

子どもメディアの条件とは？

——「日本賞」教育コンテンツ国際コンクールから

坂上浩子 (NHK編成局ソフト開発センター
エグゼクティブ・プロデューサー)

はじめに

学校放送番組、青年向けの番組、親向けの子育て番組、そして幼児番組と様々な番組制作に携わって29年。現在、私はNHK「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール*の事務局長として世界の教育的なメディア作品に接しています。このコンクールの対象としているのは、番組だけではなくすべての教育的コンテンツ、つまりゲームやウェブも含め、全てのオーディオ・ビジュアルコンテンツです。いまや世界の公共放送で、3スクリーンのコンテンツを提供しようという時代。まさにメディア状況が世界中で大きく変わろうとしています。そんな今だからこそ、とりわけ子どもとメディアのかかわりをしっかり見据えなくてはならないと思います。変わりつつあるものとは何か、そして不変のものとは何か、21世紀の子どもを取り巻く環境としてのメディアを、両方の視点から見つめたいと思います。

「日本賞」から見えてくる 最新のメディア状況

毎年、秋の恒例の国際イベントとなった日本賞。今年度は10月22日～28日に催されました。世界196の機関から、324本のエントリーをいただき、初参加の機関を含め、世界中から学びの手助けとなる意欲的な双方向コンテンツが多く応募されました。

その結果、最終選考に進んだ作品には、クロス・メディアをうまく生かした優れた教育コンテンツがいくつも見られました。例えば、放送番組の財産といえるアーカイブ映像とウェブを融合して新たなプラットフォームで楽しませるものや、オンラインゲームなどインタラクティブならではの手法で学びを楽しく後押しするものなど。また、半世紀の歴史を誇り、アメリカの「おかあさんといっしょ」とも言える子ども番組「ミスター・ロジャース」などは、高品質のウェブサイトとなって応募されました。もちろん、伝統的なドキュメンタリーで科学的な探求心を満足させるものや人間を見つめるもの、人の絆を問うものなど、深く掘り下げた番組が依然として多いことは確かです。しかしながら、多くの才能ある作り手たちが今情熱を傾けて作り始めているのは、新たな技術とプラットフォームを生かしたメディアなのです。これは3D映画に限ったこ

とではありません。

さらに特筆すべきは、送り手と受け手の関係も変革の時代だということです。例えば今年度のグランプリ「日本賞」受賞の番組、イギリスTTアニメーション制作の「きみニュースはなにに?」。これは、幼児向けのアニメーションと実写が混じった番組です。

子どもたちからホームページ上に寄せられるニュースをアニメーションキャラクターがキャスターとして紹介したり、レポートしたり、現実の子どもたちと闊達にやり取りします。「うちに飼ったばかりのメンドリがいなくなっちゃった!」、「すごくかっこいい長靴を買ってもらったんだ」……次々と子どもたちの目線で投稿されるビッグ・ニュース。まさに、ターゲットの子どもたち、視聴者(ユーザー)のアイデアや投稿映像をアクティブに取り込んだ作品であり、子ども達の能動的な態度を育てる優秀な教育コンテンツである、と評価されました。これは、メディア・コンテンツの制作がプロだけに閉じられず、双方向の知恵の融合となる、そんな現代的状況を映し出していると思います。

では、メディアの変革期においても、変わらずに在るものとは何でしょうか？

「良い子ども番組」の基本セオリーとは？

これは、遡ること6年前、2004年7月に香港で催された「日本賞」関連シンポジウムにおいて、一同に会した子ども番組のプロたちが意気軒昂に議論したテーマです。「良い子ども番組の条件とは何か?」その結果明らかになったポイントがこれです。

良い子ども番組は、広義の「教育性」と 「表現性」を合わせもつ番組

具体的には以下の点が上げられます。

●教育性の高さ

- ・ターゲット、目的が明確であること
- ・子どもの想像力を鼓舞し、次の能動的行動を勇気づけるもの
- ・表現や内容がターゲットの発達段階に応じてふさわしいものであること

●表現性の高さ

- ・素材／構成／シナリオ／映像／音声
- これらが、それぞれの対象の年齢にふさわしく、洗



*「日本賞」は、1965（昭和40）年に、教育番組国際コンクールとしてNHKが創設したもので、以来、「世界の教育番組の向上と国際的な理解・協力の増進」という目的を掲げ、教育番組の発展に寄与してきました。そして、デジタル放送の開始やインターネットの普及により世界の教育現場が大きく変化していることに対応し、2008年からは審査対象をテレビ番組から、リニアコンテンツ（テレビ、ビデオ、映画など）、ウェブサイト、教育ゲーム、その他双方向コンテンツへと大きく広げました。また、並行して催す「日本賞」クロスメディア・フォーラムは、世界でも類を見ない、メディアの枠を超えた制作者や教育関係者の集う場となっています。

練されて質が高いこと

●その他

- ・社会や文化による多様性を大切にしていること
- ・ユーモアやウィットがあること（日本人が苦手な点ですが）
- さらに乳幼児に向けた番組が一番大切にすべき点は、**安全性（安心感）**です。
- ・その世界で子どもが「安全であり、自由である」と感じる
- ・親が「子どもが見ても安心である」と感じられること
- ・子どもの生活、心身の健康に配慮していること
- ・コミュニケーションを促すものであること

これらのポイントは、実は日本賞が創設された45年前から不変であると言ってよいと思います。例えば、1971年のグランプリ「セサミ・ストリート」然り、1997年グランプリ「テレタビーズ」然り。時代が変わって、技術が変わり、作り手と受け手の関係が変わっても普遍的なことで、それは高品質な子どもコンテンツには「教育性」と「表現性」が不可欠であるということです。逆に見れば、このポイントをおさえた良い子どもメディアは、それが本であれ、番組であれ、デジタル・ゲームであれ、時間・空間・メディアの違いを越えて普遍的な価値を持ち得ると言えるのではないのでしょうか。

制作者はどのようにコンテンツをつくるのか？

以上が基本セオリーだとしても、番組は創造物ですから100あれば100違うものとなります。その中身をかたちづくるのは、作り手と受け手が生きる社会のダイナミズムです。

歴史的に俯瞰すると、NHKのテレビ幼児番組は多様化の試みを続けてきました。50年前は「おかあさんといっしょ」ひとつしかなかった家庭向けの幼児番組ですが、2000年ころから社会のニーズと共に多様なテーマでつくろうという試みが始まりました。そこにおいて、常に、子どもたちの心と体の成長の糧となる

ような広い意味でのエデュケーショナルな番組、そして同時に、家族で一緒に楽しめる質の高いエンターテインメント番組を目指してきました。テーマも対象年齢も多様に選択枝を増やし、料理、英語……とメニューを広げてきました

それを具体的な例で言いますと、私自身よく聞かれることですが、なぜ幼児番組の「にほんごであそぼ」や「ピタゴラスイッチ」をつくったのか？ということ

これは10年前に遡るのですが、当時の文科省の或る諮問機関の答申で、「幼児の段階から育てる必要がある能力」として、言語能力、数学的センス、国際感覚の3つがあげられていました。その時、いずれもNHKの幼児番組では手がけていないテーマでした。そこで、数学的センスを含め「考え方を育てる」ために生まれたのが「ピタゴラスイッチ」です。

だんご3兄弟の作者である佐藤雅彦氏と話し合いを重ねた末、今までにはなかった番組コンセプトが生まれました。すなわち、当たり前のように疑問を持つことが大事であるということや、身の回りには隠れた法則性があることに気づき、自分でも新たに作ったりすることができるようになる、そんな柔軟なものの方や考え方を育てるということです。1対1対応が“お父さんスイッチ”であり、一人では分からないが二人でやると法則があることが分かるというのが“アルゴリズム体操”、この番組で提示したものは子どもたちに瞬く間に受け入れられました。その結果「ピタゴラスイッチ」は2003年度「日本賞」子ども番組部門の最優秀賞に選ばれました**。

時代のダイナミズムの中から生まれ、「教育性」と「表現性」を的確にもつにいたったコンテンツは「ピタゴラスイッチ」だけではありません。言語能力を養うことを目的として生まれたのが「にほんごであそぼ」です。

『声に出して読みたい日本語』の著者の齋藤孝氏らと、1年間のブレインストーミングを経てこの番組は生まれました。取り上げるのは、自分の子どもにも孫にもずっと伝えて行きたいと思える日本語、それを勝手に“言葉ぢから”のある日本語と定義し、体まるご

とで伝えようということになりました。しかも、“言葉から”のある人たち、例えば古典芸能の人にも是非加わっていただき、伝えてもらおうということを考えました。そして、番組を放送して終わりではなく、子どもがそれを使って遊べる材料になることを目指しました。

その結果「にほんごであそぼ」は、番組で紹介した「寿限無」や「ややくしや」「雨ニモ負ケズ」が子どもたちの間でブームになるとともに、放送文化基金賞などの賞をいただいたり、グッドデザイン賞受賞でも話題になったりしました。そのように社会現象化した要因の1つは、それまでにはなかった番組だったこと。そして、子どもはもちろん、教育者、親などの間に潜在的なニーズがあったからだと思います。

メディアと子どもの良い関係とは？

一方、時代のニーズということでは、子どもとメディアの関係で二つの点から問題が指摘されています。ひとつは長い時間見せたり幼い時から見せたりするのは、子どもの発育・発達に悪いのではないかとということ。もうひとつは、「テレビを子どもに見せないと家事ができない、だから長時間見せてしまう」という大人の側の問題です。

2004年には小児科の先生方からも乳幼児に長時間テレビを見せることへの問題提起があり、NHKは番組を作る側として重大なことと受け止めました。

その以前から、NHKは研究者の方々と共同で「子どもに良い放送プロジェクト」を立ち上げていました。子どもにとってメディア接触がどんな影響があるのか、家庭内メディア利用と子どもの成長を10年余にわたって追跡調査・研究するものです。今年度は6年目の折り返し点として、中間総括報告がなされます。科学的な研究があつてこそ、良質なメディアの利用が安心してできます。多くの制作者がその成果を期待しています。

前述したように、今、メディアは非常に多様です。その多様な中からどうやって自分に必要なものを選び、適切に使って生きるか、それがメディアリテラシーと呼ばれている能力です。それは小さいうちから育て

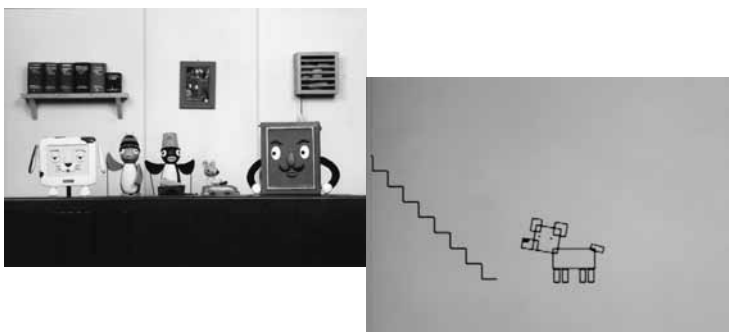
なくてはならない。では、メディアを生かして使う能力を育てるにはどうしたらよいのでしょうか？ その問いの答えは、子どもの中にあると私は考えています。子どもの視聴に学ぶことだと。

子どもは反応がストレートです。番組のモニタリング調査をするとわかるのですが、面白ければ自然に体が動き、テレビと一緒に踊ったり、歌ったり等、真似をしたりします。また、子どもは自分の好みのコンテンツのときには、随伴する、好きな人のほうにアイコンタクトをよく送ります。ですから、子どもの好みの番組の場合は、テレビをきっかけに、親子のコミュニケーションが生まれることも多いということです。

その点を活用しているのが幼児番組です。つまり、子どものために放送するだけでなく、随伴視聴する親には遊びの参考にしてもらおう、つまり「子育て支援」としての側面があります。「子どもとどう接すればいいのかわからない」という若い父母が、子どものテレビへの反応を見て気が楽になり、素直に笑えるようになる、そしてテレビを消した後の遊びのきっかけになる、そうした発展を願っているのです。

子どもは、例えば言葉や文字をストレートに教えても、なかなか受け付けてくれないものです。それより言葉遊びを一緒に楽しくするほうがノッてくる。言葉遊びでも、身体遊びでも、工作遊びでも、音楽遊びでも親の得意なことでいいと思います。テレビ視聴をひとつのきっかけとして、我が家流に発展させた遊びの中からさらに豊かな親子関係が生まれて行く。実はこれが、親子のメディアリテラシーの出発点ではないかと思うのです。そのために、コンテンツの質が大切なのは言うまでもありません。良いものを選ぶことは、メディアリテラシーの出発点の最初の一步です。メディア変革期の現代にあつて、ますますその重要性は増しているのではないのでしょうか？

メディアは送って終わりではなく、出発点。インタラクティブの時代にはループする関係となります。豊かな教育的コンテンツから豊かな人間関係が生まれ、社会に寄与できることをねらいつつ。「子どもに何を送るのか」……今日も、地球上で制作者が考え続けます。子どものようにドキドキする心をもって。



***「ピタゴラススイッチ〜みかたをかえてみる」(第30回日本賞子ども部門最優秀賞) 4歳から6歳までの子どもを対象としたシリーズの1本。子どもに見方、考え方を変えてみることを教える。さまざまな関係性を示すことにより、問題を解決するスキルを示す。この回の7つのセグメントのテーマは「新しい見方」である。視聴者である子どもたちは、違った角度から物を見ると違って見えることを知らされる。コンピューターグラフィックアニメーションが描く「四角い枠」で、子どもたちは、見方を変えると「四角い枠」の表すものが変わることを学ぶ。