

特集：ユーザ中心のコンテンツ政策

Special Edition: User-oriented Content Policy

近年、デジタル技術及びメディアとしてのインターネットが急速に発達するなかで、「コンテンツ」が今後の有望な産業分野としてのみならず、ユーザ個人が気軽に自己表現を行うという新しい文化領域としても大きな注目を集めている。

従来においてユーザは主としてコンテンツを消費する立場であったが、例えばblogや掲示板への書き込み、動画や写真の投稿・共有等も含めて、誰でもその意志さえあれば自分なりのコンテンツを創作することが出来る環境が整いつつある。

そして、ユーザは単なる視聴者にとどまらず、既存のコンテンツを利用した二次的な創作も行っており、新たな価値をも創造し始めている。本誌においては、こうした二次的創作活動を「メタ・クリエーション (meta-creation)」と名付けている。

このように、コンテンツが多様な方法で利用されることが想定される環境においては、コンテンツの著作者や関連事業者の視点だけではなく、ユーザの視点からコンテンツ政策を再構築することが望ましいと考えられる。

本誌においては始めに、コンテンツ産業の現状と課題（白藤）、そして短編映像（ショートフィルム）の最新動向（杉浦）やPCゲームにおけるメタ・クリエーション（星野）について紹介している。次いで、コンテンツの利用を促進するための方策について提案を行っている（福井）。そして、メタ・クリエーションにあたってはビジネスモデルの構築が急務であることに触れ（鈴木）、コンテンツの利用及びリミックスを容認する「サンプリング・ライセンス」を確立したブラジルのデジタル・カルチャー政策を紹介している（原田）。最後に、様々な分野におけるメタ・クリエーションの動向を紹介し、今後の「ユーザ主体のコンテンツ政策」を提言している（太下）。

In recent years, amid the rapid development of the Internet as the digital technology and media, the "content" has become the focus of much attention not only as the promising industry area hereafter, but also as the new cultural field of easy self-expression for an individual user.

In the past, users were positioned mainly as the consumers of content, but for instance, the environment is being developed for anyone who has a will to do so can create one's own content, including posting and sharing messages, animation, pictures, and others to blogs and sites.

And users are not just viewers and listeners, as they begin to create new value by creating secondary content using the existing content. In this publication, we call these secondary creative activities as the "meta-creation".

In the environment above where the content is assumed to be used in a variety of ways, it is desirable to reorganize the content policy not only from the content writers' or related-providers' point of view, but also from the users' point of view.

In this publication, such topics are presented as the current content industry situation and issues (Shirafuji), the recent trend of short films (Sugiura), and meta-creation in PC games (Hoshino). After that, a proposal concerning measures to promote the usage of content (Fukui) is made, and it is discussed that the establishment of the business model is urgent for meta-creation (Suzuki), and the Brazilian digital culture policy that established the "Sampling License" that allows the usage and remix of content (Harada) is presented. Lastly, meta-creation trends in various fields are presented, and the "User-oriented Content Policy" of the hereafter is proposed (Oshita).