

「制作が、目的ではない」。 ポスター制作授業に込められた、 学習を成立させる「仕掛け」とは？

「メディア創造力」の育成を主目標に掲げた、新生「D-project（デジタル表現研究会）」の今月から、先生方の実践をレポートする。今回紹介するのは、熊本市立飽田東小学校の前田康裕先生が行った「ポスターをつくろう」（6年生）。「ポスターを作った満足感だけで終わらせないためには、教師の「仕掛け」が必要です」という前田先生の授業には、導入部に秘密があるようだ。

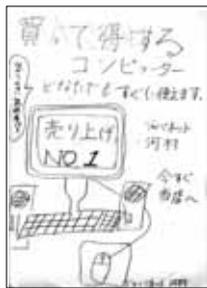


前田康裕
熊本市立飽田東小学校教諭

導入

自分でラフスケッチを描いてから、ホンモノのポスターと比較。

ポスターの「本質」を学び、活動の「土台」をやしなう



ラフスケッチの題材にパソコンを選んだのは、授業の場所がパソコン教室だったから。全員が容易にイメージできる題材でないと、少数の子どもが議論と制作をリードし、

他の子どもが傍観者になってしまう。ラフは15分程度で描かせた。時間を制限することで、集中して取り組めるのだ。



ホンモノのポスターを観察し、自分のラフスケッチと比較してポスターの「本質」に気づかせる。子どもに見せるホンモノポスターは、「製作者の工夫がよく現れているモノ」「伝えたいことズバリを表現しているのではなく、イメージを膨らませる工夫が施されたモノ」を、数多く集めたポスターの中から選んだ。子どもがいつでも「ポスターの本質」を振り返ることができるように、これらのポスターはその後黒板に掲示した。

「実はこの授業、反省から生まれました。前年にもポスターを制作する授業を行ったのですが、ポスターを作っただけで子どもは満足してしまったのです。特に、授業の導入で私が事前に作ったポスターを見せて、『こんな風にしてごらん』と曖昧な指導しかしなかったのが、学習を深められなかった原因でした」

その反省から次年度、前田先生は導入部にさまざまな「仕掛け」をした。「コンピュータ会社の社員になって、パソコンの売上げを伸ばすポスターを描いてみよう」と呼びかけた。そして子どもたちがラフスケッチを描き上げても、前田先生は、いいとも悪いとも評価せず、黙ってそれらを黒板に貼った。そしてその横にホンモノのパソコンメーカーのポスターを貼り、「見比べて気づいたことは？」と問いかけた。「ホンモノは文字が少ない！」と、すぐに声があがった。子どもたちのラフスケッチには「売上No.1」「激安！」などの文字がたくさん躍っていたのだ。さらに、「パソコンの写真は小さくて、人が大きく写っている」「値段が書いていない」など、子どもたちは次々と違いを発見していった。

「最初からホンモノのポスターを見せ

たのでは、気づきが生まれにくいし、発見したことをすぐ忘れてしまう。まず自分で知恵を絞ってラフスケッチを描き、その上でホンモノと比較することで、差異を自覚しやすくなり、気づきも定着するのです」

実はこの仕掛け、理科の授業からヒントを得ているという。

「アリのからだのしくみを学ぶ授業で、アリを観察する前に想像でアリのスケッチを描かせたのです。足は何本あったか、どんな形だったか思い出せず、子どもは四苦八苦。うまく描けなかった悔しさが観察したいという意欲を高め、観察すべき点も把握できた。アリを漠然と眺めることなく、目的を持って観察できたのです」

さらに前田先生は、旅行会社や催事案内など、さまざまなジャンルのホンモノポスター（4枚）を観察させた。「ジャンルを超えて、ホンモノのポスターに共通する『本質』を考えさせる仕掛けです」

「買ってください、と直接呼びかけていない」「立ち止まって見てしまう」と、子どもたちは「本質」を次々発見。ここで学んだことが、後の活動の「土台」となるのだ。

制作 本当に使える、役立つポスターを目指して。

ラフ段階での「ダメ出し」で、子どもを鍛える



撮影した画像とコピーを教師が評価し、「ダメ出し」を行う。「全員ここまででは成長させたいという最低ラインは設定しましたが、できる子は厳しく注文を出してもっと伸ばし、苦勞している子にはヒントを与えて最低ラインをクリアできるよう指導しました。一人ひとりに合わせた指導が基本です」



「本当に使える、役立つポスターの条件を考え、その効果を実感させたいと思いました」

ポスターの題材に「校内の諸問題を啓発しよう」を選んだのも、そのため。「廊下を走る人が多い」「靴箱が乱れている」などは子どもにとって身近な課題であり、啓発する必要性もよく知っていること。ポスターを誰に見てもらおうかという相手意識も明確だ。子どもたちは自分なりのテーマをすぐに見つけ、撮影とラフ作りを進めていった。

「ポスターの基本的な技法を教えて、ラフを作らせました。特にこだわったのが、キャッチコピー作り。子どもたちのラフを見ては、『人をひきつける工夫がない』『普通過ぎる』『おもしろくない』と、ダメ出ししました」

普通なら、「おもしろくない」と抽象的な批判を浴びても、どう修正したらいいかとまどうだろう。しかし、事前にポスターの「本質」をしっかり学んでいる子どもたちは、その一言で修正の方向に気づくことができた。

評価 相互評価と自己評価。

評価活動を通して、「自己評価力」を身につける



完成したポスターは、カラープリントしてラミネート加工した。「『ホンモノみたい!』と、子どもたちは大満足でした。実は私、子どもの頃はポスター作りが好きじゃなかったんです。いくら頑張って描いても、手書きの文字や絵ではホンモノっぽく仕上がらなかったで(笑)。これも、デジタル表現の良さですね」

「指導せずとも自然と自己評価のできる子どもは、約2割しかいません。自己評価力をつけるには、トレーニングをして“型”とコツを覚えなければ」

この授業でも「評価」をする場面が多く盛り込まれている。完成したポスターに「満足できない」と答えたただ一人の子どもを、ほかの39人が良い点を見つけてほめたのもそのひとつ。単元の最初に描いたラフスケッチと完成作品を机の上に並べ、子ども同士で相互評価・自己評価も行わせた。「ラフと完成作品を並べて比較することで、この授業で自分にどんな力が身についたかを実感できるのです」

子どもたちは、「ホンモノのポスターのように、文字を少なく工夫できた」などと、具体的な学習成果を自己評価カードに記述できたという。

「モノを作る授業は、作った満足感だけで終わる危険と隣り合わせ。それを回避するには教師側の仕掛けが不可欠です。また、明確な評価基準を示して達成度を自己評価させ、学習の深まりと成長を自覚させることも大切です。この授業を通して、子どもたちは『メディアを素材とした思考力』『現実のメディアの特性理解』『学びの自己評価力』を身につけられたと思います」

**メディア創造力
育成授業の視点**

D-project会長
金沢大学教育実践総合センター
助教授 中川一史

メディア創造力とは「メディア表現学習を通して、自分なりの発想や創造性、柔軟な思考を働かせながら、自己を見つめ、きり拓いていく力」を意味します。この力の育成で大事なことのひとつが、「〇〇もどきで終わらない」ということです。今回の実践もホンモノのポスターの内容に着目させる導入から授業がはじまります。しかし、ただホンモノのポスターを見せるのではなく、ラフスケッチを各自にさせ、ホンモノを見る必然性を与えた上で比較をさせています。ここに、「見る眼を鍛える」というもうひとつのメディア創造力を育成するポイントが入っています。このような綿密な「しかけ」の連続で、メディア創造力は育成されるのです。