



Title	マンガ読書行動尺度・マンガイメージ尺度の開発の試み
Author(s)	脇田, 貴文, 村田, 麻里子, 山中, 千恵, 伊藤, 遊, 谷川, 竜一
Citation	関西大学社会学部紀要, 44(2): 75-89
Issue Date	2013-03
URL	http://hdl.handle.net/10112/7741
Rights	
Type	Departmental Bulletin Paper
Textversion	publisher

マンガ読書行動尺度・マンガイメージ尺度の開発の試み

脇田貴文・村田麻里子・山中千恵・伊藤 遊・谷川竜一

Development of Manga Reading Behavior Scale and Manga Image Scale

Takafumi WAKITA, Mariko MURATA, Chie YAMANAKA,
Yu ITO and Ryuichi TANIGAWA

Abstract

With the social perception of manga drastically changing in Japan, studies on manga have proliferated in recent years. However, few of these studies have adopted a psychological approach. This study aimed to develop scales to measure the perception that people have of manga (Manga Image Scale), and how readers actually read manga (Manga Reading Behavior Scale). We conducted a questionnaire survey with 419 visitors to the Kyoto International Manga Museum and analyzed the results using psychometrical methods such as factor analysis. On the basis of the results, we developed three factors (“Soft Power,” “Attractive Media,” and “Educational”) for the Manga Image Scale and two factors (“Pleasure Oriented” and “Manga Capital Oriented”) for the Manga Reading Behavior Scale. Each scale score was relevant with factors such as age and the frequency of manga reading and thus proved valid. While the results suggest that further refinement of the scales is required, they may be helpful in further developing this field of study.

Keywords: Manga, Reading Behavior, Scale Development

抄 録

近年、日本社会におけるマンガに対する認識は変わりつつある。それに応じて、マンガ研究も増えてきたが、心理学的アプローチを用いた研究はほとんど見られない。本研究では人々がマンガに対してどのようなイメージを持ち（マンガイメージ尺度）、実際にどのようにマンガを読んでいるのか（マンガ読書行動尺度）を測定する尺度を開発することを目的とする。京都国際マンガミュージアムを訪れた419名にアンケートへの回答を求め、因子分析等心理計量学的手法を用いて検討を行った。その結果、マンガイメージ尺度では、「ソフトパワー」「魅力的なメディア」「学習効果」の3因子が、マンガ読書行動尺度では「快楽志向」「マンガ資本志向」の2因子が見いだされた。各尺度得点は、年齢やマンガを読んでいる日数等と関連が認められ、尺度の妥当性が示された。

キーワード：マンガ、読書行動、尺度開発

1. 問題と目的

日本社会におけるマンガに対する認識は、クールジャパンや地域振興など、外的および公的な再評価の中で変わりつつある。90年代以降、マンガ研究も徐々に増え、テキスト分析（伊藤，2005）や、マンガ産業論（中野，2004）など、多様な観点からの議論がみられるようになった。しかし、そうしたマンガを巡る社会の評価とは無関係に、マンガはこれまで多くの読者に読まれ、受容されてきた。彼らにとっては、マンガは以前から日常的に存在したものであり、日々の生活に埋め込まれているものといえる。

にもかかわらず、こうした日常的なマンガ受容の視点に立った研究は、ほとんどなされてこなかった。その最大の原因は、人々のマンガを巡る（読書）行動が、きわめて個人的かつ日常的なもので、可視化されづらいものであるという点にある。また、マンガの読者は児童から大人まで幅広く、その嗜好（好むジャンル）も細分化されており、さらに読む環境や場所も多様で、全体像が捉えにくいのも大きな要因であろう。

心理学におけるマンガ研究としては、家島（2007）が、研究の現状および動向について概観している。その中で、“マンガがもたらす心理的な影響については誰も異存がない”にも関わらず、その研究はきわめて少ないこと、また“マンガの影響を客観的に実証することは容易ではない”ことを指摘している。実際、マンガに焦点を当てた心理学的研究は少なく、検討すべき問題が多い。

一方で、マンガに限定しない「読書」という行為に関する研究はいくつかなされている。例えば、平山（2005）は、大学生の読書動機を検討するために、4因子50項目で構成される尺度を開発している。ここでの4因子は、「読書を楽しみたいからだ」「悲しい時に癒されたいからだ」などの項目で構成される「娯楽休養」、「自分の悩みの解決に役立てたいからだ」などの項目で構成される「錬磨形成」、「（その本が）話題になっているからだ」などで構成される「影響触発」であった。しかし、これは通常の読書に関する研究であり、必ずしもマンガに対する人の特性を測定するものとして援用可能であるとはいえない。また、新田・宮本（2010）は小学生の読書が状態共感に及ぼす影響を検討し、星野（2009；2010）は、大学生および小学生を対象にして、読書療法の中での同一化を扱っているが、マンガに焦点を当てたものではない。

以上のように、マンガ読者を巡る行為を「測定」することはきわめて困難であるが、マンガを人々の生活の中に位置づけることの重要性は看過できない。本研究では、そうした読書行動やマンガに対する人々の認識を測定することを目的とする。換言すれば本研究は、

マンガはなぜ、どのように読まれ、人々に何をもたらしているのか、という疑問に接近しうるための心理測定尺度を開発することを目的とする基礎研究である。

2. 予備調査

目的

マンガに対する個人の態度を測定するための尺度項目を作成し、測定概念を明確化することを目的とする。

方法

調査対象者：大学生32名に質問紙への回答を求めた。

調査時期：2011年8月17日(水)に実施した。

質問紙の構成：著者らが作成したマンガの講読による効果および志向性を測定するための尺度項目（36項目）を用いた（項目内容の一部は Table 1 および Table 2 を参照）。

結果と考察

項目ごとの平均および標準偏差を求め、回答の散らばりが小さい項目がないか、極端に欠測値が多い項目がないかを検討した。また、回答がしにくいと指摘を受けた項目は存在せず、作成した項目に心理計量学的な問題は認められなかった。

予備調査の結果を踏まえ改めて測定概念を検討し、本研究では、マンガに対してどのようなイメージを持っているかを測定するマンガイメージ尺度、及び、どのようにマンガに接しているかを測定するマンガ読書行動尺度の2つを開発することとした。前者はマンガ読書行動に影響を与えられ、後者は実際の読書行動を測定するものである。再度項目内容を調整し、最終的に、マンガイメージ尺度の項目として13項目、マンガ読書行動尺度の項目として18項目を作成した（Table 1 および Table 2）。

3. 本調査

目的

マンガイメージ尺度およびマンガ読書行動尺度の構成を目的とした。

方法

調査対象者：京都国際マンガミュージアムを訪れた419名（男性176名、女性210名、不明33

Table 1 マンガイメージ尺度の因子分析結果 (主因子法・プロマックス回転)

項目	F1	F2	F3	共通性
b11 マンガは我が国の伝統文化だ	.941	.004	-.084	.807
b10 マンガは我が国の誇りだ	.915	-.025	-.016	.795
b31 マンガは大きな経済効果を生み出している	.484	.098	.184	.456
b29 マンガはアートだ	.471	.077	.147	.384
b26 マンガはストーリーに魅力がある	-.027	.777	.050	.622
b02 マンガはそのキャラクターに魅力がある	-.060	.754	.007	.522
b14 マンガは気軽に読むことができる	.046	.594	-.002	.387
b12 マンガは登場人物に感情移入しやすい	.119	.583	-.016	.427
b30 マンガはあまり頭を使わなくても読める	.040	.306	-.110	.080
b18 マンガを読むことは勉強になる	.029	-.090	.963	.870
b17 マンガを読むことで知識が増える	-.010	.018	.887	.794
	因子間相関	F1	.614	.564
		F2		.548
除外項目	b04 マンガは現代社会をよく反映した文化だ			
	b07 マンガを後世に伝えたい			

Table 2 マンガ読書行動尺度の因子分析結果 (主因子法・プロマックス回転)

項目	F1	F2	共通性
b08 マンガを読むことでリラックスできる	.758	-.056	.517
b22 マンガは現実離れしていて楽しい	.635	.005	.407
b06 笑えるマンガが好きだ	.599	-.126	.268
b03 マンガを読んでいる時は、周りのことが気にならないくらい没頭している	.554	.098	.393
b19 マンガは疲れていても読むことができる	.500	.151	.379
b15 電車でマンガを読むのは恥ずかしい	-.290	.079	.058
b24 マンガをコレクションしている	-.141	.787	.483
b09 マンガは購入して読むことが多い	-.027	.726	.500
b16 新作のマンガを読むことが多い	.116	.525	.375
b01 毎日マンガを読みたい	.270	.517	.537
b27 読んだマンガは処分することが多い	.113	-.355	.082
b23 マンガのテレビドラマ化はして欲しくない	.030	.209	.053
	因子間相関		.707
除外項目	b13 マンガは同じ作品を何度も繰り返し読む		
	b21 マンガは安いので買いやすい		
	b20 マンガの話題で友達との話が弾む		
	b05 小説とマンガがあれば、マンガを読みたい		
	b25 友人とマンガを貸し借りすることが多い		
	b28 友達に薦められたマンガを読むことが多い		

名、平均年齢25.11歳（SD 13.46歳）に質問紙への回答を求めた。調査対象者には、マンガミュージアム入館時に質問紙を配布し、退館時に回収を行った。

調査時期：2011年11月14日(月)、15日(火)、17日(木)の3日間、開館時間（10時～18時）に実施した。

質問紙の構成：予備調査の結果を踏まえ、項目の選択・追加・修正を行い、最終的に Table 1 および Table 2 に示した31項目をマンガイメージおよびマンガ行動を測定するための項目として採用した。回答選択肢は、“まったくあてはまらない” “あまりあてはまらない” “どちらともいえない” “ややあてはまる” “とてもよくあてはまる” の5件法を用いた。その他、1週間あたりの雑誌・単行本の講読日数、性別、年齢、講読するマンガのジャンルおよび図書館に所蔵しても良いと思うジャンル（少年・青年マンガ、少女・大人向け女性マンガ、エッセイマンガ、4コママンガ、学習マンガ、アダルト・レディースコミック、ボーイズ・ラブマンガ（BL）を提示）を尋ねた。図書館に所蔵しても良いと思うジャンルに関しては、所蔵を可とするジャンルの数を変数として用いた。

結果と考察

(1) マンガイメージ尺度の構成

13項目に関して探索的因子分析（主因子法・プロマックス回転）を行ったところ、固有値の減衰状況は5.841, 1.259, 1.026, 0.906, 0.703, …であり、1因子性が強いものの3因子構造であると判断した。因子パターンが複数の因子に負荷している2項目を削除し、再度因子分析を行った（Table 1）。その結果、第1因子は「マンガは我が国の誇りだ」「マンガは大きな経済効果を生み出している」といった4項目で構成され「ソフトパワー」と命名した。第2因子は、「マンガはストーリーに魅力がある」「マンガは気軽に読むことができる」と行った4項目で構成され、「魅力的なメディア」と命名した。さらに第3因子は「マンガを読むことは勉強になる」「マンガを読むことで知識が増える」の2項目で構成され、「学習効果」と命名した。

それぞれの信頼性係数の推定値として、Cronbach's α を求めたところ、順に .847, .730, .909 であり、十分な信頼性があると考えられた。なお、「学習効果」は2項目で構成されており、下位尺度として採用することおよび、Cronbach's α を算出することは必ずしも望ましいとはいえないが、測定概念がマンガイメージの測定にとって重要であると判断し、下位尺度として採用した。3つの下位尺度得点として、当該因子を構成する項目の項目得点の平均値を求めた。それぞれの平均は3.78 (SD=0.89), 4.03 (SD=0.69),

3.64 ($SD=0.97$) であった。

(2) マンガ読書行動尺度の構成

18項目に関して、探索的因子分析（主因子法・プロマックス回転）を行った。固有値の減衰状況は、5.871, 1.269, 1.254, 1.075, 1.005, 0.918, …であり1因子構造であると考えられたが3因子構造である可能性も考えられたため、3因子を抽出した。その結果、2項目のみで因子を構成する因子が存在したため、当該2項目（25, 28）、さらに、複数の因子に負荷をしていた4項目（13,21,20,05）の計6項目を削除した。再度、因子分析を行ったところ、固有値の減衰状況は8.275, 2.340, 1.223, 1.019, 0.860, …であったため、2因子を抽出した。その結果、第1因子は、「マンガを読むことでリラックスできる」「マンガは現実離れしていて楽しい」といった6項目で構成され、「快樂志向」と命名した。また、「マンガは購入して読むことが多い」、「マンガをコレクションしている」といった6項目で構成される第2因子を「マンガ資本志向」と命名した（Table 2）。ここで言う「マンガ資本」とは、個人が社会における特定の位置を獲得・保持するために所有する文化的素養や資格などをさすブルデューの文化資本の概念を踏まえたもので、これをマンガに応用したものである（ブルデュー, 1990）。

それぞれの信頼性係数の推定値として、Cronbach's α を求めたところ、順に.717, .615であった。これは項目が少ないことも影響しているが、必ずしも十分な信頼性とはいえないだろう。しかし、今後項目を追加するための示唆を得るため、以降の分析を行った。

2つの下位尺度得点として、当該因子を構成する項目の項目得点の平均値を求めた。それぞれの平均は3.67 ($SD=0.70$), 3.51 ($SD=0.79$) であった。

Table 3 マンガイメージ尺度・マンガ読書行動尺度の下位尺度間相関

		イメージ			行動	
		ソフトパワー	魅力的なメディア	学習効果	快樂志向	マンガ資本志向
イメージ	ソフトパワー	1.000	.544	.536	.536	.344
	メディアの魅力		1.000	.421	.697	.474
	学習効果			1.000	.468	.362
行動	快樂志向				1.000	.622
	マンガ資本志向					1.000

(3) 基準関連妥当性の検討

尺度の妥当性検討に際しては、マンガイメージ尺度とマンガ読書行動尺度を併せて検討することとした。

a. 下位尺度間の関連

各下位尺度間の相関を Table 4 に示した。全体的に、中程度以上の相関が認められており、イメージと行動が相互に関連し合っていることが確認された。特に、イメージの「魅力的なメディア」と行動の「快樂志向」との間に高い相関が認められた。「ソフトパワー」や「学習効果」といった社会におけるマンガの位置づけからくるマンガのイメージではなく、むしろ、自分とマンガとが関わりを持つ中で生まれる内的な要素が、イメージや行動を規定しているためであると考えられる。

b. 年齢との関連

はじめに、年齢を独立変数、各下位尺度得点を従属変数とした一要因分散分析を行い、Tukey 法による多重比較の結果を示した (Table 4 および Figure 1)。その結果、いずれの下位尺度得点においても、若い世代で高く、高齢になるにしたがって得点が低くなる傾向が認められた。

「マンガ資本志向」では、大学生までの年代と30代以上との間で有意差が認められた。また、「マンガ快樂志向」においては、高校生と30代以上、大学生と60代以上に有意差が認められ、「マンガ資本志向」とほぼ同様の傾向が認められた。これは、マンガが若い世代のメディアであり、マンガを蓄積し、新しいマンガを手にすることによって、マンガを快樂的

Table 4 年代と各下位尺度得点との関連

		中学生 以下	高校生	大学生以上・20代	30代	40・50代	60代 以上	合計	F	多重比較の結果
イメージ	ソフト パワー	103 3.49 (0.99)	63 3.85 (0.92)	84 4.05 (0.78)	58 3.78 (0.77)	61 3.94 (0.72)	7 3.50 (0.56)	376 3.79 (0.88)	3.43**	中 vs 大, 40
	魅力的な メディア	100 3.99 (0.83)	63 4.21 (0.73)	83 4.15 (0.61)	58 3.93 (0.51)	59 4.03 (0.51)	7 3.49 (0.30)	370 4.05 (0.67)	2.04	
	学習効果	109 3.55 (1.17)	62 3.83 (0.95)	84 3.79 (0.88)	58 3.72 (0.84)	61 3.48 (0.73)	7 3.50 (0.91)	381 3.66 (0.96)	0.97	
行動	快樂志向	106 3.75 (0.78)	62 3.88 (0.63)	83 3.80 (0.64)	58 3.53 (0.62)	60 3.49 (0.54)	7 3.04 (0.34)	376 3.69 (0.68)	5.81**	高 vs 30, 40, 60 大 vs 60
	マンガ 資本志向	103 3.68 (0.74)	63 3.87 (0.76)	84 3.69 (0.67)	57 3.22 (0.80)	59 3.05 (0.64)	7 2.51 (0.64)	373 3.52 (0.78)	17.71**	中 vs 30, 40, 60 高 vs 30, 40, 60 大 vs 30, 40, 50

上段から順に n, M, SD

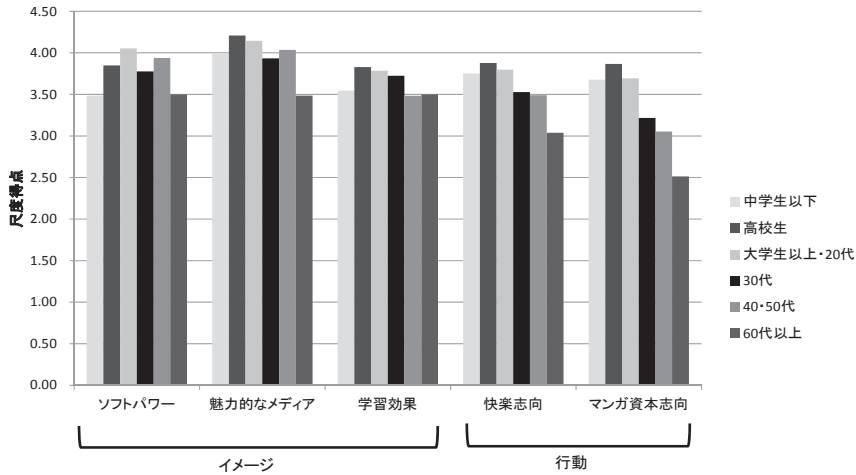


Figure 1 年代と各尺度得点との関連

かつ娯乐的・積極的に読み「成長」する傾向が強いためであると考えられる。すなわち、上の世代に比べて、マンガを心の支えや成長の糧とする若者の傾向を示しており、自分の身近にマンガを置いたり、読み直すために大切に保管したりすることが意味を持つと考えられる。その意味で、「マンガ資本志向」とは、物理的・空間的な距離にみえて、実はマンガとの心理的な距離を反映する指標であることが指摘できる。

「ソフトパワー」に関しては、その他の下位尺度得点が最も高いのが中学生であるのに対して、有意ではないが、高校生で最も高い値となっている。「ソフトパワー」は社会の中でのマンガの位置づけを示すものであるが、10代まではマンガについて深く考えたり、客観視する視点をさほど持ちあわせることなく、快楽的に読んでいることが指摘できる。さらに、「マンガを読むと馬鹿になる」といった学校文化の中に生きていることも原因のひとつと考えられる。一方、大学生、20代以降になるとマンガに対して「ソフトパワー」のイメージを持ち始め、こうした社会的視点を獲得していくと考えられる。さらに、大人になってマンガを読む人が自己肯定したくなるという傾向もあるかもしれない。

c. マンガ読書行動尺度と1週間の雑誌・単行本購読日数との関連

1週間にどの程度マンガに接しているか(日数)と各下位尺度得点との関連を検討するために、それぞれ、1週間に0日、1日、2・3日、4日以上の4群に分け、 4×4 の2要因分散分析を行った。「快楽志向」では、単行本の購読日数の主効果が有意であった($F(3,332) = 6.394, p < .001$) (Table 5, Figure 2)。下位検定の結果、0日と2・3日、4日、および

Table 5 雑誌・単行本講読日数と「快樂志向」尺度得点

		1週間の雑誌購読日数			
		0日	1日	2・3日	4日以上
1週間の 単行本 講読日数	0日	35 3.20 (0.56)	16 3.20 (0.66)	4 3.89 (0.55)	4 4.14 (0.12)
	1日	23 3.57 (0.53)	71 3.52 (0.64)	10 3.69 (0.68)	6 3.43 (0.71)
	2・3日	17 3.65 (0.73)	30 3.70 (0.62)	23 3.76 (0.67)	14 3.98 (0.54)
	4日以上	15 4.06 (0.63)	21 4.12 (0.55)	17 3.97 (0.56)	32 3.94 (0.87)

上段から順に n, M, SD

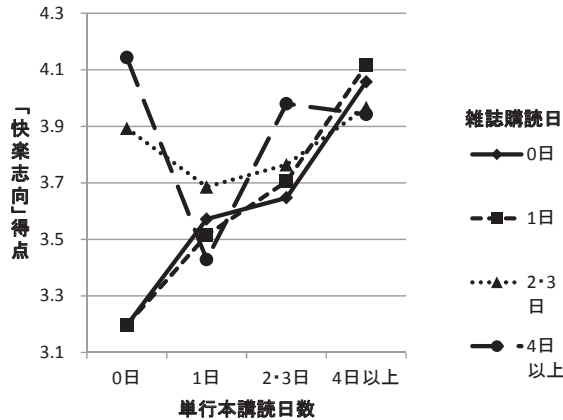


Figure 2 雑誌・単行本講読日数と「快樂志向」尺度得点との関連

Table 6 雑誌・単行本講読日数と「マンガ資本志向」尺度得点

		1週間の雑誌購読日数			
		0日	1日	2・3日	4日以上
1週間の 単行本 講読日数	0日	34 2.70 (0.73)	15 2.72 (1.00)	6 3.73 (0.85)	1 3.80 .
	1日	22 3.24 (0.69)	70 3.38 (0.62)	15 3.65 (0.40)	1 4.00 .
	2・3日	16 3.64 (0.67)	31 3.60 (0.73)	32 3.81 (0.67)	3 3.87 (0.58)
	4日以上	1 3.60 .	6 3.93 (0.53)	11 3.95 (0.75)	1 3.80 .

上段から順に n, M, SD

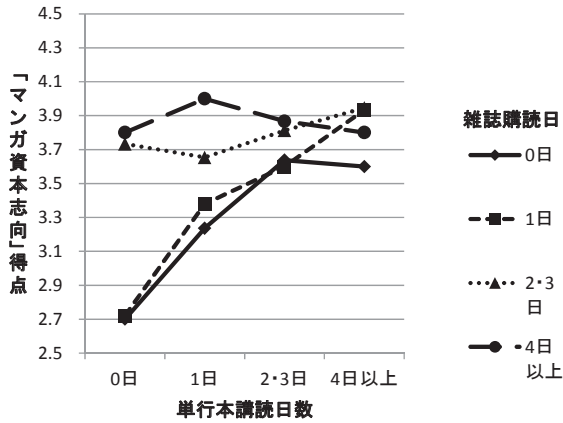


Figure 3 雑誌・単行本購読日数と「マンガ資本志向」尺度得点との関連

1日と4日の間に有意差が認められた。また、「マンガ資本志向」においては、雑誌の購読日数の主効果が有意であった ($F(3,349)=3.546, p<.05$)。Tukey法による多重比較の結果、0日とその他の水準、1日と2日の間で有意差が認められた。

一見すると「快楽志向」と雑誌の消費量の親和性が高そうに見えるが、雑誌を読むという行為は、必ずしも一時的で消費的な快楽と結び着いているわけではないことが示された。むしろ雑誌の購読日数は「マンガ資本志向」との関連が強く、雑誌は読み捨てるものという認識は必ずしもないのかもしれない。雑誌はマンガというジャンルを幅広く見渡す勉強の役割も果たしており、一定以上満たされると、自分の志向ができあがる。そのため、自分の志向で本が選べるようになり、単行本を求めるようになる可能性があるのではないだろうか。また、自分のコミュニケーションや文化的達成のための資本を形成するような能力、いうなれば「マンガ力」とでもいう力をより向上させようとするような人々こそが、

Table 7 各下位尺度と性別との関連

	男性			<	女性			t		
	n	M	SD		n	M	SD			
ソフトパワー	173	3.69	0.89	<	203	3.88	0.86	2.08	*	
イメージ	魅力的なメディア	171	4.01	0.71		199	4.09	0.64	1.19	ns
	学習効果	174	3.63	1.02		207	3.69	0.91	0.60	ns
行動	快楽志向	172	3.69	0.67		204	3.69	0.69	0.04	ns
	マンガ資本志向	172	3.60	0.76		201	3.46	0.80	1.77	ns

* $p < .05$

雑誌を読むという傾向があるといえるのではないだろうか。

d. 性別との関連

性別と各尺度得点との関連を検討するために性別を独立変数とした *t* 検定を行った (Table 7)。その結果、「ソフトパワー」のみで有意差が認められた ($t=(171)$, $p<.05$)。

Golebiewska (1999) によると、男性は、女性に比べて軍国主義を含む過激な右翼集団への寛容性が高いことが示されており、男性のほうがよりナショナルな志向が強いと考えられる。一方、赤澤 (2011) は、ナショナリズムを、自国への愛着を示す「愛国主義」、国家の栄光を誇りに思う「国家主義」、他国に対する優越を志す「自国優越主義」、排他的要素を含む「自国中心主義」にわけて日韓中の比較を行うとともに、ジェンダー差を分析しており、ここでは、「自国中心主義」では男性のほうが、「愛国主義」では女性のほうが、よりその意識が高いことが明らかになった。マンガという文献において女性に「ソフトパワー」への志向性が見られたことは、マンガを考えるうえで重要な視点になる可能性がある。具体的にみると、女性の「ソフトパワー」のピークは大学生、男性は、40～50代となっている。一般に女性のほうが男性に比べてマンガ離れが早い傾向にあるため (荻野2001)、マンガ離れを始めた周囲の中で、マンガが「ソフトパワー」を担保しうることを示唆することで、マンガを読む自分を肯定しようとする態度につながっている可能性がある。ただし、

Table 8 図書館に所蔵すべきマンガのジャンル数と各下位尺度得点

	所蔵すべき ではない	1 ジャンル	2 ジャンル	3 ジャンル	4 ジャンル	5 ジャンル 以上	<i>F</i> 値	多重比較の 結果
イメージ	ソフトパワー	9 3.61 (0.91)	55 3.47 (0.89)	62 3.46 (0.94)	67 3.85 (0.80)	46 3.96 (0.77)	143 3.97 (0.82)	5.351*** 1 vs 4,5 2 vs 4,5
	魅力的な メディア	8 3.93 (0.45)	56 3.92 (0.80)	59 3.96 (0.77)	68 4.05 (0.64)	44 4.10 (0.62)	141 4.10 (0.61)	0.935
行動	学習効果	9 3.61 (1.17)	57 3.41 (1.05)	62 3.28 (1.10)	69 3.88 (0.76)	46 3.91 (0.80)	141 3.74 (0.91)	4.530*** 2 vs 3, 4, 5
	快楽志向	8 3.63 (0.49)	58 3.61 (0.70)	61 3.45 (0.74)	67 3.80 (0.66)	46 3.79 (0.63)	141 3.72 (0.67)	2.348* 2 vs 3
	マンガ 資本志向	9 3.33 (0.62)	56 3.44 (0.71)	60 3.50 (0.87)	67 3.59 (0.81)	46 3.51 (0.84)	141 3.53 (0.77)	0.327

上段から順に *n*, *M*, *SD*

本調査の対象者がマンガミュージアムを訪れた男性と女性である事を考えると、安易な分析は避けるべきであろう。

e. 図書館にマンガを所蔵することの許容度との関連

マンガを図書館に所蔵することに関して、所蔵しても良いと回答したジャンル数を独立変数とした1要因分散分析を行った (Table 8)。その結果、イメージ尺度では「ソフトパワー」($F(5,376)=5.351, p<.001$)と「学習効果」($F(5,378)=4.530, p<.001$)、行動では「快樂志向」($F(5,375)=2.348, p<.05$)に有意な主効果が認められたため、Tukey法による多重比較を行った (Table 8)。

必ずしも平均値が順序性を持っているわけではないが、マンガを図書館に所蔵することに対して許容度が高いほど、マンガに対する「ソフトパワー」や「学習効果」を強く認めていることから、これらの下位尺度の妥当性が示唆されたと考えられる。「魅力的なメディア」や「マンガ資本志向」において主効果が認められていないことから、これらの下位尺度は上記とはまた異なる特性を測定していると考えられる。

4. 総合考察

本研究では、マンガに対する人々の態度を測定するために、マンガ読書行動尺度およびマンガイメージ尺度の構成を行った。ここで、改めて論点を整理すると同時に、これらの心理学的な考察が特にマンガ研究にとってどのような意味があるのかを、①マンガ読書体験におけるストック・フロー概念の見直し、②マンガ雑誌の役割の多極化、③「ソフトパワーとしてのマンガ」という社会的評価に同調する女性読者、という3つの観点からまとめ、考察する。

まず、①の観点から、「マンガ資本志向」と「マンガ快樂志向」の位置づけと、それらの要因に、年齢間で有意差が見られたことについて考察する。荻野(2001)も指摘したように、従来のマンガ研究における読者分析においては、年齢よりも、「オタク」か「オタク」でないかといった、マンガ文化に対する没入度による分類が重視されてきた。つまり、マンガを「文化資本」として身に着けようとするのと、マンガに没入して快樂を得ることは同じ読書行為であり、そうした読みをする読者が「オタク」で、そうではない人々との間に差異があるとみなされてきた。

こうした視点は、マンガ読者一般の分類を試みようとした議論にもみられる。例えば、石田(2011)は、「記憶・蓄積 収集・所有」/「廃棄・忘却 所有しない」という軸を設け、マンガ読者を分類している。ここでは、「オタク」というラベリングをこえて、マンガ

の読書体験一般を論じようとしているが、世界観をもって没入することと所有することが、情報としてマンガを読み、廃棄していくことと対置されている点で、「没入と所有」が一体となっているのである。

本研究では、調査対象者が「オタク」であるかどうかは問わず、マンガを読む一般読者を想定した調査を行った。その中で見えてきたのは、「記憶・蓄積」/「廃棄・忘却」という軸による分類ではとらえきれないような要素であった。つまり、「廃棄・忘却」的であっても、そこから快楽的な要素を取り出し、マンガの魅力にのめりこんでいくような読み方と、「記憶・蓄積」的志向を持ちつつも、モノとしての書籍をコレクションするのではなく、マンガから取り入れた何かを自分の「文化資本」としていくような読み方が存在するということだろう。

また今後の議論として重要となる点は、読者のマンガ文化に対する距離や位置付けが、成長によって変わっていくという可能性が提示されたことである。もっとも、これは年齢（age）だけでなく、世代（generation）的な傾向を示している可能性があり、さらなる議論が必要となってくるだろう。この尺度が切り開くのは、マンガ読者の読書体験を、あらためて問い直す視点だといえる。

次に、②の観点から、マンガ雑誌というメディアの位置づけを問い直す議論が必要とされることも示唆された。マンガ雑誌が「マンガ資本志向」の読者にとって重要性を持っているという調査結果は、従来のマンガ研究あるいは社会一般が抱く、マンガ雑誌＝読み捨てられ、消費されるマンガの象徴、というイメージとは反対の読者像を浮かび上がらせてくれる。マンガ雑誌は、これまで言われているような、安価で簡単に手に入る単なる娯楽というだけでなく、一部の読者にとっては、むしろ、新作や最新情報の一覽性を提供してくれる重要なメディアとして機能している可能性が示唆された。

年齢やジェンダー、趣味等のジャンルによって細分化していく一方で、マンガ雑誌は、90年代をピークにその売り上げも年々落ちている。出版社も読者自身も、安価に手に入る娯楽商品としての価値とは異なる価値を、マンガ雑誌に求め始めているということかもしれない。

最後に、③の観点から、マンガの社会的評価への関心を考える際、年齢やジェンダー差という問題を見逃さないことも明らかとなった。今回の調査からは、男性よりも女性が、より「ソフトパワー」としてのマンガイメージを支持している、つまり「コンテンツ」をグローバルに流通させることで得られる経済効果への期待に、ナショナルなメンタリティを重ね合わせる傾向にあるという可能性が見出された。先にもみたとおり、女性と男性で

はナショナリズムのあり方に差があると考えられ、ここではこうした傾向が表れている。

これは多くの場合、女性が男性よりも早くマンガ文化から離れる傾向にあるということと関係があるのではないか。実際、「女性向け」とされるマンガ雑誌は、「男性向け」に比べ、その対象年齢の上限は低い。つまり、女性マンガ読者は、年齢が上がるごとに、男性読者以上にマンガ読者であることのアイデンティティを世間に説明する必要があると感じる機会が多くなるということである。それゆえ、女性読者は、マンガという文化が、マンガ文化を共有しない外部から、ナショナルな価値付けを与えられることに肯定的になるのではないだろうか。

今後、マンガを社会的に価値づけたいという欲求が、各個人のマンガ認識や、個人のおかれた社会的文脈によっていかに導かれるのかを問うていくための端緒となるだろう。

今後の課題として、一言でマンガといっても、そのジャンルや読者の年齢層はまちまちであり、多方面からの検討が必要であろう。

本研究で構成した2つの尺度は、心理計量学的な観点からすると必ずしも十分というわけではないが、心理学におけるマンガ研究の一助となるだろう。また、尺度開発において重要な妥当性の側面に関しても、どのような変数との関連が認められれば妥当であるといえるのかについてさらに検討する必要がある。

なお、本研究は、文部科学省私立大学戦略的研究基盤形成支援事業（平成22年度～26年度）の助成により行われている関西大学社会的信頼システム創生プロジェクトの一部であり、同時に京都国際マンガミュージアムの関係各位の温かいご支援と、調査を手伝って下さった大学生・院生諸氏の尽力による。

引用文献

- 赤澤 淳子 (2011). 青年期におけるナショナリズム意識に関する日中韓比較 人間学研究 中部人間学会 創立10周年記念号, 19-28.
- Bourdieu, P. (1979). *La Distinction : Critique Social du Judgment*, Editions de Minuit (ブルデュール, ピエール, 石井洋二郎 (訳) (1990). *ディスタクシオン I, II* 藤原書店)
- Golebiowska, E. A. (1999). Gender gap in political tolerance. *Political Behavior*, 21, 43-66.
- 平山祐一郎 (2005). 大学生の読書動機の分析 東京家政大学研究紀要, 45, 117-122.
- 星野有香 (2009). 大学生の読書における同一化——読書療法の立場から——, 日本教育心理学会総会発表論文集, 51, 386.
- 星野有香 (2010). 小学生の読書における同一化——読書療法の立場から——, 日本教育心理学会総会発表

- 論文集, 52, 383.
- 家島明彦 (2007). 心理学におけるマンガに関する研究の概観と展望 京都大学大学院教育学研究科紀要, 53, 166-180.
- 石田佐恵子 (2001). 誰のためのマンガ社会学——マンガ読書論再考 マンガの社会学 世界思想社 pp.157-185.
- 伊藤剛 (2005). テヅカ・イズ・デッド ひらかれたマンガ表現論へ NTT出版
- 伊藤遊・村田麻里子・山中千恵・谷川竜一 (2012). 広島市まんが図書館における来館者調査——マンガを「図書館」で扱うとはどういうことなのか 京都精華大学紀要, 41, 2-17.
- 宮原浩二郎・荻野昌弘 (2001). マンガの社会学 世界思想社
- 村田麻里子, 山中千恵, 谷川竜一, 伊藤遊 (2010). 京都国際マンガミュージアムにおける来館者調査——ポピュラー文化ミュージアムに関する基礎研究 京都精華大学紀要, 37, 78-92.
- 村田麻里子, 山中千恵, 谷川竜一, 伊藤遊 (2012). 宝塚市立手塚治虫記念館における来館者調査——地域活性化のためのマンガ関連文化施設の実態と是非をめぐって 関西大学社会学部紀要, 43, 95-113.
- 中野晴行 (2004). マンガ産業論 筑摩書房
- 日本経済新聞 (2012). 発行部数300万部の「週刊少年ジャンプ」を支える熱い女子 (2012.11.5)
- 新田田佳・宮本友弘 (2010). 読書が状態共感に及ぼす影響：小学生を対象に, 日本教育心理学会総会発表論文集, 52, 380.
- Nye Joseph S.(2004). Soft Power: The Means to Success in World Politics, Public Affairs (ナイ, ジョセフS.(2004). ソフトパワー——21世紀国際政治を制する見えざる力 日本経済新聞社)
- 荻野昌弘 (2001). マンガを社会学する 宮原浩二・荻野昌弘編 マンガの社会学 世界思想社
- 山中千恵, 伊藤遊, 村田麻里子, 谷川竜一 (2011). 人はマンガミュージアムで何をしているのか-マンガ文化施設における来館者行動と〈マンガ環境〉をめぐって マンガ研究, 17, 76-85.

—2012.12.18受稿—

