

令和3年度

春入試

茨城大学大学院人文社会科学研究科

入学試験問題

社会科学専攻

令和 3 年度 茨城大学大学院 人文社会科学 研究科

社会科学専攻 入学試験問題 (専門科目)

科目名 (ポピュラー文化研究)

解答は解答用紙に記載してください。あなたが受験している専門科目名を、所定の欄に必ず記入してください。(解答はすべて日本語で行うこと)

(設問)

マンガ史のなかで、ロドルフ・テプフェール (Rodolphe Töpffer) のどのような点が現代のマンガの起源と言われているのか、それ以前の作品と比較しながら説明せよ。また自身の考えるマンガの定義、マンガ史と照らし合わせながら彼の作品を位置づけよ。

令和3年度茨城大学大学院人文社会科学研究所

社会科学専攻 入学試験問題（専門科目）

科目名（放送メディア論）

解答は解答用紙に記載してください。あなたが受験している専門科目名を、所定の欄に必ず記入してください。（解答はすべて日本語で行うこと）

（設問）

問1

次の a)～d)の語句について説明せよ。

- a)大新聞・小新聞
- b)印刷革命
- c)言い訳ハッシュタグ
- d)フェアネスドクトリン
- e)リアリティーショー

問2

再帰的近代化の不安に関し、メディアとの関連で説明せよ。

問3

日本及びアメリカ／ヨーロッパ型の報道（ジャーナリズム）の機能・役割を5つ挙げて、説明せよ。

令和 3 年度 茨城大学大学院人文社会科学部 研究科

社会科学専攻 入学試験問題 (専門科目)

科目名 (コミュニケーションの社会学)

解答は解答用紙に記載してください。あなたが受験している専門科目名を、所定の欄に必ず記入してください。(解答はすべて日本語で行うこと)

(設問)

問 1

次の a)~d)の語句について、「コミュニケーションの社会学」の視点から説明しなさい。

- a) 第二の近代
- b) ニクラス・ルーマン
- c) 社会の心理主義化
- d) 団塊の世代

問 2

社会学におけるコミュニケーション研究を、心理学におけるコミュニケーション研究と比較した場合、どのような違いがあると考えられるかを説明しなさい。

令和 3 年度 茨城大学大学院 人文社会科学 研究科

社会科学専攻 入学試験問題 (専門科目)

科目名 (社会行動論)

解答は解答用紙に記載してください。あなたが受験している専門科目名を、所定の欄に必ず記入してください。(解答はすべて日本語で行うこと)

(設問)

問題 1 以下に挙げる用語の意味を説明しなさい。5つすべてに回答すること。

- 1) コミュニケーション (communication)
- 2) 社会的自己 (social self)
- 3) スティグマ (stigma)
- 4) 意思決定 (decision making)
- 5) 仮説 (hypothesis)

問題 2 以下に挙げる 2 つの問いに両方とも解答しなさい。

- 1) フィールドワークの成果を書くときには「分厚い記述 (thick description)」が必要とされるが、まずこの「分厚い記述」とは何かについて説明しなさい。次いで、それがどのようにすれば可能になるのかについて具体例を挙げて論じなさい。
- 2) 自分自身の研究を今後進める上で、あなた自身のキャリア (これまでの経歴や経験) をどのように活かすことができそうかについて説明しなさい。

令和 3 年度 茨城大学大学院人文社会科学部 研究科

社会科学専攻 入学試験問題（専門科目）

科目名（ 経済政策研究 ）

解答は解答用紙に記載してください。あなたが受験している専門科目名を、所定の欄に必ず記入してください。（解答はすべて日本語で行うこと）

（設問）問 1 と問 2 の両方に答えなさい。

問 1 失業率とは何か。失業率によって捕捉できることと捕捉できないことを具体的に説明しながら述べなさい。なお解答は、解答用紙 その 1 に記載すること。

問 2 近年、発展途上国における貧困対策の効果をランダム化比較試験（RCT : Randomized Controlled Trial）によって測定評価する取組みが盛んに行われています。これに関連して、以下の小問に答えなさい。なお解答は、解答用紙 その 2 に記載すること。

（1）ランダム化比較試験を用いた貧困対策のインパクト評価の意義や利点について、根拠を示しながら具体的に論じなさい。

（2）ランダム化比較試験を用いた貧困対策のインパクト評価の問題点や限界について、根拠を示しながら具体的に論じなさい。

社会科学専攻 入学試験問題（専門科目）

科目名（ マーケティング論研究 ）

解答は解答用紙に記載してください。あなたが受験している専門科目名を、所定の欄に必ず記入してください。（解答はすべて日本語で行うこと）

（設問）次の文章を読み、以下の問題に答えてください。

企業と顧客との間に生じるコミュニケーションは、マーケティング活動の中でも重要である。かつて、1990年代以降に注目された統合型マーケティング・コミュニケーション（Integrated Marketing Communication: IMC）は、まさにこの重要性に焦点を当てたものだった。顧客の行動や態度に影響力を与える IMC の重要性がさまざま示されるようになってから、(a)企業はブランド価値増大や顧客との関係性といった長期的な効果を目的とする活動を強化した。これは、まさに IMC が支持されたからである。さまざまなコミュニケーションは結果的に統一されるのではなく、戦略的に統合するためのプロセスが重要である。こうした IMC がもたらす考え方は、実務にも大きな影響を与えた。

これとは別に、近年は(b)価値共創マーケティングという考え方の中でも、コミュニケーションが注目されている。こちらは、サービスによる企業と顧客のコミュニケーションに関心が向けられている。その中に、企業と顧客の関係におけるさまざまな要因、要素を顧客が統合しセンスを生成することで、意味の創造が行われるとする指摘がある。コミュニケーションは意味を創造する契機であり、創造された意味が認識されることで、サービスがもたらす成果が言葉となって示されるようになる。

このように考えていくと、価値共創といいながら、共創の舞台に立つ主体のうち意味を認識するのは顧客であり、(c)顧客の立場からこの問題を検討しなければ、サービスがもたらす成果は説明できないばかりか、コミュニケーションのさまざまな要因、要素まで研究の対象にしなければならぬ。価値共創マーケティングの議論は、IMC が注目された時代と異なり、複雑な要素や要因を研究の対象にしている。

問題1 文中の下線部 (a)「企業はブランド価値増大や顧客との関係性といった長期的な効果を目的とする活動を強化した」とは、具体的にどのようなものか。具体的な事例、現象を採り上げて説明してください。

問題2 文中の下線部 (b)「価値共創マーケティングという考え方の中でも、コミュニケーションが再び注目されている」のはなぜか。IMC の示唆とどのような違いがあり、何を批判しているのだろうか。簡潔に説明してください。

問題3 文中の下線部 (c)「顧客の立場からこの問題を検討しなければ、サービスがもたらす成果は説明できない」のはなぜか。どうして価値共創の担い手である企業からは説明できないのかについて、簡潔に説明してください。

令和3年度茨城大学大学院人文社会科学部研究科

社会科学専攻 地域政策研究(社会人)コース 入学試験問題(小論文)

(設問)

現在、少子高齢化・人口減社会におけるあなたの所属する自治体が有する課題について整理せよ。その上で、大学院にて取り組む予定の研究計画について説明するとともに、研究の社会的意義について述べよ。