

国立国会図書館 調査及び立法考査局

Research and Legislative Reference Bureau National Diet Library

論題 Title	ソーシャルメディア時代に求められるメディア・リテラシー
他言語論題 Title in other language	Media Literacy in the Social Media Age
著者 / 所属 Author(s)	石渡 裕子 (ISHIWATARI Hiroko) / 国立国会図書館調査及び立法考査局専門調査員・文教科学技術調査室主任
書名 Title of Book	ソーシャルメディアの動向と課題：科学技術に関する調査プロジェクト報告書 (Trends and Issues of Social Media)
シリーズ Series	調査資料 2019-5 (Research Materials 2019-5)
編集 Editor	国立国会図書館 調査及び立法考査局
発行 Publisher	国立国会図書館
刊行日 Issue Date	2020-03-31
ページ Pages	105-114
ISBN	978-4-87582-858-7
本文の言語 Language	日本語 (Japanese)
キーワード keywords	メディア・リテラシー、マスメディア、ソーシャルメディア、情報活用能力
摘要 Abstract	ソーシャルメディアの登場で、情報を批判的思考によって分析・評価・作成し、より良いコミュニケーション環境の在り方を考える能力としてのメディア・リテラシーが一層求められている。

* この記事は、調査及び立法考査局内において、国政審議に係る有用性、記述の中立性、客観性及び正確性、論旨の明晰（めいせき）性等の観点からの審査を経たものです。

* 本文中の意見にわたる部分は、筆者の個人的見解です。

ソーシャルメディア時代に求められるメディア・リテラシー

国立国会図書館 調査及び立法考査局
専門調査員 文教科学技術調査室主任 石渡 裕子

目 次

はじめに

I ソーシャルメディアの利用とその影響

- 1 我が国におけるソーシャルメディアの利用状況
- 2 現状と課題

II メディア・リテラシー

- 1 メディア・リテラシーとは何か
- 2 ソーシャルメディアの登場
- 3 メディア・リテラシーの現在
- 4 学校教育におけるメディア・リテラシー

おわりに

【要 旨】

メディア・リテラシーは、教育、コミュニケーション、社会学、心理学、歴史、政治といった多様な分野が絡み合った学際的な概念である。また、メディア・リテラシーの定義や受容のされ方は、地域や時代などに応じて変化する。従来は、情報の受け手として、新聞・雑誌・ラジオ・映画・テレビなどのマスメディアの情報を批判的に受容したり、主体的に活用したりすることを指すとされ、その重要性が説かれてきた。

ソーシャルメディア時代に求められるメディア・リテラシーとは、個人情報不正利用やフェイクニュースの横行、自らにカスタマイズされた情報のみ接する弊害など様々な問題点についての知識と対処法を身に付けるとともに、メディアの歴史や特性を理解し、メディアを通して受容・共有する情報を批判的思考によって分析・評価した上で、自らの表現能力も高め、より良いコミュニケーション環境の在り方を考える能力とすることができる。

メディア・リテラシーは高次の思考力であるため、教えることも身に付けることも簡単ではないがゆえに、長期的な視点で日々意識し続けることが重要である。

はじめに

誰でも、いつでも、どこでも情報の送受信ができ、世界中の人と瞬時につながるができるソーシャルメディアは、我々の生活に大きな影響を与えている。本稿では、我が国におけるソーシャルメディアの利用状況と課題をまとめた上で、マスメディアからの情報をどのように理解するかというメディア・リテラシーの定義を紹介し、ソーシャルメディア時代に求められるメディア・リテラシーとは何かについて概説する。最後に、メディア・リテラシーを身に付ける教育の重要性について述べる。

I ソーシャルメディアの利用とその影響

1 我が国におけるソーシャルメディアの利用状況

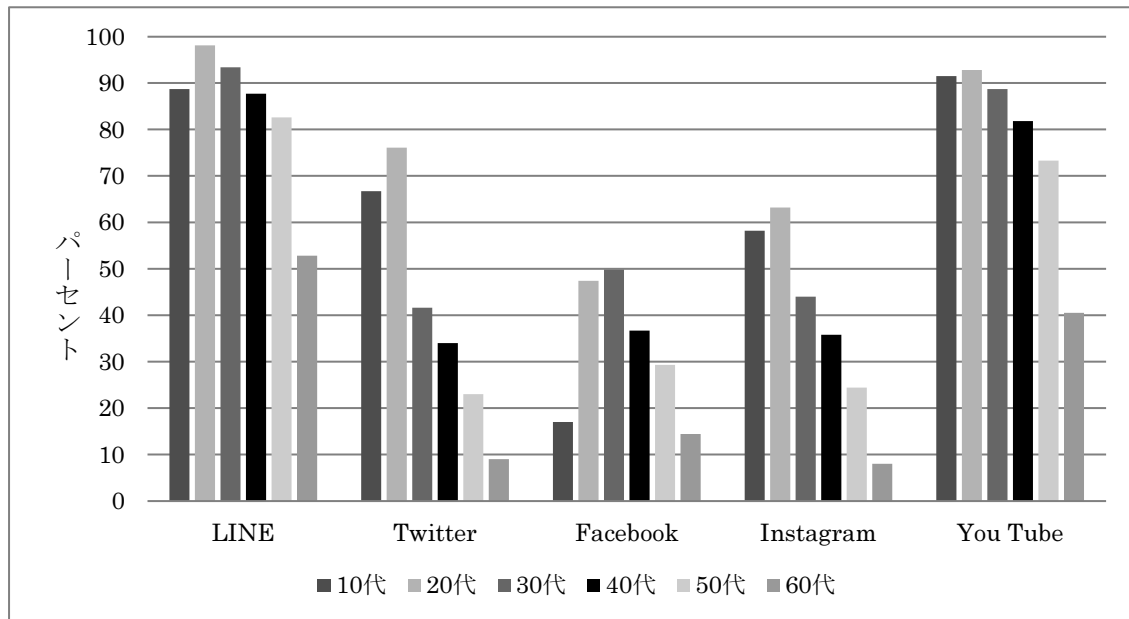
総務省情報通信政策研究所の平成 30 (2018) 年度調査によると、我が国におけるソーシャルメディアの利用率及び利用者の平均利用時間は、10代が平日 55.3%、129.5 分、休日 58.2%、169.6 分であり、20代では平日 63.6%、81.6 分、休日 64.1%、100.8 分となっている。全年代での平均利用時間は平日 69 分、休日 91 分であることから、10代で極めて長くなっているといえる。なお、30代から60代のソーシャルメディアの利用率・平均利用時間も平成 24 (2012) 年度以降ほぼ毎年度増加しており、特に 50代及び60代の平均利用時間は一貫して増加傾向にある⁽¹⁾。

* 本稿におけるインターネット情報の最終アクセス日は、令和 2 (2020) 年 2 月 25 日である。

(1) 総務省情報通信政策研究所『平成 30 年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書』総務省情報通信政策研究所, 2019, pp.43-46. <http://www.soumu.go.jp/main_content/000644168.pdf> なお、2015 年時点であるが、米国の青少年 (13 ~ 18 歳) の 58% がソーシャルメディアを利用し、利用者の平均利用時間は 124 分という調査がある (*The Common Sense Census: Media Use by Tweens and Teens*, Common Sense Media Inc., 2015, p.39. <https://www.commonensemedia.org/sites/default/files/uploads/research/census_researchreport.pdf>).

また、平成 30 (2018) 年度調査での主なソーシャルメディア系サービス／アプリの年代別利用率は図のとおりであり、LINE と YouTube の利用率が全年代で高くなっている。

図 主なソーシャルメディア系サービス／アプリ等の利用率 (年代別)



(出典) 総務省情報通信政策研究所「平成 30 年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書」
 総務省情報通信政策研究所, 2019, p.63 <http://www.soumu.go.jp/main_content/000644168.pdf> を基に
 筆者作成。

2 現状と課題

ソーシャルメディアの登場やスマートフォンなどのモバイルの普及⁽²⁾により、誰もが情報を発信できる環境が生み出され、拡散のスピードも増し、膨大な情報の影響が社会の広範囲に及ぶようになった⁽³⁾。ソーシャルメディアの中でも、ソーシャル・ネットワーキング・サービス (以下「SNS」) の利用に関する問題点として、例えば、ネットいじめ⁽⁴⁾や個人情報の流出・不正利用⁽⁵⁾、炎上⁽⁶⁾、フェイクニュース⁽⁷⁾等のほか、情報の選択の幅が狭くなりやすく社会の分断を生む⁽⁸⁾といった懸念が生じている。

- (2) スマートフォンの利用率は、平成 24 (2012) 年度には 32.0% (年代別では 10 代 36.7%、20 代 68.4%、30 代 49.0%、40 代 28.8%、50 代 13.7%、60 代 4.7%) であったが、平成 30 (2018) 年度には 87.0% (年代別では 10 代 90.8%、20 代 99.0%、30 代 97.7%、40 代 94.4%、50 代 85.9%、60 代 60.5%) となった (同上, pp.60-61)。
- (3) ソーシャルメディアの概念・構造・機能については本報告書の成原慧「ソーシャルメディアのアーキテクチャと表現の自由」を、ソーシャルメディアの身近な人間関係から大きな社会関係に至る影響力については田中幹人「ソーシャルメディアとは何か」及び水谷瑛嗣郎「SNS と法の交錯点—表現の自由、民主主義の視点から—」を参照。
- (4) インターネットを用いて悪口を言ったり、仲間外れにしたりする「ネットいじめ」が注目されるようになったことを受け、いじめ防止対策推進法 (平成 25 年法律第 71 号) では、いじめの定義に「インターネットを通じて行われるものを含む」との文言が明記された。
- (5) 個人情報の流出・不正利用に関しては、本報告書の川西晶大「SNS における個人情報の不正利用—ケンブリッジ・アナリティカ事件—」も参照。
- (6) ある人物や企業が発信した内容や行った行為について、ソーシャルメディアに批判的なコメントが殺到する現象 (山口真一「ネット炎上の実態と政策的対応の考察—実証分析から見る社会的影響と名誉毀損罪・制限的本人確認制度・インターネットリテラシー教育の在り方—」『情報通信政策レビュー』6, 2015, pp.53-54.)。
- (7) フェイクニュース問題の定義・対策については、本報告書の神足祐太郎「「フェイクニュース」／偽情報問題の現状と対策」を参照。
- (8) 社会の分断を招くという指摘については、本報告書の佐藤令「選挙におけるソーシャルメディアの活用」も参照。

ソーシャルメディアの多くが広告収入によるビジネスモデルであり、ユーザーは自己の個人情報を出し出すことと引き換えに無料でこれらのサービスを使用している⁽⁹⁾。ソーシャルメディアの閲覧や発信を行う場合、検索・閲覧・購買・行動の履歴などの個人データがSNS事業者等に蓄積・分析され、ターゲティング広告（個人の属性に合わせた広告）などに利用されている。また、例えばTwitterでは、ユーザーがアップロードしたアドレス帳の連絡先や、過去のツイートやフォロワーのパターンなど多数の判断材料に基づき、アルゴリズム⁽¹⁰⁾によって個人向けにカスタマイズされた「おすすめアカウント」が表示される⁽¹¹⁾。

さらに、SNS等で自分と似た興味関心を持つユーザーをフォローすることにより、同じような情報・意見が流通する閉じた情報環境に身を置くこととなり、自らの考えが増幅される状況を、小部屋で音が反響する物理現象に例えて「エコーチェンバー」(Echo Chamber)と呼ぶことがある⁽¹²⁾。このような状況下では、人が受け取る情報の幅が狭くなると考えられる。アルゴリズムによってパーソナライズ化が進むと、人は読みたいものだけ読むようになり、情報フィルターの「バブル（泡）」に囲まれた閉鎖的な空間、すなわち「フィルターバブル」(Filter Bubble)状態が生み出されるという指摘もある⁽¹³⁾。人間は自分の考えが正しいと思い込み、自分に都合の良い情報を集め、都合の悪いものは見ないという「確認バイアス」の習性が顕在化したものということも可能である。フィルターバブルの中にいると自分の価値観に沿ったものであれば、投稿内容を丁寧に読まず、ましてやその根拠となる一次情報を確認することもなくフェイクニュースを信じ込み、Facebookの「いいね!」やTwitterのリツイートなど、ソーシャルメディアにおける支持表明を反射的に行うこともあり得る⁽¹⁴⁾。

フェイク画像・動画については、SNS事業者側でも対策を進めている⁽¹⁵⁾。しかしながら、深層学習を用いた人工知能アルゴリズムの一種である敵対的生成ネットワーク (Generative Adversarial Network: GAN) 技術によって、あたかも本物のように見えるフェイク画像・動画が簡単に作れるようになってきていることから、意思決定が惑わされ、真偽判断を見誤るリスクが増大すると危惧されている⁽¹⁶⁾。

フェイクニュースが拡散しやすい情報環境で、自分と異なる考え方や価値観から遮断されることへの対策としては、ファクトチェック (Fact Check)⁽¹⁷⁾に加え、次節で述べるメディア・リテラシーが基本とされている⁽¹⁸⁾。

(9) 笹原和俊『フェイクニュースを科学する—拡散するデマ、陰謀論、プロパガンダのしくみ—』化学同人, 2018, p.22.

(10) アルゴリズムとは、何らかの問題を有限の時間で解くための処理手順のこと。アルゴリズムを何らかのプログラミング言語によって記述したものをプログラムという (青木義満「データ構造とアルゴリズム」情報教育事典編集委員会編『情報教育事典』丸善, 2008, p.507.)。

(11) 「Twitterに表示されるおすすめアカウントについて」 <<https://help.twitter.com/ja/using-twitter/account-suggestions>>

(12) キャス・サンスティーン (石川幸憲訳)『インターネットは民主主義の敵か』毎日新聞社, 2003, p.7. (原書名: Cass Sunstein, *Republic.Com*, 2001.)

(13) イーライ・パリサー (井口耕二訳)『閉じこもるインターネット—グーグル・パーソナライズ・民主主義—』早川書房, 2012, p.19. (原書名: Eli Pariser, *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*, 2011.)

(14) 福島俊一「複雑社会における意思決定・合意形成支援の技術開発動向」『人工知能』34(2), 2019.3, pp.131-133.

(15) 例えば、Twitter社は、合成されていたり、意図的に操作されていたりする動画や写真を含むツイートについて「操作されたメディア」(Manipulated media)などと注意書きを付けるとともに、場合によっては削除する施策を2020年3月5日から実施すると発表した(「ツイッター、フェイクに注意書き 動画や写真的対象、削除も」『朝日新聞』2020.2.5夕刊, p.6;「偽動画警告ラベル ツイッターが表示へ」『東京新聞』2020.2.6, p.6.)。

(16) 福島 前掲注(14), p.133.

(17) ファクトチェックとは、発信された情報が客観的事実に基づくものなのかを調査して、その情報の正確さを評価し、公表することを意味する(笹原 前掲注(9), p.158.)。

(18) 同上, pp.82, 178.

Ⅱ メディア・リテラシー

1 メディア・リテラシーとは何か

メディア・リテラシーは、教育、コミュニケーション、社会学、心理学、歴史、政治といった多様な分野が絡み合った学際的な概念である⁽¹⁹⁾。また、メディア・リテラシーの定義や受容のされ方は、地域や時代などに応じて変化している⁽²⁰⁾。

1992年に米国で開催されたメディア・リテラシーに関する全国リーダーシップ会議 (the National Leadership Conference on Media Literacy) では、メディア・リテラシーとは印刷及び電子のメディアにアクセスし、分析し (analyze)、評価し (evaluate)、創造する (produce) ことができることを指すとされた⁽²¹⁾。

我が国では、数十年の間、「注意深く読み、批判的に考えよ」をキャッチフレーズに、メディア・リテラシーとはマスメディアを批判的に読むことであり、教育的な可能性と関連するものであると理解されてきた。しかし、1990年代後半にインターネットが普及し、個人の表現活動が多様化すると、読み手や消費者だけではなく、書き手や製作者にもメディア・リテラシーが求められるようになった⁽²²⁾。

平成12(2000)年6月刊行の『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』では、メディア・リテラシーとは「メディア社会における生きる力」であり、「メディアを主体的に読み解く能力」、「メディアにアクセスし、活用する能力」、「メディアを通じてコミュニケーションを創造する能力。特に情報の読み手との相互作用的 (インタラクティブ) コミュニケーション能力」の3要素からなる複合的な能力である、としている⁽²³⁾。

また、ジャーナリストの菅谷明子氏は同年8月刊行の著書において、メディア・リテラシーは「コンピュータ・リテラシー」や「情報リテラシー」と混同される場合もあるが、機器の操作能力だけではなく、「メディアの特性や社会的な意味を理解」し、メディアが送り出す情報は構成されたものであるとして建設的に「批判」し、メディアを使って自らの考えを表現することで、「メディア社会と積極的に付き合うための総合的な能力」であるとした⁽²⁴⁾。

メディア論の研究者である水越伸・東京大学大学院情報学環教授は、平成24(2012)年に、メディア・リテラシーを、マスメディアや青少年に限定せず「すべての人々が本からモバイルにいたる多様なメディアを技術的に活用し、批判的に受容し、能動的に表現するための自律的でしたたかな術や営み」⁽²⁵⁾と定義した。

(19) Melda N. Yildiz, "History of Media Literacy," Renee Hobbs and Paul Mihailidis editors-in-chief, *The international encyclopedia of media literacy*, (The Wiley Blackwell-ICA international encyclopedias of communication), vol.1, Hoboken: Wiley-Blackwell, 2019, p.554.

(20) 森本洋介「日本の学校教育におけるメディア・リテラシー教育の重要性—カリキュラムマネジメントの視点を交えて—」福島裕敏ほか編著『教育のあり方を問い直す—学校教育と社会教育—』東信堂, 2019, p.149.

(21) Patricia Aufderheide, "Aspen Media Literacy Conference Report - Part II." <<http://www.medialit.org/reading-room/aspen-media-literacy-conference-report-part-ii>>

(22) Shin Mizukoshi, "Media Literacy in Japan," Hobbs and Mihailidis editors-in-chief, *op.cit.*(19), vol.2, p.974.

(23) 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『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, pp.5-7. 総務省ウェブサイト <https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho-tsusin/top/hoso/pdf/houkokusyo.pdf>

(24) 菅谷明子『メディア・リテラシー—世界の現場から—』岩波書店, 2000, p.v. なお、この著者は、「メディア・リテラシー」は主に北米で使用されている言い方で、英国では「メディア教育」と呼ばれており、国によってその言い方は様々であるとしている (同上, p.ix.)。

(25) 水越伸「メディア・リテラシー」大澤真幸ほか編『現代社会学事典』弘文堂, 2012, p.1251.

また、教育の面から森本洋介・弘前大学教育学部准教授は、メディア・リテラシーについては多様な定義が存在しているが、「メディアを通じて流される情報について多面的かつ客観的に分析し、また自分でも多様なメディアによる情報発信や表現を行うことなどを通じて、再構成・再構築されたイメージ（＝リプレゼンテーション⁽²⁶⁾）について思考・判断・表現する能力」であるとした。なお、メディア・リテラシーは「メディアについて批判的（critical）に考える能力」と説明されることが多いが、日本語の「批判的」という言葉は「否定的」の意味で受け取られてしまうことがあるので、あえて同准教授は「多面的かつ客観的」と表現している⁽²⁷⁾。

2 ソーシャルメディアの登場

新聞・放送・出版・広告などのマスメディアの登場以来、20世紀後半に至るまでは、これらがほぼメディアと同義であったとされる。しかし、メディアは単に情報を伝達するだけでなく、情報技術と様々な社会的要因とが複合的に関わる中で形成される⁽²⁸⁾。不特定多数の人々に大量の情報を一度に伝達できるというマスメディアの機能を、インターネットがマスメディア以外にまで広げたといえる。

インターネットをめぐる様々なサービスやプラットフォームを、従来とは異なるバージョンの「Web 2.0」と位置付けたのは、ティム・オライリー（Tim O'Reilly）であった。2005年の論文でGoogleやAmazonなど具体的な企業名を挙げながら、「ユーザーの貢献によるネットワークの効果は、Web2.0時代の市場を支配する鍵である」という教訓を掲げた⁽²⁹⁾。Web 2.0とは双方向性を有する、ユーザー参加型のサービスの発展・普及を意味し、その特徴を端的に示すのがソーシャルメディアであるとされる⁽³⁰⁾。情報発信にあたりHTMLなどの専門的知識が不要な「ブログ」が2003年頃から普及し、2004年にはFacebook、2005年にはYouTube、2006年にはTwitterがサービスを開始した⁽³¹⁾。2007年にはApple社からiPhoneが発売され、スマートフォンが世界中に普及していく。こうして、「人々や企業などが双方向にさまざまな情報をやりとりしたり共同作業したりすることを可能にする、インターネットを利用したツール」⁽³²⁾によって、誰でも簡単にテキストや写真、動画などを発信・共有できるようになったのである⁽³³⁾。

その後も2010年にInstagram、2011年にはLINE、2016年にはTikTokが登場するなど、多種多様なサービスが展開されている。

3 メディア・リテラシーの現在

ソーシャルメディアの登場により、メディア・リテラシーに対する理解はどのように変化したのであろうか。

例えば、平成26（2014）年には、中橋雄・武蔵大学社会学部教授が、ソーシャルメディア時

(26) リプレゼンテーション (Representation) とは、表現、描写を意味する語。

(27) 森本洋介「メディア・リテラシーとは何か、どのように教育に組み込んでいくか」『はらっば』390, 2019.9, p.3.

(28) 水越伸編著『メディア論』放送大学教育振興会, 2018, pp.9-27.

(29) Tim O'Reilly, "What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software," 2005.9.30. <<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>>

(30) 松下慶太「ネット社会の誕生」飯田良明・松下慶太編著『ネット社会の諸相』学文社, 2015, pp.12-14.

(31) 奥村倫弘「ネットメディア」藤竹暁・竹下俊郎編著『図説日本のメディア—伝統メディアはネットでどう変わるか—新版』NHK出版, 2018, pp.279-280.

(32) 武田英明「ソーシャルメディア」人工知能学会編『人工知能学大事典』共立出版, 2017, p.1215.

(33) 佐々木裕一『ソーシャルメディア四半世紀—情報資本主義に飲み込まれる時間とコンテンツ—』日本経済新聞出版社, 2018, p.7.

代のメディア・リテラシーを次の7つの構成要素に分類することを提唱した⁽³⁴⁾。

表 ソーシャルメディア時代のメディア・リテラシー構成要素

1	メディアを使いこなす能力	情報装置の機能・特性を理解して操作し、目的に応じて使い分けや組み合わせができる。
2	メディアの特性を理解する能力	情報内容が送り手の意図によって構成されることを理解し、メディアが人の認識や価値観を形成していることを理解できる。
3	メディアを読解、解釈、鑑賞する能力	語彙・文法・表現技法を理解し、想像力を働かせて解釈・鑑賞できる。
4	メディアを批判的に捉える能力	情報内容の信憑性（しんぴょうせい）を判断し、自分の価値観にとらわれず送り手の意図・思想・立場を捉えることができる。
5	考えをメディアで表現する能力	相手や目的を意識し、多様な価値観が存在する社会において送り手となる責任・倫理を理解できる。
6	メディアによる対話とコミュニケーション能力	相手との関係性を深めるコミュニケーションを図ることができる。
7	メディアの在り方を提案する能力	コミュニティにおける取決めやルールを提案し、メディアの在り方を評価し、調整していくことができる。

(出典) 中橋雄『メディア・リテラシー論—ソーシャルメディア時代のメディア教育—』北樹出版, 2014, pp.49-60 を基に筆者作成。

これまでは、情報の受け手として、マスメディアの情報を批判的に受容したり、主体的に活用したりすることの重要性が説かれてきた。ソーシャルメディアの利用に際しても、批判的かつ主体的に情報を捉えるとともに、自分の意見・解釈等と異なる情報に接した際に、誰が何を目的としてそのような解釈を行うのかを考察する必要があるであろう。

また、情報の加工や改ざんが技術的に容易であることから、出来事や物事の真偽を判断することは容易ではないことに留意する必要があるとされる。さらには、専門家と非専門家、客観性と主観性、分析と自己主張といった境界が揺らいでいることから、受け手の情動（affect）に訴える内容が拡散しやすくなり、社会における分断や対立の危険が高まるという指摘⁽³⁵⁾にも注意を払わなければならない。

一方、インターネットが登場し、映像等の創作を支援するソフトウェアや動画共有サイト、ソーシャルメディアが普及・拡大したことにより、情報の送り手と受け手、表現の生産者と消費者の境界も曖昧になってきた⁽³⁶⁾。つまり、情報の送り手になることのハードルが下がったのである。

かつては、マスメディア（新聞・雑誌・ラジオ・映画・テレビ）などから伝えられる情報を受け手として主体的、批判的に捉え直すことがメディア・リテラシーの中心であったが、ソーシャルメディアの登場以降は、情報の送り手としてのリテラシーがより一層注目されるようになってきた⁽³⁷⁾。なぜなら、新聞・雑誌・テレビなどの従来のマスメディアが一方的な情報伝達手

(34) 中橋雄『メディア・リテラシー論—ソーシャルメディア時代のメディア教育—』北樹出版, 2014, pp.49-60.

(35) 阿部潔「ソーシャルメディアはポピュリズムの夢を見るか?—コミュニケーション資本主義の条件—」伊藤守編『コミュニケーション資本主義と<コモン>の探求—ポスト・ヒューマン時代のメディア論—』東京大学出版会, 2019, pp.61-90.

(36) 飯田豊「送り手のメディア・リテラシー—二〇〇〇年代の到達点、一〇年代の課題と展望—」浪田陽子ほか編著『メディア・リテラシーの諸相—表象・システム・ジャーナリズム—』（立命館大学産業社会学部創設50周年記念学術叢書）ミネルヴァ書房, 2016, pp.331-342.

(37) 中橋雄「情報活用能力とメディア・リテラシー」稲垣忠・中橋雄編著『情報教育・情報モラル教育』ミネルヴァ書房, 2017, pp.124-132.

段であったのに対して、個人・企業・国家等がソーシャルメディアによる双方向のやり取りを介して、より多くの情報を瞬時に発信・拡散するようになったからである。ソーシャルメディアは、従来とは質的・量的に異なるコミュニケーション文化をもたらしたといえる⁽³⁸⁾。

以上から、ソーシャルメディア時代に求められるメディア・リテラシーとは、個人情報不正利用やフェイクニュースの横行、自らにカスタマイズされた情報のみに接する弊害など様々な問題点についての知識と対処法を身に付けるとともに、メディアの歴史や特性を理解し、メディアを通して受容・共有する情報を批判的思考によって分析・評価した上で、自らの表現能力も高め、より良いコミュニケーション環境の在り方を考える能力といえることができる。

4 学校教育におけるメディア・リテラシー

学校教育において、メディア・リテラシーはどのように扱われてきたのであろうか。

例えば、1978年にカナダで設立されたメディア・リテラシー協会（Association for Media Literacy: AML）は、メディア・リテラシーをカリキュラム（教育課程）に取り入れるようオンタリオ州教育省に訴え、同州は1987年に世界で初めて「国語」（英語）のカリキュラムにメディア・リテラシーを取り入れた⁽³⁹⁾。その後、同州教育省はマスメディアの特性・技術・影響力について生徒が正しく批判的に理解するために、メディア・リテラシー教育に携わる教師向けの資料を編集した⁽⁴⁰⁾。

我が国では、平成8（1996）年の「第15期中央教育審議会第一次答申」を受けて設置された文部省（当時）の「情報化の進展に対応した初等中等教育における情報教育の推進等に関する調査研究協力者会議」が、平成10（1998）年8月の最終答申において、「情報活用能力」を①情報活用の実践力、②情報の科学的な理解、③情報社会に参画する態度、と整理した⁽⁴¹⁾。このようにメディア・リテラシー教育が推進されるようになった契機は、1990年代にパソコンが登場し、表現する道具としての機能が備わったことや、インターネットにより氾濫する情報に流されないための情報収集・判断能力や、個人が情報を発信し表現する能力の重要性が認識されたこととされる⁽⁴²⁾。

2000年代以降にインターネット、SNS、携帯電話、スマートフォンが子どもにも普及する中、平成20（2008）年に告示された学習指導要領においては、各教科等の学習活動に情報教育に関する記述が多く含まれることとなった⁽⁴³⁾。さらに、平成29（2017）年に告示（高等学校は翌年

(38) 阿部 前掲注(35), pp.62-63.

(39) “About the Association for Media Literacy (AML).” Association for Media Literacy website <<https://aml.ca/about/>>; 菅谷 前掲注(24), pp.79-90.

(40) オンタリオ州教育省編(FCT(市民のテレビの会) 訳)『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, 1992, pp.3-4. (原書名: Ontario Ministry of Education, *Media Literacy: Resource Guide, Intermediate and Senior Divisions*, 1989.)

(41) 「情報化の進展に対応した教育環境の実現に向けて（情報化の進展に対応した初等中等教育における情報教育の推進等に関する調査研究協力者会議最終報告）」1998.8. 文部科学省ウェブサイト <https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/shotou/002/toushin/980801.htm> なお、平成10（1998）年12月に小学校及び中学校、平成11（1999）年3月には高等学校の学習指導要領が告示され、「情報化への対応」が改善ポイントの1つとされた（「新しい学習指導要領の主なポイント（平成14年度から実施）」同上 <https://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/cs/1320944.htm>）。

(42) 森本 前掲注(20), pp.155-156.

(43) 「学習指導要領「生きる力」」文部科学省ウェブサイト <https://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/new-cs/youryou/1356249.htm>

に告示)された学習指導要領では、言語能力、問題発見・解決能力とともに情報活用能力が「学習の基盤となる資質・能力」として位置付けられた⁽⁴⁴⁾。小学校5年生の社会科では情報単元が設定されており、教科書にメディア・リテラシーの記述が含まれることがある⁽⁴⁵⁾。中学校の技術・家庭の教科書にインターネットや情報機器を用いる上でのプラス面やマイナス面について考察する単元が収載され⁽⁴⁶⁾、高等学校においては平成15(2003)年に新設された「情報」という教科で、情報モラルや情報の活用等の教育が行われている⁽⁴⁷⁾。

ただし、我が国において「メディア・リテラシー」という用語自体は、国語や社会科、家庭科、情報科といった教科や科目において教科書にも登場するようになったことから認知度は高まっているものの、情報通信技術(ICT)の機器操作に関する教育や情報モラル教育との混同がみられ、「体系的なメディア・リテラシーの学びがなく、単発的な授業しかなされていない」との指摘もある⁽⁴⁸⁾。

また、学校教育におけるメディア・リテラシー教育には、教員養成大学におけるメディア・リテラシー教育の実践や、教師を対象とした研修プログラムの開発が必要とされているが、現在は教師への支援が十分ではなく教材も不足しているほか、カリキュラムでの位置付けが明確ではないことや、メディア関連企業と連携する必要性があることなどが課題として挙げられている⁽⁴⁹⁾。

一方、米国においては、SNSが広がり始めた2008年にNPOの「ニュース・リテラシー・プロジェクト」(NLP)⁽⁵⁰⁾が発足し、中学・高校の教員や図書館司書などに対する実践的な研修が開始されている⁽⁵¹⁾。また、海外ではSNSに関するメディア・リテラシー教育について多くの実践例があるとの報告もある⁽⁵²⁾。

(44) 「平成29・30年改訂学習指導要領、解説等」同上 <https://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/new-cs/1384661.htm>; 堀田龍也・佐藤和紀「日本の初等中等教育における情報リテラシーに関する教育の動向と課題」『B-plus』50, 2019秋, pp.117-118.

(45) 森本 前掲注(27), p.8. 例えば、東京書籍の教科書は、「情報化した社会とわたしたちの生活」の単元で、情報を正しく活用するには、メディア・リテラシーを身に付けることが必要であるとして、「メディアリテラシー」を「メディアが伝える情報の中から必要な情報を自分で選び出し、内容の正しさを確認し、活用する能力や技能のことをいいます」と定義している(『新編新しい社会5 下』東京書籍, 2015, p.95.)。

(46) 例えば、中学校技術・家庭科用の教科書の1つは、「情報に関する技術」の中で情報の安全な利用を扱い、「情報に関する技術のプラス面とマイナス面の両方を評価する必要があります。そのために、情報通信ネットワークの特性と情報が社会に与えている影響を理解し、適確に判断して利用できるようになる必要があります。」としている(『新編 新しい技術・家庭 技術分野—未来を創る technology—』東京書籍, 2016, p.210.)。

(47) 例えば、高等学校情報科用の教科書の1つは、キーワードに「メディアリテラシー」を挙げ、「メディアで報じられた情報を客観的に評価したり、メディアを用いて効果的に情報を発信したりする能力をメディアリテラシー(media literacy)という。近年、急激な技術の進歩により、次々と新しいメディアが生まれているが、新しいメディアの利用にまつわるトラブルに巻きこまれないためにも、メディアリテラシーを高めることが重要である。」としている(『高等学校社会と情報 改訂版』数研出版, 2017, p.9.)。

(48) 森本 前掲注(20), pp.160-166.

(49) 中橋 前掲注(37), pp.137-138.

(50) News Literacy Project website <<https://newslit.org/about/>>

(51) 「シンギュラリティーにつつま 第3部 明日への選択 4 あふれる情報、見分ける力育む」『朝日新聞』2020.2.23, p.4.

(52) 森本洋介「英米におけるSNSに関するメディア・リテラシー教育の事例と日本での実行可能性」『学習情報研究』270, 2019.9, pp.18-19.

おわりに

新しい技術の善悪を論じることは建設的ではなく、どこに問題があるかを探り、どのように改善するかが肝要である⁽⁵³⁾。ソーシャルメディアも例外ではなく、即時性、利便性があり、人々の交流を豊かにする反面、現代社会が対応すべき新たな課題⁽⁵⁴⁾を生むとともに様々な危険性をもはらんでいる。対処手段としては、法律、技術、社会的規範などがあるが、その危険性をよく理解し、対応策を身に付けるためのメディア・リテラシー教育も重要である。メディア・リテラシーは高次の思考力であるため、教えることも身に付けることも簡単ではないがゆえに、長期的な視点で日々意識し続けることが求められている⁽⁵⁵⁾。

本稿では学校教育のみ取り上げたが、ソーシャルメディア時代に求められるメディア・リテラシーを身に付けるには、学校教育だけでは不十分であり、家庭、学校、職場、地域社会などあらゆる場所で、全世代に対して繰り返しその意義と必要性を示すとともに、メディアの在り方を不断に見直していく体制・方策が求められているといえよう。

(いしわたり ひろこ)

(53) サンスティーン 前掲注(12), p.6.

(54) 「公的空間と私的空間の境界の曖昧化、情報の信頼性のゆらぎ、情報の多元化に伴う社会的意思決定の複雑性の高まり」など（日本学術会議情報学委員会情報科学技術教育分科会『報告 大学教育の分野別質保証のための教育課程編成上の参照基準 情報学分野』2016.3.23, p.10. <<http://www.scj.go.jp/ja/info/kohyo/pdf/kohyo-23-h160323-2.pdf>>）。

(55) 森本 前掲注(27), p.10.