

# 視聴者がVTuberを求めているという状況の考察

## —転移性の愛と想定的知の主体を伴うものとして—

本稿では、Live2D を利用するバーチャルユーチューバー（以下 VTuber）について、視聴者が VTuber を求めているという状況を示すことを目的としている。

本稿の内容で注意すべきは、Live2D を利用する VTuber を求めることへの考察であるというように、3D の技術を用いる VTuber を排除したうえで、個々の VTuber の事例でなく全体を俯瞰して記載されるという点である。また、第 2 章からはラカンによる言葉を利用する。ただしその内容は分析の実践に言及するのではなく、ラカンによる概念とその展開を利用して VTuber について解釈を行っている。このために本稿の態度は、ラカンの言葉に解説を付し、その言葉で VTuber を考察するものといえる一方、分析の場面に VTuber をそのまま該当させるといった内容ではない。

本稿の概説に移る。第 1 章の内容は、VTuber の時間共有について焦点をあてている。第 1 章の構成は VTuber の画面配置など、VTuber についての基本的なイメージを与える導入であるとともに、番組のかたちとして時間共有が意図されてきたニュースについて言及し、それとの関連を与えることで VTuber についての時間共有の側面を説明している。また VTuber の姿や画面配置から、画面上で取り扱われる立体表現としての臨場感が少ないという考察も行う。

第 2 章は、ジャック・ラカンによる言葉の導入であり、同時に VTuber の中の人についての内容を与えている。ラカンによる言葉を利用するその理由は、第 3 章において想定的知の主体、および転移性の愛という概念を導入するためである。第 2 章の構成は、ラカンの発達の概念について引用して解釈を行い、その後 VTuber の配信という場で視聴者がどのような態度を求められているのかという点を、ラカンによる言葉を用いて記述するという展開としている。続く中の人問題は、本稿では例外として言及している。このために第 2 章はラカン理論への導入であると同時に、本稿で前提とする VTuber への態度に対する例外を記した箇所として位置づけられる。

第 3 章は、第 1 章と第 2 章の総合である。その内容は、配信といった限られた場でのみ存在できる、想定的知の主体としての VTuber を、視聴者は転移性の愛を伴って求めているというものである。構成としては、まず想定的知の主体、転移性の愛という概念について解釈を行っている。そのうえで視聴者は転移性の愛を伴い、想定的知の主体として VTuber を求めるという態度を記載する。それ以降は、第 1 章および第 2 章の内容について、第 3 章の言葉を用いながら解釈すると同時に、新たな考察を付すという展開となっている。第 1 章および第 2 章において提出していた一段階の容易さという言葉について、第 3 章の中で 2 か所言及している。さらに第 1 章の視聴者が VTuber との時間共有を意図するといった内容について、その位置を一段階繰り下げ、時間共有が配信という場を存続させる手段の性質を帯びるという記載を行う。

# モブキャラクターの叛逆

## — アーレントの大衆論をもとに —

本論文の目的は、サブカルチャー作品において、モブキャラクターが大衆社会における大衆と照らし合わせたときに、社会において持ちうる意義を検討することとする。特に大衆についてはアーレントの大衆論を取り上げ、大衆とモブキャラクターのもつ類似点や相違点を検討しつつ、大衆とモブ、エリートで構成された現代社会とモブキャラクター、サブキャラクター、メインキャラクターで構成された漫画の中の社会について比較検討を行う。

第1章では、大衆という概念についての歴史と、アーレントの述べる大衆論についてまとめた。大衆は様々な研究者から研究されている概念であり、その捉え方も様々である。アーレントも大衆について論じている研究者の一人であり、大衆について、多数であったり公的問題に無関心であったりするためにあらゆる政治組織に所属しない多くの人々のことを指すと定義した。アーレントは第二次世界大戦下におけるナチスドイツの躍進、独裁は、大衆の力を利用したものだと言及している。彼女の著書『全体主義の起源』では、当時の歴史背景と大衆の関係性を具体的に描きつつ、大衆がどのようにヒトラーによって利用されたか、何故利用されるような存在であったかについて論じられている。

第2章ではモブという言葉がどのように生まれ、現代までどのように使われてきたのかについて、その由来を述べた。また、日本のサブカルチャー作品に登場するモブキャラクターの定義や、モブキャラクターの描写について検討した。モブという言葉は本来暴徒、という意味で使用されるが、日本でモブは無名で多数の人々という意味で扱われている。モブキャラクターはモブのうちの1人を指し、モブキャラクターたちは、役名がなく大勢であるがゆえにその物語の世界観を創造するなど、メインキャラクターとは異なる作用を物語に及ぼす。

第3章では、アーレントの大衆論を踏まえ、大衆とモブキャラクターの類似性や相違点について検討した。アーレントの定義する匿名で多数であるがゆえに個別性のない大衆と、サブカルチャー作品における大量に存在し個性がないモブは類似していると考えられる。相違点もあげられたが、大衆の肝要な特性である「個別性のなさ」や「匿名性」は、モブキャラクターに類似することが多かった。

第4章では、エリアス・カネッティの大衆論でアーレントの大衆論を補完できる点について、モブキャラクターの持つ社会的文脈や背景を通じて検討する。アーレントが大衆を否定的に評価する一方、カネッティは肯定的に評価する研究者である。カネッティとアーレントの大衆論を比較しつつ、カネッティの定義する大衆とモブキャラクターを比較し、大衆社会におけるモブキャラクターである大衆の肯定的な要素を再確認した。

第5章では全体をまとめ、現代社会におけるモブキャラクターが持つ意義の考察を試みた。大衆社会における大衆は否定的に捉えられがちだが、同時に力を持つ存在であるということがわかった。その利用の仕方によっては、旧来の漫画作品のモブのように無意味に死ぬ存在でなくなり、モブキャラクターとしての価値を再定義することも可能であろう。

# K-pop アーティストの日本音楽市場での成功要因

本研究の目的は、K-POP アイドルと J-POP アイドルとを比較することで、K-POP にしかない特徴や強み、優れている点を明らかにして、どのようにして K-POP が世界で注目を浴びるようになり、日本でも幅広い人気を得るに至ったのかについて考察することである。

まず、第 1 章では、先行研究から現在の日本で K-POP アーティストが成功している要因を①華やかなビジュアルと憧れ、②良質な音楽とパフォーマンス、③アーティストのコミュニケーション能力やファンサービスのレベルが高さ、④グローバル的な視野、⑤戦略的なプロモーションに分類した。

次に第 2 章では、K-POP アイドルのビジュアルの華やかさについて述べた。韓国の音楽市場は日本の音楽市場と比べて非常に小さいため、『魅せる』音楽を追求して世界に発信していく必要があったことから、K-POP にはビジュアルの華やかなアイドルが多いということが考えられた。

第 3 章では、良質な音楽とパフォーマンスについて考察した。専門家を総動員したプロデュースやトレンドを先取りしたサウンド、表現力豊かなパフォーマンスが K-POP アイドルにしかない魅力、オリジナル性を獲得した要因と考えられた。

第 4 章では、コミュニケーション能力とファンサービスのレベルの高さについて述べた。根拠として①トレーニングによる練習、②ファンとのコミュニケーション、③多国籍グループがあるということが関係していることが分かった。ファンサービスのレベルが高い点は、日本の規制が厳しいこと、K-POP アイドルの SNS の使用頻度が多いことが考えられた。

第 5 章では、グローバルな視野について述べた。K-POP アイドルは海外でも人気を追求しており、多言語での歌唱活動や、海外のイベントやテレビ番組への出演などが行われている。グローバルに活動する姿勢が日本のファンにも受け入れられる要因となったと考えられた。

第 6 章では、戦略的なプロモーションについて述べた。グローバルに視野を広げていく戦略をとっていることやその背景として国内市場の狭さに関係していることを明らかにした。

最後に第 7 章では、どの要素が重要性の高いかについて考察した。まずは K-POP が日本に進出することがなければ人気になることがなかったことから、一番重要なのはグローバルな視野と戦略的なプロモーションとした。これに付随して外国語の習得に力を入れていることがグローバルでの活躍を促進させ、日本での活動も活発になったと考えた。世界、そして日本での活動を安定させたことで、質を求め、音楽やパフォーマンス、ビジュアルの良さを追求したことで、K-POP が現在の日本での人気を獲得するに至ったと考察した。

## 未完のプロジェクト「ゆとり教育」を再考する

近年の教育現場では、「生きる力」の理念の下、「自主性」や「確かな学力」など、従来の教育では扱われなかった概念が重要視されつつあり、それにより学校で育まれるべき「学力」はより一層複雑化し、教育者の負担は増える一方にある。本研究の目的は、そのような「生きる力」の原点である「ゆとり教育」について考察することで、昨今の教育現場の多忙化問題への対策を講じる上でのヒントを得ることである。

まず第一章では、「ゆとり教育」および「ゆとり世代」という言葉が作られた経緯を明らかにし、それが批判された根拠の一つである「学力低下問題」について論じた。メディアは、「脱ゆとり化」以降、しばしば「ゆとり教育」を教育政策の失敗例として取り上げる傾向にあるが、そもそも「ゆとり教育」という言葉は、「狭義のゆとり教育」と「広義のゆとり教育」があるように、その定義について曖昧な根拠を含んでおり、またメディアが取り上げた「ゆとり教育」による「学力低下問題」についても、当時の学力調査の結果から、一時的にそのような「低下」傾向は見られても、その後の成績は向上したという事実から、メディアによる「ゆとり教育」批判は、必ずしも事実と即しているものとは言えないということが示された。

第二章では、「ゆとり教育」を教育政策の一貫として捉え、それがどのように進められ、またどのような矛盾を含んでいたのかを考察した。まず、章の前半では、メディアと国の双方の立場から期待された「ゆとり教育」の効果について、当時の記事や文献から考察し、後半では、実際に進められた「ゆとり教育」政策が教育現場や子どもたちにどのような影響を与えたかについて検討した。政府・メディアのいずれにしても、「ゆとり教育」がそれまでの「詰め込み教育」に対する有効な改善策であるとしてこれを支持していたが、2000年代の「学力低下問題」を皮切りに評価が一変したこと、そしてこれを受けた文部科学省が、教育政策の方向性を早々に「学力重視」路線に戻したことで、「ゆとり教育」への対応に追われていた教育現場に大きな混乱がもたらされたということが、本章で明らかとなった。

第三章では、前章で取り上げた「ゆとり教育」の問題点について、藤田（2014）の文献から引用した「生成学力」と「教科学力」という概念をもとにその原因を考察し、そこからどのような示唆が得られ、近年の教育課題に対応する上で活かすことができるのかを論じた。「ゆとり教育」の目的でもあった「生きる力」、すなわち「主体的に考え、行動する力」を育むためには、その基礎となる教科内容の知識との関連が不可欠である。「総合的な学習の時間」はその関連性が十分に意識せずに実施されたため、結果的に失敗に終わってしまった。今後の教育政策では、両者の関連性が配慮された教育課程を編成していかなければならないだろう。

# フィリップ・ピネルが生きた時代のエピステーメー

## 精神疾患の歴史をテーマとして

本研究の目的は、フィリップ・ピネルが生きた時代の精神疾患が周囲からどのように扱われていたか調査し、その中から歴史的な転換点を探ることである。また、エピステーメーという観点をもち込むこととする。

第一章では、うつ病を始めとした精神疾患の罹患者数などを調べ、精神疾患は誰でもかかり得るものであることが分かった。また、本論文においては、エピステーメーの定義をそのものごとの捉え方が変化した瞬間からその定義が医学会で当たり前を受け入れられてからのことと定義した。

第二章では、これまでの精神疾患の歴史の中からうつ病をピックアップして、うつ病の古代からの歴史を調べた。その結果、古代などにはうつ病には精神疾患としての枠組みが存在していないことが分かった。

第三章では、フィリップ・ピネルが生きた時代の精神疾患がどのように扱われてきたかを調べた。フランス革命期以前まで、精神患者は精神患者として扱われていなかったことが分かった。また、女性はサルペトリエール施療院(Hôpital de la Salpêtrière)、男性はビセートル施療院(L'hôpital de Bicêtre)に閉じ込められていた。しかしフランス革命によって人権宣言が発出され、不当な身体拘束が違憲とされた。違憲とされるまでには、ボヘミアン文学者の台頭など様々な段階が存在した。また、ピネルの死後、新たに法律が作製されたが、実のあるものとは言えなかった。これが、1838年6月30日法である。ピネルの死後12年が経過していた。

このような流れの中で、本論文はフィリップ・ピネルがビセートルのリーダーに就任した瞬間を新たなエピステーメーの誕生とした。

第四章では、これからの精神疾患がどのように扱われていくのかを予測した。本研究はうつ病(メランコリー)を過去に焦点を当てて研究を行ったが、可能であればその未来についても検討が必要であろう。

## 「歌詞派」か「メロディ派」か ―楽曲嗜好の形成要因―

楽曲は、歌詞とメロディの相互作用によって成立するものであり、両者が統合することで印象的な音楽体験が生まれる。一部の人々は、歌詞に込められた感情やメッセージに共感し、自身の考えや信念と連携させることで、音楽をより深く理解する。また一方で、メロディにのみ耳を傾け、音楽を純粋な音の体験として楽しみ、その響きに身をゆだねる人々も存在する。なぜ一部の人々は歌詞の内容を重視し、また他の人々はメロディに注目するのか。本研究の目的は、「歌詞派」か「メロディ派」かという楽曲嗜好の形成要因を明らかにすることである。

まず、第1章では、歌詞とメロディが音楽聴取において重要な要素であるのかについて検討した。歌詞は、感情や思想を伝え、情報共有や共感を促し、音楽体験を豊かにする。メロディは、音の高低や連続性を通じて聴取者の感情や情緒を表現し、楽曲の魅力や効果を大きく左右する。どちらの要素も重要であるということを明らかにした。

第2章では、先行研究をもとに「歌詞派」と「メロディ派」を定義し、それぞれどのような意見を持っているのかを実例によって示した。歌詞を重視し、その内容や言葉の響きによって音楽を評価する傾向が強い人々を「歌詞派」、楽曲の旋律や音楽的な表現に焦点を当て、メロディそのものによって音楽を楽しむ人々を「メロディ派」とそれぞれ定義した。

次に第3章では、「歌詞派」「メロディ派」といった楽曲嗜好の形成要因を検討するために、以下の3つの仮説をたて調査を行った。

( $\alpha$ ) 文学に強い関心を示す人ほど歌詞派の傾向がある。(  $\beta$  ) 外国語詞の楽曲を好む人々と日本語詞の楽曲を好む人々とは、歌詞の捉え方に違いがある。(  $\gamma$  ) 楽器の演奏経験のある人々はメロディ派の傾向がある。

調査の結果を踏まえ、楽曲嗜好についてクロス表を作成し  $\chi^2$  検定を行った。「歌詞派」「メロディ派」の間で有意な差がみられる項目が多かった。特に、歌詞派の人々は、歌詞の主人公の立場に自分を置き換えたり、楽曲における言語的な表現に共感する傾向がみられた。反対に、メロディ派の人々は、歌詞の内容よりもその響きやフレーズに耳を傾け、音楽的な表現に共感する傾向がみられた。

第4章では、第3章で立てた仮説の検討を行った。データからは、( $\alpha$ )、( $\beta$ ) の仮説が支持された。一方で、( $\gamma$ ) の仮説は支持されなかった。

「歌詞派」「メロディ派」といった楽曲嗜好は、歌詞の捉え方や文学への興味、好む楽曲の歌詞の言語、性別などに関連していることが分かる。また、楽曲を好む要素として、歌詞の内容やメロディのほかに、アーティスト・バンドの知名度、アーティストの声質、音楽ジャンルなどが挙げられるが、いずれも重視されておらず、歌詞の内容とメロディのいずれかから影響を受ける回答者が多かった。楽曲嗜好が異なると、その楽曲における共感要素や歌詞の捉え方もまた変化することが示された。

# 化粧のトレンドとその決定要因

## — 1960年代から現代に至る変遷 —

本論文では、化粧のトレンド形成に関わる外的要因と内的要因を調査し、それらがどのようにしてトレンド形成に影響しているかを明らかにすることを目的とした。

第1章では、化粧のトレンド形成の外的要因として以下の5つを挙げ、それぞれがどのように化粧のトレンド形成に影響したかを述べた。

要因①としての「あこがれ」は、女性芸能人など、女性たちがなりたいと思いついた容姿である。女性たちはあこがれの対象を観察し、自らをその容姿へ近づけるような化粧をした。そのため、多くの女性があこがれる容姿がその時期の化粧のトレンドとなってきたと考えられる。

要因②としての「マスメディアと広告」は、さまざまな場面と手法で化粧について発信し、影響を与えていた。マスメディアにより人々の化粧に対する意識が変化すれば、それに伴って化粧のトレンドも変化する。また、化粧品会社による広告でも、新たな化粧品や方法を推奨することによって、人々の化粧方法に影響を与えることができる。マスメディアと広告は、人々の化粧に対する意識を通じて化粧のトレンド形成に影響を与えてきたと考えられる。

要因③としての「カルチャーとサブカルチャー」は、人々がどのように生きるかに影響するカルチャーと、どのようなものを好むかであるサブカルチャーとして考察した。これらは、化粧に対する態度やスタイルの変化を促進することで、化粧のトレンド形成に影響を与えてきたと考えられる。

要因④としての「テクノロジーとイノベーション」は、主に化粧の中で使われる道具などを通じて、化粧のトレンド形成に影響を与えてきた。科学技術やソーシャルメディア、知識体系などの発達により、新たな化粧品や方法が生まれ、多様な化粧が可能となってきた。新しい技術が日々生まれ、人々がそれを取り入れることで、化粧のトレンドに影響していると考えられる。

要因⑤としての「社会的価値観の変化」は、主に女性の社会的立場の変化や、求められる女性像の変化であり、女性の内面を表現するものとしての化粧に影響を与えてきたと考えられる。求められる女性像に見えるように化粧の仕方も変化し、トレンドも移り変わっていったと考えられる。

第2章では、化粧のトレンド形成の内的要因として、化粧をパーツごとに分け、変遷を概述した。本論文における内的要因とは、新たなトレンドが生まれる際に過去のトレンドからどのように差異化しているのか、という観点である。パーツごとの変遷を調査したところ、ポイントメイクは頻繁に変化しやすく、ベースメイクはあまり頻繁に変化しないという傾向があった。

以上をもとにして第3章では、外的・内的要因が化粧のトレンドをどのように決定していくか、そのメカニズムについて考察した。化粧のトレンド形成には複数の外的・内的要因が影響しており、単一の要因のみを化粧のトレンドに結び付けて判断することはできないと本論文では結論付けた。

# 伝統的な音楽産業のデジタル化とコロナ禍の関係

## —ジャニーズ事務所における変化—

本論文の目的は、伝統的な事務所であるジャニーズ事務所を例に、日本の音楽産業のデジタル化がコロナ禍と関係していることを示すことである。

まず、第1章では、ジャニーズ事務所のイベント開催の変化について、コロナ禍になる前の2019年までと、コロナ禍以降の2020年からのイベント開催方法について述べた。コロナ禍以前では、コンサートの他に、ハイタッチ会やファンミーティングなども開催され、ファンと直接交流のできるイベントがほとんどであった。しかし、コロナ禍の2020年から2022年にかけては、30公演以上ものコンサートや舞台が中止になった。その代替イベントとして登場したのが、無観客生配信であった。それぞれのグループやタレントが、生配信ライブを通してファンとの交流を図っていたことがわかった。

第2章では、ジャニーズ事務所のオンラインエンターテイメント戦略について、SNSの活用やコロナ禍での生配信ライブの実施から考察した。以前は、ネット上でのタレントの写真の掲載禁止をしていたジャニーズ事務所は、近年、解禁を進め、今では、様々なグループがYouTubeやInstagram、XなどのSNSを開設するまでになった。2021年頃から開設するタレントが増え始めていることがわかった。これは、生配信ライブといったコロナ禍でのオンラインコンテンツの反響が大きかったからと推測する。

第3章では、ジャニーズ事務所が採択したオンラインエンターテイメントみよって、ファンの応援スタイルの変化を述べた。タレントのSNSが普及したことにより、日常生活でコンテンツを楽しめるようになった。また、「推し活」の流行により、アーティストによるデジタルコンテンツの活用は、有効であると考えられる。

第4章では、ネットから一線を引いていたジャニーズ事務所が、オンラインエンターテイメントを提供するようになった背景について、考察した。まず、コロナ禍による影響があったと考える。生配信ライブといったオンラインコンテンツ上での交流が反響を呼んだことが考えられる。また、ジャニーズ事務所が提供するコンテンツが、ドメスティックな空間において運用されてきた一方で、K-POPやJO1、INIといったボーイズグループが、グローバルに対応したコンテンツを提供していることが影響しているとも考える。以上のことから、伝統的なアプローチを行っていたジャニーズ事務所は、コロナ禍やグローバルに目を向けたコンテンツを取り入れざるを得ない環境になったことで、デジタル化が進んだと結論付けた。

## レンチキュラーとしての文化作品 —『鬼滅の刃』における二重の層—

本研究の目的は、子どもと青年・大人という2つの購買層それぞれにおいて、市場的な成功を取めた『鬼滅の刃』を題材にとって、現代の文化作品におけるレンチキュラー構造を解明することである。

まず、第1章では、本研究の題材である『鬼滅の刃』の作品データについて述べた。『鬼滅の刃』は週刊少年ジャンプの連載漫画作品である。その後アニメ化・映画化することによって、社会現象となるほど人気を博したことが示された。

次に第2章では、『鬼滅の刃』のダークファンタジーとしての側面を示した。まず、『鬼滅の刃』に登場する暴力表現を、a.身体的な暴力の描写、b.血みどろの描写、c.ショッキングな暴力の3つに分類し、これらの暴力表現が与える子どもへの影響を示した。このような暴力表現に対して、保護者が子どものためにできることや地上波放送の児童・青少年への配慮の拡充について明らかにした。

そして第3章では、『鬼滅の刃』の子供向け冒険談としての側面を示した。『鬼滅の刃』のストーリーは子どもにとって分かりやすく、子どもたちが、作中のキャラクターを憧れの対象としていることが示された。また、子どもが日常的に『鬼滅の刃』と企業・イベントとのコラボレーションに接する機会が充実していることが分かった。企業やイベントと『鬼滅の刃』のコラボレーションには、マーケティングとブランドの拡大・ターゲット層の拡大・製品の差別化・クリエイティブなコンテンツ・経済効果が挙げられる。実際に、『鬼滅の刃』とコラボレーションした商品や企画は、企業にとって大きな売り上げとなり、幾度にわたってコラボレーションをする企業が多数見られた。

最後に第4章では、『鬼滅の刃』におけるレンチキュラーの構造に着目した。ここまでの研究で、『鬼滅の刃』は子ども向けのストーリー設定、キャラクター設定が隠されたダークファンタジーであるということが示された。つまり、第一層（物語の設定・描写）＝ダークファンタジーであり、第二層（ストーリー・キャラクター）＝子供向けといった二重構造を有していたのである。これは、両目の視差（parallax）を利用した、見る角度によって絵柄が変化するレンチキュラーであるといえる。レンチキュラーこそ、現代の多様化した視聴者を同時に取り込む仕掛けであるということを、この『鬼滅の刃』は示したと考えられる。

# 人間と AI

## —AI をめぐる問題—

近年、AI 技術は急速な発展を見せており、特に 2022 年中頃には ChatGPT や Midjourney に代表される生成 AI が一般向けに公開され、大きな話題を呼んだ。一方、AI をめぐるトラブルもここ数年で増加し、AI 技術が抱える様々な問題も浮き彫りになってきている。本稿の目的は、こうした諸問題を踏まえたうえで、人間と AI の関係はこれからどう変化していくのか、そして、AI 技術が適切に利用される社会を実現するために、我々はどのようにしていくべきなのかを示すことである。

まず、第 1 章では、AI 技術が創造的な領域でも活用されるようになった経緯と影響について述べた。2000 年代に、ビッグデータを利用した機械学習の実用化、ディープラーニング手法の登場を機に第三次 AI ブームへと突入した。これにより AI の活躍の場はさらに拡大し、生成 AI の開発・普及が急速に進むこととなった。こうした経緯を経て、現在では、誰もが短時間で高いクオリティの創作物を作り出すことが可能となった。

第 2 章では、AI の創作物に著作権は発生するのか、および誰に帰属するのかについて述べた。著作権は「思想又は感情を創作的に表現した」著作物を保護するという見解から AI が自動的に生成した物に対して著作権は認められないという考えが一般的であるものの、生成段階において創作意図、創作的寄与が認められれば、あくまで創作表現の道具として使用したと見なし、プロンプトを入力した人物の著作物と認められる可能性もあると考えられている。一方で、創作意図、創作的寄与が認められる基準などは不明瞭で、いまだ課題は多い。

第 3 章では、学習データの利用に関する問題と AI 利用における責任について述べた。学習データの利用に関するクリエイターからの批判の声は多いものの、現行の法律上では、クリエイターの同意を得ずにその作品を AI の生成モデル開発に利用することが権利侵害に当たるか否かについて、判断しきれない部分がある。また、著作権侵害をはじめとした生成 AI をめぐる問題の解決のためには、開発者側・利用者側双方に果たさなければならない責任があると思われる。

第 4 章では、倫理等に関する問題に加え、AI の適切な利用のための開発者側・利用者側の取り組みについて述べた。AI は人間の創造性の模倣を可能とするようになったがために、時に偏見・差別等の倫理的問題に繋がるようになった。こうした AI をめぐる問題の解決のためには、開発者側は「責任ある AI」の指針を明確化し、利用者側は AI リテラシーを身に付ける必要がある。

最後に第 5 章では、各章を踏まえたうえで、人間と AI のこれからについて考察した。急速に発展し続ける AI の活躍の場はこれからもさらに広がり続けると予想される。AI が適切に利用される社会を実現するためには、開発者・利用者の双方が自らの責任を全うすること、そして国際的な枠組みのもとで AI の活用のための明確なルールを作り上げることが必要であると思われる。