

周辺サービスが高めるソーシャルメディアの情報価値

仲里 淳 ITジャーナリスト

ソーシャルストリームを再構成する「まとめ」サービスが活躍 従来のメディアにはない多様な視点の生態系が形成される

2011年3月に起きた東日本大震災ではTwitterが、また、中東で起きた民主化運動ではFacebookが目ざされ、今年はソーシャルメディアの普及が一気に進んだ。

ユーザーの数は増える一方のソーシャルメディアだが、有益なものにできるかどうかは個人に依存する。特にTwitterは、シンプルなので単に使うだけなら簡単だが、うまく使おうとすると奥が深い。Twitterのソーシャルグラフは、「フォロー(する/される)」によって形成されるが、ソーシャルメディアの中でも特にオープンで自由度が高いため、馴染める人とそうでない人に分かれる。

Twitterを情報収集ツールとして見た場合、その情報源=フォローの対象は、個人や公的なもの、有名人や専門家など実に多彩だ。気になった人を誰でもフォローできるのは長所であり魅力でもあるが、自分の情報処理能力を超えると消化不良を起こしてしまう。そもそも、誰をフォローすると自分に適した情報が得られるのかを知ること簡単ではない。さらに、最大140文字という情報単位と、それらが散在していることも人によっては使いづらく感じるだろう。

価値を高める周辺サービスの登場

ソーシャルメディアの情報発信源は個人がほとんどであり、テーマや情報の粒度は千差万別で時には誤りもある。情報収集ツールとして有効に使いこなすには、それなりのスキルやリテラシーが求められる。しかし、その敷居を下げて使いやすくする周辺サービスが次々と登場している。

「Togetter (トゥギャッター)」は、Twitterのツイート

(発言)をまとめるウェブサービスで、「ツイートのまとめ」と「まとめられたツイートの閲覧」が主な機能だ。「ツイートのまとめ」とは、任意のツイートを集めて、並べ替えたり、文字効果(色やサイズの変更)を加えたりして、1つの流れとして見せることだ。

ユーザーは個々のツイートを、誰のツイートを拾うのか、発言のどこを強調するのか、自ら定めたテーマや関連性にしたがってまとめる。ちょうど編集者が、テーマに沿って語録集を構成していく工程に似ている。まとめはテーマやタグで分類され、新着、注目といったさまざまな切り口で整理されるので、読者は簡単に興味のあるまとめを探し出せる。

ソーシャルメディアの情報は、「ソーシャルストリーム」とも呼ばれるように、膨大で流れが早く(リアルタイム性が高い)、特にTwitterは粒度が小さいため全体を把握するのは難しい。Togetterでは、その絡み合ったつぶやきの糸を人の手によってほぐし、コンテキストに沿って編み直す。放っておくと情報が流れすぎてしまうTwitterでは、従来のメディアとは異なる接し方が求められる。もちろん、流れのまっただ中でリアルタイムにコミュニケーションを行うことはTwitterの醍醐味だが、皆にできるわけではない。初心者やヘビーユーザー以外に対しても間口を広げて情報をわかりやすく示すという点で、Togetterは重要な役割を果たしていると同時に、Twitter自身の価値も高めている。

iPadのアプリ「Flipboard」も、ソーシャルストリームの消化を助けてくれるツールの1つだ。ニュースサイトやブログのRSS、Twitter、Facebook、Flickrなど、複

数のメディアをひとまとめにして、iPadで電子雑誌のように閲覧できる。異なる情報素材が自動的にきれいなレイアウトで表示される機能に注目しがちだが、コンテンツをピックアップする仕組みも興味深い。ソーシャルグラフやさまざまな活動(Twitterではメンションやリツイート、お気に入りへの登録といった他のユーザーとのコミュニケーション)に基づいてパーソナライズすることで、ユーザーにとって重要度が高いと思われるコンテンツをピックアップしてくれるのだ。このような、日々生成蓄積されるソーシャルメディアのメタ情報を情報の選別やパーソナライズに活用した例はほかにもある。

「paper.li」は、Flipboardのウェブ新聞版とも呼べるサービスだ。TwitterやFacebookのソーシャルグラフに基づいて、自分と関係のあるユーザーの投稿を集めて新聞の紙面のようにまとめて表示する。特に引用された情報は、「そのユーザーが伝えたいこと＝重要」という視点で重みづけがされる。そのため商業メディアの記事が多く並ぶ傾向にあり、結果として情報のまとまり感が高くなる。paper.liでは、情報提供者を「スポッター(Contributer)」、ページの主(ユーザー)を「発行者(Publisher)」と表現している。つまり、ユーザーの役割は「個々のコンテンツの取捨選択」ではなく「誰に記事執筆を依頼するか」であるという、新聞社や出版社のフレームワークをうまくソーシャルメディアに当てはめているのだ。コンテンツではなく人に軸を置くところが、ソーシャルメディアならではの視点である。paper.liの情報源には、このほかに任意のユーザーやTwitterのリスト、検索キーワードも指定できるなど拡張性も高い。

生態系全体で多様性を生み出す

このように、あるサービスから周辺サービスが生まれる現象は、ウェブサービスでよく見られるものだ。しかし、他のウェブサービスにとっての周辺サービス以上に、ソーシャルメディアにとってのそれは重要な意味を持つ。理由は、これらのサービスがプラスアルファではなく、欠けているものを補完する存在だからであり、ある種の生態系を作っているからと言ってもよい。

ソーシャルメディアで生み出される情報の価値は、個人レベルから成る多様性にある。一貫性がなく不完全な情報も多いが、そうでないものは従来のメディアが既

に提供している。これまでのメディアの役割が「世の中の公共性のある情報を選別し、要約し、信頼性を担保すること」とするならば、ソーシャルメディアの役割は「多様性のある情報を多くのユーザーから引き出すこと」である。当然、公共性のない個人的なものが多くなるが、情報の質よりもまずはそれらを顕在化することが重要だ。次の段階として、引き出された情報を整理したり何らかの意味を見出したりすることで、ソーシャルメディアの情報価値が高まる。ここでソーシャルメディアの情報を再構成し、多様な視点で見せてくれる周辺サービスが活躍する。

呼び名は、「まとめ」「編集」「キュレーション」などさまざまなが、いずれにせよ素材となる情報から新たな価値を見出す行為だ。市井の人々による何気ない言葉、興味関心の話から重要なことを拾い出す。これは、多くの人々にとって重要な公共性の高いものだけでなく、たった1人にとって重要なものでもよい。むしろ後者にこそ、ソーシャルメディアの意義がある。

その仕組みも、Togetterのような人力でも、ソーシャルグラフなどの複雑なメタ情報を使った自動的なものでもかまわない。コンピューター処理であっても、Flipboardやpaper.liのようにユーザー個々の特性を反映できるからだ。そして、人手と自動という2つの組み合わせは互いに補完する関係にある。

皆が言いたいことを言い、そこに何かコンテキストを見出し、新たな価値を加えることで、「皆で作arius、皆にとっての価値あるメディア」が生まれる。同時に、個人に最適化された局地的(超ローカル)な「究極のパーソナライズドメディア」も生まれる。このような多様性は、従来のメディアにはなかったものだ。

Twitter、Facebook、Googleなど、どのプラットフォームが覇権を握るのかはわからない。ただ、ソーシャルメディアがキャズムを超えてより多様なユーザーが参加する情報流通基盤となるには、情報取得の手段や視点にもやはり多様性が求められる。その役割を担うのは、プラットフォーム提供者だけでなく、ともに生態系を形成する周辺サービスである。

Togetter <http://togetter.com/>
 paper.li <http://paper.li/>
 Flipboard <http://flipboard.com/>



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp