

論文

Netflixをメディア論する —動画サブスクリプションをめぐる問題の所在—

近藤 和都

2010年代以降、世界的に定額制動画配信（SVOD）プラットフォームの利用者が増え続けている。日本でも様々なサービスが群雄割拠しながらその存在感を増している。こうした中で、場としての映画館と配給という流通の仕組み、装置としてのテレビ受像機と放送という流通の仕組みに依拠してきた映像文化のあり方は根底から変容している。本稿の目的は、定額制動画配信プラットフォームが登場することで、人びとと映像の関わり方がどのように変わり、そこにどのようなメディア研究的論点があるのかを確認することにある。その際に本稿では、定額制動画配信プラットフォームによって視聴に至るまでの人びとと映像の関わり方に変化が生じたという前提から、3つの論点を提示していく。

(1) 定額制動画配信プラットフォームは、通信環境や決済システムを通じてサービスを利用できる人とできない人を階層や地理に応じて構造化している。(2) 個人の選択・操作履歴を経時的に収集し、独特なタグやアルゴリズムによって情報を処理することで、定額制動画配信プラットフォームは特定の選択を促す選択肢を生成している。(3) ライセンシングに基づいてコンテンツを提供する定額制動画配信プラットフォームはリストを定期的に入れ替えるため、独特なメディア経験の時間性が生じる。こうした点を踏まえて実証的な研究を重ねることが今後の課題となる。

キーワード：定額制動画配信（SVOD）、プラットフォーム・スタディーズ、図書館モデル

1. 図書館と映像文化

文芸評論家の古谷綱武は戦前に映画図書館を夢想した。

今では、われわれ一般観客は、見たい映画があつても、きめられた日時のきめられた場所に行かねば、その映画を見ることができないのである。……この不自由さのために、見たい映画を見逃してしまふことは、しばしばである。……そこで、上映ずみの映画をストックしてゐる各映画配給会社で（多分そこへストックされてゐるだらうと私は思ふのだが）、各ひとつずつ、自分のところの映画の映画図書館をつくつたらどうであろうか。（古谷 1941：132-133）

複製技術である映画は、普通は見られないような遠い世界のイメージを人びとの眼前にもたらしたが、身近な映画館での上映期間が終わると、途端に手の届かない対象へと転化した。こうした制約が

あるために、「くりか [え] し、それを眺めること」できる文学の研究とは異なり、「精細な映画作品研究論文」が少ないと古谷は考えた(古谷 1941:134)。こうした前提から古谷は、映画文化とその言説を豊かにするためにも映画図書館が不可欠だと主張した。

当時は成しえなかったその夢はいまでは、動画サブスクリプション/定額制動画配信プラットフォーム(Subscription Video on Demand Platform 以下、SVOD と略す)という形で現実となった。Netflix や Hulu、Amazon プライムビデオをはじめとするアメリカ企業や dTV や U-Next といった国内企業がしのぎを削るなかで、SVOD の利用者は増え続けている。ほとんどの人は、映画やテレビの上映期間・放送時間が終わったとしても、そのコンテンツに二度とアクセスできないとは考えない。人びとは、いつかどこかでそれらを見ることができると楽観しながら待つ態度を取るのが当たり前になっている。こうした新たな映像の分配システムに対して、メディア研究がどのような論点を提示しているのかを考えるのが本稿の目的である。

SVOD が映像文化にもたらした変化は様々である。例えば SVOD は「映像コンテンツを視聴する経験」を変容させた。SVOD の前提となるハード=機器とそれに内蔵されかつそれを駆動させるソフトウェアの組み合わせは、映像文化の条件であった「ハードとしてのソフト(フィルム、VHS、DVD 等)」という前提を取り除き、かつてない自由度のもとで視聴行為を成り立たせている。以前であれば「ドラマの続き」を再生しようとしたら数話おきにソフトを交換しなければならなかったが、SVOD ではその作業は必要ない。こうした新たな再生環境における映像経験を論じることは重要な課題となる。

しかし本稿で着目したいのは、再生に至る前段階の過程で SVOD がもたらした変化である。例えばヘンリー・ジェンキンスは、テレビ放送が事前に定められたスケジュールを踏まえて自身が視聴したいコンテンツをあらかじめ決めておく「予約に基づくモデル」だとしたら、そうした番組表を持たないオンデマンドの動画配信は人々の自発的な選択を前提とするという意味で「関与に基づくモデル」だと述べる(Jenkins 2013: 116)。またアマンダ・ロッツは、SVOD が依拠する分配システムは図書館の仕組みにはるかに近いという(Lotz 2017)¹⁾。SVOD の利用者は、プラットフォームが提供するコンテンツの集合にアクセスし、視聴したいと思ったコンテンツをその都度選び出す必要があるからだ²⁾。

つまり、SVOD は再生に至るまでの人びととコンテンツの関係をも変えたのである。したがって SVOD を論じるにあたっては、再生をめぐる仕組みや実践だけでなく、再生に先立って行われる「コンテンツへのアクセス」に関する問いが必要になる。吉見俊哉がデジタル時代のメディア研究の課題としてあげるように、「図書館での読書行為が、書棚の配列や閲覧室の布置、検索カードによって条件づけられてきたように、ネット空間での人々の行動も、その空間のアーキテクチャに条件付けられている」のだから、「かつてのカルチュラル・スタディーズのメディア研究が書物と読者の関係をモデルとしたなら、このモデルは図書館と利用者の関係に置き換えられていく」必要があるのだ(吉見 2019: 40)。

こうした問題関心を踏まえ本稿は、SVOD をめぐる先行研究をアクセス性の観点からまとめ、日本で経験的なオーディエンス研究を行う際に必要となる議論の見取り図を描き出したい³⁾。その際はアクセス性を三層から捉えなおし、(1) プラットフォームへのアクセス性(いつ・どこで/2 節)(2) コンテンツへのアクセス性(なにを/3 節)(3) コンテンツへのアクセス可能時間(いつまで/4 節)という論点を提示していく。日本の事例分析を適宜組み込むとともに、世界市場で大きなシェアを獲得している Netflix を取り上げた研究を中心的に取り上げる⁴⁾。Netflix が採用する取り組みは他のプ

プラットフォームも模倣しているため、同プラットフォームの特徴を明らかにすることで他のプラットフォームを論じる土台となるからだ。

2. 利用を可能にするインフラストラクチャー

普段から SVOD にアクセスしていると、その営みが様々なインフラストラクチャーに支えられていることを意識しづらい。一般的にインフラストラクチャーは、それが正常に機能している間は人びとの意識から姿を消す⁵⁾。しかもデジタルメディアは抽象的な情報のやり取りをしているため、なおさら非物質的な印象を与える。だが、デジタルメディアはさまざまな技術やモノの組み合わせによって成り立ち、それに固有の物質性によってメディア文化を規定する。デバイスの背後で作動するインフラストラクチャーは、どのようにして映像経験を可能にし、そして条件付けるのだろうか。

例えば Netflix は、大容量の動画配信を円滑に行うために、コンテンツデータを一時的に保存するサーバーを世界中に配置し、それをインターネットサービスプロバイダー (ISP) に提供している。そうすることで利用者が Netflix にアクセスする場合に、できる限り短い伝送距離を介して、かつ効率的な経路でデータを配信しているのである。この仕組みがあるために、利用者全体のデータ利用量が大幅に増加する時間帯であっても、Netflix は少ない遅延で映像を配信できるようになっている (Lobato 2019: 95-97)。サーバーのネットワークを内製している企業は少ないものの、多くのネット企業は同様の仕組みを外注・採用している (Lobato 2019: 96)。

まさしくユーザーフレンドリーな仕組みを構築しているように思える。だが、すべての利用者が平等にこの仕組みの恩恵にあずかるわけではない。Netflix は市場価値が高い地域や米軍基地などが立地する場所を中心にサーバーを配置しているため、それ以外の地域では不十分なアクセス性しかもたらされていないのだ (Lobato 2019: 99)。Netflix の視聴行為を支えるインフラストラクチャーはどこでも同じように機能しているのではなく、資本と政治の力に貫かれながら不均等に配分されている。

公共財としての「電波」に基づく放送の場合は、公共性の観点からアクセス性を保証することが建前として促される。だが SVOD 企業はこうした動機を持ちにくい。したがって、「いま」SVOD を自在に活用できたとしても、政治経済学的な価値がないとみなされたら取り得る視聴行為の幅は変わる。その意味でプラットフォームへのアクセス性は、ユーザーの意志に還元できないインフラストラクチャーによって条件付けられている。

加えて、十分な伝送速度を実現するインターネット回線自体が先進国に偏った形で敷設されており、国内でも都市部と郡部とではしばしば異なる速度の回線が引かれている (Starosielski 2015: 65-66)。また仮に都市部に住んでいたとしても、高速度のインターネット回線の契約料は高額になるため、ある程度の収入がなければ契約することはできない。SVOD 企業は「見たいものを、見たいときに」といったフレーズ——Netflix の 2013 年の広告標語 (Arnold 2016) ——を用いて、時間や場所にとらわれずコンテンツを視聴できる点を価値として提示するものの、外出中に利用するためには無線のインターネット回線につながっている必要があるが、自宅のインターネット回線とは別に無線の回線を契約できる人は多くはないだろう⁶⁾。

世界的にモバイル端末による動画視聴が一般的になってきており、日本でも 2015 年にはその傾向が

確認できる（北村 2016）。そのためなおさら、個々がどのような通信環境に置かれているかは動画視聴を考える上で重要な論点となる⁷⁾。日本をはじめとする各国の携帯キャリアはSVOD利用を前提として大容量のデータプランを提供しているが、その固定代金は決して安くはない。特に、Covid-19 禍下で視聴環境の脆弱さを露呈した（している）のが大学に通う若年層である。このことは、スマートフォンでのインターネット利用が生活に溶け込んでいる若年層であっても（吉藤・渡辺・村田 2019）、通信環境が充実しているわけではない可能性を示している。

さらに、プラットフォームの利用には金融インフラストラクチャーも欠かせない。「定額制」サービスは毎月自動的に契約を更新するために、クレジットカードでの決済を主としている。もちろん、専用ギフトカードを使って支払いできる場合もあるが、定期的にギフトカードを登録しなければならず、敷居が高くなる感は否めない。企業は誰でもプラットフォームを利用できると宣伝するが、クレジットカードのように使い手が限定される決済システムはこうした「約束された利用可能性」と「実際の利用可能性」の間に区別を設ける（Lobato 2019: 84）。日本ではこの隙間を埋めるために通信キャリアが支払いを代行する仕組みを導入しているものの、キャリアのなかで利用可能なプラットフォームに差があったり、いわゆる「格安 SIM」を契約している場合はそうした仕組みがなかったりする。日本でも「実際の利用可能性」は多様な仕方で分節化されているのである。

3. 「選ぶこと」をめぐる技術の政治

3-1 「選択肢」と「選択」の関係

このように、SVOD へのアクセス性は伝送速度や決済システムによって条件付けられ、居住地や社会階層といった要素に基づく選別と排除の仕組みによって構造化されている。それでは仮に SVOD を利用できる状態にあるとしよう。ユーザーは次にコンテンツを「選択」することを促されるが、ここには SVOD ならではの問題はないのだろうか。

普通私たちは、何かを選択する際には、個々人の自由な意志が重要な役割を果たしていると考える。だが行動経済学者の実験や（Thaler and Sunstein 2008=2009）、その知見を活かした検索エンジンの文化研究によれば（Vaidhyanathan 2011=2012）、私たちが能動的に何かを選び出したと思った時でさえ、それは選択肢のあり方=選択アーキテクチャーによって受動的に促されたものだという。これは経験的にも理解しやすい。目立つ位置に置かれた商品と目に入りにくい場所にある商品とではどちらが選ばれやすいかは明らかだ。同じように、SVOD で「コンテンツを選ぶ」際も選択アーキテクチャーが重要な役割を担う。

それではどのような「選択肢」によって、SVOD における「選択」は規定されるのだろうか。SVOD の選択肢の特徴を描き出すために、レンタルビデオ店の TSUTAYA の棚と比較をしてみよう。

一般的に TSUTAYA では「新作」が最も目立つ位置に置かれる。日本ビデオ協会が 1991 年に行った調査によれば、貸出件数に占める新作（過去 2 ヶ月以内に発売された商品）の割合は平均して 54.9 パーセントにのぼった（日本ビデオ協会編 1992: 29）。新作へと需要が集中するという商業特性が棚の配置に影響を与えていると考えられる⁸⁾。新作/旧作の区別だけでなく、ソフトは映画/テレビ、邦

画／洋画といった大分類によって腑分けされ、さらにそこから「SF」「ヒューマンドラマ」「アクション」といったゆるやかなジャンルの規則にしたがって分類される。ジャンル内でソフトは「あいうえお順」で配列され、「背表紙」が見えるように置かれるケースが多い⁹⁾。

それに対して SVOD は異なる分類方式を採用している。SVOD のアプリやサイトにアクセスすると、様々な項目で分類されたコンテンツが一覧表示される。Netflix のインターフェイスを例にとろう。Netflix では「新作」が強調されるときもあればされないときもある。また、テレビ／映画、洋画／邦画の分けも曖昧で、それらを横断してコンテンツが並べられることも多い。従来のジャンルの項目による検索もできるが、「週末にイッキ見したい作品」のように、一覧にはこれまで見られなかった分類が用いられているし、その中に振り分けられるコンテンツは常に一緒だというわけでもない。「あいうえお順」にもなっておらず、DVD パッケージの表紙に該当する面が見えるようになっている。

このようなレンタルビデオ店と SVOD の選択肢の提示方法の違いは、レコメンデーション・システムによってもたらされる。多くのインターネット企業（福田 2018）（加島 2018）と同様に、SVOD の多くはユーザー情報に基づいた独自のレコメンド・システムを構築している。ユーザーがどのようなコンテンツを選択したのか、またどのような視聴行動を取ったのかを収集し、それを特定の手順＝アルゴリズムで処理することで個々の「好み」を推定し、それにあったコンテンツをレコメンドする選択肢をその都度構築しているのである。

例えば Netflix は、ユーザーがどのコンテンツを選択したのかだけでなく、どのように操作して視聴したのかという「視聴行動履歴」も記録する（西田 2015 : 151）。コンテンツ A を再生したもののすぐに停止してコンテンツ B に切り替えていた場合、ユーザーがコンテンツ A を気に入ったと判断することは難しいだろう。そのため Netflix は、ユーザーの操作情報を事細かに記録し、操作のパターンに応じて評価の重み付けを変えることで、レコメンド・システムの精度を高めようとしているのである。これは、リアルタイムでデータのやりとりをするストリーミング型の分配システムだからこそ成り立つ情報収集および設計思想だといえよう。

さらに Netflix は、2014 年段階でおよそ 8 万種類の分類項目をコンテンツごとに複数割りあてることで、ユーザーの好みをより高い精度で推測しようとしている（西田 2015 : 148）。監督名や出演スタッフといった「基本情報」とみなされる項目のみならず、例えば「エキサイティング」で「迫力のある」¹⁰⁾のように物語の傾向に基づいた項目も用意されている。それらを人力で各コンテンツに付けて、機械ではまだ判断が難しいようなコンテンツごとの違いを明らかにし、それに基づいて好みを細分化して把握するのである。dTV も人力でコンテンツの分類を行っているというが（西田 2015 : 156）、洗練されたレコメンド・システムの背後には無数の労働が投入されている¹¹⁾。

ここで重要なのは、レコメンデーション・システムによって、ユーザーは論理的には同一のコンテンツ群にアクセス可能であるにもかかわらず、可変的なインターフェイスを介して異なる仕方での「選択肢」が提示されるようになっている点だ。したがって SVOD を論じるにあたっては、コンテンツの「利用可能性」と「発見可能性」を分けることが重要になる（Lobato and Scarlata 2017）。ユーザーごとに固有のインターフェイスを介して「発見可能性」は分節化されているからである。レンタルビデオ店のように、一度配置したら動かしがたく、全ての利用者に対して同じように提示されるモノを前提としていた時代とはまったく異なる経験がもたらされているといえよう。

それではなぜ、ユーザーごと、そしてユーザーの選択ごとにインターフェイスが変化する仕組みが

採用されているのかといえ、プラットフォームにユーザーをできるだけ長く滞在させ続けるためである (Kelly 2011: 134; Kelly 2017: 85)。プラットフォームからすれば、ユーザーの滞在時間が長ければ長いほどより多くの個人情報を収集できるようになり、それに応じた選択肢を提示すればユーザーは判断に迷うことなく、立て続けにコンテンツを視聴することが促され、解約のリスクは低くなる¹²⁾。かつては批評家や専門家などの文化媒介者が担っていた「見るべきもの」を選別する機能は、企業が提供するアルゴリズムに移った (Alexander 2016) (Morris 2015)。

3-2 分類の政治

一見すると、個々のユーザーが残した情報に基づいて好みを推測する仕組み¹³⁾は理に適っているように思われる。だが、ここにはいくつかの問題点が指摘されている。

まず、個々の視聴履歴に基づいて選択肢が提示されると「予想外」のコンテンツに遭遇する可能性が減る。「フィルターバブル」という言葉で言及されることが多いが、個人の履歴情報に基づいて提示された選択肢から選択することで、自身の価値観を揺さぶり、視野を広げるような情報に接する機会が失われる (Pariser 2011=2016)。個人情報の蓄積・処理を通じて、私たちの映像経験の可能性が枠づけられてしまうのである (cf. Cheney-Lippold 2017=2018)。

加えて、分類項目やアルゴリズムが人の手で作られている点を踏まえると別の問題が浮上する。例えばNetflixは、年齢やジェンダー、人種といった情報をレコメンド・システムを構築する際に用いないという。これは、ある特定のジェンダーや人種に応じて特定の好みが生じるという本質主義的な予断を排除し、「本当のあなたが何を求めているのか」を把握しようとするためだとされる (日経 XTECH, 2020年12月11日取得, <https://xtech.nikkei.com/atcl/nxt/column/18/00160/061800039/?P=2>)。

他方でNetflixは「女性」や「黒人」、「ナショナリティ」を強調するタグを用いてコンテンツを分類している。サラ・アーノルドが指摘するように、ここには「人種」「セックス」「ナショナリティ」の如何が他の何よりもアイデンティティを形成する力を持つという前提がある (Arnold 2016)。例えば「強い女性がリードする」というタグは、様々なバリエーションを伴いながら用いられている。そしてユーザーがそうしたタグが付いたコンテンツを視聴した場合、ユーザーが女性というジェンダーであるがゆえに、あるいはそうしたジェンダー区分に関与的であるがゆえに、それを選択したのだとみなす仕組みとなっている。しかもその情報処理は、白人ヘテロ男性であることが正常なものとされ、そうではない場合にはラベルを与えて有徴化する形で行われる¹⁴⁾。

このようにレコメンド・システムには問われるべき点があるが、それにもかかわらず、Netflixユーザーの選択の75%程度は「レコメンド」から影響を受けるとされる (Hallinan and Striphas 2016: 130)。こうしたシステムへの信頼の背景には個人情報に基づいてシステムが構築されているからという理由もあるが、インターフェイスの仕組みもその醸成に一役買っている。モノとしてのカセットやディスクに基づくレンタルビデオ店と異なり、複製可能なデータを提供するSVODは、選択肢を作り上げる際に一つのコンテンツを同一ページ内の複数の場所や複数のページに配置できる。そのため、時間さえかければ全てのレンタル商品を確認できるレンタルビデオ店とは対照的に、ユーザーはプラットフォームが提供するコンテンツの全体を通覧できない。そして全体像が見通せないために、ユーザーは選択肢に頼らざるをえなくなるのである。

しかもコンテンツの再生が終わると、ユーザーに長く滞在してもらうために、SVODに限らず多くの動画プラットフォームはレコメンド・システムに基づいて自動的に別のコンテンツを推薦するか、「再び見る」といった巻き戻しボタンをインターフェイスに実装している (Kelly 2011: 134; Kelly 2017: 85)。Netflix には OP・ED を自動スキップする機能もあり、なおさらコンテンツの連続的な視聴が促される。つまり、あたかもテレビ放送であるかのようにコンテンツの円滑な「フロー」を提供しようとするのである (Johnson 2018: 10)。レコメンド・システムに基づいたインターフェイスを通じて、ユーザーは受動的な動画再生をもたらされる。その結果、私たちは自分ではそう思っていなかったとしても、プラットフォームが妥当だと考える情報処理の方法に基づいて提示された選択肢から「自動的に選択する」ことで、それらの方法を是認する状況すら生じてしまう。

とはいえ、メディアの使い方は技術や政治経済学的な論理で条件付けられるものの、それによって受け手の行為がすべて規定されるわけではない (Couldry 2012=2018: 24)。受け手は個々の文脈において独自の利用の慣習を構築し、メディアに埋め込まれた利用の傾向性を転覆させる可能性を常に持つ。選択アーキテクチャーを転覆させるような実践も当然のことながらありうる。

例えばSVODのアカウントを複数人で共有するユーザーは多い。アカウントの共有は公式に推奨されるケースもあるが、ここで興味深いのは複数人がプラットフォームを利用することで独特な情報が収集され、それにもなって選択肢に多様性をもたらされる点だ。筆者のインタビュー調査によれば、アカウントをシェアしている人びとの一部は、自身の選択からは出てこないようなコンテンツが提示されると、その情報から他のユーザーがどのような趣味嗜好を持つのかを推測し、それを楽しむという。またNetflixの場合は、一つのアカウントで複数のユーザーページを持てるため、シェアしている人びとごとにページを分けることもできる。だがそうしないのは、一方ではユーザーページにアクセスされると自分の嗜好が見られるためという点もあるが、他方では選択肢にノイズが入るのが面白く感じるというのだ。この事例は、SVODがもたらす視聴行為の枠組みに部分的に従いながら、同時にそれを突き崩していく実践だといえるだろう。

4. 視聴行為の時間性

ユーザーは自由にコンテンツを選び出していると思ったとしても、実際には選択アーキテクチャーに(部分的に)条件付けられている。つまり映像の分配システムは、そのシステムに固有の仕方受容者の活動を組み立てる力を持つ。それでは「選ぶこと」をめぐる制限は、選択肢の水準でのみ課されるのだろうか。ここでさらに考えていきたいのは、コンテンツへのアクセス可能時間の問題だ。

映像の分配システムは、提供するアクセス可能時間の差異に応じて(1)ショー型、(2)フロー型、(3)ファイル型、(4)ストリーミング型の4つに分類でき、それぞれのシステムに応じて異なる仕方受容者の活動を組み立てる力を持つ(表1)。それぞれ説明していこう。

ショー型は、映画のように特定の興行期間において享受されるものが該当する。映画の場合は上映時間と上映期間という二つの時間的文脈に埋め込まれ、観客はそれに合わせて観賞活動を組み立てなければならなかった (Acland 2003)。映画館に行ったとしても、上映期間外であれば当然のことながら映画を観賞することはできないし、上映期間内であったとしても上映時間に合わせなければ入場が

できなくなる。つまり、限定的なアクセス可能時間が設定されることで、それに従う形で一連の行為を組織することが促されるのである¹⁵⁾。

フロー型はテレビ放送が当てはまる。テレビ放送はアンテナやケーブルといった物質的な諸装置と、それら进行操作・整備する人員が結びつき、電波をリレーすることで成り立つ分配システムである。そして電波は有限な資源なため、一つの放送局が多数のチャンネルを開設することはできない。その結果、放送局は番組を少数のチャンネルに連続的に流すしかなくなる。番組は特定の時間＝放送時間に埋め込まれた形で流通し、VTRなどの外部記録装置を用いない限り、視聴者は番組の持続時間に合わせてテレビの前にはいなければならない (Lotz 2017)。テレビは放送時間という時間的文脈に埋め込まれ、映画よりもアクセス可能時間が短かったため、一層時間性に基づく強制力が強かったといえる。

上記2つの分配システムは、冒頭で参照したジェンキンスの枠組みに基づけば「予約に基づくモデル」だといえる。対してファイル型とストリーミング型は「関与に基づくモデル」に該当する。

デレク・コンパレ (Kompere 2002) は、テレビ放送に代表されるフロー型の分配システムに対して、インターネット時代においてはファイル型のメディア流通が主流になっていると述べる。ファイル型の流通形式とは文字通りのファイリングシステムや出版物を含み、映像文化的にはビデオ型技術が普及してから顕著になった分配システムである。フロー状態にあった映像コンテンツを保存・蓄積可能にするビデオ型技術は、映像受容のあり方を特定の時間＝アクセス可能時間から解放した。「タイムシフト」という言葉で表現されるように、映像コンテンツは多様な時間的文脈のもとで受容できるようになり、しかも一時停止や早送り／巻き戻し機能などを介した時間操作によってそれまでにない伸縮的な映像経験がもたらされるようになった。ファイル型の分配システムは個人の選択とアクセスを重視する形式であり、インターネットを介して流通するコンテンツの多くが依拠する¹⁶⁾。

番組表を持たないSVODもまた、一見するとファイル型に該当するように思われる。SVODは、柔軟なアクセス可能時間を人々に提供するし、ほとんどの場合、電子ライブラリーには24時間アクセス可能なため、ちょっとした空き時間にも映像コンテンツを選択・視聴できる。しかし、SVODが依拠する分配システムはファイル型とは異なる。というのも、ファイル型の分配システムではコンテンツを所有できるのに対して、SVODはあくまでもコンテンツへのアクセス権を与えるのみだからだ。

流通回路の稀少性を克服するSVODはライセンスという新たな限界に直面する (Lotz 2017: chap 1, section 3)。人気コンテンツのライセンス料は高額なためいつまでも配信できるわけではない。そのため仮に「お気に入りリスト」に入れていたとしてもいつの間にか視聴できなくなってしまう。その意味で、SVOD上のコンテンツは一時的な性質を持つ (Kelly 2011: 131; Kelly 2017: 76)。

J. P. ケリーがまとめるように、ストリーミング型の分配システムはフロー型とファイル型の特徴を併せ持つのである (Kelly 2011: 125; Kelly 2017: 76)。フロー型の映像分配システムが一回性に、ファイル型が長期的な反復性を提供するとすれば、ストリーミング型とでもいえるSVODはその中間に位置付く一時的な反復性に特徴付けられた時間性をもたらすといえるだろう¹⁷⁾。その意味ではショー型の延長線上にあるといえる¹⁸⁾。そしてこうした時間性に特徴づけられるがために、特定のコンテンツに人びとが殺到する状況が生まれる。多くのSVODは配信停止が間近のコンテンツのリストを提供している。それらがTwitterのハッシュタグなどでしばしば拡散されることで、コンテンツが配信されているうちに視聴しようとアクセスが集中するのである。

例えば2018年10月に「#たまラブ同時再生」というハッシュタグがTwitter上で拡散された。こ

これはAmazonプライムビデオにおける『たまこラブストーリー』(2014)の視聴可能期間があとわずかで終わることを発見したファンが、視聴できなくなる前の2018年10月10日にファンで同時再生を行うよう呼びかけたものだった。なぜこの日なのかというと、同作の主要登場人物である「もち蔵」の誕生日が10月10日だったからだ。実際に多くのファンが同時視聴を行ったようで、この「イベント」は翌年も継続して行われた。2020年は行われなかったようだが、アクセス可能時間という制約に基づいて、ファンダムのなかで定期行事として組織されかけたという事実が興味深い。

こうした実践は、SVODにおける視聴行為にSNSという他のプラットフォームの利用の文脈を節合し、新たな疑似同期の経験(浜野 2015)を生みだす取り組みだといえる。Twitterのハッシュタグ機能は、ハッシュタグが付いたツイートを投稿日時順にしたがって無差別・連続的に一覧表示してタイムラインを作るため、ツイートの時間的文脈を切り落として疑似同期の感覚を生みだす。そうした他のプラットフォームのインターフェイスとSVODをパソコン画面上で並置することで、単一のプラットフォームからは得られない経験が生じていたのである¹⁹⁾。

テレビ放送に代表されるフロー型のメディアは同時的に多くの人びとがコンテンツに接する点に、対してファイル型のメディアは個人個人の文脈に応じて受容できる点に特徴がある(Kompare 2002; 2006)。そのためファイル型のメディア受容では集合性が想像されにくい。他方でストリーミング型のメディアは、普段の利用の文脈ではファイル型のように多種多様な時間的文脈を介して享受され、「同時的な視聴」という意識は後景化している。しかし、コンテンツの配信停止が明らかになることでイベント的な同時視聴が生みだされ、フロー型のメディアのような集合性が形成されるのだ。

このように、ストリーミング型ではコンテンツへの再アクセス性は担保されない。そのために人々は、フロー型ほどではないものの、消えてしまう前にアクセスしなければならないという時間感覚を抱くようになる。その意味で、「見たいときに」という広告内の時間性は必ずしもSVODを正しく表しているわけではない。SVODというメディア分配システムもまた、それに独自の時間性に基づいて人びとの視聴行為を組み立てる力を持つのである。

表1 映像の分配システム

	予約に基づくモデル		関与に基づくモデル	
分類	ショー	フロー	ファイル	ストリーミング
主要メディア	映画	テレビ	ビデオ	インターネット
時間性	一時性	一回性	反復性	一時性
収益	チケット代	広告収入	ソフト販売代	定額制

5. 小括

本稿はここまで、(1) プラットフォームへのアクセス性(いつ・どこで/2節)(2) コンテンツへのアクセス性(なにを/3節)(3) コンテンツへのアクセス可能時間(いつまで/4節)という3つの論点から先行研究をまとめつつ、日本の事例をその中に位置づけることで、今後ありうる経験的オー

ディエンス研究のための（簡易なものであるものの）地図を作成してきた。(1) そもそもプラットフォームを利用できるということにはどのような階層的選別がありうるのか、(2) 利用することでどのような特定の選択肢が提示され、「発見可能性」が縁取られるのか、(3) カタログが随時更新されるといふ分配システムの特徴によって、どのような時間感覚が形成されるのか、これらの論点を踏まえて調査を深めていく必要がある。

ニック・クドリイは、「文学研究におけるテキスト分析のモデルに影響を受けたメディア・スタディーズは、人々が何を視聴していないのかについて、あるいは読んでいないのかについて、最近までほとんど重視してこなかった」(Couldry 2012=2018: 89)と指摘する。だが以上で論じてきたように、SVODは再生にいたる前段階で問題となる人びととコンテンツの関係性を変化させた。SVODは、自らへのアクセス性を制限したり、コンテンツの発見可能性や視聴可能性を制御したりすることによって、まさにこれまでのメディア研究が問うてこなかった論点において問題となるのである。

しかもSVODがもたらした変化は、人びとに様々な制約を課すようなものとして捉えられるものだった。SVOD企業を含むプラットフォーム企業は、自由を拡張する公共的な存在として自らを意味づける傾向にあるが、実際にはその技術自体に何かしらの傾向性が入り込まざるをえない。企業が自らに与える言説と、そこに実装されている技術のあり方には乖離が見られるのである(Gillespie 2010)。そして言説と技術のこの差こそを、メディア研究は問わなければならない。

〈注〉

- 1) しかし、図書館は購入した書籍を比較的長期にわたって保持するのに対し、権利保有者との契約に基づいてコンテンツを提供するSVODの場合、コンテンツが提供される期間は相対的に短い。その意味で、SVODをライブラリー型のメディア流通とは区別し、項目が変化するカタログ型として捉えた上で後者の特性を考察する必要があるが出てくる(Lobato and Scarlata 2017)。この点は第四節で論じる。
- 2) この違いを当のSVOD企業は、映画やテレビと差異化しながら受動的な映像受容から能動的なそれへの移行として表現し、自己ブランディングすることが多い(Havens 2018: 326-327)。日本でも、多くのプラットフォームが「能動性」を強調したキャッチコピーやCMを採用している。
- 3) SVODをローカルな文脈から論じた上で国際比較研究を行うことの重要性が指摘されている(Lobato and Lotz 2020)。本稿の見取り図は、いまだ少ない日本での事例研究を行い、比較研究のデータを生み出すにあたって欠かせない作業となるだろう。
- 4) 2020年3月から生じた世界各国のロックダウン期間中に、Netflixはアジア・太平洋地域で360万人もの新規加入者を得たという。それまでNetflixは同地域からの収入は8%に過ぎなかったが、Covid-19禍下の状況を背景に存在感を増している(Vlassis 2020)。
- 5) インフラストラクチャーが意識に上るのは何かしらのアクシデントが生じた場合である。例えばあきみち・空閑(2011)は、普段は透明なインターネットの「カタチ」がアクシデントを通じて浮かび上がる様子を描き出している。
- 6) 通信トラブルを回避するために、コンテンツをダウンロードし、オフラインであっても視聴できる機能を多くのプラットフォームは実装している。
- 7) 動画視聴が社会的に広がる上で、4G回線が果たした役割の大きさはしばしば指摘される(Jonson 2018: 25-26)(Stewart 2016)。一般的にインターネット文化は通信回線というインフラ的条件やそれをめぐるサービスの問題によって規定されている(Starosielski 2015)。
- 8) アメリカのレンタルビデオ店チェーンでも「新作」に価値を置く配置だったという(Beebe 2010)。
- 9) 分類は一つの店舗だけが用いても意味はなく、多くの場所で標準化された仕方で行われることで効果を発揮する。TSUTAYAの分類は、関連する店舗で標準化されることで、利用者にも共通の探索技法を身につけさせ、また作品同士のジャンルの近さ／遠さを規定して物語内容に対する予期を形成する。こうした意味で、TSUTAYAがレンタルチェーンとして覇権を握って以降、日本の映像文化は特定の仕方でも構造化されたと考えられる。標準化された分類が利用者にも与える作用およびその歴史的可変性についてはBowker and Star(2000)を参照されたい。
- 10) 2020年12月12日の段階でNetflixが用いているタグで『スター・トレック・イントゥ・ダー

- クネス』(2013年)に付されている。同様に宇宙を舞台とするSF映画『インターステラー』(2014年)には「知性に訴える」タグが付けられており、両者の視聴者は重なりにくくなっている。
- 11) したがって、ニコニコ動画のようにユーザーがタグをつける形式とは異なる効果が生み出される。ニコニコ動画のタグは、ユーザーが相互行為をしながらタグをつけ、それまで予想もしなかったような意味付けがコンテンツに与えられる点で、従来とは異なるユーザーの力を表すものとして肯定的にとらえられることがあった(浜野 2008=2017)(木島 2013)。だが後段で述べるように、あらかじめタグが企業によってつけられる場合は、こうしたユーザーの能動性を発揮する余地はなく、むしろユーザーの選択行為を枠づける作用が強まる。
 - 12) ユーザーが好むコンテンツの情報だけでなく、ユーザーがコンテンツを切り替えたという情報も有益である(Smith and Telang 2016=2019: 8-9)。Netflixはオリジナルコンテンツの中で、テレビ放送では避けられる過激なシーンを描くことがある。テレビ放送の場合、局は少数のチャンネルから少数の番組しか放映できないが、ライブラリーとしてのSVODの場合、同時に無数の選択肢を提示できる。そのためコンテンツを切り替えられたとしても、それが自社以外のプラットフォームへとユーザーが切り替えたことを意味するわけではない。そのため過激なシーンの後にコンテンツを切り替えたという情報を使って、レコメンデーション・システムを洗練させる余裕が生じる。ユーザー情報のこうした徹底的な活用可能性がプラットフォーム企業の強みである。
 - 13) ユーザーごとのレコメンデーションだけでなく、様々な尺度で測られるランキングが実装されるケースも多い。ランキングも大量のコンテンツから選択肢を抽出する仕組みだからだ(宇田川 2019)。Netflixは長らくランキング機能を採用していなかったが、2020年2月から実装した。
 - 14) Netflixに限らずSpotifyなどのプラットフォームでも、タグをつけたりプレイリストを作ったりする専門家を雇っているというが、その専門性の内実を明らかにする必要がある。
 - 15) そのため、上映時間・期間を把握するための情報媒体が不可欠になり、とりわけ新聞の映画欄をめぐって独特な実践が生じることとなった(Moore 2014)。
 - 16) ただし、データをダウンロードしたとしても、それを再生するために専用の再生ソフトが必要となる場合、制作者のスクランダルや表現規制の変更によって閲覧できなくなったり、そのソフトの仕様が変更されることで再生ができなくなったりするケースも考えられる。その意味でデジタル・コンテンツの流通・消費過程はアナログなモノを所有するのとは異なる。
 - 17) ケリーは各システムのコンテンツとユーザーの関係を、フロー型では「時間的流動性」、ファイル型では「永続性」、ストリーミング型では「半・永続性」の観点から特徴づける(Kelly 2011: 125-126)。
 - 18) 映画もまた、上映期間内であれば何度でも繰り返し鑑賞することができるという意味で、一時的であれ反復的な享受が可能だ。
 - 19) スマートフォンにせよPCにせよ、簡単に画面やアプリを切り替えられる点に特徴があり、複数のプラットフォームやサービスを横断してなされる実践は当たり前ものとなっている(Jenkins 2006)(Robinson 2017: 37)。こうした間プラットフォーム的な環境がストリーミングをめぐる経験を下支えている。

〈参考文献〉

- Acland, Charles R., 2003, *Screen Traffic: Movies, Multiplexes, and Global Culture*, Durham & London: Duke University Press.
- あきみち・空閑洋平, 2011, 『インターネットのカタチ——もろさが織り成す粘り強い世界』オーム社
- Alexander, Neta, 2016, “Catered to Your Future Self: Netflix’s ‘Predictive Personalization’ and the Mathematization of Taste,” McDonald, Kevin and Daniel Smith-Rowsey eds., *The Netflix Effect: Technology and Entertainment in the 21st Century*, New York, London, Oxford, New Delhi and Sydney: Bloomsbury Academic, 81-97.
- Arnold, Sarah, 2016, “Netflix and the Myth of Choice/Participation/Autonomy,” McDonald, Kevin and Daniel Smith-Rowsey eds., *The Netflix Effect: Technology and Entertainment in the 21st Century*, New York, London, Oxford, New Delhi and Sydney: Bloomsbury Academic, 49-62.
- Beebe, Roger, 2010, “Pedagogical Spaces, or, What We’ve Lost in the Post-Video-Store Era,” *Media Fields Journal*, 1, (Retrieved December 13, 2020, <http://mediafieldsjournal.org/pedagogical-spaces/p>)

[edagogical-spaces-or-what-weve-lost-in-the-post-video-store.html](#))

- Bowker, Geoffrey C. and Susan Leigh Star, 2000, *Sorting Things Out: Classification and Its Consequences*, Cambridge, Massachusetts and London: The MIT Press.
- Cheney-Lippold, John, 2017, *WE ARE DATA: Algorithmis and the Making of Our Digital SeIves*, New York: New York University Press. (=2018, 高取芳彦訳『アルゴリズムが「私」を決める』日系BP社)
- Couldry, Nick, 2012, *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*, Cambridge: Polity Press. (=2018, 山越修三監訳『メディア・社会・世界——デジタルメディアと社会理論』慶應義塾大学出版会.)
- 福田直子, 2018, 『デジタル・ポピュリズム——操作される世論と民主主義』集英社.
- 古谷武綱, 1941, 『魅力の世界』竹村書房.
- Gillespie, Tarleton, 2010, “The Politics of ‘Platforms’”, *New Media & Society*, 12(3):347-364.
- Hallinan, Blake and Ted Striphas, “Recommended for you: The Netflix Prize and the Production of Algorithmic Culture,” *New Media & Society*, 18(1): 117-137.
- 濱野智史, 2008=2017, 「ニコニコ動画の生成力——メタデータが可能にする新たな創造性」『濱野智史のほぼ厳選版: 全仕事集』(2020年12月11日取得, https://sites.google.com/site/satoshihamanoallworks/home/nik_onikodonghuanoshengchenglirubijeneretitibimetadetagakenengnisuruxintanachuangzaoxing)
- , 2015, 『アーキテクチャの生態系——情報環境はいかに設計されてきたか』筑摩書房.
- Havens, Timothy, 2018, “Streaming Channel Brands as Global Meaning Systems,” Johnson, Derek ed., *From Networks to Netflix: A Guide to Changing Channels*, Routledge, 321-331.
- Jenkins, Henry, 2006, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, NYU Press.
- , 2013, *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*, NYU Press.
- Johnson, Derek, 2018, “Television Guides and Recommendations in a Changing Channel Landscape,” Johnson Derek ed., *From Networks to Netflix: A Guide to Changing Channels*, New York and London: Routledge, 3-22.
- 加島卓, 2018, 「ネット広告の功罪——監視社会と消費行動への自由」辻泉・南田勝也・土橋臣吾編『メディア社会論』有斐閣, 113-129.
- Kelly, J. P., 2011, “Beyond the Broadcast Text: New Economies and Temporalities of Online TV,” Grainge, Paul ed., *Ephemeral Media: Transitory Screen Culture from Television to YouTube*, London: Palgrave Macmillan, 122-137.
- , 2017, *Time, Technology and Narrative Form in Contemporary US Television Drama: Pause, Rewind, Record*, London: Palgrave Macmillan.
- 木島由昌, 2013, 「動画共有サイトでは何が共有されないか」土橋臣吾・南田勝也・辻泉編『改訂版 デジタルメディアの社会学——問題を発見し、可能性を探る』北樹出版, 82-95.
- 北村智, 2016, 「YouTube 視聴を行なう状況についての自由記述回答の分析——自宅と公共交通機関の比較によるモバイル動画視聴行動研究」『コミュニケーション科学』(49): 183-202.
- Kompare, Derek, 2002, “Flow to Files: Conceiving 21st Century Media,” *Media in Transition 2 Conference*, (11).
- , 2006, “Publishing Flow: DVD Box Sets and the Reconception of Television,” *Television & New*

Media, 7(4): 335-360.

Lobato, Ramon, 2019, *Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution*, New York: New York University Press.

Lobato, Ramon and Alexa Scarlata, 2017, "Australian Content in SVOD Catalogs: Availability and Discoverability," *Submission to the Australian and Children's Screen Content Review*, September 2017.

Lobato, Ramon and Amanda Lotz, 2020, "In Focus: Global Netflix," *Journal of Cinema and Media Studies*, 59(3): 132-136.

Lotz, Amanda, 2017, *Portals: A Treatise on Internet-Distributed Television*, Michigan: Michigan Publishing.

Morris, Jeremy Wade, 2015, "Curation by Code: Infomediaries and the Data Mining of Taste," *European Journal of Cultural Studies*, 18(4-5): 446-463.

Moore, Paul S., 2014, "Subscribing to Publicity: Syndicated Newspaper Features for Moviegoing in North America, 1911-17," *Early Popular Visual Culture*, 12(2): 260-273.

西田宗千佳, 2015, 『ネットフリックスの時代——放送・通信の黒船がやってきた!』講談社

Pariser, Eli, 2011, *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*, London: Penguin Press. (=2016, 井口耕二訳『フィルターバブル——インターネットが隠していること』早川書房.)

Robinson, M. J., 2017, *Television on Demand: Curational Culture and the Transformation of TV*, Bloomsbury.

Smith, Michael D. and Rahul Telang, 2016, *Streaming, Sharing, Stealing: Big Data and the Future of Entertainment*, Cambridge, Massachusetts and London: The MIT Press. (=2019, 小林啓倫訳『コンテンツビジネス・サバイバルガイド——プラットフォームから海賊行為まで 押し寄せる荒波を乗り越えるために』白桃書房.)

Starosielski, Nicole, 2015, "Fixed Flow: Undersea Cables as Media Infrastructure," Parks, Lisa and Nicole Starosielski eds., 2015, *Signal Traffic: Critical Studies of Media Infrastructures*, Urbana, Chicago and Springfield: University of Illinois Press, 53-70.

Stewart, Mark, 2016, "The Myth of Televisual Ubiquity," *Television & New Media*, 17(8), 691-705.

Thaler, Richard H. and Cass R. Sunstein, 2008, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*, New Haven and London: Yale University Press. (=2009, 遠藤真美訳『実践行動経済学——健康、富、幸福への聡明な選択』日系BP社)

宇田川敦史, 2019, 「検索エンジン・ランキングのメディア史——パソコン雑誌における検索エンジン表象の分析」『マス・コミュニケーション研究』(94): 131-149.

Vaidhyanathan, Siva, 2011, *The Googlization of Everything: And Why We Should Worry*, Berkeley and Los Angeles: University of California Press. (=2012, 久保儀明訳『グーグル化の見えざる代償——ウェブ・書籍・知識・記憶の変容』インプレスジャパン.)

Vlassis, Antonios, 2020, "Online Platform and Culture: The Winning Actors of the Great Lockdown?" (2020年8月24日取得, <https://ficdc.org/en/publications/online-platforms-and-culture-the-winning-actors-of-the-great-lockdown/>)

吉藤昌代・渡辺洋子・村田将来, 2019, 「生活の中でメディアはどのように使われているのか——「メディア利用の生活時間調査2018」から」『放送調査と研究』69(8): 54-75.

吉見俊哉, 2019, 『アフター・カルチュラル・スタディーズ』青土社

Locating Netflix in Japan

Toward an Empirical Analysis to SVOD

KONDO, Kazuto

Since the 2010s, the number of users of subscription video on demand (SVOD) platforms has been increasing worldwide. Japan is also seeing an increasing presence of various services. Under these circumstances, the nature of screen culture is changing fundamentally. The purpose of this paper is to map how the emergence of SVOD platforms has changed the way in which people interact with video content, and the types of discussions that are taking place in response to these changes. In doing so, the paper will present the following three points of discussion.

(1) SVOD platforms structure people who can and those who cannot use the service through the Internet connection and payment system. The use of SVOD platforms is fraught with the problem of social hierarchy. (2) By collecting individuals' selection and operation history over time and processing the information with unique tags and algorithms, the SVOD platform generates choice architecture that recommends specific choices. (3) Since SVOD platforms deliver content based on licensing, they regularly update their catalogs. This results in a unique temporality of the media experience. A series of empirical studies based on the above three points will be the subject of future research.

Keywords : Subscription Video on Demand, Platform Studies, Library Model