

総合的な学習の時間における放送番組「メディアのめ」を活用したメディアリテラシー教育の試み

A Trial of Media Literacy Education on the Period of Integrated Study Using a Broadcast Program “Media no Me”

阿部 学¹⁾

Manabu ABE

日本においては、メディアリテラシー教育の普及はまだ十分ではないという指摘がある。そこで、本稿では、2012年4月に始まった「メディアのめ」という放送番組の教材としての可能性について検討する。「メディアのめ」をみると、その活用方法には、(1) モデル指導案にもとづいた活用、(2) 1 放送を複数の時数に分けての活用、(3) 1 放送の必要な部分のみを抽出しての活用、(4) 「メディアのめ」を視聴させる授業に他の授業を組み合わせるといった活用、(5) 教材研究での活用という方法があると考えられる。また、実際に筆者が構想・実践した事例を取り上げ、「メディアのめ」を授業という複雑な文脈にいかに取り入れるかが重要であるかということを検討した。

キーワード：メディアリテラシー、放送番組、メディアのめ、総合的な学習の時間

1. 問題と目的

日本においてメディアリテラシー教育が注目され始めたのは、1990年代後半である。その背景には、当時、「やらせ」や暴力表現など、テレビに関する諸問題が指摘され始めたことがある¹⁾。したがって、当初のメディアリテラシー教育は、テレビなどの映像メディアを扱った授業が主であった²⁾。

さらにその後、テレビゲーム、インターネット、携帯電話など、様々なメディアに関する問題が指摘されるようになり、そうした新たな課題に応じた授業もみられるようになった³⁾。

また、私たちをとりまくメディア環境は、日々変化している。携帯電話を例にすれば、最近では従来型の携帯電話に変わって、より多機能のスマートフォンが普及し始めている。そして、スマートフォン普及に伴う新たな諸問題も指摘されるようになってきた。このような状況においては、基礎的な事柄から最新の題材まで、メディアリテラシー教育のより一層の充実が求められるところである⁴⁾。

しかし、日本においては、メディアリテラシー教育の普及はまだ十分ではないという指摘がある。

たとえば、浅井（2011）は次のようにいう。

メディアリテラシー教育が広がるためには、各教科で学習指導要領に記載される等のカリキュラム化が必要であると考えられる。しかし、現状ではそのようなカリキュラムが開発されておらず、メディア・リテラシー教育が広がっていない。⁵⁾

また、藤川（2008）は次のようにいう。

学習指導要領にメディアリテラシー教育の扱いを明記し、最新の問題を踏まえた教材を毎年学校に提供することが必要です。できれば、教師にあまり負担がかからない形で、どこの学級でも授業ができるような教材を普及させるとよいでしょう。⁶⁾

これらの指摘からは、メディアリテラシー教育の充実のためには、モデルとなりうるカリキュラムの共有や、扱いやすい教材の開発・普及が必要であることが理解される。メディアリテラシー教育には、教科書や資料集、あるいは指導書にあたるものが公的に用意されているわけではない。メディアリテラシー教育に体系的に取り組もうと思えば、自ら教材を探し、カリキュラムを創造してゆかなければならない。また、よくみうけられる実践のように、テレビ局などメディア関係者の協力は常に得られるわけでもない⁷⁾。メディアリテラシー教育に取り組むためのハードルはたしかに高いといえる。

¹⁾ 千葉大学大学院人文社会科学研究所博士後期課程
Graduate School of Humanities and Social Sciences,
Chiba University

こうした課題を乗り越えるための一案としては、メディアリテラシー教育で取り組むべき題材が網羅的に扱われており、かつ手間なく気軽に扱える教材が用意される必要がある。もちろん、学習指導要領の改訂に期待するという道もあるが、それを待たず、教材の開発・普及の試みによって解決できる面は大きいはずである。

他方、2012年4月、NHK・Eテレで「メディアのめ」⁸という10分間の番組の放送が始まった。番組ホームページによれば、この番組は、「小学生がメディアリテラシーを身につけることを目的とした番組」である。また、数あるNHKの学校向け放送番組教材の中では、総合的な学習の時間用の教材として位置づけられている⁹。この「メディアのめ」では、後に詳しくみてゆくが、従来から扱われてきた内容から、比較的最近になって指摘され始めた内容まで幅広く扱われている。さらに、各放送回は、10分間すべてがウェブサイト上に無料で公開されている¹⁰。アカウントの登録なども必要なく、ネット環境があれば、どこでも視聴することができる。

こうした特徴から、「メディアのめ」は、メディアリテラシー教育の普及の課題を乗り越える一助となりえるものだと期待される。ただし、「メディアのめ」は放送開始からまだ日も浅い。多様な活用方法が検討されるべきであろう。そこで、本稿では、「メディアのめ」の教材としての特徴の分析と、ある小学校の総合的な学習の時間で実際に行った授業の報告から、どのように「メディアのめ」を活用することができるかを考える。

2. 「メディアのめ」の活用方法の検討

まずは、「メディアのめ」に、教材としてどのような特徴があるのかをみてゆきたい。

最初に、大枠を確認しておこう。「メディアのめ」は、男子中学生のタレントが、解説役のジャーナリスト・池上彰氏とともに、メディアについて学習してゆくという設定になっている。1放送で1つのテーマが取り上げられる。1放送の放送時間は10分間である。放送回は全部で20回である¹¹。

取り上げられるテーマにはどのようなものがあるか。番組ホームページに記されている放送タイトル一覧を表1に引用する¹²。

表1 「メディアのめ」の放送タイトル一覧

放送回	タイトル
1学期 メディアリテラシー入門	
1	写真一枚で世界を切り取れ!
2	実感! 音のちから
3	お客の心をつかむ! ポップの言葉

4	工夫がいっぱい! 新聞づくり
5	パッケージが伝えるメッセージ
6	発見! グラフのちから
7	世界とつながる! インターネット
2学期 メディアの力	
8	流行をリード! ファッション雑誌の作り方
9	「命」をふきこむアニメーション
10	気持ちを動かす! CMのひみつ
11	知ってる? ニュース番組の舞台裏
12	選びぬいてつなぐ! 映像編集
13	話の流れを作る! 構成の工夫
14	感動を生み出す! ドラマの演出
15	さがしてみよう! 共通のイメージ
3学期 ネットとのつきあい方	
16	伝わる! 上手なメールの書き方
17	どうしてタダ? インターネットのサービス
18	匿名? 本名? インターネットでのつき合い方
19	著作権へのせていい? OKとNGの境目~
20	検索めざせ! リサーチの達人~

表1に示されるように、「メディアのめ」では、20種の多様なテーマが扱われている。このうち、第1回で扱われる「写真」や、第2回の「音」、第11回の「ニュース番組」などは、メディアリテラシー教育が注目された当初から扱われてきたテーマだといえよう。一方、第16回以降のテーマなどは、比較的最近になって指摘され始めた課題を扱ったものだといえよう。このように、「メディアのめ」では、基礎的とされるテーマから最新のテーマまでが、幅広く網羅されている。

次に、内容の扱われ方についてみてみよう。「メディアのめ」はわずか10分間の番組ではあるが、1回で扱われる内容は豊富である。たとえば、第1回「写真一枚で世界を切り取れ!」は、「写真は、「アップ」で撮るか「ルーズ」で撮るかで見え方が全く違う。切り取り方で伝わるが変わることを学ぶ」¹³という内容が描かれているものであるが、実際の放送では、「アップ」と「ルーズ」のスポーツ写真の比較、スポーツカメラマンの撮影の様子、スポーツカメラマンの撮影時のコツ、同じ事件を撮影したねらいの異なる2枚の報道写真の比較、出演の男子中学生による写真撮影の実演、解説役の池上彰氏からの「身の回りの友達やものをねらいにあわせて切り取る!」という課題の提示、といった豊富な内容が描かれている。他の放送回も、このように豊富な内容が描かれる傾向にある。

このような特徴のある「メディアのめ」であるが、具体的にはどのような活用の仕方がありうるだろうか。

第一に、モデル指導案にもとづいた活用が考えられる。

番組ホームページには、現役教師が作成したモデル指導案（45分）が公開されている。その指導案は、「メディアのめ」の視聴を組み込んだものであり、番組視聴のねらいや、視聴後にどういった発問をするのかといったことも記されている。また、指導案に応じたワークシートも公開されている。このモデル指導案をそのまま活用したり、児童の実態に併せて必要な箇所を変更したりしながら、授業をすることが一案である。

なお、モデル指導案は、1放送につき1つ公開されている。すなわち20種の異なるテーマの指導案が用意されていることになる。表1にあるように、番組側からは「1学期 メディアリテラシー入門」から始まる学期ごとの目安が示されているが、この順番に応じて1授業ずつ実施してゆくことで、結果として、メディアリテラシー教育として必要なテーマをかなりの程度網羅したカリキュラムを構想することが可能であろう。

第二に、10分間の番組を複数の時数に分けての活用が考えられる。先に確認したように、1回の放送で扱われる内容は豊富である。45分で完結するモデル指導案どおりの活用でなく、複数の時数に分けてより丁寧に取り組むという活用の仕方もよいだろう。たとえば、第1回「写真一枚で世界を切り取れ！」では、写真というメディアの特性についての理解と、実際に写真撮影を行うことの2回に分けるといったことも可能だと思われる。あるいは、スポーツ写真を扱う回と報道写真を扱う回で2回に分けるといったことも可能であろう。

第三に、10分間の番組のうち、必要な部分のみを視聴させるという活用が考えられる。写真に関することの中でも、特に報道写真について扱いたいと思えば、番組のその部分だけを視聴させるということでもよいだろう¹⁴。

第四に、発展的な活用の仕方として、「メディアのめ」視聴の授業に、他の授業を組み合わせることが考えられる。「メディアのめ」では内容が豊富に描かれているが、そこで描かれている内容が、そのメディアに関するすべてのことというわけではない。教師の意図によっては、発展的な内容や、そのメディアに従事する人と連携するという要素などを加えることもできよう。

第五に、間接的な活用の仕方ではあるが、「メディアのめ」を教材研究に用いるという活用もありうる。豊富な内容が描かれている「メディアのめ」を視聴することによって、わずか10分間でそのメディアに関して扱うべき内容の大枠を掴むことができる。番組視聴が、教師自身が独自の教材やカリキュラムを開発してゆくきっかけとなることが期待される。

以上、机上においてではあるが、「メディアのめ」の活用方法について検討した。ここでは5点に分けて活用の仕方を記したが、もちろん、複数の点が組み合わせ

るということもありうるだろう。

3. 「メディアのめ」を活用した授業の試み

では、実際の授業では、どのような活用が可能だろうか。筆者が構想・実施した「メディアのめ」を活用したメディアリテラシー教育の授業について報告し、より具体的に活用方法を検討してゆきたい。

取り上げるのは、2012年度の5月から1月まで、A小学校6年を対象に、総合的な学習の時間において実施した授業である¹⁵。表2に、実施した授業を示す。1コマは40分である。0.5コマ分となっているところは、進度の都合上、1コマの授業を前後半に分けて実施したものである。

表2 A小学校で実施した授業（実施順）

テーマ	活用した「メディアのめ」	時数
写真	第1回「写真一枚で世界を切り取れ！」	2
ポップ	第3回「お客の心をつかむ！ ポップの言葉」	3.5
音	第2回「実感！ 音のちから」	1.5
グラフ	第6回「発見！ グラフのちから」	3
アニメ	第9回「「生命」をふきこむアニメーション」	5
パッケージ	第5回「パッケージが伝えるメッセージ」	4

具体的な報告に入る前に、2点の補足をしておきたい。

まず、筆者は実践の舞台となったA小学校の非常勤講師であり、6年生2クラスの総合的な学習の時間を担当していた。授業はクラス毎に行っており、指導案レベルでは、同様の授業を2回実施している。

また、これらの授業は、2012年5月から、1、2週間に1回程度の間隔で実施していたものである。一方、「メディアのめ」が放送開始となったのは2012年4月9日であり、2週間に1回程度の間隔で次の回の内容の放送がなされていた。そのため、カリキュラム構想時にすべての放送回を参照することはできなかった。授業の構想にあたっては、放送予定として掲載されていた日程やおおよその内容をたよりにしながら、すでに放送された数回分のストックの中から活用できそうなものを選択してゆくという制約があった。活用している「メディアのめ」が前半の回に偏っているのは、そうした理由による。

ここからは、「写真」「ポップ」「アニメ」の3つの授業を例に、より具体的に検討してゆきたい。

3.1. 「写真」の授業

「写真」の授業は2コマ展開とした。順に、授業構想の意図や実際、「メディアのめ」の活用方法などを記

してゆきたい。

(1) 1コマ目について

表2にあるとおり、「写真」の1コマ目は、カリキュラム全体の導入でもある。また、児童はこれまで、メディアリテラシー教育を体系的に学習したこともない。そのため、「メディアのめ」を視聴させるより以前に、これから続くメディアリテラシー教育自体についての動機づけが必要であると考えた。

そこで、情報を伝える媒体であるメディアの一例として、図1のような掲示物を、授業開始の1週間前から教室後方に予告なしに貼っておくことにした。穴埋めの部分は、1クラスは「○デ○ア」、もう1クラスは「メ○イ○」とした。ふたつあわせると「メディア」と正解を導くことができる。授業のテーマを子どもたちに伝えるにあたって、口頭で端的に伝えるのではなく、情報の伝え方をささやかに工夫したものである¹⁶。

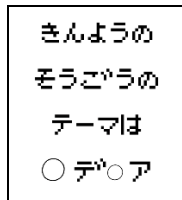


図1 謎の掲示物

1コマ目の冒頭、この掲示物と同様に、「金曜の総合のテーマは？」と子どもたちに問いかけると、多くの子から「メディア」という声があがった¹⁷。そして、「メディアとはどのようなものですか？」「この暗号(図1)はメディアですか？」と問いを重ね、メディアについて子どもたちがどういった理解をしているのかを探りつつ、子どもたちの学習への動機を高めようと試みた。

そして、今回からひとつひとつメディアを取り上げて学習してゆくことと、最初に「写真」を扱うことを伝えた。ここですぐに「メディアのめ」の「写真」の回を視聴させることも一案であるが、児童にとって、今回が筆者による初授業だったこともあり、より丁寧に導入をしてもよいのではないかと考えた。実際には、筆者の旅行写真や、好きなものの写真などを見せるということを行った。筆者の自己紹介を行うことと、写真から筆者に関する情報が伝わっているということを認識させることを意図していた。

そして、ここから「メディアのめ」の内容を具体的に活用していった。番組ホームページには、あらすじが「scene」に分けて示されている¹⁸。必要に応じて、その「scene」の箇所を明示してゆきたい。

番組の冒頭の「scene 01」では、あるサッカー選手の写真が紹介されている¹⁹。その写真は、敵のシュートを

防ぼうとしている場面を撮影したものなのだが、その選手の部分のみを切り取ると、あたかもダンスをしているように見えてしまうというものである。番組では、最初に選手の部分のみの写真を見せ、実はこういう写真だったと全体の分かる写真を見せる。授業でも、その番組の展開にならない、子どもたちに最初に選手のみの写真を見せ、「何をしているところでしょう」と問いかけた。番組で池上氏とタレントが行うやりとりを模したものである。そして、子どもたちに意見を出させた後、「正解が示されている映像を見ましょう」と、「メディアのめ」の視聴へと導き、同じ場面の写真でも、切り取り方によって印象が変わることを確認した。

次に、番組の「Scene02」²⁰で登場する「アップ」と「ルーズ」の異なる2枚の写真²¹を見せ、受ける印象の違いについて記述させた。この2枚の写真の比較も、番組の展開にならったものである。先と同様に、意見を発表させた後、「メディアのめ」の該当部分を視聴させ、撮影者が伝えたいことによって「アップ」と「ルーズ」が使い分けられるということを確認した。さらに続けて、スポーツカメラマンの撮影現場や撮影のコツまでが描かれている「scene 07」まで視聴を進めた。

ここまでで、1コマの授業を終了した。報道写真のあり方が扱われた「scene 08」「scene 09」と、撮影の実演や課題の提示がなされる「Scene10」は、このコマでは扱わなかった²²。この1コマにおいては、番組の必要な部分のみを抽出した活用方法をとったといえよう。番組以外の内容を加えたり、児童に考えさせる場面を多く設定したりするならば、10分間の番組のすべてを用いなくとも1コマが成立することが示唆された。

さて、この授業特有の「メディアのめ」の活用の仕方について詳しくみてゆきたい。

まず、番組内の解説役・池上氏による中学生タレントへの問いかけを、教師の発問に変えたという点についてである。先に記述した「scene 01」と「Scene02」を扱った部分が該当する。このようにすると、子どもたちは同じ写真を2度見ることになるが、今回のように丁寧に授業を進行したいと思った場合には、こうした方法をとることも一案である。

また、授業の中で「メディアのめ」をどのようなものだと設定するかという点についてである。この授業では、「メディアのめ」を、〈正解が描かれているもの〉として扱った。子どもたちにもおそらくそのように認識されたはずである。こうした設定の良し悪しは単純には語れないが、少なくとも、授業の中での番組の位置づけを予め設定しておくことは重要だといえるだろう。たとえば、あまりに唐突に番組を見せ、さらにその後何のフォローもしないのであれば、学習の効果は薄くなることが想定される²³。逆に、内容の斬新さを伝えたいという意図

があるならば、あえて唐突に見せるという選択もありうる。どういった仕方にせよ、番組をどのようなものとして視聴させるのかは、予め検討しておくべきであろう。

このように、授業中での番組の位置づけによって、活用の仕方も変わってくるはずである。ここでは、丁寧さを志向した活用方法の一例が示されたことになる²⁴。

(2) 2コマ目について

2コマ目には、「メディアのめ」そのものからは離れ、プロ野球チームのオフィシャルカメラマン・大高健氏をゲスト講師として招いての授業を実施した。

ゲスト講師を招きたいと考えたのは、次の理由による。

ひとつは、「メディアのめ」で扱われていたスポーツ写真に関することについて、より深めたいと考えたためである。筆者はこれまでに、大高氏と連携した授業の経験があった。大高氏と連携することで、「メディアのめ」で見た内容について、より具体的に学習させることができるのではないかと考えた。また、そもそも長期間の授業展開が可能な環境にあったため、1テーマを複数時間かけて取り組みたいとも考えていた。

もうひとつは、カリキュラムのできるだけ初期の段階で、そのメディアの専門家と触れ合うという経験をさせたいと考えたためである。メディアリテラシー教育においては、情報の受け手と送り手の双方の立場について認識することは重要である。普段は触れ合う機会の少ない、メディアの送り手に触れるという経験は、子どもたちのメディアリテラシーを高める要因となると期待した。これは、「メディアのめ」に他の授業を加えるとして、どういった授業を加えればよいのかという指標になりうる発想のひとつだと考えられる。

授業は、大高氏のカメラマンとしての仕事の実際を、主にクイズや実演を交えながら紹介してもらうというものにした。

前半は、(1) 大高氏の働くプロ野球チームには何人のカメラマンがいるか、(2) 大高氏の使用するカメラは何個か、いくらか、それぞれどういう特徴があるか、(3) 大高氏は1試合で何枚の写真を撮るか、どこで、どうやって撮るか、(4) 大高氏の写真は何に使われるか、という内容を扱った。様々な場で目にするスポーツ写真の裏側を伝えるということがねらいである。なお、「メディアのめ」では扱われていない内容を積極的に取り入れたつもりである。

後半は、「メディアのめ」で、写真というメディアを読み解くための中心的な概念とされた「切り取る」ということについて、大高氏なりの切り取り方を紹介してもらった。番組では、主として「アップ」と「ルーズ」という切り取り方が扱われているが、大高氏の話から発展的かつ具体的な理解を子どもたちにしてもらいたいと

考えた。大高氏には、事前に「メディアのめ」を視聴してもらい、大高氏なりの切り取り方について考えをまとめてもらった。具体的には、(1) 決定的な瞬間を切り取れるように、両目で写真を撮る²⁵、(2) 選手ごとに格好良く見えるポイントが違うため、それぞれに応じた切り取り方を探る、(3) 選手の人間性を切り取りたいと思っている²⁶、といった内容を伝えてもらった。

本稿では、内容の是非についての議論には踏み込まず、「メディアのめ」に関連した事柄について考察したい。

まず、「メディアのめ」の内容を深めたい場合、そのメディアに関わる仕事をしている人と連携するということが一案として考えられる。「メディアのめ」では、毎回、メディア関係者が登場するが、その関係者に類似した仕事をしている人と連携することで、より多様な観方を子どもたちに紹介することができるだろう。

また、今回は、大高氏に「メディアのめ」を見てもらったということが特徴的である。事前に、「メディアのめ」を見てもらうことで、子どもたちが学習したことや、「切り取り」という中心的な概念について、スムーズに理解してもらうことができた。学校関係者以外に、授業の実際を理解してもらうことは難しいかもしれないが、「メディアのめ」という教材があることで、共通のイメージをもちやすくなると期待される。

3.2. 「ポップ」の授業

次に、「ポップ」の授業について報告する。授業のすべてではなく、「メディアのめ」の活用に関して、「写真」とは異なる活用をした部分を中心に取り上げたい。

「ポップ」の授業では、子どもたちがポップに関する知識を得るだけでなく、最終的にポップを制作するところまでをひとつの単元とした。具体的には、学校の近所にある弁当屋からの依頼を受け、弁当や惣菜のポップをつくるという活動を企画した²⁷。弁当屋には、事前に連携を依頼しており、快く依頼を引き受けていただいた。

メディアリテラシー教育では、自分がメディアの送り手になってみるのが重要だと一般に考えられている。以降に示すように、「メディアのめ」の視聴に、子どもたちがメディアの送り手となる活動を加えた授業のあり方を探ることには、意義があるはずである。

(1) 1コマ目について

1コマ目の授業では、まず、ポップとはどのようなものかということ、「メディアのめ」の「scene 03」までを視聴しておさえた。また、筆者が撮影してきた実店舗のポップも写真で紹介した。ポップを知らなかった子どもでも、ポップをイメージできるようになることをねらった導入である。

番組は、この後の「scene 04」以降、実際にポップ制

作をしている人の仕事を追いながら、どのような意図でポップが制作されているのかを紹介するという内容である。ポップについての具体的な内容であり、中心的に学習されるべき部分だと捉えられる。

しかし、授業では、ここですぐに「scene 04」以降の視聴には進まず、サプライズとして、「ある方からメッセージが届いています」と、弁当屋の店長さんからのメッセージビデオを視聴させた(図2)。メッセージビデオの内容は、「メディアの学習をしている近所のみなさんに、ぜひポップをつくってもらいたい」というものである。



図2 店長さんからのメッセージビデオ

ここにメッセージビデオを差し込んだのは、次の意図による。ひとつは、制作活動への動機づけである。これは、ビデオの内容が示すとおりのものである。もうひとつは、「メディアのめ」の「scene 04」以降を視聴させ、具体的な内容について学習させてゆくための動機づけである。2点目については補足をしたい。「scene 04」以降では、ポップ制作のコツを学習することができる。しかし、子どもたち自身がポップ制作をしないのであれば、ポップ制作のコツを学習する動機が低くなってしまうことが懸念される。そこで、制作のコツが紹介されるより以前に、制作活動への見通しをもたせ、その上で、制作活動に活かすためにコツを学習してゆくという設定にしようと思図した。

そして、その意図どおり、メッセージビデオの視聴後に、「scene 04」以降を視聴させ、ポップ制作のコツをおさえていった。コツをおさえるところまでで、1コマ目は終了となった。

今回の「メディアのめ」の設定は「写真」の1コマ目とは異なるものである。「写真」授業では、「メディアのめ」は、発問の〈正解が描かれているもの〉として設定していた。「メディアのめ」を活用して、知識を覚えさせようとする面があったということもできる。一方、今回の「メディアのめ」は、ポップ制作という〈課題を解決するための拠りどころとなるもの〉である。こちらは、「メディアのめ」の内容を子どもたちに活用させようとする試みである。異なったふたつの活用方法が成立しうることが示唆された。

(2) 2コマ目以降について

2、3コマ目は、制作活動の時間とした。弁当屋の店長さんとの相談の結果、ポップはA6サイズの厚紙で制作することになった。

制作にあたっては、「メディアのめ」で紹介されているポップ制作のコツを踏まえられるよう留意した。ポップ制作のコツは、主に、(1) 商品の特徴をつかむ、(2) 一瞬で伝わる言葉にする、(3) お客が求めていることを知る、の3点である。

(1)の点については、本来ならば実際に商品を食べてみるのがよいのだが、都合により子どもが弁当や惣菜を食べることができなかった。そのため、実際の弁当や惣菜を教室にもってゆくということと、それらを食べている第三者が感想を語っている映像(図3)²⁸を筆者が撮影しそれを紹介するという、可能なかぎりの工夫を試みた。また、弁当屋の店長のビデオメッセージで、商品のセールスポイントを語ってもらっていた²⁹。そのセールスポイントをポップに盛り込めるとよいと伝えた。

(2)の点については、番組の内容を詳しく確認するという対応した。

(3)の点については、セールスポイントとともにビデオメッセージで語ってもらった、販売のターゲット³⁰を参考にさせることにした。

最終的には、ポップが仕上がり、弁当屋で実際に活用していただいた(図4)。仕上がったポップについては、店長から再びビデオメッセージにて、講評とお礼が伝えられた³¹。



図3 第三者が弁当の感想を語る映像



図4 店頭で活用されるポップ

ここで特筆したいのは、「メディアのめ」に準じた教材を筆者が自作したということである。この制作活動は、「メディアのめ」で示されるポップ制作のコツを拠りどころとして、ポップを制作するというものである。ならば、やはり、そのコツの部分に対応した商品についての情報が必要になる。ここでは、不十分な点もあるが、前述のとおり、できるかぎり「メディアのめ」のコツに準じた情報を子どもたちに伝えようと試みた。この試みは、「メディアのめ」に、メディアの送り手となる活動を加えようとする際に参考となるものだと思う。

3.3. 「アニメ」の授業

最後に、「アニメ」の授業での活用方法を補足しておきたい。

「メディアのめ」では、「アニメ」に関しても豊富な内容が扱われているが、一方で、すでに筆者は、アニメーション制作の授業に関する研究や実践の経験があった³²。そのため、「メディアのめ」を参考にしつつも、独自の教材や教具を用いて授業を構想することが可能であった。

したがって、授業中に「メディアのめ」を視聴させたのは、「scene 08」「scene 09」のみであった³³。「scene 08」では、ボールの弾む手描きアニメーションが紹介されている。ボールの間隔を広げたところは速く動いているように見え、逆に狭めたところは遅く動いて見えるというものである。また、「scene 09」では、誇張表現の例が紹介されている。車が走ったり止まったりする手描きアニメーションが紹介され、現実にはありえない程度に縮んだり伸びたり描かれることによって、スピード感を演出しているというものである。

これらの「scene」は、アニメーションについての理解を深める興味深い内容である一方で、筆者自身が描くことが難しいものであったため、子どもたちに視聴させることにした。視聴のさせ方は、前述の他の授業とは異なり、前後の脈絡は省き、その部分のみを視聴させた。ただし、筆者のねらいは、具体的なアニメーションを見せることであったため、前後の脈絡がなくても授業は成立したように思われる。授業者のねらいや授業展開、テーマによっては、このように脈絡なく一部分のみ切り取って視聴させることが可能な部分もあるはずである。

4. おわりに

本稿では、「メディアのめ」の教材としての特徴の分析と、実際に行った授業の報告から、「メディアのめ」の活用方法について考えてきた。本稿の記述は、主観のもとづく面が大きく、実証性に欠けるという課題はある。

一方で、「メディアのめ」の活用方法をまとめること自体が新たな試みであり、本報告は今後の実践や研究の発展に寄与するものだと思う。

最後に、ここまでの考察を包括し、ひとつの観点を提案したい。「メディアのめ」で扱われる情報は豊富であり、番組を視聴させるだけでも、ある程度の学習効果が期待できる。一方で、教師が日常的に行っているような授業の中に、「メディアのめ」をうまく組み込んでゆくという発想も重要である。一般的に、授業は複雑な文脈の上に成り立つものといえる。子どもの個性、これまでの学校生活や授業、教師の思考などが多様に重なり合って成立するものである。だとすれば、そうした様々な要因を考慮した上で、「メディアのめ」をいかに授業になじませるかという観点から、活用方法を探る必要があるといえよう。

本稿で示した種々の活用の試みは、「メディアのめ」を授業の文脈にどう位置づけるかという試みだったといえる。本稿では、様々な工夫をしたが、それらの工夫は、できるだけ、「メディアのめ」を筆者の意図する授業構想の中に自然なかたちで取り入れようと考えた結果である。念のため記しておくが、何も、筆者の工夫が唯一の望ましい活用の仕方というわけではない。授業者の意図によって授業の文脈は異なるものになるはずであり、それぞれの文脈によって、望ましい活用の仕方は変わるはずである。

それでも、様々な活用例が提案されることは、すなわち、自分なりの活用方法を検討してゆくための拠りどころが増えるということになる。本稿の報告もそのように扱われてゆくことを期待したい。

また、課題を一点付しておく。本稿では、「メディアのめ」の部分的な活用方法については検討してきたが、各テーマ間の体系的性については、まったく検討していない。将来的に望ましいカリキュラム像を共有してゆくためには、そうした点についても検討してゆかねばならない。

¹ 以下の文献に詳しい。

藤川大祐 (2006) 「デジタル情報革命後のメディアリテラシー教育に関する考察—テレビゲーム、携帯電話、風評被害等に関わる授業実践開発を通して—」、千葉大学教育学部研究紀要、第 54 巻、pp.69-74

² 実践例は以下の文献に詳しい。

藤川大祐編 (2000) 『メディアリテラシー教育の実践事例集—情報学習の新展開—』、学事出版

³ 実践例は以下の文献に詳しい。

藤川大祐・塩田真吾編著 (2008) 『楽しく学ぶメディアリテラシー授業—ネット・ケータイ、ゲーム、テレビとの正しい付き合い方—』、学事出版

⁴ スマートフォンを題材とした授業の試みも個々にはみられる。たとえば、以下の文献を参照のこと。

阿部学・小池翔太・藤川大祐・塩田真吾・市野敬介・八木真

実子 (2012)「スマートフォンを題材とした情報モラル授業プログラムの開発」、日本教育工学会第28回全国大会講演論文集、pp.707-7-708

⁵ 浅井和行 (2011)「新学習指導要領におけるメディア・リテラシー教育の要素分析」、京都教育大学教育実践研究紀要、第11号、p.218

⁶ 藤川大祐 (2008)『ケータイ世界の子どもたち』、講談社現代新書、p.200

⁷ テレビ局と連携した実践については、たとえば以下のようなものがある。

阿部学 (2006)「直接的なキャリア教育 地元商店街のPR番組をつくらう!」、藤川大祐編・NPO法人企業教育研究会著『企業とつくるキャリア教育』、教育同人社、pp.39-47

⁸ 「メディアのめ」ホームページ

<http://www.nhk.or.jp/sougou/media/> (2013年2月3日閲覧)

⁹ 以下のページを参照のこと。

<http://www.nhk.or.jp/school/> (2013年2月3日閲覧)

¹⁰ 第10回「気持ちを動かす! CMのヒミツ」は配信されていない。

¹¹ 本稿の執筆段階では、全ての放送は終了していない。2013年3月4日放送分が最後のテーマとなっている。各放送内容については以下のページを参照のこと。

<http://www.nhk.or.jp/sougou/media/origin/list.html> (2013年2月3日閲覧)

¹² 詳しくは、次のページを参照のこと。

<http://www.nhk.or.jp/sougou/media/origin/list.html> (2013年2月3日閲覧)

¹³ 以下のページを参照のこと。

<http://www.nhk.or.jp/sougou/media/origin/list.html> (2013年2月3日閲覧)

¹⁴ 番組ホームページに公開されている動画は、特定の場面から視聴させることも可能である。

¹⁵ 授業の一部は、筆者のブログに「実践報告」としてエッセイ風に記してある。なお、本稿執筆段階でも、A小学校での実践は継続している。本稿では、実施が終了しているところまでを取り上げる。

<http://abemanabu.jugem.jp/> (2013年2月3日閲覧)

¹⁶ この穴埋めの試みは、NHK「ためしてガッテン」という番組のプロデューサーである北折一の「先生がクイズで間違いやすいこと。本編への導入でないといけないと考える、知識を問う出題になってしまう、簡単に当てさせないようにしてしまう、ということ。先生方の事情で考えてしまっている。クイズの命は、つい考えたくさせること」という番組演出の方法論に依拠している。メディアリテラシーを教育方法に応用する試みだといえよう。

授業づくりにおける演出の課題や北折一の方法論については以下の文献を参照のこと。

阿部学 (2012)「授業づくり」における演出の課題—「社会とつながる教員養成」に関する一観点として—、藤川大祐編『社会とつながる教員養成に関する実践的研究』、千葉大学大学院人文社会科学研究科研究プロジェクト成果報告書、第249集、pp.52-60

¹⁷ 子どもたちの話を聞くかぎり、2クラス間での交流の機会は少なかったようである。結果として、この穴埋め問題は簡単だったといえるが、子どもたちの頭を悩ませることをねらいとしているわけではないので、問題はないと考えている。

¹⁸ 「写真」の回のあらすじは以下のページを参照のこと。

http://cgi2.nhk.or.jp/school/movie/outline.cgi?das_id=D0005180071_00000&year=2012 (2013年2月3日閲覧)

¹⁹ こちらのページの左上の写真である。

http://www.nhk.or.jp/sougou/media/shiryoku/2012_001_01_s_hiryoku.html (2013年2月3日閲覧)

²⁰ 番組ホームページ (2013年2月3日閲覧) では、「scene」や「Scene」など表記がゆれている。本稿では、該当部分の表記をそのまま記す。

²¹ 注18のページの左下の写真である。

²² 「scene 08」以降の内容は、毎回の授業後に配布することにした、その日の授業に関連した内容を記した読み物教材に掲載した。前章で挙げた以外にも、このように、番組の内容を授業時間以外の場で活用するという方法もありうる。

²³ 「メディアのめ」に限らず、優れた放送番組は、起承転結まで丁寧に描かれていることが多い。そのため、単に番組を見せるだけで授業をこなすことができると考えることもできる。もちろん、日々の授業の中でそうした時があってもよいかもしれないが、よりよい授業を行おうと思うのであれば、単に見せて終わるということは避けたい。

²⁴ なお、広く考えれば、この授業では、冒頭の掲示物 (図1) も「メディアのめ」を見せるための導入であったと考えることもできる。

²⁵ 片目でファインダーをのぞき、片目で球場の様子を確認しているとのことである。

²⁶ 筆者がブログに記した「授業報告」では、この点について次のように記している。「大高さんいわく、「野球は球のあるところではしかドラマは生まれえない。でも、オフィシャルカメラマンは球のないところにもドラマを探さないといけない。ファンが見たいものを切り取りたい」とのこと。試合の合間のリラックスした選手、バッターボックスへ向かう前の選手のまなざし、久々の活躍に満面の笑みの選手、などなど、大高さんこだわりの写真たちを見せていただきました。」

<http://abemanabu.jugem.jp/?eid=1001> (2013年2月4日閲覧)

²⁷ 「正式な依頼」という手法を参考にしている。「正式な依頼」については、以下の文献を参照のこと。

藤川大祐編・NPO法人企業教育研究会著 (2004)『企業とつくる授業』、教育同人社

²⁸ たとえば、大学生が「普段野菜をとることが少ないので、うれしい」と言っている。登場する第三者らは、店長の言うターゲットにあわせた。

²⁹ セールスポイントは、(1) 野菜中心でヘルシー、(2) 冷めてもおいしい (3) 日替わりメニュー、(4) 旬な野菜を使っているのでリーズナブル、(5) 塩分抑えめの家庭の味、の5点である。

³⁰ ターゲットは、(1) 地域の高齢者、(2) 小さな子どもをもつ親、(3) 大学生、の3種である。

³¹ 表2で示した3.5コマの0.5コマ分として紹介した。

³² たとえば、以下の文献を参照のこと。

阿部学 (2011)「練馬区における手描きアニメーション制作を題材とした授業づくりのための基礎研究—幼児・小学生・大学生の制作事例の検討—」、授業実践開発研究、第4巻、pp.65-73

³³ 「アニメ」の回のあらすじは以下のページを参照。

http://cgi2.nhk.or.jp/school/movie/outline.cgi?das_id=D0005180079_00000&year=2012 (2013年2月3日閲覧)