

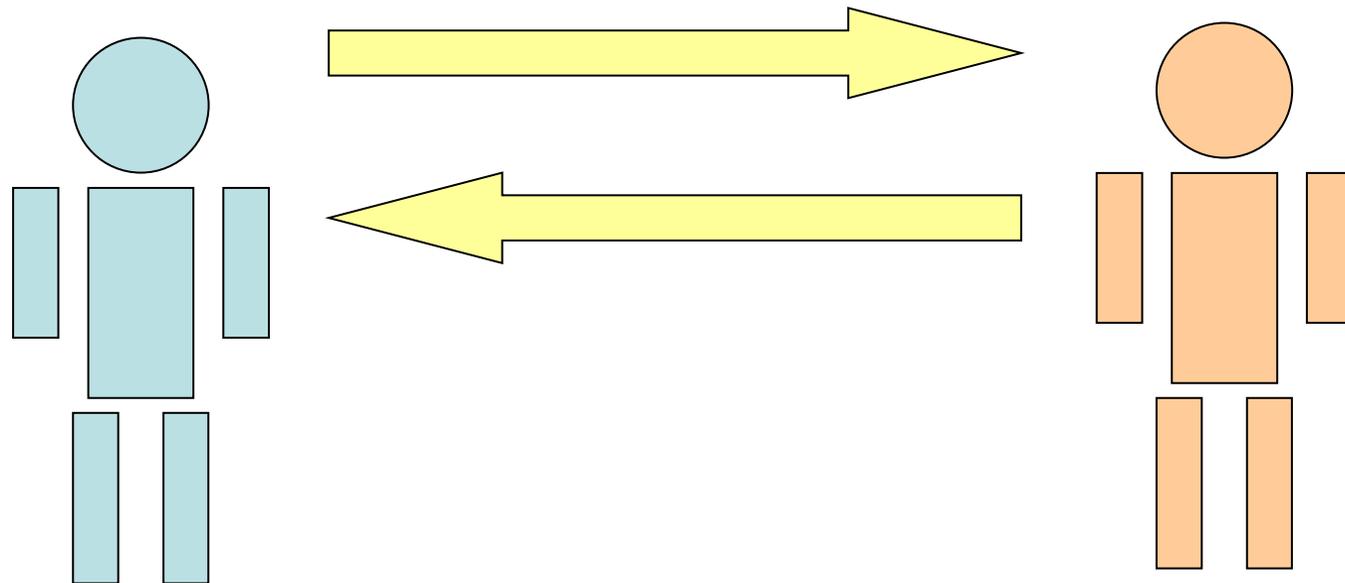
メディアとコミュニケーション

(教科書 pp.66~)

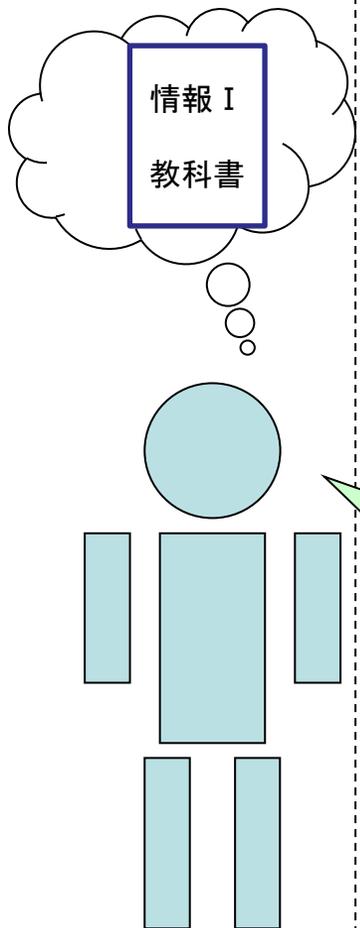
情報の科学 第37回授業
07コミュニケーションと情報デザイン
対応ファイル 22exp37.xls

「コミュニケーション」とは

- 「情報」のやりとり
- 意志疎通
- 相互作用

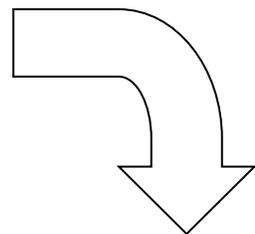


A君の世界



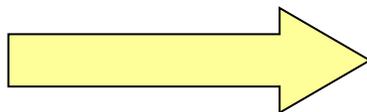
音声

記号化



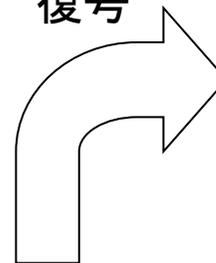
「教科書」

空気



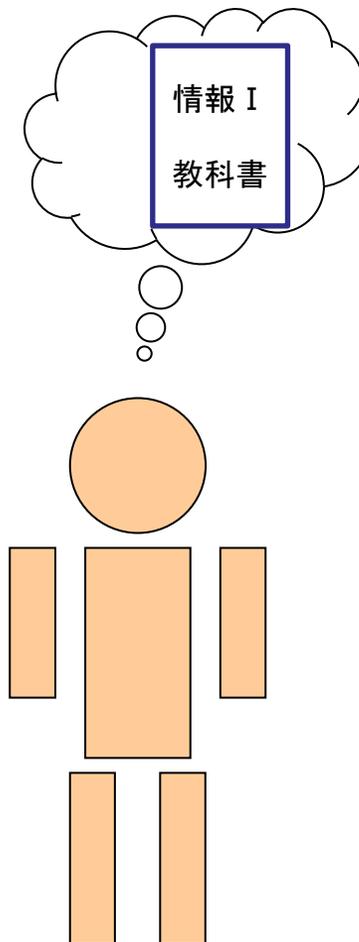
音声

復号

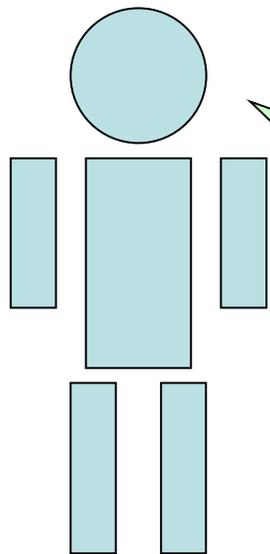


「教科書」

Bさんの世界

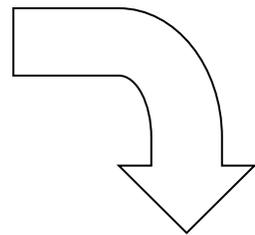


A君の世界



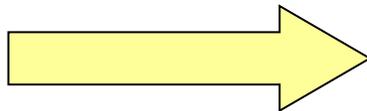
音声

記号化



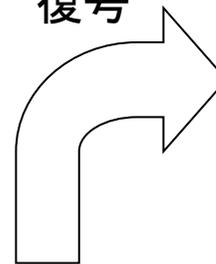
「いぬ」

空気



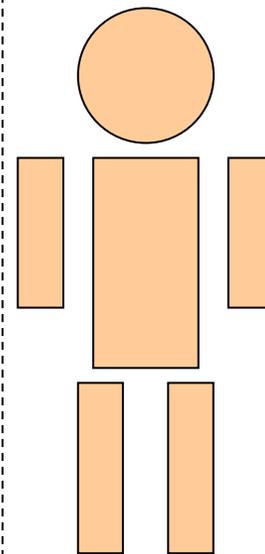
音声

復号

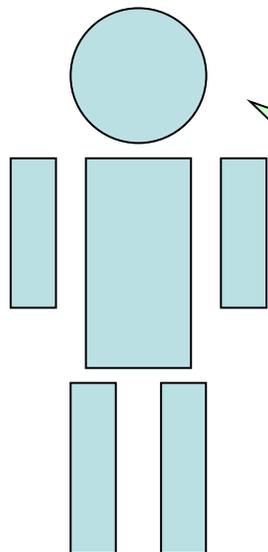
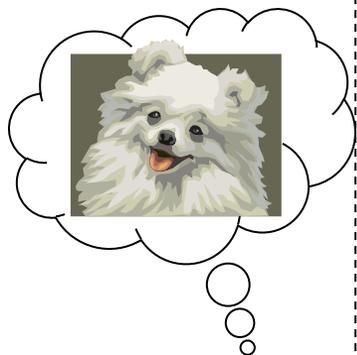


「いぬ」

Bさんの世界

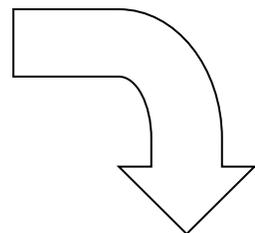


A君の世界



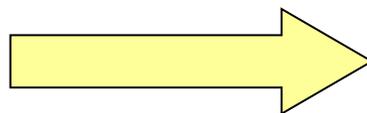
音声

記号化



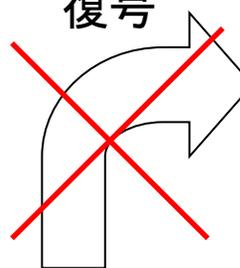
「いぬ」

空気



音声

復号



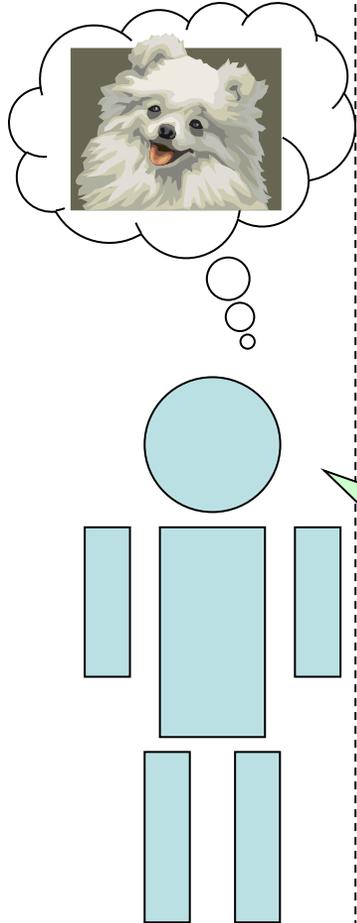
「inu」

Bさんの世界



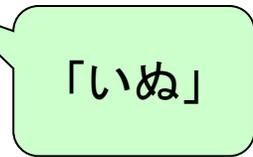
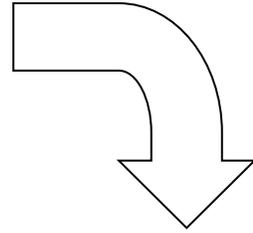
相手が復号できなければ
内容を伝えることはできない

A君の世界

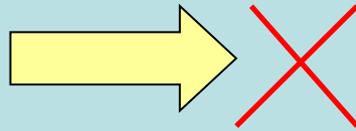


音声

記号化

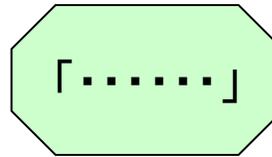
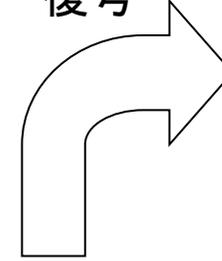


水の中

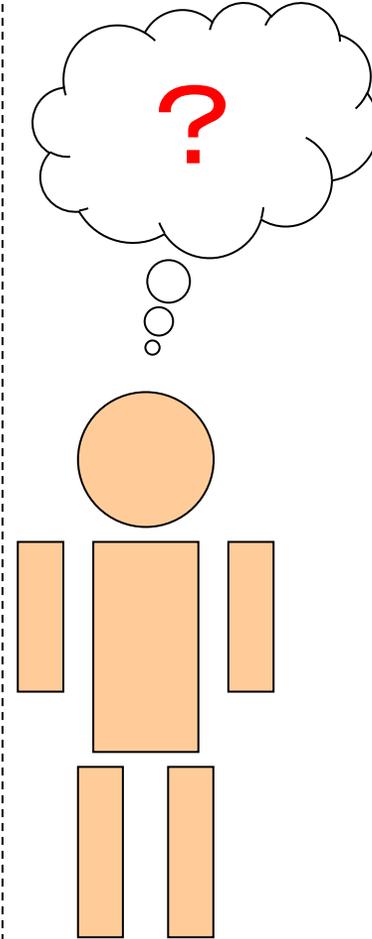


音声

復号



Bさんの世界

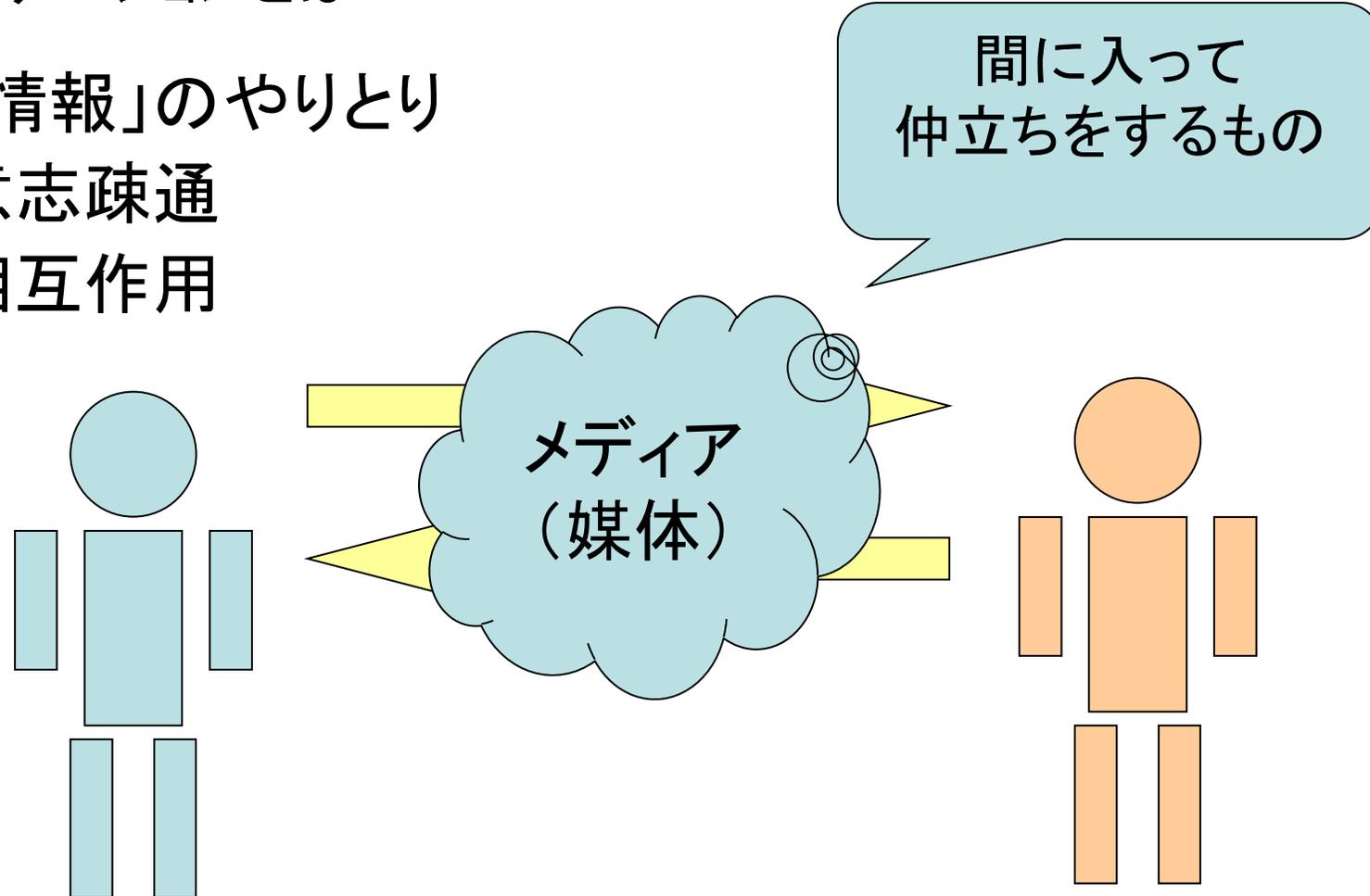


伝達経路が不適切でも
内容を伝えることはできない

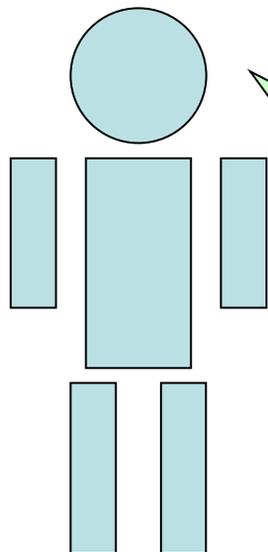
「コミュニケーション」と「メディア」

コミュニケーションとは・・・

- 「情報」のやりとり
- 意志疎通
- 相互作用

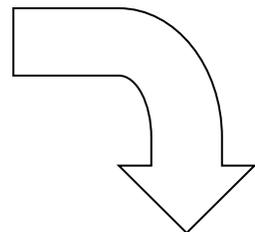


A君の世界

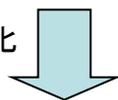


静止画

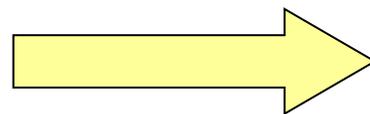
記号化



デジタル化



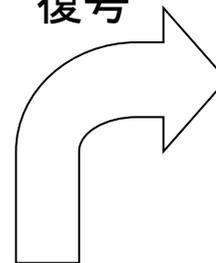
電子データ



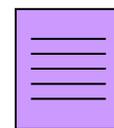
インターネット

静止画

復号

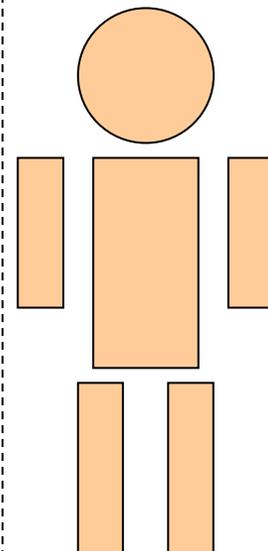


復元

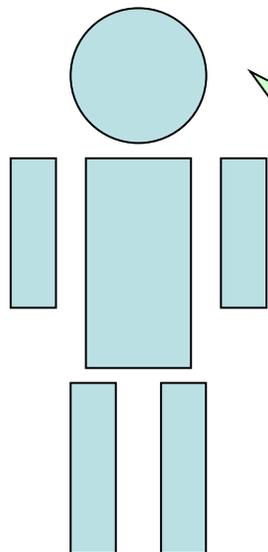
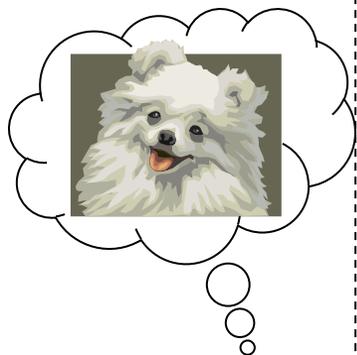


電子データ

Bさんの世界

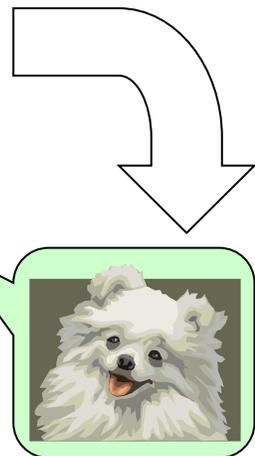


A君の世界

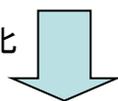


静止画

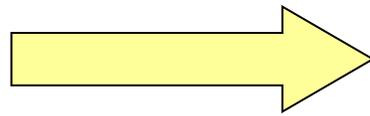
記号化



デジタル化



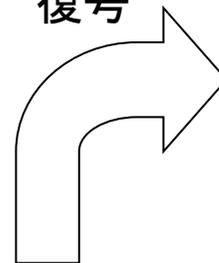
フラッシュメモリ



直送

静止画

復号

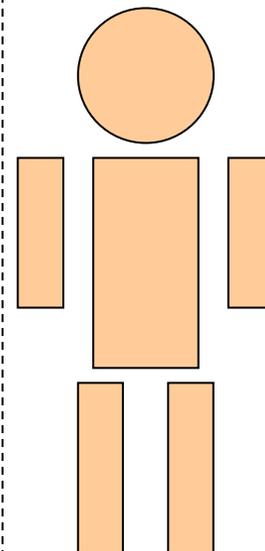


復元

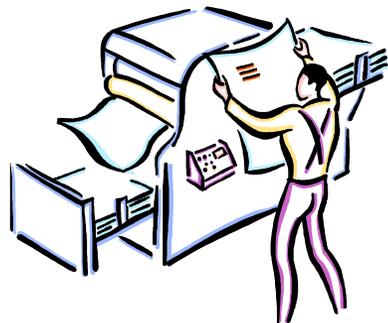


フラッシュメモリ

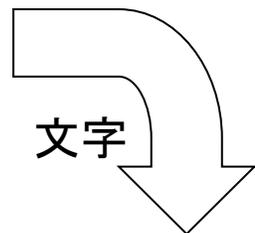
Bさんの世界



新聞社



記号化

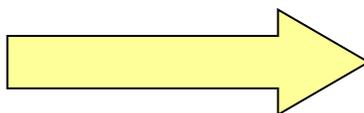


「今日の
ニュース」

印刷



新聞紙

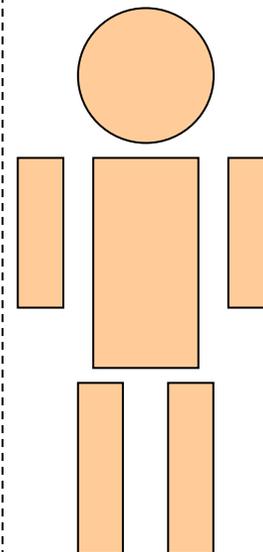


直送

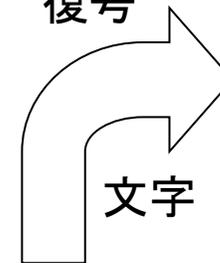


新聞紙

Bさんの世界



復号



「今日の
ニュース」



読む

ラジオ局



マスメディア

ラジオ
放送

情報手段

情報源
は？

音声

表現手段

どのように
表されて
いる？

電波

通信手段

何によって
運ばれて？

保存

記憶メディア



ソーシャルメディア

- 利用者どうしが意見を交換したり、情報共有したりできる情報メディア。
- 情報機器のパーソナル化により、直接的に個人や組織がつながり、やりとりできる。
- SNS上のサービスとして提供されることが多い
 - ショートメッセージ、電子メール、メーリングリスト
 - 電子掲示板
 - チャット
 - ブログ、マイクロブログ
 - 動画共有、オンラインゲーム

コミュニケーションの要素

- 誰に？
特定・不特定
1人・多数
- 何で？
文字、画像、音声、動画、におい など
- 何を通じて？
空気、電話線、無線、専用線 など
- どこに？
対面・すぐそば・遠く離れた所
特定・不特定の場所
- いつ？
すぐに・何日か後に など

「同期的」と「非同期的」

- 「同期的」コミュニケーション

発信者が受信者と同じ時間を共有し、同調していく方式

例) 電話での通話、チャット、コンサート など

- 「非同期的」コミュニケーション

発信者が受信者と同じ時間を共有せずに、一方的に情報を伝えていく方式

例) 掲示板、録画された映像、出版物 など

コミュニケーション手段とその形態

	同期的	非同期的
1対1	電話、ビデオ通話	電子メール 手紙
1対多	テレビの生中継	Webサイト 動画共有アプリ

※現在は、いろいろなサービスが提供されているため、これらの区分は一概には当てはまらない状況もある。

言葉とコミュニケーション

- バーバル・コミュニケーション
 - 言葉によるコミュニケーション
- ノンバーバル・コミュニケーション
 - 言葉以外で表現するコミュニケーション
 - 身振り・手振り
 - 顔の表情 など

コミュニケーションにおいては、ノンバーバル情報が極めて重要である！

ソーシャルメディアの特性

1. 場所や時間の制約がない(ボーダレス・非同期)
 - 「すぐに返事が来ない」のは当たり前。
2. 主に文字でのコミュニケーション(メディアの偏り)
 - 相手に伝わる「情報の量」は実はそれほど多くはない。
3. 参加者に一斉に連絡可(同報性・即時性)
 - 一度発信した情報を取り消すことはまず不可能。
4. 検索ができ、情報が蓄積される(蓄積性)
 - 悪意のある情報や個人情報も、ずっと留まり続ける。
5. 実名ではなくハンドルネームが多い(匿名性)
 - 無責任な書き込みや誹謗中傷、なりすましの可能性。
 - 実はほとんどの場合が「特定」されてしまう。

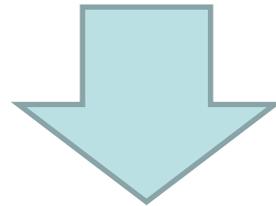
絶対に守って欲しいこと

- 他人を傷つける言葉や画像などは、絶対に発信してはいけない
 - 一度発信した情報は取り消せず、あっという間に広がるだけでなく、ずっと残り半永久的に相手を傷つけ続ける(=永遠の「いじめ」)。
- SNSでも、実は「閉じた世界」ではない！
 - 何らかのきっかけで、必ず現実社会で表面化します。「自分たちだけ」は有り得ません。いつ表面化しても恥ずかしくないように。
 - 外部に接続されている以上、ウイルスや不具合、誤操作により、内容が外部に流出することも！

情報デザイン

「情報デザイン」とは(p.92)

- 様々に散らばった情報を、
- 目的に応じて収集、分析、再構築を行い、
- 相手にとってわかりやすい表現に変換すること



- 単に「美しいもの」ではなく、「目的」がある
- 伝える「相手」が存在する(→ コミュニケーション)

情報をデザインする(p.93)

- 抽象化
 - アイコン、標識、案内表示 など
- 可視化
 - 図解、グラフ、表 など
- 構造化
 - 階層化、関連、係り受け など

→ これらは密接に関わりあっている！

ユニバーサルデザイン(pp.100-101)

- 文化・言語・国籍の違い、年齢、障がいの有無や能力に関わらず利用できる製品・情報の設計(デザイン)
 - アクセシビリティ
 - 誰もが「使える」状態にすること
 - Alt属性、配色、テキスト読み上げ など
 - ユーザビリティ
 - 使う人がより「使いやすい」状態にすること
 - タッチパネル、音声での操作、

実習(個人)

- 目に留まった「商品」のWebサイトを1つ選ぶ
 - そのサイトについて、
 - 誰を「主な相手」として想定しているか
 - 伝えるためにどのような「工夫」がされているか
 - メディアの工夫(文字、フォント、静止画、動画・・・)
 - 配色の工夫、配置の工夫・・・
 - アクセシビリティ、ユーザビリティ
- などについて分析する。

実習（シェアリング）、全体発表

- 自分が分析した結果を、相手に簡単に説明する
- 相手からの意見ももらう
- 何人かに全体発表