

アンビエント・インタラクションに関する研究

-視覚情報と聴覚情報による行動誘発を試みる基礎研究-

駒宮大己
武蔵野美術大学大学院
info@hirokokomamiya.com

白石学
武蔵野美術大学大学院
manasira@musabi.ac.jp

キーワード：インタラクション、アンビエント

1 背景

2-1 時代背景に関する考察

現代はユビキタス社会から、アンビエント社会に変化している。目的の情報を「いつでも・どこでも・だれでも」手に入れるための情報環境が揃っている。また、アンビエント環境が整備され、情報の方から人間に対して情報を提供されるようになってきた。

2-2 アンビエント社会とは

アンビエントとは英語で「周辺の」「環境の」という意味を持ち、人が意識をすることなく情報を手に入れることが可能な社会をのことをアンビエント社会と言う。(1998年、米Palo Alto VenturesのEli Zelkha と Brian Epsteinがフィリップス向けのプレゼンテーション「2010年～2020年ごろの社会」にて定義づけられる)

アンビエント社会では、人々を取り巻く情報環境が見えないかたちで溶け込まれ、人間の状況をIT技術を用いてセンシングし、加工された環境の側から必要な情報を必要な時に提供したり、ICTによる快適な環境、安全安心な環境を保持したりするという世界である。アンビエント社会では、利用者が情報の存在をしないう将来の情報環境として、テクノロジー技術が生活空間に溶け込む「アンビエント情報社会」とセンサーなどを用いて環境自体が情報を取得するようにする「環境知能」を用いることで人間に情報刺激を簡単に与えることが可能となりつつある。amazonやgoogleなどのwebサービスではユーザーが閲覧したwebページをビッグデータとして蓄積し、そのユーザーに向けたお勧めを表示したり、そのユーザーに

向けた広告を表示するために活用している。また、アンビエント社会の実現を目指しているのはIT産業に留まらず広告産業を始めとし、自動車産業など他領域にも及んでいる。本田技術研究所やトヨタ自動車工業はビッグデータを利用した安全面を考慮した自動車やサービス、システムの開発を行っている。アンビエント社会に関する研究を行っているのは、早稲田大学グローバルCOE プログラム アンビエントSoC教育・研究の国際拠点、KDDI、東京大学「アンビエント社会基盤研究会」などが存在する。

そのような社会の中でユーザーの周囲を取り巻く環境が、ユーザーの習慣的行動によって変化する状況を作り出すことをアンビエント・インタラクションとして定義する。

2-3 アンビエント・インタラクションとは

アンビエント・インタラクションとは、人の習慣的行動と目的のための反射的行動を重ねることで、人に対して、行為の目的を意識させないインタラクションのことである。

2 アンビエント・インタラクションの効果的な用法に関する考察

情報が飽和している状態である現代社会において、如何にユーザーの求める情報を与える精度を高めることにアンビエント社会の技術の活用がきたいされている。しかし、それだけではなく、ユーザーに情報の存在に対しての意識を向けるためについてのインタラクションに関しても考えるべきではないだろうか考える。

アンビエント・インタラクションは、目的意識なしに行動を誘発するインタラクションであるため、行為に対する事前段階のインタラクションとしても有効的だと考える。人は目的意識を持って行動をしインタラクションを発生させる。そう仮定するのならば、目的意識を持たせるためのインタラクションを考えることが、インタラクションを考える上で重要になってくるのではないだろうか？人間の行動はインタラクションの連続性で成立する。そのため、次のインタラクションにスムーズに移行するために、反射的・誘発的にユーザーの意識を誘導することで、次のインタラクションに対して、より注目度も高まるだろう。また、あくまで、きっかけを与えるためのインタラクションとすることでユーザーは急な情報提供などをされることではないため、情報の溢れる現代でストレスとなることもないだろう。本研究では、その情報が欲しいという目的意識を持つ前の「気にさせる」ための事前のインタラクションに関して、アンビエント・インタラクション手法について研究を行う。

