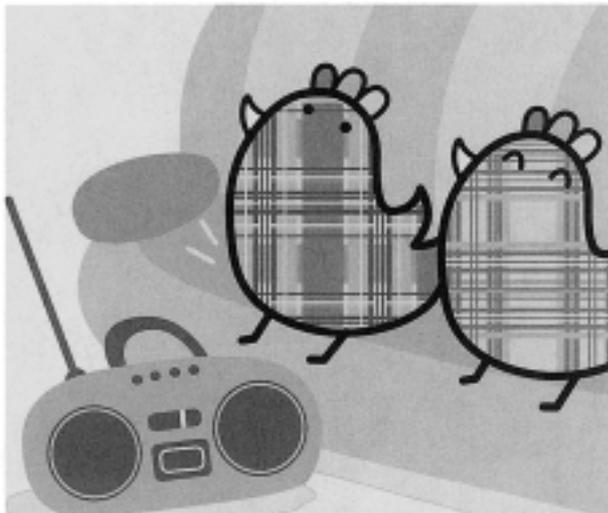
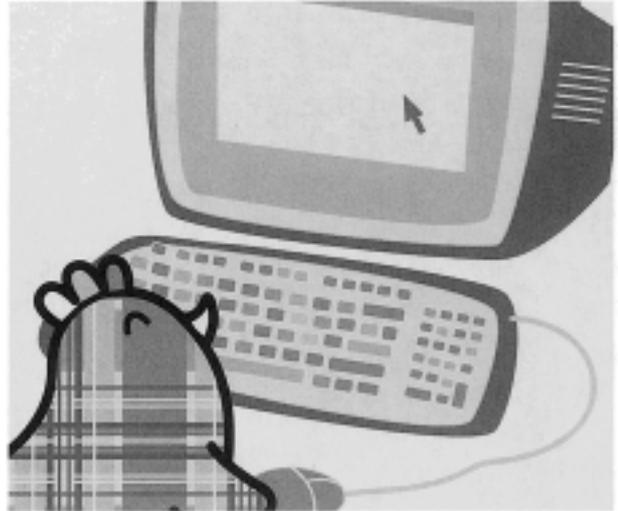
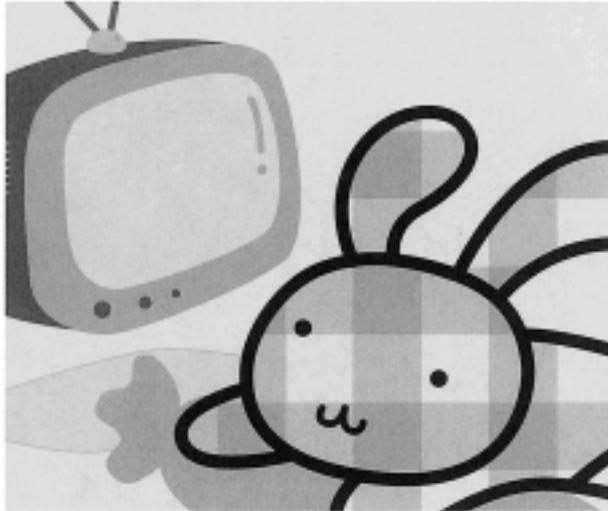


メディア・インフォメーション意識教育 5



小5 ▶ 単元1 ▶ インターネット ▶ 参考文章 ▶

ネット上のウソとホント ▶ 香港中文大学ニュースメディア学院助教授 馬傑偉博士

インターネット上では、ホントかウソかすぐには分からない！ ニュース情報にしても資料ファイルにしても、編集加工できる余地がたくさんあるので、真偽を確かめるのはとても難しいことです。そうすると、ネット上の情報の信頼度は、その提供者が誰であるかにかかってきます。看板（身元）がはっきりしていれば、必然的に信頼度が上がりますが、こうしたネットでのブランドの信用というのは、実は往々にして、現実の世界で長年に渡って築きあげてきた物なのです。

先生がもっと心配しているのは、ネット上の人間関係です。というのはネットでの関係にはいろいろな特質があって、現実の人間関係とは違うからです。

その1、身元が流動的で、参加する人の選択性が高いので、実際とは違う表面を見せることができます。

その2、関係は長くも短くも自由で、いつでも話ができるかと思えば、蒸発したように突然に消えることもできます。

その3、個人的な感情移入が少なく、何の責任もなく、約束の拘束力は小さく、関係はつかず離れずとなります。

その4、時間の制約から抜け出して、世界の果てでも、すぐ隣のように感じます。

その5、違う文化的背景を持った人とも交流して、互いの生活の情報を交換することができます。

83

その6、ネット上の関係と現実の関係は、互いに補強しあうことができます。日常生活で交流経験のあるグループでは、ネット上でも比較的關係が長続きします。それに対し、ただネット上で知り合っただけの友人は、流動性が比較的大きく、信頼性も低くなります。

その7、仮想の関係なのですが、実際は相当に現実生活の価値と欲望を反映しています。たとえばネット上では、大きな男性と小さな女性がよく出てきます。仮想の關係に過ぎないけれども、現実を誇張し、想像を投影しているのです。

以上のように、ネットでの關係は自由と弾力性に溢れています。こうした特質は現実の關係を補強し（取って代わるものではない）、利用する人が存分に活用することによって、良い面（ネット世界を広げるなど）を伸ばすことにもなるし、悪い面（悪い人間と接触するなど）を發揮してしまうことにもなります。私達は、こうしたネットでの關係そのものが、本来良いものだとか、悪いものだとか断定する必要はありません。その特質をよく理解すれば、良い点をすべて網ですくい取ることができます。

これで、メディアや広告を出す会社と消費者の複雑な關係について、少しは理解してもらえたかと思えます。

単元 1 ▶ インターネット ▶ 1 ネットの仮想世界をめぐる

学習プラン

時間	目標／テーマ	活動	用意するもの
	学習目標： インターネットの情報の真偽を注意して見分けることを学習する		
5分	動機付け	CD内の物語	
10分	ネット上の情報は加工されている可能性もあるので、信頼性には疑問があることを理解する。	よく見てみよう 並べ方を変えると、写真に写っている人数が変わった。	A5.1.1 
5分	中間まとめ： ネット世界は、たくさんの新しいものを教えてくれる。けれど科学技術は、情報の操作も容易にする。私達が目にしているのは、真実の世界の一部分に過ぎない。		
10分	情報発信源の信頼性を理解することを学習する。	信じられるのは誰？ 情報発信源の信頼性を、上から順にあげる。	作業ページ W5.1.1
5分	総まとめ： ネットの情報流通量は膨大でスピードも速い。管理が難しく、間違っただ情報をネットに流すのを阻止したり取り締まったりするのはかなり困難。それだけに、こうした情報を受け取る時は、発信者の信頼性に十分注意し分析して、間違っただ方向に導かれないようにしなければならない。		

85

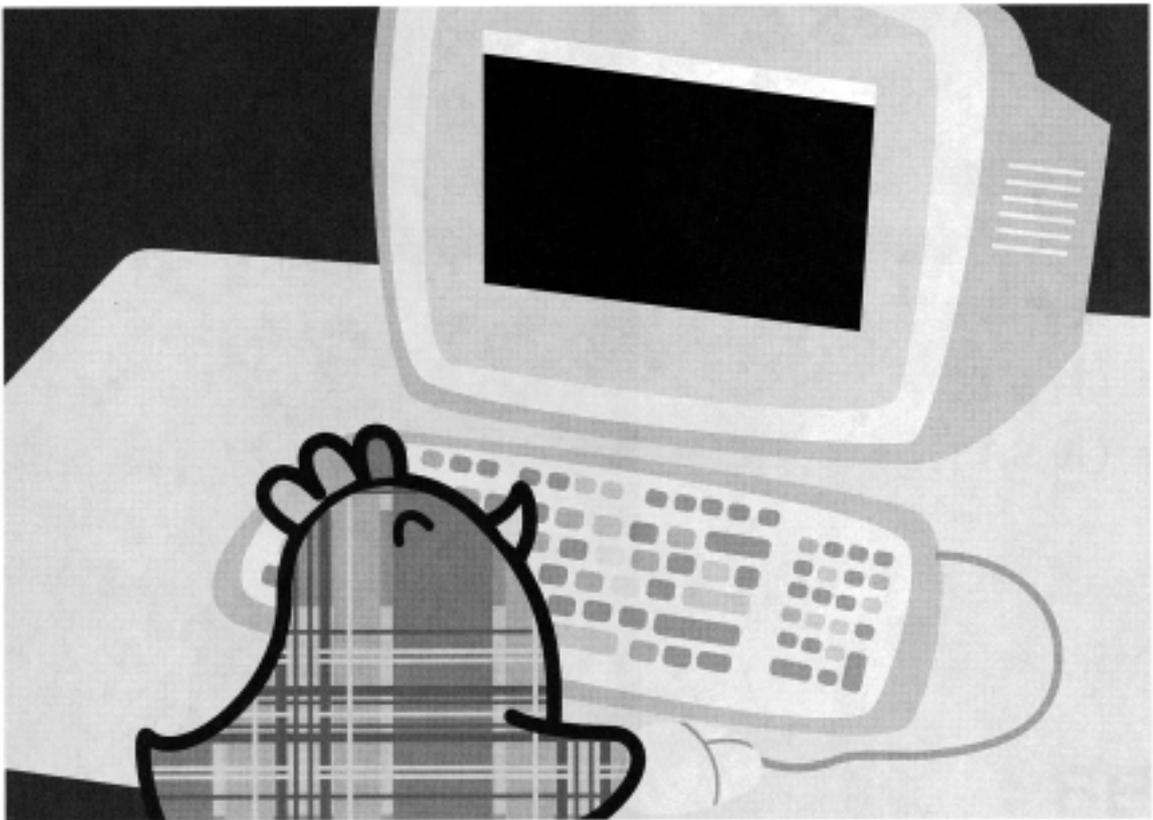
一方では、責任感を持って誠実にネット
を利用し、ウソをついて人を騙してはい
けない。

計35分

86

単元 1 ▶ インターネット

1 ネットの仮想世界をめぐる



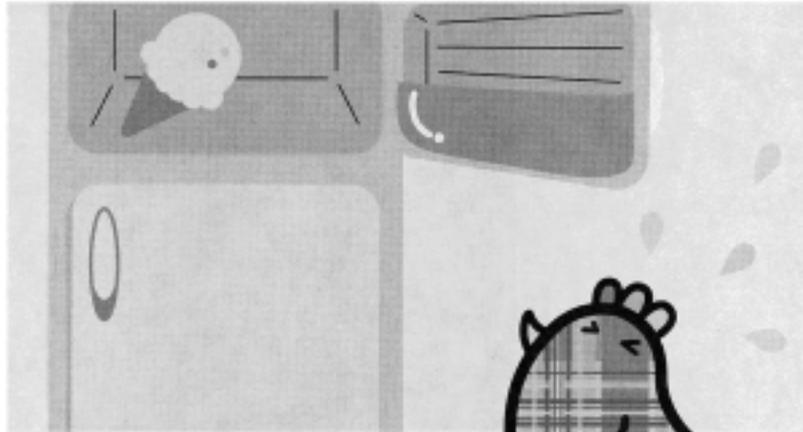


ある日トウトウ（男の子）は、インターネットでこんな情報を見つけました。トウトウの大好きなアイスクリームの商品が、実は牛乳から作ったものではなくて、人体に有害な化学物質で作られているということです。さらにその情報では、消費者にそのアイスクリームを買ったり食べたりしないように呼びかけていまし

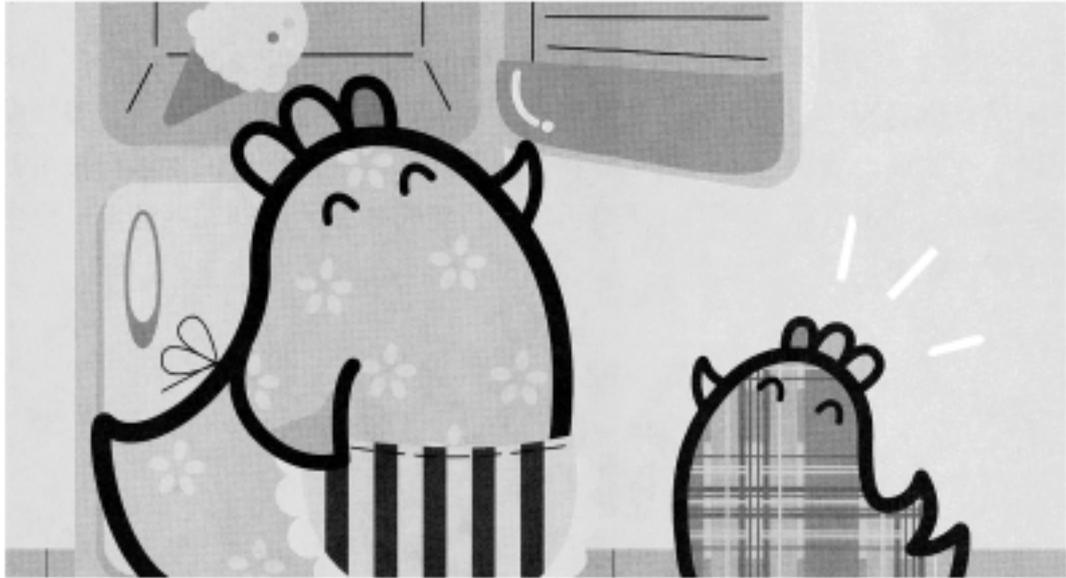
た。トウトウはそれを見て大変びっくりしました。だって、昨日お母さんが、トウトウのためにそのアイスクリームを買ってきてくれたばかりだったからです。アイスクリームをゴミ箱に捨てるべきかどうか、トウトウは悩みました。

(A5.1.1)

(W5.1.1)



日



トゥトゥはその情報の信頼性に疑問を抱いて、先生とお母さんにその情報のことを話しました。先生とお母さんのおかげで、すぐにそれがいたずらだったことが分かりました。トゥトゥはむやみにインターネットの情報を信じなくてすんだと思いました。でなければ、大好きなアイスクリームを捨ててしまっ、お母さんの気持ちを無駄にするところでした。

もしあなたがトゥトゥだったら、どうしたでしょう？

89

A 5.1.1 よく見てみよう

CDに入っている写真の中の人物を、配置を変えたら、おやおや！12人だったのが13人になっています。

このように、情報は配置を変えたり修正したりすると、往々にして「現実」との距離が発生してしまうのです。このような状況は、ネット上ではもっと明瞭です。ネット上には情報が溢れていて、誰でもある程度のパソコンの知識さえあればネットに情報を発信することができます。しかしその情報が正しいか、捏造が加えられているかは、法令で監視しているわけではないので、生徒が閲覧する時は、常に警戒心を持つことが必要でしょう。

A



B



90

W 5.1.1 信じられるのは誰？

トウトウの受け取った情報が、下に書かれた人や組織からのものだとしたら、最も信用できるものと、最も信用できないものはどれだと思いますか？ 順番に並べてください。1は「最も信用できる」で、5は「最も信用できない」です。あわせてその理由は？

- 4 1. インターネットのフォーラムで見た「博士」というハンドルネームの人のメッセージ。
- 5 2. ICQフレンドが転送して来た情報。すでに何回転送したか分からないうえ、メッセージの最後には、1時間以内に10人以上に転送すれば、願いがかなうと書いてあった。
- 2 3. オンライン新聞が報道したもの。ただし、信頼できる筋からの情報というだけで、真偽は確認していない。
- 3 4. 友人の親戚が送ってきたEメール。その親戚は、別のアイスクリーム会社に勤めている。
- 1 5. 消費者委員会の公式サイト。

91

単元 1 ➤ インターネット ➤ 2 見えない気持ち

学習プラン

時間	目標/テーマ	活動	用意するもの
	学習目標: ネット上でも現実の生活でも、気をつけて友達と付き合いなければいけないことを学習する。		
5分	動機付け	CD内の物語	
5分	インターネットは世界を知るのに1番早くて便利な手段だということを認識し、違う風土や考え方を理解する。	世界と知り合う	W5.2.1 
5分	気をつけて友達と付き合いえば、楽しく愉快なことを知る。	友達を選ぶ 友達を選ぶ条件についてグループ討論。	W5.2.2
5分	中間まとめ: インターネットは、家にいながら民族や背景の異なる友人と知り合うことができ、コミュニケーションをとることができる。重要なのは、品位ある態度を養うことで、気をつけて友人を選べば真の友情の楽しさを感じることができる。		
10分	ネット上の友達と、顔を合わせられる友達の違いを比べる。	比べて見分ける ネット上での友達付き合いと、現実の生活での友達付き合いの違いを知る。	W5.2.3 

92

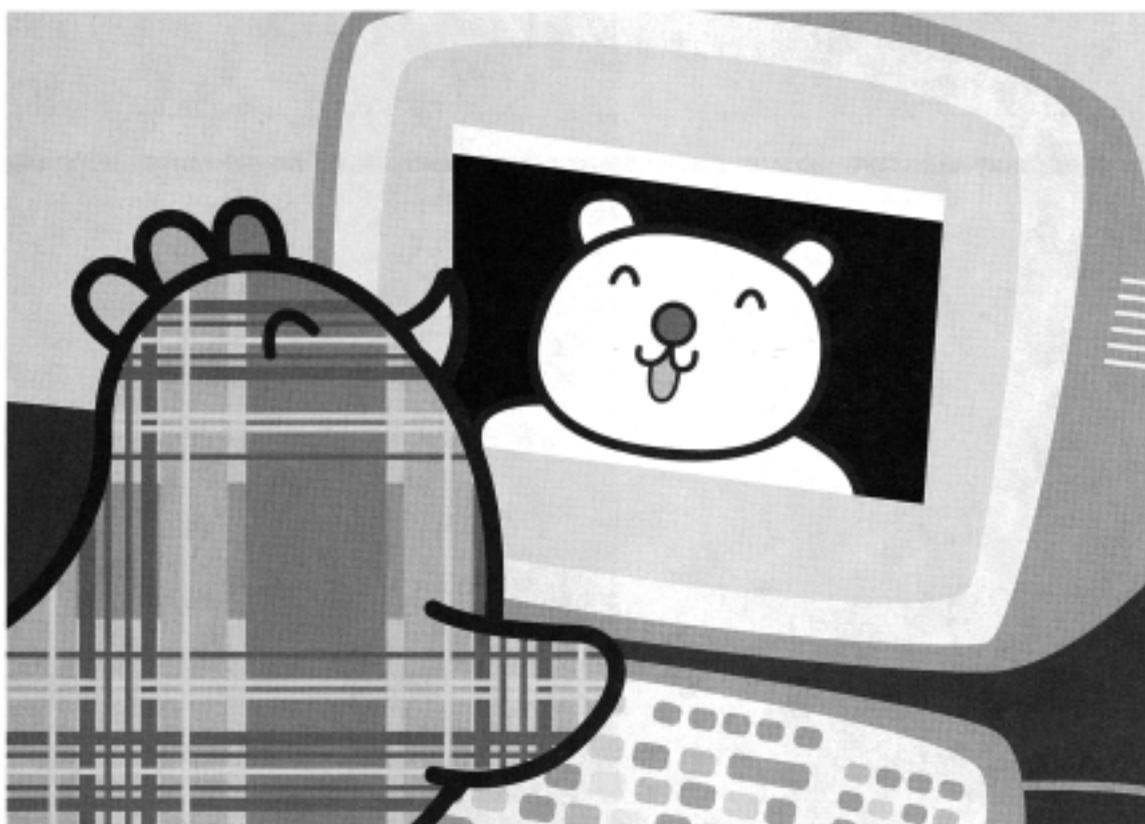
5分

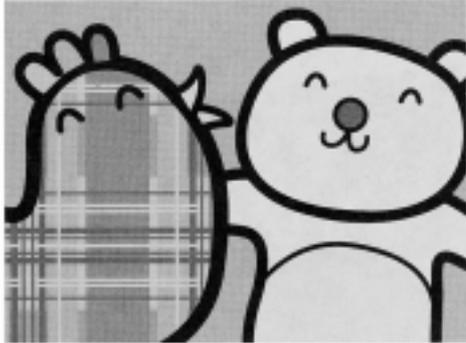
総まとめ：インターネットは友人と知り合う1つの手段である。ただしネットの制限は、そうした友人と目の動きや声、触覚、嗅覚を通して交流できないことで、それらは友人を理解する重要な要素である。コミュニケーションツールとしてネットを活用すれば、友人との交流を促し、違った文化背景の人を理解することができる。ただし、気をつけてネット上の友人を選び、悪い友人と付き合いがなないようにしなければいけない。

計35分

単元 1 ▶ インターネット

2 見えない気持ち



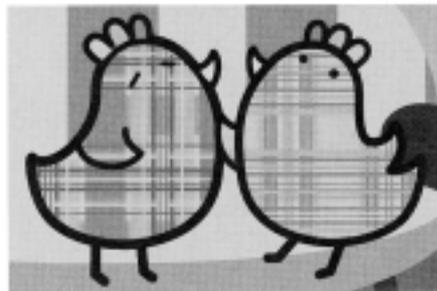


トゥトゥは新しい友達を作るのが好きで、最近もICQでいろいろな国の人と知り合いました。(W5. 2. 1) そのうちの宝君という台湾の男の子とトゥトゥは、とりわけ気が合い、何しろいつだって話ができるのでトゥトゥはしょっちゅうネットをつないで、宝君と一緒にネットゲームをしたり、お互いに悩み事を話したりしています。トゥ

トゥはもう宝君のことを親友だと思っています。

でも宝君がよく、突然消えてしまったかと思うと、また突然出てきたりするのに、トゥトゥは気がつきました。時々、宝君の話が本当かどうかさえ疑わしい時もある、トゥトゥは悩み始めました。トゥトゥは、そのことを親友のルルに話しました。ルルは一生懸命トゥトゥの話聞いてくれました。ルルがこんな風に自分のことを気に掛けてくれるのを見て、トゥトゥはとってもうれしくなりました。

(W5.2.2)

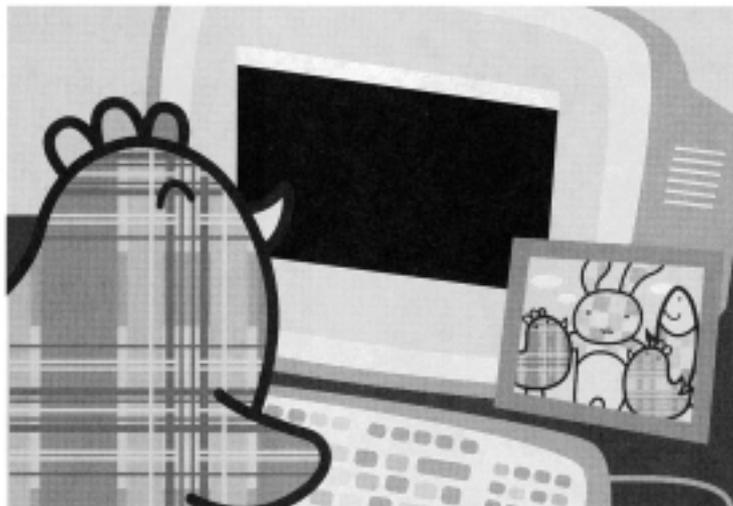


95

トウトウは、インターネットだけで人と話をすることの欠点が、だんだん分かってきました。

(W5.2.3)

だから宝君と他の友達を比べることはできないのです。でもトウトウは、やはりこの異国の友達を大切に、交流を続けているし、身近にいる友達も大切に、いつも一緒に勉強したり遊んだりするし、さらにネットを使っても行き来しています。互いに気にかけて合う友人がいて、トウトウはとっても楽しく満足なのです。



WS 5.2.1 世界と知り合う

下に5枚のドアがあります。開けると違う場所へ行けて、新しい友達と知り合うことができます。どれでも好きなドアを開けて、相手が理解できる言葉を使って挨拶の言葉を書いてください。そのあと、続いて友達になりたいかどうかを選択し、もし“なりたい“を選択したら、シールを1枚選んでその子にプレゼントしてあげてください。

教師は次のような質問を出して、導入するといいいでしょう。

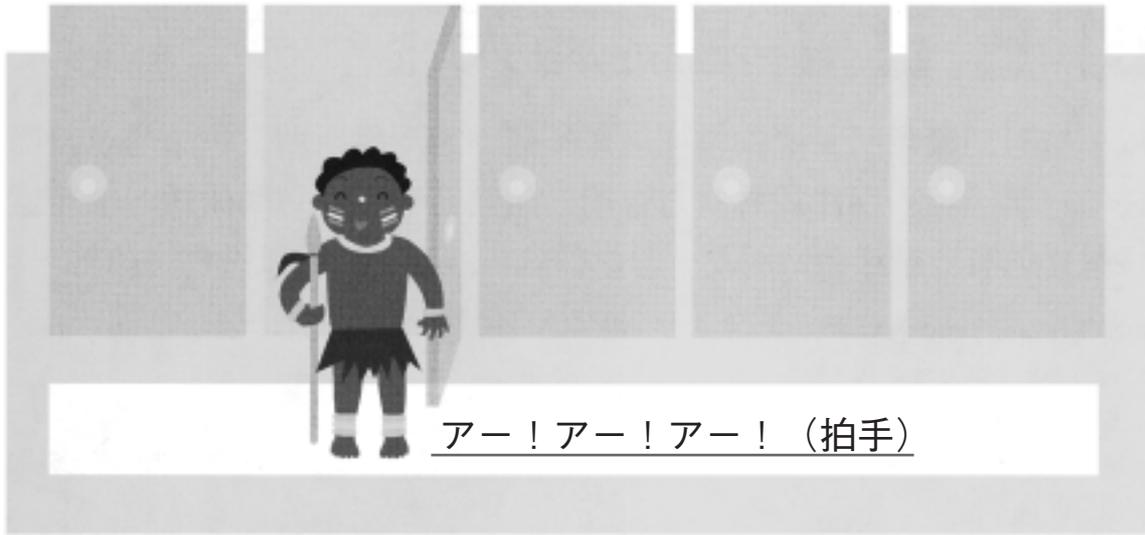
1. 新しい友達を作るのが好きですか？ それはなぜ？

2. トウトウのようにインターネットで他の国の人と知り合ったことはありますか？

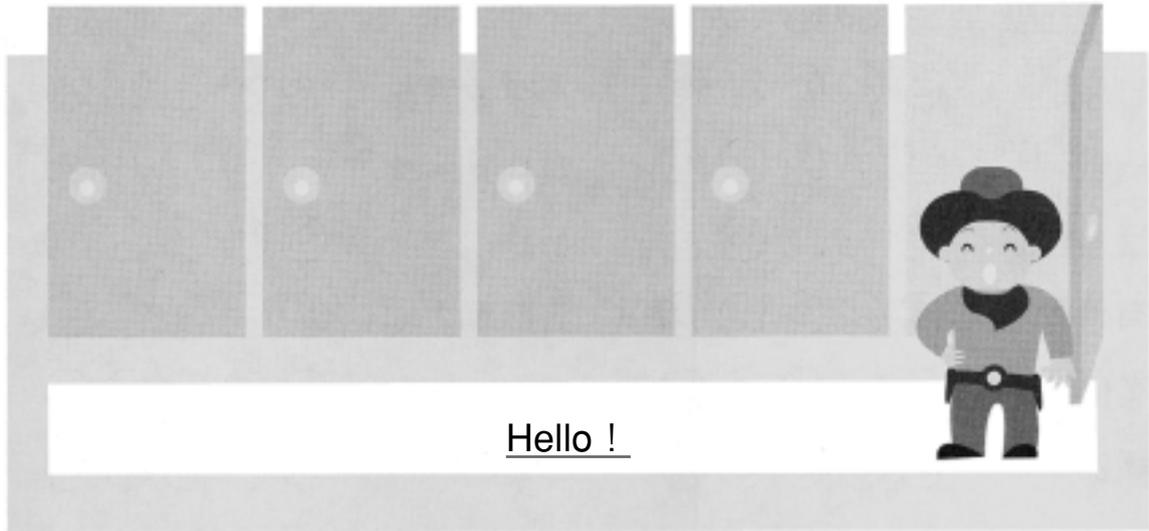
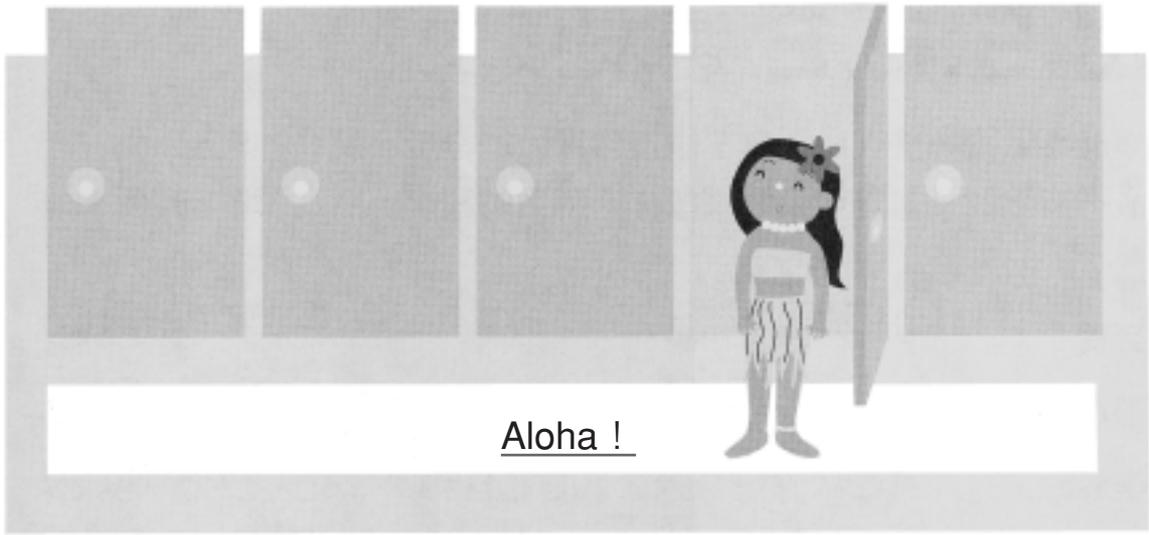
教師は、1～2人の生徒に実際にマウスを操作させて、他の生徒には、誰と一番友達になりたいか、その理由はなぜかを、手を挙げて発表させてもいいでしょう。



97



98



99

WS.2.2 友人を選ぶ

あなたはどんな人と友達になりたいですか？ その程度によって“顔マーク”に色を塗ってください。

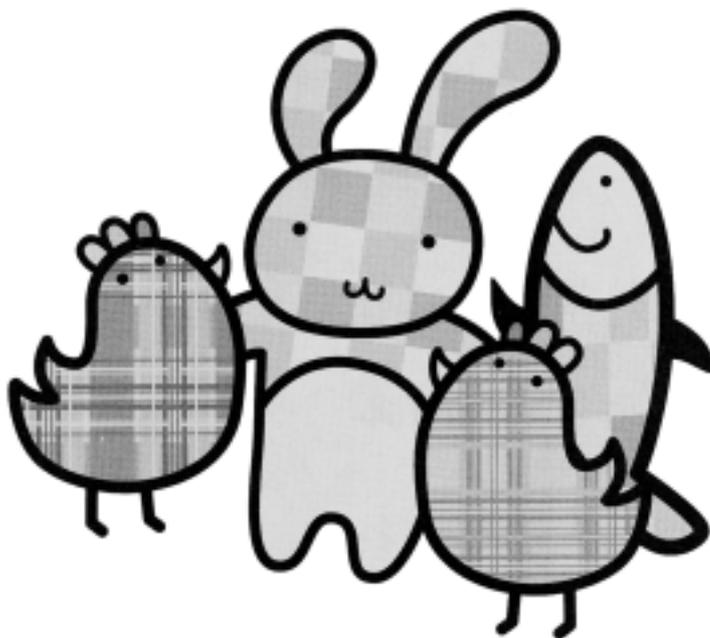
また、反対にどんな人とは友達になりたくないですか？ その程度によって“顔マーク”に色を塗ってください。

誠実		いばっている	
善良		うそつき	
進んで人助けをする		利己的	
責任感がある		約束を守らない	
気が合う		友達を大切にしない	
ユーモアがある		友達をからかう	
活発で明るい		ずるい	
礼儀正しい		すぐケンカする	
信用がある		不誠実	
謙虚		暴力をふるう	

100

考えてみよう

- 1、あなたは、上のどの性格が自分に当てはまると思えますか？
また、どの欠点を改めたいと思えますか？



101

WS.2.3 比べて見分ける

トウトウは、宝君とは何でも話せて、台湾の風俗習慣についていろいろ知ることができるけれども、でもやはり宝君と他の友達には違うところがあります。どうしてでしょう？ あなたは、ネット上で知り合った友達と、いつも顔を合わせる友達とでは、付き合い方にどんな違いがあると思いますか？

下に、友達とのいろいろな付き合い方が書いてあります。トウトウと宝君の付き合い方と思われるものには宝君に丸を、トウトウとうさぎのティーニーの付き合い方と思われるものにはティーニーに丸を付けてください。

CDには、宝君とうさぎのティーニーの2枚のパズルが入っています。宝君はネットでの友達を表し、ティーニーは日常顔を合わせる友達を表しています。1枚ずつのパズルのピースには、それぞれ下の文章が隠れています。教師は、生徒にゲームをさせながら、周囲の友達とネットの友達との付き合い方を比較させて、最後にパズルを完成させてください。

1. 顔が見えないので、ちょっぴりミステリアス。
2. 友達がうれしそうな顔をしているのを見ると、自分もうれしくなる。
3. いろいろな外見で応対することができる。



102

4. いつでも会話を中断することができて、
お風呂に入ってからでも会話を再開することができる。
5. 友達の生活習慣についてよく分かっている。
6. 普通は待ち合わせせず、自由に現れたり、
消えたりすることができる。
7. 友達が引っ越すので、手伝いに行く。
8. 友達が泣いている時は、(涙をふく)
ティッシュをあげたり、慰めたりする。
9. 性格の欠点を隠すことができる。
10. 友達に悪いことをして後悔している。
今度会ったら勇気を出してあやまろう。
11. 興味のない話題になったら返事をしなくてもいい。
12. もし友達が遠い所へ引っ越したら、
残念でたまらない。



103

小5 ▶ 単元2 ▶ 広告と社会 ▶ 参考文章 ▶

広告と消費者意識 ▶

天高广告有限公司制作監督 曾錦程

広告の隆盛は、かねてから多くの人の論争を引き起こして来ました。広告に反対する人は、広告は不必要な消費をあおって、浪費を招いている、その上莫大な広告の費用は、最終的に商品の販売価格を引き上げることによって消費者に転嫁され、消費者の利益を損なっている、と考えます。広告を擁護する人は、広告は消費者層を拡大して大量生産を促し、商品の価格を引き下げるので、最終的には消費者に利益をもたらす、その上、広告は無形の価値（ステータスシンボル、独自の雰囲気など）を創造して、消費者に精神的満足を与えることができる、と考えます。

この論争は何十年も続くのに、いまだに決着がついていません。現在では、一般的に広告は「必要悪」だととらえられています。広告は無くすわけにはいかないが、広告があると確かに悪い影響もある、と。どちらにしても、広告を完全に消し去ることはできないのですから、ならば、私達は広告の機能をしっかりと認識し、賢い消費者になって、広告にプラスの作用を発揮させるほうがいいのではないのでしょうか。

一般的に言って、広告には少なくとも3つの作用があります。第1に、商品の用途、成分、種類、果ては値段等の、商品の情報を提供すること。第2に、消費者の行動を促すことで、これは通常、商品の割引や景品などのメリットによって達成されます。第3に、消費者の商品に対する印象を向上させることで、それは視聴者の好むイメージを作り上げることです。

第1について言えば、香港の広告条例はかなり厳格で、広告を出す会社が誇張したウソの広告を掲載したり放送したりすることを禁じています。ですから広告を出す会社の常套手段は、商品のメリットをできる限り書きたてて、デメリットには極力触れないということになります。ここには、ニュース報道のような中立で、客観的でバランスの取れた手法は絶対に使われません。ですから消費者は、そのことをしっかりとわきまえて、一面の言葉だけを信じてはいけません。

第2については、広告を出す会社は通常、販売促進広告を通じて、消費者がすぐに行動するよう促します。たとえば割引や景品などでひきつけるのは、消費者にとってみれば悪いことではありません。それに割引や景品などは実質的なものなので、広告を出す会社が虚偽を割り込ませる余地はありません。

104

第3の作用は最も理解するのが難しいポイントです。多くの人が、商品イメージなんてあるかどうか分からない、いかがわしい部分だと考えます。消費者はお金を現実にはない物と取り替えている、と。このように論じる人は、1. イメージは偽りのもので、2. 消費者は絶対的に理性的でなければならず、3. 精神的な満足には何の価値もない、ということを前提にしています。

しかし実際には、好むと好まざるとにかかわらず人間社会では必然的にイメージが存在します。いかなる人であれいかなる物であれ、いかなる活動であれ、人間の解釈を通す限りは何らかの意味を表し、何らかのイメージを形作るのです。私達の誰もが、意識的にせよ無意識にせよ言動を通じて自分のイメージを生み出し、自分が何者であるか示しているのです。商品も例外ではなく、イメージは不可避のものです。問題はそれが妥当に運用されているかどうかという点にあります。

それから、人は理性の動物ですが、感性の一面も持っています。何から何まで折り目正しくやっていたとしたら、乾燥した味気ない生活になると思います。私達は時としてある人たちやある事を気に入ったりしますが、たいがいその理由は説明できません。特定の商品が気に入るのも、理性的に考えた結果である必要はないでしょう。

精神的な満足について言えば、実際にはとても価値があります。たとえば、私達は仲の良い友達とひざを突き合わせておしゃべりをする時、物質的にはお互いに何のメリットもありません。けれども私達はみな心からの満足を感じるので、遠路難路も、また睡眠時間を犠牲にすることさえもいといません。そのような代償を払うのは、価値があると思うからです。

言い換えれば、イメージその物は悪くないのです。最も重要なのは、消費者が自分を見極めて、どのようなイメージが自分に適しているか、自分の代弁をしてくれるかを決めることです。でないと、盲目的に追い求めても、満足を得られないばかりか、物欲に陥って抜け出せなくなってしまいます。

105

単元 2 ▶ 広告と社会 ▶ 3 広告の三角関係

学習プラン

時間	目標/テーマ	活動	用意するもの
	学習目標 ：広告を出す会社、メディア、視聴者の密接な関係を知る。		
5分	動機付け	CD内の物語	
10分	活動を通じて、広告を出す会社、メディア、視聴者の関係を理解する。	釣り人 広告を出す会社、メディア、視聴者の関係を釣りにたとえる。	作業ページ  W5.3.1
5分	中間まとめ ：広告を出す会社（釣り人）は、メディア（有料釣り堀）の広告（エサ）を使って、視聴者（魚）をひきつける。		
10分	商業メディア組織の収入源は広告収入であることを知る。	よく知ろう 商業メディアとは何かを知る。	作業ページ W5.3.2
		メディアの収入を計算する 広告がテレビ局にもたらす収入を理解する。	作業ページ W5.3.3
5分	総まとめ ：商業メディアの運営経費は、広告を出す会社からもたらされる。会社が莫大なお金を使ってもメディアの広告スペースを買うのは、一人一人の視聴者がその会社のお客となり、		

106

商品を買えば、そこから利益を得られるからである。メディアは視聴者が多いほど広告収入が上がる。だから番組や内容の質を上げて、視聴者を増やし、広告を出す会社をひきつけようと努力する。

計35分

107

単元 2 ▶ 広告と社会

3 広告の三角関係

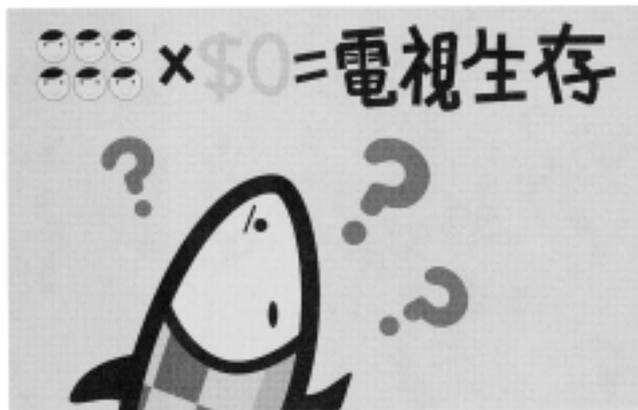




ティーニーのパパが、テレビ局を解雇されることになりました。TVAテレビ局は、視聴率が下がり続けて、とうとうゼロになりかけているので、閉局すると発表したのです。(W5.3.1) フィッシュ博士は不思議に思いました。昔から、視聴者はテレビを見る費用を払わなくていいのに、テレビ局は営業を続けてこられたのです。(W5.3.2)

まさか「視聴者×費用0円＝テレビ局の生存」？ (W5.3.3)

たとえ視聴者が多くても少なくとも、テレビ局が費用を取らないなら、どうして視聴者がいないからといって閉めなくちゃいけないのかな？

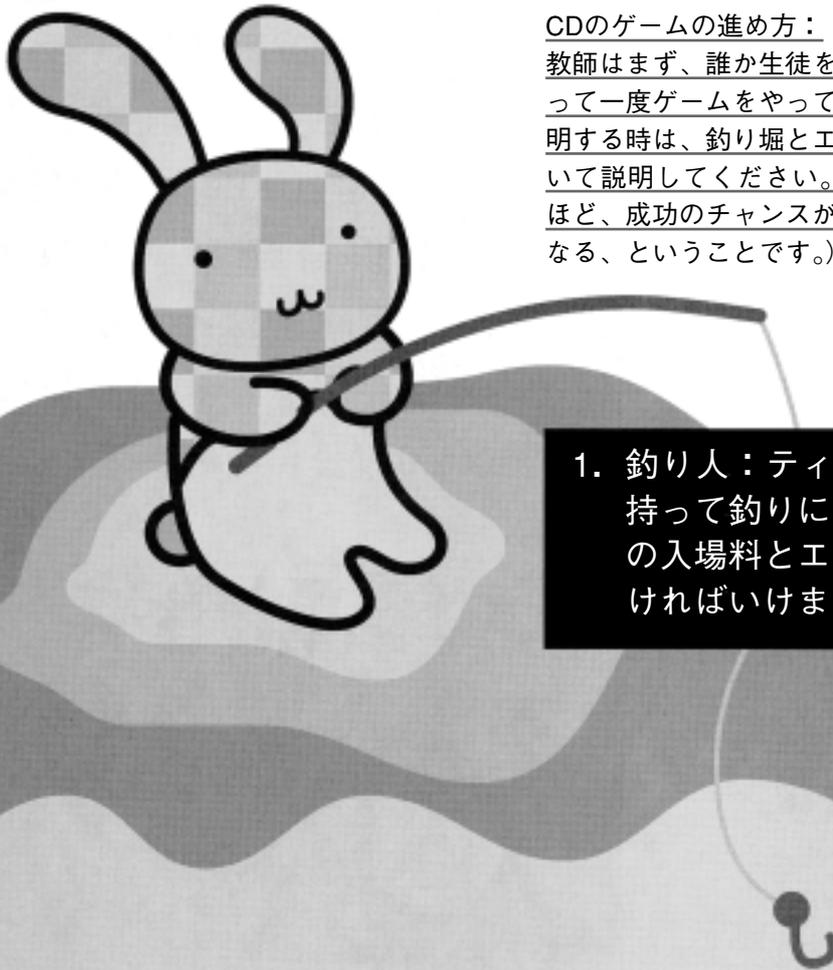


109

W 5.3.1 釣り人

CDのゲームの進め方：

教師はまず、誰か生徒を選んで、下のルールに従って一度ゲームをやってみてください。教師が説明する時は、釣り堀とエサの値段の高い安いについて説明してください。（つまり、視聴者が多いほど、成功のチャンスが大きいので、値段が高くなる、ということです。）



1. 釣り人：ティーニー、200元を持って釣りに行きます。釣り堀の入場料とエサの料金を払わなければいけません。

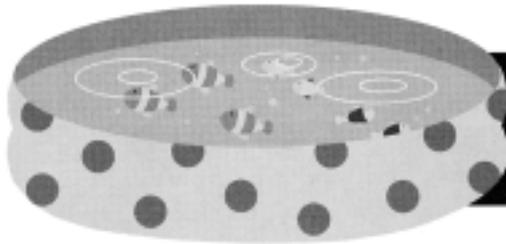
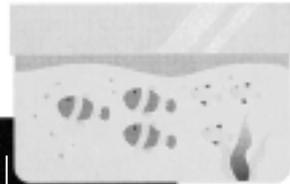
110

2. 釣り堀：釣り堀ごとに魚の大きさと量がそれぞれ違います。
入場料ももちろん違います。

釣り堀「ラジオ屋」
1時間20元、小さい
魚が約3000匹いる。

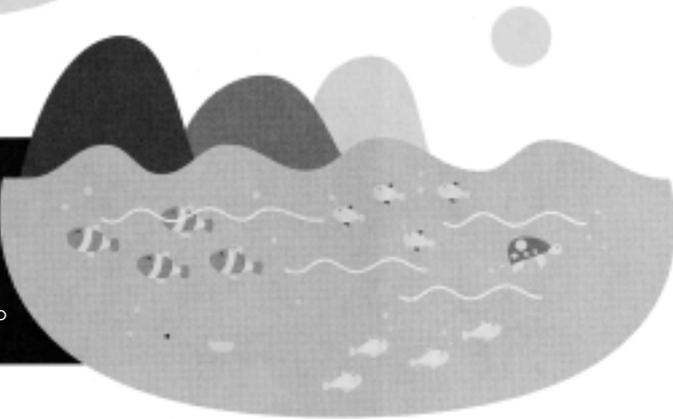


釣り堀「雑誌屋」
1時間30元、中ぐら
いの魚が3000匹いる。



釣り堀「新聞屋」
1時間50元、中ぐら
いの魚が約5000匹いる。

釣り堀「テレビ屋」
1時間70元、大きな
魚が1万匹以上いる。

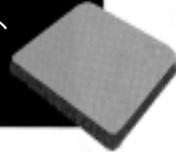


111

3. エサ：

音声だけ：

100g40元、ラジオ屋だけで使える、
成功率は10%。



白黒写真：

100g40元、新聞屋と雑誌屋で使える、成功率は20%。



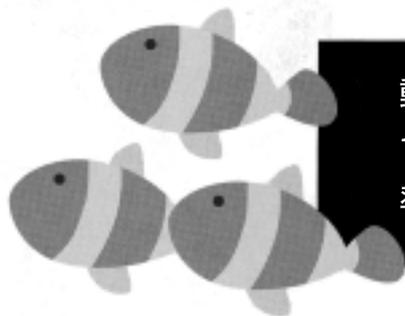
カラー写真：

100g60元、新聞屋と雑誌屋で使える、成功率は40%。



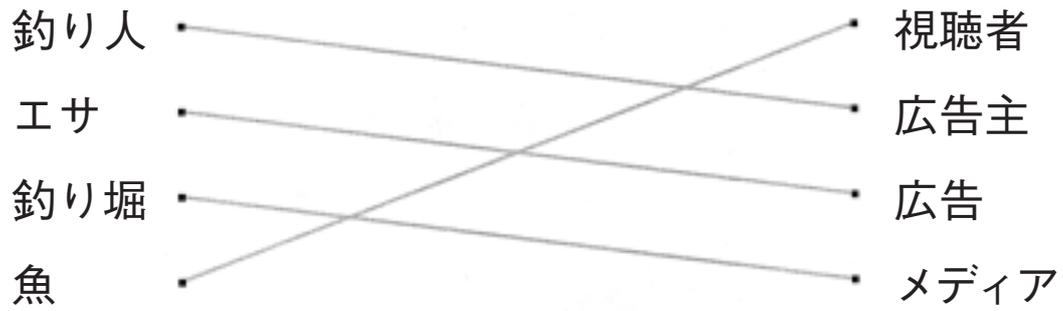
動画：

100g80元、テレビ屋だけで使える、成功率は70%。



112

4. もしあなたがティーンだったら、200円をどのように使って魚を釣りますか？
5. この魚釣りの活動を広告にたとえたとしたら、下の名前の組み合わせは、どれが最も適当ですか？



113

WS.3.2 よく知ろう

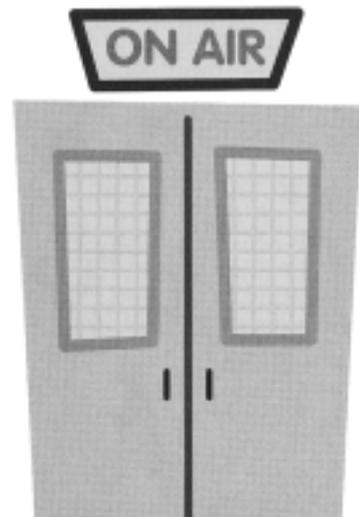
商業メディア組織とは何でしょう？

1. テレビ局、商業ラジオ局、蘋果日報（アップルデイリー）などの商業メディアには、政府の資金補助があると思いますか？

2. 商業メディア組織の経営資金は、どこから来るのでしょうか？

3. テレビ局は、100万元以上を投入して連続テレビドラマを制作しています。でも私達がそれを見る時お金を払う必要はありません。なぜでしょう？

4. そのほかの商業メディア組織の名前を、あなたは言えますか？

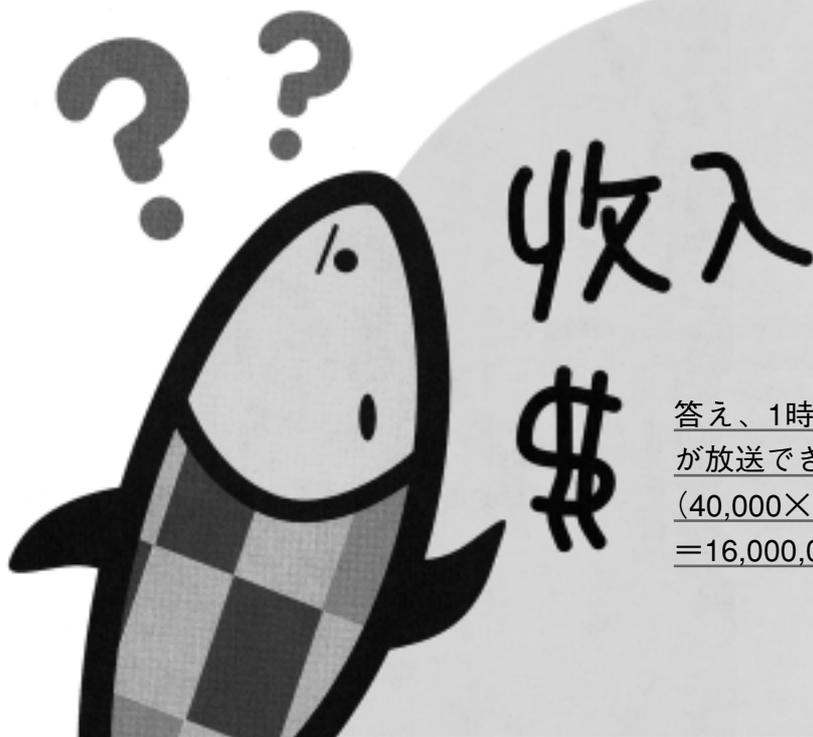


114

WS.3.3 メディアの収入を計算する

下のヒントから、ゴールデンアワーに放映する1時間のテレビドラマが、テレビ局にいくらの収入をもたらすか計算してください。

1. テレビ局は、ドラマ10分ごとに、5分以内の広告を挿入する。
2. 1つ30秒の広告料金は40,000元。



答え、1時間につき20分間の広告
が放送できるので、広告収入は：
 $(40,000 \times 2 \times 20)$ 元
 $=16,000,000$ 元

115

単元 2 ▶ 広告と社会 ▶ 4 消費意識

学習プラン

時間	目標／テーマ	活動	用意するもの
	学習目標 ：企業があらゆる広告を利用して消費者に商品を買うよう働きかけていることを知る。		
5分	動機付け	CD内の物語	
10分	広告の内容には、商品の情報が含まれているとは限らず、キャッチコピーや印象だけのものもあることを知る。	釣り人 広告にどれだけの商品情報が見つかるか試してみる。	作業ページ  W5.4.1
5分	中間まとめ ：広告の最大の意義は商品情報を提供して、視聴者が適当で理性的な買い物を選択できるようにすることである。しかし昨今のほとんどの広告は商品情報を提供せず、ただ視聴者の購買欲を刺激する方法だけを追及している。		
5分	広告ではどのような手法を使って視聴者の衝動や意欲を刺激しているか理解する。	すばしこく 最も印象に残った写真を発表する。	作業ページ  W5.4.2
5分	広告のキャッチコピーの背後にある価値観に目を向ける。	広告と価値 耳に馴染んだ広告のキャッチコピーを「再発見」する。	作業ページ  W5.4.3

116

5分

総まとめ：広告を出す会社は商品を買うよう視聴者を刺激するため、誇張、美しい映像、回数を増やすなどの広告手法を使って商品の吸引力を高めている。広告はまた、ある商品を使えば楽しさ、思いやり、友情、賞賛等が得られると信じる間違っただ方向に視聴者を導く。私達は広告のわなにはまって、高くて必要のない商品に無駄にお金を使わないように、慎重にならなければいけない。

計35分

117

単元 2 ▶ 広告と社会

4 消費意識



ティーニーが風邪を引いて学校を休み、家で寝ていると、テレビで、「新奇妙」ブランドのオレンジジュースを飲んだ子が、とても健康、活発で、病気をしなくなったというコマーシャルを流していました。

(W5.4.1)



そこで薬の嫌いなティーニーは、コマーシャルで言っていたように早く健康になればいいと思いながら、こっそりと「新奇妙」ブランドのオレンジジュースをたくさん飲んだのでした。

(W5.4.2) (W5.4.3)

119



その結果、ティーニーの風邪は全然治らないどころか、ひどくなってセキまで出るようになってしまいました！

120

WS.4.1 広告の情報

下の2つの広告の写真を見て、下記の問題に教えてください。

オレンジ味ローズヒップ飲料
DELROSA
Orange & Rosehip



大型スーパー・薬局・漢方薬店各店にて販売

デルロサ
豊富なビタミンCと人体に必要なブドウ糖を含有し、大人・小児・新生児が毎日飲むのに最適な栄養補助飲料です。デルロサはおいしく、栄養豊富で、冷たくしても熱くしてもおいしく召し上がれます。デルロサ10mlには30mgのビタミンCが含まれ、その量はカシスシロップの4倍以上です。
ビタミンCの効用：疾病予防に効果、歯・骨肉・骨の強化を促進、細胞の健康を維持、細胞の復元に効果があり、人体の鉄分吸収を助ける。

1 香港マカオ総代理

1. 2つの広告が宣伝しているのはどのような商品ですか？

一則広告提供食物營養的資料・另一則只有簡單的廣告口號・觀眾傾向記起信息簡單又直接的廣告・反而對產品的資料未必會認識・但這往往是理性購買的重要決定因素

ミント味のスプラッシュ、キミはもう飲んだ!?
今、セブンイレブンで買えるよ。
まったく新しくなったミント味のスプラッシュだ!
キャンペーン期間は6月5日まで、早く試しに行かないと!

ニューリリース



ミントスプラッシュ

2

121

2. もしのどが渴いて、どちらでも好きなほうを選んで飲めるとしたら、あなたはどちらを選びますか？ また、それはなぜですか？

3. 飲料は人々のどのような要求を満たすことができるでしょうか？

のどの渴きを癒す、水分、栄養

4. 2つの飲料の広告で述べている栄養的価値を挙げてください。

デルロサ：ビタミンC、ブドウ糖、栄養豊富、疾病予防に効果、歯・歯肉・骨の強化に効果、細胞の健康を維持、細胞の復元に効果があり、鉄分の吸収を助ける。

ミントスプラッシュ：言及なし

5. 広告では、栄養的価値のない飲料を選ばせるために、どんな手法を使っていますか？

キャッチコピー、アニメキャラクター、魅力的な色彩や構図

122



WS.4.2 すばしこい

人は一般に色彩に目を奪われやすいので、色彩や構図のはっきりした写真は強く印象に残ります。それで広告を出す会社もその類の手法を使って、視聴者に広告を印象付けるのですが、時として、広告の内容や情報は記憶に残らないのに、感覚や印象だけが記憶に残ることがあります。

教師は10枚の写真を1枚ずつ生徒に見せます。1枚につき5秒で、そのうち何枚かは2度見せます。全部終わったら、生徒にどんな写真だったか、一番気に入ったのはどれだったか、一番印象に残ったのはどれだったか、あわせてその理由、たとえば怖かったから、誇張していたから等を答えさせます。

先ほど見た写真の内容は：

自分が一番気に入った写真は：

その理由は：

一番印象に残った写真は：

その理由は：



WS.4.3 広告と価値

下記のキャッチコピーを見て、もしその商品を買ったり使ったりしたらどんなメリットがあると思われますか？

広告を出す会社は、どんな付加価値を商品のパッケージにしているでしょう。

1. 一瞬一瞬 みんなが楽しい マクドナルド
2. うれしい時を ピザハットで
3. 変わらない価値 ビタミルク
4. タンタンチキン シェフの手作り
5. あなたのために100% 大家楽
6. ライフブレッド 嘉頓食品製造
ウチにはこれがなくちゃダメ
7. ワトソンズで もっと楽しく
8. 賢い子供は 聡明ビーンズ

124

「付加価値」、つまり商品の基本的機能を満たす以外の価値とは何かについて、教師は説明するといいいでしょう。たとえば、あるレストランを利用すれば、ただ物を食べられるだけでなく、それに加えてとても楽しいとか満足できるとか、また、あるキャンディーを食べると頭がよくなるなど。

1. 楽しい
2. うれしい
3. 有益
4. 特別な調理方法
5. サービスが行き届いている
6. 家庭の必需品
7. 楽しくしてくれる
8. 聡明

125

小5 ▶ 単元3 ▶ アニメとあなた ▶ 参考文章 ▶

性別役割の定型 ▶

香港大学教育学院博士研究生 朱順慈

性（Sex）と性別（Gender）の最大の違いは、前者は生物的なもので、男女の別があり、生とともにあり、変えることのできない事実です。それに対し性別は、社会の期待にかかわります。社会的な規範の中では、男は外、女は内、男は強く、勇ましく、軽々しく涙を見せないもので、女は優しく、か弱く、いつでも涙をたたえるものです。こうした性別の特質は、先天的なものでしょうか、それとも後天的？その答えに一致した見解はありませんが、ほとんどの心理学者が一致して認めるのは、明瞭な性別の違いは、思春期になって初めて現れるということです。そうしてみると、環境的要因が、大きな影響力を持つことになります。両親や友人の影響だけでなく、子供が常に接しているメディアもまた、性別役割に対する期待を伝達し、男女両性の違いを強化し続けています。

アニメや漫画は、簡単な線描画で、ストーリーを語るのに向いています。たとえば、丸を1つ書いて、その中に2つの点と両端が上向きの線を一本引いただけで、見た人はすぐにそれが笑顔だと察します。アニメのキャラクターはたいがい可愛く描かれているので、視聴者のアイドルになることが多いものです。留意すべきなのは、線描が簡単なだけでなく、キャラクターの性格もまた善悪が分かりやすく、性別役割上でも、男女の特質が常に拡大されるということです。男は例外なく勇ましく前進し、女はかたわらでそれを応援するか、でなければびくびくして事を仕損じるのです。格闘物のアニメにおいては、男性主導の意味合いがさらに濃くなります。ある調査（1993年、Chu & Mcintyre）によれば、アニメ映画における男女の比率は2対1で、女のキャラクターは数量でも重要性でも男のキャラクターに及ばないとのこと。キャラクターを作り上げる時、一般的に女のキャラクターは男のキャラクターに比べて「美しく」描かれ、ヘアスタイルでも服装でも、とにかくすべてに美が優先されます。ですから「美女と野獣」はあっても、「美男と野獣」はありえません。男は醜くても善良であればよく、女は絶対に美しくなければいけないのです。

こうした意識が社会の規範や期待とマッチしているので、まるで水を得た魚のごとく自然で、そのため誰もが注意を払わないため、人々の心に入り込みやすく、男女の違いは、さらに当然のこととなって行きます。

127

単元 3 アニメとあなた 5 善と悪の大決戦

学習プラン

時間	目標/テーマ	活動	用意するもの
	学習目標 ：善人悪人の性格を知り、誰もが両者の特徴を併せ持っていることに気付く。アニメのヒーローから、心の「悪魔」に打ち勝つことを学ぶ。		
5分	動機付け	CD内の物語	
10分	善人、英雄、悪人の区別を知り、それによって自分自身を知る。	善悪の区別 善人、英雄、悪人の性格の特徴を選ぶ。	作業ページ W5.5.1
5分	中間まとめ ：アニメでは常に典型的な善人、英雄、悪人のイメージを反映させ、容易に識別できる。アニメの登場人物を通して自分自身を知り、勇敢で正しく、精神的にも強い人間になることを学ぶ。		
10分	悪人の末路を見極めて、警戒心を持ち、真の勝利の秘訣を認識する。	無敵のよろいとかぶと 「正義の戦士」のために無敵のよろいとかぶとを選ぶ。	作業ページ  W5.5.2
		悪は正義に勝てない 「悪人」の末路を認識する。	作業ページ W5.5.3

128

5分

総まとめ：アニメ漫画は往々にして社会の縮図であり、日常生活で私達は常にいろいろな「悪魔」の攻撃を受けている。たとえば、「なまけ虫」「欲張り怪獣」「いじわる妖精」など。悪い報いを避けるには正しい人になり、正義の英雄のように一生懸命悪魔に抵抗しなければならない。その結果、悪に打ち勝つことができる。

計35分

129

単元 3 ▶ アニメとあなた

5 善と悪の大決戦



フィッシュ博士が読書に専念していると、突然黒い本の怪物が現れて博士を攻撃してきました。博士の頭から知識を吸い取り、邪悪な考えを注ぎ込もうとしたのです。博士はウルトラマンティガを思い出し、怪物に反撃開始しました。

(W5.5.1) 本の怪物は、テレビミサイルやテレビゲーム殺人光線といった重量級の武器を持ち出して攻撃してきました。博士は頑丈なよろいとかぶとを身につけて攻撃をかわしながら、精神集中レ



ーザー光線やデジタル意志力などで反撃し、激戦の末、ようやく本の怪物を撃退することができました。**(W5.5.2)**

131



その後、読書戦士フィッシュ博士は、あらゆる悪魔を撃退するために、さらに努力して知識を吸収しました。**(W5.5.3)**

132

WS.5.1 善悪の区別

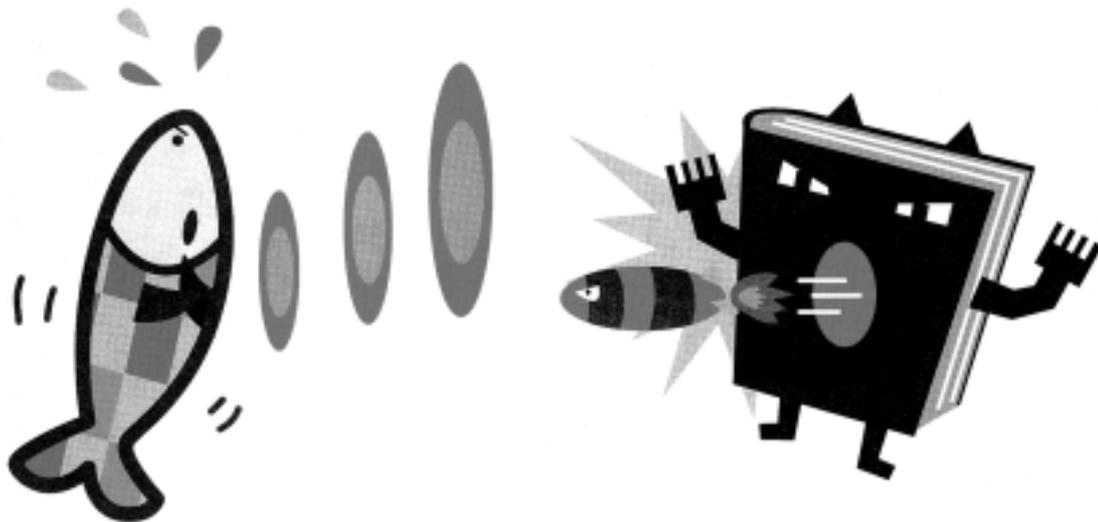
1. 下の特徴のうち、善人・英雄を表したものはどれで、悪人を表したものはどれですか？ 白い手のシールを善人の特徴に、黒い手のシールを悪人の特徴に張ってください。

進んで人助けをする	勇敢	他人を大切にしない
もめごとを起こす	正直	孤独
悪辣	横暴	正義感が強い
他人のことを考える	よい友達がいる	残酷
侵略する	楽しい	利己的
欲張りではない	勇気を持って正しいことをする	野心満々
破壊的	計略家	冷淡

133

- あなたの知っているアニメのキャラクターたちは、誰が上記の特徴を持っていますか？ その特徴の脇にキャラクターの名前を書いてください。
- それらのキャラクターの中で、あなたが最も好きなのは誰ですか？ それはなぜですか？

- あなた自身はどの特徴（複数）を持っていると思いますか？

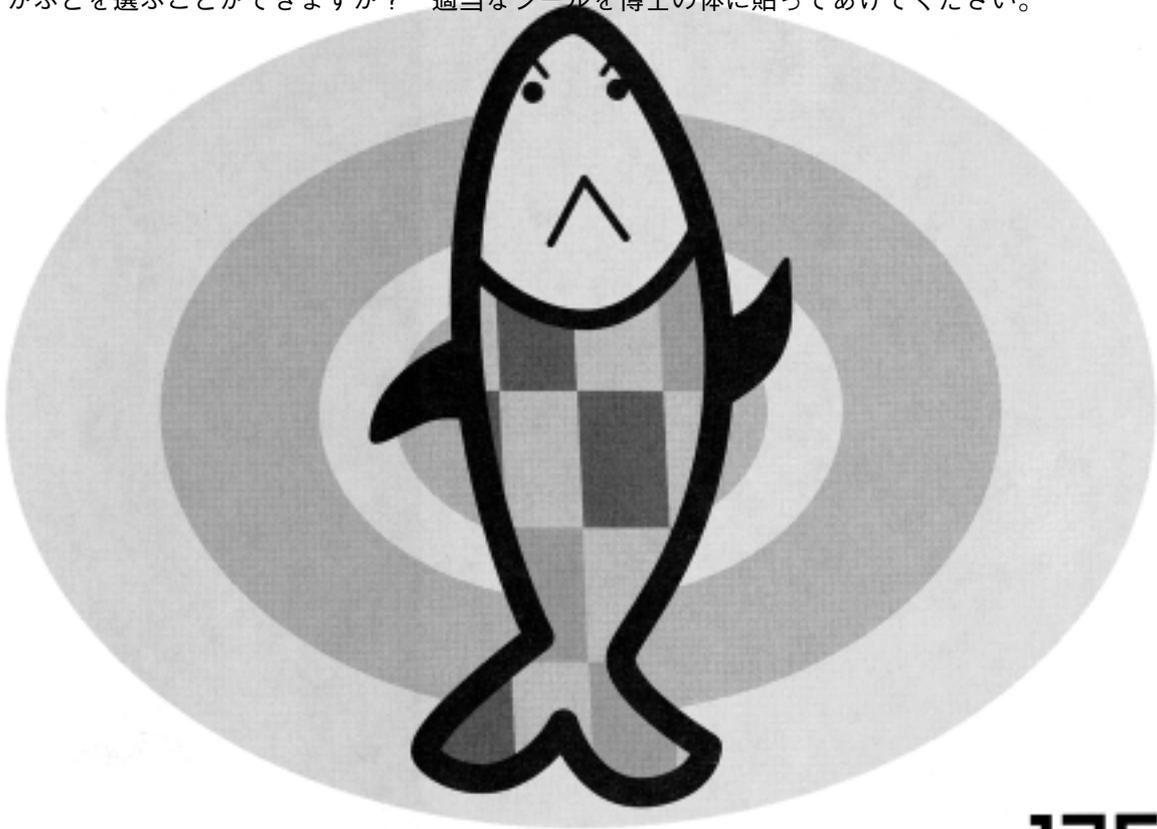


134

Ⅲ 5.5.2 無敵のよろいとかぶと

シールを体のいろいろな所に張って防御します。ただし、どれかのよろいとかぶとには全然防御能力がないので、よく考えて選んでください。ゲームの途中でCDの中に出てきますから、教師がお手本にやっても、誰か生徒にやらせてもいいでしょう。

正義の戦士が悪魔をやっつけるには能力のアップが必要です。博士のために無敵のよろいとかぶとを選ぶことができますか？ 適当なシールを博士の体に貼ってあげてください。



135

ディスカッション

1. あなたは日常生活において、悪い人や悪魔に会ったことはありますか？
2. あなたは、目に見える悪魔意外に、見えない悪魔がいると思いますか？
3. あなたは、どんなものが見えない悪魔だと思いますか？
4. あなたは見えない悪魔を怖いと思いますか？
5. もし見えない悪魔が襲ってきたら、あなたは力いっぱい戦えますか？

136



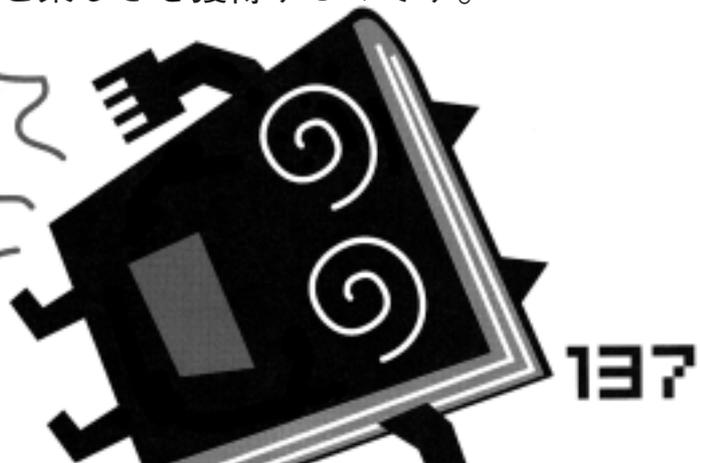
WS.5.3 悪は正義に勝てない

アニメ漫画の悪人や悪魔はみな、野心満々で、侵略や、他人の財産を横領しようとし、中には世界を統一して、一切を操ろうとします。彼らは目的のために手段を選ばず、生命を殺傷することをいといません。

けれども、悪は正義には勝てず、最終的に、良い結末は訪れず、たくらみや悪行が失敗したうえに、最後には逃げ場もなくなって滅亡する運命なのです。

善良な人間や英雄は、勇気を持って正しいことをします。悪人と戦って、正義を取り戻します。善良な人間や英雄は、毅然として悪の勢力に屈することなく、また悪の流れに同調することもなく、能力を増強して徹底的に邪悪と戦い、困難に遭遇しながらも、最後にはやはり勝利を収め、平和と楽しさを獲得するのです。

勇気を持って正しいことを
する、手段を選ばない、
勝利、侵略、横領、
殺傷、徹底的に戦う、
滅亡、正義、
野心満々



単元3 ➤ アニメとあなた ➤ 6 私の好きなアニメキャラクター

学習プラン

時間	目標／テーマ	活動	用意するもの
	学習目標： アニメのキャラクターから、各自の個性を尊重することを学ぶ。		
5分	動機付け	CD内の物語	
10分	アニメのアイドルの性格を知ることによって、誰にでも長所と短所があることを理解する。	ミスターアニメ／ミスアニメ コンテストのために一番好きな男女のアニメキャラクターの宣伝ポスターを用意し、教室でコンテストを開催する。	A5.6.1
5分	中間まとめ： ミスターアニメ、ミスアニメに選ばれた人でさえもそれぞれに優れた点と欠点がある。		
10分	性格には「男女」の別はないことを認識し、自分自身の価値を肯定する。	男らしい、女らしい 男女の性格の特徴を知る。	作業ページ W5.6.1
5分	総まとめ： どのアニメキャラクターにも個性があり、優れた点もあるし、欠点もある。行動的な女の子は、「男っぽい」と言われたり、おとなしくて細やかな男の子は「女っぽい」と言われたりする。しかし誰にでも個別の性格がある。		

138

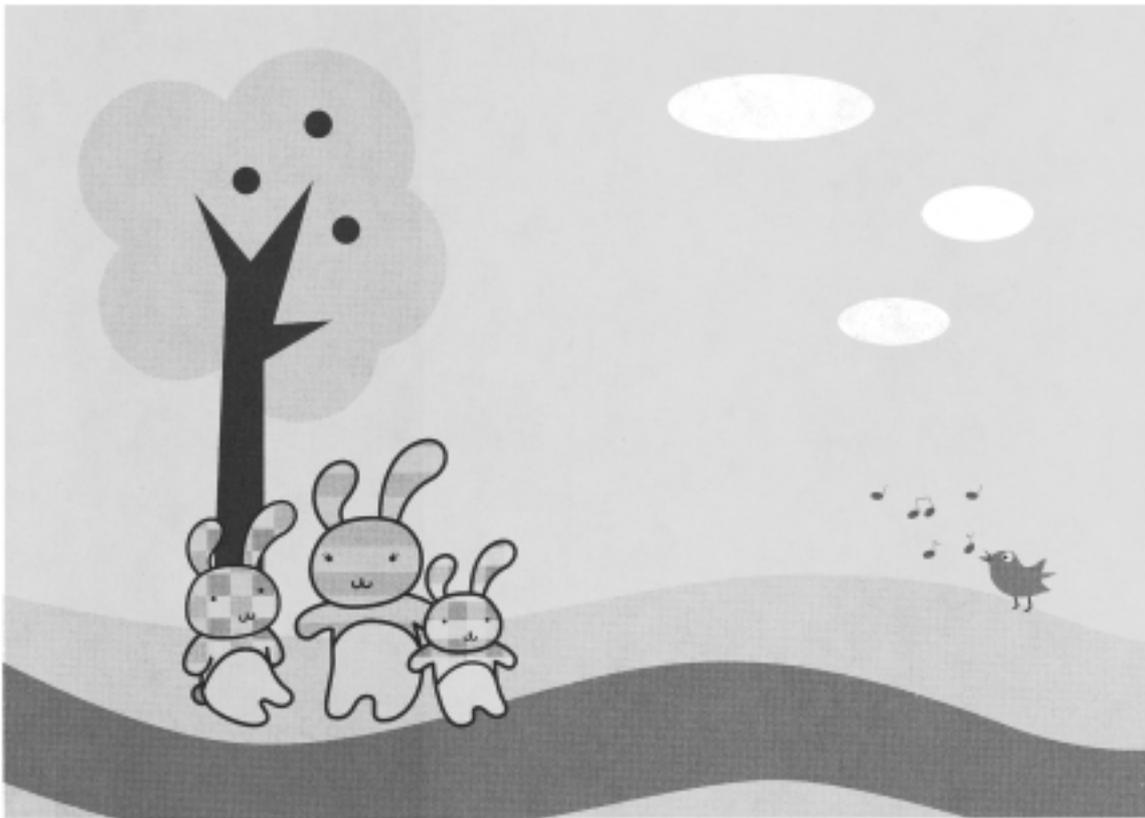
	私達は自分自身をよく知り、優れた点を発揮し、欠点を改めて、誠実な人間にならなければならない。		
--	--	--	--

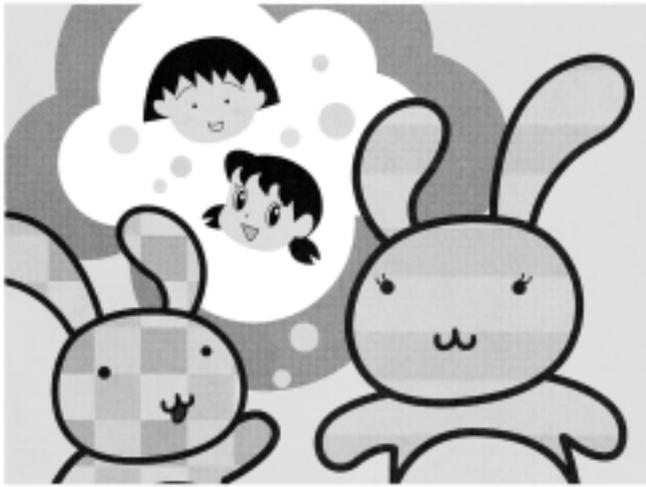
計35分

139

単元 3 ▶ アニメとあなた

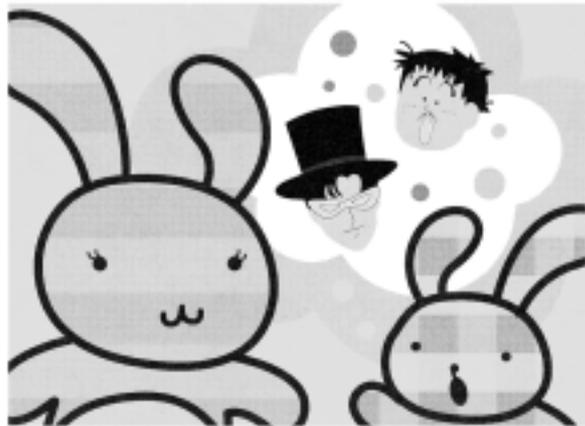
6 私の好きな アニメキャラクター



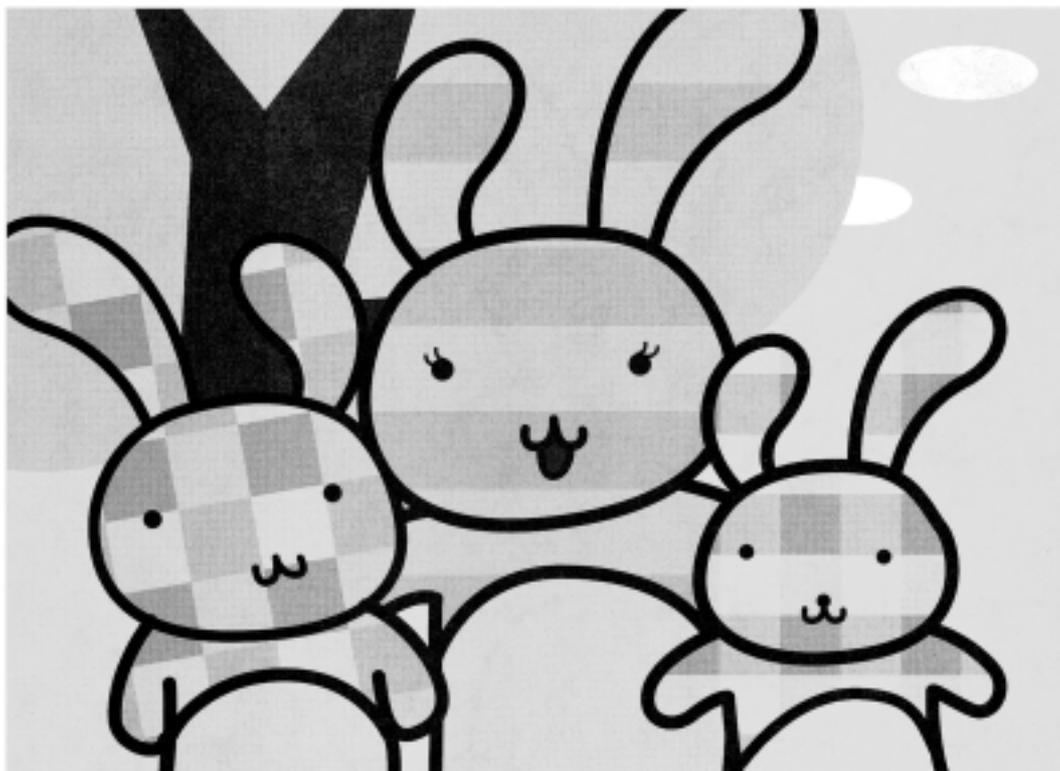


ティーニーがお母さんに、どんな女の子が一番好きか、ちびまる子ちゃんみたいに活発な子か、それとも静ちゃんみたいに優しい子が好きか、聞きました。

ティーニーの弟は、お姉ちゃんがそうやって聞いているのを見ると、割り込んできてお母さんに、どんな男の子が一番好きか、タクシード仮面かそれともせんべい博士が好きかと聞きました。(W5.6.1)



141



お母さんは2人を抱き寄せると、こう言いました。「2人ともとってもいい子。2人がいい子で、みんなと仲良くしてくれたら、一番好きなのはあなたたちよ！」

142

A 5.6.1 一番好きなアニメキャラクターコンテスト

生徒6人で1班を作り、コンテストのために一番好きな男女のアニメキャラクターの宣伝ポスターを用意し、教室でコンテストを開催する。

ポスターの例：

名前：

性別：

年齢：

学歴：

家庭状況：

趣味：

特技：

性格の優れた点：

功績：

性格の欠点：

欠点をどうやって直すか：



ポスターを教室内の目の高さの位置、または黒板に貼り、投票を行なう。アニメのアイドル男女各1名ずつを選び、誰が1番人気があるかを比べる。

143

Ⅲ 5.6.1 男らしい、女らしい

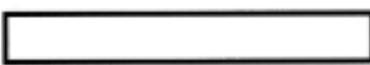
下の性格的特徴に男女の違いはあると思いますか？

「男」の性格的特徴だと思うものは青で、「女」の性格的特徴だと思うものはピンクで、枠の中を塗ってください。もし男女の違いがなければ、枠を青とピンクで半分ずつ塗ってください。また、男女どちらにでも当てはまると思うものは、その程度に従って枠を塗り分けてください。つまり、「男っぽい」と思う性格的特徴の枠には、青を多く、ピンクを少なく塗ってください。

例：優しい 

1. 善良 

3. 強い 

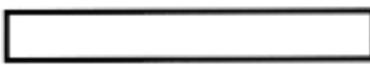
5. 機知に
富む 

7. おしゃべり 

9. すぐ泣く 

11. こわがり 

13. 活動的 

15. 機転が
利く 

2. 勇敢 

4. そそっか
しい 

6. こまやか 

8. いたづら 

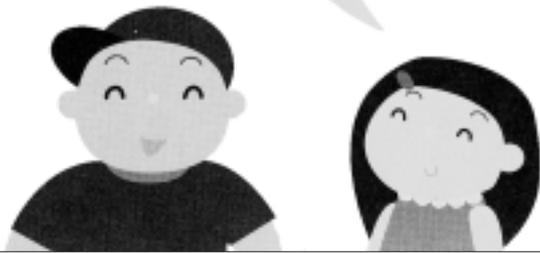
10. 正義感
が強い 

12. 勤勉 

14. 物静か 

ディスカッション

1. 女の子っぽいと思われている性格を持った男のアニメキャラクターには誰（複数）がいるか探せますか？
2. 男の子っぽいと思われている性格を持った女のアニメキャラクターには誰（複数）がいるか探せますか？
3. そうしたキャラクターたちはいい子だと思いますか？



145