



館長だより

山形県産業科学館

令和 7 年 3 月 4 日 (火)

発行 館長 加藤 智 一

惑星直列



古い話ではありますが、私たちの世代は 1990 年代、「ノストラダムスの大予言」なるものに踊らされました。「1999 年 7 の月に恐怖の大王が下りて来る」という予言について、ノストラダムスがアンリ 2 世に対し 1999 年に人類が滅びると語ったとする史料などを引き合いに出しながら、人類滅亡を予言したものであると大騒ぎ。「恐怖の大王」の候補としては、環境問題、核兵器、彗星など各説ありましたが、結局 2000 年になっても「大王」なるものは現れず、おおむね何事もなく 21 世紀を迎えることになったわけです。この度の「惑星直列」においても、「南海トラフ地震」が起きるとか、「富士山噴火」とか、様々なうわさ話がネット上で拡散しました（ノストラダムスほどではないけれど）。なぜ昔から、うわさ話というものは絶えることなく私たちの口に登っては無駄な時間を消費させるのでしょうか。うわさ話のメカニズムを 2 つの社会心理学の視点から考えてみたいと思います。

① 集団エゴイズム

うわさ話が広がるのに、集団という要素は不可欠です。個人の心理に比べて、集団心理は物事をあいまい捉える傾向があります。例えば、個人を対象にした実験でビタミン剤を飲ませた後に「この薬には心拍数を高める効果があります」というアナウンスをして、実際に変化がおきるかどうかを確かめる実験では、個人を対象にした場合には変化はほとんど起きませんが、サクラを混ぜると実際に心拍数や血圧に変化が起こったというデータがあります。このように集団には、情報に対してあいまいに反応してし

まう本質があると言われています。また、集団においては誰かが話した情報が極端に偏見にみちた広がり方をすることがあります。それは、たとえ偏見に満ちた情報であったとしても「ひとまず合意しよう」という雰囲気になるからです。このように偏見を拡張させる集団心理を社会心理学では「集団エゴイズム」とよんでいます。

② スリーパー効果

うわさの発信源が信憑性の低いゴシップ記事であっても時間が経過するにつれて情報の発信源と情報が分離して説得力が高まる現象を「スリーパー効果」といいます。例えば、あるゴシップ誌で「〇〇産業が破産した」といういかにウソっぽい記事を書いたとします。書いた直後は「あの週刊誌のネタだから信用できない」と無視していたとしても、時間が経つにつれて発信源が抜け落ちて「〇〇産業が破産した」という情報だけが一人歩きし「そういえば〇〇産業は破産したらしい」という事態に広がっていくというのがスリーパー効果です。

それはそれとして、2025 年 2 月 28 日は「惑星直列」という話は本当です。今回のチャンスを逃すと、あと 10 年はお目にかかれません。今回の「惑星直列」では、日没直後の夕方に土星、水星、海王星、金星、天王星、木星、火星の 7 惑星が空に整列します。そのうち、水星、金星、木星、火星は、肉眼でも十分観察することができるとか。しかも今回は新月と重なるため、天王星や海王星といった暗い天体を観察するにも絶好のチャンスだそうです。興味のある方は是非、双眼鏡や小型望遠鏡を使って観測してみてください。おっと残念、今日は 3 月 4 日 (火) だ!!

(出典)<https://starwalk.space/ja/news/what-is-planet-parade> ↓

