HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	リメイク作品から見る日韓ドラマの「社会性」：『ハケンの品格』（日）と『職場の神』（韓）を題材に
Author(s)	芳賀，恵；金，周英；玄，武岩
Citation	国際広報メディア・観光学ジャーナル，18，69-90
Issue Date	2014-03-18
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/55172
Rights(URL)	https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.1/jp/
Type	departmental bulletin paper
File Information	Jimcts18_05_Haga.pdf

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

Jimcts

リメイク作品から見る日韓ドラマの「社会性」

―『ハケンの品格』(日)と『職場の神』(韓)を題材に(1)―

北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院修士課程／同学院修士課程／
北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院准教授
芳賀恵・金周英・玄武岩

Social consciousness of Japanese and Korean TV dramas observed in originals and remakes:Based on “Haken no Hinkaku” (Japanese) and “Shokuba no Kami” (Korean)

HAGA Megumi, KIM Jooyoung, HYUN Mooam

abstract

This paper examines the cultural meaning in terms of the border transgression of text which arises through the process of remaking video content such as TV dramas in other countries, using a Japanese TV drama “Haken no Hinkaku” and its Korean remake “Shokuba no Kami”.

“Haken no Hinkaku” is a TV drama which formulated social consciousness in the motif of the change in employment practices in Japan, such as labor dispatch.

When it was remade in Korea, the social consciousness did not just project the real world, but covered the relation outside of the text, functioning as a motive of a stir in society, or evocation of public opinion.

In this paper, the point where the social consciousness arises was studied by the comparative analyses of the text in both TV productions. It revealed that the original work had been transformed into a dissimilar TV drama by the shift in the characteristics of the protagonist. As a result, it has become certain that a remake gives new significance to the original by ‘localization’ of the original as well as reproduces it in the capacity of cultural practice.

1 はじめに―「社会意識」から「社会性」へ

本稿は、日本と韓国におけるテレビドラマの原作とリメイク版という「翻訳」が媒介するメディア文化フローの過程に注目し、共有する社会的現実を構築するうえで重要なメディアであるドラマにおいて、「社会性」という特性がそれぞれどのように表象・再現・変容されるのかについて考察する。そこで対象にするのが、労働市場における雇用形態や職場環境のなかで発生する権力関係を物語の主軸に据えることで、日本では2007年に好評のなかで放映された『ハケンの品格』（日本テレビ系）と、それが韓国で2013年にリメイクされて話題を呼んだ『職場の神』（KBS・韓国放送公社）である(2)。

テレビ番組はフォーマットというかたちでますます国際的に取引されるようになり、それはオリジナルの国の外で現地市場に合わせて脚色され、新しくて多様な、高度に国際化されたビジネスおよび生産モデルを形成している(3)。海外のドラマや映画を原作にしたリメイクも、一種のフォーマットの共有として、コンテンツのグローバル化の一般的な傾向として定着している。その場合、作品が含むテクストは当該社会の実情に合わせて現地化（localization）される「文化翻訳（cultural translation）」の過程をともなう(4)。すると、ここでいう「翻訳」とは、ドラマなどの映像作品のコンテンツが他文化圏にてリメイクされる過程で必然的に発生する時代背景、キャラクター、台詞、物語構造、エピソードなどが構成するテクストが現地の状況に適合する生産と受容の文化的実践を指す。

近年、日韓においてもコンテンツの交換が諸メディア領域において活発化している。ドラマは、フィクションでありながらそのテクストは社会の現実と意識を反映し、また人びとの社会的現実の認識に影響を与える。だとすれば、日韓でドラマが共有されるとき、リメイクはドラマという大衆文化の越境的な再生産の問題であると同時に、他文化圏の人間関係や社会制度という文化の受容と変容の過程でもある。こうした日韓のトランスナショナルな大衆メディア空間における文化フローの意味を、『ハケンの品格』と『職場の神』のテクストを比較分析することで考察する。

これらのドラマを「社会性」から比較分析する理由は、いずれも日韓が抱える労働問題という社会的争点を正面から扱うことで、テクストの物語やイメージに込められたメッセージの「翻訳」がたんなる文化的転換ではなく、共有するメッセージの表出の仕方が社会的文脈のなかで再構成される言説的拡張をもともなうからである。

『ハケンの品格』は、「職場もの」というドラマの傍流に位置しながらも、非正規職・派遣労働という日本の雇用環境の変化をモティーフにして製作され、「社会性」を色濃く表出することで話題となった。それが韓国で『職場の神』としてリメイクされたとき、「社会性」は社会の反映にとどまらず、社会内部の序列構造をめぐる議論とあいまって対抗的な言説空間を形成したよう

►(1) 本稿は、北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院2013年度Ⅰ-Ⅱ期の特別演習「東アジアにおけるメディア文化フローの調査研究プロジェクト」において、准教授玄武岩の指導の下、2名の修士課程の院生による「ドラマチーム」が遂行した共同研究「リメイク作品から見る日韓ドラマの「社会性」―『ハケンの品格』（日）と『職場の神』（韓）を題材に」をもとに作成したものである。その調査結果は、2013年11月2日に開催された国際シンポジウム「メディアの越境は何をもたらすのか」（北海道大学東アジアメディア研究センター主催）の第1部で報告され、発表資料集「越境するメディアと東アジア」に収録された。

►(2) 2007年1月10日から3月14日まで日本テレビ系で放映された『ハケンの品格』は、最終回に最高視聴率26.0％を記録した（関東地区、ビデオリサーチ調べ）。経済学者の金子勝は、荒唐無稽であるが「妙なリアルさがある」と評した（『朝日新聞』、2007年2月14日）。リメイク版の『職場の神』は2013年4月1日から5月21日までKBSで放映され、最終回の視聴率は14.2％（ニールセンコリア調べ）で同時間帯2位であった。『職場の神』はドラマを契機に韓国の職場文化のあり方を問い直す議論が起こるなど、視聴率以上にその内容が新聞やネット上で話題となった。なお、『職場の神』は日本では韓国番組専門の有料チャンネルであるKNTVで、2013年11月16日より2014年1月11日まで『オフィスの女王』として放映された。

►(3) Pia Majbrit Jensen, “How National Media Systems Shape the Localization of Formats: A Transnational Case Study of The Block and Nerds FC in Australia and Denmark”, Albert Moran(ed.), *TV Formats Worldwide: Localizing Global Programs*, Intellect, 2009.

►(4)「文化翻訳」については、アンソニー・ビム（武田珂代子訳）『翻訳理論の探求』みすず書房、2010年（第8章「文化翻訳」）を参照。

にテクストの外側との関係にまで及んだ。

すなわち『ハケンの品格』と『職場の神』は、リメイクされる過程で、それぞれ「社会性」をあらわしながらも異なるドラマとして受け入れられた可能性があり、その変容過程にはドラマと「社会性」をめぐる重要な論点がひそんでいるのである。こうした両作品のテクストの比較分析からは、「翻訳」という越境的な番組流通の諸過程のなかで構築される、「社会性」があらわれる場の多様性が見えてくるのである。

したがって本稿は、日韓におけるドラマのリメイクという大衆文化の越境において、既存の研究にみられるような、テクストの比較分析をとおしてリメイク作品が「翻訳」される際の人間関係や家族像などの社会意識や文化的基盤に作用するイデオロギー的特性を明らかにするものではない(5)。社会意識や物語は現地化の主たる対象であって、企画されたリメイク前後の差異に対する分析では、リメイクという文化的実践の意味を十分に捉えることはできない。

重要なのは、現地化によって生まれ変わった物語やキャラクターが、どのようにテクストの変容を迫り、それぞれの社会環境のなかで独特な政治的・社会的意味を見出すのか考察することである。このようにテクスト内在的なイメージや表象のみならず、テクストとその外部の社会との関係性にも注目することで、リメイクというフォーマットを共有しつつ「翻訳」することのメディア文化論的な意味を問い直し、ドラマと「社会性」をめぐる議論の領域の再構築を試みる(6)。

2 テレビドラマと「社会性」 ―「文化の回路」からのアプローチ

地上波のテレビドラマは主に家庭内において無料で消費されることから、制作者は、視聴者に「身近」で「共感を得られやすい」内容を志向する。また番組の評価は一般的に視聴率で判断されるため、民間放送はもちろん公共放送も、できるだけ多くの視聴者に関心をもたれる内容を目指す。心理学者の岩男壽美子は、映画館という非日常空間で見る映画と、居間で家族とともに見るテレビという視聴形態の違いをふまえ、「映画と異なり、テレビは視聴者の日常に密着しており、ドラマは社会状況を敏感に反映する」と指摘している(7)。

このようなテレビメディアの特性から、同時代の社会をすばやく反映するドラマが日本でも好んで作られてきた。とくに日本のドラマでは、家族像を反映する「ホームドラマ」や学校を舞台にした「学園もの」、善悪の駆け引きと人間模様を描く「法廷もの」「刑事もの」などが根強い人気を誇る。これらのなかには、たんに社会を反映するのではなく、権力への批判や社会の矛盾・不条理の追及を含むものも少なくない。勧善懲悪にとどまらず、作り手が視聴者にメッセージを投げかけるようなドラマである。

►(5) たとえば、金良俶・朴相鉉「日韓における家族間の親密性についての比較研究―リメイク版のドラマ分析を通して」韓国日本言語文化学会『日本言語文化』Vol.21、2012年、キム・ヒョンチョル「日韓TVドラマにあらわれる劇的構造と対人関係の特徴の研究」アン・ナムイル／チョン・ヨンア他『メディアと文化』プルンササン、2012年（韓国文）、ソン・ビョンジュン「『花より男子』にみるドラマ制作と海外進出の戦略」岩渕功一編『対話としてのテレビ文化―日・韓・中を架橋する』ミネルヴァ書房、2011年など。

►(6) ドラマの「翻訳」ではないが、韓国における『はだしのゲン』（中沢啓治、汐文社）の受容過程において「原爆」という「社会性」の越境可能性について考察した研究として、山中千恵「読まれない『体験』・越境できない『記憶』―韓国における『はだしのゲン』の受容をめぐって」吉村和真・福間良明編『「はだしのゲン」がいた風景―マンガ・戦争・記憶』梓出版社、2006年がある。

►(7) 岩男壽美子『テレビドラマのメッセージ』勁草書房、2000年、5頁・9頁。

この種のドラマは、日本ではテレビが一般家庭に普及したころから見られた。1966年に放映が開始された『ウルトラマン』シリーズでさえ、子ども向け特撮ドラマでありながら、環境問題や核開発など、高度成長下におけるさまざまなひずみをテーマにしつつ、さらに戦後の日米安保体制を想起させる設定で、「政治的なるもの」との緊張関係におかれていたのである(8)。このようにドラマは視聴者の同情心や怒りを喚起し共感を得るだけではなく、テレビ番組の枠を飛び出して、その外側の社会に影響をおよぼすことも期待されてきたのである。

ただし地上波の民放にはスポンサーが存在するため、テーマの選択に限界があることも事実である。この点は近年、有料放送WOWOWによるスポンサーのしがらみのないドラマ作りが注目されていることからも明らかである。同局の2009年放送の『空飛ぶタイヤ』は、実際に起きた大手自動車メーカーにおけるタイヤ脱落事故とリコール隠し問題を下敷きにしており、2013年放送の『震える牛』は大企業による食品の偽装隠しを扱っている。これらは新聞の番組批評で、「WOWOWはこれまで、スポンサーに左右されない有料放送の強みを生かし、地上波が手を出しにくい社会派ドラマを世に送り出してきた」（『朝日新聞』2013年6月19日付）、「企業広告で運営する民放地上波ではありえなかったドラマ」（『毎日新聞』2013年5月15日付）と指摘されるように、民放地上波での放送はほぼ不可能と見られている。

以上のように、日本のドラマは多かれ少なかれ、その表現様式として社会に対するメッセージを含んできた。娯楽性のなかに社会への風刺を織り交ぜ、さりげなく問題提起をするものや、家族像などの変容を反映するものも「社会性」があるドラマの一様式といえるだろう。このように世相を反映し、社会の矛盾や不条理を批判するような性質を「社会性」と呼ぶことができる。

ただし、「社会性」はテクストのメッセージ性という表象のレベルにとどまるものではない。ドラマのテクストが制作や受容の過程で、社会的なコンテクストにおかれることで意味が再生産され、テクストの外側に拡散していく政治的機能を「社会性」の定義に付け加えることができる。

「社会性」をもつドラマに注目する理由は、ドラマを社会との多様な関係性のなかに位置づけることができるからである。そのアプローチとして、社会との関係性からあらわれる「社会性」のさまざまな場を、ポール・ドゥ・ゲイおよびスチュアート・ホールらが示した文化の意味の生産と交換が行われる表象・生産・消費・規制・アイデンティティという5つのプロセスから考察する（図1）。ゲイらが指摘するように、送り手が作品にどんな意図をこめたのかというような、生産のプロセスの一面をもってみるだけでは、文化的産物の分析は不十分であるからだ(9)。テレビドラマも文化的産物である以上、その意味の社会的編成は多角的に捉えられなければならない。

こうした5つの「文化の回路」を『ハケンの品格』から『職場の神』への「翻訳」という文化的実践に照らしてみると、「表象」は、ドラマがリメイクされることによる物語構造やキャラクター、台詞などの再構成が、登場人物のリアリティの変容に作用するプロセスを示すことになる。「生産」は、ドラマ制作の産業的構造や製作環境など体制の問題である。韓国で似たタイプのドラ

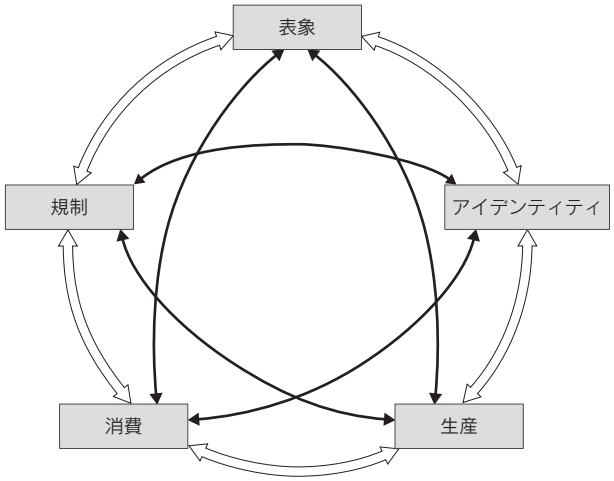
►(8) 宇野常寛『リトル・ピープルの時代』幻冬舎、2011年、168-170頁。

►(9) ポール・ドゥ・ゲイ他『実践カルチュラル・スタディーズ―ソニー・ウォークマンの戦略』暮沢剛巳訳、大修館書店、2000年、8頁。

マが氾濫するなかで、目新しいコンテンツを入手するひとつの方法として日本ドラマのリメイクが好まれている背景がある。また「消費」は、韓国の視聴者が原作のストーリー展開を承知しつつ番組を受け入れる、受け手の解釈や反応をあらわすだろう。『職場の神』では、視聴者やメディアがドラマの問題提起を現実の「甲乙関係」（社会内部の序列構造）と結びつけ、インターネット上で議論の対象とするような実践が顕著にみられた。

さらに「規制」は、社会問題に率直な批判を加えることが難しい韓国ドラマの状況を、日本の原作を借りることで迂回することを示すことになるだろう。最後に「アイデンティティ」は、原作とリメイク版とのあいだで揺れ動く作品の位置をあらわす。地域の文化・社会を反映してリメイクされたドラマを自らのものとして受け入れることができるかどうかは、階級的な自覚に左右されるのである。

■図1　文化の回路



いうまでもなくこれらの5つのプロセスは、互いに独立しているのではなく、複雑に絡み合っている。以下では、これらの5つのプロセスから二つのドラマのテクストを内在的・外在的に比較分析する。

3　『ハケンの品格』と『職場の神』

3-1　韓国における日本ドラマのリメイク

韓国の地上波放送では、（表1）にみられるように、日本のテレビドラマを原作とするリメイク版ドラマが2003年ごろからコンスタントに作られてきた。1998年から2004年にかけて順次行われた日本大衆文化の開放政策によって両国の文化交流が活発になったものの、地上波放送では日本ドラマが解禁さ

れなかったこともあり、リメイクがひとつのスタイルとして定着したと考えられる。

日本のドラマのリメイクは、2000年代は1年に1本ほどのペースだったが、2012年以降に目立って増えている。これには放送事業参入の規制緩和によってドラマ制作本数が増加していることが影響していると思われる。地上波およびケーブルテレビにおけるドラマ制作本数をみると、2009年は87本であったが、2012年には2011年12月に誕生したケーブルテレビや衛星放送で視聴可能な総合編成チャンネルも制作競争に加わり、106本に増加した(10)。このように制作本数は急増したものの、脚本家の数がそれに追いつかないため、すでに定評を得ているコンテンツをリメイクのかたちで利用することは大いに考えられる。

■ 表1　韓国における主な日本ドラマのリメイク作品（＊は総合編成チャンネル）

	原作		リメイク版（日本語訳）	
地上波放送	やまとなでしこ	2000	窈窕淑女	2003
	星の金貨	1995	春の日	2005
	101回目のプロポーズ	1991	101回目のプロポーズ	2006
	白い巨塔	2003	白い巨塔	2007
	恋人よ	1995	恋人よ	2007
	花より男子	2005	花より男子	2009
	結婚できない男	2006	結婚できない男	2009
	ドラゴン桜	2005	勉強の神	2010
	佐々木夫婦の仁義なき戦い	2008	負けたくない	2011
	JIN―仁―	2011	ドクター・ジン	2012
	花ざかりの君たちへ～イケメン♂パラダイス～	2006	美しい君へ	2012
	愛なんていらねえよ、夏	2002	その冬、風が吹く	2013
	ハケンの品格	2007	職場の神	2013
	女王の教室	2005	女王の教室	2013
	家政婦のミタ	2011	怪しい家政婦	2013
ケーブルテレビ 衛星放送	プロポーズ大作戦	2007	プロポーズ大作戦 ＊	2012
	ホーリーランド	2005	ホーリーランド	2012
	親愛なる者へ	1992	親愛なる君へ ＊	2012
	同窓会～ラブ・アゲイン症候群	2010	ラブ・アゲイン ＊	2012

しかし、リメイクドラマは原作の展開や結末がすでに知られている。とりわけ韓国はインターネットなどを通じて日本のドラマの情報が簡単に入手できる状況である。だとすれば、結末が明白なリメイクドラマを韓国の視聴者が見る理由はなんだろうか。また制作者はなぜドラマのリメイクに飛びつくのだろうか。その最大の理由は日本ドラマの「テーマの多様性」にあると言えるだろう。

近年の韓国の主流は「マクチャン（どん詰まり）ドラマ」と呼ばれるタイプのドラマである。これは「非現実的な設定や日常では起こり得ないような事件に満ちたドラマ」を指す造語だ。代表的な物語構成の仕掛けは「出生の

► (10) 韓国コンテンツ振興院『ドラマ制作施設の需給改善方案に関する研究―室内スタジオを中心に』2013年、12頁。（韓国文）総合編成チャンネルは、国際的に競争力を備えたグローバルメディア企業を育成するとして与党ハンナラ党（現セヌリ党）が2009年7月にメディアの所有規制を緩和する新聞法・放送法の改正を強行採択し、放送通信委員会が事業者として選定した「TV朝鮮」（朝鮮日報系）、JTBC（中央日報系）、チャンネルA（東亜日報系）、MBN（毎日経済新聞系）の4局である。

秘密」「記憶喪失」「痴情」「不治の病」「財閥と庶民の恋」「復讐」などである。この種のドラマが増加している背景には、制作者側が、より強い刺激を欲する視聴者の要求に応えている側面もあると思われる。

もちろん、このような設定やエピソードが韓国社会の実情をあらわにし、問題提起をする場合も少なくない。だが「テーマの多様性」という点では日本が韓国に先んじているようである。2013年4月14日の聯合ニュースは日本ドラマのリメイクが増加している背景について「日本社会が韓国社会より10～20年ほど先を行っている」ことと「多様なジャンルのコンテンツが発達している」ことをあげている(11)。つまりこれは、現代韓国で社会問題となっている核家族化や少子高齢化、校内暴力、若者の失業、非正規職の増加などが、日本においては韓国より早く発生しており、そのような問題を題材にしたコンテンツもすでに市場に数多く流通しているという意味である。

韓国のドラマが「テーマの多様性」に欠ける理由としては、政治的な事情も無視できない。文化評論家のムン＝カン・ヒョンジュンは、韓国の多くのドラマが「マクチャンドラマ」に陥ってしまう理由について「現代史についての評価が確立されていない」ことをあげる。そのため制作者が各々の視点で作ったドラマは「個人の趣向」を抜けだせないので、「現代史や社会のトピックに真摯にアプローチするドラマが作られるわけがない」と主張するのだ。さらに「政権の顔色をうかがうため表現の自由が完全ではない」ことから、自由に制作できるのはファンタジーや善悪の対立に限られ、ここに資本の論理である視聴率が絡むため、似たようなドラマが増えると指摘する(12)。

このような韓国ドラマの現状を見ると、それと異なるタイプのドラマへの欲求が高まり、日本のドラマのリメイクが目新しいコンテンツとして注目される理由も理解できよう。しかし、当然のことながら、日本のドラマのリメイクであればなんでも受け入れられるとは限らない。

リメイクドラマを、原作をいかに忠実に再現しているかという観点からみた場合、さまざまな位相がある。もっとも原作に忠実といえるのは、原作の物語構造やキャラクター設定など基本構図をそのまま生かし、変更点は言語を置き換えただけというものである。ただし、韓国で日本のドラマをリメイクする場合、ドラマの放映回数が日本ドラマより多いため、物語の拡大が避けられない。

次に忠実度が高いものは、原作の大枠は守りつつ設定などに大幅な変更を加えるものであろう。さらに、アイデアのみを採用してほとんど別の物語を展開する、創作に近いものもある。いずれの方法でリメイクした場合も、原作の評価がいかに高かろうとも、言語や背景を置き換えただけで成功が保証されるわけではない。

韓国では、2013年に日本のドラマのリメイクが相次いだ。『職場の神』に続いてMBC（文化放送）が日本テレビ系の『女王の教室』（2005）、SBS（ソウル放送）が同じく日本テレビ系の『家政婦のミタ』（2011）をリメイクして放映した。後続の2作も教育問題や家族崩壊という「社会性」を含むものであり、冷徹で並外れた能力をもつキャラクターの主人公が登場する点でも共通するが、どちらも『職場の神』ほどの評判は得られなかった。

►(11)「また日本の作品が原作のドラマ、憂慮と擁護が交錯」『聯合ニュース』2013年4月14日。http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2013/04/12/0200000000AKR20130412096600005.HTML?from=search

►(12)「ドラマと民主主義」『ハンギョレ新聞』、2013年7月19日。

このことは、多くの分析が示すように、韓国の状況に合わせることなく原作の設定や日本の社会現象をそのまま持ち込んでも共感は得られず、日本の大衆文化の伝統や原作が作られた社会背景を分析せずに、日本で高視聴率を得たという理由だけで版権を購入したことが失敗の要因であったのだろう。メディア研究者のホン・ソッキョンは、『女王の教室』や『家政婦のミタ』が韓国で受け入れられなかったのは、「設定の韓国化と共感帯の形成」に失敗したことが原因だと指摘する(13)。すなわち、これらのドラマは現地化に失敗し、自らの物語として受け入れられなかったのである。

これに対し、『白い巨塔』（MBC、2007）や『勉強の神』（KBS、2010）、そして『職場の神』のような「社会性」があるドラマは、現地化に成功することで、論評や視聴率などをみるかぎり、積極的に受容されたリメイクドラマであると言える。

3-2　ドラマの概要―原作とリメイク版という関係性

『ハケンの品格』は2007年1月10日から3月14日まで、日本テレビ系にて全10話で放送された。高難度の資格を26種以上もつ優秀な派遣社員の大前春子が、派遣先の企業で正社員と対立しながらも数々の難題を解決していく物語である。大前は残業などせず契約延長もしないという原則の持ち主で、仕事と私生活を厳密に分けるキャラクターだ。特権意識をもつ正社員をやりこめる大前の姿が視聴者に痛快な印象を与えたと同時に、派遣労働者の待遇や正社員との葛藤、さらには派遣労働者どうしの葛藤といった、労働現場の実態をあらわにしたことで注目を集めた(14)。

大前はこのドラマで大手食品会社のS＆Fに派遣されている。配属されたマーケティング課は、新任の主任や新入社員、定年を過ぎた嘱託社員というメンバーで構成された新設の課で、社内で重視されているとは言いがたい。同じ課に派遣される森美雪は、新卒時の入社試験にすべて失敗し、なんのスキルもないままに派遣社員として働き始める設定である。なにかにつけて大前と対立するのが、正社員で営業二課主任の東海林武だ。東海林は巧みな社内政治で出世街道を突き進むキャラクターである。また、東海林と同期入社で人柄は良いが仕事面の評価は高くないマーケティング課主任の里中賢介は、派遣社員を仕事仲間として慮るキャラクターである。

一方、『ハケンの品格』を原作にする『職場の神』は、2013年4月1日から5月21日まで韓国KBSで放送された。放送回数は全16話で、1話ごとの放送時間は60分強である。これが初のシナリオ執筆となった脚本家のユン･ナンジュンは、ドラマ制作が決定してから8カ月にわたり現場取材を行い、日韓の労働法や労働環境の違いを学んだうえで、それをキャラクターやストーリーづくりに活かしたという(15)。

『職場の神』の主要なキャラクターに原作と大差はないが、主人公の「派遣社員」という設定は、派遣業が一般的でない韓国の現状に合わせて「契約職」に変更されている。大手食品会社Y-Jangに派遣される主人公のミス・キム（キム・チョムスン）は、原作の大前春子よりはるかに多い170種以上の資格をもち、大前以上に超人的な能力をもつキャラクターである。新人契約

►(13) ホン・ソッキョン「日本原作ドラマブームを見る目―材料をそのまま使うのであれば、ソースと混ぜ合わせは異なるべし」韓国言論振興財団『新聞と放送』2013年11月号。

►(14) 社会学者の伊藤守は「派遣を単純化して描くことをとりあえず回避し、職場の対立や差別の問題をドラマという枠ではあれ、あらわにした」と評価している。「ポスト・トレンディドラマ時代の『働く女性』像―『ハケンの品格』が到達した地平」『POSSE』Vol.3、2007年、106頁。

►(15)「原作と似ているが、'甲乙関係'をもっと皮肉る『職場の神』」『ハンギョレ新聞』2013年5月7日。

職のチョン・ジュリは地方大学出身でTOEICのスコアもいまひとつのうえ、学費の借金をかかえているという「低スペック」の設定で、原作の森美雪に比べても、格差社会の下位にいる人物であることがいっそう強調されている。東海林武にはエリート社員のチャン・ギュジク、里中賢介はム・ジョンハンという人物が対応する。

『ハケンの品格』から『職場の神』へと原作がリメイクされることで変更される要素には2つの軸がある。ひとつは労働状況や職場環境の違いである。『職場の神』が放送された2013年の韓国は、『ハケンの品格』の放送時における日本の労働状況より厳しい状況におかれていただけに、ドラマにも非正規雇用の現実が色濃く投影されている。たとえば契約職のチョン・ジュリが初給料のほとんどが学費の借金返済に消え落胆するのも、借金に追われる大学生と非正規職の連鎖を象徴するが、これは『ハケンの品格』にはあらわれない設定だ。また、正社員のチャン・ギュジクがレジ係のパート従業員を見下す発言をして反発を招く場面もリメイク版で追加されたエピソードであるが、これは「非正規職保護法」によって雇い止めを食らった大手流通「イーランド」の有期契約社員のレジ係である組合副委員長が解雇されると、510日間におよぶストで撤回させながらも、今度は労組幹部が逮捕・解雇された事態を想起させる。

もうひとつは放送時間の長さである。前述したように、日韓のドラマ環境の違いによって、リメイク版の『職場の神』は放送時間の総計が原作の『ハケンの品格』の約2倍に達することから、大幅にエピソードが追加され、物語構造も過去と現在が絡まりあって展開するように複雑化している。

以上の2つの条件をふまえて、研究対象のテクストを次の5つのカテゴリーに分類することができる。すなわち、主要な登場人物の過去がなんらかのかたちで互いにかかわっている「人間関係の蓋然性の導入」、物語が増えたり、新たに展開したりする「エピソードの拡張」、非正規職と正社員のキャラクターどうしの対立が社会的な権力関係のなかに拡大する「対立構造の社会化」、その対立構造を示す多様な記号や言葉など「格差を象徴する装置の多用」、語りの主体と客体の位置関係を示す「語り手と聞き手の発話の方向性」である。

これらの現地化や追加によって発生する諸特性によって、両作品は原作とリメイク版という関係にありながらも、フォーマットを共有する原作と「創作」の関係にまで押し上げられる。するとリメイクとは、そうした「創作」の過程までをテクストの一部にしたテレビのグローバル化のコンタクト・ゾーンとして、拡張・変更・比較という生産と消費の多彩な読みの実践を含んだ概念だといえなくもない。とくに「社会性」という政治的・社会的意味の側面から眺めると、『ハケンの品格』と『職場の神』はそれぞれ登場人物の異なるリアリティを構成していることが浮かび上がってくるのである。

次節では、これら5つのカテゴリーを中心に両作品のテクストの比較分析を行う。さらに、ドラマが提起した問題がドラマの枠を超えて社会的議論に拡張していった状況を、メディアや視聴者の反応を通してみていくが、そのまえに、これらのドラマが放映された時期の日韓の労働環境について簡略に

振り返ってみよう。

3-3　日韓の非正規雇用の現状

バブル経済が崩壊して長期不況に突入した日本の1990年代は、グローバリゼーションを合言葉に新自由主義的な経済政策が幅を利かせた。「平成リストラ」をきっかけに、長期の正規雇用、安定した家庭生活、教育投資による階層維持、退職後の年金生活などで構成されていた、なじみ深いライフコースが崩れ始めたのである(16)。

リストラは2002年に始まった景気回復とともに一旦は沈静化したものの、雇用はすでに構造的な変化を遂げていた。1986年に制定された「労働者派遣法」は、1999年の改正により派遣事業が原則自由化されることで、非正規労働者の拡大を加速化した(17)。雇用と労働の規制緩和が進み、終身雇用・年功制という日本的雇用形態が破壊され、正社員に代わってパート・アルバイト・派遣社員・契約社員など非正規労働者がその場を埋めていく。

とくに規制緩和・競争促進という新自由主義政策は、小泉政権（2001–2006）の「構造改革」によって積極的に推進された。2004年には製造業務の派遣が解禁されることで、その対象領域は全産業部門にまで及んだ。こうして企業は「利益の出る体質」へ転換し、それが2002年から2008年までのいわゆる「戦後最長の好景気」を支えることで、「フレキシブルな雇用形態」や「多様な働き方」、「民間の競争活力」「能力・成果主義」という市場万能主義的な言説が社会にも浸透していく。

しかしその結果、雇用形態による賃金格差が急速に広まり、経済的に困窮する若年層が増えていく。2006年にNHKが『ワーキングプア』を、日本テレビが『ネットカフェ難民』を放映して貧困化する若年層・勤労年齢層を取り上げたのも、頂点に達した小泉改革の帰結であった。2007年に設立された貧困研究会が翌年から学術誌『貧困研究』を刊行し、以降日本では「貧困」を冠した書籍の出版ラッシュとなるように、この年は「貧困」研究の元年ともいえよう。『ハケンの品格』は、こうした雇用形態の変化とそれにともなう格差社会の到来のなかで放映された。

1990年代後半、日本がバブル崩壊による経済の停滞をとおして雇用形態の転換が進められたならば、韓国は1997年のアジア経済危機が直撃することで構造改革を迫られ、よりドラスティックなかたちで非正規職が急増していく。IMF管理体制という「国家的危機」は経済構造の転換を余儀なくし、その危機を「克服」するためにも労働者は「構造改革」を受け入れなければならなかった。拡大路線を走ってきた財閥系の企業倒産が相次ぐものの、財閥中心の経済システムは解体されるどころか、「勝ち組」財閥の市場独占によってより強化された。

若者もそうした大企業に就職するわずかな「勝ち組」と、非正規職の「負け組」に極端に分かれた。借金して大学に通う学生はその返済に追われ、「スペック」と称される就職に有利な資格・能力を身につける余裕がなく面接にもたどりつけず、非正規職という不安定雇用を強いられる(18)。

有期契約で平均88万ウォン（約8万5千円）の月給で暮らす若者たちを称す

► (16) 菊池史彦『「幸せ」の戦後史』トランスビュー、2013年、40頁。

► (17) 高田好章「人材派遣業の膨張・収縮と経営実態―近年の製造派遣を中心に」森岡孝二編『貧困社会ニッポンの断層』桜井書店、2012年、64-65頁。「労働者派遣法」の正式名称は、「労働者派遣事業の適正な運営の確保及び派遣労働者の就業条件の整備等に関する法律」。

► (18)「韓国の非正規2 借金で大学出たのに」『朝日新聞』、2013年4月12日。

る『88万ウォン世代』が出版されたのが2007年であった。こうした急増する非正規職に対応すべく導入されたのが、2年を働いた場合無期雇用に転換するという、この年に施行された「非正規職保護法」である。日本では2013年4月から施行された改正労働契約法における「5年ルール」のモデルでもある。ところが法制定の趣旨とは違い、同法律は非正規職の雇い止めを招き、無期契約になっても正社員とは処遇の面でさまざまな差別を余議なくされている。

韓国の非正規職の比率は、2005年（56.1%）に頂点に達してから徐々に下落し、2011年現在49.2%で全体のおよそ半分である(19)。それは2006年の大々的な正規職への転換政策にもよるが、2008年のグローバル金融危機以降、労働市場全体が縮小したことにもよる(20)。実際には非正規職の比率は半数を超えると言われ、正規職との賃金格差も拡大しているのが現状である。

►(19) チョ・ドンムン『非正規職主体形成と戦略的選択』毎日労働者ニュース、2012年、20-21頁。（韓国文）

►(20) 同上、289-290頁。

4 リメイクされた『職場の神』—両作品のテクスト比較分析

前節では、『ハケンの品格』が韓国で『職場の神』としてリメイクされることにより、厳しい労働環境の深化と放送時間の拡大という側面から、作品全般に変化・追加が生じる5つのカテゴリー—「人間関係の蓋然性の導入」「エピソードの拡張」「対立構造の社会化」「格差を象徴する装置の多用」「語り手と聞き手の発話の方向性」—を提示した。以下では、これらのカテゴリーを中心に両作品のテクストを具体的に比較分析するが、そこで注目したいのが主要登場人物のキャラクターの変化である。

とくに主人公の大前春子／ミス・キムは、フォーマットを共有しながらも現地化の過程をへて派遣社員／契約職員としてのアイデンティティを付与されるが、日韓それぞれの社会構造・会社文化のなかで独特なリアリティを放つ。そのリアリティは、たんに表象の変化や俳優の演技スタイルによって規定されるのではなく、表象・生産・消費・規制・アイデンティティという文化の意味の生産と交換が行われるこれら5つの「文化の回路」をくまなく縦横するなかで構築されるのである。

それではドラマの主軸である派遣・契約職の大前春子／ミス・キム、森美雪／チョン・ジュリを中心に、「社会性」をとおしてそのリアリティがどのように転位していくのかについて見てみよう。とくに本稿では、「社会性」をひとまず「社会の矛盾や不条理を批判するような社会的メッセージ」と位置づけたことから、「弱者の味方」という側面から派遣・契約職のリアリティを考察する。

4-1 絡まり合う人間関係の蓋然性の導入

『職場の神』の登場人物の人間関係は、ストーリーの全般的な流れを規定する過去の事件の発生、すなわち過去と現在の物語の絡まり合いを示す「蓋然性」をとおして、原作より具体的で複雑な構造をもって設定されている。『ハ

ケンの品格』では、主人公である大前の「過去」は、銀行の正社員として働いていた自身がリストラされる個人的な出来事を回想するシーンが数回あらわれるのみである。

ところが『職場の神』では、ミス·キムの「過去」が主要登場人物の4人（ミス・キム、チョン・ジュリ、チャン・ギュジク、ム・ジョンハン）全員を複雑に絡めている。第11話から主要登場人物の「過去」が本格的に描かれることになるが、大韓銀行の火災当時、ミス・キムは親しくしてもらっている係長を救えなかった。係長はリストラに反対するデモに参加していて火災に巻き込まれたのである。

じつは、その係長はチャン・ギュジクの母であった。チャンはこの火災で母を失い、父も自殺する。チャンは貧しい生活が始まり、大企業の正社員になることだけが世の中を生き抜く方法であることを強く意識するようになるのである。一方、大韓銀行のデモの鎮圧に投入されたのが、戦闘警察（機動隊）として徴兵されたム・ジョンハンである。ムが自転車通勤をするのは、そうした体験から地下鉄のような人々の密集する空間への恐怖心を抱くようになったからである。また、チョン·ジュリもその場に居合わせていた。チョンが第1話で当時の恋人にプロポーズされ幸福感を味わうシーンの背後で、大韓銀行の火災が発生している。

こうした過去から現在への複雑な人間関係は、韓国の「マクチャンドラマ」における定番の物語構造の仕掛けである「出生の秘密」の要素を取り入れた結果といえよう。この要素は、韓国では現在のキャラクターの存在性に説得力を与えるものとして好まれている。それが視聴者をドラマに没入させる重要な要素となっている。

しかしそれ以上に、『職場の神』においては、登場人物間の複雑に絡まり合う関係性を大韓銀行のデモやそれに起因する火災事故という社会的な出来事と結びつけることで形成される蓋然性が、主要登場人物のリアリティを補強する重要な構造的役割を果たしている。すわなち、このような蓋然性が導入されることで、原作とは違うキャラクターが創出されているのである。

『ハケンの品格』で大前は個人化された「過去」をもつ。もちろん大手銀行のリストラが、グローバル経済の新自由主義的な展開によって放り出された弱者としては社会的出来事であることは確かだが、それは大前にとってあくまでも個人の境遇である。「過去」の回想シーンでは、リストラされた大前がビジネス街にひとりぽつんと残されている。

ところが『職場の神』のミス・キムの場合、リストラに反対するデモという具体的な場面で公権力と対決する社会的な「過去」を体験することで、強者と張り合う「正義」としての存在性をはらむのである。そうした背景を背負って「スーパー契約職」になり、自らを守るだけではなく弱者をも救うミス・キムのエピソードが随所にあらわれる。

4-2　エピソードの拡張―周辺人物の中心化

『職場の神』は原作にないエピソードが増えたり、新たな展開が付け加えられたりして物語が再構成されている。それらのエピソードは主要登場人物

だけでなく脇役によっても演じられる。エピソードが拡張することでミス・キムが周囲のさまざまな出来事に介入する余地ができ、周辺人物と多くの接点をもつことになる。他人とはかかわりをもとうとしない大前とのリアリティの差異が明確になる。

『ハケンの品格』でストーリーの中心を担うのは、一部の例外を除き主要登場人物4人（大前春子、東海林武、森美雪、里中賢介）に限られているが、『職場の神』では周辺の人物のキャラクターが原作よりも強く打ち出され、各々の物語がくっきりと描かれている。とくに重要な役割を担うのは、原作になかったクム・ビンナという正社員の女性のキャラクターである。大韓銀行頭取の娘であり、チャン・ギュジクとム・ジョンハンの大学の後輩で、チャンの元恋人という設定のクム・ビンナは、『ハケンの品格』の正社員の黒岩匡子と、東海林の見合い相手の銀行頭取令嬢を合わせた存在といえるが、ドラマにおける役割は原作よりもはるかに重大である。彼女は格差構造の最上部に位置するキャラクターである。このキャラクターの出現によって、上流階級と出世志向主義、現実安定主義、そして非正規職という諸階層が集まる韓国社会の縮図が示されるのである。

クム・ビンナは善意から「低スペック」の非正規職であるチョン・ジュリに近づくが、チョンはほかの正社員によって自分の実績をクム・ビンナの手柄にされたり（第3話など）、逆にクム・ビンナの失敗を自分のせいにされたり（第2話など）する挫折を味わう。これは、上流階級と、その無意識によって常に搾取されざるをえない階層の、固定化された格差を表象している。

また、『職場の神』には韓国の「普通の人びと」を体現する周辺人物も登場する。制作者は彼らの葛藤や悩みを詳細に描くことで視聴者の共感を得ることを意図したと考えられる。たとえば第8話で社内恋愛と妊娠が明るみに出て契約更新が危うくなる契約職のエピソードは、ミス・キムやチョン・ジュリの同僚である女性を中心に展開する。ここでは妊娠・出産と仕事の両立が契約職にとってきわめて難しいことが示され、同じ悩みをもつ視聴者にドラマの現実性を感じさせるような舞台設定になっている。また、第9話で出世頭である部長と万年課長が同じ日に自宅の引越しをするが、部下の男性社員たちがどちらの手伝いに行くかで悩むエピソードは、社内の権力構造から自由になれないサラリーマンの悲哀を視聴者に感じさせるはずである。

これらの弱者の登場が重要なのは、それが大前春子とミス・キムのキャラクターを異なったものにする決定的な役割を果たしているからである。大前が職場の人物と距離を置き、進んではかかわろうとしない「孤高の人」であるのに対し、ミス・キムは周辺人物が抱える問題に自ら介入し、弱者の言い分を代弁して問題の解決に手を貸す。つまり、大前は東海林ならびに他の正社員や派遣社員とも対立関係にあるが、ミス・キムは他の非正規職とは友好関係にあり、チャン・ギュジクとの対立関係が際立つのである。

上記の妊娠した契約職のエピソードで、事実を知ったチャン・ギュジクがその事実を上司に報告しようとする瞬間、ミス・キムが立ち上がり、チャンの手をつかんで「妊娠は罪ですか？」と告げて引き止める場面がある。そのようなことを積み重ねることで、ミス・キムは周辺の人物から信頼を獲得す

るのである。回が進むにつれ、ミス・キムと対立関係にあるのはチャン・ギュジクだけという構図が鮮明になっていく。しかし『ハケンの品格』の大前は、正社員やほかの派遣社員とも違う孤高の立場に自身を置き、自ら進んでは他人の窮地を救おうとしない。

大前とミス・キムは、その優れた技量をもって正社員と対等に張りあって差別構造に立ち向かうが、それぞれの弱者を代弁する方法は対照的である。大前は自立した個人としての「品格」をあらわすことで正社員はもちろん他の派遣社員の自覚を促すが、ミス・キムは拡大するエピソードのなかで弱者側に加担し、その先頭に立つこともいとわないのである。

4-3　ラディカルな台詞表現と対立構造の社会化

『職場の神』は原作の『ハケンの品格』よりもラディカルな台詞によって、韓国の職場慣習を批判する場面が随所に見られる。代表的な事例が、原作では大前が断った会社の会食を、リメイク版のミス・キムはそうした職場文化を批判しながらも（第2話）、原作とは違って最終的には時間外手当（＝時給）の支払いを条件に引き受けるシーンである（第4話）。この場面には、原作とリメイク版の主人公がそれぞれ何と対立しているのかを示す重要な違いがあらわれる。結論から言えば、大前は「正社員」と対立しているのに対し、ミス・キムは「社会の不条理」と対立しているのである。

『職場の神』の第2話と第7話は、派遣社員のプライドに関連するエピソードが主に描かれる『ハケンの品格』の第2話に該当するエピソードで構成されている。『職場の神』では、ミス・キムが語る刺激的な台詞がたびたび話題となった。たとえば、ミス・キムが上司から参加を要請された会食を断る場面がある。チャン・ギュジクから「会社では会食も業務の延長だ。あなたは社会人なのにそんな基本的なことも知らないのか？」と責め立てられたところ、次のように言い返す。「それは、所属がある職員に該当する話でしょう！無所属の私の場合は、そんな不要な親睦と飲酒とごますりで、身体を壊し、肝臓を壊し、時間を無駄にする自殺テロのような会食に参加する筋合いなどありません！」（第2話）。

一方、『ハケンの品格』で大前は会食の参加要請に対して「出たくもない歓迎会に出て、したくもないお酌をさせられるくらいなら、クビにしていただいて結構です」（第1話）と、派遣会社の担当者に電話で断る。同じエピソードにおいて発せられた主人公の台詞を比較すると、ミス・キムは職場の会食文化そのものを批判しているのに対し、大前は個人的な理由で参加を断っていることが浮かび上がってくる。

もちろん、日韓それぞれの社会状況により、個人の行動の意味も同じではあり得ないことから、台詞の社会的なインパクトも単純に比較できない。とはいえドラマの主人公のリアリティを「社会性」から眺めるのであれば、発話の主体と客体の関係が、『ハケンの品格』では「個」のレベルで、『職場の神』では「共」のレベルで展開されていることが見てとれるのである。

もっとも、大前の台詞もミス・キムに劣らず刺激的である。第7話では、「人は誰かに認められて成長するんじゃないですか」という里中に対して、大前

は「会社で成長するのは社員のみです」と突っぱねる。また第6話では、愚痴をこぼす森に「どうせ派遣なんか、そう言って努力しない派遣はその時点で終わってます」と手厳しい。しかしこの場合も、派遣が成長するには自助努力しかないという論理に導かれるように、「個」の問題に収斂する。

非正規職である森美雪とチョン・ジュリの台詞にも、両者のリアリティの違いを見ることができる。森は正社員との待遇の差に当初は不満を口にしていたが、次第に言わなくなる。そして第7話で社内の企画コンペに入選したことを契機に解雇を言い渡されたときには、森は素直に受け入れ、大前にも感謝の電話をする。

これに対し、回を追うごとに不条理に対する不満を口に出す頻度が高くなるチョン・ジュリは、森と同様に解雇を告げられる第13話で、ミス・キムに電話をかけ「私が何を高望みしたというんでしょう？もうダイヤモンドになりたいとも思っていないし、正社員にしてくれと頼んだわけでもないのに。ただ､あの職場の自分の席で働きたいだけなのに｡今のようにみんなと一緒に、あそこで仕事をしたいということが、そんなに高望みですか？」と社会への怒りをぶつけるのである。

同じエピソードのシーンで、森の「従順」とは対照的に、チョン・ジュリは「抵抗」を示しているが、こうした両者の態度の違いは、結末で二人の決断が決定的に異なることを予感させる。

4-4　格差を象徴する装置の多用

『職場の神』には、原作には見られない「社会的格差をあらわす装置」が多用されている。第2話では、オフィスのビルに入館するためのICカードが、正社員は「社員証」であるのに対し非正規職は「出入証」であり、カードの名称が両者の格差を象徴している。ミス･キムが｢味噌も糞も同じに見えるが、まったく違う」と言いながら、味噌を正社員、糞を非正規職にたとえるシーンは、両者のあいだに明確な線引きがあることを示している。

『職場の神』の第6話にはブランド品と偽ブランド品が、それぞれ正社員と契約職の象徴としてあらわれる。さらに第10話では、壊れた時計が万年課長を、最先端の時計がエリート社員をあらわす比喩として用いられる。また、原作『ハケンの品格』では初出の登場人物を紹介する字幕に名前と役職のほか年収が記載されているが、『職場の神』では初出だけでなく2話以降も繰り返し字幕に年収を表示することで、登場人物の階級的な差への意識を常に喚起する。のみならず、台詞にも「年俸3000万ウォンの正社員と1200万ウォンの契約職が友達だって？」（第3話）といった表現があらわれる。こうした格差を象徴する装置を導入することにより、正規職と非正規職の地位の差を視聴者により深く印象づける効果があると考えられる。

また、チョン・ジュリがもつペンギン（ポロロ）とクム・ビンナがもつ恐竜（クロン）のキャラクター・グッズも、現実ではそれらが食物連鎖の両極端に位置することから、決して友だちにはなれない二人の身分の違いをあらわしている（実際にチャン･ギュジクによって語られている）。『ハケンの品格』には見られない意図的な設定である。

とはいえ『職場の神』には、この二項対立を固定するだけにとどまらず、その後の「甲乙関係の転覆」を予感させる要素がある。代表的なものは毎回のエンディングに流れるチョン・ジュリのナレーションである。「味噌と糞は同じに見えるが、どちらなのかはなめてみなければわからない」「恐竜とペンギンはどちらが勝つか、戦ってみなければわからない」というように、『職場の神』における正規職と非正規職の関係性には転覆の可能性がひそんでいるのである。

実際、チョン・ジュリは主要登場人物のなかで唯一、原作と違ってまったく異なる道を歩むことになる。森美雪は派遣社員として働くことができる機会を捨て、正社員を目指して奮闘するところでエンディングとなるが、チョン・ジュリは童話作家として新たな一歩を踏み出す。すなわち森が日本社会の構造を受け入れ、順応していくのに対し、チョン・ジュリはその格差構造を拒否し、独立する道を選択するのである。チョン・ジュリは、格差構造におさまらないキャラクターとして表象されるほかに、さらに転覆を予感させるナレーションの役割を担うことで、原作とは異なるドラマの「社会性」を一段と際立たせる存在にもなっている。

そもそも、チョン・ジュリの格差構造に立ち向かう転覆の可能性は個人的次元での抵抗ではない。初回と最終回にあらわれる森美雪のナレーションは「私」という一人称で語られるドラマのなかに閉じ込められた台詞の延長にすぎない独白であるのに対し、16話中10話にあらわれるチョン・ジュリのナレーションは、「私たち」あるいは「誰でも」という、社会構造から逃れられない労働者一般として語ることによって、彼女個人ではなく社会的弱者全体の語りとして発せられる「抵抗」のマニフェストである(21)。

だとするならば、「社会的格差をあらわす装置」は、実際は格差をあらわすよりも、両作品の異なる結末のために用意された道具だったといえなくもない。『職場の神』は物語構造やキャラクターの設定からみると、原作の『ハケンの品格』をかなりの部分まで忠実に反映したリメイクドラマといえるが、このような主要人物のリアリティの差異によって原作とはまったく別のドラマに仕立て上げられるのである。

4-5　語り手と聞き手の発話の方向性

『ハケンの品格』と『職場の神』は物語内容のみならず、登場人物たちの「語り」の方法においても差異が見られる。もちろんそれは、韓国ドラマでは俳優のビジュアルを強調すべく会話場面の描写においてバストショットや超クローズアップが多用されるといわれるように、「翻訳」よりも「文法」の問題であろう。こうした映像の文法的特性は、語り手の台詞が長くなるという発話の量にも影響し、さらにショットの切り替えをしにくくする。「語り」において余白が多く、ショットの切り替えが早い日本のテレビドラマと異なる映像表現といえる。

では、韓国ドラマの映像文法は両作品におけるリメイクの過程にどう作用するのだろうか。登場人物が物語のなかでどのような行動を行うのかはある程度決まっている。しかし同じシーンにおいて、語り手としての登場人物の

►(21)『職場の神』最終回のチョン・ジュリのナレーションは、「重要なのは、クリスマスツリーはみんながいなければ灯りをともすことができないということ。私たちはみんな、輝く電球だ」と、クリスマスツリーを会社に、そこで働く人々を電球にたとえている。

発話が、その聞き手に対してどのような位置にあるのかという、発話の場所性と方向性によって「語り」の訴求力も異なり、登場人物の機能も微妙に変化するのである。とくにテクストが外在的に社会へと結びつく「社会性」を提示するドラマにおいて発話の位置関係はきわめて重要である。

主人公の対話のシーンを比較すると、『ハケンの品格』では一画面に語り手と聞き手の両者が含まれるのが普通だが（図2)、『職場の神』の場合は話者のクローズアップが中心で、聞き手が隅に追いやられる場合が多い（図3)。この画面の構成が、大前／ミス・キムのキャラクターの特徴とあいまって、それぞれのリアリティの違いを際立たせるのである。

■図2 『ハケンの品格』第4話（番組公式DVDより）

■図3 『職場の神』第7話（KBS ホームページ再生画面より）

『ハケンの品格』で大前は、対話において個人的なレベルで相手に向けて語ることがよく見られる。それは自らの言い分を伝える行為であり、その主張はあくまでも自分自身の利害のための個人化した問題設定だと言える。一方で、『職場の神』でミス・キムは、相手に向けて発言するよりも画面に向けて、すなわち視聴者に語りかけるようにして発言することが多い。さらに、『ハケンの品格』はショットの切り替えのテンポが速いため対話性が強調されるが、台詞が長い『職場の神』は独白性が目立つのである。

このように対話の場面で、対話の相手よりも画面に向かい、そして比較的長いセリフを存分に発するミス・キムの「語り」は、自らの言い分を訴えるというよりも社会の不条理な状況を訴えるものとして、社会的弱者を代弁する役割を担わされるのである。

4-6 テクスト外部への拡張―社会との関係性

以上、「人間関係の蓋然性の導入」「エピソードの拡張」「対立構造の社会化」

「格差を象徴する装置の多用」「語り手と聞き手の発話の方向性」という5つのカテゴリーで両作品のテクストの比較分析を行った。ここではさらに、ドラマの問題提起がドラマの枠を超えて、社会的な議論に拡張していった状況を、リメイクされた『職場の神』を中心に見てみたい。

『職場の神』の刺激的なミス・キムの発言は、韓国の職場文化のゆがみを的確に言いあらわしたとして話題になった。前述した会食文化の例では、ポータルサイトの〈タウム〉がさっそく会食を「自殺テロ」とたとえるミス・キムの発言に対して、その是非を問うネット上のアンケートを実施したように、会食を強要する韓国の職場文化が俎上にのせられた（図4）。ミス・キムの極端な台詞はたびたびメディアを賑わし、それが「名言」「語録」として取り沙汰され、社会的な議論の場へと拡張していくのである。

■図4　ポータルサイト〈タウム〉より

『職場の神』会食、みなさんはどう考えますか？
ミス・キム「身体を壊し肝臓を壊す自殺テロ」
チャン・ギュジク「会食も業務の延長」

『職場の神』が職場文化や社会の不条理を問うエピソードを放映した後には、番組ホームページ上の掲示板に多数の視聴者の書き込みが寄せられた[22]。たとえばミス・キムとチャン・ギュジクのレジ打ち対決のエピソードが描かれた第3話の放映後には「主人公だけでなく、正社員、販売員、中間管理職などすべてのキャラクターの、それぞれの立場で体感せざるを得ない哀歓が見えた」（4月8日）と、共感のコメントが書き込まれた。

また、前述の第8話の妊娠した非正規職女性のエピソードが放映された後には、働く母親が出産当時の苦い思い出を綴った。「私も妊娠中はずっと周りの目を気にしてきた。出産経験のある先輩すら、冷たい目を向けた。（中略）今日も大きなお腹をかかえて出勤する未来の母親たちよ、私たちは罪人ではありません」（4月23日）。

『職場の神』への書き込みは放映終了後も続き、終了3カ月後には約2300件にのぼった。インターネット上の書き込みを気軽に行う傾向がある韓国では、アイドル俳優が出演するドラマなどには数万件もの書き込みが寄せられることもある。しかし『職場の神』では単なる俳優への応援メッセージにとどまらず、視聴者自身の経験からくるキャラクターへの切実な共感や、ドラマで描かれた職場文化や社会風潮への意見・感想が目立っていたことは特筆すべきであろう。

さらに、新聞やインターネットでもこのようなエピソードが投げかけた問いを連日のように取り上げた。東亜日報は4月30日付のコラムで、実際に起きた非正規職の自殺問題に言及しながら、ドラマが描く若者の貧困問題の深

►(22) KBSサイト内の『職場の神』のページ。http://www.kbs.co.kr/end_program/drama/misskim/index.html

刻さを伝えた(23)。韓国ではポータルサイトに各新聞の記事が提供され、それぞれの記事に対してインターネット利用者が書き込みをすることが一般化していることから、こうした記事にも数多くのコメントが寄せられるのである。

こうした非正規職に対する差別的な意識をめぐる議論は、新聞やインターネットを越えて現実社会にも飛び火した。『職場の神』が放映された時期、韓国社会はその内部の権威主義的な上下関係をめぐって大きく揺れた。地位の高い者と低い者、大企業と販売店、顧客とサービス提供者における不平等な構造が、強者の横暴と弱者の苦境を指す「甲乙関係」として尖鋭にあらわれ、社会全体を巻き込むかたちで議論が展開されたのである(24)。

もちろんこれらの一連の出来事が『職場の神』が表出する「社会性」に触発されたものだとすれば短絡的である。しかし「甲乙関係」という物語の構成において、その本来的な意味でもある雇用者側（甲）と被雇用者側（乙）との関係を、派遣社員・非正規職の憂き目という現実（順応）と、活躍というファンタジー（転覆）をつうじて格差社会の不条理を俎上にのせることで浮き彫りにし、社会的共感を得た同番組がテクストとして参照されたことは確かであろう。

こうした「甲乙関係」の議論がさらにドラマの現実性を高め、ネット上の掲示板などでの豊富な意味の再生産にむすびつき、古き慣習にもとづく序列構造のあり方について問い返しているのである。

4-7　テクスト分析のまとめ―「社会性」が生まれる場へ

本節では5つのカテゴリーを設定して『ハケンの品格』と『職場の神』の「翻訳」という文化的実践について考察したが、「社会性」という意味構成から眺めた場合、そこには意図的な「誤訳」があることが浮かび上がってくる。大前とミス・キムのリアリティには、現地化では埋められない溝があるのである。

登場人物関係の複雑化、物語構造の拡張化、台詞の急進化、格差構造の明確化、話者と視聴者の一体化という「翻訳」によってキャラクターの性格変化をもたらし、ミス・キムは、大前とは異質なリアリティを呈する社会的存在として生まれ変わった。大前が個人的な問題意識から自らの働き方の美学、すなわち品格を追求するとすれば、ミス・キムは非正規職を見下すまなざしに立ち向かい、非正規職としてのプライドをもって、周りを巻き込んで協同で社会に怒りを訴えるのである。かくして日本での「スーパーハケン」は、韓国では「正義の味方」というまさしく「職場の神」として降臨するのである。

このことは、実は最初から予感されていた。（図5）および（図6）は『ハケンの品格』と『職場の神』の公式ポスターであるが、それを比べると、「品格」の大前と「神」のミス・キムの違いが一目瞭然である。大前は、派遣社員とはいえ、「外国人」のビジネスマンに崇められるほどの気高さや上品さを披露しているが、ミス・キムは契約社員のみならず正社員をも率いて「定時退勤」を求めて先導する「自由の女神」なのである。

► (23)「『職場の神』と非正規職」『東亜日報』、2013年4月30日。

► (24) 2013年4月21日に大手製鉄会社ポスコの役員が航空機内で乗務員に暴力をふるったことが物議を醸した。同月24日には、ある製菓会社の社長が駐車トラブルでホテル支配人に暴力的行為を行ったことが明らかになった。さらに5月3日に大手乳業の南陽乳業本社が販売代理店に自社製品を強制的に割り当てる過程で、本社営業担当が販売店主に暴言を吐く映像が公開され、同社製品への不買運動に発展した。そして同月の朴槿恵韓国大統領の訪米時に、大統領府のスポークスマンが駐米大使館のインターン女性に対するセクハラ行為で途中帰国する事態が発生し、後に更迭されることになる。これらの一連の事件は、「甲」の優越的地位による「乙」への権威主義のあらわれとして社会的な議論を巻き起こした。

■図5 『ハケンの品格』ポスター（番組ホームページより）

■図6 『職場の神』ポスター（番組ホームページより）

こうした両作品の「翻訳」あるいは「誤訳」による「社会性」の変容は、リメイク版の制作者がミス・キムを「正義の味方」として「表象」することでのみ促されるのではない。いうまでもなく『職場の神』を「生産」すること自体が、テーマ性による重大な「社会性」を含んでいた。それは韓国におけるドラマ制作の政治的あるいは産業的な「規制」がなお厳しく作動しているからにほかならない。逆にいえば、日本ドラマのリメイクという形式をもって、韓国ドラマがそうした「規制」をくぐり抜けてきたともいえる(25)。

そして両作品はテレビドラマとしては異例にも各種メディアの批評の対象となり、とくに『職場の神』は多くの新聞・放送が取りあげるテクストであった。単純に比較できるものではないが、『職場の神』の視聴率は『ハケンの品格』には及ばなかったものの、それ以上の社会的インパクトがあったことがうかがえる。「マクチャンドラマ」にあきたらない視聴者は能動的に『職場の神』というリメイクドラマを「消費」し、制作者とともに自らが望むミス・キム像を作り上げていったのだろう(26)。

そこには、社会の矛盾に対して自分たちの境遇を重ね合わせる、抑圧された者としての「アイデンティティ」の共有があることはいうまでもない。結

►(25) 実際、『職場の神』に続いて放映されたリメイクドラマ『女王の教室』は、敏感な教育問題に踏み込んでいるが、毎回冒頭で番組が日本ドラマを原作にしていることを示している。韓国ではまだタブーとされる表現について想定される批判をかわすためだと思われる。

►(26)『花より男子』（TBS）のリメイク版を制作したプロダクション「グループ8」のソン・ビョンジュン代表もいうように、韓国の連続ドラマの多くは日本のように放送開始前に多くのストックを準備するシステムではなく、自転車操業となりがちな問題点を抱えている。また、それゆえに視聴者のインターネットの書き込みを反映して脚本を変える臨機応変な対応も可能だという。岩渕編、前掲書、242-244頁。本稿では視聴者の「消費」の動向を把握できるネット上の番組掲示板や関連記事における書き込みの分析は綿密に行っていないが、そうした書き込みには物語がメロドラマ風にならぬよう戒める数多くの意見があった。このような「圧力」がドラマ後半の物語の進行に影響したことも考えられる。

果的に日本ドラマを原作とする『職場の神』は、韓国社会に「われわれのドラマ」として受容されることに成功したといえる。

本節では『ハケンの品格』と『職場の神』のテクストを、その「翻訳」がもたらす主人公のリアリティの変容をとおして考察した。そのリアリティは、表象・生産・消費・規制・アイデンティティという、文化の意味の生産と交換が行われる5つのプロセスを行き来することで構築されるのであるが、言いかえれば、それはドラマにおいて「社会性」が生まれる多様な場を示している。こうしたアプローチは、リメイクドラマに限らず、ドラマと「社会性」における分析的モデルとして提示できるのではないかと思われる。

5 おわりに―「社会性」は越境するか

『ハケンの品格』と『職場の神』が放映された日韓の社会的状況と時代的背景はかならずしも一致するものではない。『ハケンの品格』が放映された2007年当時はまだ「多様な働き方」と認識されていたフリーターや派遣労働者に対する一般のイメージが、2008年のグローバル金融危機以降は劣悪な労働環境としてメディアで取り上げられ変化することになるが(27)、『職場の神』はまさにそうしたイメージが定着するなかで放映された。その分、原作とリメイク版のインパクトは日韓でそれぞれ異なるのである。

►(27) 伊藤、前掲書、106頁。

したがって「社会性」の捉え方も異なり、大前とミス・キムはそれぞれの社会で自らのリアリティをもって「社会性」を体現しているはずである。そのリアリティは、テクストの表象としてのみならず、その外側の社会に働きかけ、社会となんらかの関係を結び新たな意味を作り出すなかで構築されることが明らかになった。「社会性」はドラマの内部および外部に、多様な場をともないながら形成されるのである。

本稿をとおして、テクストとテクスト外部を結ぶ言説空間がどのような生産と受容の過程であらわれるのか、その仕組みを提示することができた。フォーマットは途方もない超国家的な弾力性を示し、同じフォーマットでもある国から他の国への、特定のローカルなマーケットのメディアシステムや社会文化的な条件によって、非常に違ったかたちで生産されることがしばしばあるのだ(28)。

►(28) Jensen, op. cit.

だとすれば、日本のドラマは韓国のドラマに比べて社会批判や社会への問題提起、世相の反映が色濃くあらわれる特徴があり、そうしたドラマが韓国で相次いでリメイクされる状況で、それらが「翻訳」されるとき、その「社会性」はどのように越境するのか、あるいはできないのか。そうした社会的文脈のなかでの意味形成のねじれにも注目しなければならない。

重要なのは、どちらが「社会性」を強く打ち出すのかという批評の問題ではなく、それぞれのドラマがどのようなリアリティをもって「社会性」を体現しているのか、社会的文脈のなかで問うことである。このようにドラマに

おける「社会性」の越境は、「翻訳」として実践され社会的な文脈のなかでずれ、さまざまに「読解」され社会へとリンクしていく。『ハケンの品格』と『職場の神』の比較分析は、メディアと社会のつなぎ目としてのイデオロギーに切り込む、「社会性」という言説空間をあらわしたといえるだろう。

本稿では、日韓において共有する社会的問題として非正規職や派遣労働という雇用関係・職場文化をテーマにするテクストをとおして、ドラマと「社会性」について考察した。テレビドラマがそのメディア的特性から社会的現実や文化的価値観を反映するとともに構築する以上、日韓の社会が成熟し多くの社会問題を共有するようになるなか、ドラマの越境の可能性はより高まることになろう。

そこでドラマが反映する社会的現実はリメイクという「翻訳」をとおしてどのように拡張していくのか。そのダイナミックに展開する越境性の研究は、東アジアにおける大衆文化フローの考察において重要な問題領域を提供する。

（平成25年10月31日受理、平成25年12月17日採択）