

高槻
メディア・
リテラシー
プロジェクト

若い人々への識字教育
メディア社会を生き抜くための
メディア・リテラシー
報告書

若い人々への識字教育
メディア社会を生き抜くための
メディア・リテラシー
報告書

目次

1	刊行にあたって	西村寿子	02
2	高槻メディア・リテラシープロジェクトとは 資料 おとな向けメディア・リテラシー連続講座の概要	岡井寿美代	06
3	高槻市立第四中学校でのメディア・リテラシー教育実践	森本洋介	12
4	高槻メディア・リテラシープロジェクトに参加して 岡井寿美代、木原正人、高木恒夫、西村寿子、榎田由紀子、森本洋介		40

資料編

1	メディア・リテラシーの定義と分析モデル	46
2	メディア環境調査 調査票	47
3	2006～2008年研究会経過	51
4	授業実践に関わる資料	55
5	「テクノロジーを超えて～デジタル文化世代の学びを再考する」 デヴィッド・バッキンガム	68
6	新聞記事（日本教育新聞 2008年11月3日）	74
7	参考文献一覧	75

本報告書は、高槻メディア・リテラシープロジェクトの3年間にわたる実践的な研究についての報告である。そこで、プロジェクトを進めるにあたって、共有してきたメディア・リテラシーについての理解を最初に述べておきたい。

メディア・リテラシーとは

メディア・リテラシーとは、市民がメディアに対する能動性を身につけ、メディアを使ってコミュニケーションをつくりだす複合的な能力であるとされている。そして、そのような力を育てる取り組みや教育活動をメディア・リテラシー教育とよんでいる。テレビ、新聞、雑誌、インターネット、携帯電話、コンピュータゲーム、DVD など多種多様なメディアからの情報が私たちの生活文化そのものとなっている現在、メディアを多面的に分析することを通して私たちが社会について思考し、発信していくメディア・リテラシーの学びは生きていく上で欠くことができないと言っても過言ではないだろう。

というのは、私たちが社会について知っていると思っていることは、直接経験すること以外はすべてメディアからの情報に依っている。しかし、例えばテレビの映像はどんなに自然に見えても、選択と技法によって構成されたメディア作品である。だが、メディア作品がメディア企業の手を経て制作され、私たちの目の前に示されていることはあまり意識されていない。日頃、子どもたちだけではなくおとなでさえ「テレビでそう言っていたから」とテレビからの情報を自分たちの判断や行動の根拠にしているのを目にしたことはないだろうか。娯楽としてドラマを見ていても、そこで提示されている人間関係の結び方や女性や男性の生き方を自分自身と重ねて、何かしら日常生活を送る「手本」にしていることはないだろうか。また、子どもたちの好きなテレビコマーシャルでは、延々とジェンダースtereotypeやさまざまな人種・民族的背景を持つ人びとに対するstereotypeな見方が提示されている。より重要なことは私たちがテレビや新聞、インターネットで得ている世の中や世界についての情報は、一定のフィルターにかけられて提示されている結果、往々にして偏りがみられるということである。

しかも、このようなメディア作品は巨大なメディア産業のビジネスとして送り出され、時には社会や政治の動きとも深く連動している。また最近では、インターネットの世界と既存のメディアが渾然一体となって社会の動きと相互作用を起こしている。

近年、メディア・リテラシーについて一定の関心は高まっている。だが、よく耳にするのは、メディア・リテラシーは「情報を鵜呑みにしない」とか「正しい情報を取捨選択する」などの心がけや、ジェンダースtereotypeなどの「stereotypeさがし」としての理解である。だが、メディア・リテラシー教育は、心がけを教える教育ではないし、「まちがいさがし」でもない。メディア・リテラシー

教育は、メディアは現実を映し出している鏡ではない、すなわち、「メディアは能動的に読み解かれるべき、象徴的な（あるいは記号の）システムであり、外在的な現実の、確実に自明な反映などではない」（レン・マスターマン著・宮崎寿子訳『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、2010年、28頁）という理解に立ち系統的かつ多面的にメディアを分析する方法を獲得することを通して、学ぶもののクリティカルな思考力を育て、主体的にメディア社会を生きていくための学びである。

ところが、日本では、公的な学校教育システムのもとで系統的なメディア・リテラシー教育はいまだに実施されているとは言えない。実施はあくまで個々の教員や教育委員会単位での個別の事例に留まるのみで、行政レベルにおいてメディア・リテラシーを推進する動きはなく、メディア・リテラシーを備えた新しい市民を育成するためには私たち市民の側から能動的に取り組んでいくしかない。高槻富田地区では、2001年度から高槻市立富田青少年交流センターが、いずれは子どもたちにメディア・リテラシーの学びを届けていきたいという展望のもとでおとながメディア・リテラシーを学ぶ場をつくってきた。

そして、2006年春には、高槻市立富田青少年交流センターが校区の幼稚園・保育所・小学校・中学校によびかけて、高槻メディア・リテラシープロジェクトを立ち上げることになったのである。プロジェクトの目標は、当該校区の中学生たちが、メディアを批判的に分析する能力にとどまらず創造的にコミュニケーションをつくりだすようになることである。そのために、校区内の中学校で働く教師たちに対してメディア・リテラシーについて学ぶ場を提供し（1年目）、その教師たちが勤務する中学校で系統的なメディア・リテラシー教育の実践をめざす（2年目以降）、という3年がかりの研究プロジェクトとして立ち上げたのであった。

本プロジェクトでは、先に述べたように系統的にメディアについて学ぶために、鈴木みどり編著『新版 Study Guide 入門編』（リベルタ出版、2004年）で提起されている定義、基本概念、メディア分析モデルを実践する際の理論的な基礎としてきた（本書46頁）。

プロジェクトの経過と意義

高槻メディア・リテラシープロジェクトは、1年の準備期間を経て高槻市立第四中学校の理解と決断を得て2007年度は2年生の「選択授業」として、また、2008年度には2年生、3年生の「選択授業」として位置づけられてそれぞれ前期・後期15回ずつのメディア・リテラシーの授業を行うことができた。さらに中学校側からの要望もあり、2009年度にも授業を継続した。

中学校での授業を系統的に継続するためには、相当の準備が必要になるが、プロジェクトでは、中学生のメディア環境調査、メディア・リテラシー教育カリキュラム案の作成と検討、授業に欠くことのできない分析素材の開発などに取り組むことになった。そのためにプロジェクトの一環として研究会を開催した。それは2006年度5回、2007年度7回、2008年度5回におよぶ（本書51～53頁）。また、高槻メディア・リテラシープロジェクトは、当初より国際的な視野で研究交流や発信を考えており、2006年、2008年にはプロジェクトの中心を担った森本洋介氏（F C T

メディア・リテラシー研究所所員、京都大学博士課程）が南デンマーク大学で開催された国際学会「*Informal Learning and Digital Media: Constructions, Contexts, Consequences*」で研究発表をした。2007年には、FCTメディア・リテラシー研究所の協力でメディア・リテラシー研究において世界的に著名な研究者であるデヴィッド・バッキンガムロンドン大学教授を富田に招いて講演会を開催することができた（本書68～73頁にバッキンガム教授の論考を再掲している）。

本報告書では、3年間のプロジェクトをふまえて高槻市立第四中学校での実践的な研究を紹介している。中学校での系統的なメディア・リテラシー教育の実践事例は全国的にも希少である。本カリキュラムは、中学生が日常的に接しているテレビを中心としたメディアを批判的に分析する能力を獲得するだけでなく、映像作品の創作を通して創造的なコミュニケーション力を獲得するという独創的な内容である。ただ事例を読んで、メディア・リテラシー教育はテレビなどの映像メディアしか扱わないのか、という疑問が生まれるかもしれないが、そうではない。どのようなメディアを対象としても「メディアはすべて構成されている」など8つの基本概念を順を追って体験的に学んでいくことができるのである。ただ、第四中学校では、50分という授業時間を考慮に入れて分析しやすいテレビコマーシャルを分析素材の中心にしたが、各単元の導入では雑誌やポスター、ゲームソフトのパッケージなどを利用した。

また、メディア・リテラシーの学び方にはこれまでの学校教育には見られない特徴がある。それは、教えるものが一方的に知識を伝達するのではなく、対話と参加によって学ぶものがみずから新しい発見を重ねていく学び方である。第四中学校の実践でも時間はかかりながらも中学生たちが徐々にメディア分析を行い、その根拠に基づいて話し合いをしてお互いの発見に学びあうという姿が見られた。生徒たちは生まれたときから既存のメディアだけではなくデジタルメディアに囲まれて成長してきた。その生徒たちがメディアを意識化して、さらに客観的に分析をする作業を軌道に乗せるのは容易いことではなく、一つひとつ手順を踏んで丁寧に学びの場をつくる必要があった。

こうして数々の成果を上げた高槻メディア・リテラシープロジェクトであるが、ただプロジェクトの当初の目標であったメディア・リテラシー教育の担い手を育成するという目標について十分に達成したとは言えない。もっと時間をかけて地域や学校においてメディア・リテラシー教育に対する理解を深め、メディア・リテラシー教育がメディア社会における「人権教育の基本」とであるという合意を形成し、その担い手を育て、カリキュラム化していくことが望まれる。今後、校区の教育に関わる多くの方がメディア・リテラシー教育に関心を持ち取り組みに参加することによって、より子どもたちに即した豊かな実践が生まれていくことが期待される。本報告書がそのための議論と、さらにメディア・リテラシー教育を継続させる出発点になれば幸いである。

なお、実際にプロジェクトを進めるにあたっては、(特) FCT メディア・リテラシー研究所に研究委託をし、部落解放・人権研究所「安田識字基金助成事業」に応募をした。「安田識字基金」からは、「若い人々への識字教育」としてメディア・リテラシーをこれからの時代の人権教育として積極的に位置づけてご理解をいただき、2006年度から3年間にわたって研究助成金を、さらに2008年度にはパナソニック財団からも研究助成金をいただいた。その結果、高槻市立富田青少年交流セン

ターを中心に、(特) FCT メディア・リテラシー研究所、部落解放・人権研究所が連携して第四中学校でメディア・リテラシー教育実践を行うという研究プロジェクトが可能になった。記して深く感謝申し上げたい。

本報告書の構成は次の通りである。

第2章では、高槻メディア・リテラシープロジェクトの設立経過とその成果についてまとめた。(執筆者担当者：岡井寿美代)

第3章では、第四中学校での授業実践について授業の組み立て、使用した分析素材、学習者の学び、評価方法について分析した論考を掲載した。(執筆者担当者：森本洋介)

第4章では、プロジェクト参加者の声を掲載した。

資料編では、次の資料を掲載している。

- ・メディア・リテラシーの定義・基本概念・分析モデル
- ・メディア環境調査 調査票
- ・2006～2008年研究会経過
- ・授業実践に関わる資料（実際に授業で生徒が記入した分析シート、問いシート、配布資料など）
- ・デヴィッド・バッキンガム「テクノロジーを超えて～デジタル文化世代の学びを再考する」
- ・新聞記事（日本教育新聞 2008年11月3日）

また、メディア・リテラシーに関心を持ち、学んでみようと思われる方のために入手しやすい文献を中心に参考文献を掲載した。

2010年 7月18日

西村寿子

01 高槻メディア・リテラシープロジェクト設立目的

(1) 設立に至る過程—中学生のジェンダー意識調査結果に衝撃を受ける

大阪府高槻市には、部落解放同盟大阪府連合会高槻富田支部があります。部落の人々は、差別や生活苦のため学校に行けず、おとなになってからも文字を読んだり、書いたりできない屈辱を、自分の子どもたちには味合わせたくないという思いから、教育に対する問題意識を強く持っていました。

学校から、持って帰ってくるお便りの意味がわからないことや、役所や銀行での届けなどの用紙を書くこともできないということから、女性部（旧婦人部）が中心となり、富田にも識字教室をつくるという取り組みが始まりました。1964年、女性部に結集していた人の60%が、読み書きができないという実態でしたので、識字教室をまず知ろうと、大阪の先進地をはじめ、福岡県の飯塚まで見学に行きました。こうしたねばり強い取り組みの結果、識字教室の必要性が強く認識され、行政や学校の先生の協力を得ながら、1972年8月に「富田識字学級・松の木教室」を開設しました。識字学級の参加者は、地道な学びによって、おとな自身が、文字を取り戻すことで、人間性を回復していき、子どもの教育についても積極的に関わり始めていきました。

しかし、10年が過ぎた1986年。地区中学生の高校進学率が60%を割ったのです。地区生徒37人中15人が高校進学を断念するという事態が起こりました。このことから、学校をはじめとする地域の教育関係者と支部との総括が行われ、地域における教育運動を、もう一度原点からやり直すことが確認されました。各教育機関においては、学力保障体制の見直し、真の「解放の学力」の獲得のために「学力保障プロジェクト」が発足したのです。

識字学級に通っていた保護者は、子どもたちには、差別に負けない部落の誇りと社会で生き抜ける学力をつけてほしいと、自らの体験を中学校の教室で語ることもしました。地域や学校が、あれやこれやと思い付く限りの取り組みを進めていきましたが、子どもたちの学力課題を解決することはできませんでした。

そんな折、1998年部落解放・人権研究所女性部会での研究報告を聞いた中学校教師や青少年交流センター職員は、同和地区固有のジェンダー観が存在するのではないかという問題意識を共有したのです。つまり、地区固有のジェンダー観は、世代を超えて受け継がれ、そのジェンダー観が地区内の若い世代の学力達成への意欲や進路選択に影響を与えているのではないかという問題意識が生まれたのです。そこで、中学校の教職員、青少年交流センター職員、研究者、部落解放・人権研究所の協力を得て、「ジェンダー・部落差別プロジェクト実行委員会」を組織し、1999年10月に中学生の意識調査を実施しました（2000年3月に『中学生の意識調査（ジェンダー・部落差別）プロジェクト報告書』を発行）。

その調査において、特に地区女子生徒に焦点をあててみると、地区女子生徒は学校の勉強も頑張っ

ているし、職業についてもやりがいを求める積極面がよみとれました。一方で働くことを肯定的にとらえている地区女子生徒の結婚願望は強いものの、家事・育児をパートナーと協力してやっていく結婚生活は期待していませんでした。相手に求めるものは、「暴力をふるわないでほしい」など、結婚生活を維持するための最低条件であり、自分の人権を守るためのギリギリのことだけでした。加えて、女子生徒のジェンダー観を補完するジェンダー観を男子生徒も持っていることが分かりました。関係者は、この結果を分析するなかで、地区固有のジェンダー観が存在する上に、さらに学校文化においても、そのジェンダー観を取り除くどころか逆に強めていた教職員のジェンダー観にも改めて気づかされることになったのです。

(2) 調査を通して若い人びとが社会を読み解く力を身につけることが必要と痛感

この調査を通して関係者は、地域や学校で人権教育を展開していくための大きな前提として、地区女子生徒ならびに男子生徒が、自分自身がどういう社会に生きているのかを深く知り、その社会を読み解く力を身につけることが必要であると痛感しました。さらに、生徒たちが社会にアクセスし、多様なコミュニケーションをつくり出すことこそが、生き抜く力をつけるということになるのだと確信したのです。

これは、部落において識字教育が奪われていた文字の読み書きの力を取り戻すことで、人間として解放されてきたプロセスと質的に同様だと考えられます。識字教育運動の蓄積から考えた時、地区生徒が自分の内なる力に気づきエンパワーしていくためには、若い世代向けの識字教育が不可欠です。そして、現在、メディアからの情報が遍在しているメディア社会をおとも若い人びとも生きていることを考えるならば、いま、地区生徒や若い人びとに必要な識字教育とは、メディア・リテラシー教育だと考えられます。メディア・リテラシー教育は、機能的識字にとどまらず批判的識字の力の獲得につながると考えられたからです。

(3) 青少年交流センター事業としてメディア・リテラシー教育を始める

上記のような問題意識を持って、2001年7月には青少年交流センターが主催して「メディア・リテラシー入門講座」を6回連続で実施しました。この時点からNPO法人FCT市民のメディア・フォーラム（現在は、NPO法人FCTメディア・リテラシー研究所）に内容面で協力をいただきました。この連続講座がきっかけとなって、ジェンダープロジェクトに参加していた中学校の教師と青少年交流センターの職員が継続してメディア・リテラシーの学習を開始します。まずは、メディア・リテラシーを学ぶおとなの育成のために地道に研究し、その後、2003年からは3回連続でメディア・リテラシーを学ぶ講座を毎年実施しています。（本書10～11頁：おとな向けメディア・リテラシー連続講座（2006年度～2008年度）の概要参照）

2004年度は、ジェンダープロジェクトの中心メンバーであり、連続講座に参加した中学校の教職員が、総合学習の時間にメディア・リテラシー授業を行い（前期・後期）、一部の中学生も学ぶことはできました。しかし、学校全体で支える体制が不十分であり、折角の試みが単年度の学びに

なっていました。

以上の経過からメディア・リテラシーを中学校で継続して取り組むためには、数々の課題をクリアしていく必要性が明確になりました。そこで、中学校と地域（青少年交流センター）、研究者が協働して条件整備をするために、地区生徒並びに若い人々へのエンパワメントを目的とした「高槻メディア・リテラシープロジェクト」を2006年5月に設立しました。そして、地域や学校や研究者が協働してきた1999年の「ジェンダー・部落差別プロジェクト実行委員会」を基盤として、メディア・リテラシー研究者や組織の協力を得て活動を展開しています。

02 高槻メディア・リテラシープロジェクト設立以来の主な活動

高槻メディア・リテラシープロジェクトの創設を機に、部落解放・人権研究所の安田識字基金の助成申請を行った結果、3年間の助成を得ることができました。この支援を受けた期間の活動報告をします。

創設1年目（2006年度）の主な活動は、地区生徒や若い人々にメディア・リテラシー教育を学ぶ機会をつくるためにも、まずは、おとなが研究者とともに学びを重ねることに焦点をあて、その準備と研究・運営に時間を費やしました。そして、中学校での生徒のメディア環境調査を実施・分析しながら、学びの枠組みや内容を吟味し、1年生の生徒全員を対象としたプレ授業を実践しました。

2年目（2007年度）は、2年生の選択授業（教科総合・技術科）において、週1回1時間授業を前期15回・後期15回の授業実践を行いました。

また、2007年9月には、FCTメディア・リテラシー研究所創設30年の記念事業で日本に招聘したデビッド・バックingham教授（ロンドン大学）を、高槻にも招いて、講演会を開催しました。教育関係者をはじめとする多くの市民（120名）が参加し、現在のメディア・リテラシー教育の世界的状況について学ぶことができました。

3年目（2008年度）の最終年は、中学2年生の授業に加え、計画になかった中学3年生の授業を行うことになりました。中学校において、2年生時で学んだことが、3年生でも継続して学べる機会をつくるということで、2年生と同じ枠組みで授業計画を立てることに尽力し、中学校の教員2名が授業のファシリテーターを務めました。また、この年には、パナソニック財団の支援（資料74頁）も受けることができ、機材の充実もはかられました。

03 成果

（1）メディア・リテラシー教育によるマイノリティへのエンパワメントのモデル化

メディア・リテラシーの授業を通して学力課題を抱えている生徒や、家庭環境が厳しい生徒は、今まで考えもしなかった「自分」や「社会」との関係に目を向ける機会をもつこととなりました。そして、そのことを通して自己の価値観や環境を客観的にとらえ、意識化し、課題解決力をつけていくことを展望することができました。

(2) 学校教育現場におけるメディア・リテラシー教育カリキュラムの基礎を築いた

学校教育現場における、メディア・リテラシー教育のカリキュラムの確立は、その授業だけの枠を超え、日常の学習活動にも影響を及ぼし、ひいては、人権教育の改革をも視野に入れたものとなりました。

2008年度の成果として、中学2年生の特別授業と位置づけられているメディア・リテラシー教育の授業が、2年生で学んだことを積み上げていく目的で、3年生の選択科目でも授業実施したことにあります。これは、学校教育現場において、生徒と対等な立場で学びを深めた教師の学びの成果とも言えます。

(3) プロジェクトが、教育現場におけるメディア・リテラシー教育を発展させた

この3年間で、公立中学校における実践を、地域や研究者がプロジェクトを組んで進めたことが、最大の成果と言えます。個々に独立している機関や人が、民主主義教育の根幹をなす教育として「メディア・リテラシー教育」の基礎を中学校で創り、年度を重ねるごとに発展させてきたのです。

この実践で得た、多くの成果と実践したことで新たに見えてきた課題を整理するために、プロジェクトの活動を1年間延長することを確定しました。

04 課題

2009年度もプロジェクトを延長したことで、中学校において、前期の授業を実践することができました。このように、学校教育現場における「メディア・リテラシー教育」は、一部の成果をみることができましたが、地域社会においては、課題があります。地域社会の人々にとっても、「学びの場」が重要なことは明白ですが、その機会設定が不十分な中、学びを提供することは困難です。それでも、学んだ者が、その機会設定の条件整備を推していくことと、今までの地道な取り組みを重ねてきたことを、さらに続けていくことでしか、課題解決の道は開かれていかないのかもしれないかもしれません。

(岡井寿美代)

2006年度(第6回)

メディア・リテラシー夏季連続講座

～参加と対話を通してメディアについて考える～

2006年8月8日(火)13時30分—17時/8月9日(水)13時30分—17時

● テーマ:メディア・スポーツ・商業化

1日目:8月8日(火)

- 講座1.「メディア・リテラシー」をどう学ぶ? (13:30 -14:45)

なぜメディア・リテラシーなのか / メディア・リテラシーとは / 学びのリソース
メディア・リテラシー研究所インターネットサイト <http://www.mlpj.org/>

- 講座2. ニュース報道はどう構成されている? (15:00 -17:00)

2日目:8月9日(水)

- 講座3.CMのターゲット・オーディアンスって? (13:30 -15:00)

- 講座4. 広告がつくりだす文化ってなに? (15:20 -17:00)

2007年度(第7回)

メディア・リテラシー連続講座アドバンス編

～コミュニケーションをどうつくりだすか～

2008年1月26日(土)10時 -15時/2月2日(土)10時—15時

● テーマ:コミュニケーションをどうつくりだすか

メディア・リテラシーとは、オーディアンスである私たち自身がメディアについて学びメディア社会を能動的に生きるための力を獲得することである。また、メディア・リテラシーはメディアをクリティカルに分析することにとどまらずコミュニケーションをつくりだすことも目標にしている。

1日目:1月26日(土)

- 講座1.メディア・リテラシーとは ~クリティカルからクリエイティブへ~ (10:00 -11:00)

- 講座2. テレビコマーシャルで学ぶ映像言語 (11:00 -12:30)

- 講座3. 「人種差別をやめよう!PSA」を読み解く (13:30 -15:00)

2日目:2月2日(土)

- 講座4. PSAを制作する (10:00 -14:00)

- 講座5. PSA を発表・分析する (14:00 -15:00)

2008年度(第8回)

メディア・リテラシー連続講座

~コミュニケーションをつくりだす~

2009年3月20日(金)10時-16時/3月21日(土)10時-16時

● テーマ:私・私たちのコミュニケーションを創りだす

1日目:3月20日(金)

- オープニングセッション:私とメディア、私たちとメディア (10:00 -11:00)
- 講座1.メディア・リテラシーを学ぶ (11:00 -12:00)
なぜメディア・リテラシーなのか / メディア・リテラシーとは
マスターマン『メディアを教える』日本語版から
- 講座2. メディアは「現実」を構成する (13:00 -14:30)
もっとも重要な基本概念「リプレゼンテーション」について学ぶ
- 講座3. テレビCM と私たち (14:30 -16:00)
映像言語を理解し、あわせてターゲット・オーディアンスを考える

2日目:3月21日(土)

- 講座4.メディア制作に向けて—PSAを読み解く (10:00 -11:30)
『スキニング・テレビジョン日本版』よりカナダのPSAを分析し、制作活動の手がかりとする。
- 講座5.私たちのPSAを制作する (11:30 -15:00)
- 講座6.コミュニケーションを創りだす (15:00 -16:00)
互いの作品の分析と合評会

01 カリキュラム作成にあたって

高槻市立第四中学校で行うメディア・リテラシーのカリキュラムは、2006年度の1年間をかけて、様々な参加者との協議を基に作成された。授業でメディア・リテラシーを行う際には、その子どもたちがどのようなメディアと、どのように付き合い、どう考えているのかを把握する必要がある。そこで、「メディア環境調査」と題したアンケート（資料編 2. メディア環境調査 調査票参照）を、2006年6月には徳島県立新野高校で予備調査を行い、同年10月に四中にて本調査を行った。その結果、2007年度から授業を行う学年については、テレビと付き合う子どもが多いこと、テレビを「観る」わけではないこと、つまり明確な意思を持ってテレビを視聴していないこと、アニメやドラマを観る生徒が多いこと、などがわかった。

メディア環境調査の結果を基に、カリキュラムの詳細を検討するとともに、2007年度から本格的に授業を実施する学年（2007年度の2年生、つまり2006年度の1年生）を対象として、導入としてのプレ授業を企画した。プレ授業の目的は、メディア・リテラシーの学びに対する生徒の期待を高めるとともに、まず、メディアと自分の関わりを意識してもらうことであった。そこで、生徒に「わたしのメディア史」作成を通して、約13年間の人生の中で、メディアとどのように関わってきたのかを考えてもらった。

以上のような2006年度の活動を基に、2007年度のカリキュラムを作成した（資料編 4-①授業予定参照）。カリキュラムを作成する時点で、①2年生選択科目「技術」において授業を行うこと、②選択科目は週1回で、半期のおよそ15回あること、③梶田・名島・木原各教員がチーム・ティーチング（以下TT）として入り、FCT研究員（小澤、西村、森本）がメイン及びグループファシリテーターとして授業を行うこと、が決定していた。選択科目は、前期・後期を通じて同じ科目を選択することは原則としてありえないということだったので、半期約15回で完結するカリキュラムを作成する必要があった。また週に1時間ということで、50分ないし45分の間にできる限り区切りの良いところまで進める必要がある。そこで、子どもたちはテレビと接する機会が多いということも考慮し、CMを主な分析素材として取り上げ、メディア・リテラシーの基本概念のうち、「メディアは『現実』を構成している」、「メディアは商業的意味をもつ」を中心に授業を構成することにした。そして、計15回の授業を通じ、メディアはすべて構成され、「現実」を作り出していることを意識化できるようになること、対話できるようになることを目指した。基本的なカリキュラムの組み方や、問いの立て方については、鈴木みどり編（2004）『Study Guide メディア・リテラシー【入門編】』の第3章「テレビ・コマーシャルとは何か」を参考にした。

02 2007年度前期～2008年度後期のカリキュラム内容

2007 年度前期から、2008 年後期にかけての、各カリキュラムの内容は以下のようになっている。
2007 年度は 2 年生のみ、2008 年度は 2 年生及び 3 年生を対象に、2 年生は森本が、3 年生は榎田・木原教諭が担当して行われた。なお、テキストの放映日時は、放映当時のものである。各授業の展開や、分析シートのサンプル、各單元における問いについては、資料編を参照されたい。

単元	授業の目標	具体的な活動
CMの時間量	「番組中のCMの時間量に気付く」、「どのようなCMがあるのか、なぜそのような商品・サービスのCMが流されているのか、番組の放送時間帯や予想される視聴者層を想像し、考える」	ある30分番組に含まれるCMの時間量や種類を分析
映像言語	「映像言語とは何かを知る」、「感覚でCMについて語るのではなく、書き取った映像言語を根拠にして自分の意見を相手に伝える／相手の意見を聴く」	分析シートに基づき、音声技法や映像技法、状況設定がどのような意味をつくりだしているのかを考える。
ターゲット・オーディエンス	「CMはターゲットを想定してつくられ、それとともに映像言語が異なってくることに気付く」、「CMにはテレビ局や広告企業、広告主があり、彼らがオーディエンスをどのように考えているのか考える」	各テキストが想定するターゲットは、どのような属性の人間(性別・年齢・人種・職種・好み、など)なのかを、映像言語を根拠に考える。
CMもしくはドラマの価値観	「映像には日本人もしくは人間としての価値観・ステレオタイプが含まれていることに気付く」	各テキストが、どのような価値観やステレオタイプをリプレゼンテーションしているかを、映像言語を根拠に考える。
音楽と広告	「映像言語のうち、特に音声技法としての歌・音楽の意味について考える」	最初に歌だけを、歌詞やメロディについて分析する。この曲が使われているCMについて、曲と状況設定にどのような関係があるのかを考える。
「グラウンド・ゼロの広告」分析(3回)	「CMを、広告という、より広義な視点で捉え、広告がどのように流通し、広告の制作者が広告についてどのように考えているのかを考える」	テキスト内に出てくるCMを分析し、どのような価値観がリプレゼンテーションされているかを、映像言語を根拠に考える。その上で、広告代理店のスタッフの役割や発言について考察する。
「人種差別をやめよう!PSA」の分析(2回)	「同年代の子どもが、どのような映像を作っているかを知り、それを映像言語的にどのような観点で作品を評価するかを考える」	テキスト内に出てくる各作品を分析し、人種差別反対についてどのようなメッセージを訴えているかを、映像言語を根拠に考える。その上で、自分たちが評価者であるとすれば、どのような観点で各作品を評価するかを考える。
制作と振り返り	「自分たちでつくった作品をメディア・リテラシーの視点から分析し、伝えたいことが伝えられていたか、前期で学んできたことが活かされているかを自分たちなりに考える」、「それぞれの作品について、互いの作品を尊重しながら批判し、議論する」	これまでの映像分析を基にして、60秒程度の映像作品を制作する。さらに、自分たちが作った作品を、既存の映像テキストと同じように分析する。

	2007年度前期	2007年度後期	2008年度前期	2008年度後期
オリエンテーション	授業の概要の説明。自己紹介及び「どんな番組が好きか」を言う。	授業の概要の説明。2007年度前期作品を観て、感想を述べる。	授業の概要の説明。2007年度前・後期作品を観て、感想を述べる。	授業の概要の説明。2008年度前期作品を観て、感想を述べる。
単元①	CMの時間量(2回)	今週のテレビ日記(2回)	今週のテレビ日記(1.5回)	CMの時間量(1.5回)
テキスト	TBS系「砂時計」	各自の分析シート	各自の分析シート	フジテレビ系「サザエさん」
単元②	映像言語(2回)	CMの時間量(2回)	CMの時間量(1.5回)	映像言語(2.5回)
テキスト	NTTドコモ「クールライン」	フジテレビ系「あいのり」	日本テレビ系「ヤッターマン」	日清「麺職人」
単元③	ターゲット・オーディアンス(2回)	映像言語(2回)	映像言語(2回)	ターゲット・オーディアンス(2回)
テキスト	NTTドコモ「SH903i」、au「TOYOTA携帯」、NTTドコモ「kat-tun編」、ソフトバンク「予想ガイ」	「ワンセグ×ウォークマン携帯」	ペプシネックス「松本潤編」	「公文」、「HAL」、「大阪医専」、ベネッセ「独立せよ編」
単元④	CMの提示する価値観(2回)	ターゲット・オーディアンス(2回)	ターゲット・オーディアンス(2回)	テレビドラマにみる価値観(3回)
テキスト	「ダイエットコーラ」、コカコーラ「Grand Theft Auto編」、コカコーラ「いいほうに考えよう編」、コカコーラ「アクエリアス」	キリン「FIRE」、「ダイエットコーラ」、「コカコーラ(クリスマス編)」、「FFVIIバージョン」	「公文」、「HAL」、「大阪医専」、ベネッセ「独立せよ編」	日本テレビ系「スクラップ・ティーチャー」第4回の全体を20分程度に編集したもの
単元⑤	音楽と広告	テレビドラマにみる価値観(3回)	「グラウンド・ゼロの広告」分析(3回)	「人種差別をやめよう!PSA」の分析(2回)
テキスト	パンプオブチキン「涙のふるさと」、ロッテ「エアーズ」	フジテレビ系「ガリレオ」初回オープニング	『スキャンニング・テレビジョン日本版(STJ)』より「グラウンド・ゼロの広告」	『STJ』より「人種差別をやめよう!PSA」
単元⑥	制作と振り返り(4回)	制作と振り返り(6回)	制作と振り返り(4回)	制作と振り返り(5回)
制作テーマ	この授業で学んだ事項を1つ選び、それについて映像言語を少なくとも1つ使用して表現する。	この授業で学んだ事項を1つ選び、それについて映像言語を少なくとも1つ使用して表現する。	2年生:「大人(社会)に対して言いたいこと」、3年生:「5年後の自分」	2年生:「この授業を通じて学んだこと」、3年生:「四中での3年間を通じて学んだこと」

*網掛けをした単元は、(4)・(5)で具体的に内容を説明している。

03 基本的な授業の流れ

2007・2008 年度共通事項として、以下のように授業のルールを設定し、生徒に授業の流れを理解してもらった。というのも、日本における他の一般的な教科・科目とはやや異なる性格を持つメディア・リテラシーの授業方法は、生徒に流れを理解してもらわなければ授業として成り立たない可能性があるためである。

①授業では毎回話し合いと、発表を行う。グループ編成については、単元が変わるごとにメンバーを変える。1 グループあたりの人数は4～5名とする。分析の単元では教師がメンバーを決めるが、制作では好きな人同士でグループをつくってよい。

②話し合いでは、思ったことをしゃべってよい。正解は「自分が思ったこと」である。でも、他の人の言うこともちゃんと聞くこと。もし相手が話していることが違うとか、私はこう思うとかがあれば、きちんと相手にわかるように説明すること。理由もなく、ダメとか嫌いとか言わないこと。

③グループでの話し合いの役割

- ・司会：意見をまとめる。話し合いの中心になる。
 - ・記録：グループで話し合ったことを記録用紙にみんなにわかるように書いていく。個人が書いたシートを書き写していくということではない。
 - ・発表：グループの記録用紙に書いたことを、クラスの前で、自分のグループが何を話し合ったかわかるように説明してあげる。だから、自分のグループの話し合いをきちんと聞いていないといけな。
 - ・他の人：話し合いのときは自分の思ったことをどんどん話す。自分のグループが発表しているときは、足りないところを補う。
- ＊役割は単元ごとに交代する。全員、最低でも1回は司会・記録・発表をすること。

④配布物

- ・授業中に配ったものや、自分が書いたシートはファイルに綴じていく。

04 具体的な授業の様子

本節では、2007 年度前期の分析の単元を例に、具体的に各授業の中で何を行い、生徒がどのような反応を示したのかを記述する。また、2007 年度前期で扱わなかったテーマについても記述する。なお、各期における受講者数と班の数は以下の通りである。

2007 年度前期受講者：17 名（男子6名、女子11名）班はA～Dの4班

2007 年度後期受講者：12 名（男子8名、女子4名（うち1名は途中で転校））
班はA～Cの3班

2008 年度前期受講者：2 年生は25 名（男子15 名、女子10 名）班はA～Eの5班
3 年生は（男子12 名、女子4 名）班はA～Dの4班

2008 年度後期受講者：2 年生は26 名（男子21 名、女子5 名）班はA～Eの5班
3 年生は25 名（男子16 名、女子9 名）班はA～Eの5班

04-1 メディアと自分との関わりを考える:CMの時間量

①単元の位置づけ

「メディアと自分との関わりを考える」ために、まず簡単な作業を行って、以降の本格的な分析のための導入とすることがある。「CMの時間量」は、1つの番組に含まれるCMの総時間量と、CMの業種の傾向を分析することにより、メディアを意識化することの第一歩とする単元である。

②テキストについて

テキストとして使用する「砂時計」(MBS 13:00-13:30)は、平日昼のドラマのため、知らない生徒も少なからずいた。しかしオリエンテーションの際に数人の活発な生徒が番組の感想を述べていたため、本テキストを使用することにした。授業時間が50分ということを考えても、30分番組が視聴時間として妥当である、ということも考慮した。

③テキスト視聴にあたって

四中の生徒は基本的に長時間集中して話を聴くことのできる生徒が少ないため、説明自体は簡潔に行い、作業のなかで必要な部分を説明するということを基本とした。テキスト視聴にあたっては、流れているCMのタイトル(商品名)、とその業種、そして時間数を書くようにさせた。(資料編4②CMの時間量参照)こちらからは役割分担を求めなかったが、いくつかの班は誰がどの項目を書くのかを事前に分担している班もあった。

④テキスト分析

初見でテキストを覗いているときに、「あんた書いといて」とか「書けへん」という生徒もちらほらいたが、2回目の視聴のときはほとんどの生徒が記入していた。1回目の視聴では主にCMの内容を確認することを重視させた。何の商品か、どのような業種(例えば「飲み物」や「洗剤」)かを記入していつてもらった。いくつかのCMは同じ業種が連続しており、切れ目がわかりづかった。このため、再度CM部分だけを流して確認した。3回目の視聴では秒数に着目してもらった。15秒ないし30秒というきっちりした数を記入した生徒はほとんどいなかった。15秒CMに関しては10~20秒、30秒CMに関しては30秒前後の答えが多かった。

⑤議論の経過と発表

初めての話し合いということもあり、議論開始当初は黙りこくっている班が多かった。メインファシリテーターおよび各班についているTTの教員が話し合いを促すことで、少しずつ話し合うことの方が見え始めると、問いについての議論が進んでいった。話し合いは進んでいたが、どの班にも共通した記録方法は、議論の結果のみを書き、議論のプロセスのメモまではできないことだった。議論の内容自体は、「お茶漬けのCMが出てくるのはその時間帯にみても食べたくなくなるかも

しれない」と言う女子がいるなど、概ね問いに沿った話し合いができていた。

発表は口頭で行い、森本がそれぞれの意見を板書していった。とはいえ、発表をすべて板書する余裕はなかったので、CMの数と合計時間、割合、なぜそのような業種のCMが多いか、について簡単に板書していった。A班は「最後のほうが洗剤・シャンプー・薬用など日用品が多かった。主婦がゆっくりしてる時間が1時くらいだから。主婦に対して新商品のアピールをして売り上げを上げたい」というように、かなり高度に記録ができていた。他の班は箇条書きになりがちであるが、A班は結果を導く過程も書いていた。逆に議論はよくできていたのに、記述になるとその半分も議論の様子が見えないのがC班とD班である。C班に関しては梶田教諭が入っていたこともあり、議論はできていたが、その過程をうまく書き取ることができなかったようだ。発表の際にも梶田教諭が補足説明をしていた。

⑥単元を終えて

生徒たちはまず、CMは必ず15秒、30秒、60秒というふうに時間をきっちり決められていることに驚いたようである。それはC班の女子の、「そんな短い時間のなかでつくらないといけなくて大変やなー」というコメントにみられる。どういう人たちを想定してCMの内容が決まってくるか、という問いに対しては明確な答えがないため、全体の意見を一通りまとめて終わらせた。テキストに興味を持っている生徒がいたせいか、授業に興味を持って参加する生徒が多数みられ、単元のねらいはかなりの程度達成できていた。

04-2 CMで映像言語を学ぶ

①単元的位置づけ

「CMの時間量」を通して、CM（映像テキスト）への簡単な意識づけを行うことができた。これ以降の本格的な映像分析を行うため、その基本となる映像言語について学ぶのがこの単元の目的である。活字メディアが文章や写真などのいくつかの構成要素から成っているのと同様、映像も「映像技法」、「音声技法」、「状況設定」から成り立っていることを理解し、今後のターゲット・オーディエンスや価値観の分析の土台を築くための単元である。

②テキストについて

15秒の短い時間のなかで、カメラワークに様々な動きがあり、音楽もそれに合わせて軽快なリズムを刻んでいるのが本テキストとして使用した「FOMAシリーズ」の特徴である。全体的な傾向として、テンポが速く、売出し中のアーティストの曲を使っているCMは若者向けであると考えられる。分析する生徒の集中力と興味を持たせるためにも、短く、テンポの速いCMである本テキストを使用した。

③テキスト視聴にあたって

映像言語の記入シート（資料編 4 ③映像言語参照）を配布し、ビデオカメラで撮影したマスコットの映像を使って、クローズアップ、ロングショット、ハイアングル、ローアングル、フラットアングルと、パン、ティルトの説明を行った。実際の映像を使うことで、視覚的にカメラワークについて理解してもらった。次に例題として、「ドコモ 903」の落ち着いた感じの CM を見せた。例題を通してカットとショットの説明を行い、テンポとの関わりを暗示した。

④テキスト分析

分析にあたっては、ショット数や秒数を数えるために、普通に 3 回ほどみた。次に音声を消して映像だけに集中してもらった。次に音声だけに集中してもらった。音楽を作成したバンド名が画面下に小さく出ているが、それについては、こちらから一切言及しなかった。次にスローで流すことにより、カメラワークに集中してもらった。テキストではケータイが飛んでいるのだが、スローでみるとその軽快さが失われてしまっていることに気付いた生徒もいた。最後に確認のため、もう一度普通にテキストをみて、議論に入った。

⑤議論の経過と発表

問いの意味について全体的に理解が難しかった班が多かった。テンポとテキストの関係については、A 班ではテンポについて「普通」と言っていた女子がいたが、いわゆる「普通」とは何を持って「普通」なのか、TT で入っていた梶田教諭が聞いていたが、その女子は明確に答えていなかった。またカメラワークについても説明したが、生徒の頭の中ではこれらを有機的に結合することが困難な様子だった。問いの理解が困難だったせいか、議論もはかどらず、梶田教諭がある程度話題を出して議論をつくらせようとしていたが、効果的に機能しなかった。

しかし、授業の終盤になぜか議論が盛り上がり始めたので、ある程度様子をみてから発表を行った。テンポについては、「ゆっくりだとダサく感じる」、「15 秒があっというま」など具体的な意見が出ており、またテロップに関しても「短い言葉で印象に残るものが多い」という意見もあった。音声に関しては「明るい音楽は若者向け、暗い音楽はおとな向けで落ち着いたきれいな感じ」、CM が伝えていることについては「気持ちを伝える（特に好き）、商品の宣伝」、状況設定は「おしゃれな感じであっている」というように具体的に意見が出てきていた。

⑥単元を終えて

本単元で、音声・テンポ・映像といった各技法が、CM を構成するに当たっているいろいろな意味を創りだしているということに、気づいた生徒はわずかながらいたようである。例えば A 班は、音声技法に関して、CM を初めて無音でみて、音声があれば CM のおもしろみがまったくなくなるということに気づいていた。ただし、まだ議論でのふとした意見、議論で出たプロセスをメモすることとはできていなかった。自分の意見を気兼ねなく言い出す生徒が当初に比べて目立つようになった

ため、そのようなふとした気づきをメモしていくということが、授業における課題のひとつになった。

04-3 ターゲット・オーディアンス(2回)

①単元の位置づけ

「映像言語」の単元で、映像を構成する諸要素に関してある程度学んだ。本単元からは、ある特定の視点からテキストを読み解くという作業を行う。「ターゲット・オーディアンス」とは、あるテキストが誰を対象にしてつくられているのか、ということである。これに気づくことで、読み手がテキストの作り手との関わりを意識することを目的とする。

②テキストについて

ケータイのCM 4種類を分析テキストとした。「映像言語」でケータイをテキストとしたことともつながっているが、ケータイも、機種やプランごとにターゲットを想定している。そこで、おとな向け、若者向け、特定の属性の人間向け、全体向け、の4パターンが想定されるテキストを用いて、テキストが想定するターゲットと、その多様性に気づいてもらうことを目指した。

③テキスト視聴にあたって

例題としてのテキストは、「映像言語」で使用したテキストを用いた。記入シート（資料編4④ターゲット・オーディアンス参照）には既に例題についてのターゲットをこちらで記入しており、ターゲットの答えを導くための根拠となる映像言語はどこにあるのかも示している。例題を見せながら、映像言語について書き取り、それを根拠にターゲットを導くことを説明した。

④テキスト分析

「映像言語」のときとは異なり、複数のテキストを比較するという作業が求められるので、1つのテキストを方法を変えて何度も見せるのではなく、3～4回普通に見せ、映像、音声など各観点に注目しながら記入シートを作成してもらうようにした。映像言語を根拠にターゲットを考えるとということが理解できていない生徒もあり、映像言語を記入せず、印象だけでターゲットを書いている生徒も数名見られた。

⑤議論の経過と発表

問い①を議論する過程で、「ターゲットを考えるのは難しい」という雰囲気が漂い始めた。TTが参加していない2つの班は議論に詰まっているようだったので、そこにはメインファシリテーターが行き、ヒントを与えることで、議論のきっかけをつかませようとした。同様に問い②については、普段、みんなが携帯電話を買う時にチェックすることが何個かあると思うが、その中で無いものは

何か？ということを考えるヒントにした。そして問い③については、広告主とは宣伝をしている会社、ここで言うドコモや au、ソフトバンクを指すこと、消費者とは商品を購入する人、つまり私たちのことを指す、ということを考えるヒントとして提示した。

議論のなかで以上のようにヒントを与えつつ、TT を中心に話し合いを進めた結果、発表では、ケータイを買うと思われる人が若者やビジネスマンなど、いろいろな答えが出た。映像言語を根拠にして、という部分ではまだ不十分なところがあるが、まったくの白紙回答をした班はひとつもなく、ターゲットについて考えるというねらいは達成されていた。

⑥単元を終えて

広告主と、消費者である私たちとの関係について考えるという最後の問いは難しく、あまり時間もなかったので、まともに考えることはできなかった。そのため、本単元の2つめのねらいについては、十分に理解してもらうことができなかった。しかし、もはや中学生にとって身近なメディアであるケータイ（アンケートでは四中の約半数が所持）について、CM を通してそのターゲットを考えることは、生徒にとってとっつきやすい内容だったようである。そのため、議論開始当初はあまり話し合いが進まなかったが、「何について話すのか」が理解できてきたころから、徐々に議論が活発になった。梶田教諭が言うには、「四中の生徒は授業全体のなかでどのような流れで進んでいくのかが明確にならないと、生徒が授業をまともに受ける気にならない」ということであるが、ターゲット・オーディエンスという比較的問いの設定がわかりやすいテーマであることと、授業に馴れ始めたということから、最終的に建設的な答えが出てきたと考えられる。

04-4 CMの提示する価値観(2回)

①単元の位置づけ

映像を分析する基本となる「映像言語」、そして具体的にテキストが誰を対象としているのかを考える「ターゲット・オーディエンス」をここまで学んだ。そして映像分析の最終的な視点として、「価値観」という抽象概念について考えることを目的とするのが本単元である。テキストは読み手・作り手双方の社会観や価値観を提示しており、それらを読み解くことで、我々が持つ様々なイメージや固定観念を相対化することにつながる。中学生相手に抽象概念を教えることは難しいが、身近な CM を通して考えることで、高度なレベルでの意識化を目指す。

②テキストについて

多くの人間にとって当てはまる、身近な商品と言えば食料品であろう。特に飲料水は、季節とも関わってどの時期でも数多く放送されているCMである。それら飲料水のCMにおいては、テキストそのものに対するイメージ（例えば、緑茶であれば「和」）や、テキストから派生するイメージ（例えば、ミネラルウォーター→健康的→女性）が提示されていると考えられる。本単元では、中学生

が好むであろう炭酸飲料、特にコーラを題材として、同じコーラの CM のバリエーションや、コカコーラ社の他の製品を分析することで、テキストが提示する価値観を生徒が考えやすくすることを目指した。

③テキスト視聴にあたって

例題としては、「ターゲット・オーディアンス」で使用したソフトバンクのテキストを用いた。登場人物として黒人の若者が日本語を話す役割で出演する本テキストは、「なぜそのような人物が出るのか」を考えるのに適していると考えたためである。本単元では、特に登場人物に着目して分析を行う必要があるため、映像言語のなかでも状況設定に集中して書き取れるような記入シート（資料編 4 ⑤価値観の分析参照）を作成し、映像・音声と、状況設定に分けて記入していくように説明した。

④テキスト分析

テキスト視聴の際は、「ターゲット・オーディアンス」のときと同様に、各テキストを通常通りに 3～4 回流して記入させた。ダイエットコークを視聴しているときに、「スタイルのいい人ばかり出ている」、「コーラを飲んでいるからだ」という感想が上がっていた。同じコーラでも、「GTA 編」や「いいほうに考えよう編」ではほとんど反応がなかった。「GTA 編」は「グランド・セフト・オート」というテレビゲームの画像を使った CM であるため、そのゲームについて知らない生徒には、意味がまったくわからないようだった。ただし、ゲームを知っている生徒は意味を理解しようとしていた。

⑤議論の経過と発表

議論のときに、問いが難しいという意見が多くあった。どこが難しいかと言えば、人種を理解するという点である。発表のときにわかったことであるが、「いろいろな人種」「外国人」という答えしかあがらなかった。もっと具体的に、例えば「アジア系」とか「黒人」という答えは出なかった。人権問題や人種差別のことを気にして言わなかった可能性も考えられた。恐らくそういったことを気にして曖昧な答えしか出なかったのかもしれないし、単に人種を知らないだけかもしれない。梶田教諭によれば、今まであまり人種のことなどを気にしたことがないのではないか、ということだった。ということで、すべてのテキストを分析するのは難しいと判断し、ソフトバンクとアクエリアスの CM は例として扱い、分析の視点に関するヒントを与えた。その上で、分析の対象をダイエットコークと、2つのコーラのうちどちらかを分析することにし、それらのテキストを 5 回程度視聴した。

発表では、どのような人種が出ているか、なぜみんなスタイルがいいのか、ある程度簡単な意見は出た。「なぜいろんな人種が出ているのか」、「なぜ女性が主人公なのか」という、より根源的な問いをこちらから提示した。その問いに対しては、「外国人のほうがカッコよくみえるから」とか、「ダイエットコークを飲んでいるからあんなにスタイルがいいんでしょ」という意見が出た。また「女

性はあるようなスタイルにあこがれている」といった意見も出た。

⑥単元を終えて

本単元は、やはり価値観という抽象概念を扱ったせいか、全体的に表面的な議論に終わってしまった。より根源的な問いである、「なぜ外国人が出ているほうがカッコいいと我々は思っているのか」とか、「ダイエットコークを飲んでいるからあのようなスタイルになれるのか、もともとあのようなスタイルの人が好んでダイエットを飲むのか」という意見には残念ながら踏み込めなかった。ただし、「女性はあるようなスタイルにあこがれている」といった意見からは、価値観の議論の入り口に来ることができている生徒も数名いるように見受けられた。残念だったのは、せっかく話をしているときにはなかなか鋭い意見を言っていたのに、まずそれを記録していかないことと、発表のときに、なんとか記録した意見をほとんど言わなかったことにある。発表した意見が、「誰の意見か」にこだわる生徒が多く、それを突き止められるのを嫌がる生徒がいるのがひとつの原因であろう。

04-5 音楽と広告

①単元の位置づけ

ここまでの単元では、主に映像と、そこから読み取れることについて考えてきた。本単元では、「音」、「音楽」を意識して、音楽を分析する方法を学ぶことを目標とした。

②テキストについて

CM と、その CM で使われている音楽という関係について考察するため、CM において明確に楽曲が表示されているテキスト（ロッテ「エアーズ」とバンブオブチキン「涙のふるさと」）を選んだ。そのなかでも、テキスト自体と楽曲に何らかの関係性が見出せないものをあえて使用することにより、なぜその CM でその楽曲が使用されているのかを考えられるようにした。

③テキスト視聴にあたって

本単元では、1 回目の授業で音楽のみを分析し、2 回目の授業で CM を分析するという構成にした。音楽のみの分析では、ボーカルの年齢や性別、歌詞の内容、曲調など、楽曲の意味を考えるような問いを提示した（資料編 4 ⑥音楽と広告参照）。CM の分析はこれまでのテキスト分析とほぼ同じ方法で行ったが、音声技法に特に着目し、分析した楽曲のどの部分が、なぜ使用されているのかを考えるように指示した（資料編 4 ⑦CM の音楽参照）。

④テキスト分析

楽曲に関しては、5分程度の曲だったが、多くの生徒が最後まで聞いていた。バンブオブチキンというバンドが、一部の中高生の間では大きな支持を得ていることに関係していると考えられる。またCMの分析では、これまでと同様の分析を行えばよいという安心感が生徒のなかにあるためか、特に問題もなくこれまでと同様に音声技法に着目して分析することができていたようだ。

⑤議論の経過と発表

楽曲については、知っている生徒とそうでない生徒の差がはっきりしているため、あまり議論に加わろうとしない生徒もいた。ただし、曲のジャンルやテンポ、使われている楽器の種類のようなわかりやすい質問については、多くの生徒が答える努力をしていた。歌詞の解釈については、抽象的な表現が多いせいか、あまり積極的な解釈はなされなかった。「会いにきた」という歌詞から、男性が女性に会いに行くという内容考えた班もあった（資料編4⑧音楽と広告（グループ）参照）。CMとの関係については、「サビだから盛り上がる場面なので、CMに使われている」という意見が出てきた。「エアーズ」のテキストでは、男子生徒が女子生徒に告白するという場面があるため、その場面にちなんで「会いにきた」という部分が使われているのではないかという意見もあった（資料編4⑨CMの音楽（グループ）参照）。しかし、テキストについての説明で述べたように、よく考えると、楽曲とCMの間に明白なつながりがみられない。つまり、いかに楽曲の「イメージ」が商品と組み合わせられて、視聴者に意味を創りだしているかが伺える。

⑥単元を終えて

本単元は、特に音楽とメディア・リテラシーに着目して研究を行っていた、FCTの小澤が企画・メインファシリテーターを担当した単元であった。本単元で分析のパートはすべて終わるので、CMを含んだ広告産業全体と、メディア・リテラシーについて総括する時間が取ればよかったのだが、時間の関係上、まとめる時間がなかったのが悔やまれる。とはいえ、2007年度前期の制作作品をみればわかるように、授業全体から一通りの単元についての言及がみられ、この期に関しては、まとめをせずとも制作の過程で授業全体が振り返られたことがわかる。

04-6 制作活動

①単元の位置づけ

本単元は、映像制作を生徒が行うことにより、これまで一方的に既成のCMを分析するところから、自分たちが制作する側になるという視点を獲得することに目的がある。よって、単に「おもしろい」作品を作るのではなく、これまで分析した映像言語を基に、自分たちが伝えたいメッセージを、映像言語を駆使して説明するということが求められる。よって、完成した作品とともに、なぜその作品をそのように作ったのかという制作過程も重視される。

②制作テーマの設定

本単元では、「本授業を通して学んだことのなかから、印象に残ったテーマをひとつ選ぶ」という基本的なテーマを設定し、そこに「学んできた映像言語を少なくとも1つ使用すること」という制約をつけた。本テーマ設定は、これまで生徒が学んできた映像分析が、生徒のなかで理解されているかを問うためのものである。そのため、制作過程を通じてこれまでの学習事項を振り返るといふ活動も含んでいる。

③制作にあたって

制作にあたっては、制作に関する基本ルールを説明したプリントと、絵コンテ用のシートを各自に配布した（資料編 4 ⑩映像制作参照）。いきなりカメラを扱うのではなく、まず絵コンテを描いて企画を練るように指示した（資料編 4 ⑪絵コンテ参照）。小道具としては、画用紙やマジックは学校で準備し、音楽用機材も学校が所有する範囲のものは使えることを伝えた。それ以外の道具は自分たちで準備するようにさせた。なお、制作班は生徒の好きなように編成させ、1班あたり4～5名になるよう調整した。カメラが2台しかないので、企画ができた班から順に撮影に入るようにした。

④制作の様子

制作の準備は大きく2つのパターンに分かれた。1つのパターンは、絵コンテをまず作成し、ある程度準備ができてからテロップなどの小道具をつくり、それから撮影に入る、セオリー通りのパターンである。これは、比較的まじめに取り組むメンバーで構成された班にみられた。なかには、授業中では撮影が終わらず、後日昼休みを使って撮影を終えた班もあった。もう1つは、絵コンテを一切描かず、頭のなかでイメージを組み立て、あとは撮影しながら修正を加えていくパターンである。これは、分析のときからあまり書くという作業ができない生徒で構成された班にみられた。このパターンの班は、全3時間の制作時間のうち、およそ半分は脱線し、残り時間が少なくなったため、教員に急かされて仕方なく活動を開始するという行動パターンをとっている。なお、この2つのパターンは、すべての期を通じてみられた類型である。

⑤作品について



生徒の制作した映像作品の概要は以下のようである。

班	班の構成	作品の内容
A	女子 3 名、男子 1 名	リプレゼンテーション
B	女子 3 名	映像言語
C	女子 4 名	ターゲット・オーディエンス
D	男子 5 名	歌・BGM

A 班は、ニュースキャスター風場面を設定し、キャスターが原稿を読み上げるようにして学習内容を伝えようと工夫している。B 班は、出演者 3 名を次々にクローズアップし、登場した生徒が学習内容を伝えている。C 班は、お昼に流れる CM を題材に、その時間帯に流れる CM が誰をターゲットにすることが多いのかを説明している。D 班は、BGM がどのような効果を映像に付与するか、という内容を伝えるために、テストを返却してもらう設定をした。BGM（本作品の場合はベートーベンの交響曲第九番「運命」の導入部）があるときとないときで、テストの点数が低かったときに受けるショックの大きさを表現している。

⑥制作の振り返り

制作の振り返りにおいては、自分たちの作品を、既成の CM と同様に分析することを求めた。記入シートに好きな班の作品 1 つを選んで、なぜよいのか、なぜそう思ったかを話し合うこと、次に、自分たちの作品について、自分たちの言いたいことが言えていたか、伝わっていたかを、映像言語を使って考えるよう指示した。この段階になると、ほとんどおとなが何も言わずとも、どの班も役割を決めて話を進めるようになっていた（資料編 4 ⑫映像制作の分析、⑬映像制作の分析についての議論参照）。自分の班の作品および他の作品に対する批評がしっかりとなされており、「わかりにくい」、「自分の意見を言っていたのがよかった」、「カメラワークがいまいちだった」、「話している内容が聞こえづらい」などいろいろと意見が出た。このように、自他の作品に関わらず、様々な意見を言い合いながら作品を観ており、単に楽しむだけではない思考過程が形成されてきたように思われた。梶田教諭が言うには、「映像言語やターゲット・オーディエンスのあたりでは、まだ授業全体の流れがつかめていないことに対して生徒が不安を感じており、そのために授業に対してまじめに取り組もうとする気がなかった。しかし、授業の流れがわかってくると、これまででない、普段観ている CM などの映像についてみんなで話し合うという作業のおもしろみがわかってきたのではないか」、ということであった。

05 2007年度前期以外で扱ったテーマ

本節では、2007 年度前期で時間の関係上扱わなかったテーマや、2007 年度前期に扱えなかった、実験的なテーマについて述べていく。なお、2007 年度前期で扱ったテーマに関してはテキストを変更しただけなので割愛する。

05-1 メディアと自分の関わりを相対化する:今週のテレビ日記 (2008年度前期)

①単元的位置づけ

「今週のテレビ日記」は、位置づけとしては「私のメディア史」と「CM の時間量」の中間に位置し、映像メディアに対する生徒の意識を高めるために行う作業である。約一週間の、個人のテレビ視聴日記をつけていくことで、その個人が視聴する番組の時間帯やジャンルの傾向を探り、メディアと自分の関わりを相対化するための導入となる活動である。

②テキストについて

テキストは、生徒自身が記入した、直近の一週間のテレビ日記である。選択授業ということもあり、宿題としてテレビ日記を課すことは難しいという梶田教諭からのアドバイスにより、授業中にテレビ日記を記入する時間を設けた。

③テレビ日記作成にあたって

基本的に個人作業であるが、直近の一週間で観たテレビ番組をなかなか思い出せない生徒もいる。そのため、梶田・木原教諭は各班をまわって遊んでいる人間に注意をし、あまり番組を思い出せない人間にはヒントを与えるなどしていた。

④テキスト分析

生徒が自身の日記を作成している間、メインファシリテーターも、自身の一週間のメディア日記を板書していった。その板書に生徒数人から意見を聞き、番組名を書き加えていった。

⑤議論の経過と発表

アニメ好きな班やドラマを観ている生徒の多い班など、いくつか班によって傾向が変わっていた。アンケート結果にも現れているが、基本的に四中の生徒はドラマ、アニメ、バラエティ、野球中継(男子)、歌番組、朝の情報番組しか観ない(「ニュース」とある場合は、番組間の3分程度のニュースを指す)。そのため、ある程度話し合いの進んでいる班には、自分たちが観る番組以外のジャン

ルについても想像させてみたが、難しいようだった。「なぜそのようなジャンルの番組を観るのか」という問いについては、「単におもしろいから」、「友だちが観ているから」、「自分たちが観ている時間帯にやっていないから特定のジャンルは観ていない」、「好きな俳優・声優が出ているから観ている」、「ニュースはやっている内容が難しいから観ない」といった意見が出た。

⑥単元を終えて

「今週のテレビ日記」は、授業の当初から映像を観て何かをする、という期待を抱いていた生徒にとっては退屈な作業のようであった。とはいえ、「自分たちが観ている時間帯にやっていないから特定のジャンルは観ていない」、「ニュースはやっている内容が難しいから観ない」といった意見からは、普段観ている番組、観ない番組と自分との関わりに気づくための視点が導出されているようにも思われる。ただし、メディアと自分との関わりを意識化するための導入としての作業は、「CMの時間量」でも十分に行える作業である。実際、2007年度・2008年度とも、「CMの時間量」において、CMについて少しまじめに考えるという作業は、生徒のメディアに対する意識を高めるには十分であったと考えられる。そのため、2008年度後期では「今週のテレビ日記」を削除し、カリキュラムの後半に、より発展性的に見込まれるテーマを導入したほうが有意義ではないかと判断した。断っておくが、これは「今週のテレビ日記」の意味を否定するわけではない。学習集団の状況によっては、非常に意味のある活動である。

05-2 映像言語が提示するもの：ドラマの価値観(2008年度後期)

①単元の位置づけ

CMにみられる価値観については、2007年度前期の報告で行った通りである。2007年度後期および2008年度後期においては、分析する映像のジャンルを変え、ドラマについての分析を行った。これは、CMで映像言語について学んだら、その映像言語はCMにしか通用しないのではないか、という考えが生徒についてしまうのを防ぐという意味もある。ドラマはCMよりもストーリー性が重視され、また当然だが映像の時間がCMより長いので、分析の角度や方法に工夫が必要である。特に注意しなくてはならないのは、ストーリーが「おもしろい」か「おもしろくない」かを議論することではない。特定のテーマについて、それがいかにリプレゼンテーションされているかを生徒に考えてもらうきっかけをつくるのが、本単元の意味である。

②テキストについて

本単元では、ドラマにおいて学校や教師がどのようにリプレゼンテーションされているのかをテーマとした。授業を実施した当時に放送されていたドラマのなかでは、日本テレビ系「スクラップ・

ティーチャー」第4回が適していると思われた。教師と生徒の双方に主人公がおり、それぞれの立場から見た学校や教員に対する価値観が描かれている場面が多いためである。また、教師役の主人公に、当時人気絶頂だった上地雄輔を、生徒役の主人公にジャニーズのグループである Hey! Say! JUMP! のメンバーを起用しており、生徒にも興味が湧くと思われた。テキストは1話が50分近くあるが、話の筋がわかり、かつテーマが明白に示される部分が含まれるように20分程度に編集した。初回は20分全体を観たが、その後は問いの箇所に合わせて、該当するシーン付近のみをみせた。

③テキスト視聴にあたって

ドラマには好き嫌いがあり、観ていない人も当然いるので、記入シートに書いておいたドラマ全体のあらすじと、今回分析する第4回のあらすじを簡単に説明した。今回の記入シートは、人物に焦点を当て、どういう役柄か、その人物を映すときのカメラワークや色調はどういう感じか、その人物がどのようなセリフを話しているか、出てくるときに使われている音楽はどういうものか、といったことを書き取るものであると事前に説明した。

④テキスト分析

テキスト視聴中は、一部の生徒が印象に残るセリフなどを、こまめに口にも出しながら書き取っているのが目に付いた。テキストの時間が20分あったせいか、10分を過ぎたあたりから、まったくテキストを見ない生徒も出始めた。全3回の授業でそれぞれ1回ずつ視聴したが、2回目以降の視聴では「指導力不足教師」を特に観るようにするなど、問いと関連してどこを観るべきかを生徒に意識づけるようにした。

⑤議論の経過と発表

記入シートを書き込んでいた班はあったが、理由を映像言語から考えるということができていなかった。一方、ある男子班は、木原・梶田教諭が関わってから話が進みだした。男子Xと男子Zは特にやる気で、いろいろと意見を出していたが、記録の男子が、一部（「むかしのヒーロー」などの意見）を記録するのを嫌がっていた。梶田教諭によれば、どうやら個人の意見として出たものを発表で書いてよいかわからないという判断をしていたようである。議論が進みだしてから、その班は全体的に議論や発表に対するモチベーションが上がっていた。一方女子はジャニーズのこととなると、どうしても普段の「かっこいい」というイメージから抜け出しにくいようである。本テキストにおいて、彼らがどのようにリプレゼンテーションされているか、をあまり考えることができなかった。しかし女子Yは比較的冷静にテキストの全体を分析しており、「スクラップ・ティーチャー」全話の中でも特にこの第4回が一番印象が薄いのに、なぜ分析用に選んだのか、という意見を言っていた。

⑥単元を終えて

ドラマの授業の様子全体を振り返るに、映像言語を根拠に設定を把握するという作業はかなりできていた。しかしドラマ（ないしストーリー性を持つ映像テキスト一般）で提示される考え方については、そこに批判（こういう視点が抜けている、他の考え方、方法がないのかという問いを投げかけること）を加えることができないようだ。そこにはやはり「価値観」という抽象概念について考えるための知識基盤がない、もしくは考えることに慣れていない、そもそも問いを投げかける機会さえなかった、という教育・生活環境に（少なくとも四中の多くの）子どもが置かれているということを示しているのではないか。

また、テキストに提示される考え方以外の手段や考え方を独自に打ち出すというのもまだ難しいようだ。一部の男女のように、例外的にできる人間もいるが、それはごく上位の層に限られている。よって、多数を占める大半の人間には難しく、授業を放棄するのも仕方ないが、このような問いを提起すること自体には意味があるように思われる。考えようとする姿勢をみせる人間は少なからず見受けられるからだ。

05-3 広告産業とは何か:「グラウンド・ゼロの広告」分析 (2008年度前期)

①単元の位置づけ

2008年度前期も他の期と同様、基本的にCMというテーマを扱った。展開として「ターゲット・オーディエンス」までは他の期とほぼ同じである。制作に入る前の分析の仕上げとして本授業では、「グラウンド・ゼロの広告（『スキヤニング・テレビジョン日本版』より）」という、広告代理店についてのドキュメンタリーの分析を通して、CMを含めた広告産業全体について考えることにした。これはCMの価値観を含みつつ、総合的に広告産業というものを考える、ここまでの分析の授業の流れの総論として位置づく単元である。

②テキストについて

本プロジェクトの授業で用いたテキストは、基本的に国内のテレビで観られるものを選定してきた。それは実際にそれを分析する生徒の興味・関心を重視してのことである。しかし、2007年度の1年間の授業を通して、限られた時間であっても高レベルなテキスト分析ができる可能性が感じられた。そこで、『スキヤニング・テレビジョン日本版』（以下STJ）の中から、1つ選んで授業で分析することにした。STJは、カナダでメディア・リテラシー教育用教材として、NPOや教育委員会、地元テレビ局が作成したテキスト集である。なお、STJに付属するティーチングガイドに問いが書かれているが、中学生には難度が高いものが多いので、問いの本質（この問いを通じて何を考えてほしいのか）を考えた上で、問いを設定し直した。少しでも問いについて議論する時間をとるため、10分あるテキストを、初回はすべて視聴し、2回目以降は問いに関連する部分だけを視聴した。

③テキスト視聴にあたって

記入シートには、まずテキストに出てくる登場人物について、その担当する仕事の役割を記入する部分、そしてテキスト中の CM を分析する部分を設けた。テキスト中の CM に関しては、セリフを事前にこちらで記入しておき、カメラワークと登場人物の行動のみに集中できるようにしておいた。その上で、テキスト視聴にあたって登場人物の役割について理解することと、テキスト中の CM をこれまでの CM 分析と同様に行うことを説明した。

④テキスト分析

登場人物についての理解は、CM クリエイターを除いて難しかったようである。ドキュメンタリーの構造になれていないせいか、カメラを回している人間がナレーションも入れている、ということにあまり気づいていないようだった。またテキスト中の CM について劇中の出演者が解説を加えているという構造もあまり理解できていないようだった。一度すべて視聴し終わった後に全体の解説を行ったが、聞いている生徒は少なかった。そのため、テキスト中の CM について、主に登場人物や状況設定について簡単に書き取りを行い、CM について理解するということに焦点を当てさせた。何を書いていけばよいのか戸惑っている生徒もいたが、「どのような人物が出ているか、内容はどのようなストーリーか」というように、具体的に一項目ずつ聞いていけば、シートに書くようになった。

⑤議論の経過と発表

登場人物の役割については、「マネージング・パートナー」のみが生徒にとって理解しにくいようだったが、それ以外は理解できていたようである。テキスト中の CM については、ヴァージンコーラについては「何が言いたいのかよくわからない」「単にコカコーラやペプシと違いを強調したいだけ」というような話がなされた。また同 CM に関して、コカコーラなど他のコーラ会社と違いがあるか、という問いに対し、ロゴに着目して「何も変わらない」と説明した男子と女子それぞれ1名がいた。少なくともこの2名はイメージの販売というものを、ロゴという映像言語の根拠から説明できている。ESPN について男子の班は、全体的にスポーツに関する知識の話、例えば格闘技がどうか、NBA に関することがどうかという話をしていた。これら男子は、まさに ESPN 局のマーケティングが男性の若者に当てはまることの的確であることを証明していた。

問い③については、広告代理店がすべて CM をつくるわけではなく、そこにクライアントが存在しているということを理解していない生徒が多かった。また、イメージ（ブランド）を販売することについてもまだ理解しにくいようだった。ある程度内容を理解した班も、「モノの販売」という答え以上には行き着けなかった。ある班は、サポートするおとながいなかったことと、議論をリードする役割の人間がいなかったことで、議論のセンスはいいのにそこから掘り下げられないという議論展開だった。やはり TT として入る教員の役割が重要である。その班は、もう少しでブランドイメージをつくるための広告という意見にたどり着きそうだった。

⑥単元を終えて

全体的に、広告産業において依頼主（クライアント）がおり、彼らが代理店にCM制作を依頼し、代理店の社員は単にCMをつくっていること、そして広告を流す企業やクライアントとの調整役（マネージング・パートナー）がいるという2つのヒントから、広告代理店と放送局、クライアントという三者の関係に行きつけた生徒はいなかった。しかしこれをきっかけに、社会の仕組みについて考えるようになればよいのではないだろうか。

結果的に、予想通りテキストがまったく理解できず、理解できないからおもしろくないと思い、そのまま授業をボイコットする男子数名がいた。その一方でテキストの構造をある程度把握し、問いに対して真剣に取り組むことのできた男子数名と女子数名がいた。より深い問いに進むことのできた生徒は、それまでのターゲットや映像言語の内容をしっかりとさえることができていた人間である。しかし、ある男子のように、むしろ難しく考えすぎて答えを出せない生徒もいた。「ターゲット・オーディエンス」や「映像言語」のときになんとか内容を理解できそうだったというレベルの生徒は、本授業についていくことができなかったようである。



06 2007・2008年度全体の授業を通しての成果と課題

ここまで授業の内容と生徒の様子について説明してきた。本節では、年次報告の締めくくりとして、本プロジェクトの目的である、「メディアはすべて構成され、『現実』を作り出していることを意識化できるようになること」、「対話できるようになること」を子どもが獲得できたのかどうか、メディア・リテラシー教育における子どもの達成度評価の観点から検討してみたい。

06-1 分析の視点

年次報告の締めくくりとして、本プロジェクトの目的である、「メディアはすべて構成され、『現実』を作り出していることを意識化できるようになること」、「対話できるようになること」を子どもが獲得できたのかどうか、メディア・リテラシー教育における子どもの達成度評価の観点から検討してみたい。

メディア・リテラシー教育における「正規の評価」のための資料には、何が考えられるだろうか。メディア・リテラシー教育を初めて体系立てて理論的に述べた、イギリスのマスターマン (Masterman, L.) は、メディア・リテラシー教育における学習者の評価について、「学ぶ者の形成的、総括的な自己評価が理想的」(Masterman, 1995) と述べている。また、同じくイギリスのメディア・リテラシー教育学者であるバッキングム (Buckingham, D.) も「作品が他者に観られることを子どもに意識させた上での作品づくり」と、「振り返り (reflection)」が重要だと述べている (Buckingham, 2003, pp. 149-153)。バッキングムによれば、記述による評価 (例えば、筆記テストや、感想を書かせること) では、書くことが得意な生徒だけが評価され、書くことが苦手でも、制作でリーダーシップをとったり、意欲的に参加したりする生徒は、評価されないことになる。バッキングムは、評価が制作過程における指導の一部でもあるべきだとしている (Buckingham, 2003, p. 151)。つまり、評価はすべての活動が終わった後になされるのではなく、活動の過程において評価を行うことが必要だというのである。

またシンカー (Sinker, R.) は、真に客観的な評価はありえないため、各制作を評価する際には、まず制作された文脈を理解しなくてはならないと述べる。概して、生徒が制作から何を得たかに焦点を置くべきであり、例えば観察、小集団での議論、1対1での面接および生徒のコメントに分けられる。また、作品に対しての親、校内の他の生徒、他の教師の感想と、e-mail を通した外部からの反応も含まれる。つまり、バッキングムと同様、自分の学習成果を「(友人や担任以外の) 他者に観られること」を学習者が意識することが必須となっている。グループ議論に関して言えば、自分の意見を言いたがらない子どももいるし、言語能力の弱さから話したり書きたがったりしない子どももいる。往々にして、グループ活動に活発に取り組む子どもは、自己評価を書かせるときに、その子だとすぐわかるほどうまく表現する。そのため、そうでない子どもが陰に隠れてしまい、評

価に偏りが生まれる。だからこそ、マルチメディアを使うことにより、作品の中に音声や映像など様々な表現技法（コメントや説明、会話、インタビューや語り、ジョークなど）を取り入れ、ある表現が苦手な子どもでも別の表現を利用することで評価の多様性を導くことができると主張する（Sinker, 2000, pp. 211-213）。バッキンガムとシンカーに共通しているのは、メディア・リテラシー教育において学習者を評価する際には、授業中もしくはテストで学習者が書いたシートだけを評価しても正当な評価ができないということである。

バッキンガムやマスターマン、シンカーの議論は、イギリスにおけるナショナルカリキュラムが求める、いわゆる「正規の評価」に関することである。しかし、学習指導要領などが求める「正規の評価」は、メディア・リテラシー教育の場合、大きな問題ではないと主張する人間もいる。キスト（Kist, W.）はカナダ・マニトバ州の第6学年の児童を対象に、「新しいリテラシー（new literacies）」を児童が獲得しているかどうかを、どのように評価するかについて、事例研究を通して考察した（Kist, 2003）。キストは、4人の教師の授業を観察し、その中で自身の研究の枠組みに沿った授業を展開していた1人の教師の授業について、詳細なデータを分析した（Kist, 2003, pp. 7-8）。キストは、①多様なリプレゼンテーションを表現できる活動を行う、②様々なシンボリックシステムの利点について、開かれた対話を行う、③オルタナティブなメディアで教師が活動できるかどうか、④個人作業と、共同作業のバランス、⑤子どもが活動に参加しているかどうかの十分な証拠、という5つの評価活動および評価の視点を提供した（Kist, 2003, p. 7）という5つの視点を用いて、授業の観察を行った。その観察を通して、キストはポートフォリオを用いて、子どもが自分自身を多面的に振り返ることができるようにすることが、メディア・リテラシー教育の評価には欠かせないと主張する（Kist, 2003, p. 11）。政府や教育委員会によって、「公式な（official）」評価も義務付けられているが、「非公式な（unofficial）」評価のほうが重要となる（Kist, 2003, p. 8）。さらに、「印刷されたフォーマットを用いた、伝統的な筆記による学力テストは、個別の評価として扱われている。そのような評価方法は、21世紀が進むにつれて、生徒からは必要とされない評価方法になっていく」（Kist, 2003, p. 12）として、メディア・リテラシーの評価において、伝統的な筆記テストはそぐわないと主張する。

いずれにせよ、メディア・リテラシー教育においては、筆記による評価ではなく、多面的に学習者の評価をすることが重要になってくる。本プロジェクト全体を通して共通に得られた評価の資料は、「授業に対する参加の様子」、「分析シート」、「映像作品」の3点である。また、2007年度前期および後期に受講した生徒のうち、数名に対して、2007年度後期のすべての授業終了後に、半構造化したグループインタビューを行った。さらに各期の終了後、プロジェクトに参加したメンバーでその期についての検討会を実施した。以下では得られた資料を基に、生徒が授業を通じて目標を達成することができたかどうかを検証してみる。

06-2 授業に対する参加の様子

まず、2007 年度前期から、2008 年度後期まで、全体の様子について述べる。最初の「今週のテレビ日記」は退屈だと感じた生徒が多かったようである。そのため、あえて 2008 年度後期では「今週のテレビ日記」を扱わず、その分の時間を「人種差別をやめよう !PSA」の分析に使った。次の「CM の時間量」で、行う作業が単純なせいか、生徒の参加度が上がってくる。ただし、「映像言語」では各技法の持つ「意味」を考えることが難しく、議論がはかどらない様子が見受けられる。「ターゲット・オーディエンス」では、問いが明確なせいか、議論に参加する生徒が多く見られるようになった。この時期になると、授業の流れが生徒の中で理解されてくるといことも、参加の度合いと関係するだろう。しかし CM にしろ、ドラマにしろ、「価値観」を問題にすると、難度がかなり増すため、授業についてくる生徒、ついて来られずに脱線する生徒がかなり目立つ。2008 年度前期の「グラウンド・ゼロの広告」が最たる例である。これは、例えば「CM が具体的な商品売る」ことは理解できるが、「CM がイメージもしくはブランドを売る」ことが中学生にとって理解しにくいからではないだろうか。

06-3 分析シート

すべての期において、生徒には一人ひとり個人ファイルが配布された。個人ファイルには授業中に個人で分析したすべての作業シートが綴じこまれている。ただし、シートを毎回きちんと綴じていたのは、全体の半数程度だった。ここでは、2007 年度前期のある男子生徒と女子生徒の個人ファイル（分析シート）を検討する。男子生徒の個人ファイルには、作業シートがあまり綴じられておらず、いくつか綴じられているシートにもほとんど書き込みがない。しかし彼が参加したグループの記録では多くの意見が書かれているし、記録には残らないが、彼はグループの中で議論をリードする姿が多くみられた。つまり、書くことは苦手だが、議論をすることは得意であり、映像制作でもカメラマンを引き受けるという、グループ活動の中心的な役割として機能していた。女子生徒の場合は、授業が始まった当初はまじめに授業参加せず、作業シートへの書き込みもあまりなかったが、授業が進むにつれて積極的に書き込むようになり、議論でも、仲の良い友人たちとともに牽引役を果たした。映像制作では自分の主張を自ら話しており、話した量は前・後期映像制作の出演者の中でもっとも多かった。

06-4 映像作品

すべての期において同じテーマ・条件で作品を作ったわけではないため、一概に全作品を比較することはできない。しかし、全体の作品を 3 つに類型化することができると思われる。まず 1 つめのパターンは、映像言語を作品に活かすことができたパターンである。特に 2007 年度前期に多く

みられた。このパターンにおいては、クローズアップやカメラアングルなどのカメラワークの工夫、および BGM そのものについて考える、といった音声上の工夫がみられた。代表的なのは 2007 年度前期の男子班である。直接的に自分たちのメッセージを伝えずに、BGM と劇を通してメッセージを表現しようとするアイデアは独創的である。4 時間という短い制作時間の中で、このような作品ができたのは、それまでのテキスト分析がある程度身についたからであり、学習成果がこれらの作品に集約されているからであろう。

2 つめのパターンは、作品自体のメッセージはわかるが、ほとんど映像言語の工夫がみられないパターンである。このパターンが最も多くみられた。このパターンにおいては、伝えたいメッセージをすべてセリフで話そうとしている。セリフを話す途中で、画用紙で作成したテロップを挿入するといった工夫はみられるが、カメラワーク自体にほとんど動きがない。そのため、観ている側としては単にカメラの向こうの人間の話を一方的に聞かされているような感覚になる。そのためか、このパターンの作品を視聴した生徒は退屈そうにしている様子だった。とはいえ、表現的な工夫は少ないが、制作した生徒は多くのことを学んでいる。代表的なのは、2007 年度前期の A 班である。ある女子は「みんなの意見が尊重され、対等に話ができる」と述べ、普段学校の中に存在する力関係から、少なくともこの授業では解放されているということを物語っている。またもう 1 人の女子は、「ダイエットコーラの分析をすることで、ダイエットをしたいと思っていた自分に気がついた」と述べており、広告が提示する価値観について気づいたと言える。このような彼女たちの言葉は、メディアが「現実」を構成していることに気づき始めた証拠だろう。

最後のパターンは、作品自体の意味がほとんどわからないパターンである。このパターンの作品は、10 秒程度もしくは 3 分以上という極端な時間数のものが多い。時間が極端に短い作品では、状況設定がわかりづらく、セリフも恥ずかしがってほとんど聞き取れない速さ・大きさと話しているので、何を言っているのかもわからない。時間が極端に長い作品では、カメラに動きがなく、音声も聞き取りづらく、ただ映像が流れている様子であるため、意味が伝わらなくなっている。このパターンを制作した生徒は、ほとんどが分析の授業をまじめにやっていなかった。2007 年度後期以降の男子の班に特に多く見られた。

06-5 インタビュー

インタビューでは、2007 年度前期・後期に授業を受けた生徒 4 名（男子 1 名、女子 3 名、うち 1 名は前・後期両方に参加）に「メディア・リテラシーの授業を受ける前と後で、生活のなかで何か変わったことがあるか？」という主題を設定して意見を聞いた。インタビューの時間は 15 分で、空いた教室に集まってもらった。以下ではインタビューの中から、象徴的なやりとりについて 2 つのセグメントを抜き出している。

セグメント 1

女子 A：CM の時間数えるようになった。

榊 田：本当？

女子 A：CM の時間数えるとか、ヒマなときやないとやらんもん。メディア・リテラシーの授業で CM の時間数えるとかやらなかったらそんなことやってないもん。

女子 B：ああ、私もそれ。

女子 A：ああそういえばーとか思うときがあって、あれって思うもん。調べてみようと思わへんことを調べてみようって思う気になるときがある。

セグメント 2

女子 A：時間帯に合わせてって、昼ドラの CM の時間帯ってあれやんな、洗剤とかやんな。時間帯に合わせてってことやったよな。

榊 田：あんたらが CM 見てる時間帯ってどうなん？

女子 A：着うたの CM とか。絶対時間帯に合わせてるって。テレビ観ながら調べてた。

セグメント 1 からは、普段彼女らが意識しないようなこと、つまり CM を普段どのくらい観ているか、といったことについて意識するようになったことがわかる。またセグメント 2 からは、CM が想定しているターゲットについて授業で学んだことを、普段自分たちが観ている番組の時間帯にも応用して考えていることがわかる。

06-6 プロジェクトメンバーによる検討会

各期の節目に実施した検討会においては、その時々参加者に対応した固有の成果と課題がみられた。しかし、全体的に一定の傾向があるように思われる。その 1 つは、榊田教諭がしばしば言っていた、「四中の生徒の多くはどちらかという書くという作業を面倒くさがる」というものである。実際に、これまで授業に参加した多くの生徒は、分析シートに映像言語を書き取る作業や、グループ議論の過程で出てきた発言を書き取ることが難しかった（議論の結果は書けていたが）。しかし榊田教諭は、「興味のあることに触れれば、誰かにそのことを話したいというのも、この生徒たちの特徴。子どもたちは、メディアについて話したいことがいっぱいあることが良くわかった」とも何度か発言している。メディア・リテラシーの授業においては、映像と音声を文字化していく作業が重要であると気付いてもらわなくてはならない。書くことに関しては、あれこれと生徒に説明するよりも、繰り返し作業していくことで気付いていってもらうことが重要なのではないか、という意見も出た。2 つめの傾向は、「子どもの居場所としては最適だった。彼・彼女らには安心して授業を受けられるという空気が流れていたようだ」というものである。具体的には、学力的にしんどうい生徒が授業中、非常に安心した態度で出席していたという例がある。実際その生徒は、4 つの期のうち 3 つの期で受講していた。本授業ではそんなに目立つことがなく、書き取りもほとんどしなかったが、映像制作では積極的に出演していた。他の通常授業に比べて、顔が穏やかだと榊田・名島両教諭が述べていた。グループでの話し合いにおいて、自分の意見が頭ごなしに否定されないという本授業のルールが、その生徒のように安心した授業の場につながっているのだろう。

06-7 まとめ

以上の5つの資料から、子どもは①「メディアはすべて構成され、『現実』を作り出していることを意識化できるようになること」、②「対話できるようになること」を獲得できたのだろうか。結論から言えば、

- テレビCMやドラマといったテキストにおいて、今まで意識していなかった映像技法の効果についての理解（例えば、BGMや効果音が映像にどのような意味を付与するか、番組の中に占めるCMの割合がどのくらいあるのかといったこと）
- 自分たちの意見を、映像制作を通じて表現すること。さらに互いにその作品について対等に批評し合える関係性
- 今まで当然のように考えていたことに、あらためて「気づく」こと。物事を別の角度から考えようとする。つまり、ある意味での「批判的思考力」

を生徒が得たことによって、①についてはある程度達成でき、②についてはかなりの程度達成できたと言える。生徒がこれらを身につけることができた要因として、グループ学習という授業の方法論が考えられる。多くの場合、日本の教授形態は教師が一方的に子どもに知識を教える講義型である。このタイプの授業においては、往々にして教師は正解のある知識を教え、子どもは間違った答えをしてしまうことを恐れて教師や周囲の子どもの様子を伺いながら正解を探すことになる。少人数で、正答を求めるというより、むしろ答えに至るまでの過程を重視する教授形態は、近年は増加しつつあるが、まだ一般的に普及しているとはいいがたい（喜多、1997、7-8頁）。グループワークを授業の中心とする本プロジェクトのメディア・リテラシー教育のような授業が日本であまりみられないのは、講義型の授業に子どもも教師も慣れてしまっており、グループワーク型の授業にお互いがやり辛さを感じていることが一因であるように思われる。初期の授業でも、生徒がグループワークを行うことを嫌がっており、ターゲット・オーディアンスの単元の付近までは、生徒たちの様子がぎこちなかった。しかしながら、基本的な授業の流れを理解し、正答のない問題に対して、根拠さえあれば自分の意見を互いにぶつけ合ってよいと気付き始めたころから、記入作業やグループでのディスカッションに対して前向きに取り組む姿勢がみられ始めた（グループのメンバーやその日の気分によって授業態度が上下する生徒も数名いたが）。このグループ学習を機軸に据えた授業が、対話的な雰囲気を出し、自分ひとりでは気付かないことに気付くという目的の達成につながったと考えられる。

また、生徒にとって授業という公の場で、現代文化という「私事」と捉えられがちなテーマを分析し、話し合うという活動が新鮮だったことも考えられる。イギリス、オーストラリア、カナダのように、メディア・リテラシー教育を導入している国は、主に国語教育でメディアを取り扱う。しかし日本の国語教育は、近年は変化しつつあるが、それでも基本は文学などの活字について学ぶことにある。テレビ番組や新聞を教材として使うことはあっても、それらを批判的に分析したり、産業構造を学んだりすることはほとんどない。つまり、生徒にとって学校外で日常的なメディアが、学校内では非日常であるという意識を、メディア・リテラシー教育によって転換させることができ

た。そのことにより、授業内で自分の好きなメディア・テキストについて自由に語り合っただけという、学校内での生徒とメディアの関係性も変化したと考えられる。すべての分析テキストがそうではなかったが、生徒が興味を示したテキストを扱った際は授業への参加度合いが高かった。選択的なすべての科目においても言えることだが、教材（テキスト）選びは成否を分ける大きな要因である。

他方、課題として生徒が得られなかったスキルもある。それは、

- 他のメディア・テキストに対してもテレビCMやドラマと同様に批判的に考えることのできる応用力
- 批判的な問いを自ら創り出すこと
- 「イメージ」の販売についての理解

である。これらのスキルは、「メディアは『現実』を構成している」ことを理解するための、より高次の理解に関するスキルであると考えられる。

1点目に関しては、例えばインタビューを受けた生徒の1人に「電車の中吊り広告についてはどう思う？」という問いかけをしたところ、「わからない」という答えが返ってきた。その生徒は全体のなかでも授業に前向きに取り組む生徒だった。つまり、多くの生徒はCMの分析を他のメディアに応用するということがまだ難しいと推測される。

2点目に関しては、「何を分析したか」ではなく、「何を議論したのか」という問いを意識させなければ、メディアと自分の関係に気付くことはできたとしても、自らその関係性を問うということができないのではないだろうか。つまり、各単元で扱うテーマを生徒に意識させなければ、「あのテキストをみんなで観て楽しかった」という感想に留まり、メディア・リテラシー教育にはならない。特に3点目と関連して、リプレゼンテーションのような抽象概念を扱う場合、「何を問うているのか」「何を議論しているのか」を生徒に意識させる工夫が必要だろう。

生徒が上記のスキルを得られなかった他の要因は、授業の枠組みと運用だけでは解決できない問題、つまり時間数の少なさや、選択授業という、学校側がこの授業をどのように扱うかという判断がある。日本の多くの地域の場合、NPOや地域が学校の判断に十分介入できないことは否めない。時間数が多ければ、他のメディア様式やジャンルを組み込みながら、体系的に教えることができるはずである。また選択授業は、学級集団と違って、集団の関係性をほとんど最初から構築していくことになる。時間が経てば関係は構築できていくが、構築できるころには授業が終わることになる。遡れば90年代から四中教員と協力してきたとはいえ、人事異動などによって協力体制をうまく築くことができてこなかったことが、カリキュラムの枠組みを大きく左右したと考えられる。ただし、四中の場合は長年の地域との連携によって曲がりなりにも授業を実施したところに特徴がある。限られた条件の中で、メディア・リテラシーの特徴を最大限に引き出すカリキュラムを、これからも模索する必要がある。

授業全体を通しての課題としては、目標をある程度達成できたとはいえ、この授業に参加しているすべての生徒が、メディアが「現実」を構成していることに気付けたわけではないことである。すべての受講者のうち、メディアが「現実」を構成しているに気付けたのは、上述した評価資料を

基にすると、およそ3分の2の生徒である。選択授業であるがゆえに、第1希望に漏れて不本意にもメディア・リテラシーに来ざるを得なくなったという態度を、授業中にあらわにする生徒も珍しくない。与えられた枠組みの中で、参加意欲の低い生徒をいかに引き付け、そのうえで本プロジェクトの目的である、批判的にメディアを読む能力と、自分の意見を自分の言葉で相手に伝えられるようになることを、可能な限り多くの生徒に対して達成できるかが、全体としての課題である。

(森本洋介)

参考・引用文献

- 喜多明人「子どもの人権感覚を育むーこれからの人権教育に向けてー」喜多明人、河内徳子、岩川直樹、今泉博編『人権教育をつくる（【教え】から【学び】への授業づくり⑧）』大月書店、1997、7-13頁
- 鈴木みどり（2003）『Study Guide メディア・リテラシー【ジェンダー編】』リベルタ出版
- 鈴木みどり（2004）『新版 Study Guide メディア・リテラシー【入門編】』リベルタ出版
- 西岡加名恵（2003）『教科と総合に活かすポートフォリオ評価法：新たな評価基準の創出に向けて』図書文化社
- 西村寿子（2008）「メディア・リテラシー教育の可能性：中学校・地域・NPOとの連携による実践例からジェンダーにつなぐ」木村涼子・古久保さくら編著『ジェンダーで考える教育の現在：フェミニズム教育学をめざして』解放出版社、148-166頁
- Andersen, N. and Webb, S. (2005) . *Media Studies K-12*. Toronto District School Board.
- Buckingham, D. (2003) . *Media Education: Learning and Contemporary Culture*. UK: Polity Press.
- Kist, W. (2003) . *Student achievement in new literacies for the 21st century*. *Middle School Journal*. 6-13.
- Masterman, L. (1985) . *Teaching the Media*. London: Routledge.
- Masterman, L. (1995) . "Media education: eighteen basic principles". *MEDIACY*. vol. 17 (3) . Association for Media Literacy.
- Morimoto, Y. (2008) . *Creating media literacy in Japan: initiatives for new citizenship*. In Drotner, K., Jensen, H. S. and Schroder, K. C (Eds.) , *Informal Learning and Digital Media*. London: Cambridge Scholars Publishing. 225-237.
- Toronto District School Board. (2003) . *A Teaching Resource for Dealing with Controversial and Sensitive Issues in Toronto District School Board*.

気づき・行動につながる学び

高槻市立富田青少年交流センター 岡井寿美代

高槻メディア・リテラシープロジェクトの活動のおかげで、長年の夢が実現した。

私自身、メディア・リテラシーの学びの斬新さに衝撃をうけ、ぜひとも子どもたちと学びを深めていきたいと願っていたからだ。

子どもたちと学ぶためには、おとながまず学ぶことが重要であることは、言うまでもない。そのために、富田青少年交流センターにおいて、「メディア・リテラシー連続講座」を部落解放・人権研究所やFCTメディア・リテラシー研究所の多大な協力を得て実施してきた。研究員のみなさんには、企画・テキスト開発・運営に御尽力いただき、おとなが学べる機会を創ってもらった。この講座には、保護者や教育関係者、NPOやNGO関係者が参加していた。こうした積み重ねた活動によって、高槻メディア・リテラシープロジェクトを設立することができて、部落解放・人権研究所の安田識字基金の助成も受けることになり、3年間のスパンで、公立中学校における授業実践という形になった。

メディア・リテラシーは、この社会そのものがメディア社会であるため、社会を考える視点を探り、ものの見方の広がりや多様な価値観を理解したうえで、自分発信のコミュニケーションを作り出すことができる。それは、私自身がメディア・リテラシーと出会ったことで、気づかされ、行動をおこす体験を幾度となく実感しているからだ。この奥深い学びは、短期で理解することは難しいかもしれないが、中学校での授業実践成果からいうと、子どもの頃から学び続けることが重要だと確信した。

最後に、自分の立ち位置からいうと、まだまだ地域社会での認知や理解は、微々たるものかもしれない。しかし、今後もしなやかにこの学びを続けていきたいと思う。(肩書きは2010年5月)

もっと早い時期から必要

高槻市立第四中学校 木原正人

私自身最初は、メディア・リテラシー能力を身につけることは良いことと思っていたが、子ども達はしゃべっている時間が多く、無駄の多い授業だ感じていた。しかし、メディア・リテラシーの授業（以下授業）は違っていた。授業では「なぜ？」を大切にし、ディスカッションからいろんな意見をまとめていくという学習手法が行われ、その中ではその意見は尊重され、その中で最初は個々の発見に子ども達は気付かないことが多く、ファシリテーターのフォローが必要だったが、少しずつその発見に子ども達が気付いてまとめられるようになっていった。意見の尊重から、認めてくれるという自尊感情が芽生え、意見が言えると思い、なぜを考えることで思考力がついていった。それと同時にメディア・リテラシー能力も養われていく子どもの成長に正直驚かされた。

授業に参加する中で私自身にもメディアをみるにあたり変化が訪れた。最近では、CMを見る際でも、「なぜ、この俳優をつかっているのか？」「なぜ、このような音楽をつかっているのか？」など考えるようになってきた。おそらく、子ども達にも授業を受けた後、少なからずそのように考えられるようになっていないかと思われる。今回の授業は選択授業で全員が受けられない。しかし、きっかけがあれば子ども達もメディア・リテラシー能力が養われると思い、子ども達がいつ頃からメディア・リテラシー教育を受ける機会があるのか少し調べてみた。

今回は授業時間の関係でCMを主に使った授業が構成されているが、学校現場でCMについて分析しているのは小5の社会（東京書籍）で「私たちの生活と情報」の中でどんな工夫がされているか、内容が放送時間帯と関係あることなどが書かれていることがわかった。やり方によっては良いきっかけになる教材があった。しかし教材はメディアである。学校現場でなくても学びができるのではないかと考え始めた。

私はこの学びはどの年代から始めても良いと思うが、幼い好奇心旺盛な時から始めるのがよいのではと思います。高槻メディア・リテラシープロジェクトで中学1年生に対してのメディアアンケートの結果や普段、子ども達に接する中で子ども達はかなりメディアを見ていることがわかってきた。その中でメディアの影響を直に間に受けている生徒や自分なりに分析して居る生徒がいることがわかった。これは各自が自分なりにメディアについて学んだ結果、そのような結果になったことを示している。どこで学んだかといえば家庭である。家庭で子どもがメディアに接する時間は長く、それをうまく生かせればメディア・リテラシー教育ができるのではないかと、特に幼いときは知的好奇心が旺盛でその時に親が「なぜ、そのようなことしているんだろうね」と声かけから会話していくことで子どもが考え、メディアを主体的に読み解き、その裏返しで、メディアを活用しコミュニケーションを図ったりできるようになるのではないかと私は思う。

本校がめざす授業改革の姿

高槻市立第四中学校校長 高木 恒夫

4年前、本校教育の重点課題はもちろんのこと、校区の右左も知らないまま新任校長としてスタートを切りました。そんな中、前任校で授業改善に向け微力ながら力を注いできたこともあり、授業改善を第一の課題として取り組む思いで4月1日を迎えたことを昨日のように記憶しています。

今、活用能力や学ぶ意欲の低下、人間関係がうまく結べない子どもの増加などが全国的に叫ばれていますが、本校の子どもたちも例外ではありません。これらの課題を意識しつつ授業改善などに取り組んできました。教師の一方的な講義型授業から“集団の中で『気づき』、『学び』を深め、高める授業づくり”や「学ぶ意欲」を高めるための“小中連携によるキャリア教育の推進”等の実践を展開してきました。これらの取り組みは、本校区での“0歳から18歳をつらぬく『生きる力』の育成”を地域と学校・園が一体となった研究実践の一環として取り組んできたものです。

このような取り組みと同時に、地域との協働実践として「メディア・リテラシー教育」も進めてきました。この実践を通して、子どもたちは自分たちで気づいたことを小集団の中で交流し、深め、そして「学び」まで高めていきます。まさしく、本校がめざしている授業の姿がそこにあります。また、テレビやインターネットによる情報が氾濫する現代社会の中、子どもたちにはますます真実が見えにくく、一人で判断し、行動することが、困難になってきています。子どもたちが、ひとつのメディアの中から多くの情報を引き出し、整理し、自分で判断する力を培うことは現在の社会において、非常に重要な教育活動であると考えています。今後も子どもたちに即した教育活動を実践してまいります。

最後になりましたが、「メディア・リテラシー教育」という「学び」の機会を与えて頂き、指導して下さった富田青少年交流センターの岡井寿美代氏、部落解放・人権研究所の西村寿子氏、FCTメディア・リテラシー研究所の森本洋介氏に心から感謝する次第です。(肩書きは2010年3月)

プロジェクトを支えた多くの「想い」

(社) 部落解放・人権研究所 西村寿子

高槻メディア・リテラシープロジェクトに参加していくつか思い出深いことがある。2007 年のおとな向けメディア・リテラシー集中講座（本書 10～11 頁参照）の企画について話し合っていた際、プログラムの一環で映像作品を創ろうということになった。当初、私は心の中で「そんなことができるんかいな」と消極的だったが、岡井さんの「中学生にできるんやから、私たちにできないわけがない」という一言でゴーとなった。そして、その年の集中講座では 1 日目はメディア分析を行い、映像メディアがどのように構成されているのかを学び、2 日目は 1 日目に学んだことを使いながら今度は自分たちが 1 分間ビデオ（実際はもっと長い）を制作するというプログラムになった。別に制作のプロが指導するわけではない。

講座では、「えーっ」と思った私も参加者も「創る」というクリエイティブな活動にはまってしまった。メディア・リテラシーの目標は「クリティカルな分析にとどまらずクリエイティブな創造」とされているが、そのことの意味を実感した瞬間だった。

テレビや新聞、インターネットなど主流メディアとの関係で、私たちは構造的に情報の消費者として位置づけられている。視聴者である私たちがメディアにたいして能動的になり、この構造を変えていくための試みがメディア・リテラシー活動だと思うが、自分の手で情報を創りだし、メディアを使ってコミュニケーションを創りだしていく活動は文句なしに楽しい。もっと多くの方とこの楽しさを共有したいと思う。

もう一つ記録にとどめておきたいのは、このプロジェクトが本当に多くの方の「想い」が重なって可能になったプロジェクトであるということだ。当初、プロジェクトを理論的に指導された鈴木みどり立命館大学教授・FCTメディア・リテラシー研究所代表理事（当時）は、2006 年 7 月に亡くなられたが、鈴木先生が重い病を押して公的な場で最後に話されたのは、忘れもしないこのプロジェクトの第 1 回会合（2006 年 5 月 16 日）だった。鈴木先生がそこまでされたのは、2001 年から休むことなくメディア・リテラシー活動に取り組んできた富田地区の想いを深く受け止めておられたからだろう。また、選択科目の一つにメディア・リテラシーを位置づけた第四中学校の大英断と教員のご支援にも感謝したいと思う。地区との深い信頼関係の賜だろう。また、財政的には安田識字基金とパナソニック財団の助成があったからこそ 3 年間のプロジェクトを進めることができた。

だが、授業を実際に担う人がいなければこのプロジェクトは継続しなかった。毎週、毎週、相当な時間を使って準備をして授業のメイン・ファシリテーターをつとめた同僚の森本洋介氏にはこの場を借りて心からの感謝と敬意を伝えたいと思う。また、機会があれば授業に参加してくれた生徒たちにとってメディア・リテラシーがその後の人生でどんな意味を持ったのかを聴いてみたいと思う。

「いろいろ迷惑をかけたけどほんまに楽しかった」

高槻市立第四中学校 榎田由紀子

プロジェクトが始まって3年。私は以前から地域の青少年交流センターの講座に参加し、対等な対話の中に心地よさを感じていた。生徒たちにも同じ気持ちを味わってもらえたらいいなと思っていた。生徒の中には、授業が始まる前から教室に来て、ゲストティーチャーとのふれあいを楽しんだり、グループでの話合いでふと気づいたことを取り上げてもらったりしながら少しずつ自分の居場所を見つけ、自信を持ってきた。

映像言語をワークシートに記入・分析をするというのは、手間もかかり苦手な生徒も多くいた。自分の意見を自由に話すということもできないという生徒も多かったが「意見は否定されない」「どんなことでも言ってもいい」ことから気づいたことを発言した。役割を決め、みんなが発言し、発言したことを友だちや先生に取り上げてもらえて自信につながった。

2年の時、ダイエットコーラのコマーシャルを見て「ダイエットしようとする自分に気がついた」と言った女子は、3年でもリピーターとして選択授業に参加し進路で揺れていた時期に自分の居場所として安心して授業に参加していた。

2年3年と選択した生徒の中には、支援の必要な生徒もいたが、選択の理由に「楽しかったのでもう一度やりたい」と書いていた。おしゃべりばかりしていてなかなか落ち着いて分析ができず、ワークシートへの記入もできなかった生徒も卒業後「いろいろ迷惑かけたけど選択の授業はほんまに楽しかった。」と言っていた。

「コミュニケーション力」を高めながら、これからのメディアとのつきあい方を考える生徒ができたことが3年間の取り組みの成果といえる。(肩書きは2009年3月)

可能性を感じた子どもたちの学び

FCTメディア・リテラシー研究所 森本洋介

このプロジェクトが始まった当初は、まだ自分も子どもに何かを教えるという経験もほとんどなく、メディア・リテラシーについての知識もあまりなかったため、試行錯誤の状態が続いたことを今でも覚えている。しかし、プロジェクトを通じてアンケートや授業を行い、その過程で様々なおとな・子どもと関わることで、可能性というものを感じるようになった。

今日、学校という環境が様々な外的影響を受けざるを得ない状況において、決してプロジェクト自体は当初の目的が達成されたわけではない。特に、ある学校のみで実践を行っても、人間の入れ替わりなどで継続性が期待できない、という理由から地域で取り組むことによって継続性や広がりを実現しようという目的については、十分ではなかったと思われる。

その一方で、これまで授業を受けた子どもたちに関しては可能性を感じた。決して「学力」が高いわけでもなく、様々な能力や性格を持つ人間が選択授業のなかで一緒に学ぶなかで、授業に馴染めない人間がいたのも確かである。しかし、多くの人間はメディア・リテラシーという概念について、気づき始めたようである。制作作品には表現されなくとも、授業における話し合いや、テキスト分析中のささいなつぶやきがそれを証明していた。紙幅の都合上、報告書に書けなかったことは数多くある。特にテキスト分析や話し合いでの生徒の細かな反応を書き切れなかったことは、メディア・リテラシー教育をやりたいと思っている教員には不満な部分であろう。今後機会があれば、そういった部分を描いた論文なり著書なりを刊行したいと願うところである。

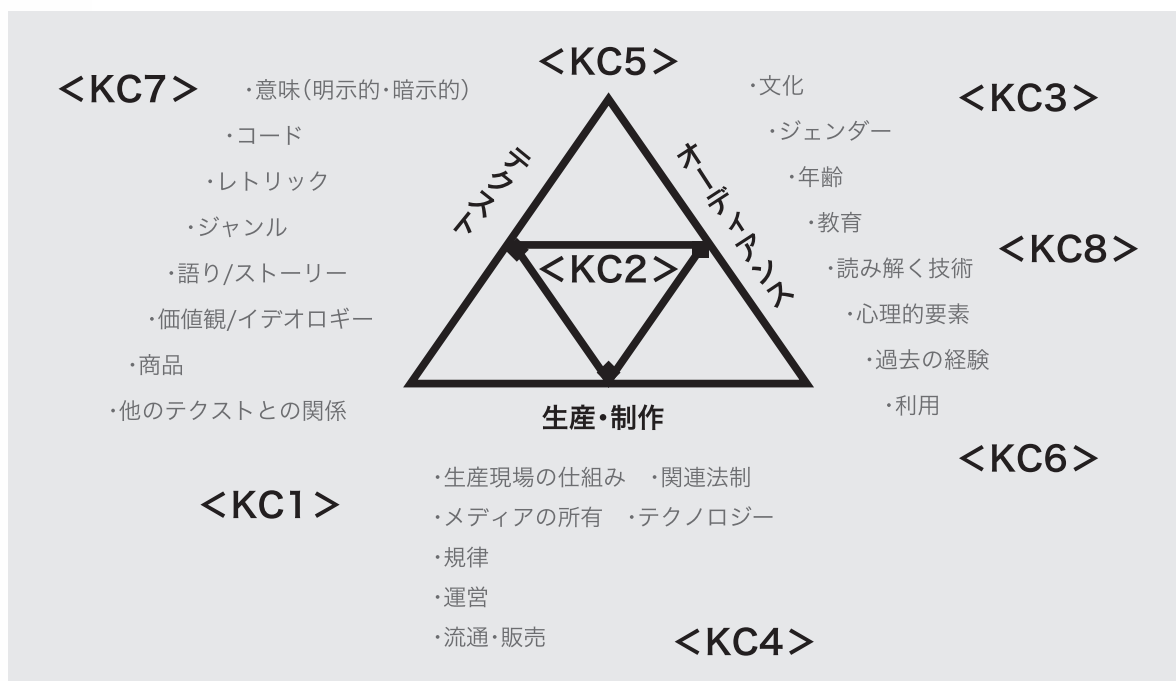
定義 Definition

「メディア・リテラシーとは、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だす力をさす。また、そのような力の獲得をめざす取り組みもメディア・リテラシーという」

基本概念 Key Concepts

- KC 1：メディアはすべて構成されている。
- KC 2：メディアは「現実」を構成する。
- KC 3：オーディエンスがメディアを解釈し、意味をつくりだす。
- KC 4：メディアは商業的意味をもつ。
- KC 5：メディアはものの考え方（イデオロギー）や価値観を伝えている。
- KC 6：メディアは社会的、政治的意味をもつ。
- KC 7：メディアは独自の様式、芸術性、技法、きまり／約束事（convention）をもつ。
- KC 8：クリティカルにメディアを読むことは、創造性を高め、多様な形態でコミュニケーションをつくりだすことへとつながる。

メディア分析モデル Media Analysis Model



(『新版 Study Guide メディア・リテラシー【入門編】』より)

私とメディア、私たちとメディア アンケート調査

＊これはテストではありません。思ったことをこたえてください
このアンケートでの「メディア」とは、新聞・テレビ・音楽・マンガ・雑誌・携帯電話・パソコン・ゲーム・ビデオ（DVD）のことをいいます

回答のしかた

あてはまる（ ）に○をつけてください

例：（ ） そう思うー（○） ある程度そう思うー（ ） あまりそう思わないー（ ） まったく思わない

主催：高槻市立富田青少年交流センター

〒569-0814 大阪府高槻市富田町 4-15-24

協力：FCT メディア・リテラシー研究所

〒231-0001 横浜市中区新港 2-2-1 横浜ワールドポーターズ 6 階 NPO スクエア内

【質問項目】

Ⅰ あなたの生活についてお聞きします

1：「あなたの学年と性別についてお聞きします」

学年（ ） 年）

性別（ 男・女 ）

2：「あなたが一緒に生活している家族の全員に○をつけてください」

祖父・祖母・父・母・兄（ ）人・弟（ ）人・姉（ ）人・妹（ ）人

3：「平日の放課後、どのように過ごしていることが多いですか？」（いくつでも○をつけてください）

（ ）①部活動をしている

（ ）②塾や習い事をしている

（ ）③友だちと家以外で遊んでいる

（ ）④友人と家で遊ぶ

（ ）⑤帰宅

4：「あなたが平日、家で接しているメディアについて答えてください」

1)新聞を読む

・（ ）①毎日読むー（ ）②ときどき読むー（ ）③ほとんど読まないー（ ）④まったく読まない

2)テレビを見る

・（ ）①毎日見るー（ ）②ときどき見るー（ ）③ほとんど見ないー（ ）④まったく見ない

3)音楽を聞く

・（ ）①毎日聞くー（ ）②ときどき聞くー（ ）③ほとんど聞かないー（ ）④まったく聞かない

4)マンガを読む

・（ ）①毎日読むー（ ）②ときどき読むー（ ）③ほとんど読まないー（ ）④まったく読まない

5)雑誌を読む

・（ ）①毎日読むー（ ）②ときどき読むー（ ）③ほとんど読まないー（ ）④まったく読まない

6)携帯電話を使う

・（ ）①毎日使うー（ ）②ときどき使うー（ ）③ほとんど使わないー（ ）④まったく使わない

7)パソコンを使う

・（ ）①毎日使うー（ ）②ときどき使うー（ ）③ほとんど使わないー（ ）④まったく使わない

8)ゲームをする

・（ ）①毎日するー（ ）②ときどきするー（ ）③ほとんどしないー（ ）④まったくしない

- 9)ビデオやDVDを見る
・()①毎日見る——()②ときどき見る——()③ほとんど見ない——()④まったく見ない

5:「次の中であなたが自分専用で使っているものがありますか?」(あれば、いくつでも○をつけてください)

- 1)テレビ() 2)パソコン() 3)携帯電話() 4)音楽機器(CD・MDプレーヤー・i-podなど)()
5)ビデオ・DVDデッキ() 6)ゲーム機器()

6:「あなたが平日よく使うメディアを、使うことの多い順番に3つまで具体的に書いてください。」
「それらを1日に何時間くらい使っているか、あてはまるところに○をつけてください。」

もっともよく使うメディアの名前:()

使う時間()1時間未満

()1時間～2時間

()2時間～4時間

()4時間～5時間

()5時間以上

2番目によく使うメディアの名前:()

使う時間()1時間未満

()1時間～2時間

()2時間～4時間

()4時間～5時間

()5時間以上

3番目によく使うメディアの名前:()

使う時間()1時間未満

()1時間～2時間

()2時間～4時間

()4時間～5時間

()5時間以上

II ここからはテレビについてお聞きします

7:「テレビがついている時、何をしていますか?」(あてはまるものに、いくつでも○をつけてください)

- ()1)食事をしている
()2)学校へ行く準備をしている
()3)勉強している
()4)携帯電話を扱っている
()5)雑誌などを見ている
()6)家族や友だちと話をしている
()7)ゲームをしている
()8)何もしていない(テレビだけを見ている)

8:「テレビ番組について家族や友だちと話し合ったりすることがありますか?」

【家族の場合】

()よくある

()ときどきある

()ほとんどない

()ない

【友だちの場合】

()よくある

()ときどきある

()ほとんどない

()ない

9:「決まって見る番組をできるだけたくさんあげてください」

10:「好きな芸能人やアニメのキャラクターをあげてください」(好きな順に、3つまで。キャラクターの場合はアニメや番組の名前も書いてください。ドラマの役名の場合はドラマのタイトルも。)

()

()

()

11:「NHKの経費(運営していくためのお金)はどのようにまかなわれていると思いますか? どれか1つに○をつけてください」

()①ほとんど受信料(みなさんの家が払っているお金)で

()②受信料と国からの補助がほぼ半々

()③ほとんど国からの補助

12:「民間放送(民放)の経費(運営していくためのお金)はどのようにまかなわれていると思いますか? どれか1つに○をつけてください」

()①ほとんどスポンサーからの広告料で

()②半分くらいがスポンサーからの広告料で

()③スポンサーからの広告料は半分にみえない

13:「テレビ番組やCMについてなんらかの規律や規制(きまりごと)があると思いますか。それぞれについてあなたの考えに近いものを、どれか1つに○をつけてください」

【CMの時間量についてはどうでしょうか】

()①法律(放送法)による細かい規制がある

()②番組やCMをつくっている人たちが、自分たちで規律をつくっている

()③規律や規制はない

【CMの内容についてはどうでしょうか】

()①法律(放送法)による細かい規制がある

()②番組やCMをつくっている人たちが、自分たちで規律をつくっている

()③規律や規制はない

【番組の内容についてはどうでしょうか】

()①法律(放送法)による細かい規制がある

()②番組やCMをつくっている人たちが、自分たちで規律をつくっている

()③規律や規制はない

14:「次のことがらについて、現在どのようになっていると思いますか。

それぞれについて、どれか1つに○をつけてください」

【テレビ局を新しくつくるときには政府の許可が必要である】

()①そう思う

()②そう思わない

【民間放送(民放)の各放送局は特定の新聞社と強い結びつきを持っている】

()①そう思う

()②そう思わない

15:「テレビ番組について、“視聴率”がよく話題になりますが、この“視聴率”とはどのようなものでしょうか。それぞれについて、どれか1つに○をつけてください」

【調査の対象になった世帯のテレビにメーターをとりつけその結果を集計したものが“視聴率”である】

()①そう思う

()②そう思わない

【“視聴率”は番組に対する人々の満足度をはかったものである】

()①そう思う

()②そう思わない

【テレビ局は“視聴率”を、番組を続けるかどうかを決めるための「ものさし」として使っている】

()①そう思う

()②そう思わない

16:「テレビのニュースは、世の中で起こったことをすべて伝えていると思いますか」

()そう思う——()ある程度そう思う——()あまりそう思わない——()まったく思わない

17:「テレビのニュースを見ると、いま、何が重要な問題なのかわかると思いますか」

()そう思う——()ある程度そう思う——()あまりそう思わない——()まったく思わない

18:「同じ番組を見ればみんな同じように感じると思いますか」

()そう思う——()ある程度そう思う——()あまりそう思わない——()まったく思わない

19:「テレビ・雑誌・インターネットを見ていて買いたくなった商品がある」

()ある——()ときどきある——()あまりない——()全然ない

20:「設問項目19で『ある』、『ときどきある』と答えた人にお聞きします。具体的にどんな商品でしたか？
思い出せるだけ書いてください」

21:「テレビのニュースは色々な意見を公平に伝えていると思いますか」

()そう思う——()ある程度そう思う——()あまりそう思わない——()まったく思わない

22:「テレビで使われる歌のイメージと、本来の歌のイメージ（歌詞の内容と音楽）が違っているように感じる」

()感じる——()ときどき感じる——()あまり感じない——()まったく感じない

23:「同じニュースなら、新聞で読んでも、テレビでみても、インターネットでみても同じだと思いますか」

()そう思う——()ある程度そう思う——()あまりそう思わない——()まったく思わない

Ⅲ ここからはメディアをつかって発言したいことについてお聞きします。

24:「私たちのような普通の人たちがメディアを通して発言することが必要だという意見がありますが、あなたはと思いますか」

()賛成——()どちらかという賛成——()どちらかという反対——()反対

25:「私には学校や教育、世の中について発言したいこと・言いたいことがある」

()ある——()ない

26:「ある」と答えた人にお聞きします

「どのメディアを通して、何について発言したいですか？具体的に書いてください」

【どのメディアを通して】

【何について】

27: 設問項目25で「ある」と答えた人にお聞きします

「自分が発言することで、メディアは変わると思いますか」

()変わる——()少しは変わる——()あまり変わらない——()変わらない

質問はこれで終わりです。ご協力ありがとうございました。

2006年度

第1回研究会

日時：2006 年 5 月 16 日 17：00～19：30 両日ともに 13：30～17：00

参加者：26 名（教員・幼稚園教諭・保育士・センター職員・支部関係者等）

内容：

1. プロジェクトの目的について
2. ワークショップ「メディア・リテラシーの学びを体験する」
3. コミュニティにおけるメディア・リテラシー活動の組み立てと 2006 年度の計画について（鈴木みどり立命館大学教授・当時）
4. 中学生のメディア環境調査原案について

第2回研究会

日時：2006 年 6 月 12 日 17：30～20：00

参加者：13 名（市民・教員・センター職員・支部関係者等）

内容：

1. メディア・リテラシーの基本概念についての説明
2. ワークショップ：CM の映像言語と価値観
3. 中学生のメディア環境調査について：高校 3 年生を対象にした予備調査報告より

第3回研究会

【富田青少年交流センター 第6回メディア・リテラシー夏季連続講座として実施】

日時：2006 年 8 月 8 日・9 日

参加者：両日とも 25 名程度（市民・教員・大学生・高校生・ジャーナリスト等）

内容：

- セッション 1. 「メディア・リテラシー」をどう学ぶか
セッション 2. ニュース報道はどう構成されているか
セッション 3. CM のターゲット・オーディエンスとは何か
セッション 4. 広告がつくりだす文化

第4回研究会（国際学会報告会として実施）

日時：2006 年 10 月 20 日 19：00～21：00

参加者：20 名程度（市民・教員・センター職員等）

内容：

本プロジェクトに関して F C T メディア・リテラシー研究所の森本が南デンマーク大学で開催された国際学会「Informal Learning and Digital Media: Constructions, Contexts, Consequences」で研究発表をしたので、その報告。学会の概要・発表の要旨・感想。発表に対する反省と課題・意見交流。なお、具体的な報告内容は *Informal learning and digital media*, London: Cambridge Scholars Publishing. pp.225-237 に論文として掲載。

第5回研究会

日時：2007 年 1 月 11 日 16：30～18：30

参加者：20 名程度（教員・センター職員等）

内容：

1. 高槻市立富田小学校 6 年生での授業実践報告
2. 高槻市立第四中学校でのメディア環境調査の結果と感想交流

2007年度

第6回研究会

日時：2007年5月11日 19:00～21:00

参加者：16名（小・中・高教職員・幼稚園教諭等）

内容：

1. 2007年度 高槻市立第四中学校での授業計画案の発表と討議
2. CMを用いてのメディア・リテラシーワークショップ

第7回研究会

日時：2007年6月9日 13:30～16:00

参加者：15名（小・中・高教職員等）

内容：

1. 高槻市立第四中学校での授業計画にある音楽とメディア・リテラシーについて学ぶ
2. ワークショップ（音楽を素材にしたワークショップ）
3. 意見交流

第8回研究会

日時：2007年7月14日 13:30～16:00

参加者：11名（小・中・高教職員・幼稚園教諭等）

内容：

1. デビッド・バッキンガム『メディア・リテラシー教育 学びと現代文化』を読む
訳者の3名から章ごとに発表。
2. 意見交流
3. ユネスコ国際会議（パリ）の報告

第9回研究会（デビッド・バッキンガム教授講演会として実施）

日時：2007年9月4日 17:30～20:00

参加者：120名（市民・教職員・研究者・企業・学生・NPO・行政職員等）

内容：

1. 高槻メディア・リテラシープロジェクトについて
2. 高槻市立第四中学校におけるメディア・リテラシー教育の実践
3. デビッド・バッキンガム教授の紹介
4. 基調講演 「デジタル文化の時代におけるメディア・リテラシー：その理念と課題」
デビッド・バッキンガム教授（ロンドン大学） 逐次通訳 平沢安政教授（大阪大学）
5. 会場からの質問に応答

第10回研究会

日時：2007年10月25日 18:00～20:00

参加者：10名（中・高教職員・企業等）

内容：

1. 高槻市立第四中学校 生徒のメディア作品を観る
2. 高槻市立第四中学校の前期授業の報告
3. 意見交流

第11回研究会

日時：2007年12月8日 13:30～16:00

参加者：13名（小・中教職員等）

内容：

高槻市立第四中学校の前期授業の報告

1. 第四中学授業のターゲット・オーディエンスのテキスト検討（ワークショップ）
2. 第四中学授業で使用予定のドラマテキストについて検討（ワークショップ）
3. カナダ・トロントの中学校・高校調査訪問の報告
4. 連続講座の企画について

第 12 回研究会

【富田青少年交流センター第 6 回メディア・リテラシー連続講座 - アドバンス編 - として実施】

日時：2008 年 1 月 26 日・2 月 2 日 両日ともに 10：00～15：00

参加者：両日とも 15 名程度（市民・教員・企業・NGO スタッフ等）

内容：

1. メディア・リテラシーとは ～クリティカルからクリエイティブへ～
2. テレビコマーシャルで学ぶ映像言語
3. 「人種差別をやめよう！PSA」を読み解く
4. PSA を制作する
5. コミュニケーションを創りだす

※PSA（パブリック・サービス・アナウンスメント）とは

カナダやアメリカの放送局は、放送免許認可の一部として、PSA の放送をしなければならない。放送局は、商品のCMを放送する時間に対しては代金を支払われるが、PSA の放送に対しては支払いを受けない。PSA の様式はCMと似ているが、その目的は商品やサービスを宣伝することではなく、公共的な問題についてのメッセージや、市民に役立つ情報を伝えることにある。

2008年度

第13回研究会

日時：2008年6月17日 16:30～20:00

参加者：7名（中学校教員・校長・大学院生等）

内容：

1. 第四中学2年生のメディア環境調査の結果報告と質疑
2. 今年度の授業の様子と校内授業研究会について
3. スキャニングテレビジョン「グラウンド・ゼロの広告」授業検討

第14回研究会

日時：2008年7月25日 18:30～20:30

参加者：6名（中学校教員等）

内容：

1. 5月～7月の第四中学2年生と3年生の授業について
2. 第四中学校内授業研究会（7月14日）の感想
3. ドラマにおける映像言語についてテキスト検討会

第15回研究会

日時：2008年11月14日 17:00～19:00

参加者：12名（保育士・小学校教員等）

内容：

1. 第四中学2年生と3年生の前期授業報告
2. ドラマの価値観を読み解く（ワークショップ）

第16回研究会

日時：2009年2月26日 17:00-19:30

参加者：8名（中学校教員等）

内容：

1. 立命館大学大学院修士論文「フランクフルト学派を手がかりとしたメディア・リテラシーの一考察」の発表
2. 大阪府立北摂つばさ高校 2008年度メディア・リテラシー実践報告

第17回研究会

【富田青少年交流センター 第8回メディア・リテラシー連続講座として実施】

日時：2009年3月20日・21日 両日ともに 10:00～16:00

参加者：両日とも20名程度（市民・NPO・教員・大学生等）

内容：

オープニングセッション

セッション1. メディア・リテラシーを学ぶ

セッション2. メディアは「現実」を構成する

セッション3. テレビCMと私たち

セッション4. メディア制作に向けて—P S Aを読み解く

セッション5. 私たちのP S Aを制作する

セッション6. コミュニケーションを創り出す

①授業予定

メディア・リテラシー 授業予定

2007年4月26日

授業担当：木原・森本

授業目的

みなさんの身の回りにあるメディア（テレビ番組とか、広告とか、音楽など）について、実際に CM や番組を分析しながら、「メディアっていったいなんなんだろう？」ということを考えることが授業の一番の目的です。また、授業ではグループで学習し、はなしかうことが大切です。数学みたいに「これが正解！」というものではないので、自分の思ったことを恥ずかしがらずにみんなに聞いてもらい、「私はこう思う」、「でも僕はこう思う」というのをお互いに尊重し、言い合ってください。

前期の授業の予定

①今週のテレビ日記

一週間にどのくらい、どんなテレビをみているんだろう？

②CM がどのくらい流れているか調べてみよう

CM ってこんなにあるんだ！

③映像言語

映像ってこんな効果があるんだ！

④ターゲット・オーディエンス

そのメディアがターゲットにしている相手はだれ？

⑤音楽

⑥ビデオで作品をつくろう（&作品を自分たちで振り返ろう）

半年の集大成

* 高校2・3年生はこんな作品をつくっています。



②CMの時間量

CMの時間を数えてみよう 記入シート
名前:

放送日	番組名:秒時計	放送局:毎日放送	
放送時刻	商品名	秒数	業種
例 18:30	午後の紅茶	15	飲み物
	かぶちん農園	30	フカギ
	スレフ	15	
	お茶づけ	15	お茶づけ
	キュキュット	30	洗ざい
	カビバター	15(15)	薬品
	Curelシャンプー	31	シャンプー&リンス
	ビオレ	14(15)	ボディークリーム

165

問い

- ・CMは全部でいくつ?
- ・CMの時間を合計すると何分何秒?
- ・30分番組のなかのCMの割合(%)は?
- ・多い業種は?
- ・番組の放送時間や内容、誰がその番組を観るのかを想像しながら、なぜこのような業種のCMが多いのかを班で考えよう。

(自分用のメモ)

- ・CM ⇒ 9個
- ・🕒 ⇒ 3分2秒
- ・割合 ⇒ 10%
- ・業種 ⇒ 日用品

- ・テレビをみていて主婦にたいして新商品のアピールをして売り上げを上げたいの

③映像言語

映像言語記入シート



(例)CM/企業名 SH903i/ドコモ

名前:
CM/企業名

ショット数、CMの時間量	30秒、8ショット(最後のロゴ含む)	15秒 6ショット
編集・映像処理(カット、CGなど)、カメラワーク(カメラ位置、アングル、ズーム等:CU、BS、LS、HA、LAなど)	カメラが下から上に移動。携帯本体のアップと星のCG、イルミネーションが星みたい。本体のCUいくつかの角度で。	カメラが上から下に移動。最後にスピード感をだしている。
画面の色調(明るい、暗いなど)	暗い。静かな光	空が明るい。
テロップ、ロゴ、字幕(文字、字体、色など)	LEDイルミネーション(白、真ん中) ワイドモバイルASV液晶(白、真ん中) 携帯本体が4つ並んでいて、左上にFOMA SH903i(白) 最後に画面中央に赤で「確かに、シャープだ」(黒地)	すいたいかな空をどんといる。(せまってきたり、どんといたり) 文字がヒールになってる。そこがサイカイならん右の2つだけいカルと書いた。
BGM、歌	穏やかな歌	もりあがる歌
音響効果		
VO(ボイスオーバー)、ナレーション(性別・トーン)	明るい光は沢山あるけれど、静かな光は、世の中にいくつあるだろう。さらに大きくなったモバイルASV液晶が美しい。フォーマSH903iデビュー。確かに、シャープだ。	女性。「ドコモ
登場人物(性別・年齢・外見・セリフなど)		
状況設定(ジョルトも)	慌しい夜の都会、対照的に静かな空に優雅に携帯が落ちてきて、液晶と光の美しさを強調している。	
テンポ	かなりゆっくり	早い

ジョルト:映像言語が影響して、観ている人に衝撃を与える箇所。

CU:クローズアップ BS:バーストショット LS:ロングショット HA:ハイアングル(上から) LA:ローアングル

問い(自分のメモ用)

- ・テンポは速いか遅いか、また速さが違うとどうイメージが違ってくるだろうか?
- ・カメラワークやCG、テロップ、ロゴといった映像技法はどういう印象をみている人に与えるだろう?
- ・効果音や音楽、歌といった音声技法はみている人にどう印象を与えるだろう?
- ・このCMは何を伝えているのだろうか?
- ・商品内容と状況設定はマッチしているか? そうでないとしたら、どう状況設定がよかっただろう?

④ターゲット・オーディエンス

ターゲット・オーディエンス記入シート
名前:

CM/企業名	商品情報	CMの内容、全体の構成	ターゲット・オーディエンスは？
ドコモクールライン	ケータイの新機種一覧	ケータイが空を飛ぶ。軽快な感じ。機能の紹介。	若者(10代後半～20代)
ドコモSH903i		ゆくり、夜、街、ライト(星) 液晶	女性(20～30)
au 宝 手(トヨタ)		永ちゃん、車 ↓ 若い、今、バ・ジョン、トーク (レコーダ) 歌、踊	男性(40～50)
ドコモ(kat-tun)		鉄拳、ゲーム、5000マイル 田口、CG、公園、 5> ケータイ、KAT-TUN (全員)	男女(10～20)
ソフトバンク 予想ガイ		ビジネスマン、¥0、会議、 通話料、x-ル代 ビ- (大人の男と女) *内緒な感じ 米特 (外国人と女)	仕事をしている 男女(20～30)

* 商品情報＝そのCMは何を売っている(宣伝している)か？

問い

- ・それぞれのCMについて、どのような人たち(性別、年齢など)をターゲットにしているのか、考えてみよう。
- ・なぜそういう人がターゲットにされているのか、考えてみよう。
- ・これらのCMに出ている商品を買いたいと思うだろうか？ 買いたいのなら、それはなぜ？
- ・これらのCMで売られているモノ、またそのモノについて言われていないことはなに？
- ・ここまでの話し合いをふまえて、テレビ局や広告主は私たち消費者をどのように考えているだろうか？

* 広告主→広告を依頼する人や会社(例えばコカコーラ社)

70

⑤価値観の分析

価値観の分析記入シート

名前:

CM/企業名	商品情報	CMの内容、全体の構成、音声	登場人物(人種・性別・年齢・行動・服装など)
ソフトバンク	てきめん メール代 が0円		OLやサラリーマン
ダイエットコーラ	カロリー0 でも のくても ふくら んって かくじ コーラ		外国人(女性ばかり・うごきや すい服〜仕事系の服まで)5人
コーラ(いいほう に考えよう編)	コーラ リサイクルで ぎんぱつ	いろんな国の人を使って、 ちゃんとおもひくして30	太りすぎの男→板がめれる(外国人) 親子(男の子)→カラフルにける ドラゴンボールでめぐる青のタンクトップ 池で歯を磨く→めぐる→池にあたる
コーラ(GTA編)	コーラ	コーラをのんだら、イイ人 になれてーって感じ ハロートップでめぐる	アニメ系(外国、ぼい)
アクエリアス	カラダと同じ ミネラルバ ランス0 カラダと同じ いどう圧	野球場	松坂大輔(男性・ユニフォーム・ 1人の男)

問い

- ・これらのCMにはどのような人(人種、性別、年齢、見た目)が登場していますか？
- ・女性あるいは男性が登場している場合、それぞれどのような人として登場しているだろうか？なぜそう思うのか、その人物の態度や行動から説明してみよう。
- ・人種や文化的背景が異なる人々が登場する場合、どのような人として登場しているだろうか？なぜそう思うのか、映像言語をもとに説明してみよう。
- ・登場人物と商品にはどのような関係があるだろうか？

⑥音楽と広告

個人用

■メディアリテラシー音楽分析シート【音楽】

記入者名	アーティスト・ミュージシャン	曲の長さ
	パンプオブチキン	約 5 分

質問: 今、聴いた曲について、下の項目に沿って各自で分析シートに記入しましょう。

NO	質問内容	記入欄
Q1	ミュージシャン (ボーカルの性別、年齢など)	<ul style="list-style-type: none"> 男性 (30代、20代後半)
Q2	曲の音声技法 (ジャンル、楽器、テンポ、リズムなど)	<ul style="list-style-type: none"> 声は男性には少し高めだった。 テンポはゆっくりめだった。 楽器はドラム、エアーギター(?)
Q3	歌詞 (登場人物の性別、年齢、行動、または状況など)	<ul style="list-style-type: none"> 登場人物 → 男の男で田舎とくに居る 行動 → 離れ離れになった恋人(?)に会いに行っている。 年齢 → 20代後半 <p>1番(はじめはふるさとをでていて恋人?)をみおくらせている 感じて(1番のサビから2番までは出て行った恋人?)に会いに行っている。</p>

⑦CMの音楽

■メディアリテラシーCM分析シート【個人用】

名前

企業名 ロッテ 商品名 エアーズ
(チョコレート)

技法・構成	質問	記入欄
映像技法	編集、映像処理(カット、フェードイン・アウトなど)、秒数	5カット、15秒
	カメラワーク(カメラ位置、アングル、ズーム、などの動き)	女子生徒のみの顔のアップが2回ある。男子生徒と女子生徒が一緒の時は二人の身体全体が入るように映っている。カメラは生徒の動きに合わせてながら映している。
	画面の色調	明るい(夕方前ぐらい)
	テロップ、ロゴ、字幕(色、字体)	ロッテ、涙のふるさと、魔法の空気チョコ、エアーズ、URL (airsbear.com)、字の色は白、
	アニメ、CG	クマ、チョコレート、チョコレートの回りのキラキラ、チョコレートの箱
音声技法	BGM(使用されている楽曲のジャンル、楽器など)	パンプオブチキン「 ふるさと のふるさと」、ロック、エレキギター、ベース、ドラム
	ボーカル(性別)	男。28歳。声はか細く、時に力強い感じ。
	リズム、テンポ	ゆっくり、だんだん盛り上がってくる感じ。
	音響効果	サビの部分の音声を大きくしている。
	ナレーション(性別、トーン、内容)	高校生女子。落ち着いた感じ。お菓子の説明。
全体の構成	登場人物(性別、年齢、外見、表情、台詞など)	高校生の男女、16~18歳、高校の制服、男子生徒は始めは明るい感じで後の方で緊張している。女子生徒は始めは和やかな感じで後の方で驚いている。
	状況設定	チョコレートを食べる女子生徒とチョコレートのおまじないにちなんで告白する男子生徒(高校)
	テンポ	ゆっくり、だんだん盛り上がってくる感じ。
	ジョルト数	3つ

⑧音楽と広告(グループ)

■メディアリテラシー音楽分析シート【班用】

D 班・名前

最高班☆↑

問い①

ミュージシャンはどんな人物(ボーカル(声)、性別、年齢など)ですか?なぜ、そのように思いましたか?

男、23歳くらい...も

問い②

曲の中でどのような音声技法(ジャンル、楽器、リズム、テンポなど)が使われていましたか?なぜ、そのような音声技法が使われたと思いましたか?

ドラム、ベース、エレキ、

テンポがふつう。リズムがやや高め。

問い③

曲(歌詞)を聴いてみて、どのような登場人物(性別、年齢、行動)、状況が設定されていましたか?なぜ、そのように思いましたか?(歌詞やメロディなどを踏まえて考えてみよう)

いいと思う。

彼女の歌

行方不明の彼女に会いに来た。

想像

や

昔、自分が中学校か高校の時に、
彼女が病気で死ぬ前に作った歌。
だから、学校のおくじょうをせいで。

⑨CMの音楽(グループ)

■メディアリテラシーCM分析シート【班用】

班・名前

問い①

CMでは曲をBGMとして使用することによって、どのような効果がありますか？
なぜ、そのような効果をつけることが必要だと思いますか？

- 盛り上げるため。
(7じ ← 1番盛り上がっている。
みんなが知っている。)
- 音楽を聴くのは 10代ぐらい。
(チョコレート) (Mの商品のターゲットも10代ぐらい。
(高校生)
↓
自分の知っている曲が流れたら
注目あるから。

問い②

なぜ曲のその部分だけがCMに使われていると思いますか？

1番盛り上がっているところだから。

みんなが知っているところだから。

⑩映像制作

四中「メディア・リテラシー」9月の授業

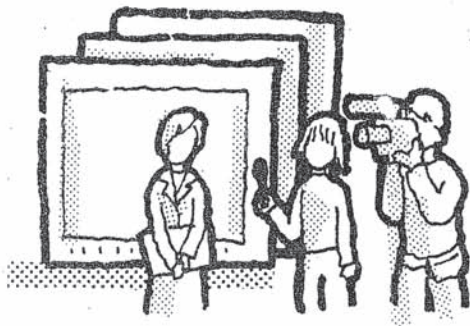
映像作品をつくろう！

2007年7月19日 森本

今まで学んできた映像技法やターゲット・オーディエンス、私たちの価値観、音楽が映像に与える影響などを思い出しながら、みんなで映像作品をつくってみよう！

映像制作を行うときのルール

- ①班のメンバーは自由に決めてよい。ただし1班あたり4～6人で、全部で3つの班。
- ②作品のテーマは「メディア・リテラシーの授業で私たちが学んだこと」。後期に授業を受ける人たちに作品を見せるので、後期に授業を受けるであろう人たちのイメージしてつくってください。作品の時間は60秒までとおきます。
- ③使える機材はビデオカメラ1台のみ。高度な編集はできませんので、カメラワークや音楽の入れ方など、自分たちで工夫してください。
- ④9月の授業は、最初の2回でリハーサルを行い（授業時間中に、1班が撮影しながら残りの2班は横で考えたり撮影している班を参考にしたりということを繰り返す）、3回目の授業で本番撮影、4回目に発表会をし、反省会を行います。
- ⑤夏休みの間に作品の中身（セリフや音楽、カメラワーク、何について伝えたいか、など）を班のメンバーで考えてきてください。8月に一度、班の代表の人に進みぐあいを確認します。夏休み中にちゃんと考えてきておかないと、9月に撮影ができなくなります。注意！
- ⑥今まで授業で学んできたことをいかすこと！ただカメラの前に立って、「私たちはこんなことを学びました」とセリフを棒読みするのでは、今まで学んだことがいかされてません。



⑪ 絵コンテ

2年生 選択「メディア・リテラシー」9/6

制作! ーの前に 絵コンテと脚本をつくろう

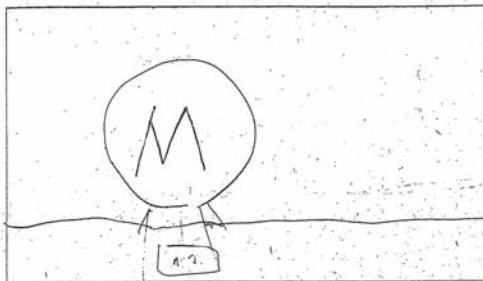
※ 大体のイメージでよい

グループメンバー: _____

絵コンテ

状況設定／セリフ

①



②



みんなが思ったこと、感じたことを思い思いにいい合える。
そのとき、だれも気づけないし、そんなふうされています。
だから安心してはっげんでくる。

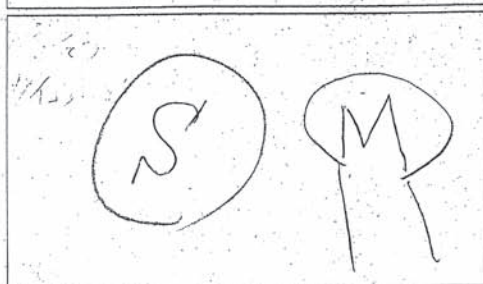
グループではなし合ったことは、全員にはひびくようである。
みんな役割を1つづつもっています。
役割をはたすこととて、せいがんがある。

③



知ったことは、CMの時間の長さをしらべたり。
誰に商品をかませようとしているか。
そのCMのターゲットがみえてくる。
ふたつ考えもしなかったことをしらべると。
いろんなことがみえてきた。

④



感想
ダイエットコーナーのCMを見たらダイエットをしよう
とおもふ風に気がついた。

この勉強はなれるまで時間がかかたけど、
いろいろなことがわかった。

ほんとに
(たのしかったです。) うふ!

©立命館大学社会学研究科メディア・リテラシー研究プロジェクト/FCT

⑫映像制作の分析

自分たちの作品分析記入シート

10月11日

名前:

グループ	カメラワーク、テロップなど 映像技法	セリフなど音声技法	作品の構成(記入例:女子が1人ずつ 交代で出てきて授業で学んだことを 一言ずつ言う)
A	アップが多かった。	技術(メモリアリテラシー) で学んだことを発表して いたこと、 また調べて発表して分か ったことなどを言っていた。	4人が机にすわって、 ニュースのように 今までの学んだことを一言ずつ 言う。
B	アップが少くある。	メモリアリテラシーで習った こと。次のB選択は 技術に!というCMのよう なものをしていた。	うしろに白い紙があって そこに並んで話していた。
C			
D		「運命」を三流してテストの 点が悪くショックだったこと をあらわしていた。	先生役の人がテストを返す。 生徒が悪い点をあちこち。

問い

- ・自分たち以外の班が伝えたいことは何か、それぞれの班の作品について考えよう。
- ・自分たちの班も含め、その伝えたいことを映像や音声をうまく使って表現できたかどうか考えよう。

⑬映像制作の分析についての議論

班の記入用シート

活動した日: 10月11日

班: 班のメンバーの名前:

司会:

記録:

発表:

・自分たち以外の班が伝えたいことは何か、またなぜそう思うのか、映像技法や音声技法などからそれぞれの班の作品について考えよう。

A班 技術(メイアリティーション)で伝えたこと。

C班 ターゲットオーディエンスを利用して実際に再現した。

D班 音楽(BGM)を使用。

・自分たちの班も含め、その伝えたいことを映像や音声をうまく使って表現できたかどうか考えよう。
(このセリフはここで言ったほうがよかったんじゃない?とか、テロップの文字の大きさが小さかったとか、あそこ場面はもっとクローズアップで撮ったり、ローアングルで撮ったほうがインパクトがあったのでは、など作品をけなさないように、「こうしたらよかったのに」や「ここがよかった」ということを話し合ってみよう)

A班 技術で伝えたこと



自分達の班 イツキシババタムガムがれたと思うかたんに伝えれたと思う。

C班 昼間のことを再現していてよかったと思う。

D班 テストを返すのはわかったけどそのあとが不明だから、はっきりなにをしたいの
かを伝えたらいいと思った。

デビッド・バッキンガム

ここに掲載するのは、デビッド・バッキンガム氏（ロンドン大学教授）が近著の『テクノロジーを超えて：デジタル文化世代の子どもの学び』（Beyond Technology: Children's Learning in the Age of Digital Culture (Cambridge, Polity Press, 2007)）の中で述べている重要な論点についてご自身が執筆された原稿の全文訳である。

バッキンガム教授は、メディア・リテラシー教育の分野で世界的に著名な研究者であるが、2007年9月にFCTメディア・リテラシー研究所の招きで来日した。FCT創設30周年国際フォーラムで講演された後、高槻メディア・リテラシープロジェクト（部落解放・人権研究所安田識字基金助成事業）の要請に応じて9月4日に大阪府高槻市の富田ふれあい文化センターで講演された。本論は、その際のご講演要旨とも重なる。（編集部）

約束、約束というものの…

私たちがしばしば口にするテクノロジーというのは、根本的に教育を変化させている。テクノロジーは既存の知識に疑問を投げかけ、新しい方法でやる気のない学習者にやる気を出させようとし、ずっと続いていく創造と革新を約束している。こういった途方もない約束事は、コンピュータが登場するはるか以前から続く長い歴史を持っている。

例えば、教育において映画やテレビの利用を早期に主張した人びとは、これらのメディアが学びの本質をかなり変化させ、実質的に学校はすぐに余計な存在になるだろうという同様の空想的な予測を行った。

学級にコンピュータを導入するという近年の動きは、原則的には新たな市場の開拓という営利企業の思惑として行われており、さらに政府が、明らかに手がつけられないと思っている公教育における問題を解決するための策としても行われている。これらの動きは、技術的決定論であり、テクノロジーはすべてを打破する力を持つのだという思い込みを支持する典型的なものである。結果的にこのことは、教育におけるテクノロジーの役割を道具としてみているに過ぎないと言える。テクノロジーは情報を運ぶ中立的な装置としてみなされており、情報とは実体のない存在であり人間や社会の利害とは独立していると考えられている。このことは基礎的な教育の課題を無視することにつながる。その課題とは、テクノロジーを使ってどのように教えるのかということだけでなく、テクノロジーについて子どもは何を知る必要があるのかということである。

市場関係者の主張をよそに、テクノロジーの影響は教師の毎日の実践にとって非常に限られたものにすぎないことを示唆する膨大な調査が今では行われている。多くの教師は、彼らが時代遅れでテクノロジーについて無知という理由だけでなく、子どもたちの学業達成の助けにはならないと認識しているために、テクノロジーの利用に反対している。テクノロジーが子どもの学力を向上させ

るという説得力のある証拠はほとんどない。当然のことながら、非常に慎重かつ創造的にテクノロジーを使っている教師もいる。しかし、学校で使用するテクノロジーの大半は限られており、つまらなくて道具的な使用にとどまっている。

このような証拠に直面したとき、テクノロジーの使用を熱心に主張する人びとは、まだテクノロジーの使用は始まったばかりであり、本当の変化はまだこれからなのだと主張する傾向がある。しかしデジタル・テクノロジーは学校にやってきてもう四半世紀以上が経っている。約束された革新はまだ起こっておらず、その革新がすぐにでも起こると信じる理由はほとんどどこにもない。とはいえ、私はテクノロジーに完全に反対しているというわけではない。現在の議論においては、テクノロジーを教育の救世主だとみなしているおめでたい熱狂者と、自分たちは皆テクノロジー地獄に行こうとしていると信じている陰気な悲観論者に二極化していると私は感じている。今こそ異なったアプローチが必要な時なのだ。

新たなデジタル・デバイド

メディア・リテラシー教育者として私の基本的な興味は、学校の外にある子どもの毎日の文化および実践と、学級内で接触する文化および実践の関係である。デジタル・テクノロジーとの関係においては、子どもが学校でやっていることと娯楽時間にやっていることとの間には、今や深刻で、恐らく広がりつつある格差がある。これが、私が新たなデジタル・デバイドと呼んでいることである。学校には大量にテクノロジーが普及し、テクノロジーの普及を大歓迎しているのに、多くの学校で起きているのは、あまりテクノロジーに触れたくないということである。しかし、学校の外では、子どもはますますメディアに浸った時代を生きている。子どもが勝手にメディア・テクノロジーにアクセスすることが非常に増えている。そして、子どもはもっと多様で商業化されたメディア文化—理解不能かつ制御不能と思っている大人もいる文化—に参加しているのである。

私は従来のデジタル・デバイドがなくなりつつあると言っているわけではない。それどころか、テクノロジーへのアクセスにおける重大な不平等と、テクノロジーを使うための技能と能力の不平等とが未だにある。そして、それは学校で絶対に取り組まれるべき不平等問題なのである。実際に、私たちは「デジタル世代」と呼ばれる安易な修辞法に警戒すべきである。つまり、すべての若者はコミュニケーションでき、ネットワークを創り出しているという考え、そして、古い世代にはできないが、若い世代は自然発生的にテクノロジーに親しむことができるという考えには警戒すべきである。

仮に若者がそうであったとしても、学校の外で子どもがテクノロジーを使ってやっていることを私たちが見たとき、テクノロジーを使っているというよりは、そもそもポップカルチャーとして接していることは明らかなだ。自宅でコンピュータにアクセスしている子どもはゲームをしたり、娯楽サイトをネットサーフィンしたり、メールをしたり、SNSをしたり、動画や音楽をダウンロード

して編集したりしているだけだ。宿題以上に役に立つ課題をやっているのかもしれないが、ごくわずかな子どもしか学校の学習めいたことにテクノロジーを使っていない。反対に、学校でテクノロジーを使ってやることは非常に限られている。情報通信技術関係の科目では、ほとんどがワープロや表計算やファイル管理といったことを教えている。つまり実際には「マイクロソフトオフィス」カリキュラムにすぎない。職務的な技能の訓練から出るとはほとんどない。中にはそういった技能が生活に必要なという人がいるかもしれないということはある。しかし、これら職務的な技能を学校で学ぶ必要性は確かに議論されないといけないだろうし、特に資料の効果的な利用を学ぶということについては、子どもが学校で教えられる意味がある。

学校でのテクノロジーの使用が退屈でつまらないと子どもはわかっているという証拠は、今やますます増えている。中にはこれはどうしようもないことで、生活に必要なことであるからと割り切っている子どももいる。しかし、その子ども以外はかなりの不満を漏らし、進んで抵抗する子どももいる。特に生活の中でテクノロジーに浸っている子どもや、技術が必要な職業に就きたいと考えている子どもにとっては、学校でのテクノロジーの利用はまったくそういったことに無関係だと認識している。これは特に驚くべきことでもない。歴史的に、学校教育はしばしば子どもの日常の文化と空虚に切り離されたものとしてみなされてきた。そして学校空間にポップカルチャーが入ったときに、それは制御の利かないものだという、ポップカルチャーに対する一種の被害妄想があったのである。この点で、私が新しいデジタル・デバイドだと呼んでいることは、若者の日常の娯楽文化と学校文化の間にある、広く歴史的な分離を単に示しているに過ぎない。

新たなデジタル・デバイドに取り組む

このような状況に対して私たちは何ができ、そして実際に何をすべきか？子どもが学校の外でやることは、教師がかかわることではないと主張する人もいる。子どもはポップカルチャーに日常的に十分接しているのだから、どうして学校でまでそれについて考えさせる必要があるのだろうか、勝手に学ぶのではないかという主張である。多くの人は学校で起きていることが、学校の外で起きていることと異なって当然だと言うだろう。つまり、学校教育は高度な知識を教えるものであり、学校での学習は必然的に公的で、学校の外の学びは公的ではないということだ。私はこういった主張にいくらか共感を覚える一方で、明らかにこの主張は変化によって小さな見通しでしかない。高度な知識が自明のものであると想定され、実際には相対的にすぎない歴史的・文化的な高度な文化とポップカルチャーの区別を所与のものとして容認しているように思われる。

私としては、学校は学校外の子どもの生活の現実にも取り組む責任があると思っている。子どもの現実にはポップカルチャーを含んでおり、娯楽ではテクノロジーを使うというのは自明である。しかしながら、表面的な対応には警戒する必要がある。例えば、子どもがコンピュータゲームに熱中するのをもてはやそうとする人がいることだ。彼らは、ゲームをすることは一連の複雑な学習過程

を含んでいるのだと（かなり正確に）指摘する。さらに、もっとも重要な学びはここでも起こっているであり、学校は子どもにとってほとんど無駄であるとも主張する。このおめでたい主張は、概してポップカルチャーを完全に肯定し、まったく批判しようとししない典型的なものである。学習でのコンピュータゲームの利益を称賛する人びとはゲームの商業的な側面を無視し、ゲームの価値観や思想についてのやっかいな疑問を避ける傾向がある。彼らは公的な学びを本質的に悪とみなす「インフォーマル・ラーニング」のあいまいな考え方にも固執している。この議論は学校と学級の現実をほとんど考慮していない。そして、実際に学びのためのゲーム使用に伴うであろう多くの問題も考慮されない。

このアプローチは私たちが「教育娯楽（エデュテインメント）」戦略と呼んでいる症状を示している。「教育娯楽」という考えは、娯楽という要素を引き出し、特に不満を持っている子ども（最近少年に多い）に向けて、伝統的なカリキュラムをよりおいしく取り組めるものにするために利用しようというものである。メディア産業が典型的に「楽しい学習」と呼ぶもので、家庭でも学校でも市場が拡大している。教育という薬を楽しさという膜で包み込もうという考えは長い歴史においてやってきたことである。私たちの研究では、子どもはそんなことを見抜けるということがわかっている。子どもは実際のコンピュータゲームと教育的なゲームの違いやどちらがより好ましいかを知っており、さらに膜だけを残して甘いところだけを持っていく達人にもなってしまう。

デジタル・リテラシーに向けて

私が説明したこれらの戦略に伴う問題は、テクノロジーの使用に関して無批判、無反省になってしまうということだ。これら戦略はテクノロジーを補助教材、道具、テクニックだとみなしている。デジタル・テクノロジーを単なる道具として扱うこの教育過程において、根本的な問いはテクノロジーがどのようにして世界を映し出し、リプレゼンテーションしているかといったことや、テクノロジーがどのように意味を創り出しているか、そしてテクノロジーがどのように創り出され、そのうち否応なく無用のものとなるのかといった問いである。

記号論で有名なイタリアの哲学者のウンベルト・エーコは何年も前に、もしテレビを使って何かを教えたいのであれば、まずどのようにテレビを使うのかを教えなければならないと論じた。これが示唆しているように、メディアについて教える教育は、メディアを使って、またはメディアを通しての教育にとって不可欠な必要条件である。これはデジタルメディアにとっても同じであることは疑いない。もし教育においてインターネットやゲーム、他のデジタルメディアを使いたいのであれば、まず子どもにそれらメディアについて理解させ批判的に考えさせることが必要である。私たちは単にそれらメディアを情報を運ぶ中立的な装置としてみなすことはできないし、単に機能的・道具的な方法でそれらを使うべきではない。ここで必要なのは「デジタル・リテラシー」の厳密で正確な概念規定である。言い換えれば、これらメディアについて子どもが何を知る必要があるかと

いうことだ。これは技術的なノウハウや機能的な技能といったこと以上に大切なことだ。子どもはまたどのように情報が産み出され、流通し消費され、意味を創り出すようになるのかを理解できるようになるためのクリティカル・リテラシーを身につける必要がある。

メディア・リテラシー教育の「基本概念」——つまりリプレゼンテーション、言語、生産・制作、オーディアンス——は、インターネットやコンピュータゲームといったデジタルメディアを理解しやすくするための包括的で体系的な枠組みを提供してくれる。例えばインターネットに関して言えばこのアプローチによって、リプレゼンテーション——偏見や権威、思想——について挑戦的な問いを投げかけることができるが、このことは情報技術の分野では概して無視されている。このアプローチは、メディアとしてのウェブに対して言語（the grammar or rhetoric）についての体系的な分析を要求する。

例えばリンクや視覚的なデザイン、アドレスの形態などに関してである。このアプローチはまた生産・制作の分析も含む。すなわち、商業的・組織的な利害、どのようにウェブテキストが作られるか、そしてそれらが他のメディアとどのように関連するのかといった分析である。そしてこのアプローチは、オーディアンスやユーザーにどのようにすべてが影響するのか、ユーザーはどのようにターゲットにされ参加するよう招待されるか、実際にはユーザーはどうか、ユーザーは何に意味を見出し、おもしろいと思うのか、といったことも視野に入れている。私はこのアプローチが、ウェブ上の情報が真実か嘘か、信頼できるかといった視野の狭い問いから私たちを抜け出させてくれると信じている。体系的で厳密な方法によってテクノロジーの社会的・文化的な側面にこのアプローチは取り組むのである。そして子どもの学校の外の経験にかなり直接的に働きかける方法を模索する。子どもの経験をもてはやすのではなく、批判的に問い直すために。

しかしながら、活字リテラシーが読み書き両方についてのことであるように、デジタルメディア・リテラシーも批判的な読みと創造的な制作の両方にかかわるべきだ。デジタル・オーサリング・ツールの出現はこの点で新たな重要な機会を産み出した。子どもはいまや高品質のウェブサイトやデジタルビデオを簡単に扱える道具によって作ることができる。そうはいても、メディア・リテラシー教育は単に技能を伸ばしたり、創造力を中途半端につけさせたりするものではない。メディア・リテラシー教育は、文化の様式やコミュニケーションの過程を批判的に理解する能力を発展させるものなのだ。ここで再度、テクノロジーは変化を促進させたりそれ自体が変化したりするものではないということを確認しておこう。テクノロジーは批判的に取り扱われることを必要とする。そしてテクノロジーの価値は、それが使われる教育の文脈に、決定的に依存しているのである。

テクノロジーの終焉？

メディア・リテラシー教育は挑戦的で、厳密で興味をそそる視点をテクノロジーに提供するが、情報通信技術の科目にはそれができない。メディア・リテラシー教育は学校内でのテクノロジーの使用と学校外でのポップカルチャーの利用とをつなげる方法を提示してくれる。とはいえ、それはもてはやすというよりむしろ批判的なやり方であるが（訳者解説：情報通信系科目やテクノロジー万歳論者は学校内外のテクノロジーとポップカルチャーをつなげることに無批判にもてはやすが、メディア・リテラシー教育はそうではなくそのつながりを批判的に考える、ということ）。メディア・リテラシー教育はテクノロジーの単なる道具的・機能的な使用から私たちをうまく抜け出させてくれる批判的な問いを投げかける。メディア・リテラシーが、学校での義務的に専門的な科目としてのICT3を大いに変えるべきで、コア科目である英語4の中心としてもっと組み込まれていくべきだと私は信じている。

デジタル・テクノロジーは現代生活ではもはや欠かせないものである。教師はテクノロジーを何らかの形で使わざるをえない。そして教科書もインターネットと同じようにテクノロジーなのである。私たちは教育において単にメディアとテクノロジーを放置することもできないし、より単純で原始的な時代に戻ることもできない。インターネットやコンピュータゲームのようなデジタルメディアは学習において莫大な潜在能力を秘めている。

しかし、もし私たちがデジタルメディアを単なるテクノロジーとみなすことに固執し、文化やコミュニケーションの様式であるとみなさないのであれば、その潜在能力に気づくことは困難だろう。

（翻訳：森本洋介 京都大学大学院教育学研究科博士課程）

月刊『ヒューマンライツ』2007年11月号掲載

実践研究助成

一般

②



各班が製作した映像を「セリフ」「カメラワーク」「メッセージ」などの観点から分析

に、教師たちへのメディアリテラシーを学ぶ場の提供、さらに学んだ教師たちに自校で系統的なメディアリテラシー教育に取り組んでもらうことを狙いとして十数回に及ぶ授業実践の研究会を重ねた。これに長年にわたる研究実績を持つFCTメディア・リテラシー研究所が加わった。

高槻四中の研究課題推進のリーダーを務める梶田由紀子教諭は、この研究会に参加し、

合う対話から気づきを発見し、深めることのできる授業が大切なのではないか。そう考えた梶田教諭には、研究会で話し合われる授業の進め方に共感する部分が多かったという。

2008年度、同校は市教育センターから小中連携によるキャリア教育推進校を委嘱された。「本年度は学校が主体とならなければならない」（梶田教諭）

こうして2、3年生の選択授業で、メディアリテラシー教育とキャリア教育を組み合わせた授業への取り組みを本格化させた。

授業は普段あまり意識することのないメディアに、自分たちがどのようにかわっているのかを生徒に気付かせる

生徒が60秒の映像製作 情報を客観的に見る力養う

大阪・高槻市立第四中学校

その大きな力となっているのが高槻市立富田青少年交流センターと、NPOのFCTメディア・リテラシー研究所（所在地・横浜市）だ。同交流センターは高槻市民、とりわけ青少年に対するメディアリテラシー教育の重要性に着目してきた。2006年度に「高槻メディア・リテラシープロジェクト」を立ち上げ、域内の中学校を対象



班ごとに作品の特性分析と反省の意見交換

ことを最終目的にしている。手法としては、生徒にテレビ日記を記録させることから始まり、テレビCMをメディアの特性分析という角度からさまざまなに分析した。その上で、生徒たちに60秒程度の映像を製作させた。

テーマは2年生が「大人に言いたいこと」、3年生は「5年後のわたし」。生徒が数人の班に分かれて、シナリオ作り、撮影、インタビュー、発言者といった役割を分担した。発表会では、それぞれの作品について意見を交換した。

◇この連載は、(財)パナソニック教育財団（URL=<http://www.pef.or.jp>）と助成先の協力により実施しています。

教育環境改善 プロジェクト 確かな学力のために

▶▶ 12

た一人。梶田教諭の目には、四中には、テレビや電子メ

自信持ち生き方
切り開ける子を

大阪府高槻市立第四中学校（高木恒夫校長、生徒数321人）は、情報があふれ返るメディア社会にあつて、生徒たちには情報に振り回されることなく自信を持って生き方を切り開いてほしいとの願いを込め「中学校におけるメディア・リテラシー教育推進のためのプログラム、教材開発に向けた研究」と題する研究課題に取り組んでいる。

（日本教育新聞 2008 年 11 月 3 日）

※紙幅の関係上、入門的な書籍を中心に紹介しています。もっと知りたい場合は、FCTメディア・リテラシー研究所インターネットサイト(<http://www.mlpj.org/>)参考文献コーナーをご覧ください。

●授業実践のために

- ・オンタリオ州教育省編『メディア・リテラシー マスメディアを読み解く』FCT(市民のテレビの会)訳、リベルタ出版、1992
- ・鈴木みどり『メディア・リテラシーを学ぶ人のために』世界思想社、1997
- ・鈴木みどり『メディア・リテラシーの現在と未来』世界思想社、2001
- ・鈴木みどり『Study guide メディア・リテラシー ジェンダー編』リベルタ出版、2003
- ・鈴木みどり『新版Study guide メディア・リテラシー 入門編』リベルタ出版、2004
- ・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、2006(原典 *Buckingham, D. Media Education. UK. Polity Press. 2003.*)

●メディアについて学ぶために

- ・フレッド・イングリシ著・伊藤誓／磯山甚一訳『メディアの歴史—情報化時代を生きるために』法政大学出版社、1992(原典 *Fred Inglis. MEDIA THEORY An Introduction. Basil Blackwell L.td. 1990.*)
- ・吉見俊哉『メディア文化論』有斐閣アルマ、2004
- ・藤竹暁編『図説 日本おマスメディア[第2版]』NHKブックス、2005
- ・阿部潔『スポーツの魅惑とメディアの誘惑 身体／国家のカルチュラル・スタディーズ』世界思想社、2008
- ・電通総研『情報メディア白書』毎年発行

●学びを深めるために

- ・鈴木みどり『テレビ・誰のためのメディアか』学藝書林、1992
- ・フレイレ, P著 小沢有作他訳『被抑圧者の教育学』垂紀書房、1979
- ・マスターマン, L.著・宮崎寿子訳『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、2010(原典 *Masterman, L. Teaching the Media. Routledge. London. 1985.*)
- ・吉見俊哉『カルチュラル・スタディーズ』岩波書店、2000
- ・郵政省『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』2000
- ・『新編 日本のフェミニズム7 表現とメディア』岩波書店、2009

●参考になるホームページ

- ・FCTメディア・リテラシー研究所 <http://www.mlpj.org/>
- ・Alliance of Civilizations <http://www.aocmedialiteracy.org>
- ・Association for Media Literacy(カナダ). <http://www.aml.ca/>
- ・Center for Media Literacy(アメリカ). <http://www.medialit.org/>
- ・Media Awareness Network(カナダ). <http://www.media-awareness.ca/>

執筆者一覧(50音順)

岡井寿美代(おかい・すみよ)

(特)FCTメディア・リテラシー研究所研究員

地域でメディア・リテラシーの学びを実践するためさまざまな機会を捉えて自ら学んできた。

高槻市立富田青少年交流センター勤務(1983年4月～2010年5月)

2000年5月 メディア・リテラシー国際会議「サミット2000／子ども・若い人たちとメディア—ミレニアムを越えて」(カナダ・トロント)に参加

2000年～2004年 立命館大学 メディア・リテラシー論(鈴木みどり教授)聴講生

2006年～ 高槻メディア・リテラシープロジェクト事務局メンバー

西村寿子(にしむら・ひさこ)

(社)部落解放・人権研究所編集販売部部长、(特)FCTメディア・リテラシー研究所理事

大阪大学人間科学部非常勤講師(「同和教育論」2003年～)

論文「コミュニティにおけるメディア・リテラシーの学び—大阪府X市Z地区を事例に」立命館大学『産社論集』第42巻、第4号、2007年、25-42頁

著書(共著)「メディア・リテラシー教育の可能性—中学校・地域・NPOとの連携による実践例からジェンダーにつなぐ」木村涼子、古久保さくら編著『ジェンダーから考える教育の現在 フェミニスト教育学をめざして』解放出版社、2008年、148-166頁

・鈴木みどり編『新版Study Guideメディア・リテラシー[入門編]』リベルタ出版、2004年

・「参加と対話で学ぶメディア・リテラシー 生涯学習講座から」鈴木みどり編著『メディア・リテラシーの現在と未来』、世界思想社、2001年、174 -192頁

森本洋介(もりもと・ようすけ)

京都大学大学院博士課程(比較教育学専攻)、(特)FCTメディア・リテラシー研究所研究員

論文「メディア・リテラシー教育を通じた「批判的」な思考力育成に関する考察—トロント地区X高校における授業観察から—」『カナダ教育研究』第8号、2010、19-34頁

・「カナダ・オンタリオ州の1999・2000年版および2007年版英語カリキュラムにおける人権の位置づけの異同—メディア・リテラシー教育に着目して—」『カリキュラム研究』第19号、2010、99-111頁

・「カナダ・オンタリオ州における学習者の評価方法に関する考察：王立委員会報告書『学ぶことを好きになるために』を手掛かりに」『教育目標・評価学会紀要』第19号、2009、47-56頁

著書(共著) Morimoto, Yosuke. (2008). Creating Media Literacy in Japan: Initiatives for New Citizenship. In Drotner, K., Jensen, H. S. and Schroder, K. C (Eds.), *Informal Learning and Digital Media*, London: Cambridge Scholars Publishing. pp.225-237.

若い人々への識字教育 メディア社会を生き抜くためのメディア・リテラシー報告書

(部落解放・人権研究所「安田識字基金助成事業」2006年度～2008年度)

2010年10月31日発行

高槻メディア・リテラシープロジェクト事務局

〒569-0814

大阪府高槻市富田町4丁目15-24

高槻市立富田青少年交流センター内

TEL:072-694-5454

**部落解放・人権研究所「安田識字基金助成事業」
(2006年度～2008年度)**

高槻メディア・リテラシープロジェクト 事務局

〒569-0814

大阪府高槻市富田町4丁目15-24

高槻市立富田青少年交流センター内

Tel:072-694-5454