

インターネットの普及と メディア・リテラシー教育の必要性（Ⅰ）

佐藤勝彦

はじめに

平成 10（1998）年に創業したベンチャー企業 Google（グーグル）は、2004 年に株式公開をし、2005 年にその時価総額が 10 兆円を超えるビッグビジネスとして急成長を続けている。Google は、検索連動広告「アドワーズ」事業を立ち上げ、低コスト構造のインフラの整備によって、「アドセンス」事業を現実化して大変な収益を上げている。その収益によってネット上のサービスを無料で提供し、更なるネット人口の拡大を図っている。その 1 例が、2005 年に開始した地図検索サービス「グーグル・アース（Google Earth）」である。無料でダウンロードできる Google 提供のソフトウェアを使うと、全世界の衛星写真から、地形の立体画像、更には都市空間における建造物を詳細な三次元画像としてパソコン上で見ることができる。地図検索サービスのデータベースを無料で開放するということは、地図を利用したい全ての企業・個人を相手に、より分かりやすい地図情報を提供できるということである。正にオープンソースの威力である。Google が無料で提供する API（Application Program Interface）の公開はネット人口の増大に大きな貢献を成している。オープンソースにより開発される使いやすいネットアプリケーションは、ネット人口を更に増やす要因ともなっている。総務省の調査によっても Google 創設の 1998 年、日本のインターネット利用人口は 1,694 万人であったが、2007 年には 8,811 万人と急激に増加している。このネット人口の伸びは、PC ネットだけではなく携帯ネットの普及も同時に進んでいたためである。

携帯ネットの普及は中高生という若者層に顕著に現れ、様々な社会問題を引き起こしている。携帯電話の普及は、「いつでも、どこでも、

手軽に」コミュニケーションを可能にする電話機能に加えて、PC（パソコン）のようなメールや Web サイトによる検索機能の技術的提供が大きな要因となっている。技術革新が携帯電話を「手のひらコンピュータ」に変身させ、使いやすさを追求するサービス競争は、コンピュータ世代の若者に受入れられた。ファッショナブルな携帯を持った若者は、携帯サイトにプロフ（「プロフィール」の略）世界を作り出した。手軽さを最優先させた携帯サイトのプロフサービスは、中高生を中心とするケータイ世代を生み出し、新たなケータイ文化を創出している。中高生で携帯を持つ男女の比率は、女子学生が高いのもケータイ世代の特長とも言われている。このような爆発的普及は、同時にケータイを使った事件に巻き込まれる中高生が増えるという新しい社会問題を発生させている。

『大人が知らない携帯サイトの世界～PCとは全く違うもう一つのネット文化』（マイコミ新書）の著者、佐野正弘氏は次のように書いている。少し長くなるが引用させていただく⁽¹⁾。

皆さんは、次の言葉をご存じだろうか？

「グーグル」「ユーチューブ」「ミクシイ」「セカンドライフ」

おそらく多くの人は、これらのうち2つ以上は見たり聞いたりしたことがあるだろう。では次の言葉はどうだろうか？

「プロフ」「モバ」「バネェ画」「メーリス」

最後に、これら8つの言葉に共通する事柄が何か、分かるだろうか？

正解は、いずれもインターネット上で生まれたもの。「グーグル（Google）」や「ミクシイ（mixi）」などは、インターネット上のサービスとして人気を博しているのだから知らない人は少ないだろうし、意味はともかく、インターネットから派生した言葉というのは何となく理解できるはずだ。だが、後半の「バネェ画」や「メーリス」といった言葉は、多くの人がそもそも耳にしたことすらないだろう。「本当にインターネット上にあるのか？」と疑

ってしまう人も少なくないと思われる。

この2つにどんな違いがあるのかというと、答えは非常に簡単である。前者は、PCのインターネットにおいて生まれたものであり、後者はNTTドコモのiモードや、auのEZウェブ(EZweb)、ソフトバンクモバイルのヤフー・ケータイ(Yahoo!ケータイ)など、携帯電話向けのインターネットサービスから生まれたものなのだ。だが、同じインターネット発の言葉であるにもかかわらず、PC発の言葉は大きく取り上げられて非常に知名度が高いのに対し、携帯電話発の言葉はほとんど知る人がいない、というのは何故だろうか？

その理由は、日常のインターネットに対する接し方に大きく関係している。本書を読んでいる人は、おそらく普段PCからインターネットを利用していることが多いだろうが、学生を中心とした若年層の多くは、PCより携帯電話からインターネットに接している方がはるかに多いのである。つまり、インターネットが注目されてから十数年しか経っていないにもかかわらず、利用形態に大きな世代格差が起きているのだ。

こうした格差のため、PCのインターネットを利用している人の多くは、携帯電話向けウェブサイト(携帯サイト)の中身を詳しく知らないことがほとんどである。実際、「出会い系サイト」「ネットいじめ」「ワンクリック詐欺」といった犯罪報道によって初めて目にすることから、「携帯サイトは危ない」という印象を抱く人が少なくない。

佐野氏の指摘のように、大人が知らない携帯サイトの世界が存在しているということである。見ず知らずの人が、家庭を訪れれば、家族の誰かが変だと気付く。だが、ケータイ世界は誰も干渉することができない個人の心の中の状態である。皮肉にも、中高生がケータイに魅力を感じるのは、ケータイの相手が「家族に知られない」、「干渉されない」ことであるという。

公教育ではリテラシー教育、即ち「読み・書き・算術」を重要視している。全ての学びの基本となる「読むこと、書くこと、そして計算ができること」の重要性は広く認識されている。テレビ、ビデオ、ゲーム世代の今日的若者は、映像世界で成長してきたともいえる。文字に対するリテラシーの重要性は当然としても、映像世代における「映像のリテラシー」もまた同様に重要視されるべきである。メディアが提供するコンテンツを理解するためには「映像を読み解く能力」が必要になる。そこには、メディアからの情報を無批判に受け止めるという姿勢ではなく、自らが送られてくる情報と能動的に関り、主体的に読み解いていく能力を養うのがメディア・リテラシー教育である。

カナダ、イギリス、アメリカ等のメディア・リテラシー教育先進国では、国の政策として、或いは民間の草の根運動として多くの成果を上げてきている。これらのメディア・リテラシー教育の必要性は当然過ぎるほどの認識を持って研究・実践が勧められてきたが、前述したインターネット（特にケータイ利用）の普及が中高生を中心に増加している現状では、インターネット・リテラシー教育を早急に開始する必要がある。

この論文では、紙面の都合で、今回は前半部分を掲載する。

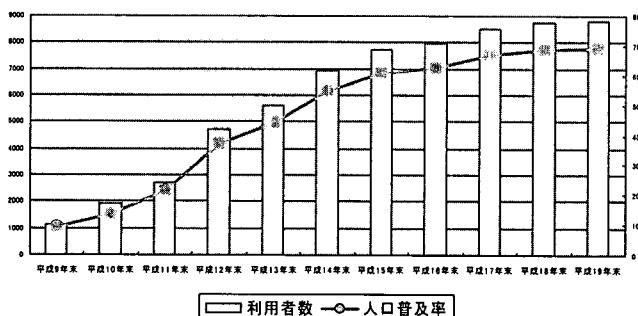
前半部分では、(1) インターネット普及の現状、(2) ケータイサイトの現状、(3) メディア・リテラシー教育の現状を整理し、技術革新が新たな世界（ケータイ世代）を生み出し、そのケータイ世代からのリターンが更に進化した技術を生み出すというサイクルの中で生まれる若者文化について言及する。

日本におけるインターネットの普及率

総務省の調査⁽¹¹⁾によると、日本人のインターネット利用人口は、過去1年間に利用した人は推計で8,811万人に達し、人口普及率は69%となった。図1は、平成9年末から平成19年末までのインター

ネット利用者数及び人口普及率を示したものである。平成9年には利用者数が1,155万人であったが、10年後の平成19年には8,811万人と約8倍増である。

図1 インターネット利用者数及び人口普及率の推移（個人）



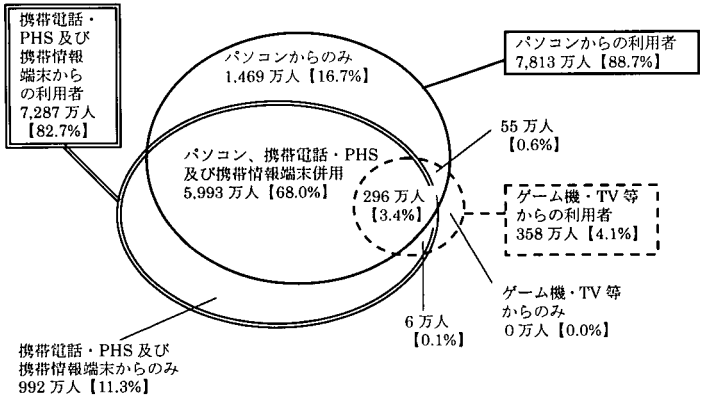
（出典：総務省「平成19年通信利用動向調査の結果」⁽¹¹⁾より）

日本におけるインターネットの普及状況は、個人の場合でパソコンからの利用者は7,813万人で利用者全体の88.7%である。一方、携帯電話やPHS等の移动通信媒体からの利用者は7,287万人で、利用者全体の82.7%である（図2参照）。数年前までは、インターネット利用はパソコンが一般的であったが、最近では携帯電話等の利用が急激に増え、パソコンでの利用者と拮抗するまでになった。図2によると、パソコン、携帯電話・PHS及び携帯情報端末を併用してインターネットを利用しているも者は約6千万人で全体の68%である。この調査からは、インターネット利用者の多くがパソコン及び移动通信媒体の携帯電話の両方を利用していることがわかる。

図3は、同じように総務省の調査による世代別の利用率である。90%以上が、13歳から49歳まで、若者を中心に社会で活躍する中年層が高い利用率を示している。特に、携帯電話等の移动通信での利用率を押し上げているのは、10代の中高生であるといわれている。

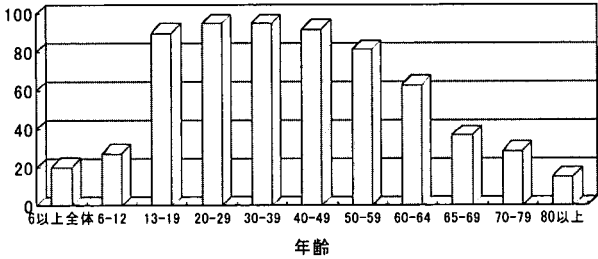
図4は総務省調査における「インターネット利用頻度（個人）」（平成19年）の調査から、「毎日少なくとも1回は利用」という項目を

図2 インターネット利用端末の種類（個人）



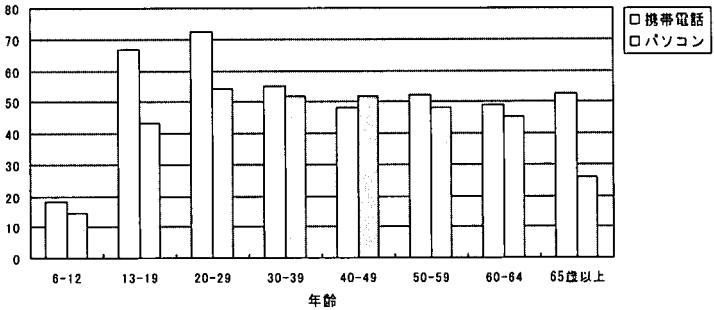
（出典：総務省「平成 19 年通信利用動向調査の結果」⁽¹¹⁾より）

図3 世代別のインターネット利用率（個人）



（出典：総務省「平成 19 年通信利用動向調査の結果」⁽¹¹⁾より）

図4 インターネットの利用頻度（個人）



（出典：総務省「平成 19 年通信利用動向調査の結果」⁽¹¹⁾の一部掲載）

抜き出してグラフにしたものである。因みに、総務省調査の項目は、「毎日少なくとも1回は利用」の他に、「週に少なくとも1回は利用」、「月に少なくとも1回は利用」、「それ以下」が設定されている。それらの項目の中から、図4は、「毎日少なくとも1回は利用」と答えた割合を比較したものである。

図4より、インターネット利用者のうち「毎日少なくとも1回は利用する」とした者の割合を世代別に見ると、13～19歳（10代）では、携帯電話が66.8%、パソコンが43.1%、20～29歳（20代）では、携帯電話が72.2%、パソコンが54%とどちらの世代も携帯電話によるインターネット利用頻度が高くなっていることが分かる。

上記の調査をまとめると、インターネットの普及率が高まり、同時に携帯電話普及が13歳からの中高生を中心に増加し、若者文化が携帯電話によって形成されていることが理解できる。

会話が中心であったコミュニケーション・ツールとしての携帯電話は、携帯メールの便利さと携帯サイトへのアクセスの容易さが手伝って、最近の傾向として、携帯によるWebサイトへの利用が増加している。家庭や学校でのインターネット利用は、子供たちのコンピュータ・リテラシー能力を向上させるというメリットがある一方で、接続サービスの向上は多くの有害サイトへの接続を可能にしている。インターネットサイトの普及は、公式サイトの充実が図られる一方で、非公式サイト、俗に言う学校裏サイトの増加は負の若者文化を生み出す温床ともなっている。学校裏サイトとは、ある特定の学校の問題のみを扱う非公式の匿名掲示板である⁽¹²⁾。

今年（2008年）4月にセコムが行った調査でもケータイ有害サイトに対する不安が広がり、アンケートに答えた7割の保護者が携帯電話を持たせることに不安を感じている⁽¹³⁾。

文部科学省（以下、文科省）の調査でも学校非公式サイト（学校裏サイト）が38,260件確認されている⁽¹⁴⁾。

インターネットサービス

グーグル（Google）というインターネットサービス会社は、「地球上の全ての情報をデータベース化し、検索・利用を可能にする」という理念で1998年に創業されたベンチャー企業である。世界中のネット情報を、Googleの検索エンジンは1日も休むことなく30万台近いコンピュータが稼動し、処理し続けている。その情報工場では、天文学的量の情報（不特定多数のネット接続者の情報）を蓄積し続けている。Googleのネットサービスは、ネット利用者のコストをゼロにすることによって、利用拡大を図っている。「いつでも、だれでも、どこでも、コストゼロのサービス」を目指して、企業は拡大を続けている。

「私の子どもたちの世界がGoogle中心に回っているのを考えるにつけ、読字のこのユニークな側面が私の大きな悩みの種になり始めている。膨大な量の情報が瞬時に表示されるコンピュータ提示型の文章一辺倒になったら、読字の中核を成している発展的な構成要素は変化し始め、もしかすると、退化してしまうのではないだろうか？ 言い換えるなら、多くのデジタル表示のように、一見完全に思える視覚情報がほとんど一斉に与えられた場合、その情報をさらに推論や分析、批判によって処理するだけの時間をかけたり、処理しようとしたりする意欲がわいてくるだろうか？ そうした状況になったら、字を読むという行為が激変するのではないか？ 基本的な視覚プロセスと言語プロセスは変わらないにしても、時間のかかる証明や分析、創造といった、読解に必要な側面は削られてしまうのではないか？」⁽²⁾

このように、インターネットの普及による新たな問題が起きつつある。携帯料金を自己負担している大学生の5割が「自分で自由になるお金」が減り、一方で「アルバイトをする時間」が増えた（33%）と答えている⁽³⁾。同じく、吉井の調査から、人間関係についてケータイを利用するようになって、友人と会うことが増えた（63%）と答え、

逆に減ったと感じている若者は1%であった。

今日の社会においてケータイ（携帯電話サービス機能の全てを含む）は必需品として存在している。特に10代から20代の中高生・大学生がケータイ操作をする姿は日常に溶け込むほどの普及である。総務省の調査によると、2005年に携帯IP接続サービスが約7,700万人と、日本の総人口の6割がケータイを利用していることを報告している。この利用率を押し上げているのが10代～20代の若者層である。急激な普及は、ケータイを犯罪の道具に使ったり、コミュニケーションツールとしてのケータイが犯罪に利用される事件の増加をもたらしている。「出会い系サイト」「ネットいじめ」「学校裏サイト」などの報道により、ケータイのネガティブ印象が強まっている。大人たちの知らないケータイ世界の中に中高生の生活がある。携帯電話として利用している大人たちは、ケータイの進んだ機能をどこまで理解しているか？ その機能を十分に使いこなしているか？ と問われればはなはだ心もとない。社会人としては、会社でPC（パソコン）を利用しても業務フォーマットやPCメールのやり取りが一般的である。現在では、進化したケータイには、PCネットと同じような機能が用意されている。例えば、簡単に作成できるブログ（「ウェブログ」の略）やプロフ（「プロフィール」の略）である。中高生がパソコンソフトの知識なしに簡単に作れるブログや掲示板投稿が、後で述べる「学校裏サイト」へと繋がる。

学校裏サイト

以下は、2008年3月14日の読売新聞の記事である。

いじめの温床になっているとして社会問題化しているインターネット上の「学校裏サイト」を文部科学省が調べたところ、集計がまとまった39都道府県だけで約3万8000件が開設されていることがわかった。このうち少なくとも2割で、「ウザイ」（うっと

うしい)、「氏ね」(死ね)といった特定の個人への攻撃や中傷が確認された。

同省は14日午後、都道府県の青少年行政の担当者などを集めて開く「ネット安全安心全国推進フォーラム」で集計結果を公表、対策の具体的検討に乗り出す。

「学校裏サイト」は、学校の公式サイトとは別に、児童や生徒などが開設した非公式な掲示板の総称。

同省によると、学校裏サイトを通じた中傷やいじめは2006年ごろから目立ち始め、同年秋には、仙台市内の中学3年の男子生徒が「この世から消えろ」などと中傷されて不登校になり、書き込んだ生徒2人が家裁に送致された。昨年7月に神戸市の高校3年の男子生徒が自殺したケースでは、サイト上に裸の写真や悪口が投稿されていた。

ネットを巡るトラブルの相談を受けている「全国 web カウンセリング協議会」にも、学校裏サイトに関する悩みや相談が昨年1年間に374件寄せられた。

このため、同省は今年1月から民間の調査会社とNPO（非営利組織）に委託して実態調査を開始。裏サイトを紹介している「全国学校サイト RANK」や、ネットの巨大掲示板「2ちゃんねる」から探し出したり、中高生から直接聞き取ったりする方法で集計した結果、九州と沖縄を除く39都道府県で約3万8000件あることがわかった。

こうした裏サイトを大きく分けると、〈1〉学校名をタイトルに掲げ、その学校の生徒や卒業生が利用している〈2〉「高校野球」や「修学旅行」など特定のテーマについて複数の学校の子供が利用する〈3〉巨大掲示板で情報交換する〈4〉友人が作成したホームページの掲示板で情報を交換する——4種類。この中の2～3割で、「キモイ」(気持ち悪い)「消えろ」「学校来るな」などと特定の子供を攻撃する書き込みや、「顔デカイ」「ブス」「チビ」などと容姿を中傷する文言が見つかった。

同省は群馬、兵庫、静岡の学校裏サイトをサンプルとして抽出。書き込み内容をさらに詳しく分析し、教育委員会やPTAに実態を周知したい考えだ。

(出典：「2008年3月14日 読売新聞」より)

モバイルを中心にメディアレップ事業・広告代理事業を手がける株式会社アップデイトは、社内にMMD研究所（モバイルマーケティングデータ研究所）を設置している。そのMMDが「学校裏サイトに関する実態調査」を実施している。調査期間は2007年7月13日から7月17日の5日間、有効回答は16,682人（男性：25.3%、女性：74.7%）。年代は、10代（36.6%）、20代（27.5%）、30代（22.3%）、40代（11.6%）、50代以上（2.0%）。職業は、小学生（0.6%）、中学生（7.9%）、高校生（19.6%）、大学生（8.2%）、専門学生（3.1%）、会社員（24.9%）、派遣社員（4.3%）、アルバイト（7.6%）、主婦（11.4%）、その他（12.4%）となっている⁽¹⁵⁾。

以下は、このMMDの調査結果（「MMD調査」と略す）を参考にする。

MMD調査を要約すると次のようになる。

- (1) 学校裏サイト「知っている」が約3割
- (2) 学校裏サイトを知ったきっかけは、学生が「友人」、一般が「テレビ」
- (3) 学校裏サイトの利用頻度は、「1週間に1回以上」が約8割
- (4) 学校裏サイトの利用目的は、「暇つぶし」が約8割
- (5) 不愉快な思いをする書き込みは、「荒らし」が4割超
- (6) 7割以上が学校裏サイトへの問題視を「知っている」

更に詳細な結果を表に示すと以下のようになる。

- (1) あなたは学校裏サイトを知っていますか？

(単数回答、N = 16,682)

項 目	全体	学生(*)	一般(**)
知っている	33.0%	40.0%	28.5%
知らない	67.0%	60.0%	71.5%

(*) 学生＝小学生・中学生・高校生・専門学生・大学生

(**) 一般＝会社員・主婦・派遣・アルバイト・その他

(出展：「MMD 調査」より)

全体では「知っている」が33.0%、学生では40.0%、一般では28.5%という結果。学生が全体、一般と比べて知っている割合が高い結果となっている。

(2) 学校裏サイトを知ったきっかけは何ですか？

(単数回答、N = 5,508)

項 目	学生	一般
友人	74.2%	10.8%
インターネット	15.8%	22.5%
テレビ	1.9%	53.8%
家族	1.5%	3.4%
新聞・雑誌	0.5%	4.1%
教師	0.2%	0.8%
その他	5.9%	4.6%

(出展：「MMD 調査」より)

学生で知ったきっかけは「友人」が74.2%と最も多く、次いで「インターネット」が15.8%である。一般では「テレビ」が53.8%と最も多く、次いで「インターネット」が22.5%という結果となっている。学生では友人からの口コミで、一般ではメディアからの情報となっている。

次に、学校裏サイト利用経験のある学生を対象に学校裏サイトの利用頻度を調査した結果については、全体を通して、「過去利用してい

たが今はしてない」が56.4%と最も多く、次いで「毎日」が11.8%という結果になっている。「過去に利用していたが今はしていない」という回答者を除いた結果を見ると、一週間に1回以上利用しているという割合が78.4%となり、約8割の回答者が頻繁に利用している傾向が伺える。

学校裏サイトの利用目的は、「暇つぶし」が約8割となっているが、その利用目的について、サイト利用経験者の回答は以下のような結果となっている。

単数回答、N = 849（男子学生：N = 176、女子学生：N = 673）

項 目	男性	女性
暇つぶし	76.1%	77.6%
噂話	52.3%	65.2%
部活	20.5%	20.4%
宿題／テスト	17.6%	11.0%
連絡網	16.5%	9.4%
他人の悪口	15.3%	13.4%
ストレス発散	9.1%	10.4%
その他	13.6%	17.8%

（出展：「MMD 調査」より）

学校裏サイト利用経験のある学生を対象に、学校裏サイトの利用目的を調査した結果を見ると、男女とも7割超の項目が「暇つぶし」であった。次に、「噂話」、「部活」と続く。同様に、裏サイト経験者の84.6%が不愉快な経験をしている。その不愉快な内容は、「荒らし」（44.2%）、「教師への悪口・不満」（39.3%）、「個人情報が出ていた（個人名・電話番号・アドレスなど）」（32.0%）、「わいせつ画像などの投稿」（10.1%）、「噂話」（4.0%）、「友人の悪口」（3.8%）、「自分に対する悪口」（0.8%）、「その他」（9.8%）となっている。

多くの問題を抱える学校裏サイトについて、サイト利用経験者の7

割以上が、社会的に問題視されていることを認識している。問題視されている内容については、誹謗中傷・サイト内でのいじめ・わいせつ画像の投稿・個人情報の漏洩など様々であるが、サイト利用経験者は、「どこに問題があるのか」という質問に対して次のように答えている。

各個人のマナーの問題だと思う（81.8%）、学校裏サイトの存在そのものに問題があると思う（36.1%）、管理人の問題だと思う（30.1%）と回答している。

38,000件も存在する学校裏サイト、これらのサイトには「一般学校裏サイト」と呼ばれる広域の交流を目的とした全国版（「学生の性知識」「高校生広場」「teen's 学園」等が有名）と、学校名がつけられた「〇立〇〇学校裏サイト」等の地方版裏サイトが存在する。この「地方版裏サイト」を見るのがその学校の生徒であったり卒業生であることが多く、内容も個人の誹謗や中傷が多くなっている。掲示板やプロフィールに書き込まれる匿名やイニシャルは、その内容で誰が投稿したのかが分かってしまう一方、多くの疑心暗鬼を生み出す土壌が“いじめ”に発展していく可能性が高い。

また、プロフィールをみて欲しいという自己顕示欲から、自分の顔や体を携帯で写し、その写真を掲載することが流行したり、友人の個人情報なども気楽に書き込み、知らないうちに個人情報が流出して犯罪に巻き込まれていくケースもある。個人情報をネットに流す危険性を知らずにプロフィールなどがやりとりされ、更には掲示板を使っただけの「メル友募集」、「セフレ募集」などから発展して「出会い系」サイトへ進むケースもある。「全国版サイト」では、地方版とは異なり、その内容は恋愛・趣味などの書き込みの中に卑猥な内容で若者をひきつけ、アダルトな世界へ誘導するリンクも多く張られているのが特徴である。

下田博次氏は、10年前から日本の子どもに急速に広がるインターネット利用に不安を覚え、その利用実態を調査している。氏によると、「学校裏サイトの開設と利用は、2004年末から2006年にかけて全国各地に広がり、いくつものポータルサイトも開設されるようにな

ってきた。当初はパソコンからの利用が多かったが、次第にケータイからの利用が増え、いまではケータイからの利用が主流である。」⁽⁴⁾

メディア・リテラシー教育の必要性

メディア・リテラシー教育については、現在多くの研究書や啓蒙書が刊行され、その必要性が指摘され、様々な取り組みが行われている⁽⁵⁾。メディア・リテラシー教育の必要性とその方向性を示した研究書及び指導書として『メディア論』(1964年)のM.マクルーハン⁽⁶⁾及び、『メディアを教える』(1985年)のL.マスターマン⁽⁷⁾を紹介することができる。マクルーハンの『メディア論』では、様々なメディアの本質を解明しながら、そのメディアを生み出している人間自身がメタファーとしてのメディアであると主張する。「メディアはメッセージである」と言うのも人間自身が外化したメディア環境であり、その環境に影響を受けているということであり、人間が生み出したメディアによって、人間自身が変わられてしまうことを警告している。この指摘がメディア・リテラシー教育の重要な位置づけとなる。また、マスターマンの『メディアを教える』に関しては、宮崎寿子が「現在、世界中でメディア教育あるいはメディア・リテラシー教育の様々な取り組みが行われているが、これらの多くの理論や実践の基礎を創ったのがレン・マスターマンの『メディアを教える』である」と指摘している⁽⁸⁾。

マスターマンは、「なぜメディアを教えるのか」という自らの問いに対して、次のように述べている。「この答えは簡単ではないが、明確で知的な答えを探究していかなければならないとし、コミュニケーション・システムと情報の流れは、社会、経済、政治的活動のあらゆるレベルにおいて中心的な構成要素となっているにもかかわらず、メディア・リテラシー教育は未だ周縁化されたまま教育システム内にとどまっている。メディアは常に変化し、拡張し、進展し、オーディアンスを巧妙に操作する方向へと向かうが、民主主義へと向かわせる可

可能性を拓くこともある。同様に、教育もまた柔軟で変化に対して開かれたものでなくてはならない。この可能性を実現するためには、十分な情報に裏づけられたメディア問題に関する世論を形成することが緊急の課題である。メディア・リテラシー教育の発展に寄与してきた様々なグループの成果を組み込むことにより、伝統的教育概念を拡大し変容することができれば、この本の主たる目的は達成されたと言える。」としている⁽⁸⁾。

マクルーハンの、人間自身がメディアであるとするメタファーは、マスターマンの「自らがメディアという経験の海に飛び込む挑戦者であり、学習者でなければならない」との見解に符合する。更に、マスターマンはメディア・リテラシー教育が最も重要な緊急課題であると主張する理由を次のように列挙している⁽⁸⁾。

- ①大量のメディア消費と現代社会におけるメディアの遍在性
- ②メディアのイデオロギー的重要性と意識産業として及ぼす影響
- ③情報管理と情報生産の拡大とメディアによるその普及
- ④民主主義のプロセスの中心へのメディアの侵入
- ⑤あらゆる分野における視覚的コミュニケーションと視覚情報の重要性の拡大
- ⑥未来の要請に応え得る生徒／学生の育成の必要性
- ⑦情報の私有化への国内的、国際的圧力の増大

上記の各々の課題は、23年後の現在、各方面で研究と実践が重ねられ、教育の現場へとその波が徐々にではあるが広がりがつつある⁽⁹⁾。

インターネットの普及による緊急的且つ重要な課題は、メディア・リテラシー教育と民主主義の問題である。マスターマンが最も重要な緊急課題としている「民主主義のプロセスの中心へのメディアの侵入」は、現代においてメディアをインターネットに置き換えて検討する必要がある。民主主義のプロセスの中心へのメディアの進入を食い止めることは勿論であるが、インターネットの普及は新たな民主主義のプロセスへの侵入となる。前述したインターネット・サービス会社のGoogleは、そのWebサイトに「Googleを完全に理解するために

は、個人・ビジネス・テクノロジストがインターネットをどういう性格のものと考えるべきかに関する我々の再定義を理解するのが早道だ」という導入部に続く「10 things Google has found to be true」(Google が真実だと見出した 10 の事柄) という文章がある。その 10 項目の中に、「Democracy on the web works」(ウェブ上の民主主義はワークする) という項がある。

シリコンバレー在住の梅田望夫氏によると、「“Google は検索エンジンの会社” というのが一般的な Google 理解であるが、実際に Google が行っているのは、知の世界の秩序を再編成することである。すべての言語におけるすべての言葉の組み合わせに対して、それらに“最も適した情報”を対応させること。それが検索エンジンの仕事だ」と Google を定義づけ、さらに続けて次のように解説する。

「すべての言語におけるすべての言葉の組み合わせに対する“最も適した情報”とは、どういう基準で順位付けが決定されるべきなのか。Google はそこに“ウェブ上での民主主義”を導入したと宣言する。

権威ある学者の言説を重視すべきだとか、一流の新聞社や出版社のお墨付きがついた解説の価値が高いとか、そういったこれまでの常識を Google はすべて消し去り、“世界中に散在し日に日に増殖する無数のウェブサイトが、ある知についてどう評価するか”というたった一つの基準で、Google はすべての知を再編成しようとする。ウェブサイト相互に張り巡らされるリンクの関係を分析する仕組みが、Google の生命線たるページランク・アルゴリズムなのである」⁽¹⁰⁾。

Google は世界中に張り巡らされたネット住人の民意が「知を再編成」する民主主義であると主張する。「インターネットの意志」がどのように形成されるかという課題がメディア・リテラシー教育の新たな課題となる。ネットの繋がりは、従来の地域という物理的コミュニティを時間的・距離的空間を越えたバーチャルコミュニティである。

現在、若者の間で流行しているバーチャルコミュニティにセカンドライフ (Second Life) という 3D 仮想世界がある。セカンドライ

フ（Second Life）とは、アメリカ・サンフランシスコに拠点を置くリンデンラボ社が運営する仮想世界のことであり、ユーザーは、インターネット経由でこの3D世界にアクセスすることができる。この3D世界とは、現実世界とは別の「第2の人生」を生きていることができるRPG（ロールプレイングゲーム）の世界である。

「第2の人生」を意味して名付けられたセカンドライフ（Second Life）への入口は、パソコンに専用のクライアントソフトウェアをインストール（無料）することで、それによってインターネット経由で世界の人々と交流を持つことができる。2007年2月28日現在で、世界で412万人のユーザーがいるといわれており、そのうち日本のユーザーは2万人程度という⁽¹⁶⁾。

セカンドライフは、メーカ側が用意したストーリーでゲームが展開する従来のオンラインゲームと異なり、ユーザー同士が一つの空間を共有する形でゲームが展開される。ストーリーの展開には、キャラクターや服装、建物、乗り物、小道具等を創作し、更にユーザーが操作するアバター（自分の分身としてのキャラクター）の動きによってゲームが展開される。

セカンドライフのサービスのほとんどは無料で提供されている。この点は、Googleと同じであるが、リンデンラボ社の収益の一つは、サーバーの利用費用とその保守費用である。サーバーの利用権には、セカンドライフ内にある「島」の所有権が与えられる。256 m × 256 m（約6万6千㎡）の土地である。即ちセカンドライフ「島」（サーバー1台分）の使用料価格として約20万円の支払いとなり、その土地の固定資産税（サーバーのメンテナンス料）が1ヶ月3万円となる。この「島」のオーナーには全ての権限が与えられ、仮想空間におけるセカンドライフを楽しむことができる。当然、ビジネス展開にもカリキュラムがあり、賭博場の設置や遊戯施設の建設、飛行場や交通機関の設置、「島」への入場資格や入園料、さらには、マンションの建設、土地の分譲などオーナーの裁量でビジネス展開が自由にできる。これらのビジネスは、セカンドライフ内で流通しているリンデン

ドルという架空の貨幣を使用して行われる。更には、ユーザーが独自のアイデアで作成したオブジェクトやコンテンツの売買等によっても収入を得ることができる。この架空のリンデンドルを現金化するビジネスも行われている。今後日本でも新しいコミュニケーションツールとして、若者を中心としたセカンドライフユーザーは増えるものと思われる。

このようなセカンドライフのサービスは、従来型の Web チャットや SNS (Social Networking Service) を発展させた新しいゲーミング・コミュニケーション環境である。更に、セカンドライフという仮想世界は、消費行動を促すあらゆるツールが提供され、ユーザーの消費欲求を刺激する世界でもある。よりリアルな三次元映像を提供するセカンドライフのゲーム世界は、マスターマンが緊急課題としている「あらゆる分野における視覚的コミュニケーションと視覚情報の重要性の拡大」を意味するものである。消費欲求を刺激するセカンドライフの仮想社会は、現実との境界線を曖昧なものにする脆弱性が内在している。ここにセカンドライフなどの Web 世界におけるメディア・リテラシー教育の必要性がある。

次に前述した学校裏サイトは、遊び感覚のケータイ使用である。その遊び感覚で、発信遊びばかりではなく、前述したインターネット・ゲームやインターネット・オークションなど、PC ネットと同様の機能で利用されている。便利な電話機と思っているのは親たちだけで、子どもたちは見知らぬ大人たちと会話をし、メル友になり、そしてハードなポルノ画像を入手している。親指を使って操作している我が子の姿からは想像できないと親たちは言う。見知らぬ男から「娘さんを電話口に」と言われれば、親は身元を確かめる必要がある。ところがケータイは、誰のチェックもなしに、全ての世界とオープンに繋がっている。大人たちが追いつけないケータイの進化は、ケータイに「バイパス・チャンネル (迂回ネットワーク)」の形成をもたらし、有害情報がストレートに入手でき、更には未成年の子どもたちを虎視眈々と狙っている大人たちが容易に接続することが可能となった。薬

物の売買や出会い系サイトなどの危険な情報がノーチェックで子どもたちに渡される。

マスターマンの主張する「未来の要請に応え得る生徒／学生の育成の必要性」のためにも、学校におけるメディア・リテラシー教育、及び親たちへのケータイ・リテラシー教育が緊急を要する課題である。

おわりに

Google は単なる検索サービスの企業ではない。半導体大手のインテルを抜いて、業界 2 位に躍進した Google は、株式時価総額が 15 兆 6 千億円（2006 年 1 月）の巨大企業である。この巨大企業は新たなインターネット社会を形成する可能性が高い。それは、全世界の全ての人々の生活に入り込み、私たちのライフスタイルや価値観を大きく変えるかもしれないという危機感を抱かせる企業である。

Google の破壊戦略の最大の特徴は、全てのサービスを無料にするという価格破壊である。Google ニュースではジャンル別に分類されている世界中の新聞を無料で購読することができる。Google マップや Google メールを利用している方は、その便利さと機能の豊富さに驚くだけではなく、無料で提供されていることが不自然に感じられるのではないだろうか。Google は、次々とソフト開発企業との合併や提携によってアプリケーションソフトの無償提供を試みようとしている。その中には、セカンドライフなどの Web 世界におけるゲームソフトも含まれる。インターネット社会の技術革新は、人々の生活に直接影響を与える。その光と影における影の部分は見えにくい。ケータイを持つ中高生の心の闇は見え難い。技術革新によって生み出されたケータイは、その利用者のフィードバックによって更に技術革新が進む。闇の部分も同時に進むことになる。ケータイによる学校裏サイトの急増は、ネット技術の進歩によるところが大きい。従って、今後は、従来までの新聞・TV・映画等のメディア・リテラシーだけではなく、インターネット・リテラシー教育を早急に行う必要がある。

【参考文献】

- 警察庁編『警察白書平成 19 年版』ぎょうせい、2008 年
- 日本情報処理開発協会編『情報化白書 2007』コンピュータ・エージ社、2008 年
- 日本子どもを守る会編『子ども白書 2008 年』草土文化、2008 年
- 株式会社ティー・オー・エス データプラネット研究所編著『ケータイ白書～「魔法のiらんど」にみるケータイ・インターネットユーザーの動向』オーム社、2001 年
- 鈴木みどり編『メディア・リテラシーを学ぶ人のために』世界思想社、1997 年
- 山路達也著『進化するケータイの科学』サイエンス・アイ新書、2007 年
- 石川温著『Web2.0 のケータイ戦争』角川書店、2006 年
- Art Silverblatt, Jane Ferry, Barbara Finan “Approaches to Media Literacy” 安田尚監訳『メディア・リテラシーの方法』リベルタ出版、2001 年
- Dan Gillmor “We the Media Grassroots Journalism by the People, for the People” 平和博訳『ブログ～世界を変える個人メディア～』朝日新聞社、2005 年
- Adam N Joinson “Understanding the Psychology of Internet Behaviour Virtual Worlds, Real Lives” 三浦麻子・畦地真太郎・田中敦訳『インターネットにおける行動と心理』北大路書房、2004 年

【引用文献】

- (1) 佐野正弘著『大人が知らない携帯サイトの世界～PCとは全く違うもう一つのネット文化』（マイコミ新書）、2007 年、pp3-5
- (2) Maryanne Wolf. Proust and Squid-The Story and Science of the Reading Brain, (メアリアン・ウルフ著、小松淳子訳『ブルーストとイカ～読書は脳をどのように変えるのか？』インターシフト、2008 年、p34)
- (3) 吉井博明著『若者の携帯電話行動』現代エスプリ 405、至文堂、2001 年、pp85-95
- (4) 下田博次著『学校裏サイト～ケータイ無法地帯から子どもを守る方法』東洋経済新報社、2008 年
- (5) 鈴木みどり編『メディア・リテラシーの現在と未来』世界思想社、2001 年の巻末「資料 8」において「メディア・リテラシーを学ぶた

めの 55 冊」が紹介されている。

- (6) M.McLuhan, "Understanding Media ~ The Extensions of Man" McGraw-Hill, New York 1964 (M. マクルーハン著、栗原裕・河本伸聖訳『メディア論～人間の拡張の諸相』みすず書房、1987 年)
- (7) L.Masterman, "Teaching the Media" London, Comedia, 1985
- (8) レン・マスターマン著、宮崎寿子 解説・抄訳『メディアを教える』（鈴木みどり編『メディア・リテラシーの現在と未来』世界思想社、2001 年）
- (9) 菅谷明子著『メディア・リテラシー—世界の現場から—』岩波新書、2000 年、pp2-17
- (10) 梅田望夫著『ウェブ進化論—本当の大変化はこれから始まる』ちくま新書、2006 年、pp53-55

【引用サイト】

- (11) <http://www.johotsusintokei.soumu.go.jp/whitepaper/ja/h20/index.html>
- (12) <http://ja.wikipedia.org/wiki/>
- (13) <http://www.cocobouhan.com/blog/c/10002525.html>
- (14) http://www.mext.go.jp/b_menu/toukei/001/index48.htm
- (15) <http://mmd.up-date.ne.jp/>
- (16) <http://www.keyman.or.jp/3w/prd/99/30002099/?vos=nkeyadwwa07061300002>