

## 広告と社会的課題の関係

大学の講義をとおして、広告と社会的課題は密に関わっていると考え、その関係について興味を持った。そんな中、広告の「炎上」について取り上げた論文や「広告は時代を映す鏡」という言葉を目にした。これらの論文や言葉は、広告は社会的課題の影響を受けるもの、という事実を表していることがわかった。そこである疑問が生じた。反対に、広告が社会的課題に影響を与えるという事象は存在するのか、という疑問だ。そこから、現代において広告と社会的課題は一方的ではなく双方向に影響を与える関係なのではないか、と考え、以上を仮説として論述するに至った。

文中では、仮説「現代において、社会的課題と広告は双方向に影響を与える関係である」の検証を目的とし、まずは先行研究を参考に、社会的課題が広告に与える影響について理解を深めた。その後、論の中心となる、広告は社会的課題に影響を与えるのか、ということについて論を進めた。書き進める中で新たな発見もあり、後半には上記仮説の検証とはまた別の考察も行った。「関係」という抽象的な仮説を事例とともに検証し、文章を介して疑問に対する答えを具体化できた論文となった。