項目において、4 つの番組ジャンルがそれぞれ「当てはまる」として選択された回答数、回答の割合、カイ二乗検定の結果を表 5-6～表 5-11 に示す。欠損がある回答は項目ごとに分析から除いた。分析に用いた回答数は、結果の表中(表 5-5～表 5-12)に示す。

本章の研究が対象とする「ニュース・ドキュメンタリー」と「その他のドキュメンタリー」の 2 つの番組ジャンル両方において、番組制作者と大学生の間で「当てはまる」とする回答の偏りが有意であったのは、調査項目 7 問 31 項目のうち 6 問 12 項目であり、「その他のドキュメンタリー」のみに対して偏りが有意であったのは、2 問 4 項目であった。偏りが有意であったものすべてが、番組制作者のほうが大学生よりも「当てはまる」とする回答が有意に多かった。

以下、番組制作者と大学生の間で偏りが有意であった項目について番組ジャンルごとに詳述する。

5.3.1. 番組制作者が題材選択で考慮していると思う項目 (Q1)

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |

| 第5章 テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに対する番組制作者と大学生の意識・態度
の違い |

表 5-6 は、番組制作者が題材を選ぶときに考慮していると思う項目について尋ねた結果のうち、本研究が対象とする「ニュース・ドキュメンタリー」と「その他のドキュメンタリー」の 2 つの番組ジャンルの結果である。太枠で囲った箇所は、番組制作者と大学生の間で偏りが有意であった項目および番組ジャンルである。

表 5-6 番組制作者が題材選択で考慮していると思う項目 (Q1)

項目	番組ジャンル	制作者	大学生	χ^2 <i>p</i>
		<i>n</i> =101	<i>n</i> =91	
A. 世間に対する 影響力	ニュース・ ドキュメンタリー	77 (76.2%)	39 (42.9%)	22.30 ***
	その他の ドキュメンタリー	66 (65.3%)	14 (15.4%)	49.16 ***
B. 多くの人の 関心	ニュース・ ドキュメンタリー	71 (70.3%)	36 (39.6%)	18.33 ***
	その他の ドキュメンタリー	55 (54.5%)	29 (31.9%)	9.92 **
C. 視聴者が見て 面白い	ニュース・ ドキュメンタリー	46 (45.5%)	31 (34.1%)	2.63 <i>n.s.</i>
	その他の ドキュメンタリー	78 (77.2%)	59 (64.8%)	3.60 <i>n.s.</i>
D. 視聴者に とって新しい	ニュース・ ドキュメンタリー	66 (65.3%)	32 (35.2%)	17.45 ***
	その他の ドキュメンタリー	53 (52.5%)	22 (24.2%)	16.11 ***
E. 映像で 表現 しやすい	ニュース・ ドキュメンタリー	52 (51.5%)	52 (57.1%)	0.62 <i>n.s.</i>
	その他の ドキュメンタリー	66 (65.3%)	46 (50.5%)	4.31 *
F. 物語性や 人間ドラマ	ニュース・ ドキュメンタリー	64 (63.4%)	42 (46.2%)	5.74 *
	その他の ドキュメンタリー	95 (94.1%)	71 (78.0%)	10.52 **
G. 制作費に見合う	ニュース・ ドキュメンタリー	38 (37.6%)	28 (30.8%)	1.00 <i>n.s.</i>
	その他の ドキュメンタリー	38 (37.6%)	32 (35.2%)	0.13 <i>n.s.</i>

上は回答数，下は回答の割合 (%)，太線で囲った箇所は回答の偏りが有意な項目および番組ジャンル

* $p < .05$ ，** $p < .01$ ，*** $p < .001$ (表 5-7～表 5-12 も同様)

7 項目のうち、番組制作者と大学生の間で、「ニュース・ドキュメンタリー」および「その他のドキュメンタリー」で偏りが有意であったのは、4 項目であり、「その他のドキュメンタリー」のみで偏りが有意であったのは 1 項目であった。具体的には、「ニュース・ドク

「ドキュメンタリー」および「その他のドキュメンタリー」の題材選びで考慮していると思う項目は、番組制作者が大学生よりも「A. 世間に対する影響力」「B. 多くの人の関心」「D. 視聴者にとって新しい」「F. 物語性や人間ドラマ」が「当てはまる」とする回答が有意に多かった。さらに「その他のドキュメンタリー」に対して、番組制作者が大学生よりも「E. 映像で表現しやすい」が「当てはまる」とする回答が有意に多かった。

5.3.2. 番組が何かの題材を放送しない理由に影響していると思う項目 (Q2)

表 5-7 は、番組が何かの題材を放送しない理由に影響していると思う項目について尋ねた結果である。7 項目のうち、番組制作者と大学生の間で、「ニュース・ドキュメンタリー」および「その他のドキュメンタリー」で偏りが有意であったのは2項目であり、「その他のドキュメンタリー」のみで偏りが有意であったのは1項目であった。

具体的には、「ニュース・ドキュメンタリー」および「その他のドキュメンタリー」で何かの題材を放送しない理由は、番組制作者が大学生よりも「C. 取材対象者の取材・撮影拒否」「D. 取材対象者への影響に対する配慮」という取材対象者との関係が「当てはまる」とする回答が有意に多かった。さらに、「その他のドキュメンタリー」に対して、番組制作者が大学生よりも「G. 制作者が取材したいと思わない」が「当てはまる」とする回答が有意に多かった。「番組制作者が題材選択で考慮していると思う項目」(表 5-6)よりも、偏りが有意であった項目数が少なかった。

5.3.3. 番組が伝える現実 (Q3)

表 5-8 は、番組が伝える現実は「ありのままの現実」か「再構成したもの」かについて尋ねた結果である。「ニュース・ドキュメンタリー」および「その他のドキュメンタリー」に対して番組制作者が大学生よりも「B. 再構成したもの」が「当てはまる」とする回答が有意に多かった。

表 5-7 番組が何かの題材を放送しない理由に影響していると思う項目 (Q2)

項目	番組ジャンル	制作者	大学生	χ^2
		<i>n</i> =101	<i>n</i> =91	<i>p</i>
A. 視聴率が とれない	ニュース・ ドキュメンタリー	41 (40.6%)	46 (50.5%)	1.92 <i>n.s.</i>
	その他の ドキュメンタリー	56 (55.4%)	47 (51.6%)	0.28 <i>n.s.</i>
B. 世間の空気と 逆行したメッセージ	ニュース・ ドキュメンタリー	36 (35.6%)	35 (38.5%)	0.16 <i>n.s.</i>
	その他の ドキュメンタリー	37 (36.6%)	40 (44.0%)	1.07 <i>n.s.</i>
C. 取材対象者の 取材・撮影拒否	ニュース・ ドキュメンタリー	67 (66.3%)	46 (50.5%)	4.93 *
	その他の ドキュメンタリー	75 (74.3%)	44 (48.4%)	13.63 ***
D. 取材対象者への 影響に対する配慮	ニュース・ ドキュメンタリー	70 (69.3%)	43 (47.3%)	9.62 **
	その他の ドキュメンタリー	75 (74.3%)	33 (36.3%)	28.08 ***
E. 視聴者から 抗議が来る可能性	ニュース・ ドキュメンタリー	51 (50.5%)	48 (52.7%)	0.10 <i>n.s.</i>
	その他の ドキュメンタリー	49 (48.5%)	40 (44.0%)	0.40 <i>n.s.</i>
F. スポンサーに対する 配慮	ニュース・ ドキュメンタリー	32 (31.7%)	39 (42.9%)	2.57 <i>n.s.</i>
	その他の ドキュメンタリー	40 (39.6%)	45 (49.5%)	1.88 <i>n.s.</i>
G. 制作者が取材したいと 思わない	ニュース・ ドキュメンタリー	49 (48.5%)	36 (39.6%)	1.56 <i>n.s.</i>
	その他の ドキュメンタリー	60 (59.4%)	32 (35.2%)	11.27 **

表 5-8 番組が伝える現実 (Q3)

項目	番組ジャンル	制作者	大学生	χ^2
		<i>n</i> =100	<i>n</i> =90	<i>p</i>
A. ありのままの現実	ニュース・ ドキュメンタリー	46 (46.0%)	49 (54.4%)	1.35 <i>n.s.</i>
	その他の ドキュメンタリー	37 (37.0%)	32 (35.6%)	0.04 <i>n.s.</i>
	その他の ドキュメンタリー	37 (37.0%)	32 (35.6%)	0.04 <i>n.s.</i>
B. 再構成したもの	ニュース・ ドキュメンタリー	56 (57.7%)	38 (42.7%)	4.20 *
	その他の ドキュメンタリー	80 (82.5%)	43 (48.3%)	24.18 ***

5.3.4. 番組制作者の存在の見せ方 (Q4)

表 5-9 は、番組制作者の存在を視聴者に「わかるようにすべき」か「わからないように工夫すべき」かについて尋ねた結果である。「その他のドキュメンタリー」に対して、番組制作者が大学生よりも「A. わかるようにすべき」が「当てはまる」とする回答が有意に多かった。

表 5-9 番組制作者の存在の見せ方 (Q4)

項目	番組ジャンル	制作者	大学生	χ^2 <i>p</i>
		<i>n</i> =97	<i>n</i> =91	
A. わかるように すべき	ニュース・ ドキュメンタリー	47 (48.5%)	46 (50.5%)	0.08 <i>n.s.</i>
	その他の ドキュメンタリー	53 (54.6%)	33 (36.3%)	6.39 *
B. わからないように 工夫すべき	ニュース・ ドキュメンタリー	17 (18.1%)	19 (21.8%)	0.40 <i>n.s.</i>
	その他の ドキュメンタリー	18 (19.1%)	27 (31.0%)	3.42 <i>n.s.</i>

5.3.5. 取材対象者に対する番組制作者のあり方 (Q5)

表 5-10 は、「カメラを意識しない表情をねらうべき」か「取材対象者へのはたらきかけで現実や真実が伝えられることがある」か、という取材対象者に対する制作者のあり方について尋ねた結果である。「ニュース・ドキュメンタリー」および「その他のドキュメンタリー」に対して、番組制作者が大学生よりも「B. 取材対象者へのはたらきかけで現実や真実が伝えられることがある」が「当てはまる」とする回答が有意に多かった。

表 5-10 取材対象者に対する制作者のあり方 (Q5)

項目	番組ジャンル	制作者	大学生	χ^2 <i>p</i>
		<i>n</i> =100	<i>n</i> =90	
A. カメラを 意識しない表情を ねらうべき	ニュース・ ドキュメンタリー	67 (67.0%)	53 (58.9%)	1.34 <i>n.s.</i>
	その他の ドキュメンタリー	71 (71.0%)	68 (75.6%)	0.50 <i>n.s.</i>
B. 取材対象者への はたらきかけで 現実や真実が 伝えられる	ニュース・ ドキュメンタリー	62 (63.3%)	38 (42.2%)	8.34 **
	その他の ドキュメンタリー	76 (77.6%)	34 (37.8%)	30.57 ***

5.3.6. 公平・中立に対する考え方 (Q6)

表 5-11 は、公平・中立に関して「一つの番組内で目指すべき」「局全体で目指すべき」「公平・中立は難しい」という3つの考え方について尋ねた結果である。「ニュース・ドキュメンタリー」および「その他のドキュメンタリー」に対して、番組制作者が大学生よりも「C. 公平・中立は難しい」が「当てはまる」とする回答が有意に多かった。

表 5-11 公平・中立に対する考え方 (Q6)

項目	番組ジャンル	制作者	大学生	χ^2 <i>p</i>
		<i>n</i> =95	<i>n</i> =87	
A. 1つの番組内で 公平・中立を 目指すべき	ニュース・ ドキュメンタリー	45 (47.4%)	31 (35.6%)	2.57 <i>n.s.</i>
	その他の ドキュメンタリー	27 (28.4%)	16 (18.4%)	2.53 <i>n.s.</i>
B. 局全体で 公平・中立を 目指すべき	ニュース・ ドキュメンタリー	44 (46.3%)	30 (34.1%)	2.84 <i>n.s.</i>
	その他の ドキュメンタリー	39 (41.1%)	24 (27.3%)	3.84 <i>n.s.</i>
C. 公平・中立は 難しい	ニュース・ ドキュメンタリー	55 (58.5%)	34 (38.6%)	7.18 **
	その他の ドキュメンタリー	65 (69.1%)	42 (47.7%)	8.61 **

5.3.7. 取材対象者へのはたらきかけを行う撮影手法の容認度 (Q7)

表 5-12 は、番組制作者が取材対象者へのはたらきかけを行う8つの撮影手法(表 5-13)について、一般的に認められるべきケースがあると思うかどうかを尋ねた結果である。8項目のうち、番組制作者と大学生の間で、「ニュース・ドキュメンタリー」と「その他のドキュメンタリー」ともに偏りが有意であったのは3項目であり、「その他のドキュメンタリー」のみで偏りが有意であったのは1項目であった。

具体的には、「ニュース・ドキュメンタリー」および「その他のドキュメンタリー」に対して、番組制作者が大学生よりも「B. 撮影スケジュールの都合で、撮影日時に合わせていつも通りのことをやってもらう(撮影日時)」「C. 作業が早すぎて、見ていてわからないので、少しゆっくりやってもらう(ゆっくり)」「H. 取材対象者の隠れた思いを引き出すために状況の設定をする(状況設定)」の3つの手法を容認する回答が有意に多かった。さらに「その他のドキュメンタリー」に対して、番組制作者が大学生よりも「A. 別の角度からも撮影するために、同じことをもう一度やってもらう(別の角度)」を容認する回答が有意に多

テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
 大学生のメディア・リテラシーに関する研究

第5章 テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに対する番組制作者と大学生の意識・態度の違い

かった。「H. 取材対象者の隠れた思いを引き出すために状況の設定をする(状況設定)」は、「その他のドキュメンタリー」では、8割以上の番組制作者が容認する一方で、大学生の3割近くが、「認められるべき番組がない」と回答しており、番組制作者と大学生との間の偏りが大きかった。

表 5-12 取材対象者へのはたらきかけを行う撮影手法の容認度 (Q7)

項目	略称	番組ジャンル	制作者	大学生	χ^2 <i>p</i>
			<i>n</i> =100	<i>n</i> =89	
A 別の角度からも撮影するために、同じことをもう一度やってみよう	別の角度	ニュース・ドキュメンタリー	48 (48.0%)	31 (34.8%)	3.36 <i>n.s.</i>
		その他のドキュメンタリー	58 (58.0%)	34 (38.2%)	7.39 **
B 撮影スケジュールの都合で、撮影日時に合わせていつも通りのことをやってみよう	撮影日時	ニュース・ドキュメンタリー	58 (60.4%)	37 (41.1%)	6.93 **
		その他のドキュメンタリー	64 (66.7%)	43 (47.8%)	6.78 **
C 作業が早すぎて、見ていてわからないので、少しゆっくりやってみよう	ゆっくり	ニュース・ドキュメンタリー	56 (57.1%)	34 (38.2%)	6.70 *
		その他のドキュメンタリー	63 (64.3%)	29 (32.6%)	18.75 ***
D テーマを伝えるのに必要なシーンだが、うまく映像が撮れなかったため、もう一度やってみよう	もう一度	ニュース・ドキュメンタリー	42 (42.4%)	33 (37.5%)	0.47 <i>n.s.</i>
		その他のドキュメンタリー	53 (53.5%)	35 (39.8%)	3.54 <i>n.s.</i>
E 取材対象者の都合で、いつもとは別の場所でいつも通りのことをやってみよう	別の場所	ニュース・ドキュメンタリー	26 (27.4%)	31 (34.4%)	1.09 <i>n.s.</i>
		その他のドキュメンタリー	29 (30.5%)	32 (35.6%)	0.53 <i>n.s.</i>
F いつもとは違うが、その人を表現するのにふさわしい場所で、いつも通りのことをやってみよう	ふさわしい場所	ニュース・ドキュメンタリー	28 (29.2%)	30 (33.3%)	0.38 <i>n.s.</i>
		その他のドキュメンタリー	37 (38.5%)	30 (33.3%)	0.55 <i>n.s.</i>
G 普段起こりうるが、撮影の時には起こらなかった自然現象を人工的に再現する(例えば、桜が散るのを撮りたいが風が吹かなかったので木を揺する)	自然現象	ニュース・ドキュメンタリー	16 (16.5%)	23 (25.6%)	2.32 <i>n.s.</i>
		その他のドキュメンタリー	23 (23.7%)	31 (34.4%)	2.62 <i>n.s.</i>
H 取材対象者の隠れた思いを引き出すために状況の設定をする(例えば、手紙を書いたり、誰かに会いに行くことを提案する)	状況設定	ニュース・ドキュメンタリー	59 (59.6%)	34 (37.8%)	8.98 **
		その他のドキュメンタリー	83 (83.8%)	52 (57.8%)	15.69 ***

5.4. 考察

本調査により、テレビ・ドキュメンタリーの制作者と大学生の意識・態度の違いが具体的に示された。この結果は、テレビ・ドキュメンタリーに関して、番組制作者と視聴者の間に意識・態度の違いが存在するのではないかという指摘（例えば、佐藤 1994）を裏づけるものとなった。本調査結果は、番組制作者と視聴者の意識・態度の違いに焦点を当てたメディア・リテラシー教育および実践の際の学習項目を検討する際に役立つ知見となる可能性がある。

本調査で偏りが有意であった項目はいずれも、番組制作者が大学生よりも「当てはまる」とする回答が有意に多かった。理由としては、番組制作者は自らの経験から、質問に対してより明確な意識・態度で回答をしていることが考えられる。このように経験による回答傾向の違いはあるものの、番組制作者と大学生の間には、偏りが有意である項目とない項目があった。このことから、番組制作者と大学生の間には、意識・態度の違いが顕著な項目と顕著でない項目があるといえる。一方、番組選択で「C. 視聴者が見て面白い」「G. 制作費に見合う」が考慮されているという意識、何かの題材を放送しない理由に「A. 視聴率がとれない」「B. 世間の空気と逆行したメッセージ」「E. 視聴者から抗議が来る可能性」「F. スポンサーに対する配慮」が影響しているという意識は、番組制作者と大学生の回答の間に有意な偏りがなかった。このことから、大学生は番組制作者と比較して、テレビ・ドキュメンタリーにおいて、面白さや制作費が考慮され、視聴率、世間の空気、視聴者からの抗議、スポンサー等の影響で放送されないものがあるということを、ほかの項目と比較して意識していると考えられる。

「ニュース・ドキュメンタリー」と「その他のドキュメンタリー」の2つの番組ジャンル両方において、番組制作者と大学生の間で「当てはまる」とする回答の偏りが有意であったのは、調査項目7問31項目のうち6問12項目であった。「その他のドキュメンタリー」のみに対して偏りが有意であった項目は2問4項目であった。このことから、テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシー育成においては、テレビ・ドキュメンタリーにおける番組ジャンルの違いを明確にして教育を行う必要がある場合があると考えられる。

以下、5つの観点から、テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシー育成において重点を置くべき点について考察を行う。

5.4.1. ニュースとの類似点に関する理解

「Q1. 番組制作者が題材選択で考慮していると思う項目」（表 5-6）では、「ニュース・ドキュメンタリー」および「その他のドキュメンタリー」において、ニュースの定義と重なる項目で、番組制作者と大学生の回答の有意な偏りが確認された。Fuller (1966) は、ニュースの定義を「ある報道機関の受け手にとって重要であるか、あるいは関心が高い出来事について、報道機関が新たに知り得たことの報告である」としている。本調査において「Q1. 番組制作者が題材選択で考慮していると思う項目」（表 5-8）で、番組制作者の回答が大学生よりも有意に多かった「A. 世間に対する影響力」「B. 多くの人の関心」「D. 視聴者にとって新しい」の3項目は、ニュースの定義と重なる内容であった。以上により、番組制作者は大学生の推測と比較して、「ニュース・ドキュメンタリー」および「その他のドキュメンタリー」の両方ともニュースと類似したジャンルと捉える傾向があると考えられる。

本研究では、大学1, 2年生を対象に調査を行ったが、回答した大学生がそれまでに受けたと考えられる初等中等教育においても、ニュースと関連する内容を学習した可能性がある。具体的には、小学校第5学年の社会科の初等中等教育の学習指導要領の「産業と情報との関わり」という項目に「放送」に関する記述がある。ここには「情報を集め発信するまでの工夫や努力などに着目して、放送、新聞などの産業の様子を捉え、それらの産業が国民生活に果たす役割を考え、表現すること」「放送、新聞などの産業は、国民生活に大きな影響を及ぼしていることを理解すること」と記述がある（文部科学省 2017a）。テレビのニュースの影響力や制作過程について掲載されている教科書もある（例えば、北ほか 2019）。大学生に対するメディア・リテラシー教育においては、小学校のこの単元の学習内容を振り返り、その内容が、テレビ・ドキュメンタリーに対しても一部当てはまることを理解させることが、テレビ・ドキュメンタリーにおける題材選択の理解の一助となる可能性があると考えられる。

5.4.2. 表現手法に関する理解

「Q1. 番組制作者が題材選択で考慮していると思う項目」（表 5-6）では、ほかに、番組制作者が大学生よりも、「ニュース・ドキュメンタリー」および「その他のドキュメンタリー」に対して「F. 物語性や人間ドラマ」が「当てはまる」とする回答が有意に多かった。また、「その他のドキュメンタリー」に対して、「E. 映像で表現しやすい」が「当てはまる」

とする回答が有意に多かった。これらの結果から、表現手法についても扱うことが、テレビ・ドキュメンタリーにおける題材選択の理解の一助となる可能性がある。

元NHKの番組制作者である山登(2000)は、テレビ・ドキュメンタリーの「物語」とは、「素材を一つの流れ、または一つの秩序に基づいて並べ替える」ことであるとする。その上で、「三段形式(序論—本論—結論)」「四段形式(起承転結)」を例に挙げ、テレビ・ドキュメンタリーの構成を説明する。このことから、番組制作者は文章の構成と同様の技法をテレビ・ドキュメンタリーの構成にも使用しており、それを「物語」と表現していることが示唆される。また、山登(2000)は「映像で表現しやすい」ことについて、「(主人公に当たる)人物を取り巻く状況が動いている」ことを挙げる。

回答した大学生は初等中等教育においても、「物語」および「映像表現」と関連する内容を学習してきた可能性がある。具体的には、「物語」に関しては、小学校第3学年および中学校第3年の国語科の学習指導要領(文部科学省2017a, 2017b)において、文章の論理や物語の展開の仕方などを捉えることが示されている。大学生に対する教育においては、これらの学習内容を振り返り、文章と同様、物語の展開の仕方が、テレビ・ドキュメンタリーにおいても用いられていることを説明することが、テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに関する理解の一助になる可能性がある。また、「E.映像で表現しやすい」は、初等中等教育の学習指導要領に記載されている、高等学校の情報Ⅱ、美術Ⅰ、Ⅱ、Ⅲの映像制作に関する学習内容と関連する。この映像制作に関する学習によって、「E.映像で表現しやすい」ものとそうでないものが理解できる可能性があると考えられる。「E.映像で表現しやすい」ことが、テレビ・ドキュメンタリーの題材選択においても考慮されているということを説明することが、テレビ・ドキュメンタリーにおけるリプレゼンテーションに関する理解の一助になる可能性がある。

以上見てきたように、題材選択において、番組制作者は大学生の推測と比較して、テレビ・ドキュメンタリーをニュースと類似するものと捉える一方で、物語性や人間ドラマ、映像で表現しやすいことも意識している。テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに関する教育においては、このような番組制作者の複雑な意識・態度を理解する必要があると考えられる。

5.4.3. メディア・リテラシーの基本概念の理解

「Q3.番組が伝える現実」の「B.再構成したものだ」という項目は、メディアは構成さ

れ、コード化された表現であるという、メディア・リテラシーの基本概念 (Masterman 1989) と対応した項目である。本調査結果ではこの項目において、大学生の「当てはまる」とする回答が制作者よりも有意に少なかった(表 5-10)。この結果から、番組制作者に比べて大学生は、テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに関して、メディア・リテラシーの基本概念に対する理解が低いことが示唆された。テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに関するメディア・リテラシー育成のためには、メディア・リテラシーの基本概念の理解を促すことが重要と考えられる。

第4章の番組制作者の書籍の分析の考察において、番組制作者は、テレビ・ドキュメンタリーは〈a3. 番組制作者が感じた世界を再構成したものだ〉と考えており、この考えに、〈a1. 編集によって伝わる意味や印象が大きく変わる〉ことや、〈a2. 放送する映像や情報はごく一部だ〉という考えが影響を与えている可能性があることが示されている。このことから、テレビ・ドキュメンタリーにおいて、「番組が伝える現実はあるのままの現実ではなく、再構成したものだ」というメディア・リテラシーの基本概念の理解を促すために、映像を「編集」する活動を行うことが支援になる可能性が考えられる。

5.4.4. 公平・中立を実現する手順の難しさに関する理解

「Q6. 公平・中立に対する考え方」(表 5-11) では、番組制作者が大学生よりも「C. 公平・中立は難しい」という回答が有意に多かった。

第4章で述べた通り、公平・中立に関しては、放送事業者は、放送法第1章第1条で「不偏不党」が定められ、第2章第4条で「政治的に公平であること」が定められている(総務省 2019)。またNHKは、個々のニュースや番組の中で公平性を確保できないときに、同一シリーズ内など、放送全体で公平性を確保する方針を示している(NHK 2020)。一方で、公平・中立は、何が放送法上の公平かが曖昧であり、議論の余地があることが指摘されてきた(例えば、原 1997)。番組制作者が大学生よりも「公平・中立は難しい」と考える傾向があったことは、公平・中立を実現する具体的な手順の難しさを感じていることが考えられる。第4章では、制作者の書籍の記述の分析によって、制作者には、〈d2. いろいろな視点から取材をして公平・中立を目指すべきだ〉という考え方と、〈d3. 公平・中立は不可能だ〉という相反するかのように見える考え方があることが示唆されている。またその背景に、〈d1. 番組制作者の意図や目線が必ずあり、主観的なものである〉という考え方があることが示唆されている。

以上のことから、テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに関するメディア・リテラシーの育成において、公平・中立を実現する手順の難しさ、およびテレビ・ドキュメンタリーの「主観性」について扱うことが重要と考えられる。

5.4.5. 番組制作者と取材対象者の関係に関する理解

本調査では、番組制作者と取材対象者の関係に関する項目の多くで、番組制作者と大学生の間で意識・態度の違いが確認された。具体的には、「ニュース・ドキュメンタリー」および「その他のドキュメンタリー」に対して、「Q2. 番組が何かの題材を放送しない理由に影響していると思う項目」で、番組制作者が大学生よりも「C. 取材対象者の取材・撮影拒否」や「D. 取材対象者への影響に対する配慮」があるという回答が有意に多かった(表 5-7)。「Q5. 取材対象者に対する制作者のあり方」では、番組制作者が大学生よりも「B. 取材対象者へのはたらきかけで現実や真実が伝えられることがある」という回答が有意に多かった(表 5-10)。「Q7. 取材対象者へのはたらきかけを行う撮影手法の容認度」(表 5-12)では、「ニュース・ドキュメンタリー」および「その他のドキュメンタリー」に対して、8項目中3項目(「その他のドキュメンタリー」に対しては4項目)で、番組制作者が大学生よりも取材対象者へのはたらきかけを行う撮影手法を容認する回答が有意に多かった。

Q7で示した取材対象者にはたらきかけを行う撮影手法のA~Hの8項目(表 5-5)には、前述のNHKのテレビ・ドキュメンタリーで「やらせ」として批判の対象となった手法も含まれる。「やらせ」は、情報学辞典では「テレビ番組の制作過程において、番組制作者と取材対象者による事前打ち合わせや、制作者による指示などをもとに収録されたにもかかわらず、被写体による自発的な行為や自然な動きとして番組を進行・放送すること」と定義されている(音 2002)。本調査において視聴者として調査をした対象は、大学生のみであったが、番組制作者のほうが大学生よりも容認する傾向であることが示されたのは、「やらせ」批判の背景に、取材対象者へのはたらきかけを行う撮影手法に対する容認度の違いがある可能性が示唆された。

ただし「Q7. 取材対象者へのはたらきかけを行う撮影手法の容認度」(表 5-12)では、番組制作者と大学生の間で回答の偏りが有意であった撮影手法と、有意でなかった撮影手法があった。例えば、「D. テーマを伝えるのに必要なシーンだが、うまく映像が撮れなかったため、もう一度やってもらおう(もう一度)」や「G. 普段起こりうるが、撮影の時には起こらなかった自然現象を人工的に再現する(例えば、桜が散るのを撮りたいが風が吹かなか

ったので木を揺する)(自然現象)」など、普段起こりうることを再現する手法は、偏りが有意でなかった。一方、「H. 取材対象者の隠れた思いを引き出すために状況の設定をする(例えば、手紙を書いたり、誰かに会いに行くことを提案する)(状況設定)」や「C. 作業が早すぎて、見ていてわからないので、少しゆっくりやってもらう(ゆっくり)」など、番組制作者がはたらきかけをすることで初めて生じる事象を撮影することに関しては大学生の回答が有意に少なく、大学生は番組制作者と比べて容認しない傾向があることが示唆された。

また、「Q5. 取材対象者に対する制作者のあり方」では、「A. カメラを意識しない表情をねらうべき」と「B. 取材対象者へのはたらきかけで現実や真実が伝えられることがある」という相反するかのように見える項目において、両方とも「当てはまる」と回答している番組制作者がいることが示されている。理由としては、「ニュース・ドキュメンタリー」に対しては、A, B それぞれの回答が共に、6割を超えており、「その他のドキュメンタリー」に対しては、A, B それぞれの回答が共に7割を超えている。これは、相反するかのように見える A, B の項目を両方とも「当てはまる」と回答した番組制作者がいることを意味する。番組制作者の中には、テレビ・ドキュメンタリーにおいても、番組によって、あるいはシーンによって、この両者の考え方を使い分けている番組制作者がいる可能性がある。このように、相反するかのように見える考え方が共存することが、視聴者である大学生のテレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに対する理解を困難にしている可能性もあると考えられる。

第4章では、制作者の書籍の記述の分析においても、番組制作者の《取材対象者に対する意識》には、〈b2. カメラを意識しない表情を撮影すべきだ〉と〈b3. 撮る側がはたらきかけをすることで真実を伝えるべきだ〉という相反するかのように見える2つの考え方が示されている。また、これらの2つの考え方は共に、〈b1. 撮影できるのは、カメラの存在で生まれる新たな現実である〉という意識が関係している可能性があることが示されている。このことから、番組制作者の取材対象者に対する意識を理解するためには、「撮影」という活動を行い、カメラの前の現実が新しく生まれることを実感することが一助になる可能性があると考えられる。

また、「Q5. 取材対象者へのはたらきかけ」で「B. 現実や真実が伝えられることがある」という考え方(表5-10)は、映画史におけるシネマ・ヴェリテという運動に特徴的な考え方である。一方、「カメラを意識しない表情を撮影すべき」という考え方は、映画史におけるダイレクト・シネマという運動に特徴的な考え方である(岡村2003)。

イギリスのメディア教育の教師向けの指導書には、メディア教育で扱うべき項目として、シネマ・ヴェリテやダイレクト・シネマなどのドキュメンタリーの思想やそれに基づくドキュメンタリーの分類が詳述されている（例えば、Benyahia 2008, Branston and Stafford 2010, Lewis 2008, Martin 2000）。日本においても、ドキュメンタリーの思想やそれに基づくドキュメンタリーの分類について扱うことが、テレビ・ドキュメンタリーにおけるリプレゼンテーションの理解の一助となる可能性がある。

5.5. まとめ

本章の研究では、テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに関して、番組制作者と大学生の間に存在する意識・態度の違いを調査により明らかにし、テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに関するメディア・リテラシーを育成する際に重視すべき項目について検討を行った。

その結果、番組制作者は大学生よりも、テレビ・ドキュメンタリーについて、1) 取材する題材選びで視聴者や物語性が考慮され、2) 何かの題材を放送しないのは取材対象者との関係が影響しているという意識が高く、3) 現実を再構成したものであり、公平・中立は難しいという意識も高く、4) 取材対象者にはたらきかけを行う撮影手法を容認する傾向があることが示された。一方で、大学生は、テレビ・ドキュメンタリーにおいて、面白さや制作費が考慮され、視聴率、世間の空気、視聴者からの抗議、スポンサー等の影響で放送されないものがあるということを、ほかの項目と比較して意識していることが示唆された。

これらの結果から、テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに関するメディア・リテラシー育成において、ニュースとの類似点、表現手法、メディアは現実を再構成しているというメディア・リテラシーの基本的概念、公平・中立を実現する手順の難しさ、番組制作者と取材対象者の関係、の5点を扱うことが重要であることが示唆された。また、テレビ・ドキュメンタリーの種類の違いを明確にして扱うべき項目があることも示唆された。

本章では、番組制作者と大学生の間に存在する意識・態度の違いに焦点を当てて検討を行った。しかし、留意が必要なのは、本調査では、番組制作者の間でも回答がわかる項目が多くみられたことである。本調査におけるリプレゼンテーションに関する調査項目31項目のうち、番組制作者が「当てはまる」と回答した割合が20%未満、または80%以上というように多数の番組制作者が同じ回答をした項目は、「ニュース・ドキュメンタリー」で

2項目、「その他のドキュメンタリー」で4項目であり、そのほかの項目は番組制作者間で回答がわかれた項目といえる。このことから、番組制作者の意識・態度も一様とは言えないと考えられる。番組制作者間の意識・態度の違いや、違いを生じさせる要因に関する検討は、今後、本研究とは別に検討が必要と考えられる。

最後に、本研究が対象とする、大学生のメディア・リテラシー育成を目指す研究や実践開発に役立つ知見を得ることに関して、第5章で課題として残った点を2点述べる。

1点目は、大学生がどのような情報源（例えば、授業やインターネットなど）から得た知識を参考に回答をしたかに関する分析である。その分析を行うことで、大学生の意識・態度の形成に影響を及ぼす情報源が特定できる可能性がある。

2点目は、テレビ番組への懐疑的な態度やテレビ不信との関係に関する分析である。本調査で番組制作者との意識・態度の違いが大きい大学生は、テレビ番組への懐疑的な態度が強かったり、テレビ番組に対する信頼度が低かったりするののかについては、本調査では明らかになっていない。

第6章、第7章で、この2点について検討する。

第6章 大学生の意識・態度と関係する情報源

本研究の目的は、大学生のテレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの育成を目指す研究や実践開発に役立つ知見を得ることである。そのために、1) テレビ・ドキュメンタリーの制作者と大学生の間に存在する意識・態度の違いを調査により明らかにすること、2) 大学生の結果の分析により、番組制作者と大学生の間に存在する意識・態度の違いを生じさせる要因の一端を明らかにすること、を研究課題とする。第 5 章までは、1) の研究課題について検討してきた。第 6 章からは、2) の研究課題について検討する。具体的には、第 6 章では、第 5 章で述べた調査において、テレビ・ドキュメンタリーに対する質問の回答の際に大学生が参考にした情報源について検討する。

6.1. 背景と目的

第 1 章で述べた通り、日本ではこれまで、放送事業者、市民団体、研究者、教師らによって、青少年のメディア・リテラシー育成のための取り組みが行われてきた。それらの取り組みにおいて、授業を受けること、映像制作の経験、番組制作者の話を聞くこと、番組制作者の本を読むことなどがテレビ番組に関するメディア・リテラシーの向上に寄与する可能性が示されてきた（例えば、佐藤・中橋 2014, 駒谷 2008, 南出 2013）。こうした経験や、そこから得られる情報が、本研究が研究対象とするテレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに対する意識・態度にも関係する可能性が考えられる。

また、第 2 章で述べた通り、インターネット上では、やらせ、偏向報道、情報隠蔽等、本研究が研究対象とするテレビ番組のリプレゼンテーションのあり方に関する批判的な言説が散見され、インターネット上のメディアや書き込み（以下、ネット情報）が閲覧者の意識・態度に与える影響が示唆されている（例えば、稲増 2016）。しかし、ネット情報の閲覧者に対する影響についての研究は十分でない。テレビ番組に対するインターネット上の批判は、番組制作の実態がわかっていない批判が多いとする番組制作者もいることから（例えば、水島 2014, 奥村 2013）、ネット情報の閲覧者はテレビ番組に対する意識・態度が番組制作者とより隔たりが大きい可能性も考えられる。

以上により、本章では、第 5 章で述べた調査における、大学生の「回答の際に参考にした情報源」に関する質問の回答（以下、参考にした情報源）を分析することにより、大学生のテレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに対する意識・態度と関係する情報源について検討する。具体的には、まず、大学生が調査に回答する際に参考にした情報源を明らかにし（研究①）、次に、ネット情報を参考にした大学生とそれ以外の大学生の回答傾向の違いを検討する（研究②）。

6.2. 研究① 大学生が参考にした情報源

6.2.1. 研究方法

研究①では、大学生が調査に回答する際に参考にした情報源を明らかにする。

第 5 章のテレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の調査では、大学生に対して、調査の回答の際に参考にした情報源を、表 6-1 の選択肢を示し、複数回答可で尋ねている。選択肢にある「3. インターネット上 (SNS も含む) のメディアや書き込み」では、「メディア」と「書き込み」という言葉を併記している。「メディア」という言葉からは、ネットニュース、ウェブサイト、ブログ等、1 人の著者がまとめた記事を執筆したものがイメージされやすいが、インターネット上には、掲示板における書き込みや、他人の記事に対する書き込みも存在する。それらは「書き込み」という言葉で表現されることが多い。ここでは、インターネット上の言説のすべてを含めたいことから、「メディアや書き込み」という表現を用いている。

まず、調査に回答した大学生が回答の際に参考にした情報源を明らかにするために、選択肢で示した情報源別の回答数と全回答における割合を記述統計により示した。

表 6-1 回答の際に参考にした情報源の選択肢（複数回答可）

- | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none">1. 普段テレビ番組を見ているときの印象 (以下、テレビ番組の印象)2. テレビのニュース等で放送される、放送倫理違反事例についての説明 (以下、倫理違反のニュース)3. インターネット上 (SNS も含む) のメディアや書き込み (テレビ局やテレビ番組制作者以外のもの) (以下、ネット情報)4. 新聞や雑誌の記事 (以下、新聞雑誌)5. テレビ番組制作者の話を聞いたり、制作者の本を読んで知ったこと (以下、制作者の話)6. 高校までの学校の授業 (以下、授業)7. 自分の動画撮影・編集経験 (以下、撮影編集経験)8. その他 (以下、その他) |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

6.2.2. 結果

調査に回答した大学生が参考にした情報源の数を表 6-2 に示す。1人あたりの回答数の平均は 2.2 (最大 5, 最小 1, 平均 2.2, 標準偏差 1.12) であった。情報源を 1 つのみ選択した大学生が 31 人(34.4%)おり、そのうち、29 人 (32.2%) は、「1. テレビ番組の印象」を選択していた。残りの 2 人は、「3. ネット情報」を選択していた。

表 6-2 参考にした情報源の数
(n = 90)

情報源の数	1	2	3	4	5	6以上
回答数	31	24	25	6	4	0
(%)	(34.4%)	(26.7%)	(27.8%)	(6.7%)	(4.4%)	(0.0%)

情報源別の回答数と回答割合を表 6-3 に示す。大学生が参考にした情報源は、多い順に、「1. テレビ番組の印象」「3. ネット情報」「2. 倫理違反のニュース」であった。「1. テレビ番組の印象」は 94.4%の大学生が選択していた。

表 6-3 参考にした情報源別の回答数と回答割合
(n = 90)

情報源	1. テレビ 番組の 印象	2. 倫理違反 の ニュース	3. ネット 情報	4. 新聞 雑誌	5. 制作者の 話や本	6. 高校まで の授業	7. 撮影編集 経験	8. その他
回答数	85	29	44	12	11	13	3	1
(%)	(94.4%)	(32.2%)	(48.9%)	(13.3%)	(12.2%)	(14.4%)	(3.3%)	(1.1%)

6.2.3. 考察

大学生が参考にした情報源の数は、大学生間で差があった。「1. テレビ番組の印象」のみを参考にして回答した大学生が約 3 分の 1 いた一方で、3 つ以上の情報源を選んだ大学生が約 3 分の 1 いた。先行研究によりメディア・リテラシー向上に効果があるとされてきた、「5. 制作者の話や本」「6. 高校までの授業」「7. 撮影編集経験」はいずれも回答者が 15%以下と少なかった。

「5. 制作者の話や本」を選択した大学生が少なかったことから、本調査が対象としたテレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに関しては、大学生は番組制作者の話を聞く機会が少ないだけでなく、番組制作者の本を読む機会も少ないことが示唆された。

また、「6. 高校までの授業」を選択した大学生も少なかった。第 5 章で述べた通り、初等

中等教育の学習指導要領において、小学校第5学年の社会科の放送に関する記述や、国語科の物語に関する記述、高等学校の情報科および美術科の映像制作に関する記述があり、それらの学習内容は本研究で調査を行ったテレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションを検討する際に参考になる可能性がある。しかし、本調査で「6. 高校までの授業」を参考にした回答者が少なかったことは、本調査の回答の際にこれらの学習内容を参考にした大学生が少なかったことが示唆された。

「7. 撮影編集経験」に関しては、スマートフォン等を用いて日常的に撮影や編集を行っている大学生もいると考えられるが、本調査が対象としたテレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに関して参考になるような経験にはなっていないことが考えられる。

6.3. 研究② ネット情報と大学生の意識・態度の関係

6.3.1. 研究方法

研究②では、第5章のテレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の調査において、参考にした情報源として「3. インターネット上 (SNS も含む) のメディアや書き込み (テレビ局やテレビ番組制作者以外のもの) (以下、ネット情報)」を選択した大学生 (以下、参考群) とそれ以外の大学生 (以下、非参考群) の回答傾向の違いを検討する。

第5章のテレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の調査では、テレビ・ドキュメンタリーを含むテレビ番組全般 (以下、テレビ番組) に対する大学生の信頼度や、事実・現実を素材とするテレビ番組への懐疑的な態度 (以下、テレビ番組への懐疑的な態度) も尋ねている。テレビ番組への懐疑的な態度の質問項目は、小城 (2014) の「テレビに対する態度尺度」の「テレビへの懐疑」の項目を参考にして作成している。質問項目を表6-4に示す。

表 6-4 テレビ番組への信頼度および懐疑的な態度の質問項目と選択肢

質問項目		選択肢
F7	テレビ番組への信頼度	4. 信頼している 3. どちらかといえば信頼している 2. どちらかといえば信頼していない 1. 信頼していない
F8	テレビ番組への懐疑的な態度	4. そう思う 3. ややそう思う 2. あまりそう思わない 1. そう思わない
	A. 情報操作されているのではないかと疑っている	
	B. 中立でないのではないかと疑っている	
	C. 伝えていないことがたくさんあるのではないかと疑っている	
	D. 「本当のことでないこと」も含まれているのではないかと疑っている	
	E. やらせが多いのではないかと疑っている	

ネット情報参考群と非参考群の群間で、表 6-4 に示したテレビ番組への信頼度、懐疑的な態度の回答、および、テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに対する意識・態度に関する回答を比較する。

具体的には、研究②では、以下の3つの仮説を設定し、検討を行う。

仮説 1：ネット情報の参考群は、テレビ番組への信頼度が低く、懐疑的な態度が強い。

仮説 2：ネット情報の参考群は、テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度が非参考群と異なる。

仮説 3：ネット情報の参考群のテレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度は、番組制作者との隔たりがより大きい。

6.3.2. 結果

6.3.2.1. テレビ番組への信頼度および懐疑的な態度：ネット情報の参考群 vs 非参考群

まず、「仮説 1：ネット情報の参考群は、テレビ番組への信頼度が低く、懐疑的な態度が強い」について検証した。

テレビ番組への信頼度(表 6-4 の F7)に対する回答を、「信頼している」を 4、「どちらかといえば信頼している」を 3、「どちらかといえば信頼していない」を 2、「信頼していない」を 1 と数値化した。懐疑的な態度(表 6-4 の F8 A~E)に対する回答を、「そう思う」を 4、「ややそう思う」を 3、「あまりそう思わない」を 2、「そう思わない」を 1 と数値化した。懐疑的な態度(A~E)の変数に関して、項目群として処理可能かどうかについて検討するために、信頼性係数の推定値であるクロンバックの α 係数を算出した。 α 係数の値は 0.831 であり、項目群として用いることが可能と考えた。

ネット情報の参考群($n = 44$)と非参考群($n = 46$)に群分けし、信頼度および懐疑的な態度(A~E)の平均値を求め、それぞれ群間で t 検定を行い、有意差を確認した。

その結果、ネット情報の参考群と非参考群の間で有意差のある項目はなかった(表 6-5)。すなわち、参考にした情報源としてネット情報を選択した大学生が、それ以外の大学生と比較してテレビ番組への信頼度が低かったり、懐疑的な態度が強かったりするわけではないことが示唆された。

表 6-5 テレビ番組への信頼度および懐疑的な態度：ネット情報の参考群 vs 非参考群

	全体		参考群		非参考群		t p
	n	M (SD)	n	M (SD)	n	M (SD)	
テレビ番組への信頼度	90	3.04 (0.58)	44	3.07 (0.63)	46	3.02 (0.54)	0.38 n.s.
A. 情報操作されているのではないかと疑っている	89	2.69 (0.73)	43	2.70 (0.77)	46	2.67 (0.70)	0.15 n.s.
B. 中立でないのではないかと疑っている	90	2.68 (0.82)	44	2.68 (0.93)	46	2.67 (0.70)	0.04 n.s.
C. 伝えていないことがたくさんあるのではないかと疑っている	90	3.07 (0.72)	44	3.09 (0.68)	46	3.04 (0.76)	0.31 n.s.
D. 「本当のことでないこと」も含まれているのではないかと疑っている	90	2.96 (0.73)	44	2.98 (0.70)	46	2.93 (0.77)	0.27 n.s.
E. やらせが多いのではないかと疑っている	90	2.82 (0.70)	44	2.89 (0.66)	46	2.76 (0.73)	0.85 n.s.
A~E 平均	89	2.84 (0.57)	43	2.87 (0.59)	46	2.82 (0.55)	. n.s.

Mの上段は平均値，下段の括弧内は標準偏差，* $p<.05$ ，** $p<.01$ ，*** $p<.001$

6.3.2.2. テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度 ① ネット情報の参考群 vs 非参考群

次に、「仮説 2：ネット情報の参考群は，テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度が非参考群と異なる」について検証した。

結果①と同様，ネット情報の参考群 ($n = 44$) と非参考群 ($n = 46$) に群分けした。

テレビ・ドキュメンタリーに関する各質問項目 (付録 Q1~Q7) に関する回答データは，第5章と同様，番組ジャンルが選択された場合は，番組ジャンルが「当てはまる」，番組ジャンルが選択されなかった場合は，番組ジャンルが「当てはまらない」という二種類のカテゴリカルデータとして扱い，分析を行った。参考群と非参考群による回答に偏りがあるかどうかについて検討するために 2×2 表に対するカイ二乗検定を行った。一つ以上のマスに 5 未満の期待数が含まれる項目に関しては，コクランのルール (Cochran 1954) のうち「期待数のマス目のうち 20%以上で期待数が 5 未満のマスがある場合にはカイ二乗検定が不適切である」というルールに基づき，カイ二乗検定の代わりに Fisher's exact test を実施した。

参考群と非参考群の間で「当てはまる」とする回答の偏りが有意であった項目とその結果を表 6-6 に示す。上は回答数，下の括弧内は各群における回答の割合 (%)，太線で囲ったのは，回答の偏りが有意であった番組ジャンルである。

調査した 7 問 31 項目のうち，本研究が対象とするドキュメンタリーの 2 ジャンル (「ニュース・ドキュメンタリー」「その他のドキュメンタリー」) のいずれかの番組ジャンルに

テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
 大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
 | 第6章 大学生の意識・態度と関係する情報源 |

において、参考群と非参考群の間で「当てはまる」とする回答の偏りが有意であったのは、Q1E, Q2C, D, Q5A, Q6C, Q7B, G, Hの5問8項目であった。偏りが有意であった8項目は、いずれも、参考群が非参考群よりも「当てはまる」とする回答が有意に多かった。

表 6-6 テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違い：ネット情報の参考群 vs

非参考群 vs 番組制作者

質問	項目	番組ジャンル	参考群	非参考群	χ^2 p	番組制作者
Q1. 番組制作者が題材選択で考慮していると思う項目	E. 映像で表現しやすい	ニュース・ドキュメンタリー	$n=44$ 26 (59.1%)	$n=45$ 26 (57.8%)	0.02 <i>n.s.</i>	$n=101$ 52 (51.5%)
		その他のドキュメンタリー	27 (61.4%)	18 (40.0%)	4.06 *	66 (65.3%)
			$n=44$	$n=45$		$n=101$
Q2. 番組が何かの題材を放送しない理由に影響していると思う項目	C. 取材対象者の取材・撮影拒否	ニュース・ドキュメンタリー	24 (54.5%)	22 (48.9%)	0.29 <i>n.s.</i>	67 (66.3%)
		その他のドキュメンタリー	29 (65.9%)	15 (33.3%)	9.45 **	75 (74.3%)
	D. 取材対象者への影響に対する配慮	ニュース・ドキュメンタリー	23 (52.3%)	20 (44.4%)	0.55 <i>n.s.</i>	70 (69.3%)
		その他のドキュメンタリー	21 (47.7%)	12 (26.7%)	4.23 *	75 (74.3%)
		$n=44$	$n=46$		$n=100$	
Q5. 取材対象者に対する制作者のあり方	A. 撮られる側がカメラを意識しない表情をできるだけ撮影するべきだ	ニュース・ドキュメンタリー	32 (72.7%)	21 (45.7%)	6.81 **	67 (67.0%)
		その他のドキュメンタリー	36 (81.8%)	32 (69.6%)	1.83 <i>n.s.</i>	71 (71.0%)
		$n=43$	$n=45$			
Q6. 公平・中立に対する考え方	C. 公平中立に伝えることは難しい	ニュース・ドキュメンタリー	22 (51.2%)	12 (26.7%)	5.57 *	55 (58.5%)
		その他のドキュメンタリー	24 (55.8%)	18 (40.0%)	2.20 <i>n.s.</i>	65 (69.1%)
			$n=44$	$n=46$		$n=96$
Q7. 取材対象者へのはたらきかけを行う撮影手法の容認度	B. 撮影スケジュールの都合で、撮影日時に合わせていつも通りのことをやってみよう(撮影日時)	ニュース・ドキュメンタリー	24 (54.5%)	13 (28.3%)	6.42 *	58 (60.4%)
		その他のドキュメンタリー	31 (70.5%)	12 (26.1%)	17.74 ***	64 (66.7%)
			$n=44$	$n=46$		$n=97$
G. 普段起こりうるが、撮影の時には起こらなかった自然現象を人工的に再現する(自然現象)	G. 普段起こりうるが、撮影の時には起こらなかった自然現象を人工的に再現する(自然現象)	ニュース・ドキュメンタリー	13 (29.5%)	10 (21.7%)	0.72 <i>n.s.</i>	16 (16.5%)
		その他のドキュメンタリー	20 (45.5%)	11 (23.9%)	4.62 *	23 (23.7%)
			$n=44$	$n=46$		$n=99$
H. 取材対象者の隠れた思いを引き出すために状況の設定をする(状況設定)	H. 取材対象者の隠れた思いを引き出すために状況の設定をする(状況設定)	ニュース・ドキュメンタリー	22 (50.0%)	12 (26.1%)	5.47 *	59 (59.6%)
		その他のドキュメンタリー	32 (72.7%)	20 (43.5%)	7.89 **	83 (83.8%)

上は回答数、下の括弧内は各群における回答の割合(%)、
 太線で囲った箇所は回答の偏りが有意な項目および番組ジャンル、* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

ネット情報の参考群は、「ニュース・ドキュメンタリー」と「その他のドキュメンタリー」に対して、「Q7. 取材対象者へのはたらきかけを行う撮影手法の容認度」で「B. 撮影スケジュールの都合で、撮影日時に合わせていつも通りのことをやってもらう（撮影日時）」「H. 取材対象者の隠れた思いを引き出すために状況の設定をする（例えば、手紙を書いたり、誰かに会いに行くことを提案する）（状況設定）」の2項目容認する回答が有意に多かった。

ネット情報の参考群は、「ニュース・ドキュメンタリー」に対して、「Q5. 取材対象者に対する番組制作者のあり方」で、「A. カメラを意識しない表情をねらうべき」という回答が有意に多く、「Q6. 公平・中立に対する考え方」では「C. 公平・中立は難しい」という回答が有意に多かった。

ネット情報の参考群は、「その他のドキュメンタリー」の「Q1. 番組制作者が題材選択で考慮していると思う項目」で「E. 映像で表現しやすい」が考慮されているという回答や、「Q2. 番組が何かの題材を放送しない理由に影響していると思う項目」で「C. 取材対象者の取材・撮影拒否」「D. 取材対象者への影響に対する配慮」という取材対象者との関係に関する2項目の回答が有意に多かった。「Q7. 取材対象者へのはたらきかけを行う撮影手法の容認度」に関して、「G. 普段起こりうるが、撮影の時には起こらなかった自然現象を人工的に再現する（例えば、桜が散るのを撮りたいが風が吹かなかったので木を揺する）（自然現象）」という撮影手法を容認する回答が有意に多かった。

以上により、ネット情報の参考群が、題材選択（Q1）や放送されない理由（Q2）に対する意識や、公平中立は難しい（Q6）という意識が高く、取材対象者へのはたらきかけ（Q7）を容認する傾向があることが示唆された。この傾向は、「ドキュメンタリー」が現実をリプレゼンテーションしているという意識が高いことを意味しているといえる。一方で、「カメラを意識しない表情をねらうべき」は、リプレゼンテーションに対する意識の高さとは相反する意識といえる。本調査では、参考にした情報源としてネット情報を選択した大学生が、取材対象者へのはたらきかけに対して、相反するかのように見える態度を有していることが示唆された。

6.3.2.3. テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度 ②番組制作者との比較

次に、「仮説3：ネット情報の参考群のテレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度は、番組制作者との隔たりがより大きい」について検証した。具体的には、ネット情報の参考群と非参考群の間で、「ニュース・ドキュメンタリー」「その他のドキュメンタリー」のい

ずれかに対する回答で有意な偏りがあった Q1E, Q2C, D, Q5A, Q6C, Q7B, G, H の 5 問 8 項目の結果を、第 5 章の番組制作者の結果と比較した。番組制作者の結果は、テレビ・ドキュメンタリーをディレクターの立場で現在制作している人および制作経験のある人に、知人の紹介によって標本を集める機縁法で依頼し、101 人から回答を得たものである。番組制作者の結果を表 6-6 の最右欄に示す。

その結果、ネット情報の参考群と非参考群の間で「ニュース・ドキュメンタリー」「その他のドキュメンタリー」いずれかに対する回答で有意な偏りが確認できた Q1E, Q2C, Q2D, Q5A, Q6C, Q7B, Q7G, Q7H の 8 項目のうち、Q7G を除く 7 項目で「当てはまる」とした回答者の割合が、ネット情報の参考群が非参考群よりも番組制作者と近かった。具体的には、ネット情報の参考群は、1) 再構成(リプレゼンテーション)されているという意識の高い回答者が多く、2) 取材対象者に対する働きかけを容認する回答者が多い反面、「カメラを意識しない表情をねらうべき」という、相反するかのように見える態度を有している回答者も多い。この点で、ネット情報の参考群の意識・態度は、番組制作者の意識・態度と類似することが示唆された。

6.3.2.4. ネット情報の参考群が参考にしたネット情報以外の情報源

次に、ネット情報の参考群がテレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに対する意識が高い理由を明らかにするために、ネット情報の参考群と非参考群それぞれが、ネット情報以外に参考にした情報源についても調べた。

その結果、ネット情報の参考群(44人)のうち、参考にした情報源として「ネット情報」のみを選択した大学生は2人(4.5%)であり、42人(95.4%)はほかの情報源も併せて選択していた。ネット情報の参考群と非参考群が選択した情報源の数の平均値を求め、結果を比較したところ、ネット情報の参考群が情報源として選択した数の平均は2.95 ($SD=0.99$)、非参考群が情報源として選択した数の平均は1.48 ($SD=0.69$)であった。参考群と非参考群の選択数の平均を t 検定により比較したところ、参考群が非参考群よりも、参考にした情報源の数が有意に多かった ($t(88)=8.24, p=.001$)。この結果から、ネット情報の参考群は、より多くの情報源から得た情報を参考にして今回の調査項目に回答していたといえる。

次に、ネット情報の参考群と非参考群それぞれが選択した情報源別の選択者数と割合を確認した(表 6-7)。その結果、ネット情報の参考群は非参考群と比較して、「テレビ番組の印象」の回答割合が少なく、その他のすべての選択肢(「放送倫理違反のニュース」「新

聞・雑誌」「番組制作者の話」「高校までの授業」「撮影・編集経験」「その他」)において回答した割合が多かった。すなわち、ネット情報の参考群は、単に「テレビ番組の印象」からだけでなく、幅広く多様な情報源から得た情報を参考に回答していたといえる。

表 6-7 ネット情報の参考群と非参考群が参考にした情報源 (複数選択可)

情報源	参考群	非参考群
	n = 44	n = 46
1.テレビ番組の印象	40 (90.9%)	45 (97.8%)
2.倫理違反のニュース	18 (40.9%)	11 (23.9%)
3.ネット情報	44 (100.0%)	0 (0.0%)
4.新聞・雑誌	8 (18.2%)	4 (8.7%)
5.番組制作者の話や本	8 (18.2%)	3 (6.5%)
6.高校までの授業	9 (20.5%)	4 (8.7%)
7.撮影・編集経験	2 (4.5%)	1 (2.2%)
8.その他	1 (2.3%)	0 (0.0%)

上は回答数, 下の括弧内は各群における回答の割合 (%)

6.3.3. 考察

研究②では、テレビ番組に関するネット情報の閲覧とテレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに対する大学生の意識・態度との関係について検討するために、第 5 章の調査において、参考にした情報源としてネット情報を選択した大学生と選択しなかった大学生の回答傾向の違いについて分析を行った。研究②の結果を仮説との対応で示す。

結果の 1 つ目として、参考群は非参考群と比較してテレビ番組への信頼度が低かったり、懐疑的な態度が強かったりするわけではないことが示唆された。仮説 1 は、「ネット情報の参考群は、テレビ番組への信頼度が低く、懐疑的な態度が強い」というものであり、この仮説は支持されなかった。

結果の 2 点目として、参考群は非参考群と比較してテレビ・ドキュメンタリーはリプレゼンテーションされているという意識が高く、取材対象者に働きかけを行う撮影手法に対しては、相反する態度を有していることが示唆された。仮説 2 は、「ネット情報の参考群は、テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度が非参考群と異なる」というものであり、

仮説は支持されたといえる。

結果の3つ目として、ネット情報の参考群の意識・態度は、非参考群と比較して、番組制作者の意識・態度と類似していることが示唆された。仮説3は、「ネット情報の参考群のテレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度は、番組制作者との隔たりがより大きい」というものであり、仮説は支持されなかった。

また、結果の4つ目として、ネット情報の参考群は、ネット情報以外にも幅広く多様な情報源から得た情報を参考に回答していることも示された。

結果の2点目のネット情報の参考群がテレビ・ドキュメンタリーはリプレゼンテーションされているという意識が高く、取材対象者に働きかけを行う撮影手法に対して相反する態度を有している理由として考えられるのは、インターネット上のテレビに対する批判的な言説の閲覧の影響である。インターネット上には、テレビ番組が現実をどのようにリプレゼンテーションすべきかに関して、様々な言説がある。前述の通り、ネット上で散見される「フェイクニュース」「偏向報道」「情報隠蔽」などは、テレビ番組によるリプレゼンテーションの方法に関する批判的な言説と言える。ネット情報の参考群はこれらの批判的な言説を閲覧することによって、テレビ・ドキュメンタリーは番組制作者によってリプレゼンテーションされているという意識が高くなっている可能性が考えられる。また、取材対象者に働きかけを行う撮影手法に関しては、「カメラを意識しない表情を撮影すべきだ」と考える一方で、番組制作者が取材対象者に対して働きかけをしているだろうと推測している可能性も考えられる。

結果の3点目において、ネット情報の参考群は、テレビ・ドキュメンタリーはリプレゼンテーションされているという意識が高く、取材対象者に働きかけを行う撮影手法に対して相反する態度を有している点で、番組制作者の意識・態度と類似する傾向であることが示された。しかし、「Q7. 取材対象者へのはたらきかけを行う撮影手法の容認度」の「G. 普段起こりうるが、撮影の時には起こらなかった自然現象を人工的に再現する（例えば、桜が散るのを撮りたいが風が吹かなかったので木を揺する）(自然現象)」の1項目のみ、ネット情報の参考群の方が非参考群よりも番組制作者の回答者の割合と隔たりが大きかった。この項目は、1992年に放送されたNHKのテレビ・ドキュメンタリー（本研究における「その他のドキュメンタリー」）において、番組制作者が流砂という自然現象を再現したことが朝日新聞をはじめとするメディアから「やらせ」と批判された手法が該当する項目

である。回答した番組制作者の平均在職年数は 19.9 年であり、この問題を記憶している番組制作者も多いと考えられる。番組制作者はこの問題における批判を意識したために、自然現象を人工的に起こすことが「容認される」という回答者の割合が少なくなった可能性が考えられる。一方、今回の調査に回答した大学生は出生前であることから、この問題を意識して回答した大学生は少ないと考えられる。以上の理由により、番組制作者の回答者の割合が、大学生のネット情報の参考群よりも少なくなった可能性が考えられる。

本調査では、参考群が参考にしたネット情報の内容については明らかになっていない。そのため、回答者の意識・態度にどのようなネット情報が影響を与えたのかについての検討は難しい。しかし、テレビ番組に関するインターネット上のメディアや書き込みのなかには、ネガティブなものも散見される。このことから、ネット情報の参考群のリプレゼンテーションに対する意識の高さや、取材対象者に対するはたらきかけを容認する傾向は、「テレビはどうせやらせ」というようなネガティブな態度が背景にあると考えることもできる。しかし、ネット情報の参考群は、非参考群と比較してテレビ番組への信頼度が低かったり、懐疑的な態度が強かったりするわけではないことが示唆された。

ネット情報の参考群が、非参考群と比較してテレビ番組への信頼度が低かったり、懐疑的な態度が強かったりするわけではない理由を検討する手がかりになるのが、参考群が選択した「参考にした情報源」の数である。参考群が選択した「参考にした情報源」の数は非参考群に比べて多く、ネット情報以外にも「2. 倫理違反のニュース」「4. 新聞雑誌」「5. 制作者の話や本」「6. 高校までの授業」「7. 撮影編集経験」など幅広く多様な情報源を参考にして回答をしていた。「2. 倫理違反のニュース」「4. 新聞雑誌」「5. 制作者の話や本」「6. 高校までの授業」を参考にして回答したということは、これらの情報に意識を向け、記憶していたということである。これは、テレビ番組に関する情報に対する関心の高さを意味している可能性があると考えられる。

ソーシャル・メディアから次々と情報が流れてくるようになり、ソーシャル・メディアを含むネット情報は、能動的に情報と接触するメディアから受動的に情報と接触するメディアになったことが指摘されている（法政大学大学院メディア環境設計研究所 2020）。本調査の回答の際にネット情報の参考群は、流れてきたネット情報に意識を向け、記憶していたと考えられる。このことから、ネット情報の参考群はテレビ番組に対して関心が高い大学生である可能性があると考えられる。

6.4. まとめ

本章では、大学生のテレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに対する意識・態度と関連する要因を検討するため、第 5 章の調査の回答の際に大学生が参考にした情報源について分析を行った。

その結果、テレビ番組の印象やネット情報を参考にした大学生が多く、制作者の話や本、高校までの授業、撮影や編集の経験を参考にした大学生が少なかったことが示された。ネット情報を参考にした大学生とそうでない大学生の比較では、ネット情報を選択した大学生はテレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに関する意識が高く、取材対象者に働きかけを行う撮影手法に関して相反する意識を有している点で、番組制作者の意識・態度と類似する傾向であることが示された。また、ネット情報はテレビ番組への信頼度の低下や、懐疑的な態度の強さには直接的には関係していない可能性が示唆された。その理由として、参考にした情報源としてネット情報を選択した大学生がテレビ番組に対する関心が高く、幅広く多様なメディアから情報を得ていることが関係している可能性が示された。

本章の結果から、大学生のテレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの育成を目指す研究や実践開発においては、幅広く多様な情報に触れる機会を作ることが重要であることが示唆された。例えば、テレビ番組に関する授業や実践において、大学生に対して、テレビのニュース等で放送される、放送倫理違反事例についての説明に意識を向けることや、テレビ番組に関する新聞や雑誌の記事やテレビ番組の制作者の書籍を読むことなどを勧めることが重要と考えられる。大学生が日常的に、スマートフォン等を使って動画を撮影したり編集したりしている経験を、テレビ・ドキュメンタリーに対する理解へと結びつける工夫も重要と考えられる。

また、初等中等教育の授業も大学生にとって情報源の一つとなるよう、初等中等教育の授業の内容を工夫することも重要と考えられる。第 2 章および第 5 章で述べた通り、初等中等教育の学習内容を示した学習指導要領においては、小学校 5 年生の社会科で「放送」に関する記述があり、小学校および中学校の国語科には「物語の展開の仕方」に関する記述がある。高等学校の情報科および美術科において、「映像制作」に関する学習内容の記述がある。小学校 5 年生の社会科で「放送」に関して教える際、テレビ・ニュースの影響力等に対する考え方が、テレビ・ドキュメンタリー等ほかの番組ジャンルに対しても当てはまる可能性があることを説明したり、国語科で「物語の展開の仕方」を教える際、「物語の

展開の仕方」がテレビ番組においても用いられていることを説明したりすることが、テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの育成に結びつく可能性があると考えられる。高等学校の情報科および美術科においては、「映像制作」に関する学習内容が、テレビ番組に関しても当てはまることについて説明をすることで、大学生にとって、高校までの授業の内容が、テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに関する情報源の1つになる可能性があると考えられる。

第7章 大学生のテレビ番組への信頼度および懐疑的な態度との関係

本章では、テレビ番組に対する大学生の意識・態度と関係する要因に関する研究の2つ目として、大学生のテレビ番組への信頼度および懐疑的な態度と、テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度との関係について検討する。

7.1. 背景と目的

第1章で述べた通り、インターネット上では、テレビ番組に対する批判が散見され、マスメディアに対する不信も懸念されている(例えば、林 2017, 稲増 2016)。メディア・リテラシー教育および実践が目指すのは、メディアを批判、否定するだけでなく、メディア社会を健全なものにしたいと願い参画する人を育てることである(堀田 2004, 水越 1999/改訂版 2002)。テレビ番組に対する批判が散見され、マスメディアに対する不信が懸念される現在、メディア・リテラシー教育および実践のあり方を改めて考える意義は大きいと考えられる。

第5章で示した調査では、回答してくれた大学生(以下、大学生)に対して、テレビ・ドキュメンタリーを含むテレビ番組全般(以下、テレビ番組)に対する信頼度および懐疑的な態度についても尋ねている。調査において、テレビ番組への信頼度の高い大学生と低い大学生、および懐疑的な態度の強い大学生と低い大学生、それぞれのテレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに関する質問項目の回答結果を比較することで、テレビ番組への信頼度や懐疑的な態度に関係のあるテレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに対する意識・態度が明らかになる可能性がある。テレビ番組への信頼度や懐疑的な態度に関係のあるテレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに対する意識・態度を明らかにすることは、テレビ番組への信頼度や懐疑的な態度の変化を促すメディア・リテラシー教育および実践で扱う項目を検討する際に役立つ知見となる可能性がある。

以上により、本章では大学生のテレビ番組への信頼度およびテレビ番組への懐疑的な態

度とテレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに対する意識・態度の関係を検討する。

7.2. 研究方法

第5章で示した大学生の調査結果を基に、以下の3点を検討した。

- (1) テレビ番組への信頼度と懐疑的な態度との関連
- (2) テレビ番組への信頼度とテレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の関係
- (3) テレビ番組への懐疑的な態度とテレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の関係

テレビ番組への信頼度、テレビ番組への懐疑的な態度(5項目)の質問項目を表7-1に示す。テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度に関する質問項目は、巻末の付録に示す。分析においては、欠損がある回答は項目ごとに分析から除いた。分析に用いた回答数は、結果(表7-2～表7-9)の表中に示す。

表 7-1 テレビ番組への信頼度および懐疑的な態度の質問項目と選択肢

質問項目		選択肢
F7	テレビ番組への信頼度	4. 信頼している 3. どちらかといえば信頼している 2. どちらかといえば信頼していない 1. 信頼していない
F8	テレビ番組への懐疑的な態度	4. そう思う 3. ややそう思う 2. あまりそう思わない 1. そう思わない
	A. 情報操作されているのではないかと疑っている	
	B. 中立でないのではないかと疑っている	
	C. 伝えていないことがたくさんあるのではないかと疑っている	
	D. 「本当のことでないこと」も含まれているのではないかと疑っている	
	E. やらせが多いのではないかと疑っている	

7.3. 結果

7.3.1. テレビ番組への信頼度と懐疑的な態度との関連

7.3.1.1. テレビ番組への信頼度

表7-2に、テレビ番組への信頼度の記述統計の結果を示す。「信頼している」と「どちらかといえば信頼している」という回答の割合の合計は、全体の8割を超えていた。「信頼していない」という回答はなかった。「信頼している」を4、「どちらかといえば信頼している」を3、「どちらかといえば信頼していない」を2、「信頼していない」を1と数値化し、

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 第7章 大学生のテレビ番組への信頼度および懐疑的な態度との関係 |

全体、性別、学年別で平均値を算出した。性別と学年別でそれぞれ t 検定を行ったところ、それらの差は有意ではなかった。

表 7-2 テレビ番組への信頼度

	4.信頼して いる	3.どちらかといえば 信頼している	2.どちらかといえば 信頼していない	1.信頼して いない	n	M	SD	t	
全体	19.4%	65.6%	15.1%	0.0%	93	3.04	0.59		
性別	男子	4.3%	21.5%	7.5%	0.0%	31	2.90	0.60	1.63
	女子	15.1%	44.1%	7.5%	0.0%	62	3.11	0.58	<i>n.s.</i>
学年 別	1年生	14.0%	29.0%	9.7%	0.0%	49	3.08	0.67	0.68
	2年生	5.4%	36.6%	5.4%	0.0%	44	3.00	0.48	<i>n.s.</i>

7.3.1.2. テレビ番組への懐疑的な態度

表 7-3 に、事実・現実を素材とするテレビ番組への懐疑的な態度の 5 項目 (A~E) の記述統計の結果を示す。懐疑的な態度の 5 項目すべてにおいて、「そう思う」および「ややそう思う」という「懐疑的な態度の強さ」を示す回答の合計が 6 割を超えていた。なかでも「C. 伝えていないことがたくさんあるのではないかと疑っている」が最も多く、8 割を超えていた。

表 7-3 テレビ番組への懐疑的な態度と信頼度との相関分析の結果

懐疑的な態度	4.そう 思う	3.やや そう思う	2.あまり そう思わない	1.そう 思わない	n	M	SD	r
A. 情報操作されているのではないかと疑っている	13.0%	50.0%	32.6%	4.3%	92	2.72	0.74	-.21 *
B. 中立でないのではないかと疑っている	17.2%	43.0%	33.3%	6.5%	93	2.71	0.82	-.33 **
C. 伝えていないことがたくさんあるのではないかと疑っている	29.0%	51.6%	18.3%	1.1%	93	3.09	0.71	-.06 <i>n.s.</i>
D. 「本当のことでないこと」も含まれているのではないかと疑っている	22.6%	51.6%	22.6%	3.2%	93	2.94	0.76	-.28 **
E. やらせが多いのではないかと疑っている	14.1%	57.6%	23.9%	4.3%	92	2.82	0.72	-.04 <i>n.s.</i>
A~E 平均	19.6%	50.5%	25.9%	4.0%	91	2.85	0.57	-.24 *

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

7.3.1.3. テレビ番組への信頼度と懐疑的な態度の関連

テレビ番組への信頼度と懐疑的な態度の関連を検討するために、テレビ番組への信頼度と、懐疑的な態度の5項目(A~E)について相関分析を行った。信頼度は、「信頼している」を4、「どちらかといえば信頼している」を3、「どちらかといえば信頼していない」を2、「信頼していない」を1と数値化した。懐疑的な態度の5項目は、「そう思う」を4、「ややそう思う」を3、「あまりそう思わない」を2、「そう思わない」を1と数値化した。

結果を表7-3の最右欄に示す。信頼度と懐疑的な態度の5項目の平均との間に負の相関がみられた。このことから、テレビ番組を信頼していないことと、テレビ番組に対して懐疑的な態度を有していることは関連していることが示唆された。項目別では、テレビ番組への信頼度と懐疑的な態度のA, B, Dとの間には負の相関がみられたが、C, Eとの間には相関が確認されなかった。このことから、テレビへの信頼度が低いことと、「情報操作」「中立ではない」「本当のことではない」という懐疑的な態度を有していることは関連があり、「伝えていないこと」「やらせ」という懐疑的な態度を有していることは関連がないことが示唆された。

以上のことから、大学生は、テレビ番組への信頼度が高い(表7-2)一方で、懐疑的な態度も強いこと(表7-3)、また懐疑な態度に関する項目のうち、信頼度の高さに関連のある項目と関連のない項目があること(表7-3)が示唆された。

7.3.2. テレビ番組への信頼度とテレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の関係

テレビ番組への信頼度とテレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度との関係を検討するために、テレビ番組への信頼度の高群と低群の間で、テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の調査の各項目(付録Q1~7)の回答結果を比較した。

テレビ番組への信頼度は、表7-2の回答結果において、「4. 信頼している」「3. どちらかといえば信頼している」と回答した大学生を信頼度高群、「2. どちらかといえば信頼していない」「1. 信頼していない」と回答した大学生を信頼度低群に群分けした。テレビ・ドキュメンタリーに関する各質問項目(付録Q1~7)に対する回答は、第5章、第6章と同様、番組ジャンルが選択された場合は、番組ジャンルが「当てはまる」、番組ジャンルが選択されなかった場合は、番組ジャンルが「当てはまらない」という二種類のカテゴリカルデータとして扱い、分析を行った。信頼度高群と信頼度低群による回答に偏りがあるかどうか

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 第7章 大学生のテレビ番組への信頼度および懐疑的な態度との関係 |

について検討するために2×2表に対するカイ二乗検定を行った。一つ以上のマスに5未満の期待数が含まれる項目に関しては、コ克蘭のルール (Cochran 1954) のうち「期待数のマス目のうち20%以上で期待数が5未満のマスがある場合にはカイ二乗検定が不適切である」というルールに基づき、カイ二乗検定の代わりに Fisher's exact test を実施した。

表 7-4 テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違い：テレビ番組への信頼度高群 vs 信頼度低群

質問	項目	番組ジャンル	信頼度 高群	信頼度 低群	χ^2 p		
Q1. 番組制作者が 題材選択で 考慮していると 思う項目	A. 世間に対する影響力	<i>n</i>	79	12			
		ニュース・ ドキュメンタリー	37 (46.8%)	2 (16.7%)	3.87 ^a *		
		その他の ドキュメンタリー	13 (16.5%)	1 (8.3%)	0.53 ^a <i>n.s.</i>		
		<i>n</i>	79	12			
Q2. 番組が何かの 題材を放送しない 理由に影響して いると思う項目	B. 世間の空気と逆行した メッセージ	ニュース・ ドキュメンタリー	30 (38.0%)	5 (41.7%)	.06 ^a <i>n.s.</i>		
		その他の ドキュメンタリー	31 (39.2%)	9 (75.0%)	5.41 *		
		D. 取材対象者への 影響に対する配慮	ニュース・ ドキュメンタリー	34 (43.0%)	9 (75.0%)	4.27 *	
			その他の ドキュメンタリー	29 (36.7%)	4 (33.3%)	0.05 ^a <i>n.s.</i>	
Q3. 番組が伝える現実	B. 再構成したもの	<i>n</i>	76	13			
		ニュース・ ドキュメンタリー	29 (38.2%)	9 (69.2%)	4.38 *		
		その他の ドキュメンタリー	34 (44.7%)	9 (69.2%)	2.67 <i>n.s.</i>		
		<i>n</i>	74	13			
Q6. 公平・中立に対する 考え方	A. 1つの番組内で 公平・中立を目指すべき	ニュース・ ドキュメンタリー	27 (36.5%)	4 (30.8%)	0.16 ^a <i>n.s.</i>		
		その他の ドキュメンタリー	11 (14.9%)	5 (38.5%)	4.10 ^a *		
		Q7. 取材対象者への はたらきかけを 行う撮影手法の 容認度	E. 取材対象者の都合で、 いつもとは別の場所で いつも通りのことをやって もらう(別の場所)	<i>n</i>	77	13	
				ニュース・ ドキュメンタリー	30 (39.0%)	1 (7.7%)	4.82 ^a *
その他の ドキュメンタリー	28 (36.4%)			4 (30.8%)	0.15 ^a <i>n.s.</i>		
<i>n</i>	77			13			

上は回答数、下は回答の割合(%)。太線で囲った箇所は回答の偏りが有意な項目及び番組ジャンル

^aは、fisher's exact test の値。* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$ (表 7-5~表 7-10 も同様)

表 7-4 は、テレビ番組への信頼度高群と信頼度低群の間で、「ニュース・ドキュメンタリー」「その他のドキュメンタリー」のいずれかにおいて、「当てはまる」とする回答の偏り

が有意だった項目である。太枠で囲った箇所は、偏りが有意であった番組ジャンルである。調査した 7 問 31 項目のうち、回答の偏りが有意であったのは、Q1A, Q2B, D, Q3B, Q6A, Q7E の 5 問 6 項目であった。

テレビ番組への信頼度低群は、「ニュース・ドキュメンタリー」の「Q1. 番組制作者が題材選択で考慮していると思う項目」で「A. 世間に対する影響力」という回答が有意に少なく、「Q2. 番組が何かの題材を放送しない理由に影響していると思う項目」で「D. 取材対象者への影響に対する配慮」という回答が有意に多かった。「Q3. 番組が伝える現実」は「B. 再構成したもの」であるとする回答が有意に多く、「Q7. 取材対象者にはたらきかけを行う撮影手法の許容度」では、「E. 取材対象者の都合で、いつもとは別の場所でいつも通りのことをやってもらう（別の場所）」の 1 項目で容認する回答が有意に少なかった。また、信頼度低群は、「その他のドキュメンタリー」に対して「Q2. 番組が何かの題材を放送しない理由に影響していると思う項目」で「B. 世間の空気と逆行したメッセージ」という回答が有意に多く、「Q6. 公平・中立に対する考え方」では、「A. 1 つの番組内で公平・中立を目指すべき」という回答が有意に多かった。

7.3.3. テレビ番組への懐疑的な態度とテレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の関係

テレビ番組への懐疑的な態度とテレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の関係を検討するために、テレビ番組への懐疑的な態度の強群と弱群との間で、テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の調査の各項目（付録 Q1～7）の回答結果を比較した。

懐疑的な態度 A～E はそれぞれ、表 7-3 の回答結果において、「4. そう思う」「3. ややそう思う」を懐疑的な態度の強群、「2. あまりそう思わない」「1. そう思わない」を懐疑的な態度の弱群に群分けした。群間で、テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度（付録 Q1～7）に違いがある項目を明らかにするために、「7.3.2. テレビ番組への信頼度とテレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の関係」と同様の方法でカイ二乗検定を行った。

7.3.3.1. 懐疑的な態度（A. 情報操作）との関係

表 7-5 は、情報操作されているのではないかという懐疑的な態度（以下、懐疑的な態度（A. 情報操作））の強群と弱群の間で「当てはまる」とする回答で偏りが有意だった項目である。

表 7-5 テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違い：テレビ番組への懐疑的な態度 (A. 情報操作) 強群 vs 弱群

質問	項目	番組ジャンル	懐疑態度 強群	懐疑態度 弱群	X^2 p
		n	57	33	
Q1. 番組制作者が 題材選択で 考慮していると思 う項目	D. 視聴者にとって新しい	ニュース・ ドキュメンタリー	25 (43.9%)	7 (21.2%)	4.68 *
		その他の ドキュメンタリー	14 (24.6%)	7 (21.2%)	0.13 <i>n.s.</i>
	E. 映像で表現しやすい	ニュース・ ドキュメンタリー	38 (66.7%)	14 (42.4%)	5.04 *
		その他の ドキュメンタリー	31 (54.4%)	15 (45.5%)	0.67 <i>n.s.</i>
	G. 制作費に見合う	ニュース・ ドキュメンタリー	22 (38.6%)	5 (15.2%)	5.47 *
		その他の ドキュメンタリー	21 (36.8%)	11 (33.3%)	0.11 <i>n.s.</i>
Q2. 番組が何かの 題材を放送しない 理由に影響して いると思う項目	B. 世間の空気と逆行した メッセージ	ニュース・ ドキュメンタリー	27 (47.4%)	8 (24.2%)	4.70 *
		その他の ドキュメンタリー	25 (43.9%)	15 (45.5%)	0.02 <i>n.s.</i>
	D. 取材対象者への影響に 対する配慮	ニュース・ ドキュメンタリー	29 (50.9%)	14 (42.4%)	0.60 <i>n.s.</i>
		その他の ドキュメンタリー	16 (28.1%)	17 (51.5%)	4.95 *
Q3. 番組が伝える現実	B. 再構成したもの	ニュース・ ドキュメンタリー	29 (51.8%)	9 (28.1%)	4.65 *
		その他の ドキュメンタリー	27 (48.2%)	15 (46.9%)	0.02 <i>n.s.</i>
		n	56	32	
Q7. 取材対象者への はたらきかけを 行う撮影手法の 容認度	A. 別の角度からも撮影する ために、同じことをもう一度 やってもらう (別の角度)	ニュース・ ドキュメンタリー	26 (47.3%)	5 (15.2%)	9.33 **
		その他の ドキュメンタリー	22 (40.0%)	12 (36.4%)	0.12 <i>n.s.</i>
	C. 作業が早すぎて、 見ていてわからないので、 少しゆっくりやってもらう (ゆっくり)	ニュース・ ドキュメンタリー	27 (50.0%)	7 (20.6%)	7.61 **
		その他の ドキュメンタリー	22 (40.7%)	7 (20.6%)	3.84 <i>n.s.</i>
		n	54	34	

調査した 7 問 31 項目のうち、本研究が対象とするドキュメンタリーの 2 ジャンル (「ニュース・ドキュメンタリー」「その他のドキュメンタリー」) のいずれかの番組ジャンルにおいて、懐疑的な態度 (A. 情報操作) の強群と弱群の間で「当てはまる」とする回答の偏りが有意であったのは、Q1D, E, G, Q2B, D, Q3B, Q7A, C の 4 問 8 項目であった。「その他のドキュメンタリー」に対する意識・態度において回答の偏りが有意であったのは Q2D の 1 項目であったのに対し、「ニュース・ドキュメンタリー」に対する意識・態度において回答の偏りが有意であった項目は 7 項目と多かった。

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 第7章 大学生のテレビ番組への信頼度および懐疑的な態度との関係 |

懐疑的な態度 (A. 情報操作) の強群は、「ニュース・ドキュメンタリー」に対して「Q1. 番組制作者が題材選択で考慮していると思う項目」で「D. 視聴者にとって新しい」「E. 映像で表現しやすい」「G. 制作費に見合う」という回答や、「Q2. 番組が何かの題材を放送しない理由に影響していると思う項目」で「B. 世間の空気とは逆行したメッセージ」という回答が有意に多かった。「Q3. 番組が伝える現実」は「B. 再構成したもの」であるとする回答が有意に多く、「Q7. 取材対象者にはたらきかけを行う撮影手法の容認度」では、「A. 別の角度からも撮影するために、同じことをもう一度やってもら (別の角度)」「C. 作業が早すぎて、見ていてわからないので、少しゆっくりやってもら (ゆっくり)」の2項目で、容認する回答が有意に多かった。また、「その他のドキュメンタリー」に対して、「Q2. 番組が何かの題材を放送しない理由に影響していると思う項目」で、「D. 取材対象者に対する配慮」という回答が有意に少なかった。

7.3.3.2. 懐疑的な態度 (B. 中立でない) との関係

表 7-6 は、中立でないのではないかという懐疑的な態度 (以下、懐疑的な態度 (B. 中立でない) の強群と弱群の間で「当てはまる」とする回答で偏りが有意だった項目である。群間で有意な偏りが確認されたのは、Q1E, Q3B の2問2項目であった。

表 7-6 テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違い：テレビ番組への懐疑的な態度 (B. 中立でない) 強群 vs 弱群

質問	項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>
			強群	弱群	
		<i>n</i>	54	37	
Q1. 番組制作者が 題材選択で考慮して いると思う項目	E. 映像で表現しやすい	ニュース・ ドキュメンタリー	38 (70.4%)	14 (37.8%)	9.49 **
		その他の ドキュメンタリー	27 (50.0%)	19 (51.4%)	0.02 <i>n.s.</i>
		<i>n</i>	54	35	
Q3. 番組が伝える現実	B. 再構成したもの	ニュース・ ドキュメンタリー	30 (55.6%)	8 (22.9%)	9.29 **
		その他の ドキュメンタリー	27 (50.0%)	16 (45.7%)	0.16 <i>n.s.</i>

懐疑的な態度 (B. 中立でない) の強群は、「ニュース・ドキュメンタリー」に対して「Q1. 番組制作者が題材選択で考慮していると思う項目」で「E. 映像で表現しやすい」という回答、「Q3. 番組が伝える現実」は「B. 再構成したものだ」という回答が有意に多かった。「その他のドキュメンタリー」に対しては、偏りが有意な項目はなかった。

7.3.3.3. 懐疑的な態度 (C. 伝えていない) との関係

表 7-7 は、伝えていないことがたくさんあるのではないかという懐疑的な態度 (以下、懐疑的な態度 (C. 伝えていない) の強群と弱群の間で「当てはまる」とする回答で偏りが有意だった項目である。群間で有意な偏りが確認されたのは、Q2B, Q4A の 2 問 2 項目であった。

懐疑的な態度 (C. 伝えていない) の強群は、「ニュース・ドキュメンタリー」と「その他のドキュメンタリー」に対して、「Q4. 番組制作者の存在の見せ方」で「A. わかるようにするべき」という回答が有意に多かった。「その他のドキュメンタリー」に対して、「Q2. 番組が何かの題材を放送しない理由に影響していると思う項目」に「B. 世間の空気と逆行したメッセージ」が影響しているという回答が有意に多かった。

表 7-7 テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違い：テレビ番組への懐疑的な態度 (C. 伝えていない) 強群 vs 弱群

質問	項目	番組ジャンル	懐疑態度 強群	懐疑態度 弱群	X^2 p
Q2. 番組が何かの 題材を放送しない 理由に影響して いると思う項目	B. 世間の空気と逆行した メッセージ	<i>n</i>	74	17	
		ニュース・ ドキュメンタリー	29 (39.2%)	6 (35.3%)	0.09 <i>n.s.</i>
		その他の ドキュメンタリー	28 (37.8%)	12 (70.6%)	6.02 *
		<i>n</i>	73	18	
Q4. 制作者の存在の 見せ方	A. わかるようにするべき	ニュース・ ドキュメンタリー	45 (61.6%)	1 (5.6%)	18.17 ***
		その他の ドキュメンタリー	32 (43.8%)	1 (5.6%)	9.16 **
		<i>n</i>	73	18	

7.3.3.4. 懐疑的な態度 (D. 本当のことでない) との関係

表 7-8 は、本当のことでないことも含まれているという懐疑的な態度 (以下、懐疑的な態度 (D. 本当のことでない) の強群と弱群の間で「当てはまる」とする回答で偏りが有意だった項目である。群間で有意な偏りが確認されたのは、Q1E, Q1F, Q3B, Q5B, Q6A の 4 問 5 項目であった。いずれも「ニュース・ドキュメンタリー」に対する意識・態度における偏りであり、「その他のドキュメンタリー」に対しては、有意な偏りが確認された項目はなかった。

懐疑的な態度 (D. 本当のことでない) の強群は、「ニュース・ドキュメンタリー」の「Q1. 番組制作者が題材選択で考慮していると思う項目」において、「E. 映像で表現しやすい」

「F. 物語性や人間ドラマ」が考慮されているという回答が有意に多かった。「Q3. 番組が伝える現実」は「B. 再構成したもの」であり、「Q5. 取材対象者に対する番組制作者のあり方」では、「B. はたらきかけで現実や真実が伝えられる」という回答が有意に少なかった。「Q6. 公平・中立に対する考え方」では「A. 1つの番組内で公平・中立に伝えることを目指すべきだ」という回答が有意に多かった。

表 7-8 テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違い：テレビ番組への懐疑的な態度 (D. 本当のことでない) 強群 vs 弱群

質問	項目	番組ジャンル <i>n</i>	懐疑態度 強群	懐疑態度 弱群	χ^2 <i>p</i>
Q1. 番組制作者が 題材選択で 考慮していると思 う項目	E. 映像で表現しやすい	ニュース・ ドキュメンタリー	44 (64.7%)	8 (34.8%)	6.28 *
		その他の ドキュメンタリー	34 (50.0%)	12 (52.2%)	0.03 <i>n.s.</i>
	F. 物語性や人間ドラマ	ニュース・ ドキュメンタリー	36 (52.9%)	6 (26.1%)	4.99 *
		その他の ドキュメンタリー	51 (75.0%)	20 (87.0%)	1.43 <i>n.s.</i>
Q3. 番組が伝える現実	B. 再構成したもの	ニュース・ ドキュメンタリー	33 (48.5%)	5 (23.8%)	4.01 *
		その他の ドキュメンタリー	32 (47.1%)	11 (52.4%)	0.18 <i>n.s.</i>
		<i>n</i>	68	21	
Q5. 取材対象者に対する 制作者のあり方	B. はたらきかけで 現実や真実が伝えられる	ニュース・ ドキュメンタリー	24 (35.3%)	14 (63.6%)	5.47 *
		その他の ドキュメンタリー	23 (33.8%)	11 (50.0%)	1.85 <i>n.s.</i>
		<i>n</i>	68	22	
	Q6. 公平・中立に対する 考え方	A. 1つの番組内で 公平・中立を目指すべきだ	ニュース・ ドキュメンタリー	27 (41.5%)	4 (18.2%)
その他の ドキュメンタリー			15 (23.1%)	1 (4.5%)	3.76 ^a <i>n.s.</i>
<i>n</i>			65	22	

7.3.3.5. 懐疑的な態度 (E. やらせが多い) との関係

表 7-9 は、やらせが多いのではないかという懐疑的な態度 (以下、懐疑的な態度 (E. やらせが多い) の強群と弱群の間で「当てはまる」とする回答で偏りが有意だった項目である。群間で有意な偏りが確認されたのは、Q1F, Q3A, Q7B の 3 問 3 項目であった。

懐疑的な態度 (E. やらせが多い) の強群は、「ニュース・ドキュメンタリー」の「Q1. 番組制作者が題材選択で考慮していると思う項目」で、「F. 物語性や人間ドラマ」という回答が有意に多かった。「その他のドキュメンタリー」に対して、「Q3. 番組が伝える現実」

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 第7章 大学生のテレビ番組への信頼度および懐疑的な態度との関係 |

は、「A. ありのままの現実を伝えるものだ」という回答が有意に少なかった。「Q7. 取材対象者にはたらきかけを行う撮影手法」では、「B. 撮影スケジュールの都合で、撮影日時に合わせていつも通りのことをやってもらう（撮影日時）」の1項目で容認する回答が有意に多かった。

表 7-9 テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違い：テレビ番組への懐疑的な態度 (E. やらせが多い) 強群 vs 弱群

質問	項目	番組ジャンル	懐疑態度		χ^2 <i>p</i>
			強群	弱群	
Q1. 番組制作者が 題材選択で 考慮している と思う項目	F. 物語性や人間ドラマ	<i>n</i>	65	25	
		ニュース・ ドキュメンタリー	35 (53.8%)	7 (28.0%)	4.85 *
		その他の ドキュメンタリー	48 (73.8%)	23 (92.0%)	3.57 <i>n.s.</i>
Q3. 番組が伝える現実	A. ありのままの現実	<i>n</i>	65	25	
		ニュース・ ドキュメンタリー	34 (52.3%)	15 (60.0%)	0.43 <i>n.s.</i>
		その他の ドキュメンタリー	19 (29.2%)	13 (52.0%)	4.09 *
Q7. 取材対象者への はたらきかけを 行う撮影手法の 容認度	B. 撮影スケジュールの都合 で、撮影日時に合わせて いつも通りのことをやって もらう (撮影日時)	<i>n</i>	65	25	
		ニュース・ ドキュメンタリー	29 (44.6%)	8 (32.0%)	1.19 <i>n.s.</i>
		その他の ドキュメンタリー	36 (55.4%)	7 (28.0%)	5.43 *

7.3.3.6. 懐疑的な態度 A~E の平均値との関係

懐疑的な態度の各項目の回答で、「4. そう思う」を4、「3. ややそう思う」を3、「2. あまりそう思わない」を2、「1. そう思わない」を1と数値化し、大学生の懐疑的な態度 A~E の平均値を出した。大学生全体の平均値は、2.86であった(最小値 1.40, 最大値 4.00, *SD* 0.58)。数値化した1~4の中央値である2.5以上の大学生を懐疑的な態度 (A~E 平均) の強群、2.5未満の大学生を懐疑的な態度 (A~E 平均) の弱群に群分けした。懐疑的な態度 (A~E 平均) の強群と弱群で、テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の調査の各項目(付録 Q1~7)の回答結果を比較した。

表 7-10 は、懐疑的な態度 (A~E 平均) の強群と弱群の間で「当てはまる」とする回答で偏りが有意だった項目である。群間で回答の偏りが有意であったのは、Q1D, E, F, Q4A, Q7C の3問5項目であった。偏りが有意であったのは、すべて「ニュース・ドキュメンタリー」に対する回答であった。具体的には、懐疑的な態度 (A~E 平均) の強群は、「ニュー

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 第7章 大学生のテレビ番組への信頼度および懐疑的な態度との関係 |

ス・ドキュメンタリー」の「Q1. 番組制作者が題材選択で考慮していると思う項目」で、「D. 視聴者にとって新しい」「E. 映像で表現しやすい」「F. 物語性や人間ドラマ」という回答が有意に多かった。「Q4. 番組制作者の存在の見せ方」では「A. わかるようにするべき」という回答が有意に多く、「Q7. 取材対象者にはたらきかけを行う撮影手法の容認度」では、「C. 作業が早すぎて、見ていてわからないので、少しゆっくりやってみよう（ゆっくり）」の1項目で容認する回答が有意に多かった。

表 7-10 テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違い：テレビ番組への懐疑的な態度 A~E 平均値 強群 vs 弱群

質問	項目	番組ジャンル <i>n</i>	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>
			強群	弱群	
Q1. 番組制作者が 題材選択で 考慮していると思 う項目	D. 視聴者にとって新しい	ニュース・ ドキュメンタリー	28 (41.8%)	4 (18.2%)	4.01 *
		その他の ドキュメンタリー	16 (23.9%)	4 (18.2%)	0.31 <i>n.s.</i>
	E. 映像で表現しやすい	ニュース・ ドキュメンタリー	44 (65.7%)	8 (36.4%)	5.86 *
		その他の ドキュメンタリー	35 (52.2%)	11 (50.0%)	0.03 <i>n.s.</i>
	F. 物語背や人間ドラマ	ニュース・ ドキュメンタリー	36 (53.7%)	6 (27.3%)	4.65 *
		その他の ドキュメンタリー	50 (74.6%)	20 (90.9%)	2.62 <i>n.s.</i>
Q4. 制作者の存在の 見せ方	A. わかるようにするべき	<i>n</i>	67	23	
		ニュース・ ドキュメンタリー	39 (58.2%)	7 (30.4%)	5.29 *
		その他の ドキュメンタリー	26 (38.8%)	7 (30.4%)	4.09 <i>n.s.</i>
Q7. 取材対象者への はたらきかけを行う 撮影手法の容認度	C. 作業が早すぎて、見ていて わからないので、少しゆっく りやってみよう（ゆっくり）	<i>n</i>	65	23	
		ニュース・ ドキュメンタリー	30 (46.2%)	4 (17.4%)	5.93 *
		その他の ドキュメンタリー	23 (35.4%)	6 (26.1%)	0.67 <i>n.s.</i>

7.3.4. テレビ・ドキュメンタリーのジャンル別の回答傾向

表 7-4~表 7-10 の結果において、テレビ番組への信頼度および懐疑的な態度と関係がある可能性があるテレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の具体的な項目が示された。表 7-11 は、表 7-4~表 7-10 で示した、信頼度および懐疑的な態度の強群と弱群で有意な偏りのあった項目を一覧にしたものである。

テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究

第7章 大学生のテレビ番組への信頼度および懐疑的な態度との関係

表 7-11 信頼度および懐疑的な態度の群間で有意な偏りのあった項目

質問	項目	信頼度	懐疑的な態度					A~E 平均
			A. 情報 操作	B. 中立 でない	C. 伝え てい ない	D. 本当の ことで ない	E. やら せが多い	
Q1. 番組制作者が 題材を選ぶときに 考慮されていると 思う項目	A.世間に対する影響力	N						
	B.多くの人の関心							
	C.視聴者が見て面白い							
	D.視聴者にとって新しい		N					N
	E.映像で表現しやすい		N	N		N		N
	F.物語性や人間ドラマ					N	N	N
	G.制作費に見合う		N					
Q2. 番組が何かの 題材を放送しない 理由に影響している と思う項目	A.視聴率がとれない							
	B.世間の空気と逆行したメッセージ	▼S	N		▼S	N		
	C.取材対象者の取材・撮影拒否							
	D.取材対象者への影響に対する配慮	▼N	▼S					
	E.視聴者から抗議が来る可能性							
	F.スポンサーに対する配慮							
	G.制作者が取材したいと思わない							
Q3. 番組が伝える 現実	A.ありのままの現実を伝えるもの だ						▼S	
	B.制作者が感じた世界を再構成し たものだ	▼N	N	N		N		
Q4. 制作者の存在の 見せ方	A.制作者の存在を視聴者にわかる ようにするべきだ				NS			N
	B.制作者の存在を視聴者にわから ないように工夫するべきだ							
Q5. 撮られる側 に対する制作者の あり方	A.撮られる側がカメラを意識しな い表情をできるだけ撮影するべき だ							
	B.撮られる側へのはたらきかけで 現実や真実が伝えられることがあ る					▼N		
Q6. 公平・中立に 対する考え方	A.1つの番組内で公平・中立に伝え ることを目指すべきだ	▼S				N		
	B.局全体で公平・中立に伝えるこ とを目指すべきだ							
	A.公平・中立に伝えることは難し い							
Q7. 取材対象者への はたらきかけを行う 撮影手法の容認度	A.別の角度		N					
	B.撮影日時						S	
	C.ゆっくり		N					N
	D.もう一度							
	E.別の場所	N						
	F.ふさわしい場所							
	G.自然現象							
	H.状況設定							

※N：ニュース・ドキュメンタリー，S：その他のドキュメンタリー。

※▼を付していない項目は、信頼度の高群または懐疑的な態度の強群が、テレビ・ドキュメンタリーのリ
プレゼンテーションに対する意識・態度の回答の割合が有意に多い項目。▼は、有意に少ない項目。

Nを付した欄は、「ニュース・ドキュメンタリー」で有意な偏りが見られた項目、Sを付した欄は、「その他のドキュメンタリー」で有意な偏りが見られた項目である。▼を付していない項目は、信頼度の高群または懐疑的な態度の強群が、テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに対する意識・態度の回答の割合が有意に多い項目、▼を付した項目は、信頼度または懐疑的な態度の強群が、テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに対する意識・態度の回答の割合が有意に少ない項目である。

「ニュース・ドキュメンタリー」「その他のドキュメンタリー」のいずれかで有意な偏りがあった項目は、全31項目中26項目であった。そのうち、「ニュース・ドキュメンタリー」「その他のドキュメンタリー」共に有意な偏りがあったのはQ4Aの1項目のみであり、ドキュメンタリーの番組ジャンルによって、有意な偏りがある項目が異なることが示された。「ニュース・ドキュメンタリー」に対する回答において20項目、「その他のドキュメンタリー」に対する回答において7項目の有意な偏りが確認できた。また、懐疑的な態度のA～Eの平均値の強群と弱群の間で有意な偏りがあった項目はすべて「ニュース・ドキュメンタリー」であった。この結果から、「その他のドキュメンタリー」よりも、「ニュース・ドキュメンタリー」に対する意識・態度と、テレビ番組の信頼度や懐疑的な態度が関係していると考えられる。

7.4. 考察

7.4.1. テレビ番組への信頼度と懐疑的な態度の関連

まず、テレビ番組への信頼度と懐疑的な態度の関連について考察を行う。本調査に回答した大学生は、テレビ番組を信頼している割合が多かった(表7-2)。一方で、懐疑的な態度を有している割合も多かった(表7-3)。このことから、大学生は、テレビ番組を信頼しながらも、疑いの目を持ちながら接していると考えられる。インターネット上には、テレビに対する批判的な書込みが散見されるが、本調査結果からは、テレビに対する批判的な書込みの多さから、多くの若者がテレビ番組を信頼していないと捉えるのは早急であるといえるだろう。

また、テレビ番組への懐疑的な態度をA～Eの項目別に見ると、「C. 伝えていないことがたくさんあるのではないかと疑っている」で「そう思う」および「ややそう思う」という「懐疑的な態度の強さ」を示す回答の合計が最も多く、8割を超えていた(表7-3)。すなわち、多くの大学生がテレビ番組で伝えていないことがたくさんあるという懐疑的な態度を

有していると考えることができる。テレビ番組への信頼度と懐疑的な態度の関連では、テレビ番組への信頼度が低いことと、「A. 情報操作」「B. 中立ではない」「D. 本当のことではない」という懐疑的な態度を有していることは関連があり、「C. 伝えていないこと」「E. やらせ」という懐疑的な態度は関連がないことが示された(表 7-4)。信頼度の低さと「A. 情報操作」「B. 中立ではない」に対する懐疑的な態度は関連があり、「C. 伝えていないこと」が多いという懐疑的な態度に関連がなかった理由としては、大学生は、テレビ・ドキュメンタリーの情報が選択され、伝えられていないことがあることは受け入れているが、「情報操作」という、何かの意図を持った情報の選択、および、「中立でない」選択のあり方に不信感を抱いている可能性が考えられる。

テレビ番組への信頼度の低さと「D. 本当のことではない」という懐疑的な態度は関連があり、「E. やらせ」が多いという懐疑的な態度は関連がなかった理由としては、大学生は、「D. 本当のことではない」ことに対しては不信感を抱いているが、「E. やらせ」に関しては、「テレビにはやらせがあるものだ」と容認し、ネガティブにはとらえていない可能性が考えられる。

7.4.2. テレビ番組への信頼度および懐疑的な態度とテレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の関係

7.4.2.1. テレビ番組への信頼度との関係

次に、テレビ番組への信頼度とテレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の関係について考察を行う。

テレビ番組への信頼度低群は、「ニュース・ドキュメンタリー」に対して、「Q3. 番組が伝える現実」は「B. 再構成したもの」という回答が有意に多かった。第5章で述べた通り、「Q3. 番組が伝える現実」は「B. 再構成したもの」であるという考え方は、メディアは構成され、コード化された表現であるという、メディア・リテラシーの基本概念(Masterman 1989)と対応した項目である。このことから、テレビ・ドキュメンタリーに関して「メディアは構成され、コード化された表現である」というメディア・リテラシーの基本概念に対する意識の高さが信頼度の低さと関係していることが示唆された。

前述のとおり、メディア・リテラシー教育および実践が目指すのは、メディアを批判、否定するだけでなく、メディア社会を健全なものにしたいと願い参画する人を育てることである(堀田 2004, 水越 1999/改訂版 2002)。しかし、「教育実践が中途半端なもの場

合、否定的、悲観的な認識ばかりが強まることになりがちだ」との指摘もある(水越 1999 / 改訂版 2002)。本章の結果からは、メディア・リテラシーの教育において、番組が伝える現実はあるのままの現実ではなく、再構成したものだというメディア・リテラシーの基本的概念に対する理解が、テレビへの不信と安易に結びつくことのないよう、慎重に教育を行う必要があると考えられる。

また、テレビ番組への信頼度低群は、「ニュース・ドキュメンタリー」における「Q1. 番組制作者が題材を選ぶときに考慮されていると思う項目」で、「A. 世間に対する影響力」という回答が有意に少なく、「Q2. 番組が何かの題材を放送しない理由に影響していると思う項目」で「D. 取材対象者への影響に対する配慮」という回答が有意に多かった。「その他のドキュメンタリー」に対して、「Q2. 番組が何かの題材を放送しない理由に影響していると思う項目」で「B. 世間の空気と逆行したメッセージ」があるという回答が有意に多く、「Q6. 公平・中立に対する考え方」では「A. 1 つの番組内で公平・中立を目指すべきだ」という回答が有意に多かった。このことから、「ニュース・ドキュメンタリー」において、番組制作者が取材対象者への影響に対する配慮をしていたり、「その他のドキュメンタリー」において、世間の空気と逆行したメッセージが放送されなかったり、1 つの番組内で公平・中立を目指していないという意識が、テレビ番組への信頼度の低さと関係していることが示唆された。

公平・中立を目指していないという意識は、ネット上の「偏向報道」という批判と関連が深いと考えられる。第5章の調査結果において、番組制作者は、「公平中立は難しい」という回答が多かった。第4章の書籍分析においては、番組制作者は、公平・中立を目指すべきという理念と実現の難しさのギャップを感じている可能性が示唆されていた。このことから、メディア・リテラシー教育において公平・中立を実現する難しさに関する理解を促すことが、テレビ番組への信頼度の変化に結びつく可能性も考えられる。

また、テレビ番組への信頼度低群は、取材対象者へのはたらきかけを行う撮影手法(Q7)で、「E. 取材対象者の都合で、いつもとは別の場所でいつも通りのことをやってもらう(別の場所)」の1項目で認められるべきケースがあるという回答が有意に少なかった。Q7のほかの項目は、番組制作者の意図によりはたらきかけを行う撮影手法であるのに対し、「E. 取材対象者の都合で、いつもとは別の場所でいつも通りのことをやってもらう(別の場所)」は、取材対象者の都合ではたらきかけを行う撮影手法である。信頼度低群は、高群よりも、取材対象者の都合で撮影場所が決められる等の撮影現場の事情に対して、理解を示してい

ないことが示唆された。このことから、メディア・リテラシー教育において、映像の撮影する活動を行い、取材対象者の都合が考慮されることがあることを理解することが、テレビ番組への信頼度の変化に結びつく可能性も考えられる。

7.4.2.2. テレビ番組への懐疑的な態度との関係

テレビ番組への懐疑的な態度とテレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の関係について考察を行う。

(1) 懐疑的な態度とメディア・リテラシーの基本概念の理解との関係

まず、テレビ番組への懐疑的な態度とメディア・リテラシーの基本概念の理解との関係について考察を行う。前述の通り、「Q3. 番組が伝える現実」は「B. 再構成したものだ」という項目は、メディア・リテラシーの基本概念 (Masterman 1989) と対応する項目である。この項目が「当てはまる」と回答した大学生は、懐疑的な態度 (A. 情報操作, B. 中立でない, D. 本当のことでない) が強かった。すなわち、番組が伝える現実はあるままの現実ではなく、再構成したものだというメディア・リテラシーの基本的概念に対する意識の高さと、「A. 情報操作」「B. 中立でない」「D. 本当のことでない」という懐疑的な態度の強さが関係していることが示唆された。このことから、メディア・リテラシーの教育において、番組が伝える現実はあるままの現実ではなく、再構成したものだというメディア・リテラシーの基本的概念に対する理解が、情報操作、中立でない、本当のことでない等のネガティブな意識と安易に結びつくことのないよう、慎重に教育を行う必要があるといえる。

(2) 「A. 情報操作」「D. 本当のことでない」との関係

テレビ番組への懐疑的な態度 A~E の 5 項目のうち、「A. 情報操作」「D. 本当のことでない」の 2 項目がほかの 3 項目と比較して、テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度と関係がある項目が多かった。

「A. 情報操作」という懐疑的な態度と関係している項目は、テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の 31 項目中 8 項目あった。8 項目のうち 7 項目が「ニュース・ドキュメンタリー」とのみ関係していたことから、「A. 情報操作」という懐疑的な態度は、「ニュース・ドキュメンタリー」に対する意識・態度と関係があることが示唆された。

具体的には、「A. 情報操作」という懐疑的な態度の強群は、「Q1. 番組制作者が題材を選ぶときに考慮されていると思う項目で「D. 視聴者にとって新しい」「E. 映像で表現しやすい」「G. 制作費に見合う」が考慮されているという意識、「Q2. 番組が何かの題材を放送しない理由に影響していると思う項目」に「B. 世間の空気と逆行したメッセージ」があるという意識、「Q3. 番組が伝える現実」は「B. 再構成したものだ」という意識が高く、「Q7. 取材対象者にはたらきかけを行う撮影手法」を容認する傾向があった。これは、「A. 情報操作」という懐疑的な態度を有し、テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに関して様々な点を意識しているが、撮影手法を容認するという複雑な心理といえる。ただし、「Q7. 取材対象者に対するはたらきかけを行う撮影手法」のA～Hの8項目のうち有意な偏りが確認されたのは、「A. 別の角度からも撮影するために、同じことをもう一度やってみよう（別の角度）」「C. テーマを伝えるのに必要なシーンだが、うまく映像が撮れなかったため、もう一度やってみよう」の2項目のみであった。この2項目のみ有意な偏りが確認された理由については、考察が困難である。

「その他のドキュメンタリー」で有意な偏りがあった項目は「Q2. 番組が何かの題材を放送しない理由に影響していると思う項目」の「D. 取材対象者への影響に対する配慮」の1項目のみであった。「A. 情報操作」という懐疑的な態度の強群が、「Q2. 番組が何かの題材を放送しない理由に影響していると思う項目」で「D. 取材対象者への影響に対する配慮」が影響しているという回答が有意に少なかった。これは、番組制作者が取材対象者に対して配慮を行っているということに対する意識が低いことを意味し、番組制作者に対するネガティブな態度と考えることもできる。しかしそれが「A. 情報操作」という懐疑的な態度と関連している理由については、考察が困難である。

「D. 本当のことでない」という懐疑的な態度と関係する項目は、6項目あり、すべて「ニュース・ドキュメンタリー」に対する意識・態度であった。このことから、「D. 本当のことでない」という懐疑的な態度は、「ニュース・ドキュメンタリー」に対する意識・態度と密接な関係があることが示唆された。具体的には、「Q1. 番組制作者が題材選択で考慮していると思う項目」で「E. 映像で表現しやすい」「F. 物語性や人間ドラマ」が考慮されているという回答が多く、「Q3. 番組が伝える現実」は「B. 再構成したものである」という回答が多く、「Q5. 取材対象者に対する制作者のあり方」で、「B. はたらきかけで現実や真実が伝えられる」という回答が少なく、「Q6. 公平・中立に対する考え方」で、「A. 一つの番組内で公平・中立を目指すべきだ」という回答が多かった。「D. 本当のことでない」

という懐疑的な態度の強群は、公平・中立を目指すべきという意識が高く、はたらきかけで現実や真実を伝えられると思っていないことから、できるだけ現実そのものを伝えることをめざすべきと思っていることが考えられる。一方で、番組が伝える現実は「B. 再構成したものである」と考えており、現実そのものを伝えることを目指すべきだが、実際には「再構成されている」という理想と現実との乖離が、「本当のことでない」という意識として表れていると考えることもできる。

(3) 「B. 中立でない」「C. 伝えていない」「E. やらせが多い」との関係

懐疑的な態度5項目のうち、「B. 中立でない」「C. 伝えていない」「E. やらせが多い」の3項目は、「A. 情報操作」「D. 本当のことでない」と比較して、テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度と関係する項目が少なかった。本章の結果から、この3項目は、文字通りの意味で受け取られているとは限らない可能性が示された。例えば、「B. 中立でない」という懐疑的な態度は、テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の項目では、「Q6. 公平・中立についての考え方」と内容的に関係している。しかし、本章の結果では「B. 中立でない」という懐疑的な態度の強群と低群の間で、「Q6. 公平・中立についての考え方」に対する回答傾向に有意な偏りは見られなかった。これは、「中立でない」という懐疑的な態度を有している大学生が必ずしも「公平・中立を目指すべき」と考えているとは限らないことを意味する。番組が伝える内容が公平・中立であるかどうかというのは、立場や見方によって変わるものであり、簡単に正解が出るようなものではない。そのため、「公平・中立を目指すべき」「公平・中立は難しい」等の考え方が必ずしも「公平・中立でない」という懐疑的な態度とは結びついていない可能性が考えられる。

「C. 伝えていない」という懐疑的な態度は、テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の項目では、「Q1. 番組制作者が題材を選ぶときに考慮されていると思う項目」「Q2. 番組が何かの題材を放送しない理由に影響していると思う項目」の2項目と内容的に関係すると考えられる。しかし、本章の結果では「C. 伝えていない」という懐疑的な態度の強群と弱群の間で、Q1, Q2の計14項目のうち、有意な偏りが見られたのは1項目のみであった。これは、「C. 伝えていない」という懐疑的な態度を有している大学生は、題材選択や放送しない理由に対する意識が明確でない可能性が考えられる。一方、「C. 伝えていない」という懐疑的な態度の強群は、「Q4. 制作者の存在の見せ方」で「A. わかるようにすべき」という回答が多かった。この結果から、番組制作者がテレビ・ドキュメンタリー

を構成する過程を開示してほしいという意識が高いことが考えられる。

「E. やらせが多い」という懐疑的な態度が関連する項目は、「Q1. 番組制作者が題材選択で考慮していると思う項目」で「F. 物語性や人間ドラマ」が考慮されている、「Q3. 番組が伝える現実」は、「A. ありのままの現実」である、「Q7. 取材対象者へのはたらきかけを行う撮影手法の容認度」の「B. 撮影スケジュールの都合で、撮影日時に合わせていつも通りのことをやってもらう（撮影日時）」という3項目であった。以上の3項目には、辞典の「やらせ」の定義とは異なるものも含まれている。「やらせ」は、情報学辞典では「テレビ番組の制作過程において、制作者と取材対象者による事前打ち合わせや、制作者による指示などをもとに収録されたにもかかわらず、被写体による自発的な行為や自然な動きとして番組を進行・放送すること」と定義されている（音 2002）。この定義に基づけば、本調査の質問項目における「Q5. 撮られる側に対する制作者のあり方」と、「Q7. 取材対象者へのはたらきかけを行う撮影手法の容認度」が「やらせ」と関係があるといえる。調査結果では、「ニュース・ドキュメンタリー」に対しては、題材選択で「F. 物語性や人間ドラマ」が考慮されているという回答が有意に多く、これは「やらせ」の定義とは対応しない。すなわち、「ニュース・ドキュメンタリー」で「F. 物語性や人間ドラマ」が考慮されることが、「やらせが多い」と捉えられているというように、辞典とは異なる意味で捉えていることが示唆された。

また、「やらせが多い」というのは、ネガティブな意味ではとらえられていないことも示唆された。懐疑的な態度（E. やらせが多い）の強群は、「その他のドキュメンタリー」に対して、「Q3. 番組が伝える現実」は、「A. ありのままの現実を伝えるものだ」という回答が少なく、「Q7. 取材対象者に対するはたらきかけを行う撮影手法の容認度」の「B. 撮影スケジュールの都合で、撮影日時に合わせていつも通りのことをやってもらう（撮影日時）」ことを容認する回答が有意に多かった。これは、「やらせ」に対して疑いの目を持ちながらも、それを容認していることが考えられる。ただし、「Q7. 取材対象者に対するはたらきかけを行う撮影手法の容認度」のA～Hの8項目のうち有意な偏りが確認されたのは、Bの1項目のみである。1項目のみ有意な偏りが確認された理由については考察が困難である。

7.5. まとめ

本章では、第5章の調査データを基に、大学生のテレビ番組への信頼度およびテレビ番組への懐疑的な態度とテレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の関係を分析した。

その結果、1) 大学生はテレビ番組への信頼度が高い一方で、懐疑的な態度も強いこと、2) テレビ番組への信頼度の低さや懐疑的な態度の強さと番組は再構成されたものだという意識の高さが関係している可能性があること、3) テレビ番組への信頼度の低さと、取材対象者への配慮や世間の空気に対する配慮により放送されないものがあるという意識、1つの番組内で公平・中立を目指していないという意識、取材対象者の都合で撮影場所が決められるという意識等が関係している可能性があること、4) 「中立でない」「伝えていない」「やらせが多い」という懐疑的な態度は、文字通りの意味で受け止められているとは限らないこと、などが示された。

また、本章の結果により、テレビ番組に対する批判や、不信が懸念される現在、メディア・リテラシー教育および実践において、1) 「メディアは構成されている」というメディア・リテラシーの基本概念に対する理解が、テレビ番組への不信や、情報操作、中立でない、本当のことでない等のネガティブな意識と安易に結びつくことのないよう、教育および実践を慎重に行うこと、2) 公平・中立を実現する難しさに関する理解を促すこと、3) 撮影において取材対象者の都合が考慮されることがあることに関する理解を促すこと、等が大学生のテレビ番組への信頼に変化をもたらすことが示唆された。

第8章 成果と今後の課題

8.1. 前章までの概要

本研究の目的は、大学生のテレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの育成を目指す研究や実践開発に役立つ知見を得ることである。そのために、1) テレビ・ドキュメンタリーの制作者と大学生の間に存在する意識・態度の違いを調査により明らかにすること、2) 大学生の結果の分析により、番組制作者と大学生の間に存在する意識・態度の違いを生じさせる要因の一端を明らかにすること、を研究課題とした。前章までの概要を以下に述べる。

第 1 章「序論」では、研究の背景、問題の所在、研究の目的、本論文の構成、用語の定義について述べた。

第 2 章「関連する先行研究」では、メディア・リテラシー研究およびマス・コミュニケーション研究をレビューし、それぞれの研究領域における本研究の位置づけを示した。

第 3 章～第 5 章は、1) の研究課題である、テレビ・ドキュメンタリーの制作者と大学生の間に存在する意識・態度の違いを調査により明らかにする研究であった。

第 3 章「テレビ・ドキュメンタリーに関するリテラシーの構成要素の抽出」では、テレビ番組制作者が著した 6 冊の書籍の記述の分析により、業界構造、編集技法、取材対象者へのはたらきかけ、ターゲットの興味を引く工夫等、日本のテレビ番組制作の実態や番組制作者の考え方に基づいた、テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの構成要素を抽出した。

第 4 章「テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションの構成要素の項目間の関係」では、第 3 章で抽出された構成要素のうち、リプレゼンテーションに含まれる項目を KJ 法で検討し、番組制作者に相反する意識が存在する可能性や、テレビ・ドキュメンタリーは「再構成したもの」という意識に編集経験が関係している可能性等を述べた。

第 5 章「テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに対する番組制作者と大学生の意識・態度の違い」では、第 4 章で示された項目に関して、番組制作者 101 人と視聴者の一部である大学生 93 人に対して意識・態度を尋ねる調査を行った。その結果、番組

制作者が大学生と比較して、テレビ・ドキュメンタリーは「再構成したもの」という意識や、公平・中立は難しいという意識が高いこと、取材対象者にはたらきかけを行う撮影手法を容認する傾向があること等が統計的に認められたことを示し、大学生に対するメディア・リテラシー育成においてこれらを扱う重要性を述べた。

第 6 章、第 7 章は、2) の研究課題である、大学生の結果の分析により、番組制作者と大学生の間に存在する意識・態度の違いを生じさせる要因の一端を明らかにすることに関する研究であった。

第 6 章「大学生の意識・態度と関係する情報源」では、第 5 章の調査で大学生が回答の際に参考にした情報源について検討し、テレビ番組に関して幅広く多様な情報に触れる重要性を述べた。

第 7 章「大学生のテレビ番組への信頼度および懐疑的な態度との関係」では、第 5 章の調査における大学生のテレビ番組への信頼度高群と低群、懐疑的な態度強群と弱群の間でテレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の回答を比較し、「再構成したもの」という意識の高さが、テレビ番組への信頼度の低さや懐疑的な態度の強さと関係すること等を統計的分析によって示した。

8. 2. 結論

本研究の調査により、番組制作者は大学生よりも、テレビ・ドキュメンタリーについて、1) 取材する題材選びで視聴者や物語性が考慮され、2) 何かの題材を放送しないのは取材対象者との関係が影響しているという意識が高く、3) 現実を再構成したものであり、公平・中立は難しいという意識も高く、4) 取材対象者にはたらきかけを行う撮影手法を容認する傾向があることが示された。一方で、大学生は、テレビ・ドキュメンタリーにおいて、面白さや制作費が考慮され、視聴率、世間の空気、視聴者からの抗議、スポンサー等の影響で放送されないものがあるということ、ほかの項目と比較して意識していることが示された。

大学生のテレビ番組に対する信頼度の低さや懐疑的な態度の高さと、テレビ・ドキュメンタリーは現実を再構成したものだという意識の低さが関係している可能性があることも示された。メディアは「現実を再構成したものだ」という考え方は、メディア・リテラシーの基本概念と対応する考え方である。大学生は、テレビ・ドキュメンタリーは現実を再構成したものだという意識が低いという点において、テレビ・ドキュメンタリーに関する

メディア・リテラシーを十分に獲得しているとは言い難い。大学生に対するテレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシー教育の必要性が示されたといえる。メディア・リテラシーの教育においては、メディアは現実を再構成したものだというメディア・リテラシーの基本的概念に対する理解が、テレビ番組への不信と安易に結びつくことのないよう、慎重に教育を行う必要があると考えられる。

8.3. 本研究で得られた成果

本研究で得られた成果について述べる。ここまで述べてきた通り、日本では、テレビ番組の制作者と視聴者の間に意識・認識の違いが存在すると指摘され、それを解決する方法の一つとして視聴者がメディア・リテラシーを向上させることが示されてきた。それにも関わらず、これまで、テレビ番組の制作者と視聴者の意識・認識の違いを明らかにする研究は極めて限られている。その理由としては、本研究では、これまでの先行研究において、1) メディア・リテラシー研究とテレビ番組の制作現場との関わりが十分でなかったこと、2) メディア・リテラシー研究にマス・コミュニケーション研究の実証的な研究手法を取り入れる試みが十分でなかったこと、3) マス・コミュニケーション研究において、送り手に関する研究と受け手に関する研究が別の領域として研究される傾向があったこと、の 3 点に関係していると考えていることを述べた。

本研究は、日本のテレビ番組の制作現場とアカデミズムを架橋したメディア・リテラシー研究、マス・コミュニケーション研究とメディア・リテラシー研究、マス・コミュニケーション研究における送り手に関する研究と受け手に関する研究を架橋した研究を目指すものであった。このように領域を架橋した研究を行ったことにより、メディア・リテラシー研究、およびマス・コミュニケーション研究それぞれの領域で成果が得られたと考えている。

8.3.1. メディア・リテラシー研究における成果

メディア・リテラシー研究における本研究の成果としては、以下の 4 点があると考えている。

(1) テレビ番組の制作の実態や番組制作者の考え方に基づいたメディア・リテラシーの構成要素、および項目を具体的に示したこと

1 点目は、これまで関わりが十分でなかったメディア・リテラシー研究とテレビ番組の制作現場を架橋した研究を行ったことにより、テレビ番組の制作の実態や番組制作者の考え方に基づいたメディア・リテラシーの構成要素、および学習項目と対応する項目を具体的に示したことである。

これまでメディア・リテラシー教育および実践では、送り手の意図を理解することが目標の一つとされてきた。しかし、これまで日本で行われたメディア・リテラシーの構成要素や到達目標の抽出を目指す研究（例えば、森本 2015，中橋 2014，中村 2013，奥泉 2005）では、メディア・リテラシーの構成要素と対応する日本のテレビ番組の制作の実態や制作者の考え方にに関する検討が十分ではなかった。本研究では、番組制作者が著した書籍の記述内容とメディア・リテラシーの構成要素を対応させることで、テレビ番組の制作の実態や番組制作者の考え方に基づいたテレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの構成要素、および学習項目と対応する項目を示した。

具体的には、メディア・リテラシーの構成要素の「制作」では、経営基盤、業界構造、免許制度、憲法の知る権利、放送法の不偏不党、等の構成要素が抽出された。「言語」では、映像の力、編集技法、ナレーションの技法、等の構成要素が抽出された。「リプレゼンテーション」では、カメラによる現実の変化、取材対象者へのはたらきかけ、現実の再構成、情報の正確さ、等の構成要素が抽出された。「オーディアンス」では、ターゲットイメージ、ターゲットの興味を引く工夫、等の構成要素が抽出された（第 3 章）。これらの構成要素が抽出されたことは、番組制作の実態や、送り手の考えを理解するためのメディア・リテラシー教育および実践で扱う項目を検討する際に役立つと考えられる。

また、本研究では、抽出された構成要素のうち、リプレゼンテーションに関する構成要素に含まれる項目の項目間の関係も示された。具体的には、公平中立や取材対象者に対する意識において、番組制作者間（あるいは、同じ番組制作者において）、相反する意識が存在する可能性があることや、テレビ・ドキュメンタリーは「再構成したもの」という意識に編集経験が関係している可能性があること等が示された（第 4 章）。項目間の関係性が示されたことは、テレビ・ドキュメンタリーに関する視聴者のメディア・リテラシー育成において、番組制作者の相反する意識について教える必要性や、学習者にある項目を理解させるために支援になる可能性のある項目、一つのまとまりとして教えられる項目等が示さ

れたという点で、メディア・リテラシー育成に役に立つ知見になると考えられる。

(2) 番組制作者と視聴者の意識・態度の違いに焦点を当てたメディア・リテラシー教育および実践で扱うべき項目を具体的に示したこと

メディア・リテラシー研究において本研究で得られた成果の 2 点目は、マス・コミュニケーション研究で用いられる実証的な調査手法を取り入れることによって、番組制作者と、視聴者の一部である大学生の間に存在するテレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違いを明らかにしたことである。

日本において、テレビ番組に関するメディア・リテラシーに関心が高まったきっかけの一つは、放送事業者と視聴者の間に、テレビのあり方に関して意識・認識のギャップが存在すると指摘されたことだった(青少年と放送に関する調査研究会 1998)。テレビ番組の中でもテレビ・ドキュメンタリーは、番組制作者と視聴者の間に意識・認識のギャップが存在すると指摘された番組ジャンルである(例えば、佐藤 1994)。しかし、テレビ・ドキュメンタリーの制作者と視聴者の間に存在する意識・態度の違いを具体的に明らかにすることを目的とする調査は、管見の限り行われてこなかった。そのため、番組制作者と視聴者の意識・態度の違いに焦点を当てたメディア・リテラシー教育および実践を実施することは困難だった。本研究によって、番組制作者と視聴者の意識・態度の違いに焦点を当てたメディア・リテラシー教育および実践において扱うべき項目が示された。

具体的には、本研究の調査により、番組制作者は大学生よりも、テレビ・ドキュメンタリーについて、1) 取材する題材選びで視聴者や物語性が考慮され、2) 何かの題材を放送しないのは取材対象者との関係が影響しているという意識が高く、3) 現実を再構成したものであり、公平・中立は難しいという意識も高く、4) 取材対象者にはたらきかけを行う撮影手法を容認する傾向があることが示された。

一方で、大学生は、テレビ・ドキュメンタリーにおいて、面白さや制作費が考慮され、視聴率、世間の空気、視聴者からの抗議、スポンサー等の影響で放送されないものがあるということを、ほかの項目と比較して意識していることが示唆された。

調査結果に基づくと、番組制作者と視聴者の意識・態度の違いに基づくテレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシー教育および実践において、ニュースとの類似点、表現手法、メディアは現実を再構成しているというメディア・リテラシーの基本的概念、公平・中立を実現する手順の難しさ、番組制作者と取材対象者の関係、の 5 点を扱うこと

が重要と考えられる。また、本研究の調査により、テレビ・ドキュメンタリーの種類の違いを明確にして扱うべき項目があることも示された(第 5 章)。

(3) テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーについての大学生の情報源の一端を示したこと

メディア・リテラシー研究において本研究で得られた成果の 3 点目は、テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーについての大学生の情報源の一端を示したことである。

本研究では、調査においてテレビ・ドキュメンタリーに関する質問の回答の際に大学生が参考にした情報源について分析を行った。その結果、テレビ番組の印象やネット情報を参考にした大学生が多く、制作者の話や本、高校までの授業、撮影や編集の経験を参考にした大学生が少ないことが示された(第 6 章)。初等中等教育の学習指導要領において、本研究が対象としたテレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションを扱う内容は記述されていないが、関連する内容は記述されている。例えば、小学校第 5 学年社会科の「産業と情報との関わり」、小学校および中学校の国語科の「物語の展開の仕方」、高等学校の情報科、および美術科の映像制作に関する学習内容等である。しかし本研究の調査結果からは、初等中等教育の授業が、テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに対する意識・態度に影響を与えている可能性は高くないことが示唆された。このことから、初等中等教育におけるメディア・リテラシー教育を充実させることが重要と考えられる。

また、本研究の調査では、ネット情報を選択した大学生は、そうでない大学生よりも、テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに関する意識が高く、番組制作者の意識・態度と類似する傾向があることが示唆された。ネット情報はテレビ番組への信頼度の低さや、懐疑的な態度の強さには直接的には関係していないことも示唆された(第 6 章)。その理由として、参考にした情報源としてネット情報を選択した大学生は、テレビ番組に対する関心が高く、幅広く多様なメディアから情報を得ていることが関係している可能性が考えられる。本研究の結果から、大学生のテレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの育成を目指す研究や実践開発においては、幅広く多様な情報に触れる機会を作ることが重要であると考えられる。

(4) 大学生のテレビ番組への信頼度や懐疑的な態度と関係する可能性のあるメディア・リテラシーの項目を示したこと

メディア・リテラシー研究において本研究で得られた成果の 4 点目は、大学生のテレビ番組への信頼度や懐疑的な態度と関係する可能性のあるメディア・リテラシーの項目を示したことである。

テレビを含めたマスメディアに対する不信が懸念されている(林 2017, 稲増 2016)。メディア・リテラシー教育および実践が目指すのは、メディアを批判、否定するだけでなく、メディア社会を健全なものにしたいと願い参画する人を育てることである(堀田 2004, 水越 1999/改訂版 2002)。しかし、「教育実践が中途半端なものの場合、否定的、悲観的な認識ばかりが強まることになりがちだ」との指摘もある(水越 1999/改訂版 2002)。本研究で、大学生のテレビ番組への信頼度や懐疑的な態度と関係する可能性があるメディア・リテラシーの項目が示されたことは、メディア・リテラシー教育において、テレビ番組への信頼度や懐疑的な態度を安易に引き起こさないための注意が必要な項目が示されたと考えられる。また、大学生のテレビ番組への信頼度や懐疑的な態度の変化を促すメディア・リテラシーの教育および実践ができる可能性が生まれたと考えることもできる。

具体的には、1) テレビ番組への信頼度の低さや懐疑的な態度の強さと「番組は再構成されたものだ」というメディア・リテラシーの基本概念に対する意識の高さが関係する可能性があること、2) テレビ番組への信頼度の低さと、取材対象者への配慮や世間の空気に対する配慮により放送されないものがあるという意識、1 つの番組内で公平・中立を目指していないという意識、取材対象者の都合で撮影場所が決められるという意識等が関係している可能性があること、3) 「中立でない」「伝えていない」「やらせが多い」という懐疑的な態度は、文字通りの意味で受け止められているとは限らないこと、などが示された(第 7 章)。

8.3.2. マス・コミュニケーション研究における成果

本研究は大学生のメディア・リテラシーに関する研究である。そのため、ここまで述べてきた通り、本研究の結果は、メディア・リテラシー研究に寄与する点が大いと考えている。一方で、本研究で示された結果は、マス・コミュニケーション研究に寄与できる点もあると考えている。以下に、マス・コミュニケーション研究における本研究の成果を 4 点述べる。

(1) テレビ番組の制作者と視聴者の間に存在するとされた意識・態度の違いを明らかにしたこと

1 点目は、これまで、別の領域として研究される傾向のあったテレビ番組の送り手に対する研究と受け手に対する研究を架橋し、テレビ番組の制作者と視聴者の一部である大学生に同じ項目で調査票調査を行うことで、両者の間に存在する意識・態度の違いを示したことである。

具体的には、「8.3.1.メディア・リテラシー研究における成果」で述べた通り、本研究の調査により、番組制作者が大学生よりも、テレビ・ドキュメンタリーは「再構成したもの」という意識や、公平・中立は難しいという意識が高いこと、取材対象者にはたらきかけを行う撮影手法を容認する傾向があること等が示された(第 5 章)。

これまで、放送事業者と視聴者の間に、テレビのあり方に関して意識・認識のギャップが存在すると指摘されてきたが(青少年と放送に関する調査研究会 1998)、その違いを実証する先行研究は極めて限られていた。本研究の結果は、テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに関する意識・態度の違いという限られた対象に関する調査結果であるが、マス・コミュニケーション研究において、今後のテレビのあり方や、番組制作者と視聴者の関係のあり方を検討する際の一助になると考えられる。

(2) テレビ・ドキュメンタリーに対する日本の番組制作者の具体的な判断基準を示したこと

マス・コミュニケーション研究において本研究で得られた成果の 2 点目は、テレビの「送り手」に関する研究としての成果である。日本においてテレビ・ドキュメンタリーに関する番組制作者の具体的な判断基準は、管見の限り明らかにされてこなかった。本研究の調査で示されたテレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに対する番組制作者の意識・態度(第 5 章)は、番組制作者が制作現場で判断を行う際に意識している項目や、番組制作者の擁する態度を示している。これは、番組制作者の判断基準と考えることができる。テレビ・ドキュメンタリーに対する日本の番組制作者の具体的な判断基準を示したことが、「送り手」に関する研究としての成果と考えている。

本研究でテレビ・ドキュメンタリーに対する番組制作者の具体的な判断基準が示されたことは、マス・コミュニケーション研究において、番組制作者の文化や、今後のテレビ・ドキュメンタリーのあり方について考える材料になると考えられる。

一方、本調査では、番組制作者の間でも回答がわかる項目が多数確認できた(第 5 章)。このことから、番組制作者の判断基準も一様でないと考えられる。本研究により、番組制作者間の判断基準の違いが具体的に示されたことは、マス・コミュニケーション研究において、今後、番組制作者間で意識・態度の違いを生じさせる要因に関する検討の必要性を示したと考えられる。

(3) テレビ・ドキュメンタリーに対する視聴者の意識・態度の一端を示したこと

マス・コミュニケーション研究において本研究で得られた成果の 3 点目は、テレビの「受け手」に関する研究としての成果である。本研究は、テレビの受け手に関する研究という点から見ると、「テレビに対する態度の研究」と呼べる研究群に位置づけられる。「テレビに対する態度の研究」は、第 2 章で述べた通り、近年見られる、テレビに対する批判的な態度や懐疑的な態度が散見されるようになったことを問題意識とする研究群である。本研究は、「テレビに対する態度の研究」において、以下の 3 点の成果があったと考えている。

1 点目は、テレビ・ドキュメンタリーに関する視聴者の意識・態度の一端を示した点である。日本においてテレビ・ドキュメンタリーに対する視聴者の意識・態度に関する調査は、管見の限り行われてこなかった。1992 年に放送された NHK のテレビ・ドキュメンタリーの制作手法に関する「やらせ」か「演出」かの議論では、視聴者の意見とされたのは、記事を書いた新聞社等のマスメディア組織や、新聞・雑誌等のメディアで発言をした識者の意見に限られていた。本研究は、テレビ番組の視聴者の一部である大学生を対象とした調査ではあるが、テレビ・ドキュメンタリーに対する視聴者の意識・態度の一端を示した(第 5 章)。

「テレビに対する態度の研究」における成果の 2 点目は、視聴者の一部である大学生のテレビ番組への信頼度および懐疑的な態度と関係する要因の一端を示した点である。

先行研究において、ネット情報が閲覧者のマスメディアに対する信頼度に与える影響が示唆されていたが(例えば、稲増 2016)、本研究では、ネット情報の閲覧はテレビ番組への信頼度の低さや、懐疑的な態度の強さに直接的には関係していない可能性が示された(第 6 章)。その理由として、参考にした情報源としてネット情報を選択した大学生がテレビ番組に対する関心が高く、様々なメディアから情報を得ていることが関係している可能性が考えられる。

「テレビに対する態度の研究」における成果の 3 点目は、テレビ番組に対する視聴者の信頼度および懐疑的な態度とメディア・リテラシーの構成要素との関係を示した点である。具体的には、テレビ番組への信頼度の低さと、「メディアは構成され、コード化された表現である」というメディア・リテラシーの基本概念に対する意識が関係していることが示唆された。そのほか、テレビ番組への信頼度の低さと、取材対象者への影響に対する配慮や、世間の空気と逆行したメッセージであることが放送されない理由に影響しているという意識、1 つの番組内で公平・中立を目指していないという意識等が関係していることが示唆された。

懐疑的な態度に関しては、「情報操作」や「本当のことではない」という懐疑的な態度と、テレビ・ドキュメンタリーの題材選択、放送しない理由、番組が伝える現実(再構成)、番組制作者の存在の見せ方、取材対象者にはたらきかけを行う撮影手法の容認度などの様々な項目に対する意識・態度が関係していることが示唆された。また、「中立でない」「伝えていない」「やらせが多い」という懐疑的な態度は、文字通りの意味で受け止められているとは限らないことも示唆された(第 7 章)。

8.4. 研究成果を踏まえた提案

以上の研究の成果に基づき、テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシー育成に関して、以下の 6 点を提案する。

提案 1: メディア・リテラシー教育および実践において、本研究で抽出された構成要素に基づき学習項目を検討すること

提案の 1 点目は、テレビ・ドキュメンタリーの番組制作の実態や番組制作者の考えを理解するためのメディア・リテラシー教育および実践において、本研究で抽出された構成要素に基づき学習項目を検討することである。現在、視聴率やスポンサー等のテレビの経済基盤等、番組の実態の理解を目指した実践も実施されている。しかし、番組制作の実態や番組制作者の考えは非常に多様である。本研究ではメディア・リテラシーの構成要素として、「制作」では、経営基盤、業界構造、免許制度、憲法の知る権利、放送法の不偏不党、等が抽出された。「言語」では、映像の力、編集技法、ナレーションの技法、等が抽出された。「リプレゼンテーション」では、カメラによる現実の変化、取材対象者へのはたらきかけ、現実の再構成、情報の正確さ、等が抽出された。「オーディエンス」では、ターゲット

イメージ、ターゲットの興味を引く工夫、等が抽出された。メディア・リテラシーの学習項目をこのような幅広い構成要素の中から検討することで、多様な学習目標が設定できると考えられる。

また、本研究で示されたメディア・リテラシーの構成要素に含まれる項目間の関係を考慮した教育および実践を実施することを提案する。具体的には、番組制作者には、公平中立を目指すべきという考え方と不可能だという考え方の両方があること、取材対象者に対して、カメラを意識しない表情を撮影するべきだという考え方と取材対象者にはたらきかけを行うことで真実を伝えるべきだという考え方が存在すること等、相反する考え方が存在することに対する理解を促すことを提案する。また、取材対象者に対して、カメラを意識しない表情を撮影するべきだという考え方と取材対象者にはたらきかけを行うことで真実を伝えるべきだという考え方が存在することに関する理解を促すために、映像の撮影を行い、カメラを向けることで現実が変化することを体験させることを提案する。また、テレビ・ドキュメンタリーは、「再構成されている」ということを理解するために、映像の編集を体験する活動を行うことを提案する。

提案2：メディア・リテラシー教育および実践において、本研究で示された番組制作者と視聴者の間で意識・態度の異なる項目を扱うこと

提案の 2 点目は、テレビ番組の制作者と視聴者の間の意識・態度の違いに焦点を当てたメディア・リテラシーの教育および実践において、本研究で示された、番組制作者と視聴者の間で意識・態度が異なる項目を扱うことである。

これまで行われてきたテレビ番組に関するメディア・リテラシー教育および実践においては、テレビの経済基盤に関する教育および実践が多数確認できる。しかし、本研究の結果に基づくと、テレビ番組の制作者と視聴者の間の意識・態度の違いに焦点を当てたメディア・リテラシーの教育および実践においては、ニュースとの類似点、表現手法、メディアは現実を再構成しているというメディア・リテラシーの基本的概念、公平・中立を実現する手順の難しさ、番組制作者と取材対象者の関係、の 5 点を扱うことが重要と考えられる。また、テレビ・ドキュメンタリーのうち「ニュース・ドキュメンタリー」と「その他のドキュメンタリー」を区別して教育および実践を行うことが重要と考えられる。

番組制作者と、視聴者の一部である大学生の意識・態度が異なる項目が示されたことは、テレビ番組の制作者と視聴者の間の意識・態度の違いに焦点を当てたメディア・リテラシ

一の教育および実践において、視聴者の一部である大学生が、1) テレビ番組制作の実態や制作者の意識・態度を理解する、2) テレビ番組の制作者と、視聴者の一部である大学生の間に存在する意識・態度の違いを理解する、3) 番組制作と大学生の意識・態度の違いのあった項目に関して、今後のテレビのあり方を提案する、という3つのメディア・リテラシーの育成において役立つ学習項目を検討する際に参考になると考えられる。

番組制作者と視聴者の一部である大学生は、情報の送り手と受け手というように立場が異なることから、意識・態度の違いが存在するのは当然と考えられる。本研究では、番組制作者と大学生の意識・態度の違いが存在することを前提に、大学生に対するメディア・リテラシー教育において「番組制作者の意識・態度を理解すること」および「番組制作者と大学生の間に存在する意識・態度の違いを理解すること」が重要と考えている。ここでいう「理解する」というのは、番組制作者の意識や態度に近づくことを目指すという意味ではない。番組制作者の意識・態度や、番組制作者との違いを理解した上で、「メディアのあり方を考え、行動していくことができる能力」（中橋 2013）を育成する必要があると考えている。「メディアのあり方を考え、行動していくことができる能力」（中橋 2013）には、正解があるわけではない。このことから、教師と大学生は、教える者と教えられる者という関係ではなく、共に、新しいメディアのあり方を考え、行動していく（Masterman 1989）ことが重要であると考えられる。

本研究で番組制作者と大学生の意識・態度の違いが示された項目の中には、NHK のドキュメンタリー番組で「やらせ」か「演出」かという議論になった手法も含まれる。具体的には、番組制作者と取材対象者の関係性に関する項目の一つである、取材対象者へのはたらきかけを行う撮影手法に関する項目である。これらの項目には、番組制作者と大学生の間、および番組制作者間でも意識・態度が異なる項目があることが本研究で示されており、引き続き共通理解を目指した議論が必要と考えられる。その際、現実をどのように構成するかというリプレゼンテーションの問題として取り組むことにより、良い／悪いという二元論に陥らない建設的な議論ができると考えられる。高等学校情報科の副教材である『メディア・リテラシー—情報を読み解き、発信する』では、「再現」は「演出」である、「ねつ造」は「やらせ」であると区別をして説明している（西端ほか 2004）。このように「再現」を「ねつ造」とは区別し、演出と捉えることで、取材対象者へのはたらきかけを行う撮影手法をリプレゼンテーションの問題として取り組むことが可能になると考えられる。

特に大学においては、テレビ番組制作の経験者がメディア・リテラシー、放送関連科目、映像制作等の科目を担当するケースがある。テレビ番組制作の経験者は、番組制作者と視聴者の意識・態度の違いに関してより深い理解を促す教育ができる可能性がある。本研究で示された、番組制作者と視聴者の間で意識・態度に具体的に違いの存在する項目に焦点化した教育および実践を行うことで、番組制作者と視聴者の間の意識・態度の違いを理解した上で今後のテレビのあり方を展望する教育および実践を実施できる可能性があると考えられる。

提案3：メディア・リテラシー教育および実践において、本研究で示されたテレビ番組への信頼度と関係のある項目を扱うこと

提案の3点目は、メディア・リテラシー教育および実践において、本研究で示されたテレビ番組への信頼度と関係のある項目を慎重に扱うことである。

具体的には、メディア・リテラシー教育および実践において、1)「メディアは構成されている」というメディア・リテラシーの基本概念に対する理解が、テレビ番組への不信や、情報操作、中立でない、本当のことでない等のネガティブな意識と安易に結びつくことのないよう、教育および実践を慎重に行うこと、2) 公平・中立を実現する難しさに関する理解を促すこと、3) 撮影において取材対象者の都合が考慮されることがあることに関する理解を促すこと、を提案する。本研究では、これらの項目が大学生のテレビ番組への信頼度と関係する可能性が示されている。このことから、メディア・リテラシー教育においてこれらの項目が信頼度の低下に結びつかないよう慎重に扱うことにより、大学生のテレビ番組への信頼度に変化をもたらす可能性が考えられる。

テレビ番組の信頼度の低さには、番組制作者が放送ガイドラインに抵触した行為を行うなど、本研究が研究対象とはしていない、様々な要因が関係している可能性が考えられる。そのため、本研究が対象としたテレビ・ドキュメンタリーに対するメディア・リテラシーを高めることのみで、テレビ番組全般の信頼度があがると単純には言えない。

しかし、テレビ番組の信頼度の低さはこれまで、主にテレビ番組の送り手側が対応すべき問題とされてきた。本研究により、テレビ番組の信頼度の低さと関係するメディア・リテラシーの項目が示されたことは、メディア・リテラシー教育および実践において、学習者のテレビ番組への信頼度に影響を与えられる可能性が示されたと考えられる。

メディア・リテラシー教育の目標の一つに、マスメディアによる情報伝達を基盤としてきた民主主義社会を維持していく政治・社会問題へ挑んでいく民主的・社会的主体の育成がある（小柳 2004）。本研究により、メディア・リテラシー教育および実践において、学習者のテレビ番組への信頼度に影響を与えられる可能性が示されたことは、マスメディアによる情報伝達を基盤としてきた民主主義社会を維持していく政治・社会問題へ挑んでいく民主的・社会的主体の育成に寄与できると考えられる。

提案4：映像制作を伴うメディア・リテラシー教育および実践における学びをテレビ番組に関するメディア・リテラシー育成に結びつけること

提案の4点目は、映像制作を伴うメディア・リテラシー教育および実践における学びをテレビ番組に関するメディア・リテラシー育成と結びつけることである。

第2章で述べたように、メディア・リテラシーの構成要素には、「わかる」「つかう」「つくる」という能力による3つの分類がある。本研究は、この3つの分類のうち、「わかる」を対象とした研究である。一方で、本研究では、番組制作者との意識・態度の違いが示された項目について大学生が理解するためには、「編集」や「撮影」の経験が役立つ可能性が示唆された。このことは、映像制作を通して、テレビ・ドキュメンタリーを「わかる」ためのメディア・リテラシーを育成できる可能性を示していると考えられる。

これまでに実施されてきた映像制作を伴うメディア・リテラシー教育および実践は多数存在する。ドキュメンタリーを撮影する活動を通して、番組制作者と取材対象者との関係性が映像に反映されることに関する理解を促すことや、編集する活動を通して「番組が伝える現実はあるままの現実ではなく、再構成したものだ」というメディア・リテラシーの基本概念の理解を促すことを提案する。

提案5：初等中等教育におけるメディア・リテラシー教育の充実

提案の5点目は、初等中等教育におけるメディア・リテラシー教育の充実である。

本研究では、初等中等教育におけるメディア・リテラシー教育が、テレビ・ドキュメンタリーのプレゼンテーションに対する意識・態度に影響を与えている可能性は高いことが示唆された。テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの向上のために、初等中等教育における学習指導要領と対応する学びをより充実させることを提案する。

具体的には、小学校の社会科の「産業と情報との関わり」において、番組制作者は、テレビ・ドキュメンタリーをニュースと類似するジャンルと捉えていることに関する理解を促すこと、小学校及び中学校の国語科の「物語の展開の仕方」において、物語の展開の仕方が、テレビ・ドキュメンタリーにおいても用いられていることに関する理解を促すことが、テレビ・ドキュメンタリーに関するリテラシーの向上にも寄与する可能性がある。また、高等学校の情報科、および美術科の映像制作に関する学習項目において、「番組制作者と取材対象者との関係性」や「テレビ・ドキュメンタリーが伝える現実はあるままの現実ではなく、再構成したものだ」というメディア・リテラシーの基本概念と対応する内容の理解を促せる可能性がある。

教師はメディア・リテラシーの授業実践に関する知識や教育方法を身につける環境が十分でないことが指摘されている(佐藤 2018)。教師がメディア・リテラシーの授業実践に関する知識や教育方法を身につける環境の整備も併せて検討する必要があると考えられる。

提案 6 : 番組制作者と大学生の間で意識・態度の違いが存在する項目を、番組制作者に対する教育に取り入れること

提案の 6 点目は、本研究で示された、番組制作者と大学生の間で意識・態度の違いが存在する項目を、番組制作者に対する教育に取り入れることである。

本研究では、番組制作者と大学生の間で意識・態度が異なる項目について、視聴者である大学生のメディア・リテラシーを育成する観点から検討を行った。しかし、番組制作者と視聴者の意識・態度の違いによって生じる問題を解決するためには、視聴者がメディア・リテラシーを向上させるだけでなく、番組制作者側も、視聴者の意識・態度を理解し、自らの意識・態度について内省し、今後のテレビ番組の制作のあり方を検討することが必要と考えられる。また、番組制作者は、意識・態度が異なる項目に関して、視聴者に対して自らの考えを示し、理解を得られるよう努力することが必要と考えられる。具体的には、番組制作者は大学生よりも、テレビ・ドキュメンタリーについて、1) 取材する題材選びで視聴者や物語性が考慮され、2) 何かの題材を放送しないのは取材対象者との関係が影響しているという意識が高く、3) 現実を再構成したものであり、公平・中立は難しいという意識も高く、4) 取材対象者にはたらきかけを行う撮影手法を容認する傾向がある、ということ番組制作者が理解する必要がある。これらの違いに対して、自らの意識・態度を内省したり、今後のテレビ番組制作のあり方を検討したり、視聴者に対する説明を行うなど、

理解を得られるよう努力することが必要と考えられる。

また、本研究では、番組制作者には、相反する意識・態度が共存する可能性も示された。

例えば、番組制作者は、取材対象者に対して「カメラを意識しない表情をねらうべき」と「はたらきかけで現実や真実が伝えられることがある」という相反するかのように見える意識・態度を擁している可能性が示された。番組制作者の中には、テレビ・ドキュメンタリーでも番組によって、あるいはシーンによって、この両者の考え方を使い分けている制作者がいることが考えられる。このように、相反するかのように見える考え方が共存することを視聴者に伝えていく必要があると考えられる。

公平中立に関しては、放送法は放送事業者に対して不偏不党を定めており、NHKもガイドラインの中で、それを目指すことを示している。しかし、番組制作者の多くは、「公平中立は難しい」と考えており、目指すべき理念と、現実とのギャップが存在する可能性がある。番組制作者は、こうした理念と現実のギャップに関して視聴者の理解を得られるよう努力する必要があると考えられる。

番組が映す現実に関しては、本調査の結果では、番組制作者の多くは、番組はありのままの現実を映すものではなく、再構成されたものであると考えている。しかし、テレビ番組の説明や、宣伝文句などでは、「ありのままを伝える」という言葉が用いられることがある。このような言葉を用いることが、視聴者の誤解を生む可能性もあることを番組制作者は意識する必要があると考えられる。

テレビ番組の制作者も、就職する前はテレビ番組の視聴者であった。元テレビ・ドキュメンタリーの制作者であった境(2005)は、就職して番組制作者となったとき、テレビ番組の制作現場に対して驚きや違和感があったと述べ、番組制作者のその経験が番組制作者と視聴者をつなぐ力や結び目となると述べている。番組制作者の驚きや違和感は、番組制作者と視聴者の間に存在する意識・態度のギャップである可能性がある。番組制作者が、仕事を始めた当時の驚きや違和感をできるだけ忘れずに番組制作に従事することが、視聴者との意識・態度のギャップにより生じる問題を回避する手段になる可能性があると考えられる。

8.5. 社会的な意義

(1) テレビ番組のインターネット配信が本格化した現在における意義

テレビはいま、変化の時代を迎えている。若者のテレビ離れが指摘される一方で、インターネット上では“動画の時代”が到来していると言われる。放送事業者も、インターネット配信を本格的に始め、テレビ番組は、インターネット上の動画コンテンツの一つとして、新たな時代を迎えようとしている。

第 1 章で述べた通り、テレビ離れをしているとされてきた若者もインターネット経由でテレビ番組を視聴できる機会が増えている。本研究で示された結果は、若者のテレビ番組に関するメディア・リテラシー育成の一助になると考えられる。また、番組制作者にとっても、テレビの新しいあり方を検討する際の材料になると考えられる。

(2) テレビ批判が盛んな時代における意義

近年、インターネット上には、テレビに対する批判的な書き込みが散見される。本研究で得られた知見は、視聴者である大学生のテレビ番組への不信や懐疑的な態度を変化させる可能性があると考えられる。

また、インターネット上の批判が番組制作の実態がわかっていない批判が多いとの指摘もあるなか、本研究で示された、番組制作の実態や番組制作者の考え方に基づいたメディア・リテラシーの構成要素に基づいてメディア・リテラシー教育および実践を行うことにより、番組制作者に対する健全な緊張関係を醸成できる視聴者を育成できる可能性があると考えられる。

(3) 動画によるコミュニケーションが活発化した現在における意義

スマートフォンやタブレット端末の普及により、動画の撮影および発信が容易に行えるようになった。それに伴い、インターネット上では動画によるコミュニケーションが活発化し“動画の時代”が到来したとされる。テレビ番組制作者が動画の制作に関するノウハウを教授する書籍が出版されており（例えば、鎮目 2021）、テレビ番組制作の手法がインターネット上の動画にも役立つと期待されている。本研究の知見は、動画によるコミュニケーションの送り手および受け手のメディア・リテラシー育成にも役立つ可能性があると考えられる。

送り手のメディア・リテラシーに関しては、本研究で示された映像特性に関するメディア・リテラシーは、動画によるコミュニケーションの送り手が、受け手の誤解を生まない発信をするためのメディア・リテラシーを検討する際にも参考になると考えられる。例え

ば、本研究では、テレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに関して、番組制作者と大学生の間に存在する意識・態度の違いが示された。番組制作者と大学生の間で意識・態度の違いがあった構成要素の中には、例えば、取材対象者にはたらきかけを行うべきか等に対する態度の違いも確認できた。これらは、テレビ番組以外の動画の制作においても議論がおこる可能性もあると考えられる。

動画の受け手にとっては、インターネット上の様々な動画の信頼性の判断を行うにあたり、インターネット上でも配信されているテレビ番組に関するメディア・リテラシーを獲得することは、求められる能力の一つと考えられる。

8.6. 本研究の限界と今後の課題

最後に、本研究の限界と今後の課題を述べる。

8.6.1. 本研究の限界

まず、本研究の限界について3点述べる。

(1) メディア・リテラシーの構成要素を網羅するものではないこと

1点目は、本研究で示された構成要素は、メディア・リテラシーの構成要素を網羅するものではないことである。

本研究では、番組制作者が著した書籍の分析により、テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの構成要素を抽出した。本研究で抽出した構成要素は、テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの構成要素であり、テレビ番組のほかのジャンル(例えば、ニュース、ドラマ、バラエティ等)においては、異なる構成要素が抽出される可能性がある。

また、本研究によって示された構成要素は、テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシーの構成要素のすべてを網羅するものでもない。番組制作者が著した書籍には、番組制作者が意識していない項目や、書籍の出版目的とは合致しない項目が記述されないという特徴があるなどの理由により、抽出されなかった構成要素があったと考えられる。また、本研究では、番組制作者と視聴者の間で意識・態度の違いが存在する項目を示したが、テレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシー教育および実践で扱うべき項目は、番組制作者と視聴者の間で意識・態度の違いが存在する項目だけではない。

本研究はこれまでの研究で不十分だった領域を補完する研究と考えられる。

逆に、番組制作者の実態や番組制作者の考え方の中には、メディア・リテラシーの構成要素と対応しない要素もあることが想定される。それらの要素を検討することで、メディア・リテラシーの構成要素を拡張できる可能性もある。しかし、世界的に知られている Buckingham (2002=2006) のメディア・リテラシーの構成要素を作り替えることは、本研究の範囲を超えると考えたことから、本研究では、Buckingham が示したメディア・リテラシーの構成要素と対応する構成要素のみを抽出した。

(2) 調査対象者のサンプリングが十分でないこと

2 点目は、調査対象者のサンプリングが十分でないことである。本研究の第 5 章、第 6 章、第 7 章は、番組制作者と大学生に対する調査票調査に基づいて述べている。本研究の調査のサンプリングは、可能な中で最善を尽くしたが、限界もある。具体的には、本研究の調査では、番組制作者には、機縁法で回答の依頼をしており、大学生には、特定の大学で回答の依頼をしている。番組制作者は対象者の年齢や所属が均等になるよう努力し、大学生は、興味関心が特定の分野に偏らない教養系学部で依頼をするなど工夫をしたが、テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度に影響を与える可能性のある属性に基づくサンプリングは、先行研究の不足により十分にできなかった。また、本研究の調査に回答してくれた人は、番組制作者、大学生共に調査内容に対して意識が高い人である可能性も考えられる。以上の理由により、本調査結果は、番組制作者一般、大学生一般の意識・態度であるというような過度な一般化は避けなければならないと考えている。

(3) 新型コロナウイルスの流行が結果に与えた影響に関する検討が十分でないこと

3 点目は、新型コロナウイルスの流行が結果に与えた影響に関する検討が十分でないことである。本調査を実施した 2020 年 3 月から 5 月は、日本において新型コロナウイルスが流行し始めた時期と予期せず重なった。調査期間中である 2020 年 4 月 7 日に第 1 回目の緊急事態宣言が、東京、神奈川、埼玉、千葉、大阪、兵庫、福岡の 7 都府県に出され、4 月 16 日に対象が全国に拡大した。これに伴い、生活の維持に必要な場合を除いて、外出の自粛が呼びかけられた。また、テレビでは連日、新型コロナウイルスに関する報道が行われていた。

こうした状況の中、大学生の回答者は、新型コロナウイルス流行前に比べて自宅にいる

時間が長く、テレビ番組から情報を得る機会が増えていた可能性がある。そのような状況が、視聴者である大学生の意識・態度、特にテレビ番組への信頼度や懐疑的な態度の回答に反映された可能性があると考えられる。また、新型コロナウイルスの流行により、テレビ番組の報道機能がより求められた時期と考えられる。そうした状況が、番組制作者の意識・態度の回答に反映された可能性もあると考えられる。

ただし、社会は常に様々な変化をし続けるものであり、「通常」の時期というものの特定することは不可能である。このことから、本研究の調査結果においても、ほかの調査と同様、データが収集された状況を考慮しながら受け止めるべきと考えられる。

8.6.2. 今後の課題

最後に、今後の課題を 5 点挙げる。

(1) 番組制作者に関する分析及びメディア・リテラシー育成に関する研究

第 1 に、番組制作者に関する分析およびメディア・リテラシー育成に関する研究の必要性である。本研究では、番組制作者と大学生の間で意識・態度が異なる項目について、視聴者である大学生のメディア・リテラシーを育成する観点から検討を行った。

理由としては、前述の通り、日本における、テレビ番組に関するメディア・リテラシー育成の目的の一つが、視聴者がメディア・リテラシーを向上させることで、放送事業者との間の健全な緊張関係を醸成することであったためである（郵政省 2000）。本研究では、この目的に基づき、放送事業者との健全な緊張関係を醸成できる視聴者のメディア・リテラシー育成に役立つ知見を得ることを目的として検討を行った。

しかし、番組制作者と視聴者の意識・態度の違いにより生じる問題を解決するためには、視聴者がメディア・リテラシーを向上させるだけでなく、番組制作者側も、視聴者の意識・態度を理解し、自らの意識・態度について常に内省することが求められる。

番組制作者の意識・態度の変化を促すための環境づくりや、番組制作者に対する教育について検討するためには、本調査結果で示された番組制作者の意識・態度と関係する要因に関する検討を行うことも必要と考えている。具体的には、番組制作者の年齢、番組制作者としての経験年数、所属組織、これまでに関わった期間が長かった番組ジャンル、テレビ・ドキュメンタリーに対する手法を確立する上で最も影響を受けた組織、時期、経験等は、番組制作者の意識・態度と関係する可能性があると考えられる。中でも、経験年数に

関する分析は、メディア・リテラシーを検討する上で意義があると考えられる。本調査においてもこれらは質問項目として含まれていたが、分析する上でのサンプル数の少なさ、および考察を行う材料の少なさから、本研究ではその結果を示していない。これについては今後、研究が必要と考えている。

(2) 質的調査によるより深い検討

第 2 に、質的調査によるより深い検討の必要性である。本研究では、番組制作者と大学生の間に存在する意識・態度の違いを明らかにするために、研究手法として、インターネットによる調査票調査を実施した。調査票調査を採用した理由は、番組制作者と大学生の間に存在する意識・態度の違いを比較するためには、できる限り同じ条件で調査を行うことが重要であると考えたためである。

本研究では、大学生の回答内容と関連する要因に関しても検討を行っているが、各回答者がなぜそのような回答を行ったのかについては、調査票調査という手法の特性上、十分な検討が行えていない。インタビュー等の質的調査によって初めて明らかになる点もあると考えられる。今後の課題と考えている。

(3) 大学生以外の視聴者を対象にした調査

第 3 に、大学生以外の視聴者を対象にした調査の必要性である。テレビ番組には、様々な視聴者がいる。本研究ではそのうち、大学生を対象に調査を行った。理由としては、(1) インターネット経由でテレビ番組に接する機会が増える可能性があること、(2) 若者がテレビを「世の中の動きや出来事を知る」という報道機能として利用していること、(3) 本研究が対象としたテレビ・ドキュメンタリーに関するメディア・リテラシー育成の機会が作れる可能性が高いこと、等がある。

しかし、第 2 章で述べた通り、映像に関するメディア・リテラシー、およびテレビ番組に関するメディア・リテラシーの教育および実践は、高校生以下を対象としたものも多数確認できる。本研究の調査項目で、高校生以下を対象とした調査を行うことで、年齢に応じた教育や実践への知見を得られる可能性があると考えられる。

(4) 大学生のテレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに関するメディア・リテラシーを育成するための教育および実践の開発と評価

本研究では、大学生のテレビ・ドキュメンタリーのリプレゼンテーションに関するメディア・リテラシー教育において扱うべき項目を示した。今後の課題の 4 点目は、本研究で扱う必要性が示された各項目に関するメディア・リテラシーを育成するための教育および実践の開発と評価である。開発したメディア・リテラシー教育および実践の前後で、本研究で行った調査を行うことにより、開発した教育および実践が、学習者の意識・態度にどのような変化をもたらしたのかに関する評価を行うことができると考えられる。

村井・堀田 (2016)は、「取材対象者へのはたらきかけ」の一つである、「再現」という手法に関するメディア・リテラシー教育を大学生に対して実施したことを報告している。具体的には、「再現」という撮影手法に対して、大学生に賛成・反対の立場に分かれて議論させ、同じ手法に対する考え方に相反する考え方があることやその背景に関する理解を深めることに効果があったことが報告されている。

本研究で番組制作者と大学生の間で意識や態度の違いが示されたほかの項目についても、大学生のメディア・リテラシーを育成するための教育および実践を開発し、評価を行うことが今後必要と考えている。

(5) 「メディアのあり方を考える」能力に関する検討

前述の通り、本研究で示された、番組制作者と視聴者の意識・態度の違いに関する結果は、視聴者の一部である大学生が、1) テレビ番組制作の実態や制作者の意識・態度を理解する、2) テレビ番組の制作者と視聴者である大学生の間に存在する意識・態度の違いを理解する、3) 意識・態度の違いのあった項目に関して、今後のテレビのあり方を提案する、という 3 つのメディア・リテラシーの育成において役立つと考えられる。

しかし本研究は、3 点目の「テレビのあり方を提案する」能力とはどのようなもので、それをどのように評価するのかについて回答が出せているわけではない。これについては、今後の課題と考えている。

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 成果と今後の課題 |

謝辞

本学位論文の執筆にあたり、多くの方からご指導、ご支援をいただきました。ここで感謝の気持ちをお伝えさせていただきます。

本研究の問題意識である「テレビ番組の制作者と視聴者の意識・態度の違い」は、私がテレビ番組のディレクターとしてドキュメンタリー番組を制作していた当初から抱いていた問題意識でした。その問題意識をマス・コミュニケーション研究およびメディア教育の分野に貢献できる研究として成立させることができたのは、ご指導、ご協力くださいました皆様のおかげです。

指導教官である東北大学情報科学研究科の堀田龍也教授には、学会での出会いから、博士課程進学のお機会をいただきました。堀田先生には、研究の作法を教えていただくだけでなく、仕事の仕方や人との関わり方など、人として多くのことを学ぶ機会をいただきました。学問領域においても、社会貢献においてもこの分野で最高の立場にいらっしゃる先生の研究や仕事の仕方、人との付き合い方などを近くで見て学ぶ機会をいただけたことは、私にとって本当にありがたい機会でした。また、本博士論文は、マス・コミュニケーション研究とメディア教育という別の分野として研究される傾向のあった領域を架橋することを目指した研究です。そのことから、マス・コミュニケーション研究とメディア教育という両方の研究領域において、その領域の作法とは異なる研究に見える部分もあるのではないかと思います。そうした研究に堀田先生は理解を示してくださり、適切なご指導をしてくださいました。堀田先生の懐の大きさに、どんなに感謝をしてもし尽せない思いです。堀田先生のおかげで、ゼミ生をはじめ、堀田先生の下に集まってきている大勢の研究仲間と出会い、励ましあいながら研究を進めることもできました。本当にありがとうございました。

また、お忙しい中、私の学位論文の審査員をお引き受けいただいた東北大学大学院情報科学研究科の邑本俊亮教授、森田直子准教授、長濱澄准教授、坂田邦子講師に感謝いたします。審査員の先生方には、博士論文がよりよいものになるよう、親身になってご指導いただきました。邑本先生には、調査の際の教示文の記述の仕方など、この論文の調査の核心となる部分に関してご指導をいただきました。森田先生には、博士論文の構成の作法や、

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 謝辞 |

リアリズム等の用語に関するご指導をいただきました。長濱先生には、調査の手続きや限界の記述方法等についてご指導いただきました。坂田先生には、マス・コミュニケーション研究の捉え方や、第6章、第7章の位置づけ等に関するご指導をいただきました。審査員の先生方のご指導すべてが非常にありがたく、審査というよりも、研究としてよりよいものを目指す貴重な時間をいただけた気持ちでおります。

東北大学の窪俊一准教授には、大学院生の研究環境がよいものになるよういつもご配慮いただきました。東北大学の川田拓助教にも博士論文の審査会のご準備や、記録等でお力添えいただきました。秘書の小野寺香絵さん、立花優依さんには、博士課程在学期間中、手続き等でいつもお力添えいただき、研究活動を支えていただきました。ありがとうございました。

調査論文を共同研究者として支えていただいた、桜美林大学の浅井亜紀子教授、宮城教育大学の斎藤玲特任助教には、特に研究方法に関して多くのご指導をいただきました。NHK 放送文化研究所の宇治橋祐之さんには、テレビ番組の制作者と研究者という両方の立場からご助言いただきました。学会においても、日本大学の中橋雄教授、法政大学の坂本旬教授、千葉大学の藤川大祐教授、福山大学の三宅正太郎教授、静岡産業大学の佐藤知条准教授ほか、多くの先生方にご指導をいただきました。ありがとうございました。

毎年行われる堀田研夏合宿では、関西大学の小柳和喜雄教授、東京学芸大学の高橋純准教授、上越教育大学の中野博幸教授、東海大学の柴田隆史教授、東海大学の田島祥准教授、鳴門教育大学の泰山裕准教授、常葉大学の三井一希講師、山口大学の鷹岡亮教授、長崎大学の瀬戸崎典夫准教授、横浜国立大学の脇本健弘准教授、奈良教育大学の小島亜華里特任准教授、活水女子大学の古賀竣也講師に、博士論文に関するご指導のほか、研究者としての生き方やものの考え方など、多くのことをお教えいただきました。ありがとうございました。

東北大学メディア教育論ゼミの皆様には、学会発表原稿や査読論文の執筆、そして博士論文の執筆の際に毎回、論文を見ていただき、たくさんのご指導をいただきました。

登本洋子さん(東京学芸大学准教授)、佐藤和紀さん(信州大学助教)、板垣翔大さん(宮城教育大学講師)、楨誠司さん(東京情報大学教授)、臼井昭子さん(山形大学准教授)、後

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 謝辞 |

藤心平さん(広島経済大学准教授), 荒木貴之さん(ドルトン東京学園中等部・高等部校長), 大久保紀一郎さん(島根県雲南市立木次小学校教諭), 山本朋弘さん(中村学園大学教授), 桑木道子さん(福島学院大学講師), 八木澤史子さん(東京都大田区立西六郷小学校教諭)からは, 博士号を先に目指した先輩として, 研究の仕方や博士論文の執筆等において, 多くのことを学ばせていただきました. 同じタイミングで博士号取得を目指した稲垣俊介さんとは, 博論執筆に関する情報共有をしたり, 励ましあったりしていただいたりしました. 同時期に在籍した仲間である中川哲さん, 小田理代さん, 渡邊光浩さん, 佐藤正寿さんには, 論文のご指導をいただいただけでなく, ゼミの運営においてそれぞれのご専門等を生かして支えていただきました. 修士課程に在籍されていた相沢優さん, 望月翔太さん, 俞艶さん, 鄂卓君さん, 石坂諭美さん, 翟婧璇さん, 安里基子さん, 遠藤みなみさんには, 論文のチェック, ゼミや夏合宿等での準備や記録など多くの面で研究を支えていただきました. 研究生として在籍されていた阿部文男さん, ゼミの一員として参加をされていた中尾教子さんにも, 論文のご指導をいただきました. お一人お一人にお礼を申し上げたいことはきりがないほどあるので, 別の場で個別にお礼を申し上げたいと思います.

調査においては, 本当に多くの方にご協力いただきました. 調査対象者のお名前は, 研究倫理上の配慮で公表はできませんが, 調査票の作成や配布に協力くださった方にこの場を借りてお礼を申し上げたいと思います. 大学生への調査では, 桜美林大学の荒木晶子教授, 浅井亜紀子教授, 平山修平特任教授, 岡崎哲也教授にご協力いただきました. 番組制作者へ調査では, NHKの遠衛孝成さん, 元NHKの中村彰良さん, 元NHKの二宮文彦さん, テレビ東京の田淵俊彦さん, テレビ朝日の松井英光さん, 元テレビ朝日の鎮目博道さん, テレビマンユニオンの今野勉さん, 鈴木聡子さん, 千代田ラフトの進藤昭人さん, ジーズ・コーポレーションの佐々木浩司さん, はらリサーチの原純子さん, 桜美林大学の塚本壮一教授, 専修大学の杉田このみ講師など多くの方にご協力いただきました. この調査ができたのは皆様のおかげです. 本当にありがとうございました.

博士課程在学中は, 夫の仕事の関係でロンドンで過ごした期間も長く, その間, ロンドン大学のDavid Buckingham教授, Andrew Burn教授, John Potter教授, イギリス映画協会(BFI)のCary Bazalgette氏, Mark Reid氏, エセックス大学のCasey Benyahia Sarah氏にお会いして, イギリスのメディア・リテラシーの現状についてお教えいただい

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 謝辞 |

たり、私の研究内容に関してご指導いただいたりもしました。ロンドン大学博士課程の宮村育代さん、フーンバラ・シックスフォームカレッジの Nicola Franklin 先生、小山香代子先生には、本場イギリスのメディア・スタディーズの授業を見学する機会をいただきました。東京学芸大学の中村純子准教授、日本体育大学の奥泉香教授をはじめ、一緒にロンドン大学の Andrew Burn 教授の書籍の翻訳をした先生方には、ロンドンの先生方との出会いのきっかけを作ってくださいました。ありがとうございました。

私が研究に興味を持つきっかけを作ってくくださったのは、上智大学文学部社会学科に在籍中にご指導いただいた、田中勉教授、大庭絵里教授、東京大学大学院学際情報学府修士課程に在学中にご指導いただいた、北田暁大教授、山内祐平教授、水越伸教授、石田英敬教授をはじめ、これまでご指導いただいた先生方でした。ありがとうございました。

また、博士課程進学のためのきっかけの一つになったのは、私が非常勤講師を勤める桜美林大学の中山市太郎教授が論文執筆を勧めてくださったことでした。ありがとうございました。

博士課程の在学期間中、息子を出産し、育児をしながらの博士論文執筆となりました。このような状況の中、博士号取得を目指すことに理解を示し、協力してくれた家族に感謝します。ロンドンに赴任中の夫は、私が博士課程在学中、ロンドンで、世界的に有名なメディア・リテラシーの研究者および実践者の皆さんと関わりを持つ夢のような機会を作ってくれました。一方で、妻として十分に夫を支えてあげることができなかったことを申し訳なく思っています。現在 4 歳の息子には、寂しい思いをさせてしまったこともあったと思います。母には、一緒に息子の世話をしてもらい、大変助かりました。今後、家族との時間を大事に過ごしていきたいと思います。

これまで研究を通して出会った全ての方々に感謝いたします。いただいたご恩に少しでもお返しできるよう、今後も努力してまいりたいと思います。本当にありがとうございました。

2022 年 1 月

村井明日香

参考文献

【第1章】

- Aronson, E. (1992=1994) *Social Animal*, Freeman & Company, New York. W. H. (=アロンソン, E. 著, 古畑和孝監訳, 岡隆, 亀田達也訳, ザ・ソーシャル・アニマル—人間行動の社会心理学的研究第6版. サイエンス社, 東京:131)
- 朝日新聞社 (1993) NHK スペシャル「禁断の王国・ムスタン」 主要部分にやらせ・虚偽.
朝日新聞 1993年2月3日東京朝刊1面
- 朝日新聞社 (1994) テレビドキュメンタリーを考える4 演出の範囲 制作者はどう考える.
朝日新聞 1994年9月14日朝刊33面
- ばばこういち (1993) 「やらせ事件」報道のあり方を問う—求められる活字ジャーナリズムの認識, 総合ジャーナリズム研究, 30(2):56-63
- Buckingham, D. (1993) *Children Talking Television*. RoutledgeFalmer, Oxon
- Buckingham, D. (2002=2006) *Media Education—Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Polity, Cambridge. (=鈴木みどり監訳, メディア・リテラシー教育—学びと現代文化. 世界思想社, 京都)
- Burn, A. (2009=2017) *Making New Media—Creative Production and Digital Literacies*. Peter Lang Publishing, New York, Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, Oxford, Wien (=奥泉香・石田喜美・田島知之・松田結貴・水澤祐美子・村井明日香・森本洋介・和田正人訳, 参加型文化の時代におけるメディア・リテラシー—言葉・映像・文化の学習, くろしお出版, 東京)
- カナダ, オンタリオ州教育省編, FCT (市民のテレビの会) 訳 (1992) メディア・リテラシー マスメディアを読み解く. リベルタ出版, 東京
- 崔銀姫 (2008) 表象の生産と消費におけるステレオタイプの構造的な問題にかかわる実践研究—ドキュメンタリーリテラシープログラム開発プロジェクトの事例から. 社会学部論集, 46:41-59
- FEWG (Film Education Working Group) (1999) *Making Movies Matter*. BFI, London
<https://carybazalgette.net/wp-content/uploads/2015/09/21.pdf> (参照日 2022.1.2)
- Fiske, J. (1987=1996) *Television Culture*. Routledge, London. (伊藤守, 常木瑛生, 小林直毅, 藤田真文, 吉岡至, 高橋徹訳, テレビジョンカルチャー—ポピュラー文化の政

- 治学. 梓出版社, 千葉)
- 博報堂 DY メディアパートナーズ (2020) 広告ビジネスに関わる人のメディアガイド 2020.
宣伝会議, 東京 :74
- 長谷川一, 村田麻里子 編著 (2015) 大学生のためのメディア・リテラシー・トレーニング.
三省堂, 東京
- 林香里 (2017) メディア不信—何が問われているのか. 岩波書店 (岩波新書), 東京
- 堀田龍也 (2004) メディアとのつきあい方学習. ジャストシステム, 徳島
- 堀田龍也 (2021) 学習指導要領とメディア・リテラシー. 中橋雄編著, メディア・リテラシーの教育論, 知の継承と探求への誘い. 北大路書房, 京都 :166-180
- ヒューマンセントリックス (2019) 映像と動画の違い.
<https://www.humancentrix.com/columns/difference-between-movie-and-video.html>
(参照日 2022.1.2)
- 市川克美 (1999) これが“21世紀の学力”だ!—メディアリテラシーの提言 (オピニオン叢書緊急版—総合的学習・情報教育の新しい展開). 明治図書.
- 稲増一憲 (2016) メディア・世論調査への不信の多面性—社会調査データの分析から. 放送メディア研究, 13 :177-193
- 岩崎千晶 (2008) 4章ドキュメンタリー映像. 久保田賢一編著, 映像メディアのつくり方, 北大路書房, 京都
- 貝谷雅治 (2005) ドキュメンタリー. 小野善邦編, 放送を学ぶ人のために. 世界思想社, 京都
- 金子元久 (2007) 大学の教育力 何を教え, 学ぶか. 筑摩書房 (ちくま新書), 東京 :32-34
- 川瀬基寛 (2008) 映像制作によるメディア・リテラシー教育の可能性—ドキュメンタリー制作を題材にした実践, 甲南女子大学研究紀要 文学・文化編, 45 :65-80
- 木村義子, 関根智江, 行木麻衣 (2015) テレビ視聴とメディア利用の現在—「日本人とテレビ・2015」調査から. 放送研究と調査, 65 (8) :18-47
- 北田暁大 (1998) 《観察者》としての受け手—ルーマン・社会システム論的視座からの, 「メディア論」および「メディア・リテラシー」概念の再検討. マス・コミュニケーション研究, 53(0) :83-96
- 駒谷真美 (2006) 小学校低学年向けメディアリテラシー教材の開発研究. 日本教育工学会論文誌, 30 (1) :9-17

- 駒谷眞美 (2008) 「民放連メディアリテラシー実践プロジェクト」における効果研究—プロジェクトに参加した中高生の意識変化を中心に. 学苑, 816 :83-109
- 近藤聡 (2000) ニュース番組「デスクのもくろみ」を見抜け—各項目の順番・ランク付けはどのようにして決まるか—. 藤川大祐編著, メディア・リテラシー教育の実践事例集—情報学習の新展開. 学事出版, 東京 :126-133
- 近藤尚 (2012) 東海 3 県の大学におけるメディア・リテラシー授業の実態分析. 教育メディア研究 19 (1) :13-23
- 河野尚行 (1993) ドキュメンタリーの問題点—NHK スペシャル「ムスタン」をめぐって. 新聞研究, 502 :51-54
- 久保田賢一編著 (2008) 映像メディアのつくり方. 北大路書房, 京都
- 黒田勇 (2005) はじめに, 黒田勇編, 送り手のメディアリテラシー—地域からみた放送の現在. 世界思想社, 京都 :i-x
- 黒上晴夫 (2004) 教育におけるメディアリテラシーのとらえなおし—メディアとのインターフェイスをデザインする能力として. 教育メディア研究, 11 (2) :1-9
- Lewis, E. (2008) Teaching Television at GCSE (Teaching Media at GCSE). BFI Publishing, London
- Masterman, L., (1985) Teaching the Media. (=宮崎寿子訳 (2010) メディアを教える—クリティカルなアプローチへ. 世界思想社, Comedia, London)
- Masterman, L. , (1989) Media Awareness Education—Eighteen Basic Principles.
<https://www.medialit.org/reading-room/media-awareness-education-eighteen-basic-principles> (参照日 2022.1.2)
- Masterman, L. (1995=1997) Media education worldwide—Objectives, values and super highways. Media Development, 2 (=宮崎寿子, 猪股富美子訳, グローバルに展開するメディア・リテラシーの取り組み—目的, 価値観, そしてスーパーハイウェー. 鈴木みどり編, メディア・リテラシーを学ぶ人のために, 世界思想社, 京都 :40-55)
- 松村明, 三省堂編修所編 (2019) 大辞林 第四版, 三省堂, 東京
- 松野良一 (2002) 総合的な学習の時間のための映像制作マニュアル, 田研出版, 東京
- Mayer, R. E., Fiorella, L., & Stull, A. (2020) Five ways to increase the effectiveness of instructional video. Educational Technology Research and Development, 68 :837-852
- 緑川篤 (2008) 「やらせ」と「演出」の境界を考える授業. 藤川大祐, 塩田真吾編著, 楽し

- く学ぶメディアリテラシー授業—ネット, ケータイ, ゲーム, テレビとの正しいつきあい方. 学事出版, 東京 :81-85
- 水越伸 (1999) デジタル・メディア社会. 岩波書店, 東京
- 水越伸 (2002) 新版 デジタル・メディア社会. 岩波書店, 東京
- 水越伸, 林田真心子 (2010) 送り手のメディア・リテラシー—民放連プロジェクト実践者へのインタビューから. 東京大学大学院情報学環紀要 情報学研究, 東京 79 :65-87
- 水島宏明 (2014) 内側から見たテレビ—やらせ・捏造・情報操作の構造. 朝日新聞出版 (朝日新書), 東京
- 文部科学省 (2017) 小学校学習指導要領 (平成 29 年告示)
https://www.mext.go.jp/content/1413522_001.pdf (参照日 2022.1.2)
- 村井明日香, 堀田龍也 (2016) テレビ番組の「やらせ」に関するリテラシーを養う討論型授業の実践. 日本教育メディア学会研究会論集, 第 40 号 :45-50
- 村井明日香, 堀田龍也 (2017) 伝達経路を基に情報の信頼性を判断する思考を育成する学習プログラムの開発と評価. 教育メディア研究, 24 (1) :24-41
- 村田歩 (2008) 総務省教材「映像ふしぎシミュレーター」で学ぶテレビの基本. 藤川大祐, 塩田真吾編著, 楽しく学ぶメディアリテラシー授業 ネット, ケータイ, ゲーム, テレビとの正しいつきあい方. 学事出版, 東京 :72-80
- 村田麻里子 (2015) コラム 8 大学でメディアリテラシーを教えること, 学ぶこと. 長谷川一・村田麻里子編著, 大学生のためのメディアリテラシー・トレーニング. 三省堂, 東京 :82-83
- 中橋雄 (2005) メディア・リテラシー研究の動向と課題, 福山大学人間文化学部紀要 5 :129-148
- 中橋雄 (2006) 日本におけるメディア・リテラシー研究の外観とこれからの研究課題. 教育メディア研究, 12 (1) :71-85
- 中橋雄 (2013) 第 1 章 メディアプロデュースのためのメディアリテラシー. 中橋雄・松本恭之編, メディアプロデュースの世界. 北樹出版, 東京
- 中橋雄 (2014) メディア・リテラシー論—ソーシャルメディア時代のメディア教育. 北樹出版, 東京
- NHK (2020) NHK 放送ガイドライン 2020 インターネットガイドライン統合版.
<https://www.NHK.or.jp/pr/keiei/bc-guideline/pdf/guideline2020.pdf> (参照日 2022.1.2)

NHK (公表年不詳) NHK 公式サイト「きょうの注目動画」.

<https://www3.nhk.or.jp/news/movie.html> (参照日 2022.1.2)

日本学術会議 (2010) 提言 21 世紀の教養と教養教育:iv

<https://www.scj.go.jp/ja/info/kohyo/pdf/kohyo-21-tsoukai-4.pdf> (参照日 2022.1.2)

日本民間放送連盟 (2003) 「放送倫理・番組向上機構」への対応に関する申し合わせ,

https://www.bpo.gr.jp/?page_id=1297 (参照日 2022.1.2)

日本民間放送連盟 (2015) 日本民間放送連盟放送基準.

<https://j-ba.or.jp/category/broadcasting/jba101032> (参照日 2022.1.2)

NTV, テレビ朝日, TBS テレビ, テレビ東京, フジテレビ (2015) Tver 公式サイト「テレビ局動画サイト」. <https://tver.jp/> (参照日 2022.1.2)

岡本浩一 (1994) 第 5 章 態度, 明田芳久, 奥田秀宇, 山口勸, 岡本浩一, 外山みどり, 社会心理学 (ベーシック現代心理学). 有斐閣, 東京 :57-66

奥村健太 (2013) それでもテレビは死なない—映像制作の現場で生きる!. 技術評論社, 東京

大原通郎 (2018) テレビ最終戦争—世界のメディア界で何が起きているか. 朝日新聞出版 (朝日新書), 東京

小柳和喜雄 (2003) 批判的思考と批判的教育学の「批判」概念の検討. 教育実践総合センター研究紀要, 12 :11-20

斉藤孝信, 平田明裕, 内堀諒太 (2021) 多メディア時代における人々のメディア利用と意識—「全国メディア意識世論調査 2020」の結果から. 放送研究と調査, 71 (9) :2-41

齋藤誠子 (2016) 日本のテレビ番組に対する批判の類型 BPO に寄せられた視聴者意見の分析. 慶應義塾大学大学院社会学研究科紀要 社会学・心理学・教育学 人間と社会の探究, 82 :75-92

齋藤誠子 (2017) Twitter にはどのような「テレビ批判」が投稿されるのか 媒体によって異なる規範意識. 慶應義塾大学大学院社会学研究科紀要 社会学・心理学・教育学 人間と社会の探究, 84 :35-51

産経新聞社 (1993) NHK 「やらせ問題」・関連 制作者に甘えの構造, ドキュメンタリーの理論に誤り. 産経新聞 1993 年 2 月 5 日東京朝刊 15 面

佐藤正寿 (2000) ぼくら CM 探偵団. 藤川大祐編著, メディア・リテラシー教育の実践事例集—情報学習の新展開. 学事出版, 東京 :66-73

- 佐藤孝之 (1994) 作る側と視聴者とにズレ 佐藤孝之 (コラム・私の見方). 朝日新聞 1994 年 9 月 28 日朝刊 4 面
- 青少年と放送に関する調査研究会 (1998) 「青少年と放送に関する調査研究会」報告 報告書. <https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h11/press/japanese/hou-sou/1207j11.htm> (参照日 2022.1.2)
- 総務省情報通信政策研究所 (2021) 令和 2 年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書 :12
https://www.soumu.go.jp/main_content/000708016.pdf (参照日 2022.1.2)
- 杉岡道夫 (2000) ドキュメンタリーを解説する. 藤川大祐編著, メディア・リテラシー教育の実践事例集—情報学習の新展開. 学事出版, 東京 :134-143
- 鈴木みどり (2001) メディアリテラシーの現在と未来, 世界思想社, 京都
- 鈴木みどり編 (2004) 新版 Study Guide メディア・リテラシー入門編. リベルタ出版, 東京
- 鈴木みどり (2006) 訳註. バッキンガム,D.著, 鈴木みどり監訳, メディア・リテラシー教育—学びと現代文化. 世界思想社, 京都 :261-263
- 田原総一郎 (1997) 闘うテレビ論. 文芸春秋, 東京
- 高橋光輝 (2013) デジタルコミュニケーション論による SNS の情報フロー. 研究報告デジタルコンテンツクリエーション, 3 (6) :1-8
- 宇治橋祐之 (2020) テレビの読み解きからネットでのコミュニケーションまで—放送局のメディア・リテラシーへの取り組みの変遷. 放送研究と調査, 70 (4) :50-73
- 碓井広義 (2003) テレビの教科書—ビジネス構造から制作現場まで. PHP 研究所 (PHP 新書), 京都
- 山登義明 (2006) ドキュメンタリーを作る—テレビ番組制作・授業と実践. 京都大学学術出版会, 京都
- 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, 東京
- 山内祐平 (2005) 再びテレビを読む. 東京大学情報学環メルプロジェクト・日本民間放送連盟編, メディアリテラシーの工具箱. 東京大学出版会, 東京 :90-103
- 読売新聞社 (1993) NHK は「やらせ」排し信頼回復を 検証の公表必要 (解説). 読売新聞 1993 年 2 月 4 日東京朝刊 15 面

郵政省 (2000) 放送分野における青少年とメディア・リテラシーに関する調査研究会報告書.
https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/top/hoso/pdf/houkokusyo.pdf (参
照日 2022.1.2)

【第2章】

- 相田洋 (2003) ドキュメンタリー私の現場—記録と伝達の40年. 日本放送出版協会, 東京
- Ang, I. (1985) *Watching Dallas—Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. Routledge, Methuen, London
- 青山征彦 (2016) 映像リテラシーにおける制作者の役割—映像理解研究を超えて. 読書科学, 58 (1) :40-48
- 朝日新聞社 (1994) テレビドキュメンタリーを考える 4 演出の範囲 制作者はどう考える.
朝日新聞 1994年9月14日朝刊 33面
- 浅井和行 (2015) メディア・リテラシーの育成に関する研究—小学校新教科のカリキュラム
開発—. 関西大学総合情報学部博士学位論文
- 浅野真由 (2019) テレビ・ドキュメンタリーにおける社会的影響力の研究—福祉・貧困分野
における政策アジェンダ構築過程の事例分析. 立教大学21世紀社会デザイン研究科博
士学位論文
- ペクソンス (2012) メディア・リテラシーと異文化理解のための国際教育プログラム実践研
究. 教育メディア研究, 18 (1-2) :37-48
- Barton, Kristin M. (2016) *Exploring the Appeal of Documentary-Based Programming—
Discerning Viewer Enjoyment of Reality Television through Uses and Gratification*.
Iowa Journal of Communication, 48:113-129
- Bazalgette, C. Harland, J., James C. (2008) *Lifeblood of democracy? —Learning about b
roadcast news*. BFI Research Report for Ofcom. London
- Buckingham, D. (1987) *Public Secrets—Eastenders and Its Audience*. British Film Insti
tute, London
- Buckingham, D. (1993) *Children Talking Television*. Routledge Falmer, Oxon
- Buckingham, D. (2002=2006) *Media Education—Literacy, Learning and Contemporary
Culture*. Polity, Cambridge (=鈴木みどり監訳, メディア・リテラシー教育—学びと
現代文化. 世界思想社, 京都)

- Burn, A. (2009) *Making New Media—Creative Production and Digital Literacies*, Peter Lang Publishing, New York, Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, Oxford, Wien (=奥泉香・石田喜美・田島知之・松田結貴・水澤祐美子・村井明日香・森本洋介・和田正人訳 (2017) 参加型文化の時代におけるメディア・リテラシー 言葉・映像・文化の学習. くろしお出版)
- 崔銀姫, 北村順生, 坂田邦子, 小川明子, 茂木一司 (2005) 地域理解のためのメディア・リテラシー実践—異文化交流とオルタナティブなコミュニケーション回路構築. 教育メディア研究, 11 (2) :73-79
- 崔銀姫 (2015) 日本のテレビドキュメンタリーの歴史社会学. 明石書店, 東京
- Fiske, J. (1987=1996) *Television Culture*. Routledge, London. (伊藤守, 常木瑛生, 小林直毅, 藤田真文, 吉岡至, 高橋徹訳, テレビジョンカルチャー—ポピュラー文化の政治学. 梓出版社, 千葉)
- 藤田真文 (2002) オーディエンス研究. 西垣通, 北川高嗣, 須藤修, 浜田純一, 吉見俊哉編, 米本昌平編, 情報学辞典. 弘文堂, 東京 :127-128
- 藤田結子 (2018) グローバリゼーションをいかに記述するのか—ニュース制作とオーディエンスのエスノグラフィーを中心に. マス・コミュニケーション研究, 93 (0) :5-16
- 深澤弘樹 (2008) ニュース番組の系譜と視聴態度の変容—送り手と受け手との関係を中心に, 中央大学大学院研究年報 38 :27-42
- Gans, H. J. (1979) *Deciding What's News*. Random House, New York, Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, Oxford, Wien
- 後藤和彦 (1979) 最近のマスコミュニケーション研究. テレビジョン学会誌, 33 (3), 193-201
- 五嶋正治 (2013a) 「メディア・プロダクション・スタディーズ」—"One Minute Video"映像制作実践における教養の育成. 松野良一, 塚本美恵子, 間島貞幸, 五嶋正治, 村田雅之 (2013) 映像制作で人間力を育てる—メディアリテラシーをこえて. 田研出版, 東京 :93-120
- 五嶋正治 (2013b) 「大船渡こどもテレビ局」震災支援プロジェクトの1年. 松野良一, 塚本美恵子, 間島貞幸, 五嶋正治, 村田雅之 (2013) 映像制作で人間力を育てる—メディアリテラシーをこえて. 田研出版, 東京 :121-138
- 後藤心平 (2019) ラジオ局による高校生のメディア・リテラシー育成プログラムに関する研

- 究. 東北大学大学院情報科学研究科博士学位論文
- 後藤康志 (2007) メディア・リテラシーの発達と構造に関する研究. 新潟大学博士学位論文
- 羽田潤 (2008) 国語科教育における動画リテラシー教授法の研究. 溪水社, 広島
- Hall, Stuart (1973) Encoding and Decoding in the television discourse. Discussion Paper, University of Birmingham, Birmingham
- 花野泰子 (2015) テレビ番組制作における女性のキャリア形成. 東京女子大学紀要論集, 東京, 66 (1) :119-140
- 長谷川豊 (2014) テレビの裏側がとにかく分かる「メディアリテラシー」の教科書. サイゾー, 東京
- 林香里, 谷岡理香編 (2013) テレビ報道職のワーク・ライフ・アンバランス. 大月書店, 東京
- 林田真心子 (2011) マス・メディア生産現場の文化—テレビカメラと送り手に関するメディア論的研究をめぐって. マス・コミュニケーション研究, 78 (0) :91-105
- 林直哉 (2007) 高校生のためのメディア・リテラシー. 筑摩書房 (ちくまプリマー新書), 東京
- Hill, Annette (2002) Big Brother—The Real Audience. Television & New Media, 3 (3) :323-340
- 平林紀子 (2003) 「沈黙の螺旋状過程」仮説—世論形成過程におけるマス・コミュニケーションの役割. 田崎篤郎・児島和人編著, マス・コミュニケーション効果研究の展開[改訂新版]. 北樹出版, 東京 :75-89
- Holstein, J. A., Gubrium, J. F. (1995=2004) The Active Interview. Sage Publications, California (=山田富秋ほか訳, アクティブ・インタビュー—相互行為としての社会調査. せりか書房, 東京)
- 堀田龍也 (2004) メディアとのつきあい方学習. ジャストシステム, 徳島
- 堀田龍也 (2021) 学習指導要領とメディア・リテラシー. 中橋雄編著, メディア・リテラシーの教育論, 知の継承と探求への誘い. 北大路書房, 京都 :166-180
- 池上彰 (2008) 池上彰のメディア・リテラシー入門. オクムラ書店, 東京
- 池内清 (2000) 発見! プロ野球を楽しく見る法. 藤川大祐編著, メディア・リテラシー教育の実践事例集—情報学習の新展開. 学事出版, 東京 :42-49
- 李光鎬 (1998) メッセージ分析による送り手研究—主な研究事例と今後の課題. マス・コミ

- ユニケーション研究, 53 (0) :53-64
- 稲増一憲 (2016) メディア・世論調査への不信の多面性—社会調査データの分析から. 放送メディア研究, 13 :177-193
- 伊勢崎済 (2011) 中学校社会科における映像制作活動の効果—「身近な地域の調査」の実践を通して. 授業実践開発研究, 4 :17-26
- 石川晋 (2000) 昼の CM, 夜の CM—昼ドラ・夜ドラの CM 比較から, 作り手の意図を読む. 藤川大祐編著, メディア・リテラシー教育の実践事例集—情報学習の新展開. 学事出版, 東京 :96-104
- 石川勝博 (2001) 情報社会における能動的受け手像に関する研究—テレビの「利用と満足」研究の視点から. 埼玉学園大学紀要 人間学部篇, (1) :75-85
- 岩崎千晶, 久保田賢一 (2005) メディアリテラシーを学ぶ学生の学習過程からみたメディアに対する概念の変容—電子掲示板の質的な分析から. 教育メディア研究, 11 (2) :57-65
- 甲斐千代子 (2012) 民間テレビ局のニュース原稿に関する一考察—送り手と受け手の間の, 読み方と語彙選択の齟齬をめぐって. 甲南女子大学研究紀要 文学・文化編, 49 :37-46
- 海後宗男 (1999) テレビ報道の機能分析. 風間書房, 東京
- 貝谷雅治 (2005) ドキュメンタリー. 小野善邦編, 「放送を学ぶ人のために」. 世界思想社, 京都
- 鎌本京子, 白川雄三 (2004) 短期大学生による CATV 番組の制作について II. 日本教育情報学会第 20 回年会論文集 :260-263
- 鎌本京子, 白川雄三 (2005) 短期大学生による CATV 番組の制作について III. 日本教育情報学会第 21 回年会論文集 :292-295
- 桂瑠以, 藤井彩海 (2018) 青年期のテレビ視聴における能動性と満足感との関連について—「利用と満足」研究の視点から. 川村学園女子大学研究紀要, 29 (1) :183-197
- 河村雅隆 (2009) ドキュメンタリーとは何か—テレビ・ディレクターの仕事 改訂版. ブロunks新社, 東京
- 川良浩和 (2006) 我々はどこへ行くのか—あるドキュメンタリストからのメッセージ. 径書房, 東京
- 川良浩和 (2009) 闘うドキュメンタリー—テレビが再び輝くために. 日本放送出版協会, 東

京

- 川瀬基寛 (2008) 映像制作によるメディア・リテラシー教育の可能性—ドキュメンタリー制作を題材にした実践. 甲南女子大学研究紀要 文学・文化編, 45 :65-80
- 木原俊行, 田口真奈, 生田孝至, 水越敏行 (1996) 映像視聴能力の発達的研究—映画「裸の島」を素材として. 教育メディア研究, 2 (2) :1-14
- 木村哲人 (1996) テレビは真実を報道したか. 三一書房, 東京
- 木村義子, 関根智江, 行木麻衣 (2015) テレビ視聴とメディア利用の現在—「日本人とテレビ・2015」調査から. 放送研究と調査, 65 (8) :18-47
- 児島和人 (2003) 培養分析. 田崎篤郎・児島和人編著, マス・コミュニケーション効果研究の展開[改訂新版]. 北樹出版, 東京 :112-123
- 駒谷真美 (2006) 小学校低学年向けメディアリテラシー教材の開発研究. 日本教育工学会論文誌, 30 (1) :9-17
- 駒谷真美 (2008) 「民放連メディアリテラシー実践プロジェクト」における効果研究—プロジェクトに参加した中高生の意識変化を中心に. 学苑, (816) :83-109
- 駒谷真美 (2010) メディアリテラシー親子参加型プロジェクト「ろっぽん夏休み」の実践的研究—東京大学とテレビ朝日の共同研究の一環として. 学苑 (833) :49-67
- 近藤聡 (2000) ニュース番組「デスクのもくろみ」を見抜け—各項目の順番・ランク付けはどのようにして決まるか. 藤川大祐編著, メディア・リテラシー教育の実践事例集—情報学習の新展開. 学事出版, 東京 :126-133
- 近藤智嗣 (2000) マルチアングル映像のためのインタフェースの開発とその評価. 教育メディア研究, 6 (2) :51-66
- 近藤尚 (2012) 東海3県の大学におけるメディア・リテラシー授業の実態分析. 教育メディア研究, 19 (1) :13-23
- 今野勉 (2004) テレビの嘘を見破る. 新潮社(新潮新書), 東京
- 小城英子 (2014) テレビに対する態度—尺度の作成とオーディエンスの類型化. 聖心女子大学論叢 (123) :129-156
- 小城英子 (2015) テレビに対する態度と番組視聴. 聖心女子大学論叢, (124) :90-114
- 小城英子, 坂田浩之, 川上正浩 (2007) 不思議現象とマス・コミュニケーション—レビューと問題提起. 聖心女子大学論叢, (108) :35-69
- 小城英子, 坂田浩之, 川上正浩 (2008a) 不思議現象とテレビ番組—テレビ番組の内容分析

- と視聴者の反応. 聖心女子大学論叢, (111) :47-95
- 小城英子, 坂田浩之, 川上正浩 (2008b) 不思議現象に対する態度—態度構造の分析および類型化. 社会心理学研究, 23 (3) :246-258
- 小城英子, 坂田浩之, 川上正浩 (2009) 不思議現象に対する態度とテレビ視聴—テレビに対する態度尺度の作成. 聖心女子大学論叢, (113) :77-94
- Kotilainen, S (2009=2012) Kotilainen, S., Promoting Youth Civic Participation with Media Production—The Case of Youth Voice Editorial Board. United Nations Alliance of Civilizations UNESCO European Commission Grupo Comunicar (2009) Mapping Media Education Policies in the World: Visions, Programmes and Challenges :243-246 (=坂本旬, 村上郷子, 高橋恵美子監訳, メディア制作による若者の市民参加の促進—若者の声編集委員会を例に, 世界のメディア教育政策—ビジョン・プログラム・チャレンジ: 199-213)
- https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/2012/10/Mapping_final.pdf (参照日 2022.1.2)
- 桑村美由紀, 南部正人 (2016) 映像・映画表現の美術科題材開発に関する研究—映像読解と映像制作を柱とした中学校美術科題材について. 北海道教育大学紀要 教育科学編, 67 (1) :415-423
- Lasswell, H.D. (1949=1968) The Structure and Function of Communication in Society. Schramm, W. L. Ed., Mass Communications. the University of Illinois Press, Illinois (=本間康平訳, 社会におけるコミュニケーションの構造と機能, W. シュラム編, 学習院大学社会学研究室訳, マス・コミュニケーション マス・メディアの総合的研究. 東京創元社, 東京 :102-115)
- Lewis, E. (2008) Teaching Television at GCSE (Teaching Media at GCSE). BFI Publishing, London
- MacQuail, D. (2005=2010) McQuail's Mass Communication Theory. Sage Publications, London, Thousand Oaks and NewDelhi (=大石裕 監訳, マス・コミュニケーション研究. 慶應義塾大学出版会, 東京)
- 間島貞幸 (2012) 授業研究 「映像制作実習」による社会人基礎力の開発. メディアと情報資源—駿河台大学メディア情報学部紀要, 19 (2) :23-33
- 間島貞幸 (2013) 映像制作で「社会人基礎力」を養う. 松野良一, 塚本美恵子, 間島貞幸,

- 五嶋正治, 村田雅之 (2013) 映像制作で人間力を育てる—メディアリテラシーをこえて.
田研出版, 東京 :69-92
- 丸山友美 (2013a) 『日本の素顔』における「よきジャーナリズム」—「客観的」ドキュメンタリーの模索. 社会志林, 60(3) :77-98
- 丸山友美 (2013b) ドキュメンタリーの〈偶然性〉—森達也『A』(1998)の映像分析による考察. マス・コミュニケーション研究, 83 :135-153
- 正木誠子 (2019) テレビ批判態度の規定因—テレビが他者に与える影響の見積りと第三者効果との関連を中心に. 社会情報学, 7 (3) :1-16
- 正木誠子 (2020a) テレビ視聴に関する諸要因がテレビ番組に対する批判的な態度に与える影響, マス・コミュニケーション研究, 96 (0) :83-100
- 正木誠子 (2020b) テレビ番組に対する批判的な行動意図の生起とその規定因に関する検討. マス・コミュニケーション研究, 97 (0) :143-161
- 正木誠子 (2020c) 第三者効果とメディア影響の推定がメディアに対する態度や行動に与える影響に関する考察—テレビ番組に対する批判に注目して. メディア・コミュニケーション 慶応義塾大学メディア・コミュニケーション研究所紀要, (70) :57-70
- 正木誠子 (2021) テレビ批判行動意図の規定因に関する検討—「メディア影響の推定効果」および「計画的行動理論」の観点から. メディア・コミュニケーション—慶応義塾大学メディア・コミュニケーション研究所紀要, (71) :131-146
- Masterman, L., (1985) Teaching the Media. (=宮崎寿子訳 (2010) メディアを教える—クリティカルなアプローチへ. 世界思想社, Comedia, London)
- Masterman, L., (1989) Media Awareness Education—Eighteen Basic Principles.
<https://www.medialit.org/reading-room/media-awareness-education-eighteen-basic-principles> (参照日 2022.1.2)
- Masterman, L. (1995=1997) Media education worldwide—Objectives, values and super highways. Media Development, 2 (=宮崎寿子, 猪股富美子訳, グローバルに展開するメディア・リテラシーの取り組み—目的, 価値観, そしてスーパーハイウェイ. 鈴木みどり編, メディア・リテラシーを学ぶ人のために, 世界思想社, 京都 :40-55)
- 松井英光 (2015) 〈送り手〉と〈作り手〉を分離した視座によるテレビ研究の再構築—〈編成主導体制〉可視化によるテレビ局の組織モデル再考. 文明科学研究, 10 :13-36
- 松村明, 三省堂編修所編 (2019) 大辞林 第四版. 三省堂, 東京

- 松野良一 (2012) 小学生による映像制作と能力開発の関係性—若狭高浜子ども放送局の事例を中心に. 総合政策研究, 20 :37-48
- 松野良一 (2013a) 映像制作プログラムの概要. 松野良一, 塚本美恵子, 間島貞幸, 五嶋正治, 村田雅之 (2013) 映像制作で人間力を育てる—メディアリテラシーをこえて. 田研出版, 東京 :11-18
- 松野良一 (2013b) ケーブルテレビ向け番組制作と能力開発. 松野良一, 塚本美恵子, 間島貞幸, 五嶋正治, 村田雅之 (2013) 映像制作で人間力を育てる—メディアリテラシーをこえて. 田研出版, 東京 :19-40
- 松澤真木 (2014) メディアリテラシー推進事業—大学生スタッフによるドラマ制作体験. 映像情報メディア学会誌 68 (4) :305-309
- McCombs, M.E., Shaw, D.L (1972) The Agenda-Setting Function of Massmedia. Public Opinion Quarterly, 36 (2) :176-187
- 緑川篤 (2008) 「やらせ」と「演出」の境界を考える授業. 藤川大祐, 塩田真吾編著, 楽しく学ぶメディアリテラシー授業—ネット, ケータイ, ゲーム, テレビとの正しいつきあい方. 学事出版, 東京 :81-85
- 南出和余 (2013) 実践的メディア研究の試み 映像を介した異文化理解教育の可能性: 映像人類学の見地から. 桃山学院大学総合研究所紀要, 38 (3) :75-93
- 美ノ谷和成 (1998) 放送メディアの送り手研究, 学文社, 東京
- 三宅正太郎, 小寺英雄, 佐藤正満 (1984) 映像視聴力の評価に関する実証的研究 (2). 視聴覚教育研究, 15 :55-70
- 宮脇健 (2015) マスメディアの権力監視機能を規定する要因に関する研究—日本のジャーナリスト調査の計量分析. 尚美学園大学総合政策論集, 21 :129-142
- 宮崎寿子 (1997) メディアは現実をどう構成するか—阪神大震災テレビ報道の〈今日一日のドキュメント〉分析 (FCT 報告から). 鈴木みどり編, メディア・リテラシーを学ぶ人のために, 京都 :58-80
- 水越敏行編著 (1981) 視聴能力の形成と評価, 日本放送教育協会, 東京
- 水越伸 (1999) デジタル・メディア社会, 岩波書店, 東京
- 水越伸 (2002) 新版 デジタル・メディア社会, 岩波書店, 東京
- 水越伸 (2006) 送り手研究のこと—その限界と可能性をめぐる覚書. 情報学研究, 71 :151-

- 水越敏行 (1987) 1 章メディアを読む力 2. ビジュアルリテラシー. 後藤和彦, 高桑康雄, 坂元昂, 平沢茂編, メディアを読むーメディア教育のすすめ 2. ぎょうせい, 東京 :8-16
- 水野博介 (1977) 子どもがテレビから得ている充足についてー『利用と満足』のアプローチを用いた調査の報告. 年報社会心理学, 18 :187-208
- 森本洋介 (2014) メディア・リテラシー教育における「批判的」な思考力の育成. 東信堂, 東京
- 森本洋介 (2015) 動画リテラシーの獲得をどのように評価するか. 教育目標・評価学会紀要, 25 :57-66
- 森阪康昌 (2006) メディアリテラシーを育む協働のプロジェクトー制作者の立場で映像を紐解いてみよう (1 学年). 福井大学教育実践研究, 32 :27-35
- 森田健宏 (2008) 幼児のテレビ視聴による手続き理解における再現順序の検討. 日本教育工学会論文誌, 31 (supple) :5-8
- 森達也 (2004) ドキュメンタリーは嘘をつく, 草思社, 東京
- Morley, D. (1980) The Nationwide Audience—Structure and Decoding. British Film Institute, London
- 村井明日香, 堀田龍也 (2016) テレビ番組の「やらせ」に関するリテラシーを養う討論型授業の実践. 日本教育メディア学会研究会論集, (40) :45-50
- 村井明日香 (2017) 初期ドキュメンタリー番組のリアリティの変容と〈やらせ〉の誕生. 桜美林論考 言語文化研究, 8 :67-86
- 村井明日香 (2018) リアリズムの語りに着目したドキュメンタリー番組の誕生に関する歴史的分析. 桜美林論考 言語文化研究, 9 :99-115
- 村井明日香, 堀田龍也 (2019) 大学生による映像制作の技法の活用に関する評価方法の検討, 情報コミュニケーション学会 第 16 回全国大会発表論文集 :34-37
- 村田歩 (2008) 総務省教材「映像ふしぎシミュレーター」で学ぶテレビの基本. 藤川大祐, 塩田真吾編著, 楽しく学ぶメディアリテラシー授業 ネット, ケータイ, ゲーム, テレビとの正しいつきあい方. 学事出版, 東京 :72-80
- 村田雅之 (2013) 映像制作を通して学ぶー新しい教育デザインの可能性. 松野良一, 塚本美恵子, 間島貞幸, 五嶋正治, 村田雅之 (2013) 映像制作で人間力を育てるーメディアリテラシーをこえて. 田研出版, 東京 :121-138
- 中川勇樹 (2009) テレビ局の裏側, 新潮社 (新潮新書), 東京

- 中橋雄, 水越敏行 (2003) メディア・リテラシーの構成要素と実践事例分析. 日本教育工学会論文誌, 27 (Supple) :41-44
- 中橋雄 (2005) メディア・リテラシー研究の動向と課題. 福山大学人間文化学部紀要, 5 :129-148
- 中橋雄 (2006) 日本におけるメディア・リテラシー研究の外観とこれからの研究課題. 教育メディア研究, 12 (1) :71-85
- 中橋雄 (2013) 第1章メディアプロデュースのためのメディアリテラシー. 中橋雄・松本恭之編, メディアプロデュースの世界. 北樹出版, 東京
- 中橋雄 (2014) メディア・リテラシー論—ソーシャルメディア時代のメディア教育. 北樹出版, 東京
- 中村純子 (2010) メディア・リテラシー基本概念の理解を深める国語科授業実践の開発. 全国大学国語教育学会国語科教育研究大会研究一発表要旨集, 119 (0) :126-129
- 中村純子 (2013) 国語科におけるメディア・リテラシー教育. メディア教育研究委員会報告メディアと学校 :144-159
- 中村ひとみ, 高橋伸明, 笠行和美, 文箭敏, 前田知之, 高田洋子 (発表年不詳) メディア・リテラシー教育の小学校高学年カリキュラム作成—総合的な学習の時間における実践をステップアップし教科等を関連付けたカリキュラムへ.
https://www.kozuki-foundation.or.jp/ronbun/itaward/itawa10_nakamura/contents.htm (参照日 2022.1.2)
- 中山市太郎 (2012) 桜美林発「学生ビデオジャーナリスト」育成の試み. Obirin today—教育の現場から, 12 :201-216
- Neumann, E. N. 著, 池田謙一, 安野智子訳 (2013) 沈黙の螺旋理論—世論形成過程の社会心理学 [改訂復刻版]. 北大路書房, 京都
- NHK 放送文化研究所 (2016) テレビ・ドキュメンタリーを創った人々, NHK 出版, 東京
- Nightingale, V. (2003) The cultural revolution in audience research, A. N. Valdivia (ed.) A Companion to Media studies, Oxford Blackwell :360-381
- 日本大学法学部新聞学研究所 (2008) 「日本のジャーナリスト 1000 人調査」報告書. ジャーナリズム&メディア 新聞学研究所紀要, 1 :83-122
- 日本民間放送連盟 (1995) 表現手法—いわゆる“やらせ”をめぐる. 放送倫理ブックレット No.2

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 参考文献 |

- 日本民間放送連盟 (1997) テレビ報道事例研究報告書 2—1996年・放送ジャーナリズムを考
える. 日本民間放送連盟研究所 :79-124
- 西貝雅人 (2010) イマジナリー・ラインに関する学習の実践と評価—高校生の映像制作ワー
クショップより, 教育メディア研究 17 (1) :49-56
- 丹羽美之 (2003) ポストドキュメンタリー文化とテレビリアリティ. 思想, 956 :84-97
- 丹羽美之 (2020) 日本のテレビ・ドキュメンタリー. 東京大学出版会, 東京
- 小川明子 (2005) 可能態としての CATV そして パブリック・アクセス—送り手調査をもと
に. 社会情報学研究 日本社会情報学会誌, 9 (1) :13-26
- 小川明子 (2011) あるケーブルテレビ局におけるフィールド調査の記録—送り手から見た
「地域密着」とは何か. 愛知淑徳大学論集 メディアプロデュース学部篇, 1 :33-52
- 大井眞二, 小川浩一, 小林義寛他 (2014) 2013 年版「日本のジャーナリスト調査」を読む—
日本のジャーナリズムの現在. ジャーナリズム&メディア—新聞学研究所紀要, (7)
:247-279
- 大石裕, 岩田温, 藤田真文 (2000) 地方紙のニュース制作過程—茨城新聞. メディア・コミ
ュニケーション 慶応大学メディア・コミュニケーション研究所紀要, 50 :65-86
- 大野弘義 (2002) テレビ 視聴者と制作者の意識調査—東海大学ゼミ卒業論文より. アウラ,
152 :32-38
- 岡田直之 (1992) マス・コミ研究の視座と課題. 東京大学出版会, 東京
- 岡本弘之 (2016) 高等学校実践事例②「映像制作から考えるメディア・リテラシー」. メデ
ィア・リテラシー教育の実践事例集の開発 :122-126
<http://www.jfecr.or.jp/cms/zaidan/publication/pub-data/chosa/chosa70.pdf> (参照日 20
22.1.2)
- 桶田敦 (2015) 被災県の放送局におけるニュース生産過程のエスノグラフィー. 社会情報学
3 (3) :15-38
- 奥泉香 (2005) 国語科で扱うべきビジュアルリテラシーの検討と課題—初等教育段階を中心
に. 学習院女子大学紀要, 7:83-94
- 奥村健太 (2013) それでもテレビは死なない—映像制作の現場で生きる!. 技術評論社, 東
京
- 音好弘 (1994) 事件に見る送り手と受け手の関係 (福岡美容師殺人事件と報道). 新聞研究,
520 :54-58

- 尾山達己 (2001) あゝ鶴よ一私のテレビドキュメンタリー. 海鳥社, 福岡
- Palmgreen, P (1984) Uses and Gratifications— A Theoretical Perspective. *Annals of the International Communication Association*, 8 :20-55
- 齋藤誠子 (2016) 日本のテレビ番組に対する批判の類型 BPO に寄せられた視聴者意見の分析. 慶應義塾大学大学院社会学研究科紀要 社会学・心理学・教育学 人間と社会の探究, 82 :75-92
- 齋藤誠子 (2017) Twitter にはどのような「テレビ批判」が投稿されるのか 媒体によって異なる規範意識. 慶應義塾大学大学院社会学研究科紀要 社会学・心理学・教育学 人間と社会の探究, 84 :35-51
- 齋藤誠子 (2018) テレビ批判に関する基礎研究 BPO やインターネット上に投稿された意見の内容分析. 慶應義塾大学大学院社会学研究科紀要 社会学・心理学・教育学 人間と社会の探究, 86 :96-98
- 斉藤孝信, 平田明裕, 内堀諒太 (2021) 多メディア時代における人々のメディア利用と意識—「全国メディア意識世論調査・2020」の結果から. *放送研究と調査* 71 (9) :2-41
- 坂元昂 (1986) メディアリテラシー, 後藤和彦, 高桑康雄, 坂元昂, 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*, 東京 :61-83
- 坂本旬 (2009) メディアリテラシーとドキュメンタリー制作. *法政大学キャリアデザイン学部紀要*, (6) :121-138
- 坂田 邦子, 小川 明子 (2002) ブロードバンドとメディア・リテラシー教育の可能性—「アジアの不思議」の事例から. *情報文化学会全国大会講演予稿集*, 10 :77-79
- 坂田邦子, 小川明子, 崔銀姫, 土屋祐子, 川上隆史 (2011) 地域イメージにおけるステレオタイプの考察—地域間交流学习「ローカルの不思議」の実践事例から. *社会情報学研究*, 15 (1) :51-64
- 佐々木輝美 (1989) テレビ暴力番組の類型化に関する研究—利用と満足研究の応用, *放送教育研究* 17 (0) :65-78
- 佐藤潤司 (2014) ネット空間におけるマスメディア批判言説の分析—アルジェリア人質事件の被害者実名報道を題材に. *マス・コミュニケーション研究*, 85 (0) :185-204
- 佐藤和紀, 中橋雄 (2014) 動画共有サイトへの作品公開に関する議論の学習効果. *教育メディア研究*, 21 (1) :1-10
- 佐藤和紀, 竹田康一郎, 中橋雄 (2015) 出来事を伝える写真の撮り方を学ぶデジタル教材の

- 開発と評価. 日本教育メディア学会第 22 回年次大会講演論文集 :114-115
- 佐藤正寿 (2000) ぼくら CM 探偵団. 藤川大祐編著, メディア・リテラシー教育の実践事例集—情報学習の新展開. 学事出版, 東京 :66-73
- 佐藤正寿 (2006) 「編集」って何?. 堀田龍也編著, メディアとのつきあい方学習 実践編. ジャストシステム, 徳島 :78-81
- 妹尾克利 (2013) 学校放送部によるメディア表現活動の教育効果に関する考察—高校放送部の映像制作活動を手がかりに. 現代社会学研究, 26 (0) :19-37
- 嶋本雅宏, 山本透, 大川敬洋, 簗島隆 (2007) 高等学校教科「情報」におけるマルチメディア教育の実践—静止画像の創作によるメディア・リテラシーの育成. コンピュータ&エデュケーション, 22 (0) :23-27
- 清水宣隆+春日丘高校, 啓明コース 9 回生清水ゼミ生 (2005) コラム 5 参加すること・見つけなおすこと. 東京大学情報学環メルプロジェクト・日本民間放送連盟編, メディアリテラシーの工具箱. 東京大学出版会, 東京 :106-107
- 下村健一 (2015) 10 代からの情報キャッチボール入門—使えるメディア・リテラシー. 岩波書店, 東京
- 白石信子 (1997) 「テレビ世代」の現在 I 人びとの情報行動—「テレビと情報行動」調査から. 放送研究と調査 47 (9) :2-19
- 白石信子, 井田美恵子 (2003) 浸透した「現代的なテレビの見方」. 放送研究と調査, 53 (5) :26-55
- 総務省 (2019) 放送法. https://www.tele.soumu.go.jp/horei/reiki_honbun/72490000001.html (参照日 2022.1.2)
- 総務省情報通信政策研究所 (2021) 令和 2 年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書. https://www.soumu.go.jp/main_content/000708016.pdf (参照日 2022.1.2)
- 菅勇希, 保崎則雄 (2009) 小学校 5 年生における映像メディア制作授業の実践と評価—児童, 担任, 授業補助者の省察. 教育メディア研究, 15 (2) :83-94
- 菅谷明子 (2000) メディア・リテラシー—世界の現場から, 岩波書店 (岩波新書), 東京
- 杉岡道夫 (2000) ドキュメンタリーを解読する, 藤川大祐編著, メディア・リテラシー教育の実践事例集—情報学習の新展開, 学事出版, 東京 :134-143
- 鈴木肇 (2000) TV ドキュメンタリスト. アートダイジェスト, 東京

- 鈴木みどり (1995) 映像をめぐるメディア・リテラシー. マス・コミュニケーション研究, 46:45-58
- 鈴木みどり (1997) メディア・リテラシーの基本的な枠組み. 鈴木みどり編, メディア・リテラシーを学ぶ人のために. 京都:23-39
- 鈴木みどり (2001) メディアリテラシーの現在と未来. 世界思想社, 京都
- 鈴木みどり編 (2004) 新版 Study Guide メディア・リテラシー入門編. リベルタ出版, 東京
- 鈴木みどり (2006) 記者あとがき. バッキンガム,D.著, 鈴木みどり監訳, メディア・リテラシー教育—学びと現代文化. 世界思想社, 京都:261-263
- 高木教典 (1973) マス・コミ組織集団の研究. 高木教典ほか編, 講座 現代日本のマスコミュニケーション 4. 青木書店, 東京:32-37
- 高橋利枝 (2003) 初期効果研究に対する批判と展開. 田崎篤郎・児島和人編著, マス・コミュニケーション効果研究の展開[改訂新版]. 北樹出版, 東京:48-65
- 武市久美 (2012) 「映像制作」の授業実践と課題—スタジオ番組制作を通じて. 東海学園大学研究紀要 人文科学研究編, 17:97-106
- 竹内郁郎ほか (1977) テレビ視聴者参加番組における「利用と満足」の実態. 東京大学新聞研究所紀要, (25):92-201
- 田村紀雄, 牛山佳菜代 (2003) 地域メディアにおける政治情報提供の可能性—長野県地域メディア送り手意識調査より. コミュニケーション科学, 19:73-93
- 田中皓介, 藤井聡 (2016) 報道制作過程に関する文献調査に基づく報道バイアス生成要因の考察—公共事業を巡る報道バイアスを実例として. 実践政策学, 2(2):187-194
- 田中皓介, 藤井聡 (2017) 記者へのインタビュー調査に基づく公共事業を巡る報道バイアス生成要因の分析. 実践政策学, 3(2):181-194
- 田崎篤郎 (2003a) マス・コミュニケーション効果研究小史. 田崎篤郎・児島和人編著, マス・コミュニケーション効果研究の展開[改訂新版]. 北樹出版, 東京:10-19
- 田崎篤郎 (2003b) 初期の代表的研究. 田崎篤郎・児島和人編著, マス・コミュニケーション効果研究の展開[改訂新版]. 北樹出版, 東京:20-47
- 富樫豊, 小俣一平 (2008a) 取材現場で何が起きているのか <上>—2007年 NHK 記者, カメラマンアンケート調査結果から. 放送研究と調査, 58(2):2-28
- 富樫豊, 小俣一平 (2008b) 取材現場で何が起きているのか <下>—2007年 NHK 記者, カ

- メラマンアンケート調査結果から. 放送研究と調査, 58 (3) :2-27
- 富沢満 (2011) 僕のNHK物語—あるTVドキュメンタリストの追想. バジリコ, 東京
- 土屋祐子 (2021) 大学を対象とした教育実践研究. 中橋雄編著, メディア・リテラシーの教育論, 知の継承と探求への誘い. 北大路書房, 京都 :96-110
- 辻和洋, 中原淳 (2018) 調査報道のニュース生産過程に関する事例研究—地方紙における「高知県庁闇融資問題報道」での編集権に関わる編集者と記者の組織行動に着目して. 社会情報学, 7 (1) :37-54
- 鶴木眞, 桜内篤子 (1991) 記者あとがき. 鶴木眞, 桜内篤子訳, ニュース社会学. 三嶺書房
- 對馬友美子 (2020) 「テレビを見る」って何を見る?—生活者と「映像コンテンツ」の“いま・これから” 第七回. ビデオリサーチダイジェストプラス
<https://www.videor.co.jp/digestplus/media/2020/01/35667.html> (参照日 2022.1.2)
- Tuchman, G. (1978=1991) Making News: A Study in the Construction of Reality. Free Press, New York. (=鶴木眞ほか訳, ニュース社会学. 三嶺書房)
- 上杉嘉見 (2008) カナダのメディア・リテラシー教育. 明石書店, 東京
- 宇治橋祐之 (2020) テレビの読み解きからネットでのコミュニケーションまで—放送局のメディア・リテラシーへの取り組みの変遷. 放送研究と調査, 70 (4) :50-73
- 確井広義 (2003) テレビの教科書—ビジネス構造から制作現場まで. PHP 研究所 (PHP 新書), 京都
- 和田正人 (2017) 若者のテレビ番組接触における接触行動の要因分析—1995年と2016年の比較. 東京学芸大学紀要 総合教育科学系Ⅱ, 68: 411-420
- 渡辺みどり (2000) テレビ・ドキュメンタリーの現場から. 講談社(講談社現代新書), 東京
- 山口仁 (2006) 地方紙のニュース生産過程—熊本日日新聞記者アンケートを中心に. メディア・コミュニケーション 慶応大学メディア・コミュニケーション研究所紀要, 56 :211-223
- 山口仁 (2017) ジャーナリズム論と「大衆(マス)」—インターネット社会で活性化する「マスコミ批判」をどうとらえるべきか. メディア・コミュニケーション 慶応義塾大学メディア・コミュニケーション研究所紀要, 67 :29-36
- 山口眞希 (2016) 映像教材活用とCM制作活動を通じたメディア・リテラシー学習プログラムの開発. 日本教育工学会論文誌, 40 (Suppl.) :17-20
- 山本明 (2017) 批判的思考の観点から見たメディア・リテラシー. 心理学評論, 69 (2) :163

-180

- 山登義明 (2000) テレビ制作入門—企画・取材・編集. 平凡社 (平凡社新書), 東京
- 山登義明 (2006) ドキュメンタリーを作る—テレビ番組制作・授業と実践. 京都大学学術出版会, 京都
- 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, 東京
- 安間総介 (2007) デジタル時代におけるテレビドキュメンタリーに関する国際調査. 東京工科大学研究報告, 2 :51-62
- 横田安正 (2004) ドキュメンタリー作家の仕事—リアリティを探せ!. フィルムアート社, 東京
- 吉田貞助, 岡部昌樹 (1983) 映像教育カリキュラムに関する実証研究 (1). 放送教育研究, 12 :31-52
- 吉見俊哉 (2001a) メディア論の系譜 I. 吉見俊哉, 水越伸, 改訂版メディア論. 放送大学教育振興会, 東京 :84-92
- 吉見俊哉 (2001b) メディア論の系譜 II. 吉見俊哉, 水越伸, 改訂版メディア論. 放送大学教育振興会, 東京 :93-104
- 吉見俊哉 (2002a) カルチュラル・スタディーズ. 西垣通, 北川高嗣, 須藤修, 浜田純一, 吉見俊哉編, 米本昌平編, 情報学辞典. 弘文堂, 東京 :184-185
- 吉見俊哉 (2002b) メディア, 西垣通, 北川高嗣, 須藤修, 浜田純一, 吉見俊哉編, 米本昌平編, 情報学辞典, 弘文堂, 東京 :919-920
- 吉見俊哉 (2004) メディア文化論—メディアを学ぶ人のための 15 話. 有斐閣アルマ, 東京
- 郵政省 (2000) 放送分野における青少年とメディア・リテラシーに関する調査研究会報告書.
https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/top/hoso/pdf/houkokusyo.pdf
(参照日 2022.1.2)

【第 3 章】

- Buckingham, D. (2002=2006) Media Education—Literacy, Learning and Contemporary Culture. Polity, Cambridge. (=鈴木みどり監訳, メディア・リテラシー教育—学びと現代文化. 世界思想社, 京都)
- Fiske, J. (1987=1996) Television Culture. Routledge, London. (伊藤守, 常木瑛生, 小林

- 直毅, 藤田真文, 吉岡至, 高橋徹訳, テレビジョンカルチャー—ポピュラー文化の政治学. 梓出版社, 千葉)
- 河村雅隆 (2009) ドキュメンタリーとは何か—テレビ・ディレクターの仕事 改訂版. ブロ
ンズ新社, 東京
- Masterman, L., (1985) *Teaching the Media*. (=宮崎寿子訳 (2010) *メディアを教える—クリ
ティカルなアプローチへ*. 世界思想社, Comedia, London)
- 森達也 (2004) *ドキュメンタリーは嘘をつく*. 草思社, 東京
- 村井明日香 (2017) 初期ドキュメンタリー番組のリアリティの変容と〈やらせ〉の誕生. 桜
美林論考 言語文化研究, (8) :67-86
- 奥村健太 (2013) *それでもテレビは死なない—映像制作の現場で生きる!*. 技術評論社, 東
京
- 大庭絵里 (1990) 記者は, いかにか記者になるか—記者の社会化過程に関する一考察. 法学セ
ミナー増刊 総合特集シリーズ, (45) :195-203
- 大脇三千代 (2012) *社会の今を見つめて—TV ドキュメンタリーをつくる*. 岩波書店, 東京
- 齋藤誠子 (2017) *Twitter* にはどのような「テレビ批判」が投稿されるのか—媒体によって
異なる規範意識. 慶應義塾大学大学院社会学研究科紀要 社会学・心理学・教育学
人間と社会の探究, 84 :35-51
- 青少年と放送に関する調査研究会 (1998) 「青少年と放送に関する調査研究会」報告 報告
書. [https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h11/press/japanese/hou
sou/1207j11.htm](https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h11/press/japanese/hou
sou/1207j11.htm) (参照日 2022.1.2)
- 鈴木みどり (2006) 訳註, バッキンガム,D.著, 鈴木みどり監訳, *メディア・リテラシー教
育—学びと現代文化*, 世界思想社, 京都 :261-263
- 高橋弘樹 (2013) *テレビディレクターの演出術—物事の魅力を引き出す方法*, 筑摩書房 (ち
くま新書), 東京
- 山登義明 (2006) *ドキュメンタリーを作る—テレビ番組制作・授業と実践*. 京都大学学術出
版会, 京都
- 郵政省 (2000) *放送分野における青少年とメディア・リテラシーに関する調査研究会報告書*.
https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/top/hoso/pdf/houkokusyo.pdf (参
照日 2022.1.2)

【第4章】

- Buckingham, D. (2002=2006) *Media Education—Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Polity, Cambridge. (=鈴木みどり監訳, *メディア・リテラシー教育—学びと現代文化*. 世界思想社, 京都)
- Fuller, J. (1966) *News Values—Ideas for an information age*. University of Chicago Press, Chicago & London
- 原寿雄 (1997) *ジャーナリズムの思想*. 岩波書店 (岩波新書), 東京
- 川喜田二郎 (1986) *KJ 法—混沌をして語らしめる*. 中央公論社, 東京
- Masterman, L., (1989) *Media Awareness Education—Eighteen Basic Principles*.
<https://www.medialit.org/reading-room/media-awareness-education-eighteen-basic-principles> (参照日 2022.1.2)
- NHK (2020) *NHK 放送ガイドライン 2020 インターネットガイドライン統合版*.
<https://www.NHK.or.jp/pr/keiei/bc-guideline/pdf/guideline2020.pdf> (参照日 2022.1.2)
- 大脇三千代 (2012) *社会の今を見つめて—TV ドキュメンタリーをつくる*. 岩波書店 (岩波ジュニア新書), 東京
- 総務省 (2019) *放送法*. https://www.tele.soumu.go.jp/horei/reiki_honbun/72490000001.html (参照日 2022.1.2)
- 高橋弘樹 (2013) *テレビディレクターの演出術—物事の魅力を引き出す方法*. 筑摩書房 (ちくま新書), 東京
- 山登義明 (2000) *テレビ制作入門—企画・取材・編集*. 平凡社 (平凡社新書), 東京

【第5章】

- 朝日新聞社 (1994) *テレビドキュメンタリーを考える 4 演出の範囲 制作者はどう考える*.
朝日新聞 1994年9月14日朝刊 P33
- Benyahia, S. C. (2008) *Teaching Film and TV Documentary*. British Film Institute, London
- Branston, G., Stafford, R. (2010) *The Media Student's Book 5th edition*. Routledge, London
- Buckingham, D. (2002=2006) *Media Education—Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Polity, Cambridge. (=鈴木みどり監訳, *メディア・リテラシー教育—学び*

- と現代文化. 世界思想社, 京都)
- Fuller, J. (1966) News Values—Ideas for an information age. University of Chicago Press, Chicago & London
- 原寿雄 (1997) ジャーナリズムの思想. 岩波書店 (岩波新書), 東京
- 長谷川豊 (2014) テレビの裏側がとにかく分かる「メディアリテラシー」の教科書. サイゾー, 東京
- Huang, E. (1999) Readers' perception of digital alteration and truth-value in documentary photographs. Doctoral thesis, School of Journalism, Indiana University, Indiana
- IBM (2017) IBM SPSS Statistics for Windows (Version 25). IBM Corp, New York
- 貝谷雅治 (2005) ドキュメンタリー, 小野善邦編, 放送を学ぶ人のために. 世界思想社, 京都
- 北俊夫ほか著 (2019) 新しい社会 5 下 (文部科学省検定済教科書 小学校社会科用). 東京書籍, 東京
- Lewis, E. (2008) Teaching Television at GCSE. British Film Institute, London
- Martin, R. (2000) TV For A Level Media Studies. Hodder Education, London
- Masterman, L., (1989) Media Awareness Education—Eighteen Basic Principles.
<https://www.medialit.org/reading-room/media-awareness-education-eighteen-basic-principles> (参照日 2022.1.2)
- 文部科学省 (2017a) 小学校学習指導要領 (平成 29 年告示).
https://www.mext.go.jp/content/1413522_001.pdf (参照日 2022.1.2)
- 文部科学省 (2017b) 中学校学習指導要領 (平成 29 年告示).
https://www.mext.go.jp/content/1413522_002.pdf (参照日 2022.1.2)
- NHK (2020) NHK 放送ガイドライン 2020 インターネットガイドライン統合版.
<https://www.NHK.or.jp/pr/keiei/bc-guideline/pdf/guideline2020.pdf> (参照日 2022.1.2)
- 日本民間放送連盟 (1995) 表現手法—いわゆる“やらせ”をめぐる. 放送倫理ブックレット No.2
- 岡村民夫 (2003) ダイレクト・シネマ/シネマ・ヴェリテ. 村山匡一郎編, 映画史を学ぶクリティカル・ワーズ. フィルムアート社, 東京:193-194
- 音好弘 (2002) やらせ. 北川高嗣, 須藤修, 西垣通, 浜田純一, 吉見俊哉, 米本昌平編, 情

報学辞典. 弘文堂, 東京

佐藤孝之 (1994) 作る側と視聴者とのズレ 佐藤孝之 (コラム・私の見方). 朝日新聞 1994 年
9 月 28 日朝刊 4 面

総務省 (2019) 放送法. https://www.tele.soumu.go.jp/horei/reiki_honbun/72490000001.html (参照日 2022.1.2)

鈴木淳子 (2016) 質問紙デザインの技法第 2 版. ナカニシヤ出版, 京都

山登義明 (2000) テレビ制作入門—企画・取材・編集. 平凡社 (平凡社新書), 東京

【第 6 章】

Cochran, W. G. (1954) Some methods for strengthening the common χ^2 tests. *Biometrics*, 10 :417-451

法政大学大学院メディア環境設計研究所 編 (2020) アフターソーシャルメディア—多すぎる情報といかに付き合うか. 日経 BP, 東京

稲増一憲 (2016) メディア・世論調査への不信の多面性—社会調査データの分析から. 放送
メディア研究 13 :177-193

駒谷眞美 (2008) 「民放連メディアリテラシー実践プロジェクト」における効果研究—プロ
ジェクトに参加した中高生の意識変化を中心に. 学苑, 816 :83-109

小城英子 (2014) テレビに対する態度—尺度の作成とオーディエンスの類型化. 聖心女子大
学論叢, 123 :129-156

南出和余 (2013) 実践的メディア研究の試み 映像を介した異文化理解教育の可能性—映像
人類学の見地から. 桃山学院大学総合研究所紀要 38 (3) :75-93

水島宏明 (2014) 内側から見たテレビ. 朝日新聞出版 (朝日新書), 東京

奥村健太 (2013) それでもテレビは死なない—映像制作の現場で生きる!. 技術評論社, 東
京

佐藤和紀, 中橋雄 (2014) 動画共有サイトへの作品公開に関する議論の学習効果. 教育メデ
ィア研究, 21 (1) :1-10

【第 7 章】

Cochran, W. G. (1954) Some methods for strengthening the common χ^2 tests, *Biometri*
cs10 :417-451

林香里 (2017) メディア不信—何が問われているのか. 岩波書店 (岩波新書), 東京
堀田龍也 (2004) メディアとのつきあい方学習. ジャストシステム, 徳島
稲増一憲 (2016) メディア・世論調査への不信の多面性—社会調査データの分析から. 放送
メディア研究, 13 :177-193

Masterman, L., (1989) Media Awareness Education—Eighteen Basic Principles.

<https://www.medialit.org/reading-room/media-awareness-education-eighteen-basic-principles> (参照日 2022.1.2)

水越伸 (1999) デジタル・メディア社会. 岩波書店, 東京

水越伸 (2002) 新版 デジタル・メディア社会. 岩波書店, 東京

音好弘 (2002) やらせ. 北川高嗣, 須藤修, 西垣通, 浜田純一, 吉見俊哉, 米本昌平編, 情報学辞典. 弘文堂, 東京

【第8章】

Buckingham, D. (2002=2006) Media Education—Literacy, Learning and Contemporary Culture. Polity, Cambridge. (=鈴木みどり監訳, メディア・リテラシー教育—学びと現代文化. 世界思想社, 京都)

林香里 (2017) メディア不信—何が問われているのか. 岩波書店 (岩波新書), 東京

堀田龍也 (2004) メディアとのつきあい方学習. ジャストシステム, 徳島

稲増一憲 (2016) メディア・世論調査への不信の多面性—社会調査データの分析から. 放送
メディア研究, 13 :177-193

Masterman, L., (1989) Media Awareness Education—Eighteen Basic Principles.

<https://www.medialit.org/reading-room/media-awareness-education-eighteen-basic-principles> (参照日 2022.1.2)

水越伸 (1999) デジタル・メディア社会. 岩波書店, 東京

水越伸 (2002) 新版 デジタル・メディア社会. 岩波書店, 東京

森本洋介 (2015) 動画リテラシーの獲得をどのように評価するか. 教育目標・評価学会紀要
25 :57-66

村井明日香, 堀田龍也 (2016) メディア・リテラシー研究における「やらせ」に対するリテラシーの位置づけに関する研究. 日本教育メディア学会 第23回年次大会発表集録 :
76-77

- 村井明日香 (2019) フェイクニュースに対する建設的な議論のために. メディア情報リテラシー研究 1 (1) :84-89
- 中橋雄 (2013) 第 1 章 メディアプロデュースのためのメディアリテラシー. 中橋雄・松本恭之編, メディアプロデュースの世界. 北樹出版, 東京
- 中橋雄 (2014) メディア・リテラシー論—ソーシャルメディア時代のメディア教育. 北樹出版, 東京
- 中村純子 (2013) 国語科におけるメディア・リテラシー教育. メディア教育研究委員会報告
メディアと学校 :144-159
- NHK (2020) NHK 放送ガイドライン 2020 インターネットガイドライン統合版.
<https://www.nhk.or.jp/pr/keiei/bc-guideline/pdf/guideline2020.pdf> (参照日 2022.1.2)
- 日本民間放送連盟 (1995) 表現手法—いわゆる “やらせ” をめぐって. 放送倫理ブックレット No.2
- 西端律子, 林英夫, 山上通恵 (2004) メディアリテラシー—情報を読み解き, 発信する. 実教出版, 東京
- 奥泉香 (2005) 国語科で扱うべきビジュアルリテラシーの検討と課題—初等教育段階を中心に. 学習院女子大学紀要, 7 83-94
- 小柳和喜雄 (2003) 批判的思考と批判的教育学の「批判」概念の検討. 教育実践総合センター研究紀要, 12 :11-20
- 境真理子, 送り手と受け手, 東京大学情報学環メルプロジェクト・日本民間放送連盟編,
メディアリテラシーの工具箱. 東京大学出版会, 東京 :110-129
- 佐藤和紀 (2018) 小学校教師によるメディア・リテラシーの授業実践の支援に関する研究.
東北大学 大学院情報科学研究科博士学位論文
- 鎮目博道 (2021) アクセス, 登録が劇的に増える! 「動画制作」プロの仕掛け 52. 日本実業出版社
- 碓井広義 (2003) テレビの教科書—ビジネス構造から制作現場まで. PHP 研究所 (PHP 新書), 京都
- 郵政省 (2000) 放送分野における青少年とメディア・リテラシーに関する調査研究会報告書.
https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/top/hoso/pdf/houkokusyo.pdf (参照日 2022.1.2)

本論文に関わる研究発表

A. ジャーナル論文(査読あり)

- A-1 村井明日香, 堀田龍也 (2017) 伝達経路を基に情報の信頼性を判断する思考を育成する学習プログラムの開発と評価, 教育メディア研究 24 (1) :24-41 【第1章】
- A-2 村井明日香, 堀田龍也 (2021) 番組制作者の書籍の内容分析によるテレビ・ドキュメンタリーのリテラシーの構成要素の抽出, 教育メディア研究 27 (2) :81-99 【第3章】
- A-3 村井明日香, 宇治橋祐之, 浅井亜紀子, 斎藤玲, 堀田龍也 (2021) テレビ・ドキュメンタリーに対する大学生と番組制作者の意識・態度の違いに関する調査研究, 教育メディア研究 28 (1) :13-31 【第5章】

B. 国際学会発表(査読あり)

- B-1 Asuka MURAI, Tatsuya HORITA (2020) Investigation of Structures of Television Documentary Representation Based on Qualitative Analysis of Descriptions by Program Directors , International Conference for Media in Education ICoME2020 :332-339 【第4章】

C. 紀要論文(査読あり)

- C-1 村井明日香 (2017) 初期ドキュメンタリー番組のリアリティの変容と〈やらせ〉の誕生, 桜美林論考 言語文化研究 8 :67-86 【第2章】
- C-2 村井明日香 (2018) リアリズムの語りに着目したドキュメンタリー番組の誕生に関する歴史的分析, 桜美林論考 言語文化研究 9 :99-115 【第2章】
- C-3 村井明日香, 浅井亜紀子, 宇治橋祐之, 斎藤玲, 堀田龍也 (2021) 大学生のテレビ番組への信頼度および懐疑的な態度とメディア・リテラシーの関係—ドキュメンタリー番組を中心に—, 桜美林大学紀要 社会科学 1 :176-191 【第7章】

D. 著書(翻訳)

- D-1 アンドリュー・バーン著, 村井明日香訳 (2017) バイリンガルな生徒たちの動画を使った自己表現, 奥泉香編訳, 石田喜美・田島知之・松田結貴・水澤祐美子・村井明日香・森本洋介・和田正人訳 (2017) 参加型文化の時代におけるメディア・リテラシー—言葉・映像・文化の学習, くろしお出版 :117-135 【第1章】

E. 紀要論文(査読なし)

- E-1 村井明日香 (2019) フェイクニュースに対する建設的な議論のために, メディア情報リテラシー研究 1 (1) :84-89 【第1章, 第8章】 ※招待あり

F. 研究会報告 (査読なし)

- F-1 村井明日香, 堀田龍也 (2016) テレビ番組の「やらせ」に関するリテラシーを養う討論型授業の実践, 日本教育メディア学会研究会論集 40 :45-50 【第 8 章】
- F-2 村井明日香, 堀田龍也 (2017) マス・コミュニケーション論をもとにしたテレビのリテラシーの構成要素の検討, 情報コミュニケーション学会研究報告 14 (1) :11-12 【第 2 章】
- F-3 村井明日香, 宇治橋祐之, 浅井亜紀子, 齋藤玲, 堀田龍也 (2020) テレビドキュメンタリーに対する番組制作者の意識・態度の調査結果, 日本教育メディア学会研究会論集 49 :72-81 【第 5 章】

G. 学会発表 (査読なし)

- G-1 村井明日香 (2015) ソーシャル・メディア時代における「メディアを主体的に読み解く能力」育成のための授業デザイン—「タイムスリップ情報収集シミュレーション」の検証から, 日本教育メディア学会 第 22 回年次大会年次大会発表集録 :86-87 【第 1 章】
- G-2 村井明日香, 堀田龍也 (2016) メディア・リテラシー研究における「やらせ」に対するリテラシーの位置づけに関する研究, 日本教育メディア学会 第 23 回年次大会発表集録 :76-77 【第 2 章】
- G-3 村井明日香, 堀田龍也 (2017) 番組制作者による記述の分析に基づいたテレビ・ドキュメンタリーのリテラシーの構成要素の検討, 日本教育メディア学会 第 24 回年次大会年次大会発表集録 :42-43 【第 3 章】
- G-4 村井明日香, アンドリュー・バーン, 堀田龍也 (2018) イギリスのメディア教育の変容に関する調査—ロンドンでの専門家インタビューをもとに, 日本教育工学会 第 34 回全国大会講演論文集 :655-656 【第 2 章】
- G-5 村井明日香, 堀田龍也 (2019) 大学生による映像制作の技法の活用に関する評価方法の検討, 情報コミュニケーション学会 第 16 回全国大会発表論文集 :34-37 【第 2 章】 ※情報コミュニケーション学会第 16 回全国大会 優秀研究賞受賞
- G-6 村井明日香・宇治橋祐之・浅井亜紀子・齋藤玲・堀田龍也 (2020) テレビドキュメンタリーに対する番組制作者と大学生の意識・態度に関する調査結果の比較, 日本教育メディア学会 第 27 回年次大会年次大会発表集録 :105-108 【第 5 章】
- G-7 村井明日香・浅井亜紀子・宇治橋祐之・齋藤玲・堀田龍也 (2021) 大学生のテレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度とインターネット情報に関する調査結果, 情報コミュニケーション学会 第 18 回全国大会発表論文集 :50-53 【第 6 章】
※情報コミュニケーション学会第 18 回全国大会 優秀発表賞受賞

付録1 調査票

番組制作者用調査依頼書

2020年4月

テレビのドキュメンタリー番組の制作者の皆様

「テレビドキュメンタリーに関する調査」ご協力のお願い
(調査依頼書)

【研究代表】堀田 龍也 (東北大学大学院情報科学研究科教授)
【調査担当】村井明日香 (テレビディレクター, 桜美林大学非常勤講師,
東北大学情報科学研究科博士後期課程)
浅井亜紀子 (桜美林大学リベラルアーツ学群教授)

時下、ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

このたびは、テレビのドキュメンタリー番組の制作者の皆様へ、テレビドキュメンタリーに関するご経験やお考えをたずねる調査にご協力をお願いできればと思っております。所属されている組織の考えではなく、個人的にお考えをお聞かせいただければ結構です。

ご回答は無記名です。質問は、ご回答者についてお尋ねする質問が10問、テレビドキュメンタリーに関する質問が7問(31項目)です。回答にかかる時間はおよそ15分です。

ご多忙の折誠に恐縮ですが、研究の意義をご理解いただきご協力いただきますようよろしくお願い致します。

記

【1. 調査の目的・意義】

本調査は、テレビの制作者が考えているドキュメンタリー観と、視聴者(大学生)が考えているドキュメンタリー観の両方を調査することで、制作者と視聴者の関係をよりよくしていくことを目的とするものです。

ドキュメンタリー番組で用いられる制作手法は、人によって考え方が異なることから、制作者が、認められていると思って使った制作手法が批判されることもあります。本調査を企画したのは、テレビドキュメンタリーのディレクターでもある調査担当者が、現在の制作者と視聴者の関係に不安を感じたためです。本調査は制作者の手法を批判することを目的とするものではありません。制作者と視聴者が互いの考えを知り、今後の制作のあり方や、メディア・リテラシー教育のあり方を議論する材料とするものです。

【2. テレビドキュメンタリーの定義】

本調査では、事実・現実を素材とするテレビ番組のうち、「ニュース」「情報伝達を目的とする番組(情報番組)」以外の番組を「テレビドキュメンタリー」と呼びます。テレビドキュメンタリーには「ニュースドキュメンタリー」「その他のドキュメンタリー」の両方を含みます。各ジャンルの番組例は以下の通りです。

本調査はこのうち「テレビドキュメンタリー」についてうかがう調査です。ただし、近接ジャンルとの違いも明らかにしたいことから、「ニュース」「情報番組」と比較しながらご回答いただきます。

番組ジャンル	番組例
比較対象	ニュース 「NHKニュース7」(NHK総合, 毎日) 「報道ステーション」のストリートニュース部分(テレビ朝日, 月-金曜)
	情報伝達を目的とする番組 (以下, 「情報番組」と表記) 「ガッテン!」(NHK総合, 水曜) 「出役! アド街ツク天国」(テレビ東京, 土曜)
調査対象	ニュースドキュメンタリー 「報道ステーション」の特集VR部分(テレビ朝日, 月-金) 「報道特集」の特集VR部分(TBSテレビ, 土曜) 「NNドキュメント」(日本テレビ, 日曜深夜)
	その他のドキュメンタリー 「プロフェッショナル 仕事の流儀」(NHK総合, 火曜) 「ザ・ノンフィクション」(フジテレビ, 日曜) 「情熱大陸」(TBSテレビ, 日曜)

| テレビドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 付録1 調査票 |

【3. 調査対象者】

(1) テレビドキュメンタリー制作者 100名程度

本調査では、**関東エリア**で放送されるテレビドキュメンタリーを**ディレクター**の立場で現在制作している方、および、制作した経験のある方に、知り合いを通じて依頼をさせていただいています。（普段は記者として仕事をしていて、テレビドキュメンタリーをディレクターの立場で制作したことがある方も含みます）

(2) 都内の大学の教養系学部の1年生 100名程度

大学教育におけるメディア・リテラシー教育の内容の提案をすることを目的とするため、入学後間もない1年生を対象としました。幅広い専攻に関心のある学生がいる教養系学部の学生に依頼をさせていただいています。

【4. 調査への参加の自由について】

・調査への協力は任意です。調査への協力に同意しないことにより不利益な対応を受けることはありません。

【5. 倫理的配慮事項】

・回答は無記名でお願いし、統計的に処理します。研究成果公表の際にも、ご記入いただくご経歴や回答内容から回答者の特定ができないよう、細心の注意を払います。ご回答者が不利益を被ることはありません。
・ご回答者が所属する組織に何か連絡が行くことはありません。
・各組織のご回答者は、統計的手法によって抽出されたサンプルでないことから、組織ごとの回答傾向に関しては可能性の示唆にとどめ、組織の不利益につながらないよう細心の注意を払います。

【6. 個人情報保護、データの保管・管理に関する事項】

・調査によって得られたデータは、ファイルにパスワードをかけて保存し、外部への漏えいのないように調査担当者が厳重に管理します。
・調査によって得られたデータは本研究の目的以外には使用いたしません。

【7. 研究成果の公表】

・研究成果は、(1) 学会での口頭発表 (2) 学会誌への投稿 (3) 博士論文 により発表する予定です。
・希望者には、調査結果をまとめた論文をメールで送付します。調査票の最後にご希望の確認欄があります。

【8. 謝礼について】

・恐れ入りますが、調査への協力に対する謝礼はありません。

【9. ご回答方法】

以上の事項をご理解いただけましたら、以下のどちらかの方法でご回答ください。

(1) 以下のリンク（または右のQRコード）からインターネット上で質問にご回答いただき、最後に「送信」をクリックしてください。

ご回答フォーム <https://questant.jp/q/WJ4Z1QGS>



回答フォーム

(2) 上記のリンク（またはQRコード）から回答することが難しい場合は、本メールに別に添付している調査票でご回答ください。回答欄は、チェックボックスまたは、記入方式になっています。チェックボックスは、クリックすると、チェックがつきます。こちらをご記入いただき、メールに添付して以下までお送りください。

【メールでの送付先】xxxxx@xxxxxxx.ac.jp 村井明日香

【メールの件名】テレビドキュメンタリーに関する調査の回答

【10. ご回答期限】

本依頼書がお手元に届いてから1週間以内程度でご回答ください。

【お問い合わせ】

東北大学情報科学研究科 堀田龍也研究室
仙台市青葉区 XXXXXXXX TEL XXX-XXX-XXXX
村井明日香 E-mail xxxxx@xxxxxxx.ac.jp

番組制作者用同意書

【制作者の皆様】テレビドキュメンタリーに関する調査

ご協力いただきありがとうございます。恐れ入りますが、まず「同意書」をご入力ください。
「ご協力のお願い(調査依頼書)」の記載内容をご確認いただき、以下の項目について十分理解したら、「本調査への参加に同意する」にチェックをし、「回答する」ボタンから調査票の回答にお進みください。

同意書

東北大学情報科学研究科教授
堀田龍也様

私は、「テレビドキュメンタリーに関する調査」の実施について、
「ご協力のお願い(調査依頼書)」の説明を読み、下記の事項を十分理解しましたので、本調査への参加に同意いたします。

1. 調査目的・意義
2. テレビドキュメンタリーの定義
3. 調査対象者
4. 調査への参加の自由
5. 倫理的配慮事項
6. 個人情報保護、データの保管・管理に関する事項
7. 研究成果の公表
8. 謝礼について
9. ご回答方法
10. ご回答期限
11. 問い合わせ先

本調査への参加に同意する

回答をやめる

回答する

番組制作者用フェイスシート

フェイスシート

まずは、ご回答者様のことを教えてください。

F1. あなたの性別を選んでください。]

1. 男

2. 女

3. その他

F2. あなたの年齢を選んでください。

1. 29歳以下

2. 30-39歳

3. 40-49歳

4. 50-59歳

5. 60-69歳

6. 70歳以上

F3. 現在、あなたが所属されている組織を選んでください。

1. NHK、またはNHKの関連会社

2. 民放、または民放の関連会社

3. 独立系番組制作会社、またはフリーランス

4. 退職後(元NHK、またはNHKの関連会社)

5. 退職後(元民放、または民放の関連会社)

6. 退職後(元独立系番組制作会社、またはフリーランス)

その他(具体的にご記入ください)

| テレビドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 付録1 調査票 |

F4. あなたは、ディレクター（または記者）の仕事始めてから何年目ですか。現在、別の職位の方、退職している方、途中で別の職位を経験された方は、ディレクター（または記者）の仕事合計で何年間行っていたかを数字で記入してください。

年目

(半角数字)

F5. あなたがこれまでに**取材、撮影**に関わった番組を、**関わった期間が長い順番**に3つまで選び、順位をつけてください。関わった番組が1つまたは2つの場合は、回答数が3つにならなくてかまいません。

<input type="text"/>	▼
<input type="text"/>	▼
<input type="text"/>	▼
<input type="text"/>	▼
<input type="text"/>	▼

1. ニュース（例：「NHKニュース7」、「報道ステーション」のストレートニュース部分など）

2. ニュースドキュメンタリー（例：「報道ステーション」の**特集VTR**部分、「報道特集」の**特集VTR**部分、「NNNDキュメント」など）

3. その他のドキュメンタリー（例：「プロフェッショナル 仕事の流儀」「ザ・ノンフィクション」「情熱大陸」など）

4. 情報伝達が目的の番組（情報番組）（例：「ガッテン!」「出没! アド街ック天国」など）

その他(番組ジャンルをご記入ください)

F6. あなたがテレビドキュメンタリーの制作手法を確立するうえで、最も影響を受けた「組織」を1つ選んでください。独立系番組制作会社所属やフリーランスの方も、放送局の影響を受けた場合は、局の組織を選んでください。

1. NHK、またはNHKの関連会社（**報道**部門）
2. NHK、またはNHKの関連会社（**制作**部門）
3. NHK、またはNHKの関連会社（**その他**の部門）
4. 民放、または民放の関連会社（**報道**部門）
5. 民放、または民放の関連会社（**制作**部門）
6. 民放、または民放の関連会社（**その他**の部門）
7. 独立系番組制作会社（主に**報道**部門の番組を制作）
8. 独立系番組制作会社（主に**制作**部門の番組を制作）
9. 独立系番組制作会社（主に**その他**の部門の番組を制作）
- その他(具体的にご記入ください)

| テレビドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 付録1 調査票 |

F7. あなたがテレビドキュメンタリーの制作手法を確立するうえで、最も影響を受けた「時期」(集中して指導を受けたり、自分で勉強した時期など)を1つ選んでください。

1. 1960年代以前

2. 1970年代

3. 1980年代

4. 1990年代

5. 2000年代

6. 2010年代

F8. あなたがテレビドキュメンタリーの制作手法を確立する時期に、あなたが制作する番組で使用していた「撮影機材」をすべて選んでください。

(複数選択)

1. フィルム式のカメラ

2. ベータカム式のカメラ

3. デジタルビデオカメラ

F9. 現在、あなたがテレビドキュメンタリーを制作する際、デジタルビデオカメラを使って自分で撮影する頻度を選んでください。カメラマンと同時に自分でもカメラを回す場合も含まれます。現在、退職後の方、別の職位の方は、最後にテレビドキュメンタリーを制作した時期の頻度を選んでください。

1 自分では撮影しない、または、ほとんど撮影しない

2 全撮影日数の半数には満たないが、自分で(自分でも)撮影することはある

3 全撮影日数の半数以上、自分で(自分でも)撮影する

｜ テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 ｜
｜ 付録 1 調査票 ｜

F10. あなたがテレビドキュメンタリーの制作手法を確立するうえで、組織の上司の指導以外に影響を受けたものがあれば以下からすべて選んでください。影響を受けたものがなければ、「X」を選んでください。

(複数選択)

- 1. 身近な先輩や同僚の手法を見聞きして知ったこと
- 2. 自分の番組の制作スタッフ(カメラマン・編集マンなど)から言われたこと
- 3. 自分の番組の取材対象者や取材を見ていた人などから言われたこと
- 4. 放送局、制作会社、業界団体等による研修
- 5. 有名なドキュメンタリー番組やドキュメンタリストの書籍などから自ら学んだ内容
- 6. 映画や映画監督の書籍などから自ら学んだ内容
- 7. 大学(または大学院)の授業や勉強
- 8. 具体的な制作手法が、BPOの勧告を受けたのを知ったこと
- 9. 具体的な制作手法が、新聞・雑誌等のメディアで批判されているのを見たこと
- 10. 具体的な制作手法が、インターネット上(SNSも含む)で批判されているのを見たこと
- その他(具体的にご記入ください)
- X組織の上司の指導以外に影響を受けたものはない

大学生を対象とする調査の依頼書

受講生の皆様

**テレビドキュメンタリーに関する調査
ご協力をお願い**

【研究代表】
堀田 龍也 (東北大学大学院)
【調査担当】
村井明日香 (桜美林大学)
浅井亜紀子 (桜美林大学)

1


受講生の皆様へお願い

- インターネット上で回答する調査にぜひご協力ください。
- テレビドキュメンタリーについて皆さんが知っていることや考えていることを教えていただくものです。
- 名前を書く必要はありません。
- およそ15分で回答できます。
- ご協力どうかよろしくお願ひします。

2

調査の目的、意義

- テレビ番組の制作者はどんなことを考えて作っているのか？
- 大学生はどんなことを考えて見ているのか？
- 両方を調査して、お互い考えていることを知るのが目的です。




パソコンやスマホで見られるものもテレビ番組が作っているものはテレビ番組です。

3

調査の目的、意義

皆さんが回答してくれた内容を、制作者が参考にしたり、大学の授業内容の参考にすることを目的としています。



パソコンやスマホで見られるものもテレビ番組が作っているものはテレビ番組です。

4

ドキュメンタリー番組とは？

番組ジャンル	番組例
ニュース	「NHKニュース7」(NHK総合) 「報道ステーション」の特集以外(テレビ朝日)
情報番組	「ガッテン!」(NHK総合) 「出没!アド街ック天国」(テレビ東京)
ニュースドキュメンタリー	「報道ステーション」の特集部分(テレビ朝日) 「報道特集」の特集部分(TBSテレビ) 「NNNドキュメント」(日本テレビ)
その他のドキュメンタリー	「プロフェッショナル 仕事の流儀」(NHK) 「ザ・ノンフィクション」(フジテレビ) 「情熱大陸」(TBSテレビ)

5

調査対象者

(1) の1,2年の日本人学生 100名程度

(2) テレビドキュメンタリー制作者 100名程度

6

- 調査への参加は自由です。
- 回答した内容が、誰の回答かわかることはありません。(倫理的配慮)
- 回答内容は外部にもれないように管理します。本研究の目的以外には使いません。
- 結果は、学会や論文などで発表します。
- 謝礼はありません。

7

【お問い合わせ】

東北大学情報科学研究科
堀田龍也研究室
仙台市青葉区荒巻字青葉6-3-9
TEL
村井明日香
E-mail

8

ご回答方法

QRコードから 

または

E-learning(Moodle)に貼ってあるURLから
<https://questant.jp/q/818J43KF>

できるだけ今日中にご回答ください

9

大学生者用同意書

【大学生の皆様】 テレビドキュメンタリーに関する調査

ご協力いただきありがとうございます。恐れ入りますが、まず「同意書」をご入力ください。
調査担当者から説明を聞き、以下の項目について十分理解したら、「本調査への参加に同意する」にチェックをし、「回答する」
ボタンから調査票の回答にお進みください。

同意書

東北大学情報科学研究科教授
堀田龍也様

私は、「テレビドキュメンタリーに関する調査」の実施について、調査担当者から説明を聞き、下記の事項を十分理解しましたので、本調査への参加に同意いたします。

1. 調査目的・意義
2. テレビドキュメンタリーの定義
3. 調査対象者
4. 調査への参加の自由
5. 倫理的配慮事項
6. 個人情報保護、データの保管・管理に関する事項
7. 研究成果の公表
8. 謝礼について
9. ご回答方法
10. ご回答期限
11. 問い合わせ先

本調査への参加に同意する

回答をやめる

回答する

大学生用フェイスシート

フェイスシート

本調査では、テレビ局が放送(または配信)する番組を「テレビ番組」と呼びます。インターネット経由で視聴するものも含まれます。

まずは、ご回答者様のことを教えてください。

F1. あなたの性別を選んでください。

1. 男

2. 女

3. その他

F2. あなたの学年を教えてください。

1. 1年

2. 2年

F3. あなたの年齢を教えてください(数字を記入してください)。

歳

(半角数字)

F4. あなたは1日に平均してテレビ番組を何時間くらい見ていますか。テレビ番組とは、テレビ局が放送(または配信)している番組すべてを指します。インターネット経由での視聴も含まれます。次の中から1つを選んでください。

1. 見ない(または、ほとんど見ない)

2. 30分以下

3. 1時間以下

4. 2時間以下

5. 3時間以上

テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 付録1 調査票 |

F5. あなたは次に挙げる映像コンテンツを1日に平均して何時間くらい見えていますか。各コンテンツにつき1つずつ選んでください。

1. 見ない(または、ほとんど見ない) 2. 30分以下 3. 1時間以下 4. 2時間以下 5. 3時間以上

	1. 見ない(または、ほとんど見ない)	2. 30分以下	3. 1時間以下	4. 2時間以下	5. 3時間以上
1. インターネット上のテレビ番組以外の無料の動画 (ニコ生, Youtube, その他SNS上の動画等)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. インターネット上のテレビ番組以外の有料の動画	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. DVDやブルーレイ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

F6. 次のメディアから得られる情報はあなたにとってどの程度重要ですか。それぞれのメディアにつき1つずつ選んでください。

4. とても必要である 3. やや必要である 2. あまり必要でない 1. 必要でない

	4. とても必要である	3. やや必要である	2. あまり必要でない	1. 必要でない
A. テレビ番組 (インターネット経由の視聴も含む)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
B. インターネットから得られる情報 (SNSも含む, インターネット上のテレビ番組は除く)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

F7. テレビ番組について、あなたはどの程度信頼していますか。次の中から1つ選んでください。

<input type="radio"/> 4. 信頼している
<input type="radio"/> 3. どちらかといえば信頼している
<input type="radio"/> 2. どちらかといえば信頼していない
<input type="radio"/> 1. 信頼していない

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
 大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
 | 付録1 調査票 |

F8. 事実・現実を素材とするテレビ番組(ニュース、ドキュメンタリー、情報番組等)を見ると、A～Eそれぞれについて、あなたの考えや態度に近いものを1つずつ選んでください。

	4. そう思う	3. ややそう思う	2. あまりそう思わない	1. そう思わない
A. 情報操作されているのではないかと疑っている。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
B. 中立でないのではないかと疑っている。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C. 伝えていないことがたくさんあるのではないかと疑っている。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
D. 「本当のことでないこと」も含まれているのではないかと疑っている	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E. やらせが多いのではないかと疑っている	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

【ドキュメンタリーに関する質問の後】

F9. あなたがこの調査の回答を考えると、参考にした情報源を以下からすべて選んでください。

(複数選択)

- 1. 普段テレビ番組を見ているときの印象
- 2. テレビのニュース等で放送される、放送倫理違反事例についての説明
- 3. インターネット上(SNSも含む)のメディアや書き込み(テレビ局やテレビ番組制作者以外のもの)
- 4. 新聞や雑誌の記事
- 5. テレビ番組制作者の話を開いたり、制作者の本を読んで知ったこと
- 6. 高校までの学校の授業
- 7. 自分の動画撮影・編集経験
- その他

番組制作者・大学生共通

ドキュメンタリーに関する調査項目

ここからは、テレビドキュメンタリーについてのお考えを伺います。近接ジャンルである「ニュース」「情報番組」についても併せてお答えいただければと思います。NHK、民放を含めた番組についてのお考えをお答えください。

Q1. 制作者が取材する題材を選ぶときに、A～Gの項目が考慮されていると思う番組をすべて選んでください。

(複数選択)

	1ニュース	2ニュースドキュメンタリー	3.その他のドキュメンタリー	4情報番組
A.世間に対する影響力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B.多くの人の関心	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C.視聴者が見て面白い	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D.視聴者にとって新しい	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E.映像で表現しやすい	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F.物語性や人間ドラマ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G.制作費に見合う	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

| テレビドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 付録1 調査票 |

Q2. 番組が何かの題材を放送しない理由に、A~Gの項目が影響していると思う番組をすべて選んでください。
(複数選択)

	1ニュース	2ニュースドキュメンタリー	3.その他のドキュメンタリー	4情報番組
A視聴率がとれない	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B世間の空気と逆行したメッセージ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C取材対象者の取材・撮影拒否	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D取材対象者への影響に対する配慮	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E視聴者から抗議が来る可能性	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fスポンサーに対する配慮	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G制作者が取材したいと思わない	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q3. A, Bは、番組が伝えるものに対する考え方の例です。当てはまると思う番組をすべて選んでください。この中に当てはまる番組がないと思う場合は、「X」を選んでください。同じジャンルの番組で、AとB両方を選んでもかまいません。
(複数選択)

	1ニュース	2ニュースドキュメンタリー	3.その他のドキュメンタリー	4情報番組	X当てはまる番組がない
Aありのままの現実を伝えるものだ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B制作者が感じた世界を再構成したものだ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 付録1 調査票 |

Q4. A, Bは、**制作者の存在の見せ方**に対する考え方の例です。当てはまると思う番組を**すべて**選んでください。この中に当てはまる番組がないと思う場合は、「X」を選んでください。同じジャンルの番組で、AとB両方を選んでもかまいません。
(複数選択)

	1ニュース	2ニュースドキュメンタリー	3.その他のドキュメンタリー	4情報番組	X当てはまる番組がない
A制作者の存在を視聴者に わかる ようにするべきだ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B制作者の存在を視聴者に わからない ように工夫するべきだ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q5. A, Bは、**撮られる側に対する制作者のあり方**についての考え方の例です。当てはまると思う番組を**すべて**選んでください。この中に当てはまる番組がないと思う場合は、「X」を選んでください。同じジャンルの番組で、AとB両方を選んでもかまいません。
(複数選択)

	1ニュース	2ニュースドキュメンタリー	3.その他のドキュメンタリー	4情報番組	X当てはまる番組がない
A撮られる側がカメラを意識しない表情をできるだけ撮影するべきだ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B撮られる側に撮影のために何かをしてもらうことで現実や真実が伝えられることがある	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q6. A~Cは、様々な意見や立場、利害に対する**公平中立**についての考え方の例です。当てはまると思う番組を**すべて**選んでください。この中に当てはまる番組がないと思う場合は、「X」を選んでください。同じジャンルの番組で、A~Cを同時に複数選んでもかまいません。
(複数選択)

	1ニュース	2ニュースドキュメンタリー	3.その他のドキュメンタリー	4情報番組	X当てはまる番組がない
A 1つの番組内 で公平中立に伝えることを目指すべきだ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B 局全体 で公平中立に伝えることを目指すべきだ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C公平中立に伝えることは 難しい	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 付録1 調査票 |

Q7. A~Hの撮影手法が認められるべきケースがあると思う番組をすべて選んでください。この中に認められるべき番組がないと思う場合は、「X」を選んでください。

(複数選択)

	1ニュース	2ニュースドキュメンタリー	3.その他のドキュメンタリー	4情報番組	X認められるべき番組がない
A. 別の角度からも撮影するために、同じことをもう一度やってもらう	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. 撮影スケジュールの都合で、撮影日時に合わせていつも通りのことをやってもらう	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. 作業が早すぎて、見ていてわからないので、少しゆっくりやってもらう	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. テーマを伝えるのに必要なシーンだが、うまく映像が撮れなかったため、もう一度やってもらう	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E. 取材対象者の都合で、いつもとは別の場所でいつも通りのことをやってもらう	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F. いつもとは違うが、その人を表現するのにふさわしい場所で、いつも通りのことをやってもらう	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G. 普段起こりうるが、撮影の時には起こらなかった自然現象を人工的に再現する(例えば、桜が散るのを撮りたいが風が吹かなかったので木を揺する)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H. 取材対象者の隠れた思いを引き出すために状況の設定をする(例えば、手紙を書いたり、誰かに会いに行くことを提案する)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

質問は以上です。お忙しいなかご回答いただき、どうもありがとうございました。

▼調査の結果をまとめた論文の送付を希望される方は、以下にメールアドレスをご記入ください。完成し次第、メールで送付いたします。

メールアドレス(論文送付を希望される方のみ)

(E-mail)

付録2 調査結果

テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究

付録2 調査結果

【1】 テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違い：番組制作者 vs 大学生（第5章と対応）

Q1. 番組制作者が題材選択で考慮していると思う項目（番組制作者 vs 大学生）

項目	番組ジャンル	制作者	大学生	χ^2 p
		$n=101$	$n=91$	
A. 世間に対する影響力	ニュース	85 (84.2%)	74 (81.3%)	0.27 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	77 (76.2%)	39 (42.9%)	22.30 ***
	その他のドキュメンタリー	66 (65.3%)	14 (15.4%)	49.16 ***
	情報番組	71 (70.3%)	42 (46.2%)	11.52 **
B. 多くの人の関心	ニュース	86 85.1%	59 64.8%	10.69 **
	ニュース・ドキュメンタリー	71 70.3%	36 39.6%	18.33 ***
	その他のドキュメンタリー	55 54.5%	29 31.9%	9.92 **
	情報番組	85 84.2%	40 44.0%	34.06 ***
C. 視聴者が見て面白い	ニュース	29 28.7%	11 12.1%	8.02 **
	ニュース・ドキュメンタリー	46 45.5%	31 34.1%	2.63 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	78 77.2%	59 64.8%	3.60 <i>ns</i>
	情報番組	87 (86.1%)	36 (39.6%)	45.11 ***
D. 視聴者にとって新しい	ニュース	75 (74.3%)	36 (39.6%)	23.63 ***
	ニュース・ドキュメンタリー	66 (65.3%)	32 (35.2%)	17.45 ***
	その他のドキュメンタリー	53 (52.5%)	22 (24.2%)	16.11 ***
	情報番組	75 (74.3%)	43 (47.3%)	14.74 ***
E. 映像で表現しやすい	ニュース	25 (24.8%)	29 (31.9%)	1.20 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	52 (51.5%)	52 (57.1%)	0.62 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	66 (65.3%)	46 (50.5%)	4.31 *
	情報番組	59 (58.4%)	31 (34.1%)	11.40 **
F. 物語性や人間ドラマ	ニュース	13 (12.9%)	3 (3.3%)	5.75 *
	ニュース・ドキュメンタリー	64 (63.4%)	42 (46.2%)	5.74 *
	その他のドキュメンタリー	95 (94.1%)	71 (78.0%)	10.52 **
	情報番組	34 (33.7%)	10 (11.0%)	13.93 ***
G. 制作費に見合う	ニュース	41 (40.6%)	44 (48.4%)	1.17 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	38 (37.6%)	28 (30.8%)	1.00 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	38 (37.6%)	32 (35.2%)	0.13 <i>ns</i>
	情報番組	65 (64.4%)	37 (40.7%)	10.80 **

Q2. 番組が何かの題材を放送しない理由に影響していると思う項目（番組制作者 vs 大学生）

項目	番組ジャンル	制作者	大学生	χ^2 p
		$n=101$	$n=91$	
A. 視聴率がとれない	ニュース	23 (22.8%)	38 (41.8%)	7.96 **
	ニュース・ドキュメンタリー	41 (40.6%)	46 (50.5%)	1.92 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	56 (55.4%)	47 (51.6%)	0.28 <i>ns</i>
	情報番組	66 (65.3%)	30 (33.0%)	20.08 ***
B. 世間の空気と逆行したメッセージ	ニュース	30 (29.7%)	33 (36.3%)	0.94 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	36 (35.6%)	35 (38.5%)	0.16 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	37 (36.6%)	40 (44.0%)	1.07 <i>ns</i>
	情報番組	49 (48.5%)	26 (28.6%)	8.00 **
C. 取材対象者の取材・撮影拒否	ニュース	50 (49.5%)	52 (57.1%)	1.12 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	67 (66.3%)	46 (50.5%)	4.93 *
	その他のドキュメンタリー	75 (74.3%)	44 (48.4%)	13.63 ***
	情報番組	57 (56.4%)	37 (40.7%)	4.77 *
D. 取材対象者への影響に対する配慮	ニュース	46 (45.5%)	47 (51.6%)	0.71 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	70 (69.3%)	43 (47.3%)	9.62 **
	その他のドキュメンタリー	75 (74.3%)	33 (36.3%)	28.08 ***
	情報番組	64 (63.4%)	31 (34.1%)	16.44 ***
E. 視聴者から抗議が来る可能性	ニュース	33 (32.7%)	52 (57.1%)	11.62 **
	ニュース・ドキュメンタリー	51 (50.5%)	48 (52.7%)	0.10 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	49 (48.5%)	40 (44.0%)	0.40 <i>ns</i>
	情報番組	58 (57.4%)	57 (62.6%)	0.54 <i>ns</i>
F. スポンサーに対する配慮	ニュース	31 (30.7%)	38 (41.8%)	2.55 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	32 (31.7%)	39 (42.9%)	2.57 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	40 (39.6%)	45 (49.5%)	1.88 <i>ns</i>
	情報番組	67 (66.3%)	44 (48.4%)	6.35 *
G. 制作者が取材したいと思わない	ニュース	35 (34.7%)	30 (33.0%)	0.06 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	49 (48.5%)	36 (39.6%)	1.56 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	60 (59.4%)	32 (35.2%)	11.27 **
	情報番組	53 (52.5%)	30 (33.0%)	7.42 **

上は度数、下の括弧内は各群における回答者の割合(%)、太線で囲ったのは、回答の偏りが有意な項目および番組ジャンル
*は、Fisher's exact test の値 * $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$ (以下の表も同様)

テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
 大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
 | 付録2 調査結果 |

Q3. 番組が伝える現実
 (番組制作者 vs 大学生)

項目	番組ジャンル	制作者	大学生	χ^2 <i>p</i>
		<i>n</i> =100	<i>n</i> =90	
A ありのまま の現実	ニュース	62 (62.0%)	64 (71.1%)	1.76 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	46 (46.0%)	49 (54.4%)	1.35 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	37 (37.0%)	32 (35.6%)	0.04 <i>ns</i>
	情報番組	27 (27.0%)	45 (50.0%)	10.65 **
	該当なし	30 (30.0%)	6 (6.7%)	16.79 ***
B 再構成した もの	ニュース	14 (14.4%)	17 (19.1%)	0.73 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	56 (57.7%)	38 (42.7%)	4.20 *
	その他の ドキュメンタリー	80 (82.5%)	43 (48.3%)	24.18 ***
	情報番組	53 (54.6%)	34 (38.2%)	5.04 *
	該当なし	12 (12.4%)	17 (19.1%)	1.60 <i>ns</i>

Q4. 制作者の存在の見せ方
 (番組制作者 vs 大学生)

項目	番組ジャンル	制作者	大学生	χ^2 <i>p</i>
		<i>n</i> =97	<i>n</i> =91	
A わかるよう にするべき	ニュース	23 (23.7%)	46 (50.5%)	14.56 ***
	ニュース・ ドキュメンタリー	47 (48.5%)	46 (50.5%)	0.08 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	53 (54.6%)	33 (36.3%)	6.39 *
	情報番組	29 (29.9%)	30 (33.0%)	0.21 <i>ns</i>
	該当なし	37 (38.1%)	20 (22.0%)	5.81 *
B わからない ように工夫 するべき	ニュース	38 (40.4%)	18 (20.7%)	8.24 **
	ニュース・ ドキュメンタリー	17 (18.1%)	19 (21.8%)	0.40 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	18 (19.1%)	27 (31.0%)	3.42 <i>ns</i>
	情報番組	17 (18.1%)	16 (18.4%)	0.00 <i>ns</i>
	該当なし	45 (47.9%)	38 (43.7%)	0.32 <i>ns</i>

Q5. 取材対象者に対する制作者のあり方
 (番組制作者 vs 大学生)

項目	番組ジャンル	制作者	大学生	χ^2 <i>p</i>
		<i>n</i> =100	<i>n</i> =90	
A カメラを 意識しない 表情を ねらうべき	ニュース	33 (33.0%)	24 (26.7%)	0.91 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	67 (67.0%)	53 (58.9%)	1.34 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	71 (71.0%)	68 (75.6%)	0.50 <i>ns</i>
	情報番組	24 (24.0%)	20 (22.2%)	0.08 <i>ns</i>
	該当なし	20 (20.0%)	6 (6.7%)	7.13 **
B 取材対象者 への はたらきか けで 現実や真実 が 伝えられる	ニュース	40 (40.8%)	39 (43.3%)	0.12 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	62 (63.3%)	38 (42.2%)	8.34 **
	その他の ドキュメンタリー	76 (77.6%)	34 (37.8%)	30.57 ***
	情報番組	77 (78.6%)	35 (38.9%)	30.68 ***
	該当なし	7 (7.1%)	20 (22.2%)	8.67 **

Q6. 公平・中立に対する考え方
 (番組制作者 vs 大学生)

項目	番組ジャンル	制作者	大学生	χ^2 <i>p</i>
		<i>n</i> =95	<i>n</i> =87	
A 1つの番組 内で公平・ 中立を目指 すべき	ニュース	73 (76.8%)	60 (69.0%)	1.43 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	45 (47.4%)	31 (35.6%)	2.57 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	27 (28.4%)	16 (18.4%)	2.53 <i>ns</i>
	情報番組	39 (41.1%)	33 (37.9%)	0.19 <i>ns</i>
	該当なし	17 (17.9%)	10 (11.5%)	1.47 <i>ns</i>
B 局全体で公 平・中立を 目指すべき	ニュース	65 (68.4%)	53 (60.2%)	1.34 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	44 (46.3%)	30 (34.1%)	2.84 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	39 (41.1%)	24 (27.3%)	3.84 <i>ns</i>
	情報番組	41 (43.2%)	33 (37.5%)	0.61 <i>ns</i>
	該当なし	22 (23.2%)	15 (17.0%)	1.06 <i>ns</i>
C 公平・中立 は難しい	ニュース	43 (45.7%)	23 (26.1%)	7.56 **
	ニュース・ ドキュメンタリー	55 (58.5%)	34 (38.6%)	7.18 **
	その他の ドキュメンタリー	65 (69.1%)	42 (47.7%)	8.61 **
	情報番組	50 (53.2%)	24 (27.3%)	12.66 ***
	該当なし	24 (25.5%)	20 (22.7%)	0.20 <i>ns</i>

テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシー育成に関する研究

付録2 調査結果

Q7. 取材対象者へのはたらきかけを行う撮影手法の容認度 (番組制作者 vs 大学生)

項目	番組ジャンル	制作者	大学生	χ^2 <i>p</i>	項目	番組ジャンル	制作者	大学生	χ^2 <i>p</i>
		<i>n</i> =100	<i>n</i> =89				<i>n</i> =95	<i>n</i> =90	
A. 別の角度	ニュース	34 (34.0%)	26 (29.2%)	0.50 <i>ns</i>	E. 別の場所	ニュース	26 (27.4%)	29 (32.2%)	0.52 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	48 (48.0%)	31 (34.8%)	3.36 <i>ns</i>		ニュース・ドキュメンタリー	26 (27.4%)	31 (34.4%)	1.09 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	58 (58.0%)	34 (38.2%)	7.39 **		その他のドキュメンタリー	29 (30.5%)	32 (35.6%)	0.53 <i>ns</i>
	情報番組	81 (81.0%)	25 (28.1%)	53.52 ***		情報番組	54 (56.8%)	31 (34.4%)	9.34 **
	該当なし	12 (12.0%)	24 (27.0%)	6.84 **		該当なし	39 (41.1%)	30 (33.3%)	1.18 <i>ns</i>
B. 撮影日時	ニュース	36 (37.5%)	32 (35.6%)	0.08 <i>ns</i>	F. ふさわしい場所	ニュース	25 (26.0%)	23 (25.6%)	0.01 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	58 (60.4%)	37 (41.1%)	6.93 **		ニュース・ドキュメンタリー	28 (29.2%)	30 (33.3%)	0.38 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	64 (66.7%)	43 (47.8%)	6.78 **		その他のドキュメンタリー	37 (38.5%)	30 (33.3%)	0.55 <i>ns</i>
	情報番組	77 (80.2%)	29 (32.2%)	43.64 ***		情報番組	53 (55.2%)	28 (31.1%)	10.97 **
	該当なし	10 (10.4%)	17 (18.9%)	2.69 <i>ns</i>		該当なし	38 (39.6%)	35 (38.9%)	0.01 <i>ns</i>
C. ゆっくり	ニュース	47 (48.0%)	32 (36.0%)	2.76 <i>ns</i>	G. 自然現象	ニュース	12 (12.4%)	10 (11.1%)	0.07 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	56 (57.1%)	34 (38.2%)	6.70 *		ニュース・ドキュメンタリー	16 (16.5%)	23 (25.6%)	2.32 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	63 (64.3%)	29 (32.6%)	18.75 ***		その他のドキュメンタリー	23 (23.7%)	31 (34.4%)	2.62 <i>ns</i>
	情報番組	82 (83.7%)	29 (32.6%)	50.46 ***		情報番組	28 (28.9%)	12 (13.3%)	6.70 *
	該当なし	11 (11.2%)	24 (27.0%)	7.60 **		該当なし	64 (66.0%)	39 (43.3%)	9.68 **
D. もう一度	ニュース	29 (29.3%)	23 (26.1%)	0.23 <i>ns</i>	H. 状況設定	ニュース	25 (25.3%)	17 (18.9%)	1.11 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	42 (42.4%)	33 (37.5%)	0.47 <i>ns</i>		ニュース・ドキュメンタリー	59 (59.6%)	34 (37.8%)	8.98 **
	その他のドキュメンタリー	53 (53.5%)	35 (39.8%)	3.54 <i>ns</i>		その他のドキュメンタリー	83 (83.8%)	52 (57.8%)	15.69 ***
	情報番組	72 (72.7%)	30 (34.1%)	28.05 ***		情報番組	67 (67.7%)	20 (22.2%)	39.21 ***
	該当なし	22 (22.2%)	27 (30.7%)	1.72 <i>ns</i>		該当なし	11 (11.1%)	25 (27.8%)	8.49 **

**【2】 テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違い：ネット情報 参考群 vs 非参考群
(第7章と対応)**

Q1. 番組制作者が題材選択で考慮していると思う
項目 (ネット情報 参考群 vs 非参考群)

項目	番組ジャンル	参考群	非参考群	χ^2 <i>p</i>
		n=44	n=45	
A 世間に対する 影響力	ニュース	39 (88.6%)	35 (77.8%)	1.87 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	20 (45.5%)	19 (42.2%)	0.09 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	9 (20.5%)	4 (8.9%)	2.39 <i>ns</i>
	情報番組	25 (56.8%)	16 (35.6%)	4.05 *
	ニュース	32 (72.7%)	27 (60.0%)	1.61 <i>ns</i>
B 多くの人の 関心	ニュース	32 (72.7%)	27 (60.0%)	1.61 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	17 (38.6%)	19 (42.2%)	0.12 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	17 (38.6%)	11 (24.4%)	2.08 <i>ns</i>
	情報番組	23 (52.3%)	16 (35.6%)	2.53 <i>ns</i>
	ニュース	7 (15.9%)	4 (8.9%)	1.01 <i>ns</i>
C 視聴者が 見て 面白い	ニュース	7 (15.9%)	4 (8.9%)	1.01 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	14 (31.8%)	16 (35.6%)	0.14 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	30 (68.2%)	29 (64.4%)	0.14 <i>ns</i>
	情報番組	22 (50.0%)	13 (28.9%)	4.16 *
	ニュース	21 (47.7%)	15 (33.3%)	1.91 <i>ns</i>
D 視聴者にと って 新しい	ニュース	21 (47.7%)	15 (33.3%)	1.91 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	15 (34.1%)	17 (37.8%)	0.13 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	12 (27.3%)	9 (20.0%)	0.65 <i>ns</i>
	情報番組	22 (50.0%)	20 (44.4%)	0.28 <i>ns</i>
	ニュース	15 (34.1%)	14 (31.1%)	0.09 <i>ns</i>
E 映像で 表現 しやすい	ニュース	15 (34.1%)	14 (31.1%)	0.09 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	26 (59.1%)	26 (57.8%)	0.02 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	27 (61.4%)	18 (40.0%)	4.06 *
	情報番組	19 (43.2%)	12 (26.7%)	2.67 <i>ns</i>
	ニュース	2 (4.5%)	1 (2.2%)	0.37 ^a <i>ns</i>
F 物語性や 人間ドラマ	ニュース	2 (4.5%)	1 (2.2%)	0.37 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	24 (54.5%)	18 (40.0%)	1.89 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	37 (84.1%)	33 (73.3%)	1.53 <i>ns</i>
	情報番組	5 (11.4%)	5 (11.1%)	0.00 ^a <i>ns</i>
	ニュース	25 (56.8%)	19 (42.2%)	1.90 <i>ns</i>
G 制作費に 見合う	ニュース	25 (56.8%)	19 (42.2%)	1.90 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	13 (29.5%)	15 (33.3%)	0.15 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	15 (34.1%)	17 (37.8%)	0.13 <i>ns</i>
	情報番組	20 (45.5%)	16 (35.6%)	0.91 <i>ns</i>

Q2. 番組が何かの題材を放送しない理由に影響している
と思う項目 (ネット情報 参考群 vs 非参考群)

項目	番組ジャンル	参考群	非参考群	χ^2 <i>p</i>
		n=44	n=45	
A 視聴率が とれない	ニュース	18 (40.9%)	18 (40.0%)	0.01 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	19 (43.2%)	26 (57.8%)	1.90 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	24 (54.5%)	22 (48.9%)	0.29 <i>ns</i>
	情報番組	16 (36.4%)	13 (28.9%)	0.57 <i>ns</i>
	ニュース	18 (40.9%)	14 (31.1%)	0.93 <i>ns</i>
B 世間の空気 と逆行した メッセージ	ニュース	18 (40.9%)	14 (31.1%)	0.93 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	17 (38.6%)	18 (40.0%)	0.02 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	19 (43.2%)	21 (46.7%)	0.11 <i>ns</i>
	情報番組	16 (36.4%)	10 (22.2%)	2.15 <i>ns</i>
	ニュース	29 (65.9%)	22 (48.9%)	2.63 <i>ns</i>
C 取材対象者 の取材・ 撮影拒否	ニュース	29 (65.9%)	22 (48.9%)	2.63 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	24 (54.5%)	22 (48.9%)	0.29 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	29 (65.9%)	15 (33.3%)	9.45 **
	情報番組	19 (43.2%)	18 (40.0%)	0.09 <i>ns</i>
	ニュース	25 (56.8%)	21 (46.7%)	0.92 <i>ns</i>
D 取材対象者 への影響に 対する配慮	ニュース	25 (56.8%)	21 (46.7%)	0.92 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	23 (52.3%)	20 (44.4%)	0.55 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	21 (47.7%)	12 (26.7%)	4.23 *
	情報番組	17 (38.6%)	14 (31.1%)	0.56 <i>ns</i>
	ニュース	26 (59.1%)	26 (57.8%)	0.02 <i>ns</i>
E 視聴者から 抗議が来る 可能性	ニュース	26 (59.1%)	26 (57.8%)	0.02 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	22 (50.0%)	26 (57.8%)	0.54 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	24 (54.5%)	16 (35.6%)	3.24 <i>ns</i>
	情報番組	32 (72.7%)	25 (55.6%)	2.85 <i>ns</i>
	ニュース	22 (50.0%)	16 (35.6%)	1.90 <i>ns</i>
F スポンサー に対する 配慮	ニュース	22 (50.0%)	16 (35.6%)	1.90 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	15 (34.1%)	24 (53.3%)	3.35 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	25 (56.8%)	20 (44.4%)	1.36 <i>ns</i>
	情報番組	22 (50.0%)	22 (48.9%)	0.01 <i>ns</i>
	ニュース	11 (25.0%)	18 (40.0%)	2.28 <i>ns</i>
G 制作者が 取材したい と思わない	ニュース	11 (25.0%)	18 (40.0%)	2.28 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	15 (34.1%)	20 (44.4%)	1.00 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	16 (36.4%)	15 (33.3%)	0.09 <i>ns</i>
	情報番組	15 (34.1%)	14 (31.1%)	0.09 <i>ns</i>

上は度数、下の括弧内は各群における回答者の割合(%)、太線で囲ったのは、回答の偏りが有意な項目および番組ジャンル
^aは、Fisher's exact test の値 **p*<.05, ***p*<.01, ****p*<.001 (以下の表も同様)

テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究

付録2 調査結果

Q3. 番組が伝える現実
(ネット情報 参考群 vs 非参考群)

項目	番組ジャンル	参考群		χ^2 <i>p</i>
		<i>n</i> (%)	<i>n</i> (%)	
A ありのまま の現実	ニュース	32 (72.7%)	32 (69.6%)	0.11 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	23 (52.3%)	26 (56.5%)	0.16 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	14 (31.8%)	18 (39.1%)	0.53 <i>ns</i>
	情報番組	23 (52.3%)	22 (47.8%)	0.18 <i>ns</i>
	該当なし	5 (11.4%)	1 (2.2%)	3.05 ^a <i>ns</i>
	B 再構成した もの	ニュース	7 (16.3%)	9 (20.0%)
ニュース・ ドキュメンタリー		21 (48.8%)	16 (35.6%)	1.59 <i>ns</i>
その他の ドキュメンタリー		24 (55.8%)	18 (40.0%)	2.20 <i>ns</i>
情報番組		15 (34.9%)	18 (40.0%)	0.25 <i>ns</i>
該当なし		8 (18.6%)	9 (20.0%)	0.03 <i>ns</i>

Q4. 制作者の存在の見せ方
(ネット情報 参考群 vs 非参考群)

項目	番組ジャンル	参考群		χ^2 <i>p</i>
		<i>n</i> (%)	<i>n</i> (%)	
A わかるよう にするべき	ニュース	20 (45.5%)	25 (54.3%)	0.71 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	21 (47.7%)	24 (52.2%)	0.18 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	18 (40.9%)	14 (30.4%)	1.08 <i>ns</i>
	情報番組	13 (29.5%)	16 (34.8%)	0.28 <i>ns</i>
	該当なし	11 (25.0%)	9 (19.6%)	0.38 <i>ns</i>
	B わからない ように工夫 するべき	ニュース	12 (27.9%)	6 (13.6%)
ニュース・ ドキュメンタリー		11 (25.6%)	8 (18.2%)	0.70 <i>ns</i>
その他の ドキュメンタリー		16 (37.2%)	11 (25.0%)	1.52 <i>ns</i>
情報番組		12 (27.9%)	4 (9.1%)	5.13 *
該当なし		16 (37.2%)	22 (50.0%)	1.45 <i>ns</i>

Q5. 取材対象者に対する制作者のあり方
(ネット情報 参考群 vs 非参考群)

項目	番組ジャンル	参考群		χ^2 <i>p</i>
		<i>n</i> (%)	<i>n</i> (%)	
A カメラを 意識しない 表情を ねらうべき	ニュース	13 (29.5%)	11 (23.9%)	0.37 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	32 (72.7%)	21 (45.7%)	6.81 **
	その他の ドキュメンタリー	36 (81.8%)	32 (69.6%)	1.83 <i>ns</i>
	情報番組	12 (27.3%)	8 (17.4%)	1.27 <i>ns</i>
	該当なし	0 (0.0%)	6 (13.0%)	6.15 ^a *
	B 取材対象者 への はたらきか けで 現実や真実 が 伝えられる	ニュース	17 (38.6%)	22 (47.8%)
ニュース・ ドキュメンタリー		18 (40.9%)	20 (43.5%)	0.06 <i>ns</i>
その他の ドキュメンタリー		18 (40.9%)	16 (34.8%)	0.36 <i>ns</i>
情報番組		19 (43.2%)	16 (34.8%)	0.67 <i>ns</i>
該当なし		11 (25.0%)	9 (19.6%)	0.38 <i>ns</i>

Q6. 公平・中立に対する考え方
(ネット情報 参考群 vs 非参考群)

項目	番組ジャンル	参考群		χ^2 <i>p</i>
		<i>n</i> (%)	<i>n</i> (%)	
A 1つの番組 内で公平・ 中立を指 すべき	ニュース	32 (74.4%)	28 (63.6%)	1.18 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	15 (34.9%)	16 (36.4%)	0.02 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	8 (18.6%)	8 (18.2%)	0.00 <i>ns</i>
	情報番組	19 (44.2%)	14 (31.8%)	1.41 <i>ns</i>
	該当なし	4 (9.3%)	6 (13.6%)	0.40 ^a <i>ns</i>
	B 局全体で公 平・中立を 目指すべき	ニュース	33 (76.7%)	19 (43.2%)
ニュース・ ドキュメンタリー		14 (32.6%)	15 (34.1%)	0.02 <i>ns</i>
その他の ドキュメンタリー		10 (23.3%)	13 (29.5%)	0.44 <i>ns</i>
情報番組		19 (44.2%)	13 (29.5%)	2.01 <i>ns</i>
該当なし		5 (11.6%)	10 (22.7%)	1.88 <i>ns</i>
C 公平・中立 は難しい		ニュース	10 (23.3%)	13 (28.9%)
	ニュース・ ドキュメンタリー	22 (51.2%)	12 (26.7%)	5.57 *
	その他の ドキュメンタリー	24 (55.8%)	18 (40.0%)	2.20 <i>ns</i>
	情報番組	13 (30.2%)	11 (24.4%)	0.37 <i>ns</i>
	該当なし	9 (20.9%)	11 (24.4%)	0.16 <i>ns</i>

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
 大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
 | 付録2 調査結果 |

Q7. 取材対象者へのはたらきかけを行う撮影手法の容認度 (ネット情報 参考群 vs 非参考群)

項目	番組ジャンル	参考群	非参考群	χ^2	項目	番組ジャンル	参考群	非参考群	χ^2
		n=44	n=45	p			n=44	n=46	p
A. 別の角度	ニュース	18 (40.9%)	8 (17.8%)	5.76 *	E. 別の場所	ニュース	15 (34.1%)	14 (30.4%)	0.14 ns
	ニュース・ドキュメンタリー	19 (43.2%)	12 (26.7%)	2.67 ns		ニュース・ドキュメンタリー	17 (38.6%)	14 (30.4%)	0.67 ns
	その他のドキュメンタリー	20 (45.5%)	14 (31.1%)	1.94 ns		その他のドキュメンタリー	20 (45.5%)	12 (26.1%)	3.68 ns
	情報番組	15 (34.1%)	10 (22.2%)	1.55 ns		情報番組	17 (38.6%)	14 (30.4%)	0.67 ns
	該当なし	9 (20.5%)	15 (33.3%)	1.87 ns		該当なし	15 (34.1%)	15 (32.6%)	0.02 ns
		n=44	n=46				n=44	n=46	
B. 撮影日時	ニュース	19 (43.2%)	13 (28.3%)	2.19 ns	F. ふさわしい場所	ニュース	14 (31.8%)	9 (19.6%)	1.78 ns
	ニュース・ドキュメンタリー	24 (54.5%)	13 (28.3%)	6.42 *		ニュース・ドキュメンタリー	19 (43.2%)	11 (23.9%)	3.76 ns
	その他のドキュメンタリー	31 (70.5%)	12 (26.1%)	17.74 ***		その他のドキュメンタリー	18 (40.9%)	12 (26.1%)	2.22 ns
	情報番組	17 (38.6%)	12 (26.1%)	1.62 ns		情報番組	19 (43.2%)	9 (19.6%)	5.85 *
	該当なし	5 (11.4%)	12 (26.1%)	3.18 ns		該当なし	14 (31.8%)	21 (45.7%)	1.81 ns
	n=43	n=46			n=44	n=46			
C. ゆっくり	ニュース	17 (39.5%)	15 (32.6%)	0.46 ns	G. 自然現象	ニュース	5 (11.4%)	5 (10.9%)	0.01 ^a ns
	ニュース・ドキュメンタリー	20 (46.5%)	14 (30.4%)	2.43 ns		ニュース・ドキュメンタリー	13 (29.5%)	10 (21.7%)	0.72 ns
	その他のドキュメンタリー	18 (41.9%)	11 (23.9%)	3.26 ns		その他のドキュメンタリー	20 (45.5%)	11 (23.9%)	4.62 *
	情報番組	15 (34.9%)	14 (30.4%)	0.20 ns		情報番組	7 (15.9%)	5 (10.9%)	0.49 ns
	該当なし	12 (27.9%)	12 (26.1%)	0.04 ns		該当なし	20 (45.5%)	19 (41.3%)	0.16 ns
	n=44	n=44			n=44	n=46			
D. もう一度	ニュース	11 (25.0%)	12 (27.3%)	0.06 ns	H. 状況設定	ニュース	11 (25.0%)	6 (13.0%)	2.10 ns
	ニュース・ドキュメンタリー	19 (43.2%)	14 (31.8)	1.21 ns		ニュース・ドキュメンタリー	22 (50.0%)	12 (26.1%)	5.47 *
	その他のドキュメンタリー	19 (43.2%)	16 (36.4%)	0.43 ns		その他のドキュメンタリー	32 (72.7%)	20 (43.5%)	7.89 **
	情報番組	16 (36.4%)	14 (31.8%)	0.20 ns		情報番組	13 (29.5%)	7 (15.2%)	2.67 ns
	該当なし	13 (29.5%)	14 (31.8%)	0.05 ns		該当なし	8 (18.2%)	17 (37.0%)	3.95 *

| テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究 |
| 付録 2 調査結果 |

**[3] テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違い：テレビ番組への信頼度 高群 vs 低群
(第7章と対応)**

**Q1. 番組制作者が題材選択で考慮していると思う
項目 (信頼度 高群 vs 低群)**

項目	番組ジャンル	信頼度	信頼度	χ^2 <i>p</i>
		高群 <i>n</i> =79	低群 <i>n</i> =12	
A 世間に対する 影響力	ニュース	64 (81.0%)	10 (83.3%)	0.04 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	37 (46.8%)	2 (16.7%)	3.87 *
	その他の ドキュメンタリー	13 (16.5%)	1 (8.3%)	0.53 ^a <i>ns</i>
	情報番組	38 (48.1%)	4 (33.3%)	0.91 <i>ns</i>
	ニュース	50 (63.3%)	9 (75.0%)	0.63 ^a <i>ns</i>
B 多くの人の 関心	ニュース・ ドキュメンタリー	32 (40.5%)	4 (33.3%)	0.22 ^a <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	24 (30.4%)	5 (41.7%)	0.61 ^a <i>ns</i>
	情報番組	35 (44.3%)	5 (41.7%)	0.03 <i>ns</i>
	ニュース	10 (12.7%)	1 (8.3%)	0.18 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	27 (34.2%)	4 (33.3%)	0.00 ^a <i>ns</i>
C 視聴者が 見て 面白い	その他の ドキュメンタリー	50 (63.3%)	9 (75.0%)	0.63 ^a <i>ns</i>
	情報番組	34 (43.0%)	2 (16.7%)	3.03 ^a <i>ns</i>
	ニュース	31 (39.2%)	5 (41.7%)	0.03 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	28 (35.4%)	4 (33.3%)	0.02 ^a <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	18 (22.8%)	4 (33.3%)	0.63 ^a <i>ns</i>
D 視聴者に とって 新しい	情報番組	39 (49.4%)	4 (33.3%)	1.08 <i>ns</i>
	ニュース	23 (29.1%)	6 (50.0%)	2.09 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	46 (58.2%)	6 (50.0%)	0.29 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	37 (46.8%)	9 (75.0%)	3.31 <i>ns</i>
	情報番組	28 (35.4%)	3 (25.0%)	0.51 ^a <i>ns</i>
E 映像で 表現 しやすい	ニュース	2 (2.5%)	1 (8.3%)	1.10 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	37 (46.8%)	5 (41.7%)	0.11 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	62 (78.5%)	9 (75.0%)	0.07 ^a <i>ns</i>
	情報番組	9 (11.4%)	1 (8.3%)	0.10 ^a <i>ns</i>
	ニュース	36 (45.6%)	8 (66.7%)	1.86 <i>ns</i>
F 物語性や 人間ドラマ	ニュース・ ドキュメンタリー	23 (29.1%)	5 (41.7%)	0.77 ^a <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	26 (32.9%)	6 (50.0%)	1.33 ^a <i>ns</i>
	情報番組	31 (39.2%)	6 (50.0%)	0.50 ^a <i>ns</i>
	ニュース	36 (45.6%)	8 (66.7%)	1.86 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	23 (29.1%)	5 (41.7%)	0.77 ^a <i>ns</i>
G 制作費に 見合う	その他の ドキュメンタリー	26 (32.9%)	6 (50.0%)	1.33 ^a <i>ns</i>
	情報番組	31 (39.2%)	6 (50.0%)	0.50 ^a <i>ns</i>
	ニュース	36 (45.6%)	8 (66.7%)	1.86 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	23 (29.1%)	5 (41.7%)	0.77 ^a <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	26 (32.9%)	6 (50.0%)	1.33 ^a <i>ns</i>

**Q2. 番組が何かの題材を放送しない理由に影響して
いると思う項目 (信頼度 高群 vs 低群)**

項目	番組ジャンル	信頼度	信頼度	χ^2 <i>p</i>
		高群 <i>n</i> =79	低群 <i>n</i> =12	
A 視聴率が とれない	ニュース	35 (44.3%)	3 (25.0%)	1.60 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	39 (49.4%)	7 (58.3%)	0.34 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	39 (49.4%)	8 (66.7%)	1.25 <i>ns</i>
	情報番組	28 (35.4%)	2 (16.7%)	1.66 ^a <i>ns</i>
	ニュース	30 (38.0%)	3 (25.0%)	0.76 ^a <i>ns</i>
B 世間の空気 と逆行した メッセージ	ニュース・ ドキュメンタリー	30 (38.0%)	5 (41.7%)	0.06 ^a <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	31 (39.2%)	9 (75.0%)	5.41 *
	情報番組	23 (29.1%)	3 (25.0%)	0.09 ^a <i>ns</i>
	ニュース	46 (58.2%)	6 (50.0%)	0.29 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	38 (48.1%)	8 (66.7%)	1.44 <i>ns</i>
C 取材対象者 の取材・ 撮影拒否	その他の ドキュメンタリー	37 (46.8%)	7 (58.3%)	0.55 <i>ns</i>
	情報番組	33 (41.8%)	4 (33.3%)	0.31 ^a <i>ns</i>
	ニュース	40 (50.6%)	7 (58.3%)	0.25 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	34 (43.0%)	9 (75.0%)	4.27 *
	その他の ドキュメンタリー	29 (36.7%)	4 (33.3%)	0.05 ^a <i>ns</i>
D 取材対象者 への影響に 対する配慮	情報番組	28 (35.4%)	3 (25.0%)	0.51 ^a <i>ns</i>
	ニュース	43 (54.4%)	9 (75.0%)	1.80 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	43 (54.4%)	5 (41.7%)	0.68 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	34 (43.0%)	6 (50.0%)	0.21 <i>ns</i>
	情報番組	50 (63.3%)	7 (58.3%)	0.11 ^a <i>ns</i>
E 視聴者から 抗議が来る 可能性	ニュース	33 (41.8%)	5 (41.7%)	0.00 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	36 (45.6%)	3 (25.0%)	1.80 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	41 (51.9%)	4 (33.3%)	1.44 <i>ns</i>
	情報番組	41 (51.9%)	3 (25.0%)	3.02 <i>ns</i>
	ニュース	25 (31.6%)	5 (41.7%)	0.47 ^a <i>ns</i>
F スポンサー に対する 配慮	ニュース・ ドキュメンタリー	32 (40.5%)	4 (33.3%)	0.22 ^a <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	28 (35.4%)	4 (33.3%)	0.02 ^a <i>ns</i>
	情報番組	26 (32.9%)	4 (33.3%)	0.00 ^a <i>ns</i>
	ニュース	36 (45.6%)	8 (66.7%)	1.86 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	23 (29.1%)	5 (41.7%)	0.77 ^a <i>ns</i>
G 制作者が 取材したい と思わない	その他の ドキュメンタリー	28 (35.4%)	4 (33.3%)	0.02 ^a <i>ns</i>
	情報番組	26 (32.9%)	4 (33.3%)	0.00 ^a <i>ns</i>
	ニュース	36 (45.6%)	8 (66.7%)	1.86 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	23 (29.1%)	5 (41.7%)	0.77 ^a <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	28 (35.4%)	4 (33.3%)	0.02 ^a <i>ns</i>

上は度数、下の括弧内は各群における回答者の割合(%)、太線で囲ったのは、回答の偏りが有意な項目および番組ジャンル
^aは、Fisher's exact test の値 **p*<0.05, ***p*<0.01, ****p*<0.001(以下の表も同様)

テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究

付録 2 調査結果

Q3. 番組が伝える現実
(信頼度 高群 vs 低群)

項目	番組ジャンル	信頼度	信頼度	χ^2 <i>p</i>
		高群 <i>n</i> =77	低群 <i>n</i> =13	
A ありのまま の現実	ニュース	55 (71.4%)	9 (69.2%)	0.03 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	45 (58.4%)	4 (30.8%)	3.43 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	27 (35.1%)	5 (38.5%)	0.06 ^a <i>ns</i>
	情報番組	39 (50.6%)	6 (46.2%)	0.09 <i>ns</i>
	該当なし	4 (5.2%)	2 (15.4%)	1.86 ^a <i>ns</i>
			<i>n</i> =76	<i>n</i> =13
B 再構成した もの	ニュース	13 (17.1%)	4 (30.8%)	1.34 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	29 (38.2%)	9 (69.2%)	4.38 *
	その他の ドキュメンタリー	34 (44.7%)	9 (69.2%)	2.67 <i>ns</i>
	情報番組	30 (39.5%)	4 (30.8%)	0.36 ^a <i>ns</i>
	該当なし	16 (21.1%)	1 (7.7%)	1.28 ^a <i>ns</i>

Q4. 制作者の存在の見せ方
(信頼度 高群 vs 低群)

項目	番組ジャンル	信頼度	信頼度	χ^2 <i>p</i>
		高群 <i>n</i> =78	低群 <i>n</i> =13	
A わかるよう にするべき	ニュース	38 (48.7%)	8 (61.5%)	0.73 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	40 (51.3%)	6 (46.2%)	0.12 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	27 (34.6%)	6 (46.2%)	0.64 ^a <i>ns</i>
	情報番組	24 (30.8%)	6 (46.2%)	1.19 ^a <i>ns</i>
	該当なし	18 (23.1%)	2 (15.4%)	0.39 ^a <i>ns</i>
			<i>n</i> =75	<i>n</i> =12
B わからない ように工夫 するべき	ニュース	16 (21.3%)	2 (16.7%)	0.14 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	17 (22.7%)	2 (16.7%)	0.22 ^a <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	22 (29.3%)	5 (41.7%)	0.74 ^a <i>ns</i>
	情報番組	15 (20.0%)	1 (8.3%)	0.94 ^a <i>ns</i>
	該当なし	33 (44.0%)	5 (41.7%)	0.02 <i>ns</i>

Q5. 取材対象者に対する制作者のあり方
(信頼度 高群 vs 低群)

項目	番組ジャンル	信頼度	信頼度	χ^2 <i>p</i>
		高群 <i>n</i> =77	低群 <i>n</i> =13	
A カメラを 意識しない 表情を ねらうべき	ニュース	22 (28.6%)	2 (15.4%)	0.99 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	44 (57.1%)	9 (69.2%)	0.67 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	57 (74.0%)	11 (84.6%)	0.68 ^a <i>ns</i>
	情報番組	18 (23.4%)	2 (15.4%)	0.41 ^a <i>ns</i>
	該当なし	5 (6.5%)	1 (7.7%)	0.03 ^a <i>ns</i>
			<i>n</i> =77	<i>n</i> =13
B 取材対象者 への はたらきか けで 現実や真実 が 伝えられる	ニュース	33 (42.9%)	6 (46.2%)	0.05 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	33 (42.9%)	5 (38.5%)	0.09 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	29 (37.7%)	5 (38.5%)	0.00 ^a <i>ns</i>
	情報番組	29 (37.7%)	6 (46.2%)	0.34 <i>ns</i>
	該当なし	17 (22.1%)	3 (23.1%)	0.01 ^a <i>ns</i>

Q6. 公平・中立に対する考え方
(信頼度 高群 vs 低群)

項目	番組ジャンル	信頼度	信頼度	χ^2 <i>p</i>
		高群 <i>n</i> =74	低群 <i>n</i> =13	
A 1つの番組 内で公平・ 中立を 目指すべき	ニュース	51 (68.9%)	9 (69.2%)	0.00 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	27 (36.5%)	4 (30.8%)	0.16 ^a <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	11 (14.9%)	5 (38.5%)	4.10 ^a *
	情報番組	26 (35.1%)	7 (53.8%)	1.64 ^a <i>ns</i>
	該当なし	10 (13.5%)	0 (0.0%)	1.99 ^a <i>ns</i>
			<i>n</i> =75	<i>n</i> =13
B 局全体で公 平・中立を 目指すべき	ニュース	47 (62.7%)	6 (46.2%)	1.26 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	26 (34.7%)	4 (30.8%)	0.08 ^a <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	19 (25.3%)	5 (38.5%)	0.96 ^a <i>ns</i>
	情報番組	29 (38.7%)	4 (30.8%)	0.30 ^a <i>ns</i>
	該当なし	11 (14.7%)	4 (30.8%)	2.03 ^a <i>ns</i>
			<i>n</i> =75	<i>n</i> =13
C 公平・中立 は難しい	ニュース	20 (26.7%)	3 (23.1%)	0.07 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	28 (37.3%)	6 (46.2%)	0.36 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	33 (44.0%)	9 (69.2%)	2.83 <i>ns</i>
	情報番組	20 (26.7%)	4 (30.8%)	0.09 ^a <i>ns</i>
	該当なし	17 (22.7%)	3 (23.1%)	0.00 ^a <i>ns</i>

テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシー育成に関する研究

付録2 調査結果

Q7. 取材対象者へのはたらきかけを行う撮影手法の容認度 (信頼度 高群 vs 低群)

項目	番組ジャンル	信頼度	信頼度	χ^2 <i>p</i>	項目	番組ジャンル	信頼度	信頼度	χ^2 <i>p</i>
		高群 <i>n</i> =76	低群 <i>n</i> =13				高群 <i>n</i> =77	低群 <i>n</i> =13	
A 別の角度	ニュース	22 (28.9%)	4 (30.8%)	0.02 ^a <i>ns</i>	E 別の場所	ニュース	28 (36.4%)	1 (7.7%)	4.19 ^a *
	ニュース・ドキュメンタリー	27 (35.5%)	4 (30.8%)	0.11 ^a <i>ns</i>		ニュース・ドキュメンタリー	30 (39.0%)	1 (7.7%)	4.82 ^a *
	その他のドキュメンタリー	28 (36.8%)	6 (46.2%)	0.41 ^a <i>ns</i>		その他のドキュメンタリー	28 (36.4%)	4 (30.8%)	0.15 ^a <i>ns</i>
	情報番組	21 (27.6%)	4 (30.8%)	0.05 ^a <i>ns</i>		情報番組	29 (37.7%)	2 (15.4%)	2.45 ^a <i>ns</i>
	該当なし	21 (27.6%)	3 (23.1%)	0.12 ^a <i>ns</i>		該当なし	23 (29.9%)	7 (53.8%)	2.88 ^a <i>ns</i>
			<i>n</i> =76	<i>n</i> =13				<i>n</i> =77	<i>n</i> =13
B 撮影日時	ニュース	30 (39.0%)	2 (15.4%)	2.70 ^a <i>ns</i>	F ふさわしい場所	ニュース	21 (27.3%)	2 (15.4%)	0.83 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	30 (39.0%)	7 (53.8%)	1.02 <i>ns</i>		ニュース・ドキュメンタリー	25 (32.5%)	5 (38.5%)	0.18 ^a <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	37 (48.1%)	6 (46.2%)	0.02 <i>ns</i>		その他のドキュメンタリー	26 (33.8%)	4 (30.8%)	0.05 ^a <i>ns</i>
	情報番組	26 (33.8%)	3 (23.1%)	0.58 ^a <i>ns</i>		情報番組	26 (33.8%)	2 (15.4%)	1.75 ^a <i>ns</i>
	該当なし	12 (15.6%)	5 (38.5%)	3.80 ^a <i>ns</i>		該当なし	29 (37.7%)	6 (46.2%)	0.34 <i>ns</i>
			<i>n</i> =76	<i>n</i> =13				<i>n</i> =77	<i>n</i> =13
C ゆっくり	ニュース	26 (34.2%)	6 (46.2%)	0.69 ^a <i>ns</i>	G 自然現象	ニュース	10 (13.0%)	0 (0.0%)	1.90 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	30 (39.5%)	4 (30.8%)	0.36 ^a <i>ns</i>		ニュース・ドキュメンタリー	20 (26.0%)	3 (23.1%)	0.05 ^a <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	27 (35.5%)	2 (15.4%)	2.05 ^a <i>ns</i>		その他のドキュメンタリー	27 (35.1%)	4 (30.8%)	0.09 ^a <i>ns</i>
	情報番組	27 (35.5%)	2 (15.4%)	2.05 ^a <i>ns</i>		情報番組	11 (14.3%)	1 (7.7%)	0.42 ^a <i>ns</i>
	該当なし	19 (25.0%)	5 (38.5%)	1.02 ^a <i>ns</i>		該当なし	32 (41.6%)	7 (53.8%)	0.68 <i>ns</i>
			<i>n</i> =76	<i>n</i> =12				<i>n</i> =77	<i>n</i> =13
D もう一度	ニュース	19 (25.0%)	4 (33.3%)	0.37 ^a <i>ns</i>	H 状況設定	ニュース	16 (20.8%)	1 (7.7%)	1.24 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	30 (39.5%)	3 (25.0%)	0.93 ^a <i>ns</i>		ニュース・ドキュメンタリー	31 (40.3%)	3 (23.1%)	1.40 ^a <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	31 (40.8%)	4 (33.3%)	0.24 ^a <i>ns</i>		その他のドキュメンタリー	45 (58.4%)	7 (53.8%)	0.10 <i>ns</i>
	情報番組	24 (31.6%)	6 (50.0%)	1.57 ^a <i>ns</i>		情報番組	19 (24.7%)	1 (7.7%)	1.86 ^a <i>ns</i>
	該当なし	22 (28.9%)	5 (41.7%)	0.79 ^a <i>ns</i>		該当なし	19 (24.7%)	6 (46.2%)	2.56 ^a <i>ns</i>
			<i>n</i> =76	<i>n</i> =12				<i>n</i> =77	<i>n</i> =13

【4A】 テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違い
： テレビ番組への懐疑的な態度 (A. 情報操作) 強群 vs 弱群 (第7章と対応)

Q1. 番組制作者が題材選択で考慮していると思う
項目
(懐疑的な態度 (A. 情報操作) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2
		強群 n=57	弱群 n=33	
A 世間に対する 影響力	ニュース	46 (80.7%)	28 (84.8%)	0.25 ^a ns
	ニュース・ ドキュメンタリー	25 (43.9%)	14 (42.4%)	0.02 ns
	その他の ドキュメンタリー	9 (15.8%)	5 (15.2%)	0.01 ns
	情報番組	25 (43.9%)	16 (33.3%)	0.18 ns
	ニュース	39 (68.4%)	20 (60.6%)	0.57 ns
B 多くの人の 関心	ニュース・ ドキュメンタリー	25 (43.9%)	10 (30.3%)	1.62 ns
	その他の ドキュメンタリー	18 (31.6%)	11 (33.3%)	0.03 ns
	情報番組	28 (49.1%)	12 (36.4%)	1.38 ns
	ニュース	8 (14.0%)	3 (9.1%)	0.48 ^a ns
C 視聴者が 見て 面白い	ニュース・ ドキュメンタリー	21 (36.8%)	10 (30.3%)	0.40 ns
	その他の ドキュメンタリー	35 (61.4%)	23 (69.7%)	0.63 ns
	情報番組	22 (38.5%)	14 (42.4%)	0.13 ns
	ニュース	20 (35.1%)	16 (48.5%)	1.56 ns
D 視聴者にと って 新しい	ニュース・ ドキュメンタリー	25 (43.9%)	7 (21.2%)	4.68 *
	その他の ドキュメンタリー	14 (24.6%)	7 (21.2%)	0.13 ns
	情報番組	23 (40.4%)	20 (60.6%)	3.44 ns
	ニュース	19 (33.3%)	10 (30.3%)	0.09 ns
E 映像で 表現 しやすい	ニュース・ ドキュメンタリー	38 (66.7%)	14 (42.4%)	5.04 *
	その他の ドキュメンタリー	31 (54.4%)	15 (45.5%)	0.67 ns
	情報番組	17 (29.8%)	13 (39.4%)	0.86 ns
	ニュース	2 (3.5%)	1 (3.0%)	0.02 ns
F 物語性や 人間ドラマ	ニュース・ ドキュメンタリー	29 (50.9%)	13 (39.4%)	1.11 ns
	その他の ドキュメンタリー	41 (71.9%)	29 (87.9%)	3.08 ns
	情報番組	6 (10.5%)	4 (12.1%)	0.05 ^a ns
	ニュース	27 (47.4%)	17 (51.5%)	0.14 ns
G 制作費に 見合う	ニュース・ ドキュメンタリー	22 (38.6%)	5 (15.2%)	5.47 *
	その他の ドキュメンタリー	21 (36.8%)	11 (33.3%)	0.11 ns
	情報番組	24 (42.1%)	13 (39.4%)	0.06 ns

Q2. 番組が何かの題材を放送しない理由に影響し
ていると思う項目
(懐疑的な態度 (A. 情報操作) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2
		強群 n=57	弱群 n=33	
A 視聴率が とれない	ニュース	27 (47.4%)	11 (33.3%)	1.69 ns
	ニュース・ ドキュメンタリー	30 (52.6%)	16 (48.5%)	0.14 ns
	その他の ドキュメンタリー	28 (49.1%)	19 (57.6%)	0.60 ns
	情報番組	16 (28.1%)	13 (39.4%)	1.23 ns
	ニュース	23 (40.4%)	10 (30.3%)	0.91 ns
B 世間の空気 と逆行した メッセージ	ニュース・ ドキュメンタリー	27 (47.4%)	8 (24.2%)	4.70 *
	その他の ドキュメンタリー	25 (43.9%)	15 (45.5%)	0.02 ns
	情報番組	17 (29.8%)	9 (27.3%)	0.07 ns
	ニュース	34 (59.6%)	18 (54.5%)	0.22 ns
C 取材対象者 の取材・ 撮影拒否	ニュース・ ドキュメンタリー	30 (52.6%)	16 (48.5%)	0.14 ns
	その他の ドキュメンタリー	28 (49.1%)	15 (45.5%)	0.11 ns
	情報番組	21 (36.8%)	16 (48.5%)	1.17 ns
	ニュース	30 (52.6%)	17 (51.5%)	0.01 ns
D 取材対象者 への影響に 対する配慮	ニュース・ ドキュメンタリー	29 (50.9%)	14 (42.4%)	0.60 ns
	その他の ドキュメンタリー	16 (28.1%)	17 (51.5%)	4.95 *
	情報番組	18 (31.6%)	12 (36.4%)	0.22 ns
	ニュース	35 (61.4%)	17 (51.5%)	0.84 ns
E 視聴者から 抗議が来る 可能性	ニュース・ ドキュメンタリー	32 (56.1%)	16 (48.5%)	0.49 ns
	その他の ドキュメンタリー	23 (40.4%)	16 (48.5%)	0.56 ns
	情報番組	32 (56.1%)	24 (72.7%)	2.45 ns
	ニュース	25 (43.9%)	13 (39.4%)	0.17 ns
F スポンサー に対する 配慮	ニュース・ ドキュメンタリー	25 (43.9%)	14 (42.4%)	0.02 ns
	その他の ドキュメンタリー	29 (50.9%)	15 (45.5%)	0.25 ns
	情報番組	26 (45.6%)	18 (54.5%)	0.67 ns
	ニュース	17 (29.8%)	13 (39.4%)	0.86 ns
G 制作者が 取材したい と思わない	ニュース・ ドキュメンタリー	21 (36.8%)	15 (45.5%)	0.65 ns
	その他の ドキュメンタリー	20 (35.1%)	12 (36.4%)	0.02 ns
	情報番組	16 (28.1%)	14 (42.4%)	1.94 ns

上は度数、下の括弧内は各群における回答者の割合(%)、太線で囲ったのは、回答の偏りが有意な項目および番組ジャンル
^aは、Fisher's exact test の値 * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$ (以下の表も同様)

テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究

付録2 調査結果

Q3. 番組が伝える現実
(懐疑的な態度 (A. 情報操作) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>
		強群	弱群	
A ありのまま の現実		<i>n</i> =55	<i>n</i> =34	
	ニュース	38 (69.1%)	26 (76.5%)	0.57 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	28 (50.9%)	21 (61.8%)	1.00 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	18 (32.7%)	14 (41.2%)	0.65 <i>ns</i>
	情報番組	30 (54.5%)	15 (44.1%)	0.91 <i>ns</i>
	該当なし	3 (5.5%)	2 (5.9%)	0.01 ^a <i>ns</i>
B 再構成した もの		<i>n</i> =56	<i>n</i> =32	
	ニュース	13 (23.2%)	4 (12.5%)	1.50 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	29 (51.8%)	9 (28.1%)	4.65 *
	その他の ドキュメンタリー	27 (48.2%)	15 (46.9%)	0.02 <i>ns</i>
	情報番組	20 (35.7%)	13 (40.6%)	0.21 <i>ns</i>
	該当なし	8 (14.3%)	9 (28.1%)	2.50 <i>ns</i>

Q4. 制作者の存在の見せ方
(懐疑的な態度 (A. 情報操作) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>
		強群	弱群	
A わかるよう にするべき		<i>n</i> =56	<i>n</i> =34	
	ニュース	32 (57.1%)	14 (41.2%)	2.16 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	30 (53.6%)	16 (47.1%)	0.36 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	20 (35.7%)	13 (38.2%)	0.06 <i>ns</i>
	情報番組	21 (37.5%)	9 (26.5%)	1.16 <i>ns</i>
	該当なし	12 (21.4%)	7 (20.6%)	0.01 <i>ns</i>
B わからない ように工夫 するべき		<i>n</i> =55	<i>n</i> =31	
	ニュース	15 (27.3%)	3 (9.7%)	3.71 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	15 (27.3%)	3 (9.7%)	3.71 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	17 (30.9%)	9 (29.0%)	0.03 <i>ns</i>
	情報番組	10 (18.2%)	6 (19.4%)	0.02 <i>ns</i>
	該当なし	21 (38.2%)	17 (54.8%)	2.23 <i>ns</i>

Q5. 取材対象者に対する制作者のあり方
(懐疑的な態度 (A. 情報操作) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>
		強群	弱群	
A カメラを 意識しない 表情を ねらうべき		<i>n</i> =55	<i>n</i> =34	
	ニュース	11 (20.0%)	12 (35.3%)	2.57 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	31 (56.4%)	21 (61.8%)	0.25 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	43 (78.2%)	24 (70.6%)	0.65 ^a <i>ns</i>
	情報番組	12 (21.8%)	7 (20.6%)	0.02 <i>ns</i>
	該当なし	3 (5.5%)	3 (8.8%)	0.38 ^a <i>ns</i>
B 取材対象者 への はたらきか けで 現実や真実 が 伝えられる		<i>n</i> =55	<i>n</i> =34	
	ニュース	25 (45.5%)	14 (41.2%)	0.16 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	21 (38.2%)	17 (50.0%)	1.20 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	20 (36.4%)	14 (41.2%)	0.21 <i>ns</i>
	情報番組	21 (38.2%)	14 (41.2%)	0.08 <i>ns</i>
	該当なし	11 (20.0%)	8 (23.5%)	0.16 <i>ns</i>

Q6. 公平・中立に対する考え方
(懐疑的な態度 (A. 情報操作) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>
		強群	弱群	
A 1つの番組 内で公平・ 中立を目指 すべき		<i>n</i> =53	<i>n</i> =33	
	ニュース	36 (67.9%)	12 (36.4%)	0.03 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	22 (41.5%)	9 (27.3%)	1.79 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	11 (20.8%)	5 (15.2%)	0.42 <i>ns</i>
	情報番組	22 (41.5%)	10 (30.3%)	1.10 <i>ns</i>
	該当なし	7 (13.2%)	3 (9.1%)	0.34 ^a <i>ns</i>
B 局全体で公 平・中立を 目指すべき		<i>n</i> =55	<i>n</i> =32	
	ニュース	32 (58.2%)	20 (62.5%)	0.16 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	20 (36.4%)	10 (31.3%)	0.23 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	18 (32.7%)	6 (18.8%)	1.98 <i>ns</i>
	情報番組	19 (34.5%)	13 (40.6%)	0.32 <i>ns</i>
	該当なし	9 (16.4%)	6 (18.8%)	0.08 <i>ns</i>
C 公平・中立 は難しい		<i>n</i> =55	<i>n</i> =32	
	ニュース	15 (27.3%)	8 (25.0%)	0.05 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	22 (40.0%)	11 (34.4%)	0.27 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	25 (45.5%)	16 (50.0%)	0.17 <i>ns</i>
	情報番組	14 (25.5%)	10 (31.3%)	0.34 <i>ns</i>
	該当なし	13 (23.6%)	7 (21.9%)	0.04 <i>ns</i>

テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシー育成に関する研究

付録2 調査結果

Q7. 取材対象者へのはたらきかけを行う撮影手法の容認度
(懐疑的な態度 (A 情報操作) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>	項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>	
		強群	弱群				強群	弱群		
A. 別の角度		<i>n</i> =55	<i>n</i> =33				<i>n</i> =55	<i>n</i> =34		
	ニュース	17 (30.9%)	9 (27.3%)	0.13 <i>ns</i>		ニュース	16 (29.1%)	13 (38.2%)	0.80 ^a <i>ns</i>	
	ニュース・ドキュメンタリー	26 (47.3%)	5 (15.2%)	9.33 **	E. 別の場所	ニュース・ドキュメンタリー	21 (38.2%)	10 (29.4%)	0.71 <i>ns</i>	
	その他のドキュメンタリー	22 (40.0%)	12 (36.4%)	0.12 <i>ns</i>		その他のドキュメンタリー	18 (32.7%)	14 (41.2%)	0.65 <i>ns</i>	
	情報番組	17 (30.9%)	8 (24.2%)	0.45 <i>ns</i>		情報番組	21 (38.2%)	10 (29.4%)	0.71 <i>ns</i>	
	該当なし	12 (21.8%)	11 (33.3%)	1.42 <i>ns</i>		該当なし	18 (32.7%)	11 (32.4%)	0.00 <i>ns</i>	
B. 撮影日時		<i>n</i> =55	<i>n</i> =34					<i>n</i> =55	<i>n</i> =34	
	ニュース	20 (36.4%)	12 (35.3%)	0.01 <i>ns</i>		F. ふさわしい場所	ニュース	12 (21.8%)	11 (32.4%)	1.22 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	23 (41.8%)	13 (38.2%)	0.11 <i>ns</i>	ニュース・ドキュメンタリー		18 (32.7%)	12 (35.3%)	0.06 <i>ns</i>	
	その他のドキュメンタリー	29 (52.7%)	13 (38.2%)	1.77 <i>ns</i>	その他のドキュメンタリー		19 (34.5%)	11 (32.4%)	0.05 <i>ns</i>	
	情報番組	18 (32.7%)	11 (32.4%)	0.00 <i>ns</i>	情報番組		17 (30.9%)	11 (32.4%)	0.02 <i>ns</i>	
	該当なし	10 (18.2%)	7 (20.6%)	0.08 <i>ns</i>	該当なし		23 (41.8%)	11 (32.4%)	0.80 <i>ns</i>	
C. ゆっくり		<i>n</i> =54	<i>n</i> =34					<i>n</i> =55	<i>n</i> =34	
	ニュース	21 (38.9%)	10 (29.4%)	0.82 <i>ns</i>	G. 自然現象	ニュース	7 (12.7%)	3 (8.8%)	0.32 ^a <i>ns</i>	
	ニュース・ドキュメンタリー	27 (50.0%)	7 (20.6%)	7.61 **		ニュース・ドキュメンタリー	18 (32.7%)	5 (14.7%)	3.56 <i>ns</i>	
	その他のドキュメンタリー	22 (40.7%)	7 (20.6%)	3.84 <i>ns</i>		その他のドキュメンタリー	22 (40.0%)	9 (26.5%)	1.70 <i>ns</i>	
	情報番組	16 (29.6%)	13 (38.2%)	0.70 <i>ns</i>		情報番組	9 (16.4%)	3 (8.8%)	1.02 <i>ns</i>	
	該当なし	11 (20.4%)	13 (38.2%)	3.36 <i>ns</i>		該当なし	19 (34.5%)	19 (55.9%)	3.91 *	
D. もう一度		<i>n</i> =54	<i>n</i> =33					<i>n</i> =55	<i>n</i> =34	
	ニュース	13 (24.1%)	10 (30.3%)	0.41 <i>ns</i>	H. 状況設定	ニュース	10 (18.2%)	7 (20.6%)	0.08 <i>ns</i>	
	ニュース・ドキュメンタリー	22 (40.7%)	11 (33.3%)	0.48 <i>ns</i>		ニュース・ドキュメンタリー	20 (36.4%)	14 (41.2%)	0.21 <i>ns</i>	
	その他のドキュメンタリー	24 (44.4%)	11 (33.3%)	1.05 <i>ns</i>		その他のドキュメンタリー	33 (60.0%)	19 (55.9%)	0.15 <i>ns</i>	
	情報番組	19 (35.2%)	11 (33.3%)	0.03 <i>ns</i>		情報番組	10 (18.2%)	10 (29.4%)	1.52 <i>ns</i>	
	該当なし	15 (27.8%)	11 (33.3%)	0.30 <i>ns</i>		該当なし	13 (23.6%)	11 (32.4%)	0.81 <i>ns</i>	

【4B】 テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違い
： テレビ番組への懐疑的な態度 (B. 中立でない) 強群 vs 弱群 (第7章と対応)

Q1. 番組制作者が題材選択で考慮していると思う項目
(懐疑的な態度 (B. 中立でない) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 p
		強群 $n=54$	弱群 $n=37$	
A 世間に対する影響力	ニュース	43 (79.6%)	31 (83.8%)	0.25 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	25 (46.3%)	14 (37.8%)	0.64 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	10 (18.5%)	4 (10.8%)	1.00 <i>ns</i>
	情報番組	25 (46.3%)	17 (45.9%)	0.00 <i>ns</i>
B 多くの人の関心	ニュース	35 (64.8%)	24 (64.9%)	0.00 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	22 (40.7%)	14 (37.8%)	0.08 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	19 (35.2%)	10 (27.0%)	0.67 <i>ns</i>
	情報番組	29 (53.7%)	11 (29.7%)	5.12 *
C 視聴者が見て面白い	ニュース	8 (14.8%)	3 (8.1%)	0.93 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	22 (40.7%)	9 (24.3%)	2.63 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	32 (59.3%)	27 (73.0%)	1.81 <i>ns</i>
	情報番組	21 (38.9%)	15 (40.5%)	0.03 <i>ns</i>
D 視聴者にとって新しい	ニュース	23 (42.6%)	13 (35.1%)	0.51 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	21 (38.9%)	11 (29.7%)	0.81 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	16 (29.6%)	6 (16.2%)	2.16 <i>ns</i>
	情報番組	22 (40.7%)	21 (56.8%)	2.26 <i>ns</i>
E 映像で表現しやすい	ニュース	18 (33.3%)	11 (29.7%)	0.13 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	38 (70.4%)	14 (37.8%)	9.49 **
	その他のドキュメンタリー	27 (50.0%)	19 (51.4%)	0.02 <i>ns</i>
	情報番組	18 (33.3%)	13 (35.1%)	0.03 <i>ns</i>
F 物語性や人間ドラマ	ニュース	2 (3.7%)	1 (2.7%)	0.07 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	29 (53.7%)	13 (35.1%)	3.05 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	40 (74.1%)	31 (83.8%)	1.21 <i>ns</i>
	情報番組	6 (11.1%)	4 (10.8%)	0.00 ^a <i>ns</i>
G 制作費に見合う	ニュース	22 (40.7%)	22 (59.5%)	3.08 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	19 (35.2%)	9 (24.3%)	1.22 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	18 (33.3%)	14 (37.8%)	0.20 <i>ns</i>
	情報番組	22 (40.7%)	15 (40.5%)	0.00 <i>ns</i>

Q2. 番組が何かの題材を放送しない理由に影響していると思う項目
(懐疑的な態度 (B. 中立でない) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 p
		強群 $n=54$	弱群 $n=37$	
A 視聴率がとれない	ニュース	26 (48.1%)	12 (32.4%)	2.23 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	30 (55.6%)	16 (43.2%)	1.33 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	28 (51.9%)	19 (51.4%)	0.02 <i>ns</i>
	情報番組	14 (25.9%)	16 (43.2%)	2.98 <i>ns</i>
B 世間の空気と逆行したメッセージ	ニュース	22 (40.7%)	11 (29.7%)	1.15 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	24 (44.4%)	11 (29.7%)	2.01 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	21 (38.9%)	19 (51.4%)	1.38 <i>ns</i>
	情報番組	18 (33.3%)	8 (21.6%)	1.48 <i>ns</i>
C 取材対象者の取材・撮影拒否	ニュース	34 (63.0%)	18 (48.6%)	1.84 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	26 (48.1%)	20 (54.1%)	0.31 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	26 (48.1%)	18 (48.6%)	0.00 <i>ns</i>
	情報番組	22 (40.7%)	15 (40.5%)	0.00 <i>ns</i>
D 取材対象者への影響に対する配慮	ニュース	27 (50.0%)	20 (54.1%)	0.14 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	27 (50.0%)	16 (43.2%)	0.40 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	16 (29.6%)	17 (45.9%)	2.53 *
	情報番組	16 (29.6%)	15 (40.5%)	1.16 <i>ns</i>
E 視聴者から抗議が来る可能性	ニュース	33 (61.1%)	19 (51.4%)	0.85 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	29 (53.7%)	19 (51.4%)	0.05 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	24 (44.4%)	16 (43.2%)	0.01 <i>ns</i>
	情報番組	29 (53.7%)	28 (75.7%)	4.53 *
F スポンサーに対する配慮	ニュース	25 (46.3%)	13 (35.1%)	1.13 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	26 (48.1%)	13 (35.1%)	1.52 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	27 (50.0%)	18 (48.6%)	0.02 <i>ns</i>
	情報番組	24 (44.4%)	20 (54.1%)	0.81 <i>ns</i>
G 制作者が取材したいと思わない	ニュース	19 (35.2%)	11 (29.7%)	0.30 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	21 (38.9%)	15 (40.5%)	0.03 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	19 (35.2%)	13 (35.1%)	0.00 <i>ns</i>
	情報番組	18 (33.3%)	12 (32.4%)	0.01 <i>ns</i>

上は度数, 下の括弧内は各群における回答者の割合(%), 太線で囲ったのは, 回答の偏りが有意な項目および番組ジャンル
^aは, Fisher's exact test の値 * $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$ (以下の表も同様)

テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究

付録 2 調査結果

Q3. 番組が伝える現実
(懐疑的な態度 (B. 中立でない) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>
		強群	弱群	
A ありのまま の現実		<i>n</i> =53	<i>n</i> =37	
	ニュース	37 (69.8%)	27 (73.0%)	0.11 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	28 (52.8%)	21 (56.8%)	0.14 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	17 (32.1%)	15 (40.5%)	0.68 <i>ns</i>
	情報番組	27 (50.9%)	18 (48.6%)	0.05 <i>ns</i>
	該当なし	2 (3.8%)	4 (10.8%)	1.73 ^a <i>ns</i>
B 再構成した もの		<i>n</i> =54	<i>n</i> =35	
	ニュース	14 (25.9%)	3 (8.6%)	4.14 *
	ニュース・ ドキュメンタリー	30 (55.6%)	8 (22.9%)	9.28 **
	その他の ドキュメンタリー	27 (50.0%)	16 (45.7%)	0.16 <i>ns</i>
	情報番組	23 (42.6%)	11 (31.4%)	1.12 <i>ns</i>
	該当なし	7 (13.0%)	10 (28.6%)	3.35 <i>ns</i>

Q4. 制作者の存在の見せ方
(懐疑的な態度 (B. 中立でない) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>
		強群	弱群	
A わかるよう にするべき		<i>n</i> =54	<i>n</i> =37	
	ニュース	29 (53.7%)	17 (45.9%)	0.53 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	29 (53.7%)	17 (45.9%)	0.53 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	19 (35.2%)	14 (37.8%)	0.07 <i>ns</i>
	情報番組	22 (40.7%)	8 (21.6%)	3.63 <i>ns</i>
	該当なし	10 (18.5%)	10 (27.0%)	0.93 <i>ns</i>
B わからない ように工夫 するべき		<i>n</i> =53	<i>n</i> =34	
	ニュース	15 (28.3%)	3 (8.8%)	4.79 *
	ニュース・ ドキュメンタリー	14 (26.4%)	5 (14.7%)	1.66 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	18 (34.0%)	9 (26.5%)	0.54 <i>ns</i>
	情報番組	10 (18.9%)	6 (17.6%)	0.02 <i>ns</i>
	該当なし	19 (35.8%)	19 (55.9%)	3.38 <i>ns</i>

Q5. 取材対象者に対する制作者のあり方
(懐疑的な態度 (B. 中立でない) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>
		強群	弱群	
A カメラを 意識しない 表情を ねらうべき		<i>n</i> =53	<i>n</i> =37	
	ニュース	12 (22.6%)	12 (32.4%)	1.07 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	32 (60.4%)	21 (56.8%)	0.12 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	43 (81.1%)	25 (67.6%)	2.17 <i>ns</i>
	情報番組	11 (20.8%)	9 (24.3%)	0.16 <i>ns</i>
	該当なし	2 (3.8%)	4 (10.8%)	1.73 ^a <i>ns</i>
B 取材対象者 への はたらきか けで 現実や真実 が 伝えられる		<i>n</i> =53	<i>n</i> =37	
	ニュース	27 (45.5%)	12 (41.2%)	3.04 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	19 (35.8%)	19 (51.4%)	2.15 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	19 (35.8%)	15 (40.5%)	0.20 <i>ns</i>
	情報番組	21 (39.6%)	14 (37.8%)	0.03 <i>ns</i>
	該当なし	11 (20.8%)	9 (24.3%)	0.16 <i>ns</i>

Q6. 公平・中立に対する考え方
(懐疑的な態度 (B. 中立でない) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>
		強群	弱群	
A 1つの番組 内で公平・ 中立を目指 すべき		<i>n</i> =51	<i>n</i> =36	
	ニュース	36 (70.6%)	24 (66.7%)	0.15 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	21 (41.2%)	10 (27.8%)	1.65 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	10 (19.6%)	6 (16.7%)	0.12 <i>ns</i>
	情報番組	23 (45.1%)	10 (27.8%)	2.69 <i>ns</i>
	該当なし	4 (7.8%)	6 (16.7%)	1.62 ^a <i>ns</i>
B 局全体で公 平・中立を 目指すべき		<i>n</i> =53	<i>n</i> =35	
	ニュース	32 (60.4%)	21 (60.0%)	0.00 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	18 (34.0%)	12 (34.3%)	0.00 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	15 (28.3%)	9 (25.7%)	0.07 <i>ns</i>
	情報番組	18 (34.0%)	15 (42.9%)	0.71 <i>ns</i>
	該当なし	9 (17.0%)	6 (17.1%)	0.00 <i>ns</i>
C 公平・中立 は難しい		<i>n</i> =53	<i>n</i> =35	
	ニュース	15 (28.3%)	8 (22.9%)	0.32 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	21 (39.6%)	13 (37.1%)	0.06 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	26 (49.1%)	16 (45.7%)	0.09 <i>ns</i>
	情報番組	14 (26.4%)	10 (28.6%)	0.05 <i>ns</i>
	該当なし	12 (22.6%)	8 (22.9%)	0.00 <i>ns</i>

テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシー育成に関する研究

付録2 調査結果

Q7. 取材対象者へのはたらきかけを行う撮影手法の容認度(懐疑的な態度 (B. 中立でない) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度		χ^2 <i>p</i>	項目	番組ジャンル	懐疑態度		χ^2 <i>p</i>
		強群 <i>n</i> =53	弱群 <i>n</i> =36				強群 <i>n</i> =53	弱群 <i>n</i> =37	
A 別の角度	ニュース	17 (32.1%)	9 (25.0%)	0.52 <i>ns</i>	E 別の場所	ニュース	18 (34.0%)	11 (29.7%)	0.18 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	21 (39.6%)	10 (27.8%)	1.33 <i>ns</i>		ニュース・ドキュメンタリー	20 (37.7%)	11 (29.7%)	0.62 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	20 (37.7%)	14 (38.9%)	0.01 <i>ns</i>		その他のドキュメンタリー	17 (32.1%)	15 (40.5%)	0.68 <i>ns</i>
	情報番組	14 (26.4%)	11 (30.6%)	0.18 <i>ns</i>		情報番組	19 (35.8%)	12 (32.4%)	0.11 ^a <i>ns</i>
	該当なし	14 (26.4%)	10 (27.8%)	0.02 <i>ns</i>		該当なし	17 (32.1%)	13 (35.1%)	0.09 ^a <i>ns</i>
B 撮影日時	ニュース	15 (28.3%)	17 (45.9%)	2.96 <i>ns</i>	F ふさわしい場所	ニュース	15 (28.3%)	8 (21.6%)	0.51 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	20 (37.7%)	17 (45.9%)	0.61 <i>ns</i>		ニュース・ドキュメンタリー	18 (34.0%)	12 (32.4%)	0.02 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	29 (54.7%)	14 (37.8%)	2.49 <i>ns</i>		その他のドキュメンタリー	19 (35.8%)	11 (29.7%)	0.37 <i>ns</i>
	情報番組	17 (32.1%)	12 (32.4%)	0.00 <i>ns</i>		情報番組	17 (32.1%)	11 (29.7%)	0.06 <i>ns</i>
	該当なし	11 (20.8%)	6 (16.2%)	0.29 <i>ns</i>		該当なし	21 (39.6%)	14 (37.8%)	0.03 <i>ns</i>
C ゆっくり	ニュース	18 (34.6%)	14 (37.8%)	0.10 <i>ns</i>	G 自然現象	ニュース	8 (15.1%)	2 (8.4%)	2.07 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	23 (44.2%)	11 (29.7%)	1.93 <i>ns</i>		ニュース・ドキュメンタリー	16 (30.2%)	7 (18.9%)	1.46 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	21 (40.4%)	8 (21.6%)	3.47 <i>ns</i>		その他のドキュメンタリー	20 (37.7%)	11 (29.7%)	0.62 <i>ns</i>
	情報番組	14 (26.9%)	15 (40.5%)	1.83 <i>ns</i>		情報番組	9 (17.0%)	3 (8.1%)	1.49 ^a <i>ns</i>
	該当なし	14 (26.9%)	10 (27.0%)	0.00 <i>ns</i>		該当なし	20 (37.7%)	19 (51.4%)	1.65 <i>ns</i>
D もう一度	ニュース	14 (26.9%)	9 (25.0%)	0.04 <i>ns</i>	H 状況設定	ニュース	12 (22.6%)	5 (13.5%)	1.19 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	21 (40.4%)	12 (33.3%)	0.45 <i>ns</i>		ニュース・ドキュメンタリー	20 (37.7%)	14 (37.8%)	0.00 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	23 (44.2%)	12 (33.3%)	1.06 <i>ns</i>		その他のドキュメンタリー	30 (56.6%)	22 (59.5%)	0.07 <i>ns</i>
	情報番組	19 (36.5%)	11 (30.6%)	0.34 <i>ns</i>		情報番組	11 (20.8%)	9 (24.3%)	0.16 <i>ns</i>
	該当なし	15 (28.8%)	12 (33.3%)	0.20 <i>ns</i>		該当なし	14 (26.4%)	11 (29.7%)	0.12 <i>ns</i>

【4C】 テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違い
： テレビ番組への懐疑的な態度 (C. 伝えていない) 強群 vs 弱群 (第7章と対応)

Q1. 番組制作者が題材選択で考慮していると思う
項目
(懐疑的な態度 (C. 伝えていない) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2
		強群 n=74	弱群 n=17	
A 世間に対する 影響力	ニュース	58 (78.4%)	16 (94.1%)	2.25 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	32 (43.2%)	7 (41.2%)	0.02 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	9 (12.2%)	5 (29.4%)	3.16 ^a <i>ns</i>
	情報番組	33 (44.6%)	9 (52.9%)	0.39 <i>ns</i>
B 多くの人の 関心	ニュース	48 (64.9%)	11 (64.7%)	0.00 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	28 (37.8%)	8 (47.1%)	0.49 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	24 (32.4%)	5 (29.4%)	0.06 <i>ns</i>
	情報番組	34 (45.9%)	6 (35.3%)	0.64 <i>ns</i>
C 視聴者が 見て 面白い	ニュース	9 (12.2%)	2 (11.8%)	0.00 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	26 (35.1%)	5 (29.4%)	0.20 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	46 (62.2%)	13 (76.5%)	1.24 <i>ns</i>
	情報番組	28 (37.8%)	8 (47.1%)	0.49 <i>ns</i>
D 視聴者にと って 新しい	ニュース	31 (41.9%)	5 (29.4%)	0.90 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	28 (37.8%)	4 (23.5%)	1.24 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	19 (25.7%)	3 (17.6%)	0.49 ^a <i>ns</i>
	情報番組	32 (43.2%)	11 (64.7%)	2.56 <i>ns</i>
E 映像で 表現 しやすい	ニュース	24 (32.4%)	5 (29.4%)	0.06 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	43 (58.1%)	9 (52.9%)	0.15 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	37 (50.0%)	9 (52.9%)	0.05 <i>ns</i>
	情報番組	24 (32.4%)	7 (41.2%)	0.47 <i>ns</i>
F 物語性や 人間ドラマ	ニュース	2 (2.7%)	1 (5.9%)	0.44 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	34 (45.9%)	8 (47.1%)	0.01 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	56 (75.7%)	15 (88.2%)	1.27 ^a <i>ns</i>
	情報番組	7 (9.5%)	3 (17.6%)	0.95 ^a <i>ns</i>
G 制作費に 見合う	ニュース	36 (48.6%)	8 (47.1%)	0.01 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	22 (29.7%)	6 (35.3%)	0.20 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	26 (35.1%)	6 (35.3%)	0.00 <i>ns</i>
	情報番組	28 (37.8%)	9 (52.9%)	1.31 <i>ns</i>

Q2. 番組が何かの題材を放送しない理由に影響し
ていると思う項目
(懐疑的な態度 (C. 伝えていない) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2
		強群 n=74	弱群 n=17	
A 視聴率が とれない	ニュース	32 (43.2%)	6 (35.3%)	0.36 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	38 (51.4%)	8 (47.1%)	0.10 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	38 (51.4%)	9 (52.9%)	0.01 <i>ns</i>
	情報番組	24 (32.4%)	6 (35.3%)	0.05 <i>ns</i>
B 世間の空気 と逆行した メッセージ	ニュース	27 (36.5%)	6 (35.3%)	0.01 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	29 (39.2%)	6 (35.3%)	0.09 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	28 (37.8%)	12 (70.6%)	6.02 *
	情報番組	22 (29.7%)	4 (23.5%)	0.26 ^a <i>ns</i>
C 取材対象者 の取材・ 撮影拒否	ニュース	44 (59.5%)	8 (47.1%)	0.87 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	35 (47.3%)	11 (64.7%)	1.68 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	35 (47.3%)	9 (52.9%)	0.18 <i>ns</i>
	情報番組	27 (36.5%)	10 (58.8%)	2.86 <i>ns</i>
D 取材対象者 への影響に 対する配慮	ニュース	38 (52.9%)	9 (52.9%)	0.01 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	36 (48.6%)	7 (41.2%)	0.31 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	25 (33.8%)	8 (47.1%)	1.05 <i>ns</i>
	情報番組	24 (32.4%)	7 (41.2%)	0.47 <i>ns</i>
E 視聴者から 抗議が来る 可能性	ニュース	40 (54.1%)	12 (70.6%)	1.54 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	41 (55.4%)	7 (41.2%)	1.12 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	31 (41.9%)	9 (52.9%)	0.69 <i>ns</i>
	情報番組	44 (59.5%)	13 (76.5%)	1.71 <i>ns</i>
F スポンサー に対する 配慮	ニュース	33 (44.6%)	5 (29.4%)	1.31 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	34 (45.9%)	5 (29.4%)	1.54 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	37 (50.0%)	8 (47.1%)	0.05 <i>ns</i>
	情報番組	35 (47.3%)	9 (52.9%)	0.18 <i>ns</i>
G 制作者が 取材したい と思わない	ニュース	22 (29.7%)	8 (47.1%)	1.88 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	30 (40.5%)	6 (35.3%)	0.16 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	26 (35.1%)	6 (35.3%)	0.00 <i>ns</i>
	情報番組	27 (36.5%)	3 (17.6%)	2.22 <i>ns</i>

上は度数、下の括弧内は各群における回答者の割合(%)、太線で囲ったのは、回答の偏りが有意な項目および番組ジャンル
^aは、Fisher's exact test の値 * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$ (以下の表も同様)

Q3. 番組が伝える現実
(懐疑的な態度 (C. 伝えていない) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>
		強群	弱群	
A ありのまま の現実		<i>n</i> =72	<i>n</i> =18	
	ニュース	51 (70.8%)	13 (72.2%)	0.01 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	37 (51.4%)	12 (66.7%)	1.36 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	24 (33.3%)	8 (44.4%)	0.78 <i>ns</i>
	情報番組	34 (47.2%)	11 (61.1%)	1.11 <i>ns</i>
	該当なし	5 (6.9%)	1 (5.6%)	0.05 ^a <i>ns</i>
	B 再構成した もの		<i>n</i> =72	<i>n</i> =17
ニュース		13 (18.1%)	4 (23.5%)	0.27 ^a <i>ns</i>
ニュース・ ドキュメンタリー		33 (45.8%)	5 (29.4%)	1.52 <i>ns</i>
その他の ドキュメンタリー		35 (48.6%)	8 (47.1%)	0.01 <i>ns</i>
情報番組		28 (38.9%)	6 (35.3%)	0.08 <i>ns</i>
該当なし		12 (16.7%)	5 (29.4%)	1.45 ^a <i>ns</i>

Q5. 取材対象者に対する制作者のあり方
(懐疑的な態度 (C. 伝えていない) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>
		強群	弱群	
A カメラを 意識しない 表情を ねらうべき		<i>n</i> =72	<i>n</i> =18	
	ニュース	20 (27.8%)	4 (22.2%)	0.23 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	42 (58.3%)	11 (61.1%)	0.05 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	53 (73.6%)	15 (83.3%)	0.73 ^a <i>ns</i>
	情報番組	15 (20.8%)	5 (27.8%)	0.40 ^a <i>ns</i>
	該当なし	5 (6.9%)	1 (5.6%)	0.05 ^a <i>ns</i>
	B 取材対象者 への はたらきか けで 現実や真実 が 伝えられる		<i>n</i> =72	<i>n</i> =18
ニュース		34 (47.2%)	5 (27.8%)	2.22 <i>ns</i>
ニュース・ ドキュメンタリー		28 (38.9%)	10 (55.6%)	1.64 <i>ns</i>
その他の ドキュメンタリー		25 (34.7%)	9 (50.0%)	1.43 <i>ns</i>
情報番組		27 (37.5%)	8 (44.4%)	0.29 <i>ns</i>
該当なし		15 (20.8%)	5 (27.8%)	0.40 ^a <i>ns</i>

Q4. 制作者の存在の見せ方
(懐疑的な態度 (C. 伝えていない) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>
		強群	弱群	
A わかるよう にするべき		<i>n</i> =73	<i>n</i> =18	
	ニュース	38 (52.1%)	8 (44.4%)	0.34 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	45 (61.6%)	1 (5.6%)	18.17 ***
	その他の ドキュメンタリー	32 (43.8%)	1 (5.6%)	9.16 **
	情報番組	27 (37.0%)	3 (16.7%)	2.70 <i>ns</i>
	該当なし	10 (13.7%)	10 (55.6%)	14.75 ^a ***
	B わからない ように工夫 するべき		<i>n</i> =71	<i>n</i> =16
ニュース		15 (27.3%)	3 (9.7%)	0.05 ^a <i>ns</i>
ニュース・ ドキュメンタリー		15 (21.1%)	4 (25.0%)	0.12 ^a <i>ns</i>
その他の ドキュメンタリー		20 (28.2%)	7 (43.8%)	1.48 ^a <i>ns</i>
情報番組		14 (19.7%)	2 (12.5%)	0.45 ^a <i>ns</i>
該当なし		30 (42.3%)	8 (50.0%)	0.32 <i>ns</i>

Q6. 公平・中立に対する考え方
(懐疑的な態度 (C. 伝えていない) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>
		強群	弱群	
A 1つの番組 内で公平・ 中立を目指 すべき		<i>n</i> =70	<i>n</i> =17	
	ニュース	50 (71.4%)	10 (58.8%)	1.02 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	25 (35.7%)	6 (35.3%)	0.00 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	11 (15.7%)	5 (29.4%)	1.71 ^a <i>ns</i>
	情報番組	25 (35.7%)	8 (47.1%)	0.75 <i>ns</i>
	該当なし	6 (8.6%)	4 (23.5%)	3.01 ^a <i>ns</i>
	B 局全体で公 平・中立を 目指すべき		<i>n</i> =72	<i>n</i> =16
ニュース		44 (61.1%)	9 (56.3%)	0.13 <i>ns</i>
ニュース・ ドキュメンタリー		25 (34.7%)	5 (31.3%)	0.07 <i>ns</i>
その他の ドキュメンタリー		18 (25.0%)	6 (37.5%)	1.03 ^a <i>ns</i>
情報番組		25 (34.7%)	8 (50.0%)	1.30 <i>ns</i>
該当なし		10 (13.9%)	5 (31.3%)	2.79 ^a <i>ns</i>
C 公平・中立 は難しい			<i>n</i> =72	<i>n</i> =16
	ニュース	17 (23.6%)	6 (37.5%)	1.31 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	28 (38.9%)	6 (37.5%)	0.01 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	33 (45.8%)	9 (56.3%)	0.57 <i>ns</i>
	情報番組	19 (26.4%)	5 (31.3%)	0.16 ^a <i>ns</i>
	該当なし	15 (20.8%)	5 (31.3%)	0.81 ^a <i>ns</i>

テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシー育成に関する研究

付録2 調査結果

Q7. 取材対象者へのはたらきかけを行う撮影手法の容認度
(懐疑的な態度 (C. 伝えていない) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>	項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>
		強群	弱群				強群	弱群	
A 別の角度		<i>n</i> =72	<i>n</i> =17				<i>n</i> =72	<i>n</i> =18	
	ニュース	23 (31.9%)	3 (17.6%)	1.36 ^a <i>ns</i>	ニュース	25 (34.7%)	4 (22.2%)	1.03 <i>ns</i>	
	ニュース・ドキュメンタリー	26 (36.1%)	5 (29.4%)	0.27 <i>ns</i>	ニュース・ドキュメンタリー	24 (33.3%)	7 (38.9%)	0.20 <i>ns</i>	
	その他のドキュメンタリー	27 (37.5%)	7 (41.2%)	0.08 <i>ns</i>	その他のドキュメンタリー	24 (33.3%)	8 (44.4%)	0.78 <i>ns</i>	
	情報番組	21 (29.2%)	4 (23.5%)	0.22 ^a <i>ns</i>	情報番組	25 (34.7%)	6 (33.3%)	0.01 <i>ns</i>	
	該当なし	18 (25.0%)	6 (35.3%)	0.74 ^a <i>ns</i>	該当なし	23 (31.9%)	7 (39.8%)	0.31 <i>ns</i>	
B 撮影日時		<i>n</i> =72	<i>n</i> =18				<i>n</i> =72	<i>n</i> =18	
	ニュース	24 (33.3%)	8 (44.4%)	0.78 <i>ns</i>	ニュース	17 (23.6%)	6 (33.3%)	0.72 ^a <i>ns</i>	
	ニュース・ドキュメンタリー	32 (44.4%)	5 (29.4%)	1.65 <i>ns</i>	ニュース・ドキュメンタリー	25 (34.7%)	5 (27.8%)	0.31 <i>ns</i>	
	その他のドキュメンタリー	38 (52.8%)	5 (27.8%)	3.61 <i>ns</i>	その他のドキュメンタリー	24 (33.3%)	6 (33.3%)	0.00 <i>ns</i>	
	情報番組	23 (31.9%)	6 (33.3%)	0.01 <i>ns</i>	情報番組	20 (27.8%)	8 (44.4%)	1.87 <i>ns</i>	
	該当なし	13 (18.1%)	4 (22.2%)	0.16 ^a <i>ns</i>	該当なし	28 (38.9%)	7 (38.9%)	0.00 <i>ns</i>	
C ゆっくり		<i>n</i> =71	<i>n</i> =18				<i>n</i> =72	<i>n</i> =18	
	ニュース	26 (36.6%)	6 (33.3%)	0.07 <i>ns</i>	ニュース	9 (12.5%)	1 (5.6%)	0.70 ^a <i>ns</i>	
	ニュース・ドキュメンタリー	28 (39.4%)	6 (33.3%)	0.23 <i>ns</i>	ニュース・ドキュメンタリー	20 (27.8%)	3 (16.7%)	0.93 ^a <i>ns</i>	
	その他のドキュメンタリー	24 (33.8%)	5 (27.8%)	0.24 <i>ns</i>	その他のドキュメンタリー	27 (37.5%)	4 (22.2%)	1.49 <i>ns</i>	
	情報番組	20 (28.2%)	9 (50.0%)	3.12 <i>ns</i>	情報番組	11 (15.3%)	1 (5.6%)	1.18 ^a <i>ns</i>	
	該当なし	18 (25.4%)	6 (33.3%)	0.46 ^a <i>ns</i>	該当なし	28 (38.9%)	11 (61.1%)	2.90 <i>ns</i>	
D もう一度		<i>n</i> =72	<i>n</i> =16				<i>n</i> =72	<i>n</i> =18	
	ニュース	19 (26.4%)	4 (25.0%)	0.01 ^a <i>ns</i>	ニュース	13 (18.1%)	4 (22.2%)	0.16 ^a <i>ns</i>	
	ニュース・ドキュメンタリー	25 (34.7%)	8 (50.0%)	1.30 <i>ns</i>	ニュース・ドキュメンタリー	25 (34.7%)	9 (50.0%)	1.43 <i>ns</i>	
	その他のドキュメンタリー	26 (36.1%)	9 (56.3%)	2.22 <i>ns</i>	その他のドキュメンタリー	39 (54.2%)	13 (72.2%)	1.92 <i>ns</i>	
	情報番組	25 (34.7%)	5 (31.3%)	0.07 <i>ns</i>	情報番組	15 (20.8%)	5 (27.8%)	0.40 ^a <i>ns</i>	
	該当なし	22 (30.6%)	5 (31.3%)	0.00 ^a <i>ns</i>	該当なし	21 (29.2%)	4 (22.2%)	0.35 <i>ns</i>	
E 別の場所		<i>n</i> =72	<i>n</i> =18				<i>n</i> =72	<i>n</i> =18	
	ニュース	25 (34.7%)	3 (17.6%)	1.36 ^a <i>ns</i>	ニュース	17 (23.6%)	6 (33.3%)	0.72 ^a <i>ns</i>	
	ニュース・ドキュメンタリー	26 (36.1%)	5 (29.4%)	0.27 <i>ns</i>	ニュース・ドキュメンタリー	25 (34.7%)	5 (27.8%)	0.31 <i>ns</i>	
	その他のドキュメンタリー	27 (37.5%)	7 (41.2%)	0.08 <i>ns</i>	その他のドキュメンタリー	24 (33.3%)	6 (33.3%)	0.00 <i>ns</i>	
	情報番組	21 (29.2%)	4 (23.5%)	0.22 ^a <i>ns</i>	情報番組	20 (27.8%)	8 (44.4%)	1.87 <i>ns</i>	
	該当なし	18 (25.0%)	6 (35.3%)	0.74 ^a <i>ns</i>	該当なし	28 (38.9%)	7 (38.9%)	0.00 <i>ns</i>	
F ふさわしい場所		<i>n</i> =72	<i>n</i> =18				<i>n</i> =72	<i>n</i> =18	
	ニュース	24 (33.3%)	8 (44.4%)	0.78 <i>ns</i>	ニュース	17 (23.6%)	6 (33.3%)	0.72 ^a <i>ns</i>	
	ニュース・ドキュメンタリー	32 (44.4%)	5 (29.4%)	1.65 <i>ns</i>	ニュース・ドキュメンタリー	25 (34.7%)	5 (27.8%)	0.31 <i>ns</i>	
	その他のドキュメンタリー	38 (52.8%)	5 (27.8%)	3.61 <i>ns</i>	その他のドキュメンタリー	24 (33.3%)	6 (33.3%)	0.00 <i>ns</i>	
	情報番組	23 (31.9%)	6 (33.3%)	0.01 <i>ns</i>	情報番組	20 (27.8%)	8 (44.4%)	1.87 <i>ns</i>	
	該当なし	13 (18.1%)	4 (22.2%)	0.16 ^a <i>ns</i>	該当なし	28 (38.9%)	7 (38.9%)	0.00 <i>ns</i>	
G 自然現象		<i>n</i> =71	<i>n</i> =18				<i>n</i> =72	<i>n</i> =18	
	ニュース	26 (36.6%)	6 (33.3%)	0.07 <i>ns</i>	ニュース	9 (12.5%)	1 (5.6%)	0.70 ^a <i>ns</i>	
	ニュース・ドキュメンタリー	28 (39.4%)	6 (33.3%)	0.23 <i>ns</i>	ニュース・ドキュメンタリー	20 (27.8%)	3 (16.7%)	0.93 ^a <i>ns</i>	
	その他のドキュメンタリー	24 (33.8%)	5 (27.8%)	0.24 <i>ns</i>	その他のドキュメンタリー	27 (37.5%)	4 (22.2%)	1.49 <i>ns</i>	
	情報番組	20 (28.2%)	9 (50.0%)	3.12 <i>ns</i>	情報番組	11 (15.3%)	1 (5.6%)	1.18 ^a <i>ns</i>	
	該当なし	18 (25.4%)	6 (33.3%)	0.46 ^a <i>ns</i>	該当なし	28 (38.9%)	11 (61.1%)	2.90 <i>ns</i>	
H 状況設定		<i>n</i> =72	<i>n</i> =16				<i>n</i> =72	<i>n</i> =18	
	ニュース	19 (26.4%)	4 (25.0%)	0.01 ^a <i>ns</i>	ニュース	13 (18.1%)	4 (22.2%)	0.16 ^a <i>ns</i>	
	ニュース・ドキュメンタリー	25 (34.7%)	8 (50.0%)	1.30 <i>ns</i>	ニュース・ドキュメンタリー	25 (34.7%)	9 (50.0%)	1.43 <i>ns</i>	
	その他のドキュメンタリー	26 (36.1%)	9 (56.3%)	2.22 <i>ns</i>	その他のドキュメンタリー	39 (54.2%)	13 (72.2%)	1.92 <i>ns</i>	
	情報番組	25 (34.7%)	5 (31.3%)	0.07 <i>ns</i>	情報番組	15 (20.8%)	5 (27.8%)	0.40 ^a <i>ns</i>	
	該当なし	22 (30.6%)	5 (31.3%)	0.00 ^a <i>ns</i>	該当なし	21 (29.2%)	4 (22.2%)	0.35 <i>ns</i>	

【4D】 テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違い
： テレビ番組への懐疑的な態度 (D. 本当のことでない) 強群 vs 弱群 (第7章と対応)

Q1. 番組制作者が題材選択で考慮していると思う
項目
(懐疑的な態度 (D. 本当のことでない) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>
		強群 <i>n</i> =68	弱群 <i>n</i> =23	
A 世間に対する 影響力	ニュース	56 (82.4%)	18 (78.3%)	0.19 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	31 (45.6%)	8 (34.8%)	0.82 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	10 (14.7%)	4 (17.4%)	0.10 ^a <i>ns</i>
	情報番組	28 (41.2%)	14 (60.9%)	2.68 <i>ns</i>
	ニュース	45 (66.2%)	14 (60.9%)	0.21 <i>ns</i>
B 多くの人の 関心	ニュース	27 (39.7%)	9 (39.1%)	0.00 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	24 (35.3%)	5 (21.7%)	1.45 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	30 (44.1%)	10 (43.5%)	0.00 <i>ns</i>
	情報番組	11 (16.2%)	0 (0.0%)	4.23 ^a *
	ニュース・ ドキュメンタリー	25 (36.8%)	6 (26.1%)	0.87 <i>ns</i>
C 視聴者が 見て 面白い	その他の ドキュメンタリー	43 (63.2%)	16 (69.6%)	0.30 <i>ns</i>
	情報番組	25 (36.8%)	11 (47.8%)	0.88 <i>ns</i>
	ニュース	27 (39.7%)	9 (39.1%)	0.00 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	26 (38.2%)	6 (26.1%)	1.11 *
	その他の ドキュメンタリー	17 (25.0%)	5 (21.7%)	0.10 <i>ns</i>
D 視聴者に とって 新しい	情報番組	30 (44.1%)	13 (56.5%)	1.06 <i>ns</i>
	ニュース	24 (35.3%)	5 (21.7%)	1.45 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	44 (64.7%)	8 (34.8%)	6.28 *
	その他の ドキュメンタリー	34 (50.0%)	12 (52.2%)	0.32 <i>ns</i>
	情報番組	24 (35.3%)	7 (30.4%)	0.18 <i>ns</i>
E 映像で 表現 しやすい	ニュース	3 (4.4%)	0 (0.0%)	1.05 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	36 (52.9%)	6 (39.4%)	4.99 *
	その他の ドキュメンタリー	51 (75.0%)	20 (87.0%)	1.43 <i>ns</i>
	情報番組	7 (10.3%)	3 (13.0%)	0.13 ^a <i>ns</i>
	ニュース	35 (51.5%)	9 (39.1%)	1.05 <i>ns</i>
F 物語性や 人間ドラマ	ニュース	23 (33.8%)	5 (21.7%)	1.18 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	24 (35.3%)	8 (34.8%)	0.00 <i>ns</i>
	情報番組	28 (41.2%)	9 (39.1%)	0.03 <i>ns</i>
	ニュース	35 (51.5%)	9 (39.1%)	1.05 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	23 (33.8%)	5 (21.7%)	1.18 <i>ns</i>
G 制作費に 見合う	その他の ドキュメンタリー	24 (35.3%)	8 (34.8%)	0.00 <i>ns</i>
	情報番組	28 (41.2%)	9 (39.1%)	0.03 <i>ns</i>
	ニュース	35 (51.5%)	9 (39.1%)	1.05 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	23 (33.8%)	5 (21.7%)	1.18 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	24 (35.3%)	8 (34.8%)	0.00 <i>ns</i>

Q2. 番組が何かの題材を放送しない理由に影響し
ていると思う項目
(懐疑的な態度 (D. 本当のことでない) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>
		強群 <i>n</i> =68	弱群 <i>n</i> =23	
A 視聴率が とれない	ニュース	31 (45.6%)	7 (30.4%)	1.62 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	35 (51.5%)	11 (47.8%)	0.09 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	36 (52.9%)	11 (47.8%)	0.18 <i>ns</i>
	情報番組	19 (27.9%)	11 (47.8%)	3.08 <i>ns</i>
	ニュース	26 (38.2%)	7 (30.4%)	0.45 <i>ns</i>
B 世間の空気 と逆行した メッセージ	ニュース	30 (44.1%)	5 (21.7%)	3.64 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	31 (45.6%)	9 (39.1%)	0.29 <i>ns</i>
	情報番組	23 (33.8%)	3 (13.0%)	3.64 <i>ns</i>
	ニュース	40 (58.8%)	12 (52.2%)	0.31 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	36 (52.9%)	10 (43.5%)	0.62 <i>ns</i>
C 取材対象者 の取材・ 撮影拒否	その他の ドキュメンタリー	34 (50.0%)	10 (43.5%)	0.29 <i>ns</i>
	情報番組	30 (44.1%)	7 (30.4%)	1.33 <i>ns</i>
	ニュース	35 (51.5%)	12 (52.2%)	0.00 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	36 (52.9%)	7 (30.4%)	3.49 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	23 (33.8%)	10 (43.5%)	0.69 <i>ns</i>
D 取材対象者 への影響に 対する配慮	情報番組	23 (33.8%)	8 (34.8%)	0.01 <i>ns</i>
	ニュース	42 (61.8%)	10 (43.5%)	2.35 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	36 (52.9%)	12 (52.2%)	0.00 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	33 (48.5%)	7 (30.4%)	2.28 <i>ns</i>
	情報番組	42 (61.8%)	15 (65.2%)	0.09 <i>ns</i>
E 視聴者から 抗議が来る 可能性	ニュース	31 (45.6%)	7 (30.4%)	1.62 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	31 (45.6%)	8 (34.8%)	0.82 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	34 (50.0%)	11 (47.8%)	0.03 <i>ns</i>
	情報番組	35 (51.5%)	9 (39.1%)	1.05 <i>ns</i>
	ニュース	22 (32.4%)	8 (34.8%)	0.05 <i>ns</i>
F スポンサー に対する 配慮	ニュース	28 (41.2%)	8 (34.8%)	0.29 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	25 (36.8%)	7 (30.4%)	0.30 <i>ns</i>
	情報番組	23 (33.8%)	7 (30.4%)	0.09 <i>ns</i>
	ニュース	31 (45.6%)	7 (30.4%)	1.62 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	31 (45.6%)	8 (34.8%)	0.82 <i>ns</i>
G 制作者が 取材したい と思わない	その他の ドキュメンタリー	25 (36.8%)	7 (30.4%)	0.30 <i>ns</i>
	情報番組	23 (33.8%)	7 (30.4%)	0.09 <i>ns</i>
	ニュース	31 (45.6%)	7 (30.4%)	1.62 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	31 (45.6%)	8 (34.8%)	0.82 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	34 (50.0%)	11 (47.8%)	0.03 <i>ns</i>

上は度数、下の括弧内は各群における回答者の割合(%)、太線で囲ったのは、回答の偏りが有意な項目および番組ジャンル
a)は、Fisher's exact test の値 **p*<.05, ***p*<.01, ****p*<.001(以下の表も同様)

テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究

付録2 調査結果

Q3. 番組が伝える現実
(懐疑的な態度 (D. 本当のことでない) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>
		強群	弱群	
A ありのまま の現実		<i>n</i> =68	<i>n</i> =22	
	ニュース	47 (69.1%)	17 (77.3%)	0.54 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	35 (51.5%)	14 (63.6%)	0.99 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	22 (32.4%)	10 (45.5%)	1.25 <i>ns</i>
	情報番組	34 (50.0%)	11 (50.0%)	0.00 <i>ns</i>
	該当なし	4 (5.9%)	2 (9.1%)	0.28 ^a <i>ns</i>
		<i>n</i> =68	<i>n</i> =21	
B 再構成 したもの	ニュース	14 (20.6%)	3 (14.3%)	0.41 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	33 (48.5%)	5 (23.8%)	4.01 *
	その他の ドキュメンタリー	32 (47.1%)	11 (52.4%)	0.18 <i>ns</i>
	情報番組	25 (36.8%)	9 (42.9%)	0.25 <i>ns</i>
	該当なし	10 (14.7%)	7 (33.3%)	3.60 ^a <i>ns</i>

Q4. 制作者の存在の見せ方
(懐疑的な態度 (D. 本当のことでない) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>
		強群	弱群	
A わかるよう にするべき		<i>n</i> =68	<i>n</i> =23	
	ニュース	37 (54.4%)	9 (39.1%)	1.61 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	38 (55.9%)	8 (34.8%)	3.06 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	26 (38.2%)	7 (30.4%)	0.45 <i>ns</i>
	情報番組	25 (36.8%)	5 (21.7%)	1.76 <i>ns</i>
	該当なし	12 (17.6%)	8 (34.8%)	2.94 <i>ns</i>
		<i>n</i> =67	<i>n</i> =20	
B わからない ように工夫 するべき	ニュース	17 (25.4%)	1 (5.0%)	3.90 ^a *
	ニュース・ ドキュメンタリー	15 (22.4%)	4 (20.0%)	0.05 ^a <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	22 (32.8%)	5 (25.0%)	0.44 <i>ns</i>
	情報番組	14 (20.9%)	2 (10.0%)	1.22 ^a <i>ns</i>
	該当なし	26 (38.8%)	12 (60.0%)	2.81 <i>ns</i>

Q5. 取材対象者に対する制作者のあり方
(懐疑的な態度 (D. 本当のことでない) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>
		強群	弱群	
A カメラを 意識しない 表情を ねらうべき		<i>n</i> =68	<i>n</i> =22	
	ニュース	15 (22.1%)	9 (40.9%)	3.02 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	39 (57.4%)	14 (63.6%)	0.27 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	52 (76.5%)	16 (72.7%)	0.13 <i>ns</i>
	情報番組	12 (17.6%)	8 (36.4%)	3.37 ^a <i>ns</i>
	該当なし	4 (5.9%)	2 (9.1%)	0.28 ^a <i>ns</i>
		<i>n</i> =68	<i>n</i> =22	
B 取材対象者 への はたらきか けで 現実や真実 が 伝えられる	ニュース	29 (42.6%)	10 (45.5%)	0.05 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	24 (35.3%)	14 (63.6%)	5.47 *
	その他の ドキュメンタリー	23 (33.8%)	11 (50.0%)	1.85 <i>ns</i>
	情報番組	26 (38.2%)	9 (40.9%)	0.05 <i>ns</i>
	該当なし	15 (22.1%)	5 (22.7%)	0.00 ^a <i>ns</i>

Q6. 公平・中立に対する考え方
(懐疑的な態度 (D. 本当のことでない) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>
		強群	弱群	
A 1つの番組 内で公平・ 中立を目指 すべき		<i>n</i> =65	<i>n</i> =22	
	ニュース	45 (69.2%)	15 (68.2%)	0.01 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	27 (41.5%)	4 (18.2%)	3.91 *
	その他の ドキュメンタリー	15 (23.1%)	1 (4.5%)	3.76 ^a <i>ns</i>
	情報番組	25 (38.5%)	8 (36.4%)	0.03 <i>ns</i>
	該当なし	6 (9.2%)	4 (18.2%)	1.30 ^a <i>ns</i>
		<i>n</i> =66	<i>n</i> =22	
B 局全体で公 平・中立を 目指すべき	ニュース	40 (60.6%)	13 (59.1%)	0.02 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	24 (36.4%)	6 (27.3%)	0.61 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	19 (28.8%)	5 (22.7%)	0.31 <i>ns</i>
	情報番組	24 (36.4%)	9 (40.9%)	0.15 <i>ns</i>
	該当なし	9 (13.6%)	6 (27.3%)	2.17 ^a <i>ns</i>
		<i>n</i> =67	<i>n</i> =21	
C 公平・中立 は難しい	ニュース	18 (26.9%)	5 (23.8%)	0.08 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	26 (38.8%)	8 (38.1%)	0.00 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	33 (49.3%)	9 (42.9%)	0.26 <i>ns</i>
	情報番組	20 (29.9%)	4 (19.0%)	0.94 <i>ns</i>
	該当なし	13 (19.4%)	7 (33.3%)	1.77 ^a <i>ns</i>

テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシー育成に関する研究

付録2 調査結果

Q7. 取材対象者へのはたらきかけを行う撮影手法の容認度
(懐疑的な態度 (D. 本当のことでない) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度 強群	懐疑態度 弱群	χ^2 <i>p</i>
A. 別の角度		<i>n</i> =68	<i>n</i> =21	
	ニュース	21 (30.9%)	5 (23.8%)	0.39 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	27 (39.7%)	4 (19.0%)	3.02 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	27 (39.7%)	7 (33.3%)	0.28 <i>ns</i>
	情報番組	19 (27.9%)	6 (28.6%)	0.00 <i>ns</i>
	該当なし	16 (23.5%)	8 (38.1%)	1.73 <i>ns</i>
B. 撮影日時		<i>n</i> =68	<i>n</i> =22	
	ニュース	22 (32.4%)	10 (45.5%)	1.25 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	30 (44.1%)	7 (31.8%)	1.04 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	35 (51.5%)	8 (36.4%)	1.52 <i>ns</i>
	情報番組	21 (30.9%)	8 (36.4%)	0.23 <i>ns</i>
	該当なし	12 (17.6%)	5 (22.7%)	0.28 ^a <i>ns</i>
C. ゆっくり		<i>n</i> =67	<i>n</i> =22	
	ニュース	25 (37.3%)	7 (31.8%)	0.22 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	28 (41.8%)	6 (27.3%)	1.48 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	23 (34.3%)	6 (27.3%)	0.38 <i>ns</i>
	情報番組	19 (28.4%)	10 (45.5%)	2.20 <i>ns</i>
	該当なし	18 (26.9%)	6 (27.3%)	0.00 <i>ns</i>
D. もう一度		<i>n</i> =66	<i>n</i> =22	
	ニュース	13 (19.7%)	10 (45.5%)	5.67 *
	ニュース・ ドキュメンタリー	25 (37.9%)	8 (36.4%)	0.02 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	26 (39.4%)	9 (40.9%)	0.02 <i>ns</i>
	情報番組	23 (34.8%)	7 (31.8%)	0.07 <i>ns</i>
	該当なし	19 (28.8%)	8 (36.4%)	0.45 <i>ns</i>
E. 別の場所		<i>n</i> =68	<i>n</i> =22	
	ニュース	18 (26.5%)	11 (50.0%)	4.21 *
	ニュース・ ドキュメンタリー	27 (39.7%)	4 (18.2%)	3.41 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	27 (39.7%)	5 (22.7%)	2.09 <i>ns</i>
	情報番組	23 (33.8%)	8 (36.4%)	0.05 <i>ns</i>
	該当なし	21 (30.9%)	9 (40.9%)	0.75 <i>ns</i>
F. ふさわしい 場所		<i>n</i> =68	<i>n</i> =22	
	ニュース	14 (20.6%)	9 (40.9%)	3.61 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	23 (33.8%)	7 (31.8%)	0.03 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	22 (32.4%)	8 (36.4%)	0.12 <i>ns</i>
	情報番組	19 (27.9%)	9 (40.9%)	1.30 <i>ns</i>
	該当なし	27 (39.7%)	8 (36.4%)	0.08 <i>ns</i>
G. 自然現象		<i>n</i> =68	<i>n</i> =22	
	ニュース	9 (13.2%)	1 (4.5%)	1.27 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	20 (29.4%)	3 (13.6%)	2.17 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	25 (36.8%)	6 (27.3%)	0.66 <i>ns</i>
	情報番組	10 (14.7%)	2 (9.1%)	0.45 ^a <i>ns</i>
	該当なし	27 (39.7%)	12 (54.5%)	1.49 <i>ns</i>
H. 状況設定		<i>n</i> =68	<i>n</i> =22	
	ニュース	13 (19.1%)	4 (18.2%)	0.01 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	26 (38.2%)	8 (36.4%)	0.03 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	39 (57.4%)	13 (59.1%)	0.02 <i>ns</i>
	情報番組	14 (20.6%)	6 (27.3%)	0.43 ^a <i>ns</i>
	該当なし	18 (26.5%)	7 (31.8%)	0.24 <i>ns</i>

【4E】 テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違い
： テレビ番組への懐疑的な態度 (E. やらせが多い) 強群 vs 弱群 (第7章と対応)

Q1. 番組制作者が題材選択で考慮していると思う項目
(懐疑的な態度 (E. やらせが多い) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2
		高群 n=65	低群 n=25	
A. 世間に対する影響力	ニュース	53 (81.5%)	21 (84.0%)	0.08 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	29 (44.6%)	10 (40.0%)	0.16 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	11 (16.9%)	2 (8.0%)	1.16 ^a <i>ns</i>
	情報番組	31 (47.7%)	11 (44.0%)	0.10 <i>ns</i>
	ニュース	41 (63.1%)	18 (72.0%)	0.64 <i>ns</i>
B. 多くの人の関心	ニュース・ドキュメンタリー	29 (44.6%)	7 (28.0%)	2.08 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	21 (32.3%)	7 (28.0%)	0.16 <i>ns</i>
	情報番組	30 (46.2%)	10 (40.0%)	0.28 <i>ns</i>
	ニュース	10 (15.4%)	1 (4.0%)	2.18 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	24 (36.9%)	6 (24.0%)	1.36 <i>ns</i>
C. 視聴者が見て面白い	その他のドキュメンタリー	40 (61.5%)	19 (76.0%)	1.67 <i>ns</i>
	情報番組	27 (41.5%)	9 (36.0%)	0.23 <i>ns</i>
	ニュース	26 (40.0%)	10 (40.0%)	0.00 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	24 (36.9%)	8 (32.0%)	0.19 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	17 (26.2%)	4 (16.0%)	1.04 <i>ns</i>
D. 視聴者にとって新しい	情報番組	31 (47.7%)	12 (48.0%)	0.00 <i>ns</i>
	ニュース	20 (30.8%)	9 (36.0%)	0.23 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	41 (63.1%)	11 (44.0%)	2.69 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	32 (49.2%)	14 (56.0%)	0.33 <i>ns</i>
	情報番組	26 (40.0%)	5 (20.0%)	3.20 <i>ns</i>
E. 映像で表現しやすい	ニュース	3 (4.6%)	0 (0.0%)	1.19 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	35 (53.8%)	7 (28.0%)	4.85 *
	その他のドキュメンタリー	48 (73.8%)	23 (92.0%)	3.57 <i>ns</i>
	情報番組	9 (13.8%)	1 (4.0%)	1.77 ^a <i>ns</i>
	ニュース	31 (47.7%)	13 (52.0%)	0.13 <i>ns</i>
G. 制作費に見合う	ニュース・ドキュメンタリー	24 (36.9%)	4 (16.0%)	3.69 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	23 (35.4%)	9 (36.0%)	0.00 <i>ns</i>
	情報番組	28 (43.1%)	9 (36.0%)	0.37 <i>ns</i>
	ニュース	31 (47.7%)	13 (52.0%)	0.13 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	24 (36.9%)	4 (16.0%)	3.69 <i>ns</i>

Q2. 番組が何かの題材を放送しない理由に影響していると思う項目
(懐疑的な態度 (E. やらせが多い) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2
		高群 n=65	低群 n=25	
A. 視聴率がとれない	ニュース	29 (44.6%)	8 (32.0%)	1.19 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	33 (50.8%)	13 (51.9%)	0.01 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	33 (50.8%)	14 (56.0%)	0.20 <i>ns</i>
	情報番組	22 (33.8%)	8 (32.0%)	0.03 <i>ns</i>
	ニュース	23 (35.4%)	9 (36.0%)	0.00 <i>ns</i>
B. 世間の空気と逆行したメッセージ	ニュース・ドキュメンタリー	28 (43.1%)	7 (28.0%)	1.73 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	29 (44.6%)	11 (44.0%)	0.00 <i>ns</i>
	情報番組	20 (30.8%)	6 (24.0%)	0.40 <i>ns</i>
	ニュース	37 (56.9%)	14 (56.0%)	0.01 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	36 (55.4%)	10 (40.0%)	1.71 <i>ns</i>
C. 取材対象者の取材・撮影拒否	その他のドキュメンタリー	34 (52.3%)	10 (40.0%)	1.10 <i>ns</i>
	情報番組	25 (38.5%)	12 (48.0%)	0.68 <i>ns</i>
	ニュース	35 (53.8%)	11 (44.0%)	0.70 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	34 (52.3%)	9 (36.0%)	1.92 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	24 (36.9%)	9 (36.0%)	0.01 <i>ns</i>
D. 取材対象者への影響に対する配慮	情報番組	23 (35.4%)	8 (32.0%)	0.09 <i>ns</i>
	ニュース	37 (56.9%)	15 (60.0%)	0.07 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	37 (56.9%)	11 (44.0%)	1.21 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	31 (47.7%)	9 (36.0%)	1.00 <i>ns</i>
	情報番組	37 (56.9%)	20 (80.0%)	4.14 *
E. 視聴者から抗議が来る可能性	ニュース	33 (50.8%)	5 (20.0%)	7.01 *
	ニュース・ドキュメンタリー	30 (46.2%)	9 (36.0%)	0.76 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	30 (46.2%)	15 (60.0%)	1.39 <i>ns</i>
	情報番組	31 (47.7%)	13 (52.0%)	0.13 <i>ns</i>
	ニュース	23 (35.4%)	7 (28.0%)	0.44 <i>ns</i>
G. 制作者が取材したいと思わない	ニュース・ドキュメンタリー	25 (38.5%)	11 (44.0%)	0.23 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	23 (35.4%)	9 (36.0%)	0.00 <i>ns</i>
	情報番組	22 (33.8%)	8 (32.0%)	0.03 <i>ns</i>
	ニュース	23 (35.4%)	7 (28.0%)	0.44 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	25 (38.5%)	11 (44.0%)	0.23 <i>ns</i>

上は度数, 下の括弧内は各群における回答者の割合(%), 太線で囲ったのは, 回答の偏りが有意な項目および番組ジャンルは, Fisher's exact test の値 * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$ (以下の表も同様)

テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究

付録2 調査結果

Q3. 番組が伝える現実
(懐疑的な態度 (E やらせが多い) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 p
		高群	低群	
A ありのまま の現実		$n=65$	$n=25$	
	ニュース	45 (69.2%)	19 (76.0%)	0.40 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	34 (52.3%)	15 (60.0%)	0.43 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	19 (29.2%)	13 (52.0%)	4.09 *
	情報番組	30 (46.2%)	15 (60.0%)	1.39 <i>ns</i>
	該当なし	4 (6.2%)	2 (8.0%)	0.10 ^a <i>ns</i>
		$n=64$	$n=25$	
B 再構成した もの	ニュース	13 (20.3%)	4 (16.0%)	0.22 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	29 (45.3%)	9 (36.0%)	0.64 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	29 (45.3%)	14 (56.0%)	0.82 <i>ns</i>
	情報番組	27 (42.2%)	7 (28.0%)	1.53 <i>ns</i>
	該当なし	9 (14.1%)	8 (32.0%)	3.74 ^a <i>ns</i>

Q4. 制作者の存在の見せ方
(懐疑的な態度 (E やらせが多い) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 p
		高群	低群	
A わかるよう にするべき		$n=65$	$n=26$	
	ニュース	37 (56.9%)	9 (34.6%)	3.70 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	35 (53.8%)	11 (42.3%)	1.00 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	22 (33.8%)	11 (42.3%)	0.58 <i>ns</i>
	情報番組	22 (33.8%)	8 (30.8%)	0.08 <i>ns</i>
	該当なし	11 (16.9%)	9 (34.6%)	3.39 <i>ns</i>
		$n=63$	$n=24$	
B わからない ように工夫 するべき	ニュース	15 (23.8%)	3 (12.5%)	1.36 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	16 (25.4%)	3 (12.5%)	1.69 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	21 (33.3%)	6 (25.0%)	0.56 <i>ns</i>
	情報番組	13 (20.6%)	3 (12.5%)	0.77 ^a <i>ns</i>
	該当なし	24 (38.1%)	14 (58.3%)	2.89 <i>ns</i>

Q5. 取材対象者に対する制作者のあり方
(懐疑的な態度 (E やらせが多い) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 p
		高群	低群	
A カメラを 意識しない 表情を ねらうべき		$n=65$	$n=25$	
	ニュース	21 (32.3%)	3 (12.0%)	3.81 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	39 (60.0%)	14 (56.0%)	0.12 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	48 (73.8%)	20 (80.0%)	0.37 ^a <i>ns</i>
	情報番組	17 (26.2%)	3 (12.0%)	2.09 <i>ns</i>
	該当なし	3 (4.6%)	3 (12.0%)	1.58 ^a <i>ns</i>
		$n=65$	$n=25$	
B 取材対象者 への はたらきか けで 現実や真実 が 伝えられる	ニュース	25 (38.5%)	14 (56.0%)	2.26 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	26 (40.0%)	12 (48.0%)	0.47 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	27 (41.5%)	7 (28.0%)	1.41 <i>ns</i>
	情報番組	24 (36.9%)	11 (44.0%)	0.38 <i>ns</i>
	該当なし	14 (21.5%)	6 (24.0%)	0.06 <i>ns</i>

Q6. 公平・中立に対する考え方
(懐疑的な態度 (E やらせが多い) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 p
		高群	低群	
A 1つの番組 内で公平・ 中立を指 すべき		$n=62$	$n=25$	
	ニュース	44 (71.0%)	16 (64.0%)	0.40 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	21 (33.9%)	10 (40.0%)	0.29 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	11 (17.7%)	5 (20.0%)	0.06 ^a <i>ns</i>
	情報番組	25 (40.3%)	8 (32.0%)	0.52 <i>ns</i>
	該当なし	6 (9.7%)	4 (16.0%)	0.70 ^a <i>ns</i>
		$n=62$	$n=26$	
B 局全体で公 平・中立を 目指すべき	ニュース	38 (61.3%)	15 (57.7%)	0.10 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	19 (30.6%)	11 (42.3%)	1.11 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	17 (27.4%)	7 (26.9%)	0.00 <i>ns</i>
	情報番組	22 (35.5%)	11 (42.3%)	0.36 <i>ns</i>
	該当なし	10 (16.1%)	5 (20.0%)	0.13 ^a <i>ns</i>
		$n=63$	$n=25$	
	C 公平・中立 は難しい	ニュース	16 (25.4%)	7 (28.0%)
ニュース・ ドキュメンタリー		27 (42.9%)	7 (28.0%)	1.67 <i>ns</i>
その他の ドキュメンタリー		28 (44.4%)	14 (56.0%)	0.96 <i>ns</i>
情報番組		16 (25.4%)	8 (32.0%)	0.39 <i>ns</i>
該当なし		14 (22.2%)	6 (24.0%)	0.03 <i>ns</i>

テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシー育成に関する研究

付録2 調査結果

Q7. 取材対象者へのはたらきかけを行う撮影手法の容認度
(懐疑的な態度 (E. やらせが多い) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>	項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>
		高群	低群				高群	低群	
A 別の角度		<i>n</i> =64	<i>n</i> =25				<i>n</i> =65	<i>n</i> =25	
	ニュース	20 (31.3%)	6 (24.0%)	0.46 <i>ns</i>	ニュース	18 (27.7%)	11 (44.0%)	2.20 ^a <i>ns</i>	
	ニュース・ドキュメンタリー	24 (37.5%)	7 (28.0%)	0.72 <i>ns</i>	ニュース・ドキュメンタリー	21 (32.3%)	10 (40.0%)	0.47 <i>ns</i>	
	その他のドキュメンタリー	22 (34.4%)	12 (48.0%)	1.41 <i>ns</i>	その他のドキュメンタリー	22 (33.8%)	10 (40.0%)	0.30 <i>ns</i>	
	情報番組	19 (29.7%)	6 (24.0%)	0.29 <i>ns</i>	情報番組	24 (36.9%)	7 (28.0%)	0.64 <i>ns</i>	
	該当なし	17 (26.6%)	7 (28.0%)	0.02 <i>ns</i>	該当なし	21 (32.3%)	9 (36.0%)	0.11 <i>ns</i>	
			<i>n</i> =65	<i>n</i> =25			<i>n</i> =65	<i>n</i> =25	
B 撮影日時	ニュース	21 (32.3%)	11 (44.0%)	1.08 <i>ns</i>	ニュース	15 (23.1%)	8 (32.0%)	0.76 <i>ns</i>	
	ニュース・ドキュメンタリー	29 (44.6%)	8 (32.0%)	1.19 <i>ns</i>	ニュース・ドキュメンタリー	21 (32.3%)	9 (36.0%)	0.11 <i>ns</i>	
	その他のドキュメンタリー	36 (55.4%)	7 (28.0%)	5.43 *	その他のドキュメンタリー	23 (35.4%)	7 (28.0%)	0.44 <i>ns</i>	
	情報番組	22 (33.8%)	7 (28.0%)	0.28 <i>ns</i>	情報番組	22 (33.8%)	6 (24.0%)	0.82 <i>ns</i>	
	該当なし	10 (15.4%)	7 (28.0%)	1.88 ^a <i>ns</i>	該当なし	24 (36.9%)	11 (44.0%)	0.38 <i>ns</i>	
			<i>n</i> =64	<i>n</i> =25			<i>n</i> =65	<i>n</i> =25	
C ゆっくり	ニュース	21 (32.8%)	11 (44.0%)	0.98 <i>ns</i>	ニュース	8 (12.3%)	2 (8.0%)	0.34 ^a <i>ns</i>	
	ニュース・ドキュメンタリー	25 (39.1%)	9 (36.0%)	0.07 <i>ns</i>	ニュース・ドキュメンタリー	19 (29.2%)	4 (16.0%)	1.66 <i>ns</i>	
	その他のドキュメンタリー	22 (34.4%)	7 (28.0%)	0.33 <i>ns</i>	その他のドキュメンタリー	23 (35.4%)	8 (32.0%)	0.09 <i>ns</i>	
	情報番組	20 (31.3%)	9 (36.0%)	0.19 <i>ns</i>	情報番組	12 (18.5%)	0 (0.0%)	5.33 ^a *	
	該当なし	17 (26.6%)	7 (28.0%)	0.02 <i>ns</i>	該当なし	25 (38.5%)	14 (56.0%)	2.26 <i>ns</i>	
			<i>n</i> =63	<i>n</i> =25			<i>n</i> =65	<i>n</i> =25	
D もう一度	ニュース	15 (23.8%)	8 (32.0%)	0.62 <i>ns</i>	ニュース	12 (18.5%)	5 (20.0%)	0.03 ^a <i>ns</i>	
	ニュース・ドキュメンタリー	26 (41.3%)	7 (28.0%)	1.35 <i>ns</i>	ニュース・ドキュメンタリー	23 (35.4%)	11 (44.0%)	0.57 <i>ns</i>	
	その他のドキュメンタリー	27 (42.9%)	8 (32.0%)	0.88 <i>ns</i>	その他のドキュメンタリー	36 (55.4%)	16 (64.0%)	0.55 <i>ns</i>	
	情報番組	23 (36.5%)	7 (28.0%)	0.58 <i>ns</i>	情報番組	14 (21.5%)	6 (24.0%)	0.06 <i>ns</i>	
	該当なし	18 (28.6%)	9 (36.0%)	0.46 <i>ns</i>	該当なし	18 (27.7%)	7 (28.0%)	0.00 <i>ns</i>	
			<i>n</i> =64	<i>n</i> =25			<i>n</i> =65	<i>n</i> =25	
E 別の場所	ニュース	20 (31.3%)	6 (24.0%)	0.46 <i>ns</i>	ニュース	18 (27.7%)	11 (44.0%)	2.20 ^a <i>ns</i>	
	ニュース・ドキュメンタリー	24 (37.5%)	7 (28.0%)	0.72 <i>ns</i>	ニュース・ドキュメンタリー	21 (32.3%)	10 (40.0%)	0.47 <i>ns</i>	
	その他のドキュメンタリー	22 (34.4%)	12 (48.0%)	1.41 <i>ns</i>	その他のドキュメンタリー	22 (33.8%)	10 (40.0%)	0.30 <i>ns</i>	
	情報番組	19 (29.7%)	6 (24.0%)	0.29 <i>ns</i>	情報番組	24 (36.9%)	7 (28.0%)	0.64 <i>ns</i>	
	該当なし	17 (26.6%)	7 (28.0%)	0.02 <i>ns</i>	該当なし	21 (32.3%)	9 (36.0%)	0.11 <i>ns</i>	
			<i>n</i> =65	<i>n</i> =25			<i>n</i> =65	<i>n</i> =25	
	F ふさわしい場所	ニュース	21 (32.3%)	11 (44.0%)	1.08 <i>ns</i>	ニュース	15 (23.1%)	8 (32.0%)	0.76 <i>ns</i>
ニュース・ドキュメンタリー		29 (44.6%)	8 (32.0%)	1.19 <i>ns</i>	ニュース・ドキュメンタリー	21 (32.3%)	9 (36.0%)	0.11 <i>ns</i>	
その他のドキュメンタリー		36 (55.4%)	7 (28.0%)	5.43 *	その他のドキュメンタリー	23 (35.4%)	7 (28.0%)	0.44 <i>ns</i>	
情報番組		22 (33.8%)	7 (28.0%)	0.28 <i>ns</i>	情報番組	22 (33.8%)	6 (24.0%)	0.82 <i>ns</i>	
該当なし		10 (15.4%)	7 (28.0%)	1.88 ^a <i>ns</i>	該当なし	24 (36.9%)	11 (44.0%)	0.38 <i>ns</i>	
			<i>n</i> =64	<i>n</i> =25			<i>n</i> =65	<i>n</i> =25	
G 自然現象	ニュース	21 (32.8%)	11 (44.0%)	0.98 <i>ns</i>	ニュース	8 (12.3%)	2 (8.0%)	0.34 ^a <i>ns</i>	
	ニュース・ドキュメンタリー	25 (39.1%)	9 (36.0%)	0.07 <i>ns</i>	ニュース・ドキュメンタリー	19 (29.2%)	4 (16.0%)	1.66 <i>ns</i>	
	その他のドキュメンタリー	22 (34.4%)	7 (28.0%)	0.33 <i>ns</i>	その他のドキュメンタリー	23 (35.4%)	8 (32.0%)	0.09 <i>ns</i>	
	情報番組	20 (31.3%)	9 (36.0%)	0.19 <i>ns</i>	情報番組	12 (18.5%)	0 (0.0%)	5.33 ^a *	
	該当なし	17 (26.6%)	7 (28.0%)	0.02 <i>ns</i>	該当なし	25 (38.5%)	14 (56.0%)	2.26 <i>ns</i>	
			<i>n</i> =63	<i>n</i> =25			<i>n</i> =65	<i>n</i> =25	
H 状況設定	ニュース	15 (23.8%)	8 (32.0%)	0.62 <i>ns</i>	ニュース	12 (18.5%)	5 (20.0%)	0.03 ^a <i>ns</i>	
	ニュース・ドキュメンタリー	26 (41.3%)	7 (28.0%)	1.35 <i>ns</i>	ニュース・ドキュメンタリー	23 (35.4%)	11 (44.0%)	0.57 <i>ns</i>	
	その他のドキュメンタリー	27 (42.9%)	8 (32.0%)	0.88 <i>ns</i>	その他のドキュメンタリー	36 (55.4%)	16 (64.0%)	0.55 <i>ns</i>	
	情報番組	23 (36.5%)	7 (28.0%)	0.58 <i>ns</i>	情報番組	14 (21.5%)	6 (24.0%)	0.06 <i>ns</i>	
	該当なし	18 (28.6%)	9 (36.0%)	0.46 <i>ns</i>	該当なし	18 (27.7%)	7 (28.0%)	0.00 <i>ns</i>	
			<i>n</i> =64	<i>n</i> =25			<i>n</i> =65	<i>n</i> =25	

【4平均】 テレビ・ドキュメンタリーに対する意識・態度の違い
： テレビ番組への懐疑的な態度 (A-E 平均) 強群 vs 弱群 (第7章と対応)

Q1. 番組制作者が題材選択で考慮していると思う項目
(懐疑的な態度 (A-E 平均) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2
		高群 n=67	低群 n=22	
A. 世間に対する影響力	ニュース	55 (82.1%)	19 (86.4%)	0.22 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	31 (46.3%)	8 (36.4%)	0.66 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	10 (14.9%)	3 (13.6%)	0.02 ^a <i>ns</i>
	情報番組	30 (44.8%)	11 (50.0%)	0.18 <i>ns</i>
	ニュース	46 (68.7%)	13 (59.1%)	0.68 <i>ns</i>
B. 多くの人の関心	ニュース・ドキュメンタリー	26 (38.8%)	9 (40.9%)	0.03 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	20 (29.9%)	8 (36.4%)	0.33 <i>ns</i>
	情報番組	33 (49.3%)	7 (31.8%)	2.04 <i>ns</i>
	ニュース	10 (14.9%)	1 (4.5%)	1.65 ^a <i>ns</i>
C. 視聴者が見て面白い	ニュース・ドキュメンタリー	24 (35.8%)	6 (27.3%)	0.54 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	41 (61.2%)	17 (77.3%)	1.89 <i>ns</i>
	情報番組	26 (38.8%)	10 (45.5%)	0.30 <i>ns</i>
	ニュース	26 (38.8%)	10 (45.5%)	0.30 <i>ns</i>
D. 視聴者にとって新しい	ニュース・ドキュメンタリー	28 (41.8%)	4 (18.2%)	4.01 *
	その他のドキュメンタリー	16 (23.9%)	14 (63.6%)	0.31 ^a <i>ns</i>
	情報番組	29 (43.3%)	14 (63.6%)	2.75 <i>ns</i>
	ニュース	23 (34.3%)	6 (27.3%)	0.38 <i>ns</i>
E. 映像で表現しやすい	ニュース・ドキュメンタリー	44 (65.7%)	8 (36.4%)	5.86 *
	その他のドキュメンタリー	35 (52.2%)	11 (50.0%)	0.03 <i>ns</i>
	情報番組	22 (32.8%)	8 (36.4%)	0.09 <i>ns</i>
	ニュース	2 (3.0%)	1 (4.5%)	0.12 ^a <i>ns</i>
F. 物語性や人間ドラマ	ニュース・ドキュメンタリー	36 (53.7%)	6 (27.3%)	4.65 *
	その他のドキュメンタリー	50 (74.6%)	20 (90.9%)	2.62 ^a <i>ns</i>
	情報番組	8 (11.9%)	2 (9.1%)	0.14 ^a <i>ns</i>
	ニュース	34 (50.7%)	10 (45.5%)	0.19 <i>ns</i>
G. 制作費に見合う	ニュース・ドキュメンタリー	24 (35.8%)	3 (13.6%)	3.86 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	24 (35.8%)	8 (36.4%)	0.00 <i>ns</i>
	情報番組	28 (41.8%)	9 (40.9%)	0.01 <i>ns</i>
	ニュース	34 (50.7%)	10 (45.5%)	0.19 <i>ns</i>

Q2. 番組が何かの題材を放送しない理由に影響していると思う項目
(懐疑的な態度 (A-E 平均) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2
		高群 n=67	低群 n=22	
A. 視聴率がとれない	ニュース	30 (44.8%)	7 (31.8%)	1.15 <i>ns</i>
	ニュース・ドキュメンタリー	37 (55.2%)	9 (40.9%)	1.36 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	36 (53.7%)	11 (50.0%)	0.09 <i>ns</i>
	情報番組	19 (28.4%)	10 (45.5%)	2.20 <i>ns</i>
	ニュース	25 (37.3%)	7 (31.8%)	0.22 <i>ns</i>
B. 世間の空気と逆行したメッセージ	ニュース・ドキュメンタリー	29 (43.3%)	6 (27.3%)	1.78 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	28 (41.8%)	12 (54.5%)	1.09 <i>ns</i>
	情報番組	21 (31.3%)	5 (22.7%)	0.60 <i>ns</i>
	ニュース	39 (58.2%)	12 (54.5%)	0.09 <i>ns</i>
C. 取材対象者の取材・撮影拒否	ニュース・ドキュメンタリー	33 (49.3%)	13 (59.1%)	0.64 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	33 (49.3%)	10 (45.5%)	0.10 <i>ns</i>
	情報番組	29 (43.3%)	8 (36.4%)	0.33 <i>ns</i>
	ニュース	36 (53.7%)	10 (45.5%)	0.45 <i>ns</i>
D. 取材対象者への影響に対する配慮	ニュース・ドキュメンタリー	33 (49.3%)	10 (45.5%)	0.10 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	21 (31.3%)	12 (54.5%)	3.82 <i>ns</i>
	情報番組	23 (34.3%)	7 (31.8%)	0.05 <i>ns</i>
	ニュース	40 (59.7%)	12 (54.5%)	0.18 <i>ns</i>
E. 視聴者から抗議が来る可能性	ニュース・ドキュメンタリー	37 (55.2%)	11 (50.0%)	0.18 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	31 (46.3%)	8 (36.4%)	0.66 <i>ns</i>
	情報番組	40 (59.7%)	16 (72.7%)	1.20 <i>ns</i>
	ニュース	31 (46.3%)	7 (31.8%)	1.41 <i>ns</i>
F. スポンサーに対する配慮	ニュース・ドキュメンタリー	33 (49.3%)	6 (27.3%)	3.25 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	33 (49.3%)	11 (50.0%)	0.00 <i>ns</i>
	情報番組	32 (47.8%)	12 (54.5%)	0.31 <i>ns</i>
	ニュース	22 (32.8%)	8 (36.4%)	0.09 <i>ns</i>
G. 制作者が取材したいと思わない	ニュース・ドキュメンタリー	27 (40.3%)	9 (40.9%)	0.00 <i>ns</i>
	その他のドキュメンタリー	26 (38.8%)	6 (27.3%)	0.96 <i>ns</i>
	情報番組	22 (32.8%)	8 (36.4%)	0.09 <i>ns</i>
	ニュース	34 (50.7%)	10 (45.5%)	0.19 <i>ns</i>

上は度数, 下の括弧内は各群における回答者の割合(%), 太線で囲ったのは, 回答の偏りが有意な項目および番組ジャンル
a)は, Fisher's exact test の値 * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$ (以下の表も同様)

テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究

付録2 調査結果

Q3. 番組が伝える現実
(懐疑的な態度 (A-E 平均) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>
		高群	低群	
A ありのまま の現実		<i>n</i> =66	<i>n</i> =23	
	ニュース	46 (69.7%)	18 (78.3%)	0.62 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	34 (51.5%)	15 (65.2%)	1.29 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	21 (31.8%)	11 (47.8%)	1.90 <i>ns</i>
	情報番組	33 (50.0%)	12 (52.3%)	0.03 <i>ns</i>
	該当なし	3 (4.5%)	2 (8.7%)	0.55 ^a <i>ns</i>
B 再構成した もの		<i>n</i> =67	<i>n</i> =21	
	ニュース	15 (22.4%)	2 (9.5%)	1.70 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	31 (46.3%)	7 (33.3%)	1.09 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	31 (46.3%)	11 (52.4%)	0.24 <i>ns</i>
	情報番組	26 (38.8%)	7 (33.3%)	0.20 <i>ns</i>
	該当なし	11 (16.4%)	6 (28.6%)	1.52 ^a <i>ns</i>

Q4. 制作者の存在の見せ方
(懐疑的な態度 (A-E 平均) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>
		高群	低群	
A わかるよう にするべき		<i>n</i> =67	<i>n</i> =23	
	ニュース	37 (55.2%)	9 (39.1%)	1.78 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	39 (58.2%)	7 (30.4%)	5.29 *
	その他の ドキュメンタリー	26 (38.8%)	7 (30.4%)	0.52 <i>ns</i>
	情報番組	26 (38.8%)	4 (17.4%)	3.53 <i>ns</i>
	該当なし	11 (16.4%)	8 (34.8%)	3.47 ^a <i>ns</i>
B わからない ように工夫 するべき		<i>n</i> =66	<i>n</i> =20	
	ニュース	16 (24.2%)	2 (10.0%)	1.88 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	16 (24.2%)	2 (10.0%)	1.88 ^a <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	21 (31.8%)	5 (25.0%)	0.34 <i>ns</i>
	情報番組	14 (21.2%)	2 (10.0%)	1.27 ^a <i>ns</i>
	該当なし	26 (39.4%)	12 (60.0%)	2.64 <i>ns</i>

Q5. 取材対象者に対する制作者のあり方
(懐疑的な態度 (A-E 平均) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>
		高群	低群	
A カメラを 意識しない 表情を ねらうべき		<i>n</i> =66	<i>n</i> =23	
	ニュース	17 (25.8%)	6 (26.1%)	0.00 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	39 (59.1%)	13 (56.5%)	0.05 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	50 (75.8%)	17 (73.9%)	0.03 <i>ns</i>
	情報番組	14 (21.2%)	5 (21.7%)	0.00 ^a <i>ns</i>
	該当なし	5 (7.6%)	1 (4.3%)	0.28 ^a <i>ns</i>
B 取材対象者 への はたらきか けで 現実や真実 が 伝えられる		<i>n</i> =66	<i>n</i> =23	
	ニュース	29 (43.9%)	10 (43.5%)	0.00 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	26 (39.4%)	12 (52.2%)	1.14 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	25 (37.9%)	9 (39.1%)	0.01 <i>ns</i>
	情報番組	27 (40.9%)	8 (34.8%)	0.27 <i>ns</i>
	該当なし	13 (19.7%)	6 (26.1%)	0.42 ^a <i>ns</i>

Q6. 公平・中立に対する考え方
(懐疑的な態度 (A-E 平均) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度	懐疑態度	χ^2 <i>p</i>
		高群	低群	
A 1つの番組 内で公平・ 中立を指 すべき		<i>n</i> =64	<i>n</i> =22	
	ニュース	45 (70.3%)	14 (63.6%)	0.34 ^a <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	26 (40.6%)	5 (22.7)	2.28 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	13 (20.3%)	3 (13.6%)	0.48 ^a <i>ns</i>
	情報番組	26 (40.6%)	6 (27.3%)	1.25 <i>ns</i>
	該当なし	6 (9.4%)	4 (18.2%)	1.24 ^a <i>ns</i>
B 局全体で公 平・中立を 目指すべき		<i>n</i> =66	<i>n</i> =21	
	ニュース	38 (57.6%)	14 (66.7%)	0.55 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	24 (36.4%)	6 (28.6%)	0.43 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	18 (27.3%)	6 (28.6%)	0.01 <i>ns</i>
	情報番組	23 (34.8%)	9 (42.9%)	0.44 <i>ns</i>
	該当なし	11 (16.7%)	4 (19.0%)	0.06 ^a <i>ns</i>
C 公平・中立 は難しい		<i>n</i> =66	<i>n</i> =21	
	ニュース	17 (25.8%)	6 (28.6%)	0.07 <i>ns</i>
	ニュース・ ドキュメンタリー	27 (40.9%)	6 (28.6%)	1.03 <i>ns</i>
	その他の ドキュメンタリー	32 (48.5%)	9 (42.9%)	0.20 <i>ns</i>
	情報番組	19 (28.8%)	5 (23.8%)	0.20 <i>ns</i>
	該当なし	14 (21.2%)	6 (28.6%)	0.49 ^a <i>ns</i>

テレビ・ドキュメンタリーの制作者との意識・態度の違いに着目した
大学生のメディア・リテラシーに関する研究

付録2 調査結果

Q7. 取材対象者へのはたらきかけを行う撮影手法の容認度
(懐疑的な態度 (A-E 平均) 強群 vs 弱群)

項目	番組ジャンル	懐疑態度		χ^2 <i>p</i>	項目	番組ジャンル	懐疑態度		χ^2 <i>p</i>
		高群	低群				高群	低群	
A 別の角度		<i>n</i> =66	<i>n</i> =22				<i>n</i> =66	<i>n</i> =23	
	ニュース	20 (30.3%)	6 (27.3%)	0.07 <i>ns</i>	ニュース	20 (30.3%)	9 (39.1%)	0.61 ^a <i>ns</i>	
	ニュース・ドキュメンタリー	26 (39.4%)	5 (22.7%)	2.01 <i>ns</i>	ニュース・ドキュメンタリー	24 (36.4%)	7 (30.4%)	0.26 <i>ns</i>	
	その他のドキュメンタリー	24 (36.4%)	10 (45.5%)	0.58 <i>ns</i>	その他のドキュメンタリー	22 (33.3%)	10 (43.5%)	0.76 <i>ns</i>	
	情報番組	19 (28.8%)	6 (27.3%)	0.02 <i>ns</i>	情報番組	25 (37.9%)	6 (26.1%)	1.05 <i>ns</i>	
	該当なし	17 (25.8%)	6 (27.3%)	0.02 <i>ns</i>	該当なし	21 (31.8%)	8 (34.8%)	0.07 <i>ns</i>	
			<i>n</i> =66	<i>n</i> =23			<i>n</i> =66	<i>n</i> =23	
B 撮影日時	ニュース	22 (33.3%)	10 (43.5%)	0.76 <i>ns</i>	ニュース	14 (21.2%)	9 (39.1%)	2.86 <i>ns</i>	
	ニュース・ドキュメンタリー	26 (39.4%)	10 (43.5%)	0.12 <i>ns</i>	ニュース・ドキュメンタリー	22 (33.3%)	8 (34.8%)	0.02 <i>ns</i>	
	その他のドキュメンタリー	33 (50.0%)	9 (39.1%)	0.81 <i>ns</i>	その他のドキュメンタリー	22 (33.3%)	8 (34.8%)	0.02 <i>ns</i>	
	情報番組	23 (34.8%)	6 (26.1%)	0.60 <i>ns</i>	情報番組	20 (30.3%)	8 (34.8%)	0.16 <i>ns</i>	
	該当なし	13 (19.7%)	4 (17.4%)	0.06 ^a <i>ns</i>	該当なし	26 (39.4%)	8 (34.8%)	0.15 <i>ns</i>	
			<i>n</i> =66	<i>n</i> =23			<i>n</i> =66	<i>n</i> =23	
			<i>n</i> =65	<i>n</i> =23			<i>n</i> =66	<i>n</i> =23	
C ゆっくり	ニュース	25 (38.5%)	6 (26.1%)	1.14 <i>ns</i>	ニュース	8 (12.1%)	2 (8.7%)	0.20 ^a <i>ns</i>	
	ニュース・ドキュメンタリー	30 (46.2%)	4 (17.4%)	5.93 *	ニュース・ドキュメンタリー	20 (30.3%)	3 (13.0%)	2.65 <i>ns</i>	
	その他のドキュメンタリー	23 (35.4%)	6 (26.1%)	0.67 <i>ns</i>	その他のドキュメンタリー	24 (36.4%)	7 (30.4%)	0.26 <i>ns</i>	
	情報番組	20 (30.8%)	9 (39.1%)	0.54 <i>ns</i>	情報番組	11 (16.7%)	1 (4.3%)	2.22 ^a <i>ns</i>	
	該当なし	15 (23.1%)	9 (39.1%)	2.21 <i>ns</i>	該当なし	26 (39.4%)	12 (52.2%)	1.14 <i>ns</i>	
			<i>n</i> =65	<i>n</i> =23			<i>n</i> =66	<i>n</i> =23	
			<i>n</i> =65	<i>n</i> =22			<i>n</i> =66	<i>n</i> =23	
D もう一度	ニュース	15 (23.1%)	8 (36.4%)	1.49 <i>ns</i>	ニュース	12 (18.2%)	5 (21.7%)	0.14 ^a <i>ns</i>	
	ニュース・ドキュメンタリー	25 (38.5%)	8 (36.4%)	0.03 <i>ns</i>	ニュース・ドキュメンタリー	24 (36.4%)	10 (43.5%)	0.37 <i>ns</i>	
	その他のドキュメンタリー	27 (41.5%)	8 (36.4%)	0.18 <i>ns</i>	その他のドキュメンタリー	36 (54.5%)	16 (69.6%)	1.58 <i>ns</i>	
	情報番組	23 (35.4%)	7 (31.8%)	0.09 <i>ns</i>	情報番組	14 (21.2%)	6 (26.1%)	0.23 <i>ns</i>	
	該当なし	19 (29.2%)	7 (31.8%)	0.05 <i>ns</i>	該当なし	19 (28.8%)	5 (21.7%)	0.43 <i>ns</i>	
			<i>n</i> =65	<i>n</i> =22			<i>n</i> =66	<i>n</i> =23	
			<i>n</i> =65	<i>n</i> =22			<i>n</i> =66	<i>n</i> =23	
E 別の場所	ニュース	20 (30.3%)	6 (27.3%)	0.07 <i>ns</i>	ニュース	14 (21.2%)	9 (39.1%)	2.86 <i>ns</i>	
	ニュース・ドキュメンタリー	26 (39.4%)	5 (22.7%)	2.01 <i>ns</i>	ニュース・ドキュメンタリー	22 (33.3%)	8 (34.8%)	0.02 <i>ns</i>	
	その他のドキュメンタリー	24 (36.4%)	10 (45.5%)	0.58 <i>ns</i>	その他のドキュメンタリー	22 (33.3%)	8 (34.8%)	0.02 <i>ns</i>	
	情報番組	19 (28.8%)	6 (27.3%)	0.02 <i>ns</i>	情報番組	20 (30.3%)	8 (34.8%)	0.16 <i>ns</i>	
	該当なし	17 (25.8%)	6 (27.3%)	0.02 <i>ns</i>	該当なし	26 (39.4%)	8 (34.8%)	0.15 <i>ns</i>	
			<i>n</i> =66	<i>n</i> =23			<i>n</i> =66	<i>n</i> =23	
			<i>n</i> =65	<i>n</i> =23			<i>n</i> =66	<i>n</i> =23	
F ふさわしい場所	ニュース	22 (33.3%)	10 (43.5%)	0.76 <i>ns</i>	ニュース	14 (21.2%)	9 (39.1%)	2.86 <i>ns</i>	
	ニュース・ドキュメンタリー	26 (39.4%)	10 (43.5%)	0.12 <i>ns</i>	ニュース・ドキュメンタリー	22 (33.3%)	8 (34.8%)	0.02 <i>ns</i>	
	その他のドキュメンタリー	33 (50.0%)	9 (39.1%)	0.81 <i>ns</i>	その他のドキュメンタリー	22 (33.3%)	8 (34.8%)	0.02 <i>ns</i>	
	情報番組	23 (34.8%)	6 (26.1%)	0.60 <i>ns</i>	情報番組	20 (30.3%)	8 (34.8%)	0.16 <i>ns</i>	
	該当なし	13 (19.7%)	4 (17.4%)	0.06 ^a <i>ns</i>	該当なし	26 (39.4%)	8 (34.8%)	0.15 <i>ns</i>	
			<i>n</i> =66	<i>n</i> =23			<i>n</i> =66	<i>n</i> =23	
			<i>n</i> =65	<i>n</i> =23			<i>n</i> =66	<i>n</i> =23	
G 自然現象	ニュース	25 (38.5%)	6 (26.1%)	1.14 <i>ns</i>	ニュース	8 (12.1%)	2 (8.7%)	0.20 ^a <i>ns</i>	
	ニュース・ドキュメンタリー	30 (46.2%)	4 (17.4%)	5.93 *	ニュース・ドキュメンタリー	20 (30.3%)	3 (13.0%)	2.65 <i>ns</i>	
	その他のドキュメンタリー	23 (35.4%)	6 (26.1%)	0.67 <i>ns</i>	その他のドキュメンタリー	24 (36.4%)	7 (30.4%)	0.26 <i>ns</i>	
	情報番組	20 (30.8%)	9 (39.1%)	0.54 <i>ns</i>	情報番組	11 (16.7%)	1 (4.3%)	2.22 ^a <i>ns</i>	
	該当なし	15 (23.1%)	9 (39.1%)	2.21 <i>ns</i>	該当なし	26 (39.4%)	12 (52.2%)	1.14 <i>ns</i>	
			<i>n</i> =65	<i>n</i> =23			<i>n</i> =66	<i>n</i> =23	
			<i>n</i> =65	<i>n</i> =22			<i>n</i> =66	<i>n</i> =23	
H 状況設定	ニュース	15 (23.1%)	8 (36.4%)	1.49 <i>ns</i>	ニュース	12 (18.2%)	5 (21.7%)	0.14 ^a <i>ns</i>	
	ニュース・ドキュメンタリー	25 (38.5%)	8 (36.4%)	0.03 <i>ns</i>	ニュース・ドキュメンタリー	24 (36.4%)	10 (43.5%)	0.37 <i>ns</i>	
	その他のドキュメンタリー	27 (41.5%)	8 (36.4%)	0.18 <i>ns</i>	その他のドキュメンタリー	36 (54.5%)	16 (69.6%)	1.58 <i>ns</i>	
	情報番組	23 (35.4%)	7 (31.8%)	0.09 <i>ns</i>	情報番組	14 (21.2%)	6 (26.1%)	0.23 <i>ns</i>	
	該当なし	19 (29.2%)	7 (31.8%)	0.05 <i>ns</i>	該当なし	19 (28.8%)	5 (21.7%)	0.43 <i>ns</i>	
			<i>n</i> =65	<i>n</i> =22			<i>n</i> =66	<i>n</i> =23	
			<i>n</i> =65	<i>n</i> =22			<i>n</i> =66	<i>n</i> =23	