

研究論文

ネットワーキング社会のゆくえ

— 卓越したネットワーキング社会の条件とは何か —

Outlook of Networking Society

山崎 茂 雄*

□ はじめに

- I. ネットワーキングの衝撃—コンテンツ循環とウェブ2.0の展開
- II. 学術文化財システムの構想
- III. 卓越したネットワーキング社会の条件について—むすびにかえて

ネット人口の爆発，デジタル技術の画期的な進展とともにネットワーキング社会は，芸術とデジタル技術の融合は革新的なメディア・アートの出現をもたらし，テレビや新聞といった既存メディアの変革を呼び起こしている。既存メディアは地上波デジタル放送の普及やインターネットの新潮流，ウェブ2.0の登場で，大きく変貌しようとしている。メディアの時間と空間の概念は大きく変容した。そして，わが国は，2011年に地上デジタル放送に全面移行する。いよいよ本格的なデジタルコンテンツ時代の幕開けである。

かかる進化するネットワーキング社会の現実を捉え，それがわれわれに何をもちたらし，何を問いかけているのか。とりわけ，質の高いネットワーキング社会があるのだとすれば，それをここでは卓越したネットワーキング社会と呼ぶ。その卓越したネットワーキング社会が成立する条件とは何か。

優れたコンテンツを生産し供給するうえで意義を持つのは，人間がよりよい人生を過ごし，個性的な人生を選択できる社会環境づくりである。人々が文化的な認識，表現，達成に対する切実なニーズ（自己実現欲求）を充足する雰囲気が高められなければならない。

このような文化的な雰囲気の醸成や人々の自己実現を可能にするのは，金銭経済と非金銭経済の協働関係である。金銭経済はいうまでもなく企業が核になるべきものであるが，一方非金銭の経済の核は大学そのものである。大学は創造と享受のための材料や手段を提供して，人々の潜在能力を高め新たな創造の成果を生み出さなければならない。同時に，大学は人間の欲求の質を高め，学術と芸術の統合を図り文化的な需要を積極的に開発していかななければならない。大学の役割はきわめて重要である。

キーワード：ネットワーキング，ウェブ2.0，知的財産，学術文化財，大学

* 福井県立大学経済学部

はじめに

ネットワーキング社会は、ネット人口の爆発、デジタル技術の画期的な進展とともに新たな転換期を迎えた。今日、世界の6人にひとりがパソコンを駆使し、ネット人口はすでに10億人を超えている。ブロードバンドの進展など、ネットワーク環境の発達も著しい。

一般に、ネット時代の趨勢を決定的に左右するのはコンテンツであるが、インターネットが進化するなかで、コンテンツの世界的漂流が急速に進んでいる。コンテンツ循環社会の広がりには、目を見張るものがある。ネットワーキング社会が生み出すデジタルメディアは個々の芸術分野のバリアを払拭し、音声、動作、コミュニケーションの融合を導く。

ヴァーチャル・ミュージアムは、収蔵品を高解像度でデジタル化しネット上で世界中からの鑑賞を可能にする。このプロジェクトはヴァチカン、ルーヴル美術館やエルミタージュ美術館など世界の多くの文化施設、美術館、博物館で進行中である。世界のヴァーチャル・ミュージアムは相互にリンクで張り巡らされる。そこでは、アートのジャンルが超越され、美術館・博物館のカテゴリーは突き崩される。

現代アートの領域においても、芸術とデジタル技術の融合は革新的なメディア・アートの出現をもたらした。また、創作者がデジタル技術を用い、芸術的表現としての映像コンテンツを創作し、現実の世界とは無関係のヴァーチャルな環境や想像の世界を生み出すことも不可能でなくなっている。本物の俳優やエンターテイナーをコンピュータ・グラフィックス（CG）に取り込むことで幻想的で挑

発的なしぐさを映し出す作品は、今や珍しいことでない。こうして作られた作品は、映像コンテンツとして世界中を駆け巡る。

一方、デジタルメディアは、テレビや新聞といった既存メディアの変革を呼び起こしている。既存メディアは地上波デジタル放送の普及やインターネットの新潮流、ウェブ2.0の登場で、大きく変貌しようとしている。同時に、ワンセグの登場は、場所や時間を問わず携帯電話や車載機器などでデジタル放送の視聴を可能にした。これにより、メディアの時間と空間の概念は大きく変容した。そして、わが国は、2011年に地上デジタル放送に全面移行する。いよいよ本格的なデジタルコンテンツ時代の幕開けである。

世界最大の検索サイトのグーグルやヤフーに象徴される新しいウェブの担い手が次々と勃興し、その革新的なプラットフォーム上で無数の個人は互いに結合し合う。やがて、無数の個人のネットワーク結合は、消費者創造型メディア産業を生み出し始めた。

米国のマイスペース・ドット・コムというサイトは、スペース共有の新たな消費者創造型メディアとして衆目を集めている。このサイトはみずからの情報を掲載し、他の利用者と情報を交換できるソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）と呼ばれる。マイスペースの登録者数は一億人に近い。こうしたソーシャル・ネットワーキング・システムがネットワーキング社会で大きな力を持ち始めた。

本稿では、かかる進化するネットワーキング社会の現実を捉え、それがわれわれに何をもたらし、何を問いかけているのかを明らかにしていくことにしよう。とりわけ、質の高

いネットワーク社会があるのだとすれば、それをここでは卓越したネットワーク社会と呼ぶことにしよう。その卓越したネットワーク社会が成立する条件とは何かという視点で論じることにはしたい。

I. ネットワーキングの衝撃 —コンテンツ循環とウェブ2.0の展開

1. ヴァーチャルな相互作用

まずネットワーク社会の特徴を最初に整理しておこう。

クリエイターと作品、そして鑑賞者の関係性を考えると、従来のメディアは三者の関係を補完する役割を果たしてきた。すなわち、これまで書籍、写真、テレビやレコードなどにみられるように、既存メディアの主たる役割が複製による伝達であることは疑いない。その目的は、技術革新による再現の質を高めることにあった。

しかし、パソコンや各種デジタル機器が普及してくると、情報伝達の質に大きな変革が生まれ始める。そして、人間と画像の間で高度な相互作用が実現する。デジタル画像技術の進化を伴うネットワーク社会では、作品をみる人間は鑑賞だけでは飽き足らず、あらゆる場所で自由に操作あるいは体験を試みる。場合によっては作品の制作過程に鑑賞者が参加するというまったく新しい環境が生まれてくる。

実際、ヴァーチャル・アートが本格化し出した1990年代半ば以降、作品の構造そのものにインタラクティブな要素を組み込むク

リエーターも大勢出始めた。フランス国立視聴覚研究所 (INA) のフィリップ・ケオは、インタラクティブな環境を作っているクリエイターとして、『堅い波』や『液状の視界』のモニカ・フライシュマン、『A—VOLVE』のクリスタ・ソムラーとローラン・ミニョノー、『レジブル・シティ』と『ヴァーチャル・ミュージアム』のジェフリー・ショー、『ハンド・サイト』のアグネス・ヘゲドオシュなどを挙げている¹⁾。

こうなると、クリエイターの作品を観客が鑑賞し評価するという既存の構図は覆される。たとえば、クリエイターが創作に協力してくれるよう観客に呼びかけ、観客はそれに呼応しクリエイターとともに創作を試み始めるようになる。そのコラボレーションは、ネットを通じて自由かつグローバルに行われる。場合によっては、作品のなかにヴァーチャルに入り込む仮想の世界が表現される。したがって、もはや国境や空間の概念はそこには存在しないといつて過言でない。クリエイターの意図によっては、作品の意味、形式、概念的な枠組みが大きく変容することもある。

その結果、ネットワーク社会でのヴァーチャル・アートの持続的発展という観点からみると、ふたつの課題がみえてくる。ひとつは、知的財産の創造・保護・活用をいかに図っていくか、それはクリエイターだけの問題にとどめてよいのかどうか、第二は、享受者である鑑賞者もクリエイターという役割を果たしていくとすれば、鑑賞者も創作表現・技法・作品の構造理解の潜在能力を高めていかなければならず、それにふさわしい創造的社会環境を構築すべきではないかということ

である。

2. プロとアマチュアの境界線の断絶

上に述べたように、新しいテクノロジーを基盤とする芸術においては個人の創造性という近代芸術の大前提がさまざまな様式を持ちながら相対化されてくる。

たとえば、ある人が作品を作ろうとする。著作権等の権利処理をクリアすれば、そのときに彼は他人の作品をデジタル化して引用し変換して、それを自分の作品として公表できる。また、作品を現場のインスタレーションで、あるいはインターネット上でインターラクティブな形で開放して、そこに受け手が介入して変えていくということも不可能でない。現代は、デジタル機器の普及に伴い、誰もがクリエイターになりうる時代と化した。ある意味で、誰もが作り手であると同時に受け手という状況が生まれている。

一般に、既存のレコード会社が制作し正規ルートで販売するのはメジャーと称される。それに対し、レコード会社に依存せず、アーティストあるいはプロダクションが独自に行うCDリリースの形態をインディーズと呼ぶ。レコード会社が制作し正規のルートで販売するメジャーと違いインディーズでは販売網が限定される。そのため、特定店舗での販売や手売りなど様々な販売方法が試みられる。若手ミュージシャンがインディーズデビューし、売れるとメジャーデビューを果たすこともしばしばである。

歌手の川嶋あいとは、このインディーズ・アーティストの典型といってよい。彼女は2000年より路上ライブを東京・四谷などで

開始し、やがて共感を生み学生などの多くの支援者を集めた。自主制作CD 5千枚、路上ライブ1千回などの記録を川嶋が達成したことで、彼女は一躍注目を浴び始めた。こうしたインディーズ音楽は作品の自主制作盤だけにとどまらず、専用のネットで配信されるまでに至っている。最近では大手レコード会社もインディーズ・レーベルというジャンルを立ち上げ、また、大手CDショップはメジャーとインディーズを区別さえしなくなってきた。

いまやインディーズは、音楽だけに限らず、音楽ビデオや映画にまで広がっている。同時に、それは国境を越え世界的な動きを強め始めた。デジタル技術は、独自のCDリリースの形態を世に生み出し、既存の販売ルートの殻を破ってしまう。かかる環境変化のなかで、クリエイター、アーティストたちも、自己の活動においてプロとアマの区別をもはや意識しない。

たとえば、サセックス大学のD. M. ベリーは、自らプロデュースしたCDをある社会実験として社会に提供し始めた。LOCAレコードというブランドで音楽CDを製作し提供するこの試みは、クリエイティブ・コモンズという特殊な形式で行われる。それは非営利目的ならコピーは自由というように、非営利目的であれば自由な利用を許す著作権運用ルールに基づいてソフトを提供するビジネス・モデルに他ならない。

また、米人気ロックバンドのパール・ジャムが2006年5月に発売した新作ビデオ、ライフ・ウェイステッドも同様に、自らの音楽ビデオの配信サービスはグーグルを通じて無料公開で行われている。通常の著作権ルール

の外で作品を公開しようとするこうした実験は、有償提供が原則であった音楽業界に大きな地殻変動をもたらしている。

こうしたインディーズやクリエイティブ・コモンズの出現は、結果的にプロとアマチュアの区別を際限なく困難にしている。つまり現代は、動機において非営利が幅を利かせ、プロとアマチュアの境界線が喪失されうる時代であるといって差し支えない。これはまさに、デジタル時代が「一億総クリエイター、一億総ユーザー」と呼ばれる所以である。

3. ウェブ2.0の衝撃

ウェブ2.0は、このようなプロとアマチュアの境界線の決定的な断絶をもたらしている。ウェブ2.0の最大の特徴といえば、それはウェブが一種のプラットフォーム（基盤）として振舞うようになったことである。そのプラットフォーム上で情報や機能が制作者の手を離れて組み合わせられたり加工されたりする。

こうした特徴は、ウェブ2.0と従来のウェブと比較してみるとわかりやすい。これまでのウェブは制作者が作った状態で完結していた。ユーザーは単にそれを閲覧ないし利用するのみである。それに対して、ウェブ2.0では、ユーザーはウェブ上の情報や機能を外部のサイトやソフトウェアなどから参照したり呼び出したりすることが可能となる。ユーザーや他の事業者はソフトウェアやウェブを巧みに組み合わせることで、新たなコンテンツやツールが誕生する。また、ユーザーが参加して情報を交流させると、その蓄積は全体として巨大な集合知を形成するのである。

冒頭で紹介した米国のマイスペース・ドット・コムのようなソーシャル・ネットワーキング・サービスは、日本でも次第に勢力を強めつつある。ミクシィが2006年9月に株式上場し、その将来性が注目されたことは記憶に新しい。ミクシィは、2004年2月に開始された日本初のソーシャル・ネットワーキング・サービスで、「居心地の良いサイト」、「身近な人や、趣味・興味が同じ人との交流」をコンセプトに開発が行われた。今ではその会員数は1000万人近い。まさにこうしたソーシャル・ネットワーキング・サービスは、非営利動機に基づいて集う膨大な人々を蜘蛛の巣のように繋ぐものであって、ウェブ2.0への進化の所産といえるものである。

ブログもまた、ウェブ2.0がもたらした構造変化といってよい。周知のように、ブログは日記風の簡易型ホームページである。ブログの作成者も基本的に非営利な動機に基づく。たとえば、ブログは多くの執筆者が議論を重ねていく過程が全体として広がりや深みのある情報の集積となっていく。ブログに代表されるように、ウェブ上の開放空間で日々刻々と生み出されるコンテンツは、その多くが無数かつ無名の個人の表現活動であって、個人の才能が開花したものと呼べるかもしれない。

そのうちアクセスの多いブログはリンクを張られ増殖し、社会に絶大な影響を与える。社会的共感を呼ぶブログは、やがてウェブを離れ、さまざまなメディアのなかでひとり歩きを始める。「電車男」、「しょこたん☆ぶろぐ」は、ベストセラー書籍やドラマ・映画としてリリースされ、一種の社会現象にまでなった。

個人がウェブ上で発信したコンテンツをデータベース化したものは、一般にCGM（消費者生成メディア）と呼ばれる。このCGMが社会的共感を呼び起こすことで既存メディアがこれを取り込み、新たな展開を試み始めるのである。

世界的にみて、映像コンテンツをブログ感覚で簡単に配信できるプラットフォーム構築は加速している。営利では米国のユーチューブ、グーグルビデオ、日本のフジテレビジョンのWatch me! TV、そして非営利では慶応大学のLUME ONEなどがその代表格であろう。さまざまな人間の作業を経て制作された動画のコンテンツを無料で投稿・視聴できるのがこれらの特徴で、その一部はビジネスだけでなく、教育分野や研究分野などでのその展開が期待されている。

米国を中心に、ネットでの投稿型動画配信の動きは顕著である。米国だけでも投稿型動画配信サイトはおよそ一億人が視聴するまでに至っている。ヒットワイズ社の2006年調査によると、米国の動画配信サイトはユーチューブ（46.0%）を筆頭に、以下マイスペース・ドット・コム（21.2%）、グーグルビデオ（11.0%）、MSNビデオ（6.8%）、ヤフービデオ（5.6%）と続く。

最大手のユーチューブは2005年2月にオープンした。ユーチューブはユーザーがアップロードした動画をフラッシュ形式で公開できるサイトである。その動画閲覧回数は1日1億回を超える。毎日6万5千本のビデオが世界中から投稿され、日本では月間700万人以上に利用されている。公開されている動画は、ホームビデオからプロの作品まで多岐にわたるが、投稿者はまったく非営利な動機に

基づいている。最近では、学会の発表までもがアップされている。そのユーチューブは、すでにグーグルの傘下となった。これにより、ユーチューブの魅力はさらに高まりつつある。

こうして、個人がネットワーキング社会の中心を形成するようになると、個人は既存の単なる情報の受け手ではない。むしろ、個人はあらゆるメディアを介して創造的な情報発信の担い手と化す。インターネットの世界では従来、企業の提供するコンテンツこそ価値があるとみなされ、企業から個人へと縦軸にコンテンツが供給されるのが常であった。しかしウェブ2.0への進化で、企業および個人のコンテンツは同列に扱われ、個人間において横軸で流通するようになった。かくして、ウェブ2.0は、ネットワーキング社会にまったく新たな潮流を生み出したのである。

4. メインカルチャーと

サブカルチャーのボーダレス化

メインカルチャーは、ネットワーキング社会の重要なファクターといえる。メインカルチャーには、能や歌舞伎等の古典芸能、クラシック音楽やオペラといった舞台芸術などが含まれる。松竹の歌舞伎シネマのプロジェクトは、特殊なハイビジョン技術に基づき生の歌舞伎の舞台を収録し精巧に再現するものである。最近このコンテンツが国内外で配給され話題を集めた。生の迫力ある舞台が中心の伝統的なメインカルチャーの領域でも、デジタル化されたコンテンツが流通することは珍しくなくなった。メインカルチャーには、精神性の高いもの、人々の心に訴えるものが多

い。伝統的に共感という要素、その基盤に立つ知恵とコンテキストを伝承するメカニズムがハイカルチャーには存在するからであろう。それは家元制度にみてとれるように、営々と継承され続けている。

一方、映画、マンガ、アニメ、ゲームに代表されるポップカルチャーがサブカルチャーとほぼ同義に解されている。日本のポップカルチャーは、わが国のソフトパワー、すなわち人々を魅了するものの断面として世界的に注目されている。これらのなかには、優れたコンテキストと高度な芸術的表現を持つものも少なくなく、宮崎駿監督によるジブリのアニメのように、国際的評価を勝ち取る作品が出始めている。

ただし、ポップカルチャーには、メインカルチャーのような厳密な意味での家元制度は存在しない。逆に、ポップカルチャーにはコミックマーケットやコスプレといった独特のオタク文化がある。強力な日本のキャラクター表現のパワーの源泉は日本社会が1980年代以降培ってきたオタク文化であるとの指摘もみられる²。メインカルチャーにはそうした文化は見当たらない。

ポップカルチャーは一般大衆（マス）に人気を誇る傾向を持つ。たとえば、ハリウッド映画の観客をみればこのことは容易に理解できよう。しかし、メインカルチャーは非常に限られた人々が観客となりやすい。ボウモル・ボウエンの『芸術と経済のジレンマ³』では、クラシック音楽やオペラなどの舞台芸術の観客は、高所得、高学歴の人々のウェイトが特徴的に高いことが著されている。

翻って今日のデジタル革命の革命たる所以は何かということについて考えてみると、そ

れは、(1) コンピューティングとコミュニケーションにかかる費用が無限にゼロに近づくこと、(2) コンピューティングとコミュニケーションにかかる時間が無限にゼロに近づくという二つの特性に由来している⁴。こうしてメディアと人間の距離が縮小し、文化エネルギーが文化ストックの蓄積を促すようになる。さまざまな文化変容が生じ始める。これに従い、メインカルチャー、サブカルチャーの差異の希薄化が進行してくる。

ライオンキングは、知られるように、1994年公開のディズニー長編アニメ映画であるが、シェイクスピアのハムレットを題材としてデジタル映像化されたものである。ライオンキングはまた、影絵や文楽などアジアの伝統芸能を取り入れ、パペットやマスクを駆使した舞台芸術でもある。このアニメ作品は同じディズニーによって1997年からニューヨークのニューアムステルダム劇場でミュージカル化された。ライオンキングはメインカルチャー、サブカルチャーの融合ともいべき衝撃をわれわれに与えたのである。

5. ネットワーキング社会におけるコンテンツはエンターテインメント性に富むものだけで十分か

一質の高いコンテンツを循環させる意味

メインカルチャー、サブカルチャーはともに最先端技術を持ってコンテンツとしてデジタル化されると、ある種の娯楽性を伴う文化的生産物として変容していく。このことは、シェイクスピアのハムレットを題材にしたライオンキングが娯楽性を持つに至っている点で理解される。イギリスの社会学者、A. ダ

ーリーは、新しい視覚文化としての「デジタル・カルチャー⁵⁾」という分析的枠組みを提唱している。デジタル画像の制作技法が進化し、体感シュミレーションなど新たな視覚の形式が生まれるからである。

たしかに、携帯配信のコンテンツに示されるとおり、デジタルコンテンツは、いまや民衆文化の象徴ともいうべき存在になった。日本社会に循環するコンテンツの大半は、誰もが楽しめるエンターテインメント性に富む。そして、日本発の感情表現豊かな作品は世界の注目を浴びている。

しかし、ネットワーク社会におけるコンテンツはエンターテインメント性に富むものだけで十分なのか、コンテンツはエンターテインメント性がなければいけないのか、この点が筆者の問題意識である。

そもそも、人間はコミュニケーションを行う生物である。もっとも、自己と他者の対話とが円滑に行われるには、そこに相互理解と共感が存しなければならない。その限りにおいて、ネットワークも同様である。人々の心に訴えるコンテンツを創造し発信し続けるには、コンテンツにある種の共感という要素が不可欠なのであって、その基盤に立つ知恵とコンテキスト（文脈）が欠落した状態において、創造的なコンテンツが循環することは難しい。

いうまでもなく、ネットワーク社会において重要な役割を担うのは知的財産の創造主たるクリエイターである。そのクリエイターは付加価値、つまり知的財産創造の端緒となるアイデアの根源を生み出す。クリエイターたちによって、次々に生み出されるイメージ、音や画像が新発見や新たな知的な触媒

となる。それがデジタル化されコンテンツとして世界的なネットを通じ潤沢に流布される。これにより、予想を超える規模で知的連鎖反応が引き起こされ、文化ストックの蓄積の厚みは増す。これは文化資本形成の発展形式に他ならない。

D. スロスビーによれば、文化資本とは、経済的価値に加え、文化的価値を具体化し、蓄積し、供給する資産と定義される。すなわち、文化資本は、自然資本や人的資本と区別されたものと理解され、有形、無形の資本を包含する。スロスビーはまた、集団によって共有されている観念、慣習、価値観、知識、ノウハウ、美意識などのストックの意味を持ち、文化的価値と経済的価値双方を生み出すとも述べている⁶⁾。

このような文脈で捉えると、文化資本形成の蓄積にとって重要な意味を持つのは、人々の文化エネルギーの発散を促すようなコンテンツの創造である。もともと経済的価値と文化的価値とは、一方を限りなく追求すれば他方の価値が逡減するという意味で、互いに矛盾衝突する関係にある。しかし、卓越したネットワーク社会を構築しようとするならば、両者がともに実現する質の高いコンテンツをいかに循環させるかが重要である。

すでに示唆したように、ネットワーク社会においてプロとアマチュアの境界線の断絶が生じ、デジタル時代はまさに「一億総クリエイター、一億総ユーザー」と呼べる性格を持ち始めた。つまり、現代のネットワーク社会は、すべての国民がクリエイターになりうる機会を提供するわけである。クリエイターとユーザーの融合のことを、アルビン・トフラーはかつて、「生産消費者」と表

現した。

そして、ウェブ2.0は、個人がコンテンツの創造的発信源となりうる地位を確立した。企業とともに個人というものの存在がきわめて大きくなっている。これこそ、ネットワーキング社会の特徴である。

もっとも、個人の存在が大きくなっても、ネット時代の盛衰を決定的に左右するのはコンテンツの質なのである。なぜなら、ブロードバンドがいかに発達し、パソコンや携帯電話が普及したとしても、情報の中身であるコンテンツには質が伴わなければ、ネットワーキング社会は画餅に帰すというべきだからである。

6. コンテンツの内実

ここで、コンテンツの意味を確認しておこう。一般に、コンテンツとは情報の中身を指している。そのコンテンツは、知的財産としてのその内実を直視すれば、知識と読み替えることができよう。

A. トフラーは、知識の性質を以下のように解明している（トフラーほか『富の未来』第15章）。

- ① 非競合財であること—百万人がひとつの知識を使っても、それで知識が減るわけではない。逆に、使う人が多いほど、その知識から新たな知識が生み出される可能性が高い
- ② 無形であること
- ③ 線形でないこと—小さなひらめきが大きな成果を生む
- ④ 関連性という性格を持っていること—

個々の知識はいずれも、その状況を形作っている他の知識との関係のもとでのみ意味を持つ

- ⑤ 知識が多いほど、関連が多くなり、役立つ可能性がある関連が多様になること
- ⑥ 知識はどの製品より移動が簡単であること
- ⑦ 知識はシンボルや抽象的な概念に圧縮できること
- ⑧ 知識の蓄積に必要な空間が縮小し続けること
- ⑨ 知識には暗黙のものを含むこと—明確に表現されたものも、ほのめかされただけのものもあり、表現されたものも、表現されていないものもあり、共有されたものも、暗黙のものもあること
- ⑩ 知識は秘密にしておくのが難しいこと

以上のようにみていくと、コンテンツの本質は有形財とかなり異なることがわかる。

すなわち、知的財産としてのコンテンツは有形財に基づく経済学の既成の概念で捉えきれないものなのである。知識は使う人が多いほど、その知識から新たな知識が生み出される。知識は小さなひらめきが大きな成果を生み、同時に関連性という性格を持っており、その状況を形作っている他の知識との関係のもとでのみ意味を持つ⁷。

その特質に鑑みると、われわれの知的創造力を高める質の高いコンテンツが創造され、社会の正当な評価を受け、人類共通の知的財産として流動してこそ、持続可能なコンテンツ循環社会が実現するといえる。言い換えれば、芸術性・創造性に富み、多くの共感を生んだかけがえのないコンテンツこそがネット

社会の発展を促す。ある個人の創造的成果としてのコンテンツが他者に共感を与え始めると、他者は知的刺激を受け、感性を高める。感性を高めた他者はこれに刺激され、やがて別のコンテンツを発信し始める。その結果、次々と知的連鎖のドミノ現象が現れる。逆に、質的に劣悪なコンテンツは、われわれの思考を停止させ、知的連鎖反応を遮断しかねないのである。

II. 学術文化財システムの構想

1. 学術文化財の概念

コンテンツは、われわれの知的創造力を高める質の高いものでなければならない。

それでは、質の高いコンテンツは、具体的にいかにして生み出されるべきか、次にこのことについて考えてみたい。

最近、知的創造力を高める質の高いコンテンツとして、学術文化財という概念が注目され始めた⁸。

学術的文化財とは、学術的な価値のあるものを芸術的に表現したものである。学術文化財の特徴は、生み出される情報・創造的成果が学術的価値を持つのみならず、文化財としての価値を持つ点にある。

もっとも、学術文化財といっても、それは通例の文化財の概念と性質を異にしていることに留意してほしい。広辞苑によると、文化財は、文化活動の客観的所産としての諸事象または諸事物での文化価値を有するものと定義されている。文化財保護法は文化財としての保護の対象を有形文化財、無形文化財、民

族文化財、記念物、伝統的建造物群の5種を規定しているが、このことから分かるように、文化財はもっぱら文化活動によって生み出されたものである。

これに対し、学術文化財は、学問を基礎に置くものにほかならない。学術的文化財の事例としては、例えば次のようなものがある⁹。

「芸術的な装丁を持つ夏目漱石の文学書など、彼のライフワークというべき芸術的・学術的著作物の単体や複合体、総体を検索・学習・調査・研究・教材化しうるデジタル化された学術データベース出版物による教学関係」

「芸術的なアインシュタインの似顔絵を持つ相対性原理の総合的な解明の書・映像・音声記録など、芸術的・学術的著作物の単体や複合体、総体を検索・学習・調査・研究・教材化しうるデジタル化された学術データ出版物による教学関係」

「芸術的な表現をもつ森嶋通夫の生前の静止画像、動画、音声記録、また手稿、原稿記録、ノート、書き込みのある雑誌・書籍、研究教育や知的興味から収集した蔵書・資料、業績目録とライフワーク形成史、人的ネットワークと情報入手・解明の機会などを示す交流相関図、などの芸術的・学術的著作物の単体や複合体、総体を検索・学習・調査・研究・教材化しうるデジタル化された学術データ出版物による教学関係」

2. 学術文化財の特質

以上の例が示すとおり、学術文化財とは、次の特徴を持つ。

- ①美・知・徳を備えた個人の創造的業績が基本的情報
- ②芸術的・学術的著作物の単体や複合体、総体を学術データ著作物として編集
- ③デジタル化されたデータベースは検索・学習・調査・研究・教材化

学術が芸術的な表現に関わると、学術文化財は万人に公開され、生涯学習の契機として学校教育に位置づけることが可能となる。そして、学術文化財の構築に学術の達人たちが関係すれば、必然的に奥が深くなり幅は広がる。しかも、多彩な学術文化財がデジタル・アーカイブ化されればデジタルコンテンツとなってネット配信が可能となる。

アメリカでは、各学術領域の先端的な研究や先覚者として実績を残した研究者の多くが自らの創造的業績をデジタルコンテンツとして作成し教材として活用している。マサチューセッツ工科大学（MIT）のオープンコースウェア（OCW）などはその例である。OCWとは、大学で正規に提供された講義とその関連情報のインターネット上での無償公開活動のことを指している。

MITに象徴されるように、アメリカの大学のホームページのOCWにアクセスすると、詳細な文字情報に加え、鮮やかな動画と音声を持ったコンテンツに出会う。これは学術を芸術的に表現しているコンテンツというべきもので、誰しも学術を芸術的に表現するコンテンツに触れ、学ぶ機会に接することができ

るわけである。これはウェブ上に存在するから時間や空間を越える。

ウェブ2.0がもたらす衝撃のひとつはプラットフォーム上にプロ、アマチュアを問わず、個人同士が対話と情報の交流を強め、さまざまな無数のコンテンツが行き交うことにある。このことはすでに述べた。OCWの特徴はアメリカの大学の専門家とウェブにアクセスした世界の人々がネットワーク上でまさに対話と情報の交流を深めることである。そこにはアメリカのみならず世界中の生涯教育に資する意図が隠されている。MITのOCWは、大学が保有する高水準の研究実績・文化を世界に公開することによって、社会全体の知識を向上させるシステムとして機能しているのである。

ここで、もう少し立ち入って学術文化財がなぜわれわれの知的創造力を高めるのかを考えてみよう。

かつて学術といえば、それは一部の専門家の独占物に過ぎなかった。しかも大衆には難解で、学習意欲を掻き立てるには程遠いものが学術であったとって過言でない。学術はもっぱら真理の探究、一般的科学法則の解明を対象としてきたからである。

ところが、学術が芸術的な表現を持つと、既成の枠組みを脱する。つまり、学術は抽象的な法則や方法の記述から遊離し始め、創造者の個性的な表情や人生を担って登場し出すのである。デザインや芸術的な表現の手法が駆使されると、学術的文化財にアクセスした人々は学術に魅力を持ち感動を持って学術を受け止め始めるであろう。そして、啓発され学習意欲を引き出された人々は、創造的な情報に触れて自分の持つ人生履歴や学識と照合

し始める。こうして芸術的表現を持った学術は、能動的に人々の潜在能力を引き出す積極的な役割を演じるわけである。

さらにいえば、学術に芸術的な表現が加わることで学術が創造的に発展される可能性が生まれる。というのも、創造的な教材を通じて専門家と学習者が交流しつつ、学習を深めると、学術的内容は大衆的な規模で継承されるからである。つまり、学習者は学術文化財から学習して新たな創造的情報を生産し、それを学術的文化財の従来のデータに付け加えて学術文化財そのものを進化させるからである。この場合、教材は大衆的学習者と専門家の共同作業によって策定され進化していく。

知られるように、ウィキペディアは、まったく新しい形態の参加型百科事典である。すなわち、ウィキペディアは、インターネット上で作成・公開され、国境を超越し無数の人々が情報を書き加え、更新していくことで常に最新の内容になっている。ウィキペディアの

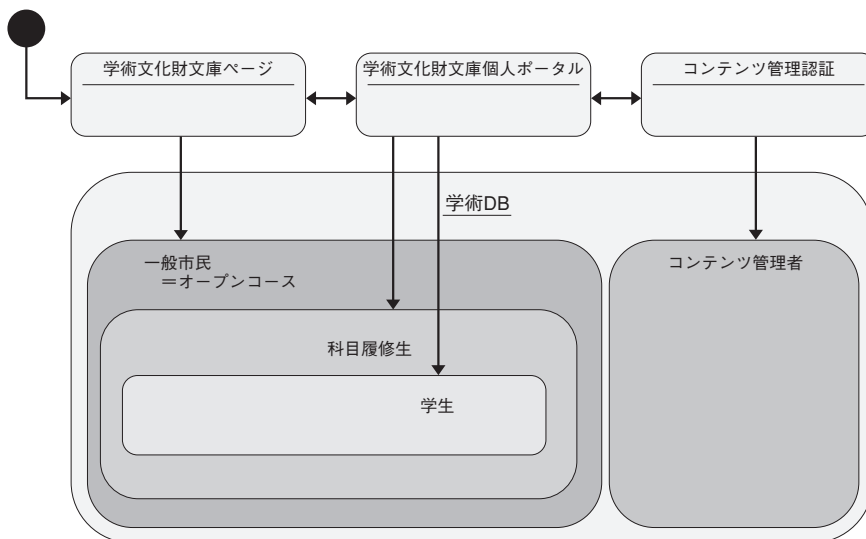
特徴は、非営利かつ情報の「消費者であり生産者」がネットワーク上で協力し合って進化させる点にある。それと同じように、学術文化財は大衆的学習者と専門家の協力により進化の過程をたどる。ウェブ2.0の世界では、上に述べた共同作業は、同じプラットフォームが共有される限り、きわめて容易なのである。

3. 学術文化財データベースシステムモデル

学術文化財データベースシステムとは具体的にどのようなものかをここで簡潔に説明しておこう。このモデルは、アメリカのMITに倣って大学のオープンコースウェアにおいて成立するものと考えてほしい。

データベース内の文字情報はミニマムのコンテンツである。このデータに映像・音声情報が加えられる。この情報を基礎として学習者が自学自修し、さらに研究を深める。システムの概略を示すと下図のようになる。

図表 学術文化財システム



資料：文殊文庫資料

まず、学術文化財文庫ページは教員の学術データベースを集約した全体的な入口のことであるが、個人はポータルにおいて、個々人が設定してデータベースを活用する。学習者は現在自分が受講登録をしている科目の教員のページをリストにしておき、自学自修の進捗を確認することができる。個々人の設定により、進捗確認やお気に入りのリストを作成するなど便利な機能を活用できる。

システム上においては、次の3つの階層が想定されている。すなわち、それは第一に、一般市民であり、第二に、学生（科目履修生・正規学生）、第三に教員および事務職員である。この3つの階層はそれぞれに閲覧及び編集の権限を持つ。各自がIDとパスワードでそれぞれのページにアクセスし、役割を果たしていく。図表の下半分は学術文化財文庫内での閲覧及び編集の権限について表現している。一番外側から内側に向かうにつれてより高度な権限が与えられる。

フローとしてみると、①一般市民は学術データベースへアクセスし、オープンコースとなる情報を閲覧でき、②学生は学術文化財文庫ページから個人ポータルページへアクセスし（IDとパスワードが必要）、科目履修生は登録した科目のより詳細な情報を正規の学生はすべての科目のより詳細な情報を見ることができる。そして、③教員と事務職員は学術文化財文庫ページから個人ポータルページへそしてコンテンツ管理認証へアクセスし（IDとパスワードが必要）、コンテンツの編集等を行う。

Ⅲ. 卓越したネットワーキング社会の条件について一むすびにかえて

1. 学術文化財を生かした地域発展

ここで編集権という視点から分類すると、学術文化財は3種類の財で構成される。

第一は、①自由財—これは教科書となるもので、閲覧は自由でブログ同様登録者は誰でも書き込むことができ、第二は②創造的刊行物—教員が著作権を持ち、市場に出せる公刊された書物や著作物であり、第三は、③構想財—未公表で相互に討論し情報を追加・編集できる手稿である。

ウィキペディアなどの公開型学術情報データベースとの違いは、すなわち、①専門家と学生、一般学習者との共同学習、②既公刊、著作物のオンデマンド、③構想段階、未定稿のオンデマンドと整理できよう。

では、学術文化財をいかに評価し、また日本社会においてどのように位置づけるべきか。日本は、科学技術でいうと、応用分野に強みを持つ。けれども基礎研究は欧米に劣るといわれる。それと同様に、人文・社会科学の分野で学術文化財の構築という基礎的な領域が欠落し、卓越した業績をあげた先覚者の学術文化財が保存され活用されることは皆無に近い。日本の各地に、個性的で学術的価値の高い学術文化財文庫が構築されデジタル・アーカイブ化されて教材の基礎となり、ひろく公開講義の一環として活用されれば、各地に「学術文化人」「学術文化財」文庫や学術文化情報サービス・ネットワークが成立する。知的財産による地域・都市の活性化という観点からいえば、これが切り札になるかも

しれない。研究者が持つ知識を集積させたものに文字情報、音声情報、映像情報が重層的に組み合わせられ、それに人々がアクセスし交流する。このことで各々の研究内容がますます深められていく。

学術文化財文庫が設けられ研究交流の「場」が現実に生まれると、やがてネットワーキングの利便性が生かされ対話が自然に活発化する。そうした対話によって生み出される知見が学術の水準を飛躍的に高める。大学が中心となって活動を広げ、日本全国に学術文化財文庫を作っていくことが必要であるが、それにより次の世代の後継者が育っていくはずである。

これまで述べてきたように、優れたコンテンツを生産し供給するうえで意義を持つのは、人々が文化的な認識、表現、達成に対する切実なニーズ（自己実現欲求）を充足する雰囲気である。

このような文化的な雰囲気醸成や人々の自己実現を可能にするのは、大学そのものである。積極的に大学を整備し、創造と享受のための材料や手段を提供して、人々の潜在能力を高め新たな創造の成果を生み出すことが必要となる。同時に、人間の欲求の質を高め、文化的な需要を積極的に開発していかなければならない。そのためには大学の存在が重要である。

この点、P. ドラッカーは、『イノベーターの条件—社会の絆をいかに創造するか』のなかで、興味深い事柄を述べている。

「知識が現代社会の中心的な資源となったために、大学に第三の機能が加わった。教育と研究に加えて、社会への貢献、すなわち知

識を行動に移し、成果をもたらすという機能である。今日、大学は研究に力を入れるべきであるとの議論がある。しかも、研究は教育や学生のニーズと両立しないとされる。これは誤解である。問題は、社会への貢献が重要になったことから生じた。¹⁰⁾

ドラッカーがいうように、研究とともに、人材を持続的に再生産することは、知的財産形成を担う大学の使命である。非営利の組織である大学は社会の重要な構成員であるところ、大学制度を活用し、それぞれの創造的成果を研究しつつそれを教育というものを通じて継承し、社会に還元することこそ、社会への貢献であるというべきである。大学は現場からの生きたノウハウを集約して、よりよい教育や人材育成に努め、それを通して善きコミュニティを作ることが期待されているからである。

そのためには、地域や都市の企業やまちづくりの現場に無数の学習集団を育成し、全国的・国際的な視野をもって各地の現場の動きと情報を集積し、それを理論化し、創造的成果を生み出して再分配する教育機関が必要である。各地の市民や企業が、知恵・奉仕・寄付によって、都市や地域に芸術・学術創造の拠点をつくることに関心を向け始めることが大事である。彼らは文化財の活用、まちなみの魅力、食文化の力、文化施設などから創造的なコンテンツを発信しては、現場や交流地点で、教育システムを作り、まちの雰囲気を換えようとする。このコンテンツがいったんソフトパワー（人を惹きつける魅力）を帯びると、人・アイデア・資金等がこの場に吸引されるに違いない。

2. ネットワーキング社会の持続的発展の条件

優れたコンテンツを生み出す持続可能なコンテンツ循環社会の成立要件とは何か。

これまでの議論を踏まえ、このことについて最後に触れ、結びとしたい。その条件とは専門家と一般学習者との協働関係にあると筆者はみる。協働関係の特徴はともに働くという非営利的な動機に基づく。卓越した業績をあげた先覚者の学術文化財に学びながら、一般学習者は、みずから培った経験と知恵を学術的な価値として創造し、都市や地域が抱える課題解決にそれを生かす。こうした営みを通して地域発展の芽を育てていくことが必要である。これにより、あらゆる都市や地域に無数の知恵の森が誕生し始める。

そうした知恵の森に集う人々の協働は、高度な学術的内容を優れた芸術的表現を伴ってネット社会に伝達し、人々が感動と驚きをもって学習するコンテンツが供給されるはずである。これは、すなわち卓越したネットワーキング社会に他ならない。

注)

- ¹ 企業メセナ協議会編『芸術・文化と企業メセナ』企業メセナ協議会、1995年、239ページ。
- ² デジタルコンテンツ白書2006第1章、18ページ。
- ³ ボウモル、W・ボウエン、G。(池上惇・渡辺守章監訳)『芸術と経済のジレンマ』芸団協出版部、1994年、第4章。
- ⁴ 浜野保樹『表現のビジネス—コンテンツ制作論』東京大学出版会、2003年、148ページ参照。

ージ参照。

- ⁵ ダーリー、A (荒川功訳)『デジタル・カルチャー』晃洋書房、2002年。
- ⁶ Throsby, D, *Economics and Culture*, Cambridge Univ. Press, 2001, p.45-58.
- ⁷ トフラー、A., トフラー、H. (山岡陽一訳)『富の未来』講談社、2006年、190ページ以下。
- ⁸ この概念は北川善太郎教授のコピーマートのアイデアをもとに池上惇教授の提唱による。コピーマート研究所報告、2007年7月23日参照。
- ⁹ 池上、同上2-3ページ。
- ¹⁰ ドラッカー、P., 『イノベーターの条件—社会の絆をいかに創造するか』ダイヤモンド社、2000年、210ページ。

【参考文献リスト】

1. 池上惇『知的所有と文化経済学』実教出版、2004年。
2. 池上惇『コピーマート研究所報告』2007年7月。
3. 北川善太郎『コピーマート』有斐閣、2004年。
4. 企業メセナ協議会編『芸術・文化と企業メセナ』企業メセナ協議会、1995年。
5. サンデル、M (中野剛充訳)、「公共哲学を求めて—満たされざる民主主義」、『思想』904号、1999-10。
6. ダーリー、A (荒川功訳)『デジタル・カルチャー』晃洋書房、2002以下。
7. トフラー、A., トフラー、H. (山岡陽一訳)『富の未来』講談社、2006年。

8. トフラー, A, 田中直毅『アルビン・トフラー「生産者の時代」』NHK出版, 2007年.
9. ドラッカー, P., 『イノベーターの条件—社会の絆をいかに創造するか』ダイヤモンド社, 2000年, 日本経済新聞社, 2006年10月16日朝刊.
10. 中村伊知哉・小野打恵編『日本のポップカルチャー』第8章, 日本経済新聞社, 2006年.
11. 浜野保樹『表現のビジネス—コンテンツ制作論』東京大学出版会, 2003年林敏彦「産業文化力とコンヴィヴィアリティ」中村伊知哉・小野打恵編『日本のポップカルチャー』第8章, 日本経済新聞社フクヤマ, F. 『「大崩壊」の時代 上—人間の本質と社会秩序の再構築』早川書房, 2000年.
12. フクヤマ, F. 『「大崩壊」の時代 上—人間の本質と社会秩序の再構築』早川書房, 2000年.
13. 宮本又次編『大阪経済人と文化』実教出版, 1983.
14. ボウモル, W.・ボウエン, G. (池上惇・渡辺守章監訳)『芸術と経済のジレンマ』芸団協出版部, 1994年.
15. Boulding, K. *Three Faces of Power*, Sage, Newbury Park, Cal, 1989.
16. NIFC/BFI ed., *A Wider Literacy — A Case for Moving Image Media Education in Northern Ireland*, 2004.
17. Throsby, D, *Economics and Culture*, Cambridge Univ. Press, 2001.
18. Uslander E., *Trust and Economic Growth in the Knowledge Society*, <http://www.esrigo.jp>
19. Sandel, M. J. *Democracy's Discontent: America in Search of a New Public Philosophy*, Cambridge: Harvard University Press. 1996.