

2007 年度高槻メディア・リテラシープロジェクト開始→トップページ

～高槻市内の A 中学校において、以下のような内容でメディア・リテラシーの授業が始まりました。

2006 年度、本プロジェクトは FCT が研究協力を行い 11 回の研究会、及び運営委員会、中学生のメディア環境調査、A 中学校（中学 1 年生 3 クラス）への導入の授業を実施してきました。また、中学校側のご理解とご尽力により 2007 年 4 月から中 2 の教科選択（技術）の時間を使って「メディア・リテラシー」の授業を前期・後期と実施する運びとなりました。今回は、授業の構想について報告しますが、今後、随時授業の報告も行っていきたいと考えています。

1. 科目 中学校 2 年生教科選択（技術）週 1 回、前期・後期各 15 回（前・後期で内容はほぼ同じ）

2. 主題 「メディアは商業化されている」

・本授業の目標：

- ① この授業の目標の第 1 は従来の学校教育に欠落したクリティカルな思考を育むことにある。
- ② そのために、まず「メディア社会」とは何か、「メディア社会と私、私たち」の関係性を「意識化する」
- ③ その次に、基本概念 1, 2 を前半期かけて理解を深めていく
- ④ 授業の形態としては、これもまた従来の学校教育で欠落している「対話」を重視する¹。そして、他者とのコミュニケーションを通じて得られる気づきや、「他の人と違う考え方や感じ方をしてもいい」「自分の意見は尊重される」「他者から学ぶ」という経験を通してクリティカルな自己を確立する手がかりとすることだと思われる。

・授業形態：5 名くらいのグループ活動を中心にする。

・評価：基本的には授業への参加態度（ディスカッションへの貢献度、進んで司会や書記、発表をやっているかなど）とメディアログの提出状況などで行う予定だが、「評価」についても研究課題である。

3. 授業の構想

1. イントロダクション（3 回）

目標：授業の流れを理解する

テーマ：私とメディア、私たちとメディア

具体的活動：今週のテレビ日記

¹ 1997 年の TIMSS の調査結果によれば、教師援助なしグループ学習 2 %（下から 3 番目）、教師援助のグループ活動 7 %（最下位）で、日本はグループ学習を世界的にも行ってきていなかったことがわかる。

2. テレビコマーシャルとは何か (6回)

目標：テキスト分析のやり方、議論や発表について理解する。

テーマ：CM分析を通してメディアがどう構成されているかを学ぶ

具体的活動：CM分析

3. 音楽とメディア・リテラシー (2回)

目標：検討中

4. メディア制作活動 (3回。発表会含む)

目標：これまで学んできたことをもとに、相手に自分の意見を効果的に伝えるにはどうすればよいかを考えられるようになる。

テーマ：授業で学んできたことを、後輩もしくは後期の受講者に伝えるというテーマで、ビデオ制作

*カッコ内の授業回数は目安である。計15回の授業を通じ、メディアはすべて構成され、「現実」を作り出していることを意識化できるようになること、対話できるようになることを目指す。

★参考文献 鈴木編『新版 Study Guide 入門編』(リベルタ出版、2004年)