小学生～高校生向け

# ネット時代の
# メディア・リテラシー教材
## 報告書

2012年度 鈴木みどりメディア・リテラシー研究基金

メディア・リテラシー教育用教材開発研究会

発行元：メディア・リテラシー教育用教材開発研究会
研究代表 森本洋介

〒036-8560
青森県弘前市文京町１
弘前大学教育学部 森本洋介 研究室内
TEL・FAX：0172-39-3471

小学生〜高校生向け

# ネット時代の メディア・リテラシー教材 報告書

## 目次

### I 基本理念


1. メディア・リテラシーの定義 ―― 03

2. 先行研究における小学生〜高校生を対象としたメディア・リテラシー教材 ―― 03

（1）書籍 ―― 03

（2）教材を掲載している雑誌論文 ―― 04

（3）授業案のみを掲載している雑誌論文 ―― 04

3. 本研究の目的 ―― 06

4. 実践の基本理念・到達目標 ―― 07

5. 授業方法 ―― 09

（1）テクスト分析 ―― 09

（2）協働学習 ―― 10

（3）文脈分析 ―― 10

（4）制作活動 ―― 10

6. 評価方法 ―― 10


### II 実践編


I-1「インターネットと広告」 ―― 14
対象：中学２年生〜高校1年生／基本概念: ③・⑤／分析の視点：テクスト（オーディエンス）

I-2「メディアの信頼性」 ―― 19
対象：中学３年〜高校生／基本概念：①・②・④・⑤／分析の視点：生産・制作（第1時〜第２時）、テクスト（第３時〜）

I-3「インターネットとオーディエンス」 ―― 23
対象：高校１〜３年生／基本概念：①〜④／分析視点：オーディエンス

I-4「なぜ人間はSNSを介してコミュニケーションをするのか？」 ―― 27
対象：高校１〜３年生／基本概念：①・②・④／分析視点：生産・制作、オーディエンス

T-1「ヒーローって何？」 ―― 31
対象：小学校〜高校1年生／基本概念：①・⑤（中学3年生以上は④も）／分析の視点：生産・制作

T-2「自分たちの言いたいことを表現する映像作品をつくろう」 ―― 33
対象：小学校高学年〜中学３年生／基本概念：①・③／分析の視点：生産・制作

T-3「音楽ビデオ（PV）の分析」 ―― 37
対象：中学校〜高校／基本概念：②・④／分析の視点：テクスト、オーディエンス（生産・制作）

N-1「新聞編集者になって、記事をつくってみよう」 ―― 41
対象：中学生〜高校生／基本概念：④・⑤／分析視点：テクスト、オーディエンス、生産・制作

N-2「新聞の構成を理解し、構成のされ方を比較する」 ―― 46
対象：小学校高学年〜中学生／基本概念：①・⑤／分析の視点：テクスト

X-1「同じニュースを各種メディアで比較する」 ―― 50
対象：中学生〜高校生／基本概念①・⑤／分析の視点：テクスト

X-2「ポスター広告にみるリプレゼンテーション」 ―― 57
対象：高校２・３年生／基本概念②・④／分析の視点：テクスト

X-3「広告を切り貼りして、新しい広告をつくろう」 ―― 61
対象：小学校高学年〜高校生／基本概念：②・④／分析の視点：オーディエンス、生産・制作

X-4「科学技術の利用についてのリプレゼンテーション」 ―― 63
対象：中学生〜高校生／基本概念①・②／分析の視点：テクスト

X-5「私たちが普段付き合っているメディアについて、互いにインタビューしよう」 ―― 69
対象：小学校高学年〜高校1年生／基本概念①・③／分析の視点：オーディエンス

X-6「アメリカ人から見たアジアの俳優のステレオタイプ」 ―― 73
対象：中学３年生〜高校３年生／基本概念①〜④／分析の視点：テクスト、オーディエンス

X-7「パロディ広告をつくろう」 ―― 78
対象：小学校高学年〜高校生／基本概念②・③・④／分析の視点：生産・制作

# I 基本理念

## 1 メディア・リテラシーの定義

ユネスコによれば、現代におけるメディア・リテラシーの主要な要素は下の図１に示されています。

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 民主主義社会におけるメディアの機能と役割を理解する | メディアがその機能を十分に発揮するための状況を理解する | メディアの機能に照らしてメディアの内容をクリティカルに評価する | 自己表現と民主主義社会への参加のために、メディアと関わる | 利用者が生み出すコンテンツを提供するために必要なスキル（ICTs を含む）を振り返る |

図１　メディア・リテラシーの主要な成果・要素

Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K. and Cheung, C-K.（2011）. Media and Information Literacy Curriculum for Teachers. the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Paris: France. www.unesco.org/webworld　p. 18 を基に筆者作成

つまりメディア・リテラシーでは、メディアの機能を理解し、それらの機能がどのように発揮されているのかを評価し、自己表現のために理性的にメディアと関わるという能力が強調されています。その際、「メディア」という言葉が指すのはマスメディアだけではありません。今日では、インターネットなどを通じて一般市民も容易に情報発信ができるようになっています。ユネスコはそのような状況を踏まえ、メディア・リテラシーにおける多様な情報提供者の存在も重視しているのです。多様な情報提供者とは、「例えば図書館、博物館、アーカイブ、インターネットでの市民からの情報提供、その他の情報提供、利用者自身が作成するコンテンツによる情報提供」（Wilson, Grizzle, Tuazon, Akyempong and Cheung, 2011, p. 60）を指しています。このユネスコの定義からすれば、メディア・リテラシーとはかなり広範なリテラシー概念であると言えるでしょう。

メディア・リテラシーの概念と同様、メディア・リテラシー教育についても様々な見解が打ち出されています。しかし本質的にメディア「について」学習する教育活動がメディア・リテラシー教育である（Buckingham, D. Media Education. UK. Polity Press. 2003）ことに疑いはありません。上記のユネスコの定義に基づいたうえで、本研究では日本における小学校から高校におけるメディア・リテラシー教育実践について、教材と授業案に着目して先行研究を検討しました。なお、本研究における教材とは、メディア・リテラシーを育成するための分析素材となるもの（テクスト）、分析を補助するためのワークシート、授業の簡単な展開、評価規準を１つのセットにしたものを指します。

## 2 先行研究における小学生～高校生を対象としたメディア・リテラシー教材

本研究では、この 10 年程度におけるメディア・リテラシー教育実践に関する書籍と雑誌論文を検討しました。

### （1）書籍

- 小玉美意子編『テレビニュースの解剖学：映像時代のメディア・リテラシー』新曜社、2008
  - ➡ 大人向け。取り組みや事例紹介
- 佐藤洋一編著『実践・国語科から展開するメディア・リテラシー教育』明治図書出版、2002
  - ➡ 中学校国語科教師向け。理論編、指導案、ワークシート、実践事例の紹介。映像メディア（写真・テレビ）の分析
- 鈴木みどり『Study guide　メディア・リテラシー　ジェンダー編』リベルタ出版、2003
- 鈴木みどり『新版 Study guide　メディア・リテラシー　入門編』リベルタ出版、2004
  - ➡ 子ども～大人向け。ワークシート付教材
- 東京大学情報学環メルプロジェクト・日本民間放送連盟編『メディアリテラシーの道具箱：テレビを見る・つくる・読む』東京大学出版会、2005
  - ➡ 大人（教師）向け。取り組みや事例紹介。実践の様子と子どもの作品を収めた DVD つき
- 浪田陽子・福間良明編『はじめてのメディア研究―「基礎知識」から「テーマの見つけ方」まで―』世界思想社、2012
  - ➡ 大学生向け。取り組みや事例紹介
- 藤川大祐・塩田真吾編著『楽しく学ぶメディアリテラシー授業：ネット・ケータイ・ゲーム・テレビとの正しいつきあい方』学事出版、2008
  - ➡ 教師向け。取り組みや事例紹介。ワークシートを含む事例紹介有。ただし情報モラルの要素が強い
- 藤田真文・岡井崇之編『プロセスが見えるメディア分析入門：コンテンツから日常を問い直す』世界思想社、2009
  - ➡ 大学生や研究者向け。取り組みや事例紹介
- 松野良一『総合的な学習の時間のための映像制作マニュアル』田研出版、2002
  - ➡ 小中学校の教師向け。取り組みや事例紹介
- 水越伸・東京大学情報学環メルプロジェクト編『メディアリテラシー・ワークショップ：情報社会を学ぶ・遊ぶ・表現する』東京大学出版会、2009
  - ➡ 読者は大学生を想定。ただし子どもや研究者、教師も対象に含む。主にワークショップ形式での取り組みや実践事例の紹介。進行表（指導案ほど細かくない）含む。

### （2）教材を掲載している雑誌論文

- 中村純子「メディア・リテラシーを育む中学校・国語科年間カリキュラム（後編）―実践事例集より「映像の言語化」の事例を中心に―」『視聴覚教育』55 巻 12 号、2001、18-21 頁
- 重松景二「国語科における既習教材を用いたメディアリテラシー教育の実践」『佐賀大学教育実践研究』19 号、2002、175-188 頁
- 中村純子「放送分野におけるメディアリテラシー向上のための教材『情報娯楽番組（インフォテインメント）』～テキスト教材～」『放送分野におけるメディアリテラシー向上のための教材の在り方等に関する調査研究』総務省、2010
- 植田恭子「NIE とメディアリテラシー―新聞情報の比較読みを通して―」『学習情報研究』220 号、2011、44-47 頁
- 關浩和ほか「社会科固有の「読解力」形成のための授業構成と実践分析（Ⅲ）―新聞の読み解きを手がかりにして―」24 巻、2012、4 -15 頁

### （3）授業案のみを掲載している雑誌論文

- 奥平大和「マスコミ報道の役割と陥穽に学ぶ―私たちの生活と情報・小学校五年―」『教育』49 巻 3 号、1999、74-83 頁
- 駒谷真美「メディア・リテラシーのカリキュラム実践」『視聴覚教育』54 巻 12 号、2000、36-39 頁
- 第二部Ⅱ実践〈項目別・メディア・リテラシーの技術〉『言語技術教育』11 号、2002
- 特集「メディアリテラシーと言葉」『日本語学』2002 年 10 月号、明治書院、2002

- 崔銀姫「「広告」とメディアリテラシー～実践的アプローチを中心とした広告リテラシー教育～」『北海道東海大学教育開発研究センター所報』16 号、2003、23-30 頁
- 登丸あすか「高校生を対象としたメディア・リテラシー教育の実践　前編」『視聴覚教育』57 巻 11 号、2003、50-53 頁
- 登丸あすか「高校生を対象としたメディア・リテラシー教育の実践　後編」『視聴覚教育』57 巻 12 号、2003、54-57 頁
- 静岡県教育委員会『平成 14 年度・15 年度　メディア・リテラシー教育研究委員会報告書』2004
- 豊田充崇・西村充司「メディアリテラシー育成を目指した小学校国語科授業実践事例の報告―「ごんぎつね」を映像とアニメーションで表現し比較する」『和歌山大学教育学部教育実践総合センター紀要』14 号、2004、39-44 頁
- 浅井和之・小笠原喜康「メディア・リテラシー教育のカリキュラム開発」『教育メディア研究』11 巻 2 号、日本教育メディア学会、2005、31-37 頁
- 浅井和之「メディアリテラシー教育のカリキュラム開発と実践」『視聴覚教育』60 巻 6 号、日本視聴覚教育協会、2006、22-25 頁
- 浅井和之「メディアリテラシー教育の実践と評価」『視聴覚教育』60 巻 7 号、日本視聴覚教育協会、2006、12-15 頁
- 大島寿美子「メディア英語教育におけるメディアリテラシー教材の研究―日本関連英文記事を題材として―」『北星学園大学文学部北星論集』44 巻 1 号、北星学園大学、2006、85-92 頁
- 沖田淳司「情報Ｃで何を教えるか―メディアリテラシーの実践―」『ICT education』31 号、日本文教出版、2006、18-22 頁
- 望月純子、野中陽一「メディア・リテラシー教育の視点を取り入れた小学校における情報教育カリキュラム開発の試み」『和歌山大学教育学部教育実践総合センター紀要』16 号、和歌山大学教育学部教育実践総合センター、2006、49-57 頁
- 坂本正孝「「情報」と「総合的な学習の時間」の連携―情報活用能力からメディアリテラシーへ」『日本私学教育研究所紀要』42 巻 2 号、日本私学教育研究所、2007、181-192 頁
- 特集「教育とメディア」『歴史地理教育』719 号、歴史教育者協議会、2007
- 福田義久「メディアリテラシーあなたも新聞記者」『Sexuality』30 号、エイデル研究所、2007、42-47 頁
- 西川満「実践記録・小学校５年　調査と討論で進めるメディアリテラシーの授業―「情報単元」の授業を創りかえる」『歴史地理教育』725 号、歴史教育者協議会、2008 年、66-71 頁
- 愛知県岡崎市立井田小学校「映像制作を通したメディア・リテラシー・コミュニケーション能力の育成―『バーチャル模造紙』を活用して―」『視聴覚教育』63 巻 4 号、日本視聴覚教育協会、2009 年、40-42 頁
- 松岡靖「メディア・リテラシーを育成する社会科 NIE 授業の有効性に関する研究―戦時中の新聞を活用した小学校社会科授業の実践を通して―」『日本 NIE 学会誌』4 号、2009、81-90 頁
- 中西明美、武見ゆかり「メディアリテラシーの視点を取り入れた児童の食育プログラムの開発―東京都 S 区内 S 小学校 6 年生での試み―」『学校保健研究』52 巻 6 号、2011、454-464 頁


以上のように、書籍として出版されている教材は、主に大学生を対象としたメディア研究の入門書や、小学校～高校の教師向けのメディア・リテラシー教育の取り組みや事例紹介としての位置づけとなっているものが多くなっています。書籍そのものを教材として使用してもらうという発想で作成されているのは、鈴木（2003・2004）と佐藤（2002）のみです。藤川（2008）もそのものを教材として使用可能ですが、メディア・リテラシーというよりは情報モラル教育を目的としているので、本研究の趣旨からは外れています。鈴木（2003・2004）と佐藤（2002）の教材で取り扱われているのは映像メディアが中心となっており、新聞は分析対象として扱われていません。また、インターネットも含まれていません。背景として、ソーシャル・ネットワークがまだ一般的になっていなかったことも考えられます。

一方、雑誌論文では、教材を掲載するのではなく、授業案と実際の展開、授業を受けた子どもの感想という授業内容の紹介になっています。また、教材を掲載している雑誌論文は、テレビや携帯電話の動画といった映像メディアと、新聞、国語の教科書といった活字メディアを分析対象としています。これらは、映像メディアもしくは活字メディアそれぞれに焦点が当たっており、例えば「ダイエット」のようなテーマについて、メディア間でのリプレゼンテーションの比較を行うような教材は存在していません。あるテーマについて複数のメディア様式を比較し、その性質を分析すること、すなわち間テクスト性（inter-textuality）を取り扱うことは、メディア・リテラシー教育の重要な内容であるとされています（Buckingham, 2003）。つまり継続性・系統性を持ったメディア・リテラシー教育の実践研究はほとんど存在していないと言えます。

ただし、この点については現行の学習指導要領や、各学校における教育計画との兼ね合いから、実際の現場において実行が困難であるという状況もあるでしょう。とはいえ、インターネット（携帯電話による利用も含む）が子どもにとっても日常的なメディアになってきたにもかかわらず、メディア・リテラシー教材としては開発がほとんど進んでいない状況にあることは問題だと言えるでしょう。

## 3　本研究の目的

以上の先行研究の検討から、現在私たちの身近なものとして扱われているあらゆるメディア全体を包括した教材や、それらメディア間におけるリプレゼンテーションを扱うような教材、小学校～高校の学校段階をつなぐような長期的な計画を念頭に置いた教材、が不足していることがわかるでしょう。よって本研究では、既に発行されている教材を発展・補完させる形で、主として学校教育において、小学生～高校生の子どもが、長期的・体系的にクリティカルな分析方法を獲得するためのメディア・リテラシー教育を可能にするための授業案、実践方法、ワークシート、評価などを提供する教材開発を行いました。さらに、インターネットの普及に伴う多様なメディア環境のもとで、それらメディア様式を包括する教材を開発することを目的としました。結果的に、インターネットを中心に扱う教材、複数のメディアを用いて１つのテーマについて考える教材が多くなっています。テレビや新聞などのメディアを使った教材は、既に述べたようにいくらか出版されているので、そちらを使って補完してください。

このような目的を果たすため、本研究では大学の研究者（森本）、社会教育の場で地域の小中学校を主な対象として教育活動を行ってきた実践者（岡井）、小学校教員（久保）といった、子どもの教育環境をめぐって多様な立場に立つ研究者、教員、実践者が参加することにより、教育現場のニーズに即した教材の作成を可能とすることを目指しました。なお、本教材は基本的に「総合的な学習の時間」で用いることを想定していますが、学習指導要領に合致する点があれば各教科・科目でも対応させることができます。例えば X-4 は「総合的な学習の時間」以外にも、「国語」や「理科」、「社会」でも使用できます。その際は本教材をメインで用いるのでなく、副教材としての位置づけや、導入として用いることも考えられるでしょう。

## 4 実践の基本理念・到達目標

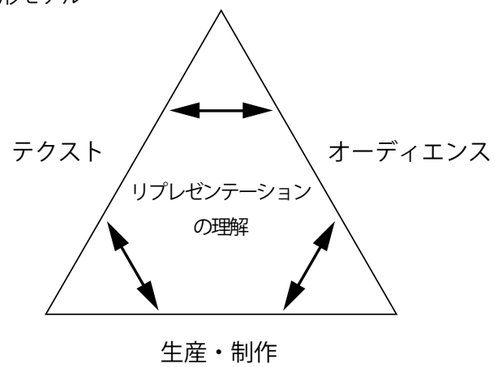
本研究では、基本理念をカナダのメディア・リテラシー教育実践に置いています。特にオンタリオ州におけるメディア・リテラシー教育は四半世紀以上の実績を持っており、冒頭で述べたユネスコの定義とも矛盾しない内容であるためです。カナダのメディア・アウェアネス・ネットワークによるメディア・リテラシー教育の特徴（Media Awareness Network. Media Education: Make It Happen! 2006. p.3）を整理すると、次のことが言えます。

- メディア・リテラシーの獲得＝メディアの発するメッセージや、メディア産業の性質、技術、影響について批判的に理解することができるようになる
- メディア・リテラシー教育は、メディア・テクストをつくることと、批判的な思考を含んでいる。つまりメディアを脱構築し、分析し、楽しみ、評価することである
- メディア・リテラシー教育は証拠に基づいて意見表明することや、なぜ、誰が、どのように、といった発問を、授業の主発問にする
- 著作権や、メディアの所有権といった、産業的な側面を学習に含む
- 特定の正解を導き出すわけではなく、正解とは何かを問う
- 教育者の役割は知識を伝えることだけでなく、問題を提起し、対話を促進する過程を創りだすことである。そのため子ども中心の学習となる

また、カナダにおけるメディア・リテラシー教育の目標は、以下のような基本概念（key concepts）を、メディア分析のための三角形モデルを用いた各視点からのテクスト分析を通して学んでいくことにあります。

- メディア・リテラシーの基本概念
  ①メディアはすべて構成されている／メディアは「現実」を構成している
  ②メディア・テクストは価値や信条に関するメッセージを含んでいる
  ③人びとはそれぞれの方法でメディア・テクストやメディア・メッセージを解釈する
  ④メディア・テクストは商業的、思想的、政治的な特定の利益と関係している
  ⑤それぞれのメディアは独自の言語、様式、形態、技術、決まり／約束事、芸術性を持つ
  （OISE/University of Toronto. Media, Part 1: Additional Qualification, K-12. 2009）

- メディア分析のための三角形モデル




| | |
|---|---|
| テクスト | あるメディア・テクストを構造的に分析する視点 |
| オーディエンス | メディア・テクストのターゲットはどのような人びとか、特定の人種・民族・年齢・性別・文化・身分・地位の人びとは、そのテクストをどのように解釈するかを分析する視点 |
| 生産・制作 | メディアの流通機構、所有権、著作権、メディアを統制する法律・自主規律、メディアを制作する側の視点などを分析する視点。子どもが自分でメディア制作することを含む |
| リプレゼンテーション | メディアが制作者の意図や思想・価値観に基づく特定の解釈なり、切り取られた「現実」を、視聴者に提供しているということについて考えること (Buckingham, 2007) |

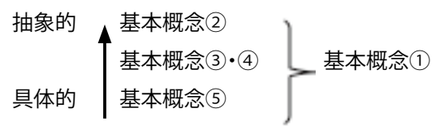
つまり、授業をつくる際は、「基本概念」（何を学習するのか）と「三角形モデル」（どの観点で分析するのか）を意識する必要があります。本研究で開発する教材は、メディア・リテラシーを包括的・体系的に学習するための教材であるため、すべての基本概念について学習できるように設計しています。

そこで下記のような表１を作成しました。表１は、本教材におけるそれぞれのユニット（実践内容）が、どの基本概念の学習を目標とし、三角形モデルのどの観点から分析することを念頭に置いているのかを一覧に示したものです（表中の番号が実践編の各ユニットに対応している）。

表１　各ユニットと基本概念の関係

| | 基本概念① | 基本概念② | 基本概念③ | 基本概念④ | 基本概念⑤ |
|---|---|---|---|---|---|
| テクスト | I-2, N-2, X-1, X-4, X-6 | T-3, X-2, X-4, X-6 | I-1, X-6 | T-3, X-2, X-6 | I-1, I-3, N-2, X-1, |
| オーディエンス | I-3, I-4, X-5, | I-3, I-4, T-3, X-3, | I-1, I-3, X-5, | I-3, I-4, T-3, N-1, X-3, | I-1, N-1, |
| 生産・制作 | I-2, I-4, T-1, T-2, | I-4, (T-3), X-3, X-7 | T-2, (T-3), X-7 | I-2, N-1, T-1, X-3, X-7 | I-2, N-1, T-1, |

また、各基本概念の抽象度は基本的に以下のようになっていると考えられます。原則として具体的な基本概念から抽象的な基本概念に向けてユニットを組んでいくと、学習者にはわかりやすいでしょう。




※ただし扱う事項によっては変動することもある

また、各ユニットと、取り扱うメディアの種類、想定する学校段階の対応関係は表２のようになっています。依然として日本の学校ではインターネット接続環境が整備されていないところも多いため、機材の制約で実施できないユニットがある場合は、他のユニットで補う必要があります。

表２　各ユニット、取り扱うメディアの種類、想定する学校段階の対応関係

| | テレビ | インターネット | 新聞 | その他 |
|---|---|---|---|---|
| 小学校 | T-1, T-2 | | N-2 | X-3, X-5, X-7 |
| 中学校 | T-1, T-2, T-3 | I-1, I-2 | N-1, N-2 | X-1, X-3, X-4, X-5, X-6, X-7 |
| 高等学校 | T-3 | I-1, I-2, I-3, I-4 | N-1, N-2 | X-1, X-2, X-4, X-5, X-6, X-7 |

各ユニットは単独でも実施可能ですが、体系的にメディア・リテラシー教育を学習するためには、複数のユニットを継続して行うことで、基本概念全体を網羅していく必要がある。以下は、ユニットの組み合わせ方の例です。他の教材も交えて実施できるとなおよいでしょう。

例：小学校第６学年「総合」（半期 35 時間、週１回２時間続き）の場合
X-5（４時間）→ T-1（４時間）→ X-3（８時間）→ X-7（８時間）→ T-2（11 時間）

例：中学校１～３学年でそれぞれ半期 35 時間（週１回２時間続き）を用いて構想する場合
１年生：X-5（４時間）→ X-1（６～８時間）→ N-2（４時間）→ X-4（６～８時間）→ T-2（11 ～ 13 時間）
２年生：I-1（４時間）→ X-1（６時間）→ N-1（４時間）→ X-3（８時間）→ T-1（４時間）→ X-7（９時間）
３年生：I-2（４時間）→ X-4（４時間）→ T-3（13 時間）→ X-6（４時間）→ T-2（10 時間）

## 5　授業方法

実践編では本プロジェクトで開発したメディア・リテラシー教材そのもの、その教材を用いた単元の構想例、単元のなかで重要と考えられる時間の授業案を掲載しています。

ここで示しているメディア・リテラシー教育における授業の組み立て方は、一斉授業での講義形式はほとんど用いません。その授業を行うに当たり、子どもだけでは得るのが難しい知識や技術については教師から教える必要がありますが、基本的には講義の時間を最低限に留め、子どもたち自身で答えを見つけていくことが求められます。このような方法は能動的な学習（アクティブ・ラーニング）と呼ばれます。そこで、まず能動的な学習の方法について説明します。なお、以下の授業方法は１つの授業、１つの単元内で組み合わせて用いることも可能です。例えば課題探究は個人でやることもできるし、協働学習と組み合わせることもできます。また１つの単元内で「テクスト分析」＋「文脈分析」＋「翻訳」という展開をすることもできます。

### （1）テクスト分析

子どもは多様なメディアの種類におけるコードや決まり／約束事を理解する過程を通じて、テクスト分析についても学習していきます。この記号的な分析は、基本概念についてのより高度な理解の達成を目指すべきです。そのため、子どもは言語のコードや決まり／約束事が、特定の読者／視聴者に向けて特定のリプレゼンテーションを創りだすため、どのように使用されているのかを理解するための学習を行います。子どもはすべてのメディア・テクストにおける「技術的」、「象徴的」、「物語的」なコードを理解することを学びます。メディア・テクストの例として以下のものが挙げられます。

広告（ポスター、CM、吊広告、街頭広告、新聞広告、雑誌広告など）、e-mail、映画（予告編含む）、ビデオ、DVD、衣服、スポーツ用品、食品のパッケージ、アクションフィギュア、新聞（記事、社説、特集）、雑誌、冊子、社説、歌、テレビ番組（スポーツ番組、ドキュメンタリー、ホームコメディ、ドラマ、自然に関する番組、インタビュー、情報番組、バラエティ、ニュースなど）、マンガ、ウェブページ、双方向のソフトウェア（ソーシャル・ネットワーク・サービス、オンラインゲーム）、ブログ

### （2）協働学習

協働学習は、子どもが共通の目標に向かって一緒に作業をするという指導方法です。協働学習は単純な二人一組の作業から、より複雑な形態の作業まで、様々な形態があります。基本的には４～５名を１グループとする小集団学習が望ましいでしょう。人数が多ければ、特定の子どもしか作業しないとか、作業が分散しすぎるといったことが起こりえます。また３人だと作業の負担が多くなりがちです。協働学習を通じて、コミュニケーション能力や、自分の考えを相対化することなどの能力を養うことができます。

なお、協働学習の議論では以下のような役割分担を行うと、進めやすいでしょう。

司会：意見をまとめる。話し合いの中心になる。タイムキーパー
記録：グループで話し合ったことを記録用紙にみんなにわかるように書いていく。個人が書いたシートを書き写していくということではない。記録は結果だけではなく、なぜそのような結果に至ったのかの過程も含めて記述していく
発表：グループの記録用紙に書いたことを、クラスのみんなの前で、自分のグループが何を話し合ったかわかるように説明する
＊役割は単元ごとに交代し、１人の生徒が最低でも１回は司会・記録・発表をすることが望ましい

### （3）文脈分析

生産・制作の視点で示したような事項を分析する活動を指します。例えば情報の流通経路がどのような仕組みになっているのかを調べたり、新聞記者の１日の仕事の様子をインタビューしたり、著作権について調べたりする活動が挙げられます。

### （4）制作活動

像制作やポスター制作、４コマ漫画を描く、など多様な方法が考えられます。制作活動は単元の締めくくりとして行うことがよくありますが、単元の最初に制作活動を行う方法も考えられます。また、企画作りのみを行う場合もあります。大掛かりな活動をやる必要はまったくありません。ただし、メディア・リテラシー教育では必ず自分の作品を既存のメディア・テクストと同じように分析し、評価する活動を含む必要があります。制作活動は、作品づくりが目的なのではなく、分析能力をより深くしていくための手段なのです。

## 6　評価方法

メディア・リテラシーの授業では、子どもの最終的な意見・判断（総括的評価）よりも、その意見・判断に至った過程を評価すること（形成的評価）のほうが重要です。そのため、筆記試験のような評価方法では子どもの学びを十分に評価することができません。よって、子どものパフォーマンスを評価する方法が考えられます。パフォーマンスには①メディアログ、②分析シートや制作物などに対する子どもへのインタビュー（メディア制作を提出するときに、教師はその制作から何を考え、学んだかを子どもにインタビューする）、③発表（小グループもしくはクラス全体に対して作品を発表する）、④作品に注釈をつける（子どもは作品と一緒に、制作過程と学んだことについて書いた説明を提出する）、などが考えられます。

「メディアログ」は一種のポートフォリオです。授業中の配布物や、自分が書いたシートはファイルに綴じ、保管します。具体的には雑誌やノート、スクラップの組み合わせであり、

①授業での議論や活動についての解釈や感想
②メディア・テクストについての観察、大雑把なメモ、それに対する考え
③新聞、週刊誌、インターネットや他の情報源からの記事
④ステッカーやポスター、チラシ、写真などについての反応、思ったこと、疑問と関連エピソード
⑤メディアのイベントに関する意見
⑥メディアや社会、文化に関係した疑問、考え、意見と情報

などを書き留める、いわばメディアをテーマにした日記のことです。メディアログは、子どもの考えや、授業で学んだ基本概念への反応と活用を評価することに用いることができます。また、子どもがメディアについての学びや社会や文化に関して身に付けてきている知識を振り返るような、自己評価として用いることもできます。

また、子どものパフォーマンスを評価する際には、トロント地区教育委員会が作成した、表１のルーブリックが参考になります。

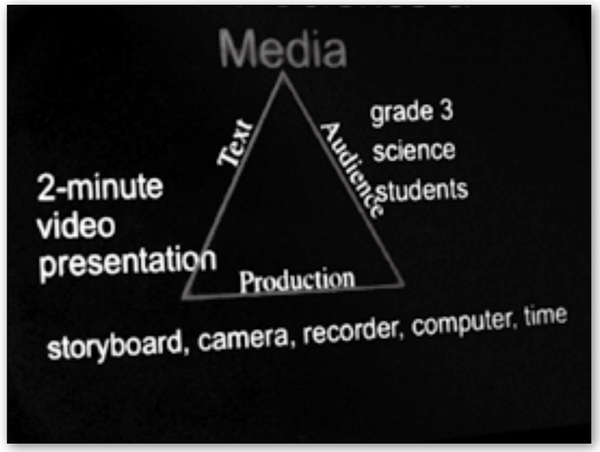



表１　テクスト分析を評価するためのルーブリック

| | ①知識・理解 | ②思考・探求 (inquiry) | ③コミュニケーション | ④コミュニケーション・応用 | ⑤思考・探求（制作活動） |
|---|---|---|---|---|---|
| 目標 | プリントおよび電子テクストにおける情報、アイデア、テーマ、議論を分析・解釈する。多様なメディア形式が技術、形態、言語によってどのような意味を創りだしているかを説明する。 | テクストにおける明示的・暗示的な思考や価値、観点と、自分の思考や価値、観点を比較する。メディア作品とオーディエンスの関係を分析する。 | テクストにおいて言語と構造がオーディエンスにどのよう意味を創りだしているのか分析する。作品やデザインが、様式、目的、オーディエンスと制作者によってどう選択されるのかを、知識を使って説明する。 | 様々な目的に応じて大・小の班で会話する。その際、主要な意見とその意見を支持する具体的な事実を知り、他人と自分の意見を区別し、適切な学問的・理論的言語を用い、関係性、正確さ、偏見のような基準を用いながら暗示的・明示的な意見を評価する。 | プリントおよび電子テクストにおける情報、アイデア、テーマ、議論を分析・解釈する。本学習で考察した意見、テーマ、課題に基づいて作品をデザイン・制作する。 |
| レベル１未満（0 − 49%） | 異なるメディアがどのように意味を創りだすかについてかなり限られた知識しかない。 | 多様な観点の効果およびテクストとオーディエンスの関係についてまったく分析できていない。 | メディア言語に対する分析的・創造的な思考の使用がかなり限られている。 | 議論、偏見、固定観念についてまったく会話できない。 | 作品に様式、内容、オーディアンスの関係性の理解がまったくない。 |
| レベル１（50 − 59%） | 異なるメディアがどのように意味を創りだすかについて限られた知識しかない。 | 多様な観点の効果およびテクストとオーディエンスの関係について限られた理解しかない。 | メディア言語に対する分析的・創造的な思考の使用が限られている。 | 議論において主張、偏見、固定観念についてほとんど理解してない。 | 作品に様式、内容、オーディアンスの関係性の理解がほとんどない。 |
| レベル２（60 − 69%） | 異なるメディアがどのように意味を創りだすかについてある程度知識がある。 | 多様な観点の効果およびテクストとオーディエンスの関係についてある程度理解がある。 | メディア言語に対して分析的・創造的な思考をある程度している。 | 議論において主張、偏見、固定観念についてある程度理解がみられる。 | 作品に様式、内容、オーディアンスの関係性の理解がある程度みられる。 |
| レベル３（70 − 79%） | 異なるメディアがどのように意味を創りだすかについてかなりの知識がある。 | 多様な観点の効果およびテクストとオーディエンスの関係についてかなりの理解がある。 | メディア言語に対して分析的・創造的な思考をかなりしている。 | 議論において主張、偏見、固定観念についてかなり理解がみられる。 | 作品に様式、内容、オーディアンスの関係性の理解がかなりみられる。 |
| レベル４（80 − 100%） | 異なるメディアがどのように意味を創りだすかについて十分な知識がある。 | 多様な観点の効果およびテクストとオーディエンスの関係について十分な理解がある。 | メディア言語に対して分析的・創造的な思考を十分にしている。 | 議論において主張、偏見、固定観念について十分に理解がみられる。 | 作品に様式、内容、オーディアンスの関係性の理解が十分にみられる。 |

Toronto District School Board. Media Studies K-12., 2005. p. 76 を基に筆者作成

※本教材は「鈴木みどりメディア・リテラシー研究基金」第６回（2012年度）研究助成金の支給を受けて発行されています。
本教材を複写・転載し、教育活動に利用する、もしくは使いやすいように加工して利用するのは構いません。ただし、本教材を複写・転載、部分的に書き直したものを売買することを禁じます。

本教材は「FCT メディア・リテラシー研究所」のホームページ
http://www.mlpj.org/index.shtml
からダウンロードすることができます。

# II 実践編

各教材は基本的に以下の様式で記述されています。

(1) 単元名・対象・学習する主な基本概念

➡ 対象としている学年はあくまで目安です。発問の工夫やテクストを変えることで、異なる学年や学校段階の子どもにも対応させることができます。

(2) 単元の目標

(3) 単元の学習計画と各時の学習内容

➡ 必要となる時数はあくまで目安です。効率的に授業が進んだ場合の時間と考えてください。

(4) 分析活動の授業案

➡ 必要となる時数はあくまで目安です。効率的に授業が進んだ場合の時間と考えてください。

(5) ワークシート

**▶ 個人分析用のワークシート**

必要に応じて拡大コピーしたり、不要な部分を削除したりしてお使いください

**▶ グループ議論用の問いの項目**

授業を行う子どもの状況に応じて文言を変更したり、話し合う問いを選んだりしてください

(6) 発展学習→教材によっては記載していません

(7) 本ユニットの参考資料→教材によっては記載していません

## I-1

### (1) 単元名・対象・学習する主な基本概念

**「インターネットと広告」** 対象：中学２年生〜高校１年生　基本概念：③・⑤

分析の視点：テクスト（オーディエンス）

### (2) 単元の目標

インターネットにおけるテクストが映像（動画と静止画）、音声、文字、多様なタグ、メニューなどの「メディア言語」から構成されていることを理解する。インターネット広告はテレビや新聞の広告とは異なり、オーディエンスが「読者」・「視聴者」ではなく「ユーザー」として「参加」できるメディアであることを学ぶ。

### (3) 単元の学習計画と各時の学習内容

| | 学習目標 | 学習内容・活動 |
|---|---|---|
| 第１時 | サイトにもポータルサイト、口コミサイトなど、いろいろあることを知る。大手企業の公式サイトの構成について知ることで、インターネットにおけるメディア言語を理解する。 | ワークシートにサイトの種類を調べ、公式サイトの例として日本コカ・コーラ社のトップページ（http://www.cocacola.co.jp/）の構成について記述していくとともに、トップページから行くことのできる各種ページについて調べる。 |
| 第２時 | コカ・コーラ社のサイトで提供されているゲームサイトを題材に、インターネットにおける広告について考える。 | コカ・コーラ社のサイトのうち、「キャンペーン／コカ・コーラパーク」というハイパーリンクに焦点を当てて調べる。遊べるようなら遊ぶ（ただし無料登録が必要）。ゲームを遊ぶことでどのような特典が得られ、なぜ無料で遊べるのかを考える。その際、コカ・コーラ社のゲームサイトがツイッターや mixi、facebook、アメブロなどと連動し、そういったソーシャルサイトを利用者がつなげることで、広告効果を持っているということを考えさせる。 |
| 第３時〜第４時 | 他のメディアの広告とインターネットの広告を比較しながら、インターネットの持つ商業的意味について考える。 | テレビ CM、新聞の広告などを見せながら、インターネットサイトにおける広告が、ユーザー主体で探し、遊ぶものになっており、他のソーシャルサイトと連動させることで、自動的に広がっていくという特性を持っていることを考えさせる。テレビや新聞と異なり、スペースや時間がほとんど限られないことから、低コストで広告が設置できるので、多くの広告がネットにシフトしてきていることも補足的に理解する。 |

### (4) 分析活動の授業案（第 2 時）

| | 活動内容・使用する教材 | 留意点・評価規準 |
|---|---|---|
| 導入（5 分） | ケータイでネットサーフィンしたり、メールを見ていたりするときに、広告の存在に気づいているかどうかを生徒に聞いてみる。 | この時点で生徒が広告を意識している必要はない。「そういえば見たような気がする」程度の意見が出てくれば展開に進む。全体的にピンときていないようであれば、実例を教師が見せる。 |
| 展開（20 分） | ワークシートの③２つ目までを生徒で埋めていく（②が埋まりきっていなければ、その部分の作業も行う）。問題がなければ実際に教師のアカウント（もしくは生徒で既にアカウントを取得している人間がいれば、その生徒にやらせてみてもよい）で実際に遊んでみる。一通り遊んだあと、ワークシート③３つ目について生徒に調べさせる。 | ゲームのタイトルはすぐにわかるので、どのような内容のゲームなのかも調べさせる。特典については、ゲームのページだけでわからない場合、他のページも含めていくつかの角度から調べさせる（もらえる景品、ポイントの貯め方、ポイントがどのように加算され、何に使えるのか、など）。<br>表示やハイパーリンクについては、一見関係なさそうに見えても調べるように指示する。時間内で書き取れるだけ書き取らせる。 |
| 議論（15 分） | グループ議論用問い両方について、各グループで議論を行う。 | 問い１点目については、展開の部分で調べさせるときに、「なぜ無料で遊べるのか」を意識させるように簡単に問題提起しておく。ただ「コカ・コーラの宣伝」というだけでなく、コカ・コーラ社が提携している他の企業やタレントの宣伝効果を持っていることにも気づかせる。<br>ソーシャルサイトとの関係については、単に「おもしろいゲーム」があると言って本人はゲームを紹介しただけのつもりになっているが、広告がそこに付随するため、無意識のうちに宣伝を行っていることになっているということにも気づかせる。<br>インターネットは、ユーザーが自由に扱うことができるため、一見ゲームの紹介だけに見えて、実はそれだけにとどまらないことを考えさせる。 |
| 発表（10 分） | いくつかのグループに議論の内容を発表させる。全体的な議論の整理については第 3 時に行う。 | 「無料」といっても、企業がボランティアでやっているのではなく、広告を潜在的に含ませることにより、きちんとビジネスをやっているということを理解させる。教師としては、それが「善悪」の価値判断を含ませないようにすることを意識する。 |

### (5) ワークシート

**▶ 個人分析用のワークシート**

①インターネットサイトの種類について調べてみよう。次のサイトのトップページはどのように構成されていますか？模造紙に書き出すか、サイトのページを印刷して調べてみよう

| | |
|---|---|
| 公式ホームページ | 例：FCT |
| ポータルサイト | 例：ヤフージャパン |
| 口コミサイト | 例：食べログ |
| | |

②日本コカ・コーラ社公式サイトのトップページについて調べてみよう

・どのような項目がありますか？

各項目はどのように表現されていますか？（文字だけ、写真つき、など）

③キャンペーン／コカ・コーラパークのゲームについて調べてみよう

・どんなゲームが遊べますか？

・ゲームを遊ぶとどんな特典がありますか？

・ゲーム以外にどのような表示、リンク先がありますか？

④テレビ CM と新聞の広告は、それぞれどのように構成されていますか？インターネットサイトと同じように書き取ってみましょう

・テレビ

・新聞

| 映像言語記入シート | | |
|---|---|---|
| | CM の時間量： | |
| | ショット数： | タイムライン（開始 ――――――

## I-2

### (1) 単元名・対象・学習する主な基本概念

**「メディアの信頼性」** 対象：中学３年〜高校生　基本概念：①・②・④・⑤

分析の視点：生産・制作（第１時〜第２時）、テクスト（第３時〜）

※できれば第３時以降は教科教育の時間と組み合わせたい

### (2) 単元の目標

ウィキペディアが、どのような仕組みになっているのかを理解する。また、ウィキペディアをはじめとしたネットサイトの信頼性と、活字メディアの信頼性がどのように世間に理解され、なぜそのように理解されているのかを、分析を通して考える。

### (3) 単元の学習計画と各時の学習内容

| | 学習目標 | 学習内容・活動 |
|---|---|---|
| 第１時 | ウィキペディアの運営について調べる。 | ウィキペディアがサイト上の辞典であることについて簡単に教師から説明した後、「サイト分析用三角形モデル」の「生産・制作」の部分のみを、実際にネットを使いながら調べて記入する。 |
| 第２時 | ウィキペディアの運営方法について理解する。ウィキペディアの信頼性について議論する。 | 第１時の調査内容について発表し、クラス全体でウィキペディアについて共通の認識を持つ。ウィキペディアがオープンソースのサイトであり、誰もが書き込めるということが、サイトの信頼性とどのように関係するのかを議論する。ここでは信頼性について、生産・制作の分析結果から考えたことを論点として導出することが目的であり、「信頼できない」という結果を導くのではない。 |
| 第３時 | ウィキペディアのテクスト上の構造を理解する。ウィキペディアでは、検証不十分な項目や、内容に確証がない項目に関しては、ページの最上部に注意事項として記載されていること、諸説ある事項の記述ではできる限り出典を明記することなどが必要になっていることを理解する。 | 「サイト分析用三角形モデル」の「テクスト」の部分を、実際にネットを扱いながら調べる。時間短縮のため、あらかじめウィキペディアの項目（例えば「メディア・リテラシー」や「放射能」）を教師が指定しておく。選ぶ項目のポイントとしては、①出典が明記されている、②いくつか解釈に説が存在する（論争がある）、③文量が多くない（多い項目をやらざるをえない場合、印刷して色鉛筆等で塗り分けでもよい）、といったことが挙げられる。教科教育の枠内で行う場合、直近で学習した事項を取り扱うとよい。 |
| 第４時 | どのようなサイトが信頼でき、また活字であっても信頼できない場合はどのような場合かを考える。「ネットは信頼できない」とか、「本や新聞（＝活字）は信頼できる」のように、信頼性というものはメディア様式を単位に測れるほど単純なものではない。どのようなメディア様式であれ、出典を明記し、多角的に検証しているテクストほど信頼性が増すことを理解する。 | 教科教育で行う場合<br>→教科書に書いてある項目と、ウィキペディアに掲載されている同じ項目を比較して、記述がどのように異なるか、同じかを比較する。<br><br>教科教育外で行う場合<br>→ウィキペディアで調べた項目に関する書籍（ただしウィキペディアで出典として挙げられていないもの）ないし新聞を比較対象として検討する。<br>・比較検討した後、問いについて議論し、発表する。 |

### (4) 分析活動の授業案（第４時）　※教科教育を想定

| | 活動内容・使用する教材 | 留意点・評価規準 |
|---|---|---|
| 導入<br>（５分） | 前回までに調べたことをもとに、「ネットって嘘が多いって言われるけど、聞いたことはある？」と全体に問いかけ、いくつか意見を聞いた後に「それは本当だと思う？」と問いかけ、展開に入る。 | 「ネットは信頼できない」とか、「ネットはいい加減な情報が多い」という一般論が子どもから出てくるほうがよい。 |
| 展開①<br>（10 分） | ・教科書に書いてある、前時でウィキペディアで調べた項目と同じ項目について、教科書をテクスト分析する。①誰がその項目について書いたか、②発行している会社はどこか、③誰がその項目についての記述に責任を持っているか、④出典はあるか、を調べる。（もしくは知っている子どもがいれば口頭で答えさせる） | ・前時でのウィキペディアのテクスト分析では、教科書の内容に関連する項目を調べさせておく。<br>・調査項目②〜④は答えがはっきりしているが、①については不明なこともある。不明な場合はそのまま進める。③の答えは検定を行っている国（文科省）であるが、子どもが全員知らず、調べてもすぐに出てこないようであれば教師が教えてもよい。 |
| 展開②<br>（20 分） | ・展開①で調べたことを基に、グループ議論用問いについて議論を行う。 | ・模造紙に議論のプロセスと結果を記録していく。<br>・教科書とネットというメディア様式が「信頼できる／できない」という話ではなく、個別のテクスト自体に出典や多角的な検証が示されているかが問題であるという議論になるように教師は方向付けを行う。 |
| 展開③<br>（10 分） | ・グループ議論の発表を行う。 | ・全グループの模造紙を張り出し、各グループから説明させる。<br>・時間がなければ２グループ程度を選んで全体議論のきっかけにする。 |
| まとめ<br>（５分） | ・本単元全体の総括を行う。 | ・「信頼性」という問題は、個別のテクストに根拠が明示されているかどうか、多角的に検証されているかどうかによるということを子どもに理解してもらう。<br>・ネットの信頼性が問題になるのは、誰もが制作に関与できる場合が多く、しかも匿名で可能であることが多いため、制作者の責任感が希薄になりがちであることが大きな原因であることを理解したい。つまり企業や個人が責任を持って、情報源を明示したり、情報の裏を取って情報を掲載したりすることで信頼性は高まる。むしろ運営者がきちんと責任を持ってサイトを管理・整理していれば、多様な情報が集まる分、活字よりも信頼性が高くなる可能性がある。<br>・ただし、これはウィキペディアのようなオープンソースのサイトであることが要件であり、企業のサイトのように製作者が限られている場合は、むしろ書籍や新聞と信頼性は変わらない可能性がある。つまり、「〜新聞社」の発行する新聞とその企業のネット記事の信頼性は同じでなければならないはずである。<br>・書籍や新聞の場合、著者や編集責任者が明確であり、また金銭をやりとりするという行為を通じて情報を引き渡すということを考えても、「責任の所在」を明確にしなければならない。このことが、活字メディアに対する信頼性につながっているとも言える。ここまで踏み込む必要はないと思うが、なぜ活字メディアが信頼できるという言説があるのかということには触れておきたい。<br>・諸説あるテーマに関する書籍の場合、著者の立場によっては一面的なものの見方で書いている場合がある。これは書籍自体の信頼性とともに、そのテーマ全体の観点における検証の信頼性も議論されなければならない。特定の立場だけの情報を検証しても、多面的・客観的な検証にはならない。ゆえに「避難的に考える」とは、メディア様式の垣根を越えてさまざまな側面から検証することであることを理解する。 |

### (5) ワークシート

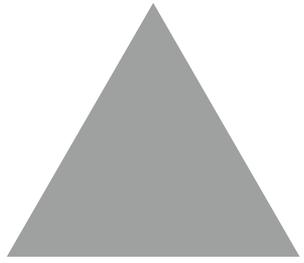
**▶ 個人分析用のワークシート**

## サイト分析用三角形モデル

分析したサイト：
※以下の項目を、調べてわかる範囲で記入しよう

### テクスト

- 画面のレイアウトは どのようになっているか？
- 画面の文字の部分、動画・静止画の部分、余白はどのくらいあるか？
  →白紙にレイアウトを書き取り、どこにどのような要素（文字、動画、他のサイトへのリンクなど）があるかを記入しよう
- どのようなきまり／約束事があるか？
- 欠けている要素はあるか？
- 他のサイトへのリンクなどは含まれているか？含まれているのであればどのようなリンクがあるか？
- なぜサイトの構成はそのようになっているのだろうか？



### 生産・制作

- このサイトを作ったのは誰か？
- どのような目的で作られたか？
- サイトの運営者と、実際に中身を作っている人間は同じか？
- 作ったのは公的な機関か、民間企業か？
- 運営者はどのように利用者の情報を集めているか？
- 運営者は集めた情報をどのように利用しているか？
- 運営者はどのように利益を得ているか？

### オーディアンス

- ターゲット・オーディアンスは誰か？
- 実際の利用者はどのような人びとか？データがない場合は、利用者の意見などから推測しよう
- 利用者はどのようなことができるか？何をしている人が多いか？
- 料金はかかるか（登録料や、オプションのコンテンツを利用するための追加料金など）？
- なぜ利用するのか？



**▶ グループ議論用の問いの項目**

第２時の問い

- ウィキペディアは信頼できると思うか、思わないか。誰がウィキペディアを管理し、誰が実際に内容を制作しているのかといったことなど、ウィキペディアの運営方法について調べたことを根拠にしながら、自分の思うことを話し合ってみよう。

第４時の問い

- ウィキペディアについて調べた項目と、教科書（もしくは書籍・新聞）について調べた項目を対比させてみよう。ウィキペディアを調べたときにわかった項目（誰が管理しているか、誰が中身を書いているか、出典はあるか）などは、教科書（もしくは書籍・新聞）についても同じことが言えるだろうか？
- 教科書（もしくは書籍・新聞）に書かれていることは本当に信頼できるだろうか？根拠を上げて話し合ってみよう。
- ネットの情報（ウィキペディアだけではない）は、どのような場合に信頼性の高い情報になるだろうか。反対に、どういう情報であれば信頼性が低いと判断されるだろうか。活字（教科書や書籍、新聞）についても同様に考えてみよう。

### (6) 発展学習

- クラスで実際に模擬的なウィキペディアを作ってみよう。学校のウェブサイトが利用できるのならそれを使うのが望ましい。もし実際にウェブでというのが難しいのであれば、ホワイトボードや模造紙に特定の用語に関するウィキペディアを模擬的に作成する。最初、生徒個人ないしグループで原案を作成し、そのあとで他の生徒が異なる色で記述を書き足したり修正したりする。加筆修正を行う際には、出典や根拠を必ず記載するようにする。ウィキペディアと同じく、記述した人間は匿名とする。制作を行った後に、実際のウィキペディアと比べてどのようなものとなったのかを議論する。
- 第２時と第３時の間に、上記のように模擬ウィキペディアを作成し（その際、管理者は教師であり、サイトを作り上げていくのは生徒自身であることを。前時までの学習から意識させておく）、その際にわざと何も知らせずに自由に作成させることで、責任の所在を曖昧にするとはどういうことかを第３時で振り返ることができるようにする。
- なぜ「活字は信頼性が高い」という言説が生まれたのかを考える。その際、商業的側面を考慮する（授業案第４時の「まとめ」の留意点の４点目）。
- 東日本大震災後の福島第一原発事故の件に関して、「ネットは信頼できるがテレビや新聞は信頼できない」という風潮が一部に広まった。これは、従来の言説とはまったく逆の動きである。「ネットは信頼できるが～」と言い出した人びとは、何を根拠にそのようなことを言っているのだろうか、動画投稿サイトなどを分析対象に、「生産・制作」の視点から考えよう。

### (7) 本ユニットの参考資料

渡辺智暁（2011）「われわれはウィキペディアとどうつきあうべきか：メディア・リテラシーの視点から」『情報の科学と技術』61 巻 2 号、64-69 頁

## I-3

### (1) 単元名・対象・学習する主な基本概念

**「インターネットとオーディエンス」** 対象:高校1～3年生

基本概念:①～④　分析視点:オーディエンス

### (2) 単元の目標

代表的なポータルサイトについて分析することにより、インターネットにおけるオーディエンスとユーザーの違いや、存在の意味について考える。

### (3) 単元の学習計画と各時の学習内容

| | 学習目標 | 学習内容・活動 |
|---|---|---|
| 第1時 | 自分(たち)のインターネットの利用傾向について自覚する。 | 自分たちのインターネットの利用状況について、最初は資料などを用いずに以下のことを話し合う。<br>①インターネットを利用しているかいないか、利用している場合は何のために、どの程度利用しているのか。<br>②具体的にどのようなサイトをよく利用しているか。<br>③インターネットは自分たちにとって役に立つか、どのようなときに役立つか。<br>④他のメディアのほうが役立つのはどのようなときか。 |
| 第2時 | ネットニュースにコメント欄がほぼ必ずあり、「世論(せろん)」の一部を形成していることに気づく。 | 分析するポータルサイトと、分析するニュース記事を1つ決める。例えば「Yahoo! ニュース」を具体例として取り上げる場合、「Yahoo! ニュース」(もしくは「Yahoo!」のポータルサイトから、左のコンテンツ一覧の「ニュース」をクリック)のヘッドラインの各記事のタイトルをクリックすると記事詳細の画面になる。コメント欄は各記事のページの下部に表示されていることが多い。<br>※サイトの画面やレイアウトは急遽変更になることがあるので、変更された際は該当ページを探す必要がある。<br>分析するニュース記事を決めたら、グループで、1枚の白紙(できれば模造紙)にニュース記事のページのレイアウトを書き取り、どこにどのような要素(文字、動画、他のサイトへのリンク、記事へのコメントなど)があるかを、大まかでよい(文字の一つひとつをそのまま記入しなくてよい)ので記入する。 |
| 第3時<br>～第4時 | ネットのニュースは、ただ配信されるだけでなく、リアルタイムにユーザーが意見を投稿できるため、テレビや新聞とは異なることを理解する。 | 第2時で作成したページのレイアウトを見て、どこにどのような要素が配置されているのかを確認する。特にユーザーがかかわることのできる要素(コメントや、他のSNSへの転用など)がどこにあるかを確認する。その後、グループで分析対象のニュース記事のコメント欄や、その他の部分を実際に操作して調査しながら、「インターネットのユーザー」分析シートに記入する。 |
| 第5時 | なぜ、どのような人びとがSNSを介したコミュニケーションをしているのかを考える。 | 第3時で作成した「インターネットのユーザー」分析シートを基に、小グループで議論を行う。その後、各グループで議論したことを発表し、全体議論を行う。 |

### (4) 分析活動の授業案(第3～4時)

| | 活動内容・使用する教材 | 留意点・評価規準 |
|---|---|---|
| 導入 | 各グループで、前時で作成した、サイトのページレイアウトを書き取った用紙(完成していなければ引き続き作業を続ける)を見ながら、サイトのページが類似した他のメディア(例えば企業の取り組みを紹介したパンフレットや、高校や大学の学校案内の資料)とはどのように異なるかを考えさせる。 | 発問の例「(学校案内の実物を見せながら)みなさんが前回つくった、サイトのページレイアウトと、この学校の学校案内のパンフレットは、情報を伝えるという共通点がありますが、違うところもあります。特にサイトに特徴的なことは何でしょうか？前回作成したレイアウトを見ながら考えてみましょう。」<br>生徒から、「見ている人が意見を投稿できる部分があります」のように、ユーザーが参加できることを理解した発言等があれば先に進む。 |
| 展開 | グループで、前時に分析したニュースサイトを実際に操作しながら、「インターネットのユーザー」分析シートに記入していく。第3時で無理に終わらせる必要はなく、第4時にかけてじっくりとグループで話し合いながら記入していくほうがよい。 | 「インターネットのユーザー」分析シートで調べる項目それ自体が、グループの議論の問いになっている。①―(C)、②―(C)、②―(D)の問いは、グループによって答えが分かれてくる可能性があるので、実際に調べた範囲で答えが出せていればそれでよい。データ収集の際は、分析対象となるページ以外にもアクセスしてよい。 |
| まとめ | 各グループが作成した「インターネットのユーザー」分析シートについて、発表し、全体議論を行う。 | ①―(C)、②―(C)、②―(D)のように、答えがグループによって分かれている可能性のある問いは、比較しながらじっくりと質疑を行う。また①―(D)と②―(D)の問いについては、各自の経験についても聞いていく。発表者がただ言いっぱなしで終わるのではなく、教師と発表グループ、そして全体に対して発問を投げかけ、答えは発表グループ以外からも出させるようにして、全体を議論に巻き込むことが重要である。①―(C)、②―(C)に関しては、調べてわかったことを根拠に考察ができていればよい。<br>①・②の(A)、(B)については、明確に答えが出る問いなので、すべてのグループが同じ答えになっているかどうかを確認する。1つのグループに答えを発表させ、他のすべてのグループに「これであっていますか？」と確認する程度でよい。調べた結果は次の時間に具体的に議論するために必要となる。 |

### (5) ワークシート

**▶ 個人分析用のワークシート**

# 「インターネットのユーザー」分析シート

記入者＿＿＿＿＿＿＿＿

①分析したサイトの運営者情報を調べ、左の欄に記入しよう。
②ニュース記事のコメント欄などを参照しながら、右の欄に記入しよう。

分析したサイト：
分析したニュース記事：

| ①サイトの運営者情報などからわかること | | ②ニュース記事のコメント欄などからわかること | |
|---|---|---|---|
| (A) 運営主体は誰（企業名など）か？ | | (A) 利用するのに利用者 ID が必要か？ | |
| (B)ID の登録料はかかるか？コメントをするのに料金は必要か？ | | (B) 投稿者数／コメント数はいくつあるか？ | |
| (C) ターゲット・オーディエンスは誰か？サイトの見た目や文章・キャラクターの表現、コンテンツなどを根拠に考えよう。 | | (C) 実際の利用者はどのような人びと（年齢・性別など）か？各 SNS サイトが公開している利用者情報など、わかる範囲で情報収集しよう。 | |
| (D) 利用者ができること（コメントを投稿する、ゲームや占いをする、など）は何か？ | | (D) コメント以外に、利用者がその記事に対してできることは何か（点数をつける、知り合いに転送できる、自分のブログに転載できる、など）？ | |



▶ **グループ議論用の問いの項目**

①コメントを投稿するのに事前の利用者登録が必要な場合、なぜ必要になるのだろうか。利用者登録が必要な場合と、必要でない場合とで、コメントに違いが出てくるだろうか。
②意見を投稿している人間は何名いるか。またコメント数はいくつあるか。投稿者数とコメント数が異なる場合、何を意味しているか。投稿者数やコメント数の多さは、その記事に対する関心の大きさを表しているだろうか。
③コメントを投稿するユーザーは、なぜ、なんのために投稿するのだろうか。
④コメントを投稿する人たちは、どのような人たちだと思うか。コメントの内容や、分析したポータルサイトの利用者の傾向から考えてみよう。

## (6) 発展学習

○ 特定のニュースについての掲示板を調べてみよう。掲示板に投稿される意見の内容を調べ、全体の議論の動向についてクラスで話し合ってみよう。

## (7) 本ユニットの参考資料

http://terumasearch.com/kensaku/01.html
代表的なポータルサイトへのリンクを整理しているサイト

## I-4

### (1) 単元名・対象・学習する主な基本概念

**「なぜ人間は SNS を介してコミュニケーションをするのか？」** 対象：高校１～３年生

基本概念：①・②・④　分析視点：生産・制作、オーディエンス

### (2) 単元の目標

代表的な SNS サイトについて、評価者の欄を分析することにより、人びとがネットを介してどのようなコミュニケーションを行っているのかを考える。

### (3) 単元の学習計画と各時の学習内容

| | 学習目標 | 学習内容・活動 |
|---|---|---|
| 第１時 | SNS サイトの評価制度について理解する<br>※例えば「Amazon.com」であれば、具体的な商品のページに使用者の評価コメントと点数が記載されている。<br>テレビゲームの裏技サイト（「ワザップ！」など）にも同様の評価コメントと点数がある。<br>なお、「You Tube」は「高く評価する」と「低く評価する」しかないので、多少難しい。 | 白紙に SNS サイトのうち、評価者のコメントや評価点が記載されている１つのページのレイアウトを書き取り、どこにどのような要素（文字、動画、他のサイトへのリンク、記事へのコメントなど）があるかを、大まかでよい（文字の一つひとつをそのまま記入しなくてよい）ので記入する。<br>そのうえで、ネットに投稿された作品に対して不特定多数の人間がコメントを投稿し、さらに点数をつけることができるということに気づく。 |
| 第２時 | SNS サイトの評価制度について知る。 | 分析した SNS サイトを実際に操作して調べながら、そのサイトがどのような評価制度を設けているか、「SNS サイトの評価制度」シートに記入する。 |
| 第３時 | 評価をする側の人間が、なぜ評価するのかを考える。 | 書き込んだ「SNS サイトの評価制度」シートを参照しながら、問いに沿ってグループで議論する。その後、グループの議論を発表しあい、さらに全体議論を行う。 |
| 第４～５時 | 評価をする側・される側の関係性を考える。 | クラス全体で、「自分の好きなゲーム」や「自分の好きなおもちゃ」、「自分の好きなテレビ番組」などテーマを１つ選んで紹介する記事をＡ４一枚程度でつくる。次に全員で、紹介記事に対し、誰が評価したかわからないようにして評価（コメントと点数）を行う。評価を出し終えたら、その評価全体を見渡しながら、評価をする側・される側に分かれて議論を行う。 |

### (4) 分析活動の授業案（第４～５時）

| | 活動内容・使用する教材 | 留意点・評価規準 |
|---|---|---|
| 導入 | ここまでは、実際の SNS サイトの評価制度を分析してきたが、今回からは自分たちで評価をする側とされる側に分かれて、評価を体験することを伝える。 | 「評価」に対する考え方が、好意や悪意をぶつけるということと同義ではないことを、子どもたちにはあらかじめ徹底して理解させたい。 |
| 展開① | クラス全体で、「自分の好きなゲーム」や「自分の好きなおもちゃ」、「自分の好きなテレビ番組」などテーマを１つ選んで紹介する記事をＡ４一枚程度でつくる。写真など画像を入れてよい。ただし、誰がどれを紹介しているのかはわからないようにする。全員同じテーマにする必要がある。<br>教師は全体から無作為に４つ程度の紹介記事を選ぶ。 | 本時に入る前にあらかじめこのような作業を行うことを子どもに伝えておき、写真の準備や記事の内容を考えてもらうことで、活動をスムーズに行う。<br>評価される記事を抽出する際に、誰がどの記事を書いたかできる限りわからないように工夫する。子どもたち同士でも互いに何を書いたかわからないようにするため、作業中は周囲を見ないようにさせる。<br>もしくは、そのクラス以外の人間がつくった紹介記事を用いる。 |
| 展開② | 次に全員で、紹介記事に対し、誰が評価したかわからないようにして評価（コメントと点数）を行う。評価する側は、どれか１つを選んで評価を行う。評価は一斉に提出するのではなく、できた人から順次教師に提出し、教師は誰がどの評価をしたか他の生徒にわからないように工夫して、提出された評価を張り出していく。まだ評価を終えていない生徒は、他の人の評価を見ながら自分の評価を出してよい。ただし既に提出した人はそれを修正することはできない。 | クラスの雰囲気にもよるが、あらかじめ「評価を終えていない生徒は、他の人の評価を見ながら自分の評価を出してよい。ただし既に提出した人はそれを修正することはできない」というルールを伝えた場合に最初の提出者が出てきにくい空気になりそうであれば、あえてルールを伝えないという方法もありうる。<br>提出された評価を逐一張り出すのではなく、何名か集まった時点で張り出すなど、誰がどの評価をしたかわからないように努める。<br>あくまでネット上の評価制度を模擬的につくりだすことが目的なので、それに近い方法を採る。<br>もし学校でクローズドな SNS サイトを有しているのであれば、それを使って実施することも可能だろう。 |
| 展開③ | 評価全体を見渡しながら、問いに沿って議論を行う。 | プライバシーに配慮し、評価される側のことには触れないようにする。 |
| まとめ | グループで議論した内容を全体に発表し、全体議論を行う。 | SNS サイトにおける評価制度について、なぜ、なんのためにユーザーが評価という行為に参加するのかを考えることが本授業の目的である。<br>教師は「評価される側の気持ちを考えて、誹謗中傷を書かないようにしましょう」といった道徳的な方向に行かないように注意する必要がある。 |

### (5) ワークシート

**▶ 個人分析用のワークシート**

# 「SNS サイトの評価制度」分析シート

分析した SNS サイト：

※分析対象の SNS サイトを操作して調べながら、以下の項目について記入しよう

| | |
|---|---|
| 誰が評価できるのか | |
| どうやったら評価に参加できるのか | |
| 評価点をつけることができるか | できる　　できない |
| どのような点数のつけ方か（☆ 5 つや、100 点満点など） | |
| 評価した人に何らかのメリットがあるか | ある　　ない |
| メリットがある場合、それは何か | |
| 気になったコメントをいくつか選んで、その内容について説明しよう | |

**▶ グループ議論用の問いの項目（第 3 時）**

まず、書き取った「気になったコメント」をお互いに発表しましょう。
その際、何が気になったのか、理由も説明しましょう。

①コメントを投稿するのに事前の利用者登録が必要な場合、なぜ必要になるのだろうか。利用者登録が必要な場合と、必要でない場合とで、コメントに違いが出てくるだろうか。
②コメントを投稿するユーザーは、どのような人と考えられ、なぜ、なんのために投稿するのだろうか。分析した SNS サイトの場合、評価を投稿することにメリットがあるか。評価することにメリットがない場合でも投稿者がいる SNS サイトでは、なぜ、なんのために評価をするのだろうか。
③コメントを投稿する以外にも、評価対象に対して何かできる機能（クリックすればツイッターや Facebook で紹介できる、など）がある場合、利用者はそういった機能を使うと思うか。使うとすれば、なぜ、何の目的でそういった機能を使うのだろうか。
④なぜ SNS サイトには、ユーザーが投稿した作品に対して、評価するという制度があるのだろうか。評価制度は本当に必要だろうか。必要だと思う場合、思わない場合、それぞれの立場で根拠を挙げてみよう。
⑤ SNS サイトの評価制度は、誰のために存在しているのだろうか。ユーザーや、作品を投稿した人以外に利益を享受する人がいるだろうか。
⑥もし評価制度がまったくなかったとしたら、何かモノやサービスを買う際に、どのように判断をするでしょうか？情報を集めるとしたら、どのように集めますか？

**▶ グループ議論用の問いの項目（第 4 ～ 5 時）**

評価する側の立場として

- 評価をするときに考えたことは何か。純粋にその作品を評価しようと思ったか。それとも、他の人の評価を気にしながら評価したか。
- 評価するときの自分の基準は何だったか。写真の有無か、紹介する文章のわかりやすさか、たんなる気まぐれか。

## T-1

### (1) 単元名・対象・学習する主な基本概念

**「ヒーローって何？」** 対象：小学校〜高校 1 年生　基本概念：①・⑤（中学 3 年生以上は④も）
分析の視点：生産・制作

### (2) 単元の目標

○「自分たちで、オリジナルのヒーロー番組のあらすじをつくってみよう」という活動を入れ、自分たちの固定観念を考え直すきっかけにする、という時間を入れる（制作）。

➡ 既存の番組（例えば日曜日の朝に放送されている仮面ライダーや〜レンジャー系の特撮や、王道的なヒーローアニメ）の内容と比較することで、自分たちの考えを相対化する。

### (3) 単元の学習計画と各時の学習内容

| | 学習目標 | 学習内容・活動 |
|---|---|---|
| 第 1 時 | 対象とする児童が考える「ヒーロー」や「ヒロイン」、「正義の味方」について、教師が理解する。 | 児童にオリジナルのヒーローのストーリーを考えさせる。ワークシートにヒーローの設定（容姿、武器、必殺技、返信の有無など）、物語の設定（時代背景、都会や田舎などの場所、どのようなキャラクターが暮らしているか、何と闘うのか、など）を自由に記入させる。 |
| 第 2 時 | | 児童がつくった内容について小グループでまず発表をさせ、共通点、相違点を考えさせる。その後全体発表を行い、学級内の共通点や相違点について考える。 |
| 第 3 時 | 実際のヒーロー番組と、児童の考えるヒーローの特徴を比較考察することを通じて、児童に自分たちの考える「ヒーロー」や「正義」・「悪」がどのようなものであるのか考えさせる。 | 30 分番組を視聴し、第 1 時で使ったワークシートと同じ項目で、分析対象の番組について書き取っていく。 |
| 第 4 時 | | 視聴したテクストについての分析を小グループで話し合い、その後全体に発表して全体議論を行う。 |

### (4) 分析活動の授業案（第 4 時）

| 内容 | 活動内容・使用する教材 | 留意点・評価規準 |
|---|---|---|
| 導入（5 分） | 実際のテクスト分析（第 3 時）に使用したワークシート。 | 前回までに行った内容を振り返らせる。第 2 時で話し合った、オリジナル番組の特徴と、第 3 時で行った実際のテクストの分析内容を思い出させる。 |
| 展開活動 2「実際のヒーロー番組の分析＆自分たちの考えたヒーローとの異同を考える」（20 分） | グループ用ワークシートを用いて、第 1 時〜第 3 時までに記入したワークシートを基にしながら、実際のテクストと自分たちの考えた番組に相違があるかどうかを考えていく。 | 実際のテクスト分析が「おもしろい」とか「楽しい」といった単なる感想や批評にならないように気を付ける。登場人物（主人公・敵）の容姿や言動、設定、物語の展開（どのようなパターンで 1 話が進むか、主人公は何のために悪と戦っているのか）を客観的事実として理解することに焦点を当てる。 |
| 発表（15 分） | 各グループで話し合った内容を発表（口頭ないし板書）させる。 | 恐らく多くの場合、既存のテクストとオリジナルの作品に共通の設定が多くみられると思われるので、なぜ特徴が似通っているのか、その他の展開や設定はありうるのかどうかを児童に考えさせる。またなぜありうるか、ありえないのかを根拠を持って考えさせる。 |
| まとめ（5 分） | 第 1 時〜第 4 時で行ってきた議論や分析について振り返る。 | 児童にとって、既存のテクストの設定が「絶対」ではないことを気づかせる。 |

### (5) ワークシート

**▶ 個人分析用のワークシート**

（実際のテクストを分析する際は、タイトルを「○○を分析してみよう」とし、「グループで〜かんがえてみましょう」を削除する）

**ヒーロー番組をつくってみよう！**

グループで、自分たちだけのヒーロー番組をかんがえてみましょう

①主人公についてかんがえましょう（どんなすがた？武器、必殺技、など）

②主人公のてきについてかんがえましょう

③どんなストーリーですか？

**▶ グループ議論用の問いの項目**

（①〜④は自分たちで制作したものの分析と、実際のテクスト分析と創作した内容の比較に共通の項目。
⑤は実際のテクスト分析と創作した内容の比較での追加の問い）

①主人公はどんな人たちですか？（何人？どんなかっこう？）
②主人公はどうやって戦いますか？必殺技とか武器は何？
③主人公のてきは何？どういう組織？何をしようとしていますか？
④どんなストーリーですか？
（⑤自分たちがかんがえたヒーローとにているところ、ちがうところをかんがえてみましょう。）

## T-2

### (1) 単元名・対象・学習する主な基本概念

**「自分たちの言いたいことを表現する映像作品をつくろう」** 対象：小学校高学年〜中学３年生

基本概念：①・③　分析の視点：生産・制作

### (2) 単元の目標

映像言語の仕組みを大まかに理解したうえで、自分たちで映像制作を行う。さらにその作品を既存の映像作品と同様に分析することで、自分たちが伝えたいことが他人には異なって解釈されることがあることに気づく。

### (3) 単元の学習計画と各時の学習内容

| | 学習目標 | 学習内容・活動 |
|---|---|---|
| 第１時 | 映像が、映像・音声・状況設定の３つの要素から構成されており、これらが単独で、もしくは組み合わさって意味を創りだすことが「映像言語」であることを理解する。 | 授業対象と同世代の子どもが中心になって制作した映像作品を２作品分析する。「映像言語」分析シート使用。商業的な意味が入ると、作品の質が本授業の目的と異なるため、公共広告（PSA）を用いる必要がある。<br><br>例えば<br>・カナダの人種差別撤廃キャンペーン<br>http://www.cic.gc.ca/english/games/challenge.asp<br>・国連の「Plural+」 http://pluralplus.unaoc.org/<br>・セーブ・ザ・チルドレンの「Child to Public」<br>http://www.savechildren.or.jp/scjcms/sc_activity.php?d=197<br><br>いずれもサイトで作品閲覧可能<br>なお、日本の AC は、厳密には公共広告ではない |
| 第２時<br>〜必要な時間数<br>（４〜５時間） | 小グループで映像制作を行うことにより、協働して１つの作品を作り上げる。映像言語の意味を制作の観点から理解する。 | 課題は「大人に対していいたいこと」など、子どもがアイデアを出しやすいものとし、かつグループによって表現方法が変わるような幅のあるものがよい。作品の長さも１〜２分くらいだと作りやすい。映像言語の意味を理解することが目標であるため、CG のような高度な編集は行わず、カメラワークと音声技法の工夫によって表現する。 |
| 作品完成後<br>（１〜２時間を必ず確保する） | 作品を互いに批評することで、制作に携わっていない人がどのように自分たちの作品を解釈するかに気づく。その気づきを通じ、映像言語の解釈が文脈によって創りだされることを理解する。 | 子どもが制作した作品を上映し、第１時と同様に「自分たちの作品」分析シートに記入していく。自分のグループの作品について記入する必要はない。各グループが伝えたい内容については最後にグループから説明させる。最初に内容を教えてしまうと、他の子どもがそこに引きずられ、客観的に分析できなくなるため。互いにきちんと分析内容を言い合う雰囲気作りが必要。映像言語を根拠に批判することは誹謗中傷ではない。制作したグループが思いもよらなかった解釈が他のグループから出てくるとよい。オーディエンスが映像言語の意味を創りだすことを理解することが目的である。 |

### (4) 分析活動の授業案（第２時以降）

| | 活動内容・使用する教材 | 留意点・評価規準 |
|---|---|---|
| 制作段階 | プラン作り→大きめの付箋にブレインストーミングで案を書き、グループで模造紙に貼る。<br>絵コンテシートも用意し、台本が書けそうなグループは絵コンテを作成。<br>文房具類<br>・のり<br>・はさみ<br>・付箋（ある程度文字の書ける大きめのもの）<br>・模造紙（あらかじめ１グループごとに切っておく）<br>・マジック（１グループにつき１セット。大小合わせておく）<br>・画用紙（テロップなどに使用）<br>・セロテープ<br>・裏紙などのメモ用紙等 | ※必ずしも紙に企画を書く→撮影という手順をとる必要はない。撮影にまず取り掛かって、イメージを徐々に固める子どももいる。大人があまり子どもに「やらせよう」とすると、完成した作品がありきたりで、分析する意味があまりない作品になりがちである。 |
| 作品完成後 | 各グループの作品を一通り上映する。その後、１グループずつ上映して「自分たちの作品」分析シートに記入する。<br>議論を行う際はグループ用の問いを基に考えさせる。<br>グループの数が少なければ、１グループずつ分析と議論、発表を行う。<br>グループの数が多ければ、すべての作品の分析を終えた後に議論と発表を行う。 | 既存の CM 作品の分析と同じように、ただ「かっこいい」とか「わかりやすかった」ではなく、何が、どのように、なぜ「かっこいい」とか「わかりやすかった」のかを映像言語を根拠に議論させることが重要である。グループが伝えたいことが伝えきれていなかった部分がある場合、どのようにすれば伝えられたのか、何が伝えきれていない原因だったのかを考えさせる。<br>この点で、「見栄えの良い」作品であるかどうかを評価基準にしてはならない。見栄えが良くても、主張が明確でない、もしくはなぜそのような作品にしたのかを説明できないのであれば、評価は低いものと考える方がよい。 |

### (5) ワークシート

**▶ 個人分析用のワークシート**

# 自分たちの作品分析記入シート

| グループ<br>（適当に区切ってよい） | カメラワーク、テロップなど<br>映像技法 | セリフなど音声技法 | 作品の構成<br>（どういう役の人が出てくるか？どういう内容か？） |
|---|---|---|---|
| | | | |

**▶ グループ議論用の問いの項目**

（自分たち以外の班の作品について）

①それぞれの班が伝えたいことは何か、またなぜそう思うのか、映像技法や音声技法などをもとにそれぞれの班の作品について考えよう。

（他の班から自分たちの作品にたいしての意見を聞いたあとで）

②なぜ他の班は、自分たちの作品について①のように思ったのだろうか。自分たちが伝えたかったことが伝わっていたか、それとも自分たちが伝えたいこととは違った意味が伝わっていたか。理由を考えてみよう。

## T-3

固定観念について話し合う問いを含むため、X-2「ポスター広告にみるリプレゼンテーション」を本単元以前にやっておくとよい。

### (1) 単元名・対象・学習する主な基本概念

**「音楽ビデオ(PV)の分析」** 対象:中学校〜高校　基本概念:②・④

分析の視点:テクスト、オーディエンス(生産・制作)

### (2) 単元の目標

人間社会全てにおいて不可欠な役割を演じている音楽について、テクスト分析を通じて理解する。音楽は通常、娯楽とみなされがちだが、多くの宗教的活動や文化的な活動において重要な役割を担っており、音楽がどのように読者/視聴者に影響を及ぼすか理解する。

### (3) 単元の学習計画と各時の学習内容

| | 学習目標 | 学習内容・活動 |
|---|---|---|
| 第 1 時 | 音楽ビデオ(PV)について理解する。 | ・インターネットを使用して、国内外のトップアーティストのビデオを調べる。例えば Youtube やニコニコ動画などで検索する。次回で分析する音楽ビデオ(歌詞がわかる楽曲)を選ぶ。<br>もしくは<br>・教師が音楽番組で流されている音楽ビデオを録画して持ってくる。この場合、そのアーティストについて知らない生徒のために、アーティストについて簡単に説明する。なお、楽曲について説明はしない。分析する前に固定されたイメージを与える可能性を避けるため |
| 第 2 時 | 音楽ビデオ(PV)を分析する。 | 選んだ音楽ビデオのメッセージと価値を分析する。 |
| 第 3 時 | 音楽ビデオ(PV)にリプレゼンテーションされている事柄について考える。 | 第 2 時で分析した内容に基づいて、小グループで議論し、全体に発表する。 |
| 以降はオプション | | |
| 第 4 時 | | 選んだ音楽ビデオで取り扱われている社会的問題について、図書館やインターネットを使って調査する。 |
| 第 5 時〜必要な時間数 | | 第 4 時で調べたことに基づいて、自分たちでその楽曲の音楽ビデオを制作する。オリジナルのビデオとまったく異なるものになってもよいし、パロディになってもよい。子どもが自分たちなりに考えた表現の仕方、その表現に込めたメッセージ、それがどのような人びとに対して伝わるかを振り返る。動画投稿サイトにその作品を投稿した場合、どのような反応(コメント)が出るか予想する。 |

※テクストの選定について

日本の音楽ビデオは欧米のものと比べ、特定の人種・民族に関わる問題を扱ったものが少なく、かつ欧米のようなジェンダーの描写が鮮明なものも比較的少ない。いわゆる「メッセージ性」の少ない物が多い。そのため、ポップ・ミュージックを分析対象とする際には、事前にじっくりと教材研究を行い、グループ用議論の問いで示されているようなことについて生徒が話し合えるかどうかを検討すること。特に生徒にテクストを選ばせる場合、流行っている曲や有名アイドルグループの曲を選ぶことが予想される。それが分析に値するかどうかをある程度教師の方で判断する必要がある。なぜそのテクストを分析したいのか、生徒に問うことが必要である。

日本人として比較的扱いやすいテーマとしては、ジェンダー、社会的地位(学生、サラリーマンなど)が考えられる。

### (4) 分析活動の授業案(第 2 時〜第 3 時)

| | 活動内容・使用する教材 | 留意点・評価規準 |
|---|---|---|
| 第 2 時 | | |
| 導入<br>(5 分) | 分析する音楽ビデオ(以下、テクスト)について簡単に振り返る。 | 前時の内容を簡単に振り返る程度。 |
| 展開①<br>(35 分) | ワークシートを用いてテクストを分析する。 | 一般的な楽曲の場合 5 分前後あると思われる。3 回は視聴したい。<br>ワークシートの「場面」は、例えば A メロ、B メロ、サビ、間奏といった部分で分けておくと、後で分析しやすい。しかしテクストによっては区分しづらいものもあるので、臨機応変に対応する。<br>歌詞は、長ければ準備の段階でワークシートに打ち込むなり、コピーしたものを切り貼りしておく。 |
| 展開②<br>(10 分) | 歌詞の内容について話し合う。 | この段階で歌詞やメロディ、ビデオの中のイメージの描写に関する生徒の解釈が話し合われてもよい。 |
| 第 3 時 | | |
| 導入<br>(5 分) | 前時の内容を簡単に振り返る | 分析後に話し合われた内容について思い出す。<br>必要であれば再度テクストを視聴する。 |
| 展開③<br>(25 分) | グループ議論用の問いについて小グループで話し合う。 | 特に人気グループの音楽ビデオを扱った場合、生徒の話し合いの内容が「○○がかっこいい」といった感情論になったり、「このメロディや歌詞はもっと○○のほうがいい」といった音楽批評になったりしがちである。問いの項目に基づいた話し合いがしっかりと分析的になされているかどうか、テクスト分析を根拠とした説明の仕方を生徒がすることができているかどうかに注意して話し合いを進めていくことが重要となる。 |
| 展開④<br>(15 分) | グループで話し合った内容について、全体で発表と議論を行う。 | 出来る限り多様な意見が出るようにする。流行っている曲や有名アイドルグループの曲をテクストに選んだ場合、根拠のない「なんとなく」の意見、もしくは感情的な意見になりがちなので、話し合いの段階から客観的に分析するように心がける。<br>例えば問い①の場合、映像と歌詞のどの部分が、どのように関係し、なぜ関係しているのか、もしくはまったく映像と歌詞がつながっていないかを、テクスト分析を根拠に考えさせる。<br>他の単元でも同様だが、テクスト自体を「好き」か「嫌い」かは個人の問題であるため、どのような経緯でそのテクストを知り、なぜ「好き」・「嫌い」の判断をしているのか、突き詰めて問いを投げかけることが、考えを深めるためのヒントになる。 |
| まとめ(5 分) | 本時で話し合ったことについて整理する。 | テクストに見られる社会問題や社会現象について、もっと考えたいと生徒に思わせるような終わり方(議論の方向性)になることが望ましい。 |

### (5) ワークシート

**▶ 個人分析用のワークシート**

# 音楽ビデオ分析シート

音楽ビデオのタイトル

| 場面 | 登場人物・キャラクター | 映像技法や、キャラクターの映し方 | 歌詞 |
|---|---|---|---|
| | | | |

▶ **グループ議論用の問いの項目**

①その音楽ビデオの色調、照明、編集（ペース、並置、リズムのカット）、特殊効果といった技術的な構成要素と、音楽・歌詞の内容のつながりを考えましょう

②もし音楽ビデオに登場する人びとの役割、例えば異なる社会階級の人びと、または人種、そして男女の役割が入れ替わったとするならば、元の楽曲のメッセージがどのように変化するかを考えましょう。

➡ より具体的に考えるために、次の質問を投げかけてみましょう

・その音楽ビデオは、ある特定の社会集団の価値観や考えを表わしていますか？

・その音楽ビデオの中の男性と女性のリプレゼンテーションを記述しなさい。固定観念が使われていますか？具体的にどの場面に見られますか？

・その音楽ビデオによって、そこに描かれている人びとや、そこで取り上げられている人びとの抱える問題が解決されるでしょうか？

・幸せ、成功、道徳といった価値観はどのように暗示されていますか？

③その音楽ビデオが流行っている、もしくは特定の人びとに人気がある場合、なぜそのような現象が起こっているのかを、分析した内容や、社会的文脈（アーティストや楽曲が世間でどのように扱われているのか）から考えてみましょう。

### （6）発展学習

- 実際の歌（音楽の教科書にあるような楽曲）を選び、オリジナルの絵コンテをつくる。その際に歌詞が意味するイメージを慎重に考える。その楽曲のリプレゼンテーションをより強くする技術的な要素を考える。可能であれば実際に映像作品にしてみる。
- 選んだ歌のビデオがすでにあるならば、そのビデオと自分の絵コンテを比較して、イメージと技術の相違点を分析する。

**N-1**

③新聞

### (1) 単元名・対象・学習する主な基本概念

**「新聞編集者になって、記事をつくってみよう」** 対象：中学生〜高校生　基本概念：④・⑤

分析視点：テクスト、オーディエンス、生産・制作

### (2) 単元の目標

新聞や雑誌に掲載される写真にどのようなバイアスがかかっており、読者にどのような印象を与えるかを導入として紹介した上で、実際に新聞編集を行うつもりでグループに暴力的な写真を掲載するかどうかを判断してもらう。掲載するかしないかが問題なのではなく、なぜ掲載しないのか、なぜするのかを考えてもらうことを通して写真を読み解く力をつける。またその作業を行ったあとで、何を判断基準として暴力的とするか、一般に公表すべきではないかのガイドラインをグループで話し合うことを通して、自分たちの価値基準について振り返りを促すことを目的とする。

### (3) 単元の学習計画と各時の学習内容

| | 学習目標 | 学習内容・活動 |
|---|---|---|
| 第 1 時 | 新聞を構成するメディア言語について学習し、新聞の構成要素を知る。 | 一般的な新聞（朝日、毎日、讀賣、日経など）を班に 1 部ずつ配布し、新聞を構成している要素（写真、記事、社説、広告、見出し、政治・社会・スポーツ・経済・外交など）について書き出していく。その作業により、新聞を構成するメディア言語やレイアウトについて知る。 |
| 第 2 時<br>第 3 時 | 新聞記事をつくる際の価値判断について考えられるようになる。 | 各新聞社によって、掲載するかどうか判断の分かれる写真（例えば暴力描写、性的描写）を 3 つ各班に配布し、自分たちが編集者であればそれらを掲載するかどうかを、理由をつけて判断させる。 3 つの写真それぞれについて、掲載するのであれば記事を実際につくり、掲載しないのであれば、代わりにどのような記事（ただし内容は同じ）にするのかを考えさせる。 |
| 第 3 時 | 新聞記事をつくる際の価値判断について考えられるようになる。 | 各新聞社によって、掲載するかどうか判断の分かれる写真（例えば暴力描写、性的描写）を 3 つ各班に配布し、自分たちが編集者であればそれらを掲載するかどうかを、理由をつけて判断させる。 3 つの写真それぞれについて、掲載するのであれば記事を実際につくり、掲載しないのであれば、代わりにどのような記事（ただし内容は同じ）にするのかを考えさせる。 |

### (4) 分析活動の授業案（第 2 時〜第 3 時）

| | 活動内容・使用する教材 | 留意点・評価規準 |
|---|---|---|
| 導入<br>（15 分） | 週刊誌に掲載されている写真と記事を使い、センセーショナルな報道について生徒に考えさせる。<br>例えば「ハゲワシと少女」の写真が考えられる。 | 生徒の間で「えげつないから見せないでほしい」とか、「もっと過激でもいい」といった、意見が二分されるような事例が望ましい。意見が二分された状態で、「では自分たちが新聞記事をつくる際に、このような写真を掲載するかどうかを考えましょう」と本題に入っていく。 |
| 展開①<br>（35 分）<br><br>第 2 時終了 | ・写真（3 枚）→生徒に配布するが、授業が終わったら回収。<br>・ワークシート<br>①作業 A（掲載するか否かの判断とその理由を書く用紙）15 分程度<br>②作業 B（掲載基準について考え、ノートするための用紙）20 分程度<br>小グループに分かれる。作業 A・B について、各作業の冒頭で生徒全体に対して説明する。その後各作業を行う。 | 用いる写真としては、例えばリビアのカダフィ大佐が殺害されたときの写真、NFL スーパーボールのハーフタイムショーでジャネット・ジャクソンが出演したときの写真、表に顔が出ることによって本人の生命に危害が及ぶ可能性のある人物（例えば中国の反政府主義活動家）の写真など。<br>作業 A を行う際は、写真についての説明を一切行わず、生徒に想像させる。<br>作業 B は、既に記載している問いだけでなく、生徒が自分で考えた問いも積極的に話し合わせる。 |
| 展開②<br>（35 分）<br>2 時間続きでない場合、簡単に前の時間を振り返る | 作業 A・B それぞれについてグループごとに発表させる。<br>すべてのグループにすべての内容を発表させることが望ましいが、グループ数の関係上、それができない場合はグループ①〜③は問い①、④〜⑥は問い②、のように分割することも検討する。 | 載せる・載せないの判断は問題ではなく、その理由について発表グループに細かく問いかけていくことが重要。<br>余裕があれば、他のメディア（テレビニュース、インターネット）における写真公開とその影響についても考えさせる。例えば新聞での写真掲載と、ソーシャル・サイトの写真公開では、与える影響の程度、誰に影響するか（見られるか）、などがどのように異なってくるかを考える。 |
| まとめ<br>（残り時間） | ・新聞や雑誌における写真がどのような効果をもつか説明するためのプリント<br>・報道基準<br>以上の資料を使いながら、実際の報道基準はどうなっているのか、生徒が考えた基準とどのように異なるのかを考える。<br>また、発表内容を整理し、写真掲載がどのような意味を持つのかをあらためて考えさせる。 | 様々な人間によって判断基準が異なるなかで、社会的影響をもたらすと思われる写真を、どのように公開するのが望ましいのか、いろいろな角度から子どもが考えられるようになっているかどうかを教師は判断する。<br>例えば、「誰が・なぜ掲載するのか」、「誰がそれを読む・見るのか」、「そのことによってどのような社会的影響がもたらされると考えられるか」などといったことを子どもが考えられるようになっているかどうか。 |

### (5) ワークシート

**▶ 個人分析用のワークシート**

**▶ グループ議論用の問いの項目**

# 「写真を分析する」グループ課題

写真は新聞や雑誌で重要な役割を果たしています。このような写真は編集をしている人たちが載せるか載せないかを話し合った上で載せられ、売られているわけです。とりわけ、暴力的な事件の写真については慎重に判断されています。今回の授業では、みなさんに新聞の編集委員になったつもりで、ある３枚の写真について自分が編集委員だったら載せるか、それとも載せないかを決めてもらい、載せる場合はなぜ載せると判断したか、載せない場合もなぜ載せないのかの理由を話し合い、記録してください。配る写真は過去の新聞に掲載されたことのある写真ですが、各新聞社の判断によって、載った写真もあれば載らなかった写真もあります。写真を載せるか載せないかの話し合い（作業 A）が終わったら、次に作業 B に移ってください。作業 B ではどのような写真だったら載せるか、または載せないかの判断基準について話し合ってもらいます。話し合った内容は翌日の授業で発表してもらいますので、必ず今日中に作業を両方とも終わらせてください。作業時間の目安は A が 15 分、B が 15 分ですが、進み具合によって変えてもらってかまいません。ただし、必ずすべて今日中に終えてください。

＊写真と記録用紙は今日の授業の最後に回収します。

## 作業 A：

グループのうち一人は記録係を行ってください。配布するプリントに従って、３枚の写真について新聞に載せるか載せないかを話し合い、記録係はプリントにメモしていってください。写真についての解説はしませんので、各版で写真の内容も推理してください。載せるか、載せないかの判断理由については具体的に少なくとも２つ書いてください。

＊写真は必ず返してください！

## 作業 B：

新聞に載せる写真の判断基準について各班で話し合い、メモしてください。

- 話し合いを進めるためのヒント：
  - どのような内容の写真であれ、世の中に売り出す新聞に載せる写真としてふさわしい写真はどういった写真か？どのような内容でもよいのではないか？
  - 不幸事や不慮の事故について、記者は写真に撮ってよいというルールがあるべきか？例えば、自分の家族が事故に遭って苦しんでいる写真を撮られたいと思うだろうか？
  - 写真は新聞や雑誌でどのような効果を果たしていると思うか？
  - 特に新聞では、どのような写真が印象に残るだろうか？



## 課題 A：記録用紙

以下の欄にグループで話し合った内容を記録していってください。裏面には作業Ｂの記録を行ってください。作業 A がこのページで足りなければ裏面も使って構いません。

グループメンバー：＿＿＿＿＿＿ ＿＿＿＿＿＿ ＿＿＿＿＿＿ ＿＿＿＿＿＿

＊記録係には何かマークをつけてください。

写真①　　載せる　　載せない　（どちらかに○をつけること）

理由：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿

写真②　　載せる　　載せない　（どちらかに○をつけること）

理由：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿

写真③　　載せる　　載せない　（どちらかに○をつけること）

理由：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿

### (6) 発展学習

○ テレビの「暴力シーン」についても、新聞と同じように分析してみよう。

### (7) 本ユニットの参考資料

ナショナル・ジオグラフィック「ハゲワシと少女」
http://nationalgeographic.jp/nng/article/20120125/297289/index2.shtml

## N-2

### (1) 単元名・対象・学習する主な基本概念

**「新聞の構成を理解し、構成のされ方を比較する」** 対象：小学校高学年～中学生
基本概念：①・⑤　分析の視点：テクスト

### (2) 単元の目標

新聞がどのような言語によって構成されているのかを理解する。また、複数の新聞を比較し、構成のされ方の違いを考えることで、「現実」の構成の仕方が企業によって異なることを理解する。

### (3) 単元の学習計画と各時の学習内容

| | 学習目標 | 学習内容・活動 |
|---|---|---|
| 第１時 | 新聞記事の一面の役割およびその構成について理解する。 | １社の新聞全体の内容をざっと見渡し、新聞全体がどのような構造になっているのかを把握する。そのうえで、一面が全体において占める役割について理解する。<br>１社の新聞の一面を分析シートに書き出す。 |
| 第２時 | 第１時の続き。 | もう１社の新聞の一面を分析シートに書き出す。<br>グループ用議論の問い①について議論する |
| 第３～４時 | ２社の新聞の比較から、「現実」の構成のされ方が企業によって異なることを理解する。 | グループ用議論の問い①の議論の結果について発表する。<br>グループ用議論の問い②～④について議論し、発表する |

### (4) 分析活動の授業案（第３時）

| | 活動内容・使用する教材 | 留意点・評価規準 |
|---|---|---|
| 導入<br>（10分） | グループ用議論の問い①の議論の結果について発表する。２グループ程度に発表してもらえばよい。事実確認なので、グループごとに差はあまり出ない。 | はっきりとした「答え」のある問いであるため、明らかに間違えているグループがあれば修正させておかないと、問い②以降の議論がかみ合わなくなる。ただし、記事の内容や書き方によってはグレーゾーンのものもあるため、テクスト選定の段階でどの新聞社のいつの記事を用いるのか事前に吟味する（教材研究しておく）必要がある。 |
| 展開①<br>（40分） | 問い②～④について議論する<br>第２時までの授業がずれこんでいる場合は、ここで時間調整を行う。 | 一面だけでなく、新聞全体を何度も読み返しながら、グループで問いに対する考察を行う必要がある。追加資料として、分析した新聞と同日のニュース番組の全体構成表を提供し、「どのような記事が欠落しているか」に対する議論のヒントにすることも考えられる。 |
| 展開②<br>（20分） | 展開①で議論したことを、発表のため模造紙に整理する。<br>教室の側面等に模造紙を張り出す。 | 整理するのは問い②～④だけでよい。 |
| 全体議論<br>（30分） | 模造紙に整理した各グループの議論の内容について、各グループに口頭で発表させる。教師が気になった点についてはその場でグループに聞いていく。全体の発表を聞き終えた後、論点をいくつか取り上げ、教師がそこに問いを投げかけて、全体議論に移行する。 | 特に重要な議論は問い④の「ニュースの価値は誰が、どのように判断するのだろうか」である。この点に対する議論について、全体議論で考えを深める必要がある。新聞社の場合、最終的には編集権を持つ人間ということになるが、どのように判断するのかというときに、読者の反応やスポンサーの意向（本来スポンサーの意向が反映されることがあってはならないが）、他のマスコミとの差<br>異化が考慮されていることに気づく必要がある。<br>できれば、すべてのマスコミがまったく同じ紙面だったとしたらどのような問題が生じると考えられるのか、つまり報道の多様性の確保について発問できるところまでいけるとよい（この時間内にこの問いに対する答えを出す必要はない） |

## (5) ワークシート

### ▶ 個人分析用のワークシート

ワークシートの書き方見本
分析した新聞：　朝日　新聞（2012 年 5 月 18 日）

ヘッドライン：「首相、小沢氏との会談意欲」、「40 年目のプロ野球チップス」、「スーパーカブ、初の全面改良」、「枠申請せず、お粗末ボクシング連盟」、「最強の公務員アスリート集団」

| NO. | 見出し | 副題 | 関連記事や<br>その他の説明 | 写真の有無と<br>具体的な被写体 | 図表の有無と<br>その内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 節電 7 月 2 日から | 政権対策<br>緊急時メール速報 | 「節電、こんな方法も」（総合）、「オール電化、足かせ」（経済） | × | ○：「今夏の電力需給対策」<br>各電力会社の節電目標や節電要請期間 |
| 2 | 東電の真意<br>「全員撤退」 | 海江田氏、国会事故調で証言 | 発言のポイント<br>2 面に証言の詳細 | ○：質問に答える海江田万里元経産相平然とした顔で会見する元経産相の BS<br>スーツ | × |
| 3 | イスラム市民への無差別攻撃可能 | 「米軍教官が幹部に授業」<br>「国防総省が問題視、調査」 | ワシントン＝望月洋嗣、ニューヨーク＝春日芳晃 | × | × |
| 4 | 0 増 5 減＋<br>比例 10 減案 | 衆院選挙改革<br>藤村長官自民に提案 | × | × | × |

その他（書籍広告除く）：JINRO の広告（カラー）、天声人語、デジタル創刊 1 周年無料会員スタートのお知らせ

分析した新聞：　　新聞（　　年　　月　　日）

ヘッドライン：

| NO. | 見出し | 副題 | 関連記事や<br>その他の説明 | 写真の有無と<br>具体的な被写体 | 図表の有無と<br>その内容 |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | |

その他（書籍広告除く）：

▶ **グループ用議論の問い**

問い①：各新聞社の一面の構成を比較し、共通している記事、共通していない記事を分類してみよう

共通している：

共通していない：

問い②：共通している記事について、なぜ共通していると思われるか、また、取り上げている題材が同じでも、内容・論調は同じだろうか、違っているか。また、記事の内容のなかで欠落していると思われる視点はあるか

問い③：共通していない記事について、なぜ共通していないと思うか、その記事を取り上げることにどのような意味があると思うか。また、記事の内容のなかで欠落していると思われる視点はあるか

問い④：二面以降の記事もざっと確認し、一面よりも重要だと思う記事があれば、なぜそちらのほうが重要だと思うか説明してみよう。ニュースの価値は誰が、どのように判断するのだろうか？



## X-1

### （1）単元名・対象・学習する主な基本概念

**「同じニュースを各種メディアで比較する」** 対象：中学生～高校生　基本概念①・⑤
分析の視点：テクスト

### （2）単元の目標

同じニュースでも、各種メディアの特性により、伝え方が異なることを理解する。つまり、メディア言語の用い方により、同じ内容でも変化が生じうることを理解する。各種メディア様式の特徴について一通り学習した後に行う方が効果的と考えられる。

### （3）単元の学習計画と各時の学習内容

| | 学習目標 | 学習内容・活動 |
|---|---|---|
| 第 1 時 | テレビの特性について理解する。 | あるニュース（すべてのメディアで取り上げられるような、話題性の高いものがよい。例えば山口県光市母子殺害事件の最終判決）について、映像言語の分析を行い、その事件・事故などがどのように伝えられているかを議論する。事実と意見を区別する。 |
| 第 2 時 | 雑誌（週刊誌）の特性について理解する。 | 第 1 時と同じニュース（同週の雑誌）を対象に、その誌面がどのように構成され、どのような伝えられ方がなされているかを議論する。誌面が複数にわたる場合は、すべて分析する。事実と意見を区別する。週刊誌の場合、商業面と報道の関係についても触れるとなおよい。 |
| 第 3 時 | 新聞の特性について理解する。 | 第 1 時と同じニュース（同日の新聞）を対象に、その紙面がどのように構成され、どのような伝えられ方がなされているかを議論する。紙面が複数にわたる場合は、すべての紙面を分析する。その事件・事故に対する社説があるとなおよい。事実と意見を区別する。 |
| 第 4 時 | インターネットの特性について理解する。 | 第 1 時と同じニュース（同日のネット記事）を対象に、そのサイトがどのように構成され、どのような伝えられ方がなされているかを議論する。第 3 時で扱った新聞社と同じ会社のサイトを分析する。関連ページ、複数のサイトを比較できるとよい。事実と意見を区別する。 |
| 第 5・6 時 | 各種メディアのメディア言語を比較し、その特性や伝え方の相違について考える。 | 第 1 ～ 4 時を踏まえ、各種メディアによって、同じニュースがどのように伝えられるかを比較分析する。 |

### (4) 分析活動の授業案(第 5・6 時)

| | 活動内容・使用する教材 | 留意点・評価規準 |
|---|---|---|
| 導入<br>(10 分) | 第 1 ～ 4 時までの授業の振り返り。それぞれの時間で使用したワークシートや、各時間のグループ議論の結果を振り返る。 | 第 1 ～ 4 時で分析した各種メディアの特徴について、教師が生徒に問いかけ、自発的に生徒から答えが出てくるとよい。すぐに出てこない場合、まず答えを教師が与えるのではなく、少しずつヒントを与えながら(「何を分析した？」、「どんな意見が出た？」など)生徒に思い出させる。 |
| 展開①<br>(40 分) | 個人の分析シートを、第 1 ～ 4 時のワークシートを参考にしながら記入していく。 | それまでの時間で扱った記事や番組、サイトを再度確認できるようにする。各メディアの構成、事実と意見の区別の方法に留意させながら作業を進める。 |
| 展開②<br>(30 分) | 個人で作成したワークシートを基に、グループ議論を行う。 | 第 1 ～ 4 時で個別に分析したことと、第 5 時で分析した比較表を根拠にしながら話し合いを進めることができているかどうか確認する。事実と意見の区別に関しては、何が意見で何が事実なのか、それぞれが各メディアでどのように表現されているのか、それはなぜか、を意識して話し合いを進めさせる。 |
| 発表とまとめ<br>(20 分) | グループ議論の内容を全体に発表し、教師⇔生徒で話し合う。 | 他のメディア・リテラシーの授業と基本的に同じ。議論で話されていたことが、発表では活かされないということがないようにする。 |

### (5) ワークシート

**▶ 個人分析用のワークシート**

## 雑誌(第 2 時)の分析用

| 「(記事の名称)」を分析してみよう | | |
|---|---|---|
| この記事はどのような構成(写真、記事など)になっていますか？右の空欄に書き込みましょう。図解でも可。 | | |
| 記事の内容について、事実と意見に分けて抜き出しましょう。 | **事実** | **意見** |
| **記事** | | |

## 新聞（第 3 時）記事の分析用

| 「（記事の名称）」を分析してみよう | | |
|---|---|---|
| この記事はどのような構成（写真、記事、社説など）になっていますか？右の空欄に書き込みましょう。図解でも可。 | | |
| 記事の内容について、事実と意見に分けて抜き出しましょう。 | **事実** | **意見** |
| **記事** | | |
| **社説** | | |

## 第 4 時（インターネット）分析用

| 「（記事の名称）」を分析してみよう | | |
|---|---|---|
| この記事はどのような構成（写真、記事、社説など）になっていますか？右の空欄に書き込みましょう。図解でも可。 | | |
| サイトの内容について、事実と意見に分けて抜き出しましょう。 | **事実** | **意見** |
| **「（分析したサイト名）」** | | |
| **関連サイト（複数分析する場合、右の空欄を区切る）** | | |

## 第 5 時（各種メディアの比較）用

それぞれのメディアについて、伝え方（映像、音声、写真、文字など）と、事実と意見の表現方法について整理してみましょう

| メディア | 伝え方 | 事実と意見の表現方法 |
|---|---|---|
| テレビ | | |
| 雑誌 | | |
| 新聞 | | |
| インターネット | | |

▶ **グループ議論用の問いの項目**

＊第 1 ～ 4 時共通：分析したメディアは、どのように構成されていますか。個人で分析したワークシートをグループのメンバーで比較してみましょう。

＊第 2 時：週刊誌の記事は、事実と意見のどちらが多いでしょうか。それはなぜでしょうか。

＊第 3 時：新聞の記事は、事実と意見のどちらが多いでしょうか。それはなぜでしょうか。前回の週刊誌の分析と比べて考えてみましょう。

＊第 4 時：インターネットサイトの記事は、同じ会社の新聞の記事と比べて違いがあるでしょうか。違いがあるとすれば、なぜ違うのでしょうか。

＊第 5 時：各種メディアを比較した際に、どのような相違点が出てくるでしょうか。それはなぜでしょうか。また、各種メディアで事実と意見の表現はどのように違ってくるでしょうか。

### （6）発展学習

○同じニュースではなく、同じテーマ（ジェンダー、地位、人種・民族など）の広告（CM、ポスター、インターネットなど）で各種メディアを比較しても、同じように展開できる。その際、グループの議論の問いを、メディア言語の理解に置き、価値観にはあまり踏み込まないようにすることがポイントとなる。

## X-2

### (1) 単元名・対象・学習する主な基本概念

**「ポスター広告にみるリプレゼンテーション」** 対象：高校２・３年生　基本概念②・④
分析の視点：テクスト

### (2) 単元の目標

ポスター広告をじっくりと分析することで、固定観念やリプレゼンテーションに対する基本的な理解ができるようになる。

### (3) 単元の学習計画と各時の学習内容

| | 学習目標 | 学習内容・活動 |
|---|---|---|
| 第１時 | 固定観念とは何かについて考える。 | 医師や農家、政治家といった、職業に関するイメージについて、グループ活動で話し合う。そういった職業に就く人々は男性か、女性か、社会的な地位はどの程度か、といった問いについて話し合う。話し合ったことを全体に発表する。そういったイメージは、メディアのリプレゼンテーションによって発生した固定観念であり、実際には異なる現実もあるということに気付かせる。 |
| 第２時 | 実際に目にするようなポスター広告や雑誌広告におけるリプレゼンテーションを分析する。 | ジェンダー、社会的地位、人種・民族などのリプレゼンテーションが比較的明確に表れているポスター広告や雑誌広告を複数示す。教師は例示された広告について、学級全体にジェンダー、社会的地位、人種・民族といったテーマにおけるリプレゼンテーションに関する問いを投げかける。全体でリプレゼンテーションとはどのようなことを言うのかを話し合う。 |
| 第３時 | グループでポスター広告や雑誌広告におけるリプレゼンテーションを分析する。 | グループに分かれ、各グループにポスター広告や雑誌広告を２～３枚程度配布する。グループはそれぞれの広告にどのようなリプレゼンテーションが見られるのかを話し合う。その後全体議論を行う。 |

### (4) 分析活動の授業案（第２時以降）

| | 活動内容・使用する教材 | 留意点・評価規準 |
|---|---|---|
| 導入<br>（５分） | 前時の内容について簡単に復習する。リプレゼンテーションとはどのようなことを言うのか、生徒に質問する。 | 生徒が、メディアは特定の社会集団（ジェンダーや人種・民族など）をどのように構成し再提示しているか、ということについて、前時で扱った広告を例にして説明できている。 |
| 展開<br>（20 分 | グループに分かれる。<br>各グループに、２～３枚程度、ポスター広告や雑誌広告を配布する。<br><br>グループ用ワークシート<br>問い「それぞれの広告に見られるリプレゼンテーションはどのようなものか、前回分析した広告を参考にして考えましょう。また、そのようなリプレゼンテーションがなされていると考える根拠を各広告のなかから探しましょう。」 | 同じ広告をグループ分用意することが望ましいが、不可能であれば３グループ程度に同じ広告を用意すればよい、必ずしも学級全体で同じ広告を分析する必要はない。ただしその場合、分析する前にグループによって広告が異なる場合があることを説明する。<br><br>リプレゼンテーションについて、まだよく理解できていない生徒がいるグループの議論は注意して聞いておく。明示的なメッセージ（例えば、広告に書いてある文章）に気を取られているようであれば、まだリプレゼンテーションを理解していない証拠なので、暗示的なメッセージについて考えるようにヒントを出す。 |
| 全体議論<br>（20 分） | 各グループに、分析した広告に見られるリプレゼンテーションとその根拠について発表してもらう。<br>発表を受けて、他のグループや教師とさらに深い議論になるように問いを深めていく。<br>同じ広告の分析結果において、あるグループの分析内容と、他のグループの分析内容が異なっているようであれば、なぜそのような意見の違いが生じるのかを考えさせる。<br>また、異なる広告の分析結果なのに、同じような分析内容が意見として出された場合、なぜそのようなことが起こるのかを考えさせる。 | グループが多く、時間が足りないようであれば、発表内容をグループの代表に板書してもらう、模造紙に議論の内容を書き取り、張り出す、などの工夫を行う。<br>議論の内容が深まっている（例えば、ジェンダーに関するリプレゼンテーションについて、一般的な社会での受け取り方なども含めて多面的な分析ができている）ようであれば、広告分析で本時を終えて、発表と全体議論だけに１時間分を使うことも考えられる。<br>「女性について～のようなリプレゼンテーションが見られる。根拠は、女性が～のように写っているからです」というような説明が望ましい。その場合も、教師はただ聞いているだけでなく、良い発表だと思えばほめる、「反対に、～のような写り方だったとしてもそう言えるか？」といった、異なる視点からの問いを投げ返すなどして、コミュニケーションをとる。<br>言葉にできなくても、教師の投げかけた問いに対して考えている素振りが見えたり、周囲の生徒と議論したりするような生徒の様子が見える。 |
| まとめ | 全体議論の結果を踏まえ、リプレゼンテーションとはどのようなことを言うのか、整理する。他にもさまざまなリプレゼンテーションが、いろいろなメディアに存在するので、普段から考える癖をつけることが重要だと伝える。 | 他のメディア（テレビやインターネット）でも、リプレゼンテーションが存在していることを、簡単に具体例を挙げて示唆できるとよい。結局、固定観念にあげられるような価値観が、リプレゼンテーションにつながっていることに生徒が気づく。 |

## (5) ワークシート

▶ **グループ分析用のワークシート**

（分析する広告の数によって枠内を区切る）

| 広告名 | 明示的なメッセージ | その広告に見られるリプレゼンテーション | リプレゼンテーションを創りだしていると考えられる根拠 |
|---|---|---|---|
| | | | |

▶ **グループ議論用の問いの項目**

①それぞれの広告に見られるリプレゼンテーションはどのようなものか、前回分析した広告を参考にして考えましょう。

②問い①で出てきたリプレゼンテーションがなされていると考える根拠を、各広告のなかから探しましょう

## (6) 発展学習

○CM などの動画を分析対象にして、リプレゼンテーションについて学習してみよう。例えば缶コーヒーの CM であれば男女のリプレゼンテーション、乗用車の CM であれば地位／身分のリプレゼンテーションが比較的わかりやすい。

## (7) 本ユニットの参考資料

リプレゼンテーションに関する理解を深めるための資料

・オンタリオ州教育省編;FCT（市民のテレビの会）訳 (1992)『メディア・リテラシー　マスメディアを読み解く』リベルタ出版
・バッキンガム , D.;鈴木みどり監訳 (2006)『メディア・リテラシー教育―学びと現代文化』 世界思想社

## X-3

### (1) 単元名・対象・学習する主な基本概念

**「広告を切り貼りして、新しい広告をつくろう」** 対象：小学校高学年～高校生　基本概念：②・④
分析の視点：オーディエンス、生産・制作

### (2) 単元の目標

既存の雑誌広告やポスター広告を一度分解し、他の組み合わせをつくって広告を再構築することにより、広告がオーディエンスに伝えている意味や、オーディエンスによって解釈の仕方が異なることを理解する。

### (3) 単元の学習計画と各時の学習内容

※小学校で実施する場合は、もっと時数が必要

| | 学習目標 | 学習内容・活動 |
|---|---|---|
| 第 1 時 | ポスターや雑誌広告の構成について理解する。 | ポスターや雑誌広告を数点、テクスト分析し、ターゲット・オーディエンスについて考える。<br>広告を選ぶポイントとしては、キャッチコピーとメインとなる人物・キャラクター、商品等が明確に分離して配置されているものがよい。細かい文字の説明が羅列されているようなものは望ましくない。<br>宿題として、今回分析したような広告を、自分で探して 1 人最低 5 点は次回の授業までに持ってくる。 |
| 第 2 時<br>～第 3 時 | ２つの性質が異なる広告を切り貼りして、新しい広告を創りだすという課題の中身を理解し、作業を行う。 | 前時に分析したような広告を切り貼りして新しい 1 つの広告を創る。宿題を忘れた子どものことも考慮し、教師も 10 点くらい持参する（前の時間に分析したものを流用してもよい）。<br>作業手順（後述）のうちパート A ～ C まで。 |
| 第 4 時 | 広告がオーディエンスに伝えている意味や、オーディエンスによって解釈の仕方が異なることを理解する。 | 作業手順（後述）のパート D を行う。<br>授業終了後、宿題として自分の作品をクラスメート以外の誰かに見せて、感想を言ってもらうように子どもに指示する。 |
| 第 5 時 | 自分の創った作品を振り返る。 | 作業手順（後述）のパート E を行う。 |

### (4) グループ作業の手順

パート A：雑誌広告やポスターの、人物やキャラクター、商品 ( サービス ) の部分と、キャッチコピーの書かれた部分を 2 つに切り離す。このときハサミを使わずに手で切り取る。また、課題の都合上、人物が入っている広告に限る。最低 5 つの広告を選ぶ。個人作業であるが、他の人と話し合いながら作業を進めるほうがよい。

パート B：各自で、2 つに切り離した 5 つの広告の人物と商品の部分をシャッフルし、組み合わせて新しい広告にしてみる。そしてそれが広告として機能するかどうか ( 元の広告と比較して、特に違和感なく受け入れられるか ) を考える。

パート C：パート B で組み合わせて創った 5 個の新しい広告のうち、自分がしっくりくると思ったものを 3 つ選び、それぞれにタイトルをつける。グループ議論用問い①～③について、個人で考える。

パート D：選んだ3つの新しい広告と、個人で考えた問い①～③の答えについてグループ内で互いに発表し、議論する。

パート E：各自で自分の創った広告 3 つについて振り返る。振り返りは文章で作成する。問い④についてグループで話し合う。

**▶ グループ議論用の問いの項目**

※本単元の場合、問い①～③はパート C で考える。問い④は個人の振り返り（パート D）専用
小学校で実施する場合は問いの文言を小学生向けに工夫する

①新しく創った 5 つの広告のうち、なぜその 3 つの広告を選んだのか、理由を説明してください
②その 3 つの広告のターゲット・オーディエンスは誰だと考えますか？
③その 3 つの広告をさまざまな他の人（クラスメート以外。保護者や他のクラスの先生・子どもなど）に見せたときに、自分が考えたように理解してもらえると思いますか？
④実際に自分が創った 3 つの広告を、クラスメート・担任以外の人に見せてみましょう。自分やグループのメンバーが考えたように、他の人も理解したでしょうか？もし理解できたのであれば、どのような理由で理解できたのかを考えましょう。もし理解されなかったのであれば、なぜ理解されなかったのかを考えましょう。

## X-4

### (1) 単元名・対象・学習する主な基本概念

**「科学技術の利用についてのリプレゼンテーション」** 中学・高校生対象・基本概念①・②
分析の視点：テクスト

### (2) 単元の目標

現代の科学技術がもたらす恩恵と不利益が、メディアによってどのようにリプレゼンテーションされているのかを理解する。特に、自国に利益をもたらす科学技術は、一方で一部の人びとを犠牲にすることがある。一部の人びとの犠牲の上に成り立つ多数の人びとの幸福についてどのように考え、問題解決が必要であれば、どのようになされる必要があるのかを考える。

### (3) 単元の学習計画と各時の学習内容

| | 学習目標 | 学習内容・活動 |
|---|---|---|
| 第1・2時 | シェールオイルが日本で初めて採掘されたという事実と、複数の新聞社の見解について読み取る。どのような立場で記事が書かれているか、何が報じられていないのかに気づく。 | ・シェールオイル採掘に関する新聞記事を読み、事実と意見の部分を自分でわかるように個人で色分けする。<br>・小集団で、互いの作業内容を確認する。<br>・各新聞記事の論調を整理してもらったうえで、グループで問いについて議論する。 |
| 第3・4時 | 報じられていないことを想像しつつ、多面的に特定の事象を検証することの重要性に気づく。 | ・既に採掘が商業化しているアメリカでのシェールオイル採掘に関するドキュメンタリーを見る。<br>・ドキュメンタリーの分析を行う。<br>・問いに対する小集団での議論を通じて、日本ではあまり報じられていない内容に気づく。<br>・小集団で、自らどのような情報を集める必要があるのかを考える。 |

### (4) 分析活動の授業案

| | 活動内容・使用する教材 | 留意点・評価規準 |
|---|---|---|
| 導入（5分） | 地中に埋まっている「宝」と言えば何を思いつくかを聞く。 | タイムカプセル、埋蔵金など、発掘されたら利益のみをもたらす回答。 |
| 展開①（10分） | シェールオイルに関する新聞記事を配布する。数分間、記事を黙読する時間をとり、その後各自で記事の事実と意見を色分けする。 | 事実のみの報道の部分、社説なので大部分が意見である記事を用い、事実と意見の区別を理解する。 |
| 展開②（10分） | テレビ朝日のシェールオイル報道（1分45秒）を分析する。分析シートを1人1枚ずつ配布する。 | 2回視聴する。<br>時間短縮のため音声はあらかじめ記入しておく。<br>誰の声が取り上げられているのかに気づく |
| 展開③（40分） | グループをつくり、ここまでの作業をメンバーで確認してから、「新聞記事比較整理シート」に各班で記入する。その後、問い①②について議論する。 | 「論調」は「積極的（好意的）」か「慎重（反対）」かがわかる程度に記入すればよい。<br>問い①は議論しようにも情報が足りなければ内容のある議論にならない。そのため、各班に一人は所持者がいると思われるケータイないしスマホを使ってネットの情報を調べさせる。エネルギー政策全般について調べさせ、なぜシェールが注目されるのかを理解させる。特に問い②について議論する時間を多くとる。 |
| 展開④（20分） | 議論したことを発表し、全体議論を行う。 | 採掘のメリットばかりが強調され、弊害が報道されていないことに気づく。一部の人間が被害をこうむり、その他大勢の日本人が潤えばよいという構造は、原発などの抱える問題と変わりないことに気づく。 |
| まとめ（5分） | 今回の議論を整理する。 | 展開④の議論が長引けば、次回に持ち越す。 |
| 展開⑤（20分） | 前回の振り返り<br>ドキュメンタリーの分析（個人作業）<br>個人用ワークシートを1人1枚ずつ配布する。 | シェールオイル採掘がもたらす環境破壊について取り扱ったドキュメンタリーなどのテクストを使用する。本教材では『シェールオイルを掘りおこせ～新たな石油鉱床の衝撃』NHK BS1を想定している。 |
| 展開⑥（45分） | グループに分かれる。<br>グループ用問いのシートを配布する。<br>グループで問いに対して議論を行う。<br>採掘地の住民の苦悩を描いた場面以降の内容について推測し、実際に視聴する。 | 自治体と石油会社の主張と、近隣住民の主張が異なることを理解する。<br>日米ともに基本的に権力を持つ側（行政と石油会社）の視点で話が進んでいることに気づく。<br>学習指導要領の理科で言われている「エネルギーの有効活用」や「科学技術が人間の生活を豊かにしてきたこと」の理解と、総合の「横断的・総合的な学習や探究的な学習を通して，自ら課題を見付け，自ら学び，自ら考え，主体的に判断し，よりよく問題を解決する資質や能力を育成」の間に存在する矛盾をどのように授業で解決すればよいかを考える。 |
| 全体議論（20分） | 議論したことを発表し、全体議論を行う。 | できる限り対立した意見を取り上げる。<br>授業で子どもに教える際に、指導要領に従って都合の良いことのみを取り上げるか、不利益を被る人たちにも配慮すべきかを思い悩む。 |
| まとめ（5分） | 2回分の授業内容の整理。 | 葛藤のなかで終わらせる。 |

### (5) ワークシート

**▶ 個人分析用のワークシート**

# 新聞記事比較整理シート

| 新聞名 | 記事タイトル | 論調（採掘に対して積極的か、慎重か。事実のみを報じている場合、どのような事実を中心に書かれているか。） |
|---|---|---|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

▶ **グループ議論用の問いの項目**

①なぜ各新聞社やテレビ局はそのような受け止め方をしているのか。日本のエネルギー政策のことを考慮して議論してみよう（必要であればケータイ等で調べてもよい）。

②どのテクストも報じていないことは何か（新聞記事や番組を読んだだけではわからないことは何か）。

2012　1003 テレビ朝日系「報道ステーション」シェールオイル秋田県由利本庄市で採掘成功
https://www.youtube.com/watch?v=u973zZblX6o

| 場面 | 登場人物、取り上げられた事物 | 音声 |
|---|---|---|
| | | （女キャ）「新たな資源として期待されているシェールオイルの採掘に日本で初めて成功しました。」 |
| | | 現場音（掘削機の動く音）<br>（ナ）「吹き出ているのは一種の原油。これまで取り出せなかった眠れる資源、シェールオイルだ。今朝、日本で初めて採掘に成功した。」<br>「これは今朝の 6 時半に出てきたものを、遠心分離器にかけて容器に移したものです。」<br>カメラのシャッター音 |
| | | （ナ）「地下の岩盤に含まれているため取り出しにくく、これまでは使われていなかったが、最近新たなエネルギー資源として脚光を浴び、アメリカではすでに生産が本格化している。」 |
| | | ドラムの軽快な音<br>（ナ）「日本では 1 日から、秋田県由利本荘市の鮎川油ガス田で、シェールオイルの採掘実験が始まっていた。まずおよし地下 1800 メートルの地層に、高圧力の水などを注入し、人工的に割れ目を作った。そこからしみだす原油を取り出す計画だ。そして今朝、予定通り原油が噴出したのだ。」 |
| | | 「アメリカではもうすでに実用と言いますか、ビジネスになっておりますので、そういう先行事例を参考にしていけば、かなり早いタイミングで（実用の）見極めがつけられるかなと思っております。」<br>現場音（モーター音） |

▶ **グループ用問いのシート**

（問いに入る前に、各自のシートを確認すること。特に登場人物）

問い①　今回視聴したドキュメンタリーのような内容は、なぜ前回分析した記事や番組で報じられていないのだろうか。シェールオイルに携わる人間・報じる人間の立場、日本の社会経済的な文脈などから考えよう。

問い②　このドキュメンタリーには続きがある。どのような展開になっているか、それまでの展開（油田労働者の様子→採掘現場の様子→石油会社 CEO のインタビュー→油田に湧く町→シェール層とは？→これまでの石油掘削とシェールオイル掘削技術→市場の反応と投資家の期待→米政府もシェールオイルに期待→シェールオイルの掘削コストの問題→今回の分析部分）を根拠にしながら予想しよう

問い③　現代科学には、科学技術が人間の生活を豊かで便利にしてきた側面がある一方で、一部の人間の犠牲の上にそれが成り立っているという側面もあり（福島第一原発や四大公害訴訟の事例を思い出してみよう）、より良い解決策を考える必要にも迫られる。シェールオイルについて小中学校の授業で取り上げるとき、あなたであればどのような取り上げ方（授業づくり）をするだろうか？グループで統一見解を出す必要はない

**（6）発展学習**

○ 燃料電池や金環日食のように、他の理科のテーマについてメディアで取り上げられている事例を探し、それについて分析してみよう。

**（7）本ユニットの参考資料**

シェールオイルに関する新聞記事・社説
2012 年 10 月に、複数の新聞社が報じている。
例えば
http://mainichi.jp/area/akita/news/20121011ddlk05020002000c.html
毎日新聞　2012 年 10 月 11 日　地方版
http://www.tokyo-np.co.jp/article/column/editorial/CK2012101902000156.html
東京新聞　2012 年 10 月 19 日

## X-5

### (1) 単元名・対象・学習する主な基本概念

**「私たちが普段付き合っているメディアについて、互いにインタビューしよう」**

対象：小学校高学年〜高校１年生　基本概念①・③　　分析の視点：オーディエンス

### (2) 単元の目標

他の人の話を聞く。また他の人の意見を引き出すような発問をする。自分自身のことを日常的に付き合っているメディアと関連させて説明することができる。

### (3) 単元の学習計画と各時の学習内容

| | 学習目標 | 学習内容・活動 |
|---|---|---|
| 第１時 | 私とメディアのつながりについて考える。 | 「私のメディア史」シートに個人で記入する。その内容を小グループ内で互いに発表する。 |
| 第２時 | 他の人のメディア経験を自分の経験を比較し、自分のメディア経験を相対化する。 | 小グループで、各自の「私のメディア史」を１枚の模造紙に整理する。 |

### (4) 分析活動の授業案

| | 活動内容・使用する教材 | 留意点・評価規準 |
|---|---|---|
| 導入<br>（10 分） | 生徒に、現在流行しているファッションやゲームなどについて聞く。 | 意識的に、何らかの妥当な理由をもって流行に接しているような答えが出た場合、本授業の本質をいきなりつくことになるので、ひとまず置いておく。「なんとなく」とか「周りがやっているから」といった意見が複数出た時点で展開に進む |
| 展開①<br>(15 分 ) | 「私のメディア史」シート記入方法の説明、記入時間。<br>※中学生対象に行う場合、シートの「中学校時代」を「現在」に換える。 | 「どうつきあってきたか？」の欄は、「どのメディア・テクスト？」で記入したテクストと対応させる形で、具体的なエピソードを書かせる。メディア・テクストの名称は、テレビ番組名など具体的なものを書かせる。覚えていない場合は、「〜のようなことが書いてあるサイト」とか「何曜日に何時からやっていた〜の番組」といったような記述語で説明させる。小学校の年代の欄は、思い出せないようであれば無理に記入する必要はない。グループで共有するうちに思い出す内容もある。 |
| 展開②<br>（25 分） | グループで「グループ議論用の問い」の設問に沿って話し合う。 | 事前に授業について告知し、必要であれば授業中に具体的なモノを見せて説明してよい。つまり、ケータイでよく使っているサイトがあれば、それを使いながら説明してよい。 |
| 展開③<br>（20 分） | 模造紙等に議論の内容を記録し、発表の際に全員にわかるようにする。 | 「どのようにつきあっているか」の部分はできる限り簡略化して記入させる。書ききれない分は口頭発表で補えばよいことを生徒に伝える。グループとしてのまとめであり、「誰が」その意見を出したのかは問題にしないようにする（意見を出した人物がクラス全体にわかってしまうと知れば、意見を言わない生徒も出てくる可能性があるため。意見を出した生徒を特定するのは本授業の目的ではない） |
| 全体議論<br>（30 分） | 模造紙を教室前方ないし側面に張り出し、比較可能な状態にする。各グループの模造紙を見ながら、特に共通して挙げられているテクストに着目し、「異なる環境で育っているはずなのに、なぜ同じテクストの話題で盛り上がることができるのか？どこでそれを知ったのか？なぜ流行になったと思うのか？」といった発問を全体に投げかけ、議論する。 | 情報がどういった経路で自分たちに届いていると考えられるのか、なぜ自分たちにそのテクストがウケたのか、といったことを、はっきりとした答えが見えなくても、真剣に考える機会をつくることが目的である。<br>「なぜ流行になったのか？」という問いに対しては、明確な答えは存在しないので、生徒から出てくる意見に関しては、もっともらしい答えであれば尊重する方向性をとる。「なんとなく」とか「周りがやっているから」といった、導入時と同じ意見で終わることは絶対に避けなければならない。そのような意見が出てくる場合、展開②の議論が意識的にしっかりとなされていない証拠である。 |

### 模造紙でのまとめかた

（実施する学校段階によって工夫すること。下記は高校の場合）

| 年代 | 自分でよく付き合っていると思うメディア<br>（どのように付き合っているのかも含む） | グループ内で盛り上がったのは、どの話題か？<br>（なければ書かなくてよい） |
|---|---|---|
| 小学校（低・高学年） | | |
| 中学校 | | |
| 現在 | | |

### (5) ワークシート

**▶ 個人分析用のワークシート**

※小学校高学年で行う場合は、「小学校低学年」と「現在」のみ使用する
　中学校で行う場合は「中学校時代」のみ使用しない

# 「私のメディア史」記入シート

●各自で、自分が付き合ってきたメディアの具体的な種類や作品名を時期別にあげてみよう

| 年代 | **どのメディア・テクスト？**（ケータイなど、メディアの種類や作品名、夢中になったキャラクターグッズなどを具体的に） | **どうつきあってきたか？**（学校や家庭でどのように話題になったか、なぜ話題になったか、どのように遊んだか、そのメディアについてどう思っていたか、そのメディアにまつわる事件や思い出など） |
|---|---|---|
| 小学校低学年 | | |
| 小学校高学年 | | |
| 中学校時代 | | |
| 現在 | | |

▶ **グループ議論用の問い**

司会：　　記録：　　発表：

**問い①：「私のメディア史」の個人用シートに記入し、グループで互いに各自のシートについて説明しましょう。**

**問い②：「私のメディア史」のなかで、自分にもっとも影響したと思う出来事を２～３点選びましょう。なぜ自分に影響したのかを、「どうつきあってきたか」で書いたことを参考にして、互いに説明しましょう。**

**問い③：他の人が発表した「私のメディア史」のなかで、その人が説明したこと以外に興味のある内容を１人１つずつ見つけ、なぜそのようなメディアと付き合っている（いた）のかを聞いてみましょう。**

## X-6

### (1) 単元名・対象・学習する主な基本概念

**「アメリカ人から見たアジアの俳優のステレオタイプ」**

対象：中学３年生〜高校３年生　基本概念①〜④　　分析の視点：テクスト、オーディエンス

### (2) 単元の目標

自分たち日本人が、他の文化からどのような目で見られているのか、ステレオタイプなものの見方について考えるとともに、自分たちが他の文化の人びとにステレオタイプを持っていないかを考えられるようになる。

### (3) 単元の学習計画と各時の学習内容

| | 学習目標 | 学習内容・活動 |
|---|---|---|
| 第１時 | ステレオタイプとは何かを考える。 | ・「医者」、「政治家」、「農家」など、いくつかの職業について、イメージ的に男性か女性か、どのような社会的地位かをまず個人で考えさせる。次にその内容を小グループ内で互いに発表する。あくまで個人のステレオタイプについて表面化させるための作業なので、個人の意見について誹謗中傷をしないようにする。各自から出てきたイメージのように、いつ、どのようにして形成されたかわからないが、勝手に思い込んでしまっているイメージのことをステレオタイプと表現していることを、子どもが理解できるようにする。<br>・「アメリカ人」、もしくは「アメリカ」についてのステレオタイプを自由に出させる。 |
| 第２時 | アメリカ人が持つ、日本人に対するステレオタイプを考える。 | ・HEROES（アメリカの連続ドラマ）の予告編（https://www.youtube.com/watch?v=o4m_y14CDjc　で視聴可能）のなかで、マシ・オカ（メガネをかけた日本人）が出ている場面を各自で分析する。<br>・グループで、映像から事実としてわかることについて確認する。その中で、ステレオタイプと呼べるものを挙げていく。<br>※アメリカのドラマや映画等において、アジア人の俳優が出ているもの（『ラストサムライ』など）でも同様の分析ができる可能性がある。吹き替え版よりも字幕付きのオリジナル版の方がよい。（英語を聞くため） |
| 第３時（〜第４時） | 日本―アメリカの互いのステレオタイプについて考える。 | ・「asian american males on tv」（後述のワークシートの部分で掲載）を参考に、アメリカにおけるアジア人男性への偏見について考える。実際にマシ・オカのセリフと、インタビューの英語を比べるとよい。（Youtube で視聴可能　例えば https://www.youtube.com/watch?v=Ndyi7pEVVVQ）<br>・第１時で話し合った、アメリカ（人）に対するステレオタイプについて、事実なのか、単なるイメージにすぎないのかを話し合う。（可能であれば、アメリカ人の ALT に話を聞くなどして調べる） |

### (4) 分析活動の授業案（第２時〜第３時）

| | 活動内容・使用する教材 | 留意点・評価規準 |
|---|---|---|
| 導入（10 分） | 前回の振り返り。 | ステレオタイプとはどのようなものなのかを理解している。 |
| 展開①（20 分） | HEROES の予告編を分析する。 | まず予告編全体（約４分）を一通り観る。次に、マシ・オカが出ている場面のみを「映像言語分析シート」に、書き取る。いくつかの場面に分かれているので、それぞれの場面を何度か視聴し、シートに書き取る。コンピュータ室で個人作業させるのではなく、教師主導で、全体で１つの画面を見させるほうが集中させやすい。 |
| 展開②（20 分） | グループで「映像言語分析シート」に各自が書き取ったことを共有する。 | マシ・オカが登場する各場面で、どのようなものが映っていた（マシ・オカの衣服、行為、彼が所有するモノなど）か、映像からわかる事実のみを取り出させる。その事実の中で、ステレオタイプと呼べるものを挙げていく。 |
| 展開③（20 分） | 「asian american males on tv」を読み合わせする。 | 「asian american males on tv」の真ん中の列の２〜３段落目を読み合わせる。英語の授業であれば、事前に宿題として渡しておき、生徒に訳させてもよい。アジア人の男性俳優が、下手な英語をセリフとして話すように監督から要求されているということを読み取る。 |
| 全体議論（30 分） | 自分たちもアメリカ（人）に対してステレオタイプを持っている可能性について考える。 | ・マシ・オカの HEROES でのセリフ（3:00-3:14 のナレーション）と、普段の英語（対談番組等で聞ける）を聞き比べる。マシ・オカはそもそもアメリカで俳優として仕事をしているのだから、まっとうな（ネイティブとは言えないまでも）英語を話せることが当然であることを理解させる。それなのになぜアメリカ人の監督からそのようなことを要求されているのかをグループで話し合う。<br>・第１時で挙げた、自分たちのアメリカ（人）に対するステレオタイプについて振り返り、それが事実なのか、それとも事実ではない思い込みなのかを考えさせる。事実か否かの判断をさせるため、ALT がアメリカ人であれば意見を聞くこともできるし、文献や報道等を根拠にしてもよい。インターネットで調べる場合、報道機関などの信頼に足るサイトか、複数の情報サイトを比較しつつ総合的に判断する必要がある。<br>・ステレオタイプか、事実かを調べるのにきちんと時間を採る場合は、次の時間までかけてじっくりとやるほうが望ましい。 |

(5) ワークシート

▶ 個人分析用のワークシート

# 映像言語分析シート

テクスト名：

| 場面 | 映像技法、登場人物、状況設定など | セリフや BGM などの音声技法 |
|---|---|---|
| | | |

▶ グループ用議論の問い

➡ ( 3 )「単元の学習計画と各時の学習内容」の「学習内容・活動」各時を参照

# asian american males on tv: we don't know kung fu

by | susan moua

I have always wondered what it would feel like to have my own television series, maybe my own "Grey's Anatomy." But since I am Asian American, the chances are slim that I would ever play the leading role in a huge hit series. Nevertheless, I still like to think about it. I wonder whether the other characters would also Asian American, because "Grey's Anatomy" there is only one Asian American character, Dr. Christina Yang played by Sandra Oh. In my experience, many Asian Americans who study to become doctors, and yet out of all the interns and medical residents on the show, Dr. Yang is our only representative. I also like to think about having my own McDreamy. As I watched last week's episode of "Grey's Anatomy," my Asian American friend Ron complained about Dr. Yang is marrying an African American surgeon. "All these other ethnicities are taking our women! Dude, Asian men on television never get the chicks." Which made me wonder if I did have my own "Grey's Anatomy" television series, what ethnicity would my McDreamy be? Even if my life were a series on national television, I doubt many American viewers would watch a show in which an Asian couple plays the leading roles.

If we try to count the Asian Americans we see on American television today, we would name the popular few such as Oh or Masi Oka from "Heroes," and of course the Korean couple from "Lost" played by Daniel Dae Kim and Yunjin Kim. But that's about it. Although the number of Asian American television actors is very small, these actors have received critical acclaim. Oh has recently garnered major awards for her portrayal of Dr. Yang. In 2006, she won the Golden Globe award for "Best Supporting Actress in a Series," as well as being receiving her second Emmy nomination. In 2005, she won the award for "Outstanding Performance by a Female Actor in a Drama Series" from the Screen Actors Guild. Just recently in 2006, Oka was nominated for a Golden Globe Award for Best Supporting Actor on a Television Series

Asian American male roles in television differ significantly from female roles. Female actors, such as Oh and Yunlin Kim, are allowed to speak excellent English, while male actors like Oka and Daniel Dae Kim must portray Asian men that are not well-spoken. In "Heroes", the characters Hiro Nakamura (Oka), and Ando Masahashi, played both James Kyson Lee, both struggle terribly with their English. Why were characters lacking English-speaking skills created in the first place? The same problem holds for Daniel Dae Kim's character. In "Lost," his wife (Yunjin Kim) speaks fluent English while he is the one with the heavy Asian accent. Both Oka and Daniel Dae Kim speak perfect English.

The first time I saw Oka was in a "Scrubs" episode, and even in the few minutes that he portrayed an Asian doctor's assistant, he still had a heavy accent. Why is that necessary? It seems that the makers of "Heroes", "Scrubs", and "Lost" want television audiences to view Asian men as perpetual foreigners, or "Orientals" who cannot speak the English language.

Asian American male actors have to portray characters that fit into stereotypes of being passive, inferior, and small. The Asian American men on television rarely get the women, especially women of a different ethnicity. In a recent episode of "Heroes," while Hiro and Ando try to save New York, Ando is distracted by a beautiful, blonde showgirl, who flirtatiously requests that he retriever her bag from her ex-boyfriend. Upon figuring out that they were tricked, Hiro confronts the showgirl, who happens to be twice his size, only to be punched somehow dragged into a locked closet. When Ando looks for Hiro, the showgirl convinces him that Hiro has left. Moreover, she insists that Ando drive her to her mother's place, which he does after he gets a kiss. This scene was disappointing for two reasons: Hiro was portrayed as a weak Asian, who was unable to defend himself from a showgirl dancer. In addition, Ando leaves with the beautiful, tall blonde, when we know that she is only using him. It is depressing to see roles and storylines that reinforce negative stereotypes about "typical Asians."

It is important to note these seemingly little things when thinking about how Asian Americans are portrayed on television. While I am proud to that these Asian Americans are gaining roles and winning awards, it's only the beginning. For Asian Americans to truly be a force on prime-time television, their roles must improve.

http://www.abc.com/Heroes

**Masi Oka from the TV series, Heroes, plays a Japanese man with a bad accent. Such demeaning and stereotypical roles are common in American portrayals of Asian men on TV.**

MARCH 2007 hb 11

From: hardboiled: The Asian American News Magazine
MARCH 2007

### (6) 発展学習

○ 日本の連続ドラマで外国人が登場する作品や、アメリカ以外の海外の連続ドラマでアジア人が登場する作品を調べ、分析してみよう。

### (7) 本ユニットの参考資料


・石附実編著『比較・国際教育学【補正版】』東信堂、2001
・加藤幸次・浅沼茂編著『国際理解教育をめざした総合学習』黎明書房、1999
・佐藤郡衛・林英和編『国際理解教育の授業づくり―総合的な学習をめざして』教育出版、1998

## X-7

### (1) 単元名・対象・学習する主な基本概念

**「パロディ広告をつくろう」** 対象：小学校高学年～高校生　基本概念②・③・④
分析の視点：生産・制作

### (2) 単元の目標

既成のブランドのロゴを使ってパロディ広告をつくることにより、ブランドに対する意識化を行えるようになる。無意識のうちに、自分はブランド名だけでモノやサービスを買っていないか、受動的な消費者になっていないかを内省できるようになる。

### (3) 単元の学習計画と各時の学習内容

| | 学習目標 | 学習内容・活動 |
|---|---|---|
| 第 1 時 | ブランドを意識化する。 | ・ロゴ当てゲームを行う。子どもが知っていると思われるロゴ（例えばマクドナルドや、プレイステーション）10 ～ 20 個程度を、ロゴだけをヒントにクイズ形式で答えさせる。ロゴの提示する方法は、プリントにして配布する、拡大して印刷した紙を黒板に掲示する、などの方法が考えられる。<br>・何個当たったかは問題ではない。恐らく正答率は 8 割近くになると思われる。クイズを終えた後、なぜロゴを見ただけで、多くの子どもがそれが何であるとわかるのか、疑問に思わせるように発問し、考えさせて次の時間に進む。子どもが知っているロゴを相対化するために、大人しかわからないようなブランドのロゴを問題に混ぜてもよい。その場合、なぜ子どもたちにそのブランドが認知されていないのかを考えさせる。<br>・高校生の場合、クイズ自体は早く終わると思われるので、問題提起の後すぐに広告作成に入る。 |
| 第 2 時～<br>第 5 時 | パロディ広告をつくる。 | （4）作業の手順（後述）を参照<br>広告自体の作成と同じくらいの時間をかけて、問いに対する答えを考える。可能であれば問いの答えは宿題にしてもよい。作品自体の質よりも、問いに対してきちんと考えることができているかどうかのほうが重要である。 |
| 第 6 時 | 自分（たち）の作品を振り返る。 | グループで、各自が作成した広告を発表し、問いについての議論を行う。 |

### (4) 作業の手順

以下の「作品づくりのルール」を子どもに知らせる。広告の形態は、紙媒体（ポスター形式）を基本とする。映像作品でも可能である。可能であればコンピュータ室を使い、ロゴについて調べることができるようにする。高校生であれば、パロディの元にした企業についての調べ学習を踏まえたうえで、自分のパロディ広告の考察を行わせると、より考察が深まる。その場合、企業について調べる時間をとること。

#### 作品づくりのルール

- 同じクラスの子どもが、それを見て理解できるようなブランドもしくはロゴが使われた広告を必ず用いること
- ロゴは、回転させたりアレンジを加えたりしてもよい。オリジナルの広告が何か、それとなくわかればよい
- ３種類（それぞれ別のロゴを用いる）作成し、自分がもっともよいと思う作品をその中から１つ選ぶ
- 自分が選んだ広告について、次の問いに対する答えを考える
  （※小学校高学年の場合、①～③と⑤・⑥についてのみ考えればよい）
  ①なぜその広告が最もよいと思ったのか
  ②なぜその企業（ロゴ）を選んだのか
  ③他に考えた広告は何か
  ④あなたが理解した、オリジナルの広告の主張は何か。どのようにその主張を風刺しようとしたか
  ⑤自分で作成したパロディ広告についてどう思うか。構想から作成に至る過程を説明すること
  ⑥なぜそのパロディ広告が効果的だと思うのか
  ⑦どのようにしてそのパロディ広告が力を発揮するか
  ⑧あなたが広報担当だとしたら、どのようにパロディ広告のメッセージを広めることができるか
  ⑨あなたのメッセージに社会が納得するか。反対する人はいるか。そういった人々はなぜ反対するだろうか

個人で上記の項目について考え、記述する。それを基にグループ議論を行う。グループでは、各自が作成した広告を発表するとともに、上記の①～⑨について、グループで互いの意見を発表し、議論する

### (5) 本ユニットの参考資料

アドバスターズ
https://www.adbusters.org/
既成の文化に疑問を投げかけるカナダの団体。パロディ広告（動画・ポスター・雑誌）を数多く出版・公開している

## 第６回（２０１２年度支給）
## 「鈴木みどりメディア・リテラシー研究基金」研究助成金

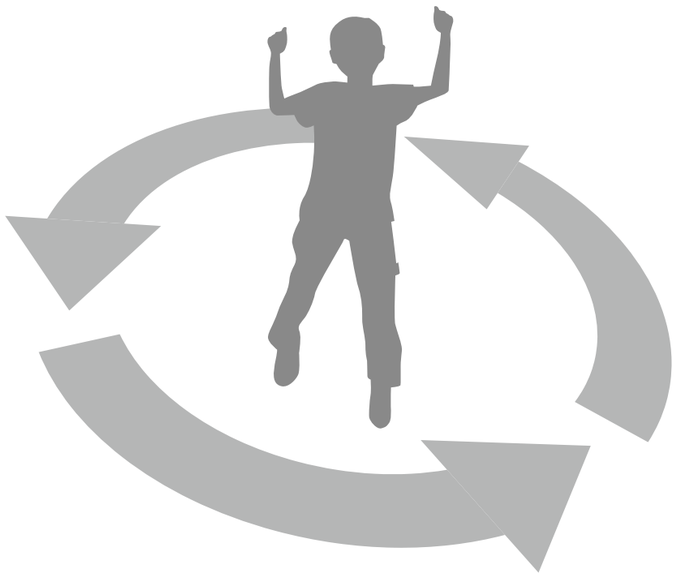
### 研究題目

小学生～高校生向けのメディア・リテラシー教育用教材開発に関する研究

### 研究代表者

● **森本 洋介**（もりもと ようすけ）
弘前大学教育学部 講師

### 共同研究者

● **岡井 寿美代**（おかい すみよ）
高槻市議会議員

● **久保 敬**（くぼ たかし）
大阪市立波除小学校 教頭