

インターネットとテレビの競合と融合

09L4044 石井 愛美

1. インターネットメディアの普及

2012 年末の総選挙を控え、野田首相は自民党安倍氏の求めに応じ、インターネットサイト「ニコニコ動画」で 11 月 29 日に党首討論をおこなうことを了承した。このような討論は、これまでテレビおこなうのが当たり前であったが、一年前には考えられないような動画サイトの発展である。

2010 年には小沢一郎氏がニコニコ動画の生放送に出演、海上保安官が YouTube に映像を流出させる事件が起こった。これはネットがメディアの一角として台頭する大きな出来事となった。

2. インターネット動画配信サービス

(1) YouTube

2005 年 12 月に開始された、アメリカの YouTube, LLC が運営するインターネット動画共有サイト。2006 年 10 月に買収によってグーグルの子会社となった。個人がアップロードするのみならず、企業や自治体などが戦略的に活用する事例が増えている。パートナーという、動画製作者とグーグルが収益を分け合える仕組みがある。

(2) Ustream

2007 年に開始された Ustream, Inc.が運営するライブストリーミングサービス。視聴可能な生放送のチャンネル数は 500 万以上存在する。Twitter や facebook などと連携したコメント欄があり、コメントを共有することが出来る。企業の活用のみならず、音楽情報の発信源としても活用される。

(3) ニコニコ動画

2007 年 1 月に開始された、日本の株式会社ドワンゴの系列企業、ニワンゴが運営するインターネット動画共有サイト。画面上に流れるコメントによって、他者と一緒に視聴しているような「疑似ソーシャル体験」を味わうことが出来る。無数のクリエイターが存在し、投稿された動画が他のクリエイターによって新たなコンテンツに変わっていくこともある。

3. テレビ離れについての議論

- ・視聴率は低下しているが、テレビ離れとはいえない（藤平芳紀）
- ・20-30 代女性のテレビ離れはある（川本裕司）
- ・生活に必要なものが、テレビから携帯電話へ（江利川滋）
- ・大学生は生活が不規則でテレビが見られない（渡辺久哲）

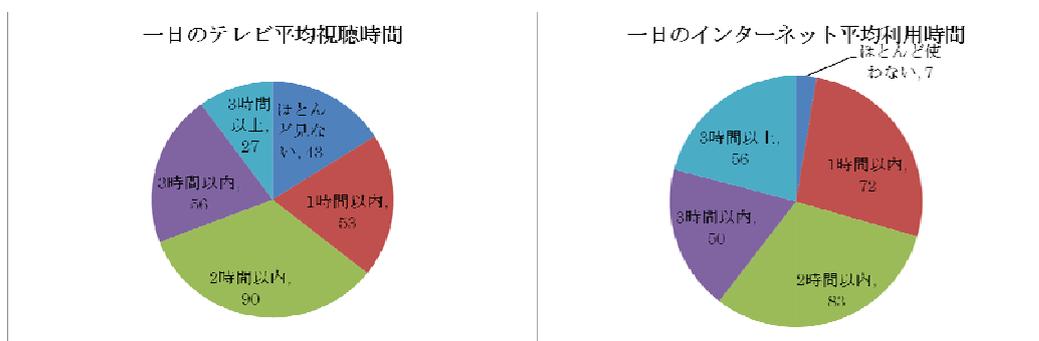
- ・高校生が一番よく使用するメディアは携帯電話（新潟大学, 2010）
- ・大学生のテレビ離れとインターネット時間の増加（沖縄大学, 2010）

4. アンケート調査

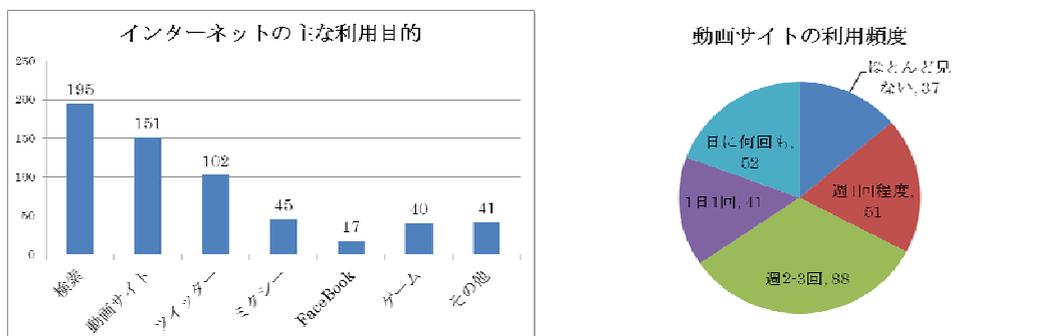
テレビとインターネットの利用について、愛知大学の学生 273 名にアンケート調査を行った。

(1) テレビとインターネットの平均利用時間

一日のテレビの視聴時間は平均 1.8 時間、インターネットの利用時間は平均 2.3 時間であり、インターネットの利用時間の方が長い結果となった。



(2) インターネットの利用目的と動画サイトの利用頻度



5. 考察

動画サイトはいつでもどこでも、好きな時に利用することができ、利用者の好みの動画を数多くの動画から検索することができる。それだけでなく、動画サイトにはコメントなどさまざまな機能が存在するため、利用しやすいことから人気があると思われる。

動画サイトが普及する中、これからはテレビで動画や音楽を利用できるスマートテレビの普及が期待される。しかし、テレビよりも気軽に利用できるスマートフォンが広く普及してきたため、テレビには違った魅力が必要となるだろう。