

9. テレビCMの意図と私たち

授業のねらい

平常時と非常時のテレビコマーシャルを読み解くことで、テレビコマーシャルには、送り手の意図が込められているだけでなく、受け手の状況を考えて内容を発信していることに気付かせる。

授業の価値

普段、何気なく見ているのがテレビコマーシャル（以下CM）である。CMの多くは、15秒から30秒の間に視聴者にメッセージを伝える。そのため、様々な工夫がされている。このようなCMが、東日本大震災の直後に中断された。平常時は、CMの工夫を読み解かせることで、CMには意図があることや、購入する時は買っても良いものなのか立ち止まることの大切さについて考える授業を行ってきた。しかし、東日本大震災直後のCM状況から、「CMには意図がある」だけを教えるのでは足りないと考えた。

そこで、「CMには意図がある」ことに加え、CMの送り手は、視聴者が何を欲しているのか、どんな気持ちでいるのかを分析し、視聴者を意識した情報発信になっていたことを扱うことで、私たちが、CMを取り巻く社会を作っていることを教える必要があると考えている。

この授業では、平常時に商品の宣伝をしていた会社が、非常時には商品の宣伝ではなく応援メッセージに変えたことや、平常時は面白おかしく宣伝していたケータイ会社が、非常時は災害用伝言板のCMに変えたことから、非常時は平常時と同じCMではいけないのかを考えさせる。そしてCMは作り手の意図があることだけを学ばせるのではなく、送り手の状況も踏まえて発信されていることに気付かせるように進める。

教科・領域等

社会科・総合的な学習の時間

対象学年

小学校第5学年～第6学年

活用する資料

同一会社が発信しているCM「かみそりシェーバー（平常時）」「避難している人の笑顔を集めたもの（非常時）」、ケータイのCM「面白おかしく宣伝（平常時）」「災害伝言板（非常時）」、CM 総合研究所：「テレビとテレビCMのあり方 震災後のテレビCM考察」http://www.cmdb.jp/service/pdf/release2011_spring.pdf

● 授業の展開

	学習活動	指導上の留意点
5分	1. テレビCMを思い出す。 ● テレビCMと言えば、どんなCMを思い出しますか。 <予想される反応> ・犬が出てくるケータイ・車・洗濯洗剤	・気になっているCMや好きなCMについて発表させることで、CMに目を向けさせる。
30分	<div style="border: 1px solid orange; border-radius: 10px; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> ◎ 学習課題 テレビCMを読み解きましょう。 </div> 2. 平常時に放送されている2本のCMを読み解く。 □ 1本目のCMを見ましょう。 ● 何のCMでしたか。 ● 誰が映っていましたか。 ● (肌がつつるの場面を見せ)この場面、どう思いますか。 <予想される反応> ・かみそりシェーバーのCM ・人気タレントが出ていた。 ・始めからひげを剃ってあったみたいに肌がつつるしていた。 □ 2本目のCMを見ましょう。(発問省略) <予想される反応> ・シリーズ化されているケータイのCM ・犬のお父さん・おもしろい。つい口ずさんでしまう。 ● テレビCMが工夫するわけは何ですか。 <予想される反応> ・商品を買ってほしい。・知ってほしい。	・平常時に放送されている2本のテレビCMを用意する。CMを選ぶ視点としては、①有名タレントが出演している。②商品をよく見せるために、演出(ひげをそる前から、肌にはひげがない。)している。③Webへの誘導がある。等のように、子どもにとって読み解きやすいものを用意する。 ・平常時に放送されているテレビCMを1本ずつ見せ、見せた後は、CMの特徴を整理する。 ・現実の世界ではありえない場面を提示し、感嘆を述べさせることで、伝えたいことがより伝わるための工夫があることに気付かせる。 ・2本目のCMも1本目と同じように進める。 ・2本のCMの特徴から、なぜ、CMには工夫がたくさんあるのかを話し合わせる。 ・CMが放送されるタイミングと商品の関係を教師が補足しながら平常時のCMとしてまとめる。
	まとめ1 ・CMは、新商品が出た時に商品の案内をすることで、送り手側は利益を追求する。 ・CMは、私たちが欲している時に、商品の紹介をしているが、それは送り手側が世の中を分析しているからである。	
	3. 非常時のテレビCMの状況を知る。 ● いつ放送されたCMですか。 <予想される反応> ・震災の後に放送された。 ○ 平常時のCMは1日約4000本。3月12日は54本と減った。	・授業の前半に視聴したCMと対応させながら(同じ商品あるいは同じ会社)、非常時の放送されたCMを視聴させる。 ・CM総合研究所の資料をもとに、震災時のCMの状況を子どもに分かりやすく説明する。
10分	4. CMは、世相を反映していることを知り、本時のまとめをする。 ● いつものCMでは、だめですか。 <予想される反応> ・商品の宣伝をしている時ではない。 ● 作り手は、誰に配慮してこのようなCMを放送したのですか。 <予想される反応> ・被災地の人・震災のことを心配に思う人	・非常時は平常時と違った内容のCMが放送されたことを実感させた上で、なぜ、いつものCMではだめなのかを話し合わせる。 ・CMを作る側は、受け手の状況を分析した上で発信していることを押さえることで、授業のまとめとする。
	まとめ2 非常時は、平常時とは違う情報が欲しくなる。このことに配慮して、CMも放送される。だから、作り手側は常に私たちが意識し、情報を発信している。このことから、「私たち受け手側(視聴者)が、CMを取り巻く社会を作っている。」と言える。	

● 発問 □ 指示 ○ 説明