

3ZB-1

マン・マシン・コミュニケーションにおける
「友好感情」生起への考察
(11) ホームページ制作と双方向感覚

糸魚川幸宏

日本ユニシス(株)広報部

1. 研究の目的

本論文ではホームページを制作する人の特徴の把握から制作の過程、情報発信されたものへの反応、発信受信の両サイドの双方向感覚を分析、友好感情の生起につき考察する。

2. 調査：ホームページ制作をする人の識別、特徴の把握

2-1 自由記述によるデータを収集、考察している被調査者は125名(女性10名)ほどいる。個人ホームページを制作していると識別できた人はその内8名である(1名は途中より制作を始め、在宅勤務をする)。

①平成11年4月より6月末迄8名のホームページ制作者に制作動機、目的と受信者との双方向感覚のある交流について調査し、内5名より回答があった(4名の事例につき表1に示す)。

②平成11年7月、自由記述データ提供者のうちメールアドレスを保有する30名(内女性7名)に対しホームページを制作しているかの調査をした。15名より回答があった。調査は電子メールで実施。

2-2 パソコン画面の色彩への感性処理、識別された個人制作ホームページへの調査

①ホームページを特定せず画面の色彩につき100名へアンケートを実施した。

②識別された8名の個人制作ホームページと調査者のホームページ制作に参考になった4名のホームページ、計12名のホームページにつき100名の被調査者のうち13名に対し感性処理を調査した。

①、②の調査に対し12名より回答があった。

3. 結果

3-1 ホームページを制作しないと回答した人(13名、内訳男性9名、女性4名)

①制作しない理由：被調査者a、作らない(文章はone-oneの関係で書く、相手に安心感がある)。

被調査者b、プロバイダー契約していない。契約したとしてもホームページ作成は時間と根気が必要で、特に時間の面で大変。被調査者c、趣味的なことで特に発信することがないことと、更新が億劫なこと等。被調査者d、内容が価値のある物でないと発表する意味がない。被調査者e、発信するほど個性的な情報をもっていない。被調査者f、使用したい目的がない。被調査者g、パソコンを持っていない。持っ

ていても不特定多数に対しての情報発信には、興味はない。他6名も「暇、情報がなく」制作していない。

②パソコン使用の環境

被調査者h、携帯使用、引越後、一人暮らしを始めたが、パソコンは自宅のほうに置いてきた。最近、全く、インターネット関係はしていない。(仕事で調べものをする時に使うぐらい)。他の女性3名はパソコンを自宅に保有していない。男性5名はパソコンを保有しているが、ホームページ制作をしない。

被調査者a(SE経験30年)は自宅のPC(息子所有)は接続不可の状態理由はSWへの不安である。

3-2 ホームページを制作している、制作し始めたと回答した人(3名、内訳男性3名)

①制作理由：被調査者i、HTMLを学習するため自分のWebは公開していない。被調査者j、自分の研究(経営工学)のバックアップ場所として良い。被調査者k、教育で経営者にインターネットの利用法を伝える道具として、自分のページを作成し活用した(今回の調査でホームページのURLを教えた)。

Case Study about User Friendly Systems (11) Homepage and Communication

Yukihiro Itoigawa / Nihon Unisys Ltd. Public Relations Department

②パソコン使用の環境

被調査者j、母が進学塾の教室を経営している。毎月の教室便りを作成している。なかなか覚えが早い。

研究室、自宅でパソコンを使う。PHSを活かしている。被調査者k、プライベート色の強いホームページ

に対し、2年で740回の検索があり30人からメールがあった。女性版画家はアートに活用していない

3-3 ホームページを制作し更新、メニュー拡張等で継続している人の事例

項目	制作の動機、意図／双方向感覚
世評、凄い人 名字典制作 とメニューが 豊富 (男性)	作成動機は掲示板に、「ひましてま〜す。メール下さい(主婦)」といった類のバカバカしいものばかり多かったこと。インターネットが世界を変えるなどと難しいことを言っているが実感持っているのだろうか?「生活実感」を伴う議論が必要。?趣味、遊びの世界の双方向は可。仕事など真面目世界での双方向は要注意。メールを真面目な議論に使うと、真意が伝わらずに、誤解が生じて仲たがいになることが多い。
コーラスの 案内をする (男性、通信 のプロ)	本人は歌わないがコーラス団を紹介するために制作。電話での問い合わせ2件。コーラスに入った人2人。CD-ROM制作の打診があった。ホームページにあるバナーを表示し、リンクをはり、商談成立の場合、謝礼を払うという打診があった。演奏会の予定をまとめているホームページ作成者からの定期演奏会概要説明とその説明からのリンクを張りたいという要求を了承し、リンクが張られた。こちらの依頼に即座の対応がされた。
米の販売 (男性、英語 に堪能)	ホームページ作成の時はなるべく人との交流を大切にしたいと思って作っているし、メールでもなるべくお米の販売だけでなく、地域情報や個人的な情報を発信しようとしているが、思うように出来ていないと思う。難しいことである。米の歴史、栽培方法について小学校、海外からの質問がある。丁寧に答え国際交流に努める。
電筆画教室 の案内 (女性、小説 執筆、アート セラピーを 実践)	制作の時、人と交流するという双方向の感覚はそれほど大切にしていない。ただアンケートを取り、人生の悩み等に答えたりしているのは、多くの人の迷いを取り除いてあげたいと思っているからでもある。インターネット文化はこれから多様に変化してゆくはず。双方向はその点良いメディアに発展する。現代は各人老若共独自の意見があり、司令塔になりたがる傾向がある。もうテレビでは満足しない時代になりつつある。テレビとインターネットが合体した双方向メディアができるともっと面白いはず。

表1 ホームページ制作者の制作、交流への考え方の事例

4. 考察と課題

- (1)ホームページはコンピュータを30年ほど使用してきた技術者(SE等)においても制作されていない事例がみられる。経営工学という専門性、教育するという要素がホームページ制作に不可欠なものなのか。テレコミュニケーションの事例を捉え考察していく。
- (2)サイバースペースにおけるコミュニケーション・ツールとしてホームページが、現状から制作者を増加させていくにはどのような使い良さが必要なか、制作しない人における潜在的ニーズを分析する。
- (3)軍用、学者間の通信で始まったインターネットの世界で情報を個人が発信するということに関し、情報教育がパソコン操作教育に終わっていないか等、今後の課題を国際的観点より研究する。
- (4)企業、大学等の発信するホームページにつき「作ってどうなったか」等、さらに調査を行なう。
- (5)論文を出すために見る学会のホームページは何度も見ているが、記憶に残っているホームページであっても一度しか見ていないことが分かった。ホームページにおける感性処理をさらに究明する。
- (6)女性版画家は特にホームページに興味を示さない回答であったが、経営工学研究者のホームページに対し、男性だからできるという意見を述べた。制作における年令差、性別の問題も課題とする。