

テレビの力

広告費	2006年	2013年	変化
新聞	9,986	6,170	62%
雑誌	4,777	2,499	52%
ラジオ	1,744	1,243	71%
テレビ	20,161	17,913	89%

左記表は、2006年と2013年の4媒体における広告費の比較になります。どの媒体も広告費は減少しておりますが、新聞、雑誌が大きく衰退していることが分かります。データが

2013年までなので、現時点においては、もう少し減少しているかもしれません。しかしながら、テレビの広告費は思ったより減少しておりません。記載はありませんが、インターネットの広告費は増加の一途を辿っています。

何年か前から上記のような既存のメディアは、インターネットにとって変わられると言われておりました。そして年々そのような傾向は顕著になっていきましたが、テレビだけは踏みとどまっているようです。また、最近の報道等をみているとテレビがすごい力を持っていると感じざるを得ない事があります。

森友学園、加計学園の問題がメディアで良く取り上げられております。その影響なのか、都議会選挙では自民党が歴史的な大敗をし、内閣支持率が30%を切ったという報道もされておりました。内閣改造後、支持率は上がったものの、今だに不支持率が多いという状況です。この問題は一体何だったのでしょうか。違法性がないことは周知の事実ですし、行政手続きに関しても問題はないと言われております。安倍首相の圧力があつたかどうかということ、憶測で続けているだけです。

実際のところは分かりませんが、少なくとも金銭の授受は行っていません。

私はテレビでも、動画サイトのユーチューブでもこのニュースを見ましたが、テレビでは安倍内閣に批判的なものが多かったですが、ユーチューブにおきましては、真逆の報道がほとんどでした。特に加計学園の問題に関しては、岩盤規制に穴を開けたと、称賛の嵐であります。ですので、世論がここまで安倍政権に批判的であることに違和感を感じざるを得なかったとともに、テレビの力はやはり強大であると感じました。

考えてみれば、巨大IT企業のアップル、グーグル、アマゾンもテレビCMを行っております。ウェブ広告も右肩上がり伸びているのは事実ですが、今だにテレビの影響力には及ばないというのは紛れもない事実です。ウェブ上には、テレビとは比べ物にならないほどの情報があり、偽情報もたくさんあります。しかしながら、公共の電波を使っているテレビが全て正しいかというとなんな事はありません。上記広告費の内訳を見ても、減少はしているものの、新聞の3倍の広告費が使われております。言い方は悪いですが、広告是一种の洗脳とも言えます。その手段としてテレビが一番利用されているのは、影響力の強さの証左であると思います。価値観の違いは誰にでもありますが、少なくともテレビだけの情報に頼るのは良くないと思います。

塩田了丈