

## 「21 世紀の妖怪を作ろう！」ワークショップの実践と評価

### —小学生親子を対象とした文化教育・メディアリテラシー教育の方法・技術—

同志社女子大学現代社会学部

山田 寛邦

横浜国立大学教職大学院

脇本 健弘

#### 1. はじめに

2020 年に新型コロナウイルス感染症が蔓延した際に、早い時期から「アマビエ」という妖怪（資料 1）に注目が集まった。この妖怪は「今後疫病が流行するから、私の姿を描き写した絵を人々に見せよ」と言ったとされ、新型コロナウイルス（疫病）収束のご利益を期待され、アマビエのイラストを描いてネットでシェアする活動が、国内だけでなく海外でも、大きな流行となった。



資料 1 『肥後国海中の怪(アマビエの図)』（京都大学附属図書館所蔵）

また最近では下火になりつつあるが、2010 年代は妖怪ブームの時代であったといえる。このブームは『妖怪ウォッチ』のゲームやアニメの影響であったが、それ以前からも、『ゲゲゲの鬼太郎』の漫画やアニメは、長きに渡り人気のある妖怪を題材とした作品であった。アマビエは古典的な伝承や文献の中の妖怪であり、一方『妖怪ウォッチ』は現代のメディアの中のキャラクターであるが、妖怪というタームは現代であってもしばしば大きなムーブメントとなり、人々の行動や思考に影響を与える存在となるようである。

本研究は、今日ではアニメなどのキャラクターとして扱

われることの多い妖怪を、人が説明不能で恐ろしいことの説明原理、という本来のわが国の文化に根差して捉える。そのうえで、小学生親子（112 名）にワークショップの形式で、妖怪を用いた文化的活動の機会を提供することで、中央教育審議会答申（2016, 2018）でも、生きる力や教育内容の改善点として挙げられる、伝統や文化に関する教育の方法・技術を探究していく。また本研究では、元来妖怪は人々のコミュニケーションを媒介する、メディアとして存在するという認識に立つ。こうした“メディアとしての妖怪”という枠組みのワークショップに参加することで、他者のメッセージや意図を読み取ったり、自分からも伝えるスキルが育てられることが期待できる。加えてアニメなどフィクションの中の妖怪や、都市伝説的な流言や心霊商法などに関しても、リテラシーをもって、そのメッセージや発信者の意図を読み解く力をつけることが期待できる。したがって本研究は、文化教育とメディアリテラシー教育のための方法と技術を、総合的に探究するものである。

わが国の文化の中での妖怪の役割とは、人が説明不能であったり、恐怖を感じるもの・ことの、説明原理である。こうした説明原理としての妖怪は、その役割を拡張させ、出版物の中で、キャラクターのように扱われてきた歴史もある (e.g.江戸時代の草双紙)。現代の『妖怪ウォッチ』や『ゲゲゲの鬼太郎』のような、メディアの中のキャラクターも、妖怪の在り方のひとつには違いない。しかしながら本来妖怪とは、日本に古くからある、万物に神が宿るという思想 (i.e.八百万の神, アニミズム) を基に、超自然的な存在を用いた、人が説明不能な出来事や、災いなどの説明原理として生み出されてきたものである。

現代のメディアの中でキャラクター化された妖怪に触れ続けている子供や大人たちにとって、本来的な、説明

原理として妖怪を扱う機会は、日常的には少ないといえよう。そこで本研究では、子供や大人を対象に、自分が説明できないことや怖いと感じることの原因を、妖怪として作成し、発表するワークショップ（以降：妖怪ワークショップ）を開発し実践する。こうした妖怪ワークショップは、日本の文化を学ぶ機会となり、同時にテレビなどメディアの中の妖怪の在り方を、リテラシーをもって読み解く力をつける機会になることが期待できる。また妖怪ワークショップは、言葉や文字で伝えにくい感情や心情を、妖怪というメディアを用いて表し、伝え合う機会である。そして妖怪という、ある種超常的に捉えられる存在も、人が作り出したという認識を持つことができれば、世間一般に流布している、心霊商法などに騙されないような、リテラシーの基礎を獲得することが期待できる。したがって妖怪ワークショップは、メディアリテラシーの育成に寄与することが期待できる。また妖怪だからこそ伝えられる感情や心情を表し、伝え合うことができたならば、それは妖怪の本来的な役割であり、妖怪ワークショップは、わが国の文化である妖怪の復権に寄与する取り組みといえよう。

## 2. 先行研究と研究方法

### 2.1. 先行研究

妖怪に関して研究する学問を妖怪学と呼び、主に民俗学や文化人類学に位置づけられる。妖怪学の方法として、妖怪の伝承を集め、妖怪を分類したり、地域的な差異を見つけたり、歴史的な変遷を記述するような、博物学的な方法がある。江馬務（1976）による妖怪の種類の分類や、柳田國男（1977）の妖怪名彙の作成などがこれにあたる。その一方で、人の営みや心理から、妖怪の在り方を研究する方法や、出版物やメディアやフィクションの中で描かれている妖怪を研究する方法もある。本研究は超自然的な存在としての妖怪そのもの（e.g.河童や観越入道など）を研究対象とするのではなく、妖怪を作り出し、これに関わる人の営みについて議論していく。

妖怪学では、説明できないことや、恐ろしいことの説明原理として、妖怪を捉えるのが、最も一般的な定義である。井上円了（2001）は『妖怪学』において、科学的、心理学的な視点から、人が妖怪を作り出す仕組みを迷信として説明した。柳田（1977）は井上の、妖怪を迷信として科学的に説明する立場には否定的で、『妖怪談義』の中で、妖怪を神の零落した姿と定義したうえで、人が

妖怪を生み出す営みを相互的に捉えた。宮田登（1985）は、妖怪を科学的、特に心理学的に説明する井上の立場と、人と妖怪の相互的な営みを捉える、柳田の立場の双方の必要性を認めている。また小松和彦（1994）は、自身の妖怪学を柳田の延長上に捉えたうえで、神と妖怪は双方向的に存在し、妖怪は祀り捨てられた神であり、人間に否定的に捉えられた不思議な現象や災厄が、妖怪によって説明されるとした。

わが国の様なモンスーン型の風土では、人間は自然に対して受容的・忍従的な性格になるとされる（和辻 1979）。またわが国には古くから、物や無生物や動植物にも魂があると考える、アニミズム（タイラー 2019）的な信仰（e.g.八百万の神、付喪神）がある。このことから、自然現象や動物、人間が作った道具や建造物、そして人間そのものが、恐怖（警戒心と不安）の対象となり、妖怪を生じさせる環境となる（小松 1994）。江馬務（1976）は、神羅万象は相互に関係を有しており、執念によってひとつの物象として結びつくことができるのが妖怪であり、妖怪という存在により、様々な徳育がなされ、教訓を与えられたことを指摘している。

妖怪が生み出される条件について柳田は、時間帯や場所や対象を要因として挙げながら、その根源にあるのは、畏怖心や不安感や恐怖心としている。例えば黄昏時という言葉は「誰ぞ彼」の変化したものであり、夕闇における化け物に対する警戒の意があったとしている。小松は物理的、社会的、心理的、認識的に遠方にある空間は、暗く曖昧で空虚であり、妖怪が想像されやすい空間であるとしている。宮田は辻や橋といった、地理的な境界となる場所に、怪異の伝承があるとしている。また土地開発などに基づく原罪意識が、妖怪を生じさせるひとつの契機であるとした。このように、境界が不明瞭で総体が計り知れないものが、妖怪と結びつきやすいようである。

また妖怪化するものは時代によって移り変わるとされている。アダム・カバット（2003）や香川雅信（2005）は、江戸時代の草双紙や妖怪画の中で、妖怪化するものや妖怪の特徴の変遷から、江戸時代の流行やパロディの文化、文明開化といった時代背景からの影響があることを示した。また現代においては、都市型の生活や犯罪、土地開発、過疎化などが、新たな境界や闇のイメージや不安を人々にもたらし、妖怪は姿を変えて現れるとされる（宮田 2002）。つまり都市は妖怪の発生の条件を備えており、妖怪を想像し、それを現実世界に出没させる人、

換言すると都市に闇を見出し、妖怪を通じて何かを表現しようとする人がいれば、都市空間の中に新たな妖怪が現れるということである（小松 1994）。

このように妖怪とは、それぞれの時代の中で、人が説明不能で恐怖心や畏敬の念を感じるものやことの説明原理として生み出されるものであり、特に環境的・認識的に不明瞭な状況に関連づけられやすいものといえる。また完全に弁別できるわけではないが、妖怪による説明原理とは、望ましくない出来事の原因帰属や理解のための機能と、教訓の伝達や規範の正当化のための機能があるといえる。

メディアやフィクションの中の妖怪も研究されており、絵巻や絵画の中の妖怪、江戸時代の草双紙や妖怪画の中の妖怪、そして現代の漫画・アニメ・映画などフィクションの妖怪の描かれ方や、人々の妖怪観の変遷が研究されている。例えば江戸時代にも、妖怪ブームといえる妖怪の流行期があり、草双紙や玩具の中に登場する妖怪は、滑稽なキャラクターとして扱われるようになり、江戸時代の人々の妖怪観を投影しているとされる（香川 2005）。こうしたキャラクターとしての妖怪という在り方は、現代の『妖怪ウォッチ』や『ゲゲゲの鬼太郎』に代表される、メディアの中の妖怪と近いものだといえる。しかしながらキャラクターとしての妖怪であっても、教訓や規範を伝えたり正当化するための、説明原理としての妖怪となりうるし、こうした教訓や規範は大抵、災害や事故などの災いや、不安や闇のイメージと関係したものが多し。

こうした妖怪の機能を、ものやことから人が読み取る記号、または人のメッセージを伝達するものとして、理解することができる。元来妖怪の出現は不吉なことの前兆（妖精や精霊に近いものはその限りではない）、あるいは神仏や神霊からのメッセージとして、人々にとって読み解く対象であった（小松 1994, 宮田 2001）。わが国にも古来から存在したシャーマニズムでは、超自然的・心霊的な存在を自分に憑依させ、これらのメッセージを人々に伝える役割は、シャーマンや巫女として、社会において重要な役割を担っていた。また災いの連続など、不幸なできごとの原因を（本来なら科学や統計学によって理解されるべきだが）、妖怪や超自然的な存在によって説明し、他人に教訓や規範として伝えた場合、その人が妖怪によってメッセージを伝えたということになる。こうした営みは、妖怪を用いたコミュニケーションであ

り、この場合、妖怪はメッセージを伝えるためにエンコーディングされたメディアと捉えることができる。メディアの中の妖怪ではなく、妖怪そのものをメディアとして捉える視点である。

メディア論では、コミュニケーションを媒介する事物がメディアであり、マスメディアだけでなく、言語、身振り、表情、あるいは服装や空間も、非言語的なコミュニケーションを媒介するメディアである（水越 2014）。カルチュラル・スタディーズでは、スチュアート・ホール（1973）が、マスメディアのコミュニケーションのプロセスを、メディアの作り手の複合的な過程としてのエンコーディングと、メディアの受け手による自律的な消費・解釈としてのデコーディングとして説明した。

このメディア論の考え方を援用すると、妖怪そのものを、コミュニケーションを媒介する、メディアとして理解することができる。つまりメッセージの発信者は複合的な過程を経て、メッセージを妖怪というメディアとしてエンコーディングし、一方の受け手はその妖怪やそれにまつわる物語を自律的に解釈するという営みが、妖怪というメディアに媒介されたコミュニケーションといえる。このように妖怪そのものをメディアと捉えれば、伝説や伝承の中の妖怪であれ、フィクションなどメディアの中の妖怪であれ、その機能・役割を広く解釈することができる。したがって本研究では妖怪を、説明不能で恐ろしいものやことの説明原理であり、その内容・メッセージを伝え合うためのメディア、と定義する（図1）。

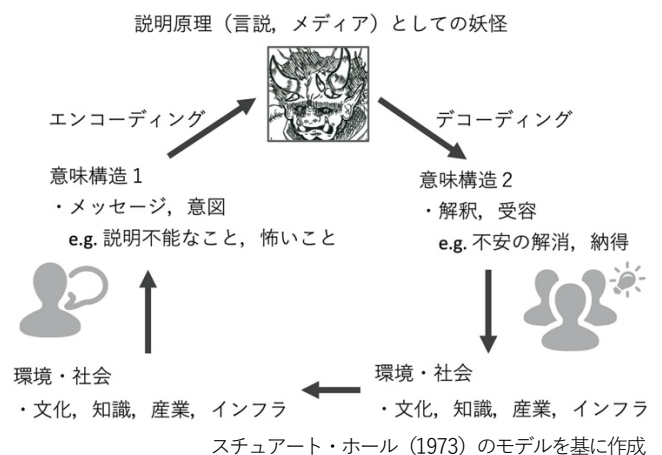


図1 妖怪メディアモデル

妖怪をメディアとして捉えた場合、メディアリテラシーに着目することができる。リテラシーとは読み書き能力の意味であるが、水越（2014）はメディアリテラシーを、

メディアを介したコミュニケーションを意識的に捉え、批判的に吟味し、自律的に展開する営み、およびそれを支える術や素養のこと、と定義している。またメディアリテラシーの構造を、水越(2002)はメディア使用活動、メディア受容活動、メディア表現活動という3層で描出し、山内(2003)は操作、形式、表現という3層で説明した。妖怪というメディアに当てはめるなら、妖怪に関する言語的な説明能力や物語りを活用・理解する能力が最も基本的な能力であり、次いで妖怪を文脈の中で批判的に吟味・解釈したり、他者に理解されやすいように紡ぎだす能力があり、最もメタな能力として、意図やメッセージを妖怪として表現したり、妖怪にまつわる噂や伝承の背後にある、発信者の意図を読み取る能力ということになる。したがって古来より人々は、こうした妖怪のメディアリテラシーを活用しながら、妖怪というメディアを用いたコミュニケーションを行ってきたといえる。

こうしたメディアとしての妖怪について学ぶことは、2つの意義がある。ひとつはわが国古来の伝統・文化としての妖怪の機能・役割に触れることができるという、文化教育的な意義である。教育の機能として、人の中に、信仰や信念や伝統といった、社会的存在を構成することが挙げられており(デュルケム 1976)、特に学校では、文化(教育的知識)を伝達し、社会の成員としての能力の育成がなされている(藤田 1997)。また中央教育審議会答申(2016, 2018)では、伝統や文化に関する教育の充実が必要であるとされている。したがってわが国の文化のひとつである妖怪について学ぶことは、文化教育としての価値があるといえる。もっとも学校で妖怪について学ぶ機会は多くは期待できないため、ワークショップなどインフォーマルラーニング、特に信念や価値観などに関する学習である、LIFE-DEEP LEARNING (Life Center 2007)の機会として提供され、参加することが可能だといえる。メディアとしての妖怪について学ぶもうひとつの意義は、自分の意図やメッセージを表現できる新たなメディアを獲得し、世間に流布している妖怪的な噂・言説や心霊商法に対する批判的視点を獲得し、またフィクションや出版物といったメディアの中の妖怪について、その意図やメッセージを読み解く力がつくといった、メディアリテラシー的な意義であり、コミュニケーションのトレーニングと言い換えることもできる。

したがって本研究の目的は、説明不能なことや恐ろしいことの説明原理、そしてメディアとして妖怪を捉え、妖

怪に関する文化教育とメディアリテラシー教育を意図した、妖怪を作成してコミュニケーションをするワークショップを開発し実践することである。

## 2.2. 研究方法

本研究では、妖怪をメディアとして捉えたいうえで、自分が怖いものや説明できないことを、妖怪として作成し、伝え合うワークショップ(以降:妖怪ワークショップ)の開発と実践を行った。ワークショップという用語は様々な捉えられるが、創ることで学ぶ活動(山内 2013)や、コミュニケーションを軸にした創造的で協同的な学びの活動や場(茂木 2010)と定義される。本研究でも、妖怪を作成することで、自分が何を怖いと思っているのか、それをどのように理解・納得したいのかに気づき、作成した妖怪を用いて他者と伝え合うことで、妖怪というメディアに関わるリテラシーを身につけ、わが国の文化としての妖怪の在り方を学ぶことが目指された。つまり本研究の妖怪ワークショップは、創る、学ぶ、コミュニケーションといった、ワークショップの基本的な定義に根差した内容・活動であった。妖怪ワークショップの評価は、ワークショップの活動編成内容、ワークショップパーや参加者の行動を観察・反省し、学びの質を改善していくための形成的評価(茂木 2010, 上田 2018)を行い、ワークショップの改善に活かしていくことにする。

## 3. 妖怪ワークショップの実施

### 3.1. 妖怪ワークショップの概要

本研究の妖怪ワークショップは、2008年8月に福岡アジア美術館において開催された「おいでよ!不思議の森のミュージアム」という企画の中で、「21世紀の妖怪をつくろう」というタイトルで実施された(表1)。今日の美術館や博物館は、展示を見るだけでなく、そこで開かれるプログラムに参加することで、多様な学びの機会を得ることができる場である(寺島・端山 2012)。妖怪ワークショップは親子を対象に実施され、4日間で合計112名が参加した。またこの時点(2008年)では、まだ『妖怪ウォッチ』が発売・放送される前であったが、『ゲゲゲの鬼太郎』の人气があり、依然として妖怪ブームの時代であったといえる。

表1 妖怪ワークショップの概要

|                                             |
|---------------------------------------------|
| タイトル：21 世紀の妖怪を作ろう                           |
| 日時：2008 年 8 月 11 日・12 日・14 日・15 日           |
| 場所：福岡アジア美術館                                 |
| 参加者：親子（子供：未就学児童～小学校高学年，大人：子供の親），合計 112 名    |
| 内容：様々な素材から妖怪を作る，発表・閲覧，一日の活動を動画でふり返る。        |
| 実践者：3 名（ワークショップパー×1（筆者），アシスタント×1，映像等スタッフ×1） |
| サポートメンバー：数名（妖怪作成の手伝い）                       |

表2 妖怪ワークショップのタイムテーブル

| 活動                   | 時間経過<br>(所要時間)          |
|----------------------|-------------------------|
| イントロ&自己紹介            | 13:00~13:10<br>(10分)    |
| ウォームアップ<br>(妖怪当てゲーム) | 13:10~13:25<br>(15分)    |
| 妖怪作成準備<br>(コア・パーツ作成) | 13:25~13:35<br>(10分)    |
| トイレ休憩                | 13:35~13:40<br>(5分)     |
| 妖怪作成<br>(設計図→作成)     | 13:40~15:10<br>(90分)    |
| 休憩<br>(予備時間)         | 15:10~15:30<br>(20分)    |
| 発表<br>(閲覧→シール張り) × 2 | 15:30~16:00<br>(30分)    |
| ふり返り動画準備<br>(トイレ休憩)  | 16:00~16:10<br>(10分)    |
| ふり返り動画視聴             | 16:10~16:25<br>(15分)    |
| まとめ                  | 16:25~16:30<br>(5分)     |
| 合計                   | 13:00~16:30<br>(3時間30分) |

### 3.2. 妖怪ワークショップの過程と内容

妖怪ワークショップのタイムテーブルは表2の通りであり、妖怪作成の基本的な手続きは、妖怪作成の活動、発表・閲覧、振り返り動画の視聴、であった。ワークショップの学習活動の基本的なプロセスは、つくって(T)、かたって(K)、ふりかえる(F)、というTKFモデルである(上田 2018)。作ることで意味や構造を理解したり、知識を構成するという構築主義的な学習、対話や社会的な相互作用によって意味が生成されたり、知識が構成されるという社会構成主義的な学習、また内省・省察(リフレクション)ということが、このTKFモデルの理論的なバックボーンである。本研究の妖怪ワークショップも、基本的にはこうしたTKFモデルに準じた、活動のプロセスであり、妖怪の作成(T)、発表(K)、動画でふり返る(F)という流れである(図2)。



上田 (2018) のモデルを基に作成

図2 妖怪ワークショップのTKFモデル

学習環境の構成要素は、空間(K)、道具(D)、活動(K)、人(H)、というKDKHとされる(上田 2018)。妖怪ワークショップの空間(K)は、特に子供が妖怪作成をしやすいように、床に座る形式とし(写真1)、妖怪を作る雰囲気を出すために、ワークショップパーの衣装は和服(浴衣, 甚平)とし、妖怪に関する本を陳列し、空間の一要因とした(写真2)。道具(D)は、社会的なコンテキストを反映・投影させやすい素材を出来るだけ集めた(写真3)。妖怪を作る素材として、ブロックやプレーンな素材よりも、道具や部品など用途のあるものや元々製品だったものなど、社会的なコンテキストのある素材の方が、参加者が説明不能なことや怖いことを妖怪化しやすい。妖怪ワークショップの活動(K)は、ウォームアップとして妖怪の名前を当てるゲームを行い、その後自分が怖い、説明できないと思うことと関係して

いそうな素材を見つけ、妖怪を作成した。その後発表会として、他の参加者の妖怪の閲覧と、自分の妖怪の発表し、最後に活動の様子動画を視聴して、ふり返りをを行った。妖怪作成では、簡単な設計図（ワークシート）に妖怪の特徴などを記入してから作成してもよいし、妖怪を作ってから発表のためにワークシートにまとめてもよいとした。妖怪ワークショップの参加者である人（H）同士がいることで、妖怪を用いたコミュニケーションができ、また自分の子供や親が、あるいは同年代の子供同士や親同士が、どのような気持ちや事柄を、妖怪として表現するか知ることができる。



写真1 妖怪ワークショップの空間



写真2 空間、衣装、情報機器など



写真3 妖怪作成の素材の一部

またワークショップ全体の環境や活動に関連して、PC、モニター、マイク、スピーカー、ビデオ、デジカメなど電子機器を活用した（写真2）。雰囲気のある音楽は空間（K）の重要な構成要素であり、PCを使って常にBGMを管理した。リフレクション動画用のビデオや写真はその場で撮影し、参加者が妖怪を作成している間に動画を作る、RTV（Real Time Video）という Real Time Documentation（上田 2018）の手法を用いた。動画の視聴やワークショップの進行に関わるスライドも、全てPCで管理し、モニターで上映した。

#### 4. 評価

##### 4.1. 妖怪の作成に関する評価

4日間全体の参加者の構成を表3にまとめた。子供が66名、大人が46名と、子供の方が人数が多く、子供の男女比は妖怪というテーマを反映してか、40:24であった。学年は2年生をピークとして、1年生と3・4年生の参加者も、高学年と比較すると多かった。本研究の妖怪ワークショップでは、自分が怖いものや説明できないことを、妖怪として表現・説明し、参加者同士でコミュニケーションをすることを目指した。112名の参加者のうち、自分の妖怪を作成し、発表することができなかった参加者、『ゲゲゲの鬼太郎』などのキャラクターをそのまま作った参加者は、ひとりもいなかった。もっともゲームなどメディアの中の妖怪の影響が、説明の中に見られたものもあった（e.g.「〇〇属の妖怪」）。これらのことから、本研究の目的である、説明不能なことや恐ろしいことの説明原理、そしてメディアとして妖怪を作成し、妖怪を用いたコミュニケーションをする、ということは、本妖怪ワークショップの実践において達成されたと評価できる。

表3 参加者の構成

|        |     |     |    |
|--------|-----|-----|----|
| 全体（親子） | 112 |     |    |
| 子供     | 66  | 親   | 46 |
| 男子     | 40  | 父親  | 3  |
| 女子     | 24  | 母親  | 43 |
| 性別不明   | 2   | 未就学 | 7  |
| 1年生    | 12  | 4年生 | 10 |
| 2年生    | 19  | 5年生 | 3  |
| 3年生    | 11  | 6年生 | 4  |

ワークショップの評価では、活動の内容やワークショップパーや参加者の行動を反省し、学びの質を改善するための形成的評価を行う。本実践では合計4日間、4度の実践を行い、各実践終了後に、ワークショップパー、アシスタント、サポートメンバーが集まり、その日のワークショップで気づいたことや、次の実践で修正すべきことを短時間で振り返り、共有する時間を設け、その都度、次の回の実践において、修正点を反映させるようにした。

参加者が作成した妖怪を例示しながら、どのようなメッセージがエンコーディングされたメディアとしての妖怪であるか解釈してみたい。例えば写真4の妖怪は、2年生の男子が作成した妖怪で、「けんかをしていると出てきて止めてくれる妖怪」と説明されていた。けんかをしたくない、なんとかしたい、という気持ちが伝えられていると解釈できる。写真5は5年生の女子が作成した妖怪で、「ほしい物を出してくれる妖怪、わるい子をいい子に変える妖怪」と説明されていた。本当は自分はいい子になりたい、というメッセージが込められているように解釈できる。こういったことは大抵、子供からは言葉では伝えにくい内容である。写真6は父親が作成した妖怪で、「朝から晩までゲームばかりやっていると、ゲーム自体に変えて連れていく妖怪」と説明されていた。子供にゲームばかりやってほしくない、というメッセージが、妖怪としてエンコーディングされているのがわかる。写真7は母親が作成した妖怪で、「妖怪ママゴンの進化系（理想形）、ロウるさいガミガミを暖かい気持ちで包んだ優しい妖怪」と説明されていた。本当は口やかましくしたくない、本当は優しいのだとわかってもらいたい、という気持ちが妖怪に込められているように、読み取ることができる。写真8と写真9は母親が作成した妖怪で、「時間を大事にしないと怒る」や「ストレスを吸い取る」という説明があり、“時間”や“ストレス”という現代的なテーマを読み取ることができる。

これらの例にわかるように参加者は、広い意味で説明しにくいこと、怖いと思っていること、悩ましいことなどを、妖怪としてエンコーディングし、家族や他の参加者と伝え合うことに成功していた。



写真4・写真5 男子・女子が作成した妖怪



写真6・写真7 父親・母親が作成した妖怪

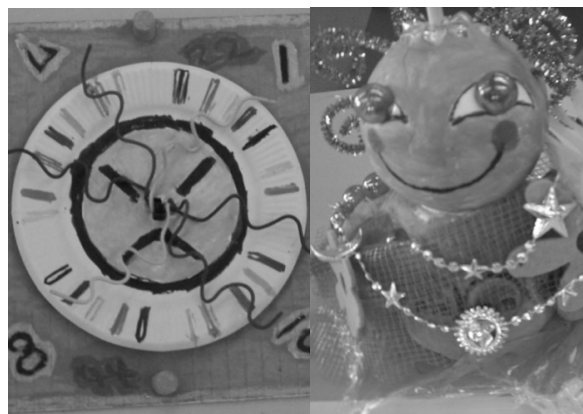


写真8・写真9 現代的なテーマを含んだ妖怪

#### 4.2. アンケート用紙の評価

本実践では、ワークショップの開始前と終了後に、妖怪に関する簡単なアンケートを記入してもらった。「妖怪とは何ですか?」という質問と、妖怪のキーワードに関する質問で、事前のアンケートでは、『ゲゲゲの鬼太郎』に関係する言葉を書いた人が複15名いたが、事後のアンケートではひとりもいなかった(表4)。メディアの中の妖怪、つまりキャラクター化した妖怪も、制作者のメッセージなどがエンコーディングされたメディアとしての

妖怪のひとつであり、また江戸時代の妖怪ブームなどともつながる面があり、それも妖怪文化に根差した妖怪のひとつの在り方である。しかしながら、妖怪を単なるキャラクターとしてのみ捉えてしまうと、説明原理、メディアとしての本来的な妖怪の機能・役割を失ってしまうと考えられる。現代がテレビやゲームの影響によりキャラクター化した妖怪の側面が強いことを鑑み、ここでは『ゲゲゲの鬼太郎』に関係するキーワードが減ったことを、肯定的な結果として解釈することにする。

また「妖怪はどこにいますか?」「妖怪はどうやって生まれたと思いますか?」という質問に、森、沼、洞窟、墓、地獄、魔界、宇宙など場所を答えた人は、事前のアンケートでは35名いたが、事後のアンケートでは8名に減り、残りの人は、心や感情や頭の中など人に着目した回答となった(表5)。アンケートの記述内容に変化のあった参加者の例を、表6に示す。自分が怖い・説明できないことを、妖怪化して答えた場合、具体的な場所に注目することもあり、一方で妖怪をよりメタに捉えた場合は、人の心や感情として答えることになる。具体的な場所などの回答が間違っていて、心などに着目した回答が正しいというわけではないが、メディアとしての妖怪や、メディアリテラシーという本実践の意図と照らし合わせ、ここでは肯定的な変化として解釈することにする。また回答が変化しなかった数名は、いずれも小学校1・2・3年生であることから、妖怪をキャラクターではなく、人の心や意図から生じたものであると認識することは、ある程度高度な認知的活動であり、それが可能となる年齢・学齢があることが予測される。しかしこれらの結果は、あくまで本実践のワークショップのデザインとファシリテーションによるもので、慎重な解釈が必要である。

またコメントとして「みんなの妖怪を見る時が楽しかった」(女子,小4)、「いろんな妖怪が出てきておもしろい」(男子,小5)、「その人の中にあるあらゆる思いが妖怪になりうるということに気づいたことがおもしろかった」(母親)のように、他の参加者が作った妖怪を面白いと思ったり、妖怪に込められた思いに気づいたというコメントもみられた。また「付箋を貼るのが楽しかった」(女子,小3)、「他のひとの妖怪に感想を書くのが楽しかった」(女子,小4)といった、フィードバックをすることが楽しかったという感想もみられた。これらのコメントや感想は、参加者が妖怪というメディアを媒介にコミュ

ニケーションをしたことを表し、また妖怪を通してメッセージを発信・受信するための、メディアリテラシーの端緒に関わっている。

表4 「妖怪とはなんですか?」(参加者全体 N=112)

|    |                                             |
|----|---------------------------------------------|
| 回答 | 『ゲゲゲの鬼太郎』に関係すること (e.g. 「げげげ」「鬼太郎」「ちゃんちゃんこ」) |
| 事前 | 15                                          |
| 事後 | 0                                           |

表5 「妖怪はどこにいますか?」「妖怪はどうやって生まれたと思いますか?」(参加者全体 N=112)

|    |                                        |
|----|----------------------------------------|
| 回答 | 特定の場所 (e.g. 森、沼、洞窟、墓、地獄、魔界、宇宙、死体、妖怪の親) |
| 事前 | 35                                     |
| 事後 | 8                                      |

表6 アンケート記述の変化例

|         |                                              |
|---------|----------------------------------------------|
| 母親      |                                              |
| 事前      | 妖怪沼のあぶくの中から、鬼太郎、人間とは違う世界に住んでいて、不思議な力を持っているもの |
| 事後      | 心の中、喜怒哀楽のエネルギー、人の気持ちが悪くも良くも形となるもの            |
| 男子, 3年生 |                                              |
| 事前      | 海や山にいる、死んだ人の霊から生まれる、ちゃんちゃんこ                  |
| 事後      | 心の中にいる、ぼくたちから生まれる、よる                         |
| 女子, 2年生 |                                              |
| 事前      | 人間に恨みを持つやつもいる、湖のそこにひっそりすんでいる                 |
| 事後      | 自分の思い、自分の中にいる                                |

## 5. まとめ

本研究では、今日アニメなどのキャラクターとして扱われがちな妖怪を、人が説明不能で恐ろしいことの説明原理、という本来のわが国の文化に根差した役割で捉えたうえで、参加者(小学生親子,計112名)が妖怪を作成し発表するワークショップの開発と実践を行った。これ



により、妖怪を用いた文化的活動の機会を提供し、文化に根差した妖怪の認識の獲得が期待される。また本研究では妖怪をメディアとして捉えており、“メディアとしての妖怪”という枠組みのワークショップに参加することで、他者のメッセージや意図を読み取るトレーニングになったり、これらを伝える手立て・能力が育てられることが期待される。またフィクションの中の妖怪や都市伝説的や心霊商法に関しても、リテラシーをもって、そのメッセージや意図を読み解けるようになっていくことが期待される。つまり本研究は、文化教育とメディアリテラシー教育のための方法と技術を、総合的に探究するものである。

本研究の妖怪ワークショップにおいて、参加者は広い意味で説明しにくいこと、怖いこと、悩ましいことなどを、妖怪としてエンコーディングし、家族や他の参加者と伝えあった。作成された妖怪は、悪さをする妖怪も、人を助ける妖怪あり、アニメなどのキャラや、単なるモンスターを作った参加者はいなかったが、メディアの中の妖怪の影響もわずかにみられた。親子で参加する場合、親は親としての自己概念で臨んでおり、作られる妖怪も、子どもに対するメッセージが込められることが多かった。一方子供が作ったもので、親に対してのメッセージが、エンコードされた妖怪はわずかであった。

本研究の実践を踏まえて、妖怪ワークショップをデザインするうえで重要なポイントをまとめる(表7)。まず「妖怪の作成」に関して、最初の2つの点をしっかりと踏まえることで、アニメやゲームのキャラや、単なる強いモンスター、または造形的に凝っていても自分の気持ちを説明できないものが作られることを避けられる。このポイントはワークシートなどで、自分に向き合い、考えを深められるように支援するとよい。本実践では妖怪の設計図(ワークシート)でこれを行なったが、年齢の関係もあり、あまりこの活動にコミットできなかった参加者は、比較的薄い解釈の妖怪を作成していた。また続く3つめのポイントは、気持ちを反映させた妖怪らしい妖怪を作り、エンコーディングとデコーディングを円滑に進めるための工夫である。

妖怪で伝え合うこと、つまり妖怪を媒介物(メディア)としたコミュニケーションを促進するためには、表7の「妖怪で伝え合う」にポイントとして挙げたように、妖怪の発表会やフィードバックにしっかりと時間をかけることである。妖怪ワークショップで大切なことは、妖怪

の本来的な役割である、説明原理としての妖怪という文化的な営みに参加することと、自分の妖怪で気持ちを表現し、他者が作成した妖怪からメッセージを読み取ることである。また続く3つめのポイントは、リフレクションによって、文化教育とメディアリテラシー教育として、学習の効果を高めるためのコツである。またこうした妖怪ワークショップデザインの方法・技術は、つくって(T)、かたって(K)、ふりかえる(F)のTKFモデルを基本としている。

表7 妖怪ワークショップ デザインの方法・技術

妖怪の作成

- ・自分が説明できないことや怖いことを思い出し、それがなぜ怖いのかを考える。
- ・説明できないことや怖いことがなぜ起きるのか、説明できるような妖怪を考える。
- ・社会的なコンテキストのある素材を用意して妖怪を作りやすくする。

妖怪で伝え合う

- ・プレゼンや閲覧会などで、妖怪を通じて自分の気持ちを伝え、表現する。
- ・他の参加者の妖怪にフィードバックをする。
- ・動画などを用いた Real Time Documentation で、ふり返りをする。

境界が不明瞭で総体が計り知れないものに対し、人は妖怪をイメージし易いとされる。かつては闇や自然が担っていた妖怪の所在地、つまり恐怖や畏怖の対象が、現代社会では都市空間に移り、更に昨今ではネットやAIなどの新しい科学技術や、心霊の存在を否定してきた科学そのものが、人間の能力を超えた大きな力の象徴となり、ある意味で妖怪化しているといえる。例えば最近では、“シンギュラリティ”という用語が独り歩きし、AIに対する計り知れない恐れや不安感を説明し、納得するためのタームになっている。また心理学用語である“サイコパス”も、本来の意味が拡張され、人の心の病的な側面を説明・納得するためのタームとして、乱用されている。最近では2020年の新型コロナウイルス感染症の蔓延を受けて、“コロナ”や“パンデミック”といった言葉も、私たちの不安感の説明原理として、時にはその意味が拡張されて使われたりもした。またこの時期、ウィルスを

妖怪に見立てた番組など、新型コロナの関係で“妖怪”という言葉をししばし目にした。

多くの著名な妖怪研究者が、妖怪不滅説を説いており、それは時代の変遷と共に、人の心と社会の闇もまた、所在地や様相を変え続けるからである。本研究で開発・実践した妖怪ワークショップは、人や社会の中で姿を変え続ける妖怪を読み解く力を育て、同時に、今なお人々が愛する妖怪という存在について、わが国の文化に根差した捉え方、そして上手な活用方法を導くものである。

## 謝辞

本稿は、2019年10月に日本教育工学会研究会（@甲南大学）で行った発表の内容を基に、加筆・修正を加えたものである。当日ご意見を賜った方々に感謝申し上げます。また本研究の妖怪ワークショップは、NPO 法人子ども文化コミュニティ様よりご依頼いただき、ご協力のもと実現ができました。ここに深く感謝の意を表します。

## 参考文献

アダム・カバット (2003) 江戸滑稽化物尽くし. 講談社, 東京

Durkheim, Émile. (1922) *Éducation et sociologie*. F. Alcan. Paris (É, デュルケーム著, 佐々木交賢訳 (1976) 教育と社会学. 誠信書房, 東京)

江馬務 (1976) 日本妖怪変化史. 中央公論新社, 東京

藤田英典 (1997) 学校の社会. 藤田英典・田中孝彦・寺崎弘昭 (著) 教育学入門. 岩波書店, 東京, pp.1-83

Hall, S. (1973) Encoding and decoding in the television discourse. paper for the Council of Europe Colloquy on Training in the Critical Reading of Televisual Language, Center for Mass Communications Research, Leicester University, September

井上円了 (2014) 妖怪学. 青空文庫, 東京

香川雅信 (2005) 江戸の妖怪革命. 河出書房新社, 東京

小松和彦 (1994) 妖怪学新考. 小学館, 東京

宮田登 (2002) 妖怪の民俗学. 筑摩書房, 東京

水越伸 (2002) デジタル・メディア社会. 岩波書店, 東京

水越伸 (2014) 21世紀メディア論. 放送大学教育振興会, 東京

茂木一司 (2010) 協同と表現のワークショップ. 東信堂, 東京

寺島洋子・端山聡子 (2012) 人文科学系博物館のプログラム. 寺島洋子・大高幸 (編著) 博物館教育論. 放送大学教育振興協会, 東京, pp.78-94

THE LIFE Center, University of Washington, Stanford University and SRI International (2007) “Learning in and out of school in diverse environments,” *THE LIFE Center Report*.

Tylor, E. B. (1871) *Primitive Culture* (E, タイラー著, 松村一男監修 (2019) 原始文化 (上). 国書刊行会, 東京

上田信行 (2018) 学習環境デザイン. 篠原正典・荒木寿友 (編著) 教育の方法と技術. ミネルヴァ書房, 東京, pp.58-80

山内祐平 (2003) デジタル社会のリテラシー. 岩波書店, 東京

山内祐平 (2013) ワークショップと学習. 山内祐平・森玲奈・安斎勇樹 (著) ワークショップデザイン論. 慶應義塾大学出版会, 東京, pp.1-39

柳田國男 (1977) 妖怪談義. 講談社, 東京

和辻哲郎 (1979) 風土 -人間学的考察-, 岩波書店, 東京  
中央教育審議会 (2016) 幼稚園、小学校、中学校、高等学校及び特別支援学校の学習指導要領等の改善及び必要な方策等について (答申). <https://bit.ly/2nXffwn> (参照日 2019.9.17)

中央教育審議会 (2018) 第3期教育振興基本計画について (答申). <https://bit.ly/2kD4pxr> (参照日 2019.9.17)