

プロバイダーは回線の広帯域化と大都市を中心としたサービスに努め、地方では「地域型」の一般二種プロバイダーが全国に拡大したインターネット接続の要求に対応しているのである。

3. 今後の展望

日本におけるインターネットの普及を大きく反映しているプロバイダーの急増だが、事業拡大に伴う問題も出てきた。低価格が売り物のプロバイダーの中には設備増強が会員数の増加に追いつけず、ユーザーサポートが不十分、なかなか接続されない、接続しても遅いなどという苦情が出始めている。また、アクセスポイントもどうしても大都市かその周辺に集中しがちである。そうした状況をビジネスチャンスと見て新たなプロバイダーが次々に参入してくるというのが現状だ。今後は大手の商用BBS各社もインターネットへの接続サービスを充実させると予想される。プロバイダー間の経営基盤の差がますます拡大すると思われる。

地域住民を対象として設立された地域密着型のプロバイダーや、有志が資金を出し合って設立するような互助会的なプロバイダーも、大手プロバイダーとはまた違ったユニークなサービスやサポートで各地に根づいていくものと思われる。

プロバイダーの数が増えるということは、情報アクセスの民主化と公正な競争による質の向上につながる限り望ましいことである。日本のプロバイダー業界も多様化すると同時に、淘汰と新規参入を繰り返しながら成長を続けていくことになるだろう。

(編集部)

個人による情報発信の増加

NetNews

p. 14参照

メーリングリスト

電子メールを利用した双方向情報交換メディア。特定の話題を集中的に議論したり、同報による特定メンバーへの情報伝送などに活発に利用されている。

IRC

Internet Relay Chatの略。インターネット上のリアルタイム会議システム。会話はキャラクターベースでユーザーは最寄りのサーバーに接続することにより、会議に参加できる。

HTML

HyperText Markup Languageの略。WWWコンテンツを記述するハイパーテキスト対応言語。

1. インターネットメディアの進化

インターネットが持つ大きな魅力の一つには、情報交換の場としてのコミュニティーの存在がある。インターネット創生期からユーザーたちはその時々利用可能だった手段を用いて積極的に情報交換を行ってきた。NetNews*、メーリングリスト*、IRC (Internet Relay Chat) *など、それぞれの手段には、それぞれに独自の文化が形成されていった。そして、WWWが登場するや否や、マルチメディアを駆使した個性的なホームページがたちまちブームとなり、インターネットでの情報発信はまさに熟成の時期を迎えている。

WWWによる情報発信がこれほどに急拡大した理由は何か。1つには、ホームページは意外に簡単にできてしまうからであろう。気に入ったWWWページのHTML*を参考にしながら、自分流にアレンジしてホームページに仕立ていく、多くのインターネットは、楽しみながら気軽にホームページ作成を行っているに違いない。

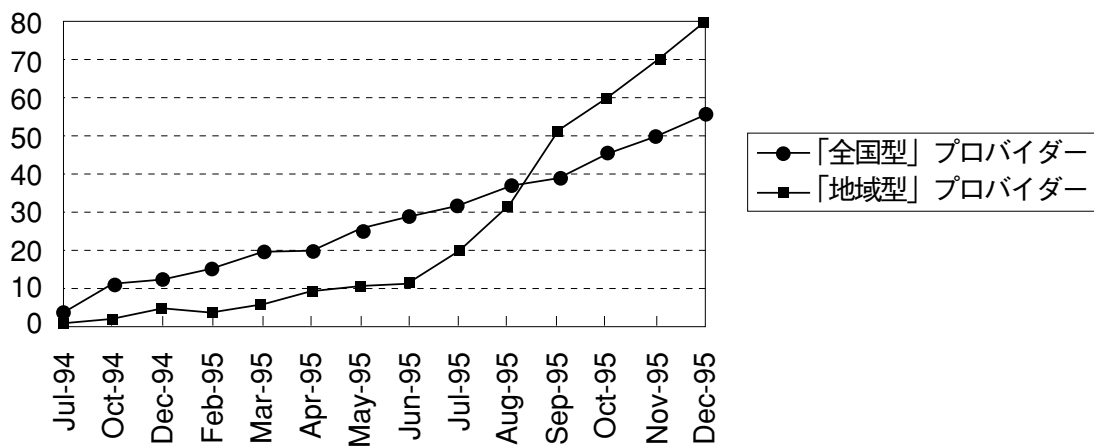
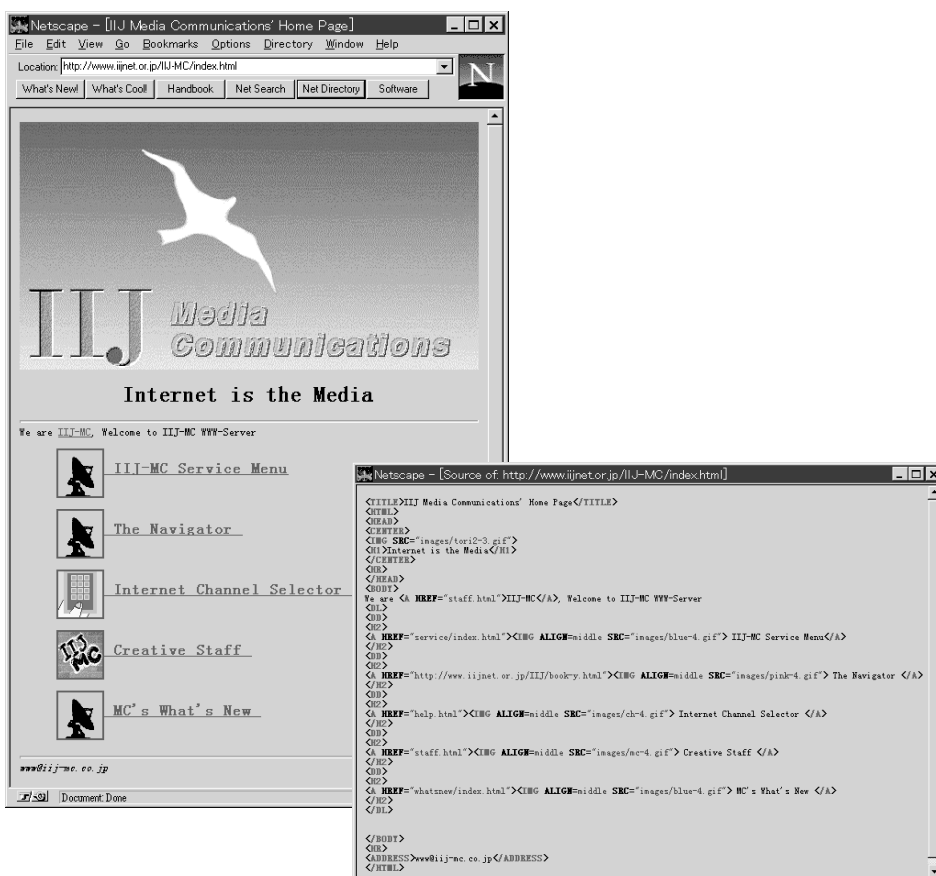


図4 「全国型」を上回る勢いで伸びる「地域型」プロバイダー（インプレス資料より）



WWWのホームページとそのHTML

また、インターネットアクセス環境の急速な普及というのも忘れてはならない要素だろう。ハードウェアの低価格化と個人向けインターネットサービスの開始は、個人が自宅からインターネットに参加するといった日常を可能にした。ホームページを開設する一、これは今や特別なことではなく、インターネット上で活動するための一つの手順、名刺代りといっても過言ではない。

2. 自分を伝える手段—「インターネットの達人」への道

ところで、ホームページを持つインターネットのすべてが本当の意味でのインターネットコミュニティを理解してるかという点必ずしもそうではない。WWWでの情報発信は見た目が派手で積極的に思われがちだが、実は双方向の情報交換には意外なほど脆弱な機能しか持たない。誰でもが一度は持ちたいホームページ、誰でもが雑誌記者にも編集長にもなれる。しかし、見てくれる人がいてこそそのホームページである。

どうしたら見てくれるのかは、即ち、どうしたら自分を知らせてもらえるのかにつながる。一歩踏み出した情報発信を考える時、ホームページは人真似からオリジナルへと進化し、必要なヒントも実はインターネットの中に潜んでいることに気がつく。WWWは万能ではない、それを補間するのが電子メール、NetNewsといった従来からのインターネットメディアなのである。ホームページを立て看板に終わらせないためには、ホームページの内側に自分を伝えること、それがインターネットコミュニティへの参加の第一歩であり「インターネットの達人」への道なのである。

インターネットコミュニティの持つ一面には、対等な立場での情報交換が上げられる。対等な立場という点と気軽に参加できるようなイメージに捉えられがちだが、見方を変えれば、対等に話ができるように自分を修練しなければいけない、ということの意味している。商用接続サービスの普及により、インターネットは旧来の「わかった人」だけではなく様々な分野の人々へと裾野を広げつつある。より多様で多数の人々に自分を伝えるにはますますもってインターネットへの理解を深めていく必要があるといえる。

どのようなメディアでも同様だが、インターネットでの情報交換のスタイルに決まりはない。インターネット上で自分を発信し、多くの人々との情報交流を行っていく過程で「インターネットの達人」となった人々はクロスカルチャー人間に成長し、やがてはインターネットというメディアを飛び出して他のメディアをも使いこなす、クロスメディア人間へと進化していくだろう。個人にとってのインターネットは、活動開始の1つの入口ともいえるだろう。

3. WWWが成し得たこと

WWWはインターネットの新しいメディアとしての認知度を高める一翼を担っている。ホームページは今や電子メールよりも手軽に始められるインターネット

の第一歩になった。旧来のインターネットメディア（NetNews、メーリングリストなど）には、ROP（Read Only Person＝傍観者）という言葉があった。WWWによる情報発信は、何かを得たいならば、自分から物事を発信する、これまでのインターネットコミュニティが成し得なかった課題をあっさりと克服してしまった。インターネットから発せられる膨大な情報は、今やインターネットを覆う巨大な蜘蛛の巣（Web）と呼ぶに値するものになった。

ところでどんなメディアも情報を発信する側と受け取る側が存在する。メディアとしてのWWWは見たい人だけが見られる情報を、好きな時に見る、といった受け手の意思に依存する部分が多い。また、無数のWWWサーバーから自分が欲しい情報を的確に探し出す方法もまだまだ発展途上である。WWWを使って発信したい情報をいかに届けるか、そして知ってもらうかは、WWWのメディアとしての特性を理解すること、そして、発信する情報そのものの質を高めていく工夫が必要である。

4.1つの可能性から次の可能性へ

WWWの登場により、自分から何かを発するアクティブ志向が着実に根つき始めている。膨大なホームページが溢れる情報の海から一歩抜きん出ていくには、結局のところ、情報を発する側の一人ひとりの地道な努力にかかっている。常に新鮮な内容が掲載されているWWW、何か訴えるものがあるWWWの向うには、情報を送り出す側の姿勢が伝わってくる。情報発信とは、常にメッセージを送り続けること、そしてそこから生まれる可能性すべてを含む行為を意味している。

インターネットのパーソナルユースは、青年層から若年、幼年層、そして老年層にまで広がる勢いを見せている。人が変われば手段も変わる、それにより発せられる情報の姿も変わっていくだろう。企業や組織による大がかりなWWWはさまざまな有用な情報を提供してくれているが、十人十色の情報の形を楽しむならば、やはり個人のホームページが面白い。見る側が面白いと感じるものはきっと作る側も楽しく作っているに違いない。ホームページの向うに顔が見える、「君のホームページ面白いね」とメールでも出してみようじゃないかって気にさせられる。

インターネットの海はまるで宝石箱を散りばめたように、いろいろな情報たちがキラキラと光っている。雑然としているけれど、まぶしくてしょうがないこの風景はインターネットコミュニティの現在の姿そのものなのである。

（林 聡子）



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp