

# データベースと情報検索

---

情報検索(7)

消費者生成メディアの最近

教員 岩村 雅一

## 日程(情報検索:担当 岩村)

---

- 12/9 検索エンジンを使ってみる
  - 12/16 メディア検索を使ってみる
  - 12/25 ウェブアプリケーションを使ってみる
  - 1/9 検索エンジンを用いた演習
  - 1/20 検索エンジンの仕組み
  - 1/27 メディア検索の仕組み
  - 2/3 消費者生成メディアの最近
-

# 消費者生成メディアとは

---

- 一般の人が内容を作成するメディア
    - Consumer Generated Media; CGM
    - 例: クチコミサイト、Q&Aコミュニティ、ソーシャルネットワークワーキングサービス(SNS)、ブログ、Wikipedia
  - インターネット普及前
    - 情報の発信: **プロ** → 情報の受信: **消費者**
  - インターネット普及後
    - 情報の発信: **消費者** → 情報の受信: **消費者**
-

# 取り上げる話題

---

- 初音ミク
  - ニコニコ動画
  - ピアプロ
-

# 初音ミク

- 歌声合成ソフトウェア
  - 2007年8月発売
  - VOCALOID
- キャラクター
  - 年齢:16歳
  - 身長:156cm
  - 体重:42kg
  - 得意ジャンル:アイドルポップスとダンス系ポップス



# 初音ミクの広がり

---

- オリジナル楽曲
  - PV
  - ライブ
  - イラスト、動画
    - MikuMikuDance (MMD)
  - コスプレ
-

# N次創作

□ 一次創作物が二次創作物を生み、二次創作物が三次創作物を生む集団的創造現象

- 「歌ってみた」: 初音ミクのオリジナル曲を人間が歌う
- 「描いてみた」: PVの作成
- 「踊ってみた」: PVの振り付けを人間が踊る



# なぜ広がったのか？

---

- 日本の風土
  - ニコニコ動画
  - ライセンス
-

# 日本の風土

---

- オタク文化
  - キャラクターを大事にする
  - 音楽、イラスト、映像などの様々なコンテンツで潜在能力が高く、熱意のあるクリエイター
  - 新しい物を好む人が多い
  - 過去には...
    - 能や歌舞伎: キャラクタを大切にする文化と関連
    - 連歌: N次創作そのもの
-

# ニコニコ動画

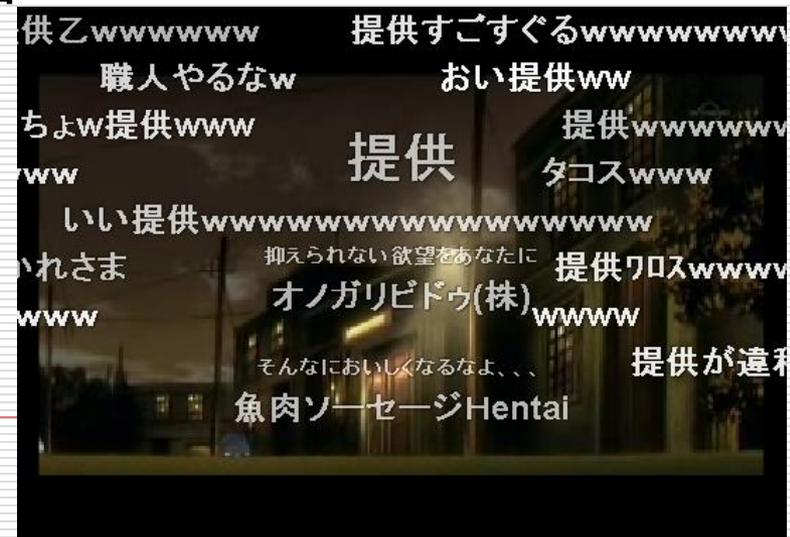
---

## □ 動画共有サービス

- 2006年12月サービス開始
- 登録会員数:2,500万人(日本の人口の19%)

## □ 類似サービス:YouTube

- 2005年12月サービス開始



# ニコニコ動画の特徴

---

## □ リアルタイムにコメントが流れる

- コメントを書いた時間が記録され、同じ時間に画面を横切る
- 画面を埋め尽くすコメント
- ユーザは動画ではなく、体験を共有している

## □ ランキング

- 更新時間が1時間 → トレンドがわかる
  - 「祭り」: 特定のテーマで一斉に作品が発表される現象
-

# YouTubeとの比較

---

- YouTubeに比べると、ニコニコ動画はN次創作が圧倒的に多い
    - YouTube: N次創作がほとんど見られない(ほとんどが二次創作止まり)
    - ニコニコ動画: コラボレーション的に作品を創作することが多い
      - オタク文化、同人創作文化が根付いた日本だから
-

# 著作権とライセンス

---

## □ 著作権

- 創作物の利用を支配することを目的とする権利
- 著作権法で保護されている

## □ 著作権法がないと...誰の物も自由に使える

## □ 著作権法があると...基本的には他人の著作物を自由に使えない

## □ ライセンス

- 著作者が他人に利用を許諾する
  - 金銭などの対価を払うときも
-

# クリエイティブコモンズ

---

- 音楽、映画、写真などの著作物のためのライセンス体系
  - 自由に使っていい
    - ただし、一部の権利が制限される
    - 氏名表示(BY)、改変禁止(ND)、継承(SA)、非営利(ND)の組み合わせ
-

# トラブル

---

## □ 人が集まればトラブルが起こる

- 例：他人が創作した「初音ミク」のイラストを作者に断りを入れずに三次創作して、ネットで公開して言い合いになる
  - 原因：コミュニケーション不足
  - 解決方法：作品を使わせてもらった感謝を作者に伝える
-

# ピアプロ

---

## □ 作品の投稿サイト

- 音楽、イラスト、テキスト、3Dモデルが対象
- ユーザ登録が必要

## □ 利用規約

- 投稿する作品を他のユーザが利用することに同意する
- 作品を利用した場合、作者に「使いました」と報告する

## □ 作品を投稿する場合は、 ライセンス条件を指定する

---

# ライセンス条件

非営利(NC)	氏名表示(BY)	改変禁止(ND)	
○	×	×	53.4%
○	○	×	24.3%
○	×	○	11.4%
○	○	○	10.9%

クリエイティブコモンズでは必須だった氏名表示を希望する作品はわずか35.2%

# ライセンスを巡る立場の違い

---

## □ 一般ユーザの立場

- キャラクターは使いたい
- お金は払いたくない

## □ 企業の立場

- お金を払ってもいいから使いたい

## □ ライセンス保持者の立場

- 一般ユーザからはお金は取らなくていい
  - 企業からお金を取りたい
-

# CGMとライセンス

---

1. 一般ユーザはキャラクターを使いたい
  2. 一般ユーザにライセンスを開放
  3. 一般ユーザがCGMを大量に創作
  4. キャラクターの価値が上がる
  5. 企業がキャラクターを使いたくなる
    - ライセンスを保持する企業に収入が発生
  6. 1に戻る
-

# 参考文献

---

- CGMの現在と未来：初音ミク、ニコニコ動画、ピアプロの切り拓いた世界, 情報処理, Vol.53, No.5, pp.464-494, 2012.
-

# レポート課題

---

- 今日の講義では初音ミクを取り上げ、従来のようにプロだけがコンテンツを作成するモデルとは異なり、ユーザがコンテンツを創作する消費者生成メディアを概観した。初音ミク以外に成功した消費者生成メディアを一つ取り上げ、それが従来の物とどう違い、どうして成功したのかを考えて報告せよ。
-