

デジタル社会を生きる力を育む

坂本 旬 Sakamoto Jun 法政大学キャリアデザイン学部 教授
1996年より法政大学教員。アジア太平洋メディア情報リテラシー教育センターおよび福島ESDコンソーシアム代表。基礎教育保障学会、NPO法人グローバルプロジェクト推進機構理事



デジタル社会が作り出す 新たな消費生活

私たちの暮らしはデジタル化が急激に進んでいます。

特に、スマートフォンは身近なものとなり、電話以外にさまざまな活用法があります。家族や友人とメッセージをやり取りすることもできますし、同じ趣味を持った人と出会うこともできます。また、オンラインショッピングは、オンラインサービスの中で最も便利なものかもしれません。オンラインで注文すれば最短で当日、待っても数日で自宅や職場などに届けてくれます。

しかし、インターネットの便利さは同時にさまざまなリスクを伴います。個人のプライバシーが侵害されるかもしれませんし、オンラインで誹謗中傷を受けるかもしれません。また、オンライン上での詐欺やコンピューターウイルスの被害を受ける可能性もあるのです。社会のデジタル化は消費を便利なものにしましたが、同時にこれまで私たちが直面したことの無いリスクも顕在化しました。

私の亡父は、生前、オンライン詐欺にあったことがあります。外資系の大手オンラインショッピングサイトでテレビを買いましたが、届くことはなく、それは大手サイトを模倣した偽のサイトによる詐欺だったのです。しかも相手は海外の事業者であり、お金が戻ってくることはありませんでした。不便な田舎で暮らす父にとってオンラインショッピングは便利なものでしたが、そこには落とし穴がありました。

一方で、インターネットは新たな可能性を与えてくれます。もちろん既に述べたようなコミュニケーションに使うことができますが、それだけではなく、起業したり、社会的な活動をしたりすることにも使えます。インターネットは社会に参加するためのツールでもあるのです。

このようなデジタル社会の問題やツールの使い方については、学校教育の場においても十分に教えているとはいえません。ましてや中高年齢者にとっては学ぶ機会は限られます。そこで、私たちはデジタル社会の到来とともに、消費者としてどんな力を身に付けるべきか、そしてどのように学べばよいのか考える必要があります。

デジタルツールを使って市民社会に参加する人のことをデジタル市民といいます。そのための能力がデジタル・シティズンシップです。例えば、デジタル社会の倫理規範やしぐみ、デジタルツールの使い方、批判的思考力を含むメディアリテラシーや課題解決のための市民社会への参加の仕方などがここに含まれます。特に、世界的な課題となっている偽情報問題に対抗するための能力であるメディアリテラシーは、デジタル・シティズンシップの中心に位置しています。そしてそれらの能力を育成する取組がデジタル・シティズンシップ教育です。この教育は子どもから大人まで、幅広い年代で求められます。学校教育だけではなく、社会教育の分野でもデジタル・シティズンシップ教育が必要なのです。そして、デジタル技術が急速に発展するにしたがって、教育内容は常に改訂していく必要があります。デジタル・シティズンシップ

教育は日本だけではなく、ユネスコなどの国際機関を通じて世界的に進められています。

筆者はデジタル・シティズンシップ教育の研究者ですが、デジタル・シティズンシップ教育と消費者教育は強い関係があります。学校教育や社会教育の現場でも、これからはデジタル・シティズンシップの考え方を消費者教育に活かすことが求められると考えています。

デジタル化に伴い 消費者が身に付けるべき力

消費者教育推進法(以下、推進法)が成立したのは2012年8月でした。推進法には「消費者市民社会」という用語が使われていて、「消費者市民社会」とは「消費者が、個々の消費者の特性^{およ}及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会」と定義されています(同法2条2項)。そして「消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画する」ことが求められています(同法2条1項)。

つまり、消費者には単に商品を消費する人ではなく、消費活動が世界に対して及ぼす影響を理解しながら、持続可能な社会の形成に参画することが求められるのです。この考え方は今日ではよく知られているSDGs(持続可能な開発目標)と重なっていることはすぐに分かるでしょう。

SDGsは2015年9月に国連サミットにおいて全会一致で採択されました。SDGsの前は「国際ミレニアム宣言」をもとに2001年にまとめられたMDGs(ミレニアム開発目標)がありました。

推進法は、MDGsからSDGsへと発展する過渡期に作られたこととなります。

社会の「デジタル化」について、推進法には何も書かれていませんが、2012年は既にスマートフォンが急速に普及しつつあった時期です。誰もがスマートフォンを持つ時代になると、前述したように、これまでは考えられなかったさまざまな問題が起こるようになりました。それと同時に新たなメディアを通じて社会の課題解決に向けた議論や運動を起こすことも可能となりました。つまり、消費者にはデジタル時代の「消費者市民社会」の担い手になることが求められていったのです。

2022年3月31日、文部科学省は消費者教育推進委員会がまとめた「消費者教育の今後の在り方(提言)」を公表しました。この提言の中には「責任を持ってデジタル技術を使い、人権に配慮し社会に対し積極的に行動する能力」である「デジタル・シティズンシップ」教育と連携することも考えられる、と書かれています^{*1}。同年5月13日の同委員会では、デジタル・シティズンシップについて、「消費者教育とも^{かか}関わりの深い、そしてこれからの世の中にとって、生きていく消費者にとっては本当に必須の教育分野」だという発言もありました^{*2}。

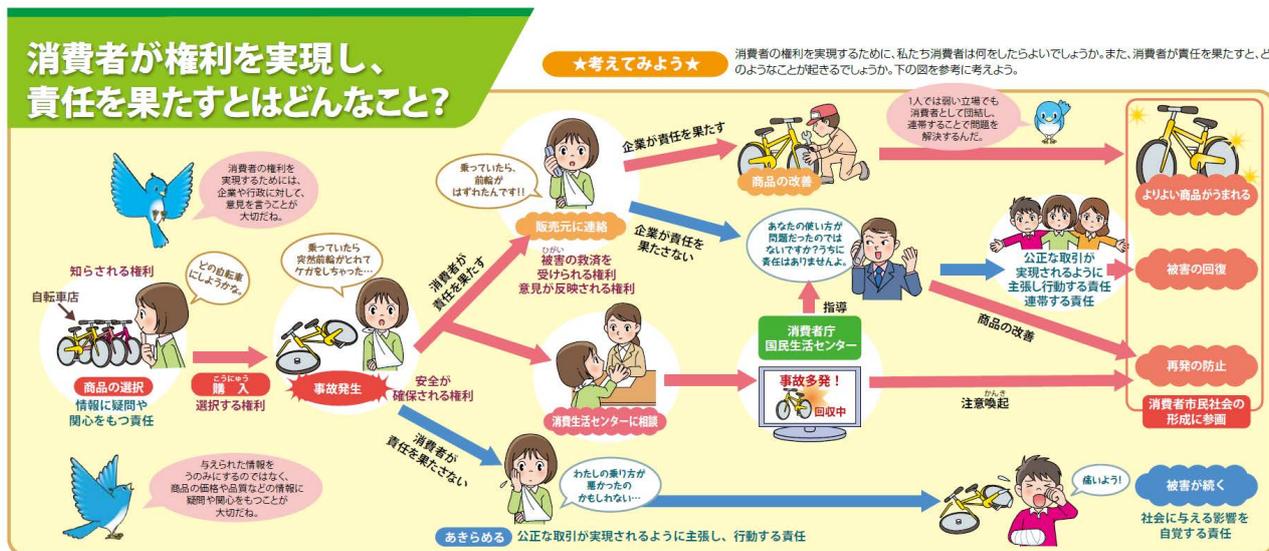
岐阜聖徳学園大学の芳賀高洋教授は、デジタル・シティズンシップについて解説した『デジタル・シティズンシップ プラス やってみよう! 創ろう! 善きデジタル市民への学び』の中で、消費者庁が公表している中学生向け消費者教育教材「消費者センスを身につけよう」^{*3}の「消費者が権利を実現し、責任を果たすとはどんなこと?」(図1)を紹介しています。そして、「情報利用者としてのデジタル市民の権利と責任を考

*1 文部科学省ウェブサイト「令和3年度消費者教育推進委員会」https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/shougai/025/025_10/index.htm

*2 文部科学省「令和4年度消費者教育推進委員会【議事概要・配付資料】」(2022年5月13日)
https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/shougai/025/025_10/siryo/mext_00002.html

*3 消費者庁ウェブサイト「中学生向け消費者教育教材『消費者センスを身につけよう』(冊子教材)」
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/teaching_material/material_004/

図1 消費者庁「消費者センスを身につけよう」(10、11ページ)



えるうえで、とてもよいヒントを与えてくれます」と書いています*4。この図は消費者が果たすべき責任と「消費者市民社会形成に参画」との関係を図式化したものですが、芳賀氏はデジタル・シティズンシップの考え方と重なることを指摘したのです。

また、武庫川女子大学の吉井美奈子准教授は「これまで、情報社会の中で必ずしも主体的な消費者育成を検討出来てきたとは言えず、今後は情報教育ではなく消費者教育でデジタル・シティズンシップ教育を実践することが重要」「近い将来、デジタル・シティズンシップ教育も、消費者教育におけるシティズンシップ育成のために行われる教育の1つとして捉えられる日が来るだろう」と指摘しています*5。

このように、消費者教育の世界では、情報教育分野で注目を浴びているデジタル・シティズンシップという考え方が少しずつ導入されつつあります。それは何よりも消費社会がデジタル化されつつあり、その影響は単なる消費方法の1つが増えたのではなく、シティズンシップ(市民性)の教育としての消費者教育への発展を志

向しているものなのです。

デジタル市民教育としての消費者教育

デジタル・シティズンシップ教育という考え方の土台にはシティズンシップ教育があります。シティズンシップという言葉はあまりなじみがないのもう少し分かりやすく説明しましょう。

既に説明したようにデジタル市民とは、デジタルツールを用いて社会に参画する市民のことをいいます。デジタル・シティズンシップとは、そのために必要な資質や能力のことです。分かりやすく言い換えれば、デジタル市民教育によって身に付く力のことだといえるでしょう。社会教育の場は、教育ではなく、デジタル市民生涯学習といってもよいかもしれません。それはデジタル市民自身による自己教育運動だといえるでしょう。

ではどんな教材を用いればよいのでしょうか。学校教育対象の教材は既にいくつか作られています。前述した『デジタル・シティズンシップ

*4 坂本旬ほか『デジタル・シティズンシップ プラス やってみよう! 創ろう! 善きデジタル市民への学び』(大月書店、2022年)161ページ参照

*5 吉井美奈子「情報社会における主体的な消費者育成—デジタル・シティズンシップ教育の意義と課題—」『消費者教育』42巻(日本消費者教育学会、2022年)20、21ページ参照

図2 責任のリング



※ Common Sense, Teaching Digital Citizens in Today's World(2021),p.21 を基に筆者作成

プラス やってみよう！ 創ろう！ 善きデジタル市民への学び』には10の事例が紹介されています。また、STEAM Library^{*6}にも「GIGAスクール時代のテクノロジーとメディア～デジタル・シティズンシップから考える創造活動と学びの社会化」というタイトルで8つの教材が用意されています^{*7}。

小学校低学年向けの教材では、「“じぶんの”パソコンをまなびにつかうってどういうこと？」「“じぶんの”パソコンとじょうずにつきあうには？」の2つがあります。1人に1台与えられた端末をどのように使えばよいのか、基本的な考え方を学びます。

小学校中学年から高学年向けには「メディアの使い方、自分でバランスをとるには？」「ネットでのやりとり、どうすれば相手にうまく伝わる？」「責任ある発信ってどういうこと？」の3つがあります。デジタルメディアを使いすぎることがないように、自分でメディアの使い方のバランスを取る方法を学びます。そして発信者としての責任についても考えます。例えば、オンライン新聞にどんな記事を書いたらよいのか、恥

ずかしくても失敗した記事を書いたほうがいいのか考えます。

中学・高校生向けには「オンラインでの発信が未来や社会に与える影響とは？」「情報を編集・発信するときの責任ってなんだろう？」「みんな

が納得する社会課題解決って？」の3つがあります。市民社会との関係について学ぶため、最もシティズンシップ教育に即した学習をします。例えば、テクノロジーを地域の課題に活用している事例を取り上げて、自分たちでできることを考え、実践することを学びます。いずれも結論はなく、児童生徒が自分で考えることを重視しています。

これらの教材はアメリカのコモンセンス財団のデジタル・シティズンシップ教育カリキュラム^{*8}の考え方を参考に作られています。この教材は全米の学校の7割が使用しており、内容も洗練されています。そしてその特徴の1つは、自分への責任 (Self)、コミュニティーへの責任 (Community)、そして世界への責任 (World) と3つの責任を同心円状に描いた「責任のリング」(図2)という考え方が中心にあることです。自分への責任が「道徳」(モラル)、コミュニティーへの責任が「倫理」、そして世界への責任が「市民性」(シティズンシップ)に対応します。そして世界への責任はSDGsと重なります。この考え方は消費者教育でも大いに役に立つことでしょう。

*6 経済産業省の「未来の教室」プロジェクトが開発した、小中高における探究型学習で活用可能な、さまざまな社会的・学問的テーマを扱った動画・資料等のデジタルライブラリー。大学や研究機関、民間事業者と教育産業の協力を得て、学校でも活用できる各種資料を制作・公開

*7 国際大学 GLOCOM×NEP「GIGAスクール時代のテクノロジーとメディア～デジタル・シティズンシップから考える創造活動と学びの社会化」
<https://www.steam-library.go.jp/content/132>

*8 Common Sense, Teaching Digital Citizens in Today's World(2021)
<https://www.common-sense.org/system/files/pdf/2021-08/common-sense-education-digital-citizenship-research-background.pdf>