

現代を読む

「マスメディアを通じた現実世界」―

(三年第三単元) から

同志社大学文学部講師

(元神戸大学発達科学部附属住吉中学校教諭)

遠藤 瑛子

1 単元の意義

情報社会に生き、二十一世紀に活躍する現在の中学生にとって、メディアを理解していくメディア・リテラシーは現代の「基本的な読み書き能力」と言える。このメディア・リテラシーとは、「メディアが形作る「現実」を批判的(クリティカル)に読み取るとともに、メディアを使って表現していく能力(「資谷明子」のことである。教科書掲載の「マスメディアを通じた現実世界」を読み解いたあと、メディア文化である広告・ポスター・新聞の全面広告を取り上げ、キャッチコピーやボディコピーの言葉に注目するとともに、使われている写真や絵を読み取る力を育てることを本単元のねらいとする。ま

るという警告がなされており、語り合いによってこそ生きた現実が認識できると述べている。この「受け手の姿勢」と現実認識の力を育てるために、実の場を想定することにした。それがポスター(広告)である。学習者がどのように受け止めたかを語り合い、交流してこそ筆者の考えが理解できる。一方で、内容理解のためには要約練習を、文章の展開のしかたについては形式段落冒頭部分の抜き書きをさせた。

新聞は時代や社会を反映した言語学習材である。購読新聞に朝日新聞が多いという実態だったので、主たる記事として活用した。実際に、aのアとイは全面広告に対する意見で、単元の学習を始めると、いつも思いがけずに資料が向こうからやって来るということが多い。

なお、化粧品品のポスターを使用した大きな理由は、今までになく女生徒が多く(男子十五名 女子二十五名)、身だしなみ以上におしゃれに気を使つからで、それなら思いきって化粧品を取り上げようと考えたのである。bのアとウは営利が目的、イは営利を目的とせず、身近な問題に答え、社会や公共の福祉に貢献している姿勢を学ぶことのできる学習材である。いずれも時代を反映している。

たメディアの伝える力や誇張されているもの、また隠されているものなどを見抜く力を育てることもねらっている。要は、メディアと主体的にかかわっていく態度を養うことである。その意味で単元名を「現代を読む」とした。

2 学習材とその使い方

(1) 教科書「マスメディアを通じた現実世界」他

(2) メディア情報

a 新聞記事(主として朝日新聞)一部省略した。

ア オピオ(二〇〇二年十月二十二日 鹿島 茂)

新聞広告過剰なモノを理性で検討―

イ 文化欄(二〇〇一年十月二十三日 福田美蘭)

新聞で出合う広告「二つで一つの信頼」―

b ポスター

ア 資生堂の化粧品品のポスター

(一九六〇年から五年(このポスター)十枚

イ 公共広告機構のポスター七枚

ウ 新聞の全面広告 多数

文字情報としての教科書の学習材の前半は、ケネディ大統領暗殺の事件を取り上げ、情報の伝わり方や受け手の姿勢について書かれている。後半は、送り手による加工された現実や報道のしかたによる影響で、現実を見誤

3 単元のねらいと学習の流れ

(1) 単元のねらい

新聞や新聞の全面広告から情報を集め、分析・批評しながら生活に役立て、自己を向上させる。

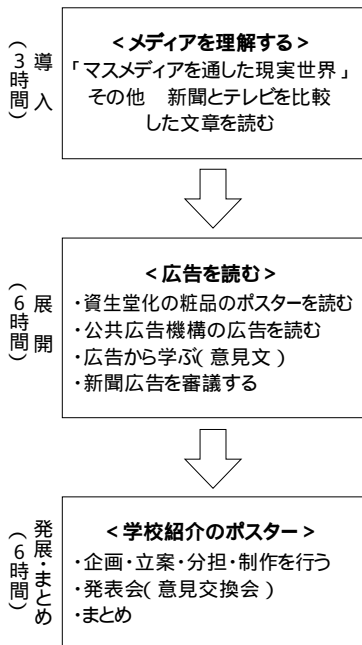
キャッチコピーなどの表現を理解し、よしあしが話し合える。

自分の考えが効果的に伝わるような表現や接続詞を使って、二〇〇字で意見を書く。

教科書や新聞の文章、広告、ポスターを読んで、自分の意見をもつ。

教科書や新聞の文章、広告に使われている語句の意味を理解し、適切に使えるようになる。

(2) 学習の流れ(全十五時間)



4 この単元で育てたい主たる言語能力や見る力など

(1) 話すこと・聞くこと

相手を説得できるような根拠に基づいて話をする。
話し手の意図がどこにあるか正しく聞き取る。

(2) 書くこと

自分の意見の根拠になる表現を的確に入れて書く。
社会事象について問題意識をもって書く。

(3) 読むこと

筆者の思考や論理関係に即して要旨をとらえる。
キャッチコピーの意味を分析する。

(4) 見ること

広告・ポスターの人物や色づかい、使われているモノ
に着目し、表現の意味を分析する。
キャッチコピーと使われているビト・モノ・コトの関
連を指摘する。

「話す・聞く」「読む」「書く」の言語能力を総合的に
指導する単元であるが、子どもたちの将来を想定したと
き「見る」力（思考し、判断する力）を養っておくこと
は重要である。この数年をみても、情報はあふれすぎて
おり、確かな自分をもっていなくては情報に流されてし
まう可能性が大きいからである。

5 指導の実際

(1) 資生堂のポスターに対する学習者の反応

ポスターは全部で十枚になる。黒板に古いモノから並
べていくと、思いがけない学習材であったためか、全員
が食い入るように見つめ、やがて隣同士、小声で話すよ
うになった。手応えがある学習材である。このポスター
を読む学習には二時間充てた。五年ごとのポスターに
よって時代の特徴をとらえ、ポスターに寄せるいろいろ
な見方を二〇〇字作文に書かせ、それを読み比べること
によって、広告に必要な条件が整理できるようにすれば
よいと考えた。一部を紹介しよう。

僕はmake-up Tokyoにいちばんひかれる。真っ白の中に赤
が強調されていて、いちばん高級そうに見える。そして、いち
ばん目立つところに東京がきている。このとき、日本の女性が
東京にあこがれていたことを連想される。きっとポスターの女
性にもあこがれを感じ、口紅を買ったろう。(男子)

ポスターは二種類あった。一つは商品、売りたい物をはっき
りと大きく写しているもの。もう一つは何を売りたいかをひか
えめに描いている。一つ目は、商品がはっきりしているの頭
に残りやすい。二つ目は何を売りたいのかははっきりしないの
で、思わず何を買りたいのかなと思って探してしまう。自分が
探して見つけるのも印象に残るだろう。どちらにしてもよく考
えて作っている。(男子)

「make-up Tokyo」の一九六四年は、東京オリンピック
の年で、新幹線が開通した年でもある。後者には、広告
の必要条件に相当するものが無意識に書かれており、さ
すがに三年生の二学期ともなると見方も違ってくるもの
だと感じたりした。

(2) 公共広告機構（ＡＣ）の広告を読む

ＡＣの広告には厳正な基準がある。学習者自身に全面
広告の審査基準（学校案内では評価基準）を作らせる意
図があったので、学習の手引きとして配布した。また、
広告によせる感想は、「友達から学ぶ」として紙上交流
会になるようにプリントした。次はその一部である。

THING

「捨てる世紀で終わるんですか」

いきなりこの疑問を投げかけてくるポスターは、読み手に
それぞれの考えをもたせる効果があります。また描かれてい
る砂時計は、都市がゴミの山に変わっていく様子を表してい
ますが、私はもう一度砂時計を逆さにすれば、ゴミでもリサ
イクルできて快適な街に戻るんだと、教えてくれるような
気がしました。

砂時計はずっと砂が一定のままでですが、このポスターの砂
はこのまま増え続けていくのでしょうか。(女子)

公共広告機構の広告のテーマは、「時代をとらえ、
人々が求める発言を広告にしている」ことである。「ゴ
ミの砂」は、警告と意識の変革によって、今ならまだ間
に合うという点を指摘している。

(3) 全面広告でプレゼンテーションの力を育てる

この学習は四人の学習グループで行った。各自が集め
た全面広告の中から推薦
する一枚をそれぞれが提
示して、その中から、グ
ループとして推薦する一
枚を選ぶという二段階を
踏んだ。

プレゼンテーションの

条件は、ア 伝える意識、

① 役割の明確化、ウ 一分

間とした。正味一分間と

いう短い時間を条件の一

つにしたのは、新聞を読

むとき、広告の全体は瞬

時に目に入ってしまうし、

テレビのCMにしてもわ

ずかの時間で見る側の心





ない。「もし米軍基地が神戸にあったら…」と出た意見は、メディアの「誇張されているもの、隠されているもの」の学習として重要である。

最後に、情報発信の学習となった学校紹介のポスターづくりを示しておく。

(4) 学校紹介のポスター（広告）づくり

情報の送り手として何を送るかということが問題であるが、三年間の限らない思い出や体験の中から新入生を対象に考えさせた。ポスターの条件はこれまでの討論の基盤ともなったキャッチコピー、ボディコピーを必ず入れることである。学習グループで一作品である。

3年3組 新聞の全面広告と審査する	見出し	本文	審査
1	「青春」	「青春は、心と体の成長の時期です。この時期に、自分自身を知り、社会を知ることが大切です。」	A B C D
2	「青春」	「青春は、心と体の成長の時期です。この時期に、自分自身を知り、社会を知ることが大切です。」	A B C D
3	「青春」	「青春は、心と体の成長の時期です。この時期に、自分自身を知り、社会を知ることが大切です。」	A B C D
4	「青春」	「青春は、心と体の成長の時期です。この時期に、自分自身を知り、社会を知ることが大切です。」	A B C D
5	「青春」	「青春は、心と体の成長の時期です。この時期に、自分自身を知り、社会を知ることが大切です。」	A B C D
6	「青春」	「青春は、心と体の成長の時期です。この時期に、自分自身を知り、社会を知ることが大切です。」	A B C D
7	「青春」	「青春は、心と体の成長の時期です。この時期に、自分自身を知り、社会を知ることが大切です。」	A B C D
8	「青春」	「青春は、心と体の成長の時期です。この時期に、自分自身を知り、社会を知ることが大切です。」	A B C D
9	「青春」	「青春は、心と体の成長の時期です。この時期に、自分自身を知り、社会を知ることが大切です。」	A B C D
10	「青春」	「青春は、心と体の成長の時期です。この時期に、自分自身を知り、社会を知ることが大切です。」	A B C D

をとらえるからである。プレゼンテーションのための準備の時間は十分間とした。選択、役割決め、練習という凝縮した集中力を育てることができた。

さて、そのときに使った評価表（左）であるが、下欄の審査項目（評価基準）は一時間の学級討論で決めた。目的の違った二つの広告の学習によって、大切なことが見えてきた成果である。全面広告のプレゼンテーションの学習効果は、広告の「受け手」側と「送り手」側の両方を合わせもつ視点を身につけさせられたことである。

次に示すのは、このプレゼンテーションでいちばん聞き手の心をとらえた「たらしみゼリー」の発表原稿である。この広告は、全面に「たらしみゼリー」がいっぱい入ったナイロン袋、その上にキャッチコピーを載せている。車や携帯電話、塾、歯みがきよりも、「おいしい」という若者言葉の使用が中学生の心をとらえたのだろう。

見た瞬間に目を引かれました。値段だって、もっとおいしくの、いかにもオイシそうなキャッチコピーも印象的でした。見た目はけっこうシンプルなのに、つい目にとまってしまうところに、魅力を感じました。百六十円が百円になるのは、お買い得で、ゼリーの好きな中学生の心をそそります。ナイロンの袋にとっさり入って安さが強調されます。

「だいじょうぶさあー沖繩」の広告で発表したグループがあった。この広告の背景には、九月十一日のテロ事件以来激減した観光への誘いと安全性のアピールがある。しかし、実情まで踏み込んでいなかったため、正しい現実を把握させるために新聞記事を読ませ、「広告を読む」という問題として、という討論を行った。「広告を読む」ことは、現実を読むことになった。これは池田謙一氏が言う「他者との語り合い」による現実認識にほかならない。「それでも沖繩の人を援助するために行く」「行か

6 生徒の変容

この単元を通して生徒はどのように変わっていったのだろうか。新聞をよく読むようになったのはもちろんであるが、メディアについて次のように述べた生徒もいた。

ポスターにだまされてむだなものを買っていたのに、少しずつ「このポスターは何を訴えたいのか」と考えるようになったこと。メディアに対する私の価値が変わったことで、テレビや新聞のニュースから流れてくる情報が全てではなく、真実は私が情報を見定めないといけないということ。これからは、情報をうのみにせず、自分から選択できるようにしていきたい。

また、二度のプレゼンテーションで、今までずっと「聞く側」にいた自分が、話す側」になれた成長の喜びを、

即興ともなると、ことばは考えられないし、緊張はするしで、早くこの時間が終わってほしいなと正直思っていました。でも、いざみんなの前に立つと、不思議と落ち着いて、考えながらですが、自分の考えを自分のことばで伝えることができたのです。

と語っている。広告によって「受け手の姿勢」を変え、感じた現実を「語り合う」ことが達成できたと言えるよう。

参考図書 拙著『人を育てることばの力』 深水社（二〇〇三年三月）