

ファン心理やその活動と大学生の心理的健康の関係 —現代社会におけるファナティックの様態と意義—

中林春海 信州大学教育学部
水口 崇 信州大学学術研究院教育学系

概要

特定の対象を強く支持するファンやファン心理は古くから存在する。支持の内容や方法は異なるが、我々はしばしば投影や憧憬の対象を懷いてきた。本研究では、現代社会におけるファン心理やその活動の様態を分析すると同時に、それらが精神面に及ぼす影響を解明することを目的とした。大学生 132 名（男性 66 名、女性 66 名）を対象に調査を行った。主観的幸福感尺度、社会的比較志向性尺度、居場所の心理機能測定尺度、ファン心理尺度を使用して、質問紙調査を実施した。分析の結果、ファン対象を持つ場合の方が持たない場合よりも、主観的幸福感の構成要素である人生に対する前向きな気持ちが高いことが明らかになった。またファン対象を持つ場合、共通のファン対象に対する意見交換や感情の共有を多く行うことが示された。これらの結果から、現代社会におけるファン心理やその活動の様態について論じた。加えて、それが及ぼす精神面に対する肯定的な作用と意義について考察した。

キーワード：ファン心理、主観的幸福感、社会的比較、心理的居場所、交換と共有

問題と目的

はじめに

現代社会において、応援の対象となる人物やグループ、キャラクターは数多く存在している。代表的なものとして、アイドルやアーティスト、アニメや漫画、ゲーム等の二次元キャラクターが挙げられる。昨今では YouTuber と呼ばれる、動画配信サイト「YouTube」で動画を配信することによって、その動画に付く広告から収入を得ている職業も存在している。ファンやオタクと呼ばれる人々はこのようなファン対象を応援することによって幸せを感じている。

ファンとは、「スポーツや芸能での熱狂的な爱好者ファナティック (fanatic) の短縮語」(清水, 1997) と定義されている。また、ファン心理については、「直接的なコミュニケーションを持たず、主にマス・メディアを介して知り得るタレント・アーティストを好きに

なる」(小城, 2002) とされている。一方, 向居・竹谷・川原・川口 (2016) はファンの定義が, 時代と共に変遷していることを指摘している。ファンは必ずしも熱狂的である必要性がなくなり, ファン対象は有名人だけではなく, セミプロや局所的有名人に広がったとしている。また, 必ずしもマス・メディアを介して出会うものでもなくなり, 「会いに行くこと」ができるようになったとしている。そのため, 向居・竹谷・川原・川口 (2016) は, ファンを「スポーツ・演劇・映画・音楽などで, ある特定の人物(グループ, チームを含む)に対して魅力を感じている人」と定義している。

先行研究

ファン心理に関する先行研究として, 特定の人物やグループに焦点をあてた研究も散見される。具体的には, 吉川晃司(西川・渋谷, 2011), ジャニーズ(徳田, 2010), 宝塚(薊, 2019), プロ野球ファン(小城・広沢, 2005)などがあげられる。これらはその特定の対象に対するファン心理を扱っており, 特定の対象を応援する要因を解明するに留まっていた。このため, 現代社会のファン心理一般を十分に説明するものではなかった。

ファン心理は8因子構造になるとしている(小城, 2004)。具体的には, 「作品の評価」, 「疑似恋愛感情」, 「外見的魅力」, 「同一視・類似性」, 「ファン・コミュニケーション」, 「流行への同調」, 「尊敬・憧れ」, 「流行への反発・独占」である。これらは, 小城(2002)が分類した4つの側面の下位側面と一致しており, 「作品の評価」, 「尊敬・憧れ」がファン心理の主軸をなすと考えられている。小城(2004)はファン行動についても分析している。これは「情報収集」, 「熱狂行動」, 「作品の収集・鑑賞」, 「模倣行動」, 「宣伝行動」の5因子構造になるとしている。そのうち, 「情報収集」と「作品の収集・鑑賞」が主要なファン行動であり, とりわけ「情報収集」は最も一般的なファン行動と考えられている。

近年, 小城(2018)はファン心理が「仕事」「本人」「社会的共有」の3側面から成り立つとしている。「仕事」は楽曲や演技やプレーなど仕事の結果としての作品に対する好意, 「本人」は外見や内面など本人の魅力, 「社会的共有」は流行意識やファン同士の交流としている。小城(2002)と異なる側面もあるが, ほぼ同様と言える。一方で, 下位尺度については, 研究によって異なる因子が抽出されている。向居・竹谷・川原・川口(2016)はその理由として, 対象の定義が研究ごとに異なること, 調査対象者の属性が研究ごとに異なること, 時代によるファン心理の違いを挙げている。時代によるファン心理の違いについて, 小城(2018)は「疑似友人」「疑似家族」を挙げている。これは, 身近な対人関係の代理として, アイドルを友人や娘, 息子と感じてその役割を投影することである。加えて, 「育成の魅力」についても挙げている。プロ野球ファンや宝塚ファンなど, 無名時代からの成長を応援する魅力のことである。ジャニーズや地下アイドル(メディアにあまり露出しないアイドル)においても, 「無名時代を支える」「私が育てる」という意識をもって応援しているファンも多いと推測される。

ファン心理のポジティブな側面について着目した研究では, 好きなアーティストのコン

サートの参加者は、参加前後で精神的健康が向上することが明らかにされている（西川・渋谷, 2011）。また、今井・砂田・大木（2010）の研究では、ファン心理は熱狂因子、目標因子、共感因子によって構成されており、ファン対象に対する共感と目標、尊敬の気持ちが熱狂的なファン心理を生み出すことが示された。また、熱狂する気持ちから QOL に対する強い影響が認められたことから、ファン心理がファン自身の幸福や QOL に大きく影響することが示されている。

しかしながら、ファン心理はネガティブな側面も持ち合わせている。ファンによる後追い自殺や、狂信的なストーカー・ファンに攻撃された事例は枚挙に暇がない（小城, 2018）。最近でもアイドルが暴行事件に巻き込まれたことは記憶に新しい。また、小城（2006）は、「俳優」や「アイドル」に特徴的な擬似恋愛感情は異性同士の組み合わせが中心だと述べている。そのため、熱愛報道や結婚報道で〇〇ロス（特定の対象を失うことで喪失感を覚えること）と呼ばれる現象が引き起こされるのではないかと考える。

本研究の目的

アニメや漫画、ゲームなどの二次元キャラクターを好きな人たち（二次オタ）の中には、痛バッグという文化が存在する。これは、同じキャラクター、同じ絵柄の缶バッジ等を並べ、バッグを飾り付けることによって示す愛情の形である。どれだけ同じ缶バッジの数があるかによって、どれだけお金をかけることができたかの証明にもなる。そのため、同担・推し被りと呼ばれる他のオタクに対してマウンティングする人も存在している。なお同担とは、ファン対象が自分と同じ人であり、推し被りとは推しているファン対象が被っている状態である。どちらも広義には同じ意味であるが、ファン対象の属性によって呼ばれ方が異なることがある。また、グッズを集める際には同担・推し被りの存在は同じものを求めるライバルになってしまう。他者を気にして相手より自分がより上だと示そうとすることは、果たして健康だと言えるのだろうか。アイドルのファンにおいても同様のことが考えられる。CD を握手会やチェキ撮影会のために買うことを「積む」と表現するが、その「積んだ」CD の量を Twitter 等の SNS でアップすることによってマウンティングする人も存在している。チェキ撮影会とは、アイドルなどと一緒にチェキ（インスタント写真）を撮影する会合のことを指す。小城（2018）は、対象とファンの関係性が日々変化することで、対象から自分の存在が認知されることが可能な状況も生まれ、このような状況では承認欲求が強く作用するようになり、ファン同士の社会的比較も促進されると推察している。また、高田（1994）は、社会的比較の主要機能について、自己評価、自己高揚、自己融合の三つを挙げている。特に、自己高揚には「優越感を得る」、「自分自身を向上させる」等があてはまるとしている。しかし、ファン心理において、このような他者比較をする人が心理的に健康であるかということについては、いまだ解明されていない。

また、小城（2002）によると、「ファン・コミュニケーション」はファン同士の間で副次的に発生した魅力であるとされている。これは、対人魅力の規定因の「態度の類似性」が

ファン同士の好意を高め、連帯感を抱かせていると考えられている。加えて、「その対象のファン」という共通項でくくられた内集団をそうでない外集団と区別することが、ファン対象の魅力の再認識等につながり、よりファン対象への好意や作品の評価が高まると推察されている。

以上のことから、本研究では、芸能人等のファン対象を応援するときの他者との関わりが、ファン心理や心理的健康に与える影響を検討することを目的とする。そのために、本研究では「他者との比較」、ファン・コミュニケーションの発生する「居場所」の2種類を他者との関わりとして研究を進める。また、先行研究では心理的健康について、ファン対象がいる場合のみに言及しており、ファン対象がいない場合については検討がなされていない。これではファン対象を有することがもたらす影響を明確にすることはできない。そこで本研究では、ファン対象の有無によって主観的幸福感と社会的比較志向に差があるかどうか検証する。仮説は以下の3つである。

I. 他者比較をする人の方が心理的に健康ではない。これは、人と比べるという行為が、相手との差を感じ、相手の方が上の場合に落ち込むなど、ネガティブな方向へ働くのではないかと考えるからである。

II. ファン対象を応援しているときの「居場所感」が、ファン心理や心理的健康に影響を与えている。これは、「居場所」の感覚があることで、より熱中して対象を応援することができるとともに、自己を認めることができるのでないかと考えるからである。

III. ファン対象がいる人の方が、主観的幸福感は高いが、社会的比較志向においては差がない。これは、ファン対象がいる人の方が、生きる意味を見出すことができるが、他者との比較においては、どちらにおいても発生することであり、ファン対象の有無は関係がないと考えるからである。

なお、本研究では、ファンを広範囲に捉えるため、「マス・メディアやソーシャルメディアなどを通じて知り得る人物や、様々な芸能、スポーツなどの分野で、ある特定の人物（グループ・チームを含む）に対して好意をもっており、普段自分がファンであると認識している人」と定義する。

方 法

調査対象者

甲信越地方の大学生を対象に調査を行い、欠損値の見られた回答を省き、132名（男性66名、女性66名、19-26歳、平均年齢20.5歳、標準偏差=1.22）を分析対象とした。

質問紙の構成

質問紙は、フェイスシートと4つの尺度を用いて作成した。また、前半2つの尺度においてファン対象の有無による差を比較するために、3つ目の尺度の前に参加者のファン対象のイニシャル、属性を問う2項目を挿入した。

フェイスシート ページの最初で回答上の注意と共に、参加者の性別、年齢を聞いた。

主観的幸福感 伊藤・相良・池田・川浦（2003）による主観的幸福感尺度を用いた。この尺度は、心理的健康を表す指標としての主観的な幸福感を測定するためのものである。また、WHO の開発した「心の健康自己評価質問紙 (SUBI)」の項目を整理することで、心理的健康を測定する簡便な尺度として作成されたものである。これは、12 項目 4 件法であり、「人生に対する前向きな気持ち (3 項目)」、「自信 (3 項目)」、「達成感 (3 項目)」、「人生に対する失望感のなさ (3 項目)」という 4 つの下位尺度で構成される。

社会的比較志向性 外山（2002）による、Gibbons & Buunk（1999）によって作成された社会的比較志向性 (Social Comparison Orientation) 尺度の日本語訳版を用いた。この尺度は、他者と比較を行いやすいかどうかの傾向を測定するためのものである。これは、11 項目 5 件法であり、「能力比較 (6 項目)」、「意見比較 (5 項目)」という 2 つの下位尺度で構成される。

ファン対象 参加者のファン対象のイニシャル、属性を聞いた。属性は列挙されたものの中から選択して丸で囲むよう指示した。この項目で「なし」と回答した場合にはその時点で質問を終了した。

「居場所」の心理的機能測定 杉本・庄司（2006）による、「居場所」の心理機能測定尺度を用いた。この尺度は、「居場所」がもつ心理的意味・機能を多面的にとらえ測定するためのものである。これは、35 項目 4 件法であり、「被受容感 (7 項目)」、「精神的安定 (10 項目)」、「行動の自由 (6 項目)」、「思考・内省 (4 項目)」、「自己肯定感 (5 項目)」、「他者からの自由 (3 項目)」という 6 つの下位尺度で構成される。本研究では、応援活動を「居場所」と考えて回答を求めたため、質問として成り立ちにくい、下位尺度「行動の自由」内の「自分の物がある」、「寝ることができる」の 2 項目を削除し、計 33 項目を用いた。

ファン心理 今井・砂田・大木（2010）による、ファン心理尺度を用いた。この尺度は、ファン心理のポジティブな面に着目し、ファン心理の構造を検討するためのものである。これは、22 項目 5 件法であり、「共感因子 (7 項目)」、「熱狂因子 (7 項目)」、「応援因子 (5 項目)」、「自覚因子 (3 項目)」という 4 つの下位尺度で構成される。

手続き

2019 年 12 月に質問紙調査を行った。質問紙は 2 つの授業で配布し、授業履修者の任意協力で回答してもらった。1 つ目の授業では授業終了後に配布し、終了した人から入り口及び教室前方で回収した。2 つ目の授業では授業開始時に配布し、授業終了後に入り口及び教室前方で回収した。回答時間に個人差があり、どちらにおいても 5~15 分程度であった。なお、ファン対象の項目で「なし」と回答した場合にはその時点で質問を終了とした。

配布時に、回答の有無及び内容が成績とは関係しないこと、データは統計的に処理されることを伝えた。また、研究の意図が回答に影響しないように、「この調査は、みなさんの考え方や感じ方について調べることを目的としています」と教示した。加えて、2 つ目の

授業の受講生に対しては、1つ目の授業を受講している場合は反復測定になるため回答を控えるよう伝えた。

結 果

主観的幸福感尺度の因子分析

主観的幸福感尺度は、4因子構造とされているが、使用にあたり因子的妥当性を検証した。各項目について評定値の平均土 SD を目安に天井効果またはフロア効果を判定したところ、項目1, 8において天井効果が見られたが、項目1に関しては大幅に超えていたため、欠損値として処理しなかった。項目8は除外した。主成分分析によるスクリーピー ロットと平行分析の結果から、3因子解を適當とし、最尤法バリマックス回転による因子分析を行った結果、表1のような因子負荷量を得た。因子負荷量の絶対値0.40以上を示した項目をもとに因子を解釈することにした。

伊藤・相良・池田・川浦（2003）の尺度では4因子に分かれていたが、本研究では3因子に分かれた。項目ごとに比較し、検討した結果、因子1は「あなたは人生が面白いと思いますか」、「過去と比較して、現在の生活は幸せだとおもいますか」など、前向きな気持ちについて尋ねる項目が多かったため、「人生に対する前向きな気持ち」と命名した。また、因子2は「今の調子でやっていけば、これから起きることにも対応できる自信がありますか」、「物事が思ったように進まない場合でも、その状況に適切に対処できると思いますか」など、自信の有無について尋ねる項目が多かったため、「自信」と命名した。さらに、因子3は「これまで成功したり出世したりしたと感じていますか」など、達成したと感じているかを尋ねる項目だったため、「達成感」と命名した。信頼性を求めたところ、クロンバッ クの α 係数は、尺度全体では.85、「人生に対する前向きな気持ち」因子が.79、「自信」因子が.79、「達成感」因子が.62であり、尺度の信頼性が確認された。

社会的比較志向性尺度の因子分析

Gibbons & Buunk（1999）によって作成された社会的比較志向性（Social Comparison Orientation）尺度を外山（2002）が日本語に訳したものであり、2因子が抽出された。社会的比較志向性尺度の使用にあたり、2因子構造であるという仮説をもとに因子的妥当性を検証した。各項目について評定値の平均土 SD を目安に天井効果またはフロア効果を判定したが、特に分布の偏りは見られなかった。

主成分分析によるスクリーピー ロットと平行分析の結果から、2因子解を適當とし、主因子法プロマックス回転による因子分析を行った。その結果、表2のような因子負荷量を得た。因子負荷量の絶対値0.40以上を示した項目をもとに因子を解釈することにした。日本語版の外山（2002）の既存尺度と同様に、2因子に分かれた。項目数の減少など多少異なる点はあるが、既存尺度と同様の分かれ方を見せた。そこで、因子1を「能力比較」、因子2を「意見比較」と名付けた。信頼性を求めたところ、クロンバッ クの α 係数は、尺度全

表1 主観的幸福感の因子分析結果（最尤法、バリマックス回転）

	F1	F2	F3	共通性
F1: 因子 人生に対する前向きな気持ち				
1. あなたは人生が面白いと思いますか	<u>0.806</u>	0.222	0.113	0.712
4. 自分の人生は退屈だとか面白くないと感じていますか（逆転項目）	-0.628	-0.15	0.097	0.426
6. 過去と比較して、現在の生活は幸せだと思いますか	<u>0.558</u>	0.2	0.306	0.444
9. ここ数年やってきたことを全体的に見て、幸せを感じていますか	<u>0.633</u>	0.289	0.243	0.544
F2: 因子 自信				
2. 今の調子でやっていけば、これから起きることにも対応できる自信がありますか	0.268	<u>0.676</u>	0.257	0.595
3. 自分がやろうとしたことはやり遂げていますか	0.392	<u>0.502</u>	0.344	0.524
5. 危機的な状況(人生を狂わせるようなこと)に出会ったとき、自分が勇気を持ってそれに立ち向かって解決していくという自信がありますか	0.16	<u>0.767</u>	0.035	0.614
10. 物事が思ったように進まない場合でも、その状況に適切に対処できると思いますか	0.337	<u>0.562</u>	0.158	0.454
11. 将来のことが心配ですか（逆転項目）	-0.091	<u>-0.437</u>	-0.092	0.207
F3: 因子 達成感				
7. 期待通りの生活水準や社会的地位を手に入れたと思いますか	0.243	0.365	<u>0.438</u>	0.384
12. これまで成功したり出世したりしたと感じていますか	0.034	0.139	<u>0.888</u>	0.809
説明分散	2.189	2.152	1.374	
寄与率	0.199	0.196	0.125	
累積比率	0.199	0.395	0.52	

因子負荷量が.40以上のものに下線を引いた

体では.86、「能力比較」因子が.84、「意見比較」因子が.60であり、尺度の信頼性が確認された。

表2 社会的比較志向性の因子分析結果（主因子法、プロマックス回転）

	F1	F2	共通性
F1： 能力比較			
1. 自分と親しい人物の状況と、他人の状況をよく比較する	<u>0.426</u>	0.204	0.328
2. 他の人のやり方と比べて自分のやり方はどうであるか、いつも気にしている	<u>0.641</u>	-0.013	0.4
4.自分がどのくらい社交的であるかを、他の人とよく比べる	<u>0.824</u>	-0.203	0.519
5.私は、他の人だったら同じ状況でどうするのかをいつも知りたい	<u>0.632</u>	0.091	0.477
7.何かに対して自分がどのくらいうまくできたのかを知りたいときに、他の人のやったことと自分のやったことを比べる	<u>0.679</u>	0.021	0.478
8.自分と似たような問題に直面している人が、何を考えているのかよく知ろうとする	<u>0.582</u>	0.255	0.582
9.あまり自分とほかの人を比べるほうではない（逆転項目）	<u>-0.794</u>	0.202	0.478
11.今まで自分がやり遂げたことについて、他の人とよく比べる	<u>0.715</u>	0.026	0.535
F2： 意見比較			
3.他の人とお互いの意見や経験について話すのが好きだ	-0.311	<u>1.021</u>	0.755
10.何かについてもっと知りたいと思うとき、それについて、他の人が何を考えているのかを知ろうとする	0.289	<u>0.409</u>	0.393
6.自分の境遇とほかの人の境遇の違いを決して考えたりはしない（逆転項目）	-0.19	-0.121	0.079
説明分散	3.829	1.423	
寄与率	0.348	0.129	
累積比率	0.348	0.477	

因子負荷量が.40以上のものに下線を引いた

「居場所」の心理的機能測定尺度の因子分析

主観的幸福感尺度は、6因子構造であるとされているが、使用にあたり因子的妥当性を検証した。各項目について評定値の平均±SDを目安に天井効果またはフロア効果を判定したところ、項目2, 8, 9, 10, 12, 29, 31において天井効果、項目5においてフロア効果が

表3 「居場所」の心理機能測定の因子分析結果（主因子法、プロマックス回転）

	F1	F2	F3	F4	共通性
F1：精神的安定・自由					
1. 何かに夢中になれる	<u>0.474</u>	0.19	-0.082	0.135	0.405
4. 自分の好きなようにできる	<u>0.578</u>	0.171	-0.081	-0.123	0.38
6. 安心する	<u>0.604</u>	0.198	-0.185	0.045	0.478
17. 自分らしくいられる	<u>0.563</u>	0.133	0.059	0.169	0.576
19. 自由だ	<u>0.491</u>	0.201	-0.099	0.157	0.445
24. 素直になれる	<u>0.98</u>	-0.167	0.152	-0.154	0.815
25. 誰にも邪魔されない	<u>0.778</u>	-0.124	-0.05	0.139	0.598
28. 本当の自分でいられる	<u>0.867</u>	-0.235	0.262	-0.079	0.715
30. 無理をしないでいられる	<u>0.739</u>	-0.118	0.046	0.087	0.548
F2：被受容感・自己肯定感					
7. 自分は大切にされている	-0.256	<u>0.966</u>	-0.137	0.195	0.682
11. 自分に自信が持てる	0.146	<u>0.567</u>	-0.096	0.029	0.394
13. 自分の能力を發揮できる	-0.003	<u>0.629</u>	0.276	0.014	0.628
14. 自分はうまくやれる	-0.139	<u>0.79</u>	0.182	0.102	0.682
18. 自分を本当に理解してくれる人がいる	0.026	<u>0.549</u>	0.189	0.022	0.456
20. 人と一緒にいられる	0.056	<u>0.694</u>	0.013	-0.159	0.528
33. ひとりじゃない	0.196	<u>0.585</u>	0.131	-0.139	0.591
F3：思考・内省					
21. 自分のことについてよく考える	0.142	0.177	<u>0.581</u>	-0.071	0.562
22. 人のために何かができる	-0.074	0.334	<u>0.522</u>	-0.012	0.487
27. ボーっと考え込むことがある	0.061	-0.002	<u>0.713</u>	0.02	0.548
32. 物思いにふける	-0.145	0.064	<u>0.692</u>	0.229	0.504
F4：他者からの自由					
15. 人に会わなくていい	-0.017	-0.063	0.117	<u>0.77</u>	0.593
16. 他人のペースに合わせなくともいい	0.212	-0.227	0.301	<u>0.571</u>	0.548
23. 人を気にしなくていい	0.165	0.172	-0.127	<u>0.553</u>	0.469
3. 1日のことを振り返る	0.048	0.375	0.09	-0.141	0.204
説明分散	4.619	4.047	2.073	1.543	
寄与率	0.192	0.169	0.086	0.064	
累積比率	0.192	0.361	0.447	0.512	

因子負荷量が.40以上のものに下線を引いた

見られたため、分析から除外することとした。項目 1, 24 に関しては大幅に超えていたため、欠損値として処理しなかった。

主成分分析によるスクリープロットと平行分析の結果から、4 因子解を適当とした。主因子法プロマックス回転による因子分析を行った結果、表 3 のような因子負荷量を得た。因子負荷量の絶対値 0.40 以上を示した項目をもとに因子を解釈することにした。杉本・庄司 (2006) の既存尺度では 6 因子に分かれていたが、本研究では 4 因子に分かれた。項目ごとに比較し、検討した結果、因子 1 は「安心する」、「自由だ」など、無理をしない本当の自分でいられる状態や、自分の好きに自由にできることを表している項目が混在していたため、「精神的安定・自由」と名付けた。また、因子 2 は「自分は大切にされている」「自分はうまくやれる」など、自分を受け入れてくれる他者がいることや、自信を持てる事を表している項目が混在していたため、「被受容感・自己肯定感」と名付けた。さらに、因子 3 は「自分のことについてよく考える」、「物思いにふける」など、考えることに関する項目だったため、「思考・内省」と名付けた。そして、因子 4 は「人を気にしなくていい」など、他者に惑わされない自己に関する項目だったため、「他者からの自由」と名付けた。信頼性を求めたところ、クロンバッックの α 係数は、尺度全体では .93、「思考・内省」因子が .79、「他者からの自由」因子が .73 であり、尺度の信頼性が確認された。

ファン心理尺度の因子分析

今井・砂田・大木 (2010) により作成された尺度であり、4 因子が抽出された。ファン心理尺度の使用にあたり、4 因子構造であるという仮説をもとに因子的妥当性を検証した各項目について評定値の平均 $\pm SD$ を目安に天井効果またはフロア効果を判定したところ、項目 3, 7, 11 において天井効果、項目 6 においてフロア効果が見られたため、分析から除外することとした。

主成分分析によるスクリープロットと平行分析の結果から、4 因子解を適当とし、最尤法バリマックス回転による因子分析を行った結果、表 4 のような因子負荷量を得た。因子負荷量の絶対値 0.40 以上を示した項目をもとに因子を解釈することにした。

今井・砂田・大木 (2006) により作成された尺度であり、同様に 4 因子に分かれた。よって先行研究と同様に、因子 1 を「熱狂因子」、因子 2 を「共感因子」、因子 3 を「目標因子」、因子 4 を「自覚因子」とする。信頼性を求めたところ、クロンバッックの α 係数は、尺度全体では .88、「熱狂因子」が .87、「共感因子」が .79、「目標因子」が .79、「自覚因子」が .80 であり、尺度の信頼性が確認された。

表4 ファン心理の因子分析結果（最尤法、バリマックス回転）

	F1	F2	F3	F4	共通性
F1：熱狂因子					
2. その対象のいない人生は考えられない	<u>0.795</u>	0.1	0.018	0.071	0.648
5. 自分の予定を犠牲にしても、その対象に関することを優先させたい	<u>0.793</u>	0.012	0.141	0.208	0.692
8. 1日1回はその対象のことを考える	<u>0.569</u>	0.133	0.078	0.058	0.351
10. その対象のためなら、たいていのことは我慢できる	<u>0.773</u>	0.1	0.156	0.252	0.695
14. その対象がいなくなってしまったら、毎日が物足りなくなると思う	<u>0.68</u>	0.115	0.038	0.053	0.48
18. その対象を、どんなことがあっても応援し続けたいと思う	<u>0.538</u>	-0.01	0.17	0.289	0.402
F2：共感因子					
1. その対象には、何か自分と同じものを感じる	-0.051	<u>0.58</u>	0.242	0.026	0.398
21. その対象が自分の気持ちを代弁してくれていると思うことがある	0.312	<u>0.745</u>	0.165	0.103	0.691
22. その対象には、親近感を感じる	0.108	<u>0.806</u>	0.166	0.238	0.746
F3：目標因子					
9. その対象には、共感できる要素が多い	0.382	0.392	<u>0.412</u>	-0.029	0.47
13. その対象のようになりたい	0.053	0.144	<u>0.691</u>	-0.045	0.502
16. その対象は自分の目標としたい人物である	0.136	0.142	<u>0.806</u>	0.09	0.696
19. その対象のような生き方をしたい	0.127	0.391	<u>0.66</u>	0.009	0.604
F4：自覚因子					
12. 自分は、他の人から典型的な「〇〇ファン」だと思われている	0.362	0.037	-0.048	<u>0.74</u>	0.683
15. 自己紹介するときや会話の中で、〇〇ファンであることによく触れる	0.349	0.076	0.033	<u>0.488</u>	0.366
20. 自分は典型的な〇〇ファンだと思う	0.374	0.079	0.029	<u>0.809</u>	0.802
4. その対象の人気が今ほどでなかつたら、それほど好きではなかったと思う	-0.061	0.02	-0.034	0.19	0.041
17. 他の〇〇ファンに親近感を感じる	0.104	0.114	0.185	0.323	0.163
説明分散	3.636	1.966	1.966	1.861	
寄与率	0.202	0.109	0.109	0.103	
累積比率	0.202	0.311	0.421	0.524	

因子負荷量が.40以上のものに下線を引いた

各尺度の平均値の比較

主観的幸福感尺度と社会的比較志向性尺度について、性別やファン対象の有無によって差が見られるか、2要因参加者間の分散分析を行った。「性別」は「男性」「女性」の2水準、ファン対象の有無は「有り」「無し」の2水準であった。人数の分布を表5に示す。

表5 人数分布表

要因	人数
男性—ファン対象無	13
男性—ファン対象有	53
女性—ファン対象無	15
女性—ファン対象有	51

主観的幸福感尺度の分散分析 分析の結果、「人生に対する前向きな気持ち」因子において、交互作用は有意でなく ($F_{1,128} = 1.119, p = 0.292, \text{partial } \eta^2 = 0.009$)、性別の主効果も有意でなかったが ($F_{1,128} = 0.02, p = 0.886, \text{partial } \eta^2 = 0.0002, \text{power} = 0.052$)、ファン対象の有無の主効果は有意であった ($F_{1,128} = 8.016, p = 0.005, \text{partial } \eta^2 = 0.059, \text{power} = 0.814$)。なお、分散の均一性の検定結果は有意でない ($\text{Levene's } F_{3,128} = 0.809, p = 0.491$)。

「自信」因子において、交互作用は有意でなかった ($F_{1,128} = 3.904, p = 0.0503, \text{partial } \eta^2 = 0.03$)。また、性別の主効果も有意でなく ($F_{1,128} = 0.852, p = 0.358, \text{partial } \eta^2 = 0.0066, \text{power} = 0.154$)、ファン対象の主効果も有意でなかった ($F_{1,128} = 0.006, p = 0.941, \text{partial } \eta^2 < 0.001, \text{power} = 0.051$)。なお、分散の均一性の検定結果は有意でない ($\text{Levene's } F_{3,128} = 0.145, p = 0.933$)。

「達成感」因子では、交互作用は有意であった ($F_{1,128} = 7.6367, p = 0.007, \text{partial } \eta^2 = 0.056$)。性別×ファン対象の有無の交互作用が有意であったため、有意水準 $\alpha = 0.15$ として単純主効果検定を行った。 p 値の調整はいずれも Benjamini and Hochberg (1995) の方法による。結果、性別の単純主効果は、ファン対象無しにおいて有意であったが ($F_{1,128} = 10.57, \text{adjusted } p = 0.006$)、ファン対象有りでは有意でなかった ($F_{1,128} = 0.073, \text{adjusted } p = 0.788$)。

また、ファン対象の有無の単純主効果は、男性において有意であったが ($F_{1,128} = 5.797, \text{adjusted } p = 0.035$)、女性では有意でなかった ($F_{1,128} = 2.183, \text{adjusted } p = 0.189$)。なお、分散の均一性の検定結果は有意でない ($\text{Levene's } F_{3,128} = 0.48, p = 0.697$)。

社会的比較志向性尺度の分散分析 分析の結果、「能力比較」因子において、交互作用は有意でなかった ($F_{1,128} = 0.135, p = 0.714, \text{partial } \eta^2 = 0.001$)。また、性別の主効果も有

意でなく ($F_{1,128} = 3.01, p = 0.085, \text{partial } \eta^2 = 0.023, \text{power} = 0.416$)、ファン対象の有無の主効果も有意でなかった ($F_{1,128} = 0.0003, p = 0.985, \text{partial } \eta^2 < 0.001, \text{power} = 0.05$)。なお、分散の均一性の検定結果は有意でない ($\text{Levene's } F_{3,128} = 1.205, p = 0.311$)。

「意見比較」因子において、交互作用は有意でなく ($F_{1,128} = 0.72, p = 0.398, \text{partial } \eta^2 = 0.006$)、性別の主効果も有意でなかったが ($F_{1,128} = 0.009, p = 0.925, \text{partial } \eta^2 = 0.0001, \text{power} = 0.051$)、ファン対象の有無の主効果は有意であった ($F_{1,128} = 4.359, p = 0.039, \text{partial } \eta^2 = 0.033, \text{power} = 0.557$)。なお、分散の均一性の検定結果は有意でない ($\text{Levene's } F_{3,128} = 2.666, p = 0.051$)。

重回帰分析

心理的健康と社会的比較志向性の各要因との関連の仕方について検討するため、主観的幸福感尺度の各下位尺度を目的変数とし、社会比較志向性尺度の各下位尺度を説明変数とする回帰分析を実行した。「人生に対する前向きな気持ち」において初期モデルを加法モデルとし、ステップワイズ増減法により情報量規準 BIC を用いたモデル選択を行った結果、「人生に対する前向きな気持ち=意見比較」を選出した。選出されたモデルにおける各項目の偏回帰係数とその検定結果は表 6 のとおりである。モデル R^2 は 0.103 で有意だった ($F_{1,130} = 14.93, p = 0.000, \text{effect size } f^2 = 0.115, \text{power} = 0.972, \text{adjusted } R^2 = 0.096$)。

表 6 偏回帰係数の検定（人生に対する前向きな気持ち）

	偏回帰係数	標準誤差	t	p	stb
(切片)	2.382	0.204	11.657	0	0
項目 2	0.212	0.055	3.864	0.0002	0.321

「自信」も同様の方法でモデル選択を行った結果、「自信=能力比較+意見比較」を選出した。選出されたモデルにおける各項目の偏回帰係数とその検定結果は表 7 のとおりである。モデル R^2 は 0.152 で有意だった ($F_{2,129} = 11.55, p = 0.000, \text{effect size } f^2 = 0.179, \text{power} = 0.994, \text{adjusted } R^2 = 0.139$)。

表 7 偏回帰係数の検定（自信）

	偏回帰係数	標準誤差	t	p	stb
(切片)	2.7	0.234	11.537	0	0
項目 1	-0.288	0.066	-4.343	0	-0.402
項目 2	0.24	0.062	3.9	0.0002	0.361

「達成感」では、「達成感=意見比較」を選出した。選出されたモデルにおける各項目の偏回帰係数とその検定結果は表8のとおりである。モデル R^2 は 0.04 で有意だった ($F_{1,130} = 5.396, p = 0.022, \text{effect size } f^2 = 0.042, \text{power} = 0.642, \text{adjusted } R^2 = 0.033$)。

表8 偏回帰係数の検定（達成感）

	偏回帰係数	標準誤差	t	p	stb
(切片)	2.138	0.262	8.169	0	0
項目2	0.163	0.07	2.323	0.022	0.2

心理的健康と「居場所」の心理機能の各要因との関連の仕方について検討するため、主観的幸福感尺度の各下位尺度を目的変数とし、「居場所」の心理機能測定尺度の各下位尺度を説明変数とする回帰分析を実施した。「人生に対する前向きな気持ち」では、「人生に対する前向きな気持ち=被受容感・自己肯定感+他者からの自由」を選出した。各項目の偏回帰係数とその検定結果は表9のとおりである。モデル R^2 は 0.098 で有意だった ($F_{2,101} = 5.475, p = 0.006, \text{effect size } f^2 = 0.108, \text{power} = 0.851, \text{adjusted } R^2 = 0.08$)。

表9 偏回帰係数の検定（人生に対する前向きな気持ち）

	偏回帰係数	標準誤差	t	p	stb
(切片)	3.131	0.219	14.298	0	0
項目2	0.197	0.069	2.848	0.005	0.274
項目4	-0.141	0.064	-2.198	0.03	-0.212

「自信」では、「自信=被受容感・自己肯定感+他者からの自由」を選出した。各項目の偏回帰係数とその検定結果は表10のとおりである。モデル R^2 は 0.122 で有意だった ($F_{2,101} = 6.984, p = 0.0014, \text{effect size } f^2 = 0.138, \text{power} = 0.927, \text{adjusted } R^2 = 0.104$)。

表10 偏回帰係数の検定（自信）

	偏回帰係数	標準誤差	t	p	stb
(切片)	2.664	0.228	11.693	0	0
項目2	0.199	0.072	2.773	0.007	0.264
項目4	-0.199	0.067	-2.989	0.004	-0.284

「達成感」では、「達成感=思考・内省+他者からの自由」を選出した。選出されたモデルにおける各項目の偏回帰係数とその検定結果は表 11 のとおりである。モデル R^2 は 0.091 で有意だった ($F_{2,101} = 5.03, p = 0.008, \text{effect size } f^2 = 0.100, \text{power} = 0.818, \text{adjusted } R^2 = 0.073$)。

表 11 偏回帰係数の検定（達成感）

	偏回帰係数	標準誤差	t	p	stb
(切片)	2.575	0.281	9.16	0	0
項目 3	0.244	0.087	2.8	0.006	0.275
項目 4	-0.177	0.082	-2.148	0.034	-0.211

心理的健康とファン心理の各要因との関連の仕方について検討するため、主観的幸福感尺度の各下位尺度を目的変数とし、ファン心理尺度の各下位尺度を説明変数とする回帰分析を実行した。まず「人生に対する前向きな気持ち」と「自信」においては、モデルが選出されなかった。「達成感」では、「達成感=自覚」を選出した。選出されたモデルにおける各項目の偏回帰係数とその検定結果は表 12 のとおりである。モデル R^2 は 0.067 で有意だった ($F_{1,102} = 7.303, p = 0.008, \text{effect size } f^2 = 0.072, \text{power} = 0.771, \text{adjusted } R^2 = 0.058$)。

表 12 偏回帰係数の検定（達成感）

	偏回帰係数	標準誤差	t	p	stb
(切片)	2.341	0.156	15.024	0	0
項目 4	0.156	0.058	2.703	0.008	0.259

ファン心理と「居場所」の心理機能の各要因との関連の仕方について検討するため、ファン心理尺度の各下位尺度を目的変数とし、「居場所」の心理機能測定尺度の各下位尺度を説明変数とする回帰分析を実行した。「熱狂因子」では、「熱狂因子=精神的安定・自由」を選出した。選出されたモデルにおける各項目の偏回帰係数とその検定結果は表 13 のとおりである。モデル R^2 は 0.305 で有意だった ($F_{1,102} = 44.723, p < 0.001, \text{effect size } f^2 = 0.439, \text{power} = 1, \text{adjusted } R^2 = 0.300$)。

表 13 偏回帰係数の検定（熱狂因子）

	偏回帰係数	標準誤差	t	p	stb
(切片)	0.436	0.41	1.064	0.29	0
項目1	0.875	0.131	6.688	0	0.552

「共感因子」では、「共感因子=被受容感・自己肯定感」を選出した。選出されたモデルにおける各項目の偏回帰係数とその検定結果は表 14 のとおりである。モデル R^2 は 0.163 で有意だった ($F_{1,102} = 19.793, p < 0.001, \text{effect size } f^2 = 0.194, \text{power} = 0.994, \text{adjusted } R^2 = 0.154$)。

表 14 偏回帰係数の検定（共感因子）

	偏回帰係数	標準誤差	t	p	stb
(切片)	1.475	0.339	4.353	0	0
項目2	0.616	0.138	4.449	0	0.403

「目標因子」では、「目標因子=被受容感・自己肯定感」を選出した。選出されたモデルにおける各項目の偏回帰係数とその検定結果は表 15 のとおりである。モデル R^2 は 0.094 で有意だった ($F_{1,102} = 10.626, p = 0.002, \text{effect size } f^2 = 0.104, \text{power} = 0.903, \text{adjusted } R^2 = 0.086$)。

表 15 偏回帰係数の検定（目標因子）

	偏回帰係数	標準誤差	t	p	stb
(切片)	2.355	0.317	7.424	0	0
項目2	0.422	0.13	3.26	0.002	0.307

「自覚因子」では、「自覚因子=精神的安定・自由+被受容感・自己肯定感+他者からの自由」を選出した。出されたモデルにおける各項目の偏回帰係数とその検定結果は表 16 のとおりである。モデル R^2 は 0.213 で有意だった ($F_{3,100} = 9.026, p < 0.001, \text{effect size } f^2 = 0.271, \text{power} = 0.996, \text{adjusted } R^2 = 0.190$)。

表 16 偏回帰係数の検定（自覚因子）

	偏回帰係数	標準誤差	t	p	stb
(切片)	0.668	0.506	1.32	0.19	0
項目1	0.594	0.216	2.746	0.007	0.337
項目2	0.365	0.161	2.262	0.026	0.242
項目4	-0.32	0.146	-2.196	0.03	-0.23

考 察

結果から、主観的幸福感の「人生に対する前向きな気持ち」に関して、「ファン対象有り」と回答した人の方が、「ファン対象無し」と回答した人に比べて有意に高いことが明らかになった。ここから、ファン対象がいることで、人生を楽しんだり、生きようと思つたりする気持ちが強くなるのではないかと考えられる。

小城（2018）は、ファン層を「1. 疑似友人にわかファン層」、「2. 熱狂的ファン層」、「3. 無関心層」、「4. 隠れファン層」、「5. 一般的ライト・ファン層」の5クラスタに分類している。これらをファン度、アイデンティティの形成の二軸で考え、アイデンティティの形成が十分にされている第1, 第2, 第5クラスタほどファンとしての活動が充実感や精神的健康と結びついていると述べている。また、アイデンティティの形成が不十分だとしても、好きな対象を持っている第4クラスタに関しては、先述のクラスタと同等の精神的健康や主観的幸福感を維持していることなどから、ファン心理が現状の精神的健康や主観的幸福感の維持への寄与を示唆している。第3クラスタも辛うじて興味は抱いているが、ファン対象のいるクラスタに比べると精神的健康が低い傾向とされている。西川・渋谷（2011）は、ファンは自分の好きなことを見つけること、好きなことに夢中になること等の余暇活動や生きがいを持っており、それが精神的健康にポジティブな影響を与えることを示唆している。広辞苑（2008）によれば「生きがい」とは「生きるはりあい、生きていてよかったですと思えるようなこと」とされている。やはり、生きていてよかったですということや、生きるはりあいや希望となる存在がファン対象であるということが考えられる。そのような対象のいない場合、生きるはりあいも生まれないため、主観的幸福感も低くなってしまうと考えられる。これらは、仮説III「ファン対象がいる人の方が、主観的幸福感は高い」を支持するとともに、同様のことを指摘している先行研究を支持する結果であった。

また、「達成感」においては、男性の「ファン対象無し」と回答した人の方が、男性の「ファン対象有り」と回答した人に比べて有意に高いことが分かった。これは、女性においては見られなかった差である。男性においては、ファン対象を持っていない人の方が、実生活において達成感を得られる機会が多いということではないかと推測する。具体的には、

スポーツ等に自身が打ち込んでおり、余暇を楽しむ時間がないが、スポーツにおいて達成感を得ていることが考えられる。

文部科学省(2006)は、「スポーツは、体を動かすという人間の本源的な欲求にこたえるとともに、爽快感、達成感、他者との連帯感等の精神的充足や楽しさ、喜びをもたらし、さらには、体力の向上や、精神的なストレスの発散、生活習慣病の予防など、心身の両面にわたる健康の保持増進に資するものである」とスポーツの意義を述べている。これより、「達成感」という心身の健康においてスポーツが一つの有益な材料となっていることが考えられる。

社会的比較志向性に関しては、「意見比較」において「ファン対象有り」と回答した人の方が「ファン対象無し」と回答した人に比べて有意に高いことが分かった。「意見比較」は「他の人とお互いの意見や経験について話すのが好きだ」と、「何かについてもっと知りたいと思うとき、それについて、他の人が何を考えているのかを知ろうとする」の2項目からなる因子である。ファン対象がいる人は、その対象の作品などについて、他の人の意見交換や、感想共有を好んでいるために、このような結果になったと考える。また、他者の思考について考えるという点においては、自分の感じた作品への感情と、他者の持つ作品への感情が同じなのかについて知りたいという考えがあるからなのではないかと推測される。

小城(2002)は、共通のファン対象を持つことはファン同士の好意を高め、連帯感を抱かせるとしている。また、他者から自分の態度の妥当性が保証されるという社会的強化に対して魅力を感じると述べている。また、高田(1994)は、社会的比較の主要機能の一つとして「自己高揚」を挙げていたが、これは自尊感情・自己に対する価値づけを防衛し、維持し、向上する機能と定義されている。そのため、比較をすることは、自尊感情を保つために必要なことだと考えられる。また、吉川・佐藤(2011)は、自分と似た立場の他者と自分の立場が一致したとき、自分の意見の正確性や妥当性を感じやすく、社会的アリティーを得やすいとしている。そのため、比較を行うときは、似た立場にある人を選択しやすいと考えられている。

以上のことから、他者との意見比較や意見交換は自己の妥当性を改めて感じ、自尊感情を維持するための行為であり、比較対象は似た立場にある人を選択していると考えられる。ここでの似た立場とは、同担・推し被りのような同じファン対象を応援するファンのことだと考えられる。また、他者との意見比較等は、他のファンとの連帯感も高めることができ、よりファン対象への好意を高めることができるのではないかと考える。しかしながら社会比較志向性において「ファン対象有り」の人の方が「ファン対象無し」の人より有意に高かったことから、仮説III「ファン対象の有無によって社会的比較志向においては差がない」は支持されなかった。

また、ファン対象の有無にかかわらず、主観的幸福感の「人生に対する前向きな気持ち」

「達成感」において「意見比較」が正の影響を与えている。全体の約10%までしか説明できないが、意見比較をすることが主観的幸福感にポジティブな影響を与えていたことは新たな事実の発見であった。その理由として、大学生は他者とディスカッションなどで意見を交わす機会が多くあり、他者との意見比較が楽しいと感じる人たちが集まっている集団であることからも推測される。調査対象の年齢を幅広くした場合に、主観的幸福感と社会的比較志向性の関係において、どのような結果が得られるかについては、さらなる研究の余地がある。

主観的幸福感と社会的比較志向性の各要因との関連の仕方を検討した結果、「自信」において「能力比較」がマイナスの係数を示していることが注目される。このことから、能力比較をすることは、主観的幸福感の「自信」については負の影響をもたらすことが示された。ここから、他者と自分の出来・能力の違いを比較することで、自分がより出来が悪い人物だと感じ、自信をなくしてしまうことが推測される。全体の15%がこのモデルで説明されるが、先述の意見比較に比べると、より多くの人が能力比較をすることで自信を無くすことが考えられる。

吉川・佐藤（2011）は、「落ち込み」状況で行うネガティブな対人比較は生活におけるストレッサーと成り得ると述べている。また、「落ち込み」状況では、強く激しい気持ちで頻繁に比較を行うことが示唆され、ネガティブな対人比較を行っている場合は、状況をより悪化させ、その人を苦悩させると予想している。本研究では、能力比較によって自信を無くしてしまう結果がもたらされており、ネガティブな対人比較であるとともに、ストレッサーになってしまっていることが推察される。ファン対象を応援する場面においては、自己の財力が及ばないと感じている時に、他者から財力を見せつけられると、より自分のふがいなさを感じてしまうことが当てはまるのではないかと考える。

これらのことから、社会的比較志向のうち、能力において比較をする人は主観的幸福感に負の影響を与えていたことが考えられる。これは仮説I「他者比較をする人の方が心理的に健康ではない」を支持する結果となった。ただし、この仮説は能力比較においてのみ支持されたものであり、意見比較をする人は心理的に健康であるという結果であった。

主観的幸福感と「居場所」の心理機能の各要因との関連の仕方を検討した結果、主観的幸福感のどの因子においても、「他者からの自由」がマイナスの係数を示していた。この結果は注目に値する。他者から自由になることは、主観的幸福感について負の影響をもたらすことが示されたのである。つまり、他者に縛られていた方が幸福ということである。

「他者からの自由」は「人に会わなくていい」、「他人のペースを気にしなくていい」、「人を気にしなくていい」という3項目からなる因子である。このとき、応援活動を「居場所」と考えた場合における回答を求めたため、ライブやコンサートに行く際は「人に会わなくていい」という項目には当てはまらない。むしろ、小城（2002）が述べているファン・コミュニケーションや、向居・竹谷・川原・川口（2016）が述べているファン・コミュニケ

イにおいては人と会ってコミュニケーションを取るという行動もみられる。そのため、他者に縛られる、人に会うことで主観的幸福感が高まるという結果が得られたのではないかと考える。

また、外山（2002）によると、一般に、日本人は集団志向的で周囲との調和や一致を重んじると言われている。このことから、周囲との足並みを合わせるために、他人のペースなどを気にすることは日本人としての特性であり、特段それを苦に感じているわけではないと考えられる。むしろ、先述の小城（2002）の通り、共通のファン対象を持つことでファン同士の好意を高め、連帯感を抱くことがファンとしての幸せに繋がっているのではないかと考えられる。

主観的幸福感へ正の影響を示していたのが、「被受容感・自己肯定感」、「思考・内省」である。応援活動において、自分という存在が受け入れられる、自信が持てる、対象について考える時間があることで幸福を感じていると考える。これは、小城（2002）の提唱するファン・コミュニケーションの中で、自分を本当に理解してくれる仲間がいることが一因と考えられる。また、対象について深く考えることで、ファン対象の魅力について新しい点を見出し、新たな幸福感に繋がるのではないかと考える。以上のことから、仮説Ⅱ「ファン対象を応援しているときの「居場所感」が、心理的健康に影響を与えている」については支持された。

主観的幸福感とファン心理尺度の各要因との関連の仕方を検討した結果、「達成感」においてのみ「自覚因子」が正の影響を示していた。成功した、やり遂げたと感じることには、自分が誰のファンであるかを自覚していることが影響していると示唆される。今井・砂田・大木（2010）は、ファンという一つの集団に属していることが、ファン対象を応援する役割を認識することとなり、役割を得ることが自尊心につながると考えている。ここから、ファン対象に恥じない自分でいるために、生活の水準を上げるよう努力したり、仕事に励んだりする一面があるのではないかと考える。そして、それらの努力が自尊心を高めて、達成感を感じることに繋がると考えられる。また、ファン対象を見つけた、自分がその対象のファンであることが、自分の成功だという考え方も少なからずあるのではないかと考える。ただし、このモデルは全体の7%のみを説明しているにとどまっているため、より精密なモデルの検討が求められる。

ファン心理と「居場所」の心理機能の各要因との関連の仕方を検討した結果、熱狂因子においては「精神的安定・自由」が正の影響を示している。「精神的安定・自由」は「何かに夢中になれる」、「誰にも邪魔されない」など、熱狂的になる要素が項目として多いと考える。植田（2019）は、アイドル・エンタテインメントにおいて、体験消費やインターネットの発達により、「直接コミュニケーション」や「ヴァーチャルコミュニケーション」が活発となり、「同じグループやメンバーを応援するファンと繋がりたい」「自分に適した居場所を見つけたい」という心理が、SNSや動画アプリ、スマホ等の発展に合わせて顕在化

し、かつてない盛り上がりを見せていていると述べている。やはり、インターネットの発達によって、様々な人との関わりを多様に持つことができるということは、ファンコミュニケーションの多様化に繋がっていると考えられる。また、自分の居場所を求めて様々なファン対象や、ファン活動への関わりに積極的になることも考えられる。そして、ファン活動に積極的になることで、よりファン対象にのめり込み、熱狂的になるのだろう。

共感因子と目標因子においては、共に「被受容感・自己肯定感」が正の影響を示している。自分が大切にされていると感じること、自分を一人の自己としてとらえることができている人はファン対象に対して共感したり、目標の存在としてさらに自己を向上させようと考えることができるのではないかと推測される。

自覚因子においては、「精神的安定・自由」と「被受容感・自己肯定感」が正の影響、「他者からの自由」が負の影響を示している。正の影響を及ぼすものについては他のファン心理と違い、複数存在している。夢中になっている自分、無理をしない本当の姿の自分でいられる、ひとりじゃない「居場所」は、自分に対して良い影響をもたらしてくれる、自信を持って自慢できるものなのではないかと推測される。

負の影響を及ぼすものについては、主観的幸福感と「居場所」の心理機能の各要因との関連と同様に、小城（2002）が述べているファン・コミュニケーションや、向居・竹谷・川原・川口（2016）が述べているファン・コミュニティにおける他者とのコミュニケーションが、自己のファン意識にも繋がっているのではないかと考える。また、小城（2002）が、共通のファン対象を持つことでファン同士の好意を高め、連帯感を抱くと述べている。そのことからも、他者に縛られる関わり方であったとしても、ファンである自覚にはプラスに影響することが考えられる。

以上のことから、仮説Ⅱ「ファン対象を応援しているときの『居場所感』」が、ファン心理に影響を与えていた「影響を与えていた」についても支持された。ファン対象を応援しているときに「居場所」があることで、心理的健康やファン心理に良い影響を及ぼしていることが分かったことは、有意義なことであると考える。たとえ自己の身近なコミュニティにおいて、居場所がないと感じていたとしても、ファン対象に関連するコミュニティに参加することで、支えられる面もあるのかもしれない。

今後の課題

本研究では、大学生、大学院生のみを対象に調査を行った。今井・砂田・大木（2010）は作成したファン心理尺度に関して、多様な年齢層に対して調査を実施してあらゆる年齢への適応可能性の検討をする必要があると述べている。演歌歌手は以前から挙げられているが、最近では年配層に絶大な人気を誇っているスーパー銭湯アイドルも存在している。また、ジャニーズ等のアイドルでも、家族ぐるみでファンであるという姿もある。そのため、多様な年齢層を対象とした調査はより具体的なファン心理の様態を調査するためには不可欠である。また、その際の調査方法としてインターネットや各種SNSの利用が候補

として挙げられる。ファン・コミュニティはSNSで形成されていることが多い。特定のグループや人物について検討する場合や、特にコアなファン層のファン心理について検討する際には、大いに活用できるのではないかと考える。ただし、SNSを積極的に利用するのは若い世代が多いと考えられるため、西川・渋谷（2011）が行っていたようなスノーボールサンプリングを行うと、様々な年代のファンに調査を行うことが可能になるのではないかと考える。これらを行うことでより多様な年齢層やコア・ファン層のファン心理の解明に繋がると考えられる。

文 献

- 薊理津子（2019）。タカラヅカファンの心理—日本人ファンと海外ファンとの比較— 江戸川大学紀要, 29, 289-303
- Benjamini, Y., & Hochberg, Y. (1995). Controlling the False Discovery Rate: A Practical and Powerful Approach to Multiple Testing Journal of the Royal Statistical Society, 57, 289-300
- 今井有里紗・砂田純子・大木桃代（2010）。ファン心理と心理的健康に関する検討 生活科学研究, 32, 67-79
- 伊藤裕子・相良順子・池田政子・川浦康至（2003）。主観的幸福感尺度の作成と信頼性・妥当性の検討 心理学研究, 74, 276-281
- 小城英子（2002）。ファン心理の探索的研究 関西大学大学院人間科学：社会学・心理学研究, 57, 41-59
- 小城英子（2004）。ファン心理の構造(1) ファン心理とファン行動の分類 関西大学大学院人間科学：社会学・心理学研究, 61, 292-205
- 小城英子（2018）。ファン心理尺度の再考 聖心女子大学論叢, 132, 182-224
- 小城英子・広沢俊宗（2005）。プロ野球ファンに関する研究(II) —ファン心理の球団別比較— 関西国際大学地域研究所叢書, 2, 19-26
- 文部科学省（2006）。スポーツ振興基本計画 1 総論, 文部科学省 2006 年 9 月 <https://www.mext.go.jp/a_menu/sports/plan/06031014.htm>. (2020 年 1 月 28 日)
- 向居 晓・竹谷真詞・川原明美・川口あかね（2016）。ファン態度とファン行動の関連性 高松大学・高松短期大学 研究紀要, 64・65, 233-257
- 新村出編（2008）。広辞苑 第六版 岩波書店
- 西川千登世・渋谷昌三（2011）。音楽ファンのコンサート参加行動による精神的健康度への影響—参加頻度による検討— 目白大学心理学研究, 7, 45-53
- 清水 均（1997）。現代用語の基礎知識 自由国民社
- 杉本希映・庄司一子（2006）。「居場所」の心理的機能の構造とその発達的变化 教育心理学研究, 54, 289-299

- 高田利武 (1994). 日常事態における社会的比較の様態 奈良大学紀要, 22, 201-210
- 徳田真帆 (2010). ジャニーズファンの思考 くにたち人類学研究, 5, 21-46
- 外山美樹 (2002). 社会的比較志向性と心理的特性との関連—社会的比較志向性尺度を作成して— 筑波大学心理学研究, 24, 237-244
- 植田康孝 (2019). アイドル・エンタテインメント概説(3) —アイドルを「推す」「担」行為に見る「ファンダム」— 江戸川大学紀要, 29, 133-153
- 吉川祐子・佐藤安子 (2011). 対人比較が生じる仕組みについての心理学的検討 心理社会的支援研究, 1, 41-53