

広告から社会・文化を学ぶ協働活動の試み

—多様な視点, 発想に気づく—

杉山 ますよ

科目名：広告・コマーシャルを分析する

レベル：初級1・2 / 中級3・4・5 / 上級6・**7・8**

履修者数：33名前後

1. はじめに

この授業は2010年度にテーマ科目として採用されたものである。広告は町に溢れ、新聞、雑誌、電車の中、駅、テレビなどいたるところで見られる。制作側が受け手に伝えたいことがあり、それを様々な手法を使い広告、CMで表現している。この科目のキーワードは「社会・文化」「考える」「話す」である。広告は社会・文化を反映させるものであり、授業ではそれらを学生が共に考え、話すことで、様々な視点に気づき、学ぶことを目指している。また日本語の多様な表現方法や語彙の意味の深さなどを学び、さらに運用できるようになることも目的としている。そして授業活動としてグループディスカッションを多く取り入れることで、多様な学生の発想からお互いに学びを得ることを目指した。

2. 概要

基本的な90分の授業の流れについて述べる。毎回広告、CMの分析をグループで行い、発表する。次にあるテーマに基づいたCMを視聴し、ディスカッションする。最後に振り返りシートに授業で扱った広告とCMについて書き、提出する。一学期の流れは基本的な流れに幾つかの活動が加わる。学期の初めでは学生が興味を持った広告・CMについて発表する。それからキャッチコピーについて学び、作成して発表する。そして今まで学んできたことを参考にグループでCMを制作する。最後は期末課題のレポートを書き、グループ内で説明する。

3. 授業での取り組み

学生は広告の基礎知識や様々なコピーライターの考え、関連する記事などを前もって読み、またはリサーチし理解してくる。それを前提に毎回広告・CMの分析をグループで行い、その後各グループの分析を共有する。広告は社会問題や地域のテーマなどを扱うACジャパンのもの、各国の航空会社の広告を比較するもの、数字を強調するものなど様々な事柄を取りあげている。CMは毎年発表される広告大賞、カンヌ広告大賞などから何本か取り上げる。また広告・CMを扱った番組からテーマ別に「シリーズCM」、「コラボCM」などを取り上げ、視聴後議論する。

学生が興味を持った広告・CMを一回発表する。この目的は教師の視点で選んだものだけでなく、学生の視点で選んだものを発表させることで、学生に他者の多様な考えに気づいてもらうためである。

この授業で重点を置いているのはキャッチコピーについてである。キャッチコピーは情報の受け手の注意をひき、興味を起こさせ、記憶に残るといふ広告の目的の実現に大きく貢献する重要なものである。ある製品や会社などのいろいろな特徴・長所を表示したり、あるいは感覚的に表現したり、連想されるイメージを表現したりする。また語彙の使用や平仮名やカタカナなど文字の選択、キャッチコピーのレトリック技法として反復、比喩、省略や駄洒落などについて分析することは日本語の学習をより深め、促進すると思われる。授業では多くの広告を取り上げている。大学のパンフレットを分析し、キャッチコピーも含め早稲田大学の広告を毎学期制作するが、毎回ユニークなポスターができあがっている。

学習の総まとめとしてCMを制作する。その前にCMコンテストの作品、制作の過程や他の国と日本のCM制作の比較などのビデオ視聴、さらにキャッチコピーについての論文やコピーライター制作についての記事などを読む。最後にレポートについてグループ内で報告する。学生は様々なテーマでレポートを書くが、それを教師だけでなく他の学生と共有することは、学生間で学びが生じる。また書いたものを他者に分かりやすく伝えることは、知識や理解の強化にも繋がるとともに、5分でまとめることは、発表のスキルアップにもつながると考える。

4. 学生の反応

毎期行う学期末のアンケートではCMの視聴については「普段何気なく見ている広告やCMには様々な仕掛けがあることが皆と分析してみて分かった。」「様々な国と文化の違いに気づくことができ、よかった。」というコメントが多かった。CM制作については「皆と一つのものを作るのが楽しくて、達成感がある。」「皆の考えを一つにまとめ、作品を作るのは難しかったが、楽しくためになりました。」「異なる考えをシェアできて、よかった。」などCMをグループで制作することは毎期学生に好評である。全体の感想では「グループ討論によって、皆に話させる工夫を感じた。」「グループで話し合うことが多く、別の人から色々学べる」などがあり、他者と共に活動して、お互いに学んだというコメントが多かった。様々なアプローチで協働活動することによって学生の学び合いが生じ、多様な視点、発想などにも気づけたのではないだろうか。

5. 今後の課題

予習を前提に行う授業なので、予習をしてこない学生の対策が課題である。今後は学生のモチベーションを高め、教室活動をより活性化するために協働活動への取り組み方を工夫していきたい。

(すぎやま ますよ, 早稲田大学日本語教育研究センター)