

メディア情報リテラシー研究

The Journal of Media and Information Literacy

特集 デジタル資本主義とメディア・リテラシー

第1巻第1号

- ◆『メディア情報リテラシー研究』創刊について 坂本 旬

- 【デイビッド・バッキンガム講演記録】
- ◆講演：デジタル資本主義時代のメディア・リテラシー教育 デイビット・バッキンガム
訳：時津啓、砂川誠司
- ◆Media education in the age of digital capitalism David Buckingham
- ◆デイビッド・バッキンガム講演会配布資料

- 【バッキンガム講演へのコメント】
- ◆バッキンガム講演がもたらす 日本でのメディア・リテラシー教育研究への示唆 坂本 旬
- ◆バッキンガムにとって批判的思考（理解）とは何か 時津 啓
- ◆変革のためのメディア・リテラシー教育
—バッキンガム氏の講義から学んだこと— 村上郷子
- ◆フェイクニュースに対する建設的な議論のために 村井明日香
- ◆これまでのメディア・リテラシーは「ポスト真実」時代に機能するのか
～バッキンガム氏の講演から～ 高橋恭子
- ◆フェイクニュースに抗する学校教育
—消費者教育の広告分析活動から学ぶ— 上杉嘉見

- 【研究報告】
- ◆平和の文化—平和メディアへの期待 浅川和也
- ◆多文化共生と教育に関する考察
—第27回メディア情報リテラシー研究会 研究発表報告— 大重史朗

- 【研究会記録】
- ◆2018年度「メディア情報リテラシー研究会」企画一覧 坂本 旬

特集 デジタル資本主義とメディア・リテラシー

目次

『メディア情報リテラシー研究』創刊について	坂本 旬	2
<デイビッド・バッキングガム講演記録>		
デジタル資本主義時代のメディア・リテラシー教育	デイビッド・バッキングガム 訳：時津啓、砂川誠司	4
Media education in the age of digital capitalism	David Buckingham	20
バッキングガム講演配布資料		34
「ポスト・トゥルース」時代のメディア教育		
フェイクニュース、メディア・バイアス、メディア・リテラシー教育の挑戦		37
Teaching Media in a 'Post-Truth' Age: Fake News, Media Bias and the Challenge for Media Literacy Education		48
メディア・リテラシーに何が起こったのか？		59
批判的で行こう		63
なぜ子どもはプログラミングを教わるべきではないのか？		66
<バッキングガム講演へのコメント>		
バッキングガム講演がもたらす		
日本のメディア・リテラシー教育研究への示唆	坂本 旬	70
バッキングガムにとって批判的思考（理解）とは何か	時津 啓	75
変革のためのメディア・リテラシー教育		
—バッキングガム氏の講義から学んだこと—	村上郷子	80
フェイクニュースに対する建設的な議論のために	村井明日香	84
これまでのメディア・リテラシーは「ポスト真実」時代に機能するのか		
～バッキングガム氏の講演から～	高橋恭子	90
フェイクニュースに抗する学校教育		
—消費者教育の広告分析活動から学ぶ—	上杉嘉見	92
<研究報告>		
平和の文化—平和メディアへの期待	浅川和也	99
多文化共生と教育に関する考察		
—第27回メディア情報リテラシー研究会 研究発表報告—	大重史朗	103
<研究会記録>		
2018年度「メディア情報リテラシー研究会」企画一覧		107
原稿募集・編集後記		109

『メディア情報リテラシー研究』創刊について

坂本旬（法政大学図書館司書課程）

2014年9月、法政大学はユネスコの「メディア情報リテラシーと異文化間対話大学ネットワーク（UNITWIN MILID）」にアソシエイト・メンバーとして加盟するとともに、海外からユネスコのアルトン・グリズィール氏やGAPMIL運営委員長のカロリン・ウィルソン氏、カイロ大学のサミー・タイア氏など、ネットワークに所属する研究者を招いたシンポジウムを開催した。このシンポジウムは北京で開催されるユネスコ・グローバルMILウィーク2014のプレ会議として位置づけられた。それから5年が経ち、ようやくジャーナルを創刊することができた。同時に、法政大学図書館司書課程が正式に法政大学のUNITWIN MILID担当部局となった。

これまで図書館司書課程はユネスコGAPMIL（グローバルMILパートナー同盟）所属組織のアジア太平洋メディア情報リテラシー教育センター（AMILEC）とともに年に4～5回、メディア情報リテラシーに関する研究会やシンポジウムなどを共催している。図書館司書課程だけでは対応しきれない幅広い分野の研究者や実践者との交流は確実に日本のメディア情報リテラシー研究の裾野を広げつつある。こうした経緯から、本ジャーナルもまたAMILECの協力を得て編集されている。

メディア情報リテラシー研究は分野を超えた幅広い領域であるが、その主たる領域はメディア・リテラシーと情報リテラシーである。しかし、そのどちらの研究領域も固有の学会を持っておらず、それぞれを専門とする研究者や実践者はジャーナリズムやメディア学、社会学、教育学、情報学、教育工学など多様な分野の学会に属していることが多い。また、いずれの学会にも属さない学生や市民にとって、これらの研究活動に参加するのはさらに大きなハードルがある。

本ジャーナルにはこうした多様な学問分野を超えて、新たな知見や実践の共有の場をもたらすとともに、ユネスコをはじめとするグローバルな研究コミュニティへの架け橋と役割を果たすことが期待されている。そのために、図書館司書課程とAMILECによる研究活動の成果をジャーナルを通じて公開するとともに、メディア情報リテラシーに関する論文や実践記録などを広く公募する。また、印刷媒体にはせず、オープン・アクセス・ジャーナルとして年2回発行する。さらに法政大学機関リポジトリを通じて、CiNiiへも公開する。

メディア情報リテラシー研究は、ソーシャル・メディアが社会のインフラとしてグローバルに普及しつつある現代において、ますます真価が問われようとしている。本ジャーナルは、その一翼を担うとともに、人の心の中に平和のとりでを築くための大きな力となることを追求するものである。

特集 デジタル資本主義とメディア・リテラシー
デイビット・バッキングラム講演記録



2018年10月6日、法政大学にて「デジタル資本主義時代のメディア・リテラシー教育」をテーマに、デイビット・バッキングラム氏の講演会を開催した。本特集はその講演記録と配布資料の一部、およびコメンターによる寄稿文をまとめたものである。なお、コメンターによる寄稿文は講演会後に改めて執筆された。

また、特集に収録された講演記録の翻訳は講演の文字起こしを行った後、バッキングラム氏自身による校正を経て翻訳されたものである。本特集のためにお骨折りをいただいたデイビット・バッキングラム氏および文字起こしと翻訳を担当された時津啓氏、砂川誠司氏に御礼を申し上げる。

デジタル資本主義時代のメディア・リテラシー教育

デイビット・バッキンガム教授（イギリス ラフバラ大学・キングスカレッジ・ロンドン）
訳者：時津啓（島根県立大学）、砂川誠司（愛知教育大学）

1. はじめに

最後に日本に滞在した10年以上前から、世界も変化してしまいました。私が話したいのは、メディア教育が変化する時代にどのように追いつく必要があるかということです。特に、メディア環境の変化、つまり私がデジタル資本主義と呼んでいるものです。変化の時に重要なのは、前を見ることだけでなく過去を振り返ることです。今まさに、このことが必要だと思います。私たちは歴史を必要としています。物事がどのように変化するかを理解するためには、これから話すように、あらゆるメディアの起源に立ち返る必要があるのです。

2. サイバーユートピア主義の終焉

私は最近、フレッド・ターナーのとてもおもしろい本を読みました。それは「カウンターカルチャーからサイバーカルチャーへ」と呼ばれています。ここでターナーが行っていることは、サイバーカルチャーの起源、インターネットの起源、そしてニューメディアの影響に関するある種のユートピア主義と彼が呼ぶものの起源に目を向けることです。彼はこの本で『全地球カタログ (Whole Earth Catalog)』を取り上げています。これはおよそ50年前の1968年に出版されています。この本は、本来ヒッピーによるカウンターカルチャーのために書かれました。まるで本の中にインターネットがあるようなものです。その考えは次のようなものです。カウンターカルチャーとしての『全地球カタログ』を通して、情報へのアクセス、真実へのアクセスが与えられるだろう。現在インターネットについて人々が行っている主張の多くは、当時この本をめぐってすでになされていたのでした。それはとても影響力のある本でした！

フレッド・ターナーは、本の中で、歴史の展開へと遡行しています。例えば、『全地球カタログ』の著者であるスチュアート・ブランド、それからアップルコンピュータの創始者であるスティーブ・ジョブスのような起業家まで遡行しています。そして、彼はこれらの人々の起源となる考えがどのようにヒッピーのカウンターカルチャーから生じ、徐々に新しい資本家による起業的考えと結びついていったかを辿っています。特に、スティーブ・ジョブスはユートピアのヒッピーから資本主義起業家へと大きく転換しました。

しかしながら、このような歴史に貫かれていた考えは、革命の手段としてのテクノロジーという考え、あるいは普通の人に対するエンパワーメントの手段としてのテクノロジーという考えです。ある意味で、これはテクノロジーに対する決定主義的な考えであると言えます。

テクノロジーはまるで魔術的なプロセスによってもたらされ、テクノロジーは社会を変え、個人を変え、そしてより広く社会を変えるのだ、と。誰が、どのようにテクノロジーを使用しているのかということとは無関係です。テクノロジーは社会に決定的な影響を与える力をもつということです。人々がデジタル技術の起源とそれに続くインターネットの到来を認識し始めた1970年代の終わりから1980年代の初めにこのような考えを見ることができます。そして、2000年代の初めにまた、このような考えは再び登場します。ITバブル（dot.com）の崩壊後、市場は崩壊し、今ではソーシャル・メディアと呼ばれるWeb.2.0が出てきました。それはより参加的なインターネットという考えです。そしてここでも、解放の手段としてのテクノロジーに関する主張があります。ヒッピーのスローガンに立ち戻るならば、それは「人々に力を（power to the people）」です。テクノロジーが人々に力を与えるというものです。

3. 教育の中のサイバーユートピア主義

私たちは同じような考えを教育の中にも見ることができます。例えば、アップルコンピュータは同種のサイバーユートピア主義を有する教育市場をターゲットにすることに特に長けています。解放としてのテクノロジーという考え方は、教育の文脈でもテクノロジーの売り込みに使われているのです。その考えは次のようなものです。テクノロジーは学びを変容させる。テクノロジーは生徒たちに力を与える。そして、同じように教師も解放する。ある人は、テクノロジーが教師を不要にすると言うだろうし、またある人は、教師が新たな役割、つまりより生徒たちへ力を与える役割を果たすと言うでしょう。

私は、このような考えには懐疑的な立場であると言わねばなりません。私たちは、教育において、テクノロジーが果たそうとしてきたことがことごとく失敗してきた歴史を見てきたように思います。振り返ってみれば、1950年代と1960年代のテレビの登場、1920年代の映画にも同じような議論をしている人がいることを見つけることができます。ここには、新たなテクノロジーがあります。フィルムカメラ、フィルムプロジェクター、テレビです。これらは、教師と生徒を解放し、教育を根本的に変容するというのです。そして、実際には、このような大きな約束は決して果たされることはありませんでした。頻繁に生じているのは、人々が実際には使用していないバックグラウンドへと、テクノロジーが入り込んでしまうことです。だから、私たちは約束の果たせなかった歴史を持っているのです。

このことはデジタルテクノロジーについてもあてはまるでしょう。私たちは、このようなテクノロジーが広く教育改革の一部、教育学の変化になりうることを知っています。私たちにインスピレーション（刺激）を与えてくれる教師がいるところでは、刺激的な方法でテクノロジーを使うこともできます。しかし教育の中でテクノロジーがどのように使用されているのかを見ると、私たちが見出すことができるのは、大変狭く縮小された使い方です。テクノロジーは、教えるためというよりも、テストのために頻繁に使用されていましたし、データを集めるために使用されていました。実際には根本的に教育的変化をもたらすような手段として使用されることはほとんどありませんでした。学校におけるテクノロジーの使用が、学校外で子どもたちがテクノロジー

を用いてやっていることと結びつかないことが多いのです。1970年代の終わりに私の勤めていたロンドンの学校に、はじめてコンピュータが来た時のことを覚えています。この時、私は教師でした。振り返ってみれば、このテクノロジーがどのような違いをもたらすのかについて声高に主張する人もいました。そして、子どもたちにとってはコンピュータに触れるのは初めての経験であり、コンピュータを見ることも、きっと初めてでした。それが今となっては、みなさんが教えている生徒たちのほとんどは、ポケットの中にコンピュータを入れて歩き回っています。つまり、スマートフォンです。テクノロジーは学校外の世界の中へより広くばらまかれました。そして、学校におけるテクノロジーの問題のひとつは、学校外で変化していることについていけないことです。

4. 夢から悪夢へ

だから、一般的に、テクノロジーと教育の歴史の中で、このことがずっと問題だったのだと私は思います。私たちには、テクノロジーが解放、エンパワーメント、変化の素晴らしい形をどのように作り出すだろうかということについて、ユートピア的な約束の歴史があります。しかしながら、ここ1、2年、このような議論は明らかに変化し始めています。テクノロジーが解放をもたらすという夢物語は、悪夢へと変わってしまいました。

最近のイギリスの新聞見出しはこれです。そこにはこうあります。「グーグルがテロリストと友人関係にある。」「インターネット上でサイバーセックスゲームが繰り広げられている。」「子どもの脳を破壊し、注意力の持続時間を破壊して中毒にさせるソーシャルウェブサイトがある。」これらは慣れ親しんだ主張でしょう。もちろん、これらの新聞はテクノロジーによって脅かされています。新聞にも自らの経済的損得があります。きっとだから、新聞はテクノロジーの危険を見出しで謳っているのだとあなたは思うでしょう。しかし私は、これらがデジタルテクノロジーに関する公共的議論で生じている大きな変化を指摘しているとも思っています。

5. データの政治とデータのビジネス

このことに関する別の暗示は1、2年前にすでにありました。それは「ケンブリッジ・アナリティカのスキャンダル」です。この会社は5000万人のフェイスブックユーザーからデータを基本的に収集し、何が起きているのかをユーザーに知らせないままドナルド・トランプの大統領選陣営にそのデータを売っていました。これは大きなスキャンダルであり、大きな記事 (story) です。しかしながら、これは実際には個別の事例ではありません。これは、フェイスブックやグーグルのような会社が常にデータを集め、売っているという理由で、このようなテクノロジーやビジネスがいかににより一般的に機能しているのかを示した徴候です。彼らは私たちのデータを政治運動にだけでなく、市場にも売っています。だから、確かにこの記事は実際には「ケンブリッジ・アナリティカのスキャンダル」ですが、私はよりメディア環境内で広く生じている徴候だと思っています。

6. 技術非難の年

私たちは、議論における大きな変化を目の当たりにしています。メディアテクノロジーを促進してきた会社の重役たちの多くでさえ、その楽観主義を失い始めている状況を見てきました。ほとんど毎月のように、テクノロジーがどうやって私たちを地獄への連れていくのかということについて語る本が出版されています。テクノロジーのせいで、あらゆることは悪くなっているというのです。ここで例をあげます。ジャロン・ラニアーです。彼は本当の革新者で、ヴァーチャル・リアリティに関するイノベーターです。彼は『今すぐにあなたのソーシャル・メディアアカウントを削除する10の主張 (Ten Arguments for Deleting Your Social Media Accounts Right Now)』という新しい本を出版しました。スライドの真ん中にティム・ウーがいます。彼は以前、メディアテクノロジーを促進してきた会社の重役のひとりでした。今は、いかに大きなビジネスがインターネットの約束を破壊したかについて書いています。このような本はたくさんあります。また、アップルのような会社の重役から直接聞いた話だと、「私は自分の子どもにコンピュータの使用を許さない。ソーシャル・メディアやソーシャルネットワークを使用することは許さない」と言っています。

だから私は、何人かの人がテクノロジーへの反発である「tech-lash」と呼んでいる大きな変化を目の当たりにしています。私たちには非常に楽観的なユートピア的主張の歴史がありますが、ここ数年、議論全体が劇的に変化してきました。人々は何を心配しているのでしょうか。人々は、初めからインターネット上のポルノグラフィや幼児性愛者 (pedophiles) について話していました。実際、インターネットの拡大をもたらしたのはポルノグラフィでした。このことは、決して忘れられるべきではないです。しかし、現在最も懸念されるのは社会的・個人的な幸福 (well-being) に関係することです。それは民主主義についてであり、どのような社会に暮らしたいのかということについてです。そして、また個人的な幸福について言えば、私たちが何になりたいのか、子どもたちにどうなってほしいのか。これらこそ、最大の関心事なのです。

フェイク・ニュース、ポストトゥルース社会、インターネット上の虚偽に関する懸念はたくさんあります。私たちはオンライン上で過激化 (radicalization) している若者に懸念を抱いています。特にTwitterのようなソーシャル・メディアのプラットフォーム上では、虐待、ネットいじめ、ヘイトスピーチが懸念されています。私たちには監視に関する懸念もあります。私たちはこうした企業がデータを収集してプライバシーを侵害し、そのデータを使用して分析し、広告主に販売していることに懸念を抱いています。そのようにして彼らはお金を稼いでいるのです。私たちは個人の幸福についても懸念しています。誰もが自撮りを撮ってフェイスブックのプロフィールに載せるのは、ナルシズムの蔓延と言えましょう。ソーシャル・メディアを頻繁に利用するにつれて、人々はますます落ち込むようになる。私たちはソーシャル・メディアを使用していない人よりも、より憂鬱になるのです。若者がスマートフォンの中毒になっていると聞いたことがあります。これは、これらのメディアが精神衛生に与える影響に関する、より一般的な懸念の一例にすぎません。

再びメディア学者として考えたいのです。ちょっとした歴史感覚を持ちたいのです。なぜな

ら、歴史を振り返ってみれば、他の新しいメディアに関しても類似した否定的な主張を見出すことができるからです。1990年代にコンピュータゲームに関して人々が言っていることを振り返ってみれば、それは1980年代のビデオに関して人々が言っていたことですし、1950年代と60年代にテレビについて人々が言っていたことです。私たちは実際には同じ主張へと遡行することができます。セックスと暴力に関する主張はその一部です。見方によっては、これらのメディアは、悪い言動の様々な形式を促進しているようです。しかしながら、私たちはこれらのメディアがいかに子どもたちの遊びを破壊し、いかに私たちがメディアの中毒になっているのかに関する懸念を見出すこともできるかもしれません。しかし、1920年代の映画、19世紀の大衆文学、大衆劇場でのミュージカルについても、類似した議論がなされていました。そして、古代ギリシアの哲学者プラトンにまで遡ることができます。その著書『国家』の中で、劇詩が若者にとっていかに害悪かを書いています。なぜなら、それらは悪い役割モデルを示そうとするからです。劇詩は悪く、不健全な影響でした。あるレベルでは、私たちは以前にこれらの懸念のすべてを見てきたということです。それは、モラルパニック、ある人に言わせればメディアパニックと同種です。

しかなしながら、私たちは注意する必要があります。私たちは実際にすべてのことを見ているわけではありません。人々が懸念しているこれらのことのいくつかは、実際に社会で進行している広い変化を反映しています。それは特に現在、経済の中で起きている大きな変化の一部です。だから、あるレベルにおいては、これらの主張に注意を向けましょう。中毒、フェイク・ニュースといった言葉にも注意を向けましょう。それらは決して新しいこととは限りません。メディアの影響に関する主張にも気を付けましょう。しかし、私たちは進行している変化の広い意味でのパターンに気づく必要がありますし、それにはメディアが影響しているのかもしれません。

7. より大きな構図

私たちにはより大きな構図 (picture) を見る必要があります。少数の会社がますますメディア環境を独占しているという状況 (situation) について話しています。これはデジタル資本主義でしょうし、ある人がコミュニケーション的資本主義、プラットフォーム資本主義、監視資本主義とも呼んでいる状況です。私たちは少数の会社が市場を独占している状況にあることについて話しています。それらはコンテンツを売るという伝統的な方法で操作しているわけではありません。実際にはデータを集め、売っています。これは有名な方針です。つまり、サービスが無料ならば、あなたが製品なのです。あなたやあなたのデータがここで売買されている商品なのです。

4～5社の大手企業が、多かれ少なかれ独占しています。いくつかの数字を提示しましょう。フェイスブックは22億のアクティブなユーザーを有し、世界の人口の約30%がフェイスブックを利用しています。フェイスブックに匹敵するソーシャルネットワークはどこにもありません。インスタグラムやメッセンジャーのようなものに親しんでいる人もいますが、実際にはフェイスブックが同様にこれらのプラットフォームを所有しているのです。

グーグルではインターネット上の検索の90%以上がなされ、毎日35億件もの検索が行われています。これもまた、競合他社は取るに足らない存在です。他の検索エンジンと比較しても、グー

グーグルは他を圧倒して大きいのです。グーグルは実際に世界で最も大きな会社なのです。二番目の会社、ディズニーのおよそ二倍です。そしてもちろん、グーグルの親会社であるアルファベットはYouTubeを所有しています。繰り返しになりますが、YouTubeはマルチメディアサイトの市場リーダーであり、マルチメディアにおける市場の占有率はおよそ80%もあります。YouTubeでは毎日50億もの動画が視聴されています。

一方、アマゾンにはオンラインの小売業を独占しており、実際に米アマゾンはオンラインショッピングの半分になりました。そして、オンライン市場は明らかに日に日に成長しており、普通に考えれば、街の店舗販売は消えていっています。誰かの言葉を借りれば、アマゾンは市場を独占したいわけではない。アマゾンは市場になることを望んでいるのです。だから、アマゾンを所有するジェフ・ベゾスは公式には一番のお金持ちです。

アップルは明らかにハードウェア会社であり、大成功したデバイスを有しています。これまでに10億台のiPhoneが売られました。しかしながら、アマゾンのように、アップルはメディア制作と配信へと動き始めています。アマゾンは独自のメディアコンテンツを作って配信しています。アマゾンはオリジナルのメディアコンテンツに多額の資金を投資していることとなります。それは、アップルも同じです。アップルは音楽配信を独占し、有料の映画コンテンツを独占しています。

ネットフリックスはこうした企業のひとつになりつつあります。ネットフリックスは1440億ドルの時価総額を持つ企業です。これは非常に大きな数字です。ディズニーに次ぐ第3位の巨大メディア企業として急成長しています。その収益は毎年40%ずつ伸びており、これはどの業界でも驚異的なものです。

さてこれらこそ、FAANGs (Facebook, Amazon, Apple, Netflix, Googleの頭文字) です。みなさんは牙 (FANG) が歯であること、まるで吸血鬼の歯のようだということがわかったでしょう。これらの企業は異なる歴史を持っています。しかし、これらの会社はこの世で最も儲かっている会社であり、そんなやり方で収益を維持するために一生懸命仕事しているのです。

8. 全体的な調停

このことに加え、私たちは、メディアの始まりと終わりを見分けるのがますます難しくなっています。映画マトリックスをよく知っているでしょう。もしかしたら私たちは今マトリックスに住んでいるのではないかと想像せざるをえません。そういう世界に私たちは向かっているのです。ここで言及してきた企業はインターネットのトラフィックを最大化し、いくつものアルゴリズムを使って仕事をしています。私たちのような多くの人には全く見えないアルゴリズムです。アルゴリズムがどのように機能するのか。これらの企業がどのような種類のデータを収集しているのか。私たちはこれらを全く理解していません。そして、彼らのビジネスはトラフィックを最大化することにこそあります。なぜなら、クリックはお金を、クリックは収入を意味するからです。

さらにこうしたメディアはますます遍在 (ユビキタス) しています。ここではモバイルメディア、またウェアラブルメディアについて話しています。実際に会話を監視するAlexaやSiriなどの

バーチャルアシスタントについて話しています。それは、自宅で家族と話をすれば、会話を盗み聞きし、聞いた内容にもとづいて製品をおすすめしてくるデバイスです。あなたはそんなものを持っている可能性があるのです。本当に怖いのです。

これは、しばしば若い人たちにだけ当てはまるものだと思われています。あらゆることが、世代によって考え方が違うのです。私たちはこれがお年寄りには適用されないと聞きました。ミレニアル世代だけだ、と。しかし実のところ、これは私たち全員に適用されることだと思っています。高齢者と若者の間では、テクノロジーの採用パターンが違います。若者のなかには、年配の人よりも先にいくつかのデバイスを手に入れる人もいます。しかし、実際には携帯電話などのいくつかのデバイスは、年配の人たちが先に手に入れ、若者は手が出せませんでした。私たちが見ているのは、異なった採用パターンと異なったテクノロジーの普及です。しかし、加速するメディアのユビキタス化は若者たちだけでなく、私たち全員に当てはまることなのです。私たちの社会全体、私たちの政治システム、私たちの経済、芸術、文化、私たちの労働生活は、社会的関係や私的関係と同様に、テクノロジーがあふれている状況へと急速に移行しています。テクノロジーとメディアから逃れることはできません。媒介化 (mediation) はいたるところにあるのです。

9. メディア・リテラシー：魔法の解決策？

では、私たちはどうしたらよいのでしょうか。特に、メディア教育者はどうしたらよいのでしょうか。そうですね、この15年間、もしかするとそれ以上長い間に、メディア・リテラシーについての多くの議論がなされてきました。私はこれまでずっとメディア教育に携わってきました。メディア教育とは学校でメディアについて教えるものですが、イギリスにはひとつの歴史があります。おそらく70年から80年ほどの歴史がイギリスにはあるのです。1960年代、確かに人々はメディアについて教えてきました。1970年代には、メディア研究の専門科目がありました。しかし、メディア・リテラシーという表現は、2000年のはじめあたりに、私たちにとっての議題として登場してきました。このメディア・リテラシーという概念は、しばしば見たところメディアによって引き起こされたかもしれない問題に対する魔法の解決策のようなものとして提示されてきました。

私たちが持ち合わせているのは、テクノロジー化され、メディア化された世界です。どう対処したらよいのでしょうか。その答えは、私たち全員がメディアを読み書きできるようになる必要があるということです。あるレベルでは、これは問題ないでしょう。しかし、メディア・リテラシーは規制の代わりであるかのようです。政府は規制に対してますます慎重になってきました。メディア市場を規制したいと全く思っていません。部分的には政治的な理由からではありませんが、実際には、彼らはメディア市場を規制できないと考えているからでもあります。イギリスにおいて、例えば、私たちはフェイスブックのコンテンツを規制できるのでしょうか？フェイスブックはグローバル企業です。政府がグローバル化したメディアを規制するのはとても難しい。政府がインターネットのように分散化されたテクノロジーを規制するのは非常に困難です。もちろん、企業は規制を望んでいません。マーク・ザッカーバーグは国会に行き「フェイク・ニュー

スはととてもとても残念だ」と言いました。しかし、実際にはフェイスブックとグーグルは規制を望んでなどいません。なぜなら、それは彼らの巨大な収益性を脅かすからです。政府と企業は規制を望んでいません。そして、メディア・リテラシーが一種の規制の代替手段として登場するのです。市場は規制できない。消費者が自らを規制する必要がある。そういう考えです。

そして、これは教師の責任になります。教師はこの話をよく知っているでしょう。私たちは社会問題を抱えています。麻薬の問題、10代の妊娠の問題、フェイク・ニュース問題。そして答えは教育です。常に教育です。解決主義（solutionism）と呼ばれることもあります。教育が魔法の解決策になるのです。政府はこの問題に対処することはできない。だから、あなたが対処しなさい。そう言っています。教師への責任転嫁です。今、メディア教育者である私たちはおもしろい立場にいます。なぜなら、ある部分では私たちは次のように言いたいからです。「はい、私たちはこれに対処することができます。私たちはフェイク・ニュースについて知っています。私たちはニュースを教え、この問題を解決できます」、と。私たちは、やっと自分たちの時代がやってきたと思っています。私たちが働きかけ続けてきたから、私たちの時代が来たのだ、と。しかし、これは危険な瞬間です。実際ここで起こっていることは、教育者にとっても危険な機会でもあります。

10. いかにしてメディア・リテラシーは間違ったのか

イギリスでメディア・リテラシーがどうなったか。その戒めの話をしたと思います。幸せな話ではありません。2003年、新しい通信法ができました。メディアの規制システムを変えた新しい法律です。Ofcom（放送通信庁）と呼ばれる新しい組織、通信の公的機関が作られました。その通信法は、古いメディア（重要なのは報道ではなく放送ですが）に対する規制を通信規制にまとめました。Ofcomはメディア・リテラシーと呼ばれるものを促進する責任を与えられたのです。メディア・リテラシーはここでは定義されていませんでしたが、Ofcomは規制に代わるものとして非常に大きな役割を果たすはずでした。

政府はこの新しい超規制機関を設立しましたが、より広い意味ではその機関がやっていたことは後退でした。メディアの提供を進めるためには、市場を離れる必要がある。そうOfcomは言っていました。私たちはますます規制しなくなっています。規制の責任が政府から個人に移りました。政府は、人々が自らを規制し、メディアの利用を規制し、メディア文化の問題を対処するよう望んでいます。そのためには、人々は読み書きができる、その能力があるということを私たちは確認する必要があると言うのです。これはとても個人主義的なアプローチです。責任を消費者に戻すということです。ここには多くの問題がありましたが、最も重要なことは、メディア・リテラシーは決して教育の優先事項ではなかったということです。Ofcomと通信法は、メディア規制についてのものでした。つまり、メディア政策や通信政策についてのものだったのです。それは教育政策に関するものでは全くありませんし、実際、教育の政策決定者はメディア・リテラシーには全く興味を持っていませんでした。

11. メディア・リテラシーの何が問題か？

教育者として、私たちはメディア・リテラシーを非常に幅広いものだと考えています。しかし、政策立案の過程で批判的思考やメディアの批判的理解としてのメディア・リテラシーという幅広い視点は、次第に範囲が狭くなっていきました。5年間で、メディア・リテラシーはインターネットの安全性についてのものになり、恵まれない人々を包摂することについてのものになりました。例えば、オンラインについてのメディア・リテラシーを身につけていない高齢者には、テクノロジーを利用する自信を与えるためにどうにかするというわけです。メディア・リテラシーは、批判的理解や市民性と教育に関する非常に幅広いものであったことから、オンラインの安全性を人々に警告し、人々がテクノロジーを利用できるようにすることに關する非常に狭いものへと変わりました。これらのことが重要でないと言っているのではありません。メディア・リテラシーはそれよりはるかに広いものだと言っているのです。

メディア・リテラシーの何が問題なのでしょう。メディア・リテラシーとメディア教育の違いをはっきりさせる必要があります。メディア・リテラシーに対する見方の問題のひとつは、問題を単独で扱うことだと私は思っています。私たちは社会問題を抱えています。フェイク・ニュース、ネットいじめ、ネット中毒などの問題です。私たちはそれぞれの問題を取り上げ、簡単な修正方法や問題に対処する方法を見つける必要があります。問題は、これらの問題の原因を見ていないことです。私たちは徴候を見ているだけです。そして、最終的にやるのは手っ取り早い解決策（‘quick fix’ solution）です。インターネットの安全性には問題があります。だから、インターネット上のすべての小児性愛者に注意するように、子どもたちにレッスンを施しましょう、と。それから、私たちは断片的な一連の解決策を持ちだします。例えば、フェイク・ニュースには懸念があります。だから、虚偽（lies）と真実（truth）の違いを子どもたちに話して教えましょう、と。そんなに単純ならよいのですがそうではないのです。

そして、最終的には、非常に防御的な、保護主義的アプローチに行きつきます。メディア・リテラシーを促進する上で、私たちは絶えず非難をしているようです。私たちには子どもたちが避けるべきすべての悪事を警告する必要があるとも言えるのでしょうか。しかし、私たち教育者の多くは、この非難があまり効果的な教育戦略ではないと知っています。ここでの私の議論は、メディア・リテラシーはしばしば解決主義に関するものであり、もっともっと大きな社会問題に対する個人主義的な答えだということです。

12. メディア・リテラシーは教育を求めろ！

メディア・リテラシーには教育が必要です。私たちが人々にメディア・リテラシーを持たせたいと本当に望まなければ、それについて話すことは全くできないのです。私たちには、教えることと学ぶことの適切なプログラムが本当に必要です。危険なのは、メディア・リテラシーが人々のジェスチャーになってしまうことです。もちろん、私たちはみなメディア・リテラシーを信じていますが、実際にはメディア・リテラシーを実現するために人々が何もしないということはよくあるのです。メディア・リテラシーを実現させたいのなら、メディア教育が必要です。

学校でメディア教育を行うことの意味は、メディアとテクノロジーについて教える必要があるからです。テクノロジーをもちいた (with) 教育、テクノロジーを通した (through) 教育がたくさんあります。教師は教育テレビや教育メディアを使用していたのと同じように、コンピュータを利用しています。それは構いませんが、私が話しているのは、メディアを通してだけではなく、メディアとテクノロジーについて教えることです。私たちは、メディアとテクノロジーに関して、そして特に教室の外で起こっていることについて、批判的に問う必要があるのです。

しばしば人々はこれが「デジタルリテラシー」のことを言っているのだと思ってくれます。しかしながら、デジタルリテラシーはしばしば非常に機能的、非常に道具的なものです。ブラウザを使ったり、コンピュータに接続したり、ソフトウェアを使ったりできるかどうか、と。たいてい、それはテクノロジーを用いる際の手段となる能力、つまりテクノロジーを用いる際の一種のスキルに関するものです。メディア教育はもっと野心的ですし、もっと包括的です。もっと理論的に首尾一貫しており、そしてまた、より挑戦的です。悪事を子どもたちに警告するだけよりも、教えることはよほど難しい。それは、批判的思考についてなのです。部分的には創造性と創造的参加に関するものですが、決定的に重要なのは批判的思考です。

さて、おもしろい時代になってきました。これまで、メディア教育とそれを実施することについての話をずっとしてきました。長い歴史があります。15年ほど前、突然人々はメディア・リテラシーについて語り始めました。しかしながら、実際にはメディア・リテラシーは成功しませんでした。私たちはまだ、メディア教育を実現させるよう努力しています。

13. 批判的コンセプト

ここまで批判的思考について話してきましたが、批判的というのは問題のある言葉です。言うのは簡単ですし、私たちはみな、批判的であると信じていますが。批判的とはどういう意味なのでしょう。イギリスには四つの概念に基づいたメディア教育カリキュラムがあります。

ひとつめが、「メディア言語」です。これは、メディアがどのように意味を生み出すのか、あるいはメディアから私たちがどのように意味を生み出すのかということです。デジタル・メディアとインターネットに関して大切なことは、インターネットは人々が参加して、そして自らを表現する自由な空間ではないということです。フェイスブックやツイッターなどのソーシャル・メディアは、オープンフォーラムではありません。ルールがあったり、慣習があったり、ある種の可能な言語があったりする場所であり、人の行動を支配するいわゆるコードがあります。したがって、私たちは言語の種類や、人々がこの空間で使っている慣習の種類を学ぶ必要があります。

ふたつめは「表象」です。メディアはどのように現実を表象するのでしょうか？繰り返しになりますが、デジタル・メディアに関して言えば、大切なのは、それらが単なる「情報」技術ではないということです。しばしば、情報はすぐそこにあり、回線を伝って画面や私たちの脳に入ってくるかのように考えられています。一方、メディア教育の観点からみると、これは単なる情報ということを行っているわけではありません。私たちは、この情報がどれほど信頼でき、どれほど

説得力があるのかを問う必要があります。私たちは、こうしたモノ (material) が世界を表象するしかたをどれくらい信じてよいのでしょうか。

次に、「制作」です。制作とは、誰がこうしたメディアを作っているのか、それはどのように、そしてなぜかということを知りたいです。さきほども触れましたが、大切なのはデジタル・メディアやソーシャル・メディアは無料ではないということです。無料のように見えるかもしれませんが、実は、人々はそれらのメディアから莫大なお金を稼いでいるのです。こうしたデータベースを使ってお金を稼ぐビジネスモデルは、テレビなどの伝統的なメディアのビジネスモデルとは異なりますが、依然として非常に大きな企業によって支配されています。

最後に、「オーディエンス」です。これらのメディアを使用するオーディエンスは、どのように、なぜメディアを使うのでしょうか。ここでも重要なのは、それは単なるエンパワーメントでも、自己表現の強化でもないだろうということです。「オーディエンス」とは、創造性についての概念であり、監視ということについての概念でもあります。そしてまた、私たち全員が分刻みで何をしているかということのデータを集める人々についての概念でもあります。

これらの概念—メディア言語、表象、制作、オーディエンス—は、少なくとも1970年代から私たちが映画、テレビ、新聞、コンピュータゲームなどを検討するために使ってきた概念です。そして、私たちはそれらをソーシャル・メディアについて教えることにも簡単に使えるでしょう。それだけでなく、ここ数カ月、私のブログで行ってきたことのひとつは、ソーシャル・メディアのプラットフォーム上で起きていることを理解したり、教えたりすることに、これらの概念をどうやって使うことができるかということです。私は、全く新しいアイデアやひとそろいの概念が必要だとは思っていません。私たちは、よく知っているその概念を実際に使えるのです。

14. 「フェイク・ニュース」の事例

ここで例を挙げたいと思います。フェイク・ニュースについてです。どうしてかということ、私はフェイク・ニュースに興味を持っているジャーナリストがいることを知っているからです。より一般的にする論点の一例です。

そうです、「フェイク・ニュース」は簡単な告発 (accusation) になりました。とりわけ、ドナルド・トランプのような人々にとってはそうです。「フェイク・ニュース」は、告発です。それはフェイク・ニュースを主に提供していると私が主張する人も含め、誰もが使っています。そのため、この用語には注意が必要です。私たちはまた、何が証拠であるかということに注意する必要があります。私たちは次のようなことを知る必要があります。どれくらいのニュースがフェイク・ニュースなのでしょう。そもそも、どういうものをフェイク・ニュースと言うのでしょうか。フェイク・ニュースをどう定義すればよいのでしょうか。フェイク・ニュースはどれくらいの範囲に広がり、どれくらい普及しているのでしょうか。私たちはその影響をどう評価すればよいのでしょうか。フェイク・ニュースの氾濫によって、どうやら人々は洗脳されているという議論が多くなされてきました。私たちは注意を払う必要があります。ここでは、モラルパニックさえ、誇張の危険があります。

何より、フェイク・ニュースは実際に生じているはるかに大きな変化の徴候だと言うべきでしょう。これらはメディアビジネス自体の変化でもあります。あるレベルでは、フェイク・ニュースは釣り (clickbait) の一形態です。フェイク・ニュースは、人々に「いいね」を、あるいは嫌悪をクリックし、広げることがを奨励します。私たちは、好きなものだけではなく、嫌いなものや憤慨していることもリツイートしたり、再び広めたりします。その観点からすると、フェイク・ニュースはとてもよいものです。これがメディア企業に多額の資金を生み出す方法です。なぜなら、クリックはデータを意味し、データはお金を意味するからです。

トランプの選挙運動では、いわゆるフェイク・ニュースの多くがマケドニアというバルカン半島の小さな町から発信されていることが発見されました。10代のグループがフェイク・ニュースから大金を得られるということを発見したのです。なぜなら、フェイク・ニュースを掲載すれば広告収入が得られるからです。彼らはドナルド・トランプを気にかけているわけではありませんでした。彼らはただ、ドナルド・トランプの支持者たちが望んでいそうなことを伝えることが、お金を生み出すのに非常に良い方法だということを発見したのです。このことは、フェイク・ニュースが釣りであるということ伝えてあります。それはメディア産業における経済変化の徴候です。

同時に、フェイク・ニュースは政治情勢の変化の徴候です。私たちはより二分化した政治情勢に向き合っています。私たちは、さまざまな種類の陰謀論がより一般的となり、より広く普及するようになる情勢に向き合っています。ここでのポイントは、これらがより大きな変化であるということです。フェイク・ニュースが原因となって起きたわけではありません。フェイク・ニュースは徴候であって、主な原因ではないのです。危険なのは、フェイク・ニュースに焦点を当てるとき、私たちはあまりにも単純化しすぎていたり、あるいは実際に大きな問題から目を背けてしまっていたりするかもしれないということです。フェイク・ニュースの問題を解決すれば、他の問題がすべて解決されるだろうという思考も危険です。他のいくつもの問題のほうが、よほどはるかに大きくて複雑かもしれません。

15. フェイク・ニュース：手っ取り早い解決策

さて、このようなフェイク・ニュースに関する主張には注意が必要です。問題解決の方法にも注意が必要です。技術的な解決策があると主張する人もいます。マーク・ザッカーバーグは、いくつもの問題を解決するアルゴリズムを作成するだろうと言っています。コンピュータゲームやアプリを手に入れることができます。それがフェイク・ニュースの問題を解決してくれるということです。マーク・ザッカーバーグは、事実 (facts) と虚偽 (lies) の違いを教えてくれるファクト・チェッカーを雇うつもりだと言っています。

しかしながら、メディア・リテラシーも、この問題に対するひとつの答えとして提示されています。あなたは、何が真実 (true) で何が嘘 (false) であるかを区別するためのチェックリストを見つけることができます。ここにはいくつかのよい提案があります。例えば、ウェブサイトのビジュアルデザインを検討してみるとよいでしょう。それは、権威を主張する方法や、信頼でき

る情報源だと主張する方法の一部かもしれません。記事の出どころを確認したり、さまざまな情報源をクロスチェックしてみたりするとよいでしょう。これらはすべて有用なものですが、実際にこのようなチェックリストを人々が常に使おうとしているかはわかりません。そして、危険なのは、これらがいとも簡単に教えられるものだと思います。ある意味で、チェックリストとは非難のもうひとつの形式です。こうしろ、こうするな、という言い方の別のやりかたです。そんなに有用かどうか私にはよくわかりません。

16. 手っ取り早い解決策を超えて

特に、ここでの問題は、真実と虚偽をととても簡単に区別できるという前提です。残念ながら、ことはそれほど単純ではありません。もちろん、私はくだらないポストモダン人間ではありません。確かに真実があり、虚偽があります。しかしながら、問題はその中間にあるものなのです。私たちが遭遇することの大部分は真実と虚偽の要素を持っています。半分は真実、あるいは四分の一は真実だったりします。真実と虚偽の間には大きなグレーゾーンがあるのです。そのグレーゾーンにおいて、チェックリスト以上のものが本当に必要です。私たちには、本当に、批判的思考が必要なのです。

ここでもうひとつ危険なことは、ひとたびフェイク・ニュースを特定すれば、現実のニュースは絶対に大丈夫だという想定へと私たちを導いていることです。現実のジャーナリスト、現実の報道機関が行っていること、すなわち現実のニュースだからという理由で、私たちに批判的である必要のないようにしてくれます。繰り返しになりますが、批判的思考について考えているのです。メディア教育が問うている批判的思考は、フェイク・ニュースと同じくらい現実のニュースにも適用すべきです。

私たちには「手っ取り早さ (quick fix)」以上のものが必要です。事実と虚偽を区別する単純化された考え以上のものが必要です。そして、メディア教育においては、偏見、客観性、公平性のバランスなどについて教える長い歴史があります。もちろん、これらはすべてが同じものではありません。そのことを教えるなかで私たちが経験したのは、複雑な問題があるということでした。ひとたびニュースの学術的分析に目を向けると、ニュースは単なる真実と虚偽というよりも複雑だということがわかります。私たちは、ジャーナリストや読者もまた、記事をどう解釈するのかを検討する必要があります。次のことも検討する必要があります。ニュースは、どうやって議題を設定するのでしょうか。ニュースは考えるべきではないことだけではなく、考えるべきことをどのように決め、そして重要な問題を決めるのでしょうか。ニュースはトピックをどのように組み立てるのでしょうか。どうやって重要なことやその関連を、重要でないことや関連のないことを、フレームの内側にあるものや外側にあるものを決めるのでしょうか。私たちは言説について考える必要があります。言語はまずもって私たちが何について話すかをどのように定義づけ、構築するのか。例えば、社会問題を同定するラベリングを通して、社会問題はどのように定義づけられるのでしょうか。

はるかに複雑なねらいがあるのです。メディア研究者、メディア教育者であればよく知ってい

ます。私たちはまた、ニュースは理解の合理的なプロセスだけではなく、感情的でシンボリックな側面があるという考えに慣れてしています。これは教育を通じて合理的プロセスにすることのできるものではありません。だから、これらすべてに批判的思考が必要です。チェックリストだけでは、このプロセスの複雑さを理解するのに十分ではありません。簡単な「手っ取り早い解決」策ではうまくいかないでしょう。私たちは、今話したこれらの概念を採用できます。しかしながら、それはフェイク・ニュースだけでなく、すべてのニュースに適用する必要があります。また、私たちにはその議論そのものを教える必要があるでしょう。議論に生徒たちが関わるのが重要です。例えば、そもそもフェイクとは何なのか。誰がフェイク・ニュースについて話しているのか。なぜ彼らはそれについて話しているのか。なぜ私たちは今、突然これについて話しているのか。学校の生徒たち、特に高校生であれば、こうした議論に主体的に取り組むことができるのではないのでしょうか。

17. コンセプトの適用

ここまで提案したように、私たちはこの4つの概念をニュースに適用することができます。ニュースの言語について、その音声的側面、視覚的側面を検討することができます。表象について、ニュースの選択性、ニュース記事のまとめ方、出来事の具体的な解釈の仕方などを検討することができます。制作について、ニュース組織の経済を見ることができます。そしてどのようにこれらの組織が規制されているのかを検討することができます。そして、私たちはオーディエンスを検討することができます。人々がどのようにニュースを使い、どのように参加し、読んだものをどれほど信頼しているか検討することができます。これらの概念は、私たちが古いニュース、つまり新聞やテレビを検討するときの馴染み深いものですが、デジタル・メディアにも適用できるでしょう。

私たちは、批判的分析と、創造的な制作活動の両方を通じてそのようなことを行うことができます。数年前、私は何人かの同僚と仕事をし、小学校向けの教材「メディア・リテラシーの向上」を作成しました。そのひとつは、決してオリジナルなものではないのですが、子どもたちにニュースを作らせるというものでした。子どもたちに未加工のネタを与えました。彼らは編集・書き込みをして、自分たちのニュース制作をビデオに録画しなければなりません。その過程で、彼らは次のようなことをすべて考えなければなりません。例えば、視覚的言語を含め、用いようとする言語について考えなければなりません。自分たちのスタジオと似ているものは何か。司会者は何を着るべきか。どの記事を選択したらよいか。どの記事を最初にするか。どの記事を後にするか。話し方やナレーションをどうすべきか。私たちは、彼らを異なるメディア会社の社員だということにしました。そして、クラスの何人かの子どもたちを監視官に指定しました。だから、もし真実を伝えていなければ、何人かの子どもたちは他の子どもたちのところを回って行き、罰金を科すことになります。これは、表象していることを学ぶ極めて劇的なやり方です。私たちはまた、異なるオーディエンスについても考えてもらいました。大人のためのニュース番組ではなく、子どものためのニュース番組を作った場合、どのような違いがあるのでしょうか。こ

これらの概念は、フェイク・ニュース、あるいは事実上すべてのニュースに適用可能なのです。

18. しかしまた規制が必要だ！

私は、善意のスローガンとしてメディア・リテラシーを考えるのではなく、すべての子どもたちのための教育と学習の体系的プログラムとしてメディア教育を考えるべきだと主張してきました。しかし、だからといって規制が不要というわけではありません。両方必要なのだと思います。私のスローガンのひとつは、メディア教育は対処するための個別学習ではないということです。求められている変化に関するものです。私たちは、これらのデジタル・メディアの運用を公共の利益のためにどうやって作り出すかを真剣に考える必要があります。政府が公共の利益のために市場を規制する方法はたくさんありますし、私たちはインターネットを潜在的な公共の利益と考えることができます。私にとっては、インターネットはきれいな水や空気のようなものです。確かに、ある人たちの言い分だとこれらは必ずしも政府によって十分に規制されているわけではありません。それでも、私たちはインターネットについて同じように考えなければならないのです。

例えば私たちはコンテンツについて考える必要があります。フェイク・ニュース問題に対するインターネット企業の反応のひとつは、「問題があることは知っているが、それは我々の問題ではない」というものでした。「私たちは、コンテンツについては責任を負いません。私たちは技術サービスを提供するだけです。私たちはテクノロジー会社です」、と。しかし実際には、フェイスブックやその他の企業は単なるテクノロジー企業ではなく、メディア企業です。それらはメディアコンテンツを発表・配信している企業です。この種のメディアコンテンツを管理する何らかの方法がなければなりません。わかりやすい事例は政治広告でしょう。テレビに関しては、少なくともイギリスでは、政治問題の扱い方についてのルールがあります。私たちはでたらめな(indiscriminate)政治広告を許しません。テレビは政治的信念のバランスをとる必要があります。ところが、インターネットにはそれが適用されないのです。だから、政治的コミュニケーションを規制する何らかの方法が必要です。それが、私たちがドナルド・トランプとイギリスのブレクジットから学んだことのひとつです。

もうひとつの問題はプライバシーです。何が起きているのかを知らせる必要もなしに、人々からのデータを収集するシステムは問題です。フェイスブックに参加するとき、新しいウェブサイトに行くとき、よくメッセージが出るでしょう。「私は利用規約 (terms and conditions) を受け入れます」と。利用規約を読んだ人はどれくらいいるのでしょうか。そんなことをしていたら、ぎょっとします。多くの場合、みなさんがしていることは、自らのデータの権利を放棄することです。あなたのすべてのコンテンツはこのウェブサイトないしこのプラットフォームを所有する人々に所有されているからです。これについては少なくともより透明性が必要でしょう。確かに、私たちが決めたのかもしれませんが。それは取引であり、取り結んだ契約です。それでよいとしたのです。しかし、これらのサービスやプラットフォームを使うとき、自分たちが行っていることをもっと透明に、そしてクリアにする必要があるでしょう。

もうひとつの問題はアクセスです。誰がインターネットにアクセスしているのでしょうか。ここに現れる問題は、ネットワーク中立性の問題です。気がかりなのは、商品の宣伝のために、よりよいインターネットアクセスを購入しようとする企業の力です。すべての人が平等にインターネットにアクセスできるとは限りません。インターネットへよりよくアクセスするためにみなさんはお金を払わなければならないのです。このことは次のような問いを提起します。誰が本当にインターネットを所有しているのか。誰がインフラを所有し、管理しているのか。

資本主義のもとでは、政府は独占が物事を運用する最善の方法では必ずしもないと十分に認識しています。独占は必ずしも顧客または消費者の利益にかなうとは限りません。そして、多くのビジネス分野において、独占を防止しよう、競争を促進しようとしています。少なくともこれらの企業は税金を払う必要があります。しかし現時点ではそうなっていません。フェイスブックやグーグルは税金の支払いを回避することに長けています。もっと税金を払ってもらいたいと強く思いますし、そのお金がメディアの教育活動に使われるのを見たいものです。しかし、それは私自身の夢物語的思考でしょう。

19. まとめと……

私は、変化しているメディア環境に関する不安が膨らんでいることから話をはじめました。このような不安の多くは、それぞれ分離して問題を取り上げる傾向にあると主張しました。フェイク・ニュースしかり、ネットいじめしかり、ヘイトスピーチしかりです。その取り上げ方は、原因よりも生じている徴候に焦点を当てる傾向にあります。私たちに欠けているのは、より大きな構図の感覚です。私は、「手っ取り早い」解決策以上のものが必要だと主張してきました。なぜなら、それはメディア環境で生じているより大きな変化の徴候だからです。ちょっと非難を試みるだけでは問題は解決しないでしょう。メディア教育はより大きな構図を提供することができます。メディア教育は、より鮮明にかつ批判的な枠組みを持っています。それは、一貫的で包括的です。しかし、メディア教育だけでは十分ではありません。それは問題の解決策の一部であり、私たちにはまた、メディアの改革と規制が必要なのです。

Media education in the age of digital capitalism

Professor David Buckingham
Loughborough University and Kings College London, UK

1. Introduction

It's more than 10 years ago, since I was last in Japan and the world has changed. What I want to do in my talk is consider how media education needs to keep up with changing times. In particular, changes in the media landscape, or what I'm calling here digital capitalism. At a time of change it's really important to look back as well as look forward. I think we actually need this at this point more than at many other times. We need some history. If we want to understand how things are going to change, we need to look back to the origin all of the media we're talking about.

2. The end of cyber-utopianism

I recently read a very interesting book by Fred Turner. It's called "From counter-culture to cyber-culture". And what Fred Turner does in this book is look at the origins of cyber-culture, the origins of the internet, and the origins of what he calls a kind of utopianism about the impact of new media. He picks on this book Whole Earth Catalog. It was published in about 1968, about 50 years ago. And this book was really written for the hippie counterculture: it's like the internet in a book. The Idea is that through the Whole Earth Catalog, members of the counterculture would be given access to information, given access to truth. Many of the claims that people now make about the internet were being made about this book at the time. It's a very large book!

And in his book Fred Turner traces the evolution of this history. He traces for example Stewart Brand, who was the author of this Whole Earth Catalog, and then entrepreneurs like Steve Jobs who founded Apple Computer. And he traces how the original ideas of these people came out of the hippie counterculture, but gradually merged with a kind of new capitalist entrepreneurial thinking. Steve Jobs in particular makes a big shift from being a utopian hippie to being a capitalist entrepreneur.

But the whole idea that runs through this history is an idea of technology as a means to revolution, technology as a means of empowerment for ordinary people. In a way we could say it's a very deterministic idea about technology. It's as though technology arrives somehow by some magical process and changes society, changes individuals, changes the wider society, almost irrespective of how it is used, irrespective of who is using it. Technology has this deterministic influence on society. I think we can detect those ideas in the late 1970s and early 1980s when people are beginning to see the origins of digital technology

and then the coming of the internet. And we can see these ideas returning around the beginning of the millennium. So after the dot.com bust, the market crashes and we have the emergence of Web 2.0 or what we now call social media, the idea of a more participatory internet. And the claim here again is about technology as a means of liberation. To get back to the hippie slogan, this is about power to the people. Technology will be empowering for ordinary people.

3. Cyber-utopianism in education

We can see some of the same ideas in education as well. For example, Apple Computers have been particularly skillful in targeting the education market with a similar kind of cyber utopianism. This idea of technology as liberation is used in the marketing of technology in the context of education as well. The idea is that technology will transform learning, technology will empower students, it will liberate teachers as well. Some say if it will just make teachers redundant, others say it will allow teachers to take a new role, a more empowering role.

I have to say my position on this is a very skeptical one. I think we've seen a history of failed promises about technology in education. You can look back to the coming of television in the 1950s and 1960s, or even to the cinema in the 1920s and you find people making some of the same arguments. Here is new technology: the film camera, the film projector, the television. These things will liberate teachers and students, they will fundamentally transform education. And really what's happened is that these big promises do not get fulfilled. What often happens is the technology goes into the background, people don't really use it. So we have a history of failed promises.

I would say this is true with digital technology as well. We know that this technology can be part of broader educational change, change in pedagogy. Where we have inspiring teachers, they can also use technology in inspiring ways. But when we look at how technology is used in education, what we find is that it's often used in quite narrow reductive ways. Technology is often used for testing rather than teaching, it's often used as a way of gathering data. But it's actually very rarely used as a means of bringing about fundamental pedagogical change. Often the use of technology in school does not connect with what children are doing with technology outside school. I can remember the first computers arriving in my school in London at the end of the 1970s, when I was a teacher. And I can remember some of these big claims about the difference this technology would make. At that time probably this was the children's first experience of a computer, the first time they'd seen a computer. Now most of the students you teach are walking around with a computer in their pocket, a smartphone. Technology is much more widely distributed in the world outside school. And one of the problems with technology in school is that it doesn't keep step with what is changing outside school.

4. From dream to nightmare

So I think this has been a big problem in the history of technology and education generally. We have

a history of utopian promises about how technology will create wonderful forms of liberation and empowerment and change. However, in the last year or two years. The debate about this is beginning to shift quite significantly. The dream of technological liberation is giving way to a nightmare.

These are some recent newspaper headlines from the UK. We have Google the terrorists friend. We have cyber sex games on the internet. We have social websites destroying children's brains, destroying their attention span, causing them to be addicted. These are probably very familiar claims. Of course, these newspapers are very threatened by this technology. Newspapers have their own economic interests. So you would expect newspapers to have headlines about the dangers of technology. But still I think these things point to a big shift that is happening in the public debates about digital technology.

5. The politics and business of data

Another indication of this would be about a year or so ago, we had the Cambridge Analytica Scandal. This is the company that basically harvested data from something like 50 million Facebook users and sold the data to the presidential campaign of Donald Trump, without any of them knowing what was happening. Now this was a big scandal, a big story, but this is not an isolated example. It's actually a symptom of how this technology and how the business works much more generally, because companies like Facebook and Google are gathering and selling our data all the time. They're selling our data not just to political campaigns but also crucially to marketers. So, this story, the Cambridge Analytica Scandal, is actually a symptom of something that is happening much more widely within the media landscape.

6. The year of the tech-lash

And so we are seeing a big shift in the debate. We've seen a situation where even many of the executives of the companies that have been promoting media technology are now beginning to lose some of that optimism. Almost every month we have new books that are telling us how technology will take us all to hell. Everything's going wrong with society because of technology. This is an interesting example: Jaron Lanier, who was one of the real innovators and inventors of virtual reality has a new book called Ten Arguments for deleting your social media accounts right now. And we have in the middle Tim Wu. He was an executive of one of these companies, now writing about how big business destroyed the promise of the internet. There are many many books like this. And also I hear from the executives of companies like Apple, who say "I will not allow my own children to use computers. I won't allow my own children to use social media social networks".

So we're seeing a big shift - what some people are calling the tech-lash, the technological backlash. We have a history of very optimistic utopian claims but in the last couple of years, the whole debate has shifted quite dramatically. So what are people concerned about? Right from the beginning people were talking about pornography and pedophiles on the internet. In fact, it was pornography that fuelled much of the expansion of the internet, we shouldn't forget that. But now the biggest set of concerns is to do with

social and personal well-being: they're about democracy, about what kind of society we want to live in, and they're also about personal well-being, what kind of people do we want to be or do we want our children to become.

So we have a long list of concerns about fake news, the so-called post-truth society, disinformation on the internet. We are seeing concerns about young people being radicalized online. There are concerns about abuse and cyberbullying, hate speech, particularly on social media platforms like Twitter. We're seeing concerns about surveillance, about these companies gathering data and invading privacy and then using and analyzing that data, and selling it on to advertisers. This is how they are making money. We're also seeing concerns about personal well-being. So there's the idea that as we all take selfies and put them on our Facebook profiles, there's an epidemic of narcissism. People are apparently becoming more and more depressed, as they become heavy users of social media. We've heard about young people in particular being addicted to their smartphones. And that's just one example of a more general concern with the impact of these media on mental health.

Now as a media scholar, I want to have a bit of a sense of history. Because we can look back through history and, we can find similar negative claims about other new media. So if we look back to what people were saying about computer games in the 1990s, what people were saying about video in the 1980s, what people were saying about television in the 1950s and 60s, we can actually track the same claims. They are partly claims about sex and violence. So these media are seen to be promoting various forms of bad behavior if you like. But we can also see concerns about how these media are destroying children's play, how we are all becoming addicted to media. However, similar arguments were being made about the cinema in the 1920s, similar arguments back in the nineteenth century about popular literature, and popular musical theater. And, you can go right back to the ancient Greek philosopher Plato: in his book the Republic he writes about how the dramatic poets were particularly harmful for young people because they showed them bad role models. They were a bad and unhealthy influence. So on one level we seen all of these concerns before: it's the same kind of moral panic or what some people call a media panic.

However, I think we need to be careful about that. I don't think we have actually seen it all before. Some of these things that people are concerned about actually reflect broader changes that are going on in society, and particularly within the economy, right now. So on one level, let's be careful about these claims, let's be careful about words like addiction or indeed fake news, because these are not necessarily new things; and let's be careful about claims that we make about media influence. But nevertheless, I think we need to be aware of some broader patterns of change that are going on, and that media might contribute to.

7. The bigger picture

So we need a bigger picture. We're talking about a situation where a small number of companies are increasingly dominating the media landscape. This is digital capitalism, or what some people call communicative capitalism or platform capitalism, surveillance capitalism. But we are talking about a

situation where we have a small number of companies dominating the market. And they operate not in the traditional way by selling content, but actually by gathering and selling data. This is the famous line: if the service is free, then you are the product. You, or your data, is the product that is being bought and sold here.

And these four or five major companies are more or less, monopolies. Let me give you some figures. Facebook claims to have 2.2 billion active users: about 30% of the world's population is on Facebook. No other social network comes anywhere near Facebook. There are some like Instagram and Messenger that are beginning to get close but actually Facebook owns those platforms as well.

More than 90% of internet searches, about 3.5 billion searches every day, are on Google. And again the competitors are utterly trivial by comparison. There are other search engines, but Google is far and away the largest. Google is in fact the world's largest media company. It's twice as big as the second company, which is Disney. And, of course Google's parent company Alphabet also owns YouTube. Once again, YouTube is very much the market leader in multimedia sites: it has around 80% of the market share in multimedia. Something like 5 billion videos are watched on YouTube every day.

Meanwhile, Amazon dominates online retail: in fact just recently in the US Amazon has become half of the market in online shopping. And obviously that online market is growing all the time, as ordinary, bricks-and-mortar shops are disappearing. Somebody said it is not that Amazon wants to dominate the market, Amazon wants to be the market. Jeff Bezos who owns Amazon is officially the world's richest man.

Apple is obviously a hardware company and has a group of massively successful devices. It's sold 1 billion iPhones over the years. But, like Amazon it is increasingly moving into media production and distribution. So Amazon creates and distributes its own media content and actually has a large amount of money that it's investing in original media content. Apple is the same: it dominates music distribution, dominates paid-for movie content.

Netflix is becoming one of these companies. It has a market capitalization of 144 billion dollars. That's a big number and it's coming up very quickly behind Disney as the third largest media company: its revenue is rising by 40% a year, which is phenomenal in any industry.

So these are the FAANGs: Facebook, Amazon, Apple, Netflix, Google. You understand fangs are teeth, like vampire teeth. These companies have different profiles, and different histories, but they are among the most profitable companies in the world of any kind and they are going to work hard to keep it that way.

8. Total mediation

In addition to this, we're moving to a world where it's going to be harder and harder to tell where the media begin and end. You're familiar with the film *The Matrix*: it's hard not to imagine that perhaps we're all now living in *The Matrix*. The companies I've mentioned work by maximizing traffic, using algorithms that for most of us are completely invisible. We don't really understand how the algorithms work, what kinds of data they're gathering. And the business is about maximizing traffic, because clicks mean money,

clicks mean income.

And these media are increasingly ubiquitous. We're talking about Mobile Media, even wearable media. We're talking about virtual assistants, devices like Alexa and Siri that will actually overhear your conversations. So if you're at home, you're talking with your family, you are likely to have a device that will overhear your conversation and then recommend products to buy on the basis of what it's been listening to. It's quite scary.

This is something that's often seen to apply just to younger people and there's a lot of generational thinking about all of this. We're told that this doesn't apply to older people, it's just the millennials. But actually this is all of us. There are different patterns of adoption of technology among older and younger people. So, some younger people pick up on some devices before older people; but actually with some devices such as mobile phones, older people got into them first and younger people couldn't afford them. So, what we see is different patterns of adoption and dissemination of technology, but this increasing ubiquity of media is actually something that applies to all of us, not just young people. So, we're moving quite quickly to a situation where our whole society, our political system, our economy, arts and culture, our working lives, are actually suffused with technology, as well as our social relationships and our intimate relationships. Technology and media cannot be escaped: mediation is everywhere.

9. Media literacy: a magic solution?

So, what do we do about this and in particular what do Media Educators do about this? Well, over the last 15 years, possibly a little more, there's been a lot of talk about media literacy. I have been a media educator pretty much for my whole career, and media education - that is, teaching about media in schools - has a history in the UK, which is probably about 70 or 80 years long. Certainly since the 1960s people have been teaching about media. In the 1970s, there were specialized courses in media studies. However, this expression media literacy really came onto the agenda for us at the beginning of the millennium, around 2000. And media literacy, this idea of media literacy, has often been presented as a kind of magical solution to the problems that are apparently caused by media.

So, we have this vastly technologized, mediated world. How do we deal with it? The answer is that we all need to become media literate. This is fine, on one level. However, media literacy can be seen as a substitute for regulation. There's a way in which governments have become increasingly wary of regulation. They don't really want to regulate media markets. This is partly for political reasons, but it's also because they are very concerned that they can't regulate the media. So, in the UK, how can we regulate content on Facebook, for example? Facebook is a global company. It's very difficult for governments to regulate globalized media. It's very difficult for governments to regulate a decentralized technology like the internet. And of course, the companies themselves really don't want regulation. So, Mark Zuckerberg goes to Congress and says, yes, I'm very very sorry about fake news. But actually Facebook and Google do not want regulation because that will threaten their enormous profitability. We

have governments and companies that are unwilling to regulate, and media literacy comes on the scene as a kind of alternative to regulation. The idea is that markets cannot be regulated, consumers need to regulate themselves.

And this then becomes a responsibility for educators. Teachers will be very familiar with this story. We have a social problem - drugs, teenage pregnancy, fake news – and the answer is education. It's always education. This is what is sometimes called solutionism. Education becomes the magic solution. The government says we can't deal with this - you deal with it. There's a passing of the buck to educators. Those of us who are media educators have been in an interesting position here, because partly we want to say 'Yes, we can deal with this. We know about fake news, we teach about news, we can solve this problem.' We think our time has come at last: we've been pushing and pushing and now our time has come. But I want to suggest this is a dangerous moment. Actually, there are some opportunities but also some dangers for educators in what is happening here.

10. How media literacy went wrong

I want to tell you a cautionary story about what happened with media literacy in the UK. It's not a happy story. In 2003, we had a new Communications Act, that changed the regulatory system for media. There was a new organization created called Ofcom, the office of communication. The Communications Act put together regulation of old media - not the press significantly, but broadcasting - with telecommunications regulation. And Ofcom was given the responsibility to promote something called media literacy. Media literacy was not defined here, but it was something that Ofcom was supposed to do very much as an alternative to regulation.

The government created this new super-regulator, but more broadly what it was doing was backing off. It was saying that we need to leave the market to get on with providing media. We are increasingly not going to regulate. Responsibility for regulation passed from the government to the individual. So, government wants people to regulate themselves, to control their uses of media, to cope with the problems of a media culture. And if we're going to do that, we need to make sure that they are literate, that they are competent to do so. This is a very individualistic approach. It's about pushing responsibility back to the consumer. There were many problems here, but the most important was that media literacy was never a priority for education. So Ofcom and the Communications Act were about media regulation. They were about media policy or communications policy. They were never about education policy and actually the policy makers in education were never really interested in media literacy.

11. What's wrong with media literacy?

As educators, we think of media literacy as something very broad. But in the making of policy this broader view of media literacy as a matter of critical thinking, critical understanding of media, gradually became narrower and narrower in scope. Five years on, media literacy really became about internet safety

and about the inclusion of disadvantaged groups – for example, for elderly people who were not getting online, media literacy was something to do with giving them confidence to use technology. Media literacy went from being something very broad, something to do with critical understanding and citizenship education, to something very narrow, to do with warning people about safety online and ensuring that people are able to use technology. I'm not saying those things are not important, but I am saying that media literacy is much broader than that.

So what's wrong with media literacy? I think we need to make a distinction here between media literacy and media education. One of the problems with this view of media literacy is that it's about dealing with problems in isolation. So, we have a social problem; fake news, cyberbullying, addiction, etc. We take each problem and we need to find some simple fix, some way of dealing with the problem. And the difficulty there is that we're not looking at the causes of those problems. We just look at the symptoms. And what we end up with is 'quick fix' solutions. We have a problem with internet safety: let's give children lessons to warn them about all the pedophiles on the internet. We have often a very fragmentary set of solutions. For example, there are concerns about fake news: so let's teach children to tell the difference between lies and truth. If only it was so simple.

And what we also end up with is a very defensive approach, a protectionist approach. In promoting media literacy we seem to be constantly wagging our fingers. We need to be warning children about all these bad things that they need to avoid. Yet as educators many of us know that this finger-wagging is not a very effective teaching strategy. So, my argument here is that media literacy is often about solutionism: it's an individualistic answer to what is actually a much bigger set of social problems.

12. Media literacy requires education!

Media literacy requires education. If we really want people to be media literate, we can't just talk about it: we need proper programs of education of teaching and learning. The danger is that media literacy becomes a gesture that people make - of course, we all believe in media literacy - but actually very often people don't do anything to make media literacy happen. If we want to make media literacy happen, we need media education.

In schools what that means is that we need to teach about media and technology. There's a lot of teaching with technology, teaching through technology. Teachers are using computers just as they used to use educational television or educational media. That's fine, but what I'm talking about is teaching about media not just through media. We need to be asking critical questions about media and technology, and particularly about what is happening outside the classroom.

People often think this is about 'digital literacy'. However, digital literacy is often something very functional, very instrumental. It's about whether you can use a browser, or plug in the computer, or use a piece of software? It's mostly about an instrumental competence in using technology, a kind of skill in using technology. Media education is much more ambitious and more comprehensive. It's more

conceptually coherent and it's also more challenging. It's actually more difficult to teach than simply warning children about bad things. It's about critical thinking. It's partly about creativity and creative participation, but it's crucially about critical thinking.

So, it's been an interesting period. I have been talking about media education, and doing media education for a long time. There is a long history. About 15 years ago, people started suddenly talking about media literacy, but actually media literacy really didn't go anywhere. We are still pushing to try to make media education happen.

13. Critical concepts

I have been talking about critical thinking, but critical is a problem word. It's very easy to say: we all believe in being critical. So, what do I mean by critical? Well, in the UK, we have a media education curriculum that is based around a set of four concepts.

First, Media language. What we're looking at here is how media create meaning or how we create meanings from media. I think the important thing to say with regard to digital media and the internet is that the internet is not a free space where people come along and just express themselves. Social media like Facebook and Twitter are not open forums. They are places where there are rules, there are conventions, there are certain kinds of language that are possible, there are codes that govern how people behave. So, we need to study the kinds of language, the kinds of conventions that people use in these spaces.

Second, Representation. How do media represent reality? Again, when it comes to digital media, the key point here is that these media are not just 'information' technologies. It's often assumed that information is just out there, and it comes down the wire and into the screen and into our brains. Whereas, from a media education perspective, this is not just information. We need to ask questions about how reliable, how credible, this information is. How far should we trust the way this material represents the world?

Next is Production. Here we're asking who makes these media, how they make them and why. I've talked about this a little bit already, but the key insight is that digital media, social media are not free. They might seem to be free but actually people are making enormous amounts of money from them. These data-based business models are different from those of traditional media - from television, for example - but they are still controlled by very large companies.

Finally, Audience: who uses these media, how do they use them and why. Again, my key point here would be that this isn't just about empowerment, about self-expression. It is about creativity but it's also about surveillance, it's also about people gathering data about what all of us are doing on a minute by minute basis.

So those concepts, Media language, Representation, Production, Audience, these are concepts that we have been using since the 1970s at least, for looking at film, television, newspapers, computer games, and so on, I think we can use these concepts very easily to teach about social media as well. One of the things

I've been doing on my blog over the last few months, is to consider how we can use those concepts to help us understand and teach about what is happening on these social media platforms. I don't think we need a whole new set of ideas and concepts: we can actually use the ones that we're very familiar with.

14. The case of 'fake news'

I want to give an example here, and talk about fake news, because I know there are journalists present who are interested in it. It's an example of the points I'm making more generally

Of course, 'fake news' has become an easy accusation – not least on the part of people like Donald Trump. 'Fake news' is an accusation that is used by everybody including some of the people who I would argue among the main purveyors of fake news. So, we need to be careful about this term. I also think we need to be careful about the evidence. We need to know how much news is fake news and indeed, what counts is fake news in the first place. How do we define fake news? How widely is it being spread, how prevalent is it, and how do we assess its influence? Many arguments have been made that people being somehow brainwashed by this flood of fake news. I think we need to take care: there is a danger of exaggeration, even of moral panic, here.

Above all, I would say that fake news is actually a symptom of much bigger changes that are happening. These are changes partly in the media business itself. On one level, fake news is a form of clickbait. It is something that encourages people to click, to distribute, to like to or indeed to hate. We often retweet or recirculate things we like but also things we hate, things we are outraged about, and fake news is very good from that perspective. This is how it generates lots of money for media businesses, because clicks mean data, and data means money.

In the case of the Trump campaign, they discovered that a lot of the so-called fake news was coming from a small town in Macedonia, in the Balkans: a group of teenagers discovered they could make a lot of money from fake news because if they put fake news up, they got advertising revenue. They didn't care about Donald Trump. They just found that telling Donald Trump supporters what they imagined they wanted was a very good way of making money. This tells you that fake news is clickbait: it's a symptom of the changing economics of the media industry.

At the same time, fake news is obviously a symptom of changes in the political climate. We're dealing with a more polarized political climate. It's a climate where conspiracy theories of many kinds are becoming much more popular and much more widespread. My point here is that these are bigger changes. They're not caused by fake news. Fake news is the symptom and not the primary cause. And there is a danger that if we focus on fake news we are oversimplifying or indeed we may be distracting attention from the bigger issues that are at stake. And there's a danger in thinking that if we fix the problem of fake news, then we've solved all these other problems – although the other problems are actually much bigger and more complicated.

15. Fake news: the quick fix

So, we need to take care with these claims about fake news; but we also need to be careful about how we attempt to solve the problem. Some people argue that there can be technological solutions. Mark Zuckerberg tells us that he'll create an algorithm that will solve the problem. You can get a computer game or an app that will apparently solve the problem of fake news for you. Mark Zuckerberg tells us that he'll employ some fact-checkers who will tell us the difference between facts and lies.

However, media literacy is also being presented as one possible answer to the problem. You can find checklists for distinguishing between what is true and what is false. There are often some good suggestions here: for example, you should look at the visual design of a website, which may well be part of how it claims authority, how it claims to be a reliable source. You should look at the sources of stories and cross-check between different sources and so on. This is all useful stuff, although I'm not sure that people are actually going to use these kinds of checklists all the time. There's a danger in assuming that this is something that you can teach in a very simple way. In a way, the checklist is another form of finger-wagging. It's another way of saying 'do this. don't do that'. I'm not sure that it's so useful.

16. Beyond the quick fix

In particular, the problem here is the assumption that we can very simply distinguish between truth and falsehood. Unfortunately it is not so simple. I'm not being stupidly postmodern about this. I think there are truths and there are lies, but the problem is the stuff in the middle. Most of what we come across has elements of truth and elements of lies. It has half-truths or quarter truths. There is a big gray area between truth and lies and it's in the gray area that we really need more than a checklist: we actually need critical thinking.

The other danger here is that it leads us to the assumption that once we've identified the fake news, then the real news is absolutely OK. So what real journalists do, what real news organizations do, we don't need to be critical of that because that's real news. Again, I think that critical thinking – those media education questions - should apply to real news just as much as they do to fake news.

So we need more than a 'quick fix' here. We need more than this simplistic idea of the distinction between facts and lies. And in media education, we do have a long history of teaching about this - about bias, objectivity, fairness, balance, and so forth. And we know that these are not all the same thing: these are complicated issues which we have experience in teaching about. Once we start to look into the academic analysis of news, we find that it's more complex than just truth and lies. We need to look at how journalists and also readers interpret a story. We need to look at how the news sets an agenda, how the news defines not just what to think but what to think about, what are the important issues. We need to look at how news frames a topic, how it defines what is important and relevant and what is not important and not relevant, what is inside the frame and what is outside the frame. We need to consider ideas about discourse, ideas about how language actually defines and constructs what we're talking about in the first

place - how a social problem is defined, for example through the labels that are used to identify it.

So, these are all much more complicated ideas which media researchers and media educators are familiar with. We are also used to the idea that news isn't just about rational processes of understanding: there are also emotional dimensions and symbolic dimensions. This is not just a process that we can somehow make into a rational process through education. So, this all needs critical thinking. Checklists are not going to be enough to help us really understand the complexity of this process: a simple 'quick fix' solution is not going to do the job. We can take those concepts that I talked about, but we need to apply them not just to the fake news but to all news. We also need to teach about the controversies themselves. It's important for students to engage in this debate – for example, about what is fake in the first place, who's talking about fake news, why are they talking about it, and why are we suddenly talking about this now? I think school students, high school students particularly, can actually engage in that debate themselves.

17. Applying the concepts

As I've suggested, we can take the four concepts and apply them to news. We can look at the language of news, the verbal and visual dimensions,. We can look at representation: how news is selected, how news stories are put together, how we are given particular interpretations of events. We can look at production, at the economics of news organizations, how these organizations are regulated. And we can look at audience; we can look at how people use news, how they participate, how far they trust what they read. So, those concepts that we are very familiar with through looking at old news - newspapers, television - we can apply to digital media as well.

And we can do that both through critical analysis and through creative production. A couple of years ago, I worked with some colleagues to produce a teaching pack for primary schools called Developing Media Literacy. One of the things we did - it's by no means an original idea – was to get the children to create their own news. We gave them raw material and they had to edit and write and then videotape their own news productions. And in the process, they had to think about all of these things. For example, they had to think about the language they were going to use, including the visual language. What was their studio going to look like? What would their presenter be wearing? They had to think about which stories they would select, which ones would go first, which ones would come later, how they would tell stories, how they would create a narrative. We made them be different kinds of media companies, and we got some children in the class to be regulators who would go around and fine the other children if they didn't tell the truth – which was quite a dramatic way of representing this. And we also asked them to think about different audiences: if you made a news program for children as opposed to a news program for adults, what difference would that make? So it's possible to take those concepts and apply them to fake news - or in fact all news.

18. But we also need regulation!

I've been arguing that we can and should be thinking, not about media literacy as a well-meaning slogan, but about media education as a systematic program of teaching and learning for all children. However, that doesn't mean we don't need regulation as well. I think we need both. One of my slogans here is that media education isn't just about individual learning to cope. It's also about demanding change. We need to think hard about how we make these digital media operate for the public good. There are many ways in which government regulates markets for the public good, and we can think about the internet as a potential public good. For me, the internet is like clean water or clean air - although these things are not necessarily very well regulated by the governments either. But we have to think about the internet in a similar way.

So, for example, we need to think about content. One of the responses of the internet companies to the fake news problem has been to say 'we know there is a problem, but it's not our problem. We are not responsible for content. We just provide a technological service: we are a technology company'. But in fact Facebook and others are not just technology companies, they are media companies. They are companies that publish and distribute media content; and there needs to be some way to control that kind of media content. A clear example would be political advertising. When it comes to television, at least in the UK, we have rules about how political issues will be dealt with. We do not allow indiscriminate political advertising. Television channels have to represent a balance of political beliefs. However, on the internet that doesn't apply. So there needs to be some way of regulating political communication: I think that's one thing we have learned from Donald Trump and from Brexit for us in the UK.

Another issue is privacy. There is a problem with a system that is based on collecting people's data without them necessarily even knowing that is what is happening. When you join Facebook, when you go on a new website, you will often now tick a box to accept the terms and conditions. But how many people ever read the terms and conditions? It's quite frightening if you do. Often what you're doing is signing away the rights to your data: all your content is owned by the people who own this website or this platform. We need at least greater transparency about this. It may be that we decide that that's the bargain, that's the contract that we strike and it's fine; but it needs to be much more transparent, much clearer what we're doing when we use these services or these platforms.

Another issue is access. Who has access to the internet? The emerging issue here will be that of net neutrality: the concern here is about the ability of companies to purchase better internet access to promote their goods. Equal access to the internet will not necessarily be available to all: you will have to pay in order to get better access. And this raises questions about who really owns the internet, who owns and controls the infrastructure.

Within capitalism, governments often recognize that monopoly is not necessarily the best way to run things. Monopoly does not necessarily always work in the interests of the customer or the consumer; and in many areas of business, we actually work to prevent monopolies, to promote competition. At the very least, these companies need to pay their taxes. At the moment many of them do not: Facebook, Google

are good at avoiding paying taxes. Indeed, I would like to see them pay more taxes and I would like to see the money used to promote media educational activities. But then I guess that's my own kind of utopian thinking.

19. To Sum up...

I started talking about the growing anxieties about the changing media environment. I argued that a lot of this anxiety tends to take problems in isolation - fake news, cyberbullying, hate speech and so on. It tends also to focus on the symptoms of what is happening rather than the causes. What we lack is a sense of the bigger picture here. I've argued that we need more than a 'quick fix' solution to these things, because they are actually symptoms of bigger changes that happening in the media landscape. Administering a little dose of finger-wagging is not going to solve the problem. Media education can provide the bigger picture. Media education has a clear, critical framework, which is both coherent and comprehensive. However, media education is not enough on its own. It may be part of the solution to the problem, but we also need media reform and regulation.

バッキンガム講演配布資料

●配布資料（翻訳）

講演会広報ビラ

デイビット・バッキンガム

「ポスト・トゥルース」時代のメディア教育：フェイクニュース、メディア・バイアス、メディア・リテラシー教育の挑戦

英語原文

Teaching Media in a 'Post-Truth' Age: Fake News, Media Bias and the Challenge for Media Literacy Education

●ブログ記事翻訳 <https://davidbuckingham.net/>

メディア・リテラシーに何が起こったのか？

批判的で行こう

なぜ子どもはプログラミングを教わるべきではないのか？

※講演会で配布された以下の原稿および水越伸氏による日本語訳については、著作権により、本ジャーナルには掲載していません。

以下の雑誌を参照してください。『5 Designing Media Ecology』第7号（2007年夏）

"Waking up from the digital dream: Media education and media reform"



デイビッド・バッキンガム講演会 「デジタル資本主義」時代のメディア・リテラシー教育

ユネスコ「メディア情報リテラシーと異文化間対話」プログラム (UNITWIN MILID) 企画
AMILEC第25回メディア情報リテラシー研究会

講演 デイビッド・バッキンガム

日時 10月6日 (土) 14:00～17:30

場所 法政大学市ヶ谷キャンパス・ボアソナードタワー3階 マルチメディアスタジオ

資料代 1000円 (法政大学教職員・学生は無料)

懇親会 18:00～ 場所ボアソナードタワー26階ラウンジ (参加費4000円)

●バッキンガム氏のプロフィール

英国ラフバラ大学名誉教授。キングス・カレッジ・ロンドン (ロンドン大学) 客員教授。

メディア・リテラシー教育研究の世界的な第一人者。バッキンガム氏は長年にわたってロンドン大学教育研究所教授として、同研究所「子ども青年とメディア研究センター」の設立者、ディレクターとして活躍されてきました。また、ユネスコやユニセフ、欧州委員会でもさまざまな活動をされています。執筆編集に関わった本は30冊、論文は240以上にのぼります。

2007年には日本でFCT主催シンポジウム「メディア・リテラシーと市民のエンパワーメント2007」で「ICT時代におけるメディア・リテラシー：その理念と課題」をテーマとした講演を行っています。



2007年に開催されたシンポジウムの様子

●主な著書

Growing Up in Consumer Culture (2011)

The Civic Web: Young People, the Internet and Civic Participation (2013)

Youth Cultures in the Age of Global Media (2014)

翻訳書 『メディア・リテラシー教育』 (2006) 鈴木みどり監訳

●ブログ <https://davidbuckingham.net/>

主催 法政大学図書館司書課程（ユネスコUNITWIN MILID）<https://lc.i.hosei.ac.jp/>

共催

AMILEC（アジア太平洋メディア情報リテラシー教育センター）<http://amilec.org/>

ユネスコ・メディア情報リテラシーの普及を目的に2013年に設立。ユネスコGAPMIL（ユネスコ・メディア情報リテラシー・グローバル同盟）設立時の加盟団体。

FCTメディア・リテラシー研究所 <http://www.mlpj.org/>

鈴木みどり元立命館大教授を中心に、1977年「子どものテレビの会」として設立。以来、市民や女性の立場から数々の提言を行うとともにフォーラム、研修会を開催。

JCJ（日本ジャーナリスト会議）<http://jcj-daily.seesaa.net/>

日本のジャーナリストによって「自由な言論を守り、自由な社会を実現すること」を目的に1955年に設立。機関紙『ジャーナリスト』の発行やJCJ賞の授与を行っている。

後援

日本教育工学会SIG-08（メディア・リテラシー、メディア教育）<https://www.jset.gr.jp/sig/sig08.html>

東京新聞 <http://www.tokyo-np.co.jp/>

ファクトチェック・イニシアティブ・ジャパン <http://fij.info/>

●**総合司会**

村上郷子 法政大学司書課程兼任講師、ユネスコGAPMIL運営委員、AMILEC運営委員

●**コメンテーター**（50音順）

上杉嘉見 東京学芸大学教員養成カリキュラム開発センター准教授

坂本旬 法政大学キャリアデザイン学部・司書課程教授、AMILEC代表

鈴木賀津彦 東京新聞記者

高橋恭子 早稲田大学政治経済学術院教授

時津啓 広島文化学園大学学芸学部子ども学科教授

村井明日香 テレビ・ディレクター、桜美林大学非常勤講師

●**タイムテーブル**

13:30 開場

14:00 主催者挨拶およびバッキンガム氏の紹介

総合司会 村上郷子

14:10～15:40 バッキンガム講演と質疑応答（90分）

15:40～15:50 休憩

15:50～17:20 コメントとディスカッション（90分）

17:20～17:30 終わりの挨拶

講演会終了

18:00～19:30 懇親会（ボアソナードタワー26Fラウンジ）

「ポスト・トゥルース」時代のメディア教育 フェイクニュース、メディア・バイアス、メディア・リテラシー教育の挑戦

デイビッド・バッキンガム
イギリス・ラフバラ大学名誉教授
キングス・カレッジ・ロンドン客員教授

注意：これは学術論文というよりは、私の二つのブログ投稿をもとにした原稿である。より詳しい参照とリンクについてはブログを見ると良いだろう。(www.davidbuckingham.net)

トランプ選挙の結果として、いわゆる「フェイクニュース」と呼ばれる問題に対する数多くの議論が起こっている。トランプに反対する人々は、支持を得るためにでっち上げたニュースを流布する彼の支援者（ロシア政府を含む）を批判してきた。しかし、トランプが主張することは自身について間違った情報であるという見解をおとしめるために、トランプ自身はしばしばこの用語を用いてきた。イギリスではさほど問題は明白ではないものの、ブレクジット（英国のEU離脱）キャンペーンや労働党党首のジェレミー・コービンを追い落とそうとする試みがメディア・バイアスや誤りプレゼンテーションに関わる同様の問題を生じさせた。昨年、この問題に関するイギリス議会の公的な調査が告知されている。

フェイクニュースの危険性はまさに自明である。民主主義的な政治プロセスは信頼できる情報に依拠している。もし、情報がもはや信頼できないのなら、市民は政治的決定を行うための土台をほとんど持たないことになる。バラク・オバマがフェイクニュースを「民主主義への脅威」とまで表現したのはこのような理由による。大西洋の両岸で、教室でフェイクニュースについて子どもたちに教えることが求められてきた。もっとメディア・リテラシーを持った視聴者が増えればいくらかフェイクニュースに対して防御できるだろうという期待があった。

この論文で、私はこの状況に対応する上で直面するであろう困難についていくつか考えたい。私は、フェイクニュースは孤立した現象ではなく、より広い社会的、経済的、文化的な文脈で理解される必要があることを論じたい。また、私はこの領域での教育の実践的可能性と困難性についてもいくらか検討したい。私は、メディア・リテラシーを支持する観点から論じる一方で、フェイクニュースは簡単には解決できそうもない問題でもあることを提起したい。

フェイクニュースとは何か？

もっとも簡単に言えば、フェイクニュースとはでっちあげ、意図的にミスリードやだますこと

を目的としたニュースである。そのようなものとして、フェイクニュースと（アメリカの「オニオン」ニュースサイトのような）風刺的パロディ・ニュースを区別することが重要である。もっとも読者は誰もがこの違いを理解するわけではないだろう。典型的なフェイクニュースは本物のニュースサイトのふりをしてサイトに現れる。しかしフェイクニュースはしばしば大手メディアによって取り上げられ、再度流布される。

フェイクニュースはしばしば政治的な要素を持っている。つまり、それはある種の政治的影響をもたらすように計画された誤情報やプロパガンダとして意図される。それは国家間の「サイバー戦争状況」をもたらすことさえあるかもしれない。（もう一度繰り返すが、冷戦の歴史を見ればわかるようにこのような活動は決して新しいものではない。）

しかし、中には主に経済的な動機を持っているものも存在する可能性がある。フェイクニュースはしばしば「クリックベイト」として機能する。それは広告やユーザーデータの販売を通して収益を生み出す。ネットワーク・サービス、とりわけFacebookは多くのこの種の仕事をあなたに対して行っている。つまり、彼らのビジネスモデル全体がこの機能に依拠しているのである。このようなものとして、フェイクニュース現象はインターネットの広大な政治的経済と関連させて理解される必要がある。

こうした政治的経済的な動機はまた、ぼやかされるかもしれない。ロシア政府は巻き込まれたのかもしれないが、2016年の大統領選期間に作り出されたトランプ支持のフェイクニュースの多くは明らかにマケドニアのベレスという町の十代の若者たちによって立ち上げられたサイトからやってきた。こうして起業した若者たちは、単にトランプの支持者たちに知りたいと思うものを提供することで、簡単に収益を得ていたと述べている。

今では数多くのフェイクニュースの事例がある。それらは間違いなく見いだしたり、真実からフェイクを区別することが困難になっている。もちろん、多くのものがあからさまかつ明白に馬鹿げたものである。私のお気に入りの事例は、投票の結果、北朝鮮のリーダー金正恩がこの世でもっともセクシーな男性だというものだ。このニュースは2012年にアメリカの風刺ニュースサイト『The Onion』に掲載されたが、正規のニュースサイト『China People's Daily』にとりあげられた。ウェブサイト上に55ページにわたる写真が特集されたのである。しかし、こうした風刺のばかばかしさには限界がある。2016年の大統領選で流布した、いわゆる「ピザゲート」ニュースは、ヒラリー・クリントンがワシントンのレストランで行われている小児セックス密売組織に関わっているという馬鹿げたものであった。しかし、一人の白人至上主義者がピザパーラーに現れ、自動小銃の引き金を引いたとき、笑いは不快に変わったのである。

フェイクニュースがトランプ候補の運動の支援活動の中で広範に使われたことはほとんど疑い

がないが、一方では政治的右翼によって突き動かされ、さまざまな政治的主張を超えてこの犯罪的行為は実行された。「Return of Kings」は極右サイトの一つに過ぎないが、「フェイクニュース」をリベラル・メディアが偽って流布したものとみなしている。米情報機関はトランプによるロシアのホテルの部屋での行為に関するフェイクニュースを流布しているとトランプは主張しているが、これもまた一つの事例である。これはすでに起こっていることかもしれないが、近い将来、私たちはフェイクニュースについてのフェイクニュースを目にするに違いない。

ある意味で、フェイクニュースに関する議論はインターネット誇大広告バブルにおける進行しつつあるデフレーションとみなすことができるかもしれない。ここでいうインターネット誇大広告とは、とりわけ、ネットワーク技術が市民参加と民主主義的関与の導くだろうという考えである。

私たちの中には最初からこうした主張に対して懐疑的だったものがある一方で、ティム・ウや雑誌『WIRED』のような初期のテクノロジー信者などは、そこにたどり着くのにもう少し時間がかかった。こうしたテクノロジーは進歩的な政治活動家たちにとって優れた原動力になるかもしれないが、私たちの研究によると、それはまた復古極右や街宣レイシズムなどの他の形態の人権侵害者を含む反民主主義的な力にとっても価値のあるツールである。いわゆる「オルト・ライト」もまた情報を作り、サーチエンジンに手を加え、荒らし行為やタグ付け、バイラル（口コミ）活動を行うことができる。実際、明らかになった証拠によると、彼らは左翼よりもこうしたことについてよりうまくやっているという。

「ポスト・トゥルース」：より広い問題

フェイクニュースは決して孤立した現象ではない。むしろメディア制度とより広い政治文化の中にあるもっと広範な傾向の症状として見なされるべきである。問題は単純ではなく、簡単には根絶できそうもないのは、部分的にはこうした理由による。

「ポスト・トゥルース」という用語は、よく知られているようにオックスフォード英語辞典の2016年の言葉であり、この広い文脈にいくつかの意味を与えている。オックスフォード英語辞典の編集者はポスト・トゥルースを「世論の形成に際して、客観的事実が感情や個人の信条へのアピールよりも影響を与えないような環境に関連し、意味する」と定義している。このことが意味するように、ポスト・トゥルースという用語は、世界を祝福するというよりは、批判的な、むしろ皮相的でさえある主張を表現している。とりわけ、政治家が単に虚偽の約束をしたり、世論操作を試みたりするだけでなく、実際には完全な嘘を語り、罰せられることなくそうしたことができるような状況を描いている。

1710年にさかのぼると、風刺作家のジョナサン・スウィフトは次のように記している。「嘘は飛び、真実はその後から引きずられてやってくる。」「フェイクニュース」はいつも私たちと

ともに存在してきたのであり、そしてこうした問題は決して新しいメディアに限ったことではないと論ずることができよう。そうであっても、ソーシャル・メディアの台頭は古いメディアを統制する管理者や管理機関を経由することなく虚偽や誤情報が人から人へと流通させることを簡単にしてしまった。私が論じてきたように、フェイクニュースの流布はある部分においては、「デジタル資本主義」時代におけるメディアとテクノロジー企業のビジネスモデルの変化の結果である。

しかし、フェイクニュースは単なるメディア現象ではなく、それはまた政治家自身の行為についての現象である。再び、政治家は一般市民をあざむこうとして、いつも嘘の主張をし、実際あからさまな嘘をつくと論じる人もいるかもしれない。もっとも、トランプ米大統領や前英独立党首のナイジェル・ファラージ、ロンドンのボリス・ジョンソン市長といった人々の成功事例は、彼らがますますうまくやり遂げることができることを示唆しているのだろう。

フェイクニュースの台頭はまた、広範な一般市民の信頼の減少を反映しているのかもしれない。一貫して一般的市民は権力者、とりわけ政治家やメディアそれ自身に対して次第に信頼を置かなくなりつつあることがうかがえる。懐疑的な態度の高まりはブレクジット運動の最中にマイケル・ゴーフ前イギリス教育長官が発した有名な発言に見ることができる。

ゴーフはブレクジット運動の最中に、イギリスがEUに毎週3億5000ポンド支払っており、EU離脱後にこの金は私たちの国民健康サービスに回されるだろうという虚偽の主張に加担した。しかし、有力なエコノミストたちから批判されると、ゴーフは「この国の国民はもう専門家はいらない」と主張した。これではまるで「国民」の優れた知恵に対して、もはや既成の知識源は重要ではないようだ。逆説的にではあるが、これはまさしく政治エリートを構成する一人であり、有権者の信頼を勝ち取ることを追求するポピュリスト的な政治家によってもたらされる議論なのである。

誤情報やメディア操作はすでに確立されている現象かもしれないが、デジタル時代では新しい形態を取りつつある。この問題に対してどんな解決方法が追求されるだろうか。

技術的な解決策

ポルノのような他のオンラインのコンテンツの問題と同様に、ラベリング制度が必要だという人もいる。Webサイトはファクト・チェック組織から認められた何らかの公的な資格を得よう促されるか、もしくは要求されることもあるかもしれない。信頼できるサイトの「ホワイト・リスト」が作られるかもしれないし、攻撃を繰り返す者は警告され、インターネット・プロバイダーから除外されるかもしれない。

こうした対応は明らかにテクノロジー企業のある部署との協力が求められる。Facebookのマーク・ザッカーバーグは当初、フェイクニュースの拡大への対応を否定していたが、その後、それを一部撤回した。Facebookは明白な詐欺による広告のブロックを実施した。そしてGoogleは自らのアドセンス・サービスを通してこの問題に対応すると述べている。Facebookはまた、真偽<係争中>の記事にタグを付ける活動を行っているファクトチェック・サイトをパートナーにした。

しかし、こうした方法では次のステップはありそうもない。こうした行動が意味していることは、これらの企業は単なるテクノロジー企業ではなく、<メディア>企業だということである。すなわち、これは彼らが非常に避けたいと考えている何かなのである。彼らにコンテンツに対して責任を持つことを要求することは、完全に彼らの基礎的な経済モデルの土台を壊すことになるだろう。このモデルとは、彼らは単にユーザーに自分たちが選択する方法で自由に利用できる技術サービスを提供しているに過ぎないという主張を前提としている。

メディア・リテラシーの場所

政府は、この自由市場論が問題だと考えることを望まないし、しそうもない。そこで、論者の中にはメディア・リテラシー教育を何らかのオルタナティブな解決方法だと考える者もいる。例えば、スタンフォード大学の研究者たちによる最近の調査では、ほとんどの若者たちが本当のニュースとフェイクニュースを区別できないことを見出した。そして、若い人たちに「インターネット・リテラシー」¹。を教えるべきだという声が上がった。（なぜこの議論が若い人たちだけなのか明らかではない。しかしこのことは置いておくことにしよう。）例えば、影響力のあるウェブサイト「Vice」は次のようなヘッドラインを表示させた。「私たちは子どもたちにインターネットに対して懐疑的になる方法を教える必要がある。」

多くのメディア・リテラシー教育者たちはこうした議論を歓迎するだろう。しかし、彼らはまた何らかのもどかしさを持つことも無理はない。何十年も私たちはそのようにしてきたではないか。それにも関わらず、現実には、主流のカリキュラムの中では、いつも私たちは周辺へと追いやられてきた。

確かに、これらはメディア教育者にとっては新しい問題ではない。（少なくともイギリスでは）メディア・スタディーズ教育は常に、古めかしい関心になってしまったように見えるまで、ニュース・バイアスやプレゼンテーションに関する問題と取り組んできた。インターネットの降臨は信頼性や情報リテラシーに対する必要性などの新しい問題をもたらした。しかし、これら

¹ <https://www.wsj.com/articles/most-students-dont-know-when-news-is-fake-stanford-study-finds-1479752576>

もまた長年にわたる教育者たちの課題であった。

しかし、ここにはより広い問題がある。メディア・リテラシーはしばしば「解決主義」の精神の中で持ち出される。メディア規制が不可能なとき、メディア・リテラシーはしばしば受け入れ可能な答えとして見なされる。それはあらゆるメディアにとっての社会的心理的病理に関連する魔法の万能薬として。あなたは暴力や性のめざめ、肥満、麻薬、消費主義が心配ですか？ メディア・リテラシーはその答えです！ さあ、教師たちはそれに取り組みましょう！

この議論は明らかにメディア・リテラシーを保護主義的な営為として、予防薬としてみなしている。それは対処すべきだとする問題を単純化し過ぎており、若い人たちに対するメディアの影響を大げさに主張し、そしてメディア教育の複雑性を過小評価している。したがって、社会の暴力はメディア暴力による単純な結果ではないし、単に子どもたちに映画は間違っただけを君たちに教えていると話したり、あるいはいくつか提案されているようにテレビを見ないようにしたりすることによって暴力が減少するわけでもない。

似たような議論はフェイクニュースにも当てはまる。フェイクニュースは政治やメディア世界のもっと広い傾向の症状である。人々（子どもだけではない）は非常に複雑な理由によってフェイクニュースを信じようとするだろう。そして私たちは単に彼らにファクトチェックさせたり、問題について論理的に考えさせたりすることによって、それを信じることをやめさせることはできない。

メディア・バイアスについての教育

もちろん、これは私たちが試すべきではないと言っているのではない。アメリカのメディア教育者のフランク・ベーカーは、教室でフェイクニュースとたたかおうとする教師のために、熱心にチェックリストやリコメンデーションを集めている²。生徒たちはオンライン情報を相互チェックしたり、情報源の真偽を確認・比較したり、サイトのデザインや構造を分析したり、制作者の動機を考えたりするように促される。ここにアメリカのメディア・リテラシー・グループによって作られた、フェイクニュースの扱い方に関するアイデアの「チェックリスト」の一例がある（図1）。

こうした提案は有用である。しかし、（私が論じるように）それらがどのように実践的か問うべき理由がある。さらに言えば、これらは（暗に）信頼されるサイトと「フェイク」のサイトを見分けることは疑いなく重要であることを暗に示しているように思える。それに対し、私はこう

² <http://frankwbaker.com/mlc/fake-news-recommendations/>

した問題は一般的にニュースと関連付けながら対応する必要があると論じたい。何がフェイクかを見つけるだけでなく、より広くあらゆる情報源に存在しているバイアスの形態を見出すことが重要である。



図1 フェイクニュース・チェックリスト

イギリスでは、メディア・バイアスについては、とりわけ学校におけるメディア・スタディーズ・コースとしては長い教育の歴史がある。ロバート・エントマンが述べているように、バイアスは依然として「メディアにおける世論における関心を持ちつつ理論化された重要な要素」³である。「ステレオタイプ」のように、それは日々の議論の中でたびたび取り上げられる一般的な概念である。私たちはそれを旧来の方法もしくは「ポスト・トゥルース」時代とは無関係のものとして論じるかもしれない。しかし、バイアスはいまだ有用な包括的な用語ではあるが、それは教師や生徒がそれを問い、問いかける必要のあるものである。

では、私たちはメディア・バイアスについて何をどのように教えるのだろうか。第一に、メディア理論の他のキーコンセプトと同様に、私たちはこの考え方を問い、問題化する必要がある。バイアスと並んで、客観性や公平性、公正、バランスといった一群のしばしば同様な意味で用いられる用語がある。これらの用語は重なりあうかもしれないが、それらはまったく同じことを意味しない。注意深くこれらの用語を区分けし、それぞれの事例を見ることは第一ステップと

³ 'Framing bias: media in the distribution of power', Journal of Communication 57(1): 163-173

して必要なことであろう。ここに役に立つであろうメディア・バイアスのタイプのいくつかの分類がある⁴。しかしなお、それらは慎重にかつ批判的に利用されなければならない。

同時に、私たちはバイアスの必然性を認識する必要がある。明らかに最初にバイアスとして私たちが認知するものは、私たち自身のバイアスに、すなわち私たち自身の偏見、思い込み、先入観に依拠している。「フィルター・バブル」の時代には、安易に無視してしまう危険がある。私たちは徐々にそれらのバイアスを確認しやすい方法で私たちのメディア環境を選択し、カスタマイズすることができるようになりつつある。この観点から、生徒に自らのメディア実践を振り返るよう励ますことで、彼らは自分の情報源と判断力によって、問題となっている複雑性に光を当てることができるようになるだろう。

第二に、私たちはより広い状況に適用できるようにするために、バイアスの概念を精緻化する必要がある。バイアスはあからさまな解釈だけではなく、また何らかのレポートが焦点を当てようとしたり、忌避しようとする場合においても（そしておそらくより強く）はっきりと示されるだろう。それは（明示的もしくは暗示的に）数々のニュースの間で作られる関係性の中で、そして最初にキーとなるトピックが明示される仕方において、明らかにされるかもしれない。取り上げるニュース項目が用意される仕方において、すなわちまず最初にニュースとして何を<カウントする>ように見えるか、そしてどのように特別なトピックが取り上げられ、明示されるか、すなわち思考過程に何が含まれ、何が排除されるのか、もしくは何が関連し、もしくは関連しないように見えるのかということの中にバイアスが必ずある。これら二つの概念、<ニュース項目>の<設定>と<フレーミング>は研究の重要な部分を生み出してきた。これらのあまり明白ではないバイアスの形態が実際には影響力を持つと論ずることもできよう。なぜならば、それは読者にとっては気づきにくく、それゆえに抵抗しにくいからである。

第三に、私たちはいかにしてバイアスの制度的な原因を理解するかという問題がある。ある場合には、バイアスはメディアのオーナーまたは経営者の直接的な介入の結果かもしれない。この制度的なバイアスは多くの場合直接的ではなくても、それはニュース関連組織の「文化」やスタッフを行動するように仕向ける方法に関係している。それはまた、オーナーや従業員が組織とオーディエンスとの関係について信じているものを反映しているかもしれない。ジャーナリストはしばしば自分たちの報道のバイアスは単に自分たちの読者のバイアスの反映だと論じる。この意味で、バイアスに対する経済的な動機が存在する。人々は自らのバイアスに反するものを消費するためにお金を払ったりしない。バイアスは売られるのである。

バイアスの問題、真実と虚偽、そして「フェイクニュース」さえも明らかにメディア教育のた

⁴ Steven J. Allan: <https://capitalresearch.org/article/media-bias-8-types-a-classic-kind/>

めの正当なトピックである。しかし、私たちはここで気をつける必要があると思う。私が論じてきたように、フェイクニュースはより広い問題の単なる一つの現れである。それは「本物の」ニュースにも当てはまる。問題解決策としてメディア・リテラシーを見ることは、問題を単純化しすぎるだろう。そしてこの仕事の困難さを過小評価してしまうだろう。私は次にこの問題をより詳細に述べたい。

メディア・リテラシーの問題

第一に、私たちが教室でフェイクニュースを取り扱う方法に対する重要な教育的問題がいくつかある。情報源の信頼性や信ぴょう性の評価は「古い」メディアで行う場合に比べてオンライン・メディアで行う場合は、ほぼ間違いなくより困難である。しかし、これは経験豊かなメディア教師ならばたぶん扱える問題である。だが、この場合、真実と虚偽の判断は、単にそれから示されている方法よりもむしろ、<形式>と同様に<内容>について知ること、すなわち目の前のトピックを理解することにある程度依拠している。これはとりわけ生徒の多くが政治的社会的問題に関心がなさそうな文脈では、困難である。ましてそれらについて知識が豊富の場合はもちろんである。(しかし、繰り返すが、この問題は若い人たちと同様に大人に対しても当てはまる。)

これらの批判的スキルを涵養することができるとしても、さらなる疑問として、教室の外でそれらはどの程度まで実際に適応されるかという問題がある。どのぐらいの人々がオンラインの情報源の信頼性を進んで日常的に評価するだろうか。あるいは情報をクロスチェックするだろうか。とりわけ、私たちが情報へ簡単にアクセスするようになる時代には。個人的に言えば、私は残念なことにほとんどこうしたことをやらないし、私が平均16歳の生徒にこうしたことをするよう説得することができるか疑わしい。

この問題を乗り越えたとしても、認識論の問題がある。あなたは与えられた「事実」がさまざまな人々によって、さまざまな文脈で解釈されるということを知る完全な相対主義者になる必要はない。いくつかの完全な真実や完全な虚偽は存在する。しかし、それらの間には広大な灰色の領域が横たわる。そして解釈は複雑な仕事だ。マハ・バリが指摘したように、「リアル」ニュースはしばしばそれに取り組むために多くの批判的かつ感情的なエネルギーが求められる⁵。そのようにして虚偽から真実を見分ける。あるいは、むしろ、世界の多くのリプレゼンテーションにおける真実と虚偽の要素を見出し、折り合いをつける。そしてそれはもっと複雑な教育の旅の始まりに過ぎないのかもしれない。

私たちは合理的プロセスと取り組んだ、あるいは少なくともある種の教育的意味によって、

⁵ Steven J. Allan: <https://capitalresearch.org/article/media-bias-8-types-a-classic-kind/>

合理的に<された>者だという仮定をする危険性がある。しかし、確かに言えることとして、教育的な見方から、第一に、なぜ人々は明らかな「フェイク」ニュースを信じるのだろうかという疑問から始めなければならない。すべてのメディア利用は決して合理的ではない。私たちが信頼を置こうと決断する場所は、合理的な計算と対応するのと同じようにファンタジーや感情、願望と対応する。私たちはすべて私たちが信じることを<欲する>ものを信じさせられている。

私たちがさらされるメディアや情報源に対するより大きな制御を行使しうるとき、これはほぼ間違いなくより複雑である。デジタル・メディアの観点から、これは「フィルター・バブル」や「エコー・チェンバー効果」への関心をもたらした。私たちは簡単に私たちが嫌いなものや賛成しないものをフィルターで遮断できる。それによって、私たちに存在する世界観を確認してくれるすべてのものが現れる居心地の良い世界に私たちはとどまっている。研究によると、私たちは積極的にこのようなフィルター・バブルの中にとどまることを<望む>。そしてさらに一般化すれば、すでに確立された立場や偏見への役割を果たすニュースはさらにますます「好き」になる傾向がある（そしてそれゆえに、ソーシャル・メディア企業にとってより多くの収益を生み出す）⁶。これは部分的にはメディアの拡散と断片化の必然的な結果であり、他方でまた増大する政治的分極化の一つの症状であり、より広大化しつつある権威への信頼が消滅する症状でもある。

偽りの信条はフェイクニュースにさらされることから生まれるか、あるいは単純にそれによって再確認されるのかもしれない。しかし、どちらにしても一服の事実や合理的な議論の力によって簡単に症状が消えることはありそうもない。メディア教育の歴史は確かに私たちにこのことを伝えている。例えば、人種差別は合理性をアピールしたり、メディアにおける人種差別主義を批判的に分析したりすることによって症状が消えることはありそうもない。実際、こうした教育上の方略はしばしば極端な抵抗を引き起こしている。

ここにはメディア・リテラシー教育が簡単に陥るさらなる危険性がある。批判的な見方は簡単に一般化された、表層的なシニシズム、すなわちあらゆるものとあらゆる人を覆いつくす不信、そしてとりわけメディアに対する不信へと陥ってしまう。これは虚無的な見方に見えるかもしれないが、それはまた非常に快適に適用できる立ち位置でもある。すなわち、あらゆる政治的説得行為における陰謀論を一体化させてしまう立場である。

メディア・リテラシーを超えて

究極的には、メディア・リテラシーは一つの個人的な解決法である。しかし、政治家は、メディアは市民に情報をもたらす、民主主義を促進するといった良い仕事をしないし、それを規制

⁶ <https://theconversation.com/the-filter-bubble-isnt-just-facebooks-fault-its-yours-69664>

することも不可能であることを悔やみつつも受け入れている。そして、彼らは責任を消費者個人に転化する。すなわち消費者自身が解決すべき問題であると。

私は別の場所で、このアプローチは政府によるメディア・リテラシー支援と取締機関の仕事を知らしめることを論じた⁷。例えば、イギリスにおけるメディア・リテラシー政策の歴史を理解することが鍵となる。それは消費者を力づけるものとして現れるが、他方でそれは効果的にメディア状況の中で引き起こされる問題に対応する政府の責任を免除する。このメディア状況は次第に自由市場原理によって動かされるのである。

メディア・リテラシーは答えの一部かもしれないが、しかしそれだけでは十分ではない。メディア・リテラシーはメディア改革に対するより広い社会運動と結びつく必要がある。これは部分的には職業的な実践である。今や、職業ジャーナリストが、エビデンスの使用についてはより明確に懐疑的になり、そして自分自身の透明性をより高める必要性が増大している。とりわけ、トランプ大統領の時代には、大手メディアのジャーナリストは「権力に真実を問いかける」伝統的な役割を果たすより大きな責任を負っている。

しかし、ソーシャル・メディアの「非職業的」ジャーナリズムによる広い挑戦がある。エフゲニー・モロゾフが論じているように⁸、フェイクニュースは究極的には彼が「デジタル資本主義」と呼ぶビジネスモデルの結果として存在する。儲かるから存在するのである。もし私たちがフェイクニュースと闘いたいと思うならば、私たちはデジタル広告の巨大な力とその上に繁栄するグローバル企業と闘わなければならない。最初のステップはこれらの企業に彼らはメディア企業であり、単なる情報技術企業ではないことを認めさせ、そこから導き出される何らかの責任を受け入れさせることであろう。モロゾフはよりよい政府の規制と究極的にはビッグデータ企業の解体を求める。これはありそうもないことかもしれない。しかし、確かにこのより大きな構想図を理解することは、批判的メディア・リテラシー教育のあるべき姿である。

※訳者注 本論文は講演会向けに以下の二つのブログ記事の一部を一つにまとめたものです。

Fake news: is media literacy the answer?(2017/1/12)

<https://davidbuckingham.net/2017/01/12/fake-news-is-media-literacy-the-answer/>

Can we still teach about media bias in the post-truth age?(2017/2/1)

<https://davidbuckingham.net/2017/02/01/can-we-still-teach-about-media-bias-in-the-post-truth-age/>

⁷ <https://davidbuckingham.net/2016/09/20/whatever-happened-to-media-literacy/>

⁸ <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/jan/08/blaming-fake-news-not-the-answer-democracy-crisis>

**Teaching Media in a ‘Post-Truth’ Age:
Fake News, Media Bias and the Challenge for Media Literacy Education**

David Buckingham
Emeritus Professor, Loughborough University, UK
Visiting Professor, Kings College London

PLEASE NOTE: This is an adapted version of a couple of blog posts from my website (www.davidbuckingham.net), rather than a formal academic paper. More detailed references and links may be found at the site.

In the wake of the election of Donald Trump, there has been considerable debate about the problem of so-called ‘fake news’. Trump’s opponents have accused his supporters – including the Russian government – of circulating fabricated news stories in order to gain support. Yet Trump himself has also frequently used the term to discredit what he claims is false information about him. The problem is somewhat less evident in the UK, although the Brexit campaign and the attempts to unseat Jeremy Corbyn as Labour Party leader have raised similar issues about media bias and misrepresentation. Last year, an official UK parliamentary enquiry was announced on the topic.

The dangers of fake news are fairly self-evident. The democratic political process depends upon the circulation of reliable information. If information can no longer be trusted, citizens have little basis on which to make political decisions. It is for this reason that Barack Obama has gone so far as to describe fake news as ‘a threat to democracy’. On both sides of the Atlantic, there have been calls for children to be taught about fake news in the classroom, in the hope that a more media literate audience might somehow be more able to protect itself.

In this paper, I want to consider some of the difficulties that might be faced in addressing this situation. I will argue that fake news is not an isolated phenomenon, but that it needs to be understood in a much broader social, economic and cultural context. I also want to look at some of the practical possibilities and difficulties of teaching in this area. While I argue in favour of media literacy, I also suggest that fake news is a problem that is unlikely to be solved very easily.

What is fake news?

Most simply, fake news is news that is fabricated, and deliberately intended to mislead or deceive. As such, it's important to distinguish it from satirical parodies of news (as published on sites such as The Onion in the US) – although some readers may not always appreciate the difference. Fake news typically appears on sites that masquerade as genuine news sites, although it is often picked up and re-circulated by mainstream media.

Fake news often has a political dimension: it is intended as a form of misinformation or propaganda that is designed to exert political influence. It may even constitute a form of 'cyberwarfare' between nations (although the history of the Cold War suggests that such activities are far from new). However, in some cases, it may have a primarily economic motivation. Fake news often functions as 'clickbait', which will generate revenue through advertising and the selling of user data. The basic business model of networking services like Facebook and of search engines like Google depends upon this. As such, the fake news phenomenon needs to be understood in relation to the wider political economy of the internet.

These political and economic motivations may also be blurred. Although the Russian government may have been involved, much of the pro-Trump fake news generated during the 2016 election campaign apparently came from a cluster of sites run by teenagers in the Macedonian town of Veles. These entrepreneurial young people claimed that they were making easy money simply giving Trump supporters what they wanted to hear.

There are now so many examples of fake news stories that it is bound to become harder to identify them, or to tell fake from true. Many are blatantly and obviously absurd. Perhaps my favourite example was the story about North Korean leader Kim Jong Un being voted the sexiest man alive. The story was posted on the US satirical site The Onion in 2012, but it was taken seriously by the official Chinese newspaper the China People's Daily, which apparently featured a 55-page photo spread on its website. However, there are limits to such absurdity. During the 2016 Presidential campaign, the so-called 'Pizzagate' story alleged that Hillary Clinton was involved in a paedophile sex trafficking ring run out of a Washington restaurant. Yet the laughter turned sour when a white supremacist turned up at the pizza parlour firing an automatic weapon.

While there is little doubt that fake news was used extensively in support of Trump's

campaign, and is particularly driven by the political right, the charge runs across the political spectrum. Return of Kings is just one extreme right-wing site that identifies ‘fake news’ purportedly circulated by so-called liberal media. Trump’s claim that the US Intelligence Services have been circulating fake news about the Russian support for his election campaign – and about his exploits in Russian hotel rooms – is a further example. It may have already happened, but in the near future we are bound to see fake news stories about fake news.

In some ways, the debate about fake news can be seen as a further deflation of the bubble of internet hype – especially of the idea that networked technology would lead to a flowering of civic participation and democratic politics. While some of us were sceptical about such claims from the outset, others – including early technology enthusiasts such as Timothy Wu and Wired magazine – have taken a little longer to get there. While such technology might well be a great resource for progressive political activists, recent experience has shown that it is also a valuable tool for anti-democratic forces, including the resurgent extreme right and those who peddle racism and other forms of abuse. The so-called ‘alt-right’ can also play the game of creating memes, optimizing search engines, trolling and tagging and going viral. Indeed, present evidence would suggest that many of them are much better at these things than those on the political left.

‘Post-truth’: a broader problem

Fake news is by no means an isolated phenomenon. Rather, it should be seen as a symptom of much broader tendencies, both within the media system and within the wider political culture. It is partly for this reason that the problem is not so straightforward, and is unlikely to be so easy to eradicate.

The term ‘post-truth’ – famously, the Oxford English Dictionary’s word of the year for 2016 – gives some sense of this broader context. The OED editors defined post-truth as ‘relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief’. As this implies, the term post-truth represents a critical, even sarcastic, claim about the world, rather than a celebratory one. It describes a situation in which politicians in particular have not only made false promises or tried to manipulate public debate, but actually told outright lies, and managed to do so with impunity.

Back in 1710, the English satirist Jonathan Swift noted that ‘falsehood flies, and the truth comes limping after it.’ One could argue that fake news has always been with us, and that these issues are by no means confined to new media. Even so, the rise of social media has made it much easier for lies and misinformation to be circulated from person to person, bypassing the gatekeepers and regulators who controlled old media. As I have argued, the prevalence of fake news is partly a consequence of the changing business models of media and technology companies in the age of ‘digital capitalism’.

Yet fake news is not simply a media phenomenon: it is also about the behaviour of politicians themselves. Again, one might argue that politicians have always made false claims, and indeed told blatant lies, in their attempts to mislead the public – although the success of individuals like Donald Trump, Nigel Farage and Boris Johnson would suggest that they are increasingly able to get away with it.

The rise of fake news may also reflect a broader decline in public trust. Figures consistently suggest that ordinary citizens are placing less and less trust in authority figures – not least in politicians, and in the media themselves. This growing scepticism was encapsulated in the famous statement made by the former UK Education Secretary, Michael Gove, during the Brexit campaign. Gove was party to the false claim made during that campaign that Britain was paying £350 million a week to the EU, and that after Brexit this money would be diverted into our National Health Service. Yet when challenged by leading economists, Gove claimed that ‘people in this country have had enough of experts’ – as though established sources of knowledge carried no weight against the superior wisdom of ‘the people’. Paradoxically, this is precisely the argument that is mobilized by populist politicians – themselves members of a political elite – who seek to win the trust of voters.

While misinformation and media manipulation may be well-established phenomena, they are taking on a new form in the digital age. So what solutions might be sought to this problem?

Technical solutions

As with other problematic aspects of online content, such as pornography, some have called for a system of labeling. Sites might be encouraged – or even required – to obtain some kind of official certificate of approval from fact-checkers. ‘White lists’ of trustworthy sites might be established, or repeat offenders warned and then taken down by internet service

providers.

Such responses would clearly require collaboration on the part of the technology companies. Facebook's Mark Zuckerberg initially denied that his company had anything to do with the spread of fake news, although he has subsequently backtracked a little. Facebook has undertaken to block advertising on self-evidently fraudulent sites, and Google has claimed it will do this via its AdSense service. Facebook has also partnered with fact-checking websites on an initiative that will tag articles whose veracity is 'disputed'.

However, any further steps along these lines seem unlikely. They would imply that these companies are not merely technology companies, but media companies – and this is something they are very keen to avoid. Requiring them to take responsibility for content would completely undermine their basic economic model, which is premised on the claim that they are simply technological services that users are free to use in any way they choose.

The place of media literacy

With governments unlikely or unwilling to challenge this free-market argument, commentators often look to media literacy education as some kind of alternative solution. For example, when a recent study by researchers at Stanford University found that most young people were unable to distinguish between real and fake news, there were calls for them to be taught 'internet literacy'⁹. (It's not clear why this argument applied only to young people, but we can let that pass...). The influential website Vice, for example, ran the story under the headline: 'we need to teach kids to be skeptical'.

Most media literacy educators would welcome these arguments, but they could also be forgiven for a degree of weariness. Isn't that exactly what we've been trying to do for decades – despite the fact that we have been consistently marginalized within the mainstream curriculum?

Certainly, these are not new issues for media educators. Media Studies teaching (at least in the UK) has always addressed questions about news bias and representation – to the point where it almost seems like an old-fashioned concern. The advent of the internet raised new questions about credibility, and about the need for information literacy: yet these have been on the agenda for media educators for many years.

⁹ <https://www.wsj.com/articles/most-students-dont-know-when-news-is-fake-stanford-study-finds-1479752576>

However, there is a broader problem here. Media literacy is often invoked in a spirit of ‘solutionism’. When media regulation seems impossible, media literacy is often seen as the acceptable answer – and indeed a magical panacea – for all media-related social and psychological ills. If people are worried about violence, sexualisation, obesity, drugs or consumerism (or almost any other social problem), media literacy is often seen to be the answer: it’s the media’s fault – but let the teachers deal with it!

This argument clearly frames media literacy as a protectionist enterprise, a kind of prophylactic. It oversimplifies the problems it purports to address, overstates the influence of media on young people, and underestimates the complexity of media education itself. Thus, violence in society is not simply caused by media violence, and it will not be reduced by simply telling students that movies are teaching them the wrong lessons – or indeed by stopping them watching TV or using social media, as some propose.

Similar arguments apply to fake news. As I have argued, fake news is a symptom of much broader tendencies in the worlds of politics and media. People (and not just children) may be inclined to believe it for quite complex reasons. And we can’t stop them believing it just by encouraging them to check the facts, or think rationally about the issues.

Teaching about media bias

Of course, this is not to say we shouldn't try. The US media educator Frank Baker has assiduously gathered a set of checklists and recommendations for educators trying to tackle fake news in the classroom¹⁰. Students are encouraged to cross-check online information, to verify and compare sources, to analyse the design and construction of sites, to check the provenance of the material, and to think about the producers’ motivations. Here is one such example of a ‘checklist’ of ideas about how to deal with fake news, produced by a US media literacy group (see figure 1, over page).

Such proposals are useful, although (as I shall argue) there are reasons to question how practical they are. Furthermore, they seem to imply that it will be a straightforward matter to distinguish sites that are ‘fake’ from those that are (by implication) to be trusted. By contrast, I would argue that these questions need to be addressed in relation to news in general: it is not simply a matter of spotting what’s fake, but of identifying the forms of bias that are present in all

¹⁰ <http://frankwbaker.com/mlc/fake-news-recommendations/>

sources of information more broadly.



Fig 1: Fake News Checklist

In the UK, we have a longer history of teaching about media bias, especially in the context of Media Studies courses in schools. As Robert Entman has argued, bias remains 'a curiously undertheorized staple of public discourse about the media'¹¹. Like 'stereotype', it is a commonsense concept that frequently recurs in everyday discussion. We might argue that it is simply old-fashioned and irrelevant in a 'post-truth' era. Yet bias remains a useful umbrella term, albeit one that teachers and students need to work with and interrogate.

So what and how might we teach about media bias? Firstly, like other key concepts in media theory, we need to question and problematise the idea. Alongside bias, there is a cluster of terms that are frequently used interchangeably, such as objectivity, impartiality, fairness and balance. Yet while these terms may overlap, they do not mean exactly the same thing. Carefully separating these out, and looking at instances of each, would seem to be a necessary first step. There are several taxonomies of types of media bias that might be useful here¹² – although again, they need to be used carefully and critically.

¹¹ 'Framing bias: media in the distribution of power', *Journal of Communication* 57(1): 163-173

¹² Steven J. Allan: <https://capitalresearch.org/article/media-bias-8-types-a-classic-kind/>

At the same time, we need to recognize the inevitability of bias. What we perceive as bias in the first place obviously depends upon our own biases – our own prejudices, assumptions or preconceptions. In the age of the ‘filter bubble’, there is a risk that this is becoming easier to ignore. We are increasingly able to select and customise our media environment in ways that are likely to confirm those biases. Encouraging students to reflect on their own media practices in this respect, and the sources of their own information and judgments, would help to illuminate the complexities at stake.

Secondly, we need to refine the idea of bias in order to apply it to a wider range of situations. Bias may be evident not just in overt commentary, but also (and perhaps more powerfully) in what a given report chooses to focus on and to ignore. It may be apparent in the connections that are made (explicitly or implicitly) across news stories, and in how key topics are defined in the first place. There is bound to be bias in how the news agenda is set – in what is seen to count as news in the first place, and in how particular topics are framed or defined – that is, what is included or excluded from consideration, or what is seen to be relevant or irrelevant. These two ideas – agenda-setting and framing – have generated considerable amounts of research. One could well argue that these less overt forms of bias are actually more influential, because they are harder for readers to notice, and hence to resist.

Thirdly, there is the issue of how we understand the institutional causes of bias. In some instances, bias may be a result of the direct interference of media owners or proprietors. Yet this kind of institutional bias is often less direct: it is about the ‘culture’ of a news organisation, and how its staff are encouraged to behave. It may also reflect what the owners and the employees believe about the relationship between the institution and its audience. Journalists often argue that the bias of their own reporting simply reflects that of their readers. In this sense, there can be an economic motivation for bias: people will not pay to consume things that conflict with their own biases. Bias sells.

Issues of bias, truth and falsehood, and even ‘fake news’, are obviously legitimate topics for media education. However, I think we need to take care here. As I have argued, fake news is merely a manifestation of much broader problems, which apply to ‘real’ news as well. Looking to media literacy as a solution may be to oversimplify the problem, and to underestimate the difficulty of the task. I will elaborate on these arguments below.

Problems with media literacy

Firstly, there are some significant pedagogical problems in how we might deal with fake news.

Assessing the reliability and credibility of sources is arguably much more difficult with online media than used to be the case with ‘old’ media, although this is something that experienced media educators can probably handle. However, in this case, judging truth and falsehood must depend to some extent on knowing about content as well as form – understanding the topics at hand, rather than just how they are presented. This is particularly difficult in a context where most of one’s students are unlikely to be interested in political or social issues, let alone knowledgeable about them (although again, this applies to adults just as much as young people).

Even if these critical skills can be cultivated, there is a further question about how far they will actually be applied outside the classroom. How many people are willing to routinely evaluate the reliability of online sources, or to cross-check information, as the above checklist proposes – especially in an age when we have become used to instant access to information? Personally, I am sorry to say that I rarely do this, and I doubt that I could persuade an average sixteen-year-old student to do so either.

Beyond this, there is the problem of epistemology. You don’t have to be a complete relativist to acknowledge that a given ‘fact’ can be interpreted in many different ways by different people in different contexts. There are some absolute truths and some absolute falsehoods, but between them lies a very large grey area. Interpretation is a complicated business. As Maha Bali has pointed out, ‘real’ news often requires a great deal of critical and emotional energy to deal with¹³. As such, discerning true from false – or, rather, identifying and coming to terms with the elements of truth and falsehood in most representations of the world – may only be the beginning of a much more complex educational journey.

There’s a danger here of assuming that we are dealing with a rational process – or at least one that can, by some pedagogical means, be made rational. But from an educational perspective, we surely have to begin with the question of why people might believe apparently ‘fake’ news in the first place. By no means all media use is rational. Where we decide to place our trust is as much to do with fantasy, emotion and desire, as with rational calculation. All of us are inclined to believe what we want to believe.

This is arguably much more complex at time when we can exercise much greater control over the media and sources to which we are exposed. In terms of digital media, this has led

¹³ <https://dmlcentral.net/fake-news-not-main-problem/#.WGxNy-N7HsA.twitter>

to growing concerns about the ‘filter bubble’, or the ‘echo chamber effect’. We can easily filter out things we dislike or do not agree with, and thereby remain in a comfortable world where everything appears to confirm our existing world-view. Research suggests that people positively want to remain in such filter bubbles – and, more generally, that news that plays to already-established positions or prejudices is much more inclined to be liked (and hence to generate more income for social media companies)¹⁴. While this is partly a consequence of the proliferation and fragmentation of media, it is also a symptom of growing political polarization, and of diminishing trust in authority much more broadly.

False beliefs may derive from exposure to fake news, or be simply reconfirmed by it. But either way, it seems unlikely that they will be easily dispelled by a good dose of facts, or the force of rational argument. The history of media education certainly tells us this. Racism, for example, is unlikely to be dispelled by appeals to rationality, or by critically analyzing racism in the media. Indeed, it often proves extremely resistant to such teacherly strategies.

There is a further danger here, which media literacy education can easily play into. A critical perspective can easily slide into a generalized, superficial cynicism – a blanket distrust of everything and everyone, and especially of the media. This might appear nihilistic, but it is also quite a comforting position to adopt; and it is a stance that unites conspiracy theorists of all political persuasions.

Beyond media literacy

Ultimately, media literacy is an individualistic solution. Policy makers accept, however regretfully, that the media are not doing a good job in informing citizens and promoting democracy, and that regulating them is impossible. And so they pass responsibility down to the individual consumer: it’s their problem to sort it out. As I have argued elsewhere¹⁵, this approach informs many governmental endorsements of media literacy, and the work of regulatory bodies: it is key to understanding the history of media literacy policy in the UK, for example. While it appears to be about empowering consumers, it effectively absolves governments of responsibility for addressing problems that arise in a media landscape that is increasingly driven by the imperatives of the free market.

¹⁴ <https://theconversation.com/the-filter-bubble-isnt-just-facebooks-fault-its-yours-69664>

¹⁵ <https://davidbuckingham.net/2016/09/20/whatever-happened-to-media-literacy/>

So while media literacy might be part of the answer, it is not sufficient on its own. Media literacy needs to be linked to wider campaigns for media reform. This is partly about professional practices. There is now a growing need for professional journalists to be more sceptical, and more explicit, in their use of evidence, and more transparent themselves. Especially in the era of figures like President Trump, mainstream journalism has a much greater responsibility to perform its traditional role of ‘speaking truth to power’.

However, there is a broader challenge posed by the ‘non-professional’ journalism of social media. As Evgeny Morozov¹⁶ argues, fake news ultimately exists because of the business model of what he calls ‘digital capitalism’: it exists because it’s profitable. If we want to challenge fake news, we have to challenge the enormous power of digital advertising and the global companies that thrive on it. A first step here would be for these companies to admit that they are media companies, not merely technology companies; and to accept some of the responsibilities that follow from that. Morozov calls for better government regulation, and ultimately for the break-up of the big data companies. This might seem an unlikely outcome, perhaps. But surely understanding this bigger picture is what critical media literacy education should be all about.

¹⁶ <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/jan/08/blaming-fake-news-not-the-answer-democracy-crisis>

DAVID BUCKINGHAM



Whatever happened to media literacy?



Media literacy policy seems to have become one of the living dead. It is still contained in statute, but no longer displays any discernible signs of life. So how can we account for the disappearance of media literacy from the world of communications policy?

メディア・リテラシーに何が起こったのか？

<https://davidbuckingham.net/tag/media-literacy/>

訳：時津啓（広島文化学園大学）

メディア・リテラシー政策はゾンビの一つになってしまったように思える。未だに名声を有しているが、もはや生きている証を示してはいない。そこで、私たちはコミュニケーション政策の世界からメディア・リテラシーが消えたことをどのように説明することができるのだろうか。

2000年から2009年、つまり2000年からの10年間、メディア・リテラシーはあらゆる政策の中でも、この10年間を特徴づけるものの一つであった。2003年の通信法では、Ofcom—新たにメディア規制を集約された機関—に、メディア・リテラシーを促進する責任を課している。似たような要求は2006年のBBC憲章にも含まれている。メディア産業の優秀な代表者は、会話に参加することに躍りになっていた。そして多くの教育者は会話の俎上にのることを熱望した。しかし、2016年、メディア・リテラシーはほとんどささやかれることもなくなった。一体何が起こったのだろうか。

先週、ボーンマス大学のリチャード・ウォリスとの共著論文2本の第二版を掲載した。これらの論文は、イギリスにおけるメディア・リテラシー政策の繁栄と没落をトレースしたものである。

これらの論文は、リチャードの学位論文をベースとしており、それに広範囲にわたる政策文書と多くのカギを握る人物へのインタビューを盛り込んでいる。私はリチャードの指導教員である

が、彼が研究した議論や構想の多くに当事者として関与し続けてきた。

通信法において、メディア・リテラシーが取り上げられたことは多くの人にとって驚きであった。初版において、私たちは政策における変なそして不平等な道程をトレースした。その証拠に、初版は1995年にロンドンで起きたフィリップ・ローレンス校長の殺害事件からスタートしている。この事件をめぐるメディアの暴力性の効果を考察している。その起源は、有害な影響から子どもたちを保護するという伝統的な考えにあり、法律上のメディア・リテラシーの位置づけは、より近代的なアプローチを反映している。

それは、確かに新たな「超一管理者」を作り出すことに関する責任を有するけれども、通信法は本質的には規制緩和（脱一規制）という特徴を有していた。様々な方法で、それは市場の権力に対して英国のメディアを開こうとする。そして、中央集権的なコントロールへ逆戻りすることも要求した。しかしながら、政府はそのような動きが有する潜在的にネガティブな結果に気づいているようであった。というのも、より商業主義的に営まれることで生じる、さらにはより技術的に複雑な環境に身を置くことで生じる新たなリスクと挑戦を操作するうえで、個人は助けを必要とするからである。中央集権化した規制は、ますます不可能になるように思える。だからこそ、個々の消費者は自らをケアすることを学ぶ必要がある。

「責任化」という戦略、つまり自らの幸福（welfare）に対する責任を国家というよりも、個人に課するという戦略は、社会政策の多くの領域でますます普及している。新自由主義にしたがえば、市場は市民／消費者のニーズを処理する（addressing）には最も効果的な手段である。政府による規制という重荷はできる限り避けなくてはならない。責任ある選択をするために個人をエンパワーすること、リスクを回避することは民主的な動きとみなされるかもしれない。しかしながら、その過程で、社会善というより広い概念が消える傾向にある。この範囲では、メディア・リテラシーはブレア支持者による文化政策の古典的な一部、あるいは私がその他のブログで議論してきたような種類の一部とみなされるかもしれない。

しかしながら、労働党の政治家の一部（さらに言えば多くの教育者）にとって、メディア・リテラシーはより広義の教育的プロジェクトを意味するように思える。というのも、それはメディアそれ自体とメディアの社会における役割について批判的な自覚を発達させる問題であったからだ。このように、2004年に文化長官であるテッサ・ジョエルは次のように予測した。「現代社会において、メディア・リテラシーは数学や科学と同じくらい重要なスキルになっているだろう。文学を理解することが文化的な生活にとって重要であるように、メディアを読み解くことは市民としての生活にとって重要なものになるだろう」。ジョエルはメディア・リテラシーをナショナル・カリキュラムの中に組み込むことを主張した。そして、達成できるかもしれないいくつかの場所（spaces）を特定した。何十年にもわたって、そのようなことを強調してきた私たちにとっ

て、このことは興奮でぞくっとするようなものであった。

しかしながら、2009年、つまりわずか5年後には次のようになってしまった。政府による報告書『デジタル・ブリテン』は、メディア・リテラシーを技術主義的で専門用語として退け、この言葉は政策立案者によって理解されていたが、日常言語の一部としてではなかった」としている。そして、それは「デジタル参加のための国家計画」を有利にするためにも、メディア・リテラシーという言葉を取り除くことを提案した。ブレア政権が終わりを迎えるころには、メディア・リテラシーはすでに暗礁に乗り上げていた。そして、連立政権の出現（2012年から始まる保守党と自由民主党の連立）は、Ofcomの予算を大幅にカットし、メディア・リテラシーの作用する範囲を明らかに縮減した。メディア・リテラシー促進におけるOfcomの近年の活動は、時折出されるニュースレター以上のものではない。それはまだ役立つ研究に権限を与えているが、その研究は主にコミュニケーション市場において変化する消費者の行動を記述しようとするものである。それは人々のメディア理解にほとんど注意を払っていない。教育や学習への応用には、言うまでもなく注意を払っていない。メディア・リテラシーは「生きる屍」の文化政策となってしまう。権力は維持されているものの、生活を揺り動かすことはほとんどない。

メディア・リテラシーの終焉は、政策立案それ自体のダイナミクスの観点から部分的に説明できる。この点は通信法に明示されておらず、事実Ofcomはこの領域における活動の焦点と範囲を決定するために残されたままである。それは、オープンかつ注意深い方法で実施していた。しかしながら、規制機関として付託されていることで、テッサ・ジョエルや他の人たちによって思い描かれていた広義の教育的アプローチよりも、その実施は不可避に狭いものであった。メディア産業の人たちは、Ofcomと教育文化省（DCMS）から最も注目を集めようとしていた人たちである。彼らは、プロの放送人の仕事を模倣するように、子どもたちへ関与するメディア・リテラシーの形式を一般的に喜んでいた。そして、デジタルによる創造性を良いものと賞賛しているが、それ以上ではなかったのだ。

多くの他の政策の考えのように、メディア・リテラシーは問題を探しながら解決するものであった。そして、ここ10年の経過でますます現れた問題は、オンライン上の小児性愛者であり、ポルノであり、そして周縁化されたグループ間で技術の搾取を推奨するニーズであった。時間が経つにつれて、メディア・リテラシーは、徐々にOfcomのメディア・リテラシー部門のリーダーであるロビン・ブレイクが言う「インターネットの安全と監視の強化」へと還元されてしまった。メディア・リテラシーという拡大された教育的概念は、技術的スキルという、還元的で、機能的な観念へ、そしてオンラインの安全に関して行っているとみなされる必要があるものへと道を譲ってしまった。

したがって、メディア・リテラシーの放棄は単に「時代の悪さ、場所の悪さ」の問題として見

なされるかもしれない。あまりに多くの利害関係がひしめきあい、最終的には他の政策の緊急性がより差し迫ったものとなった。しかしながら、最も際立った理由は、このアイデア（メディア・リテラシー）に従事していた教育の政策立案者の失敗—完全に拒否したわけではないにしても—と関係していた。その当時、「子ども、学校、家族に関する部局」（2010年教育部へ配置換え）の公務員たちには、他に優先すべきものがあつた。そして、政府内でも小さく、力を有していない教育文化省（DCMS）の要求にほとんど無関心であつた。彼らは、メディア・リテラシーに対して、ほとんどの場合抵抗しており、いくつかのケースでは公然と敵対的であつた。特に、メディア研究という専門的な科目においてはそうであつた。私は別のところで近年メディア研究をめぐって、大挙して集約されている敵対性について議論している。

リテラシーそれ自体は、ブレア政権時代に徐々に再定義されつつあつた。しかしながら、それはメディア教育者たちが慣れ親しんだ批判的リテラシーという考えとは全く逆のものであつた。メディア・リテラシーが主流のカリキュラムの中へ容易に組み込むことができる場所は他にもたくさんあつた。それにもかかわらず、誰も進歩を遂げることができなかつた。

最終的にメディア・リテラシーの放棄は、時としてどんなにメディア・リテラシーへのリップサービスがあつたとしても、政府が本当のところ市民にどれほどメディアに対する批判的なスタンスを取ってほしいのだろうかという問いを提起する。特にLevesonレポートの結果として、ますます高まっているソーシャル・メディアが有する対抗的性質がメディア・リテラシーのゾンビ政策を生き返らせるのだろうかという推測する価値はあるかもしれない。

DAVID BUCKINGHAM



Going critical



Is it really enough for students to be 'critical' of media? Some thoughts about the continuing need for critical thinking – and critical action – in media education.

批判的で行こう

<https://davidbuckingham.net/2018/07/18/going-critical/>

訳：坂本 旬

生徒はメディアに対して「批判的」であれば十分だろうか。この文章はメディア教育における継続的な批判的思考、そして批判的行動の持続的必要性についての思索である。

批判的なメディア分析を教えることは、メディア環境のみならず、より広い社会的政治的な現代世界の病理の変革という課題への取り組みに十分と言えるだろうか。何人かの評者は言えないと論じているし、実際、それは反生産的なものといえるだろう。もちろん、メディアはここでは原因ではなく、むしろ症状であろう。ヘイトスピーチや誤情報に動機をもたらす力には明らかにより深い原因がある。すなわちポピュリストの政治や暴力的過激主義、そして分極化の拡大や政治的論議における対立傾向をソーシャル・メディアの影響だけとは言えない。

メディアに対して、一歩引いた分析的アプローチを取ることによって、こうした問題に取り組もうとすることは、あまりにも合理主義的な対応の仕方のように思われるかもしれない。メディア教育がシニシズムや反信頼性をもたらすのならば、危険性すらある。それらは陰謀論を持ち上げる契機になる。過去数カ月にわたって、こうした問題についてメディア教育関係者たちの間で議論がなされてきた。特にアメリカでは、イオアンナ・ノウラが貴重な論考を書いている。

私たちは批判的メディア分析のためにどのように主張できるのだろうか。もちろん「批判的」は議論のある用語だ。私たちが誰かが「批判的」とすると話すとき、否定的な意味であることが

多い。もし、誰かが批判的<すぎる>と責めるときは、それは不公平であるという意味であり、なんでも議論の肯定的な側面を忘れてしまっている。他方、私たちは「批判的でない」と責めるときは、政権に寄りすぎて、物事の良い点だけではなく悪い点を見ていないと考える。ここには「私たちと彼ら」という要素がある。私たちは批判的だが、私たちに賛成しない人々は非批判的であるという味方は、簡単に言えば自分たち自身の愚かさの結果である。

だが、考え方そのものを完全に投げ捨ててしまうのも間違いであろう。批判的思考には数多くの定義があり、その多くは曖昧で抽象的であり役に立たない。批判的思考の研究は、数え切れないほどのモデルやチェックリスト、テスト用キットを生み出してきたが、それらはたいてい機械的で矮小なものに見える。しかし、ほとんどの教育関係者はおそらくそれを見て批判的思考を認識している。特に大学教育の世界では、私たちは学生たちに向かってもっと批判的になれと駆り立て、そして学生たちは（まったく正当だが）それはどういう意味かと私たちに尋ねる。少なくともこうした疑問のいくつかに答えるために、オープン・ユニバーシティは便利なガイドブックを作った。

私が思うに、批判的思考とは知識を分析し、総合し、評価することに関するものである。批判的思考は明らかに<論理>を含んでいる。例えば、ある議論に関してどんな段階にあるのか、違いはあるのか、矛盾している可能性はあるのかといったことである。それはまた<エビデンス>への厳格なアプローチをもたらす。必要とされるエビデンスの種類を明らかにし、もっとも信頼できる情報源を見出し、エビデンスの質と関連性を評価し、そのために求められているものがどの程度実際に証明されているのかといったことである。さらに言えば、批判的思考は安易な仮定に対して<疑問を持つ>こと、そして、問題に対して別の視点から考えることを含んでいる。これはある問題の取り上げられ方やその問題が定義されるときに用いられる用語を問うことを含む。つまり、私たちはその枠組みに何が含まれており、何が除外されているのか、その結果は何かという問題を考えなければならない。

このことから批判的思考は「省察的」プロセスであり、その過程の中で私たちは絶えず自らの先入観や解釈、結論に疑問を持ち続けなければならない。それは性急な判断を避け、私たちが知っていることについて私たちが求めうる限界を認識することであり、よって、私たちが実際にどの程度確信しうるのか知ることである。それは既定の世界観や決まった哲学的政治的信条に同意することではない。もちろん、私たちは誰もが自らの先入観や価値観を持っている。批判的思考は、私たちをこの外側に追い出すことはできないが、これに対して疑問を抱かせ、自分自身の分析についてより厳格になるよう手助けすることはできる。

この種の批判的思考はとりわけメディアとの付き合う場合に重要である。これに対する理由は極めて明白だ。メディアは特定の方法で世界をリプレゼンツし、世界についての全体にわたる見

解を作り上げる。こうした見解は時に極めて明白だが、しかししばしば「目に見えない」。つまり、それらは思い込みを引き起こしたり、感情のボタンを押したり、もしくはすぐに明白にはならないが、特定の方法で私たちにアイデンティティをもたせたり、反応を引き起こさせたりするかもしれない。

それらは時として原因と結果、もしくは善と悪の物語をうちに含んでおり、それらは私たちの望みや幻想に取り入ろうとする。メディアが求めるものがオーディオ・ビジュアルで作られている場合は、話し言葉は静止画もしくは動画、音楽や音響、そしてドラマチックなパフォーマンスと組み合わせられ、さらに複雑になるだろう。私たちがこれらすべてのものから一歩下がって、それがどのように機能するか—ロシアのフォルマリズムが行ったように、「身近なものを知らないものに変える」（もしくは「異化」）を実行するプロセスを理解できることが重要だ。しかし、またそれについて内省的であることも重要である。メディアそれ自身について、すなわち、メディアとはどのようなものか、それはどのように機能するのか、そしてその影響や効果について広く社会に受け入れられた説明がある。

この説明は疑わしい一般化や仮説にもとづいており、問題を狭く部分的な方法で取り上げようとしている。そして、しばしば限定的もしくは不適切なエビデンスに依拠している。メディアは典型的に他の社会問題から切り離されたものとみなされ、歴史をおざなりにして最新の発展に焦点を当てる。そして、社会問題と呼ばれるものは何であれ、メディアのせいにしてしようとする継続的な傾向がある。この種の説明は大きな影響をもたらす。単に日常生活においてのみならず、学問分野においてもそうである。メディアについて批判的に考えるということは、こうした広く普及しているいくばくかの見解に対する健全な懐疑主義の発達を意味する。にもかかわらず、私たちはクリティシズムをシニシズムを混同しないことが重要だ。メディア教育の数十年にわたる経験によると、表面的、論理的アプローチは役に立たないことが示されている。すなわち、実際そうした方法はうまく機能しえない。それは簡単に表面的な自己満足感もしくはある種の原理的不信に陥ってしまう。そうなる私たちが私たちに誰が何を話そうとも信じることができない。こうした反応はメディア教育に対する生徒の最初の体験での初期反応となりうる。しかし、それは経験の豊富な教師ならば認識できるものであり、それを乗り越えようとするだろう。

最後に、批判的思考は服従や無関心を正当化するものであってはならない。メディア環境がもたらす試練にどのように対応するか、それを人々に教えるだけでは不十分である。こうしたことは単なる個人の責任の問題などではない。しばしばこれが「メディア・リテラシー」というものだと思われるのだが。メディア教育は目的をもった、批判的なコミュニケーション手段の利用にかかわるものであり、それは私たちに、単にメディアがどのように機能するのか、もしくは集約的にメディアが媒介する世界の見方との関わり方を理解することでもなく、物事はどのように異なりうるのか想像することを可能にするものである。メディア教育は批判的な理解の促進を追求する。しかし、批判的理解は行動に繋がらなくてはならないのである。

DAVID BUCKINGHAM



Why children should NOT be taught to code



There is growing enthusiasm for the idea that children should be taught digital coding. Yet what assumptions is this based upon, and how valid are they?

なぜ子どもはプログラミングを教わるべきではないのか？

<https://davidbuckingham.net/2015/07/13/why-children-should-not-be-taught-to-code/>

訳：坂本 旬

子どもたちはプログラミングを学ぶべきだという考えが熱気を帯びている。しかし、この考え方にどんな仮説があり、どのような根拠があるのだろうか。

今年、BBCはこれから入ってくる100万人のイギリスの中学生のためにマイクロビットと呼ばれる無料のポケットサイズのコンピュータを準備している。コード・クラブやコード道場のような組織の支援を得て、子どもたちはBBCの「Make It Digital」ウェブサイトを使って基本的なプログラムを作ることを学ぶ。BBCによると、マイクロビットはイギリスの「デジタル・スキル・ギャップ」に取り組み、若い人々に「自分自身をデジタルで表現する」ことを可能にする。

敵対する文化大臣によって徹底的な審査を受ける予定のBBCによって、マイクロビットは幹部の給料を上げたり、音楽オーディション番組のために新しい回転椅子のセットを買うよりはよい投資のように見えるのかもしれない。個人的にはそうは思えない。

「イア・オブ・コード」や「コードの時間」、「コード・アカデミー」、「コード・クラブ」のような取り組みは、津波のような過剰宣伝を伴ってきた。イギリスでは、これまでのICTカリキュラムはプログラミングの注射によって、生き返させられたが、しかしこれはうまく準備できた教師はほとんどいない（特に小学校では）といったようなものであった。

実際のところ、学校におけるプログラミングは新しいものなどではない。個人的には1970年代の終わりに遡れば、最初のコンピュータがやって来たときに同じような取り組みがあったことを思い出すことができる。実際、BBCはマイクロビットをBBCマイクロの成功と比較して宣伝している。それは1980年代の初期のコンピュータ・ゲーム・デザイナーを呼び起こすものだという。

しかし、いつの間にやらプログラミング教育はほとんど見捨てられた。その理由を振り返るのは興味深いであろう。このような問題では信頼できるコメンテーターであるベン・ウィリアムソンは、コンピューティングのさまざまな側面がいずれも曖昧になったと述べて、その複雑な発展の歴史を論じてきた。彼は、プログラミングはコンピュータ科学と決して同じものではないという。それは歴史的にまったくローレベルのスキルとして見なされたのである。

プログラミング教育に対する現代の議論は2つの要素からなっているように思える。第一の側面は1970年代に我々を引き戻す。当時、MIT教授のシーモア・パパートがプログラミング言語のLOGOとタートル・デバイスを開発した。パパートにとってプログラミングは、とりわけ数学の世界における論理的もしくは「手続き」思考を教える道具であった。しかし、彼はこの「構成主義的」アプローチの価値は時間とともに次第に誇張されていったと主張している。

私はこれについて著書『テクノロジーを超えて』でかなり詳しく書いた。この議論は学習の転移に関する仮説に基づいている。一つの文脈についての学習が自動的に他の文脈に転移するという考え方である。これは脳を一種の筋肉とみなしていることになる。プログラミングのジムでよい運動をすれば、どこかで問題を解くのに必要な論理的思考スキルが必要になるときにその成果が出るということだ。同じような主張はチェスやラテン語の学習でもしばしばなされる。しかし、プログラミングの学習が子どものより一般的な問題解決スキルを発達させ、ましてやこうした主張のように、それが「考え方を教える」ことになるという確かな証拠はない。

プログラミング教育の二つ目の議論は経済の問題である。イギリスで2011年に政府のイノベーション・シンクタンクNestaによって出版された、ラン・リビングストンとアレックス・ホープによる報告書『次世代』が鍵となる文書である。この報告書はテレビゲームとビジュアル・エフェクトの分野で明らかなスキル不足があることを指摘するとともに、これまでのICTカリキュラムに代えて、学校にコンピュータ科学の必修化によって問題を解決すべきだと述べられている。

この報告書を見ると、リビングストンとホープは二人ともコンピュータ科学者ではなく、メディア産業におけるクリエイティブな起業家であることを指摘することには大いに意味がある。彼らは、コンピュータ科学はSTEM科（科学、テクノロジー、エンジニアリング、数学）のコアとしてみなすべきだと述べたが、実際彼らの中心的な関心はテレビゲームやアニメーション、ビ

ジュルアル・エフェクトのようなクリエイティブなメディア領域にあった。

必修のコンピュータ科学が雇用を創造するという考え方は、実に疑わしい。コンピュータ科学の卒業生はいつも失業リストの最前列だ。この理由は複雑である。黒人や民族的なマイノリティは他の分野よりもコンピュータ科学卒業生の中で高い割合を占める。そして、「拡大するアクセス」の試みに対するいくらかの限界を考え合わせると、一般的に白人の卒業生よりもいっそう失業しやすい。

しかし、次のような別の要因もある。情報技術産業は、とりわけプログラミングのようなローレベルの仕事や新卒業生が付きやすいであろう初級レベルのポストについては、次第に多くの業務を海外に移転しつつあるということである。

たとえもし情報技術産業で「スキルの不足」があったとしても、プログラミングが欠けているキー・スキルの一つなのかどうかは大いに議論の余地がある。特に、もし（熱心な推進者たちがよくいうように）プログラミングが簡単に学べるのならば、一般的に言って、STEMの卒業生が不足しているという考えもまたますます疑わしい。少なくともアメリカでは、修業可能な仕事以上にSTEMの労働者がいる。

もし政府がイギリスをグローバルな情報技術産業のリーダーとしての地位につかせたいのならば、プログラミングをする働き蜂よりもクリエイティブな起業家の方がもっと必要であろう。同様に、もしゲーム・デザイン産業で私たちが復活したいと思うのならば、単なるプログラムの行ではなく、創造的なシナリオや魅力的なキャラクターを必要としている。

私の記事のタイトルはわざと挑発的なものにした。もし、子どもがプログラミングを学びたいのならそれはいいことだ。過去20年間、文教族の政治家たちが無理やり子どもたちに押し付けてきた多くのものよりも、プログラミングは少なくともいくらかはおそらく面白い。不毛なスプレッドシートやファイル管理といった、今後置き換えられるICTカリキュラムよりは確かに興味深い。そして、もし、若い人々を「デジタルで自己表現する」ことを可能にするのならば（それが何を意味するものであっても）、たぶん価値があるだろう。

しかし、ここに明らかに欠けているのは、テクノロジーとその社会や政治、文化における役割へのより批判的な理解である。これがなければ、必修のプログラミング教育は単なる新たな子どもの教化の方法になるか、子どもたちの時間の無駄に見えるだろう。

特集 デジタル資本主義とメディア・リテラシー
バッキンガム講演へのコメント



バッキングガム講演がもたらす 日本のメディア・リテラシー教育研究への示唆

坂本旬（法政大学）

1. 講演の経緯

デイビット・バッキングガム講演会『「デジタル資本主義」時代のメディア・リテラシー教育』は2018年10月6日、法政大学で開催された。筆者は本講演の主催者であるとともに、コメンテーターでもあった。その立場から今回の講演の経緯と意味についてまとめておきたい。

本講演会はFCTメディア・リテラシー研究所（FCT）および日本ジャーナリスト会議（JCJ）との共催であったが、FCTは2007年に江ノ島でバッキングガムを招いて「ICT時代におけるメディア・リテラシー：その理念と課題」というテーマの講演会を開いている。この講演会は2006年に世界思想社から出版されたバッキングガム著、鈴木みどり監訳『メディア・リテラシー教育』（原著は2003年出版）を記念したものであり、参加者の多くは同書から大きな影響を受けていた。筆者もまたその一人であり、同氏と会う機会をここで初めて得ることができた。

今回の講演会はバッキングガム自身からの提案で開催された。2018年3月初めに本人からメールをいただいた。ネットで筆者の論文を読み、共通の関心事があると感じたという。講演のテーマは「メディア・リテラシーとデジタル資本主義」であった。講演は10月6日と決まり、それまでにいくつか講演内容に関係するブログ記事を翻訳してネットに公開し、講演の論点をあらかじめパネルディスカッション参加予定者と共有することにした。バッキングガムによる講演が同時通訳付きで行われたあと、筆者を含む6名がコメントを発言し、その後パネルディスカッションを行った。JCJが共催しているため、ジャーナリストの参加者も多く、後日東京新聞に講演を報じた記事が掲載された。

なお、メールをやり取りした当初、バッキングガムに東日本大震災と原発事故の被災地である福島訪問を提案した。この提案にはしばらく返事がなかったが、来日直前になって、あの話はまだ生きているかという問い合わせがあり、10月9日に日帰りで東京から相馬市まで往復することになった。途中、いわき市立四倉小学校と広野町立広野中学校を見学し、広野中学校ではNPOリテラシー・ラボの協力を得て、生徒の作ったドキュメンタリーの発表会に参加し、取材に訪れていたNHKのインタビューを受けた。その後、NPO野馬土の案内により、相馬から浪江にかけての被災地を訪問した。

2. 3つのブログ記事から

講演会で翻訳を配布したブログ記事は「メディア・リテラシーに何が起こったのか？」

(2016/9/20)、「批判的で行こう」(2018/7/18)、「なぜ子どもはプログラミングを教わるべきではないのか？」(2015/07/13)の3本である。この3本は近年のバッキンガムの考え方をよく示したもののばかりである。

「メディア・リテラシーに何が起こったのか？」は2000年以降のイギリスのメディア・リテラシー教育政策を論じたものであり、バッキンガムはそれをゾンビであり、「生きる屍」の文化政策となったと評している。そして保守党と自由民主党の連立政権以降、「技術的スキルという、還元的で、機能的な観念へ、そしてオンラインの安全」に道を譲ってしまったというのである。一方、「批判的で行こう」はそうしたイギリスの状況下で、批判的思考重視への回帰を主張する記事である。最後の文章にはその意味が明確に示されている。「メディア教育は目的をもった、批判的なコミュニケーション手段の利用にかかわるものであり、それは私たちに、単にメディアがどのように機能するのか、もしくは集約的にメディアが媒介する世界の見方との関わり方を理解することでもなく、物事はどのように異なりうるのか想像することを可能にするものである。メディア教育は批判的な理解の促進を追求する。しかし、批判的理解は行動に繋がらなくてはならないのである。」批判的思考は単なる認知のレベルに留まっているべきものではなく、変革のための行動に繋がらなければならない。実に明快な主張である。

最後の記事は、彼のテクノロジーに対する考え方がはっきりとわかるものであり、日本のメディア・リテラシー教育を考察する際には欠かせない。近年のテクノロジーに対するバッキンガムの考えは『テクノロジーを超えて』(2007)⁽¹⁾ですでに示されているが、日本でもまさにプログラミング教育の必修化が話題になっており、メディア・リテラシーとプログラミング教育の関係は日本でも関心を持たれる話題である。イギリスではプログラミング教育は「コンピューティング」というさらに大きな枠組みの中の一部であり、日本と同列に語ることはできないが、この記事はまさにプログラミングそのものに焦点を当てて書かれたものである。そして彼はイギリスのプログラミング教育に対して、「明らかに欠けているのは、テクノロジーとその社会や政治、文化における役割へのより批判的な理解である。これがなければ、必修のプログラミング教育は単なる新たな子どもの教化の方法になるか、子どもたちの時間の無駄に見えるだろう」と述べている。すなわち、既に述べた「批判的思考」なきプログラミング教育の否定であり、メディア・リテラシー教育との安易な接合に警告を発するものだと言える。

3. メディア・リテラシーと「デジタル資本主義」

筆者はブログ記事に加えて、エブゲニー・モロゾフによる『ガーディアン』の記事「真の敵—デジタル巨人を隠すフェイクニュースへのモラル・パニック」⁽²⁾(2017.1.8)も訳出した。この記事はデジタル資本主義について書かれたものであり、今回の講演内容と深く関わっている。モロゾフは、今日、世界的に大きな問題となっている「フェイクニュース」の根底にあるのは、嘘であってもクリックさせることで利益を生み出すデジタル資本主義だと指摘している。そして次のように述べる。「問題はフェイクニュースではなく、それをばらまくスピードであり、ばらまきやすさである。そしてそれは主要には、今日のデジタル資本主義がそれを極めて大きな利益の出

るものに変えたことによって存在する。」つまり、GoogleやFacebookがクリックさせることによって利益を得るのなら、できるかぎり流通するメッセージを規制することなく、問題をユーザー側に委ねれば良いということになる。こうした見方が今回のバッキンガム講演の土台となっている。

バッキンガムが講演用に書き下ろした論考が『『ポスト・トゥルース』時代のメディア教育 フェイクニュース、メディア・バイアス、メディア・リテラシー教育の挑戦』である。この論考ももともとはブログに書かれた2つの記事を一つにしてまとめたものである。一つは「フェイクニュース」について、もう一つは「メディア・バイアス」について書かれた記事である。

まず、第一に「フェイクニュース」に対してメディア・リテラシーはいかにあるべきだろうか。彼が指摘するのは、「フェイクニュース」の見分け方ではなく、メディア・バイアスの観点の重要性である。「何がフェイクかを見つけるだけではなく、より広くあらゆる情報源に存在しているバイアスの形態を見出すことが重要」だと彼は述べる。実際、オンライン上のニュースが単なる事実性だけが問われる存在であるのではない。バッキンガムは「バイアスは売られる」という。ニュースはジャーナリストの主観と無縁ではあり得ず、また、読者も見たいものを見ようとし、読みたいものを読もうとする。「思考過程に何が含まれ、何が排除されるのか、もしくは何が関連し、もしくは関連しないように見えるのかということの中にバイアスが必ずある」と彼は指摘する。バイアスの問題はファクトチェックだけでは解決し得ない問題を含んでいる。メディア・リテラシーはこのようなメディア・バイアスの読み解きを求めるものである。

二つ目は、メディア・リテラシーだけでは問題は解決し得ないという点である。彼は「メディア・リテラシーは答えの一部かもしれないが、しかしそれだけでは十分ではない」と指摘している。そこにあるものこそ「デジタル資本主義」である。「もし私たちがフェイクニュースと闘いたいと思うならば、私たちはデジタル広告の巨大な力とその上に繁栄するグローバル企業と闘わなければならない。最初のステップはこれらの企業に彼らはメディア企業であり、単なる情報技術企業ではないことを認めさせ、そこから導き出される何らかの責任を受け入れさせることであろう」と彼は指摘する。グローバル企業との闘いはすでにメディア・リテラシー教育のレベルを超えた社会運動の領域にある。この闘いの構図を理解することは「批判的メディア・リテラシー教育のあるべき姿」だと彼は述べる。ここでブログ記事「批判的で行こう」の主張と見事に重なる。メディア・リテラシーは行動に繋がらなければならないのである。それを彼は「批判的メディア・リテラシー」と呼んでいることに驚かないわけにはいかない。

なぜならば、「批判的メディア・リテラシー」は、バッキンガム自身がかつて批判していた批判的教育学派のメディア・リテラシー理論を意味する用語だからである。この点について、筆者は直接彼に聞いた。かつて批判したはずの用語を使うのは意見が変わったからなのかと。答えはイエスであった。ただし、彼が批判的教育学を批判したのは、彼らの主張が実践的ではないからであり、その点については変わらないとのことであった。

講演で配布されたもう一つの論考が「デジタルの夢から目を覚ます：メディア教育とメディアの改革」である。これもまたバッキンガムのブログに収録された記事の一つであり、もともとは

雑誌『5 Designing Media Ecology』第7号（2017年夏）に書かれたものである。この論考はインターネットを「公共事業」と認めること、GoogleやFacebookのような企業をコンテンツに責任を持つメディア企業とみなすこと、そして第三にユーザーはこうした企業が収集する個人情報について知る権利と管理する権利を持つべきであることである。バッキンガムはこれら二つの論考をそのまま講演で話したわけではないが、エッセンスはこれらの論考のなかにあるとあってよい。

4. 日本のメディア・リテラシー教育研究への示唆

2007年に来日した頃のバッキンガムは、主流だった読解中心のメディア・リテラシー教育からより制作を重視した実践的なメディア・リテラシー教育の提唱者だと考えられていた。特にレン・マスターマンとの論争は有名であり、それによって批判的思考よりも創造的制作に重点があるとみなされていた。前掲書でもマスターマンの議論を「文化的価値に基づく識別は、政治的またはイデオロギー的脱神秘化の形態へと、実質的に置き換えられた」（バッキンガム、p.15）と指摘している。今回の講演は、本講演のコメンテーターの一人である時津啓も指摘しているように、一言で言えば、こうしたかつてのバッキンガムに対する見方を大きく変えるものであった。

しかしながら、すべてが変わったわけではなく、理論の核心は変わっていない。筆者がバッキンガム講演でとりわけ興味深かったのは、教育界に蔓延するサイバーユートピア主義の問題であった。筆者は2014年に書いた著書『メディア情報教育学』の中でも社会に蔓延する教育における技術主義への強い懸念を書いた。簡単に言えば、教育の技術主義とは学校にICTを導入すれば教育は自動的に良くなるに違いないという信念である。そこにはテクノロジーへの批判的な理解が欠けている。この点で筆者とバッキンガムの主張はほぼ同じである。

最近の日本では小学校におけるプログラミング教育の必修化が大きな話題となり、テクノロジー企業も学校教育への参入をめざしている。しかし、一方で、学校は子どもたちが学校でスマートフォンを使うことを禁止し、インターネットの害悪から子どもを守るべきだと主張する。こうした政策には大きな矛盾をはらんでいるのだが、この矛盾が論じられることはほとんどない。

2000年に当時の郵政省（Ministry of Posts and Telecommunications）はメディア・リテラシーに関する報告書を発表した。メディア・リテラシーを「メディアを主体的に読み解く能力」と定義し、批判的（Critical）という言葉が主体的（Proactive）と言い換えた。そしてメディアを行為主体としてのエイジェントやメッセージではなく、機器（Device）だと定義した。そのため、日本ではメディア・リテラシーを手段としてのメディアを使いこなす力の一つだと考える人が多い。この背景には、日本では視聴覚教育がメディア・リテラシー教育の理論的な土台となっているという状況がある。

バッキンガムは『メディア・リテラシー教育』（2003）で次のように指摘している。彼はメディア・リテラシー教育と視聴覚教育を明確に区別すべきだといい、「教育へのニューテクノロジー導入を推進する人たちは、しばしばメディアを『情報』を伝えるだけの中立的な手段と見ているからである。この領域の人びとと実りある批判的な対話を持つことができるとはいえず、メ

ディア・リテラシー教育は教育のテクノロジーや教育のためのメディアと混同されてはならない」(バッキンガム『メディア・リテラシー教育』、p.10)と指摘する。こうした視点はもちろん今回の講演における「サイバーユートピア主義」をめぐる議論に引き継がれている。このようなテクノロジーに対するクリティカルな思想は一貫したものだと言える。

バッキンガム講演からの日本のメディア・リテラシー研究への示唆を考えると、最初に触れたマスターマンとの論争が日本の研究にもたらすものはさほど多くはないかもしれない。日本から見れば、イギリスのメディア・リテラシー研究を支えてきた二人の見解の差異よりも類似点の方がはるかに大きいからである。しかも、今回の講演を経て、今日のポスト・トゥルース時代のメディア・リテラシーにおける「批判的思考」の重要性はますます高まっていることを改めて認識させられる。それはテクノロジーによるユートピア主義がもたらす陥穽への自覚であり、批判的思考から行動への覚醒である。

なお、バッキンガムは2019年7月、『メディア教育マニフェスト』と題する新刊本を出版した。この出版によって、これまでの研究成果のもとにメディア・リテラシー教育の進むべき新たな道を指し示すことになるだろう。

(1) Buckingham, David. (2007). *Beyond Technology*. Polity Press.

(2) Morozov, Evgeny. (2017). Moral panic over fake news hides the real enemy – the digital giants. *The Guardian*, 8th, Jan 2017.

<https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/jan/08/blaming-fake-news-not-the-answer-democracy-crisis>

バッキングムにとって批判的思考（理解）とは何か

時津 啓（島根県立大学）

I. はじめに

筆者は教育哲学や教育思想史を専門としている。そのため、バッキングム（David Buckingham）のメディア教育に関する捉え方も、他のコメンテーターとは異なっているかもしれない。具体的に言えば、日本のメディア（・リテラシー）教育はどうあるべきか。あるいはグローバルに展開されるメディア（・リテラシー）教育の最新情報をレビューすることに筆者の関心はない。むしろ、一人のメディア教育学者であるバッキングムが、イギリスという固有性を有する環境の中でいかなるメディア教育を展開し、それにはどのような意味があるのか。ここにこそ、筆者の関心はある。

この立場からバッキングムを捉えるならば、次のように言えよう。バッキングムは、ウィリアムズ（Raymond Williams）やホール（Stuart Hall）などによって1980年代のイギリスで本格的に発展するカルチュラル・スタディーズという思想的潮流をいち早く教育的に受容した人物である。さらに、サッチャーの時代に理論形成期を迎え、その後イギリスで実施されたメディア教育—正確に言えばメディア研究ということになる—のカリキュラム化、インターネットの浸透等に最前線で反応した人物であると言えよう。つまり、イギリスの政治・社会・経済的な状況に応じて、彼の理論と実践は展開された。教育哲学的に捉えれば、最新の学問領域を教育的に受容した人物であり、同時に教育思想史的に捉えれば、戦後イギリスの歴史的転換点（サッチャーの時代）位置づく人物と言える。

以上のような筆者の立場から今回の講演を捉えるならば、「当惑した（している）」というのが正直なところである。すでに定期的に更新される彼のブログを見ている中で、その当惑は存在していた。そして、今回の講演でその当惑はますます広がったと言えよう。なぜ当惑したのか。それは、彼が「メディアに対する批判的思考（理解）」の重要性を強調したからに他ならない。なぜなら、彼自身も講演会におけるディスカッションの中で認めているように、一般的に彼は次のように理解されてきたからである。彼と同様にイギリスのメディア教育を牽引してきたマスターマン（Len Masterman）がメディアに対する批判の重要性を唱えたのに対して、彼はその限界を指摘し、メディア制作という生徒らによるメディア・コンテンツの制作の重要性を唱えていたからである。この時期になって彼はなぜ「メディアに対する批判的思考（理解）」を唱えるようになったのであろうか。それにはいかなる意図があり、それはいかなる意味をもつのか。論点を先取りす

るならば、彼は考えを変えたのだろうか。それともそもそもバッキングガムを理解しようとする際、メディア批判／メディア制作という認識枠組みで理解しようとすることに問題があるだろうか。

本稿では、バッキングガムが講演で強調した「メディアに対する批判的思考（理解）」という概念に焦点を当て、バッキングガムの理論展開にこの概念を位置づけ、その意味を検討する。結論を先取すれば、彼のスタンス（考え）は一貫しており、本稿はより広義の視点から彼のメディア教育論を捉えるべきことを明らかにする。

II. バッキングガムによるメディア教育の展開

バッキングガムの理論展開をどのように捉えるか。論者によって意見の分かれるところだろう。講演会で筆者は10年区切りで整理する案を提示したが、議論の内容やバッキングガムと話す中で再度整理する必要があると考えた。そこで、理論展開の契機となる著作や出来事の観点から、再度整理し直す。

1. マスターマンとの論争という契機

バッキングガムは1986年にScreen上でマスターマンと激しい論争を行った⁽¹⁾。さらに、2010年にモーゲンサーラ（Dee Morgenthaler）がマスターマンとバッキングガムに行ったインタビューの中にも、双方がこの論争を取り上げており、双方の理論展開にとってこの論争は重要な意味があったと考えられる⁽²⁾。バッキングガムに焦点を当てるならば、彼はこの論争を契機に、オーディエンス研究の受容に基づく、新たなメディア教育の教育実践を具体的に提示するようになる⁽³⁾。

もちろん、マスターマンとの論争時から、生徒（児童）のメディアに対する自律性は説かれ、生徒らがメディア・テキストを制作するメディア制作の教育は唱えられていた。むしろ、それこそマスターマンとの差異であった。しかし論争後、彼は現職の教員らと共同して、より具体的な教育実践を実践し、検討するようになる⁽⁴⁾。

2. メディア教育理論の集大成としての『メディア教育』

バッキングガムによるメディア教育理論の集大成が2003年に出版された『メディア教育』である。この書は4部（理論的根拠、到達水準、メディアを学ぶ、新たな方向）で構成されている。イギリスにおけるメディア教育の歴史、メディア教育の鍵概念、教育実践が体系的かつ緻密に検討され、マスターマンのメディア教育論と並ぶ新たなメディア教育論を提示している。彼はカルチュラル・スタディーズの受容、その教育学的援用としての学校教育における教育実践、そしてデジタルメディアの登場への対応を述べ、およそ30年の研究成果をまとめ上げている。そしてそれを手がかりに、今後の方向性を探究している。

このような理論的思索は『メディア教育』の他にも、同時期に書かれた『子ども期の終わりの後で』『ポピュラー文化を教える』『市民を作る』でも展開している。

3. 新たなメディア状況への対応

2010年以降、バッキンガムはソーシャルメディアの浸透をはじめとした新たなメディア状況へそれ以前にまとめ上げた理論を当てはめ、更新を図り始めている⁽⁵⁾。具体的に言えば、学校教育という枠組みを離れ、デジタル資本主義、消費主義といった社会全般へ視野を広げて理論を更新している。

もちろん、このことは『メディア教育』の最終章が「新たな学びの場所」であり、その最終節が「脱学校化へ向けて?」ということからすでに暗示されていた。しかしながら、その方向性は明示されていたわけではない。この点でも、今回の来日公演は、その方向性が具体的に示された意義もあろう。

Ⅲ. 二つのレベルの批判的思考（理解）

これまでの整理を踏まえると、まず二つのことを確認しておくべきだろう。第一に、確かにバッキンガムはマスターマンとの論争において、マスターマンが強調する「メディアに対する批判的思考（理解）」の単純性を批判した。しかしながら、彼もまた「メディアに対する批判的思考（理解）」を強調している。その証拠に、『メディア教育』の章構成は、第7章「批判的になる」、第8章「クリエイティブになる」である。双方に優劣はない。むしろ、バッキンガムにとって、マスターマンとの論争は、「批判的になること」と「クリエイティブになること」がメディア教育において同列に扱われず、前者のみが強調され過ぎていることへの危惧と解釈できる。つまり、メディア批判／メディア制作という認識枠組みに基づき、いずれかの選択を迫ることで、バッキンガム理論を捉えようとするには限界がある。

第二に、彼はまさに時代の流れに大変敏感に反応してきたということである。例えば、メディア研究がカリキュラム化された時期、彼はマスターマンとの対立するスタンスから現職教員との共同研究へシフトチェンジし、具体的な授業を構想・実践・検証している。さらに『市民を作る』が出版された2000年は、シティズンシップ教育がイギリスにおいてカリキュラム化された1999年の翌年である。ここには普遍的な理論構築というより、時代のニーズに応答しようするバッキンガムのスタンスを読み取ることができる。むしろ、スタンス（考え）は一貫している。

以上の二点を踏まえるならば、ソーシャルメディアが勃興し、それらが強大な権力を有する状況へバッキンガムが応答することは必然のように思える。さらに、同時にその状況からソーシャルメディアを含む広義のメディア概念に基づいたメディア批判を強調することも首肯できる。

2018年2月にロンドンで行った筆者のインタビューで、「あなたのメディア教育にとって批判的とはどういうことか」という筆者の質問に彼は次のように答えている（Buckingham 2018）。「昔はメディアが強く、自動的にメディアからの情報を受け取ることは危険だから、メディア教育は必要だということだった。しかし今文脈は違っている」。ここで言う文脈の違いこそ、GAFA（Google、Apple、Facebook、Amazon）の存在ということだろう。つまり、このレベルに限定すれば、批判の対象の変化と捉えることができる。具体的には、これまでテレビや新聞といったマ

スメディアが批判の対象であった。しかしながら、今ではその対象にGAFAも含める必要があると。これはメディア産業の批判から批判する対象を広げる意味で、批判対象レベルの批判と言える。これを第一レベルの批判と呼ぼう。

しかしながら、このインタビューには続きがある。バッキンガムはその後次のように続けている。「批判的であるためにも、メディアの存在が必要になっている」。どういうことだろうか。筆者は咄嗟のことで質問を投げかけることができなかった。ただ、次のような記号学者石田英敬の見解を参照すれば、その意味はより具体化できる。石田は次のように述べている。「メディア・リテラシーの主張は往々にして適切な教育によってメディアを活用する知識があれば人々は、人にやさしいメディア生態系をつくれると考える傾向があるように思います。また人々の生活を皆で考えて自覚的なりデザインして設計していけば状況を変えることができるだろうと考えています。つまりこれは、社会的なプラクティス（実践）で対応しようとする考えです」（石田 2016:170）。もちろん、石田はこれに続けて、これでは不十分であると唱えている。今日では、「テクノロジーの文字を書き取り、読むことができる装置を作る必要がある。それにはテクノロジーの文字を使う」（石田 2016:171）。具体的には人間の目では1コマずつチェックすることはできないけれども、コンピュータを使って、「ユーザー・サイドにもテクノロジーの文字を読み解き、クリティーク（批評）できる可能性」を拓くというわけである。

GAFAの問題は、まさにこのレベルの批判を私たちに突きつけているのではないだろうか。バッキンガムは法政大学での講演後、同様の内容を広島大学でも講演し、そこで「批判的理解」について問われ、次のように答えている。メディア飽和にある現代社会において、メディアに批判的であれというのは「魚に対して水に、人間に対して空気に自覚的であれ」というくらい困難である。言い換えれば、今やGAFAの存在は私たちにとっての言語にも近接した存在である。私たちは言語で他者へ意思や情報を伝達すると同時に、言語の中で思考し、認識している。極論すれば、GAFAもまた言語同様に、私たちの思考枠組みとなっている。これが第二レベル、つまり思考枠組みレベルの批判である。現在バッキンガムは、単なるメディア産業への批判（第一レベルの批判）だけでなく、まさに思考枠組みに作用するメディアへの批判（第二レベルの批判）を求めているのではないか。

このように考えれば、バッキンガムはメディアの状況が変わり、考えも変わって旧来のメディア産業批判へ転向したと考えることは早計だろう。今やメディアは私たちが「おかしい」「変だ」と思考すること自体を構築している。Google検索に入力する言葉自体が、Googleによって規定され、私たちの視野を決定づけているのはその典型だろう。バッキンガムが挑戦しようとしているソーシャルメディア時代のメディア教育は、私たちの認識をより深く思考枠組みレベルで規定するメディアへの批判と言えるのではなかろうか。

-
- (1) この論争については以下を参照（Buckingham 1986/ Masterman 1986/ 時津 2017）。
 - (2) モーゲンサーラによるインタビューは以下を参照（Buckingham 2010/ Masterman 2010）。
 - (3) バッキンガムによるオーディエンス研究の成果としては以下を参照（Buckingham 1987）。

- (4) バッキンガムが学校教育において行ったメディア制作の教育については以下を参照 (Buckingham, Fraser and Mayman 1990/ Buckingham and Sefton-Green 1994)。
 (5) 以下を参照 (Buckingham 2011/2013)

引用文献

- 石田英敬 (2016) 『大人のためのメディア論講義』ちくま新書。
 時津啓 (2017) 「D.バッキンガムにおける抑圧／自律の二元論とその学校教育論としての可能性－L.マスターマンのメディア教育論との比較から」『年報カルチュラル・スタディーズ』5号、79-96。
 Buckingham, D. (1986) Against Demystification: A Response to 'Teaching the Media', *Screen* 27 (5) , 80-95.
 — (1987) *Public Secrets: EastEnders and Its Audience*, BFI.
 — (2000) *After the Death of Childhood: Growing up in the Age of Electronic Media*, Polity.
 — (2003a) *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture, Polity.* (= (2006) (鈴木みどり他訳) 『メディア・リテラシー教育—学びと現代文化—』世界思想社。
 — (2003b 1st. publish 1998) *Pedagogy, Parody and Political Correctness*, D. Buckingham ed., *Teaching Popular Culture: Beyond Radical Pedagogy*, Routledge, 63-87.
 — (2003c 1st. publish 2000) *The Making of Citizens: Young People, News, and Politics*, Routledge.
 — (2010) Interview by Dee Morgenthaler, Friday, Oct. 29. *Voices of Media Literacy: International Pioneers Speak: David Buckingham Interview Transcript*, Center for Media Literacy, 1-8. http://www.medialit.org/sites/default/files/Voices_of_ML_David_Buckingham.pdf (2019年5月21日閲覧)
 — (2011) *The Material Child: Growing up in Consumer Culture*, Polity.
 — (2013) *Challenging Concepts: Learning in the Media Classroom*, P. Fraser et. al. eds., *Current Perspectives in Media Education: Beyond the Manifesto*, Palgrave Macmillan, 24-40.
 — (2018) Interview by Kei Tokitsu, London in UK, February, 20.
 Buckingham, D., P. Fraser and N. Mayman (1990) *Stepping into the Void: Beginning Classroom Research in Media Education*, D. Buckingham ed., *Watching Media Learning: Making Sense of Media Education*, The Falmer Press, 19-59.
 Buckingham, D. and J. Sefton-Green (1994) *Cultural Studies Goes to School: Reading and Teaching Popular Media*, Taylor&Francis.
 Masterman, L. (1980) *Teaching about Television*, Macmillan.
 — (1986) A Reply to David Buckingham, *Screen* 27 (5) , 96-100.
 — (2010) INTERVIEW by DEE MORGENTHALER, Nov. 3. *Voices of Media Literacy: International Pioneers Speak : Len Masterman Interview Transcript*, Center for Media Literacy: 1-11. http://www.medialit.org/sites/default/files/VoicesMediaLiteracyLenMasterman_1.pdf (2019年5月21日閲覧)

変革のためのメディア・リテラシー教育 —バッキンガム氏の講義から学んだこと—

村上郷子（アジア太平洋メディア情報リテラシー教育センター理事）

1. はじめに

私が初めてバッキンガム氏にお目にかかったのは、2007年、FCTによる講演会であった。当時は、アメリカニューヨーク州のいわゆるスラム街と呼ばれる地域やカンボジア及び日本の子ども・大学生との国際交流やビデオ交換などを行っていたので、メディア制作に詳しいバッキンガム氏のお話を伺えたのは好機だった。

今回のバッキンガム氏の講演のキーワードは「フェイクニュース」、「メディア・バイアス」及び「メディア・リテラシー教育」である。本稿では、主にバッキンガム氏の「メディア・リテラシー教育」に焦点をあて、バッキンガム氏が「メディア・リテラシー教育」をどのように捉えているのかを中心にまとめていきたい。

2. バッキンガム氏の講義から

(1) あらゆる問題の症状ではなく、根底にある原因をみるべき

デジタル資本主義の時代のインターネット環境において、私たちは全く見えないアルゴリズムの力学に支配されており、いわゆる「フィルター・バブル」や「エコー・チェンバー効果」にさらされているといわれている。

NHK放送文化研究所の「情報とメディア利用」世論調査（2018年6月16～24日、調査有効数（率）2369人（65.8%））の最近の結果によれば、「自分が知りたいことだけ知っておけばいい」と考える若年層が多く、男女共に20代で45%に達している。そのため、政治・経済社会の動きを伝えるニュースはたまに気づいたものだけで十分と考える「受動的接触派」が男女共に20代以下で5割を超えているという。その一方で、「自分の好きなものに対する情報や他人の意見は、好意的なものだけ知りたい」（「選択的接触派」）と「自分の好きなものに対する情報や他人の意見は、否定的なものでも知りたい」（「両論的接触派」）の二つの考え方について、どちらが近いかを尋ねたところ、16～19歳で6割、女性20代で5割（全体では4割）が選択的接触派であった（保高、2018）。

いつでもどこでも自分の好きなものに囲まれ居心地のいい空間をつくるために、私たちがクリックをすることによってGAFA⁽¹⁾（バッキンガム氏は、Netflixも入れている）のようなデジタル

資本主義に巨大な利益をもたらしていることに、私たちはもう少し自覚的であるべきだ。バッキンガム氏は、このようなメディア企業のあり方を「危険なビジネスモデル」と警鐘を鳴らしている。

こうしたビジネスモデルはGAFAだけではない。私たちは、インターネットを介したさまざまな電子サービスなどによって、自身の消費行動や嗜好、考え方、人脈、年収、職業、行動範囲やパターンなどが「データ」として抜き取られ、そうした情報が売買され、「監視」されてもいる。最近では、日本政府や地方自治体なども電子決済やマイナンバーでのサービス提供を奨励してきており、さまざまなデータが紐付けされることへの懸念もある。

しかしながら、「メディア・リテラシー」の問題として、バッキンガム氏は「メディア・リテラシー」が万能的な魔法の解決法ではないとも指摘している。フェイクニュースやネットいじめ、中毒といった個々の社会問題に対し、それぞれの問題の「手っ取り早い」解決法としてメディア・リテラシーが必要だというのは、対処すべき問題を単純化しすぎており、「教育」のない「メディア・リテラシー」は保護主義的なアプローチに陥る危険性があるからだ。では、どのような「教育」なのだろうか。

(2) メディア・リテラシーに「教育」が必要である

バッキンガム氏は、教育のない「メディア・リテラシー」は、スローガンやゼスチャーのようなもので、メディア教育が必要だと述べた。「メディア教育」とは、より包括的で、一貫的かつ挑戦的アプローチのシステムティックな教育と学習とおっしゃったが、これは日本でいう「メディア・リテラシー教育」と同義と考えてよいだろう⁽²⁾。

学校における「メディア・リテラシー教育」について、バッキンガム氏はメディアやテクノロジーについて (about) 教える必要があると指摘した。単にそれらで (with)、もしくはそれらを通して (through) 教えることだけではない、ということだ。この指摘は、メディア・リテラシーをいうなら、メディアについても教えるべきだ、という主張でもあると考える。ともすると、メディアの危険性を訴える保護主義的な論調やいわゆるメディアを介したICTリテラシーなどに走りがちな傾向のある日本の教育に一石を投じた指摘ともいえるだろう。

しかし、日本の現在の教育現場では、さまざまな要因からメディア・リテラシー教育が実践されにくいようにも思える。例えば、教員の置かれた状況である。日本の教員は学習指導要領に縛られているため、政府見解を反映した学習内容に批判的な見方を教えることは難しいであろう。また、日本の教員の労働時間は過労死レベルといわれるほどの長時間労働である。厳しい現状の中でも総合的な学習の時間を活用してメディア・リテラシー教育を実践している熱心な教師もいるが、そうした教師の絶対数は少ないのが現状である。

メディア・リテラシーを教育の中に根付かせるためにも、メディア・リテラシー教育の研修を兼ねた出前授業、すぐ授業に使えるメディア・リテラシー教育のための教材、そして機材の貸与や教材を自由にダウンロードできるプラットフォームなどメディア・リテラシー教育を推進するための仕組みづくりが望まれる。また、教育政策としてのメディア・リテラシー教育の必要性をひ

ろく国民に訴えると同時に、立法府ならびに教育行政にも働きかけていくことも重要である。

教員の教える環境を整えることはメディア・リテラシー教育を推進するための第一歩になるが、具体的に何を教えるべきなのだろうか。それは批判的思考である。

(3) 批判的思考の必要性

批判的コンセプトの4つの基本概念（「メディア言語」、「リプレゼンテーション」、「生産」、「オーディエンス」）を提示しつつ、フェイクニュースや偽情報だけではなく、学校の外のあらゆるニュース論争を批判的に教えるべきだ、とバッキンガム氏は述べられた。その根幹にあるのが批判的思考である。

メディア・リテラシー教育の批判的思考とは、単なる創造的参加でもなく「エンパワーメント」でもない。創造性と監視である、とバッキンガム氏は指摘した。巨大なメディア企業は私たちの行動を監視することによって、莫大な富を生み出しているのだが、私たちも逆に巨大メディア企業を監視していく必要がある。

インターネットに代表されるメディア・コミュニケーションツールの出現は、パーソナルなレベルのコミュニケーション変化にとどまらない。一国の大統領のTwitterの内容が世界中に拡散することにより、世界の政治や経済に重大な影響を与える場合もある。

だが、なぜ、どのようにこれらのメディアを使うのか。こうしたことを理解しつつ、メディアやテクノロジーと対峙することによって、メディアで表現されている事例のグレー（灰色）の本質的な部分を批判的に読み解いていくことが大切である。

同時に、私たちを取り巻く社会・政治・経済・文化を批判的に読み解き、より質の高いメディア・リテラシー教育を実践するためには、学校の内外で、子どもたちが基本的な知識やスキルを身につけることが必要である。

私たちは、大人も子どもも自身にとっていごちのよいネット空間をもっている。こうした中では、同質性のみが昇華し、異質なものや好意的でないものを排除し、無視し、拒絶しようとする。私たちは多様性に対する寛容度や知的欲求についての格差が広まりやすい環境に生きている。私たちの生活に直結した社会問題を含め、多様な論争のある問題について、子どもたちの知的欲求を触発するような教育が望まれる。子どもたちの間に知的欲求の格差を広げてはならない。そのためには、学校の内外における批判的思考の実践が必要になってくる。

3. おわりに

バッキンガム氏は、メディア・リテラシー教育は単に個人が学ぶことだけではなく、巨大メディア企業に「変革を要求すること」でもであると指摘した。

私たちは、公権力としてのメディアや政治・経済を監視すると同時に、それらのゆがみや社会問題にも目を向ける必要がある。こうしたことが、子どもたちや私たちのよりよい社会の実現につながるからである。単なるチェックリストや保護主義的な教育に陥らないためにも、

メディア・リテラシー教育の批判的思考を学校の内外で実践していくことが必要である。こうした地道な取り組みが、社会問題等への子どもたちの知的欲求を満たし、ひいてはよりよい社会や政治を構築するための変革の一助になるかもしれないと考えるからである。

-
- (1) アメリカを代表するIT企業であるグーグル (Google)、アップル (Apple)、フェースブック (Facebook)、アマゾン (Amazon) の4社の頭文字である。
 - (2) 鈴木みどり監訳の「メディア・リテラシー教育—学びと現代文化」(世界思想社、2006)でも“media education”は(バッキンガム氏と「相談のうえ」)「メディア・リテラシー教育」と訳されている。今回の件も、バッキンガム氏とメールで確認済みである。

引用文献

保高隆之、情報過多時代の人々のメディア選択～「情報とメディア利用」世論調査の結果から～、放送研究と調査、DECEMBER2018、20-45頁

フェイクニュースに対する建設的な議論のために

村井明日香（桜美林大学非常勤講師）

1. 氾濫する「フェイクニュース」という言葉

バッキンガム氏は、「フェイクニュースとはでっちあげ、意図的にミスリードやだますことを目的としたニュース」と説明し、「フェイクニュース」が蔓延する現状に危機感を示している（バッキンガム,D.2019）。日本においても、フェイクニュースは、「虚偽の情報で作られたニュースのこと」（大迫2017）と説明されている。両者に共通するのは、この言葉は、「でっち上げ、虚偽」という、「実在しない架空の情報」という基本的な定義に基づいているということだろう。

しかし、インターネットの検索サイトで、日本語で「フェイクニュース」という言葉で検索をかけると、「でっち上げ、虚偽」という枠組みには当てはまらないのではないと思われる事例も多数出てくる。例えば、「テレビで放送される街頭インタビューの内容が偏っている」「写真の合成の仕方が誤解を生む」といったような批判が「フェイクニュース」という言葉を使って語られている。

これらの問題は、嘘か本当かという単純な分け方はできないものであり、「でっち上げ、虚偽」を定義とする「フェイクニュース」とは別の問題である。

たとえば、「テレビで放送される街頭インタビューの内容が偏っている」という批判は、ジャーナリズムの世界では「公平中立とは何か」という難しい問題として常に議論をされ続けてきた。また、メディア・リテラシーの世界では、「送り手が意図をもって情報を構成している」ということを学ぶことが目指されてきたし、カルチュラル・スタディーズの分野では、「送り手の社会的属性によって構成され方が変わる」という点に意識が向けられ、送り手における支配的な価値観に対抗するオルタナティブな情報の必要性に関心が向けられてきた。先にあげたような「街頭インタビュー」の選択方法が偏っているという批判は、支配的な価値観に対抗する声としては、非常に意味のある主張である。しかし、こうしたメディアにおける現実の構成のされ方に対する批判において、「フェイクニュース」という言葉を使うことは、「嘘か本当か」という単純化された議論になり、「現実の構成」の複雑さを見失うことになる。

このような、「嘘か本当か」という単純化された批判的言説を見ると、かつてのテレビ番組に対する「やらせ」という批判が実りある議論に発展しなかったことを思い出す。

2. テレビの「やらせ」の議論を踏襲しないために

日本でテレビが本放送を開始して70年近くになるが、テレビはその間、「やらせ」という批判

とともに歩んできたと言っても過言ではない。テレビ番組に対する「やらせ」という批判的言説は、1960年代半ばには放送業界の業界誌に登場し、その後、70年頃には一般雑誌や新聞でも見られるようになっていく（村井2017）。これまで、非常に様々な制作手法が「やらせ」という言葉で一括して語られ、批判の対象となってきた。例えば、85年『アフタヌーンショー』で、ディレクターが元暴走族らに「やらせ」のリンチ場面を撮らせるよう仕向けたことが「やらせ」と批判されたが、この時には、「カメラの前で再現をさせた制作手法」が問題となったというよりも、ディレクターが青少年に「リンチという暴力行為をさせた」ことに対する倫理的な観点での批判が中心であった。1992年7月に放送された『素敵にドキュメント』（テレビ朝日）の「追跡・OL、女子大生の性・24時」では、番組に登場した人物が別人だったことが「やらせ」とされた。同1992年にNHK総合テレビで放送されたドキュメンタリー番組『NHKスペシャル 禁断の王国ムスタン』（以下、『ムスタン』と表記）に対する批判では、「自然の過酷さを強調するため、チーフディレクターが元気なスタッフに高山病の演技をさせたり、がれきが転げ落ちる「流砂」現象をわざと起こしたりして制作した」（『朝日新聞』1993年2月3日東京朝刊P1）ことなど、「再現」と言われる制作手法も「やらせ」という言葉で語られ、批判の対象となった。

『ムスタン』の問題以前は、「やらせ」と批判された制作手法に関しては、基本的にはテレビ局側が問題を認め、改善策を検討してきた。しかし、『ムスタン』は、状況が違った。朝日新聞の批判に対し、テレビ番組の制作者から反論がおこった。「テレビ・ドキュメンタリーの番組を豊かにしてきた様々な手法が『やらせ』の一言で葬り去られてはならないと考えた番組制作者は私一人ではあるまい」（河野1993）、「どう考えても批判されるべきとは思えない項目まで入っていた」（ばば1993）、「批判される性質の問題ではない。ドキュメンタリー論の範疇の問題」（田原2005）など、「やらせ」と批判された制作手法を、ドキュメンタリーにおける「現実の構成」の手段のひとつであると主張したのである。

当時、こうしたメディアにおける「現実の構成」に関わる複雑な問題も「やらせ」という言葉で一括して批判的に語られたことで、テレビに対する不信感が余計に募ってしまったことは否定できない。

もちろん、建設的な議論をするための取り組みがなされなかったわけではない。例えば、日本民間放送連盟の放送番組調査会（1993年3月9日）において、児玉美意子は、「やらせ」という言葉の意味を「事実の再現」「ねつ造」「歪んだ使用」の3つに分類することを提案した。その上で児玉は、「ねつ造」「歪んだ使用」は許容できないが、「事実の再現」については、「許容するのが現実的である」とした（日本民間放送連盟1995）。児玉のこの「やらせ」の分類は、その後、放送局のガイドラインにも採用されている（例えば、日本テレビ・情報番組倫理ガイドライン・プロジェクト1996、フジテレビ報道局2001）。また、1993年、NHK放送文化研究所は、国内外のテレビ・ドキュメンタリーの制作者を対象としてドキュメンタリーの制作手法に関する国際調査を行っている。その結果、海外では、「ニュース・ドキュメンタリー」と「その他のドキュメンタリー」（フィーチャー・ドキュメンタリーなど）の分類があるが、日本ではそれが無いことが明らかになっている（安間1993）。その結果を受けて、NHKと民放が共同で設立したNHK・民放

番組倫理委員会は、「テレビの演出、表現方法について、視聴者に正しく理解してもらうよう努力する」ことを提案し、「ニュース・ドキュメンタリー」と「フィーチャー・ドキュメンタリー」を区別し、それぞれにおける演出手法の指針を定めている（日本民間放送連盟1995）。しかし、こうした区別をわかって見ている受け手は、現在、どのくらいの割合いるだろうか。

3. メディア不信の現在

近年、インターネット上には、テレビの報道の在り方に対する批判的な発言が溢れている。「もう国民はマスゴミに騙されない!」「偏向報道や日本を陥れる人が影で、操っているような気がする」「マスコミがバカで偏向報道くらいしか出来ない」…。斎藤（2016）はこのようなテレビを取り巻く現状を、「テレビ番組に対する問題意識が送り手、受け手ともに過剰になる時期を迎えている」とし、その背景に、近年、受け手側のテレビに対する意見や批判がインターネットの普及によって発信しやすくなっていることや、BPOなど放送に関する第三者機関の設立などによって、テレビ番組に対して倫理観を求める傾向が強くなったことを指摘する。

テレビ報道に対する批判が、メディア社会をより良い方向に導く議論に結びついたらいい。しかし、テレビ番組の制作者たちは、ネット上の批判は事実無根なものが多いと反論し（例えば、水島2014,奥村2013）、元民放テレビ局の記者及びディレクターだった水島は、「現場の人たちの心には届かないものも少なくない」（水島2014）と述べる。

現在のメディア不信が、民主主義を揺るがすという指摘は多い（例えば、林2017、宮脇2013、山口2017）。われわれの社会観は、メディアの影響の下に形成されており、市民の民主的な政治活動は、マスメディアが行うジャーナリズム活動によって可能になるとされてきた。インターネットの普及により、情報源はもはやテレビ、新聞、雑誌等のマスメディアだけではなくなくなった。オンラインジャーナリズムが一定程度オルタナティブなジャーナリズムの機能を果たすようになってきている。こうした状況の中、民主主義社会においてマスメディアはもはや必須の存在でなくなったのだとすれば、マスメディアに対する信頼の低下は、問題とすることではないのかもしれない。しかし、ポータルサイトやソーシャルメディア、ニュースキュレーションアプリなどによるニュースの発信も、その情報源の多くはマスメディアに依存しており、現状ではマスメディアに代わる取材や報道の担い手が登場しているとは言えないのが現状との指摘もある（稲増2016）。

メディア不信によって具体的に引き起こされる問題について、山口（2017）は二つの指摘をしている。ひとつは、メディア不信が政府を監視するというジャーナリズムの後退させる可能性がある。ジャーナリズムが政府に対して厳しい批判を展開しても、むしろインターネット上ではそうした活動そのものが批判の対象となり、政府の問題を指摘していたもとの論点は後景に退いてしまうということである。もうひとつは、視聴者からの批判を警戒したマス・メディアの報道や番組が自主的に「当たり障りのない」内容だけを伝えていく可能性である（山口2017）。

私はもう一つ、別の問題を危惧している。

かつて、アメリカの社会学者R.K.マートンは、『社会理論と社会構造』（Merton,R.K.1949=1961）

のなかで、「最初の誤った状況の規定が新しい行動を呼び起こし、その行動が当初の誤った考えを真実なものとする」という言葉を「予言の自己成就」という言葉を用いて説明した。例えば、銀行資産が比較的健全な場合であっても、一度支払不能という噂がたち、相当数の預金者がそれをまことだと信じるようになると、たちまち支払不能の結果に陥るといふ現象のことである。マーソンの「予言の自己成就」は、人の状況認識には常に予言の要素が含まれ、それによって社会の秩序が保たれていることを指摘している。そのため、お金、言葉、制度のように、互いに同じ役割を期待し、予期することによって社会の秩序は保たれるが、誤った状況認識をすることによって誤った状況認識が現実のものとなるという。マーソンの理論に基づけば、視聴者のテレビに対する「テレビの情報はどうせ信頼できない」という状況認識が、テレビを本当に「信頼できない」ものにしてしまう可能性も否定できない。

米国において、マスメディアへの信頼の低下によって、ニュースが視聴者獲得競争という経済的プレッシャーにさらされたことがコンテンツの娯楽化を招き、それがかえって報道の質を低下させ、さらなる不信を招くという負のスパイラルが起きているとの指摘もある（稲増2016）。日本においても、やらせも織り込み済みでそれさえも楽しむようなオーディエンスの視聴態度が、テレビの捏造や娯楽化を助長してきた一因との指摘もある（小城・坂田・川上2007）。

一方、作り手も自らの制作手法を語る書籍において、『テレビの嘘を見破る』や、『ドキュメンタリーは嘘をつく』のように、「嘘」という言葉をタイトルに掲げるようになってきている。著者は「嘘」という言葉をあえて使うことで、「ドキュメンタリーは客観的な事実である」という多くの人の認識に警鐘を鳴らしているのかもしれない。しかし、「嘘か本当か」という単純化された議論が蔓延する中で、制作者が「嘘」という言葉を掲げた本を出版することは、制作者が「嘘を流通させる」という役割取得をしていると認識される恐れがある。

4. メディア・リテラシー教育の今後に向けて

日本におけるメディア・リテラシー教育導入の大きな原動力になったのは、1980年代から90年代にかけての、テレビ局や新聞社などマス・メディア企業による不祥事だった（水越2002、山内2003、中橋2014）。それに対応する形で、1998年、旧郵政省（現総務省）がメディア・リテラシーに関する調査会を発足させたのが国としての取り組みの始まりだったとされている。

当時の郵政省がメディア・リテラシーを導入することで、どのようなメディア社会を作ることを目指したのかが、『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』の記述からわかる。そこには、視聴者がメディア・リテラシーを向上させることで「放送事業者と視聴者の間の健全な緊張関係を醸成する」と書かれている（郵政省2000）。これは単に受け手がメディアに対する批判的な見方を獲得するだけでなく、制作手法をきちんと評価し、時にはよりよい方向へ導く議論を起こすことで、作り手も自らの手法を省み、改善をしていくような緊張感が生まれる、ということだろう。

日本で、メディア・リテラシー教育の普及に向けた動きを国がスタートしてから20年がたった。今では、小学校の教科書に、テレビのカメラの画角の特徴について学ぶ「アップとルーズで

伝える」(甲斐他2015)という单元や、テレビニュースの制作過程を学ぶ「ニュースが伝えられるまで」(有田他2015)という单元なども掲載されている。学習指導要領に「メディア・リテラシー」という言葉は記載されていないが、事実上、義務教育課程でも子どもたちがメディア・リテラシーを学ぶ機会が設けられるようになった。

しかし、現在のテレビをめぐる現在の作り手と受け手のあり方は、20年前のメディア・リテラシー導入の動きがスタートしたときに目指した姿になっているのだろうか。送り手と受け手の間でメディア社会を良い方向へ導く議論が生まれているのだろうか。私は、現在蔓延するメディア不信の一因に、かつての「やらせ」の議論が、メディアにおける「現実の構成」に関わる複雑な問題までも「やらせ」という言葉で表現されたことで、建設的な議論に発展せず、不信感を増幅する結果になってしまったことがあるような気がしてならない。

再び、「フェイクニュース」の話に戻ろう。本稿の冒頭で、インターネット上において、メディアにおける「現実の構成」に関わる複雑な問題までもが「フェイクニュース」という「虚偽」を意味する言葉で語られていることを述べた。フェイクニュースに関するリテラシー教育を考えるにあたって、もっとも重要なのは、フェイクニュースが意味する「虚偽」と、メディアにおける「現実の構成」の複雑な問題を混同しないことだろう。

メディア・リテラシー教育が目指すのは、メディアを批判・否定するだけでなく、メディア社会を健全なものにしたいと願い、自分も参画する人を育てることであるということは度々指摘されてきた(例えば、堀田2004、水越2002)。メディア・リテラシー教育が、現在の日本のメディア社会を変える力を持っていることを私は信じたい。

参考文献

- 有田和正他(2015) 小学社会5下 文部科学省検定済教科書 小学校社会科用, 教育出版
 バッキンガム,D.(2019)「ポスト・トゥルース」時代のメディア教育——フェイクニュース、メディア・バイアス、メディア・リテラシー教育の挑戦, メディア情報リテラシー研究創刊号
 ばばこういち(1993)「やらせ事件」報道のあり方を問う——求められる活字ジャーナリズムの認識, 総合ジャーナリズム研究 30(2): 56-63
 藤井潔(1995) 制作者の覚悟, 日本民間放送連盟編「表現手法——いわゆるやらせをめぐる放送倫理ブックレットNo.2」
 林香里(2017) メディア不信——何が問われているのか 岩波新書1685, 岩波書店
 堀田龍也(2004) メディアとのつきあい方学習, ジャストシステム
 稲増一憲(2016) メディア・世論調査への不信の多面性——社会調査データの分析から, 放送メディア研究 13: 177-193
 甲斐睦朗他(2015) 国語3上 わかば 文部科学省検定済教科書 小学校国語科用, 光村図書出版
 小城英子, 坂田浩之, 川上正浩(2007) 不思議現象とマス・コミュニケーション——レビューと問題提起, 聖心女子大学論叢 108: 35-69
 河野尚行(1993) ドキュメンタリーの問題点 NHKスペシャル「ムスタン」をめぐる, 新聞研究 502
 郵政省(2000) 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
 Merton,R.K.(1949) Social Theory and Social Structure——The Free Press revised ed. = マートン, ロバート K.(1961) 社会理論と社会構造. 森東吾・森好夫・金沢実・中島竜太郎訳, みすず書房
 宮脇健(2015) マスメディアの権力監視機能を規定する要因に関する研究——日本のジャーナリスト調査の計量分析, 尚美学園大学総合政策論集 21: 129-142
 水越伸(2002) デジタル・メディア社会, 岩波書店
 水島宏明(2014) 内側から見たテレビ——やらせ・捏造・情報操作の構造 朝日新書486, 朝日新聞出版

- 村井明日香 (2017) 初期ドキュメンタリー番組のリアリティの変容と〈やらせ〉の誕生, 桜美林論考 言語文化研究 8 : 67-86
- 中橋雄 (2014) メディア教育の歴史的展開, 苑復傑, 中川一史, 情報化社会と教育, 放送大学教育振興会
- 日本民間放送連盟 (1995) 表現手法——いわゆる“やらせ”をめぐる, 放送倫理ブックレットNo.2
- 日本テレビ・情報番組倫理ガイドライン・プロジェクト (1996) 日本テレビ・情報番組倫理ガイドライン, 日本テレビ編成局
- 奥村健太 (2013) それでもテレビは死なない——映像制作の現場で生きる!, 技術評論社
- 大迫秀樹 (2017) フェイクニュース, オンライン事典「コトバンク」
<https://kotobank.jp/word/%E3%83%95%E3%82%A7%E3%82%A4%E3%82%AF%E3%83%8B%E3%83%A5%E3%83%BC%E3%82%B9-1748301> (参照2019年6月18日)
- 齋藤誠子 (2016) 日本のテレビ番組に対する批判の類型——BPOに寄せられた視聴者意見の分析, 慶應義塾大学大学院社会学研究科紀要:社会学・心理学・教育学:人間と社会の探究 82 : 75-92
- 田原総一郎 (2005) 闘うテレビ論, 文芸春秋
- 渡辺武達 (1995) メディア・トリックの社会学——テレビは「真実」を伝えているか, 世界思想社
- 山口仁 (2017) インターネット社会で活性化する「マスコミ批判」をどうとらえるべきか, メディア・コミュニケーション:慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所紀要 67 : 29-36
- 山内祐平 (2003) デジタル社会のリテラシー「学びのコミュニティ」をデザインする, 岩波書店
- 安間総介 (1993) テレビドキュメンタリーの演出——欧米の制作者はこう考える, 新放送文化 30 : 34-37

※著者名のない新聞雑誌記事は、本文内に文献を表記した。

これまでのメディア・リテラシーは「ポスト真実」時代に機能するのか ～バッキンガム氏の講演から～

高橋恭子（早稲田大学教授/FCTメディア・リテラシー研究所理事）

『『デジタル資本主義』時代のメディア・リテラシー教育』と銘打たれたバッキンガム氏による講演は、サイバーユートピア主義の終焉、社会問題解決の特効薬としてメディア・リテラシーを扱うことの是非、批判的メディア・リテラシーの必要性、プラットフォームに対する規制など多岐に渡ったが、ここでは、真実が犠牲になる「ポスト真実」時代に、これまでのメディア・リテラシーは機能するのかという点について考えてみたい。

「これまでのメディア・リテラシー」とは何を意味するのか。メディア・リテラシーは1980年に英国、カナダを中心に理論と実践の両面で取り組みが活発化し、1990年代初頭にグローバルな展開を見る。最近の英語の文献には、その時代のメディアリテシーを"traditional"（伝統的）あるいは"classical"（古典）メディア・リテラシーと表現するものが見られる。ここでは、これまでのメディア・リテラシーを2000年代前半まで、すなわち、インターネットの初期に展開されたメディア・リテラシーの理論と実践のこととしたい。

評論家の荻上チキ氏は、FCTメディア・リテラシー研究所創設40周年フォーラムにおいて、90年までのメディア・リテラシーは、マスメディアや国家権力によるメッセージやプロパガンダを読み解く「縦のメディア・リテラシー」として機能してきたが、ウェブ社会では、市民同士が日常的に発信するデマや流言に対抗する「横のメディア・リテラシー」を確立すべきではないかと問題提起した。その背景には、ゲート・キーパーとしての機能を含めマスメディア全体が弱体化していること、ジャーナリストから情報の受け手である市民へのパラダイムシフトが起こり、市民がマスメディアに代わり、情報を選別し、真偽を極める必要があることが挙げられよう。

ジャーナリストが中心となって促進している「ファクトチェック」や「ニュース・リテラシー」は、「ポスト真実」時代に市民自らが情報を判別するスキルとして注目されている。6月26日から28日に開催された米国メディア・リテラシー協会（NAMLE）の年次大会においても、これまでのメディア・リテラシーに情報リテラシーやニュース・リテラシーの要素を複合させるカリキュラムや、フェイクニュースを見分けるゲームの提案など現在のメディア環境の変化に即した発表が数多く見られた。中でも、米国のニュースの博物館であるニュージウムやニュース・リテラシー・プロジェクト（NLP）による子どもを対象とした教材は評価も高い。

さて、このようなメディア環境の変化をバッキンガム氏はどのように見ているのか。これまでのメディア・リテラシーは、フェイクニュースなどの誤情報にどう対応できるのか。バッキンガム氏は「メディア・リテラシーを問題解決の特効薬のように見るべきではない」という。フェイ

クニュースに際しても、現象のみをとらえて、安易な解決策を講じても、なぜ、フェイクが語られるのかという問題の本質を見逃してしまうという。

現在、ニュージামの「ESCAPE」やニュース・リテラシー・プロジェクト（NLP）の「Checkology」、ファーストドラフトの「虚偽情報の7分類」などフェイクとそうでないものを見分けるチェックリストは数多い。バッキンガム氏はそれらの有効性をある程度認めつつも、「物事を単純化して教えることの危険性」も指摘する。「事実」にも「嘘」にも属さないグレイな部分を読み解くにはこれまでの批判的なメディア・リテラシーが必要であるという。英国で長年実践されてきたメディア・リテラシーの4つの基本概念であるリプレゼンテーション、言語、制作、オーディエンスを活用し、「何がフェイクで、何がフェイクでないのか」「誰がフェイクニュースについて語っているのか」「なぜ、そのように語っているのか」「フェイクニュースは何を意味しているのか」を問うことで、フェイクを生み出す背景の全体像をとらえ、メディアの多面性を見ることの重要性を説く。

今回のバッキンガム氏の発言内容を整理していくと、同氏が2007年、FCT創設30周年記念フォーラムで講演した時点から、同氏のメディア教育に対する姿勢や主張が揺るぎないことが理解できる。前回の講演「テクノロジーを超えて～デジタル文化世代の学びを再考する」では、教育の場に持ち込まれたデジタル技術は、教育の救世主のようにもてはやされているが、同時に学校内外に新たなデジタルデバイドを生み出した。メディア・リテラシー教育の4つの基本概念からテクノロジーと私たちの関係を批判的に再考すべきというのが骨子であった。

個人の膨大なデータを事業に活用するプラットフォームが巨大化する今、私たちは改めて、私たちとプラットフォームとの関係の再考を迫られている。表面的には、インターネットによって誰もが自由に発信できる環境が整えられたが、同時に、フェイクニュース、ネットいじめ、ネット中毒などの新たな社会問題が露見した。自由に表現できると思われていたネット上の言論空間も同質の意見を交わす閉じた空間に変質しつつある。

バッキンガム氏はプラットフォームへの規制を強く要求する。インターネットは飲料水や空気と同様に、私たちの生活に欠かすことができない必需品であり、公共財である。プラットフォームはもはやIT企業にとどまらず、コンテンツを流通するメディア企業である。であるならば、ネット上にフェイクニュースを垂れ流す責任の所在も問われなければならないとする。

10年前の来日講演から「何が変わったか」との問いに、バッキンガム氏は「私自身が以前にも増してクリティカルになった」と答える。メディア・リテラシーの多面的アプローチはより大きな視点で物事をとらえることを可能にする。それは物事の解決にはならないが、何を変えなければいけないかを見極め、要求することができるという。

これまでのメディア・リテラシーはポスト真実の時代に機能するのか。その答えは、YesであってNoかもしれない。テクノロジーの変遷、メディアのあり様やメディア受容の変化に伴い、メディアを扱っている限り、メディア・リテラシー教育は常に最新情報、最先端のテクノロジーについての知識を深めなければならないが、基本となる概念はメディアがどう変化を遂げても充分機能すると考える。しかし、それを実証するのは今後の課題となろう。

フェイクニュースに抗する学校教育 —消費者教育の広告分析活動から学ぶ—

上杉嘉見（東京学芸大学）

I. はじめに

ドナルド・トランプがアメリカ大統領に当選して以来、同国内外でいわゆるフェイクニュースの拡散を食い止める対策への関心が高まっている。その代表的なものは、プラットフォームによる措置や報道機関等によるファクトチェックの試みであり、法規制を持つ国・地域も存在する⁽¹⁾。

学校もその対策のための場と見なすことができる。米大統領選の翌年以降、国際的な組織や教育機関等は、学校教育での活用を視野に入れつつフェイクニュースの分類やフェイクニュースを識別する方法を提案し、それらの一部は日本国内でも紹介されてきた。

フェイクニュースの分類は、英米に拠点を置くNPOのファースト・ドラフト（First Draft）代表のウォードル（Claire Wardle）による「誤情報・虚偽情報（mis- and disinformation）の7類型」がよく知られている。この分類を、騙す意図が弱いものから強いものへと順に並べると、「風刺・パロディー」「誤った関連付け」「誤解させるコンテンツ」「誤ったコンテキスト」「なりすましコンテンツ」「操作されたコンテンツ」「捏造コンテンツ」となるという⁽²⁾。

他方、これまでに提案されてきたフェイクニュースの識別方法には、たとえば国際図書館連盟（International Federation of Library Associations and Institutions）が2017年2月にインターネット上で公開したインフォグラフィック「偽ニュースを見極めるには（How to Spot Fake News）」がある⁽³⁾。また、ジャーナリストの藤代裕之は、ワシントン州立大学バンクーバー校のカルフィールド（Mike Caulfield）が提唱し、同大学の授業でも取り入れられているという90秒で完結することを目指す3段階のルーチン——「情報源の確認」「情報源を上流に辿る」「他のソースを確認する」⁽⁴⁾——に注目している。こうした手法が目指すのが、ソーシャルメディアのユーザーが情報源に注目して短時間でその信頼性を評価し、評価の結果次第で当該情報を拡散しないという判断に到らせることにあるのは明らかである。

しかしこうした技術の習得が、フェイクニュース対策のすべてというわけではない。そこには、誤情報・虚偽情報が信用を得る仕組みやその背景について考える機会が含まれていないからである。必要なものとしては、たとえば、ネットワークを介したフェイクニュースの拡散を促す政治・経済的条件に迫る教育——バッキングム（David Buckingham）が提言する、デジタル資本主義について批判的に学び、政府や企業に改革を促すための学習の推進⁽⁵⁾など——を挙げることができる。そのほか、こうした俯瞰的な視点とは対照的に、誤情報・虚偽情報そのものに注目

し、そこに見られる説得のための言語の技法や論理を分析する活動にも、意義を見いだすことができるだろう。

本稿では、上記の后者に相当する、フェイクニュースのなかで用いられる説得の技法に焦点化した基礎的な学習について考えることとしたい。そのために過去の北米における教育事例を参照するが、それは、一般に予想されるメディア・リテラシー教育ではなく、消費者教育の範疇に見ることになる。以下、そうする理由を述べた上で、消費者教育のなかでも広告分析の学習をフェイクニュース拡散への対策に応用する可能性を探っていききたい。

なお、以下、誤情報および虚偽情報という言葉を用いるときには、公人や記者、一般市民といった発信者の属性による区別は行わない。また、本稿では、先述の「誤情報・虚偽情報の7類型」のうち「風刺・パロディー」以外を想定し、さらにトランプ大統領らが自らに批判的なメディアに対抗する際に使う「フェイクニュース」の用法は議論の対象から除外する。

II. 情報の真偽の識別とメディア・リテラシー教育

メディア・リテラシーあるいはそのための教育は、日本において様々に定義されているが、情報の真偽を見極める能力を育む営みとして理解されてきたところがある。しかし、日本語によるメディア・リテラシーの定義のなかで、最も初期に発表されたものを参照すれば、こうした理解の仕方が一面的だということがわかる。

その定義とは、メディア社会学者の鈴木みどりによる、「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だす力を指す。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」⁽⁶⁾である。このなかで分析対象は「メディア」と大きく括られている。これは、コミュニケーションの創出という最終的な目標に照らせば、各種メディアの制度や特性を指しているように見える。このことから、クリティカルなメディア分析とは、新聞記事やテレビ番組等の情報の伝え方とそれを規定する要因を批判的に検討することを意味し、その一方で情報の真偽の識別という課題の優先度は低く見積もられているものと考えられる。

実際に、カナダ・オンタリオ州教育省が1989年に発表し、鈴木が代表を務めていたFCT市民のテレビ・フォーラムが翻訳した教授用資料『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年）⁽⁷⁾には、メディアが伝える情報の真偽を生徒に考えさせるような活動例はほとんど含まれていない。

その後の1996年に同州で刊行された高校用のメディア・リテラシーの教科書『マスメディアとポピュラー・カルチャー第2版（*Mass Media and Popular Culture Version 2*）』では、戦争・紛争時の世論操作をテーマにした節のなかで虚偽情報（disinformation）への言及が見られる。その一例として取り上げられていたのは、1990年の湾岸危機の最中のアメリカ連邦議会下院公聴会における、クウェート人少女ナイラによる証言——広報制作会社の協力による虚偽の内容だったことが後に明らかにされている——である⁽⁸⁾。教科書は当然のことながら世論を動かすことを目的とした偽りの証言を問題視するものの、「虚偽情報をそれとして認識することは、関係者が真実を暴

露しない限り不可能な場合が多い」⁽⁹⁾として、情報の真偽の識別をメディア・リテラシー教育の課題から除外している。

また同じ教科書には、「フェイクニュース」というタイトルの雑誌記事が教材として採録されている⁽¹⁰⁾。これは、テレビの報道番組で、その放送局ではなくPR会社が制作する特定の企業・団体等の広報映像「ビデオ・ニュースリリース」のアメリカにおける事例に注目したものである。この記事を通して教科書は、映像の内容の真偽ではなく、それがニュースを装って放送されることのテレビ局側の経済的理由とメディアの倫理について考えさせようとしていた。

Ⅲ. 消費者教育の一環としての広告分析

2016年にオックスフォード英語辞典が「今年という言葉」に選んだ「ポスト真実 (post-truth)」は、現代の世論形成の特徴を言い表したもののだが、消費者問題の文脈では、この言葉が指し示す状況は少なくとも前世紀から続いている。すなわち、消費者教育は広告を、感情へのアピールに熱心で、論理や客観的事実を軽視する存在として捉えてきたのである。

北米の消費者教育における広告分析学習の初期の例を、1943年に刊行された書籍『消費者教育—背景、現状、未来の可能性— (Consumer Education: Background, Present Status, and Future Possibilities)』が取り上げている⁽¹¹⁾。そこでは、分担執筆者の一人であるコロンビア大学ティーチャーズ・カレッジのリンカーン・スクール (Lincoln School of Teachers' College, Columbia University) のブラウン (H. Emmett Brown) が、理科の授業で実践できる消費者教育として、生徒によるラジオおよび雑誌広告の分析活動を提案している。それはたとえば、「誤った類推によるずさんなロジックの例を見つける」「科学的な検査や研究に言及することで、また顕微鏡を覗き込んだり、印象的な外観の装置を操作する山羊鬚を蓄えた人物に語らせ、そうした図像を使うことで、宣伝する商品に科学的なオーラを与える試みを指摘する」⁽¹²⁾といったものである。この2つの例のうち前者は宣伝文句の論理に、後者はとりわけビジュアルに注目させるものである。こうした問いに沿って分析することで、生徒には、広告が商品等の正確な情報を伝えるよりも、むしろ売り上げのために論理を度外視したり、ビジュアルを用いた信頼性の獲得に努めている実態について考えることが期待されていた。

なお、この書籍が出版される直前の戦間期のアメリカでは、消費者運動に取り組む陣営が、広告を商品等の正しい情報源と見なさなくなり、広告業界に対する批判を強めていたという⁽¹³⁾。上記の分析活動例の背景には、こうした広告への批判意識がある⁽¹⁴⁾。

戦後になると、北米各地で、消費者の権利に基づいた消費者行政の体制が整備されるようになる。カナダでは、1970年代初頭に各州で消費者の権利擁護のための行政機関が相次いで創設され、その一部が広告学習の教材作成を先導した。当時の社会は高度経済成長を背景にした物価上昇や個人の負債増の問題に直面しており⁽¹⁵⁾、消費者行政機関は正しい情報に基づいた合理的な消費行動をとるよう市民を啓発したいとの意図を持っていたのである。これは、同国の英語科教員によるメディア・リテラシー教育の普及運動が着手された70年代末より前の出来事になる。

たとえばブリティッシュ・コロンビア州の消費者サービス省 (Department of Consumer Services)

は1975年に、広告の問題に特化した中等教員向け資料『広告—消費者教育単元の教員用ガイドー (Advertising: A Teacher's Guide to a Unit in Consumer Education)』を刊行している⁽¹⁶⁾。ここには、広告の言語および映像の分析例が豊富に掲載されている。

この教授用資料は、広告のコピーを注意深く読ませることで、それが宣伝されている商品等の客観的な情報を正確に反映したものではないことを理解するための学習を提案した。たとえば、資料が取り上げている「多くの車より経済的 (More economical than many cars)」という車の広告のコピーは、宣伝されている商品の経済面での優位性を表現したもののだが、比較対象の車種の具体的な名称や、何において優れた経済性を示すのかといった事実には言及していない。それゆえ、資料はこの宣伝文句自体には意味がないと指摘する⁽¹⁷⁾。

他方、映像を用いた広告については、消費者の感情的な反応を引き出すための視覚的な手法や筋書きが注目されている。分析対象の1つは女性向けの顔用クリームのコマーシャルであり、ここでは自分の顔の染みに気づいた若い女性がデートの相手に気づかれまいと商品を塗った結果、その相手にメイクを褒められるというストーリーが描かれているという⁽¹⁸⁾。これに対して資料は、このコマーシャルは消費者が抱く失敗に対する不安や恐れという感情に訴えており、商品と肌のトラブルの関係より、商品と個々人の評判との関係を強調していると解説する。商品が解決する問題は、顔の染みを隠すことよりむしろ異性から承認を得ることとして提示されているため、コマーシャルのなかでクリームの成分や客観的な効能が語られることはないのである。

なおこの資料は、短いコマーシャルのなかで商品のすべてについて描写して伝えることは不可能、と現実的な見方を示しつつも、「広告主は、時間や空間の余地がある場合でも、他の側面(商品等のネガティブな側面——引用者)を見せることを選択しない可能性がある。広告のなかで触れられていないことは、触れられていることと同程度に重要であろう」⁽¹⁹⁾と述べている。ここでは、広告の曖昧な表現や情報の不足を自然な事象として受け入れる消費者の意識の問題も指摘されているのである。

以上のように消費者教育の広告分析学習では、言語および映像の表現や論理に注目し、ターゲットとなる消費者の感情の種類とそれを動かそうとする技法を明らかにすると同時に、宣伝されている商品・サービスの正確な情報が十分に提供されていない状況を認識することが目指されていた。こうした活動をフェイクニュースを対象にした学習に応用する場合、インターネット上の記事等に見られる表現や論理の展開を分析することが想定される。具体的には、出来事についての説明や意見の叙述のなかでどのような言語および映像表現が用いられているか、それらはオーディエンスのどのような感情に訴えようとするものか、意図的に排除されている事象や考え方はないか、といった観点から読み解くことになろう。情報源や他のソースの確認といった作業も重要だが、上記のように情報に接触する最初期の段階でそこに含まれる説得の技法に目を向けることで、不正確な内容に気づく可能性が高められると期待されるのである。

IV. おわりに

ニュースは広告と同じものと見なすことはできないが、現代のデジタル環境において両者は接

近している。配信される記事や映像には多くのアクセスやシェアの数を獲得できるだけの競争力が求められ、それ自身が無料であっても「商品」のように扱われるようになっている。そのことと、記事等の見出しや本文・本編に誇張表現が多用され、そこでずさんな論理が展開されることは無関係ではないだろう。こうした状況では、言葉と論理の選択が情報の正確性を毀損し、世界の理解の仕方に影響を与えるという認識が後退するおそれがあるが、説得の技法に注目した分析活動は、それをおしとどめる可能性を持つものと思われる。

他方で、こうした対策は対処療法に過ぎないという見方もありうる。そもそもジャーナリズム研究者の林香里は、「ポスト真実」などの言葉が流行する現代において問われているのは、「必ずしも個別の情報の正確性や真偽ではないことを、私たちが感じているのではないか」⁽²⁰⁾とし、より大きな問題として、市民のマスメディアへの不信と、それに連なる民主主義への不信を指摘している⁽²¹⁾。この理解に従えば、表現や論理の分析によって誤情報・虚偽情報に気づく力を育むという処方箋は、根本的な問題の解決に何ら資するものではないということになる。

とはいえ、上記のような問題意識は、フェイクニュースを放置して良いという結論につながるものではないだろう。

市民が様々な判断の場面で頼る情報が不正確であれば、それに基づく判断は誤ったものとなる可能性が高い。民主主義への不信は、こうした誤情報・虚偽情報に、それと知らずに依存して判断の失敗を重ねることでも増大していくのではないか。それを抑止するために学校教育ができることの1つは、フェイクニュースの分析を通して、流通する情報の正確性が持つ意味を伝え続けることだろう。消費者教育に範をとるオンライン情報の表現および論理の分析は、基礎的な学習であるがゆえに地味なものだが、だからこそ民主主義の危機に立ち向かうという社会の大きなプロジェクトの一部を占めるのに相応しい活動と考えられるのである。

(1) アメリカのポインター研究所 (Poynter Institute) の調査によれば、インターネット上の誤情報 (misinformation) をターゲットにした法規制を持つ国として2019年4月9日時点で確認されているのは、ベラルーシ、カンボジア、中国、フランス (選挙期間中に限定)、ケニア、マレーシア、ミャンマー、ベトナム (以上掲載順) である (Daniel Funke, "A Guide to Anti-misinformation Actions Around the World," last modified April 9, 2019, accessed June 10, 2019, <https://www.poynter.org/ifcn/anti-misinformation-actions/>)。さらに、ロシア、シンガポール、台湾でも法案の可決や法律の成立が相次いでいる (「災害時のフェイクニュースで無期懲役も 台湾で法律改正案可決」, NHK NEWS WEB, 2019年5月8日最終更新, 2019年6月10日閲覧, <https://www3.nhk.or.jp/news/html/20190508/k10011908221000.html>。「地球24時 シンガポールで偽ニュース防止法」『朝日新聞』, 2019年5月10日, 朝刊, 11。畑武尊「露, 偽ニュース禁止法成立」『読売新聞』, 2019年3月20日, 朝刊, 6)。

こうした法規制には、当該政府の言論統制の手段として濫用されるおそれがあることは改めて言うまでもないだろう。

(2) 平和博『信じてはいけない—民主主義を壊すフェイクニュースの正体—』(朝日新聞出版, 2017), 30-31。原典は次の通り。Claire Wardle, "Fake News. It's Complicated," last modified February 16, 2017, accessed May 14, 2019, <https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated/>。

(3) 具体的には次の通り。「情報源を検討しよう」「著者をチェックしよう」「日付をチェックしよう」「自分のバイアスをチェック」「本文を読もう」「情報源は裏付けか? (記事中のリンク先の確認——引用者)」「これってジョーク? (風刺の可能性の確認——引用者)」「専門家に尋ねよう」(「偽ニュースを見極めるには」, International Federation of Library Associations and Institutions, accessed May 14, 2019, <https://www>。

ifla.org/files/assets/hq/topics/info-society/images/how_to_spot_fake_news_-_japanese.pdf)。このインフォグラフィックは、次の国立国会図書館のサイト「カレントアウェアネス・ポータル」で紹介されている。「国際図書館連盟、インフォグラフィック『偽ニュースの見極め方』の世界の図書館での活用例を紹介するレポートを公開」, 国立国会図書館, 2017年8月21日最終更新, 2019年5月14日閲覧, <http://current.ndl.go.jp/node/34538>。

- (4) 藤代裕之「『90秒ルーチン』でフェイクニュースに対抗する。米大学の取り組み」, Yahoo!ニュース, 2018年8月30日最終更新, 2019年5月14日閲覧, <https://news.yahoo.co.jp/byline/fujisiro/20180830-00094007/>。
- (5) デイビッド・バッキンガム「デジタル資本主義時代のメディア・リテラシー教育」(デイビッド・バッキンガム講演会, 法政大学, 2018年10月6日)。
- (6) 鈴木みどり「メディア・リテラシーとは何か」『メディア・リテラシーを学ぶ人のために』鈴木みどり編著(世界思想社, 1997), 8。
- (7) 原著は次の通り。Ontario, Ministry of Education, *Media Literacy: Resource Guide, Intermediate and Senior Divisions, 1989* ([Toronto]: Ontario, Ministry of Education, 1989)。
- (8) Barry Duncan, Janine D'Ippolito, Cam Macpherson, and Carolyn Wilson, *Mass Media and Popular Culture Version 2* (Toronto: Harcourt Brace, 1996), 163. 教科書がナイラ証言を取り上げていることについては拙著『カナダのメディア・リテラシー教育』(明石書店, 2008), 151でも触れている。
- (9) Duncan, et al., op. cit., 163.
- (10) Ibid., 95-97. この教材についても拙著, 前掲書, 154で取り上げている。
- (11) なお広告分析学習は, いわゆる反プロパガンダ教育のなかでは, 1943年以前に行われていたようである(樋口直宏「アメリカのプロパガンダ運動における批判的思考教育—1930~40年代を中心に—」『教育方法学研究』38, (2013): 90-91)。
- (12) Emmett H. Brown, “What Teachers of Science Can Do,” in *Consumer Education: Background, Present Status, and Future Possibilities*, eds. James E. Mendenhall and Henry Harap (New York: D. Appleton-Century Company, 1943), 158.
- (13) Daniel Pope, “Advertising as a Consumer Issue: An Historical View,” *Journal of Social Issues* 47, no. 1(1991): 48.
- (14) 逆に広告業界の側に立つ商学研究者は, 当時の消費者教育のなかで取り組まれていた広告についての教育を批判的に見ていた。その例として次の論文を挙げることができる。Caswell Marsh, “Consumer Education Challenges Advertising,” *Journal of Business Education* 11, no. 5 (1936): 9-10.
- (15) British Columbia, Department of Consumer Services, *Annual Report 1974* (Victoria: British Columbia, Department of Consumer Services, 1975), 6.
- (16) British Columbia, Department of Consumer Services, *Annual Report of the Department of Consumer Services for the Year Ended December 31 1975* (Victoria: British Columbia, Department of Consumer Services, n.d.), 30, 74.
- (17) British Columbia, Department of Consumer Services, *Advertising: A Teacher's Guide to a Unit in Consumer Education* ([Victoria]: British Columbia, Department of Consumer Services, [1975]), 8.
- (18) Ibid., 6.
- (19) Ibid.
- (20) 林香里『メディア不信—何が問われているのか—』(岩波書店, 2017), 6。
- (21) 同上書, 14。

研究報告

(研究報告)

平和の文化—平和メディアへの期待

浅川和也 (明治学院大学国際平和研究所 研究員)

1. はじめに

国連おける平和の文化の推進は、2017年国連総会において5月16日がInternational Day of Living Together in Peace⁽¹⁾に制定されたように、すくなくならず継承されている。本論では、まず、平和の文化が現在なされている持続可能な開発目標 (SDGs) と連関することを述べる。そして、再度、平和の文化に関する宣言と行動計画⁽²⁾のなかから「参加型のコミュニケーションと情報や知識の自由な流れを支える行動」の具体化としての平和の文化ニュースネットワーク (Culture of Peace News Network)⁽³⁾について、また、平和メディアへの期待について述べることにする。

2. 平和の文化と持続可能な開発目標 (SDGs)

国連は2000年を平和の文化国際年とし、その後の10年を世界の子どもたちのための平和の文化と非暴力のための国際10年 (2001年から2010年) とした。平和の文化国際年のために、ユネスコに平和の文化局がおかれ、「わたくしの平和宣言 (Manifest 2000)」署名なども展開された。わたくしの平和宣言には世界で7億5千万の署名がなされた。日本ではユネスコ協会連盟を中心にとりくまれ、119万4,089人の署名を得たという記録がある。

国連は、安全保障のみならず平和の基盤を構築するために社会経済への貢献が必要とのことから、同時期、2000年にミレニアム開発目標 (MDGs) を採択し、2015年までに貧困と飢餓の撲滅にとりくむとした。以降、SDGsへのとりくみが、後継して続けられている。

ミレニアム開発目標すなわち持続可能な社会の実現のためには教育が不可欠とのことから、ESD (持続可能な開発のための教育) が推進されることになった。持続可能な開発のための教育の10年 (Decade of Education for Sustainable Development, 2005年から2014年) そして、2015年以降は、持続可能な開発のための教育 (ESD) に関するグローバル・アクションプログラムとして、5年ごとにレビューされることになっている。

SDGsでは「目標 16 公正、平和かつ包摂的な社会を推進する：持続可能な開発に向け、平和で包摂的な社会を推進するためには、国際的な殺人、子どもに対する暴力、人身取引や性的暴力の脅威に取り組むことが重要です」⁽⁴⁾とされている。国家間の戦争のない状態が平和であるのみならず、これらの暴力の脅威からのがれることも平和といえる。そのためには、平和の文化による社会の実現が求められるのである。

3. 平和の文化を再び

平和の文化とは何か、戦争のない状態のみが平和ではなく、平和の文化に関する宣言では次の(a)から(f)のような「価値観、態度、行動の伝統や様式、あるいは生き方のひとまとまりのものである」とされる。

- (a) 教育や対話、協力を通して生命を尊重し、暴力を終わらせ、非暴力を促進し、実践すること。
- (b) 国連憲章と国際法の精神にのっとり、本来それぞれの国の国内法下にある諸事態には、その国の主権や領土の保全、ならびに政治的な独立の原理を十分に尊重すること。
- (c) すべての人権と基本的な自由を十分に尊重し、その促進をすること。
- (d) 紛争の平和的な解決に向けて責任を負うこと。
- (e) 現代ならびに未来の世代が、開発と環境を事受できるように努力すること。
- (f) 発展の権利を尊重し、その促進をすること。
- (g) 女性および男性の平等の権利と機会均等を尊重し、その促進をすること。
- (h) 表現や意見、情報の自由に関するすべての人の権利を尊重し、その促進をすること。
- (i) 社会と国家のあらゆるレベルにおいて、自由、正義、民主主義、寛容、連帯、協力、多元主義、文化的多様性、対話、そして相互理解という原則をまもること。

この平和の文化に関する宣言をうけて、平和の文化に関する行動計画が採択されたが、そのなかで「参加型のコミュニケーションと情報や知識の自由な流れを支える行動」を促進することがあげられ、次のように規定されている。

- (a) 平和の文化を促進するメディアの重要な役割を支持すること。
- (b) 報道の自由および情報とコミュニケーションの自由を保障すること。
- (c) 国連や関連する地域的、圏内的、地方的な機構をふくめて、平和の文化に関する情報の宣伝と普及のためのメディアを効果的に利用すること。
- (d) さまざまなコミュニティが要求を表明し、意志決定に参加することを可能にするマスコミを育てること。
- (e) 新しいコミュニケーション技術、とりわけインターネットをふくめ、メディアのなかの暴力問題への措置を講じること。
- (f) インターネットをふくめた新しい情報技術についての情報の共有を促進する努力をさらにすすめること。

関係機関への政策提言およびこれらの実現にあたり、平和の文化ニュースネットワーク (Culture of Peace News Network) が構想され、展開されることになる。

4. 平和の文化ニュースネットワーク (CPNN : Culture of Peace News Network)

平和の文化国際年では、具体的な行動として「わたしの平和宣言」署名へのとりくみがなされるとともに、平和の文化ニュースネットワーク (CPNN:Culture of Peace News Network) という運動も組織された。マスメディアによってたえず流布される暴力に関する報道ではなく、平和の文化を促進するための価値あるニュースを共同でつくることを目指していた。ウェブでの投稿にたいして、平和の文化による8つのキー⁽⁵⁾を踏まえ、モデレーター (編集者) とやりとりをして、掲載をしていくという仕組みであった。8つのキーは以下のとおりである。

- (1) すべての生命の尊重：あらゆる人間の権利と尊厳を尊重する。
- (2) 非暴力：納得と理解によって正義を実現し、あらゆる暴力を拒否する。
- (3) 助け合い：調和の精神で、ともに生きていく態度とスキルを養い、排除と抑圧を終わらせる。
- (4) 傾聴：情報の自由な伝達をとおして、すべての人が学び共有しあう機会があたえられる。
- (5) かけがえのない地球を守る：すべての人々と環境にやさしい社会進歩と開発をおこなう。
- (6) 寛容と連帯：人々の違いを理解し、共同体にたいして誰もが貢献しうることを理解する。
- (7) 男女の平等：社会を建設していくなかで男女が平等な立場で参加できるようにする。
- (8) 民主主義：すべての人々が重要な決定に参加する。

投稿者が編集者のやりとりにより、平和の文化を省察し、流布することをねらっている。当初、国際的な研修によってモデレーターを養成し、各国に拠点をおいて展開する構想であったが、かなわなかった。日本では、伊藤武彦 (和光大学) によって紹介され、ウェブサイトも運営されたが、モデレーター養成や投稿もなされなくなり、普及できなかった。現在、CPNNはかたちをかえて、元ユネスコ平和の文化局長であったデイビッド・アダムスによって、運営されている。

5. 平和メディアへの期待

戦争報道のみならずメディアの影響力ははかりしれない。政府系メディアはもとより、商業メディアも権力による操作されはまぬがれない。

カトリック教会で第二バチカン公会議 (1962年から65年) において、「世界広報の日 (5月6日)」が定められた。2018年の教皇メッセージでは、フェイクニュースとジャーナリズムに焦点があてられた。ジャーナリズムの使命が次のように述べられている⁽⁶⁾。

とりわけ——世界の大部分の——声なき人々のために尽くすジャーナリズム。事態を根底から理解し、人道的なプロセスを進めることを通して紛争を解決するために、情報を無駄にせず、その紛争の真の原因を突き止めようとするジャーナリズム。怒鳴り合いやことばの暴力の激化に対し、何か別の解決策を示そうとするジャーナリズムを指しているのです。

第二バチカン公会議はカトリックの現代化をすすめたといわれるが、社会に扉をひらく意味で「広報」について問い直したことは、意義深い。他方、独立メディアおよび市民メディア、オルタナティブメディアなどの役割がいっそう重要となる。SNSが民主化運動において大きな役割を果たしたといわれているが、SNSによってヘイト・スピーチが拡散し、ヘイト・クライムにつながる懸念もある。

平和の文化を発信、交流する平和の文化ニュースネットワークのとりくみは功を奏することはなかったが、同様にメディアを活性化することはきわめて重要である。最近、はじまったWorld Beyond War⁽⁷⁾でも平和の文化の創造にあたり、ピースジャーナリズムの重要性が強調されているように平和メディアへの期待は大きい。

-
- (1) International Day of Living Together in Peace
<https://www.un.org/en/events/livinginpeace/> [2019.07.03]
 - (2) 「平和の文化に関する宣言」および「平和の文化に関する行動計画」については、『暴力の文化から平和の文化』（平和文化2000）に所収
 - (3) CPNN： <http://cpnn-world.org/new/> [2019.07.03]
 - (4) 持続可能な目標：目標16平和と公正をすべての人に
<http://www.jp.undp.org/content/tokyo/ja/home/sustainable-development-goals/goal-16-peace-justice-and-strong-institutions.html> [2019.07.03]
 - (5) 『平和の文化8つのキーワード』（平和文化2006）
 - (6) 第52回「世界広報の日」教皇メッセージ（2018.5.6） [2019.07.03]
<https://www.cbcj.catholic.jp/2018/05/06/16619/>
 - (7) World Beyond War（戦争を超えた社会） [2019.07.03]
<https://worldbeyondwar.org/ja/>

(研究報告)

多文化共生と教育に関する考察 —第27回メディア情報リテラシー研究会 研究発表報告—

大重史朗 (中央学院大学、淑徳大学、東京都市大学非常勤)

- 【1】問題の所在
- 【2】多文化共生社会の現状
- 【3】公教育と教育行政のあり方
- 【4】夜間中学の先進事例
- 【5】市民活動としての自主夜間中学の先進事例
- 【6】公教育と市民活動の連携の必要性

【1】問題の所在

現代の日本社会においては少子高齢化が進み、合計特殊出生率も1947年に4.54だったのに対し、2016年では1.44にまで落ちこんでいる。一方、高齢化についても2017年10月現在の高齢化率は27.7%であり、おおよそ日本人の4人に1人が65歳以上の高齢者となり、将来の労働力不足が懸念されている。

そうした中で、外国人住民は、リーマンショック直後には減少傾向だったが、2017年末現在の在留外国人は中長期在留者と特別永住者を合わせ、合計256万1848人で、前年比で17万9026人(7.5%)増加している。日本政府は現在のところ移民政策はとっていないが、外国人住民は急激に増えているという現実を抱えている。そもそも、外国人住民との多文化共生社会構築をめざすことを前提に、中国や韓国・朝鮮系住民を「オールド・カマー」として位置づける一方、1990年の改正入管法の施行に伴い、製造業を中心とした地域に家族とともに移住している南米系日系外国人を「ニュー・カマー」と分類し、その教育環境や国際交流の実態、公立学校や外国人学校と地元地域との連携の実態を中心とした一部の先行研究や報道が増えている。

実際、日系外国人に限らず、多文化共生策が、政府や各自自治体においても充実してきている。例えば、政府・与党の調査会の中においても「国家戦略としても人口が減少する中で我が国の活力を維持するためには、外国人に今以上に活躍していただくことが必要であり、そのような観点から、現在の外国人労働者数(90.8万人)を倍増しても対応できる制度を構築すべきである」と踏み込んだ表現をしている。

外国人の子どもたちの教育環境をめぐる事態が一変したのは、2016年12月である。「義務教育の段階における普通教育に相当する教育の機会の確保に関する法律(以下、「教育機会確保法」

と表記)」が成立し、第14条に夜間中学に関する記述がなされたのである。

現在、全国にある夜間中学31校には2017年7月現在、日本人と外国人を合わせて1687人の生徒が在籍している。このうち、2017年7月現在の在籍者のうち、国籍別にみると、①中国（568人）、②ネパール（225人）、③韓国・朝鮮（202人）、④ベトナム（122人）、⑤フィリピン（108人）、⑥タイ（27人）、⑦インド（22人）、⑧台湾（16人）、⑨ペルー（11人）、⑩ブラジル（10人）、⑪その他（45人）の順となっている。

【2】多文化共生社会の現状

「多文化」とは人は誰でも文化的な背景があることから始まり、「共生」、つまり「共に生きる」とは社会の中で場を同じくして生きる、文字通り「共に生きる」ことから、あくまでもその上下の格付けをなくして「生活者」としての位置づけを行う傾向にある。

また、「日本人論」の立場からは、「日本（人）は単一民族である」という概念は、アイヌ民族の存在は明らかであるばかりか、中国大陸や朝鮮半島から日本に移り住んだ人々が日本に自国の文化をもたらし、その子孫が日本の各地に家族と共に住んでいる現状から考えると、すでに現実的ではなくなっていると考えられる。「多文化共生」を考えるにあたり、「日本人」の定義づけが必要になっている。「外国人」とは何か。「日系ブラジル人、日系ペルー人」という言い方は適しているのか。日本に国籍がある、あるいは戸籍があるだけで「日本人」と呼んで構わないのか、また、逆に日本に国籍がない人を「外国人」と呼んでよいのか、「国」の定義づけなど、曖昧になってきているのが実情である。そこで、昨今、研究者の中には、外国人のことをあえて「外国にルーツをもつ人」と表現する研究者さえ出現してきているのである。

このような住民の多文化化に伴い、「多文化共生」という言葉が中央政府や地方自治体などにおける外国人住民支援のスローガンとして普及している。「多文化共生」の概念が登場したのは、実際には、1995年の阪神・淡路大震災のときで、外国人被災者支援をきっかけにニュー・カマー住民支援施策の重要性が市民活動の中で提起された。実際は、被災地に住む外国人に母国語で情報提供するコミュニティ・ビジネスとして、例えば、当時、現地で「外国人地震情報センター」として開設され、同年10月に「多文化共生センター」として改称されたころから、「多文化共生」の言葉が使われ始めたと推察できる。現地では、韓国・朝鮮語やタガログ語、スペイン語、ポルトガル語といった多言語による防災情報を流し続けたコミュニティFM放送が活動を開始していた。

【3】公教育と教育行政のあり方

地方自治体においては、外国人の子ども達について、それぞれ工夫をして授業内容を決めている。前述したように、これを「多文化共生」の制度として実施しているケースが多くみられるようになった。しかし、これらは小中学校を中心とした義務教育機関においてであり、つまりは公教育において正規の授業またはその枠を越えてでも、義務教育施設内において実施されていることになる。それでは「公教育」とはどのようなものなのだろうか。

中世ヨーロッパにおいては寺院などでの読み書きを教える機会があり、市民革命期のヨーロッパではこのような「私教育」に代わりすべての国民に対して必要な基礎教育（普通教育）を公的に保障する「公教育」が成立した。

そして、公教育のあり方は、国や時代により大きく異なるが、個人の教育を受ける権利を公的に保障する公教育と、国家を構成する成員を教育することを目的とした国民教育という2つの考え方が存在し、実際の公教育制度には、両方の意図が反映されている。

現状は「多文化共生」を政府や地方自治体の分け隔てなく、推進すべき時代に推移していることから、多文化共生社会を推し進めるため、まずは、明確な形として多文化共生社会を象徴する夜間中学に光が当たっている現状を踏まえる必要がある。以下、現在の夜間中学はどのような状況なのであるのかを考察していきたい。

【4】夜間中学の先進事例

夜間中学（正式には中学校夜間学級）は、戦後の混乱期の中で生活困窮などの理由で就労又は家事手伝い等を余儀なくされた学齢生徒のため作られ、1960年代ごろには全国で80校以上あったが、就学援助策の充実や社会情勢の変化に伴って減少し、現在は8都道府県に31校が設置されている。例えば、東京都内においては2016年10月現在、生徒総数は前年より40人増え、473人になった。特に、「新渡日」と分類されるネパール国籍生徒が前年より45人増え、152人となり、前年比1.5倍の増加となり、中国籍生徒125人を大きく超えた。

そうした中で、2017年2月にいわゆる教育機会確保法が施行されたこととも相まって、各地に公立夜間中学が復活する兆しが出てきた。具体的には埼玉県川口市と千葉県松戸市に2019年4月、公立夜間中学が開設され、同法施行後の先行事例として動き始めることになった。しかし、この二地域では、法律に裏づけされた教育行政が学校開設に動くまでに、市民活動として「自主夜間中学」の運動が長年にわたり繰り広げられていた。実際、子どもたちに日ごろの教科学習や日本語を教えながら、正式な夜間中学開設の実現を訴え続けてきた経緯がある。

【5】市民活動としての自主夜間中学の先進事例

埼玉県内における自主夜間中学と夜間中学開設に向けた市民運動は1980年代にまでさかのぼることができる。本発表では、2019年4月に市内に公立の夜間中学が開設される直接・間接的なきっかけを作っていると推察できる埼玉県川口市の自主夜間中学の現状に絞って考察を進めたい。

2019年4月の公立中学夜間学級開設を前に、川口自主夜間中学には生徒約50人が学んでいる。日本人は10代から20代そして70代の生徒がおり、外国人が約45人と大半を占める。中国が最多で約30人、次いでベトナム、フィリピン、ネパールの順である。「教師」は「スタッフ」と呼ばれる市民ボランティアであり、元教師や民間企業定年者、研究者のほか現役の会社員や家庭の主婦なども活動している。ボランティアは地元の川口市を初めとする埼玉県内やその他首都圏からも駆けつけている。外国人中学生については各教科の学習を行いながら、日本語も習得する。日本語教室については、20代から70代までが主流で、最終的には日本への留学や就労目的であること

も少なくない。男性はIT関係や製造業の民間企業で働いている人が多く、また、女性はパート従業員が比較的多いとのことである。川口の自主夜間中学は、火曜日はJR川口駅前の公共施設である、「川口パートナーステーション」、金曜日は幸栄公民館で開かれている。

【6】公教育と市民活動の連携の必要性

文科省の有識者会議の報告書では「グローバル化の進展に伴う我が国における在留外国人の増加、出身国の多様化、国際結婚等による外国にルーツを持つ日本人の増加等の状況を受け、学校における児童生徒の多国籍化・多文化化が今後一層進展すると考えられる。我が国の学校において、異文化理解や多文化共生の考え方に基づく教育がますます求められていく中、外国人児童生徒教育はその中心的な課題として捉えるべきである」としている。

これまで多文化共生施策というと行政と地元NPO、またはボランティアが協力して推し進めていく形が理想的とされてきたが、前述したような自主夜間中学や公立夜間中学における外国人生徒の学習支援がすでに始まっていることから、これまでの多文化共生施策のレベルとは一歩進んだ考え方が必要である。夜間中学は、教育機会確保法施行により、改めて注目されるに至っている。しかし、前述したように2019年に新設される公立夜間中学がどこまで現代社会や人々のニーズに応えられるかは不透明な部分がある。そこで、市民活動、具体的には自主夜間中学のような存在が「役割を終えた」訳では決してなく、むしろ学校教育やそれを先導する教育行政と連携・連動した立場になりうるのが理想的な形であると言える。

外国にルーツをもつ子どもを受け入れる重要な役割を担いながら、動き始めた夜間中学と「自主夜間中学」の社会的な意義について、さらなる研究を進めていきたい。

2018年度「メディア情報リテラシー研究会」企画一覧

メディア情報リテラシー研究会は、ユネスコ・アジア太平洋メディア情報リテラシー教育センター（AMILEC）と法政大学図書館司書課程が協力して企画・開催するメディア情報リテラシーをテーマとした公開研究会です。

- (1) 2018年4月21日 第23回メディア情報リテラシー研究会
「フェイクニュース」実践報告&ワークショップ
報告：野村香織、坂本旬、鈴木賀津彦
会場：法政第二中学高等学校図書館

- (2) 2018年5月3日 第24回メディア情報リテラシー教育研究会
「世界報道自由デー」フォーラム@憲法記念日
共催：日本ジャーナリスト会議、平和教育地球キャンペーン
報告：楊井人文、鈴木賀津彦、坂本旬
会場：法政大学

- (3) 2018年10月6日 第25回メディア情報リテラシー教育研究会
バックingham講演会「デジタル資本主義時代のメディアリテラシー教育」
講演 デイビッド・バックingham
共催 FCTメディア・リテラシー研究所、JCJ（日本ジャーナリスト会議）
後援 日本教育工学会SIG-08（メディア・リテラシー、メディア教育）、東京新聞、FIJ
会場：法政大学
総合司会：村上郷子
コメンテーター：上杉嘉見、坂本旬、鈴木賀津彦、高橋恭子、時津啓、村井明日香

- (4) 2018年10月20日 第26回メディア情報リテラシー研究会（グローバルMILウィーク企画）
多文化カフェ「メディアリテラシー教育、哲学教育、多文化教育の邂逅～それぞれの教育目標・実践を語り、将来の事業連携の可能性を探る～」
共催：多文化社会専門職機構

担当：小山紳一郎

報告：坂本旬、土屋陽介（開智日本橋中学校教諭、開智国際大学非常勤講師）

会場：NPO法人国際活動市民中心事務所スペース

(5) 2018年11月15日 フェイク・ニュース時代のメディア情報リテラシー講座 in 山梨

担当：長岡素彦

報告：坂本旬、藤原広美

共催：(一社) 地域連携プラットフォーム、山梨日日新聞社、山梨放送、エフエム甲府

会場：山梨県立図書館

(6) 2019年2月16日 第27回メディア情報リテラシー研究会「多文化共生と教育」

担当：長岡素彦

共催：関係性の教育学会

報告：大重史朗

会場：さいたま市仲本公民館

原稿募集

下記のとおり、メディア・リテラシー、情報リテラシーに関する研究交流を目的とする『メディア情報リテラシー研究 (The Journal of Media and Information Literacy)』(Open Access Journal)の原稿を募集します。

発行者 法政大学図書館司書課程

編集協力 AMILEC (アジア太平洋メディア情報リテラシー教育センター)

連絡・投稿先 坂本旬 sakamoto@hosei.ac.jp

【提出期限】

投稿原稿は随時募集する。最新号発刊1ヶ月前以降に届いた分は、次々号への投稿の扱いとすることがある。なお、本ジャーナルは、原則として7月(第1号)と12月(第2号)に発行する。

【投稿区分について】

研究論文、研究ノート、報告、評論、資料、書評、その他

【原稿作成】

原稿作成にあたっては「投稿規定」と「執筆要綱」を参照すること。

【投稿規定】

ジャーナルへの投稿については以下の規定を満たさなければならない。

<投稿者要件>

1. メディア情報リテラシー(Media and Information Literacy)研究もしくは実践に携わるもの。なお、メディア情報リテラシーはリテラシー(識字)、メディア・リテラシー、情報リテラシー、ニュース・リテラシー、デジタル・リテラシー、シネ・リテラシーなどのさまざまなリテラシーを含む。

<原稿要件>

2. 投稿原稿は、メディア情報リテラシー研究や実践に貢献するものであり、他の刊行物に未

発表の原稿であるとともに、法政大学機関リポジトリに登録することを承認するものとする。

<投稿区分>

3. 投稿の区分は、研究論文、研究ノート、報告、資料、書評、その他とし、投稿時に明記すること。
 - (1) 研究論文は、理論的または実証的な独創性のある研究、および独創的または有効性のある教育実践 研究、教材・教具・教育システム等の開発研究とし、論文として完結した体裁を整えていること。
 - (2) 研究ノートは、将来の研究の基礎または中間報告的なもの。
 - (3) 報告は、教育実践、国内外の動向、施策の状況が記述されたもの。
 - (4) 資料は、メディア情報リテラシーに関する情報提供。
 - (5) 書評は、メディア情報リテラシーに関する図書の紹介や批評とする。
 - (6) その他、発行者は区分を適宜設けることができる。

<査読>

4. 研究論文は、査読者による査読を経て、発行者が採否を決定する。そのほかの投稿原稿は発行者が閲読を行い、その採否は発行者が決定する。ただし、依頼原稿については原則として査読を行わない。

<文字数>

6. 投稿原稿は、原則として研究論文40,000字以内、報告・資料等20,000字以内、書評4000字以内とする。

<執筆上の留意点>

7. 原稿執筆については、学問領域ごとの執筆様式に準じる。
8. 著者校正は初校のみとし、再校以降は編集者の責任において行う。なお、著者校正の際に、大幅な修正は認めない。
9. 掲載された原稿をインターネット上に公開する権利は法政大学に属する。
10. 投稿された原稿は、原則として返却しない。
11. 以上の投稿規程について遵守または同意のない原稿については、掲載手続きには入らない。
12. 査読を受ける原稿については、公平を期するため、個人を特定できるような表現は避けること。例えば、拙稿、拙著、その他謝辞等。
13. 編集の都合上、発行者および編集者から修正を要望することがある。

【執筆要綱】

原稿執筆については、以下のとおりとする。

- (1) 表題及び本文の使用言語は、原則として日本語とする。
- (2) すべての投稿原稿には、表題、著者名、所属を、加えて研究論文には本文の要約（日本語）を400字以内で本文の前に追加する。
- (3) 研究論文には、上記(2)の他に、英文の「タイトル」「名前・所属」「キーワード（5語以

内、アルファベット順)」「英文要旨 (300 語 words 内)」を作成する。(研究論文ではない場合は、英文要旨は原則として自由)

- (4) 原稿はすべて A4 判で横書きとする。
- (5) 典拠の書き方は筆者の所属する分野に合わせるものとする。
- (6) 文字数や余白の設定は以下のように設定をすること。
 - ・本文の書体 MS明朝 10.5ポイント
英数字 Time New Roman 10.5ポイント
論文タイトル○○○ (MSゴシック・太字・14 p)
名前○○○ (所属○○○) (MS明朝・太字・12 p)
1. 章タイトル○○○ (MSゴシック・太字・10.5 p) 太字：数字は全角
「章」と「章」、「章」と「節」の間は1行アケル。
 - ・1ページの文字設定を「40字×36行の1段組」(1枚・1,440字)とし、
論文28ページ (40,320字) 以内
報告・評論・資料等12ページ (20,160字) 以内
書評1ページ (1,440字) 以内とすること。
 - ・Word等で作成すること。
 - ・余白の設定は「上35mm、下左右30mm」とすること。

編集後記

法政大学図書館司書課程は、UNITWIN MILID（ユネスコ・メディア情報リテラシーと異文化対話大学ネットワーク）担当機関として、日本におけるメディア情報リテラシー・プログラムの普及を目的とする本ジャーナルの創刊をめざしてきた。その実現には、ユネスコ・グローバルMIL同盟加盟組織であるAMILEC（アジア太平洋メディア情報リテラシー教育センター）やデビット・バッキンガム講演会の開催を支援していただいたコメンテーターの方々の協力が大きい。さらに編集に際しては、法政大学資格課程事務の片桐久美子さんに尽力していただいた。この場を借りて感謝を申し上げたい。

本ジャーナルは、法政大学図書館司書課程およびAMILECによる講演会やシンポジウム、フォーラムなどの成果の公開およびユネスコMILIDプログラムに関わる情報の紹介などを積極的に掲載したい。なお、第1巻第2号は「デジタル・シティズンシップ」を特集テーマとして2019年12月から1月ごろに刊行する予定である。

法政大学図書館司書課程 坂本 旬

メディア情報リテラシー研究
第1巻第1号 2019年7月

編集責任者：坂本 旬
発行：法政大学図書館司書課程

〒102-8160

東京都千代田区富士見2-17-1
法政大学ボアソナーDタワー14階
資格課程実習準備室

Tel：03-3264-4360