

渡辺保史『情報デザイン入門ーインターネット時代の表現術』(平凡社、2001) 要約と考察

まえがき (p9~)

情報デザインとは、人間の活動すべてにかかわる情報を的確な「かたち」にして表現し、それを人から人へ伝えたり、多くの人々のあいだで共有したりするための営為である。これはデザイナーに限った話ではなく、本棚やクロゼットの整理、メールの作成といったごく日常的なレベルで誰もが情報をデザインしている。そして、このような一見すると身近な情報デザインの概念やスキルが、現代社会では重要になってきている。生活の大部分がデジタル化、ネットワーク化されていくことが予想されるこれからの社会において、日常的に情報メディアにかかわりながら生きているすべての人にとって情報デザインにかかわるスキルやセンスを身につけることが欠かせない姿勢になってくる。

第一章 情報に「まとまり」をつける ー本棚整理からウェブサイトの構築まで (p19~)

日本で初めて「情報」という言葉を用いたのは森鷗外だと言われている。はじめは情勢連絡や命令を指す軍事用語だったが、今ではメッセージとしてだけでなく「情報革命」といった言葉のように社会の革新をもたらす原動力として注目されるようになっており、現在では情報という言葉の範囲はどんどん広がり、使う人や状況によっても異なっている。

次に、情報はどのように捉えられ、構築されていくのかを天気予報の例からみることにする。天気予報はまさに情報のデザインによって成り立っているといえる。私たちのような専門の知識のない人間に届けられている情報は、気圧などの様々なデータが分かりやすく再構築されたものである。このように、情報に対しデザイン的介入が入ることによって私たちは天気にかんする情報を理解することができている。また、天気はある場所の気温が○度だという事実を示すデータは、それが平年に比べて低いのか高いのか、他の場所に比べてどうなのかという他のデータとの関係の中で意味を帯びてくるようになる。つまり情報デザインは、個々のデータやその内容よりもむしろ、データ同士の関係(文脈、コンテキスト)を組み立てる作業ということが出来る。そして、データにまとまりをつけてそこに何らかの「秩序」=コンテキストをつくりあげる生活上の行為はどれも情報デザインになるといえる。

では、情報のまとまりのつけ方にはどのようなものがあるか。「究極の五個の帽子掛け」と名付けて、膨大な情報にまとまりをつける組織化の方法には五つの基準しかない、とアメリカの情報建築家、リチャード・ソール・ワーマンは述べている。そして、五つの基準とは、①カテゴリー、②時間、③位置、④アルファベット、⑤連続量であるとした。私たちの身のまわりにあふれる情報やモノは上の五つの基準のように、必ずある基準によって何らかのコンテキストに織り上げられている。コンテキストがどんな基準で構成されているかを発見すれば、わかりにくいと感じていた情報を理解する手掛かりをつかむことができるのである。

ここで情報デザイン的介入の例にもどると、ウェブページにおいては、見た目の美しさだけでなく使い勝手の良さが求められる。そこで、使い勝手の良さを左右するのが情報デ

ザインの概念である。「新着情報」や「サイトマップ」のように情報をうまく分けて組織化し、それに合ったタイトルや見出しをつけるといった情報デザイン的な行為が必要となっている。そしてその行為によって、ユーザ側のこういった経路で目的のページに快適にたどり着くかといった経験をデザインすることができるのである。

こういったユーザ視点の使い勝手のよさはユーザビリティと訳され、送り手と受け手のコミュニケーションを円滑にしようとする情報デザインにおいて非常に重要な視点になる。

インターネットが普及し誰もがウェブサイトにも容易にアクセスできる現在、ユーザビリティという視点でユーザの経験をデザインすることの重要性が、情報デザインという概念をもって私たちに示されているのである。

第二章 見えない空間の地図を描くー速度の地図からネットの地図まで (p55~p88)

地図というものも、地理的情報を目に見える「かたち」に変換し、グラフィック表現で示す行為の結果である点ですぐれた情報デザインの事例であるといえる。

グラフィックデザイナー・杉浦康平氏が作成した『時間軸変形地図』においては、東京を起点とした日本各地への移動にかかる最短の移動時間を可視化している地図である。この地図では時間に焦点を置いているため距離の概念をあえて無視している。地形図に含まれている膨大な情報を取捨選択し、そのなかで使い手にとって価値のあると思われるものだけを「かたち」に表すという情報デザインが行われているのである。

地図という表現形態は情報デザインにとって最も重要であり、写実的な表現にこだわらずその中に含まれるモノ・コト同士の関係をより分かりやすい「かたち」に変換していることが示されている。

また、ネット空間における地図の例ではウォールストリート・ジャーナルによる「マップ・オブ・ザ・マーケット」がすぐれた事例としてあげられる。このマップは、証券市場のダイナミックな変動を地図におきかえることに成功した。マップ上では約 600 社の主要銘柄が「Technology」や「Financial」といったカテゴリーごとにまとまってレイアウトされ、それぞれの株価や時価総額の上下を色調やエリアの大きさの変化であらわしている。さらに各々のエリアにマウスカーソルを合わせクリックすると、企業名や時系列での株価チャートや関連ニュースなどにアクセスすることができる。従来は株価市況をあらわすデータといえば新聞などの数字の羅列がほとんどであったが、地図というかたちにすることで今までにない情報の理解を可能にしている。

このように、情報という目に見えないモノ・コトに「かたち」を与えるデザインの営みにとって、地図というツールは強力な武器であることがサイバースペースの地図づくりの試みから理解できる。

第三章 時間で変化する情報をデザインする

ースケジュール管理から地域のフィールドワークまで (p89~p125)

時間という目に見えない存在を表してきたデザイン事例について、情報デザインの視点を向けることで様々な時間感覚のあり方を知ることができる。

ネット空間では、タイムマシン・コンピューティング (p95) や「Night&Day」(p109) などの事例が挙げられる。ソニーコンピュータサイエンス研究所によるタイムマシン・コンピ

ューティングでは、デスクトップ上に仮想の時間軸を表示し、作成したファイルなどをその時間軸のうえに置いていくというかたちをとる。そうすることで、コンピュータというデジタルな情報空間に「流れとしての時間」を眼に見えるようにしている。「Night&Day」というウェブページでは、緯線方向に地球を一周するよう設置されたウェブカムの画像をサークル状に並べている。これは時計という人工物によって刻まれる人工の時間に対する、自然の時間の可視化の試みといえる。

また、地域レベルのフィールドワークでも新たな時間の表し方が見られている。北海道函館市で行われた、まちなに残る古い木造建築の外壁に塗られたペンキの層を「こすり出し」していくことにより時間の層を鮮やかに可視化するという試みである。これはふだん私たちがあまり感じるることのできない長い時間の経過を、「かたち」として浮かび上がらせるすぐれた情報デザインの事例であり、モノのかたちをつくるデザインではなく、かつてあったモノを浮かび上がらせるデザインとして地域に根差した情報のデザインという可能性をも浮かび上がらせた。

第四章 よりわかりやすく、使いやすく ー道具とインターフェイスのデザイン (p127～p160)

コンピュータや情報機器におけるインターフェイスという言葉は、人間とそれらの道具とが接する部分を指す。たとえば車の運転に見られるハンドルやブレーキ、メーターなどのように、ヒトと道具の仲立ちをする操作環境であるインターフェイスのデザインはパソコンの登場したときから現代に至るまで刻々と変化し続けている。

初期のパソコンにおけるインターフェイスは命令文の打ち込みによる操作がほとんどだったが、現在ではマウスなど格段に分かりやすいインターフェイスとなっている。マウスといった視覚的・直観的に分かりやすいインターフェイスを GUI と呼ぶが、この GUI の登場により誰もが比較的簡単にパソコンを操作できるようになった。

しかし近い将来、私たちの身の回りにはデジタルネットワークがあふれるユビキタス社会が訪れる。ディスプレイを持たないデジタルシステムが社会にあふれたとき、いまのようなキーボードやマウスといった機器を使い続けているとは言い切れない。つまり、従来の GUI に代わる、新しい情報のインターフェイスが求められているといえる。これからのインターフェイスのデザインは、画面の中にある仮想の世界をつくりこむのではなく、人間を中心にして、人間を取り巻く道具や環境とのかかわりあいそのものをデザインするという姿勢になっていくだろう。

また、デザインにおいて、製品デザインにユーザ中心である情報デザインの概念を適用しうる例がレゴというおもちゃのシステムである。

使い手の要求にキメ細かく対応するデザインの究極は、使い手が自ら欲しいモノをデザインできる環境を提供することといえる。レゴは、規格化・標準化されたブロックの多様な組み合わせという特徴を活かして使い手の自由なデザインを実現している。

これから先、デジタル情報の世界にも、そしてさまざまな産業製品の世界にも、レゴ的な発想で使い手の想像力を喚起する製品がたくさん出てくるのではないだろうか。

第五章 環境と身体をめぐる情報デザインー生きている世界を実感するデザイン

(p161~p199)

私たちが生きるフィジカルな世界そのものが、最初から豊かな情報空間である。これを大前提としない限り、情報デザインは表現だけのテクニックやスキルの問題として片付けられてしまいかねない。この点でアメリカの認知科学者ギブソンによる『アフォーダンス』(p190~)という概念は、情報デザインと人間のかかわりをあらわしているといえる。アフォーダンスとは afford (～できる、～を与える) + ance (～の状態 [接尾辞]) を組み合わせたギブソンによる造語である。私たちの周りには環境それ自体で自ずと意味をもったアフォーダンスな情報が存在している。だから、知覚というのはそれらの情報を直接手に入れる活動であり、受けた刺激を頭の中で情報に加工することではないというのがアフォーダンスの考え方だ。

人が作り出した道具はすべて、何か特定のことをアフォードするようにデザインされている。たとえば、イスは「座る」アフォーダンスをもった道具であると同時に、踏み台にしたり、モノを置いたり、障害物になったりする。人はあらゆるものに含まれるアフォーダンスを探り当てることによって、そのモノの使い方を自らデザインしていると言える。

近年注目されている「ユニバーサル・デザイン」の概念は「万人のための(使いやすい)デザイン」であるが、その出発点には私たちの感覚や体験の世界がきわめて多様で複雑であるというアフォーダンスのような視点が前提になくしてはならない。

いくらテクノロジーが高度化して人間の社会活動がデジタル情報空間の中に移転していったとしても、私たちの身体感覚や物理的な環境は消えることはない。情報デザインを考えるにあたって、その前提となるアフォーダンスに満ちた「環境と身体とのかかわりあい」の問題を忘れてはならない。

第六章 社会に開かれていく情報デザイン

ーコミュニティをめぐる関係のデザイン (p201~p232)

目に見えない情報をいかに捉え、見える形にするかがデザイン行為の出発点であり、情報デザインはすべてのデザインに通じる共通の土台である。製品デザインと異なり情報デザインの対象は「関係性」にはかならない。情報デザインの出発点は、かたまりとして存在する情報の関係を整理していくことから始まる。そして、人間と情報にまつわるいろいろな関係性に光を当てることが情報デザインの本質になる。

情報のデザインにおいては、デザインの使い手=「ユーザ」という立場が大きく変容しつつある。従来のデザインの主体はデザイナーという少数の専門家であり、ユーザは受け手にすぎずデザインされた製品をあくまでも目的のための手段として使う存在であった。しかし様々な情報メディアの普及が進むにつれ、ユーザは能動的にコミュニケーションのために情報をデザインしようとするようになった。誰もが作り手であり、使い手でもあるという状況が存在している。個人の創造やコミュニケーションを支援する道具としてパソコンやウェブが普及してきたということ自体、情報デザインにおける「脱ユーザ化」が進んできたことのあらわれともいえる。

そして、デザインの機会が開かれることはコミュニティ型・オープンソース型の情報デザインの展望を開くことにもつながる。多数の人々が知恵と経験を出し合い、協同して進める情報デザインは、コミュニティという格好のフィールドを得て大きく開花するのである

う。まちづくり、地場産業振興などの問題に対して自治体や企業とは違う新たな主体が解決策を模索し、成果を生み出すことができる場となるという社会的な可能性も望むことができる。

また、ユーザの立場の変化に伴い、デザイナーが果たすべき役割も変化する。新しい時代のデザイナーは、人の経験を引き出す「触媒」のような存在といえる。たとえばレゴブロックのように手軽に扱えるデザインツールが社会に浸透していけば、情報技術によって生活者が自分好みの商品をオーダーメイド的に、しかも安いコストで手に入れられる「マス（大衆）・カスタマイゼーション」の時代が到来することが予想される。

『情報デザイン入門』に対する個人の所見

私は前期の『情報デザインの教室』についての演習において、情報デザインの内容は広く、定義が確立しているとは言えないのではないかという感想を持ち、その期のレポートでは自分なりの定義を見出していきたいということを述べた。そして、今回選んだ『情報デザイン入門』から、私は情報デザインの定義として以下のようなことを考えた。

それは、「情報デザインとはその行為によって人間の欲望やニーズをあらわすことができるものであり、情報メディアが発達した現在では、情報デザインの的に社会をみることでメディアがもたらした人間をとりまく環境を見ることができる。」ということである。

はじめは、情報デザインという概念は広く何にでも及ぶ面があり、定まった概念の対象はないのではないかという印象を持っていた。地図などの先行事例を見ればきりがないと感じられたからである。しかしこの『情報デザイン入門』を読了して、私は情報デザイン概念の中心はメディアや電化製品になるのではないかと考えるに至った。現在は様々なメディアが発達・普及し、ユーザ中心にならざるを得ないデザイン界、製品生産における状況がメディア機器を中心に広がったと思われる。そして、情報デザインという概念が注目されるようになったのもそのような状況がデザインに現れ始めたからではないかと考える。

しかしこれはまだ浅い予想に過ぎず、メディア機器とはどのような製品を指すのか、情報デザインの的にメディア機器をみることで人間のニーズや社会背景がどの程度見えてくるのかといったことなどについては考察の余地があると思った。

(6291 字)

参考文献・URL

- ・『情報デザインの教室』 情報デザインフォーラム編 丸善株式会社 (2010)
- ・『情報デザイン入門—インターネット時代の表現術』 渡辺保史 平凡社新書 (2001)
- ・『「わかりやすさ」のための情報デザイン』 ラプラス取説研究所

<http://www.laplace-lab.org/index.shtml>

- ・『情報システムは「所有」から「利用」へ

Web メディア 6 人の編集長が IT 業界の将来を議論』

<http://www.itmedia.co.jp/enterprise/articles/0810/08/news009.html>