

コンテンツ・リソースとネットワーク・ニーズに対応した意見交換システムへの考察

糸魚川幸宏

この論文は横浜市青葉区におけるネット形成のために著者自身のHP・コンテンツを評価、装丁し直し社会・スポーツ心理学といった学術的カテゴリーからコンテンツを提供し都市における問題解決型のネットを virtual に移動させることを目指した事例を報告する。コンテンツとして都市、スポーツ、芸術、ボーダランドに関するものが提供でき、検索において青葉区、コラボレーションをキーワードによりコンテンツ HP が上位 HP にリストされるところまでリソースを見直し redesign を行った。意見交換システム作成においては直接性、人文科学的評価を今後の課題とした。

Content Management and Network of Interaction in Virtual Community

We would provide contents in the Internet for community's interest. Traditional community has aim to send information for sightseeing, historical moment and art. New community should be interested in virtual society for new investment as museum or gymnasium building. I re-designed my home page as city planning, sport influence in education and perspective for welfare health. What is best and aptitude as useful information technology would be discussed toward virtual networking.

1.はじめに

新しい酒は新しい袋にという言葉があるがプロフェッショナル・コミュニケーションという言葉も現状により代替の言葉がコラボレーションされている。キーワードとして技術、科学、コミュニケーション、情報デザイン、マネジメント、人間というものが上げられる。本論文ではコミュニティにおけるネットによるコミュニケーションの有効性とコンテンツ提供の妥当性を具体的に検証するものとする。

2. 横浜市青葉区の環境

人間的コミュニケーション:新興コミュニティである横浜市青葉区において心理学、情報処理の研究のためのデータが提供された。地元の藤が丘に始まるコミュニケーションの場はアス
(ウイズダム インク、Wisdom Inc)

レチック、生涯現役の会、コミュニティ・カレッジの講演会で知り合えた人達に限定され、メールによるコミュニケーションはない。市議員についてはHPやメールによって動向を知ることができる。バスケットのファンは1人でインターネットを楽しみ、少年に実技指導を行っており特にネットでファン同士の交流の場を持つことはない。青葉区は江戸時代には農村社会であり郷土史研究家により大場村にいた白井伝右衛門の古文書が研究されコミュニティ・カレッジで公開されている。

比較コミュニティ:社会心理学のテーマとして著者は「都市の心理的風景」の連続研究をしているが、青葉区と比較考察されるコミュニティとして鎌倉市(湘南文化)、横須賀市、川越市を関東から識別、上越市、金沢市、京都、松江市を本論文の論考のために比較する都市として選別した。いずれの地域にも社会心理学的アプローチへの受け皿が用意されている。

3. university, association, communityの検索

都市の情報発信:学会開催は都市のコンテンツを検索する作業を生む。エジンバラ、ハーグ、アムステルダム、ロンドン、ストックホルム、トロント、ウプサラ、クエンカ、木更津、筑波、東京と著者の学会出席した都市が記憶想起される。こうした場合何が検索の主眼となるかといえばホテル、会場への交通、観光、大学、研究所の情報などである。都市からの発信はどのように認知されるか?その一例として第48回GN研究会が松江で開催される通知がされてから松江のコンテンツをメール案内のHP・アドレスからクリックして見ることで松江を知ることがある。松江のコンテンツで京都、金沢、松江は古都三都市と知る。このように都市はHPにより観光に対する案内を情報発信する。一方、こうした何気ないHP探索でコンテンツ、掲示板に青葉区でのコラボレーションへのヒントを得ることができる。例えば金沢市は市民参加の掲示板を設置していることが分かる。

コンテンツ探索と掲示板発信の被検索性:

MSNのキーワード検索の横浜、青葉区で46,824件のHPが検索される。感情、記憶、選挙、コラボレーションというキーワードを1つ加え検索し著者のコラボレーション青葉のHPが検索リスト上位に出るようにredesignを実施した。1つのテレビ局(<http://www.tvk42.co.jp/>)、2つのケーブルテレビ局(小田急<http://www.ocv.jp/>、東急<http://www.itscom.net/>)があり、このHPの検索DBに糸魚川幸宏、Yukihiro Itoigawaを入れ検索すると学会関係のHPが検索され書いている論文のタイトルが分かる。ここで心理学者の掲示板書き込みの検索HPを発見し、意見交換の掲示板が見られる。この掲示板への評価として応答返信は掲示板で行われなくても人名などの検索により書き込んだ内容を広く配信できる強さが上げられる。糸魚

川幸宏名による検索に出る掲示板HPは趣味の性格を持つものであった(表1)。人名でないキーワード検索では感情、記憶を名古屋、岐阜の地名と組み合わせると著者のHPが出る。東海心理学会で発表の実体があるからである。

地域の大学の発信:大学は学会開催などにより地域に大きな影響を与えている。文部科学省の予算によるCOEプログラムの成果公開で横浜国大は「情報通信基盤」のテーマで講演会を開催した。町田、市ヶ尾という青葉区近郊、区内在住の人も参加しネットワーク作りへの協力を依頼できた。横浜国大は横須賀市にあるNTTを研究バックアップ施設として支援を期待していた。ネットワークにおける技術的支援をおおぐ分野は特に現在見当たらず、インターネットによりニーズを探るものにした。

直接性の重視、人文科学的見地:都市の機能は住居を提供し勤務している場所への交通が完備していればよいのか?青葉区につき記述してきたコンテンツ、市会のことは藤が丘駅から徒歩1時間以内で行ける半径内に入る範囲での状況である。歴史博物館が都筑区にある。鎌倉市にいる柳田国男研究家の町を楽しむ感覚に人文科学的見地の重要さがあると考え。

「住んでいる近辺散策で精一杯です。最近のフィールドワークで分かった柳田の世界:①浄明寺東泉水の旧地名からこの辺りは泉の多い場所であった。未だ井戸が残っているので訪れた。浄明寺の隣村の十二所は鎌倉の国境の寒村であったが、虫追い(稲の害虫退治の民俗)の行事で虫が鎌倉の村々から送られた終点であった。浄明寺の宅間ヶ谷の谷戸に川端康成と林房雄が隣同士で住んでいて、その跡地を訪れ環境のよさに感慨にふけた。田楽辻子が浄明寺にあり、最期の北条執権高時が田楽にふけたことを偲んだ。地の人に聞くといろいろ分かり、又散歩で草花や魚や鳥に出会います。青葉区も相模のものふの世界と思います」。

分類 検索	掲示板				地域 神奈川県人材バンク登録者名簿は 鎌倉 横須賀 金沢 京都で共通して 検索される 川越では何も検索されない(対応コンテンツなし) MSN 検索							
	糸魚川 幸宏	推理 小説	ヤク ルト	音楽 仲間	経営 工学	名古屋 感情	岐阜 感情	鎌倉	横須 賀	川越	金沢	京都 感情
著者の HP 検索 (上位)	記入 箇所	記入 箇所	記入 箇所	記入 箇所	Arima.html Road.html /43,741	AP.html AUTUMN. html/8,090	地名 で○	地名 で○	地名 人名 なし	地名 で○	Road.html R.html /67,287	Drawinghtml が 9 番目に リストアップ

表 1 : 掲示板書き込み・HP による被検索 HP の事例 ((html は www1.u-netsurf.ne.jp/~itoigawa/にある))

4. コンテンツ制作のプロセスと評価

通信性: 著者が html を 230 件(u-net)発信しキーワードにより検索されている状況でコンテンツの制作プロセスを評価した。HP 発信の発想は無限情報空間に向けての情報発信の感覚で(blind communication) HP 発信を行い、画像の挿入、HP ビルダーソフトウェアの使用と段階を経てコンテンツ評価に至る。キーワードは意識されていなかった。

情報公開: 学会論文(pdfで21件)、発表資料(pptで7件)、寄稿という公開された著作からコンテンツ化を行っている。コンテンツ制作の条件は一度は不特定の人目に触れていること、印刷されたものであることが義務付けられた。

カテゴリー: コンテンツのカテゴリーは都市景観・都市文化、スポーツ、情報・デジタルアートの3つに分類される。青葉区からみてコンテンツへの評価を行った。

人名検索での HP 評価意見: 糸魚川幸宏というキーワードが最大の意味を持っている。このキーワードに付加価値が付くか否かは研究成果である各論文の内容次第である。各論文には検索用のキーワードを付与する際にある程度勝負は決まる。その語で検索した人はその論文の内容に興味や価値を認めれば、糸魚川幸宏を記憶する。又逆に糸魚川幸宏を記憶している人は興味があればその名前で検索する。こうした以外のケースは先ずない。

青葉区コンテンツへの redesign : HP が青葉区とコラボレーションというキーワードによる検索に応答できることが大事と考えて redesign を検討した。redesign について IEEE-CS 会長の Stephen L. Diamond は本格的展開が始まると Web の redesign を HP とコンテンツの分野で行っていくことに言及した (IPJS2003 年春季全国大会招待講演、The IEEE Computer Society-Implementing the Vision-)。HP 検索、掲示板書き込みという現状からコミュニティにおけるコラボレーションの端緒を開いていこうとコンテンツ評価を行ったが、時期を同じくした IEEE における情報技術の見直しが市民レベルにおける技術活用に示唆を与えるものとして Diamond 講演は参考にできた。

人間性と建築学: 技術的な課題を離れコミュニティにおける人間性を考えた場合どうしても町の歴史資産というものが考えられる。そこで著者のコンテンツと景観、文化と関連づけをし (表 2)、建築学からの指摘をコラボレーション課題とした。

検索ニーズの押さえ方: キーワードを用い検索される側から発信性、受信性を評価してみた。HP を検索 HP の上位 (20 位以内) にするキーワードは地域では名古屋、岐阜、大学では立教、青山学院で心理学、感情、記憶と合わせて検索 HP として人目にふれていた。ここで検索上位 HP は何を意味するかという問題とコンテンツ

景観・文化 コンテンツ	探索応答性	キーワード ド設定	青葉区区民の データ関連	コラボレーション	都市計画への発展
震災都市 (WCity.PDF)	問題意識喚 起	原爆 空襲	なし	耐震設計 地元 FM 局は必要か	多文化・多民俗共生の 町づくり
バスから見た美 観 (BCity.PDF)	環境改善	景観 バス	風景がよい	環境、アルハンブラは 空気によく見える？	日本は土木と建築が分 かれている？
音楽都市 (MCity.PDF)	文化活動 区民参加	合唱団	なし	湘南の音楽愛好、サウ ンドは良いか	コミュニケーションの 道具としてのアート
記 憶 (provip.html)	都市改善の 重要視	記憶 思い出	国道のマラ ソンの記憶	記憶の伝承の記述化 記憶の場を作るアート	都市とアートをつなぐ
教育 (Edu.html)	志の教育評 価	マズロー 塾	企業内教育 の場所	リーダーに神様、名人 は必要か？	e-learning の場の設定
モバイル (Mobile.html)	移動の歓迎	移動 感情	子供の ネット？	意味づけられた場所・ 美しい風景の創造	街道の良さを都市に生 かす
芸術創造 (ContentN6.PDF)	大学の開放	版画 洋画 日本画	故郷を思う 絵画が良い	芸術は町が生むもの か？	芸術の場の設定 デザインの科学実践
浜松研究 (ContentN7.PDF)	交通 食文化	楽器	働く場所と 文化の町	環状 4 号を通過する車 パブリックアート	休憩所感覚と町を通る 道、町での食事
お伊勢参り (ContentN8.PDF)	神社の位置	神社	吉浜等土地 の人がいる	氏子とコミュニティ 去る者は疎いか？	神社の環境
ボーダーランド (Valley.html)	コラボレー ション	サイバー スペース	パソコンは使 わない(70代)	コミュニティ情報— デザイン	デジタルとフィジカル の重なる場所

表 2 : 社会心理学的コンテンツの提供と評価、REDESIGN

(html は www1.u-netsurf.ne.jp/~itoigawa/ PDF は <http://homepage3.nifty.com/VAN1GURD/>)

を制作する時にキーワード検索を考慮していなかったという結果からの考察がなされる。検索された HP の体裁は redesign を考える上で注目に値した。HP においてテキスト内容が重要、地域の特徴、大学のパワーが検索 HP に出ていると判断した (表 3)。

青葉区での検索：コラボレーションに関して HP が制作されていたが、「場」を青葉区、コミュニティ、コラボレーションというキーワードの検索に移し、redesign し検索されるようになった。現状の青葉区への意見、都市に関する論文をリンクした。横浜、青葉区、選挙というキ

ーワードで市会議員候補と同様に著者の HP が検索 HP リストに出るようになった。html への意見として著者の雑記帖という意見があったが、通信における blind 性を重視、体裁は HP ビルダーの標準タイプにしコラボレーションのコンテンツを制作した。

([//www1.u-netsurf.ne.jp/~itoigawa/Collaboration.html](http://www1.u-netsurf.ne.jp/~itoigawa/Collaboration.html))

福祉問題：スポーツのカテゴリーでアスレ施設を考察していることから部分的にコンテンツ化されている。

プライバシーにおける HP 愛好：先行 HP における掲示板では 3～4 人の常連が書き込みを行

テーマ	項目	HPの特徴・課題	区民のデータ	コミュニティが学ぶ点	青葉区への発展
感情 記憶 メディア		経営工学の技術	あり	コンテンツリリース	c-learning IT
町における記憶		環境との関連性	あり	日本体育大への応援?	墨田・江東との交流
児童期のスポーツ		発達とのリンク	あり	健康な環境	施設、教育の充実
Helpful instructor		英語版から日本語版	アスレチック	アスレチックのプロ技術	高齢者の健康
蓋然性期待感		具体的展開場面	(森末慎二)	小田原の駅伝文化	地域スポーツ興隆
インナーエネルギー		葉室鐵夫で出る	日体大健志台	区民参加	スポーツセンター機能

表3: スポーツ関係論文提供と青葉区における発展性 (<http://homepage3.nifty.com/VAN1GURD/SP2003.html> 参照)

い、かなりの専門性ある交流を行っている。青葉区における交流の場を考察するとアスレチックが大きな役割を果たしていた。芸術の分野においては洋画、日本画、デジタルアートが個人のHPに美術館として展示されている。バスケット、アートに関し良質なコンテンツがHPにありグループを組まない個人がコンテンツを楽しんでいる。それは個人の嗜好の問題であり人と交流して意見を交流するものではない。

コンテンツの精度: 感動・魅力の言語化は尺度になる。そこにコンテンツの青葉区性を強く出すと区民の検索を生むと考えた。青葉区の掲示板には検索されたもの書き込みを2件実施、著者のHPの紹介を行った。即時応答はない。

5. デジタルな場を中心に展開できること

選挙における候補者認知: 青葉区における選挙は4月13日が投票日で知事、県議員、市会議員が選出された。青葉区居住の人に意見を聞くと、政治への失望と候補者認知の具体性が聞かれた。何が得票を伸ばすかという要素について考察すると認知されやすい具体性とHP、メールを有効に生かした候補者と考えられる。コンテンツは得票を十倍にする威力を持つと思われる。ただ、環境、景観、スポーツ施設という問題についてネットの場で意見を交換する時期には状況は煮詰まっていない。候補者の主張と著者のコンテンツとの間に争点を

作り区民の意見を聞いて討議するコラボレーション成熟期には至っていない。

blind communication: 特に状況説明などを受信者に対し詳細に行わない発信を再考した。具体的なコミュニケーションをみると話した時の記録や回数カウントは日常生活ではないことである。誰と何を話したかを人に話すこともしないことである。つまり状況がよく分からなくても会話を気楽にしていくのである。HPの掲示板は記録として保存でき誰にも読むことができるという特徴を持つ。そこで詳細な伝達説明をしない発信型コンテンツを制作することは決してその存在を否定するものではない。例: 山口大学で情報処理学会の全国大会が開催された時に作成したHPは山口、姫路などのキーワードで検索される。なぜ人はHPをみるのか、どのようなHPがみられるのかという問いに答えることはBorderlandを作るという課題解決につながる。

コミュニケーション状態の把握: 青葉区において考察してきた状況からネット提唱者としてどのような特色を出すかコンテンツを見直し評価してみた。検索HPとして上位に位置づけられているからそれなりにみられていると考えられる。より具体的なテーマでより具体的に評価しredesignしていく必要がある。コンテンツ制作の過程、印刷、公开发表、デジタル化で制作というプロセスを考えるとデジタルは伝達が早い、テキストのよいものがHPとしてみ

られていると評価できる。

プロフェッショナルな場: ネットを動くコンテンツは表現において独特なものを持っている例えば“まあいいかおじさん”、“なんかくれ、ひとことくれ”という掲示板がある。元大学教授のHPの掲示板において著者の書き込みのあと書き込みによる景品を求める意見が出てくる。掲示板による意見交換は便利ではあるがテーマについて収斂を得ない。ただし、HPを制作、論文を提供している人を見ると自己の知的財産、所有権への正当な評価を求めるクリティカルなものが注目を引く。それがHP認知の基本的あり方かと考えられる。プロの専門的知識を得ようとしてHPを探索、見ることは基本的に「人はなぜ意見をいうか?」、「人はなぜ意見を言わないか?」というコミュニケーションの問題とHPにおいてという「コミュニケーションの環境の違いで意見の出方が変わるか?」ということである。この問題に真摯に取り組むことが現在のコミュニティにおけるネットの有効性を高めるものと考えられる。プロ的コミュニケーションには10年の親交が必要で30年の親交があっても発信はコンテンツがあり、必要性が高い場合に生ずると考えられる。

6. community needs と redesign

インターネットにおいて傾向をみると他の地域と比べてHTML使用に磨き(たまパソコンクラブ)、スライドショー向上(経営工学者HP)などが上げられる。ここでredesignと合わせコミュニティ・ニーズを考えてみた。

ポイントを貫く記憶によるコンテンツ: ここで奇抜かも知れないが、名選手の生まれる心理風土の考察において入手したデータの見直しにより町田、名古屋、徳島、松江をプロットしてみた。この地点は記憶されるスポーツ場面として江夏豊投手の日本シリーズにおけるピンチ

脱出をそれぞれ記述した人が勤務・在住していた(いる)場所である。この記憶を切り口にコンテンツを制作、提供することにより4つの地点の持つ意味、プロ野球というものの地域性、文化性が意識され検索において独自のコンテンツとして評価を得る可能性がある。

7. 今後の課題

デジタルな情報交換に関するキーワード: 会社にあった場、血縁の場、人脈の場、「見知らぬ他者」とのコンサマトリコミュニケーション、コミュニティ生成システム、アドホックなコミュニケーション、遠隔コラボレーションシステム、ネットワーク型組織、非同期コミュニケーションシステム、列挙すると大事であるがコミュニティ住民には分かりにくい技術プロの言葉であり考え方の浸透に一考を要する。

ポスター掲示の効用: インターネット以外のコンテンツ提供のメディアとして町の掲示板におけるポスターの利用が考えられる。テレビの評価はコンテンツの出し方でHP発信が学ぶべきものがあると考えた。

感性への訴求: awareness、impressiveの追求が必要である。コンテンツにおける寿命、次いで都市、コミュニティへのコンテンツ提供がうまく実施されるためのredesignが課題となる。コミュニティ・ポイント: 地区のつながりを究明することが、歴史的に青葉区を地理で見直し、地域、文化、海外のポイントとのつながりをHPで有効にすると考えられる。

文献

- (1) 建築雑誌 2001 Jan. Feb. Sept. Oct.
- (2) digital borderlands, cultural studies of identity and interactivity on the internet, johan fornäs, peter lang publishing, 2002