

2014年度
修士学位請求論文
論文要旨

中国の動画共有サイト「哔哩哔哩」の研究
—日本のマンガ・アニメ・ゲームのファンによる投稿
動画の質的变化を中心に—

国際日本学研究科 国際日本学専攻

背景

2007年のサービス開始以降、日本の動画共有サイトのニコニコ動画は、急速にユーザーを増やした。ニコニコ動画に投稿された動画の作品群は国外からも閲覧され、やがて国際的な人気を博す作品やジャンルも現れるようになった。『初音ミク』¹に代表される、ヤマハのVocaloid技術による歌声合成ソフトで作られたミュージック・ビデオや、投稿者が自分の歌声を収めた「歌ってみた」と呼ばれる動画の作品群が、人気を集め、ウェブサイト内でそれぞれのカテゴリとして定着するようになった²。

中国では、映画、ドラマなどを主に扱っている動画共有サイトとして、「土豆網」³と「優酷網」⁴が挙げられるが、2007年以降、アニメなどの日本ポップカルチャーを多く扱う動画サイトが幾つか設立された。その代表的なサイトは、AcFun⁵や哔哩哔哩⁶（以下、「bilibili 動画」と表記）など、ニコニコ動画のようなコメントシステムを搭載するCGM型動画配信サイト⁷である。これらのサイトは発足当初、投稿される動画がほぼニコニコ動画からの無断転載されたものであったにも関わらず、その後、中国人自ら制作した作品が徐々に増加し、転載された作品の数を超えるようになった。特にbilibili 動画での創作活動が盛んになり、インターネット上において日本のポップカルチャーが流入する先としては中国でも最大のCGM型動画配信サイトとなった。

中国の近代化の過程を見渡すと、外国の文化を一方向的に摂取する状態から新たな創意を加えて発信する段階に至る、模倣から創造への変化が、さまざまな分野やスケールで見受けられる。これは都市部を中心にインターネットが普及した現代においても、同様な過程が反復されていると考えられる。bilibili 動画で起きている、動画作品を単純に転載する段階から自ら創作する段階への変化は、まさにインターネットを舞台にした、その具体例だと考える。そしてその過程は、ネットを舞台としていることによって、定量的な観測の可能性を持つ。本研究では、その可能性を追究し、中国のbilibili 動画における日本のポップカルチャーの中国への流入過程の観測を試みる。これにより、前述のような段階的な流入過程を定量的に確認できることを仮説とし、これを検証する。併せて投稿者に対して、段階の移行に関わる動機について、取材調査及びアンケート調査を行い、分析する。

1 バーチャル・シンガー『初音ミク』は、声優「藤田 咲」さんが演じるポップでキュートなキャラクター・ボイスを元に作り上げられた、ボーカル・アンドロイド=Vocaloid（ボーカロイド）です。『初音ミク』の発売元クリプトン・フューチャー・メディア株式会社の公式サイトにより。

[Http://www.crypton.co.jp/mp/pages/prod/vocaloid/cv01.jsp](http://www.crypton.co.jp/mp/pages/prod/vocaloid/cv01.jsp)（2015年1月4日に閲覧）

2 ニコニコ動画では、公式のカテゴリタグとして設定されている。このカテゴリのトップページは http://www.nicovideo.jp/video_top/sing

3 土豆網、2005年に設立された動画サイト。公式サイト <http://www.tudou.com/>

4 優酷網、2006年に設立された動画サイト。公式サイト <http://www.優酷網.com/>

5 AcFun、2007年6月からサービスを開始。公式サイト <http://www.AcFun.tv/>

6 哔哩哔哩、通称bilibili、2008年6月からサービスを開始。公式サイト <http://www.bilibili.com/>

7 CGM（Consumer Generated Media）は、よく「消費者生成メディア」などと訳される。インターネットなどを活用して消費者が内容を生成していくメディアのことを指す。例として挙げられるのは、youtube などである。

仮説

文化の伝播においては、受容側が一方的に文化を享受する状態から、取り入れた様式・モチーフなどを応用し、新たな創意を加えて発信する段階に至るという過程が広く見受けられる。ネット上の伝播は、その過程を、定量的に観測できる可能性を持つ。

本研究では、その可能性を踏まえ、中国の bilibili 動画における日本のポップカルチャーの中国への流入過程を観測する。これにより、上記のような段階的流入過程を定量的に確認できることを仮説とし、これを検証する。併せて投稿者に対し、段階の移行に関わる動機について取材調査を行う。

研究対象

調査にあたっては、中国の動画配信サイト「bilibili 動画」とそこで創作活動を行っている中国ユーザーを対象とした。また、それらの調査対象となるユーザーは、bilibili 動画における「MAD」、「Vocaloid」、「MMD」、「歌ってみた」の4つのカテゴリで主に活動しているユーザーに限定した。

研究方法

1. データ集計

動画配信サイトにおける作品の投稿数の変化も重要な情報となりうるため、それらのデータの収集を行った。投稿数の集計方法だが、bilibili 動画ではカテゴリと投稿時期を設定すれば、該当期間の投稿数を直接にページに表示されることが可能である。そのため、月毎の投稿数をこの方法で調査し、それを記録する形で調査を行った。また、動画が削除される可能性があるため、サイト内の動画数は変化する場合がある⁸。調査で得られた結果は、集計実施当時のデータとなっている。

転載作品と中国のユーザーによって制作された作品のそれぞれの数を集計する方法に関しては、カテゴリと投稿時期を設定し、月毎に転載作品の数と自作作品の数を数えて記録する方法をとった。

2. 動画制作者に対する聞き取り調査

自らコンテンツ制作者になり、動画サイトへの作品投稿を行う中国のユーザーの創作動機などを判明させるために、各カテゴリにおいて、そのような創作活動を行っているユーザーに聞き取り調査を行った。

3. アンケート調査

創作活動を行っているユーザーに対する聞き取り調査は38名に対して行うことが出来た。しかし、bilibili 動画で活動している数多くのユーザーの創作動機などを明らかに

⁸ 削除された動画はそのままサイトから消える。また、削除されていないが再生不能な動画は、タグ、タイトルや紹介文などで内容を判断し、集計する。

するためには、より多くの回答が必要だと考えたため、より広い範囲に対するアンケート調査を行った。聞き取り調査は個々の事例として創作動機や経緯を作者から深く掘り下げが、このアンケート調査では簡潔な選択肢を多数用意し、量的な側面から聞き取り調査で得た結果を検証した。

調査結果と結論

本研究は、bilibili 動画における「MAD」、「MMD」、「Vocaloid」及び「歌ってみた」と言う、創作性が高いと判断した4つのカテゴリと、それらのカテゴリで創作活動を行うユーザーを研究対象とした。この4つのカテゴリにおける月毎の動画投稿数推移、及び月毎の転載動画と中国人の投稿者による自作の作品の動画の割合を集計し、それを通じてトレンドを分析した。その結果として、4つのカテゴリにおける投稿数の大幅な増加が顕著に見られるようになった。

また、4つのカテゴリすべてにおいて、日本から転載された動画の投稿の割合が減少している一方、中国のユーザーによって制作された動画の投稿の割合が増加し続けているということも明らかになった。加えて、中国のユーザーが制作した作品が増加しているだけでなく、中国オリジナルの Vocaloid 曲に関する二次的な創作物に関しても投稿数が増加傾向にあることが見られ、作品の質的な変化が起きていると言えよう。

また、集計で得られた結果を検証するため、アンケート調査と聞き取り調査を実施し、より正確且つ詳細な情報が得られた。ユーザーが自ら作品を作るようになった動機ときっかけに関しては、「感想を表し、作品を他人と共有するために創作活動を始めた」、「作品やキャラクターが好きだから、作品を制作し始めた」、「他人の作品から影響を受けて自分も創作を始めた」、「有名になりたいから、注目されたいから創作を始めた」などの回答が多かった。その他、「創作活動自体が流行しているから」「おもしろいから」「何かのスキルを身に付けたいから」という回答もあった。創作動機に併せて、日本のマンガ・アニメ文化を知ったきっかけ、それらの情報の入手方法、及び創作活動の上で受けた影響についても調査した。日本のアニメを知ったきっかけについては、中国のテレビで正規に放送された日本製のアニメを見たことをきっかけとするという回答が極めて多かった。また情報の入手に関しては、主にインターネットを利用する方法、及び中国のアニメ情報誌を購読する方法との回答が多かった。また、「MMD」、「Vocaloid」そして「歌ってみた」という3つのカテゴリにおいては、ニコニコ動画で活躍している日本人の動画製作者から影響を受けたと回答した対象者が半数近くを占めていた。さらに「MAD」に関しては、欧米の動画投稿者から影響を受けたという回答が複数あった。

本研究は、bilibili 動画がサービスを開始してから4年間のデータを調べたが、アンケート調査と聞き取り調査の対象は2013年と2014年に活動しているユーザーに限定して

おり、bilibili 動画全体の創作活動を行っているユーザーの状況に対する把握はできていないと考える。これが本研究の一番の問題点だと言えよう。データ収集を続ける上で、聞き取り調査の対象者の範囲をさらに広げ、調査対象者数を増やすことで、より正確な結果を導くことが今後の課題である。