

情報デザインの視点から見た非営利組織のウェブサイトに関する考察

松本 美保†, 横井 茂樹††, 安田 孝美††

†名古屋市立大学大学院芸術工学研究科視覚情報デザイン

††名古屋大学大学院人間情報学研究科

要 旨

近年では、ウェブサイトを作成するためのソフトウェアも数多く開発され、基本的な制作ツールやプログラムは操作パレットに組み込まれている。しかしながら、非営利組織ウェブサイトは、企業のウェブサイトと比べてデータの性質やテーマの本質に対応した見せ方を行っている事例が少ない。非営利組織は、個人や民間企業、国からの支援や資金援助を得ることが不可欠であり、また活動に対する理解と関心を求める必要がある。広いネットワークを利用した情報公開は有効であるが、運営の目的に対応した情報デザインが行われていない。

本論では、非営利組織ウェブサイトの一般的な情報アーキテクチャを明らかにし、問題点の整理と解決策の提案を行った。そして、それらの調査結果をもとに、ユーザーによる情報発信の必要性と今後の情報デザインの在り方について考察を行った。

キーワード：情報構造 情報デザイン ウェブサイト

1. はじめに

構造物としての「情報」のイメージは、物理的イメージに対応しているものがよいとされている。すなわち、ただ見かけを追求した情報の表現ではなく、データの性質やテーマの本質に対応した見せ方に情報デザインのあるべき形態が存在するということである。

主に研究者の情報管理ツールとして利用されていた1950年頃のインターネットは、特定のコミュニティを対象とした情報交換ツールとして重宝されてきたが、これからは情報表現の論理と技術的なサポートをあわせもった、ワンランク上の形態が求められているといえる。特に欧米では、工業デザインからの伝統を引き継ぎ、現在のインターフェース工学

やウェブデザインなど、情報の領域までトータルにコーディネーションを行うビジネスの流れが確立されているといわれている。これは、開発した高度な技術だけが先攻しても、新しいビジネスモデルとしての成功にはつながりにくい社会背景を裏付けている。そして、この芸術と工学をまたがる情報デザインの論理は移り変わる情報技術の進化と共に、無機質なデータをどのようにして最善の状態にユーザーに提供できるかという課題に取り組み、マルチメディアや製品デザインのフィールドにおいて重要な役割を担っている。

また Pearrow らは、一般のユーザーはデザイナーではないことを指摘し、ユーザービリティの側面からウェブサイトの基礎構造を説明した。彼等の提唱したユ

ユーザー中心のデザイン（UCD）はフィロソフィー（哲学）とメソロジー（方法論）の両方からなるもので、組織やビジネスの根幹全体に浸透しなければならない絶対的な分野である¹。しかし、サイトの使いやすさを検証する知識は情報そのものに対する視点ではなく、ユーザーのコンテンツに対する潜在的なニーズを的確に吸い上げる技術とはいえない。

本論では、非営利組織ウェブサイトの運営目的を軸に、非営利組織に位置する学会と NPO ウェブサイトの在り方について情報デザインの視点から、基礎的考察を行った。

2. 非営利組織

2.1 ウェブサイトの運営目的

ウェブサイトにおける「情報」の「デザイン」とは、サイバースペースという広大な土地に、バーチャルな施設を設計するような作業である。まずははじめに、施設の母体となる非営利組織の学会および NPO ウェブサイトを対象に、一般的なウェブサイトの情報アーキテクチャを調査した。次に、公開されている情報の特質から、組織の役割と運営目的を以下の4つにまとめた。

1. 運営組織の公開
2. メンバーへの情報伝達
3. 新しいメンバーの入会勧誘
4. 技術や知識の供与

この4つの軸を中心に非営利組織の情報を整理し、一つのコンテキストに組み立てることで、目的にそった円滑な情報伝達が可能になると考えられる。

2.2 情報アーキテクチャ

まず、現在の学会および NPO が運営しているウェブサイトの基本的なコンテ

ンツ整理を行うため、合わせて 50 の学会および NPO ウェブサイトを抽出し、トップページ（グローバルナビゲーション）にあるメニュー項目の調査を行った。その結果、扱うコンテンツが同じであっても、組織によって呼び方の異なるメニュー項目が多く、分類方法やページの区切り方が曖昧になっていることが分かった。また、日本語版のメニュー項目と英語版のメニュー項目の混同や、正しくない英語の使用があり、非営利組織におけるウェブサイトとしての信用性を落としていることが示唆された。

調査結果を基に、現在の非営利組織のウェブサイトが存在する不揃いなメニュー名称を整理し、一般的なウェブサイトの基本カテゴリーを組み立てた。カテゴリーは非営利組織の運営目的を反映した「組織概要」「内部情報」「広報活動」「情報公開」および「付加機能」の大きく5つに分類することができた（表1）。

基本カテゴリー	コンテンツ
組織概要	組織における普遍的な決めごと、活動の趣旨および決意。頻繁な変更が行われない定義等。
内部情報	同じレベルの情報や経験を共有する仲間を対象とした案内や呼び掛け等。
広報活動	入会方法の案内や寄付金の募集。組織の活動に対する理解者を増加させるための活動等。
情報公開	活動の報告。会議、大会、講習会等の報告。論文や著書、記事等の紹介等。
付加機能	情報検索、サイトマップ、カウンター等の組織と直接的に関係しないウェブサイトのコンテンツ。

（表1）非営利組織ウェブサイトの基本カテゴリー

2.3 管理運営

非営利組織の運営目的に添った内容をユーザーに提供する為に、管理者が情報を統括してページに反映させていく体制が確立されている。しかしながら、組織のビジョンと意欲にもかかわらず、ウェブサイトの可能性が十分に発揮されていないのが現状である。

現在のウェブサイトマネジメントシステムの構築方法として、ASP (Active Server Pages)などが有効な手段として採用されているが、扱う情報がそれほど大きなものではないウェブサイトであればCGI ベースで運営することが可能である。中でも、学会やNPOのニュースレターや会員名簿といった定型ルールで更新される情報は、システムが苦手なユーザーやレイアウトに自信のないユーザーでも、メールを送る感覚で情報の投稿やデータの更新作業が行えるようになっている。

また、特殊な情報アーキテクチャモデルとして、管理者がメンバーからの要請に応じてトピックと書き込み式のスレッドのみを準備し、複数ユーザーがコンテキストを作成してくモデルがあるが、多くの非営利組織ウェブサイトには個人的な情報発信に対する環境は整えられていない。

3. 問題点の整理と解決策の提案

3.1 ユーザーインターフェース

非営利組織のGUIはあくまでGUIに過ぎず、とくにモノを指し示す以上の機能をもたないデザインが大半を占めている。感覚的に美しいか、分かりやすいか、楽しいか等、個人の主観的評価によってその価値を判断される場合が多い。しかしながら、非営利組織のデザイン性が内容の二次的要素として扱われる現状は問

題視するべきことであると考えられる。総体的なデザインオリティの差は、企業や個人のウェブサイトのインターフェースと比較すれば明らかである。

筆者らは、日本バーチャルリアリティ学会の情報アーキテクチャを考察し、マネジメントシステムを実装したウェブサイトを作成した。非営利組織のウェブサイトのデザインにただ一つの解を見出すことは難しいが、新しい情報表現を提案したことに対してユーザーからの評価を受けた²。

3.2 情報発信

コンピュータ型情報空間 (Computer Mediated Communication)においては、「共有の状況」が対人的コミュニケーションに接近する。しかし、与えられた情報(テキスト)のみを頼りに自己の解釈を作らなければならないという点ではマス・コミュニケーションに近い³。この情報空間における非営利組織は、一般ユーザーに対して有益な情報提供を行い、また活動拠点とする地域社会や企業とのインフラを緩和する重要な情報パイプラインとしての役割を持っている。具体的な例として、地域活動への協力、技術者の迅速な斡旋、活動記録の公開、ボランティア候補者を対象とした教育・研修および、知識や技能を習得した人材を派遣するネットワークづくり等が挙げられる。

しかしながら、本論における考察の結果、非営利組織ウェブサイトは、情報発信は管理者が中心となって行っており、ネットで得られる情報が、組織のもつ情報を反映できていないケースが多いことが分かった。今後は、より広がりのあるコミュニティ形成のために、管理者が一方的な情報提供を行うワンウェイ方式を見直し、メンバーが容易に情報発信を行える運営体制を構築することである⁴。こ

のような、コミュニティの活動と共に成長していく実生活に対応したウェブサイトの設計は、データの骨組みをゆるやかに標準化し、従来の非営利組織ウェブサイトにおける情報発信の在り方を再検討することによって、実現される課題であると考えられる。

4. おわりに

地縁や年齢、性別を超えたネットワーク型コミュニティの広がりメディアの活用は「人間の拡張」であり、知的・感性的にとつての可能性の拡大は測り知れない⁵。しかしながら、現在の非営利組織ウェブサイトは、情報のやりとりが狭い範囲で行われている場合が多く、内状を全く知らない外部の人間からのアクセスが少ない。また、デザインは見た目を美しく装飾する行為にすぎないとみなす傾向が一般的に根強く、情報アーキテクチャに対する認識の違いもある。

メディアにおける情報アーキテクチャは、目には見えない空間上の構造物であり、それを使う人の立場にあわせた環境をデザインしていかななくてはならない。また、これからの非営利組織ウェブサイトにおける環境デザインには、ユーザーが主体となって簡単に情報発信ができる運営方法と、それに伴った情報デザイン教育が必要であると考えられる。

本論の非営利組織における情報デザインは、限定された分野の一考察であるが、内から外へのコミュニティ構築⁶に注目し、更に新しい方策を模索し続けることは重要な課題であると考えられる。今後はインターネットを活用し、より多くの一般市民が情報発信を行えるシステムおよびワークフローを提案したい。

参考資料

-
- [1] Mark Pearrow, WebSite Usability Handbook, Charles River Media Inc., 2000, pp13-17
 - [2] Miho MATSUMOTO, Shigeki YOKOI, Takami YASUDA, A Research of Information Architecture and Design Methods for Academic Society's Website, NICOGRAPH International, The Society of Art and Science 2002, pp.91-96
 - [3] 前納弘武, 林茂樹編著, 情報化と社会心理, 中央大学出版部, 2002, pp.19-25
 - [4] 松本美保, これからの地域の情報化はいかに実施されるべきかー情報デザインの視点からー, DCs 地域情報化推進センターTake IT Easy 賞審査論文, 2002, <http://iteasy.dcs.gr.jp/>
 - [5] 島菌進, 越智貢編, 情報社会の文化 4 心情の変容, 東京大学出版会, 1998, pp.203-206
 - [6] 川合正兼, コミュニティの再生と NPO -サンフランシスコの住宅・福祉・まちづくり-, 学芸出版社, 1998, pp162-164