

嫌われる勇気、なぜ人気

保健班：桜井 福本 徳永

1. はじめに

アドラー心理学が書かれた「嫌われる勇気」は自己啓発本の中でも異例のヒットでベストセラーに選ばれた。ベストセラー後もドラマ化や SNS で話題となり、今でも人気絶えない。書店やテレビなどがよく見かけたが、なぜ「嫌われる勇気」が有名になったのか、売れたきっかけの内的要因と外的要因の2つの観点から調査した。内的要因として、嫌われる勇気の根本である、アドラーが説いた「目的論」とアドラーの師匠であるフロイトが説いた「原因論」と比較しながら、調査した。外的要因として、“SNS で広まったこと”と“書店の店頭で置かれたこと”が大きく関わっているのではないかと考え、調査した。

2. 検証方法

(内的要因)

【定義】原因論：行動や感情は、過去の体験から生み出される。

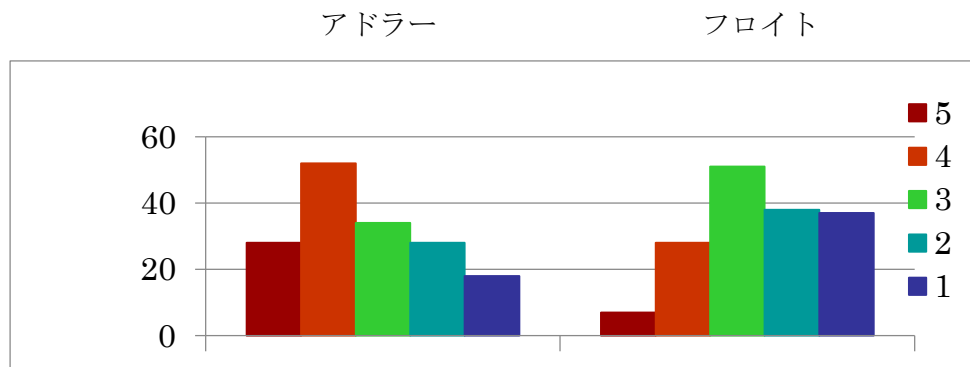
目的論：行動や感情は、目的のために創り出される。

高校2年生162人を対象にアンケートを実施した。最近生活が上手くいってないところに親友に悪口を言われたという悩みを抱えている生徒が2人の先生に相談をし、先生からアドバイスをもらう場面を対話形式に設定した。それぞれの先生の考え方に納得できるか、5が最高評価として、1から5の5段階評価で回答してもらった。1人の先生は、アドラーの目的論を用いてアドバイスをし、もう1人の先生は、フロイトの原因論を用いてアドバイスをする。

(外的要因)

著者が、「嫌われる勇気」が売れた理由をインタビューで答えている内容から、ブログなどの SNS で口コミが広まったこと、また書店の店頭で置かれたことが大きく関係していると考え、考察した。また、書店の店頭で並ぶ本の条件を、書店に取材した。

3. 結果



(内的要因)

アドラーが説いた目的論は高評価が多く、フロイトが説いた原因論は低評価が多いという傾向になった。

(外的要因)

書店への取材により書店の店頭に出される条件は、SNS で話題となった、新刊、著名な著者がかいた、ベストセラーとなった、などがわかった。「嫌われる勇気」はその条件を満たしていた。またネット書店などの口コミを調べ、幅広い層からの高評価を確認した。

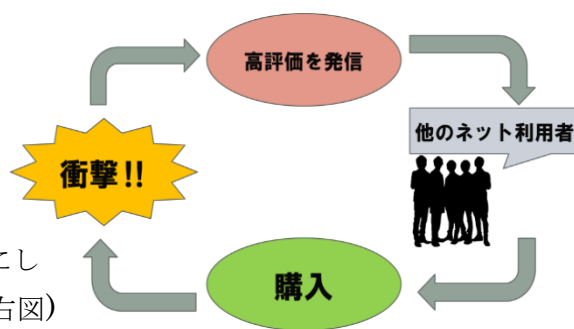
4. 考察

(内的要因)

原因論は「現在は過去によって定義される」。言い換えれば、現在は過去に抗えない人生は変えられない。しかし重要なのは、過去の出来事を原因として突き詰めることではなく、今をどのように捉え過去をどのように解釈するかである。すなわち、目的論の「今この瞬間から人生を変えられる」ということだ。目的論は建設的な考え方のため、より多くの票を集めたと考えられる。

(外的要因)

他者からどう思われているか、を気にしてしまうネット利用者たちがタイトルを見て衝撃を受けて読み、高評価を SNS で発信し、それを更にネット利用者が目にし、気になり購入するというサイクル(右図)



があるため SNS で広まった、と考えられる。また嫌われる勇気は書店の店頭に出され、多くの人の目につくようになり、よく売れたと考えられる。

5. 参考文献・協力

嫌われる勇気—自己啓発の源流「アドラー」の教え 岸見一郎 古賀史健
 ジュンク堂天満橋店 ・ 紀伊国屋上本町店 ・ LIBRO 鶴見緑地店