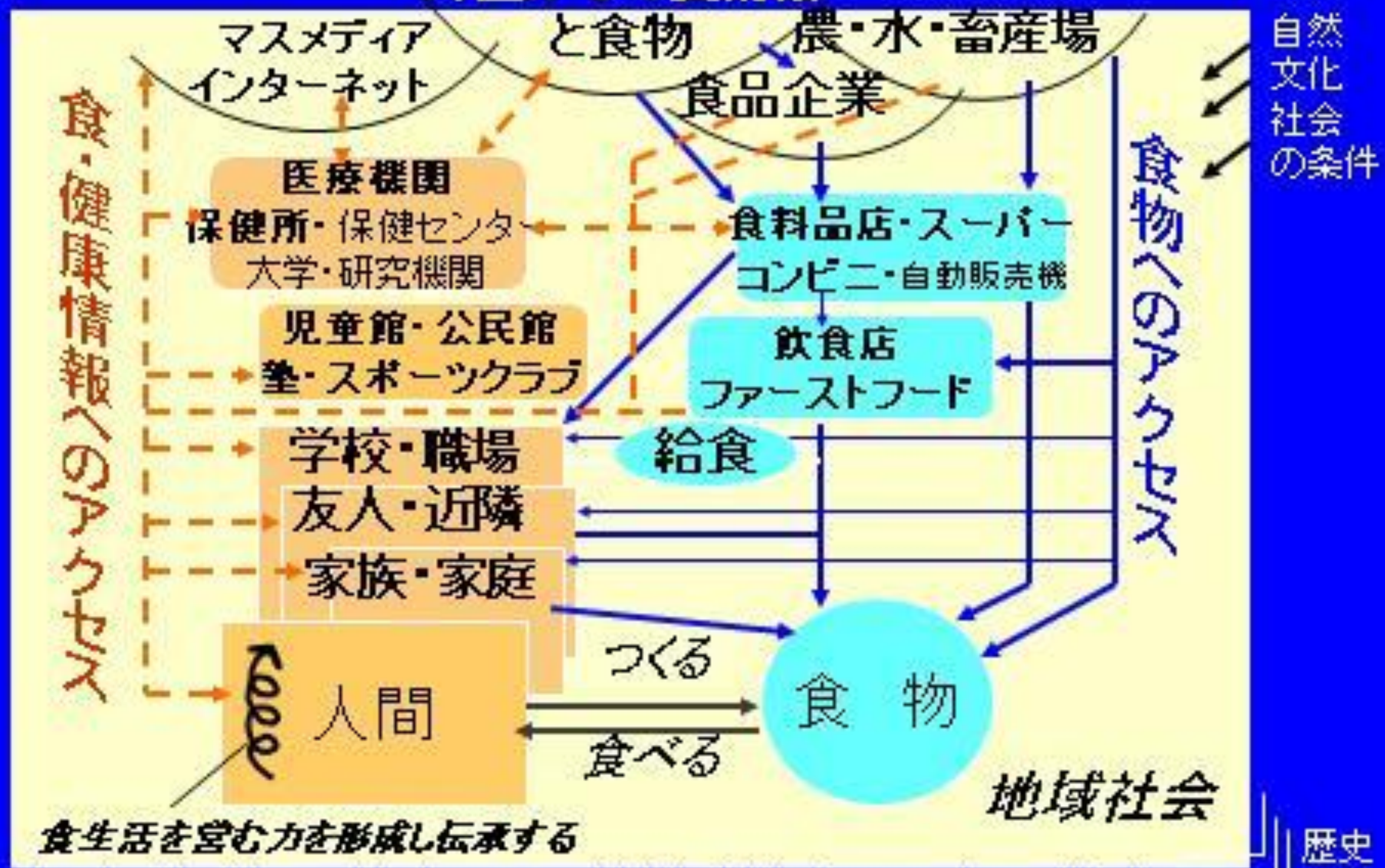


食に関するメディアリテラシー教育

給食システム研究室

中西 明美

外国からの食情報



食生態学の枠組み (地域社会の食環境)

(足立己幸、「食生活論」1987の「地域の食活動・環境とのかかわりの図」を基に作成)

出典) 武見ゆかり:「食育」をめぐる社会の動きと今後の課題、科学、75、107-110、2005

メディア

Media

||

情報を伝えるもの
特に、新聞、雑誌、テレビ、
インターネット のこと

リテラシーとは？

Literacy

||

文字の読み書き能力



「メディアからの情報を、うのみにせず、
自分で適切に判断する力」





どこでも、何にでも
食品広告がいっぱい！

普段、どんな理由で菓子や飲み物を選んでいきますか？

- 値段が安いから
 - 味が好きだから
 - キャッチフレーズがおもしろいから
 - テレビコマーシャルを見たから
 - 新発売だったから
 - 季節限定だったから
 - おまけがついていたから
 - 割引券つきだから
 - 栄養があるから
 - 脂質が少ないから
- など

広告のテクニック



広告のテクニックとは、

広告主が商品を売るために
用いるテクニック

テクニックに惑わされないことが大切！



子どもへのメディアの影響

- ✓子どもの食物選択要因には、嗜好、健康や栄養、予算、品質等、様々な要因があるが、環境的な要因の一つに、マスメディアや広告がある¹⁾
- ✓マスメディアのうち、日本の中学生のテレビ視聴時間は、平日2, 3時間、休日3, 4時間が多く、健康や食生活に影響

テレビの視聴時間が長い子どもは、

- ・果物と野菜の摂取量が少ない²⁾
- ・菓子、ソフトドリンクの摂取頻度が高い²⁾
- ・広告された食品の購入頻度、摂取頻度が高い³⁾

1) Story M, et.al: J Am Diet Assoc 102:S40-51, 2002

2) Jessie A.S., Joseph A.G., Marian L.N.: J Am Diet Assoc 105(3) 392-02(2005)

3) 白崎友美、榎裕美、小嶋(佐々木)舞、今井 具子: 日未病システム学誌 15(2):317-320, (2009)



【先行研究】 テレビ視聴時間と関連する要因

	海外	国内
身体状況	体重、BMI、皮脂厚、体脂肪量の増加 肥満、HDLコレステロール、心臓病の危険因子	肥満、疲労自覚症状、体調不良、眠気
食物摂取量	野菜、果物の摂取量、甘い菓子、ソフトドリンクの摂取量、エネルギー量	
食行動	スナック菓子の摂取頻度 ソフトドリンク、ファーストフードの摂取頻度 広告された食品の摂取頻度 広告された食品の購入頻度	朝食摂取頻度 摂取頻度によるバランス得点

※表中の結果は、海外：1996年～2010年の論文8件、国内：1990年～2010年の論文12件のものである。

食育学習指導案

中西明美

1. 題材名 メディアからの食情報とのつきあい方

2. 学習者

〇〇中学校 2年 〇組 5校時 (2年2組)

3. 日時 月 日 ()

4. 題材設定理由

近年、日本のメディアは急速の発達し、従来のテレビや新聞等だけでなく、インターネット、携帯電話といった新しいメディアが急速に広がっている。こうしたメディアからの情報が、子どもの飲酒、喫煙、暴力、過度なダイエット等のリスク行動、そして、食生活にも影響を与えているといわれている。実際、子どもが菓子を買うときの情報の入手先はテレビコマーシャルが最も多く、マスメディアから数多くの食に関する情報を得ている実態がわかる。こうした実態に対し、メディアの情報を自律的に判断する「メディアリテラシー」を高める教育を行うことで、メディアによる食生活への影響を緩衝させることにつながると考える。

そこで、生徒が普段目にしていて、食品パッケージやテレビコマーシャルから、広告主が商品を売るために用いているテクニック（以下、広告のテクニック）を理解することで、食品を選択する際に、広告のテクニックを鵜呑みにせず、食品表示などを参考にしながら自分にとって必要な食品を選択しようとする態度や選択するスキルを身につけることをねらいとする。

メディアリテラシーとは、「子どもがメディアからの食情報（広告のテクニックを含むもの）を食品表示等を用いて客観的・主体的に読み解くことにより自律的な読みを導き出すこと」とした。

5. 本授業の目標

食品広告に使われている広告のテクニックについて知る。(知識)

食品パッケージやテレビの食品 CM から広告のテクニックを探ることができる (スキル)

食品広告に惑わされず、よりより食品選択しようとする (態度)

6. 学習過程

	学習活動・内容	教師の支援・発問	教材など
00	普段どんな理由で食品を選んでいるか考え、発表する。	子どもから出された理由を、 ①実物による ②広告のテクニック ③食品表示 の3つに分けて黒板で書く。	スナック菓子パッケージ
05	スナック菓子のパッケージに使われている広告のテクニックを知る。		
10	普段見ている菓子や清涼飲料水のテレビの食品 CM を視聴し、みつけた広告のテクニックをワークシートに記入する。 ・ハンバーガー ・ゼリー飲料 ・栄養バー	広告のテクニックには、色々あるので、気がついたことはどんどんワークシートに記入するよう伝える。	テレビ食品 CM の DVD ワークシート
20	見つけた広告のテクニックについて発表する。	できるだけ多くの人が発表できるようにする。	
30	それぞれの食品 CM に使われている広告のテクニックと実際の商品内容を比べて、食品選択のポイントを考える。	実際の商品内容について知らせ、食品選択のポイントを提示する。	
40	今後、自分自身が買い物するときに気をつけていきたいポイントをワークシートに記入する。		ワークシート

《広告のテクニックとは》

- ・おまけや景品
 - ・同じ値段で量が増えた
 - ・有名人やキャラクター
 - ・おもしろい
 - ・おいしそう
 - ・健康によさそうな言葉
 - ・新発売
- 等