



## 共有から創造へ、ネットワーク時代のデザインが抱える課題

「情報」という言葉がマスメディアに盛んに登場するようになって、四半世紀は経つだろう。しかし、情報に対するわれわれのスタンスはそれほど変わっていない。「情報」は相変わらず「共有」という文脈の中でのみ語られ続けている。

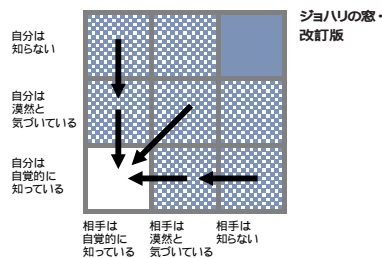
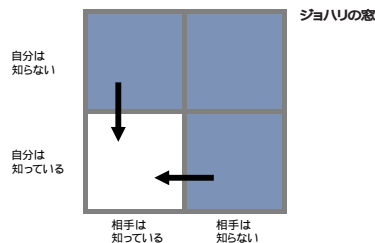
「情報共有」を説明したものに「ジョハリの窓」というモデルがある。これは「(情報を)知っている」と「知らない」という2つの状態を、自他(自分と相手)2つの立場それぞれに置いて図化したもので、両者の関係を「田」の字型の4つの象限で表している。典型的には、第一象限は「自他ともに知らない」状態、第二象限は「自分は知らないが相手は知っている」、第三象限は「自他ともに知っている」、第四象限は「自分は知っているが相手が知らない」ということになる。

このモデルは情報化が叫ばれ始めたころの企業内研修で、社員全員に情報共有の重要性を理解させる目的で多用されたという。この図を前に、「第二および第四象限から第三象限の状態へ移行すべし」という説話が行われたのである。実際、情報のとらえ方、情報共有の意味をビジュアルに理解させるうえではかなり効果的だったようだ。

さて、「情報化社会」が「情報社会」に変わり、「ネットワーク」が時代のキーワードとなった現在、このモデルはどのような意味を持つだろうか。

よく言われるように、ネットワークを他(ヒトやコンテンツ)との出会いのチャンスをもっとも効率化してくれる仕組みだと考えれば、その普及によって情報交換が活発化することは間違いない。知らない自分が知っている他から情報をもらったり、逆に知っている自分が知らない他に情報を与える機会は増え続ける。したがって情報をめぐるこうした関係のとらえ方は今後も大きな意味を持ち続けるように思える。

しかし、実はこのモデルには大きな欠陥がある。それは、このモデルが「われわれが知るべき=共有すべき情報は、すでにどこかの誰かが知っている」ということを前提にしている点である。逆の言い方をすれば、「世の中には誰も知らないことがあり、われわれは徐々にそれに気づき、次第にわかっていく」といった自己発見的・創造的な事態は想定されていないのだ。先行する走者を追いかけていてもなんとかなった時代ならま



だしも、情報社会という二番煎じが通用しない環境では、このモデルは無意味、と言わざるを得ない。

となれば、どう考えるべきか。

実はわれわれには、冒頭に取り上げた「知っている」と「知らない」という2つの状態以外に、「はっきり言葉にはできないが、なんとなく気づいている」という状態がある。というより、われわれが自覚している上記2つの領域は、それ以外の曖昧模糊とした状態に比べればほんの僅かな部分、いわば大洋に浮かぶ小さな群島のようなものなのだ。

われわれが、まだ誰も気づいていないより大きな可能性を求めるならば、自他それぞれの「知っている」と「知らない」の間に「ぼんやりしている」という新たな状態を付け加える必要がある。そして、都合9つの象限を持つ「ジョハリの窓」の改定モデルをベースに、「情報」を「共有」という立場からではなく「創造」という文脈から考えるよう、意識を改めなければならない。

互いに気づいていないことをいかにして自覚的に気づいていくか。ネットワークが可能にした膨大な情報交流の中に見出されるヒントをきっかけに、異なる立場にいる多くの関与者がそれぞれユニークな連想を導き、豊かな言葉として組み立てていくにはどのようなアプローチを行うべきか。ネットワーク時代のデザインが抱えている大きな「情報」的課題である。



## [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](mailto:im-info@impress.co.jp)