メディア教育

インターネット

尤亦凰
前突破機構資訊館創作主任

RJ 1.1 インターネットの新世紀

ついに21世紀がやってきた！21世紀は、通信技術が飛躍的に発展した世紀で、世界の変化がより急激になる時代である。そして、私たちは先端の科学技術を把握し、このような「変革」と平和に共存していかなければならない。

人類の歴史の中では、新技術が現れると、人間は必ず二つの異なる反応をした。一つは、大いに歓迎し、新技術のおかげで人間の未来はすばらしいものになるだろうと考える場合である。そしてもう一つの別の反応は、多くの人々が懐疑的で批判的な態度をとり、人類を堕落や壊滅へと導く予兆だとさえ考える場合である。

この二つの反応は、どちらも正常なものである。なぜなら、まだ人類は、その技術に対する充分な認識がなく、しかも新技術は今までの物事を改変し、これまでの人々の行動様式を変化させ、伝統的な政治や経済、社会文化をも覆すからである。

21世紀は、まさにインターネットが地球全体を覆う時代なのだと言う人もいる。

私たちが、この新技術を拒絶するか、それとも追随するかを決めるとき、まずこう問わねばならない。インターネットとは一体どこから生まれたのか？インターネットは、我々の生活にどう影響するのか？

インターネットの起源

インターネットは、この５年間で盛んになってきたが、その歴史をさかのぼると、60年代に早くも、科学者、情報学者、そして哲学者が、電子媒体を使って異なるデータベースを結び、各地に散らばっている人々がいつでもどこでも、電子ネット上の資料を保存したり、取り出したりできる、というコンセプトを打ち出した。そして、このアイディアを最も現実味をもって説明したのが、カナダ大学のMarshall McLuhanだった。

Marshall McLuhanは、電子ネットで個人を結びつけ、「グローバル電子系統システム」が作れるとした。地球上のどんな片隅の情報でも、即座に世界中のほかの地域に送ることができ、まるではるか昔の生活と同じように、つまり、村中の誰もがあらゆる情報を共有している村の村人と同じように、全世界を「地球村」にすることができるのだ。今日、この「地球村」という名詞は、文章や広告にしばしば現れるようになり、聞いたことがない人はいないと思うが、しかし、この概念は一般の人々にとっては不思議なものであるだろう。

話を元に戻すと、第二次大戦後、旧ソ連とアメリカが東西の両雄となり、世界は冷

戦体制に入った。1957年、旧ソ連が第一号の人工衛星Sputnikを発射させたことにアメリカは驚愕し、アメリカ軍部は、国防部高等研究計画局(Department of Defense's Advanced Research Project Agency , 略称DARPA）の科学研究計画を支持し、アメリカが国際科学技術のリーダーとなることを重大な目的とした。その頃DARPAが力を入れていた研究は、全国のコンピューターネットワークを発展させることだった。

1969年末になり、アーパネット（Advanced Research Projects Agency Net,略称ARPA Net）が正式に成立し、カリフォルニア大学バークレー校、同大学セントバーバラ校、ユタ大学、スタンフォード研究所のスーパーコンピューターを結びつけ、研究員たちが電子メールを利用して、情報を交換し、研究成果を共有できるようにした。

コンピューター技術の急速な発展のおかげで、世界各地の大学と商業機構は続々とネットワークを作り、アーパネットに接続し、情報を共有することによる利点を得た。

1982年「インターネット」という名詞が登場し、1990年になってアーパネットは「引退」を宣言し、「インターネット」はようやく、コンピューターネットワークの新しい名前となった。

20世紀の最後の十年に入って、インターネットは目覚しく発展した。パソコンの性能が高くなるにつれ、資料を送信する速度も速くなり、通信費用も下がっていった。そのため、家庭や個人でインターネットを利用する人も大幅に増加した。

また、Tim Berners-Leeが作った「ワールドワイドウェブ」（World Wide Web）により、ネット上の資料、文字、データ、音声、映像や画像を一度に処理することができるようになり、インターネットはより多元的に、より内容が豊富なものとなっていった。

1996年、人々がインターネット誕生25周年を祝ったとき、全世界では一千万台以上のホストコンピューター（Host）と、四千万人以上のインターネット使用者が存在するようになっていた。さらに、インターネットショッピングの売り上げは十億ドルに達し、また、マイクロソフト（Microsoft）やネットスケープ（Netscape）等インターネット関連のコンピューター企業は、世界的にも大規模な企業となっていた。

RJ 1.2 インターネットの特色

インターネットの出現により、人々のコミュニケーション方法も大きく変わり、以前のように、時間的、空間的障害は感じなくなってきている。そして、技術と産業の集積の規模は、史上例がないほど拡大している。

インターネットの特色

1、小さな時空距離

今日、パソコンのディスプレイの前に座れば、マウスとキーボードを使って世界各地の見聞を広げることができる。

もともと存在するメディアが、我々を「想像の社会」（imagined community）の一員としたのであれば、インターネットはこの「想像の社会」の規模を、世界規模に押し広げ、民族間、そして国家間の境目を曖昧なものとした。

2、高度な相互通信性

以前の、新聞、雑誌、ラジオ、テレビなど大衆伝達メディアは、情報を発信する際、情報の受け手の反応を見ることはほとんどできなかったし、反応に答えることもできなかった。しかし、インターネットのおかげで、即時に情報をやり取りすることが可能になった。インターネットに接続しさえすれば、各地のユーザーが即時に情報を交換し、語り合い、一緒にパソコンゲームまでできるようになった。今日、インターネット上では多くのユーザーと、音声や文字だけでなく、映像を使ってやりとりできるようになった。最も顕著な例が、ICQやマイクロソフトのホームページ上などのチャットルームである。

3、人間関係の距離をなくす

かつての社会では、情報や知識を独占する者は、権力を握る層に属していた。しかし、インターネットや自由な情報の交換が行われる今日、大きなネットワークにアクセスしさえすれば、どんな人でも最新の、そして最速の情報を手に入れることができる。生徒が知っている知識も、教師よりどんどん多くなっているし、病人での最新の医学雑誌を読むことができるし、一般市民も政府の各部署の運営に関する資料を手に入れることができるのである。

4、科学と産業の集積

パソコン技術が、インターネット発展の基礎を支えている。パソコンは、あらゆる

文字、画像、音声をデータに変換する。そのため、異なるメディアがインターネット上で集合し、将来的には、ブロードバンド（Broadband Network）により、テレビを見ながらインターネットをし、また同時に遠方の知り合いとテレビ電話で会話ができるようになるだろう。また、マルチメディアの分析や接続程度も向上するだろう。もはや我々は受動的に情報を受け取るだけではなく、情報を伝達することもでき、また、消費者であるだけでなく、生産者にもなれるのだ。伝統的な大衆情報伝達スタイルは、打ち破られているのである。

インターネット上のコミュニケーションにおけるマナー

インターネットはこのように、音が入り乱れ、情報が雑多に存在するところである。だから、インターネットが普及し始めたばかりの頃、ある人がインターネット上のコミュニケーションにおけるマナーを提唱し、静けさを保とうとした。以下が、基本的原則である。

１、ネット上、ライン上の全ての人は、自分がされたくないことを相手にしてはならない。

２、現実社会の規則をインターネット上に適用させる。最もわかりやすい例は、法律を破らないということである。

３、自分のネット上での立場と役割を明らかにする。たとえば、ニュースのグループで発言する前に、まず議論のテーマを確認し、発言の規則性を確認してから発言する。

４、他の人のインターネット上での時間や容量を無駄にしない。たとえば、「ごみメール」を送ったり、ネット上でデマを流したりしない。

５、他の人のプライバシーを尊重する。たとえば、他の人のメールアドレスを勝手に公開したりしない。

６、インターネット上で発言するときは、自分の意見をはっきりと述べる。当然だが、文字は簡潔にはっきりと書き、英文で書くときは全ての文字を大文字で書いたりしない。大文字で書くことは、インターネット上では大声で叫んでいることと同じであり、「うるさい」行動の一つであるからだ。

７、専門知識を分け合う。

８、みなで協力し、インターネット上の理性的でない議論は抑制する。

９、権力を乱用してはいけない。どの人も、別の人より多くの権限を有してはいけない。たとえば、ディスカッショングループのリーダーだからといって、勝手に他の人の発言を削除したり、言論の自由を妨害したりしてはならない。

10、他の人の誤りに対して寛大になる。

（Virginia Sheaがインターネット上で発表した、Netiquetteより抜粋した）

実際、一人のインターネットユーザーとして最も重要なことは、自分と他人のどちらも尊重し、みんなにとって、自由で開放的な交流と討論の場を作ることである。

RJ 1.3 商業的要素がインターネットに入り込むと、ユーザーが危険にさらされる？

1980年代後半から、インターネットに多くの商業組織が介入するようになり、ネット上で起こった商業活動を推し進めた。ある情報によると、ネット上の商業機構は、他の組織の10倍以上あるということだ。

インターネットの歴史を振り返ると、最も早くインターネットに接続したのは政府や学術機構だった。その頃、インターネットは理想主義者の楽園で、ネットワークは主に、ただで情報を共有したり、自由に情報や意見を伝えたりすることに用いられ、強烈なまでに、分配、平等、公開、相互通信といった特性をもっていた。ゆえに、かつての人々は、インターネットは社会を改変し、各階層のコミュニケーションを促してくれるのではないかと考えていた。

しかし、商業的な力の進入により、ネットワークは広告や仕事を募る道具となり、もとの公共性をもった空間は、商業情報でいっぱいになってしまった。また、商業組織は新たなバーチャルマーケットを開設すると同時に、コンテンツ制作などのいろいろなネット上の組織もつくり、かつては無料で手に入れられたデータも、利益を得るための商品にしてしまった。ゆえに、商業ネット植民（Commercial colonization of the Internet）という概念も生まれた。

しかしながら、インターネットが商業の一要素となることに対して、楽観的に考える人もいる。コンテンツ内容の製作は、本来は意外とお金のかかることである。だから、良質な内容のサイトには、もっと多くの情報を入れたほうがいいというのである。商業機構の介入により、より多くのデータ、より様々なユーザーに合った内容が作られるようになった。ユーザーは消費者となり、より個人化し、おのおのの要求にあったサービスが求められるようになってきた。

E−コマース

かつて、品物を買うときは、同時に個人的なサービスも受けていた。たとえば、裁縫や鎧作り、工匠は直接注文を受けて作っていた。工業革命以後、機会の使用、商品の規格化、大量生産により、大量に消費者の需要にこたえるようになっていった。

インターネットの出現は、すでに効果をあげていた大量生産スタイルに挑戦状を投げかけた。情報科学技術の発達により、今日の「ネット生産」では、直接工匠に注文して作ってもらうことの利点と、大量生産の利点を兼ねることができたのである。そして、ここには、製造業の未来へ向けての発展の動向が見られるのでる。

「ネット生産」のスタイルでは、顧客はまず製品の規格と、最も需要にあった要求を出し、その後、メーカーは、関連する資料をもとに生産を行う。インターネットのおかげで、顧客と生産元、メーカーと原料供給元の連絡が緊密になり、自然とコスト

は抑えられて大量生産が可能となり、しかも細かくおのおのの顧客の要求にこたえることができるのである。

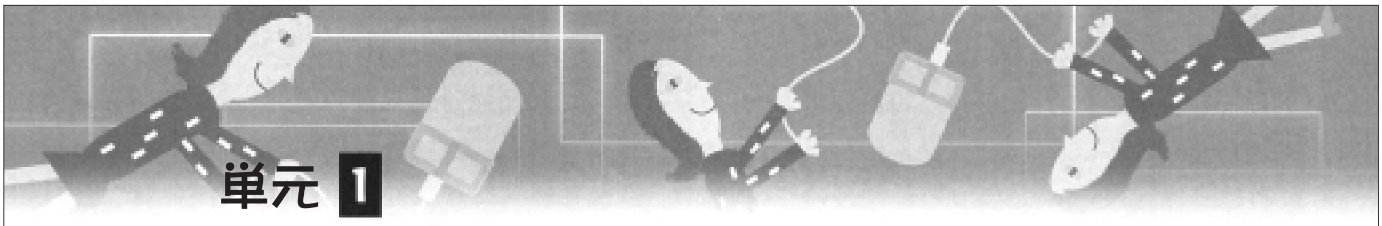
このような生産スタイルをとる企業は少なくない。アメリカのSeven Cyclesは、ネット生産スタイルをとって、有名自転車メーカーとなった。顧客はネットから、自分が欲しい自転車の規格、材料、色、そして自転車に乗るときの習慣などを申告する。その後、工員が規格をもとに生産し、完成した後、一枚のカード共に顧客の手元に送られる。カードには、生産した工員の名前、その自転車にまつわる短い伝記などが書いてある。ゆえに、工員たちは趣向を凝らして生産するようになり、そのおかげで指導的立場になった者もいる。顧客と工匠の関係は、かつてのように親密なものとなった。

注釈

1、マイク・ラックルハン等編（1999年）《伝播記録予知・ラックルハン読本》台湾：商務印書館
2、Tim Berners-Lee（1999), Weaving The Web:The Original Design and Ultimate Destiny of the World Wide Web by its Inventor,London:Harper-Collins
3、Robert Wright（1997), "The man who invented the Web" ,Technology Section,Time Magazine,Vol.149,No.20
4、Anderson,Benedict（1999), Imagined Communities:Reflections on the Origin and Spread of Nationalism.（Revised Edition). London and New York:Verso,1991,pp.5-7.
5、Matrix Information and Directory Service（MIDS）: 彼らはインターネットユーザーの人口をずっと観察し、1988年からネットユーザーの増加率は毎年100パーセントに達していることを発見した。そして、ドメインの登録数から見ると、ドットコム（dot com）は他の組織のドメインの10倍以上になっていることが分かる。
6、詹宏志（2000年）。《多すぎるdot com?》。《デジタル時代》第11号、16頁。台湾：電脳家庭出版集団。

参考文献

Evan I .Schwartz（陳平正訳）(1999年)。《デジタルダーウィン主義》。台北：臉譜出版社。(訳者注：原書の題名『Digital Darwinism』。邦訳の題名『eダーウィニズム』)



単元 1

インターネットについてどれだけ知っているか？

関連した能力：
コミュニケーション能力
批判的思考力
創造力
協力する力

第1ユニット　インターネット入門

教学提案

授業する場所：教室

時間	目標／主題	活動	準備する材料
	教学目標： 生徒たちに、インターネットは情報を発信するものであり、時間や空間の制限を受けずに、自由に情報を交換できるものであることを認識させる。		
5分	**導入**	**ホームページの紹介：** 生徒たちにインターネットをする習慣がないか質問する。インターネットをする何人かの生徒に、お気に入りのページについて紹介してもらう。そして、生徒たちのホームページで使われるマークについての認識を確かめてみる。	工作用紙 WJ1.11
5分	**意識の共有と小まとめ**		
15分	生徒たちに、インターネット上の情報伝達には制限があることを体感させる：大変多くの情報を限られた時間内に他の人々に送るとすると、送る過程で、多くの人が故意に、あるいは無意識に、内容を増減させたり、漏らしたり、選び取ったり、何の編集や考証も加えなかったりと、誤った情報が伝わってしまうことが、自然と多くなる。	**伝言ゲーム：** 教室の縦の列をグループとし、各列の先頭の生徒に情報を伝える。情報は秘密にしておき、口でだけ伝える。先頭から一番後ろのまで順番に伝えていく。途中、生徒は自由に、もとの情報を変えるか、そのまま伝えるか選ぶことができる。最後の生徒は、伝えられた言葉を黒板に書く。他のグループは、もとの情報が何だったのかを当てる。（抽選で、どのグループが答えるか決める。自分たちのグループの情報を、自分たちで答えることはできない。）最も、もとの情報に近い答えを出したグループが勝つ。	教師はあらかじめ、ホットな情報や、付属の資料を参考にした言葉を用意する。
5分	**報告と意識の共有**		

5分	**まとめ：** インターネットでは、多くの情報が、多くの人に対して発信され、人によって、その情報の持つ意味も様々である。しかし、インターネットの性質は「速い」ということが大前提であり、正確さは自然と損なわれてしまう。だから、インターネットやメールを読むときは、特に注意しなければならない。		

合計：35 分

21

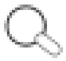
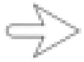
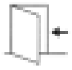
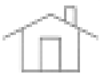
W J 1.11

ホームページ紹介

私がよく使うホームページ：

ホームページの名前	ホームページの内容	特色
1.		
2.		
3.		
4.		

インターネット上のマーククイズ

マーク	表す意味	マーク	表す意味
	挿入		図面拡大
	前に進む		作動中
	メール		戻る
	質問		ハイパーリンク
	削除		トップページ

付属資料

今日はどこに行った？

私は今日、多くの場所に行ってきた。朝はまず西湾河から地下鉄を使って中環に行き、船に乗って黄埔に行き、それから理大に行った。理大でちょっとトークを聞いてから、尖沙咀に行き、船に乗って湾仔に行き、そこから銅鑼湾に行った。渣甸坊で呂方と玩幻方を訪ねた。昼からは、炮台山で遅い食事をし、それから106に乗って土瓜湾にいき、その後VANで旺角に行き、私のお気に入りの金魚街に行った。果度で６匹の金魚と２匹の錦鯉、８匹の熱帯魚とえさ３袋を買った。それから太子へ行ってしばらく過ごし、その後青衣で友達と合流してご飯を食べ、みんなでバスで屯門へ行き、映画を見た。その後、友達と別れ、「亡命ミニバス」で上水に行き、最後の列車で沙田に行き、それから深夜バスで将軍澳の友人を訪ねた。

店員さんにメニューを頼む

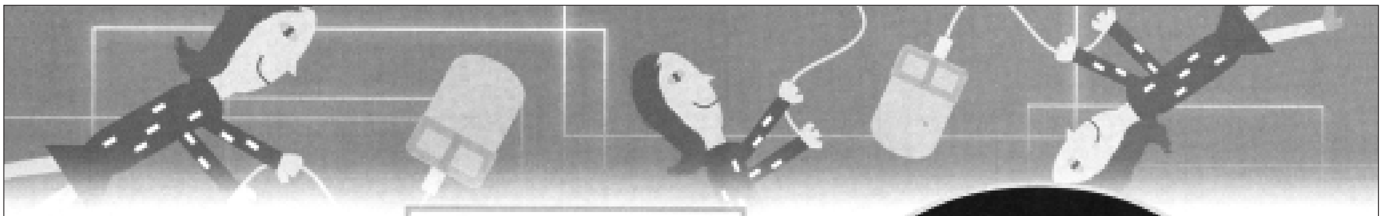
阿May：Aセットにはマカロニをつけて、荷包蛋（訳者注：卵の白みで卵の黄身を包んで焼いた卵焼き）は卵焼きに変えよう。ランチは肉をハムに変えて、あったかいホリック（訳者注：イギリスの飲み物の商品名）を飲もう。
阿輝：魚蛋粉（訳者注：魚のつみれなどが入ったラーメン）に海苔を加えて青みをたして、油菜（訳者注：野菜を茹でた料理）には空芯菜を入れ、油を足すのを忘れずに。そして、冷たいレモンコーラを飲もう。
阿興：私もAセットで、ケーキをつけよう。そして、オバルティン（訳者注：ココアのような飲み物）を飲もう。
小Fanny：鉄板セットでは小皿に薯菜をつけ、スープは白湯で、ことこと煮込んで崩れかけた牛肉を入れる。そしてあたたかいコーヒーを飲もう。
Wing妹：鉄板セットでは白湯にして、煮込んだ鶏肉のスパゲッティをつけて、飲み物は跡で注文します。
阿成：海苔入り雙丸米（訳者注：すり身が入った米麺のラーメン)、油菜はサイシンにして、チャイコーヒーを飲もう。

Nathanの血統と国籍

７歳のNathanは中国人で、母親はドイツ人。一家は南アフリカのKnysnaという、のどかな小村に住んでいる。Nathanは普段英語を話し、家のお手伝いさんとは現地のアフリカの言葉を話し、父親とは広東語、母親とはドイツ語で話している。母方の祖母がドイツから訪ねてきたとき、祖母はフランス語で話しかけ、Nathanはちんぷんかんぷんだった。また、父方の祖母が香港から電話で、故郷の中山の話をしたとき、Nathanはまたしても全く分からなかった。父方の祖父は、Nathanの環境があまりにも国際的すぎると心配し、わざと誰にでも分かるような、this and that　などの単語を使うようにした。Nathanのおじは台湾で仕事をしており、NathanにCDを送ってきてくれる。Nathanは中国語の標準語が聞き取れないとき父親に教えてもらおうとするのだが、「おばさんに聞きなさい」と言うだけだ。一体誰がNathanにちゃんと対応できるというのか。

突破のエピソード

《突破》という雑誌は1973年に創刊され、その後出版された《突破少年》は、香港の青少年たちに大きな影響を与えた。近年の《U十》は、見かけや雰囲気はかつてのものとは違っているが、青年たちの目標となる読者像を与えているという点では以前の雑誌と同様であった。「突破」というブランドは雑誌にとどまらず、書籍の出版や補習サービス、映像製作へと範囲を広げていった。突破影音センターでは80年代に「根」というスライドを製作し、優秀作品にノミネートされた「アジア大陸新人類」という記録映画も作っている。90年代には突破機構は突破青年村を建設し、突破センターは都市の拠点となり、青年村は事務や経営の中心となっていった。来るべき情報社会に向けて、突破はホームページUzone21を製作しており、また、一連のwedotnationのキャラクターを押し出している。その中のTeeenie兎とマッチ人は皆さんもなじみがあることだろう。青年村では文化楼、更新園、創路坊、資料館という４つのエリアで異なるサービスを提供している。



第2ユニット　インターネット時代を生きる

関連した能力：
コミュニケーション能力
探求力・問題解決力
協力する力・批判的思考力

提案授業

授業を行う場所：教室

時間	目標／主題	活動	準備する材料
	教学目標： 生徒たちに、インターネットと私たちの日常生活との関連、及び私たちへの影響を認識させる。		
10分	**導入**	**インターネットをする目的** 一列をひとグループとし、グループごとに「人物カード」を一枚配る。生徒は、カードの人物の背景をもとに、その人がインターネットを使う目的について話し合い、最後に順番に発表する。一回の発表では一つの原因のみ発表し、答えが出なくなるまで続ける。	工作用紙 ＷＪ1.12 人物カード （25ページ）
5分	**意識の共有と小まとめ：** インターネットの用途は非常に多く、どの年齢、学歴、階層の人でも、データ探しや純粋や娯楽のためにインターネットを使い、直接的にもしくは間接的に、インターネットと関わらざるを得なくなっている。インターネットが社会に与えた影響がどれだけ大きいか想像できるだろう。		
15分	生徒たちに、日常生活でどのようにインターネットの情報を活用するか教える。	**情報が真実か見極める：** グループに分かれたまま、工作用紙の指示に従い、その資料が真実かどうか根拠を探す。最後に何人かを指名して意見を発表する。	工作用紙 WJ1.12 人物カード （25頁）
5分	**まとめ：** データを調べたり、財務計画を立てたり、ニュースを読んだり、インターネット小説を読んだり、歌を聴いたりと、インターネットには様々な使い方があり、伝統的なメディアと比べても、速くて便利である。そして、生徒たちには、インターネットが生活にもたらしたよい影響と悪い影響、そしてインターネットにはできないメディアの役割は何かを考えさせる。		

合計：35 分

人物カード

主婦

・読書が趣味
・時事問題に関心がある
・子供の学業に関心がある
・時々株をやる

記者

・経済面担当
・仕事柄、各地のマーケットに注意しなければならない
・写真と旅行が趣味

若者

・中学三年生
・よく、テーマに基づいた研究をしなければならない
・音楽と映画が趣味

事務員

・しょっちゅう残業している
・勉強や買い物、お金の管理をする長期の休みがとれない

社長

・国際的な企業の総裁
・各地の子会社と緊密に連絡をとる必要がある
・ゴルフが趣味

学者

・気象学者
・グローバルな気候変化を研究している
・さまざまな国の献立を集めるのが趣味

教師

・経済、公民、国語を教えている
・海外に友達が多い
・旅行が趣味

祖父

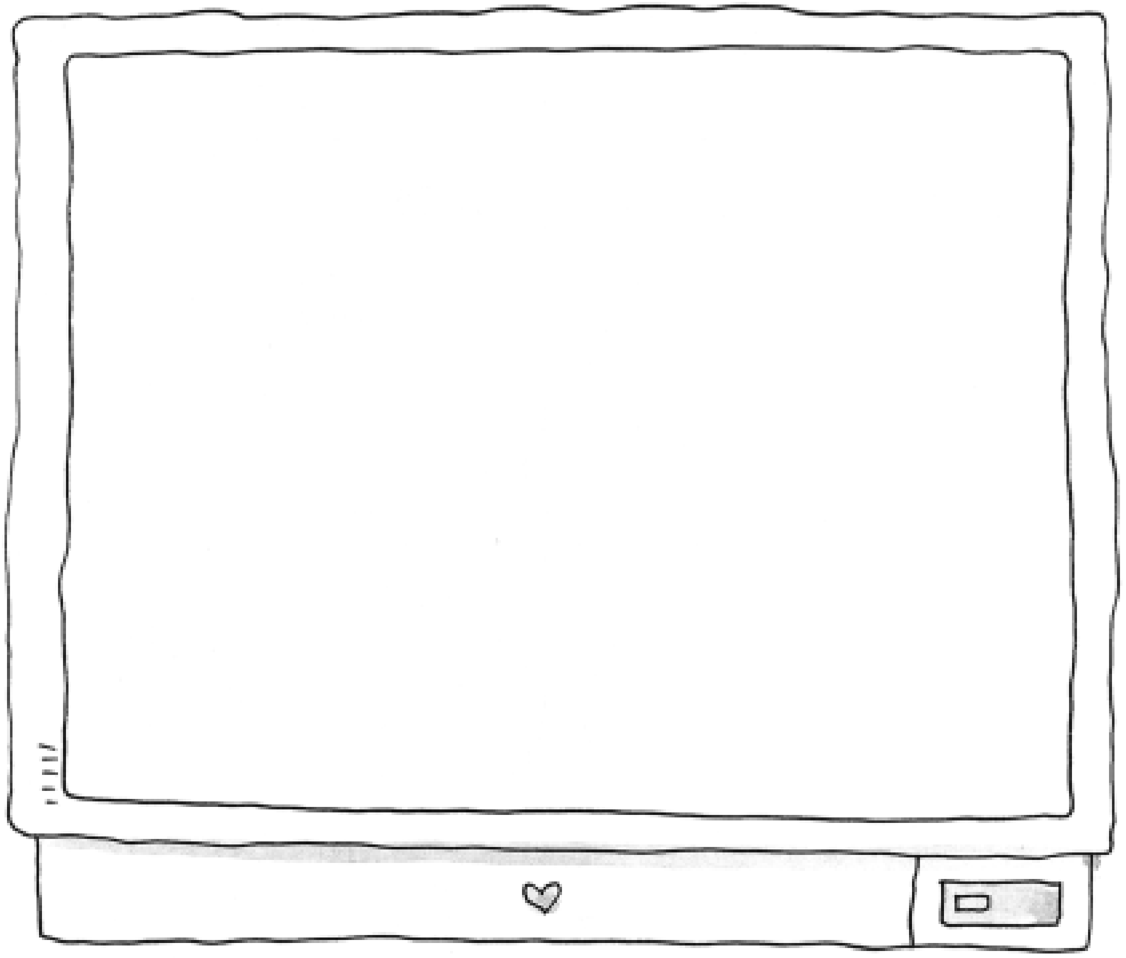
・子供たちの大部分は海外に在住している
・時事問題に関心がある
・サッカーの試合を見るのが趣味

インターネットをする目的

工作用紙 *WJ 1.12*

私たちのグループが選んだ人物：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿

私は、この人物は、以下のような理由でインターネットをしているのだと思う：



真実か見極める

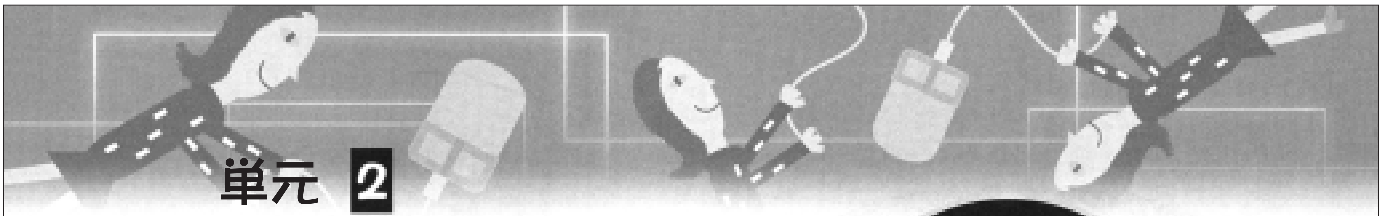
工作用紙 *W J 1.13*

あなたは、あるトレンド雑誌の編集者です。ある日、あなたはインターネットである新鮮な情報を見つけました。そこで、次号の雑誌に、そのことをテーマとした文章を加えたいと思いました。しかし、ある部分には、根拠と補足説明を付け加えなくてはなりません。あなたは、どの部分に、根拠と追加説明を付け加えなければならないと思いますか？また、どのようなホームページで、必要な資料が見つかると思いますか？

「ギリシャ一帯の諸島は、大変人気のある観光スポットである。明るい日差しと海辺、そして迷い人の白い小屋は、毎年夏になると、多くの観光客をひきつけている。しかし最近、ある歴史学者が、この小島に面する海底で、約３世紀も沈んでいた古城を発見した。古城は長年沈んでいたため、発掘することは困難だろう。この古跡を破壊を防ぐため、関係当局はこの古跡を元の状態に保ち、海底に沈めたままにしておき、それと同時に、海底旅行のホットスポットとして、旅行客に潜水見学をさせ、自然海底博物館を作り、よりいっそう観光客をひきつけることを計画している。」

参考答案：

調査が必要な内容	関係するホームページやアドレス
ギリシャ群島の名称	
ギリシャの白い小屋の特色	
ギリシャの古城	
ギリシャの交通	



単元 2

インターネット通信

第1ユニット　新しい通信世界

関連する能力：
コミュニケーション能力
協力する力
創造力

提案授業

授業する場所：教室

時間	目標／主題	活動	準備する材料
	教学目標： 生徒たちに、他のコミュニケーション方法とその意義、また、インターネットによるコミュニケーションの特色について認識させる。		
5分	**導入**	**古今東西情報大全** 生徒たちに、今と昔の通信方法を書き出させる。	工作用紙 WJ1.21
2分	**意識の共有と小まとめ：** 簡単に、かつての通信手段について紹介する。（29頁の古今情報大全を見る）		
10分	生徒たちに、インターネットは従来の様々なメディアを融合したものであることを理解させる。	**インターネットが乗り越えたこと** 生徒たちをグループに分け、伝統的な通信とインターネット通信の違いについて議論させる。	工作用紙 WJ1.22
5分	**意識の共有と報告**		
8分	生徒たちに、電子メールとははがきのようなもので、封筒や小包はなく、送った瞬間に相手に読まれる可能性もあることを理解させる。	**電子メール、お元気ですか！** 縦の列をグループとし、一列おきに封をした手紙を届ける列と、はがきを届ける列に分ける。列の先頭の生徒が、手紙もしくははがきに情報を書き、その手紙やはがきを列の最後まで届ける。その後、グループごとに何人かを選び、手紙もしくははがきには何と書かれていたかを聞く。	手紙と はがき
5分	**まとめ：** 生徒に、電子メールと伝統的な郵便の違いを認識させる。	**Emailとは・・・** グループに分け、電子メールの形式は、手紙とはがきのどちらに似ているか討論させる。	工作用紙 WJ1.23

合計：35 分

古今東西情報大全

工作用紙 WJ 1.21

古今東西、情報伝達手段は異なる発達を遂げてきた。いくつかの古今の伝達方法をリストアップしてみよう

1. 口伝え
2. 硬いもので石や木に記号を彫り付け、情報を受け取る人に手渡しする
3. 手紙を書く
4. 伝書鳩を使う
5. 宿場をつないで手紙を届ける
6. 郵便で手紙を送る
7. ファックスを送る
8. 電報を打つ
9. 電話する
10. インターネットを使い、メールを送る
11. インターネットを使ってテレビ電話で対話する

インターネットの超越

工作用紙 WJ 1.22

21世紀に入り、通信方法には新しいモデルができ、インターネット進んだ。伝統的な通信方法とインターネット通信の違いを列挙してみよう。以下の表の＊は得点を示し、＊五個が最高点で、＊一個が最低点である。

参考答案：

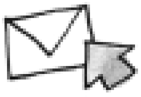
	時間的制限を超える力	地域的制限を超える力	伝達速度	伝達途中での技術的ミスやプライバシーの侵害	コミュニケーション内容／深さ		
					一般生活	知識の交換と討論	インスピレーション
直接話す	遠くの友人：＊ 近くの友人：＊＊＊＊＊	＊	遠くの湯人：＊ 近くの友人：＊＊＊＊＊	＊	＊＊＊	＊＊＊＊＊	＊＊＊＊＊
電　話	＊＊＊＊＊	＊＊＊＊	＊＊＊＊＊	＊	＊＊＊	＊＊＊＊＊	＊＊＊＊＊
電　報	＊＊＊＊	＊＊＊＊	＊	＊＊	＊	＊＊	＊
手　紙	＊＊＊	＊＊＊＊	＊	＊＊＊	＊＊	＊＊＊＊	＊＊＊＊＊
ＦＡＸ	＊＊＊＊	＊＊＊＊	＊	＊＊＊	＊＊	＊＊＊＊	＊
インターネット	＊＊＊＊＊	＊＊＊＊ （全ての地域にメールが送れるわけではない。）	＊＊＊＊＊	＊＊	＊＊＊＊＊	＊＊＊＊＊	＊＊

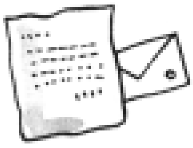
Emailとは・・・

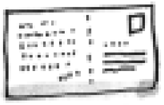
W J 1.13

インターネットの世界の通信スタイルと、現実世界の通信スタイルは似ており、一種の「郵便」スタイルをとっている。イーメールと手紙、そしてはがきの特色を書き出してみよう。

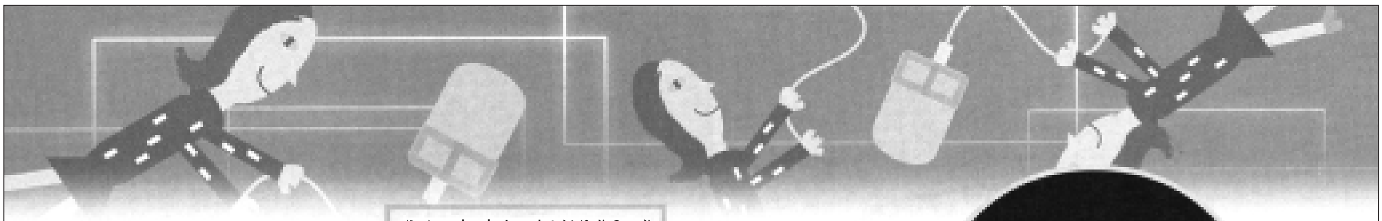
参考答案：







電子メール	手紙	はがき
インターネットを使って送受信する。伝達速度は速い。	空輸や陸輸で送る。伝達速度は比較的ゆっくりで、最低でも１日はかかる。	空輸や陸輸で送る。伝達速度は比較的ゆっくりで、最低でも１日はかかる。
地域的制限はない。(ただし、パソコンでメールを受け取るシステムが整っていない地域は除く。)	地域により、伝達速度が異なる。	地域により、伝達速度が異なる。
「ハッカー」(hacker) に覗き見されやすい。	封をしてあるので、情報は比較的守られる。	封をしていないので、簡単に読まれてしまう。
大容量の情報や画像を送ることができる。料金は安い。	多くの情報や画像を送ると料金が高くなる。	多くの情報や画像を送れない。
送り手の詳しい情報を載せるか載せないか選択できる。	名前や住所など、送り手の詳しい情報を載せるか載せないか選択できる。	名前や住所など、送り手の詳しい情報を載せるか載せないか選択できる。



関連する能力：
批判的思考能力
創造力
学習能力

提案授業

授業を行う場所：教室

時間	目標／主題	活動	準備材料
	教学目標： 生徒たちに、インターネット上の通信道具についての認識を与える：ICQとEmailの真実と虚偽の情報を見分ける。		
15分	生徒たちに、インターネットはコミュニケーションや文化交流を促すだけでなく、対話の内容を考え直すことができるものだということを理解させる。	**模擬チャットルーム** ５人一組となり、擬似「チャットルーム」で対話をする。チャットしているように想像し、筆談する。その後で、自分が現実の生活の中で、「チャットルーム」で文化交流した経験、会話における習慣、と内容の深さについて意見を交換する。	工作用紙 WJ1.24
15分	生徒たちに、ICQとは一種のインターネットコミュニケーションの道具であるが、ICQから発信された情報や資料は必ずしも信じてはいけないということを認識させる。	生徒はまず各自でICQユーザー登録を行い､小さなカードに自己紹介を書く。ただし、ICQコードを使って自分の身分を表すこと。書き終わったら、教師はカードを集めてよく切った後、生徒に配る。何人かの生徒を当てて、持っているカードを読み上げてもらい、誰がそのカードを書いたか当てる。そして、そのカードに書いてあることが正しいかどうか考える。もし正しくないとしたら、どうして隠すことになったのだろうか。また、ICQで遊ぶとき、偽のデータを使ってもいいのだろうか、また、どうしてそう思うのだろうか。	ICQユーザーカード（35頁）
5分	**まとめ：** 生徒たちに、インターネットによる通信手段に載っている情報は正しいかどうかについて考えさせる。		

合計：35 分

模擬チャットルーム

生徒の皆さん、新天地チャットルームへようこそ！ここでは自由に討論してもいいですし、話に耳を傾けたりしてもいいです。以下に、異なる３つのテーマを提示しますので、何人かの違った地域の仲間達と対話してみてください。

オープニング：感じたことを話す

日本のY　：私は、南半球の島国にいます、皆はどこにいるんですか？
イギリスのK：僕は、日の沈まない国にいます。
カナダのL　：Hi!Hi!
香港のZ　：今夜の仕事は疲れたよ！
広州のO　：学校での生活にはうんざりだよ。

日常生活についての情報共有

イギリスのK：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿
香港のZ　：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿
日本のY　：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿
カナダのL　：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿
広州のO　：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿

教養のある議論

香港のZ　：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿
広州のO　：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿
カナダのL　：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿
イギリスのK：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿
日本のY　：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿

心の交流

カナダのL　：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿
イギリスのK：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿
日本のY　：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿
広州のO　：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿
香港のZ　：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿

工作用紙 WJ 1.24

経験の共有

1、インターネット上のチャットルームでチャットしたことがありますか。

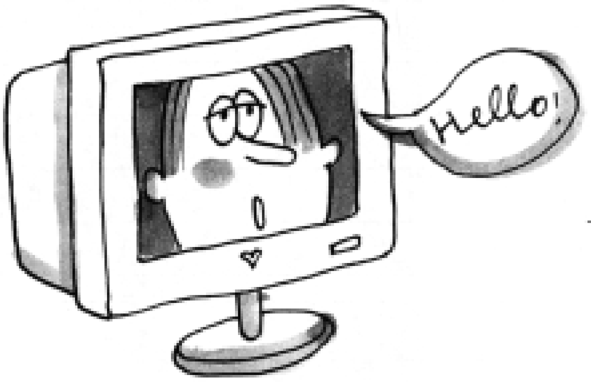
2、チャットをした感覚はどうでしたか。

3、チャットの効果をどのように表現しますか。

4、チャットで香港以外の人と会話したことがありますか。その経験を聞かせてください。

5、チャットルームでの会話のテーマはどのようなものが多かったですか。

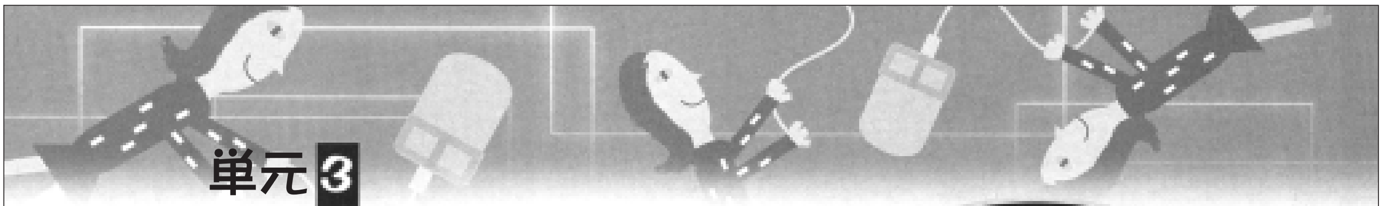
6、あなたの経験からすると、チャットルームでの対話では、どの程度会話が深まるものですか。



ICQユーザーコード

（自由に８個の数字でICQコードを作ってみよう）

ＩＣＱコード	
呼び名	
メールアドレス	
出身国	
現在の居住地	
性別	
職業	
年齢	
生年月日	
使える言語	
趣味	
長所	
短所	



単元3

インターネットショッピング

第1ユニット **イーコマース**

関連する能力：
演算能力
批判的思考力
問題解決能力
科学的データを扱う力

提案授業

授業を行う場所：教室

時間	目標／主題	活動	準備材料
	教学目標： イーコマースの特徴と働きを理解させる。		
5分	**導入**	**イーコマース入門（一）** 生徒たちに、イーコマースに関連した手順を適切に並べ替えさせる。完成させて、イーコマースの流通の過程を理解させる。	工作用紙 WJ1.31
3分	**報告と知識の共有**		
2分	生徒たちに、イーコマースと伝統的商業の区別を認識させる。	**イーコマース入門（二）** 生徒たちに、伝統的商業とイーコマースの流通の流れを絵に描いてもらう。	工作用紙 WJ1.32
20分	生徒たちに、イーコマースの大きな特徴の一つは、顧客は直接商品を見たり触ったりできず、取引の過程で間違いが起こりやすいということを理解させる。	**オークションの醍醐味** 電子取引の一つのスタイルであるネットオークションを疑似体験させる。生徒をグループに分け、各グループ一枚ずつ一つの商品と値段（他のグループに知られないようにする）を書き、商品を紹介する短文を添える(落札最低価格と、オークションでいくらずつ値段を上げてもらうかも書く)。完成後黒板に貼り、各グループは順番に見ていき、オークションでどの商品を買いたいかを決める。オークションを行い、最も本当の値段に近い金額で競り落としたグループの勝ちとする。	工作用紙 WJ1.33 カードを作る紙 絵を描く 筆記用具
5分	**まとめ：** イーコマースの長所は顧客が商品を選ぶ時間を短縮できる点で、短所は、商品が欲しいものと異なっているとか、個人情報が漏れるとか、取引の過程で間違いが発生するという不安な気持ちを与えてしまうことである、ということを生徒が理解できるよう導く。		

合計：35 分

授業後の応用活動

クラスで数点品物を用意し、ネットオークションに出品する。オークションの細則や商品紹介の書き方、競りの状況を観察し、インターネットオークションと、教室でやったオークションを比較してみる。

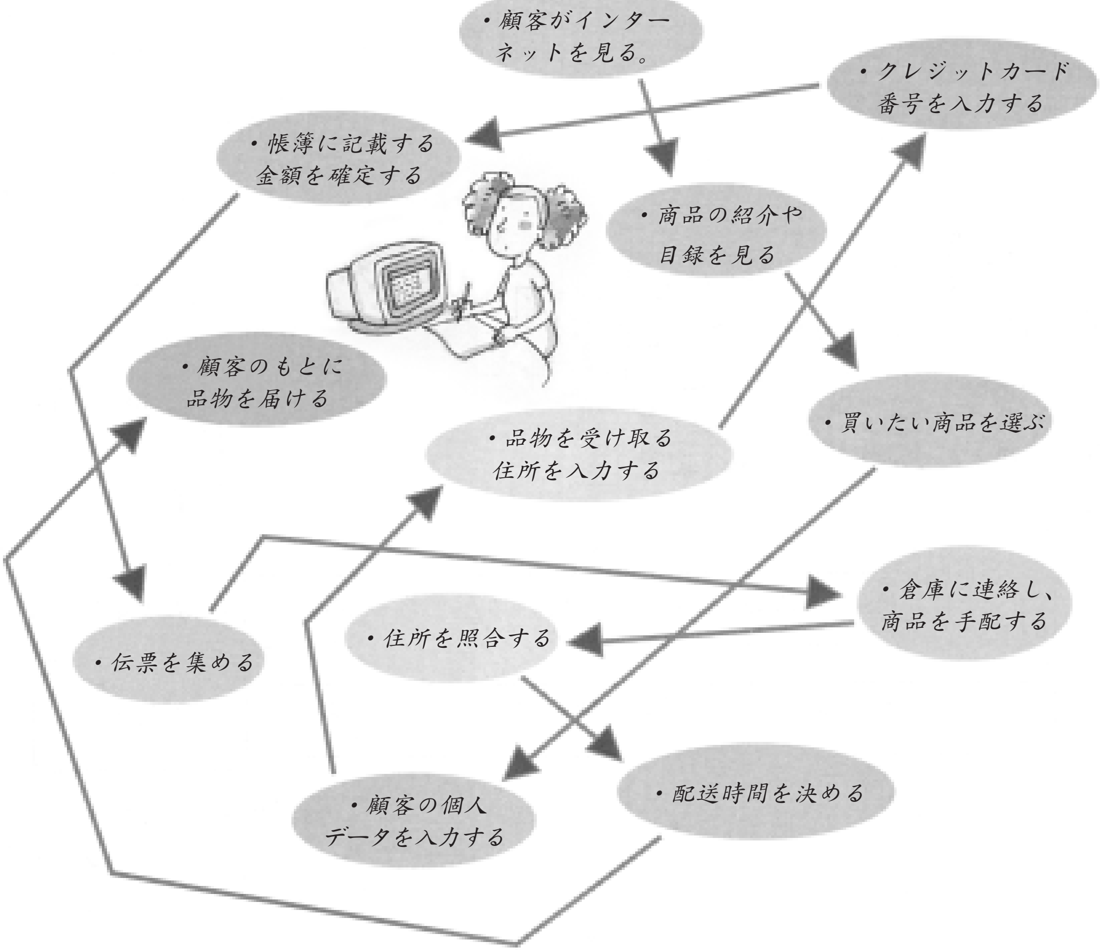
イーコマース入門(一)

工作用紙 *WJ 1.31*

　インターネット電子商取引（E-commerce）は新しい取引、買い物の形態である。もし、あなたがB&Tデパートの社長だとしたら、業務を拡大させるために、インターネット販売をするだろうか。この計画を立てるとき、まず、全ての取引スタイルの手順を明らかにしなくてはならない。下図の各手順を、適当な取引の流通の流れとなるように、並び替えてみよう。鉛筆で、下の項目を線で結んでみよう。

参考答案：

取引の流れ



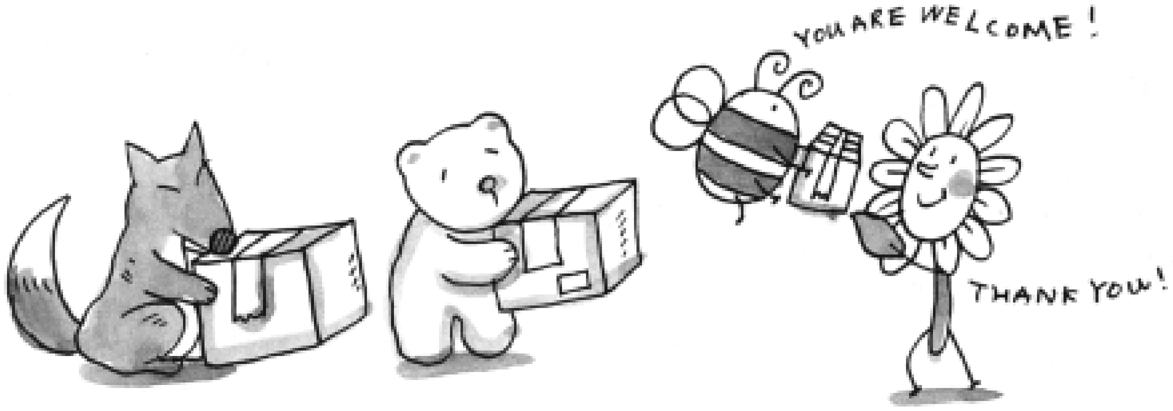
イーコマース入門(二)

工作用紙 *WJ 1.32*

取引は、様々な手順を経て成り立っている。記号を使って、伝統的な取引と電子取引の流通の過程を区別してみよう。

＋　－　×　÷　＝　➔　←

参考答案：



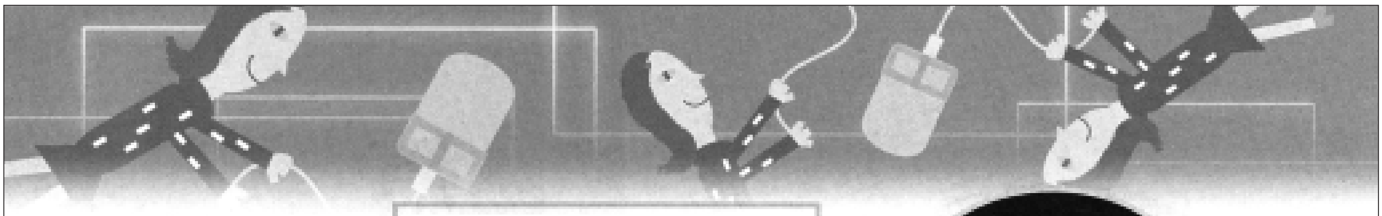
生産者	➔	卸売商	➔	小売店	➔	顧客		**伝統的な商取引**
生産者	＋	卸売商	＋	小売店	➔	顧客		**電子商取引**

オークションの醍醐味

W J 1.33

オークションのホームページは、商品を出品して、値段を競ってもらうところである。家の中で「いらなくなった」ものをネット上に出品してオークションにかけてみてはどうだろうか。通常、商品紹介や写真によって、人々の投機意欲がわいてくるのである。以下に、50文字以内で紹介文を書いてみよう。

もし、あなたが同じ商品を競り落としたいと思っていたら、合理的な金額を投じることができますか。



第2ユニット　イーコマースVS伝統的商業

関連する能力：
コミュニケーション能力
問題解決能力
協力する力

提案授業

授業する場所：教室

時間	目標／主題	活動	準備材料
	教学目標： 伝統的商業とイーコマースの違いを認識させる。		
3分	**導入**	**イーコマースの長所と短所** クラス全員で、イーコマースの良い点と悪い点について話し合う。	工作用紙 WJ1.34
2分	**小まとめ**		
8分	伝統的商業とイーコマースが、各々取って替わることができない点を認識する。	**取って代わることができない点** 生徒を6グループに分け、3グループは電子取引にできるサービスについて列挙し、あとの3グループは、差し当たって電子取引にはできないサービスを列挙する。	工作用紙 WJ1.35
20分	生徒たちに、伝統的な小売業とイーコマースのよさと悪さがそれぞれあることと、イーコマースが伝統的小売業に完全には取って代われない理由を認識させる。	**伝統的小売業とイーコマースをロールプレイングする** 2列をあて、それぞれ伝統的小売業とイーコマースのロールプレイングを制限時間内に行う（活動細則43頁）。その後クラス全体で、それぞれの「購入にかかる時間」、「顧客へのサービス」、「時間」の3つの側面から良い点と悪い点を話し合う。	工作用紙 WJ1.36
2分	**まとめ：** 生徒たちに、イーコマースは機械的で、購入過程では、人と人との直接の交流がないこと、逆に伝統的小売業は人と人とのコミュニケーションや商談で成り立っていることを理解させる。		

合計：35 分

イーコマースの長所と短所

工作用紙 *W J 1.34*

イーコマースの出現は、伝統的な商業スタイルに大きな影響を与えた。イーコマースは発展しつづけ、伝統的な商業スタイルに、完全に取って代わるのだろうか。イーコマースの長所と短所について見てみよう。

参考答案：

	イーコマース	伝統的商業
長所：	・商品を選ぶ時間が節約できる（インターネットショッピングでは、細かい商品についての資料が目録になって載っており、関連するページを見ながら選んでいける。このように、商品について人目でよく分かり、時間が節約でき、便利である。） ・地域的な制限がない（インターネット上では、ほかの土地の商品も買うことができる） ・専門的な消費モデル（インターネットショッピングでは、専門店で買うことができる。異なる種類の商品は、その専門店で買うことができる。たとえば、ピザや本、銀行、不動産サービスなど、顧客はそのときの必要に応じてホームページを探し、買い物ができる。）	・顧客と店側が直接接触し、コミュニケーションをとるので、顧客はより値段交渉をしやすい。 ・顧客は店側から直接商品の説明を受けられ、商品を試してみることもできる。 ・すぐに取引をし、お金を商品に変えるので、取引の過程での間違いが少ない。
短所：	・イーコマースは通常クレジットカードで支払いを行うので、顧客のデータが取引の過程で漏洩する可能性がある。かつてアメリカのホームページが「ハッカー」に進入され、顧客のクレジットカードのデータが盗まれたことがある。 ・インターネットでは、商品の資料と写真の情報しか提供することができず、現物を実際に見て触ることはできない。ゆえに、「品物が合わない」ということもありうる。	・顧客が直接店に出向くので、時間を使う。 ・商品を探すのに時間がかかる。雑誌や新聞、テレビ広告など、色々なメディアから得た、商品の値段のデータが必要である。 ・遠くの地域や外国での買い物にかかる運賃や送料が高い。

替えられないもの

工作用紙 W J 1.35

電子商業VS伝統的商業

イーコマースはどんな伝統的商業に取って替われるか（５種類あげる）	原因
１、銀行	・電子銀行業務では、ユーザーはインターネット上で、振替や入金などの銀行サービスが受けられる。
２、デパート	・インターネットで、スーパーマーケットのような買い物ができる。
３、不動産	・インターネットで物件の情報を探したり、購入したりできる。
４、中古の売り出し	・顧客は、転売したい商品のデータをインターネット上に載せておけば、興味をもった他の顧客が購入してくれる。
５、時代の先端をいくブティック	・インターネットショップでは、流行のスタイルやデータを列挙することができる。

イーコマースが取って替われない商業は何か（３種類あげる）	原因
１、理髪店	・理髪師は直接理髪せねばならず、インターネット上でバーチャルのサービスを提供するわけにはいかない。
２、 美容院	・美容師は直接手を下さねばならず、インターネット上でバーチャルのサービスを提供するわけにはいかない。
３、医者	・医者は必ず直接患者の体に触れて診察しなければならず、インターネット上で診察するわけにはいかない。 （註：現在、インターネット上の診察サービスも始まってはいるが、医者は必ず直接診察しなけらばならないという議論が巻き起こっている。）

伝統的小売業とイーコマースのロールプレイング――活動細則

1、まず、クラスから2列選び（1列7人ずつ)、列の各々が、伝統的商業とイーコマースにおける異なる役割を演じ、取引の手順を演じる。
2、クラス全員で2種類の商業スタイルの手順を2分以内で確認する。
3、2つの列はそれぞれ活動をスタートし、2分以内に終わらせる。

役割分担

	伝統的小売業	イーコマース
1人目から3人目	商店係	ホームページ係
4人目	販売員	――――
5人目	レジ係り	発送する人
6人目	包装する人	配達する人
最後の生徒	顧客	顧客

ステップ

	伝統的小売業	イーコマース
事前に準備しておく物 (活動を開始する前に、これを使う生徒に配っておく)	1．3枚の、サイズ、デザイン、色が異なる服（値札をつけておく） 2．ビニール袋か紙袋 3．伝票 4．20元	1．3枚の、サイズ、デザイン、色が異なる服（6つの数字からなるコード番号をつけておく） 2．発注書とシール 3．ビニール袋か紙袋 4．クレジットカード
制限時間	2分	2分
商品を選ぶ過程	1．商品を店頭におく（商店係の人が持つ） 2．顧客は店（教室の前）に行って選ぶ	1．商品をホームページ上に掲載しておく（ホームページ係が持つ） 2．顧客が商品を見る（教室の前に行って選ぶ） 3．選んだ後席に戻る 4．発注書を記入する（商品コードと購入者のデータを記入する、44頁を参照）
顧客サービス	1．販売員は前に出てきて接客し、試着させる 2．顧客は3枚とも試着しから決める 3．顧客はレジに行って支払いを済ませる 4．レジ係は伝票に書き込む	1．伝票をホームページ係に渡し、内容を確認してから発送係に渡す 2．発送係は伝票を書き写し、照合する 3．伝票を配達係に渡す
時間	1．顧客はお金を払う 2．包装係は包装し、「またお越しくださいませ」といって顧客に感謝する	1．配達係は伝票の乙を引き剥がす 2．配達係は商品を袋に入れ、伝票の乙を袋に貼り、顧客に届ける

伝票（イーコマース用）

商品コード	甲部：お客様が書く	乙部：発送係が書く
サイズ		
数量		
名前		
身分証番号		
クレジットカード番号		
日付		
住所		

買い物伝票（伝統的な小売業用）

日付：: ____________

商品	価格	数量	金額
		総量：	

伝統的商業とイーコマースのロールプレイング

WJ 1.36

この活動を観察して（もしくは参加して）、伝統的小売業とイーコマースに対して、どのように感じただろうか。自分の経験や想像も交えて、伝統的小売業はどのような点が優れていると思うだろうか。また、イーコマースの良い部分とはどこだろうか。以下の購入方法のほかに、どのような購入方法が思いつくだろうか？

参考答案：

	伝統的小売業		イーコマース	
	優	劣	優	劣
購買過程	・実際に商品を触れる ・試食や試着ができる	・商品を買うために時間がかかる	・早くて手軽である ・掛け値なし	・実際に商品に触れない ・試食や試着ができない
顧客サービス	・直接接客できるため、顧客のニーズを把握しやすい ・すぐに、修理や返品などのサービスができる ・支払いと商品の受け渡しを同時に完了できる。	・限られた時にしか買い物できない。店が閉まると買い物ができない ・販売員によってサービスに差がある ・販売過程で人手が多いと人件費の分、価格が高くなる	・店舗や包装費がかからないため、商品の価格が安い ・自力で海外販売ができる ・まだその土地で販売されていない物を販売できるため、消費者の選択肢が広がる	・直接顧客のニーズを把握することができない ・すぐに修理や返品などのサービスが提供できない ・配達ミスの可能性がある ・商品の取引が完了したが確認しにくく、クレジットカード情報が漏洩する可能性がある ・実際の商品が欲しいものと異なっている場合がある ・すぐに欲しいものが手に入らない
時間		・営業時間に制限がある	・出かける必要がないので、時間が節約できる ・営業時間がないので、いつでも買い物できる	