

高等学校 国語科 学習指導案

指導者 加藤 健伍

- 日時** 平成 29 年 10 月 14 日(土) 第 1 限 9:30~10:20
- 場所** 第 4 研修室
- 学年・組** 高等学校 I 年 4 組 41 人 (男子 23 人 女子 18 人)
- 単元** 対話の成立を目指して
「広告の形而上学」(岩井克人)
『国語総合 現代文編』(東京書籍)
- 目標** 1, 文章の内容を的確に読み取り, 筆者の問題意識をとらえる。
2, 論理の構成や展開を工夫し, 自分の考えを文章にまとめる。
3, 対象を的確に説明し, 適切な表現の仕方を考えて書く。
4, 広告や貨幣など, 現代の資本主義社会への見方・考え方を深める。

指導計画 (全 5 時間)

- 第一次 本文の内容理解 2 時間
- 第二次 意見文の執筆 2 時間 (本時 2/2)
- 第三次 新たな問いの発見 1 時間

授業について

高等学校国語科指導における「対話的な学び」とはいかにして成立するのか。それを探ってみたい。言い換えれば, 周りの学習者と話し合いをすることによって対話的であるとするを越えたいということでもある。授業では教材と向き合い, 筆者の見方・考え方と対話することを目指す。学習者が教材や筆者との対話を果たすことによって学びの質を高めることを期待するものである。

教材や筆者との対話の条件として, やりとりが双方向であることが挙げたい。教材から一方的に情報や知識を得るだけでなく, そこに対して自分の意見を述べていくことが条件の達成になると考える。それは筆者の論を批評するだけでなく, 筆者の見方・考え方を受け, 学習者が身近な例や自身の体験を振り返ることによっても成り立つだろう。そのために, 授業では筆者の問題意識を基に, そこから書く活動を仕組む。

「広告の形而上学」は 1984 年 8 月 12 日付の『毎日新聞』に掲載されたもので, 広告の本質について考察した評論であると同時に, 広告を通して資本主義社会の本質について考察した評論でもある。初出から 30 年ほどの時は経っているものの, 商品や広告にあふれた現代を生きる学習者にとっても示唆に富むものであろう。さらに, 本文の内容を現代に当てはめて考えた際に発展性をもつという意味でも有用である。情報メディアの急速な発達により, 広告の在り方や商品の性質も, 本文が書かれた時から大きく変わってきている。そこに学習者ならではの見方・考え方を挟む余地を見て, 上述の学習活動を仕組む。

この学習活動で教材や筆者との対話を果たし, 現代社会への認識を深めることができたならば, 本文には明示されていない, 自分たちが生きる現代特有の課題や, 現代社会の今後の展望などが見えてくるに違いない。このように, 「対話的な学び」により, 学習者がより高次の問いや発見を得られるよう授業を行う。

題 目 対話の成立を目指して

本時の目標

- 1, 論理の構成や展開を工夫し, 自分の体験や考えを文章にまとめる。
- 2, 対象を的確に説明し, 適切な具体例を考えて書く。
- 3, 文章の内容を的確に読み取ったり, 自分の体験や考えとの関係を考えたりする。

本時の評価規準 (観点/方法)

- 1, テーマに沿って自分の考えをまとめることができる。
(関・書・知/発表, 意見文提出)
- 2, 自分の意見の具体的な例を挙げることができる。
(関・書・知/発表, 意見文提出)
- 3, 自分の考えや具体例を本文に照らし合わせることができる。
(関・読・知/発表, 授業態度)

本時の学習指導過程

学習活動	指導上の留意点	評価の観点
1, 前時までの想起をする。	・筆者の論を参考に, 自分たちの購買における広告の役割を文章に書いていることを確認する。	・前時の想起を聞いているか。(関/授業態度)
2, 文章の交流や分類をする。	・前時に集めていた文章を参考に, 何人かに文章や挙げた具体例, 気づきを発言させ, 自分の文章と関わりがないかを考えさせる。 ・まずは「商品と商品との間の差異」「広告と広告との間の差異」に分類し, それ以外のもの(「ロコミや評判」など)がでてきた際に新しく分類する。	・他の文章と自分のものとの交流ができているか。(関・書/発表, 授業態度)
3, 交流や分類で見えてきたことと本文との関わりを考える。	・新たな分類項目は「奇妙」であるか, 「動物」の比喩との関係を考えてどうなるかを考えさせる。	・本文との関わりを考えられているか。(関・読/発表, 授業態度)
4, 現代の商品や広告といったものと自分たちの関わりを考える。	・商品が有形のモノから無形のサービスへと変わっていることを指摘する。 ・商品も広告もロコミや評判も, 自分の外にあるものである。つまり他者である。他者への信頼や安心がどこから得られるか, といった問題が購買には含まれている。	・自分なりの考えを持つことができているか。(関・知/発表, 授業態度)
備考		

「広告の形而上学」授業プリント

() (組) () (番 名前) ()

○購入したものについて、思い出してみよう。

- ・いつ ・どこで ・いくらしたか
- ・なぜその商品にしたか

「広告の形而上学」授業プリント

() (組) () (番 名前) ()

○購入したものについて、思い出してみよう。

- ・いつ ・どこで ・いくらしたか
- ・なぜその商品にしたか

実践上の留意点

1. 授業説明

「対話」が成り立つ条件とはどのようなものであるか。この授業は、その問いを出発点として、その条件として、やりとりが双方向的であることを挙げ、かつ双方向的なやりとりが成り立ちにくい、教材との対話を目指した。

教材本文「広告の形而上学」を読解し、そこで得た知見を基に自身の意見文を書く活動を組んだ。教材では、購買が商品間の差異によってなされるのではなく、商品の差異を示すための広告間の差異によってなされていると述べられている。前々時までに、学習者それぞれが自身の購買を思い返し（資料参照）、この筆者の論が妥当であるかを探ったり、当てはまる例や当てはまらない例を挙げたりすることを通して、意見文を書く構想とさせた。前時にはそれを文章として書き、その交流をしていくことを本時とした。

その際、教師はいかなる支援ができるだろうか。教師は生徒の発表を促進したりつなげたりしながら、教室内で学習者同士の対話が起こることを目指した。それは結果として、より教材と対話していく場を作ることとなると期待してのことである。

2. 研究協議より

研究協議では、主に二点の内容についてご指摘やご質問をいただいた。一点目は、本文にある「広告という現象の華やかさとただ戯れたりする」こととの関係である。学習者が書いた文章や授業の中で行われた発言の中には、これに該当するものもあつたように思う。学習者の中にも、広告の本質に踏み込んで思考できているものと、広告という現象に目をとられるものがあった。さらに、広告の範疇がどこまでであろうかということもこれに付随した課題として挙げられる。文章や交流の中では「口コミ・評判」という項目が出て来た。これが広告に含まれるのかがあいまいなままに議論を進めてしまった。さらには「クーポン」や「割引」といった事柄も出ていたが、これについても同様である。協議の中でもこれらを広告とするか否かの観点は分かれていたように思う。学習者の交流の際にはこの点をはっきりさせてから臨むか、交流で考えていく一つの観点とするか、すべきであった。そうして広告の範疇を決めて初めて、広告を本質的に考えることが出来るようになるはずである。

二点目は、対話の在り方についてである。授業者は対話の相手を「授業者」「他の学習者」「教材（筆者）」「自分」「社会」といったものを想定していた。その中から、この授業においては「他の学習者」だけでなく、「教材（筆者）」との対話を果たすことを目指した。その上では、授業者はあくまでその対話を促進する役割を帯びる。ところが、授業の中で主に展開されたのは学習者と授業者が対話をしている場面であった。それが他の学習者との対話や社会との対話、教材や筆者との対話へと導くものであったとしても、この授業が目標を達成した姿というのは見えにくいものとなってしまった。見えやすい形での対話が必ずしもすべてではないとは思いますが、目に見える形を目指すことで結果として対話が成立する場合もあるだろう。

授業者としては、この授業に入るより前に、学習者それぞれが書いたことを頭に入れて整理することはもちろん、それぞれの性格や人間関係も考慮し、交流をつくろうと目指した。それは一定の評価をしていただけたようであり、手ごたえを感じられるものであった。そうした日々の何気ないやりとりが学びにつながっていることも、改めて意識できたと思う。