

#### 4.6 終りにあたって

日本の家庭でのパソコン普及率は米国の約半分の20%程といわれているが、一般市民レベルでの情報化では、数字以上に水を空けられている感がある。

米国ではSOHO ( Small Office / Home Office ) が爆発的に広がってパソコン需要を支える一方、日本では顔をあわせることを重視する社風や狭い居住環境のために余り普及の兆しがなく、情報化の観点から見ればその格差を広げる一因になっている。

又、パソコン普及では言い続けられていることであるが、キーボードアレルギーを克服しなければならない。教育機関でもキーボード操作を日常の遊び感覚で教える必要があるだろう。台北市内のインターナショナルスクールでは、宿題はパソコンを使って各種ソフトやインターネットで資料を得て作成するのが当たり前で道具化しているという。<sup>24)</sup>

日本社会のハード指向、電話回線が1,2回線しかなくインターネット接続率も小学校で約7%、中高で各々約14%という学校の現状、<sup>25)</sup> 高い通信料金等から日本にマルチメディアが根付くことを危惧する意見もある。<sup>26)</sup> 日本でも市民レベルへの情報化の溶け込みと活用のレベルアップを一つ一つ進めて行くことが必要であろう。

一方、従来は人と人が触れ合いながらコミュニティーが形作られていたが、今後はマルチメディアを媒介に、単に情報のやり取りのバーチャルな世界での行動が多くなる。その反面、従来のように実際の物に触れる機会も大切にする必要がある。その現実と仮想の両面の良いところを伸ばしながら、例えばバーチャルの世界では時間・距離感をなくし空間を共有しているような体験等、バーチャルでなければ味わえないような世界を伸ばし広げながら、現実社会とも調和をとって融合していくことが真の意味でのマルチメディア社会といえるのではないだろうか。