

広がりやすい都市伝説の特徴と考察

熊本県立熊本北高等学校
UR II 社会科学講座 4班

1 はじめに

都市伝説とは一般の人々により語られ信じられている口承の一種。実際にありえないような話に真実味と不安を加え、本当にあった事実として語られる。いくつかの都市伝説を使って、広がりやすい情報の特徴を知り考察する。

2 先行研究

著: 稲葉 哲朗 〈うわさの伝播過程〉

題材

噂の電波課程についてドラえものの最終回を例として紹介している。ドラえものの最終回は愛知県の大学院生が創作した「ドラえものの最終回(仮)」がゼミの学生が研究室の雑談中に噂として回ってきたことが研究のきっかけとなった。学生がこの話を知った経緯は「ドラえものの最終回」という久しぶりの友人からのメールだったこととタイトルの興味深さからメールを開き、その話に感動を覚え、その話を早く誰かに伝えたいという思いで数人にメールを送った。また筆者は「ドラえものの最終回」についてネット上で流れていることを知っていた。このことから身近な人からの話や自分に関係がある噂が広まりやすいのではないかと予想して研究をおこなった。

調査

調査は電子ネットワークを利用して行い、誰がどのように知り、どのように伝えたのかという伝播過程を聞く質問項目を中心にした調査票を作成した。対象は立命館大学産業社会学部の学生で、電子メールを使って3034人に依頼した。回答手段を電子メールとホームページの2種類から1つ選んでもらい、最終的に回答を得たのは450人(回収率14.8%)であった。調査時期は1998年10月下旬から11月中旬にかけてであった。電子ネットワークを利用した調査は、短期間で多くの人々に調査をおこなうことが可能という利点があった。授業などで集合調査をおこなう方法も考えたが、調査対象が限定されることもこのような方法を取る契機となった。一方、電子ネットワークを利用していない者には調査依頼が到達しないという問題点もあった。

考察・結論

都市伝説は話すこと自体を楽しむことが目的となっており、娯楽として享受されているが、語り手たちが真偽を確かめず、噂を広めることが多い。また、都市伝説には共通の話を共有することで、仲間同士の連帯感や仲間意識を高め、心理的結合を強化する効果がある。したがって、都市伝説は親しい友達同士で流布する傾向がある。一方で、口コミの力も根強く、都市伝説は電子メディアで広がることも多い。よって、噂を広める人には、電子メディアに接する機会が多いという傾向がある。

3 調査研究方法

<調査>

(1)「都市伝説」をテーマとしたアンケートを熊本北高校生徒及び職員、家族、友人等に取り。

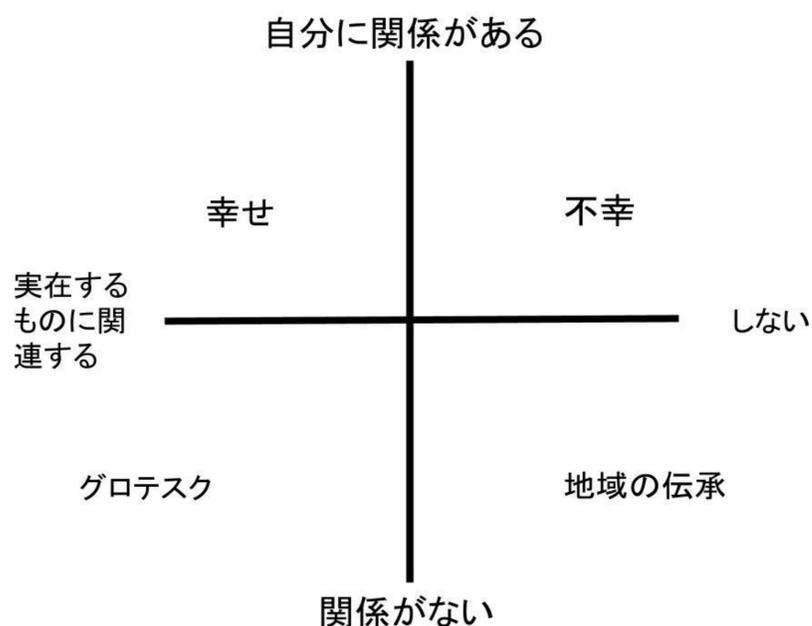
(2)アンケートの質問内容:対象者の出身都道府県(熊本県内であれば地域)と年齢を聞き、きんかんばあ、ケセランパセラン、猿夢、きさらぎ駅、サザエさんの最終回、ペコちゃんの6つの都市伝説を知っているか、この6つの中で一番詳しい都市伝説はなにかを聞き、それについて知っていることを書いてもらう。また、この6つの他に知っている都市伝説を聞く。

5 今後の課題(感想・展望)

多くの人にアンケートを取り、データを集める。集めたデータをもとに、下記のグラフ、①・②を重視して考察する。

アンケートの仮説・予想

- ①広がりやすい都市伝説の特徴は自分に関係のあるもの。知っていることで巻き込まれるものであると予想する。
- ②全国的に広まっている都市伝説は遭遇する条件に特定の地名などが登場しない、また全国的な知名度があるものが元となっていると予想する。



6 参考文献

・著者名: 竹中一平 (情報形態別に見た噂の伝達に影響する要因)

竹中一平 (世代別に見た都市伝説との接触経験) 池田 香代子 (うわさ最古のメディア)