

腐女子に対するネガティブイメージについての一考察

—商業 BL マンガのイメージ調査を通して—

○高城佳那・井平野未紗・井江川理穂・佐藤寛子

(静岡産業大学経営学部心理経営学科)

研究の目的

近年、商業 BL マンガ（出版社から発行された男性同士の恋愛マンガ）のメディア露出が増加し、それらを愛好する「腐女子」に着目した研究が散見されるようになった。大学生を対象にした腐女子に対するイメージ調査（山岡，2012）では、「アブノーマル」と「違和感」というネガティブな因子が抽出されており、「オタク」と比較しても腐女子に対するネガティブイメージの方が高い結果となっている。

腐女子に対するネガティブイメージの要因はどこにあるのだろうか。腐女子のほとんどは「オタク」であるが、「オタク」との違いは腐女子が男性同士の恋愛である BL を好むという点である。

そこで我々は、BL マンガに対するネガティブイメージが、それを好む腐女子へのネガティブイメージに影響を与えているのではないかと考えた。

方法

調査時期：2020年7月中旬～8月末。

対象者：大学生 341 名（男性 211 名、女性 124 名、その他 3 名、回答不備 3 名）。

質問構成（5 件法）：「商業 BL マンガのイメージ」について、「腐女子イメージに関する評定尺度」（山岡，2012）を用いて主因子法プロマックス回転の因子分析を行った。マンガイメージに適切ではない形容詞対である「信頼できる-信頼できない」を除く 11 項目を使用した。

結果

山岡の腐女子度尺度による群分けをした結果、腐女子群 76 名と一般群 262 名であった。本研究では山岡の調査で群分けされたオタク群は一般群、耽美群は腐女子群に、それぞれ含まれる。

調査結果では、固有値 1.00 以上の因子が 2 因子抽出された。第 1 因子は、「清潔-不潔」、「正常-異常」などの 7 つの形容詞対に負荷量が高かった。これらを、社会的影響を含む同性愛に対する考え方を表すものと解釈し、「同性愛」イメージ（ $\alpha = .965$ ）とした。第 2 因子は、「近い-遠い」などの 4 つの形容詞対に負荷量が高かった。これらを回答者自身と商業 BL マンガの距離感を表すも

のと解釈し、「距離感」イメージ（ $\alpha = .883$ ）とした。

山岡の腐女子イメージ調査で抽出された 2 因子は「違和感イメージ」と「アブノーマル感イメージ」（表 1、別紙）であったのに対して、本調査では異なった因子が抽出された。

次に商業 BL マンガイメージの因子である、「同性愛」イメージと「距離感」イメージの平均点を算出した（表 2、別紙）。「同性愛」イメージに、否定的イメージを持つ（3 点以上）腐女子群は 42.1%、一般群は 53.4%であった。その中でも明らかに否定的イメージを持つ（4 点以上）腐女子群は 0.0%、一般群は 9.2%であった。また、「距離感」イメージに否定的イメージを持つ（3 点以上）腐女子群は 57.9%、一般群は 84.7%であった。その中でも明らかに否定的イメージを持つ（4 点以上）腐女子群は 14.5%、一般群は 37.0%であった。

考察

本調査より、商業 BL マンガが腐女子へのネガティブイメージへ明らかに影響しているとは言えない。一方、腐女子に対する「アブノーマル」、「違和感」と商業 BL マンガに対する「同性愛」、「距離感」のイメージを比較すると、前者は後者よりもネガティブなイメージが高い。それは「もの」である商業 BL マンガよりも、娯楽として「同性愛」という BL を好む「人」である腐女子への不信感や違和感が底流しているのではなかろうか。

平均点においては「同性愛」イメージでは明らかに否定的イメージを持つ腐女子群、一般群は 10%未満であった。この結果は、報道や教育により、「LGBTQ」に対する社会的認知や理解が進んだこと、メディアを通じた BL に関するコンテンツの露出が増え、現代社会の多様な人間の在り方や生き方の一つとして描かれていることが影響していると考えられる。

参考文献

山岡重行『腐女子の心理学—彼女たちはなぜ BL(男性同性愛)を好むのか?』福村出版、2016 年