

# メディアリテラシー教育の現場～人財あおもり丸の実践

07H2013 岩下恵子

## 1. 本研究の目的

本研究では、現在日本においても拡がりを見せているメディアリテラシーに関する取り組みについて取り上げる。メディアリテラシーの定義は、国や地域によって様々であるが、鈴木みどりは「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<sup>1</sup>に分析し、評価し、メディアにアクセスし、多様な形態でコミュニケーションを創り出す力を指す。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（鈴木1997：6）」と定義している。本研究は鈴木が提唱するこの定義を用い、メディアリテラシーに関する取り組みについて考察していく。そこで事例として取り上げるのが、青森県で行われているメディアリテラシーに関する取り組み「人財あおもり丸」である。

人財あおもり丸とは、高校生が自分たちの地域で活動する人を見つけ出し、その人を「人財」として紹介するための3～4分のテレビ番組を制作するという取り組みである。活動期間はおよそ半年間で、期間中に参加者は月に1度開かれるワークショップに参加し、放送局員や大学生サポーターと共に、カメラの使い方や取材・編集の仕方を学んでいく。人財あおもり丸は2006年から始まり、2010年で5年目を迎える。この5年間に取り組みに参加した高校は合計8校で、参加した高校生の合計は98名にのぼる。メディアリテラシーに関する取り組みという視点からみると、放送局員と高校生だけではなく、大学生、大学教授、県職員、さらには地域住民をも巻き込みながら活動が展開されていることは、全国的にみても珍しい。

そこで本研究では、人財あおもり丸のこれまでの取り組みを明らかにするとともに、参加者である高校生らにとって、この活動が「メディアリテラシー育成の場」として機能しているのかを明らかにすることを目的とする。

## 2. 調査対象と方法

人財あおもり丸のこれまでの活動を明らかにするため、過去5年間の人財あおもり丸への参加者を対象とした質問紙による追跡調査を行った。調査期間は2010年10月20日から11月15日とし、過去5年間の全参加者98名中72名から回答が得られた。

追跡調査で用いた質問紙では、高校生活、人財あおもり丸の感想、高校卒業後の進路と将来の夢、ふるさと青森県に対する想い、メディアとの付き合い方の5項目について尋ねた。また、質問紙を作成するための事前調査を兼ねた聞き取り調査を、2009年度の人財あおもり丸の参加者18名を対象として行った。調査期間は2010年7月から10月で、全参

<sup>1</sup> ここでいう「クリティカル」とは、テキストの文脈で支配的なコミュニケーション構造に反対する立場、あるいはまたテキストの意味、歪み、価値観を伝えるメッセージに関してそれらを熟慮し吟味する立場である（カナダ・オンタリオ州教育省編 FCT 訳 1992）。

加者 18 名中 15 名から協力を得ることができた。

### 3. メディアとの付き合い方

以下では論考の一部として、人財あおもり丸の参加者らのメディアとの付き合い方について紹介する。参加者が普段テレビとどのように付き合っているのか、またメディアリテラシーに関してどのような考えを持っているのかについてみてみたい。

#### 1) テレビに関する傾向

参加者らのメディア別接触時間とメディア別必要度をみると、どちらも上位はテレビではなく、携帯電話やインターネットであった（表 1、2 参照）。しかし「テレビが好き」「テレビからの情報を信用している」という割合はそれぞれ 8 割を超えていることがわかった。これらのことから人財あおもり丸への参加者は、テレビと強い結びつきがあるのではないかと考えることができる。

表 1. メディア別接触時間

	低群(1時間以下)	中群(2・3時間以下)	高群(4時間以上)	無使用群
テレビ(n=72)	34.7% (25)	41.7% (30)	23.6% (17)	0% (0)
テレビゲーム(n=72)	18.1% (13)	16.7% (12)	2.8% (2)	62.5% (45)
新聞(n=72)	48.6% (35)	0% (0)	0% (0)	51.4% (37)
インターネット(n=72)	36.1% (26)	25.0% (18)	11.1% (8)	27.8% (20)
携帯電話(n=72)	29.2% (21)	34.8% (25)	36.1% (26)	0% (0)

表 2. メディア別必要度

	とても必要	やや必要	あまり必要でない	まったく必要でない
テレビ(n=72)	34.7% (25)	50.0% (36)	12.5% (9)	2.8% (2)
テレビゲーム(n=71)	5.6% (4)	16.7% (12)	40.3% (29)	36.1% (26)
新聞(n=71)	43.1% (31)	36.1% (26)	12.5% (9)	6.9% (5)
インターネット(n=72)	34.7% (25)	54.2% (39)	11.1% (8)	0% (0)
携帯電話(n=72)	45.8% (33)	40.3% (29)	12.5% (9)	1.4% (1)

#### 2) メディアリテラシーに関する傾向

メディアリテラシーへの関心について尋ねたところ、「とても関心がある」「やや関心がある」と回答した人は全体の約 7 割を占めていた。メディアリテラシーの必要性については、「とても必要である」「やや必要である」と回答した人は全体のおよそ 6 割を占めていた。さらに、「メディアリテラシーはあなたにとってどのようなものだと思いますか」と尋ねたところ、「大切なものだと思う」「自分自身を成長させてくれるもの」「役立つもの」「生きていく上で必要なものだと思う」といったあいまいな回答が目立ったが、中にはメディア

リテラシーの構成概念に踏み込んだような回答もあった。

- |   |
|---|
| A「情報社会の現在において、情報に惑わされないようにするために必要なものだと考える。 <u>情報の真偽を見抜くことは自分を守る1つでもあると考える</u> 」 |
| B「 <u>テレビでやっている情報が正しいかどうかを見極める必要がある</u> 、正しいものを見つけるための一つの手段として考えている」            |
| C「 <u>情報はすべて正しいとは限らないので、自分で情報を正しいか間違っているかを判断して考えることも大切だと思います</u> 」              |
| D「 <u>1つの番組がどのような構成でできているか、カメラマンの視点やディレクターの目線、編集の目線になってみること。</u> 」              |

A~Cの回答は、メディアからの「情報の真偽を見極めること」がメディアリテラシーであると捉えている。しかし、メディアが伝える情報は真実そのものではなく、メディアの作り手・送り手によって常に構成されている。そのため「情報の真偽を見極めること」は直接的にはメディアリテラシーになり得ないと考えられる。他方、Dの回答は、メディアリテラシーの構成概念に非常に近い内容となっている。「メディアはすべて構成されたものである」「メディアは現実を構成する」というメディアリテラシーの基本概念を含んだ内容となっている。

#### 4. 人財あおもり丸の実践

ここまでみてきた参加者らのメディアとの付き合い方から、人財あおもり丸が「メディアリテラシー育成の場」として機能しているのか考えたい。

人財あおもり丸の参加者は、携帯電話やインターネットなどのテレビ以外のメディアとの付き合いの多さもみられたが、全体的にテレビが好きな人、テレビからの情報を信用している人の割合がそれぞれ高いということがわかった。NHK放送文化研究所が行っている「日本人の意識」調査からも、日本人にとってのテレビの存在感の強さが伺える。「日本人の意識」調査の第3回（1983年）からはじまった「欠かせないコミュニケーション行動」を尋ねる質問で、普段の生活で欠かせないと思うことに「テレビを見ること」をあげた人は、全ての調査年の全ての年齢層で70%~90%を占めている（佐藤2008）。人財あおもり丸の参加者のうち、自分専用のテレビを持っている人の割合が全体の6割、テレビが好きな人の割合、テレビからの情報を信用している人の割合がそれぞれ8割を超えていたことから、テレビが欠かせないコミュニケーション行動となっていることがわかる。

しかし、メディアリテラシーという観点からみると、テレビから流れてくる情報を信用

している人の割合が8割を超えたという事実には注意を払わなければいけない。なぜなら、メディアリテラシーではメディアからの情報をそのまま受け取るのではなく、批判的な立場にたって解釈する姿勢が求められているからである。ここで参加者のメディアリテラシーに関する傾向についてしてみると、メディアリテラシーに関心を抱き、さらにその必要性を感じてはいるものの、具体的にメディアリテラシーがどのようなものであるかは、はっきりと把握できていない状況であることがわかった。そのため、人財あおもり丸が「メディアリテラシー育成」の場として機能していると断言することはできない。

しかし一方で、「人財あおもり丸へ参加してみて、自分自身に何か変化はありましたか」という質問に対する回答をしてみると、「どのように作り、どのように取材したのかなど、作り手のことも考えてテレビを見るようになった」「人に伝える側の難しさを、情報を受け取る側でしかなかった自分が参加することによって初めて知ることができ、双方からの視点を持ってメディアを見られるようになった」「仲間との意見交換を通して、さまざまな視点での捉え方があることを学んだ」といったような回答が数多く得られ、このことから参加者には「テレビの見方」に関する変化が生じていたことがわかる。人財あおもり丸への参加者はメディアリテラシーへの理解が未だ不十分ではあるが、取り組みに参加したことによりテレビの見方に変化が生じていた。普段、情報の受け手の立場である高校生が送り手の立場に立ってテレビを見られるようになったことは、メディアリテラシーの視点からみても大きな変化であるといえる。さらに、参加者自身が感じた変化はテレビの見方だけではなく、高校生らの語りから「コミュニケーション」や「地域への想い」「将来の夢」など、さまざまな方面で変化が生じていたことがわかった。

以上のことから、人財あおもり丸は、メディアリテラシー以上の社会的なリテラシーを身につけることができる場となっているのかもしれない。半年という短い活動期間ではあるが、その間に高校生たちは確実に何かを学び取り、成長していった。人財あおもり丸へ参加した経験は、参加者らのこれから先の将来に様々なかたちで活かされていくのではないだろうか。

#### 参考文献（要約部分のみ）

- ・NHK 放送文化研究所（2006）『2005年国民生活時間調査報告書』
- ・オンタリオ州教育省編 FCT（市民テレビの会）訳（1992）『メディア・リテラシー：マスメディアを読み解く』リベルタ出版
- ・佐藤俊樹（2008）「テレビを理解する Understanding Television—データからみらメディア空間の現在」NHK 放送文化研究所（2008）『現代社会とメディア・家族・世代』新曜社
- ・鈴木みどり（1997）『メディア・リテラシーを学ぶ人のために』世界思想社
- ・吉見俊哉・水越伸（2001）『メディア論』放送大学教育振興会 放送大学教育振興会