

テレビ2.0 未来予想図

橋本大也@メタキャスト

【予兆】たとえばFireant

- **Get FireAnt: Better than Television | Directory**
 - <http://fireant.tv/download>
 - ビデオキャスティングのRSSチャンネルを登録
 - 自動ダウンロード
 - 検索して何でも視聴できる



二つの視点

- テレビの視方
 - ロングテール時代の人気コンテンツ
- テレビの視られ方
 - メタデータ視聴のビジネスモデル

I テレビの視方

- なんでも視られる時代に人はなにを視るか

デジタルの基本要素を考える

- メタ
- ベタ
- ネタ
- オタ

デジタルの基本要素

- メタ = 情報の階層化
- ネタ = 無限に編集統合
- ベタ = 忠実な再現性
- オタ = 徹底した情報の純度、高いS/N比
 - 右辺の部分の出典「キーワードで見るマルチメディアな風景」時事通信社
 - メタ、ベタ、ネタ、オタは橋本の解釈

【メタ】ブログとマスメディアの座標軸

- 思考実験を2つ
- 朝日、読売、毎日の記事を入れ替える
 - ブレという小さな誤差がでる
- 大新聞にブログの記事を入れてみる
 - ズレという大きな視差がでる

- 視差が小さい＝平面的にわかる
- 視差が大きい＝立体的にわかる

【メタ】マスメディアとブログの役割

- 視差を使って立体視する**メタ**読者の時代
 - 新聞やテレビを見ながら、ブログと2ちゃんねるを読むと、世の中がよくわかるメタな時代(ながら族はメタ種族)
- メタ時代の「真正面」としてのマスメディア
 - 「真正面」でブレないことが存在価値
 - カッコつきの、擬制「中立」、「公正」、「正義」の視点を守る
 - 角度が毎回1度もブレないことがプロジャーナリズム価値
- オルタナティブ視点でズレ続けるブログ
 - (1) 無数の「勝手メタ」視点、アマチュアの価値
 - (2) 当事者と専門家というプロの価値
 - (3) 視点の交錯が**ネタ**をうみだす

【ネタ】CGM コミュニティとコンテンツ

- SNSやコミュニティはなぜ楽しいのか
 - 誰もが内輪なら主人公として輝けるから
 - 主人公の数 閉じれば増える、開けば減る法則
 - “面白さ”という希少性をめぐるランキングの功罪
 - 場にはありふれていないことが面白い
- GoogleとAmazonという統合ランキング装置
 - 世界を統一場にするGooglezon
 - 統合ランキングの少数上位に金メダルを与える
 - 表彰の影で疎外されるマジョリティ
 - 一人の英雄を生み出すために10万人の競技者

【ネタ】誰もが主人公のコミュニティ

- 無数の場に無数の面白さ
- 内輪ならば語れることの多さ
- 内輪ならば腹を抱えて笑う、涙する、怒る
- コミュニケーションが生成する共感ログ
 - 電車男、今週妻が浮気します、生協の白石さん(後述)
 - 大作家の先生と二人の美人編集者(後述)
- 主人公たちの共感(センス)するネタはコンテンツだ
 - では、ネタとは何か？
 - 非ネタを**ベタ**と呼ぶ

【ベタ】コンテクトとコンテンツ

- ネタ=コンテンツとは何か？
- メイクドラマ（コンテクトメイキング）

コンテキストが普通を面白くする

電車男

A True Love Story
Special Edition



TAKAYUKI YAMADA & MIKI NAKATANI

Based on the novel by HITORI NAKANO
Directed by SHOJIKE MURAKAMI

今週、妻が浮気します

GoAhead & Co.



中央公論新社

白石昌則
東京農工大学の学生の皆さん

生協の 白石さん

Shiraishisan working in the COOP

Shiraishi Masanori
Students of Tokyo University of
Agriculture and Technology

牛を置いて！

「愛は売っていないのですか…?」「梅ねり始めてください」

どんなユニークなメッセージをもきちんと受け止め、誠実に回答してくれる白石さん。白石さんのしたための「ひとことカード」には、今の日本に足りないものがあります。おかしくて癒されるコミュニケーションの記録、「ひとことカード」傑作選、登場！

コミュニティや編集者とのインタラクション、共感ログ

コンテンツ←コンテクト←コミュニティ CCCがCGMの生成公式

- コミュニティの中でコンテクトが生まれる
 - 地と図、ベタとネタ
 - コンテクトはベタをネタに変換する
- コミュニティはネタ(コンテンツ)の創出システムになる
- 参加者はネタに共感し、燃える、萌える
 - 世界はそれをオタと呼ぶんだぜ

【オタ】ユビキタスからオタキターズへ

- 萌える無数のコミュニティの偏在
- たくさんの主人公からあふれだす関心空間
- 狭く深いネタを求めるオタたちの群れが求めるソリューション(ロングテールに萌えよ)
- Googlezonはベタデータからネタデータを検索しオタに与える装置でもある
- そのときオタは叫ぶ「キター！」
- 自分にとっての「キター！感」をいかに豊かに味わえるか。オタキターズ時代のリテラシー。

Ⅱ テレビの視られ方

- なんでも視られる時代に人はどう視るか？

テレビブログ DEMO

More Experience
テレビブログ
 All NHK Experience

あっ!これブログに書こう!
 「テレビブログ」はTV番組の感想や意見を書くことに特化した新しいブログコミュニティです。

テレビブログって何?
 テレビブログのはじめ方
 いますぐ登録!
無料です!

HOME 新着トラックバック 地上波トラックバック BSトラックバック 会員専用ログイン

地上波サーチ 検索

地上波トラックバック 関東版 ≪ 2005年10月

2005/10/06 S M T W T F S

1
 2 3 4 5 6 7 8
 9 10 11 12 13 14 15
 16 17 18 19 20 21 22
 23 24 25 26 27 28 29
 30 31

日付 | ≪ 2005/10/05 | **2005/10/06** | |
 時間帯 | 0:00 - 7:00 | 7:00 - 12:00 | 12:00 - 19:00 | 19:00 - 24:00 |

	NHK総合	NHK教育	日本テレビ	TBSテレビ	フジテレビ	テレビ朝日	テレビ東京
0	[NI(天)] あすを語る(0) BSFキョウタリ(0)	今日からマ王! 無人惑星 サヴァイヴ(0) ハッチポッチあんなこ(0)	くしいましちのたりにらラーン(0) スポんちゅ(0) プロ野球2005巨人×広島ハイライト(0)	アイチテル!(0) 10カラット(0) 東京ペンゴナイト!(0)	感動ファクトリー ずばると!(0) 24・TWENTY FOUR SEAS ONIII(0)	菅本剛の正直しんどい 芸能人もみんなしんどいSP(0) 音速(0) 三竹占(0)	スポバラ(0) サイコロッ!(0) 娘DOKYU!(0)
1	プロジェクトX 挑戦者たち(0)	高校講座・英語(0) 高校講座・日本史(0)	マルバレ!(0) Gの嵐!(0)	週刊アサ(秘)ジャーナル(0)	全力振(0) 龍虎飯店(0) 黄金伝説SP明日7時(0)	涼風(0) ARIA(0)	買物タウン(0)

探検ロマン 知るを楽しむ

My Documents My Videos\kanda.mpg

タイムライン

00:00:00 00:01:30 00:03:00 00:04:00

00:04:00 00:05:30 00:07:00 00:07:08

00:08:00 00:09:30 00:10:00 00:11:08

00:12:00 00:13:30 00:14:00 00:15:08

タイムラインの管理
 19種
 00:04:00
 終了
 コスト
 再生
 削除

ビデオの再生

00:17:00 04:10

ビデオの再生とコントロール入力してはいけません

My Documents 一覧

2005/10/16 12:58:27 (← 00:03:45)
 2005/10/16 12:58:27 (← 00:03:45)
 2005/10/16 12:58:27 (← 00:03:45)
 2005/10/16 12:58:27 (← 00:03:45)
 2005/10/16 12:58:27 (← 00:03:45)

再生 プレイヤー 設定

再生 プレイヤー 設定

再生 プレイヤー 設定

再生 プレイヤー 設定

再生 プレイヤー 設定

保存 印刷 戻る

番組放映情報が“太っていく”

- 番組の放映情報に
 - コミュニティがコメントを書く
 - コミュニティがトラックバックする
 - 全体を検索することができる
-
- ユーザのPCテレビ視聴を便利にする事業をはじめた狙いは？

3種類のメタデータ

幹となるデータ 放送局が提供する放映情報

ストリクト・コア

おもいっきりテレビ

日本テレビ 2005/10/05 12:00～

枝となるデータ 視聴したスタッフが手で入力した情報

ミドル・ブランチ

12:00:00 <今日のテーマ>黒砂糖・上白糖の健康効果を高めて調理に使うコツ

コメンテーター:元常磐大学教授・農学博士・日高秀昌氏、ゲスト:黒沢年雄・九重佑三子・大沢逸美・松崎しげる。黒砂糖・サトウキビ・砂糖大根・上白糖を紹介。主婦100人に聞いたアンケート調査で、甘いものが好きだけど砂糖は控えているという人は73人、その理由は太るから・血糖値が上がるから・血管がボロボロになるから。砂糖を多めに摂っても肥満の心配はなく、さらにストレスによる脳細胞の破壊を抑え認知症予防に働くことがわかった。砂糖には肥満予防・脳細胞強化の効果があり、さらに黒砂糖には血圧安定・糖尿病予防、上白糖には肝臓強化・腎臓強化・感染症予防の効果がある。黒砂糖にはミネラル・ビタミンが含まれ、上白糖にはブドウ糖・果糖が多く含まれる

花となるデータ 視聴者・消費者であるブロガーが書いた情報

マッシュブ・ラフ

みのもんたの番組でやっていた「ゴボウの黒砂糖漬け」。早速、作ってみました。ゴボウには新鮮なものと思って、近所のスーパー〇〇の△△産のゴボウを使ってみたところ、大成功。味もおいしくて、お弁当に入れたら、こどもも気に入ってくれました。

Q モノを買いたくなるのはどのデータでしょうか？

ニュースの場合

- 幹 マスメディアのニュースソース
- 枝 専門家、当事者の評論
- 花 一般読者の意見

商品情報の場合

- 幹 メーカー・小売の商品カタログ
- 枝 専門家、アーリーアダプターの評価
- 花 一般エンドユーザの体験談

Consumer Generated Metadata Tree

幹・枝・花

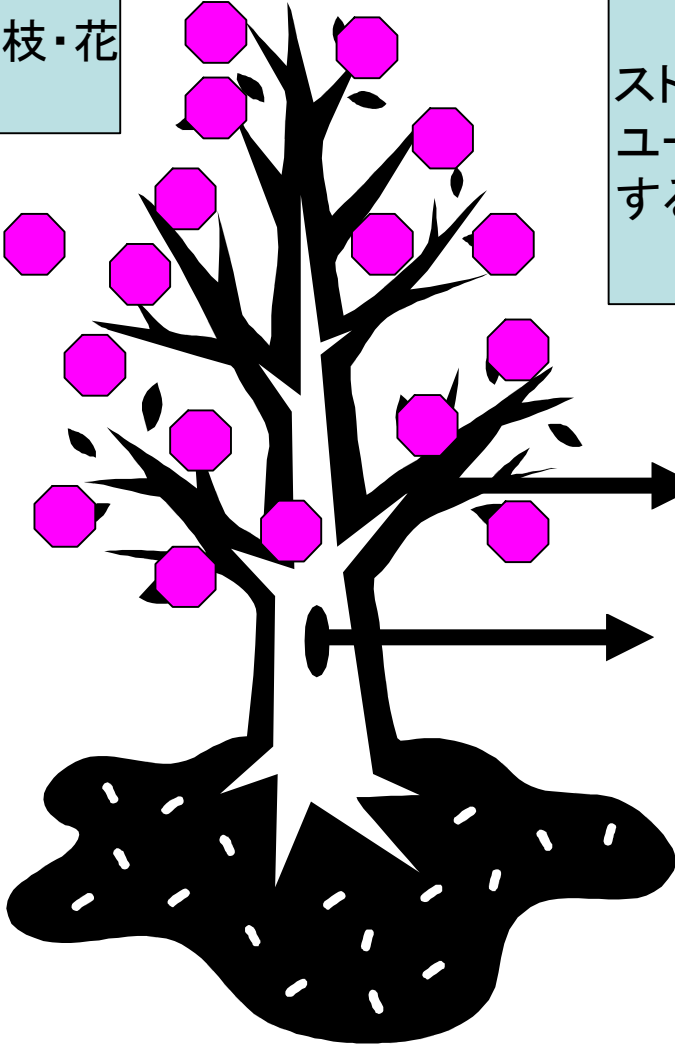
ストリクトなメタデータに対して
ユーザがラフなコメントを付与
することで、ツリーが成長する

マッシュブ・ラフ ←

ツリーの高さ・大きさが
セマンティック度の指標

ミドル・ブランチ →

ストリクト・コア →

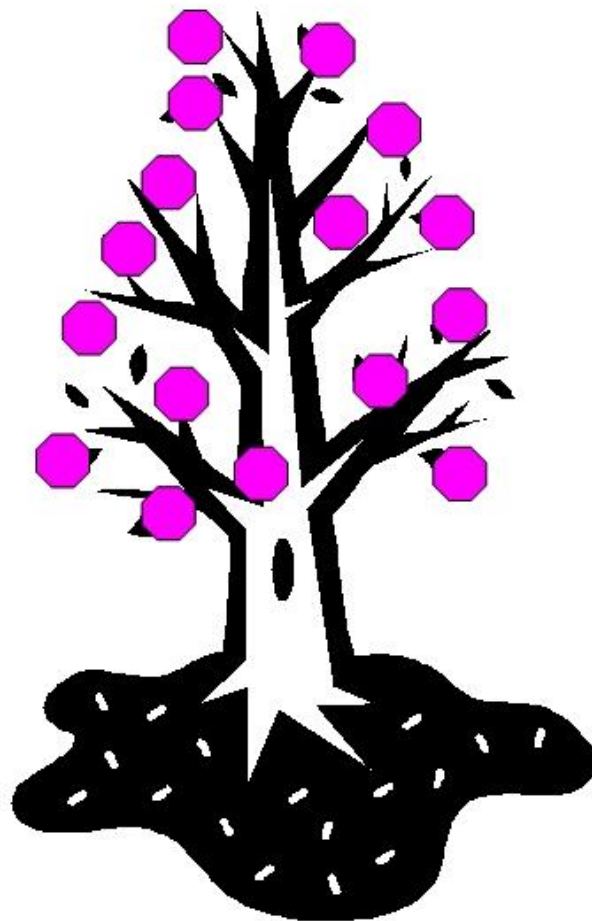


インフルエンサーは誰？

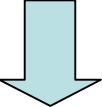
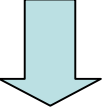
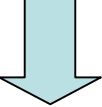
- ECにおいて揮発性が高いのは「花」
 - 「花」の書き手はコンシューマ、エンドユーザ
 - 「枝」の書き手は当事者、専門家、マーチャント
 - 「幹」の書き手は情報発信者
- クチコミの花を咲かせるメタデータツリー

メタデータツリーの情報価値

- ツリーの規模の認知
- 情報の位置づけの認知
- 情報のつながりの認知
- 情報の検索可能化
- 木構造の操作可能化
 - DOMの制御、取得やソート
 - RSS・ATOMへの出力
 - Webサイト、アプリ連携



影響者＝当事者と専門家

- ソーシャルネットワークの拡大
 - ブログ、参加型ジャーナリズムの拡大
- 
- マスメディアの情報価値が相対化され
- 
- 当事者と専門家が直接情報を発信する
- 
- コンシューマはソーシャルネット上で近く、信頼できる発信者の情報を参考にする

CGM時代の ユーザの認知と行動仮説

- ユーザは花(クチコミ)をみつける
 - ブログの投稿、SNSの書き込み、ランキング
- 花から枝や幹をたどり全体像を認知する
 - 検索して自分なりの信頼性確認を行う
- ツリーが信頼できれば行動する
 - モノを買う、参加する、情報発信する

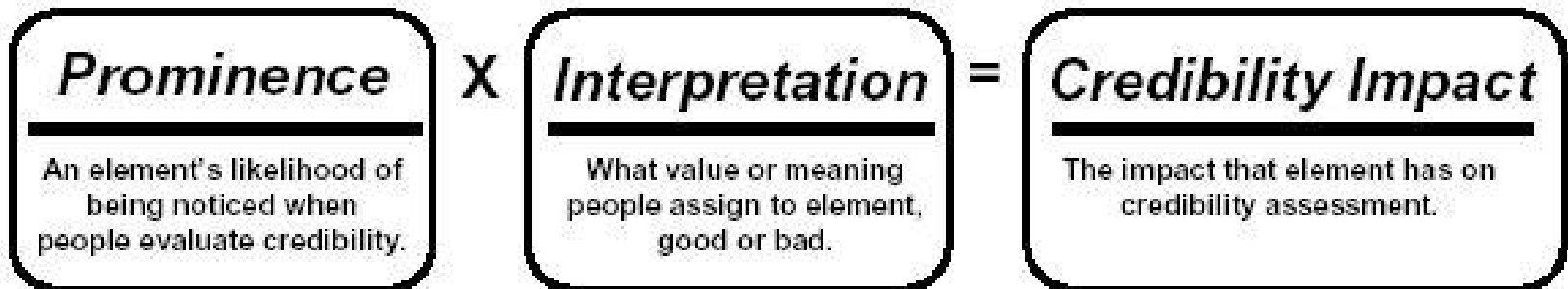
スマートな消費者

- クチコミだけではマスに売れない
 - ネットコミの多くはマスメディアを介している
 - 電車男、恋のマイアヒ、ブログブーム etc.
- マスメディア(マス広告)が選択肢を与え
 - ブランド認知の創出
- コミュニティが選択肢を選ばせる
 - どれを買うべきか?の参考をネットに頼る

自分で調べ、参加し、情報の信頼性を確認する
空間としてのメタデータツリーが重要になる

参考：信頼性とPI理論

- Prominence-Interpretation Theory:
ユーザはどうやってオンラインで信頼性を評価するのか (Stanford Persuasive Technology Lab)
<http://credibility.stanford.edu/pdf/PITheory.pdf>
- 1 ユーザは目立つものを見つける(際立っているという評価度) → 集計系メタデータ
 - 2 ユーザはそれを解釈する(解釈による評価度) → 編集系メタデータ



まとめ

- 多様なメタデータ創出と流通の形がある
- メタデータの作成コストを流通する価値が上回るときにビジネスが儲かる
- テクノロジーによるメタデータ自動生成と人手による創出の2種類の手法を使って、
- コンシューマが“勝手に”花となるメタデータを咲かせるための幹と枝をつくるのが、最も有望なビジネスモデルであると考える。

