

子どもとメディア ～子どもをめぐる「情報媒体」と「コミュニケーション媒体」 ～

市川 ※※※
※※※ ICHIKAWA

中京大学現代社会学部現代社会学科
学籍番号 C110※※※

1. はじめに

本紙は子どもとメディアと関係性について考察していく。後述するがメディアの2つの機能「情報媒体」と「コミュニケーション媒体」を具体例から特徴を捉える。さらに子どもをめぐる環境としてどのような性質・側面があるのか。子どもを取り巻くメディアについて考えていく。1章では考察する上でどのようにメディアや子どもを捉えるかを示す。そのうえで2章では情報媒体を子どもをめぐるメディアミックスから、3章ではコミュニケーション媒体をケータイから論述していく。その中で、それらの新しいメディアは子どもたちにとってどのようなものなのかを考える。

2. メディアをどう捉えるか

最初にメディアを働き・力によって大きく3つに分ける。1つは情報を保存する「記憶装置」である。例えば古くは紙媒体・活字媒体、最近のものではUSBメモリなどの電子媒体がこれにあたる。2つめはメッセージを発信する「情報媒体」である。新聞・ラジオ・テレビなどのマスメディアが代表的である。3つめとして、情報を相互にやり取りをする「コミュニケーション媒体」である。主なものとして手紙や電話、携帯電話やパソコンでの通信があげられる。本紙では主に「情報媒体」と「コミュニケーション媒体」という面から考察をしていく。

本紙では、「働かなくとも許されるモラトリアムの特権とその代償として学校の中で不自由を経験する人」と扱う。そうすると高校生がグレーゾーンのように思うかもしれない。しかしポイントは不自由という点である。高校にはクラスという強制的に決められた集団に組み込まれ学校生活を送らなければならない。そのため高校生は子どもとして扱う。

3. メディアミックスからみる子どもを取り巻く情報媒体

マスメディアの発達情報は情報のボーダーレス化をもたらした。大人と子どもが多く情報を共有することになると、情報において大人と子どもの間に明確な境界線を引くことが困難になってしまった。

「メディアミックス」はもともとはマーケティングの分野で使われ始めた用語である。異なるメディアを組み合わせることでそれぞれの弱点を補い、より大きな宣伝効果を生み出すように図られた商品戦略のことを意味している。つまり大量の情報がマスメディアから送られてくるだけではなく、さまざまなモノに形を変え私たちに送り届けられているのだ。

管忠道は、ラジオ・映画作品の絵物語化・マンガ化あるいはその逆のマンガ作品を他のメディアに移すような状況をとらえて「子どもをめぐるマス・コミの立体化」(1968)と称した。雑誌に連載されていたマンガのアニメ化・映画化・実写化や菓子・玩具・文房具・運動靴などさまざまな商品として製品化されていった。例を挙げれば古くは「赤胴鈴之介」や「鉄腕アトム」、最近では「美少女戦士セーラームーン」や「ポケットモンスター」がこれにあたる。

雑誌連載のマンガ作品がテレビドラマ化され、それが人気を得ると次のメディアへと展開されていくという順序であった。すなわちマンガという1つの点がテレビという点で結ばれ線になりそれが映画化されたり玩具などの商品化へとつながるといって結果的に立体化した。今日のメディアミックスでは大きくようすが異なる。たとえばまずマンガのテレビドラマ化が企画される時点で、同時に他メディアへの展開も計画され、番組の進行と同時に他メディアにおいてもそのテレビ番組の関連情報や番組宣伝が行われるという具合である。異なるメディアを組み合わせ、それぞれから同時に情報を発信することにより、各メディアの弱点を補完するばかりではなく、さらにそれらの相乗効果を期待してより大きな宣伝効果が生み出されるように図って行われる。

ディズニーのキャラクターはアニメから生まれたものだが、今やアニメを知らなくてもそのキャラクターグッズならもっているぐらいに浸透している。また、ディズニーランドを訪れればシンデレラ城をはじめとおとぎの世界が実際に広がり、そこではアニメの登場人物にも会うことができる。おとぎの世界という名が指すように現実の世界から隔離された一種の仮想空間である。

メディアミックスの典型ともいえるディズニーはアニメから始まりその出版物や各種のグッズに加えてディズニーランドでの体験までも含んだ徹底した管理の元に営まれているがそこには同時に見逃すことのできない大きな問題もはらんでいる。

ディズニーアニメの中には「白雪姫」や「シンデレラ」のようにグリム童話などの古典的作品を原作にしているものも存在する。しかしディズニーのそれは原作のもつ雰囲気や内容からかけはなれ妙に甘ったるいものになっている。また原話に比べてディズニーアニメの方がはるかに知られているため、原話も読んでいないのにも関わらず知っている風に思い込んでしまったり、まるでその物語がディズニーによって書かれているかのような錯覚を覚える。

『コロコロコミック』（小学館、1977 創刊）というメディアミックスの仕掛け人を例に挙げて考察する。渋谷直角は『コロコロコミック』の持つ魅力を「マンガ、ホビー、イベントが独立せずにかみあって、まとまったパワーで読者に押し寄せてくるのだ」と述べる(2009)。『コロコロコミック』は従来のマンガから映画化というメディアミックスにとどまらず、読者アンケートによって次に流行するものを徹底的にリサーチし、それを企画して情報として発信していくといった方法をとる。いわば「小学生のための総合情報基地」なのだ。マンガ・ホビー・イベントの三位一体というメディアミックスが小学生の周りにあふれることになった。

かつて子どもは、自由にできるお金を持っていなかった。そのため直接の消費者となることはほとんどなかった。また例え何かをかってもらえるような状況でもそれが買うに足る価値があるかどうかは親(保護者)に委ねられていた。そのため子ども向け商品の販売戦略においては「教育的要素」は不可避の条件であった。子どもの産業原理は「子どもに歓迎されること」であると同時に「その商品の価値を親にも納得させること」であったのである。そのためグリコの「一日三百米」や「子どもが良くなる講談社の絵本」などのキャッチコピーが生まれたのだ。

しかし、やがて高度成長期とともに、子どもは「買ってもらう存在」から「自ら買う存在」へと変化した。この背景にはいくつかの要因があげられる。「シックスポケット」(注1)や商品の低価格化があり、子ども達がお金を手にすることが容易になったため、そのため子どもを消費のターゲットとする「キッズマーケット」(子ども市場)が本格的に展開したためなどが考えられる。子どもたちは「未来の消費者」としてではなく、「現在の消費者」としてターゲットになるのだ。さらに消費者としての始まりの時期は低年齢化している。それは現在のメディアミックスのコンテンツを見れば分かる。やはりここでもポイントは親(保護者)の存在だ。前述した点と異なる点は親が納得する価値、という点だ。母親に受け入れやすい「かわいさ」や安全性を積極的に訴え、父親の興味を引くような、子どもとともに遊ぶことができるような話題性のある商品が市場に主に出回る。

このように子どもたちは氾濫した情報に日々さらされている。メディアミックスとはまさに過剰な情報によって子どもたちを包囲し、知らず知らずのうちに消費させようとする企業戦略なのである。

(注1)…子どもにかかる経費を父・母・その両親合計6人のポケット(財布)から支出すること。少子化により1人に多くのお金がかけられるようになったことによる。

4. コミュニケーション・ツールとしてのメディア

情報入手やコミュニケーションが可能な端末(メディア)がめざましく進化し、子どもにも普及している。それらのメディアに子どもたちがどう接触しているのかをこの章で述べる。また子どもを取り巻くメディア環境に対する大人たちの反応もあわせて考察する。その中で教育・子育てのような場面でどのような関わりが必要とされているのかを考える。

ここで技術の進歩によってどのような変化があったかを説明する。パソコンや携帯電話のような端末自体が「記憶装置」、「情報媒体」、「コミュニケーション媒体」といった複合的な機能をもつようになった。コンテンツがネット配信され、小説や音楽がパソコンや携帯電話でダウンロードされるなど多種多様、複線化した。さらに一方的な受信だけでなく自ら情報を引き出すように動くことが当たり前になった。それだけでなく、情報のデジタル化とインターネット技術の進展によって、映像のような大量な情報でも個人が容易に発信できる環境が生まれている。今日では同時に多数の人たちの情報を共有することも容易である。このような状況を生きる子ども達は「デジタル・ネイティブ」(注1)とも呼ばれている。

ここからはメディアの3つに働きのうち「コミュニケーション媒体」に焦点をあてて考察していく。子どもにとって最も身近なツールである携帯電話を事例にあげる。

子どもにとって携帯電話とはどういうものか。まず使用状況を確認する。

	小5	小6	中1	中2	中3	高1	高2
男子	0.8	1.4	10.1	18.1	29.5	48.3	57.1
女子	3.1	8.4	24.1	36.3	45.2	91.4	92.9
全体平均	1.9	5.1	17.2	28.1	37.8	71.1	76

単位:分

携帯電話の使用時間

資料)ベネッセ教育研究開発センター『放課後の生活時間調査報告書』(2009)

表を見ると、携帯電話の平均使用時間は小5・6では10分に満たないが、中1から段階的に増え、高校生では70分を超える。性差が大きいという特徴があり、いずれの学年も女子の利用が活発で高校生では30~40分ほどの開きができる。さらに自分専用の携帯電話を持っている子どもを抽出して平均時間を算出すると小5生9分→小6生18分→中1生40分→中2生54分→中3生65分→高1生74分→高2生78分となる。中学生以上では所有とともに携帯電話の時間が長くなる傾向にあるようだ。

このように中学生段階で使用時間が増えるのは、友だち関係を維持するコミュニケーション・ツールとしての利用が拡大するためである。文部科学省の調査によると小学生段階では保護者が子どもに連絡用として与えるケースが多い。そのため子どもの利用をコントロールしている面が強く表れている。しかし、中学生以上になると自分から欲しがめるケースが増え、保護者も十分にコントロールできなくなる。使用用途も「家族に電話」から「友だちにメール」に移行する。では何故携帯電話が友だち関係を維持・促進するツールとなりうるのか。

たしかにテレビやテレビゲームにも話題性として子どもたちの友だち関係を促進する面はある。しかしそれはあくまでもトピックなのだ。時間が過ぎれば対象は変化する。それに比べ携帯電話はその話題を乗せ発進させるいわば「経路」なのだ。友だちとの間に「経路」というネットワークが成立したあとは、それが無いと同じ水準でコミュニケーションをすることが難しくなる。このように携帯電話を媒介とし、常時親しい友だち同士がつながっている関係性を仲島ほか(1991)は「フルタイム・インティメイト・コミュニティ」と名づけた。若い世代は携帯電話をもちいて24時間いつも限られた相手と心理的に24時間つながっているような共同体を作っている。彼らにとってはフルタイム・インティメイト・コミュニティの中自体に居ること自体が安心する。もちろん酒井(2004)が指摘するように、コミュニケーションの回路が「直接(会話)」と「メール」の二重構造になり、選択を強いられているという側面もある。この選択の強制を掘り下げると、どの話題を誰にどの回路を通して話すかを意識させられているということだ。しかし起こりうるトラブルを意識しながらメディアを適宜使い分けているというのも事実だ。さらに表現方法として絵文字などを使い、顔が見えないやり取りによって生じる不安を抑えるなど、思いを伝える術を身に付けている。マクルーハン(1964)が「メディアはメッセージ」と述べた通りどのようなメディア(方法)に乗せるかによって、メッセージの意味は異

なる。そうしたコミュニケーションの仕方の工夫すること自体を子どもたちは「遊び」に似た感覚を楽しんでいる面があるように思える。ひょっとしたら携帯電話を使いコミュニケーションを取るというメディア経験はいわば貴族が社交マナーを学ぶと同等の価値があり、なおかつ子どもたちによって価値づけられているのではないだろうか。

友だち関係の維持に欠かせない携帯電話だが、魅力はされだけではない。携帯電話は常時携帯できる「遊びの小道具」(酒井 2009)であるということだ。中学生や高校生になるとメールや電話の機能だけではなく、写真や動画を撮影したり、音楽を聴いたり、ゲームをしたりと多彩である。ニュースや小説、マンガも読めるので1台あれば従来のメディアのほとんどはカバーしている。また「利用のためのハードルの低さ」も注目される。佐野(2007)は携帯電話が若者に普及した要因として、いつでも使える自分だけのネット環境であることや無料コンテンツが豊富であることを挙げている。固定電話やパソコンは家族の顔をうかがいながら機器を共有しなければならない。携帯電話は「家族の目」から解放され、気兼ねなく利用できる。パソコンに比べると画面が狭く表現できることが限られている一方で立ち上げに時間がかからず、難しいことが分からなくても使えるという利点を持つ。通信料金の定額制が普及してきていること、無料のコンテンツで十分に楽しめることも、資金力の乏しい若い世代の利用のハードルを下げている。さらに、「インティメイト・ストレンジャー」(富田 2006)との出会いを可能にしているという魅力もある。インティメイト・ストレンジャーとは「匿名性」を前提としたメディア上での親密な他者のことである。インターネットは身近な友だちとの親密性を高めるだけではなく共通の目的や趣味を持った見知らぬ人との交流を可能にする。社会学者のマーク・グラノヴェッター(1973)は「弱い絆ほど強みがある」と唱えている。人は親密な人からよりもむしろ親密ではない人から新しい情報を得ているということだ。ゆるやかな人間関係の魅力がそこにあるのだ。携帯電話は多種多様な機能によりストロングタイとウィークタイの維持・拡張を促すことができるツールである。それと同時にやはり使用者にどの話題を誰にどの回路を通して話すかを意識させられているのである。

子ども達が貪欲に新しいメディアに食らいつき、意識的にしろ、無意識的にしろそれぞれのメディアの特徴を把握しながらそれなりに使い分けている。では、大人の反応はどうだろうか。

新しいメディアにはその使用を危惧する意見、いわゆる悪玉論が出てくるのが常だ。読書には一人の世界に閉じこもることへの懸念が論じられた。ラジオの定着期には電波が身体に悪影響を及ぼすのではないかという説があった。テレビの黎明期には受動的に情報を受け取るだけで思考力が低下すると社会的な問題としてクローズアップされた。もっとも分かりやすい事例がテレビゲームやアニメである。現実と虚構の混同が叫ばれるのだ。パソコンや携帯電話に対してもパソコンや携帯電話に対しても、使いすぎによる生活の乱れ、ネットいじめなど友だち関係による悪影響、トラブルや犯罪に巻き込まれる可能性など問題を指摘する声は強い。

そのような否定的な見方の一方で、新しいメディアに対しては利便性や生活が豊かになったりすることを肯定的に捉える意見も存在する。メディアにとって多くの情報を手に入れることができ、娯楽としてのコンテンツを楽しむこともできる。時間・空間を問わず情報をやり取りするようになったことで手書きや会話の時代と比べられないほど仕事の生産性が向上した。それと同時にこれからの世代は高度な情報処理能力が必須だと考えられている。

しかし悪玉論も善玉論も、本当にそうか、ということを検証できない。たとえば、インターネットをめぐるトラブルや犯罪が増えているのは事実だが、それは機器やネットワークが普及した結果として起きている現象で、普及しなければ別の形で問題が生じていたのかもしれない。我々はデメリット・メリットに注目しがちだが変わりつつある「何か」を冷静に捉える必要がある。重要なのはメディアの利用実態を冷静に捉えることである。

5. メディア・リテラシー

ここで教育的観点からメディア・リテラシーについて考察する。リテラシーとは読み書き能力の意である。したがって人間と事物を仲介する情報を適切に取り扱う能力のことをさす。人間がある能力を習得するためには大きく分けて2つの学習方法がある。1つめは、体系的に整ったカリキュラムを意図的に学習する方法である。2つめは、学習者が置かれている環境のなかにすでに学ぶべき対象が存在しており意図しなくても学習できてしまう方法である。これを参照すると、インターネットやケータイの環境の中で、子ども期を過ごした世代と過ごしていない世代でジェネレーションギャップが現れることになる。この時間問題になるのが上の世代から下の世代へと伝えられるという教育の価値観

とメディア・リテラシーの獲得のプロセスがアンビバレイトな状況に陥っているということだ。

こうした状況で起こりうるものが、子どもにケータイを使わせないように規制するという議論である。方法としてはいくつかある。1つめは技術的・物理的に接触させない方法である。フィルタリングが校内への持ち込み禁止がこれにあたる。この方法は当面の効果は高いかも知れないが将来の利用を考えるとその場しのぎに終わる。2つめは匿名性を制限し利用者の個人認証を導入する方法である。この方法は韓国が導入している。3つめは使用規則の策定とその遵守による規制である。いわば「ネットチケット」と近い考え方である。この方法こそがメディア・リテラシーの獲得に結びつくのではないか。このような考えをもとに文部科学省や岡山県教育庁指導課などで、教師や保護者に向けてインターネットやケータイに関する利用の手引きが作成されている。メディア・リテラシーの獲得はなにも子どもたちだけの問題ではない。子どもを導くために教師や保護者こそが身につけるべきことなのだ。それは数学の教師が子どもたちに三平方の定理を教える際証明を行うかのようなことと同意なのだ。

ここで、メディアリテラシー育成を目的とした取り組みを紹介する。

事例1 福井県坂井郡丸岡中学校でのメディア教育

福井県坂井郡丸岡中学校ではメディアタイムというプログラムを導入している。このプログラムではメディアリテラシーの中でも「映像リテラシー」に焦点をおいて授業を展開させている。

以下は福井県丸岡中学校のメディアリテラシー教育での目的・目標および習得する能力である。

映像リテラシーの内容(福井県丸岡中学校)

①映像視聴能力

内容を理解しとらえる力

状況な心情に反応し感じ取る力

情報を把握し表現する力

番組の内容を正しく把握するだけの能力を育成するだけでなく、さらに情報発信者となれるように視聴できる能力を身につける。

②映像制作能力

現状をつかみ問題を見つける力

情報を構成し組み立てる力

自分の考えを効果的に伝達する力

技術だけの教育だけでなく、現実を直視して問題を見つけ出し、情報の発信者としてどのように映像に工夫を加えれば受信者に思いがよく伝わるか考えさせる。

③映像活用能力

自分に必要な情報を選択する力

目的に合わせて情報を利用し生活に役立てる力

情報を批判的に眺め真実を見抜く力

情報の選択・収集し次の情報の創造、発信者となるべきリテラシーを生徒の自主的な活動を通して身につけさせる。

福井県丸岡中学校でのプログラムは3年間にわたる。それぞれの学年で展開が異なる。

1年生のプログラムは、実際の番組がどのように作られているのかを知るところから始まる。まず、映像段階やその構成について実際の番組を通じて学習する。そして映像制作に入っていく。しかしいきなり動画制作に入らないで、静止画による構成から始まる。「4コマ イラストストーリー」といって4コマのイラストを自由に並び替えてストーリーを創らせたり、自らが撮った4枚の写真でテーマを発表しあったりする。動画制作の課題としてCMを取り上げた。制作にあたりどのような技法があるのかを実際の映像作品を分析して学習する活動を取り入れた。BGMやテロップの効果、カメラワーク、ナレーションの入れ方など日常漠然と視聴しているものに焦点を当てて学習した。またおの内容分析を受けてカメラワーク、効果音、ナレーション編集などの実際の技術指導も行っている。技術的な指導にあたっては外部人材の活用を行うようにしている。プロのCM制作者や町内のビデオ制作愛好者らを招いて技術や知識を指導してもらっている。教科授業では見られない生徒の一面もあり、担任教師の生徒理解が深まった。2・3年生のプログラムは1年生時の活動を発展させて約5分間の番組を作ることを課題とした。2年生はニュース番組、3年生はドキュメンタリー番組を制作させている。内容分析や技術指導夏休みを使って取材から編集までを行った。番組のテーマはグループごとに

決めた。学校生活を取り上げたものや、地域社会の一コマ、ファッションや音楽、グルメ情報番組までテーマはバラエティに富んだ。

完成された作品にはテレビで放映されている番組の影響を受けたものも多くみられたが、なかにはオリジナリティあふれる構成の作品や、中学生ならではの視点で作られた作品も多くあり、全般的に制作意欲が感じられた。

事例2 福井市立円山小学校の渡邊輝幸教諭によって行われた5年生の社会科学習単元「わたしたちの生活と情報」の授業

授業の概要は以下の通りである。

小学校で稲刈り行事を行ったところ、テレビ局や新聞社の取材を受けた。しかし放送予定日にダイアナ妃の交通事故のニュースがあったために、取材された内容が地域のニュースを最も優先するはずの地元テレビ局で放送されなかった。そこで、「なぜ放送されなかったのか」という問いを学習問題にして、児童がその答えを各種の新聞やテレビの報道内容、取材に来ていたテレビ局のアナウンサーの放送原稿やインタビューで得た説明内容を調べて探り、ニュースは情報の価値や影響の大きさによって選択されてつくられていることを理解するまでになるというものである。

小学校5年の社会科では、放送、新聞、電信などの情報産業については、見学や資料活用を通じて調べ、これらの産業が国民の性格に大きな影響を及ぼしていることや、従事している人々の工夫や努力について知り、情報の有効な活用が大切であることを理解することが学習目標になっている。単元「わたしたちの生活と情報」の実践は、このような目標の達成を目指して行われる。

この授業ではメディアリテラシー育成の観点から次のような3つのレベルの目標が設定されている。

1 テレビ局では情報の地域性や公共性を考えて早く性格に伝えるために情報を選択していることを理解する。

2 テレビ局では何日も前から計画して取材した内容でも緊急の情報があると予定を変更したり中止したりすることがある。

3 円山小学校の稲刈り行事がテレビで放送される予定があったがダイアナ妃の交通事故のニュースのために稲刈りのニュースがテレビで放送されなかったことを知る。

これらの目標は全体として、メディアリテラシーに関して目標1ではもっとも一般的な知識の理解が、そして目標2や目標3では目標1の中の一般的な知識を反映する事実やより具体的な事例を知ることが目指される構造を持っている。実際の児童の学習は3→2→1の順番で達成していくように展開する。このような展開は具体的な事例を通して、メディアリテラシーに関するより一般的な知識を理解させていくという狙いが読み取れる。

授業では学習課題として「せっかく取材した円山ニュースを放送しなかったのはどうしてだろうか」という中心的な問いが設定される。児童はこの問いの追及を基軸として、パソコンを活用した調べ活動を行いながら上記した目標を順次達成していく。この時点で教師中心の知識伝達でなく、児童主体の追及的な学習の成立に配慮した授業構成となっている。

以下が授業過程である。

第一段階では、コンピュータを活用した画像データ検索ゲームを通じて稲刈り行事のときにたくさんの方が取材に来ていたことを確認する。その上で第二段階では、その取材内容がどのように報道されたかを新聞やテレビ放送の内容を調べてながら知る学習が行われるこの段階では、最後に、地元のテレビ局の福井テレビだけが、稲刈り行事の報道をしなかったことを驚きと疑問を伴って発見させるのが、ポイントである。続いて第三段階では、発見された事実に対して「福井テレビではなぜ放送されなかったのか」という学習課題がつくられ、児童から答えの予想が出される。第四段階は予想の検証段階である。この段階ではパソコンを利用した資料検索システムが活用されており、各種の報道内容の検討やテレビ局のアナウンサーへのインタビューのビデオ視聴を通じて予想を検証する学習が行われている。最後の第五段階では教師が補足説明を踏まえながら「テレビの報道内容が情報の価値や影響の大きさによって選択されている」というメディアリテラシーに関する一般知識を理解するまでに至っている。

この授業はテレビに関わるメディアリテラシーの知識の習得を行わせるとともにパソコンによる情報検索システムを活用した児童中心の調べ活動を取りいれていることにも特徴がある。この授業は放送

局の見学のあとに行われているが、予想の検証の段階で実際にテレビ局に出かけて調べるなど、探究活動を取り入れた学習も、可能であろう。

この2つの事例に共通して言えることはメディアリテラシーに関する一般的な知識・技術の伝達がセンセーショナルに演出されていることだ。この点は教育では当たり前なのかもしれない。小学校低学年の算数では公式や計算方法をそのまま教育するのではなく、おはじきなどゲームに類似した実体験をもって能力を習得するようにうながす。それと同様なことなのだが、メディアリテラシー教育ではその具体例から抽象的な知識を抽出させるという経験がより重要視されている。私の小学生時代の話だが、メディアリテラシー教育は私の通っていた学校にも存在した。といっても上記のような洗練されたものではなかった。文房具やお菓子など、身の周りにある商品に掲載されているアドレスからその商品のホームページを検索するというものだった。はじめはパソコンの目新しさからその作業も楽しめたが、だんだんと飽きが生じた。その授業は最終的には児童がタイピングゲームをするだけの授業になっていった。その点上記の2つの事例では思考や経験を通じて習得されている。またその知識の伝達の過程は教師中心から児童または生徒主導の活動に重きをおいている。グループ活動や検証・考察など普段の授業ではなかなか展開できないプロセスで授業を構成することができるのも面白さの要因といえよう。

6. むすびに

現在のメディアの状況により、子どもたちは新たな性質・側面を身につけていた。しかし現在の消費者にしろ、メディアを適宜に使い分けるという事実にして、「新しいメディア」がもたらしたのではなく、もともとの人間関係で隠されていた事柄が可視化され、表面にでてくることでの新たな影響はあるだろう。しかしその原因の究明という観点からすると、やはりメディアに目を向けるのではなく「人間社会の世界」そのものに目を向ける必要がある。内部に潜んでいたものが「新しいメディア」によって「新しい状態」で噴出するのである。ケータイは確かに人間社会の体面的相互行為やコミュニケーションのあり方を根源から変えていく可能性をもっているといえよう。しかし最終的には人間同士の相互作用でありコミュニケーションであることは変わらない。だがそれらの進化する媒体、なおかつその媒体がライフラインに負けずとも劣らない立ち居地を占めている今、その媒体への理解を深めることも重要だ。鉛筆で字を書けるのと同様に、キーボードで字を打つことを求められる今自らの身体をどこまで拡張することができるのか、また拡張した自分の身体を果たして動かせるのか。問われるのはそこであり、そのためのメディアリテラシー教育ではないだろうか。

引用文献

- 管忠道 『児童文化の現代史』大月書店 1968
渋谷直角 『定本 コロコロ爆伝!! 1977-2009『コロコロコミック』全史』 飛鳥新書
ベネッセ教育研究開発センター 『放課後の生活時間調査報告書』(2009)
仲島一郎・姫野圭一・吉井博明 『携帯電話の普及とその社会的意味』(1991)
W・テレンス・ゴードン 『マクルーハン』(2001)ちくま学芸文庫
酒井朗 『ICT 環境下での子どもの生活と意識』(2009)ベネッセ教育研究開発センター
佐野正弘 『大人が知らない携帯サイトの世界-PCとは全く違うもう1つのネット文化』(2007)
毎日コミュニケーションズ
富田英典(2006) 『ケータイとインティメイト・ストレンジャー』松田美佐ほか編 『ケータイのある風景-テクノロジーの日常化を考える』北大路書店
村野井均 『学校と地域で育てるメディアリテラシー』ナカニシヤ出版 1991