

科目名(副題)	開講年次(セメスター)	単位	担当者名
メディア史	1～4年次春学期 (1・3・5・7セメスター)	2	西嶋 頼親
科目ナンバリング			
A1-SOC-202-J/A4-SOC-101-J			
授業概要・目的			
<p>本講義では、日本におけるテレビメディアの変遷を中心に学びつつ、人のココロを動かした実際のトピックから具体的なクリエイティブ手法を学ぶ。ただ歴史を覚えるだけでなく、「メディア史から考えた未来予測」と「オマージュの実践(プロット制作)」も行う。前半は座学形式、後半はグループワークと制作作業となる。</p> <p>現在テレビは岐路に立っている。お茶の間で家族全員が一緒に同じテレビ番組を見て、そこで流れたCMの商品を買い、大量消費/大量生産で社会が成り立っていたのは遠い昔の話だ。テレビの誕生から、創成期における番組制作、視聴者の行動変容、そして切り離すことの難しい広告会社の役割も併せたメディア史を講義する。主にテレビ放送が始まった1952年から説明をはじめ、ニュースや番組の具体例を提示しつつ、国内外で評価された歴代のCMも視聴していく。メディアに多く取り上げられた事件なども解説する。</p> <p>年号やトピックの単なる暗記は推奨せず、未来に向けた発想力を身に付けることが目標。講義後半では「2025年のメディア史に残すべきトピック」や「2025年後半に起こると予測されるトピック」を学生側から提案してもらおう。また、ヒットするメディアコンテンツは「オマージュ」から成立していることが多いことを体感してもらうために、「さよなら絵梨」(集英社/藤本タツキ)をオマージュした、「ショートフィルムのプロット制作」を最終課題として提出してもらおう。</p> <p>講義全体を通して、「自分の考えるメディア観」を理解しつつ、「未来を予測するために、過去のメディア知識をいかに利用するか」を身に付けてもらうべく指導していく。</p>			
学修到達目標			
<ul style="list-style-type: none"> テレビメディアの変遷について、その概要を説明できる。 テレビメディアとCMの関係性について理解できる。 消費者の行動様式とテレビメディアの変化において、自らの意見を述べられる。 自分の考えるメディアの認識を、他人に説明できる。 未来を予測するために、過去のメディア知識を活用できる。 			
授業方法			
<p><面接授業、指定した回を遠隔授業></p> <p>第3～5回+7～10回をzoomで実施予定。それ以外は教室で面接授業(グループワークでは座席指定あり)。講義中の指示に従い、お知らせも適宜確認すること。提出物は全てマナボを通して行い、「毎回の課題」と「試験がわりの最終レポート」と「出席」で成績評価をする。なおzoom受講の際は、必ず①学籍番号・氏名の順で表示、②指名された時に応答できる状態にする、③ログイン状態を安定させるためにスマホ利用は避け、大学指定の会話可教室でのPC利用か、自宅有線LANのPCを用いて、講義開始時間までにログインすること。※社会情勢を題材とするため、授業計画は内容や順序を変える場合が多い。</p>			
活用される授業方法			
板書、スライド(パワーポイント等)の使用			
成績評価方法・基準			
平常点(30%) 課題・レポート(70%)			
教科書・教材・参考文献 等			
<p>【教科書・教材】 ●教科書:ジャンプコミックス「さよなら絵梨」全1巻(集英社/藤本タツキ) この講義の狙いである「自分にあった表現方法を身に付ける」ことが理解できます。 また、この内容に関するレポートも後半の回で提出して頂く予定です。 ※本または電子ブックの購入、もしくはマンガを所蔵する施設での読書(立ち読み)、いずれでも構いません。ご自身で判断を。 ※その他は必要に応じて、テキスト配布/スライド投影をいたします。</p> <p>【参考文献】 「もういちど読む山川日本戦後史」</p>			
質問への対応(オフィスアワー等)			
水曜日 12:15～13:25、木曜日 12:15～13:05に、14号館2階の研究室で対応します。また、シラバスに記載がない簡易な質問はマナボメールで受け付けます。※講義中のzoom等のシステム不具合に関する質問は、教員は学生用画面を見られない上に、講義進捗にも影響を及ぼすため、担当部署に連絡をしてください。※個別の欠席連絡等は必要ありません。			
履修者へのコメント			
歴史は、現代を読み解き、あるべき未来をバックキャストिंगするために重要です。この講義では、とくに「知識を活用する」部分に重点を置いてすすめます。 提出物はすべてマナボを通して行い、毎回の課題と試験がわりの最終レポートで成績評価します。単位取得の為に「出席および課題提出が2/3以上」また「最終課題(テストの代わり)の提出」が必要。※課題を提出しても欠席の場合は、平常点としてカウント不可。 ※春・秋学期集中講義「仕事とコミュニケーション」「広告の現場」「ジャーナリズム論」の履修を推奨します。 ※「もういちど読む山川日本戦後史」山川出版社と時期がほとんど同じ。理解を深めるため、閲読を推奨します。			

事前事後学習

毎回感想またはレポートを課します（すべてマナボでの提出）。感想は毎回400字程度で、必ず講義内容を記載すること。「面白かった」等だけの講義内容がわからないものは不可。また後半のアンケートでは、「メディア史の講義」に残すべき、その年のゲーム・アニメ・音楽・ニュース内容などを理由と共に提出してもらい、その集計を翌年講義で共有します。

文部科学省規定による1回講義あたりに必須とされる3時間の予習・復習をあてはめた場合は、事前でニュース番組視聴か新聞閲読（90分※1日10～15分で十分、CMも含む、サイトも可）、事後は課題作成とグループワーク、最新トピックスを調べる（90分）、とします。

科目名(副題)		開講年次(セメスター)	単位	担当者名
メディア史		1~4年次春学期 (1・3・5・7セメスター)	2	西嶋 頼親
授業計画				
No.	項目	内容		
1	ガイダンス	授業の進め方など		
2	メディア史としてのテレビメディア変遷①	概要。テレビ放送開始から。CMの変容と合わせて。1952年～(なゼルルCMがOA中止になったか、他)		
3	メディア史としてのテレビメディア変遷②	ニュース、バラエティ、オリンピックなどの番組視点からみた変遷。1960年代中心(カップヌードルが売れた理由、他)		
4	メディア史としてのテレビメディア変遷③	テレビを中心とした、現在のメディアプランニングについて。1970年代中心(「おしん」の最高視聴率は?、他)		
5	メディア史としてのテレビメディア変遷④	テレビ離れする若年層、変わる行動様式。1980年代中心(ドラクエとまったく同じ構成のゲームが売れなかった理由、他)		
6	メディア史としてのテレビメディア変遷⑤	各時代を代表する国内CMの紹介。1990年代前半中心(バックトゥザフューチャーは、どこまで現在を予測したか?)		
7	テレビ局/広告会社からみたテレビメディアの未来	変遷するテレビ局および広告会社について。1990~2000年代後半中心(「罪と罰」と「古畑任三郎」の共通する手法とは?、他)		
8	子供向け番組にこめられた制作者意図を読み取る	ウルトラセブン第42話「ノンマルトの使者」を読み解く		
9	ゲーム・アニメなどのメディア	ゲーム・アニメなどのメディアで勝ち残ったものは何故か、検討します。		
10	歌などのメディア変遷(データ集計)	紅白歌合戦からネット配信まで、履修者にアンケートを取り、現在の流行を集計して、議論します。		
11	みんなで考える来年のメディア史①	今まで学んだことから、来年起こるでメディア史を予測します(グループワーク)①		
12	みんなで考える来年のメディア史②	今まで学んだことから、来年起こるでメディア史を予測します(グループワーク)②		
13	メディア史としてのテレビメディア変遷⑥	各時代を代表する海外CMの紹介。*広告とメディアの融合について議論します。		
14	メディア史としてのテレビメディア変遷⑦	スマートフォンで視聴する番組から、タイムシフト視聴率まで。*テレビメディアの未来について議論します。		
15	総括+最終レポートテーマ発表	全体の総括、最終課題「さよなら絵梨」オマージュの優秀作発表と、なぜこれを取り上げたかの理由について説明します。		