

機関番号：32631

研究種目：若手研究 (B)

研究期間：2008～2010

課題番号：20730406

研究課題名 (和文) 不思議現象とマス・コミュニケーション

研究課題名 (英文) Paranormal phenomena and mass communication

研究代表者

小城 英子 (Koshiro Eiko)

聖心女子大学・文学部・講師

研究者番号：60439510

研究成果の概要 (和文)：

第 1 に不思議現象を扱ったテレビ番組の内容分析を行い、不思議現象を娯楽的に提示する番組と、社会的効用を目的とする番組とで、視聴者の評価が異なることを見出した。第 2 に、不思議現象を扱ったテレビ番組の影響を、受け手の個人特性との相互作用において検証した。

研究成果の概要 (英文)：

The first purpose of this research was content analysis of TV programs. In the result, audience's response was separated by content of TV programs, for example entertainment or social utility. The second purpose was to analyze relations between audience's personal variables and TV influence.

交付決定額

(金額単位：円)

	直接経費	間接経費	合計
2008 年度	600,000	180,000	780,000
2009 年度	500,000	100,000	600,000
2010 年度	700,000	210,000	910,000
年度			
年度			
総計	1,800,000	490,000	2,290,000

研究分野：心理学

科研費の分科・細目：社会心理学

キーワード：不思議現象、メディア、態度

1. 研究開始当初の背景

(1) 不思議現象とテレビ番組の歴史

1995 年のオウム事件の影響で、破壊的カルトにつながりやすい不思議現象の番組は一斉に自粛され、占いや超能力を扱う霊能者のタレントもメディアから姿を消した。一見したところでは、オウム事件によって、メディアも人々も、クリティカル・シンキングの重要性を認識し、メディア・リテラシーを培ったかのように思われる。

ところが、2000 年代に入り、マス・メディアがより娯楽性を強調した演出で再び不思議現象を扱うようになり、折しもカウンセ

リング・ブームが到来してきたことなどから、不思議現象に対する関心は再び高まってきている。オウム事件以前の相違点は、「幽霊」や「靈感商法」などを連想させる漢字表記の「霊」から、カタカナ表記の「スピリチュアリティ」へとキーワードを衣替えし、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したこと、不思議現象の真偽は追及せず、娯楽的側面を強調してエンターテインメントとして享受していることなどである。

(2) 不思議現象信奉とマス・メディアに関する

先行研究

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、メディア接触度が高いほど不思議現象の信奉程度が高いことを示す研究もあれば、逆の知見を示す研究もあり、マス・メディアと不思議現象信奉との間に、明確な関連性は見出されていなかった。

2. 研究の目的

先行研究の問題点は、第1にマス・メディアの内容分析を行っていないこと、第2に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、第3に従属変数が「信じている-信じていない」といった単純な信奉度で測定されており、多様な態度をきめ細かく測定していないこと、第4に、テレビに対する態度や心像鮮明性、不思議現象に対する事前態度など、受け手の個人特性との相互作用を想定していないことである。本研究では、この点に着目して、不思議現象に対する態度におけるマス・コミュニケーションの影響を検証することを目的とした。

3. 研究の方法

(1) 内容分析と視聴者の評価

具体的な不思議現象番組について、質的・量的に内容分析を行った。同時に、それらの番組を視聴したときの評価を自由記述形式にて回答を求め、質的に分析を行った。

(2) テレビに対する態度尺度の作成

(1)を受けて、テレビ自体をどのようなものにとらえているか、テレビに対する態度を質問紙調査によって作成した。なお、年代比較と妥当性検証のために、web調査も行った。さらに、テレビに対する態度とテレビ番組の認知や評価との関連を分析するために、視聴実験を行った。

(3)上記を受けて、不思議現象番組が態度変容に与える影響を検証するために、パネル実験を行った。まず、2010年4月に不思議現象に対する態度その他の個人特性を測定し、その中から実験協力要請に応じたサンプルに対して、同年6月に不思議現象番組を視聴させて直後に不思議現象に対する態度を測定、さらにスリーパー効果を検証するために、再度7月に不思議現象に対する態度を測定した。

4. 研究成果

(1) マス・メディアの内容分析と視聴者の評価

不思議現象を扱ったテレビ番組の内容分析とともに、視聴者の評価を質的に分析したところ、UMA や UFO、心霊などを題材に、根拠に写真や映像を提示し、テロップやナレーションを派手に盛り込み、バラエティとして

提示する番組に対しては、視聴者の信頼性や満足度が低かった。一方、具体的な証拠のない霊視を扱い、カウンセリングや事件解決など、何らかの社会的効用が認められる場合には、不思議現象が容認される傾向が認められた。しかしながら、カリスマ・霊能タレントに心酔する信奉的態度と、番組全体のやらせを疑う懐疑的態度とに二極化しており、背景にテレビに対する態度が潜在していることが示唆された。

(2) テレビに対する態度尺度の作成

大学生を対象に質問紙調査を行い、テレビに対する態度尺度を作成した。テレビに対する態度は「疑似的コミュニケーション」「情緒的解放」「情報収集」「エンターテインメント性希求」「選択的視聴」「習慣的視聴」の7側面から構成された。年代別比較を行うために、webモニターを用いて調査を行ったところ、一部の因子が合体したものの、態度構造はほぼ同じであり、また、年代差が小さく、テレビを盲目的に視聴していたり、懐疑しつつも娯楽的に消費したりと、複雑な視聴態度が存在していることが示された。

(3) テレビに対する態度とテレビの利用

ノンフィクション、セミフィクション、フィクションの3番組を提示し、テレビに対する態度と、番組の理解や認知、その影響との関連を分析した。その結果、番組で扱われているテーマに対する事前態度がもっとも影響力が大きいこと、テレビに対する態度との相互作用によって、事前態度を強化する方向へ受け手が影響を受けていることが示された。

(4) 不思議現象番組の影響

内容分析の過程で、視聴者の反応がもっとも分かれた不思議現象番組を用いてパネル実験を行い、視聴前と視聴後の態度を比較した。詳細は現在分析中であるが、回答者の事前態度別の不思議現象に対する態度の変容は、以下の通りである (* $p < .05$ 、** $p < .01$ 、*** $p < .001$)。

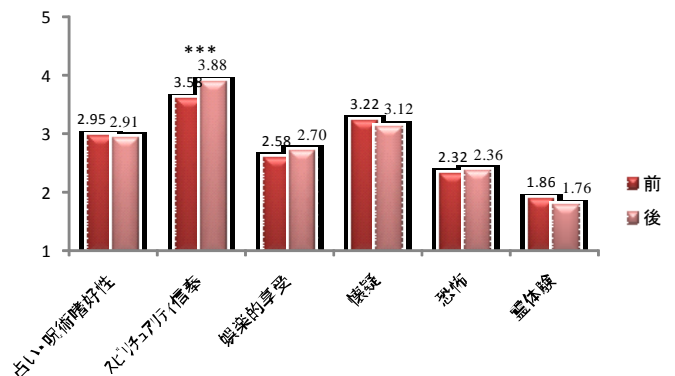


Figure1 一般層の態度変化

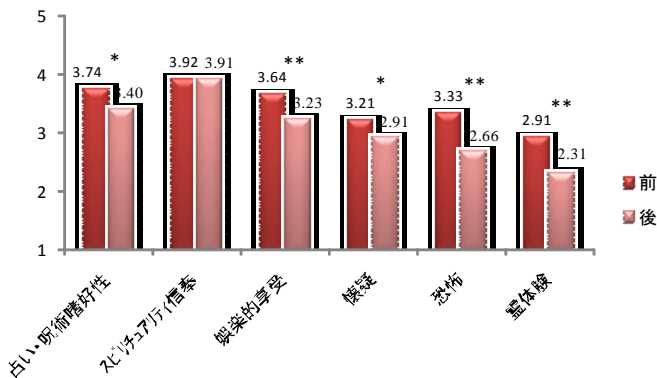


Figure2 信奉層の態度変化

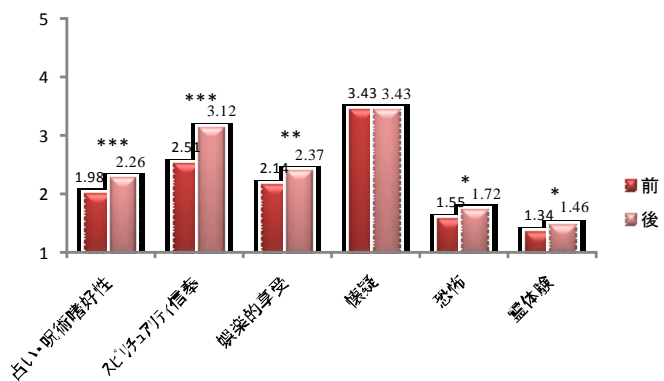


Figure3 懐疑層の態度変化

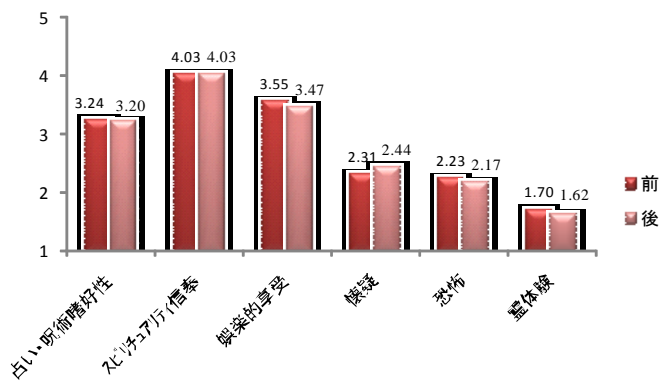


Figure4 娯楽的享受層の態度変化

信奉層においては、番組視聴後、占いや呪術を嗜好する態度や、不思議現象を娯楽として楽しむ態度、不思議現象を恐れる態度が低下、元から強いスピリチュアルなものを信奉する傾向だけが残り、さらに、不思議現象に対する警戒心が薄れたと考えられる。本研究で提示したテレビ番組は、霊能を切り口としても、娯楽的なバラエティではなく、ゲストタレントが抱えてきたトラウマなど、ネガティブな側面も含んだ、私人としての内容が中心で、本人の立ち直りや再出発をテーマとしていることが関連していると推察される。一方、懐疑層においては、懐疑的な態度は変わらないものの、占いや娯楽的要素を含めた不思議現象全般に対して、やや肯定的な方向

へと態度が変容する傾向が認められた。これらのことから、不思議現象を扱ったテレビ番組は、視聴者に対して、番組の提示する方向へ態度を変容させる効果を持っていること、その効果は、元から否定的な態度の視聴者に対しては不思議現象全般に、元から肯定的な態度の視聴者には、より番組のテーマに焦点を絞った側面で顕著に見られることが明らかになった。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文] (計2件)

①小城英子・坂田浩之・川上正浩 不思議現象とテレビ番組；テレビ番組の内容分析と視聴者の反応 聖心女子大学論叢, 査読無, 111, 2008, 49-95.

②小城英子・坂田浩之・川上正浩 不思議現象に対する態度とテレビ視聴；テレビに対する態度尺度の作成 聖心女子大学論叢, 査読無, 113, 2008, 79-94.

[学会発表] (計3件)

①小城英子・坂田浩之・川上正浩 不思議現象とテレビに対する態度-不思議現象に対する態度(13)- 日本社会心理学会第49回大会論文集, 2008, 246-247.

②小城英子・坂田浩之・川上正浩 テレビに対する態度尺度の作成-不思議現象に対する態度(17)- 日本心理学会第73回大会論文集, 2009, 237.

③小城英子・坂田浩之・川上正浩 不思議現象に対する態度におけるテレビ番組の影響-不思議現象に対する態度(25)- 日本心理学会第75回大会発表論文集, 印刷中

[その他]

ホームページ等

<http://www.u-sacred-heart.ac.jp/depart/major/4/index.html>

6. 研究組織

(1) 研究代表者

小城 英子 (Koshiro Eiko)

聖心女子大学・文学部・講師

研究者番号：60439510