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。先生のホームページを拝見して先生のコミュニケーション及びメディア史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。

　私は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。現在は三菱の関係会社の社員です。今は社会人ですが、メディアが好きで自らメディアについて勉強しています。メディアを学ぶことで、社会の問題を解決する力を身に付けられると思っております。来年4月より、明治大学大学院情報コミュニケーション科修士課程への進学を希望しており、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。

　大学は大連民族大学の日本語学科で三年間日本語勉強しまして、大学4年生の時に広島大学の教育学部で一年間日本語教育を勉強しました。日本語と日本文化が好きなので留学の機会をとても大切にしていました。そして留学の時から、時々動画共用サービスで自分の生活、若くは日本の見聞を動画にして投稿し始まりました。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有ります。

　そのソーシャルメディアで広告を配信する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有りますが、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。その為メディア論の視点から、受け手がYouTuberみたいな送り手に及ぼす影響を探りたいと思っております。インターネット時代の「今」だけでは無く、「巨人の肩の上に立って」という言葉を忘れず、メディア史で受け手がいかに送り手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。誠にお手数ですが、ご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いたします。

郝　豆豆