



「PCヘッド」が抱える構想力の限界？

このコラムでしばらくの間「情報創造」もつと言うなら「情報協創」の仕組みについて、いくぶんまどろっこしい話を続けてきているが、先ごろラスベガスで開かれたコムデックスでちょっと気になるハードウェアのコンセプトに関する発表があった。マイクロソフト会長ビル・ゲイツ氏が持ち出した「Tablet PC」である。

残念ながら現場にいたわけではないので報道記事から想像を巡らせるしかないが、発表されたものはリーガルサイズ(A4より若干大きい)程度の液晶ディスプレイを中心に、ペンデバイスを入力装置とするペンコンピュータというか、いわば大型ペンPC。

このデモでのハイライトは「リッチインク」と呼ばれる、ペンを使ってドロ잉を書きこめるメモパッド機能。ただし、フリースタイルの手書きパターンを取りこんだ後、手書き文字をグラフィックに変換して、行間にスペースを入れたり、範囲指定で削除したり、後からテキストや図形を挿入するなど、入力データをワープロ的に扱うことができるとのこと。

「手書き文字認識の機能を持ち、手書き文字検索も可能」という記事も見したが、手書きパターンそのもののマッチングが可能なら、かなり面白そうだ。

さて、このデモに対して、米国の多くのPCメディアの扱いは冷淡である(まあ、これはいつものことではあるが)なかでも多いのが「手書き文字認識」をベースにしたペンコンピュータへの悪評。「10年も前にさんざん気を持たせてできなかったくせに、何をいまさら」とか「本当に役立つのは音声認識のほうだ」といった具合。

オプションでキーボードが用意されていることから、「そんな必要があるのなら紙で十分。最初からぶつうのPCを持っていけば」という話も出てくる。だが、こういう話の展開は、筆者にしてみればどれもの外れに見える。

これまでPCが可能にしてきた情報共有の機能を、新しいスタイルで効率的に実現するのであれば、確かに「手書き文字認識」や「音声認識」といった言葉のコーディング機能が中心になるかもしれない。だが、それはあくまでも人の意図や意識の流れを、アルファベットが漢字、カナという文字の組み合わせで代表させ、



結局言葉の積み木という枠の中に閉じ込めて扱おうというアプローチの延長に過ぎない。

人がコミュニケーション行動を通してどのように意図を伝え、また理解しようとしているのか、その中でメディアをデザインする側は何を重視すべきかといった原則を忘れては意味がない。

「リッチインク」という新しい表示のための技術を開発したといっても、タイピングというパラダイムにとらわれている限り、それは表示のための技術というレベルにとどまる。残念ながらこのコラムでその必然性を指摘しているような、表現する側の自由な意図を「グラフィティ」としてメディアの中に取り込むような機能の実現には至らないだろう。

すなわち、筆者がその昔関わった世界初のラップトップ「Tandy Model100」の開発……といっても実際にやったのは「米国市場向け携帯用コンピュータには液晶ディスプレイ、ワープロと表計算、そして無手順の通信ソフトが必須」というコンセプトを提案しただけだが、その際にPC開発で他を圧倒する立場にいた、いわゆる「PCヘッド」の連中が考えていたのは、当時流行のBASICを積むということだけだった。

たしかに本来的に言えば、PCというのはいかなる機能も実現するフレームワークそのものである。だが、実際にプロダクトとして一般に普及するためには、それが実現するある特定の機能の意味が理解され、他のアプローチに対する優位性が社会に認められることが必要だ。そういう意味で今、世の中でどのような仕組みが求められ、その中で機器がどのような役割を果たすべきかといったことを、新しいPCのスタイルを提案していく側はちゃんと考えているのだろうか。より広い視野に立った考察に基づいてというより、実際には従来の技術の延長線に見える世界に向けて構想を練り、提案をしているのではないだろうか。そこにPCヘッドたちの限界があるように思えてならない。



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

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、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)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、写真の撮影者、イラストの作成者、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収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用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する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時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が、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の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。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp