

INTERVIEW

中国のテレビ業界の現状と傾向

～めぐり変わる人々の生活とともに～



高菲 (ガオ・フェイ) 氏 北京テレビ (中国) 研究員

ラジオ番組にゲスト出演

「アニメーション文化・産業に関するアジア太平洋リージョナルセミナー」(2008年7月16-18日、ACCU・日本動画協会(AJA)主催)の参加者として来日した高氏に、最近の中国テレビ事情と自身のテレビ業界研究についてお話を伺った。



高菲 (Gao Fei)

1977年中国生まれ。大連外国語大学卒業後、大連テレビに就職。その後、清華大学と中国人民大学に進み、テレビ産業やジャーナリズムについて学ぶ。現在、北京テレビで研究員として活躍中。

—まずは、高さんがテレビ界に飛び込むまでの経歴を紹介していただけませんか？

大連外国語大学で「世界で一番美しい言語の1つ」と言われるフランス語を学んだ後、大連テレビに就職しました。私がテレビ局を選んだのは、中国の大半の若い女性のように、テレビで活躍することが私にも夢だったからでした。当時は私も何か新しいことにチャレンジしたい夢見る年代だったのです。

大連テレビでの4年間で私は、テレビ産業の様々な側面に興味を持つようになりました。そんな時、清華大学のリサーチの一環で大学院に入学する機会が与えられました。実は、この清華大学の経験が私の目を開かせてくれたのです。その時、毎日の仕事で実感していた問題を理論的に解決するための勉強をしたいと強

く思うようになり、その後、中国人民大学でコミュニケーション学を研究し修士号を取得しました。修士論文は「テレビ広告の管理」として、関連情報や過去の事例の分析、また他との比較などの手法を使って、中国テレビ広告の管理・内容・放送の発展段階について考察し問題を分析しました。また、広告担当者や広告代理店を対象とした相互信用の確立、テレビ広告チャンネルの設定、公共テレビサービスシステムの構築などの新しい観点を提示しました。

—中国のテレビ局について簡単に紹介していただけませんか？アニメ専用チャンネルなどはありますか？

中国のテレビ局は、行政レベルは異なりますが政府の管轄下にあります。例えば、国営、省営、都営、郡営などです。各政府機関がそれぞれのテレビ局を監督していますので、中国各地で異なる番組が放送されています。

私の勤める北京テレビは、衛星チャンネル3つ、ケーブルチャンネル8つ、ハイビジョンチャンネル1つの合計12チャンネルを持っています。3つの衛星チャンネルは、総合チャンネル、アニメ専門チャンネル、アジアと北アメリカで放送されている国際チャンネルです。

—フェイさんは北京テレビでどのような研究をされているのですか？

中国のテレビ番組の開発環境やテレビ局の競争状況を調査・分析していま

す。また、北京テレビの開発戦略の構築にも参加しましたし、アニメ、テレビショッピング、司会者などについての調査研究も行いました。最近では、メディアデータベースの構築に取り組んでいます。

—中国人には毎日テレビを長時間見る習慣がありますか？人気がある番組はどのような番組ですか？

一般的に中国人はよくテレビを見る方だと思います。1日平均3時間くらいでしょうか。視聴者の多くが中年からお年寄りです。特に主婦層がその大半を占めています。これらの人々はテレビ以外のエンターテインメント手段があまりないからだと思います。反対に、若い世代は様々な娯楽に積極的ですので、テレビを見る頻度はお年寄りに比べるとずっと少なくなります。

中国のテレビ番組はニュース、テレビドラマ、バラエティを中心に放映されています。ニュースの視聴者は主に成人男子であるのに対し、エンターテインメント要素が高いテレビドラマは女性に人気があります。バラエティ番組の中ではリアリティ番組、特にコンテストのような競争番組の人気が高く、視聴者層も他の2つの番組タイプの視聴者層とは異なります。

—テレビは中国の各家庭にどの程度浸透していますか？

1990年代には、殆どの中国の家庭で、家族が居間で一緒にテレビを見るといった状況でした。過去10年の間に、多くの家庭が部屋数の多い大きなアパートや家

に移り、家族のそれぞれがテレビを持つようになってきました。中には一家に数台のテレビがある家もあり、各部屋に1台置いているようです。最近では、夕食の間も見ていないのにテレビをつけたままにしている家庭も増えました。

今年の夏にオリンピックが開催されますが、一般的に言って、大半の中国人はオリンピックだからといって新しいテレビを買うことはないと思います。ただ、古いテレビを買い換えたいと思っている人には、買い替えのきっかけになるかもしれません。しかし、新しいメディアに関しては、オリンピックの宣伝効果は明らかです。オリンピックをいつでもどこでも見るために、最近、モバイルテレビを持つ人が増えています。

—今、アジア中で韓国のテレビドラマがブームになっていますが、中国ではどうですか？

韓国のテレビドラマは中国でも人気があり、皆、夢中になって見えています。人気の第1の理由は、韓国ドラマで示されている慎み深さ、自己放棄、美徳などの韓国の伝統的な価値観が中国のそれと似ているからだだと思います。第2の理由は、韓国ドラマに出てくる俳優達が中国人の美的感覚にぴったりと合っている点です。化粧の仕方、会話、行動の全てがとても印象的でエレガントな上に、テーマソングも美しいですね。第3の理由は、そのロマンティックなラブストーリーで、女性視聴者の理想的な恋愛観に訴えるものがあるからです。



北京で開かれた第1回フランスアニメフェスティバルにて

—中国で日本のアニメはどのように受け取られているのでしょうか？

以前から、中国でも多くの日本のアニメが放送されていて、子供たちの間でも人気があります。主なキャラクターの大半が「ドラえもん」や「一休さん」のように日本名のままで呼ばれて、親しまれています。私の中でもこれらのアニメは子供時代の懐かしい思い出として残っていて、今でもいくつかのテーマソングを日本語で歌うことができます。

—アニメーションセミナーでは、中国製アニメに対する中国政府の支援政策について報告されましたが、もう少し詳しく説明していただけませんか？

中国アニメ産業の促進を目的に、「中国国家ラジオ映画テレビ総局(SARFT)」はアニメチャンネルやプログラム数の増加策に関する政策を打ち出しました。国内アニメを対象とした割り当て政策「中国製アニメの放送量は、総アニメ放送の70%以下であってはならない」や、「外国製アニメは午後5時から9時のゴールデンタイムに放送してはならない」等です。その結果、SARFTが直轄する中国全土のテレビ局が、中国製アニメの放送時間を増やすこととなりました。

しかし、これらの政策はアニメ関連商品の売上増加には繋がりませんでした。それは、中国のアニメ制作会社の多くが、国内市場のみを製品販売対象とし、そして視聴者が、中国製アニメが国際的に未熟だと考えているからではないでしょうか。いずれにせよ、中国国内のアニメの視聴者には、テレビの他にも多くのオプションがあります。視聴者が満足しなければ、当然、中国製アニメは人気を失います。現在、子供向けアニメは国内に溢れかえっていて、ゴールデンアワーの時間帯にはどの局でもアニメを放送しています。このよう



カメラクルーとして活躍

な現象が続けば、中国製アニメは視聴者を失うことになるでしょう。

—中国のテレビの将来についてどのようにお考えですか？

今まで、中国のテレビ番組は「どれも同じ」という問題を抱えていました。多くのテレビ局が似たような番組を制作し、視聴者は仕方なく見ていたという状況でした。

幸い、一部のテレビ局がユニークな試みをすることによってこの問題を解決してくれています。それは専門チャンネルの導入です。例えば、広西衛星チャンネルは女性の視聴者向けの番組、海南衛星チャンネルは旅行に関する番組、また山東衛星テレビは「友情の絆」をテーマとした番組を制作しています。

インターネットビデオやモバイルテレビなどの新しいメディアの発展に伴い、従来のテレビは厳しい競争に直面すると思います。その結果、従来のテレビ市場の規模は縮小するだろうと思いますが、従来のテレビが占めてきた重要な地位は短期間には変化しないと思います。なぜなら、従来のテレビはアクセスし易い上に、多くの視聴者をすでに確保しているからです。しかし、確かに、この厳しい競争を勝ち抜くためにはテレビ番組の品質を改善していくことがますます必要となっています。

—ありがとうございました。

(聞き手:文化協力課 神 研二郎)

(写真は筆者提供)