

ケータイのコミユナルな利用へ向けて

ケータイ動画地図投稿システム Goovie の開発

土橋 臣吾 瀧本 晋也

携帯電話が人々の日常生活に浸透してから、すでに相当の時間が経った。しかし、私たちの社会は携帯電話の潜在的可能性を活かしつづけているわけではない。たとえば、日本における携帯電話利用の実態を見る限り、現状でのそれは、私的なコミュニケーションと商業的なサービスの利用に偏り、その他の利用のあり方は見えていない。また、カメラ機能などを中心に多機能化した携帯電話は、たんなる通信メディアとしてのみならず、ある種の表現活動を可能にする表現メディアとしての可能性をもっているが、その可能性もまだほとんど活用されていない。本論文は、こうした問題意識から筆者の一人（瀧本）が開発した、あるウェブツールの目的と現状について論じるものである。開発したシステムは、GPS 機能付きの携帯電話で撮影された動画や写真を自動で Google Maps 上に配置するシステムであり、このシステムを使うことで、携帯電話を私的なコミュニケーションとも、商業的なサービスとの消費とも異なるコミユナル（コミユニティ的）な圏域へ接合することができ、また動画を用いた携帯電話による人々の表現活動を拡大することができる。

キーワード：ケータイ、動画、コミュニティ、Goovie

1 ケータイの別の姿へ

携帯電話、あるいは、電話の機能をはるかに超えた「ケータイ」を、私たちの社会はどれだけ使っているだろうか。もちろん、用途を列挙すれば、ケータイはあらゆることに使われている。通話、メール、ウェブはもとより、その気になれば、音楽鑑賞やテレビ視聴もケータイで済ませることができる。また、電子決済やカメラ、GPSの機能まで含めて考えるなら、私たちの日常生活そのものがケータイ化しているようにさえ見える。だが、ここで考えたいのは少し別のこと、すなわち今日の日本におけるケータイ利用がどのような社会性を帯びているか、ということである。それは機能の多様性に見合う広がり獲得しているだろうか。していない、という見解がありうる。たとえば、水越は、様々なメディア・リテラシー教育や市民のメディア実践を主導してきた立場から、日本におけるケータイ利用の現状を次のように観察する。少し長いが重要なので引用しておこう。

国家的な公共サービスの構造が変容し、ユニバーサル・サービスの理念が事実上、消費社会の論理に取って代わられて以降、ケータイのコミュニケーションはプライベートなおしゃべりやメールのやり取りからなる、いわば極私圏と、ネットを介したモノやサービスの売買、交換といった商業圏での活用に二極化されてきてしまったのではないだろうか（...）パブリックな社会へ向けてはもちろん、家族や友人に対しても制限され、閉じられた繭玉のようなプライベートな空間の増殖。モブログから出会い系サイトまで、i モードに代表されるネットサービスを簡単に、短く、浅く利用することで、コンビニ、ファミレス、郊外型モールなど、規格化された消費社会的メカニズムにすっぽり組み込まれていくモバイル生活。（水越、2007:40-41）

要するに、ここで水越が苛立っているのは、私たちのケータイ利用のある種の「貧しさ」に対してである。指摘されるように 私たちの社会におけるケータイ利用は、私的なおしゃべりに終始する「極私圏」とサービスやコンテンツの消費のみがなされる「商業圏」に引き裂かれ、その他のオルタナティブなケータイのあり方はなかなか見えてこない。しかもさらにまずいのは、こうした状況が変わらず続いたら、ケータイのそのようなあり方が、誰もそれを疑うことのない共通認識として自明化しかねないということだ。ケータイは私的なコミュニケーシ

DOBASHI Shingo
土橋 臣吾 法政大学社会学部准教授
TAKIMOTO Shinya
瀧本晋也 武蔵工業大学環境情報学部情報メディア学科 2007 年度卒業生

ョンと商業的な情報消費のツールであり、それ以上でも以下でもない。こうしたケータイ観は、実際、すでに多くのユーザの共有するところではないだろうか。だとすれば、ケータイの未来は、少なくとも水越のような立場からすれば、今後とも貧しいものであり続けるということになる。

だが、多くのメディアの歴史が示すように、あるメディアがどのように使われ、どのように社会に定着するかを、あらかじめの必然としてあきらめる必要はない。それは、そのメディアをめぐるどのような社会・技術的な布置が形成されるかによって大きく変わりうるのである。たとえば、今日マスメディアとして定着しているラジオが、そもそもは無線という双方向メディアだったことはよく知られている（水越，1993）。それを可能にしたのは、まず社会的には、無線技術の可能性に嬉々として戯れ、電波を介しての会話に喜びを見出した数多くのアマチュア無線家たちであり、また技術的には、様々なチューニングや改造を許容する無線機のモノ次元でのあり方（剥き出しの回路）だった。そして、それがラジオ＝一方通行のマスメディアになるときは、無線機というモノはその送信機能を削ぎ落とされ、木製のキャビネットに収められることで、ブラックボックス化する。ラジオから流れる番組をおとなしく聴取する、無線家ならぬリスナーなる人々が、そうした技術のあり方を支持したのだった。重要なのはこの落差である。同じ技術は、それを取り巻く社会・技術的な布置のあり方によって、まったく違うメディアとして立ち現れるのである。

だとすれば、少なくとも可能性としては、ケータイもまた、それをめぐる社会・技術的な布置連関のあり方次第で、今日のそれとは別の姿をとりうると思われるだろう。一つの有望な方向性が、水越自身が主張する、「コミユナルなケータイ」のあり方である。つまり、私的なおしゃべりの藪に沈潜するのとも異なる、より開かれた、コミユニティ的、あるいは公共的な圏域を担うケータイの姿である。そのきわめて素朴なイメージとしてたとえば、水越の協同研究者アスケ・ダムが実際に作って見せたケータイ用プロジェクトにつながれたケータイの姿を考えるとできるだろう（鳥海，2007：234）。つまり、ケータイに小さなプロジェクトが付いていけば、ケータイに収められた写真や動画を、そこにある壁に即座に映し出すことができる。そうすればそこには、それを見る何人かの人々という集団、コミユニティが形成されるだろう。それはもちろん一時的で小さなものだが、それでも、極私圏とも商業圏とも異なる、ケータイの新たな社会性を示すものだと言える。それは、一人で小さな画面で見ることが自然であったケータイ写真やケータイ動画を、コミユナルな次元へと開くのである。

以下、本稿で論じていくのは、こうした議論に導かれてつづ行われた、あるシステムのデザイン、すなわち、ケータイを都市や地域といったコミユナルな領域へ接合するためのシステムのデザインについてである。あらかじめその概要を示すなら、今回制作したシステムは、GPS機能付きのケータイカメラで撮影した動画・静止画を、添付メールの送信だけで、自動的にGoogle Maps上に配置するというものである（以下、このシステムを開発時の通称どおり、Goovieと呼ぶ）。基本的な利用イメージは、街中で見かけたモノ・コトを動画や写真で撮影し、それをウェブ上の地図にアップロードするという使い方だが、これだけでも、このGoovieがある種のコミユナルな次元を開示することをイメージできるだろう。それは、都市や地域でそれぞれの経験をする人が、その個人的な経験を他の人々と共有する機会を与えると共に、都市や地域というコミユニティを、それぞれの個人が切り取ったイメージで集合的に可視化することに寄与する。現状では、システムの初期デザインが終わり、試験的な運用を開始したばかりだが、以下では、このシステムの狙いと開発についてより詳細に示し、その上で、その将来的な利用可能性について論じていく。

2 Goovieの目的と機能

2.1 Goovieが目指すもの

まずは、Goovieを開発する際に何を目指していたかを、二つの論点から述べておきたい。ひとつには、ケータイ利用者の行為能力（agency）、あるいはその拡大という目的に関わる論点（注1）、もうひとつには、Goovieがどのようなかたちでコミユナルな領域を開こうとするのか、そのやり方に関わる論点である。

まず、ケータイ利用者の行為能力という点について言えば、開発当初から明確に意図されていたのは、ケータイ利用者の「表現活動」における行為能力を拡大することであった。もちろん、このようにあらためて大上段に構えるまでもなく、カメラ機能が搭載されたケータイは、イメージの領域における強力な「表現メディア」としてのポテンシャルをすでに持っている。だが、表現というものが、ケータイカメラによって何か撮影・記録されるだけでなく、それが誰かに伝えられ、享受されたときに初めて成立するものだとするならば、カメラ付きケータイが現状で「表現メディア」たりえているかはかなり疑わしい。というのも、各種の利用者調査の結果を見る限り、ケータイで記録された映像や写真のほとんどは、伝える・表現するという次元にたどり着くことなく、個人の端末のなかに「死蔵」されてしまっているように見えるからである。

データを示そう。たとえば、モバイル・コンテンツ・

フォーラムの監修によって毎年発行されている『ケータイ白書』の2007年度版(モバイル・コンテンツ・フォーラム,2007)によれば,ケータイのカメラで撮影した写真の処理方法としては,そのまま「携帯電話に保存している」人が81.7%と圧倒的に多い。もちろん,「外部メモリーに保存している」という人も半数近くいるし(49.5%),「パソコンに取り込んで保存している」という人も二割以上いるから(22.0%),ケータイで撮られた映像や写真がケータイの外へ出るとはそれなりにあるのだろう。だが,それとて,ケータイ動画・写真が記録・蓄積という次元を超えて,伝達・表現の次元に至っていることを保証するものではない。容易に推察されるように,外部メモリーやパソコンも,本体に収まりきらないデータの保存場所に過ぎない可能性が高いからである。

その傍証になるのが,ケータイ写真・動画をメールで送信する頻度の少なさである。まず,写真について言えば,撮った写真をメールで送信する頻度は,「月数回程度以下」が40.3%と一番多い。また,一日一回以上送信する人も一割以下であり(7.1%),もっとも素朴な伝達・表現のかたちであろう,メールでの誰かへの送り届けも日常的にはあまり行われていないことが分かる。動画については,当然ながら,さらに頻度が下がる。つまり,そもそも「動画を添付したメールを送信したことはない」人が45.2%と半数近くを占め,これに「月数回程度以下」の30.0%を加えれば,ケータイで撮影された動画のほとんどは,個人の記録としてしか利用されていないと見るのが妥当だろう。ケータイ写真・動画は,撮影されてもなかなか表現・伝達へ行きつかないのである。

ではなぜ,ケータイ動画・写真による表現活動はかくも低調なのだろうか。ありうる答えのひとつは,そうした表現活動への欲求を私たちはそもそももっていない,というものだ。だが,いうまでもなく,欲求というものもまた環境によって変わりうる。だとすればひとつ重要なのは,ケータイ動画・写真で表現を行う場,それをどのようにデザインするかどうか(注2)。実際,ごく素朴に考えても,ケータイで撮った写真や動画をどのような場で表現すればいいのか,すぐに思いつく人はおそらくそう多くない。もちろん, flickr や youtube といった写真・動画共有サイトへの投稿などは面白い試みになりうる。だが,そうした場での公開に,ごく普通の利用者が意味を感じることは難しいのではないか。個々の動画や写真に,「作品」あるいは「情報」としての価値を見出しているのでもない限り,不特定多数を相手にする大規模サイトにおいては,誰に向けて・何のためにする表現なのか,自らの表現の文脈を実感しにくいからである。だとすれば,ケータイでの表現活動に有意義な文脈を与えることが当座の具体的な課題となりうるはずである。

この点に関して,Goovieは何をできるだろうか。まず

言えるのは,Goovieは,地図への投稿システムである点において,個々の表現に対して,あらかじめ一定の文脈を与えるということである。個々の動画や写真の出来がどうあれ,地図が示すその場所を撮影したものだという事実そのものが,それぞれの表現に一定の意味を与えるというわけだ。さらに,次節でも触れるように,Goovieの開発に際しては,不特定多数での利用というより,ある程度限定された人々によるグループウェア的な利用や,日常的な生活圏を共にする人々による利用を想定し,そのためのシステム上の配慮をしている。つまり,一枚の地図に不特定多数のユーザの投稿が集約されるシステムではなく,ユーザ側で適宜地図を生成し,その地図を目的ごとに共有する仕組みである。こうすることでGoovie上では,不特定多数にその価値を認められるような表現だけでなく,特定の参加者の中で緩く共有された文脈をあてにした,より気軽な表現までが許容されることになる。そうした表現の価値については様々な評価がありうるが,まずは敷居を下げるといふ意義があるし,実際問題,そこに投稿されるものが,一枚の写真や15秒程度の動画であることを考えれば現実的でもあろう。

そして,Goovieが想定しているこうした表現のあり方は,Goovieがどのようなかたちで communal な領域を開こうとするか,という2つ目の論点にも密接に関わっている。端的に言えば,今回私たちが目指したのは,「断片の集積によるコミュニティの可視化」である。つまり,ケータイを手にそれぞれの生活や場所を生きる人々の断片的な表現を集めることで,そのグループやコミュニティの姿を可視化することである。これについては,異なるメディアを用いて行われた二つの表現活動の事例が重要な発想のヒントになっていた。まずひとつには,本江・中西らによる「時空間ポエマー」と題されたメディア実践である。これは,やはりGPSとカメラの付いたケータイを用いたもので,都市のなかで,不特定多数の人々から投稿されてくる写真を,グリッドで分けられた地図に配置し,床面に大きな地図を投影するインターフェースを構成した上で,公共スペースなどで展示するというものである。本江らは,この試みを「眼差しのデータベース」と呼んでいる(本江・中西,2006:49)。つまり,ひとつひとつのそれとしては断片的な写真であっても,そこに集められるのは常に都市の中で誰かが実際に「眼差し」を向けたモノや風景であり,その蓄積は,都市というコミュニティをこれまでになかたけで可視化するのである。

もうひとつは,アメリカの作家ポール・オースターが,ラジオという古いメディアを用いて展開した「ナショナル・ストーリー・プロジェクト」である(Auster, P., 2001=2005)。仕掛けはごくシンプルなもので,オースターは自らのラジオ番組で,リスナーが人生の中で経験し

た様々な出来事を手紙やメールで送ってもらうように呼びかけ、それをラジオで朗読したのだった。送られてきた手紙は、愉快なものであれ悲しいものであれ、それぞれのリスナーの個人的な経験であり、このプロジェクトがなければ、普通のアメリカ人の小さな経験として埋もれていたはずのものである。だが、果たしてその蓄積は、アメリカという共同体のあり方を、新鮮なかたちで浮かび上がらせる。それはまさに断片の集積としてのアメリカを可視化するのである。もちろん、それは断片の集積であるがゆえに、統一的なイメージを結ぶアメリカではない。むしろそれは、聴き手が無数の断片のあいだに繋がりを見出すことで事後的に把捉されるアメリカであり、多くの人が多くの異なるアメリカをそこに見るだろう。だが、プロジェクトの名付けの通り、オースターによれば、それこそが「国民の物語 (National Story)」なのであり、そこには断片的な表現がコミュニティに関わるときの豊かな可能性を見て取れる。

さて、以上の議論をまとめるなら、Goovie が目指したのは、ケータイによる表現活動に文脈を与えることでその敷居を下げ、敷居が下げられているがゆえに雑多で断片的なものにもなりうる表現のあり方をポジティブに捉えつつ、その断片の集積というかたちでコミュニティを可視化すること、というふうになるだろう。これを、ウェブやケータイといったデジタルメディアの世界で用いられる用語で言い直せば、Goovie はある種の CGM (consumer generated media) 的なシステムの構築を目指しているのだとも言える。CGM とは、文字通り、消費者が投稿したり書き込んだりしたものが、その集積によって、有意義なコンテンツとなっていくようなメディアのことであり、各種のクチコミサイトや、SNS (Social Networking Service)、ブログなどがそれにあたる。もちろん、Goovie は CGM が議論されるときに良く出てくる「集合知」を目指すものでもないし、マーケティング的な関心から「消費者の反応」を探るために役立つものでもない。というより、CGM にはおそらくそれらとは異なる多様な展開や価値があるはずであり、Goovie はそれをより日常的なコミュニティという文脈で試そうとするものである。

2.2 Goovie の仕組みと機能

さて、以上では主に社会学的な観点から、Goovie の狙いについて論じてきた。これを踏まえて、ここでは Goovie の仕組みと機能について、技術的な側面も含めてやや詳細に見ておきたい。すでに示したように、Goovie は基本的には、位置情報付きのケータイ動画・写真を、添付メールを送信するだけで、自動的に Google Maps に配置するというシステムであり、そのために幾つかのステップを踏んでいる。まずはシステムの総体を紹介して

おきたい。Goovie の全体像を模式的に表したのが図 1 である。

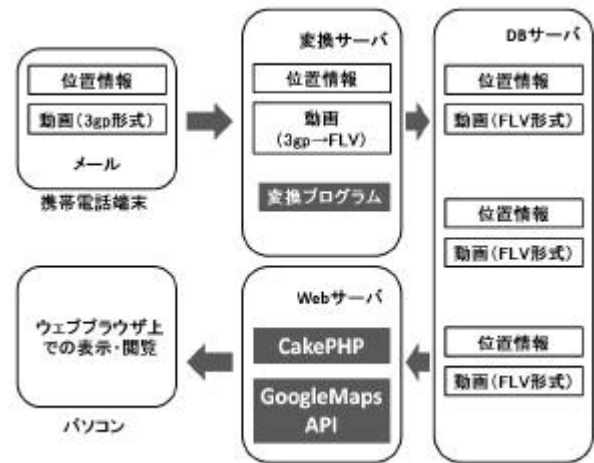


図 1 Goovie システム構成

図 1 で確認できるように、Goovie は仕組みとしては、三種類のサーバとその中で稼働するプログラムによって成り立っている。順に見ていくなら、第一のサーバである変換サーバは、ケータイから送られてきた添付メールを(注 3)、GPS で取得された位置情報(注 4)と 3gp 形式(現在のケータイ動画の標準的なファイル形式)で送られてくる動画データに切り分け、その上で、ケータイ動画を 3gp 形式からウェブ上でのストリーミング配信に適した FLV 形式に変換する役目を担っている。この工程を経たデータは、DB サーバに受け渡され、位置情報と動画データ、ならびにメール送信時に利用者がつける動画のタイトルが、それぞれ対応づけられながらデータベースに格納される。そして、その格納されたデータを最終的にウェブページに表示するための作業を行うのが、最後の Web サーバであり、ここでは GoogleMaps API と CakePHP と呼ばれるフレームワークが利用されている。

Goovie 自体の話からはややそれるが Goovie を可能にした技術的動向として重要なので、API とフレームワークについて若干説明しておこう。まず、API とは、application programming interface の略称で、Goovie のような独自のアプリケーションを開発しようとする者が、他のサービス(今回の場合であれば、Google Maps)ですでに提供されている機能を利用するための仕組みである。つまり、Google は自社サービスである Google Maps の機能を、一般のユーザが自分のサイトで利用することを一定の条件の下で許可しており、Goovie もそれによって初めて可能になっている。また、CakePHP とは、開発の効率性を上げるために、web アプリケーションの開発で常に必要な機能をフレームワークというかたちでまとめて提供してくれるものであり、独自アプリケーシ

ヨンの開発者はこれを無料で利用することができる。つまり、API もフレームワークも、開発環境をよりオープンにしていこうとする近年のウェブの世界の流れを象徴するものであり、Goovieの開発もそこから多大な恩恵を受けているというわけだ。

いずれにせよ、このような仕組みでGoovieは稼働しており、ケータイから送られた動画は図2のようなかたちで、ウェブブラウザに表示されることになる。表示画面のデザインはごくシンプルなものとなっており、右側に投稿された動画や写真のタイトルが投稿時刻とともに示され、そのタイトル文字列が地図上のポイントをクリックすると、地図上に吹き出しが現れると共に、動画再生・写真表示がなされる。



図2 Goovie ブラウザ表示画面

Goovie のもっとも基本的な仕組みと機能は以上だが、実際にこれを利用・運用していく上では幾つかの付加機能が必要になる。主だったものとしては、新規マップ生成機能、投稿コンテンツ編集機能、パソコンからの投稿機能の三つがある。それぞれの機能について、順に確認していこう。

まず、前節の議論との関連で重要なのは、グループごと、あるいは目的ごとに新しい地図を作るための、新規マップ生成機能である。これは、現状では、特に管理者権限をもたないユーザでも、無制限にマップが作れる設定になっており、その方法もごく単純である。つまり、それぞれのマップは、たとえば、<http://www.goovie.org/view/武蔵工大生マップ>といった日本語を含んだURLを割り当てられているが、ブラウザのURL表示欄で、その日本語の部分に適宜新しい名前前で書き換えてenterキーを押せば、それだけで、その名前とURLを割り当てられた新しいマップが生成される。ページの生成結果は、別途用意されているマップリスト

を表示するページで確認でき、確認直後から即座に利用可能になっている。これは、感覚としてはおそらく、SNSなどにおいて、新たなコミュニティやトピックを立てるのに近いと言えるだろう。つまり、Goovieにおいては、SNS同様、ある程度思いつきのようなものであっても、ユーザ側で自由に一定の目的に沿った集まりの場を即座に作れるわけである。各マップへの参加の認証をどうするかなど、幾つかの実践的な課題はあるが、今後Goovieを様々な利用者に使ってもらうために、この自由度の高いマップ生成機能は重要な意味を持つように思われる。

次に、投稿コンテンツ編集機能である。これは、幾つかの異なる機能を含むが、総じて言えば、ケータイから何かを投稿した後に、パソコンのブラウザ上で、それを編集・修正するための機能である。まず、実際的な問題として是非とも必要だった機能として、位置情報の修正機能がある。これは、GPSの精度に関わる問題で、ケータイのGPSでは、特に室内や建物の陰になる場所などで位置情報を取得した場合、実際に取得した場所とは数百メートル以上離れた場所を示してしまうことがある。これに対応するために、動画・写真が表示される吹き出しのなかに編集ボタンを設け、そこをクリックすると修正用の地図が新たに表示され、そこでポイントのドラッグ&ドロップで位置を修正できるように対応した。また、



図3 動画へのコメント表示(ただし、見やすいように画像を加工した)

この編集ボタンからは位置修正だけでなく、投稿時に付けた動画・写真のタイトルの変更もできるようになっている。

また、こうした実際的なものとはまた異なる編集機能として、動画へのコメント機能が実装されている。これは、やはり吹き出しに表示されるコメント欄にテキストを入力することで、再生された動画の上に、文字列が表示されるというものである(ニコニコ動画のそれに近い。図3を参照)。ただし、これについては、まだ実験的なものであり、実際の利用者にどれだけ活用されるかは未知数である。しかし、Goovieを動画・写真の集積場所としてだけでなく、ユーザ間のコミュニケーションの場としても考えるなら、文字を用いたメッセージのやり取りのための何からの機能が必要になるだろう。

最後に、パソコンからの投稿機能である。前節で述べてきたような目的で開発にかかったため、当然ながら、Goovieは当初、ケータイからの投稿のみを想定していた。しかしながら、実際に小規模ながら運用・利用を始めてみると、すぐにパソコンからの投稿機能を希望する声が多くあがった。これはひとつには、GPS機能付きのケータイをもっていない人たちからの声であり、もうひとつには、すでに撮ってある写真や動画をあらためてマップに投稿したいというユーザからの声である。周知の通り、パソコンからの投稿であればGoogle Maps単体でも可能であり、また、当初私たちは主に都市や地域を歩きながら目に入ってくるものをその場で撮って送るという利用イメージを持っていたため、こうした声にはやや違和感があった。しかし、次節で紹介するような利用法、すなわち、地域のフィールドワーク活動における情報ツールとしてGoovieを利用する場合などには、様々なデバイスを持つ人々が同時に参加するし、Goovieをデータ蓄積・共有の場として考えるなら、過去に撮影したデータの投稿機能も必要であった。そのため、現状では、動画には未対応であるが、パソコンからの写真投稿の機能を付加することにした。図4は、その投稿画面であり、ドラッグ&ドロップで地図上に位置を指定した上で、パソコン



図4 パソコンからの投稿画面

からファイルを指定すれば、投稿が完了するように設計されている。

さて、ごく簡単にではあるが、以上でGoovieの基本的な仕組みと機能を概観したことになる。もちろんGoovieの利用はまだ始まったばかりであり、ここで見てきたものが完成版というわけではまったくない。むしろ、これはあくまで初期バージョンであり、今後、利用者の要望を受けてさらに改変していくことになる。

と、同時に、現在もうひとつの開発の方向性として考えているのは、やはりGoovieのオープンソース化である。これは、Goovieの利用を広げるため、また、システムの洗練と運用ノウハウの共有のために必要であると同時に、Goovieのそもそもの目的にもかなう方向性であるように思われる。というのも、すでに見たように、Goovieの狙いは、ケータイのコミユナルな利用を促進するようなアーキテクチャを構築することであり、そのアーキテクチャの上では、私たちが思い描いていないようなものも含めて、多種多様な活動が展開しうる。とすれば、Goovieは、ある程度開発が進んだところで、ひとつのプラットフォームとして広く提供し、それぞれの開発者がそれぞれの活動目的に即してカスタマイズするのが望ましいだろう。現在、こうしたことを視野に入れてオープンソース化の準備を進めているが、それによって、このGoovieをめぐるプロジェクトを次の段階へ押し進めたいと考えている。

2.3 試験的利用の事例

このように、未だ途上にあるGoovieの開発だが、現在実装している機能で、すでに幾つかの試験的な利用を試みている。まずひとつは、ごく身近なところで、筆者らの研究室の三年生が「土橋研の日常」と題したマップで、2007年の年末から二～三週間程行った利用実験である。テスト投稿などを除けば、これが最初の利用であったこともあり、まずはまったくルールや目的などを設定せずに、自分が投稿したいと感じたものを何でも送信してみようというかたちで利用してみた。投稿された動画・写真には、自分がどこかに出かけたときの記録から、自宅での様子を何の気なしに報告するもの、あるいは新年の挨拶をGoovie上で行うものなど、様々なものが見られた。しかし、全般的には、通信費用がかかることもあり、それほど投稿が盛んに行われたとは言えず、一定の関心や面白さは感じてもらったものの、文字通り、実験的な試みに留まってしまった。

とはいえ一方で、そこにある種のライフログの蓄積が見られたことも事実であり、もう一段の仕掛けを施せば、興味深い実践になりうるように思われた。当然ながら、特に改善が望まれるのは、積極的な投稿を促すような工夫である。技術的には、たとえば、前節でも触れたコメ

ント機能的なものを強化すれば、継続的な投稿や参加を促進できるかもしれない。また RSS フィードによって、投稿があったことを定期的に伝えるようにすれば、「見きたのに、新規投稿が何もなかった」という事態も避けられるだろう。だが、それ以前に、GPS 情報を取得し、動画・写真を撮影し、さらに添付メールで送るという手間が、特段のベネフィットをもたないライフログ的な表現にはそぐわなかった部分が多い。この問題の解消にはおそらく、技術的な対応もさることながら、Goovie をライフログ・ツールとして使うときに、何をするのが良いのか、何をするのが面白いのか、すなわちユーザ側の動機のある方をまじめに探っていく必要がある。技術的な対応はあくまで、そうした検討を前提に、それに即して行っていくべきものだろう。

また、これとはまったく異なるかたちでの利用も行っている。つまり、地域のフィールドワークの際の情報ツールとしての利用である。これは、武蔵工業大学環境情報学部が2007年度から採択されている現代 GP ICT によるニュータウンの街作り拠点構築」の活動の一環として行っているもので、2007年度後半に、学生、あるいは学生と地域住民との共同で、すでに数回のワークショップを行っている。具体的には、本学部のある港北ニュータウン地域の「街づくり課題」の発見を目的とした自然環境・社会環境のフィールドワークをする際に、現場を動画や写真で記録し、それを Goovie 上に蓄積していくというものだ。本号収録の古沢論文も渋谷のグラフィティ調査に即して述べているように、これまでこうした地域調査を行う上で、簡単に使える情報ツールはあまりなかった。もちろん、Goovie はそうした目的に特化してデザインされたものではないので、今後、調査の目的に即した再デザインが必要になる（調査目的に対応した入力項目の設定など）。だが、これまでの利用でも、こうしたツールがある程度役立つことは確認されたし、こうした使い方もまたケータイのコミユナルな利用のひとつに数えられて良いだろう。

3 今後の展望

では、以上のような現状を踏まえて、今後、この Goovie にはどのような展開がありうるだろうか。すでに具体的に予定、構想されているところを述べていこう。まず、今後の利用として予定されているのは、ごく簡単な「地域ニュース」のメディアとして活用する計画である。つまり、動画と位置情報をセットで扱えるという特性を活かして、街中の様々な出来事を住民がケータイで取材し、Goovie に投稿していくという計画である。実際に展開する地域としては、横浜市都筑区が予定されており、すでに2004年から住民と区役所の協働による地域ポータル

サイトとして活動している「つづき交流ステーション」(<http://www.city-yokohama-tsuzuki.net/>)の一コーナーとしての採用が決まっている。運用形態については、今後さらに検討していくが、まずは「つづき交流ステーション」の中核をなす編集委員のメンバーが中心となって、動画記事の投稿を行い、その後、関心を持ってくれた人たちに段階的に広げていくことを考えている。

この計画は一言で言えば、いわゆる市民ジャーナリズムの実践に、ケータイというツールを接合する試みである。周知のように、市民ジャーナリズムの実践としては、ケーブルテレビのパブリック・アクセスやインターネット新聞などにおいて、すでに意義深い活動が蓄積されている。だが、その多くは、ごく普通の生活者にとってまだ敷居が高い。実際、パブリック・アクセスの番組作りにはせよ、インターネット新聞への記事投稿にせよ、それなりに高い意欲と技術が必要になる。これに対して、Goovie で展開するこの取組は、ケータイという装置の特性からあらかじめ限界を抱えたものにならざるを得ないが、15秒の粗い画質の動画による「ニュース」、その代わりに、多くの人々がより気軽に関与できるものになる。つまり、この取組は、まとまりのある言説を提示するプロのジャーナリズムに近づくことを目指すのではなく、第二節の議論どおり、「断片（的なニュース）の集積によるコミュニティの可視化」を目指すのである。もちろん、これがジャーナリズムと呼びうるものに育つかどうかは未知数だが、それをどう呼ぶかにかかわらず、ケータイの普及はほとんどの人々が簡便な取材カメラを常に持ち歩く状況を作り出したのであり、Goovie はそれを有効に活かすひとつの場になりうるだろう。

これとはまた別にもうひとつ計画されているのが、Goovie を「地域イメージ創出」のメディアとして活用する計画である。この計画の背景には、ますます均質化し、独自のイメージを失っていく郊外地域・地方都市の現状がある。つまり、三浦展がその著書『ファスト風土化する日本 - 郊外化とその病理』（三浦、2004）で論じたような状況である。三浦によれば、近年の日本の郊外地域・地方都市では、どこへ行ってもロードサイドに大型ショッピングセンター、ファミレス、コンビニ、カラオケの建ち並ぶ風景が続き、地域の固有性を喪失した、食でいえばファストフードにあたるような、「ファスト風土」が蔓延しているという。そこでは地場の商店街はシャッター通りと化し、街の記憶や匂いは消えていくのである。なるほど、こうした議論は私たちの実感にもそぐうものだし、大枠では、現在の日本における郊外地域や地方都市の困難を正しく指摘するものだと言える。だがその一方で、郊外や地方がそれだけではないのも確かだろう。大枠で見れば「ファスト風土」にしか見えない場所の隙間に、それとは異なる何かが残されている可能性もある

し、それぞれの生活者の感覚としては、「ファスト風土」のなかにさえ、個人的な愛着、記憶、感情の対象になる風景があるかもしれない。

「地域イメージ創出」メディアとしての Goovie が狙うのは、まさにこうした個人的な感覚を救い出すことである。だから、Goovie を「地域イメージ創出」のために活用するというとき、そこで考えられているのは、名所や観光地、あるいはランドマーク的存在を媒介に形成される、地域のシンボリックなイメージではない。そうしたものが、統合的な地域アイデンティティ形成に寄与し、また、外部へ向けて積極的に発信されるものであるとすれば、やはり「断片の集積」を目指すこの取組が試みるのは、それまで他者と共有されることのなかった個人のリアリティにおける地域を可視化し、それを自分たち自身で共有しようとするものである。具体的には、「私のお気に入りの場所」でも「私の思い出の場所」でも良いが、投稿者本人の経験との関係で地域のイメージを切り取り、それを Goovie 上に蓄積していくような試みになる。当然ながらそれは、投稿者の数だけ異なる地域イメージをもたらすことになるが、もし地域が「ファスト風土」的均質化へ向かっているのであれば、どんなに小さなものでも、それとは異なるリアリティを通じて地域イメージを複数化していくことには意味がある。「断片の集積」はすでに共有されているパブリック・イメージとは異なる地域の姿を見せるかもしれないからである。

さて、この他にも幾つかの活動が構想されているが、Goovie の活用を広げ、ケータイのコミユナルな利用を実現していくには、こうした技術的システムを作るだけでなく、それを利活用するための社会的なネットワークが必要になるだろう。参考になるのは、すでに本学部や都筑区を中心とする横浜を拠点に、nota と呼ばれるシステムの活用が広がっていった経緯である。nota とは洛西一周氏が開発した、ウェブコラボレーション・ツールであり、ブラウザ上で文字の書き込みや画像の挿入をするだけで、だれでも簡単にウェブページを作ることができるという、きわめて興味深いものである。しかし、当初 nota はある IT ベンチャーによる無料アカウント配布というかたちでその普及活動に入ったものの、その利活用はあまり進まなかった。nota の利活用が進んだのは、その後、本学部の教員・学生や地域の市民グループなどが、このツールの利用と再デザインを行うネットワーク（nota ネットワーク）を立ち上げてからのことだった。つまり、技術的システムはそれを取り囲む社会的な布置形成の結果として初めて利用されるのであり、そうした布置をいかにアレンジするかは、技術の開発と同等の重要性をもつのである（上野他、2006）。

この点については、Goovie は未だ白紙状態である。すでに述べたように、オープンソース化が構想されてはい

るが、そのコミュニティをどのように運営、差配していくかについては見えない部分が多く、今後手探りで作業していくことになるものと思われる。ただ、率直に言えば、現状としてはまだ、まずそうした段階に行きつくために、Goovie の技術システムとしての魅力をさらに高めたいこうしている状態にある、というのが実状であろう。nota もそうであったように、いかに技術を取り巻く社会的布置が重要だといっても、そうした社会的布置の形成を促すような魅力が技術自体になれば何も始まらない。本節で述べたような利活用の構想は、それ自体として意味のある活動にしていくと共に、それを通じて、Goovie を系統的に洗練させていく機会にもなるだろう。そのためにも、今後 1、2 年のあいだにどれだけの活動と実績を積めるかがおそらく重要であり、他の利用構想や、すでに寄せられているシステム提供の要望に積極的に応えながら、Goovie をうまく育てていきたいと考えている。

注

- 注 1 モノや技術との関係における人間の行為能力（agency）を理論的にどう捉えるかについては、土橋（2006）を参照。
- 注 2 たとえば、ケータイで撮られた映画のみを扱う映画祭、「ポケットフィルム・フェスティバル」が 2007 年に開催されたが、こうした動向も、まさにケータイによる表現の場を作る試みだと言える。
- 注 3 GPS 機能の付いていない端末については、基地局の位置データを代わりに使うことができるようになっており、これを後で説明する編集機能を使って位置修正すれば、結果的には GPS 機能のないケータイでも Goovie を利用することができる。
- 注 4 添付メールの送信先としては、特別にメールサーバを立てなくても済むように、Gmail（Google が提供するフリーメールサービス）を利用している。また、ケータイからの送信時には、専用に用意されたメール作成フォームを利用することができる。

参考文献

- [1] Auster, P., 2001, I thought my father was god and other true tales from NPR's National Story Project, Henry Holt & Co. (= 2005, 柴田元幸他訳『ナショナル・ストーリー・プロジェクト』新潮社)
- [2] 土橋臣吾, 2006, 「インターネットを使い倒す 集合体としてのユーザとヘビーユースというふる

まい」上野直樹・土橋臣吾編『科学技術実践のフィールドワーク ハイブリッドのデザイン』せりか書房.

- [3] 三浦展, 2004, 『ファスト風土化する日本 郊外化とその病理』洋泉社
- [4] 水越伸, 1993, 『メディアの生成 アメリカ・ラジオの動態史』同文館出版.
- [5] 水越伸編著, 2007, 『コミユナルなケータイ モバイル・メディア社会を編みかえる』岩波書店.
- [6] モバイル・コンテンツ・フォーラム, 2007, 『ケータイ白書 2007』インプレス R&D.
- [7] 本江正茂・中西泰人, 2006, 「没場所性の物質的豊かさや場所の最良の質とをつなぎあわせる情報技術の使い方はあるだろうか?」『Mobile Society Review 未来心理』6号.
- [8] 鳥海希世子, 2007, 『ケータイ民芸論 コミュニケートする表現』水越伸編『コミユナルなケータイ モバイル・メディア社会を編みかえる』岩波書店.
- [9] 上野直樹・ソーヤーりえこ・永田周一, 2006, 「学習環境のデザインのためのネットワーク指向アプローチ」上野直樹・土橋臣吾編『科学技術実践のフィールドワーク ハイブリッドのデザイン』せりか書房.