

2019 年度
東京大学大学院情報学環
教育部シラバス

特別演習（教育部概論）

林香里 教授、小出大介 教授、笥康明 准教授
北田暁大 教授、前島志保 准教授、佐藤宏樹 准教授、上條俊介准教授

S1S2 ターム 月曜5限（2単位） 時間割コード：5A501001

講義概要

まず、ユニークな特性を持つ教育部というプログラムの歴史を跡づけ、そこで研究生になるということの意義を確認する。

そのうえで、情報学環を構成する多様な研究者が、おおむね2回ずつそれぞれの専門領域について概説する。なお、下記には学際情報学府における各研究者の所属コースが記されているが、講義のなかでコース全体の概説するわけではなく、あくまで各自の専門領域についての講義となる。

情報学環、および教育部の全体像を理解してもらうために2013年度にはじめて開講された授業。1年生はなるべく履修してほしい。

講師毎にA4用紙1枚のコメント・レポートを提出（合計6回）。出席とそれらの内容を総合的に勘案して成績評価する。

参考文献

各講師が適宜、紹介、説明する。

講義の構成とスケジュール

- 第1週 林 香里 教授（アジア情報社会コース）
- 第2週 林 香里 教授（アジア情報社会コース）
- 第3週 小出 大介 教授（生物統計情報学コース）
- 第4週 小出 大介 教授（生物統計情報学コース）
- 第5週 笥 康明 准教授（先端表現情報学コース）
- 第6週 笥 康明 准教授（先端表現情報学コース）
- 第7週 北田 暁大 教授（社会情報学コース）
- 第8週 北田 暁大 教授（社会情報学コース）
- 第9週 前島 志保 准教授（文化・人間情報学コース）
- 第10週 前島 志保 准教授（文化・人間情報学コース）
- 第11週 佐藤 宏樹 准教授（総合分析情報学コース）
- 第12週 佐藤 宏樹 准教授（総合分析情報学コース）

情報技術論講義VI

(ヒューマンコンピュータインタラクション概論)

濱田 健夫 助 教 ・ ハウタサーリ アリ 助 教

S1S2 ターム 火曜 5 限 (2 単位) 時間割コード : 5A401006

講義概要

我々はテクノロジーに囲まれ日々の生活を便利に過ごすことができているが、テクノロジーを利用するためにはユーザとの間を取り持つインタフェースが不可欠である。ヒューマンコンピュータインタラクション (HCI) はインタフェースを介してどのようにコンピュータと関わり利用するかについて焦点を当てた学際的学問分野である。この分野の研究成果を知ることでテクノロジーのデザイン手法を学ぶことができる。

本講義では HCI に関する幅広い研究トピックスを交えてデザイン原理や方法論について紹介する。

参考文献

『The Design of Everyday Things』, Don Norman

『オーグメンテッド・ヒューマン』, 暦本 純一

『VR は脳をどう変えるか? 仮想現実の心理学』, Jeremy Bailenson

講義の構成とスケジュール

第1週 オープニング, History of HCI

第2週 User Interface / Experience / Interaction Design (UI / UX)

第3週 Computer-Mediated Communication (CMC)

第4週 Computer-Supported Cooperative Work and Social Media(CSCW)

第5週 Autonomous Robots / Drones / Mobility

第6週 Human Augmentation / Cyborg / Wearable Computing

第7週 Augmented / Virtual / Mixed Reality (AR / VR / MR)

第8週 Artificial Intelligence (AI) and Internet of Things (IoT) in HCI

第9週 Affective Computing

第10週 Gamification

第11週 HCI Methodology (ゲストスピーカー)

第12週 日常生活をより良くするための課題抽出および共有 (グループワーク)

第13週 最終発表会 (グループワーク)

情報社会論講義IV

(多メディア時代の政治コミュニケーションと世論)

細貝 亮 講師
(世論調査総合研究所)

S1S2 ターム 火曜6限(2単位) 時間割コード: 5A301004

講義概要

本講義では、現代をインターネット等に代表される多メディア時代と位置づけ、そのなかで政治的なコミュニケーションがどのように行われ、世論がどのように形成・測定されるのかを、実証的観点から学ぶ。講義で取り上げるテーマは比較的新しい出来事や事件であり、その現象が理論的・実証的にいかに説明可能であるかを、資料や論文を参考に読み解く。「実践」と「学問」の接点を考える講義にしたい。

講義の内容は受講生の人数や興味によって多少変更する可能性がある。

参考文献

岩本裕『世論調査とは何だろうか』、岩波新書、2015年

谷岡一郎『社会調査のウソ』文春新書、2000年

福田直子『デジタル・ポピュリズム 操作される世論と民主主義』、集英社、2018年

笹原和俊『フェイクニュースを科学する 拡散するデマ、陰謀論、プロパガンダのしくみ』、化学同人、2018年

セス・スティーヴンズ=ダヴィドウィッツ (酒井泰介訳)『誰もが嘘をついている ビッグデータ分析が暴く人間のヤバい本性』光文社、2018年

講義の構成とスケジュール

第1週 インTRODクシヨン: 本講義の基本的な視角と目的

第2週 報道機関の世論調査①: 電話調査の実際

第3週 報道機関の世論調査②: 郵送調査とウェブ調査の実際

第4週 報道機関の世論調査③: 「情勢報道」と「出口調査」

第5週 報道機関の世論調査④: 「外れる」調査-2016年米国大統領選を事例に

第6週 研究報告と討論

第7週 インターネットと世論①: 「メディアの選択性」と「選択的接触」

第8週 インターネットと世論②: 「補強効果」と「分極化」

第9週 SNSの情報空間①: 「フィルターバブル」と「フェイクニュース」

第10週 SNSの情報空間②: 「Computational Propaganda」

第11週 研究報告と討論

第12週 研究報告と討論

第13週 まとめ

情報産業論講義Ⅷ

(広告論)

加藤 薫 講師

(株式会社博報堂DYメディアパートナーズ)

S1S2 ターム 水曜6限(2単位) 時間割コード: 5A201008

講義概要

どんなに優れた製品やサービスも、素晴らしいコンテンツやアーティストも、イノベティブなアイデアも、「知られていないものは存在していないのと同じ」である。「広告」とは、そうした状況を打開し、メッセージを幅広く届け、よい関係を構築していくための手段であり、産業でもあります。「広告」によって社会はどう成り立つのか。講義・ゲストによるトークセッション・グループワークを通して、ますます情報化していく生活の未来を理解できるような、新しい視座をみなさんと共有していきたいと考えています。

参考文献

『マクルーハンがメッセージ メディアとテクノロジーの未来はどこへ向かうのか?』服部桂
『使ってもらえる広告 「見てもらえない時代」の効くコミュニケーション』須田和博

講義の構成とスケジュール

第1週 4/10(水) ガイダンス ～メディア・コンテンツ・テクノロジーから考える広告～

第2週 4/17(水) 【1】広告と社会のこれまで～現在

第3週 4/24(水) メディア環境の変化①

第4週 5/8(水) メディア環境の変化②

第5週 5/15(水) ゲストトークセッション①

第6週 5/22(水) ゲストトークセッション②

第7週 5/29(水) 【2】広告と生活の現在～これから

第8・9週 6/22(土) グループワーク①

第10・11週 6/29(土) グループワーク②

第12・13週 7/6(土) 発表とまとめ

※第1週～7週までは、水曜6限(18:45～20:30)。また、第8週以降のグループワークについては、土曜4限・5限(14:55～18:35)で2コマ連続の変則日程となる。

情報社会論実験実習Ⅳ

(テクノロジーを活かしたコンテンツ・ユーザ体験のデザイン)

渡邊 英徳 教授

S2 ターム 木曜 4・5 限 (4 単位) 時間割コード : 5A304004

講義概要

本講義では、私たちの身の回りに浸透しつつあるテクノロジーを活かしたコンテンツ・ユーザ体験のデザインについて、グループワークによる実践を通して考えます。

VR・AR などの、かつて先鋭的だったテクノロジーは、徐々に社会に浸透し、コモディティ化しつつあります。例えば、デジタルアースを使って地球の裏側の街を探索したり、スマートフォンカメラに映し出された AR 空間にモンスターを探すといった経験は、私たちにとって、すでに日常的なものになっています。

こうしたコンテンツを、「ユーザ」としてただ利用するだけではなく、独自の視点をもつ「クリエイター」として、新たなプロダクトをつくりだすことによって、テクノロジーが人と社会に与える影響について、より深く考え、投企することができるはずです。

本講義では、テクノロジーを活かしたコンテンツの中でも、特に「デジタルアーカイブ」のデザインに、それぞれグループで取り組みます。

参考文献

渡邊英徳：「データを紡いで社会につなぐ」, 講談社, 2013 年

講義の構成とスケジュール

授業期間中に、2つのデジタルアーカイブ制作課題に取り組む予定です。履修者のスキルに合わせて、課題の内容を決定します。

メディア・ジャーナリズム論実験実習Ⅶ

(ドキュメンタリー制作入門)

日笠 昭彦 講師

(LCC創造ノ森)

S1S2 ターム 木曜6限(4単位) 時間割コード: 5A104007

講義概要

数人でチームを編成し撮影機材を持って取材。その映像を編集しテロップやナレーションをつけて完成させます。テーマやメッセージを伝えるために必要な被写体は何(誰)なのか? リサーチ・撮影・編集を繰り返しながら映像ジャーナリズムを体感していきます。毎週の授業では、長年ドキュメンタリーの制作に携わってきた講師が制作上のノウハウを教え作品のクオリティを上げる助言はしますが、リサーチや取材交渉・撮影・編集などは授業外の時間に進めてもらいます。その手間や時間を確保できない人は単位の取得が難しいと考えてください。完成した作品は「地方の時代映像祭」など各コンクールに出品し客観的な評価を得る機会を設けます。

参考文献

「映像メディアのプロになる!」奥村健太・藤本貴之著/藤原道夫監修(河出書房新社)

「書く力~私たちはこうして文章を磨いた~」池上彰・竹内政明 著(朝日新聞出版)

講義の構成とスケジュール

- 第1週 講義「ドキュメンタリーの作法」 ◇企画~リサーチ~撮影編
- 第2週 企画プレゼン① / 技術講習 ◇ビデオカメラを使っの撮影手順
- 第3週 企画プレゼン② / 技術講習 ◇編集用PCを使っの編集手順
- 第4週 企画の最終選考と班分け~役割を決めテーマを共有~制作予定を作る
- 第5~6週 リサーチ~構成~撮影を繰り返し、映像を記録していく
- 第7週 講義「ドキュメンタリーの作法」 ◇構成~編集~仕上げ編
- 第8週 映像をチェックしながら構成~編集~追加撮影を繰り返す
- 第9週 全作品の中間試写~改良点や足りない要素を洗い出す
- 第10週 ナレーションやテロップ・音楽等を含め精査~完成形に近づける
- 第11週 作品を完成~コンクールへ出品
- 第12~13週 完成作品の上映とジャーナリズム実習のふりかえり

情報技術論実験実習Ⅱ

(東京大学制作展)

苗村 健 教授

通年 金曜 4 限 (4 単位) 時間割コード: 5A404002

講義概要

メディアやコンテンツの研究に取り組む学生を対象として、通年で開講する。7 月と 11 月に展示会を開催するために、さまざまな表現手法を学び、それぞれが作品を制作する。また、受講者は企画や運営上の役割を担い、ディスカッションを通して展示全般のプロセスを実践する。最終的には、活動の概要をまとめたアーカイブ冊子を刊行する。

参考文献

なし

講義の構成とスケジュール

- 4 月 役割分担・7 月展示 (Extra) に向けたコンセプト確定
- 5 月 Extra の広報発信・作品制作
- 6 月 Extra の運営準備・作品制作
- 7 月 Extra 開催
- 8 月 オープンキャンパス出展・11 月展示 (制作展) に向けたコンセプト確定・作品制作
- 9 月 作品制作
- 10 月 制作展の広報発信・運営準備・作品制作
- 11 月 制作展開催
- 12 月 アーカイブ冊子の製作
- 1 月 アーカイブ冊子の完成

メディア・ジャーナリズム論研究指導 I

(災害情報・調査法：なぜ人は「コミュニケーション」をとろうとするのか?)

関谷 直也 准教授

A1A2 ターム 月曜4限(4単位) 時間割コード: 5A103001

講義概要

「理解を求める」「コミュニケーションをとる」とはどういうことなのか? 東京電力福島第一原子力発電所事故、災害に関連する「コミュニケーター」をインタビュー取材し、記事・論文にまとめます。

前提知識は必要としませんが、研究指導ですので本テーマに関心・興味があることを前提とします。かつヒアリング・インタビュー取材、それらをまとめるなど授業外の作業を行うことが前提となります。最終的な形式として「記事」「書籍」「論文」など何らかの媒体にパブリッシュされること(もしくはそのクオリティに達すること)を目標にします。受講生の関心によっては、現地見学・現地ヒアリングも実施します。

参考文献

必要に応じて授業内で紹介する。

講義の構成とスケジュール

第1回 ガイダンス1

第2回 ガイダンス2

第3回 対象者選定・インタビュー項目策定①

第4回 対象者選定・インタビュー項目策定②

第5回 インタビューの実施計画策定・実施・進捗報告①

第6回 インタビューの実施計画策定・実施・進捗報告②

第7回 インタビューの実施計画策定・実施・進捗報告③

第8回 インタビューの実施計画策定・実施・進捗報告④

第9回 インタビューの実施計画策定・実施・進捗報告⑤

第10回 記事・論文の作成

第11回 記事・論文の作成

第12回 中間報告

第13回 まとめ・報告会

情報産業論実験実習V

(進化する出版ビジネスと編集者の仕事の近未来)

谷口 優 講師
(株式会社宣伝会議)

A1 ターム 月曜5・6限(4単位) 時間割コード: 5A204005

講義概要

出版市場はここ数年、縮小を続けていますが、その中で「出版物の販売収入を得る」以外の新しいビジネスのモデルが国内外で生まれています。本講義では、最前線の出版ビジネスの動向を探求しながら、そこにおける編集者の仕事の近未来を考えていきます。「出版」と銘打ってはいますが、新聞やWebメディアも含めて広く、情報コンテンツビジネスについて扱う予定です。随時、国内のメディアビジネスの実務家をゲスト講師として招聘する予定です。

参考文献

MEDIA MAKERS—社会が動く「影響力」正体

講義の構成とスケジュール

- 第1週 イン트로ダクション
- 第2～3週 国内外の出版社における新たなビジネスモデル研究
- 第4～5週 編集者の仕事研究(書籍/雑誌/Webメディア)
- 第6～7週 取材・執筆実務(実地研修/課題提出)
- 第8～9週 人をひきつけるコンテンツづくり(ゲスト講師予定)
- 第10～11週 企業とコンテンツメーカー関わり(編集者の仕事、その未来構想)
- 第12～13週 グループワーク(出版ビジネスの未来構想)

メディア・ジャーナリズム論講義Ⅷ

(インターネットとニュースの未来を考える)

石戸 諭 講 師

(バズフィード/フリーランス (元毎日新聞社))

A1A2 ターム 火曜5限 (2単位) 時間割コード: 5A101008

講義概要

「インターネット時代における、ニュースの役割とは何か？」を大テーマに掲げて、講義を展開します。流行している表層的なフェイクニュース批判やファクトチェックに関する議論にとどまることなく、インターネットを活用したニュースのポジティブで可能な未来を構想すること。そして、新しい価値観を持ったニュースメディアの担い手を創出することを目指しています。具体的な取材事例に基づき、考察を深めていきます。

参考文献

石戸諭『リスクと生きる、死者と生きる』(亜紀書房、2017年)
石戸諭『ニュース、大転換時代(仮)』(ちくま新書、近刊予定)

講義の構成とスケジュール

- 第1週 インターネット時代におけるニュースとは何か？
- 第2週 体験的新聞メディア論1
- 第3週 体験的新聞メディア論2
- 第4週 体験的インターネットメディア論1
- 第5週 体験的インターネットメディア論2
- 第6週 インターネットメディアの課題と可能性
- 第7週 ニュージャーナリズム論1
- 第8週 ニュージャーナリズム論2
- 第9週 雑誌、出版に可能性はあるのか？
- 第10週 インターネットを掛け合わせるメディア
- 第11週 「個人」ジャーナリズムの時代？
- 第12週 SNSと「分断」
- 第13週 分断を乗り越えるメディア論

情報技術論講義VII

(メディアテクノロジーとエンタテインメント)

中村 秀治 講師
(株式会社三菱総研)

A1A2 ターム 火曜6限(2単位) 時間割コード: 5A401007

講義概要

4K8Kなどの新しい放送・映像処理技術、AI、IoT、SNS、自動車のICT化・メディア化、デジタルサイネージなど屋外広告とモバイル連動による都市アクティビティ全体でのメディア展開など、これから拡大するメディアテクノロジーによるエンタテインメントビジネスの将来像を考えます。

講義では、テクノロジーの最新動向の紹介のほか、エンタテインメントビジネスに携わる専門家のゲスト講義を加え、実事業への実装可能性について議論します。講義のまとめとして、これからのエンタテインメントビジネスの拡大について、講義で習得したテクノロジーに関する情報も踏まえ、グループワークを実施する予定です。

参考文献

デジタルサイネージ2020(東急エージェンシー)

日本の広告(電通より毎年Webに公開されています)

講義の構成とスケジュール

- 第1週 インTRODクシヨN (MRI 中村・杉浦)
- 第2週 テクノロジ紹介・概論① (MRI 杉浦)
- 第3週 テクノロジ紹介・概論② (MRI 中村)
- 第4週 4K8K・映像系ビジネスの最新状況 (NEP)
- 第5週 エンタテインメントビジネス紹介・web活用の活性化 (Avex)
- 第6週 エンタテインメントビジネス紹介・リアルライブ系 (Avex)
- 第7週 OOH(屋外広告)・デジタルサイネージ (電通)
- 第8週 エンタテインメントビジネス紹介エンタメ&スポーツ (NEP)
- 第9週 テレビ×インターネットに関する革新的な取り組み (HARoiD)
- 第10週 エンタテインメントビジネス紹介 (BANDAI NAMUCO)
- 第11週 エンタテインメントビジネス紹介 (Lantis)
- 第12週 エンタテインメントビジネス事業の可能性 (MRI 中村)
- 第13週 グループワークと発表 (MRI 中村・杉浦)

メディア・ジャーナリズム論講義VI

(日本テレビ史「テレビとはなんだったのか?そして未来は?」～バラエティ番組を中心として)

土屋 敏男 講師
(株式会社日テレラボ)

A2 ターム 水曜5・6限(2単位) 時間割コード: 5A101006

講義概要

日本にテレビが生まれて66年。最近では”オワコン”と言われ”テレビ離れ”と言われて久しい。そのテレビのジャンルの中で「バラエティ番組」は大きな位置を占めながらこれまでほとんど研究されてこなかった。日本のテレビ史を誕生からその存在理由を探り、その存在が大きくなって理由、そして「テレビとは何なのか?」に迫ります。さらにネット、スマホが生活の中心になる中でのテレビ、動画メディアの未来を学生と一緒に探っていきます。

参考文献

元祖テレビ屋ゲバゲバ哲学 井原高忠
70年代と80年代 テレビが輝いていた時代 市川哲夫
テレビリアリティの時代 大見崇晴
テレビの青春 今野勉
1989年のテレビっ子 戸部田誠

講義の構成とスケジュール

- 第1週 コンテンツとは何か?
- 第2週 エンターテインメントとは何か?
- 第3週 テレビの誕生
- 第4週 バラエティ番組の誕生
- 第5週 萩本欽一はなぜ視聴率100%男になったのか?
- 第6週 バラエティ番組はなぜドキュメント化したのか?
- 第7週 フジテレビはなぜ13年首位を取り続けたのか?
- 第8週 「視聴率がいい」とは一体何か?
- 第9週 インターネットの出現で何が変わったのか?
- 第10週 テレビの歴史を変えた男 五味一夫
- 第11週 今バラエティ番組の製作者は? 小松純也
- 第12週 今バラエティ番組の製作者は? 古立善之
- 第13週 動画メディアの未来は?

情報社会論文献講読Ⅳ

(信頼の社会学・情報学)

大野 志郎 助教・松原 妙華 助教

A1A2 ターム 木曜4限(2単位) 時間割コード: 5A302004

講義概要

近年、情報技術の発展や情報源の多様化に伴い、情報や技術をいかにして信頼するのかという視点が、社会を読み解くために必要不可欠な要素となっている。

この講義では、ソーシャルメディア、マスメディア、政治、ビジネス、医療、教育、AIなどの情報技術など、様々な領域における、信頼の考え方について学ぶと共に、長期的な視点から議論することが目標となる。

受講生は、指定の文献および関連する論文等を読むとともに、担当部分のレジュメ作成・報告を行い、また授業内でのディスカッションに参加することが求められる。

具体的な授業の進め方や分担については、ガイダンスで説明を行う。

教科書

小山虎 編 2018 信頼を考える リヴァイアサンから人工知能まで 勁草書房

参考文献

ニコラス・ルーマン (大庭健=正村俊之訳) 『信頼: 社会的な複雑性の縮減メカニズム』(勁草書房、1990)

アンソニー・ギデンズ (松尾精文=小幡正敏訳) 『近代とはいかなる時代か?: モダニティの帰結』(而立書房、1993)

講義の構成とスケジュール

- 第1週 ガイダンス、調査・研究と信頼
- 第2週 ホップズ: 信頼と社会契約
- 第3週 ヒュームとカント: 信頼と思想
- 第4週 ルーマンの信頼論
- 第5週 ギデンズの信頼論
- 第6週 政治と信頼
- 第7週 社会心理学における信頼
- 第8週 組織と信頼
- 第9週 教育と信頼
- 第10週 医療、福祉と信頼
- 第11週 機械への信頼
- 第12週 人工知能と信頼
- 第13週 メディアと信頼

メディア・ジャーナリズム論講義Ⅶ

(実践的ジャーナリズム入門)

福永 宏 講 師

(元・読売新聞社/元・東洋経済新報社・情報学環同窓会副会長) 他

A1 ターム 木曜5・6限(2単位) 時間割コード: 5A101007

講義概要

東京大学新聞研究所・社会情報研究所・情報学環教育部同窓会は教育部の出身者による講義を本年度も実施する。現在、新聞、放送、雑誌などのいわゆる「既成メディア」は、知識人、種々の政治勢力、統治権力、一般大衆などさまざまな方面から批判を受けている。これはわが国のみならず、米国でもみられるように世界的な現象といえる。さらに、経済的にもネットメディアに追い上げられて部数、視聴率、広告収入などの経済的面でかつてない厳しい状況に直面しており、こうした傾向は、今後、さらに強まると考えられる。そこで本講義では、ネットメディアを含むジャーナリズムやメディアの現場で活動している本教育部出身者が自らの直接的な体験を踏まえ、現在の言論界の状況やジャーナリズムが置かれている実情を紹介・解説し、受講者と討論する。将来、メディアやジャーナリズム分野へ進もうと考えている者はもちろん、他分野への就職を考えている研究生にとっても、「現在」を理解するために有益な体験となるであろう。

参考文献

『石橋湛山評論集』石橋湛山著／岩波文庫

『「ポスト真実」にどう向き合うか』八巻和彦編著／成文堂

講義の構成とスケジュール

毎回、新聞、テレビ、出版、広告などさまざまなメディアの講師が登壇して講義を行う。