

情報社会における表現教育と著作権

—「選ぶ個性」から「作る個性」へ—

中 西 裕

概要

本誌第一号において、筆者は情報発信演習における法規制のケーススタディと高等教育機関における表現教育のありかたについての考察を行い、著作物の個人利用についての著作権処理の必要性を指摘した注(1)。

本稿はそれを発展させる意味で、その後の著作権をめぐる変化を追い、その状況の中での Web 表現教育におけるオリジナリティ獲得のための新しい指導法を提言し、その効果を測定した結果から、個人化と個性化の時代における自己表現力を育てる教育のあり方を論じる。

1. 著作権をめぐる昨今の状況

前稿注(1)で筆者は、個人が作成する Web サイトについて、著作権処理の環境が未整備であることを指摘し、いくつかの企業による「包括的許諾」や日本音楽著作権協会の「個人向け利用料金設定」の取り組みなどを紹介し、個人が合法的に著作物を利用できる道を開くことの重要性を論じた。

その後、わが国の著作権をめぐる状況の変化には次のようなものがある。

- ・ 著作権法における「親告罪」の見直しへの動き
- ・ 違法コンテンツのダウンロード違法化への動き
- ・ 動画投稿サイトの著作権への対応

これらの動きを追いながら、昨今の IT と著作権についてその変化について考察する。

(1) 著作権法における「親告罪」の見直しへの動き

現在、著作権法違反は、被害を受けた著作権者からの告訴がなければ違反者は罪に問われることはない（著作権法第123条注⁽²⁾）が、映像・音楽作品の海賊盤の横行に歯止めをかけるために、これを非親告罪化することが検討されている。

政府の知的創造サイクル専門調査会の報告書「知的創造サイクルの推進方策」注⁽³⁾によると「模倣品・海賊版対策」として次のように述べられている。

海賊版の氾濫は、文化産業等の健全な発展を阻害し、犯罪組織の資金源となり得るなど、経済社会にとって深刻な問題となっている。重大かつ悪質な著作権侵害等事犯が多発していることも踏まえ、海賊版の販売行為など著作権法違反行為のうち親告罪とされているものについて、非親告罪の範囲拡大を含め見直しを行い、必要に応じ法制度を整備する。

これがいくつかのブログで取り上げられ、「漫画の同人活動ができなくなる」などという危機感が噴出した。前稿において、著作権に関しては「黙認の構図」が日本版フェアユースとも言えるものを形成していることを指摘したが、非親告罪化することで著作権者が黙認するかどうかにかかわらず警察による摘発が可能になる。こと漫画における「おたく文化」は海外にも輸出され評価される存在になっているが、おたく文化は黙認の構図の中で発展してきたという側面も無視できない。非親告罪化とその運用のいかんによっては、日本が世界に輸出できる数少ない文

化的リソースが委縮していく危険性も持っている。

文化審議会著作権分科会法制問題小委員会の中間まとめ注(4)に対するパブリックコメントでは、親告罪の見直しに関して312件の意見が寄せられ、その大半が非親告罪化に反対するものであったと、インターネット関連のニュースサイト「Internet Watch」は報じている注(5)。これを受けて現在のところは「慎重に検討中」という状態であって、法案化には至っていない。

(2) ダウンロード違法化への動き

現行法では、著作権者の許諾を得ずに著作物（たとえば動画作品や音楽）をインターネット上にアップロードして送信可能な状態にすることは違法だが、違法にアップロードされたファイルを個人がダウンロードして保存し、「主として家庭内における私的利用」に供する範囲においては特に問題がない（著作権法第30条）。しかし、文部科学大臣と文化庁長官の諮問機関である文化審議会著作権分科会の私的録音録画小委員会では、2007年12月、違法ファイルのダウンロードを上記の「私的使用」の適用範囲から除外する方向で検討する必要性が打ち出された注(6)。これは、ファイル交換ソフトや違法なアップロードによって本来得られるはずの利益が損なわれているとの音楽・映画業界からの主張を受けて検討されているものである。現行法の下では匿名の複数者が連鎖的に複数のサイトにアップロードするようなケースの摘発が非常に困難であることが理由である。ダウンロードを違法化することでネット上での違法ファイルの流通を抑止しようとしているわけである。

もちろん、一般の利用者がダウンロードしようとするファイルの適法性を確認することは難しいため利用者保護の必要性があり、違法なファイルであると知ってダウンロードした場合にのみダウンロード行為が違法になる、という方向で検討されている。しかし、情を知ってダウンロードしたかどうかの認定は現実には困難な場面が多い。そのことに

よって一般市民が法的に不安定な状態に置かれる懸念があり、慎重に議論されるべきだろう。

上記小委員会に先立ってパブリックコメントが募集されたが、この問題に対しては実に6000件もの意見が寄せられ、賛否が分かれた注(7)。反対意見の7割はネット上のひな形を利用して書かれた同内容のものであったというが、それにしても注目度は大きかったと言えるだろう。

2008年夏ごろには最終とりまとめで結論が出る予定であったが、現在のところまだ結論には至っていない。とはいえ、非親告罪化に比べると実現の可能性は高い。

(3) 動画サイトの著作権への対応

「YouTube」などの動画投稿・共有サイトでは、映画やビデオ作品、テレビ番組の一部などを個人が無許可でアップロードするなどの問題が後を絶たず、登場当初から著作権侵害の巣として問題視されることが多かった。しかし、ビジネスモデルとしては成功し、YouTubeには常時数百万タイトルの動画が掲載されており、多くの追従サイトが発生した。YouTube以外にもわが国では「ニコニコ動画」「Ameba Vision」などがよく使われている。

違法にアップロードされた動画に関しては、著作権者からの通報により運営者側が個別に削除の措置を取るなどの方法で対処していたが、NHK教育テレビ「おかあさんといっしょ」の番組の一部（歌のおねえさんが番組キャラクターの似顔絵を極端に崩して描いた場面）が繰り返しアップロードされる騒ぎ（「スプーのえかきうた騒動」注(8)と呼ばれる）が象徴するように、削除しても削除しても複数のユーザによって繰り返しアップロードされるなどのいたちごっこ状況もあって、個別の削除依頼によって都度対応することが有効な対処とならない実情もあった。

そのような中で、大きな動きがあったのは2008年に入ってからのこと

だった。

ミスター・チルドレンやスピッツら人気バンドの楽曲の著作権を管理するジャパン・ライツ・クリアランス社（JRC）は27日、動画投稿サイト「YouTube（ユーチューブ）」を傘下を持つグーグル社と、同サイトでの楽曲使用を認める包括許諾契約を結んだ。同サイトでの楽曲使用をめぐる大型の許諾契約は国内では初めて。同サイトでは著作権者の許諾を得ていない違法な映像・音楽の利用が問題になってきたが、映像に付く音楽については合法利用への道が開ける可能性が出てきた。（赤田康和）

（2008年3月27日付「朝日新聞」夕刊総合面）

日本での音楽著作権の管理団体としては日本音楽著作権協会（JASRAC）が最大手だが、YouTubeがJRCとの間で包括的許諾にこぎつけたのは重要な転換点となった。もちろん、JRCもJASRACも作詞・作曲の著作権をのみ管理しているので、音源（歌手が歌った歌声そのもの、演奏家が演奏した楽音そのもの）についてはそれぞれの権利者の所属事務所が管理している状況は変わらないのだが、しかし、自分で演奏・歌唱したものであれば、手続きなしで自由に公開できる道が開けたことの意味は大きかった。個人が既存楽曲をDTM^{注(9)}化した作品について発表の場ができたという点でも画期的である。

次いで、ニコニコ動画がついにJASRACとの包括契約に成功する。

動画投稿サイト「ニコニコ動画」を運営するニワンゴは1日、日本音楽著作権協会（JASRAC）が管理する楽曲をニコニコ動画で使える契約を結んだと発表した。サイトの有料サービスや広告から得る収入の一部をJASRACに支払う。利用者が自分が演奏している動画やバックに楽曲を流したビデオ映像を同サイトに投稿でき

るようになる。テレビの歌番組などをそのまま投稿するのは、出演者らの権利を侵害するため、認められない。

(2008年4月2日付「朝日新聞」朝刊経済面)

この時点で YouTube も JASRAC との交渉には入っていたが、JASRAC 側が過去にアップロードされたファイルに遡っての対応を求めたため、過去のアップロード数の膨大な YouTube は包括契約に至ることができなかった。したがってこの時点では、たとえば JASRAC 管理楽曲を自ら DTM 化したものを使った動画などは、ニコニコ動画上にアップロードすることは合法だが、YouTube にアップロードすると違法になるという、一種の「ねじれ現象」が起きていたのである。

しかし、本稿執筆中の2008年10月23日、YouTube も JASRAC との包括契約を実現し、その管理楽曲約700万曲について合法的に利用が可能になった。動画投稿・共有サイトとして最大手の YouTube が音楽著作権管理団体の最大手 JASRAC と包括契約したことによって、国内におけるこの問題は一定の水準に達したといつてよいだろう。

ただし、動画の制作者ではなく「公開手段」であるサイト自体が著作権管理団体と包括的許諾契約を行う、という形態には、危険性も伴う。それは「転載」の問題である。現在でも動画投稿サイト間の転載は頻繁に行われており、試みに Youtube の動画検索注⁽¹⁰⁾において「転載」をキーワードとして検索すると約13万本もの動画がヒットする(2008年10月18日)、このうちの多くは他サイトからの転載を意味していると考えてよいだろう。これをダウンロード違法化と合わせて考えると、一般の利用者にとっては合法・違法の判断が実に難しいケースが発生する。ダウンロードが違法化された場合、たとえば、作者 A 氏が JASRAC 管理楽曲を自ら DTM によって音源化し、それを YouTube にアップロードして公表する。それを利用者 B 氏が自らのパソコンのハードディスクにダウンロードし、それを他の (JASRAC との包括的許諾契約を交わし

ていない) 動画投稿サイトにアップロード(転載)する。それを別の利用者C氏が転載先サイトからダウンロードして自宅で再生して鑑賞する。この場合、B氏のダウンロードは合法だがC氏のダウンロードは違法となる可能性がある(もちろんB氏のアップロード行為は現行法においても違法である)。この場合、一般利用者のC氏に、ダウンロードするファイルの違法性を見抜く責任を負わせることには無理がある。もちろんこれは理論上の問題であって実際には訴えを起こす権利者の側が、C氏が「情を知って」ダウンロードしたことを立証しなければならず、現実に訴追や損害賠償の対象とすることは難しいのだが、一般市民を法的に不安定な状態に置くことは間違いない。

今後は、掲載サイト側が当該作品について技術的な手段を講じてダウンロードが不可能である状態にする必要もあろうし(ただしこれには技術的な抜け穴が出来やすい)、また、作者の側で合法的に利用した他人の著作物について作品に付加コメントとして残す、といったような一種の「タグ付け」に関しても検討されるべきだろう。

このように、著作権法が厳格化の方向にある現状においては、音楽著作権の分野で包括的許諾契約の動きが現れたことは歓迎すべきことだが、その動きは動画投稿・共有サイトの隆盛に圧されてそれをいわば「追認」することで行われているのも事実である。つまり、動画サイト側から言えば法的リスクを負いながら新しいサービスを開拓することで状況を変化させてきたわけである。これが現在のネットサービス業界の一つのやり方であって、その過程には常に(一時的にせよ)「無法状態」や多くの訴訟による混乱が予定されている。

それだけに、我々教育現場が考えるべきことは何かとと言えば、学習者に適正な著作権運用に関する正しい認識を得させることと同時に、オリジナルの価値に気づかせ、自らもオリジナルな表現を創出できるだけの力を養成することだろう。そこで、以下、オリジナルな表現に導く指導

方法について検証することとしたい。

3. デジタル社会における「個性」の表現

パソコンの32bit化以降、コンピュータの処理速度と記憶容量の急速な増加によって、個人が容易に完成度の高い表現を実現することができるようになった。前述したDTMのみならず、アニメーションや3次元グラフィックスに至るまで個人が趣味的に制作することが可能になっている。まさに現代は個性の時代であると同時に表現の時代でもある。

自家用車を例に挙げれば、かつて高度経済成長期には同仕様の「スバル360」注(11)が街に溢れるような単一的消費が行われていた。しかし現在は、車種自体が激増したのみならず、車種ごとに数多くの車格、色、内装、オプションが存在し、カーナビ、カーオーディオ、タイヤからホイールに至るまで無数の選択肢の中から気に入った物を組み合わせて「あなただけの一台」が出来上がる。このような消費の個人化は、さらに細分化されて「個人化された消費は個性の表現だ」という一種の幻想を纏うにいたる。つまり、実際には「他人の著作物の組み合わせ」をしているにすぎないことが、あたかもオリジナリティの発現であるかのように行われるということである。典型的な事例が携帯電話端末のカスタマイズだろう。本体の機種と色のチョイスに始まって液晶画面のデザインテーマ、待ち受け画像、着信音（着メロ、着うた）などたくさんのチョイスやダウンロード素材から好みのものを選んで自分だけの端末をデザインしていく。さらに好みのストラップを付け、ネイルアートのようなデコレーションを施したりシールを貼ったりして「自分だけの1台」ができあがる。個人の自己表現の場として現在広く利用されているブログについても、同様のことが言える。レンタルブログサイトの多くでは、画面のカラム数や色、文字のサイズを選び、数多くのデザインテーマから好みのものを選んで「自分だけの」ブログサイトのデザインができあがるのである。

ITの発展は、ややもすると「表現」を限りなく「カスタマイズ」に近づけていく。個人は数多く用意された選択肢の中から自分の好みに合ったものを選び出す。その繰り返しのよって全体として「あなたらしさの表現」「私だけの表現」に見えるものが作り出される。いわば「選択することによるオリジナリティ」「選ぶ個性」である。この現象は、一方ではこれまで表現活動との関わりがほぼゼロであったような層に対して自己表現の機会と手段を与える道でもあり、その意味では評価されるべきかもしれない。しかし、他方、表現の崩壊につながる危険性を持っていることも忘れてはならないだろう。情報社会における真の個性化のために必要なことは、ITを使ったオリジナリティの発現であって、そのために不可欠なのがオリジナルな表現に関する教育である。

4. 「オリジナルな表現」教育のための新たな試み

ここで、筆者が就実大学人文科学部で担当する授業「情報とコミュニケーション」を例にして、「選ぶ個性」から「作る個性」への転換を目指す指導方法について考えたい。この授業は総合教養教育科目の一つであり、人文科学部の全学科の学生が選択履修できる。情報発信者としての知識と技能とを獲得することを目的として、演習部分では受講者は特定のテーマを持ったWebコンテンツを作成するという形で情報発信を行う。Web制作の技能習得そのものを主目的としないため、自己紹介的网站、コミュニケーション网站的の作成は行わず、各自がどのようなテーマでの情報提供が可能かを考え、企画を立案し、作業を計画し、企画を実現し、評価するという過程そのものを学習の目的としている。従来、受講者が選択するテーマとしては、文学や歴史など専攻分野にかかわるもの、小説・詩・写真・イラスト・アニメーション・音楽などの作品発表をするもの、アルバイト体験、趣味、ペット、地域などに関するものなどが多かった。

この授業では平成20年度、新たな試みを始めた。それは、「架空のサ

イト」の制作を企画として積極的に容認するという試みである。架空のサイトとは、たとえば歴史上の人物がもしブログを書いていたら、というような想定で作るサイトである注(12)。そもそもの発想としては、当該授業でオリジナルなサイト企画が立てられずに、あるいは企画は立てたものの実現できずに途中で履修を放棄する学生を減らそうという目的があったが、同時にオリジナリティの豊富な作品をより多く作らせたいという意図もあった。

実際に提出された架空サイトとしては次のようなものがあった。

- ・ 架空の会社の公式ホームページ
- ・ 架空の映画の公式ホームページ
- ・ 架空のコンピュータゲームの公式ホームページ
- ・ 古典文学の登場人物によるブログ

図1は「もし織田信長が当時ラジオ番組のパーソナリティをやっていたら」という想定で、友人たちの協力を得て実際に音声を録音・編集してラジオ番組を制作し、ブログや番組へのメールが送れるページなどもダミーで作成して、ラジオ番組



図1 学生作品「戦国的ラジオ番組 IKUSA」

組の公式ホームページの体裁のサイトを制作したものである。

他にも、たとえば架空のゲームのホームページでは、見た目はWebサイトの形を取りながら、そこにはゲーム世界のストーリーやキャラク

ター設定がさまざまな形で断片的に語られており、語られている断片から語られない背景を読者が想像で補完しながら物語享受するという独特な表現形態が取られている。小説に「書簡体小説」や「日記体小説」があるように、これら架空サイトはいわば「ホームページ体小説」「ブログ体小説」とも呼ぶべきものである。ここには新しい表現の可能性が潜んでいるのではないかと考えるが、それは本稿では措くことにする。

この架空サイトの教育効果を測定するために、次のような2種類の調査を行った。

- ・前年度と同じ授業と比較して、途中放棄者が減少したか。
- ・前年度と同じ授業と比較して、オリジナルな表現の度合いが増したか。

なお、19年度と20年度では、架空サイトの作成をメニューに加えた以外の授業内容の改編は行っていない。

(1) 途中放棄者に関する調査

上記平成20年度前期の2コマ（「情報とコミュニケーション a」「同 b」）の受講者と、19年度前期2コマ（「同 a」「同 b」）、後期1コマ（「同 c」）の受講者を比較してみた。このとき、「途中放棄者」を次のように定義した。

- 1) サイトが完成に至っていない（課題未提出）。
- 2) 授業開始から Web 制作の企画立案の開始（おおむね4～5回目の授業まで）に至るまで、授業の2/3以上出席していた。

つまり、企画立案から実現の過程に躓いた受講者数を把握するため、履修登録はしたものの最初から一度も出席していない、もしくは一度出

席しただけで来なくなった、全期間を通して欠席が著しく多いために課題未提出に終わった、というような受講者は「途中放棄者」にはカウントしていない。

集計の結果は次のとおりである。

	途中放棄者	受講者総数		
H19年度前期 a	1	42		
H19年度前期 b	6	41		
H19年度後期 c	2	36		

合計	9	119	途中放棄率	7.6%

	途中放棄者	受講者総数		
H20年度前期 a	4	43		
H20年度前期 b	3	43		

合計	7	86	途中放棄率	8.1%

途中放棄率は20年度のほうが微増しているが、この数値で標本に対応のない場合の母比率の差の検定を試みると、有意確率 p は0.879305、有意水準 5% で検定を行うと $p > 0.05$ となり、有意差はみとめられない。架空サイトの制作をメニューに入れることで途中放棄者を減らせると期待した調査者の仮説と目的は達せられなかったことがわかる。

(2) オリジナルな表現の度合い

オリジナルな表現の度合いを測る尺度として、今回は「挿絵、壁紙、アイコン等のいわゆる Web 画像素材を自作したかどうか」を採用することとした。この方法を採ったことは次の理由による。

- ・画像素材を提供する素材提供サイト^{注(13)}は無数に存在し、これを利用して自分のサイトを飾ることは一般的であると同時に「選ぶ個性」の典型例と言える。
- ・それだけに画像素材を敢えて自作することは、オリジナリティへの強い指向と考えることができる。
- ・画像素材は（BGMなどの音楽素材と違って）ほとんどの受講生が何らかの形で作成・利用している。

また「オリジナル画像素材」については次のように定義した。

- 1) 画像編集ソフト等を使って作成したイラストやデザイン文字
- 2) 自分で撮影した写真を画像編集ソフト等を使って、ポストリゼーションなどの特殊効果をつけてイラスト化したもの

したがって、次のようなものは今回の「オリジナル画像素材」にカウントしなかった。

- ・画像サイズ、明度などの基本調整しか行っていない写真画像
- ・写真に画像編集ソフトを使って単純な文字入れや模様入れをしただけの画像

これらを排除した理由は、通常、ホームページは「オリジナルな写真と文」で構成されることが多く、オリジナル写真はほとんどの受講者が使っているコンテンツであり、これをカウントすること自体に意味がないからである。

平成20年度前期の受講者88名のうち、途中放棄者が7名、最初から出席しないなどの履修放棄者が2名で、課題作品を提出した受講者が79名

であった。79名を、架空のサイトを制作した群（以下「架空サイト群」）とそうでないサイトを制作した群（以下「リアルサイト群」）とに分け、それぞれの群におけるオリジナル画像素材を作成した頻度を集計した。

	リアルサイト群	架空サイト群	合計
素材提供を利用	49	9	58
オリジナル素材作成	11	10	21
	60	19	79

両群のオリジナル画像素材作成率を比較すると、

	素材作成	総数	オリジナル作成率
リアルサイト群	11	60	18.3%
架空サイト群	10	19	52.6%
合計	21	79	26.6%

両群のオリジナル素材作成率について、前項同様に標本に対応のない場合の母比率の差の検定を試みると、有意確率 p は0.003185、有意水準5%で検定を行うと $p < 0.05$ となり有意差が認められる。つまり、架空群はリアル群に比べてオリジナル画像素材の作成率が高いと言える。

19年度の前期2コマ、後期1コマを通算してwebサイトを完成させた受講者数が110名、そのうちオリジナル画像素材を作成した受講者は18名であった。作成率は16.4%である。20年度前期においては架空サイト群とリアルサイト群を合わせて26.6%がオリジナル素材を作成しており、明確な差異が認められる。19年度は1例をのぞいた全てがリアルサイト

であり、20年度前期におけるリアルサイト群のオリジナル素材作成率とほぼ同位の数字である。このことから、20年度におけるオリジナル素材作成率の際立った上昇は、その大方が架空サイト企画の出現に起因するものと言うことができる。

架空サイト企画は、当然のことながら現物の写真を掲載することが困難であり、当然の帰結としてオリジナル素材作成の必要性を高めるのだが、実際の学生作品を見ると、そのみならず、素材提供サイトの利用でも事足りるケースにおいてもあえてオリジナル素材を作成している例が多く見られ、オリジナル作成への気運自体が高まっていることが伺える。

これらの結果から、架空サイトを企画のメニューに加えたことは、企画の幅を広げて立案を容易にし受講者の途中放棄を防ぐのではなく、オリジナルな表現への気運を高めて「選ぶ個性」から「作る個性」への脱却を促す効果があることがわかる。

5. おわりに

ITの発展は消費の個人化と、大衆の「個性化への指向」を生み出した。しかし、「個性の表現」というスローガンが新たな消費行動を誘因する幻想にすぎないのではないかという可能性も無視できない。そこで本稿では「選ぶ個性」から「作る個性」への脱却のために効果的な指導方法の一試行について報告した。この方法に一定の効果は認められるものの、それは架空サイトを制作した受講者に限定されるといわざるを得ない。そこで今後の課題として、より多くの受講者に対して有効であり、より明確に「作る個性」への教育を指向する指導方法を確立していく必要を感じている。

注(1) 「Web 表現教育と著作権 ―情報発信演習における法規制ケーススタディー」中西裕、「就実表現文化」第一号、2006年12月25日。

- 注(2) 著作権法第二百二十三条「第百十九条、第百二十条の二第三号及び第四号、第百二十一条の二並びに前条第一項の罪は、告訴がなければ公訴を提起することができない。」
- 注(3) 「知的創造サイクルの推進方策」2007年2月26日知的財産戦略本部知的創造サイクル専門調査会。首相官邸サイト内に pdf 文書で掲載されている。
<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/tyousakai/cycle/>
(Access:2008年10月25日)
- 注(4) 文部科学省サイト内に pdf 文書で中間まとめ概要が掲載されている。
http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/bunka/gijiroku/010/07101103/001.pdf (Access:2008年10月17日)
- 注(5) 「Internet Watch」2008年1月18日付「パブコメで著作権法違反の「非親告罪化」に反対意見多数」、増田覚。
<http://internet.watch.impress.co.jp/cda/news/2008/01/11/18101.html> (Access:2008年10月17日)
- 注(6) 「著作権分科会 私的録音録画小委員会（第15回）議事録・配付資料」
http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/bunka/gijiroku/020/07121906.htm (Access:2008年10月4日)
- 注(7) 「ITmedia」2007年11月28日掲載のニュース「『ダウンロード違法化』に反対意見集まるが…… 埋まらぬ『権利者』 vs. 『ユーザー』の溝」
<http://www.itmedia.co.jp/news/articles/0711/28/news132.html>
(Access:2008年10月4日)
- 注(8) 「ITmedia」2006年6月7日掲載のニュース「『スプー』削除の舞台裏 『YouTube』にテレビ局苦慮」
<http://www.itmedia.co.jp/news/articles/0606/07/news070.html>

(Access:2008年10月4日)

- 注(9) DTM は Desk Top Music の略、パソコンを使った音楽制作・編集の技法。ボーカル（歌唱）を合成することのできる「ボーカロイド」というソフトウェアの流行によって急速に DTM 人口は増加している。
- 注(10) YouTube トップページ <http://jp.youtube.com/> より検索。
- 注(11) 1958年に発売された富士重工業の軽自動車。車がぜいたく品であった当時、庶民にも手の届く価格で登場し1960年代を代表する「国民車」「大衆車」となった。
- 注(12) 『歴史 WEB』（藤井青銅著、金谷俊一郎監修、日本文芸社、平成20年1月30日）がヒントになった。
- 注(13) 個人が、自分の描いたイラストや写真、デザイン文字、BGM、効果音などを、非営利の個人ホームページ等での利用については無料との包括的許諾を行って配布しているサイトのこと。

就実表現文化 第三号 (通巻第29号) (非売品)

平成二十年十二月二十日 印刷

平成二十年十二月二十五日 発行

編集兼 就実大 学
発行者 表現文化学 会

〒783-8566 岡山市西川原一丁目六一

電話〇八六二七一一八一(代)

印刷所 株式会社 藤井印刷所

〒780-8666 岡山市京町四丁目三

電話〇八六二二二一〇六三八(代)