

国際理解教育/開発教育 学習指導（活動）案

【実践者】

授業者氏名	日隈 直子	学校名	久留米市外三市町高等学校組合立 三井中央高等学校
教科（科目）・ 領域	総合的な探究の時間	対象学年（人数）	2年次（ 16 名）
実践年月日もしくは期間（時数）	2022年10月 ～ 12月（ 10 時間）		

【実施概要】

1. 単元名(活動名)：ジェンダー・フリー社会を目指して～“カワイイ”文化を深掘りしてみよう～					
2. 実践する教科・領域： 総合的な探究の時間	3. 学習領域				
		1	2	3	4
	A 多文化社会	文化理解	文化交流	多文化共生	
	B グローバル社会	相互依存	情報化		
	C 地球的課題	人権	環境	平和	開発
	D 未来への選択	歴史認識	市民意識	社会参加	
4. 単元の目標（評価規準を意識して設定）： 日常生活のあらゆる場面で、性差による差別や偏見が存在していることに気づき、それが私たちの社会生活や命にどのような影響を与えているのかを理解し、その解決に向けて行動することができるようになる。					
5. 単元の 評価規準	①知識及び技能	○世界的に認知されている“カワイイ文化”は、ジェンダー意識やジェンダー不平等につながる側面があることを理解できる。 ○”カワイイ文化”に象徴される文化風土は、単に精神的な生きづらさを生み出しているだけでなく、女性の社会的・経済的自立を阻んでいる側面があるということを理解できる。			
	②思考力、判断力、表現力等	○“カワイイ文化”とジェンダー不平等とのつながりを示すことができる。 ○“カワイイ文化”を「ジェンダー・フリー」にするための啓発方法を考えることができる。			
	③学びに向かう力	○“カワイイ文化”をジェンダー・フリーにするための啓発活動を行い、性差による差別や偏見のない社会の実現のために行動することができる。			

6. 単元設定の理由・単元の意義

(児童／生徒観、教材観、指導観)

【単元設定の理由あるいは単元の意義】

SDGs にはジェンダー平等の実現が目標の 1 つとして掲げられているが、GGI が 161 位 (2022) である日本は、その実現には程遠い。ジェンダー平等の達成のためには、早い段階からの教育が必要であり、特に将来を担う子どもたちの学びの場である学校教育の果たす役割は大きいと考える。

この単元は、英語コミュニケーション I の授業に出てきた、また生徒たちにとっても非常に身近な言葉である「カワイイ」をキーワードに、ジェンダー問題を考える学習となっている。「カワイイ文化」が世界に認知されるほど、日本固有の文化として成り立っている背景や、そのことがどのようにジェンダー意識に影響し、またジェンダー不平等につながっているのかを理解することで、真にジェンダー・フリーの社会を創造する担い手を育成することができると考える。

【児童／生徒観】

本授業を受講する生徒は、1 年時に、「性の多様性」「生理の貧困」「デート DV」について学習しており、社会には「性差」による差別や偏見が存在しているということについて理解している。また、家庭科の授業の中で「性別役割分担意識」について学習した際に、女性が主に家事・育児を担っていることや、女性が社会の中で自己の能力を発揮できない状況を知り、そのことについて深く憂慮している。今後は「ジェンダー意識」や「ジェンダー不平等」などについてより深く理解し、日頃の言動や習慣・慣習などが、知らず識らずのうちに差別や偏見につながっていること (アンコンシャス・バイアス) や、それらが女性のみならず、男性をはじめ多様な性をもつ人々の生きづらさに繋がっているということを理解することが必要である。今年 10 月には、本市が男女平等の社会づくりの一環として主催する「久留米フォーラム 2022」において、「ジェンダー・フリー社会をめざして～男性の育休取得から見えること～」と題してトークセッションを行う予定である。

【教材観】

- ・1 年時に学習した” Kawaii and Japanese pop culture～世界に広がるカワイイ文化～ (英語コミュニケーション I) の中の一文である、“Kawaii means more than just cute” (カワイイはただの”cute”ではない) をジェンダーの観点から提起するために活用する。
- ・Wall Street Journal の” the Facebook files” を活用する。インスタグラムがティーンエージャー (特に若年女性) に与える影響 (容姿、スタイル、メンタルヘルスなど) や、なぜインスタグラムを利用する女性が様々な問題を抱えるようになるのかについて考える機会とする。
- ・ジェンダー問題について書かれた新聞記事や研究成果を活用し、どのような問題が起こっているのか、なぜそのような問題が起こったのかを考える機会とする。
- ・日常にあるジェンダー意識を理解するために様々なメディア媒体を活用する。
- ・国際交流を行っている学校 (アメリカ及び台湾) の生徒にジェンダーについてのアンケートを実施して、日本の生徒との考え方の相違を比較するために活用する。

【指導観】

生徒たちは、「カワイイ」という言葉に対して肯定的な認識を強く持っていることから、まずは身の回りにある「カワイイ」と思うモノやコト、人物、言葉、食べ物、習慣などを考えさせる。その後、国際交流をしている学校の生徒にアンケートを取り、自分たちの「カワイイ」の捉え方との違いを比較することで、そのことが自分たちの生活にどう影響を及ぼしているのかを考えさせたい。その後、Wall Street Journal の記事を見せ、インスタグラムが、特に若年の女性に負の影響を多大に与えていることを知り、「なぜ？」という問いを立てることを通して身近に潜んでいるジェンダー意識について理解させたい。最後に、「カワイイ」を支える日本の文化的土壌が、実は女性の人権が保障されていない今の社会を支えている部分があることを具体的な事象で捉えさせ、その解決に向けた行動を考えさせたい。英語を読んだり、話したりする場面が多いが、この学習の本質を損なわないように、適宜手助けしながら進めていきたい。

7. 単元計画（全 10 時間）

※全体の総時間数や「本時」の記入場所は適宜変更してください。

時	ねらい	学習活動	資料など
1	”Kawaii” の様々な意味や使われ方を知る。	・身近な「カワイイ」を探して、意味や使われ方を表にして比較・分類する。	・英語コミュニケーション I 教科書 “Power on I” lesson4 ・新聞 SNS 雑誌などのメディア媒体
2	他の国の生徒たちの「カワイイ」の概念を知る①	・「カワイイ」についてアンケートを作成する。 ・国際交流を行っている学校の生徒にアンケートを実施する。	
3	他の国の生徒たちの「カワイイ」の概念を知る②	・アンケートの結果を集計し、同じところと違うところを表にまとめて、発表する。	
4	“Kawaii means more than just cute”（「カワイイ」はただ”cute”ではない）の意味を考える。	・アンケート結果から、「カワイイ」文化が私たちにどのような影響を与えているかについてまとめ、発表する。（肯定的な面・否定的な面）	
5	インスタグラムが若年女性の容姿への肯定感やメンタルヘルスに与える悪影響を知る。	・Wall Street Journal の”Appearance-based social comparison on Instagram”の記事を読む。	・Wall Street Journal “The Facebook files”
6	第5時で学習した内容の理由を考える。	・新聞記事を読む。 ・「ルッキズム」について知る。	・Wall Street Journal ・新聞記事（中日新聞）
7 本時	日常に潜むジェンダー意識を理解する。	・ジェンダーに関する調査結果を読み取り、発表する。 ・ジェンダー不平等につながる広告、SNS、テレビ等を調査し、発表する。 ・「カワイイ」が与える負の影響について話し合う。	・Wall Street Journal ・「広告でのジェンダー描写に関するユースの意識調査」
8	ジェンダー意識が女性の人権に深く関わっていることを理解する。	・コロナ禍における女性の貧困問題についての記事を読む。 ・久留米市男女平等推進センター職員の講演を聞く。	・新聞記事 ・各種調査
9	ジェンダーフリーな社会のための「カワイイ」を提案する。	・ジェンダーフリーな「カワイイ」とは何かを話し合い、定義する。 ・啓発物を作成する。	
10	まとめ	・学習の成果をまとめたパワーポイントを作成する。	

. 本時の展開（概略） 本時のねらい：日常生活に潜むジェンダー意識と「カワイイ」のつながりに気づき、そのことが自分たちの意識や行動に与える影響について考えるとともに、性差別に対して関心を深める。									
過程・時間	教師の働きかけ・発問および学習活動	指導上の留意点（支援）	資料（教材）						
導入 (5分)	○前時の「問い」を思い出す。 「外見が良くないと自分に価値がない、そう考えてしまう背景に何があるのでしょうか。」 ○ワークシートに自分の考えを書き、その後グループで交流する。 ・ 周りがそう思っているから。 ・ 世間が求める「理想の女性像」に近づこうとする 気持ちがあるから。 ・ テレビに出ている人はみんなかわいいし、かっこいいから。	・ 前時に読んだ新聞記事の一文を想起させる。 【ワークシート】 <table><tr><td>自分の考え</td><td>他の人の考え</td></tr><tr><td></td><td></td></tr><tr><td colspan="2">気づいたこと</td></tr></table>	自分の考え	他の人の考え			気づいたこと		中日新聞 「容姿で偏見「ルッキズム」前編」
自分の考え	他の人の考え								
気づいたこと									
展開 (45分)	「メディアでは、『理想の女性像』はどのように描かれているのでしょうか。雑誌や広告、テレビやCMなどを調べてみましょう。」 ○各自でメディア媒体を選んで、スライドに貼り付け、選んだ理由も記入する。 ・ 「女性」＝「炊事」「洗濯」のイメージで描かれているCMがありました。 ・ この広告は「女性」＝「かわいらしくあるもの」として描かれていると思います。 主発問 『「広告でのジェンダー描写に関するユースの意識調査」を見て、理想的な外見（容姿・体形）がどのように作られていくのか考えましょう」 ○資料「広告でのジェンダー描写に関するユースの意識調査」を学習後、気づいたことをワークシートに書き、グループで交流する。 「次の2つの資料から、どのようなことに気づきますか？」	生徒の感想から出た「理想の女性像」を具体的に視覚化するために、メディアでの描かれ方を調査・分析させる。 広告に描写されるジェンダー不平等が、人々の「理想の容姿」につながっていることを気づかせる。 後の問いである、『「カワイイ」にジェンダー不平等が潜んでいないか』を考えさせる布石とする。 「理想とする女性の容姿」と「広告に登場する女性の容姿」に共通の多いことに気づき、広告	雑誌、SNS、TV/CM素材、グーグルスライド 						

資料 1

意識調査結果
広告における容姿の描かれ方

理想とする女性の容姿	広告に登場する女性の容姿
1 位 個性を大事にしている(57.4%)	1 位 痩せている(71.4%)
2 位 痩せている(50.4%)	2 位 顔が小さい(54.4%)
3 位 目鼻立ちがはっきりしている(47%)	3 位 化粧をしている(51.3%)
4 位 顔が小さい(45.7%)	4 位 目鼻立ちがはっきりしている(49.2%)
5 位 肌が白い(32.7%)	5 位 背が高い(41.4%)

意識調査結果
広告における容姿の描かれ方

理想とする男性の容姿	広告に登場する男性の容姿
1 位 背が高い(66.7%)	1 位 背が高い(82.5%)
2 位 個性を大事にしている(55.7%)	2 位 目鼻立ちがはっきりしている(57.1%)
3 位 筋肉質(50%)	3 位 筋肉質(56.3%)
4 位 目鼻立ちがはっきりしている(33.1%)	4 位 痩せている(30.6%)
5 位 痩せている(14.8%)	5 位 流行の服を着ている(29.8%)

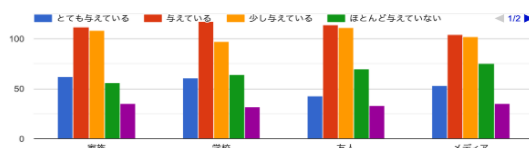
- ・人々の理想が広告の中の登場人物に影響を与えていると思います。
- ・同時に、広告に登場する容姿が人々の理想にも影響しているのかもしれないと思います。
- ・「理想の容姿」では、「個性を大事にしている」が上位に入っています。容姿より中身を重視したいのだと思います。

「次の資料から、どのようなことに気づきますか？」

資料 2

意識調査結果 広告におけるジェンダー役割の描かれ方
求められる役割について影響を与えている相手

家族、学校、友人、メディアは、あなたの求められる役割についてどれだけ影響を与えていますか。



・求められる役割について誰から影響を受けているかという質問への回答では、メディアは家族・学校・友人に匹敵する影響を与えていることが明らかになった。

- ・「とても与えている」が一番多いのは家族です。
- ・家族、学校、友人、メディアの全てが何らかの影響を与えています。

「次の調査結果を見て、どのようなことに気づきますか？」

に描かれる容姿が人々の理想形成に大きく影響していることに気づかせる。

メディアが、人々のジェンダー役割に対する意識に大きな影響を与えているものの1つであることを伝える。

ワークシート

資料 3

意識調査結果
広告におけるジェンダー役割の描かれ方

女性に求められる役割

- 1位 優しい・気配りができる
(71.2%)
- 2位 美しい・かわいい
(45.6%)
- 3位 家事・育児をする(39.6%)
- 4位 知性がある(38.3%)
- 5位 行動力がある(30.3%)

広告に登場する女性の役割

- 1位 美しい・かわいい
(90.9%)
- 2位 優しい・気配りができる
(41.1%)
- 3位 繊細である
(36.7%)
- 4位 家事・育児をする(35.2%)
- 5位 強い(16.7%)

意識調査結果
広告におけるジェンダー役割の描かれ方

男性に求められる役割

- 1位 行動力がある(52%)
- 2位 優しい・気配りができる
(43.8%)
- 3位 仕事をする(39.1%)
- 4位 リーダーシップがある
(38.5%)
- 5位 強い(37.2%)

広告に登場する男性の役割

- 1位 カッコいい(79.6%)
- 2位 強い(52.7%)
- 3位 仕事をする(41.8%)
- 4位 リーダーシップがある
(34.5%)
- 5位 行動力がある(34.5%)

・女性は「美しい・かわいい」「家事・育児をする」、
男性は「リーダーシップがある」「仕事をする」がそれぞれ上位に入っており、
求められる役割や労働のあり方に違いがあることがわかる。

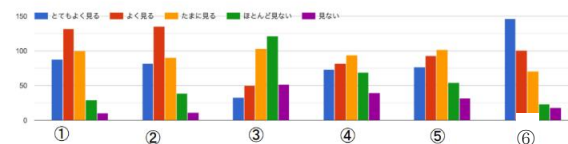
- ・女性は「美しさ」や「家事・育児能力」が必要だと思っている人が多いです。
- ・男性は「強いもの」、女性は「弱いもの」として描かれていると思います。
- ・人々が思う「性差による役割」と「広告に登場する役割」には共通点が多いです。

「この調査結果からどんなことがわかりますか？」

資料 4

意識調査結果 広告におけるジェンダーの表現
イギリスにおけるジェンダー表現の広告規制について

イギリスでは広告表現に対し、以下①～⑥のことを禁止する規制を設けています。日本の広告表現においては、以下のような表現を目にすることがあるがありますか。



- ①役割：特定の性別から連想される職業や役割を描く
- ②性格：特定の性別から連想される特権や行動を描く
- ③からかい：ジェンダーの固定観念に合致しない人の振る舞いや見た目をからかう
- ④性的対象：性的な対象として人を描いている
- ⑤“モノ化”：体や体の一部をフォーカスして描く
- ⑥ボディイメージ：「痩せている体型がいい」といった体に対する不安を書きたてるように描く

- ・日本では、「痩せている体型がいい」といったイメージを抱かせる広告が多いことが分かります。
- ・性別によって、職業や特徴を変えている広告が多いことが分かります。
- ・差別につながる広告が多いと思います。

人々がそれぞれの性に持っている役割意識と、広告に登場する性別役割に共通するものが多いことを知り、広告によって、性別役割分担意識が強化されている可能性が高いことに気づく。

ワークシート

イギリスでは、ジェンダー不平等などにつながる広告が禁止されていることを理解し、メディアが人々のジェンダー意識に与える影響の大きさに気づく。

ワークシート

まとめ (15分)	・性別役割分担意識が強い広告が多いです。 ・性格を男女によってステレオタイプの的に捉えて偏見を生み出すことにつながります。 ・人を性的対象としてみることは人格を無視することにつながります。 「これら①～⑥はイギリスでは禁止されています。日本のこの現状を変えるためにどうしたらいいと思いますか？」 ・性別役割分担をイメージさせる広告をやめる。 ・多様性を反映した広告をつくる。 『男らしさ』や『女らしさ』など、画一的なイメージにとらわれていない雑誌や広告、CMなどを調査してみましょう。」 ○各自でメディア媒体を選んで、スライドに貼り付け、選んだ理由も記入する。 ・この洗剤の宣伝は出演者が全員男性です。 ・この化粧品の広告は性別を限定していません。 ・この広告は、おもちゃを通じてジェンダーフリーを提唱しています。 「カワイイ」のイメージが、私たちの生活や考え方に与える影響を考えてみましょう。 ○Googleフォームのアンケートに回答し、交流する。 ・みんなが考える「カワイイ」が、いつも言動の判断基準となってしまう、自分らしくいられないときがあります。 ・大人しくしておかないといけない、と思ってしまう。 ・人を「カワイイ」かそうじゃないかで判断するときがあります。	図書館から雑誌を借りる。 第1時～3時にかけて学習したものを想起させ、「カワイイ」とジェンダー不平等とのつながりが理解できるようにする。	雑誌、SNS、TV/CM素材、Googleスライド アンケート (Googleフォーム)
----------------------	---	--	--

9. 評価規準に基づく本時の評価（評価方法）

【知識・技能】

世界的に認知されている“カワイイ文化”は、ジェンダー意識やジェンダー不平等につながる側面があることを理解できる。（ワークシート・スライド・観察）

【思考力、判断力、表現力等】

提示された資料や調査結果の考察を通して、「カワイイ」がなぜジェンダー不平等につながり得るのかを説明することができる。（ワークシート・スライド・発表）

【学びに向かう力】

ジェンダー意識がメディアなどの影響を大きく受けていることを自分事としてとらえて、性差別に対して関心を深める（ワークシート・スライド・観察）

10. 学習方法および外部との連携

- 国際交流を行っている学校（アメリカ・台湾）の生徒にアンケートを実施し、日本と海外の考え方の違いなどを知ること、多角的・多面的にテーマを掘り下げていくことができると考える。
- 学習者の「なぜ？」という「問い」を大切に学習活動を進めていくことで主体的な学びを支援することができ、ひいてはこのジェンダーについての学習を自分ごととして捉えることができるようになる。と考える。
- 学習者同士の交流の機会を多く設定することで、対話的な活動が期待でき、新たな価値の発見など、深い学びを実践することができる。と考える。

11. 学校内外で国際理解教育・授業実践を広める取り組み

- 自らの授業を校内外問わず公開し、参観者が意見交流する機会を設定することで、国際理解教育の意味や意義を周知させる。
- 毎年地域で行われている、ジェンダー平等を推進するフォーラムに参加し、授業実践や生徒の学習のまとめを発信することで、啓発活動を行っていく。

【自己評価】

12. 苦労した点	・題材及び資料選定 ジェンダー問題はさまざまな観点から、あらゆる次元で捉えることができることから、生徒が、ジェンダー問題を自分ごととして捉えるために、切り口（題材）を焦点化することや、学習を進めるための資料選びに苦労した。 ・時間配分 生徒の思考過程を追いながら授業を展開することを心がけていたため、時間が不足することもあったことが課題である。
13. 改善点	・授業時間について 本校は1コマ65分で授業が行われているので、50分授業で行う際には適切な時間配分が必要である。 ・題材について 本時は英語コミュニケーションⅠの既習事項から、「カワイイ」を題材に総合的な探求の時間において学習を展開した。しかしながら他の教科・領域から題材を選び、この単元の学習を進めていくことは可能だと考える。例えば、「情報」においては、「情報化 社会が私たちの生活に与える影響」という視点で、また、「家庭科」や「公民」では「性別役割分担意識」や「男女共同参画社会」の視点から、さらには「特別活動」においても「キャリア形成と自己実現」等におけるジェンダーに関する学習を切り口に、授業を実践することも可能である。と考える。 ・外部講師との連携について ジェンダー問題の解決に向けて活動している人との出会いを通じた学習を組み入れることも、生徒がこの問題をさらに自分ごとにするために必要だと考える。ロールモデルとの出会いをぜひ設定していただきたい。
14. 成果が出た点	・「他人ごと」から「自分ごと」へ 「カワイイ」という言葉や「インスタグラム」に関する記事など、若者に身近な題材を取り入れたことによって生徒の興味・関心を引き出すことができた。その結果、これまで学習する機会がなかったジェンダー不平等の実態について知り、そのことが日頃自分が抱えていた問題の1つであることを認識することができた。また自ら問題意識を持ち、「なぜこのような問題が起こるのか」といった「問い」を立てることができるようになるなど、この問題を自分ごととして、積極的・主体的に学習をすすめることができた。 ・ロジカルシンキングの向上 「資料分析」→「問い」→「調査」のサイクルを繰り返すことで、ジェンダー

	不平等の背景を論理的に捉えることができた。またそのことが、ジェンダー問題を解決しようと する意識や態度を育んだ。
15. 学びの軌跡（児童生徒の反応、感想文、作文、ノートなど）	・インスタグラムが 10 代女性に多大な影響を与えているという事実から、ジェンダー不平等を読み解く活動の中での感想。メディアに代表される社会の在り方に「問い」を投げかけた貴重な意見として取り上げた。 フェイスブック社が行った内部調査の結果や新聞記事を読んで、感じたことや考えたことを書いてください。 自分も日々 利用 しているけれど、 内部調査を公表しなかった部分にとっても 闇 を 感じて 今利用しているのが こわくなりました。 影響を受けてしまうのに 好き が 多い のは、<u>女性には 世間 が 求めている 女性像</u> (きれいではないといけない等) に 近づこうと する 気持ち が つよいからかなと 思いました。 ・「世間が求めている理想の女性像をメディアはどう描いているのか」の学習活動での生徒の意見。(グーグルスライド)「カワイイ」や「痩せている」など容姿に関するものだけでなく、性別役割分担意識を強調するような広告も取り上げている。  かわいい顔と強調していたり、人気の女優さんを使ったりすることでこういう顔になりたいとか自分に自信をなくしてしまうことがあると思います。 雑誌や広告などでは、小顔の人や痩せている人などが多く、みんながそんなふうになりたいとか、ならないといけないと思ってしまうことがあると思います。そういった女性像があることで周りから言われたり自分はだめなんだなと思ってしまうことがあると思います。  私は見た目の理想ではなく、家庭での役割的に考えました。 女性の社会進出などが話題になっていて、共働きの家庭が多い今の時代に、まだ「女性は家事をする」といった固定概念があり、このようなテレビCMで女性が一人で料理をしているところを発信すると、 「女性だから料理できたほうがいい」「女性は料理ができて当然だ」というような思い込みや、周りからのイメージがついてしまうとしました。 ・意見交流後の感想。身近にあるジェンダー意識と、それらがメディアでどのように描かれているのかについて認識している。

感想

Good!

今日、改めて身近にある女性誌などを調べてみて、表紙など今まであまり気にしたことはなかったけれど、女性のイメージに沿ったものやそれを押しつけるような見出しのものもあって驚きました。メイクやヤセ活、スキンケアなど女性に求められるものはとてもかたよったものが多く感じました。

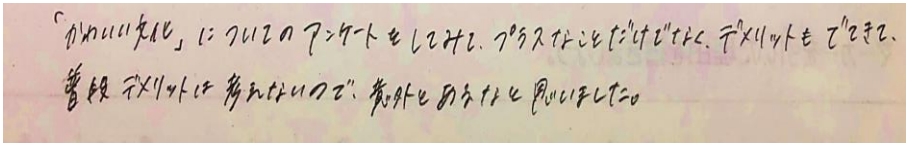
「広告でのジェンダー描写に関するユースの意識調査」(Plan International)を使用しての学習活動後の意見。広告上で性別役割分担が強調されていることと、そのことが私たちの生活に多大に影響を与えていることを認識している。また、その影響力を利用して、画一的なイメージに捉われない広告を流すことで、ジェンダーフリーな社会を創ることにつながるのではないか、という提起もされた。

②2つの資料からどのようなことに気づきますか？

自分の考え 女性は大人しくて弱そう、男性は元気で強そうだと思った。 家事・育児は女性、仕事は男性のみにある。	他の人の考え 女性はおかしい、男性はおかしいなど容姿が重要視されている。
気づいた点 「男らしさ」「女らしさ」が広告から主張されている	

②2つの資料からどのようなことに気づきますか？

自分の考え 広告におけるジェンダー役割の描かれ方によって、“男だから”強くいなければならないとか、“女だから”美しくて家事・育児ができればならないというイメージが定着してしまうのかなと思った。 このようなイメージは、個性を大事にしている人にも影響を与えてしまっているのではないかと考えた。

	世間の思い込みやイメージはなかなか消えたいと思っているので、 今、家事は女性だけでなく男性も。といった考えを増やすことで、 CMと広告で女性一人が家事をするのではなく男性もしている CMと流した方がいいのかなと思ったから。 ・画一的なイメージに捉われないメディアの調査活動での意見。男女という性別を超えたセクシュアリティについての気づきもある。  自分の好きな気持ちを抑えたまま周りの人が気になるからと言って嘘の気持ちでやっていくのも辛いと思うから、性別とか関係なく自分の好きなようにやったらいいとおもう。人の目とか気にするかもしれないけれどぜったい好きなほうを選んだほうがたのしいと思う。 ・グーグルフォームのアンケート回答後、「カワイイ」が私たちに与える負の影響について交流した後の感想。その他にも『カワイイ』という言葉ですべてまかせてしまうので、物事の表層しか見えてない感じがする」といった意見も出た。 
16. 授業者による自由記述	ジェンダー平等を実現するためにはどのような学習が必要なのかを長い間考えていたので、本事業への参加は大変有益であった。 ジェンダー問題を解決しようとする意識や態度を育むためには、生徒の日常生活の中にある、ジェンダー問題を含む具体的な題材を選ぶことが重要である。 適切な題材を通して、生徒の興味・関心を引き出すことができれば、生徒たちは日頃自ら感じている「生きづらさ」と関連付けて、「なぜ？」という「問い」を立てることができるということを実感した。さらにそれらの「問い」は、この問題の本質を突いていることが多く、生徒たちの感性の鋭さに驚いた。また、この「問い」がジェンダー問題の科学的認識（ジェンダー問題が人々の意識や制度の上に成り立っているということを理論的に理解し、その結果として生じる差別に気づき、それらをなくしていこうとする態度や行動の基盤となる力）につながっていくと考えることから、早期のジェンダー学習の意義を改めて感じる事ができた。また、「性の多様性」の学習が小・中学校でも進められていることから、包括的なジェンダー学習の必要性も感じている。 SDGsの目標の1つにも掲げられているジェンダー平等をめざす意識や実践行動力を培う学習は、教育の早い段階から体系的に積み上げられていくことが重要だと考える。今後は、日常的に取り入れやすく、様々な観点からジェンダーについて考えることができる教材の開発が必要だと実感した。

参考資料：

- ・“The Facebook files” (Wall Street Journal)
- ・「容姿で偏見「ルッキズム」前編」(中日新聞)
- ・「広告でのジェンダー描写に関するユースの意識調査」(Plan International)