

Internet world ネット時代に生きる

櫻井 哲朗

場所を問わず双方向で 情報や感動の「共有化」

新年あけましておめでとうござ
います。昨年の暮れから始まりま
した、この連載も皆様方のお陰で年
を越すことができました。どうぞ、

今年もよろしくお願いいたします
…と書いてはいるのですが、実際
に原稿を書いている現在は、まだ
まだ年明け前ではあるのですが…

第3回

ネット世界の流行

表1=2012年流行語大賞

年間大賞	ワイルドだろお
トップテン	iPS細胞
トップテン	維新
トップテン	LCC
トップテン	終活
トップテン	第3極
トップテン	近いうちに…
トップテン	手ぶらで帰らせるわけにはいかない
トップテン	東京ソラマチ
トップテン	爆弾低気圧

今回はくだけた話で

1回目・2回目とインターネッ
トの歴史だったり仕組みだったり
と、かなりハードな話が続きまし
た。そこで今回は箸休めのような
ソフトな話を用意させていただきました
ました。どれぐらいソフトかとい
うと高速道路のインターチェンジ
で販売しているソフトクリ
ームぐらいの柔らかさです！
このような砕けた書きぶ
りからも今回の内容が前回
までのハードな話から打っ
て変わって、ソフトな話で
あることが想像していただけるか
と思います。

そんな今回のテーマは「ネット
世界の流行」です。インターネッ

トにおいて、どんなものが流行っ
ているのか、またどんなものが流
行っていたのかについて追ってい
きたいと思います。

世相反映する流行語

昨年の話になりますが、12月に
なると新語・流行語大賞が発表さ
れます。記憶に新しい方も多いか
と思いますが、昨年はお笑い芸人
のズギちゃんさんの「ワイルドだ
ろお」が大賞を受賞されました。

他にはノーベル賞を受賞された
山中教授らの研究グループによっ
て作成された「iPS細胞」や「維新」
「LCC」「終活」などがトップテ
ンとしてノミネートされたよう
です。他のトップテンが気になる方
は表1をご覧ください。表1に昨年
の流行語大賞をまとめさせて頂き
ました。

この流行語大賞ですが、昨年
29回目となり第1回目は1984
年から始まったようです。たしか
に、かなり昔から行っていたよう
に思うのですが、もうすでに四半
世紀以上の歴史があるとはビック
リしました。

ちなみに各年の流行語大賞をま
とめたのが表2になります。こう

表2=各年の流行語大賞

1984年	オシンドローム
1985年	分衆
1986年	究極
1987年	マルサ
1988年	ベレストロイカ
1989年	セクシャル・ハラスメント
1990年	ファジィ
1991年	…じゃあ～りませんか
1992年	きんさん・ぎんさん
1993年	Jリーグ
1994年	ずったもんだがありました イチロー (効果) 同情するならカネをくれ
1995年	無党派 NOMO がんばろうKOBE
1996年	自分で自分をほめたい 友愛/排除の論理 メークドラマ
1997年	失楽園 (する)
1998年	ハマの大魔神 凡人・軍人・変人 だっちゅーの
1999年	雑草魂 ブッチホン リベンジ
2000年	おっはー IT革命
2001年	米百俵 聖域なき改革 恐れず怯まず捉われず 骨太の方針 ワイドショー内閣 改革の「痛み」
2002年	タマちゃん W杯
2003年	毒まんじゅう なんでだろう～ マニフェスト
2004年	チョー気持ちいい
2005年	小泉劇場、想定内 (外)
2006年	イナバウアー、品格
2007年	(宮崎を)どげんかせんといかん ハニカミ王子
2008年	アラフォー グ～!
2009年	政権交代
2010年	ゲゲゲの
2011年	なでしこジャパン
2012年	ワイルドだろお

して眺めてみますと、その年々のことを何となく思い出せそうです。やはり流行語ということだけあって、その年の世相を反映していることが何となくですがわかるような気がします。

ネット流行語大賞

金取って「ステマ」

ところで、この流行語大賞ですが、インターネットの世界でも行われており、「ネット流行語大賞」と銘打って2007年頃から始まりました。昨年の結果は表3のようになっています。ここでは簡単に1〜3位までについて説明したいと思います。

まず第1位の「ステマ」は、ステルスマーケティングの略称で、消費者のフリをして商品やサービス

を宣伝することをさします。いわゆる「サクラ」と呼ばれる宣伝の方法のことです。

著者自身もそうなのですが、誰かが良いといった商品などがありますが根拠なく何となく良いというイメージを持ってしまいます。それを逆手にとったのがステルスマーケティングという宣伝方法です。最近あった事柄ですと、飲食店口コミサイトなどで、この「ステマ」が問題となりました。その口コミサイトは、全国の飲食店を会員が評価するシステムで、その評価がHP上で公開されていて誰にでも見られるようになっていきます。また会員登録もメールアドレスなどがあれば誰でも登録することができま。主な使われ方としては、外出先などで人気のあるお

店を探す際や忘年会や新年会などの会場探しなどでよく使われているようです。

そこで、そのシステムを悪用して、飲食店などからお金をもらった会員がその見返りに飲食店に対して高評価をつけるという問題が起きました。このようなことをされては、どの情報が正しい情報なのか判断がつかなくなってしまう。このような問題が起こったところから、この「ステマ」という言葉がよく使われているような気がします。

m()m など代表格

続きまして、第2位にあります①はアニメ「這いよれ! ニャル子さん」のOP主題歌に出てくるフレーズをアスキーアートにしたも

のです。

まずアスキーアートについて説明させて頂きます。アスキーアートとは、文字や記号を使って表した視覚的な表現のことです。簡単にいいますと、文字や記号を使って絵を描くことです。身近なものですと、顔文字などがアスキーアートにあたります。

例えば、メールの文末などで嬉しさを表すのに②を使ったり、悲しさを表すのに③を使ったりする方もいらっしゃるのではないのでしょうか。著者も顔文字を使うのですが、一番多く使うのが謝罪を表す④だったりします。

また、このような1行だけのアスキーアートだけでなく複数行にまたがるアスキーアートも存在します。例えば掲示板やブログの中で、マンガやオリジナルキャラクターを自分の意見や発言の代弁者として使われたりします。

感情や情景が伝わる

アスキーアートの方が文字よりも感情や情景が伝わりやすいというメリットがあるのですが、やはり正式な文章には使いづらいです。またインパクトも強く印象に残り

ます。このようなことからOPを見た視聴者が作った①というアスキーアートが流行り昨年の流行語大賞の第2位になったのだと思います。

このアニメ「這いよれ! ニャル子さん」も続編が決定している大人気作品だったりします。内容は、ラブコメ(作者曰くラブコメはラブクラフトコメダイの略だそうです)

なのですが、様々なところが色々な作品のパロディとなっていて、かなりコアなアニメファン向けのネタもあつたりします。

このように著者自身アニメが好きなので書き出すと止まりません。これだけで紙面を埋めてしまいそうになり、この連載タイトルも

「Internet world〜ネット時代を生きる〜」から「Animation world〜アニメと共に生きる〜」に変更しなくてはいけなくなってしまう怒られそうですので、そろそろ自重したいと思います。

強いアニメとの関連

さてさて最後に第3位の流行語⑤ですが、これもアスキーアートです。これは、「腐女子」が同人誌などを求め這いよる様子を表現したアスキーアートといわれています。

表3=2012年ネット流行語大賞

1位	ステマ
2位	(j・w・)うー!(/・w・)/にやー!
3位	「(r・o)」ホモオ...
4位	ナマボ
5位	(震え声)
6位	ゴリ押し
7位	強いられているんだ!
8位	尖閣諸島
9位	シャバドゥピタッチヘーンシーン!!
10位	テヘペロ
11位	つまねー事聞くなよ!
12位	遠隔操作ウィルス
13位	うははーこうしてやる〜あはは〜
14位	ワイルドだろ
15位	わたし、気になります
16位	ネトウヨ
17位	Anotherなら死んでた
18位	iPS細胞
19位	カイエン青山

うな違いがでるのかというと、このネット流行語の投票が「ニコニコ動画」などの協力のもと行われているため「ニコニコ動画」で流行った言葉が選ばれやすいという特徴があります。そのため、ネット流行語大賞と新語・流行語大賞で違いが出てくるものと思われま

表4=各年のネット流行語大賞

2007年	アサヒる
2008年	あなたとは違うんです
2009年	※ただしイケメンに限る
2010年	そんな装備で大丈夫か?
2011年	ポポポポーン
2012年	ステマ

区からのお知らせが掲示されているものが掲示板でした。ではなぜ、ここでいったん伝言板の話を持ち出したかといいますと、インターネットの世界での掲示板は駅にあった伝言板

そこで、まず「腐女子」という言葉について簡単に説明させていただきます。「オタク」の女性を表す言葉が「腐女子」になります。そんな女性の行動をイラストにしたものが出回り、それをアスキーアートにしたのが、この第3位の流行語となります。また、この様子がアニメ「新世紀エヴァンゲリオン」のテレビ版第拾九話「男の戦い」においてエヴァ初号機が暴走して使徒ゼリエルを食らおうと動き回る様に似ているとも言われています。

流行りのサービス

ここでは、流行りのインターネットサービスと題しましてインターネットを用いて提供されるサービスの中で利用者が多いと思われるものについて取り扱っていきたいと思います。

ネット上の伝言板

昔の伝言板に+α
掲示板という読者の皆様方は、どんなものを想像するでしょうか。著者は、携帯電話などが無い時代に駅の改札口付近にあった黒板のことを想像するのですが、あれは掲示板ではなく伝言板が正しい名称でした。掲示板は町内会や市や

に+αの機能をつけたものとみることが出来るからです。

そこで伝言板の使い方について思い出してみよう。携帯電話などが無い時代のこと、待ち合わせに遅れたりする人がいて、その人にメッセージを残す手段として伝言板を使ったりしたかと思えます。またはシテイなハンターに仕事を依頼するとき、新宿駅の伝言板にXYZと書き込むことで連絡をとるときに使われたりもしましたが、もちろんマンガの話ではありませんが。

このように伝言板は他者とのコミュニケーションツールの一つとして使われてきました。いま現在では、携帯電話の普及により使われなくなり、多くの駅から姿を消してしまつたみたいです。たしかに、あまり駅で伝言板を見る機会

がないように思えます。

「+a」とは返信機能

現在では使われなくなってしまう伝言板ですが、その機能はインターネットの世界では大いに活躍しております。伝言板の特徴として、ユーザー（利用者）が好きなことを書き込むことができるという機能が挙げられます。インターネット上の掲示板も同様でユーザーが好きなことを書き込むことができます。そして先ほど、伝言板に+aしたものがインターネットの世界での掲示板と見ることができると申し上げましたが、その+aとは返信機能です。どうして、この返信機能が有用なのかについて簡単に説明させて頂きます。

たとえば、AさんがBさんを待っている状態を想像して下さい。なかなか待ち合わせの場所にやっ

てこないBさん。しびれをさらしたAさんは伝言板に**図1**の左側の

ように「Bさんへ喫茶店で待っています」と書いて喫茶店に行きま

す。それから遅れること1時間、息を切らしながら到着したBさんは伝言板を見て、いまAさんは喫茶店にいることがわかります。こ

こまでが実際の伝言板の使われ方です。

その後、BさんがAさんの伝言を確認しましたという意味を込めて「了解です喫茶店に行きます」と書いたとします。実際の伝言板ではAさんは喫茶店にいますので、この伝言板の書き込みを見ることができません。

つまり、これは意味のない情報となってしまうのです。ですが、インターネットを用いますと場所という制約が外れ、インターネットに接続できる環境さえあれば、この書き込みを見ることができ、そうすると先ほどまで意味のない情報だった「了解です喫茶店に行きます」という書き込みはAさんにとって、「これからBさんが来るからもう少し喫茶店にしよう」と判断することのできる意味のある情報となります。

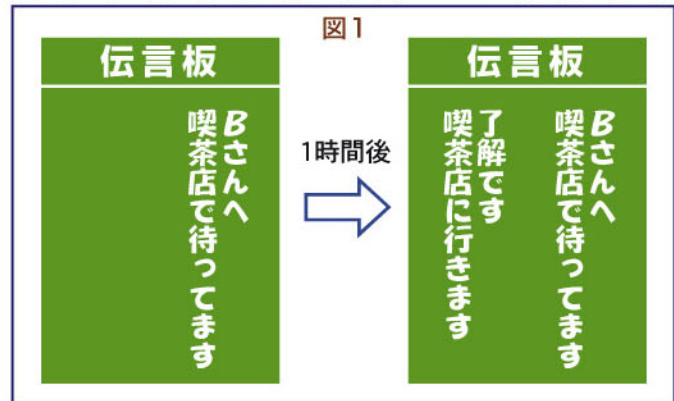
膨大な利用者、嘘も

ここで強調したい点といたしまして、インターネットを用いると場所という制約が外れるという点です。これは、どのインターネットサービスについても共通して言えることです。このようにインタ

ーネットを使うことで今まであった既存のシステムが、より発展するところがインターネットの魅力だったりします。

インターネット上の掲示板の利用者に関しまして一昔前のデータになつてしまふのですが月間利用者数が約1千万とも言われております。また最近では掲示板で話題となったものをまとめて読みやすく提供するサイトもあり実際に掲示板に書き込んだりする人だけでなくとも目に触れる機会はいかと思われまふ。興味のある話題だったりすると、とても楽しく読めるかと思ひます。著者自身も移動時間などのちよつとした手すきの時間の暇つぶしなどに時々利用します。

これは、よく言われていることで何度も聞かれた方もいらつしやると思ふのですが、著者自身も改め注意したいと思ひますので書かせて頂きます。この掲示板



に書かれてあることが必ずしも真実であるとは言えません。また、先ほどのネット流行語大賞のようにある特定のグループの意見ということもあります。ですので、掲示板に書かれてあるからと言って鵜呑みにしないように気をつけて下さい。

動画共有サイト

画期的だった配信技術

では次の流行りのインターネットサービスとして動画共有サイトについて取り扱いたいと思ひます。動画共有サイトと言われまふピンと来ない方も「YouTube」や「ニコニコ動画」と言えば簡単に想像できるかと思ひます。

ここでは、まず歴史が古い「YouTube」から紹介したいと思ひます。「YouTube」が登場したのは2005年12月ごろです。「YouTube」の最大の特徴は、ブラウザ（HPを見るためのソフトウェア）さえあれ

ば動画をみることができるとい
点です。それまでは、動画を見る
ためにはその動画ファイルにあつ
たソフトウェアが必要でした。D
VDを見るためにはDVDプレイ
ヤー、Blu-rayを見るためには
Blu-ray対応のプレイヤーが必要
になります。それを解決し、イン
ターネットに接続するコンピュー
タなら誰にでも見られるようにし
たのが「YouTube」でした。先
ほどのDVDやBlu-rayに例えま
すと、TVさえあれば動画を見え
るようにしたのが「YouTube」
です。今では、動画配信など当た
り前になってしまいい新鮮さもあり
ませんが当時は画期的な試みでし
た。

のぶが、今は各企業が「YouTube」
に自社の製品のCMをアップする
ことも増えてきました。またテレ
ビ局やアニメ・ドラマの制作会社
と提携して公式チャンネルも開局
してあたりもします。過去の映
像作品などが公開されている場合
もありますので、もしかしたら子
供の時に見逃してしまつた作品が
見られるかも知れません。

動画にかぶせコメント

続きまして日本版の動画共有サ
イト「ニコニコ動画」について紹
介させていただきます。「ニコニ
コ動画」が登場したのは「YouTube」
のちょうど1年後の2006年の
12月ごろとなります。この「ニコ
ニコ動画」の大きな特徴が動画上
に視聴者のコメントが残せるとこ
ろです。

「YouTube」にも動画のあるペ
ージにはコメントを残すことがで
きるのですが、動画上にコメント
を残す機能はありません。この動
画上にコメントが残せる機能のメ
リットとして視聴者が感動などの
感情を共有できる点が挙げられま
す。もちろんデメリットとして画
面上にコメントが残るわけですか

ら見えづらくなってしまう点はあ
りますが、ここまで発展してきた
ことを考えますとそれを補って余
りある機能のようです。

生放送中にやりとり

発展を続けている「ニコニコ動
画」ですが動画配信だけにとどま

らず、ユーザー自身がテレビのよ
うな生放送を行う「ニコニコ生放送」
やマンガや電子書籍を扱う「ニコ
ニコ静画」などを立ち上げ多くの
インターネットサービスを行って
います。この2つのサービスにお
いてもコメント機能がついていま
す。特に、「ニコニコ生放送」では
リアルタイムにコメントが流れる
ため、生放送を行っている発信者
との双方向のコミュニケーション
が取れたりします。これは、いま
まで私たちが見ているテレビなど
にはなかった機能です。このよう
な機能もインターネットというネ
ットワークが可能としたサービス
の1つとみることができそうです。

まだまだ、紹介しきれない流行
りのインターネットサービスが沢
山あります。今回紹介することの
出来なかつた「SNS(ソーシャル・
ネットワーキング・サービス)」「
や「twitter」、また今回挙げた
インターネットサービスなどによ
く使われている「クラウドコンピ
ューティング」についても次回以
降に取り扱っていきたいと思いま
す。ですので、今年もどうぞ、よ
ろしくお願いいたします。
ML

さくらいてつろう

中央大学大学院理工学研究科を卒業し、専攻は統計学。コンピュータなどによって計測される大量のデータをまとめる多変量解析の研究。現在は、諏訪東京理科大学共通教育センター講師。東京都出身、30歳。