

ファン心理と物語への移入および幸福感の関連性

○彭遠新・向居暁

(県立広島大学大学院総合学術研究科, 県立広島大学地域創生学部)

目的

ファン心理と幸福感の関連性に関する研究結果は一致しない。Maltby et al. (2001, 2004)は、自分の好きな有名人の生活に興味を持ち、それに関与する程度を測る有名人に対する態度尺度 (Celebrity Attitude Scale: CAS) (McCutcheon, et al., 2002; Maltby, et al., 2002)を用い、ファン対象への関与の程度によって、有名人の娯楽価値や社会的交流が主な魅力である「娯楽社交的(低関与)」, 感情が強まり、有名人の個人的な生活に没頭する「強烈個人的(中関与)」, 有名人と自分をほぼ同一視し、有名人に対する妄想が現れる「境界病的(高関与)」の3つにファン心理を分類し、不安やうつ症状との関連を検討した。その結果、娯楽社交的なファン心理が、不安、社会機能障害やうつ症状と、より関与度が高い強烈個人的や境界病的もまた、不安やうつ症状と正の関連を示すことを報告した。一方で、ファン心理が幸福感と正の関連性を示した研究もある。特に、中林・水口(2020)と西川・渋谷(2011)によれば、ファン活動に没頭することで主観的幸福感を向上させる可能性が指摘される。本研究では、ファン活動への没入状態が主観的幸福感に影響すると仮定し、ファン心理の指標としてのCAS日本語版と主観的幸福感の関連性を検討する。また、ファン心理、物語への移入、直感性、幸福感の関連性を検討する。直感性については、CASと批判的思考に負の関連があること(McCutcheon et al., 2014)、娯楽社交的なファン心理と直感的な意思決定スタイルに弱い正の相関があること(Flint et al., 2022)、そして、直感性が幸福感とも関連すること(向居・中本, 2023)から、本研究で検討する要因とした。

方法

調査対象者 116名 ($M_{age}=22.3$, $SD=7.3$, range=15-63; 男性44名, 女性69名, 不明3名)。

材料・手続き 主観的幸福感尺度(伊藤他, 2003), 情報処理スタイル尺度(内藤他, 2004)の直観性, 物語への移入尺度日本語版(小山内・楠見, 2016), 及び, CAS日本語版を使用した。調査はGoogle Formsを用いてオンラインで実施した。

結果と考察

まず、CAS日本語版の34項目に対して因子分析を行った結果、因子構造は先行研究と異なった。本研究の調査対象者も少ないことから、以下の分析では、CAS原版の分類を尺度得点の算出に用いた。次に、各尺度の内的整合性が十分だったため、各尺度間の相関係数を算出した(Table 1)。その結果、直観性が、主観的幸福感や物語への移入、CASのすべての尺度とも有意な正の相関を示した。また、物語への移入は、CASの強烈個人的、及び、境界病的と有意な正の相関を示した。しかし、物語への移入やCASと主観的幸福感との間には有意な関連性は認められなかった。本研究では、CASのファン対象への関与の全段階において、幸福感とあまり関連しないという結果が示された。その一因として、ファン心理と幸福感を媒介する変数がある可能性が考えられる。山崎(2019)は、日常活動に深く没入するフロー体験傾向がある人は、活動の体験頻度が高ければ、主観的幸福感が高くなることを示した。また、フロー体験は物語への移入とも概念的に類似するという指摘もある(小山内・楠見, 2013)。今後は没入の特性のみならず、没入可能なファン活動の頻度を変数として用いる必要があるだろう。

Table 1 各尺度の平均値と標準偏差, 信頼係数および相関行列

	Mean (SD)	α	1	2	3	4-1	4-1	4-3
1. 主観的幸福感	2.763 (0.418)	.868	—					
2. 情報処理スタイル: 直観性	3.004 (0.727)	.879	.319**	—				
3. 物語への移入	4.695 (1.082)	.688	.132	.246**	—			
4. 有名人に対する態度								
4-1. 娯楽社交的(低関与)	3.026 (0.920)	.872	-.045	.199*	.172	—		
4-2. 強烈個人的(中関与)	1.718 (0.718)	.846	-.044	.209*	.186*	.732**	—	
4-3. 境界病的(高関与)	1.910 (0.643)	.840	-.012	.205*	.206*	.694**	.821**	—

注)N=116 ** $p<.01$, * $p<.05$