

地域の情報交流を進めるために

丸山 尚

一―地域にはどんなメディアがあるか
二―市民同士の情報交流がなぜ盛んになったか

三―情報交流をいっそう進めるために

一―地域にはどんなメディアがあるか

になる。相互関係を成立させるもつとも身近な空間が、地域である。

地域には現在、多様な情報とそれを伝えるためのメディアがある。それらはそれぞれに機能しているが、

本当に人々が求める情報が適切なメディア配置によって行き渡っているかどうかは、現状では、はなはだ心もとない。

それはともかく、現在のような高度な社会生活が営まれている場合、

情報は地域の血液である。特に横浜のような近代化された都市生活地域においてはおおさらだ。人間の体で血液が行き渡らなくなった部分は、

日ならずして腐食してしまふことは

①―情報は血液、メディアは心臓

私たちは、地域に暮らしの本拠を置いていて。人々が等しく行っている労働、学習、遊び、スポーツ、ボランティアなどさまざまな営みの根は、この暮らしの中にある。その根がもつとも深くつながっているのは、家庭であろう。しかし人間は一人で生きられないし、家庭はまた、

単独では存在できない。社会的相互関係の中で、それぞれの営みが豊か

ある。

報、その情報伝達の回路となるメディアについて考えるのが私の役割である。

に適切な情報とコミュニケーションが必要となるが、ここでは地域と情報、その情報伝達の回路となるメディアについて考えるのが私の役割である。

誰もが知っている。そしてまた、たとえ情報が届いても「これはあなたにとつて大事な情報です」というシグナルが伴っていないならば、うっかり先物投資のインチキ話に乗ったり、一人暮らしの老人が大金をまきあげられる結果となる。情報の価値は受けとる人の選択力や判断力によつてもかわってくるが、地域にはそこで暮らす人にとつて基本的に必要な生活情報が必要なのだ。それが満たされない場合に血液と同じで、地域の活性化は薄れてしまふ。

情報を送るための道具が、新聞、

雑誌、テレビ、ラジオなどのメディア（媒体）である。情報が血液であるのに対して、メディアは心臓である。新鮮な血液をつくっても、正常な働きをする心臓によって体のすみずみにまで送り届けられなければ、健康な肉体、すなわち地域は維持されない。

②—こんなにたくさんメディアがある

メディアは情報を送るために必要だが、こんな情報が欲しいというニーズのないところには、継続して存在しない。ただし情報に対する欲求はあっても、メディアが正しく運用されなければ、その欲求を満たすことはできない。現在たくさんメディアがありながら効果的に機能していない原因は、情報の集め方、加工の仕方を含め、会報やミニコミなどメディア作成の技術が未熟なところに原因がある。新聞や雑誌をつくるにはそれなりの専門知識や技術が必要である。だが地域における情報メディアに携わる人は、いわゆるしろうと

であり、こうした知識や技術を持っていない場合が多い。それがニーズを充足させないもつとも大きな原因である。

ではいま、どんなメディアが地域を対象に発行されているか。多種多様であるため種類別に分けなければならぬが、私は従来「商業メディア」「行政メディア」「クロスメディア」「自主メディア」などに分けている。だが、ここでは簡単に説明しなければならぬので、実態に即して分けてみる。なおくわしく地域メディアの役割、現状について知りたい場合は拙著「ニューメディアの幻想」（現代書館）をお読みいただきたい。またミニコミについては、「ミニコミ戦後史」（三一書房）、「ミニコミの同時代史」（平凡社）などをお読みいただければわかると思う。

⑦行政が中心になって発行するもの

その代表は「広報よこはま」である。東京都の二三区などは独立した広報紙をそれぞれ出しているが、横浜は市報の一部に「区版」を割りこませており、それだけ情報容量が小

さくなっている。たとえば札幌市などは雑誌サイズで、ポリュームのある区の広報紙を発行している。もちろん情報は量だけでなく質も大事だ。しかし、広報紙に限れば横浜は住民一人に提供される行政情報の量は、全国で最低の部類である。何しろ三〇〇万を超える人口、一〇〇万を超える世帯に対し、月に一回タブロイド判八頁が発行されるだけだ。当然お知らせ情報が中心となり、住民同士の交流情報が少なくなる。お知らせ情報の中から市民同士の交流が生まれるという考え方もあるが、その交流を具体的に促し、そこで行われる交流の実態を積極的に提供することがもっと必要だろう。

大都市ではすでに、広報紙は月に二回、あるいは三回の発行態勢に切り換わっている。それだけ市民に提供される情報は多く、市民の活動報告や意見の提示、呼びかけも多くなる。

さらに東京など他府県では、区役所の出張所単位ごとや、地区センターあるいはコミュニティセンターご

とに、住民の自主的な広報紙づくりが進んでいる。行政が働きかけ、住民を主役にした地域メディアを育てるという政策は、コミュニティ形成の一環として欠かせないものとなっている。この点でも、横浜の地域における情報化政策は弱い。情報活動を通して、市民の自立性は高まるというのが私の考え方である。単なる受け手から送り手、すなわち情報の発信者になったとき、住民はおのずから意識の転換をはからざるをえない。参加性の高い地域づくりこそ、自治の前提である。

行政が中心となり、市民の参加を得て発行される地域メディアには「公民館だより」「図書館からのお知らせ」「消費者だより」など、各部署ごとに発行される広報紙がある。他市においてはこうした活動は年々活発になり、そのつくり手たちを対象した「編集教室」、あるいは行政が地域のミニコミ発行者を対象に開催する「ミニコミ講座」が盛んである。横浜でも市・区報以外の行政がらみの広報紙は出ているようだ

が、あまり目につかない。また、こうした分野の市民学習の機会も少ないようだ。

④グループ、サークル、自治会などから発行されるもの

地域には、さまざまな活動を目標としたグループやサークルがある。参加する人たちの間で情報伝達と交流、あるいは人と人の交流を進めていくのがメディアの役割である。したがって何らかの形で組織的な活動を行うには、メディアの存在は不可欠である。これらのグループ紙、サークル紙はふつう、会報とか機関紙と呼ばれる。

グループやサークルには、公民館学習を契機に生まれた学習活動やボランティア活動を目的に生まれたもの、あるいは地域スポーツや高齢化社会に向けての生きがいづくり、旅行や短歌、俳句などのサークル、史跡めぐりを目標とする趣味・教養的なグループまでいろいろある。こうした人たちによって発行されているメディアも多い。広く地域の情報を載せているわけではないが、地域の

人たちによって構成される組織の大きなコミュニケーションメディアとして、大きな意味がある。

グループやサークルはゆるやかな人のつながりであり、活動にあたっては個人の自主性が尊重される。それに対しいちがいには言えないが、比較的明確な目標を持った人のつながりとして、生協の支部組織や、女性問題などの研究会活動の会報、機関紙などがある。これらも地域においては多くの情報を扱うメディアである。

特定の地域とそこに住む人を対象に発行されているのが、自治会単位のメディアである。この「自治会報」も、住民の自主的な参加を前提としている。つくり手も読み手も地域住民であることから、掲載される情報も地域密着型である。横浜には、大規模団地などの自治会が発行する、すぐれたメディアが多い。

⑤自主的な社会活動のために発行されるもの

すでにみてきただけでも、地域にはさまざまな活動とそのため

のメディアがある。おおざっぱにあげただけでも、住民運動、市民運動、草の根運動、ボランティア活動、地域活動、自治会活動、サークル活動などがある。そうした中で、地域における現状を肯定しながら、社会参加の一つとして自主的に展開される活動のメディアが、ここであるという自主的な社会活動のためのメディアである。

この分野のメディアは、既成の価値観や社会秩序を認めながらも、住民サイドから地域の課題解決により積極的取り組み、提案や活動を通して、住みよい地域をつくろうとする人たちのつながりの中から発行されるものである。行政側とは補完関係にあることが多いが、参加者の自立性はかなり高い。横浜にもこうした活動とメディアは数多く、活動テーマの選定は自治会や生協活動とくらべより自由であり、幅が広い。一般に行政がもっとも期待し、提携関係の維持につとめるのがこの分野である。

⑥反対、要求運動を目的に発行されるもの

地域には多くの矛盾が存在し、その解決のためには住民が主体的に組織を編成し、行政のあり方に反対したり要求しなければならぬ課題が放置されている。環境問題などがそれ、現在のように社会変化が続く限り、行政の努力だけでは解決しないことも多い。また、行政はつねに標準レベルを対象にする。それに対し地域は個別的にある。標準を前提とした画一的な行政展開は、個別的問題に対応できず、しばしば混乱が起る。そこで行政は地域の個有な問題提起や要求に対し、「公共性」を前面に出すことによって住民の行動を抑えこもうとする。だが真の公共の福祉は、少数者である地域住民の要求をも包みこむことによって成立する。それを地域エゴとして切り捨てる限り、公共の福祉は絵にかいたモチにしかすぎない。こうした抵抗型・変革型の運動とメディアも、当事者にとってはすぐれた地域メディアである。

⑦営業活動として発行されるもの

以前からある俗にローカル新聞と

言われる県紙より小さいメディアは、最近新しい市民意識を持った住民を対象にして「コミュニティ紙」に性格を変えつつある。また横浜でも、タウン誌がいくつか発行されている。これらは利益を目的に発行されているわけではないが、経済的に自立することが前提である。また最近では、いわゆる「フリーペーパー（無代紙）」と言われる、広告収入によって発行費を捻出し、新聞折込みによって各戸配布される無料のメディアも多く出ている。広告媒体であることを目的にしているため、地域的限定が必要である。しかも読まなければ広告効果もあがらないわけで、地域の情報に力を入れるのが通例である。したがってこのメディアも、地域の情報を考える場合無視できない。

② ニューメディアによって伝えられるもの

CATV、パソコンネットワークもすでにスタートしており、横浜市でも近い将来に具体化するであろう。これらのメディアが、先にあげた紙と文字中心のメディアにくらべどの程度地域メディアとしての有効性を発揮するかは、やってみなくてはわからない。問題はメディアの運用と、市民がそれにどの程度参加するかにかかっている。またニューメディアは利用者にかんがりの経済的負担をかけるため、それにふさわしい情報を提供できるかどうか、カギになってくる。

二——市民同士の情報交流がなぜ盛んになったか

① 「情報地域主義」が必要な理由
メディアの説明をなぜ長々と盛りこまれる情報は、これらの活動と深く結びついているからである。地域で役に立つ情報、生きた情報は、各種の活動によって生産され、それを必要とする人に的確に届けられるものである。すでにはじまっている高度情報化社会は、情報の過剰社会でもある。氾らんする情報の中で、地域にあってより充実した暮らし、より便利な情報であるためには、「情報地域主義」が重要である。すなわち地域では、必要と思う人が必要な形で、必要とする人に送り届けることが大事だ。

マスコミによって日夜大量に送り届けられるのは、一般情報である。パリのファッションの動向やニューヨークにおける円の相場も無駄ではないが、自分たちのまちや、地域で起きていることを具体的に知らせてくれる個別情報ではない。マスメディアも今後はより地域を細分化した形で情報を送ってくるだろうが、居住地域の中にいま何が起きているか、そこで生きていくためには何が必要であり何ができるかなど、地域住民として主体的に生きていこうとする人のニーズを満たすことにはならない。現場性を欠いた情報は、役に立たないのである。少なくとも、いま急速に高まっている、より人間らしく生きたいという市民の欲求に著実に応える情報は、そこに住む人がかかわることによって生まれる情報である。

② 情報の自主流通はなぜ起こったか

⑦市民意識と参加欲求の増大

市民が独自のメディアを持ち、自由な情報交流を行うようになった第一の理由は、市民意識の向上によってもたらされた参加欲求の増大である。これは戦後社会の発展の中で、長年にわたって培われてきたものだ。そこには高学歴化、所得水準の向上と生活の安定、労働時間の短縮と、余暇の増大など副次的要因も関連してくる。だがもっとも大きいのは、市民社会の拡大によって主人公意識が芽生え、それを行動に移す力を持った市民群が出現してきたことだ。

メディアを通じた情報活動に携わる人の多くは、こうした状況の中でできたえられた独自の問題意識を持っている。市民社会という土壌の中から表現意欲が育てられた。そして、みずからの視野を家庭や居住区域から開放して周辺の地域に移し、そこで見えてくる課題を自分との関連でとらえたとき、人々の表現欲求は身近な活動への参加、その一環としてのミニコミづくりなど具体的な形をと

る。

⑧多様化に合った情報の不足

すでに、情報はニーズのあるところに発生し、ないところではそのためのメディアも長続きしないことは述べた。私たちの暮らしは地域においても多様化が進み、それに伴う生活の多様化が進んでいる。市民社会は、さまざまな価値観を許容しライフスタイルもまた、多様である。

だがその一方、それに必要な情報は不十分である。ここにおいて、みずから情報のつくり手になり、送り手になる必要が生まれてくる。同時に、市民意識の確立は個人にそれぞれ、市民意識を持たせ、市民社会はこれらの意見を持たせ、市民社会はしたがって意見の所有者の総合体である。意見は人に伝えられることによって、実態の意味を持つ。そのため意見を持った人がグループやその他の活動に参加し、情報活動を通して自己表現を完結しようとする。

⑨ヨコ型の人間関係と定住意識

市民意識はまた、ヨコの関係をつくり出し、それを発展させるための情報を必要とする。行政をオカミと

し、住民をシモジモとするタテ関係の中では市民は、一方的な情報の受け手にすぎない。地域の中で人の関係がヨコに拡大していく現象は、それぞれの市民の定住意識と大いに関係がある。

いまのアパートは仮りの住まいだから、近所づきあいもほどほどにという場合と、苦勞をしてようやく定住のためのマンションが買った、一戸建てが買ったという場合では、人間関係の組み方にちがいが出てくるのは当然である。かつては移住者同士の交流、新住民の流入などによる人口移動が地域情報が必要とする大きな理由であった。しかし今は、その傾向は薄れている。

定住志向を持つか持たないかによって、地域は身近になったり、遠い存在であったりするのには、地域への期待感の差である。この期待感こそ「住民意識」を醸成するカギであり、さらに「市民意識」へと発展するカギである。そこで子供を育て、老いを迎え、生を終えるという人生の過程を考えたとき、市民の意識を

持つ人の目は必然的に地域に向かう。生きていくための情報がほしい、情報を媒介とした人のつながりがほしいという欲求こそ、地域における情報交流が進んでいる背景の一つである。

⑩つながり志向とネットワークづくり

モノ社会に対し、漠然とした不安、具体的な危機感を持っている人が多い。モノ社会はカネ社会であるが、いま何とか暮らしていけても、この先はわからない。そうした意識が強まれば強まるほど、同じ考えを持っている人、同じ考えを持った集団とのつながり欲求は高くなる。

だがこれは個人レベルの問題で、言ってみれば核家族化の逆現象ともいえる。個人のレベルを超え、個人とグループ、グループとグループのつながりになったとき、ネットワークが生まれる。同じ目的を持った地域のグループ同士だけでなく、地域を超え、さらに異なった目標や形態のグループでネットワークをつくる動きが盛んなことも、情報の交流を

盛んにしている。地域の活力を生むための活動には、意見や経験の交流が必要である。そのための情報は活動のよい刺激となり、啓蒙的役割を果たす。相互確認と共に新しい目標設定のためにも、異質の情報は役にたつ。

さらに、同一地域における異質の活動をつなぐために、情報の交流は必要である。地域的つながりはあっても、活動同士のつながりが弱いというのがこれまでの傾向であった。しかし、より広く、より柔軟にという人々の考え方が、ネットワークという考え方によって情報交流の重要性を意識させるようになった。

④技術革新によるコストの低減

情報交流が盛んになった物理的理由は、メディアづくりの簡便化が進んだことであろう。まず、謄写ファックス印刷機の普及である。あるいはまた、簡易オフセット印刷による印刷経費の低減である。

かつてガリ版印刷で会報などをつくる場合は、一定の経験にもとづく技術と、時間、根気が必要であっ

た。少し立派な会報をつくらうとすれば、活版か写植によるオフセット印刷に頼らざるを得ず、かなりのコストがかかった。タイプ印刷にするとしても、専門家に頼まねばならなかった。

技術革新は、地域における情報活動を大いに助けている。その筆頭は先のファックス印刷の普及と、ワープロである。これでミニコミ発行の経費と手間が、大幅に縮小されるようになった。ワープロが打てるようになったし、手近なところにファックス印刷機もあるので、ミニコミでも出してみようかという人が、どんどん増えている。

三——情報交流をいっそう

進めるために

①——行政は何をすればよいか

現代の社会では、情報はきわめてすぐれたサービス財である。ある時は、カネやモノを上回る価値を持つ。それは、特定の必要情報だけが持つ価値ではなく、生活全般の潤滑

油として、つねに高い価値を持つている。

したがって、そこに住む人に必要な情報が充足している地域は、豊かなのである。豊かな情報環境をつくるには、市民と行政の共同が必要である。先にふれたように、東京都の区・市町村などでは、住民が主体的に情報活動を進めるための政策を進めている。地域自立の原則から言えば、行政がそこまで手を出すのは行きすぎであり、住民の自主性にゆだねるべきであるという意見も生まれてこよう。しかし、行政がそのきっかけをつくり、補佐することは、市民自治の原則に反するものではない。

地域の情報は当事者によって、管理されることによって、地域のものとなる。その原則は、そこに住む人が、住む人の問題意識によって、必要とする人に正確に届けられることにある。地域の実相を理解しない者に、地域に必要な情報が生み出せない。

そのためには情報感度の高い住民

と、公正・適切な情報の処理・加工ができる住民が必要である。地域の情報は、データや単なる事実の報告であるインフォメーションより、味つけし加工し、予測や判断を加えたインテリジェンス情報である必要がある。そうした一連の知識や技術を身につけるには、行政側のアプローチが必要だ。そのための講座の開催や、情報メディア育成のためのプログラム策定が必要である。

さらにまた、特定地域の情報を特定地域に閉じ込めておくのではなく、総合化し、いっそう利用価値の高い情報に仕上げるためのシステムとそのための政策が必要であろう。

一つは、さまざまな種類の情報をまぜ統轄し、自由に接触できたり、メディアを通して住民に伝えられる地域情報センターの設置であり、それを総合する全市の情報センターの設置である。それには、地区センターの情報センター化が望ましい。

ヨコに関係を強めつつある人々のつながりに対応するためにも、情報の総合化は必要である。それが自主

的な市民の情報活動とネットすることによって、地域の情報環境の整備は進むはずである。

②—ホットな情報がよい情報

真の情報都市は、テレトピア構想などによるメカトロニクスによって達成するのではない。コンピュータと通信技術を結びつけた、いわゆるニューメディアは、情報の処理、管理と、その伝達には便利であつても、肝心の情報づくりには何の役にも立たない。したがって情報のコンピュータ化は、その範囲に限定して考える必要がある。データ情報がいくら蓄積されても、使い勝手のいいインテリジェンス性を欠いていれば、冷たい情報となって人々の生活に役立たない。

暮らしの場に必要情報は、ホッ

トでなければならぬ。人肌のぬくもりを持った情報は、キカイを通して生まれるのではなく、ナマ身の人間を通して生まれるものだ。キカイは、それ自体では情報の発生源である地域の中に入っていけない。どんな人間が、どんな感性和判断でつくり出すかが情報の価値である。

繰り返して言えば、自治体の情報政策は、コンピュータで処理できるものに限ってはならない。そこから洩れるものをどう救いあげるかに同じくウエートがかけれなければ、在来的な手法で情報活動をしているメディアや人々の意欲を損なってしまう。コンピュータは便利であつても非人間性、限定性に大きな欠陥を持っている。

③—情報の輪をもっと広げるために

市民同士の情報交流が盛んだと言っても、その輪の中にいるのはごく一部である。三〇〇万人の市民の中の、数パーセントにすぎないだろう。輪の外にいる市民の中にそれをどう交流させるかが、いまもつとも大きな課題である。人口の少ない地域や大都市でも、一部の地域を対象に市民が自主的につくったメディアを新聞折り込みにして、無料で配っている例は多くある。地域活動の限界性はそれがヨコに広がらないところにあるが、それを突き破ろうとする試みがこれである。もちろん、心のないところに手づくりのミニコミが配布されたからといって、即効果が出るわけではないが、一定の効果あげている例も多い。

ただしこうした方法は、当然のことながら当事者に経済的負担をかけ

る。こうした問題に行政がどう対応するかが、これからの課題になっている。それには地区センターの情報センター化は、一つの方法である。手近なところにどんな情報があるか、それがどんなメディアによって伝えられているかすからわからない状態では、地域の情報化もおさびしい限り、と言わざるをえない。

さらにこれらのメディアの統合版の作成も、地域情報への認識を高めるのに役立つ。ただしそれはメディア発行者の負担によるのではなく、そうした活動は重要であるという行政の評価と、それにもとづく、何らかの援助のもとにはじめて実現することであろう。

△住民図書館館長▽