

情報処理の概念

#14 Web2.0 のインパクト

Yutaka Yasuda

Web 2.0

- Web : World Wide Web の次のステージ

オライリーによる造語 (2005)

定義は曖昧

- 集合知を利用したアプリケーションを指す場合が多い

mixi, Wikipedia, Flickr, del.icio.us, etc...

- 類例を見るのが簡単

mixi

- <http://mixi.jp/>
- SNS : Social Networking Service
- 人のつながりを blog やメッセージに取り込んだもの
- 国内 SNS 最大手
- 1000 万ユーザ
- 売上高52億円（広告による）

Wikipedia

- <http://wikipedia.org/>
- The free encyclopedia (フリー百科事典)
- 英語の記事は 180 万項目

ブリタニカ百科事典は 10 万項目

- 誰でも書き込め、修正できる

Britannica and Wikipedia

- Web 1.0 的なブリタニカ

(比較的少数の) 専門家による執筆・校正・編纂
品質の裏付けを持たせた記事の提供

- Web 2.0 的な Wikipedia

集合知 (民衆の叡智) に期待
利用者と情報提供者を区別しない

- Wikipedia はどの程度の品質なのだろうか？

Nature によるチェック

- 2005.12 Nature ”正確さでは互角” と評価

科学分野の 42 項目について比較

重大な誤りは共に 4 件

小さな誤りなどは B. 123 件 W. 162 件で ”大差なし”

- 実際にどの程度正しいかはともかく

Flickr

- <http://www.flickr.com/>
- The best way to store, search, sort and share your photos.
- 写真共有サービス

Frappr

- <http://frappr.com/>
- The most social maps on the web
- 写真などを地図上に張り付ける
- リンクや検索機能を提供
- 地図は Google Maps のものを利用

Mash Up の一例

del.icio.us

- <http://del.icio.us/>
- all your bookmarks in one place
bookmark things for yourself and friends
check out what other people are bookmarking
- ソーシャルブックマーク
- ブックマーク（注目）を共有する

Web 2.0

- 参加型

ユーザは情報提供者と情報利用者を兼ねる

- 例：地図サービス

サービス提供会社の取材陣が地域の店を回って地図に情報を加えていくのが良いか（ミシュランの五つ星 etc.）

ただ地図だけを提供し、誰もがそこに店を加え、写真、コメントを加えられるようにするのが良いか

- ユーザそのものが資源である

- コミュニケーションそのものがサービスである (SNS)

問題

- ビジネスモデル

ほぼ広告モデルのみ

投資熱はある種の危険をはらんでいる

- 我々は互いに対等なコミュニケーションが可能なのか？

mixi や 2ちゃんねる での事故

展望

- パーソナルなコンピュータ

“個人の能力を拡大するもの” Alan Kay

- 必要なピースは何か

安定した社会 のために
(安定した地球？または個人の生活のために)

- 個人の自立と主体性が強く求められる事は間違いない

なにしろ先人が居ないのだから