

1. 授業の概要(ねらい)

「現代社会はすべてのモノ、コト、ヒトが情報の発信装置と化し、メッセージ性を帯びるメディア社会である」と言われるように、わたしたちの生きる社会は情報であふれています。特にソーシャルメディアが普及する2000年代以降は、それまでなかば自明のものとなっていたメディア＝マスメディア、情報の送り手／受け手という構図が揺らぎ、多くの人が情報の発信者となり得る時代が到来し、同時に、デジタルメディアの発展で、情報の内容・中身＝コンテンツの種類や領域も拡大していくなかで、より豊かな社会生活に向けては、メディア・コンテンツを分析、創造する能力を教養として身につけていく必要ができています。

本講義では、社会情報論 I を踏まえながら、コンテンツとは何かを再考した上で、メディア・コンテンツの分析手法や創造の仕方について、具体的な事例を紹介しながら解説します。以上を通じて、メディア・コンテンツを分析、創造するためのリテラシーを育てていくことを目指します。

2. 授業の到達目標

コンテンツとは何かを説明できるようになる
メディア・コンテンツを分析、創造するためのリテラシーを養う

3. 成績評価の方法および基準

平常点30%: 各回の授業で当該回に関連した小レポート課題を与えLMSから回答してもらいます。その回答をもって授業の理解度をはかります。また、回によってはディスカッション等のグループワークやペアワークを実施し、積極的な授業への参加度もはかります。

小テスト30%: 前半の授業を受けて、教科書の内容を理解しているか、コンテンツとは何かを説明することができるようになっていくかを評価します。小まとめの回にLMSで実施する予定です。

期末レポート40%: 授業の総まとめとして授業全体を踏まえたレポート課題を提示し、メディア・コンテンツを分析、創造するためのリテラシーを養っているかどうかをはかります。LMSから提出してもらう予定です。

※LMSでの課題やレポートの提出やテストの受験は必ず締切を厳守し、期日内で終了してください。

4. 教科書・参考文献

教科書

岡本健・田島悠来編(2020) 『メディア・コンテンツ・スタディーズ分析・考察・創造のための方法論』 ナカニシヤ出版

参考文献

岡本健・遠藤英樹編(2016) 『メディア・コンテンツ論』

ナカニシヤ出版

日本出版学会関西支部会編(2019) 『出版史研究へのアプローチ—雑誌・書物・新聞をめぐる5章』 出版メディアパル

藤田結子・成実弘至・辻泉編(2017) 『ファクションで社会学する』 有斐閣

5. 準備学修の内容

身のまわりにあふれるメディア・コンテンツに関心を持つこと。帝京大学図書館(MELIC)を積極的に活用すること。授業時間内外(MELICや自宅)で関連映像コンテンツを視聴してもらうこともあるので、その点留意すること。

6. その他履修上の注意事項

本科目は「オンライン授業」です。LMSにおける授業コンテンツや「連絡事項」を随時確認するようにしてください。

LMSの活用については個人が責任をもって行い(方法がわからない場合は各自ハンドブックを利用する等して学習するように)、課題等の締切は厳守すること。特に期末レポートについてはいかなる理由があろうとも期日外での受け取りはしないので十分に注意すること。

7. 授業内容

- 【第1回】 ガイダンスおよびイントロダクション
メディア・コンテンツ・スタディーズへの招待
- 【第2回】 メディア・コンテンツを分析する視点①
雑誌
- 【第3回】 メディア・コンテンツを分析する視点②
メディアミックス
- 【第4回】 メディア・コンテンツを分析する視点③
テレビ番組
- 【第5回】 メディア・コンテンツを分析する視点④
アニメ、マンガ
- 【第6回】 メディア・コンテンツを分析する視点⑤
アイドル
- 【第7回】 小まとめ
- 【第8回】 コンテンツ研究の広がり①
多様な研究手法
- 【第9回】 コンテンツ研究の広がり②
テーマパーク、イベント
- 【第10回】 コンテンツ研究の広がり③
都市文化、民俗文化
- 【第11回】 コンテンツ研究の広がり④
海外からみる日本のメディア・コンテンツ
- 【第12回】 メディア・コンテンツの創造①
創造するためのリテラシー
- 【第13回】 メディア・コンテンツの創造②
コミュニケーションの誘い

