



一步下がって見てみたら

BREAKTHROUGH 12

佐藤靖子

マーケティングはワクワクの出発点



写真=Cameron Russell

なぜ「暗いニュース」?

以前に友人と「テレビニュースを見ないと元気になる」「ああ、私もそう」と話したことがある。日本のテレビ・新聞の伝える情報は、悲惨なニュース、悲しい話題が多い印象を受ける。上海のビジネスパートナーは、「日本は暗いニュースばかり流している。中国では皆が元気になるようなニュースを流す。日本ももっと明るいニュースを流せば、皆がもっと元気になるのに。」と不思議がっていた。

「認識したものが拡大し、見つめたものが拡大する」と言われる。極言すれば、意識が現実を作り出しているということだ。その見方に立てば、暗いニュースを皆で認識すれば、どんどんその要素が拡大することになり、更なる暗いニュースを生み出すことになる。それには果たして何かメリットがあるのだろうか？

人類は一般的に、明るいニュースよりも、悲惨な情報や悲しいニュースを心地よく受け入れる傾向があるとされている。心理学では、出来事よりも感情が先にありと解釈している。そして、感情は感じれば終わるものと定義している。我々はとかく嫌な感情を感じないようにしがちだ。怒りや悲しみ、妬みなどのネガティブな感情は、自分の中にないものとして、無自覚に嘘をつきやり過ごしがちだ。自分の中にふたをして閉じ込めておくと、やがてその感情を感じなければならぬような嫌な出来事を引き起こす。その意味では、「暗いニュース」は我々が閉じ込めた嫌な感情を再認識することに、一役買っているのかもしれない。また、人類の歴史では暗い歴史の方が長かったと言われる。暗い時代の人々の意識を我々の集合意識が引き継いでいて、癒しきれていない憂鬱な感情を感じるために、わざと好んで暗い話題を求めているのかもしれない。

以前にルーマニアの上院で、「楽しいニュース」を流すことをテレビ局やラジオ局に命ずる法案が可決された話題になった*。「暗いニュースが極めて有害で健康に取り返しのつかない影響を与える」との主張により、上院では全会一致で可決したという。この法案では、「明るい話題」と「暗い話題」は同じ割合で報道すべしとされた。運用面での困難さは予想されるが、より楽しい社会、明るい世の中を目指すという目的においては画期的なものだと思う。事実を伝えることは重要だが、ネガティブなことばかりにフォーカスすることは、決して心地良い社会を生み出すことにはならない。

パラレル・ワールド化の加速

昨年出版されたバシャールと本田健の対談『未来は、えらべる!』（ヴォイス）の中で、パラレル・ワールドへのシフトという考えが語られている。同書によれば、2010年から2015年が、パラレル・ワールドへのシフトにおいて、非常に重要な時期だという。

パラレル・ワールドとは、今までは人々がひとつの地球に暮らしていたが、今後はその人の周波数、エネルギー、思いなどによって、細分化された地球に生きるようになるというものだ。この再分化はどんどん加速し、最終的には自分が選択した周波数以外の世界を体験することはあり得なくなるという。

少し抽象的な話で分かりづらいかもしれないが、現実社会でこのパラレル・ワールド化は加速しているように思う。例を挙げてみよう。例えば冒頭にも触れたニュース。かつて世の中の情報は、テレビ・ラジオ・新聞といったマス・コミュニケーション、あるいは人伝えで入手する以外方法はなかった。チャンネルなど多少の選択権はあるものの、人々は押し並べて画一的な情報を受け取るよりなかった。それが、今ではインターネット、Eメールの出現により、ニュー

スも受け取る人々が選択するものになった。その選択によって、同じ時代に生きていても人によって日々触れる情報がまったく異なり、世の中の認識、定義付けも個人個人により違ってきている。

そして、マーケティングのマスからパーソナルへの移行も、これに加速を掛けている。企業からの商品やサービスの情報も、細分化されたセグメントに向けて発信される。更に各セグメントに属する人々はコミュニティでつながり、発信は双方向となる。「類は友を呼ぶ」このコミュニティは、ますます細分化を加速する。同じ時代に同じ国に生きていても、嗜好やライフスタイルによって受け取る情報も違い、結果的にそれぞれのワールドを生きていくことになる。

マーケティングはワクワクの源

『未来は、えらべる!』でバシャールは、今後のパラレル・ワールド化に向けて、人生をポジティブに捉え、ワクワクすることを選ぶことが重要だと言っている。マーケティングの役割とは、素晴らしいモノやサービスと、それを求める人々を幸せなパートナーシップで結ぶことだと思っている。ワクワク感を出発点とするマーケティング活動なら、同じ周波数の顧客とワクワクの周波数で結ばれる。日本では楽しいニュース報道の法制化は難しいかもしれないが、マーケティングコミュニケーションは、世の中におけるワクワクの源でありたいと思う。

* AFPBB News「報道の半分は明るいニュースに」、ルーマニア議会が可決
2008年6月26日
<http://www.afpbb.com/article/life-culture/life/2410678/3078014>

POINT

- 1 認識したものが拡大し、見つめたものが拡大する
- 2 マーケティングもパラレル・ワールド化が加速
- 3 マーケティング活動はワクワク周波数の源に

●本連載は本号で終了いたします。ご愛読いただきありがとうございました。