

# 「名言」と「予言」のポリティクス

## ーオンライン空間におけるテレビ霊能者の情報流通ー

立教大学大学院社会学研究科 伊藤慈晃

### 1 目的

本研究の目的は、スピリチュアルな言説がオンライン空間において安定的に流通している構造について明らかにすることである。これまで、メディア空間におけるスピリチュアルな言説については様々なアプローチから研究がされてきた。しかし、アンチとファンの対立が起きやすいはずのスピリチュアルな話題が、なぜ SNS 上から淘汰されずにいるのかについては、十分に明らかにされていない。そこで本研究では Twitter において流通しているテレビ霊能者に関する書き込みについて分析した。

### 2 方法

分析には、テレビ霊能者として知られている「江原啓之」をキーワードとしてヒットした書き込みを用いた。データ取得期間は 2018 年 4 月 27 日～2018 年 5 月 7 日の 11 日間で、2270 件取得した。当初、リツイートや bot と思われる書き込みを除外して分析しようとしたが、ほとんどの書き込みが除外されてしまった。そのため、リツイートや bot も含め、URL が記載されているかどうかの判定と URL 先の記事タイトルを取得。加えて、江原の名言を引用しているかどうかの判定を行った。その上で、サイトの記事タイトル、引用されていた江原の名言について、テキストマイニングを行った。

### 3 結果

2270 件のうち、URLの転載や江原の言葉の引用をしていない書き込みは約 180 件であった。江原の言葉を引用している書き込みは約 640 件、URLを記載している書き込みは約 1170 件であった。Twitter 上で引用される江原の言葉の多くは自己啓発的なものが目立ち、大別すると、恋愛に関するもの、対人関係に関するもの、人生に関するものに分けられた。URLが記載されている書き込みについては、時事的なニュースに関する「予言」や「奇跡」、「スピリチュアル」といった霊能者的な側面を表す言葉が見られた。

### 4 結論

今回の調査から明らかになったことは、Twitter 上では江原の名言を中心とした自己啓発系の書き込みが流通しており、江原の霊能者的側面が強調されたコンテンツについてはリンク先で流通しているということである。名言の出所が書籍やテレビ番組だとすると、Twitter はテレビ霊能者のマス・メディアから発信される情報と、YouTube やネットニュースといったソーシャル・メディアから発信される情報とが交わる交差点だといえるだろう。そうした質的に異なるメディアを架橋する Twitter の提供するオンライン空間では、「名言」だけをつぶやくということ、あるいは「リンク」だけを貼るということで、アンチとファンの直接的な接触が避けられているものと考えられる。

#### 【書籍】

石井研士編著、2010、『バラエティ化する宗教』青弓社。

#### 【付記】

データの収集・分析にあたっては、プラスアルファ・コンサルティング株式会社による学術助成の一環として行われているソーシャルリスニングツール「見える化エンジン」アカデミックパックを利用した。