

主 論 文 要 旨

報告番号	甲 乙 第 号	氏 名	黄仙惠 (ファン・ソンヘ)
<p>主 論 文 題 名 : ノンフィクション番組の海外展開可能性を拡大するためのローカライズをマネジメントする制作プロセス—日・韓の放送コンテンツを中心に—</p>			
<p>(内容の要旨)</p> <p>近年の放送コンテンツの海外展開はウィンドウ戦略における重要な窓のひとつであり、放送コンテンツ事業者は複雑な著作権処理が簡便になれば、積極的に進出を行う。一方、流通の量的な面を重視しつつ、早く、売りやすくするため、制作者の意図を考慮せず、展開先の放送規制や著作権に合わせて映像の削除・加工処理や音楽の差し替え、フォーマット編集などを行う場合が発生する。さらにこのような流通構造のなか、海外展開先の消費者のニーズや理解に合わせた有益な放送コンテンツを生産し、提供したいという制作目標とは微妙なずれが感じられる。</p> <p>本研究は、日本と韓国のノンフィクション番組を対象に「海外展開の可能性を増やすための制作プロセスのマネジメント」をローカライズの視点から実行することを目的とする。韓流の成功を皮切りにアジアにおける放送コンテンツの国際的流通が加速している。韓流だけではなく、日流・華流などジャンルも増えている。その背景には、インターネットとスマートフォンに代表されるデジタルメディアの普及率が増加したことがあげられる。世界的にデジタルコンテンツ市場の規模が成長し続けているのもその結果であり、今後も増加することが予測される。たが、拡大し続けるデジタルコンテンツ市場に対し、放送コンテンツは上手に市場を確保できていない。放送コンテンツが抱え様々な権利問題がデジタルコンテンツ市場における販売の拡大を妨げているからである。例えば、コンテンツを販売するためには、販売先における権利問題を解決する必要がある。また、販売先の国のメディア規制、著作権などの問題も解決する必要がある。特に宗教、文化などを現地化するためのローカライズは不可欠である。ローカライズが重要なのは宗教や文化などの問題を解決するだけにとどまらない。制作する段階からローカライズが可能な仕組みを取り入れることが求められる。今までは、制作した完成品を販売する市場に合わせて作り直すことが主な関心であったが、ローカライズの仕組みを取り入れた制作プロセスを考えることも可能である。</p>			

本論文では、海外展開の希望はあるが、その手法や展開先のメディア状況が分からなく、そのためどのような取り組みが必要であるのか把握できずにいる放送コンテンツを制作している映像制作会社を対象にする。海外展開において、海外のネットワークを活用し、協業や連携の体制を考慮した新たな制作のプロセスを提案する。ローカライズに柔軟に適用できる制作プロセスをデザインし、3つの番組の制作を通じて実行していく。その過程において、ローカライズの仕組みを取り入れた制作プロセスの有効性と問題点について考察し、提案を行う。

キーワード：

ノンフィクション番組、海外展開、ローカライズ、マネジメント、制作プロセス

Thesis Abstract

No. 1

Registration Number	<input type="checkbox"/> “KOU” <input type="checkbox"/> “OTSU” No. *Office use only	Name	Hwang, Seonhye
Thesis Title Localizing the Management Production Process for Increasing the Possibilities to Expand Overseas Non-Fiction Programming –Focusing on Korean & Japanese Broadcasting Contents–			
Thesis Summary <p>In recent years, the broadcasting market has used strategic windows as an important approach to international expansion. If the complex processing of copyright by broadcasting companies can be simplified, international expansion can be done more proactively. On the other hand, quantitative circulation is important as well. In order to sell easily and quickly, the broadcasting company and copyright holders where the content is being expanded to often delete and edit the film, change the music, and adjust the format without considering the original producers’ aim. Also, there is a subtle discrepancy between the current distribution structure and the goal of producers which aims to create profitable contents matched to the needs and understanding of the consumers in the area.</p> <p>The purpose of this thesis is to verify a localized management production process for the goal of increasing the expansion of Korean and Japanese non-fiction programming overseas. Starting with the Korean wave, the international distribution of Asian content has accelerated. Not only has Korea had success, but there has also been an increase in the Japanese wave and the Chinese wave. The reason for this is linked to the increase of digital media on the internet and smartphones. Also, it is the result of the continual growth of the digital content market worldwide. This growth is expected to continue.</p> <p>However, compared to the ever-expanding market for digital content, the broadcasting market cannot acquire the same market share, and therefore its position is insecure. This is due largely to legal rights restricting distribution of such content. For example, to sell contents, a distributor’s rights must be satisfied, and issues related to a country’s media regulations and copyright law must be resolved. First and foremost, religious and cultural localization is a necessity, but a responsive structure adaptation is also required at the beginning of the production phase. So far, completed products are sold to meet each market’s norms. An alternative approach involves the use of an adopted localized structure in the production phase.</p> <p>Therefore, this thesis will design a production process which can be flexibly applied in the localization phase. The design will be verified by producing three programs. The verification process will reveal the process’s effectiveness as well as any problems.</p> <p>Keywords: Non-fiction program, Overseas expansion, localization, production management</p>			