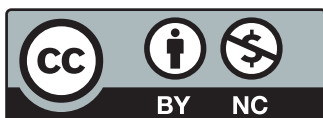


このファイルについて

本稿は『WEB2.0の未来 ザ・シェアリングエコノミー』（伊藤穰一+デジタルガレージグループ 編著、インプレスR&D発行）に掲載している記事の本文テキストをクリエイティブ・コモンズ・ライセンスで配布するものです。



この作品はクリエイティブ・コモンズ・ライセンスの下で公開しています

「自由の精神」に満ちた
グレートアマチュアが
新しいクリエイティブな世界を創る

中野 裕之

映像作家

音楽コンテンツの共有コミュニティ「ccMixer」にはまっているという映像作家の中野裕之氏。プロのクリエイターとして自らの作品の著作権ホルダーでもある中野氏が、シェアリングの重要性を説く。そして、これからはグレートアマチュア（偉大なるアマチュア）が、新しい文化の旗手になる時代だと強調する。

スタンフォード大学のローレンス・レッシング教授が、「リード/ライトのカルチャー」と「リードオンリーのカルチャー」を対比して述べていたが、映像作家としての僕は、その「リードオンリーのカルチャー」の側にいる人間である。本来なら、コンテンツを作る側の人間の一人として、「リードオンリーのカルチャー」を守らなければならない立場にいるのかもしれない。しかし、僕にとっては、クリエイターとして「いかに楽しめるか」が重要であって、そういう意味では、「リードオンリーカルチャー」を一生懸命守ろうとする人たちとは、微妙に異なるスタンスに立っていると思う。

僕はいま、「ccMixer」というクリエイティブ・コモンズが手がけるサービスに夢中なのだが、ここではさまざまな楽曲を自由にダウンロードでき、しかも自由にリミックスすることもできる。これは、正直言って、すごいことだと思う。ccMixerにアカペラの音源をアップすると、どこかでDJをしているようなや

つや、関心をもってくれた連中が、すぐに楽器やリズムのトラックをリミックスしてくれる。さまざまな連中とのコラボレーションの積み重ねで、1曲のアカペラがあっという間に40～50曲のバリエーションをもつ楽曲になる。これが、実に面白い。

テレビなどの旧来のメディアに こだわっている時代ではない

仕事の関係でフリーの楽曲が必要だったこともあり、僕はccMixerを使って、1週間、音楽を聴きまくった。そこで知り合ったアーティストとは、今でも仕事上の付き合いがあるのだが、彼らはけっしてお金が欲しくてやっているわけではない。そもそも「オープンソース」や「フリーカルチャー」といった考え方が広まる中で、コンテンツ制作者が考えているのは、「とにかく作品を人に見てほしい」ということだ。つまり彼らは、プロモーションの手段としてインターネ

ットを使っている。

既存のマスメディアで作品をパブリシティしようとするれば、膨大なお金が必要になる。すでにメジャーデビューして、潤沢な資金力でプロモーションをかけるビジネスモデルに乗っかっているようなクリエイターは別だが、そうではない多くのクリエイターたちは、YouTube*などのファイル交換が自由なサイトを活用している。

クリエイターだけでなく、一般の人々がこのWeb2.0のメディアがなくてはならない生活をするようになってきている。たとえば、うちのワイフなんかも、テレビなどには見向きもせず、毎日、ミクシイ*を1時間やって、メールを20分ほどやり、あとはYouTubeを5分見るといった生活を送っている。もはや、テレビという旧来のメディアにこだわること自体がナンセンスな時代になっているのかもしれない。

いま僕がやろうとしているのは、いわばccMixterの映像版ともいうべきサービスだ。僕はこれまで30年くらい映像を撮り続けてきて、膨大なアーカイブを持っているのだが、まずはこれのアップロードを考えている。

たとえば、僕はこれまで3回ほどブラジルに行ってアマゾンの映像なども撮ってきているが、その映像をアップロードしてみんなと共有するようにすれば、環境運動のプロモーションビデオを作る人が、わざわざアマゾンに行かなくても済むようになる。さらに、そのサイトを通じて同様のコンテンツのアップロードを呼びかければ、より多くのコンテンツが集まるようになる。

仕事の効率化、 スピードアップにもつながる

「シカゴ在住の〇〇氏のインタビューが欲しい。カメラは2台で、ロングショ

ットでお願い」といった具合に、欲しいコンテンツの内容も具体的に指定すると、それに誰かが応じてくれる。こんなやり方が、けっして夢物語ではない時代がくるのではないか。

僕が仕事をしているTOKYO MX（東京ローカル局）では、コンテンツをネットでも配信しているが、楽曲に関しては厄介な制約が多い。テレビ放送では、JASRACとの取り決めで、どんな音源でも利用できるのだが、ネット配信での利用は制限されている。もしテレビの世界にもクリエイティブ・コモنزのようなシステムが導入されれば、権利処理にかかわる問題も解決し、コンテンツ自体がもっと大きなパワーをもってくるはずだ。

ただ、残念なことにテレビ業界や音楽業界では、YouTubeの存在すら知らない人がけっこういて唖然とすることがある。それだけ古い業界ということなのだろうが、クリエイティブ・コモنزの概念やインターネットの可能性に関しては、むしろインディーズの関係者のほうが詳しいというのが現実だ。

しかし知ってほしいのは、クリエイティブ・コモنزのしくみは、コンテンツを共有して単に楽しむということだけでなく、ビジネスの面でもさまざまなメリットをもたらすということだ。

たとえば、仕事の効率化、スピードアップというメリットがある。僕のいる業界でいえば、アメリカで発行されている本や写真、音源などを仕事で使いたいと思ったとき、まずはパブリッシャーを検索してアプローチする必要がある。運良くパブリッシャーが見つかったとしても、いろいろな仲介者がいることもあり、メールの返事に3~4週間かかるというのはザラだ。

しかし、ccMixterなら「ボサノバ」「ロックンロール」といった音楽のジャンルを選択しながら、自分が欲しいと思

YouTube :米国カリフォルニアのYouTube社が運営する動画ポータルサイト。

ミクシイ : (株)ミクシイが運営する、日本最大のソーシャル・ネットワークキング・サービス。800万人以上の会員を擁する。

う楽曲を簡単に検索して、その場でクライアントに聴いてもらうこともできる。ほとんどの楽曲はノンコマースライセンスだが、作曲者のメールアドレスが掲載されているため、メールで直接交渉すればいい。2時間もすれば返事がくるため、すぐにギャランティーの交渉もできる。

こういう流れは、ぜひ映像の世界でも実現してほしいものだ。僕の場合、一度DVDとして出してしまうと、その映像は5年も経ったら自分でも見ない。たぶん、買った人も忘れていないかと思う。だから僕は、5年くらい経過した素材に関しては、すべて公開しても良いのではないかと考えている。

ちなみに、この前引っ越したときは、4トン車いっぱいテープが出てきた。もし、そのテープの山から「水平線を動く雲の映像」を探したいなどと思ったら、これは大変な作業になる。編集室にこもって1本1本見て、1日目で見つかったらラッキーとあっていいだろう。しかし、ccMixerのような仕組みができれば、そんなバカバカしい苦勞もしなくてすむ。

インディーズ業界のパワーが 音楽業界をリードする

仕事の効率がアップしたり、創作活動の幅が広がるといった側面だけでなく、費用の抑制効果のメリットも忘れてはならない。

たとえば、プロモーション費用。映像の業界では、以前より宣伝費が抑えられているため、従来の20分の1の予算でプロモーションビデオを作ってほしいといった依頼も舞い込んでくる。こんな予算では、テレビをつかった宣伝などとても無理だ。しかしYouTubeなどで公開すれば、ずっと大きな反響が期待できる。画質を落とさたくないならば、自分

のブログを立ち上げて、そこから配信するという方法もある。

ちなみに僕がインターネットで無料公開している素材の中には、けっこう元手のかかっているものがある。たとえば、総制作費1200万円もかけて、沖縄で35ミリフィルムをまわした映像がある。こんなに費用をかけているにもかかわらず、テレビCMでは2秒くらいしか使われない(笑)。ほかにも、北海道の稚内で2週間かけて撮った映像や、太陽を撮るためだけに小笠原に8人のスタッフで行ったときの映像もある。こんなにも費用と手間をかけてとった映像がデッドストックになってしまうのは、本当にもったいない話だ。

時代はすでにデジタルハイビジョンの時代になっているが、フィルムで撮った価値ある映像でデッドストックになっているコンテンツは山ほどある。そういう古い映像素材を全部公開して役立てたほうが、素材もきっと喜んでくれるに違いない。

音楽の世界では、あえてシングルカット曲をインターネットを通じて無料配信するといった大胆なプロモーションが効果を発揮する場合がある。ユーザーに楽曲の世界に触れてもらうことによって、もっと音質のいいメディアで聴きたいとか、もっとほかの曲を聴きたい、という欲求を引き出すわけだ。そういうマーケティング手法をとるときにも、インターネットの費用対効果は抜群にいい。

グレートアマチュアが存在が 世の中を変えていく

さきほども述べたように、クリエイティブ・コモンズには情報の検索性をアップさせたり、新たなクリエイティビティを促すパワーがある。たとえば、いまは枯れ木の映像が欲しいと思って検索しても、まず見つからないだろう。エベレス

トの隣にある山の映像が欲しいと思っても、これもむずかしいに違いない。

しかしccMixerのようなサービスで、「枯れ木の映像」というタグを設定しておけば、そこに載せてみようと思うクリエイターは必ずいるはずだ。新しいタグやフォルダーといった「受け皿」を用意すると、新しいコンテンツが生まれるというのはインターネットの大きな特徴でもある。

また、アイデアとしては、YouTubeの進化型にあたるサービスとして、アップロードした作品にコマーシャルをつけられるようにしても面白いのではないだろうか。映像をダウンロードすると、頭に5秒程度の企業名が出て、自分のクリップが流れるという仕組みだ。

YouTubeでは、非圧縮やDVDのクオリティの映像をそのままアップロードしても、勝手に変換してくれる機能が人気を集めているが、クリエイティブ・コモンズに参加している誰かに頼んで、プログラムを書いてもらってもいいかもしれない。

僕は常々、「グレートアマチュア」が世の中を変えると信じている。下手なプロフェッショナルも多いが、ネットで影響力があるのは、むしろ偉大なるアマチュアたちだ。21世紀はフリーカルチャーやオープンソースといった、お金だけではない世界。これからは、どんどん物資が少なくなるだろうし、環境のことも考えていく必要があるだろう。そんな時代に、お互いがつながるための方法論として、クリエイティブ・コモンズをはじめとした「フリーカルチャー」があるような気がしてならない。

お金だけに走っている人は、けっしてリスペクトされない。それをあらためて教えてくれるのが、フリーダムの精神に満ちたアマチュアが創る世界ではないかと思う。