

「メディア・リテラシー」を育む授業 ～第5学年「コマーシャルを作ろう」の実践を通して～

大阪市立堀江小学校 教諭 足島 和恵

1 問題の所在

テレビ、新聞、雑誌…、我々の周りには情報が氾濫している。しかも、今は、インターネットを通じて様々な情報を手にすることができる時代になった。大人に限らず、子どもの生活においても、メディア^{注1}は非常に大きな位置を占めている。便利な反面、デマや怪しい情報も出回っている。このような中であって、子どもに「メディア・リテラシー」を身に付けさせるメディア教育の必要性が言われている。

メディア教育には、子どもをメディアの弊害から守るという情報安全教育の側面もあるが、寧ろ「メディアに対して子どもが批判的にそれを分析し、かつ、自分の考えをメディアを使って表現することで、積極的にメディア社会と関わること、そして、多様な意見を反映させた、活力のある社会の民主主義的構造を強化すること」を目的としている^{注2}

「メディア・リテラシー」の主な構成要素として、「メディアを主体的に読み解く能力」「メディアにアクセスし、活用する能力」「メディアを通じコミュニケーションする能力」の3つがいわれる。目や耳にした情報を有効活用していくには、メディアからの情報を鵜呑みにするのではなく、子どもが自ら批判的思考を駆使できるようにすることが大切である。そのため、まず、子どもたちが自分の生活の中の様々な情報の存在に気付くこと、そして、情報には受け手との送り手がいること、その上で、情報の中身や真偽を考えていくことが必要となってくる。

最近、読売新聞に掲載された「貧困たたき」という記事^{注3}には「ネットは役に立つけれど、野蛮な世界でもある。ヘイトスピーチをまき

ちらすサイトも、わざと誰かを陥れる情報もある。…」とある。記事の内容は、NHKが「ニュース7」で母子家庭の女子高生が家計の苦しさから進学をあきらめざるを得ないという状況を語った報道に対して「(その女子高生は) アニメグッズにお金を使っている」「NHKが捏造した」などと攻撃する発信がネットに溢れ一部の国会議員までそれに加わるなど騒ぎが拡大する中で、実はNHKの報道を批判したネットメディアの記事こそが捏造だったというものだった。

この事件からは我々が暮らしている情報化社会の危うさが見えてくる。子どもに、情報活用能力を育成する重要性が言われるが、その前提にある、情報を見抜く力を付けていくことがまず必要だと考える。

注1) 本稿では、情報を人々に伝える機関や事業、伝達手段やシステム等をメディアとしている。新聞や雑誌、テレビ、ラジオ、インターネット、Webサイトなどのマスメディアもメディアとして捉えている。

注2) レン・マスターマン著 宮崎寿子訳「メディアを教える クリティカルなアプローチへ」世界思想社 2010.5

注3) 原昌平(編集委員)「貧困たたき」読売新聞朝刊「今日のノート」欄 2016.9.11

2 研究の目的

総合的な学習の時間の授業において、情報を正しく判断する力や情報を的確に表現し発信する力を育成するための効果的な指導の在り方を究明する。

3 研究の仮説と検証方法

(1) 研究の仮説

情報の受け手と送り手を両方経験し立場を変えて情報について考えることで、表現の手

法や情報の送り手の意図を読み取ることと発信についてより深い理解が得られる。

(2) 検証方法

実際にコマーシャルを制作する活動(検証授業)を通して情報を送る側、受け取る側の判断について考えていく学習を設定し検証する。授業における児童の言動(VTR等)、ノート・ワークシート、感想やアンケート、学習の制作物等から情報の受け手と送り手から情報について学習した効果について検討する。

4 実践研究の対象や教科等

- (1) 期間 平成 27 年 11 月～27 年 2 月
- (2) 対象 大阪市立堀江小学校 第 5 学年
(男 16 名, 女 16 名 計 32 名)
- (3) 担任 女(教職経験 21 年目)
- (4) 検証授業の教科・単元名

総合的な学習の時間「コマーシャルを作ろう」(第 5 学年社会科「わたしたちのくらしを支える情報」の発展教材として位置付け)

5 検証授業について

(1) 授業のねらい

- 自分が伝えたいことを明確にもち、それをコマーシャルについて調べる活動を通して効果的に表現する方法を考え、形にして発信することができるようにする。
- 情報の持つ意味やそこに隠された意図に気づき、発信された情報を取捨選択して生活に生かすことができるようにする。

(2) 児童の既習経験と実態

児童は、4 年生の時に、国語科の「アップとルーズで伝える」(全 10 時間)で、アップとルーズの特徴を写真と対応させながら読み取り、情報が送り手の意図のもとに取捨選択されていることを学習している。

さらにその発展学習として「堀江バリアフリーマップ」を作る際に、分かりやすく説明するために、アップとルーズの効果を考えて自分たちがタブレットで撮った写真から適切

なものを選び、それらの写真と対応させながら明確な文章を書くという学習を経験している。

また、総合的な学習の時間の「防災リーフレットをつくろう」(全 19 時間)で図書資料やインターネット、新聞などで調べたり、校区をフィールドワークして調べたりして情報を集め、それを整理して防災マップにまとめるという学習をしている。特に、集めた多くの情報を如何に精選して分かりやすい役に立つマップを作るかで苦労し話し合いを重ねた経験をもっている。防災リーフレットをよりよいものにするために、素案を各家庭に持ち帰り話し合ってもらい、意見やアイデア、改善点などを集めて全体で話し合い生かせるものを反映した。設備の場所だけでなく、家庭ごとに集合場所や緊急連絡先を書き込むフォーム、図や短い言葉で表した津波の危険、時間ごとに避難すべき場所(地震直後、津波避難、備蓄のある場所)を色分けしてより直観的にとらえられるようにした)など、必要な情報を精選して掲載できた。このリーフレットを使って、保護者や低学年児童、地域の方に説明と配布をし、情報の送り手としての経験をし効力感や自信が高まった。



▲防災リーフレット

5 年生では、11～12 月に、社会科「わたしたちのくらしを支える情報」(全 16 時間)で、情報と生活との関わりについて知り、テレビ局を見学し、情報の発信者としてテレビ局や新聞社で働く人々は、どのようなことを大切にし、どのような工夫しているのか、また、気を付けていることは何か、仕事ではど



▲テレビ局の見学

んなことに苦労したり、どんな時に嬉しいと感じるのか、またテレビ中継車のしくみなどを学習した。報道が偏らないこと（公平さ）や正確さに心がけていること、人々が求めている情報であることなどに心がけていること、反響の大きさなどでやりがいを感じるなどを学習している。この学習を通して、児童は、情報の送り手の工夫や苦労について、前述した4年生の時のリーフレットづくりを思い出し情報の送り手の苦労はある程度、感覚的につかめたようだ。しかし、工夫については、学習内容を自分事として捉えられなかったためか児童の反応に物足りなさがあったことや具体的な理解まで十分に達しなかったことは否めない。

情報モラル学習では、携帯電話の使い方を題材にして、ルールを決めて使用すること、相手のことを考えながら情報を送る大切さを学習している。しかし、例えば、インターネットやメールを1日2時間以上している児童が約半数にのぼっており、また、女子では、1日の内でメールを10回以上送る女子が6割弱いるなどの課題状況がある。

I C T機器の使用について抵抗のある児童はこの学級にはおらず、9割弱の児童が、タブレットや電子黒板を使って学習するのは「とても楽しい」と答えており、「楽しい」を加えると10割になる。特に、タブレットを活用してプレゼンをしたり、学習のまとめを発表したりするなど意欲的である。また、

普段の授業、特に社会科や理科、国語科などでインターネットで情報を検索することもよく行っている。さらに、9割弱の児童は、生活の中で、友だちとラインやメール交換をしたり、インターネットをしたりしている。

しかしながら、それらの児童の中で、使う時のルールを決めていない児童が4人に1人いる。また、ほとんどの児童が、インターネットで調べた情報が本当に正確なのかという情報の真偽を考えたことがない。さらに、プレゼンする際に相手を意識して情報発信しているかなどへの児童の意識も高いとは言えない。

(3) 指導計画（全 14 時間）

時		主な指導内容	ICT 機器・コンテンツ
1.	時	○今までの学習や生活を振り返り、4年生に伝えたいことを考える。 ○伝えたいテーマごとにグループを編成する。 ○コマーシャルの作り方を調べる手順を確認する。	WEB 提示に活用
2.	時	○コマーシャルについて調べ、どのような工夫があるのか話し合っ	TPC 調べ学習に活用
3.	時	て分析する。	
4.	時	○コマーシャルの送り手の一番伝えたかったことを考える。	WEB 提示に活用
5.	時	○撮影の際のルールや取り上げる資料の選び方についての注意点を話し合う。	WEB 提示に活用
6.	時	○伝えたい価値をグループで決める。 ○コマーシャルのストーリーを話し合う。	WEB 提示に活用 TPC 話し合いに活用
7.	時	○コマーシャルの内容(場面の様子、資料、キャッチコピー)を決定する。	WEB 提示に活用 TPC まとめる際に活用
8.	時	○撮影に必要な資料を作成する。	TPC 撮影に活用
9.	時	○構成シートに従って撮影を進める。	TPC 撮影に活用
10.	時	○編集ソフトの操作方法を知る。	
11.	時	○編集をする。	TPC 映像編集に活用
12.	時	○上映会をし、映像が正しく伝わっているか確認する。 ○改善点を話し合う。	WEB 提示に活用
13.	時	○映像を改善する。	TPC 映像編集に活用
14.	時	○4年生にコマーシャルをみてもらう。 ○学習を振り返り、目的に応じた情報の伝え方についての理解を深める。	TPC 情報発信に活用 WEB (提示に活用)

(4) 授業の実際と児童の反応等

【第1～4次】

5年生になって、林間学習や委員会活動、また、外国語活動や家庭科の学習など、これまでよりも高学年として一層充実した学校生活を送ってきた。導入では、もうすぐ5年生

になる後輩に“エール”を送るために、自分たちが5年生としてがんばってきたことや楽しかったこと、5年生で学習したことや4年生との違いなど、5年生になってからの学習や生活を振り返らせて4年生に是非伝えたいことは何かを考えさせたうえで、表現の一つであるコマーシャル作りをするという目標を持たせた。

その際、「しんどかったけど楽しかった林間」や「英語の勉強が増えたので楽しい」など、自分が伝えたいことをそれぞれ短冊に書かせて、出てきた意見をマッピングにして可視化していった。友達から出された考えをあるグループに入れたり、それを別のグループに入れ直したりする過程で、児童は、自分と似た意見があることやいろいろな見方や考えがあることに気付いていった。

1	林間学習
2	春の遠足
3	ディベート学習
4	家庭科
5	たて割り班活動
6	運動会
7	委員会活動

▲ 児童のテーマ

最終的に、上記の表のに示した7つのテーマになり、伝えたいテーマごとにグループを編成した。ふだんなかなか自分の考えを書けなかった児童も直ぐに書くことができたことや意見交流が活発にできたことから、「4年生に」という相手意識を持たせたことやコマーシャル作りという教材そのものが児童の興味・関心を高めたものと思われる。

次に、コマーシャルについて調べる手順を確認した。身近な情報としてテレビのコマーシャルを題材として取り上げたのは児童がよく目にしており、生活と深く関わっているか

らである。どの児童にもコマーシャルの影響を受けて商品を買った経験や記憶に残る映像やキャッチコピーがあるだろうと考え、児童に「いちばん覚えているコマーシャルとその理由」を発表させた。その後に「例えば、漢字だったら練習しないと覚えられないのに、なぜ、何もしていないのにコマーシャルを覚えているんだろう」と話し合わせた。このようにして、コマーシャルには情報の受け手を引きつける秘密があることに気付かせ、調査活動への意欲を高めるようにした。

なお、この「コマーシャル作り」について、ループリックの考え方をもとに、児童に自分はどのような学習活動をしたら自分や人からすごいと認めてもらえるのかを考えてくるようにさせ、単元全体を通しての学習活動に目標と見通しを持たせるようにした。

2～4次では、テレビコマーシャルを録画したDVDを見せて、コマーシャルというものはどういう特徴があるのか調べる活動の導入にした。そこから、場面の様子、カメラワーク、キャッチコピー、印象に残ったものなど、調べるポイントを話し合わせた。

＜コマーシャルの特徴を調べる場面の授業＞

(ヨーグルトのコマーシャルをみんなで視聴して)

T：印象に残ったことは何かな？

C：登場人物をアップで映している。

C：子どもが笑顔になったので、商品が良いものなんだと思った。

C：最後に商品名が出た。何のコマーシャルかなと気になっていた。

T：わかりやすく伝える工夫は何だろう？

C：背景が白くて、見るところがはっきりする。

C：キャッチコピーが大きく映ったので、説得力がある。

C：泣いている子が最後に笑うのが、商品の紹介とよく合っていた。

T：映し方や興味を引くストーリーも大事だね。・・・

それぞれが、タブレットで様々なコマーシャルを調べ、自主学習で特徴をまとめる学習を行った。そして、調べたコマーシャルを比較し、共通点や相違点を見つけ、制作の際に、どのような工夫をしたのか話し合った。児童が調べたこと、考えたことや感じたこと、大切だと思うことを付箋に書き、それをもとに、ターゲット、動き、物語、同一化、色彩やアングル、キャッチコピー、音などの項目にまとめた。そして、それぞれの項目ごとに分析し、コマーシャルの仕組みや、メディアの持つしかけを読み取るようにした。調べたことを、自分たちのコマーシャル作りに生かすという目的意識が話し合いを活発なものにした。

この活動を通して、児童は、送り手の一番伝えたかったことについて、「それを使うと便利だ」や「かっこいい」「楽しそう」「おいしそう」「安い」など、その品物がいいなと思わせるようにつくられていることや、それを伝えるために様々な工夫がされていること、コマーシャルを作る側には、意図があることに気付いていった。

【第5次】

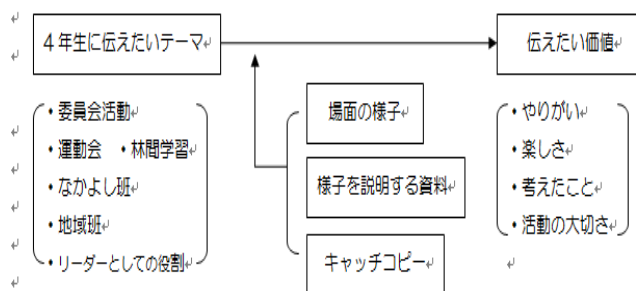
ここでは、いわゆる“情報モラル”に関して、撮影の際のルールやマナー、個人情報の扱いや資料を選ぶ時の著作権の問題などを学習した。例えば、「ニュースでは街を歩いている大勢の人が映っていることがあるけれど全員の人に許可はもらえない。無断で写真を撮って公表するのはどこまで許されるのか」、「知っているコマーシャルのまねをするのはよいのか」、更には、「誤った情報を流すと、受け取り手に迷惑がかかるだけではないのか」などである。この学習では、「一つ一つのことを考えていくと、これはどこまでいいんだろうかと考えることがたくさんあった。とにかく、相手のことを考えて正しい情報を発信することや、ルールを守ることがとても大切なことが分かった」という感

想が多くみられた。

【第6～7次】

班ごとに、どのようなコマーシャルを作るか、まず、やりがいや楽しさ、考えたことなど伝えたい価値を自分たちで話し合い決めさせた。

制作するコマーシャルは2分程度とした。実際のテレビコマーシャルは30秒以下だが、はじめての制作なので長くした。コマーシャルを制作するのに直ぐに脚本、絵コンテからはじめるのではなく、企画書を作成させた。この企画書は、送り手の意図、伝えたい価値を明確にしておくとともに、受け手である4年生にどのように思ってもらいたいのか、あこがれや希望をもたせるには、どうすればよいかを話し合わせて、表現するのに必要となる事柄やキャッチコピーをいくつか考え、図式化したもので、制作活動の途中で目的から逸れないようにするためのものでもある。各グループで、この企画書に沿ってストーリーを、情報を受け取る4年生の興味を引く内容になるように、どのような展開にしていこうか話し合った。



▲児童に示した企画書の見本例

7次では、グループに分かれコマーシャルの内容を構成シートで表す活動をした。構成シートとは、絵コンテ、パワーポイントなどを活用して、コマーシャルの流れをまとめたもので、前時に考えたコマーシャルのストーリーが可視化できる良さがある。

構成シートの内容は、撮影する場所（具体

的な場面)、演出の方法、せりふ、活動の様子が伝わる資料、キャッチコピーで、それらを時系列に沿って作成していく。イラストで表現したいグループのために、構成シートの作成ツールはタブレットや紙（絵コンテ）でもよいことにした。また、児童の発想を自由に表現できるように、演出の仕方など言葉で説明しにくい場面が必要になった場合には、その場でイメージするポーズを撮影し構成シートに組み込んでもよいことを伝えた。

授業では、コマーシャル制作の元となる企画書に沿って、ストーリーを話し合わせていたことで、構成シート（絵コンテ）に表現する作業がスムーズに行われていた。パワーポイントで制作する班や絵コンテに描いたものを写真に撮ってパワーポイントに張り付けていく班など自分の使いやすいようにタブレットを活用していた。



▲役割に応じて積極的に活動する児童

ある班では役割に沿って、撮りたい映像のイメージを考える児童、途中に挿入する写真などの資料の選択をしている児童、バックミュージックを探している児童とそれぞれが、目的を持って作業をしていた。グループ内で企画書の内容を共通理解し、役割分担をしていたことが本時の学習活動を有意義なものにすることができたと考える。

クラス全体で伝えたい観点に合った構成シートに仕上がっているか検討する場面の様子を次に述べる。

「家庭科の学習は家の人の役に立つことができる」という内容を発表した班は、書画カメラに絵コンテを写しながらキャッチフレーズを縫いとりや茹で卵で表現したいというこだわりを発表した。

また、林間学習で学んだ「チームワークの良さ」を伝えたい班は、転校していく友だちを追いかけてながら、林間学習の楽しかった思い出を回想していくというストーリーを発表した。

発表を聞いた児童は、ストーリーとそれに合ったバックミュージックに納得していた様子であったが、指導者が伝えたい観点に沿っているかなと投げかけると、「林間学習の内容を入れていかないと、4年生には分からないし、仲間と離れる寂しさは伝わらない。」などと発言することができた。



▲自分たちの構成シートを発表する児童

この場面では、チェックカードを活用した。観点は、「伝えたいことが表現されているか」、「伝えたい内容に沿った資料であるか」、「文字などスーパーの工夫について」、「興味をもってもらえる工夫があるか」の4点である。チェックカードをその場で発表する機会が持てなかったが、メモを残すことで、すべての児童がそれぞれの班に意見を伝えることができた。

構成シート作成後の自己評価では、「台詞や映像につける言葉の工夫が必要。」「音楽を変えたい。」などの具体的な反省が多く見られた。さらに、「イメージ通りのものができたと思っ

ていたけれど、みんなの意見や4年生が知りたい意見も聞いて改善していこうと思う。」

「みんなと話し合うことで構成シートが詳しく工夫できた。」「他の班の良いところを参考にしてみたい。」と考えを更に練ることで良いものにしていきたいという意見が多くあった。

【第8～13次】

8次に入る時に、どの班も構成シートを改善していた。そのことで児童の意欲が伝わってきた。その構成シートをもとに、体験したことや活動している内容を伝えるためにインタビューやアンケート調査を行い、コマーシャルの内容に説得力を持たせるための根拠となる資料や画像を収集したり、過去の活動を紹介したい場合は、学校ホームページから写真を引用したりするなど撮影の準備をした。



▲撮影する児童

撮影に当たっては、5次の情報モラルの学習を振り返らせて、撮り方や演出の仕方が、それに沿ったものであるか気を付けること、また、強調したいこと、映像の切り取り方、受け手の理解の引き出し方等を確認しながら撮影することを児童と確認した。

しかし、タブレットで撮影した映像は音声をはっきりとしていなかったのので、ビデオカメラで撮影した画像をタブレットに取り込み、編集をすることになった。編集ソフトは、初めて使う児童がほとんどであったが、基本の操作を説明すると、試行錯誤をしながらもすぐに使いこなしていた。中には、ICT支援員に画像の合成の仕方を教わり、何枚もコマ

送りに画像を重ねて制作を進めていた班もあり技術の習得の速さに感心した。

編集作業中でも、相互評価の時間を設け、情報が間違っていないか、観点に沿った内容に仕上がってきているのか、他のグループと意見交換をしながら進められるようにした。完成に近づくと自分たちの作品の出来栄に「これでいいだろう。」と思いが強くなっていったが、客観的な立場で改善点を指摘されると、少しがっかりしながらも、みんなに納得してもらえるものにしていこうと、映像を撮り直し、何度も編集を繰り返していた。

【14次】

ようやくすべての班のコマーシャルが完成し、4年生に見てもらおう上映会を行った。4年生からは、「5年生で学習することが良く分かった。団結力や一人でも頑張れば、みんなを変えることができるなど、大切なことがコマーシャルの中に入っていた。」「コマーシャル作りのようにみんなで協力して作っているところがすごいと思った。」「5年生になるのが楽しみになった。」などの意見をもらった。このような意見をもらい、今までこだわりを持って制作に取り組んだ良さや達成感を感じた児童が多くいた。

なお、この後、短時間ではあったが、もう一度、コマーシャルやニュースを見せて、話し合わせ、学習したことを生活にかえすようにした。

(5) 検証授業の結果と考察

○ 授業記録（ビデオ）や資料等から

○ 課題をつかむ活動

コマーシャルが児童にとっても生活の中にある身近なものであることや「なぜ、コマーシャルに引き付けられるんだろう」と考えることで、普段コマーシャルについて何も考えていなかった意識が揺さぶられたこと、また、4年生に伝えるという相手意識をもったこと

で、課題意識がはっきりし、以後の意欲的な活動につながった。また、出てきた意見をマッピングにして可視化したことは全体を見渡すことやそれぞれの繋がりが分かり効果的であったことが、振り返りカードの記述からも分かった。

○ コマーシャルの秘密を調べる活動

ふだん何気なく見ているコマーシャルを調べる活動では、前述したように音やキャッチコピーなど多くの気付きがあった。これは、「コマーシャルを自分が作る」ということ、「工夫を発見する楽しさの実感」がこのような気付きをもたらしたと考える。

○ コマーシャルの制作活動

コマーシャルの制作活動に意欲的に活動できたのは、企画書や構成シートで、児童がコマーシャル完成までの手順などに見通しをもてたこと、それをもとに自分の役割が明確に意識できたことなどが大きいと思われる。

構成カードを作成した時点で、児童が互いの良さを認め合いながら話し合っているように助言をしたことやチェックカードを活用したことは、以後の編集作業中の相互評価にも反映されていた。評価の観点がはっきりし具体的な批評は、児童のいいものを作りたいという気持ちをより高めたと考える。

また、収集した資料や写真から情報の取捨選択を行う活動や、2分間のコマーシャルの中で、より効果的に伝える工夫を話し合わせることが、自分の考えに根拠を持ち、論理的に話し合う活動になったと考える。

電子黒板やタブレットなどのデジタル資料は視覚的に分かりやすく、児童の活動を意欲的にした。この学年の児童は、検証授業をした時点で、タブレット等のICTを使い始めて3年になる。編集ソフトは、初めて使う児童がほとんどであったが、技術の習得も早かった。これは、児童の情報リテラシーが確実に身に付いて行っていることを示しているものとする。

事後のアンケートでは、この学習で、ほとんどの児童(96%)が、「みんなと意見を交わしより良いものにすることができた」と感じていた。これは、ICT機器が思考や表現の良いツールとなったということが理由の一つとして考えられる。タブレットの操作の幅も一層広がり、ICT活用の力をさらに伸ばすことができた。しかし、「タブレットを使った学習はとても楽しい」という児童の割合は9割弱で大きな変化はなかった。これは、協働学習の場面で使うことが当たり前になっているからかもしれない。

○ コマーシャルの上映会

4年生に作品を見せるという場自体が、学習意欲に繋がったことが表情や言動から分かった。

○ 児童の感想から

上映会を終えた授業後の感想(ワークシート)では、無記入の児童はおらず各自が意見や感想を書いていた。

全員に肯定的な記述が見られた。多かった感想を順に並べると、「コマーシャルを作るめあてを達成することができた。」「普段何気なく見ているコマーシャルがこんなに時間をかけ、苦勞をしながら作られていることが分かった。」「大切なことを伝えることができて良かった。」である。4年生からは、よい評価をもらったことや自分たちが頑張ったことが作品として残すことができたことなどが達成感につながったものと思われる。また、自分たちがコマーシャルを何度も編集し直して制作したことが、情報の送り手の気持ちを理解することにつながったと考える。

また、分かりやすく伝えることの難しさを書いた児童も少なからずいた。児童がコマーシャル制作をする時に、短い時間の中で伝えたいことを表現するためにはどのような情報が必要なのか、伝えたいことの中心がよく分かるようにするにはどのように編集すればよいかなど情報を取捨選択していく体験から実

感したことだろう。これは、すべての学習に於いて、自分の意見を端的に明確にして伝えていくという表現の仕方の技能を高めていくきっかけにしていきたい。

以上から、児童一人一人が4年生に見てもらうという意識を持ち、自分たちの考えをよりよく伝える必要性を感じながらコマーシャル作りに取り組んだことが分かる。加えて、自分たちで2分間のコマーシャルを企画、準備し撮影、編集まで体験することで、メディアについて理解を深めることができたといえるだろう。

6 研究のまとめ

社会科「わたしたちの暮らしを支える情報」では、情報と生活との関わりについて知り、テレビ局を見学し、情報の発信者としてテレビ局や新聞社で働く人々の願いや苦勞、喜び等を学習した。この学習では、自分が情報の送り手となることで、送り手の心情により迫ることができたと考える。また、学習の最後に、ニュースやコマーシャルを見せて話し合わせたときに出た意見は、学習に入った当初の意見より内容や観点が豊かだった。情報の受け手として、情報を読み解く力もついたと思われる。

これらの一連の学習経験を生かして、3月に、大震災を取材した新聞記者から直接、話を聞く機会を設けた。新聞記者の思い、心情を汲み取るような感想がほとんどだった。

課題として、「メディア・リテラシー」を育むためのカリキュラムができていないことがある。他の先生方の協力も得て実践を積み重ねながら、体系的なものをつくっていきたい。