

韓流受容と韓国認識の多様化

Diversification of the Korea recognition and Hallyu

金 惠媛

KIM Hyeweon

< 要 旨 >

本論文は韓流 수용을 계기로 중고년 여성의 이세대간 교류, 사회문제에 대한 관심도, 한국 이미지 등에 어떠한 변화가 관찰되는가에 대해 분석한 것이다. 분석자료로서는 야마구치현 거주자를 대상으로 실시한 한류수용실태조사결과를 이용하였다. 가장 큰 변화가 관찰된 부분은 한국·한국인에 대한 관심과 이미지였다. 특히 40대 이상의 중고년 여성에게서 변화폭이 큰 것으로 드러났다. 전반적으로 관심 분야가 대중문화에 치중되는 경향이 있기는 하나, 한일관계 및 양국의 역사문제 등에 대해서도 일정 수준의 관심과 변화가 확인되었다. 또한 이러한 변화가 중고년 여성의 사회적 관심, 이세대간 교류 등 사회적 관계망의 확충과 함께 이루어지고 있다는 점에서도 주목된다.

キーワード：韓流受容、中高年女性、異世代間交流、社会的関心、韓国認識

1. 研究の背景

人口高齢化の進展とともに中年世代の生き方、社会とのかかわり方がこれまでに増して注目されている。1998年版「国民生活白書」には、「『中年』、その不安と希望」と副題の下、「日本の中年（40代、50代）は家族と企業と社会組織の中核を担うばかりでなく、将来において、高齢社会を形成することにもなる人」であると¹、中年世代の公私にわたる役割の重要性が評価、強調されている。その背景としては、団塊の世代の高齢化、言い換えると、高齢人口の激増を目前にして、世代間支援から世代内支援関係への移行、さらには高齢者一人ひとりの自立が喫緊の課題となったことが挙げられよう。従来から強調されていた高齢世代への支援役割もさることながら、「中年期＝向老期＝高齢期をデザインする段階」として、すなわち自らの高齢期の準備を行うライフステージとして中年期の充実を促しているのである。

そこで、高齢期のデザインという観点から中年期の女性に注目すると、女性の生き方や社会とのかかわり方における不連続性と、そのことが高齢期の自立と負の関係にあることが顕在化してくる²。高齢期は、中年期までの蓄積とそれまでの生き方の凝集でもあるからである。さらに、高齢期の長期化、後期高齢人口の多数を女性が占める現状を考え合せると³、もはや中年女性の問題は個人的次元の問題ではなくなる。

ところで、近年の韓流ブームは、そのような女性と社会との関係に変化の兆しが見られた現象の一つとし

て注目できるのではなかろうか⁴。一連の韓流消費行動からは、ICT活用による情報の収集と発信、趣味ネットワークの活性化など、中高年女性が社会とのつながりを積極的につくっていく様子が観察されるからである⁵。なかでも注目されるのは、これまで韓国と最も疎遠な存在とされてきた中高年女性において、韓国との接点が急増してきた点であろう。

女性韓流ファンの韓国イメージ、日韓関係認識をめぐってはすでに様々な知見がみられる。中高年女性が持つ韓国への関心・イメージについては、自らの戦争経験による消極性もさることながら⁶、韓国との接点が少なかったことが指摘されている。従来の日韓関係論は基本的に「マッチョな言説」が中心であったのに対し、韓流は、日韓のソフトな関係、女性の観点からの韓国イメージを浮き彫りにし、中高年女性も韓国を語る自らの言葉を獲得したとされている（川村、2006；毛利、2004）。しかし、韓流作品の魅力として「懐かしさ」ばかりに注目する傾向、あるいは大衆娯楽に偏った韓流選好からは、韓国に対する客観的な情報収集や認識をもつことが困難であり、真の意味での韓国理解や同時代のパートナーとしての関係は期待しにくいという指摘もみられる（板垣、2005；島原、2007；櫻坂、2009）。さらには、主体性への支持（小倉、2005）、あるいは日本政府の外交的意図（平田、2005）等の視座からの韓流ブームの背景に関する考察、また、韓流ブームによって韓国への関心が増大したことの検証（三矢、2004）、ドラマ視聴を通しての感情

移入や俳優への関心が韓国イメージの好転につながっているとの知見もみられる(長谷川、2005;2007)。

以上の先行研究を踏まえ、本稿では、高齢化社会と女性の中高年期との関係を問う観点から、中高年女性が韓流受容を通してどのような変化を経験したのかについて考察する。特に、社会的関心の変化を示す代表的な事例として、韓流受容者の韓国イメージの変化に注目する。考察に当たっては、山口県で実施した韓流受容実態に関するアンケート調査(以下、山口調査)の結果を使用する。

2. 調査の概要

山口調査は、韓流の受容実態、受容後の変化、韓国・韓国人に対するイメージを把握することを目的として、2010年2月に実施した⁷。主な調査内容は、韓流作品の受容実態、韓流受容の前とその後の自身の変化に対する評価、韓国・韓国人イメージ等である。調査対象者は、山口県在住の男女111人(うち、女性は99人)であるが、今回の分析では、サンプルの規模や研究目的を考慮し、25歳以上の女性のデータのみ(n=98)を用いる。対象者98名のうち、「ファンになった時期」については、92名から回答が得られており、調査対象者の多くが韓流ファンであることが考えられる。

<表1> 年齢・職業別構成 (%)

	公務員・会社員	主婦	パート・アルバイト	その他 ¹⁾	計
全体	28.0	31.2	26.9	14.0	100.1
25～39歳(19.4%)	61.1	5.6	16.7	16.7	100.0
40～49歳(19.4%)	33.3	5.6	50.0	11.1	100.0
50～59歳(36.7%)	25.7	34.3	31.4	8.6	100.0
60歳以上(21.4%)	0.0	68.2	9.1	22.7	100.0

注:1)「その他」は「自営業」と「その他」の合計値である。

2) 四捨五入を行っているため、合計が必ずしも100%にはならない。

<表1>は調査対象者の年齢・職業別構成を示したものである。まず、年齢別構成をみると、25-39歳と40歳代が19.4%の同率で並び、60歳代が24.5%、そして50歳代が36.7%と最も多い⁸。このような年齢構成は、韓流ブーム初期(2004年頃)の中心的なファン層を40歳代以上が占めていた状況と類似している⁹。職業別構成は、主婦が31.2%と最も多く、その後に公務員・会社員が28.0%、パート・アルバイト(以下、パート)が26.9%と続く。当然のことながら年齢階級別の職業別構成の差異は顕著であり、40代以上の層では主婦やパートの割合が高い。40代以上、そして主婦やパートの割合が高いという構成は、山口調査の対象者に、韓流作品の視聴や語学学習、韓国旅行など、いわゆる自由裁量による選択的活動に費やす時間資源が相対的に豊富である可能性を示唆していよう。しかし、情報収集や社会的ネットワークを形成・維持するための重要な手段とされるインターネットの利活用においては不慣れた人が相対的に多いということも推測できる¹⁰。

3. 韓流受容の実態

調査対象者は韓流作品の視聴や関連活動をどのよ

うに行っているのだろうか。次の<表2>は、調査対象者が韓流作品を視聴するようになったきっかけを年齢別に示したものである。全体的にみると、「テレビ・ラジオ」が59.2%、「周囲の勧め」が41.8%、そして「新聞・雑誌」が9.2%と続く。テレビドラマ「冬ソナ」ブームから始まり、口コミによって広まった韓流ブームの特徴がよく表れている。年齢別の差異が最も顕著に表れているのは「新聞・雑誌」の選択率である。他の年齢層で0～5%台に止まっているのに対し、60歳以上の層においては25.0%と高くなっている。「新聞・雑誌」の構成比は、「冬ソナ」ブームや「ヨン様」ブームが盛り上がった2003～2004年頃、それに続く韓流ブーム初期の頃に主に用いられたメディア媒体であること、さらに韓流ブームの主要な消費層が中高年層であったことをよく表している結果といえよう。

つぎに、「インターネット」であるが、いずれの年齢層においても全く選択されていない。リアルタイムでのドラマ視聴、ファンコミュニティの活性化など、韓流を楽しむ上でインターネットが主要なツールの一つとして活用されている現在の状況から考えると、韓流は、中高年女性とインターネットとの関係に少なからず影響を及ぼしているということが推測できる。ま

<表2> 年齢別にみた韓流作品視聴のきっかけ (MA) (%)

N=98	周囲の勧め	新聞・雑誌	テレビ・ラジオ	インターネット	イベント	その他	計
全体	41.8	9.2	59.2	0.0	1.0	8.2	119.4
25 - 39 歳	31.6	0.0	63.2	0.0	0.0	5.2	100.0
40 - 49 歳	42.1	5.3	47.4	0.0	0.0	10.5	105.3
50 - 59 歳	44.4	5.6	61.1	0.0	0.0	11.1	122.2
60 歳以上	45.8	25.0	62.5	0.0	4.2	4.2	141.7

た、各選択肢において年齢による目立った差異は認められない。しかし、選択率の小計をみると、40歳代以下が100～105%台、50歳代が122.2%、60歳以上が

141.7%と、年齢に比例して合計値が上昇している。韓流は、中高年世代において、より多様な、活発な楽しみ方が試みられていることがわかる。

<表3> 職業別にみた韓流作品視聴のきっかけ (MA) (%)

N=93	周囲の勧め	新聞・雑誌	テレビ・ラジオ	インターネット	イベント	その他	計
全体	40.9	8.6	65.6	0.0	1.1	8.6	124.8
公務員・会社員	29.6	3.7	59.3	0.0	0.0	11.1	103.7
主婦	44.8	13.8	62.1	0.0	3.4	3.4	127.5
パート	44.0	8.0	76.0	0.0	0.0	12.0	140.0
その他	50.0	8.3	66.7	0.0	0.0	8.3	133.

<表3>は、韓流作品視聴のきっかけを職業別に示したものである。きっかけとなった媒体として最も多くの方が挙げているのは「テレビ・ラジオ」である。特に、「パート」が高率を示し、その他のカテゴリーと比べて9.3%～22.7%の開きがある。「公務員・会社員」

も、「テレビ・ラジオ」に集中した値となっており、特徴的な分布を示している。<表1>で確認した年齢・職業別構成比と合わせて考えると、基本的には<表2>と同様の分布となっているといえよう。

<表4> 韓流受容歴別にみた視聴の主なきっかけ (MA) (%)

N=97	周囲の勧め	新聞・雑誌	テレビ・ラジオ	イベント	その他	計
全体	41.2	9.3	59.8	1.0	8.2	119.6
7年以上	18.5	7.4	70.4	3.7	11.1	111.1
6年	44.4	14.8	70.4	0.0	3.7	133.3
5年	54.2	12.5	58.3	0.0	0.0	125.0
4年以下	52.6	0.0	31.6	0.0	21.1	105.3

<表4>は初めて韓流に接してからの期間を「受容歴」とし、受容歴別の視聴きっかけの分布をまとめたものである。受容歴が長い人ほど「テレビ・ラジオ」の割合が高く、「周囲の勧め」が低くなっている。選択率の合計値に一定した傾向性は認められないが、受容歴の長い人の方が多様な選択肢を挙げている。これは、<表5>で示すように、60歳代以上の回答者の95%が受容歴5年以上を占めていることが背景として考えられる。調査対象者のほとんどは受容歴が長く、受容歴が5年以上である割合は全体の79.6%にも上

る。いずれの年齢層においても、受容歴「5年以上」の割合が圧倒的多数を占めている現状は、韓流が一過性のブームに終わるのではなく、日常的な文化の一つとして定着しつつあることを意味していよう。また、年齢別の特徴として、25-39歳層において受容歴の分布が多様であることは想定範囲内であるが、50歳代において、「5年未満」が3割以上を占めている状況については今後の考察が待たれる点である。

<表5> 年齢別にみた韓流受容歴 (%)

N=98	7年以上	6年	5年	5年未満	計
全体	27.6	26.5	25.5	20.4	100.0
25 - 39歳	31.6	15.8	31.6	21.1	100.1
40 - 49歳	47.4	31.6	0.0	21.1	100.1
50 - 59歳	11.1	33.3	25.0	30.6	100.0
60歳以上	33.3	20.8	41.7	4.2	100.0

注) 四捨五入を行っているため、合計が必ずしも100%にはならない。

ところで、韓流受容者の場合、一日にどの程度の時間を韓流作品の視聴や関連情報の検索に使用しているのでしょうか。<表6>をみると、一日平均視聴・検索時間量は「1時間」程度が44.8%、「2～3時間」程度が43.8%と、8割以上の人が一日1～3時間を韓流関連に当てているが、「4～6時間」程度も10.4%

を占めている。「4～6時間」という長時間の場合、50歳以上で14.3%、60歳以上で16.7%をも占めていることが注目される。また、年齢別にみると、若年層ほど「1時間未満」が多く、中高年層になるにつれ「2～3時間」の割合が多くなっている。

<表6>年齢別にみた視聴・検索時間量 (%)

N=96	1時間	2-3時間	4-6時間	7-9時間	10時間以上	計
全体	44.8	43.8	10.4	0.0	1.0	100.0
25 - 39歳	73.7	26.3	0.0	0.0	0.0	100.0
40 - 49歳	55.6	38.9	5.6	0.0	0.0	100.1
50 - 59歳	37.1	45.7	14.3	0.0	2.9	100.0
60歳以上	25.0	58.3	16.7	0.0	0.0	100.0

注) 四捨五入を行っているため、合計が必ずしも100%にはならない。

さらに、<表7>のように職業別の視聴・検索時間量を見ると、「公務員・会社員」「パート」は、「1時間」が「2～3時間」より高く示されているが、「主婦」

は「2～3時間」の割合が55.2%と最も高い上に、「4～6時間」の割合も平均の約2倍に達している

<表7>職業別にみた視聴・検索時間量 (%)

N=91	1時間	2-3時間	4-6時間	7-9時間	10時間以上	計
全体	45.1	42.9	11.0	0.0	1.1	100.1
公務員・会社員	63.0	29.6	7.4	0.0	0.0	100.0
主婦	24.1	55.2	20.7	0.0	0.0	100.0
パート	50.0	45.8	4.2	0.0	0.0	100.0
その他	45.5	36.4	9.1	0.0	9.1	100.1

注) 四捨五入を行っているため、合計が必ずしも100%にはならない。

<表8>は、韓流作品の主な視聴・検索時間帯を示したものである。全体的には「19～22時」の間が44.7%と最も多いが、「22～1時」の時間帯も37.2%と高く、この二つの時間帯を合わせると81.9%にも上る。ところが、60歳以上の場合、19時から翌1時まで

の夜間の時間帯は62.5%で、その他の年齢層に比べ低く、10時から16時の間の昼の時間帯を挙げる人が50%にも上り、使用時間帯や時間量は年齢・職業別において差異が表れている。

＜表8＞年齢別視聴時間帯（MA）（％）

N=94	7-10時	10-13時	13-16時	16-19時	19-22時	22-01時	計
全体	4.3	11.7	13.8	1.1	44.7	37.2	112.8
25～39歳	0.0	5.3	10.5	0.0	47.4	42.1	105.3
40～49歳	11.1	0.0	5.6	0.0	61.1	27.8	105.6
50～59歳	3.0	15.2	9.1	3.0	48.5	39.4	118.2
60歳以上	4.2	20.8	29.2	0.0	25.0	37.5	116.7

次の＜表9＞は、韓流を楽しむ方法に関する回答をまとめたものである。いずれの年齢層においても「テレビ・ラジオ」の割合が7割前後と最も高い。40歳未満の層では、「周囲から借りる」、「インターネット」、

「ネットコミュニティ」など、多様な方法を挙げている。それに対し、40歳代は、「書籍、CD、DVD」を除くいずれの方法においても最も低い割合を示しており、対照的である。

＜表9＞年齢別韓流の楽しむ方法（MA）（％）

N=98	テレビ ラジオ	イン ター ネット	書籍 CD DVD	店で レンタ ル	周囲 から 借りる	コン サート	携帯	ファン 活動	韓国 へ 行く	ネット コミュ ニティ	その他
全体	73.5	27.6	49.0	39.8	40.8	20.4	2.0	14.3	44.9	3.1	2.0
25～39歳	78.9	68.4	52.6	47.4	52.6	26.3	0.0	26.3	47.4	15.8	0.0
40～49歳	63.2	15.8	57.9	36.8	36.8	5.3	0.0	10.5	21.1	0.0	0.0
50～59歳	75.0	27.8	44.4	41.7	41.7	16.7	2.8	11.2	52.8	0.0	0.0
60歳以上	75.0	4.2	45.8	33.3	33.3	33.3	4.2	12.5	50.0	0.0	8.3

ところで、韓流作品を視聴するきっかけとしては皆無であった「インターネット」の利用率に大きな変化が見られることに注目したい。40歳未満の層においては、テレビの78.9%に次ぐ高率で、68.4%にも上る。60歳以上の層で4.2%ときわめて低い割合となっているものの、40、50歳代でも15.8～27.8%を占めており、全体的には4人に1人がインターネットを利用し韓流を楽しんでいることがわかる。また、わずかではあるが「携帯」の利用も見られるようになり、韓流の定着にICT環境の整備が少なからず影響していることがわかる。別の見方をすると、韓流が中高年女性のICT利活用の促進に少なからず影響を及ぼしている、ということもいえよう。また、「韓国へ行く」、「周囲から借りる」など、何らかのコミュニケーションを伴う受容方法が一定の割合を示していることにも注目したい。韓流受容によって、中高年女性が形成してきた社会的ネットワークにも何らかの影響が表れているものと推測することができよう。

以上、調査対象者の韓流受容の実態についてみてきたが、以下では、異世代間の交流や社会問題に関する

関心度、韓国・韓国人のイメージなどが、韓流受容を機に、どのように変化したのかについて検討する。

4. 韓流受容と中高年女性の変化

韓国のテレビドラマを中心に展開されてきた韓流は、韓国語学習、韓国訪問、韓国料理、韓国（伝統）文化体験など、多様な領域、活動へと広がりを持つようになった。これにより、日韓の交流活動にも、両国の政治的・歴史的関係性とは異なる視点がようやく介在するようになったのではなからうか¹¹。

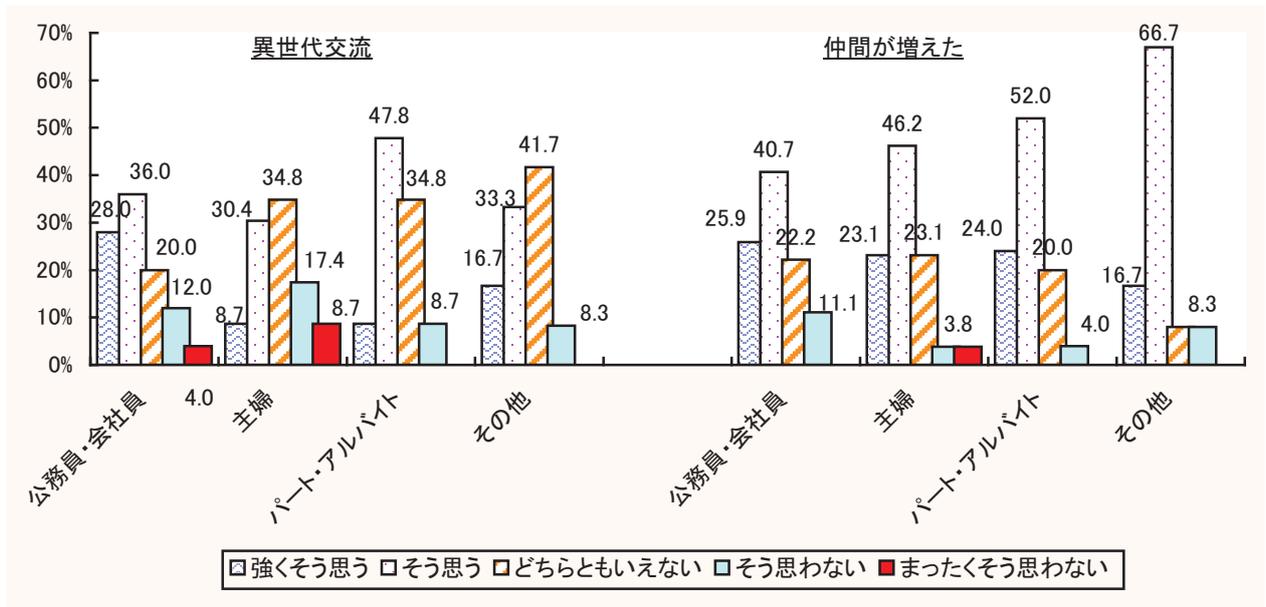
そこで、韓流受容が日本人の韓国、韓国人認識にどのような変化をもたらしたのかについて、韓流受容者を通してみたい。山口調査では、調査対象者の社会とのかかわり方や、韓国・韓国人に対する認識の変化等について回答を得ることができた。具体的には、回答者に、自身の社会的関心や韓国認識等について、韓流を受容する前とその後を比較してみると、どのような変化が表れたと考えるのかを、「強くそう思う」～「まったくそう思わない」の5段階評価で回答してもらった¹²。

たのであろうか。まず、ネットワーク作りという観点から<図2-1>「世代の異なる人とも話ができるようになった」(以下、「異世代交流」、「仲間が増えた」)についてみてみよう。<図1>において確認したように全体の肯定率は、「異世代交流」より、「仲間が増えた」の方がより高いが、年齢別にみていくとバラつきが目立つ。

まず、「仲間が増えた」では、40歳代において肯定率が高く、84.3%もの高率を記録している。その他の年齢層においても62.5～72.2%と、一般的に高率である。次に、「異世代交流」をみると、25-39歳が77.8%もの高率を示し、40～52.6%に止まっている40歳以

上の層とでは大きな開きが見られる。このような肯定率の高さは、25-39歳層において、韓流の楽しみ方として「周囲から借りる」を52.6%もの人が選んでいた状況と相通ずるところがある(<表9>)。ところで、50～60歳代の場合、肯定率が高い一方で、否定率(「そう思わない」と「まったくそう思わない」の合計値、以下同様)も一定の割合を示している。特に60歳以上の層において、否定率が30%にも達している。このような極端な現象が表れる背景としては、異世代との接点そのものが、職場や趣味活動など、家庭以外で行われる何らかの活動に参加していなければ想定されにくいものであるためと判断される。

<図2-2>職業別にみた韓流後の変化：交流ネットワーク関連



そこで、職業別の状況を示したのが<図2-2>である。「異世代交流」に関する回答をみると、「主婦」の肯定率は39.1%で最も低いレベルにとどまっているのに対し、「公務員・会社員」はおよそ2倍に当たる64.0%である。これは、家族以外の接点を持つ環境にいるか否かによって交流機会に差異が生じ得ると推測が可能であり、ある意味想定内の結果ともいえる。また、50歳以上に主婦の割合が高いことを考え合わせると、<図2-1>において、50歳代以上、特に60歳代における変化の肯定率が低く表れた背景としても説明できよう。つぎに、「仲間が増えた」をみると、「公務員・会社員」と「主婦」がその他のカテゴリーに比べ10%ほど低い肯定率を示す。ネットワークの種類についての厳密な定義、区別が待たれるところではあるが、これは、「公務員・会社員」の職縁に代表される

ように、韓流を受容する前からすでにネットワークを形成しているのか、そもそも家族以外の人との接点の少ない状況にいるのかという両極端な側面が背景として考えられる。また、別の見方をすると、家族以外との接点が相対的に少ないことが予想される主婦層において一定の肯定率が見られた点をクローズアップすれば、中高年女性のネットワーク形成を支援、活性化していく方法が発見できよう。

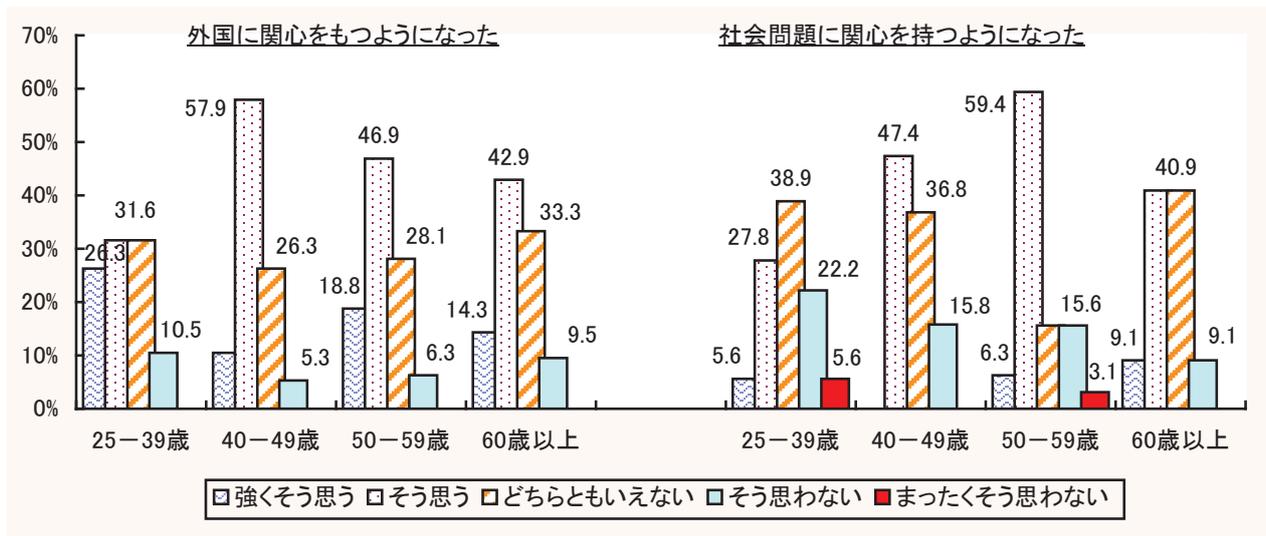
4-2. 外国、社会問題に対する関心度

韓流受容を通して、外国や社会的問題に対する関心度はどのように変化したのだろうか。まず、<図3-1>から「外国に関心を持つようになった」に対する回答を見てみよう。40～50代において約70%の肯定

率を示し、両端の年齢層より10%ほど高い値となっている。一方、「社会問題に関心を持つようになった」については、50歳代が65.7%で最も高く、その他の年齢層は50%程度にとどまっている。特に25-39歳層は

肯定率が33.4%と低く、そのため、否定率の27.8%との差が10%にも満たず、同一年齢層内で変化に対する認識に開きがみられる結果となっている。

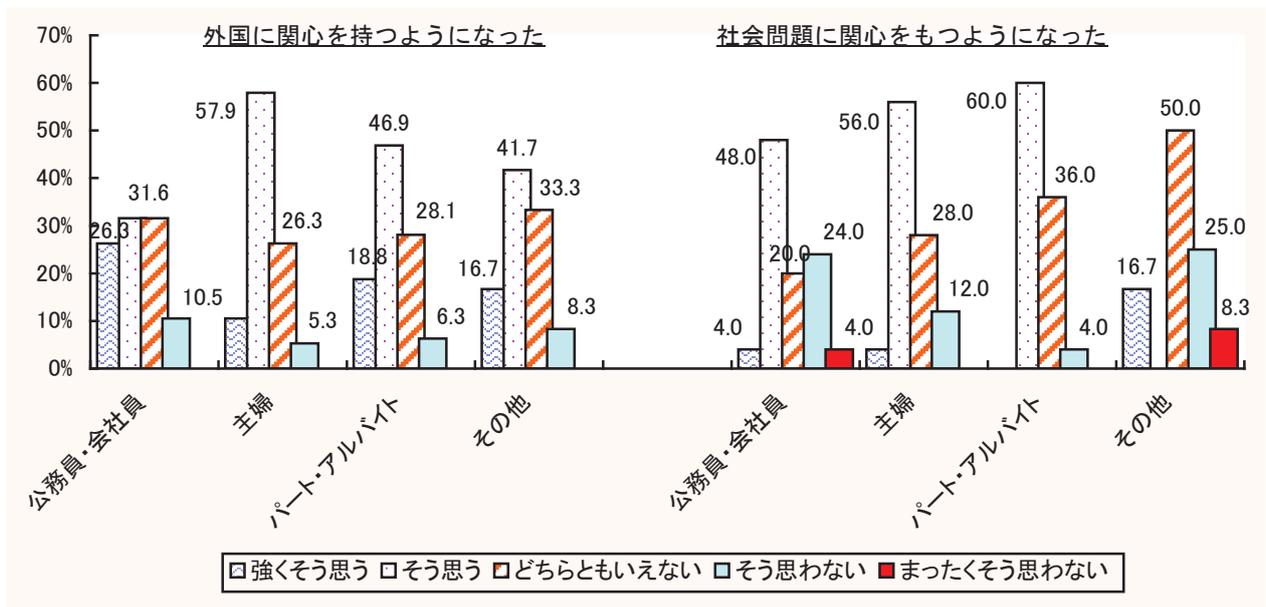
<図3-1>年齢別にみた韓流後の変化：外国、社会的関心事



ついで、<図3-2>はこれを職業別に見たものである。社会問題への関心の変化は、「主婦」や「パート・アルバイト」において60%程度の変化率を示し、その他のカテゴリーに比べ高い。また、外国への関心は社会問題への関心より各カテゴリー別の差異が少なく

10%程度の範囲である。若年層や若年層が多くを占める「公務員・会社員」で、「そう思わない」が10.5%とわずかに高い。「仲間が増えた」の結果同様、中年の「主婦」や「パート・アルバイト」が韓流による影響を受けやすい状況にいるといえよう。

<図3-2>職業別にみた韓流後の変化：外国、社会的関心事

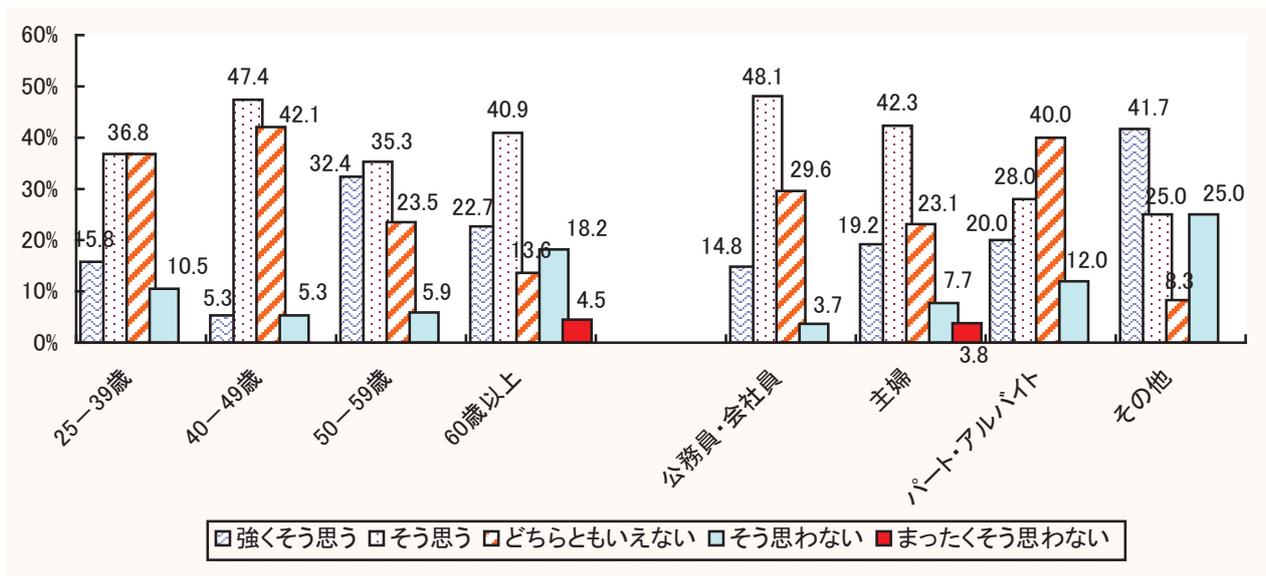


以上、〈図2-1、2-2〉〈図3-1、3-2〉を通して、中高年層、特に主婦やパート・アルバイト従事者において韓流の影響を大きく受けたという認識が高いことが確認できた。従来、中高年女性は、家庭内役割の主な担い手とされ、社会的関心事には興味が低い層とされてきた。また彼女らが形成するネットワークは、家族や地域関連のネットワークが中心であり、私的な、特に本人の趣味領域に由来するネットワークやそのニーズが注目されることはほとんどなかったのである。韓流は、そのような女性たちが、趣味仲間とのつながりや社会的問題を意識する手がかりとなっ

たといえよう。

〈図4〉は、韓流受容後の変化として「自分の世界ができた」という意見について年齢別、職業別にまとめたものである。年齢別にみると、50～60歳代において6割以上の人の変化を認め、40歳代以下の層でも約52.6%と高率を示す。さらに職業別にみると、「パート・アルバイト」において48%と低いものの、そのほかの категорияにおいては60%台を占めている。趣味生活を通して自己の世界を構築し、そこから社会と疎通する手がかりや関心が増強されていったと考えられる。

〈図4〉年齢別、職業別にみた韓流後の変化：「自分の世界ができた」



変化を問うその他の項目と比べ年齢別の差が少なく、また、「公務員・会社員」でもその他のカテゴリー同様62.9%の高い肯定率を示す結果からは、自分の世界と捉える趣味領域を確立することができたという韓流受容者の認識が垣間見られる。韓流作品を視聴する魅力や効果として、「元気になった」、「前向きになった」という韓流ファンの声が多く挙げられていることは周知のとおりであるが¹³、元気に、前向きになり、さらに多様な仲間とその楽しみを増強できるということは、「自分の世界ができた」という変化の実感としても表れているのではなかろうか。

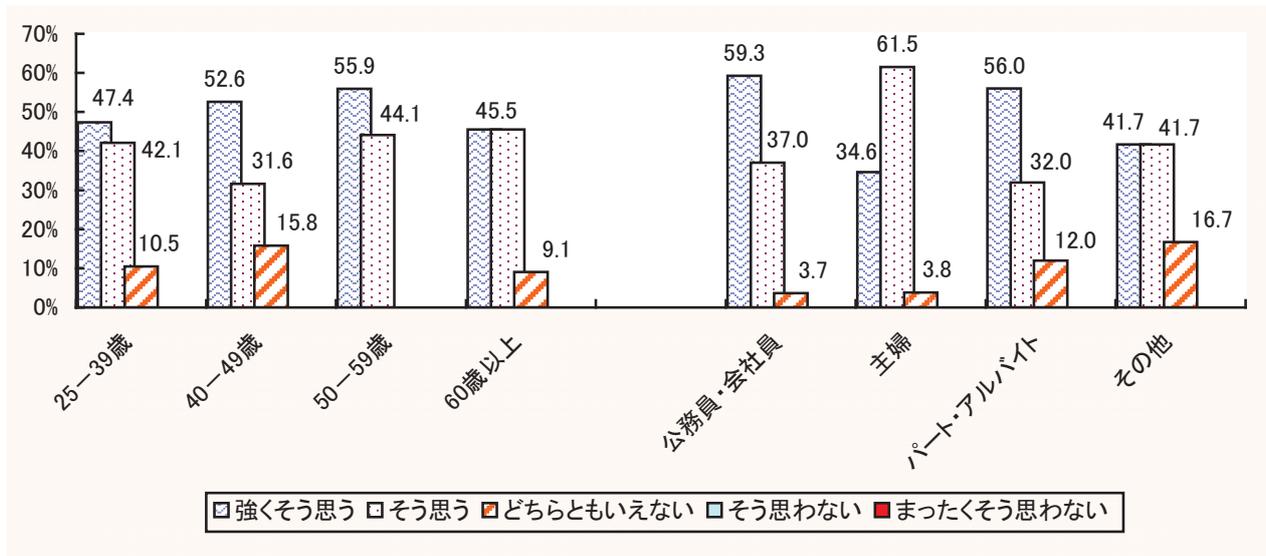
5. 韓国イメージの多様化

中高年女性の韓国に対するイメージはどのように変わったのだろうか。山口調査の対象者の場合、韓流ブーム（2003年）以前に韓国を訪問した経験を持つ人

は全体の3割で、その多くが職場や自治体主催の交流行事であり、個人的な目的による旅行は少なかった。そして、調査対象者のほとんどが、韓流ブーム以前は、韓国に対し無関心、あるいは否定的なイメージを持っていたと回答している。

〈図5〉は韓流受容後に「韓国イメージがよくなった」という変化に対する回答をまとめたものである。まず目立つのは、いずれのカテゴリーにおいても肯定率がきわめて高い点である。最低値が84.2%（40歳代）であり、最高値はなんと100%（50歳代）である。前述した他の変化項目と比べてみても、変化を否定する意見は皆無であり、特徴的である。また、主婦層を除けば、「そう思う」より「強くそう思う」の割合が圧倒的に高くなっている。韓流が韓国イメージの究極の好転に貢献していることは明らかであろう。

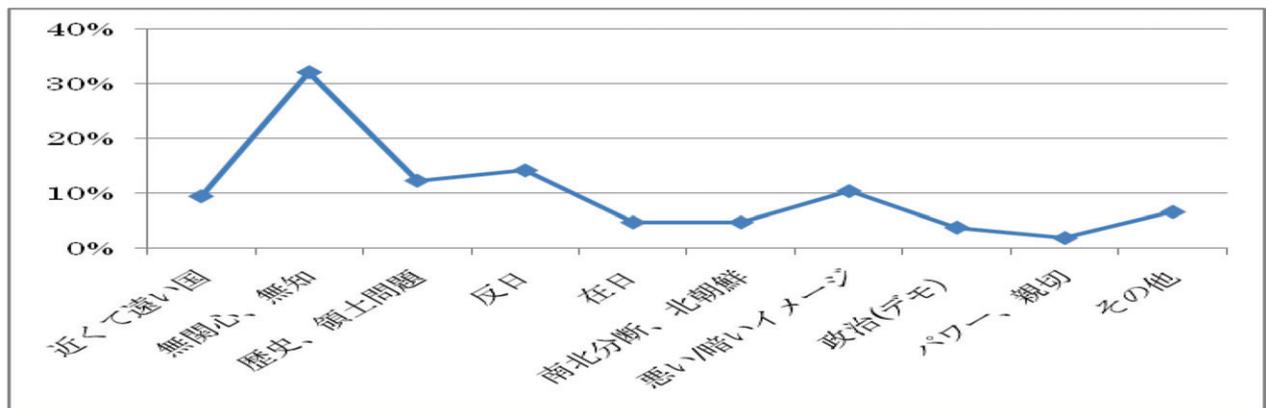
<図5>年齢別、職業別にみた韓流後の変化：韓国イメージが良くなった



次の<図6>は韓流ブーム以前の韓国・韓国人イメージに関する自由記述をまとめたものである。無関心、あるいは無知であったと回答した人が圧倒的に多い。関心があったという記述をみると、「反日」「歴史問題」、「北朝鮮」という言葉が多用されており、歴史的、政治的な観点、日韓関係に関する内容がほとんどである。しかも、韓国、あるいは日韓関係に関する認

識を語る際の立ち位置は、日本人の、あるいは自らの韓国認識というより、韓国人の日本認識に対する言及が多い。回答者自身の経験を反映した表現や考えによる記述は、ほとんど見当たらないのが特徴的である。これは、多くの回答者が記述しているように、韓国について「無関心」「無知」、あるいは直接的な接点を持っていなかったことに起因していよう。

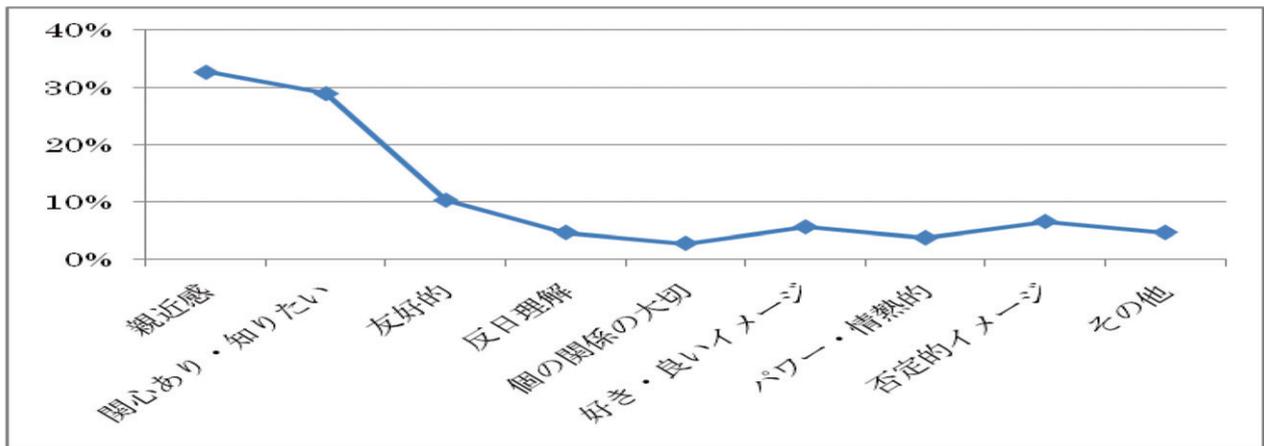
<図6>韓国イメージ（韓流以前）



それに対し、「韓流ブーム」以降では、韓国イメージが非常に肯定的に変わっている。年齢別・職業別のいずれのカテゴリーにおいても回答者の9割程度が韓国に肯定的なイメージを持つようになったことについては既に指摘した通りであるが(図5)、韓国を語る表現も極めて具体的、かつ主体的であり、回答者の個人的な体験に裏付けられたものになってきている。<図7>は韓流ブーム以降の韓国・韓国人イメージに関する自由記述をまとめたものであるが、<図6>と

の違いは明白である。韓国への関心・理解が高まっているとともに、韓国訪問や韓国人との交流など、私的交流や主体的な韓国イメージを表す多様な表現が用いられている。否定的なイメージや無関心も大幅に減少しており、韓流ブームが韓国との距離を縮める決定的な契機となっていることが見て取れる。

<図7>韓国イメージ（韓流以後）

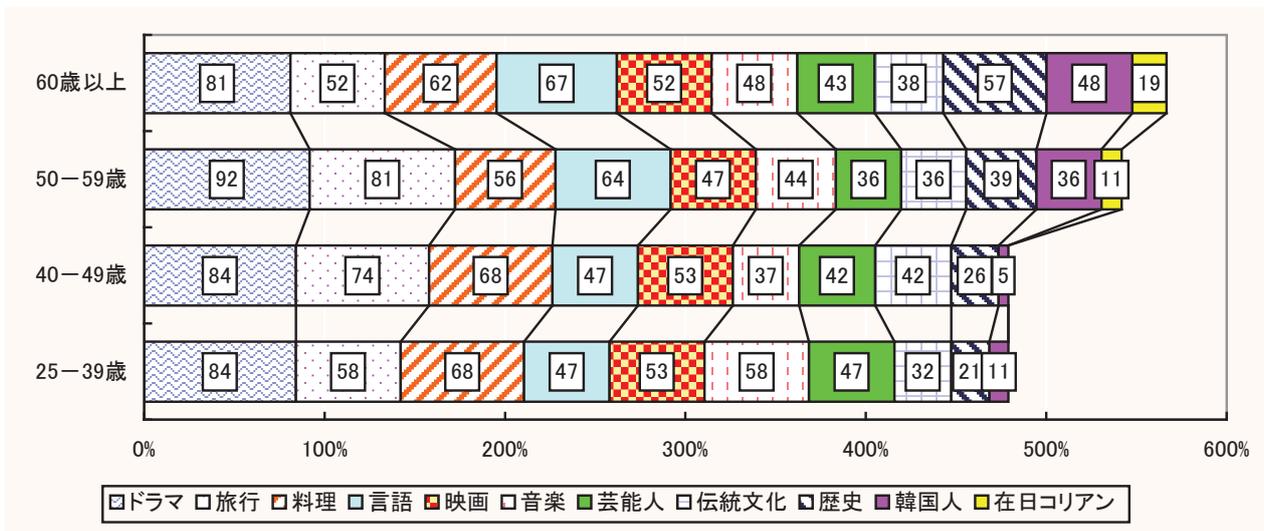


ところで、このような韓流受容者の変化について、歴史認識や領土問題等といった日韓間の懸案課題から目を背けた表層的なイメージによるものであり、一過性の現象に過ぎないとする危惧・批判は依然根強い。きわめて私的な領域であるはずの趣味活動に対しても両国関係という公共的認識について意識的であること

を求められること自体が、日韓関係の特殊性を物語っている一面であろう¹⁴。

そこで、山口調査の結果をみると、大衆文化に偏った韓国関心が観察される点は例外ではない。<図8>には、韓国のどのようなことに関心があるのかを複数回答で選択してもらった結果をまとめた。

<図8>年齢別にみた関心分野（韓流ブーム以後、MA）



結果は、「ドラマ」が8割以上を占めダントツに高い。その後を「旅行」、「料理」、「言語」、「映画」、「音楽」、「芸能人」の順に続き、概して大衆文化の域に止まっている様子が見て取れる。この傾向は、年齢が低くなるほど強く、25-39歳層と40歳代の場合、「歴史」や「在日コリアン」への関心は極めて低い。なかでも「在日コリアン」に対する関心が全般的に低く、いずれの年齢層においても最も低い割合を占めている。

韓流を通して韓国・韓国人、日韓関係を意識的に捉えようとする姿勢は依然として強くないかもしれな

い。しかし、韓流受容を機に、韓国を語る表現やまなざしが多様化しており、それが主体的な韓国観につながっていくことは間違いないだろう。特に、従来韓国と最も疎遠な関係にあるとされてきた50歳代以上の中高年女性において、韓国イメージや関心度に大幅な改善が見られること、また彼女らが、韓国を語る自らの表現を獲得しつつあることの意味はいくら強調してもしすぎることはないだろう。

おわりに

以上、中高年女性を中心に韓流受容を通して異世代間の交流、外国や社会問題への関心、そして、韓国イメージについてどのような変化を経験したのかについて、山口調査結果を用いて考察した。

韓流受容者の多くは、作品の背景にある韓国社会、韓国人、日韓関係などについて取り立てて意識することはないように見受けられる。関心を持つ領域はほとんどが大衆文化関連であり、娯楽の1つとして韓流作品を視聴し、大衆文化と関連する分野以外には目立った興味関心を示さない傾向にある。まさに「普通の外国文化」の一つとして、韓流作品が受容されるようになった、といっても過言ではない。

その一方で、韓流は調査対象者に韓国と出会う契機を提供し、韓国認識を好転させる上で大きく貢献している。韓流作品、訪韓や韓国人との交流を通し、受容者の韓国・韓国人に対するイメージは多様化し、具体化しているといえよう。韓流受容の前とその後で韓国への関心、認識が激変し、多様な観点から韓国を再発見しようとしていることが確認できた。韓国認識を語る上でも、自らの言葉・感性をもって韓国・韓国人を

捉えるようとしており、日韓関係の新たな展開を示唆するものとして期待したい。

韓流受容者の年齢に注目すると、韓流を機に韓国、韓国人イメージが改善され、具体的で、主体的な韓国観を形成していく傾向は、50歳代以上において強く観察された。韓国イメージの具体化、韓国に対する関心や経験率が最も低い層とされてきた中高年女性にこのような変化がみられたことは、今後の日韓関係に重要な示唆を与えてくれる。すなわち、韓流ブーム以来指摘されてきた日韓関係の難しさや文化交流の限界、このように韓流ファンのミーハー的な関心の危うさなど、そのような危惧に対する一つの解答として考えられるのではなかろうか。

さらに、中高年女性の社会的関心の変化という観点からも重要な発見があった。韓流という趣味生活を通して、異世代との交流、趣味仲間増加、社会問題への関心の増大が観察されたことである。このように、韓流作品を楽しむという趣味活動が人的交流の増加を可能にし、さらに韓国認識の好転に少なからぬ影響を及ぼしていることは、私的領域の活性化が公共的領域の活性化へと結びついていく事例として注目したい。

<注>

- ¹ 内閣府「平成10年度国民生活白書」(<http://www5.cao.go.jp/seikatsu/whitepaper/h10/wp-pl98-000m1.html>)。
- ² アクティブ・エイジング社会の実現に向けて、高齢者の健康増進や安全、能動的な社会参加が求められている。しかし、高齢女性の多くは、出産や育児、介護等による経済活動の中断や社会的ネットワークの断絶などのキャリアの不連続を経験しており、その見直しが求められている。〔「高齢化に関するマドリッド国際高齢化行動計画2002」、<http://www8.cao.go.jp/kourei/program/madrid2002/plan2002.html>〕。
- ³ 2007年10月1日現在の高齢率は21.5%である。高齢人口2746万人のうち1270万人(46%)が75歳以上の後期高齢者である。性別でみると、前記高齢人口の57.4%が女性であるのに対し、後期高齢人口では62.5%に増加しており、高齢者の圧倒的多数を女性が占めていることがわかる(内閣府「平成20年版高齢社会白書」、http://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2008/zenbun/pdf/1s1s_01.pdf)。
- ⁴ 本稿では、韓流を、2003年以降のブーム現象とその後定着傾向が認められる韓国大衆文化とそこから派生した文化実践全般を指す用語として使用する。
- ⁵ 金(2009)では、先行研究の整理を通して韓流ブームが中高年女性の文化実践、社会参加を促進する基盤づくりに貢献していることを確認した。
- ⁶ 川村ほか(2006)。
- ⁷ 山口調査の実施に当たっては多くの方々に調査協力いただいた。ここに深謝の意を表する。
- ⁸ 若年層と中高年層の特徴を分かりやすくするために、25～39歳層を一つの年齢階級にまとめた。
- ⁹ NHK放送文化研究所が2004年9月に全国の15歳～79歳の男女2200人(有効調査数1289人)を対象に実施した調査結果を見ると、ドラマの認知度、視聴経験ともに30～50代の女性が9割以上を占めており、本山口調査と類似していることがわかる(三矢、2004:13)。
- ¹⁰ 日本のインターネット利用状況を見ると、平均利用時間、行動者率ともに、年齢の上昇と反比例する傾向を示し、性別では男性より女性において利用が少ない(総務省「平成18年度通信利用動向調査」、http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/070525_1.pdf)。
- ¹¹ 小針進はこのような状況を、韓国訪問者数と韓国へ

の親近感(内閣府「外交世論調査」)の時系列的検証を通して、日韓は「統制不可能な」関係になったのではと指摘する(小針他、2007)。

- ¹² 変化を判別するためには、同一対象に対する複数時点での測定(縦断的調査)が望ましいが、韓流ブームからの時間的経過が浅い上に、調査実施における制限があり、横断的調査にとどまっている。したがって、今回の調査結果は、韓流受容者の自己評価によるものであり、この結果を一般化することは難しいことを断っておく。
- ¹³ 山口調査においても、韓流受容後の変化として「前向きに、元気になった」という意見が圧倒的に多く、「強くそう思う」18.9%、「そう思う」48.4%、「どちらともいえない」26.3%であった。
- ¹⁴ この点については金(2009)を参照されたい。

<参考・引用文献>

- 金恵媛(2009)「中高年女性の文化実践と社会参加」『山口県立大学国際文化学部紀要』(16)、1-11頁
- 上野千鶴子(2008)『「女縁」を生きた女たち』、岩波書店
- 小倉紀藏(2005)『韓流インパクト—ルック 코리아 と日本の主体化—』、講談社
- 川村湊、毛利嘉孝、水田宗子、(2006)「座談会 韓流映像文化と女性」水田宗子、長谷川啓、北田幸恵編『韓流サブカルチャーと女性』至文堂、pp.7-43
- 小針進・曹圭哲(2007)「日韓関係と『統制不可能』な眺めあいの構造」『国際関係・比較文化研究第6巻第1号』静岡県立大学国際関係学部、pp.157-172
- 櫻坂英子(2008)「韓流と韓国・韓国人イメージ」『駿河台大学論叢』(第36号)、pp.29-47
- 島原麻里(2007)『ロマンチックウィルス—ときめき感染症の女たち—』、集英社新書
- 宋連玉・板垣竜太(2005)「流れる『韓流』、流れない『韓流』」『インパクション』(149号)インパクト出版会、pp.5-25
- 長谷川典子(2005)「対韓イメージの質的研究—ドラマ視聴が生む心理的变化の考察—」『異文化コミュニケーション』(8)、pp.67-86
- (2007)「韓国製テレビドラマ視聴による態度変容の研究—異文化間教育の視点から—」『異文化教育』(25)、pp.58-73
- 平田由紀江(2005)『韓国を消費する日本—韓流、女性、ドラマ』チェックセサン(韓国語)

三矢恵子 (2004) 「世論調査からみた『冬ソナ現象』
～『冬のソナタ』に関する世論調査結果から～」『放
送研究と調査』(2004年12月号)、pp.12-25

毛利嘉孝 (2004) 「『冬のソナタ』と能動的ファンの文
化実践」毛利嘉孝編『日式韓流—「冬のソナタ」と
日韓大衆文化の現在』せりか書房、pp.14-50