人文社会科学126班

11 住み続けられるまちづくりを

流行りとメディア

班員 兒玉結衣 桧垣穂華 稲田優心 高橋昊汰 髙橋優太 指導者 圖師崇人先生 九鬼勉様

研究の動機と目的

- 1.人はどういうものに惹かれるのか気になったから。
- 2.今の時代メディアがどれくらい力を持っているのか気になったから。

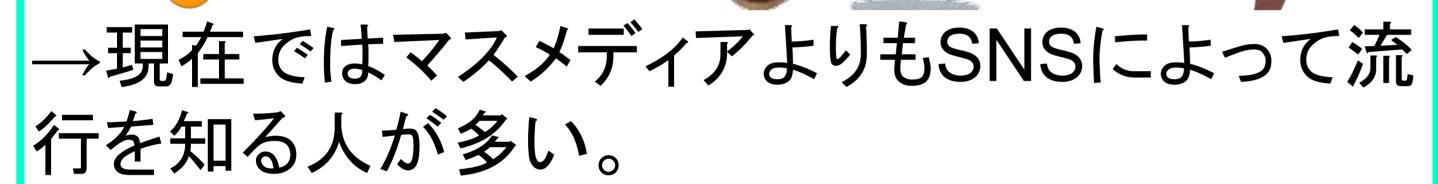
先行研究

流行りを知る場所

1位 K SNS

2位 え テレビ

3位 3 動画配信サイト



また、SNSの普及によって流行が移り変わる 速度が速くなった。

定義

有無、無形を問わず日常生活における 行動様式等に大きな影響を与えるもの。

流行は

- 1潜在期 2初発期 3急騰期
- 4停滞期 5衰退期
- の5つに分けられる

研究方法

- 1.各メディアの特徴をChatGPTを使い調べる。
- 2.調べた特徴からどうしたら人の目を惹きつけられるか具体案を考える。

仮説

メディアを活用して流行りを生み出すには若 者の目に多く留まるようにするのが大事だと 考える。

- -X(旧Twitter)
- □ 10代20代の利用者が多いことから学生 が帰ってくる時間帯に投稿する。
- -Instagram
- ストーリー等のアンケート機能を使用 ショッピング機能でPCサイトへ誘導
- TikTok

結果

- -X(旧Twitter)
- **ゴインフルエンサーコラボ**(有力なインフルエンサーと連携)
 - コミュニティ構築(共感するコミュニティを形成)
- -Instagram
- □ ハッシュタグ活用(コンテンツをより多くのユーザーにアクセス可能にする)
 - ターゲット層を考慮(ターゲット層の特性に合わせたコンテンツを提供して,効果的なリーチを図る)
- TikTok
- □ challengeやトレンドに参加(トレンド に積極的に参加することで、注目を集め る)
 - デュエット機能の活用(他のクリエイターの動画に応答することで、相互作用が生まれ、注目を集めやすくなる)

まとめ

それぞれの媒体がそれぞれの強みを利用しており、SNSに関しては似たような特徴が多かった。また、雑誌やフリーペーパーなどもオンラインクーポンや電子ブックなどの形をとるなど SNSやネットを活用している。それだけSNS、ネットが力を持っているのだと考えた。

今後の展望

今回の研究ではSNSをメインに調べたので、 今後雑誌やテレビ・CMなどのメディアのことも もっと詳しく調べていきたい。

謝辞

担当の圖師崇人先生、アドバイザーの九鬼勉 様、水永正憲様、株式会社エンの皆様、ご指 導してくださった先生方へ深く感謝を申し上げ ます。

参考文献

鯉川莉帆『SNSと流行の関係について』

https://open.shonan.bunkyo.ac.jp/hiyoshi/class/survey3/2019/3.pdf