

## 目白大学メディア学部 設置の趣旨等を記載した書類

### 目 次

1. 設置の趣旨及び必要性	……	p. 1
2. 学部・学科の特色	……	p.1 5
3. 学部・学科の名称及び学位の名称	……	p.1 6
4. 教育課程の編成の考え方及び特色	……	p.1 7
5. 教員組織の編成の考え方及び特色	……	p.2 5
6. 教育方法、履修指導方法及び卒業要件	……	p.2 7
7. 施設、設備等の整備計画	……	p.3 9
8. 入学者選抜の概要	……	p.4 3
9. 取得可能な資格	……	p.4 4
10. 社会連携プログラムの具体的計画	……	p.4 4
11. 管理運営体制	……	p.5 9
12. 自己点検・評価	……	p.6 0
13. 情報の公表	……	p.6 1
14. 授業内容等の改善を図るための組織的な取り組み	……	p.6 2
15. 社会的・職業的自立に関する指導及び体制	……	p.6 3

# 目白大学メディア学部 設置の趣旨等を記載した書類

## 1. 設置の趣旨及び必要性

### (1) 目白大学の教育理念

本学の建学の精神は、「主・師・親」である。「主」は国家、社会への献身的態度、「師」は真理探究の熱意、そして「親」は人間尊重の精神を意味している。この建学の精神は、豊かな人間関係を育み、自己教育に励み、自立した社会人として生き抜く力量を養うという教育の実践基盤を示すものである。この建学の精神に基づき、教育の理念を以下のように定めている。

第1は良識ある日本人として国を愛し、国家・社会の誠実な成員としての責任感と連帯意識を養い、公共奉仕の念を培い、やがて国際社会に生きる日本の力強い担い手に成長すること。第2は自らを真理に向けて導いてくれる人に対して敬愛の念を持って接し、常に謙虚にものごとを学ぶ態度を養うこと。そして第3は人が互いに慈しみ育む場である家庭を大切にし、家族愛、人間愛の尊さを理解し実践することである。

本学の使命は、「創造的な知性と豊かな人間性及び応用的諸能力をそなえ、わが国の発展、国際社会の平和と福祉に貢献する主体性のある人材の育成」である。また、本学の社会的使命としては「育てて送り出す」ことを標榜してきた。本学は、「大学における『教育の可能性』を最大限に追究し、『育てて送り出す大学』を実現するため、必要と考えられる適切な手段・方法・システムを開発し、大学の教育の強化に努める」ことを目指してきた。大学で学んだことを将来にどう生かすかを前提に、学生の熱い想いに応え、そこで求められる真の力を伸ばすことが本学の使命である。

新設のメディア学部においても、この教育方針を継承するとともに、メディア学の理論的探究と社会的実践を架橋し、両者を体系的にむすびつけた教育研究を推進する。また、企業や地方公共団体、地域団体等と連携をはかり、大学内での講義・演習科目を通して得たメディア学に関する理論、調査技法、表現技術を社会へと還元しながら自らもさらなる気づきやフィードバックを得られるような教育課程を構築する。これらの教育課程を通じて、深い専門性を持ち、主体的に考えて社会問題を解決していきけるような人材を育成していく。

### (2) 本学部におけるメディア学の定義

本学メディア学部におけるメディアとは、以下のような媒体・表現・技術・場などを指している。

- ①情報やコミュニケーションを媒介し、社会に多大な影響を与え得るものであると同時に、社会的に構成され、変容していくもの
- ②人間の感覚を拡張するものであると同時に、人間の生活の中で経験され、また人間の生活を構成するもの

そして、上記のようなメディアに対する理解の下、本学部ではメディア学を「現代社会、人間生活とメディアとの関わりを批判的・主体的にとらえ、来たるべきメディア社会を構想し、人間生活の向上に役立てる学」と定義する。この定義に含まれる「批判的・主体的」とは、単にメディアが提供する情報に対して疑いを持つという意味にとどまらず、現代社会や人間生活の中でメディアが占める位置や、その機能・役割などを根本から問い直し、自ら思考する態度を含んでいる。この定義の下、本学部はメディア学を理論的探究と社会的実践を架橋し、両者を体系的に結びつける学問として位置づけ、教育研究を行う。

### (3) メディア学部創設の学問的背景

前述の通り本学部におけるメディア学は、理論と実践の架橋を大きな特徴としている。近年、マスメディアの情報を批判的に読み解き、また自ら主体的に情報を発信する能力としてのメディア・リテラシーの重要性が主張されている。その背景としては、インターネットの誕生以降、誰もが情報の送り手・受け手双方になりうる。いわば「担い手」として位置づけられるようになった潮流の中で、「メディア・プラクティス」（水越伸・吉見俊哉）といった概念に象徴される、自分自身でメディアを構想・構築し、情報を発信し、主体的に社会とかかわる実践的な視点が登場した点が挙げられる。送り手から受け手へ一方向的に情報が伝達されるマス・コミュニケーションを前提としたモデルから、より多元的なコミュニケーションをとらえるためのモデルが要請される中、理論を踏まえながら実践することの重要性が唱えられるようになった。こうした学問的背景の上に展開する本学部のメディア学は、理論的探究と社会的実践を架橋し、両者を体系的に結びつけている点に大きな特徴がある。

さらに本学部のメディア学は、1. 社会・文化 2. 産業・消費 3. 表現・技術という3つの視点から、現代社会や人間生活とメディアとの関わりをとらえ実践していく学として展開する。この3つの視点を支える学問的背景は、以下の通りである。

#### ① メディアと社会・文化に関する研究

戦時中のプロパガンダ報道に対する批判的研究をその起源に持つマス・コミュニケーション効果研究は、その後もマスメディアが受け手に及ぼす影響の変化を実証的に明らかにしてきた。また、サブカルチャー受容者へのエスノグラフィーを通し

てメディアオーディエンスの能動性を描き出した1970年代イギリスのカルチュラル・スタディーズは、その後、社会や日常生活に埋め込まれたメディアの位置づけを浮き彫りにする研究へとその対象や方法論を広げてきた。

こうした学問的背景の上で、本学部のメディア学は、国境を越えておこなわれるマス・コミュニケーションと、地域単位でおこなわれるローカルなコミュニケーション、そして個人同士をミクロに結ぶコミュニケーションを、日常生活に埋め込まれた多種多様なメディア機器が媒介している現代社会において、自らも情報発信を行いながらさまざまなメディアの位置づけや影響を多角的に分析し、それが社会や人間とどのような関係にあるのかを理論的・実践的に探究する。

## ② メディアと産業・消費に関する研究

前述のカルチュラル・スタディーズ以降、メディアコンテンツがどのような構造の下で生み出されているか、そのプロセスをより広い視座でとらえようとする研究が行われてきた。日本でも2001年に日本マンガ学会が、2006年に日本デジタルゲーム学会が設立され、エンターテインメント業界を中心に、コンテンツの生産・流通・消費のプロセスがさまざまな角度から研究されるようになってきている。

一方でメディアと消費に焦点を当てると、人びとのモノに対する欲求はどのような社会構造の中から生み出されるのかを探究する消費社会論の領域で、メディアはたびたびその議論の俎上に上がってきた。また、消費社会研究者の三浦展が鋭く指摘したように、人口が減少し経済力が低下している現在の日本では、人びとの消費のありようも、モノの消費から、経験やコミュニケーションの消費へと移行しつつある。すなわち、大量生産を前提とした豊かさの消費から、個人による差別化のための記号消費を経て、現代では人と人とのつながりに価値が見出されるようになりつつある。こうした中、メディアはいかなる経験を生み出し、また媒介することができるかが、重要な課題となっている。

このような学問的背景の上で、本学部のメディア学は、メディアコンテンツを生み出す産業とその消費のあり方を重要な研究対象のひとつに据える。そしてメディアコンテンツの生産・流通・消費のプロセスと、その背後にある社会構造や人間生活の様態を、理論的・実践的に探究する。

## ③ メディアと表現・技術に関する研究

カナダの英文学者マーシャル・マクルーハンは、メディアが発するメッセージの内容ではなく、メディア技術そのものが人間の身体をいかに拡張するかを論じた。またドイツの哲学者ヴァルター・ベンヤミンが提唱した複製芸術論や、同じくドイ

ツのフランクフルト学派をはじめとして、哲学や社会学の領域において、メディア表現や技術と社会・人間の関係は常に議論の対象になってきた。

映画やテレビといった既存のメディア表現について、その歴史的背景や表現特性に関する研究がさまざまな形で蓄積されてきた一方で、双方向性の模索や新技術の導入などにより、その表現のありようは近年きわめて多様化している。これまでに培ってきた表現技術を活かしながら新しい表現の形に挑むメディアアートも人口に膾炙しつつあり、こうした表現活動が社会とどのような関係にあるかを探る研究も、社会学領域を中心に活発におこなわれている。

こうした状況を踏まえて本学部のメディア学では、メディア技術の根底にある仕組みや考え方を理解し、これらの技術を用いて新しい表現の可能性を追求しながら、メディアと人間・社会との関係を理論的・実践的に明らかにする。

このような学問的背景ならびにそれを踏まえた3つの視点を軸に、本学部では「現代社会、人間生活とメディアとの関わりを批判的・主体的にとらえ、来たるべきメディア社会を構想し、人間生活の向上に役立つ学」としてのメディア学を展開していく。

#### **(4)メディア学部創設の社会的背景—幅広い視野でメディアを活用できる人材供給の必要性**

本学部は、中央教育審議会答申「我が国の高等教育の将来像」（平成17年1月）で提示されている大学の7機能のうち、とりわけ「幅広い職業人養成」と「社会貢献機能（産学官連携、地域貢献）」を重点的に担う。このうち、「幅広い職業人養成」を担うべき社会的背景を以下に示す。

近年、ICTの普及で社会のデジタル化が急速に進展している。インターネットやタブレット、スマートフォンなどのスマートデバイスの普及がICTサービスを可能にしてきた。加えて、LINEなどのソーシャルメディアやアプリケーション（アプリ）はすでに毎日の生活とビジネスの中に浸透し、日常生活に必要不可欠になっているといっても過言ではない。特にスマートフォンの利用率は、「総務省平成28年度版情報通信白書」によると、日本、米国、英国、ドイツ、韓国、中国の各国別の年代平均でほぼ6割強に達している。日本では50代が54.0%、60代が35.0%と他の国々と比較して低いが、20歳代で87.0%、30歳代は73.0%に及んでいる。（資料1）

他のデジタル技術やデジタル・メディアも急成長している。ゲームの世界では「Pokemon GO」はAR（オーグメンテッドリアリティ：拡張現実）技術を使って発表後8週間で世界中で5億ダウンロードを記録、世界的なブームを巻き起こした。また、ソ

ニーのプレイステーションも2016年の12月にVR(バーチャルリアリティ:仮想現実)の技術を導入した「PlayStation VR」を展開している。

これはゲームに限られたことではない。VR技術は自動車の試乗運転や、結婚式場や、旅行業界、医療の手術現場にまで導入されつつある。米IDCの市場調査によると、2016年のAR/VRの製品出荷台数は1000万台に達する見通しだという。また、2020年には1億1000万台を超えると予測されている。(資料2)

今後は、IoT(Internet of Things)、AI(人工知能)、ロボット、ビッグデータ、ネットワークなどの飛躍的な進化によって、あらゆる領域において新しいデジタル技術が導入され、仕事や生活を劇的に変化させていくだろう。インターネットに関わりがない業種・業態はもう存在しないといっても過言ではない。事実、新聞報道によるとITやメディア・広報関連の業種は人材不足が深刻で、未経験者に対して無料で研修講座を実施し、即戦力として社会に送り出すサービスも盛んだと伝えている。(資料3(その1)) また、ベンチャー企業や中小企業等を中心に、デジタル技術やメディアの情報活用能力の基礎を学んだ優秀な広報担当人材が不足している。「日経MJ」(2016年4月27日)は、「敏腕広報欲しい!ベンチャー、熱き争奪戦、複数社で『シェア』も、有能な大学生抜擢、育成のプロ現る(人が足りない)」といった見出しで人手不足を報じている。(資料3(その2))

また、経済産業省の産業構造審議会の「『新産業構造ビジョン』～第4次産業革命をリードする日本の戦略～」(2016年4月)は、第4次産業革命による就業構造変革により、「情報サービス部門(情報サービス、対事業所サービス)」、「おもてなし型サービス部門(旅館、飲食、娯楽等)」の従業者数が増加していると論じている。特に「情報サービス部門」は、第4次産業革命の中核を担い、成長を牽引する部門として、付加価値・従業者数が大きく拡大するとし、「おもてなし型サービス部門」よりも従業者数は増大すると指摘している。「情報サービス部門」は、2015年度の従業者数は641万人で、2030年度までに72万人従業者数が増大するのに対し、「おもてなし型サービス部門」は654万人で、24万人増だと予測している。(資料4)

そこでこのようなメディア関係に存在する顕在的人材需要のみならず、潜在的な人材需要にも対応できる大学教育が必然的に必要となる。それは、今後さらに加速するデジタル化社会のニーズに応えることができる人材の養成である。さらにその人材ニーズは、単にメディア関連企業にとどまらず、従来の技術と新しいデジタル技術を融合し、イノベーションを起こし、新しい製品やサービスの開発にしのぎを削る規模の大小に関わらない一般企業でも同様である。本学部はまさにこの分野の最新の動向を踏まえた実践的な知識を有し、かつ、広い意味でのメディアの基礎を備えた能力を有する学生の養成を期しており、その社会的必要性はきわめて高いと考えている。

## (5) メディア学部設置の必要性

本学では既存の社会学部メディア表現学科において、メディアの知識と技術を教え、表現をその中心に据えてきた。その設置は2000年であり、将来コンピュータ技術がさらに進歩し、人々は情報の受け手に止まらず情報の発信者になり、その表現のあり方が問われるであろうことを見越して設置された。

それから約16年、上記(4)の「メディア学部創設の社会的背景」でも述べたように、メディアの世界はインターネットとデジタル技術の急激な発達によって激変していることから、既存のメディア表現学科の従来の枠組みではメディアの世界を十分に捉えきれなくなってきた。すなわち、これまで教育研究の対象としてきた出版、テレビ、広告、デザイン、デジタル・エンターテインメント、インターネットなどを単なる媒体として一元的に捉えるのではなく、メディア技術の根底にある仕組みや考え方を理解し、これらの技術を用いて新しい表現の可能性を追求することが求められている。したがって、既存の社会学部メディア表現学科に替えて、新たにメディア学部を設置し、1. 社会・文化 2. 産業・消費 3. 表現・技術という3つの視点から、現代社会や人間生活とメディアとの関わりをとらえることにより、今後の激変する環境に通用する学問として、理論的探究と社会的実践の架橋を大きな特徴とするメディア学を教授することにしたものである。

また、「育てて送り出す」という本学の目指す教育上の特色は、「育てる」、「伸ばす」、「送り出す」という3つに纏めることができる。このような特色を踏まえて、「実践重視で力をつける」、さらに「将来につなげる、社会につなげる」というコンセプトはメディアの先端分野を学ぶのに役立つと考えられる。現在、大学よりも企業や研究所の方がメディアの開発やその応用では先んじていて、そこで新しいテクノロジーに触れることも貴重な体験となりうる。加えて、メディアを学ぶことにおいて特に重要なのは、知識を身につけるのみならず、身につけた知識をより実践的に深めていくことである。よって、これまで既設の社会学部メディア表現学科において実施してきたインターンシップについては、メディア学部においては「社会連携プログラム」などの実施を通じてさらに拡充することとしており、「将来につなげる、社会につなげる」学びを充実させていく。

この新学部の特徴は、以下5つの点に纏めることができる。

- ① メディア学の軸となる3つの視点を基点とした3分野編成
- ② 体系的・順次的な学び
- ③ 理論と実践の架橋
- ④ 外部企業や団体と連携し、実践的な学びを実施
- ⑤ その学びをサポートする設備環境の充実

## ①メディア学の軸となる3つの視点を基点とした3分野編成

メディア学の軸となる3つの視点を基点にした体系的なカリキュラムを提供するために、次の3分野を編成した。

- a) メディアと社会・文化
- b) メディアと産業・消費
- c) メディアと表現・技術

## ②体系的・順次的な学び

これまでに述べてきた定義、学問的背景、軸となる視点の上に展開するメディア学について、その学びを構成する要素は以下の4点である。

- 1) メディアのメッセージを批判的・主体的に読み解き理解するとともに、効果的なメッセージの発信の手法について学ぶ。
- 2) 現代社会を取り巻くメディア環境を理解し、これまでの、およびこれからのメディアの役割について、理論的・実践的に学ぶ。
- 3) 情報の生産・流通経路が複雑化する現代において、メディアコンテンツはいかなる背景の中でいかに生み出され流通しているか、また生活者はメディアを介した情報や経験をどのように消費しているか理論的・実践的に学ぶ。
- 4) 多様化するメディア表現の特徴や、それを可能にする技術の仕組みを理解した上で、新たな表現・技術の可能性を探究しながら、社会や人間と表現・技術の関わりについて理論的・実践的に学ぶ。

1)は本学部におけるメディア学の学びに通底する要素であり、さらに2)～4)のそれぞれの要素には、メディア学の軸となる3つの視点（社会・文化、産業・消費、表現・技術）を支える理論と、その先に展開される個別具体的な教育研究の対象（ジャーナリズム論、メディア文化論、広告論、イベント論、アニメーション論、映像論、映画論、メディア情報論など）が結びついている。これらを有機的かつ体系的に構成することで、メディア学の学びは成り立っている。このような学びを通して本学部は、教育研究の対象とする諸領域におけるメディアの役割を的確にとらえ、現代社会や人間生活とメディアのよりよい関係を構想する。そして、その構想を実際にメディアを用いて表現・実践し、評価を行う。

### ③理論と実践の架橋

メディア学部はメディアのスキルや知識だけではなく、それらをいかに駆使し、社会が抱える様々な問題を分析し、解決に向かって役立てていくのかを重視している。身につけた知識を活かしていかに社会を変革し、より良い生活や社会を形成していくのかが問題となる。そのためには社会が抱える問題を理解し、それについて考える分析力や問題発見能力、そしてそれを他者に伝える表現力を育成していくことが肝要である。

これらを踏まえて本学部では、メディア学の基礎となる理論を学ぶ「学部基礎科目」とともに、より広い視野で社会やメディアを見渡せるように、「学部基幹科目」「展開科目」を設け、さらにこれらを通して身につけた知識を実践的に活かす「社会連携プログラム」「卒業研究」で理論と実践の架橋を図る（下表参照）。

#### メディア学部の科目区分

科目区分		内容
学部基礎科目		メディア学の理論的・歴史的・技術的基礎を学ぶ
学部基幹科目	コア領域	メディア学の軸となる3つの視点（社会・文化、産業・消費、表現・技術）を支える理論を学ぶ。
	方法論領域	現代社会や人間生活とメディアとの関わりを批判的に捉えるための方法を身につけ、また、社会の中で実践する上で必要となる調査・企画・表現の技法を身につける。
展開科目		「メディアと社会・文化分野」「メディアと産業・消費分野」「メディアと表現・技術分野」から1分野を選択して、個別具体的な教育研究の対象について学び、応用的な能力を身につける。
社会連携プログラム		メディア学の知識や方法を、大学外の団体・組織と連携して実践的に活かす。
卒業研究		これまでの学びの集大成として卒業研究に取り組む。

#### 学部基礎科目

本学部の全学生が身につけるべきメディア学の基礎について理解をさせる科目区分である。具体的には、メディア学の基礎的理論を理解する科目群と、メディア学の背景にある制度や歴史を理解する科目群の2つから構成されている。すべての科目を1年次の必修科目とし、メディア学の基礎を学ぶ。具体的な科目は以下の表の通りである。

### 学部基礎科目の配置（◎は必修科目）

メディア学の基礎的な理論を理解する	メディア学の背景を理解する
◎メディアと社会	◎メディアとモラル
◎メディア学概論	◎メディアと心理
◎メディア情報概論	◎メディア社会と法
◎メディア・リテラシー論	◎メディア発達史

### 学部基幹科目

本学部生が共通して学ぶべき科目を配置した科目群である。メディア学の軸となる3つの視点（社会・文化、産業・消費、表現・技術）から、現代社会や人間生活とメディアがどのようにかかわっているかを理解するコア領域(必修)と、社会のありようを調査し理解するための方法やメディアを活用して社会の問題解決や情報発信を行うための技法を学ぶ方法論領域（必修+選択必修）の2領域から構成されている。学部基礎科目とこの学部基幹科目をあわせて学ぶことで、メディア学の基本的な考え方や理論的背景、ならびに研究の方法、必要な技法について全員が理解することができるよう科目を配置している。なお履修モデルにおいて詳細を示しているが、学部基幹科目の中でも選択必修となる方法論領域については、展開科目の各選択分野にあわせて、適切な年次に履修するよう指導を行う。（資料5～9 履修モデル(1)～(5)参照）

### 学部基幹科目の配置（◎は必修科目）

メディア学の視点	コア領域	方法論領域
社会・文化	◎メディア社会論	◎メディア調査法 1 メディア調査法 2 メディア統計分析 コンテンツ企画 メディア取材法 メディア文章表現
産業・消費	◎メディア産業概論 ◎消費社会論	◎メディア技法入門 ◎造形入門 ◎デザイン技法 I デザイン技法 II
表現・技術	◎美術入門 ◎情報社会論	編集技法 I 編集技法 II 写真撮影技法 Web 技法 メディア身体表現 デジタル・プレゼンテーション I デジタル・プレゼンテーション II

## 展開科目

メディアの特性をより深く理解・研究し、またメディアを活用して制作・表現する能力を身につける科目群である。この展開科目はメディア学の視点に対応した、以下の3つの分野から構成されており、本学部生はこの中から中心的に学ぶ1分野を選択し、学びを深めていく。

### ① メディアと社会・文化分野

社会学をはじめとするメディアに関するさまざまな研究成果を背景に、メディアが社会や文化に与える影響について理論的・実践的に学ぶ。

### ② メディアと産業・消費分野

コンテンツが生産され、流通し、消費される一連のプロセスとその社会的背景を理論的・実践的に学ぶ。

### ③ メディアと表現・技術分野

メディア技術を介した表現の社会的位置づけと、こうした技術が社会で果たしている役割、ならびに今後の可能性について理論的・実践的に学ぶ。

分野の選択に至るまでの流れを示すと、1年秋学期～2年春学期にかけて学部基幹科目：コア領域を主に学び、メディア学の軸となる3つの視点から社会や人間とメディアの関わりをとらえる力を養う。その上で学生自身の学修目標や目指す進路を考慮しながら、2年次春学期に担任教員と面談して選択分野を決定する。

それぞれの分野は基礎的な講義科目から、実際の制作や調査・フィールドワークに至るまで、履修年次とともにその専門性を高めていくことのできる体系的なカリキュラム編成となっており、併せて履修することとなる学部基幹科目：方法論領域と連動させることで、メディア学という「学びの体系化」を図る。

## 社会連携プログラム

これまでの学部基礎科目、学部基幹科目、展開科目で培ってきた知識や技術を社会へ還元し、さらなる気づきやフィードバックを得ることを目的とした演習科目として、「社会連携プログラム」を設置している。このプログラムの具体的な流れは以下の通りである。

**2年次** これまでの授業を通して得た知識・技術を踏まえ、まずは実践的な調査・分析・表現を行うための練習課題を繰り返すことで、自らのスキルを確かなものにする。

**3年次** 選択した分野にかかわる実践をおこなっている演習クラスに入り、クラス単位でより実践的なプロジェクトを実施する。具体的には、身に付けたそれぞれのスキルを用いて、演習クラス担当教員の指導のもと自らの足でフィールドに赴き、調査・分析・表現等を行う。

**4年次春学期** 3年次のプロジェクトを振り返りつつ、個人単位で研究プロジェクトを立ち上げ、実施する。さらにプロジェクトを通して得られた知見について、メディア学の視点からその意義と課題を再検討し、4年次秋学期に卒業研究へ取り組む際に必要となるさまざまな視点や手法を修得する。

プロジェクトの具体的な内容としては、演習クラス担当教員の指導のもと、クラス内でチームを立ち上げて量的・質的社会調査をおこない、その成果をプレゼンテーションや成果集の頒布といった形で対外的に発表するプロジェクトや、地域の企業・団体・学校・商店などと連携して行う実践（地域振興のためのイベントの企画・実施や、学校等で実施するメディア教育ワークショップ、地元企業と連携したフリーペーパーの制作・頒布など）、各種コンテストへの応募、イベントへの出展などがある。これらを通して調査力・企画力・表現力を高めながら、その意義を学問的に捉え直し理論化していくことで、4年次秋学期に取り組む卒業研究を進める上で必要な能力を身につけることができるプログラムとなっている。

なお実施にあたっては社会連携プログラムのコーディネートを主な業務とする専任教員であるコーディネーター教員を置き、地域企業や団体などとの円滑なコミュニケーションを図るとともに、各分野で専門的研究を行う専任教員が、演習クラス担当教員としてそれぞれの視座から活動内容の精査と活動後の理論化の作業をサポートすることで、4年次まで責任を持って指導を行う体制を築くこととしている。

#### **卒業研究（4年次秋学期）**

4年次春学期までのメディア実践演習クラス担当教員が指導教員となり、**メディア実践演習の成果を踏まえてテーマを発展的に再設定し、4年間の集大成となる研究に集中的に取り組む**。卒業研究は選択分野にあわせてA:卒業論文（文献研究、実験や調査などの実証的なデータ分析に基づく報告、考察などを含む論文）、もしくはB:卒業制作（種々のメディア（言語、映画、DTP、写真、イラスト、絵画、CG、Webページ、インスタレーションなど）を用いた制作物）のいずれかを選択し、執筆・制作を行う。

#### **④外部機関との連携による実践的学びの実施**

「外部の企業や団体と連携し、実践的な学びを実施」することについては、「社会連携プログラム」として、「メディア基礎演習」「メディア実践演習」「インターンシップ」を開講する。また、外部講師による講義、演習、ワークショップ、そしてインターンシップなど現場の知識と技術を吸収することを目的とした科目を開設する。詳細は、「10. 社会連携プログラムの具体的計画」において述べる。

## ⑤学びをサポートする設備環境の充実

本学部には、既存のものも含めて約 200 台のアップル社製コンピュータを設置しており、学生 200 人が同時にコンピュータにアクセスしてもクラッシュしないだけのサーバの整備も含めたシステムを構築する。また最新の映像スタジオやワークショップ（ラーニングコモンズ）、イベント実習スタジオも活用でき、多角的なメディアの学びをサポートしていく。詳細は、「7. (1) 校舎の施設、設備等」で述べる。

## **(6) 教育研究上の対象とする中心的な学問分野**

本学部が教育研究上の対象とする中心的な学問分野であるメディア学は、社会・文化、産業・消費、表現・技術という 3 つの視点から現代社会や人間生活とメディアの関係を探究し、そのあるべき姿を構想する学問である。この 3 つの視点は、それぞれマス・コミュニケーション論、カルチュラル・スタディーズ、メディア産業論、消費社会論、美術、情報社会論などを理論的基点としている。さらにこれらの視点の上に、個別具体的な教育研究の対象としてジャーナリズム論、メディア文化論、広告論、イベント論、アニメーション論、映像論、映画論、メディア情報論などを配置し、分野横断的な教育研究や実践を行う。この 3 つの視点を軸として構成される 3 分野の詳細は以下の通りである。

### ①メディアと社会・文化

社会学を中心としたメディアに関するさまざまな研究成果の上に、メディアが社会や文化に与える影響について理論的・実践的に学ぶ分野である。具体的にはマス・コミュニケーション論、出版論、地域研究、カルチュラル・スタディーズなどを理論的な起点とし、現代社会におけるジャーナリズムの役割に関する研究、地域におけるメディア活用の事例研究、ならびにサブカルチャーの消費者を対象としたオーディエンス研究などを教育研究の具体的な対象として展開する。

### ② メディアと産業・消費

これまでも社会学の関連領域において、産業と消費はきわめて重要なキーワードとして用いられてきた。メディア産業研究においては、メディア産業を独自の「生産の文化」を持つ組織としてとらえ、コンテンツが生み出され流通していく構造的背景を明らかにする研究が展開されてきた。また消費社会論の領域では、モノの消費・記号の消費から経験・コミュニケーションの消費へと、消費者の消費のモードの変化に焦点を当てた研究が蓄積されてきた。本分野ではこのメディア産業論と消費社会論を理論的基点とし、広告、イベント、ならびにエンターテインメントコンテンツを具体的

な教育研究対象として、こうしたコンテンツが生産され、流通し、消費される一連のプロセスとその社会的背景を理論的・実践的に学ぶ。

### ③メディアと表現・技術

マーシャル・マクルーハンは、メディアを人間の感覚を拡張する技術として定義した。また 20 世紀前半に多くの論考を残した哲学者ヴァルター・ベンヤミンは、複製技術によって芸術表現のあり方やそれを取り巻く大衆との関係が変化していくさまを「アウラの凋落」という概念を用いて記述した。現在、メディア技術を活用した表現活動は一部の専門家だけのものではなく、スマートフォンで撮影した映像をその場で SNS 上に公開して評価を得ることすら日常的になっている。このような状況を理解した上で、自らメディア技術を理解し表現を行いながら、メディア技術と人間や社会の関係を問い直すことを目的とした分野である。メディア技術が社会にどのような影響を及ぼしてきたかを検討する情報社会論を基点として、美術関係ならびに映像・情報関係の諸領域を横断しながら、映像や WEB・アプリ等の技術を介したメディア表現の社会的位置づけと、こうした技術が社会で果たしている役割、ならびに今後の可能性について理論的・実践的に学ぶ。

#### (7)メディア学部で育成する人材像

本学部で育成する人材像は、「現代社会・人間生活においてメディアが果たす役割を認識し、メディアに関する知識・活用能力を用いて社会の諸問題の解決に寄与する人材」である。この人材像は、「現代社会、人間生活とメディアとの関わりを批判的・主体的にとらえ、来たるべきメディア社会を構想し、人間生活の向上に役立てる学」としてのメディア学の学位授与方針、すなわちディプロマ・ポリシーと密接に関連している。

### メディア学部ディプロマ・ポリシー

- ①メディアを批判的・主体的に読み解く能力を身につけた上で、社会の諸問題について適切に評価し、解決に向けて努力することができる。
- ②メディアの機能や影響を理解した上で、適切な調査・表現・コミュニケーションを社会との関わりにおいて実践することができる。
- ③メディアの役割に関心を持ち続け、社会に貢献することができる。

さらに、こうした人材を育成するために、本学部の全学生に修得させる能力をまとめたのが、以下の 7 項目である。

## メディア学部 of 全学生に共通して身につけさせる能力

- 1) メディアを批判的・主体的に読み解く能力
- 2) 社会の諸問題を発見し、解決するために必要な知識を身につけ理解する能力
- 3) メディアの役割や機能について考え、理解する能力
- 4) メディアが社会や人間に与える影響について考え、理解する能力
- 5) メディアが関わる事象に対する実践的な調査・分析・評価をおこなう能力
- 6) メディアを効果的に活用し、表現やコミュニケーションをおこなう能力
- 7) 社会問題に対してメディアの役割を理解し、実社会での状況に対応した解決案を提示する能力

1)は本学部の学びを通して身につける能力の中でも基盤となる能力である。また2)～4)は、メディアと社会・人間の関係を考える諸領域に対する理解力・思考力を指しており、すべての科目を通して修得させる能力である。5)～6)は主として学部基幹科目の方法論領域や展開科目を通して身につける応用的能力を指しており、7)は学部基幹科目の方法論領域や展開科目、ならびに後述する社会連携プログラム、卒業研究などを通して身につける実践的能力を指している。

また、各分野の展開科目を学ぶ学生には、それぞれ以下に述べる能力を修得させる。

**メディアと社会・文化** 自らが生きる現代社会におけるメディアの役割や意義を理解し、メディアが持つ可能性や課題を多角的な視座から分析することを通して、社会に新しい価値や役割を創造し、解決策を提案する能力を育成する。

**メディアと産業・消費** メディアコンテンツの生産・消費の背景にある社会構造を理解し、自らもコンテンツを生み出しながら、メディア産業と消費者、ならびに社会との関係を多角的にとらえる能力を育成する。

**メディアと表現・技術** メディアが生み出してきた表現の特徴とその根底にある技術の仕組みを理解し、自らメディア技術を用いた表現をおこないながら、表現・技術・社会のよりよい関係を構想する能力を育成する。

以上のように、本学部ではすべての科目を通して共通に身につける能力を基盤とし、各選択分野において応用的な知識と技術を学習し活用しながら、社会に対する多角的な視点とメディアを活用する能力を養うとともに、その多角的な視点を用いて社会の諸問題の解決に寄与しうる人材を育成する。

## 2. 学部・学科の特色

### (1) メディア学部の教育の特色

本学部は、中央教育審議会答申「我が国の高等教育の将来像」（平成17年1月）で提示されている大学の7機能のうち、とりわけ「幅広い職業人養成」と「社会貢献機能（産学官連携、地域貢献）」を重点的に担う。

本学では、「創造的な知性と豊かな人間性及び応用的諸能力をそなえ、わが国の発展、国際社会の平和と福祉に貢献する主体性のある人材の育成」を使命としている。また「育てて送り出す」を社会的使命として、必要と考えられる適切な手段・方法・システムを開発し、大学の教育の強化に努め、社会の多様な分野で活躍できる職業人の育成に注力してきた。

本学部では、この教育方針を継承するとともに、企業や地方公共団体、地域団体等と連携をはかり、大学内での講義・演習科目を通して得たメディア学に関する理論、調査技法、表現技術を社会へと還元しながら自らもさらなる気づきやフィードバックを得られるような教育課程を構築する。これらの教育課程を通じて、深い専門性を持ち、主体的に考えて社会問題を解決していけるような人材を育成していく。

### (2) 基盤的・基礎的な能力の涵養

上記で示した能力をもつ人材を育成するため、本学部では、1,2年次にメディア学の基礎となる理論を学び、メディア学の軸となる3つの視点（社会・文化、産業・消費、表現・技術）から、現代社会や人間生活とメディアがどのようにかかわっているかを理解させる科目を配置（学部基礎科目と学部基幹科目：コア領域）している。これらの科目群の内容を学修することで、全ての学生が本学部の人材育成目標における基本的な考え方とメディア学の視点で社会をとらえるための視座を身につけるさせる。

### (3) 専門分野に対応した実践的な知識・能力の涵養

上記で示した学部基礎科目、学部基幹科目（コア領域）でメディア学の基礎知識やメディア学的な視座を修得させた後、メディアに関する様々な領域を応用的かつ実践的に学ぶために、2年次秋学期に展開科目の3つの分野（1.メディアと社会・文化分野、2.メディアと産業・消費分野、3.メディアと表現・技術分野）から1分野を選択する。分野は、本学部がメディア学の軸としている社会・文化、産業・消費、表現・技術、という3つの視点の上に個別具体的な教育研究の対象としてジャーナリズム論、メディア文化論、広告論、イベント論、アニメーション論、映像論、映画論、メディア情報論などを配置して体系化を図り、分野横断的な教育研究や実践を行うものであ

る。また、選択した分野に基づいて、後述する社会連携プログラムや卒業研究のテーマが展開される。

#### (4)外部団体と連携したPBL(Project-Based-Learning)型教育プログラム

企業・団体・地域などと連携しながら、大学内だけでは得がたい学びの場を創出するPBL(Project-Based-Learning)型教育プログラムである「社会連携プログラム」を実施する。学内での講義・演習科目を通して得たメディア学に関する理論、調査技法、表現技術を社会へと還元しながらさらなる気づきやフィードバックを得ることを目的としている。活動を通して、実際の社会のなかでメディアがいかに活用されているかを理解し、最終的には社会のなかでメディアを使ったさまざまな情報発信を実践的に行っていく力を養成する。併せて、社会において必要とされる「チーム力」「課題解決力」の総合的向上を図る。詳細は、「10.社会連携プログラムの具体的計画」においても述べる。

### 3. 学部・学科の名称及び学位の名称

本学部では「メディア学」を、「現代社会、人間生活とメディアとの関わりを批判的・主体的にとらえ、来たるべきメディア社会を構想し、人間生活の向上に役立てる学」と定義している。この定義の下、本学部は、理論的探究と社会的実践を架橋し、両者を結びつける学問としてメディア学を位置づけ、「現代社会・人間生活においてメディアが果たす役割を認識し、メディアに関する知識・活用能力を用いて社会の諸問題の解決に寄与しうる人材」を育成するための教育研究を行う。前記の人材を育成するにあたり、メディアと社会・文化、メディアと産業・消費、メディアと表現・技術という3つの視点から、現代社会や人間生活とメディアとの関わりを捉え、教育課程を構成する。なお、これらの3つの視点は、メディア産業論、消費社会論、美術、情報社会論などを理論的基点としており、個別具体的な教育研究の対象（ジャーナリズム論、メディア文化論、広告論、イベント論、アニメーション論、映像論、映画論、メディア情報論など）と有機的、体系的に結びついている。このような教育課程を構成することにより、本学部は、教育研究対象とする諸領域におけるメディアの役割を的確にとらえ、現代社会や人間生活とメディアのよりよい関係を構想し、その構想を実際にメディアを用いて表現・実践し、評価を行うことを可能とする。したがって「メディア学」は十分な学問基盤を有しており、教育課程としても適切なものである。

以上のことから、学部・学科の名称は、「メディア学部 メディア学科」とし、学位（分野）の名称としても「学士（メディア学）」とした。また、学部、学科の英文

名称についても「Media Studies」に統一することし、「メディア学部メディア学科」の英語名称を「Faculty of Media Studies, Department of Media Studies」とすることとした。

なお、国際的にも「Media Studies」は、メディア教育及び研究をする多くの大学の学部、学科、研究所で使用されている。そのため「Media Studies」は国際的にも十分に通用性がある名称だと考えている。

#### 4. 教育課程の編成の考え方及び特色

##### (1) カリキュラム・ポリシー

メディア学部メディア学科が養成する人材像は、「現代社会・人間生活においてメディアが果たす役割を認識し、メディアに関する知識・活用能力を用いて社会の諸問題の解決に寄与しうる人材」である。この人材像は、「現代社会、人間生活とメディアとの関わりを批判的・主体的にとらえ、来たるべきメディア社会を構想し、人間生活の向上に役立てる学」としてのメディア学の学位授与方針、すなわちディプロマ・ポリシーと密接に関連している。さらにこうした人材を育成するために、本学部の全学生に修得させる能力をまとめたのが、以下の7項目である。

##### 本学部の全学生に修得させる能力

- 1) メディアを批判的・主体的に読み解く能力
- 2) 社会の諸問題を発見し、解決するために必要な知識を身につけ理解する能力
- 3) メディアの役割や機能について考え、理解する能力
- 4) メディアが社会や人間に与える影響について考え、理解する能力
- 5) メディアに関わる事象に対する実践的な調査・分析・評価をおこなう能力
- 6) メディアを効果的に活用し、表現やコミュニケーションをおこなう能力
- 7) 社会問題に対してメディアの役割を理解し、実社会での状況に対応した解決案を提示する能力

そして、これらの能力を育成するためのカリキュラム編成の方針として以下の様なカリキュラム・ポリシーを定め科目を配置している。

##### カリキュラム・ポリシー

- ①メディア学の視点で社会や人間とメディアの関わりを理解すると同時に、メディアの未来を創造することのできる思考力・実践力を涵養するカリキュラム編成とする。

②メディアの役割や機能を理解するための講義科目と、メディアを効果的に活用しながら専門性を高める演習科目を、順次的かつ体系的に学修させるカリキュラム編成とする。

③大学外の各種団体・組織等とも連携しながら、将来の進路を見据えた実践的な学びを促すカリキュラム編成とする。

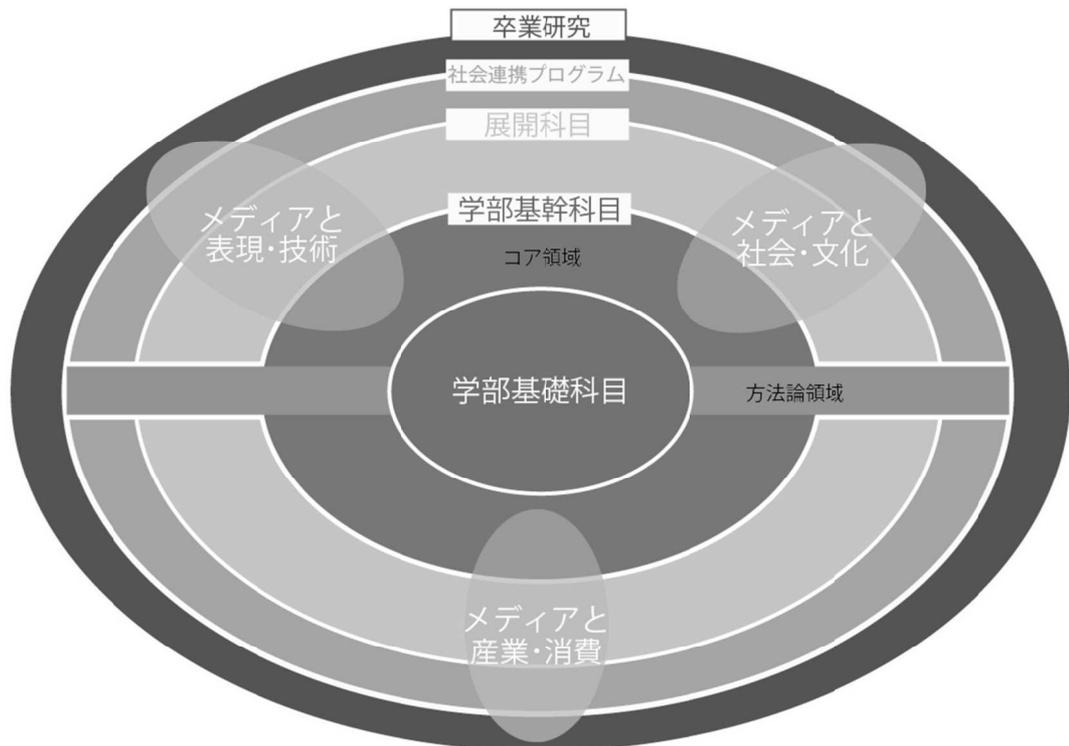
## (2) 教育課程の特色

本学部の教育課程では、教育研究上の目的とカリキュラム・ポリシーを実現するため、以下に示すような教育課程を編成している(下表および模式図参照)。

メディア学部の科目区分

科目区分		内容
学部基礎科目		メディア学の理論的・歴史的・技術的基礎を学ぶ。
学部基幹科目	コア領域	メディア学の軸となる3つの視点(社会・文化、産業・消費、表現・技術)を支える理論を学ぶ。
	方法論領域	現代社会や人間生活とメディアとの関わりを批判的に捉えるための方法を身につけ、また、社会の中で実践する上で必要となる調査・企画・表現の技法を身につける。
展開科目		「メディアと社会・文化分野」「メディアと産業・消費分野」「メディアと表現・技術分野」から1分野を選択して、個別具体的な教育研究の対象について学び、応用的な能力を身につける。
社会連携プログラム		メディア学の知識や方法を、大学外の団体・組織と連携して実践的に活かす。
卒業研究		これまでの学びの集大成として卒業研究に取り組む

## メディア学部教育課程の模式図



本学部の教育課程と、前述した「本学部の全学生に修得させる能力」と関連させて以下で説明する。1)は本学部の学びを通して身につける能力の中でも基盤となる能力である。また2)～4)は、メディアと社会・人間の関係を考える諸領域に対する理解力・思考力を指しており、すべての科目を通して修得させる能力である。5)～6)は主として学部基幹科目の方法論領域や展開科目を通して身につける応用的能力を指しており、7)は学部基幹科目の方法論領域や展開科目、ならびに社会連携プログラム、卒業研究などを通して身につける実践的能力を指している。

以下、本学の教育課程の特色を説明する。

### ① メディア学を段階的・体系的に学修させるための基礎教育

メディア学が対象とする研究領域を段階的・体系的に学修させるため、**1年次**には、専門教育科目への導入として学部基礎科目を置き、メディア学の基礎的理論の理解やメディア学の背景にある制度や歴史を理解させる。

さらに並行して、大学レベルの高等教育へのスムーズな移行を促し、その後実践

的かつ専門的な知識・技術を身につけていく上で不可欠となる基本的なスキルを身につけさせる。具体的には総合大学の利点を活かして幅広い領域の教養を身につけることを目的とした**共通科目**をはじめ、少人数クラスでレポートの書き方や調査の手法、プレゼンテーションの基礎的技法などを学ぶ**フレッシュマンセミナー**および**ベーシックセミナー**、コンピュータ活用能力の向上を目指した情報活用演習などを通して、大学で学ぶ姿勢と、大学で必要となる基礎知識や技術を習得する。

また、**1年次秋学期**から**2年次春学期**においては、メディア学の基礎的な理解を基盤にして、本学が考えるメディア学の軸となる3つの視点(社会・文化、産業・消費、表現・技術)から、現代社会や人間生活とメディアがどのようにかかわっているを理解させる。これらを学修する科目を**学部基幹科目：コア領域**として配置している。また、社会のありようを調査し理解するための方法やメディアを活用して社会の問題解決や情報発信を行うための科目を**学部基幹科目：方法論領域**に配置し、学部基礎科目、学部基幹科目において、本学部が育成を目指す人材像における基本的な能力を身につけさせる。

また、2年次秋学期以降の分野の選択にあたって、学部基幹科目：コア領域において、各分野の導入的な内容を学修する。これらの科目を履修することで、学生自身の学修目標決定の材料とする。

### ②自らの問題意識と学修目標に応じて専門領域を選択させるカリキュラム

メディア学部の学生は、メディアの特性をより深く理解・研究し、またメディアを活用して制作・表現する能力を身につけるために、**2年次秋学期**より展開科目の3つの分野(1.メディアと社会・文化分野、2.メディアと産業・消費分野、3.メディアと表現・技術分野)から選択する。**分野の選択は、学生自身の学修目標、目指す進路をもとに担任教員と面談して決定する。**また1年次春学期に配置したメディア学概論、1年次秋学期に配置したベーシックセミナーにおいても、各分野でどのようなことを学修し、どのような能力を身につけるのか理解させる。それぞれの分野のどの科目を履修するかは、本学部が提示する履修モデルに即して、担任教員、分野担当教員が順次的・体系的になるよう指導する。それぞれの分野は基礎的な講義科目から、実際の制作や調査・フィールドワークに至るまで、履修年次とともにその専門性を高めていくことのできる体系的なカリキュラム編成となっており、併せて履修することとなる「学部基幹科目・方法論領域」と連動させることで、メディア学という「学びの体系化」を図ることとしている。

### ③理論と実践の往復を企図したプログラム

講義科目を通して得たメディア学の基礎的理論、ならびにメディアに関する調査

の技法や、演習科目で培った調査能力や表現技術を絶えず社会へと還元しながらさらなる気づきやフィードバックを得ることを目的とした実践的かつ循環的な演習科目として、「社会連携プログラム」を用意している。2年次から始まるこのプログラムは、1年次のフレッシュマンセミナーやベーシックセミナー、学部基礎科目等、専門分野への導入的な位置づけの授業を通して得た知識・技術を踏まえ、まずは実践的な調査・分析・表現を行うための練習課題を繰り返すことで、自らのスキルを確かなものにする。そして3・4年次では、より実践的なプロジェクトを企画・運営する演習クラスに分かれ、学生が身に付けた専門的な知識を用いて、演習クラス担当教員の指導のもと実際に自らの足でフィールドに赴き、調査・分析・表現等を行う。さらに実践を通して得られた知見について、社会学、社会心理学、芸術学、教育学、情報学など複数の視点からその意義と課題を再検討し、4年次に取り組む卒業研究に必要なさまざまな視点や手法を修得させる。

具体的には、演習クラス担当教員の指導のもと、クラス内でチームを立ち上げて量的・質的社会調査を行い、その成果をプレゼンテーションや成果集の頒布といった形で対外的に発表するプロジェクトや、地域の企業・団体・学校・商店などと連携して行う実践（地域振興のためのイベントの企画・実施や、学校等で実施するメディア教育ワークショップ、地元企業と連携したフリーペーパーの制作・頒布など）、各種コンテストへの応募、イベントへの出展などを通して、調査力・企画力・表現力を高めながら、その意義を学問的に捉え直し理論化していくことで4年次に取り組む卒業研究を進める上で必要な能力を身につけることができるプログラムとなっている。なお実施にあたっては社会連携プログラムのコーディネートを主な業務とする専任教員であるコーディネーター教員を置き、地域企業や団体などとの円滑なコミュニケーションを図るとともに、各分野で専門的研究を行う専任教員が、演習クラス担当教員としてそれぞれの視座から活動内容の精査と活動後の理論化の作業をサポートすることで、4年次まで責任を持って指導を行う体制を築くこととしている。

### (3) 教育課程の具体的内容

メディア学部メディア学科の専門教育科目には、前述のカリキュラム・ポリシーに基づき ①学部基礎科目 ②学部基幹科目 ③展開科目 ④社会連携プログラム ⑤卒業研究の5つの科目区分を設置する。

専門教育科目は、資料10の専門教育科目カリキュラムに示すように履修の体系性及び順次性を確保しつつ編成されている。それぞれの科目区分の特徴は以下の通りである。(資料10参照)

### ①学部基礎科目（必修：8科目 16単位）

学部基礎科目は、本学部の全学生が身につけるべきメディア学の基礎について理解をさせる科目区分である。具体的には、メディア学の基礎的理論を理解する科目群と、メディア学の背景にある制度や歴史を理解する科目群の2つから構成されている。すべての科目を**必修**とし、1年次メディア学の基礎を学ぶ。具体的な科目は以下の表の通りである。

学部基礎科目の配置

メディア学の基礎的な理論を理解する	メディアと社会 メディア学概論 メディア情報概論 メディア・リテラシー論
メディア学の背景を理解する	メディアとモラル メディアと心理 メディア社会と法 メディア発達史

### ②学部基幹科目（コア領域：5科目 10単位必修、方法論領域4科目 8単位必修、2科目 4単位以上選択必修）

本学部生が共通して学ぶべき科目を配置した科目群である。メディア学の軸となる3つの視点（社会・文化、産業・消費、表現・技術）から、現代社会や人間生活とメディアがどのようにかかわっているかを理解するコア領域（必修）と、社会のありようを調査し理解するための方法やメディアを活用して社会の問題解決や情報発信をおこなうための技法を学ぶ方法論領域（必修+選択必修）の2領域から構成されている。学部基礎科目とこの学部基幹科目をあわせて学ぶことで、メディア学の基本的な考え方や理論的背景、ならびに研究の方法、必要な技法について理解することができるよう科目を配置している。なお履修モデルにおいて詳細を示しているが、学部基幹科目の中でも選択必修となる方法論領域については、各展開科目の内容に合わせて適切な年次に履修させることとしている。（資料5～9 履修モデル(1)～(5)参照）

### 学部基幹科目の配置（◎は必修科目）

メディア学の視点	コア領域	方法論領域
社会・文化	◎メディア社会論	◎メディア調査法 1
産業・消費	◎メディア産業概論 ◎消費社会論	メディア調査法 2 メディア統計分析
表現・技術	◎美術入門 ◎情報社会論	コンテンツ企画 メディア取材法 メディア文章表現 ◎メディア技法入門 ◎造形入門 ◎デザイン技法 I デザイン技法 II 編集技法 I 編集技法 II 写真撮影技法 Web 技法 メディア身体表現 デジタル・プレゼンテーション I デジタル・プレゼンテーション II

### ③展開科目（選択必修：3つの分野から1つを選択し、18単位以上。うち5科目10単位は分野必修）

学部基礎科目、学部基幹科目（コア領域、方法論領域）の学びを踏まえ、これとの連続性の上にメディアの特性をより深く理解・研究し、またメディアを活用して制作・表現する能力を身につける科目群である。この展開科目はメディア学の軸となる3つの視点に対応した、以下の3つの分野から構成されており、本学部生はこの中から中心的に学ぶ1分野を選択し、学びを深めていく。

具体的に設置するのは以下の分野である。具体的に配置する科目は本学部の専門教育科目のカリキュラムに示す。

### 1) メディアと社会・文化分野：

社会学をはじめとするメディアに関するさまざまな研究成果を背景に、メディアが社会や文化に与える影響について理論的・実践的に学ぶ。自らが生きる現代社会におけるメディアの役割や意義を理解し、メディアが持つ可能性や課題を多角的な視座から分析することを通して、社会に新しい価値や役割を創造し、解決策を提案する能力を育成する。

### 2) メディアと産業・消費分野：

コンテンツが生産され、流通し、消費される一連のプロセスとその社会的背景を理論的・実践的に学ぶ。メディアコンテンツの生産・消費の背景にある社会構造を理解し、自らもコンテンツを生み出しながら、メディア産業と消費者、ならびに社会との関係を多角的にとらえる能力を育成する。

### 3) メディアと表現・技術分野：

メディア技術を介した表現の社会的位置づけと、こうした技術が社会で果たしている役割、ならびに今後の可能性について理論的・実践的に学ぶ。メディアが生み出してきた表現の特徴とその根底にある技術の仕組みを理解し、自らメディア技術を用いた表現をおこないながら、表現・技術・社会のよりよい関係を構想する能力を育成する。

## ④社会連携プログラム（メディア基礎演習[2年次]：2単位選択必修，メディア実践演習[3年次,4年次春学期]：8単位必修）

これまでの学部基礎科目、学部基幹科目、展開科目で培ってきた知識や技術を社会へ還元し、さらなる気づきやフィードバックを得ることを目的とした演習科目として、「社会連携プログラム」を設置している。このプログラムの具体的な流れは以下の通りである。

2年次では教員の指導のもと、メディアを使った調査・分析・発信を繰り返しながら基本的なスキルを修得すると同時に、自ら課題を発見し、それを解決するスキルを養う。さらに、3年次では10～15名程度の演習クラスに分かれ、演習クラス担当教員の指導のもとでより実践的なプロジェクトを立ち上げ、さらに専門的な調査・分析・発信を行う。各プロジェクトの企画・実施にあたっては、このプログラム全体を統括しつつ連携先の確保と調整にあたるコーディネーター教員を配置し、地域の企業・団体などと連携しながら、大学内での閉じた学びではなく、社会のなかで学び社会に対してその成果を発信するというサイクルを構築していく。また少人数のチームでの作業を通して、コミュニケーション力やチームワーク力を身につけていく。具体的なプロジェクトとしては、地域企業等と連携したフリーペーパー制作、メディアを使った商

店街振興策の提案・実施、タブレット端末を活用した教育現場でのワークショップの実施、ケーブルテレビ局と連携した映像作品の制作・配信などを行っていく。

また、こうした活動を通して身につけた思考力・企画力・実行力を、さらに実社会で活かすために、インターンシップに対する単位認定を行い積極的に奨励する。本学部におけるインターンシップは、①学部に設置される分野科目での学びを基盤とした就業体験で得た成果を自らの専門分野にフィードバックさせ、社会連携プログラム及び卒業研究等における発展的学びにつなげる、②企業・団体における就業体験を通して、社会の一員という立場から社会の構成要素を見つめ直し、社会人にとって必要な実践力・応用力を身につける、の2点を実施目的として、参加を強力に推奨していくこととする。

なお、3年次後半から4年次にかけては、実地で得られた知見を整理し、その学問的意義と課題を明らかにした上で、4年間の集大成としての卒業研究へと結実させていく。そのために、外部のさまざまな団体とのコーディネートを行う専任教員を中心として、担当教員が責任を持ってこのプログラムを実施することで、理論と実践を往復しながらメディア学の学びを深めていくことのできる体系的な学びの場を実現させる。メディア基礎演習、メディア実践演習及びインターンシップの実施内容・実施体制の詳細については、「10. 社会連携プログラムの具体的計画」において述べる。

#### ⑤卒業研究（[4年次秋学期]：4単位必修）

4年次春学期までのメディア実践演習クラス担当教員が指導教員となり、メディア実践演習の成果を踏まえてテーマを発展的に再設定し、4年間の集大成となる研究に取り組む。卒業研究は選択分野にあわせてA:卒業論文（文献研究、実験や調査などの実証的なデータ分析に基づく報告、考察などを含む論文）、もしくはB:卒業制作（種々のメディア（言語、映画、DTP、写真、イラスト、絵画、CG、Webページ、インスタレーションなど）を用いた制作物）のいずれかを選択し、執筆・制作をおこなう。

#### (4) 科目配当・履修年次等

具体的な科目とその配当年次は資料10に示すカリキュラムのとおりである。

### 5. 教員組織の編成の考え方及び特色

本学部の特色である、メディア学の理論探求と社会的実践を架橋し、両者を体系的に結びつける教育方針を重視し、その実施を可能とする教員組織の編成を行うことと

している。また、学内で学んだメディア学の知識や方法を用いて学生が学外の団体・組織と連携しながら課題の解決に取り組む PBL (Project-Based-Learning) 型教育プログラムの実施を行うこととしている。

以上のことから、教員組織においては本学がメディア学の軸として考える3つの視点(社会・文化、産業・消費、表現・技術)を支える理論とその先に展開される個別具体的な教育研究の対象を有機的かつ体系的に結びつけた教育・研究実績や学会及び社会活動実績を有する教員をバランス良く配置することとしている。

このため、本学部の専任教員数は新規の採用を含め、大学設置基準の必要数である14名を上回る19名(教授8名、准教授6名、講師3名、助教2名)を配置し、教育研究分野の特性を踏まえつつ実践と理論のバランスに配慮した教員組織を編成した。また、専任教員の年齢構成については、教授8名は53歳から62歳に、准教授6名は36歳から56歳に、専任講師3名は36歳から38歳に、助教2名は26歳と32歳にそれぞれ分布している。これは、本学園の就業規則上の定年年齢である教授満70歳、准教授満65歳、専任講師満63歳、及び助教満63歳の定めを勘案しても教育研究の遂行上支障のない年齢構成になっているものと考えている。(資料11)

### (1) 学部基礎科目

本学部の全学生が身につけるべきメディア学の基礎について理解をさせる科目区分である。メディアの理論や歴史、メディア技術を理解する科目群、現代社会、人間生活とメディアとのかかわりをより多角的にとらえるための視座を身につける科目群であり、専任教員6名を配置する。

### (2) 学部基幹科目

#### ①「コア領域」

メディア学の軸となる3つの視点(社会・文化、産業・消費、表現・技術)のそれぞれが、現代社会や人間生活とどのようにかかわっているかを理解し、メディア学に関する理論的基礎と体系的な学びを確保するための科目群であり、専任教員2名を配置する。

#### ②方法論領域

社会のありようを調査し理解するための方法やメディアを活用して社会の問題解決や情報発信をおこなうための技法を学ぶ科目群であり、専任教員は6名を配置する。

### (3) 展開科目

#### ① メディアと社会・文化分野

社会・文化をキーワードとして、メディアが持つ影響力とその可能性や課題について、学術的に探求することを目的とした分野である。自らが生きる現代社会におけるメディアの役割や意義を理解し、メディアが持つ可能性や課題を多角的な視座

から分析することを通して、社会に新しい価値や役割を創造し、解決策を提案する能力を育成する科目を置く。専任教員5名を配置する。

## ② メディアと産業・消費分野

メディアコンテンツが生産され消費される一連のプロセスとその社会的背景を理論的・実践的に学ぶ分野である。メディアコンテンツの生産・消費の背景にある社会構造を理解し、自らもコンテンツを生み出しながら、メディア産業と消費者、ならびに社会との関係を多角的にとらえる能力を育成する科目を置く。専任教員4名を配置する。

## ③ メディアと表現・技術分野

メディアを介した表現の社会的位置づけと、それを可能にする技術が社会で果たしている役割、ならびに今後の可能性について理論的・実践的に学ぶ分野である。メディアが生み出してきた表現の特徴とその基盤にある技術の仕組みを理解し、自らもメディア技術を用いた表現をおこないながら、表現・技術・社会のあるべき関係を構想する能力を育成する科目を置く。専任教員6名を配置する。

## (4) 社会連携プログラム

メディアの特徴を理解し、メディアを使って表現・発信する技術を学びながら、社会の中でメディアがいかに活用されるかを調査・分析し、最終的にメディアを使った社会への様々な情報発信を実践的に行うことを学ぶ演習科目群である。2年次の選択必修科目である「メディア基礎演習A・B」、3・4年次の必修科目である「メディア実践演習1～4」並びに3・4年次の選択科目である「インターンシップ（短期：10日程度）」及び「インターンシップ（長期：20日程度）」を通じて専門知識の社会での活用や実践的な思考力、行動力を涵養するものであり、助手を除く全ての専任教員19名が担当する。

## 6. 教育方法、履修指導方法及び卒業要件

本学における学位授与の方針（ディプロマ・ポリシー）は、「目白大学・目白大学短期大学部の学位授与等の方針に関する規程」第3条第2項別表第1に本学共通の方針として、以下の定めがある。

目白大学は、教育基本法等の法令並びに建学の精神「主・師・親」に基づき、国家・社会への献身的態度、真理探究の熱意、人間尊重の精神を体得し、創造的な知性と豊かな人間性及び応用的諸能力を備え、わが国の発展、国際社会の平和と福祉に貢

献する主体性のある人材の育成を目的として、学生を「育てて送り出す」教育を実践する。

本学は、在学年数、単位数等の卒業要件を満たし、以下の能力を身に付け、所属学科のディプロマ・ポリシー（学位授与の方針）に適合した学士課程の学生に、学士の学位を授ける。

1. 広く国や社会の在り方に目を向け、グローバルな視点からものごとを考え、課題解決に向けて行動することができる。
2. 専攻する分野の基礎的知識や技能、技術を修得し、真理探究のために主体的に学ぶことができる。
3. 豊かな人間性に根ざした教養とコミュニケーション能力を持ち、積極的に他者と協力してものごとに取り組むことができる。

以上の大学の共通方針に基づいた本学部のディプロマ・ポリシー（学位授与の方針）は、以下の通りである。

#### メディア学部ディプロマ・ポリシー

- ①メディアを批判的・主体的に読み解く能力を身につけた上で、社会の諸問題について適切に評価し、解決に向けて努力することができる。
- ②メディアの機能や影響を理解した上で、適切な調査・表現・コミュニケーションを社会との関わりにおいて実践することができる。
- ③メディアの役割に関心を持ち続け、社会に貢献することができる。

具体的には、前述の「4. 教育課程の編成の考え方及び特色」で記した本学部カリキュラム・ポリシーを踏まえて設定された教育課程を履修し、所定の単位を修得した者に学位を授与することとしている。

### (1) 教育方法、履修指導方法

#### ① 教育方法

1年次は、学部での専門的な学びの基礎となる力の修得を目標とする。分野の枠を超えて初年次の学生が共通に身につけるべき基本的な態度・資質・能力などを育むことを目的とするフレッシュマンセミナーを出発点として、専門教育を受けるための前提として必要とされる基礎的な知識や能力（基礎学力）を身につけることを目的とするベーシックセミナーを中核に位置付け、幅広い分野で構成される総合科目、国語、外国語、情報活用演習、体育等を履修し、大学の学びの基盤となる能力の修得を指導する。

また、学部専門科目として、本学部が目指す人材養成の基本理念、学問体系を学

生の入学当初に十分に教授する必要があることから、1年次の学部基礎科目として、メディア学の基礎を理解するための「メディアと社会」「メディア学概論」「メディア情報概論」「メディアとモラル」「メディアと心理」「メディア社会と法」「メディア発達史」「メディア・リテラシー論」、また、学部基幹科目：コア領域として、メディア学の軸となる3つの視点(社会・文化、産業・消費、表現・技術)と現代社会や人間生活との関わりを理解するための「美術入門」「消費社会論」及び方法論領域の「メディア技法入門」「造形入門」を必修科目として配置する。

**2年次**は、学びの展開期として位置付ける。メディア学の基礎的な知識を基盤にして、メディア学の軸となる3つの視点(社会・文化、産業、消費、表現、技術)をさらに学修するため、学部基幹科目：コア領域として、「メディア社会論」「情報社会論」「メディア産業概論」、メディアを批判的・主体的に捉えるための方法を身につけるための基点となる「メディア調査法1」、表現のあり方を理解するための基点となる「デザイン技法I」を必修科目として配置するとともに、社会連携プログラムの導入的科目として、学部独自の「メディア基礎演習A」「メディア基礎演習B」を選択必修科目として配置し、少人数で指導を行う体制を整える。展開科目については、2年次の7月に自身の学修目標と将来希望する進路にあった知識・能力を養うための分野を選択する。

**3年次**は、応用的な科目群を配置し、専門性の深化を軸とした学習を指導する。また社会連携プログラムの「メディア実践演習1」「メディア実践演習2」を必修科目として配置し、自身が学修した知識・能力を活用したメディア実践を社会に出て行う。また、そこで得た結果や課題を整理し4年次で取り組む個人研究プロジェクトのテーマを考える。

**4年次**は、春学期に、「メディア実践演習3」「メディア実践演習4」を配置し、3年次から考えてきた個人研究プロジェクトを実際に立ち上げ実践する。さらに個人研究プロジェクトの成果をもとにメディア学部4年間の学びの集大成として4年次秋学期でその意義を学問的に捉え直し理論化させた卒業論文の執筆または卒業制作に集中的に取り組む。

なお、2年次以降の大きな柱として開設する「社会連携プログラム」においては、全体のコーディネートを行う専任教員を1名配置するとともに、学生が選択する分野の教員が演習クラスを担当することで分野の専門性を高めるための一貫した指導ができる体制を整備する。2年次には、「メディア基礎演習」を前・後期いずれか1科目以上の履修を選択必修とし、3年次以降の専門学習の深化に向けて、社会と関わるプロジェクトを実施するために必要な知識を修得させた上で、3年次、4年次開設の「メディア実践演習」において社会と連動した応用的演習を行う。なお、2年秋学期に、メディア実践演習に関する説明会を数回開催し、学生の希望する研究テーマ

と演習内容、各教員の専門領域との調整を行い、演習への配属を決定する。演習担当教員は、演習や卒業研究の指導だけでなく、履修指導や就職に関する相談を含め、学生生活全般にわたる個別の相談・指導を行う。

メディア基礎演習、同実践演習の内容としては、たとえば、企業・地域を取材してフリーペーパーや新聞の制作、地域を取材したケーブルテレビ番組の制作、商店街と連携したインターネット番組の企画・制作やイベントの協働企画等を予定している。本演習においては、授業時間内の学習に加えて、毎週の授業において課す課題を授業時間以外に行うことを必須として、授業時間以外にも十分な学習時間を設ける必要があることから、単位数を2単位に設定している。

また、「卒業研究」は、学生が選択した分野の演習クラスごとに卒業論文または卒業制作のいずれかを選択させる。卒業論文は、文献研究、実験や調査などの実証的なデータ分析に基づく報告、考察などを含むこととし、卒業制作は、論文以外の種々のメディアを用いた制作物とする。学生は、執筆または制作過程において、中間発表会で発表することが必須であり、担当教員以外の他教員及び本学部の同・他学年の学生から評価を受け、内容を改善することが求められる。最終的には、学部内における最終審査会（担当教員以外の2名が審査にあたる）での審査を通過することが必要であり、卒業論文・卒業制作のいずれであっても、本学部のディプロマ・ポリシーに照らし合わせて、本学部の全学生に修得させる能力のうち「(7) 社会問題に対してメディアの役割を理解し、実社会での状況に対応した解決案を提示する能力」を身につけたと言える内容になっているかどうかを評価基準とする。優れた卒業論文または卒業制作を執筆・制作した学生は優秀論文・優秀制作として表彰を行う。授業時間内の学習に加え、授業時間外における課題への取り組み、論文の執筆または制作、審査への準備において十分な学習時間を設ける必要があることから、単位数を4単位としている。担当教員は、各学生の進捗状況を把握し、卒業論文または卒業制作を指導する。

なお、入学定員とカリキュラムの構成から、学部専門科目における講義科目の履修者は最大で160名程度、コンピュータを利用した演習科目は90名程度、コンピュータを利用しない演習科目は10～20名程度の少人数クラスによる教育体制とする計画である。大人数の講義の場合でも、学生の主体的学習姿勢を確立し、理解を深めるため、コメントシートの提出やクリッカーなどの使用により、アクティブラーニング型授業を志向した講義を行うこととしている。また、コンピュータを使用した演習科目については、受講人数に応じて、スチューデントアシスタントを1～2名配置し、学生の理解度に応じた指導を行う。

## ② 履修指導方法

本学部は、大学設置基準別表第一に照らすと、社会学・社会福祉学分野で構成されるため、必要専任教員数は収容定員 560 人に対し 14 名であるが、メディア学に対する教育を拡充させ、新たに社会連携プログラムを実施するなど、充実した教育体制を整えるため、専任教員数は大学設置基準を上回る教員を確保し、個々の学生へ十分に目が届くよう履修指導を行う。

特に「1年次」には、入学式後に全員参加必須の新入生オリエンテーションを実施し、学生便覧、シラバス、時間割、履修モデル等の資料を示し、卒業要件に必要な科目、履修方法などについて具体的な説明と質疑応答を行う。さらに、本学部では、資格取得支援も積極的にを行うことから、後述の資格の概要及び履修モデルとの関係性について、オリエンテーション時に十分に説明をすることとしている。

「2～4年次」に関しても、1年次と同様に、毎年、学年別にオリエンテーションを開催し、履修方法などについて具体的な説明と質疑応答を行う。なお、オリエンテーションのプログラムには、学部長・学科長の講話の時間を設け、学部・学科の教育目標、教育課程の編成、実施方法等について周知し、学びの体系化を確保するとともに、年次に応じて、資格、インターンシップ、卒業研究等について詳細の説明を行い、各学年における具体的な目標設定や勉学に取り組む姿勢などについて指導を行う。

また、全体のオリエンテーションに加えて、1年次においては、フレッシュマンセミナー（共通科目）、ベーシックセミナー（クラスごとに実施、共通科目）において、履修指導を行うほか、クラス担任に随時相談できる体制を整える。各学年を通じて、随時、学科事務室窓口における個別相談を受け付けるとともに、各ゼミ・クラス担当教員による個別指導・助言を適宜行い、学生の適性や希望する進路に沿った適切な履修ができるように支援する。このため、全専任教員によるオフィスアワーを充実し、履修相談の他、授業の疑問点や今後の研究テーマについて学生が教員に直接指導を受けることのできる環境を整備する。

### (2) 卒業要件

ア. 本学部では、卒業に必要な単位を 124 単位とする。本学部の掲げる人材育成目的の達成につながる履修を促すため、共通科目 28 単位以上、専門教育科目 86 単位以上、自由選択科目 10 単位の修得を必須として、科目区分ごとに以下の要件を課す。

科目区分		必修 単位数	選択必修 単位数	選択 単位数	備考	
共通科目 (28 単位)		19	8	1		
専門教育 科目 (86 単位)	学部基礎科目	16	-	-		
	学部 基幹科目	コア 領域	10	-	-	
		方法 論 領域	8	4	16	
	展開科目		-	18		選択した分野より 18 単位 うち*を付した科目を 10 単位 分野必修
	社会連携 プログラム		8	2		メディア基礎演習 A/B より計 2 単位選択必修
	卒業研究		4	-	-	
自由選択科目 (10 単位)		-	-	10	本学が開設する共通科目、専 門教育科目、本学が指定する 放送大学の科目	
合計 (124 単位)		<b>65</b>	32	<b>27</b>		

**共通科目**とは、全学部生が共通で履修する教養教育に関する科目区分であり、28 単位以上の単位修得を必須とする。初年次セミナー（フレッシュマンセミナー、ベーシックセミナー）、国語（日本語読解演習Ⅰ・Ⅱ、日本語表現演習Ⅰ・Ⅱ）、外国語（英語基礎Ⅰ・Ⅱ、総合英語Ⅰ・Ⅱ、専門基礎英語）、情報活用演習Ⅰ・Ⅱ、スポーツ・健康（生涯スポーツ1、健康科学）、キャリアデザイン（専門とキャリアA・B）の19単位が必修である。加えて、総合科目（分野横断科目、学際科目、異分野入門科目、グローバル課題探求科目から各々2単位）を必ず履修する（選択必修）。その他、1単位が選択となっている。本学部では、これらの共通科目の学修効果を高めるため、選択必修科目及び選択科目について、履修モデルを用意し、履修すべき科目を指導することとしている。

**専門教育科目**は86 単位以上の単位修得を必須として、科目区分ごとに要件を課す。

**学部基礎科目**は、本学部の学生全員が身につけるべき、メディア学の基礎についての基礎的な理解をさせるための科目区分であることから、すべての科目を必修とし、16 単位の単位修得を必須とする。

学部基幹科目には、コア領域と方法論領域の2つの領域を設置する。コア領域は、メディア学の軸となる視点を理解させるための科目群であることから、すべての科目を必修とし、10単位の単位修得を必須とする。また、方法論領域は、現代社会や人間生活とメディアとの関わりを批判的・主体的に捉えるための方法を身につけ、また、社会の中で実践する上で必要となる調査・企画・表現の技法を身につけるための領域である。当該領域の中で最も基盤となる内容が含まれる4科目8単位を必修とする。

展開科目は、学部基礎科目、学部基幹科目（コア領域、方法論領域）の学びを踏まえ、これとの連続性の上にメディアの特性をより深く理解・研究し、またメディアを活用して制作・表現する能力を身につけるための科目区分であり、学生は1つの分野を選択し、選択した分野より18単位、うち10単位を分野必修とする。

なお、学生が分野を選択するのは、2年次の7月である。1年次に、メディア学の基礎、1年次から2年次春にかけて、メディア学の軸となる視点を理解し、方法論を学んだ上で、各分野の導入となる展開科目の履修や担任教員との面談を行いながら、分野を選択する。

各分野の学びの質を担保するという観点から、各分野の受入上限は50名程度とする。各分野の受入定員及び定員超過の場合の選抜方法に関しては、1年入学時の履修ガイダンス及びベーシックセミナーにおいて学生に周知徹底する。具体的には、1年秋に、学生は担任教員との面談を踏まえて、将来の進路を踏まえた分野志望理由書を提出する。受入定員を超えた場合は、志望理由書の内容、分野に関連した科目に関する成績、出席状況等を踏まえて、学科会議で審議し、学生に適した分野を選択させることとする。

なお、途中年次における分野変更は学びの体系性を担保するという観点から原則として認めないが、明確な事由があると学科会議において認められた場合は、主分野を変更した場合、4年進級時に、未修得の分野必修科目と他の必修科目の時間が重なった場合、その時点で卒業延期が確定する可能性があり、学部としては、こうした分野変更によって生じた不利益について、救済を行わないことを説明した上で、本人が納得した場合は分野変更を認める場合がある。

社会連携プログラムについては、メディア基礎演習A/Bより計1科目2単位を選択必修とし、メディア実践演習1,2,3,4の合計4科目8単位を必修とする。

卒業研究は4単位であり、必修とする。

上記以外の選択単位数は16単位である。選択科目については、インターンシップ入門、インターンシップ(短期、長期)を中心に、履修モデルを踏まえた履修指導を行い、各学生の選択分野に沿って、履修すべき科目を指導することとしている。

また、自由選択科目は、本学が開設する共通科目、専門教育科目、本学が指定す

る放送大学の科目から 10 単位まで履修可能としているが、このうち本学が指定する放送大学の科目については、同大学との単位互換協定に基づき平成 29 年 12 月頃を目途に協議を行って、学内規程（履修規程及び履修要項）に定めることとしている。

## イ. 卒業研究の実施方法

### ①卒業研究と展開科目の関係性

卒業研究は、学生が選択した展開科目と密接に関連している。本学部の学生は学部基礎科目、方法論科目の内容を基盤に専門性を高めるための科目群として展開科目に配置される分野から 1 つを選択し、専門科目を本格的に学びつつ自身の研究テーマについて検討をはじめ、秋学期にそのテーマに基づいて演習クラスを選択し、3 年次のメディア実践演習に臨むことになる。また 4 年次のメディア実践演習では、3 年次の演習時にクラス全体で実施した実践の成果や課題を整理し、そこから得られた知見を学生個人の研究テーマに活かすための方策についてクラス内で議論を行う。その上で、自身のテーマに沿った個人研究プロジェクトを立ちあげ、クラス内での議論と教員の指導を受けながら、そのテーマをさらに発展させ、最終成果物としての卒業研究へと結実させていく。したがって、選択する分野と、3 年次～4 年次春学期に実施するメディア実践演習での実践プログラム、ならびに卒業研究のテーマは、基本的には密接に関連したものとなる。

なお、分野の特性を踏まえて、本学部における卒業研究は、以下 2 つの形式のいずれかをとることとしている。

A: 卒業論文-文献研究、実験や調査などの実証的なデータ分析に基づく報告、考察などを含む論文

B: 卒業制作-種々のメディア(言語、映画、DTP、写真、イラスト、絵画、CG、Web ページ、インスタレーションなど)を用いて制作した制作物

上記の A, B は、学生の選択した分野及びメディア実践の演習プログラムに応じて確定する。以下、選択した専門分野と卒業研究の形式、具体的な卒業研究テーマ例を示す。

展開科目における 3 つの分野と卒業研究の関係性

分野	卒業研究	卒業研究テーマ例
メディアと社会・文化	卒業論文 または 卒業制作	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街におけるインターネット番組を利用した効果的な情報発信のあり方に関する研究 (卒業論文)</li> <li>・ニコニコ動画における盛り上がり方の比較分析 (卒業論文)</li> <li>・日本にいる留学生の生活を記録するフリーペーパーの分析と提案 (卒業論文)</li> </ul>

メディアと産業・消費	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Jリーグクラブにおけるイベントをめぐる分析と提案（卒業論文）</li> <li>・“水”に触れる広告～これまでにない広告媒体創造へのチャレンジ～（卒業制作）</li> <li>・ストップモーション・アニメーションによる教育コンテンツの制作（卒業制作）</li> </ul>
メディアと表現・技術	<ul style="list-style-type: none"> <li>・映像制作技術の変遷における映像表現の影響と効果（卒業論文）</li> <li>・高齢者に向けたスマホサイトのユーザビリティに関する研究（卒業論文）</li> <li>・車椅子ソフトボールの選手に密着したドキュメンタリー番組の制作（卒業制作）</li> </ul>

これらの指導にあたっては、前述した学生が所属するメディア実践演習の演習クラス担当教員が指導教員となり、学生が選択した分野の科目を担当する教員もその専門的な立場から指導・助言する計画である。

## ②卒業研究実施スケジュール

卒業研究は以下の共通スケジュールで運用する。卒業研究中間発表会においては、指導教員、学生が選択した分野の教員から指導を受ける。また、卒業研究審査会においては、指導教員が主査となり、選択した分野の教員が審査を担当し、口頭試問を行う。さらに、審査会において優秀と認められた研究については、優秀者発表会にて発表を行わせることとし、学部4年間で得た学習成果について学部4年生全員で共有する機会とする。

卒業研究全体スケジュール

日程	項目
9月初旬	履修登録
9月下旬	卒業研究登録
10月下旬	卒業研究中間発表会
1月下旬	卒業研究提出〆切
2月上旬	卒業研究審査会
2月上旬	卒業研究優秀者発表会
2月下旬	卒業研究再審査会
3月初旬	成績評価・確定

## ③卒業研究審査方法

卒業研究の審査は、メディアに関する知識・活用能力を用いて社会の諸問題の解決に結びつけているかどうかを共通基準とし、論文と制作に分け、審査の基本となる各々の基準を設ける。各々の基準は下記のとおりである。

## 論文

### ①論文の内容

- 1) 論文の目的が明確に示されているか
- 2) 論文の展開（目的から結論まで）に飛躍がないか
- 3) 目的達成のための調査方法や分析、考察が明確に示されているか
- 4) 結論が明確に導き出されているか
- 5) 誤字・脱字がなく、指定された書式に則り論文がまとめられているか

### ②口頭試問

- 6) 審査会において、持ち時間を有効に活用して時間内にわかりやすくまとめ発表できるか
- 7) 審査会において、質問に対する的確に答えられるか

## 制作物

### ①制作物の内容

- 1) 制作の目的に適したメディアや技法を用いているか
- 2) 制作の過程や表現手法にオリジナリティがあるか
- 3) 制作物の価値やクオリティを高めるための工夫がされているか
- 4) 説明文の展開（目的から結論まで）に飛躍がないか
- 5) 誤字・脱字がなく、指定された書式に則り説明文がまとめられているか

### ②口頭試問

- 6) 審査会において、持ち時間を有効に活用して時間内にわかりやすくまとめ発表できるか
- 7) 審査会において、質問に対する的確に答えられるか

審査は、指導教員が主査となり、選択した分野の教員が審査を担当する。論文・制作のいずれにおいても、本学部のディプロマ・ポリシーに照らし合わせて、本学部の全学生に修得させる能力のうち「(7) 社会問題に対してメディアの役割を理解し、実社会での状況に対応した解決案を提示する能力」を身につけたと言える内容になっているかどうかを評価基準とする。

各教員は、上記基準を踏まえて卒業研究の審査を行い、その結果を定量化して最終評価を行うこととする。

### (3) 履修登録単位数の上限

大学設置基準に定められた単位修得のための学習時間（大学における学習に加えて、予習・復習等の自主的な学習時間を含む）を適切に確保する観点から、各学期

における履修登録できる単位数を原則 22 単位とする。ただし、4 年次に関しては、卒業後の進路を見据えて学びの幅を広めることができるように、申請によって 4 単位を追加履修できることとする。また、インターンシップに関しては、履修登録期間中に履修が確定しない場合や、長期休業中に集中して実施する場合もあることから、この枠外とする。

#### (4) 養成する人材像と履修モデル

本学部が養成する人材像は、「現代社会・人間生活においてメディアが果たす役割を認識し、メディアに関する知識・活用能力を用いて社会の諸問題の解決に寄与しうる人材」である。卒業後の進路を見据えて、以下の 5 つの履修モデルを提示し、履修指導に用いる。

##### 履修モデル (1) 新聞・出版などのマスメディア企業 (資料 5)

学部基礎科目、学部基幹科目の学びを踏まえ、これとの連続性の上に、展開科目：メディアと社会・文化分野を選択。展開科目より、メディア文化論、ジャーナリズム論、グローバルジャーナリズム論、出版メディア論、電子出版論等を段階的に履修することにより、現代社会におけるマスメディアの役割や意義を理解し、メディアが持つ可能性や課題を多角的な視座から分析することを通して、社会に新しい価値や役割を創造し、解決策を提案する能力を身につける。

##### 履修モデル (2) 一般企業 (総合職、広報・調査部門等) (資料 6)

学部基礎科目、学部基幹科目の学びを踏まえ、これとの連続性の上に、展開科目：メディアと社会・文化分野を選択。展開科目より、メディア文化論、インターネット・コミュニケーション論、教育とメディア等の履修に加えて、メディアと産業・消費分野よりメディアとビジネス、広報・PR 論、イベント概論等を履修し、現代社会におけるメディアの役割や意義を複合的に理解し、メディアが持つ可能性や課題を多角的な視座から分析することを通して、社会に新しい価値や役割を創造し、解決策を提案する能力を身につける。

##### 履修モデル (3) 映像制作系 (テレビ番組制作会社、ネット動画配信企業等) (資料 7)

学部基礎科目、学部基幹科目の学びを踏まえ、これとの連続性の上に、展開科目：メディアと表現・技術分野を選択。映像表現論、映画論、映像制作技術論等の履修に加えて、メディアと社会・文化分野よりメディア文化論、放送論、ジャーナリズム論を履修し、メディアが生み出してきた表現の特徴とその根底にある技術の仕組みを理解し、表現・技術・社会のより良い関係を構想する能力を身につける。

る。

**履修モデル (4) ウェブコンテンツ系 (ウェブ編集者、ウェブプロデューサー等)**  
**(資料 8)**

学部基礎科目、学部基幹科目の学びを踏まえ、これとの連続性の上に、展開科目：メディアと表現・技術分野を選択。メディア情報論、映像表現論、インターフェース論、情報ネットワーク論等の履修に加えて、メディアと社会・文化分野よりインターネット・コミュニケーション論、メディアと産業・消費分野よりメディアとビジネス等を履修し、メディアが生み出してきた表現の特徴とその根底にある技術の仕組みを複合的に理解し、表現・技術・社会のより良い関係を構想する能力を身につける。

**履修モデル (5) イベント・広告系 (イベント企画・運営企業等) (資料 9)**

学部基礎科目、学部基幹科目の学びを踏まえ、これとの連続性の上に、展開科目：メディアと産業・消費分野を選択。メディアとビジネス、広告論、イベント概論、社会デザイン論等を段階的に履修することにより、メディアコンテンツの生産・消費の背景にある社会構造を理解し、メディア産業と消費者、ならびに社会との関係を多角的にとらえる能力を身につける。

なお、将来の就職希望先の履修モデルや履修科目選択等に関しては、1年次前後期に開講される「フレッシュマンセミナー」「ベーシックセミナー」、2年次以降の「メディア基礎演習 A/B」「メディア実践演習 1～4」において、それぞれの演習担当教員から履修学生に対して説明及びアドバイスを行う。

## (5) シラバス

以下の9つの項目を含んだシラバスは、学園のWebサイト(学生ネットサービス)及び基幹サイト(ホームページ)を利用し学生個々人が確認することとしている。

- 1) 科目名、担当教員名、単位、開講学期、開講曜日時限、配当学年
- 2) 授業のねらい
- 3) 学生の学習目標
- 4) 授業内容(スケジュール)
- 5) 授業の事前準備と事後学習
- 6) 評価の方法及び観点
- 7) 必須資料(教科書等)、参考資料
- 8) 備考
- 9) 学習成果

## (6) 成績評価基準

本学部においては「目白大学・目白大学短期大学部における成績評定平均値(GPA)に関する規程」に基づいて成績を評価する。具体的な成績評価基準は①の表のとおりである。

S 評価については、評価対象者の 10%以内（履修者数が 10 人未満の場合は 1 名程度）を目安として評定を行う。具体的には、A 評価に該当する学生のうち総合点 91 点以上を対象として、上位 10%までの受講者に S を付与することとする。

講義科目については、筆記試験、レポート等を中心とした総合評価、演習科目については、課題内容、レポートを中心とした総合評価を行う。また、インターンシップに関しては、①事前学習への取り組み状況、②インターンシップ計画書に基づいた実習レポート・実習日誌、③成果発表会の発表内容、④受入先からの評価票を総合的に評価する。

### ①成績評価基準と GP

評価	素点	GP
S	特に秀でた学生(総履修者の 10%を限度とする)	4.0
A	100-80	3.0
B	79-70	2.0
C	69-60	1.0
D	59-0	0

### ②GPA の算出方法

GPA の算出方法は以下の通り。なお、GPA の対象となるのは、本学で単位を修得した卒業要件に参入できる科目とする。

$(S \text{ 評価の総単位数} \times 4 + A \text{ 評価の総単位数} \times 3 + B \text{ 評価の総単位数} \times 2 + C \text{ 評価の総単位数} \times 1 + D \text{ 評価の総単位数} \times 0) \div \text{履修した全科目の単位数の合計}$

## 7. 施設、設備等の整備計画

### (1) 校舎の施設、設備等

本学は新宿キャンパス(東京都新宿区)、岩槻キャンパス(埼玉県さいたま市岩槻区：保健医療学部及び看護学部立地)及び国立埼玉病院キャンパス(埼玉県和光市諏訪:大学院看護学研究科等設置)の3か所にキャンパスを有する。このうちメディア学部が立地する新宿キャンパスは、新宿区という都心部に位置しながらも、商業施設や娯楽施設のない閑静な住宅街の中にあり良好な教育環境を保っている。本学の校地面積は115,924.21 m<sup>2</sup>、校舎面積は81,272.72 m<sup>2</sup>である。

本学部の施設・設備については、既存の社会学部メディア表現学科独自の施設・設備が活用できることから、メディア学部として新たに増員する学生数や演習科目等に対応して10号館地下1階フロアと地下2階フロアに本学部専用の施設・設備を、以下に施設、設備の現状と新たな学習環境への拡充整備について説明する。

## ①現状 (メディア表現学科の演習室設備と管理体制)

### 3 演習室+1 演習室

メディア表現学科では、学科専用の設備として、授業用演習室3部屋に各45台計135台のPCを配置し運用している。また、授業を設定せず学生が自由に利用でき、ミーティングテーブル等を備えたラーニングコモンズの機能を備えた演習室(メディアワークショップ)にも28台のPCを配置し運用している。

### サーバー設備とネットワーク

ファイルサーバー4台(内ホットスワップ2台)と各アレイ装置、認証サーバー2台(内1台予備)等のサーバーを備え、ネットワーク接続は、サーバー、クライアント共にコアスイッチに直集し管理を行なっている。また、映像編集には別途、映像データの入出力に特化した専用ファイルサーバーとアレイ装置を使用し、演習時の負荷分散を行なっている。

### 管理体制

前述のサーバー、クライアント、ネットワーク装置の管理は、助教2名が担当し、授業中のトラブル等が発生した場合、即対応できる管理体制がとられている。

### リプレイスサイクル

演習室機器は、原則5年で更新を行なっている。今回は、2015年9月にシステム更新と機器入れ替えを実施した。

### 現状の稼働率

定員 120 名合計 480 名で、演習室 3 室で問題なく稼働しており、授業が不可能になる障害は、発生していない。また、学科設立当初から前述の管理体制で運用をしており、運用に関する実績も十分にある。

## ②新たな学習環境への拡充整備（新学部への取組）

前述の通り、既に演習室環境は整備され運用実績があるが、新たな教育課程に対応できる学習環境を整備する。

また、既存の学部専用ワークショップを拡張し、授業時間外における作品等の制作場所として、学生が常に利用可能な環境を強化する。

### 演習室利用シミュレーション

入学定員 140 名 合計 560 名への学生定員に対応するため、演習率稼働に対してシミュレーションを行い設備、管理に対する見直しを行った。

シミュレーションの結果、現状のクライアント PC 台数では、稼働率が春学期 80%、秋学期 64%となるため、それに対応する新たな演習室設備の増強を行なった。（資料 12 及び 13）

### 1 演習室の改修、2 演習室の増設+メディアワークショップの改修

前述の 3 演習室の内、リプレイスサイクルを迎えた 1 部屋の改装、機器入れ替えを行う。また、新設するもう 1 室と合わせて全面改装し、機器、什器の入れ替え、可動式パーティションの設置を行う。また、下階フロアに演習室を新設する。この演習室には、ノートパソコン 20 台と移動可能な什器等を備える。（メディア演習室）

これにより、既存 45 台の改修及び新設 45 台、ノートパソコン新設 20 台を行い、授業用演習室設備として、計 65 台の増設を行う。併せて、メディアワークショップの全面改修により什器入れ替えと、18 台の増設を行い、さらなる授業外の活動の場、ラーニング commons の役割増強を行う。

まとめると、新旧合わせて授業用として 200 台（45 台×4 教室+20 台）、授業外演習室として 46 台（既存 28 台+新設 18 台）で計 246 台での運用を行う。

また、全台で OS、管理システム、アプリケーションの更新を行う。

### サーバーとネットワークの増設

クライアント PC の増加に伴い、サーバーの増強を行う。ファイルサーバーを 4 台（内ホットスワップ 2 台）から 6 台（内ホットスワップ 3 台）へ増強する。併せて、アレイの増強を行う。また、コアスイッチの入れ替えとケーブルの再敷設を行う。

また、下階への無線 LAN 網配備も併せて行う。

## 運用管理

管理するクライアント PC の増加に対応するため、新たなシステムイメージの管理フレームワークを導入し、管理業務の簡素化と効率化を図る。

## 再シミュレーション

増設後のシミュレーションの結果（資料 13）、教室授業稼働率は、春学期 60%、秋学期 48%となり現状の稼働率と同等となる。また、メディアワークショップの改修によりラーニングコモンズとしての機能も担保できる。

## ③その他の施設拡充

### イベントホール(佐藤重遠記念館)

イベント分野の授業（「イベントプロデュース論」「イベント制作・運営演習」など）を実施するため、既存の大講堂を再整備する。バックヤードを充実させ、実際のイベントを行う際のスタッフの動きを体感しながら学べるような施設とする。

### スタジオ及び映像編集室

映像制作、及びラジオ番組制作を行うため、既存のスタジオを拡張整備する。スタジオについては、CG 合成可能で、HD 方式のテレビ番組が制作できるスタジオと全面ガラス張りで観客が収録している様子を見学することができ、主にネット放送やラジオ放送を制作するためのオープンスタジオを設置する。また防音環境を持ち、他の学生に迷惑をかけることなく映像編集が可能な映像編集室を設置する。

## (2) 図書等の資料及び図書館

本学では、新宿キャンパス及び岩槻キャンパスに図書館が、国立埼玉病院キャンパスには図書室が設置されている。図書は約 36 万冊、学術雑誌等の定期刊行物約 1,200 種、電子ジャーナル約 180 種類等であり、このうち本学部が立地する新宿キャンパス図書館は、図書が約 27 万冊、学術雑誌等定期刊行物約 430 種、電子ジャーナル約 110 種であり、十分な図書・資料等が整備されている。（資料 14）

開館時間について、平日は午前 9 時から午後 9 時まで、土曜日は午前 9 時から午後 5 時までとなっており学生の利便性に配慮した利用時間が確保されている。このほか検索コーナーには専用 PC が設置され、さらに自習室では学生が自由に PC を利用することが可能となっている。

## 8. 入学者選抜の概要

### (1) アドミッション・ポリシー（入学者受け入れ方針）

メディア学部では、現代社会におけるメディアの重要性を認識し、メディアに関する知識・活用能力を用いて社会の諸問題の解決に寄与しうる人材を養成することを目指している。それはデジタル化した社会のニーズに応えることができる専門的素養を持った人材であり、さらには広い意味でのメディアの基礎的な知識や思考力を備えた人材である。具体的には、映像制作、イベント、広告、デザイン、出版、報道、ITなどの分野のほかに、一般企業等でも活躍する人材である。このような観点から、本学部・学科のアドミッション・ポリシーは以下の通りである。

1. メディアに対する関心を持ち、社会の中でのメディアの役割を学びたいと思っている人
2. メディアを活用した高度で実践的な表現力・コミュニケーション力を身につけ、社会に貢献したいと思っている人
3. 「読む・聞く・書く・話す」をはじめとする、メディア活用に必要な基礎的能力を身につけている人

### (2) 選抜方法

本学部の入学者選抜は、上記（1）のアドミッション・ポリシーに基づき、一般試験型（一般入試・大学入試センター試験利用入試）で約70%の学生確保を目途として、次のA0入試、推薦入試、一般入試及び大学入試センター試験利用入試により実施する予定である。

#### ① A0入試（募集定員：20名）

アドミッション・ポリシーに照らし、本学部学科の学生として適格か否かを多面的に検討して合否を判定する。学科が評価のポイント等の選抜基準を明示し、調査書、エントリーシート、面接等に基づき、これまでの勉学・活動実績、志望動機、適性、抱負や意欲等について総合的に評価し選抜する。

#### ② 推薦入試（募集定員：指定校推薦、公募制推薦、内部推薦と合わせ25名）

学科の設定した評定平均値をもとに出願書類を審査し、小論文試験及び面接に基づき、本学で学ぶための目的や意欲、また、コミュニケーション力などを評価し選抜する。

#### ③ 一般入試（募集定員：75名）

一般入試（全学部統一入試含む）は、英語、国語の2科目必須の学力試験により選抜する。

#### ④ 大学入試センター試験利用入試（募集定員：20名）

学科があらかじめ指定したセンター試験の科目（2科目）についての総合点で選抜する。

## 9. 取得可能な資格

本学部では、指定した科目を履修することにより、以下の資格を取得可能である。

- ・ 社会調査士
- ・ プレゼンテーション実務士
- ・ PRプランナー補(指定の科目を履修することで受検が可能となる)
- ・ EIM イベントクリエイター1級～3級  
(EIM=Event Intelligence Management の略)

また、授業の内容と資格試験の出題範囲を対応させることで幅広い資格の取得を支援する。具体的な資格と対応する科目は以下の通りである。

- ・ 日本語検定(フレッシュマンセミナー、ベーシックセミナー、情報活用演習 I)
- ・ ニュース検定(専門とキャリア A,B)
- ・ マルチメディア検定(メディア技法入門、メディア情報概論、メディアとモラル)
- ・ Webデザイナー検定(Web技法、Webシステム)
- ・ 色彩検定(デザイン技法 I,II)
- ・ ITパスポート(メディア情報概論、プログラミング基礎、情報ネットワーク論)

## 10. 社会連携プログラムの具体的計画

### (1) 概要と目的

本学部では、多様なメディアを活用して社会で活躍できる人材を育成にあたり、2年次以降において、「社会連携プログラム」を開設する。本プログラムは、「メディア基礎演習 A・B」「メディア実践演習 1～4」「インターンシップ」で構成される。「社会連携プログラム」とは、企業・団体・地域などと連携しながら、大学内だけでは得がたい学びの場を創出する PBL(Project-Based-Learning)型教育プログラムである。学内での講義・演習科目を通して得たメディアの歴史・理論、調査技法、表現技術を社会へと還元しながらさらなる気づきやフィードバックを得ることを目的としている。活動を通して、実際の社会のなかでメディアがいかに活用されているかを理解し、最終的には社会のなかでメディアを使ったさまざまな情報発信を実践

的に行っていく力を養成する。併せて、社会において必要とされる「チーム力」「課題解決力」の総合的向上を図る。

「社会連携プログラム」のミッションは以下の通りである。

- ① 2年次より、プロジェクトベースの演習プログラムに加わることにより、課題発見力・課題解決力を段階的に身につけることを目指す。
- ② 異なる分野科目を選択した学部学生が、演習におけるプロジェクトを通じてひとつの課題に取り組む経験を積むことで、コミュニケーション力、チームワーク力、自己管理能力を育成する。
- ③ 演習に加えて、企業・団体・地域におけるインターンシップに参加することにより、社会の一員という立場から社会の構成要素を見つめ直し、社会人にとって必要な実践力、応用力の育成を目指す。

## (2) 社会連携プログラムの履修内容

「社会連携プログラム」の履修内容は、1年次の共通科目である初年次セミナー（フレッシュマンセミナー及びベーシックセミナー）の履修の後、以下の通り段階的に進行させる。



### ① メディア基礎演習及びメディア実践演習について

具体的には、まず **1年次**には、各分野の導入となる科目の履修や担任教員との面談を行いながら、今後の研究の方向性を考えさせる。

**2年次**では、学部基礎科目、学部基幹科目（コア領域、方法論領域）の履修を踏まえて、春学期に分野を選択させ、展開科目やメディア基礎演習の履修、および担任教員との面談を継続しながら、自身の研究テーマを検討させる。さらに10月よりメディア実践演習担当教員との面談を実施し、各選択分野での学びの成果や自身の研究テーマ、将来の希望進路などを勘案した上で、秋学期に3年次以降の配属を決定する。

### ② メディア基礎演習及びメディア実践演習の 具体的展開

メディア学部における分野選択、ならびにメディア実践演習クラスの配属決定までの流れは、以下のとおりである。

## 1年次

春学期：担任教員との面談を通して自身の興味関心を明確にさせる。

5～6月に担任教員との面談を行い、将来の希望進路を踏まえてこれからどのような分野で自分の興味関心を掘り下げていくか、検討を行う。

秋学期：各分野の学びのイメージを明確にし、担任教員の指導の下で今後の研究の方向性を考えさせる。

## 2年次

春学期：担任教員の指導の下で研究テーマを検討し、メディア学の3領域と現代社会や人間生活との関わりを理解した上で、1つの分野を選択する。

秋学期以降は、展開科目において選択した分野の専門科目を中心に履修し、各分野における中心的学問領域の基礎知識を修得させる。また、メディア基礎演習A,B（1科目以上選択必修）を履修させ、社会連携プログラムの理念や実践手法についての知識を習得させる。同時に、担任教員との面談を行いながら、3年次以降中心的に研究するテーマについて検討させる。

秋学期：実践演習クラス担任教員との面談を行い、クラスを選択する。

### （10月）演習説明会の実施

各演習クラス担任教員が実践プロジェクトを紹介すると同時に、あらかじめ必要とされる知識・技術や、実践プロジェクトの到達目標、実践を通して身につく能力、想定される卒業研究や想定される進路等を説明する。

### （11月）演習クラス担任教員との面談を実施

自身の選択分野と研究テーマを考慮の上、必ず2名以上の演習クラス担任教員と面談をさせる。面談は原則として、選択した分野に関連する実践を実施している演習クラス担任教員と行うこととする。また、担任教員および社会連携プログラムコーディネーター教員も必要に応じて面談を行い、学生の研究テーマを明確にさせた上で、適切な演習クラス担任教員の紹介を行う。その上で、面談を行った演習クラス担任教員の中から希望するクラスを選択し、志望理由書とともに大学に提出する。

### （12月）演習クラスの配属決定

メディア実践演習運営委員会で学生の志望理由書を取りまとめ、選択分野、研究テーマ、希望進路、これまでの履修科目ならびに成績状況などを考慮して、最終的な演習クラスの配属を決定する。演習クラスの学生受け入れ数は1クラス最大15名としており、特定のクラスに希望者が集中した場合は選考をおこなう。選考は提出した志望理由書の内容、研究テーマ、これまでの履修科目・成績状況などを考慮の上、メディア実践演習運営委員会で配属を決定する。選考に漏れた学生は、選択した分野に関連するクラスで、定員に達していないクラスの担任教員（場合によっては担任やコーデ

ィネーター教員) と再面談を実施し、全員の配属が決定するまでマッチングをおこなう。

3年次以降のメディア実践演習クラスは、原則として演習クラス担当教員が属する分野に関連したプロジェクトを実施する。また、卒業研究も、演習クラス担当教員が属する分野に関連した形で行うよう指導を行い、3年次以降の「メディア実践演習」で実施するプロジェクトは、教員の指導の下で学生が選択した分野の専門科目を核として、それまでの学びを通して得た知識や技術を実践的に活かす場として展開する。

3年次のメディア実践演習1～2を実施する際には、教員が実施先との交渉・調整ならびに学生のスケジュール管理、実施に向けた準備の進捗の確認・指導、企画・調査・制作等の技法の指導、実践時の安全確保、実践終了後の振り返り指導等を行う。学生はこうした教員の指導を受けながら、実践当日に向けた準備ならびに当日の運営を行い、これらを通して得られた知見を4年次の個人研究プロジェクトへと結びつけていく。

4年次春学期のメディア実践演習3～4では、学生は演習クラス担当教員の指導の下で個人研究プロジェクトを立ち上げ、クラス内で定期的に進捗ならびに成果や課題の報告を行う。また、クラス担当教員の下で行われるクラス内での議論に必ず参加し、進捗や成果・課題の報告に対して学生相互に評価を行い、改善案を出し合う。教員は毎授業後に提出される「実践演習の記録」を確認しながら、研究テーマの選定や研究計画について細かく指導を行うとともに、毎授業内で実施される進捗状況の報告に対しても指導・助言を行う。また、学生の提出物や報告の内容、議論への参加度などを考慮して、教員は学生への成績評価を行う。4年次秋学期は、メディア実践演習での結果を踏まえて、さらに発展したテーマで卒業研究の執筆・制作を行う。

#### 演習クラス担当教員の役割と学生の役割

##### i) 3年次 (メディア実践演習 1, 2)

コーディネーター教員・演習クラス担当教員と連携先との間で実践の概略が決まると、学生は演習クラス担当教員の指導の下、実践当日の具体的な実施計画ならびにそのための準備計画等について議論を重ね、検討していく。当日の役割分担も、演習クラス担当教員の指導を受けながら学生が決定する。演習クラス担当教員は、連携先の希望や実践の企図を学生に指示しながら、適切な実施計画になっているかを確認し、助言と指導を行う。また、準備の進行状況や制作物のクオリティ、また社会人としてのマナー等を常に確認し、指導を行う。さらに毎授業後に、現在までの準備状況や自身のかかわり方、今後の課題、ならびに自身の研究テーマとのつながり等を所定のフォーマットに沿って記録した「実践演習の記録」を作成・提出させ、教員はそれを確認しながら各学生にきめ細かく指導を行う。

実践当日は、基本的には学生中心で運営していくことになるが、演習クラス担当教員は学生の安全確保に細心の注意を払うと同時に、当初の予定どおりに実践が進んでいるかを確認し、遅れなどが見られる場合は学生に対して適切な指示を行う。

実践の実施後は、これまでに作成した「実践演習の記録」を元にその成果と課題を整理させ、振り返りレポートを作成させるとともに、これらの成果や課題を自身の研究テーマにどのように結びつけていくかについて、検討・報告させる。報告はクラス内で行い、学生の相互評価と演習クラス担当教員からの指導を受ける。また必要に応じて演習クラス担当教員との個人面談を実施し、4年次以降の学びを着実に進めることができるよう、フォローする。

#### ii) 4年次春学期(メディア実践演習3,4)

4年次に上がると、学生は個人研究プロジェクトを立ち上げ、これまでの学びの集大成として調査や制作に集中的に取り組んでいく。具体的には、演習クラス担当教員の指導の下で研究テーマや方法論、研究計画等を策定し、クラス内で進捗報告を行う。また演習クラス担当教員は、その発表・報告に対して学生同士で議論をさせながら、その議論の成果を各自の研究にフィードバックさせるよう、助言と指導を行う。このフィードバックを着実に実施するために、教員は毎授業後に研究の進捗状況と課題を記録した「実践演習の記録」を作成・提出させ、研究が計画どおりに進んでいるかを確認し、きめ細かい指導を行う。

### 教員による評価

メディア実践演習の評価は、演習クラス担当教員が行う。評価項目は原則として以下のものとし、これらを総合的に判断してSからDの評価を行う。

#### i) メディア実践演習1,2(3年次)の評価項目

- ① 実践準備への取り組み状況 (40%)
- ② 「実践演習の記録」の内容 (20%)
- ③ 実践当日の取り組み状況、あるいは完成した作品の内容 (30%)
- ④ 実践終了後の振り返りレポート (10%)

#### ii) メディア実践演習3,4(4年次)の評価項目

- ① クラス内での研究計画発表・進捗報告の内容 (50%)
- ② 「実践演習の記録」の内容 (30%)
- ③ クラス内での議論や相互評価への参加度 (20%)

なお、メディア実践演習3,4の目的は、3年次における演習の成果を活かした課題解決型の個人研究プロジェクトを立ち上げ、その解決に向けた能力を育成・確認していくことにある。したがってこの演習時間内には、卒業研究の執筆や制作は行わない。演習時間は研究計画や進捗状況を発表し、それを元に研究の質を高めるため

の議論や相互評価を行うことを主とする。また、クラス内での議論や相互評価の過程・結果を毎回「実践演習の記録」にまとめさせ、それを元に演習クラス担当教員の指導や助言を得ることで、研究プロジェクトの進行状況と今後の課題を常に意識することができる環境を用意する。

メディア実践演習3,4の評価は、これらの発表の内容ならびに「実践演習の記録」の内容、クラスでの議論への参加度などから総合的に判断する。

なお、「卒業研究」においては、メディア実践演習3・4の成果を踏まえてテーマを発展的に再設定し、秋学期に集中的に取り組むこととする。10月に実施する卒業研究中間発表会を中心に、他分野の教員からも研究に対するフィードバックを得ることができる体制を取っており、より多角的な視点で研究を進めることができるようになっている。

#### メディア実践演習の運営体制

メディア実践演習は、本学部における社会連携プログラム全体を統括する組織である社会連携プログラム連絡会議の下に組織された、メディア実践演習運営委員会によって運営される。

メディア実践演習運営委員会委員長であるコーディネーター教員は、プログラム全体の統括と連携先の新規開拓・調整を行う観点から、主に企業や地方公共団体、地域団体等に実践の企図を説明し、協力を募る役割を担う。実践企画案の策定にあたっては、メディア実践演習運営委員会の構成員である演習クラス担当教員も交えて、その実現可能性、各分野で身につけるべき能力、学生の研究テーマや希望進路との関係などについて、慎重に検討を行う。当面、本学では既に複数の企業・団体と包括連携協定を結んでおり、こうした組織の協力を得ながら確実に実施していくこととしているが、それ以外にも、これまでにも共同で継続的に活動を行ってきた企業・団体や、積極的に参加・出展を行ってきたイベント等が存在しており、こうした組織との連携やイベントの活用を行いながら、実践を実施する。

#### 具体的展開

メディア学部開設にあたっては、連携先の新規開拓ならびに調整を担当するコーディネーター教員を新たに配置する。コーディネーター教員は、社会連携を通じた人材育成について多数の教育研究業績を持つスペシャリストであり、演習全体を統括するメディア実践演習運営委員会の委員長として、連携候補の選定と実践企画の提案、ならびに連携先との諸々の調整を行う。また、運営委員会構成員である演習クラス担当教員とともに実践演習のプログラムに対するクオリティチェックを行い、必要に応じて改善策を検討する役割を担う。

なお目白大学では、新宿区、さいたま市、西武信用金庫、としま南長崎トキワ荘プ

プロジェクト協議会、さいたま商工会議所、株式会社一藝社、社会福祉法人三篠会、日本イベントプロデュース協会の 8 団体と包括連携協定を結んでおり、さらに日本イベントプロデュース協会の加盟企業（関東圏内 33 社 70 会員）にも協力を仰ぐことができる体制を築いている。また、過去に社会学部メディア表現学科とともに実践プロジェクトを実施した団体と継続的に連携を行うとともに、毎年開催されているイベントやコンテストへの出展を積極的に行うことで、確実にプログラムを実施していく。

以下、これまでの連携実績を踏まえた想定されるプログラムを記載する

**①連携先と包括連携協定を結んでおり、確実な実践の実施が見込めるもの**

i) 地方公共団体等の広報映像の提案・企画・制作

包括連携協定を締結している埼玉県さいたま市と連携し、地方公共団体広報映像の企画制作を行う。2016 年にはさいたま市選挙管理委員会と共同で「若い有権者に魅力ある選挙啓発用動画」を制作した。なお、こうした取り組みが評価され、さいたま市選挙管理委員会は第 24 回参議院議員通常選挙に係る総務大臣表彰を受けている。また 2017 年にはさいたま市の依頼を受けて、生活習慣病の早期発見のための「メタボ検診」受診を促す PR 動画を制作し、さいたま市の Web サイトや関東九都県市の役所に設置されたデジタルサイネージ等で公開している。目白大学は新宿区とも包括連携協定を結んでおり、地域における重要な広報活動を支援するための映像制作を、地方公共団体等の協力を得て今後も積極的に展開していく。

ii) 地域振興に関するイベントにおける企画の提案と実施

手塚治虫や赤塚不二夫などの有名マンガ家が入居していたアパート「トキワ荘」の跡地があり、マンガの聖地として知られる豊島区南長崎地区で地域イベントを実施している南長崎トキワ荘協働プロジェクト協議会と包括連携協定を締結しており、イベントの企画・運営やそれに付随する諸活動を共同で実施していく。2016 年には「マンガの聖地まつり」での巨大モザイクアート制作イベントにて、演習クラス担当教員の指導の下、学生が企画・実施に携わっている。

iii) 地元企業と連携したフリーペーパーの制作・頒布

東京都を中心に展開する協同組織金融機関である西武信用金庫と包括連携協定を締結しており、地域情報フリーペーパーの企画・制作・配布を共同で行っていく。既に 2016 年より、演習クラス担当教員の指導の下で学生が企画・取材・編集を行ったフリーペーパー「MEJI Mag」を企画・制作・配布している。

iv) 東京オリンピックに向けたスポーツイベントの企画

イベント業界初の専門家集団であり、大学との連携実績も豊富に持つ一般社団法人日本イベントプロデュース協会と、実習の協力実施、地域活性化に関する活動等への相互協力等を旨とする包括連携協定を締結しており、協会の協力の下でスポーツイベントを着実に実施する。

#### v) 高齢者施設における ICT を活用したワークショップの企画・実施

目白大学は、高齢者福祉施設「神楽坂」を運営する社会福祉法人三條会と包括連携協定を締結している。2017年2月には同施設において、目白大学人間学部人間福祉学科主催の ICT を活用した世代間交流ワークショップが開催されており、こうした活動を今後メディア学部でも展開していく方針である。

### **②**これまでに連携実績があり、今後も継続的に実践を行っていくもの

#### i) ケーブルテレビ局と連携した映像作品の制作・配信

ケーブルテレビ局と連携し、演習クラス担当教員の指導の下で学生が制作した情報番組「めじてれび」の定期配信を実施する。2014年までは新宿区内で番組配信を行うケーブルビジョン新宿および J:COM 港新宿にて、2015年以降は奈良県を中心に配信を行う近鉄ケーブルネットワークで番組制作を実施し、これまでに 54 本、91 コーナーを配信している。こうした番組制作・配信を、今後も継続して実施する。

また 2017 年度には、新宿区・港区を放送エリアとする J:COM 港新宿と連携し、特別番組の企画・制作・配信を行っている。こうした特別番組の制作についても、今後も連携して継続的に実施していく。

#### ii) インターネットメディアを活用した商店街振興策の提案・実施

地域の商店街と連携し、インターネットメディアを活用した振興策を提案・実施する。2016 年には、東京都板橋区のハッピーロード大山商店街と連携し、同商店街の PR 動画の制作・配信を行った。また同商店街関係者に地域の祭りの有様について取材・調査を行い、その成果を公開発表会にて披露した。こうした地域商店街を PR するための表現活動については、2017 年以降、映像制作に加えて、電子雑誌の制作や Web サイト構築なども視野に拡充していく方針である。

#### iii) 住民が語る「地域の歴史」の収集とアーカイブ構築

地方公共団体や NPO、他大学等と連携し、地域における表現ワークショップを企画・実施する。2016 年には、文京区ならびに東京大学と連携し、地域住民に文京区の思い出を語ってもらい、その語りを Web 上にアーカイブするワークショップを実施している。学生は演習クラス担当教員の指導の下、ファシリテーターとしてこの語りの収集とプレゼンテーションに協力した。また 2015 年にも文京区の子育て支援 NPO と連携して、同様のワークショップを実施している。この文京区でのワークショップは、2017 年以降も継続的に実施していく。

#### iv) タブレット端末を活用した教育現場でのワークショップの実施

タブレット端末を活用した小・中学生向けのメディア表現ワークショップとして、2016 年度より、東京都葛飾区の小学校にて iPad を用いた小学生向けのメディア表現ワークショップを開催している。学生はファシリテーターとして、参加した小学生の映

像制作のサポートを行った。この活動は2017年度以降も引き続き実施していく。

#### v) 地域振興に関するイベントにおける企画の提案と実施

目白大学には、大学が位置する新宿区中井周辺で例年2月に開催されている、特産の染物を用いたアートイベント「染の小道」を支える学生ボランティアグループが組織されており、多くの学生がイベントの実施に携わっている。また「染の小道」実行委員会と連携し、大学主催のフォトコンテスト企画を開催した実績もある。メディア学部としても、今後こうした地域振興イベントに積極的にかかわっていく。

### **③**毎年開催されているイベントへの出展、ならびにコンテストへの応募

#### i) 「YOUTH ENTERPRISE TRADE FAIR」への出展

アントレプレナーシップ（起業家的行動能力）の涵養を目的とした産学連携イベントに毎年出展し、演習クラス担当教員の指導の下で学生が企画・開発した教育コンテンツのプレゼンテーションを行っている。2013年に特別賞、2015年には「実際に起業するなら応援したいチーム」に与えられる異能工房賞を受賞した。このイベントにも、継続的に参加していく。

#### ii) 雑誌頒布イベントへの出展

演習クラス担当教員の指導の下、学生自身がフィールド調査計画の立案から、調査の実施、ならびに調査結果報告書の企画・編集をまでを行い、完成した調査結果報告書を雑誌頒布イベントを通して広く公開する活動を、2014年以降毎年実施している。2014年、2016年は「文学フリマ東京」に、2015年は同「COMITIA」に出展し、各年70～100部程度の報告書の頒布に成功した。このような、イベントを通じたフィールド調査結果の公開も、継続的に行う。

#### iii) 公共CMの企画・制作及びコンテストへの応募

毎年、公益社団法人 AC ジャパンが主催する広告学生賞への応募を行っており、2011年にはグランプリを、2012年、2013年、2015年、2017年には奨励賞を受賞している。こうしたコンテストの応募を通して成果物を広く社会に発信する活動を、今後も継続的に実施していく。

なお、メディア実践演習はインターンシップとは異なり、大学と連携先が協働しながらクラス単位で実施するものである。現在、包括連携協定を結んでいる組織が8団体ある（さらに各団体の中に複数の連携先あり）。また、これまでに連携実績がある活動も8活動あり、これらはいずれもクラス単位で実践を実施してきている。したがって、すべてのクラス数を念頭においても、継続的に演習を行うことが可能な体制を整えている。

### ③ インターンシップ

1) メディア学部においては、メディア表現学科で9年間にわたってインターンシップを単位認定対象の科目として運営してきた実績とノウハウを生かし、社会連携プログラムの中核的科目の一つとしてインターンシップを位置づけ、より強力に推進していくこととしている。

インターンシップの実施目的は以下のとおりである。

a 学部に設置される分野科目での学びを基盤とした就業体験で得た成果を自らの専門分野にフィードバックさせ、社会連携プログラム及び卒業研究等における発展的学びにつなげる

b 企業・団体における就業体験を通して、社会の一員という立場から社会の構成要素を見つめ直し、社会人にとって必要な実践力・応用力を身につける

2) 上記の実施目的を踏まえ、インターンシップを着実に実施するための具体的な実施体制について説明する。以下、a. インターンシップ運営実施スキーム、b. 担当教員の決め方・担当教員の関わり方、c. 単位認定の仕組み、d. 評価方法・基準、e. 事前・事後を含めた指導体制、f. 実習先の確保の状況の順で説明する。

#### **a インターンシップ運営実施スキーム**

本科目は、本学部に置かれる社会連携プログラム連絡会議の下部組織であるインターンシップ運営委員会が中心となって運営を行い、教育効果の高いインターンシップを企画・推進する。本委員会の委員長は、社会連携プログラムにおけるコーディネーター教員であり、指導教員（助手を除く専任教員）は全員、本委員会に属する。本委員会の行う内容は以下のとおりとする。

- インターンシップ履修生への支援
- 受入企業・団体の開拓・調整
- 学生と受入先のマッチング
- インターンシップのクオリティチェックと改善策の検討

なお、インターンシップの実施にあたっては、上部組織である社会連携プログラム連絡会議、学内関連組織（キャリアセンター、地域連携・研究推進センター）と連携して進める。

#### **b. 担当教員の決め方・担当教員の関わり方**

本学部におけるインターンシップの担当教員は、以下の3種に分類される。いずれも専任教員が担当し、助手を除く19名が担当する。なお、担当教員については、インターンシップ運営委員会で決定する。

i) コーディネーター教員（以下、コーディネーター）：社会連携プログラム全体の統括及びインターンシッププログラム責任者。コーディネーターは原則として毎年度交

代することはせず、固定で運用する。主に、受入先と大学間の調整に関わる。詳細は以下のとおり。

- ・ インターンシップ受入先の開拓・マッチング（統括）
- ・ インターンシップ受入先及び指導担当者との連絡調整（受入先との実施目的・実習内容の擦り合わせ、実習期間・場所等の確定）
- ・ 指導教員（後述）の調整・配置
- ・ インターンシップ報告会の企画・運営

ii) インターンシップ科目担当教員（以下、科目担当教員）：インターンシップの事前教育科目である「インターンシップ入門」を担当。コーディネーター教員の補佐役としてインターンシップの運営全般に関わる。科目担当教員についても原則として毎年度交代することはせず、固定で運用する。

iii) 指導教員：事前教育から事後教育まで一貫して学生の指導を担当。学生が所属する専攻分野に即した内容のインターンシップを行うため、学生が所属するメディア基礎演習または実践演習の担当教員が指導教員となる。担当内容詳細は以下のとおり。

- ・ 学生の実習先決定に関する指導
- ・ インターンシップ計画書の作成指導
- ・ 企業・団体に関する事前研究の指導
- ・ 実習期間中のモニタリング（指導・助言を含む）
- ・ 実習内容についてのフィードバック
- ・ 成績評価

### c. 単位認定の仕組み

本学部におけるインターンシップの実施時期及び修得単位数は以下のとおりである。

#### インターンシップ実施時期及び修得単位数

科目名称	対象学年	実施時期	履修要件	修得単位数
インターンシップ (短期)	3年以上	8月上旬～9月中旬 (10日間、60時間以上)	「インターンシッ プ入門」を履修済	2単位
インターンシップ (長期)		8月上旬～9月中旬 (20日間、120時間以上)	もしくは履修中であ ること。	4単位

原則として、実施時期は他の授業に支障が生じない長期休暇中の実習とし、可能な限り連続した期間で実習を行わせることとする。但し、長期プログラムの場合は、インターンシップ運営委員会で協議した上で、実習内容に応じて、上記期間以外の実習及び春季休暇中も認める場合がある。

本科目の単位認定は、在学中に短期または長期の1回のみとする。

インターンシップの単位認定にあたっては、以下の条件を満たすことを必要とする。

- 1) 「インターンシップ入門」(インターンシップの事前必修科目)を履修すること
  - 2) 学生向けガイダンス (2 回) に出席すること
  - 3) 実習先確定後、所定書類(計画書、保証人同意書)を期日までに提出すること  
→所定書類を提出した学生について学科会議及び学部教授会に報告し、教務部にて履修手続きを行う。(他科目とは履修手続きが異なることについては、学期最初の履修ガイダンスにて履修指導を行い、学生の誤解が生じないようにする)
  - 4) 実習先に関する事前研究を行った上で、所定期間の実習を行うこと
  - 5) 所定の〆切までに、実習レポート及び実習日誌を作成し、提出すること
  - 6) 学部主催の成果発表会において実習報告を行うこと
  - 7) 指導教員からのフィードバックを受けること
- 1)～7) の条件を満たした学生について、学科会議において審議を行い、学部教授会に報告した上で、単位(2 単位または 4 単位)を付与することとする。

なお、実習先については、大学における教育活動の一環であることを踏まえ、学生の専攻分野及び希望進路との適合性をふまえて、インターンシップ運営委員会でマッチングを行い、最終確定させることとする。

#### **d. 評価方法・基準**

インターンシップの成績は、以下の 4 項目に関してそれぞれ評価し、指導教員が最終的に S から D の総合評価を行う。

- i) 事前学習への取り組み状況(20%)
- ii) インターンシップ計画書に基づいた実習レポート・実習日誌(30%)
- iii) 成果発表会の発表内容 (30%)
- iv) 受入先からの評価票 (20%)

#### **e. 事前・事後を含めた指導体制**

##### 事前指導

- i) ガイダンス (2 回) における履修指導。1 回目のガイダンスは、学期開始時に行い、インターンシップ受講の流れ及び留意点等について。2 回目のガイダンスは、6 月に行い、受入先企業・団体の概略説明、実習先の決め方、提出書類等について。2 回のガイダンスを通じて、インターンシップの具体的な受講方法について理解させる。
- ii) 社会連携プログラムの設置科目「インターンシップ入門」の受講。この授業の受講により、インターンシップの意義の理解と、本学部社会連携プログラムに位置付けられる「インターンシップ」参加に必要な知識とスキルを身につけさせる。具体的には、インターンシップの目的と意義、メディア業界の構造と職種の特徴、企業・学生の双方から見たインターンシップの利点、インターンシップの学びと学部における専門分野の学修との関係性、インターンシップで必要とされるビジネス・マナー等につ

いて理解させる。

iii) インターンシップ計画書（目標設定を含む）の作成と提出。実習先確定後、実習にあたっての目標を設定し、計画とともに学科所定の様式に沿って提出し、指導教員の指導を受ける。

iv) 実習先に関する業界研究及び企業研究。実習をどのように自分の学習・進路に生かすか考察し、その結果について指導教員に報告の上、指導を受ける。

### 実習中

i) 実習日誌の作成。1週間ごとに指導教員に実習内容をメールにて提出し、指導を受ける。

### 事後指導

i) インターンシップ終了後、原則として2週間以内に、実習レポートと実習日誌を提出し、指導教員からの指導を受ける。

ii) インターンシップ報告会において、インターンシップで行った実習内容、得られた成果、今後への活かし方などのプレゼンテーションを行い、学部所属教員全員からの評価を受ける。

iii) 全日程終了後、指導教員からフィードバックを受け、今後の学習への活かし方を考える機会とする。

### **f. 実習先の確保の状況**

インターンシップ先については、インターンシップの実施目的に適合していることを基本的な前提条件として、インターンシップ運営委員会及び企業・団体の間で協議・決定する。学生の十分な学修成果が得られるよう実習期間及び内容について、受け入れ側との綿密な協議と合意の元に進める。具体的な実習先の確保状況は下記のとおりである。

#### 1)メディア表現学科において受入実績のある企業・団体（資料 15 これまでのインターンシップ受入企業・団体の実績）

メディア表現学科において9年間にわたり実施してきたインターンシップにおいて、別表に示しているとおり、放送・映像制作、出版・印刷、広告・CM制作、イベント・芸能、IT・ゲーム、官公庁・公的機関・団体その他、総計 55 団体、100 名強（過去 3 年間）の受入実績がある。これらの企業・団体は、毎年受け入れをして頂いており、今後も継続して受け入れ可能な見通しである。但し、企業・団体の状況が変化することも考えられるため、前年度中に受入依頼を開始し、実習可能な受入先を確定することとする。

#### 2)本学の連携協定先の企業・団体（資料 16 日本イベントプロデューズ協会加盟団体

## 一覧)

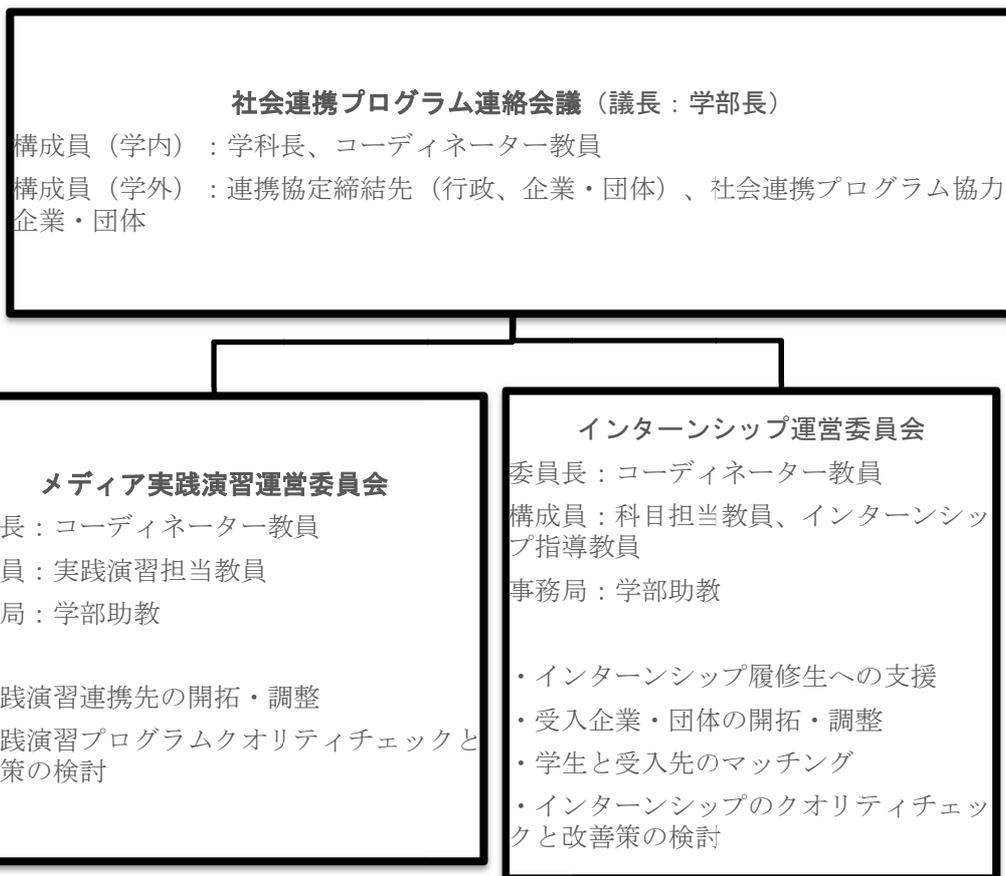
本学の包括連携協定先である、新宿区、さいたま市、西武信用金庫、としま南長崎トキワ荘プロジェクト協議会、さいたま商工会議所、株式会社一藝社、社会福祉法人三篠会、日本イベントプロデュース協会に関しては、協定書記載のとおり、インターンシップの受入が可能な状況である。さらに、上記の協定先のうち、西武信用金庫に関しては当該企業のみならず沿線の中小企業、日本イベントプロデュース協会に関しては加盟企業 33 社 70 会員（関東圏内）における受入についても、協定書の記載とおりに進めていく。

さらに、本学が加盟している日本動画協会アニメ人材パートナーズフォーラム加盟企業 69 社についても、インターンシップの推進について合意しており、受入が可能になる見通しである。

上記 1)2)を合計すると、165 企業・団体となり、学生のインターンシップ先は十分に確保していると言える。さらに、上記以外にも、コーディネーターの統括の元、各教員のネットワークや本学キャリアセンターとの連携等により、今後も実習先の拡充に努力していく。

### (3) 社会連携プログラムの指導体制

本プログラムは、本学部が主導して、企業・団体・地域等と連携を図りつつ進めていく。プロジェクトの円滑な進行及び大学内における教育との整合性を図るために、本学部内に①本プログラム全体を統括する「社会連携プログラム連絡会議」を置きその下に、プログラム等の実際の運営に当たる②「メディア実践演習運営委員会」及び③「インターンシップ運営委員会」を置き、それぞれ実践演習プログラム又はインターンシップについて、受け入れ先の開拓・調整、クオリティーチェック及び改善策の検討を行う。



**社会連携プログラムにおける想定プログラム概要及び外部連携先**

想定されるプログラム概要	想定される外部連携先 (企業・地域・団体等)
・東京オリンピックに向けたスポーツイベントの企画・プロデュース	・日本ブラインドサッカー協会 ・日本イベントプロデュース協会
・公共CMの企画・制作及びコンテストへの応募	・公益社団法人AC ジャパン
・地域振興に関するイベントにおける企画・広報の提案	・「染の小道」実行委員会 ・としま南長崎トキワ荘協働プロジェクト協議会 ・株式会社サンケイリビング新聞社 ・新宿区
・ケーブルテレビ局と連携した映像作品の制作・配信	・近鉄ケーブルネットワーク株式会社 ・むさしのみたか市民テレビ局

・地域施設・企業の広報映像の提案・企画・制作	・林芙美子記念館 ・新宿区・さいたま市 ・さいたま商工会議所
・博物館におけるデジタルアーカイブの企画・構築	・新宿区 ・さいたま市
・短編映画作品の企画・制作及びコンテストへの応募	・東京学生映画祭
・高齢者施設における ICT を活用したワークショップの企画・実施	・社会福祉法人三篠会（高齢者福祉施設「神楽坂」）
・タブレット端末を活用した教育現場でのワークショップの実施	・新宿区 ・さいたま市
・インターネットメディアを活用した商店街振興策の提案・実施	・ハッピーロード大山商店街振興組合 ・中井商工会
・過疎地域の魅力探究と SNS やウェブサイトを用いた新たな情報発信方法の提案	・福井県若狭町 ほか
・住民が語る「地域の歴史」の収集とアーカイブ構築	・東京大学 ・文京区ふるさと歴史館
・地元企業と連携したフリーペーパーの制作・頒布	・株式会社サンケイリビング新聞社 ・西武信用金庫 ・新宿区 ・一般社団法人日本生活情報紙協会
・リアルタイム 3DCG ソフトを活用した短編アニメの企画・制作	・株式会社 Too ・株式会社 Real Illusion
・その他、学部の学びに関連する調査研究・情報発信、各種コンテストへの応募、イベントへの出展など	

## 11. 管理運営体制

本学部は、教育研究上の理念を踏まえ円滑な教育・研究の運営を行うため、目白大学教授会規則に基づき、専任教員（教授、准教授、講師及び助教）によって構成する教授会を設置する。教授会は毎月1回程度開催し、学校教育法第93条第2項及び第3項に基づき、本学部の教育・研究の運営に関し、次の事項を審議する。

(1) 入学、退学、休学、復学、留学、除籍等学生の身上に関する事項

- (2) 教育課程に関する事項
- (3) 試験及び卒業に関する事項
- (4) 学生の指導及び賞罰に関する事項
- (5) 規範等の制定・改廃に関する事項
- (6) その他教育・研究の運営に関し必要な事項

学部長は、学部長等会議（議長である学長のほか、副学長、特命学長補佐、学部長、研究科長、図書館長、学務部長、学部等毎に選出された教授若干名で構成）の意見を聴いて学長が推薦する候補者について理事長により選考される。また、学科長についても、同様に行われる。

## 12. 自己点検・評価

### (1) 自己点検・評価の実施と結果の公表

自己点検・評価については、「目白大学・目白大学短期大学部の自己点検・評価及び第三者評価等に関する規則」に基づき、自己点検・評価等を恒常的に実施している。

具体的には、個々の教員の自己点検・評価シートの作成を踏まえた各教育組織等からの報告に基づき、毎年、大学全体の年次報告書としての「自己点検・評価報告書」を作成している。また、学校教育法による大学機関別認証評価の周期は7年以内と定められており、本学は、公益財団法人日本高等教育評価機構による機関別認証評価を受審している。第1回目の受審は平成21年度であり同機構の定める評価基準は全ての領域において満たしていると認定された。

なお、平成28年度は7年周期の大学機関別認証評価の第2回目の該当年次であり、同機構の定める評価基準により自己点検・評価を実施し、その結果を「平成28年度大学機関別認証評価—自己点検評価書—目白大学」としてまとめ上げ、平成28年6月に同機構に提出した。その結果は、平成29年3月7日付けで、同機構の定める評価基準を全ての領域において満たしているとの認定を受けた。

また、上記以外にも、毎年「FD活動実施報告書」を作成するほか、学期毎に「学生による授業評価アンケート」を実施するなど組織的な改善を可能とする周期で実施している。

### (2) 自己点検・評価の実施体制

「目白大学・目白大学短期大学部の自己点検・評価及び第三者評価等に関する規則」第3条に基づき、自己点検・評価等を適正かつ効果的に行うため、大学運営評議会の下に全学評価委員会を設置している。この全学評価委員会には

①自己点検・評価等実施部会（大学・大学院関係）、②第三者評価結果等検証部会（大学・大学院関係）を置いており、それぞれ以下に掲げる役割を担っている。

①自己点検・評価等実施部会（大学・大学院関係）は、各学部及び研究科並びに学内関係部局の協力を得て、認証評価等に関わる「自己点検・評価報告書」等の原案を作成し、全学評価委員会に提出する。また、このほかに、毎年度、各学部学科及びその他の学内教育研究機関並びに事務局に自己点検・評価シートの作成を指示し、この報告に基づき年次報告書としての「自己点検・評価報告書」を作成している。これらの原案及び報告書は全学評価委員会において報告書として確定する。

②第三者評価結果等検証部会（大学・大学院関係）は、認証評価等の評価結果を踏まえ、各学部等の教育研究等の全般に係る今後の改善方策等の原案を取りまとめ、全学評価委員会に提出する。この改善方策等は全学評価委員会で審議を経て確定の後実施に移される。

## 13. 情報の公表

### (1) 教育情報の公開

教育情報の公開については学校教育法施行規則第 172 条の 2 に基づいて、大学 HP において、「建学の精神」「学部・学科の名称」「教育研究上の目的」「教員組織、業績、保有学位」「入学等に関すること」「授業等に関すること」「学修の成果等に関すること」「学納金等に関すること」「卒業後の支援等に関すること」「キャンパスの概要等」などの内容について簡易に検索可能な環境を整備している。

また、上記に加えて、認証評価関係の情報などを公表するとともに、大学ポートレート事業に当初から参画し、受験生や保護者等への情報提供に努めている。

### (2) 財務情報の公開

財務情報の公開については、「私立学校法の一部を改正する法律等の施行に伴う財務情報の公開等について」（平成 16 年 7 月 23 日 文部科学省 高等教育局 私学部長通知）に則り、本学 HP の「情報の公開」サイトにおいて公表している。その中では、平成 24 年度以降の決算概要について「資金収支計算書」「消費収支計算書」「貸借対照表」「財産目録」「監査報告書」を報告しており、平成 25 年度からは、グラフを用いてステークホルダー等に理解しやすいように「決算の概要」を追加掲載している。さらに平成 27 年度決算からは、学校法人会計基準の改正を受けて、「決算の概要」「資金収支計算書」「活動区分資金収支計算書」「事業活動収支計算書」「貸借対照表」「財産目録」「監査報告書」の区分により公表している。

## 14. 授業内容等の改善を図るための組織的な取り組み

### (1) 授業内容等の改善に係る取組（FD）実施状況

新宿キャンパス（人間学部、社会学部、経営学部及び外国語学部の4学部所在）及び岩槻キャンパス（保健医療学部及び看護学部所在）毎に、FD実施委員会が置かれ、①教育内容の改善のための組織的研修及び研究、②教員の教育技術の向上及び③FD活動に係る企画立案、推進及び調整等を任務としている。

具体的には、FD実施委員は、全学FD研修会を毎年2～3回実施し、授業改善や教学改革等について講演や公開シンポジウム等を開催するほか、学部学科毎に当該年度のFD活動計画書の作成と同報告書の提出を義務付けている。各年度の活動計画書及び報告書はFD実施委員会を通じて各教育組織に周知され、各学部等で実施されている自主的・自律的なFD活動の計画と成果を参照できるようになっており、大学全体のFD活動を視野に置きながら、次年度のFD活動を整備できる体制となっている。

また、学期毎に実施している学生による「授業評価アンケート」は、大学事務局教務部が集計した当該アンケートの結果を踏まえて、本学の学内Webサイト（スタッフネット）上において、個々の教員が「教育活動自己点検・自己評価アンケート」に回答する形で、当該年度の正負両面の経験を次年度の授業改善に役立てることとしている。

本学が行うFDや自己点検・評価については、その透明性を高める観点から、エビデンスに基づいた検証を行うことを主眼として、平成27年度から本学の附属施設である教育研究所内にIR部門を設置し、①基礎学力調査（新入生に係る学力・学習意欲・動機：在学生に係る学力・キャリア意識・学習意欲）に関するデータベースの構築、②卒業生調査（教育への満足度、設備への満足度、就職支援への満足度、大学で身についたと思う力等）のデータ収集を行った。それとともに、学籍データ（所属、入学年度、性別、修学状況、奨学金受給状況等）、履修データ（履修科目、履修時期、成績等）、GPAデータ（各学期GPA、累積GPA）、進路データ（卒業生進路類別・職種・企業名等）、入試データ（高校調査書点、入試種別、合否状況、試験成績等）及び出席データ（履修科目ごと出席関連データ）などの日常的データについても収集を行っている。

これらの収集データを元に「分析基盤の整備」もすすめWebで学生情報が確認できる「分析テンプレート」とデータベースのデータを任意に分析できる「Tableau」の導入を行いつつ、入試関係、教務関係、進路関係の各種データ蓄積を通じ、各教育組織等の要望に応じて必要なデータ提供等を行っている。

新設予定のメディア学部についても、以上のような全学的な取組にあわせ教授会

を中心に、年度ごとのFD活動計画書の策定・実施、自己点検・評価を踏まえたFD活動報告書の策定を通じて、全学及び他学部・学科の活動も参酌しながら毎年度改善に向けたPDCAサイクルを確立していくこととしている。特に本学部はメディアに関する実践的な知識・現場経験を個々の学生に身につけさせるため、社会連携プログラム（メディア基礎演習科目、メディア実践演習科目、インターンシップ）を開設することとしており、関連する外部機関に対して教育指導等を依頼するとともに、本学部の教育内容への外部評価等を受けることとしている。

## (2) 大学経営における組織力の強化を目指した一般職員等の職務上の能力開発（SD）の実施状況

本学では、「学校法人目白学園 SD 実施規程」を定め、大学の管理運営や教育・研究支援を含めた内容について、一般職員を対象とした①新任者、中堅職員、管理職別に行う「階層別研修」と②教学改革等で本学が直面する課題について専門的な知識を習得させる「職種別研修」を実施している。以上のほかに、平成 27 年度からは、教員と職員の合同研修である「全学 FD・SD 研修会」も定期的（年 1 回程度）に実施している。

また、大学設置基準等の改正により職員のみならず教員も含めた SD の実施について平成 29 年 4 月から義務化されたことに伴い、本学の管理運営に携わる幹部教員・職員を対象とした「目白大学・目白大学短期大学部エグゼクティブ SD 実施要領」を平成 28 年 7 月 1 日付けで制定した。幹部教職員の範囲は、大学（短期大学部）学長、副学長、特命学長補佐（大学・短期大学）、学長補佐、学部長、学科長（短期大学部含む）、研究科長、図書館長、学務部長（以上教員系）、大学事務局長、同次長、大学事務局部長（以上職員系）のほか、法人本部役員及び部長並びに目白研心中・高等学校長及び幹部教員も常時参加可能となっている。テーマは高等教育をめぐる重要諸課題であり、第 1 回のエグゼクティブ SD は、去る平成 29 年 2 月 22 日に開催され、「2020 年に向けた高大接続の視点と実践」というテーマで総勢 60 名程の幹部教職員が講演及び質疑に参加した。

## 15. 社会的・職業的自立に関する指導及び体制

(1) メディア学部が立地する新宿キャンパスにおいては、キャリアセンターを設置し、各学部・学科のキャリアセンター員（教員）と大学事務局就職支援部（就職指導課、キャリア支援課）が中心となり、学生の就業力育成や就職支援を全学的に実施している。本学のキャリア教育の基本方針は、「学生が、在学中に教育課程の内外を通して、多様な経験を積み、自信を持って自分のできることを自覚し、実社会に関わ

っていく力を育てること」であり、これに基づいてカリキュラムやインターンシップ等を体系的・総合的に構築している。すなわち、共通科目の中に①1年生を対象とした初年次セミナーとして「フレッシュマンセミナー」及び「ベーシックセミナー」（必修科目）を設け、学生としての基礎力を修得させるとともに、大学を知ることによって大学生としての生活・学習習慣の定着化を図っている。②2年生を対象とした「専門とキャリアA」「専門とキャリアB」はいずれも必修科目であり、学生が所属する専門課程との関係を考えながら社会や自分自身に目を向けさせ、主体的に自己の生き方と進路及び職業選択をデザインできることを目標としている。③学生個人がゼミに所属することとなる3年生を対象としては、「仕事と社会」を選択科目として配置している。この科目は、自己と仕事への理解をより深め「社会を知る」ことを目的として具体的な就職志望先と就職活動のスケジュールの設定、就職活動全般におけるビジネスマナー等について、授業内の実践を通じて身につけるための学習を行っている。

さらに、選択科目ではあるが正課の科目として、1年次及び2年次に「キャリア研修Ⅰ」「キャリア研修Ⅱ」をインターンシッププログラムとして開設しており、多様な体験を積むことで社会と関わっていく力を養い、学生が将来の進路を具体的に考える契機としている。

(2) メディア学部においても、上記(1)と同様な取組を行うこととしている。このほか、本学部・学科の特色の項でも述べたとおり、メディア学に関する実践的な知識・能力を涵養するため、特に、「社会連携プログラム」として「メディア基礎演習」「メディア実践演習」を開設している。これは外部の企業・団体などと連携しながら、少人数による課題解決型の専門教育を行うものであり、2年次に選択科目として「メディア基礎演習」を履修し、3・4年次に必修科目として「メディア実践演習」を履修する。連携する企業・団体等と包括連携協定を結び経済産業省が提唱する社会人基礎力の一つである「チームで働く力（チームワーク）」を重点的に涵養することとしており、社会的・職業的に自立する力を育成するものである。

### (3) 本学全体の進路指導、就職支援、相談、就職斡旋等の体制

キャリアセンターが設置され、大学事務局就職支援部（就職指導課、キャリア支援課）所属の職員9名及びキャリアカウンセラー4名が常駐して対応している。このほか、1・2年生への進路相談は、各学部・学科毎に30～50名で構成されるクラス制度が採られており、専門課程担当の教員がこれに当たるほか、各学科単位に置かれているキャリアセンター員も進路相談に当たっている。（資料17）

キャリアセンターにおける主な進路支援の内容は以下の通りである。

- ①1・2年次対象：インターンシップ支援（キャリア研修Ⅰ～Ⅱ、企業・行政等公募インターン）
- ②3・4年次対象：インターンシップ支援、就活支援対策講座（就職ガイダンス、ビジネスマナー、個人・グループ面接、ディスカッション）、業界研究、企業合同説明会、就活塾の運営、個別支援（進路相談、模擬面接、履歴書・エントリーシート添削 等）、就職幹旋（求人照会）

#### (4) 学部独自の就職支援体制

本学部においては、初年次より卒業時まで、学部所属教員全員により所属学生をフォローする体制を整える。すなわち、共通科目から専門科目の履修全体を通じて1年次でのクラス担任や2年次以降の演習担当教員を中心として、1次前後期に開講される「フレッシュマンセミナー」「ベーシックセミナー」、2年次以降の「メディア基礎演習A/B」「メディア実践演習1～4」において就職希望先や履修方法等について説明を行うとともに、オフィスアワー等のあらゆる機会も活用して、本学のキャリアセンターとも連携をとりながら個々の学生の将来の就職希望先について十分な説明及び懇切なアドバイスを行うこととしている。

## 資料目次

資料 1 : スマートフォン等利用率

資料 2 : AR (拡張現実) / VR (仮想現実) の製品出荷台数予測

資料 3 (その 1) : 日経 MJ (2016.2.19) 記事

エン・ジャパン「未経験者、IT 業界へ 無料で研修講座」

日経 MJ (2016.9.27) 記事 略

リクルートキャリア「IT 未経験者向けに企業紹介」

資料 3 (その 2) : 日経 MJ (2016.4.27) 記事

「敏腕広報欲しい！ベンチャー、熱き争奪戦、複数社で『シェア』も、  
有能な大学生抜擢、育成のプロ現る（人が足りない）」 略

資料 4 : 産業構造の試算結果

資料 5 : 履修モデル(1) 新聞・出版など マスメディア企業

資料 6 : 履修モデル(2) 一般企業 総合職・広報・調査部門

資料 7 : 履修モデル(3) 映像制作系 (テレビ番組制作会社、ネット動画配信企業等)

資料 8 : 履修モデル(4) ウェブコンテンツ系 (ウェブ編集者、ウェブプロデューサー等)

資料 9 : 履修モデル(5) イベント・広告系 (イベント企画・運営企業等)

資料 10 : 専門教育科目 カリキュラム表

資料 11 : 学校法人目白学園就業規則 (抄) 定年に関する本学規程

資料 12 : PC 演習室を利用する科目の時間割シミュレーションと稼働率

資料 13 : PC 演習室を利用する科目の一覧表と稼働率

資料 14 : 図書、資料の所蔵数

資料 15 : これまでのインターンシップ受入企業・団体の実績

資料 16 : 本学の連携協定先の企業・団体及び日本イベントプロデューサー協会加盟団体一覧  
(連携協定本文省略)

資料 17 : キャリアセンターの就職相談状況 (新宿キャンパス)

資料 1

スマートフォン等利用率

(単位：%)

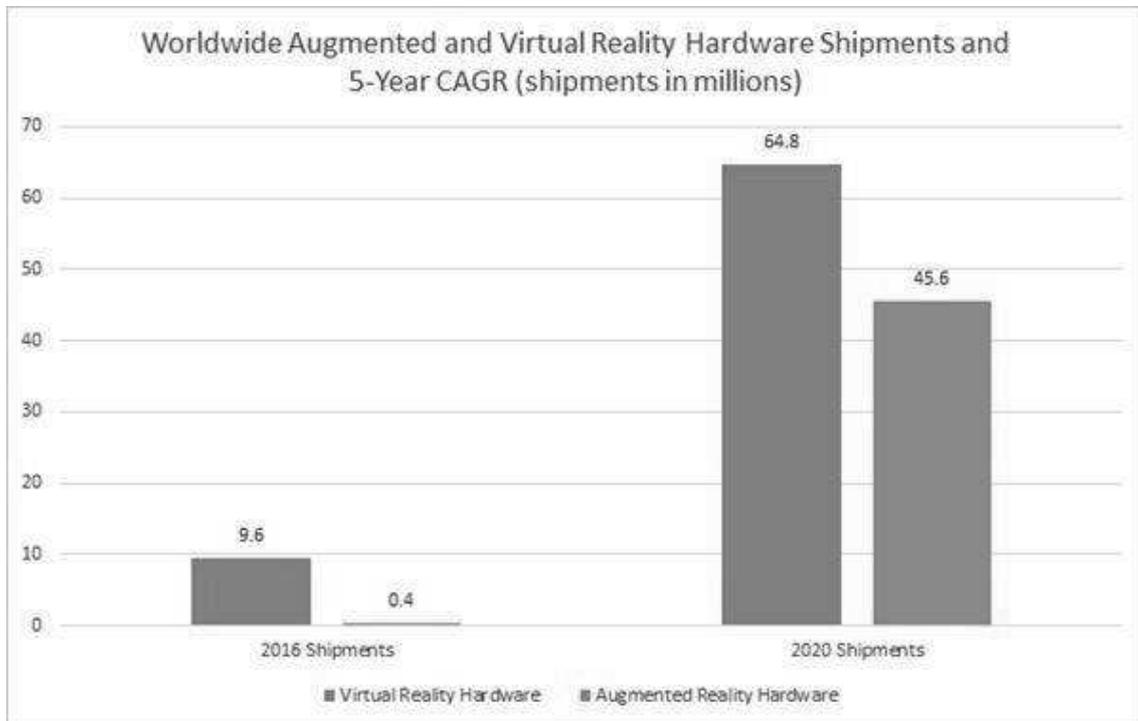
	スマートフォン	フィーチャーフォン	タブレット
<b>【日本】</b>			
全体加重平均	60.2	41.9	19.5
20代(N=200)	87.0	20.0	19.5
30代(N=200)	73.0	31.0	25.0
40代(N=200)	60.0	42.5	21.0
50代(N=200)	54.0	47.5	18.5
60代(N=200)	35.0	62.0	14.0
<b>【米国】</b>			
全体加重平均	78.6	18.4	57.2
20代(N=200)	92.5	8.5	67.0
30代(N=200)	94.5	11.5	76.5
40代(N=200)	83.0	17.0	57.0
50代(N=200)	61.5	23.0	45.5
60代(N=200)	58.5	35.0	37.0
<b>【英国】</b>			
全体加重平均	82.3	13.9	55.6
20代(N=200)	95.5	4.5	61.5
30代(N=200)	92.5	7.5	66.0
40代(N=200)	85.0	12.0	52.5
50代(N=200)	71.0	21.5	46.0
60代(N=200)	64.5	26.0	51.5
<b>【ドイツ】</b>			
全体加重平均	82.3	20.2	45.8
20代(N=200)	97.5	9.5	52.0
30代(N=200)	94.0	9.0	56.5
40代(N=200)	85.5	15.5	46.0
50代(N=200)	74.0	30.0	44.5
60代(N=200)	62.0	35.5	29.5
<b>【韓国】</b>			
全体加重平均	96.6	7.8	34.1
20代(N=200)	100.0	3.5	31.0
30代(N=200)	97.0	7.5	43.5
40代(N=200)	96.0	9.5	37.5
50代(N=200)	97.0	7.0	30.0
60代(N=200)	91.5	12.5	24.5
<b>【中国】</b>			
全体加重平均	98.3	5.0	47.3
20代(N=200)	98.5	3.0	49.5
30代(N=200)	100.0	2.5	57.5
40代(N=200)	98.0	6.0	46.0
50代(N=213)	97.7	5.6	44.1
60代(N=187)	96.8	9.6	34.8

(出典)総務省 情報通信白書

「IoT 時代における新たな ICT への各国ユーザーの意識の分析等に関する調査研究」(平成 28 年)

## 資料 2

AR（拡張現実）／VR（仮想現実）の製品出荷台数予測



米 I D C 発表による

(注) 2016 年と 2020 年（見通し）の比較

単位：百万台

資料 4

産業構造の試算結果（部門別GDP成長率・従業員数・労働生産性） ※2015年度と2030年度の比較

部門	変革シナリオにおける姿	名目GDP成長率（年率）		従業員数 ※（ ）内は2015年度の従業員数		労働生産性（年率）	
		現状放置	変革	現状放置	変革	現状放置	変革
①粗原料部門 〔 農林水産、鉱業 等 〕	経済成長に伴い成長。	+0.0%	+2.7%	-81万人 -71万人 (278万人)		+2.3%	+4.7%
②プロセス型製造部門 (中間財等) 〔 石油製品、鉄鋼、化学繊維 等 〕	規格品生産の効率化と、広く活用される新素材の開発のプロダクトサイクルを回すことで成長。	-0.3%	+1.9%	-58万人 -43万人 (152万人)		+2.9%	+4.2%
③顧客対応型製造部門 〔 自動車、通信機器、産業機械 等 〕	マスカスタマイズやサービス化等により新たな価値を創造し、 <b>付加価値が大きく拡大、従業員数の減少幅が縮小。</b>	+1.9%	+4.1%	-214万人 -117万人 (775万人)		+4.0%	+5.2%
④役務・技術提供型 サービス部門 〔 建築、卸売、小売、金融 等 〕	顧客情報を活かしたサービスのシステム化、プラットフォーム化の主導的地位を確保し、 <b>付加価値が拡大。</b>	+1.0%	+3.4%	-283万人 -48万人 (2026万人)		+2.0%	+3.6%
⑤情報サービス部門 〔 情報サービス、対事業所サービス 〕	第4次産業革命の中核を担い、成長を牽引する部門として、 <b>付加価値・従業員数が大きく拡大。</b>	+2.3%	+4.5%	-17万人 +72万人 (641万人)		+2.5%	+3.8%
⑥おもてなし型サービス部門 〔 旅館、飲食、娯楽 等 〕	顧客情報を活かした潜在需要等の顕在化により、ローカルな市場が拡大し、 <b>付加価値・従業員数が拡大。</b>	+1.2%	+3.7%	-80万人 +24万人 (654万人)		+2.1%	+3.5%
⑦インフラネットワーク部門 〔 電気、道路運送、通信・電話 等 〕	システム全体の質的な高度化や供給効率の向上、他サービスとの融合による異分野進出により、 <b>付加価値が拡大。</b>	+1.6%	+3.8%	-53万人 -7万人 (388万人)		+2.6%	+4.0%
⑧その他 〔 医療・介護、政府、教育 等 〕	社会保障分野などで、AIやロボット等による効率化が進むことで、 <b>従業員数の伸びが抑制。</b>	+1.7%	+3.0%	+51万人 +28万人 (1421万人)		+1.5%	+2.9%
合計		+1.4%	+3.5%	-735万人 -161万人 (6334万人)		+2.3%	+3.6%

(株)WAVE 社調査より

出展：経済産業省 産業構造審議会 中間報告『新産業構造ビジョン』～第4次産業革命をリードする日本の戦略～（平成28年4月27日）

# 資料 5

履修モデル(1)

\* 新聞・出版などのマスメディア企業

科目区分	1年次		2年次		3年次		4年次		小計			
	科目名	単位	科目名	単位	科目名	単位	科目名	単位				
共通科目	初年次セミナー	○フレッシュマンセミナー [春] 1 ○ベーシックセミナー [秋] 1							2			
	総合科目	分野横断科目	大学生活と学問 [春] 2							8		
		学際科目		社会生活のデザイン [秋] 2								
		異分野入門科目		ビジネス偉人伝 ～先達に学ぶ生きるための智慧 [春] 2								
		グローバル課題探求科目			世界の今を学ぼう [秋] 2							
	外国語	国語	○日本語読解演習Ⅰ [春] 1 ○日本語読解演習Ⅱ [秋] 1	○日本語表現演習Ⅰ [春] 1 ○日本語表現演習Ⅱ [秋] 1						4		
		外国語	○英語基礎 (Fundamentals of English)Ⅰ [春] 1 ○英語基礎 (Fundamentals of English)Ⅱ [秋] 1 ○総合英語 (Integrated English)Ⅰ [春] 1	○総合英語 (Integrated English)Ⅱ [春] 1 ○専門基礎英語 (Basic English for Special Fields) [秋] 1						5		
	情報活用演習	○情報活用演習Ⅰ [春] 2	○情報活用演習Ⅱ [秋] 2						4			
	スポーツ・健康	○生涯スポーツⅠ [春] 1 ○健康科学 [秋] 1							2			
	キャリアデザイン		○専門とキャリアA [春] 1 ○専門とキャリアB [秋] 1	仕事と社会 [春] 1					3			
	小計(共通科目)		13	12		3			28			
	専門教育科目	学部基礎科目	学部基礎科目 ○メディアと社会 [春] 2 ○メディア学概論 [春] 2 ○メディア情報概論 [春] 2 ○メディアとモラル [春] 2 ○メディアと心理 [秋] 2 ○メディア社会と法 [秋] 2 ○メディア発達史 [秋] 2 ○メディア・リテラシー論 [秋] 2	基礎科目 展開科目等を通してメディア学 の軸となる3つの視点を学びます		社会連携プログラムの実践を通して、 メディアと社会の関係性について 学習を深めていきます	社会連携プログラムにおける 発展的課題及び卒業研究に 取り組むことで、 学びの幅を広げていきます		16			
			コア領域		○美術入門 [秋] 2 ○消費社会論 [秋] 2			○メディア社会論 [春] 2 ○情報社会論 [春] 2 ○メディア産業概論 [春] 2			28	
方法論領域			○メディア技法入門 [春] 2 ○造形入門 [春] 2 写真撮影技法 [秋] 2		○メディア調査法Ⅰ [春] 2 ○デザイン技法Ⅰ [春] 2 メディア調査法Ⅱ [秋] 2			メディア取材法 [春] 2 編集技法Ⅰ [秋] 2 メディア文章表現 [春] 2				
展開科目			メディアと社会・文化分野		*メディア文化論 [春] 2 *ジャーナリズム論 [秋] 2 出版メディア論 [秋] 2 *インターネット・コミュニケーション論 [秋] 2 *メディア思想史 [秋] 2 *放送論 [秋] 2 地域メディア論 [秋] 2				グローバルジャーナリズム論 [春] 2 多文化共生論 [春] 2 サブカルチャー論 [春] 2 電子出版論 [秋] 2 コミックス文化論 [秋] 2 メディア社会・文化特講 [秋] 2			26
			メディアと産業・消費分野					*メディアとビジネス [春] 2	*広告論 [秋] 2 *広報・PR論 [秋] 2 社会デザイン論 [秋] 2			8
			メディアと表現・技術分野									0
社会連携プログラム					メディア基礎演習A [春] 2			○メディア実践演習1 [春] 2 ○メディア実践演習2 [秋] 2 インターンシップ入門 [春] 2	○メディア実践演習3 [春] 2 ○メディア実践演習4 [春] 2 インターンシップ(短期) [春] 2			14
卒業研究					○卒業研究 [秋] 4			4				
自由選択科目												
小計(専門教育科目)			26	30		30		10	96			
合計(共通科目+専門教育科目)		39	42		33		10	124				

○は必修科目 \*は分野必修科目

# 資料 6

履修モデル(2)

\* 一般企業の総合職・広報・調査部門

科目区分	1年次		2年次		3年次		4年次		小計	
	科目名	単位	科目名	単位	科目名	単位	科目名	単位		
共通科目	初年次セミナー	○フレッシュマンセミナー [春] 1 ○ベーシックセミナー [秋] 1							2	
	総合科目	分野横断科目 知の探究法 [秋] 2							8	
	学際科目		社会生活のデザイン [秋] 2							
	異分野入門科目		心理学フロンティア [春] 2							
	グローバル課題探求科目				サステイナブル社会を考える [春] 2					
	国語	○日本語読解演習 I [春] 1 ○日本語読解演習 II [秋] 1		○日本語表現演習 I [春] 1 ○日本語表現演習 II [秋] 1					4	
	外国語	○英語基礎 (Fundamentals of English) I [春] 1 ○英語基礎 (Fundamentals of English) II [秋] 1 ○総合英語 (Integrated English) I [春] 1		○総合英語 (Integrated English) II [春] 1 ○専門基礎英語 (Basic English for Special Fields) [秋] 1					5	
	情報活用演習	○情報活用演習 I [春] 2		○情報活用演習 II [秋] 2					4	
	スポーツ・健康	○生涯スポーツ1 [春] 1 ○健康科学 [秋] 1							2	
	キャリアデザイン			○専門とキャリアA [春] 1 ○専門とキャリアB [秋] 1		仕事と社会 [春] 1			3	
	小計(共通科目)		13		12		3		28	
	専門教育科目	学部基礎科目	○メディアと社会 [春] 2 ○メディア学概論 [春] 2 ○メディア情報概論 [春] 2 ○メディアとモラル [春] 2 ○メディアと心理 [秋] 2 ○メディア社会と法 [秋] 2 ○メディア発達史 [秋] 2 ○メディア・リテラシー論 [秋] 2	メディア学の軸となる3つの視点を通じた、展開科目などを通して中心となる知識・能力の方向性を定めます			社会連携プログラムの実践を通して、メディアと社会の関係性について学習を深めていきます		社会連携プログラムにおける発展的課題及び卒業研究に取り組み、学びの幅を広げていきます	16
		コア領域	○美術入門 [秋] 2 ○消費社会論 [秋] 2		○メディア社会論 [春] 2 ○情報社会論 [春] 2 ○メディア産業概論 [春] 2					30
方法論領域		○メディア技法入門 [春] 2 ○造形入門 [春] 2		○メディア調査法 1 [春] 2 メディア取材法 [春] 2 ○デザイン技法I [春] 2 メディア調査法 2 [秋] 2		メディア統計分析 [春] 2 メディア文章表現 [春] 2 デジタル・プレゼンテーションI [春] 2 デジタル・プレゼンテーションII [秋] 2				
展開科目		メディアと社会・文化分野		* メディア文化論 [春] 2 * ジャーナリズム論 [秋] 2 * インターネット・コミュニケーション論 [秋] 2 * メディア思想史 [秋] 2 * 放送論 [秋] 2		サブカルチャー論 [春] 2 教育とメディア [春] 2 メディア・リテラシー演習 [春] 2 メディア社会・文化特講 [秋] 2 音楽文化論 [秋] 2			20	
メディアと産業・消費分野				* メディアとビジネス [春] 2		* 広報・PR 論 [秋] 2 * イベント概論 [秋] 2 社会デザイン論 [秋] 2			8	
メディアと表現・技術分野				* デザイン論 [秋] 2		メディアアート [秋] 2			4	
社会連携プログラム				メディア基礎演習B [秋] 2		○メディア実践演習1 [春] 2 ○メディア実践演習2 [秋] 2 インターンシップ入門 [春] 2		○メディア実践演習3 [春] 2 ○メディア実践演習4 [春] 2 インターンシップ(短期) [春] 2	14	
卒業研究								○卒業研究 [秋] 4	4	
自由選択科目										
小計(専門教育科目)			24		30		32		10	
合計(共通科目+専門教育科目)			37		42		35		10	

○は必修科目 \*は分野必修科目

# 資料 7

履修モデル(3)

\*映像制作系(テレビ番組制作会社、ネット動画配信企業等)

科目区分	1年次		2年次		3年次		4年次		小計	
	科目名	単位	科目名	単位	科目名	単位	科目名	単位		
共通科目	初年次セミナー	○フレッシュマンセミナー [春] 1 ○ベシックセミナー [秋] 1							2	
	総合科目	分野横断科目 知の探究法 [秋] 2							8	
	学際科目			日本語再発見 [秋] 2						
	異分野入門科目			ビジネス偉人伝～先達に学ぶ生きるための智慧 [春] 2						
	グローバル課題探求科目					グローバルな視点で学ぶ社会と人間 [春] 2				
	国語	○日本語読解演習 I [春] 1 ○日本語読解演習 II [秋] 1		○日本語表現演習 I [春] 1 ○日本語表現演習 II [秋] 1					4	
	外国語	○英語基礎 (Fundamentals of English) I [春] 1 ○英語基礎 (Fundamentals of English) II [秋] 1 ○総合英語 (Integrated English) I [春] 1		○総合英語 (Integrated English) II [春] 1 ○専門基礎英語 (Basic English for Special Fields) [秋] 1					5	
	情報活用演習	○情報活用演習 I [春] 2		○情報活用演習 II [秋] 2					4	
	スポーツ・健康	○生涯スポーツ1 [春] 1 ○健康科学 [秋] 1							2	
	キャリアデザイン			○専門とキャリアA [春] 1 ○専門とキャリアB [秋] 1		仕事と社会 [春] 1			3	
	小計(共通科目)		13		12		3		28	
	専門教育科目	学部基礎科目	学部基礎科目などを通して、メディア学の基礎となる理論、背景や手法をしっかりと学びます ○メディアと社会 [春] 2 ○メディア学概論 [春] 2 ○メディア情報概論 [春] 2 ○メディアとモラル [春] 2 ○メディアと心理 [秋] 2 ○メディア社会と法 [秋] 2 ○メディア発達史 [秋] 2 ○メディア・リテラシー論 [秋] 2	メディア学の軸となる3つの視点を学び、展開科目などを通して、中心的な知識・能力の方向性を定めます			社会連携プログラムの実践を通して、メディアと社会の関係性について学習を深めていきます			16
		コア領域	○美術入門 [秋] 2 ○消費社会論 [秋] 2		○メディア社会論 [春] 2 ○情報社会論 [春] 2 ○メディア産業概論 [春] 2				26	
方法論領域		○メディア技法入門 [春] 2 ○造形入門 [春] 2 コンテンツ企画 [秋] 2 写真撮影技法 [秋] 2		○メディア調査法1 [春] 2 ○デザイン技法I [春] 2		メディア身体表現 [秋] 2 メディア文章表現 [春] 2				
メディアと社会・文化分野				*メディア文化論 [春] 2 *放送論 [秋] 2		*ジャーナリズム論 [秋] 2		6		
メディアと産業・消費分野								0		
展開科目				*メディア情報論 [春] 2 *映像表現論 [春] 2 *デザイン論 [秋] 2 *映画論 [秋] 2 *インタフェース論 [秋] 2 映像制作演習I [秋] 2 映像制作演習II [秋] 2		映像制作技術論 [春] 2 シナリオ論 [春] 2 映像制作演習III [春] 2 ライブ番組制作演習 [春] 2 映像表現特講 [秋] 2 ショートフィルム論 [秋] 2 映像制作応用演習 [秋] 2		28		
社会連携プログラム				メディア基礎演習B [秋] 2		○メディア実践演習1 [春] 2 ○メディア実践演習2 [秋] 2 インターンシップ入門 [春] 2		○メディア実践演習3 [春] 2 ○メディア実践演習4 [春] 2 インターンシップ(長期) [春] 4	16	
卒業研究								○卒業研究 [秋] 4	4	
自由選択科目										
小計(専門教育科目)			28		30		26		12	
合計(共通科目+専門教育科目)			41		42		29		12	

○は必修科目 \*は分野必修科目

# 資料 8

履修モデル(4)

\*ウェブコンテンツ系(ウェブ編集者、ウェブプロデューサー等)

科目区分	1年次		2年次		3年次		4年次		小計
	科目名	単位	科目名	単位	科目名	単位	科目名	単位	
共通科目	初年次セミナー	○フレッシュマンセミナー [春] 1 ○ベーシックセミナー [秋] 1							2
	総合科目	分野横断科目 科学的なものの見方・考え方 [秋] 2							8
	学際科目			感性を磨く芸術論 [秋] 2					
	異分野入門科目			ことばの「しくみ」と「はたらき」 [春] 2					
	グローバル課題探求科目					世界の今を学ぼう [秋] 2			
	国語	○日本語読解演習 I [春] 1 ○日本語読解演習 II [秋] 1		○日本語表現演習 I [春] 1 ○日本語表現演習 II [秋] 1					4
	外国語	○英語基礎 (Fundamentals of English) I [春] 1 ○英語基礎 (Fundamentals of English) II [秋] 1 ○総合英語 (Integrated English) I [春] 1		○総合英語 (Integrated English) II [春] 1 ○専門基礎英語 (Basic English for Special Fields) [秋] 1					5
	情報活用演習	○情報活用演習 I [春] 2		○情報活用演習 II [秋] 2					4
	スポーツ・健康	○生涯スポーツ1 [春] 1 ○健康科学 [秋] 1							2
	キャリアデザイン			○専門とキャリアA [春] 1 ○専門とキャリアB [秋] 1		仕事と社会 [春] 1			3
小計(共通科目)		13		12		3		28	
学部基礎科目		○メディアと社会 [春] 2 ○メディア学概論 [春] 2 ○メディア情報概論 [春] 2 ○メディアとモラル [春] 2 ○メディアと心理 [秋] 2 ○メディア社会と法 [秋] 2 ○メディア発達史 [秋] 2 ○メディア・リテラシー論 [秋] 2	メディア学						16
	コア領域	○美術入門 [秋] 2 ○消費社会論 [秋] 2		○メディア社会論 [春] 2 ○情報社会論 [春] 2 ○メディア産業概論 [春] 2					30
		方法論領域	○メディア技法入門 [春] 2 ○造形入門 [春] 2 コンテンツ企画 [秋] 2 Web技法 [秋] 2		○メディア調査法 1 [春] 2 ○デザイン技法I [春] 2 メディア調査法 2 [秋] 2 編集技法I [秋] 2		メディア統計分析 [春] 2 メディア文章表現 [春] 2		
	展開科目		メディアと社会・文化分野				*インターネット・コミュニケーション論 [秋] 2		
		メディアと産業・消費分野			*メディアとビジネス [春] 2		*広告論 [秋] 2		4
	社会連携プログラム								26
	卒業研究								14
	自由選択科目								4
	小計(専門教育科目)		28		30		30		8
合計(共通科目+専門教育科目)		41		42		33		8	124

○は必修科目 \*は分野必修科目

# 資料 9

履修モデル(5)

\* イベント・広告系(イベント企画・運営企業等)

科目区分	1年次		2年次		3年次		4年次		小計
	科目名	単位	科目名	単位	科目名	単位	科目名	単位	
共通科目	初年次セミナー	○フレッシュマンセミナー [春] 1 ○ベシックセミナー [秋] 1							2
	総合科目	分野横断科目 大学生活と学問 [春] 2							8
	学際科目			「観光」で読み解く現代社会 [秋] 2					
	異分野入門科目			ビジネス偉人伝～先達に学ぶ生きるための智慧 [春] 2					
	グローバル課題探求科目					世界の今を学ぼう [秋] 2			
	国語	○日本語読解演習 I [春] 1 ○日本語読解演習 II [秋] 1		○日本語表現演習 I [春] 1 ○日本語表現演習 II [秋] 1					4
	外国語	○英語基礎 (Fundamentals of English) I [春] 1 ○英語基礎 (Fundamentals of English) II [秋] 1 ○総合英語 (Integrated English) I [春] 1		○総合英語 (Integrated English) II [春] 1 ○専門基礎英語 (Basic English for Special Fields) [秋] 1					5
	情報活用演習	○情報活用演習 I [春] 2		○情報活用演習 II [秋] 2					4
	スポーツ・健康	○生涯スポーツ1 [春] 1 ○健康科学 [秋] 1							2
	キャリアデザイン			○専門とキャリアA [春] 1 ○専門とキャリアB [秋] 1		仕事と社会 [春] 1			3
小計(共通科目)		13		12		3		28	
専門教育科目	学部基礎科目	学部基礎科目目などを通して、メディア学の基礎となる理論、背景や手法をしっかりと学びます ○メディアと社会 [春] 2 ○メディア学概論 [春] 2 ○メディア情報概論 [春] 2 ○メディアとモラル [春] 2 ○メディアと心理 [秋] 2 ○メディア社会と法 [秋] 2 ○メディア発達史 [秋] 2 ○メディア・リテラシー論 [秋] 2	メディア学の軸となる3つの視点を学び、展開科目目などを通して、中心的な知識・能力の方向性を定めます			社会連携プログラムの実践を通して、メディアと社会の関係性について学習を深めていきます		社会連携プログラムにおける発展的課題及び卒業研究に取り組みむことで、学びの幅を広げていきます	16
	コア領域	○美術入門 [秋] 2 ○消費社会論 [秋] 2		○メディア社会論 [春] 2 ○情報社会論 [春] 2 ○メディア産業概論 [春] 2				28	
	方法論領域	○メディア技法入門 [春] 2 ○造形入門 [春] 2 コンテンツ企画 [秋] 2 Web技法 [秋] 2		○メディア調査法 I [春] 2 ○デザイン技法I [春] 2 デザイン技法II [秋] 2		デジタル・プレゼンテーションI [春] 2 デジタル・プレゼンテーションII [秋] 2			
	メディアと社会・文化分野			*メディア文化論 [春] 2		出版メディア論 [秋] 2 *放送論 [秋] 2		6	
	メディアと産業・消費分野			*メディアとビジネス [春] 2 *広告論 [秋] 2 *広報・PR論 [秋] 2 *イベント概論 [秋] 2 *エンターテインメント論 [秋] 2		広告表現論 [春] 2 広告プランニング論 [春] 2 広告制作演習 [春] 2 イベント・広告プランニング特講 [秋] 2 社会デザイン論 [秋] 2 エンターテインメント・プロデューサー特講 [秋] 2 イベント制作・運営演習 [秋] 2		24	
	メディアと表現・技術分野			*メディア情報論 [春] 2				2	
	社会連携プログラム			メディア基礎演習B [秋] 2		○メディア実践演習1 [春] 2 ○メディア実践演習2 [秋] 2 インターンシップ入門 [春] 2		○メディア実践演習3 [春] 2 ○メディア実践演習4 [春] 2 インターンシップ(長期) [春] 4	
	卒業研究							○卒業研究 [秋] 4	4
	自由選択科目								
	小計(専門教育科目)		28		28		28		12
合計(共通科目+専門教育科目)		41		40		31		12	

○は必修科目 \*は分野必修科目

資料 10

専門教育科目 カリキュラム

科目区分		1年～		2年～		3年～		4年	
学部基礎科目		◎メディアと社会 ◎メディア学概論 ◎メディア情報概論 ◎メディアとモラル	◎メディアと心理 ◎メディア社会と法 ◎メディア発達史 ◎メディア・リテラシー論						
学部基幹科目	コア領域		◎美術入門 ◎消費社会論	◎メディア社会論 ◎情報社会論 ◎メディア産業概論					
	方法論領域	◎メディア技法入門 ◎造形入門	コンテンツ企画 写真撮影技法 Web技法	◎メディア調査法 1 メディア取材法 ◎デザイン技法 I	メディア調査法 2 メディア身体表現 デザイン技法 II 編集技法 I	メディア統計分析 メディア文章表現 デジタル・プレゼンテーション I 編集技法 II	デジタル・プレゼンテーション II		
展開科目	メディアと社会・文化分野			*メディア文化論	*ジャーナリズム論 *放送論 *メディア思想史 *インターネット・コミュニケーション論 出版メディア論 地域メディア論	グローバルジャーナリズム論 サブカルチャー論 多文化共生論 メディア・リテラシー演習 教育とメディア	メディア社会・文化特講 音楽文化論 コミックス文化論 電子出版論 エデュテイメントシステム制作演習		
	メディアと産業・消費分野			*メディアとビジネス	*広告論 *広報・PR 論 *イベント概論 *エンターテインメント論 アニメーション制作演習 I	広告表現論 広告ブランニング論 広告制作演習 イベントプロデュース論 アニメーション制作演習 II サウンド分析演習	イベント・広告ブランニング特講 社会デザイン論 エンターテインメント・プロデュース特講 イベント制作・運営演習 アニメーション制作演習 III サウンド制作演習		
	メディアと表現・技術分野			*映像表現論 *メディア情報論	*デザイン論 *映画論 *インタフェース論 プログラミング基礎 映像制作演習 I 映像制作演習 II	映像制作技術論 シナリオ論 デジタルアーカイブ論 情報ネットワーク論 映像制作演習 III ライブ番組制作演習 インタラクティブアプリケーション I	映像表現特講 ショートフィルム論 メディアアート メディア情報特講 映像制作応用演習 Webシステム インタラクティブアプリケーション II		
社会連携プログラム				メディア基礎演習A	メディア基礎演習B	◎メディア実践演習1  インターンシップ入門	◎メディア実践演習2  インターンシップ(短期) インターンシップ(長期)	◎メディア実践演習3 ◎メディア実践演習4 インターンシップ(短期) インターンシップ(長期)	
卒業研究									◎卒業研究

◎ は必修科目 \* は分野必修科目

## 資料 11

### 学校法人目白学園就業規則(抄)

#### 第2章

(定年)

第19条 教職員は、次の年齢に達した年度末をもって定年退職とする。業務上の都合により、特に必要があると認めた者については、理事会の議を経て、1年毎に契約を更改して引き続き在職させることができる。

教職員		年齢	教職員		年齢
大学	教授	満70歳	中学校・ 高等学校	教諭	満63歳
	准教授	満65歳		養護教諭	満63歳
	専任講師	満63歳		助教諭	満63歳
	助教	満63歳	一般職		満63歳
	助手	満63歳	医療職		満63歳
短期大学部	教授	満70歳			
	准教授	満65歳			
	専任講師	満63歳			
	助教	満63歳			
	助手	満63歳			
	副手	満63歳			

当該教育課程のうちPC演習室を利用する科目の時間割シミュレーションと稼働率

【春学期】

マルチメディア演習室 1

	月	火	水	木	金
1					メディア情報概論
2	メディア技法入門	メディア技法入門	メディア基礎演習A	メディア実践演習1	
3	情報活用演習I		メディア実践演習1	デザイン技法I	映像制作演習III
4	情報活用演習I			デザイン技法I	メディア情報概論
5	情報活用演習I	メディア実践演習3-4		メディア実践演習3-4	
		授業利用時間数	15	稼働率 (%)	60%

マルチメディア演習室 2

	月	火	水	木	金
1				映像制作演習III	メディア情報概論
2	メディア技法入門	メディア技法入門	メディア基礎演習A	映像制作演習III	
3	情報活用演習I		メディア実践演習1	デザイン技法I	
4	情報活用演習I			デザイン技法I	メディア情報概論
5	情報活用演習I	情報活用演習I:再履修			メディア実践演習3-4
		授業利用時間数	15	稼働率 (%)	60%

マルチメディア演習室 3

	月	火	水	木	金
1		サウンド分析演習			教育とメディア
2	メディア調査法1	サウンド分析演習	メディア基礎演習A		
3	メディア調査法1		メディア実践演習1	編集技法II	写真撮影技法
4	メディア統計分析		メディア実践演習3-4	編集技法II	写真撮影技法
5			メディア実践演習3-4	メディア実践演習1	
		授業利用時間数	15	稼働率 (%)	60%

マルチメディア演習室 4

	月	火	水	木	金
1			メディア基礎演習A		アニメーション制作演習II
2	メディア文章表現	メディア実践演習3-4			アニメーション制作演習II
3	広告制作演習	インタラクティブアプリケーションI		メディア・リテラシー演習	デジタル・プレゼンテーションI
4		メディア実践演習1		ライブ番組制作演習	
5		メディア実践演習3-4	メディア実践演習1	メディア実践演習3-4	メディア実践演習1
		授業利用時間数	15	稼働率 (%)	60%

※ 教室数(4教室:PC約200台)に増強した際の全体稼働率

マルチメディア演習室全体(1+2+3+4)	授業利用時間数	60	稼働率 (%)	60%
-----------------------	---------	----	---------	-----

※ 検討比較:現在の教室数(3教室:PC約150台)で実施した場合の全体稼働率

マルチメディア演習室全体(1+2+3)	授業利用時間数	60	稼働率 (%)	80%
---------------------	---------	----	---------	-----

【秋学期】

マルチメディア演習室 1

	月	火	水	木	金
1				映像制作演習I	
2	デジタル・プレゼンテーションII	デザイン技法II		映像制作演習II	
3			メディア基礎演習B		映像制作演習I
4	インタラクティブアプリケーションII	メディア実践演習2	メディア実践演習2	プログラミング基礎	映像制作演習II
5			メディア実践演習2		
		授業利用時間数	12	稼働率 (%)	48%

マルチメディア演習室 2

	月	火	水	木	金
1				Web技法	
2	デザイン技法II	アニメーション制作演習III	メディア基礎演習B	Web技法	エデュテインメントシステム制作演習
3		メディア情報特講	メディア実践演習2		
4			サウンド制作演習	編集技法I	
5			サウンド制作演習	編集技法I	
		授業利用時間数	12	稼働率 (%)	48%

マルチメディア演習室 3

	月	火	水	木	金
1	写真撮影技法				映像制作演習I
2	写真撮影技法	メディア調査法2			映像制作演習II
3	情報活用演習II		メディア実践演習2	Webシステム	
4	情報活用演習II		メディア基礎演習B		
5	情報活用演習II	メディアアート			
		授業利用時間数	12	稼働率 (%)	48%

マルチメディア演習室 4

	月	火	水	木	金
1			メディア基礎演習B		アニメーション制作演習I
2		プログラミング基礎			アニメーション制作演習I
3	情報活用演習II	メディア実践演習2	メディア実践演習2		
4	情報活用演習II			メディア実践演習2	映像制作応用演習
5	情報活用演習II	情報活用演習II:再履修			
		授業利用時間数	12	稼働率 (%)	48%

※ 教室数(4教室:PC約200台)に増強した際の全体稼働率

マルチメディア演習室全体(1+2+3+4)	授業利用時間数	48	稼働率 (%)	48%
-----------------------	---------	----	---------	-----

※ 検討比較:現在の教室数(3教室:PC約150台)で実施した場合の全体稼働率

マルチメディア演習室全体(1+2+3)	授業利用時間数	48	稼働率 (%)	64%
---------------------	---------	----	---------	-----

(補足) 授業でPCを使用する場合も含む

【 春学期 】

区分	科目名	配当年次	春/秋	PC利用コマ数
学部基礎科目	メディア情報概論	2	春	4
学部基幹科目：方法論領域	メディア技法入門	1	春	4
学部基幹科目：方法論領域	デザイン技法I	2	春	4
学部基幹科目：方法論領域	編集技法II	3	春	2
学部基幹科目：方法論領域	メディア調査法1	2	春	2
学部基幹科目：方法論領域	メディア文章表現	3	春	1
学部基幹科目：方法論領域	メディア統計分析	3	春	1
学部基幹科目：方法論領域	デジタル・プレゼンテーションI	3	春	1
学部基幹科目：方法論領域	写真撮影技法	2	春	2
展開科目：メディアと社会・文化分野	教育とメディア	3	春	1
展開科目：メディアと社会・文化分野	メディア・リテラシー演習	3	春	1
展開科目：メディアと産業・消費分野	広告制作演習	3	春	1
展開科目：メディアと産業・消費分野	アニメーション制作演習II	3	春	2
展開科目：メディアと産業・消費分野	サウンド分析演習	3	春	2
展開科目：メディアと表現・技術分野	映像制作演習III	3	春	3
展開科目：メディアと表現・技術分野	インタラクティブアプリケーションI	3	春	1
展開科目：メディアと表現・技術分野	ライブ番組制作演習	3	春	1
社会連携プログラム	メディア基礎演習A	2	春	4
社会連携プログラム	メディア実践演習1	3	春	8
社会連携プログラム	メディア実践演習3・4	4	春	8
共通科目	情報活用演習I	1	春	6
共通科目	情報活用演習I：再履修	1	春	1

※ 教室数(4教室：PC約200台)に増強した際の全体稼働率

マルチメディア演習室 全体(1+2+3+4)	授業利用時限数：60	稼働率：60%
---------------------------	------------	---------

※ 検討比較：現在の教室数(3教室：PC約150台)で実施した場合の全体稼働率

マルチメディア演習室 全体(1+2+3)	授業利用時限数：60	稼働率：80%
-------------------------	------------	---------

【 秋学期 】

区分	科目名	配当年次	春/秋	PC利用コマ数
学部基幹科目：方法論領域	デザイン技法II	2	秋	2
学部基幹科目：方法論領域	Web技法	1	秋	2
学部基幹科目：方法論領域	編集技法I	2	秋	2
学部基幹科目：方法論領域	メディア調査法2	2	秋	1
学部基幹科目：方法論領域	デジタル・プレゼンテーションII	3	秋	1
学部基幹科目：方法論領域	写真撮影技法	1	秋	2
展開科目：メディアと社会・文化分野	エデュテイメントシステム制作演習	3	秋	1
展開科目：メディアと産業・消費分野	アニメーション制作演習I	2	秋	2
展開科目：メディアと産業・消費分野	サウンド制作演習	3	秋	2
展開科目：メディアと産業・消費分野	アニメーション制作演習III	3	秋	1
展開科目：メディアと表現・技術分野	映像制作演習I	2	秋	3
展開科目：メディアと表現・技術分野	映像制作演習II	2	秋	3
展開科目：メディアと表現・技術分野	映像制作応用演習	3	秋	1
展開科目：メディアと表現・技術分野	プログラミング基礎	2	秋	2
展開科目：メディアと表現・技術分野	インタラクティブアプリケーションII	3	秋	1
展開科目：メディアと表現・技術分野	メディアアート	3	秋	1
展開科目：メディアと表現・技術分野	Webシステム	3	秋	1
展開科目：メディアと表現・技術分野	メディア情報特講	3	秋	1
社会連携プログラム	メディア基礎演習B	2	秋	4
社会連携プログラム	メディア実践演習2	3	秋	8
共通科目	情報活用演習II	2	秋	6
共通科目	情報活用演習II：再履修	2	秋	1

※ 教室数(4教室：PC約200台)に増強した際の全体稼働率

マルチメディア演習室 全体(1+2+3+4)	授業利用時限数：48	稼働率：48%
---------------------------	------------	---------

※ 検討比較：現在の教室数(3教室：PC約150台)で実施した場合の全体稼働率

マルチメディア演習室 全体(1+2+3)	授業利用時限数：48	稼働率：64%
-------------------------	------------	---------

〈補足〉授業でPCを使用する場合も含む

資料14

図書、資料の所蔵数

キャンパス	図書(冊) [うち外国書]	学術雑誌(種) [うち外国書]	電子ジャーナル(種) [うち外国書]	視聴覚資料(点)	備考
新宿	273,630 (23,752)	434 (109)	114 (114)	7,697	学部単位での特定不能な ため、大学全体の数
岩槻	88,528 (9,499)	737 (168)	63 (63)	4,486	
合計	362,158 (33,251)	1,171 (277)	177 (177)	12,183	

岩槻図書館には、埼玉病院図書室の冊数・点数を含む

これまでのインターンシップ受入企業・団体の実績

資料 15

(過去3ケ年の実績)

区 分	企業・団体名	所在地	人数
放送・映像 制作	株式会社 IMAGICA	東京都品川区	3
	株式会社 CATV 富士五湖	山梨県富士吉田市	1
	株式会社フルスコア	東京都渋谷区	1
	海老名エフエム放送株式会社	神奈川県海老名市	1
	株式会社千代田ラフト	東京都目黒区	1
	株式会社ツインピークス	東京都文京区	1
	株式会社ジェイコム湘南	神奈川県横須賀市	1
	株式会社ジュピターテレコム	東京都千代田区	1
	株式会社トップアスリート	東京都渋谷区	6
	株式会社ナイスク	東京都千代田区	2
出版・印刷	株式会社一藝社	東京都新宿区	2
	株式会社ディグ	東京都中央区	2
	株式会社徳間書店	東京都港区	1
	日興製版印刷株式会社	東京都荒川区	1
	株式会社紀伊国屋書店	東京都目黒区	1
	株式会社邦友	東京都文京区	3
	株式会社ドクターズプラザ	東京都新宿区	2
	永井印刷工業株式会社	東京都中央区	2
広告・CM 制 作	株式会社 AOI Pro.	東京都品川区	2
	株式会社インター・ビジネス・ネットワークス	東京都港区	6
	株式会社アドブレーション	東京都港区	3
	株式会社ハット	東京都港区	2
	株式会社エポックコミュニケーションズ	東京都新宿区	1
	COCOLONE株式会社	東京都港区	3
イベント・ 芸能	公益財団法人ユニジャパン	東京都中央区	1
	株式会社ケーズ・クルー	東京都新宿区	1
	株式会社デートピア	東京都渋谷区	1
	フェスティバルトーキョー実行委員会	東京都豊島区	5
	株式会社ティーライブ	東京都江東区	2

	株式会社つばさエンタテインメント	東京都渋谷区	1
	株式会社さんぼう	東京都渋谷区	2
IT・ゲーム	株式会社うぶすな	神奈川県横浜市	2
	サクシード株式会社	東京都中央区	1
	アクセーラ株式会社	東京都台東区	5
官公庁・公 的機関・団 体	一般社団法人モバイルコンテンツ審査・運用監視 機構	東京都港区	1
	神奈川県立地球市民かながわプラザ	神奈川県横浜市	1
その他	株式会社 埼玉西武ライオンズ	埼玉県所沢市	3
	株式会社ソユール	東京都港区	1
	株式会社トモノカイ	東京都渋谷区	1
	株式会社 秀實社	東京都中央区	1
	草津ナウリゾートホテル	群馬県吾妻郡	1
	株式会社東京會館	東京都千代田区	2
	株式会社八芳園	東京都港区	2
	株式会社日本演出	東京都新宿区	1
	エックスデザイン株式会社	東京都中央区	1
	株式会社ADCE E	東京都新宿区	1
	株式会社アドックインターナショナル	東京都立川市	3
	株式会社パソナ	東京都千代田区	1
	株式会社ホライズンリゾートパートナーズ	東京都港区	1
	株式会社エデルタ	東京都新宿区	2
	株式会社ファースト・ステイニング	東京都文京区	1
	株式会社東京技術計算コンサルタント	東京都千代田区	2
	株式会社フューチャーフロンティアーズ	東京都新宿区	1
	R A U L 株式会社	東京都新宿区	4
	国土管理株式会社	東京都新宿区	1

資料16 本学の連携協定先の企業・団体及び日本イベントプロデュース協会加盟団体一覧

包括連携協定締結企業・団体	
24-1	新宿区
24-2	さいたま市
24-3	西武信用金庫
24-4	としま南長崎トキワ荘協働プロジェクト協議会
24-5	さいたま商工会議所
24-6	株式会社一藝社
24-7	社会福祉法人三篠会
24-8	一般社団法人日本イベントプロデュース協会
一般社団法人日本イベントプロデュース協会加盟団体一覧	
24-9	一般社団法人日本イベントプロデュース協会加盟団体一覧

## 日本イベントプロデュース協会加盟団体一覧

## 関東本部 会員名簿（平成 29 年 4 月 1 日現在）

特別会員 1社5会員	
株式会社シミズオクト 代表取締役会長 清水 卓治	
法人会員 32社65会員	
株式会社アイテック	TSP 太陽株式会社
株式会社アライブ	株式会社東映エージェンシー
飯田電機工業株式会社	(株)東急エージェンシー
有限会社いしかわ工芸	(株)東急エージェンシープロミックス
ISSA HOLDINGS LIMITED	株式会社東京ドーム
(株)インタークロス・コミュニケーションズ	学校法人東京富士大学
株式会社 NHK グローバルメディアサービス	西尾レントオール株式会社
NS コーポレーション株式会社	一般社団法人日本イベント産業振興協会
株式会社岡村製作所	株式会社乃村工藝社
株式会社オンザウェイ	株式会社ビジネスガイド社
学校法人片柳学園日本工学院専門学校	ヒューマンアカデミー 株式会社
株式会社サイバートラスト	(株)プランニング・ホッコー
株式会社サンケイディライト	株式会社 POOL
株式会社 JTB コミュニケーションデザイン	株式会社ベースオントップ
株式会社 JTB 総合研究所	
株式会社スタッフアルファコミュニケーション	
医療法人社団 せいおう会 鷺谷健診センター	
株式会社丹青社	

資料17

キャリアセンターの就職相談状況(新宿キャンパス)

スタッフ数	開室時間	年間相談件数の実績			
		平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
就職支援部 人 13 (内訳) 職員 9 キャリアカウンセラー 4	9:00~18:00	6,802	6,281	6,443	

- (注) 1. 年間相談件数は、述べ数を表す。  
 2. 各数値は、新宿キャンパスのデータである。