

# Public Relations の考え方を取り入れた 情報モラル教育のカリキュラム開発 — 一学校内の問題解決を目的とした情報発信から、 情報社会へ参画する態度を学ぶ —

Curriculum development of the information morals education that have incorporated  
the view of Public Relations

- Development of an Information Moral Education Program using the Idea of Public  
Relations -

関谷 紳吾

千葉大学大学院教育学研究科修士課程

情報社会での子どもたちを取り巻く環境は日々変化しており、新たな問題も起きている。それらの問題に対応するために、学校では情報モラル教育を行なっている。しかし、情報モラル教育の実践をみると、個人の能力育成や他人に迷惑をかけないといった内容となっていることがわかる。これでは情報社会をより良くしていこうという態度や考えを身につけさせることができないのではないかと考える。そこで、本実践では情報社会への参画として、まずは情報発信によって身近な問題を解決し、情報発信の意義を実感させる。そのことが情報社会への参画に繋がるのではないかと考える。情報発信の考え方として、**Public Relations**を導入する。今回の実践で解決する身近な問題は「廊下を走ること」に設定した。PRの考え方を使得って「廊下を走ること」を解決し、情報発信の意義を実感させるのが本実践の目的である。

キーワード：情報モラル教育、情報発信、PR、問題解決、情報社会への参画

## 1. 問題の所在

### 1.1. 情報社会での子どもたちの現状

これまでは、子どもたちのケータイやインターネットに関わるトラブルといえば、出会い系サイト<sup>1</sup>や学校裏サイトによるネットいじめや誹謗中傷<sup>2</sup>、ケータイ依存<sup>3</sup>などが問題として取り上げられてきた。しかし、2010年頃からは、出会い系サイトのような男女間の「出会い」を目的に掲げているものではないサイトを通して子どもが犯罪やトラブルに巻き込まれる事件が多発しており、青少年保護の観点から問題となっている。

それら出会い系サイトではないが問題が起きているサイトを警察庁では非出会い系サイトとして調査し、非出会い系サイトを「SNSサイトを主とするコミュニティサイト」<sup>4</sup>としている。

では子どもたちが利用しているコミュニティサイトとはどのようなものなのか。コミュニティサイトは「関

心や興味を共有する人々があつまる、情報交換などのコミュニケーションを中心としたWebサイト」とされ、掲示板サイト、SNS<sup>5</sup>、自己紹介をするプロフィールサイト<sup>6</sup>などのことを指す。これらは匿名の場合もあるが、社会の中での関係をインターネットに持ち込む場合も多く、顔写真や経歴など個人の情報を本人が判断し、ある程度公開した上で利用することが多い。

またコミュニティサイトの大きな特徴として、利用者が自発的に発信したり、投稿したりする「表現」という側面があげられる。そうした「表現」に、他の利用者がアクセスしたり、投稿したりすることで、利用者同士のつながりが発生する。<sup>7</sup>利用者同士がつながり、インターネット上で情報を共有しあっている。

ではコミュニティサイトではどのような問題が起きているのだろうか。事件となったものは、警察庁の「非出会い系サイトに起因する児童被害の事犯に関わる調査分析(22年度下半期)」<sup>8</sup>からわかる。<sup>9</sup>ほとんどの

事犯はわいせつ目的の福祉事犯である。調査によると、被害児童の9割が青少年に対して不適切と思われるサイトを閲覧不可能にするフィルタリングのサービスの適応されていないケータイを使用していることも明らかになっている。被害となる子どもを見守る体制のとれていない環境がこれらの事件を起こしているともとれるが、子どもたち自身の判断能力の低さも大きく関係しているのではないだろうか。

また事件とならないものでもコミュニティサイトでの子どもたちの利用では、問題も指摘されている。「平成21年度青少年が利用するコミュニティサイトに関する実態調査報告書」<sup>10</sup>では青少年の利用者数が多いと思われる20サイトとそのリンク先を調査し、パスワードで閲覧が制限されているサイト以外の10万件の投稿を分析した。その中で、個人の特定はできないであろうが学校名などの個人情報、中傷、犯罪行為の告白など注意を要する書き込み、メールアドレスや電話番号など直接連絡が取れる個人情報、出会いを誘引する書き込み、いじめ、自殺、自傷の告白などの問題のある投稿が6,158件検出された。複数の分類に関する投稿を含めると7,627件にのぼっている。これらの注意を要する投稿や問題のある投稿が事件につながっていると考えられる。

コミュニティサイトでは利用者同士が情報発信を行い交流している。気軽に情報発信をすることにより、子どもたちにとって情報発信を行うことはもはや身近なものとなった。これまでは主に、子どもたちが被害者となる事例をみてきたが情報発信が身近になったことにより子どもたちが加害者になるという事件も起きている。さらに、事件とならないまでも不用意な情報発信やインターネット上での発言によって社会的に制裁をうけるという事例が起きている。情報社会での子どもたちを取り巻く状況は日々変化している。社会が子どもたちを見守る体制が十分でないことも指摘できるが、被害者にも加害者にもならないためには、子どもたち自身でも判断していかなければならない。これらの問題に対応するために、学校ではどのような教育が行われているのだろうか。

## 1.2. 現在行われている情報モラル教育の問題点

子どもたちのインターネットでのトラブルが目まぐるしくなるようになり、学校ではそれらの問題に対応すべく情報モラル教育が実施されている。情報モラル教育とはどのようなものなのかみていく。

文部科学省がすすめている情報モラル教育の具体的な指導内容として「情報発信による他人や社会への影響、ネットワーク上のルールやマナーを守ることの意味、情報には自他の権利があること、情報には誤ったものや危険なものがあること、健康を害するような行動について考えさせる学習活動などを通じて、情報モラルを確実に身に付けさせるようにすることが必要」と述べている。

近年では先に述べたように、子どもたちは、情報発信を行うことによってやりとりをするコミュニティサイトなどで問題が起きている。では、情報モラル教育の中で情報発信に関する内容はどのようなものだろうか。

文部科学省の情報モラル教育指導モデルカリキュラムにおいて、情報発信に関するものは、「情報社会の倫理」という分類に分けられており、情報発信について指導すべき大目標として、小学校では「発信する情報や情報社会での行動に責任をもつ」となっており、中学校では「情報社会への参画において、責任ある態度で臨み、義務を果たす」となっている。これらの考え方にそって情報発信に関する実践は作られている。

では具体的にどのような実践が行われているのか、文部科学省委託事業情報モラル等サポート事業「やってみよう情報モラル教育」の情報モラル指導実践事例集を見てみる。小学校の実践事例として「発信する情報や情報社会での行動に責任をもつ」という情報発信の内容に分類されているものは55件ある。また、中学校の情報発信に関する「情報社会への参画において、責任ある態度で臨み、義務を果たす」にあたる実践事例は45件ある。

紹介されている実践事例をみていくと、個人が情報発信を行う際に伝える相手に対して嫌な思いをさせないこと、また、著作権や肖像権など情報発信に関して、注意しなければならない点を指導する内容が多いことがわかる。文部科学省のすすめる情報モラル教育の指導内容として「情報発信による他人や社会での影響」を掲げていたが、紹介されている指導事例から考えると、「情報発信による他人や社会での影響」の指し示す内容は、伝える相手に嫌な思いをさせないことや法律などの注意点を守ることとなっていることがわかる。つまり、情報発信で他人や社会に与える影響として扱われる内容は、嫌な思いをさせることがあるので責任をもって行うということであるとわかる。情報モラル教育の目標として「情報社会に参画する態度」というものを掲げているが、ここまでの情報モラル教育の実践からわかるように、情報発信をする際にどのようなことに気を付ければよいのか、個人の能力の向上を目指す実践が行われているのが現状である。そういった個人の能力育成に偏っていることが、現在のコミュニティサイトでの問題を引き起こしているのではないだろうか。

では、情報社会をよりよいものとするという項目である「公共的なネットワーク社会の構築」という項目はどういった内容となっているのだろうか。この項目の実践例として小学校段階で紹介されているのは、3つとなっている。内容としては「共有ファイルはみんなのものである」「グループで協力してネットワークを使う」「仲良く協力し合ってネットワークを使う」となっている。これらの内容で、情報社会をより良くしていく態度が身につくだろうか。

現在情報モラル教育で行われている授業では、個人の

能力を高めるもの、他人に迷惑をかけないといった内容となっており、情報社会に積極的に参加し、よりよい社会にするために貢献しようとする意欲的な態度を育てることに結びついていない。このことが今日での情報社会でのさまざまな問題を引き起こしていると考えられる。そういった現在の問題に対応した教育が行われていないのが現状である。

## 2. 授業開発

### 2.1. 授業開発の方向性

情報社会をよりよいものにしようという態度である情報社会に参画する態度を育てるためには、どのような授業を行えばよいのだろうか。情報社会をよりよいものにしようという態度どのようなことだろうか。よりよいものにするということは、情報社会へのなにかしらの貢献を行うことが考えられる。一般的に社会に貢献するというと、仕事やボランティアなどを通して、困っている問題を解決することがあげられる。では情報社会に置き換えた時、どのように考えられるだろうか。情報社会の中でどういった行動をすれば問題を解決できるのか。問題解決を行う手段として考えられるのが、情報発信である。発信することによって、問題となっていることを人々に伝え、人々の意識や行動を変え、問題を解決することができる。これが情報社会に貢献するというのではないだろうか。

これらのことから学校で行う実践として、実際に情報発信を行い、自分の所属するコミュニティに貢献するという子どもたち自身が行うことが考えられる。子どもが情報発信を行い、他人や社会に影響を与え、所属するコミュニティの問題が解決することやコミュニティの中の関係が良好になるという体験をすることによって、情報発信を行う意義を実感できるのではないだろうか。そのことが情報社会に参画する態度につながるのではないだろうかと考え、授業を開発する。

### 2.2. Public Relations という考え方

本実践では情報発信によって問題解決を行うことが目的であるため、情報を伝えることによって問題を解決することや周囲との関係を良くする Public Relations の考え方を取り入れ、情報発信の授業を開発する。Public Relations とは「会社が商品などについて、また官公庁や各種団体がその事業内容や 施策などについて、人々に理解してもらうために広く知らせること」<sup>11</sup>である。直訳では「公共、大衆との関係」となる。日本においては、一般的には PR と略され、使用されている。

PR の活動として注目されているのが、パブリシティである。パブリシティとは「記事や番組に取り上げてもらうこと」<sup>12</sup>である。また近年では、このパブリシティを戦略的に行うことが注目されている。ではそれらの戦

略的な PR とは、どのようなものなのだろうか。本田 (2009)<sup>13</sup>では生姜などの例を挙げ説明していた。生姜の特徴を調べ、生姜が冷えに聞くという事をテーマに PR 戦略を練る。そこから専門家に依頼しデータをまとめ、メディアに取り上げてもらうようにする。すると生姜が冷えにより事が世間的に伝わる。その後生姜商品を生産する事により広告を使わずにブームを起こす事ができる。

戦略的な PR の手法を簡単にまとめる。まずは、PR したいことを徹底的に調べ、どのような良い点があるのか考える。そして、伝える相手の関心や伝える相手はどのようなことに関係があるのかまたは、世の中の関心や動きを考える。さらに、PR したい内容と伝える相手の関心を結びつけ、伝えるテーマ (内容) を設定し納得してもらえる提案をつくる、テーマの調査や実験を行い、説得する情報発信を行う。この手法を学校で当てはめて子どもたちに情報発信を行わせる。ただし、今回の実践では、メディアに取り上げてもらうことが目的ではないので、パブリシティを扱わない。PR の基本的な考え方である情報を発信することで周囲との関係を良好にするということを目的に、これらの手法をつかった情報発信を子どもたちに行わせる。

今回の実践では、子どもたちに情報発信によって、所属するコミュニティでの問題を解決することを目的としている。そのために何を題材に情報発信を行うのか検討しなければならない。情報発信を行う題材の条件は、どのようなものがよいだろうか。まず、今回の授業の目的がある情報発信によって、コミュニティをよりよいものにするということに適しているということである。つまり学校の中で問題となっていることでなくてはならない。次に伝えることによって解決しそうな問題でなければならない。情報発信を行っても変わらない問題であれば題材として適していない。3つ目として、情報発信を行なっているが、うまく伝わっていないものがよいと考える。これまで色々な方法で伝えてきたが、うまく伝わっていないものが考えやすく、また伝わっていないものが伝わったという実感も得やすいのではないかと考える。以上の条件で実践校の教員と相談した結果、今回は解決すべき問題として「廊下を走ること」を取り上げることになった。

### 2.3.1. 授業プラン

授業プランとしては以下である。PR のやり方である「調査、伝える相手の関心や関係を考える、どのように伝えるか納得してもらえる提案を設定、情報発信」という流れで授業をすすめる。

#### ①情報発信について学ぶ

PR の考え方を使った情報発信について学ぶ。特に重要な考え方「伝える相手の関心や関係を考える」「納得してもらえる提案をしよう」の2つを伝えるプロの技と

して扱う。

## ②情報発信のための調査 調査・計画

取り上げるべき問題「廊下を走ること」について調査する。学校の中で今までどのように PR されてきたのか。PR されてきたことによる効果や知名度など聞き込みなど行う。また、アンケートを元に情報発信の受け手がどのように考えているのかを知る。PR の手法でどのように情報発信を行うのかを考える。

## ③PR の考え方を使った情報発信の準備をする

ここからは、子どもたちがこれまで考えた案を実行していく。

### 2. 3. 2. 情報発信について学ぶ授業の検討

PR の考え方と情報発信についてどのような授業を行うべきか検討する。まずは PR の考え方の何を子どもたちに教えるのかを考えなければならない。PR のやり方は、「調査、伝える相手の関心や関係を考える、どのように伝えるか納得してもらえ提案を設定、情報発信」というものである。ここで、PR の考え方を使った情報発信を行う上でおさえて置かなければならないのは「相手の関係や何に関係しているのか考える」「納得してもらえ提案をする」の2つである。調査は今回では「廊下で走ること」について深く考えること、インタビューをすることなどである。調査と「相手の関係や何に関係しているのか考える」「納得してもらえ提案をする」の2つのポイントが理解できれば、PR の考え方で情報発信が行える。これらの2つを伝えるプロの技として子どもたちに教える。ではこの2つをどのように教えればよいだろうかということも含め、授業を検討していく。子どもの実践の時間を多くとるために、時数は2時間で考える。

#### i 「伝える相手の関心や関係を考える」

これについては、実際に PR 会社の方に PR について講演を頂いた内容を参考にしたい。講演では人はいかに情報の受け取り方が違うのかをいくつかの実験をおこなって説明していた。情報の受け取り方が違うので、伝える相手の関心や関係を考える必要があるという内容であった。これらの内容を参考にいくつかの実験を子どもたちに行い、情報の受け取り方が人によって違うことを教えたい。

次に、人によって受け取り方が違うならば、どうすれば伝わるのか、PR の考え方である伝える相手について考えるということ扱う。伝える相手はどのようなことに感心があるのか、人それぞれ違っているということを知るような教材を用いたい。同じ情報を与えても人によって何に感心を持つかを子どもたちがわかるような教材は何があるだろうか。身の回りで人によって関心に分かれるものとして考えられるのは街中の看板である。看板は、例えば、お腹の減っている人ならばファーストフード店などの看板に目が行くかもしれない、普段から

行くお店の看板を注目するかもしれないということが想定できる。街の中を検討した結果子どもが親しみやすいように千葉駅前の写真を使用することとした。写真を見てどこに注目し、なぜ注目したのか発表させ、人によって関心やどのようなことに関係があるのか違うということを理解させたい。

#### ii 「納得してもらえ提案をする」

次にもう一つの伝えるプロの技である「納得してもらえ提案をする」をどのように子どもたちに理解させるのか検討する。

まず、導入を考える。前時は、人によって情報の受け取り方が違うこと、注目してもらうには伝える相手の関心や関係を考えるということ扱う。次の2時間目には子どもたちに例を使って PR の考え方を使った情報発信を体験させたい。実際に「納得してもらえ提案」を試してみることが「納得してもらえ提案」を理解するのに良い方法であると考えられる。「納得してもらえ提案」と言葉を出してもどういったことなのかイメージがしにくいと考えられる。そこで実際の社会で行われた PR の例を用いて考えさせる。実際に社会で行われた事例なので、説得力をもって教えることができる。また PR のプロではない授業者は PR の案を新たに考えたとしても、それが本当に良い PR なのかは実際に行なってみなければわからない。ならば実際にプロが行った PR を参考にすることが一番の教材になると考えられる。

では導入はどのようなことを扱えば良いのだろうか。まずは、なぜ「納得してもらえ提案」をするべきなのかを導入で扱いたい。PR では行動してもらえことを目標に設定して戦略を練る。今回も「廊下を走らないようにしてもらう」ということが目的である。まずは、今回の情報発信が行動してもらえことが目標であることについて触れたい。そのためにも、導入では注目してもらえだけでは行動まで繋がらないという例を扱おうと考える。単に知ってもらえだけでは、行動まで繋がらないことについて理解させる。その後、ではどうすればいいのかということで「納得してもらえ提案」を教え、子どもたちに「納得してもらえ提案」を考えさせるという流れにしたい。

では、伝えて注目してもらえだけでは、行動に繋がらない例は何があるだろうか。思いつくものは、街中で見る啓発ポスターである。ここではポイ捨てをしてはいけないやケータイのマナーを守ろうといったポスターは街の至るところに貼ってあるが、実際にそれをみて守ろうと思う人ばかりではない。それらの例を紹介し、学校の身の回りでは、伝えて注目してもらえても行動に繋がらない例が、何があるのかを子どもたちに挙げさせたい。ここで今回の題材である「廊下で走ること」が出ることを期待したい。

次に伝えても行動に繋がらないことを解決するために PR の考え方である「納得してもらえ提案」を伝え

プロの技 2 として扱う。「納得してもらえ提案」を理解するために、冒頭でも触れたように、実際に行われた例を使用し、理解させる。例を紹介し PR を使った例とそうでない例を対比させ、違いを考えさせることがわかりやすいのではないかと考えた。また「納得してもらえ提案」については納得を〇〇と開けておき、この中に入る言葉は何か例から考えさせたい。

ではどのような例を教材としてあげるのが適切だろうか。子どもたちにも理解しやすいように、できるだけ簡単に、子どもたちに身近なものを扱いたい。また一つ目は、山田 (2009) <sup>14</sup>が PR の考え方をわかりやすく表した例として紹介していた山の売店を扱いたい。実際の例は検討した結果ショウガと紙おむつの例を扱う。



図 1 授業で使用したスライド

伝え方の違いから「納得してもらえ提案」とはどのようなものなのかを子どもたちに考えさせる。期待させる回答としては「太郎の方が実験をやったりしているからやろうかなと思う」や「データを使っているから信用できる」などである。また子どもたちに太郎と花子ではどのような人が買うのか考えさせたい。また、これらの例で考えさせた後は、子どもたちに自分が花子だったらどのように伝えるか考えさせ「納得してもらえ提案」をさせる。子どもたちに身近なゲームの PR を題材に考えさせたい。扱う例は「漢検 DS」というゲームである。この「漢検 DS」は「漢字力不足を解消するために」という内容の PR が行われた。PR の際に使用されたデータを子どもたちに提示させ、自分だったら「納得してもらえ提案」をどのようにするか考えさせる。

以上が情報発信について学ぶ授業の検討である。ここまですべて 2 時間で扱いたい。このあとこれから学校でみんなにやってもらうのは「廊下を走らないようにしよう」ということであると子どもたちに伝え、情報発信をさせる。

### 2. 3. 3. 情報発信を行う授業の検討

では、情報発信を行う際には、どのように発信していけばいいだろうか。クラスで 1 つの案を決め、クラスで 1 つ発信していくのがよいだろうか。それとも 1 人 1 つ情報発信を行えばよいのか、グループで行えばよいのか。どの人数で情報発信についての準備を行わせるのか

を検討しなければならない。今回実践する学級は 35 人のクラスである。実際の事例をみていくと、PR ではどのような内容を伝えるかは一つである。これは様々な内容を伝えると本当に伝えたいことが伝わりにくいからだ。つまり、35 通りの内容を伝えるということは受け手に伝わりにくいと考えられる。そこで、今回は受け手に伝わりやすいようにクラスで「廊下を走らないようにしよう」を伝える内容は 1 つ、多くても 2 つにしたい。

「廊下を走らないようにしよう」を伝える内容が 1 つに決まると仮定して、伝える方法はどうかだろうか。例えば映像にするのか、ポスターにするのか、新聞のようにするのか、直接口頭で伝えるのか。実際の PR ではパブリシティ、メディアを通して伝えることが多い。しかし今回はパブリシティを行うということが目的ではない。あくまでも PR の考え方で情報発信を行い、学校を良くすることが目的である。つまり今回の実践では、クラスで「廊下を走らないようにしよう」を伝える内容が 1 つ決まれば、ポスターや映像、直接伝えるなど方法はいくつ合ってもよい。同じ内容を伝えるためのポスターが何種類できても伝えたい内容は 1 つなのでよいのではないかと考える。本実践では、子どもたちにどのように発信したいか考えさせ、実行させる。

ここまで、子どもたちに情報発信をさせるにはどのようにすべきか検討してきた。伝える内容はクラスで 1 つか 2 つほど、伝える方法はいくつあってもよいと考えた。では伝える内容を考える調査や計画はどのようにすればいいのだろうか。PR 会社の社員へのインタビューでは「廊下で走らないようにしよう」を学校で子どもたちに情報発信させる場合には、とにかく「廊下で走ることに」について深く検討しなければならないと述べていた。なぜ廊下では走ってはいけないのか。怒られるからなのか、走って良い場所といけない場所の違いはなにか、学校の外ではどうか、走らないためにどう工夫があるのか、なぜ走ってしまうのか、などである。これらを参考に子どもたちに「廊下で走ることに」について考えさせ、注目してもらえて、納得してもらえ提案を考えさせる。これは、子どもたちだけでどこまで考えられるのか、どのような案を考えることができるのか授業を行なってみなければわからない。ここで子どもたちが考えることが出来なければ情報発信は行うことができない。子どもたちが考えやすいように、「廊下で走ることに」についての検討しやすいように項目を分けたワークシートを作成する。

調査、計画を 1 人 1 人で行う場合には、35 通りの情報発信の案ができることとなる。35 の案からクラスで 1 つか 2 つの案に決めるのは難しい。また「廊下で走ることに」について考えを深めるには、1 人で考えるよりも、数人で話し合いながら考えた方がよりよいのではないかと考える。そこでクラスをいくつかのグループにわけ、班で 1 つずつ案を考えさせ、その上で、クラスでどう

いう内容で情報発信を行うのかを決ようとする。ではいくつかの班に分けるのか。今回は7名の5グループにした。担任に、「あまり多すぎると活動しない子どもが出てきて駄目だが、少なすぎても考えることが難しいかもしれない」という意見をいただいたからである。5つほどの意見であればクラスでまとめて1つから2つに絞ることは行い易い。

情報発信を行う際の子どもたちの活動をまとめる。7人5グループの班に分かれて、「廊下を走らないようにしましょう」を伝えるための調査、計画を行う。各班がどのような内容で「廊下を走らないようにしましょう」を伝えるのか発表し、クラスでどのように伝えるのか1つか2つに決める。内容が決まったら、どのような方法で伝えるのか、子どもたちの希望を聞いて同じ物を希望している子どもたちに分けていくつかの方法で伝える。例えばポスターが20人集まったとしたら、授業者でいくつかのグループに分けてポスターを数枚作らせる。以上の流れで子どもたちに活動をさせる。

### 3. 研究の目的

本研究では、他人や社会に影響を与え、問題解決を目的とした情報発信を行うことで、情報社会に参画する態度を育成することができるのか検証をすることを目的とする。

以上の目的を達成するために、小学生を対象に校内で「廊下を走らないようにしましょう」ということを題材にPublic Relationsの発想を取り入れた情報発信の授業を実施しその様子を考察する。

### 4. 授業の実際

#### 4.1. 授業プランと授業の実際

実際の授業では、授業プラン通りに行われなかった点が2つある。1つ目が授業時数である。計画段階で時間を予定していたが、実際には8時間授業で行われ、かつ子どもたちに業間休みや昼休みも活動させてしまった。2点目にクラスでPRを行うテーマが4つに分かれてしまったことである。クラスでどのようにPRを行うかという話し合いの際に子どもたちは、どのような方法でPRを行うのかの議論が中心となり、先にVTR班とポスター班という形に分かれてしまった。計画ではどのようにPRするのかを決めてから方法を決定するというようにしていたが、子どもたちが話し合いの時点で行いたいPRの案が固まっており、一つに決定できなかったことも計画通りにいかなかった原因の一つである。しかし、以上の2点以外は概ね計画通り授業が行われた。

#### 4.2. 授業の様子

ここで子どもたちが、情報発信について学んだ後に

「廊下を走らないこと」を考えた様子について記述する。

全8時間中の4,5時間目 「情報発信の計画」

#### (1) 授業プラン

##### 【本時の目標】

- ①情報発信を行う内容について調査や考察を行い、議論する。
- ②情報発信をどのように行うのか自分の意見を考える。

時間	学習内容	留意点
5	○学校の中で皆に伝えたいことを題材に実際に情報発信を行うことを改めて確認する。 テーマ:「ろう下を走らないことを伝える」	○本時の活動について理解させる。
60	○5つの班に分かれてどのように情報発信をするのかを考える。 目的、何がしたいのかを確認する。誰がターゲットなのかを明確にする。  ○「ろう下を走ること」について様々なことを考える。どうして走っては行けないのか、学校の外ではどうなのか、走っていい場所との違いなど、色々なことを考えること によってどのように情報発信を行うのか考える。	○ワークシート(なぜ廊下を走ってしまおうのかを考えるヒントとしての20項目ほどの質問)をすすめることによってどのように伝えるのか考えさせる。  ○どうすれば「廊下を走らない」ということを伝えられて行か、学校の外ではどうなのか、動けるのか、受け手の気持ちになって納得できるのかを考 えさせる。PRの手法を意識させる。
25	○班ごとに情報発信の方法を発表する。 クラスとしてどの方法で情報発信するのかを決める。どの伝え方が納得できるのか考える。	○受け手の気持ちにたつて、行動につながるのかどうか考えさせる。

「廊下を走ること」についてのワークシートは情報発信をするための考える手助けをするためのもので、すべて書く必要がないということをきちんとおさえる。

#### (2) 授業の実際

前時まではクラス全体の講義形式であったが、ここからは7人5班に分かれて、活動を行った。班ごとにどのように「廊下を走らない」ということをどのように情報発信していくのか考え、発表させる。子どもたちには、

最終的に各班から出た意見をまとめ、クラスでどのように情報発信していくのかを決めるということを伝え、考えさせた。まずは、「廊下を走ることにについて」ワークシートを元に子どもたちに考えさせた。

1 つの班でどのような話し合いが行われたのかを記述していく。この班のメンバーは、OR、NH、KK、YM、TR、YR、SN の男子 4 人女子 3 人の 7 名で構成されている。

YR が仕切りながら話し合いが行われた。「まずはワークシートを埋めていたが、話し合いをしながらでもよい」と授業者は伝えていたが、この班ではまず個人で考えてから、話し合いをするという方法をとっていた。ワークシートがある程度埋まった段階でどのように伝えるかの話し合いがはじまった。

10月20日の話し合い

YR「じゃあまず廊下を走るなっていわれてどう思う」

KK「大体はとまる」NH「関係ない、理由はめんどくさいから」

TR「うちもさ、いわれてもやんない」

KK「どうする」

YR「だからみんな注意しても、走っちゃうってことね」

SN「ORも参加してくれ」

YR「なんでやめないの。自分はケガしないからいいよってことかな、みんなどう思う」

KK「どうしようかなって思う」YR「迷うってこと？」

YM「走ってて、夢中になってるから注意しても声が聞こえない」

OR「注意の言い方による」

ここで、授業者が事前に行った廊下に対するこの学校のアンケートを配った。この班の子どもたちはアンケートに目を通したが、すぐにワークシートへ移った。

その後はなぜ廊下を走るのかという問いに対してKK「反省していないから」やYM「遊具を取られたくないから」などの意見がでた。社会の中で走るときや歩くときのルールを守ってもらう工夫は何があるかという問いにはYR「道に文字かいてあるじゃん、ああいうのみたいにポスターを下にはるとか」YM「油とかたらしとけば走らないよね」などの意見がでた。ワークシートを進めながら、どのような内容にするのか議論が進んだ。

SS「走ったら1秒につき1円罰金とか」

YM「右と左で線で分けて歩く場所を決めるとか」

YR「あ、こっちから来た人はこっちとかわかればぶつからないよね」

TR「止まれとか、歩けとか床に書けばいいんじゃない」と議論がすすんでいたが、多少行き詰まっている様子だった。ここで授業者がこの班の議論に参加する。

授業者「走れとか止まれとか話してるけど、学校の中で走っていいのってどこ」

SS「えーと校庭」

授業者「なんで走っていいの？」

SS「えーサッカーとか遊具とか場所決まってるし」

授業者「それだけ？ なんで校庭は走っていいのかな、違いは何？」

YR「床」YM「広さ」

授業者「たしかに校庭はさ、広いからぶつかりにくいよね」

YR「廊下の床は固いから頭ぶつけたら血とか出ちゃうよね」

SS「あ、それ確かに。廊下は固いから走らないとかは」

TR「じゃあ実際に実験して廊下は固いって言う」

授業者「あ、たしかにそれをやれば廊下は固いから危ないって納得してもらえるかもね」

SS「じゃあ廊下は固いってことを実験しよう」

と実験の内容について議論をしていた。

ここから5時間目の話し合いとなる。

KK「本で伝える」

OR「映像で伝えたほうがいい」

YR「なるほどね、映像がいいかもね、それも案として考えよう」

NH「なんか数字とか出したほうがいいんじゃない」「やっぱりポスターのほうがいいんじゃない」

と、授業者の意図に反してどのような方法で伝えるのか、どういうものをつくるのかの議論が20分ほど行われた。子どもたちはどのように伝えるかの議論ばかりが行われた。話し合いの方向性を戻すために授業者が前回どのような議論をしたのか聞いた。すると前回の議論を思い出し、「廊下の固さを比べる実験」をどのように行うが議論していた。ワークシートは前回子どもたちが書いたものを再び配ったが、前回の議論を踏まえてということ意識させたほうがよかった。

各班から提案された情報発信の案は以下のとおりである。

1 班 校庭と廊下の床の硬さを実験して比べて、危険性を伝える。

YR「校庭だったら地面が砂だから擦り傷ですむけど、廊下は固いから青タンとかできて結構重傷になっちゃう。その地面の固さのことを調べて、実験結果をまとめて、映像かポスターにする。」

2 班 具体的にどのくらいの人数がケガをしているのか数字を提示する。責任についても伝える。

3 班 ケガの再現 VTR どういうときにケガが起きてしまうのか伝える。

4 班 ケガが起りやすい場所を調査して伝える。

5 班 走っている人と歩いている人の衝撃の違いを実験して比べる VTR をつくる。

となっている。子どもたちからは、班ごとに異なった情報発信の内容が提示された。授業者としては、あまりケガの危険性や脅すような内容のものが多く出てしまうことを懸念していたが、話し合いからの机間指導もあり、あまりそういった内容もなかった。子どもたちから

出た意見では、実験をすることや調査するなど、データや具体的な数字を元に伝えようとしていることがわかる。「それで納得できる」という問いを机間指導の中で子どもたちに多く投げかけたことで、誰から見ても納得できるためには、数字など客観的な事実を使用する方がよいことに気付いたがわかる。

授業では、本来であれば、この時点でクラスとしてどのように情報発信をしていくのかを決定したかったが、班ごとに発表させるところで時間がきてしまった。授業時間があと2時間では終わらないので、この時点で活動の時間を1時間多くとってもらったことになった。

### (3) 授業の考察

子どもたちの話し合いが非常に活発に行われ、授業は計画通り進んだ。「廊下で走ること」について様々なことを考えさせたが、ワークシートにたくさんの項目をつくったためより深く議論できたのではないかと考える。ただ、伝える内容を考えるという点だけでいいことを子どもたちに議論の前にきちんと伝えていなかった。どのような方法で伝えるのかということに議論が集中してしまった班もあり、そういった班は授業者の目指すところである「納得してもらえぬ提案」にはなっていなかった。ワークシートを用いて「廊下で走ること」について考えさせたのはよい方法だったと思われる。ただ考えさせる時間がもう少し取ることができればなおよかったかもしれない。

### 4.3. 授業で行われた子どもたちの情報発信

前述したように先ほどの4.5時間目での班での話し合いが非常に活発に行われ情報発信の案が班で固まったことによってプランと異なり、クラスで1つの方法で情報発信を行うことができなかった。授業で実際に子どもたちが考え、実行した情報発信は以下である。

#### ①VTR 班「ろうかを走る？歩く？」

なぜ廊下を走るのかに注目し、廊下を走る時と歩く時の時間の差を実験して比べたVTR

#### ②「廊下の固さを比べる」ポスター

廊下で走るとなぜ危ないのかに注目し、廊下とその他の場所の固さを比べる実験を行ったポスター

#### ③「表やグラフ、イラストを使って廊下のケガについて伝える」ポスター

表やグラフなど数字を使って納得してもらおう提案をしたポスター

#### ④「どの場所でケガが多いのか」ポスター

どの場所を危ないと感じるのかインタビュー調査をおこないまとめたポスター

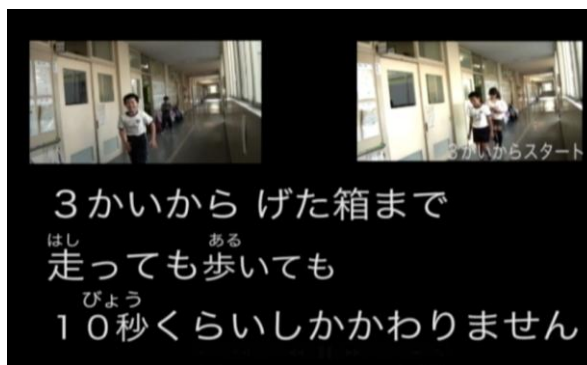


図2 VTRの1コマ



図3 「廊下の固さを比べる」ポスター

## 5. 研究の成果と課題

### 5.1. 成果

#### ○子どもたちに情報発信を行わせることの効果

うまく伝わらないことがあること、なぜうまく伝わらないのか、伝えるということについて考えさせることができた。どうすれば伝わるのかという意識を常に持たせることができた。普段の伝え方を子どもたちが意識するようになった。

また今まで他人に伝えることが苦手だったという子どもやこれまで人前で話すことがなかった子どもが伝えることがうまくなったと言っていた。他人や社会に対して情報発信を行うことの苦手意識を払拭することができた。

#### ○PRの考え方を扱うことによる効果

どうすれば伝わるのかを実際に社会で行われた例を元に説明できたので、子どもが理解しやすかった。

PRの手法や考え方自体も常に変化しており、試行錯誤が行われているので、PRの手法はただ単に知ってもうだけということ以上の効果をあげることができた。それまでのただ自分が伝えたいポスターをつくらうという題材よりも、PRの考え方をを使うと伝える相手や社会を意識した情報発信ができるようになった。

#### ○情報発信によって問題解決を行うことの効果

「伝えることによって学校を良くしていこうと思う」



「安全な学校にしたい」「低学年に教えてあげられてよかった」など、子どもたちに伝えることによって自分のコミュニティをよりよいものにしていこうという意識を持たせることができた。

また普段から他学年の様子や学校での問題点に注目するようになり、自分の所属するコミュニティに参画する態度が見られるようになった。

## 5.2. 課題点

### ○授業時数

授業時数が計画よりも大幅にのびてしまった。昼休みや業間休みなどを合わせると11時間分くらいの授業時数が妥当であった。授業時数がきちんととれていればすべての班はきちんと準備をすることができた。

### ○情報発信の仕方の課題

今回伝えることよって行動をかえることまではいたらなかった。実際のPRと違い、1つの内容だけでなく、最終的には4つの内容を伝えることになってしまったのでいくつもの内容を伝えることになったからであると考えられる。

先にPRする内容を一つに決めて情報発信の方法を考えるという計画通りの展開がよいと考えられる。例えば「走るときと歩くときの時間の差」というテーマ1つにだけ絞り、それについてのポスターを作る班とVTRを作る班、他の方法で伝える班という形の展開がよいと考える。今回は子どもたちの意見を尊重する形をとってしまったので、計画通りの進行を行い検証することが今度の課題である。

### ○実際の情報発信への参画について

今回は情報発信を行って自分の所属するコミュニティを良くすることを通して情報発信に参画する態度を育成するということが目的であった。子どもは実際に伝えることによって学校を良くしたいという意識や態度を持たせることができたが、より広い範囲でも同様の行動や考えを持つことかできるのか検討できていないことが課題である。また今回活動を行った子どもたちが、情報社会でどのように行動するのかこれはまだわからない。

ただ、子どもたちの授業での様子や感想、事後の様子など、今回の実践を通してこのような利他的な思考に基づいた情報教育が多くて学校で行われるようになることでこれからの情報社会がよりよいものになると確信を持つことができた。

るサービスであること。

・インターネット上の電子掲示板に掲載された情報を閲覧した異性交際希望者が、その上方に掲載した異性交際希望者と電子メールを利用して相互に連絡することができるサービスであること。

・有償、無償を問わず、これらのサービスを反復継続して提供していること。

2 下田博次『学校裏サイト ケータイ無法地帯から子どもを救う方法』東洋経済新報社 2008年 「子どもが勝手に実在の学校の名前をつけて開設したサイトで、子どもたちのインターネット上のたまり場になっている。」

3 藤川大祐『本当に怖い「ケータイ依存」から我が子を救う「親と子のルール」』主婦の友社 2009年

4 IT用語辞典 e-words

<http://e-words.jp/w/E382B3E3839FE383A5E3838BE38386E382A3E382B5E382A4E38388.html> 2011年12月20日閲覧

5 ソーシャルネットワークワーキングサービスの略 SNSの例としては、Facebook や mixi など。「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。」IT用語辞典 e-words

<http://e-words.jp/w/SNS.html> 2011年12月20日閲覧

6 簡単な質問に答えるだけで自分の自己紹介のページが作れるサイト。

7 湯川鶴章『爆発するソーシャルメディア セカンドライフからモバゲータウンまでグーグルを超えるウェブの新潮流』ソフトバンク新書 2007年

8 警察庁 HP

<http://www.npa.go.jp/cyber/statics/h22/H22deai-bunseki1.pdf> 2011年12月15日閲覧

9 2011年に発表された警察庁による出会い系・非出会い系サイトによる被害児童数、検挙数の発表によると、出会い系サイトに関連する被害児童数、検挙数ともに2006年がピークとなっており、その後減少傾向にある。出会い系サイトに関連する被害児童数が減少傾向にあるものの、非出会い系サイトによる被害児童数は2008年より調査に統計を取り初めてから、非出会い系サイトに関連する被害児童数は出会い系サイトに関連するものよりも多くなっている。ただ、今回の調査では非出会い系サイトに関する平成20年から統計を取り始めて以降、児童被害数は増加の一途を辿っていたが、初めて減少に転じたとの結果が出ている。

10 文部科学省

[http://www.mext.go.jp/a\\_menu/seisyounen/houshin/\\_icsFiles/afildfile/2010/06/24/1295040\\_01.pdf](http://www.mext.go.jp/a_menu/seisyounen/houshin/_icsFiles/afildfile/2010/06/24/1295040_01.pdf) 2011年12月15日閲覧

11 大辞林辞書（第5版）

12 本田哲也『新版 戦略PR 空気をつくる。世論で売る。』2009 アスキー新書

13 同上

14 山田まさる『脱広告・超PR—広告を信じなくなった消費者を動かす「連鎖型」IMC』2009 ダイアモンド社

1 出会い系サイトは出会い系サイト規制法によって定義されている。定義は以下である。

・面識のない異性と交際を希望するもの（異性交際希望者といえます。）の求めに応じて、その者の異性交際に関する情報をインターネット上の電子掲示板に掲載するサービスを提供していること。  
・異性交際希望者の異性交際に関する情報を公衆が閲覧でき