

| | |
|---------|--|
| 氏名(本籍) | 南 景 照 (韓 国) |
| 学位の種類 | 博士(教育学) |
| 学位記番号 | 博 甲 第 1,177 号 |
| 学位授与年月日 | 平成 6 年 3 月 25 日 |
| 学位授与の要件 | 学位規則第 5 条第 1 項該当 |
| 審査研究科 | 教育学研究科 |
| 学位論文題目 | 日本の社会科における消費者教育に関する研究 —「消費者主権」に基づく消費者意思決定学習の構想— |
| 主 査 | 筑波大学教授 篠原 昭 雄 |
| 副 査 | 筑波大学助教授 谷川 彰 英 |
| 副 査 | 筑波大学助教授 文学博士 山本 真理子 |
| 副 査 | 筑波大学助教授 教育学博士 松村 和 則 |

論 文 の 要 旨

1. 論文の目的と課題

本論文は日本の社会科における消費者教育研究の一環として、「消費者主権」の考察を通して、社会科教育が「消費者主権」をどのように受容したらよいかを明らかにすることを目的とし、「消費者主権」に基づく消費者意思決定学習の構想を試みたものである。そのため、消費者教育の学習過程と指標及びその学習過程において児童・生徒が志向すべき価値基準を解明すべき課題として挙げている。

2. 研究の概要

第 1 章では、戦後日本の消費者問題の推移、また戦後社会科教育における「消費者主権」がどのように扱われてきたかについて論究している。第 1 節では、昭和30年代以降に発生した消費者問題を歴史的、統計的にその原因と特徴を究明し、第 2 節では望ましい消費者像を確認して消費者教育の方向性を求めている。本章では消費者問題及び消費者教育を歴史的に究明している。

第 2 章では、消費者教育の前提としての「消費者主権」の概念とその実現条件について論究している。第 1 節では、「消費者主権」の概念を、それを補う規範原理と併せて考察し、消費者欲望の形成が「消費者主権」の実現に不可決であることを指摘している。また、第 2 節では「消費者主権」の名目化について検討し、その結果生じたコンシューマリズムの理念的特徴とその本質を究明した。

第 3 章では、社会科教育における「消費者主権」意識の育成と消費者意思決定学習について論究している。第 1 節では、消費者意思決定技能が社会科教育において占める位置とその役割を明らかにし、消費者意思決定学習モデルの構想の前提としての、消費者行動の諸変数と関連モデルの構造について

考察している。第2節では、消費者教育に関する先進的な研究を行っているアメリカの理論を取り上げ、自らの学習モデルを構想している。とりわけ、NCSS（全米社会科協議会）及びA. S. オチョアの意思決定学習モデルとJ. A. バンクスの社会科カリキュラムモデルを活用しながら、自らのモデルを構築していることは高く評価できる。さらに、第3節では消費者意思決定学習モデルに基づき、そのプロセスを考察し、第4節では消費者意思決定学習のための五つの指標を設定し、考察している。

第4章では、社会科教育における消費者教育に関する授業実践の分析を行っている。まず、第1節では自ら構想した学習モデルに基づき、産業学習の領域で行われた授業実践である「お葉づけ」（小学校第5学年）の分析を行っている。また、第2節においても、同様のモデルに基づき、商店街の学習（小学校第3学年）などの領域で行われた消費者教育に関する16個の授業実践の展開過程を分析している。

終章では、本研究のまとめを行うとともに、日本の社会科における消費者教育が韓国の消費者教育へ示唆する点について論究している。

3. 研究の結論：以上の考察を通して本論文では、次の四点を明らかにしている。

第一に、戦後日本の社会科における消費者教育展開の時期を四期に区分し、その特色と問題点を明らかにしている。昭和20年代には消費者の立場から経済を考えるとというような視点への志向がかなり強かった（発足期）。しかし昭和30年代に入ってから消費者問題が徐々に顕在化してくる中で、社会科における消費者教育は皮肉にもそのような視点への志向が後退していった（後退期）。ところが昭和40年代に入って、国民生活審議会の答申を契機に消費者教育が社会科に導入され、昭和50年代に「消費者保護」という観点からその展開の一步を踏み出すことになった（導入・展開期）。昭和60年代に入ってから今日に至るまで、昭和40年代以降の社会経済的な変化を踏まえて消費者の自立という観点からの学習が強調されるようになった（跳躍期）。

第二に、社会科における受容すべき消費者意思決定学習の要件として、以下の四点を明らかにしている。すなわち、①市民の意思決定学習と密接不可分な関係を結びながら展開されること、②消費者情報を含む意思決定のプロセスに焦点づけてなされること、③私的意思決定と公的意思決定とを併せて一体として取扱われること、④消費が市場、行政や地域、国家、国際社会へ及ぼす影響を十分に認識し、より普遍的な価値基準に基づいてなされること、である。

第三に、社会科教育における「消費者主権」意識を育成するための消費者意思決定学習モデルを構想し、その過程と指標を明らかにしている。指示したモデルは情意的領域と認知的領域との双方を重視したものとして構想され、価値中立的なものではなく、「人間と環境を守る」というより高い価値志向型のモデルとして構想されている。そのモデルによれば、児童・生徒は消費者として必要な情報を収集・分析し、自分の目的を明確にし、そして代替案を検討・評価・実行するプロセスを通して主体的に判断し、行動する消費者になることができるとされる。また一方、そこで追求すべき指標として、①人間の生命の安全と環境の保全、②情報に対する正しい理解と主体的な判断力、③権利と義務の主体的自覚、④地球市民としての自覚、⑤モノの消費のあり方についての認識、の五つを挙げている。

第四に、日本の社会科教育における消費者教育に関する最近の授業実践を提示したモデルに基づいて分析している。それによれば、最近行われた授業実践の多くは、消費者意思決定学習という立場で見ると、不十分な面が多い。すなわち、①収集した資料から得た情報を批判的に考察すること、②相互矛盾・対立する集団あるいは個人の立場や意見を幅広く求めること、③行った選択をできるだけ社会参加の次元へ結びつけること、④意思決定の全ての過程にわたる「評価」を行うこと、といった視点を授業構成に取り入れることが必要である。

審 査 の 要 旨

研究期間が比較的短かったこともあり、日本の消費者教育の実践に深くコミットし得ていない面もあるが、全体としてはアメリカの消費者教育に関する最新の研究に基づいて理論化を図ったものであり、労作である。とりわけ、理念や掛け声で終わっていた我が国の消費者教育に対して、アメリカのNCSSやJ. A. バンクスらのモデルに学びながら独自の消費者教育のモデルを作り上げた功績は高く評価できる。

また、その前提としての「消費者主権」やコンシューマリズムの理論的研究においても、深い経済学的洞察に裏付けられており、我が国の社会科教育学研究において消費者教育の理論をこれほど深く考察した論文は初めてと言ってよい。今後、日本や韓国の消費者教育を発展させる可能性を有している。

日本語の表現も的確であり、論理的にも整備された論文である。

よって、著者は博士（教育学）の学位を受けるに十分な資格を有するものと認める。