



デザインを情報の視点からとらえる 情報が社会するとき

これまで学生時代に始めたファッション誌のライターから音楽評論家、FM番組構成者、PC誌の海外駐在員、翻訳書籍編集、PC通信番組制作など、次から次へといろいろな体験をさせてもらった。そうした経歴が評価されたのかどうか、昨年から武蔵野美術大学に新設されたデザイン情報学科で教員を務めることになった。「デザイン情報」学科である。最近、いろんなところで目にすることの多い「情報デザイン」学科ではない。

「情報デザイン」は、素直に読めば「情報をデザインすること」、「目に見えない情報を目に見えるかたちに変えていくこと」と考えることができる。そういう意味では、DTPもウェブデザインも、いや、ありとあらゆるデザイン行為がそうした面を持っているはずだ。

では、言葉の順序をひっくり返し「デザイン情報」とすると何が起るのか？「デザインを情報する」とまじ「デザイン」という創造的行為を情報という視点からとらえていく」ということになる。あらためてデザインとは何かを考え始めると、收拾がとれなくなってしまう。だが、この時代状況のもとで情動的にデザインをとらえようとする、見えてくるものがある。

工業社会の中で果たしてきた役割とは対照的に、デザインという行為そのものはこれまで、個人的な営みという側面に関心が集まるが多かった。デザインが芸術や美術という文脈から派生したものととらえられてきたからだろう。デザインはアート活動と同様、個々人の頭の中に生まれる不可思議な「ひらめき」の結果であり、それがデザイナーの身につけた「術」、スキルによって表現されるものと考えられてきた。

もちろん創造力はいまだに中心的な課題である。だが実際にはより具体的なスキルを身につけることに関心が向けられていたことは間違いない。こうしたアプローチは、PCなどの新たな情報機器の導入によって大きな影響を受けることになる。

もう1つ注目すべき点は、実際のデザインがきわめて社会的な活動であるということだ。作家が個人として活躍するアートの世界とは違い、デザインはさまざまな立場の人々のコラボレーションによって成立している。たとえば



グラフィックデザイナーが仕事をしようとするれば、編集者やコピーライター、代理店やクライアントといった人々と良好な関係を保ち、その枠組みの中で動いていかなければならない。デザイナーは個人作家ではない。プロジェクトごとにその一員となることを要請されるチームプレイヤーなのだ。

さて今、社会の情報化・ネットワーク化が進んでいるが、ネットワーク化は流動化でもある。人が1つのポジションにとどまり続け、安定的な関係の中で生涯同じような仕事を続けるという状況は激減している。特に時代に即したモノづくり、情報に重きをおく分野ではその傾向が著しい。

時代の関心は、非安定な環境のなかでさまざまな人々 --- それぞれ異なるバックグラウンド、利害関係にある関与者たち --- を結び付け、協調関係を構築するなかで新しい価値=モノ・情報づくりを可能にする仕組みづくりへと移行している。こうした協調的なデザインプロセスでは、往々にしてそのプロセス自体がアウトプットを決めてしまう。そのため、われわれはプロセスそのものに対して意識的でなければならなくなる。

デザインの今後、いや、デザインだけでは限らない、これからの仕事のあり方を考えようとするれば、個人的な創造力やスキルの問題、そして情報機器やリテラシーの問題もさることながら、ネットワーク環境におけるコラボレーションという側面をより意識的にとらえていくべきだろう。そう考えると、ネットワーク社会という新しい環境の中で、いまデザインという創造的な領域がどんどん面白くなっていく。



[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