

「国民生活研究」第 62 巻第 2 号 (2022 年 12 月)

【特集】消費者教育とメディア・リテラシー

[巻頭言]

## 特集「消費者教育とメディア・リテラシー」によせて

後 藤 卷 則\*

インターネットや SNS の普及に伴い、多くの人が容易に情報を入手・発信することが可能になった。しかし、その一方で、誤情報の拡散や、集団で個人を攻撃するなどの問題も発生している。デジタル化により、消費者が接する情報量、情報の伝達スピード・伝達範囲が飛躍的に拡大し、消費者が様々な情報を分析・評価し、活用できるようになるための消費者教育の充実が不可欠の課題となっている。

「消費者教育の推進に関する基本的な方針」(平成 25 年 6 月 28 日閣議決定、平成 30 年 3 月 20 日変更)も、消費者教育が育むべき力を、①消費者市民社会の構築に関する領域、②商品等やサービスの安全に関する領域、③生活の管理と契約に関する領域、④情報とメディアに関する領域に分けて整理し、④につき、「ア 高度情報化社会における情報や通信技術の重要性を理解し、情報の収集・発信により消費生活の向上に役立てることができる力」、「イ 情報、メディアを批判的に吟味して適切な行動をとるとともに、個人情報管理や知的財産保護等、様々な情報を読み解く力を身に付け、活用できる力」を挙げている(同 10 頁)。

この基本的な方針は、令和 4 年度内の決定をめざして、現在、その変更の検討が進められている。これによると、「今期の基本方針における基本的視点」の一つとして「デジタル化への対応」が挙げられており、また、「他の消費生活に関連する教育と消費者教育との連携推進」の項目に、「情報教育」を加えている(「消費者教育の推進に関する基本的な方針(案)」(令和 4 年 10 月 28 日開催消費者教育推進会議【資料 1-2】8 頁、15 頁)。

---

\* ごとうまきのり (早稲田大学大学院法務研究科 教授)

基本的な方針(案)の「情報教育」の項目を見ると、情報教育は、情報モラルを含む情報活用能力の育成を図るものであり、その目標は、①情報活用の実践力(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踏まえて発信・伝達できる能力)、②情報の科学的な理解(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)、③情報社会に参画する態度(社会生活の中で情報や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、望ましい情報社会の創造に参画しようとする態度)に整理されるとし、消費者教育と情報教育が一層の連携を図ることが望ましいとしている。

この基本的な方針(案)は、コロナ禍において、「新しい生活様式」に基づいた行動様式として、社会のデジタル化が著しく進展したことを踏まえた記述の充実を図っている。デジタル化は、社会を豊かにし、便利にする。しかし、情報の入手・発信が容易になったことで、消費者は、被害者にだけなり得るのではなく、加害者にもなり得る場面が増えている。そのような場合を含め、消費者に必要な情報リテラシーの向上を図ることが不可欠である。

本特集が掲げる各論稿は、いずれも、こうした問題を具体的に掘り下げ、情報を扱うメディアの特性や、問題となる情報の内容などに着目したリテラシー教育につき考察している。

宇田川論文は、主にデジタルプラットフォームのあり方という観点から、検索エンジンの検索結果表示等の実態や、デジタルメディアの特性等を指摘し、論者が実施してきた検索エンジンのアルゴリズムを対象化するワークショップ事例や、オルタナティブなメディア・インフラを構想するワークショップ事例を紹介・検討している。

菊池論文は、根拠不明の科学的情報(疑似科学)が現代の社会的な意思決定や私たちの生活の諸側面にさまざまな影響を及ぼすおそれがあることを指摘し、疑似科学を題材に、リテラシーの重要要素である批判的思考を促す取組みを論じている。

上杉論文は、主に広告学習の観点から、海外ではどのようにメディア・リテラシー教育が行われているかを検討し、日本の消費者教育が参考にすべき点について論じている。

各論稿とも、消費者教育に関する近時の新たな問題状況を個別・具体的な場面で検討した論稿として、意義深いものである。