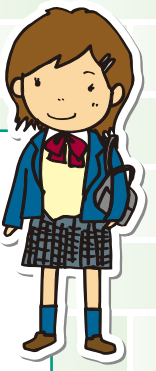


特選
2013

全国公民科・社会科
教育研究会会長賞

第11回「金融と経済を考える」高校生小論文コンクール



消費活動とメディア

大分県・大分東明高等学校 2年 岩田 美咲

あなたが今までに購入した物と、それを購入した理由について考えてみて下さい。気に入ったからですか。買うより仕方がなかったからですか。もしかして、何らかの情報を得たから、ではないのでしょうか。

ある日、家族と離れて寮で暮らしている私に祖母から1通の手紙が送られてきました。そこには「追伸・鯖の水煮を食べた方が良いよ。」と書かれていました。私は、「何で突然鯖の水煮？」と不思議に思いましたが、寮はインターネットがある環境ではないため、祖母が鯖の水煮を私に薦めた理由は調べられず、結局、分からず^{じま}終いでした。後日、帰宅した私が、父と近所のスーパーに行ったところ、父は

「ああ、やっぱり鯖の水煮は売り切れか。」

と残念がっているのです。父が目をやっていた缶詰のコーナーを見ると、鯖の水煮の缶詰が置いてあったと思われる場所は、なぜかぽっかりと何も無くなっていました。父との買い物を終え、家に帰ってみると、母がなんと鯖の水煮を食べているではありませんか。

「最後に1個だけ残っていたのを運良く買えたのよ。」

と母は^{うれ}嬉しそうに言うのです。

祖母といい、父といい、挙句の果てに母まで、どうして「鯖の水煮」の話ばかりするのでしょう。「これは鯖の水煮に絶対何かある。」と確信した私は、それが何なのかを解決するために、パソコンで「鯖の水煮」と検索してみました。すると、あるテレビ番組で、「鯖を食べると痩せるホルモンが出るので、ダイエット効果がある」という内容が放送された、ということが分かりました。「だから皆、鯖の水煮について色々と言っていたのか。」と私は納得しました。さらに鯖の水煮について調べていると、「鯖の水煮の缶詰がスーパーで売り切れ」「鯖の水煮の缶詰を購入するも、個数制限されている」という現象が全国各地で起こって





いた、という記事を見つけました。これを見た時、私は「一体どれだけの人が、この番組を見て鯖の水煮の缶詰を購入したのだろう。テレビが視聴者に与える影響は非常に大きいのではないだろうか。」と思いました。

健康食品だけでなく、ファッションにおいても同様なことが言えるのではないのでしょうか。例えば、テレビタレントが「今年流行」の服を着ているのを見て、もしくは、雑誌やチラシ、テレビのCMを見て、それを欲しくなり、購入してしまった、という経験、誰にでもあると思います。

この二つに同様なこと、つまり、共通することは、自分の意志で消費活動を行うのではなく、メディアという他者の介入による影響を受けて消費活動を行っている、いえ、行わされている、ということです。しかも、ただのメディアではなく、「私たちが得をしたような気分になる情報」を与えるメディア、なのです。これらのことは言い換えると、私たちは、情報を流す側にとって、お金を払ってくれる「都合の良い」消費者となってしまっているのです。以前、私が中学生だった時の先生の、「ファッションは流行しているのではない。売る側、つまりファッションの業界が流行させているのだ。」という言葉は、まさにその通りだと感じます。

今日では、パソコンやスマートフォンの普及により、インターネットがより身近なものとなっています。そこには、私たちの想像をはるかに上回る量の情報があり、私たちはそれを容易に得ることができ、これらの機器が普及するにつれ、ますますネット情報に基づく、というようなメディアの影響を受けた消費活動を行う可能性が高くなってしまいました。

また、物を売る側としては、若い世代ならスマートフォンやパソコン、高齢者なら新聞、という風に、自分たちが対象とする消費者が使用しているメディアを利用して、消費活動を行わせようとしています。

そして近年では、家にもクリック一つで家に商品が届く、とても便利なネットショッピングやネットオークションなどを利用する消費者が増加しています。

このように現代では、メディアと消費活動は密接に関わりあっているのと同時に、メディアに惑わされる消費者の数も増加しているのです。

では、メディアを利用して消費活動を行う際に、メディアに惑わされない





ようにするには、どうすれば良いのでしょうか。

まず第一に、情報の取捨選択を行うべきです。なぜなら、インターネット上には真偽を曖昧にしか判断できなかったり、間違っているのに本当であるかのように書かれた情報が溢^{あふ}れているからです。しかし、自分で真偽を見極めることは容易ではありませんし、そのような力は一朝一夕で身につくものでもありません。ですから、書物などの信ぴょう性がある別の手段を並行利用したり、出典を調べるなどして根拠があるかどうかをはっきりさせたりして、情報の取捨選択をすべきです。

第二に、自分が購入しようとしている物が本当に必要なのか、よく考えるべきです。これは当たり前で、誰もが知っていることですが、意外と忘れてしまっていることです。例えば、ネットショッピングで、自分が2,000円の商品を購入しようとしたら、「3,000円以上の購入で送料の500円が無料」という文字を見て、本当に欲しい訳ではない物まで注文し、3,000円分購入したとします。一見得をしたように見えますが、 unnecessaryな物を1,000円分購入し、結局、500円分損をしているのです。ネットショッピング以外の買い物にも言えることですが、目先の利益にとらわれずに、売る側の戦略、つまりトリックを見抜かなければならないのです。

前にも述べたように、私は寮に住んでいるので、メディアの影響を受けた消費活動はほとんど行いません。ですから、メディアに惑わされないようにするための根本的な方法はメディアを断てばよいのだと思います。

しかし、メディアが私たちの生活になくてはならない存在となった今、それを実現するのはほぼ不可能に近い、と私は感じます。これから先、私たちは今以上にメディアが介入した社会で生きることになるでしょう。そのような社会の中で賢く消費活動を行うために、より高度な、情報を見極められる力を培った、メディアに惑わされない消費者が望まれると共に、私自身、そのような消費者になりたいと思います。

