

映像情報とマイコンの接点

財団法人 生活映像情報システム開発協会

理事 川 畑 正 大

映像情報は、テレビという強力なメディアの急激な発展によって、いよいよ早く家庭に侵入した。更に、家庭のレベルから個人のレベルにまで定着しつつある。これは、過去から現在に至るこの25年間に、革命的でさえあった。考えるに、テレビをここまで発展させた要因は、少なくとも3つあったと考えられる。

- ① ハードウェアの進歩、マスプロによる価格低下
- ② 番組の拡充、いわゆる情報ソフトウェアの意欲的開発
- ③ 居ながらにして、映像を楽しむことができ、かつ、パーソナルなメディアであること（映画などの公共の場所に於けるサービスと大幅に異なっている）

しかし、ようやくこのテレビも、かげりが出て来たと言える。その原因は何だろうか。先ず、ハードウェアとしてのテレビ受像機が、かげりの原因と思われる。しかし必ずしもそうだ。むしろ、まだまだ利用が足りないと言えよう。その原因はどうしても②と③に集約されようである。テレビ局は、視聴率を高くすることが唯一無二のメルクマールとされるメカニズムの中にある。しかし視聴率は、必ずしも番組の品質の高さと関係はない。むしろ、低品質のものの方に視聴者の注目が集まることがおうおうにしてあり得るのである。結果は明白である。低俗番組全盛時代が、ここに不本意ながら形成されることとなる。低俗番組全盛時代はかなりの期間続いた。しかし人間は、いつまでもワンパターンでは飽きてしまうものだ。低俗番組に対する視聴者離れが始まりつつある。また、テレビ局は、ブロードキャストを中心に置きすぎてきたし、現在も然りである。

テレビは、世界中で何が起きているか、理解するには極めて強力なメディアである。しかも即時性が強い。映像による表現は、地球の裏側の出来事を生々しく我々に訴える迫りをもっている。しかし、それが自分達の生活と直接的にどんなにかかわりあいがあるのか——と考える人達も増えてきている。地域情報、生活情報のニーズの芽生えである。世界中の、そして日本全国の重大ニュースを知っていても、自分の住む町で何が起きているか知らない人がとても多いのだ。防災、防犯、ゴミ処理、交通事故、救急施設、商店、商品などコミュニティに関するニュース、情報などについて、テレビは報道しない。知る方法がないから知らないわけだ。これを知るべきだと、人々はようやく気がついたと言えよう。

また、世の中の情報ソースが細分化され、専門化されてきた。ある特定の分野の情報を集中的に欲しいという人達が増大した。また人間そのもの、ライフスタイルが多様化している。昼間働き、夜寝るというパターンだけではなく、その逆の人達も多い。都会型生活を好む人もあり、また田舎スタイルがよいと思う人もある。マンションライフ党や、一戸建て党もある。結婚しない独身主義も増えた。子供を作らない夫婦も増加しているという。趣味も多様化している。休日の過ごし方も様々になっている。いまおのい情報ニーズも多様化するようになる。もはやテレビは、これらのニーズを満たすメディアではあり得なくなってしまう。と言っても過言ではない。つまり、テレビの機能そのものから言って、ニーズを満たすべくこれ以上の番組の拡充が困難になってきた、ということ、そして、パーソ

ナルなメディアであるが故に、要求される多様化したニーズとの解離が、増々まわだつたものになってきたこと。この二つの理由で、テレビにかけりが出て来たと言える。

アメリカでは、このことは既に顕在化している。ビジネスウィーク誌は次のように報じている。

「これまで30年間、テレビ業界の目標はすっきりしていたし、素直であった。重要性においても、広告収入においても成長は持続していた。だが、現在120億ドルに上る広告収入があるにもかかわらず、突如として不透明で混乱した未来に直面している。」

「すべての関係者が確信をもっていることが一つだけある。それは1980年代における視聴者(従来のネットワーク放送局ではない)は、見たいものを自らコントロールするということである。そのためには視聴者は、自ら支払う用意はある。しかし、いくら支払うか、どのようなシステムに対して支払うかについては、だれも知らない。」

また、ABC放送の幹部の次の如き談話を載せている。

「テレビ業界全体は、たとえていえば、熟知している高速道路から出て、出口がららも7つもあるインターチェンジにましかかっているようなものだ。どの道を進んだら他を出し抜けるかとぐるぐる回っている者もあれば、新しい出口から走り出ている者もいる。だが後者はバックミラーを見ながら他の連中がどこに向っているかを気にしている。そして自分が正しい出口を選んだかどうかを気にしている。」

ここにHi-ovisの意義があるわけである。さて、マイコンは、テレビに代表される映像情報システムの後継とHi-ovisなどの新しいシステムへの応用展開によって社会的ニーズの先取りに大きな役割をする可能性がある。先ず、物理的に小さいということだ。これは何にもまして、有利な条件である。次に、安い、あるいは、安くなる可能性を秘めていること。これも、個人レベルの情報時代に必要な条件だ。

次に本質論だが、これは今までのアナログと違って、家庭、個人のレベルにその部分に、マンマシーンインターフェイスデジタル情報が大量に入ってきて来ることを意味する。大ざっぱに言って、デジタル情報は、結果を表示するとか結論を示すには実に分かり易く、また正確かつ精密に行なうことができる。例えば、今何時であるか、いくらもうけたか、いくら損したか、気温は何度か、血圧がいくらか、体重は、身長は、コレステロール値は、etc etc、しかも、何故そうなのか、どうしてそうなったのか、全体とのバランスはなど、時系列的、あるいは空間的分布、あるいはパターン表示は不得手であり、かつ、非能率だ。アナログ情報としての映像情報の必要性と有為性は、この分野に顕著である。

また、安い小型の情報処理機能は、個人のレベルで可能になれば、映像情報のファインリングと検索が容易になろう。その結果、Hi-ovisの如き、センタ映像倉庫の拡充や、ホームビデオやビデオディスクの手軽な活用を可能にするだろう。これは、社会のニーズに応える機能であることはいうまでもない。

更に重要なポイントは、テレビやHi-ovisなどの映像情報システムのいわゆる「デジタル化」が、促進されるだろうということである。デジタル化は、特にテレビスクリーンの表現方法に大きな変革を与えるだろう。この萌芽は、い

くっかのテレビ番組にすてに見られる。例えば、野球中継におけるスピードガンの導入である。ピッチャーの投球の速度がデジタルでスクリーンに表示されるだけで、アナログ情報である画面を新鮮にしてゐるのではないだろうか。またテレビではないが、航空管制システムのレーダーディスプレイのデジタル化もそのよい例である。航空機の位置を示すアナログ情報に加えて、高度、巡航速度などをデジタル表示することによって、より分かり易い、そして完全な情報として、管制官へ伝達できる。そしてこれは、空の安全に寄与してゐるのである。

デジタル化は、簡単に考えただけで、いろいろの応用が考えつく。テレビニュースは、アナログ情報が殆どであるが、これにデジタル表示を加えたら、新鮮かつ正確になるだろう。例えば、暑い日曜日のニュースとして、「湘南海岸に60万人の人出があった」という音声の説明と、黒山の人々のビデオが表示されるというのが通常のテレビニュースである。“デジタル”ニュースは、黒山の人々の画面にスーパーインポーズして、60万人の人出とはどんなものかをデジタル表示を試みるのである。即ち、海岸線単位長さ当り何人いることになるか、砂浜単位面積当り何人いることになるか、人出の時間変化はどうか、男女の割合は、他の海岸の人出は、海の家の上げは、etc etc…… 勿論、取材の限界はあろう。しかしこのデジタル表示は、ニュースを立体化し、アナログ情報を生き生きさせるのではないだろうか。

このように、映像情報のデジタル化は、情報をより正確に、そして新鮮にする可能性を秘めてゐる。そして、前述の如くマイコンのコントロール機能についても、いわゆるノーチャッキングを可能とし、多様化したニーズを満たすことにも大いに役立つことになって行くことが期待されるのである。