

【若手プロデューサー10】

10

コミュニティの力を働かせる

～多様で良質なコンテンツをみんなの力で創出～

吉野 孝 | 和歌山大学

20 世紀の最後の 10 年で得た ネットワークを介した人と人とのつながり

ふりかえれば、20 世紀には、CGM (Consumer Generated Media, 消費者生成メディア) と呼ばれるものは、ほとんど出現していない。巨大掲示板である 2ちゃんねるは 1999 年に、CGM の大きな成功例である Wikipedia は 2001 年に始まった。

従来、ネットワークを介した人と人とのコミュニケーションは、コンピュータという「特殊な設備」が必要であった。20 世紀最後の 10 年になり、インターネット接続が可能な携帯電話が出現した。コンピュータは隠れ、ネットワークを介した人と人とのコミュニケーションが手軽になった。

21 世紀の最初の 10 年で得た ネットワーク上のコミュニティ

21 世紀になり、i-mode をはじめとする携帯電話端末を介したコミュニケーションが普及した。携帯電話を持っている小学生もよく見かける。多くの人が、携帯電話端末を利用して電子メールや Web を利用しているが、コンピュータやネットワークの設定などを特に考える必要はない。

また、手軽にネットワークを利用できる環境が整ったため、SNS (Social Network Service, ソーシャルネットワークサービス) が出現し、重要なコミュニケーション手段として認知された。Wikipedia や多くの商品評価サイトなどの CGM は、日々利用する当たり前の情報源となった。

携帯電話や電子メール、SNS など、多様なコミュニケーション手段の普及に伴い、社会におけるコミュニケーションの仕方が大きく変化している。顔

も知らないネットワーク上のみの友人や知人とのコミュニケーションも当たり前となりつつある。

コミュニティの力を働かせる仕組み

現在、電子掲示板、ブログ、SNS、Twitter などのユーザ発信型のコミュニケーションや、Wikipedia や商品評価サイトなどの CGM の課題として、情報の継続的な更新と情報の信頼性の確保がある。情報の継続的な更新のための工夫として、Twitter や SNS、ブログ、電子掲示板などを連携させることにより、利用者の 1 回の書き込みを効率良く流用する仕組みが採用されている。また、いくつかの日記機能においては、「いいね!」「拍手」「Like」などの簡単に評価ができる仕組みが利用され、CGM 作成者の動機付けに貢献している。さらに、多くの評価の仕組みでは、否定的な評価ができないようになっており、CGM 作成者の更新意欲が低下しないように配慮されている。

筆者の研究グループでは、多くのブログや SNS の日記がほとんど更新されていないという問題や、多くの CGM がほんの一部の人に支えられており、多様な意見や評価、内容が十分に集まらないという問題に着目した。この原因はいくつか考えられるが、たとえば「飽き」や「無関心」などがあり、その解決策は分かっていない。

筆者の研究グループでも試行錯誤中だが、CGM 作成を動機付ける仕組みとして、「コミュニティの力を働かせる」ことが重要であると考えている。そこで、「コミュニティの力を働かせる」ための仕組みとして、次の 4 点に着目した。

<P1> CGM の「作成のしやすさ」

<P2> CGM の「評価のしやすさ」

<P3> CGM の作成と評価へのわずかな「報酬」

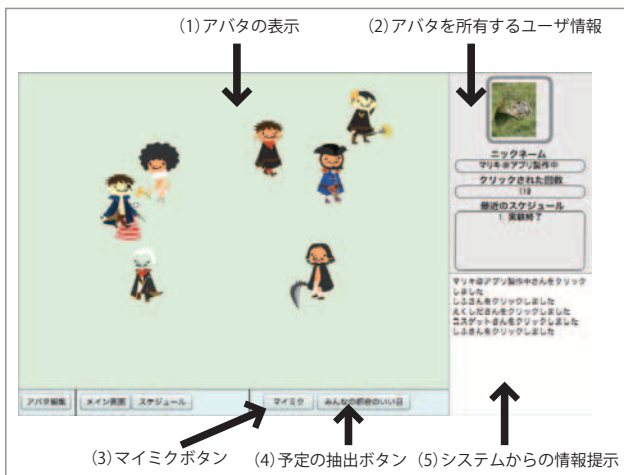


図-1 キャラっとスケジュールのメイン画面

<P4> CGM の作成と評価へのわずかな「強制」

これらの可能性を検証するために、いくつかシステムを試作した。

図-1 に示す「キャラっとスケジュール」は、大学のサークル内のメンバや知人の間におけるスケジュール共有を行うためのシステムである¹⁾。スケジュール共有システムは、昔から存在しているグループウェアの1つであるが、強制力が働かないと入力してもらえないことが分かっている。「キャラっとスケジュール」では、各ユーザのスケジュールをCGMと考えた。「キャラっとスケジュール」は特にP1とP3に着目した。P1として、ユーザが日常使う頻度が高いSNS上でシステムを提供した。P3として、各自のスケジュールの入力数に応じて、ユーザのアバタの服や装備などの選択肢を増やせるようにした。評価実験の結果、他のユーザのアバタを見て楽しんでいるユーザはモチベーションを維持し、継続的にシステムを利用する傾向が見られた。このようなユーザは服や装備などの獲得意欲も高く、スケジュールの入力も積極的に行った。

図-2 に示す「GAZO GAZO KUN」は、各自のアップロードした写真1つ1つがエージェントとなる写真共有システムである²⁾。写真共有システムは、実は、あまり利用されていないWeb上のシステムの1つである。筆者の研究グループでは、特定の写真のみ閲覧され、多くの写真がだれにも見えていない状況に問題があると考えた。GAZO GAZO



図-2 GAZO GAZO KUN のコメント要求画面

KUN では、特に、P2とP4に着目した。P2として、写真の評価方法に、写真エージェントを「なでる」という方法を追加した。P4として、エージェントがシステムのユーザに対して、「コメントして～」「なでて～」などと評価を要求する機能を備えた。評価実験の結果、閲覧回数やコメント数が増加することが分かった。

コミュニティの力を働かせる仕組みの今後

コミュニティの力の活用に関する研究は、やっとスタート台に立ったところである。

コミュニティの力を働かせる「新しい仕組み」として、今後10年で、「友だちと一緒にいると楽しい」あるいは「家族といるとリラックスできる」といった、温かみのあるコミュニティの状況を、情報通信技術によって実現したい。このような状況を作ることができれば、「友だちのために」「家族のために」という気持ちを引き出すことができ、「飽き」や「無関心」などの問題も大きく減らせると考えている。

参考文献

- 1) 吉野 孝, 山野孝幸: キャラっとスケジュール: アバタを用いたカジュアルなスケジュール管理・共有システム, DICOMO2010, pp.1387-1396 (2010).
- 2) 吉野 孝, 松尾知哉: GAZO GAZO KUN: コミュニケーション支援のためのキャラクタ化した写真を用いた写真共有システム, DICOMO2010, pp.140-151 (2010).

(平成22年10月31日受付)

吉野 孝 (正会員) yoshino@sys.wakayama-u.ac.jp

1994年鹿児島大学大学院工学研究科電気工学専攻修士課程修了。博士(情報科学)。和歌山大学システム工学部デザイン情報学科准教授。コミュニケーション支援に関する研究に従事。