

研究論文

大学生の「読書」概念に関する予備的検討

小 森 伸 子*

A Pilot Study of the Concept of “Reading” among Japanese University Students

Nobuko KOMORI

【要 約】

学生の「読書離れ」という問題は以前から指摘されているが、そもそも読書を行う学生にとって「読書」とはどのようなものを読むのかについて調査したものは少ない。本研究は、大学生を対象にどういったものを「読書」の対象ととらえているのか、大学生の「読書概念」を明らかにすることを目的とした。大学生54名を対象に、様々な文字を使ったメディア・ジャンルをとりあげ、それぞれの対象について「読む」・「読書」という言葉がどれくらい適切かを判断させるアンケートを行った。結果を集計すると、文字を使っても時刻表やインターネットサイトなど「読む」にも「読書」にも入らないジャンルの他に、漫画・コミックや雑誌のように「読む」には適切だが、「読書」とはいわないジャンルの存在が確認された。「読書」の適切度は小説がもっとも高かった。漫画やインターネットなど様々なジャンルに接しているであろう大学生だが、その中で小説が「読書」という概念にもっともあてはまるジャンル、対象であることが明らかになった。

* 摂南大学非常勤講師

I 問題と目的

現代人、特に学生の読書離れや「不読者」という問題は、1960年代ごろから常に読書に関わる人達の間では問題となっている。全国学校図書館協議会が毎日新聞社と行っている「全国学校図書館調査」(2008)でも、調査した5月の1ヶ月に1冊も本を読まない者を「不読児」と定義し、その推移を問題としている。「不読児」は今年の調査によると高校生で50%が相当しており、多くの読書に関わる教師や司書はこの状況をなんとか改善したいと様々な試みを行っている。

一方で、こうした「読書」調査においては、「本を読みましたか?」と質問する場合、雑誌や漫画、新聞といった活字媒体は含まれないことが多い。毎日新聞社の調査では、「『本』雑誌や漫画は除く」と質問自体に注釈が設けられているし、良く読む雑誌や漫画については別の質問項目が設定されている。大阪教育大学生涯教育計画論研究室・大阪教育大学付属図書館が教育系の4つの大学の2, 3回生を対象に行った「大学生の読書と電子メディア利用に関する調査研究」(2000年調査)においても、調査項目においては「最近1ヶ月に読んだ本(教科書、コミック、雑誌を含まない)」と「本」の内容に注釈がつけられている。大学生を対象にした他の読書調査(玉瀬, 2004・平山, 2003)においても同様に、質問を答える際に「読書」とは漫画、雑誌を含まないものであると回答者に教示が与えられている。

このように調査実施者が「読書」や「本」の設定を決めた上で、調査が行われていることは明らかである。そこでは「本」とは、「雑誌、漫画」などを含まない活字媒体、例えば小説や随筆などが対象であり、さらに、「読書」とはそうした限定された範囲のものを読むという暗黙の前提が存在している。

一方で、「読書」という行為やその内実、何を読むのかは、歴史的に見ても変遷があり、研究者によっても様々な使われ方がなされている。

例えば、近代的な読書、読者の成立を検討した永嶺(2004)では、日本における近代の読書状況の成立を検討するにあたって、最初に新聞の全国的な広まりを取り上げている。永嶺(2004)にとっては、新聞やガイドブックなどを含めた活字メディアを「読む」ことが「読書」と考えられている。さらに、旅客技術の発達、特に鉄道の発達に伴って音読から黙読へと変化していく様子を取り上げ、「読書」の内容自体も近代に変化したことを明らかにしている。

和田(2002)では、様々な「読書論」を取り上げ、その中でビデオゲームなど、紙媒体でないメディアも取り上げており、あらゆるものが「テキスト」として「読み」解かれる可能性を示している。

「読書」推進の実践的な取り組みを見てみると(秋田・庄司, 2005、秋田・黒木, 2006)、中学生に絵本を紹介したり、教師が小学校でも読み聞かせを行うなど、小説だけが「読書」の対象とは考えられていないし、1人で黙読をすることだけが読書とはとらえられていない。読書をする仲間というコミュニティの大切さがそこでは強調されている。さらに文字が読めない乳児に対しても「読書推進活動」は行われている。英国での運動を参考に日本で2000年から始まったブックスタート運動では、主に0歳児の乳児健診の機会を利用して絵本を配布し、「赤ちゃんと一緒に絵本を楽しみましょう」と呼びかけている。

さらに、「本を『読む』』と言うが、「読む」という言葉は、文字情報だけに使われるものではない。例えば、書名でも『読む目、読まれる目』（遠藤利彦（編） 東京大学出版会）などは、乳児の共同注意や視線検出に焦点をあてた著書であるし、『赤ちゃんは顔を読む』（山口真美（著） 紀伊国屋書店）は、文字を読むことはおろか話し言葉も完成していない乳児の顔認知発達を扱ったものである。

近年の出版状況に目を転じると、ケータイ小説やネット上のブログが単行本化（例えば美嘉（著）『恋空』は当初ケータイ小説として発表されたが、後に単行本化されてベストセラーとなった）されるケースがある。漫画、アニメ、小説化、映画化といったメディアを横断しての作品（「機動戦士ガンダム」は、映画、アニメ、小説化（ノベライズ）など同じコンテンツが複数のメディアで制作されている）といった作品も多い。さらに、テレビゲームでも、画面上に文字や質問が投げかけられ、それを「読む」ことが求められる形式もある。

このように、「読む」「読書」という言葉は様々な広がりを持つ。それは時代の変遷や新しいメディアの出現と共に変化していく可能性がある。紙媒体のメディアしかなかった時代と現代では、「読書」の概念も異なっている可能性がある。様々なメディアに囲まれた現代の成人、特にインターネットなどの新しいメディアを享受していると思われる大学生は何を「読書」「読む」と捉えているのだろうか？それは、読書の研究者が規定する「読書」と同じものなのだろうか？それとも異なるのだろうか？もし大学生が多くの読書調査研究が排除している「雑誌」「漫画」も「読書」だととらえられているのであれば、それを含めた「読書」の実態調査を行っていく必要があると考えられる。

本研究は、大学生を対象にネットなどを含む様々な活字メディアに対して「読書」という言葉をつかう当てはまりのよさを判断させ、彼らの持つ「読書」概念を明らかにすることを目的とした。その際に「読む」という言葉のあてはまりも同時に判断させ、その対比から「読書」ととらえられる活字メディアを明らかにする。「読む」は上記のように広範囲な意味、用法を持つと考えられ、また「読書」においても使われる言葉である。ここから「読む」ものと「読書」の2つを判断させることによって「読書」の特性がより鮮明に浮かび上がると考えた。

II 方法

対象者 教育系の大学に通学する大学生54名が参加した。主に1回生であった。

調査方法 講義時間内にアンケートを配布し趣旨説明の後、記入を求め回収した。回答時間はおよそ10分から15分であった。回収率はほぼ100%であった。

調査内容 資料1にあげられた活字を使った紙媒体の活字メディア、ジャンル、ネット上の文字媒体ジャンル、一般的なサイトや電子ツールを取り上げた。文字を使うものとしては、手紙、ちらしや看板なども含まれるが紙媒体のものでは冊子体になっていることを基準に選んだ。それぞれについて①イメージできるかどうかの判断（知っている・知らないの2択）②「読む」という言葉を使うことのあてはまりのよさ（1から5までの5段階評価）③「読書」という言葉を使うことのあてはまりのよさ（1から5までの5段階評価）を求めた。なお、①の判断において「できない」と回答した場合、②と③は答えずに次の項目に移ることとした。さらに、②において低い評価をつけた場合、あてはまると思う言葉が思いつけば書いてもらうように求めた。アンケートの最後にアンケートを振り返りながら①「読む」とはどういうことだと思うか？」②「読書とはどういうものだと思うか、読みとどのように違うか？」を自由記述させた。また、アンケートに出てきたもの以外で文字をつかったものがあればあげてもらい、アンケートの感想も記入してもらった

なお、資料1にあげられたものは、正確にはメディアの違いを示していたり、書籍のジャンルを示したりといった違いがある。本論文ではこの後の記述では便宜上、「ジャンル」という用語で資料1にあげられるメディア、ジャンルを示すこととする。

III 結果と考察

回答に不備のあったものを除き、37名分（男性12名、女性25名、平均年齢19.24歳）が分析に使用された。

それぞれのメディアについてのイメージの有無の分析：それぞれのジャンルがどのようなものか想像できるかについての回答の人数とその割合、「読み」と「読書」のあてはまりのよさの平均値、SDを資料1に示した。ほとんどのメディアが「知っている」と回答されていたが、「コミックエッセイ」「自己啓発本」「人名録」「アドベンチャーゲーム」の「知っている」の割合が特に低かった。今後の分析においては、この4ジャンルを除いて分析を行うこととする。

「コミックエッセイ」は漫画家などが架空のストーリーではなく、自分の日常経験などを漫画で表したものをさす。書店においても漫画やコミックとは別置されることが多いジャンルである。コミックなので読みやすくまた話題になったもの（小栗左多里（著）「ダーリンは外国人」メディアファクトリーなど）も多いので、大学生が目にしていないとは考えにくいだが、「コミックエッセイ」というジャンルの名称自体にあまりなじみがなかったと考えられる。「自己啓発本」は、ビジネスマンや就職を控えた大学4年生などが関心を持つタイトルや内容が多く、まだ大学1年生が多い対象者にとってはジャンルの名称も内容もなじみがないのではないかと考えられる。「アドベンチャーゲーム」に関しては、この年代の学生でゲームを知らない学生は少数であると考えられる。単にテレビゲームなら知っていても細かいジャンルを分けて示されると自分のやっているゲームのジャンルが「アドベンチャー」に当てはまるのか分からなくなり、そのため知らないと回答するものが増えたと考えられる。

知っている割合が高かったもので見ると、同じ小説でも「長編」は「短編」に比べやや知らない割合が高い。小説を全く知らないとは考えにくいので、これはわざわざ「長編」と書かれるようなかなり長い小説（例えば『三国志』であるとか『三銃士』など）を読んだことがないという意味ではないかと考えられる。

「読む」ということばのあてはまりの良さに関する分析：ジャンルの違い別に「読む」の当てはまり度の平均値を算出し、当てはまりの平均値が高い上位10ジャンルとその平均点（SD）をTable1に示した。

Table1 「読む」の当てはまりの平均値と標準偏差
（上位10ジャンル）

ジャンル	平均値	標準偏差 (SD)
新聞	4.80	0.58
エッセイ	4.68	0.60
短編小説	4.68	0.67
製品の取説	4.64	0.72
童話	4.58	0.81
漫画・コミック	4.58	0.84
聖典・聖書	4.56	0.75
ケータイ小説	4.52	0.87
長編小説	4.51	0.92
教科・専門書	4.49	1.46

最も当てはまりがよいジャンルは「新聞」であり、続いて小説やエッセイが続く。また、漫画も「読む」ものとして高い割合で当てはまると答えられていた。漫画のジャンルにあたる、「4コマ漫画」「漫画雑誌」をみると、「漫画雑誌」は「コミック・漫画」と同様に4以上の値を示し、「4コマ漫画」はやや下がるが3以上の値を示している。ネット上のジャンルに関しては、「ケータイ小説」が上位であったが、「インターネットサイト」は低かった。

ここから、「読む」という言葉は、小説のような通常「読書」にあてはまるものだけではなく、広く情報を取り入れたり、理解する行為を含むジャンルであれば使われることがわかる。

あてはまることば（自由記述）の分析：「読む」のあてはまりの良さの評定において「あまりあてはまらない」と答えた対象者の中で、自由記述に書かれた言葉を調べた。調査においては「あてはまる」と答えた場合でも言葉を書いていた対象者もいたが、今回は使われる言葉をできるだけとりあげたいと考え、集計に含めた。

延べで274の言葉が回答されていた。1人も言葉を記入していないジャンルは「長編小説」「短編小説」「新聞」「製品の取扱い説明書」「漫画雑誌」「漫画・コミック」「童話」「エッセイ」「詩集」「聖典・聖書」であった。全体を通じて最も多かった言葉は「見る（みる）」であり、168回（61.3%）、17のジャンルにわたって使われていた。続いて多いものは、「調べる（しらべる）」であり、63回（23.0%）、12のジャンルにわたって使われていた。「見る（みる）」を使うジャンルの上位5ジャンルと回答された回数、「読み」のあてはまりの平均点をTable2に示す。

Table2 「見る（みる）」が記述されていた上位5ジャンル

ジャンル	回数	見るの出現回数に占める割合	「読む」のあてはまり平均値
インターネット	20	11.90%	1.89
写真集・画集	19	11.31%	2.03
カタログ	18	10.71%	2.41
地図	17	10.12%	2.06
時刻表	14	8.33%	2.16

「調べる」で最も多くあげられたのは電子辞書で18回、電話帳で10回であった。

ジャンルに特有の言葉としては「閲覧（インターネットサイト）」「想像する（写真集・画集）」、「チェックする（時刻表）」、「学ぶ（レシピ本）」などがあげられていた。

文字を使ったジャンルであっても、全てを「読む」とは限らない。特に同じ文字や数字が何度も使われているようなジャンルは情報を受け取っていても「見る」ととらえられやすい。また「写真集・画集」、「カタログ」や「ファッション・趣味の雑誌」は文字情報もあるがそれは補足的な内容であり、写真が主体であることが多い。そのため「見る」という表現が増えたと考えられる。

同じような文字の羅列であっても、「時刻表」は「見る」が多く「電子辞書」や「電話帳」は「調べる」が多い傾向がある（「見る」の回答数は電子辞書は6回、電話帳は0回であった）

「時刻表」は数字が多く、「見る」傾向が強く、「辞書」では、「読む」に近い、「調べる」傾向が強く感じられるのではないだろうか？実際に、「読む」の平均点においても、有意な差ではないが、時刻表と辞書では、辞書の方が「読む」の平均点が高く、ここからも辞書は様々な言葉が使われており、「見る」よりも「調べる」という本人が情報を取り入れる態度を示す言葉がふさわしいジャンルなのだと考えられる。

「電子辞書」と「辞書」は同じ用途で使われるものであるが、辞書において「見る」という言葉をあげた対象者は0名であったのに対して、電子辞書は10名があげており、「調べる」では、電子辞書18名、辞書10名であった。電子辞書は液晶画面に文字が表示されるため、インターネットサイトのように、「見る」という表現がより近いと判断されたのかもしれない。

「読書」の言葉の当てはまりのよさの分析：ジャンルの違い別に「読書」の当てはまり度の平均値を算出し、当てはまりの平均値が高い上位10ジャンルとその平均点（SD）をTable3 に示した。

Table3 「読書」の当てはまりの平均値と標準偏差（上位10ジャンル）

ジャンル	平均値	標準偏差 (SD)
長編小説	4.37	1.14
短編小説	4.24	1.32
エッセイ	4.03	1.43
童話	3.64	1.40
詩集	3.50	1.48
聖典・聖書	3.26	1.48
日記・伝記	2.86	1.55
マナー本	2.84	1.42
絵本	2.54	1.48
ケータイ小説	2.48	1.37

この中では「長編小説」「短編小説」、「エッセイ」が4以上と高い。さらに、「読み」と比較して平均値の開きが大きい。ケータイ小説は10位だが、2.48とかなり低い値になっている。

10ジャンルの特徴としては、絵本を除いて文字が主体であること、ストーリー性や作者の主張が読み取れるものが多いことがわかる。「読書」は、「読み」よりもかなり限定された使い方がなされると推測される。

「読み」と「読書」の当てはまりの良さの違いに関する分析：「読み」と「読書」の当てはまりの良さの平均値の差が大きいジャンルの上位10ジャンルと、小さい上位10ジャンルをTable4 と5に示す。全て「読み」の平均点の方が「読書」の平均点より高かった。

Table4 「読む」と「読書」の当てはまり平均値の差が少ないジャンル（上位10ジャンル）とその差

ジャンル	読む 平均点	読書 平均点	「読書」－ 「読む」
長編小説	4.51	4.37	-0.14
短編小説	4.68	4.24	-0.43
電話帳	1.69	1.17	-0.51
エッセイ	4.68	4.03	-0.65
写真・画集	2.03	1.31	-0.71
ネットサイト	1.89	1.11	-0.77
地図	2.06	1.20	-0.86
電子辞書	2.00	1.11	-0.89
詩集	4.41	3.50	-0.91

Table5 「読む」と「読書」の当てはまり平均値の差が大きいジャンルとその差

ジャンル	読む 平均点	読書 平均点	「読書」－ 「読む」
製品の取説	4.64	1.28	-3.36
新聞	4.80	1.66	-3.14
漫画・コミック	4.58	2.11	-2.47
教科書・専門書	4.49	2.31	-2.17
ハウツー本	4.00	1.84	-2.16
4コマ漫画	3.46	1.34	-2.11
漫画雑誌	4.41	2.30	-2.11
ケータイ小説	4.52	2.48	-2.03
パンフレット	3.41	1.41	-2.00
ファッション・趣味雑誌	3.56	1.58	-1.97

さらに、「読む」と「読書」の当てはまりの良さの平均値をプロットした散布図をFigure1に示す。

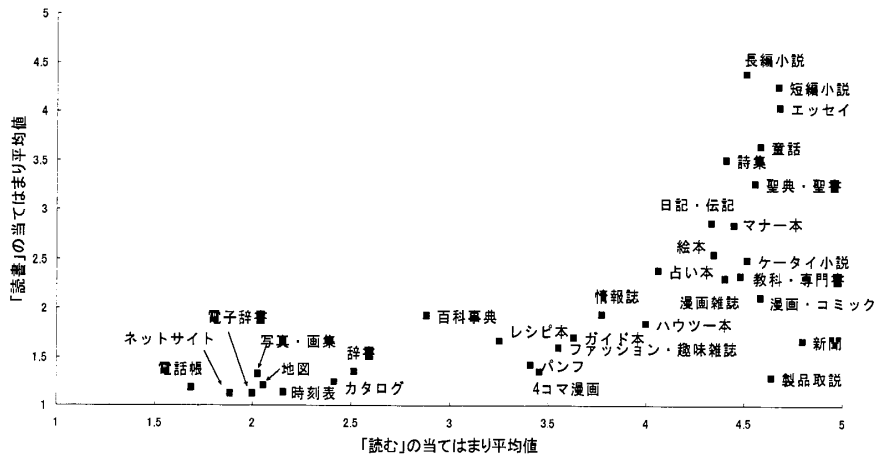


Figure1 「読む」と「読書」の平均値の散布図

Figure1の結果から、今回の調査の対象者は、『短編』『長編』小説は「読書」にも「読み」にも最も当てはまり、典型的な「読書」ジャンルにとらえられていることがわかる。これにエッセイ、童話などを加えたジャンルが大学生が想定する「読書」ジャンルであると考えられる。

また、文字を使った紙媒体のものであっても「電話帳」や「辞書」は「読み」点も「読書」点も低く、「見たり」「調べたり」ととらえられ、「読書」とは違う意味合いを持たされていることがわかる。これに近い分類としては「写真・画集」「カタログ」「地図」があげられる。この部分に入るジャンルは「見る」や「調べる」が当てはまる言葉として多くあがっており、このジャンルは「見る・調べる」ジャンルだと考えられる。

次に「読み」は中程度であるが、「読書」が低い「レシピ本」「ファッション・趣味雑誌」といったジャンルがかたまっている。「見る」「調べる」よりは「読み」を必要とするが、「読書ではない」ジャンル、「参考・知る」ジャンルだと考えられる。

次に、「読み」が高く、「読書」のあてはまりが中程度のジャンルが存在している。「占い本」「ケータイ小説」「漫画・コミック」「教科書・専門書」などが入っている。勉強や娯楽に関連するジャンルであることから、「楽しむ・学ぶ」ジャンルだと考えられる。

最後は、「読み」点はかなり高く、「読書」点が低い、「新聞」「取り扱い説明書」のようなジャンルがあげられる。これも知るという点ではレシピ本などと同じであるが、文字の情報量が多いため、「読み」の点だけが高くなってしまったのだと考えられる。

「読み」と「読書」に関する自由記述の分析：本研究は「読書」概念を「読み」との対比からさぐることであるので、自由記述において、「読む」と「読書」の両方に回答された被験者の回答を分析の対象とした。

37名のうち、両方になんらかのコメントを残していたのは23名であった。その中で「読む」と「読書」が全く同じ回答である者は1名のみであった。

「読む」と「読書」の違いに関しては、「絵ではなく字を見て頭で考えること」(読む)「集中して 活字を読むこと。自分の中では文庫本とかにしか当てはまらない」(読書)のように、集中といった自分の状態の違い、文字の量の違い、媒体の違い(紙媒体である。本になっている)をあげるものが多かった。また、小説・伝記等(読書)といったジャンルをあげるものもあった。23名の中から代表的なコメントを「読み」と「読書」にわけてTable6に示す。

Table6 自由記述の回答(抜粋)

回答者	読み	読書
A	文字の情報が先行するような情報媒体を処理すること	「読むよりも時間をかけて、よく考えて情報処理をしているときのこと
B	字で学ぶこと	絵や写真がないけっこう長いお話を読むこと
C	そのもの全体の文字を通じて意味があるもの	字のみで絵はほとんどない。本の形をしている。
D	字があれば読む。時刻表とかは見るとに入る	話があれば
E	読むと見る、ながめるの違いは文字の量	小説を読む

自由記述を分析すると、読書は、かなり狭いジャンル（小説など）があてはまり、さらに、文字の量は多めであり、集中して読み解くものという概念を持っていることが伺える。さらに、「読書感想文」といった日本の大学生であれば多くが小学校から経験している読書にまつわる体験をあげたもの（1名）もあり、読書を取り巻く環境が「読書」概念を規定しているとも考えられる。

大学生においては、「小説」が「読む」にも「読書」にも高い割合であてはまるものであるととらえられていることがわかる。同じ小説でも「ケータイ小説」になると「読む」ものではあるが、「読書」という概念には少しなじまないと感じられているようだ。「ケータイ」というメディアの違い、新しさが「書」という紙媒体を連想させる言葉となじまないと感じているのかもしれない。

次に「漫画・コミック」であるが、これは多くの調査で「本」や「読書」とされていないジャンルである。結果は、多くが「読む」に当てはまると回答し、さらに、4コマ漫画と「漫画・コミック」という漫画内のジャンルによって「読む」のあてはまり度の違いも示された。4コマ漫画は台詞が少なく、ストーリー性が低い場合が多い。このことが「読む」の当てはまり度を低下させたと考えられる。一方で「漫画・コミック」は「読書」においては低い当てはまり度であった。自由記述においても「(読書) 漫画でないもの」ということを書く回答者もいた。現代の漫画、特に日本において読むことのできる漫画は実に様々な作品がある。成人向けの漫画雑誌も多く刊行され、そこには国際政治や経済の知識がなければ理解できないものも多い。内容が文学や小説の感動に匹敵するような作品も多いと考えられるが、大学生のこの結果は漫画が「読書」からしめだされていることを示すものであり、内容ではなくて文字中心のものであれば「読書」ではないという強い意識を持っていると考えられる。

「教科書・専門書」は、「読み」と「読書」の得点で見れば、「漫画・コミック」とかなり近い位置にあった。一見、相反しているジャンルと思われるが、読書の調査においては教科書・漫画も「本」から排除されているケースが多い。「読み解く必要があるが「読書」ではない」という意味においては、読む目的や内容は全く違っても両者はかなり近い位置にあると言える。

さらに、「新聞」は「小説」よりも高い「読み」のあてはまり度であったが、「読書」になるとガイドブックと同じ程度まで低くなってしまふ。書かれている内容を理解すること、情報を仕入れるという意味では「読み」はするが、ストーリー性がなく本になっていないという点から「読書」とは認められないのであろう。

今回の調査では、各人の小説の読書量、雑誌の読書量、漫画の読書量、読書経験、読書に対するイメージ（玉瀬，2004）などは全く調査していない。今後は、様々な読みや読書に関わる調査を通じて、今回の調査でえられた「読書」＝「小説」という概念の形成過程や概念の個人差をさらに調査する必要があるだろう。

文献

- 秋田喜代美・庄司一幸（編）（2005）. 本を通じて世界と出会う 中高生からの読書コミュニティづくり. 京都：北大路書房
- 秋田喜代美・黒木秀子（編）（2006）. 本を通じて絆を紡ぐ 児童期の暮らしを創る読書環境. 京都：北大路書房
- 平山祐一郎（2003）. 大学生の読書実態の分析－女子大学生を対象として－. 読書科学, 47, 99-107.
- 永嶺重敏（2004）. 〈読書国民〉の誕生 明治30年代の活字メディアと読書文化. 東京：日本エディタースクール出版部.
- 全国学校図書館協会（2008）. 学校図書館11月号
- 大阪教育大学生涯教育計画論研究室・大阪教育大学附属図書館（2000）. 大学生の読書と電子メディア利用に関する調査研究.
- 玉瀬友美（2004）. 女子短大生における「本を読む人」「本を読まない人」のイメージ. 読書科学, 48, 88-94.
- 和田敦彦（2002）. メディアの中の読者 読書論の現在. 東京：ひつじ書房

謝辞

調査にご協力いただきました大阪教育大学の学生さんにお礼申し上げます。本アンケートを作成するにあたりアイデアを出していただき、作成にご協力いただきました立命館大学名誉教授高木和子先生とforPro研究会の皆様には感謝いたします。本当にありがとうございました。

資料1 アンケートのジャンルと記述統計(アンケート記載順)

ジャンル	知っている	知らない	読む	読書	ジャンル	知っている	知らない	読む	読書
長編小説	35 (0.95)	2 (0.05)	4.51 (0.92)	4.37 (1.14)	マナー本	31 (0.84)	6 (0.16)	4.45 (0.72)	2.84 (1.42)
時刻表	32 (0.86)	5 (0.14)	2.16 (1.37)	1.13 (0.34)	童話	36 (0.97)	1 (0.03)	4.58 (0.81)	3.64 (1.40)
インターネット トサイト	35 (0.95)	2 (0.05)	1.89 (0.93)	1.11 (0.40)	ハウツー本	31 (0.84)	6 (0.16)	4.00 (1.26)	1.84 (0.82)
コミックエッ セイ	17 (0.46)	20 (0.54)	4.35 (0.93)	2.59 (1.37)	漫画・コミッ ク	36 (0.97)	1 (0.03)	4.58 (0.84)	2.11 (1.04)
絵本	35 (0.95)	2 (0.05)	4.34 (1.08)	2.54 (1.48)	写真集・画集	35 (0.95)	2 (0.05)	2.03 (1.27)	1.31 (0.63)
新聞	35 (0.95)	2 (0.05)	4.80 (0.58)	1.66 (1.00)	レシピ本	35 (0.95)	2 (0.05)	3.26 (1.31)	1.66 (1.00)
辞書	35 (0.95)	2 (0.05)	2.51 (1.46)	1.34 (0.59)	4コマ漫画	35 (0.95)	2 (0.05)	3.46 (1.27)	1.34 (0.64)
教科書・専門 書	35 (0.95)	2 (0.05)	4.49 (0.85)	2.31 (1.13)	カタログ	34 (0.92)	3 (0.08)	2.41 (1.18)	1.24 (0.50)
ファッション ・趣味の雑誌	36 (0.97)	1 (0.03)	3.56 (1.32)	1.58 (0.91)	エッセイ	31 (0.84)	6 (0.16)	4.68 (0.60)	4.03 (1.43)
地図	35 (0.95)	2 (0.05)	2.06 (1.24)	1.20 (0.53)	詩集	34 (0.92)	3 (0.08)	4.41 (0.99)	3.50 (1.48)
ケータイ小説	33 (0.89)	4 (0.11)	4.52 (0.87)	2.48 (1.37)	占い本	32 (0.86)	5 (0.14)	4.06 (1.05)	2.38 (1.34)
情報誌	27 (0.73)	10 (0.27)	3.78 (1.45)	1.93 (0.83)	百科事典	34 (0.92)	3 (0.08)	2.88 (1.53)	1.91 (1.29)
日記・伝記	36 (0.97)	1 (0.03)	4.33 (1.07)	2.86 (1.55)	電話帳	35 (0.95)	2 (0.05)	1.69 (0.90)	1.17 (0.51)
ガイドブック	36 (0.97)	1 (0.03)	3.64 (1.27)	1.69 (1.01)	パンフレット	34 (0.92)	3 (0.08)	3.41 (1.23)	1.41 (0.70)
製品の取り 扱い説明書	36 (0.97)	1 (0.03)	4.64 (0.72)	1.28 (0.51)	人名録	19 (0.51)	18 (0.49)	2.16 (1.17)	1.26 (0.56)
短編小説	37 (1.00)	0 (0)	4.68 (0.67)	4.24 (1.32)	電子辞書	35 (0.95)	2 (0.05)	2.00 (1.21)	1.11 (0.32)
漫画雑誌	37 (1.00)	0 (0)	4.41 (0.96)	2.30 (1.10)	自己啓発本	12 (0.32)	25 (0.68)	4.08 (1.08)	3.42 (1.44)
アドベン チャーゲーム	20 (0.54)	17 (0.46)	1.45 (1.00)	1.15 (0.49)	聖典・聖書	27 (0.73)	10 (0.27)	4.56 (0.75)	3.26 (1.48)

注)「知っている」・「知らない」の上段は人数、下段のかっこ内は全体に占める割合を示す。「読み」と「読書」は上段は平均値、下段のかっこ内は標準偏差を示す。