

# 海外ドラマの魅力に関する探索的研究<sup>1)</sup>

小 城 英 子  
菅 原 健 介  
薊 理津子<sup>2)</sup>

## **An Exploratory Study of Attractiveness of Foreign Dramas**—————

The purpose of this study is to analyze the attractiveness of foreign dramas, by the comparison between American dramas and Korean dramas. 204 participants were requested to answer the questionnaire. The responses were analyzed by factor analysis. And as a result five factors were extracted: "attractiveness of characters", "thrill seeking", "attractiveness of the story and actors", "length of the story", and "typicality". In American dramas, the scores of "thrill seeking" were high. In Korean dramas, on the other hand, the scores of "length of the story", and "typicality" were high.

## 問 題

### ドラマの魅力

マス・コミュニケーション研究分野では、1940年代から利用と満足研究が登場している。クイズ番組の利用と満足やドラマの利用と満足 (Herzog, 1940; Herzog, 1944), などである。この中で、ドラマの利用と満足では、昼間の連続ドラマの愛好者を対象とした面接調査を行っており、情緒的開放感、代理参加、日常生活での教科書といった魅力を見出している。すなわち、登場人物に感情移入したり、ドラマの中で展開されるストーリーに自分も代理的に参加し、自分の夢を実現したかのような錯覚を楽しんだり、ドラマから情報を得て自分の日常生活に役立てたりするところにドラマの魅力があるといえる。

利用と満足研究は、後に McQuail, Blumler & Brown (1972) によって体系的に研究が行われ、気晴らし、人間関係、自己確認、環境監視の4つの類型へと整理された。気晴らしとは、日常生活のさまざまな制約からの逃避、苦労や悩みからの避難、情緒的解放のことで、番組を視聴することで喜怒哀楽を体験し、カタルシス効果や情緒的な満足を得ることを指す。人間関係とは、番組に登場するタレントや俳優などに疑似的な交流を感じたり、番組内容が日常的な人間関係のコミュニケーションの活性化に役立ったりすることである。自己確認とは、番組によって自分自身を内省したり、自分の問題解決について示唆を受けたり、自分の態度を補強したりすることである。環境監視とは、社会で共有されている出来事や情報を知ること指す。

近年のソープ・オペラについて研究しているイギリスの Hobson (2003) は、オーディエンスは能動的に自分の関心に沿ってドラマの内容を再解釈

し、語り合うことを楽しんでいること、ソープ・オペラに重要な要素は恋愛であること、1980年後半からオーディエンスの関心が家庭から職場へと移ったこと、オーディエンス（主として女性）は職場でソープ・オペラについて語り合うことを楽しむようになったこと、イギリスのソープ・オペラにおける登場人物は、白人女性が中心であることなどを指摘している。

### 日本における海外ドラマ

1950年代のアメリカでは、「パパは何でも知っている」に代表されるようなシットコム（シチュエーション・コメディ；登場人物や場面設定が同じで、エピソードだけが毎回異なる）と呼ばれるホームドラマがドラマの中心であった（西野，1998）。アメリカに遅れること10年，1953年に日本のテレビ放送が開始され，民放開局が相次いだものの，技術や設備，タレントの不足から，国産ドラマの水準は低かった。急増した放送時間を埋めるために，アメリカドラマの輸入に頼らざるを得ず，ホームドラマは格好のコンテンツとして積極的に放送されて，日本社会や，国産のテレビドラマに多大な影響を与えることとなった（佐田，1983）。1977年から1994年までの18年間に6回，定期的にドラマの内容分析を行っている岩男（2000）によれば，この18年間にプライムタイムに放送されていたアメリカドラマは，ホームドラマ4割，刑事ドラマ2割，アニメ1割となっており，圧倒的にホームドラマの多いことが示されている。

テレビ視聴について調査した小城・萩原・村山・大坪・渋谷・志岐（2010）は，10代～60代以上を対象に過去のテレビ番組の記憶や情緒の関与を尋ねているが，他の世代に比べて50代において，「名犬ラッシー」，「刑事コロンボ」，「奥様は魔女」，「大草原の小さな家」など，1960年代に放送されたアメリカドラマに対する関与が突出して高いことが認められた。このことは，1960年から1964年にかけて，アメリカのテレビ映画を中心とした輸入番組が全盛であったことと符号する。

しかしながら，1960年代の全盛期には50本以上が放送されていたアメ

リカドラマも、1970年代から減少し、1980年代にはプライムタイムに放送されるアメリカドラマはごくわずかとなった。これは、日本のドラマ制作能力が向上し、輸入に頼らずとも、国産で上質なドラマを生産できるようになったことが一因である<sup>3)</sup>。アメリカドラマは本数が少なくなり、さらに地上波のプライムタイム放送から外れて、深夜の時間帯や衛星放送へと移行していった(岩男, 2000)。1980年代は「特攻野郎 A チーム」, 「ナイトライダー」などのアクションや事件ものが多かったが、1990年代には「ビバリーヒルズ青春白書」, 「ER」, 「アリー myLOVE」など、登場人物を取り巻く人間関係にフォーカスし、アメリカの特定の都市を舞台としたローカル性の強いライフ・スタイルを描写した作品が中心となる(河津, 2009)。

次に、海外ドラマの新たなブームが到来するのは、2000年代に入ってからである。新たなブームでは、性役割分業や画一的な家族像が描かれていた60年代のアメリカのホームドラマと異なり、独身のキャリア女性や不倫・離婚を描いていたり、あるいは奇想天外なストーリーがスピーディーに展開されたりすることが特徴である。たとえば、「Sex and the City」は、1998年から2004年にかけてアメリカの優良放送局HBOで放送されたテレビドラマで、通算6シーズン、計94話(1話30分)が制作された。ニューヨークを舞台に、30~40代の独身キャリア女性4名の日常を描いており、離婚や不倫、奔放なセックス、同棲、シングルマザー、同性愛など、性的なタブーを赤裸々に扱っていることが特徴である(河津, 2009)。日本では、有料放送局WOWWOWによって2000年から放送され、さまざまな反響を呼んだ。

その一方、2000年代以降の海外ドラマのブームには、「冬のソナタ」を機に新たに韓流が加わったことが特徴である。「冬のソナタ」は、韓国KBSで2002年に放送されたドラマで、2003年4月にNHK衛星で放送されたが、反響が大きかったことから同年12月に再放送、2004年4月にNHK総合で放送、同年12月に再放送された。「冬のソナタ」は主として

中高年女性に支持されていたが、2004年4月にNHK衛星で放送、翌2005年にNHK総合で放送された歴史ドラマ「宮廷女官チャングムの誓い」から、韓国ドラマに対する男性の支持も上昇している（坂口，2008）。

## 海外ドラマの研究

海外ドラマの研究は数多いが、いくつかに分類することができる。第1にドラマ自体を質的または量的に分析した内容分析，第2に内容とオーディエンスを文化論の文脈から読み解くカルチュラル・スタディーズ，第3に大規模サンプルを対象としたオーディエンス研究である。研究によっては、さまざまな視点から、複数の方法論を組み合わせたものもある。

アメリカドラマの研究では、たとえば、三浦・小林（2009）が「アグリー・ベティ」を題材に、オーディエンスに質問紙調査を行い、魅力の分析を行っている。この研究によれば、「アグリー・ベティ」の魅力は、「登場人物の魅力」、「ストーリーの魅力」、「アメリカ社会に触れられる」、「ゲストの魅力」、「主人公の魅力」、「メキシコ文化に触れられる」、「ファッション業界」、「主人公が美人でない」の8因子から構成され、主人公や登場人物の魅力の得点が高いことが示されている。河津（2009）は「Sex and the City」のオーディエンスにインタビューを行い、女性の社会進出とライフコースの多様化を背景に、主人公と類似した属性を持つオーディエンス（主として30代のキャリア女性）が登場人物に自分を重ね合わせて感情移入していること、これらのオーディエンスは青年期から海外への憧憬や自己実現欲求が強いことなどを見出している。また、米谷・龍上（1995）は日米のテレビドラマを対象に内容分析を行い、アメリカのドラマの方が幸福と怒りの表情表出が、逆に日本のドラマの方が悲しみや恐れ表情表出が頻繁であることを見出している。

一方、韓国ドラマの研究は、アメリカドラマよりも歴史が浅いこともあり、「冬のソナタ」や類似作品を中心としたカルチュラル・スタディーズが多い。韓国ドラマは、往年の日本の恋愛ドラマと類似性が高いこと、性

描写がほとんどなく、純愛がテーマであること、記憶喪失、兄妹の恋愛、出生の秘密といった典型的なストーリー展開が特徴で、主として中高年女性に支持されている（島村, 2007; 水田・長谷川・北田, 2006; 林, 2005）。

また、小城・萩原・テー・上瀬・李・渋谷（2010）は、幅広い世代を対象に集会的記憶を調査しており、「もう一度見たい番組」として挙げられた外国番組を分析している。この研究によれば、若年層は「世界の果てまでイッテQ!」、「ザ!世界仰天ニュース」といった、最近の日本のバラエティ、30代・40代では「なるほど!ザ・ワールド」、「クイズ世界はSHOW by ショーバイ!」といった80年代の日本のバラエティと、「ピバリーヒルズ青春白書」、「ツイン・ピークス」といった90年代のアメリカドラマ、「デスパレードな妻たち」、「アリー myLOVE」、「ER 救急救命室」といった最近のアメリカドラマ、50代では「奥様は魔女」、「刑事コロンボ」、「宇宙大作戦/スタートレック」、「名探偵ポワロ」、「シャーロック・ホームズの冒険」といった60~70年代の欧米ドラマと、「冬のソナタ」、「宮廷女官チャングムの誓い」といった最近の韓国ドラマ、60代では「名犬ラッシー」、「逃亡者」、「コンバット」、「ベン・ケーシー」といった60年代のアメリカドラマが挙げられることを見出している。この結果から、10代・20代と60代においては、青年期を過ごした時代と番組の記憶がほぼ対応しており、バンプ現象が明確に認められたが、30代・40代は新旧・国内外の番組が混在しており、長期にわたってテレビに親和性が高く、一方、50代においては60~70年代の欧米ドラマとともに最近の韓国ドラマが挙げられており、この両者には伝統的性役割や典型的なストーリーといった点で共通性があると考察されている。

## 本研究の目的

海外ドラマについては、エスノグラフィ研究やカルチュラル・スタディーズといった観点からの研究が中心である。「Sex and the City」や「冬

のソナタ」のように、事例自体が文化的なインパクトを有していることは軽視できないが、その一方で、日本における海外ドラマがアメリカドラマと韓国ドラマではほぼ二分されている現状を鑑みると、量的調査によって、特定の事例を超えた全体的な傾向を比較することも、貴重なメディア研究となろう。本研究では、アメリカドラマと韓国ドラマのオーディエンスを対象に質問紙調査を行い、米韓の比較を通じて、海外ドラマの魅力を探索的に解明することを目的とする。

## 方 法

調査対象者：男性 40 名，女性 164 名の計 204 名。16～79 歳までで平均年齢は 32.03 歳であった。

調査時期：2009 年 8～9 月。

調査方法：個別記入形式の質問紙によって個別配布・個別回収形式で行った。回答は無記名で，実施時間は約 15 分であった。

調査内容：予備調査を経て独自に作成したドラマ魅力尺度 74 項目（5 件法），「Sex and the City」，「24」，「デスパレートな妻たち」など見たことのあるアメリカドラマ（MA）25 項目，「冬のソナタ」，「チャングムの誓い」，「私の名前はキム・サムスン」など見たことのある韓国ドラマ（MA）25 項目，アメリカドラマ視聴度 6 項目（5 件法），韓国ドラマ視聴度 6 項目（5 件法），普段のメディア接触 5 項目（5 件法），平等主義的性役割態度スケール短縮版（鈴木，1994，以下，平等主義的性役割態度とする）15 項目（5 件法），心理的健康と関連する曖昧さ耐性尺度（増田，1998，以下，曖昧さ耐性とする）24 項目（5 件法），多次元的共感性尺度（登張，2003，以下，共感性とする）の各因子で負荷量が .600 以上の質問項目のみ抜粋した 16 項目（5 件法），フェイス項目（性別，年齢，職業など）。見たことのあるアメリカドラマと韓国ドラマ各 25 項目は，レンタルビデオのランキング等を参考に最近の人気作品を列挙した。質問紙にはその他に，初めてアメリカ／韓



国ドラマを視聴した時期、アメリカ／韓国ドラマの視聴方法などが含まれていたが、本稿では扱わない。

## 結果と考察

### ドラマ魅力尺度の構造

アメリカドラマ・韓国ドラマを合わせて、もっとも好きなドラマを1つ挙げてもらい、そのドラマの魅力について尋ねた74項目について因子分析(主因子法, Promax回転)を行い、負荷量が.40未満の項目や、複数の項目に高い項目を除いて、固有値とスクリーンプロット、項目の内容から38項目を採択、5因子構造と判断した。第1因子は「登場人物のファッションが参考になる」、「登場人物の女性に憧れをもてる」、「自分も登場人物のようになりたいと思える」など、登場人物の主としてファッションへの憧れや、登場人物に対する同一視を表す項目に高く負荷していることから、「登場人物の魅力」と命名した。第2因子は、「場面設定が非日常的でワクワクできる」「スリルのあるアクションのシーンがある」など、奇想天外でスピーディーなストーリー展開を表す項目に高く負荷していることから、「スリル希求」と命名した。第3因子は「のめりこむことができる」、「俳優の演技が上手い」、「役ではなく男性俳優自身が魅力的である」など、ドラマの内容や演じている俳優自身の魅力を表す項目に高く負荷していることから、「ストーリーと俳優の魅力」と命名した。第4因子は、「1回の放送である程度ストーリーが完結する(負)」、「ストーリーに連続性がある」といった項目に高く負荷していることから、「ストーリーの長さ」と命名した。第5因子は、「ストーリー展開がわざとらしい」、「ストーリーの展開がベタである」の2項目に高く負荷していることから、「典型性」と命名した。第1因子と第3因子は、項目内容に類似性が高いが、第1因子は、俳優ではなく、演じられている役柄の魅力であるのに対して、第3因子は役柄の魅力が俳優本人の人間性と見なされている、すなわち役柄と俳優が

Table1. ドラマの魅力尺度因子負荷行列

	登場人物 の魅力	スリル 希求	ストーリーと 俳優の魅力	ストーリ ーの長さ	典型性
登場人物のファッションが 参考になる	.848	.020	-.234	-.011	-.217
登場人物の女性に憧れをもてる	.756	.039	-.023	-.134	-.036
自分も登場人物のようになり たいと思える	.690	.050	.095	-.125	.178
登場人物の生活がおしゃれ である	.673	.013	-.134	-.160	-.057
登場人物を羨ましく思える	.637	.048	.139	-.117	.186
高級感がある	.609	.062	-.129	.100	-.097
自分が登場人物になったよ うな気分になれる	.565	-.024	.107	-.028	.102
恋愛要素が少ない	-.522	.394	.121	-.374	-.054
価値観が変わる	.491	.136	.148	-.028	-.074
性的なシーンがある	.460	.081	-.274	.113	-.204
登場人物にときめくことが できる	.446	-.082	.275	.174	.127
共感できる登場人物がいる	.428	.014	.309	-.065	-.007
現実とかけ離れている	.001	.761	-.161	.063	.292
場面設定が非日常的でワク ワクできる	.202	.714	-.008	.029	.028
日常とは違った世界が描かれ ている	-.023	.685	-.043	.024	.137
スリルのあるアクションの シーンがある	-.093	.597	.079	.021	-.017
ストーリー展開が日本のドラ マに比べて壮大な気がする	.043	.577	.034	.088	.096
斬新なストーリーが描かれ ている	.070	.549	.129	-.075	-.159
ストーリー展開が速い	.104	.542	.048	-.297	.016
ストーリー展開が複雑である	-.038	.516	-.039	.323	-.133
ハラハラ、ドキドキできる	.093	.509	.201	.279	-.031
場面設定が日常的で見てい て落ち着ける	.121	-.497	.212	-.160	.214
のめりこむことができる	.002	.158	.649	.128	-.138
友達・家族と共通の話題に できる	-.151	.001	.639	-.124	.057
俳優の演技が上手い	-.028	.043	.639	-.040	.003
役ではなく男性俳優自身が 魅力的である	-.003	.003	.534	.119	.063
音楽がドラマのシーンとピ ッタリである	.025	-.093	.517	.146	-.046
脇役も丁寧に描かれている	-.162	-.064	.494	-.003	-.258

見ていて飽きない	.016	.286	.492	-.208	-.060
胸を打つようなセリフがある	.143	-.158	.425	.157	-.018
1回の放送である程度ストーリーが完結する	.237	-.025	.012	-.685	.032
数話連続して見なくてもストーリーについていける	.134	-.118	-.054	-.677	.066
じれったくてイライラする	-.166	.020	.034	.572	.290
「偶然」や「運命」というキーワードが登場する	.120	.093	-.095	.565	.119
ストーリーに連続性がある	.174	.181	.156	.481	-.080
純粋な涙を誘うシーンがある	.082	-.190	.335	.461	.049
ストーリー展開がわざとらしい	-.103	.130	-.241	.185	.797
ストーリー展開がベタである	.012	.040	.054	.012	.761
M/項目数	3.04	3.44	3.96	3.03	2.85
SD	0.79	0.80	0.59	0.85	0.99
$\alpha$	.864	.850	.761	.753	.756

Table2. ドラマの魅力下位尺度間相関（上段が相関係数，下段がN）

	登場人物 の魅力	スリル 希求	ストーリーと 俳優の魅力	ストーリ ーの長さ	典型性
登場人物の魅力	—	-.017 180	.312 *** 185	.053 186	-.053 186
スリル希求	-.017 180	—	.157 * 180	.307 *** 179	-.176 * 181
ストーリーと俳優 の魅力	.312 *** 185	.157 * 180	—	.259 *** 184	-.072 185
ストーリーの長さ	.053 186	.307 *** 179	.259 *** 184	—	.175 * 186
典型性	-.053 186	-.176 * 181	-.072 185	.175 * 186	—

\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$ 

同一視されている点で異なっている。下位尺度の平均値から、ドラマの魅力は主として「ストーリーと俳優の魅力」と「スリル希求」にあると考えられる。

下位尺度間相関を Table2 に示す。ドラマの魅力の構造は、第1にストーリーのおもしろさと放送回数やシリーズの長さ、第2に俳優や役柄の魅

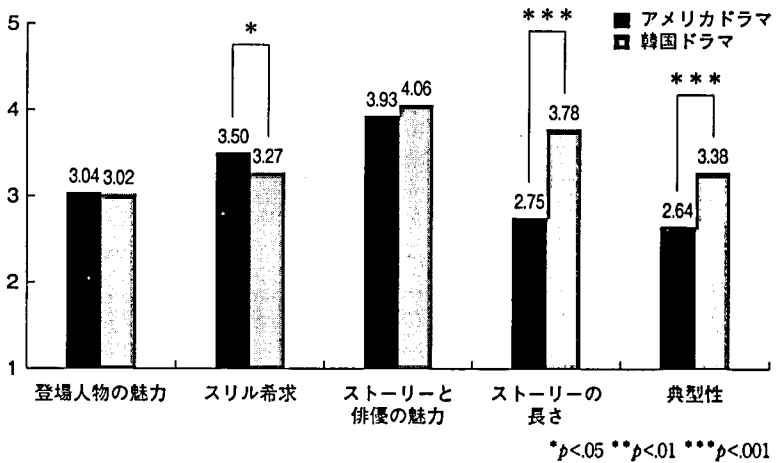


Figure1. アメリカドラマと韓国ドラマの魅力比較

力、第3に典型的な展開に大別できる。

### アメリカドラマと韓国ドラマの魅力の比較

ドラマの魅力尺度は、アメリカと韓国のいずれかのもっとも好きなドラマについて回答していることから、国を独立変数、ドラマの魅力尺度5因子を従属変数とする  $t$  検定を行った (Figure1)。その結果、「スリル希求」においてはアメリカドラマ、「ストーリーの長さ」、「典型性」においては韓国ドラマの方が、それぞれ得点が高かった (「登場人物の魅力」 $t_{(179)} = 0.094$ ; 「スリル希求」 $t_{(155.40)} = 2.100$ ; 「ストーリーと俳優の魅力」 $t_{(177)} = 1.294$ ; 「ストーリーの長さ」 $t_{(153.046)} = 10.752$ ; 「典型性」 $t_{(180)} = 4.775$ )。これらのことから、アメリカドラマは奇想天外でスピーディーなストーリー展開に特徴があり、一方、韓国ドラマは展開を予測できる典型的なストーリーが、長編で続くところに特徴があるといえる。なお、「登場人物の魅力」、「ストーリーと俳優の魅力」においては米韓の差は見られなかったが、この2因子はドラマ全般に共通する魅力であると推察される。

次いで、コアなオーディエンスが感じているドラマの魅力を明らかにす

Table3. ドラマの魅力尺度とドラマ視聴度との相関。(上段が相関係数, 下段がN)

	登場人物 の魅力	スリル 希求	ストーリーと 俳優の魅力	ストー リーの長さ	典型性
アメリカ視聴度	.368 ***	.196 *	.200 *	.224 *	-.150
	128	122	125	127	129
韓国視聴度	.381 **	.044	.588 ***	.062	-.141
	50	50	51	50	50

\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$ 

るために、ドラマの魅力尺度と視聴度との相関を国別に算出した (Table3)。アメリカドラマ視聴度との相関は、もっとも好きなドラマとしてアメリカドラマを挙げた回答者のドラマ魅力得点を、韓国ドラマ視聴度との相関は、韓国ドラマを挙げた回答者のドラマ魅力得点を、それぞれ分析に用いた。アメリカドラマにおいては、視聴度と「典型性」以外のすべての下位尺度と低い正の相関～中程度の正の相関が認められた。一方、韓国ドラマにおいては、視聴度と「登場人物の魅力」との間に中程度の正の相関、「ストーリーと俳優の魅力」との間に比較的強い正の相関が認められた。これらのことから、アメリカドラマのコアなオーディエンスほど、「登場人物の魅力」、「スリル希求」、「ストーリーと俳優の魅力」、「ストーリーの長さ」に幅広く魅力を感じているのに対して、韓国ドラマのコアなオーディエンスほど、「登場人物の魅力」と「ストーリーと俳優の魅力」、特に後者に強い魅力を感じていると考えられる。

### オーディエンスの個人特性の比較

アメリカドラマ、韓国ドラマを嗜好するオーディエンスの個人特性を比較するために、アメリカドラマの視聴度および韓国ドラマの視聴度をそれぞれパーセント値がほぼ半々になるように回答者を二分割し、米韓ドラマの視聴度高低を独立変数、個人特性を従属変数とする  $2 \times 2$  の二要因分散分析を行った。以下では、アメリカドラマおよび韓国ドラマの視聴度

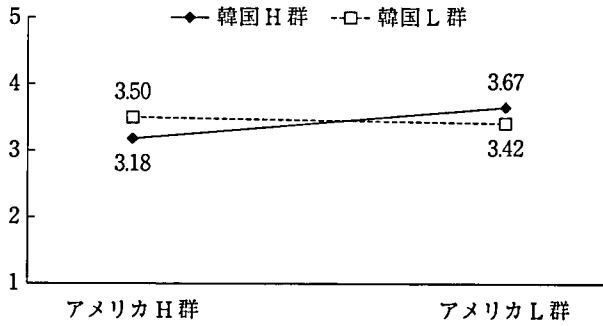


Figure2-1. 平等的性役割態度の比較

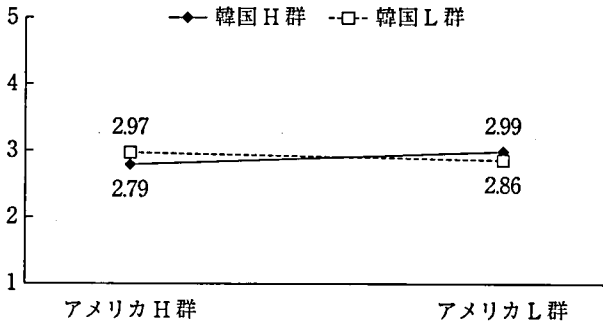


Figure2-2. 曖昧さ耐性の比較

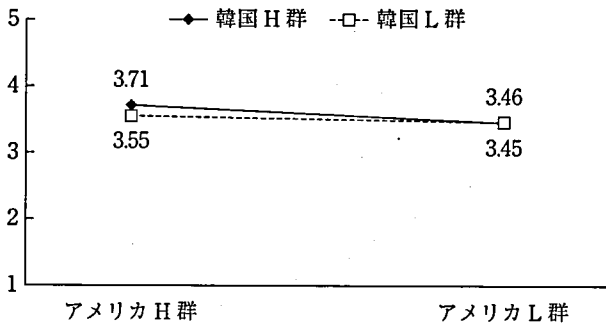


Figure2-3. 共感性の比較

が高い群をHH群、アメリカドラマの視聴度が高く、韓国ドラマの視聴度が低い群をHL群、アメリカドラマの視聴度が低く、韓国ドラマの視聴度が高い群をLH群、アメリカドラマおよび韓国ドラマの視聴度が低い群をLL群とする。なお、平等主義的性役割態度、曖昧さ耐性、共感性は、得点が高いほどその特性を強く示すようにそれぞれ尺度化した。

平等主義的性役割態度においては、アメリカドラマの視聴度の主効果と、交互作用が有意であった ( $F_{(1,178)} = 4.026, p < .05$ ;  $F_{(1,178)} = 7.922, p < .01$ )。多重比較の結果、HH群とHL群との間に5%水準で、HH群とLH群との間に1%水準で有意差が認められた (Figure2-1)。すなわち、HH群において、平等主義的性役割態度が低いことが明らかになった。曖昧さ耐性においては、交互作用が有意であった ( $F_{(1,170)} = 4.605, p < .05$ )。多重比較の結果、HH群とHL群との間に10%水準で、HH群とLH群との間にそれぞれ10%水準で有意傾向が認められた (Figure2-2)。すなわち、HH群において、曖昧さ耐性が低いことが明らかになった。共感性においては、アメリカドラマの視聴度の主効果が有意であった ( $F_{(1,172)} = 5.211, p < .05$ , Figure2-3)。すなわち、韓国ドラマの視聴度にかかわらず、アメリカドラマH群の方がL群よりも、共感性が高いことが示された。

次に、オーディエンスの属性 (年齢、メディア接触、ドラマ視聴本数) についても、同様の分析を行った。年齢においては、韓国ドラマの視聴度の主効果が有意であった ( $F_{(1,182)} = 5.424, p < .05$ , Figure3-1)。すなわち、アメリカドラマの視聴度にかかわらず、韓国ドラマH群の方がL群よりも年齢が高いことが示された。メディア接触を尋ねた5項目のうち、「テレビの新番組は必ずチェックする」、「家に帰るととりあえずテレビをつける」については、アメリカドラマ視聴度および韓国ドラマの視聴度の主効果がそれぞれ有意であった ( $F_{(1,182)} = 13.094, p < .001$ ;  $F_{(1,182)} = 6.38, p < .05$ , Figure3-2;  $F_{(1,181)} = 4.270, p < .05$ ;  $F_{(1,181)} = 4.324, p < .05$ , Figure3-3)。この2項目はテレビ親近感尺度 (江利川・山田・川端・沼崎, 2007) の一部であり、テレビに対する心理的距離が近いほど、米韓のドラマ視聴が多いことを示してい

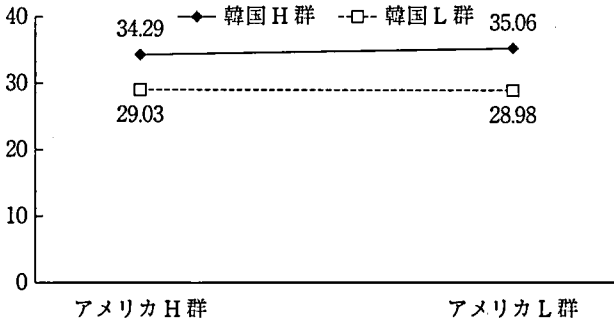


Figure3-1. 年齢の比較

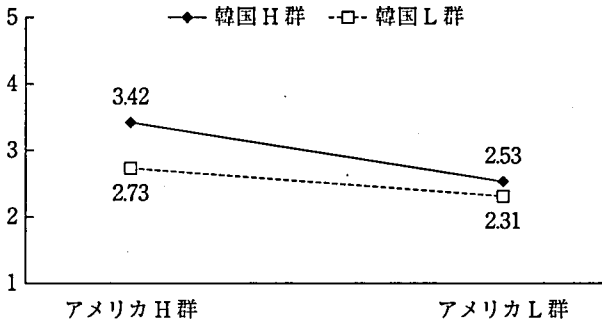


Figure3-2. 「テレビの新番組は必ずチェックする」の比較

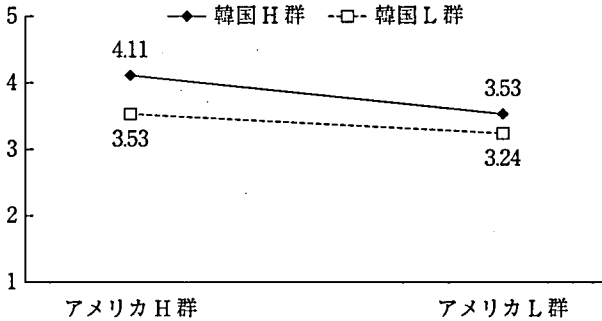


Figure3-3. 「家に帰るととりあえずテレビをつける」の比較



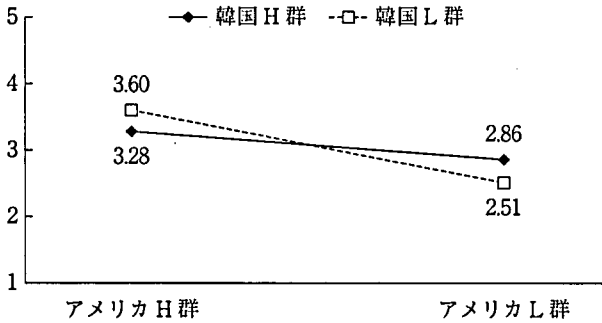


Figure3-4. 「ビデオ・DVDを借りにレンタルショップに行くことがある」の比較

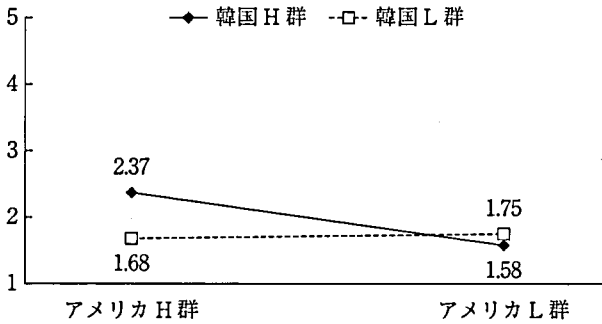


Figure3-5. 「携帯電話のワンセグで番組を視聴する」の比較

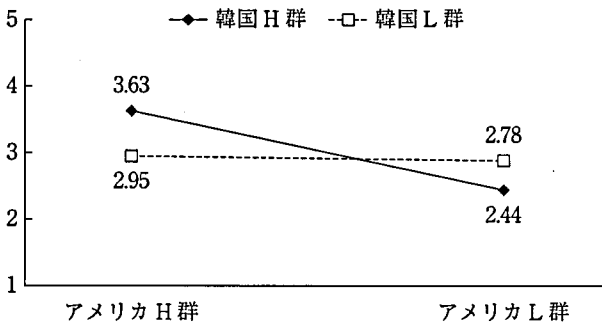


Figure3-6. 「YouTubeなど動画共有サイトを見る事は生活の一部だ」の比較

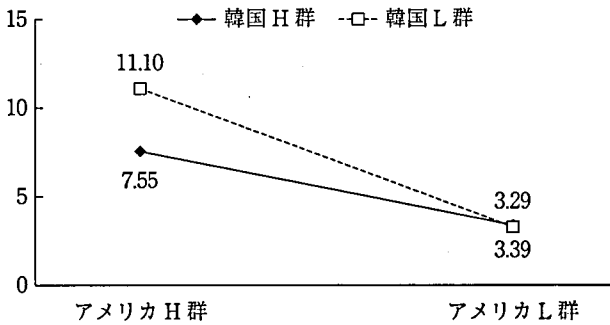


Figure3-7. アメリカドラマ視聴本数の比較

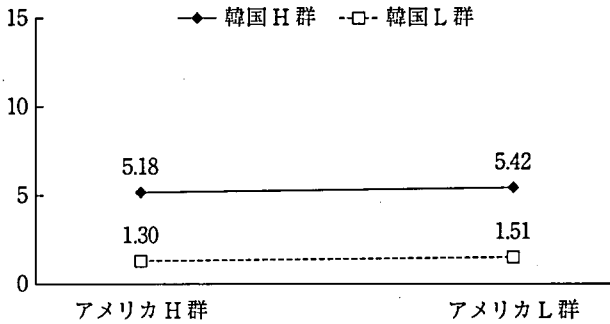


Figure3-8. 韓国ドラマ視聴本数の比較

る。また、「ビデオ・DVDを借りにレンタルショップに行くことがある」についてはアメリカドラマ視聴度の主効果が有意であった ( $F_{(1,181)} = 13.503, p < .001$ , Figure3-4)。「携帯電話のワンセグで番組を視聴する」については交互作用が有意であり ( $F_{(1,181)} = 5.457, p < .05$ , Figure3-5), 多重比較の結果, HH群とHL群およびLH群との間に, それぞれ1%水準で有意差が認められた。すなわち, HH群において, ワンセグ視聴が高いことが示された。なお, 「YouTubeなど動画共有サイトを見る事は生活の一部だ」については, 有意差は認められなかった (Figure3-6)。アメリカドラマ視聴本数については, アメリカドラマの視聴度および韓国ドラマの視聴度の主効果と, 交互作用が有意であった ( $F_{(1,182)} = 103.399, p < .001$ ;  $F_{(1,182)} = 8.628, p < .01$ ;  $F_{(1,182)} = 9.635, p < .01$ )。多重比較の結果, LH群とLL

群以外のすべての群間に 0.1% 水準で有意差が認められ、もっとも多いのが HH 群、次いで HL 群が多く、LH 群と LL 群では少ないことが示された (Figure3-7)。一方、韓国ドラマ視聴本数については、韓国ドラマの主効果のみが有意であり、アメリカドラマの視聴度にかかわらず、韓国ドラマの視聴度 H 群の方が L 群よりも多いことが示された ( $F_{(1,182)} = 46.728, p < .001$ , Figure3-8)。

これらの結果を総括すると、アメリカドラマも韓国ドラマも、両方を視聴しているオーディエンスは、もともとテレビに対して心理的距離が近く、テレビを積極的に視聴している層と推測され、平等的な性役割態度と曖昧さ耐性も低いことが特徴である。また、全体として、後発の韓国ドラマに比べて、アメリカドラマの方が多く視聴されており、アメリカドラマの視聴層は共感性が高く、テレビ視聴よりもレンタルを利用する傾向があった。一方、韓国ドラマの視聴層は年齢が高く、「冬のソナタ」を機に起こった韓流を、主に中高年女性が支持しているとする先行研究の知見と整合的である。

### まとめと今後の課題

本研究では、アメリカドラマと韓国ドラマの比較を通じて、海外ドラマの魅力の構造を解明することを目的として実証的研究を行った。その結果、ドラマの魅力は、「登場人物の魅力」、「スリル希求」、「ストーリーと俳優の魅力」、「ストーリーの長さ」、「典型性」の 5 因子から構成されており、アメリカドラマは「スリル希求」、韓国ドラマは「ストーリーの長さ」と「典型性」の得点が高かった。また、アメリカドラマのコアなオーディエンスは、「典型性」以外の 4 因子に浅く広く魅力を感じているのに対して、韓国ドラマのコアなオーディエンスは「登場人物の魅力」と「ストーリーと俳優の魅力」に強い魅力を感じていた。

また、アメリカドラマも韓国ドラマも両方を視聴する群において、平等

的性役割態度や曖昧さ耐性が低かった。小城・坂田・川上(2009)でも、国内外の区別はしていないものの、ドラマを嗜好するオーディエンスはテレビ視聴時間が長いこと、情報操作や捏造を疑う「テレビへの懐疑」が低いこと、自己認識欲求や不安と関連の強い「占い・呪術嗜好性」が高いことを見出している。本研究の結果と合わせて考えると、ドラマのオーディエンスは、予測できない現状や未来に対する不安が強く、その不安を解消するために、さまざまな人生が描かれているドラマを積極的に享受していると推察される。アメリカドラマは独身のキャリア女性や、不倫、離婚、奔放なセックスなどを描いているのに対して、韓国ドラマは伝統的性役割や典型的な家族像が描かれており、一見すると、平等的性役割態度の観点からは正反対のコンテンツである。この両方のドラマを積極的に視聴する群において平等的性役割態度の得点が低かったことは、韓国ドラマで「男性は仕事、女性は家事」といった伝統的な性役割観を再認識し、自己確認しつつも、自身では実現できないような奔放な生き方を、アメリカドラマを通じて代理体験していると解釈することもできる。

本研究の問題点として、第1にドラマ魅力尺度の構造の不安定さが挙げられる。予備調査を経て作成した74項目のうち、採択されたのは38項目で、多くの項目が分析から除外されることとなった。そのため、ドラマの魅力を網羅できていない可能性がある。また、本研究では同一の尺度を用いてアメリカドラマと韓国ドラマを比較することに重点を置いたため、たとえば、「登場人物の魅力」や「ストーリーと俳優の魅力」などの側面においては質的な違いが明らかにされていない。アメリカドラマと韓国ドラマでは、俳優の外見やファッション、ドラマの中で描かれている文化や風俗、日本との類似度が異なっていることから、こうした質の違いを包括して、きめ細かく測定する尺度の開発が求められる。

第2に、本研究ではアメリカドラマと韓国ドラマの比較に重点を置いたため、海外ドラマに限らず、ドラマ自体が持つ魅力も混在していることである。前述したように、小城・坂田・川上(2009)の知見では、(ニュー

ス・報道番組や、バラエティなどを比較対象としたときに)フィクションとしてのドラマを嗜好するオーディエンスは、自己認識欲求や不安傾向が強いことが示されており、ドラマを通じて自己確認や代理体験を行い、不安を解消していると推察される。このことから、「登場人物への憧れ」などは、海外ドラマに限らず、ドラマ自体から得ている満足と推察される。今後の課題として、他の番組ジャンル(ニュース・報道やバラエティなど)や、日本のドラマを比較対象とすることで、ドラマ自体の魅力を明らかにするとともに、その中で海外ドラマの魅力を区別して分析することが挙げられる。

第3に、小城・萩原・村山・大坪・渋谷・志岐(2010)や小城・萩原・テー・上瀬・李・渋谷(2010)でも示されているように、テレビ視聴には世代差が大きく、ライフ・スタイルやライフ・ステージの影響も強く受けている。本研究では、サンプル数の問題から、性別や世代の比較は行っていないが、韓国ドラマのオーディエンスの年齢が高かったことから、幅広いサンプルからデータを収集し、世代を中心とするデモグラフィック変数による分析が必要である。

#### 注

- 1) 本研究は、人間関係専攻「社会調査実習1」の課題として、比留川香さん、松村夏希さん、西川英里さん、刑部みどりさん、呂娜さん(61回生)が収集したデータを、筆者が再分析したものである。
- 2) 平成21年度聖心女子大学大学院文学研究科社会文化学専攻博士後期課程修了生
- 3) 日本で放送されるアメリカドラマが減少したことと対応して、1970年代には国産のドラマが全盛期を迎えている。

#### 引用文献

- 江利川滋・山田一成・川端美樹・沼崎 誠(2007). テレビ親近感とテレビ視聴行動の関連性について 社会心理学研究 22, 267-273.
- 林 香里(2005). 「冬ソナ」にハマった私たち 純愛, 涙, マスコミ・・・そして韓国 文藝春秋
- Herzog, H. (1940). "Professor Quiz"; a gratification study, in Lazarsfeld,

- P.F. (ed.), *Radio and the Printed Page*, Duell, Sloan and Pearce.
- Herzog, H (1944). What do we really know about daytime serial listeners in Lazarsfeld, P.F., & Stanton, F.N. (eds.), *Radio Reserch 1942-1943*, Duell, Soan and Pearce.
- Hobson D., (2003). *Soap Opera*, Polity Press, UK.
- 岩男寿美子 (2000). テレビドラマのメッセージ—社会心理学的分析 勁草書房
- 河津孝宏 (2009). 彼女たちの『Sex and the City』—海外ドラマ視聴のエスノグラフィ せりか書房
- 小城英子・萩原 滋・村山 陽・大坪寛子・渋谷明子・志岐裕子 (2010). 集会的記憶とテレビウェブ・モニター調査 (2009年2月) の報告 (2) — 慶応義塾大学メディア・コミュニケーション研究所紀要 60, 29-47.
- 小城英子・萩原 滋・テ-シャオブン・上瀬由美子・李 光鎬・渋谷明子 (2010). 外国理解とテレビの役割 (3) — 外国番組の集会的記憶— 日本社会心理学会第51大会発表論文集, 468-470.
- 小城英子・坂田浩之・川上正浩 (2009). 不思議現象に対する態度とテレビ視聴：テレビに対する態度尺度の作成 聖心女子大学論叢. 113, 79-94.
- McQuail, D., Blumler, J., & Brown, J. (1972) The television audience: A revised perspective In D. Mcquail (Ed.), *Sociology of mass communication*. Penguin, 135-165. [デニス・マクウェール, ジョイ・G・ブラムラー, ジョン・R・ブラウン (1979) テレビ視聴者—視点の再検討 デニス・マクウェール (編著) 時野谷浩 (訳) マス・メディアの受け手分析 誠信書房 20-57.]
- 米谷 淳・瀧上凱令 (1995). 日米のテレビドラマにおける感情表現 国際文化学術研究：神戸大学国際文化学部紀要5, 43-59.
- 増田真也 (1998). 曖昧さに対する耐性が心理的ストレスの評価過程に及ぼす影響 茨城大学教育学部紀要 人文・社会科学・芸術 47, 151-163.
- 三浦 基・小林憲一 (2009). 米国ドラマの魅力を構造化すると ～「アグリー・ベティ」調査の特定分析～ 放送研究と調査 10月号 68-75.
- 水田宗子・長谷川啓・北田幸恵 (編) (2006). 韓流サブカルチャーと女性 至文堂
- 西野知成 (1998). ホームドラマよ どこへ行く ブラウン管に映し出された家族の変遷とその背景 学文社
- 坂口さゆり (2008). 父ハまる, 韓国時代劇 恋愛モノ, ヨン様モノだけじゃない AERA 2008年04月21日 p.46-47. 朝日新聞社
- 佐田一彦 (1983). テレビ輸入番組 川竹和夫 (編著) テレビのなかの外国文化 NHK 出版 pp.24-54.
- 島村麻里 (2007). ロマンチックウイルス—ときめき感染症の女たち 集英社
- 鈴木淳子 (1994). 平等主義的性役割態度スケール短縮版 (SESRA-S) の作成 心

心理学研究 65, 34-41.

登張真稲 (2003). 青年期の共感性の発達：多次元的視点による検討 発達心理学研究 14, 136-148.