

ルネサスが
SANYOに
 選ばれた理由。

協力:  Microsoft Office

【広告】 [特集]世界をリードする心臓・血管医療 提供 東芝

【広告】 7月21日(金)SAPビジネス・シンポジウム'06 ジェフリー・ムーア来日講演決定

【広告】 講演内容がWebで!! 『内部統制とITフォーラム』ITの果たす役割とは? NIKKEI

【広告】 ◆オープン化粧品◆業務システム連携で在庫と物流コストが約30%減ー富士通

ビジネス:ネット時評(日経デジタルコアより)

更新:6月14日 07:00

ユビキタスー「コンピュータはどこまでヒトに近づくのか」(中村伊知哉)

ビットとアトムの結合。MITメディアラボのネグロポンテ教授が唱えるテーマだ。当初これは、物質(アトム)からなる現実空間をデジタルに置き換えて、バーチャルな活動に移行させる意味で使われていた。それは90年代、インターネットによって実現した。銀行もスーパーも、学校も病院も、役所も映画館も、みなビットになった。



そして今、その逆方向の運動が活発化している。ビットからアトムへの移行だ。身の周りにあるさまざまなモノにコンピュータが埋め込まれ、デジタルの機能を持ち始める。ユビキタスである。

■肉体のコンピュータ化

メディアはまずヒトに近づこうとしている。モバイルはヒトとメディアをいつでもいっしょにするものだ。松永真理さんは、79年のソニー・ウォークマン、89年の任天堂ゲームボーイ、99年のiモードをモバイル3兄弟と名付けたが、われわれはこうしてすっかりビットを持ち歩くのに慣れてきた。ウェアラブルはこれを推し進め、コンピュータを服やメガネや手袋や靴に変身させて、物理的に私と一体化させる。

メディアは、映像から五感・体感へとテリトリーを広げている。触覚を通信するデバイスも開発されている。二オイセンサーとコンピュータとの合体も進められている。さらにメディアは私を理解しようとする。キーボードや言葉でこちらから指令するだけでなく、コンピュータが私の視線、表情、身振りを知覚し、体温や心拍を感じとるような技術も実用段階に来ている。ボストンマラソンで、チップ入りカプセルを飲んだランナーが、おなかから体温の変化を発信するなんてこともやっている。肉体のコンピュータ化だ。

■情念を分かち合うためのメディア

ロボットペットやデジタルぬいぐるみが人気を博している。居丈高なPCは、まだ私の感情を十分に理解することはできないが、愛くるしいキャラクターに姿を変えたりして、私たちと一緒に生きていこうとする姿勢を見せ始めた。ヒトは結局バーチャルでは満足せず、握ったり抱きしめたりすることを求める。ヒトとメディアは互いに引かれあっている。

コンピュータはこれまで、私が指示するデキの悪い部下か、私に知識を与える教師かのどちらかだったが、やっと友達になろうと努めたようだ。私のことを理解し、共に遊んだり笑ったり対話したりしようとしている。友達なら、デキが悪くても、許してあげようと思う。せいぜい思考の道具だったメディアは、いよいよ情念を分かち合うためのものになろうとする。情念の交換。これがそもそも言葉やメディアを人類が産んだ動機だったわけだ。

■人間を超えるメディア

さらにコンピュータは、私の行動、表現、感情の履歴をとっておいて、私以上に私のことを知っているヤツになろうと

している。私の記憶はネットの空間に蓄積され、現実社会の私よりも、サイバー空間での私の方が本当の私となる。メディアは私に近づくだけでなく、私を凌駕していく。

そして、エージェント・ソフトが情報の海を泳ぎ、私が喜びそうなニュースやウワサや知恵を編集して、ささやいてくれる。私に代わって買物をしたり、役場の手続きを済ませたりしてくれる。微笑んだり、なぐさめたりしてくれるかもしれない。どこまで優秀なエージェントを雇うのか、どこまで権限を委ねるのが、人生を決める。

97年、IBMのディープブルーがチェス王者カスパロフを破った。機械が人間の知性を超えるときが来たのか。あるいは人間の技術の蓄積が、やっと一人の天才に追いついたのであって、人間の勝利として喜ぶべきということなのか。ヒトと技術はどこまで制御しあい、共存していくのか。

■リアルとバーチャルの混在する空間

しかし、メディアは自立する。デジタルが浸入するのは服や靴だけではない。家電、家具、カベ、クルマ、道路、全てのモノ、あらゆる環境にコンピュータが埋め込まれていく。これは、ヒトとモノとの関係にとどまらず、モノとモノ、環境と環境がコミュニケーションし、理解し合うという状況でもある。

事故の情報がクルマや道路から次々に連絡され、交通がいちばんスムーズになるように信号が自分をコントロールする。人形が他の人形にプログラムを伝えてダンスを仕込み、人形たちのコミュニティでポップな踊りが流行ったりする。

バラバラになってばらまかれるメディアは、一つひとつは簡単な機能しか持っていないかもしれない。でもそれらが集まって、つながることで、高度で複雑な機能を果たし得る。まるでアリの社会のように。

気がつけばコンピュータは空気のように周囲に溶け込んでいる。デジタルが漲っている。そうしてメディアは姿を消す。メディアはなくなる。そのときわれわれは、リアルとバーチャルの混在する空間に生きるようになっていく。

上記、空想に過ぎるかもしれない。技術的には可能でも採算面で進まないものもあるかもしれない。だが、インターネットの次を模索すべきいま、やみくもな空想が必要になっていると思う。

ー筆者紹介ー

中村 伊知哉(なかむら いちや)
スタンフォード日本センター研究所長



略歴

1961年生まれ、京都市出身。京都大学経済学部卒。在学中はロックバンド“少年ナイフ”のディレクターなどを務める。84年郵政省入省。電気通信局、放送行政局、登別郵便局長を経て、通信政策局でマルチメディア政策、インターネット政策を推進。93年からパリに駐在し、95年に帰国後は官房総務課で規制緩和、省庁再編に従事。98年郵政省を退官し、(株)CSK特別顧問に就くとともに渡米、MITメディアラボ客員教授に就任。2002年9月から現職を兼務。経済産業研究所コンサルティングフェロー、(社)音楽制作者連盟顧問、NPO「CANVAS」副理事長を兼務。著書に『インターネット、自由を我等に』(アスキー出版局)、『デジタルのおもちゃ箱』(NTT出版)など。