

## MYP unit planner 単元計画書

<b>Teacher(s)</b> 担当教師		<b>Subject group and discipline</b> 教科と領域	Language and Literature (Japanese)		
<b>Unit title</b> 単元名	コミュニケーション：メディア読解「広告」	<b>MYP year</b> 学年	MYP 5 (Grade 10 / 高1)	<b>Unit duration (hrs)</b> 授業時間数	14

### 探究：単元の目的を確立する Inquiry: Establishing the purpose of the unit

重要概念 (Key concept)	関連概念 (Related concept(s))	グローバルな文脈 (Global context)
Communication (コミュニケーション)	Intertextuality (インターテクスチュアリティ)	Personal and cultural expression (個人および文化的表現)
<b>探究テーマ (Statement of inquiry)</b>		
説得力のあるビジュアルテキストは、我々の行動や決断に影響を与えることを意図したデザインを用いる。		
<b>探究の問い (Inquiry questions)</b>		
<p><b>事實的 (Factual)</b> — 広告の製作者がどのような技術を使って私たちの行動や決断に影響を与えているのか？ / 私たち消費者の判断基準はどのようなコンテキストに影響を受けているのか？</p> <p><b>概念的 (Conceptual)</b> — 消費者は製作者の設定したビジュアルテキストに操られないようにするにはどうしたらよいか？</p> <p><b>議論的 (Debatable)</b> — 消費行動に最も影響を与えている価値観は何か？</p>		

## MYP unit planner 単元計画書

目標 (Objectives)	総括的評価 (Summative assessment)	
<p><b>A: Analysing (分析)</b></p> <p>i. テキストの内容・文脈・言語・構造・技法・スタイルとテキスト間の関係を分析する</p> <p>ii. 表現者の選択が論者に与える効果を分析する</p> <p>iii. 例・説明・用語を用いて自分の意見や考えを展開する</p>	<p>評価規準を含む総括的評価課題の概要：</p> <p>Outline of summative assessment task(s) including assessment criteria:</p> <p>グループで1つの新聞広告を選択し、分析・プレゼンテーションを行う。</p> <p>評価規準: A (Analysing)</p>	<p>総括的評価課題と探究テーマとの関係：</p> <p>Relationship between summative assessment task(s) and statement of inquiry:</p> <p>プレゼンテーション活動を通じて、生徒は広告のビジュアルデザインが受け手の行動・決断にどのように影響するかを分析・考察する。これは探究テーマと直接結びついている。</p>
学習の方法 (Approaches to learning (ATL))		
<p>コミュニケーションスキル (Communication skills) — 効果的なコミュニケーション、メディアリテラシースキル</p> <p>協働スキル (Collaboration skills) — グループ作業・チームワーク</p> <p>情報リテラシースキル (Information literacy skills) — 情報の収集・検証・分析</p> <p>メディアリテラシースキル (Media literacy skills) — 各種メディアの分析・評価</p> <p>批判的思考スキル (Critical thinking skills) — 論点の分析・評価</p>		

## MYP unit planner 単元計画書

行動：探究を通じた指導と学習 Action: Teaching and learning through inquiry

内容 (Content)	学習過程 (Learning process)
<p>「新聞」というメディアについて (主要 5 紙の購読者数と購読層の分析)</p> <p>新聞広告と広告費 (他の広告媒体との比較)</p> <p>新聞広告の種類</p> <p>広告に必要な要素: AIDMA・AISAS</p> <p>分析観点の提示</p>	<p><b>学習経験と指導方策 Learning experiences and teaching strategies</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 新聞広告の分析手法を提示し、1つの広告 (SOGO 2022年正月広告) について取り組む</li> <li>② ヒットしたコピーの分析</li> <li>③ 新聞広告の選択→グループで分析→プレゼンテーション</li> <li>④ 全体ディスカッション→リフレクション</li> </ol> <p><b>形成的評価 Formative assessment</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①新聞広告の分析手法を提示し、1つの広告 (SOGO 2022年正月広告) について取り組む</li> <li>②ヒットしたコピーの分析</li> </ol> <p><b>指導の差異化 Differentiation</b></p> <p>分析しやすい広告から難度の高い広告まで複数用意し、グループ自身で選択させる。</p> <p>発表形式 (ポスターまたはスライド) はグループが選択できる。</p>

## MYP unit planner 単元計画書

### 資料 Resources

新聞社の売上・広告主・購読層に関するデータをまとめた資料

新聞広告内容（実際の広告のサンプル）

「誰も見やすい広告制作を目指してユニバーサルデザインの視点から」静岡新聞社 地域ビジネス推進局 2014.7 第1版

[https://www.edi-s.co.jp/pdf/koukoku\\_seisaku/manual/ud\\_guide.pdf](https://www.edi-s.co.jp/pdf/koukoku_seisaku/manual/ud_guide.pdf)

「自己認識としてのメディア・リテラシー 文化的アプローチによる国語科メディア学習プログラムの開発」松山雅子 編著 2005年5月発行

<https://www.kyoiku-shuppan.co.jp/book/book/cate5/cate509/sho-149.html>

### 振り返り：探究の計画と過程、影響を考察する Reflection: Considering the planning, process and impact of the inquiry

単元の指導前 Prior to teaching the unit	単元の指導中 During teaching	単元の指導後 After teaching the unit
<p>新聞を購読している家庭が減少しており、新聞広告を見る機会もなくなっている。一方で、Web 広告や動画広告の視聴は一般的になってきている。基本的な紙面広告を分析することで、他の媒体についても分析できるようになっていくことを期待する。</p> <p>また、SA・CAS における各自の活動や文化祭などで今回の分析を活かした広告を作成できるように促す。</p>	<p>グループごとに全く違った企業をサンプルにしたため、それぞれのグループ活動を注意深く見守り、適宜アドバイスを加えた。</p> <p>複数の新聞広告を用意し、グループで相談して選択させたことで、主体的に取り組んでいた。プレゼンテーション資料に Canva を活用し広告のイメージに合わせたテンプレートを利用した。</p> <p>広告主である企業の消費者センターに問い合わせるなどの主体的な行動も見られた。</p>	<p>グループでの分析は非常に積極的かつ質の良い内容になっていた。プレゼンテーション後のディスカッションも非常に活発であった。リフレクションでも多くの気づきやスキルの習得を実感していた。</p> <p>紙媒体による広告分析を基本スキルとして習得したことで、WEB 広告や動画広告にもこのスキルが応用できることに気づいた。それに加えて、それぞれの広告の特徴によって消費者誘導のポイントがあることにも気づき始めており、他の媒体の分析もしてみようという意欲的な態度が見られた。</p>