

ソーシャルメディア入門

堀内 研自

ここ数年、次から次へと登場するソーシャルメディア。時代はこれらのサービスを前提に進んで行くような気がしますが。我々の仕事でもネットの世界のコミュニティに無関心ではいられないでしょう。しかし、まだツイッターもやめたことがないという人のために、話題の三つのサービスを紹介します。解説には八十年代のコンピュータ通信から経験している私の友人に協力してもらい、ネットの世界特有のコミュニケーション術についても考えてみました。

●ソーシャルメディアとは

新聞、雑誌、テレビ、ラジオなど従来のマスメディアは情報発信のために膨大な資本が必要でしたが、現代はインターネット技術を使用することで、だれでも簡単に情報を発信することができるようになりました。その結果、大衆一人ひとりがメディアとなり、双方向のコミュニケーションが活発に行われることで社会に大きな影響を与える力を持つ時代となりました。それがソーシャルメディアです。今、最も注目を集める代表的な三つのソーシャルメディアの特徴と違いを解説していきます。

●twitter(ツイッター)

・twitter とは

個々のユーザーが「ツイート」(つぶやき)と称される百四十文字以内の短文を投稿したり、他人の投稿を閲覧したりできるサービスで、ゆるいコミュニケーションを誘発させることが特徴です。興味のある投稿者を「フォロー」(閲覧の登録)することで自分専用のページを開くと、時系列順にその人の投稿が閲覧できるようにになります。

・何に使うか

twitter を利用する不特定多数からの情報収集、もしくは少し絞り込んで「フォロー」している人からの情報収集と「フォロー」(フォローしてくれている人)への情報発信のために使います。ただし、個人的な感想のような情報も多いので、信頼性はあまりあてできません。

そのかわりリアルタイム性は他のソーシャルメディアより優れています。最近では、東日本大震災の発生直後から、被災地の状況把握や電車の運行情報の収集などで活用され注目を浴びました。

●facebook(フェイスブック)

・facebook とは

八億人のユーザーを持つ世界最大のソーシャルネットワークサービス(以下SNS)です。ユーザー登録時に実名をはじめ、年齢、性別、住所、生年月日、仕事、出身学校、好きな音楽・映画・本・スポーツ、恋愛対象など、多くのプロフィールを登録することで、八億人のユーザーの中から自分と関係のありそうな「知り合い」を紹介してくれる機能が売りです。紹介された人へは「友達リクエスト」を送り「承認」してもらえば、以後、相手の投稿を閲覧でき、その投稿へ「コメント」の書き込みなどが可能となります。そうして、顔見知りの人たちと日常的な会話を楽しむことができます。

・何に使うか

既知の友人などとの気軽な情報交換として使用するのが一般的でしょう。実際に二十〜三十年も連絡が取れなかった同窓生が、facebookを通じてあつという間に何十人も繋がったのに驚きました。顔見知りの人同士の情報交換なので、情報の信頼性は非常に高いと思います。情報発信する側もメンツにかけて上質な情報を紹介しようとする傾向があるように思います。(左頁へ続く)

観光・地域とICTがつながる

〜半田市観光プロジェクトを事例に〜

藤澤 徹

半田市の観光

半田市は古くより醸造業が盛んで、昭和三十年代には自動車関連産業などの製造業も進出。『ごんぎつね』などで知られる童話作家新美南吉の出身地でもあり、市内には新美南吉記念館があるほか、記念館周辺には童話にちなんだ彼岸花畑なども広がっている。観光拠点等の整備は行政と企業等の連携が進められてきている一方、地元のNPOを中心に地場産業での展開等も充実し始めている。また、平成二十年には半田市を中心に「運河を生かした街づくり」が宣言され、宮崎県日南市(堀川運河)、北海道小樽市(小樽運河)と連携した観光にも取り組んでいる。本稿では、観光プロジェクトの一貫として半田商工会議所が中心になりすすめている、平成二十三年度地域力活用新事業内での、ICTを用いた観光コンテンツに対する取り組みを紹介し、その可能性について述べる。

ICTとの連携

リニューアルされた半田観光協会のホームページ(写真①)ではこれまでになかった機能としてツイッター・フェイスブックボタンが実装されている。ソーシャルメディア(以下SM)の機能の紹介については割愛するが、ボタン実装のわずかな違いだけで、情報の伝わり方が全然違ってくる。筆者の過去のラバダブ記事でも紹介したが、SMでは情報の受け手側が、その情報ソースの二次情報発信者となり、その後はネット上で階層的につながっていく。

また、実際に当地に来てもらうためのリアルな仕掛けとして、 아이폰やアンドロイド等に代表されるスマートフォンアプリを利用したARコンテンツ(写真②)も開発している。このコンテンツはGPS機能を利用し、ある場所の範囲内に行けば、ご当地のキャラクターがカメラ上に浮かび上がり、拡張的な現実が体験できるというものである。つまり現場にこなければ体験できないというものであり、撮影した写真は当事者のSMを通してネット上を駆け巡るといった仕掛けとなっている。ちなみに写真②は実際の実験段階での撮影であり、今後はキャラクターに立体感を持たせたり、動作をつける等を考えている。

このように、情報を発信するだけでなく実際に当地に来てもらう仕掛けまでの情報コンテンツの制作・展開を当プロジェクトでは手がけている。

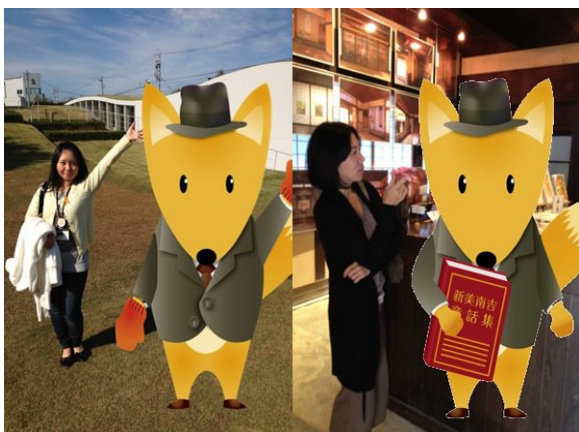
今後のICT連携の可能性について ICTとまちづくりの連携が言われて久しい。地域の魅力に関しては様々な方法で具体化されてきている。それらを何らかのメディアを通して発信もされ、連携は多くの場面で行われてきている。一時期ネット上でアルファブローガーなる情報発信において影響力の高い人を指す言葉が流行した。これを観光に置き換え、アルファ観光者・アルファ市民を当地内のコンテンツを通して生み出していくことが次の展開につながると考える。

具体的には情報をネット上で仕入れ、当地に来てもらい、その当地の体験を自宅に戻ってから発信するのではなく、当地内でSMを通して発信し、現場の魅力やタイムリーにつなげていく等、個々でつながっているコミュニティに呼び掛け、二次情報として魅力を伝えていく。このような作業が増えていくことで積み重ねられてきた情報に厚みが増していく。さて、やや偏向してICT連携の可能性について述べてきたが、このようなことを行政がやると途端に面白みがなくなってしまう傾向がある。さまざまな地域がICT利用を中途半端に終わらせていることも周知である。そういった意味でも半田での取り組みは、新たな流れをつくる可能性があると言える。

(補AR: Augmented Reality (拡張現実感))



①半田市観光協会ホームページ



②GPS を利用したコンテンツ