

# 韓国の価値観と 文化を世界へ

—「アリランテレビ」と「KBS WORLD TV」

慶應義塾大学法学部非常勤講師 原 麻里子

昨年、日本政府は英語によるテレビ国際放送の強化を提唱、日本でもテレビ国際放送への注目が高まっている。近年、かつての英米に加え、仏独などの欧州や中韓のアジア各国もテレビ国際放送に力を入れている。

そこで筆者は、初夏に韓国で国際放送の現状を視察してきた。

韓国の国際放送には、英語放送を主とした「アリランテレビ」と、韓国語を主にした在外同胞や韓国系外国人を主な視聴対象とした「KBS WORLD TV」、日本語や中国語などの各言語による短波ラジオ放送の「KBS WORLD Radio」、北朝鮮、日本、中国東北部、ロシア沿海州など周辺国の同胞を対象とした韓国語によるKBSの「社会教育放送」がある。

本稿では、「アリランテレビ」と「KBS WORLD TV」を中心に、韓国のテレビ国際放送の目的を考察してみたい。

## アリランテレビ

アリランテレビ<sup>\*</sup>は、1996年に文化観光部（日本の省にあたる）傘下に設立された財団法人アリラン国際放送によって運営されている。97年に放送を開始したものの、韓国は通貨・金融危機に見舞われ、計画は停滞。

98年10月、韓国経済に好転の兆しが見える中、同部がアリランテレビを海外広報放送の運営主体として指定。99年8月からアリランテレビは国際放送を始める。

アリランテレビは、アリランワールド、在韓外国人向けのアリラン 코리아、アラビア語国際放送のアリランアラブで構成されている。このほか、在韓外国人向けの英語ラジオ放送も行っているが、本稿ではアリランワールドをアリランテレビとして考察する。

アリランテレビは、広告などの自主収益金、地上テレビ局の広告収入への課徴金である収益金などを財源とする放送発展基金からの資金で運営されている。

アリランテレビは「Korea for the World, the World for Korea（世界の韓国、韓国のための世界）」をキャッチフレーズに、アジアの代表的なグローバル総合放送ネットワークの構築を目指している。そして、韓国のブランドイメージを高め、国家競争力を強化し、国益にかかわる国際的な問題について国際世論をリードし、韓国に対する正しい理解と韓国文化への関心を増大させ、韓国の文化を盛り込んだ番組を制作・放送して産業を振興し、国内企業・商品の海外広報を行うことを目的にしている。

早稲田大学でマーケティング研究を行い修

士号を取得し、アメリカにも留学した元鐘善（ウォン・ジョンソン）制作部長の言葉がスタッフの気持ちを代弁している。

「アリランとは『ソウル・オブ・コリアン（韓国・朝鮮民族の魂）』という意味で、狭義には日本でも周知の民謡だが、本来の意味は複雑で、日本人にとつての桜のようなもの。アリランテレビとは韓国と韓国人のすべてを伝えたいということ」

とはいえ、今後、アリランテレビは韓国イメージから離れて、アジアのチャンネル、国際チャンネルを目指すこともあり、韓国を絡めないアジア情報の発信も行っている。

国外での視聴実態について、03—05年にかけて、モンゴル、インド、グアテマラで行われた調査では、アリランテレビは優位を示している。特に、モンゴルの視聴者には韓流の番組の人氣が高いという。<sup>\*2</sup> また、日本の外務省の調査でも、アリランテレビが国際社会で一定の影響があるとされる。<sup>\*3</sup>

韓国は伝統的にドラマ王国といわれるほど、ドラマ番組は編成上も比重が大きく視聴率も高い。ドラマは放送局経営に大きな影響を与えるため、放送局はドラマ制作に力を入れている。韓国が韓流ドラマなどの良質な番組コンテンツを有していることが、アジアでのアリランテレビの視聴者獲得に比較的可利

に働いた。

さらに、アリランテレビは、アジア以外のブルガリアや、ウズベキスタンの女性たちが韓国のテレビ番組を見たいと、地元でのアリランテレビ再送信のために陰ながら動いたというニュースとともに、彼女たちが韓国のテレビ番組を通して知った韓国の文化・価値観を愛するという話も伝える。<sup>\*4</sup>

### アリランテレビの今後は？

テレビ番組が国外市場へ進出する際、ドラマなどの大衆文化番組は比較的的理解されやすく、ニュースや時事番組などは特定文化の影響が強く、他国では受け入れられにくい。そのため、かつてアリランテレビの編成はドラマを中心とした大衆文化番組が大きな比率を占めていたが、今は、その比率を大きく下げている。大衆文化番組の比率は02年に50・3%だったが、06年には28・4%までに低下した。

編成担当者によると、アリランテレビはMBSなどが5—6年前に制作したドラマを放送できるが、古いドラマは不正確で否定的な韓国のイメージを伝えることもあるので放送しない。そのため、06年には編成上、大衆文化番組の割合が減ったが、国際調査などの結

果、07年初めから、大衆文化の比率を44・3%に高め、エンタメショー、ネットゲーム、そして、時代遅れや流行遅れにならない、韓国の文化と歴史を描く伝統的な韓国ドラマを放送している。

これは、国外で韓国のテレビ番組の人氣が上昇し、21世紀に入り韓流ドラマの国外進出が急増したためである。韓流ブームの中、KBS、MBC、SBS、YTNが、自社の番組コンテンツ販売などで積極的な国外進出を図っている。各社にとつて番組コンテンツは貴重な収入源である。03年7月、KBS WORLD TVが放送を開始したこともあり、アリランテレビがこれらのコンテンツを廉価で入手することは難しくなっている。

アリランテレビは財源に関する法的裏付けが明確でなく、政府からは十分な支援を得てこなかった。その上、ここ数年の番組コンテンツ価格の上昇は、アリランテレビの運営をより困難にしている。他局が国外進出を図る中、アリランテレビだけが国を代表するテレビ国際放送として、政府の支援を受けるといった法律の整備は難しいからである。

韓国では、アリランテレビを含む国際放送は一元化するべき、特に、アリランテレビとKBS WORLD TVを統合すべきという議論がある。関係者の中には、アリランが別個の

媒体として10年以上も存続しており、統合は難しいという声強い。KBSではアリランをプロパガンダ放送と見る人も多く、国際放送は複数あってもよいという声もある。

アリランテレビでは、厳しい財政に密接にかかわるスタッフ不足と優秀な人材の流出を危惧する人が多い。特に、出演する記者は国外を含む他の放送局やユニセフなどの国際機関へ高給で引き抜かれやすいという。しかし、国益の面から見れば、韓国を知る英語が堪能で優秀な人材が国外の放送局や国際機関で働くのは良いことではなからうか。

## KBS WORLD TV

KBS WORLD TVは「韓流の窓」「アジアからのグローバル・チャンネル」をキャッチフレーズに、KBS（韓国放送公社）をグローバルなメディアにしたいという意欲を持っている。KBS WORLD TVはKBS1とKBS2の番組を再編成し、番組の大半に英語の字幕を付けて放送している。英語放送ではないが、一日一回15分の英語ニュースを流している。

また、アメリカと日本に現地法人がある。日本人のKBSジャパンは06年4月から、KBSの4チャンネル（KBS1、KBS2、

KBS WORLD、KBS SKY DRAMA）の放送を日本向けに再編成し、7割の番組に日本語の字幕を付けて放送している。現在はスカパーフェクトTVやケーブルテレビ局J・COMに「KBSチャンネル」として配信されている。

同社の王珉喆（ワン・ヒョンチョル）社長は、「ありのままの韓国を日本に伝え、韓日文化交流の橋渡しをしたい」とし、「日本人の視聴者拡大のため日本人に人気のある韓流ドラマを50%にして番組編成している」と語る。

グローバル戦略チーム長の殷文基（ユン・ムンキ）氏は、KBS WORLD TVでは欧米とは異なる韓国の価値観（韓国の文化、理念、生活様式、家族やお年寄りを大切にすること）を「alternative value（もうひとつの価値）」として世界に伝えたいと語る。<sup>\*\*</sup>

しかし筆者は、韓国文化と価値観の良さは民主化運動や市民運動の強さと社会のダイナミックな変化にあると考えており、韓国の放送関係者たちが自らの美点として主張する韓国の価値観とは距離があるような気がした。

## テレビ国際放送は文化政策

テレビ国際放送は政治や外交、経済に良い影響を与えるので国益になり、送り手が受け

手よりも国際社会で優位性を持てるという考え方が強まってきた。韓国も他の多くの国々と同様、外国の人々にドラマや映画などを見てもらうことで国外で自国のイメージを形成することを重要視している。

そして、テレビ国際放送で韓国の文化的作品を放送することで、それらの作品に含まれている韓国の価値観についての暗示的な解釈を諸外国の人々に提供している。映像イメージは言葉や文字では伝えられないものを伝えられる。これらは文化外交といえるが、実は、経済的理由のために行っている。

韓国が目指すような成功例としては、エジプトのケースがある。アラブ諸国ではエジプト製の映画が成功していた。そこで、エジプトは人気のあるテレビ番組をアラブ諸国に輸出し、その番組はアラブ諸国でも人気が出た。エジプトのテレビ番組はエジプトの価値観（間接的には政治的な影響力と翻訳される）を伝える穏健な国家のCM機能を果たした。<sup>\*\*</sup>

テレビ国際放送は、国民国家の枠組みを超えて、ある価値観を伝え、新しい視聴者の集合体をつくっていく。国境を超える視聴者が階級や教育のみならず、「趣味の文化」によって想像の共同体を創造していく。「グローバルな連帯文化（Global solidarity culture<sup>\*\*</sup>）」「グローバル・ビジョンの誕生（emerging

global visions\*)」「グローバル市民権の創成 (the making of global citizenship\*)」が生まれるのである。先のブルガリアやウズベキスタンの女性たちの話は、韓流文化を愛好する人々の想像の共同体の誕生のようにみえる。

文化観光部傘下の研究機関である韓国文化観光政策研究院は、「韓流」を一時的な流行に終わらせず、韓国が世界に送る一流の文化商品として育成する必要性を訴え、「21世紀の国富の源泉を、文化や芸術、文化産業、観光産業であると認識」するとしている。

韓国のテレビ国際放送は、韓国の文化と価値観を世界に伝えることで国家のイメージを高め、韓国製品の輸出にも良い効果が出ることを目指し、グローバルメディアになりたいとしている。

韓国のテレビ国際放送は、政府の文化政策の中にあるようだ。

\*1 組織などについては田中則宏「韓国のテレビ国際放送arirangの役割と課題」(NHK放送文化研究所「放送研究と調査」07年1月号)に詳しい。04年10月開始のアラビア語放送は毎日2時間の本放送と再放送2回の計6時間。ニュースは中東出身者が翻訳して音声録音で放送し、他は字幕放送。当初、日本語のニュースも流していた。現在は、シ

ーエス九州「インターネットローカルTV」で一部再送信。インターネットでの視聴も可能。

\*2 モンゴル言論研究院「2004年 アリランTV視聴者調査」、宗鍊吉/朴相浩/黄成鍊『アリラン放送の国際放送公社化のための法案研究』慶北大学校、2006年1月 97-98頁、前掲田中論文 55頁

\*3 外務省広報文化交流部総合計画課編「各国におけるテレビ国際放送等の視聴状況」2006年3月

\*4 「ブルガリアの韓流ファン、ダニエル・キルロバさん」(『朝鮮日報』インターネット版 <http://www.chosunonline.com/article/2005111800009>)、(『故国ウズベキスタンに韓流伝えたフライトアテンダントたち』(『朝鮮日報』インターネット版 <http://www.chosunonline.com/article/2006063000010>)

\*5 「KBS WORLD Radio」は日、英、中、独、仏、西、露、インドネシア、ベトナム、アラビア、韓国の11カ国語で放送中。職員の給料はKBSから、制作費は国から出ている。「ラッコ」は日本語班の金孝宣(キム・ヒョン)プロデューサーに見せてもらったペリカードは、今、韓国が世界で注目を集めているB-Boy(ブレイクダンスをする少年)の写真であった。また、韓国ではミュージカル「B-Boyに惚れたバレリーナ」が流行中だが、今後、B-Boyとミュージカルは言葉なしで韓国を理解できる韓国文化として売出ししていくようだ。国の文化政策と放送が

かなり協力関係にあることが印象を受けた。

\*6 Stuart Cunningham, Elizabeth Jacka and John Sinclair, "Global and regional dynamics of international television flows," Daya Kishan Thussu, ed., *Electric Empires: Global media and local resistance* (London: Arnold, 1998), p.188.

\*7 Peter Waterman, "Holding mirrors out of windows: a labour bulletin, a feminist agenda and the creation of a global solidarity culture in the new South Africa," Jeremy Brecher et al., *Working Paper Series, No.188* (The Hague: Institute of Social Studies, 1995, March)

\*8 R. Falk, "The making of global citizenship," Bart van Stenberg ed., *The Conditions of Citizenship*, (London: Sage, 1994)

\*9 Annabelle Streberr, "Feminist internationalism: imagining and building global civil society," Daya Kishan Thussu, ed. (1998) p.208.

(はら・まりこ) 慶應義塾大学文学部卒。テレビ朝日アナウンサー、BBCワールド・サービス日本語部プロデューサー(在ロンドン)、テレビ朝日報道局ディレクターを務めた後、同社を退社。ケンブリッジ大学院社会科学へ留学し、論文修士号を取得。社会人類学者。ジャーナリスト、コメンテーター。