

実践のまとめ（小学校4学年 国語科）

授業公開日 令和3年10月21日

南魚沼市立上田小学校

教諭 秋山 仁美

1 研究テーマ

目的に応じた表現の工夫や効果の違いを読み取る力の育成
～広告表現の読み比べをとおして～

2 研究テーマについて

(1) 研究テーマ設定の意図

国語科第3・4学年の「読むこと」の指導事項（1）オでは、「文章を読んで理解したことに基づいて、感想や考えをもつこと」と明記されている。

本学級の実態として、身近な話題に興味を示し、全体を通して読んだ後は初発の感想をもつことができる。しかし、書き手の意図や考えを読み取る際に、根拠となる記述を本文から見付けることに困難がある。

本研究では、「広告」という日常生活にある言語表現を用いて、書き手の意図や考えを読み取る力を身に付けさせる。広告のキャッチコピーや写真、またその並び方などの違いに気付き、自分でも工夫してポスターを作ろうとする姿を目指す。

(2) 研究テーマに迫るために

① 児童の興味を引く具体的な広告教材

授業の導入では、児童が興味をもてるように、児童にとって身近であると考えられる商品やサービスの広告をいくつか提示する。また、展開においても実際にある広告を使って、進んで書き手の意図や考えを読み取ろうとする態度を育てていきたい。

② 基本的な広告の構成の指導

キャッチコピー、写真、商品説明、背景色といった広告の基本的な構成要素を捉えることで、二つの広告の違いを明確に比べることができるようにする。また、構成要素を入れ替えてみることでどのように印象が変わるのか考えさせる。

③ 書き手の意図や考えを表現するためのポスター作り

学習内容を活かし、自分の考えが伝わるように、キャッチコピー・写真・商品説明・背景色を工夫してポスター作りをする。

(3) 研究テーマにかかわる評価

ポスターやちらしなど身の回りの広告から表現の工夫を見付け、作り手の意図や目的を考えることができる。（発言、記述）

3 単元と指導計画

(1) 単元名

広告ポスターを作ろう

教材名 「広告を読み比べよう」（東京書籍 4年上）

(2) 単元の目標

- 比較や分類の仕方を理解し使うことができる。（知識及び技能）
- 目的を意識して中心となる語や文を見付けることができる。（思考力、判断力、表現力等）

○文章を読んで理解したことに基づいて、感想や考えをもつことができる。

(思考力、判断力、表現力等)

○自分の考えとそれを支える理由や事例との関係を明確にして、書き表し方を工夫することができる。

(思考力、判断力、表現力等)

○学習の見通しをもって、進んで意図や目的に応じた表現の工夫や効果の違いを考えて、二つの広告を読み比べようとする。

(学びに向かう力、人間性等)

(3) 単元の評価規準

知識・技能	思考・判断・表現	主体的に学習に取り組む態度
①比較や分類の仕方を理解し使っている。 (2) イ	①「読むこと」において、目的を意識して、中心となる語や文を見付けている。 C(1) ウ ②「読むこと」において、文章を読んで理解したことに基づいて、感想や考えをもっている。C(1) オ ③「書くこと」において、自分の考えとそれを支える理由や事例との関係を明確にして、書き表し方を工夫している。B(1) ウ	①学習の見通しをもって、進んで意図や目的に応じた表現の工夫や効果の違いを考えて、二つの広告を読み比べようとしている。

(4) 単元と児童

本単元は、生活に即した広告を学習材に取り上げ、同じ商品について作られた二つの広告を読み比べる。それぞれの表現の違いとその効果について考え、広告の作り手の意図や考えを読み取る力を育てたい。

本学級の児童は、書き手の意図や考えを読み取る際に、根拠となる記述を本文から見付けることに困難がある。広告はキャッチコピーや商品の説明が短文で注目させやすい。児童にとって広告は身近なものだが、その作り手の意図を考えたことはあまりない。作り手の意図や考えの読み取り方を知ることは、受動的に見ていた広告表現を能動的に見るきっかけにもなるだろう。「なぜ、このキャッチコピーなのか」「なぜこの説明の順番なのか」「なぜこの写真なのか」と考えることで、作り手の意図や考えを読み取る力を身に付けさせたい。また、自分でもポスター作りに取り組み、書き手の意図が伝わるように作る姿を目指す。

(5) 単元の指導計画と評価計画 (全7時間、本時3/7時間)

次 (時数)	学習内容	学習活動	主な評価規準と方法 (評価方法は【 】内で記述する。)
1 (1)	・身の回りにある広告について、どのような意図や目的でつくられているのか考え、単元の学習の見通しを立てる。	◎身の回りの広告を見て、感じたことを話し合おう。	

<p>2 (1)</p> <p>(2) 本時</p> <p>(3)</p> <p>(4)</p>	<p>・教科書の二つの広告に書かれている言葉や写真を読み取り、違いを明らかにする。</p> <p>・二つの広告に書かれている事柄の違いから、意図や目的を考える。</p> <p>・二つの広告全体のレイアウトから受ける印象の違いをまとめる。</p> <p>・ポスターやちらしなど身の回りの広告から表現の工夫を見つけ、作り手の意図や目的を考える。</p>	<p>◎二つの広告を読み比べ、違いを見付けよう。</p> <p>◎二つの広告の違いから、広告の作り手の意図や目的を考えよう。</p> <p>◎二つの広告を見て、全体のレイアウトから受ける印象の違いをまとめよう。</p> <p>◎身の回りの広告から表現の工夫を見つけ、作り手の意図や目的を考えよう。</p>	<p>知・技①比較や分類の仕方を理解し、二つの広告の違うところを対応させながら見付けている。 【ワークシート、発言】</p> <p>思・判・表①「読むこと」において、目的を意識して、中心となる語や文を見付け、広告の作り手の意図や目的を読み取っている。 【ワークシート、発言】</p> <p>主①進んで意図や目的に応じた表現の工夫や効果の違いを考えて、二つの広告を読み比べようとしている。 【発言】</p> <p>思・判・表②「読むこと」において、文章を読んで理解したことに基づいて、二つの広告のそれぞれの印象について自分の感想や考えをもっている。 【ワークシート、発言】</p> <p>主①進んで意図や目的に応じた表現の工夫や効果の違いを考えて、様々な広告を読み比べようとしている。 【発言】</p>
<p>3 (1)</p> <p>(2)</p>	<p>・意図や目的に合わせてポスターを作る。</p> <p>・自分のポスターを紹介したり、友達の写真の作ったポスターを見たりして交流する。</p>	<p>◎相手や目的を意識してポスターに表そう。</p> <p>◎ポスターを見合って、友達の表現のよさを見付けよう。</p>	<p>思・判・表③「書くこと」において、自分の考えとそれを支える理由や事例との関係を明確にして、書き表し方を工夫している。 【ポスター分析】</p>

4 本時の展開

(1) ねらい

二つの広告の違いを、キャッチコピー、写真、商品説明の順序という視点から比較し、広告の作り手の意図や目的を考えることができる。

(2) 展開の構想

本時では、まず、前時で見付けた二つの広告に書かれている事柄の違いを確認する。次に、同じ商品の広告でも書かれている事柄の違いによって伝わる内容が異なるのか問い、課題提示へとつなげていく。そして、キャッチコピー、写真、商品の説明や順序を一つ一つ比べ、違いを考えられるように働きかけることで、作り手の意図や目的を理解することができるようにする。

(3) 展開

時間 (分)	・学習活動	○教師の働き掛け ●予想される児童の反応	□評価 ○支援 ◇留意点 →「努力を要する」状況 (C) への手立て
5	・なぜ、二つの広告には説明文の並び順や写真に違いがあるのか、広告の作り手の意図や目的を考えることを確かめる。	<p>T 1 : 前回の授業で、二つの広告は同じ商品でも、書かれていることや写真が違っていることを見付けましたね。違うところはどこでしたか？</p> <p>C : キャッチコピーが違います。 C : 写真が違います。 C : 説明が違います。</p> <p>T 2 : 同じ商品の広告ですが、広告を作った人が伝えたいことは同じでしょうか？</p> <p>C : よく分かりません。 C : 少し違う気がします。</p>	<p>◇前時の学習を想起させ、二つの広告を対比させる。</p> <p>○キャッチコピーは赤、写真は青、説明は緑で囲み、分かりやすいように見せる。</p>
◎それぞれの作り手が伝えなかったことは何か読み取ろう。			
35	・二つの広告の表現の違いから作り手の意図や目的を考える。	<p>T 3 : キャッチコピーでは何を伝えたいのでしょうか。</p> <p>C : 広告1は、家族の健康チェックに便利ということです。 C : 広告2は、子どもの急な発熱でも安心ということです。</p> <p>T 4 : 写真ではどんなことを伝えたいのでしょうか。</p> <p>C : 広告1は、家族みんなが笑顔になれるということです。 C : 広告2は、熱を出した子どももお母さんも安心できるということです。</p> <p>T 5 : 商品の説明の順序が違うのはなぜでしょうか。</p> <p>C : 広告1は、「音と光の両方で</p>	<p>◇キャッチコピーだけを対比できるように、黒板に提示する。</p> <p>○二つの広告（ワークシート）を個々に渡す。キャッチコピーの中で、作り手の伝えたい言葉を丸で囲ませる。</p> <p>→作り手が、体温計を「誰に」「どんな時」使って欲しいと考えているのか、「家族」「子ども」「健康チェック」「急な発熱」などの言葉に注目するよう助言する。</p> <p>◇友達と話し合っ自分の考えを確かめてもよいことにする。</p> <p>○キャッチコピーや商品の説明を動かして並び替えながら考えられるように</p>

		<p>お知らせ」して家族全員が使いやすいと伝えたい。</p> <p>C：広告2は、「15秒」で素早く計れるということを伝えたい。</p> <p>T6：広告1・2では、それぞれどういう人にこの体温計を買ってもらいたいと考えているのでしょうか。</p> <p>C：広告1は、家族。広告2は、小さな子どものお家。</p> <p>T7：二つの広告で伝えたいことは同じでしたか？</p> <p>C：違います。</p>	<p>する。</p> <p>→キャッチコピーに書かれている内容をさらに詳しく書いている商品説明はどれか探すよう助言し、作り手の意図する購買対象を明確にする。</p> <p>思・判・表</p> <p>広告1では、1番目に「音と光の両方でお知らせ」「高れい者でも使いやすい」とあり、広告2では、「検温わずか15秒」「お子さまもいやがらず、あつという間に」と書いてあることを基に、作り手が意図する購買対象に着目して、理由を言うことができる。 【発言】</p> <p>→それぞれの広告のキャッチコピーや写真で作り手が伝えたかったことを基にして考えるよう助言する。</p>
5	<p>・本時の学習を振り返る。</p>	<p>T8：今日分かったことを教えてください。</p> <p>C：同じ商品でも、伝えたい内容によって違う広告になることが分かりました。</p> <p>C：説明の順番が大切だということが分かりました。</p>	<p>◇児童から出た気づきを板書する。「説明の順番が大切」「伝えたい内容に合う言葉や写真」といったキーワードを掲示し、次時の活動で見られるようにする。</p>

(4) 評価

二つの広告の違いから、広告の作り手の意図や目的を考えることができる。【発言】

5 実践を振り返って

(1) 授業の実際

【第1次 1時間目：広告について感じたことを話そう】

はじめに、広告について知っていることを尋ねると、「ちらし」「コマーシャル」「ネットの広告」といった言葉があがった。印象に残っている広告があるか尋ねると、「食器洗浄機」「車の高圧洗浄機」「しゃぶしゃぶの肉」「車」といった言葉があがった。

次に、教師が用意した広告（「モンスタードリンク」2種、「ジャポニカ学習帳」2種、「iPadの広告」）を提示した。まずモンスタードリンクの広告の説明を進んで読む姿が見られた。また、iPadの広告を見て、「いいな。ゲームしたい」とつぶやいていた。こうした姿は、児童が広告表現に興味をもてたと考える。

最後に、教科書の二つの広告を見せ、同じ商品についての違う種類の広告であることを伝えた。次回は「なぜ二つの広告の表現が違うのか考えていこう」と次時の課題を確認した。

<p style="text-align: center;">家族の健康チェックにやさしい体温計</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 100px; height: 100px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; text-align: center;"> <p>体温計 写真</p> </div> <div style="text-align: right;"> <p>音と光の両方でお知らせ</p> <p>検温わずか15秒</p> <p>いつでも清けつ</p> </div> </div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; width: 150px; height: 40px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin: 10px auto;"> <p>笑顔の家族写真 (祖父母、父母、兄弟3人)</p> </div> <p style="text-align: right;">会社名</p>	<p style="text-align: center;">子どもの急な発熱に、やさしい体温計</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 100px; height: 100px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; text-align: center;"> <p>体温計 写真</p> </div> <div style="text-align: right;"> <p>検温わずか15秒</p> <p>いつでも清けつ</p> </div> </div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; width: 150px; height: 80px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin: 10px auto;"> <p>マスクをした 女の子が母親 に寄りかかっ ている写真</p> </div> <p style="text-align: right;">音と光の両方でお知らせ</p> <p style="text-align: right;">会社名</p>
---	---

< 広告1 >

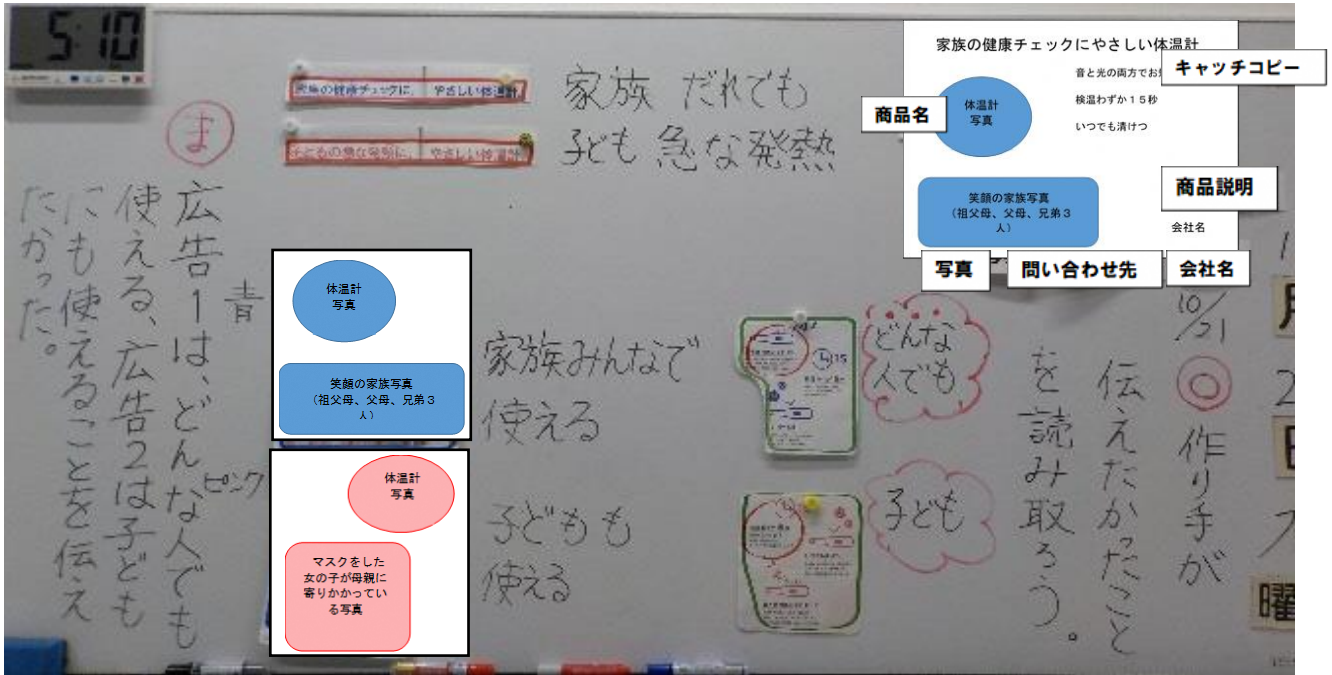
< 広告2 >

【第2次 1時間目：二つの広告を読み比べ、違いを見付けよう。】

まず、教科書の広告1だけを提示し、「どんなことが書いてあるかな？」と広告の基本的な構成要素を確認した。そこでは、キャッチコピー、商品名、商品の説明、写真、会社名、問い合わせ先といった言葉をおさえた。

次に、広告2を提示し、二つの広告で対応する場所を探すよう指示した。児童が対応するキャッチコピーを見つけた際には、それぞれのキャッチコピーを赤色のペンで囲むよう指示した。続いて写真は青、商品説明は緑といったように、それぞれ対応するところを色ごとに分けて囲ませた。

【第2次 2時間目（本時）：作り手が伝えたかったことを読み取ろう】



はじめに、キャッチコピーの違いについて考えた。大切な言葉に丸を付けるよう指示すると、広告1については、「家族」、広告2については「子ども」「急な発熱」という言葉に印を付けていた。児童二人の内一人が「子ども」という言葉に印を付けていなかったもので、この言葉が大切かどうか尋ねると、「大切ではない。」と言った。ここでは明確な答えは出ないので先に進んだ。

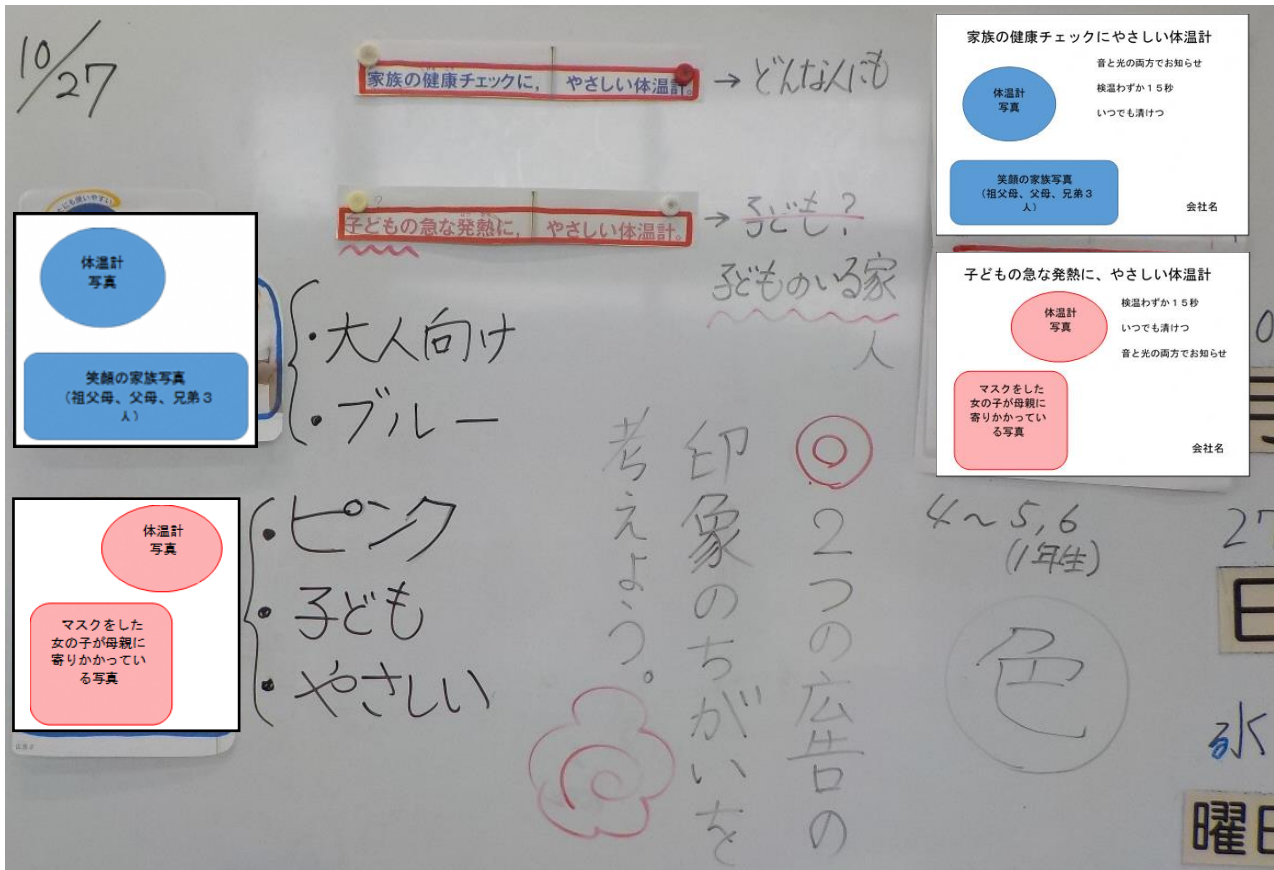
次に、写真の違いについて考えた。「写真で伝えたいことは何か」という問いに、児童は言葉に詰まり答えづらそうにしていた。これは、写真を通して何かを伝えるという経験が児童にとってあまりなく、解答に困ったのではないかと考えた。そこで、「どんな人を買ってもらいたいのだろうか？」と言葉を変えて再度質問した。すると、広告1は「家族みんなで使える」、広告2は「子どもも使える」と答えた。ここで、実際の授業ではできなかったが、体温計を買うのは「子ども」なのかということを取り返し問いかけ、「子どものいる親」というところまで厳密に言葉を抑えるべきだった。この点とキャッチコピーの「子ども」という言葉の重要性については、次の時間に改めて児童と考えることにした。

最後に、商品説明の順序の違いについて考えた。なぜ、二つの広告では説明順序が違うのか問いそれぞれ切り離してある説明部分を各自に渡した(図1)。一人の児童は、同じ項目についての二つの説明を両手にもって見比べると、説明に書かれている内容が違うことに気が付いた。そのことを隣の友達に教えたくて、二つの説明の紙を見せると、友達はそれらを声に出して読み始めた。そして、この児童も二つの説明の違いに気付き、一番伝えたいことが最初に書かれているということに気付くことができた。



<図1>

【第2次 3時間目：二つの広告を見て、全体のレイアウトから受ける印象の違いをまとめよう。】

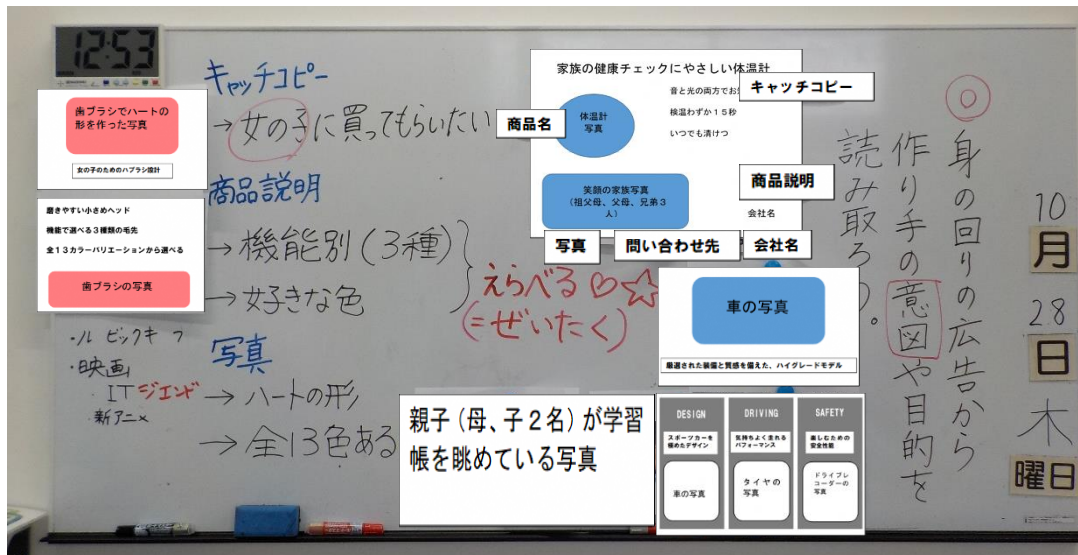


まず、前時に広告2のキャッチコピーにある「子ども」という言葉が大切か、そうでないかを明確にできていなかったため、この時間はそのことから考えることにした。前時では、商品説明の順序から作り手の意図を考えた際に、広告2の商品説明では「子ども」という言葉が大切であることに気付いていた。そのことを想起させた後、作り手の考える購買対象が「子ども」なのか問うと、児童からは「子どものいる家（人）」という発言があった。よって「子ども」という言葉が大切であるという結論に至った。

次に、二つの広告の背景色に注目させ、印象の違いを考えた。広告1については、青色が「大人向け」であるということ、広告2については、ピンク色が「子ども」「やさしい」という印象だということに気付いていた。

【第2次 4時間目：身の回りの広告から表し方の工夫を見つけて、作り手の伝えたかったことを考えよう。】

この時間は、実際にある広告から作り手の意図を読み取ることにした。広告は、自動車と歯ブラシを用意した。特に歯ブラシの広告は購買対象がはっきりとしていて、キャッチコピー、商品説明、写真から作り手の意図を読み取ることができていた。



車の写真

厳選された装備と質感を備えた、ハイグレードモデル

歯ブラシでハートの形を作った写真

女の子のためのハブラシ設計

DESIGN	DRIVING	SAFETY
スポーツカーを極めたデザイン <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 10px; margin: 10px 0;">車の写真</div>	気持ちよく走れるパフォーマンス <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 10px; margin: 10px 0;">タイヤの写真</div>	楽しむための安全性能 <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 10px; margin: 10px 0;">ドライブレコーダーの写真</div>

磨きやすい小さめヘッド

機能で選べる3種類の毛先

全13カラーバリエーションから選べる

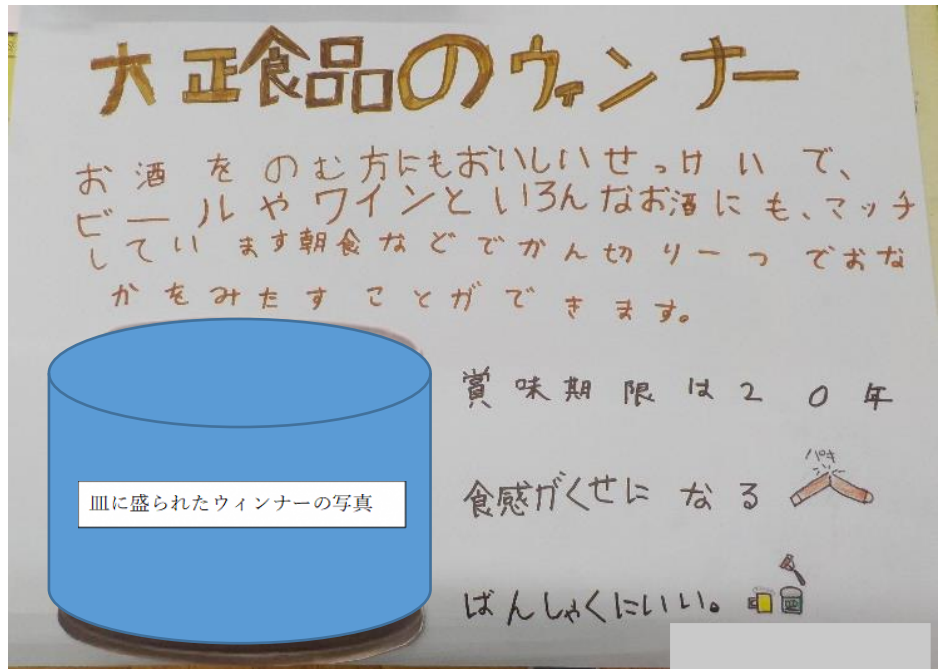
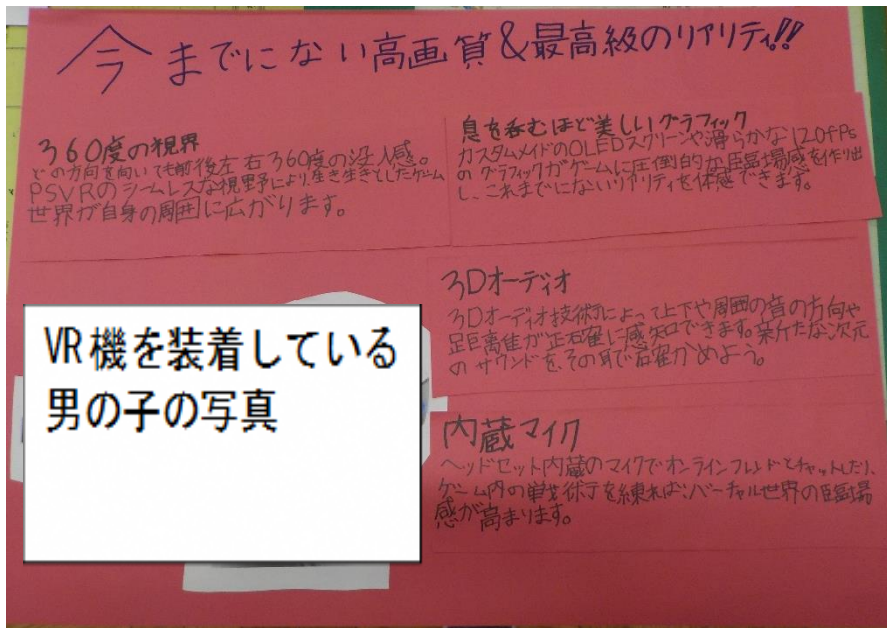
歯ブラシの写真

<車の広告(上下)>

<歯ブラシの広告(上下)>

【第3次 1時間目：相手や目的を意識してポスターに表そう。】

実際に、各自が作りたい内容で広告作りに挑戦した。制作するにあたって一番大切なことは「購買対象」である。児童には、台紙の色を選ぶ段階から、「誰に売りたいのか」を問うて意識させた。商品説明についても、何が一番伝えたいことか声掛けすると、きちんと理由をもって考えて自分が最も伝えたい内容を一番始めに書くことができた。



【第3次 2時間目：ポスターを見合って、友達の実験のよさを見付けよう。】

児童は、友達の実験でも商品説明で一番伝えたいことを読み取ることができた。また、字の大きさや太さを変えることで広告を見る人にとって見やすくなるという点に気付いていた。

(2) 成果

① 児童の興味を引く具体的な広告教材

授業の導入と展開においては、実際にある広告を用いた。導入で提示した際には、商品説明を進んで読む姿が見られた。これは、その商品の特性をある程度知っているため、読むことに抵抗がなかったと考えられる。第2次4時間目で自動車の広告を選んだ理由は、車が好きな児童が複数いたためである。歯ブラシの広告については、児童が普段から使っているもので馴染み深く、特にこの会社の表現（キャッチコピー・写真・色）は、購買対象をイメージしやすいと考えたからである。歯ブラシの広告については、児童が作り手の意図を自力で読み取ることができていた。

② 基本的な広告の構成要素の指導

キャッチコピー、写真、商品説明、背景色といった広告の基本的な構成要素を確認し、二

つの広告の違いを要素ごとに比べたことで、児童は違いを見つけることができていた。唯一、写真の比較では、作り手の意図を言語化することが難しかった。「誰が写っているか」「どんな表情をしているか」「作り手はどんな人に、どんな時に使ってほしいと考えているか」など、視点を与えて考えさせると良かったと思う。

また、商品説明の順番を入れ替えられるようにした手立てでは、児童が二つの商品説明を手を持って見比べることで、表現の違いを見つけ、そこから商品説明の順番には意味があることを導き出した姿が見られた。

③ 書き手の意図や考えを表現するためのポスター作り

自分の好きな商品についてポスター作りをした。VRのポスターを作った児童は、キャッチコピーや商品説明はネット広告を参考にしている。台紙に赤を選んだ理由は、eスポーツで使う椅子の色が黒と赤の配色で、利用者に受け入れられやすいと考えたからだそう。これは、購買対象を意識しているといえる。ウィナーソーセージのポスターを作った児童は、商品名をキャッチコピーのように書いている。その下の文章は全て本人が考えた。長持ちするという利点や、朝食にも晩酌にもいいということから、購買対象を広く万人向けにしていることが伝わる。両者とも、自分の考えを明確にして、書き表し方を工夫していることが分かる。

(3) 今後の課題

最後の言語活動は様々な活動が考えられる。今回は、児童の特性を考慮し、好きな題材でポスターを作ることにした。児童はとても意欲的に取り組むことができたが、対象児童が多い場合、少し指導に手間が掛かることも考えられる。教科書と同じ商品で、購買対象だけ変えて考えさせる活動もある。今後、実践していきたい。