

価値観の創造と普及 ～儚くなりたい人々～

1240441 近藤咲希

指導教員 朝岡孝平

研究背景

ネガティブな意味を持つ言葉の「儚い」が商品訴求に使われている。先行研究は、ことばと企業行動の関係性においてネガティブな言葉の意味変容について触れていない。そこで「儚い」の意味変容を追うことで、世間に新たな価値観が形成されるまでの過程を明らかにする。

研究目的

市場における「儚い」の意味変容を追うことで、ネガティブな言葉がポジティブな言葉へ変換される過程を追う。また、「儚くなりたい」という主体的需要はどのようにして生まれるニーズなのかを明らかにする。

研究方法

X (旧 Twitter) からツイート、日経4紙から記事タイトルと内容、コスメ特化型情報プラットフォームから記事投稿を収集し、データマイニングを行うことで傾向を見出す。先行研究に基づき、X、日経4紙、情報プラットフォームから得たデータを理論的枠組みにおける意味、行動、言説に対応させる。その後、時系列に並べ3項が互いにどのような影響を与え合っているか調査する。相互影響関係について調査することで、価値観が創造および普及される過程を調査する。

分析結果

「儚い」という言葉は普及に伴い、美しいものとの結びつき、淡さなどの言葉と結びついた。これにより言葉に新たな意味が付与され言葉の印象が変化した。意味が付与された状態で言葉を使用することにより意味が拡張された。言葉に対する印象が変わった後に憧れている人物を形容する言葉として用いられ始めた。

考察・結論

ネガティブな言葉は他のポジティブな言葉や良い刺激と結びつき用いられることで言葉の持つ印象を良いものに変えてきた。また、意味が変容するたびに言葉と行動の相互作用を繰り返すことで、言葉の意味が拡張した。意味を付与された状態で憧れの対象を形容することにより、対象を表現する言葉に対しても憧れを持つようになった。