

特集

メディアの読み解きと表現

広告会社を作って、学校PRポスターをプレゼンテーションしよう

現代社会では、メディアを読み解き、活用する能力が必要とされています。この特集では、的確で効果的な表現の方法をポスターというメディアの読み解きと制作を通じて学び、さらに、相手のニーズに合わせた表現、プレゼンテーションの学習から、実社会で求められる言語能力の育成を目指す実践を取り上げました。

単元の趣旨

実社会で活きる言葉の力を

お茶の水女子大学附属中学校教諭
宗我部 義則

今、実社会に活かし働かせることができる言葉の力の育成が求められている。自分がこの場で相手とかかわるのは何のためか、何を達成しようとしているのか(目的)。

そこで自分は何を伝えたいのか、何を知らなければならない(内容)。そして目の前の相手は何を知りたがっており、何を伝えたいのか(相手)。これらをつない

で目標(例えば合意の形成)を達していくのが話し言葉のコミュニケーションだ。そして話し言葉のコミュニケーションは常に現場で展開されるから、入念に推敲して書

き直したり後からじっくり読み直したりするわけにはいかない。いつもその場その場で、これらを見渡して判断し、さらに話し合いを進めて行かなくてはならない。話す力・聞く力の基礎・基本が、そうした形で実生活や実社会の場で活用されるようになることこそが今、求められていると考える。

商品広告のポスターを学習材に取り上げ、その表現の工夫を読み解き、それをモデルにして写真と言葉を組み合わせてポスターを制作する学習を展開した。その際、学習グループを広告会社に見立て、クライアント(学校)の依頼を受けて学校PRポスターを制作し、コンペティションでプレゼンテーションを行って自社作品をアピールするという、社会で実際に行われている一連の展開を擬似的に取り入れた。

ストの読解を意識した言語活動であり、また制作をめぐる企画会議は合意形成を目指すスタイルの話し合いとし、さらにプレゼンテーションは単に作品紹介ではなく、聴衆の説得を意識させるよう展開した。配当時数は六時間とし、プレゼン指導については総合の時間ではなく、国語科の授業時間を積極的に提供して実施した。

さて、これまでの発表・説明などの学習は、「自分が言いたいことをいかに的確・効果的に相手に伝えるか」というところに指導の重点があったと言えよう。そういう学習の場では「言いたいことを理解してもらうこと」自体が対話の目的になる。しかし実生活の場の目的は、言いたいことが理解されることのもうひとつ先にあることが少なくない。たとえば自分のアイデアを理解してもらい、それを相手に採用してもらうために話すというように。そして、自分のアイデアをいかに効果的に伝えても、相手のニーズに合わなければ採用してもらえない、ということもまたよくあることだ。

本実践では、ポスターの読み解き、制作の部分は主に美術科や家庭科の学習の要素を含みつつ総合的な学習の扱いとし、企画会議やプレゼンテーションの部分を国語の学習として扱った。全体としては、総合的な学習におけるメディア教育の入り口としての意味づけを重視した単元設計になっている。

話す力・聞く力を実生活で活きる力にしていくためには、相手とのかかわりをより重視した学習を工夫していくことが大切になる。今回掲載した実践は、「メディアと表現の意図(ポスターでPR)」として以前私

ただし、本単元は私が一貫して立案し、指導展開しており、単元開発に当たっては「つなぐ科」の開発終了後は国語科の学習活動として実施できることを意識した。すなわち、ポスターの読み解きは非連続テキ

宗我部 義則

お茶の水女子大学附属中学校教諭。お茶の水女子大学非常勤講師。国立教育政策研究所「教育課程実施状況調査問題(中学校国語)」作成および分析委員。平成20年告示中学校学習指導要領解説国語編作成協力者。編著書に「群読の発表指導細案」(明治図書)、『夢中・熱中・集中……そして感動 柏市立中原小学校の挑戦!授業リフレクションで校内研を変える』(東洋館出版社)、共著に「読解力再考 すべての子どもに読む喜びをPISAの前にあること」(同)など。



単元の目標

- ① 商品広告ポスターについて、その意図や表現の工夫を読み解くことができる。
- ② 実際の商品広告ポスターの表現をモデルにして、学校をPRするポスターを表現効果を考えながら制作することができる。
- ③ 制作したポスターについて、意図や効果を分かりやすく説明することができる。



学習指導計画 (全6時間)

- ① 学習のガイダンス。商品広告ポスターについて、意図や工夫を読み解く。(1時間)
 - ① 「メディア」という言葉について知っていることを話し合う。
 - ② 学習を行うグループ (広告会社) を結成し、学習の見通しを立てる。
 - ③ 実際の商品PRポスターについて分析し、ポスターの工夫を見つける。
- ② 学校PRポスターのコンセプトや伝えたいメッセージを考える。(1時間)
 - ① 前時に見つけたポスター表現の工夫を発表し合い、気づきをまとめる。
 - ② ポスター制作の依頼と、ブリーフミーティング
 - ③ 企画案を練り上げ、ポスターの下絵を完成する。(1時間)
 - ① ポスター制作の流れを押さえる。
 - ② 持ち寄ったサムネイル (作品イメージ) を見せ合って企画案を練る。
 - ③ ポスターの下絵を完成させる
- ③ 企画案を練り上げ、ポスターの下絵を完成する。(1時間)
 - ① ポスター制作の流れを押さえる。
 - ② 持ち寄ったサムネイル (作品イメージ) を見せ合って企画案を練る。
 - ③ ポスターの下絵を完成させる
- ④ パソコンを活用してポスター制作を行う。(1時間)
- ⑤ プレゼンテーションの準備をする。(1時間)
 - ① ポイント指導
 - ② プレゼンテーションのための台本作り
- ⑥ ポスター作品を発表・相互批評し、学習を振り返る。(1時間)
 - ① 発表や相互批評のやり方を確かめる。
 - ② ポスター・コンペを開く。
 - ③ 相互批評し講評を聞く。

▶生徒たちが実際に作ったポスター

各時の学習展開

第1時 学習のガイダンス。 商品広告ポスターについて、意図や工夫を読み解く。

展開	単元の導入	指導上の留意点
○メディアについて考える。 ① 「メディア」って何だろう。 ② 上手なつきあい方を考えていこう。 ○単元展開の説明を聞き、見通しを持つ。 ○広告会社を設立しよう。 ・四名前後で会社 (グループ) を作る。 ・会社名を考える。 ○商品PRポスターについて、ポスター表現の工夫や意図を読み解く。 ① サンプルとして、プリンターのポスターを全体で読む。 ② 課題の商品ポスターをグループで読み解く。 A ベットボトル入り緑茶 B 高齢者向け携帯電話 C インクジェットプリンター D デジタルカメラ	○メディアについて考える。 ① 「メディア」って何だろう。 ② 上手なつきあい方を考えていこう。 ○単元展開の説明を聞き、見通しを持つ。 ○広告会社を設立しよう。 ・四名前後で会社 (グループ) を作る。 ・会社名を考える。 ○商品PRポスターについて、ポスター表現の工夫や意図を読み解く。 ① サンプルとして、プリンターのポスターを全体で読む。 ② 課題の商品ポスターをグループで読み解く。 A ベットボトル入り緑茶 B 高齢者向け携帯電話 C インクジェットプリンター D デジタルカメラ	・単元名の「メディア」という言葉に対するレイデネスをつかむ。 ・適切なつきあい方を考えながら以後の学習を進めていく構えを持たせる。 ・人数は一社四名を基準とし、三名以上六名以下とした。六名を上限としたのは、学習に参加する密度を高めるためである。 ・最初に①では、教師がリードして、①ポスターの構成要素 ②読み解きのポイント についてガイドする。 ②では①の学習を生かして、さっそく自分たちで読み解いてみる。(ワークシート①P.8参照)

第1時のポイント

第1時は単元の見通しをもたせ、実際のポスターを読み解いてポスター表現について学んでいくことがねらいになる。ポスターなど、どの表現にも「伝えたい内容」とそれを「効果的に伝えるための形式・工夫」があり、それを読み解くことを通して、自分たちの表現への種まきをしていくのである。

また、ポスターの読み解きには、「非連続テキストの読解」「消費者としての商品広告の見方」などに関する学習経験が組み込まれていると言えよう。

▼「メディア」について押さえておくこと
「メディア」とは情報を伝達する媒 (なかま) であり、テレビ、新聞等のいわゆるマスメディア、インターネットや携帯電話などもすべ

てメディアであることを理解させる。
教師も教科知と私 (生徒自身) をつなぐメディアといえる。メディア無しの生活は考えられない。メディアとの上手なつきあい方を考えていくことが大切。

▼商品PRポスターの構成要素を押さえておくこと
キャッチコピー、ボディコピー、商品の写真、コンセプトを表すイメージ写真、商品の情報などで構成されていることをサンブルのポスターで理解させる。

▼ポスター表現を読み解くポイントを押さえておくこと

- ・コンセプト (その商品の販売戦略の中心となる言葉やイメージ)
 - ・アイキャッチャー (ポスターの命はまず目をとめてもらうこと。そのため伝達内容よりも印象的に訴える工夫が成されることが多い)
 - ・ターゲット (商品の販売戦略の対象となる購買層)
- 表現されたことだけでなく、逆に言われていないことにも注意する。

お茶中PRポスター企画・ブレンストーミング

1年 組 氏名

◎次回には、社員それぞれがポスターの作品イメージ（サムネイル）を持ち寄って最終的な案を決定し、制作に入ります。そこで今日は、次の点について社内でも話し合っ、基本的な考え方・方向性を決めましょう。

■ポスターの依頼主（クライアント＝お茶中）の依頼内容

中学時代は子どもから大人へと羽ばたいていく大切な時期です。そんな時期に、自分づくり、自分探しの場になる「中学校」を選ぶことはとても大事な選択です。

東京には多くの中学校が存在します。お茶中の良さ・魅力を強くアピールしていきたいと思います。

お茶中の魅力って何でしょう。新しい教育を開発する先進性。自由と自主を重んじる校風。女子師範の時代からの伝統。大学附属の専門性の高さ。前向きで明るい生徒が作るムード……先生たちにも誇りたいところはたくさんありますが、実際に学校生活を送る中学生の視線で、「お茶中生が一番アピールしたいお茶中」を、ズバリ、ポスターにしてほしいのです。それがきつとこの学校の魅力を伝える一番の近道だと思うからです。

- お茶中生の視点で「お茶中らしさ」「お茶中の魅力」をアピールしてほしい。
- 写真とキャッチコピーやボディコピーを組み合わせて印象的な作品にほしい。

■お茶中のどんな「らしさ」「魅力」を表現するか！

- ・自主自律の心で育てる。・友達との交流が深められる。・学びが楽しい。
- ・他の学年との交流が深い。・自然が多く、構内が広い。・様々な行事がある。
- ・伝統のある学校で誇りをもてる。・自分の意見をすす正しい選択が出来る様になる。・自分から積極的に生活する。・自分のやりたい事に打ち込める。

■メインターゲット（このポスターはズバリ誰に向けて作るか！）

今から受験を考えている後輩。・その魅力を伝える。・何を期待してる？！ 視点を変える

■ポスターのイメージ、コピーの種！

- ・印象の良さを、様々な考えが生まれる。・言う事を聞きやすい。・5年
- ・伝統を大事にする。・バリエーションが豊富。・常時開校…？
- ・友達と一緒に勉強。・道徳を学ぶ。・最新のものを学ぶ。
- ・学校の校舎の風景。・百人一首の授業に学ぶ。・羽を伸ばす。・羽を伸ばす。・羽を伸ばす。
- ・箱の中から色々な本らしきものを見つける。・夢の電車（夢に向かう電車）
- ・その電車の魅力を描く。・（お茶中）（自選）

▲ワークシート②

その上で、ポスター作りのコンセプトとなる「お茶中らしさ」や、訴えたい「お茶中の魅力」をブレンストーミングで話し合い、また、ターゲットも「受験生か、その保護者かによって、アピールの仕方は違うはず」と助言を与えてアイデアを出させた。

「すぐに否定せずに、思いつくことを次々と出していく話し合いをブレンストーミングという」と、話し合いの仕方についても知識を図った。

展開

◎前時に分析したポスターの工夫を話し合う。
A ペットボトル入り緑茶
B 高齢者向け携帯電話
C インクジェットプリンター
D デジタルカメラ

◎ポスター制作の依頼とブレンストーミング
「在校生の視点で、お茶大附属中の魅力をアピールするポスターを作してほしい」

主な学習活動

第2時

学校PRポスターのコンセプトや伝えたいメッセージを考える。

・一枚ずつ気づきを自由に発表し、その場で付け足しや意見交換をする。
・授業者が発言を整理して板書しつつ、気づかせたいポイント等を強調した上、制作の際のコツとして意識できるようにまとめさせる。
・ワークシート②に示した「クライアントの依頼内容」を読み、各社（グループ）に依頼する。

指導上の留意点

第2時のポイント

第2時の後半は、「学校PRポスター」の依頼をした。

学校がクライアントになり、生徒たちの広告会社に次のような2点を強調点とした要望を出した（ワークシート②）。

- ・在校生の視点でお茶大附属中の魅力をアピールするポスターであること
- ・写真とキャッチコピーなどをうまく構成して印象的な作品にしてほしい



PROのポスターのわざを見やぶれ！

◎宣伝ポスター作りのコツをプロの作品に学ぼう。

・宣伝ポスターの最終目標は「お客さんを買う気にさせる」こと。本物のポスターはそのために、どんな工夫をしているのだろうか。「なるほど、さすが！」と思うところや、「ここはきつとこういうつもりだ」「その手があったか……」と考えることなど、広告のプロの技や、ポスター作りのコツを見やぶろう。

【指令】 4枚のポスターを比べながら、分析してみよう。（シートに書き込め！）

- ポスターから読み取れるその商品のウリ（良さ・特徴）は何？ わかるだけ並べよう。
→ それはどこから読み取れるか書き込む！
→ その中で、このポスターが訴えている一番のウリ（良さ・特徴）は何？

- どうしてその人物、その写真にしたのだろうか。
・写真からはどんな印象を受ける？
・どんなメッセージを感じる？ → 言葉に表してみよう。

- どうしてそのキャッチコピーにしたのだろうか。
→ そのコピー（ことば）の意味を読み取ってみよう。
→ どんなところがうまいのだろうか。気づいたことをまとめてみよう。

- そのほかどんな工夫やワザが使われているだろう。
→ レイアウトや色づかいにも注目してみよう。
→ すみずみまでよく見て見逃さないようにしよう。

☆読み取ったことをもとにしてまとめてみよう。

この商品の
メインターゲットはズバリ

年齢層：高年齢者 又は その娘
性別：どっちも
こういう人：おじいさん おばあさん
→ 70代以上の人 ETC...

□ポスター作りのコツ
キャッチコピー、フレーズ、ボディコピーを重視!! 又、それでもっと有名な人、目を引く!!
メインターゲットをみては、有名な人を選び、雰囲気を出せる。
商品名は、下の欄で小さく書く!!

今日の学習の感想
来年が楽しみになりました!! 自分もポスターを作ったりしたい!!
やったので、みんなを参考にしたり、又、次は描く時の参考にしたい!!
読みやすく、分かりやすく、楽しい!! そのポスター作りが楽しかった!!

▲ワークシート①

▼ポスター教材について

今回使ったポスター（四種類）は、どれも商品PRのポスターである。共通の目的をもったポスターを比較することで、それぞれの商品アピールの仕方の工夫に目が向くように意図した。著作権の関係でポスターの実物は示せないが、たとえば緑茶のポスターでは、「さっぱりした口当たり」をイメージさせるために「侍姿の俳優が刀

で水を切り裂いている」といった表現の意図を見つけ出していくのである。

▼本時で使ったワークシート

学習では分析するポスターを一つ選び、ポスターが縮小印刷されたシート（上の写真の机上に広がっているもの）に気づいたことを書き出させていった。

分析の観点は、①商品のPRしたい長所

や特徴（＝伝えたい内容）、②中心に写っているタレントが選ばれた理由・その姿の意味（＝イメージによるコンセプト伝達の工夫）、③キャッチコピーの意味と意図（＝映像と言葉の関係。読み手を引きつける言葉の使い方への着目）、④その他の工夫（＝主な対象者等）とした。

第3時

企画案を練り上げ、ポスターの下絵を完成する。

主な学習活動

- ポスター制作の流れを押さえる。
- ・一般的な制作過程
 - ・人目を引きつけるためのポイント
- 持ち寄ったサムネイルを見せ合って、会社グループとしてのポスターの企画案を練る。
- ・何を伝えるために
 - ・どんな写真や言葉を使うか
 - ・どう表現するか
- ポスターの下絵を完成させる。
- ・宿題としておいたサムネイルの一部を書画カメラで撮影して紹介し、アイデアの良さをさらに工夫する視点など助言する。
 - ・会社ごとに企画案を練り上げる。
 - ・コンセプトを明確にすること、キャッチコピーのアイデアを練り上げることを指示する。

指導上の留意点

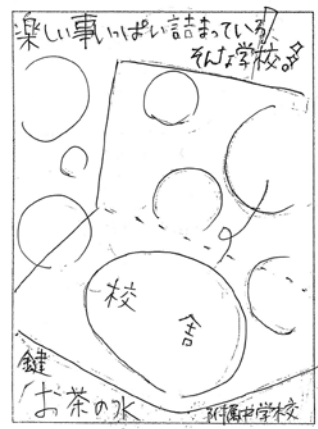
お茶中PRポスター企画・サムネイル

提案者

- ※何を伝える（表す）ために
- ・どんな写真や言葉を使うか。
 - ・どう表現するか。
- そういう「意図」を説明できるように、メモしておく！



- ・「何の向こうから光が差し込んでくる」
- ・「同じくお茶の山が描かれている」
- ・「真鍮は光らせる」
- ・「やて見つけた」と言う事で「お茶の中」になる
- ・「女の子の顔は赤らむを入れたらいい」
- ・「女の子の顔に光を当てて、光の言葉を！」
- ・「バック（背景）は黒（くろ）い（い）い（い）する」
- ・「光（ひかり）が（が）入（い）る（る）」
- ・「※トーンを張る」



- ・「箱（はこ）は、お茶の山が（が）入（い）る（る）」
- ・「箱（はこ）を（を）光（ひかり）らせる」
- ・「校舎（がくさ）を（を）真（ま）ん（ん）中（ちゅう）に（に）張（は）る（る）」
- ・「い（い）つ（つ）も（も）の（の）お（お）茶（ち）は（は）お（お）茶（ち）の（の）山（やま）に（に）入（い）る（る）」
- ・「背景（はいけい）は（は）白（しろ）」
- ・「金（きん）で（で）あ（あ）け（け）た（た）言（ご）葉（え）を（を）描（え）く（く）」
- ・「写真（しやしん）を（を）合（あ）成（せい）さ（さ）す（す）」
- ・「校舎（がくさ）箱（はこ）金（きん）（の）手（て）、中（ちゅう）に（に）入（い）る（る）金（きん）（の）手（て）」
- ・「※トーンを張る」

▲ワークシート③

第4時

パソコンを活用してポスター制作を行い、プレゼンテーションの準備をする。

主な学習活動

- ノート型パソコンとプレゼンテーションソフトを使ってポスターを制作
- ・役割を分担して進める。
 - ・パソコンの特徴であるやり直しの自由を生かし、色を変えて試したり、それぞれの要素を配置を工夫したりする。
- ポスターができたら、プレゼンテーションの準備をする。
- ・ポスターのコンセプトを改めてまとめる。
 - ・表現の工夫のポイントや、自分たちの作品のPRポイントをまとめる。
 - ・その他、プレゼンテーションを効果的にするためのアイデアを出し合う。

指導上の留意点

- ・時間短縮のため、学校の風景や行事を撮った写真を二〜三十点用意しておき、その中から自由に選ばせたり、ソフトに付属の画像も使わせたりした作業中は表現の意図を尋ねたり、見た印象を伝えたりして、机間指導する。
- ・説得のポイントを考えさせる。
- ▼何が求められているか（説得相手の再検討）
- ▼何を強調して伝えるか（伝える内容の確認）
- ▼どう伝えようと効果的か（伝え方の工夫）

第4・5時のポイント

【第4時】第3時に書いた下絵をもとにパソコンでポスターを制作する。手書きで書いたイメージ通りには制作できないので、コンセプトを確かめつつ、その場で微修正を加えながら作っていくことになる。パソコンはグループで一台。操作担当を回して周りで意見を出し合う形とした。

【第5時】プレゼンテーションの台本を作る。ポスター制作が終わっていないグループは分担して取り組む。ポスターの説明とともに、どうしたらポスターが採用されるか判断のポイントを考えるように促した。

発表の持ち時間は二分。説明の要点を強調するためにフリップを作るなど、効果的な説明を工夫させた。

パソコン使用上の注意

本実践では二つの工夫をした。一つはグループ一台としたことだ。操作担当者を回して意見を出し合う協働の場を作り出すことになり、かつ得意な生徒が操作するので時間短縮になる。パソコン活用は一人一台にこだわる必要はなく、担当者を回して生まれる対話こそが学習効果を高める。もう一つはプレゼンソフトで制作させた

第3時のポイント

一般的な広告代理店の仕事の流れを解説し、作業の進め方について知らせる。

○依頼は単独で受ける場合もあれば、公募されて数社で競争する場合もある。今回の学習は、各グループによるコンペであることを示しておく。

○まずクライアントの依頼内容を徹底的に分析する。中心になるコンセプトが固まったら、それぞれの担当に分かれてアイデアを持ち寄る。このとき大切なのは他の人のアイデアを大切にすること。自由にアイデアを出せるような雰囲気も大切。

○メディアによって、たとえばポスターか新聞広告かによって、作り方が違う。新聞広告は「読む」もの。多くの情報量を提供できる。今回依頼されたポスターは、ぱっと見て印象に残り、かつ、見て生まれるイメージが商品などのイメージや言いたいことと合っていることが大切だということをもう一度押さえておく。

※宿題のサムネイルのいくつかを書画カメラで投影して全体に示しながら、そのアイデアの良さをほめるとともに、「キャッチコピー」と絵（写真等）がずばっと一致した方が印象に残る」など、構成上の助言を与えた。



ことだ。レイアウトが比較的自由だが、必要以上に手の込んだ制作はできない。機能に凝りすぎて時間をかけてしまうと、創作には有効でも、学習成果が高まるとは限らない。また、パソコンを使用した制作についてここでは詳述しないが、各校の実態に応じた運用を心がけたい。

