

現代オーディション番組に対する心理プロセスと行動に関する研究 —視聴者の参加における語りからの分析—

楯 彩音

近年韓国発のオーディション番組が東アジアを中心に人気を集めている。メディアの発達を背景として誕生し、インターネットを利用した「視聴者投票制度」、サバイバルの過程をドキュメンタリー方式で追う「ドラマ性」を特徴として持つこの現代オーディション番組は、視聴者が1プロデューサー及び観察者として選抜に「参加」できるという点で大きな話題を呼び、数々の社会現象及び大きな経済効果を生み出している。

本論文では数あるオーディション番組の中から、このブームの火付け役とされ、韓国・日本・中国の3カ国で多くのシリーズが展開されているアイドル・オーディション番組『PRODUCE 101 (プロデュースワンオーワン)』を取り上げ、人気を集める理由を探ることを目的とした。

本番組は高い求心力を持つことから、経済・マーケティングの観点からいくつかの研究がなされており、それぞれ番組の特徴やファン構造に関して有用な知見を示していた。しかしながら、視聴者(ファン)個人の心理に着目した研究は見受けられなかった。そこで本研究では、番組を制作者側の視点に留まらず双方向的に捉えるため、視聴者へインタビュー調査を行い、その語りの分析を通じて放送期間中の視聴者の心理変化プロセスや、番組が視聴者に与える影響について詳細に理解することを試みた。

その結果、第一に、一つの枠で捉えることができない多様な視聴者タイプを見ることができた。そしてその考えや行動の背景には視聴者の性格特性や過去の経験、当時の状況が密接に関係していることが示唆された。加えて、SNSを通じて積極的に番組や他の視聴者と繋がり合い、リアルに進んでいくサバイバルに「参加」していく能動的な視聴者の実態と、それに伴う複雑な心情変化を読み取ることができた。そして、そうした番組への「参加」が時に感情や生活を大きく左右していること、他者との繋がり・連帯を生み出していること、更にはリテラシーや幸福感の向上にも繋がっていることが明らかになった。(環境行動学)