

TRACK BACK

From Reader's Voice

このコーナーではブログやメールを中心としてインターネット上に掲載されている皆様のご意見を掲載しております。本誌に関するご意見やご感想、またインターネットに対する疑問、質問、あなたの考え方など皆さんの発する情報に誌面で「トラックバック」を行っていきたいと思います。メールでのご意見ご感想もお待ちしております。

im-info@impress.co.jp

(基本的には)読書日記

<http://blue.ap.teacup.com/dokusho/>

*
*
*

突然流行り言葉になっている感のある「Web2.0」だが、今回の特集はそれ。ユーザー主導のよりオープンなネット、というようなニュアンスだと思うが、それはさまざまな変化の総称でしかなく、根本的な技術革新があるわけでもない。しかし、それではネットは変革期にはないのか、というとそんなこともない。確かに同時多発的に起きているさまざまなネット上での動きは1つの方向性を示しているように思えるし、その方向自体が大きな変革をもたらす潜在力があることも認めるべきであろう。

問題はWeb2.0というものがもたらす変革は、実はネット自身の変質というよりも、それを起点とするサービスやビジネスの在り方、ひいては社会全体の在り方、に関わるも

のであるという点だ。つまり、ネット自体が変化するというよりも、その使い方に変化があるのであって、逆に言えば待っていても自然と変革が訪れるという類のものでもない。現在起きつつあるさまざまな事象が示している方向性、その方向性に則ってどこまでそれを具現化できるかというアイデアがビジネス全体ひいては社会全体に問われている。Web2.0と呼ばれているものを確かな形にするには、社会全体の努力と革新が必要なわけだが、そこでは既存の発想を根本的に切り替える必要があるだろう(例えば、信頼性ということについての発想、権利や所有についての概念、等)。

アイマーケティング ブログ

<http://kc-create.com/mt/>

*
*
*

インターネットマガジン3月号に面白いアンケートが載っていました。

「利用者はネット広告をどう見ているのか?」というアンケートです。

その結果を見る限りでは、ネット利用者は「広告も情報の一部だ」と思っている人は85.66%だとなっています。

ただし、その情報が中立的で信頼できるか、という問いには16.62%。

テレビCMのように、広告は避けられている、という考え方もありましたが、ことネットに関してはそういうわけでもないようです。

テレビは受動的(見せられている)ネットは能動的にキーワードを打ち入れて「探している」から、役に立ちそうな情報は広告でも歓迎、という感じでしょうか。

僕も広告だろうがなんだろうが、欲しい情報がありそうならアドワーズ広告も上からどんどんクリックしますし。

あとは、広告の見せ方したい、ということになるのでしょうか。

お詫びと訂正

お詫びと訂正

本誌2006年3月号(No.134)にて以下の誤りがございました。ここに訂正するとともに、ご迷惑をおかけした読者ならびに関係者各位にお詫び申し上げます。

【p.95】誌上展示会において、「Clovernet」の出展企業名は、正しくはNECネクサソリユーションズになります。また【p.98】の問い合わせ先は、

clovernet@nexs.nec.co.jpになります。

編集部より



今月のマッシュアップ特集はいかがでしたでしょうか。今回の特集にあたり、なるほどといったもの、思わず笑ってしまうようなものまで、いろいろなサービスに出会う機会がありました。

昨年、GoogleがMapsのAPIの公開し、マッシュアップの波が一気に広がりはじめ、日本でも不動産、飲食店情報など、企業や個人が自分の持つ情報を地図と合わせて使うといったサービスが増えてきています。

海外に比べると、日本ではまだまだその数は少ないので、企業、個人を問わず、「日本にもこんなマッシュアップがあるぞ!」と自慢できるような新しいサービスが、これからどんどん生まれてくることを期待しています。

また、今年の流行語には「Web 2.0」が「マッシュアップ」がランクインされるのではないかと、ちょっと期待しています。



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp