

〈論文〉

大学におけるメディアリテラシー育成のための 授業のあり方

—フェイクニュースが蔓延するなか、求められる教育を探る—

野村 浩子

要 約

2016年、アメリカ大統領選をきっかけにフェイクニュースの拡散が社会問題となっている。ソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)の普及により、瞬時に偽情報が拡散されるようになったことが背景にある。メディア環境が大きく変わるなか、改めて大学においてメディアリテラシー教育を行う必要性が高まっている。SNSにより偽情報が広まる仕組みを知ること、また無意識のうちに自分にとって心地よい情報ばかりに囲まれている怖れがあることに気付きを促すことが大切である。そこでSNS時代のメディア理論を身につけたのちに、新聞を用いてニュースを読み解くリテラシーを高める教育を実践した。他メディアに比べ真偽チェックが厳しく行われる新聞を用いての学習が、ネット時代においても今なお有効であることがわかった。

キーワード

メディアリテラシー ソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS) フェイクニュース
ファクトチェック 新聞学習

I 研究の背景と目的

フェイクニュースが蔓延するなか、改めてメディアリテラシー教育の必要性が説かれている。関心が高まる契機となったのは、2016年に行われた米国大統領選である。ローマ法王がトランプ氏支持を表明した、ヒラリー・クリントン氏が児童虐待の組織に関与している、といったフェイクニュースが瞬く間に広まった。政治的な意図のみならず、アクセス数を増やして広告収入を得ることを目的にした偽ニュース専門サイトまで登場している。

米大統領選終盤のフェイスブックの注目記事を見ると、偽サイト発の記事のほうが大手メディアによる記事よりも、共有が多かったという分析もある。事実より感情に訴えかける情報のほうが世論を動かしたともいえる。こうした現象は「ポスト・トゥルース」と呼ばれ、英オックスフォード辞典が2016年の言葉として「ポスト・トゥルース」を選ぶほど、時代を象徴する言葉となっている。

フェイクニュースの蔓延は、民主主義の基盤をゆるがし、社会の分断を深めることにつながる。さら

に、偽情報を信じた米国市民が発砲事件を起こすといった実害も生じている。社会全体に不信感が高まり、市民同士の信頼関係も薄れていくため、大きな社会問題といえる。

日本も無縁ではない。日本では、多くの人が関心をもつ話題である健康情報に関するフェイクニュースが数多く出回っている。米国とは違う意味で、実害をもたらす危険がある。

実は、偽情報を見抜く目が問われるのは、現代特有の問題ではない。古くは2000年以上前にユリウス・カエサル（ジュリアス・シーザー）は、『ガリア戦記』で「人は自ら信じたいものを喜んで信じる」と述べている¹⁾。まさに「ポスト・トゥルース」である。米国でも100年以上も前となる19世紀末に、興味本位の記事売り物にするイエロージャーナリズムという言葉が生まれている。

日本でも、情報という言葉の語源をたどると偽情報の意味合いを内包することがわかる。情報という言葉は、明治のはじめにフランスの兵書が日本語訳された際に、フランス語のrenseignementが敵陣の事情を報知することといった意味で「情報」と訳されたのが初出だという解釈もある²⁾。敵陣の情報には、噂や憶測も含まれる。指揮官はできるだけ多方面から情報を集めて真偽を判断しなくてはならない。その語源からして情報は、偽情報と表裏一体といえそうだ。

このように、偽情報は古くて新しいテーマである。しかし現代的な課題は、この偽情報がインターネットを通じて、とりわけスマートフォン片手に常時チェックをするソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）を通じて、瞬間に世界中に拡散されるようになったことだ。そこで今、インターネット時代の情報の流れをふまえた、新たなメディアリテラシー教育が求められている。

新たなメディアリテラシー教育は、義務教育から始まり、さらには段階を重ねて大学はじめ高等教育機関でより高度な教育が行われるのが理想であろう。しかし今、大学においても基礎的なメディアリテラシー教育が必要だと考える。基礎的な知識を身につけないまま大学に進学している学生がいるためだ。

中橋雄（2014）が指摘する通り、現行の学習指導要領では「メディアリテラシー」という言葉は使われておらず、高等学校の「社会と情報」の教科書でも、メディアリテラシーの説明が記載されていない教科書もある³⁾。義務教育から高校まで新聞などメディアを用いて学ぶ教育はおおむね浸透しているが、メディアについて学ぶ授業は各校の教員の工夫に委ねられているのが実態である。基礎教育が大学で改めて求められるのは、こうした理由からである。

さらにインターネットの普及により、かつては情報をマスメディアから受信しただけだった市民が、発信者になることもできる時代となった。そこで、メディアから受信した情報を見極めるのみならず、発信者としての知識やスキルを身につける教育が求められている。

しかも、その手段は日進月歩である。ここ数年動画による情報発信が急増しており、多くのアクセスを集めるアマチュア発の動画も登場している。そこで、大学カリキュラムに動画発信に関する知識を盛り込む必要も高まっている。

2 こうした背景のもと、大学において時代に即したメディアリテラシー教育をいかに行うか、人文学部表現学科の授業実践を通して探っていった。

II 研究の方法

フェイクニュース拡散を受けてメディア教育を再考するにあたり、講義に新たに取り込むべきメディア環境論を整理し、さらにはアクティブラーニングを軸にメディアリテラシーを育む授業を実践する。

II-1-1では、SNSの利用が拡大する中、メディアリテラシー教育の基本思想を、先行研究をもとに考える。

Ⅱ－１－２では、フェイクニュースがいかに生成され拡散されるか、大学のメディア教育に新たに取り込むべき講義内容を、各種報道や出版物をもとに整理する。

Ⅱ－２では、ニュースを読み解く力を育むことを目的に、３年次選択科目で新聞学習を核に据えた授業を行い、その有効性と課題を明らかにする。

Ⅱ－１ SNS時代に求められるメディアリテラシー教育

Ⅱ－１－１ メディアリテラシーの基本概念

１) メディアリテラシーとは何か

メディアリテラシーとは何か、まずはその定義を確認したい。日本では、1992年に先進的なメディアリテラシー教育を行うことで知られるカナダ・オンタリオ州教育省が発行した“Media Literacy ; Intermediate Seminar Divisions”が邦訳されて以来、この言葉が取り上げられるようになったとされる⁴⁾。

メディアはもともと情報を仲介するものといった意で、新聞、テレビといったマスメディア、またSNSなどソーシャルメディア、さらには両者を仲介するまとめサイトなどの中間メディアに分けられる⁵⁾。メディアリテラシーという際には、これらすべてを使いこなす力を指す。

日本においては、メディアリテラシーは次の３領域で語られてきた。ひとつはマスメディア批判、２つ目は学校における情報教育、３つ目はICT教育である⁶⁾。メディアリテラシーの定義は領域により異なるが、吉見俊哉(2004)はメディア論の立場から次のように定義する⁷⁾。

(メディアリテラシーとは)メディアで語られたり、表現されたりしていることが、いったいどのような文脈のもとで、いかなる意図や方法により編集されたものであるのかを批判的に読み①、そこから対話的なコミュニケーションを作り出していく能力②です。つまり、あらゆる情報は編集されている③こと、したがってあらゆる現実も編集され、構成されたものであるという認識が、メディアリテラシーの出発点です。(下線部、筆者)

吉見が定義する基本概念は、マスメディアのみならず、ソーシャルメディア発の情報に至るまで当てはまるものである。

ひとつ目の力点は「批判的読み解き」、つまりメディアが伝える内容を鵜呑みにしてはいけないということだ。メディアは、それぞれの媒体が持つ価値基準に沿って事実を取捨選択し、ある側面に光を当てて伝える。ジャーナリズムは原則として中立の立場をとり両論併記すべきとされるが、必ずしも常にバランスよく両論が併記されているとは限らない。時には複数のメディア報道を比較しないと、全体像がつかめないこともある。

そこで、メディアリテラシーを身につけるためには、図①のような視点が欠かせない。Ⅱ－２で述べる授業実践においては、図①の視点を繰り返し強調し、実際の報道記事をもとに具体的に解説していった。

3

- ☐ 「本当だろうか」と疑う視点を持つ。
- ☐ 常に複数のメディアに目を通す。
- ☐ 賛成派、反対派といった「両論」をチェックする。
- ☐ 情報の「出所」はどこか、確かな情報源か確認する。
- ☐ 多数派の意見に流されない。
- ☐ 各メディア報道の背景にある、各社の価値基準を考える。

図① メディアリテラシーを育む上で欠かせない視点

2つ目の力点は、メディアから得た情報を批判するにとどまらず、意見の異なる者同士が対話をし、よりよい解決策を求めてコミュニケーションをとる力を磨くことだ。メディアリテラシー教育は、個人が社会課題に向き合い、話し合いを通して解決していくために必要な力ともいえる。

3つ目の力点は、「あらゆる情報は編集されている」という認識を持つことである。メディアは、ニュースや社会事象を取材し、情報を取捨選択して伝える。ひとつの事象を分かりやすく伝えるには、多面性のある事柄のいずれかの面に焦点を当てざるを得ない。情報の受け手は、伝えられた側面でのみ事実を知り、時には自分の価値観に沿った心地よい情報のみを受け入れる。このように事実だと思って受けとめている情報は、実は何重にも編集されたものである。SNSを介して得る情報も同様である。

2) メディアリテラシーの3つの力

1990年代以降のインターネットの浸透、さらには2000年代後半以降のスマートフォンならびにSNSの広がりにより、コミュニケーションに革命が起きている。スマートフォンを通してテキストも画像も動画も、個人が全世界に発信できるようになったのだ。スマートフォンという比較的安価で手軽な情報受発信端末が普及したことは、個人を情報の受け手から発信者へと押し上げた。同時にインターネットでつながることで、情報を瞬時に世界中に広めることが可能になった。こうしたコミュニケーション革命は、1439年頃に起こったグーテンベルクの印刷機発明による印刷革命に匹敵する大転換である。

インターネット時代、さらにはSNSがコミュニケーションの最大のツールとなりつつあるSNS時代を迎えて、新たなメディアリテラシー教育の開発が求められている。水越伸(1999)は、メディアリテラシーには次の3つの能力が必要だとする⁸⁾。

- ① メディア使用能力：メディアに関する機器・ソフトを使いこなす能力
- ② メディア受容能力：メディア事業者が生み出した情報を批判的に受容し、解釈する力
- ③ メディア表現能力：さまざまなメディアを用いて、意見や感情を表現する力

SNS時代は、②のメディア受容能力はもちろんのこと、メディアの①使用能力、③表現能力を一層高めることが重要になる。すなわちスマートフォン含めインターネットを使いこなし、自ら発信する力を磨く必要性が高まっている。

発信力を養うことは、同時にメディア受容能力を高めることにつながる。情報発信を前提として、自ら企画・立案し、取材したのちに情報を絞り込む過程で、伝えられる事実、伝えられない事実があることを経験を通して深く学ぶことになるからだ。

Ⅱ-1-2 フェイクニュースに関する基礎知識

各種報道や出版物をもとに、フェイクニュースが生まれて拡散される背景、メディアの環境変化について、大学のメディア教育に新たに取り込む内容を整理したい。Ⅱ-2で述べる、淑徳大学人文学部表現学科の3年次選択科目においては、新聞調べ学習に先立ち、以下の内容を講義した。

1) フェイクニュースの影響力

フェイクニュースの存在を知り、その影響力を理解する必要性が高まっている。ではなぜ、フェイクニュースは問題なのか。

第1に、実害があることだ。米国ではヒラリー・クリントン氏が児童虐待組織に関与しているというフェイクニュースを信じた男性が、その拠点とされたレストランを襲撃する事件が起きている。日本でもまた、塩水を1リットル飲むとやせるという偽情報がSNSで広まった。死に至ることもありうる危険なダイエット法である。

第2に、民主主義を揺るがしかねないことだ。米大統領選では、フェイクニュースの多くがトランプ候補に有利に働くものであり、トランプ大統領誕生に影響を及ぼしたという説もある。民主主義においては、候補者や政治家、また政策に関する正確な情報を国民が知ることが欠かせない。偽情報の流布は、民主主義の土台をゆさぶるものだ。

第3に、フェイクニュースは社会の分断を深めかねない。米国では、トランプ支持派の多くは、SNSを通して流れるフェイクニュースを検証することなく信じる傾向があったという⁹⁾。フェイクニュースの流布により、価値観の異なる者同士が互いに不信感を募らせ、対話から遠ざかる。ますます社会の分断が加速することになる。

2) フェイクニュースの種類と意図

フェイクニュースにはどのようなものがあり、なぜ生まれるのか。それを知ること、情報の真偽を慎重に見極めようとする姿勢ができる。偽情報をウイルスとするなら、類型と発生原因を知ることが偽情報からわが身を守るワクチンを打つことになる。

米国でフェイクニュース対策に取り組む非営利団体ファースト・ドラフトによると、フェイクニュースには次の7類型がある¹⁰⁾。

- 1、風刺・パロディ
- 2、誤った関連付け（見出し、画像、キャプションなどがコンテンツと異なる）
- 3、誤解させるコンテンツ（誤解を与えるような情報の扱いがされている）
- 4、誤ったコンテキスト（正しいコンテンツが誤ったコンテキストの情報と共有される）
- 5、なりすましコンテンツ
- 6、操作されたコンテンツ（だますことを目的に情報、画像を操作する）
- 7、ねつ造コンテンツ

意図的に人を欺こうとする恣意性は、7に近いほど上がっていく。では、これらの偽情報が生まれる原因、偽情報を意図的に流す動機は何か。大きく次に分類できそうだ。

- 1、社会・政治状況に関する批判、風刺表現欲
- 2、ジャーナリストの能力の低さ、スキルの拙さ
- 3、騒ぎを起こすことを面白がる
- 4、政治的信条に基づいたプロパガンダ
- 5、アクセス増で広告収入を増やす（利益目当て）

1の風刺動機については表現の多様性を知ることが防衛策となる。2の低レベルのジャーナリズムについては、メディア情報は正しいとは限らない、特に大手メディアの情報だからと鵜呑みにしてはいけないことを基本姿勢とする必要がある。

より問題が深刻なのは、3、愉快犯、4、プロパガンダ、5、利益目的のフェイクニュースである。情報操作やねつ造の可能性も高まり、悪質性が高い。まずは何らかの意図をもって人を騙すことを目的に偽情報が作られる可能性があること、そしてそれらがいかに拡散されているか、具体的な事例を通して理解を深めることが必要である。

3) 偽情報はなぜ拡散するのか、仕組みと心理

フェイクニュースに対する2つ目のワクチンとして、偽情報の拡散を可能にするインターネット上の仕組み、そして拡散する人の心理を知ることが挙げられる。

フェイクニュース拡散の背景には、スマートフォンとSNSの普及がある。熊本地震が起こった直後に動物園からライオンが逃走したという偽情報が流された際には、ツイッターを中心にわずか1時間の間で少なくとも2万人が偽情報を拡散したとされる。10万人のフォロワーをもつ影響力のあるインフルエンサーが、情報を信じてリツイートしたことが拡散を加速させた¹¹⁾。拡散した人のなかには、良かれと思って広めた人もいる。すべての人が発信者になりうる時代、偽情報の被害者にも加害者になる可能性がある。

一方、前述した動機の中で3 愉快犯、4 プロパガンダ、5 利益目的の場合は、インターネットの仕組みが巧妙に利用されることもある。たとえばツイッターの自動応答プログラム「ボット」を使えば、偽情報を一気に広めることが可能になる。拡散したい事柄に関連するキーワードを登録して、自動的に発信を繰り返す設定をするのだ。実際に意図的にフェイクニュースを拡散しようとする場合に多く利用されている。

では、一見もっともらしい、しかしよくよく見れば怪しげな情報を人々はなぜ拡散してしまうのか。

1 つには、SNS上で情報を共有(シェア)するにあたり、真偽のほどはさほど重要ではなく、面白さや共感性が大きな基準になっていることが挙げられる。平成27年度「情報通信白書」によると、20代以下のSNS利用者の情報拡散基準は、「内容が面白いかどうか」(58.0%)や「内容に共感したかどうか」(49.5%)であり、「情報の信憑性が高いかどうか」(19.0%)を大きく上回る。真偽や出典を確認することもなく、ネタとして面白い、また共感したとして、ネット上でつながる人と共有(シェア)するのである¹²⁾。

2 つ目に、インターネット上のアルゴリズムによる情報操作により無意識のうちに自分にとって心地よい情報に囲まれるなかで、真偽を確かめる意識が薄れていることが指摘される。

検索サイトには、個々人の検索結果を分析して、その人が関心を持つであろう情報が上位に現れたり、関連情報を自動的に配信されたりする仕組みが組まれている。アマゾンの書籍サイトで本を購入すると、関連テーマのお勧め本が次々に案内されるが、こうした仕組みが様々なサイトに目に見えない形で組み込まれているのだ。こうしたアルゴリズムに囲まれるなか、自分の好みの情報、自分が関心をもつテーマに囲まれて生活をするようになる。このように無意識のうちに自分にとって心地よい情報だけに囲まれている状況のことを、米国のオンラインコミュニティの創設者イーライ・パリサーは「フィルターバブル」と名付けた。パリサーは「なにが重要なのか、なにが真実なのか、なにが現実なのかという認知さえゆがめられる」と警告を発している¹³⁾。

実際に米大統領選後の最中、トランプ支持者の多くは自分にとって心地よい情報を流すSNSを中心に情報を得ていたという。偽情報を多々含む右派サイト発の情報に「いいね!」を押して、自分の信じた情報しか見ていなかったことになる¹⁴⁾。

6

4) ニュースを発信する情報事業者

フェイクニュースに対する3 つ目のワクチンは、ニュース発信をする情報事業者にどのようなものがあり、いかにニュースが発信されているか、その仕組みを知ることである。これにより、ニュース発信元の信頼度をはかるようになり、出典を確認する必要性に気付くことになる。

まず、ニュース情報を提供する事業者は、大きく2 つのグループに分けられる。ひとつは、新聞、テレビ、ラジオといったマスメディアと呼ばれるもの。もうひとつは、ソーシャルメディアなどインターネット上で情報をやりとりする広場、プラットフォームを運営する企業である。両者を仲介する中間メディアも後者に分類される。プラットフォーム運営会社は情報の広場を提供するのみならず、マスメデ

メディア発信のニュースを買い取って提供することもある。

フェイクニュースが蔓延するなか、情報提供会社は「メディアか、プラットフォームか」という議論が沸き起こったが、この場合のメディアとはⅡ－１－１で述べた幅広い意味での情報仲介者ではなく、情報に責任をもつ発信者を指す。

フェイスブックやツイッターといったプラットフォーム運営会社が提供するSNSを通して、偽情報が瞬く間に世界中に拡散するなか、プラットフォーム運営会社の責任を問う声が高まっている。例えば、今や世界7億人超の利用者を抱えるフェイスブックは、プラットフォーム運営会社だから偽情報が流れても責任はないといえるのかという批判である。またプラットフォーム運営会社とうたいながら、真偽の確認をすることなく独自情報を発信したり、メディアビジネスを始めたりする事業者もある。

情報の真偽を確かめるうえで、情報を提供する事業者がメディアかプラットフォームかを見定めることは重要である。情報の信頼度が大きく変わってくるからだ。

5) 企業や国によるファクトチェックのあり方

プラットフォーム運営会社に対して、偽情報を放置しているという批判が高まるなか、大手各社はフェイクニュース対策に乗り出している。フェイスブックやグーグルは、投稿情報の真偽を判断する第三者機関を設けて、怪しいとされた情報には警告文を添える対策を講じ始めた。フェイクニュースを載せているサイトへの広告出稿停止も決めている。

欧米のマスメディアも連携して、ファクトチェック機関を立ち上げた。日本でもまたNHKがファクトチェックチームを立ち上げた。米国組織と連携するファクトチェック・イニシアティブ・ジャパンも発足している。

国をあげて規制に乗り出す動きもある。ドイツは2017年、偽ニュースを流し続けたSNSなどの運営会社に、最高5000万ユーロ（約60億円）の罰金を科す法案を成立させた。

こうした企業や国の規制に対しては、情報検閲につながるという反対意見もある。IT企業は、偽情報を流して大衆操作をすることができるだけでなく、自由に情報を検閲・削除する権限を持っているのか、という批判である。さらには、国が規制により表現の自由を奪う危険性もある。表現の自由と規制、このバランスについては意見が分かれるところである。

Ⅱ－２ 新たなメディアリテラシー教育の実践

淑徳大学人文学部表現学科では、1年生全員が前期必修科目で履修する「表現文化入門」で、メディアリテラシーの基本（Ⅱ－１－１）について学ぶ。4年間かけて身につけるメディア表現の基礎となる考え方だからだ。

また表現学科の専門演習科目の大半が、①メディア使用能力、③メディア表現能力を高める授業内容となっており、誰しもが情報発信者になりうる時代のメディアリテラシー教育の要件を満たしている。2010年代に入り急増している動画表現についても、スマートフォンといった手軽な通信媒体で記録し、編集・発信するという授業内容も組み込まれており、動画発信時代に求められるリテラシーを育むことにも力を入れている。

次にフェイクニュースに関する基礎知識（Ⅱ－１－２）をみると、ここ数年で社会問題化したテーマのため未だ理論も確立されておらず、授業内での取り組みが遅れている。SNSの普及によりフィルターバブルの中で好みの情報に包まれている状況も、2010年ごろから指摘され始め次第に深刻になった問題のため¹⁵⁾、メディアリテラシー教育のなかに取り込もうとする問題意識が希薄であった。

そこで、表現学科において、フェイクニュースの生成・拡散に関する知識を身につけ、無意識のうちにフィルターバブルに包まれていないか学生自身が情報収集経路を見直す契機をつくり、さらにはニュースを読み解く力をつけることを目的とする授業を実践することとした。

Ⅱ－２－１ 授業の方針と全体設計

新しいメディアリテラシー教育の実践を試みるにあたり、次の4つの方針を定めた。

第1に、Ⅱ－１－１で述べた、メディアリテラシーを育む上で欠かせない視点(図①)を磨くことである。そのための教材として、新聞を用いることにした。SNS時代においては、従来の新聞読み比べ学習にとどまらない新たなメディアリテラシー教育が必要であるという声も聞かれるが、はたして新聞学習は否定されるものなのか。フィルターバブルに陥りがちな学生に、情報収集の偏りに気付かせるためには、今なお新聞は有効な教材となりうる。新聞は、関心のある情報のみならず、周辺記事の見出しが視界に入ることによって視野を広げることができる。また真偽の確認が厳密に行われる新聞記事がいかにつくられるかを知ることによって真偽チェックの難しさと重要性を知ることになる。米国で新聞の部数減と信頼失墜が急速に進むのに比べると、日本では新聞はいまなお高い信頼を保っている点でも授業教材にふさわしいといえる¹⁶⁾。

第2に、Ⅱ－１－２で述べた、SNS時代のメディアの知識を身につけることだ。スマートフォンで気軽にネットニュースを受信することが習慣化している学生に、自身がどのようなメディア環境に置かれているか、正しく認識することを促す。

第3に、協働学習により、多様な視点を知ることである。全30回の授業は、学生が個々に関心をもったニュースを調べて発表することを柱とする。自分自身が関心を持たなかったニュースにも、他の学生の発表により目を向けることとなる。またニュースに関するグループ討議をすることで、人によって解釈や意見が異なることを知る。

第4に、ニュースを編集する視点を育むことだ。ニュースの背景を掘り下げて考え、周りに及ぼす影響を探り、さらには自分なりの意見を持つようにする。ニュースを単体でみるのではなく、他のニュースと関連付けて解釈をする。こうしてニュースを自分なりに編集する力を育むことを目指す。

こうした4つの方針のもと、全30回(2コマ続きを15回)の授業を次のように設計した。導入の4回で、メディアリテラシーに関する1年次復習とフェイクニュースに関する講義を行った。講義内容は、Ⅱ－１－２で述べたものであり、報道番組や新聞記事を教材として用意した。また、新聞の全国紙4紙とニュース専門アプリのニュース編成方針の比較を、アクティブラーニングで実施した。

授業の核は、学生によるニュース調査研究である。全21回にわたり、全員が2回ずつ発表した。その間に、全国紙の新聞記者による特別講義を交えた。新聞本紙で記者を務めたのちにデジタル版の立ち上げを手掛け、さらには海外支局長、テレビの報道番組のキャスターを務めた幅広いジャーナリスト経験をもとに、ニュース報道の在り方を語ってもらった。また日本新聞博物館での学外学習を行い、新聞の作成から宅配までの仕組みを知り、その社会的役割を学んだ。

最後の4回は、国や企業のフェイクニュース対策、ならびにニュースリテラシーを育む中高生向け授業案をグループ毎に討議・立案した。パワーポイントを用いて企画案を発表してまとめとした。

Ⅱ-2-2 学びの成果：学生の取り組みから見てきたこと

授業を通して、フェイクニュースの生成・拡散に関する知識を身につけ、自らの情報収集のありかたを見直すという目的は、ほぼ達成できた。学生の学びについては、以下の効果が見られた。

1、SNSニュースを受動的に取り込んでいた学生に問題意識が芽生える

初回の授業で、日頃ニュースをどこから入手するかについてのアンケート調査を行ったところ、大半がLINEやツイッターといったSNSを通してだった。

ニュース入手先をアクセスが多い順に最大10位まで記入するようにしたところ、平均5つのメディア名（サイト名、アプリ名、番組名など）が挙がり、延べ108となった（履修生22人、うち提出者21人）。ニュース源として最も多かったのが、LINEニュース13人、続いてツイッター上で流れるニュース12人だった。108の内訳をみると、LINEやツイッターなどSNSを通じてのニュースが75%を占める。これにテレビの情報番組が約3割と続く。このほかテレビの報道番組、スマホで見られるニュース専門アプリがそれぞれ約1割であった。新聞を時々読むという学生は、21人中3人だった。

LINEニュースを主なニュース源とする学生は、その理由として「手軽にどこでも見ることができるのでつい覗いてしまう」「簡潔で読みやすい」とする。LINEはすべてのニュースに写真と見出しがついていて、本文はほぼ180字以内である。提携する新聞社や通信社が配信する記事を短い文章にまとめている。内容は政治経済から社会、芸能まで硬軟取り混ぜてあるが、9割方が芸能ニュースである。

このように授業開始時においては、SNS経由で流れてくるニュースに受動的に触れ、自宅では空き時間にテレビの情報番組でニュースを目にするという学生が大半を占めた。履修生には、こうしたニュース接触についての現状認識を促した。その後、フェイクニュースが生成・拡散される仕組みを講義した。授業初回では、フェイクニュースという言葉を知っている学生がゼロという状況だったが、講義とNHK「クローズアップ現代+」フェイクニュース特集の番組視聴を通して、驚きと危機感が広がった。ここでニュースを読むリテラシーを高めなければいけないという問題意識が醸成された。

2、ニュースの背景を能動的に探り始める

次のステップとして、学生は新聞を核とした調査研究に取り組んだ。個々人が関心を持ったニュースについて新聞2紙以上を読み比べたうえで、新聞記事検索データベースやインターネットも使い調査を重ねた。発表にあたっては、予め定めたフォーマット（図②）に記入し、これに新聞記事など資料を添付した。調査の究め方について多少の濃淡はあったものの、いずれも合格点を出せる水準であった。

なかでも図②を作成した学生は、自分なりの問題意識でテーマを掘り下げた好例である。この学生は、長時間労働の末に自死をした電通の女性社員に関するニュースで「電通3社、書類送検へ」の記事を取りあげた。事実関係を確認するにとどまらず、電通が過去にも長時間労働で問題となったケースを時系列で調べ、さらにこうした問題が続いた背景にあるとされる企業風土を調べ「電通の鬼十則」を補足資料として添付した。添付資料のひとつとしたウィキペディアは参考資料とはならないといった注意点はあったものの、問題の深掘りがなされていた。

このように、ニュースの背景について能動的に調べる学生が次第に増えていった。たとえば「アスクルの倉庫火災事件」「アマゾンの当日配送撤退」といったニュースに取り組んだ学生は、それぞれ企業のビジネスモデルまで調べて発表した。「週休3日制の広がり」の記事を取り上げた学生は、働き方改革が求められる背景と今後の方向性を描くことを試みた。

ニュース（電通三支社、書類送検へ）

関心を持った理由（疑問、問題意識など）	<ul style="list-style-type: none"> ・大手会社である電通が起こしてしまった事件は大きく新聞やTVなどで取り上げられ、話題となったため ・働き方改革、過労死ラインなどの労働についての言葉を耳にすることが多くなったため ・今後電通がどのようになっていくのか気になったため
調べたメディア（ニュースの出典）／☆伝え方で気づいた点	<ul style="list-style-type: none"> ・東京新聞（2017/04/25）……………解説付き（社風などが分かりやすく書いてある） ・日本経済新聞（2017/04/25） <p>《関連記事》</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 朝日新聞（2016/10/08）……………事件詳細 ② Wikipedia……………1991年電通事件について ③ 読売新聞（2017/01/24）……………新社長就任後、今後の電通について
ニュースの背景／論点	<ul style="list-style-type: none"> ・電通社員の自殺は2度目となる。その際も原因は長時間の過重労働。 ・三支社を書類送検。今回で立件を終結する。 ⇒本社社員も他に違法残業がないかと調べたが裏付けなしで立件を断念。 ・時間外労働の上限を超えないように、労基署は「勤務状況報告書」の作成を指示。 ⇒しかし、残業時間に変化なし。 ・電通の社風 ⇒長時間労働は根付き、幹部社員を含め違法意識が低い。（指示なく残業） 労働時間は自己申請制。最高裁から以前指摘されたが企業体質に変化なし。 ・上司からのパワハラが高橋まつりさんのTwitterより判明。（事件後の現在は鍵付きだが、「ツイッター、退職時に訴訟するための証拠として使ってるまでである。」とツイートされている） ⇒「髪がぼさぼさ、目が充血したまま出勤するな」、「女子力がない」などの発言が上司からあったと残されている。 ⇒しかし、労基署はパワハラの有無については判断なし。
自分なりの考え／これから調べていきたいこと	<ul style="list-style-type: none"> ・電通の社風として根付いてしまった「幹部社員を含め違法意識が低い」というのは、電通の良さでもある「鬼十則」（補足資料参照）の前向きな姿勢の空回りではないのか？もちろん、吉田氏は健康の大切さも述べているため、見直すべきである。 ・上司の発言の1つに「俺らの時代は200時間～」などもあったが、時代は変化している。書類送検をすれば消えるという問題ではない。会社や上層部の感覚も共に変化しなければいけない。周囲の空気が人を押し殺してしまっていると読み取れた。 ・過労死ラインや働き方改革（補足資料参照）などの言葉を耳にする機会が増えているが、実際そのルールを守ると支障が出てしまう。他の職でも言えるが、その支障をどう埋めるかが今後のポイントであると考えます。 ・近年、様々な問題（補足資料参照）を起こしている電通であるが、株価はそこまで下がっていない。その背景を調べていきたい。

図② ニュースの調査研究に取り組んだ学生の発表シートの一例

3、協働学習により視野が広がる

履修生22人が各2回発表したテーマ計44本は、図③の通り多分野にわたる。以下の最終レポートにある通り、他の人の発表により視野が広がったという声が散見される。またグループ討議による効果も生まれている。

〈最終レポートより〉

- ☐ 他の人の発表を聞いてその記事について考えることによって、社会で起きる様々な問題に改めて考えさせられた。
- ☐ (他の学生の発表も聞いて) 得る情報に偏りが生じてしまうことがないように気を付けなくていけないと感じました。
- ☐ みんなのニュースに対する意見では、私が普段思わないだろうという意見を言っている人もいて、新鮮な気持ちになれた。

分 野	内 容	分 野	内 容
社 会	2065年に人口8808万人	産 業	Google東京駅や新宿駅のストリートビュー
	アスクル倉庫火災		ファミリーマートブランド統一
	被災地の子どもいじめ		アマゾンの当日配送撤退
	天皇陛下生前退位		小売りの8割今期増益
	東京五輪は車いす不足		今日のおかず1分動画、配信サイト次々
	J K ビジネス20人補導		週休3日と働き方改革
	延命治療をどこまでするのか		電通三社書類送検へ
	松戸の小学校女児殺人事件		経営危機の東芝 監査法人の承認なく決算発表か
	生涯未婚率男性23%、女性14%で過去最高		アマゾンの直取引拡大
	赤ちゃんポスト、預け入れ最小5人		レゴランド早くも値下げ
	スメルハラスメント		米U A 乗客引きずり降ろし
	医療現場でも方言を知る	政 治 経 済	キッズ向けユーチューブ
	ギャンブル依存症の苦しみ		待機児童解消 先送り
	子ども虐待		築地市場の豊洲移転
	福岡金塊窃盗		大学の授業料出世払いを導入か
	保育士の暴言事件		ふるさと納税再度見直し
	Jアラート メトロなど運転見合わせ		キッズウィーク創設へ
	乳児をかみ殺したゴールデンリトリバー		沖縄の中国化
	痴漢指摘され線路に飛び込み死亡	国 際	シリア空爆
	喫煙者どこで吸えばいいのか		カナダでテロ事件
	欧米型の食事でも死亡リスク減		サイバー攻撃
教 育	専門職大学院創設へ	文 化	pixiuのR-18小説を論文に引用して

図③ 履修生が調査研究に取り組んだニュース一覧

4、ニュースに対する姿勢が変化。多角的にみる視点が生まれる

履修中に新聞購読を始めた学生が2人、スマートフォンに新聞のアプリをダウンロードして通学中に読むことが習慣となったという学生もいる。履修生の大半が、新聞を読むことは苦手だったが、改めて新聞を読むことが大切だと気付いたという。新聞に対する信頼感が高まっていることもうかがえる。

またニュースを読む目線が明らかに変化している。ニュースを多角的に見る視点が養われ、一つの記

事を批判的に検証するようになった。また複数のニュースの関連性を考えるといった編集視点を持つに至った学生もいる。以下は、最終レポートの一部抜粋である。

このように複眼的、批判的な視点を獲得したことにより、学生がフィルターバブルに陥る危険を回避したといえるだろう。

〈最終レポートより〉

- 私は普段新聞を読まないのので、複数の新聞の中から、関心のあるニュースについて詳しくまとめる新聞を探すことに苦戦したが、作業をしているうちに新聞を見ることの大切さを知ることができた。ネットでは、検索すれば知りたい情報だけを見ることができる。しかし、新聞だと知りたい情報にいくまでに、様々なニュースを見ることになる。テレビなどではあまり取り上げられない情報を知ることができる。
- 新聞、ネットニュースは、少しずつ内容が違ってくることもある。これは新聞社の意向も反映されているからである。ひとつの記事だけで満足しては偏った考えになると感じた。
- ネットで調べる際にも、誰が書いた記事なのか、どのサイトが発信源（出典）なのかを知り、記事の信頼性があるのか確かめることも大事であることを学びました。
- 今回様々なニュースに触れて、その中で私が学んだことは、ニュースを信じないということです。ただし全部を信じないということではありません。自分でニュースをしっかりと調べ、そこで真実を見つけるといことです。媒体で信じるのではなく、信じるに値する要因を自分自身で調べていこうと考えています。
- 一つ一つのニュースの関連性を認識するために、まずは単体のニュースを多角的視点でみつめてキーワードをいくつか抽出し、頭の中の引き出しに入れることで、こんなことがあったけれど接点がないかと逆引きして考える癖を徐々につけることができました。

(下線は、筆者)

Ⅲ まとめ

フェイクニュースが拡散される時代、新たなメディアリテラシー教育が求められている。そこで大学において時代に即したメディアリテラシーを育む授業を実践した。

第1段階としてフェイクニュースが生成・拡散される仕組み、それによる影響について理解を深めた。履修生の大半はSNSから流れるニュースを受信していたが、学生の間に危機感が醸成され、ニュースについて学ぶモチベーションが高まった。

12 第2段階として、新聞を核としたニュースの調査研究を行ったところ、メディア受容能力の高まりがみられた。必ず出典を確認する、ひとつの記事を鵜呑みにしないといった基本姿勢が形成され、ニュースを多角的に見る視点が育まれた。SNS時代においてもなお新聞を用いてリテラシーを磨くことは、有効であることが分かった。

Ⅳ 今後の課題

SNS時代における新たなメディアリテラシー教育の開発は、まだ緒についたばかりである。今回は、新聞を核にした学習により成果が上がるのが定性的に確かめられたが、今後は授業の有効性を定量的

に検証することも検討したい。さらには、授業を終えた後に一定期間を経てからリテラシー定着を見定めることも必要だろう。

時間をかけてじっくりと新聞を読み込む教育で基礎力を固めたのちには、ネット時代のスピードに対応できる力を育んでいきたい。SNS情報を賢く受発信する、あるいはインターネットを用いて素早くファクトチェックをする力を養う教育の開発も課題である。

注・引用文献

- 1) カエサル『ガリア戦記』岩波書店、1942年
- 2) 小野厚夫『情報ということば——その来歴と意味内容』富山房インターナショナル、2016年
- 3) 中橋雄『メディア・リテラシー論』北樹出版、2014年
- 4) 柴田邦臣「メディア・リテラシーの“成功”と現実——カナダにみる背景」社会学年報、2001年
- 5) 藤代裕之『ネットメディア覇権戦争——偽ニュースはなぜ生まれたか』光文社、2017年
- 6) 水越伸『改訂版 21世紀メディア論』NHK出版、2014年
- 7) 吉見俊哉『メディア文化論』有斐閣アルマ、2004年
- 8) 水越伸『デジタル・メディア社会』岩波書店、1999年
- 9) 平和博『信じてはいけない——民主主義を壊すフェイクニュースの正体』朝日新聞出版、2017年
- 10) フェイクニュース対策に取り組む非営利団体ファースト・ドラフトのホームページ
<https://firstdraftnews.com/>
- 11) 「フェイクニュース特集 あなたは被害者？加害者？」NHK『クローズアップ現代+』2017年2月7日放送
- 12) 平成27年版『情報通信白書』総務省
- 13) イーライ・パリサー『フィルターバブル——インターネットが隠していること』早川書房、2016年
- 14) 平和博 前掲書
- 15) イーライ・パリサー 前掲書
- 16) 総務省が2017年7月発表した情報通信政策研究所の調査結果「平成28年 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」によると、新聞を信頼できるメディアであるとする人は7割に上り、テレビ、インターネットを上回る。