

オタクはどのような印象をもたれているのか？

—オタクカテゴリと印象との相互関連性の検討—

目白大学人間学部 高田 治樹
目白大学人間学部 菊地 学
帝京大学文学部 尹 成秀

【要 約】

本研究は、多種のオタクカテゴリとオタクカテゴリに対する印象との関連性を検討することを目的として調査を実施した。調査対象者は、自身をオタクと自認するオタク群258名となり、自身をオタクと認識しない一般群258名を対象とした。オタク群と一般群によるオタクカテゴリごとの印象の差を検討した結果、カテゴリによって、オタク群は一般群よりも社交性に関するポジティブなイメージを抱きやすく、マナーの悪さに関するネガティブなイメージを抱いていた。また、一般群はオタク群よりもオタクカテゴリに対して不健康で、大人しいという印象を抱いていた。さらに、オタクカテゴリと印象評定との相互関連性を双対尺度法によって検討した結果、腐女子とマンガオタクは過激で妄想しやすいという印象でまとめられ、女性アイドルオタクと声優オタクは不健康という印象でまとめられ、ゲームオタクと鉄道オタクは陰気でマナーが悪いという印象でまとめられ、アニメオタクやコスプレイヤーは恋愛が苦手で大人しいという印象でまとめられた。本研究の結果から、一般群においていまだにオタクに対する偏見がみられ、その偏見はオタクカテゴリごとの異なる印象が統合された偏見である可能性が示唆された。

キーワード：オタク，ステレオタイプ，双対尺度法

問題

ステレオタイプと社会的カテゴリー

近年、性役割、LGBTや人種など、様々な人々に対する偏見・差別が問題視されている。ステレオタイプとは、ある社会的カテゴリーに対して共通して有していると信じられている特徴であり、特に否定的評価や感情を含むステレオタイプは偏見と呼ばれ検討されてきた(上瀬, 2002)。ステレオタイプの形成は、カテゴリー化によって説明される。カテゴリー化とは、あるカテゴリーに含まれるものとそうでないものを瞬時に区別する過程であり、カテゴリー化を通して、同一カテゴリーに含まれる対象の類似性が強調される同化効果と、カテゴリーに含まれる対象と異なるカテゴリーに含まれる対象との差異が協調される対比効果が生じ、カテゴリー

間の境界が明瞭になる強調効果もたらされる(北村・唐沢, 2018)。カテゴリー化は、国家、民族、人種、宗教などの社会的カテゴリーにも適用され、一方の社会的カテゴリーに属する人々は、他方とは異なる性質を持ちやすく、それがステレオタイプの基礎となる(上瀬, 2002)。

社会的カテゴリーのうち、人種や性別のような社会的カテゴリーは、集団の定義が明白であり、身体的特徴の差異が明確であるため、カテゴリー化が容易である。そのため、一方の社会的カテゴリーに接触することはもう一方の集団との比較を自動的に生じさせ(Smith, Dijksterhuis, & Chaiken, 2008)、ステレオタイプを顕在化させやすい。対比関係が自明な社会的カテゴリーでは、外見の特徴が明確な女性(高林・沼崎, 2010)や身長(山本, 1995)など

がステレオタイプとして研究されている。しかし、社会的カテゴリーの中には、人種のようにそもそも自明な対比関係がなく、集団の定義さえも流動的なものが多い(川上・吉田, 2013)。人は自分が含まれる集団である内集団と自分が含まれない外集団を区別し、外集団等質性効果と呼ばれる外集団に所属する人々を均質なものであると捉える傾向を持つ(上瀬, 2002)。そのため、対比関係が自明ではない社会的カテゴリーにおいてもステレオタイプが生じており、血液型(松井・上瀬, 1994)、出身地(松尾・吉田, 2012)、職業(上瀬, 2011)などの社会的カテゴリーに対するステレオタイプについても研究されている。

以上のように、ステレオタイプは様々な社会的カテゴリーにおいて生じる現象であり、対比関係が自明なカテゴリーだけではなく、対比関係が自明ではないカテゴリーにおいても生じることが明らかにされている。

オタクステレオタイプ

対比関係が自明ではない社会的カテゴリーにはオタクも含まれる(川上・吉田, 2013)。オタクとは、「特定の趣味に対して多くの時間やお金をかける人のこと」(金田一, 2009)であり、近年、オタクと自称する人々は増加傾向にある。菊池(2008)はオタク性の自認する傾向について1998年と2007年の調査を比較し、「おたくと言われて自分自身に思い当たるフシがあるか」という質問に対して、「非常にある」と「多少ある」と回答した割合が男性で43%から54%に、女性で38%から48%と増加していた。また、辻・岡部(2014)も同様においても、オタクの自認している割合が13.4%から59.4%に増加していた。さらに、オタマート(2014)が実施した調査によれば、オタクであることを隠さない「オープンオタ」の割合が77%であり、オタクであることを隠している「隠れオタ」の割合23%を大きく上回っていた。このように、近年では、オタクを自認し、オタクを公言することを問題視していない人々が増加しており、オタクは一般的な社会的カテゴリーとなりつつある。

一方で、オタクは社会的に否定的なイメージ

を抱かれており、それらはオタクステレオタイプとして検討されている(菊池, 2000; 2008)。オタクのイメージについて、たとえば、山岡(2016)は、オタクの歴史についてまとめ、宮崎勤による連続少女誘拐殺人事件からオタクという言葉がマスコミによって使用され、オタクが「外見にまったく魅力がなく、コミュニケーション能力にも難がある社会的に価値の低い存在」という否定的イメージが形成されたと指摘している。また、浅羽(1990)においても、オタクとは「サブカルチャーと言われる何らかのジャンルにマニアックに没頭し、同好の仲間と距離をとったつきあいを持つ以外は、一般的コミュニケーションが苦手で自閉的で根の暗い少年たちへの蔑称を含んだ呼び名」とされている。さらに、菊池(1998; 2008)は、オタクのイメージについての実態調査を行っている。まず、菊池(1998)では、オタクと言われた時に「不愉快」と感じる人々が男女ともに過半数を超えていることを明らかにしている。また、菊池(2008)は、大学生を対象として「おたくの特徴として最も思うこと」について自由記述の回答を求めた。自由記述項目の分析の結果、没頭・執着・興味などの内面的特徴と、独特なファッションなどの外見的特徴が導出された。加えて、自由記述の回答から、オタクにネガティブな印象を有する人々の割合を算出した結果、1998年の調査に62%であり、2007年の調査に42%であった。このことから、ネガティブな印象が払拭されている傾向にある一方で、いまだにネガティブなイメージが根付いていることが推察される。

以上のように、オタクという社会的カテゴリーは、年代によって流動的に変化し、広く一般的になり、イメージの変容が起きている一方で、オタクのネガティブな蔑称という印象が払拭されたわけではないことが指摘されている(山岡, 2016)。つまり、オタクという社会的カテゴリーに属する人々が増加しているにも関わらず、オタクは偏見に晒されていると考えられる。したがって、オタクに対して抱かれるステレオタイプの実態を明らかにすることは、偏見の解消の寄与に繋がり、社会的に有益な知見が得られると考えられる。

しかし、オタクステレオタイプに関する研究では、以下の二つの問題が挙げられる。第一に、オタクとそうではない人によるステレオタイプの相違が検討されていない点である。先述のように、近年では、オタクの人口が増加しているにも関わらず、オタクステレオタイプに関する研究はいまだに少ない（菊池，2000；2008）。また、オタクは対比関係が自明ではない社会的カテゴリではあり、内集団と外集団では異なるステレオタイプを抱えていると考えられる（上瀬，2002）。オタクに対する偏見を解消するためにも、オタクとオタクではない人それぞれのオタクステレオタイプを明らかにし、ステレオタイプの相違を検討する必要があると考えられる。しかし、オタクが抱くステレオタイプとオタクではない人が抱くステレオタイプとの相違について検討した研究は見当たらない。

第二に、全般的なオタクのイメージについてのみ検討されている点である。従来、オタクは、アニメ、マンガ、ゲーム、パソコンなどの趣味と強く結びついていたと考えられる。しかし、オタクという言葉が一般的な表現になるにつれて、それ以外の趣味とも結びつくようになった。たとえば、男性同性愛を題材としたマンガやアニメに傾倒する腐女子、ジャニーズ・グループに傾倒するジャニーズオタク、韓国ドラマを代表とする韓国文化に傾倒する韓流オタク、筋肉トレーニングに傾倒する筋肉オタク、美容に傾倒する美容オタクなどが挙げられる。このように、今日ではオタクの種類は細分化されている。そのため、オタクという広範囲の社会的カテゴリに対するステレオタイプの研究だけではなく、腐女子やアニメオタクなどのようにオタクカテゴリを細分化した研究が行われている。

まず、山岡（2016）は、オタクとは異なるがオタク的趣味を有する「腐女子」のイメージについて検討している。その結果、腐女子のイメージとしては、違和感とアブノーマル感という2因子を導出している。また、オタク度と腐女子度によって、回答者をオタク度だけが低いオタク群、オタク度と腐女子度が高い腐女子群、オタク度と腐女子度が低い一般群の3群に分け、オタクと腐女子のイメージについて群間の

差について検討している。その結果、腐女子イメージのうちアブノーマル感は、一般群、オタク群、腐女子群の順番で高かった。

また、大角・大江（2018）は、オタクの中でも特にアニメオタクを対象を絞り、アニメオタクのステレオタイプについて検討した。アニメオタクは、「眼鏡をかけている」や「身だしなみに気を遣わない」という外見的特徴、「1つのことに夢中になる」や「頭が良い」などの内面的特徴、「友だちが少ない」や「あまり外に出ない」、「コミュニケーションが苦手」という行動的特徴が抱かれていた。

さらに、森本・大久保・鈴木（2017）は、コスプレを楽しむコスプレイヤーを対象として、コスプレ動機と心理的効用について検討している。その結果、コスプレを通じた自己表現が、自己変化による充実感を高め、異なる自己への変身が現実逃避による高揚感を高め、仲間との交流が趣味の共有による幸福感を高めることを明らかにした。

上述のように、近年では、オタクステレオタイプは、細分化された多種のオタクカテゴリを対象として研究されている。しかし、これまでの研究では細分化された一つのオタクカテゴリのみを対象として研究が進められており、細分化されたオタクカテゴリとオタクステレオタイプの相互関連性については検討されていない。また、山岡（2016）や菊池（2008）のように、細分化されたオタクカテゴリに対して、オタクと自認する人々とオタクと自認しない人々での印象の差についても検討されていない。

以上の議論に基づき、本研究では、様々な種類のオタクカテゴリがどのような印象を保有されているかを明らかにし、細分化されたオタクカテゴリに対するオタクステレオタイプに関する基礎的知見を得ることを目的とした。

方法

調査手続き・調査対象者

2019年3月に株式会社マクロミルにWeb調査を依頼した。調査の冒頭では、研究倫理に関わる説明として、回答が無記名で行われること、回答することによって不利益が生じないこと、回答が統計的に処理され個人が特定される

ことを示し、研究倫理に関する説明に同意される場合には「同意する」を選択し、以降の質問に回答するように求めた。調査への同意が得られた回答者に対して、「あなたは自身をオタクであると思いますか？オタクであるかは、あなた自身がどのように考えるかで構いません」と教示し、「はい」と「いいえ」の2件法によって回答を求めた。なお、山岡（2016）では、オタクか否かについての分類を、オタク尺度の平均値を基準として分類している。しかし、ステレオタイプはカテゴリー化によって生じており、自身をオタクであるとカテゴリー化するか否かがステレオタイプの形成の基礎となっていると考えた。そのため、本研究では、「はい」と回答した回答者をオタク群とし、「いいえ」と回答した回答者を一般群とした。その結果、516名（男性258名、女性258名； $M = 43.10$ 歳、 $SD = 11.84$ 歳）が回答し、オタク群は258名（男性129名、女性129名； $M = 39.85$ 歳、 $SD = 11.50$ 歳）となり、一般群は258名（男性129名、女性129名； $M = 46.34$ 歳、 $SD = 11.29$ 歳）となった。

調査項目

本研究では、多種のオタクカテゴリに対するイメージについて測定するために、オタクカテゴリならびにオタクステレオタイプを表す印象語を以下の手続きにより作成した。まず、第一著者ならびにオタクを自認する調査協力者1名によってKJ法を援用してオタクカテゴリならびに印象語を作成した。次に、『オタクカテゴリが第二著者と第三著者によって、一般的に使用されるカテゴリか検討され、選定された』印象語については、菊池（2000；2008）や山岡（2016）を参考に、オタクステレオタイプに該当すると考えられる語句を選定した。その結果、14個のオタクカテゴリと、10個の印象語が調査項目として選定された。

調査では、「本質問は、あなた自身の考えについてお伺いします。あなたが考えるオタクのイメージについてお伺いします。以下のオタクの種類に対して、あてはまるイメージを、選択肢よりすべてを選択して回答してください。」と教示し、14個のオタクカテゴリそれぞれについて、10個の印象語からあてはまるものすべて選

択するように求めた。

なお、その他にも調査項目を設定したが、本研究の目的にそぐわないため、本研究の分析では用いなかった。

結果

オタク群と一般群における各オタクカテゴリの印象の違い

まず、各オタクカテゴリに特徴的な印象を明らかにするために、各オタクカテゴリごとに印象の選択率を算出した（Table 1）。その結果、選択率の高かった印象は、アニメオタクで「妄想しやすい」（54.7%）と「恋愛が苦手」（41.3%）であった。声優オタクで「妄想しやすい」（46.5%）となり、ゲームオタクで「不健康」（44.8%）と「不健康」（32.0%）となった。マンガオタクでは「妄想しやすい」（52.3%）が、腐女子では「妄想しやすい」（45.2%）と「恋愛が苦手」（33.9%）が、ジャニーズオタクでは「社交的」（31.0%）、「マナーが悪い」（37.8%）、「過激的」（38.8%）が、韓流オタクでは「過激的」（32.0%）、女性アイドルオタクでは「妄想しやすい」（42.6%）と「恋愛が苦手」（41.5%）が、鉄道オタクでは、「マナーが悪い」（34.7%）、「大人しい」（31.0%）が、美容オタクでは、「社交的」（32.6%）と「清潔」（48.1%）が、パソコンオタクでは「陰気」（32.0%）、「不健康」（36.8%）、「大人しい」（37.0%）が、歴史オタクでは「大人しい」（39.1%）、コスプレイヤーでは「社交的」（47.5%）、「妄想しやすい」（32.4%）、「過激的」（33.9%）、筋肉オタクでは「社交的」（38.8%）と「過激的」（32.4%）が多く選択されていた。

次に、オタク群と一般群における各オタクカテゴリの印象の違いを明らかにするために、オタク群と一般群それぞれでクロス集計表を作成した。結果をTable 2に示す。次に、それぞれのオタクカテゴリについて、 χ^2 値を算出した。その結果、マンガオタク（ $\chi^2_{(9)} = 23.7, p = .004$, Cramer's $V = .164$ ）、腐女子（ $\chi^2_{(9)} = 37.2, p = .000$, Cramer's $V = .190$ ）、女性アイドルオタク（ $\chi^2_{(9)} = 30.1, p = .000$, Cramer's $V = .171$ ）、鉄道オタク（ $\chi^2_{(9)} = 31.7, p = .000$, Cramer's $V = .200$ ）、コスプレイヤー（ $\chi^2_{(9)} = 25.0, p = .003$,

Table 1 各オタクカテゴリと各印象とのクロス集計表

アニメオタク	38	5	63	119	282	52	85	109	213	50
	7.4%	1.0%	12.2%	23.1%	54.7%	10.1%	16.5%	21.1%	41.3%	9.7%
声優オタク	65	10	56	75	240	59	38	103	118	77
	12.6%	1.9%	10.9%	14.5%	46.5%	11.4%	7.4%	20.0%	22.9%	14.9%
ゲームオタク	47	5	86	165	105	87	231	94	102	78
	9.1%	1.0%	16.7%	32.0%	20.3%	16.9%	44.8%	18.2%	19.8%	15.1%
マンガオタク	45	11	39	99	270	29	79	140	119	27
	8.7%	2.1%	7.6%	19.2%	52.3%	5.6%	15.3%	27.1%	23.1%	5.2%
腐女子	32	9	69	121	233	72	114	77	175	81
	6.2%	1.7%	13.4%	23.4%	45.2%	14.0%	22.1%	14.9%	33.9%	15.7%
ジャニーズオタク	160	26	103	34	138	195	7	13	52	200
	31.0%	5.0%	20.0%	6.6%	26.7%	37.8%	1.4%	2.5%	10.1%	38.8%
韓流オタク	132	27	74	34	152	129	20	27	42	165
	25.6%	5.2%	14.3%	6.6%	29.5%	25.0%	3.9%	5.2%	8.1%	32.0%
女性アイドルのオタク	44	12	64	103	220	133	58	41	214	137
	8.5%	2.3%	12.4%	20.0%	42.6%	25.8%	11.2%	7.9%	41.5%	26.6%
鉄道オタク	64	19	76	95	40	179	21	160	66	65
	12.4%	3.7%	14.7%	18.4%	7.8%	34.7%	4.1%	31.0%	12.8%	12.6%
美容オタク	168	248	28	18	53	18	57	39	21	48
	32.6%	48.1%	5.4%	3.5%	10.3%	3.5%	11.0%	7.6%	4.1%	9.3%
パソコンオタク	24	13	57	165	70	26	190	191	64	28
	4.7%	2.5%	11.0%	32.0%	13.6%	5.0%	36.8%	37.0%	12.4%	5.4%
歴史オタク	143	23	31	63	109	12	22	202	44	15
	27.7%	4.5%	6.0%	12.2%	21.1%	2.3%	4.3%	39.1%	8.5%	2.9%
コスプレイヤー	245	51	33	28	167	72	26	21	44	175
	47.5%	9.9%	6.4%	5.4%	32.4%	14.0%	5.0%	4.1%	8.5%	33.9%
筋肉オタク	200	80	43	19	55	23	34	21	22	167
	38.8%	15.5%	8.3%	3.7%	10.7%	4.5%	6.6%	4.1%	4.3%	32.4%

注) 太字は統計的に有意に多かったセルである。

Table 2 各オタクカテゴリーと各印象のクロス集計表ならびに χ^2 検定結果

	社会的		清潔		排他的		陰気		妄想 しやすい		マナーが悪い		不健康		大人しい		恋愛が 苦手		過激的		F	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
アニメオタク	21	8.1%	4	1.6%	36	14.0%	57	22.1%	134	51.9%	30	11.6%	43	16.7%	56	21.7%	99	38.4%	24	9.3%	$\chi^2(9) = 6.8$.082
一般	17	6.6%	1	0.4%	27	10.5%	62	24.0%	148	57.4%	22	8.5%	42	16.3%	53	20.5%	114	44.2%	26	10.1%	$p = .657$	
声優オタク	34	13.2%	6	2.3%	31	12.0%	36	14.0%	117	45.3%	42	16.3%	23	8.9%	50	19.4%	61	23.6%	49	19.0%	$\chi^2(9) = 15.9$.137
一般	31	12.0%	4	1.6%	25	9.7%	39	15.1%	123	47.7%	17	6.6%	15	5.8%	53	20.5%	57	22.1%	28	10.9%	$p = .069$	
ゲームオタク	33	12.8%	3	1.2%	40	15.5%	80	31.0%	43	16.7%	48	18.6%	109	42.2%	49	19.0%	41	15.9%	37	14.3%	$\chi^2(9) = 16.7$.129
一般	14	5.4%	2	0.8%	46	17.8%	85	32.9%	62	24.0%	39	15.1%	122	47.3%	45	17.4%	61	23.6%	41	15.9%	$p = .053$	
マンガオタク	34	13.2%	6	2.3%	17	6.6%	40	15.5%	128	49.6%	12	4.7%	28	10.9%	71	27.5%	52	20.2%	14	5.4%	$\chi^2(9) = 23.7$.164
一般	11	4.3%	5	1.9%	22	8.5%	59	22.9%	142	55.0%	17	6.6%	51	19.8%	69	26.7%	67	26.0%	13	5.0%	$p = .004$	
腐女子	23	8.9%	6	2.3%	36	14.0%	57	22.1%	148	57.4%	34	13.2%	42	16.3%	38	14.7%	86	33.3%	53	20.5%	$\chi^2(9) = 37.2$.190
一般	9	3.5%	3	1.2%	33	12.8%	64	24.8%	85	32.9%	38	14.7%	72	27.9%	39	15.1%	89	34.5%	28	10.9%	$p = .000$	
ジャニーズオタク	68	26.4%	15	5.8%	59	22.9%	17	6.6%	68	26.4%	114	44.2%	5	1.9%	5	1.9%	27	10.5%	103	39.9%	$\chi^2(9) = 13.1$.118
一般	92	35.7%	11	4.3%	44	17.1%	17	6.6%	70	27.1%	81	31.4%	2	0.8%	8	3.1%	25	9.7%	97	37.6%	$p = .158$	
韓流オタク	60	23.3%	16	6.2%	42	16.3%	18	7.0%	66	25.6%	76	29.5%	11	4.3%	13	5.0%	21	8.1%	97	37.6%	$\chi^2(9) = 13.8$.130
一般	72	27.9%	11	4.3%	32	12.4%	16	6.2%	86	33.3%	53	20.5%	9	3.5%	14	5.4%	21	8.1%	68	26.4%	$p = .129$	
女性アイドルのオタク	23	8.9%	5	1.9%	36	14.0%	55	21.3%	96	37.2%	86	33.3%	36	14.0%	16	6.2%	89	34.5%	76	29.5%	$\chi^2(9) = 30.1$.171
一般	21	8.1%	7	2.7%	28	10.9%	48	18.6%	124	48.1%	47	18.2%	22	8.5%	25	9.7%	125	48.4%	61	23.6%	$p = .000$	
鉄道オタク	29	11.2%	9	3.5%	41	15.9%	49	19.0%	13	5.0%	113	43.8%	9	3.5%	66	25.6%	27	10.5%	42	16.3%	$\chi^2(9) = 31.7$.200
一般	35	13.6%	10	3.9%	35	13.6%	46	17.8%	27	10.5%	66	25.6%	12	4.7%	94	36.4%	39	15.1%	23	8.9%	$p = .000$	
美容オタク	87	33.7%	128	49.6%	17	6.6%	9	3.5%	16	6.2%	11	4.3%	31	12.0%	18	7.0%	10	3.9%	20	7.8%	$\chi^2(9) = 13.3$.135
一般	81	31.4%	120	46.5%	11	4.3%	9	3.5%	37	14.3%	7	2.7%	26	10.1%	21	8.1%	11	4.3%	28	10.9%	$p = .152$	
パソコンオタク	16	6.2%	7	2.7%	27	10.5%	86	33.3%	30	11.6%	8	3.1%	84	32.6%	110	42.6%	30	11.6%	12	4.7%	$\chi^2(9) = 16.4$.140
一般	8	3.1%	6	2.3%	30	11.6%	79	30.6%	40	15.5%	18	7.0%	106	41.1%	81	31.4%	34	13.2%	16	6.2%	$p = .059$	
歴史オタク	75	29.1%	12	4.7%	14	5.4%	37	14.3%	54	20.9%	8	3.1%	13	5.0%	103	39.9%	18	7.0%	9	3.5%	$\chi^2(9) = 6.1$.029
一般	68	26.4%	11	4.3%	17	6.6%	26	10.1%	55	21.3%	4	1.6%	9	3.5%	99	38.4%	26	10.1%	6	2.3%	$p = .727$	
コスプレイヤー	136	52.7%	35	13.6%	13	5.0%	11	4.3%	62	24.0%	37	14.3%	13	5.0%	11	4.3%	20	7.8%	81	31.4%	$\chi^2(9) = 25.0$.169
一般	109	42.2%	16	6.2%	20	7.8%	17	6.6%	105	40.7%	35	13.6%	13	5.0%	10	3.9%	24	9.3%	94	36.4%	$p = .003$	
筋肉オタク	104	40.3%	45	17.4%	12	4.7%	10	3.9%	28	10.9%	10	3.9%	17	6.6%	8	3.1%	12	4.7%	83	32.2%	$\chi^2(9) = 12.1$.133
一般	96	37.2%	35	13.6%	31	12.0%	9	3.5%	27	10.5%	13	5.0%	17	6.6%	13	5.0%	10	3.9%	84	32.6%	$p = .209$	

(注) 表中、太線は標準化残差が有意に多いセルであり、下線は標準化残差が有意に少ないセルであることを示す。

Cramer's $V = .169$) の5つのオタクカテゴリにおける χ^2 値が有意であった。また、声優オタク ($\chi^2_{(9)} = 15.9, p = .069, \text{Cramer's } V = .137$)、ゲームオタク ($\chi^2_{(9)} = 16.7, p = .053, \text{Cramer's } V = .129$)、パソコンオタク ($\chi^2_{(9)} = 16.4, p = .059, \text{Cramer's } V = .140$) の3つのオタクカテゴリは有意傾向であったが、効果量において小さな効果がみられた。

χ^2 値が有意ならびに有意傾向であった8つのオタクカテゴリについて、残差分析を実施した。その結果、一般群よりもオタク群の選択率が高かった印象は、ゲームオタク、マンガオタク、コスプレイヤーに対する「社交的」、コスプレイヤーに対する「清潔」、腐女子に対する「妄想しやすい」、声優オタク、女性アイドルオタク、鉄道オタクに対する「マナーが悪い」、マンガオタクと腐女子に対する「不健康」、パソコンオタクに対する「大人しい」、腐女子に対する「過激的」であった。一方で、オタク群よりも一般群の選択率が高かった印象は、鉄道オタクとコスプレイヤーに対する「妄想しやすい」、マンガオタクと腐女子に対する「不健康」、鉄道オタクに対する「大人しい」、女性アイドルオタクに対する「恋愛が苦手」であった。

オタク群と一般群におけるオタクカテゴリと印象との関連性

オタクカテゴリと印象との相互関連性を検討するために、双対尺度法を実施した。分析では、オタク群と一般群における関連性を比較するために、Table2で示したそれぞれのクロス集計表に基づき双対尺度法を実施した。それぞれオタク群の結果をFigure1に、一般群の結果をFigure2に示す。

次に、プロットの布置のまとまりを導出するために、x-means法を用いて分析を実施した。x-means法は、k-means法による非階層クラスター分析を拡張したクラスタリング手法である。k-means法は、事前にクラスター数を指定して分析を実施するために、指定したクラスター数によって結果が変わったり、最適解に収束しないという問題が指摘されている(石岡, 2000)。x-means法では、上記の問題を解決するために、事前にクラスター数を指定せず、BIC

に基づき最適なクラスター数を探索し、項目のクラスタリングを行う。したがって、従来のクラスター分析で指摘されてきた問題を解決することができると考えられる。分析では、双対尺度法によって得られたオタクカテゴリのサンプルスコアと印象項目のカテゴリスコアに対してx-means法による分析を実施した。結果をFigure1とFigure2に併記する。

その結果、オタク群と一般群ともに4つのクラスターが導出された。そのうち、オタク群と一般群で同じ項目がまとめられたクラスターは1つのみであった。具体的には、マンガオタク、筋肉オタク、腐女子というカテゴリと、「妄想しやすい」、「社交的」、「過激的」という印象がまとめられたクラスターであった。

他方、オタク群と一般群で異なる項目がまとめられたクラスターも3つ導出された。第一のクラスターは、オタク群と一般群で、女性アイドルのオタクと声優オタクというカテゴリと「不健康」という印象が共通するが、一般群において韓流オタクと「排他的」が新たに加わるクラスターであった。第二のクラスターは、オタク群と一般群で、パソコンオタク、アニメオタク、ジャニーズオタク、コスプレイヤー、歴史オタク、美容オタクというカテゴリと、「清潔」、「大人しい」、「恋愛が苦手」という印象が共通するが、オタク群では「排他的」が新たに加わるクラスターであった。第三のクラスターは、オタク群と一般群で、鉄道オタクとゲームオタクというカテゴリと、「マナーが悪い」と「陰気」という印象が共通するが、オタク群で韓流オタクが加わるクラスターであった。

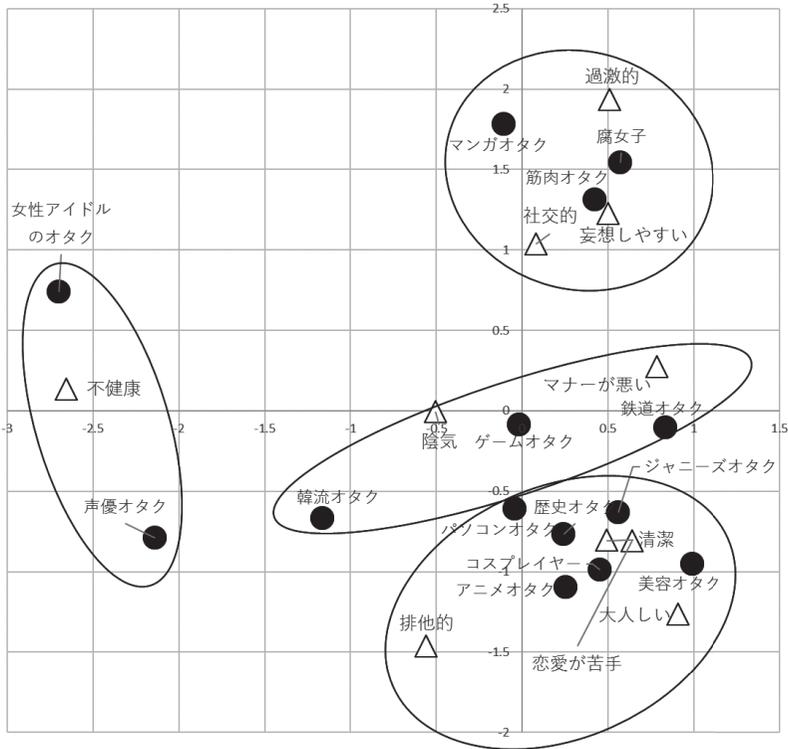


Figure 1 オタクにおけるオタクカテゴリと印象との関連

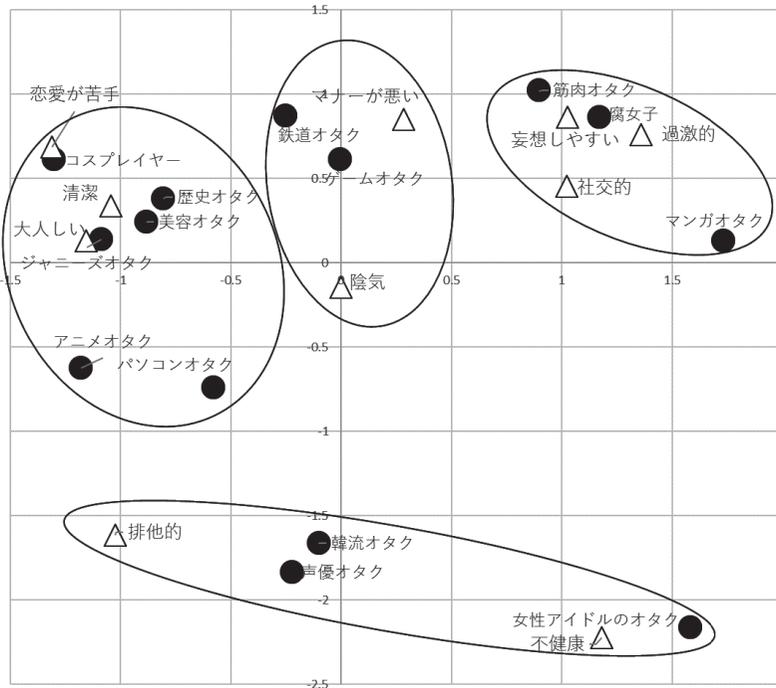


Figure 2 一般群におけるオタクカテゴリと印象との関連

考察

本研究は、オタクとそうではない人によるオタクステレオタイプの相違ならびに、多種のオタクカテゴリの印象を明らかにすることを目的として調査を実施した。以下では、第一に、オタクとそうではない人におけるオタクカテゴリの印象の違いを、第二に、各オタクカテゴリとイメージとの相互関連性について考察する。

オタク群と一般群における各オタクカテゴリの印象の違い

まず、オタク群と一般群におけるオタクカテゴリの印象の差を検討した結果、オタク群は、一般群よりも、ポジティブなイメージのうち「社交的」という印象をゲームオタク、マンガオタク、コスプレイヤーに対して、「清潔」という印象をコスプレイヤーに抱いていた。コスプレイヤーは、「社交的」に対する全体の選択率5割近くあり、オタク群と一般群ともに「社交的」であると評価されていた。森本他（2017）では、コスプレの動機として仲間との交流が導出されており、コスプレイヤーは、カメラの被写体となって撮影されたり、撮影した写真を公開してインターネット上で同じコスプレイヤーと交流を図ったりすると考えられる。そのため、「社交的」という印象が高かったと考えられる。ただし、森本他（2017）で導出された現実逃避による高揚感が挙げられていたように、コスプレイヤーは日常生活からの逃避という印象も同時に形成されている。つまり、一般群は、コスプレイヤーが日常生活では人間関係がうまくいっておらず、現実逃避のためにコスプレをしていると評価したのと考えられる。また、ゲームオタクとマンガオタクも、オタク群が一般群よりも「社交的」であると評価していた。近年ではオンラインゲームなどが盛んになり、ゲームオタクの中にはインターネット上で仲間と交流する人もいる。またマンガによる交流も盛んに行われている。オタク群はそういった実態を把握しているために、一般群よりも社交的と評価したと考えられる。

一方、「マナーが悪い」というネガティブな印象は、声優オタク、女性アイドルオタク、鉄道オタクにおいて、オタク群が一般群よりも高く

評価していた。つまり、オタクに対するネガティブなイメージを一般群が有しているのではなく、オタク自身がそれぞれのオタクに対してネガティブな印象を抱いていた。近年、声優オタクの声優に対する誹謗中傷や、女性アイドルのオタクによる迷惑行為などが横行している。また鉄道オタクも、鉄道の写真を撮影するために、立ち入り禁止の場所に立ち入ったり、撮影に邪魔な木の枝を折るなどの迷惑行為が行われている。このようなオタクのマナーの悪さのニュースは、一般人に対してネガティブなイメージを植え付けると予想されたが、オタク自身がネガティブなイメージを有していた。このようなオタク自身がオタクに対してネガティブなイメージを有していたのは、実際に被害を被った経験のあるオタクがいるためと考えられる。たとえば、声優や女性アイドルのライブなどで過剰な応援をすることで、周囲の人々に対して迷惑となることがある。そういったマナーの悪さによる被害経験が、オタクに対してオタクのネガティブなイメージを形成したと考えられる。

また、「大人しい」や「不健康」という引きこもりやコミュニケーションの下手さを表す典型的なオタク像は、マンガオタク、腐女子、鉄道オタクにおいて、一般群がオタク群よりも多かった。菊池（2008）などの先行研究が示すように、オタクに対する内向性は一般群に対してはいまだに保有される印象であった。

さらに、「妄想しやすい」や「過激的」という印象は、腐女子において、オタク群が一般群よりも高かった。山岡（2016）では、一般群は腐女子群よりもアブノーマル感や違和感を高く評価することを明らかにしており、本研究の結果とは整合しない。ただし、山岡（2016）において、腐女子群はオタク群よりも変態性認識やオタク度が高く、腐女子は自身のことを変態的であり、趣味に没頭しやすいと自己認識している。また、本研究ではオタク群と一般群に分けて分析を実施したが、オタク群の中には腐女子が含まれている可能性がある。そのため、腐女子としての自身のことを振り返ったため、「妄想しやすい」や「過激である」の印象が高かったと考えられる。

以上の結果をまとめると、各オタクカテゴリ

でオタク群と一般群で印象に差があった。一般群では、引きこもりや内向的という典型的なオタク像を抱きやすい一方で、オタク群では、社交性や清潔というポジティブな印象を抱くオタクカテゴリの存在が確認された。また、ネガティブなイメージは、必ずしも一般群に高いわけではなく、「マナーの悪さ」のような自身が被害を受ける印象では、オタク群の方が高かった。

各オタクカテゴリと印象との相互関連性

各オタクカテゴリと印象との関連性を検討した結果、オタク群と一般群ともに、腐女子、マンガオタク、筋肉オタクというオタクカテゴリと「妄想しやすい」「過激的」「社交的」という印象によってまとめられるクラスターが導出された。先述のように、腐女子は「妄想しやすく」「過激である」と自己認識されていると考えられ(山岡, 2016)、本研究の結果と整合する。また、腐女子はマンガを原作とした同人誌に精通しているという印象がもたれているために、マンガオタクと腐女子が近接して布置していたと推測される。

女性アイドルのオタクと声優オタクは、オタク群では「不健康」、一般群では「不健康」と「排他的」という印象によってまとめられていた。つまり、オタク自身は、女性アイドルオタクと声優オタクを不健康であると評価するが、一般群では排他的であると評価していた。女性アイドルのオタクと声優オタクは、ともに応援する人のライブに参加したり、応援グッズを買いそろえたりする。また、コールアンドレスポンスやオタ芸などの統一感のある行動が特徴として挙げられると推測される。そういった行動は一般の人々からすると敷居が高い行為であると考えられるために、排他的という印象が加わったものと考えられる。

ゲームオタクや鉄道オタクは、オタク群と一般群に共通して「マナーが悪い」と「陰気」という印象によってまとめられていたが、オタク群では韓流オタクが加わっていた。韓流オタクはさらに一般群において、声優オタクと近接して布置し、「排他的」と「不健康」という印象を有していた。まず、鉄道オタクはマナーが悪く、陰気であると評価された理由として、前述のよ

うにマナーの悪さを取り上げたニュースの影響が考えられる。また、ゲームオタクでマナーが悪いと評価された理由として、オンラインゲームなどの匿名性の高いゲームでは、匿名性の高さから過激な行動に従事するという印象があるためと推測される。さらに、韓流オタクは、一般群とオタク群では異なるクラスターに振り分けられていた。一般の人々が考える韓流オタクは、韓国アイドルのライブに参加したりするオタクを想定していたために、同じくライブに参加するような女性アイドルのオタクと声優オタクと同じカテゴリに含まれたと考えられる。

最後に、アニメオタクやコスプレイヤーは、「大人しい」「恋愛が苦手」「清潔」という印象によってまとめられ、オタク群において「排他的」という印象が加わっていた。アニメオタクのステレオタイプについて、大角・大江(2018)では、コミュニケーションが苦手や友だちが少ないというステレオタイプがあることを明らかにしており、本研究の結果と整合する。また、大角・大江(2018)では、身だしなみに気を遣わないという印象が得られ、単純な選択率においても、アニメオタクの「清潔」に対する選択率は低かったことから、大角・大江(2018)の結果と整合している。

以上をまとめると、腐女子やマンガオタクは妄想しやすく、過激であるという印象でまとめられ、女性アイドルのオタクや声優オタクは不健康で排他的としてまとめられ、鉄道オタクとゲームオタクはマナーが悪く、陰気とまとめられ、アニメオタクやパソコンオタクは、恋愛が苦手な大人しいという印象でまとめられやすいことが明らかにされた。

本研究の含意

本研究は、オタクとそうでない人における多種のオタクカテゴリに対するステレオタイプの相違を検討した。その結果、オタクは、オタクを社交的などとポジティブに捉える一方で、オタクではない人はオタクを妄想しやすく、大人しく、不健康であると捉えていた。オタクではない人々が抱くオタクのイメージは、浅羽(1990)が示したオタクに対する印象と類似していた。したがって、オタクに対する否定的な

ステレオタイプ、すなわちオタクに対する偏見は未だにあることが本研究により明らかにされた。

ただし、そのような偏見は、オタク全般に抱かれているわけではなく、特定のオタクカテゴリにのみ抱かれていた。腐女子・マンガオタク、女性アイドル・声優オタク、鉄道オタク・ゲームオタク、アニメオタク・パソコンオタクは、それぞれ異なるイメージとの関連が強かった。したがって、全般的なオタクに対する偏見は複合的であり、各種のオタクカテゴリが統合された偏見である可能性が示唆された。この知見は本研究において、オタクカテゴリを細分化したことにより得られた知見であると考えられる。上記の議論から、オタクの偏見を解消するためには、オタクという広範囲の社会的カテゴリではなく、細分化されたオタクカテゴリに着目し、それぞれの偏見を払拭する必要があるだろう。

本研究の限界と今後の展望

本研究では、オタクステレオタイプの基礎的知見を得るために、細分化されたオタクカテゴリの印象について関連性ならびにオタクと一般群の印象の差を検討した。しかし、以下の3点の問題が挙げられる。

第一に、Web調査によるサンプリングの問題である。近年、Web調査が多く行われているが、Web調査ではWeb調査が登録モニターであり、回答できる人のみを対象としているため、サンプリングバイアスが生じることが指摘されている(本多, 2006)。そのため、郵送調査や無作為抽出調査など、多種の調査手法を用いて調査をする必要があると考えられる。

第二に、細分化されたオタクカテゴリの代表性である。本研究では、様々なオタクカテゴリを対象とするために、14のオタクカテゴリを用いた。しかし、本研究で扱ったオタクカテゴリは、ブレインストーミングを用いて選定されたために、オタクを代表するカテゴリであるとは限らない。オタクに対して抱かれる偏見を解消するためにも、オタクを代表するオタクカテゴリがどのようなものかを明らかにする必要がある。また、オタクという全般的なカテゴリ

についても印象を検討し、代表的なオタクカテゴリの印象との相違も明確にする必要があると考えられる。

第三に、オタクの自認についてである。本研究では、自己カテゴリ化の観点から、「自身がオタクであるか」という一項目によってオタクかオタクでないかを判断し、内集団からのオタクステレオタイプと外集団からのオタクステレオタイプについて検討した。その結果、オタクに対するイメージを相違が明らかにされた。しかし、オタクではないと自認する人々の中にも、オタクの定義に該当する人々が含まれる可能性がある。そのため、山岡(2016)や菊池(2000)のように、オタクの程度によってオタク群と一般群を分割する必要がある。ただし、量的にオタクを捉えたとしてもオタクか否かの基準点は明確にする必要があり、オタクの自認性とオタクの程度に応じて回答者を分類し、オタクとはどのような人々かを明らかにする必要がある。

引用文献

- 浅羽通明(1991). 天使の王国 JICC出版局.
- 本多則恵(2006). インターネット調査・モニター調査の特質—モニター型インターネット調査を活用するための課題, 日本労働研究雑誌, 551, 32-41.
- 上瀬由美子(2002). ステレオタイプの社会心理学—偏見の解消に向けて サイエンス社.
- 上瀬由美子(2011). 性の商品化と職業ステイグマ: キャバクラに対する成人男女の意識調査から GEMC Journal, 5, 32-46.
- 川上直秋・吉田富二雄(2013). 閥下単純接触による潜在的集団評価の形成—異質性の無意識的認知— 認知科学, 20, 318-329.
- 菊池 聡(2000). 「おたく」ステレオタイプと社会的スキルに関する分析 人文科学論集 人間情報学科編, 34, 63-77.
- 菊池 聡(2008). 「おたく」ステレオタイプの変遷と秋葉原ブランド 地域ブランド研究, 4, 47-78.
- 北村英哉・唐沢 穰(2018). 偏見や差別はなぜ起こる? ちとせプレス.
- 松井 豊・上瀬由美子(1994). 血液型ステレオタイプの構造と機能, 聖心女子大学論叢 82, 94-72.
- 松尾 藍・吉田富二雄(2012). 出身地ステレオタイ

- ブ喚起情報が対人魅力に及ぼす影響—形容詞による人物刺激を用いて— 筑波大学心理学研究, 43, 37-42.
- 森本季沙・大久保智生・鈴木公啓(2017). 青年期におけるコスプレに関する動機と心理的効用の検討—大学生とコスプレイヤーの比較から— 香川大学教育学研究報告第I部, 147, 13-25.
- 大角宏平・大江朋子(2018). アニメオタクのステレオタイプ—共起ネットワークと対応分析を用いて— 帝京大学心理学紀要, 22, 85-102.
- Smith, P. K., Dijkstehuis, A., & Chaiken, S. (2008). Subliminal exposure to faces and racial attitudes: Exposure to Whites makes Whites like Blacks less, *Journal of Experimental Social Psychology*, 44, 50-64.
- 山本真理子(1995). 身長ステレオタイプは存在するか—身長が対人印象に及ぼす影響について— 筑波大学心理学研究, 17, 123-134.
- 山本真理子(1999). 地位・職業ステレオタイプ—現代のエスプリ, 384, 119-129.
- 山岡重行(2016). 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.

—2019年9.29.受稿, 2019年12.7.受理—

What is Otaku impression?

—Interrelation between Otaku categories and impression toward otaku—

Haruki Takada	Mejiro University, Faculty of Human Sciences
Manabu Kikuchi	Mejiro University, Faculty of Human Sciences
Seongsu Yun	Teikyo University, Faculty of Literature

Mejiro Journal of Psychology, 2020 vol.16

【Abstract】

Interrelation between various Otaku categories and impressions toward Otaku was investigated. A questionnaire survey was conducted with participants ($N=518$). Participants divided into Otaku group who confess as Otaku ($N=258$) and Not-Otaku group who didn't confess as Otaku ($N=258$). Result indicated that Otaku group evaluated Otaku more sociable and worse manners than Not-Otaku group, and Not-Otaku group evaluated Otaku more unhealth and quiet than Otaku group. And the result of Dual Scaling show that Fujoshi and voice-actors Otaku are related with unhealthy, Game Otaku and railway Otaku are related with gloomy and bad manners, anime Otaku and cosplayer are related with poor love and quiet. The result of this study suggested that Not-Otaku group have prejudice to Otaku and prejudice to Otaku are integrated with various impressions to various Otaku categories.

keywords : Otaku, Stereotype, Dual scaling

