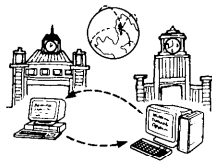


## 巻頭言



## 身近な情報

荒川 弘 熙†



最近、本学会の理事会の話題の中で議論が白熱するものに、学会の会員名簿の CD-ROM 発行がある。意見は「時代の趨勢として紙ベースの名簿よりは利用価値があり、輸送コストも安い」、「CD-ROM は 2 次利用が容易なため、名簿業者に悪用され、会員のプライバシーを侵す恐れがある」等賛否が分かれる。また、昨今の電子図書館構想の中から、学会誌、論文誌を電子化し、何時でも、どこからでも利用したい旨、要請がある。

これについても、「広く、世の中に本学会の情報を公開し利用してもらおうべき」、「容易に学会の情報にアクセスできることは、会員の減少につながるのではないか」等、情報の表現を変えアクセスを容易にすることについて種々の議論がある。

ここで、「身近な情報」について考えてみる。身近なこととはネットワークが進展している現在、物理的な遠近を意味するものではなく、感覚的に身近と感ずる情報、例えば、会社において同じ社内であれば遠隔地の支社・支店であっても身近であろうし、アクセス頻度も高いであろう。一方、地域の生活を考えれば、隣近所の情報、子息の通う学校や自治体の生活者情報が物理的にも感覚的にも身近な情報であろう。

つまり、状況により身近な情報は多種多様である。東西冷戦が厳しい折、米国のインタネットは草の根のように通信バックボーンネットワークとして成長し、使われ方は研究者相互の（仲間中の）情報交換手段として主に使われた。情報スーパーハイウェイを提唱する米国のゴア副大統領も国民に役立つ情報は差し向き教育・医療・自治体等の公共情報であるとしユニバーサルサービスの早期提

供を呼びかけている。

このような状況の中、国内外でマルチメディアの種々の実験・開発が進められている。映画を好きな時に鑑賞できる VOD (Video On Demand) サービス、テレショッピング、ホームバンキングサービス等数多い。特に、映画のメッカであるハリウッドや娯楽のディズニーランドがある米国はエンタテインメントサービスに熱心である。このことは、このような娯楽産業に従事する労働人口も多く、これらの情報を身近に感じている人も多いのではないだろうか？

一方、映画産業が衰退した我が国ではどうであろうか。TV 産業がとって替わっているであろうか。同じエンタテインメント情報について日米の体感温度の差は無いだろうか？

今次の阪神大震災の際も、消火栓の場所、上下水道のルート等生活関連情報について地域住民が知らないことが多かったと聞く。この場合、真に有用な情報は地域に根ざした地場の情報であり、それが、情報・通信の双方のリテラシーが高ければ身近な情報に成り得る。

情報・通信のリテラシーを上げる為にマルチメディア、光ファイバ等の高速通信網、インタネットにおける WWW (World Wide Web) 等が提唱・開発が進められているが、社会が受容する、または求めている情報が「身近な情報」であるとすれば海外の映画タイトルや技術情報を即入手する仕掛けよりは、むしろマルチメディア、高速通信網を駆使した「身近な情報」を容易に入手し得る手段 (MOD: Multimedia On Demand) を提供することが先決ではないだろうか？

我々は、意外と身の回りの情報に疎いものだから。

(平成 7 年 3 月 13 日)

† 本会総務担当理事 NTT データ通信 (株)