

情報とのつきあい方教育

ーメディア・リテラシーの授業を構築するー

東京都立上野高等学校 杉岡道夫

1 はじめにー「生徒が学習に取り組むやる気が出る」メディアとは？ー

教室の中で、ビデオやパソコンが「それだけで」魅力を持っていた時代は去ろうとしている。デジタル通信システムの進展により、学校は「何か」を求めている。いったい、それは何なのか？

学習素材は実に豊富になり、生徒はその気になれば、学習目標を達成できるはずなのが、実際には、メディアそのものの目新しさがなくなると、魅力ある内容でなくては学習につながらない。新教育課程でも伝統的リテラシー[3つのR（読み・書き・そろばん）]に加え、3つのE（Explore調べる・Express表現する・Exchange意見交換をする）の「新しいリテラシー」＝[コミュニケーション能力とプレゼンテーション能力]が、新教科「情報」科を中心に強調されている。

ここでは真に「学校にむいたメディア」とは何かを、コンテンツ面を中心に、現在の教室がもつめる教材情報の扱い方とメディア・リテラシーとの2つの角度から考察・提案する。

2 ブロードバンド化と地上波デジタル放送

1990年代「イギリスの公共放送・BBC」はデジタルセクションを創設、教育放送のデジタル化にとりくみはじめた。まず放送局が取り組んだのは「デジタル・アーカイブ」である。過去の放送番組をデジタルデータにして、どこでもだれでもがアクセス可能にする構想である。デジタルアーカイブとよばれる考え方は、まず、フランスやイタリアで映画フィルム文化保存運動として、行政と民間がタイアップしてデジタル化が行われ、国民の共有財産を国家が保存研究を行い、そのための資金・人的資源・施設などを提供し、最終的に人類全体の利益に提供するというユネスコ的な発想が出自である。

では、教育利用で手軽に使いたいラジオやテレビなど放送局番組のアーカイブは、デジタル化の前提となる、知的所有権や関連諸権利の状況次第。放送内容の流通チャンネルが、ビデオテープやDVD、ブロードバンド放送などに広がっていく中で、複製が容易なデジタル素材は、著作権フリーにしないと開かれたアーカイブになりにくい。そもそも、映画

・放送・ゲームは、共同作業でつくられ、脚本・出演者・音楽・映像などが複雑に絡まる膨大な「知的所有権」のカタマリである。その結果、デジタルアーカイブ（川口市に開設される「NHKアーカイブ」、横浜市にある放送法に基づく「放送ライブラリー」（こちらは民放連とNHKが拠出した資金で運営、日本新聞協会の「新聞博物館」と同じ建物に開設されたナショナルセンター）は、収録番組も、新聞メディアなら最終版が完全に収録されるが、放送番組では、著作権の許諾確認や人権への配慮などにより、収録数は放送された番組の「ほんの一部」に限られる。放送後ビデオ等で販売中のモノは公開されず、調査研究にもまだまだ著作権の壁がおおきく、文化庁では教育研究のために著作権などをデジタルデータの共有化のための法改正を検討している模様である。

初出：新世紀！ 高度情報ネットワーク・視聴覚教育が創る生涯学習社会、課題別分科会・高視協「高度情報通信利用と視聴覚教育」（2002年～）

3 メディア・リテラシー教育の試みーさまざまな試みのなかでー

前任の文京高等学校・小岩高等学校では、ビデオ映像を制作したり、テレビゲームを評価することでメディアと生徒とが適切な距離をもつ姿勢を育成した。上野高校では部活動では「昼の放送番組、ラジオドラマをつくる、行事運営と台本づくり」、授業では「テレビメディアと現代社会」「アメリカのテレビと政治」などの実践をおこない、生徒のメディア・リテラシー力を側面から支援した。

□「つくる」たのしみを通してー簡単ビデオ編集ソフトの活用ー

著作権の壁をのりこえて、「自由にたのしく」情報を加工する機会が増えている。「生徒がメディアをつかひこなす」範囲に、ワープロや表計算、電子メールやインターネット利用をこえて大きな効果がみこまれるのが、HPづくりやビデオづくりである。

学校では「コミュニケーションスキル」のトレーニングが認識されるようになってきている。意思の疎通がおこなえること、授業を成立させる教師側の条件にもあたるし、同時に、生徒が身につけるべき「見えない力」のひとつに、分析や論理性とともに重要なのが、そこに「たしかな学力」の行き着く先は、深く考えてみると、コミュニケーションの力を提唱する斉藤孝氏のいう「段取力」一世の中で一番必要なことは、考えたことを実行していく際に必要なく段取力>である、といえる。「ホームページ」づくりや「ビデオ」づくりは、対象をえらび、切り取る「感性」と的確に「伝える」ために<情報の受け手>の側も考える他者理解の力も育成する。

小学校や中学校では、主としてグループづくりに役立つ手法をもっと洗練して、創造性の育成につなげるためにも、HPとならんで、簡単ビデオ編集ソフトの活用が期待される。

従来、デジタル写真などはそのまま「スライドショー」で視聴・上映するだけだったが、うごく画像として編集し、文字などをくわえることで「より訴求力のある」ビデオにも作り直せる。

□マスメディア情報／ネット経由情報に対する評価—放送の信頼性と自由—

平成19年になって関西テレビ制作の「あるある大事典Ⅱ」でデータ捏造問題が発覚し、番組が打ち切られるというテレビの信頼性を大きく損なう事件がおきた。平成15年3月22日の放送記念日に、NHKが放送した番組が「マスメディア」に何ができ、どこが期待されているか、について、放送メディアが遵守すべき基準を提供している。

(1) 精確で迅速な情報伝達 ひとつは「中越大地震」で果たした放送メディアの役割、「インド洋大津波」がなぜ、大きな被害をもたらしたか、を災害放送の伝達面から、検証している。そこでは、専門家の発信する情報をく的確に>つたえる「メディアの存在」があらためて注目されている。インターネット情報がひろがり、ケータイ電話でも接触ができるようになって、いざ、災害となると、ネットは限定的にしか利用できなくなる。そこにマスメディア、とくにラジオ放送の意義がある。地震にともなう津波などの災害の発生を予告するメディアの役割なくして、「安心」は確保できない。その意味では、日本のような災害多発列島では、インターネットや電子メールでできること、できないこと、その区別を意識する教育も学校では必要となる。

(2) 表現の自由とのかかわりで—「音楽と権力—ウラジミール＝アシュケナージと20世紀」

メディア教育のもう一つの側面は、権力との関係である。視聴覚メディアや放送メディアの役割を客観的にみつめなおすことは、歴史をよみなおすことになる。（「現代メディア史」参照）2005年の8月終戦記念日ちかくに放送された番組である。ソ連の産んだ「映画の巨人」エイゼンシュタインや「ナチス帝国」との関わりがあった「民族の祭典」のレニ・リーフェンシュタール、この2人生涯を追うことで、芸術表現が、国家によってどのように発展し、制約をうけているのか、を検討する必要がある。高度な次元ではある。20世紀のすぐれた映像作家の代表である彼らと音楽家とのかかわりを追跡すると、背景音楽の差し替えによって「受け手の印象を操作」できる面などを、高校の段階で学習することも、メディア教育の中にふくまれている。

これらを具体的学ぶには、「情報A」とは別に高校向けにNHK学校放送「メディアを学ぼう」シリーズが企画され、2005年以降、年間20本構成で放送されている。

*（参考）「メディアを学ぼう」全リスト（平成18年度版放送内容から）

①テレビの現在を知る ②企画をたてる ③情報を集める ④情報を編集する ⑤情報を

選択する ⑥情報をデザインする ⑦わかりやすく伝える ⑧CMをつくる ⑨メディアをくみあわせる ⑩ネットワークを活用する ⑪写真で表現する ⑫言葉で表現する ⑬地域のメディアをつくる ⑭CDを作る ⑮アニメーションを作る ⑯ゲームを作る ⑰著作権を考える ⑱著作物を利用する ⑲情報ビジネスを知る ⑳情報を共有する

⑦広告会社のコマーシャル作りは、まず広告主(クライアント)にCMのアイデアを説明するところから始まる。

広告会社のプランナーがアイデア説明のために作成するプレゼンの工夫から解りやすく伝える技術を知る。

⑪プロの写真家はどのような技術を駆使して、写真を制作していくのだろうか。ファッション広告の現場を取り上げ、依頼主との打ち合せ、撮影、撮影後の加工、本やポスターなどの完成にいたるまでを追う。

⑲ネット広告、会員制サービス、データベース、マーケティングなどインターネットを利用した様々な情報ビジネスが生まれてきている。Webサイトの制作や運用のサービスを行う会社を取り上げ、情報が価値を生む仕組みについて学ぶ。

⑳公共機関の無料のウェブサイトを取材し、デジタル社会の公共性について考察する。(詳細は参考資料参照)

■補論■コミュニケーション力をたかめる指導法ーホームページにはない情報からー

最近、あたらしい日本語の教育が注目されている。「論理的な考え方を引き出す」教育である。提唱者のつくば言語技術教育研究所・三森^{さんもり}ゆりかさんによれば、「主語を明確にしてやりとりすることからスタートして、例えば小学校の段階から、目の前の国旗や写真を言葉だけで伝達する学習を月に1回程度行えば、外国語で情報のやりとりをすることが相当に簡単になり、自分たちの立場を明瞭にして議論ができる、と提案している。「情報のやりとり」には、自分自身が責任ある発言をするには、伝えたい相手に的確に伝わる言語技術という「ソフト」の修得があつてはじめてコミュニケーションが成立する。

総合的な学習がきちんと成立するためには、単に情報検索技術やプレゼンテーション技術といった部分的な伝達技術ではなく、自然言語の的確な使い方を身につける「鍛錬」が高校段階でもますます重要となる。立花隆氏は専門教育重視を打ち出した大学でも、東大講義で「理科系・文化系に共通する教養」がどんどん薄くなっていることを指摘し、学生のうちに基礎教養を充実させ、的確な学習スキルを身につけることを具体的に提案している。(『脳を鍛える』新潮文庫)

メディアリテラシーの育成についても、視聴覚放送教育では、水越伸氏や山内祐平氏・藤川大佑氏の理論や実践事例から学ぶことは多かった。しかし、伝統的なメディア表現であるジャーナリズムの立場から武田徹氏は、デジタル時代だからこそ、配慮していくべきことを含めたという著書を最近、上梓した。そこでは、安易な「ビデオづくり」「映像制作」などを批判しながら、自らいくつかの大学等で教授した

経験からくっきりした「調査」><誰にもわかりやすく、読ませる文章の「執筆術」><映像情報とのつきあい方>と3つの視点から「ルポルタージュを書く」ことにポイントを絞って構成されている。

「デジタル時代の情報調査術」ではくっきりした「調査」>が命。ネット以上に書物がカバーする領域は多く、あやふやなことは本人に取材することが一番である、とルポルタージュの手法の効能を述べる。具体的な事例からは、<信頼される情報発信者になる>経験をすることで<批判的視聴読解>ができるようになるーこれが本来の「市民のためのメディアリテラシー」の目標であると読みとれる。そして、武田氏のみならずいづれの論者も学習での生徒の「気づき」（ふりかえり）を重視している。

実際、調べる訓練があつてはじめて情報ネットの限界と取材の必要性が実感できる。「読む」事を通してはじめて表現に必要な豊富な語彙リストが整備される。<誰にもわかりやすく、読ませる文章の「執筆術」>は類書にない説得力をもつ。取材者は完全な専門家になれないことも納得できる。校内放送が教育的な場であることを自覚する人はまだまだ少ない。この文章をよむと、取材と選択の間を往還する「放送コンテスト」の教育的な位置づけがはっきりしてくる。経験的にしか指摘されなかったことが多い。そのひとつが、「表現につながる調査を」という<ひとこと>。同時にメディアのつたえる手法の常套手段そのものについて、「わかりやすさとは疑いにくさ」である、と読者がメディア情報で「過度にわかって、検証を忘れ、安心してしまわないよう」批判精神をわすれないよう、メディアとのつきあい方をどのように接していくか、ひとつひとつ実感のあるリフレクトを読者にあたえてくれる「指南書」なのである。

4 情報との「つきあい方」教育

「活字メディアはクールで分析的、テレビメディアは情緒的で巻き込み型、webはその中間」といわれる。生徒の活動を引き出すメディアとして活用しやすいのがテレビ型素材である。そこで、コンピュータリテラシーばかりが強調される昨今だが、メディアそのものを学習するメディア・リテラシーの実践から視聴覚教育の今後を展望する。

湾岸戦争・テポドン報道などをきっかけにメディア情報とわれわれの「つきあい方」をきちんと教育しないといけない、新聞紙面も読まず、テレビ番組も具体的に視聴もしないで、一方的にメディアを断罪するのではなく、方法論をもってきちんと「ミクロ」に学習させることを試行してきた。（*詳細な報告は国立教育政策研究所との共同研究資料：研究代表・有元秀文、「生きる力」の育成をめざした「コミュニケーション学習プログラ

ムの開発研究」文部科学省、平成13年3月)

メディア・リテラシーの教育については、一般に、メディア被害や自己情報アクセス権の教育とか、コンピュータ情報教育でいう「情報処理能力」「情報発信能力」の教育だと誤解されている。しかし、メディア・リテラシーは、コンピュータリテラシー（コンピュータとのつきあい方教育）ではなく、「情報を識別する能力」「情報の吟味能力」の育成面から社会的に認知されつつある。（2001年に総務省の放送政策課が小中学校向けメディアリテラシーの委託研究資料を全国の教育委員会に配布した。）

数年前、文部省時代のメディア教育開発センター（NIME）で「メディア・リテラシー」ワークショップが開催され、カナダやアメリカより本格的なイギリスの状態が紹介され、国家レベルでコースが開発され、かなり幅広いメディア（写真・新聞雑誌・広告・ポスター・映画・放送）などを対象に、教師がどのように意識を高め、教材を整備したらいいか、70時間もの教師養成コースがビデオテープと一式で放送大学のコースとして用意され、ワークショップでは、一枚の写真・映画の一部をさまざまな角度で検討したり、メディアテキストの成立条件を考察したりと、じつに楽しい時間をすごせた。（*メディア教育入門ワークショップ（佐賀啓男教授）参照 <http://ship.nime.ac.jp/~saga/indexj.html>）

そこで、教室の高校生むけに<TVCM><テレビドキュメント><ニュース><報道写真>を対象に方法を深化させ、<ポスター>や<テレビドラマ><映画>も教材の開発を行った。まず、メディア情報を、理論的に「メディアテキスト」としてとらえ、作り手や受け手の立場から分析する手法をまなぶ。そこでは感想をいわせるだけの「印象」批評ではなく、<作り手>の側からきちんと意識する「分析」をおこなうことで自己の情報の受容を<客観化・意識化>させる。ぼんやりとした<イメージ（イラスト・写真映像や映像・音響など）>をきちんと<コトバ>に直す言語技術から段階的に発表・討論・説得の「言語技術のスキル」を育成する体系が構築できる。

学習段階として4段階を設定し、「現代社会」「倫理」等で授業を行った。

- ① さまざまなメディアの存在に「気づく」：メディアテキストの発見（映像・音声・編集等）
- ② メディアを歴史的にまなぶ：事件を通し「メディアの影響とあるべき役割」を学ぶ
- ③ メディアテキスト（新聞、雑誌、ビデオ、広告など）を制作者の立場になって制作する
- ④ メディアを通して表現する：メディアの特性・制約にあわせた表現し、社会と切り結ぶ

- ① さまざまなメディアの存在に「気づく」：メディアテキストの発見（映像・音声・編集等）

たとえば、30秒程度のテレビコマーシャルを視聴し、「しくみ」に気付かせる。何コマで構成されているか、音声はどのような種類のものが付け加えられているか、映像に加工はされているか？ 海外のユニークな作品の場合日本国内で放送可能か、などの質問を用

意し、ワークシートを埋めながら、生徒と対話する。ここでは、送り手・受け手・メディアテキストなどの理論構成とともに、上野高校でのワークシートを参考資料として示す。(★)

② メディアを歴史的にまなぶ: 事件を通し「メディアの影響とあるべき役割」を学ぶ

たとえば、米西戦争でメイン号撃沈が報じられたのが新聞のフレームアップにより米国とスペインとの戦争につながった事件では、当時発達してきた「ニュース映画」を通して多くのアメリカ人は事件を新聞とニュース映画を通して知り、実際には石炭の爆発による事故であったのに、スペインの不当な攻撃による撃沈と信じた世論におされて戦争開始の声がたかまった。しかも、1950年代になって判明したことは、ニュース映画は「捏造映像」であることを制作者たちが語っている。「実におもしろかったね、みんな本当だとおもってくれたよ」(特撮を駆使した実況風の映像制作者たちのことば)、「カナダの放送局による「映像の夜明け」という番組に詳しい」(邦題NHK/CBC「報道カメラの100年」NHKBS1998年放送)

③ メディアテキスト(新聞、雑誌、ビデオ、広告など)を制作者の立場になって制作する

たとえば、「広告をつくる」教育実践はかなりの数におよぶが、生徒が何をかんがえなくてはならないか、意外と理解されていない。都立上野高校では、「メディアを学ぼう」シリーズのうち、「映画を宣伝する」方法を視聴し、あらためて、選挙をテーマに宣伝を例に政治とメディアが「相互に影響を与えあっている」こと、「メディアを適切に選択し、メディアの流儀にあわせて制作すること」であることに気付かせる実践をおこなった。(平成19年2月「現代社会」都倫研究会・研究授業)

④ メディアを通して表現する: メディアの特性・制約にあわせた表現し、社会と切り結ぶ。

たとえば、テレビゲームにはさまざまな種類があるが、ゲームクリエイターの水口 哲也: ゲームプロデューサー(NHK「ようこそ先輩シリーズ」を視聴し、作る手法を理解したところで)、世の中ではどのような基準をつかって「ゲーム」を評価しているか、生徒自身に考えてもらった。映倫のような「基準」をゲームに対してつけて販売するにはどのような政策がよいのかも論議してもらった。「表現の自由」と「営業の自由」などと内容の是非を考慮した「自主規制」のガイドラインを考えてもらった。放送局や新聞社とのコラボレーション、博物館や美術館との切り結びも考えられる。しかし、学校における社会と「切り結ぶ」行為は、授業として完結することも大切である。そこで、実践可能な手法が、「メディアの評価」の授業である。これは、「ニュースのオーダー」等の方法を参考に発想された。(「視聴覚教育」2001年1月号「メディア教育の現場から」報告)

メディアの学習と平行して、きちんとした言語技術指導の方法論(ヨーロッパでの普通学校でおこなわれていることを取り込んで)にのっとって<分析批評>を行い、テキストの認識を深める、などをおして生徒が「メディアという空気のような対象との距離をもつ」態度形成につなげることができる。

* 平成16年度・全国放送教育全国大会では「メディアリテラシー: 情報の受容と発信」部門で中学校や高等学

校でのさまざまな実践を検討し、授業設計とメディア教育のリーダーである東京大学・山内祐平助教授や福井大学・村野井均教授は「電子メディアだけでなく、授業であつかいやすい紙メディアの活用も大切」「地域のメディア拠点である放送局・新聞などのマスメディアと積極的にかかわり、メディアとの共生関係を築けたらもっとすばらしい」と総括された。

東京都高等学校放送教育研究会では、主としてメディア史と理論、テレビ・新聞・広告などのメディアテキストの分析・再構成・討論などの作業をつうじて、メディアリテラシーのさまざまな可能性を深くとらえなおすため、教室にもちかえることができる全6時間「ワークショップ」を開催し、「小さな一歩」を歩き始めた。(平成18年8月24-25日)

[内容：理論と教室での実践のためのワークショップ//理論編ではテレビの営業と収益構造、業界人とのセッション、教室実践編ではテレビと新聞を中心に、CM面白分析術/ドラマの魅力/ニュースを並べよ！//ドキュメンタリー・隠された文脈、映像の作られ方]なお、ゲームやweb情報の評価方法は現状では世界的にも混戦中で今後の開発が待たれる。

5 これからの課題

2003年9月11日・同時テロ事件以降アフガン空爆まで、多くの人は、テレビメディアの中継で目の当たりに起きたことを「映画のよう」に受け止めている。テレビメディアからの情報がどのように視聴者に受容されているのか、情報メディアとのつきあい方として、これでよかったのか。

現在、新聞・テレビなどのメディア情報は、たとえ「インターネット」がつかえる環境になっても、「はじめて接する情報」として大変重要な位置であり、パソコンはあくまでも情報入手の「補助」手段や「お友達情報の狭い範囲の確認手段」としてしか稼働していないのが現状(『デジタルデバイド』岩波書店)である。ブロードバンド化するインターネットはWEB2.0と呼ばれ、ますますテレビに似た形となる予感がする。コンテンツをどのように視聴者に届けるかを過去60年以上開発してきた放送メディア。メディアと社会の関係は、あたらしい情報メディアが新聞やテレビを払拭・絶滅させるような形ではなく、複数のメディアが、デジタルのプラットフォームの上で、必要に応じた形で提供され、映画や音楽・放送までもがネットやwebで「情報が簡単に入手できる」とこと「情報どのように受容されているのか」とをきちんと区別して考えなくてはならない。

20世紀的マスメディアは依然として人々の心を動かす大きな力をもっている。これを個人単位に矮小化された「ネチケット」やサーバ管理の技術論的テクニックではなく、本来の意味での「情報倫理」「情報の政治学」として、どのように位置づけ、教室でとり扱うかが問いなおされている。

●参考文献・web情報●

- * 菅谷明子『メディア・リテラシー世界の現場からー』
フィンランド・イギリス・カナダなどを歴訪し報告（岩波新書680、2000年）
- * 水越伸『デジタル・メディア社会』『新デジタル・メディア社会』
ソシオ・メディア論による生態誌（岩波書店、1999年、2002年）
- * 山内祐平『デジタル社会のリテラシー』岩波書店、2003
- * BFI（英国視聴覚教育協会）：『メディア教育入門』（Media Education: An Introduction, 1992）
- * 武田徹著「調べる、伝える、魅せる！ー新世代ルポルタージュ指南」（中公新書ラクレ130）
- * 武田徹著「NHK問題」日本放送協会の成立事情から現状・課題までを精確にルポ（ちくま新書635）
- * メディア・ウォッチ：テレビ東京放送のアニメ番組が光障害とその後を追跡したサイト
「その後のピカチュウ」：[://www.geocities.co.jp/Hollywood/1751/jikotyul.html](http://www.geocities.co.jp/Hollywood/1751/jikotyul.html)
- * 梶山 寛「テレビゲーム文化論インタラクティブ・メディアのゆくえ」現代新書
- * 関連サイト：代表的な信頼できるサイト
 - ・【MELLプロジェクト】東京大学情報学環の水越伸を中心とするメディアと社会への変革プロジェクト。：<http://mell.iii.u-tokyo.ac.jp/>
 - ・【FTC市民のメディアフォーラム】同志社大学鈴木みどり教授が主催、広く知られるNPO。コドモとテレビの関係をどうしたらいいのか、が出发点。現在の状況：
<http://www.mlpj.org/>
 - ・NHK「学校放送ONLINE」<http://www.nhk.or.jp/sch/>「体験！メディアのABC」（放送は終了）
 - ・NHKデジタル教材 <http://www.nhk.or.jp/media/>「メディアを学ぼう」（放送中）
 - ・関西学院大学による「メディアを学ぼう」応援サイト
<http://www.med.kutc.kansai-u.ac.jp/~medigaku/>
 - ・民間放送連盟「テレビキッズ」探偵団<http://www.nab.or.jp/htm/ethics/TVkids.html>。
 - ・NIE <http://www.asahi.com/edu/nie/index.html>
 - ・【全国新聞研究協議会】<http://www5a.biglobe.ne.jp/~shinbun/sub1.htm>
 - ・【メディアリテラシー研究会】<http://w3.nms.co.jp/users/jnw/media/media.html>
授業づくり研究会がルーツ。メルマガが秀逸。
- * 杉岡道夫「テレビゲームから学ぶメディア・リテラシー」（「視聴覚教育」58-1、2004年1月号「メディア教育の現場から（4）」として所収）
- * 杉岡道夫「「9.11」報道を素材にした「メディアリテラシー」を深める実践」（DEAR・開発教育協会、「開発教育」No. 48、2003.8「特集 メディアリテラシーと開発教育ー

平和を築く学び」所収)

- * 杉岡道夫「体験！メディアリテラシー教育」（「授業づくりネットワーク」2001年8月号「特集：この夏、おすすめワークショップ」所収、学事出版）
- * 杉岡道夫「ドキュメンタリーを解説する」（藤川 大祐編「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 』」所収・ネットワーク双書「総合的学習」シリーズ、学事出版、2001年）
- * 杉岡道夫「<メディア・リテラシーの授業を創る3>「メディアテキストを解説する—CM・ドラマ・ドキュメンタリー」（「授業づくりネットワーク」6月号、2000年所収）
- * 川口葉子「メディア・リテラシーは日本に根付くのか？」（慶応大学図書館情報学・平成14年）

■参考資料■メディアリテラシー教育を各国で行うよう勧告したユネスコの議決 ■

「グリュンバルト宣言」（ユネスコ、1982年） ■

「私たちは各国政府に訴える。

1. 就学前学校水準から大学水準に至る、また、生涯教育における総合的なメディア教育計画を開発し、支援すること。その目的は、電子メディアや印刷メディアの利用者に、批判的認識力、ひいては、より大きな資質の成長をうながす知識、技能および態度を育てることである。理想的には、そのような事業は、メディア作品の分析、創造的表現手段としてのメディア利用、および利用可能なメディアチャンネルの有効利用やそれらへの参画を取り入れなければならない。
2. 教員やメディア担当者のために、メディアについての彼らの知識と理解を促進する訓練コースを開発し、そして、多くの生徒に既存のメディアとのある程度のしかし断片的なつき合いを考慮した上での適切な教授法によって彼らを訓練すること。
3. 心理学、社会学、コミュニケーション科学のような分野からメディア教育に役立つ研究開発活動を促進すること。
4. ユネスコによって実施され、あるいは、意図され、その上メディア教育における国際協力を援助するような活動を支援し、強化すること」

（坂本昂訳[一部改訳]『メディア教育を拓く』64頁所載1986年、ぎょうせい刊）

- ★平成13年度から15年度まで東京都でおこなった「情報」現職教員養成で担当した「コンピュータデザインの基礎」の講義の一部が含まれる。また、数次にわたって開催された都立学校公開講座等で行ったメディアリテラシー授業と高等学校での教室で行う授業との橋渡しも意識した。

■注001■テレビを授業で利用する利便の改善：デジタル家電（ハードディスク・DVD）革命と教材群

テレビ録画環境の拡充

あたらしい「授業づくり」にむけて、**放送教育と視聴覚教育の伝統を統合**し、授業展開に必要な教材群を手軽に入手できる環境がととのってきた。

従来、テレビ等の放送番組は毎日の番組表にしたがって定期的に放送され、そのため、授業者は、必要な番組を年間を通じて、毎週予約録画をする必要があった。

ハードディスク（HD）レコーダーは「テープ交換不要のまま」長期にわたる番組予約（100時間以上も可能）を飛躍的に簡単にした。その結果、ビデオテープの山が積み重ねられたり、貴重な資料に重ね書きをすることがなくなった。

HDレコーダーでは、**DVD**に書き込む装置が付属している機種が普及してきた。その結果、必要な箇所の「頭出し」が簡単にできる**DVD**に「高速で書き込む」こともできるようになった。具体的には、3時間番組が15分程度で「記録」でき、授業での利用でも、「長いドラマ」を視聴する場合でも、「くり返し見せたい場所」を画面に映し出すことができる。

見せたい内容を手軽に提示

テレビ番組などの授業での利用では、「再生のみ」であるから、高価なパソコンなどの助けがなくても、きわめて「手頃な価格」（再生専用の機材では、1万円程度の機種で）おどろくほど簡単に、「見たい」内容が

「すぐに」利用できる。

自作の教材も、NHKの学校放送番組も、生徒にとって有効な教材なら、授業で使う点では、「革命的」といっていいほど簡単に、**持ち運びも保管もできる**時代となった。ビデオテープに比べて、保管場所をとらないことも、魅力的に感じられている。

どの教師でもつかいやすいオーサリングソフトがほしい

家電化した「チューナーつきHDレコーダー」ではまだまだ困難なことが「編集」である。編集などの「加工」に適しているのはパソコンであった。パソコン用DVDソフトには、閲覧用ソフトと操作・編集ソフト（オーサリングソフト）がある。

従来のタイプは、どちらかというと「専門家むけ」につくられており、**使い勝手**が必ずしも、よくなかった。しかし、蓄積されたソフトを、著作権に配慮しながら、「並べ替え」たり、「メニュー画面」を作成し、「小見出し」をつけるなどの「再編集」するために、教師にとって使い易い、**オーサリングソフト**の出現が待たれる。

「こんないい番組があるから、見てみないか？」と一枚のDVDを手渡したす姿が、ごく普通にみられるようになった。自己研鑽がさげられる昨今、「良い番組」「話題の番組」が見直されたり、すぐれた授業記録が手軽に入手できるようになったのである。著作権上留意すべきは、自分で録画したものを授業でつかうことが原則である。

■注002■ネット教育の現状 著作権教育

どの学校でも、授業を通じた「**著作権**」教育が進みつつある。とくに、生徒に対する「著作権」意識の形成には、必修となった「情報科」が中心といえる。情報科の学習内容は多岐にわたる。その中でネット情報について、閲覧上の注意や電子メールのやりとりのマナー、などの「ネチケット」教育がすすんできている。小学生むけテレビ番組「**メディアのABC**」でも「ネット社会の歩き方」としてドラマ仕立てで、「ケータイ電話」などのあたらしいメディアのもたらす問題点を通して「自分の発信する情報」のもつ重さや匿名情報の「受け取り方」について、注意を喚起している。自他のオリジナルな創造性を尊重する著作権法の基本から、ネチケット教育まできわめて幅広いため、どこまでが著作権教育の範囲かを検討する時期となっている。

文化庁も著作権教育の展開のヒントとなるようHPを開設しており、東京をはじめ、各地の研究会でも「著作権やネチケット」問題の講習会がひらかれてはじめています。また、文化庁による「著作権教育」の学年別モデル授業も提示されている。

所有権による「囲い込み」：知的財産権教育

これらの著作権教育は、JASRAC（ジャスラック）に代表される作曲・作詞・演奏とレコード会社などによる「財産権」の保護が中心に展開している。学校として大きな課題は、どこまでつ

かえるのか、ということであろう。公開の場、とくに、発表会などでの活用がどの程度許容されているか、関心が大きい。著作物の教育的利用については、教育の場での許容度がおおきく変わっている。ぜひ、関連のwebサイトがよく閲覧されている。

■独立行政法人メディア教育開発センター（NIME） <http://deneb.nime.ac.jp/>

■文化庁 <http://www.bunka.go.jp/>



文化庁推奨の（自由利用マーク）「これであなたも著作権なんでも博士」など豊富なコンテンツが用意されている。

註003 ■制約のすくない、表現活動のために：人類の知的遺産の共有化：クリエイティブ・コモンズ

例えば、生徒たちがHP作成やビデオ（DVD）を作成するとき、
①オリジナルなリソース（映像や音源のみ）で作成
②既存の市販リソースを「許諾」と所定の「使用料」を支払って作成
③無料のフリーソフトを「許諾」を得て作成
これまでは、この方法に限られていた。

ところが、webやデジタルリソースの制作会社を中心に、**著作物の「共有化」**をめざす団体が出現した。「囲い込み」ではなく、「一定の制約のもと」で「自由に利用できる」ことを了解する方法が、アメリカを中心に発生してきた。1970年代に「個人が創造性をのばす、自由なデジタル社会」を夢見たアラン・ケイのような合衆国の西海岸「ハッカー」たちの発想が連綿として生きている。

世界中の携帯電話の心臓部につかわれているトロンチップも、このような考え方にちかい。**トロンプロジェクトの坂村健氏**の「公開」の姿勢と類似しているといえる。

日本でも、「**クリエイティブ・commons**」が音・映像・教育ソフト・映

像などを自由に利用しあえるため、他の人々が土台にしたり共有したりするのに使えるクリエイティブな作品の幅を広げることを目的に活動している。

■ホームページ <http://www.creativecommons.jp>

【補足2】使いやすいポータルサイトの充実

――学校放送ONLINEの動向に注目――

2000年に開設されたインターネット「学校放送オンライン」は、まず、制作番組の

周知と教室の教員とのやりとり、さらに教室でも生徒とのやりとりができる点からも、画期的な企画といえる。

自作番組とプロの制作した放送番組は、ビデオパッケージと異なり、利用者の声に反応して番組の改善が行われてきた。番組の善し悪しは番組を放送するとすぐに現場から反応が戻り、番組改善と利用サービスの向上も見込めるようになった。

教材作成の双方向性を見込んで始めたのが、NHK学習動画データベースである。パソコン上(MPEG II)で、番組のビデオクリップ(数分程度の番組)を多数作り、それをコンピュータのサーバーにデジタルで貯めて、提供する方式である。家庭や学校でも利用できるようなものもあわせて作成したデータベースは、今後ひろがる「ブロードバンド」なら利用可能となる。小学校向け番組では総合学習番組「おこめ」がモデル番組である。

まずは、百科辞典的な「学習動画データベース」が放送と連動し始め、さらに、「ミミ号の冒険」がモデルとなるストーリーに沿って、テキストに沿って必要な情報や画面がみられるよう、フルデジタルで制作されるという。将来的には各地の放送局単位で地域・学校で制作した資料を動画クリップに取り込み、統計データ・図表・グラフィックなども整備していく構想である。新設の「情報科」はこのデジタル形態での開発が期待される。

*ストーリーの魅力と有効性は、佐賀貫男氏が「ミミ号の冒険」と「パレンケ」を比較している。<http://ship.nime.ac.jp/~sa>

ga/indexj.html

*鈴木克明氏はデジタル化されたミミ号についての最新情報を付加紹介。

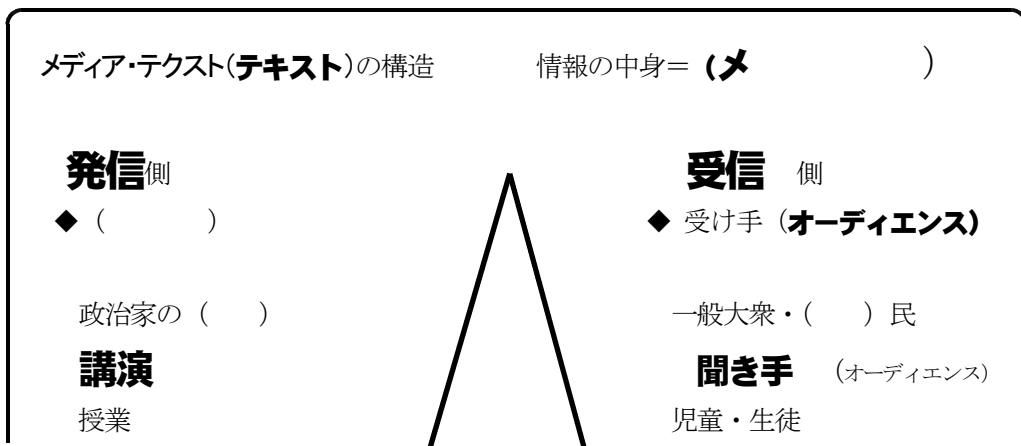
21世紀を生きる力として大切なのは、自分の手で課題を発見し、解決の手で探索し、情報を収集し、再構成し、表現し、伝え、課題を解決するということに結びつけていくモデルとして「ミミ号の冒険」をCD-ROM版で再検討してほしい。*<http://www.gsis.kumamoto-u.ac.jp/ksuzuki/resume/books/1998NHK.html> (財)日本放送教育協会(1998)『マルチメディア時代の番組・教育ソフト研究報告書(3年次)』NHK学校放送番組部からの受託研究、分担執筆(インタラクティブ性を生かした教材開発～村川提案は「ミミ号」を超えるか?～)

情報メディアと人間シリーズ・現代社会と情報メディア

- ①インドの衝撃：グローバル化する社会と伝統社会の激変 BRICS理論 ビッグパザール」のゆくえ
- ②テレビ（放送）メディアの仕掛け： （1）放送番組と収益のしくみ（2）テレビコマーシャルを考える
- ③歴史に学ぶ：事件にみるメディアの社会的影響 メディア情報が起こした「敵意＝愛国心」「危機感」「安心感」
- ④グローバル企業のメディア「戦略」：映画のケース
- ⑤アメリカの「政治」とメディア：：大統領選挙、アジェンダ設定、アメリカ流デモクラシー
- ⑥地球環境問題のルーツ「成長の限界」：未来を予測するシステムダイナミクス
- ⑦「環境倫理」のロジック（論理）と世界の環境政策

<<現代の情報理論>>送り手、受け手、メディアテキスト、媒体（メディア）

- A 送り手と受け手を通信装置をヒントに考察 **シャノン・ウィーバーモデル**
 1948年「A Mathematical Theory of Communication」
 <途中に**ノイズ**（雑音）がはいると内容に誤りや歪み（ゆがみ）が発生する>
 <メッセージを伝えるには、ノイズを取り除けばよい>
- B 「**にんげん**」は、単純に受け取ったりしない、意味を読み出し、付加する。
 B-1（**オ** ・**リ** ）理論 **一般大衆 と リーダー**
 マスコミの場合（新聞・雑誌・テレビ）**コメンテータ**（ご意見番）に共鳴
 ファッションの場合、逆に利用している **エビちゃんブーム**
- B-2（**受け手**は積極的な「**読み手**」＝読者論型）



マスメディア (媒体)

新聞
雑誌
放送

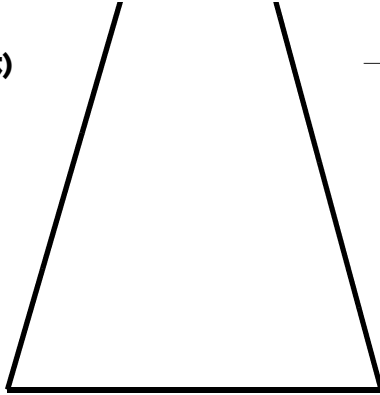
一般大衆・()

ネット

検索エンジン

ケータイ

ケータイ



多様な**メディアテキスト**

・街頭の ()
・看板・ネオン・電車内の「**中吊り**」広告

写真・イラスト・らくがき

文字・映画・テレビCM
娯楽・天気予報

ドラマ・ニュース・ドキュメント

放送・新聞・ケータイ



現代の**メディア環境**は、メディアの発達とともに、拡大し、

<にんげん>を取り巻き、それぞれのメディア独自の**形と論理**をもっている。

②テレビ（放送）メディアの仕掛け（1）：収益構造 と営業

（1）放送番組と収益のしくみ

放送局は、2種類ある。公共放送＝NHKと商業放送＝みんなの放送＝民放である。

日本では放送局は、免許を与えられる。公共の電波をつかって営業しているからだ。「放送法」では、内容と運営が健全であること、政治的中立を保つことなどを条件に、だれでも無料で、視聴できる「民放」と、視聴料を払う「日本放送協会」（NHK）、CATVや衛星を通じて視聴できる有料テレビ（pay-TV）とがある。

雑誌や新聞の購読者は、カネを払って「印刷された記事」入手する。

紙面の約（ ）%、ほとんど広告といえる。

500円で購入できる雑誌、タダで入手できる雑誌では、

→本体の「売り上げ」より雑誌校区などの「広告収入」が多い。

Q1 チャンネルと「系列ネットワーク」とは？ ① JOAK＝NHK総合 ③ JOAB＝NHK教育

テレビ朝日（ANB＝JOEX）－ ⑩

朝日放送（ABC） J00R ⑥

東京放送（TBS＝JOKR） ⑥

毎日放送（MBS）

テレビ東京（JOTX）－ ⑫

テレビ大阪（TV0） ⑭

フジテレビ（JOEX）－ ⑧

関西テレビ（KTV） ⑧

日本テレビ（NTV）－ ④

読売テレビ（YTV） ⑩

Q2 テレビ局などの「放送局」は何を売っているのか？

①番組そのものを全国の放送局に販売する

②番組の間や番組と番組との間の時間を、広告の時間枠として企業に販売する

③広告の時間枠をキー局（東京にある主要な放送局）に買い上げてもらう

④番組タイアップを広告代理店といっしょに行い、制作費を企業に負担してもらう

Q3 「広告」と時間枠との関係結びつけなさい。

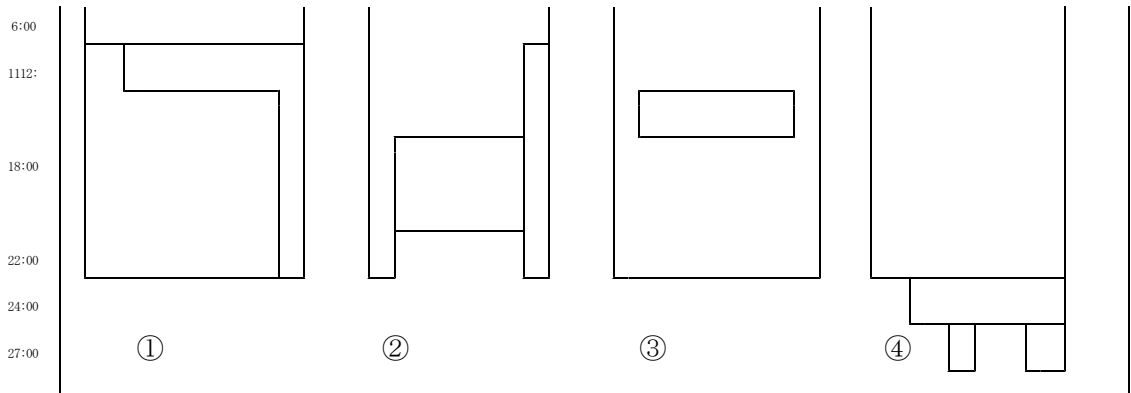
4:00

日 月 火 水 木 金 土

日 月 火 水 木 金 土

日 月 火 水 木 金 土

日 月 火 水 木 金 土



A VMW/VOLVO/投資信託/野村証券/u f j /三菱/トヨタ/入れます保険aflac

B sony/sharp/panasonic/toshiba/hitachi

C X-box/avex-tracs/HMV/tutaya/nintendo/v-cinema/vap/nova/

D 大正製薬/やずや/お口の恋人LOTTE/明治ブルガリアヨーグルト/文明堂

E ~~ファブリーズ/アタック/バンテーン/ローレル/クノール/デイズ/ニール/ランドアニバーサリー/ionn/7&i/am/pm~~

メディアには、**必ず**、情報をつたえたい、対象とする「**ターゲット**」がある。

企業は、対象に情報を知らせ、契約や購入を取り付けて、利益をあげる目的。

情報メディアと人間シリーズ・現代社会と情報メディア

②テレビ（放送）メディアの仕掛け（2）：営業活動と 広告

（2）テレビコマーシャルを考える

「広告枠」の価格とは？

秋田放送

日本テレビ

台東c

atv

巨人戦の合間

人気ドラマ

ニュース

アニメ

ヒット映画

・ テレビ広告の分析方法

◆ターゲットは誰？

子供/YA/成人/高齢者/独身/カップル/男女/貧富/特別な対象

--	--	--	--	--

テロップ（タイトル・文字）

ナレーション

SE(効果音)

M(BGM、音楽)劇伴

◆ショットの数は？

★ショットの構図は アップサイズ バストサイズ
ツースhot

◆つながりは、 アセンブル(直接つながり)
ズームイン アウト フェイドイン アウト
タイトルは？

★ 音声はどの程度加工されているか？

現場音のみ → ライブ(生)中継? リアルな感じ 迫ってくる感じ

ナレーション吹き込み → かぶせてある場合、ミックスしてある場合
ドラマの音は 後入れが多い。
映画の場合、すべて **ダビング**
(決して現場音は使わない)

a

<< >> 秒・shot数(()) ◆ターゲットは誰？

子供/YA/成人/高齢者/独身/カップル/男女/貧富/特別な対象

テロップ (タイトル・文字) -----

ナレーション

SE (効果音) -----

M (BGM、音楽) 劇伴 -----

ストーリー：

メインターゲット

制作者が伝えたい 隠された価値観
 制作者が意図はしないけど 伝わる価値観
 美醜
 真偽

好感/嫌悪感
アジェンダ設定

b

<< >> 秒

◆ターゲットは誰？

子供/YA/成人/高齢者/独身/カップル/男女/貧富/特別な対象

象



テロップ (タイトル・文字) -----

ナレーション

SE (効果音) -----

M (BGM、音楽) 劇伴 -----

ストーリー :

メインターゲット

制作者が伝えたい 隠された価値観
制作者が意図はしないけど 伝わる価値観
美醜
真偽
好感／嫌悪感
アジェンダ設定

★「映画」のキャンペーンを参考（「メディアを学ぼう第9回」）に、企画しなさい。（15分）
◆ 合衆国アメリカの大統領選挙は、議会で多数派を占める政党から首相や大統領が選出される「議員内閣制」と比較して、国民により直接選ばれた「中間選挙人」による選挙となる、独特なたちである。

そのため、メディアを使った政治キャンペーンが盛んに行われ、電話などによる個別の投票依頼もふつうに行われてきた。

アメリカ合衆国では、大統領選挙は国民の関心も高く、個人の「価値観」に大きな影響をもつ。

かつて、妊婦の墮胎をどのように考えるかが、争点となったこともある。

◆最近では、現職大統領に対抗する2大政党の中で、争点は2つに絞られてきた。

イラク戦争への派兵を強化する共和党・現職大統領（ブッシュ）に対して、民主党は「撤退」を主張し、

議会では多数はとなった。さらに、民主党内では、「格差社会」への対応について、元大統領夫人（ヒラリー）は<社会保険システムの充実>、<国民皆保険制度の導入>を積極的にすすめるとする黒人候補（オバマ）の立候補が話題となっている。

◆ A-Hから優先すべきことを下に記入し、全体として①～⑨にどんな布石を打っていくのか、

グループで意見交換をして、教室で理由をつけて発表して下さい。（15分）

X=口コミ

①

②

③

④

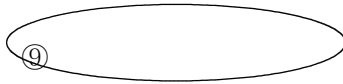
⑤

⑥

⑦

⑧

⑨



- A 放送メディア A-1 人気番組への出演
 (日本の場合、徹子の部屋・タモリ・みのもんた・波瀾万丈・WBS)
 A-2 ニュース番組のコメンテータ
 A-3 公開討論番組(全国 生中継)
- B プレス(報道用)資料の充実
- C メディア・イベントへの積極的出演(スポーツ、芸能、災害、福祉等)
- D 活字メディア
D-1(書籍の出版・政策中心の書籍) D-2(人物伝風の) D-3(雑誌、新聞記事)
- E 映像(ビジュアル)メディア E-1(広報ビラ) E-2(ポスター) E-3 (TVCM)
- F タイアップ (何をどこの分野の会社と タイアップしたらいいか?)
- G web(ネット)メディア
G-1(メールマガジン) G-2(HPの充実) G-3 (ブログ:b-log) SNS
- H 演説・遊説 (各都市)(各週毎)(全国くまなく)

メディアを学ぼう ⑨ 番組視聴 「いろいろなメディアをつかう」

映画の宣伝部（ワーナーブラザーズ日本支社）の仕事とは？

◆「映画」のキャンペーンを参考（「メディアを学ぼう第9回」）に、必要な考えを整理しなさい。
（15分）

◆0 →「チョコレート工場の秘密」 ---イメージを固める

◆ターゲットは（ ）と（ ）

① X=ロコミ

②

③

④

⑤

⑥

⑦

⑧

⑨

A 放送メディア

A-1 ニュース・バラエティ番組人気番組への出演

（日本の場合、徹子の部屋・タモリ・みのもんだ・波瀾万丈・WBS）

A-2 監督・スター・評論家コメント

B プレス(報道用)資料の充実 **おみやげ(ノベルティグッズ)**

C メディア・イベントへの積極的出演(舞台あいさつ、監督談話・映画スター ファン集
い)

例 周防監督出演「ぼくはやってない!!」

D 活字メディア D-1(書籍の出版) D-2(雑誌メディア・映画評論) D-3(新聞記事)

E 映像(ビジュアル)メディア E-1(広報ビラ) E-2(ポスター) E-3(TVCM)

F **タイアップ** (何をどこの分野の会社と タイアップしたらいいか?)

G web(ネット)メディア

G-1(メールマガジン) G-2(HPの充実) G-3(ブログ:b-log) SNS

H 試写会 での直接の反応 (各都市)

★→ チラシは? → ポスターは? いつから、どこに、どれくらいの枚数? → テレビCM(予告編)を打つ

雑誌記事になるよう紹介してもらう プレス資料の整備 **おみやげ(ノベルティグッズ)**

タイアップの相手探し → 自社から提携 原作本の腰帯広告へフォトを提供 書店店頭に並べる 「平台」展示

→ 広告代理店経由では 液晶テレビ(ナショナル)