

不思議現象とマス・コミュニケーション

：レビューと問題提起

小 城 英 子
坂 田 浩 之
川 上 正 浩

Paranormal Phenomena and Mass Communication: Review and Proposal—

It was in the 1970s that the first television program concerning paranormal phenomenon was produced in Japan. After that most of these programs are considered as to be fakes : however, these programs have achieved relatively high audience ratings.

It is said that producing television programs concerning paranormal phenomenon was voluntarily refrained in 1995 in the sequence of the poison gas attack on the Tokyo subways carried out by Aum Shinrikyo (a Japanese Buddhist religious group created by Shoko Asahara). However, in the 2000s, these kinds of television programs have revived in the positive context using such keywords as "counseling" and/or "spiritual."

The purpose of this paper is (1) to review studies on paranormal phenomenon and mass communication and (2) to make some proposals about studies on paranormal phenomenon and mass communication.

序

心霊現象や占い、UFO、超能力など、現代の科学知識では説明がつかない不思議な現象を総括して“不思議現象”と呼ぶ(菊池, 1995)。先行研究で扱われている主な不思議現象は、占い、UFO (Unidentified Flying Object=未確認飛行物体)・宇宙人、霊、超能力、血液型性格判断、前世・輪廻転生、たたり、神仏の存在・願掛け、死後の世界、予言、迷信・縁起、UMA (Unidentified Mysterious Animal=未確認動物)、コックリさんなどである(小城・川上・坂田, 2006)。

本稿では、不思議現象とマス・コミュニケーションについて、今までの流れと背景を整理し、不思議現象に対する受け手の態度との関連について問題提起を行う。なお、本稿では、情報の送り手としてメディア媒体そのものを指す場合は“マス・メディア”，社会的影響過程や受け手に与える効果までを含んだ概念を指す場合には“マス・コミュニケーション”の表現を用いて区別することとする。

不思議現象に関するマス・メディアの特性

テーマと構成

日本で不思議現象に関するテレビ番組が登場したのは、1973年ごろといわれている(小池, 1996)。木村(1996)によれば、これらの番組には以下の3つのジャンルがある。すなわち、第1に雪男や山の半獣人、ツチノコ、怪魚、古代の生き残り怪獣、神秘の場所などの“探しもの”，第2にUFOやバミューダ・トライアングル、心霊写真、心霊現象、幽霊の出家、ミステリー・サークル、ピラミッド、ヨーロッパの怪談などの“不思議

議現象もの”，第3にスプーン曲げ，占い，靈視，予言者，気功，心靈手術などの“超能力もの”の3つのジャンルである。第1の“探しもの”と第2の“不思議現象もの”は，リポーターが現地へ赴いて取材をしたり，証拠となる写真や映像などの資料を提示したりする構成，第3の“超能力もの”は超能力を扱う人物が登場して，超能力を披露する構成が中心となる。

第3のジャンルの占いなどは印刷メディアでも盛んに取り上げられているが，超能力や怪奇現象などは映像がなければ現象が伝わりにくいため，概してテレビ番組で取り上げられることが多い。不思議現象は，安い制作費で高い視聴率を獲得でき，また差別団体などからの抗議を受ける要素も少ないため，格好の題材であるという（生島，1994）。

また，放送時間帯によっても内容が異なる。みお（1998）・草野（2000）は，1998年1月～2000年3月に放送された不思議現象に関する番組の分析を行っている。その結果，午前中から夕方にかけて放映されるテレビ番組では，主婦層を主なターゲットに，占いや風水がインテリアや食事などの実用性と結びついて提供され，さらにグルメや贈答品，ダイエット関連施設などの情報も付加されて，新たな消費を掘り起こす構成となっている。一方，夜のゴールデンタイムに放映される番組では，UFOや超能力などの超常現象が，現代科学または疑似科学として扱われる傾向にあった。すなわち，マス・メディアで取り上げられる不思議現象の対象は幅広く，また，それぞれの対象によってターゲットとしている視聴者層が異なるといえる。

登場人物

超能力タレント

木村（1996）の分類による第3の“超能力もの”では，占いや靈視，スプーン曲げなどの超能力を扱う人物による超能力の披露が中心となる。占いや靈視は，他者に対して人生の指針や行動のアドバイスを与えるという

情報の授受が中心であるため、テレビだけでなく、雑誌などの印刷メディアでも盛んに取り上げられるが、スプーン曲げや念写などは“芸”のインパクトを鑑賞する点でまさにテレビ向きといえるであろう。

マス・メディアに登場することによって、元は無名の一般人であった彼らも「有名性」(石田, 1998) という付加価値を与えられる。その結果、超能力の真偽はさておき、存在自体にタレントとしての価値が生じるようになり、各メディアから需要が殺到して露出が増加するようになる。中には、“本業”の超能力や占いと離れて、御意見番としてコメントしたり、趣味のコレクションや自宅を披露したり、グルメ番組や旅行番組のリポーターを務めたりするなど、マルチタレント化していくケースもある。

マス・メディアに乗って一世を風靡し、時代の寵児となったのは、古くは藤田小女姫(1950年に産経新聞で紹介; 桃井, 2005)、念力・念写などを行う超能力者のユリ・ゲラーや清田益章(両者とも1974年にテレビに登場; 布施, 2005)、霊能者の宜保愛子(1986年にテレビに登場; 栗原, 2005)、織田無道(石井, 1995)、Mr.マリック(1988年にテレビに登場; 村上, 2001)、近年では細木数子(柿田, 1995; 種田, 2000)、鏡リュウジ(田崎, 2005)、江原啓之(堀江, 印刷中)などであろうか。藤田小女姫は殺害され(1994年)、清田益章はトリックを使ったことが暴露されたのを機にメディアでの露出が減少し、後に薬物使用で逮捕(毎日新聞, 2006)、宜保愛子は病死(2003年)、織田無道は霊園を経営する宗教法人の乗っ取りを計画し、虚偽の登記をしたとして、公正証書原本不実記載・同行使罪などで有罪が確定(毎日新聞, 2004)、マス・メディアから完全に姿を消した。いわば、芸能界に“超能力タレント”というポストが存在しており、トリックの露呈や、金銭や愛憎のスクンダルによる權威の失墜、マンネリ化による大衆の関心の消滅や本人の高齢化・死亡によって、後進へとメンバー交代を繰り返しながら、常にポストは維持されてきたと考えられる。

“識者”の役割

不思議現象を扱ったマス・メディアでは、内容に信憑性を持たせ、説得力を増すために、超能力を扱う人々以外に第三者の“識者”を起用して不思議現象を肯定する役割を当てることが多い。起用される“識者”は、第1にUFOなどの不思議現象の研究者・専門家、第2に政府や警察などの国家権力や、弁護士・元検察官などの法曹関係者、大学教授・研究者などである。後者は、本来は不思議現象と相反する科学者の立場から不思議現象を肯定することによって、その信憑性をさらに高める効果をもたらしている。

実際に権威や専門的知識を持っていなくても、バッジや肩書きなどを提示して権威を有しているかのように見せかけるだけでも権威の効果は期待できる。受け手は、専門性や権威の実質を見極める労力を省略し、権威のラベルだけで盲目的服従の態度をとるからである(今井, 1996)。たとえば、“〇〇大学教授”というだけで専攻までは紹介されなかったり、“〇〇博士”“〇〇研究家”というように、大学や警察などの具体的な機関の裏づけを確認できない肩書きが用いられていたり(松尾, 1998)、“世界一の〇〇”などの経歴やプロフィールがあくまでも本人の自称にすぎないなど(木村, 1996)、有名無実の肩書きも多い。また、これらの“識者”の中にはスタンドプレーを好み、マス・メディアの捏造にも協力的で、ディレクターの指示通りの役割を演じる人物も多いという(木村, 1996)。言わば、“超能力タレント”と同様に、“識者タレント”というポストが存在しているのである。本来、マス・コミュニケーションに識者が起用されるのは、ニュースの内容を専門家の立場から解説し、受け手の理解を促進するためであるが(Wright, 1960)、一般の事件報道に起用される識者の専門性にさえ疑問の声があり(小城, 2004)、娯楽化傾向の強いバラエティ番組ではさらに“識者”の信頼性は低いといえよう。

真実性よりも娯楽性重視

テレビディレクターの木村や生島によれば、不思議現象に関するテレビ番組の大半が捏造である。UFOや心霊写真、ネッシーなどのUMAに関する資料もトリックによるもので、ディレクターやカメラマン、タレントなど、制作現場に居合わせる人間も全員が捏造であることを認識しているという(木村, 1996; 生島, 1994)。松尾(1998)も、番組に出演するタレントの立場から、番組にはスポンサーや制作サイドの意向が強く働いており、出演タレントは、仮にトリックに気づいたとしても強硬に批判することは難しく、現場では過剰に驚いて不思議がる役割を課せられていると述べている。

たとえば、日本テレビ系列“矢追純一 UFO スペシャル第4弾 緊急報告! 生きた宇宙人がつかまった”(1991年10月13日放送)では、すでに作り話やいたずらであることが判明しているにも関わらず、その事実を伏せて、UFO墜落事件や宇宙人の死体写真を真実であるかのように紹介しているなど、内容の誤りや誇張が見られている(久保田, 1992)。

TBS系列“金曜テレビの星! 世紀の透視対決!”(1996年4月12日放送)は、透視能力を持つと称する13歳の少女と、米国の有名マジシャンが対決するというものであったが、透視失敗シーンはカットされ、(トリックによって)成功したシーンのみが放送されていたり、話のつじつまを合わせるために、取材の日付を書き換えたり、出演者に用意したセリフを言わせたりするなどの行き過ぎた演出が明らかにされている(矢澤, 1996)。

日本テレビ系列“投稿! 特ホウ王国2”(1997年2月2日放送)では、理科の実験などで使われるアメルバ状のスライムに事前に鉄粉を混ぜ、ライターにネオジウムという強力な磁石を組み込んだ上で、スライムがライターを飲み込んでいく様子を撮影して、あたかも鉄を食べる謎の物体であるかのように演出したことが指摘されている。磁石が鉄を引き寄せる単純な化学反応を利用したものだが、以前にNHKで化学実験として紹介されたトリックを盗用した上に、トリックを伏せて不思議現象として提示したこ

とが、捏造であると批判された。批判に対して、日本テレビは、真実性が追及される報道番組ではないこと、バラエティ番組では娯楽性や視聴率の方が重要であることを主張したという(田中, 1998)。すなわち、報道番組であれば、捏造はジャーナリズムに対する背信行為として糾弾され、会社幹部の引責辞任も免れないが(館澤, 1993; 新藤, 1994; 小松, 1994 など)、バラエティ番組においては、娯楽性と視聴率獲得のための捏造は容認されているということである。こうした番組は、完全な捏造であるにもかかわらず、受け手に提示されるコンテキストはノンフィクションの様相を呈しているところに問題があるといえよう。

新聞や雑誌よりもテレビ番組が問題になりやすいのは、テレビは新聞に比べると報道機能よりも娯楽機能のウエイトが大きく、娯楽性を重視した作りになりやすいこと(電通総研, 2001)、映像を必要とするために捏造に走りやすい土壌があること(渡辺, 1995)、受け手にとってはテレビがもっとも接触率が高く、そのため影響力の大きいメディアであること(松澤・白石・中野, 1995)などが考えられる。

放送倫理からの逸脱

放送法には“報道は事実を曲げないですること”、“意見が対立している問題については、できるだけ多くの角度から論点を明らかにすること”、民放連放送基準解説書(日本民間放送連盟, 2004)には、“宗教を取り上げる際は、客観的事実を無視したり、科学を否定する内容にならないよう留意する”、“心霊術や、いわゆる念力などは、科学で説明できない超自然的な一種の精神現象と言われ、これも危険を伴いやすいので、番組制作にあたっては、安易な模倣を助長しないように注意する”などの記述がある(Table 1・2)。不思議現象を扱ったテレビ番組の大半は、捏造と安易な不思議現象肯定の点で、放送法や民放連放送基準から逸脱しているという指摘がある(石井, 2004)。

放送倫理から逸脱しているにもかかわらず、不思議現象の番組が放映さ

Table1. 放送法より抜粋

章	条	項	内容
1	二 放送番組の編集等に関する通則	3	2 放送事業者は、国内放送の放送番組の編集に当たっては、次の各号の定めるところによらなければならない。 一 公安及び善良な風俗を害しないこと。 二 政治的に公平であること。 三 報道は事実をまげないですること。 四 意見が対立している問題については、できるだけ多くの角度から論点を明らかにすること。
			2 放送事業者は、テレビジョン放送による国内放送の放送番組の編集に当たっては、特別な事業計画によるものを除くほか、教養番組又は教育番組並びに報道番組及び娯楽番組を設け、放送番組の相互の間の調和を保つようにしなければならない。
		4	放送事業者が真実でない事項の放送をしたという理由によって、その放送により権利の侵害を受けた本人又はその直接関係人から、放送のあった日から三箇月以内に請求があったときは、放送事業者は、遅滞なくその放送をした事項が真実でないかどうかを調査して、その真実でないことが判明したときは、判明した日から二日以内に、その放送をした放送設備と同等の放送設備により、相当の方法で、訂正又は取り消しの放送をしなければならない。
			2 放送事業者がその放送について真実でない事項を発見したときも、前項と同様とする。

れ続ける理由は、第1にバラエティ番組は真実性が求められる報道番組ではないこと、第2に不思議現象の存在そのものを法的に裁くことはできないため、法的規制を受けにくく(高橋, 1997)、したがって人権侵害や詐欺被害などの具体的な被害が発生したケースでなければ問題視されないこと、第3に制作者にミスリード(世論を誤導)する意図はなく、不思議現象の存在を肯定も否定もしていないため、捏造の範疇とは認識されていないこと(石井, 2004)などが挙げられる。

とはいえ、いずれの理由も放送倫理からの逸脱を容認するには弱く、免責されるとは考えがたい。結局のところ、木村(1996)の指摘が当を得ているといえるであろう。すなわち、受け手を含めた世論全体が、ジャーナリズムの追求よりも娯楽性享受を選び、捏造であることが判明しても黙認

Table2. 民放連放送基準解説書 (2004) より抜粋

章	項	内容	解説	事例	法令
3	児童および青少年への配慮	催眠術、心霊術などを取り扱う場合は、児童および青少年に安易な模倣をさせないよう特に注意する。	催眠術は本来、精神治療法の一つであって、幼児や児童、青少年がいたるに模倣すると大変、危険を伴いやすい。 施術者と被施術者がともに未熟である場合には、精神的肉体的に悪影響があることを十分、銘記すべきである。 一方、心霊術やいわゆる念力などは、科学で説明できないう超自然的な一種の精神現象と言われ、これも危険を伴いやすいので、番組制作にあたっては、安易な模倣を助長しないように注意する。	タレントの高所恐怖症を克服しようとして、催眠術をかけた高所で危険な行動をとらせた。(厳重注意)	憲法 第20条 (信教の自由) 宗教法人法 第1条 (この法律の目的)
7	宗教	宗教の自由および各宗派の立場を尊重し、他宗・他派を中傷、ひぼうする言動は取り扱わない。	宗教の自由には、宗教を信じる自由と同時に、信じてない自由も含まれる。公共の性格を有する放送でも、信教の主旨は尊重すべきであり、信仰を強調したり、他宗・他派を中傷、ひぼうすることは避けなければならない。	「浅草は、外人観光客のメッカ」と発言。イスラム教の熱心な信者である在日外国人から、「メッカは全世界のイスラム教徒に崇拜されている聖地であり、許せない」と強い抗議を受けた。(厳重注意) 信仰によって、手術もしないで幼児の心臓病(心房欠損)が全治したとか、「お告げ」に逆らったため義父と娘が相次いで死んだというコメント。(削除)	
			宗教を取り上げる際、客観的事実を無視したり、科学を否定するしないようにならない。宗教が信者に対して希望と勇気を与えるものであることは事実だが、だからといって近代科学を否定してはならない。	ある宗教を取り上げた番組の中、キリスト教批判や西洋医学否定につながる部分と、「教えを聞き合草した途端、今まで聞こえな	

	<p>よう留意する。</p>	<p>正確な情報を伝えることは放送の使命であるが、情報を伝える際には視聴者の不安をおおきく避けるべきである。フィクションまたは仮説として、この種の内容を取り上げる場合にも、事実と混同されないよう十分に配慮する。</p>	<p>統計上、50年ごとに地震があるもので、今年には東京に大地震が起こると断定し、動揺や不安を与える解説をした。(削除)</p> <p>1995年の阪神・淡路大震災の際、住民に不安や動揺を与えないよう根拠のない「うわさ」を否定する放送を行い、生活情報をきめ細かく伝えた。</p>	<p>電波法 第107条、 第106条、 第</p>
<p>46</p>	<p>人心に動揺や不安を与えるおそれのある内容に取り扱う。</p>	<p>番組やコマージュで劇的効果を上げるために、ニュース形式、例えば「臨時ニュース」「緊急情報」「ニュース」「天気予報」「交通情報」「サイレン」などを用いる場合は、事実と混同されないよう配慮し、適切な配慮を欠くと、著しく人心を動揺させることがある。特にラジオでは慎重な配慮が必要である。また、無線電信信号を使う場合は、一般の無線信号と混同されないようにする。なお、SOSモース信号は、1999年(平成11)年2月1日にGMDSS(海上における遭難及び安全に関する世界的な制度)によりデジタル信号に切り</p>	<p>大晦日の「年越し番組」で“世紀のカウントダウン”をドッキングカメラの演出で2分早めて放送し、抗議が殺到した。(敬重注意)</p> <p>ラジオCMで、「パトカーのサイレン」「自動車の急ブレーキ」「踏切の遮断機の警報音」「携帯電話の呼び出し音」の使用。(改稿)</p> <p>洋画番組の中で発せられたSOSモース信号が本物に間違えられ、玄界灘航行中の漁船が迷惑を被った。(注意)</p> <p>ラジオの演芸番組中、「〇〇動物園から黒ヒョウが逃げ出して〇〇街をさまよっています」というニュース形式の表現。(改稿)</p> <p>「やらせ」を考える演出的な仕掛</p>	<p>電波法 第107条、 第106条、 第</p>
<p>51</p>	<p>劇場効果のために用いるニュース形式などを混同させたり、事実と混同させたりしない</p>	<p>番組やコマージュで劇的効果を上げるために、ニュース形式、例えば「臨時ニュース」「緊急情報」「ニュース」「天気予報」「交通情報」「サイレン」などを用いる場合は、事実と混同されないよう配慮し、適切な配慮を欠くと、著しく人心を動揺させることがある。特にラジオでは慎重な配慮が必要である。また、無線電信信号を使う場合は、一般の無線信号と混同されないようにする。なお、SOSモース信号は、1999年(平成11)年2月1日にGMDSS(海上における遭難及び安全に関する世界的な制度)によりデジタル信号に切り</p>	<p>大晦日の「年越し番組」で“世紀のカウントダウン”をドッキングカメラの演出で2分早めて放送し、抗議が殺到した。(敬重注意)</p> <p>ラジオCMで、「パトカーのサイレン」「自動車の急ブレーキ」「踏切の遮断機の警報音」「携帯電話の呼び出し音」の使用。(改稿)</p> <p>洋画番組の中で発せられたSOSモース信号が本物に間違えられ、玄界灘航行中の漁船が迷惑を被った。(注意)</p> <p>ラジオの演芸番組中、「〇〇動物園から黒ヒョウが逃げ出して〇〇街をさまよっています」というニュース形式の表現。(改稿)</p> <p>「やらせ」を考える演出的な仕掛</p>	<p>電波法 第107条、 第106条、 第</p>

	<p>り替えられ、国際的な遭難通信番号としては使われなくなったが、モールス通信そのものは残っている。で使用には配慮が必要である。</p>	<p>現れた」という「ニュース速報」を挿入し、「速報スーパー」まで流したところ、フィクションであった旨の「お断り」が不完全であったため抗議が殺到した。</p>	
<p>53</p>	<p>迷信は肯定的に取り扱われない。</p>	<p>恋愛中の男女が出演する視聴者参加番組で、占い師が、「君らの結婚は破綻する」と断定的発言をした。(注意)</p>	
<p>8 表現上の配慮</p>	<p>占い、運勢判断およびこれに類するものは、断定したりするようなじさせたいはしない。取り扱いはしない。</p>	<p>現代人の良識から見ても非科学的な迷信や、これに類する人相、手相、骨相、家相、墓相、風水、運命・運命鑑定、靈感、霊能等を取り上げる場合は、これを肯定的に取り扱わない。ただし、伝説を取り上げるのはさしつかえないが、その場合、誤解のないように注意する。</p>	<p>テレシヨップ番組中の商品説明に「〇〇先生の開運法、印相法により、姓名判断上の凶名を吉名に好転させ、運を変えろ」とあり、また赤富士額についても「この額を西向きに掛けると財運に恵まれる」といった紹介があった。(厳重注意)</p>
	<p>健康問題は極めて社会的関心が高い</p>	<p>人気の占い師を特集するスペースナル番組の「霊視占い」コーナーで、「先祖の祟りを除けば病気が治る」との言葉や「霊が信者にとりつく」シーンなどがあった。事前視聴で気づき、当該部分をカット、再編集して放送した。</p>	<p>がんをテーマにした特別番組、手術、照射、抗がん剤以外の療法で治癒した症例を挙げ、専門医が骨折を加えて必要以上の恐怖心をなくそうとすとの企画意図、免疫療法など、因果関係がまた実証されて</p>

<p>57</p>	<p>医療や薬品の知識および健康情報に因りては、いたがらずに不安・焦燥・恐怖・楽観などを与えないように注意する。</p>	<p>く、その人の置かれている状態に応じて反応は様々である。放送に於いては、この点を十分注意し、大げさな表現になっていないか、期待や不安を煽っていないかなど、表現に配慮しなければならぬ。また、取り扱った健康情報などが、特定商品・サービスの広告活動とならないよう十分留意しなければならぬ。科学的主張は慎重に取り扱われべきである。</p>	<p>いないものが多いので、過大評価による楽観も禁物である。(注意)薬物を扱った番組「医師の投薬でクロロマイシロップを乳児に与えたら血液障害を起こして死亡」[主人がA薬を飲んだら湿疹ができて全身が腫れあがった]という主婦の発言、原因がほかにもあるかも知れないし、アレルギー体質も考えられるので削除。また、「クレオソート丸などはナフタリンと石灰酸が主剤。獣医の使うもので人間の飲むものではない」という講師の発言、極めて主観的であり、いずれも実名を挙げて断定することは、混乱、不安を招くおそれがある」と判断し削除。</p>		<p>108</p>	<p>これらの業者の中には、印相、墓相、家相、風水などを合せて「新しい学理に基づいて…」などというものがあがるが、科学的な根拠を確認することができないので取り扱わない。</p>	
<p>14 広告の取り扱い</p>	<p>統計・専門术语・文献などを引用して、実際以上に科学的と思わせるおそれのある表現をしてはならない。</p>	<p>難しい表現や統計などを引用すると、権威があるものと認識されや聴者に実際以上に科学的であると誤認される表現は、一種の不当表示である。特に、医薬品や医薬部外品、化粧品、食品など、健康に関連深い商品では、この種の表現は避ける。</p>	<p>不当景品類及び不当表示防止法第4条(不当な表示の禁止)</p>		<p>127</p>		

したことが大義名分となって、放送倫理からの逸脱が公然と容認されるようになったと考えられる。白石・井田（2003）によれば、不思議現象のテレビ番組が開始された1970年代ごろから、受け手の中にも“演出だと分かっている、番組が面白ければよい”、“一定の約束ごとの中で、テレビは作られている”など、番組の演出や細部、裏側への関心などの番組を深読みする“熟練性”の態度が生まれてきており、こうした現代的なテレビの見方をする受け手は、年々増加傾向にある。受け手の方も、テレビ番組には演出が不可欠で、特にバラエティ番組では捏造にまで至っているケースがあることを認識した上で、不思議現象を娯楽的に享受してきたのであろう。

また、送り手側においても、人権侵害や詐欺被害など、具体的なトラブルになった場合は、当該番組を即刻打ち切りにしたり、当該人物を降板させたりするという枝葉末節の対処で事態が収拾されてしまうため（生島、1994）、不思議現象が好まれる体質は維持され、類似番組が繰り返されてきたと考えられる。

不思議現象に関するマス・メディアと社会的影響

受け手は、マス・メディアに対して“熟練性”を高めてきているとはいえず、すべての受け手が演出や捏造の程度を明確に認知しているわけではない。巧妙にリアリティを持たせた作りの番組もあり、ノンフィクションの様相を呈して提示される不思議現象は、社会に対してさまざまな影響をもたらしていると考えられる。

マス・コミュニケーションによる地位付与と権威づけ

マス・メディアで取り上げられることにより、当該事象や人物は地位を付与され、権威を獲得することになる（Lazarsfeld, & Merton, 1960）。頻繁にマス・メディアで取り上げられている不思議現象や、不思議現象を扱う

人々は、実際には捏造であっても、ノンフィクションの様相を呈している以上、受け手に対して大きな影響力を持つと考えられる。人々は他者の経験や意見によって合意されている情報を客観的なものとして信じやすく(西田, 1998), マス・メディアで報道量の多い情報を重要なものと認知する傾向があるためである(McCombs&Shaw, 1972)。また、全国紙や東京キー局などの全国区メディアは、女性週刊誌等に比べると、メディア自体が高い権威を有しており(坂西, 1997), これらのメディアに乗った不思議現象や不思議現象を扱う人々は、受け手からの信頼を獲得することになる。

たとえば、朝日新聞は、某電機会社では血液型がAB型の社員のみから成るプロジェクト・チームを結成してヒット商品の開発を目指しているという記事を掲載したことがあるが(1990年11月21日), マス・メディアの中でも特にオピニオン・リーダー的存在である「朝日新聞」に好意的に掲載されることにより、単なる事実の報道を超えて、結果的に血液型性格判断そのものが容認され、社会的地位を得ることになる(池田, 1993)と懸念される。

さらに、テレビ番組で取り上げられたために、詐欺被害が拡大化した事件も発生している。1997年5月27日、高額の治療費を騙し取ったとして、“超能力治療師”と称する中国人に対し、1億円以上に上る原告の請求金額を支払うよう判決が下されたが、この判決文では、被告に権威を与えたマス・メディアについても言及されている。日本テレビの番組では、被告の自称する経歴や能力について十分検証しないまま、被告を超能力者であるかのようにたびたび取り上げ、治療効果を誇張して放映し、結果的に詐欺被害を拡大したとされている(Japan Skeptics 編集委員会, 1998)。

マス・メディアに対する識者の反論

これらの不思議現象を扱った番組に対しては、一部の識者から批判が集まっている。たとえば、物理学者の大槻は積極的にテレビに出演し、霊能者の直保愛子とたびたび対決して、彼女の行う霊視が科学的なトリックに

よって可能であることを示した(大槻, 1993)。不思議現象について“科学的説明も可能”という論理から、次第に“絶対にあり得ない”という論理へと飛躍した大槻の姿勢は疑問視されることもあった(和栗, 1994など)が、しかし、中立的・科学的な第三者を装いながら不思議現象を扇動する“識者タレント”が横行し、マス・メディア全体が不思議現象を肯定する風潮が強い中、あえて反論に出た大槻氏の批判行動は貴重であると、菊池(1999)は述べている。また、菊池自身も、自らテレビ番組に出演してある霊能者と対決し、霊視は超能力によるものではなく、その霊能者の巧みな話術や誘導によって、あたかも霊能力であるかのように提示されているにすぎないことを示している。科学的に設定された実験での霊視結果は、対照条件として解答したタレントの正答率を下回り、さらには、偶然に正答できる確率さえ下回っていた(菊池, 1999)。

血液型性格判断については、ワイドショーや情報番組、または雑誌等で頻繁に扱われている(谷口, 1997; 草野, 2001)。多くの心理学者は、血液型性格判断が科学的根拠に乏しいことを指摘し(詫摩・佐藤, 1994など)、偏見や差別を助長するものとして批判を続けてきた。たとえば、池田(1993)は、前述のAB型プロジェクト・チームを結成した会社を紹介する記事を掲載した朝日新聞社に対して、直接批判の弁も述べている。山岡(2005)も、血液型によって性格を断定する内容の番組が横行している現状を危惧し、新聞に反論を寄せている。しかし、こうした一部の識者の批判は世論を形成するまでには至らず、手軽に視聴率を獲得できる不思議現象の番組や特集は、形式や出演者を替えながら絶えることがない。反論や批判は排除される風潮が強い。

前述した、自らテレビ番組に出演して霊視のトリックを暴いた菊池(1999)も、霊視が失敗に終わったとき、スタジオに気まずい空気が流れ、霊能者にとどめを刺すのを躊躇したと述べている。マス・メディアも視聴者も霊能者には擁護的で同情を寄せやすく、反対に不思議現象を批判する科学者の方は、勝利がスタンダードであるために最初からハンディを負っ

ている。仮に一度でも負けることがあれば、その事実のみが拡大化されて不思議現象肯定に利用される危険性も高いことから、以降はメディア上での直接対決は断っているという。

マス・メディアにとっては、相反する立場の対立は大衆の関心を引きつけ、視聴率を獲得できるために、積極的に対立の構図を作ろうとする傾向がある (Shoemaker & Reese, 1996)。さらに、限られた時間や紙面の中に収めるよう、単純な論理へと編集・加工されるため (小城, 1997)、不思議現象を信じやすい心理的メカニズムや、科学者の論法といった複雑な情報は、詳細が省略されて単純化されてしまい、正確に伝わらなくなる危険性がある。また、物事の本質から逸れて、原因や責任を個人へと帰属する“パーソナライゼーション” (Ranny, 1983) に偏る傾向も強く、論理性・正当性に焦点を当てるのではなく、特定個人が極端にキャラクター化されて、個人対個人の対立の構図へと持ち込まれやすい。どちらかが社会的生命を絶たれたとしても、扇動したマス・メディアが補償してくれるわけではなく、マス・メディアでの活動を生業としない科学者にとっては、不利益の方が大きいであろう。結局のところ、娯楽性や視聴率獲得のために不思議現象を扇動する大勢の中で、積極的にマス・メディアに露出するのは、不思議現象を安易に肯定する“識者タレント”か、または、反論する場合は、論理性を超えてパーソナライゼーションやキャラクター化に耐え得る、言わばヒーロー役を演じられる“識者タレント”に限られ、論理性・科学性をもって真摯に弊害を危惧する識者の批判はかき消されている現状がうかがえる。

不思議現象とマス・コミュニケーションの現在

オウム・ショック

1970年代に始まった不思議現象に関するマス・メディアは、高い視聴率に支えられて定番となっていた。しかし、1995年、オウム真理教団

による地下鉄サリン事件を発端として、破壊的カルトに注目が集まり、心靈的・宗教的な活動に対するバッシングが激化した。以降、90年代後半は、社会全体が第2のオウム真理教教団を警戒し、悪徳商法や集団自殺など、破壊的カルトが引き起こす事件に対して厳しい反応を示していた（堀江、印刷中）。科学者による積極的な反論が行われたのも同時期と推察される（小城・川上・坂田、2006）。一連のオウム事件の発端となったのがTBSのワイドショー番組であったことも相まって、必然的に、テレビ局の番組制作も影響を受け、破壊的カルトにつながりやすい超能力や霊視を扱った番組も、一斉に自粛された（栗原、2005）。

しかし、一時的に抑圧されたものの、人々の霊に対する関心は根強く、オウム事件を知らない世代の割合の増加と共に、不思議現象を扱う番組は、破壊的カルトとの結びつきを希薄化した、新たなコンテクストに乗せられて再登場した。90年代後半、オウム事件以後に放映が開始された“奇跡体験！アンビリバーボー”（1998年～），“不思議どっとテレビ。これマジ”（2001～2002年），“USO！？ ジャパン”（2001～2003年）などのテレビ番組においては、霊的現象が多く扱われているものの、番組タイトルに“アンビリバーボー”、“USO”などの表現を用いて真偽をあいまいにし、霊の存在を断定することを避けて、霊をめぐる物語として娯楽的に享受しようとする姿勢が強い（堀江、印刷中）。前項で紹介した“矢追純一 UFO スペシャル第4弾 緊急報告！生きた宇宙人がつかまった”（1991年放送）や“金曜テレビの星！ 世紀の透視対決！”（1996年放送）を参照しても、堀江の指摘は妥当である。オウム事件前の前者は宇宙人の存在を断定する番組タイトルになっているが、オウム事件後の後者は“対決”を告知するのみで、透視自体の真偽について番組タイトルは肯定も否定もしていない。

靈感商法からカウンセリングへ

堀江（印刷中）は、人々の関心が“スピリチュアル”や“カウンセリング”へと移行してきた経緯について、以下のように述べている。阪神・淡

路大震災やオウム事件が発生した1995年を境に、人々の関心は自己啓発や潜在的可能性からトラウマ（心的外傷）へと移行し、トラウマを治療するための“癒し”“カウンセリング”などのブームが到来する。また、時を同じくして、“霊”、“靈性”などの代わりに、“スピリチュアル／スピリチュアリティ”のキーワードが用いられるようになったが、これは、“幽霊”や“靈感商法”などのネガティブなイメージを想起させる漢字表記の“霊”を使用せずに霊信仰を表現できること、また特定宗教とのつながりを希薄化させることによって、オウム事件の影響による宗教全般に対するヒステリックな拒否反応を回避できることなどが背景にあった。霊信仰は“スピリチュアル”というキーワードに衣替えし、また、医療、ひいては科学とも結びついていて宗教色の薄い“カウンセリング”というポジティブな行為と合体することにより、人々に根強く残る霊への関心に応えたと堀江は考察している。

2000年代中盤に入り、マス・メディアにおける不思議現象も、“スピリチュアル”をキーワードに、“カウンセリング”へと様変わりした。その名のとおり、“スピリチュアル・カウンセラー”を名乗る江原啓之を中心に据えた“オーラの泉”（テレビ朝日系列2005年4月～）は、ゲストのタレントの前世や守護霊について江原が語る内容になっており、狂言回しの役割を務めるジャニーズタレントの国分太一、守護霊を見ることが出来る能力を持つ江原啓之、江原の言葉を、信憑性を持って伝達する役割の三輪明宏の3人のチームワークによるスタジオトークのみで番組が構成されている（信田、2006）。後述の細木数子が、威圧的な態度で、ときには罵倒とも受け取れる攻撃的な発言を繰り返すのに対し、江原の控え目でソフトな語り口とにこやかな笑顔は受容的であり、彼の対話のテクニクには実際の心理臨床で行われるカウンセリングに近い技法も含まれている。

同様に、占星術研究家の鏡リュウジ（TBS系列“きょう発プラス”の金曜日レギュラー2005年～）も、良し悪しで判断せず、断定的な表現を避けて、やわらかい言葉で相手を前向きに導くアプローチ、男性でありながら相手

に恐怖感を与えない優しい物腰が信頼を得ていると指摘されている。鏡自身も、占星術を精神的な落ち着きを与える心理療法のひとつととらえていることを公言している（田崎，2005）。

江原と鏡の両者に共通するのは、高学歴と知性である。大学や大学院に進学して宗教学・心理学・比較文化学などを幅広く修め、イギリス留学や洋書翻訳など語学にも堪能であり、国際的なイメージも強い（横田，2006；田崎，2005）。カウンセリングというポジティブなコンテクストは、インテリジェンスの裏づけによって、より受け入れられやすいものとなり、支持されていると考えられる¹⁾。

霊能者・超能力者から“アイドル”へ

一方、不思議現象を扱う人々の個性を強調してキャラクター化し、不思議現象のみならず、幅広く活動させ、一種の芸能タレントとして起用する流れもある。破壊的カルトとのつながりを回避するために、不思議現象そのものは半ば娯楽的に扱い、信憑性は深く追及しない。霊能者・超能力者としての実力はあまり期待されておらず、占いや霊視などの不思議現象というパフォーマンスを通じてキャラクターを提示しているといえる。このような職業は、小川（1988）の定義する“アイドル”とも類似している。“アイドル”とは歌唱力を期待された歌手ではなく、歌唱というパフォーマンスを通じてキャラクターを提示する職業である。

たとえば、細木数子は、1980年代に“六占星術”を発表して一躍有名となったが、靈感商法などの金銭をめぐるスキャンダルによって一旦メディアから退場した。2004年に、“史上最強の占いバトル”（TBS系列2004年1月放送）を契機に復活し、靈感商法に関わっていた実弟を告発することによって、自らはスキャンダルの禊を果たし、再びメディアでの露出が増加した（七瀬，2004）。復活に当たっては、以前よりも先祖供養などの宗教色を控えているという指摘もあり（種田，2000）、オウム事件を境に、自らの演出方法を変えたケースといえるであろう。

細木数子の場合は、占いの信憑性よりも、細木数子というキャラクターの強烈さを鑑賞し、楽しむところにタレントとしての価値がある。七瀬(2004)によれば、2004年ごろは、芸能界において、野村沙知代に代表される毒舌タレント、宜保愛子に代表されるオカルトタレントといったポストが空いており、双方の要素を持ち合わせた細木数子が絶好のタイミングで復活してきたために、各メディアが一斉に飛びついたという。実際、彼女のメディアでの活動は、宝石のコレクションや自宅を紹介したり、料理の腕前を披露したりするなど、占いの範囲を大きく超えており、前述の江原啓之や鏡リュウジとは一線を画している。

超能力から手品へ

スプーン曲げや透視などのショー向きの超能力は、人生や行動のアドバイスを与えたり、運命を教えたりするという霊視・占いとは質を異にしており、“癒し”や“カウンセリング”がブームとなっている昨今にはなじまないといえる。代わって、近年の手品ブームに乗って、トリックを前提として鑑賞する内容へと様変わりしている。たとえば、Mr. マリックはもともと“マジック”と“トリック”を合わせた芸名で、手品であることを暗黙の前提として“超魔術”を演出して脚光を浴びたが、オウム事件の余波で一旦退場し、現在はよりトリックの存在を強調した形で“超魔術”を披露している(小城・坂田・川上、準備中)。

吉村(2005)によれば、近年の手品ブームは、2004年ごろからテレビでクローズアップ・マジックが頻繁に取り上げられるようになったことに起因しているという。クローズアップ・マジックとは、マジシャンが至近距離で少人数の観客を相手に披露する手品のことで、同じトリックを用いても、マジシャンの個性やキャラクターによって多様に演出され、トリックさばきのみならず、観客を引き込む会話力や個性的なキャラクター演出などの技量が必要とされる。また、このクローズアップ・マジックによる手品ブームは、エンターテイメントに慣れた現代の受け手の“①ものす

ごく不思議な現象を②ごく自然な雰囲気で見たい” (吉村, 2005, p. 10-11) という高度なニーズに合致したと、吉村は指摘している。受け手は、不思議さに驚愕したり、またはトリックを見破ろうとしたりして手品を楽しむ (新井・村井, 未公刊)。引田天功などに代表されるイリュージョンとなると、装置や舞台も大規模でテレビ放映には向かないが、テレビ画面で十分に楽しめる規模であるところが、クローズアップ・マジックがテレビでもはやされる理由であろう。

かつて、ユリ・ゲラーや清田益章らが披露したスプーン曲げなどの超能力も、同様の規模である。しかし、むしろ、タレントとしては素人の超能力者が単にスプーンを曲げるだけよりも、個性的なキャラクターのマジシャンが、軽妙なトークを交えながら、笑いやオチまで織り込んで、起承転結を完璧に演出する“不思議現象”の方が、エンターテインメント志向性の強い現代の受け手に合致していると推測される。また、マス・メディア側にとっても、トリックを前提とした手品であれば、捏造の謗りを受けずにすみ、一定時間内に確実にクライマックスを計算できる上に、破壊的カルトとのつながりもないため、無難に提供できる。したがって、スプーン曲げや透視などの超能力はマス・メディアで扱われる不思議現象のコンテクストから外れ、手品に取って代わったと考えられる。

なお、ブームの観点から見た不思議現象については、小城・坂田・川上 (準備中) で雑誌記事の分析を行っている。詳細はそちらを参照されたい。

不思議現象信奉とマス・コミュニケーションに関する先行研究

前節まで、不思議現象を扱うマス・コミュニケーションの今までの流れと、社会的影響を論じてきた。心理学の分野では、特にオウム事件に端を発して不思議現象信奉メカニズムに関する研究が多く行われており、マス・コミュニケーションも信奉メカニズムの構成要素として扱われている。たとえば、中村 (1995) は、心霊現象や占い、UFO、超能力などの不思議

現象に対して人々が持っている知識やイメージは、テレビや雑誌からの情報に依拠しており、不思議現象をセンセーショナルに扱い、娯楽的に提供するマス・メディアによって扇動されていると指摘している。

日本において、不思議現象信奉とマス・メディア接触との関連を分析した研究では、SF番組やアニメ番組をよく視聴している高校生が不思議現象を信奉しやすく、特に男子ではお笑いや音楽など、テレビの娯楽の影響を強く受けている人ほど、不思議現象の信奉程度が高いことが示されている(松井, 1997)。しかし、逆にマス・メディア接触度の高い女性は“迷信”を信奉していないとする研究もあり(坂田・岩永, 1998)、先行研究の知見は必ずしも一致しておらず、明確な関連性は見出されていない。以降では、不思議現象信奉とマス・コミュニケーションとの関連について、問題点を整理していく。

内容分析の必要性

先行研究の第1の問題点は、マス・メディアの内容分析を行っていないことである。マス・コミュニケーションの研究分野では、議題設定機能(McCombs & Shaw, 1972)、沈黙の螺旋理論(Noelle-Neumann, 1993)、プライミング効果(Berkowitz, L. & Rogers, 1986; Iyenger & Kinder, 1987)、フレーミング効果(Iyenger, 1991)、培養効果(Gerbner & Gross, 1976)、利用と満足研究(Lazarsfeld, Berelson, & Gaudet, 1944; McQuail, Blumler & Brown, 1972)など、さまざまな影響過程モデルが提唱されている。これらの研究では、主に選挙報道やクイズ番組やデイリーニュースなどを対象として、報道内容の分析と、受け手の意識調査とを併用しながら、双方の関連を分析する研究モデルが中心である。暴力的なテレビ番組の視聴傾向と攻撃性との関係を分析した研究でも、暴力の促進・抑制、または暴力行為の正当性など、暴力が提示される枠組みによって、受け手に与える影響が異なることが示唆されており(田島・鈴木・佐渡・長谷川・堀内・坂元, 2006; 鈴木・佐渡・長谷川・堀内・坂元, 2006)、メディアの内容分析は不可欠である。

占いなどは肯定的に提示されているケースが大半であるが(谷口, 1997; 草野, 2001), 心霊現象や霊視などに対しては必ずしもすべてのマス・メディアが肯定的というわけではない。たとえば, “特命リサーチ 200X”(日本テレビ系列1996年10月~2004年3月)は, “心霊現象”, “わら人形の呪い”, “聖跡現象”, “予知夢”などの不思議現象をたびたび取り上げているが, 心理学や医学・物理学などの見地から検証する内容が中心であり, 不思議現象を論理的・科学的に解明するところに特徴がある。このような番組の場合は, どちらかといえば不思議現象を否定するコンテキストで放映されている。あるいは, 前述の大槻や菊池らの科学者が霊能者と対決するという構成の番組は, 不思議現象のトリックが暴かれるところや, 結果よりも対決そのものに魅力を置いていると考えられるが, 果たして不思議現象を肯定する内容と言えるのであろうか。少なくとも, 反対の立場も公正に取り上げており, 一方的に不思議現象を肯定するマス・メディアと一括して扱うことはできない。

不思議現象の対象(木村の分類による“探しもの”, “不思議現象もの”, “超能力もの”など)と, 不思議現象が提示されるコンテキストやフレームについて, 詳細な分析を行うことが課題であろう。

マス・メディア接触行動の量と質

不思議現象信奉とマス・メディアに関する先行研究の第2の問題点は, 独立変数とされるマス・メディアへの接触行動が, 時間や頻度などの量的変数で測定されているのみで, 質に関する検討が行われていないことである。積極的な情報探索と, 気分転換や暇つぶしとしての視聴とではマス・メディア接触の質は異なり, マス・メディアから受ける影響も異なるであろう。

友宗・原(2001)によれば, テレビ視聴は, 内容・情報等の目的の有無を示す視聴意識と, 他の行動の併用の有無を示す視聴行動の二次元から構成されている。すなわち, ①明確な目的を持ってテレビ視聴に専念, ②目

的はあるが、他の行動と並行している“ながら視聴”，③特に目的はないがテレビ視聴がもっとも快適な状態であり、他の行動は並行していない“時間快適化視聴”，④視聴に目的はなく、他の行動と並行していて、テレビを消してもよい状態、の4つのタイプに分かれる。特に③の“時間快適化”視聴態度を持つ人は、テレビ番組にユーモアや単純なわかりやすさを求める傾向が強く、内容や結論よりも見せ方やプロセスを楽しむという。テレビを視聴しているといっても、②～④の視聴態度を持つ受け手、特に③や④の場合、テレビからの影響を直接的に受けるとは考えにくい。③の“時間快適化”視聴態度などは、不思議現象を信奉するというよりは、捏造も含めて、演出やショーアップの方を楽しんでいる可能性が高い。無目的で他の行動のBGM代わりに視聴している④などは、接触時間は長くとも、情報内容に関しては精緻な情報処理がなされていない可能性もある。マス・メディア接触を変数として扱う場合には、接触時間・頻度だけでなく、接触態度の質も考える必要がある。

不思議現象に対する態度

信奉度と態度の違い

第3の問題点は、従属変数として取り上げられているのが信奉度のみであり、それも“信じている—信じていない”といった単純な指標で測定していることである。たとえば、“霊は怖いから信じたくない”“怪談を信じてはいないが、話題として盛り上がる”，“占いを信じてはいないが、楽しい”，“自己暗示の結果として現実化することはあり得る”，“マス・メディア等で提示されるUFOを信じてはいないが、地球以外にも生命体はいると思う”など、不思議現象信奉には、多様な認知や感情が絡んでおり、一律に“信じている—信じていない”といった行動のみで信奉の実態を把握することは困難である。マス・コミュニケーションと攻撃行動の研究でも、従属変数として、攻撃行動だけでなく、認知や感情まで扱われており、暴力的メディアの視聴が攻撃行動に直結するという単純なモデルではない

(湯川; 2003).

小城他はこの点に着目し、不思議現象に対して、信奉行動のみならず、認知や感情を含めた包括的な態度構造を解明することを目的として調査を行った。その結果、不安や恐怖に駆られ、自分探しのために積極的に不思議現象に接触する態度や、不思議現象をエンターテイメントとして気軽に楽しむ娯楽的な態度、科学性のみを信奉し、不思議現象のすべてを全面的に否定する態度などが見出されている(小城・川上・坂田, 2006; 小城・坂田・川上, 2006ab; 坂田・川上・小城, 2006ab; 川上・小城・坂田, 2006ab)。単純な信奉度ではなく、態度構造の複雑性を踏まえながら、マス・コミュニケーションの影響を分析する必要がある。

マス・メディア接触と既存の態度の相互作用

マス・メディアからの情報が態度を形成する一方で、受け手は、すべてのマス・メディアからの情報に影響されるわけではなく、自身が先有する態度と整合的な情報に選択的に接触することも明らかになっている。すなわち、マス・メディアの情報は、知識体系のよりどころではあるものの、既存の態度によって接触が限定されており、態度を変容させるというよりは、既存の態度をより強化させる方向に作用しているといえる(池田, 1990)。

たとえば、暴力的なメディアの視聴行動と、受け手の攻撃性との間には有意な正の相関が見られるが、これはメディアの影響によって攻撃性が高められたのか、攻撃性の高い受け手が暴力的な番組を好んで視聴しているのか、因果の方向は規定できない(湯川, 2003)。不思議現象に関する先行研究では、マス・メディアは一方的な独立変数として、信奉度は従属変数として置かれているが、暴力的メディアと攻撃性の関係と同様に、因果関係の特定は不可能であり、また、相互に作用している可能性も考えられる。

日常生活の中では、後述の受け手の先有傾向やパーソナル・ネットワークの影響など、さまざまな要因が複雑に錯綜しているため、マス・メディア接触と態度の相互作用を実証することは困難である。要因を統制した実

験によって検証することも有効であろう。

既存の態度と情報の認知

マス・メディアの情報と既存の態度との整合性も、情報の理解や影響を左右する要因である。Festinger (1957) の認知的不協和理論によれば、人は不協和解消のために、態度と整合する要素を過大評価したり、整合しない要素を過小評価したり、または別の要素を取り入れたりするなどして、認知を変容させて現実に適応していく。認知的不協和理論の礎となったのは、アメリカのある宗教集団における事例研究である。“教祖”による大洪水の予言が外れたとき、信者たちは自分たちのパワーによって災害が回避されたという別の解釈を作り出し、信仰を固持し続けたという (Festinger, Riecken, & Schachter, 1956)。

不思議現象信奉者は、懐疑者よりも認知的不協和を生じやすい可能性を示唆する研究がある。Russell & Jones (1980) は、雑誌記事の内容 (ESP を証明・反証) と受け手のカテゴリ (信奉者・懐疑者) を独立変数、喚起される情動 (不安、抑うつ、敵意) および記事内容の想起を従属変数として実験を行った。その結果、交互作用が見られ、ESP が否定される雑誌記事を読んだ信奉者の群で、他の3群よりも、不安や抑うつなどのネガティブな情動が高く喚起され、また記事内容を正確に想起できた被験者の割合も低かった。したがって、不思議現象信奉者は、仮にマス・メディアからの情報が不思議現象を否定するものであっても、情報内容を無視したり、過小評価したりして、既存の態度を維持し続ける傾向が強いと考えられる。

情報処理における受け手の個人特性

受け手は自分の関心や興味に沿って情報を取捨選択しており、入手する情報の量や質自体に個人差が存在しているが、さらに、まったく同じ情報に接触したとしても、受け手の先有傾向によって、情報処理は異なる。

Sparks, Sparks, & Gray (1995) は、メディアの情報を受け取る個人特

性として心像鮮明性 (vividness of mental imagery) に着目し、不思議現象を扱った架空の番組を用いて、宇宙人が殺されるなどの具体的な映像を用いた場合と、同じ番組から具体的な映像を削除した場合とで、受け手の認知を比較する実験を行っている。その結果、具体的な映像の含まれない番組を視聴した群において、心像鮮明性の高い受け手は、不思議現象に関するテレビ番組が真実であり、UFOや宇宙人は存在していると信じる傾向が高かった。同じ情報を受け取っても、心像鮮明性の高い受け手は、低い受け手よりも、具体的に生々しい想像をめぐらせ、視聴したときの感情を繰り返し再体験するためと考察されている。

その他にも、Critical Thinking 志向性といったパーソナリティ変数や、パーソナル・ネットワークの影響などが挙げられている (小城・川上・坂田, 2006)。個人特性とマス・メディア接触との関連については、詳細を次回へ譲りたい。

総括と今後の課題

不思議現象信奉に関する先行研究では、マス・コミュニケーションは信奉を強化する要因として位置づけられ、不思議現象を扱った番組は批判の対象とされてきた。しかし、マス・メディア接触と不思議現象信奉の関連は、研究によって知見が異なり、一貫した傾向が見出されていない。本稿で指摘した問題点を総括すると以下ようになる。

第1に、不思議現象に関するマス・メディアは、雪男やツチノコ、古代の生き残り怪獣、神秘の場所などの“探しもの”、“UFOや心霊写真・心霊現象、ミステリー・サークルなどの“不思議現象もの”、スプーン曲げ、占い、霊視、予言、気功などの“超能力もの”というように、扱われている対象は多種多様である。占いなどは肯定的に提示されているものが大半であるが、心霊現象や超能力などは科学的説明を試みているマス・メディアもあり、すべてを一括して扱うことはできない。したがって、扱われて

いる不思議現象の種類と、不思議現象が提示されるコンテキストやフレームについて内容分析を行うことが必要である。また、1995年のオウム真理教事件を経て、不思議現象を扱うメディアの内容も変容しており、破壊的カルトの関連性を排除しているか、あるいは排除しているかのように装ったものに作り替えられていると考えられる。

第2に、受け手のマス・メディア接触についても、質的な検討が必要である。積極的な情報検索と、気分転換や暇つぶし、他の行動と並行する“ながら視聴”とでは、提示される情報の影響力や影響過程は異なるであろう。また、“熟慮性”やエンターテイメント志向性など、マス・メディアそのものに対して抱いている態度も背景要因として考慮する必要がある。

第3に、“信じている—信じていない”といった単純な信奉度ではなく、不思議現象に対する複雑な態度尺度を用いる必要がある。小城他の研究では、不思議現象を信奉しているというよりは、気軽なエンターテイメントとして楽しむ態度や、科学的根拠に基づいた否定的態度なども見出されており、不思議現象に対して比較的肯定度の高い層においても、娯楽の態度が強いことを踏まえると、1995年以前とは不思議現象に対する受け手の態度も変容していると予測される。

第4に、受け手の先有傾向による影響を考慮する必要がある。受け手は既存の態度に整合的な情報に選択的に接触する上に、同じ情報に接触したとしても、心像鮮明性などの先有傾向によって情報処理は異なる。情報処理における受け手の個人特性を変数として考慮する必要がある。

今後は、実際のマス・メディアの内容分析を行って詳細を明らかにすると共に、受け手の反応や理解との関連を分析する予定である。

- 1) 直保愛子は、金銭欲や権力欲は希薄で、彼女自身が金銭スキャンダルなどを起こしたことはなく、メディア上の宿敵とされた大槻も、彼女が靈感商法などの金儲けに走らなかつたことは評価している。霊視の真偽を超えて、“普通の主婦”の親しみやすさと温和な人柄が信頼され、また、英会話にも堪能で教養も高かつた(栗原、2005)。1995年のオウム事件の余波によって一旦メディア

から退場したものの、2001年に再び登場している。復活が期待された矢先に病死したが、現在の江原啓之や鏡リュウジに共通する要素を備えていると考えられる。

引用文献

- 新井洋輔・村井潤一郎（未公刊）. 手品の楽しさを規定する要因の検討—大事なのはタネかショーマンシップか— 2003年度心理学研究法 報告書
- 坂西友秀（1997）. 記事の読者の責任帰属、意図帰属に及ぼす識者のコメントの効果 社会心理学研究, 13, 53-63.
- Berkowitz, L. & Rogers, K.H. (1986). A Priming Effect Analysis of Media Influences. in "Perspectives on Media Effect" edited by Jennis Bryant & Dolf Zillmann. Raurence Erlbaum, pp. 57-81.
- 電通総研（編）（2001）. 情報メディア白書2001年版 電通
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Row, Peterson（末永俊郎監訳（1965）. 認知的不協和の理論—社会心理学序説—誠信書房）
- Festinger, L., Riecken, H. W., & Schachter, S. (1956). *When Prophecy Fails: An account of a modern group that predicted the destruction of the world*, University of Minnesota Press, Minneapolis.（水野博介（訳）1995 予言がはずれるとき この世の破滅を予知した現代のある集団を解明する 1995 勁草書房）
- 布施泰和（2005）. 超能力者・霊能力者に学ぶ不思議な世界の歩き方 成甲書房
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). The scary world of TV's heavy viewer. *Psychology Today*, 9 (11), 41-45, 89.（一色留実（訳）1980 テレビ暴力番組 高根正昭（編）変動する社会と人間2 情報社会とマス・メディア 現代のエスプリ別冊（pp. 148-158）至文堂）
- 堀江宗正（印刷中）. 日本のスピリチュアリティ言説の状況 日本トランスパーソナル心理学・精神医学会（編）スピリチュアリティの心理学 せせらぎ出版
- 池田謙一（1990）. 情報と社会的コミュニケーション 大坊郁夫・安藤清志・池田謙一（編）社会心理学パースペクティブ3 集団から社会へ 誠信書房 pp. 135-169.
- 池田謙一（1993）. 社会のイメージの心理学 ぼくらのリアリティはどう形成されるか サイエンス社
- 生島幸太郎（1994）. わたしは危ないディレクター データハウス
- 今井芳昭（1996）. 影響力を解剖する 福村出版
- 石田佐恵子（1998）. 有名性という文化装置 勁草書房
- 石井研二（1995）. 宗教とマスメディア 朝日新聞社 AERA Mook 宗教学

がわかる。pp. 140-144.

石井研二 (2004). テレビにおける宗教放送に関する規制をめぐる諸問題 國學院大學日本文化研究所紀要, 94, 25-54.

Iyenger, S. (1991). *Is anyone responsible?: How television frames political issues*. University of Chicago Press.

Iyenger, S. & Kinder, D. (1987). *News that Matters: Television and American Opinion*. Chicago: University of Chicago Press.

Japan Skeptics 編集委員会 (1998). 資料 邵錦「超能力」治療事件訴訟判決 *Journal of the Japan Skeptics*, 7, 45-67.

柿田睦夫 (1995). 霊・因縁・たたり—これでもあなたは信じるか— かもがわ出版

川上正浩・小城英子・坂田浩之 (2006a). 不思議現象に対する態度 (3) 不思議現象に対する態度尺度における性差の検討 日本社会心理学会第 47 回大会発表論文集, 682-683.

川上正浩・小城英子・坂田浩之 (2006b). 不思議現象に対する態度 (4) 不思議現象に対する態度と Locus of Control の関係 日本心理学会第 70 回大会発表論文集

菊池 聡 (1995). 不思議現象が開く心理学への扉 菊池 聡・谷口高士・宮元博章 (編著) 不思議現象 なぜ信じるのか こころの科学入門 北大路書房 pp. 1-18.

菊池 聡 (1999). 超常現象の心理学 人はなぜオカルトにひかれるのか 平凡社

木村哲人 (1996). テレビは真実を報道したか 三一書房

小池正春 (1996). TBS 超能力番組の不思議 エンターテイメントに携わるテレビマンに求められる番組制作スタンス 放送文化, 1996 年 9 月号, 140-141.

小松健一 (1994). ムスタンの真実—「やらせ」現場からの証言 リベルタ出版

小城英子 (1997) 阪神大震災とマスコミ報道の功罪 記者たちの見た大震災 明石書店

小城英子 (2004) 劇場型犯罪とマス・コミュニケーション ナカニシヤ出版

小城英子・川上正浩・坂田浩之 (2006). 不思議現象に対する態度の探索的研究 聖心女子大学論叢, 107, 17-56.

小城英子・坂田浩之・川上正浩 (2006a). 不思議現象に対する態度 (1) 不思議現象に対する態度尺度の因子構造 日本社会心理学会第 47 回大会発表論文集, 678-679.

小城英子・坂田浩之・川上正浩 (2006b). 不思議現象に対する態度 (6) 不思議現象に対する態度尺度の得点パターンによる回答者の分類 日本心理学会第

70回大会発表論文集

- 小城英子・坂田浩之・川上正浩 (準備中). プームとしての不思議現象
- 久保田 裕 (1992). UFO 特番の真実 *Journal of the Japan Skeptics*, 1, 58-72.
- 栗原正和 (2005). 現代に蘇った「千里眼女性」宜保愛子「平成の真贋論争」渦中の人物はある社会事件でテレビから消えた 日本「霊能者」列伝 別冊宝島 1199, 宝島社, pp. 16-19.
- 草野直樹 (2000). テレビのオカルト番組を調べる (1998. 10~2000. 3) *Journal of the Japan Skeptics*, 9, 45-53.
- 草野直樹 (2001). 血液型性格判断のウソ・ホント かもがわ出版
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1944). *The people's choice*. Columbia University Press. (有吉広介 (訳) 1987 ピーブルズ・チョイス 芦書房)
- Lazarsfeld, P. F., & Merton, R. K. (1960). Mass Communication, popular taste and organized social action. In W. Schramm (2nded.), *Mass Communications* (pp. 95-118) New York: Institute for Religious and Social Studies. (犬養康彦 (訳) 1968 マス・コミュニケーション, 大衆の趣味, 組織的な社会的活動 W. シュラム編 学習院大学社会学研究室訳 新版マス・コミュニケーション—マス・メディアの総合的研究 (pp. 270-295) 東京創元社)
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.
- McQuail, D., Blumler, J., & Brown, J. (1972). The television audience: A revised perspective In D. Mcquail (Ed.), *Sociology of mass communication*. (pp. 135-165) Penguin (デニス・マクウェール, ジョイ・G・ブラムラー, ジョン・R・ブラウン 1979 テレビ視聴者—視点の再検討 デニス・マクウェール (編著) 時野谷浩 (訳) マス・メディアの受け手分析 (pp. 20-57) 誠信書房)
- 毎日新聞 (2004). 織田無道被告の有罪確定へ 5月2日 東京本社発行版第14版, 24.
- 毎日新聞 (2006). 大麻譲り受け:元「超能力少年」清田容疑者を逮捕 10月31日 東京本社発行版第14版, 8.
- 松井 豊 (1997). 高校生が不思議現象を信じる理由 菊池 聡・木下孝司 不思議現象 子どもの心と教育 北大路書房 pp. 15-36.
- 松尾貴史 (1998). 芸能界のオカルト事情 *Journal of the Japan Skeptics*, 8, 54-57.
- 松澤宏光・白石信子・中野佐知子 (1995). 日本人とテレビ・1995~その1 テレビ視聴の現況~ NHK 放送文化研究所 放送研究と調査, 7, 2-13.

- みおなおみ (1998). テレビの「オカルト番組」を調べる *Journal of the Japan Skeptics*, 8, 58-61.
- 桃井四六 (2005). 非業の死を遂げた「奇跡の少女」 藤田小女姫 政治家・経営者の寵愛受けた“天才少女”の謎だらけ人生 日本「霊能者」列伝 別冊宝島 1199, 宝島社, pp. 20-23.
- 村上健治 (2001). マジック・不思議は楽し 古今東西マジック見聞録 燃焼社
- 中村雅彦 (1995). 大学生のオカルト信仰に関する研究—オカルト信者の社会心理的特性と超心理教育による社会観の変容— 愛媛大学教養部紀要 (愛媛大学教養部編), 28, 1, 29-55.
- 七瀬恭一郎 (2004). カリスマ占い師がテレビ界の寵児に “新・視聴率女王” 細木数子ブームの裏側 創, 11月号, 80-85.
- 西田公昭 (1998). 信じるこころの科学 マインド・コントロールとピリーフ・システムの社会心理学 サイエンス社
- 信田さよ子 (2006). タイム・トリップの快感? 江原啓之と前世ブームが意味するもの 朝日新聞社 論座 2006年6月号, 240-247.
- 日本民間放送連盟 (2004). 民放連放送基準解説書 2004 コーケン出版
- Noell-Neumann, E. (1993). *The spiral of silence*. University of Chicago Press. 2nd ed (池田謙一・安野智子 (訳) 1997 第2版 沈黙の螺旋理論: 世論形成過程の社会心理学 プレイン出版)
- 大槻義彦 (1993). 疑惑の霊能者 宜保愛子の謎 悠飛社
- 小川博司 (1988) 音楽する社会 勁草書房
- Ranny, A. (1983). *Channels of power: The impact of television on American politics*. NY: Basic Books.
- Russell, D., & Jones, W.H (1980). When Superstition Fails: Reactions to Disconfirmation of Paranormal Beliefs, *Personality And Social Psychology Bulletin*, 6, 83-88.
- 坂田浩之・川上正浩・小城英子 (2006a). 不思議現象に対する態度 (2) 不思議現象に対する態度尺度の妥当性の検討 日本社会心理学会第47回大会発表論文集, 680-681.
- 坂田浩之・川上正浩・小城英子 (2006b). 不思議現象に対する態度 (5) 不思議現象に対する態度と性格特性との関係 日本心理学会第70回大会発表論文集
- 坂田桐子・岩永 誠 (1998). 超常現象に対する肯定的信念の形成に冠する研究 (2) —社会・心理的要因の影響を中心に— 広島大学総合科学部紀要IV理系編, 24, 87-97.
- 新藤健一 (1994). 新版 写真のワナ 情報センター出版局

- 白石信子・井田美恵子 (2003). 浸透した『現代的なテレビの見方』 放送研究と調査, 5月号, 26-55.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1996). *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*, 2nd edition, Longman.
- Sparks, G. G., Sparks, C.W., & Gray, K. (1995). Media Impact on Fright Reactions and Belief in UFOs: The Potential Role of Mental Imagery. *Communication Research*, 22, 3-23.
- 鈴木佳苗・佐渡真紀子・長谷川真里・堀内由樹子・坂元 章 (2006). テレビ番組における暴力描写の視聴傾向と攻撃性の関係 (2) —中学生に対するパネル調査— 日本社会心理学会第 47 回大会発表論文集, 560-561.
- 田島 祥・鈴木佳苗・佐渡真紀子・長谷川真里・堀内由樹子・坂元 章 (2006). テレビCMにおける暴力描写および向社会的行為の描写 (2) —暴力描写に関する社会的学習理論の観点からの分析— 日本社会心理学会第 47 回大会発表論文集, 558-559.
- 高橋紳吾 (1997). 超能力と霊能者 岩波書店
- 詫摩武俊・佐藤達哉 (1994). 現代のエスプリ 324 血液型と性格 その史的展開と現在の問題点 至文堂
- 館澤貢次 (1993). テレビの“やらせ”を衝く 日新報道
- 田中玄伯 (1998). 「超能力」授業入門 かもがわ出版
- 種田博之 (2000). 占いの宗教への変容—細木数子の「占い本」を事例として— 関西学院大学社会学部紀要, 84, 145-155.
- 谷口高士 (1997). 不思議現象 何が問題なのか 菊池聡・木下孝司 (編) 不思議現象 子どもの心と教育 北大路書房 pp. 231-252.
- 田崎健太 (2005). 現代の肖像 占星術研究家 鏡リュウジ 私は負け犬の味方です 朝日新聞社 AERA 2005年8月8日号 59-63.
- 友宗由美子・原 由美子 (2001). 「時間最適化装置」としてのテレビ ～視聴態度と番組総バラエティー化の関係～ 放送研究と調査, 11月号, 2-17.
- 和栗隆史 (1994). 宜保愛子の証明 テレビマンが明かす宜保番組の作り方 データハウス
- 渡辺武達 (1995). メディア・トリックの社会学 テレビは「真実」を伝えているか 世界思想社
- Wright, C. (1960). Functional Analysis and Mass Communication, *Public Opinion Quarterly*, 24, 605-620.
- 山岡重行 (2005). 私の視点 血液型 性格診断で「差別」やめよ 朝日新聞東京本社発行版第 14 版 12
- 矢澤一博 (1996) TBS 超能力番組の不思議 私が目のあたりにした「対決」の

構図 日本放送出版協会 放送文化 1996年9月号, 142-145.

横田由美子 (2006). あなたはいま、幸せですか 江原啓之に魅せられた女たち
朝日新聞社 論座 2006年2月号, 230-237.

吉村達也 (2005). マジックの心理トリック—推理作家による謎解き学 角川書店

湯川進太郎 (2003). テレビと暴力 坂元 章 (編) メディアと人間の発達—テレビ、テレビゲーム、インターネット、そしてロボットの心理的影響— 学文社 pp. 41-57.