

ソーシャルメディアによる 情報共有とネットリテラシー教育

——ブログと Twitter を利用した授業デザイン——

川瀬 基寛

Information Sharing Via Social Media and Internet Literacy Education

—— Class Design Using Blogs and Twitter ——

KAWASE Motohiro

Abstract : As one part of media literacy education, a class design was developed which does not just incorporate basic knowledge of website production, but also aims to improve net literacy by incorporating actual practice so that students can experience the series of steps involved in planning and operating a blog. At the same time, an attempt was made to have students engage in discussion and share information using the social media Twitter, while also considering an approach where students can become strongly aware of Internet literacy by broadcasting their own information. Twitter itself is a media with unknown parts, and it was also felt that control of the students would be difficult, but an attempt was made to use Twitter based on the idea that a theory would be developed by verifying what is missing from actual practice. This paper describes an overview of the class design put into practice, the adoption and details of enlivening discussion using Twitter (which is also called a miniblog), strengthening awareness of students, and problems related to that.

1. はじめに

現在ではインターネットの普及によりブログやホームページという情報発信メディアは身近な存在であり、パーソナルコンピュータとインターネットができる通信環境さえあれば誰でも手軽に作成できるようになった。また、ブログ自体の企画が面白いと判断されれば固定ファンが付き、アクセス数も増加し書籍として出版されるなど様々なメディア展開が行われている。実際に一般の主婦が誰でも簡単に作る事ができる料理レシピを写真付きでブログに掲載し、そのブログに固定ファンが付き出版社や編集者が書籍化するという道筋が出来上がっている。そのような背景もあり、受講生も個人でブログを開設して自分が気になったことや日常の記録として記事にして投稿している。それ以外にも「mixi」や「Facebook」などのソーシャルネ

ットワーキングサービス（以後 SNS）に登録して個人的な日記を公開し、友人とコミュニケーションを図るツールとしても気軽に利用している。しかし、そのような状況にあっても情報を発信している意識は薄く、ネットリテラシーが高いとは言えない状況である。そのことから、Web 制作を理解するにはソフトウェアを使用したサイト制作方法を身につけるだけではなく、実践的にブログなどを公開して情報発信する側の視点と情報発信という行為がどの程度影響があるのかを理解し、ネットリテラシーを向上させる必要性を感じた。そこで、基礎的な Web サイト制作の知識を詰め込むだけではない制作の実践を取り入れた授業デザインを構築した。同時に自ら情報発信を行うことでネットリテラシーの向上も意識できる展開も考慮して Twitter を利用した議論展開と情報共有を試行した。Twitter 自体はまだ未知数な部分もあるメディアでありコントロールが難しいかとも感じたが、授業デ

デザインは実践ありきであり、そこから足りないものを検証し理論が構築されるとの考えから利用を試みた。現在、その Twitter が様々な人に利用されメディアで取り上げられ認知度も上がっているが、このミニブログとも称されるサービスを利用した議論展開やその経緯、諸問題も報告する。

2. ケース授業の概要

今回のケースとなる授業は「デジタルメディア論」であり2年生以降に配置された講義科目である。本来は Web デザイン概論の位置づけであり、講義形態である。内容は基礎的な Web サイト制作の知識向上を目標とし、CG-ARTS 協会(社団法人 画像情報教育振興協会)の Web デザイン検定試験にも対応しており理論が中心となる。そのためサイト制作などの実践は伴わない授業であるが、学科カリキュラム変更などの諸事情により、通常 60~70 名の受講者数が平成 22 年度は受講生が 13 名と少人数であったことから、実際に Web サイトの企画から運営までを実践することが可能と判断し、制作も踏まえた授業デザインとして計画した。

なお、制作する Web サイトは一般的なホームページを開設するのではない。なぜなら一般的なホームページ制作にはデザインの基礎をはじめコーディングの言語やソフトウェア操作技術などのテクニカルな部分が必要となる。通常の Web サイト制作にはクライアントが存在し、プレプロダクションとしての企画から始まり、デザイン計画や実際のコーディングからデバッグまで様々な作業が必要となる。部分的に実習を簡素化しても、15 回の授業で理論も含めた基礎から行うのは時間的な制約により難しいのが現状である。特に他の文系学科の受講生は PC もそれほど触っておらず PC の利用目的といえばメールやレポートを書く程度であり、HTML や JAVA スクリプトなどのプログラム言語などに対する基礎知識がなかった。制作系授業を数多くこなしている受講生は可能ではあるが、個別制作をさせて全員に質の高い制作物を求めるのは難しいため、到達目標の一つである「自ら情報発信を行うことでネットリテラシーの向上を意識する」という部分にスポットを当てた。そのため比較的身近な存在であるブログ作成をする事とした。広義ではブログは SNS であり、気軽に情報発信が行えることも選択したポイントでもある。また、レンタルサーバを利用することで受講生が管理者としてブログを運営し、デザ

インや画像の有無、記事内容や企画内容も精査する実践も取り入れる予定であった。結果的には無料ブログを一定期間のみ使用して全員が管理者権限を持つ事で落ち着いた。なお、机上の空論で終わらないためにも、実際に筆者がディレクションした企業や大学サイトの事例も踏まえ、企画立案から詳細な構成を行うこととした。

Twitter の利用に関しては後述するが、今回のケースでは筆者が所属する学科以外の受講生も多数おり、コミュニケーションを取るためにも有効と考えたことも理由の一つである。同学科の受講生同士でもなかなか発言をしない現状で、学科が違う受講生同士では質問してもなかなか返答がなく発言も少ないことが予想されたため、有効に活用できると考えての利用である。

3. ソーシャルメディアと Twitter

ソーシャルメディアの定義は様々だが、広義には誰でも参加できる情報発信技術を用いた広がりをもったメディアといえる。その種類は電子掲示板をはじめ、ブログ、ポッドキャスト、ソーシャルブックマーク、通販サイトのカスタマーレビューなど多岐にわたる。有名なところで「mixi」、「GREE」、「モバゲータウン」などの SNS や「ニコニコ動画」、「Youtube」などの動画共有サイトなどである。もちろん「2ちゃんねる」のような巨大電子掲示板もそうであるが、電子掲示板は細分化する傾向も強く膨大な量であることに加え、2ちゃん用語と呼ばれる専門用語の氾濫と誹謗中傷、信頼できるソースとは言い難い情報も飛び交い、なかなか利用することが難しい。そのような状況で近年はイーモバイル(ソフトバンク・ヒューマンキャピタル株式会社)が行った「ソーシャルメディア・SNS の調査」(図1)として、400名の社会人に対し、知っているソーシャルメディアや SNS について聞いたところ、認知率が高い順に「GREE」(93.0%)、「mixi」と

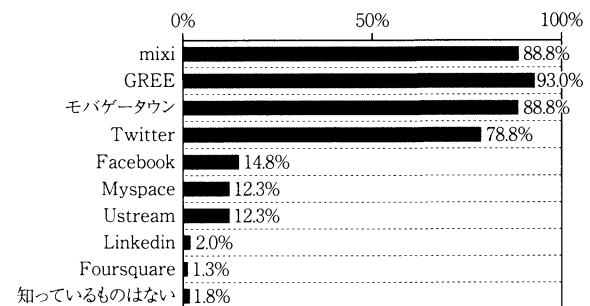


図1 認知率(イーモバイル調べ)

「モバゲータウン」(88.8%)、「Twitter」(78.8%)という結果がでたのである。この結果からも分かる様に Twitter はソーシャルメディアとしての認知度も上位であり人気も高いことが伺える。

これは簡単に発信でき、情報を取り込むのも簡単に設定できることにある。ソーシャルメディアとしてのブログとの違いは、情報がストックされているのではなく、リアルタイムに情報が自分の TL=タイムライン（取得した情報が時系列に表示される部分）に強制的に表示されてくる、フロー型の情報取得が行えるメディアという部分である。

「つぶやき」や「ツイート」と呼ばれる情報発信をするにも 140 文字という文字制限が有ることが逆に敷居が低くなり手軽に行えるのも特徴である。それ以外にも発信された情報に対しリアルタイムに返信できるなど、利用価値の有るメディアと判断した。このようなソーシャルメディアは情報受容者が発信者となることが容易であり、情報以上に発信することが主体になり、簡単にムーブメントが起きたりする伝播性の高いメディアである。

4. 授業での Twitter 利用とスタンス

今回のケースは実際に Web サイト制作におけるプレプロダクションなども行うことになる。つまり企画立案である。そこで、ブログの内容に関しては受講生全員で企画立案をおこない、全員で議論をさせた。議論は以下の手順の様にすべて Twitter 上で行われた。

- ①授業で企画やサイト制作における概論
- ②授業最後にコメントとして Twitter で企画案をツイート（つぶやき）する
- ③授業時間以外に Twitter での企画案をツイートし、気になったに対し返信する
- ④授業開始時にリストの画面（図 2）を表示して再度情報共有

これらを円環的に行う授業デザインを構築することで、全員が情報を共有でき意見集約が容易にできることになる。

今回のケースで行う Twitter の利用は「議論の場」であり、「情報（議論内容）の共有」が中心である。これは個人的な発言であれども受講生 13 人がブログ運営のために考えた企画や付随する情報を出し合うのである。Twitter 本来の「どうでもよい日常のつぶや



図 2 Twitter でのリスト表示画面



図 3 Twitter のタイムライン画面

きや」による「ゆるいコミュニケーション」のツールとしてではなく、完全に「場」として機能しているのである。図 3 を確認すると分かるが、午前 1 時という深夜であったり大学から自宅へ帰宅する夕方の時間帯であったり、自宅の PC や携帯電話からのツイートであったりと時間や場所に関係なく、思いついたときに

発言しており、授業外での共有が可能になっているのである。

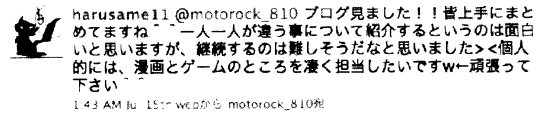
また、学内掲示板のような認証されたユーザのみ閲覧できるクローズドの環境も設定により可能であるが、今回のケースではオープンにした。これは受講生以外の受講生にも開放した為である。授業の企画に賛同したり、興味を持った参加希望者は Twitter での参加表明により議論参加を許可した。これは外部とのつながりができるソーシャルメディア特性を理解してもらうための措置でもある。情報発信に対するリテラシーが低い場合、通常は出来る限り外部との接触を避けるべきなのかもしれないが、試験的にオープンな環境での使用とした。今回は実際に2名の参加希望があり、その内の1名はブログ記事作成まで関わった。

5. 問題点

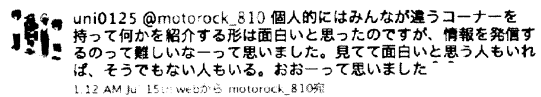
問題点は大きく2点考えられる。

1つ目は Twitter を既に利用していた受講生が2名しかいなかったため、全員でアカウントを取得し、慣れるまで1日1ツイートというルールを作ったことである。本来は個人の独り言をつぶやくスタイルである Twitter で強制的に発言させることが必要であるかは判断が分かれるところである。しかし初めて利用する受講生は慣れる必要もあり、授業以外での発言の場を作り情報共有ツールとして機能させるためにも必要な措置であった。ただし、授業以外のツイートを不可とすることではなく、あくまでも授業に関する意見を1日1回はして欲しいということであり、その場合のツイートにはハッシュタグ (#dmt 2010) を文頭または文末に挿入させた。これにより授業に関するつぶやきであることが確認でき、タイムラインから外れても検索ができるため、情報の確認が行えた。

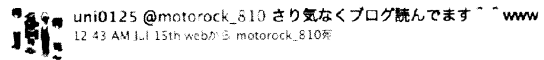
2つ目は Twitter やブログという比較的オープンなソーシャルメディアに対する温度差である。これは実名登録しないことにも現れている。メールは頻繁に送り、mixi は大学への通学中でもアクセスし日記も更新するが、Twitter に二の足を踏んでしまうという受講生が多かった。ヘビーユーザーは毎日のようにツイートし議論展開をはかろうと気になった事を知らせるのだが、反対に何かをツイートするにしても言葉を選んでしまう傾向の受講生も多かった。これは自分のツイートが意図しない読み取られ方してしまうことを懸念してのことである。また、単純に情報発信という行為になんら興味が湧かない場合もあったが、大きな理



harusame11 @motorock_810 ブログ見ました!! 皆上手にまとめてますね~一人一人が違う事について紹介するというのは面白いと思いますが、継続するのは難しそうだなと思いました>>個人的には、漫画とゲームのところを濃く担当したいですw~頑張ってください
1:43 AM Ju 15 117 webから motorock_810宛



uni0125 @motorock_810 個人的にはみんなが違うコーナーを持って何かを紹介する形は面白いと思ったのですが、情報を発信するのが難しいなあって思いました。見てて面白いと思う人もいれば、そうでもない人もいます。おあって思いました
1:12 AM Ju 15 117 webから motorock_810宛



uni0125 @motorock_810 さりげなくブログ読んでます~`www
12:43 AM Ju 15 117 webから motorock_810宛

図4 Twitter でのブログに対するコメント画面

由としては「いまいち使用方法が分からない」、「携帯電話でアクセスしにくい」といった使用感や技術的な問題と、「mixi と違い自分が知らない人も読める」という公開性に恐怖を感じる理由が多かった。これらの理由により最初はなかなか議論展開しなかった。ただし、この「自分が知らない人でも読める」という状況が、情報発信するには一定のルールと責任が付随するという意識付けに繋がっていく事が後のアンケート調査からも読み取れ、時間の経過に伴い以下の3点に関して受講生の意識変化が見られる。

- ①Twitter に対する苦手意識
- ②ブログや mixi などの既に参加している SNS との差異の理解
- ③ネットでの情報発信に対する意識

実際の企画ブログも Twitter を通じて知った受講生以外の学生もおり、図4のように感想コメントを筆者宛にリプライ (返信) してきている。このように外部との繋がりがあることを実体験でき写真などで起こるプライバシーの問題や個人情報の公開などを意識するきっかけとなった。

6. 実際のブログ制作

実際の企画ブログ制作の目的は、以下の3点を意識させた。

- ①個人ブログや mixi の日記などのように自己満足を流通させるのではなく、情報を流通させる意識を持ったブログ制作を行う。
- ②情報発信する意識を高め、現実的なコンセプトワークを実践する。
- ③制作過程でソーシャルメディアとの関わりやネットリテラシーを考えるきっかけとする。

前述した通り、レンタルサーバの準備も考えたが、最終的には無料ブログサイトを利用することになったため、デザイン自体はテンプレートを利用した。そのため、概論としての知識やテーマ決めなど内容の精査に時間をかける事が出来た。また、PCと携帯電話の両方で記事閲覧と記事投稿を可能にして、使い慣れている端末が使用できる設定とした。なお実際のツイート数は以下に示す通りであるが、かなりの差が出ている。

- ・ TT さん：539 ツイート（以前より利用）
- ・ SM さん：532 ツイート（受講していないが Twitter から議論参加）
- ・ YT さん：149 ツイート
- ・ MY さん：87 ツイート
- ・ MU さん：74 ツイート（以前より利用）
- ・ MF さん：62 ツイート
- ・ MS さん：53 ツイート
- ・ YF さん：44 ツイート
- ・ AY さん：31 ツイート
- ・ KH さん：28 ツイート
- ・ YA さん：21 ツイート
- ・ AW さん：20 ツイート
- ・ MK さん：17 ツイート

上記の Twitter 上でのツイートによる議論や雑談、講義での事例検証、講義内での議論も含め、ブログの内容は以下の様に決定した。

- ①ターゲットユーザ：女子大生（19～22歳）
- ②コンセプト：女子大生の目線、共感できる話題を採って報告
- ③コンテンツ（内容）：担当制、カテゴリ分け
- ④更新：1日1回

それ以外にも、人物写真を掲載する時の意思確認、被写体となるもの著作権に関する確認、改行や絵文字など詳細なルール決めも行った。

実際のブログ画面は図5、図6のようになり、タイトルは Twitter 利用の影響か「女子大生なう」に決定した。コンセプトから見える大テーマ「女子大生から見た知りたい事」と平凡ではあるが、同時に全員が個別に得意分野の小テーマを持ち、それがカテゴリとなる。つまり「自分で頑張って調べるほどの事ではないが知りたい」というニッチな部分に注目して、その記



図5 ブログの記事表示画面



図6 ブログの記事表示画面

事を写真付きで投稿したいということであった。最終的には上記の意見に賛同者が多数おり決定した。また、日替わりで記事を投稿する事でバラエティに富んだブログにしたいというのが受講生の考えであった。

7. 受講生のアンケートから見えるもの

受講生には以下の項目で3回の記述式アンケートをとっている。

- ①Twitter を使用して率直にどう感じるか?
- ②Twitter と mixi やブログなど他のソーシャルメディアとの違いを感じるか?
- ③ネット上での情報発信に対し、意識は変わったか?

まずは受講生の意識変化を①と②のアンケート結果から抜粋し確認してみる。

1回目(6/3)のアンケート結果(記述)

- ①Twitter を使った発言は苦手です。(AW さん)
- ①リアルタイムでいろんな人のつぶやきを見れる(YF さん)
- ①すぐに他人の発言が見れるが、個人的に使い辛かった。(YT さん)
- ②mixi はある程度前からつながりのある人、Twitter はその場で会った人。(AW さん)
- ②mixi は足跡などいちいち気になるが、Twitter は気軽。(MF さん)

2回目(6/24)のアンケート結果(記述)

- ①Twitter をもっと活用していきたいと思います。(AW さん)
- ①他人とのコミュニケーションは難しかった。(TT さん)
- ①使い始めてみたら案外ハマってしまった。(MY さん)
- ②ブログは一方的な情報発信、mixi は返答を求めている、Twitter はブログと同類。(KH さん)
- ②mixi やブログはその日の報告が主で、Twitter は他者に伝える・発信することが前提になると思います。(MH さん)

3回目(7/8)のアンケート結果(記述)

- ①情報源として便利。(MU さん)
- ①まだまだ活用できそう。(YF さん)
- ①相手の返事を要しないし、でもコミュニケーションも取ることができた。(AW さん)
- ②Twitter は宣伝をしなくても誰かしらが目にしているが、ブログなどは宣伝しなければ人の目につかない。mixi もアクションを起こさなければ存在に気付いてもらえないのでは。(MF さん)
- ②Twitter はつながりが幅広く、mixi やブログは知り合いの場合が多い。Twitter は発信目的が多いがする。(MK さん)

Twitter や他のソーシャルメディアに関する意識変化(質問項目①と②)に関しては、時間経過と共に慣れが発生しており Twitter への苦手感は薄れている。また、自分が関与しているソーシャルメディアに対する考え方や違いを理解しようと意識し始めたことが分かる。また、ソーシャルメディアをコミュニケーションツールとして考えようとするコメントも見受けられた。

情報発信に対する意識変化(質問項目③)はツイート数が少なかった3名の学生で1回目~3回目までをまとめて確認してみる。

MK さん(メディア表現学科)の場合

1. 少し変わった。
2. 変わった気がする。全くする気がなかったのが、ちょっとはする気になった。
3. 変わった気がする。誰かに自分の発信した情報を見てもらいたいという気持ちが増した。

KH さん(文化社会学科)の場合

1. 情報発信は誰にでも出来るのだと分かった。
2. Twitter にしろ、見られているのだと意識する様になりました。
3. 自分の自己満足だけではいけない。見られているんだと実感した。個人情報も気をつけないと。

YA さん(英語英米文学科)の場合

1. 身近なツールで情報発信出来ることを知り面白いと思った。同時にあまり軽い発言は出来ないと思った。
2. Twitter などつぶやいた事に対して、色んな人が拾ってくれるから情報発信に便利だと思う。簡単に私達も情報発信できることが分かった。
3. 大分変わったと思います。mixi と違い Twitter やブログは誰でも見る事ができるので、自分の発言に対して、もっと責任を持つべきだと思うようになりました。

上記の3名は17回~21回という比較的少ないツイート数であるが、アンケート結果からは十分な意識変化が起こっているのが見受けられる。このことから、ソーシャルメディアでの実践が少なくとも情報発信に対する意識を向上させ、Twitter などで発言することの面白さと難しさを理解して、様々なソーシャルメディアの違いと個人的な距離感(関わり)を感じて

いるといえる。

このように、専門的な知識や技術を詰め込まなくとも、基本的な部分を外さなければ誰でもブログなどで情報発信を意識した制作が可能であることがわかる。それは様々なソーシャルメディアを活用して制作することで、受容しているだけでは分からない発信側の視点を意識させること、情報共有など互いのコミュニケーションに効果をもたらす。同時にソーシャルメディアとの関わり方やインターネットで情報発信する難しさを意識させることに効果的であるといえる。

8. ま と め

Twitterのようなソーシャルメディアは強制的に行うと魅力が半減してしまうと感じる。しかし、「つぶやきたい人だけがつぶやけばいい」「アカウントを取得したい人だけ参加して」というスタンスでは共有と意味合いでは薄れてしまうのも事実である。受講生は日常的に SNS に参加しブログなどを更新して様々なコミュニケーションを図っている。しかし、それは友人関係のバーチャル版でありクローズドな世界である。他人というよりも知人とのコミュニケーションツールであると感じる。また、リアルタイム性という部分にも必要性を感じない受講生も多かったが、その部分からブログと Twitter の違いや役割を議論する展開に発展したことは嬉しい誤算であった。

Web 制作においては技術に加え、「なぜこの企画なのか」、「ターゲットはだれか」という意識づけが重要であるが、同時に「インターネット上での情報発信」の難しさや「ネットを通じた社会的なつながり（共有）」の必要性や難しさを受講生は感じ取ることができ、ネットリテラシーを向上させるきっかけになると実感できた。

今後はさらにインターネットの環境がパーソナル化し、ソーシャルメディアとの関係性もより深くなっていくと考えられることから、情報発信や情報の受け

手として Twitter などの新しいメディアとの係わりをどう捉えるかを意識していく必要もある。そこからソーシャルメディアを活用したコミュニケーション能力や、情報に惑わされないネットワークリテラシーを獲得していく必要があるとも感じる。

また、今回のケースはテストケースであり実践研究としては始まったばかりの試みである。今後も同様な実践の場を継続して提供していき、詳細データを収集し、多様な分析が必要でもある。それにより、より有益な授業デザインができると考えている。

参考文献・URL

- 1) タラ・ハント, 村井章子 (翻訳) 『ツイッターノミクス TwitterNomics』文藝春秋, 2010 年
- 2) 上杉隆 『なぜツイッターでつぶやくと日本が変わるのか』 普遊舎, 2010 年
- 3) 津田大介 『Twitter 社会論～新たなリアルタイム・ウェブの潮流』 洋泉社, 2009 年
- 4) 神田敏晶 『Twitter 革命』ソフトバンククリエイティブ, 2009 年
- 5) コグレマサト 『ツイッター 140 文字が世界を変える』毎日コミュニケーションズ, 2009 年
- 6) 梅田望夫 『ウェブ進化論 本当の変化はこれから始まる』 筑摩書房, 2006 年
- 7) 「ソーシャルメディア・SNS の調査」イーモバイル (ソフトバンク・ヒューマンキャピタル株式会社), 2010 年
- 8) 『ビジュアル情報処理 - CG・画像処理入門 -』 CG-ARTS 協会, 2006 年
- 9) 川瀬基寛 『Twitter 利用による情報共有とネットリテラシー教育 - 企画ブログ制作授業における実践 -』第 17 回日本教育メディア学会年次大会発表論文集 pp.91-92, 2010 年
- 10) Twitter URL <http://www.twitter.com>
※授業用ハッシュタグ #dmt2010
- 11) JUGEMU URL <http://jugem.jp/>
※ブログ <http://dmt2010.jugem.jp/>

※本稿の画像の使用・掲載に関し、Twitter 社および paperboy&CO. 社より許諾を得ております。