

■S1 群 (情報環境とメディア) - 4 編 (Web 環境と社会・生活)**5 章 デジタル・デバイド**

(執筆者：林紘一郎) [2010年8月 受領]

■概要■

デジタル革命が産業革命に匹敵するほどのインパクトを持つであろうことは、1990年代中頃のインターネットの商用化以降、次第に人々の共通認識となりつつある。しかし、革命的に進む事象には光と影の両面があるのが一般的で、デジタル革命の影の面として、デジタル・デバイドへの懸念が強まっている。本章ではこの問題に、多角的な視点から切り込む。

【本章の構成】

まず用語を定義し (5-1 節)、デバイドと見られる側面のうち利用者の外にあるもの (5-2 節)、その内にあるもの (5-3 節) の順で分析した後、その改善策を考える (5-4 節)。加えて、従来あまり論ぜられることがなかった企業内・企業間の格差に触れる (5-5 節)。

■S1 群 - 4 編 - 5 章**5-1 定 義**

(執筆者：林紘一郎) [2010年8月 受領]

デジタル・デバイド(情報格差)とは本来、情報そのもの、あるいは情報技術の利用可能性によって経済的格差が開くこと、あるいは逆に経済的格差などによって情報や情報技術の利用可能性について格差が生ずることをいう。しかしながら、その定義は論者によって異なる。

アメリカでは既に 1990 年代から社会問題化しているが、21 世紀に入って日本でもこの問題が取り上げられるようになってきた。アメリカの場合は IT 技術利用度の所得や人種間格差が焦点とされているが、日本の場合はむしろ高齢者や障害者が情報機器を使いこなせないという点が重要視されている。

更には、情報技術の利用可能性によって、社会参加の可能性が制限されてしまうという、より深刻な事態も生じてきた。例えばアリゾナ州知事選挙でインターネットでの投票を可能にしたところ、全体としての投票率は上がったものの、インターネットにアクセスできないものにとっては不利となるというように、投票機会の階層別不平等をもたらす結果になったのでは、という指摘がなされている。

デジタル・デバイドの問題は、教育の分野においても世界的な懸念事項となっており、情報通信技術が学習機会へのアクセスを容易にするという積極的な面を評価しつつも、一方では情報技術を実際に活用できないことによる学習機会からの疎外を取り上げ、これを解決することの重要性を訴えている。

■S1 群 - 4 編 - 5 章**5-2 情報デバイドの各側面（1）利用者の外的条件**

(執筆者：林紘一郎) [2010年8月 受領]

5-2-1 通信手段の格差

- インターネットや携帯電話・PHS、無線LANなどの移動体通信をはじめとする情報ネットワークを、容易に利用できるかどうか。技術的に利用できるか否かだけでなく、接続費用の経済面、サービスエリア、速度なども含めて考えなければならない。
- ある任意の地域（町・村・離島）に在住し、そこでブロードバンドインターネット接続（ADSL, FTTH）が利用できるかどうか。前項が主として経済的に可能かどうか（affordability）に着目するのに対して、こちらは地理的な可能性（geographical availability）に重点を置いている。

5-2-2 情報資源の格差（1）マスメディアの格差

新聞・書籍・雑誌、レコード・コンパクトディスク、映画（映画館）などを、容易に入手・利用できるかどうか（地方における発売日の遅延に対する影響など）。また、図書館サービスの利用が容易であるかどうか。

5-2-3 情報資源の格差（2）放送格差

- 地上波、衛星波などによる放送サービスを容易に受けることができるかどうか（市・町・村・離島別に見るそれぞれの格差）。
- 市・町・村・離島別に見る民放（地上波）のチャンネル数（4チャンネルの地域が多いがそうでないところもある）。
- 当該の居住地で地上デジタルテレビジョン放送（地デジ）が受信できるかどうか。

5-2-4 情報機器の入手・保守格差

- 新しく開発された機器が、すぐに手に入るかどうか。
- 情報機器の関連部品（プリンタの場合には、印刷用紙・トナーなど）が、すぐに手に入るかどうか。
- 情報機器のメンテナンス拠点が、近くにあるかどうか。

■S1 群 - 4 編 - 5 章**5-3 デバイドの各側面（2）利用者の内的条件**

(執筆者：林紘一郎) [2010年8月 受領]

5-3-1 利用可能技術の格差

コンピュータやそのネットワーク（インターネット）を、人が容易に利用し、使いこなすことができるかどうか。また希望者が家族などに頼らず、自ら技術・知識を身につけることができるか。情報リテラシーの問題ともいえる。

5-3-2 年齢格差

情報技術は日進月歩であるが、人間のメディア・リテラシーは成長期に形成される部分が多く、高齢者が新技術になじめないばかりか、拒否反応を示す場合もある。

5-3-3 所得格差

低所得者はパソコンをはじめとする情報機器を買うことができないか、少なくとも初期の高価格な時代には買うことができないので、これらの資力がある層とは差が生じやすい。

5-3-4 地理的格差

国際的には先進国対途上国、国内的には都市対農村あるいは高級住宅地对貧民窟といったように、前項で述べたことが特定の地域に集約的に現れることがある。

5-3-5 人種による格差

同様のことが多民族国家では、民族間でも生ずる恐れがある。

5-3-6 学歴による格差

高学歴の者が高所得の家計に多いとすれば、学歴によってデバイドが生ずることが懸念される。とりわけ情報技術は最終的にはユーザ・フレンドリを目指しているにしても、少なくとも初期段階では高度のリテラシーが必要だとすれば、この懸念は重要である。

■S1 群 - 4 編 - 5 章

5-4 デバイドの改善策

(執筆著者：林紘一郎) [2010年8月 受領]

5-4-1 総論

5-2 節と 5-3 節に分け、前者で外的条件を、後者で内的条件を扱ったことから分かるとおり、解決策は、大きく二つに分かれる。

5-4-2 利用者以外の条件に関する改善策

情報手段の格差については、市場原理に任せておくことが第一義かと思われる。

通信手段の格差については、「ブロードバンド・ゼロ地域脱出計画」や「ケータイ不感遅滞減少対策」などが官民の協力で実施されている。光ファイバの普及についても、何らかの公的措置が必要かもしれないが、いずれの場合も事業者のインセンティブを削ぐような方法をとるべきではない。放送の分野においては、2011年夏に地上波テレビの全デジタル化を完了できるかどうか課題である。

5-4-3 利用者の内的条件に関する改善策

5-3-1 節以外の事項については、情報技術に直接関連する格差というよりも、貧富の差に由来する側面が強いと思われる。したがってその改善策は、政治課題とほぼ重複するので、そのような大きな視野から取り組むしかないであろう。

デジタル・デバイドという問題は、情報技術と一般の各個人との距離に差異があることから生ずる問題である。したがって、その解決策としては二つの全く逆のベクトルがあり得る。

- すべての人が情報技術を使えるようにすること
- より低価格の、またより使いやすい情報端末を開発、普及させて、情報技術への敷居を低くすること

前者の解決策は、つまるところ情報教育を充実させることである。

後者の手法によって情報技術へのアクセス機会が拡大すれば、行政サービスを情報技術を用いて提供し、コスト削減を図るといったことにもつながりうる。更に、従来社会的に孤立しがちだった層にも、例えば電子メールが普及するといったことによって、社会参加の機会が拡大することも考えられる。

なお、NPO 活動が活発になったのは、相互の連絡のためにインターネットが「早くて安い」手段を提供できたことが、大いに寄与していると思われる。

■S1 群 - 4 編 - 5 章**5-5 企業内・企業間の情報格差**

(執筆者：林紘一郎) [2010年8月 受領]

デジタル・デバイドは、さして大きな問題ではないとの見方もある。なぜなら 5-4-3 節の后者の見方、技術が次々と問題を解決してくれることが多いからである。500 ドルパソコンを後進国に寄付する仕組みを議論している間に、パソコンは最安値で 200 ドルぐらいにまでなったし、アフリカの狩猟民族が GPS 付きスマートフォンで、仲間と連絡を取りながら狩りをするようになった。

それよりも、日本の大企業の企業風土を原因とした情報格差の方が問題だ、という見方もある。大企業では組織が細分化されているので、デジタル部門であってもデジタル関連の情報を知らない人が多い。ほかの部署は推して知るべし、である。

また最近ではセキュリティ・ポリシーがますます厳しくなり、大企業であればあるほど、SNS、Twitter、スカイプなどといった新しいメディアを禁止することが多い。一方で Twitter などのソーシャルメディアを使っている人たちは、自分たちの情報摂取のかたちに変化し始めたことに気づき始めた。最新ニュースは Twitter 経由で知ることが増え、Twitter を通じた人とのつながりが意外なところで仕事に役立つということに、多くの人が気づき始めたのだ。

この状況が更に進むと、ソーシャルメディアを利用する人と、その利用を禁止されている大手企業の人たちとの間の情報格差が広がることも懸念される。大企業の組織の中にある多様な人材だけで成長できた 20 世紀後半には、ソーシャルメディアは不要だったかもしれない。しかしこれからは自社の内外との人間関係を通じた情報交換が、企業戦略にとって不可欠な時代になろうとしている。このことに大企業は早く気づくべきであろう。