

| | | | | | | | | | |
|-------|-------------------|---------|---|-----|---------|-----|------|------|----|
| 科目名 | 映像リテラシーF 1 | | | | | | 年度 | 2026 | |
| 英語科目名 | Image Literacy F1 | | | | | | 学期 | 前期 | |
| 学科・学年 | 放送芸術科 2年次 | 必/選 | 必 | 時間数 | 30 | 単位数 | 2 | 種別※ | 講義 |
| 担当教員 | 江口靖二 | 教員の実務経験 | | 有 | 実務経験の職種 | | 放送業務 | | |

【科目の目的】

みなさんが仕事を初めて5、6年が経過した2030年頃の映像制作、映像業界のことをイメージした講義である。映像制作の基本はこの先も変わることはないが、制作環境、伝送環境、視聴環境の全てにおいて、今まさに激変の入り口にある。その頃になって急に焦らないために、テレビに限らず、映像ビジネス全般に起きている変化について、技術、制作そのぞれ角度からバランスよく伝えたいと思う。

【科目の概要】

映像作品のドラマ、バラエティ、ドキュメンタリーなど構成と演出について学びます。

【到達目標】

デジタルやAIをベースとした映像制作や映像業界の、従来とはまったく異なる変化の兆しを感じ取る嗅覚を養うと同時に、そのためには従来からの基本の重要性の両方を理解すること。

【授業の注意点】

キャリア形成の観点から、授業中の私語や受講態度などには厳しく対応する。理由のない遅刻や欠席は認めない。授業に出席するだけでなく、社会への移行を前提とした受講マナーで授業に参加することを求める。ただし、授業時数の4分の3以上出席しない者は定期試験を受験することができない。

評価基準＝ルーブリック

| ルーブリック評価 | レベル3 優れている | | レベル2 ふつう | | レベル1 要努力 |
|-----------|--------------------------------|--|------------------------|--|-------------------------|
| 到達目標 A | 地上波とそれ以外のテレビのビジネスモデルの違いを理解する | | 地上波テレビのビジネスモデルが理解できている | | 地上波テレビのビジネスモデルが理解できていない |
| 到達目標 B | 地上波とそれ以外の媒体内容と相違点を理解している | | 地上波以外の媒体内容を理解している | | 地上波以外の媒体のことを理解していない |
| 到達目標 C | 制作予算管理の手法について理解し、自ら実行予算書を作成できる | | 費用における直接費と間接費の概念を理解できる | | 費用項目については理解できる |
| 到達目標 D | | | | | |
| 到達目標 E | | | | | |

【教科書】

資料を配布する。参考書・参考資料等は、授業中に指示する。

【参考資料】

【成績の評価方法・評価基準】

試験と課題を総合的に評価する。自己分析シート提出。積極的な授業参加度、授業態度によって評価する

※種別は講義、実習、演習のいずれかを記入。

| 科目名 | | 映像リテラシー F 1 | | | 年度 | 2026 |
|------|-----------|-------------------|------------------|----------------------------|------|------|
| 英語表記 | | Image Literacy F1 | | | 学期 | 前期 |
| 回数 | 授業テーマ | 各授業の目的 | 授業内容 | 到達目標＝修得するスキル | 評価方法 | 自己評価 |
| 1 | オリエンテーション | オリエンテーション | 1 自己紹介 | 私と学生それぞれが簡単な自己紹介を | 3 | |
| | | | 2 本講座の趣旨説明 | プロデュースはプロデューサー以外にも重要なスキル | | |
| | | | | | | |
| 2 | テレビ | 各テレビ媒体の違い | 1 地上波 | 地上波の特性やネットワーク系列について理解する | 3 | |
| | | | 2 衛星放送 | 衛星放送の特性について理解する | | |
| | | | 3 CATV、その他 | その他の放送、または放送的なメディアを理解する | | |
| 3 | テレビ | 各テレビ媒体のビジネスモデルの違い | 1 地上波 | 無料広告放送の構造と意味を理解する | 3 | |
| | | | 2 衛星放送 | 有料放送、CAS（限定受信システム）について理解する | | |
| | | | 3 CATV、その他 | 地域メディアとしてのCATVについて | | |
| 4 | テレビ | 視聴率とは何か | 1 ビジネス的な意味 | 広告取引通貨単位としての視聴率について | 3 | |
| | | | 2 個人視聴率 | 世帯視聴率から個人視聴率への変遷を理解する | | |
| | | | 3 計測方法 | 視聴率はどうやって計測しているのか理解する | | |
| 5 | テレビ | テレビ局の組織 | 1 組織構造 | 会社としての構造を知る | 3 | |
| | | | 2 関わりのある部署 | 編成、制作、報道、スポーツ局の違い | | |
| | | | 3 番組以外の部署 | ネット系などの事業に関して理解する | | |
| 6 | プロデュース業務 | 制作フローとスタッフ編成 | 1 プロデューサーの仕事と役割 | 仕事の全体像を他の職種との堆肥で理解する | 3 | |
| | | | 2 制作に入るまで | 企画、予算確保、スタッフィング | | |
| | | | 3 制作に入った以降 | 制作現場やボスプロでの役割を知る | | |
| 7 | プロデュース業務 | 予算管理① | 1 企画 | 新規企画の作り方を理解する | 3 | |
| | | | 2 費用算出 | 費用項目と算出方法を理解する | | |
| | | | 3 見積作成 | 費用と見積もりの関係を利用目的を理解する | | |
| 8 | プロデュース業務 | 予算管理② | 1 実行予算書 | 実行予算書の目的と使い方 | 3 | |
| | | | 2 予算管理 | 制作途中における予算管理とクオリティ維持について | | |
| | | | 3 利益を出す | 赤字にならないためにすべきことは何か | | |
| 9 | プロデュース業務 | 映像企画 | 1 テレビの場合 | 自主提案と編成企画の違いについて理解する | 3 | |
| | | | 2 CMの場合 | コンペで声をかけられることが重要 | | |
| | | | 3 映画の場合 | 映画制作の現実的な状況を知る | | |
| 10 | テレビ以外の映像 | CM | 1 CM制作の流れ | もっとも凝縮された、丁寧に詰めていく作業を知る | 3 | |
| | | | 2 絵コンテ | 企画コンテと演出コンテの違いを理解する | | |
| | | | 3 他との違い | 全てが15秒や30秒に圧縮された映像について知る | | |
| 11 | テレビ以外の映像 | 映画とMV | 1 映画製作の流れ | 規模や予算の違いを理解する | 3 | |
| | | | 2 MV制作の流れ | 最初に楽曲ありきという特性を知る | | |
| | | | 3 テレビとの違い | 制作体制とレギュラー番組というルーティンを理解する | | |
| 12 | テレビ以外の映像 | デジタルサイネージ | 1 デジタルサイネージとはなにか | どういうメディアなのかを用途も含めて理解する | 3 | |
| | | | 2 メディア特性 | セレンディビティーなメディア特性を理解する | | |
| | | | 3 コンテンツの違い | 接触態度とスクリーンの違いによる表現の違いを理解する | | |
| 13 | テレビ以外の映像 | ネット系 | 1 どういう媒体があるか | YouTube、TikTokほか | 3 | |
| | | | 2 Netflix | どうしたらNetflixの仕事ができるのかを知る | | |
| | | | 3 個人でできること | 一人で全てをやってそれが仕事になるものなのか | | |
| 14 | デジタル技術 | 案外知らないデジタル技術 | 1 デジタル圧縮 | デジタル圧縮の原理とコーデックを理解する | 3 | |
| | | | 2 解像度と画面サイズ | 解像度と仮面サイズと視認性の関係を理解する | | |
| | | | 3 インターネット | インターネットとは、IPとは何かを理解する | | |
| 15 | 前期のまとめ | 前期のまとめと試験対策 | 1 前期試験に向けて | 前期でここだけは理解しておくポイントを理解する | 3 | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

評価方法：1. 小テスト、2. パフォーマンス評価、3. その他

自己評価：S：とてもよくできた、A：よくできた、B：できた、C：少しできなかった、D：まったくできなかった

備考等