

情報の RE デザイン

—横浜美術館連携プロジェクトでの実践を通して—

戸田 傑 小波津美香

Abstract

In this study, we report the idea of “RE-design of information” which reconsiders the information we use essentially. Our department cooperates with the Yokohama Museum of Art (Y.M.A.), and carries out the project that our students produce the commercial movies and web-page of the exhibition and send out the latest information. In this project we don't only make basic information, but also provide others that is designed. That is to say, people usually access the web-site to get the information about opening and closing time, location map, what is held at the exhibition, and so on. They can experience “a virtual art museum”, although they don't visit there. However enumerating bits of information doesn't represent the quality of the art museum itself. From this project we thought that we have to use information with sounds and voices that we can feel real image of the Y.M.A. on the web-site. And we tried to handle the feel of a material (Qualia) in the information carefully, and to go behind the outward from grasp the inner meaning of the information.

はじめに

2006年度より横浜市みなとみらい地区に立地する横浜美術館と城西国際大学メディア学部が連携し、美術館の情報発信を新しいかたちで行なっていく連携プロジェクトを立ち上げた。本プロジェクトは2006年度の準備期間を経て、2007年度より美術館と大学が3年間の提携を結び、メディア学部の2、3年生¹を中心とした、横浜美術館の広報活動の一端を担うプロジェクトである²。これまでも、学生たちが制作した美術館の紹介映像や展覧会の予告および紹介映像が横浜美術館内外で放映されている。学生たちにとっては、美術に触れ、美術を学ぶきっかけにもなると同時に、自分の作品を発表できる場にもなっている。さらに2007年度より、Webページの制作にも取り組んでいる。そこでわれわれは、情報を扱うメディアであるWebページの単なるリニューアルではなく、REデザインというかたちを美術館に提案した。つまり、横浜美術館の発信する情報をREデザインするという新たな取り組みを、本プロジェクトを通して展開していこうという試みである。本稿では、横浜美術館のWebのREデザインという実践を通し、学生たちの取り組み、またわれわれの情報のREデザインに対する考えを明らかにしていきたい。

1. 情報の RE デザイン

1.1. デザインとは

デザインとは、人間と人間を取り巻く外界との狭間に存在し、さまざまなモノやコトにかたちを変える。一般的にはそれらモノやコト自体のかたちや様をさすことが多いが、本稿で扱うデザインとは、そのモノやコトのかたちだけにとどまらず、それらの本質的な関係性や存在の構造をも考え、提示することを意味する。

例えば、人が山を歩き、適当な長さの枝を拾い、小枝をはらうという行為の中にもデザインの原点をみることができる。枝を拾うという行為には、目的によって適当な長さや種類の枝を拾う場合や目的はないがそこに落ちている枝を拾う場合がある。杖にするために枝を拾う場合、適当な長さや形の枝を探し、その枝を選ぶところからすでにデザインは始まっているのである。拾った枝には、たくさんの小枝が付いており、杖として使うには必要のないその小枝を取り除き、杖として杖をついて歩いてみる。また、そこに落ちている枝をなげなく拾って、振り回してみる。振り回しているうちに枝に付いた小枝がぼろぼろになり、小枝を取り除く。この小枝を取り除くという行為からデザインが始まっているのである。そして振り回しやすくなった枝を振り回して茂みの中を分け入ってみる。適当な長さの枝を拾い、小枝をはらうという同じ行為の中にも特質をもった点が多くあり、それらの関係性やあり方を考える必要がある。つまり、デザインとは一連の流れの中で起こる全ての事象について考えることと言える。

このように人間の行動や動作を通して、さまざまなモノやコトがデザインされてきた。その結果、現在では、デザインされていないものはない、と言えるぐらいあらゆるモノやコトがデザインされている。しかし、その中の多くのデザインは、すでにデザインされたモノやコトのリニューアルを行なっているにすぎない。そこで、そのデザインというものが生まれた原点に立ち返りデザインし直すことで、本来のデザインに戻すことをわれわれは、RE デザインと定義したいと思う。

1.2. 情報の RE デザイン

情報をデザインするという事は、情報となりうるモノやコトの本質を見極め、そこに含まれている事実、関係、感覚という三つの質を再構築し、伝達することである。情報になりうるモノやコトにはさまざまな事実や関係や感覚があり、一つのあり方でそのすべての質を表わすことはできない。しかし、本稿であつかう Web というメディアを使って発信される情報は、その質が皆一様になってしまうのが現状である。そこで、われわれはREデザインの考え方から、Web というメディアを使って発信される情報の RE デザインを試みた。

はじめに、今回あつかう美術館の情報に関して、事実の検証を行う必要がある。発信する情報の所在を明らかにすることで、その情報に含まれる事実、今回の場合は美術館という確固たる存在があり、そこにはさまざまなモノやコトや人が含まれている。これを今回扱う情報の事実として再認識する。また、美術館という存在を構成しているモノやコトや人の関係性を考える。さらにその情報と外界との関係を考えることで、情報の価値やあり方を理解する。最後に、情報を発信するためには、その情報の質を損なわない方法を考えるべきである。事実や関係性から導きだされた情報の質を十分に伝え

ることのできる方法を実践を通して考察する。

われわれの考える情報のREデザインは、横浜美術館連携プロジェクトでの実践を通して、Web情報という均質なメディアの質を考察し、Web情報に新たな質を施すことによって、Web情報の価値を再認識できる情報のあり方を、提案することを目的とする。

2. 横浜美術館プロジェクト

2.1. 横浜美術館の概要

横浜美術館は、1989(平成元)年3月に、「横浜博覧会」の施設として開設された美術館である。コレクションとして、19世紀後半以降の美術作品を中心に、ダリ、マグリット、ミロ、ピカソ、セザンヌなどの作家の作品や幕末・明治以来の横浜にゆかりの深い作家の作品など幅広く収集し、さらに写真伝来の地のひとつである横浜にある美術館として、写真コレクションも充実している。これらの所蔵品を紹介する「横浜美術館コレクション展」を年3回開催し、その他「企画展」を年4回開催している。

美術館の特徴としては、「みる」「つくる」「まなぶ」の連携を基本方針とし、それぞれを融合させた展開を行なっていることである。「みる」としてコレクションの形成、展覧会の開催、「つくる」として創作体験の場としての「市民のアトリエ」「子どものアトリエ」での各ワークショップの実施、「まなぶ」としては、「美術情報センター」において内外の美術図書・ビデオ作品などを公開し、2008年度にはアートスクールも開催する。その他、映画上映会や企画展開催中には入場無料のミニコンサート「クラシック・ライブ」をグランド・ギャラリー(エントランスホール)にて開催している。³

さらには、美術とまち、アーティストと市民をつなぐ「アート・コミュニケーション・ミュージアム」⁴という役割を担い、「AIMY(アーティスト・イン・ミュージアム横浜)」⁵や「NAP(New Artist Picks)」⁶などのプログラムを実施している⁷。

このような様々な取り組みを活発に行なっている横浜美術館と連携し、美術館から新しいかたちで情報発信を行なっていくためのプロジェクトが横浜美術館連携プロジェクトである。2007年度で2年目に入り、確実な成果を上げてきた。学生たちが改めて美術について考え、学び、授業で身につけた知識や技術、イメージを働かせながら作品作りに取り組んでいる。

2.2. 横浜美術館プロジェクトの学生の取り組み

2006年度から「プロジェクト研究II」の授業として、2、3年生を中心として展開している横浜美術館連携プロジェクトであるが、第一の取り組みは、各展覧展の告知映像である。展覧会の告知映像とは、横浜美術館が年4回開催している企画展および、アートギャラリー企画展示に関する1~2分の広報映像であり、おもにアニメーションソフトのFlashを使って制作している。毎回、コンペ形式で、全作品の中から学内で第一次選抜をし、その選ばれた数名の作品の中から、採用作品を横浜美術館側に選抜してもらうという形をとっている。美術館側から与えられる作品図版画像とアーティストのポートレート、コピー等の文章資料を元に、学生たち一人一人が自分なりにその企画展の趣旨を汲みとり、イメージを作り上げる作業を行ない、映像を制作していく。

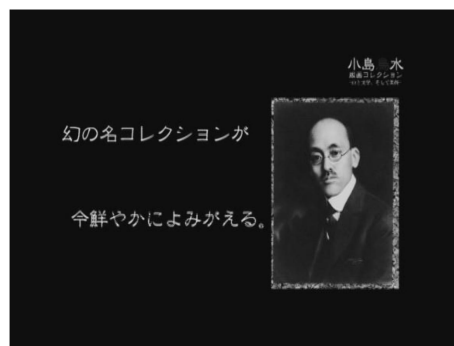
この告知映像作品に求められるものは、展覧会の趣旨やイメージを汲みとる力、映像の構成力、情報の見やすさ、かつ豊かな表現力である。わずか1～2分の短い映像だからこそ、凝縮された内容で、見ている人に何かを伝えなければならない。その告知映像によって次回の企画展も見てみたいと思わせ、その企画展をより魅力的に見せるものの一つとして存在させるのである。ただ単に、展覧会の時期や出品作品の紹介という情報だけではなく、事実と関係と感覚の再構築を行い、デザインしていくのである。これも情報のREデザインの一つである。学生たちは、制作の回を重ねるごとに、技術の向上はもちろん、構成力、映像の表現力も向上しており、そのクオリティは美術館側を納得させるだけのものがあり、告知映像作品としても確かなものとなっている。それら学生が制作した告知映像は美術館内の紹介を含めた館内案内と一緒にDVDにし、横浜美術館のグランドギャラリーおよび、コレクション展会場等の美術館内にて企画展開催前から開催終了まで放映されている。2006年には横浜市の横浜市内140箇所の文化関連施設にて放映され、横浜美術館を紹介する新しいかたちの映像として評価された。告知映像に関しては、2006年度から2007年度において、以下の企画展にて本学学生の映像作品が放映された。

2006年度

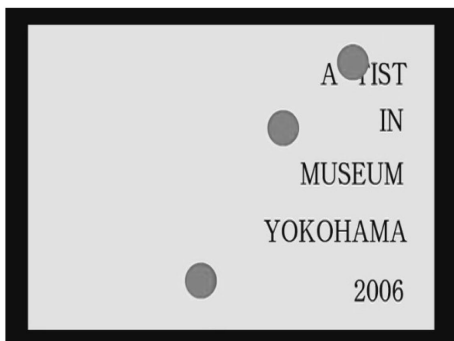
- ・「夏休み特別企画 日本×画展 (にほんガテン) しょく発する6人」(2006年7月15日～9月20日開催)
- ・「アイドル！」(2006年10月7日～2007年1月8日開催)
- ・「小島水版画コレクション展」(2007年1月22日～4月4日開催)
- ・アートギャラリー企画展示「アーティスト・イン・ミュージアム横浜2006 3人のアーティスト」(2006年5月22日～8月30日開催)
- ・アートギャラリー企画展示「アーティスト・イン・ミュージアム横浜2006 石田尚志・映像制作プロジェクト 生成する壁」(2006年11月3日～2007年1月28日開催)



「夏休み特別企画
日本×画展(にほんガテン)しょく発する6人」



「小島水版画コレクション展」



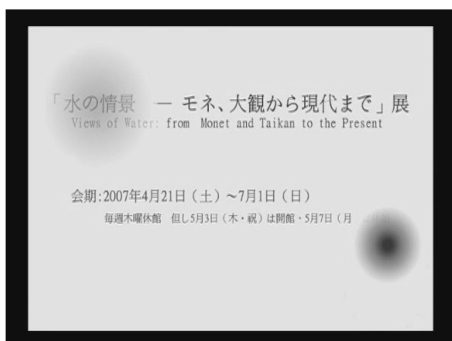
「アーティスト・イン・ミュージアム横浜 2006
3人のアーティスト」



「アーティスト・イン・ミュージアム横浜 2006
石田尚志・映像制作プロジェクト 生成する壁」

2007年度

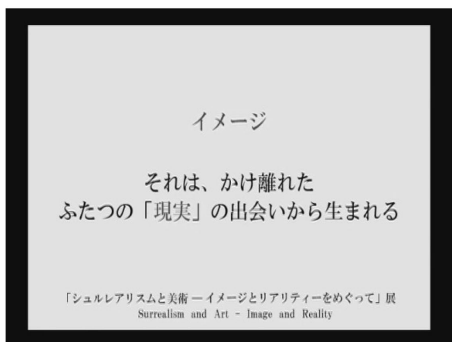
- ・「水の情景－モネ、大観から現代まで」展 (2007年4月21日～7月1日開催)
- ・「森村泰昌－美の教室、静聴せよ」展 (2007年7月17日～9月17日開催)
- ・「シュルレアリスムと美術－イメージとリアリティーをめぐって」展 (2007年9月29日～12月9日開催)
- ・「GOTH」展 (2007年12月22日～2008年3月26日開催)



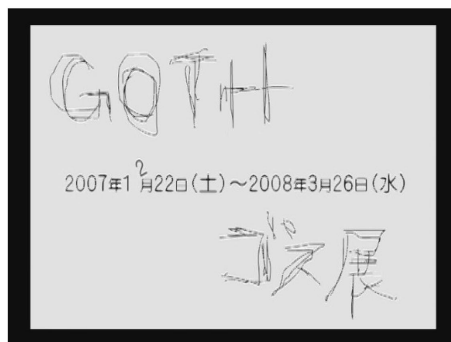
「水の情景－モネ、大観から現代まで」展



「森村泰昌－美の教室、静聴せよ」展



「シュルレアリスムと美術
－イメージとリアリティーをめぐって」展



「GOTH」展

第二の取り組みとしては、ポッドキャストによる映像配信である。2006年度の「アイドル！」展において、開会式の模様や関連イベント、出品アーティストへのインタビュー、展覧会のレポートなど、学生が2人1組でそれぞれの視点から取材し、映像を制作した。開会式の模様とアーティストへのインタビューで構成された「アイドル！オープニング」から始まり、アイドル展企画担当芸員の天野太郎氏への「インタビュー」、城西国際大学から横浜美術館への移動の様子を紹介と岡田温司氏による記念講演会の「記念講演会」、川島秀明氏による「記念ワークショップ／川島秀明インタビュー」、展覧会の様子を映像と音声で紹介している「アイドル！展」、桜木町の風景と鈴木誠一郎氏による講演の「11月25日@YOKOHAMA」、「クロストーク 辛酸なめ子氏×貞奴氏」、高校生ゲストキュレーターと市民の方がアイドルだと思うものについて語る「偶像としての『アイドル』」の計8本の番組構成で配信した⁸。

アイドル！ Podcast



横浜美術館「アイドル！」 城西国際大学メディア学部プロジェクト

横浜美術館で開催されている話題の展覧会「アイドル！」の今をお伝えするPodcastです。城西国際大学メディア学部では、4月から横浜美術館と共同プロジェクトを立ち上げ開催される展覧会の予告映像、館内紹介映像などを制作、映像やサウンド、新しいメディアによる情報発信を2年生の20名の学生特別チームを中心に進めてきました。今回、企画発表の時点から多方面で大きな話題となっているこの展覧会をご紹介するために動画配信ページを立ち上げ、アドホックな話題を取り上げ紹介していきます。ご期待ください。

iTunesに
登録する。
 iTunesを
ダウンロード



偶像としての『アイドル』 2007年1月23日火曜日

今回の展覧会は、いわゆる『アイドル』という枠を飛び出してその本質的な意味を私たちに考えさせてくれました。
11月26日、高校生ゲストキュレーター達は、一般の参加者と共に『アイドル』について話し合いました。みなさんの持ち寄った「アイドルだと思うモノ」は、それぞれにモノは違っていました。共通の何かがあるような気がしました。その共通の何かを探してみてください。
[聴く...](#)



クロストーク 辛酸なめ子氏×貞奴氏 2007年1月18日木曜日

今回の、このクロストークでは異例の司会者がいないという対談でした。
最初は戸惑い気味のお二人でしたが、すぐその空気に溶け込みお話をして下さいました。内容は、みんなが笑ってしまうような「毒」を感じるトークでした。
様々な種類のアイドルの画像をプロジェクターから映写し、たまに出る芸能界の裏話のような話がとても面白く、お客様も驚かしてしまいうような和やかな、ある種独特な雰囲気のあるクロストークでした。
[聴く...](#)



11月25日@YOKOHAMA 2006年12月15日金曜日

今回は11月25日に行われた鈴木誠一郎氏（メディアプロデューサー、元NHK衛星放送局長）による講演「テレビメディアから見た70年代、80年代のアイドル」を取材しました。当時の裏話をはさみつつ進む講演は、時間が経つのを忘れてしまうぐらい聞き入ってしまいました。
また、同時に横浜美術館のロケーション地である横浜みなとみらいも取材してきました。美術館がどんなところにあるのか少しでも伝われば幸いです。



「アイドル！ Podcast」 Web ページ

そして2007年度からは、Webサイト制作にも取り組んでいる。すでに横浜美術館のWebに掲載されているものに2007年12月から開催している「GOTH展」と、同時期に開催している「横浜美術館コレクション展第3期」のWebページのデザインを手がけた。これまでのパターン化された企画展、コレクション展のWebページを、一からデザインし直し、それぞれの展覧会のイメージを作り出し、Webのデザインへ反映させた。GOTH展ページでは、横浜美術館側で作出した展覧会のイメージを汲みながらも、学生自身がとらえたGOTH展のイメージをうまく融合させたデザインとなった⁹。この各企画展、コレクション展のWebデザインについては2008年度では、告知映像同様、コンペ形式で行う予定である。



GOTH展 Web ページ



GOTH展 Web ページ



横浜美術館コレクション展第3期
イントロムービー (FLASH)



横浜美術館コレクション展第3期
Web ページ

2.3. 学生による Web の RE デザイン

横浜美術館の Web における取り組みで、われわれの考える情報の RE デザインを Web サイト全体の RE デザインというかたちで実践すべく、学生たちの取り組みの課題とした。学生たちは、まず RE デザインとは、ということの理解から始まり、Web のあり方、情報の本質、関係性、構造を考えるとともに、現状の横浜美術館 Web サイトの分析、他の美術館や公共・企業の Web サイトの解析をし、新しい横浜美術館 Web サイトのコンセプトを考え、企画し、デザインしていくという流れで、取り組んでいる。最初に、テーマとして『誰もが自分のためにあるように思える web ページ-自分に問いかけてくる・語りかけてくるページ-』を掲げ、試行錯誤の末、その中から「時間」というキーワードが出てきた。横浜美術館が提供する「時間」、Web を見ている人の「時間」、その両方に流れている「時間」を考え、Web の RE デザインをするということである。具体的には横浜美術館の特徴である「みる」「つくる」「まなぶ」それぞれの「時間」について考えている。2007 年度のまとめとしては、「時間」をキーワードにした Web の RE デザインというかたちを学生からの提案として美術館側にプレゼンテーションする予定である。Web サイトの RE デザインは、横浜美術館のひとつの顔であるホームページをデザインし直すという大規模な取り組みであるが、Web という既存のメディアを RE デザインすることで、美術館も持つ情報を RE デザインし、新しいかたちを作り出す挑戦である。2008 年度内完成をめざして、現在、学生たちが懸命に取り組んでいる。



トップページのデザイン案

3. 美術館という情報

3.1. 美術館の扱っている情報

美術館の扱っている情報には、質の違うさまざまな情報が混在している。展覧会等で展示される美術品をはじめ、さまざまなイベントで行われるライブ・パフォーマンスや子供から大人までが参加できるアトリエやワークショップ、美術や芸術を学ぶことができるさまざまな種類のアーカイブや、美術や芸術に関する知識を魅力的に伝えるアートスクール等がある。現在、これらの情報は美術館の Web サイトを通して見るができるようになってきているが、この質の違うさまざまな情報を“見る”とはいったいどのようなことなのであろうか。

情報を可視化する、このこと自体は特別なことではなく、さまざまな Web サイトで当たり前のように行なわれていることである。可視化することによって情報が伝わるのだ。ここでは、可視化することの、もう一つの意味について考えたいと思う。可視化「するもの」と「されるもの」、この違いは一見、状態の違いを言い表しているかのように思えるが、そうではない。“可視化することの意味”と“可視化されたことの意味”の違いを認識できるかということだ。

“可視化することの意味”とは、さまざまな質の情報を、ある一定の情報に置き換えることによって、同じメディア上で表現することができるということだ。一般的には、文字や写真を使って表現することが多い。この場合、多くの人に、ある一定の共通した情報を伝えるといった意味があるのに対して、“可視化されたことの意味”とは、可視化されることによって失われるものの存在を理解することにある。この場合の失われるものとは、ある一定の共通した情報になることによって、質の均一化が起これ、そのモノ本来の特質が失われることである。このように、美術館で扱っている質の違うさまざまな情報は、その扱い方によって情報の価値が半減してしまうことがあるのである。

3.2. 情報の関係性について

情報の関係性とは、さまざまな質の情報を発信する場合、まず始めに、その情報同士の関係を考える必要がある。Web という同一プラットフォーム上で、質の違う情報を扱うということは、それぞれの情報の質同士が影響し合うということでもある。文字や写真と言った共通のフォーマットを使用することで、現実の世界では、全く違う扱われ方をしているモノ同士が、同一プラットフォーム上で似たような情報の質になってしまう危険性がある。そこで、それぞれの質の違いを考えながら、それらの情報を扱う必要があるということだ。また情報は発信されると、受け手となる人との関係を作るようになる。このときにその情報以外の外界に存在するさまざまな情報と比較され、情報としての価値を得ることになる。このように Web サイトを使って情報を発信するということは、“美術館”と“人”という関係ではなく、“美術館の情報”と“人”の関係にすり替わっていってしまうことが多い。

例えば、美術館に行こうと思った人が作品と場所と料金の3つの情報に触れるとしよう。この3つの情報を美術館で触れる時と美術館の Web サイトで触れる時との違いについて想像してほしい。美術館でその情報に触れた場合、作品はその人が観てみたい作品だとする。場所は、美術館以外にその環境に何があるか、行くまでにどこを通ったかで条件が決まってくるだろう。料金は、思ったより少し高かった。この場合、もちろんそこでやめる人もいるが、今までのさまざまな条件と実際に感じ

ている美術館の環境や空間や雰囲気がその人を後押しするかもしれない。しかし、Web サイトで同じ情報に触れた場合、作品や場所の情報はだいたい同じ条件だといえる。しかし、料金に関してはどうであろう、思ったより少し高いこの料金の情報とその他の情報は同じ画面の中に表示されている。ここで美術館の環境や空間や雰囲気のように後押ししてくれるものはそこに存在しているだろうか。

このように、美術館という確固たる存在がありながらも、その情報を発信するとき“美術館”と“人”という関係ではなく、“美術館の情報”と“人”という関係になってしまうことで、情報としての力が弱くなってしまわないだろうか。そこで、われわれは、この“美術館の情報”を RE デザインすることで、美術館という確固たる存在を伝えるための“美術館という情報”へと変換する考え方を提案したい。

3.3. 美術館という情報

では、美術館という情報とはいったいどのような情報なのであろうか。前述の美術館の扱っている情報の冒頭で、“美術館の扱っている情報には、質の違うさまざまな情報が混在している。”と述べたが、そこにはどのような違いの質が存在しているのであろうか。美術館で扱われている情報である展示会やイベント等で展示、表現される美術品やアーティストのライブ・パフォーマンスは、どれも唯一無二の存在で、非常にデリケートな感覚を含んだ特質といえる。また、アトリエやワークショップ等で行われるさまざまな創作活動は、子供から大人までそれぞれの思いが込められた感覚を含んだ特質といえる。また、アートスクールのように人が直接、美術や芸術の楽しさ、素晴らしさを伝えるといった従来の知識の伝達方法にはない人の感覚を含んだ特質もあるだろう。このようにそれぞれが特質を持った情報ならば、その特質を活かした方法で表現すること。それが、“美術館という情報”をつくる方法なのだ。

特質を活かした情報の表現と一口に言ってもその表現方法はさまざまである。今回は、上記のさまざまな特質の中でも、共通して含んでいる人間の感覚の部分に着目した。人間の感覚に触れる情報、それは“質感を持った情報”である。情報に質感を持たせることで、それぞれ違った感覚を得ることができる。それが、それぞれの情報の特質を表わすのだ。

4. 質と感覚

質とは、人間のさまざまな感覚によって作り出されるものであり、また、感覚を呼び覚ますきっかけにもなりうるものである。質と人間の感覚についての研究は、これまでも多くの研究者たちによって行われてきたが、MIT（マサチューセッツ工科大学）メディア・ラボの石井裕は、デジタル情報を人間の感覚によって認知させるためのインターフェイスの研究およびデザインを行なっている¹⁰。石井の研究は「タンジブル・ビット」という人間とビット（デジタル情報）とアトム（物理的世界）の間をシームレスにつなぐためのアプローチで、デジタル情報に物理的実体を与え、それによってビットを人間の手で直接操作できるものにし、人間の周縁的感覚に認知可能なものにする新しいインターフェイスのデザインを行なっている。例えば、「インタッチ」は触覚を通して離れた人とのコミュニケーションを可能にするメディアであり、その基本コンセプトは距離を超えて、あたかも同一の物

体を共有操作している状況をフォース・フィードバック技術を用いて実現するというもので、離れた二人のユーザーが同時にローラーに触れ、回転させることで、互いの微妙な感情を、距離を超えて伝達しあうことを可能とした。相手の肉体を一切表現せずに、その存在を確信させるものである。それこそ、質感を伝えるということではないだろうか。

しかし今回、われわれの扱う Web では、石井のような特殊なインターフェイスやデバイス、あるいは未来のインターフェイスを使うことはできない。横浜美術館という公共の美術館の Web ページであり、当たり前のようにユーザビリティやアクセシビリティを考えた上で、多くの人に質感を伝えるには、どのようにすればよいのか。われわれは、現在普及している Web におけるインターフェイスや技術を使い、質感を伝えられるものとして、音と声に注目した。人間の感情を揺さぶる音の存在と、人間の言葉、声というまさに質感を持った存在で、横浜美術館の圧倒的な存在を感じさせることはできないかということである。音と声によって、人の感情に触れ、質感を呼び起こし、横浜美術館という感覚にそこで出会い、そこにその存在を感じさせることができるのである。もちろん Web であるから、視覚情報も加えることはできるが、視覚情報では伝えきれない質感を、音と声が担うのである。

実践として、2008年2月に横浜桜木町駅および美術館近辺の駅にて、音の情報を入れた横浜美術館の告知映像を制作した。そこにはまさに質感を持った情報が存在していた。

質感を表わすことばに「クオリア」がある。最近のクオリア研究で著名な茂木健一郎は「クオリアとは、感覚にともなう独特な質感を表す概念である」¹¹と述べているが、われわれの扱う質感がまさにそのクオリアと言える。現実の世界では、常に存在するこの質感という概念は、人間が感覚をもって世界を知覚する上で、必要不可欠な存在なのだと考えられる。

この質感を持った情報こそがこれからの時代に求められる情報の姿であるとわれわれは確信している。

おわりに

このように横浜美術館連携プロジェクトでは、情報の RE デザインということを常に考え実施してきた。既存の映像、Web という概念にとらわれず、新しい情報発信のかたちをつくるには、情報を RE デザインするということが必要であった。横浜美術館のさまざまな取り組みを、Web というメディアを通して伝える時に、単なる視覚情報にとどまらず、質感をもった情報への転換が必要であると考え、「美術館の（持っている）情報」から“美術館という情報”へ」という考え方が生まれた。Web というメディアを通していてもかかわらず、あたかも美術館がそこにあるような感覚を起こさせる質感をもった情報こそが、われわれが提案した RE デザインされた情報なのである。今後もさらに、学生たちの取り組みも含め、本プロジェクトにて情報の RE デザインを実践していきたいと思う。

美しいものをみて、人々が感じる何か、その何かである質感、人々の感覚をわれわれは追い求めていきたい。

【注】

- 1 2006年度は2年次20名、2007年度は2年次および3年次20名の履修者があった。
- 2 このプロジェクトは後岡先生のご尽力により、横浜美術館とメディア学部の3年間の提携を結ぶことができた。横浜美術館の広報活動の一環として、映像やWebでの情報発信をメディア学部の学生によって行う教育と、教員側からは、共同研究というかたちですすめるプロジェクトとして今後も発展させていく所存である。なお横浜美術館からの研究費の助成も受けている。
- 3 横浜美術館 Web サイト (<http://www.yaf.or.jp/yama/>) 参照
- 5 アーティストが横浜美術館を中心に長期滞在しながら作品を制作し、様々な活動を行う LIVE 感覚満載のアートプログラム。
- 6 国内外の新進アーティストによる小展覧会シリーズで、アートギャラリーをはじめ、館内のいろいろな場所で展開するアートプログラム。
- 7 (財) 横浜市芸術文化振興財団発表「横浜美術館平成19年度事業計画」参照
- 8 Web サイト「アイドル! Podcast」 http://jiu.ac.jp/media/ym_pod/ にて公開
- 9 GOTH展とコレクション展第3期のWebサイトに関しては、1人の3年次の学生によるデザインである。webサイト構築、作成は筆者の小波津が行なった。
- 10 石井 裕、タンジブルメディアグループ「タンジブル・ビット—情報の感触・情報の気配」NTT出版、2000年参照
- 11 茂木健一郎「脳とクオリア—なぜ脳に心が生まれるのか」日経サイエンス社、1997年より

【参考文献】

- ・(財) 横浜市芸術文化振興財団「横浜美術館平成19年度事業計画」
- ・横浜美術館 Web サイト <http://www.yaf.or.jp/yama/>
- ・石井 裕、タンジブルメディアグループ (2000) 『タンジブル・ビット—情報の感触・情報の気配』 NTT出版
- ・茂木健一郎 (1997) 『脳とクオリア—なぜ脳に心が生まれるのか』 日経サイエンス社