



随筆

## コピーの時代

藤澤俊男\*

今コピーがはらんしている。街の本屋、文具店で手軽にコピーがとれる。学生はひとのノートをコピーにとる。会議のテーブルに出てくる書類も大半はコピーである。さらにファクシミリの普及に伴ってコピーを遠く離れた相手にあつという間に送れるようになった。まだモノクロではあるが、コピアとファクシミリの発達によってビジネスの世界は今コピーの時代である。簡単にコピーがとれ、遠くへ即座に送れるというサービスがビジネス社会のインフラとなった。現状ではファクシミリで送られたものをオリジナルにしてさらにコピーをとると見づらいという欠点はあるが、これも情報通信技術の進歩とともに改善されるであろう。コピアの解像度もよくなり、外国のあるOLがコピアにまたがってとったものを友人達にプレゼントしていたことが発覚し会社をクビになったという新聞記事を見た。さぞ逼真のコピーであつたにちがいない。あるいはカラーのコピーだったのかもしれない。最近ヒットしたCFのなかに男が小指を立てて「私はこれで会社をクビになりました」というのがあつたが、女性がコピアにまたがって肢間を指さし同じセリフを言うのはどうだろうか。

カラーのコピアもあるが、値段が高いので普及していない。最近パソコンのディスプレイ画面をカラーでプリントする簡単プリンタが発売されているが、あまり解像度のいいものではない。他方、高級なものを使うと驚くほど鮮明なプリント、あるいはスライドがとれる。高解像度のカラーグラフィックディスプレイと高級カラープリンタの組み合わせは今後かなり伸びるのではなかろうか。この種のもはアートの世界の技術として定着すると思われる。ただし、

写真フィルムというアナログ記憶媒体のもつ驚異的解像度に迫るにはなお年月を要する。

よく考えてみると印刷技術が発明されたときからコピー文化の時代は既にはじまっていたのかもしれない。その後、静止画の写真、音声のレコード、さらには音声つき動画の映画フィルムへとコピー技術は発展する。戦後は音声テープ、ビデオテープが出現し、今はコンパクトディスク、ビデオディスクが普及しはじめている。

現代の工業技術はいかにして同じ規格の物を作るかという技術であるとすれば、工場は設計というオリジナルからできるだけ正確なコピーを次々と作っていくコピアであるといえる。さらに、種子をまいて同じ種の穀物を多量に収穫する農業技術もまたコピー技術である。そう考えると農業と起源を同じくする人類の文明はまさにコピー文明ではなかろうか。また、我々人類を含めた生物はコピーの技術で再生産される。遺伝子という情報操作で次世代の生物生産は制御される。筆者の顔の真中に行儀悪くあぐらをかく鼻は、何を隠そう、おやじのそののコピーである。万物の構成要素たる原子などという無数のコピーのような全く同じものが集って宇宙ができあがっているのだから、我々のすむ宇宙も壮大な一つのコピーかもしれない。

話が脱線したがもとに戻って、オリジナルとコピーのちがいを考えてみたい。印刷技術ができてからは写本はなくなったので、どの一冊もオリジナルでありコピーでもある。本にはオリジナルとコピーの区別はない。これに対して美術品の場合はコピーは所詮偽物であり、どんなに精巧であっても価格には雲泥の開きがある。しかし精巧なコピーであれば人に与える芸術的感動はオリジナルとほとんど変わらないのではないか。そういう意味でオリジナルに無限に近い

\*藤澤俊男 (TOSHIO Fujisawa), 大阪大学, 基礎工学部, 情報工学科, 教授, 工学博士, 情報工学

コピーというものが存在しうる。美術品の鑑定ということがあるのはそのためではないか。

NHK がルーブル博物館という特集を放映しているが、現在の TV の解像度からみれば所詮コピーではあろう。しかし、なかなかの迫力である。大体の所、電磁波で空中あるいはケーブルを通して人々の手許にとどく映像はすべてコピーである。映像だけでは匂いも味もないし、手で触れることもできないのに、料理番組のビデオソフトは隠れたベストセラーだという。コピーといえども迫力がある証拠である。ポルノの場合、オリジナルを見せると公然わいせつ罪になるが、コピーの写真はどうかというところも駄目である。人に劣情を催させるけしからんものだと言うことで取締の対象になる。これもコピーの迫力を裏づける。

いま色々のニューメディアが離陸しようとしている。高度情報社会になると色々のメディアに乗って情報が流通する。この情報はすべてコピーである。したがって高度情報社会は色々のメディアを通してコピーが縦横にとびかう時代である。ニューメディアが出現するとオールドメディアがすたれるかというところでもない。新旧のメディアはすみ分けを行って共存していくように思われる。衰退した電報でも慶弔用と借金催促用に生残っている。ニュースを例にとれば、ラジオ、TV が速報し、もう少しつっこんで取材したものを新聞がのせる。場合によってはついで週刊誌が特集する。歴史に残る事件ならばそのうち本になったり、映画化されたりする。つまり色々のメディアが互いに補完し、補強しあう例が多い。角川書店などは出版、映画の同時並行企画により相乗効果をねらっているようである。こういうように同じねたを色々のメディアの特徴を生かして使うことは昔から行われている。吉川英治の宮本武蔵ははじめは新聞の連載小説だったと記憶しているが、それが本になり、またラジオ放送では徳川夢声の朗読がよかった。戦前の映画化もみたが、つい先年も TV になった。

色々のメディアが使われる時代には、小さい時からメディアリテラシーというような常識が

養われていく。筆者の母親は死の前数年間は TV 画面にでてくる人間は自分の居間を訪問していると錯覚していた。開発途上国の現地の人を集めてスライドを見せ、こういう蚊がマラリヤを媒介するから注意するようにと説明したが全く関心を示さなかった。よく聞いてみると、スクリーン一杯にひろがったような大きな蚊はその地方にはいないから関係ないと思っていたということである。二つの例はいずれもメディアリテラシーの欠如を示す。メディアリテラシーとは、コピーの虚と実を弁別する能力、メディアを通してくる情報を上手に利用する能力、さらにはメディアに乗せて自分を表現する能力とでもいえようか。

情報が進みコピーが色々と入手できるようになると却って本物志向が強まる。シルクロードに象徴されるように陸路や海路は文化の実像を運び、それに比べると通信メディアは文化の虚像をはこぶ。本物がどこにあると分ると是非とも本物に接したいという要求が強くなる。情報化が進むと出張のような業務目的の移動がへるという説もあるが、ハイタッチな人と人の出会い、あるいは本物を求めての旅というような人の移動はかえって増加するであろう。

コピーの時代は著作権が大問題になる時代であるが、それに関して国民的な常識というものが全くない。これもメディアリテラシーの一部であろうか。筆者がある所で講演したときとったビデオを後に社内研修で使ったという話をきいたが、再放映料を請求すべきかどうかよく自分でもわからなかった。また他の所での講演の場に速記者がいて、後に速記録（速記者の技術には感心した）があるサークル内に流れていたこともある。この場合、講演料が世間並（大学、官庁、経済団体のような薄謝でないことをいう）だったので、その方も含まれていたのだろうと解釈した。ともかく、これからはコピーの時代にふさわしい著作権概念が確立され、社会制度あるいは常識になっていかなければならない。

常日頃コピーに関して感じていたことを書かせて頂き小文にまとめました。