

誰もが発信者になれる現代における情報キュレーションの有効性

～キュレーションされた情報の価値可視化に関する考察～

[2015・FW] 21221051、佐藤 隆介

1. 研究の背景と意義

近年、インターネットの普及で人々が日常的に受け取る情報量は指数関数的に増加した。人々は日々情報の取捨選択を迫られている。このような社会において、膨大な情報のある特定のテーマにそってまとめ、提供する「NEVER まとめ」などのWebキュレーションサービスが発展しつつある。しかし、キュレーターとは本来、博物館や美術館の「学芸員」を指し、限られた人のみ情報発信が可能だった時代に情報の取捨選択に効果を発揮したものだ。生活者が発信者となれるソーシャル時代において、それらの情報の信憑性は必ずしも担保されるものではない。それではどのようにして信頼出来る情報を集めればよいのか。そこで価値の高い情報を収集する為の方法を明らかにしたいと考えた。

2. 研究目的・方法

本研究では、キュレーションされた情報の価値を評価する指標を明示することを目的とし、ソーシャル時代における効果的な情報収集、情報発信のあり方を研究する。

研究方法は、第一に現在曖昧な語意で使われているキュレーション・キュレーターという言葉、情報発信者が限られていた時代と現在の事例を比較し、共通点を洗い出す。ここから、ソーシャル社会に適応させる形で上記の二語を再定義する。第二に、再定義したキュレーション、キュレーターという言葉を元に、現代においてキュレーションと呼ばれているメディアやサービスを比較することで、情報価値の高いメディア・サービスにはどのような共通点があるかを、仮説を立て検証する。

3. 研究結果・考察

ジャン・デビュッフェによる1920年代のアウトサイダーアートのキュレーション事例と、2014年に注目された北海道のいわた書店による書籍キュレーション「1万円選書」の事例の共通点から、キュレーションを「既存の情報をこれまでとは違う視点で見直し、その情報がこれまで持ち得なかった新たな価値を付与する行為」と定義した。

またこの定義より、キュレーションされた情報の価値は「視点の希少性」と「視点の一貫性」によって構築されると仮説立て、10のキュレーションメディア及びサービスを用い事例研究で検証を行った。情報の希少性はキュレーター個人の知識経験から形成される価値観・世界観やビッグデータ情報解析におけるユーザーの母体数などに比例し、視点の一貫性は、キュレーターが過去発信してきた情報などから生まれに信頼性に比例すると考えたからだ。

フリージャーナリストの池上彰氏の番組が社会的に支持されている事例から、情報の信憑性は発信者に付随することが実証された。元NHKのアナウンサーという肩書きが彼の言葉に信憑性を与え視点の一貫性を形成し、NHK在籍時に得た知識経験が、他人では持ち得ない希少性の高い視座を形成していると言える。

また、キュレーションはメディア型とプラットフォーム型に大分出来る。メディア型は、オタクカルチャー専門キュレーションメディア「ハッカドール」など視座が一つに特定されている分、組織でキュレーションを行うため視座の希少性が高い。プラットフォーム型は「ハフィントンポスト」など一つのサイトの中に様々な視座を持つ人々がそれぞれキュレーションを行っている特徴がある為、視点の一貫性が高い。

この様にそれぞれのキュレーションサービスに特徴があるものの、それらを包括して平等な評価を測ることが可能であった点で、「情報価値 = 視点の希少性 × 視点の一貫性」という仮説は一定の有効性を立証できたと考える。

4. 結論

価値の高い情報を再配信出来るキュレーションメディアに求められる要素として、キュレーターの視点に希少性があることと、視点に一貫性があることが挙げられる。優れたキュレーターであるためには、希少性の高い視座を持つのみでなく、それを継続的に磨き、用いてキュレーションを行い続け、生活者の信頼を勝ち得ていくことが重要であると考えられる。

図 情報価値評価の仮説と事例ごとの検証

