

○社会学研究科 メディア学専攻

2022年度春学期

- ・ コロナ禍によってオンライン授業となった大学生のインターネット利用とソーシャルサポート

2022年度秋学期

- ・ 日本のテレビドラマにおけるキャリアウーマンの表象分析
- ・ アダプテーションにおける原作と映像の関係性——『魔女の宅急便』を事例として——
- ・ テレビドラマから見る女性の「主体性」——平成時代の「年の差恋愛」ドラマを対象に——
- ・ 日本のK-POPファンダムが持つ「政治参加」への潜在的可能性——アイドルグループ「BTS」を事例に
- ・ 中国のSNSにおける日本の女性向けゲームの参加型文化 - 『刀剣乱舞』を例にして -
- ・ 70年代の広告におけるフェミニズムの伸長についての考察—石岡瑛子のポスターを事例に—
- ・ コロナ禍における中国人留学生のSNS利用とソーシャルネットワーク
- ・ 中国における日本のドキュメンタリー型バラエティ番組の受容 - 『家、ついて行ってイイですか?』を事例に -
- ・ 第二次世界大戦後に発表された、マンガの推薦リストの嚆矢について——第二次世界大戦後の、マンガを巡る議論、評論、研究、騒動を背景に——

2023年度春学期

修了者なし

2023年度秋学期

- ・ 雑誌『歴史魂』の送り手と受け手から見る歴女像の構築と受容
- ・ オンラインコミュニケーションにおける視線と行動の変容——自分の「顔」の表示の有無は何をもたらすのか——
- ・ 宗教2世問題をめぐる新聞報道に関する研究～メディアフレームと情報源の分析～
- ・ 逸脱を演じる女性たち——新聞記事における女性芸人の容姿に関する表象分析