

情報の共有はイメージの解放へ

映像メディア表現 (NO2)

西 垣 泰 子

論旨

論文「映像メディア表現」の一環として、「コミュニティ型のWebサイトメディアSNS (Social Network Service)」を論考する。

「子どもたちのスマートフォン所有率の増加があり、より快適なコミュニケーションの場を広げ、子どもたちの生活が変わっていくことが予測される。」

上記は、朝日新聞コラム編集長 眞部菊美氏は、教育に関するニュース「子どもを読む」(2012年11月7日朝日新聞朝刊)に掲載されている一文である。

SNSは、個を中心とする「情報発進」に価値を見だし、「自分と波長の合う意見や情報」また、「理解し合える仲間同士」で共有することから新たな「意味を持つコミュニティ」が形成される。SNSの情報が、実社会に広く拡散され、強い力を持ち社会を動かす影響力を持ち始めた。しかし、自己を開示し、その周りの「仲間像」も開示してしまうSNSは、社会的なルールも定まっていない。

今、また、「メディア・リテラシー^{注1)}教育」、「情報デザイン」^{注B)}を考える必要性があると判断したからである。

1、Social Network Service とは、

この項では、Social Network Service メディアの全体を把握する。

1) -1 Social Network Service

モバイル「スマートフォン」利用層は、若い世代のみならず、高年齢まで限りなく増加し、今年の5月時点で5060万人を超え、昨年から利用者が急速に増加した(「インターネット白書2012」監修：財団法人インターネット協会)。

Social Network Service の「facebook」^{注2)}、「twitter」、「google+」、「Piterest」、

「Linkedin」、「Foursquare」、「LINE」と、多様なデータサイズ（動画、写真、画像、文字）がある。利用者は自分の好みや、置かれた状況に合わせて使い分けることができる。発信した自分の意見や画像を理解した「友達」となった間で、有意義な意見や画像、動画等々を共有しあう。

SNSを1人が複合的に利用する例もあるが、一般社会人の「facebook」利用者を100%の単位で比較していくと、「twitter」は、86%。「google+」は、85%。「Piterest」は、8.4%。「Linkedin」は、7%。「Foursquare」は、9.8%。「LINE」は、8.4%の比率である。しかし、現時点では「LINE」は、後述するように、コミュニケーションツールとして驚異的な伸びをした。

これらの数値は、世代間（利用しやすい、友達と繋がりやすい、利用する目的、等）や、個人の思惑から、刻々と変化している。そして、「Twitter」は、現在、関連した「つぶやき」を集めることのできるハッシュタグ（hashtag）がプログラムされ、同一の意見や見解を集めた「仲間」を形成できるようになった。ハッシュタグとは、発言冒頭に「#半角英数字」と入れて投稿すると、ハッシュタグ記号付きの発言が検索画面などで一覧できる。

どのような使い分けがされているか、調布地域の企業経営者の勉強会で得た数値を表組してみた。この図から、一般的には馴染みが薄い「Piterest」、「Linkedin」、「Foursquare」、「LINE」の特性を簡単に説明する。（年齢で利用項目な大きな差がある。ここでは普通の市民の利用状況を取り上げた。）

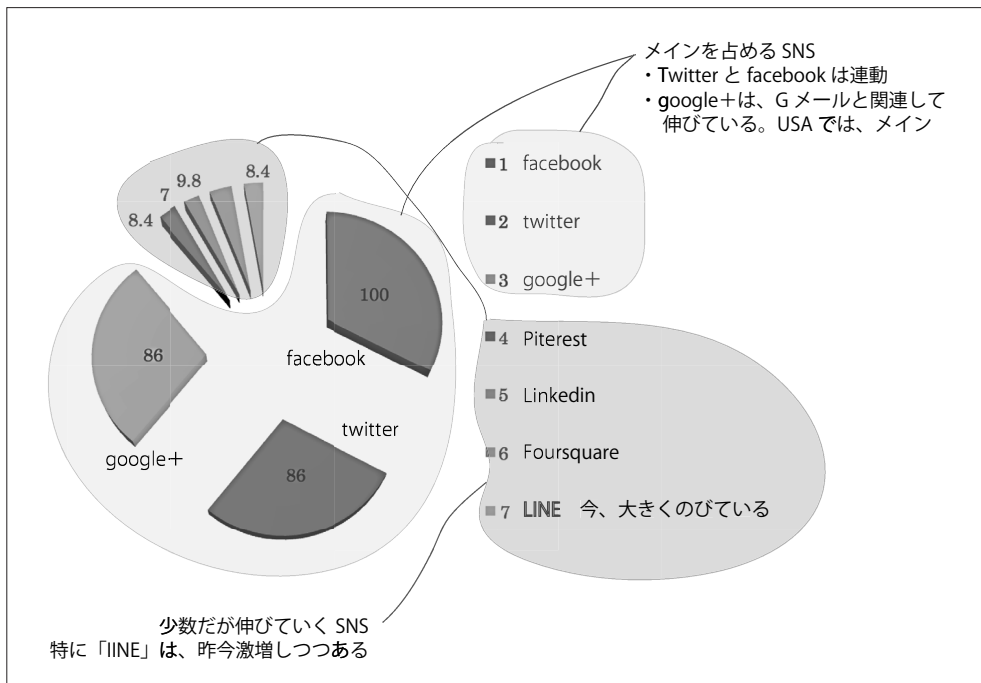


図1 調布コワーキング定例勉強会「ソーシャルメディア 2012 年上半期まとめ」より、西垣作図

- ・「LINE」は、無料通話アプリ。登録したメンバーが複数で長時間トーク（おしゃべり）できる。雑誌「日経トレンド」は、化け物アプリ「LINE」を2012年のヒット商品ベスト2位に位置づけた。起因は、日本最大の同人誌即売会「コミックマーケット」(2012年8月12日)に参加した若者達同士で、「LINEが超便利」と、twitterで呟かれ利用が増加したことによる。また、災害時の連絡に利用出来る（Skype、twitterは、緊急時には利用できない）。メール機能では、ボディーランゲージに徹したコミカルな絵文字でノン・バーバルなコミュニケーションができる。2012年10月25日には、登録ユーザー数が、世界で7000万人を突破した（YAHOO! JAPANニュース）。
コラムニストである眞部菊美さんも、

「スマホを持つ子のほとんどがやっているのが「LINE」という無料通話アプリです。」

と、記述している。子どもたちは、おしゃべりの延長として「LINE」で、コミュニケーションの場所をひろげ、絆を強めているようである。

- ・「Piterest」(ピンタレスト) は、アメリカで開発された画像共有サービス。「好みの画像」をスクラップブックのように掲載でき、ユーザーは、購入の店、価格、質の良さまで比較検討しながら品選びをしている。
- ・「Linkedin」(リンクトイン) は、ビジネス用SNS。自分の職歴や専門職等の情報を公開し、ビジネスチャンスをつかむ事が出来る。また、企業側は、新規プロジェクト、スキルの高い人材等を獲得するのに利用。登録ユーザーは全世界で1億人を超えた（2011年3月）。2011年11月に日本語版が発表され、クリエイター業界にて利用されている。既に利用している著名なプロダクションにアクセスすると世界中のクリエイターとつながることができる。ネットワーク活動の順位もわかるサイトでもある。



バッジ例（人気のバッジは売り切れている）



The Social List
facebook, twitter, foursquare,
linkedinと連動して、自分のソーシャルネットワーク活動の順位がわかるサイト。

- ・「Instagram」は、iPhone、Androidのアプリケーション（スマホアプリ）で特有な写真を撮ることが出来、加工も可能である。ジオタグ（位置情報）、キャプションで、友人と共有（シェア）できる。一億人を超える利用者がいる。写真がメインであることから、文字情報のtwitterと異なる。

これらが、どのように利用されているかを、三つの表にする試みをした（図3-1と図3-2の数値は「netasahi reserch2008」に基づいている）。

4年前の2008年のデータ（図2）が、興味深いので掲載した。

「物を購入する」ことに関して、パソコンやモバイルでのインターネット利用率が高く、（図3-1）と（図3-2）から使用年齢を比較すると、13～19歳が多く、また、（図3-2）では、意図を持ち「情報」を検索する数より、仲間内の情報交換が多い。2012年の現在では、この利用者は、高校生か大学生、または、社会人となっている。

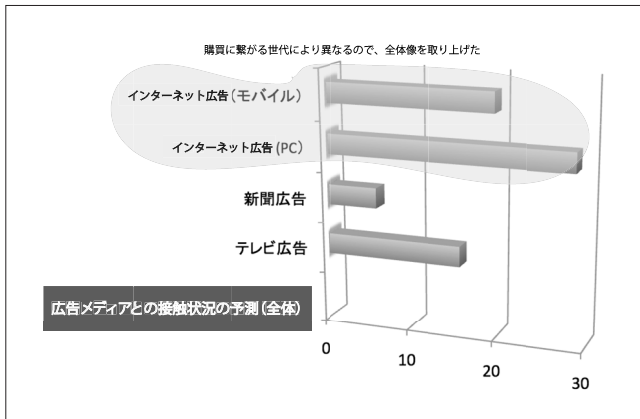


図2 広告メディア接触状況～ヤフー株式会社 2011/12/9 西垣作図

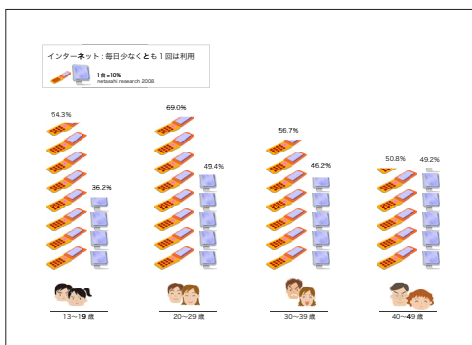


図3-1

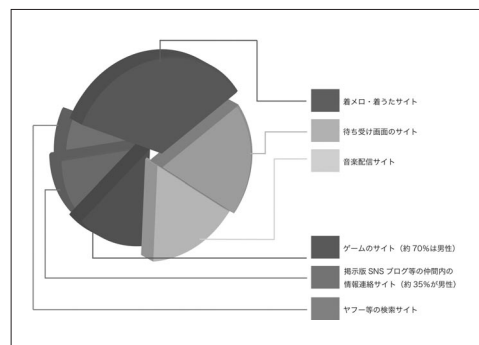


図3-2

「リクルート進学総研」（2012年度）の調査では、4割弱の高校生がスマートフォンを所有し、その利用時間帯は、起床後から就寝前まで一日中利用しているようである。

データから見ると、その所有率は昨年の2.6倍（14.9%→39.2%）と急増し、デスクトップ型PC所有率を超え、「コミュニティサイトへの参加」ではスマートフォンが増加している。

特に、友人・知人とのコミュニケーションツールとしての利用が増加し、高校生達は、SNSを自在に操作しながら、気に入った仲間の固まりを形成しているようである。個人の思うままになるメディアを手中にしながら、SNSに拠り所を求める若者のライフスタイルが、どのような状況かを調査したところ、

「7割以上が私的空間（独りでいるのが好き）」

であった。計り得ないバーチャルなネットワーク・コミュニティを形成するのが「7割以上が私的空間（独りでいるのが好き）」である若者である。

人と人との信頼関係があった上での情報交換は真実味が強い。従来の「クチ・コミコミュニケーション」の構造が、インターネットを介して瞬時にトラックバックされ、拡散している。

AKQA チーフ・クリエイティブ・オフィサーのイナモト・レイ（稲本 零）氏が、

「ソーシャルネットワーキング・サービスの主目的は、人と人とのコミュニケーションにある」

と、語るように、相槌を打ち、絆を持つ「共感」が仲間をつくり、その循環の中から新たな価値を見だし、仲間同士で共有される事は、「人と人との信頼関係」があった上での情報交換である。様々な情報を比較検討しながら自分の立ち位置を計っている世代のソーシャル（社会的、社交的）コミュニケーションは、計り得ないバーチャルなネットワーク・コミュニティを形成しつつある（「ARI（Affect Reason Involvement）発展手法モデル」より）。

恐れている事は、同じ話題に集中してコミットしながら、「クチコミュニケーションの構造を持つSNS」は、同期性と無数の拡散性があることから、「自分が中心」であるとも錯誤させてしまう。更に、そこで、自分の意見や見聞を比較検討しながら自分の立ち位置を計り、また、自己との相違性を確認するために、情報をリミックスしながら常に「モノ」や「情報」の価値観を確認することとなる。そして、仲間外れになる恐れからも自らの考え方に「拘束性」をも作用させてしまい、極めて固有性の高いグループを創り出す事である。

1) -2 個人が社会を変えていく「ソーシャルグッド」と「シェア Share」

上記した起因に、トラックバックされるソーシャルサービス^{注5)}で、「ソーシャルグッド」という^{注1)}「いいね！」^{注4)}のボタンと、自分の意見や見解に共有できる「シェア Share」^{注5)}がある。

これらの機能から、個人にとって、価値ある「情報」を創り出していくSNSは、一方、誰でも新たな仕組みを生み出すこともできる。人間のプリミティブな「感覚と知覚」と「同期性」を伴い、連鎖的に伝播させ「共有感覚」が核となるコミュニティを創り出し、討論や定義の場を少なくしてしまい、反論の場が少なくなり、一方向性に誘導してしまい、

従来の社会構造とは異なってくると予測されている。

生き抜く、仲間づくりから助け合い、楽しむなど、メディアを「どのように使う」かは、人それぞれである。しかし、各個人が個別に発進出来るメディアは、個人の満足度が優先されるルーズな環境でもある。

2、共有感覚

強いつながりを持ち、拘束性を持つ、SNSでの「共有感覚」は仮想空間である。自己を中心とした「友達の和」のコミュニティが、社会の核となった現在、従来のように物事の本質を見極めようとする「自己洞察力」が希薄となり得るとも考えられる。

スタンフォード大学の計算機科学者テリー・ウィノグラード (Terry Allen Winograd)、チリの哲学者フェルナンド・フローレス (Carlos Fernando Flores Labra) 共著の『コンピュータと認知を理解する』[12章：コンピュータを使う－新しいデザインの方向]では、

「認知の鍵となるのは認知システムの可塑性（元に戻らない）であり、これが構造的カップリングを可能にする。インタラクションの領域が変更されると、インタラクトしているシステムの構造もそれに応じて変化する。我々は新しい構造を直接的に個体に組み込むことはできないが、インタラクションの空間を変化させるようデザインすることによって、個体の構造の変化が起動され、それが地平の変化につながる。この地平は、理解のための必須である。コンピュータが特別強いインパクトを持つのは、それが言語で行為するための機械だからである。」

とある。

インタラクションとは交流、交流、相互作用などの意味を持つ、形容詞形の「インタラクティブ」(interactive) から派生した言葉である。(ITの分野では、人間とシステム間の情報のやりとり、操作や入力とそれに対する反応や出力、対話的な操作方法、などの意味で用いられる)。また、人は、「脳 (brain)」、「行動 (Behavior)」、「認知 (Cognition)」の循環のなかで、行動 (Behavior) している。その中で、更に、認知 (Cognition) していく循環があり、渦巻きのように繰り返し上昇していくこととなり (『共感覚 もっとも奇妙な知覚世界』 ジョン・ハリソン著より)、無限の可能性を持つことともなる。

ジョシュア・メイロウィッツ (Meyrowitz, Joshua コミュニケーション学) の著書『場所感覚の喪失』(NO SENSE OF PLACE THE IMPACT OF ELECTRONIC MEDIA ON SOCIAL BEHAVIOR 2003)、ポール・レヴィンソン (Paul LEVINSON 『digital mcluhan』 a guide to the information millennium. アメリカの社会学者。コミュニケーション学。「twitter」の “High Fliers” トップ10に入る) の研究から考察すると、以下の7項目が、これからの社会となるようである。

- 1、肉体なき人－場所感覚の喪失
- 2、専門的な知識を誰でも入手できる
- 3、コミュニケーションの大衆化
- 4、場所感覚の喪失
- 5、文字が「遠出」－書き言葉という共通部分
文字を視覚的に訴えるから視覚空間の主要な構成要素となる
- 6、ユーザーがインターネットのコンテンツ
- 7、21世紀の言葉と視覚のコミュニケーションを基礎に、確乎とした地位を築きつつある。

心の安定、満たされた気持ちを求める傾向が優先され、周りとの差異性は好まなく、「面白い」、「楽しい」、「興味がある」、「波長が合う」ことが最優先され、時間、場所、場の身体的共有が無い。

と記してもいる。この書籍は2003年に発行された。

私的空間（独りでいるのが好き）でのデジタルコミュニケーションは個性が高いはずだが、逆の様相を孕みだした

現代では、メディアが「映像」、「静止画」、「言葉」を統合して、インターネットで拡散されている混乱した様相を呈している。

若い世代の普通の人々がメディアを獲得して情報を自在に発信しながら世論を操作できる時代であるが、コミュニケーションの基本は、自己のみならず、日常に浸透した「論理的な思考」（この場では、言葉を通じて表される理性的な行動。とする）を共有し、そこでのやり取りから、その創造力を最大限に引き出す事である。

SNSは、双方向性だけではなく、インタラクション（interaction 相互作用）するデジタルクロスメディアであり、2つ以上の情報が相互にからみあい、複合的に構築されることから最終的な到着点が見えなく、世界を変えていくこととなる。

『コンピュータと認知を理解する』の著者である、テリー・ウィノグラード（Terry Allen Winograd^{注8)}）、とフェルナンド・フローレス（Carlos Fernando Flores Labra^{注9)}）は、

「新しい技術が人間の活動を変え、そこに新しい活動の用語が作り出される」

と、記述しているように、新たな社会の枠組みが構成されるようである。

しかし、現在、そこでは、善くも悪くも「精査するセクション」が皆無であるのが現状である。

振り返れば、この現状に参考となる社会現象が、日本にはあった。新規なメディアが突然導入されながら庶民が、イメージ的な要素が多いこれらを堪能したコミュニケーション社会である。

3、大衆化した共有性のあるメディア

3) -1 江戸のサブカルチャー

「開帳場にて巾着切りに紙入れを預けるに似たり」 『根無草』 後編

つつい財布の紐が緩んでしまう心理を詠んだ上記の句は、平賀源内の『根無草』(明和六年1769刊行)に含まれている。

江戸時代中期(明和(1760年代)年間から慶応・初期(1860年代)、平賀源内、油彩画と銅版画制作の司馬江漢、錦絵創始者鈴木春信、『解体新書』を訳した杉田玄白等が海外の情報を多く流入していた。中でも複製メディアである「木版画」のサブ・カルチャー(主流文化に反する個人のグループ)が優先された躍動的な時代、江戸時代である。この時代は、庶民文化旺盛といえども、「某か」の調節(ほどよく整える)があった。

世界屈指の商業文化を生み出した豊かな江戸社会では、「読本」、「浮世絵」、「川柳」、「俳諧」等を庶民が楽しんでた。教育水準が高く、寺小屋で学ぶ子供達を含めて、世界一の識字率であり、「読み書き算盤」は、士農工商の身分の平均値70パーセントを越えていた(嘉永年間 1848~1854)。「寺小屋」は子供達の民間の教育の場であり、庶民は、生活を楽しむアクティビティがあった。

平賀源内は、オランダで発明された医療器具(電気ショック治療)から「エレキテル」(摩擦起電器 静電気発生装置)を制作。夏場に魚が売れない魚屋に頼まれて「うなぎのコピー」をする。自らのネットワークで「物産会」を開催する等、官民の橋渡しをした。一方、浮世絵師、奥村政信(貞享3年1686~宝暦14年1764)の「見立て絵」(歴史上の故事や古典を、庶民が理解しやすい題材に託して描く)があり、浮世絵師、歌川国芳(寛政9年1798~文久元年1861)は、浮世絵版画「遊び絵」、「武者絵」、「判じ物」等で、庶民を楽しませた。

十返舎一九の滑稽本『東海道中膝栗毛』(享和2年1814~文化11年1814にかけて初刷)は、歌川広重の浮世絵版画『東海道五十三次』を発行させ、「クチ・コミコミュニケーション」で広がり、江戸庶民に「旅ブーム」を巻き起こした。他方、江戸中期の俳人、柄井川柳(享保3年1718~寛政2年1790)が、世の中の出来事を、軽妙に表現した「川柳」があり、俳人、松永貞徳(元亀2年1571~承応1654)の滑稽をテーマとする「俳諧」^{注7)}がある。言葉で楽しみ、眼で楽しむ(複製版画浮世絵)文化をインタラクティブにつなぐ情報インフラが循環していた時代であった。因みに、空間と時間移動ができる「双六」のデザインは、「貼絵(はりませえ)」と得意とした歌川広重の仕事であった。

統治する幕府は、若き福沢諭吉も参画した「遣米使節団」、「遣欧使節団」も派遣され、海外の情報は正確に取得するとともに、新しいメディア(活字、油絵、写真術、映画術等)を手中にする情報収集を「開成所」(参考:日本文化学部研究紀要4号 平賀源内『風流志道軒伝』の一枚の挿絵から)西垣著)でおこなっていた。外部社会(この場合、幕府統治下以外の国)との結合性を管理しつつ、秩序と活気ある社会発展を実現していた。

言葉で記述するより、視覚的に世界との相互関係を見た方が解り易いので、その関連の

図版を制作したので、最後に掲載する。(図4 幕末から明治にかけての世界のメディア開発の関係年表 西垣作図)

新しいメディアの効果を、官民織り交ぜて「知る」、「効果的な表現」する。「楽しむ」文化が形成されていた。そこでは、現代の「コミュニケーション・デザイン表現」と相通じる仕組みがあったと考える。

3) -2 「情報デザイン」の切り口（イノベーション）

庶民（ユーザー）が活用するSNSが新たな「意味を持つコミュニティ」が形成された現代社会では、ブレークスルー思考（突破する、もしくは解明していく）が必要とされ、意味のある「情報」を抽出することの出来る「リテラシー教育」が必要とされる。

SNSを利用する側（個人でも）は、多くのSNSユーザーに「認知される内要」と視覚表現において「違いを出す」デザイン教育が新たな方向性を創ることができる。

デザイン評論家の栗田勇氏の『都市の文明デザインの思想』の一文が、デジタルメディアでのインフラを含めた構築に適応できると考えと判断し引用する

「社会はこうだ、世の中はこうだと考えるが、その集団的な社会のなかに自分も含まれるそれを切り離してみるのではなくて、ちょうどプラネタリアムのなかで、空を見ているような感じでものを考えていく、それがデザインの発想の秘訣だと思うのである」

また、

「デザインは、社会的集団の自己表現であり、集団の意志を、組織のプロセスで、集団に向かって表現するということであり、その美的特徴は、組み合わせ、コンビネーションにあるのではないかということだ。～（中略）～グラフィックなコミュニケーションは、実体的でなく空間的である。だから、逆に、大衆社会の、一貫性のない大衆にも浸透していくことが出来る」

と記述している。

SNS（Social Network Service）での「ソーシャル・コミュニケーション」は、今までの社会的な枠組みでみていくことには限界があり、予測は出来かねるが、参考になる考え方を以下に記述する。

デザイン（設計も含めた）構成について。西ドイツのウルム造形大に留学後ハノーバー工科大工業デザイン研究所を経たデザイン研究家である、向井周太郎が、デザインについて「知」の総合体として捉えるべきであると、

「デザインとは、あるべき生の全体性としての生活空間の形成」

とのべ、また、「知」の設計として、

「デザインは社会の希望を照らし出していく生成装置である」

と述べている。

- 注A) アフォーダンス (affordance) とは、環境が動物 (人) に対して与える「意味」。アメリカの知覚心理学者、ジェームズ・J・ギブソン (James Jerome Gibson、1904年-1979年) が、環境の表面 (surface) や配置 (layout) を、色やキメ (texture) をどのように見るかを研究し、「与える、提供する」という意味の英語 afford から造った。ゲシュタルト知覚も含まれ、デザインをするワークとしてデザイナーは導入する。
- 注B) 情報デザイン (information design) は、人間とモノや環境との関係性にかたちを与える方法論、生活の中にあふれる無数の情報をわかりやすく提示する手法、あるいは、それらの考え方。「情報デザイン」は、その時代の複製メディア (版画メディア、活版印刷メディア、デジタルメディア、インターネットでの Web デザイン等々) に対応した「視覚伝達デザイン」は、広く「情報」を伝達するべく「アフォーダンス (affordance) ^{注A)}」、「人間の認知心理」を理解した「色彩」、「形態」、「タイポグラフィデザイン」、「情報リテラシーデザイン」が優先されていることを専門分野以外には、あまり知られていない
- 注1) メディア・リテラシー：メディアから発進され、形づくる「現実」を批判的 (クリティカル) に読み取り、メディアを使って表現していく能力
- 注2) Facebook は、2004年にハーバード大学の学生であったマーク・ザッカーバーグ (Mark Elliot Zuckerberg) がハーバード大学の学生が交流を図るための「ザ・フェイスブック」というサービスを開始した事から世界中にひろがり、現在、9億人以上が参加している世界最大の実名参加の SNS (2012年4月現在) である。
- 注3) GeoMedia とは、データの統合と生産性の強化をコンセプトに開発された次世代の地理情報システム。データベースに対する照会・検索やバッファゾーン、主題図作成などの空間解析機能、異なる座標系の統合など、豊富な機能を備え、地理データのデータ共有環境を目的として開発された GIS アプリケーション。簡単にどこからでも地理データベースにアクセスできるデータサーバー機能をサポート。このデータサーバー機能を活用することにより、ユーザーは複数ベンダーのデータベースに同時にアクセスすることが可能。
- 注4) SNS ページにあるボタン「いいね!」のボタンを押す事により友達の情報を評価し共有する事
- 注5) Share 友達がUPした情報を自分のSNSに掲載すること。
- 注6) ソーシャルネット・ワーキングサービス (SNS: Social Networking Service) とは、社会的ネットワークを構築できるサービス
- 注7) 「俳諧」とは、連歌師が発句に、次の詠み手 (「座 (共同体)」) がつなぐ、洒落な言葉遊びの1つである。
- 注8) Terry Allen Winograd、1946年 スタンフォード大学の計算機科学者.SHRDLU とよばれるシステムを用いた自然言語についての研究をする。
- 注9) Carlos Fernando Flores Labra 1943-チリの政治家であり哲学者。Terry Allen Winograd と共同研究

(図1 調布コワーキング定例勉強会「ソーシャルメディア2012年上半年まとめ」より、西垣作図)

(図2 広告メディア接触状況～ヤフー株式会社 2011/12/9 西垣作図)

(図3-1 図3-2)「netasahi research2008」 西垣作図)

(図4 西垣作図)

■ 参考文献

- 『電子ネットワーキングの社会心理』川上善郎・池田謙一・古川良治 1993年 誠信書房
『ソーシャルメディア進化論』武田隆著 ダイアモンド社

- 『つながりすぎた世界』インターネットが広げる「思考感染」にどう立ち向かうか ウィリアム・H・ダビドフ著 ダイアモンド社
- 『コンピュータと認知を理解する』テリー・ウィノグラード、フェルナンド・フローレンス共著
- 『場所感の喪失：電子メディアが社会的行動に及ぼす影響 No sense of place : the impact of electronic media on social behavior』ジョシュア・メイロウィッツ著；安川一, 高山啓子, 上谷香陽訳
- 『未来の終焉 THE END OF THE FUTURE ハイテク社会の桎梏』Jean gimpel著 三木亨訳 産能大学出版部 1996年
- 『共感覚 もっとも奇妙な知覚世界』ジョン・ハリソン著 松尾香弥子訳NHKブックス 昭和55年
- 『江戸の情報屋 幕末庶民史の側面』吉原健一郎著 NHKブックス 昭和55年
- 『風来山人集』日本古典文学大系55 岩波書店 昭和49年
- 『都市の文明デザインの思想』栗田勇著作集2 新書館 1996年
- 『パーソナリティ心理学』榎本博明・堀毛一也著 有斐閣
- 『コミュニケーションの歴史』ランスロット・ボグベン Lancelot Hogben 著 壽岳文章、林達夫、平田寛、南博訳 岩波現代叢書 1965年
- 『幻影の時代ーマスコミが製造する事実』D.Jブーアステイン著後藤和彦・星野郁美訳 東京創元社昭和39年刊)

■ 図版

- (図1 調布コワーキング定例勉強会「ソーシャルメディア2012年上半期まとめ」より、西垣作図)
- (図2 広告メディア接触状況～ヤフー株式会社 2011/12/9 西垣作図)
- (図3-1)(図3-2)「netasahi reserch2008」
- (図4 幕末から明治にかけての世界のメディア開発の関係年表 西垣作図)



図4 幕末から明治にかけての世界のメディア開発の関係年表 西垣作図