
「インターネットのスイッチはなくなった。」

—ユーザビリティを考慮したインターネット文化の情報取得に関する研究—

“No more start button for the Internet?”

- Research on information acquisition of the Internet culture in consideration of usability -

■ 伊藤 玲子 Itou Reiko

愛知県立芸術大学大学院 柴崎幸次研究室

Aichi University of the Arts graduate school

■ キーワード：高齢者向け、インターネット、書籍

はじめに

本研究は普段インターネットに親しみを持たず生活をしている人々が、どのようにすればネット上の文化に触れるきっかけを作れるかをテーマとしている。

近年、Facebook、Instagram、Twitter といった SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)を利用することで、人々は従来の電話やメールより気軽に旅行先の写真や動画、今聴いている音楽や店の評価など多くの情報をやりとりできるようになった。その普及率は世界中に約 13.5 億人のユーザーを持つ Facebook を見れば、想像に難くない[注1]。

Facebook と共に紹介されることの多い Twitter は、2006 年からアメリカで開始した短文投稿サービスで柔軟な使い方ができ、日本でも人気がある。ラジオではお便り募集の際、はがきやメールに加え、昨今では Twitter でも募集をしている番組が多い。しかし、この場合インターネットを利用し、なおかつ Twitter のことを知っていなければ、Twitter で投稿を送ることは出来ない。ラジオ番組では毎回 Twitter について説明をしなくなった。同様のことは Facebook でも起こっている。佐賀県武雄市の公式サイトは Facebook に移行し[注2]、市民との意見交換が柔軟に行われるようになったが、インターネットユーザーでなければこの恩恵も受けることができない。

このように、昨今ではインターネットを利用しその機能を十分に知っていることが前提のサービスが多くなった。しかし、昨今インターネット文化は連日ニュース番組や新聞などで取り上げられているが、今までインターネットと関わりを持つ機会を逃してしまったようなシニア層は、報道されるインターネット文化が全く理解できない、知ることがないのではないかと考える。

本研究は、インターネットを使用できない原因や、インターネットを始めるきっかけを調査し、表面上複雑に見えるイン

ターネットの文化をわかりやすく伝え、親しむきっかけを作るアプローチをした。

2. リサーチ

最終的に本にしてアウトプットするため、1 年次からブログ、講座とリサーチを重ねた。

情報収集を目的としたブログでは日々起こるニュースやネットの事柄などを紹介、自分の意見などを盛り込んで発表した。

また、インターネット塾では、ブログで使ったニュースをわかりやすくプレゼン資料にまとめて発表した。また、アンケートをとって実際にシニア層の現状を調査した。

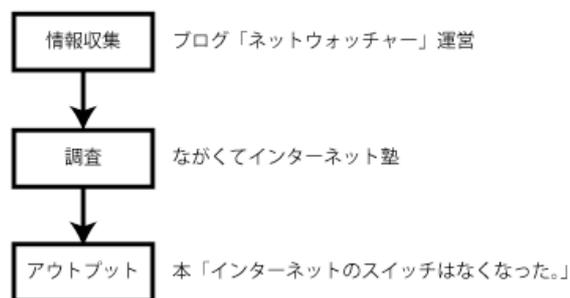


図1 プロセス

2. 1. 情報ブログ「ネットウォッチャー」

ネットウォッチャーは情報ブログである[図2]。常に変わりゆくインターネット文化の情報収集と発信のため 2010 年 4 月 23 日から運営を開始した。

現在はサーバをレンタルしブログソフト Wordpress で構築し運営している。記事の内容はインターネットでブームになっている文化の解説や、iOS アプリの解説など、インターネットの観察をして、わかりにくいネットスラングや事象を取り上げる。



図2 ネットウォッチャー

アプリの解説ではスクリーンショットを撮影し注釈を入れるなどわかりやすく加工した。事象の紹介は挿絵を入れた。

また、ブログ運営を学ぶため積極的に地域のブログ勉強会に参加した。

2.2. ながくてインターネット塾

本イベントは2011年と2012年の8月中にそれぞれ2日間行った、デジタルデバインド[注3]の大部分であるシニア世代の、インターネットに対する意識を調査する目的の参加型イベントである[図3]。体験に使用する機体は、難しいイメージのあるパソコンを意識させないため、Apple社のiPad、iPad2を使用した(以下iPadと記述する)。



図3 ながくてインターネット塾の様子

インターネット文化に興味を持つ参加者との対話やアンケートを取ることで、現代のシニア世代がインターネットのどこに興味があるのか、また苦手意識は何かなどを直接聞くことができた。昨今インターネット文化が連日ニュース番組や新聞などで取り上げられ、現代生活において欠かすことのできない存在になっているが、報道されるインターネット文化が全く理解できない、知るきっかけも無い人が多くいるのではないか。おそらくインターネットが分からない人の多くを占めるシニア世代の苦手意識等を聞くことで、インターネットを使用できない原因や、インターネットを始めるきっかけを調査した。

以上のことから、インターネット特有の文化などを紹介するためのプレゼンテーションを1日3種類行った。

また、今回のプレゼンテーションで紹介したオンラインサービスに興味のある人には、帰宅してからサービスを始められるハウツー冊子「はじめようオンライン」を配布した。この冊子はTwitterやFacebookの基本的な使い方の説明や、参考図書の紹介を掲載している。

3. 「インターネットのスイッチはなくなった。」

ブログ「ネットウォッチャー」や「ながくてインターネット塾」の経験を経て、集大成として本にまとめた。

(1) 概要

本書はインターネットの文化や出来事を綴ったものである[図4]。実在の人物をモデルにしたフィクションで、架空の母

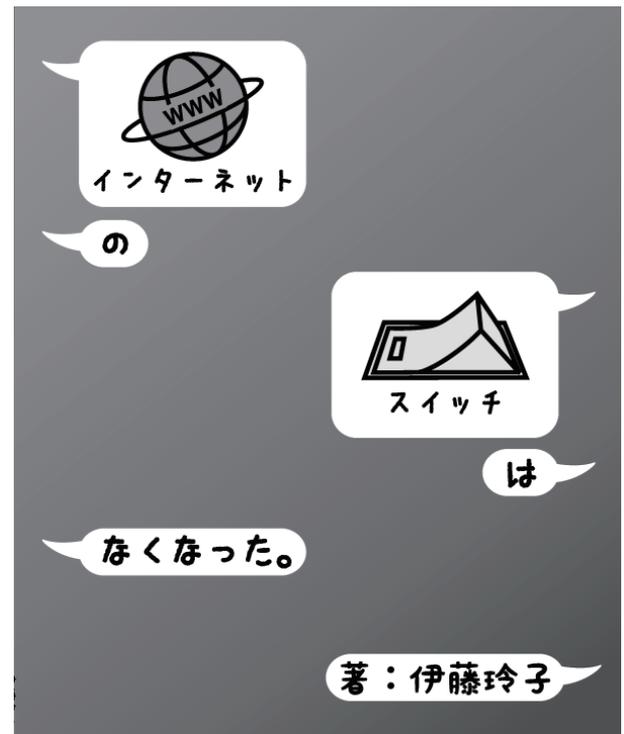


図4 インターネットのスイッチはなくなった。表紙

親とその家族の物語仕立てになっている。左ページにコマ漫画を載せ、右ページではそのストーリーで取り上げたテーマの解説をした。

(2) 第0章「はじめに」

「インターネットのスイッチはなくなった」という本のタイトルの解説をする。

一昔前のパソコン環境では、インターネットに接続するためにはパソコンのスイッチを押さなければならなかった。スイッチを押すことで、私達はオンラインとオフラインを分けて生活していた。だが、昨今ではスマートフォンなどの登場で、インターネットを利用するのにスイッチを押す必要はなくなった。人々はオンラインとオフラインを意識せず、切り替えることができる。インターネットはまるで空気のような存在になった。

(3) 第1章「母、電話の代わりにiPadを手に入れる」

デジタルデバインドである母親は、携帯電話を持つことをしない[図5]。また、パソコンに対して壊してしまうのではないか、



図5 第1章抜粋

ダメされてしまうのではないかと恐怖心を持っている。そんな母に娘は iPad をプレゼントする。

解説のページでは、情報通信端末の普及率やパソコンの普及率などの話題を取り上げる。

(4)第2章「母、インターネットを利用して人々とつながる」

iPad を手に入れた母は、最初はゲーム等しかやらなかったものの、娘に手伝ってもらいながら、facebook に登録して旧友と再会したり、Twitter に興味を持ったりする[図6]。また、



図6 第2章抜粋



図7 第3章抜粋

CGMというユーザー参加型の料理サイト、クックパッドを利用して、料理を作りそれを配信してみたりする。

解説ページでは Twitter や facebook などのインターネットサービスの紹介、集合知や情報のオープンソース化などを解説する。

(5)第3章「母、ネットを足場に活躍をはじめる」

地震が起こった際に情報の取得に iPad が役に立つ様子を描いている[図7]。また、震災で母親と人々が繋がる様子を入れた。第2章で撮った料理の動画で Youtube に投稿する様子や、趣味のあみぐるみで個展を開くための費用として、クラウドファンディングを利用する様子などを描く。

まとめとして、ウッフィー[注4]は貯まった? という質問を投げかける。さらにインターネットで活躍している人を取り上げて解説している。

(6) インターネットあるある

このページはインターネットをしていて「あるある」という既視感をイラストと文で綴ったものである。

「壊れそうで怖い」と言うキーボードやマウスを怖がる母の様子をコミカルに描いた。現在注意の呼びかけが増えてきた「ながらスマホ」の様子も描いた。スマートフォンが登場してからよく見られる光景で、ついやってしまいがちである。他にも、インターネットユーザーは猫の画像に弱いというイラスト、Twitter をしていて知らない人の生活リズムに詳しくなってしまうというイラストなどを制作した。

おわりに

「ながくてインターネット塾」は、規模は小さかったものの来場者には好評を頂いた。どのようなアプリを喜ぶのか、ということが直接聞くことが出来て良かった。また、興味を持っているアプリの紹介を「ネットウォッチャー」で紹介した。

「インターネットのスイッチはなくなった。」は、インターネット文化をテーマにした本の制作なので、情報の鮮度を考え、選ぶのに手間がかかった。

インターネットを利用しない人は年々減っていつているだろうが、まだインターネットという言葉に拒否感を示す人が少なくないことも事実である。そんな人々のために、今後もブログの「ネットウォッチャー」をはじめ、新しいインターネット文化の情報を発信していきたい。インターネットをしない人のために「ながくてインターネット塾」や「インターネットのスイッチはなくなった。」も、より良くして続けていきたい。

注

- 1) 「テレビ CM 効果で日本の Facebook ユーザー 200 万人増加か、2,400 万人に: MarkeZine (マーケティング)」<<http://markezine.jp/article/detail/21387>> (2015/1/21 アクセス)
- 2) 「武雄市役所」<<https://www.facebook.com/takeocity>> (2015/1/21 アクセス)
- 3) デジタルデバイドとは、パソコン、インターネットなどの情報技術を使いこなせる者と使いこなせない者の間に生じる格差のこと。デジタルデバイドが生む格差としては、得られる収入や情報の格差、利用できるサービスの格差などがあげられる。
- 4) ウップイーとは、インターネット上での評判、信頼、尊敬に基づく価値・評価。カナダ出身のマーケティングコンサルタント、タラ＝ハントが、Web 2.0 以降のインターネット上のビジネスで成功するための、貨幣に替わる新しい価値として取り上げた概念。

参考文献

- ・ タラ＝ハント、『ツイッターノミクス』、文藝春秋、2010 年



図8 インターネットあるある抜粋