北海道大学国際広報メディア・観光学院

伊藤先生

突然のご連絡で大変恐縮と存じますが、郝　豆豆（かく　とうとう）と申します。出身地は中国の内モンゴルです。先生の研究論文を拝見し、または中国人の先輩から先生の研究内容をお聞きまして、先生のメディア戦略及び消費行動に関する研究内容に興味を抱きましたのでご連絡させていただきました。

現在は「受け手がインターネット広告の考え方に及ぼす影響―YouTuberを中心に考察する―」というテーマで研究計画書を準備しており、来年4月より、貴大学の国際広報メディア・観光学院修士課程に進学し、その研究テーマについてより深く研究したい、可能であれば是非先生のご指導の下で研究を行いたいと考えております。

私は大連民族大学の日本語学科に入学して、大学4年生の時に広島大学の教育学部で一年間留学しました。それから、2019年6月に大学を卒業して、8月から名古屋で仕事し始めました。現在は三菱グループの関係会社の社員です。今は社会人ですが、メディアと広報が好きで自らそれについて勉強しています。それに従って、物事は複雑で簡単に善悪を分けられない、事象を複眼的に見る必要があることを感じ、または広報メディアに関する勉強と研究を通じて自分独自の新しい発見や解釈を見つけたいと思っております。

一方、私は動画共用サービスで時々投稿しています。今ではチャンネル登録数が多くはないですが、広告主から依頼を受けて商品を紹介した経験も少しあります。その経験によって、一つのことに気づきました。インターネットの発展に伴い、ソーシャルメディアは双方向のコミュニケーションを取れるようになりましたが、YouTuberの動画広告も双方向のコミュニケーションになりました。つまり、YouTuberが配信した動画広告は、単一方向的に視聴者に影響を与えるのでなく、視聴者の評価や動画の視聴率もYouTuberの動画広告の配信に影響を及ぼしていると思っております。

　しかし、YouTuberみたいな送り手が受け手に与える影響に関する研究は多くありますが、受け手が送り手にどんな影響を及ぼしている研究の数が少ないです。そのためメディア論の視点から、インターネット時代の受け手の変化がYouTuberみたいな送り手に及ぼす影響を探りたい、そして受け手がいかに送り手の広告の考え方に影響を及ぼしているかについて明らかにしたいと考えております。

お忙しい所、このメールをご覧になってくださいましたことに大変に感謝申し上げます。実は、11月に貴大学の大学院入試説明会を参加しまして、その時に一度先生の顔を拝見しました。先生が担当したグループはテーマ未決定の大学院の志望者のため設定したため、研究内容については先生に話かけませんでしたが、先輩学生に先生の研究内容と担当授業について聞いたことがあります。いきなりのメール連絡で大変ご迷惑をおかけしました。お詫びと共に、許してくださるのであれば、是非先生のご指導を拝受いただきたいと存じております。誠にお手数ですが、ご都合の良いときに返事をいただければ幸いと存じております。

どうぞよろしくお願い致します。

郝　豆豆