



インターネット
～ブログとメールマガジンによる情報発信～

松山大学 経営学部
檀 裕也

講義の内容

- インターネット
- ブログとメールマガジン
- Web 2.0
- 集合知の可能性

インターネット

多くのコンピュータが繋がるネットワーク

- 1969年にアメリカで開発された ARPA net が発展
- 大学・研究所 → プロバイダ・一般利用者
- 世界中のコンピュータがインターネットに接続
(パソコン・携帯電話・情報家電)
- ネットワークのネットワーク

サービス

インターネット上で提供される機能のこと

Webサイト

ブログ

メールマガジン

Web

メール

インターネット

ブログ

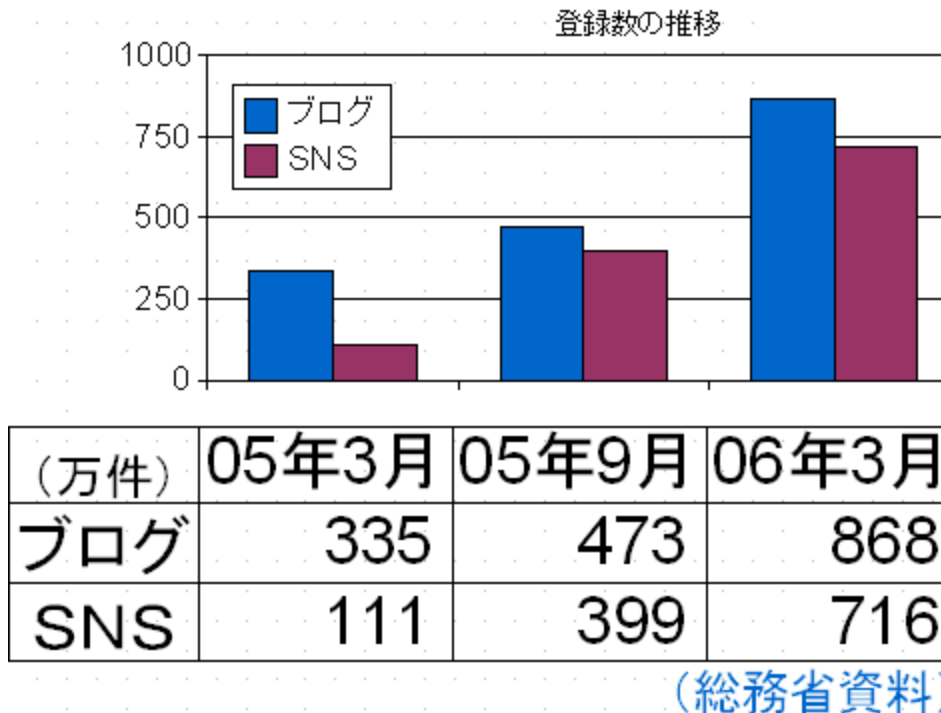
手軽に作成できる個人の日記型Webサイト

- Web上の記録(log)→Weblog→blog
- テンプレートの利用
- コメント・トラックバック
- アクセス数が増えたと...
 - 知名度アップ
 - 商業利用
 - 社会的影響力



ブログ利用の拡大

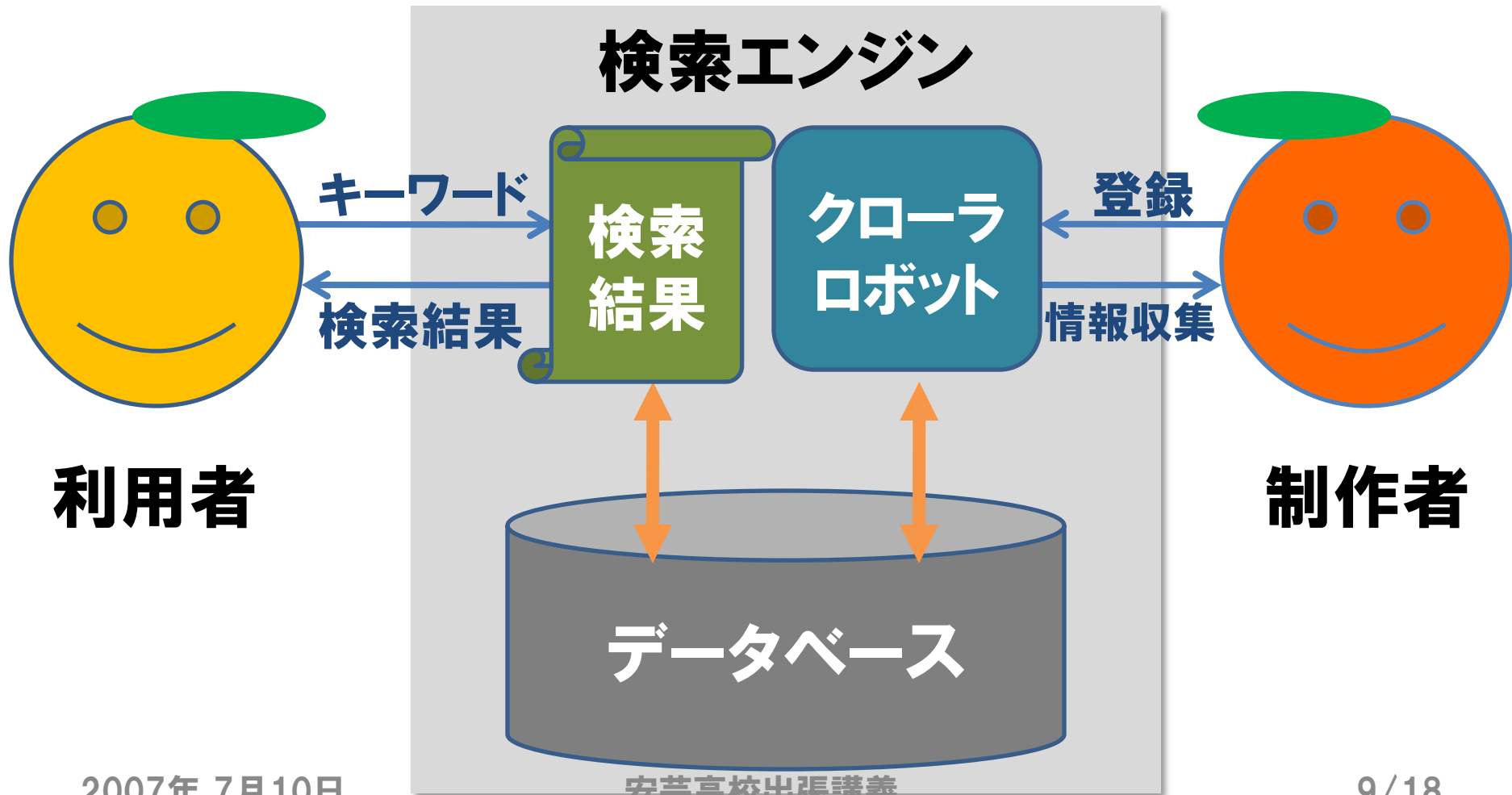
ブログの利用が急激に拡大している



ブログ検索

- Webページと同様に記事の検索が可能
- ping の利用により、リアルタイムな記事検索
- 商品の評判→マーケティング
- 主なブログ検索
 - テクノラティ
 - Yahoo! Japan, Google など検索エンジン

検索エンジンのしくみ



SNS

招待制のコミュニティ型Webサイト

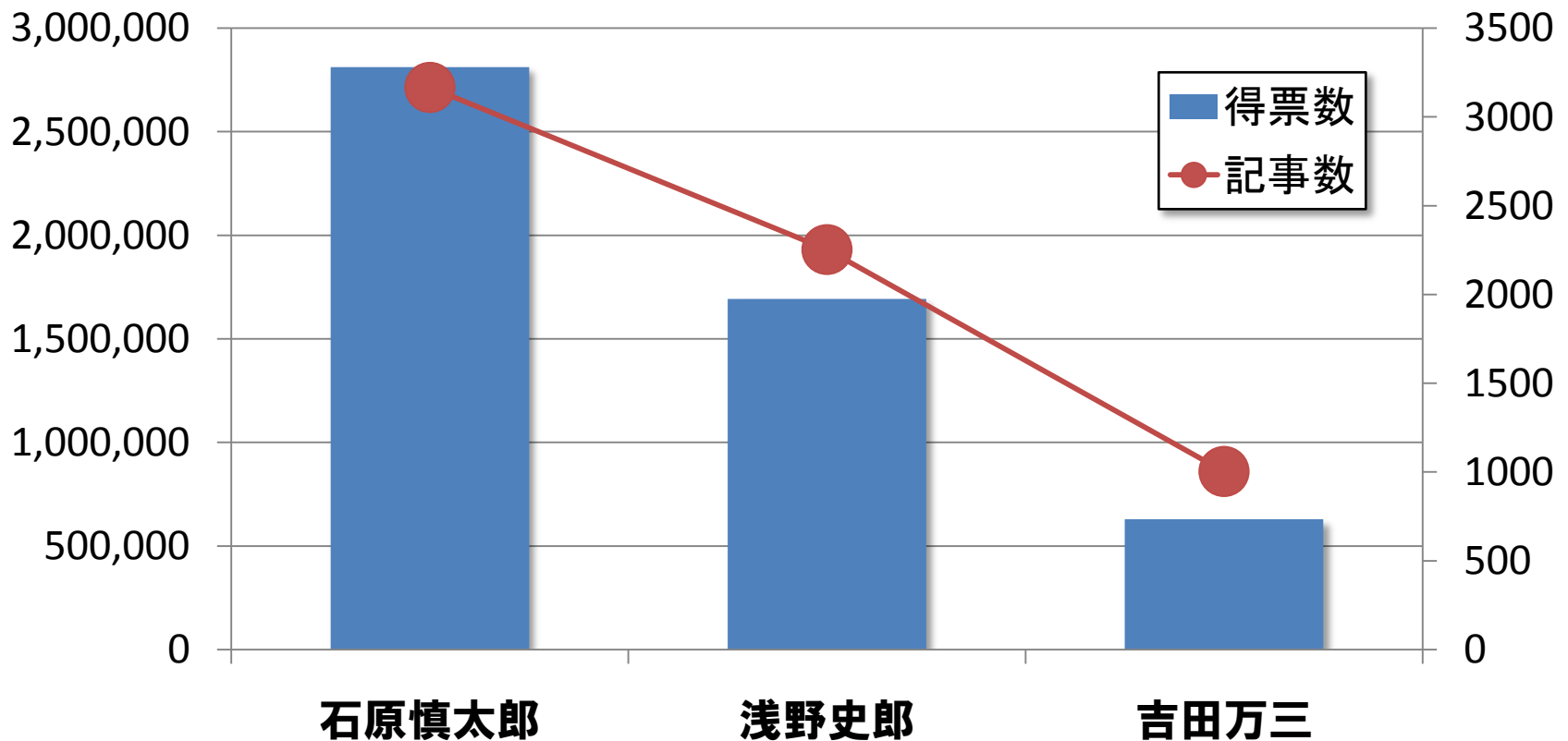
- 実在する友人関係をネット上に再現する
 - 「友達の友達は、また友達である」
- 実名性が高い（cf.匿名性）
- Social Networking Service
- 代表的なサービス
 - mixi = 利用者1000万人超
 - GREE

Web 2.0

- **Web 1.0 からのパラダイムシフト**
- **利用者の集合知を利用する**
 - Wikipedia
 - amazon
 - はてな

得票数はブログ記事数に比例？

2007年東京都知事選（得票数トップ3）



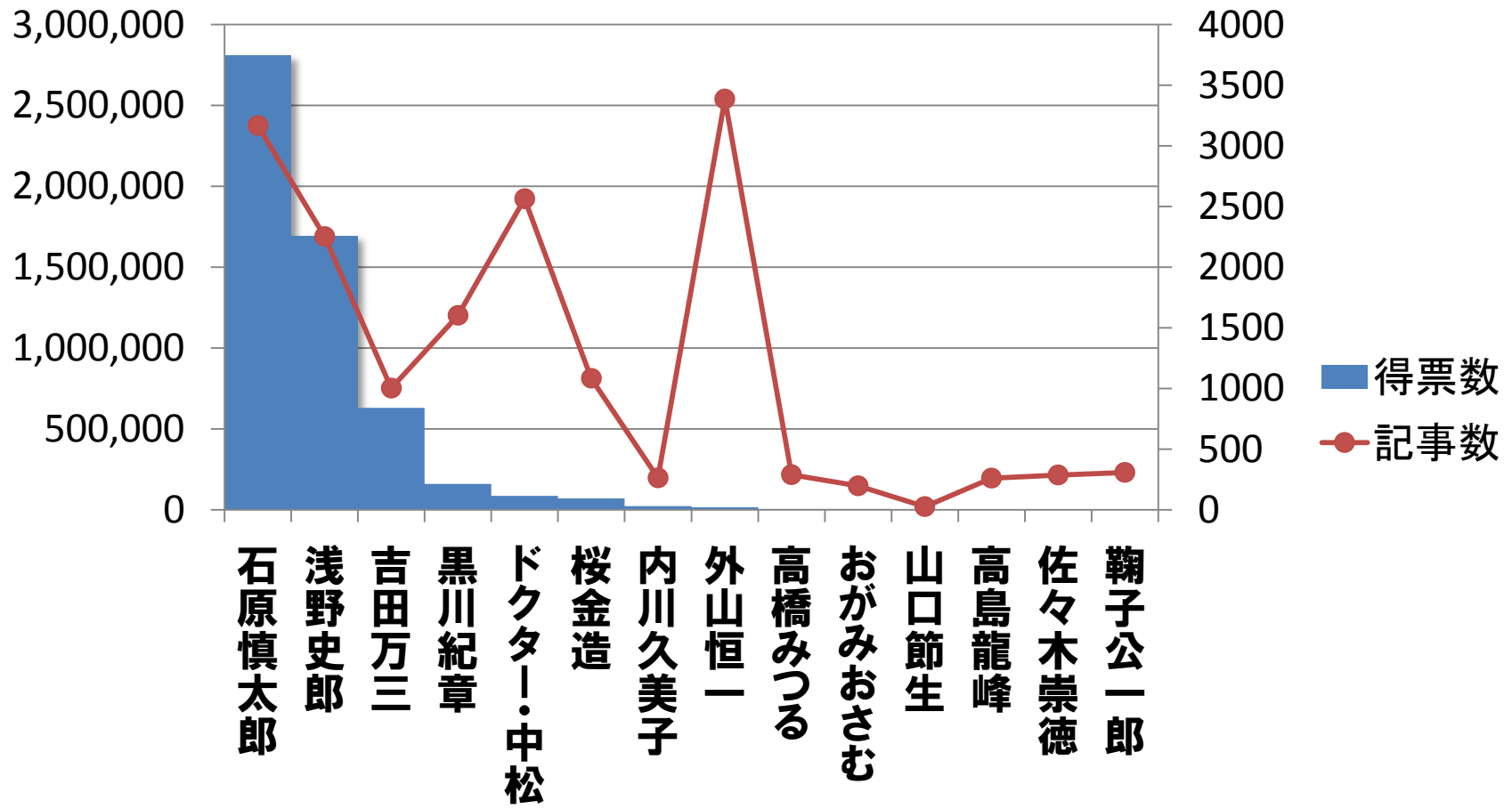
株式会社テクノラティジャパンの発表資料（2007年4月12日）による

調査概要

- **石原・浅野・吉田各氏の得票数**
 - 2007年 4月 8日投票結果
- **ブログの記事数**
 - 2007年 3月22日～ 4月 7日で
本文に候補者の氏名が含まれるブログ記事
 - 記事の内容（好意的・敵意的）は問わない

候補者に対する注目度がブログの記事に反映される

得票数とブログ記事数



予測市場

株式市場の原理を使って社会現象を予測する

- **選挙の結果やアカデミー賞の受賞者など**
- **2004年アメリカ大統領選の結果を的中**
 - **ブッシュ候補の予測得票率: $52.0 \pm 1.7\%$**
 - **実際の得票率: 51.5%**

はてなの取り組み

- **総選挙はてな**
- **2005年総選挙（郵政解散）で「株式会社はてな」が選挙予測を試みた**
- **公職選挙法違反の疑いで断念する**

まとめ

- **ブログなど個人のメディアが普及した**
- **個人が世界に向けて情報を発信できる**
- **発信された情報を分析して何かに役立てる**
- **集合知の活用には無限の可能性がある**

参考文献

- James Surowiecki, "The Wisdom of Crowds," (Anchor B.)
- 小高尚子[訳]「『みんなの意見』は案外正しい」(角川書店)
- 梅田望夫「ウェブ進化論」(ちくま新書)
- 世耕弘成「プロフェッショナル広報戦略」(ゴマブックス)
- 鈴木哲夫「政党が操る選挙報道」(集英社)

