

第23章 メディアと若者

1 日本インターネット史	1
(1) 携帯電話の時代	1
(2) インターネットとデジタル化	3
(3) メディアとインターネット	15
(4) インターネットの特性	16
(5) ネット文化の変遷	21
(6) 子ども時代とメディア	24
2 デジタルネイティブとスマホネイティブ	25
(1) デジタル時代・デジタル社会とは何か	26
(2) 「デジタルネイティブ」とは何か	26
(3) デジタル世代	27
(4) デジタルネイティブ世代とは	28
(5) デジタルネイティブの幻想	32
(6) 情報過多	34
3 情報化社会の問題点	35
(1) 世代間によるデジタル格差	35
(2) 情報モラルとエアポケットの時期	37
(3) 抑制か推進か	38
(4) グリュンバルト宣言	39
(5) 教育とICT	45
(6) メディア・リテラシーとメディア教育	47
(7) 情報教育とメディア・リテラシー教育	58
(8) 教育現場での情報モラル教育	69
(9) リサーチと研究倫理	70
(10) gaming disorder	77
(11) スマホ脳	85
4 インターネットによるコミュニケーション	87
(1) ポップカルチャーから見たインターネット	87

(2) デジタルネイティヴからスマホネイティヴへ	88
(3) デジタル社会での表現の問題	92
(4) 不適切動画と不衛生動画	95
(5) モラルは誰が教えるのか	98
(6) SNS	102
(7) Youtube	106
(8) ニコニコ動画	108
(9) インスタグラム	111
(10) ポケモンGO	111
(11) メタバース	113
5 承認欲求	115
(1) コミュニケーションと承認欲求	115
(2) ファッション	116
6 気になる用語	117
(1) FOMO	117
(2) Iot	119
(3) 絵文字	120
(4) インスタ映え	123
7 メディアの変容とメディア文化	126
(1) 「メディア」とは	126
(2) テレビ文化からマルチメディアへ	131
[1] テレビ放送	131
[2] 多チャンネル化	136
[3] 映像の変遷	137
①定義	137
②言葉・文字文化から映像文化時代へ	139
③映画の三大要素	141
④映画祭	141
⑤映画からインターネットへ	143
(3) 国の政策	144

[1] 「21世紀に向けた新しいメディア芸術の振興について (報告)」・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	144
[2] 教育とメディア芸術・・・・・・・・・・・・・・・・	146
[3] 文化芸術振興基本法・・・・・・・・・・・・・・・・	149
[4] メディア芸術祭・・・・・・・・・・・・・・・・	151
[5] 文化芸術基本法・・・・・・・・・・・・・・・・	155
(4) メディア芸術と産業政策・・・・・・・・	157
(5) 進化する映像・・・・・・・・	161
[1] 「ボーカロイド」とは何か・・・・・・・・	161
[2] 初音ミク・・・・・・・・	163
[3] 産業としてのボーカロイド・・・・・・・・	169
[4] Reality は何処へ・・・・・・・・	170
①モーショントラッキング・・・・・・・・	170
②4D・・・・・・・・	171
③VRからARへ・・・・・・・・	171
(6) メディア文化・・・・・・・・	173
[1] 「メディア文化」を考える・・・・・・・・	173
①加藤清明「メディア文化と情報接触」(1997)・・・・・・・・	173
②水越伸『デジタル・メディア社会』(1999)・・・・・・・・	175
③佐藤卓己他編『ソフト・パワーのメディア文化 政策』(2012)・・・・・・・・	177
[2] シミュラクラ・・・・・・・・	178
[3] 新しいメディア戦略・・・・・・・・	179
①ユーチューバー・・・・・・・・	179
②インフルエンサー・・・・・・・・	182
③バーチャルタレント・・・・・・・・	183
(7) 超スマート社会・・・・・・・・	185
[1] Society5.0・・・・・・・・	185
[2] 「AI活用による Society 5.0 for SDGs の実現に向けて」 (2023)・・・・・・・・	188

注 · · · · ·

第23章 メディアと若者

1 日本のインターネット史

(1) 携帯電話の時代

筆者はスマートフォンを携帯電話+インターネット+パソコンと考えている。しかもスマートフォンは広く普及している。インターネットの登場以前は電話とパソコンは全く別々の発達を遂げて来た。大津彬裕「携帯電話」(2003)では次のように述べている。

携帯電話は今や、持ち歩いて通話するだけのものではなくなっている。カメラ付きなど多くの機能がパックされていて、カタカナで「ケータイ」と呼んだ方がよさそうだ。

1876年、アメリカのグラハム・ベルが電話を発明して以来、有線・固定据え置き式の電話ではなく、軽量・小型で持ち歩きができ、いつでもどこでも、自由に時と場所を選ばず相手と通話できる携帯電話を持つことは人類のひとつ *hira* の夢だった。

携帯電話に先立って、携帯式で話ができる手段としてトランシーバーのような携帯無線機があったが、利用できる距離は短いうえ音質も悪く、電話に及ばなかった。

移動可能な電話が世界ではじめて実用化されたのは日本電信電話公社の自動車電話で、アメリカより4年早い1979年のことである。この自動車電話は、軽量、小型化され、電電公社の後進のNTTは1987年に携帯電話のサービスをはじめた。この第1世代の携帯電話はアナログ方式で音声通話だけ。加入者が増えるにつれて周波数が不足してきたため、1993年に音声信号を数値データに変換してデータ通信ができ、電波効率がよい第2世代のデジタル携帯電話がお目見えした。

1999年2月には、世界に先駆けてNTTドコモが携帯電話からインターネットに接続できる「iモード」サービスを開始、他の2社も追随して、携帯電話は音声だけの通話用から、データ通信が主で「通話は従」の新しい時代に突入した。⁽¹⁾

ドコモの「**FOMA**」および「**iモード**」のサービス終了について」＜2019年10月29日＞の報道発表では次のように発表された。

株式会社NTTドコモ（以下、ドコモ）は、第3世代移動通信方式の「**FOMA®**」および携帯電話からインターネットやメールを利用できるサービス「**iモード®**」を、2026年3月31日（火曜）に終了いたします。

「**FOMA**」は、2001年10月に世界に先駆けて第3世代移動通信サービスを開始し、384kbps（2001年当時）の通信で、より大容量な動画やゲームなどをお楽しみいただくことが可能となるなどご好評をいただき、2011年には約5700万契約を突破いたしました。⁽²⁾

今や携帯電話はインターネットを取り込み、スマートホンとして新しい展開を迎えている。

宇田川拓雄「情報通信技術とデジタル革命」（2018）では次のように述べている。

情報通信技術（ICT）とは情報処理と情報通信の装置や機器、その技術の利用と応用、それらを使ったサービスの全体をさす用語であって、情報技術（IT）とほぼ同義である。ICTには電話、テレビ、コンピューター、通信ネットワークの機材とソフトウェア、衛星通信システムなどさまざまな要素が含まれている。ICTの発展は冷戦の終結をきっかけとして経済のグローバル化と、交通、通信、運輸の高度化による人とモノの移動の増大と連動してデジタル革命と呼ばれる世界規模の社会変動を引き起こしつつある。

●インターネットと携帯電話 インターネットは1990年代に企業間取引や仮想商店に使われはじめ、ニュースや情報の無料公開も進み、今や地球規模の情報圏や経済圏を構成する重要な社会基盤となっている。2000年頃からサービスが始まったコンピューターの機能を内蔵したデジタル方式の第三代携帯電話（3G）が高速通信回線（ブロードバンド）に接続することにより、インターネットの利用が飛躍的に増大した。

デジタル携帯電話は世界中で教育、医療、農業、ビジネス、行政などの分野でさまざま形で利用され社会に変革をもたらしつつある。携帯電話でブロードバンドに接続している世帯は先進国では 90.3%だが、開発途上国では 40.9%にすぎない。ヨーロッパでは 76.6%、アフリカ 29.3%と地域格差も大きい (2016 年推定値 ITU World Telecommunication/ICT Indicators Database)。(3)

今や 4G を越え、5G の時代に突入にしている。

(2) インターネットとデジタル化

インターネット以前よりデジタルとメディアを結びつけたものはコンピュータである。人間と機械とのコミュニケーション、すなわちサイバネティックが注目を浴びるようになったのは 1960 年代及び 1970 年代である。Andrew Darley. *Visual Digital Culture* (2000)でもつぎのようなサイバネティックがもたらすものとして次のような記述がある。

Cybernetic serendipity

The 1960s is not only an era of intense practical development of new electronically and digitally based technologies, but also one of increased conjecture as to the nature of such technology and the promise it held for the future of society. Speculation was rife within the academic, political, cultural and business communities. The area was thought about in terms of the new cultural forms that would spring from it, the new aesthetics it would inaugurate, the new disciplines it would spawn, and the profound effects it would have on industry, work and leisure. The dominant tone of this thinking was of intense optimism: technology, particularly the new computer-based technology, was invoked as a panacea for the ills of the present.

Many within the artistic community shared this perspective towards

the burgeoning new electronic technology and the cybernetic discourse surrounding it. Indeed, it is clear that the artist / technician collaboration already mentioned within the ambit of computer imaging, was an important aspect of a much broader 'investment' in new technology then being pursued by artists. Two exhibitions that now stand as emblematic of this tendency are the *9 Evening: Theater and Engineering* performances events held in New York in 1966 and the 1968 London based exhibition *Cybernetic Serendipity* (see Whitman and Kluver 1967; Reichardt 1968).

The former involved works that issued from a collaboration between a group of American artists (associated with diverse fields that ranged from painting, theatre and choreograph, to music) and a group of engineers the latter was less parochial, drawing on work from the United States, Japan and Europe, it differed significantly from the former insofar as its focus was exclusively the computer and computer-related (or cybernetic) systems (see Reichardt 1968, 1971). It was an exhibition that attempted to demonstrate that the new coin computer technologies were soldering the unification of art and technology; producing a hybridisation of engineering and more properly artistic concerns. At the time, perhaps the most important theoretical advocate of this new technological optimism — at least as far as artists were concerned — was the media and cultural theorist Marshall McLuhan (see McLuhan 1968).

Another event, however, displays the more mundane and pragmatic dimensions of a maturing field. At the international symposium, *Computer Graphics 70*, there was a session on computer art — though a glance at the proceedings (Parslow and Green 1970) reveals it to be almost wholly overshadowed by more utilitarian and commercial considerations that characterised the event. Here, clearly, we are already in a different world: back in the space of applied research and development where computer graphics were being viewed either as is 'practical industrial tools'.

The proto-realists

It is within this functional/technical space of early computer imaging that we can locate the emergence of a problem that has preoccupied many of those working in the area to this day. It started out as a concern with the production of representational imagery by computer and, as the potential was realised, subsequently turned into a fixation with the perfection of simulated photorealism. This preoccupation has considerable bearing on the development of the forms at the heart of this study. By and large, figurative representation was not a problem that troubled the first artists to become involved with computer graphics, it was, rather, the serendipitous possibilities for formal experimentation offered up by computer programming that they seized upon. On the other hand, representational concerns were present almost from the first in many of the uses to which computer scientists wanted to put computer images. ⁽⁴⁾

サイバネティックスがもたらすもの

1960年代は、新たな電子とデジタルを基礎とした技術が実践面で激しく展開した時代であるのみならず、そうした技術の性格と社会の将来にそれがもたらすものに関する推測が拡大した時代でもあった。思惑混じりの推測が、学問、政治、文化、産業の世界でも広がった。この問題については、そこから現れる新たな文化の形式、開かれてくる新たな美学、誕生する新たな学問分野、産業、労働、余暇に対する深甚な影響といったことについて、検討がなされた。この検討作業の支配的な雰囲気は、極度な楽観主義に彩られていたが、それはつまり、技術、特に、コンピュータに基づく新たな技術が、現在という時代の病に対する万能薬として希求されていたからである。

芸術の世界にいた多くの人も、躍進する新たな電子技術とその周辺にある人工頭脳の話しに向かう、こうした観点を共有していた。事実、コンピュータによる画像制作の領域での、上述した芸術家/技術者の共同作業は、結果的に、芸術家が追求することになる、新技術へのより広い意味での「投資」として、重要な側面をなすものであったことは、言うまでもない。今では、こうした傾向の象徴的存在となっている二つの催し物があった。一つは、『九

つのタペ: 演劇と工学』と称する、1966年にニューヨークで開催された実演付きの行事であり、もう一つは、1968年にロンドンを中心に催された『サイバネティックスがもたらすもの』と名付けられた展示会である(ホイットマンとクラヴァー1967、レイチャード1968を見よ)。

前者には、アメリカの芸術家集団(絵画、演劇振り付けから音楽にまで広がる様々な領域の人々が連合した)と技術者集団の間の協働作業から生まれた作品が含まれていた。後者は、参加地域を広げて、米国、日本、欧州からの作品を集めたもので、こちらは、何よりもコンピュータとコンピュータに関わる(あるいは人口頭脳)システムに、その焦点が定められていたという点で、前者とは著しく異なるものであった(レイチャード1968,1971を見よ)。この展示会は、新たなコンピュータ技術が、芸術と技術の統合を推進すること、つまり、工学と芸術的関心との適正な雑種化を実現すること、を示そうとしたものであった。恐らく、その時点での、この新たな技術的楽観論の最も重要な理論的提唱者一少なくとも、芸術家たちが関心をもっていた限りでは一は、メディアと文化の理論家、マーシャル・マクルーハンであった(マクルーハン1968を見よ)。しかしながら、その他の催しには、成熟した領域でのもっと日常的で、実際の次元を示すものもあった。コンピュータ・グラフィックス70という国際シンポジウムには、コンピュータ芸術に関する部会があったが、その会議録(パースロウとグリーン1970)を一瞥しただけでも、この部会が、その催しの性格でもあったより実用的で商業的な考えによって、ほぼ完全に覆われていたことが、明らかになる。ここでは、明かに、我々は、既に異なった世界、つまり、背後にある、コンピュータ・グラフィックスが、「実用的な産業的道具」か、「研究の道具」か、このいずれかとして見られていた、応用研究と開発の空間、に入っているのである。

原一写実主義者たち

今日に至るまで、この分野の仕事に従事している多くの人々を熱中させた問題が出現してきたところを特定するとすれば、それは、初期のコンピュータ画像制作に見られた機能的/技術的空間である。それが始まったのは、コンピュータによる写実的な表現ができる画像制作への関心からであるが、その可能性が実現されるにつれて、結果的には、事物を完璧に写し取る写真一写実

主義的な画像を定着させることへと変化していったのである。こうした問題への熱中は、概して、本研究の中核にある諸形式の発展に重要な関わりをもっているが、形象的な表現は、コンピュータ画像制作に従事するようになった最初の芸術家を悩ませた問題ではなく、むしろ、彼らが手にしたコンピュータ・プログラミングによって可能となった形式的な実験が次々と明らかにしてくる可能性なのであった。他方、写実的な関心としてあつたものは、最初から、コンピュータ科学者がコンピュータ画像の多様な使い道として考えていたことの中にほとんど現れてきていた。⁽⁵⁾

(Whitman and Kluver 1967)とは S. Whitman and B. Kluver “Theatre and Engineering: An Experiment” (*Artforum* 5, 1967, pp.26-33)、(Reichardt 1968, 1971)とは J. Reichardt “Introduction” (*Cybernetic Serendipity: Studio International. Special Issue, 5, 1968*), J. Reichardt, editor. *Cybernetics, Art and Ideas*. Studio Vista, 1971)、(McLuhan 1968)とは M. McLuhan. *Understanding Media: The Extensions of Man*. Routledge, 1968)、(Parslow and Green 1970)とは R. D. Parslow “Introduction” (*Advanced Computer Graphics—Economics, Techniques, and Applications*, Proceedings of the International Computer Graphics Symposium, Brunel University, 1970) のことである。

文中に（あるいは人口頭脳）とあるが、これは（あるいは人工頭脳）の誤りであろう。なお、文中で紹介されている展示については以下の通りとなる。

沖啓介「サイバネティック・セレンディピティ Cybernetic Serendipity」では以下のように紹介されている。

「サイバネティック・セレンディピティ」展は、1968年にロンドンのICA (Institute of Contemporary Arts) で学芸員ヤンヤ・ライハートによって企画、開催された展覧会で、その後のコンピュータ・テクノロジーを用いたアートの先駆となった。

数学者ノーバート・ウィーナーが「サイバネティクス」理論として動制御とフィードバックを工学、生理学、さらに文化的な意味を説いたことに影

響を受け、展覧会のタイトルにそれが反映されている。また「セレンディピティ」の意味は、「思わぬものを偶然に発見すること」である。

ラインハートは同展について、「成果よりも可能性を扱ったものであり、その意味では時期尚早の楽観的なものである。なぜなら、コンピュータはこれまでのところ、科学に革命をもたらしたのと同じようには、音楽にも芸術にも詩にも革命をもたらしていない」と、技術とそれが切り拓く先駆性と芸術における技術受容の未成熟さを併せ持つと評している。

展覧会は以下の内容で構成された。

1. コンピュータで作成されたグラフィックス、アニメーション、コンピュータで作曲され、また演奏された音楽、コンピュータでつくられた詩やテキスト
2. 芸術作品としてのサイバネティック装置、サイバネティック環境、遠隔操作ロボット、絵画制作装置
3. コンピュータの利用とサイバネティックスの歴史の取り組みを表現した機械

同展には、シンセサイザーのパイオニアで EMS (Electronic Music Studios) 社の創立者のひとりであるピーター・ジノヴィエフ、フルクサスに参加し、自動崩壊アートで知られるグスタフ・メッツガー、理論家でライターのゴードン・パスク、アーティストでパフォーマーのブルース・レイシー、ビデオ・アーティストのナムジュン・パイク、キネティック・アートの作家ジャン・ティンゲリー、蔡文穎 (ツァイ・ウェンイン)、ロボティクス作品を制作したエドワード・イナトウィッツ、コンピュータ・アニメーションの先駆者のジョン・ホイットニー、同展でコンピュータ生成の詩を発表したアーティストのアリソン・ノウルズと音楽家のジェームズ・テニーら、ワイヤーフレーム・グラフィックスを展示したボーイング社、そして通信研究のベル研究所など、多彩な顔ぶれが多様な表現で参加した。

展覧会は、ロンドンの展示の後、アメリカ・ワシントン D.C. のコーコラン美術館別館、サンフランシスコのエクスペロタリウムで開催された。⁽⁶⁾

インターネットとデジタル化はメディア・テクノロジーの発達とも理解でき

る。D.バッキンガム／鈴木みどり監訳『メディア・リテラシー教育 学びと現代社会』（2006）では3点について指摘している。

メディア・テクノロジーにおける最近の発達は、第1に、爆発的普及の問題として理解することができる。テレビの出現以来、家庭にあるテレビは、増加する一方であるメディアの供給ポイントになってきている。⁽⁷⁾

第2に、情報技術とコミュニケーション技術との融合が起っている。これからの10年間に、デジタルテレビ、インターネット・セットトップ・ボックス、オンライン・ショッピング、ビデオ・オン・デマンドやその他の技術的発達は、テレビのような一方の放送メディアと、インターネットのような「なる一キャスト」で、双方向のメディアとの区別を、ますます曖昧にするだろう。⁽⁸⁾

このような発達には、第3に、アクセスという点で意味がある。メディア制作のこれまでは高価だった側面が、そして、ニューメディアという様式や選択肢が全般的に、家庭の消費者にとって手の届くものになった。ビデオカメラやデジタルカメラ、マルチメディア・コンピュータの価格は、性能が良くなるにつれて、着実に下がっている。そしてインターネットが、少なくとも原則としては、ひと握りのエリートによって排他的に支配されることのないコミュニケーションの手段を代表している。⁽⁹⁾

山田健太「デジタル時代のコミュニケーション形態」（2009）では「アナログからデジタルへ」、「光と影」として次のように述べている。

◎アナログからデジタルへ

コミュニケーションの基本は、1人の人間が相手の人間にメッセージを託してメディアを通じて行う行為である。近年、そのメディアの中で起きているアナログからデジタルへの転換が話題になっている。たとえば、フィルム式のカメラで撮って印画紙に焼き付ける写真が「アナログ」であるのに対し、メモリーカードを使ってデータを記憶させる「デジタル」カメラでは、写真は電子信号の情報として存在することになる。

こうした情報のデジタル化(電子化)は、メディアの世界に劇的な変化をもたらした。それは、単に情報がアナログからデジタルに変わったということとどまらず、コミュニケーションの道具としてのメディアとともに、伝える中身としてのジャーナリズムをも大きく変えつつある。さらにこうした変化は、ちょうど20世紀から21世紀への変わり目に符丁をあわせ、メディア企業にも大きな影響を与え、その産業地図を書き換えつつある。

われわれの生活はいまや、ありとあらゆる場面にいわゆるデジタル技術が利用され、言葉を換えていうならばコンピュータなしには仕事も生活も成立しえない時代である。その象徴的な存在が携帯電話であって、しかも昔ながらの音声による会話は、使用用途のほんの一部にしか過ぎない。すなわちケータイという名の情報端末は、電子メールの送受信のためのパソコンであり、写真や映像を撮るための小型カメラやビデオであり、さらには音楽を聴いたり放送番組を視たりするためのテレビやラジオですらある。

そこではとりわけ、放送局と通信企業が新しい形のサービスを提供している。たとえば06年4月からは、携帯電話やカーナビなど移動体通信向けに無料のデジタル地上波放送「ワンセグ」が始まった。当初は3大都市圏で始まった放送サービスも、同年末にはほぼすべての都道府県の放送局で開始されている。もはやテレビを見るために家に帰る必要はなく、外出先でニュースやスポーツ番組が見られる時代が現実になったのである。

また、なおマス・メディアの代表格として存在し、一見、デジタルとは縁遠い世界に見える新聞においてすら、その編集・制作過程は以前とは一見変化したものになっている。90年代当初、既存の新聞・出版社や放送局といったメディア企業に、コンピュータ化の波が押し寄せ「ネオダマ」がもたらされた。これは、ネットワーク化・オートメーション化・ダウンサイジング化・マルチベンダー化の頭文字をとったものである。たとえば新聞社の場合であれば、それまでの鉛と活字の世界からコンピュータを活用した新聞制作に、取材・編集作業が紙と鉛筆からパソコンにと、その仕事の形態はまったく違ったものになっていった。それは今日の、オンラインニュース配信のマルチベンダー化の頭文字をとったものである。たとえば新聞社の場合であれば、それまでの鉛と活字の世界からコンピュータを活用した新聞制作に、

取材・編集作業が紙と鉛筆からパソコンにと、その仕事の形態はまったく違ったものになっていった。それは今日の、オンラインニュース配信の基礎を作るものであった。⁽¹⁰⁾

インターネット時代は格段に便利になった反面、個人が発信力を持ったが故に新しい負の問題も見流せない事態となっている。

◎光と影

一方で、表現内容やコミュニケーション手段・形態も、まったく新しいかたちを生み出すことになる。パーソナル・コミュニケーション（1対1）の代表例であった電話や郵便が電子メールに変わること、単にツールの変化をもたらしただけではなく、一個人から多くの人に対し情報発信が可能になるという、新たなコミュニケーション形式（1対多）を誕生させることになったのである。

それはまた、従来であれば新聞社や放送局という特別な地位にあるマスメディアにのみ与えられていた、不特定多数向けの情報伝達という手段を、個人が手に入れた瞬間でもある。そしてさらにインターネット上のコミュニケーションは、電子掲示板や会議室、ウェブサイト（ホームページ）やブログと、とどまるところを知らず拡大化し、不特定多数同士のしかも双方向の会話がそこに成立することになる。

しかし、どのような技術革新が行われても、その中には光と影の部分がある。ハード面では例えば、「光」の部分としてはワンセグ放送によって、車中でも公園でも“どこでもテレビ視聴”が可能となる。しかし視聴可能エリアは当初、県庁所在地を中心とする限定された地域であって、それ以外では情報授受できないデジタルデバイド（デジタル格差）が生まれ、これは「影」の部分になってしまう。

さらに、本来であれば新しい技術によって新しいメディアが生まれ、その結果、より多様な表現活動が世の中に流通することが期待されるものの、現実には市場原理や企業の論理によって、「多様性の喪失」が問題になる場面も少なくない。例えば、電子辞書搭載の辞書の種類が紙の辞書に比べて極端

に少ないことが挙げられる。

ソフト面の一例としては、パソコンの普及で日本人は漢字が書けなくなったと言われる。電子メールで絵文字を使った新しい表現方法を生み出す一方、手書きで漢字を書く段になると、例えば「入浴剤」が「入浴済」になってしまうこともしばしばだ。ケータイの契約数が07年には1億件を超え1人1台（人口普及率82.4%）が実現しつつあるなか、不要なDMメールや、不愉快な迷惑メール、さらには不安に陥れるような“不幸のメール”などに悩まされることもある。

これは表面上のコミュニケーションの回数（メールの受発信数）は増えても、インターネット上では匿名会話が主流であって、直接会って話す機会が減り、その結果、必要以上に相手を攻撃したり、お互い理解し合う気持ちや感情の希薄化が進むなど、ネット世代にはコミュニケーション下手が進行しているとの指摘もある。関連して、メール等を通じて誘い出された自殺志願者による自殺者数も増えている。ただし「影」の部分があるにしても、技術革新にとっては新たなコミュニケーションの開発ができ、「光」の部分は見逃せない。また、こうした新しいハードやソフトの誕生が、新しい文化を創っていくことになる面は重要である。⁽¹¹⁾

橋本良明「ネットワーク社会」（2015）によればインターネットの簡単な歴史は以下の通りである。

インターネットの前身ARPA ネットは、アメリカ国防総省内に設置された高等研究プロジェクト局（ARPA=Advanced Research Projects Agency）が1960年代に主導的に開発した技術である。ARPAはもともと宇宙開発を進めるために置かれた組織であるが、宇宙開発ではNASAC（大統領に宇宙政策について提言する構図）やNASAに主導的地位を奪われたため、1962年、ハーバード大学音響心理学出身のリックライザーが着任し、「対話型コンピューティング」「銀河コンピュータネットワーク構想」を提唱した。文系ならではの発想である。さらに後続のIPTOの部長たちの支援もあって時分割処理システムをつないだネットワーク、いわゆるARPA ネットが構築され、そ

の後のインターネットにつながった。⁽¹²⁾

.....

インターネットは当初研究者間の通信が中心であったが、商用ネットが1988年にアメリカ(UUNET, CERFnet)で、1993年3月に日本(AT&T Jems, IIJ)で開始された。また、90年以降、ネット上の情報にアクセスするシステムとしてWWW(World Wide Web)、それを図示的に閲覧するためのブラウザ(Mosaic, Netscape, Internet Exploreなど)がCERN(ヨーロッパ合同原子核研究機構)を中心として開発されインターネットが爆発的に普及するきっかけとなった。⁽¹³⁾

NHK『平成ネット史(仮)』取材班『平成ネット史 永遠のベータ版』(幻冬舎、2021年4月)によれば、実質的な日本のインターネット元年は1995年だと言う。それに2つのことが挙げられる。第1に阪神・淡路大震災、第2にウィンドウズ95の発売である。

...平成7年(1995年)に、「インターネット」が日本で初めて注目を浴びる出来事が起こりました。1月17日に起こった、阪神・淡路大震災です。

電話をはじめ、通信手段が失われた被災地で、国内、そして世界へ向け情報を発信したのが、「インターネット」でした。被害地域の地図や避難所一覧など、さまざまな情報を他の地域で得ることができ、ネットの力が広く知られるようになったのです。⁽¹⁴⁾

NHKの11月13日放送の『クローズアップ現代 “7000万人市場をんならえ〜ここまで来たインターネット〜”』では「この頃のインターネット利用者は『人口の1%以下』とごくわずか」⁽¹⁵⁾であった。

すでに商用ネットワークは開放されていたが、11月23日に一変する出来事があった。

平成7年(1995年)11月23日、インターネットが一般のユーザーにも使われるようになる、大きなターニングポイントが訪れます。

「ウィンドウズ 95」の発売です。

深夜0時。カウントダウンを経て発売が始まると、ウィンドウズ 95 をいち早く手にしよと集まった人たちで、全国のパソコンショップはどこでも、押すな押すなのお祭り騒ぎになりました。

キャッチコピーは「使いやすさと性能を向上させたコンシューマ向け OS」。

スタートボタンを押すだけで直感的に使え、なんといてもいちばんの魅力が充実したネットワーク接続機能でした。このおかげで、誰でも簡単にインターネットを楽しめるようになったのです。

いまに比べて当時のパソコンはとても高価でしたが、日本中でインターネットの世界へ飛び込む人が続出しました。このブームを受け、企業や自治体も続々とホームページを開設するようになりました。

平成7年(1995年)は、インターネットへの“窓”が開いた、まさに「ネット元年」といえる一年でした。⁽¹⁶⁾

1996年には検索サービス、Yahoo Japan!が開設され、インターネットの検索が格段に向上した。チャットやEメールなど、インターネット上のコミュニケーションが特別な知識がなくても簡単に利用できるようになった。

テキストによる不特定多数の方が匿名の書き込みサイト、「2チャンネル」の存在も無視できないだろう。

日本のインターネット史に多大な影響を与えたのが、平成11年(1999年)に開設された巨大匿名掲示板「2チャンネル」です。⁽¹⁷⁾

「2ちゃんねる」への書き込みをもとに生まれたラブストーリーが『電車男』であることも背景として紹介しておきたい。さらに、日本人には定期的な書き込み、日記のようなものは性格上合っているのかもしれない。

ブログは日本人の特性にも合っていたのでしょう。平成18年(2006年)に行われた調査では、世界のブログのうち、日本語で書かれたブログの割合がトップになっています。日本とアメリカだけで4分の3を占めています。

した。⁽¹⁸⁾

テキストによるコミュニケーションは、やげて写真、動画なども送れるようになり、2005年2月には動画投稿サイト YouTube が誕生した。YouTube が日本語対応になったのは2007年6月のことだ。

NHK『平成ネット史(仮)』取材班『平成ネット史 永遠のベータ版』(2021)の巻末にある「あなだけの！平成ネット史年表 年表サーフィンの楽しみ方」はよい参考となる。

(3) メディアとインターネット

インターネットが登場する以前はコンピュータやワープロがメディアとして大きく注目されていた。後藤和彦他編『メディア教育を拓く』(1986)では「コミュニケーションとメディア」として次のように述べている。

近ごろ、テレビが日常生活の中に完全に溶け込むなど、マスメディアの普及が著しいばかりか、まだ登場してからわずか数年であるのに、マイクロコンピュータが目覚ましい発展を遂げて、家庭の中にまで進入している。子どもたちの遊び道具に、マイクロコンピュータの占める位置も見過ごせないほどであるし、さまざまな文章の作成がワードプロセッサによってなされるのも半ば当然のことと受け取られるようになってきた。

このように、社会生活にたるところで新しい情報機器が活躍するようになると、それらによって引き起こされる個人生活や社会生活全体での、諸変化に対する驚きや戸惑いは、決して小さいものではない。しかし同時に、そうした新しい情報機器や、新しい情報伝達の仕組みそのものについての関心も高まってきたことは確かである。1980年代に入って、上記のマイクロコンピュータやワードプロセッサを含めた「ニューメディア」が話題とされ、しかも、それらが現実のものになったという事情も、この気運をいっそう高めたといってもよい。⁽¹⁹⁾

渡辺武達「メディアとコミュニケーション」(1999)では次のように述べている。

メディア (media=medium の複数形) は日本語で「媒体」といい、字義どおり、あるところからあるところへ情報を伝える導管のこと。具体的には、文字や音や映像、それらをはこぶ書物、ラジオ、テレビや映画のことである。メディアにはそのなかを情報が通過する過程でノイズが入ったり、自らの能力や質という物理的な制約によって情報の流れに制約を与えることがあるが、それじたいは情報ではなく、あくまで情報を「媒介するもの」である。つまりメディアは発信者と受信者を情報によって結びつけるもので、メディアをとおして複数間も情報が行き来することがコミュニケーションであるが、こととき、個人が個体的でもコミュニケーションを行っていること (自己対話、イントラ・コミュニケーション) への着目も大事である。メディアが多くの人びとに社会的なシステムとして情報を運ぶ能力をもち、それを実行している場合 (→多数) がマスメディアで、そうした行為と過程がマス・コミュニケーションといわれる。⁽²⁰⁾

(4) インターネットの特性

インターネットの特性についてはいつでも、どこでもというユビキタスな一面や匿名性などがよく言われるが、メディアとして見た場合には、橋本良明「ネットワーク社会」(2015)では4つの特性を取り上げている。

メディアのインターネットを考えた場合、それ以前のメディアと比較してインターネットにはいくつか大きな特徴がある。

まず、インターネットは、文字、音声、静止画、動画という、人がコミュニケーションに駆使している聴覚、視覚的情報をほぼすべてやりとりできる。また、インターネットの情報は一方向でなく、双方向性をもち、一対一でも一対多でも多対多でも自由な情報交換が可能である。そのことにより、これまで人が発展させてきた映画、電話、ラジオ、テレビといったメディアが提

供してきたものと同等の情報が、ほとんどすべて受送信でき、その機能を代替できる。テレビはやりとりできる情報種でいえば、新聞、雑誌、ラジオの機能を形式的には代替できるが、電話を代替することができなかった。⁽²¹⁾

COVID-19 での影響で、遠隔での会議や授業などがかなり一般化したこともあるが音声だけではなく、映像をともなった会議システムなどもアプリなどに可能になっている。複数での対話が可能となっている。LINE などは電話機能もあるため、今ではインターネットによる代替機能はほぼメディアを網羅したことになる。

第2に、たとえばテレビはそれが普及する過程において、雑誌や新聞といった既存メディアの発展に大きなダメージは与えなかった。ラジオこそ、テレビの登場により聴衆時間が減少したが、新聞は1999年まで発行部数が増加をと続け、雑誌も実売総額のピークは1996年であった。テレビが文字情報を発信できるとはいえ、現実にはテレビ画面で新聞や雑誌記事を閲覧する状況はあり得なかったから、活字メディアとは共存共栄の関係にあった。ところがインターネットは、ネットを通じて新聞や雑誌とほぼ同等の情報を、同様の静止文字画面として受容することが可能で、機能的にはそのまま代替することができるため、活字メディアは甚大な影響を受け、実際に新聞も雑誌もその発行部数、売上額が顕著に減少した。テレビもインターネットの影響を受け、若年層において視聴時間が減少している。⁽²²⁾

テレビがインターネットの情報をもとに番組を構成する場合もあり、テレビがインターネットの影響を受けていることもあるが、現在ではテレビ番組をインターネットで配信するなどの状況がある。

インターネットの特性の3番目は国家等、「制度」からの制約を受けにくいという点である。ラジオ、テレビなどは電波という公共的資源を利用するため、放送にあたって日本では国家（総務省）による許可を必要とする。アメリカではラジオ、テレビ民間の運営によるが、連邦通信委員会（FCC）

の規制監督下にある。しかし、インターネットは原則的にそのような制約を受けず、個人や団体が自由に情報発信できる。⁽²³⁾

.....

特性4番目は、新聞、ラジオ、テレビといったメディアの場合、そのコンテンツの制作や配給システムに膨大な資本力を必要とするのに対し、インターネットはそうした大きな資本力を必要としないという点である。⁽²⁴⁾

資本力を必要とせず、個人でも自由に情報発信できることから、いわゆるユーチューバーの出現など、全く新しい媒体発信者が登場している。

また、情報の流通という観点から苑復傑「情報化社会と教育」(2020)では次の3点を指摘している。

第1は、Web サイトに関する情報検索を行うポータルサイトの拡大である。ヤフー (Yahoo) やグーグル (Google) などのポータルサイトはすでに1990年代後半から活動を始めていたが、これが2000年代に入って、さらに様々な情報検索、共有サービス提供を始めた。

第2は、新しい形での知識蓄積のプラットフォームが出現したことである。例えば、電子百科事典としてのウィキペディア (Wikipedia) が2001年に設置された。これは従来の百科事典としての情報の検索、解説の機能を持つものであるが、他方でその購入は無料であり、執筆もボランティアが行う。また2005年に創設されたユーチューブ (YouTube) は映像の投稿を集積し、それを無料で公開するサービスとして急速に拡大した。いずれにしても膨大な情報が、無料で公開され、しかもそれが、一般から提供される、いわば情報のネットワークを形成したといえる。

第3は、個人からの情報発信と、社会ネットワークの発展である。Webを利用して個人が情報を発信するブログ (Blog) は2000年代初めから活発になった。その機能をさらに高度化したツイッター (Twitter) は2006年から始まり、急速に参加者を増やした。同時に個人間の情報の共有、ネットワークの形成を大なうソーシャル・ネットワーキング・サービス (Social Networking Service = SNS) と呼ばれるプラットフォームも急速に拡大した。2003年に専門家のネットワークであるリンクトイン (LinkedIn)、2006

年にはフェイスブック（Facebook）、さらに 2011 年にウィーチャット（WeChat）やライン（LINE）が開発され、加入者が爆発的に拡大して今日に至っている。⁽²⁵⁾

苑復傑は第3の「個人からの情報発信と、社会ネットワークの発展」までとしているが、ChatGPT（Chat Generative Pre-trained Transformer）が OpenAI による 2022 年 11 月に公開した人工知能チャットボットの登場により様相が一変したと言ってもよいだろう。この人工知能による生成文がどのような形で生活等に入り込むのか、社会全体にどのような影響を及ぼすのかは今後の課題となるだろう。文部科学省は 2023 年 7 月 4 日に生成 AI の学校での取り扱いについてガイドラインを公表した。

中橋雄『メディア・リテラシー論—ソーシャルメディア教育』（2021）ではメディアの特定について次のように述べている。

インターネットは、既にあるメディアと連動したり、融合したりして、新しいサービスやコミュニケーションの場を提供している。コンピュータが文字だけでなく画像を捉えるようになったことで、新聞や雑誌の形式と同等のコンテンツをインターネット上で提供できるようになった。また、ネットワークのブロードバンド化によって、音声や映像の配信、生中継も可能となり、ラジオやテレビの形式と同等のコンテンツが提供できるようになった。

さらに、インターネットのもつ双方向性を活かして、これまでになかったような仕組み使い方も生み出され続けている。例えば、SNS、テレビ会議システム、ミニブログなどのシステムを活かして、多様なコミュニケーションが生み出されている。そのような、市民が情報発信できる、あるいは、新しいメディアのあり方に関して関与できる可能性が開かれてきたということは、旧来言われてきたような「権力を握っている特別な存在であるマスメディア」と「それに頼らざるを得ない市民」という構図が崩れつつあることを意味する。⁽²⁶⁾

インターネットの利用についてメディア・リテラシーとして専用の教育が必要

である。

インターネットと人間関係に注目した辻大介「ソーシャルメディアとコミュニケーション」(2015)と天野美穂子「インターネットと対人関係—若者女性のソーシャルメディア利用に関する調査から」(2016)には興味深い指摘がある。

辻はインターネットの負の部分に注目して次のように述べている。

ソーシャルメディアは、私たちに新たな関係性やコミュニティのありようをもたらすものとして期待される一方で、それとは逆に、近年しばしば話題になる「SNS 疲れ」のような、人間関係の負担感を強め、孤独感を増すと云った問題も生じている。これは日本に限ったことではない。例えば、オーストラリアで2011年におこなわれた調査では、ソーシャルメディアの利用（なかでもとくに Facebook）と孤独を感じる頻度が関連していることが報告されている。はたしてソーシャルメディアは、逆説的にも私たちのつながりを弱体化し、孤独を強めるものなのだろうか？⁽²⁷⁾

.....
...ソーシャルメディアで形成・維持される人間関係の同質性が問題にされることもある。「類は友を呼ぶ」ということわざがあるように、私たちは概して、似た意見や好みをもつ相手を友だちにする傾向をもつ。ネット上ではそのような相手を実世界以上に見つけやすい。それによって私たちは、異なる意見や考えの持ち主を排除した同質的な人間関係のネットワークに閉じこもることになってしまうのではないか、というのである。

さらには、そのことが民主主義的な世論形成を阻害する可能性も懸念されている。自分と同じ意見（の持ち主）に取り囲まれることは、異なる意見にふれる機会を減らし、一方的に自分の意見を強め、極端化するように作用するだろう。強められた意見は表明しやすくなって勢いを増し、それに異を唱える意見は表明しにくくなって黙り込む。このような「沈黙の螺旋」と呼ばれる過程によって、ネットワーク内の意見の同質性はますます増幅され、議論や熟慮を経ずに、意見の一極集中—集団極性化（group polarization）—が起きるのではないかと。⁽²⁸⁾

天野は海外の調査結果を引用しながら次のように述べている。

いまや多くの人々にとって生活に欠かせない存在となっているインターネット。このインターネットが利用者に与える影響について、カーネギーメロン大学のロバート・クラウトらは1995年から1997年にかけてピッツバーグの93世帯256人（最終的には73世帯169人）を対象に大規模なパネル調査を実施した。冒頭の2つの引用文は、クラウトらが研究成果としてまとめた論文「インターネット・パラドックス」からの抜粋である。「パラドックス」は日本語で「矛盾、逆説」を意味するが、これは、インターネットの本来の目的が豊富な情報提供やコミュニケーションの活性化などによって利用者の対人関係や精神生活を豊かにすることだと考えられていたにもかかわらず、「インターネットの利用時間が長いほど家族や社会との関わりが減り、孤独感や抑うつが増す」という、本来の目的とは逆の結果が示されたためである。（一部省略）この結果について、クラウトらは、インターネットの利用によって家族とのコミュニケーションや社会参加に使用される時間が奪われたと解釈した。また、ネット上のコミュニケーションの相手は、物理的に質の低い「弱い紐帯（むすびつき）」の関係であり、こうした関係が増えることによって、家族や身近な友人との良質な「強い紐帯（むすびつき）」の関係が減少し、結果的に孤独感や抑うつ感が増加したのだと主張している（一部省略）。⁽²⁹⁾

ネット上の関係性の質の低さと承認欲求をネットに求める関係性も注目に値しよう。

（5）ネット文化の変遷

ネット文化の変遷については柴内康文「コンテンツ・アーキテクチャ・ソーシャル」（佐藤卓己・渡辺靖・柴内康文編『ソフト・パワーのメディア文化政策—国際発信力を求めて』（新曜社、2012年11月）よれば、3期に分けられると言う。

第1期：コンテンツ増大期（～2001年）

日本またはアメリカにおいて『インターネット元年』のような起点として扱われるのが、1995年を中心とした1994—1996年の時期である。国内においてはパソコン通信の利用者の増大と並んでダイヤルアップによる商用インターネット接続サービスの提供の開始と普及が起こり、さらにWindows95や普及型デジタルカメラの発売開始、Mosaic（1993年）やNetscape Navigator（1994年）といった画像表示可能なウェブブラウザの登場などにより、インターネットを通じて各種デジタルデータの利用可能性が格段に向上した。⁽³⁰⁾

第2期：グーグル体制期（2002年～2006年）

ネットバブルは崩壊したとはいえ、インターネットの普及は着実に進み、オンライン上の情報も格段に急増した。このような段階において重要な意味を持つようになったのが、検索サービス、特にGoogleと言えよう。それまでウェブ閲覧は「ネットサーフィン」という言葉が示すように偶然的な側面もあり、ポータルサイトの代表もYahoo!のように、「ディレクトリ型」と呼ばれる各サイトを分類提示する形式が多かった。これに対してGoogleは、リンクの自動巡回による網羅性の高いウェブ情報のインデックス化と、被リンク情報に基づくウェブページの重要度スコア（PageRank）を用いたキーワード検索結果の出力により、広範なウェブ情報をいわば人気投票による順位づけとともに提示することに成功して、多くの支持を集めることになった。⁽³¹⁾

.....

この時期、情報発信ツールとしてのブログが2004年頃からブームとなり、またブロードバンドの普及も背景としてYouTube（2005年）をはじめとする各種の動画サービスが立ち上がるなど、静的なテキストおおびその検索による抽出というこれまでのウェブ利用とは異なる流れも現われ重要性を増した。⁽³²⁾

第3期：ソーシャルメディア期（2007年～）

インターネット上の情報流通においてGoogle、また米国発のサービスが

圧倒的に優位である状況は現在に至るまで変化がないが、多様な情報を一元的に管理・分析し自らを仲介して (AdSense 広告を付加し) アクセスさせようとするというその方針は、さまざまな文化的領域、また各国で軋轢を生むケースが観察されるようになってきた。例えば印刷書籍をスキャンし、全文検索可能にする Google ブックス (2004 年) は、2005 年以降各出版社・作家協会に提訴され、2008 年に公表された和解案がさらに議論を呼んでいる。このような流れには、各国でプライバシーに関する問題を引き起こした Google ストリートビュー (2007 年) も当てはまるだろう。

(33)

現代はこの第 3 期にあたるわけだが、インターネット環境が整えば整うほど、ポップカルチャーへの影響が増大することになる。

橋本良明「ネットワーク社会」(2015) では「インターネットと文化」で次のように述べている。

…ネットビジネスの隆盛を背景として、ここ数年、ケータイを含めたネット上で、これまでになかった新しい「文化」が芽生えている。

たとえば文芸の世界では、2007 年の単行本フィクション部門 10 位中 5 つがケータイ小説であった。ケータイ小説の多くが素人によるもので、生成過程では読者 (大半が女子中高生) からのメールに応じて筋書きが変更されたものも多い。ネットと「文芸」でいえば、2004 年には巨大掲示板「2ちゃんねる」のログから「電車男」が書籍化され、販売部数は 100 万部を超えた。この話が実話か虚構かは別にして、ネットを利用する複数の一般市民が一つの「作品」を構築し、それが多くの人に受け入れられたのは事実だ。⁽³⁴⁾

若者がテレビからインターネットへ利用度が増えていても、それがすべてに反映されるわけではない。若者が利用する、閲覧するのはむしろ限られたサイトということになる。橋本は次のようにべている。

若年層は、既にテレビ等、マスメディア情報への接触が少なくなっているだ

けでなく、ネット上でも非常に個人的な情報へのやりとりが大変を占めている。コミュニケーション系の情報のやりとりの中心は、身の回りの世界のささいな出来事や個人的な心情である。それによって、彼らの関心はますます狭小化、内向化する。

ニュースもネットで入手となれば、アクセスするのはスポーツやエンタメなどのお気に入りのジャンルだけでなく政治・経済や外交など、公共的争点には目が行かない。そもそもネットニュースもモバイルで見る事が多く、小さな画面では入念に記事を精読することも難しい。コミュニケーション系の情報のやりとりで政治問題が登場することはほとんどない。実際、我々の2013年調査で「世間のできごとより、自分の身の回りのできごとに興味がある」という質問に対し、10代の72.7%、20代の69.5%が「はい」と答え、他の年層より回答比率が高い。⁽³⁵⁾

もともと政治に関する話題は普通の会話でも主となる事はほとんどない。これは日常生活等の中で会話を円滑を進めるために一種のモラルとして「宗教的な内容」「政治的な内容」「収入的な内容」は触れない傾向にある。関西人が「収入的な内容」や「金銭的な内容」について聞く傾向にあるようだが、若者も一般的にそうなのかはデータを持ち合わせていないため、わからない。

(6) 子ども時代とメディア

D. バックingham/鈴木みどり監訳『メディア・リテラシー教育 学びと現代社会』(2006)では若者以前、すなわち子ども時代とメディアの関係に注目している。すでに親の世代の子ども時代と現在の子どもとはその時代背景、文化背景は大きく異なる。テレビからすでにインターネットの時代を迎えている。「メディアは今や子どもを解放する力となっており、親の世代よりも開かれていて、民主的で、社会意識の高い、新しい「電子世代」を作り出している」⁽³⁶⁾時代である。バックinghamは次のように述べている。

メディアが子ども時代を破壊しているという考え方は、もっとも一般的に

は、アメリカの批評家ニール・ポストマン Neil Postman の著書『子どもはもういない *The Disappearance of Childhood*』(Postman, 1983) と結び付けられている。本質的に、ポストマンが論じるのは、近代の子ども時代についての概念が活字メディアによって創り出されたということである。そして、新しいメディア、特にテレビが、子ども時代を破壊しているという。彼によれば、このことは第1に子どもの情報へのアクセスと関わっている。活字リテラシーを獲得するには、長い学習期間を必要としたが、テレビを読み、解釈するのに学ぶ必要はない。テレビは「完全なる暴露メディア」であるとポストマンは論じており、子どもはテレビを通して、以前は活字という専門コードの中に隠されていた大人の生活の「秘密」—セックス、ドラッグ、暴力—について学んでいる、と述べている、と述べている。結果として、子どもはますます大人のように振る舞うようになり、そして大人の特権へのアクセスを要求するようになっていく。⁽³⁷⁾

タブレット、スマホ、インターネットを子どもの時にどの程度触れさせるかは、議論のあるところだ。ゲームの存在も大きな問題になっている。

2 デジタルネイティブとスマホネイティブ⁽³⁸⁾

最近、SNS の利用上のマナーが問題視される報道等が目立つようになった。アルバイト従業員が芸能人が来店したおり、Twitter へ書き込み顧客のプライバシーを公開してまったり、不適切な写真の投稿から民事や刑事事件にまで発展していることは周知の通りである。こうした状況はおもに「デジタルネイティブ」と呼ばれる世代を中心に起きているようである。匿名性から誤った正義感から、情報を確認せず、単なる善意からリツイートしたものが、誤った情報を拡散させる原因にもなっている。若者だけの問題でもない。こうした投稿も PC ではなく、インターネット接続・カメラ機能付与が常識となったスマホの普及により今や必携アイテムにもなっているのだ。

(1) デジタル時代・デジタル社会とは何か

現代を表す言葉として「情報社会」「情報文化社会」「インターネット」「IT」「ICT」という言葉はもはや欠かせないものになった。さらに、「デジタル」という言葉は今や何の抵抗もなく使用されている。「デジタル」という言葉が一般的に普及した背景にはデジタルカメラの普及があったと推測される。デジタルカメラの誕生は1975年にイーストマン・コダックによって発明された。しかし、フィルム・カメラに拘ったコダック社も2012年には経営破綻した。1994年発表・1995年3月に発売されたカシオのデジタルカメラ「QV-10」(25万画素)は、デジタルカメラの存在を広く一般に認知させたと言われている。その理由は利便性は外部記録装置なしで96枚撮影ができ、価格も65000円と低価格へ移行していったことだ。1995年はWINDOWS95の発売もあり、デジタルカメラはPC、後のインターネットの普及もあり、データとして汎用性が拡大していった。2005年にはフィルム・カメラとデジタル・カメラの売り上げが逆転した。ちなみに「デジカメ」は特許庁に登録されている、三洋電機の登録商標であった。

(2) 「デジタルネイティブ」とは何か

「デジタルネイティブ」という言葉はマーク・プレンスキー(Marc Prensky, 1946-) が *On the Horizon* (2001) に掲載した “Digital Natives, Digital Immigrants”⁽³⁹⁾ で脚光を浴びたとされている。

What should we call these "new" students of today? Some refer to them as the N- [for digital] - gen. But the most useful designation I have found for them is Digital Natives. Our students today are all "native speakers" of the digital language of computers, video games and the Internet.

今日のこうした「新しい」学生たちを何と呼ぶべきか。彼らをN世代と呼ぶ人達もいる。しかし、彼らにために私が見つけた最も有用な呼び名は「デジタルネイティブ」だ。今日の学生達すべてがコンピュータ、テレビゲーム、インターネットのデジタル言語のネイティブスピーカーなのだ。(試訳)

そして続けて次のような記述があることにも注目しておきたい。

So what does that make the rest of us ? Those of us who were not born into the digital world but have, at some later point in our lives, become fascinated by and adopted many of most aspects of the new technology are, and always will be compared to them, Digital immigrants.

それでその他の我々を何と呼べばよいかどうか。デジタル世界に生まれて来なかったが、人生においてある後半の時点で新しい技術の大部分に魅せられ、それらの多くを採用するようになり、いつも彼らと比較されるようになるだろう人々はデジタルイミгранトである。(試訳)

(3) デジタル世代

デジタルネイティヴを論じる上で重要なこととして「デジタル時代」とそこで育った親、そしてそのこどもという構図が挙げられる。

ダン・タスコット (Don Tapscott, b.1947) はアメリカをネットの世代論を論じるために4つの世代に分けた。⁽⁴⁰⁾

ベビーブーム世代	1946年～1964年
ジェネレーションX	1965年～1976年
ネット世代 (Y)	1977年～1997年
次世代 (Z)	1998年～2008年

ベビーブーム世代はテレビ世代、ジェネレーションXはメディア指向の世代となる。つまり、PCやインターネットが普及する以前に誕生し、成長と共に科学の発達によりTV、PC、ビデオゲーム、インターネットに触れた世代であり、この世代のこどもはネット世代、次世代ということになる。

木村忠正「デジタルネイティブの進化」(2015)では次のような指摘がある。

「デジタルネイティブ」とは、幼少期からデジタル技術に本格的に接した世代のことで、およそ1980年生まれ以降を指す。80年代、パソコンやパソコン通信がビジネスを中心に普及する一方、任天堂のファミリー「コンピュータ」(ファミコン)が「スーパーマリオブラザーズ」とともに一般家庭に普及した。つまり、1980年前後生まれは、社会にデジタル技術が普及する中、幼少期からゲーム機を介してデジタル技術に接し、中高生で、ポケベルに始まる移動体通信、大学でインターネットと、社会に出るまでにデジタル(ネットワーク)に出会い、適応する機会をもった初めての世代なのである。

「レミニアル」「ジェネレーションY」「ネットジェネレーション」などもほぼ同じ世代を指す概念だが、「デジタルネイティブ」は、高等教育論として提起されたことに特徴がある。⁽⁴¹⁾

(4) デジタルネイティヴ世代とは

TVのなかった世代にとってTVの登場が、TVで育った世代はインターネットの登場がまさに新時代の到来であっただろう。メディア時代の幕開けとも言えるだろう。しかし、インターネットはさらに世界中への送受信が可能となっていることがこれまでのメディア時代とは全く異なった事態を生じさせた。

1953年のTV放映開始と共に育った世代をオタク第1世代と呼びたい。これはラジオと異なり情報は聴覚だけでなく、視覚的なものが伴うことが日常化して来たからだ。まさにメディア時代の到来と言ってもよいだろう。別の言い方をすれば第1次デジタルネイティブ世代と言ってもよいのかもしれない。しかし、TV放送が開始されたからといって全家庭にテレビがあったわけではない。「NHK受信契約数の推移」⁽⁴²⁾によれば、1953年の地上波テレビ受信契約数は1,485件である。当時はまだラジオ受信料の時代であり、同年のラジオ受信契約数は10,539,593件である。1953年から1964年までの契約数は以下の通りである。

年	ラジオ契約数	地上波テレビ契約数	備考
1953	10,539,593	1,486	TV放映開始
1954	11,709,173	16,779	

1955	12,505,370	52,882	
1956	13,253,608	165,666	
1957	13,907,137	419,364	
1958	14,590,807	908,710	東京オリンピック開催地に決定
1959	14,605,745	1,982,379	明仁皇太子ご成婚
1960	13,413,077	4,148,683	
1961	11,802,387	6,860,472	
1962	9,451,790	10,222,116	
1963	5,104,081	13,378,973	日米初衛星放送
1964	3,702,356	15,662,921	東京オリンピック

メディアの中心がラジオからテレビに代わっていく様子が契約数からも伺える。現上皇の皇太子時代のご成婚の年には100万件以上の契約があり、テレビの普及を加速化させたと言われている。ラジオでご成婚の様子を聴くよりは映像としてみたいと言う気持ちはかなり強かったのである。その後は東京オリンピックまで契約数は増加し、1962年にはラジオの契約数を抜き、メディアとしてテレビが重視されていくことになった。このような背景にしてオタク文化がメディアと密接に関連していることを考えれば、1960年前後に誕生した世代がオタク第1世代と言っても過言ではないだろう。テレビの普及は同時にTVアニメの普及につながることになる。さらに1963年11月22日にケネディ大統領の暗殺事件も日本のTV放送にとってはショッキングな出来事であった。日米共同実験放送（衛星中継）がNHKとテレビ朝日（当時は東京教育テレビ）で11月23日に行なうことになっていたが、その前日にケネディ大統領暗殺事件が起き、記念すべき衛星中継でこの報道の特番が放送されることになったからだ。

ジョン・F・ケネディは1961年、第35代アメリカ合衆国大統領に就任しました。キューバ危機やベルリンの壁、米ソ宇宙開競争など激動の時代に直面した「アメリカの希望の星」と言われる大統領でした。そのケ

ネディ大統領が暗殺されたのは、1963年11月22日午後12時30分。翌年に大統領選を控え、テキサス州ダラスでの遊説に向かう途中のパレードでの悲劇でした。ケネディ大統領とファーストレディのジャクリーン、テキサス州知事ジョン・コナリーと妻のネリー夫人の4人を乗せたオープンカーはダラスの空港からダウンタウンに向かっていました。その途中、3発の銃弾がオープンカーを襲い、2発がケネディ大統領に命中。頭部に致命的な負傷を負ったケネディはパークランド・メモリアル病院で息を引き取りました。ダラス到着後わずか1時間20分の出来事でした。ケネディ大統領暗殺のニュースは、すぐに世界に衛星生中継されることになりました。（「テレビで生中継された重大事件簿『ケネディ大統領暗殺事件』」⁽⁴³⁾）

1964年の東京オリンピックの開催はまさに日本のメディア文化にとって多大なる影響を与えたことなる。メディアの中心が映像を伴うTV放送を中心とするようになれば、そこで放映されていたTVアニメの与えた影響もまた測り知れない影響を与えたことになろう。

氷川竜介『アニメ100年ハンドブック』（2017）ではTVの影響について次のように述べている。

少年漫画週刊誌創刊と同じ1959年には、日本社会を激変させるイベントがあった。皇太子殿下（今上天皇）のご成婚である。東京を馬車でめぐるロイヤル・パレードが行われることになり、それを見ようと全国的にテレビ受像器が爆発的に普及したのである。

こうしてテレビは「お茶の間」へと一気に進出し、「一家に一台テレビ」の時代が始まった。

テレビはやがてメディアとして基幹的な役割を果たすが、その急速普及は週刊サイクルを加速し、大衆の時間感覚を抜本的から変えた。コンテンツの所要時間にしても、映画の1時間半から2時間というゆったりとしたものから、テレビの30分、1時間と小刻みなものへと変わっていく。

こうした時間意識の変容は、コンピュータにおけるマスタークロックの高

速化のようなものだ。全体が高速化すれば、当然大衆の意識も変化する。まさにパラダイム・シフトと呼ぶにふさわしい変化が1959年、同時多発的に起きた。この変化がテレビアニメという、日本のアニメーション文化の次の進化をうながすことにつながるのである。⁽⁴⁴⁾

その後、1963年にスタートするTVアニメ『鉄腕アトム』により、テレビという新しいメディアは子どもにも大きな影響を与えるに至る。

デジタルネイティブにとって重要なファクターはインターネット、スマートフォン（携帯電話）、SNS（ソーシャル・ネットワークキング・サービス）ではないかと思える。従って日本では1993年以降に生まれた世代がネット世代、iモードに代表されるように携帯電話がネットとつながり現在のSNSの基盤ができた時代に生まれた世代を次世代と呼ぶことができるかもしれない。ネット世代にしる、次世代にしる、その親は子どもの頃にはインターネット、PC、携帯電話などなく、おとなになってから仕事等で必要に迫られてこれらに触れるようになった世代であると言ってよいだろう。こうした親の世代はファミコンやデジカメを利用し、その利便性を最も痛感している世代とも言えるだろう。プレスキーはこうした世代をデジタルイミгранトと命名している。

日本でデジタルネイティブを論じようとすれば、その基点となるのは1993年のインターネット商用化以降に生まれた世代とするのが最もふさわしいだろう。現在ではインターネット元年を1995年とすることが定番のようだ。『キーワードで見る！平成カルチャー30年史』（2019）でも次のように述べている。

この年は阪神・淡路大震災と地下鉄サリン事件という、未曾有の出来事が日本を襲ったことを決して忘れてはならない。しかし、悲しみと不安と怒りが渦巻く日々の中でも、世界の大きな流れに組み込まれ、時代は着実に動きを進めていたといえる。

それがインターネットだ。インターネットは阪神・淡路大震災での安否確認にも利用され、神戸市はインターネットを通して、焼失地域の地図、避難場所一覧、静止画像による被災地の状況などの情報を発信。パソコン通信の

ニフティサーブが開設した「地震情報」も、総アクセス数が100万回を超えたといわれている。PHSがサービスを開始し、携帯電話も種類が増え、通話猟奇もデザインもさまざまに消費者が選べるようになってき。日本IBM、NEC、富士通をはじめ、各企業がインターネット接続サービスを開始。マイクロソフト社のOS「Windows95」は、それまでのモノクロ画面がカラーに！パソコンの「デスクトップ」という概念も生まれるなど、この年こそ日本の「インターネット元年」と呼ばれる。⁽⁴⁵⁾

起点をどこに置くかである。インターネット元年に合わせて日本デジタルネイティブの起点も併せて1995年としている場合が多いようである。

(5) デジタルネイティブの幻想

デジタルネイティブはデジタル時代に生まれ、デジタル機器、インターネットを使いこなす世代だと思われている。確かに否定はできないが、昨今のSNS利用上のトラブルを引き起こしている者も多くがその世代である。インターネットの時代、デジタル社会に生まれたからと言って、すべての若者がデジタルツールを使いこなしているわけではない。アメリカに留学したすべての人が英会話が格段にうまくなって帰国する人ばかりではないのと同じだ。こうした幻想はいつの時代でも起きることだ。しかし、SNS利用上の未熟さは単に英語が話せないのと違い、かなり深刻な事態を引き越している。不適切な書き込みや写真の投稿は最悪の場合には犯罪となるからだ。定義などはまだできない状態だが、デジタル社会でデジタルツールを使いこなす「デジタル成熟度」というものははっきりと身につけていないことから生じているのではないかと推測している。つまり、デジタル機器を使いこなす能力、インターネット上のモラル、そして対人コミュニケーションとモバイルコミュニケーションとのバランスが取れていないことから生じるものと考えられる。

デジタルネイティブは簡単に定義してしまえば「デジタル時代に生まれ、デジタル機器、インターネットを使いこなす世代」ということになる。日本では1993年以降に生まれた世代とすると説明はつくだろう。しかし、この世代

は「デジタル時代に生まれた」というところは世代的に全員に当てはまるが、「デジタル機器、インターネットを使いこなす世代」というところが実は大きな問題を抱えていることになる。英語教育においても実用英語導入の背景には経済界からの強い要望があったことはよく知られているが、これと同じことがIT革命でも起こり、さらにICTの推進につながっていると考えた方がわかりやすいかもしれない。今注目すべきは、デジタル時代に生まれながら、デジタル機器、インターネットを適切に使いこなせない人達ではないだろうか。高等学校で情報科の授業が必修化され、ゲームの達人とも呼ばれるような人でも実は情報リテラシーが身につけていない、DSやスマホは驚異的なスピードで操作できるにもかかわらず、メールの添付ファイルができないといったこのアンバランスをどう考えていけばよいか。こうした取り残された状態のデジタルネイティブこそ、デジタルイミгранト以上に厳しい状態におかれているのではないかと思える。⁽⁴⁶⁾

木村忠正「デジタルネイティブの進化」(2015)でも次のような指摘がある。

…「デジタルネイティブ」という概念は慎重に議論しなければ、表層的な世代論匂い陥る危険性がある。デジタルネイティブ論は、①デジタルネイティブたちが世代として一様に、高度で洗練されたICT知識とスキルを有していること、②世代特有の学習選好ないし学習スタイルもっていることを前提としているが、両者は理論的も、実証的にも脆弱な主張である。

まず、ICTに関する知識、スキルは、社会経済的地位、文化・民族的背景、性別、学科・専門などにより大きく異なることが明らかとなっており、デジタルネイティブたちが、均質に高いICTの知識、スキルをもっているとみなすことは、こうした多様性、差異、それを結びつく社会的問題を視界から隠してしまうことになる。⁽⁴⁷⁾

.....

…デジタルネイティブという概念がその脆弱性を含め広く人口に膾炙しており、学術的研究はより適切な議論を喚起する役割がある。さらに、ネットワーク社会として日本社会を考える場合、より積極的な意味をもっている。

国連の人口推計によれば、2015年時点で、世界の年齢中央値は30歳、1980年生以降が58%を占める。米中も中央値が36、37歳であり、人口のほぼ半分がデジタルネイティブである。ところが日本は、少子高齢化が進んでいるため、中央値47歳、デジタルネイティブは34%に過ぎず、半数を超え、多数派となるのは、2030年代を待たなければならない。⁽⁴⁸⁾

(6) 情報過多

文部科学省はよく「知識基盤社会」という用語をしている。しかし、用語を正しく理解している人はどれくらいいるだろうか。用語だけを見れば、「知識を基盤とした社会」→「知識を豊富に持っていることが基盤となる社会」などと単純に理解している人は案外多いのではないだろうか。あるいは「知識」とは自分がすべて理解しているというよりは、ある物事を知るためには何をどのように、どこへアプローチ・アクセスすればよいか「知識」だと考えるならば、インターネット等を駆使して如何に多くの情報を集められるのかが重要だと思っている人もいるかもしれない。筆者の考える知識にはこうしたものに加えて、収集する情報の真偽を判断する能力が含まれている。今やインターネットで検索することはそれほど苦ではないだろう。しかし、キーワードで検索すれば、そこに表示される件数は10や20ではない。桁が全く異なる。この膨大な情報の中から如何に自分が求めている情報を探し出すのか、更にそれが正しいものなのか、適切なものなのかを判断しなければならないだろう。

ここで厄介なのが、ネットで「〇〇のことは人はどう考えているのだろうか」とSNSで検索していけば、匿名のコメントが氾濫しているのがネットの世界である。苑復傑「情報化社会と教育」(2020)の中で「情報化社会の隘路」として次のように述べている。

その中で個人は、仕事や生活に必要な情報を入手するとともに、他の個人とのコミュニケーションを通じて、本来の文化的な要求を満たすことができる。モノの消費を超えて、直接に自分が欲する人間関係や満足感を得る環境が生じつつあるのである。そうした環境を十分に利用して自らを成長

させ、物質的にも精神的にも豊かな生活を送る可能性が生じているとも言えよう。

しかし他方で、そうした環境の中で、自分が何を本当に欲しているかは、実は多くの人にとって明らかにではない。その中で様々な情報が容易に提供されるということは、むしろ個人の中に混乱を生じさせる原因にもなる。現実の多様性、変化が、むしろ個人の視野を幻惑させるのである。そしてそれは、これから成長しようとする若者に特に重要な影響を与える。情報化社会とは、スマホを一日中いじりまわしていることを意味しているのであるとすれば、それはむしろきわめて限られた世界にそれだけの時間を閉じ込めていることを意味する。

情報化社会の若者、特に先進国にいる彼らは、一応は充足した生活を送り、多様な可能性を与えられながら、むしろそれ故に、自分の将来に見通しを持ちにくくなっているとも言える。しかも一定のキャリアに入ったとしても、激しい流動性の中で、また常に自らの置かれた立場を見直し、自分の将来を見通していくことが求められる。⁽⁴⁹⁾

「多様な可能性を与えられながら、むしろそれ故に、自分の将来に見通しを持ちにくくなっている」は、選択の自由があり、その選択肢が情報過多のために広がっていることが大きな原因のひとつだろう。

3 情報化社会の問題点⁽⁵⁰⁾

(1) 世代間によるデジタル格差

インターネットを背景に、スマホをはじめとしてゲーム機器を含めた情報端末機を何も携帯しない大学生はおそらくいないだろう。小学生や中学生は別にして、高等学校では学校へのこうした機器類の所持について制限しているところはあるだろう。いまやデジタルネイティブ（1993年以降に生まれた世代）は学校教育について言えば、幼稚園から大学まですでに存在していることになる。しかし、そこで教える若手の教師以外はまさにデジタルイミグランドである。デジタルネイティブの親の世代は1983年のファミコン誕生以

来、デジタル社会については比較的 understanding があり、また、仕事上においては PC 等をはじめとしたデジタル機器を使って仕事をせざるを得ない状況に追い込まれて来たというのが本音のところだろう。いわゆる理系出身者はそれほど苦もなく順応しているのに対して、文系や PC 等に縁のなかった者にとっては死活問題でもある。

宇田川拓雄「情報通信技術とデジタル革命」(2018)では「デジタル革命と社会変動」として次のように述べている。

デジタル革命の進展にはそれを補完する良質なビジネス環境、競争と革新を促進させる規制、スキルを持った人的資本、責任ある統治が必要である。適切な補完がなければデジタル革命は権力者、既存勢力、富裕層、高学歴者、若者、男性、先進国や都市部に住む人により多くの利益を与え、一般国民、新興勢力、中低所得層、低学歴者、高齢者、女性、開発途上国や地方の村落部に住む人との格差を広げる。

先進国では ICT の研究が進み人工知能 (AI)、アンドロイド、ドローン、自動車の自動運転、仮想現実 (VR) などの新技術の実用化が現実味を帯び、豊かで便利な社会実現の夢がふくらんでいる。その一方でデジタル技術は

一定の知識とスキルを必要とする定型労働に従事するミドルクラス層労働者の仕事を奪いつつある。労働力市場は次第に、高度な ICT スキルをもったエリート層と、デジタル革命に乗り遅れた労働者層に二極化し、後者の待遇悪化と困窮化が進んでいる。政府は社会変化には取り残された人々を救済する政策の策定と実施を迫られている。⁽⁵¹⁾

デジタル化の流れは COVID-19 の影響により 2020 年～2022 年にかけて日本でも急速に広がり、それは学校では遠隔授業、社会ではリモートワークなどが広がり、2023 年以降は対面授業や仕事へと戻ったものの、リモートに活用は広がっている。

(2) 情報モラルのエアポケットの時期

1993年以降に生まれたデジタルネイティブの世代はファミコンやオンラインに代表されるゲーム、デジカメ、PC、インターネット、スマホ等を一見苦もなく使いこなしているように思える。これはあくまでも「思える」ということだ。何故なら、「使いこなす」とはどういうことなのだろうか。それだけができるようになることだけでは、「使いこなす」とは言えないだろう。使用に伴うマイナス面やこれに伴う周辺的なものを含めたものを理解することが重要であろう。アルバイトの学生がバイト先の冷凍庫内に入った写真を撮り、また、線路内に侵入した写真をTwitterにアップしたことが契機に大きな問題となった。また、モラルに反するののかも判断が難しいものもある。例えば、当時天皇・皇后両陛下（現在の上皇・上皇后）が2014年5月21日、東京発の新幹線で栃木県に入り、1泊2日で足尾銅山鉱毒事件にまつわる地域を視察した時に、多くの人がスマホやカメラで両陛下の写真を撮ったが、女子高生がそれらの写真の中でTwitter上最も反響を呼んだことがあった。「小山駅に天皇陛下いた…ベストショット撮れた…」とアップしたものだが、あとから大きな話題となり、ネット上を騒がせる事態となった。肖像権、人権侵害、表現の自由、非常識な行動など様々なコメント等が寄せられた。ここにはまさにインターネットの怖い部分が凝縮されていると考えられる。

- 1 ベストショットを撮れたという気持ちでその写真をネット上にアップしたが、アップした本人が全く予想もしていないようなコメントが寄せられ、しかもそれが大きな話題となってしまった。
- 2 予想もしないほど大きな話題となってしまう、公開用のアカウントを非公開にしたものの、アップしたコメントと写真はリツイートされ、今でもそれがネット上に残ってしまっていること。

公開することの意味を実は十分に理解していないということが問題のように思われる。インターネットへのアップは自分のアイデンティティを明らかにしないでいけるという大きな利点がある一方、責任感の欠如が誘発する危険性

を十分に孕んでいる。投稿者の思いは概ね次の通りの場合が多い。

- 1 いい写真が撮れたのでみんなに見てもらいたいという「承認されたい自己」がある。
- 2 自分が思っていなかったようなコメントが寄せられる、思っていた以上に反響が大きいと「こんなはずではなかった」と思い、アカウントを削除する。

ここに見られる投稿者の心理は「予想以上によい反響が出ればうれしく思い、思っていないコメントが寄せられると認められたい自己が実現できなかったと思うと同時に、一種恐怖を感じる」といったところではないだろうか。しかも、コメントを寄せる相手は見えない存在であり、短いコメントが多く、この場合にはコメントを読むと冷たい印象を受けやすい。コメントを寄せる側に全く問題がないわけでもないが、自分のアイデンティティを明らかにせず、しかも見えない相手へのコメントともなれば、過度に気を遣わずにコメントする事例が多いのもインターネット特有の現象ではないだろうか。これもまた、広い意味で言えば情報モラルということになるろう。限られたグループ内での情報の共有でないだけに、投稿者がインターネットに写真をアップする本当の意味を実は理解していないということにつながる。

(3) 抑制か推進か

最近、小学生の携帯電話・スマートフォンの利用制限について話題となっているが、筆者が中学・高校生の時にはファミレスなどもなく、マクドナルドも出店が始まった頃であるが、喫茶店等に入出入りするの「不良」といったことが学校では問題となり、そうしたところには出入りしないようにといった時代だった。今では小学生同士がファミレスやマクドナルド、ミスタードーナツで集まり、勉強していたり、ゲームをしていたり、マンガを読んでいる姿を見ることも珍しくない。誰も経験のしたことのない状態が現状である。親や教員が経験をしてこなかったことを生徒・学生が先行して経験していると、親

や教員には理解のできない事態が発生する。マンガやアニメについては、TVアニメ放送開始といった初期を過ごしていた世代が現在は親の世代となっており、すでに50年以上が経過していれば、文化というレベルまでに進化している。その間にはマンガ/アニメ vs 勉強という構図があったことは言うまでもない。かつてマンガ/アニメで起こった現象が現在はデジタル機器、SNSといったものにとって替わられたということだろう。政府が号令をかけたIT革命は今やインターネットやスマートフォンの普及を見れば予想を超えるスピードで拡散したと言ってよいだろう。しかし、IT化、デジタル化を推し進めたのはよいが、マイナス面についてはあまり積極的に取り上げてこなかったと言ってもよいだろう。新しいものが登場すれば必ずこうした功罪については議論が巻き起こることは当然のことである。

iPadやスマホの普及は、子どもの世界を大きく変えてきている。2014年10月3日の朝日新聞の岡崎勝「子どもってワケわからん！」は、小学6年生のお母さんが、夏休みに子どもにスマホを買ってやったら、食事中もそばに置くので、落ち着いて食べられないとの苦言にこう述べる。

「携帯電話での会話は時代遅れになったらしく、いまではスマホのラインやフェイスブックでの「即時会話」が、子どもたちの世界でも当たり前になりつつあります。ネット依存の一種でもある<ライン熱中症>。そのつながりから自由になるのは、大人でも簡単ではありません。スマホを身近に置いてしまったら、そういう事態になることをある程度は覚悟するしかありません。そばに置いて手軽に交信できることこそが、ラインのラインたるゆえんです。便利さには自由と束縛の両方が伴います。当然、トラブルも増えます。」

(52)

現状から言っても単に「スマホの使用禁止」などと言えば問題が片付くわけではない。家庭では親の果たす役割はやはり大きいと言わざるを得ないだろう。

(4) グリュンバルト宣言

グリユンバルト宣言 (Grunwald Declaration on Media Education) とは、ドイツのグリユンバルト (グルンバルトと表記しているものもある) で 1982 年の UNESCO 主催国際海外で「メディア教育に関するグリユンバルト宣言」として採択されたものである。以下、原文の訳文を示しておきたい。

GRUNWALD DECLARATION ON MEDIA EDUCATION

This declaration was issued unanimously by the representatives of 19 nations at UNESCO's 1982 International Symposium on Media Education at Grunwald, Federal Republic of Germany. It is reproduced here since media teachers may well find it useful to quote or cite in preparing rationales, justifications or explanatory documents relating to media education.

'We live in a world where media are omnipresent: an increasing number of people spend a great deal of time watching television, reading newspapers and magazines, playing records and listening to the radio. In some countries, for example, children already spend more time watching television than they do attending school.

'Rather than condemn or endorse the undoubted power of the media, we need to accept their significant impact and penetration throughout the world as an established fact, and also appreciate their importance as an element of culture in today's world. The role of communication and media in the process of development should not be underestimated, nor the function of media as instruments for the citizen's active participation in society. Political and educational systems need to recognize their obligations to promote in their citizens a critical understanding of the phenomena of communication.

'Regrettably most informal and non-formal educational systems do little to promote media education or education for communication. Too often the gap between the educational experience they offer and the real world in which people live is disturbingly wide. But if the arguments for media

education as a preparation for responsible citizenship are formidable now, in the very near future with the development of communication technology such as satellite broadcasting, two-way cable systems, television data systems, video cassette and disc materials, they ought to be irresistible, given the increasing degree of choice in media consumption resulting from these developments.

‘Responsible educators will not ignore these developments, but will work alongside their students in understanding them and making sense of such consequences as the rapid development of two-way communication and the ensuing individualization and access to information.

‘This is not to underestimate the impact on cultural identity of the flow of information and ideas between cultures by the mass media.

‘The school and the family share the responsibility of preparing the young person for living in a world of powerful images, words and sounds. Children and adults need to be literate in all three of these symbolic systems, and this will require some reassessment of educational priorities. Such a reassessment might well result in an integrated approach to the teaching of language and communication.

‘Media education will be most effective when parents, teachers, media personnel and decision-makers all acknowledge they have a role to play in developing greater critical awareness among listeners, viewers and readers. The greater integration of educational and communications systems would undoubtedly be an important step towards more effective education.

‘We therefore call upon the competent authorities to:

1. initiate and support comprehensive media education programs - from pre-school to university level, and in adult education - the purpose of which is to develop the knowledge, skills and attitudes which will encourage the growth of critical awareness and, consequently, of greater competence among the users of electronic and print media. Ideally, such programs

should include the analysis of media products, the use of media as means of creative expression, and effective use of and participation in available media channels;

2. develop training courses for teachers and intermediaries both to increase their knowledge and understanding of the media and train them in appropriate teaching methods, which would take into account the already considerable but fragmented acquaintance with media already possessed by many students;

3. stimulate research and development activities for the benefit of media education, from such domains as psychology, sociology, and communication science;

4. support and strengthen the actions undertaken or envisaged by UNESCO and which aim at encouraging international co-operation in media education.’

Grunwald, Federal Republic of Germany, 22 January 1982 ⁽⁵³⁾

メディア教育についてのグリュンバルト宣言 by sakamoto

この宣言は、1982年にドイツのグリュンバルトで開催された、ユネスコによるメディア教育国際シンポジウムに参加する19の国の代表によって満場一致で採択されたものです。メディア教育に携わる教職員が引用したり、参照できるように、メディア教育に関する文書を、合理的で正当性があり、わかりやすいように配慮してここにまとめたものです。

私たちはいたるところにメディアが存在する世界に生きています。つまり、多くの時間をさいてテレビを見、新聞や雑誌を読み、レコードを演奏し、ラジオを聞く人々の数はますます増えているのです。いくつかの国では、子どもたちは、すでに学校で過ごす時間よりも多くの時間をテレビを見て過ごしています。

私たちは、疑う余地のないほどの力を持つメディアを、非難したり、賞賛するよりもむしろ、一つの確かな事実として、世界を覆うメディアの持つ大きなインパクトや浸透力を受け入れなければなりません。そして、今日の世界における文化の一要素として、その重要性を認める必要があります。発達

過程におけるコミュニケーションとメディアの役割や社会への市民の積極的な参加のための道具としてのメディアの機能を過小評価すべきではありません。政治および教育制度は、市民がコミュニケーション現象に対する批判的理解を促進する義務を認識する必要があります。

残念なことに、ほとんどのインフォーマルおよびノンフォーマルな教育制度においては、メディア教育やコミュニケーションのための教育をほとんど促進していません。往々にして、それらの制度がもたらす教育経験と人々が暮らす現実世界とのギャップは非常に大きいのです。しかしながら、現時点で、メディア教育を責任あるシティズンシップを育てるための一つの準備として議論することが難しいとしても、近い将来、衛星放送や双方向のケーブルテレビ、データ放送システム、ビデオカセットやディスクなどのコミュニケーション技術の発展とともに、これらの発展から生じるメディア消費における選択の度合いが増えてくると、その議論は避けられなくなるでしょう。責任ある教育者ならば、これらの発展を無視したりはしません。きっと急激な双方向コミュニケーションやそれらを理解し、引き続き起こるであろうパーソナル化と情報へのアクセスの発達の意味が理解できるよう、自分の児童生徒へ寄り添っていくことでしょう。

これは、マスメディアによる文化間の情報と思想の流通がもたらす文化的アイデンティティへの衝撃を過小評価するものではありません。

学校と家庭は、青少年が強力な映像、言葉、そして音の世界に生きるための準備に対する責任を共有します。子どもと大人は、これら3つの記号体系のリテラシーを身につける必要があります、そのためには教育における優先順位をある程度再考する必要があるでしょう。それによって、言語とコミュニケーションの教育を統合するアプローチにいたるかもしれません。

保護者、教職員、メディア関係者、政策担当者、そのすべての人が、視聴者や読者がより高い批判的意識を持つために果たしうる役割を認識するとき、メディア教育はもっとも力を発揮するのです。教育とコミュニケーションシステムを統合すればするほど、疑いなく、より効果的な教育へと向かっていくことができる重要なステップとなるでしょう。

したがって、私たちは関係諸機関に次のことを求めます。

1. 就学前教育から大学教育、そして成人教育にいたるまで、包括的なメディア教育プログラムを開始し、支援すること。その目的は、批判意識の覚醒、すなわち、電子メディアと伝統的メディアの利用者としてのより高いコンピテンスの成長を高め、知識、スキル、態度を発達させることです。理想を言えば、このメディア教育プログラムには、メディア制作物の分析、創造的表現の手段としてのメディアの活用、利用可能なメディア発信手段の効果的な利用と参加が含まれていなければなりません。
 2. 教職員や関係者のための研修コースを開発し、知識の向上とメディアへの理解を高めるとともに、多くの児童生徒がすでに持っている大量の、しかしバラバラな知識に対して考慮された、適切な教育方法で研修を受けさせること。
 3. メディア教育のために、心理学、社会学、コミュニケーション学といった領域からの研究を奨励し、活動の展開を行うこと。
 4. メディア教育に関する国際協力を促進するために、ユネスコによって実施もしくは予定される運動を支援し、強化すること。
- グリュンバルト、ドイツ連邦共和国、1982年1月22日⁽⁵⁴⁾

後藤和彦他編『メディア教育を拓く』（1986）でグリュンバルト（グルンバルト）宣言について次のように述べている。

このきっかけとなったのは、ユネスコを中心とするメディア教育振興のための活動である。

その1つに「グルンバルト宣言」がある。これは、1982年1月に、西ドイツ・ミュンヘンの南グルンバルトで、50名ほどのメディア教育専門家が集まってまとめた宣言文である。

それは「教育とマスメディア」の国際シンポジウムにおいてであった。この会議では、参加各国におけるメディア利用に関する教育や、メディアそのものについての教育の現状が紹介され、ニューメディアの社会への影響が論じられた。その結果、メディアをただ盲目的に受け入れるのではなく、批判的にみて、それに対抗できるような能力をつけなければいけないこと、また、

メディアそのものについて学習し、自分自身を、メディアを通して表現できるようにならなければならないことが指摘された。⁽⁵⁵⁾

インターネット以前のメディア教育の内容であるが、マスメディアを批判的に見るという姿勢はすでにこの段階で確立されたことになる。

(5) 教育と ICT

ICT の推進にはネットワークの充実が必須である。三尾忠男「教育」(2015)では次のように述べている。

内閣府の高度情報通信ネットワーク社会推進戦略本部の描くわが国の未来像において、教育の情報化もその重要課題の1つとしている。高度情報通信技術に依存する現代社会で求められる人材は、従来の知識尊重から、知の探究と生産、そして世界へ発信を課題探究能力をもつことが必要とし、それに向けてさまざまな教育政策が立てられている。一方、インターネットの拡大と超高速化によって、学校という従来の枠組みの外で高度な情報技術の発展がもたらす新しい教育の姿を整理してみる。⁽⁵⁶⁾

ICT を教育分野でも活用してことは何も日本だけの話ではない。山口しのぶ「教育開発と情報通信技術」(2018)では次のように紹介されている。

九州・沖縄 G8 サミット (2000) では、ICT は「21 世紀を形づくる最強の力のひとつである」と明記した「グローバルな情報社会に関する沖縄憲章 (IT 憲章)」が採択され、G8 および開発途上国政府、民間企業団体、国際機関から構成されるデジタル・オポチュニティ作業部会が設立された。⁽⁵⁷⁾

外務省ホームページでは以下の用に公開されている。ICT 関係では 5 つの項目うち、特に最初の 2 項目で取り上げられている。

グローバルな情報社会に関する沖縄憲章（仮訳）

- 1 情報通信技術（IT）は、21世紀を形作る最強の力の一つである。その革命的な影響は、人々の生き方、学び方、働き方及び政府の市民社会とのかかわり方に及ぶ。ITは、世界経済にとって極めて重要な成長の原動力に急速になりつつある。ITは、また、世界中あらゆるところにおいて、多くの進取の気質を持つ個人、企業及び地域社会が一層の効率性と想像力をもって経済的課題及び社会的課題に取り組むことを可能にしつつある。我々すべてが活かし、分かちあうべき大いなる機会が存在する。
- 2 ITにより推進される経済的及び社会的変革の本質は、個人や社会が知識やアイデアを活用することを助ける力にある。我々が考える情報社会のあるべき姿は、人々が自らの潜在能力を発揮し自らの希望を実現する可能性を高めるような社会である。この目的に向けて、我々は、ITが持続可能な経済成長の実現、公共の福祉の増進及び社会的一体性の強化という相互に支えあう目標に資するよう確保するとともに、民主主義の強化、統治における透明性及び説明責任の向上、人権の促進、文化的多様性の増進並びに国際的な平和及び安定の促進のためにITの潜在力を十分に実現するよう努めなければならない。これらの目標を達成し新たに生じつつある課題に対処するためには、効果的な国家的及び国際的戦略が必要とされる。⁽⁵⁸⁾

山口はさらに「教育とICT」についてUNESCOの指摘を踏まえて5点について次のようにまとめている。

ICTの定義とは「情報共有・交換のための形態で、ラジオ、テレビ、DVD、電話、衛星システム、ハードウェア、ソフトウェアに加え、ビデオ会議システムや電子メールなどの関連機材やサービスも含まれる」とされる。ここでは、ICTが識字力向上に効果的とされる5項目を整理する（UNESCO 2006）。

①学習心に向上：ICTには、視覚的教材を活用し学習者の興味を引き出すことで、学習を継続する環境を生み出すという強みである。コンピュータ

ーやスマートフォンなどを使用した学習は、即時のフィードバックを可能にし、個々をペースに合わせた自己学習を可能とすることも利点とされる。

②識字教育へのアクセスの拡大：国や地域によっては、文化社会的、地理的または政治的要因により教育の機会が制限されているケースは少なくない。多様な ICT を活用したプログラムはそれらの要因を打破する手法として活用されている。

③現地主導型教材開発：ICT は現地に適応した学習コンテンツ開発ツールとして注目される。教育現場で開発された教材を、それぞれの教育県境で効果的に応用することも可能である。また、古いコンテンツを改良することでより質の高い教材開発にもつながり、CD-ROM 化することで、低い費用で配布することもできる。

④教員養成：テレビ、ビデオ、CD を使用した研修教材は好事例を共有するには最適であり、コンピューター・プログラムはより多くの知識を提供できる研究教材として効果をもたらす。近年では、教員用の研修ポータルを通じた教材の共有も盛んに行われている。

⑤識字教育支援の環境づくり：識字教育の重要性を伝えるには、日常生活における普及活動が重要である。テレビ、ラジオ、インターネットなどを通じた情報発信に加え、ショート・メッセージ・システム (SMS) の技術を活用した情報提供の環境づくりは成人のための識字教育活動にも利用されている。⁽⁵⁹⁾

COVID-19 の影響もあり、ICT 教育はさらに遠隔授業にまで発展したことは言うまでもないことだ。

(6) メディア・リテラシーとメディア教育

メディア・リテラシーとは何か。これには様々な捉え方がある。メディア・リテラシーの定義を紹介しておこう。

後藤和彦他編『メディア教育を拓く』(1986)

メディアリテラシーは、言語のリテラシー (literacy 読み書き能力) と対比して使われる概念である。人間が動物と異なりすぐれた存在たりうるのは、その言語使用能力にある。言語を使う事によって、遠く離れた人同士が相互にコミュニケーションし合えるし、歴史上の人物の考え方を書物を通して知ることができる。その意味で言語は、人間の生活を時間的・空間的に拡大するものといえよう。(60)

.....

今日では、視覚リテラシー、テレビリテラシー、コンピュータリテラシーを、まとめてメディアリテラシーと呼んでいる。

メディア教育は、このメディアリテラシーを育てることである。わたしたちは言語リテラシーの教育と同時に、メディアリテラシーの教育を考える必要に迫られている。(61)

.....

メディアリテラシーは、映像を使う能力、映像をつくって自己を表現する能力も含んでいるのである。(62)

平沢茂「メディア教育」(1993)

media education 情報を運ぶ媒体をメディアと呼び、メディアについての教育がメディア教育である。メディアで教えるのではなく、メディアを教える、といひ換えてもよい。1977 (昭和 52) 年に国際映画・テレビ委員会 (IFTC : International Film and Television Council) は、メディア教育を次のように定義した。

「教育の理論と実践において、現代のコミュニケーションと表現のために用いられるメディアに関する内容を、独立した知的領域として研究、学習、教授すること」。

この定義に基づけば、メディア教育には、広・狭二様の内容を想定することが可能となる。すなわち、広義には、大まかに次の二つを含むと考えられる。

(1) 「学び、創る力」の育成

①問う力(学習の根底)

②学ぶ意欲と技能（自己教育力）

③情報処理・活用能力（コミュニケーションに関する能力を含む）

(2) メディアに関する地域・技能の育成

①ビジュアル・リテラシー(映像を読み、映像で表現する力)

②コンピュータ・リテラシー(コンピュータに関する理解・基礎的技能)

③マスコミ・リテラシー（マスコミを批判的に解読する力）

また、狭義には、(2)のみを指す用語として用いられることもある。

メディアによる体験を疑似体験と呼び、現実体験との相違に気づかせることも重要であるという指摘がある。その立場からは、現実体験や、人との触れ合いをカリキュラムのなかに意図的に含めるべきだとの考え方もある。

生涯学習の時代を迎えて自ら学ぶ力の育成が学習指導要領における課題となっている。その視点からいえば、メディア教育はまさに今日的な教育課程ということが出来る。⁽⁶³⁾

鈴木みどり「メディア・リテラシーとは何か」(1997)

クリティカルな思考を基調とするメディア・リテラシーの取り組みは後に詳しく見るように1980年代のイギリスで、次いでカナダ・オーストラリアなどの同じ英語圏で活発化するが、この時期の理論的形成で主導的な役割を果たしてきたノッティングガム大学(当時)の研究者、レン・マスターマン(Len Masterman)は、その著書『メディアを教える』(*Teaching The Media* [Masterman 1985])のなかで、メディア・リテラシーの必要性を次の7つの理由をあげて説明している。すなわち、(1)メディアが遍在する社会(メディア社会)の現出、(2)意識産業としてのメディアの影響、(3)宣伝情報の増大による情報格差、(4)メディアの権力化によるデモクラシーの危機、(5)映像コミュニケーションの重要性、(6)メディア時代を生きる世代の教育、(7)メディアの私企業化とグローバル化による情報の商業化、である。⁽⁶⁴⁾

.....
メディア・リテラシーとは何かをより明確にするためには、簡潔な定義を示

すのが望ましいと思うが、それが容易ではない。今日では、すでに述べたように、メディア・リテラシーの研究と実践が世界各地でグローバルに展開しつつある。それは、メディアが相手であるから当然とはいえ、それぞれの国や地域によって異なるメディアの発達段階・制度・メディア企業の成り立ちに対応して、種々さまざまな形をとって進められている。メディア・リテラシーの取り組みをどう呼ぶかについても、「メディア・エデュケーション」（メディアについての教育）、「メディア・スタディズ」、そして「メディア・リテラシー」とさまざまである。したがって、その定義にも微妙な違いが見られる（なお、本書では混乱を避け、また日本における「メディア・リテラシー」の定義を期すためにも、この言葉を一貫して使うことにする）。

さて、メディア・リテラシーの取り組みの方法は国や地域によってさまざまであるとはいえ、そららを、次のように、あえて類型化することは可能であろう。

(a) メディア・リテラシーを小・中・高校などの教育カリキュラムに位置づけ、新設の科目として、あるいは国語や他の科目の一部として教えている国・地域。ここでも、むろん、次の(b)でいう各種市民組織による取り組みは盛んである。

(b) 諸市民組織による NGO 活動を中心にメディア・リテラシーに取り組んでいる国・地域。

なお、大学レベルでは「メディア・スタディズ」「フィルム・ビデオ・スタディズ」「マス・コミュニケーション研究」などのなかでメディア・リテラシーを扱う講座が、(a)や(b)の区別なく各国で増加している。⁽⁶⁵⁾

.....

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。⁽⁶⁶⁾

水越伸『デジタル・メディア社会』(1999)

メディア・リテラシーとは、人間がメディアに媒介された情報を構成されたものとして批判的に受容し、解釈すると同時に、自らの思想や意見、感じていることなどをメディアによって構成的に表現し、コミュニケーションの回路を生み出していくという、複合的な能力のことである。(67)

水越はメディア・リテラシーには互いに相関する3つの能力があるという。

第1のメディア使用能力とは、たとえばビデオの録画や再生ができる、パーソナル・コンピュータでワープロや表計算ソフトを使うことができるなどといった、メディア機器やソフトを使いこなす能力のことである。(68)

第2のメディアの受容能力は、新聞記事やテレビ番組などを、特定の社会のメディア事業者が生み出した情報の構成体としてとらえ、その特性や文脈に基づき、批判的に受容し、解釈をすることができる能力のことである。

(69)

第3のメディア表現能力とは、さまざまなメディアを用いて、個人やグループの思想、意見、感情などを表現する能力を指している。(70)

石村善治「メディア教育」(1999)

メディア・リテラシーは、①受け手としてメディアの特性を理解し判断する能力(わかる)、②使い手としてメディアを選択する能力(使う)、③作り手としてメディアを構成し制作する能力(作る)の3つの能力に分類できる。

(71)

渡辺武達「メディア・リテラシー」(1999)

メディアのあり方を社会構造のなかにおいて理解し、メディアの提供する情報を正しく読み解き、メディアを使いこなす人びとの能力のこと。(72)

メディア・リテラシーとは、その第一義をメディアの提供する情報を市民

主権主義の立場から読み解くことおき、メディアを有効に使い、社会的プラス価値のある情報を発信するとともに、国家・自治体・共同事業体・企業などのメディア政策の立案と実行に参加することを目的とする能力のことである。そしてそういう立場からの訓練を<メディア・トレーニング>、祖井そうした教育全体を<メディア教育>とよぶことができる。⁽⁷³⁾

権藤誠剛「メディアと授業」(2003)

授業におけるこうしたメディア利用に関しては、メディアの開発やその特性との関連から、3つの層に整理されている。①メディアによる学習・映画やテレビなどのメディアは、より多くのリアルな映像情報を提供し、その視聴自体が学習目的であり、手段ともなる。今日でも基本として受け継がれている。②メディアを使った学習：OHPやビデオカメラなどのメディアは教育・学習の道具としてある。それも教師がよりわかりやすい形で伝えようとする道具として、また子どもが学習成果を表現し発表するそれとして発展してきている。③メディアが構成する学習：インターネットなどによる地球規模でのネットワークの実現は、それにつながる人々や社会との情報交換やコミュニケーション、議論を可能にした。そこでは学習の新たな「場」が生起され、それを全体として構成していく役割をメディアが担うことになるのである。

今後、メディアと授業の観点から重要となるのは、とくにマルチメディア化、ネットワーク化、データベース化が促進されるなかで、学習の多様化に対応したシステムを整備し、社会的共同学習の深化を図ると同時に、メディアの受け手、使い手、読み手、創り手（情報処理、選択、活用、創造、共有）としての自覚と社会的責任、能力を子どもに育成していくことである。⁽⁷⁴⁾

以上のように「メディア・リテラシー」「メディア教育」という用語は用いられていない。

田中智志『教育学がわかる事典』(2003)

メディア・リテラシー Critical Autonomy of the Media

メディア・リテラシーは情報リテラシーではない▶メディア・リテラシー (media literacy) は、さまざまなメディア (情報機器・情報媒体) を活用・批判・創出しながら、豊かなコミュニケーションを展開する能力であり、その能力を形成する営みである。したがって、メディア・リテラシーは、たんに情報機器を自在に使える能力 (情報リテラシー) ではない。

たとえばメディア・リテラシー政策を積極的にすすめているカナダ・オンタリオ州教育局はつぎのように述べている。「メディア・リテラシーは、学生がマスメディアの本質・技法・作用を十分かつ批判的に理解することを援助することである。より限定するというなら、それは教育であり、その目的は学生がメディアによる働きかけの方法、メディアによる意味創出の方法、メディアの組織化の形態、メディアによる現実構成の方法をよりよく理解し活用することである」 (Ontario Ministry of Education 1989:6-7 強調引用者)

メディア・リテラシー (メディア教育) においてもっとも重要な考え方とは、「メディアを利用して教えること」 (teaching through media) と「メディアを教えること」 (teaching about media) を区別することである。情報を効率的に獲得することは必要であるが、それはメディアの機能を知り、メディアを批判的に理解することではない。⁽⁷⁵⁾

強調引用者とは実際には本文中の「批判的に」のところが強調されている。

柴田義松・宮坂瑋子・森岡修一編『教職基本用語辞典』(2004)

メディアに媒介された情報を批判的に受容し、解釈するとともに、自らの意見、考えをメディアによって表現し、コミュニケーションの回路を生み出して行く複合的な能力のこと。水越敏行らは、メディア・リテラシーの内容を次の6項目にまとめている (日本教育工学会、2002年)。

- ① メディアを使いこなす。機器の操作、使い分け、組み合わせなどの技能
- ② メディアを理解する。メディアの一方方向性、双方向性、即時性、広播性などの特性、メディアの文法表現技法、マスメディアの影響力、責

任と倫理性の理解

- ③ メディアの読解、鑑賞の能力。映像視聴能力、価値判断を含む多角的視点からの評価。
- ④ メディアを批判的にとらえる。自分のイメージや意見に偏った読解をせず、客観視する。
- ⑤ 自分の考えをメディアを使って表現する。メディアの特性を生かして情報の発信ができる。
- ⑥ メディアでの対話とコミュニケーション。相手によって自分の意図がそのまま伝わらないことを理解する。相手との関係性を深めるコミュニケーションができる。

メディアそのものの急速な発展と変化、小型化、高質化によってメディア・リテラシーの内容も多様化し複雑さを増してきている。その教育はもはや国語や情報といった特定の教科だけではなく、あらゆる機会に取り扱うことが必要となってきた。⁽⁷⁶⁾

大島聡「メディア・リテラシー」(2009)

情報化社会とも呼ばれる現代社会において、私たちはさまざまなメディアと絶え間のない接触を持ちながら毎日を暮らしている。私たちが獲得する情報や知識のほとんどが、なんらかのメディアを通して、私たちの元にやってきたものである。そこで、私たちが自らの思考や判断の妥当性を問う時、メディアとの関わり方が大きな問題とされるようになった。そうして考えられるようになったのが、メディア・リテラシーという概念である。⁽⁷⁷⁾

.....

文字の時代のリテラシーは、まず文字が読めてその意味を理解する能力であり、その前提となる、文字についての知識や技能を与えることがリテラシー教育ということになった。電子的ネットワークが大きな役割を果たしている現在のメディア環境の中では、そうした前提としての知識や技能は想定しにくい。生まれてからメディアに接する中でむしろ話言葉のように、自然と身に付けてしまう。そこで問題となるのは、場合によっては人間をミス・リードすることもあるマス・メディアに対する姿勢である。新聞やテレビなど

のマス・メディアを通して伝えられる情報を、単に読める理解できるというだけではなく、そこから真実を読み取り正しい判断や行動をとれるようにすることが、特に民主社会においては、市民として不可欠な能力と考えられる。そのため、欧米諸国では、伝統的にこうしたマス・メディアの読み方、批判的に読む方法を学ぶことを、メディア・リテラシーまたはメディア教育と呼んできた。

ここまで、書き言葉に対して、話し言葉は自然と身に付くものであり、学ぶ必要のないものであるかのように書いてきたが、同じ言語を使っている者同士で話していても、しばしば意思疎通ができなかったり、誤解が生じたりするように、話し言葉だからといって必ずどんな場合でも意図が正しく伝わるという訳ではない。よりよく伝えよう、あるいはよりよく理解しようとするれば、そのための学習や訓練とういものが必要になると考えられる。

こうして身に付く能力は、ある言葉を身に付けるということとは違うが、ある言葉を使う能力には違いがない。その意味で、これもリテラシーと呼ぶことができよう。先に触れたマス・メディアの情報を読み解くという意味でのメディア・リテラシーは、こちらのカテゴリーに入るリテラシーだと考えられる。⁽⁷⁸⁾

新村出編『広辞苑』(2018)

メディアの伝える情報を批判的に読解・判断・活用する能力。⁽⁷⁹⁾

中橋雄『メディア・リテラシー論—ソーシャルメディア教育』(2021)

リテラシーとは、メディアの意味と特性を理解した上で、受け手として情報を読み解き、送り手として情報を表現・発信するとともに、メディアのあり方を考え、行動していくことができる能力のことである。

⁽⁸⁰⁾

中橋は水越敏行と共同発表した「メディア・リテラシーの構成要素と実践事例分析」(2003)ではメディア・リテラシーの構成要素を6つ⁽⁸¹⁾としていましたが、中橋雄『メディア・リテラシー論—ソーシャルメディア教育』(2021)

では再整理してこの要素を7つとした。

- ① メディアを使いこなす能力
- ② メディアの特性を理解する能力
- ③ メディアを読解、解釈、鑑賞する能力
- ④ メディアを批判的に捉える能力
- ⑤ 考えをメディアで表現する能力
- ⑥ メディアによる対話とコミュニケーション能力
- ⑦ メディアのあり方を提案する能力⁽⁸²⁾

学校教育では①～④がおもに取り上げられることになるが、④を意識することは、発信者として⑤と⑥を意識することが必要であることは言うまでもないことだ。

D. バッキンガム／鈴木みどり監訳『メディア・リテラシー教育 学びと現代社会』(2006)ではメディア・リテラシーについて次のように述べている。

メディア・リテラシー教育の提唱者はしばしば「リテラシー」の概念を引き合いに出して自分たちの仕事を定義し正当化しようとしてきた。この文脈におけるリテラシーという語の使用は、少なくとも1970年代にさかのぼる。大半は短命で終わっているいくつもの「テレビ・リテラシー」カリキュラムがアメリカで紹介された頃である (Anderson, 1980)。北アメリカでは一般に、「メディア・リテラシー media literacy」という用語が、いまだに「メディア・リテラシー教育 media education」よりも頻繁に使われている。リテラシーに論究することがイギリスで検討課題になるのは1980年代後半である。それは、部分的には、国語の授業にメディア・リテラシー教育を統合しようとした結果であった (例えば, Bazaiette, 1988; Buckingham, 1993b)。最近になって、主として言語や文学を教えることに関心を持つ教育者が、さらに広い範囲のメディアを扱うことの重要性を (おそらく遅ればせながら) 認識するようになってきた (例えば Marsh and Millard, 2000; Watts Pailliotet and Monsenthal, 2000)。リテラシーを強調するこの最近の動き

が、また「マルチリテラシー multiliteracies」という用語の出現につながった (Tyner, 1998; Cope and Kalantzis, 2000)。(83)

メディア・リテラシーの教育的な側面として、中橋雄「メディア教育で育むメディア・リテラシー」(2020)に注目すると次のように述べている。

2019年現在、学習指導要領の中でメディア・リテラシーという言葉は使われていないが、社会科、情報科、国語科など、文部科学省の検定を受けた初等中等教育の教科書のうち、この言葉が使われている出版社のものもあり、数年前に比べて一般市民にも認知される言葉になってきた。また、パンフレット、新聞、ポスター、ビデオなどを制作する学習活動の例が教科書や指導書の中の示されている。そうした学習活動を通じてメディアの特定について学び、メディア・リテラシーを派が組むメディア教育を実現している例もある。

日本におけるメディア・リテラシー (Media Literacy) という言葉は、「マスメディアにだまされないように情報を批判的に読み解く能力」として認識されていることが多い。しかし、学術的な整理を紐解くと、それは一面的な捉え方であることがわかる。その能力が求められる理由、言葉の定義や能力の構成要素は、もっと多様であり、複合的な概念として整理されている。

(84)

2023年現在、学習指導要領の中でメディア・リテラシーという言葉は使われていない。そのため、メディア・リテラシー教育では「教師がどれだけメディア・リテラシーの育成を意識して取り組むかによって、学習者に育まれる能力には差が生じてします、という問題を抱えている」(85)のが現状でもある。

中橋はメディア・リテラシーを考えるに当たり ICT を無視できないものとしている。

現代社会におけるメディア・リテラシーを考えるにあたり、無視できないのが ICT の存在である。様々な分野に ICT が導入されたことで人と人との

関わり方、社会の構造が大きく変化しつつある。例えば、Facebook や Twitter などが政治家の選挙戦略に使われたり、市民によって政治批判やデモの呼びかけに使われたりした事例は、社会的にも、政治的にも大きな影響力があるものとして機能したことを感じさせる。

もちろんマスメディアを担ってきたマスコミ業界も既存の媒体を活かしながら ICT の活用を進めているが、一般の市民が情報発信できる環境が生まれることによって、人と人の関係性はこれまでと異なるものになった。マスコミ関連企業に限定されない情報発信がふえることには、多様なものの見方や考え方に気付かせてくれるよさがある。その一方で、真偽が不確かな情報や、稚拙で人を不快にさせる情報が蔓延してしまうことも危惧される。そのため、現代社会を生きる人々には送り手としても、受け手としてもメディア・リテラシーを育むことが求められる。⁽⁸⁶⁾

現代社会に求められるものとして中橋は次のようにも述べている。

1990年代のメディア・リテラシー研究は、主に「マスメディア対個人」という関係性の中で、情報をクリティカル（批判的）に読み解く能力や映像視聴能力に関する研究が中心的課題であった。特に、日本では、誤報や捏造などマスメディアの不祥事が続いたことを問題意識として、メディア・リテラシーの必要性が説かれたことがあった。これは、「特別な権力をもつマスメディアが送り出す情報に騙されると不利益を被るため、メディア・リテラシーを高めなければならない」といった脅迫的な言説として広まった。⁽⁸⁷⁾

(7) 情報教育とメディア・リテラシー教育

情報教育とメディア・リテラシー教育について山内祐平『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』（2003）では情報リテラシー、メディア・リテラシー、技術リテラシーを取り上げている。2003年は高等学校に「情報科」が導入された年である。まず情報リテラシーについて山内は次のように述べている。

2002年6月に出された「e-Japan 重点計画 2002」では、「教育及び学習の拡興並びに人材の育成」の項目の中に、「2005年のインターネット個人普及率予測値 60%を大幅に上回ることを目指し、すべての国民の情報リテラシーの向上を図る」という目標があげられている。ここでいう「情報リテラシー」が何を指しているのか報告書の中に明確な記述はないが、本文から推測するに情報機器を活用して情報化社会を生きていく能力といったニュアンスで使われているようである。⁽⁸⁸⁾

用語は用いられているもののその定義がはっきりしないものは案外多い。しかし今や社会全体を動かす「情報」であるが、当初はこれを動かそうとする根本的な考え方がまだ構築されていなかったのである。

通常読み書き能力を指す「リテラシー」という言葉は、本や新聞などを読み、報告書などの文章を書くことによって、社会生活を営むことができるための能力という常識的な推測ができるのだが、「情報リテラシー」に関しては「読み書きする」という活動をメタファーにして情報と人間の間を語っているための多様な定義が可能であり、これが混乱に拍車をかけているのだろう。

様々の定義で混乱しているとはいえ、日本で使われている「情報リテラシー」という言葉に最大公約数的なイメージを作ることは可能である。ここでは、そのイメージに近いと思われる「文部科学省認定 情報処理活用能力検定 3級 情報リテラシー」の出題範囲を見てみよう。

この検定は、財団法人専修学校教育振興会が主催しているもので、1級から3級までである。3級が一般ユーザー向けの科目で、「情報リテラシー」という名前がついている。ここでは「パーソナルコンピュータの操作・活用における基礎的知識と技能、および情報社会に主体的に関わる姿勢などを有する」かどうかははかられていることから、これがこの試験における情報リテラシーの定義と言えるだろう。⁽⁸⁹⁾

出題の範囲からその内容は3つに分けれるという。

コンピュータやネットワークに関する技術の基礎知識
アプリケーションソフトウェアに関する基礎知識
情報および情報社会に関する基礎知識

用語の定義は日本と海外で異なることがある。この情報に関する用語についても同様である。

「情報リテラシー」を英語で表現すれば、「**Information Literacy**」となる。ところがこの二つの言葉はもともと違う背景から生まれてきたものである。「情報リテラシー」という言葉は、様々な文脈で日本独自に作られてきたものであり、英語の「**Information Literacy**」の直接の訳語とはいえないのだ。

検索エンジンを使って検索してみると、その違いがはっきりわかる。日本語の「情報リテラシー」で検索を行うと、大学の「情報リテラシー」という名前の講義のシラバスが数多くヒットする。その内容を見てみると、前述の情報処理活用能力のようなアプリケーションの操作を中心とした講義が浮かび上がってくる。

ところが、「**Information Literacy**」というキーワードで検索すると、違った検索結果が現われてくる。多くのアメリカのサイトが、「**Library**」すなわち、「図書館」において行われている実践に関する内容なのだ。こちらは、情報の探し方や活用の仕方が中心になっている。

この背景には、日本の「情報リテラシー」が大学の情報教育が中心として実践されてきた領域なのに対し、アメリカの「インフォメーションリテラシー」が図書館情報学分野を中心として提唱、推進されてきた概念であるという違いがある。⁽⁹⁰⁾

もう一つ厄介なことがある。大学では情報リテラシーという用語は定着しているが、初等中等教育では「情報教育」という用語が使用されている。情報教育の歴史を紐解くと以下のようになる。

1980年代初頭、パーソナルコンピュータが登場し始めた頃、この新しい技術の可能性に魅せられた教師や研究者たちが、これを教育現場に持ち込むことを始めた。⁽⁹¹⁾

1986年、「臨時教育審議会経過概要」の第7章「情報化への対応」においてはじめて、「情報リテラシー」という言葉が教育界に登場することになる。⁽⁹²⁾

1990年代に入る頃には、コンピュータの性能もあがり、ワードプロセッサや絵を描くためのソフトウェアなどが、教育現場で普通に使われるようになってくる。このころになると、プログラミングは下火になり、「コンピュータを道具として使う」ということが前面に出てくるようになった。⁽⁹³⁾

1996年、インターネットが大ブームになっている時代の中で、中央教育審議会第一次答申に「体系的な情報教育の実施」への言及が行われた。1997年には「情報化の進展に対応した初等中等教育における情報教育の推進等に関する調査研究協力者会議」が設けられ、最終報告において、情報教育の目標体系およびその実施のための方策に関する提言が行われる。⁽⁹⁴⁾

情報リテラシーの特徴と課題についてはふたつの考え方にまとめることができる。

1) 情報処理モデル

情報リテラシーは、「情報」という言葉をキーワードに、人間がメディア上の記号を用いて、思考したりコミュニケーションしたりするプロセスを統一的に説明しようとする傾向を持っている。⁽⁹⁵⁾

2) 情報技術を道具として利用した情報処理の加速

情報リテラシーを主張する人々の技術に対するスタンスは多様であるが、一般的には、技術そのものの理解よりも、パッケージ化された技術の利用方法に重点が置かれている。⁽⁹⁶⁾

なお、情報リテラシーの課題として山内は次のように述べている。

情報リテラシーは、情報のあふれる情報化社会を、情報技術を道具とし使いこなして生き抜いていくために想定されたリテラシーである。⁽⁹⁷⁾

メディア・リテラシー、メディア・リテラシー教育については様々な研究がなされている。D. バッキンガム／鈴木みどり監訳『メディア・リテラシー教育 学びと現代社会』（2006）ではメディア・リテラシー教育について次のように述べている。

メディア・テキストでは、視覚的イメージ（画像や映像）、音声（音、音楽、発言）、書き言葉といったコミュニケーションの「言語」あるいは様式が組み合わせていることが多い。メディア・リテラシー教育はそれゆえ、活字だけでなく映像や音声という他の象徴的システムを含む広範囲の能力を発達させることを目指している。この能力はリテラシーの一形態であると説明されることが多い。そして、今日の世界では、「メディア・リテラシー」は、伝統的は活字メディアのリテラシーと同じように、若い人たちにとって重要であると論じられている。

したがって、メディア・リテラシーの教育はメディアについて教得ること学ぶことのプロセスであり、メディア・リテラシーはその成果、つまり、学ぶ者が獲得する知識と技能である。⁽⁹⁸⁾

では何故、メディア・リテラシー教育が必要なのか。

なぜ、私たちは若い人たちにメディアについて教えなければならぬのか。メディア・リテラシー教育の理論的根拠の説明は、多くの場合、現題の子でもたちの生活におけるメディアの統計上の重要性を示すことから始まる。調査では、今やほとんどの先進工業国で、子どもたちが、学校で過ごす時間より多くの時間をテレビ視聴に費やしていることが繰り返し示されている。実際、テレビを見る時間は睡眠を除く他のいかなる活動よりも長い（例

えば Livingstone and Bovill, 2001; Rideout et al., 1999)。これに映画、雑誌、コンピュータゲーム、ポピュラー音楽に充てる時間を加算するなら、メディアが彼らの余暇時間を構成するもっとも重要な要素であることは、明らかである。

これらの点は、多くの場合、現代社会におけるメディアの経済、社会的、文化的重要性についての広く認められた主張へとつながっていく。メディアは主要な産業であり、利益と雇用を生み出す。メディアは政治のプロセスについて私たちが持っている情報の大半を提供している。さらにメディアは、現実 reality に対する私たちの見方を不可避免的に形づくる理念やイメージ、リプレゼンテーション（フィクション、ノンフィクションのいずれも）を提供する。メディアが現代における文化的表現やコミュニケーションの主要な手段であることに疑問の余地はない。社会生活に積極的に参加する者になるためには、現代のメディアを必ず使いこなさなければならない。メディアは今や、しばしば論じられているように、家族、教会、学校がかつて担っていた役割と引き受け、現代社会における社会化のための主要な影響源となっている。⁽⁹⁹⁾

メディア・リテラシー教育について学校で行われる情報教育として実施される場合が多い。中橋雄『メディア・リテラシー論—ソーシャルメディア時代のメディア教育』（2021）には次のように述べている。

日本の学校教育現場においては、「メディア教育」よりも「情報教育」という言葉の方がより認知されており、情報教育を目的とした実践は数多く行われている。そして、情報教育として取り組まれている実践の中には、メディア教育といえるようなものがあることを確認できる。はたして「メディア教育」と「情報教育」の違い、あるいは接点はどこにあるのだろうか。メディア教育は、「メディアで学ぶ教育」と「メディアについて学ぶ教育」を含む言葉である。そして、情報教育は「情報活用能力を育む教育」のことを意味する。⁽¹⁰⁰⁾

3つの教育内容について中橋は次のように述べている。

「メディアで学ぶ教育」は、教育活動の充実を目的としたものであり、放送教育・視聴覚教育・ICT教育などを総称する言葉に当たる。⁽¹⁰¹⁾

.....

「メディアについて学ぶ教育」は、メディア・リテラシーを育むことを目的としたものである。主に欧米諸国ではそれを「メディア教育 (Media Education)」を呼んでいる。⁽¹⁰²⁾

.....

「情報活用能力を育む教育」は、「情報教育」という言葉が使われている日本の学校教育では、教育行政・政策的な用語として、情報社会に生きるための力を「情報活用能力」と定義しており、「メディア・リテラシー」という言葉を使用してこなかった。情報教育の目標は、情報活用能力を育むことであり、情報活用能力は、「情報活用の実践力」「情報の科学的な理解」「情報社会に参画する態度」の3つをバランスよく育むこととされている。⁽¹⁰³⁾

「情報教育」について柴田義松・宮坂瑠子・森岡修一編『教職基本用語辞典』(2004)では次のように定義されている。

情報化社会においては情報技術に関する教育が必須のものとなっている。情報に関する教育にはさまざまな要素が含まれ、用語も情報教育、情報通信教育、情報活用能力、情報リテラシー、メディア・リテラシーなどがあり、この種の用語・概念の整理が必要であるが、文部科学省が1998(平成10)年、初等中等教育における情報教育の目標として示した情報活用能力の目標として示した情報活用能力は、次の3つの柱からなると定義されている。

- ① 課題や目的に応じた情報手段を適切に活用することを含めて、必要な情報を主体的に収集・判断・表現・処理・創造し、受け手の状況などをふまえて発信・伝達できる能力(情報活用の実践力)
- ② 情報活用の基礎となる情報手段の特性の理解と、情報を適切に扱ったり、自らの情報活用を評価・改善するための基礎的な理論や方法の理解

(情報の科学的な理解)

③ 社会生活の中で情報及び情報技術が果たしている役割や及ぼしている影響を理解し、情報モラルの必要性や情報に対する責任について考え、望ましい情報社会に創造的に参画しようとする態度(情報社会に参画する態度)。

これは情報に関する教育の内容を最も包括的に示したものといえようが、「情報化」には「光と影」の側面がある事を考察し、情報モラルの教育を含めこれらの能力をバランスよく総合的に教育することが必要であろう。

(104)

情報教育といえば、高等学校の学習指導要領が1999年に改訂、2003年実施により、教科「情報」が新設された。その後の学習指導要領の変遷は以下の通りである。

1999年改訂、2003年実施

情報A、情報B、情報C

2009年改訂、2013年実施

社会と情報、情報の科学

2018年改訂、2022年実施

情報Ⅰ、情報Ⅱ

当然のことながら、高等学校で教科化される以前から情報教育の概念は構築されて来た。中橋は情報教育を7世代に分けて以下のように整理した。

第1世代の情報教育(1980年代～)は、コンピュータのハードウェア的仕組みやプログラミング、アルゴリズム、ファイル処理等を重視していた。

(105)

第2世代の情報教育(1990年代前半～)は、第1世代の情報教育に加え、文書処理、表計算、データベース、描画、パソコン通信等の応用ソフトウェアの活用スキルを重視した。この時代のコンピュータは、計算機としてだけ

でなく、表現するための道具について使われるようになっていった。

(106)

第3世代の情報教育(1990年代後半～)は、第1・第2世代に加え、問題解決・計画・表現の手段としての分析・統合、創作、表現等の能力が重視されるようになった。単にソフトを使うことができるというスキルの獲得を越えて、情報技術を活用することで何を実現できるのか、ということに目が向けられた。(107)

第4世代の情報教育(2000年代前半～)は、ネットワーク化されたコンピュータをコミュニケーションのためのメディアとして活用する能力が重視されるようになった。ここには、3DCGや映像編集も含むデジタルメディア表現能力、メディアの特性を理解し、構成された情報を主体的に読み解く力、情報モラルなどが含まれる。(108)

第5世代の情報教育(2000年代後半～)は、さらに、ユビキタスコンピューティングの環境下におけるWeb2.0時代のメディア・リテラシーが求められるようになった。いつでもどこでも誰でもインターネット上の情報にアクセスできる環境や利用形態をユビキタスコンピューティングという。(109)

第6世代の情報教育(2010年代前半)は、クラウドコンピューティングが実現するソーシャルメディア時代のメディア・リテラシーが重視された。利用者が自分の端末を通じて、インターネット上のハードウェア、ソフトウェア、データをその存在や仕組みを意識することなく利用できる環境や利用形態のことをクラウドコンピューティングという。(110)

第7世代については教育面については2017年・2018年の学習指導要領の改訂により「情報活用能力」が必要な能力として位置付けられ、「データサイエンス、プログラミング的思考が重視されるようになった」(111)ことに注目している。さらに現在でも問題になっているが、以下にも注意が必要であるとしている。

…「フェイクニュース」「ポスト・トゥルース」という言葉も注目されるようになった。「フェイクニュース」は、事実かどうかわからないことを事実の

ように伝えたニュースのことである。「ポスト・トゥルース」とは、客観的な事実よりも感情的な主張が影響力を持つような政治状況のことを意味する。

(112)

メディアの役割が大きくなればなるほど、発信者と受信者のメディア・リテラシー観に依存する部分が大きくなるということだ。メディア・リテラシーの持つ意義とは山内祐平『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』（2003）では次のように述べている。

…日本におけるメディアリテラシー概念の普及は、マスメディアのあり方に関する批判から生まれてきている。「マスメディアは我々が信頼できる仕事をしていない。だから、自己防衛として、メディアに対して批判的に対応できる能力を身につけ、メディアにだまされないようにしよう。」という考え方である。

この考え方の背景には、メディアに対してあまりにも無自覚であった我々のあり方に反省をせまる視点が含まれている。(113)

こうしたメディア・リテラシーを教育を初等中等教育では十分でできるだろうか。山内は次のように述べている。

日本では、教員養成のカリキュラムの中にメディアリテラシーを学ぶコースが設けられず、大学・大学院などで研究を行っているところも限られている。その結果、教師がメディア・リテラシーの授業をしようと思ったら、基本的に独学でその内容を学ばなければならない。(114)

情報教育と情報リテラシーと同様にメディア教育とメディア・リテラシーという考え方がある。いずれにしても受け手側の教育からスタートしている。

メディア教育は言語教育、特に文学批評系の実践から始まっているため、メディアリテラシーの世界では、メディア上に構成された意味を批評的に読

み解く活動が中心になってきた。ビデオカメラを利用して番組を作るなどの表現活動も行われているが、それはあくまでもより深く読み解くための補助的な存在であった。⁽¹¹⁵⁾

COVID-19の時に注目あびた遠隔授業、すなわちリモートによる授業はインターネット環境さえあれば、パソコン1台、あるいはタブレット、スマホがありさえすれば、それほど苦も無く実現できることが明らかになった。Skype、ZOOM、Google Meetなど枚挙にいとまがない。単にYouTubeの投稿するのとはまた異なり、ライブにより映像を伴う会議システムが簡単に利用できることが広まったといつてよいだろう。つまり情報通信技術も含まれることになった。

「情報リテラシー」「メディアリテラシー」「技術リテラシー」の流れは、情報やメディアがあふれ、新しい技術が次々に生み出される現代社会において、それぞれ必要不可欠な素養として主張されているが、重点を置いているポイントには大きな違いがある。

情報リテラシーは、人間が情報を処理したり利用したりするプロセスに注目し、情報を探ること・活用すること・発信することに関するスキルを身につけることをねらいにしている。

メディアリテラシーは、人間がメディアを使ってコミュニケーションする営みを考察し、メディアに関わる諸要因（文化・社会・経済）とメディア上で構成される意味の関係を問題にしている。

技術リテラシーは、情報やメディアを支える技術に注目し、その操作および背景にある技術的な仕組みを理解することを重視している。⁽¹¹⁶⁾

石村善治「メディア教育」（1999）では次のような定義がある。

メディア教育は「文字・音声・映像などのすべてのメディア（媒体）を統合的、有機的に融合して、実用的な情報ネットワークを利用するエレクトロニクス情報教育」と定義できる。パソコンとテレビ電話と光ファイバーや無線

によって高度に統合した双方向性を備えたマルチメディア装置を操作して、デジタル情報を使いこなす能力を育成する教育といえる。⁽¹¹⁷⁾

今後の AI 生成物をはじめ、技術の発達により理解するものが増加してくる可能性は大きい。

(8) 教育現場での情報モラル教育

IT 革命、高等学校での情報科の必修化に伴い学校での IT 化は急速に進み、今や HP のない学校などないほどだ。電話よりメールの問合せなども当たり前の時代となっている。SNS (Mail, Twitter, Blog, Facebook, LINE) は当たり前になっている。しかし、便利さは進めるのもその負の部分への対応等についてはあまりにも放置の状態が続いている。

ここ数年、SNS 上の不適切な書き込みや気になる内容のものがマスコミを始め、インターネット上で話題になることが多い。こうした書き込みが後を絶たないのは初等中等教育での情報モラル教育が機能していないのではないかとと思われる。ICT を推進することに主眼が置かれ、負の部分に焦点を当て、SNS の功罪についての教育が充分でないということだ。しかし、SNS 利用に歯止めをかけるべく、携帯電話やスマートフォンの利用制限が話題なることはあっても、正しい利用の仕方の推進、あるいは SNS の功罪についての教育現場での取り組みがようやく始まった印象がある。大学の教育現場でも社会へ送り出す前段階として、デジタル社会での教養教育として、職業教育として SNS の利用については新しい視点に立って取り上げるべきだろう。課題となるのはデジタルイミгранトがこうした教育の中心になっていることだ。世代の交代の時期もあるが、デジタルネイティブ世代による教員・指導者による SNS 利用の教育が待たれるところだ。

筆者は 2021 年度と 2022 年度に中学校の「道徳」の授業で特別講師として呼ばれ、2 時間づつ授業を行った。この時には情報モラルをとしてバイトレロなどの不適切な動画の投稿、デジタル万引き、デジタルタワー、動画投稿の際の注意点などを取り上げた。専門機関などが作成した啓発動画などを活用する

など、現実に起きたトラブルなどを紹介した。⁽¹¹⁸⁾

(9) リサーチと研究倫理

インターネットの普及は学習の仕方や研究方法においても大きな分岐点となっている。単純な暗記ものは今や最低限の知識さえあれば、インターネットのリサーチで済んでしまう時代となった。これは電卓が登場すると計算能力が著しく低下し、リダイヤル機能のある携帯電話等の普及により相手の電話番号を覚える必要性がなくなってきたとリンクしている。

よく言えば「便利になった」のだ。従って、覚えていること以上に、どこのサイトを見れば確実な情報がつかめるかが重要と言う時代を迎えた。岡本健『巡礼ビジネス』(2018)でも観光と情報検索に触れながら次のように述べている。

私がよくやる文献探索の方法が、大きな図書館に行って棚の間をぶらぶら歩き回る、というものです。本当にただ歩き回って本を眺めます。自分が興味を持っている棚はもちろんですが、そうではない棚も含めてゆっくりと見て回ります。タイトルを見て「面白そうだな」と思ったら手に取って開いてパラパラと読んでみます。これを何のためにやるのかというと、先ほど指摘した「検索ワードの限界」を超えるためです。自分の興味、関心に従って探す方法では、自分が興味、関心をもっていない範囲をカバーするのは難しいでしょう。そもそも興味、関心がないわけですから、その分野のキーワードも知らないわけですし、分野があることすら知らない可能性もあります。⁽¹¹⁹⁾

インターネット場合には検索ワードが多すぎて、どれが適正なものか、正しいものかの判別ができない。中にはインターネット上に掲載されていることは「正しい」、ウィキペディアは「正しい」という根拠のない神話を信じているものも少なくないことは驚きだ。学生のレポート等でもブログや知恵袋から引用してくるものさえあるのだ。情報過多によりその可否の判別ができなくなって

いることも事実だろう。筆者は基本として以下で指導することがある。

- 1) 書き込み者が信頼できるかどうか、氏名、所属などを明らかにしているかどうか。(匿名ではなく、文責を負うことを承知しているかどうか)。個人ではなく特定の協会、団体、会社の場合にはそれが社会的な信頼度や知名度から判断。
- 2) URLに **go. ac. org.** であるかどうか。高等学校では属性について指導しているかどうかは不明だが、ほとんどの学生がこのことについてはほとんど知らない状態である。go.=government, ac.=academy, org=organization の略であり、その後ろに国の属性が表示されることが多い。go.jp=government, Japan, ac.jp=academy, Japan の指すことになる。

1にも2にも該当しないものだけを頼ることは推奨していない。もちろん、インターネットの場合には複数のサイトから引用することが好ましいだろう。

中央教育審議会「我が国の高等教育の将来像（答申）」（2005年1月28日）で示された言葉である。まず、「はじめに」に次の様に述べている。

21世紀は「知識基盤社会」(knowledge-based society)の時代であると言われていた。これからの「知識基盤社会」においては、高等教育を含めた教育は、個人の人格の形成の上でも、社会・経済・文化の発展・振興や国際競争力の確保等の国家戦略の上でも、極めて重要である。精神的文化的側面と物質的経済的側面の調和のとれた社会を実現し、他者の文化（歴史・宗教・風俗習慣等を広く含む。）を理解・尊重して他者とコミュニケーションをとることのできる力を持った個人を創造することが、今後の教育には強く求められている。⁽¹²⁰⁾

さらに「第1章 新時代の高等教育と社会」の中で次のように述べている。

○21世紀は、新しい知識・情報・技術が政治・経済・文化をはじめ社会のあらゆる領域での活動の基盤として飛躍的に重要性を増す、いわゆる「知識基

盤社会」(knowledge-based society)の時代であると言われている。

○「知識基盤社会」の特質としては、例えば、

1. 知識には国境がなく、グローバル化が一層進む、2. 知識は日進月歩であり、競争と技術革新が絶え間なく生まれる、3. 知識の進展は旧来のパラダイムの転換を伴うことが多く、幅広い知識と柔軟な思考力に基づく判断が一層重要となる、4. 性別や年齢を問わず参画することが促進される、等を挙げることができる。

○こうした時代にあっては、精神的文化的側面と物質的経済的側面のバランスのとれた個々人の人間性を追求していくことが、社会を構築していく上でも基調となる。また、国内・国際社会ともに一層流動的で複雑化した先行き不透明な時代を迎える中、相互の信頼と共生を支える基盤として、他者の歴史・文化・宗教・風俗習慣等を理解・尊重し、他者と積極的にコミュニケーションをとることのできる力がより重要となってくると考えられる。

○高等教育の役割は、人格の形成、能力の開発、知識の伝授、知的生産活動、文明の継承など、非常に幅広いものである。高等教育は、初等中等教育の改革の動向とも相まって、中等教育後の様々な学習機会の中にあってその柱となり、社会を先導していくものである。

○「知識基盤社会」においては、新たな知の創造・継承・活用が社会の発展の基盤となる。そのため、特に高等教育における教育機能を充実し、先見性・創造性・独創性に富み卓越した指導的人材を幅広い様々な分野で養成・確保することが重要である。

○また、活力ある社会が持続的に発展していくためには、専攻分野についての専門性を有するだけでなく、幅広い教養を身に付け、高い公共性・倫理性を保持しつつ、時代の変化に合わせて積極的に社会を支え、あるいは社会を改善していく資質を有する人材、すなわち「21世紀型市民」を多数育成していかなばならない。

○これからの「知識基盤社会」においては、高等教育を含めた教育は、個人の人格の形成の上でも社会・経済・文化の発展・振興や国際競争力の確保等の国家戦略の上でも、極めて重要である。国際競争が激化する今後の社会では、国の高等教育システムないし高等教育政策そのものの総合力が問われる

こととなる。国は、高等教育の経済的基盤の充実に努めるなど、将来にわたって高等教育につき責任を負うべきである。また、個々の高等教育機関や学生・企業等の関係者も、十分な自覚を持ってこれからの時代に立ち向かう努力と気構えが必要であることは言うまでもない。⁽¹²¹⁾

知識＝暗記することではない。今では溢れる情報をどのように処理するかということが最も重要である。細谷昌志「多文化共生のための異文化コミュニケーション」(2006)で次のように述べている。

21世紀はこれまでの「産業型社会」にかわって、「知識型社会」(knowledge society) なるといわれている。「産業型社会」は産業革命にはじまり、20世紀にいたる数世紀のあいだ、先進国が(ときに戦争をも辞さず)理想として追求した国家像である。そこでは「モノ」の大量生産がそのまま文化の豊かさをもたらすと楽観的に考えられた。先進国は競って「モノ」造りに邁進し、莫大な「モノ」の生産蓄積こそ富の表徴であり、あらゆる価値の源泉をなすと信じられたのである。しかしながら21世紀の今日、大量生産とそれともなう多量のエネルギー消費や大衆消費社会が地球の環境破壊をもたらしていることは常識になっているし、豊かな物質文明がかならずしも心の豊かさにつながるものではないことに人々は気づいていてもいる。

それに対して「知識型社会」では「モノ」ではなく、たんてきに「情報」そのものが価値をなす。生産・分配・消費のいずれにおいても、「モノ」は「情報」に統御される。貧富の帰趨を決めるのは、封建社会のような身分制度でもなく、産業のような国家の体力や腕力(経済力や軍事力など)でもなく、情報の収集・分析・発信という「知」の力なのである。この傾向に拍車をかけたのは、いうまでもなく近年めざましく発展し進化をとげているIT革命である。⁽¹²²⁾

知識基盤社会が進化、発展すればその行き着くところは知識型社会となる。「『モノ』は『情報』に統御される」とあるからといって情報型社会としていないのは、情報の価値判断、取捨選択を行うためには総合的な知識が必要で

あるからではないだろうか。知識基盤社会の解説をいくつか紹介しておきたい。

「知識基盤型社会」(2008)

21世紀は一般に、新しい知識・情報・技術が政治・経済・文化をはじめ、社会のあらゆる領域での活動の基盤として飛躍的に重要性を増すといわれている。このような社会を「知識基盤型社会」(Knowledge-based society)という。この社会の特質として、①知識には国境がなく、グローバル化が一層進む、②知識は日進月歩であり、競争と技術革新が絶え間なく生まれる、③知識の進展は旧来の発想の転換を伴うことが多く、幅広い知識と柔軟な思考力に基づく判断が一層重要となる、④性別や年齢を問わず参画することが促進される、などの諸点をあげることができる。我が国の教育改革においても、これらの点を重要視するとともに、他者や社会の中で切磋琢磨しつつも、一方では読書などを通して自己と対話しながら、自分自身を深めることが大切であるとされている。⁽¹²³⁾

「アクティブラーニングと『知識基盤社会』に求められる人材」(2016)

「知識基盤社会 (knowledge-based society)」とは、「新しい知識・情報・技術が政治・経済・文化をはじめ社会のあらゆる領域での活動の基盤として飛躍的に重要性を増す社会」のこと。2005年の中央教育審議会答申「我が国の高等教育の将来像」で示されたものです。同答申では「知識基盤社会」の特長として次のようなことを挙げています。

- 1) 知識には国境がなく、グローバル化が一層進む
- 2) 知識は日進月歩であり、競争と技術革新が絶え間なく生まれる
- 3) 知識の進展は旧来のパラダイムの転換を伴うことが多く、幅広い知識と柔軟な思考力に基づく判断が一層重要になる
- 4) 性別や年齢を問わず参画することが促進される

「コンピューター」とか「インターネット」といった言葉は出てきませんが、知識基盤社会とはずばり、コンピューターネットワークによる検索型社会のことです。

ネットにはどのぐらいの情報が存在するでしょうか。グーグルの検索ページは30兆を超え、しかもそれが瞬間瞬間、更新・追加され続けています。たとえばYouTubeにアップされる動画は1分間で約100時間分、Facebookの投稿は1分間で70万件、Instagramの写真は1分間に51万回「いいね!」を獲得します。世界中で1日に作られているデジタルデータを合算すると250京バイト。DVD-Rに換算して、2時間強の映画約5億本分に相当するそうです。知識の量においては既に人間のそれを遥かに超えています。また、人工知能についても「シンギュラリティ」というキーワードが注目されているとおり、2045年には人工知能が人間を超えるのではないかと予想されています。真偽のほどはまだ不明ですが、コンピューター社会は大変なスピードで進化発展していき、それに伴って経済や雇用の状況は激変することは間違いありません。ブルーカラーはもちろんのことホワイトカラーの仕事も、半数はロボットが取って代わると言われています。

ルーチンワークだけでなく、これまで人間にしかできないと考えられていたサービス産業もロボット化されてきています。

そのような社会においても生き生きと生き抜いていくためには、知識の量や記憶力などの認知スキルも必要ですが、人間的な思いやり、他者を励ましたり、共感したりする能力、組織にあつては協調性や対話力などの非認知スキル、社会的スキルがより重視されてきます。質問対話型のコミュニケーション能力、独自の視点で課題を発見し、周囲を巻き込みながら解決していくような力が求められます。もちろん、あらゆる情報がすぐに陳腐化してしまう状況では、絶えず自分の知識、情報を更新し続けていけるような学習能力も欠かせない姿勢でしょう。

知識基盤社会を生きていくために必要な能力や姿勢をまとめると、次のようになります。

《知識基盤社会を生き生きと生き抜くための3つのポイント》

- 1) 課題を見だし主体的・協働的に解決する力
「なぜ？」質問力・傾聴力・巻き込み力
- 2) 知識・技術の更新のための生涯にわたる学習
学び続ける習慣⇒態度的目標

3) 他者や社会、自然や環境と共に生きる姿勢 (持続可能な開発のための教育)

生きること⇒価値観 (協同的な利他性) ⁽¹²⁴⁾

上記では『コンピューター』とか『インターネット』といった言葉は出てこないが、知識基盤社会とはずばり、「コンピューターネットワークによる検索型社会のことです」とあるが、これは既に述べた通り、情報を得ることの上に総合的な価値判断と情報の取捨選択を行うことが求められるため、表現として「検索型社会」とはむしろ価値判断と情報の取捨選択を行わないことと直結するため、筆者はふさわしい表現とは思えない。

なお、新村出編『広辞苑』(2018、第7版)には「知識基盤社会」の見出し語はなく、「アクティブラーニング」については第6版(2008)には項目はなく、第7版(2018)では以下のように定義されている。

問題解決学習・体験学習・グループ-ディスカッション・ディベートなど、学習者の能動的な参加を取り入れた教育法の総称。⁽¹²⁵⁾

教育現場だけでなく、今や研究分野においても情報モラルをさらに発展させて、従来の研究倫理をさらに明確にする必要性が生じてきた。情報が簡単に入手できるようになると、それを活用したくなる衝動が生じてきてしまう。さらにPCの機能にはcopy & paste、通称コピペができるため、さらにこれを助長する傾向にある。出典先を明示しなければ盗用、特にデータなどでは都合の悪いところを勝手に直せば改ざんとなる。これらは研究上は不正行為と見なされる。不正行為については「不正行為に対する基本的考え方」(文部科学省HP)では次のように示している。

得られたデータや結果の捏造、改ざん、及び他者の研究成果等の盗用に加え、同じ研究成果の重複発表、論文著作者が適正に公表されない不適切なオーサーシップなどが不正行為の代表例と考えることができる。こうした行為は、研究の立案・計画・実施・成果の取りまとめの各過程(競争的資金等の支援

を受ける場合は、この他に経費支援申請や経費支援者への報告がある。) においてなされる可能性がある。(126)

学生のレポートだけでなく、研究者でさえもこうした危険がある。特にインターネット等により公表されているため、以前よりも人の目に触れる機会が増えたことにより、自動的にチェック機能が働いてしまったということだ。また、政治家も過去の他人の演説を使ってしまうなどの事例も出て来ている。

(10) gaming disorder

デジタルコンテンツやインターネットは便利な反面、異常に執着し過ぎることが問題視されることはあった。インターネット依存症について次のような動きがあった。文部科学省『「情報化が子どもに与える影響(ネット使用傾向を中心として)」に関する調査報告書』(2003年5月31日)には「インターネット依存」として次のような掲載がある。

4 「インターネット依存」の定義

「インターネット依存」はアルコールや薬物への依存とは異なり、身体依存が起こらないという意味では、あくまでアナロジーとしての「依存」である。すなわちギャンブルや買い物「依存」と同様、行為の過程への依存と見なされる。今日、精神科診断の世界標準となっている『精神障害の診断と分類のための手引き』DSM-4(アメリカ精神医学会が作った診断基準)では、「インターネット依存」は「312.30 特定不能の衝動制御の障害」に分類されよう。また同様に『精神・行動の障害マニュアル』ICD-10(WHOが第10回会議で勧告した「国際疾病分類(ICD)」)でも、これは「F63.9 習慣および衝動の障害、特定不能のもの」に分類されよう(ここでは「依存」=「中毒」=addictionと見なしている)。但し一方で、他の精神疾患に由来する二次的疾患であるという立場も無視できない。

我が国において先駆的に研究を行っている小林ら(2001)の定義に従えば、「インターネット依存」は「寝食を忘れてインターネットにのめり込んだり、

インターネットへの接続を止められないと感じるなど、インターネットに精神的に依存した状態」とされる。しかし本格的な研究の乏しい現状では、どのような現象を主たる特徴とするかについて、まだ一定の見解を得るには到っておらず、その意味では操作的な定義を免れ得ない。ところで「インターネット依存」を同定する場合、①本人、あるいは周囲の人の訴えによるもの、②質問紙やチェックリストによるもの、が考えられる。ここで広く一般的に「依存」あるいは嗜癖や中毒状態の患者が自ら訴え出たり治療を希望したりすることが極めて稀であるという事実を鑑みれば、幾つかの状態像を網羅的に掲げたチェックリストなどの何らかの客観的指標を媒介にして同定していくのが妥当であろう。

これらから示唆される、「インターネット依存」の大枠としての指標は、①インターネット接続の時間、②「インターネット依存」状態の持続期間、③離脱症状、もしくはそれに類する状態像の存在、④結果として引き起こされる悪しき事態の無視や軽視、⑤慢性的な状態像などが挙げられる。以下にその詳細について検討してみたい。

① インターネット接続の時間について

ヤング (1998) によれば、彼女の診断基準による「インターネット依存」者の平均接続時間は 38.5 時間/週である。またブレンナー (1997) の調査では、19 時間/週接続している人は「インターネット依存」者としての問題を抱えていることが示唆されている。接続時間の問題ではないとする見方もあるが、一日 3 時間以上、週平均 20 時間を越える接続を、さしあたり基準指標として見なすことを提案したい。

② 「インターネット依存」状態の持続期間

もともとのヤングの研究 (1996) では、薬物依存にならって 12 ヶ月の持続期間が指標として組み込まれていた。3 ヶ月、もしくは半年で「インターネット依存」状態から離脱できるというインターネットのヘビーユーザーたちの言葉を信じるなら、この 12 ヶ月という基準はかなり重要な指標となる。但し、子どもを念頭に置くならその影響の重篤さを鑑みて、より短い期間 (例えば 3 ヶ月) を指標とすべきであろう。

③ 離脱症状、もしくはそれに類する状態像

利用時間を制限されたり離脱した時に、精神依存を裏づける何らかの反応が起こる場合は、やはり「依存」と見なしてよいだろう。多くの場合、不安、抑鬱、情緒不安定、インターネット上で起こっている出来事への妄想的思考、次の接続の機会に心奪われる、制御不能とそれに伴う無力感などの反応が見られるとされている。

④ 問題の軽視や無視

インターネットへの過度の耽溺によって、精神的、身体的あるいは社会的、職業的な問題を抱えてしまう（しまっている）にもかかわらず、そういった事態を軽視したり無視する態度が形成されているなら、やはり「インターネット依存」と見なすべきであろう。

⑤ 慢性的な状態像

その他、従来指摘されている慢性的な状態像として、以下の諸点を提案したい。

- ・別人格へのなりすまし
- ・現実の生活における劣等感

今後の「インターネット依存」の定義について

以上のような諸点を踏まえ、今後以下のような記述的諸特徴を持つ場合に「インターネット依存」と見なすことを提案したい。基本的に接続時間以外の項目については、報告者自身の主観的報告による。但し、15歳以下の年少者の場合は、保護者による判定が望ましいと思われる（15歳に根拠はない）。

- ・これら全般にわたる持続期間が12ヶ月以上であること（15歳以下の場合は3ヶ月以上）⁽¹²⁷⁾

American Psychiatric Association より “Internet Gaming Disorder” について以下のような説明がなされている。

In the fifth edition of the Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM-5), Internet Gaming Disorder is identified in Section III as a condition warranting more clinical research and experience before it

might be considered for inclusion in the main book as a formal disorder. A New Phenomenon The Internet is now an integral, even inescapable part of many people's daily lives; they turn to it to send messages, read news, conduct business and much more. But recent scientific reports have begun to focus on the preoccupation some people develop with certain aspects of the Internet, particularly online games. The "gamers" play compulsively, to the exclusion of other interests, and their persistent and recurrent online activity results in clinically significant impairment or distress. People with this condition endanger their academic or job functioning because of the amount of time they spend playing. They experience symptoms of withdrawal when kept from gaming.

Much of this literature stems from evidence from Asian countries and centers on young males. The studies suggest that when these individuals are engrossed in Internet games, certain pathways in their brains are triggered in the same direct and intense way that a drug addict's brain is affected by a particular substance. The gaming prompts a neurological response that influences feelings of pleasure and reward, and the result, in the extreme, is manifested as addictive behavior.

Further research will determine if the same patterns of excessive online gaming are detected using the proposed criteria. At this time, the criteria for this condition are limited to Internet gaming and do not include general use of the Internet, online gambling or social media.

By listing Internet Gaming Disorder in DSM-5 Section III, APA hopes to encourage research to determine whether the condition should be added to the manual as a disorder.

DSM is the manual used by clinicians and researchers to diagnose and classify mental disorders. The American Psychiatric Association (APA) will publish DSM-5 in 2013, culminating a 14-year revision process. For more information, go to www.DSM5.org.

APA is a national medical specialty society whose more than 37,000

physician members specialize in the diagnosis, treatment, prevention and research of mental illnesses, including substance use disorders. Visit the APA at www.psychiatry.org. For more information, please contact APA Communications at 703-907-8640 or press@psych.org.

© 2013 American Psychiatric Association
Order DSM-5 and DSM-5 Collection ⁽¹²⁸⁾

日本の地方公共団体でも次のような見解を示している。

インターネット依存症について

[1] DSM-5 の中での取り扱い (1) 「インターネットゲーム障害」 (Internet Gaming Disorder, DSM-5) 平成 23 年 5 月にアメリカ精神医学会から発行された『精神疾患の診断と統計 の手引き第 5 版』 (DSM-5) において、「インターネットゲーム障害」が今後研究が進められるべき精神疾患の一つとして新たに提案されました。DSM-5 では、“dependence (依存)” という用語は使われておらず、「インターネットゲーム障害」に対しても、“addiction (アディクション)” という用語によって説明されています。アディクションは嗜癖と訳され、特定の物質摂取、習慣、行動などが行き過ぎてしまい、それらを渴望してコントロールするのが困難になった状態を意味しています。一方、依存は、アルコール、ニコチン、覚醒剤、ある種の降圧薬 など何らかの物質に対して渴望や離脱症候群などが生じた状態を意味すると考えられており、その状態のなかにはアディクションを起こす場合もあれば、アディクションを起こさない場合もあるとされています。行き過ぎた行動のためにさまざまな健康問題や社会的問題を引き起こすことがあり、DSM-5 では、アルコールや覚醒剤等の何らかの物質による「物質関連障害」と並び、ギャンブルに対するアディクションとして「ギャンブル障害」が精神疾患として正式に採用されました。そして、インターネットゲームに対するアディクションとして「インターネットゲーム障害」が今後検討されるべき疾患として DSM では今回初めて提案されたのです。行動上のアディクションはギャンブル障害、インターネットゲーム障害以外にも、DSM-

5ではショッピングアディクション, セックスアディクション, エクササイズアディクション等があげられています。しかし, これらはメンタルヘルスの問題であるかどうかはまだ明確でないため, 今後研究が進められるべき疾患としての提案がなされませんでした。⁽¹²⁹⁾

WHO がゲーム依存症についてある提言を行ったとのニュースが流れた。

「"Gaming Disorder" Is An Actual Disease, World Health Organization Says The World Health Organization says people with the condition could see "significant impairment" in their personal and professional lives. Last updated by Eddie Makuch on January 2, 2018 at 2:49PM」には以下のようにある。

Subscribe for the latest gaming news

The World Health Organization, the public health division of the United Nations, has released its newest list of classified diseases--and "gaming disorder" is included. A draft of the WHO's International Classification of Diseases (ICD) describes this as being characterized by a "pattern of persistent or recurrent gaming behaviour" online or offline.

The description goes on to say that gaming disorders can include the following: "1) impaired control over gaming (e.g., onset, frequency, intensity, duration, termination, context); 2) increasing priority given to gaming to the extent that gaming takes precedence over other life interests and daily activities; and 3) continuation or escalation of gaming despite the occurrence of negative consequences."

People suffering from the so-called "gaming disorder" run the risk of "significant impairment" to their personal, family, social, education, and occupational lives, according to the WHO. The description goes on to say that "gaming disorder" can be a continuous condition or it can be episodic or recurrent in nature. For it to be suggested that a person has "gaming disorder," they would display these behaviour patterns for a year or longer.

The WHO also has a listing for "hazardous gaming," which the organisation says "refers to a pattern of gaming, either online or offline that appreciably increases the risk of harmful physical or mental health consequences to the individual or to others around this individual."

It goes on to say: "The increased risk may be from the frequency of gaming, from the amount of time spent on these activities, from the neglect of other activities and priorities, from risky behaviours associated with gaming or its context, from the adverse consequences of gaming, or from the combination of these. The pattern of gaming is often persists in spite of awareness of increased risk of harm to the individual or to others."

Speaking to the BBC, technology addiction specialist Dr. Richard Graham said he welcomes the WHO's decision to making "gaming disorder" a recognised disease. "It is significant because it creates the opportunity for more specialised services. It puts it on the map as something to take seriously," he said. At the same time, he said he worries that it could also lead to "confused parents whose children are just enthusiastic gamers."

Not everyone is thrilled with the WHO's decision to recognise gaming addiction as a medical condition. The Entertainment Software Association, which represents the video game industry's interests in Washington DC and organizes E3 every year, said the move "recklessly trivializes real mental health issues."

"Just like avid sports fans and consumers of all forms of engaging entertainment, gamers are passionate and dedicated with their time," the ESA said in a statement to Gamasutra. "Having captivated gamers for more than four decades, more than 2 billion people around the world enjoy video games."

"The World Health Organization knows that common sense and objective research prove video games are not addictive. And, putting that official label on them recklessly trivializes real mental health issues like depression and social anxiety disorder, which deserve treatment and the

full attention of the medical community. We strongly encourage the WHO to reverse direction on its proposed action."

The newest ICD draft is not yet finalized, so things could change regarding its content and language. We'll report back with more details as they become available. ⁽¹³⁰⁾

2018年1月3日のインターネット上の「朝日新聞 digital」で「ネットゲーム依存、疾病指定へ WHO定義、各国で対策」が流れた。

インターネットゲームなどのやり過ぎで日常生活に支障をきたす症状について、世界保健機関（WHO）が2018年、病気の世界的な統一基準である国際疾病分類（ICD）に初めて盛り込む方針であることがわかった。国際サッカー連盟（FIFA）主催の世界大会が開かれたり、五輪への採用が検討されたりするなどネットゲームが広く普及する中、負の側面であるネット依存の実態把握や対策に役立てられそうだ。

WHO関係者によると、18年5月の総会を経て、6月に公表を予定する最新版のICD-11で、「Gaming disorder」（ゲーム症・障害）を新たに盛り込む。17年末にトルコで開かれた依存症に関する会議で、最終草案を確認した。

最終草案では、ゲーム症・障害を「持続または反復するゲーム行動」と説明。ゲームをする衝動が止められない▽ゲームを最優先する▽問題が起きてもゲームを続ける▽個人や家族、社会、学習、仕事などに重大な問題が生じる——を具体的な症状としている。診断に必要な症状の継続期間は「最低12カ月」。ただ特に幼少期は進行が早いとして、全ての症状にあてはまり、重症であれば、より短い期間でも依存症とみなす方針だ。

ゲームを含むネット依存はこれまで統一した定義がなく、国際的な統計もなかった。新しい定義は各国での診断や統計調査に役立てられる。厚生労働省の国際分類情報管理室も「公表から数年後にICD-11を統計調査に使う」としている。 ⁽¹³¹⁾

インターネット依存、ゲーム依存については以前により問題視されていたわけであるが、こうして WHO から疾病として定義されるということはこれまでとは異なる動向となるだろう。

(11) スマホ脳

世界的ベストセラーとなったアンデシュ・ハンセン／久山葉子訳『スマホ脳』（新潮社、2021年5月）の内容を紹介することでこの項目の代わりとしたい。その内容は以下の通りである。

コロナに寄せて一新しいまえがき

第 1 章 人類はスマホなしで歴史を作ってきた

第 2 章 ストレス、恐怖、うつには役目がある

第 3 章 スマホは私たちの最新のドラッグである

第 4 章 集中力こそ現代社会の貴重品

第 5 章 スクリーンがメンタルヘルスや睡眠に与える影響

第 6 章 SNS—現代最強の「インフルエンサー」

第 7 章 バカになっていく子供たち

第 8 章 運動というスマートな対抗策

第 9 章 脳波スマホに適用するのか？

第 10 章 おわりに

デジタル時代のアドバイス

コラム

謝辞

人生のバイブルに—訳者あとがき

「コロナに寄せて一新しいまえがき」では COVID-19 の影響を受けて初版初刷りより加えられたものだ。

今あなたが手にしている本は人間の脳はデジタル社会に適用していない

という内容だ。昨今のコロナ危機で、スマホが外界とのライフラインになった今、読むべき本なのだろうか。

そんな今だからこそ読むべきだ、と私は思う。まず最初から説明させてほしい。

現在、大人は1日4時間をスマホに費やしている。10代の若者なら4～5時間この10年に起きた行動ヨシキの変化は、人類史上最速のものだ。それにはどんな影響があるのだろうか。本書『スマホ脳』では、その点を突き詰めたかった。そして私は科学の力に頼ろうと決めた。これまでの研究で、デジタル社会についてどんなことがわかっているのだろうか。私たちの心の健康にどんな影響があるのか、睡眠や集中力への影響は？子供や若者には？学校教育は？憶測や主観的な意見ではなくて、ちゃんと研究結果が出ている点はあるのだろうか。⁽¹³²⁾

.....

コロナ危機において、デジタルツールは外の世界との架け橋のようなものだ。だが、問題を引き起こすこともある。現在は、噂や陰謀論かSNSを通じてウイルスよりも速いスピードで拡散される。噂の感染拡大は危機における極めて自然な副産物だが、昔は少人数の間で広まるだけだった。それが今では数時間のうちに何百人にも届く。あまりに大規模偽情報の拡散に、世界保健機関（WHO）が「私たちはウイルスの感染拡大に付随して、インフォデミックにも襲われている」と注意を呼びかけたほどだ。

(133)

すべての章を取り上げることできないので、「第6章 SNS—現代最強の『インフルエンサー』」に注目しておきたい。

インターネット上では、人を「自分たち」か「あいつら」かに分類しようとする強い衝動が、やはりこれも人間に内蔵された災害や危険への恐怖と同じように明らかな効果を発揮する。今は新聞やテレビよりもフェイスブックでニュースを読んでいる人の方が多いが、そこには決定的な違いがある。新聞やテレビのニュース編集局は、どのニュースを報じるかを選択

し、それが面白いかどうかではなく、真実かどうかも精査する。一方フェイスブックのタイムラインに流れてくるニュースは、コンピュータのアルゴリズムが選んだものだ。つまり、拡散される記事にかかっていることが真実かどうか、そこに責任を持つ編集局はフェイスブックには存在しない。

(134)

このことは個人から発信される様々な情報も同様だ。われわれは日々こうした情報にさらされてインターネット活用している。

ではこうしたインターネットの状況を踏まえて子供にスマホを与えるとはどういうことを意味するのか。紙媒体の教科書からタブレット型のデジタル教科書の導入は何を意味するのか。幼児教育にタブレットは必要なのか。

4 インターネットによるコミュニケーション⁽¹³⁵⁾

(1) ポップカルチャーから見たインターネット

SNS は予想を超える速さで実生活の中に入り込んで来ている。ここ数年を見ても、SNS 上への不適切な写真の投稿、2014年8月にはLINE 上で大阪府議が中学生へ不適切なメッセージを送ったとしてマスコミにも取り上げられた。大人でさえもこの有様だ。プレンスキーが“Digital Natives, Digital Immigrants” (2001)を発表して以来、教育現場でも「デジタルネイティブ」世代の教育の在り方についての模索が進んでいる中、今や SNS 上のモラルをどうすべきかはまさに急務である。⁽¹³⁶⁾ Digital Native や Digital Immigrant も紙辞書に反映されるようになった。SNS 上への不適切な写真やメッセージの投稿は必ずしも生徒や学生にとどまることなく、大人にも見られる現象である。一部には FOMO(the Fear of Missing Out)として、取り残される不安・恐怖から SNS 病とも言われ、SNS から離れられない原因のひとつかもしれない。インターネット上の「コトバンク」では次のように定義している。

ソーシャルメディア(交流サイト)のチェックを怠ると落ち着かず不安になることを意味する言葉。「fear of missing out」(「取り残されると不

安」との意味)の略語。ソーシャル依存症とも言われる。16～35歳という広い範囲の年代に起こり、極端な場合、数十秒～数分ごとにモバイル端末をチェックせざるにいらなくなり、ストレス症状が起きたり日常生活に支障を来すことがある。派生語に、FOMO 症候群、FOMO 中毒などがある。⁽¹³⁷⁾

いずれにしても、SNS 上の不適切な投稿はマスコミに取り上げられているものは当然、氷山の一角でしかない。

(2) デジタルネイティブからスマホネイティブへ

プレスキーのデジタルネイティブ論はメディア社会がPCをメインにしたインターネット社会となった世代を代表する言葉として一世を風靡したが、少なくとも現在の日本を見る限り、このインターネット社会、さらに言葉を換えればデジタル社会で生まれた世代を『ソーシャルネイティブの時代』(2011)とする本さえ登場した。しかし、ソーシャルネイティブの必須アイテムはPCでも携帯電話でもなく、スマートフォンであり、「スマホネイティブ」という言葉さえも誕生している。

《「スマートフォン」とも》音声通話以外に、インターネット接続、デジタルカメラによる撮影、動画や音楽の再生、ゲーム、スケジュール管理などができる高機能携帯電話。汎用のオペレーティングシステムが搭載されており、利用者は必要なアプリケーションソフトを端末にダウンロードして使用する。スマホ。SP。→高機能携帯電話⁽¹³⁸⁾

高機能携帯電話(多機能携帯電話)をスマートフォンとしているが、スマートフォンは形状と名前こそ電話機をイメージさせるが、その機能はPCと同様で、極端に言えばノート型PCを携帯電話のサイズに小型化し、機能を圧縮したものと考えた方がよく、通話もできる手のひらサイズPCという意識が必要である。日本のスマートフォンの原点をどこに置かかは難しいが、今ではガラケー

(ガラ系)⁽¹³⁹⁾とも揶揄されることもあるが、NTTのiモードは日本に携帯電話を定着させ、スマートフォンが普及する上で重要な役割を担ったことは否定できない。

- 1993年 インターネット商用化（日本）
- 1999年 iモード
- 1999年 高等学校に教科「情報科」新設、中学校の家庭科に「情報」の単元新設（告示）
- 2000年 内臓型カメラ付携帯電話
- 2003年 高等学校に教科「情報科」開始（施行）
- 2004年 マーク・ザッカバークが Facebook 開設
- 2005年 YouTube 設立。
- 2006年 Twitter
- 2007年 iphone
- 2007年 Facebook 本格参入
- 2008年 青少年インターネット環境整備法
- 2008年 出会い系サイト規制法
- 2008年 NHK スペシャル「デジタルネイティブ」 総合テレビ(11月10日) (11月13日再放送)
- 2011年 LINE、サービス開始
- 2012年 改正著作権法施行（違法ダウンロードに罰則規定）
- 2013年 改正公職選挙法（インターネット選挙運動の解禁）
- 2018年 Tik Tok
- 2021年 Facebook から META へ
- 2023年 Twitter から X へ

2013年は日本でインターネットが商用化され20年を迎えた。「バイトテロ」などという言葉も登場した。スーパーやコンビニでのアルバイト従業員が冷蔵庫に入った写真がSNSへ投稿され、社会問題化した。

そもそも2013年、主に青少年を中心に、なぜこれほどまでに炎上事件が多発するようになったのか。その原因の一つには青少年のスマートフォンの普及がある。⁽¹⁴⁰⁾

こうしたバイトテロは単にバイトだからというわけではない。企業側は正社員においてもこうしたSNSについては神経を使うことになる。

総務省総合通信基盤局消費者行政課が2013年9月3日に「平成25年度 青少年のインターネット・リテラシー指標等」(以後、「リテラシー指標等」と略す)を発表した。⁽¹⁴¹⁾ この指標等は2009年4月1日施行の「青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備等に関する法律」に基づいて行われたものである。

「リテラシー指標等」でまず注目すべきことは2012年度と2013年度の比較にある。

保有するインターネット接続機器 (複数回答)

携帯/PHS	2012年度	39%	2013年度	17%
スマートフォン	2012年度	59%	2013年度	84%
タブレットPC	2012年度	6%	2013年度	12%
ノートPC	2012年度	49%	2013年度	44%
デスクトップPC	2012年度	24%	2013年度	23%

インターネットに接続する際、最もよく利用する機器 (択一回答)

携帯/PHS	2012年度	25%	2013年度	6%
スマートフォン	2012年度	48%	2013年度	75%
タブレットPC	2012年度	1%	2013年度	2%
ノートPC	2012年度	13%	2013年度	7%
デスクトップPC	2012年度	7%	2013年度	4%

使用時間が2時間を超える割合

携帯/PHS	2012年度	14%	2013年度	5%
--------	--------	-----	--------	----

スマートフォン	2012年度	47%	2013年度	56%
タブレットPC	2012年度	13%	2013年度	14%
ノートPC	2012年度	18%	2013年度	15%
デスクトップPC	2012年度	19%	2013年度	17%

この調査は2013年6月から7月にかけて全国の公立・私立高等学校1年生約3500名を対象にしたものである。⁽¹⁴²⁾スマートフォンがこの1、2年に普及した裏付けともなるデータである。スマートフォンはタブレットPC、ノートPC、デスクトップをはるかに上回る利用率を占めている。

これに加えて(株)博報堂DYメディアパートナーズメディア7環境研究所が2014年6月10日に発表した「メディア定点調査(東京)」でも興味深い結果がでている。⁽¹⁴³⁾15~69歳男女を対象とした「メディア接触時間性年齢別比較」(全体N=2085)によると、男性15~19歳、20代、女性15~19歳、20代はいずれも携帯・スマホがテレビを上回っている。男女共に30代以上はすべてテレビが他のメディアに比べて圧倒的にその接触時間が増えている。

「リテラシー指標等」や「メディア定点調査(東京)」でもはっきりしていることは、2013年度を境にスマートフォンの利用者が急増したこと、またその使用時間も2時間を越えるのも50%を超えている状態であることは、その普及ぶりが浮き彫りにされたことになる。若者にとってインターネットへの接続はPCではなく、スマートフォンが主流となっていることが最大のポイントである。

こうした状況を酒井亨『アニメが地方を救う! ?』(2016)では、次のように述べている。

・・・今の大学生だと微妙だが、高校生以下は完全にスマホ・ネイティブ＝物心ついたころからスマホが当たり前(になっていた)世代だからだ。それは同時に動画サイトもネイティブ世代ということの意味する。

20代以上だと長じてからスマホや動画サイトに接触したから、たとえば音楽をネットから有料でダウンロードするサービスは、「CDを借りたり、買ったより、割安で手軽だ」として有料ダウンロードをむしろ喜ぶ傾向

がある。しかし高校生以下ともなれば、海外動画サイトには音楽やアニメが違法にアップロードされているから、それらを無料でダウンロードしたり視聴したりできる（法的にはいけないことなのだが）。しかもこうした違法サイトは、著作権規制が厳しくない第三世界ものが多いから、削除や摘発も追いつかない。そうしている間にみるみる増えて、誰も違法だと認識せずを使うようになるのだ。そうした環境に慣れているスマホ・動画サイト・ネイティブ世代にとっては、音楽は格安有料ダウンロードサービスですら「高い」ことになる。⁽¹⁴⁴⁾

(3) デジタル社会での表現の問題

2013年4月19日の改正公職選挙法によって、第23回参議院議員通常選挙以降のインターネット選挙運動が解禁された。インターネットによる投票までには至っていないものの、これは大きな変化だ。また、学生から研究者に至るまでコピーの問題は以前から取り上げられていたが、2014年になると博士論文の冒頭の10数ページがすべてコピーといったようなものさえ顕在化してきた。「利用の促進と規則順守」はなにもインターネットにまつわることだけではない。道交法が改正され、罰則が強化されても、飲酒運転等はいまだになくならない。携帯電話が登場した時にはその利用について、車内では利用しない、運転中に携帯電話は掛けないなど大きな問題となったが、機能の向上やメールの登場によりこうした問題は下火になったように思える。しかし、携帯電話の料金とスマートフォンの料金の差が縮まって来たこと、LINEなどの無料アプリの登場により利用頻度は格段に上がったと言える。総務省の「『スマートフォン安心安全強化戦略』の発表」（2013年9月4日）の資料「高校生のスマートフォン・アプリ利用とネット依存傾向に関する調査〈速報〉」（総務省情報通信政策研究所）、その後の「高校生のスマートフォン・アプリ利用とネット依存傾向に関する調査〈調査結果 概要〉」（2014年7月）によれば⁽¹⁴⁵⁾、利用するソーシャルメディアで「見る／書き込みをする」する割合はLINEが85.5%、Twitterが66.9%、Facebookが24.3%、mixiが13.3%である。また、よくやりとりする人数では「今通っている学校の友だち」よりも「ソーシャル

メディア上だけの「友だち」の方が多くなっている結果も出ている。SNS 上での新たな特徴が浮き彫りにされてきた。

これまでの報道等の内容を整理すれば、モラル上の問題を考えていけば次のように整理できるのではないだろうか。

- 1 小学生や中学生は SNS 上のやりとりで人間関係がうまくいかない。有害サイトや出会い系サイトなどの利用により犯罪等に巻き込まれる。
- 2 高校生や大学生は SNS への不適切なコメントや写真の投稿等が大きな社会問題化している。「バイトテロ」などの言葉も登場した。レポート等によるコピペの問題も大きな問題。
- 3 年齢に関係なく、カメラ機能によりいつでも、どこでも撮影ができ、さらにこれを SNS 上へアップすれば、肖像権・著作権、プライバシー等の問題へも発展しかねない。また、デジタル万引き (digital shoplifting) といった新しい問題も生じている。

小学生から大学生はまさにデジタルネイティブ世代であり、同時にスマホネイティブとも言える世代である。短いツイートやコメントでは十分な意図を伝えられず、また、読み手も十分に理解できずに誤解を生んでしまう、あるいは、コメントが短くなればなる程、表現が直截的になり、冷たいものになって来る。最初は相手が見えない分、遠慮があったかもしれないが、それもなくなってくるといふ現象が生じてくる。一方、社会人には全く問題がないかと言えばそうではない。確かに仕事等で有効に活用している面もあるが、政治家が中学生と LINE 上でトラブルが発生し、政党を除団されるケースも報道された。大きな意味では社員のモラルの問題ともなり、接客業では来店者や顧客の様子をツイートするなど、業務上の問題として顧客への信頼の喪失、個人情報の流失は企業にとっては大問題である。「バイトテロ」とはよく命名されたものだ。岡本健『巡礼ビジネス』(2018) では次のように取り上げられている。

一時期、「バカッター」や「バイトテロ」と呼ばれる飲食店アルバイトによる Twitter への画像投稿による炎上が話題になりました。ああした出来

事のいくつかは、おそらく **Twitter** の機能を正しく理解していないことから起きています。**Twitter** は友人同士どつなぐ通信的な使い方もできますが、「リツイート」や「いいね」と呼ばれる拡散の機能を備えていることによって、容易に自分の友人以外の人々に情報を波及させてしまいます。つまり、放送的な機能を持ち合わせているのです。そのことを知らず、友人に「こないはずらをしたよ」と画像付きで知らせただけのつもりが、どんどん拡散されてしまうというわけです。情報が広がるだけでなく、その内容が社会通念上許されない（と思われる）行為であった場合、店舗が特定されたり、投稿した個人の住所や個人情報が明らかにされてたりして、投稿者や関係者に実害が生じることも少なくありません。⁽¹⁴⁶⁾

岡本は「おそらく **Twitter** の機能を正しく理解していないことから起きています」と述べているが、これには意義を唱えておきたい。むしろ、この機能をよく理解しているが、そんなに人は見ていないだろうというような安易な考えで行われているのではないかと思える。だからこそ、それが 15 分程度で削除しても、既に誰かがリツイートしてしまえば、自身が削除しても他人がリツイートしたものは消せないことを実感することになる。「公開」している範囲が目に見えないだけに実感できないのである。

SNS 上の不適切なコメントや写真は SNS 上に 1 度アップされれば、単にアカウントを削除すればアップしたものが消えるわけではないが、このあたりのことが実は理解されているようで、理解されていないことに一番の問題がある。こうした現象はネットタトゥーとも呼ばれている。そもそもインターネットは「いつでも、どこでも、だれでも」といったユビキタスなものであり、インターネットの最大の特徴でもある。また、知らない間にリツイートされれば、最初の発信者とは全く別のルートで拡散されることになる。SNS の最も有効な点であると同時に怖い点でもある。特に写真等はこうしたことから 1 度ネット上にアップされれば、事実上、抹消することはできないという点だ。やっかいなことは自分が撮影した写真や動画だけでなく、自分が被写体になっている場合にも同様ということだ。理屈では分かっているが、当事者になって初めて実感するといったようなことが散見される。理屈として理解していても、実感

が伴っていないということになる。

(4) 不適切動画と不衛生動画

インターネットが普及し、さらにスマホなどにより気軽に文字や写真、動画などをインターネット上に公開できる時代である。当初はTwitterなどによる不適切なコメント等により炎上する騒ぎ、さらに深く考えずにRetweetすることで拡散され、被害が拡大したケースも見られている。当初は文字によるものが、写真、動画と公開されるものも発展している。ここでは特に動画を取り上げておきたい。

日本では2000年に内臓型カメラ付き携帯電話が発売、2006年にTwitterが稼働するようになった。2013年は「バイトテロ」などという言葉も登場したように、飲食店やコンビニなど、食品を扱う店舗のアルバイトが不適切な動画をインターネット上に公開し、問題視された。時系列で簡単に紹介しておきたい。(一部写真投稿あり)

2013年7月 高知県内のローソンで店員がアイスケースに入り込んで寝そべった状態の写真をFacebookに投稿。

2013年7月 神奈川県ファミリーマートで店員が防犯カメラに記録されていたプロサッカー選手の来店時の映像をTwitterで公開。

2013年8月 ブロンコビリー足立梅島店で店員が冷蔵庫に入ってふざけた様子を別の店員が撮影し、Twitterに投稿。

2013年8月 多摩市のそば屋・泰尚で店員が業務用の食器洗浄機や冷蔵庫に寝そべった状態で入りながらはしゃぐ様子を撮影した写真をTwitterに投稿

一端注目を浴びる動画があがると、模倣したものが次から次へと公開されていくのものこのインターネットの動画公開の傾向だ。この傾向は2019年にも同様な事態が生じた。

- 2019年1月 牛井店「すき家」の店内で、バイトが氷を投げ、調理器具を下半身にあてるなどして大騒ぎする動画が1月にInstagramで拡散した。
- 2019年2月 くら寿司でバイトがさばいた魚の切り身をゴミ箱へ投げ捨て、ゴミ箱に入れた切り身を再びまな板へ戻そうとする動画がインターネット上に公開された。
- 2019年2月 セブンイレブンでおでんの具材を口に入れて出す動画をInstagramに公開された。
- 2019年2月 大戸屋で下半身をトレーで隠してふざける動画がインターネット上に公開された。
- 2019年2月 ビッグエコーで冷凍から揚げ4個を床にこすりつけ、さらにそのから揚げをその後フライヤーで揚げる様子がYoutubeで2018年12月に投稿されたものが、Twitterで拡散された。
- 2019年2月 ドミノ・ピザでピザカット中に従業員がピザを食べる。従業員はマスクや手袋をしていない様子がTikTokに投稿されたものが、その後、Twitterで拡散。
- 2019年2月 ファミリマートで従業員が商品をビニール袋に入れる際、複数の商品を舐める様子がInstagramで公開。

2013年の時の騒動を知らない、この時にはまだスマホ等を使用する年齢出なかった若者が成長し、同じような行動をしたと考えられる。そして、2023年には再び不適切な動画が投稿されるようになった。2019年の時と異なる状況が2点ある。第1点は2020年～2022年はCOVID-19の影響があり、社会全体が停滞していたこと、飲食店などを中心に経営状態も悪化していた。2022年の年末あたりから徐々に感染状況も落ち着きははじめ、社会生活などが徐々に回復する兆しが出て来た。第2点は不適切な動画を投稿するのが店側の従業員であったものが、2023年の不適切・不衛生動画では来店する客が投稿したものであることだ。

- 2023年1月 はま寿司で客が他人の注文したすしのわさびを載せる動画を投稿、拡散。

2023年1月 くら寿司で客が一度取ったすしをレーンに戻す動画を投稿、拡散。

2023年1月 スシローで醤油差しや湯飲みをなめたり、流れるすしにも唾液の付いた指で触る動画を投稿、拡散。

2023年1月 セブンイレブンでアルバイトがケース内のポテトを交互にかじる動画を投稿、拡散、

2023年2月 資さんうどんの店内で、客と見られる男性が無料サービスの天かすを共用スプーンで口に入れる動画が投稿され、福岡県警に被害届を提出。

2023年の不衛生動画について小寺信良「“食器ペロペロ”など相次ぐ不衛生動画、注意すべき「炎上を悪用する者」の存在」（2023年02月07日15時30分公開）としてネット上で次のようなコメントを寄せている。

過去の炎上事件は、いわゆる「バイトテロ」と呼ばれるものだった。アルバイトとして雇った従業員の不衛生行為は、いわゆる「身内の不祥事」であり、店舗側の教育の問題もあるとされた。

一方で今回の一連の炎上事件は、セブンイレブンを除いては顧客が行なった行為である。外食チェーン店であれば、どのような客でも基本的には断わることなく受け入れるわけで、客の不衛生行為を店側が防げないのが悪い、とはなかなか言えないところがある。⁽¹⁴⁷⁾

こうした投稿では行為者と自撮りでなければ撮影者の存在がいることになる。

今回のような迷惑行為を動画で撮影したのは誰か。セルフイではないことは動画の様子からも確認できるので、「仲間」がいたと推測するのが妥当である。やんちゃな高校生ぐらいの子が数名集まったところで誰か1人にカメラを向ければ、当人は何かウケることをしなければ、とプレッシャーを感じるだろう。今から自分がやんちゃするから動画で撮れ、と行為者本人が命じたわけではなさそうである。そこがInstagramやTikTokが普及した後の、

世代感覚であるかもしれない。

仲間にカメラを向けて動画を撮影する行為が、こうした不適切な行動をするようそそのかす、広い意味での教唆という側面があるのではないかという点は、指摘しておきたい。⁽¹⁴⁸⁾

更に考えるべきことは撮影者＝投稿者なのかということも問題となろう。

もう1つ、この動画をネットに上げたのは誰かという点が、スルーされているのではないか。迷惑行為を撮影したスマートフォンが行為者のものではないとすれば、動画は撮影者のスマートフォンの中にある。わざわざ顔出しで撮影された動画を自分に送ってもらって、自らアップする危険性が分からない年齢でもないだろう。従って行為者自身がネットに上げたとは、考えにくい。⁽¹⁴⁹⁾

さらに厄介なことは、数年前のこうした不適切動画や不衛生動画を再度投稿して混乱を招く投稿もあることだ。

(5) モラルは誰が教えるのか

「躰」や「モラル」は一体誰が教えるのか。何でもかんでも学校がこれを教えるというものではないだろう。改正教育基本法には次のように謳われている。

(家庭教育)

第十条 父母その他の保護者は、子の教育について第一義的責任を有するものであって、生活のために必要な習慣を身に付けさせるとともに、自立心を育成し、心身の調和のとれた発達を図るよう努めるものとする。

2 国及び地方公共団体は、家庭教育の自主性を尊重しつつ、保護者に対する学習の機会及び情報の提供その他の家庭教育を支援するために必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

「躰」や「モラル」の第一義的責任は保護者であり、学校は支援する立場にある。携帯電話やスマートフォンを購入するのは個人であり、未成年者は保護者の承諾なくして購入することはできない。従って、少なくとも高校生までは家庭教育のあり方は重要だ。しかし、事が起きてしまえば、内容にも依るだろうが、生徒が在学する学校にまで問題は波及してくる。

文部科学省「学校における携帯電話の取扱い等について（通知）」（20 文科初第 1156 号、2009 年 1 月 30 日）⁽¹⁵⁰⁾には次のような取扱い要領が示されている。

(1) 小学校及び中学校

- 1 携帯電話は、学校における教育活動に直接必要のない物であることから、小・中学校においては、学校への児童生徒の携帯電話の持込みについては、原則禁止とすべきであること。
- 2 携帯電話を緊急の連絡手段とせざるを得ない場合その他やむを得ない事情も想定されることから、そのような場合には、保護者から学校長に対し、児童生徒による携帯電話の学校への持込みの許可を申請させるなど、例外的に持込みを認めることも考えられること。このような場合には、校内での使用を禁止したり、登校後に学校で一時的に預かり下校時に返却したりするなど、学校での教育活動に支障がないよう配慮すること。

(2) 高等学校

- 1 携帯電話は、学校における教育活動に直接必要のない物であることから、授業中の生徒による携帯電話の使用を禁止したり、学校内での生徒による携帯電話の使用を一律に禁止したりするなど、学校及び地域の実態を踏まえ、学校での教育活動に支障が生じないように校内における生徒の携帯電話の使用を制限すべきであること。
- 2 学校が学校及び地域の実態を踏まえて生徒による携帯電話の学校への持込みを禁止することも考えられること。

「学校における情報モラル教育の取組について」は以下のように示されている。

学校への携帯電話の持込みの禁止や、使用禁止を行うことだけでは、児童生徒を「ネット上のいじめ」やインターネット上の違法・有害情報から守ることはできないことから、このような情報化の影の部分への対応として、他人への影響を考えて行動することや有害情報への対応などの情報モラルをしっかりと教えることが重要であること。

平成 21 年 4 月から小・中学校で一部先行実施される学習指導要領においても、総則において各教科等の指導の中で「情報モラルを身に付け」ることが明記されており、「児童生徒が利用する携帯電話等をめぐる問題への取組の徹底について（通知）」（平成 20 年 7 月 25 日付け 20 文科初第 49 号初等中等教育局長、スポーツ・青少年局長通知）に示した点にも留意して、より一層情報モラル教育の充実に取り組むこと。

上記の通知は国が世情を鑑み、通知を発信したことは言うまでもないことだ。しかしここで重要なことは、モラル教育実践者のデジタルコミュニケーション能力ではないだろうか。家庭においては保護者がどれだけ SNS を利用し、自身がその功罪を体験しているか。学校においては教員自身が SNS をどれだけ使いこなし、児童・生徒・学生に納得させるような事例紹介などができるのか、企業にあってはいわゆるデジタルイミгранトの上司にあたる者が SNS をどのように捉えているのかといったことも実は重要ではないかと思える。すでに、デジタルネイティブ世代が社会人となる時代を迎えているだけに、家庭、学校、企業ではデジタルイミгранトが情報モラル教育を実践することとなる。情報モラル教育の実践者は単なるスマートフォン所有者ではなく、SNS の利用者であり、SNS 上でのコミュニケーションについて問題意識を持っていることが必要である。

e-Japan 戦略(2001 年度～2005 年度)のもと ICT はすっかり社会の中に入り込んだ。国立教育政策研究所は OECD が進める PISA(Programme for International Student Assessment)の事務局を担っているが、PISA2012 の結果からは日本の ICT 教育が OECD 平均から見てもほとんど下回っていること

も注目しなければならない。SNS の定着との乖離があまりにも大きいということだ。⁽¹⁵¹⁾

2014年8月25日に文部科学省より発表のあった全国学力テストと共に行った児童生徒アンケートで、平日、携帯電話やスマートフォンで1時間以上の通話、メール、インターネットをしているのは小学6年生で15.1%、中学3年生で47.6%との調査結果が発表された。これをテストの結果と比べると、使用時間が長いほど、成績が低いことの傾向があることもわかった。さらに1時間以上TVゲーム(携帯・スマホを含む)をしているのは小学6年生が54.4%、中学3年生が55.9%、4時間以上と回答している小中学生はともに10%前後に上る。⁽¹⁵²⁾

e-Japan戦略はある意味着実に児童・生徒までに浸透していることがわかるが、e-Japan戦略が小学生・児童にとってはまずゲームという最も身近なところにあったという皮肉な結果ともなっている。

学校でどのような情報教育、情報モラル教育を行い、学校への持込みを制限、禁止しようが、携帯電話やスマートフォンを買い与えているのは保護者である。東洋経済の2013年01月18日付けのネットニュースによればLINEは1億人のユーザーを獲得したと言う。

スマホ無料通話・メールアプリ「LINE(ライン)」の登録ユーザーが、1億人の大台を突破した。2011年6月のサービス開始から、1億ユーザー獲得までかかった期間は19カ月。ツイッターの49カ月、フェイスブックの54カ月よりもはるかに早い。⁽¹⁵³⁾

今こそ家庭教育の在り方が問われているのではないかと思われる。2014年8月13日の報道によればLINEの利用者は世界で5億人に達するという。⁽¹⁵⁴⁾ 2011年6月にサービスを開始して3年あまりでこの普及振りだ。こんな時代の中、デジタルネイティブの保護者がスマホネイティブのこども達とどのように対峙するのか。そして、まだまだデジタルイミгранトが主流をしめる社会でスマホネイティブのこども達をどう指導していくのかは、デジタルイミгранトがSNSを使いこなし、デジタル社会を実感していかない限り、児童・生

徒だけにデジタル機器の利用方法の教育を施しても真の意味で SNS 上のモラルなど進展はしないのではないだろうか。

(6) SNS

團康晃「ソーシャル・メディアの功罪」(2020)ではSNSについて次のように述べている。

SNS と聞いて、何を思い浮かべるだろう。現在だと、LINE や Twitter、Facebook、Instagram などだろうか。SNS とは「ソーシャル・ネットワーキングサービス (Social Networking Service) の略語だ。具体的なサービスは思い浮かぶが、明確な定義はぼんやりとしている。⁽¹⁵⁵⁾

團はあえて次のように述べている。

「SNS」とは、ソーシャル・メディアのなかでも特に人々のネットワーク、つながりを生み出し、維持する機能に着目したサービスとしてとらえておくとよいだろう。⁽¹⁵⁶⁾

SNS とは Social Networking Service、すなわちソーシャルネットワーキングサービスのことである。簡単な定義としてはネットワーク上の IT 用語辞典 e-words によれば以下の通りである。

人と人とのつながりを促進・サポートする、コミュニティ型の Web サイト。友人・知人間のコミュニケーションを円滑にする手段や場を提供したり、趣味や嗜好、居住地域、出身校、あるいは「友人の友人」といったつながりを通じて新たな人間関係を構築する場を提供する、会員制のサービスのこと。人のつながりを重視して「既存の参加者からの招待がないと参加できない」というシステムになっているサービスが多いが、最近では誰も自由に登録できるサービスも増えている。⁽¹⁵⁷⁾

140字以内のTwitter、最近では写真の投稿もできるようになった。実名登録等を原則とするFacebook、写真や動画に特化したインスタグラム、従来のYoutube、ニコニコ動画など枚挙に暇がない。最近ではLINEがあらたな広がりを見せている。

今や、コミュニケーションに必須！と言っても過言ではないLINE。このLINEの最大の魅力といえは、使っているユーザー数の多さです！LINEがあれば、キャリアや端末に関係なく、スマホユーザー全員共通のコミュニケーションツールとして使えるのです。iPhoneだけでなく、Androidの友だちとも無料通話やトークができるのは、かなりアツいですよね！！スタンプを使ったトークも楽しすぎます。もはやスタンプだけで会話が成り立ちますからね！それでは、さっそくみていきましょう。⁽¹⁵⁸⁾

では、LINEは何故に爆発的人気が出て、世界的に普及したのだろうか。

LINEはなぜ成功したのか。わたしが主宰する少数者勉強会TechWave塾に講師として来てくれたNHN Japanの舛田淳氏に対し、わたしのほうから最初にこの問いをぶつけてみた。「LINEは大成功しているというように報道していただいておりますが、まだ成功しているとはわれわれは考えていないんです」と断ったあとで「ここまでユーザー数が伸びた理由を1つ挙げろといわれれば、それはタイミングだと思います」。舛田氏は、淡々とそう語り始めた。

LINEはなぜ成功したのか。いろいろな人がいろいろな見解を述べている。電話帳連携がよかった。スタンプが、キモかわいいのがよかった。操作性の統一感がよかった。若い女性向けにスマートフォンに特化させたのがよかった……。いろいろと理由が言われているものの、LINEの生みの親である舛田氏がどう考えているのかを知りたかった。

「一番はタイミングだと思います。あのタイミングでリリースしたからこそヒットしたんだと思います。半年リリースするのが早ければ、あまり数字

が伸びず『これはだめかな』という気持ちになっていたのかもしれませんが。

LINE のリリースは 2011 年 6 月。ガラケーと呼ばれるフィーチャーフォンからスマートフォンに乗り換える人が急増し、カカオトーク、バイバー、WhatsApp などのコミュニケーション系のアプリを使う人が増え始めたころだった。一方で PC 上で Facebook を使っているアーリーアダプターと呼ばれる人たちも Facebook のモバイルアプリを使い始めていた。

Facebook は最近モバイルアプリを一から設計し直し操作感を向上させたが、当時は Facebook のモバイルアプリの動作は遅く、一部では「Facebook はモバイルに本気ではないんじゃないか」「PC ベースのサービスをモバイルに焼き直すのは、事実上不可能なんじゃないか」などという声も出ていたころだった。その時期に LINE をリリースし、ユーザーをつかむことができた。もし現在の高品質の Facebook アプリと戦わなければならない今のような状況なら、LINE は苦戦していたかもしれない。⁽¹⁵⁹⁾

NHK『平成ネット史 (仮)』取材班『平成ネット史永遠のベータ版』(2021) には SNS が利用者の意識を変える一方、闇の部分、罪の部分が社会的な大きな問題となっている。

平成のあいだに、コミュニケーションのツールは、電話、ポケベル、ケータイ、Eメール、チャット、ショートメール、スカイプ、LINE、SNS、メッセージングアプリなど、次々に進化してきました。それに合わせて、私たちのコミュニケーション感覚も変化してきました。情報の伝え方や届く範囲が、飛躍的に速く、大きくなる中で、何が本質的に変わったのでしょうか。

そのひとつは、直接言葉を交わして話すことから、書くことに変わったということです。相手と時間を合わせて、顔と顔を合わせて言葉を交わすことより、自分の都合の良い時間や、相手の都合の良い時間に配慮して、書き言葉で伝える方向に変わっていったのです。

さらに、その書き言葉も「オッケー」から「おけ」、「了解!」から「り」などと、打ち込む文字数が省略されていき、究極は文字から絵文字、アスキーアート、そしてスタンプにまで簡略化されていきました。

もうひとつの変化は、自分自身の評価ではなく、他者からの評価を強く意識するようになったことだと指摘する意見があります。⁽¹⁶⁰⁾

これはコミュニケーションの在り方である。現在、SNS が抱えている大きな社会的な問題は単なるいたずらの範囲を超え、最悪犯罪にもつながる状況になっている。

もはや、ネットのない時代には戻れなくなった日本。その裏では、さまざまな問題も起こっています。

SNS への写真の投稿が増える中、アルバイト先の洗浄機や冷凍庫の中に寝そべるなど、非常識な写真を投稿し炎上。いわゆる「バカッター」です。こうした非常識行為だけでなく、ちょっとしたつぶやきが炎上のターゲットに。一般人だけでなく、有名人も謝罪に追い込まれたり、SNS を閉鎖したりする時代に。

また、SNS で「ずっとつながる」ことに、疲れやストレスを感じる人も増えています。友だちのリア充な投稿を見て、自分自身と比較。うらやましい気持ちから、うつ状態になってしまうこともあります。

さらに、近年問題になっているのが、SNS 上に蔓延するニセの情報。いわゆる「フェイクニュース」です。

平成 28 年（2016 年）に発生した熊本地震の直後には、「近くの動物園からライオン放たれた」というデマツイートが拡散。被災地を混乱させました。

誰もが情報発信できるようになったことで、何が本当の情報かわからない。そんな状況が発生しているのです。

熊本地震と同じ平成 28 年（2016 年）、アメリカ大統領選挙でも、特定の候補者の有利になるようなさまざまなフェイクニュースが横行。この裏には、フェイクニュースで広告収入を得て、生活をしている人がいたといわれています。

マサチューセッツ工科大学の研究によれば、「ウソの拡散力は事実の 100 倍」であるというデータもあります。刺激的な情報を人に教えたくてつい拡散してしまうのです。

最近ではフェイクニュースの技術もさらに進化。合成写真にとどまらず、本物と見分けがつかないほど精巧な「フェイク動画」まで作られる時代になっていきます。⁽¹⁶¹⁾

令和時代になるとさらに生成 AI による動画などによりフェイク動画がさらにインターネット上にばらまかれ、場合により詐欺や世論操作に利用することも可能だ。

(7) Youtube

2005年2月に Youtube 社が設立され、同年12月より正式に動画共有サービスが開始された。菊池哲彦「【動画／二次創作】ネット時代の映像文化」(2010)で次のように述べている。

近年、画像共有・動画共有サービス（以下、画像・動画両方を含む場合は、「映像共有サービス」）が、インターネット・サービスの中で注目を集めている。これらのサービスは、情報技術の新たな可能性を論じる Web2.0 の議論とも重なりながら、現在さまざまな側面から論じられている。

まず、もっとも目立つのは、ビジネスに革命をもたらす新たなサービスとして映像共有サービス（特に動画共有サービス）を論じるものだ（たとえば、神田敏品『Youtube 革命』）。従来、映像制作者は、映画制作会社、テレビ局、出版社といった「マスメディア」という配給を支配する組織と連携することによってしか自分たちの作品を広く公開する手段を持たなかった。しかし、映像共有サービスを利用すれば、マスメディアを経なくても、インターネットを利用して、自分たちの作品を広い範囲に流通させることが可能である。また、マスメディアがとりあげない個性的な映像作品や、マスメディアが忘れ去ってしまった過去の映像作品は、ネット上で公開されることによって、それらに対する新たな需要が生み出している。こうした流れで、映像共有サービスは、これまでの映像流通の構造変化を引き起こし、新たなビジネス・チャンスを生み出しうるということが強調され

る。(162)

.....

YouTube が注目を集めたきっかけは、過去のテレビ番組の一部、過去のCM、さまざまなプロモーション・ビデオといった著作権を侵害した動画が投稿されたことによる。こうした動画が投稿された背景には、マスメディアが扱いにくいこうした映像に対する潜在的な需要があったことと（「あの頃にテレビで見た映像がみたい！」）、こうした映像の再生時間が10分以内というシステムの制限（2010年7月末から15分以内に延長された）ともうまく合致していたことがある。また、再生時間の短い動画を自分の好みで選びながら次々と再生可能なコンピューレシヨンのインターフェイスが、断片を組み合わせ消費する現代の「データベース消費」（東浩紀『動物化するポストモダン』76-78頁）のスタイルにも適合していたことも、動画共サイトの普及に一役買っている。(163)

特に、Youtube が注目を浴びたのは2010年9月7日におきた尖閣諸島沖での中国船衝突の映像が11月4日に計44分の映像で公開されたことだ。Sengoku38 と名乗るユーザーによって、6本に分割（15分以下）してアップロードされていた。この問題は国会でも取り上げられるまでになった。しかもアップロードしたのが、現職の海上保安官であったことがより問題を大きくした。尖閣諸島沖での中国船衝突事件の報道の在り方がそもそもそれ自体に問題があったこと、国会内でも本来の映像がなかなか公開されなかったこと、Youtube に映像を公開したのが現職の海上保安官であったことなどある。さらに、ニュースはTVが報道するということが大きく覆えられたことだ。Youtube の後追いになったことで、その後の報道におけるTVとインターネットのあり方について一般人も注目することになった契機ともなった。

TV放送のニュース、報道番組やワイドショーなど多くの番組で取り上げられ、報道のあり方をはじめ、インターネット時代におけるマスコミのあり方があらためて浮き彫りにされた。

特に動画として投稿できるため、その用途は限りなく広く、個人から企業、

政府に至るまでその利用頻度は高い。スマートフォンの進化により動画もより簡単に撮れるようになったことで、これまでのマスコミが得意としていたスクープ映像なども、素人が撮影しそのまま投稿できるため、Youtube 登録者は隠れマスコミ的な存在となる。さらに Twitter の不適切な写真の投稿の問題もあったが、これが動画として投稿され、様々な問題を引き起こしている場合もある。

デジタル化された映像についてはオリジナリティの観点から大きな問題も生じている。菊池哲彦「【動画／二次創作】ネット時代の映像文化」(2010)では次のように取り上げている。

インターネット以後のデジタル複製技術は、映像を生み出す可能性を開放するだけでなく、映像を生み出すことの意味も変化させた。ネット時代の映像は、デジタルデータとして扱われるがゆえに、オリジナルとコピーの本質的な差異は消失する。デジタル映像は、それゆえに、オリジナル化コピーか、誰が撮影したものかといった映像の起源を曖昧にしたまま、複製と加工を繰り返し拡散していく。また、インターネットに流通する映像には簡単にアクセス可能である。インターネットで入手した映像を「素材」に、デジタル編集・加工を加えるだけで別の映像を生み出すことも容易である。このように、撮影されることなく、既存の映像の加工から別の映像が生み出されるようになったことも、映像の起源を曖昧にする。⁽¹⁶⁴⁾

デジタル編集・加工は二次創作に直結するものである。また、個人でプロデュースする方法として Youtube が利用される場合も多い。2016年に「ピコ太郎」の動画「ペンパイナッポーアッポーペン」はまさにその典型である。Youtuber なる言葉も定着し、インターネット、映像時代の象徴的な言葉とも言える。

(8) ニコニコ動画

ニコニコ動画は2006年10月に開発され、12月12日に「ニコニコ動画(仮)」

として実験サービスを開始した。Youtube と異なったニコニコ動画の特徴は、配信される動画の再生時間軸上に対してユーザーがコメントを投稿できることである。これはリスponsが早ければ早いほど、次の行動・動作が早くなり、また参加意識が高まることにつながっている。

ニコニコ動画の場合には同時性が参加意識を最高に高め、共有意識を高めている。ニコニコ動画はこの特徴を生かし、さらにニコニコ超会議というイベントも開催するようになった。ニコニコ超会議はポップカルチャーのイベントとしてコミックマーケットと共に注目すべきものになっている。

ニコニコ動画の果たした役割を濱野智史「デジタルネイティブ世代の情報行動・コミュニケーション」(2012)で次のように述べている。

ニコ動が登場したのは2006年末のことでしたが、その後若年層を中心に浸透が進み、大きな影響力を持つようになりました。そして08.09年ごろから、特に首都圏近郊の若年層で、一見すると全くオタク的に見えないような若者が、情報行動の上では非常にオタク的なものを生産・消費するようなケースが頻繁に見られるようになりました。

一般にこの現象は「ライトオタク」化、つまり従来の「ディープな(濃い)」オタクのあり方とは違って、非常に「ライト(薄い)」オタクの台頭として指摘されているのですが、その背景にはこのニコ動というサービスの影響が少なくありません。ニコ動という動画サイトがデジタルネイティブ層の間で普及し、これがある種のテレビの役割というか、強力なマスメディア的装置として機能した結果、スクールカースト上の「新中間層」としてのライトオタク層が台頭してきているのではないのでしょうか。

かつて若者の情報行動といえば、テレビが非常に重要な役割を占めていたということはいうまでもありません。前の日に見たテレビ番組の内容について、次の日に教室で会話をします。教室での会話のネタになるからこそ、また家に帰ってテレビにかじりつく。このようにテレビというコンテンツが友人とのコミュニケーションの話題を提供するという形で、テレビは非常に重要な役割を果たしていた。しかし近年では、若者の「テレビ離れ」といった傾向がよく指摘されます。ゲーム、インターネット、ケータイといったデジタ

ルツールの出現によって、若者たち次第にテレビから離れていく。特にインターネットはキーワードで検索するだけでいくらかでも遠くの人とつながることができる。だから若者たちの趣味はどんどん多様化していき、人間関係のタコソバ化が進んでいくのだ、というようなストーリーが2000年代には比較的広く共有されていたように思います。しかし、私が見るところ、ニコ動というのは、実はデジタルネイティブ層における「テレビ的なものの再来」と捉えた方が、しっくりくるのです。⁽¹⁶⁵⁾

伊藤守「総論」(2015)では初音ミクと絡めてニコニコ動画について次のように述べている。

「初音ミク」のヒットは2006年の8月にサービス開始した「ニコニコ動画」というプラットフォームなしには考えられない。「ニコ動」の登録会員数は2903万人に上る(2012年8月時点)。この動画サイトの最大の特徴は、動画に「書き込み」(コメント)ができることだ。動画を視聴しながら自分の感想や意見を投稿し、その投稿が瞬時に画面に流れる。動画を見ること以上に、自分のコメントが他者に読まれ、他のユーザーのコメントを見る、そこに楽しみがある。それは、同じ動画をほぼ同じ時間に見るという「時間」の共有でもあり、動画の面白さやおかしさやつまらなさを感じたときの、喜びや落胆といった「感情」の「共有」でもある。

「ニコニコ動画」が若いユーザーを超えて幅広い年層の人たちにとってもメディアとしての存在感を示したのは「3.11 東日本大震災」である。震災当日、NHKが午後7時から4時間にわたり報道番組を同時配信したからである(フジテレビも同様の対応をおこなった)。それを視聴したユーザーは訳100万人を超えたという。NHKにとっても画期的な判断だった。このとき、テレビと「ニコ動」を同時に見るユーザーが多かったという。動画と一緒にコメントが流れることで、この映像を見ている他の人の気持ちを知ることができて、落ち着くことができたのだという。情報の伝達と共有だけでなく、気持ちや感情を「共感」することに役立っているということだ。⁽¹⁶⁶⁾

SNSの大きな特徴である情報を共有するという考え方と、オタクのある特定の分野に固執するという考え方がテレビに代わりニコ動がこの役割をはたしてしまっているようだ。ニコ動がリアルタイムにコメントを発信できるシステムを構築していたことが大きな要因ではないだろうか。

(9) インスタグラム

Youtube やニコニコ動画ではまさに動画に特化したサービスであるが、写真に特化したサービスとしてはインスタグラムがある。インターネット上に公開されている「知恵蔵 mini の解説」には以下のような説明がある。

iPhone または Android 端末で画像や短時間動画を共有する、無料のスマートフォン・アプリ及びそれを用いたサービスのこと。写真に特化した SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)と言え、スマートフォンで撮影した画像やカメラロールに入っている画像を多彩なフィルターで様々な加工し投稿・共有できる。また、Facebook・Twitter・foursquare・Tumblr など、他の SNS にも写真を投稿することができる。2010年10月6日にアップル社の App Store に登場し、14年2月現在、全世界で1億5000万人のユーザーを獲得、1日に5500万枚が投稿され、160億枚が共有されている画像 SNS の最大手に成長した。12年4月に Facebook により10億ドルで買収されたが、デザインフィルターの拡充や対応原語(20カ国以上)の拡大など、独自の進歩・発展を続けている。⁽¹⁶⁷⁾

(10) ポケモン GO

2016年7月に配信されたポケモン GO は一種、社会現象を起こした。ソフィー・ナイト「日本発カワイイ文化の功罪」(2016)によれば次の通りである。

ポケモン GO で鬱や不安神経症が軽減されたという報告もある。戸外に出

て体を動かし、人と交流するようになることに加え、ポケモンのかわいさが幸せな気分をもたらしてくれるからだろう。これが大人っぽいキャラクターなら、そんな効果は期待できない。

だがカワイイ文化には落とし穴もある。かわいいものを見て快楽ホルモンが分泌されると、合理的な思考にブレーキがかかってしまう。ポケモンGOのプレイヤーはゲームにのめり込んで周りが見えなくなれば、私有地だろうと危険な場所だろうとずかずか入って行く。そこでまた夢中になると、自分だけでなく周囲の人々まで事故に巻き込みかねない。⁽¹⁶⁸⁾

同様に岡本健『巡礼ビジネス』(2018)でも次のように述べている。

『Pokémon Go』が日本で配信されると、様々な出来事が起こりました。その中には、社会的に悪いとされていることも、良いとされていることも含まれていて、様々な場面で議論を呼ぶこととなります。

マイナス面としては、ゲームに夢中になって危険な場所や立ち入りが禁じられている場所に入ってしまう人が出たり、ドライバーが運転中にゲームをプレイしていた結果痛ましい交通事故が起こったりといったことが問題になりました。実際にプレイしてみると、自分が歩くのと同期してゲーム内のアバターが道を進んでいくのが物珍しく面白いのと、ポケスポットやジムの位置を確認するため、そして、ポケモンの出現を見逃さないために、ついつい画面を見ながら歩いてしまいました。

問題になった出来事のほとんどは、この「ながらスマホ」によるものです。スマホ画面を見ながら歩行すると、視野が狭くなるとともに、情報空間や虚構空間の出来事に意識が向き、まっすぐ歩いているつもりでもふらふらとした足取りになってしまいます。『Pokémon Go』とは直接関係ありませんが、この「ながらスマホ」の様子をゾンビのようだとしたスマートフォンとゾンビを合わせた用語「スモンビ」(smombie)という言葉も生まれました。

そう考えると、『Pokémon Go』というコンテンツ単独の問題というよりも、スマホというメディア画構造的に持つ問題であると言えそうです。

(169)

プラス面については次のように述べている。

一方の「良い」とされる面としては、運動不足の解消や、自殺の名所とされていた場所がポケストップになったことによって常に人がたくさん訪れるようになり自殺防止につながったこと、ポケスポットにルアーモジュールを刺すことでポケモンの出現確立を上げて商店街活性化に貢献したことなどがメディアで報じられました。

こうした出来事の中に、『Pokémon Go』によって、引きこもりやうつ病が治った、というのがありました（島田裕巳『スマホが神になる』角川新書）。モバイル機器を備え移動する我々の生活「モバイル・ライフ」においては、インターネットやモバイル機器の使用方法を間違えることで、心理的な疲労や、それに関連する病的な症状が生起する可能性が高まります。（エリオット、アーリ 2016）。そう考えると『Pokémon Go』がもたらしたとされる治療効果は、モバイル機器やネットワーク社会のもう一つの側面に光をあてる現象だと言えるでしょう。⁽¹⁷⁰⁾

（エリオット、アーリ 2016）とはアンソニー・エリオット、ジョン・アーリ／遠藤英樹監訳『モバイル・ライズー「移動」が社会を変える』（ミネルバ書房、2016年）のことである。大人が夢中になり過ぎ、ポケモンGOをしながら運転し、交通事故を起こし、人の命が奪われるという最悪のケースが発生してしまった。また、SNSでポケモンGOに関する情報に左右され、ちょっとした騒動にもなった。良い面もあるが、マイナス面の方が目立った感がある。

(11) メタバース

「メタバース」については、中田敦「ザッカーバーグが入れ込む「メタバース」、15年前の気恥ずかしいブームと何が違う」（日経クロステック／日経コンピュータ）（2021.10.01）では次のように説明されている。

米 Facebook（フェイスブック）の Mark Zuckerberg（マーク・ザッカーバーグ）CEO（最高経営責任者）が入れ込んでいるという「メタバース」のことだ。

メタバース（Metaverse）とは我々が住む世界とは異なる、コンピュータ上に構築された仮想的な宇宙を指す言葉だ。SF 作品ではおなじみの概念だが、株式時価総額が 1 兆ドル規模にまでなったフェイスブックを率いるザッカーバーグ氏の発言で再び注目されるようになった。2021 年 6 月に開催した社内の集会で「フェイスブックはソーシャルメディアの会社からメタバースの会社になる」と宣言したり、メディアでのインタビューで「メタバースはモバイルインターネットの後継者になる」などと語ったりしたことから、ここに来て経済メディアなどでメタバースの話題を見かけることが増えている。

今から 15 年前、2006 年にもメタバースの話題が盛り上がったことがあった。その時の話題の中心は仮想世界の「Second Life」だった。ユーザー数が 100 万人を超えたばかりの Second Life に米国の大手金融機関やコンピュータメーカーなどが参入し、3 次元（3D）CG で作られた仮想世界でアバターを使い、プロモーション活動や発表会などを開催し始めたことが注目された。⁽¹⁷¹⁾

メタバースはアメリカの Facebook 社が 2021 年 10 月に社名を「メタ・プラットフォームズ」に変更したことから、大きな話題となった。「メタバースは世界の大企業も注目！ビジネス・エンタメの常識を変えうる技術の詳細とは？」（2022.02.02 業界トレンド）によれば次のことが期待されている。

- 1 没入感の高い VR・AR ゲーム
- 2 バーチャルコンサート・イベントの開催
- 3 仮想通貨による投資・資産運用
- 4 企業のリモート会議・共同作業をスムーズに
- 5 E コマース・サービス提供の場を提供⁽¹⁷²⁾

ポップカルチャーとしては1のVR・ARゲームが直接的であるが、バーチャルの世界がビジネスで活用されるとなれば、今後、社会全体にどのような変化をもたらすかは注目すべきだ。COVID-19の影響によりリモートワークなどが急速に進んだことを考えれば、この動きは加速度に進むことが予想されよう。

5 承認欲求

(1) コミュニケーションと承認欲求

山竹伸二『「認められたい」の正体』(2011)で承認欲求について次のように述べている。

現代は承認への不安に満ちた時代である自分の考えに自信がなく、絶えず誰かに認められていなければ不安で仕方がない。ほんの少し批判されただけでも、自分の全存在が否定されたかのように絶望してしまう、そんな人間があふれている。⁽¹⁷³⁾

仲間の承認を得るために自分の本音(ありのままの自分)を、抑え、仲間の言動に同調した態度をとり続ける若者は少なくない。仲間の間で成立するコミュニケーションにおいて、リーダー格の人間の気分次第で変化する暗黙のルールを敏感に察知し、場の空気を読み取りつつ、絶えず仲間が自分に求めている言動を外さないように気を遣っている。

このようなコミュニケーションは「仲間であることを確認(承認)しあうゲーム」とも言い得るが、しかしその証は明確な役割や目的によるものではなく、空虚なものでしかない。価値のある行為によって認められるわけでも、愛情や共感によって認め合うわけでもない。それは場の空気に左右される中身の承認であり、以下、このような承認をめぐるコミュニケーションのことを、「空虚な承認ゲーム」と呼ぶことにしよう。⁽¹⁷⁴⁾

承認を求める他者を分類すると、山竹伸二『「認められたい」の正体』(2011)

によれば3つに分類できると言う。

[親和的他者]……愛と信頼の関係にある他者（家族、恋人、親友）→
神話的承認

[集団的他者]……集団的役割関係にある他者（学校の級友、職場の同僚）
→集団的承認

[一般的他者]……社会的関係にある他者一般の表象→ 一般的承認

実際には、これほど明確に区分できるわけではない。神話的他者が集団的承認を与える場合もあるし、集団的他者が親和的承認をもとらず場合もある。また、集団的承認が社会一般の価値観と合致し、一般的承認をもたらず場合をもたらず場合もあるだろう。⁽¹⁷⁵⁾

インターネットと承認欲求の問題は観点に論じられるものではなく、複雑な一面を持っている。匿名の不特定多数の反応をどう理解するかはそれを受け留める側の問題なのだろうか。

(2) ファッション

インターネットが普及する以前から承認欲求のひとつとして利用されてきたのがファッションである。特に日本の場合には中学・高等学校で制服を採用している場合も多く、ファッションとの関係においても無関係ではない。制服は「自分らしさ」を抑えるものとして捉えられる一方、帰属意識の象徴ともなることから、場合により「制服＝ステイタス」と捉えることもできる。出口剛司「ファッションと＜私らしさ＞の文化装置—ファッション人間学試論」（2004）の中で次のように述べている。

このようなファッションが苦行となる背景には、私は＜私らしさ＞を演出しよとしている他者—友人、仲間、恋人さらには世間一般—からの承認を得られなければ、＜私らしさ＞は安定しないという承認のメカニズムが存在し

ている。他者が私の演出する〈私らしさ〉に自信をもつことができる。それとは反対に、他者の物笑いになる〈私らしさ〉など願ひ下げだし、親しい仲間の軽蔑と物笑いの前では私の存在など、砂のように崩れ去るだろう。それゆえファッションによるコミュニケーションは、単にお気に入りの装いで〈私らしさ〉を気楽に演出するというものではなく、その時代のモードという名の文法によく習熟することによって、他者に、「性」的なものであれ「性格」的なものであれ、魅力的な〈私らしさ〉を認めさせようとする命懸けの躍進、真剣勝負なのである。そしてその勝負を潜り抜けることによってのみ、私の存在が維持される。かつて共同体やその伝統文化が生きていた時代には、その権威が私の存在意義を承認し、居場所を約束してくれた。近代以降という共同体、伝統的文化の廃墟のなかで、私はモードにしたがうことによって仲間からの存在意義の承認と居場所の約束を渴望しているのである。⁽¹⁷⁶⁾

昔は変わった格好をすることで目立つと言う意味合いで服装の変化に注目されることがあった。また、海外のファッションを先取りすることが話題性となっていたこともあったが、今では日本のファッションが却って世界から注目を浴びているだけに、ファッションをどう考えるかも、承認欲求とファッション業界の戦略が入り乱れ、複雑化する傾向になるだろう。

6 気になる用語

(1) FOMO

インターネットの普及により新しい言葉、概念、現象が次々と誕生している。その中の一つが FOMO (fear of missing out) である。その定義をまず確認しておきたい。

知恵蔵 mini の解説

FOMO

ソーシャルメディア(交流サイト)のチェックを怠ると落ち着かず不安になることを意味する言葉。「fear of missing out」(「取り残されると不

安」との意味)の略語。ソーシャル依存症とも言われる。16～35歳という広い範囲の年代に起こり、極端な場合、数十秒～数分ごとにモバイル端末をチェックせざるにいらなくなり、ストレス症状が起きたり日常生活に支障を来すことがある。派生語に、FOMO 症候群、FOMO 中毒などがある。(2013-9-10)⁽¹⁷⁷⁾

さらに、この言葉の誕生等について触れているものがあるので、紹介しておきたい。

FOMO—the Fear Of Missing Out

「FOMO」とは取り残される不安・恐怖のこと。近年、現代人のSNS病としてよくあがる「FOMO」は、LINEのデフォルトスタンプにもなっているので、知っている人も多いだろう。元々は2011年にNew York Timesが、この現象を取り上げ「FOMO」と名付けたことで広まった。⁽¹⁷⁸⁾

2011年のインターネット版 *New York Times* を見ておきたい。

ONE recent rainy night, I curled up on my couch with popcorn and Netflix Instant, ready to spend a quiet night at home. The peace was sweet — while it lasted. Soon, my iPhone began flashing with notifications from a handful of social networking sites, each a beacon of information about what my friends were doing. As the alerts came in, my mind began to race. Three friends, I learned, had arrived at a music venue near my apartment. But why? What was happening there? Then I saw pictures of other friends enjoying fancy milkshakes at a trendy restaurant. Suddenly, my simple domestic pleasures paled in comparison with the things I could be doing. The flurry of possibilities set off a rush of restlessness and indecision. I was torn between nesting in my cozy roost or rallying for an impromptu rendezvous, and I just didn't know what to do. My problem is emblematic

of the digital era. It's known as FOMO, or "fear of missing out," and refers to the blend of anxiety, inadequacy and irritation that can flare up while skimming social media like Facebook, Twitter, Foursquare and Instagram. Billions of Twitter messages, status updates and photographs provide thrilling glimpses of the daily lives and activities of friends, "frenemies," co-workers and peers. ⁽¹⁷⁹⁾

(2) IoT

IoT とは Internet of Things (モノのインターネット) という意味であるが、Wi-Fi が進み CLOUD 環境が整って来たことから急速に進んだ。

IoT : Internet of Things (モノのインターネット) とは、従来は主にパソコンやサーバー、プリンタ等の IT 関連機器が接続されていたインターネットにそれ以外の様々な"モノ"を接続することを意味します。読み方はアイオーティーです。

テレビやデジタルカメラ、デジタルビデオカメラ、デジタルオーディオプレーヤー、HDD プレーヤー、DVD プレーヤー等のデジタル情報家電をインターネットに接続する流れは既に始まっています。更にデジタル化された映像、音楽、音声、写真、文字情報をインターネットを介して伝達されるシーンがますます増えています。現在ではスマートフォンやタブレット端末もインターネットに接続されるのは当たり前で便利に利用されています。

更にインターネットはあらゆる"モノ"がコミュニケーションをするための情報伝送路に変化しつつあります。インターネットに接続される"モノ"は大きく以下の三つに分類できます。

パソコン類 (スマートフォン、タブレットを含む)

機械類

その他の"モノ"

様々なモノ、機械、人間の行動や自然現象は膨大な情報を生成しています。

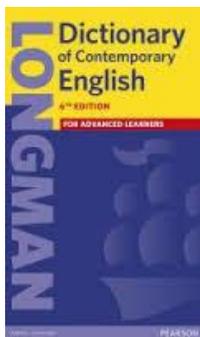
これらの情報を収集して可視化することができれば様々な問題が解決できます。見ることや聞くこと触ることができる情報はもちろんですが、それらができない情報もセンサーにより数値化され収集可能になります。従来のように人間がパソコン類を使用して入力したデータ以外にモノに取り付けられたセンサーが人手を介さずにデータを入力し、インターネット経由で利用されるものです。

モノのインターネット (Internet of Things : IoT) により、センサーと通信機能を持ったモノ達、例えば、ドアが「今、開いているよ。」猫「今寝ているよ。」植物が「喉が渇いたよ。」等とつぶやき始めるのです。これらの情報をインターネットを介し様々な場所で活用することができます。(180)

IoTにより外部よりインターネットを経由して遠隔操作が可能となるため、生活がどのように変化していくは今後次第である。

(3) 絵文字

絵文字 emoji がようやく紙媒体の辞書に見出し語としても入った。絵文字は、日本が世界に広げた emotion の表現方法のひとつである。Longman



Dictionary of Contemporary English (2014) にはつぎのように定義されている。

n [C] an ICON, similar to an EMOTION, used in electronic messages and on websites, originally in Japan. (181)

Alisa Freedman and Toby Slade, editors. *Introducing Japanese Popular Culture* (2018)の

“Glossary” には以下のような説明がある。

Emoji

“Picture characters” added to text messages to ensure the right emotional message is received. A set of colorful emoji was developed around 1999 by NTT (Nippon Telegraph and Telephone) designer Kurita Shigetaka to be preprogrammed into cellphones. A standard set of Unicode emoji, including the now iconic yellow faces, globalized after 2010 on iPhones, Facebook, and other platforms, while including images like the bowing man and masked sick that require knowledge of Japanese society to be understood. Japanese cellphone users have also popularized “kaomoji” or “face characters,” a form of ASCII artwork comprised of letters, punctuation marks, and other printable characters written on Internet textboards since the 1980s. ⁽¹⁸²⁾

ここで現代における絵文字の歴史について触れておきたい。ネット上には以下のような記述がある。

絵文字の歴史

テキスト形式でのメッセージ交換が中心だった昔は「顔文字」とか「エモーティコン」といって、アルファベットや記号などを組み合わせて顔や感情などを表現していた。それを文字フォントの形で表現できるようにしたのが絵文字である。

絵文字は当初、日本の携帯電話（NTT ドコモ、ソフトバンク、KDDI）で広く使われていたが、それらをベースにして2008年頃、Unicode（用語解説）規格への統合が行われた。携帯電話やチャットアプリなどで使われていた絵文字を全て取り込んで相互運用性などを確保したことにより、その後は急速に絵文字の利用が進んだのは承知の通りだ。昨今では欧米圏でもインターネットやメールなどで絵文字が使われるシーンが増えてきており、2015年にはOxford Dictionariesの2015年の単語にも選ばれたほどである。⁽¹⁸³⁾

長くなるが、Oxford Dictionaries のサイトも見ておきたい。

Beyond words: how language-like is emoji?

The decision by Oxford Dictionaries to select an emoji as the 2015 Word of the Year has led to incredulity in some quarters. Hannah Jane Parkinson, writing in *The Guardian*, and doubtless speaking for many, brands the decision ‘ridiculous’—after all, an emoji is, self-evidently, not a word: so the wagging fingers seem to say. And indeed, the great English word is, for many, the most sacred cornerstone of ‘our magnificent bastard tongue’, as John McWhorter so aptly dubs the language of Shakespeare. But is such derision really warranted? After all, we live in a brave new digital age. And the media we use to connect and communicate with our nearest and dearest, as well as a virtual world peopled by ‘followers’ and ‘friends’ we’ve never met, surely requires somewhat different communicative systems. And systems, such as emoji, are adaptations to this most recent arena of human discursive intercourse. They get the job done when the tried and tested interpersonal cues, that oil spoken interaction, are impossible or absent. But is emoji, which is most definitely a communicative system, so different from language? The communicative functions of language English, like any other natural language, has two major communicative functions. The first is an ideational function: to get an idea across, as when I say, It’s raining, or I love you. It also has an interactive-interpersonal function: to influence the attitudes and behaviours of others, and, in a myriad ways, change an aspect of the world’s states of affairs in the process. This can range from the mundane, as when I ask someone to shut the door on the way out, ensuring the door’s position conforms to my wishes. But its influence can also be rather more significant, as when a member of the clergy pronounces two individuals, husband and wife, concluding an act of marriage, and thereby transforming the moral, romantic, financial, and legal status of the two individuals vis-à-vis one

another.

But emoji can also fulfil these two major functions. In January 2015, a 17 year old from Brooklyn, Osiris Aristy, was arrested for making an alleged ‘terroristic threat’ based on the NY terrorism statutes introduced after 9/11. His alleged crime was posting a public status update on his Facebook page threatening NY police officers. But what was unusual was that the alleged threat was made up solely of emojis: a police officer emoji, with handgun emojis pointing at it.

The NY District Attorney, in deciding whether to issue an arrest warrant, used the communicative standards that apply to language: his, perhaps reasonable, inference, was that the teenager was threatening gun violence towards the NYPD. And indeed, when his home was raided, Aristy was found to have a .38 calibre Smith and Wesson revolver. While, ultimately, a Grand Jury declined to indict Aristy, and the case was dropped, Aristy’s emojis were evaluated in the same way as if he had written ‘gonna shoot a cop’. The legal question, and judgement, turned on whether the two self-same communicative functions of language also applied to his alleged emoji offence: did the meaning conveyed by the emojis amount to an attempt to influence the behaviour of others, and incite gun violence, or indeed, represent an intention to cause harm, himself, to New York’s Finest. In short, did he mean to go through with it? Was this merely foolish chatter, or a cold-blooded threat? And that, in itself, is a salutary lesson; in terms of digital communication, others are liable to interpret our intentions as much from our emojis, as the words we type — emojis matter: they can and will be used against you in a court of law. ⁽¹⁸⁴⁾

絵文字は日本発信の新しいコミュニケーションツールである。

(4) インスタ映え

インスタ映えについてインターネット上の「【徹底解説】インスタ映えとは？意味や写真の特徴と撮り方。カフェやスイーツも女子に人気」より引用しておきたい。

インスタ映えとは

インスタ映えの言葉の意味（フォトジェニックとの違い）

インスタ映えの意味は、インスタグラムに写真を投稿した際に、見栄えが良かったりして映えるという意味です。写真そのものだけではなく、高級なレストランに行ったなどその投稿の内容も含めてインスタ映えと呼ぶのが本来的ですが、フォトジェニック（写真写りが良い、写真が映える）だけを意味して使われることもあります。また、「インスタ映え」は2017年ユーキャン新語・流行語大賞にノミネートされ、みごと「年間大賞」に選ばれました。もう一つの年間大賞は「村度（そんたく）」でした。

インスタとは女子に人気の SNS アプリ

インスタグラム（instagram）、略してインスタは写真や動画を中心とした SNS アプリで、全世界で若い世代を中心に利用者を増やしています。日本では、特に女性を中心とした若い世代で人気のコミュニケーションツールになっており、おしゃれカフェでのランチや可愛いお菓子の写真などが多く投稿されています。

インスタ映えとは SNS 上での評価

インスタグラムでは、投稿した写真を見た人は、その人の写真が気に入ったら、「いいね」といって、ハートのボタンを押します。そのいいね、つまりハートがたくさん付くような写真は、SNS 上で受けがいい、評価が高い写真となります。そういう写真を SNS 映えする写真・インスタ映えする写真（インスタジェニックな写真）と呼んでいます。最近では、インスタ上で注目を集めたスポットへ多くの若者が訪れ、撮影をしてインスタ上に投稿するというムーブメントも生まれています。

人気のインスタグラマーは職業に？

インスタグラムで積極的に発信している人をインスタグラマーと呼びますが、最近では、インスタグラムでフォロー数が多い、人気になっている人を

「インフルエンサー」と呼んでいて、その中から芸能人になる人や、企業のプロモーションを請け負うような人も出てきています。

インスタ映え・SNS 映え写真の6つの特徴

インスタ映え・SNS 映えする写真の特徴は Snaplace の分析によると、大きく6つの特徴があることが分かりました。フォトジェニックな観点で3点、面白い・ネタな観点で3点の合計6点です。

1、可愛いカラフル

フィード上でもパッと目を引くような彩度の高いもの。

多くの色を用いたものは傾向的に SNS 上の反響が大きいです。

2、おしゃれな雑誌風

ポスターや雑誌に使われてもおかしくないようなスタイリングで撮られた写真。

最近では人気旅行本がテイクアウトフードに焦点を合わせて、風景をぼかした写真を表紙に採用したことから、それ以降このような写真投稿が増えています。

3、非日常

日常生活で見慣れた光景とかけ離れたもの。

まるで日本にいながら海外にいるような写真やリゾート地は「ここどこ？」

「行きたい」などのコメントが多く寄せられる傾向があります。

ここまでの3点は写真投稿だけで判断される場合、特に重要な構成要素です。世間でいう「インスタジェニック」「フォトジェニック」と揶揄されるものは、この3点の特徴が他と比べて強く出ています。

次に、以下3点は言語情報（コメント文）を含んだ場合インスタや他 SNS (Facebook、Twitter 等) で反響が高くなる特徴です。

4、意外性/ミスマッチ/違和感

一般的に世間で浸透しているイメージに対して、大きく異なっているもの。

例えば、神社の鳥居は一般的に「赤色（朱色）」ですが、その色が金色だったり、水色だったりするスポットは他投稿に比べてコメント数が多くなる傾向があります。

5、規格外

標準サイズを大きく超えた又は下回ったもの。

代表的なものは「デカ盛り」グルメですが、このような投稿には「凄い」「食べられるの？」などのコメントが寄せられやすくなります。

6、ストーリー

写真を見ただけでは分からないものの、その場所に関するコメントのワードにインパクトがあること。⁽¹⁸⁵⁾

「インスタ映え」には個人としていわゆる「承認欲求」があるものの、さらに宣伝効果などもあり、企業も見逃せないところだ。紙媒体とは異なり、費用がかからないこと、インターネット特有の即時性がある。

7 メディアの変容とメディア文化

「メディア」という用語は複雑な意味を持ち合わせている。これまでほとんど使われることのなかった「メディア芸術」という言葉の初出についてははっきりしないものの、政府の動向について注目しておきたい。

また、映像文化ではなくメディア文化としたのは、メディアにはマスメディアを彷彿させるものがあり、大衆に向けたメッセージ性を強く感じさせるものがあるからだ。

(1) 「メディア」とは

「メディア」“media”とはもともとは英語の“medium”（メディアム）の複数形である。そこから大きくは「メディア（媒体）情報の媒体」となる。これはマスメディアなどの用語に代表される。

教育的な観点から「メディア」の定義を見てみよう。黒柳晴夫「メディア」（1993）には次のような定義がある。

コミュニケーション過程において、送り手の意志内容を受け手に伝達する媒体のこと。記号に変換されたメッセージを搬送する手段のことを意味するコミュニケーション・チャンネルも、ほぼ同義に使われる。

通常、人間同士が直接行うパーソナル・コミュニケーションの場合には、メディアは、個人の感覚器官にはたらきかける音声・身振り・動作などの身体的手段に依存している。これに対して、不特定多数の受け手を対象にしたマス・コミュニケーションの場合には、メディアは、新聞・雑誌（印刷媒体）やテレビ・ラジオ・映画・ビデオ・CD（非印刷媒体）などの組織化された機械的手段に依存している。また、両者の中間のコミュニケーションでは、電話、郵便、場合によっては、伝言を伝える人間がメディアとなっている。子どもにとってメディアへの接触は、パーソナル・コミュニケーションでは母親によるベッド・ストーリーから、また、マス・コミュニケーションではテレビの視聴から始まる。特に、後者のマス・メディアへ無秩序な接触が、子どもの人間形成によくない影響を及ぼしている。⁽¹⁸⁶⁾

権藤誠剛「メディアと授業」（2003）では次のように定義している。

メディアとは、通常、映像・音声提示装置や情報・通信手段などの工学・電子機器がイメージされるが、広義には写真、絵、図表、絵本、新聞、紙芝居、ペープサートなどを含むものと考えられる。⁽¹⁸⁷⁾

D.バッキンガム／鈴木みどり監訳『メディア・リテラシー教育 学びと現代文化』（2006）では本書で用いるとしながらも次のように述べている。

…「メディア」という言葉には、現代のコミュニケーション・メディア全般、つまりテレビ、映画、ビデオ、ラジオ、写真、広告、新聞、雑誌、音楽、コンピュータゲーム、インターネット、などが含まれる。メディア・テキストとは、これらの異なるコミュニケーション様式によって伝えられる番組、映画、映像、ウェブサイト、などである。多くは、しばしば「マス」メディアと呼ばれており、多数のオーディエンスに届けられるものであることは意味している。むしろ、メディアの中には、非常に少数の、あるいは特定のオーディエンスだけに到達することを意図するものもある。また、書籍のような伝統的な様式のものも、世界についてのメディアを介した解釈や構成された

りリプレゼンテーションを提示しているのだから、「メディア」と見ることができない理由は全くない。⁽¹⁸⁸⁾

情報の媒体は文字、出版（本、雑誌）からやがて映像（映画、テレビ）へと発展した。ラジオと言う情報媒体もあるが、現在はインターネットがメディアの最上位にいる。その理由は情報収集と言う意味合いもあるが、むしろその発信力にあると言ってよいだろう。この発信力は文字だけであったものが、写真、現在では動画での発信も可能だ。個人での発信力が際限なくできるようになり、これは大きな利点である一方、信頼性などの点から大きな問題も抱えている。中橋雄「メディアと人間」（2021）について次のように述べている。

人は、社会的な営みを行う上で他者との関わりを避けて通ることはできない。社会は、人と人が関わりコミュニケーションをとることによって形成される。そして、その関わりを媒介するもの、人と人との間にあるものがメディアである。言い換えるならば、人が社会的な営みを行う以上、必ずそこにはメディアが存在する。

人が、メディアを介して、「現実」に対する多くの認識を獲得している。メディアが、人間の持つ「現実」の認識を構成しているのである。そして、そこで獲得しているメディアを媒介とした情報は、送り手の意図によって構成されたものである。その意図には、社会的・文化的・政治的・経済的な意図などが含まれる場合もある。メディアは人によって構成される。そして、人の「現実」の認識はメディアと人間の関係性を支配しているのである。

かつて、マクルーハン（1987）は、メディアは身体の「拡張」と表現した。その「拡張」は、とどまるところを知らない。そして、彼の言うように、人間は自らの生み出したメディアによって自覚のないままに、社会を変えていくようでもある。⁽¹⁸⁹⁾

中橋は他にも次のように述べている。

メディアは、人を動かす力をもっている。あるいは、人の人生を左右する

ようなムーブメントを起こすことがある。このことについては、メディアは、社会、文化、政治、経済など様々なものに対し影響力を及ぼしていると捉えることができる。⁽¹⁹⁰⁾

メディアの影響とは次のようになる。

- (1) 社会的影響力
- (2) 文化的影響力
- (3) 政治的影響力
- (4) 経済的影響力

ブログやツイッターに不特定多数が書き込んだ情報は拡散されていく。投稿者の意図とはことなった展開を見せることがある。また、動画投稿サイトに公開した歌や映像などが世界中に広まり大きな反響を呼ぶことがある。一度も行ったこともない、あるいは知らない外国であってもインターネットを通じて拡散し、影響を与えることがある。また、意図的に不特性多数の人々に呼びかけ、民衆を扇動する力もある。インターネット上での広告、あるいは有名人などの投稿である特定の商品等を取り上げると、消費行動をひき起こすなど、その影響力は計り知れないものがある。

渡辺武達「メディア学とは何か」(2015)では次のような説明がある。

メディア (media=medium の複数形) は日本語で「媒体」(あるいは「情報荷体」と訳されるように、あるところからあるところへ情報を伝える「導管」もしくは情報の「乗り物」) のことである。音声や書物、映画やラジオ、手紙や電話、テレビや新聞、雑誌、それにコンピュータやスマートフォンなどの各種端末とそのネットワークなどもメディアだ。つまりメディアは情報がそこを通過する過程でノイズを受けたり、自らの容量や性質という物理的な制約によって情報の流れを特徴づけことはあっても、それ自体は情報ではない。⁽¹⁹¹⁾

.....

メディア学の専門書にも「情報」「メディア」「マスメディア」「コミュニケーション」（マスコミはその短縮形）という5つの言葉が意味交錯して使われている。それらをまず整理すれば、①情報はある意味を他者に伝えるもので、ほぼ、メッセージと同義であり、②メディアは情報を伝える媒体、③マスメディアは新聞や放送のように、多くのオーディエンス（視聴者・読者）に一挙に情報を提供するメディア、④コミュニケーションは情報をやりとりする行為、⑤それを大量かつ同時的に行うことをマスコミュニケーションという。この⑤の過程について、小は一人の次元から大はグローバルな展開までを利用者の時間的都合に合わせて可能にする技術がインターネットだということである。⁽¹⁹²⁾

今やメディアはインターネットの登場により全く新しい展開を迎えている。小笠原喜康「教育とメディア」（2013）ではメディアの意味の転換として次のように述べている。

だが、マクルハーン、M（Herbert Marshall McLuhan, 1911-1980）が、「メディアはメッセージである」という有名なフレーズを唱えて以来、メディア概念が拡張してきた。それまでは、情報を盛り込んで相手に届けるそれぞれ特有の伝送装置という意味であった。それが、私たちのものの考え方に影響を与えるすべての装置という具合に変化した。この変化は、「装置」という実体概念から、「影響」という関係概念への変化のきざしととらえることができる。そしてそれは、今日のインターネット時代において、さらに加速している。

media とは medium という名詞の複数形で、辞典では「媒体」とされる。しかしその動詞形は mediate であり、これは「媒介する」「仲介する」という意味である。少し前までは、新聞・テレビ・ビデオなど、それぞれ独立した物理的な装置であったので、メディア＝物理的媒体ととらえられてきた。しかし近年それらの融合であるマルチメディアが出現し、さらに放送と通信の境がなくなり、そしてインターネットの時代を迎えた。

こうして今日のメディア概念は、新聞やテレビのように情報を何かにこ

めて「送る」ということから、なにかとなにかを媒介して「つなぐ」へと変わってきている。インターネットは、人と人をつなぎ、人と情報とを「つなぐ働き」をするシステムである。ネット社会の今日、メディア概念は、この「つなぐ働き」という機能的関係概念へと変わってきている。⁽¹⁹³⁾

メディアはインターネットの登場により個から個ではなく、個から多へと機能を大きく変えている。しかも、その「多」の対象は世界である。

(2) テレビ文化からマルチメディアへ

[1] テレビ放送

日本のテレビ放送は1953年にスタートしたが、テレビ放送にはその媒体としての役割としてLiveでの放送、すなわち生放送と収録し、編集して放送される録音・録画放送がある。テレビ放送が開始になることで放送側が抱えた問題は放送するそのコンテンツの不足である。白石雅彦『円谷一 ウルトラQとテレビ映画の時代』(2006)では次のように述べている。

国産テレビ映画が誕生する経緯には、東宝、松竹、大映、東映、新東宝という邦画5社と、55年の製作再開を目指していた日活との確執がまずある。悪名高い「5社協定」が認印されたのは53年9月10日のことで、これにより専属監督制、俳優の引き抜き防止が取り決められた。53年といえば、テレビ元年である。むろんこの頃のテレビに対し、映画界は歯牙にもかけていない。

一方テレビ界は、連日のプログラムを埋めるためのソフトを是非とも必要としていた。ただ本放送開始直後、邦画5社は門戸を固く閉ざしており、教育・文化関係、PR映画などの短縮が、編成の穴埋めに放送された。しかし、やはり長篇劇映画は必要である。そこでまずNHKが、映画連合会に加入していた東宝、松竹、大映、東映、新東宝の映画5社と折衝を続け、55年4月の『風雪二十年』から、5社の映画を電波に乗せることに成功した。それに対しライバルの日本テレビは、新東宝、ならびに新東宝配給の独立プロ作品を放送するという逆襲に出る。また、社長の正力松太郎自らが残り4社

の社長と会い、邦画5社長会議から「一応協力しよう」という線を打ち出させるのである。また、55年の製作再開を目指していた日活が、それに向けての資金調達の一手段として戦前戦中の旧作30本の放映権を日本テレビに売却したことから、邦画6社の劇映画が日本のテレビに流れることになった。

(194)

テレビ業界と映画会社との確執が当初はあった。テレビ業界を全く無視しようとする映画会社。しかし、テレビ業界と映画業界の立場は10年もすると、大きな変化を迎えるようになる。テレビが各家庭に普及すると、映像の娯楽は映画からテレビへと変わる。

ニュースは即時性が重要視されるため、生放送される。1963年には衛星放送が開始され、その範囲が国内の枠を飛び越え、海外に広がった。須川亜紀子「テレビ文化—テレビと歩んできたアニメ番組」(2019)では次のように紹介されている。

1963年には、初の日米衛星テレビ電送実験が行われた。その寸前の起ったアメリカのケネディ大統領が銃撃される暗殺事件が、衛星テレビ映像で日本に伝えられるというショッキングな幕開けであった。時代は高度経済成長期であり、テレビのカラー契約が増加した大きな契機となったのは、64年の東京オリンピックの開催であった。(195)

日本のテレビ放送の簡単な軌跡をNHKアーカイブスの「テレビ放送の歴史」より紹介しておきたい。

NHKがテレビの本放送を開始したのは1953(昭和28)年2月1日。それからめざましい進化を遂げたテレビは、いまや生活に欠かせないメディアとなった。生放送から現在のデジタル時代まで、テレビ放送が歩んだ道筋を振り返る。

1939(昭和14)年5月、NHKが日本初のテレビ公開実験を実施した。戦争による中断を経て1948(昭和23)年に戦後初の公開実験を行い、1953年2月1

日、いよいよ本放送を開始した。同年、8月には民放の日本テレビ放送網も本放送を開始した。盛り場や駅、公園などには街頭テレビを設置、群衆がプロレスやボクシングなどに熱狂した。

1953 (昭和 28) 年

テレビ放送スタート！

1959 (昭和 34) 年

白黒受像機の普及が 200 万台を超える

日本の経済成長と価格の低下でテレビが家庭に急速に普及。放送開始から5年後の1958年には受信契約が100万に達した。そして1959年4月、皇太子ご成婚の直前に200万台を超え、ご成婚の様子はテレビ始まって以来となる最大規模で中継された。ご成婚パレードの様子は推定1500万人が視聴している。

1960 (昭和 35) 年

カラーテレビ本放送スタート！

日本はアメリカ、キューバに次いで世界で3番目にカラーテレビの本放送を開始。初期には外国のカラー映画、スポーツ中継、短時間の教養番組が中心で、NHKのカラー番組は1日1時間ほどだった。

1963 (昭和 38) 年

日米衛星中継 ケネディ暗殺

通信衛星リレー1号による日米衛星実験が始まる。太平洋をまたいでアメリカから中継された第1回の実験放送は、ケネディ大統領暗殺という衝撃なニュースだった。

1964 (昭和 39) 年

世界最初のテレビオリンピック

1964年10月の東京五輪は、8月に打ち上げたばかりの静止衛星シンコム3号を利用して、世界に初めて生中継された。大会では開・閉会式、レスリング、バレーボール、体操、柔道など8競技がカラー放送されたほか、VTRで収録した競技を再生するスローモーションVTR、帽子に装着して口元の声を拾う中継用の接話マイクなど新しいテレビ技術がいっせいに登場。テレビオリンピックといわれた。

1969（昭和44）年

アポロ11号月面着陸

1969年7月21日、アメリカの宇宙船アポロ11号が月面着陸に成功。アームストロング船長とオルドリン飛行士が月面に立つ姿が超小型テレビカメラによって世界中に中継され、世界で6億人が人類初の月面第一歩を同時体験した。

1971（昭和46）年～1979（昭和54）年

総合テレビ全時間カラー化

1970年4月から半年間にわたって開催された万国博覧会は、会場からの生中継が人気となり、万博ブームとカラーテレビブームを全国に巻き起こした。翌1971年10月、NHK総合テレビは全放送時間が完全カラー放送になる。1972年、浅間山荘事件をテレビが長時間中継、同じ年の札幌冬季五輪は全世界に中継された。そして1979年、南極から史上初のテレビ中継が実現した。

1987（昭和62）年

衛星放送の開始

1986年2月に打ち上げられた衛星BS-2bによる試験放送を経て、1987年7月4日からNHK衛星放送は衛星独自の編成による24時間放送がスタートした。ワールドニュースやスポーツ中継、名作映画や舞台中継など放送枠にとらわれない番組や、デジタル方式の高品質音楽番組など魅力的なラインナップとなった。

1989（平成1）年

衛星放送本放送開始

1989年6月1日、NHK衛星第2テレビも24時間放送を開始して衛星元年を迎えた。同じ年、NHK方式のハイビジョンが実験放送を開始する。

1991（平成3）年

ハイビジョン試験放送開始

1991年11月25日、ハイビジョン放送はこれまでの1時間から8時間に枠を拡大。民放各社も参入し新たな段階を迎えた。高精細できめの細かな画像、

ワイド画面というハイビジョンの特色を生かしたスポーツ番組や美術・芸術番組、さらに紀行・自然番組とハイビジョンらしさを実感させるような番組が勢ぞろいした。

2000（平成12）年

BS デジタルハイビジョン放送開始

2000年12月1日、ハイビジョンとデータ放送が両輪となったBSデジタル放送がスタートした。高画質、高音質のデジタルハイビジョン番組、5.1ch サラウンドステレオ、各種データ放送、リモコンによる双方向番組、電子番組ガイド（EPG）、限定受信システム（CAS）機能など、高機能で柔軟性のあるサービスが可能になった。またデータ放送も地上波の文字放送より格段に情報量が拡大、サービスが拡充された。

2003（平成15）年

地上デジタル放送スタート

2003年12月1日、東京、大阪、名古屋の三大広域圏で、東京タワー、大阪生駒山、愛知県瀬戸タワーからデジタル電波が発信され、地上デジタル放送がスタートした。

2006（平成18）年

ワンセグサービス

2006年4月1日、東京都、名古屋市、大阪市などの大都市を含む29都府県で地上デジタル放送の携帯・移動端末向けサービス「ワンセグサービス」がスタート。携帯電話やカーナビなどで鮮明な画像を楽しめるサービスで、年内に47都道府県すべてで始まった。

2011（平成23）年

アナログテレビ放送終了（地上アナログ放送、BSアナログ放送終了）

2011年12月、すべてのテレビ放送がデジタル放送になる。東日本大震災で被害を受けた岩手・宮城・福島の3県も2012年3月にはすべてデジタル放送になった。⁽¹⁹⁶⁾

筆者は1960年生まれのため、ほぼこのテレビ放送の流れを体験していることになる。流石に1964年の東京オリンピックをテレビで観た記憶はよくわから

ない。あとから当時の録画や再放送されているものが記憶として上塗りされているため、本当に当時観た記憶なのかは怪しいからだ。しかし、小学生の時の時の体験として忘れられないものがある。それは第1に1970年11月の三島由紀夫の事件、第2に1971年10月にNHK総合テレビは全放送時間が完全カラー放送になったこと、第3に1972年2月の浅間山荘事件だ。第1と第3は小学校の道徳の時間として教室のテレビで観たこともあり、強烈な印象をもった。また、第2のカラー化は当時自分の家ではしばらくモノ黒のテレビであったが、近所の家で見せてもらった時に、色のついている画面を見たのは驚きであった。

その後大人になったあとにはなんといっても、1990年8月2日のイラクによるクウェート侵攻、通称、湾岸戦争、2001年9月11日のアメリカ同時多発テロ、2011年3月11日の東日本大震災はあまりにもその映像のすさまじさに釘付けとなってしまった。映画ではなく、実写として、またリアルタイムで戦争やテロをテレビを通して観たしまったことは複雑な思いがあった。また、また、東日本大震災は福島が自分の田舎であることも大きな要因であるが、津波の恐怖に加え、その後の原発の事故など、現場は決して近くなくても、その影響を肌で感じる思いがあった。それは地震の大きな揺れは関東地方全体で感じられたこと、その後の交通機関の大きな乱れや計画停電など、これまでとは全くことなる生活スタイルがしばらく続いたからだ。もちろん、目に見えない放射能の大きな不安もあった。

[2] 多チャンネル化

地上波はいわゆるキー局と呼ばれるテレビ局を中心にテレビ放送されているが、これには放送事業が開始された時の国の政策が大きく影響している。放送事業開始時からの大きな問題を抱えているものの、1990年代以降は衛星放送も定着しており、新しい動き次々と誕生している。須川亜紀子「テレビ文化—テレビと歩んできたアニメ番組」（2019）では次のように述べている。

91年には日本初の有料テレビ番組WOWOWが放送を開始する。テレ

びは無料視聴から、あらゆるニーズに応じた有料視聴へと多チャンネル時代に突入する。96年にはCSデジタル放送「パーフェクトTV！」(現スカパー！)が開始、2000年にはBSデジタル放送が開始され、データ放送も楽しめるようになる。03年からは地上デジタル放送が始まり、11年には地上アナログ放送が完全に停止し、現在に至っている。その間、3D映像もテレビで可能となり、技術向上にもなってテレビアニメの表現もますます多様化していくのである。⁽¹⁹⁷⁾

今やアニメ専門チャンネルをはじめ、分野別のコンテンツを提供するテレビ局もある。これはデジタル化の大きな功績かもしれない。一方でテレビ局が最も気にする視聴率も録画などが当たり前の時代になると、どれほどの意味を持つのかは疑問もあるが、これもエビデンスとして製作者側には必要なかもしれない。

[3] 映像の変遷

映像・映画は moving images、films、movie などと英語では表現される。もちろん、その原点には像(image)があり、これには静止画と動画といった概念がある。写真と映像の関係と同様である。

① 定義

ここでまず「像」「映像」「映画」の一般的な定義をまず示しておきたい。「像」は静止画にせよ、動画にせよ映像を取り扱う場合には基本となるものである。

【像】

②思い描いた姿、あり方。④[理]物体から出た光が光学系によって、屈折または反射した後、再び集合して生じた形象。実際にスクリーンに映し出し得る実像と、眼に見えるだけの虚像との二種類がある。⁽¹⁹⁸⁾

【映像】

光の屈折・反射などによって映し出された物の形や姿。また、映画やテレビなどに映しだされた画像 ②頭の中に浮かんだ、ものの姿。⁽¹⁹⁹⁾

【映画】

長いフィルム上に連続して撮影した多数の静止画を、映写機で急速に（一秒一五コマ以上、普通は二四コマ）順次投影し、眼の残像現象を利用して動きのある画像として見せるもの。画像の色により白黒・カラー、音声の有無によりトーキー・サイレントなどの区別がある。旧称、活動写真。シネマ。キネマ。⁽²⁰⁰⁾

しかし、最近の傾向として映像や映画という概念は複雑化している。特に、PCやインターネットといった情報化時代では、映画などがDVD、ブルーレイといったデジタル化されることにより、デジタルコンテンツとなるからだ。このあたりのことは後述するが、本講義ではアニメや総合芸術と呼ばれる映画に焦点を当てる。基本的には動画を取り上げることとなる。

しかし、映像の原点はまず静止画であり、動画は静止画の連続である点を考えると、モンタージュ理論を提唱したセルゲイ・ミハイロヴィチ・エイゼンシュテイン (Сергей Михайлович Эйзенштейн, Sergei Mikhailovich Eisenstein, 1898-1948)に触れておかなければならないだろう。彼はソ連の映画監督として『戦艦ポチョムキン』(1925)、未完ではあるが3部作『イワン雷帝』(1944)で有名である。インターネット上の hatena keyword によれば「モンタージュ理論」の定義は以下の通りである。

大まかに言うと、複数のカットを組み合わせるとき、後ろの方のカットの意味は前の方のカットの意味に影響を受け、新たな意味を獲得する、とする理論。セルゲイ・エイゼンシュテインによって提唱され、また、彼自身が『戦艦ポチョムキン』(1925)で実証した。⁽²⁰¹⁾



今では当たり前過ぎる理論であるが、これを最初に理論化し、映画『戦艦ポチョムキン』で実践した。

② 言葉・文字文化から映像文化時代へ

最近「活字離れ」ということがよく言われるが、世の中は映像文化時代へと傾倒している。

モンテーニュ	言葉で考える
ベラ・バラージュ	言葉や文字によらない「視覚的人間」の回復
フロイト	夢は精神の内容／夢は視覚的なもの
カニュード	映画を「第七芸術」と呼んだ 時間芸術「音楽、詩、舞踊」 空間芸術「建築、彫刻、絵」

現代は言葉・文字文化から映像文化（記号文化）への時代だとも言われる。これに拍車をかけているのがインターネットの登場である。

田口哲也「大衆文化とマスメディア」（2015）では次のように述べている。

しかし活字文化がすっかり終わってしまったわけではない。書物はパソコンと違って決してフリーズしないし、電気もいらぬし、けっこう軽量である。これぐらいハードとソフトが見事に一体化したメディアも珍しい。また大衆文化という舞台の上では後方に退いたものの、記憶の焼き付け、保存という点において、また文化のヒエラルキーにおいては、活字はいまだに映像の上位にある。たとえば、プロ野球やサッカーのテレビ中継の後で、熱心な

ファンは翌朝の新聞で試合経過を確かめて観戦経験を記憶に活字として収納する。あるいは、映画鑑賞のあとでパンフレットを求め、主演俳優の名前や映画のエピソードを文字情報として大脳に格納しようとする。

マスメディアとしての第一線を退いたとしても活字文化には映像文化がどのようにしてもたちうちできない特質がある。それは想像力である。映像メディアは確かに私たちの感性を虜にってしまう圧倒的な影響力があるが、あまりに微細な部分まで視聴覚情報を提供してしまうために視聴者の想像力を喚起しないばかりか、逆に想像力を奪ってしまうことになる。たとえば、パリでもロンドンでもどこでもいいが、日本人観光客が現地を訪れると、もう何百回もパンフレットやガイドブックやテレビ番組やあるいは映画のシーンの中で見たエッフェル塔やシャンゼリゼ通り、凱旋門、セーヌ川、あるいはビッグ・ベン、バッキンガム宮殿、中塗りのダブルデッカー、ロンドン塔、マダム・タッソーといったランドマークを自分の目で見て、その次にこのランドマークの中に自分を入れた写真撮影をしなければ旅行に行ったことにならないというパラドックスが起こる。映像メディアはこの場合旅行者から旅行という経験を奪っているのである。

マクルーハンはかつて「ホット」と「クール」という用語を用いて、想像力を喚起しやすいメディアとそうでないメディアを区別しようとした。たとえばラジオは音声のみで映像を伴わないためにテレビに比べると絶対的な描写量が少ないが、このことがかえって逆に想像力を掻き立てることになるというのだ。同じ野球中継を聞いていても、映像があるのとないのとでは、映像のないラジオ中継のほうが想像力を働かせやすい。これが活字メディアになると音声もなく、ただあるのは音声を一定の約束のもとに記号化した文字列だけということになる。⁽²⁰²⁾

通信+デジタル化によりコンテンツは予想をはるかに超えた勢いで地球上を駆け巡っている。

映像時代、メディアの時代ともなれば、ハーバート・マーシャル・マクルーハン (Herbert Marshall McLuhan, 1911-1980) やアルヴィン・トフラー (Alvin Toffler, b.1928) のメディア論や文明論等も映像文化やインターネットの普及を

考えると無視できるものではない。

③ 映画の三大要素

映像の代表的なメディアとして映画を取り上げておきたい。映画で重要な要素は「映像」「脚本」「音楽」である。映画である以上必ず映像が必要となる。どのような場面においても **empty** な状態、画面が真っ暗の状態の映像は瞬間的には存在してもこれをメインにした映像はない。

「映像」ではモノクロからカラーへ、特撮、**SFX** や **CGI**、**VFX**、さらには 2D から 3D 映像へと時代と共に発展している。コンピュータが映像界に入り込むようになってから、様々な変化があるが、概ね **CGI** 処理せずに撮影時における対応が一般的には特撮ということになるだろうか。特撮は英語では **Special Effects** で、**SFX** と言われることが多い。視覚効果は英語で **VFX**、**Visual Effects** のことで、**VFX** と言われることが多い。なお、一般によく耳にする **CG** は和製英語 **Computer Graphic** で英語では **Computer Graphics** が正しい。しかし映画の世界では **CGI (Computer Generated Imagery)** が本来の用語であり、一般的には **CG** という言葉でまとめて使用しているようである。映画の解説等でも **VFX** という用語よく見かけるようになったのは、**CGI** の使用を避けたいということも業界内であるのかもしれない。**VFX** からは撮影後にデジタル処理されるということになり、それがもつぱら視覚的効果をねらったものであるからだろう。

世界の映画史の中で **SFX** の先駆者はアルフレッド・クラーク監督『メスアリ・スチュアート』(1895)、日本では黒澤明監督『蜘蛛巣城』(1957)が本格的なものとしては有名である。簡単に言ってしまうと、トリックになるが、**SFX** は芸術的なトリックということになる。

④ 映画祭

アカデミー賞 (1929年設立)

- ・アメリカの映画芸術科学アカデミー主催。

- ・アメリカ映画の健全な発展を目的につくられた賞。
- ・1931年に短編アニメーション賞設立、2001年に長編アニメーション賞設立。

／日本とのおもな関連

- 1957年（第30回） 『サヨナラ』（ナンシー梅木：助演女優賞）
- 1957年（第48回） 黒澤明監督『デルス・ウザーラ』（ソ連）（外国語映画賞）
- 2002年（第75回） 宮崎駿監督『千と千尋の神隠し』（長編アニメーション賞）
- 2008年（第81回） 滝田洋二郎監督『おくりびと』（外国語映画賞）
- 2008年（第81回） 加藤久仁生監督『つみきのいえ』（短編アニメーション賞）
- 2020年（第94回） 濱口竜介監督『ドライブ・マイ・カー』（国際長編映画賞 [旧外国語映画賞]）

世界三大映画祭

ヴェネチア国際映画祭（1932年設立）

カンヌ国際映画祭（1946年設立）

ベルリン国際映画祭（1951年設立）

ヴェネチア国際映画祭（1932年設立）

- ・日本とのおもな関連

- 1951年 黒澤明監督『羅生門』（金獅子賞）
- 1958年 稲垣浩監督『無法松の一生』（金獅子賞）
- 1997年 北野武監督『HANA-BI』（金獅子賞）
- 2007年 北野武監督『監督・ばんざい!』にちなみ、『監督・ばんざい!賞』創設。第1回受賞者：北野武。

カンヌ国際映画祭（1946年設立）

- ・日本とのおもな関連

- 1980年 黒澤明監督『影武者』（グランプリ）

- 1983年 今村昌平監督『楢山節考』（グランプリ）
- 2004年 是枝裕和監督『誰も知らない』（男優賞：柳楽優弥）
- 2018年 是枝裕和監督『万引き家族』（グランプリ）
- 2023年 ヴィム・ヴェンダース監督『パーフェクト・デイズ』（男優賞：役所
広司）

ベルリン国際映画祭（1951年設立）

- ・社会派の作品が集まる傾向にある。
- ・日本とのおもな関連

- 1963年 今井正監督『武士道残酷物語』（金熊賞）
 - 2002年 宮崎駿監督『千と千尋の神隠し』（金熊賞）
 - 2023年 ニコラ・フィリベール監督『アダマン号に乗って』（金熊賞）
- ※日本とフランスの合作：ドキュメンタリー

アヌシー国際アニメーション映画祭

- ・1960年よりカンヌ国際映画祭よりアニメーション部門が独立
- ・日本とのおもな関連

- 1993年 宮崎駿監督『紅の豚』（長編部門グランプリ）
- 1995年 高畑勲監督『平成狸合戦ぽんぽこ』（長編部門グランプリ）
- 2003年 山村浩二監督『頭山』（短編部門アヌシー・クリスタル賞）
- 2008年 加藤久仁生監督『つみきのいえ』（短編部門アヌシー・クリスタル賞）
- 2017年 湯浅政明監督『夜明け告げるルーのうた』（長編部門グランプリ）

⑤ 映画からインターネットへ

インターネットでも映像・動画が配信されている。特に Youtube, Ustream をはじめ、ニコニコ動画などはその代表と言えるだろう。個人がまさに全世界にむけて発信できるこの仕組みは予想を超えた力を持っていると言ってよいだろう。

(3) 国の政策

[1] 「21世紀に向けた新しいメディア芸術の振興について（報告）」

1994年1月、文化庁次長通知として「文化政策推進会議提言の送付について」（庁房総第93号）が発信された。その提言内容は『文化発信社会』の基盤の構築に向けた文化振興のための当面の重点方策について⁽²⁰³⁾である。その後1996年7月より文化政策推進会議／マルチメディア映像・音響芸術懇談会によって「21世紀に向けた新しいメディア芸術の振興方策」について議論されてきた。

座長は滝川精一（財団法人画像情報教育振興協会理事長）、副座長に根木昭（長岡情報科学大学教授）をはじめ、大友克洋（アニメーション監督）、里中満智子（漫画家）、高野悦子（岩波ホール総支配人）等で積極的な取り組みが行われた。その結果は文化政策推進会議／マルチメディア映像・音響芸術懇談会「21世紀に向けて新しいメディア芸術の振興について（報告）」として1997年7月30日に発表された。この報告はその後大きな影響を与えることになるので取り上げておきたい。まず冒頭「はじめに」を引用しておきたい。

技術革新とともに、メディアの多様化が進み、映画、マンガ、アニメーション、コンピュータ・グラフィックス、ゲームソフト等、様々な映像・音響芸術（以下「メディア芸術」という。）が誕生してきた。これらのメディア芸術は、21世紀の我が国芸術の中心の一つとして発展していくことが期待されている⁽²⁰⁴⁾

報告書の内容は以下の通りである。

I メディア芸術の振興が必要とされる背景

1 総論

- (1) 新しい技術を活用した芸術創造活動の進展
- (2) メディア芸術に対するニーズの急増
- (3) メディア芸術の世界への発信増

- (4) メディア芸術の振興による文化と経済社会の発展
- 2 分野ごとの各論
 - (1) デジタル芸術
 - ① コンピュータ・グラフィックス
 - ② ゲーム・ソフト
 - (2) アニメーション
 - (3) マンガ
 - (4) 映画

II メディア芸術振興のための施策

- 1 創造性豊かな人材の育成・発表の場の提供
 - (1) 芸術家の養成研修
 - (2) 発表の場の提供、顕彰（メディア芸術祭）
 - (3) 基礎的な教育の充実
- 2 創造活動への支援
 - (1) 新しいメディア芸術への支援
 - ① 独創的な企画・構想への支援（デジタルアート創作奨励事業）
 - ② 情報提供による支援（メディア芸術プラザ）
 - (2) 映画芸術への支援
 - (3) 創作者の権利（著作権）の保護と権利処理のシステムの整備
- 3 貴重な作品の保存と活用（アーカイブ機能の充実）
 - ① 新しいメディア芸術
 - ② 映画

おわりに

さて、特に「マンガ」については以下の通りに述べている。

マンガは、我が国の出版物の年間発行部数の3分の1を占め、広く親しまれているメディアであり、読者層も幅広くなっている。海外においても、

「MANGA」と呼ばれ広く読まれるなど、我が国発信の文化の中心の一つとなっている実態がある。

また、マンガは、アニメ、映画、ゲームソフト、演劇等様々な分野に翻案されており、水準の高いマンガの創作は、芸術界全体を刺激し、新しい時代の芸術発展の牽引力として期待されている。⁽²⁰⁵⁾

「メディア芸術」の可能性について提言された報告書である。この報告書は文化芸術振興基本法制定に大きな影響を与えたことは言うまでもないことだ。「メディア芸術」について浜野保樹「日本のメディア芸術」(2008)では以下のように評価している。

アニメーションやマンガ、ゲームなどは欧米では「ポップカルチャー」や「サブカルチャー」として呼ばれるようになり、芸術の周縁にあり、芸術そのものではないとされてきた。しかし平成八年に文化庁に設置された「マルチメディア映像・音響芸術懇談会」は、我が国が得意とするマンガやアニメなどの作品を総称する言葉すらなかった状況を踏まえ、複製表現や先端技術を使った新しい表現を総称して「メディア芸術」と呼ぶ。欧米には新技術を積極的に使った芸術という意味で「メディア・アート」(media art)という用語もあるが、メディア芸術は「メディア・アート」とも包含する。

「メディア芸術」という言葉の成立自体が、新しい宣言であった。欧米では芸術から排除されていた作品を「メディア芸術」と言い切ったことは、これまでの欧米中心の芸術観への意義申し立てでもあり、芸術に新たなるものを付け加える試みでもあった。⁽²⁰⁶⁾

[2] 教育とメディア芸術

教育界にもメディア芸術が入り込み、1998年12月の『中学校学習指導要領』(改訂告示)で、教科「美術」に「表したい内容を漫画やイラストレーション、写真・ビデオ・コンピュータ等、映像メディアなどで表現すること」⁽²⁰⁷⁾、「伝えたい内容をイラストレーションや図、写真・ビデオ・コンピュータ等映像メ

ディアなどで、わかりやすく美しく表現し、発表したり交流したりする」⁽²⁰⁸⁾という記述が入って来た。教育界に「漫画」が公式に認められたことになる。また、「映像メディア」という用語も登場したことは注目に値する。いずれも「21世紀に向けた新しいメディア芸術の振興について(報告)」(1997)の影響を見て取れる。

1999年3月の『高等学校学習指導要領』(改訂告示)の「美術」「情報」にはメディア芸術に関する内容が『中学校学習指導要領』(改訂告示)と同様に記載されている。「美術」の「第5 絵画」の「2 内容」には以下のように記載されている。

- (1) 映画 (2) 水彩画 (3) 油絵
- (4) 漫画、イラストレーション (5) その他の絵画
- (6) 鑑賞⁽²⁰⁹⁾

「情報」においては「図形と画像処理」で「アニメーションとシュミレーション」⁽²¹⁰⁾に触れている。前述の『中学校学習指導要領』と同様に、文部科学省が示すものとして「漫画」「アニメーション」が教育現場に公式に導入されることになったことは大きな意味がある。昨今流行の「マンガで読む〜」とタイトルの付く図書もこうしたことが背景にあると考えてよいだろう。また、視聴覚教材も格段に発展し、マルチメディア教室といった多機能教室の整備も当たり前になっている。メディア芸術の振興は国策として教育界にまず入り込んだことになる。

1979年春 花園大学の入試でジョージ秋山『浮浪雲』が出題される。

1989年頃 小中高등학교図書館、公立図書館でマンガの収蔵について議論
沸騰

1998年 日本アニメーション学会設立

1998年 文部科学省『中学校学習指導要領』(改訂告示)

*教科「美術」に「表したい内容を漫画やイラストレーション、写真・ビデオ・コンピュータ等、映像メディアなどで

- 表現すること」と触れている。
- 1999年 文部科学省『高等学校学習指導要領解説 情報編』（改訂告示）
*「図形と画像処理」で「アニメーションとシュミレーション」に触れている。
- 2000年 文部科学省『教育白書』では、初めてマンガ、アニメーションを芸術分野で取り上げる。
- 2000年 京都精華大学芸術学部マンガ学科開設（日本で初めてのマンガ学科）
- 2001年 京都精華大学表現研究機構 マンガ文化研究所開設
- 2001年 日本マンガ学会設立
- 2001年 文化芸術振興基本法
- 2001年 東京工芸大学芸術学部メディアアート表現学科開設
- 2002年 東京工芸大学芸術学部アニメーション学科開設
（日本ではじめてのアニメーション学科）
- 2004年 デジタルハリウッド大学院大学デジタルコンテンツ研究科開設
- 2005年 デジタルハリウッド大学デジタルコンテンツ学部デジタルコンテンツ学科解説
- 2006年 京都精華大学マンガ学部開設（日本で最初のマンガ学部）
- 2007年 東京工芸大学芸術学部マンガ学科開設
- 2008年 学習院大学大学院人文科学研究科身体表象文化学専攻開設
- 2008年 東京芸術大学大学院映像研究科アニメーション専攻開設
- 2010年 東京工芸大学芸術学部ゲーム学科開設
- 2010年 京都精華大学大学院マンガ研究科マンガ専攻修士課程開設
- 2012年 京都精華大学大学院マンガ研究科マンガ専攻博士後期課程
- 2018年冬 大学入試センター問題で、ムーミンが北欧のどの国を舞台としたアニメーション作品かを問う問題が出題される。

研究科・学部・学科を見てもマンガ、アニメが教育界に深く入り込んでいることは一目瞭然である。さらに、科目となればマンガ、アニメ、オタクなどが表

記されていないとしても、視覚文化論、ポップカルチャー論、現代日本文化論といった科目の中でマンガ、アニメなどが取り扱われていることを想像することは難しくないだろう。

文化外交の側面がからこれを見ると、岡本健・遠藤英樹編『メディア・コンテンツ論』（2016）では次のようにまとめているので紹介しておきたい。

（掲載されている表は省略する）

日本では2000年代に入って以降、国の政策にポップカルチャーが本格的に登場するようになる。もちろんその背景は複合的ではあるが、もっとも重要なポイントの一つとして、バブル経済崩壊後、製造業における輸出が振るわない中、アニメやマンガ、ゲームといったコンテンツがさまざまな経路で海外に伝播し受容されていったという事実、そしてそうした事実が関係者に真剣に受け止められ、日本のポップカルチャーに対する再評価が進んだ点は押さえておくべきであろう。さらに、ジョセフ・ナイ米国ハーバード大学教授による「ソフト・パワー（Soft Power）」という概念の提起（Nye, 1990）や、ダグラス・マクグレイによる *Foreign Policy* 誌上での論文「Japan's gross national cool」の発表（McGray, 2009）といった海外の識者による議論が、そうした再評価を大きく後押ししたことも需要であった。⁽²¹¹⁾

ジョセフ・ナイは *Bound to Lead*(1990)を發表しているが、その後、*Soft Power: The Means to Success in World Politics*(2004)でまさにソフト・パワーを全面に押し出して来た。また、(McGray, 2009)とは(McGray, 2002)の誤りである。引用・参考文献では2002年と正しく表記されている。

〔3〕文化芸術振興基本法

2001年12月7日に文化芸術振興基本法が公布・施行された。「第3章 文化芸術の振興に関する基本的施策」の（芸術の振興）第8条に注目してみたい。

国は、文学、音楽、美術、写真、演劇、舞踊その他の芸術（次条に規定するメディア芸術を除く。）の振興を図るため、これらの芸術の公演、展示等への支援、芸術祭等の開催その他の必要な施策を講ずるものとする。

ここで初めて「その他の芸術」（次条に規定するメディアを除く。）として、「メディア芸術」という用語が登場し、第9条に定義が示された。「メディア芸術」の定義は以下の通りである。

（メディア芸術の振興）第9条 国は、映画、漫画、アニメーション及びコンピュータその他の電子機器等を利用した芸術（以下「メディア芸術」という。）の振興を図るため、メディア芸術の製作、上映等への支援その他の必要な施策を講ずるものとする。

文化芸術振興基本法の成立背景については、前述の『「文化発信社会」の基礎の構築に向けた文化振興のための当面の重点方策について』（1994）、「21世紀に向けた新しいメディア芸術の振興について（報告）」（1997）が大きく寄与していると言っても過言ではない。特に「メディア芸術」の定義については「重点方策」と「（報告）」では「マンガ」の表記であったが、文化芸術振興基本法では「漫画」の表記である。『高等学校学習指導要領』『中学校学習指導要領』でも「漫画」の表記である。専門家の会議・懇談会では「マンガ」の表記になっているが、国が発信するものでは「漫画」の表記になっている点も見逃せないものであろう。

河村建夫・伊藤信太郎編『文化芸術基本法の成立と文化政策』（2018）によれば、2001年以降は次のような流れがあったという。

2-2 国際社会における我が国の文化芸術の展開

2001年の文化芸術振興基本法の成立以降、我が国のコンテンツを世界に発信する「クールジャパン戦略」が国家戦略のひとつに位置付けられ、能楽、人形浄瑠璃音楽、歌舞伎、組踊など我が国の芸能がユネスコ無形文化遺産に登録されるなど、我が国の文化芸術は世界に発信され、再評価されている。

2-2-1 クールジャパン戦略

「クールジャパン」とは、外国人に「クール (かっこいい)」と捉えられるもので、ゲーム・マンガ・アニメといったコンテンツ、ファッション、産品、日本食、伝統文化、デザイン、さらにはロボットや環境技術などハイテク製品にまで範囲が広がっている。「クールジャパン戦略」は、このようなクールジャパンを世界に発信して、世界の成長を取り込むことによって、我が国の経済成長につなげることを目的として取組であり、我が国全体のブランド戦略の一環でもある(クールジャパン戦略推進会議報告書『クールジャパン戦略官民協働イニシアティブ』1頁(2015年6月))。

このような「クールジャパン戦略」が目指すところは、既に『知的財産推進計画』において取り上げられてきたところであった。2003年7月8日に決定された、最初の『知的財産の創造、保護及び活用に関する推進計画』(知的財産推進計画)において「我が国コンテンツを活用し、我が国に対する国家イメージを向上させるため、文化芸術振興基本法の『基本方針』に基づく優れた作品や先駆的、実験的な創作への支援、東京国際映画祭への支援、国際見本市などのイベントを活用した海外向けのPR支援、キャラクター等を核とする総合ブランド戦略への取組支援、国際交流基金等を通じた我が国コンテンツの海外発信支援について、2003年度以降推進する」として、文化芸術振興基本法による「文化芸術の振興に関する基本方針」に基づき、我が国のコンテンツを活用し、国家イメージを向上させるための施策の推進が取り上げられている。⁽²¹²⁾

[4] メディア芸術祭

メディア芸術祭は文化庁が主催するものである。その概要を文化庁ホームページより紹介したい。

「文化庁メディア芸術祭」は、メディア芸術の創造とその発展を図ることを目的として、平成9年度(1997)から始まりました。現在ではアート、エンターテインメント、アニメーション、マンガの4部門で世界中から

作品を募り、優れた作品に文化庁メディア芸術祭賞を顕彰するとともに、これらを広く紹介するために受賞作品展を毎年2月に国立新美術館で開催しています。⁽²¹³⁾

前述の文化芸術振興基本法の成立に伴いメディア芸術への注目度は高くなったものの、一般への浸透度は今ひとつといった印象はぬぐえないところだ。これにはマスコミの取り上げ方も大きく影響してくるだろう。今やインターネット時代と言われているものの、テレビ放送での報道は決して無視できない。

メディア芸術は90年代以降頻繁に目にするようになった言葉であるが、今では文化庁が主催するメディア芸術祭がその代表的なものと言ってもよいだろう。1997年から始まり、アート、エンターテインメント、アニメーション、マンガの4部門に分かれている。⁽²¹⁴⁾ メディア芸術はオタク文化を支えるファクターとなっている。過去のおもな大賞受賞作品を紹介しておきたい。

- | | | |
|-------------|--------------|------------------------------|
| 1997年度(第1回) | アニメーション部門 | 『もののけ姫』(劇場) |
| | アニメーション部門 | 『新世紀エヴァンゲリオン』(テレビ) |
| 1998年度(第2回) | デジタル・アート部門 | 『ゼルダの伝説 時のオカリナ』 |
| 1999年度(第3回) | デジタル・アート部門 | エンターテインメントロボット AIBO(ERS-110) |
| 2000年度(第4回) | デジタル・アート部門 | 『ドラゴンクエストVII〜エデンの戦士たち』 |
| 2001年度(第5回) | アニメーション部門 | 『千と千尋の神隠し』 |
| 2002年度(第6回) | アニメーション部門 | 『クレヨンしんちゃん 嵐を呼ぶアッパレ! 戦国合戦』 |
| 2003年度(第7回) | エンターテインメント部門 | 『フィナルファンタジー・クリスタル・クロニクル』 |
| 2004年度(第8回) | アニメーション部門 | 『マインド・ゲーム』 |
| 2005年度(第9回) | アート部門 | 『Khronos Projector』 |

2006年度 (第10回)	アニメーション部門 『時をかける少女』
2007年度 (第11回)	エンターテインメント部門 Wii Sports
2008年度 (第12回)	アニメーション部門 『つみきのいえ』
2009年度 (第13回)	アニメーション部門 『サマーウォーズ』
2010年度 (第14回)	マンガ部門 『ヒストリエ』
2011年度 (第15回)	アニメーション部門 『魔法少女まどか☆マギカ』
2012年度 (第16回)	アニメーション部門 『火要鎮』
2013年度 (第17回)	アニメーション部門 『はちみつ色のユン』
2014年度 (第18回)	アニメーション部門 『The Wound』
2015年度 (第19回)	アニメーション部門 『Rhizome』
2017年度 (第20回)	アニメーション部門 『君の名は。』
2018年度 (第21回)	アニメーション部門 『この世界の片隅に』 アニメーション部門 『夜明け告げるルーのうた』 (2作品同時受賞)
2019年度 (第22回)	アニメーション部門 『La Chute』 (フランス)
2020年度 (第23回)	アニメーション部門 『海獣の子供』
2021年度 (第24回)	アニメーション部門 『映像研には手をだすな!』
2022年度 (第25回)	アニメーション部門 『The Fourth Wall』

氷川竜介『アニメ 100年ハンドブック』(2017)では次のように述べられている。

20世紀末に観客層の拡大とグローバル化が起きると同時に、アニメーションの社会的ステータスも大きく変わった。

まず文化面でもっとも大きいのは「メディア芸術」関連である。1997年度から「文化庁メディア芸術祭」が新設された。その第1回では、『もののけ姫』と『新世紀エヴァンゲリオン』が受賞している。国家レベルでのアニメの認知度が高まり、アナログ時代に迎えた成熟の頂点が訪れたことが、日本国の文化史に刻まれたのである。

また2001年には「文化芸術振興基本法」が制定された。第3章「メディア芸術の振興」第9条に「国は、映画、漫画、アニメーション及びコンピュ

ータその他の電子機器等を利用した芸術（以下「メディア芸術」という。）の振興を図るため、メディア芸術の製作、上映等への支援その他の必要な施策を講ずるものとする」と明記されている。

同法は欧米における「メディア・アート」の定義との乖離が指摘され、また「漫画やアニメはサブカルチャーとして反体制的であるべき」という反発も呼んだ。だが、国家として無視できない存在になったということは確実に一つ重大な変化だ。⁽²¹⁵⁾

メディア芸術の一般への浸透度はどうであろうか。確かに文化芸術振興基本法が施行はされてはいるが、メディア芸術という考え方がどの程度浸透しているかはやや疑問も残る。文化庁のメディア芸術祭はホームページを始め、受賞作品の紹介なども実際に展示等もされているが、はてしてどうであろうか。例えば、『もののけ姫』が第1回大賞受賞作品というよりは、宮崎駿監督作品であり、全米での公開により海外へもその評判が広まった。同じようなことは『千と千尋の神隠し』『つみきのいえ』についてもあてはまることだ。文化庁メディア芸術祭大賞受賞作品との認識を一般的な日本人はもっているだろうか。それよりもむしろアメリカのアカデミー賞受賞作品という認識の方が高いのではないだろうか。時系列的には国内での受賞の方が早いわけであるが、実際には海外での評価からの逆流という現象が起きている。これは国内に対するパブリック・ディプロマシーの不足とマスコミの取り上げ方にも問題があるように思える。外務大臣に麻生太郎が就任してからは、いわゆるアニメ外交等が目立つようになり、カワイイ大使をはじめ、アニメ大使、国際漫画賞の設立などがあり、海外向けにはパブリック・ディプロマシーはある程発展したが、国内向けということになると、いささか疑問の余地も残る。しかし、日本は海外の評価に弱い国であることは今も変わらない。それを外圧と呼ぶ学者もいるが、こうして国策として進めている内容がまさにオタク文化と一致している以上、そのアイテムとしてのメディア芸術はもっと浸透してなくてはならないと思える。これには、国立メディア芸術総合センターの設立が頓挫したことが大きな原因かもしれない。⁽²¹⁶⁾

マンガ手に外相会談

【ワルシャワ＝田伏潤】アニメ好きの麻生外相は31日、訪問先のポーランドでフォティガ外相と機内本を携えて会談し、サブカルチャーを通じた友好関係の構築と、昨年打ち出した外交方針「自由と繁栄の弧」への協力を求めた。ポーランドでは90年代からアニメ人気が高まり、

ポーランドで麻生氏

「大逆反」や「ドラゴンボール」などのポーランド語訳も出版されている。麻生氏は外相会談に「らんま1/2」を持ち、フォティガ氏は「日本の漫画が親近していることは喜ばしい」と述べ、麻生氏は「今度は日本に来てください。アニメの分野にご案内します」と語りを終った。

『朝日新聞』

2007年6月1日

メディア芸術祭のあり様もアニメーション部門が設置されていることもあるが、アニメーションに関する評価が変わってきた片鱗を見ることが出来る。森本純一郎「国策としてのアニメーション」(2008)では次のように述べている。

アニメーションが日本文化の代表に押し上げられて久しいが、果てして現在の形はアニメーションにとって良いことなのだろうか。現代のアニメーション作品が独自の発展を日本で見せたことは無視できない。その一例として、文化庁メディア芸術祭十周年企画展「日本の表現力」において目に付いてことがある。それは、展示の実に半分がマンガやアニメーションの変遷史だったことである。戦後から現代に至る日本のマンガやアニメーションが、年代ごとに区切られて展示され、そこにテレビゲームや実験映画、ビデオアートなどが付随するように展示されていた。(217)

[5] 文化芸術基本法

文化芸術振興基本法(2001)が成立して15年以上が経過し、その間にクール・ジャパン論やソフトパワー論の登場し、国内ではコンテンツへの注目が高まるなどの大きな変化が起きた。文化芸術振興基本法はさらに改定され、2017年に題名も新たに、文化芸術基本法として施行された。この改定については河村建夫・伊藤信太郎編『文化芸術基本法の成立と文化政策』(2018)では次のように述べている。

文化芸術振興基本法の大きな改正点の一つは、法の理念に新たなる項目が加わったことである。まず、観光、まちづくり、国際交流、福祉、教育、

産業との連携が追加された。これは文化芸術の価値が社会的な諸課題の解決にも生かせる、さらに生かそうとする認識の高まりによるものであろう。この連携への補完と、相乗効果の期待できる具体的な施策の立案及び実施体制の充実は文化行政の機能強化にとって重要な課題であり、文化省創設の一つの柱となろう。

次に、教育に関する新たな項目が加わった。具体化には、乳幼児、児童、生徒等に対する文化芸術教育の重要性を認識し、学校等と文化芸術団体、地域、家庭との連携への配慮を示したことである。⁽²¹⁸⁾

文化芸術振興基本法(2001)と改正後の文化芸術基本法(2017)を見てみたい。文化芸術基本法(基本理念)第2条で特に新設されたものを見ておきたい。

- 8 文化芸術に関する施策の推進に当たっては、乳幼児、児童、生徒等に対する文化芸術に関する教育の重要性に鑑み、学校等、文化芸術活動を行う団体(以下「文化芸術団体」という。)、家庭及び地域における活動の相互の連携が図られるよう配慮されなければならない。
- 10 文化芸術に関する施策の推進に当たっては、文化芸術により生み出される様々な価値を文化芸術の継承、発展及び創造に活用することが重要であることに鑑み、文化芸術の固有の意義と価値を尊重しつつ、観光、まちづくり、国際交流、福祉、教育、産業その他の各関連分野における施策との有機的な連携が図られるよう配慮されなければならない。

また、(メディア芸術の振興)第9条も改めて紹介しておきたい。

国は、映画、漫画、アニメーション及びコンピュータその他の電子機器等を利用した芸術(以下「メディア芸術」という。)の振興を図るため、メディア芸術の制作、上映、展示等への支援、メディア芸術の制作等に係る物品の保存への支援、メディア芸術に係る知識及び技能の継承への支援、芸術祭等の開催その他の必要な施策を講ずるものとする。

下線部は新たに追加されたところである。第 10 条、第 11 条においてもとくに「保存」「知識及び技能の継承への支援」が追加されている。

また、新たに追加されたものとして第 12 条がこれまで「生活文化、国民娯楽及び出版物等の普及」であったものが「生活文化の振興並びに国民娯楽及び出版物等の普及」と改定された。

これまでは振興することが主であった法律の趣旨も、15 年以上を経て、すでに振興の状態は終わり、次の段階に入ったということだろう。その経緯で、芸術を「保存」することが重要であると考えられたということだろう。また、「食文化」が新たに加わったということだろう。

(4) メディア芸術と産業政策

榎村愛子「日本の『オタク文化』はなぜ世界的なものとなったのか」(2007)ではオタク文化の捉え方として、次のような動きがあることも紹介している。

「オタク文化」を日本の独自の文化として称揚し国策化する動きを、「文化ナショナリズム」だとし、真っ向から批判する論者もいる。⁽²¹⁹⁾

榎村は真っ向から批判する代表者として大塚英志を挙げている。オタク文化の中心的な存在であるマンガ、アニメ、ゲームはメディア芸術として位置付けられているが、メディア芸術を法令により規定化される動きがあった。さらにクール・ジャパン論の登場により日本人が思っていた以上にマンガ、アニメ、ゲームは海外から評価を受けていることを知るや、政府はこのメディア芸術を最大限に利用する方向へと転換することになる。外務省を中心にソフト・パワーとして利用され、それはパブリック・ディプロマシーのアイテムとなった。さらに経済的波及効果に注目されると経済産業省が中心にメディア芸術を商品としてとらえるようになると、政策自体もコンテンツ産業という名前の基に推進されるに至っている。文化芸術振興基本法によりメディア芸術の振興はこれまで以上に行われるようになったが、それは政府が認める作品に対してということになる。オタクの特質として限られた仲間でも共有するという性質がある。そ

これは評価されるために取り組んでいるわけではない。ここに国策化が入ることによって、政府の評価が入り込むことになる。経済的波及効果があるものが高い評価を受け、そうでないものは評価を受けないという芸術としての評価ではなく、経済効果を主とした評価となってしまうのではないという懸念が生じる。

これまでテレビ番組における海外展開についてはTVアニメを少し触れて来たが、ドラマについては取り上げなかった。大場吾郎『テレビ番組海外展開 60年史』（2017）では、これらが論じられている。

副題は「文化交流とコンテンツビジネスの狭間で」となっている。

はじめに

第1章 草創期—1960年代

第2章 停滞期—1970年代

第3章 転換期—1980年代

第4章 成長期—1990年代

第5章 混迷期—2000年代

第6章 現在—2010年代

おわりに



大場は「はじめに」の中で次のように述べている。

日本では2000年代以降、テレビ番組の持つ国際発信力に対して政策上の関心が高まりを見せてきた。特に2013年度に安倍晋三首相自らがテレビ番組の海外展開を国の成長戦略の柱の1つに位置づけてからは、それまでにない規模での公的支援が掲げられ、政府横断的な取り組みとして関連施策に予算が投じられている。これは当然、テレビ番組の海外展開が国益に適うという判断に基づくものだが、そのことの意義や是非はさておき、施策をまとめた報告書や資料を渉猟すると、それまで海外展開への取り組みが不十分であった旨の記載が目につく。安倍首相も成長戦略に関するスピーチの中で同様の指摘を行っている。ところが、そういった批判の一方で、実際に過去にどの

ような動向があったのかは、ほとんど検討されていない。

実は日本のテレビ番組の海外展開には、1960年代初頭から今日に至るまで約60年という長い歴史がある。その間に海外で話題となり、人気を集めた作品も少なからず存在し、海外市場では受容され肉という性質を考慮すれば、むしろそれなりに健闘してきたようにも思える。例えば、1983年のNHK連続ドラマ小説『おしん』のように、今日まで70近くの国と地域で放送され、「世界で最も有名な日本のドラマ」と称される作品もあれば、1990年代には日本のアイドルドラマがアジア諸国で大流行し、販売に当たっていた各放送局の担当部署どこども大忙しかったこともある。⁽²²⁰⁾

「第6章 現在—2010年代」では「国策としての放送コンテンツ海外展開」も取り上げられている。

ちなみに初めて放送された日本のテレビ番組については以下のように述べている。

実は、現存する各資料を照査する限り、『風小僧』こそが初めて海外で放送された日本のテレビ番組と考えられる。東映には『風小僧』第1部から第3部を1959年8月にハワイの合同娯楽(Consolidated Company)に販売し、同月末に素材を発送した記録が今も残っている。それ以降、1960年5月までの間にハワイ KGMB-TV で放送が開始され、人気を集めた。実際にハワイ関連のトピックスが並ぶインターネットの掲示板でも『風小僧』を1950年代末に見たことを懐かしむ書き込みが確認できる。⁽²²¹⁾

現在、『風小僧』はDVDとして発売されている。amazonに掲載されている説明をここでは紹介しておきたい。

【解説】

戦国時代を背景に、城主の父を殺害された若者・小六が、復讐の途上に遭遇する数々の冒険を描いた活劇物語。

東映が製作した初のテレビ作品となった「風小僧」は、NET(現・テレビ朝

日)の開局と同時に放送されて大ヒット。そのテレビドラマ版をもとに再編集した劇場用 25 作品が、DVD-BOX で登場する。

主人公・小六の少年時代を描いた第 1 部(第 13 話まで)と、成年時代の第 2 部(第 14 話以降)の 2 部構成で描かれた本作は、第 1 部の主演を目黒ユウキが務め、第 2 部には山城新伍が大抜擢。当時デビューしたばかりの山城新伍は、第 1 部でも風小僧の師・疾風之介役で出演していたが、2 部の風小僧役で一気に注目を集め、その人気に火が付いた。そんな山城新伍のデビュー作にして出世作が、ついに初ソフト化される。

<収録作品>

Disc1

- 「風小僧」
- 「風小僧 妖術蜘蛛の糸」
- 「風小僧 嵐を呼ぶ凶剣」
- 「風小僧 野武士出撃」

Disc2

- 「風小僧 秘宝の行方」
- 「風小僧 暁の凱歌」
- 「風小僧 狐火地獄」
- 「風小僧 変幻はやて童子」

Disc3

- 「風小僧 雲雀ヶ原の逆襲」
- 「風小僧 妖怪征伐」
- 「風小僧 夢みる秘宝」
- 「風小僧 鬼面の騎士」

Disc4

- 「風小僧 どくろ怪人」
- 「風小僧 やまびこ剣法」
- 「風小僧 偽金地獄」
- 「風小僧 仇討あばれ獅子」
- 「風小僧 盗賊烏天狗」

Disc5

「風小僧 消えた殿様」

「風小僧 霧姫変化」

「風小僧 悲剣呼子鳥」

「風小僧 風雲虹ヶ谷」

Disc6

「風小僧 風流河童剣」

「風小僧 流星剣の舞」

「風小僧 むらくも城の陰謀」

「風小僧 山嶽の幽鬼」

【キャスト】

山城新伍、目黒ユウキ(現・目黒祐樹) ほか

【スタッフ】

原作:北村寿夫

脚本:真弓典正

監督:隅田朝二、仲木睦 ほか

【公開期間】1959年4月—1960年5月公開⁽²²²⁾

(5) 進化する映像

[1] 「ボーカロイド」とは何か

オタク文化におけるデジタルコンテンツを象徴するひとつとしてボーカロイドを取り上げることは的外れにはならないだろう。まず、「ボーカロイド」とは何か。「VOCALOID」公式サイトには次のようにまず説明されている。

VOCALOID とは、ヤマハが開発したパソコンに歌詞とメロディーを入力するだけで歌声を合成する技術、およびそれを応用したソフトです。⁽²²³⁾

「VOCALOID」の名称は「VOCAL」+「ANDROID」ということになる。さらにサイトにアクセスすると次のような説明が続いている。

音符と歌詞を入力するだけで歌声に変換することができます。歌声の合成には、歌声ライブラリという、実際の声から抽出した歌声のデータを用います。この歌声ライブラリは「初音ミク」「がくっぽいど」等のさまざまなキャラクターを作り出すことができます。「ニコニコ動画」や「YouTubeTM」には、これらの商品を使った音楽作品が多数アップされています。

そして VOCALOID「初音ミク」を利用して制作した楽曲、動画がニコニコ動画で人気コンテンツとなり、UGC（自主制作コンテンツ）の文化が加速してきました。

そこから、VOCALOID 楽曲（ボカロ曲）の音楽 CD がオリコンでランキング入りしたり、カラオケの上位人気となるなど、現実ではひとつの音楽文化を確立するまでになりました。⁽²²⁴⁾

楽曲の制作という観点からすると、ボーカロイドは

かつてのフォークソングブーム、ガレージバンド／インディーズ楽曲ブームのような、楽曲の制作や発表のスタイルにおける革命である。⁽²²⁵⁾

という。この VOCALOID はオタク文化の象徴ともいえる「虚構化」を加速させるコンテンツと言えるかもしれない。

さらに磨きをかけて、表現力や音質の完成度を、人間の声と区別がつかないくらいまで上げていきます。⁽²²⁶⁾

オタクにとってデジタルコンテンツと虚構化の現実化させるアイテムにニコニコ動画や YouTube における公開性が加わることで、特定の仲間との共有性も実現されることになったことがボーカロイドの最大の特徴かもしれない。ここには想像と創造がボーカロイドによってメディアミックスされたことになる。ヤマハ株式会社研究開発センター音声グループマネージャー 剣持秀紀

によれば、「歌声音声ソフト」と「キャラクター・ボーカル」という二面性については次のように述べている。

キャラクターとしての性質もあると思いますが、我々が注目しているのはやはり楽器、楽曲を創作するツールとしての側面ですね。キャラクター人気に影響されてボーカロイドが広まっている、という側面もあると思います。
(227)

開発しているヤマハはキャラクターよりも楽曲面に力を入れているものの、オタクはキャラクターへの注目度が高いということになるだろうか。

ボーカロイドのもう1つの側面に消費者＝ユーザー（創作者）とう観点は見逃せないだろう。オタクの気質でも **creativity** というひとつの大きな要素になっている。岡本健・遠藤英樹編『メディア・コンテンツ論』（2016）では次のように述べている。

21世紀のメディア・コンテンツは、その「消費」のされ方が大きく変わったことに特徴がある。画像・動画・音声のデジタル生成・加工・編集がパソコンでできるようになり、「ユーザー作成コンテンツ」（User Generated Content:UGC）が一挙に広がったからだ。メディア・コンテンツは、たんに「消費」に関するものから素材として「使う」ものになり、「消費者」はコンテンツの「ユーザー」に変わった。⁽²²⁸⁾

ボーカロイドは2000年3月にヤマハが開発を始め、2003年2月にボーカロイドを発表した。2004年11月にはクリプトン・フューチャーが初めての日本語用 VOCALIOD「MEIKO」を、2006年12月に「KAITO」、2007年8月に「初音ミク」、2007年12月に「鏡音リン・レン」を発表し、その後も次々と発表された。

[2] 初音ミク

「初音ミク」はボーカロイドで、最も人気のあるキャラクターである。初音ミクを開発したのはクリプトン・フューチャー・メディア株式会社である。

ミクを生み出したのは、札幌にあるクリプトン・フューチャー・メディア株式会社（以下「クリプトン社」という企業。この会社は、もともとは着メロの開発やDTM関連の海外商品の輸入など、音にまつわるビジネスを手がけている。特にハリウッドなどが輸入元という、効果音のライブラリーは秀逸。「恐竜の鳴き声」から「車が崖に落ちて大破する音」など、その数は百万近くというから驚きだ。⁽²²⁹⁾

Patrick W. Galbraith. *The Otaku Encyclopedia* (2009)には次のように取り上げられている。

The most popular vocaloid is Hatsune Miku, a green-haired idoru with pigtails and a leek baton, created by Crypton Future Media. She fueled a popular music revolution on NICO NICO DOUGA that spilled over into DOUJINSHI, COSPLAY, and FIGURES. Miku's famous baton first appeared in fan movies on the video-sharing site.⁽²³⁰⁾

Yahoo Japan で2011年9月12日付の検索では約249万件、同じく2016年2月5日付の検索では約1850万件もヒットする状況だ。2010年3月には初音ミクのコンサートが開かれた。実際の映像等はYouTube等でもみることができる。また、スタジオ・デラックス編『ボーカロイド現象』(2011)でもイベントとして次のように紹介している。

2010年3月、Zepp Tokyo で行われたバーチャル・アイドル『初音ミク』のソロコンサート。開催はミク（3月9日）の日、演目は39曲と、とにかく“ミク”にこだわり抜いた、電子の歌姫『初音ミク』に会える年に一度の夢の祭典である。昼夜2回の公演で約5,000人のファンが来場し、普段はモニター越しでしか会うことのできない歌姫がステージ上に現れた

瞬間、超満員の会場は歓喜の渦に包まれた。会場にいる全ての人の『初音ミク』に対する愛情が垣間見える瞬間であった。⁽²³¹⁾

この初音ミクはニコニコ動画などで公開されていることもあり、世界中に発信されている。2011年7月1日～4日まで北米最大アニメイベント“Anime Expo 2011”がロサンゼルスで開催され、そこで“MIKUNOPOLIS in LOS ANGELES”が行われた。

これまで2009年にモーニング娘、2010年にAKB48と、日本のアイドルが「アニメエキスポ」を盛り上げてきたが、今回は文字通り、二次元から飛び出したアイドルということで、期待度ははるかに大きかったようだ。今年5月から米国トヨタのCMに登場していることもあり、ミクファンは海外でも拡大中で、「アニメエキスポ」の来場者数が過去最高の12万8000人を超えたのも「ミク効果」といえるかもしれない。

「週アスPLUS」では、現地の特派員記者が当日の様子を詳細に紹介。「(編集部註：初音ミクはじめ) ボーカロイドのコスプレをしていたファンの多さも目を引いた」ことや、トヨタのブースがライブ会場近くにあり、「ミク痛車のカラーラも置かれて、コスプレをしたモデルさんが撮影攻めにあっていた」ことなどが記されている。ライブが始まると3D映像で登場した初音ミクに歓声上がり、約5000人の観客が熱狂したという。⁽²³²⁾

さらにニコニコ動画で生中継されたという。「(3) 産業としてのボーカロイド」でも触れるが、オリコン1位になるという快挙をやったのけた。また、痛車と呼ばれることもあるが、車体に初音ミクがペインティングされたことでも注目を浴びた。初音ミクは単純なプログラムだけでなく、キャラクターとしてもすでに認知された存在になっている。初音ミクは経済産業省の2012年度のクール・ジャパン戦略推進事業(海外展開支援プロジェクト)に「VOCALOID Trans-Pacific」プロジェクト(VOCALOID™を活用した音楽ビジネス基盤創出プロジェクト)採択された。ボーカロイドの中でも初音ミクは独特な存在感がある。斎藤環『承認をめぐる病』(2013)では次のよう

に指摘されている。

「初音ミク」の例。「彼女」は「ボーカロイド VOCALOID」と呼ばれる音楽ソフトである。メロディーと歌詞を入力することでサンプリングあせた声優の声を元に歌声を合成して「歌わせる」ことが可能だ。しかしツインテールの美少女としてのキャラ化された彼女は、単なる楽器を超えた人気を博し、その名を冠したコンサートが繰り返し開催されている。同じように美少女キャラを前面に出したボーカロイドは数多くなるが、依然として、「初音ミク」だけは突出した人気を集めている。⁽²³³⁾

濱野智史『アーキテクチャーの生態的』(2008)によると初音ミクの魅力は以下の通り。

それはひとことでいえば、初音ミクが受け入れられたのは、「彼女」がとりわけ魅力的な「萌え要素」を備えたキャラクターだったからではないか、というものです。要するに、初音ミクに人々は「萌えた」ということ。そしてMEIKOやKAITOには、イラストこそついてはいたものの、「萌え要素」は比較的薄く、だから強いブームは生まなかったのではないかということ。この指摘は、普段からニコニコ動画にどっぷりと浸かり、初音ミク作品を大量に視聴してきたユーザーにとってみれば、「何をいまさら当たり前のことを」と思われるかもしれませんが、これはそれほど自明な話ではないのです。以下に紹介しておきたいと思います。

増田氏が着目するのは、初音ミクの発売元とユーザー側の間に、次のような着眼のズレが生じているという点です。初音ミクの開発元は、当初この製品を、「DJ 文化的な作曲実践の支援（創作労力の節減により、ユーザーのコントロールできる音素材を拡大する目的）のため」という位置づけで世に送り出していました。つまり、初音ミクの「キャラクター」としての側面はあくまでもボーカロイドという製品の「付随的側面」として位置づけられていたのです。しかし、その後初音ミクは、単に楽曲を制作するためだけでなく、イラストをはじめとする「キャラクターのパブリシティ」（引用者注：有名性

を伴った顧客吸引力)を消費するための二次創作環境の用途に流用され」ていきました。つまり、提供元からすれば、「おまけ要素」にすぎなかったものが、むしろユーザーの二次消費の中心的要素として受け入れられたということです。⁽²³⁴⁾

文中の増田氏とは音楽学者の増田聡のことである。初音ミクはさらに「n次創作」を生み出したことについても濱野は次のように述べている。

ニコニコ動画上の「N次創作」の例として、たとえば本文中でも触れた「組曲『ニコニコ動画』(通称「組曲」)では、まず、ニコニコ動画上で人気を集めたアニメやゲーム作品や初音ミク作品の楽曲がアレンジされ、一繋魏のメドレーが作成されます。これに、コメントでまず歌詞や弾幕がつけられ、次にカラオケ風の歌詞をつけた動画がアップされ、さらには「空耳」や「替え歌」をつけたコメントや動画が登場する。そしてこの歌詞を歌う「歌ってみた」系の動画がアップされ、さらには複数の「歌ってみた」を合成した合唱曲が生み出されます。また、ギターやドラムなどを演奏する「演奏してみた」系の動画や、楽曲の関連キャラクターの映像や手書きイラスト・アニメを用いて作成された「MADムービー」や「PV」などもあります。このように、一つの作品が基点となって派生作品(二次創作)が生み出されるだけでなく、派生作品(二次創作)がまた別の作品(三次創作)にとっての部分(モジュール)としての役割をはたしていき、その三次創作がまた別の・・・という一連のプロセスを、「N次創作」と呼ぶことができます。⁽²³⁵⁾

さわやか「ゲーム史 1989-2015」(2015)ではキャラクターと初音ミクについて次のように述べている。

キャラクターを通した多方面のメディアミックス展開で知られるは初音ミクであるが、その背景には動画共有サイトの存在、また非営利目的における二次創作を公式に認めたことによる個人の創作活動の影響が大きい。初音ミクを使用した楽曲やイラストを投稿することができるクリプトンシャ開設

の投稿サイト「ピアプロ」や「ニコニコ動画」などによってコンテンツの共有化が進み、それに伴う個人クリエイター同士の共同作業によって創造の連鎖を生み出した。

初音ミクは3D映像により実体化され、歌手としての動きを与えることによってライブイベントを行っている。近年は人気曲の小説・ミュージカル化、美術展での展示など多方面の活動が盛んであり、2013年には英語歌詞に対応した「初音ミクV3」が発売、同年、渋谷慶一郎によって初音ミクを主役としたオペラ「The End」がパリにて上演された。また、2014年5月にジャカルタ、10月にはニューヨークとロサンゼルスにて「HATSUNE MIKU EXPO」が開催され、国外においても創作文化を発信するなどその活動の幅を広げている。⁽²³⁶⁾

伊藤守「総論」(2015)でも「初音ミク現象」について次のように述べている。

読者の多くが「初音ミク」を知っているだろう。発売以来人気を保ち続けていること自体興味深いのだが、この現象こそがまさにデジタル文化の特徴をよく示している。そう指摘するのは遠藤薫である。よく知られるように、「初音ミク」は、ヤマハが開発した音声合成システム VOCALOID によって制作されたデスクトップミュージック用のボーカル音源であり、またそのキャラクターである。最初の製品は2007年8月のバーチャルアイドルというキャラクター付けされた「キャラクター・ボーカル・シリーズ」の第1弾として札幌のクリプトン・フューチャーズ・メディアから発売された。そしてニコニコ動画にアップされた作品を通し、瞬く間に1つのムーブメントが作られていった。爆発的な人気となった契機の1つに、発売会社のクリプトンが、非営利であれば、VOCALOID というソフトを使ったソフトを使ったユーザーによる歌声の利用だけでなく、キャラクターを用いた創作活動を自由に認めたことが挙げられる。そのために Wikipedia によれば「初音ミク」を題材にした「10万件以上に上るとされる楽曲や、イラスト、CGによるプロモーションなどさまざまな作品が発表されている」という。重要なのは、一部の専門家ではなく、作曲、作詞、イラスト、作成などさまざまな二次創作

に一般の数多くの人たちが参加したということだ。共通のソフトを利用し、ネットワークでつながれたメディア環境なしには考えられない文化的行為といえよう。⁽²³⁷⁾

遠藤薫とは遠藤薫『廃墟で歌う天使』(現代書館、2013年6月)のことである。

ウェブ上ではユーザーの思い付きが共有されると、それが一つの定番となる。今では「踊ってみた」など様々な「～してみた」がネット上をにぎわせている。2016年にはニコニコ超会議で初音ミクと歌舞伎俳優の中村獅童による「千本桜」は話題を呼んだことも付け加えておきたい。

[3] 産業としてのボーカロイド

オタク文化が現在異常なほど注目されているのは、経済効果を期待していることだ。当初はコミックマーケットを中心とした出版業界が中心であったが、今やオタク産業という言葉も奇異には響かない。むしろコンテンツ産業として言い換えられていると言ってもよいくらいだ。スタジオ・デラックス編『ボーカロイド現象』(2011)の内容を紹介しておきたい。

ボーカロイド紹介

イベント／フィギュア／ゲーム

まえがき

序章 ボーカロイド前史 音楽ビジネスの基礎背景

第1章 ボーカロイドとは

第2章 現象の波及とその舞台

第3章 ユーザー同士の「バトンワーク」

第4章 立体化するキャラクター

第5章 ゲーム&ライブ

第6章 音楽業界への影響

終章 海外展開と今後の展望

VOCALOID 年表

用語集

あとがき

ここでは「第6章 音楽業界への影響」に注目しておきたい。

2010年5月には初音ミクを中心に、ほかのボーカロイドも合わせたコンピューテーション集『EXIT TUNES PRESENTS Vocalogenesis feat・初音ミク』がオリコンのCDアルバムの売れ行きランキング1位として紹介されてボーカロイドファン達を沸かせ、また多くの音楽関係者を驚かせた。

ボーカロイド楽曲の勢いが上がってきたことと同時に、ほかのCDアルバムの勢いが低下したことが首位取得の理由であった。当該のCDアルバムは日本のレコード市場もっとも少ない販売枚数で首位を奪取していたのである。⁽²³⁸⁾

秋葉原ボーカロイド研究会『初音ミクの謎』(2011)には「初音ミク関連主要CDリリース一覧」が掲載されている。⁽²³⁹⁾ ボーカロイドはYouTubeやニコニコ動画と連動して、個人の楽しみからインターネット発信によりボーダレスな広がりを見せている。前述の通り2011年7月のロサンゼルス“Anime Expo 2011”で初音ミクのコンサートが開催されるなどその人気振りは想像をはるかに超えている。メディアミックスの象徴とも言える存在になっている。

[4] Reality は何処へ

① モーションキャプチャ

モーションキャプチャ (motion capture) は、現実の人物や物体の動きをデジタル的に記録する技術である。モーキャプ(mocap)と略される。これまでのCGIとは異なり、人間の動きをそのまま活用できる点が特徴である。とくにスポーツの世界において注目を浴びたが、映像の世界においても映画を中心

に取り入れられている。代表的な映画は以下の通りである。

- 『ロード・オブ・ザ・リング』(2001)
- 『パイレーツ・オブ・カリビアン』(2003)
- 『ハッピーフット』(2006)
- 『アバター』(2009)
- 『猿の惑星：新世紀』(2014)
- 『ガーディアンズ・オブ・ギャラクシー』(2014)

特に人間以外の生物や事物に人気の動きをさせることで映像に新たな可能性を与える結果となった。また、これまでは『猿の惑星』(1968)ではメイク担当のジョン・チェンバースがアカデミー名誉賞を受賞した。当時はまだメイクアップ賞がなく、同賞が設立されたのは10年以上経った1981年のことである。映画界では新しい技術として歓迎されてるだろうが、俳優にしてみれば、自分の顔が出ないで演技することになる。

②4D

4D技術とは、現在の時空間などの3次元の次元定義に対し、それとは異なる新しい次元定義を行った技術。嗅覚・味覚への方向で技術革新が行われていることが多い。座席の振動、空調、水しぶきなどがセットとなることが多い。

今後の映像表現と映画の質がどのように進むかは未知数である。最も懸念されることは、映像だけの美しさや4Dの技術による臨場感だけに頼り、肝心の映画の内容、すなわち、脚本がおろそかにされないかが心配である。

③VRからARへ

VRとはVirtual Realityのことで、「仮想現実」のことであるが、ゲーム機やテーマパーク等での乗り物などで利用されることが増えた。2016年に入ってから話題が集中しているようだ。

1月15日から6月26日まで大阪のユニバーサル・スタジオ・ジャパンで稼働中のアトラクション『きゅりーぱみゅぱみゅ XR ライド』。VRヘッドマウントディスプレイを装着しながら、実際のジェットコースターに乗るという新感覚の体験です。⁽²⁴⁰⁾

また、2016年4月21日にリニューアル・オープンしたサンシャイン60の展望台、SKYブリッジエリアにある体感型アトラクション”TOKYO弾丸フライト”、スイングコースターは話題となった。ヘッドマウントディスプレイ(HMD)を装着して、大砲の中に入るような専用マシンやブランコに乗ると、ジェットコースターのような体験を味わえる。

VRジェットコースターの大きな2つの課題

これまでジェットコースターを”体験”するVRコンテンツは様々登場してきました。家庭でも楽しめるもの、そしてイベント等で展示されるものです。家庭で楽しめるものとしては、PC向けのOculus Rift DK2向けのものから、どんなスマホでも体験できてしまうGoogle Cardboard用のものまで、多くのものが配信されています。

その課題となるのは、『体感』と『酔い』です。

家にいながらにして、アトラクションであるジェットコースターが体験できるのは非常に画期的です。しかし、ジェットコースターに乗ったときに実際に感じる体感は重力です。VRの基本は感覚を騙すこと。カーブを曲がった際の横にねじれるような感覚や急降下するときのふわっとする感覚など。視覚・聴覚がVRの中でジェットコースターを体験することにより、感覚が騙され、実際にコースターに乗っている際に感じる重力加速度を感じているかのように”身体が反応する”ことはあります。しかし、当然ですが、この感覚はあくまでも擬似的なもの。実際のジェットコースターで感じる感覚に比べれば弱くなります。⁽²⁴¹⁾

今後このVRにより、ゲーム業界をはじめ、テーマパーク等のライドは大き

く変化していく可能性を秘めている。ハウステンボス、USJはこれを積極的に取り入れている。TDL や TDS との差別化はこうしたライド系の在り方がキーになりそうだ。

(6) メディア文化

[1] 「メディア文化」を考える

①加藤清明「メディア文化と情報接触」(1997)

加藤清明「メディア文化と情報接触」(橋本和孝・大澤善信編『現代社会文化論』東信堂、1997年6月)のおもな内容は以下の通りである。

第1節 メディア文化とは何か

第2節 メディア文化の成立と深化(1): 情報環境の形成と若者文化

第3節 メディア文化の成立と深化(2): 電子空間とプレゼンテーション
社会

第4節 メディア文化論の理論的枠組み—キーワードの整理として—

SNS がまだ十分に発達していないインターネットの時期である。「第1節 メディア文化とは何か」では次のような定義を行っている。

“メディア文化”とは、こうしたマスメディアからパーソナルメディアに至るさまざまな情報メディアと接触すること、そしてそうした情報接触を通じて構成される私的なあるいは社会的な意味世界そのものことである。情報メディアとの身体的な接触は「メディア体験」、そして、そうした体験が含んでいるさまざまな感受性・感覚・知覚体験が「メディア経験」、そしてメディア経験している主体が「メディア行為者」であり、その行為の舞台が「メディア空間」として範疇化される。

さて、19世紀末の写真・映画・蓄音機に始まる複製技術革命を経て、20世紀のマスメディアの発達、そして電話などのコミュニケーションメディアの普及の中で、あるいは、電子ゲーム(ビデオゲーム)やパソコンの普及の中

で、私たちは、文字通り“ゆりかごから墓場まで”、どっぷりとそうした情報メディア（媒体）がつくる情報世界、文化的な世界の中で生活している。そうした中で、一番重要な点であり、かつ一番やっかいな点は、メディア経験を通じて情報と接触することで、わたしたちが“情報”を“現実”だと思い、そう“現実”を“構成”していくことだ。こうして構成される世界は、記号的現実・情動的現実と名付けられている。今日のメディア文化をめぐる焦点は、私たちのメディア経験における現実構成（リアリティ・コンストラクション）のされ方、イメージの実定化のされ方（文法）にある。⁽²⁴²⁾

.....

媒体・マスメディアが疑似環境をつくるという言説は、やがてマスメディア論という次元を離れる。まず、既存のマスメディアカルチャーに対抗するカウンターカルチャー、そしてサブカルチャー論へと展開する。次に、メジャーカルチャーとの対抗という図式さえも無力化し、さまざまな多元的なカルチャーの並列という事態が生じる。このメディア文化の並列化は、<情報メディアのパーソナル化><多メディア化>と連動している。

大衆文化をめぐる地殻変動は、国民的な規模でマス文化を形成する新聞、放送、雑誌といった既存のメディアの比重の低下を始めとして多様な文化変容をもたらしている。正統・高尚な文化対大衆文化の二項対立の無意味化、マスメディアとサブメディアの二項対立の無意味化、新しい電子メディアの登場とメディア文化の形成、既存マスメディアと新しいメディアの融合などである。⁽²⁴³⁾

「第2節 メディア文化の成立と深化（1）：情報環境の形成と若者文化」では「カプセル人間」に注目している。

中野収は、「テレビ・映像世代（＝戦後世代）の記号（媒体）の対するきわめてユニークな相互作用の特徴をとらえるための、理論的な物差し・理論モデル」（中野収、1980、116頁）として、<カプセル人間>という造語を生み出した。⁽²⁴⁴⁾

(中野収、1980、116 頁)とは、中野収『現代人の情報行動』(日本放送出版協会、1980年4月)のことである。

<カプセル人間>は、情報そのものを環境化する。つまり、さまざまな媒体に取り囲まれ、それらを生活の不可欠の要素・身体の一部とするようなく情報の環境化>が進む。(245)

カプセル人間は SNS 時代到来以前のものだ。若者の個室化とからめてのものであった。しかし、若者だけでなく、今や人間の周りは膨大な情報がある。とくにインターネット時代を迎えると、人間は情報という海にサーフィンをしているようなものだ。

②水越伸『デジタル・メディア社会』(1999)

水越伸『デジタル・メディア社会』(岩波書店、1999年2月)のおもな内容は以下の通りである。

- 序 章 メディアの未来の歴史
- 第1章 遊具としてのメディア
- 第2章 メディア・リテラシーと人間像の転回
- 第3章 新しいメディア表現者たちとジャーナリズム
- 第4章 アジアに越境するメディア
- 第5章 デジタル・メディアと公共圏
- 終 章 メディア表現、学びとリテラシー——メルプロジェクトという試み

「序章 メディアの未来の歴史」ではソシオ・メディア論について次のように述べている。

さて、この書物では、メディアを情報技術の発達の産物としてとらえるのではなく、人間や社会と情報技術の複合的な関係の中でとらえていくという

視点に立った一連のメディア研究活動を、ソシオ・メディア論と総称しておきたい。すなわち、情報技術がいかに人間や社会に影響を与えるのかという観点に立つ技術中心的なメディア論とはちがひ、人間や社会が情報技術をいかに文化的に受容して活用していくか、メディア文化がどのような政治性、歴史性を帯びて存立しているのか、さらに人間や社会が情報技術やメディアをいかにデザインしていくのか、といったかたちで、人間や社会の側からメディアをとらえていくものの見方を、ここでの視座としたのである。⁽²⁴⁶⁾

ソシオ・メディア論はさしずめ英語にすれば、“socio-media theory”とでもなるだろうか。ちなみに“socio-media”でインターネットで検索すると、既に絶版となっているが、Edward Barrett, editor. *Sociomedia: Multimedia, Hypermedia, and the Social Construction of Knowledge* (MIT Press, 1994)がヒットした。他は、“social media theory”でヒットする者が多数あった。

ソシオ・メディアはどのような枠組みとなるのか。これについては3つの枠組が提示されている。

第1にここでは、情報技術と社会の関係を二項対立的にとらえるのではなく、相互的にとらえていく。言葉を換えれば、情報技術と社会は、たがいに独立した系をなし、対立するような関係にはないのである。⁽²⁴⁷⁾

第2に、情報技術とメディアという概念を区別し、別の理念型としてこの力学関係の中に位置づけていくことである。メディアは社会的な生成物である。情報技術はそれを結実させるための核であるが、しかし一つの構成要素に過ぎない。技術を含むさまざまな要素の複合の中で、社会的に意味を与えられ、文化的状況に適合するかたちで人々に採用され、機能した結果がメディアなのである。⁽²⁴⁸⁾

第3に、メディアは多元的な実体性を帯びて社会に存在しているという認識である。デジタル情報化の地殻変動が、これまでほぼ一元的に実体化していたマスメディアの姿を突き崩している状況をとらえるためには、こうした認識の枠組がどうして必要になってくる。⁽²⁴⁹⁾

③佐藤卓己他編『ソフト・パワーのメディア文化政策』(2012)

佐藤卓己他編『ソフト・パワーのメディア文化政策—国際発信力を求めて』(新曜社、2012年11月)ではそのタイトル通り、メディア文化そのものについても取り上げている。

佐藤卓己「はじめに 『メディア文化政策』とは何か」(2012)では次のように述べている。

21世紀の今日では「メディア」という言葉を新聞で見ない日も、テレビで聞かない日もない。メディアは「出来事に意味を付与し体験を知識に変換する記号の伝達媒体」と一般には定義されている。しかし、日本でこの外来語が一般化したのは意外に新しい。1980年代の消費社会化のなかで日常語化した言葉である。それ以前の邦語文献に「メディア政策」が存在しないのは自明である。⁽²⁵⁰⁾

この佐藤の言が登場するのは佐藤卓己他編『ソフト・パワーのメディア文化政策—国際発信力を求めて』(新曜社、2012年11月)である。同書には柴内康文「序論 文化政策—メディアからのアプローチ」では次のように述べている。

現在、外国文化の体験は圧倒的にメディアを通じて行われており、その可能性も急激に拡大している。実際の文物を集め展示した博覧会にせよ、あるいは外国文学をはじめとした出版物にせよ、初期のそれは物質的な場や媒体を通じた体験であった。続くレコードに録音された音楽や上映される映画も、この意味ではその延長線上にあったと言える。しかし放送技術の発達により文化体験はこのような物質的限界をある程度離れ、人々はいながらにして異文化産のコンテンツを享受することが可能となった。もちろんこの放送メディアにしても、各国の放送通信行政による統制を受けていたし、リッチなコンテンツ向きでない中短波のような帯域を除けば、やはり到達可能な距離の制約を受けるものであったが、そして現在、インターネットの登場により出版物、映像、音楽などの文化的コンテンツは、少なくとも原理的にはこ

れまでの物理的障壁を乗り越えて流通する段階を迎えている。もちろん、これまでいわばメディアの「物質性」をふまえて行われてきた統制や制御（消極的な制御としての「放置」を含む）は、デジタル技術を利用してより明示的、網羅的に行なわれる可能性も現出しており、むしろ不可視化された障壁がますます大きくなっている側面もあるし、また言語上の軛もより明確な形で現われているとも考えられるが。⁽²⁵¹⁾

「メディア」はすでに単なる伝達媒体と言う意味以上のものを持つようになったというのだ。しかも 1980 年代ではテレビ放送・映画といった映像、レコード・ラジオ・新聞・雑誌・出版物というものが中心であったが、1990 年代になるとインターネットの登場により激変することになる。

[2] シミュラクラ

メディア文化を考える上で、シミュラクラ (simulacrum) という考え方はまさに映像ではなく、メディアと言う用語を使う時に特に意識しておきたい。星野太「Artwords シミュラークル」では次のように定義されている。

仏語で「虚像」「イメージ」「模造品」などを意味する。ピエール・クロソウスキー、ジル・ドゥルーズ、ジャン・ボードリヤールら 20 世紀フランスの哲学者たちが特別な含意を込めて用いたことで知られる。クロソウスキーとドゥルーズは、それぞれニーチェとプラトンを論じるさいに、「シミュラークル」を（いわゆる「実像」や「本質」に対する）「虚像」ないし「仮象」から区別し、実像と虚像、本質と仮象という二項対立の関係を哲学的に問い直した。それに対してボードリヤールの議論は、むしろ消費社会や文化現象の考察を主な目的としており、今日において仏語の「シミュラークル」という言葉が用いられる場合は、後者の用法が念頭に置かれていることが多い。ボードリヤールは、(1) ルネサンスから産業革命、(2) 産業革命以降、(3) 現代の消費社会における「シミュラークル」を区別し、それぞれに「模造」「生産」「シミュレーション」という名を与えた（以上の三段階はしばしば

「自然主義的シミュラークル」「生産主義的シミュラークル」「シミュレーションのシミュラークル」とも呼ばれる)。以上のようなボードリヤールの主張に従えば、今日の消費社会における諸事物は、プラトンの「オリジナル」と「コピー」（「本物」と「偽物」）の対立において存在しているのではなく、ただその「模倣（シミュラークル）」の循環のみによって存在していることになる。『象徴交換と死』（1976）や『シミュラークルとシミュレーション』（1981）におけるこうした主張は、美術におけるシミュレーションイズムや、ウォシャウスキー兄弟の映画『マトリックス』シリーズ（1999-2003）をはじめとする同時代・後世の文化に大きな影響を与えた。⁽²⁵²⁾

メディア文化、特にインターネット時代を向かえると、シミュラークルはn次創作と同様に増殖し続けている。

[3] 新しいメディア戦略

今やインターネットなくして生活や仕事もできなくなってきた。特に 2020 年から緊急事態宣言までは COVID-19 の影響により不要不急の外出を控える生活が始まり、それは 2021 年にも影を落としている。この事態で多くの人が体験したのがリモート対応である。仕事はもちろんのこと、学校でもこうした動きが進んだ。もとも SNS などの発達によりインターネットの利用は高まったはいたものの、インターネットをフルに活用しなければならない事態となり、政府をはじめ対応に苦慮した地方公共団体、企業、個人は多かつただろう。インターネットを活用した新しい戦略がここ 10 年程の間に出てきた。

①ユーチューバー

『広辞苑』や『大辞林』のような辞書は 10 年単位ぐらいのペースで改訂がされ、新しい言葉の定義が少しずつ増えている。この変化の激しい時代では、新しい言葉の定義についてそれこそインターネットを活用することはそれほど非難されることはないだろう。「ユーチューバー」もその一つと言える

だろう。インターネット上の「知恵蔵 mini の解説」では次のように定義されている。

動画共有サイト「YouTube」に頻繁に動画を投稿する人のこと。YouTubeに限らず動画共有サイトへの動画投稿者のことを言う場合もある。日本国内では、2014年4月現在、チャンネル登録者数360万人以上、配信動画の総アクセス数8億回超のオンラインタレント・HIKAKINが「トップユーチューバー」の1人として有名。HIKAKINは13年12月11日にYouTubeが発表した「2013年トップチャンネル」で、エイベックスやAKB48らに次いで5位を獲得している。この頃より、旅行大手・人材派遣などの企業がトップユーチューバーたちとタグを組み、テレビCMなどとは違った訴求力を持つ作品によりネット上で広告・販促活動を行うようになってきている。(2014-5-08) ⁽²⁵³⁾

言葉の定義も重要であるが、このユーチューバーの影響がすさまじいのは「将来つきたい職業、男子1位『YouTuber』小学生白書」(2019.12.23 Mon 10:45)の記事をみれば一目瞭然だ。

小学生の2019年「将来つきたい職業」は、男子1位が「YouTuberなどのネット配信者」、女子1位が「パティシエ(ケーキ屋さん)」であることが、学研教育総合研究所の小学生白書より明らかになった。

将来つきたい職業 (2019年・男子)		将来つきたい職業 (2019年・女子)	
1位	YouTuberなどのネット配信者	1位	パティシエ(ケーキ屋さん)
2位	プロサッカー選手	2位	保育士・幼稚園教諭
3位	プロ野球選手	3位	看護師
4位	運転士	4位	医師(歯科医師含む)
5位	調剤師	5位	花嫁

©学研教育総合研究所 (Gakken)

小学生の2019年「将来つきたい職業」は、男子1位が「YouTuberなどのネット配信者」、女子1位が「パティシエ(ケーキ屋さん)」である

ことが、学研教育総合研究所の小学生白書より明らかになった。

小学生白書（2019年8月調査）は、日本全国の小学1～6年生の子どもをもつ保護者を、約420万人のモニター母集団から抽出し、保護者付き添いのもとで、小学生本人が回答するように依頼した。小学1～6年生各学年で男子100人と女子100人ずつとその保護者（計1,200組）の回答が集まったところで調査を終了した。調査時期は2019年8月27日～8月30日。

小学生の2019年「将来つきたい職業」は、1位「パティシエ（ケーキ屋さん）」、2位「YouTuberなどのネット配信者」、3位「医師（歯科医師含む）」、4位「プロサッカー選手」、5位「プロ野球選手」。2016年に自由回答欄で初登場した「YouTuber」は、3年連続でランク上昇した。

30年前の1989年（平成元年）調査時は、1位「保育士・幼稚園教諭」、2位「プロ野球選手」、3位「小・中・高の先生」であり、2019年（令和元年）では、上位3位がすべて入れ替わった。

男女別に見ると、男子ランキングでは「YouTuber」が初めて1位を獲得。1990年代ごろから男子人気の筆頭であった「プロサッカー選手」は、2010年ごろから男子ランキングで1位を獲得し続けていただけに、近年のYouTuber人気の圧倒的な勢いがうかがえる。

◆小学生の2019年「将来つきたい職業」

- 1位：パティシエ（ケーキ屋さん）
- 2位：YouTuberなどのネット配信者
- 3位：医師（歯科医師含む）
- 4位：プロサッカー選手
- 5位：プロ野球選手
- 6位：保育士・幼稚園教諭
- 7位：運転士
- 8位：看護師
- 8位：警察官
- 10位：パン屋⁽²⁵⁴⁾

小学生には絶大な人気のある HIKAKIN はもちろんのこと、ユーチューバーからテレビ界に進出したふわちゃんなども目立つ存在だ。また、2020 年は COVID-19 の影響もあり、人との接触を避け、ステイホームしながら活動できるユーチューバーはさらに加速することが予想されるが、この人気状態がずっと続くかどうかは疑問だ。Twitter の時もそうであるが、うまく活用する人がいる一方で、不適切な発言や動画をネット上に投稿したり、ネットに投稿するために不適切な行動を起こしてしまうような事例も見られてきたことだ。

小学生があこがれる職業の上位にまで登りつめているだけに、大人たちのネットマナーが問われるところでもある。

②インフルエンサー

インターネットの影響の大きさを表しているのがこの「インフルエンサー」という言葉ではないだろうか。「ブランド戦略通信」には以下のような説明がある。

インフルエンサーとは購買中心点にあつて組織の購買意思決定に影響を与える人のことをいう。購買中心点の項参照。⁽²⁵⁵⁾

もう少し詳しく解説されている「知恵蔵 mini の解説」も見ておきたい。

世間に大きな影響を与える人物、特に人々の消費行動に強い影響を与える人物のこと。2000 年初頭にブログや SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) などインターネットにおける発信が盛んになって以降は、インターネットを用いて消費者の購買意思決定に大きな影響を与える人物のことを特定して指すようにもなっている。具体的には、好感度・発言力の高いタレント・モデルなどの著名人の他、動画共有サービス YouTube で圧倒的人気を得ている「カリスマ YouTuber」などが挙げられる。それらの人物に企

業が自社利益のためアプローチし良質な口コミを広げることをインフルエンサー・マーケティングといい、これらにより莫大な利益をあげているインフルエンサーもいる。一方で、ステルスマーケティング(ステマ)ややらせ投稿などにつながる懸念もある。こうしたインフルエンサーによる問題発信が企業に悪影響を与える事例も出ている。(2017-3-23)⁽²⁵⁶⁾

本来は、購買意思決定に影響を与えるものであるが、その影響としてインターネットを介してものは昨今注目を浴びている。特にネットで評価されていることをそのまま信用する傾向が広まっており、その発信者や発信元の信頼性も問題になっている。こうしたことから、信頼性の高い発信者(元)による情報の影響が増すことになるのだ。企業側も自社でメディア上のCMを発信するわけだが、消費者の立場にある者が消費者に訴えるいわゆる口コミ方式は、侮れない影響力がある。その影響は風評被害のような悪影響を及ぼすことさえある。

③バーチャルタレント

バーチャルタレントは文字通り「バーチャル」+「タレント」であり、無理して訳せば「架空タレント」とでもなるろうか。Yahoo! Japan ニュース「今のVTuberを語ることはなぜ難しいのか? 2020年激動のVTuberシーンを振り返る」(1/5(火)12:31配信)では次の様に述べている。

バーチャルタレントとアバター

「バーチャルタレント」という言葉は、キズナアイさんをデビューさせた「Activ8」が積極的に提唱し、その理念は同社のバーチャルタレント支援プロジェクト「upd8」で示されていた。ただ、前述のようにそのタレント支援は大成せず、現在はキズナアイさん個人や「ホロライブプロダクション」「にじさんじプロジェクト」「バルス」「774.inc」などの主立ったVTuber事務所に「タレント」と呼ぶ文化が継承されている。

そして、現在の私たちが無自覚に「VTuberシーン」と総括する時、それは今や「バーチャルタレント」を主に指すことになると言ってい。 ⁽²⁵⁷⁾

「シマウマ用語集」では「V チューバー」として次のような解説を行っている。

V チューバー (VTuber) とは、2D や 3D の CG やアニメのキャラクター (アバター) を使って動画配信、投稿を行う YouTuber のこと。「バーチャル YouTuber」の略だが、YouTube 以外のプラットフォームを使用することもあり、「V チューバー」と称される。読みは「ブイチューバー」。

個人のアイデンティティの制約を受けにくく、より柔軟で多様な表現やクリエイティビティを発揮できる特徴がある。動作や声を担当する「中の人」は「魂」と呼ばれ、数多くの V チューバーが生まれた現在は、高いクオリティの企画と魂が求められる。

Activ8 によって制作され 2016 年 12 月に活動を開始したキズナアイが、初めて「バーチャル YouTuber」を自称した。2017 年には同様の仮想キャラクターを用いた YouTuber が多く登場し、「バーチャル YouTuber/V チューバー」というカテゴリーが生まれた。キズナアイは現在「バーチャルタレント」と称している。⁽²⁵⁸⁾

2D や 3D の CG やアニメのキャラクター (アバター) を使用するため、生身の人間と違い、外見上の容姿についてはどんなものも創造が可能である。また、いわゆるスキャンダルなども起こらない。創造者のジェンダーも全く問題にならないことになる。

最後に KizunaAi official website の「Biography」を紹介しておきたい。

キズナアイは、2016 年 12 月に活動を開始したバーチャルタレント。

「あなたとつながりたい」という思いから世界初のバーチャル YouTuber として YouTube を中心に活動を続け、自身の運営する YouTube チャンネル「A.I.Channel」の登録者数は 280 万人を突破し、ゲーム実況専門チャンネルである「A.I.Games」の登録者数も 150 万人を突破した。現在は YouTube に限らず、テレビ番組や CM への出演など多方面にて活動の場を広げている。いまやタレントとして日本国内だけでなく海外からも人気を博し、さま

ざまな壁を超える手段として、本格的な音楽アーティスト活動にも取り組んでいる。VR や AI といった先端テクノロジーと人間の架け橋になろうと日々奮闘中。⁽²⁵⁹⁾

今回はバーチャルタレントとしたが、もともとはバーチャルアイドルという名称もあり、この流れはすでに 1990 年代より始まっていた。その先駆的な役割を果たしたのが、1993 年 2 月、コナミがコンピューターゲーム『ツインビー』シリーズのヒロイン、「ウインビー」をバーチャルアイドルとして育てようという「ウインビー国民的アイドル化計画」である。その後、1994 年 11 月 10 日にはバーチャルアイドル専門誌『Virtual IDOL』も創刊された。さらさらに 1994 年にはコナミが恋愛シミュレーションゲーム『ときめきメモリアル』を発売しらが、中でもヒロイン藤崎詩織らがバーチャルアイドルとして大きな注目を浴び、バーチャルアイドルという言葉が世の中に浸透し始めた。ゲームからスタートしたバーチャルアイドルは実在のアイドル不在、アイドル冬の時代とも呼ばれる 1990 年代に人気を得た。その後ボーカロイドの初音ミクなどの登場により、架空のアイドルが誕生した経緯があったことも覚えておきたい。

(7) 超スマート社会

[1] Society 5.0

いまやネット社会は生活全般、教育をも含め、これなしでは成り立たないくらい社会全体に浸透している。苑復傑「情報化社会と教育」(2020)の中で、「超スマート社会 (Society 5.0)」について次のように述べている。

情報産業 (第四次産業) の拡大は、単に産業構造のあり方を変えるだけでなく、社会構造や人間の行動にも大きな変化をもたらす、一つの未来社会像をも作りだす。それは社会全体の一つの発展ビジョンとなっている。政府関係機関が日本の将来の姿として描く「超スマート社会 (Society 5.0)」はそうした姿を示すものである。その概要は『第 5 期科学技術基本計画』(2016)、『世界最先端 IT 国家創造宣言・官民データ活用推進基本計画』(2017)、『未

来投資戦略 2018—「Society5.0」「データ駆動型社会」への変革に向けて—』
(2018) などの一連の政府文書に示されている。⁽²⁶⁰⁾

翻訳が進むこと、教育の在り方を始め、人間の働き方の変化、介護や医療の多大なる影響を与えている。

苑は教育については3つの側面があると指摘している。⁽²⁶¹⁾

- 1 情報通信技術 (ICT) の活用
- 2 情報化社会の基盤となる知識・技能の形成
- 3 教育・学習のユニバーサル化

オンライン日本経済新聞の新井紀子「スマート社会計画『ソサエティー5.0』、肝はデータ『ロボットは東大に入れるか』」(2016/4/12 6:30)によれば、Society5.0とは以下の通りである。

内閣府の総合科学技術・イノベーション会議(議長・安倍晋三首相)は日本の科学技術政策の司令塔だ。このほど「第5期科学技術基本計画」を作った。科学技術基本計画は1995年に施行した科学技術基本法に基づき、5年ごとに改定する。第5期は2016年度から20年度までとなっている。

第5期のキャッチフレーズは「Society (ソサエティー) 5.0」だ。人類がこれまで歩んできた「狩猟」「農耕」「工業」「情報」に次ぐ第5の新たな社会を、技術革新(イノベーション)によって生み出すという。

人工知能(AI)、莫大な情報を分析して傾向を見いだすビッグデータ解析、ロボット、材料。これらの開発などに研究費や人材をつぎ込み、技術を組み合わせる新たな製品やサービスを生み出す。電力計がスマートメーターになったように、単なる計測装置にすぎなかった機器が今やコンピューターの性能を有し、インターネットに接続する。膨大な情報を機器同士がやりとりする。

そこに自動的に集積していくデータを賢く使うことで、人間知だけでは到底実現できない超スマートな社会を実現していく——。このような気宇壮大な

計画がソサエティー5.0だ。⁽²⁶²⁾

Society5.0 を整理すれば以下の通りとなる。

Society1.0 狩猟社会

Society2.0 農耕社会

Society3.0 工業社会

Society4.0 情報社会

Society5.0 超スマート社会

Society5.0 では IoT が当たり前となり、そのキーワードは、ドローン、AI 家電、医療・介護、スマートワーク、スマート経営、自動走行となる。

内閣府の「Society5.0」では次のような文章が寄せられている。

政府は、少子高齢化に対応し、持続的な経済成長を成し遂げるため、人づくり革命と生産性革命を車の両輪として取り組んでいます。

このうち、生産性革命を実現し、人工知能、ロボット、IoT など、生産性を劇的に押し上げるイノベーションを実現するのが「Society5.0」の社会です。

⁽²⁶³⁾

超スマート社会とは「Society5.0」で示された最終段階の姿である。

Society 5.0 とは、「サイバー空間とフィジカル（現実）空間を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する“人間中心の社会”」と定義されています。

Society 5.0 の「5.0」という数字は、これまで人類が繰り返してきた社会変革に関連しています。日本政府では、狩猟社会を「Society 1.0」、農耕社会を「2.0」、工業社会を「3.0」、情報社会を「4.0」と定義しています。現在は情報社会（4.0）を迎えており、その次の社会の在り方として提唱されているのが、Society 5.0 です。⁽²⁶⁴⁾

[2] 「AI活用による Society 5.0 for SDGs の実現に向けて」(2023)

「AI活用による Society 5.0 for SDGs の実現に向けて」は一般社団法人 日本経済団体連合会、デジタルエコノミー推進委員会、AI活用戦略タスクフォースにより 2023年6月9日に発表されたものだ。これはアメリカの Open AI 社が開発した対話型の ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer) の登場や日本政府の方針が示されたことを受けて発表された。

1. 基本的な考え方

経団連では予て、提言「AI活用戦略～AI-Ready な社会の実現に向けて～」(2019年2月)も踏まえ、人工知能(AI)は Society 5.0 for SDGs の実現に向けた中核技術の一つであるとの基本認識のもと、各企業において AI-Ready 化を推進するよう推奨してきた。

こうした中、米国の Open AI 社が開発した対話型の ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer) を中心とした生成 AI は、人間社会のあり方を根本から変える可能性を提示している。

国内外で生成 AI の活用に対する社会的関心が急速に高まる中、わが国が引き続き Society 5.0 for SDGs の実現を目指す観点からは、明確かつアジャイルなアーキテクチャのもと、「何のために AI を活用するのか」という視点を見失ってはならない。大規模なデータの整備・連携#3 に立脚しながら、①AI のさらなる活用、②それに付随するリスクへの対応、を継続的に進める必要がある。

同時に、これらの前提として、③わが国独自の AI 開発能力の構築・強化が欠かせない。言語をはじめバックグラウンドの異なるわが国が、他国で開発された AI、すなわち「人の輝」で相撲を取ることに限界がある。革新的 AI を自ら作り上げる意思や能力がない限り、その活用のあり方を検討し、国際的なルールづくりを主導することは覚束ない。

経団連が 2019 年に策定した AI 活用原則は、生成 AI が隆盛する今日もなお、普遍的に適用可能なコンセプトである。同原則に照らしつつ、現下の情

勢を踏まえ、上記①～③を推進するための施策を以下提言する。

【AI 活用原則】

原則 1：AI の活用を通じた Society 5.0 for SDGs の実現

原則 2：多様性を内包する社会のための AI (AI for Diversity and Inclusion)

原則 3：社会・産業・企業の AI-Ready 化

原則 4：信頼できる高品質 AI (Trusted Quality AI) の開発

原則 5：AI に関する適切な理解促進⁽²⁶¹⁴⁾

今後、生成 AI による創造物に対する取り扱いについては注目すべきであろう。

注

1 日本のインターネット史

- (1) 大津彬裕「携帯電話」(西川長夫他編『グローバル化を読み解く 88 のキーワード』平凡社、2003年4月)、p.93.
- (2) 「「FOMA」および「iモード」のサービス終了について」<2019年10月29日> (https://www.docomo.ne.jp/info/news_release/2019/10/29_00.html) (2023年2月16日アクセス)
- (3) 宇田川拓雄「情報通信技術とデジタル革命」(国際開発学会編『国際開発学事典』丸善出版、2018年11月)、p.74.
- (4) Andrew Darley. *Visual Digital Culture* (Routledge, 2000), pp.13-14.
- (5) アンドリュー・ダーリー／荒木功訳『デジタル・カルチャー —大衆娯楽のコンテンツをめぐって—』(晃洋書房、2002年5月)、pp.18-19.
- (6) 沖啓介「サイバネティック・セレンディピティ Cybernetic Serendipity」(<https://bijutsutecho.com/artwiki/118>) (2025年2月9日アクセス)
- (7) D.バッキンガム／鈴木みどり監訳『メディア・リテラシー教育 学びと

- 現代社会』(世界思想社、2006年12月)、p.34.
- (8) Ditto.
- (9) Ibid., p.35.
- (10) 山田健太「デジタル時代のコミュニケーション形態」(清水英夫・林信郎・武市英雄・山田健太『新版 マス・コミュニケーション概論』学陽書房、2009年5月)、pp.
- (11) Ibid., pp.
- (12) 橋本良明「ネットワーク社会」(渡辺武達他編『メディア学の現在』新訂第2版、世界思想社、2015年4月)、pp.136-137.
- (13) Ibid., p.137.
- (14) NHK『平成ネット史(仮)』取材班『平成ネット史 永遠のベータ版』(幻冬舎、2021年4月)、p.33.
- (15) Ibid., p.34.
- (16) Ibid., p.35.
- (17) Ibid., p.73.
- (18) Ibid., p.60.
- (19) 後藤和彦他編『メディア教育を拓く』(ぎょうせい、1986年12月)、p.10.
- (20) 渡辺武達「メディアとコミュニケーション」(山口功二・渡辺武達編『メディア用語を学ぶ 人のために』世界思想社、1999年5月)、p.93.
- (21) 橋本良明「ネットワーク社会」(渡辺武達他編『メディア学の現在』新訂第2版、世界思想社)、pp.139-140.
- (22) Ibid., p.140.
- (23) Ibid., pp.141-142.
- (24) Ibid., p.142.
- (25) 苑復傑「情報化社会と教育」(苑復傑・中川一史『情報化社会におけるメディア教育』一般財団法人放送大学教育振興会、2020年3月)、pp.22-23.
- (26) 中橋雄『メディア・リテラシー論—ソーシャルメディア時代のメディア教育』(改訂版、北樹出版、2021年3月)、p.45.
- (27) 辻大介「ソーシャルメディアとコミュニケーション」(西垣通・伊藤守

編『よくわかる社会情報学』ミネルヴァ書房、2015年5月)、p.62.

(28) Ibid., p.63.

(29) 天野美穂子「インターネットと対人関係—若者女性のソーシャルメディア利用に関する調査から」(松本健太郎編『理論で読むメディア文学 「今」を理解するためのリテラシー』新曜社、2016年5月)、pp.260-261.

(30) 柴内康文「第6章 コンテンツ・アーキテクチャ・ソーシャル」(佐藤卓己・渡辺靖・柴内康文編『ソフト・パワーのメディア文化政策—国際発信力を求めて』)、pp.322-323.

(31) Ibid., pp.324-325

(32) Ibid., p.325.

(33) Ibid., p.326.

(34) 橋本良明「ネットワーク社会」、p.1403.

(35) Ibid., pp.148-149.

(36) D.バッキンガム／鈴木みどり監訳『メディア・リテラシー教育 学びと現代社会』(世界思想社、2006年12月)、p.29.

(37) Ditto.

2 デジタルネイティヴとスマホネイティヴ

(38) 佐々木隆『『デジタルネイティヴ』とは何か』(『むらおさ』第20号、むらおさ同人会、2014年7月、pp.7-13)でも取り上げた。

(39) Marc Prensky. “Digital Natives, Digital Immigrants”はインターネットの公開のものから利用した。

(<http://www.marcprensky.com/writing/prensky%20-%20digital%20natives,%20digital%20immigrants%20-%20part1.pdf#search=digital++natives%2C+digital+immigrants>)(2014年4月29日アクセス)

*Marc Prensky. “Digital Natives, Digital Immigrants”の翻訳は佐々木の試訳を掲載した。拙著『『日本の中の異文化』とは何か—デジタルネイティヴの時代』(『日本の中の異文化』第10号、日本異文化研究会、2013年11月)の試訳を行ったものを今回も使用した。

(40) Don Taspocott. *grown up digital*. (New York: McGraw-Hill, 2009),

pp.15-16.

- (41) 木村忠正「デジタルネイティブの進化」(西垣通・伊藤守編『よくわかる社会情報学』ミネルヴァ書房、2015年5月)、p.64.
- (42) 「NHK受信契約数の推移」
(<http://www.geocities.jp/yamamrhr/NHK-1pdf/>)(2015年4月28日アクセス)
- (43) 「テレビで生中継された重大事件簿『ケネディ大統領暗殺事件』」
(http://www.homemate-research-tv-station.com/useful/12386_facil_089/)
(2015年5月11日アクセス)
- (44) 氷川竜介『アニメ 100年ハンドブック』(IRD 工房、2017年8月)、
p.14.
- (45) 『キーワードで見る!平成カルチャー30年史』(三栄書房、2019年4月)、p.32.
- (46) デジタル時代に生まれたデジタルネイティブだが、デジタル機器、インターネットを適切に使いこなせない人達の引き起こす諸問題、あるいはその状態を「デジタルネイティブのキャストアウェイ現象」(佐々木隆・上松恵理子・八木浩雄、2013)と名付けた。
- (47) 木村忠正「デジタルネイティブの進化」(西垣通・伊藤守編『よくわかる社会情報学』)、p.65.
- (48) Ditto.
- (49) 苑復傑「情報化社会と教育」、pp.30-31.

3 情報化社会の問題点

- (50) 佐々木隆「デジタルネイティブと教育」(『むらおさ』第21号、むらおさ同人会、2015年1月、pp.8-12)のタイトルを改題し、加筆修正して利用した。
- (51) 宇田川拓雄「情報通信技術とデジタル革命」、p.75.
- (52) 野上暁『子ども文化の現代史』(大月書店、2015年3月)、pp.204-205.
- (53) “GRUNWALD DECLARATION ON MEDIA EDUCATION”
(<https://milobs.pt/wp-content/uploads/2018/06/The-Gr%C3%BCnwald-Declaration-on-Media-Education.pdf>)(2023年7月25日アクセス)

- (54) 「メディア教育についてのグリェンバルト宣言」
(<http://amilec.org/?key=joojlw7ly-136&lang=english>)(2023年7月25日アクセス)
- (55) 後藤和彦他編『メディア教育を拓く』、p.63.
- (56) 三尾忠男「教育」(西垣通・伊藤守編『よくわかる社会情報学』)、p.110.
- (57) 山口しのぶ「教育開発と情報通信技術」(国際開発学会編『国際開発学事典』)、p.186
- (58) 「グローバルな情報社会に関する沖縄憲章(仮訳)」
(https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/summit/ko_2000/it1.html)(2023年5月9日アクセス)
- (59) 山口しのぶ「教育開発と情報通信技術」、pp.187-188.
- (60) 後藤和彦他編『メディア教育を拓く』、p.65.
- (61) Ibid., p.66.
- (62) Ditto.
- (63) 平沢茂「メディア教育」(牧昌見編『新学校用語辞典』ぎょうせい、1993年12月)、p.1031.
- (64) 鈴木みどり「メディア・リテラシーとは何か」(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6月)、pp.2-3.
- (65) Ibid., pp.5-6.
- (66) Ibid., p.8.
- (67) 水越伸『デジタル・メディア社会』(岩波書店、1999年2月)、
pp.88-89.
- (68) Ibid., p.92.
- (69) Ditto.
- (70) Ibid., p.94.
- (71) 石村善治「メディア教育」(山口功二・渡辺武達編『メディア用語を学ぶ人のために』世界思想社、1999年5月)、p.85.
- (72) 渡辺武達「メディア・リテラシー」(山口功二・渡辺武達編『メディア用語を学ぶ人のために』)、p.99.
- (73) Ibid., pp.99-100.

- (74) 榎藤誠剛「メディアと授業」(山崎英則・片上宗二編『教育用語辞典』ミネルヴァ書房、2003年7月)、p.501.
- (75) 柴田義松・宮坂瑋子・森岡修一編『教職基本用語辞典』(学文社、2004年4月)、pp.24-25.
- (76) 大島聡「メディア・リテラシー」(江川政成他編『最新教育キーワード [第13版]』(時事通信出版局、2009年12月)、p.296.
- (77) Ibid., pp.296-297.
- (78) 中橋雄『メディア・リテラシー論—ソーシャルメディア時代のメディア教育』、p.14.
- (79) 中橋雄・水越敏行「メディア・リテラシーの構成要素と実践事例分析」(『日本教育工学会論文誌』第27号、Suppl号、日本教育工学会、2004年3月)、p.42.
- (80) 中橋雄『メディア・リテラシー論—ソーシャルメディア時代のメディア教育』、p.53.
- (81) D. バッキンガム/鈴木みどり監訳『メディア・リテラシー教育 学びと現代社会』、p.49.
- (82) 中橋雄「メディア教育で育むメディア・リテラシー」(苑復傑・中川一史『情報化社会におけるメディア教育』一般財団法人放送大学教育振興会、2020年3月)、pp.137-138.
- (83) 中橋雄『メディア・リテラシー論—ソーシャルメディア時代のメディア教育』、p.15.
- (84) 中橋雄「メディア教育で育むメディア・リテラシー」、p.147.
- (85) 中橋雄『メディア・リテラシー論—ソーシャルメディア時代のメディア教育』、pp.16-17.
- (86) 山内祐平『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』(岩波書店、2003年4月)、p.5.
- (87) Ibid., p.8.
- (88) Ibid., p.12.
- (89) Ditto.
- (90) Ditto.

- (91) Ibid., p.22.
- (92) Ibid., p.23.
- (93) Ibid., p.31.
- (94) Ibid., p.33.
- (95) Ibid., pp.33-34.
- (96) Ibid., p.31.
- (97) Ibid., p.33.
- (98) D. バッキンガム／鈴木みどり監訳『メディア・リテラシー教育 学びと現代社会』、p.9.
- (99) Ibid., p.11.
- (100) 中橋雄『メディア・リテラシー論—ソーシャルメディア時代のメディア教育』、p.97.
- (101) Ditto.
- (102) 中橋雄『メディア・リテラシー論—ソーシャルメディア時代のメディア教育』、p.98.
- (103) Ditto.
- (104) 柴田義松・宮坂瑠子・森岡修一編『教職基本用語辞典』、p.24.
- (105) 中橋雄『メディア・リテラシー論—ソーシャルメディア時代のメディア教育』、p.100.
- (106) Ibid., p.101.
- (107) Ibid., pp.101-102.
- (108) Ibid., p.102.
- (109) Ditto.
- (110) Ditto.
- (111) 中橋雄「メディア教育の歴史的展開」(苑復傑・中川一史『情報化社会におけるメディア教育』)、p.167.
- (112) 中橋雄「ソーシャルメディア時代のメディア教育」(苑復傑・中川一史『情報化社会におけるメディア教育』)、p.227.
- (113) 山内祐平『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』(岩波書店、2003年4月)、p.88.

- (114) Ibid., p.50.
- (115) Ibid., p.55.
- (116) Ibid., p.71.
- (117) 石村善治「メディア教育」(山口功二・渡辺武達編『メディア用語を学ぶ人のために』世界思想社、1999年5月)、p.85.
- (118) 筆者が実際に中学校における「道徳」の授業で行った内容については拙著「道徳教育実践報告：中学校の道徳教育」(『新教育課程研究』第25号、武蔵野教育研究会、2021年11月、pp.1-27)と「道徳教育実践報告：中学校の道徳教育—多様性と情報モラル」(『新教育課程研究』第30号、2022年10月、pp.1-23)
- (119) 岡本健『巡礼ビジネス ポップカルチャーが観光資産になる時代』(KADOKAWA、2018年12月)、p.256.
- (120) 中央教育審議会「我が国の高等教育の将来像(答申)」(2005年1月28)
(http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo0/toushin/attach/1335580.htm)(2017年9月18日アクセス)
- (121) 中央教育審議会「我が国の高等教育の将来像(答申)」(2005年1月28)
(http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo0/toushin/attach/1335581.htm)(2017年9月18日アクセス)
- (122) 細谷昌志「多文化共生のための異文化コミュニケーション」(細谷昌志編『異文化コミュニケーションを学ぶ人のために』世界思想社、2006年3月)、pp.3-4.
- (123) 「知識基盤型社会」(『Edu News』第19号、東京教育研究所、2008年月)、p.8.
(https://ten.tokyo-shoseki.co.jp/ten_download/dlf36/cax64527.pdf)(2017年9月18日アクセス)
- (124) 「アクティブラーニングと『知識基盤社会』に求められる人材」(2016年7月13日更新)
(<http://hrd.php.co.jp/shainkyouiku/cat21/post-826.php>)(2017年9月18日アクセス)

- (125) 新村出編『広辞苑』（岩波書店、2018年1月、第7版）、p.24.
- (126) 「不正行為に対する基本的考え方」
 (http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/gijyutu/gijyutu12/houkoku/attach/1334664.htm)(2019年1月20日アクセス)
- (127) 文部科学省『「情報化が子ども文部科学省『「情報化が子どもに与える影響（ネット使用傾向を中心として）」に関する調査報告書』（2003年5月31日）(<http://www.cec.or.jp/soumu/netizon/1.pdf>)(2017年1月4日アクセス)
- (128) “Internet Gaming Disorder”
 (file:///C:/Users/Super%20Dragon/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/APA_DSM-5-Internet-Gaming-Disorder.pdf)(2018年1月4日アクセス)
- (129) 「インターネット依存症について」
 (<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/hf/sfc/grp/Internet.pdf>) (2017年1月4日アクセス)
- (130) "Gaming Disorder" Is An Actual Disease, World Health Organization Says The World Health Organization says people with the condition could see "significant impairment" in their personal and professional lives. Last updated by Eddie Makuch on January 2, 2018 at 2:49PM
 (<https://www.gamespot.com/articles/gaming-disorder-is-an-actual-disease-world-health-1100-6455852/>)(2017年1月3日アクセス)
- (131) 「ネットゲーム依存、疾病指定へ WHO定義、各国で対策」
 (<https://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20180103-00000024-asahi-soci>)(2018年1月3日アクセス)
- (132) アンデシュ・ハンセン／久山葉子訳『スマホ脳』（新潮社、2021年5月）、pp.7-8.
- (133) Ibid., p.12.
- (134) Ibid., p.164.

4 インターネットによるコミュニケーション

- (135) 佐々木隆「デジタル社会とモラル」(『日欧比較文化研究』第18号、日

- 欧比較文化研究会、2014年10月、pp.44-56)を改題し、大幅に加筆修正して使用した。
- (136) 佐々木隆『デジタルネイティヴ』とは何か』(『むらおさ』第20号、むらおさ同人会、2014年7月)でも取り上げた。
- (137) 「コトバンク」(<https://kotobank.jp/word/FOMO-191313>)(2016年2月4日アクセス)
- (138) 「スマートホン」(デジタル大辞泉の解説)
(<http://kotobank.jp/word/%E3%82%B9%E3%83%9E%E3%83%BC%E3%83%88%E3%83%9B%E3%83%B3>)(2014年8月17日アクセス)
- (139) 「ガラケー」(語源由来辞典)
(<http://gogen-allguide.com/ka/galakei.html>)(2014年8月19日アクセス)
- (140) 「炎上多発の年、解決の鍵はスマホネイティブ」
(<http://buzzoo.jp/social/article/2613>)(2014年8月17日アクセス)
- (141) 「平成25年度 青少年のインターネット・リテラシ指標等」
(http://www.soumu.go.jp/main_content/000247066.pdf)(2014年8月17日アクセス)
- (142) Ditto.
- (143) 「メディア環境の『イマ』 メディア定点調査(東京)」
(<http://www.media-kankyo.jp/wordpress/wp-content/uploads/teiten2014.pdf>)(2014年8月20日アクセス)
- (144) 酒井亨『アニメが地方を救う!?!』(ワニ・プラス、2016年6月)、pp.185-186.
- (145) 「学校における携帯電話の取扱い等について(通知)」(20文科初第1156号、2009年1月30日)
(http://www.mext.go.jp/b_menu/hakusho/nc/1234695.htm)(2014年8月22日アクセス)
- (146) 岡本健『巡礼ビジネス ポップカルチャーが観光資産になる時代』、p.251.
- (147) 小寺信良「“食器ペロペロ”など相次ぐ不衛生動画、注意すべき「炎上を悪用する者」の存在」(ITmedia NEWS)

- (<https://www.itmedia.co.jp/news/articles/2302/07/news134.html>)
(2023年2月19日アクセス)
- (148) Ditto.
- (149) Ditto.
- (150) 文部科学省「学校における携帯電話の取扱い等について（通知）」（20文科初第1156号、2009年1月30日）
(http://www.mext.go.jp/b_menu/hakusho/nc/1234695.htm) (2016年1月22日アクセス)
- (151) 「高校生のスマートフォン・アプリ利用とネット依存傾向に関する調査<速報>」（総務省情報通信政策研究所、2013年5月）
(<http://www.soumu.go.jp/iicp/chousakenkyu/data/research/survey/telecom/2014/internet-addiction.pdf>)(2014年8月24日アクセス)
／「高校生のスマートフォン・アプリ利用とネット依存傾向に関する調査<調査結果 概要>」（総務省情報通信政策研究所、2014年7月）
(http://www.soumu.go.jp/main_content/000302913.pdf)(2014年8月24日アクセス)／「国立教育政策研究所」
(<http://www.nier.go.jp/kokusai/pisa/index.html>)(2014年8月27日アクセス)
- (152) 文部科学省「平成26年度全国学力・学習状況調査の結果について」
(http://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/gakuryokuchousa/onota/1349697.htm)(2014年8月27日アクセス)／「国立教育政策研究所」
(<https://www.nier.go.jp/14chousakekkahoukoku/summaryb.pdf>)(2014年8月27日アクセス)
- (153) 「<http://toyokeizai.net/articles/-/12564>」（2016年2月2日アクセス）
- (154) 「LINE 利用者、5 億人突破へ スペイン語圏から攻勢」
(<http://www.asahi.com/articles/ASG8D5DCRG8DULFA00V.html>) (2014年8月27日アクセス)
- (155) 團康晃「ソーシャル・メディアの功罪」（辻泉他編『メディア社会論』有斐閣、2020年6月）、p.76.
- (156) Ibid., p.77.

- (157) 「IT用語辞典 e-words」(<http://e-words.jp/w/SNS.html>) (2016年2月2日アクセス)
- (158) 「<http://www.appbank.net/2013/01/12/iphone-application/528279.php>」 (2016年2月2日アクセス)
- (159) 「<http://techwave.jp/archives/51767622.html>」 (2016年2月2日アクセス)
- (160) NHK『平成ネット史 (仮)』取材班『平成ネット史永遠のベータ版』(幻冬舎、2021年4月)、pp.156-157.
- (161) Ibid., pp.172-173.
- (162) 菊池哲彦「【動画／二次創作】ネット時代の映像文化」(遠藤知巳編『フラット・カルチャー—現代日本の社会学』せりか書房、2010年10月)、p.300.
- (163) Ibid., p.303.
- (164) Ibid., p.307.
- (165) 濱野智史「デジタルネイティブ世代の情報行動・コミュニケーション」(小谷敏他『若者の現在 文化』日本図書センター、2012年3月)、pp.70-71.
- (166) 伊藤守「総論」(西垣通・伊藤守編『よくわかる社会情報学』ミネルヴァ書房、2015年5月)、p.133.
- (167) 「知恵蔵 mini の解説 インスタグラム」(<https://kotobank.jp/word/インスタグラム-192491>) (2019年11月5日アクセス)
- (168) ソフィー・ナイト「日本発カワイイ文化の功罪」(『Newsweek』第31巻第30号、CCCメディアハウス、2016年8月)、p.31.
- (169) 岡本健『巡礼ビジネス ポップカルチャーが観光資産になる時代』、pp.151-152
- (170) Ibid., pp.154-155.
- (171) 中田敦「ザッカーバーグが入れ込む「メタバース」、15年前の気恥ずかしいゲームと何が違う」(日経クロステック／日経コンピュータ) (2021.10.01) (<https://xtech.nikkei.com/atcl/nxt/column/18/00692/093000065/>)(2021年2月8日アクセス)

- (172) 「メタバースは世界の大企業も注目！ビジネス・エンタメの常識を変え
うる技術の詳細とは？」(2022.02.02 業界トレンド)
(<https://secureinc.co.jp/aioffice/media/trend/metaverse-what/>)
(2021年2月8日アクセス)

5 承認欲求

- (173) 山竹伸二『「認められたい」の正体』(講談社、2011年3月)、p.8
- (174) Ibid., p.10.
- (175) Ibid., p.60.
- (176) 出口剛司「第6章 ファッションと<私らしさ>の文化装置—ファッション人間学試論」(佐藤嘉一編『<方法>としての人間と文化』ミネルヴァ書房、2004年3月、p.117.
- (177) 「知恵蔵 mini の解説 FOMO」
(<https://kotobank.jp/word/FOMO-191313>) (2016年5月22日アクセス)
- (178) 「Are you suffering from FOMO or MOMO?現代のSNS病、『FOMO』と『MOMO』とは?——『人生の満足度』と『SNS依存度』の関係」
(http://gqjapan.jp/more/andmore/20140829/fomo_momo) (2016年5月22日アクセス)
- (179) 「Feel Like a Wallflower? Maybe It's Your Facebook Wall」
(<http://www.nytimes.com/2011/04/10/business/10ping.html>) (2016年5月22日アクセス)
- (180) 「IoT : Internet of Things (モノのインターネット)」
http://mono-wireless.com/jp/tech/Internet_of_Things.html
- (181) *Longman Dictionary of Contemporary English* (Essex: Pearson Education Limited, 2017),(Sixth Edition, 2014), p.581
- (182) Alisa Freedman and Toby Slade, editors. *Introducing Japanese Popular Culture* (London and New York, Routledge, 2018), pp.470-471.
- (183) 「絵文字の歴史」
(<http://www.atmarkit.co.jp/ait/articles/1604/27/news051.html>)
(2016年5月1日アクセス)

- (184) 「Beyond words: how language-like is emoji?」
 (<http://blog.oxforddictionaries.com/tag/word-of-the-year/>)(2016年5月6日
 アクセス)
- (185) 「インスタ映えについてインターネット上の「【徹底解説】 インスタ映えとは?意味や写真の特徴と撮り方。カフェやスイーツも女子に人気」
 (<https://snaplace.jp/instabaeanalytics/#no1>)(2017年1月4日アクセス)

7 メディアの変容とメディア文化

- (186) 黒柳晴夫「メディア」(牧昌見編『新学校用語辞典』ぎょうせい、1993年12月)、pp.1030-1031.
- (187) 権藤誠剛「メディアと授業」(山崎英則・片上宗二編『教育用語辞典』ミネルヴァ書房、2003年7月)、p.501.
- (188) D.バッキンガム/鈴木みどり監訳『メディア・リテラシー教育 学びと現代文化』(世界思想社、2006年12月)、p.8.
- (189) 中橋雄「メディアと人間」(中橋雄『メディア・リテラシー論—ソーシャルメディア時代のメディア教育』改訂版、2021年3月)、pp.13-14.
- (190) Ibid., p.41.
- (191) 渡辺武達「メディア学とは何か」(渡辺武達他編『メディア学の現在』新訂第2版、世界思想社、2015年4月)、p.2.
- (192) Ibid., pp.8-9.
- (193) 小笠原喜康「教育とメディア」(日本教材学会編『教材事典 教材研究の理論と実践』東京堂出版、2013年9月)、p.56.
- (194) 白石雅彦『円谷一 ウルトラ Q とテレビ映画の時代』(双葉社、2006年7月)、pp.128-129.
- (195) 須川亜紀子「テレビ文化—テレビと歩んできたアニメ番組」(須川亜紀子・米村みゆき編『アニメーション文化55のキーワード』ミネルヴァ書房、2019年4月)、p.10.
- (196) NHK アーカイブス「テレビ放送の歴史」
 (<https://www2.nhk.or.jp/archives/search/special/detail/?d=history008>)
 (2022年10月10日アクセス)

- (197) 須川亜紀子「テレビ文化—テレビと歩んできたアニメ番組」、p.11.
- (198) 新村出編『広辞苑』岩波書店、2008年1月、第6版)、p.1614.
- (199) Ibid., p.300
- (200) Ibid., p.297.
- (201) 「モンタージュ理論」
(<http://d.hatena.ne.jp/keyword/%A5%E2%A5F3%A5BF%A1%BC%A5%B8%A5E5%CD%FD%CF%C0>) (2011年11月16日アクセス)
- (202) 田口哲也「大衆文化とマスメディア」(渡辺武達他編『メディア学の現在』新訂第2版、世界思想社、2015年4月)、pp.170-171.
- (203) 「文化政策推進会議提言の送付について」
(http://www.mext.go.jp/b_menu/hakusho/nc/t199401120001/t19940112001.html)(2008年10月10日アクセス)
- (204) 「21世紀に向けた新しいメディア芸術の振興について (報告)」
(http://www.bunka.go.jp/geijutsu_bunka/eiga_eizou/plan/media_)
(2008年10月10日アクセス)
- (205) Ditto.
- (206) 浜野保樹「日本のメディア芸術」(『文化庁月報』通巻472号、ぎょうせい、2008年1月)、p.10.
- (207) 『中学校学習指導要領 (平成10年12月)』(独立行政法人国立印刷、1998年12月)、p.68.
- (208) Ditto.
- (209) 『高等学校学習指導要領 (平成11年3月)』(独立行政法人国立印刷、2004年1月)、p.374-374.
- (210) 『高等学校学習指導要領解説 情報編』(開隆堂、2000年9月)、p.149.
- (211) 岡本健・遠藤英樹編『メディア・コンテンツ論』(ナカニシヤ出版、2016年6月)、p.236.
- (212) 河村建夫・伊藤信太郎編『文化芸術基本法の成立と文化政策 真の文化芸術立国に向けて』(水曜社、2018年3月)、pp.66-67.
- (213) 「文化庁メディア芸術祭について」
(<http://plaza.bunka.go.jp/festival/about/>)(2011年10月29日アクセス)

- (214) 「文化庁芸術祭について」(<http://plaza.bunka.go.jp/festival/about/>)
(2011年8月14日アクセス)
- (215) 氷川竜介『アニメ100年ハンドブック』(IRD工房、2017年8月)、p.56.
- (216) 国立メディア芸術総合センターの設立その頓挫については拙著『日本文化ブームから文化外交へ』(イーコン、2011年5月)を参照のこと。
- (217) 森本純一郎「国策としてのアニメーション」(『芸術世界』第14号、東京工芸大学芸術学部、2008年3月)、p.117.
- (218) 河村建夫・伊藤信太郎編『文化芸術基本法の成立と文化政策 真の文化芸術立国に向けて』、p.76.
- (219) 榎村愛子「日本の『オタク文化』はなぜ世界的なものとなったのか」(『愛知大学文学論叢』第136号、愛知大学文学会、2007年1月)、p.1.
- (220) 大場吾郎『テレビ番組海外展開60年史』(人文書院、2017年6月)、pp.3-4.
- (221) Ibid., p.26.
- (222) 『風小僧』
(<https://www.amazon.co.jp/%E9%A2%A8%E5%B0%8F%E5%83%A7-DVDBOX-%E3%83%87%E3%82%B8%E3%82%BF%E3%83%AB%E3%83%AA%E3%83%9E%E3%82%B9%E3%82%BF%E3%83%BC%E7%89%88-%E5%B1%B1%E5%9F%8E%E6%96%B0%E4%BC%8D/dp/B01N4V5DYC>)(2017年11月22日アクセス)
- (223) 「VOCALOIDTM /ボーカロイド公式サイト」(<http://www.vocaloid.com/>) (2011年9月10日アクセス)
- (224) 「VOCALOIDTM /ボーカロイド公式サイト」(<http://www.vocaloid.com/about/>) (2011年9月10日アクセス)
- (225) Ditto.
- (226) Ditto.
- (227) スタジオ・ハードデラックス編『ボーカロイド現象』(PHP研究所、2011年4月)、p.42.
- (228) 岡本健・遠藤英樹編『メディア・コンテンツ論』、pp.37-38.
- (229) 秋葉原ボーカロイド研究会『初音ミクの謎』(笠倉出版会、2011年1月)、

p.18.

(230) Patrick W. Galbraith. *The Otaku Encyclopedia: An Insiders Guide to the Subculture of Cool Japan*. (Kodansha International USA), p.232.

(231) スタジオ・ハードデラックス編『ボーカロイド現象』, p.7.

(232) 「初音ミク 初の海外単独公演大成功 『世界のミクへ』」

(<http://zasshi.news.yahoo.co.jp/article?a=20110709-00000004-rnijug-ent>)(2011年7月10日アクセス)

(233) 斎藤環『承認をめぐる病』(日本評論社、2013年12月)、pp.12-13.

(234) 濱野智史『アーキテクチャーの生態的』(NTT出版、2008年10月)、p.245.

(235) Ibid., pp.302-303

(236) さわやか「ゲーム史 1989-2015」(メディア・アート国際化推進委員会監修『ニッポンのマンガ*アニメ*ゲーム from 1989』(国書刊行会、2015年6月)、p.307.

(237) 伊藤守「総論」(西垣通・伊藤守編『よくわかる社会情報学』ミネルヴァ書房、2015年5月)、pp.132-133.

(238) スタジオ・ハードデラックス編『ボーカロイド現象』, p.140.

(239) 秋葉原ボーカロイド研究会『初音ミクの謎』、pp.182-18

(240) 「VR×テーマパークによるアトラクションの新時代。USJ『きゃりーぱみゅぱみゅ XR ライド』考」(<http://www.moguravr.com/xrride-2nd/>) (2016年5月22日アクセス)

(241) Ditto.

(242) 加藤晴明「メディア文化と情報接触」(橋本和孝・大澤善信編『現代社会文化論』東信堂、1997年6月)、pp.45-46.

(243) Ibid., p.46.

(244) Ibid., p.48.

(245) Ibid., p.49.

(246) 水越伸『デジタル・メディア社会』(岩波書店、1999年2月)、p.16.

(247) Ibid., p.23.

(248) Ibid., p.24.

- (249) Ibid., p.26.
- (250) 佐藤卓己「はじめに 『メディア文化政策』とは何か」(佐藤卓己他編『ソフト・パワーのメディア文化政策—国際発信力を求めて』(新曜社、2012年11月)、p.19.
- (251) 柴内康文「序論 文化政策—メディアからのアプローチ」(佐藤卓己他編『ソフト・パワーのメディア文化政策—国際発信力を求めて』)、p.189.
- (252) 星野太「[Artwords シミュラークル」
(<https://artscape.jp/artword/index.php/%E3%82%B7%E3%83%9F%E3%83%A5%E3%83%A9%E3%83%BC%E3%82%AF%E3%83%AB>)
(2022年1月25日アクセス)
- (253) 「知恵蔵 mini の解説」
(<https://kotobank.jp/word/%E3%83%A6%E3%83%BC%E3%83%81%E3%83%A5%E3%83%BC%E3%83%90%E3%83%BC-192078>)
(2021年1月29日アクセス)
- (254) 「将来つきたい職業、男子1位『YouTuber』小学生白書」(2019.12.23 Mon 10:45) (<https://resemom.jp/article/2019/12/23/53962.html>)
(2021年1月29日アクセス)
- (255) 「ブランド戦略通信」
(<https://japanbrand.jp/dic/%E3%82%A4%E3%83%B3%E3%83%95%E3%83%AB%E3%82%A8%E3%83%B3%E3%82%B5%E3%83%BC.html>)
(2021年1月29日アクセス)
- (256) 「知恵蔵 mini の解説」
(<https://kotobank.jp/word/%E3%82%A4%E3%83%B3%E3%83%95%E3%83%AB%E3%82%A8%E3%83%B3%E3%82%B5%E3%83%BC-22710>)
(2021年1月29日アクセス)
- (257) Yahoo! Japan ニュース「今の VTuber を語ることはなぜ難しいのか? 2020年激動のVTuberシーンを振り返る」(1/5(火) 12:31 配信)
(<https://news.yahoo.co.jp/articles/9b0b88110a240105b77192dc537c70f876c92a6d?page=3>)(2021年1月29日アクセス)
- (258) 「シマウマ用語集」(<https://makitani.net/shimauma/vtuber>)

(2021年1月29日アクセス)

(259) KizunaAi official website 「Biography」

(<https://kizunaai.com/biography/>)(2021年1月29日アクセス)

7 超スマート社会

(260) 苑復傑「情報化社会と教育」(苑復傑・中川一史『情報化社会におけるメディア教育』一般財団法人放送大学教育振興会、2020年3月)、pp.25-26.

(261) Ibid., pp.27-30

(262) 新井紀子「スマート社会計画『ソサエティー5.0』、肝はデータ『ロボットは東大に入れるか』」(2016/4/12 6:30)

(<https://www.nikkei.com/article/DGXXKZO99346090W6A400C1X12000/>)(2019年8月10日アクセス)

(263) 内閣府「Society5.0」(<https://www.gov-online.go.jp/cam/s5/>)
(2019年8月10日アクセス)

(264) 「半歩先の未来社会構想「Society5.0」とは何か？」

(<https://www.hitachi-systems.com/report/specialist/society5/01/>)
(2023年7月30日アクセス)

(265) AI活用による Society 5.0 for SDGs の実現に向けて」

(<https://www.keidanren.or.jp/policy/2023/041.html>)
(2023年7月30日アクセス)