一、自己紹介

　　　　初めまして、郝　豆豆と申します。受験番号は13144です。出身地は中国の内モンゴルです。私は大学四年生の時、日本に来て広島大学に留学しました。そして、2019年6月に卒業して、名古屋で仕事し始めました。今は三菱関係会社の社員です。どうぞ、よろしくお願いします。

二、志望動機

　　　　その理由は三つがあります。

　　　　まず、大学院を探した際に、貴学のホームページを拝見して、伊藤先生の研究方向に非常に興味を抱きました。先生の研究内容はキーワードでまとめてみると、広報論、情報行動論とCGMの情報環境分析などです。それで、先生の論文も拝読して、インターネット中の情報行動について研究していると分かりました。私は受け手の情報行動が送り手の広告に及ぼす影響を研究したいので、ぜひ伊藤先生のご指導の下で研究させていただきたいです。

　　　　また、北海道大学は国際性が高く、広報メディア・観光の教育と研究が日本一であることは間違いません。北海道大学に入学ができれば、専門的な指導を受けると思い、世界の色んな人との交流ができ、自分の視野も広げると思います。

　　　　最後、内モンゴル出身の私は、雪がとても好きで、北海道のきれいな雪景色に憧れを持っています。

以上のことで、ぜひ北海道大学で勉強や研究をしたいと思います。

三、今まで一番打ち込んだことはなんですか？（活動レポートと研究の関連）

　　　　BILIBIでUP主をした時のことです。UP主をやり始めたばかりの時に、ただやってみるつもりでしたが、あるコメントをもらい、非常に感動されました。そのコメントは「お姉さんは、動画の編集をよく頑張ったね」ということを言いました。それは当時、動画の視聴者が少なかった私を励ました。私もそのコメントに影響を与えされ、良い動画を作成するようにやり続きました。

四、研究のきっかけとは？

　　　　私は留学した際に、動画共有サービスで投稿し始めてから、広告主から依頼を受けて商品を紹介した経験は少しあります。その経験によって、私は動画の視聴率や視聴者からのコメントに気になって、それらによって自分の動画広告の内容と手法を変わったことがあります。それに従って、インターネットの登場により、私のようなオピニオン・リーダーは、ただ一方向的に情報発信するだけではなく、受け手との双方向コミュニケーションができ、影響を及ばされているかもしれないと考えました。ということで、受け手が送り手の広告考え方にどんな影響を及ぼすのか考察したくようになりました。

五、どのように計画書の仮説を出来たのですか。（＊）

　　　　インターネットにより情報量が爆発的に増え続けている一方、受け手の情報検索などの能力も向上しています。それによって、ソーシャルメディア広告の発信者は無理やりに商品を押しつけられなくなり、注目を集めるために、オリジナルコンテンツを作成するようになると思います。その上で、受け手のメディアコンテンツの批判的評価や分析の能力の向上に伴い、メディアコンテンツの正確性が過去より更に要求されるようになって、ソーシャルメディア広告の発信者は信頼度を上げるようになっていると思います。ということで、仮説１と２を立てました。しかし、この二つの仮説が自分の思考だけで、それを検証するためにアンケート調査とインタビュー調査をする必要があります。

六、研究方法を詳しく説明してください。

　　　　仮説1と2を検証するために、ネットアンケート調査とインタビュー調査を利用します。

ネットアンケートの調査対象は、100 人受け手である YouTube の視聴者100 人とます。また、インタビューの調査対象は、送り手である収益化の基準(チャンネル登録者は 1,000 人以上、直近 12 ヶ 月の総再生時間 4,000 時間以上必要)を満たす日本で住んでいる 20 代の YouTuber10 人とします。

本研究の仮説1とは、受け手が受け取る情報の爆発的増大であり、ソーシャルメディア広告は無理に広告の内容を押しつける効果が減少するのに対し、受け手は広告のクリエイティブとコンテンツの向上を要求するということです。

これを検証するためにアンケートの調査対象に「 同じ商品に対し、普通の広告よりも YouTuber 個性的な広告のほうが見たいと思う」という項目を聞き、5件法で回答してもらいます。また、インタビューの調査対象に、「動画の視聴回数を高め、高評価を求めるため、広告のコンテンツを向上しているか 」「広告のコンテンツを向上すると、動画広告の再生回数、評価の変化」を聞き、回答してもらいます。

仮説2とは.受け手のメディア・リテラシーの向上に伴い、YouTuberの広告の考え方には、広告の信頼度がさらに強調されるようになったということです。

これを検証するためにアンケートの調査対象に「大げさな表現をした YouTuber 広告や不実、悪質な YouTuber 広告を見分ける」「不実、悪質な広告を配信した YouTuber に対する信頼度を下げる 」という項目を聞き、5件法で回答してもらいます。また、インタビューの調査対象に「動画の視聴回数が少ない、低評価をつけられることが発生しないように、不実、悪質な広告の配信を慎重しているか」を聞き、回答してもらいます。

最後、調査した結果をまとめて、データ分析を行います。

　なんで受け手にアンケート調査します。

インターネット広告の調査には、受け手の状況を把握する必要があると思います。なぜなら、視聴者とYouTuberが双方向のコミュニケーションを取れることによって、視聴者の情報行動からYouTuber動画広告の効果も把握できる可能になりました。それによって、受け手の現状を把握した上で、受け手がインターネット広告に及ぼす影響の考察が進めると思います。

七、先行研究を簡単にまとめてください。

　　　　先行研究を二つに分けて説明します。

まず、受け手と送り手の関係は双方向的であることについて、田崎と児島は受け手が受動的に情報を受け取る存在だけではなく、自ら探索を行い送り手から情報を入手することができるということを指摘しました。また、小寺はYouTubeには条件を満たせば誰も作り手・送り手になれる側面があるということも指摘しました。

　　　　一方、メディアコンテンツについて、ユネスコはメディアコンテンツの批判的分析と評価、またコンテンツの作成などがメディアリテラシーの中に含まれていると指摘しました。その上、消費者が広告回避しないようにブランドは「面白いコンテンツ」や「有益なコンテンツ」を提供する考え方が必要であることは佐藤によって指摘されました。

八、先行研究の中に、気になるところがありますか。

　　　　インターネットの登場により、受け手と送り手は双方向のコミュニケーションを取れることが分かりましたが、受け手のメディアリテラシーの向上に伴い、インターネット広告の考え方はいかに影響されるか気になります。

九、どうして職を離れてまで大学院へ行くのですか。

　　　　大学院に入るのは過去から私の目標です。大学を卒業した際に、自分の能力が不足と感じ、そのままで他の人と同じように大学院に入るのが無理だと思って、就職にしました。社会人になって、今の仕事から大変勉強になり、鍛えられました。物事を深く考えたり、ちゃんとスケジュールを守ったり、相手の気持ちを思いやったりするようになりなって、今落ち着いた私が興味を抱き分野の研究ができると思い、大学院に入学したく自分をチャレンジしたいです。

十、将来進路

　　　　大学院で培った専門知識や研究方法を生かし、日本でPR会社に就職し広報業務を担当したいと考えています。

十一、何か質問がありますか。（相談したい）

　　　　今まで聞いた質問：（興味を見せられる）

　　　　1.インターネットを利用する時に、先生たちは一番悩んでいることがありますか。

　　　　2.ポストコロナ時代に、メディアは観光回復に何か役を立てると思いますか。

効果的にブランドのメッセージを伝える