

物語体験の分析（Ⅰ）

— 心に残る物語とその様式 —

鈴木賢男・奴田原 諭

Analysis of Experience Absorbed in a Story (1st report):

— On Representative Manners of the Impressive Story —

Masao Suzuki · Satoshi Nutahara

This is the first report of successive studies on analysis of experiences absorbed in stories. In these studies some questionnaires will be due to be devised at the major point of view of what is contributed to one's mental life by a story in Japan.

In this study, Subjects were 196 students with majors in the school of humanities and they were required to recall and write up to 10 titles of some impressive story as many as possible. And they answered questionnaires regarding their expectances before seeing a story and their necessary sense to evaluate it as a deeply emotive experience.

Subjects recalled 1209 titles (average=6.3) for impressive stories, and that classified into 25 categories on manners of provided stories. As a result of this study the 2 following points were indicated. Firstly, common manners were live-action films, novels, animated films and comics. Secondly, subjects evaluated a story on main theme, humanity of characters, detailed descriptions, sympathy, plot development or multiple entertainment and the major point of evaluation was detailed descriptions in a story. These show that one has some varieties of experiences absorbed in stories and the representative experience could be examined.

はじめに

読書することが思考力を高めるために必要だということは、なかば当然のように言われてきていることであり、近年その読書量が低下したことが国語力の低下したことの一要因として指摘されてきている（文化庁文化庁国語課 2004）。もしそうであるならば、確かにその問題は憂慮すべきことであろう。しかしながら、そうした現象や関連性は、私たちの物語に接する機会や態度が貧弱になったということの意味しているわけではない。それどころか、物語を見たり読んだりする体験自体は、映画・テレビドラマ・マンガを通してごく普通の日常体験として広がっていき、今日、海外市場にまで経済的影響を及ぼす日本アニメーション（ジャパニメーション）の成熟や、DVD等の新しい動画メディアの普及、インターネット等の通信インフラを媒介とした視聴・聴取方法の拡張によって、ますます個人の生活に密着するようになってきている。今や誰もが読んだり見たりするべきだとされるような代表的な物語は陰をひそめたものの、個人の選択によって多種多様な物語を生涯を通じて体験する状況になってきていることが、容易に想像されるようになった。

したがって、様々な物語を個人が選択し、個人的に享受することになった現在の状況においては、物語作成者の意図が、ある程度正確に共有されることを前提とした場合に、従来「誤読」として退けられてきた受け取り方の相違、あるいは同一の物語でありながら媒体の違いによって生じてくる印象形成の違いなど、新たな物語研究の観点を必要とすることになったと言えよう。また、幼少期から老年期までを通じた物語体験の、世代や性別等の属性による検討、同一の物語を体験したさいの個人別の視点による違い—個人差—の検討を通して、個人の意識や人生（観）に、物語体験がどのような意味や意義をもたらしているかを、実証的に解明していく必要性があると思われるのである。

本研究では、一連の研究の第1報として、本年度大学に入学した文系の一般的な学生が、具体的にどのような物語体験をしてきたのか、物語を読んだり見たりすることにどのような期待をいただいているか、また、実際に物語のどのような点が心に残ったのかを検討するものとした。

方法

1. 調査質問紙

本研究で使用した質問紙は、日常生活における物語体験の必要性や、今後見たり読んだりしてみたいと思っている物語の量について5件法で聞き、次に『物語性を感じられそうな作品を目にした時、手に取ったりした時に、どんな期待を抱きますか』について10項目、「1. その時間だけ日常生活の事を忘れて逃避できる」「2. 世の中で考えるべき問題に注意を向けさせてくれる」「3. 現実世界にはないような世界を疑似体験できる」「4. 現実世界には少なくなった純粋さに出会える」「5. 現実的には無理な欲求や欲望を満たしてくれる」「6. 人生で大切なこと（テーマ）に気づかせてくれる」「7. 日常の困難に立ち向かうように元気づけてくれる」「8. 日常生活より喜怒哀楽を激しく沸き立たせてくれる」「9. 人にすすめたり、話してみたくさせてくれる」「10. 知的な興味関心を満足させてくれる」を、「全くその通りだと思う～全然そうは思えない」までの5件法で回答させるものであった。

また、『もの心ついてから現在にいたるまで、あなた自身の心に残っている“物語”には、どんなものがあるでしょうか。思いっただけリストアップしてみてください。まず作品名を記述していただいた後、左ページ（ここでは、方法3に記載）を参考にして、その物語を聞いたり見たりした状況（媒体・形式・場所）と、はじめてその物語を知ったおおよその年令を記入してください』と教示し、具体的な物語の作品名を最大

10まで自由記述させ、その中から「最も感動した物語」をひとつあげてもらい、「作品のあらすじ」と、「どんな点が心に残ったのか」を自由記述させた。

更に、『あなたにとって、ある作品が、心に残る物語になるためには、体験後にどのような感じになることが、どの程度必要だと思われますか』について16項目、「1. 現実問題に対して、深く考える材料になったこと」「2. 終わった後に、心がジーンとして熱いものが残ったこと」「3. 登場人物（主人公やその他）を身近に感じられたこと」「4. 心に強く焼きついた場面（シーン）があったこと」「5. 作品内の情景（風景）が心奪われるほど、すばらしかったこと」「6. 話の展開に意外性があり、自分の予想をはずされたこと」「7. 細やかな描写で、登場人物の心情が痛いほど伝わったこと」「8. 少々難しくても長くてもじっくり作品と触れ合えたこと」「9. もう一度読んで（見て）みる価値があると思えたこと」「10. 今まで体験した類似作品よりも優れていると思えたこと」「11. いつまでも手元に置いておきたいと思えたこと」「12. 自分が物語の中に入り込んでいたような感じが味わえたこと」「13. 心が澄んで（スッキリとして）気持がよかった」「14. 登場人物（主人公やその他）が魅力的に思えたこと」「15. 自分の生き方に対して深く考えさせられたこと」「16. 自分が何か変わったような気がしたこと」を、「絶対に必要～全く必要ではない」までの5件法で回答させた。

2. 調査対象者・時期・手続き

B大学の2005年度に開講された「情報処理A」および「情報機器入門」の授業の受講生196名（男性81名、女性113名、無記入2名）を調査対象者とした（平均年齢18.4才、SD=1.03）。調査時は、1時間程度で終了した初回のオリエンテーション後の30分を用いて調査用紙を配布し、回

答・記述を依頼して、その場で回収した（2005年4月19・20・25日）。調査は記名式（学籍番号のみ）で行った。

3. 物語体験の状況に関する選択リスト

物語を体験した際の状況を表すものとして、媒体・形式・場所について、あらかじめ選択候補を提示した表を参考にしてもらいながら、記入させた。媒体に関しては、テレビ、シネマ（フィルム）、VTR（録画）、DVD、ライブなどの「見る」ものと、本、雑誌、教科書、インターネットなどの「読む」もの、ラジオ、CD、語り（直接）などの「聞く」もの、ゲーム、参加、出演などの自ら「体験する」ものをあげた。次に、形式に関しては、生中継、ドキュメント、演劇、実写、アニメーション、ドキュメントなどの視聴形式、絵本、童話、マンガ、児童小説、小説、古典、自伝などの読本形式、歌、朗読、読み聞かせ、思い出話などの聴取形式、RPG（Role Playing Game）、アドベンチャーゲーム、スポーツ、出演、演出などの体験形式をあげた。更に、体験時の場所に関しては、自宅、学校、映画館、公演会場、喫茶店、電車の中、その他（ ）等をあげた。

4. 物語体験時の年齢

想起された物語体験総数1,242件のうち、その物語をはじめて知ったおおよその年齢が有効に記されていたのは、1,212件（97.6%）であった。複数の年齢、または年齢に幅（期間）のある記述については、複数の年齢では、最も早い年齢を、年齢に幅のあるものについては、中央値（高校時代→17才）を代表値とすることとした。なお、無効になった記載30件は、未記入24件と、代表値を得ることが不可能なもの（例：小さい頃、いつでも等）6件を含むものであった。

5. 想起された物語体験の様式分類

対象者によって記述された作品名1,242件のうち、一つの欄に記入された物語について複数の媒体をとりあげてしまった20件と、記述された作品名の特定ができなかった13件を除いた1,209件について、体験時の状況(媒体・形式・場所)と照合させた上で、物語体験の様式について分類したところ、次の25のカテゴリに区分することができ、25のカテゴリの内容はさらに4つ(A-D)にまとめることができた。以下に、複数の調査対象者が想起したものについてのみ、それぞれのカテゴリとして判断された作品名とその件数を表した(作品名に続く()内に件数を表示)。なお、各作品の細目を付録として掲載した(資料1)。

A「視聴」体験

1. アニメ映画(全144件) 劇場用、AV用として制作された2時間程度で完結するアニメーション:『となりのトトロ』(23)、『魔女の宅急便』(18)、『天空の城ラピュタ』(11)、『もののけ姫』『千と千尋の神隠し』(10)、『耳をすませば』(9)、『紅の豚』(7)、『風の谷のナウシカ』『アラジン』(6)、『ハウルの動く城』『美女と野獣』(5)、『うしろの正面だあれ』『帰ってきたドラえもん』『火垂るの墓』(3)、『猫の恩返し』『ファインディング・ニモ』『ライオンキング』(2)。

2. テレビアニメ(全39件) 特定の時間帯に隔週でテレビ放映するために制作された連続アニメーション:『ドラゴンボール』(9)、『ドラえもん』(4)、『タッチ』(3)、『フランダースの犬』『スラムダンク』(2)。

3. 実写映画(全302件) 劇場用に制作された2時間程度で完結するドラマで、俳優が演技をしている映像:『世界の中心で、愛をさけぶ』(18)、『ロード・オブ・ザ・リング』(13)、『タイタニック』(11)、『アルマゲドン』(11)、『黄泉がえり』『アイ・アム・サム』(8)、『いま、会いに

ゆきます』『ハリー・ポッター』『ラストサムライ』『パイレーツ・オブ・カリビアン』（6）、『オペラ座の怪人（2004）』『ローレライ』（5）、『バック・トゥー・ザ・フューチャー』『レオン』『解夏』（4）、『E.T.』『海猿』『戦場のピアニスト』『ホーンテッド・マンション』（3）、『アメリ』『エレファント』『CASSHERN』『グラディエーター』『シークレット・ウィンドウ』『スウィングガールズ』『スター・ウォーズ』『スワロウテイル』『トロイ』『パール・ハーバー』『バッファロー'66』『ピーター・パン（2003）』『フォレスト・ガンプ／一期一会』『プライベート・ライアン』『ブラザーフッド』『マトリックス』『メメント』『ラブストーリー』『リリイ・シュシュのすべて』『誰も知らない』『茶の味』『東京タワー』『踊る大捜査線 THE MOVIE』『踊る大捜査線 THE MOVIE 2』（2）。

4. テレビドラマ（全53件）隔週でテレビ放映するために制作された連続ドラマで、俳優が演技をしている映像：『3年B組金八先生』（7）、『オレンジデイズ』『僕の生きる道』（4）、『木更津キャッツアイ』（3）、『Summer Snow』『プライド』『世にも奇妙な物語』『踊る大捜査線』（2）。

5. 演劇（全25件）観客の目の前の舞台上で、俳優が演技をするもの：『ライオンキング』（7）、『アニー』（2）。

6. ドキュメンタリー（全3件）実際に生じたことや行われた実録映像を編集して、テレビで放映したもの：『夜回り先生』（2）

7. スポーツ／観戦（全10件）競技スポーツの現場で、目前での展開を観客として見るもの：『全国選抜野球大会（甲子園）』（3）、『サッカーの試合』『水泳の試合』（2）。

8. スポーツ／中継（全15件）競技スポーツの現場から中継されているテレビ映像を前にして成り行きを視聴者として見るもの：『アテネオリンピック』『格闘技』『プロリーグサッカー』（3）、『全国選抜高校野

球（甲子園）』（2）。

B 「読本」体験

9. 古典文学（全2件）近代以前に編纂された昔の書物：『源氏物語』（2）。

10. 小説（全213件）散文で記述された、作者の空想を描いた読みもの：『世界の中心で、愛をさけぶ』（24）、『Deep Love』（9）、『いま、会いにゆきます』（6）、『ノルウェイの森』『Good Luck』『天使の卵』（4）、『鼻』『Bad Kids』『ハッピーバースデー』『宮本武蔵』『十二番目の天使』（3）、『ZOO』『アムリタ』『キッチン』『ころろ』『バトル・ロワイアル』『もっと、生きたい…』『永遠の仔』『三国志』『蛇にピアス』『青空の向こう』『二十四の瞳』『白い犬とワルツを』『半落ち』『冷静と情熱のあいだ』『冷静と情熱のあいだ-Blue』（2）。

11. 児童小説（全62件）児童向けの小説：『ハリー・ポッター』（16）、『モモ』『ダレン・シャン』『ハッピーバースデー-命かがやく瞬間-』（4）、『カラフル』（3）、『はてしない物語』『十五少年漂流記』『赤毛のアン』（2）。

12. 童話（全18件）幼児向けに短く平易に記述された作者の空想を描いた読みもの：『ごんぎつね』『ちびくろサンボ』（2）。

13. 絵本（全45件）絵を主にした幼児向けの読みもの：『桃太郎』（4）、『100万回生きたねこ』（3）、『ぐりとぐら』『さるかに合戦』（2件）。

14. マンガ（全120件）コマ割りされた絵を主にしてセリフや効果音を文字として表した読みもの（コミックス）：『スラムダンク』（25）、『NANA』（8）、『ドラゴンボール』（6）、『フルーツバスケット』（4）、『タッチ』『最終兵器彼女』『天使なんかじゃない』『20世紀少年』『ワンピース』（3）、『MONSTER』『ブラック・ジャック』『みゆき』『愛してるぜペイベ』『北斗の拳』『僕等がいた』（2）。

15. 自伝・伝記（全37件）個人の半生あるいは一生を事実にもとづいて表した読みもの：『Itと呼ばれた子』（7）、『五体不満足』（6）、『夜回り先生』（4）、『24人のピリー・ミリガン』『エジソン』（2）。

16. 随筆その他（全12件）作者が思うにまかせて表した読みもの。

C「聴取」体験

17. 語り（全5件）話者が思うにまかせて直接話したもの。

18. 読み聞かせ（全7件）近親者が既存の物語を当人のために読んでくれたもの。

19. 朗読（全1件）話し手が複数の他者を相手に既存の物語を読み上げるもの。

20. ポピュラーソング（全55件）歌詞を曲に合わせて歌い上げるもの：『K』『サクラ』（2）。

21. クラシック音楽（全2件）西洋の古典的音楽。

22. 音楽DVD（全1件）ポピュラーソングを歌い上げる歌手の姿を見せる映像。

23. コンサート・ライブ（全13件）観客の目の前で、2時間程度一定の数の楽曲が歌い演じられるもの。

D「実地」体験

24. テレビゲーム（全19件）プレイステーション（SONY）やファミコン（任天堂）などの専用機で稼働するゲームで、映像内の所定の部分をコントロールすることによって、ある目的を果たすためにストーリーを自らが実現していくもの：『ファイナルファンタジー・シリーズ』（10）、『ドラゴンクエスト・シリーズ』（3）、『メタルギアソリッド』（2）。

25. 実体験（全4件）対象者が一定期間の自身の生活を振り返ったもの。

6. 選択された物語における感動ポイントの分類

想起された物語から、最も感動した作品を一つ選択させたのち、どんな点が心に残ったかを自由記述させたものを分類したところ、次の16カテゴリーに区分することができ、その内容はさらに6つ（a - f）にまとめることができた。記述のなかった4件と分類不可能な記述であった3件をのぞく189件について、以下に、分類された内容と、対象者が記述した具体例（「 」内に記述、『 』内には作品名）を示した。

a. 主題性

物語を通して何らかの疑問や考えが得られたもので、1. 教訓（6件）日常生活に生じている苦難や苦勞の意義を教えられたこと：「いろいろ困難があってもくじけずに、がんばればよいことを教わった『魔女の宅急便』」、2. テーマ（17件）戦争や死などの人類の根源的な問題を考えさせられたこと：「死は生の対極にあるのではなく、生の中にあるということ『ノルウェイの森』」、3. 触発（9件）物語をきっかけとして主題についての理解や興味関心が得られたこと：「子どものころの家庭の状況は子どもにもものすごい影響を与えるんだと思った『永遠の仔』」によるものであった。

b. 人間性

物語を通して示された登場人物の人間性（特に意志）に感銘が得られたもので、4. 一貫性（26件）物語を通して示された人物の一貫した態度・精神性の強さを感じたこと：「自分を犠牲にしてまで地球を救おうとするのがすごいなと思った『アルマゲドン』」、5. 受容性（17件）物語の経過にそって人物の気持ちが変化し、状況や他者を受け入れることができたこと：「蘇った後、故人たちは、また死人として戻ってしまうが、残された人たちはただそれを落ち込むだけでなく、故人との更に強いつながりを感じて、以前よりも前向きに生きていく点『黄泉

がえり』によるものであった。

c. 共感性

登場人物の心情を理解することで得られるもので、6. 感情移入（6件）人物に寄り添うようにして心情を理解しえたこと：「木村拓哉さんが泣いていたところ。愛情を信じる事が出来るようになった主人公に感動『プライド』」、7. 共有体験（4件）物語を通して身近にいる人と気持や時間を共有できたこと：「保育園から帰ってきておやつを食べたあと、死んだおばあちゃんが、読んでくれた。『ちびくろサンボ』」、8. 置換体験（3件）人物と自分の共通点から心情を理解しえたこと：「生徒役との年が同じなので、共感した。『3年B組金八先生』」、9. 没入体験（4件）まるでその物語の中に入り込んだような現実感を感じたこと：「自分がその世界に入り込んだような感覚『不思議の国のアリス』」によるものであった。

d. 描写性

物語に出てくる人・物・事の表現の仕方に惹かれるもので、10. キャラクタ（8件）人物の形態や能力などの特徴が印象的であったこと：「圧倒的不利な状況から敵軍を倒す頭脳と決断力が印象に残った。『信長』」、11. シーン（24件）特定の場面の様子が際だって印象的であったこと：「最後の山王戦で流川が桜木にパスをして桜木がシュートを決めた後、2人がハイタッチをするシーンは体がしびれた。『スラムダンク』」、12. 状況（11件）人物が置かれている立場や状況が切々と丹念に描かれていたこと：「息のつまるような苦しさとか、家族の形のねじれ具合、そういうものが辛すぎないような形で描かれていた。また、幸せの形も、とてもキレイに現実的で素敵だった。言葉ひとつひとつ、重みがあった。『アムリタ』」、13. 心情（14件）人物が感じている心情を直接に感じさせるようなものであったこと：「子供の純粋さが伝わってきた点

『いま、会いにゆきます』、14. 表現 (14件) 描かれている映像・音楽・セリフ等それ自身が印象的であったこと：「色がきれい。こんな服があったらステキと思えた点『花色のワンピース』によるものであった。

e. 展開性

物語の進み方や終わり方の技巧性に感心をえたもので、15. 経過 (10件) 物語が新しい段階に巧妙に進んでいたこと：「いろんな事が同時進行で起きていて、時間も常に進んでいくところ。『24』、16. 結末 (8件) 物語の結末に驚きがあったこと：「最後に、ハーマイオニーが時間を巻き戻しできることを知って、はあーっと納得した。『ハリー・ポッターとアズカバンの囚人』によるものであった。

f. 娯楽性

17. 娯楽 (8件) いろいろな要素が組み合わさってエンターテインメントとしての楽しさを享受できたこと：「コメディで、絵もかわいくて、ノリがよくて、主人公も可愛くて好きだった。オチとかもちゃんとあっておもしろかった『とんでぶーりん』によるものであった。

結果

1. 物語体験の様式カテゴリ別頻度

表1. は対象者によって「心に残った」として想起された物語と、その中から「最も感動した」として選択された物語の、カテゴリ（物語の様式）別頻度を表したものである。

最大10まで記述可能な形式で、自由に想起してもらった作品1,209件のうち、最も多く想起された作品のカテゴリは実写映画（302件、25.0%）で、次いで小説（215、17.8）、アニメ映画（144、11.9）、マンガ（120、9.9）であり、他のカテゴリはいずれも10%に満たない比率を示していた。全25カテゴリ中の実写映画・小説・アニメ映画・マンガの4カテゴリだ

けで作品数の過半数を占めている（64.6％）ことから、特に、これらの4つのカテゴリに属するものが、心に残る物語として、取り上げられやすい対象となっていることを知ることができた。その中でも特に、実写映画とアニメ映画は、それぞれほとんど同一の表現形式を用いているはずのテレビドラマ（53件、4.4％）やテレビアニメ（39件、3.2％）の想起件数が5％にも満たなかったことと比較すると、同一表現形式をとりながらも、心に残っている作品数にかなりの格差が生じていることを認めることができた。このことは、単純に一定の表現形式をもちいた物語が心に残りやすい状況を生み出しているのではなく、特異的な様式によって提供された物語が心に残るようなものとなっていることを示すものであった。

また、表1.には、各カテゴリに分類された物語が対象者によって体験された（聞かれた、見られた、読まれた）時の年令の平均値を提示させた。それによると、体験時の平均年令が最も低かったものは、読み聞かせ（4.8才）で、順に、童話（6.3）、絵本（6.5）、テレビアニメ（8.1）、朗読（9.0）となっており、これらのカテゴリは平均年令が幼児から小学生の頃に、心に残るように体験された傾向にあることがわかった。逆に、年令の最も高かったものは、古典文学（17.5才）、実体験（17.3）、クラシック音楽および音楽DVD（17.0）、ポピュラーソングおよび語り（16.8）となっており、調査対象者の実年令に最も近い高校生頃に心に残るような体験をしていた傾向にあった。なお、想起数の比率が高かった前記の4カテゴリにおける平均年令は、実写映画および小説が16.4才で、アニメ映画は11.2才、マンガは14.5才であり、体験年令としては、比較的中程度、つまり中学生頃の年令に相当するものであった。

一方、各対象者に想起された作品からただ一つのみ選択された「最も感動した作品」のカテゴリ別頻度においては、実写映画（46件、25.0％）、

次いで小説（43, 23.4）、マンガ（23, 12.5）、アニメ映画（14, 7.6）の比率が大きく、該当カテゴリ全19中の4つで、全体のおおよそ7割を占めていた（68.5%）。最も感動したとして、1つだけ物語を選択させた場合においても、その他のカテゴリは5%にも満たないことから、これらの4カテゴリが、単に心に残るのみならず、強く感動を与えるような中心的な物語様式になっていることが示唆された。

しかしながら、想起された場合と、改めて唯一選択された場合とでは、カテゴリの比率にわずかながらも、変化を認めることができた。想起より選択の比率が上昇していたものは、小説（17.8%→23.4%）であり、逆に、減少していたものは、アニメ映画（11.9→7.6）となっていた。このことから、比較的、小説の方が、心に残るだけでなく、感動を得るまでに至るような様式であり、アニメ映画は心には残るものの、感動とまでには至らないような傾向にあることが表された。

また、想起比率で1%程度以下の低い比率を示したカテゴリに属しながらも、選択されていた作品があり、それらは、スポーツ／中継、随筆（その他）、語り、クラシック音楽、コンサートライブ、実体験の6カテゴリに属するものであった。このことは、本来は物語と言えないようなものでも、実写映画や小説などよりも強く“物語として”感動できたことを表すものであり、物語体験の様式として無視するわけにはいかないことを示すものとなった。

物語体験の分析（Ⅰ）
一心に残る物語とその様式—

表 1. 心に残る物語と最も感動した物語のカテゴリ別頻度

分類	様式カテゴリ		想起された心に残る物語全体			選択された最も感動した物語		
			想起件数	件数 (%)	体験時平均年令	選択件数	件数 (%)	体験時平均年令
A	視聴	1 アニメ映画	144	11.9	11.2	14	7.6	8.6
		2 テレビアニメ	39	3.2	8.1	3	1.6	8.0
		3 実写映画	302	25.0	16.4	46	25.0	15.7
		4 テレビドラマ	53	4.4	14.5	12	6.5	14.7
		5 演劇	25	2.1	14.6	6	3.3	15.5
		6 ドキュメンタリー	3	0.3	16.3			
		7 スポーツ／観戦	10	0.8	15.7			
		8 スポーツ／中継	15	1.2	15.5	3	1.6	14.3
B	読本	9 古典文学	2	0.2	17.5			
		10 小説	215	17.8	16.4	43	23.4	16.4
		11 児童小説	62	5.1	13.1	6	3.3	13.8
		12 童話	18	1.5	6.3	4	2.2	3.5
		13 絵本	45	3.7	6.5	3	1.6	7.3
		14 マンガ	120	9.9	14.5	23	12.5	13.7
		15 自伝・伝記	37	3.1	15.1	6	3.3	16.3
		16 随筆その他	12	1.0	15.9	2	1.1	17.0
C	聴取	17 語り	5	0.4	16.8	1	0.5	17.0
		18 読み聞かせ	7	0.6	4.8			
		19 朗読	1	0.1	9.0			
		20 ポピュラーソング	55	4.5	16.8	5	2.7	16.5
		21 クラシック音楽	2	0.2	17.0	1	0.5	17.0
		22 音楽 DVD	1	0.1	17.0			
		23 コンサート・ライブ	13	1.1	14.8	3	1.6	15.0
D	実地	24 テレビゲーム	19	1.6	13.8	1	0.5	18.0
		25 実体験	4	0.3	17.3	2	1.1	16.5
計			1,209	100.0	-	184	100.0	-
判別不能			13	-	-	9	-	-
複数記載			20	-	-	3	-	-

2. 物語作品名の一致率

表 2. は対象者によって「心に残った」として想起された物語と、その中から「最も感動した」として選択された物語において、複数の対象者（2名以上）によって同一に想起あるいは選択された作品数（b）が、取り上げられた作品名の総数（a）において、どれだけ占めていたかを、

表2. 心に残る物語と最も感動した物語のカテゴリ別作品名一致率 (%)

分類	様式カテゴリ		想起された心に残る物語全体			選択された最も感動した物語		
			作品名 総数	複数人 選択件数	想起一致率 (%)	作品名 総数	複数人 選択件数	選択一致率 (%)
			a	b	b/a*100	a	b	b/a*100
A	視聴	1 アニメ映画	39	17	43.5	14	3	21.4
		2 テレビアニメ	24	5	20.8	3	0	—
		3 実写映画	158	44	27.8	31	9	29.0
		4 テレビドラマ	36	8	22.2	9	2	22.2
		5 演劇	18	2	11.1	6	0	—
		6 ドキュメンタリー	2	1	50.0	—	—	—
		7 スポーツ／観戦	6	3	50.0	—	—	—
		8 スポーツ／中継	7	4	57.1	3	0	—
B	読本	9 古典文学	1	1	100.0	—	—	—
		10 小説	44	26	59.1	35	6	17.1
		11 児童小説	34	8	23.5	5	1	20.0
		12 童話	16	2	12.5	3	1	33.3
		13 絵本	38	4	10.5	3	0	0.0
		14 マンガ	65	15	23.1	17	4	23.5
		15 自伝・伝記	21	5	23.8	5	1	20.0
		16 随筆その他	12	0	—	2	0	—
C	聴取	17 語り	5	0	—	1	0	—
		18 読み聞かせ	7	0	—	—	—	—
		19 朗読	1	0	—	—	—	—
		20 ポピュラーソング	53	2	3.8	5	0	—
		21 クラシック音楽	2	0	—	1	0	—
		22 音楽DVD	1	0	—	—	—	—
		23 コンサート・ライブ	13	0	—	3	0	—
D	実地	24 テレビゲーム	7	3	42.9	1	0	—
		25 実体験	4	0	—	2	0	—
計			614	150	24.5	149	27	18.1

カテゴリごとに比率 (b / a * 100) を求め、作品の一致率として表したものである。

総数 (のべ数) ではなく作品名でカウントした場合、想起された物語の中では、作品名の一致率が過半数であることを示していたものは、古典文学の100.0% (1件中1件) を初めとして、小説59.1% (44件中26件)、

スポーツ／中継57.1% (7件中4件)、スポーツ／観戦50.0% (6件中3件)、ドキュメンタリー50.0% (2件中1件) の5カテゴリであった。

また、過半数に近い比率を示したものとして、アニメ映画43.5% (39件中17件)、テレビゲーム42.9% (7件中3件) の2カテゴリをあげることができ、一致率の高い計7カテゴリを見いだすことができた。結果1で想起総数の件数が多かった小説やアニメ映画は一致率も高い傾向にあったが、実写映画やマンガは、一致率に関しては比較的低く、異なった作品が想起されやすいカテゴリであることがわかった。一致率の高いカテゴリは、特定の制作者による志向性が高く (例：アニメにおける宮崎駿)、その結果、想起範囲が狭くなることで得られたものと考えられた。

しかしながら、「最も感動した」として選択された物語の一致率は、カテゴリごとに、おおむね20～30%代の一致率を示すのみに留まった。このことは、心に残る物語としては、誰にでも知られているような作品があげられることによって、作品名の一致率が比較的高い傾向を示すものもあるが、個人として感動にまで至った唯一の物語作品の場合には、より個人の受け取り方が反映されて、作品名の一致率が比較的 low 平板化される傾向にあることが示唆された。

3. 物語の様式と感動ポイントの関連

「最も感動した」として選択された物語の感動した点についての自由記述を分類し、物語作品の感動ポイント (観点) ごとの頻度を比較した。

物語の様式に関わらず、全体としてみると、6分類された感動ポイントのうち、最も比率の大きかったものは、作品の持つ d. 描写性であり (37.5%)、単独で4割程度の比較的高い比率を示しており、他の分類とは15ポイント程度以上にまでおよぶ差が認められた。比率の大きさは、次いで、b. 人間性 (21.2)、a. 主題性 (16.8)、e. 展開性 (9.8)、c.

共感性 (8.7)、f. 娯楽性 (4.3) の順となっており、比率で10%は超えている上位3位内にあるd. 描写性とb. 人間性、a. 主題性を合わせると全体で75.5%となり、7, 8割におよぶかなり多くの対象者がこれら3つの感動ポイントのいずれかを取り上げていたことがわかった。このことから、心に残るだけでなく、感動を得るまでにいたる中心的な感動ポイントは、d. 描写性を基本とした、b. 人間性やa. 主題性であり、共感性や展開性、娯楽性をポイントとされることが、極めて少ないことが示唆された。

物語の様式5分類ごとに、感動ポイントを見た場合では、「A. 視聴」的な物語様式と「B. 読本」のそれとの間では、上記の全体的傾向は変わらず、いずれも、d. 描写性の比率が最も大きい。また、他の感動ポイントの比率の順位も全く変わることがない。但し、それぞれの比率には若干の異動が見受けられた。A. 視聴の方が、比率が比較的大きくなっていたのは、d. 描写性 (A. 視聴41.7%, B. 読本33.3%)、b. 人間性で (A. 25.0, B. 20.7)、逆に、B. 読本の方が、大きくなっていたのは、e. 展開性 (A. 8.3, B. 12.6)、f. 娯楽性 (A. 2.4, B. 6.9) であった。しかし、両者の差は、いずれも5~8%程度とわずかなもので、両者の違いを検討する上では、十分な差異とは言い難い。

更に、C. 聴取では、最もd. 描写性の比率が大きくなり (50.0%)、全体の傾向を最も際だたせているものとなり、また、D. 実地では、c. 共感性が過半数となる比率 (66.7%) を示しているなど、他の様式分類とは異なった傾向を示していることが特徴的であることも考えられたが、C. 聴取全体の件数が10件、D. 実地全体の件数が3件であることから、これに関しても、様式分類間の差異を検討するものとしては、不十分な状況にあることは否定しえなかった。

4. 想起数の多さと物語体験意識の関連

調査対象者個々が「心に残った」物語を想起した記述数の平均値は、6.37 (SD=2.73) であり、これを基準として、平均値よりも多く記述した者を想起多数群 (N=123)、平均値よりも少なく記述した者を想起少数群 (N=73) とした。また、物語体験に関する意識については、いずれも5件法で回答させていたが、中位の「どちらでもない」から最下位の「思わない」あるいは「必要ではない」等までの回答数が比較的少数である項目がほとんどであったので、これらを、かなり思う(5)、やや思う(4)、思わない(3, 2, 1)の3段階として再集計した。表3. は、想起数の多少によった群別の、物語体験意識に関した質問項目における評定の構成比を示したものである。

「物語を見たり読んだり、感じることは、日常生活で」かなり必要だと思う者の比率は、想起多数群の方が49.2%と高く(想起少数群は29.2%)、同様に「今現在できれば見たり読んだりしてみたい物語が」相当あると思う者の比率も、想起多数群の方が38.1%と高く(想起少数群は15.3%) になっており、物語を多数想起した者の方が、物語体験が日常生活でより必要だと感じ、今後も体験してみたい物語をより多数予定していることがわかった。

また、物語(作品)を目にしたたり、手に取ったりした時に期待する内容に対して、「全くその通りだと思う」率が群間で10%程度以上の差が認められたのは、「6. 人生で大切なこと(テーマ)に気づかせてくれる(想起多数群33.6%, 想起少数群24.7%)」と「10. 知的な興味関心を満足させてくれる(34.1, 19.2)」の2項目であった。いずれも、物語を多数想起した群の方が、感性や感情的な面よりも理知的な面での期待を感じている傾向にあることがわかった。

更に、心に残る物語となるために必要とされる読後感に対して、「絶対

表3. 作品名想起の多さによる物語体験意識度の構成比 (%)

		想起多数群 (N=123)			想起少数群 (N=73)				
		思 う か な り	思 う や や	思 わ な い	思 う か な り	思 う や や	思 わ な い		
1	物語を見たり読んだり、感じることは、日常生活で必要か	49.2	45.8	5.1	29.2	55.6	15.3		
2	今現在できれば見たり読んだりしてみたい物語が相当あるか	38.1	42.4	19.5	15.3	47.2	37.5		
物語性を感じられそうな作品を目にしたり、手に取ったりした時に、どんな期待を抱きますか。以下の項目に対して当てはまる回答（数字）に○をつけてください。		りだ と 思 う	全 く そ の 通	思 う や や そ う	な い そ う は 思 え	り だ と 思 う	全 く そ の 通	思 う や や そ う	な い そ う は 思 え
1	その時間だけ日常生活の事を忘れて逃避できる	23.6	47.2	29.3	20.5	45.2	34.2		
2	世の中で考えるべき問題に注意を向けさせてくれる	17.1	54.5	28.5	13.7	46.6	39.7		
3	現実世界にはないような世界を疑似体験できる	31.7	46.3	22.0	27.4	43.8	28.8		
4	現実世界には少なくなった純粋さに出会える	30.1	39.8	30.1	26.4	43.1	30.6		
5	現実的には無理な欲求や欲望を満たしてくれる	13.8	39.8	46.3	13.7	43.8	42.5		
6	人生で大切なこと（テーマ）に気づかせてくれる	33.6	40.2	26.2	24.7	45.2	30.1		
7	日常の困難に立ち向かうように元気づけてくれる	22.0	39.0	39.0	19.2	42.5	38.4		
8	日常生活より喜怒哀楽を激しく沸き立たせてくれる	19.7	31.1	49.2	13.7	23.3	63.0		
9	人にすすめたり、話してみたくさせてくれる	29.3	43.9	26.8	23.3	52.1	24.7		
10	知的な興味関心を満足させてくれる	34.1	41.5	24.4	19.2	47.9	32.9		
あなたにとって、ある作品が、心に残る物語になるためには、体験後にどのような感じになることが、どの程度必要だと思われますか。以下の項目に対して当てはまる回答（数字）に○をつけてください。		絶 対 に 必 要	や や 必 要	な い 必 要 で は	絶 対 に 必 要	や や 必 要	な い 必 要 で は		
1	現実問題に対して、深く考える材料になったこと	32.8	41.8	25.4	23.3	46.6	30.1		
2	終わった後に、心がジーンとして熱いものが残ったこと	67.2	26.2	6.6	56.2	34.2	9.6		
3	登場人物（主人公やその他）を身近に感じられたこと	25.4	38.5	36.1	16.4	39.7	43.8		
4	心に強く焼きついた場面（シーン）があったこと	63.9	28.7	7.4	58.9	34.2	6.8		
5	作品内の情景（風景）が心奪われるほど、すばらしかったこと	28.1	43.0	28.9	31.5	32.9	35.6		
6	話の展開に意外性があり、自分の予想をはずされたこと	24.6	36.1	39.3	16.4	35.6	47.9		
7	細やかな描写で、登場人物の心情が痛いほど伝わったこと	43.4	44.3	12.3	35.6	47.9	16.4		
8	少々難しくても長くてもじっくり作品と触れ合えたこと	31.1	32.8	36.1	24.7	30.1	45.2		
9	もう一度読んで（見て）みる価値があると思ったこと	61.5	23.8	14.8	56.9	30.6	12.5		
10	今まで体験した類似作品よりも優れていると思えたこと	16.5	38.0	45.5	19.2	38.4	42.5		
11	いつまでも手元に置いておきたいと思えたこと	57.9	26.4	15.7	41.1	39.7	19.2		
12	自分が物語の中に入り込んでいたような感じが味わえたこと	41.8	32.0	26.2	24.7	39.7	35.6		
13	心が澄んで（スッキリとして）気持ちよかった	36.1	31.1	32.8	23.6	26.4	50.0		
14	登場人物（主人公やその他）が魅力的に思えたこと	40.2	33.6	26.2	35.6	32.9	31.5		
15	自分の生き方に対して深く考えさせられたこと	48.4	30.3	21.3	41.1	30.1	28.8		
16	自分が何か変わったような気がしたこと	32.0	36.1	32.0	30.1	32.9	37.0		

に必要」だと思ふ比率が群間で10%程度以上の差が認められたものは、「2. 終わった後に、心がジーンとして熱いものが残ったこと（想起多数群67.2%，想起少数群56.2%）」、次に「11. いつまでも手元に置いておきたいと思えたこと（57.9，41.1）」「12. 自分が物語の中に入り込んでいたような感じが味わえたこと（41.8，24.7）」「13. 心が澄んで（スッキリして）気持ち良かった（36.1，23.6）」の4項目であった。上記同様、いずれも、物語を多数想起した群の方が、これらの項目に関して強く意識をしている者が多いことがわかった。このことから、心に残る物語を多数想起した者は、読み（見）終えた作品の余音にひたり、物語全体を通して、それに自分が関わりをもてたことに対する自己の体験を大事にできたこと、すなわち、物語から体験以降の生活に効果や影響をもたらすような部分的な内容を抽出することではなく、物語を読んだり見たりした過程そのものにひたれたことを、印象に残るための必要な読後感である、としている傾向にあると考えることができた。物語に対する事前の期待は理知的だが、心に残るための事後の読後感は物語の中で自然に突き動かされた全体的な感情の部分が大切で、これを必要なものだと考えていることがうかがえる結果となった。

5. 感動ポイントの分類と物語体験意識の関連

表4. は、選択された「最も感動した」物語の各感動ポイントが同一であった対象者群ごとに、物語体験意識に関する質問項目において、「かなり思う」あるいは「絶対に必要」（5）と回答された比率のみを提示したものである。

「物語を見たり読んだり、感じることは、日常生活で」かなり必要だと思う割合が、最も大きかったのは、感動ポイントがf. 娯楽性にあった群であり（62.5%）、次いで、b. 人間性（54.8）、描写性（45.6）にあっ

た群であった。これらの感動ポイントを示した群は、おおよそ各群に属する半数の者が日常生活で物語をかなり必要だと感じており、他の感動ポイントを示した a. 主題性、c. 共感性、e. 展開性群よりも15%程度以上の高さが認められた。そして、「今現在できれば見たり読んだりしてみたい物語が」かなりあると思う割合では、最も大きなものが、感動ポイントが e. 展開性にあった群であり (38.9%)、次いで、f. 娯楽性 (37.5) 群となった。これらの群に属する4割程度の者が、今すでに見たり読んだりしてみたい物語がかなりあると意識しており、他の群と1～3割程度の差を認めることができた。人間性や描写性に感動ポイントのあった者は、主題性や共感性、展開性とは違い、表現されたものの直接的な内容に対する観点であることが共通するところであり、それらが鮮明に立ち現れることに日常生活での必要性を感じ取るものと考えられるが、それが時々に得られることを必要としているだけで、特に既に接したい新奇な物語があるということではない。展開性に感動するポイントを持った者は、日常生活に特に必要と考える傾向は少ないが、そこに何かしら新しい要素をもった物語があるかぎり、好奇心を満足させようとしている可能性を示唆するものであった。娯楽性群の場合には、このどちらにもあてはまる性質を持っているものと言えるだろう。

物語に接する事前の期待内容で、「全くその通りだと思う」と回答した比率が過半数を示している群はなく、おおむね10～30%程度の比率であることから、いずれの内容に関しても各群とも特に強い意識をもって物語を手に行っている者が多いということではないとわかった。

しかしながら、他の群との比較で、相対的に高い比率を示していた期待内容を見てみると、a. 主題性群では、「2. 考えるべき社会的問題への喚起 (21.9%)」「10. 知的な興味関心の満足 (40.6)」の2項目を強く期待している者が他群よりも多く、b. 人間性群では、「6. 人生で大切

物語体験の分析（Ⅰ）
一心に残る物語とその様式一

表 4. 感動ポイントカテゴリ別物語体験意識度の最高評定値 5 の比率（％）

		「かなりそう思う」と回答した者の比率					
		主題性	人間性	共感性	描写性	展開性	娯楽性
		N=32	N=43	N=17	N=71	N=18	N=8
1	物語を見たり読んだり、感じることは、日常生活で必要か	26.7	54.8	29.4	45.6	33.3	62.5
2	今現在でできれば見たり読んだりしてみたい物語が相当あるか	26.7	33.3	11.8	29.4	38.9	37.5
物語性を感じられそうな作品を目にした時、手に取ったりした時に、どんな期待を抱きますか。以下の項目に対して当てはまる回答（数字）に○をつけてください。		「全くその通りだと思う」と回答した者の比率					
		主題性	人間性	共感性	描写性	展開性	娯楽性
1	その時間だけ日常生活の事を忘れて逃避できる	25.0	20.9	29.4	18.3	33.3	25.0
2	世の中で考えるべき問題に注意を向けさせてくれる	21.9	16.3	11.8	14.1	16.7	12.5
3	現実世界にはないような世界を疑似体験できる	25.0	20.9	35.3	33.8	38.9	62.5
4	現実世界には少なくなった純粋さに出会える	32.3	20.9	17.6	36.6	33.3	25.0
5	現実的には無理な欲求や欲望を満たしてくれる	15.6	14.0	11.8	12.7	22.2	12.5
6	人生で大切なこと（テーマ）に気づかせてくれる	25.8	46.5	11.8	29.6	27.8	37.5
7	日常の困難に立ち向かうように元気づけてくれる	21.9	27.9	0.0	18.3	27.8	50.0
8	日常生活より喜怒哀楽を激しく沸き立たせてくれる	21.9	18.6	5.9	18.3	11.1	42.9
9	人にすずめたり、話してみたくさせてくれる	15.6	32.6	35.3	26.8	27.8	25.0
10	知的な興味関心を満足させてくれる	40.6	30.2	11.8	23.9	38.9	37.5
あなたにとって、ある作品が、心に残る物語になるためには、体験後にどのような感じになることが、どの程度必要だと思われますか。以下の項目に対して当てはまる回答（数字）に○をつけてください。		「絶対に必要だと思う」と回答した者の比率					
		主題性	人間性	共感性	描写性	展開性	娯楽性
1	現実問題に対して、深く考える材料になったこと	46.9	27.9	11.8	27.1	27.8	37.5
2	終わった後に、心がゾーンとして熱いものが残ったこと	53.1	65.1	58.8	75.7	55.6	50.0
3	登場人物（主人公やその他）を身近に感じられたこと	28.1	16.3	17.6	20.0	44.4	12.5
4	心に強く焼きついた場面（シーン）があったこと	50.0	62.8	70.6	67.1	61.1	62.5
5	作品内の情景（風景）が心奪われるほど、すばらしかったこと	28.1	31.0	17.6	34.3	22.2	37.5
6	話の展開に意外性があり、自分の予想をはずされたこと	18.8	20.9	17.6	12.9	66.7	37.5
7	細やかな描写で、登場人物の心情が痛いほど伝わったこと	43.8	44.2	23.5	41.4	38.9	50.0
8	少々難しくても長くてもじっくり作品と触れ合えたこと	31.3	32.6	11.8	34.3	22.2	12.5
9	もう一度読んで（見て）みる価値があると思ったこと	59.4	72.1	47.1	60.0	47.1	62.5
10	今まで体験した類似作品よりも優れていると思ったこと	28.1	11.6	17.6	20.3	11.1	0.0
11	いつまでも手元に置いておきたいと思ったこと	46.9	50.0	64.7	48.6	61.1	50.0
12	自分が物語の中に入り込んでいたような感じが味わえたこと	28.1	30.2	35.3	40.0	50.0	37.5
13	心が澄んで（スッキリとして）気持ちよくなった	31.3	23.3	25.0	34.3	44.4	50.0
14	登場人物（主人公やその他）が魅力的に思ったこと	25.0	44.2	35.3	42.9	33.3	62.5
15	自分の生き方に対して深く考えさせられたこと	43.8	62.8	23.5	40.0	44.4	62.5
16	自分が何か変わったような気がしたこと	28.1	32.6	23.5	32.9	33.3	50.0

なこと（テーマ）への喚起（46.5）」「9. 人に話したくなること（32.6）」の2項目、c. 共感性群では「9. 人に話したくなること（35.3）」の1項目、d. 描写性群では「4. 現実世界にはない純粹さ（36.6）」の1項目、e. 展開性群では「1. 日常生活からの逃避（33.3）」「4. 現実世界にはない純粹さ（36.3）」「5. 現実的には無理な願望充足（22.2）」「10. 知的な興味関心の満足（38.9）」の4項目、f. 娯楽性群では、「3. 現実世界にはない疑似体験（62.5）」「7. 日常の困難に立ち向かうような元気づけ（50.0）」「8. 激しい感情の喚起（42.9）」「10. 知的な興味関心の満足（37.5）」の4項目であり、比較的強く意識している内容の多い群は、4項目が該当していたe. 展開性群、f. 娯楽性群であることが認められ、また、各群で強く意識している内容に一定程度の差異が生じていた傾向をうかがうことができた。主題性群は、社会的問題に、人間性群では個人の人生（生きること）、共感性群では人と気持が分かち合えること、描写性群では表現された純粹さ、展開性群では日常生活からの逃避、娯楽性群では日常生活での活力を求めているであろうことが示唆された。

一方、物語を体験した事後に「心に残る」物語となるために必要な内容では、全ての群で「絶対に必要だと思う」と回答した比率が過半数を示した項目は、「2. 終わった後に、心がジーンとして熱いものが残ったこと」「4. 心に強く焼きついた場面（シーン）があったこと」「9. もう一度読んで（見て）みる価値があると思えたこと」「11. いつまでも手元に置いておきたいと思えたこと」の4項目であり、これらのことが心に残る物語となるためには、一律に必要だと強く思われている傾向にあることがわかった。

共通性のある以上の4項目を除き、他の群との比較で相対的に高い比率を示していた必要項目を見てみると、a. 主題性群では「1. 現実問

題を深く考える材料になった（46.9%）」「8.じっくり作品と触れ合えた（31.3）」「10.類似作品よりも優れていた（28.1）」の3項目が他群よりも強く必要とされたものであり、b.人間性群では「8.じっくり作品と触れ合えた（32.6）」「15.生き方について考えさせられた（62.8）」の2項目、d.描写性群では、「5.作品内の情景がすばらしかった（34.3）」「8.じっくり作品と触れ合えた（34.3）」の2項目、e.展開性群では「3.登場人物を身近に感じた（44.4）」「6.展開の意外性（66.7）」「12.物語に入り込んだ感じ（50.0）」の3項目、f.娯楽性群では「5.作品内の情景がすばらしかった（37.5）」「7.登場人物の心情の理解（50.0）」「13.スッキリした（50.0）」「14.登場人物が魅力的（62.5）」「15.生き方について考えさせられた（62.5）」「16.自分が変わったような気がした（50.0）」の6項目で、c.共感性群はひとつの項目も該当するものがなかった。強く必要とされる項目の多い群は、6項目が該当していたf.娯楽性群、次いで3項目であったa.主題性群、e.展開性群であることが認められ、また、各群で心に残るために必要とされている意識内容の程度に一定の相違があることを認めることができた。主題性群と人間性群は、じっくりと作品に触れることによって、物語から何らかの考えやヒントを得られたこと、展開性群や娯楽性群は、物語や物語に登場する人物に強く惹きつけられたことが、心に残る物語として必要だと感じている者が多い傾向にあることがわかった。

考察

1. 心に残る物語の多様性と中心となる物語様式

物語を読んだり見たりするという事は、一定の時間を要して筋のある内容を受け手が理解していく行為の一つであるが、心に残った作品名を想起するという事は、物語を手にして読み（見）終えるまでの一連

の出来事を通して、知的・情動的に比較的強く喚起されたことや、その前後における自分の情動状態の変化、周囲の状況などの認知などを含めた体験全体の記憶を結びつけるキーとなるもの（ラベル）を想起しているものと考えられる。その意味では、物語名を記憶しているということは、単なる事実の記憶とは異なる、個人の生活史の中の重要なエピソード記憶として位置づけられるものとなる。

今回の調査において、このような「心に残る」ような物語が、対象者196名から1,209件（平均6.3件）想起され、作品数にしてみると614件にもおよぶタイトルが出てきたことは、物語を体験することが、個人の生活史の中でふと遭遇してしまったような異例な体験などではなく、比較的恒常化された体験になっている可能性を示唆するものである。このことは、少なからずの対象者が、「できれば今現在見たり読んだりしてみたい物語」があり、この体験が身近なもので、望むにしたがって得られやすい体験となっていることから裏付けされる。物語とは、“出会う”ものではなく、“予定される”ものであるとも言えるであろう。また、この614件は全て異なる作品であることを考えると、心に残るように体験される物語は、各個人によって多種多様なものがあることも示唆された。

しかしながら、確かに、物語体験の多様さは、体験様式が25カテゴリに分類されたことから、再認識することが可能ではあるが、想起比率の高い、実写映画、アニメ映画、小説、マンガなどの、限られたカテゴリが他のカテゴリよりもかなり大きい比率を示していた点から考えてみると、多種多様ではありつつも、中心となるような体験様式のあることを示すものとなっていた。

これら4つのカテゴリは、テレビ用のドラマやアニメなどとも異なり、消費者である我々が当事者として参加する直接的な市場を対象としているものであり、商業的な基盤のもとに提供されるものである。特に映画

などは、興行的要素が強く、売れる物語を作成することを余儀なくされている。近年のメディアミックスによる市場規模の拡大（日本貿易振興機構 2005 a）や新しいメディア向けの市場開拓（日本映像ソフト協会 2004；植村 2006）などを意図した関連産業の動向に伴い、物語が文化財というよりは消費財としての性質を強めながら、我々の日常生活に浸透していくことは、ほぼ間違いないことであろう。果たして、それらの消費財をえることで、我々は、どのような精神的“豊かさ”を手にすることができるのだろうか。少なくとも、これら4つのカテゴリを通して提供される物語は、その豊かさなるものを便利に手軽に体験できる物語様式となり、それがために、今後更に表現の仕方などを変質させていく可能性すらある様式だと考えられるだろう。

また他方では、今回の調査で、本来は物語として位置づけられることがない、音楽聴取や実体験、あるいはスポーツ／中継・観戦にも物語（性）を感じている者が少なからずいたことは、個人のユニークな体験として決して無視することはできない。更には、童話や絵本、読み聞かせなどは、体験時年齢に特有の性質や意義を持つものとして、重要なカテゴリであることは言うまでもないであろう。その年代において物語に期待することや、どのような受け取り方をするのか、影響を及ぼすのか、についての発達の観点も重要な問題となる。

したがって、このような物語体験様式の個人的あるいは個人史的な多様さを背景として視野におきつつも、今後は、代表的な様式に限定した上での物語を受容してきた体験と、本来は物語とされないものに物語性を感じとっていく体験、幼少期や青年期あるいは老年期等の年代ごとによる物語体験、そしてカテゴリで示されたような様式に固有な体験を、それぞれ別個の研究対象として区分していくことで、それぞれの体験の意義・意味をより明らかにしていく必要があるだろう。

2. 物語の受け手が感じる感動の主たるポイント

想起された「心に残る」物語から、「最も感動した」物語を選択させ、その感動に至った点を自由記述させたものを分類したところ、作品の描写性について述べているものが最も多く、6分類されたうちの4割を占めていることがわかった。いかにして感動に至るかは、作中に表現された描写が鮮明に印象に残るような工夫を必要とされていることに結びつくわけだが、物語全体から切り出された一つ一つの場面・情景についてのみのものであり、言わば部分的な雰囲気やムードのような情感的な面を、感動のポイントとしてとらえている傾向をうかがわせるものだった。

物語を通して全体として感じられる主題性（テーマ）や登場人物の人間性などの比較的理知的なものを含んだものは、どちらかと言えば中心的な感動ポイントではないのであろうか。更には、今回の記述には1件も認められなかったような、作品の背後にあるような作者の思想や意図を理解し得た上での感動などはないのであろうか。ちょうど歌を例にとると、歌詞で述べられている内容全体そのものではなく、曲中のサビに相当する調子やセリフの部分から何か印象的な感じを部分的に得ることによって感動に至っているようだ。受け手は、物語が語られている背景や空間の中の外因的因果性（外的条件）ではなく、そうした背景から切り取られた前景の中の内因的因果性（内的原因）、あるいは現実世界ではつかみづらい自分の身近な人や物との関わりを、なかば代替的に実感させるものを描写として提供してくれることを、物語として要求しているようでもある。

少なくとも物語内に用意されている描写は、物語を理解していく過程のほんの出発点にしかすぎず、そこを基盤として作中や自分の周辺事態との関係性を考えていけば、一定の時間さえかければ、作品からの理知的で社会性のある発見や気づきを得られていくものだと思われる。そう

であれば、一定程度の対象者においては、最初の出発点で物語は放置されたままの状態になっているとは言えまいか。否、物語の作者の方で既に、描写以上の読み込みを拒否するような作品になっていることも考えられうる。いずれにしろ、物語が作品として大量に消費されている昨今においては、何が語られているかではなく、いかに語られているか（描写）、が最も重要なポイントとしてあることは言いうるであろう。ある意味では、物語とは、そもそも語られる内容よりも語られ方の創意を本質とする表現行為であり続けてきたと言うべきものかもしれない。

ただし、今回の感動ポイントの分類は、あくまでも記述された文章間の共通する特徴によって質的になされたものであり、実際上は、個人の感動ポイントが一つだけであったとするのは考えにくい。対象者が物語から感動を受けるポイントの実情を、精緻に反映していくためには、このような自由記述から更に考えられうる感動ポイントを付け加えて、あらかじめ提示した上で量的に評定していく必要や、同一の物語に対する対象者の感動ポイントを更に、詳細にインタビューしていくことで、感動ポイントの推移の有無やその過程を検討していく必要性が出てくると思われる。

3. 物語の果たす機能的役割

物語を読んだり見たりすることが、日常生活に必要なと思う者は、驚くほど多い。今回の調査では、自由記述で想起した物語数が多かった群では、半数の者（49.2%）が、「かなり必要」だと回答している。これに、「やや思う」（45.8%）を合わせると、ほとんど全員が必要だと感じていることになる。想起数の少なかった群でも、「かなり思う」と「やや思う」を合わせれば、84.7%が必要だと感じていることになり、ある程度の差異はあるものの、全般的な傾向は、やはり、ほとんどの者が物語を必要

だと感じていることになる。

これほどまでに必要とされている物語は、個人の生活史にとって、果たしていかなる機能を持っていることになるのだろうか。これに関しては、今回の調査では、対象者全般に共通して期待される内容は見いだされなかったが、感動ポイントの分類別に、物語に期待する内容が一定程度異なっていたことが示唆された。物語の主題性を感動ポイントにあげていた群は、社会的な問題に注意を向けさせてくれること、登場人物の人間性をあげた者は、個人の人生（生きること）において大切なことに気づかせてくれること、共感性群では人と気持が分かち合えること、描写性群では表現された純粹さ、展開性群では日常生活からの逃避、娯楽性群では日常生活での活力が得られることを、期待しているものと考えられた。

ただし今回用意された期待内容は10項目のみであり、群間で比較的比率の大きかった項目内容をピックアップすることで、おおよそその特徴を明示しえたいにすぎない。群の数6からすると、更に具体的な内容を提示して項目数を多くすることで、複数の群の期待内容を大幅にカバーする必要性があったことを検討しなければならない。

物語を体験することによって得られる期待内容は一様なものではなく、以上のような幾つかの次元を持っていること、特定の次元を特に志向する対象者がいる可能性があること、あるいは特定の指向性を持つ作品自体があることを、今回の調査によって、想定できるようになった。物語の果たす機能は、ただ一つだけではないが、それがあある特定のポイントによってそれぞれ成立しており、結果として共通した感覚、すなわち“感動”という状態にいたる。本調査で心に残るために必要な読後感として、どの群も一律して比率の高かった「ジーンとして熱いものが残った」「もう一度読んで見る価値があると思えた」「いつまでも手元に置いておきた

いと思えた」「焼きつく場面（シーン）があった」は、おそらく、感動状態そのものを表しているものと考えられるだろう。

となると、物語を体験すること、消費することによって得られる“豊かさ”とは、まさにこの“感動”なのではあるまいか。物語が日常生活で必要だと感じている者が驚くほど多いことから、現実の世界では得られにくいある種の実感がありうることを示唆しており、物語の中にこそ、それを見いだしうるものとなる。「伝えたいことがある」それを代弁し、それに耳を傾けるのが文化的行為であるとするならば、物語体験においても、正しい読み方や見方が討議され、誤読のようなことを示しえるのかもしれない。しかし、消費的行為であるならば、受け手の願望の充足こそ主要な力点であり、そこに注目する必要性を思わざるをえない。

資料 1. 対象者によって 2 名以上一致して想起された作品名の細目

【アニメ映画】

作品名	監督	公開年	製作・配給会社（原作者）
となりのトトロ	宮崎駿	1988・4	スタジオジブリ（宮崎駿）
魔女の宅急便	宮崎駿	1989・7	スタジオジブリ（角野栄子）
天空の城ラピュタ	宮崎駿	1986・8	スタジオジブリ（宮崎駿）
もののけ姫	宮崎駿	1997・7	スタジオジブリ（宮崎駿）
千と千尋の神隠し	宮崎駿	2001・7	スタジオジブリ（宮崎駿）
耳をすませば	近藤喜文	1995・7	スタジオジブリ（終あおい）
紅の豚	宮崎駿	1992・7	スタジオジブリ（宮崎駿）
風の谷のナウシカ	宮崎駿	1984・3	スタジオジブリ（宮崎駿）
アラジン	ジョン・マスカー	1993・8	ディズニー（アメリカ）
ハウルの動く城	宮崎駿	2004・11	スタジオジブリ（ダイアナ・ウィン・ジョーンズ）
美女と野獣	ゲイリー・トルース デール／カーク・ワイズ	1992・9	ディズニー（アメリカ）
うしろの正面だあれ	有原誠治	1991・3	スペース映像（海老名香葉子）
帰ってきたドラえもん	渡辺歩	1998・3	東宝（藤子・F・不二雄）
火垂るの簾	高畑勲	1988・4	スタジオジブリ（野坂昭如）
猫の恩返し	森田宏幸	2002・7	スタジオジブリ（終あおい）
ファインディング・ニモ	アンドリュー・スタントン	2003・12	ピクサー（アメリカ）
ライオンキング	ロジャー・アラーズ	1994・7	ディズニー（アメリカ）

【テレビアニメ】

作品名	演出・監督・製作 総指揮	放送年	制作会社（原作者）
ドラゴンボール	今田智憲ほか	1986・2～ 1997・11	東映アニメーション（鳥山明）
ドラえもん	もとひら了/ 芝山努	1979・4～	シンエイ動画（藤子・F・不二雄）
タッチ	杉井ギサブロー	1985・3～ 1987・3	東宝（あだち充）
フランダースの犬	黒田昌郎	1975・1～ 1975・12	世界名作劇場（ウィーダ）
スラムダンク	志水淳児/ 中村哲治ほか	1993・10～ 1996・3	東映アニメーション（井上雄彦）

【実写映画】

作品名	監督	公開年	製作・配給会社（原作者）
世界の中心で、愛をさけぶ	行定勲	2004・5	東宝（片山恭一）
ロード・オブ・ザ・リング	ピーター・ジャクソン	2002・3～ 2004・2	日本ヘラルド映画＝松竹（J・R・R・トールキン、ニュージーランド/アメリカ）
タイタニック	ジェームズ・キャメロン	1997・12	FOX（アメリカ）
アルマゲドン	マイケル・ベイ	1998・12	ブエナ（アメリカ）
黄泉がえり	塩田明彦	2003・1	東宝（梶尾真治）
アイ・アム・サム	ジェシー・ネルソン	2002・6	松竹＝アスミック・エース（アメリカ）
いま、会いにゆきます	土井裕泰	2004・10	東宝（市川拓司）
ハリー・ポッター	クリス・コロンバス ほか	2001・12～ 2004・6	ワーナー（J・K・ローリング、アメリカ）
ラストサムライ	エドワード・ズウィック	2003・12	ワーナー（アメリカ）
パイレーツ・オブ・カリビアン	ゴア・ヴァービンスキー	2003・8	ブエナビスタ（アメリカ）
オペラ座の怪人（2004）	ジョエル・シューマカー	2005・1	ギャガ＝ヒューマックス（ガストン・ルルー、アメリカ/イギリス）
ローレライ	樋口真嗣	2005・3	東宝（福井晴敏「終戦のローレライ」）
バック・トゥー・ザ・フューチャー	ロバート・ゼメキス	1985・12～ 1990・7	Un i = U I P（アメリカ）
レオン	リュック・ベッソン	1995・3	ヘラルド（フランス/アメリカ）
解夏	磯村一路	2004・1	東宝（さだまさし）
E.T.	スティーヴン・スピルバーグ	1982・12	Un i = C I C（アメリカ）
海猿	羽住英一郎	2004・6	東宝（佐藤秀峰/小森陽一）
戦場のピアニスト	ロマン・ポランスキー	2003・2	アミューズピクチャーズ（ウラディスワフ・シュピルマン、フランス/ドイツ/ポーランド/イギリス）
ホーンテッド・マンション	ロブ・ミンコフ	2004・4	ブエナビスタ（アメリカ）
アメリ	ジャン＝ピエール・ジュネ	2001・11	アルバトロス（フランス）
エレファント	ガス・ヴァン・サント	2004・3	東京テアトル＝エレファント・ピクチャー（アメリカ）
CASSHERN	紀里谷和明	2004・4	松竹（竜の子プロダクション「新造人間キャシャーン」）

物語体験の分析 (I)
 一心に残る物語とその様式一

グラディエーター	リドリー・スコット	2000・6	U I P (デヴィッド・フランゾーニ原案、アメリカ)
シークレット・ウィンドウ	デヴィッド・コーブ	2004・10	S P E (スティーヴン・キング、アメリカ)
スウィングガールズ	矢口史靖	2004・9	東宝
スター・ウォーズ	ジョージ・ルーカス ほか	1978・6～ 2005・7	FOX (アメリカ)
スワロウテイル	岩井俊二	1996・9	日本ヘラルド映画＝エースピクチャーズ
トロイ	ウォルフガング・ペーターゼン	2004・5	ワーナー (アメリカ)
パール・ハーバー	マイケル・ベイ	2001・7	ブエナ (アメリカ)
バッファロー'66	ヴァンセント・ギャロ	1999・7	キネティック (アメリカ)
ピーター・パン (2003)	P・J・ホーガン	2004・4	S P E (J・M・バリー、アメリカ)
フォレスト・ガンプ／一期一会	ロバート・ゼメキス	1995・2	P a r＝U I P (ウィンストン・グルーム、アメリカ)
プライベート・ライアン	スティーヴン・スピルバーグ	1998・9	U I P (アメリカ)
ブラザーフッド	カン・ジェギュ	2004・6	U I P (韓国)
マトリックス	アンディ・ウォシヤ ウスキー／ラリー・ウォシヤウスキー	1999・9～ 2003・11	ワーナー (アメリカ)
メント	クリストファー・ノーラン	2001・11	アミューズピクチャーズ (ジョナサン・ノーラン、アメリカ)
ラブストーリー	クァク・ジェヨン	2004・1	クロックワークス＝メディア・スーツ (韓国)
リリー・シュシュのすべて	岩井俊二	2001・10	ロックウェルアイズ (岩井俊二)
誰も知らない	是枝裕和	2004・8	シネカノン
茶の味	石井克人	2004・7	クロックワークス＝レントラックジャパン (石井克人)
東京タワー	源孝志	2005・1	東宝 (江國香織)
踊る大捜査線 THE MOVIE	本広克行	1998・10	東宝
踊る大捜査線 THE MOVIE 2 レインボーブリッジを封鎖せよ！	本広克行	2003・7	東宝

【テレビドラマ】

作品名	演出・監督・製作 総指揮	放送年	放映局 (原作者)
3年B組金八先生	佐藤茂一ほか	1979・10～ 2005・3	T B S (小山内美江子)
オレンジデイズ	生野慈朗／ 土井裕泰ほか	2004・4～ 2004・6	T B S (北川悦吏子)
僕の生きる道	星護／ 佐藤祐市ほか	2003・1～ 2003・3	フジテレビ
木更津キャッツアイ	片山修／ 宮藤官九郎ほか	2002・1～ 2002・3	T B S
Summer Snow	松原浩／ 遠藤環ほか	2000・7～ 2000・9	T B S
プライド	中江功／澤田謙作	2004・1～ 2004・3	フジテレビ

世にも奇妙な物語	▲	1990・4～	フジテレビ
踊る大捜査線	本広克行／澤田鎌作	1997・1～ 1997・3	フジテレビ

【演劇】

作品名	演出	初演	劇団・主催（原作者）
ライオンキング	ジュリー・テイモア	1998	劇団四季
アニー	▲	1986	日本テレビ主催（ハロルド・グレイ「リトル・オーファン・アニー」）

【ドキュメンタリー】

作品名	演出	放送年月	放送局
いいもんだよ、生きるって～夜回り先生・水谷修のメッセージ～	－	2004・9	NHK教育テレビ「E T V特集」

【古典文学】

作品名	作者	書誌	出版社
源氏物語	紫式部	11世紀初頭	▲

【小説（近・現代文学）】

作品名	作者	出版年月	出版社（掲載誌）
世界の中心で、愛をさけぶ	片山恭一	2001・3	小学館
Deep Love	Yoshi	2002・12	スターツ出版
いま、会いにゆきます	市川拓司	2003・3	小学館
ノルウェイの森	村上春樹	1987・9	講談社
Good Luck	アレックス・ロビラ	2004・6	ポプラ社
天使の卵	村山由佳	1994・1	集英社
鼻	芥川龍之介	1916・2	新思潮
Bad Kids	村山由佳	1994・7	集英社
ハッピーバースデー	青木和雄／ 吉富多美	2005・4	金の星社
宮本武蔵	吉川英治	1935・8	朝日新聞
十二番目の天使	オグ・マンディーノ	2001・4	求龍堂
ZOO	乙一	2003・6	集英社
アムリタ	吉本ばなな	1994・1	福武書店
キッチン	吉本ばなな	1988・1	福武書店
こころ	夏目漱石	1914・4	朝日新聞
バトル・ロワイアル	高見広春	1999・4	太田出版
もっと、生きたい…	Yoshi	2004・12	スターツ出版
永遠の仔	天童荒太	1999・2	幻冬舎
三国志	吉川英治	1938	▲
蛇にピアス	金原ひとみ	2003・12	集英社
青空の向こう	アレックス・シアラ	2002・5	求龍堂
二十四の瞳	壺井栄	1952・2	▲
白い犬とワルツを	テリー・ケイ	1995・3	新潮社
半落ち	横山秀夫	2002・9	講談社
冷静と情熱のあいだ	江國香織／辻仁成	2001・6	角川書店
冷静と情熱のあいだ Blu（ブリュ）	辻仁成	1999・10	角川書店

* 「鼻」「宮本武蔵」「こころ」「三国志」「二十四の瞳」に関しては「出版年月」に発表年月を記載。

物語体験の分析（I）
一心に残る物語とその様式－

【児童小説】

作品名	作者	出版年月	出版社
ハリー・ポッター	J.K.ローリング	1999・12	静山社
モモ	ミヒヤエル・エンデ	1976・9	岩波書店
ダレン・シャン	ダレン・シャン	2001・6	小学館
ハッピーバースデー －命かがやく瞬間－	青木和雄	1998・1	金の星社
カラフル	森絵都	1998・7	理論社
はてしない物語	ミヒヤエル・エンデ	1982・6	岩波書店
十五少年漂流記	ジュール・ベルヌ	1888	▲
赤毛のアン	L.M.モンゴメリー	1908	▲

* 「十五少年漂流記」「赤毛のアン」に関しては「出版年月」に発表年を記載。

【童話】

作品名	作者	書誌	出版社（掲載誌）
ごんぎつね	新美南吉	1932	赤い鳥
ちびくろサンボ	ヘレン・バンナーマン	1899	▲

【絵本】

作品名	作者	書誌	出版社（掲載誌）
桃太郎	－	－	－
100万回生きたねこ	佐野洋子	1977・1	講談社
ぐりとぐら	中川李枝子	1967・1	福音館書店
さるかに合戦	－	－	－

【マンガ】

作品名	作者	掲載年月	掲載誌
スラムダンク	井上雄彦	1990～ 1996	週刊少年ジャンプ
NANA	矢沢あい	2000～	Cookie
ドラゴンボール	鳥山明	1984～ 1995	週刊少年ジャンプ
フルーツバスケット	高屋奈月	1998～	花とゆめ
タッチ	あだち充	1981～ 1986	週刊少年サンデー
最終兵器彼女	高橋しん	2000～ 2001	ビッグコミックスピリッツ
天使なんかじゃない	矢沢あい	1991～ 1994	りぼん
20世紀少年	浦沢直樹	1999～	ビッグコミックスピリッツ
ワンピース	尾田栄一郎	1997～	週刊少年ジャンプ
MONSTER	浦沢直樹	1994～ 2001	ビッグコミックオリジナル
ブラック・ジャック	手塚治虫	1973～ 1983	週刊少年チャンピオン
みゆき	あだち充	1980～ 1984	少年ビッグコミック
愛してるぜベイベ	槇ようこ	2002～ 2005	りぼん
北斗の拳	武論尊／原哲夫	1983～ 1988	週刊少年ジャンプ
僕等がいた	小畑友紀	▲	▲

【自伝・伝記】

作品名	著者	出版年月	出版社
It と呼ばれた子	デイヴ・ベルザー	1998・4	青山出版社
五体不満足	乙武洋匡	1998・10	講談社
夜回り先生	水谷修	2004・2	サンクチュアリ出版
24人のピリー・ミリガン エジソン	ダニエル・キイス —	1992・9 ▲	早川書房 ▲

【ポピュラーソング】

曲名	アーティスト名	発表年月	発売元（収録アルバム）
K	BUMP OF CHICKEN	2004・4	トイズファクトリー (THE LIVING DEAD)
サクラ	ケツメイシ	2005・2	トイズファクトリー

【テレビゲーム】

作品名	製作・監督	発売年月日	発売元
ファイナルファンタジー・シリーズ	坂口博信	1987～	スクウェア（現スクウェア・エニックス）
ドラゴンクエスト・シリーズ	堀井雄二	1986～	エニックス（現スクウェア・エニックス）
メタルギアソリッド	小島秀夫	1998～	コナミ

参考文献

文化庁文化部国語課 2004 文化審議会答申 これからの時代に求められる国語力について 2004.2.3

http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/bunka/toushin/04020301.htm

日本貿易振興機構 2005 a 産業レポート：日本の映画産業の動向, Japan Economic Monthly 第14号（2005年5月）

<http://www.jetro.go.jp/jpn/reports/05000964?print=1>

日本貿易振興機構 2005 b 産業レポート：日本のアニメーション産業の動向, Japan Economic Monthly 第15号（2005年6月）

<http://www.jetro.go.jp/jpn/reports/05000977?print=1>

日本貿易振興機構 2005 c 産業レポート：日本の出版産業の動向, Japan Economic Monthly 第16号（2005年7月）

<http://www.jetro.go.jp/jpn/reports/05000996?print=1>

日本貿易振興機構 2005 d 産業レポート（2）：日本のテレビゲーム産

業の動向, Japan Economic Monthly 第17号 (2005年8月)

<http://www.jetro.go.jp/jpn/reports/05001007?print=1>

社団法人 日本映像ソフト協会 2004 2004年上半期 (1月～6月) 統計

調査報告, JVA REPORT・2004・10 p.6-9 <http://www.jva.net.or.jp>

植村八潮 2006 ケータイ読書のスタイル メディアの進行形9, 読売

AD レポート ojo 2006.1・2 vol.8-No.10-11

<http://adv.yomiuri.co.jp/ojo/02number/200505/05data.html>

読売新聞社広告局 2002 「本離れ」の実情を探る, 読売 AD レポート

ojo 2002.10 vol.5-No.7

<http://adv.yomiuri.co.jp/ojo/02number/200210/10data.html>

読売新聞社広告局 2005 本はどう読まれているか, 読売 AD レポート

ojo 2005.5 vol.8-No.2

<http://adv.yomiuri.co.jp/ojo/02number/200505/05data.html>