

子どもメディアのグローバルな普遍性を見る

～「日本賞」教育コンテンツ国際コンクール 50 周年から～

坂上浩子 (NHKエデュケーショナル)

NHK が主催する「日本賞」教育コンテンツ国際コンクールがスタートして 50 年。毎年、このコンクールには多くの国と地域から、真剣に教育コンテンツを考える人々が集まって来ます。いわば、メディアの教育的可能性の現在と未来が見られる広場とも言えます。私は、ある時は子ども番組の作り手の一人として、またある時は審査委員として、そして 5 年前には事務局長として、この「日本賞」に様々な立場でかかわってきました。今回、50 周年の「日本賞」を契機に、子どもメディアに地球規模のどんな多様性があるのか、また、普遍的なものとは何か、一人の制作者の目で考えたいと思います。

メディア状況は言うまでもなく、急速に変化しつつあります。「送り手＝プロ」VS「受け手＝素人」という従来の放送メディアの構図が成立しにくくなり、一般のユーザーが見事な映像コンテンツを作ってネット配信し、話題になるということも、当たり前になりつつあります。「日本賞」でもこの数年、大学の研究者がアプリと映像コンテンツを開発し、最優秀賞を受賞するなど、職能の領域を超えたコンテンツ制作の波が世界中を席卷しています。

そんな現代にあって、私は今回、特に発展途上の国のメディア制作者たちに焦点を当てたいと思います。なぜなら、彼らの一番の関心は、「良いコンテンツによって次世代を健全に育て、それを通じて社会を発展させることはいかにして可能か?」。実は、この希求こそ、「日本賞」が発足した 1965 年当時、まさに日本の制作者や教育関係者が真剣に取り組んだ課題であり、「日本賞」が生まれた理由でもあるからです。

当時、教育番組を作ることは世界でもまだ希少価値で、「良い教育番組とは何か?」「それはいかにすれば実現可能か?」という「ものさし」も一般的ではありませんでした。「日本賞」の場に集まった制作者や教育研究者がエントリーされた実際の作品をもとに議論をしたり、影響を与え合ったりして 50 年。今や、教育番組という枠を超えて教育メディアとなり、技術も作り手も多様になりました。そんな今だからこそ、もう一度原点に立ち返り、先進各国が忘れがちな「教育メディアとは何のためにあるか?」という存在価値を見つめ直したいと思います。それはまた、私たち制作者自身の初心回帰宣言でもあります。

「日本賞」教育コンテンツ国際コンクールとは?

「日本賞」は、1965 年に、教育番組国際コンクールとして NHK が創設。「世界の教育番組の向上と国際的な理解・協力の増進」を目標に歩み続けてきました。

その創設の目的を継承しつつ、2008 年に「日本賞」は大きく変わりました。デジタル放送の開始、インターネットの普及など世界の教育現場の変化に対応し、審査対象をテレビ番組から、ウェブサイト、教育ゲーム、その他双方向コンテンツへ大きく広げました。並行して催す「日本賞」教育コンテンツ世界制作者会議 (IPCEM) は、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。なお、2015 年度は世界 55 の国と地域から、339 の応募作品が寄せられました。



ナミビア放送協会「ミーアキャットのぼうけん」 2014年度企画部門最優秀賞

「日本賞」には、教育的な良い番組企画を支援する「企画部門」があります。予算・機材などの制作条件が十分でない国・地域が対象で、テレビ教育番組の実現を支援することによって、世界の教育放送の向上に資することが目的です。制作者たちは企画の段階でエントリーし、放送文化基金賞や日本ユネスコ協会連盟賞を受賞すると、その賞金を制作費の一部として番組の制作実現の道が開けることとなります。

2014年度を受賞はアフリカのナミビア放送協会の「ミーアキャットのぼうけん」でした。そして1年後の今回、その制作番組が披露されました。

この番組は、ナミビアの教育システムを支援、強化する必要から生まれた番組で、3歳から6歳までの子どもを対象に、初歩的な「読み書き算」の基礎を英語で教えることがねらいです。アニメーションで描かれるミーアキャットのマックスが、妹のオーショとともにナミビアじゅうを旅して、英語を学び、自国について様々な発見をする番組です。英語はナミビアの公用語ですが、ほとんどの人が土着の言語を使用しているといいます。そこで、子どもたちが小学校1年生の学習を始めるのに必要な文字や数字、形や色といった基礎的事柄を理解するための手助けになることをねらった企画です。

一昨年(2012年)の10月に企画部門のファイナリストとして日本を訪れた制作者のグリニス・カバさんは、「ミーアキャットと一緒に、子どもたちが自ら学びたい、楽しくて面白い番組を提供したいのです。子どもたちに学習は必要ですが、同時に、なじみのある言語で自分自身を表現することも必要なのです。『ミーアキャットのぼうけん』が教員や保育士にとって有用な教材となることを願っています。そして、国じゅうの子ども

たちと交流するミーアキャットを通して、地方の子どもたちがこれまでに目にする機会のなかったナミビアの一面を知り、誇りを持ってくれば嬉しいです」と述べて、見事、企画部門最優秀賞を勝ち取ったのでした。

「なぜミーアキャット？」と私が問うた時も、「ミーアキャットは野生動物ですが、都会でも、地方でも、ナミビアのいたるところで、子どもたちが身近に目にすることができます。また、好奇心旺盛で人なつこい動物なので、親しみやすいですし、動きが活発なところはまさに子どもたちとそっくり！それで、案内役を選びました」とのこと。

そして、初めての子ども番組、初めてのアニメ作りと格闘したグリニスさん。「制作はもちろん大変でしたが、同時にわくわくするもので、私にとっても仲間たちにとっても、とてもすばらしい経験でした。放送の結果、まず、子どもたちが笑いながら楽しんで見てくれて、番組で扱った内容もたくさん覚えてくれたので、成果はあったと実感しています。また、教育省から好評を得ました。このような形で広く子どもたちに働きかける番組がこれまでになかったからです。ナミビアは、幾つもの分裂した民族グループが存在するため、どうやってコミュニケーションを図るか、13言語でテキストを作るのか、どれだけの教員に指導が必要なのか、といったことから考えなければなりません。伝統文化の面でも難しさがあります。それぞれの文化を尊重しながら、子どもたちが学校で疎外感を味わうことのないよう、そして同じ経験を共有していけるよう、いかにして共通の基盤を用意できるかが問われます。その点で全編英語の『ミーアキャットのぼうけん』は子どもたちにとって共通の土台となります。出身を問わず、教室でこの番組を見れば、全員が同じ事柄を同じ言葉で理解して、同じ経験を積み重ねていけるのです。そして、お互いの伝統的価値観を主張しあうのではなく、アニメーション化されたミー



アキヤットを通してそれぞれ優劣がないということ学べるのです」。

ナミビアは1990年に独立したばかりで、まだ国としては若いといえます。アフリカ南部のほかの国々と同様、独立と同時に英語が公用語となりました。とはいえ、国内では13もの異なる言語が使われ、子どもたちは小学校に上がるとそれぞれの言葉から英語に切り替えなければなりません。そこで、ナミビア放送協会では、子どもたちが学校でのびのびと過ごせるよう、そして教師たちが英語による指導にも困ることがないように、ということでこの番組を企画されたのでした。放送局自体もまさに発展の途上にあり、2015年12月に地上波デジタル放送に移行し、チャンネル数も1つから3つに増えました。そこで、子ども向けの番組枠が設けられ、視聴年齢層を特化した番組を放送することができたというわけです。

もっとも、国内のテレビ普及率は68%に過ぎず、テレビのない地域がまだたくさんあるといいます。ですが、太陽光発電のおかげで学校や公民館、教会など、人の集まる場所でテレビを視聴できることが増えてきており、太陽電池式テレビを持っている人が、放課後の子どもたちのために公共の場で番組を見せてあげる姿も多く見られるようです。番組を午前中でなく夕方に放送するのはそのためとのこと。公共の場でみんなが街頭テレビを見る、という点は日本のテレビ黎明期を思わせませんが、違うのは、ナミビアでは携帯電話の数が人口より多く、番組を届けられるプラットフォームがテレビばかりではないということです。学校でなくとも、大人のスマートフォンがあればどこでも子どもたちに番組を見てもらうことができるわけです。「これはほんとうに喜ばしいことです」とグリニスさん。

私は今回、グリニスさんと「ミーアキヤット」から大いに学びました。というのは、発展途上のメディアの効率性を考えるとき、外国の文化をそのまま取り込むことが多くありがちであるのに対し、グリニスさんたちは、どうしたら自国の子どもたちの「自信 (Self-Esteem)」を育てられるかということを地道に考えておられるからです。「ミーアキヤット」はその象徴。ナミビアの人々が長く慣れ親しんでいる景色の一部であり、毎日の生活の一部です。「ミーアキヤットを通して子どもたちはホッと安心できるのと同時に、アイデンティティの重要な礎を築くことができます」。この番組を通して、私たちは子どもたちにナミビアらしさとはどういうことかを伝え、ナミビア人として誇りを持って生きる姿勢を示すことができます」。グリニスさんはそう語りました。

確かに、自分の国や民族の大切にしているもの、生活スタイルは、文化そのものです。子どもたちが成長

して広い世界に出て行ったとき、歴史的かつ客観的視点をもって堂々と他文化に対することができること、その表裏一体として、他者の立場を尊重できること、これはまさに、幼いうちから育てたい能力や態度の一つではないでしょうか？

私が幼児番組の統括プロデューサー駆け出しだった2000年当時、文部省の諮問会議が幼児の段階から育てるべき3つの能力を上げていました。「数学的センス」「言語能力」そして「国際感覚」です。それを受けて、私たちはブレインの研究者や保育者、児童文化に携わる方々とともに開発勉強会を重ね、2002年に「ピタゴラススイッチ」、その翌年に「にほんごであそぼ」を立ち上げました。ですが、残る一つのテーマ「国際感覚」については、その重要性は理解しても、国内のみで作るのは難しい、と当時の私は感じていました。ほとんどの人が日本語を話す国内にあって、幼児の段階からの国際性育成とは実際どういうものなのか、と。

一方で、私自身も含め親としては、今の子どもたちがグローバル時代を生き抜くのに必要なのは「国際感覚」と「英語力」、英語を堪能にして外国に留学させれば国際性が育つ、そう考える人も少なくありません。実際、2016年2月13日に内閣府が公表した「教育・生涯学習に関する世論調査」結果では、グローバル人材の育成に関し、「子どもや若者に海外留学をさせたほうがよいとする意見が84.2%」に上り、「グローバル人材育成のために重要な取り組みは、小中高を通じた英語教育の強化とする意見が最多の65.6%」（複数回答で、2位は「国語教育や日本の伝統文化に関する教育の充実」39.1%）ということでした。

しかしながら、幼い子どもたちの国際性の育成を考えると、まず重要なことは、「自分の生活や文化への愛着」を土台にして「文化多様性に触れること」(Cultural Diversity)ではないか、先のグリニスさんの「ミーアキヤットのぼうけん」は、このことを能弁に物語っているのではないのでしょうか？ つまり、幼い段階で大切なのは、英語を教える前の土台づくりであり、「国際感覚」の基礎とは、「異文化とコミュニケーションをとるための感じ方や考え方、そして態度の育成」に他ならないのではないかと。

実際に「ミーアキヤットのぼうけん」では、アニメのキャラクターを縦軸に、一般の子どもたちの生活を実写で淡々と描くコーナーが織り成されており、子どもが英語でナレーションします。普段見過ごしがちなものごとを、子どもたちに楽しく気づかせ、客観的かつ多様な視点で見せていくことで考え方を深めさせる、それによって自分たちの生活や文化に対する安心や自信を育てる。実は、子ども番組の制作において、この方法は普遍的「王道」でもあります。就学前教育

の分野でメディアの成功例とされるのは、1971年に「日本賞」でグランプリを受賞した「セサミストリート」。英語の能力育成が教育の機会均等の原点であるという視点に立ち、「読み書き算」を中心に、コミュニケーション・スキルやその他の生活上のテーマを、番組上の楽しい遊びとして展開した最たる例です。

今回のナミビア放送協会の番組「ミーアキャットのぼうけん」に限らず、毎回、企画部門にチャレンジする多くの制作者たちは、子ども向けの教育メディアが外してはならない出発点を指し示していると言えます。すなわち、学習には自己の能動的な動機や意欲が何よりも大切であり、それを育てるためには、番組を通じて「外に出ていくための自信と安心をつくること」、「自分の目で世界を見て、考え、自分たち自身を見つめること」が、大切な第一歩であるということ深く考えさせてくれます。もちろん、発展途上の放送機関にあっては、さらに洗練された番組制作に至るために多くの段階があると思いますが、私も子どもに向けた番組の制作者の一人として、一緒に切磋琢磨したいと願ってやみません。

ところで、子どもにとっては、「見ること」「観察すること」は何にも増して大切な活動です。その原点には、「好奇心」と「想像力」があり、推進力は「表現」することだと思います。その点で、ぜひ言及したいのが、今回の「日本賞」幼児向けカテゴリーで最優秀賞を受賞した、NHK制作の「デザインあ」です。

子どもに何をおくりたいのか？ = どんな社会をめざすのか？

「デザインあ」は、NHKEテレで毎週土曜日午前7時～7時15分に放送している番組です。5分のミニ番組は毎朝放送していますので、ご存知の方も多いかと思います。ねらいは、子どもたちに「デザインの思考」を育てること。

デザインには、商品デザイン、工業デザイン、グラフィックデザイン、衣装デザイン、キャラクターデザイン、建築デザイン、音響デザインなど様々な分野があります。そこに共通する目的は、観察や洞察によって物事の本質を見つけ出し、アイデアや工夫を加えて、さらなる使いやすさだったり、美しさだったり、心地良さを生み出すこと。つまり、デザインとは、人とモノ、人と人を「より良くつなげる」ための観察・思索・知恵・行動のプロセスです。

「デザインあ」は、私たちの身の回りに当り前に存在しているモノや空間をデザインの視点から見つめ直すことでデザインのおもしろさを発見してもらい、「デザインの思考」を育むきっかけとなる番組で、さまざまなコーナーで構成されています。例えば：

●「デザインの観察」

1つのアイテムをじっくり観察するコーナー。どんな形や素材か？ どんな技術が込められているか？ 秘められた創意工夫を読み取ります。



●「解散！」

身の回りにあるモノが、どんなパーツや構造でできているのか、実際に細かく分解してみるコマ撮りのアニメです。

●「デザインの人」

日本を代表するデザイナーが代表作品を紹介しながら、子どもたちに「デザイン力」を身につけるヒントを伝えます。

数十のコーナーに数限りないアイデアが包含されているこの番組は、ドイツで行われるプリジュネスなど、世界の数々のコンクールでも最優秀賞を受賞してきました。その大きなポイントは、幼い子どもから「デザイン」の視点を育てるというテーマの全くの新しさです。しかも、言葉でインストラクションするのではなく、子どもたちの感性に直接働きかけ、心地よく感じさせたり、ユーモアに働きかけたりする、その番組の表現性自体がまさに「デザイン」である、ということでした。

番組作りには、日本のクリエイションの最前線で活躍する方々が発足当時からかかわってくださっています。その中心は、グラフィックデザイナーの佐藤卓さん、ミュージシャンのコーネリアスさん。インターフェースデザイナーの中村勇吾さん。佐藤卓さんは、日本のプロダクトデザインのリーダー的存在ですが、2003年に「にほんごであそぼ」を立ち上げたときから、幼い子どもに向けてメディアが持つべきデザイン性について考えられ、アートディレクションの指導的立場で深くかかわってくださっている方です。佐藤さんをはじめ、デザイナーやアーティストの方々から私が学ばせていただいたのは、デザインの思考法はなにも芸術作品や製品の世界に限ったものではなく、むしろ日常の場で、人とモノ、人と社会の在り方が「どうあったら心地よく、美しいか」ということを不断に考え続ける姿勢、まさに「デザインあ」の思想そのものでした。

テレビは、特に子どもの生活に深くしみ込んでいるからこそ、デザインとしても良いものであるべきである、その可能性を追い求める実践的な場であるともいえます。子どもたちが身の回りをデザインの視点で見直せば、実は、さまざまな発見や驚き、疑問が見つかると思います、例えば、スプーンひとつとっても、「なぜ、こんな形をしているのだろうか?」「もし、スプーンの窪んでいる部分が平らだったら?」とか「もし、柄の部分がなかったら?」とか考えてみると、当たり前だと思っていたことが急に好奇心に満ちた世界に変わってきます。この番組を通じて、ぜひそんなデザインの思考法を持った子どもたちに育ててほしい。こうしたメディアのねらいこそ、「この番組を見ることに

よって、子どもたちにどう育ててほしいのか?」「この番組によって、どんな社会にしたいのか?」という問いに対する真摯な答えそのものであると言えます。これは先にご紹介した「日本賞」企画部門の制作者たちの姿勢とまさに共通するところです。

メディア技術やデバイス、作り手などが多様性のベクトルで大きく変化する現代だからこそ、普遍的に無くしてはいけないものがあると私は考えます。それは、制作者も社会も、その「メディア作品」がどんなねらいで存在するかという点についてきっちりとした意識をもち、前向きな議論をし続けるということです。コンテンツの質を問う上でも、まずは「ねらい」を読みとり、それを自分の生活に能動的に生かす視点を持つこと。これはメディア・リテラシーの基本であり、メディアに対する成熟した批評的能力を育てることにつながると考えます。メディアを単なるツールを超えて生きた媒体にできるかどうか。「たかがメディア、されどメディア」、教育コンテンツの存在意義もここにあるのではないのでしょうか。

そして、制作者たちに目を返せば、「生き物」としてのコンテンツ制作に社会の未来の一端が託されているという思いを胸に、ねらいを実現するための新たな表現を求めて、日々の試行錯誤を続けています。彼らの話を直に聞きつつ一緒に議論し、教育コンテンツと子どもたちの育成について考えたい、そうお考えの皆様、次回の「日本賞」でお会いしましょう!

(<http://www.nhk.or.jp/jp-prize/>)