

# デジタル・メディアと視覚伝達デザインの 展望に関する一考察

## A View of Digital Media and Visual Communication Design

安楽 豊

(Anraku Yutaka)

### Abstract :

Modern society begins to change by the appearance of the digital media. An expression with the digital media diversifies by this. How will the visual communication design to play a leading part in the mass media change from now on? From now on, to become important with an expression with the media will be to adopt how to think about multiple design. That it is specially taken seriously is how to think of the universal design. There are a few things that it is expressed in consideration of the universal design with the present digital media. From now on, it will be important to adopt how to think about various design including the universal design multiply in the design of the digital media which public society rises with even from the present.

キーワード：デジタル・メディア、視覚伝達デザイン、メディア表現、ユニバーサル・デザイン

Key Word : digital media, visual communication design, media presentation, universal design

### 1. はじめに

現在、デジタル・メディアの登場により、社会は大きく変容しつつある。これまでのメディアが与えてきた社会的影響よりもはるかに早いスピードで、私達の生活に浸透し始めている。その影響と変化は、デジタル技術の急激な進歩とともに、加速度的に拡張し複雑になっている。急激に変貌しているデジタル・メディアについて、今後、私達の生活にどのような影響を及ぼすのか予見することは容易なことではない。現代文明論、メディア論の先駆者であるマクルーハン<sup>(1)</sup>は、テレビが登場し普及し始めた時代に、この新しいメディアが社会に及ぼす影響を独創的な言葉で予見した。マクルーハンが新しいメディアと捉えていたテレビは、現在では私達の生活に深く浸透している。そして現

在、デジタル・メディアという新しいメディアの登場により、この新たなメディアについて多角的な検証が行われ始め、社会に及ぼす影響や未来像について様々な議論が交わされている。

また、デザイン界においても、デジタル・メディアの出現にともない、新しい表現が求められている。これまでも、各メディアの特性に合ったデザイン表現の模索をデザイナーは試みてきた。特にメディアと密接な関係にある視覚伝達デザインの分野では、メディアが発する情報が的確にその情報を必要とする人々に届くよう視覚伝達による表現方法の試行錯誤を繰り返してきた。そして、デジタル・メディアの出現により、この新しいメディアの持つ独自性に適合する表現法方が現在、模索されている。

本論文では、現代社会を支える重要な構成要素であるメディアと、そのメディアとともに発展してきたメディア表現の中核をなす視覚伝達デザインがデジタル・デザインの登場により、どのように変容していくかについて考察していく。第2章では、これまでのメディアの変容について歴史的側面から検証する。第3章では、デジタル・メディアがどのようにして登場し、それが現代社会に及ぼしている影響について考える。第4章では、メディアの発展とマスメディアの登場により重要視されるようになった視覚伝達デザインについて検証する。第5章では、現在のデジタル・メディアの中心的存在であるインターネットにおける表現の多様化と、このメディアの独自性の中で視覚伝達デザインが担っている役割について検証する。そして第6章では、これからのデジタル・メディアがどのように変容し、これにより視覚伝達デザインがメディア表現において、どのような方向に展開していくかについて考察する。

## 2. メディアの変容

メディアは、社会を支える重要なコミュニケーションの手段として発展してきた。人類の歴史上の発明や発見はメディアの発展と深く結びつき、社会に多大な影響を及ぼしてきた。

文字の発明は、それまで口承伝承により受け継がれてきたものを文字によって残せるようになった。文字の起源は紀元前4000年頃までさかのぼることができる。この頃の文字は絵文字であり、ものの形を記号化する象形文字であった。しかし、形のあるものを記号化する象形文字の限界により、話し言葉の音を記号にする音表文字が発明された。

文字が発明されると、それを複製し多くの人々がその情報を享受する技術、すなわち印刷術が求められた。15世紀、その印刷術を確立したのがグーテンベルク<sup>(2)</sup>である。印刷術が発明されたことにより、情報を大量に複製できるようになり、今日まで続く活字メディアによるマスメディア時代が到来する。

19世紀になると、写真技術が発明され、それを動画にする映画技術が発明されていった。映

像メディアの誕生である。これ以降のメディアの発展は、科学技術の加速度的な進歩とともに変容していくことになる。

20世紀初頭には、電気通信技術の発明により、ラジオが誕生し放送メディアが出現する。その電気通信技術と映像メディアの技術とが融合しテレビが開発され急速に普及し、マスメディアの主流が活字メディアから放送メディアに変容していく。

このように、20世紀後半まで技術の発明と進歩とともにメディアも発展してきた。20世紀に急成長を遂げたこのメディアは、マスコミュニケーションを達成する手段としてマスメディアと称される。テレビ、ラジオ、新聞、出版に代表されるマスメディアにより、今日の社会は形成されているといっても過言ではない。特に経済活動において現代の大量生産大量消費社会を潤滑に駆動させているのは、マスメディアから大衆に発せられる様々な情報に他ならない。この情報を効率良く最大限の成果が生じるように大衆に浸透させる役割を視覚伝達デザインは担っている。

## 3. デジタル・メディアの出現

そして、新たな技術の発明と進歩とともに新たなメディアが誕生し、これまでのメディアの進歩以上に急速に社会に浸透している。コンピュータの出現により開花したデジタル・メディアだ。コンピュータという情報処理装置の発明、進歩が社会や人々の生活に変化をもたらし、それは今後更なる激変をもたらすであろう。

コンピュータの開発は、第2次世界大戦前の機械式の計算機の発明から始まった。そして、大戦中に軍用目的（軍用飛行機的设计や暗号解読など）に利用された大型計算機の研究、開発に進展した。大戦後、大国の東西対立が発生する中、複雑かつ膨大な計算が行われる核兵器の設計のために高性能な大型計算機が開発された。そして戦後間もない1940年中頃に計算方法を指示するためのプログラムとその過程に発生するデータを装置内のメモリー（記憶装置）に保管できる現在のコンピュータの原形となるものが開発される。これ以降、電気、電子技術の

進歩とプログラム言語の開発が進み、高速化、小型化していく。コンピュータの社会的利用の範囲も広がり大学などの研究機関や企業で利用されるようになった。そして1970年代前半にパーソナルコンピュータが登場し、個人がコンピュータを利用できる環境が整い始めた。

コンピュータが普及していく過程で、複数のコンピュータを接続しデータをやり取りするネットワーク技術の研究が進められた。小規模のネットワークから通信技術を利用した遠距離のネットワークの構築へと拡張されていった。1960年代後半、アメリカの国防省では大学と協力して軍事目的のために広範囲なコンピュータネットワークの研究が進められた。そしてこれが現在、地球規模で展開しているコンピュータネットワーク「インターネット」に発展していく。このようなパーソナルコンピュータとコンピュータネットワークを中心とするデジタル技術の進歩と普及が、デジタル・メディアを出現させた。また既存のメディアのデジタル化も急速に進み、デジタル信号により情報が大量に行き交う高度情報化社会が訪れることになった。

デジタル・メディアには、それまでマスメディアの主流であったテレビ、ラジオ、新聞、出版を内包する容量力がある。なぜならそれらのメディアで発信されている文字や音声、映像などの情報はデジタル信号に変換することができるからだ。これによりマスメディアで発信されていた情報をデジタル・メディア上で発信することが可能になる。

デジタル・メディアの特徴は、文字、音声、映像それぞれの情報を融合させたマルチ・メディアという点と、双方向に情報を発信することができるインタラクティブ・メディアという点にある。このマルチ・メディアとインタラクティブ・メディアという二つの特徴が融合することで、これ以前のメディアとは異なる社会的影響を及ぼしている。それ以前のメディアは技術的制約のために、社会や個人に向け情報を一方向的に提供していた。これはマスメディアという社会的機能を果たし、人々に刺激を与え社会を活性化してきた。

デジタル・メディアから発信される情報は、マスメディア的信息に留まらない。これまでマスメディアで発信することが困難であった中小規模のグループから発信される情報、そして個人レベルから発信される情報がネットワーク上で展開し急激に増大している。これはコンピュータとネットワークの進歩、普及により、以前は文字や音声、映像といった情報を発信するのに専門的な知識、技術そして資本が必要だったものが比較的容易にマルチ・メディアによる情報が発信できるようになったためである。そして更にマスメディアでは希薄であった発信された情報に対する反応を直接的に受信することができる。これらはデジタル・メディアの2つの特質であるマルチ性とインタラクティブ性の影響による変化である。特にデジタル・メディアのインタラクティブ性はマスメディアにはなかった強力なインパクトを社会に与えている。この点はデジタル・メディアにおける視覚伝達デザインについて検証する上で重要な要素になる。

#### 4. 視覚伝達デザインの展開

印刷術の発明を起源とするマスメディアが登場したことで、これを介してさまざまな情報が社会に伝達されるようになった。マスメディアが発達、成熟する過程で情報の発信者が情報の受信者に情報を的確に伝達するための方法が試行錯誤されていった。その中で確立され重要視されてきたのが視覚伝達デザインである。特に印刷メディアを介した情報伝達においては、視覚伝達デザインが重要視された。情報の質の信頼性と同様に視覚伝達デザインの質の高さも求められるようになった。

マスメディアは現代社会を稼働させている重要な機能を果たしている。特に資本主義社会においては、資本家により大量生産されたものを大衆に大量消費させるシステムとして、マスメディアが果たす役割は強大である。マスメディアによる広告活動は資本家にとって商品を大量販売するための中心的な戦略となった。その仕組みは経済の成長、大衆のニーズの多様化、競合者の増加等により、より複雑で高度なもの

なっている。

マスメディアを介して発信される広告という情報は、テキスト（文字）やイメージ（写真や動画）、サウンド（音声や音楽）によりマスメディアの形態に合わせ表現されている。特に視覚に訴えることで大衆の興味関心を引き寄せる視覚伝達デザインの効果を多用してきた。そして、デジタル・メディアの登場により、このビジュアルによる表現を主体とする視覚伝達デザインが主流となっていたメディア表現が変化し始めている。

デジタル・メディアにおけるメディア表現の独自性は、マスメディアにおけるメディア表現とは異なる特徴がある。それは、デジタル・メディアの特性であるインタラクティブ性が大きく作用しているからである。例えば、インターネットの場合、情報を得ようとする者は主体的に情報に関わることもできるし、そうしないこともできる。これは、デジタル・メディア以外のマスメディアでは容易ではない。社会の中で生活していればマスメディアを介してさまざまな情報が視界に入ってくる。それらを主体的に制御することは、大変な労力を要する。しかし、デジタル・メディアでは容易に情報を取捨選択することができる。デジタル・メディアの出現によりメディア表現の中にインタラクティブティという新しい方向性が生じたといえる。

しかし、デジタル・メディアにおいても視覚伝達デザインの重要性については、これまでのメディアにおける重要性と比較しても変わることはない。なぜならデジタル・メディアを介し発信されている情報は、視覚に訴えるビジュアルを主としているからである。ただし、これまでのメディアのようにテキストやイメージ、サウンドをメディアの形態により使い分けるのではなく、デジタル・メディア上では複合的に、また主体的に選択することができる。これによりデジタル・メディアにおけるメディア表現は多様化しているのである。

## 5. 多様化するメディア表現

現在のデジタル・メディアの中心的存在で

あるインターネットの利用者は、パーソナルコンピュータの家庭への普及や携帯電話がインターネットに接続することが可能になったことにより急増している。インターネット上で発信されている情報は、先にも述べたようにテキストやイメージ、サウンドにより多様な表現がされている。しかし、インターネットが登場してしばらくは、テキストによるものが主であった。それは、コンピュータの処理能力とデータを送受信する通信技術の非力さが原因であった。その頃、インターネット上に公開されていたホームページは、デザイン的に質の高いものとはいえず、同じテキストによる情報の伝達をしている本などの印刷メディアのデザインと比較され批判されることもあった。その後、コンピュータ技術や通信技術の進歩、ソフトウェアの開発などにより、現在のように多様な情報を大量にストレスレスに扱う環境が整ったのである。これにより、他のメディアと比較しても遜色ない質の高い表現が可能になった。

インターネット上で発信されている情報は、文字によるテキスト情報、静止画や動画によるイメージ情報、音声や音楽によるサウンド情報と多様である。このような様々な形態をなす情報を目的に適合した形に整理し統合するデザイン力をデジタル・メディアでのメディア表現では必要とされているのである。現在、この多様な表現を駆使しインターネット上で展開しているのは、企業による広告的なホームページである。そこでは、これまで培われた視覚伝達デザインによる広告表現に加えサウンドによる音響効果も用いられテレビ・コマーシャル的な表現もされている。広告の目的により、インターネット上で扱うことのできる情報を主体的に選択し、広告の効果を高めるためのデザインが行われているのだ。しかし、この形態はこれまで行われてきた広告活動と大差は感じられない。広告が展開されている場がインターネット上になったに過ぎないからだ。デジタル・メディアの特性であるインタラクティブティを忘れてはならない。

インターネット上での中心的なインタラクティブティは、クリックすることでリンクされた

ページへ移動することにある。この行為は本や雑誌を読むところのページをめくるという行為に似ている。これにより印刷メディア、特に出版メディアで考慮している視覚伝達デザインのページネーションという考え方が、インターネットのホームページのデザインにも生かすことができる。ページネーションの主たる目的は、テキストやイメージなどのデザイン要素の構成をページごとに考えるだけでなく、ページからページへ連続して読まれることを考え、読者の意識が持続するようにデザインすることにある。ただ、インターネットのホームページのインタラクティブ性は、本や雑誌のインタラクティブ性よりもはるかに積極的、主体的に関わることができる。したがってページからページへ移動する行為の強力な動機づけが必要になってくる。

このようにインターネットをはじめとするデジタル・メディアにおいては、人を惹き付けるような魅力的な視覚伝達デザインの考え方が重要な上に、インタラクティブ性の特性により興味や感心を持続させるデザイン的仕掛けが重要になってくる。少し視点を変えると、これは例えばプロダクト・デザイン的思考が必要とされると考えられる。プロダクト・デザインでは、プロダクト製品の使用環境がそのデザインに大きく影響を与える。そのプロダクト製品の使用目的や機能に適合したデザインが優れたデザインとされる。ユーザビリティの発想である。このような観点からデジタル・メディアにおけるメディア表現には、新たなデザインの方向性が必要とされている。視覚伝達デザインの領域に止まらず、あらゆるデザイン領域の考え方を複合し再構築するデザイン活動が重要になると考えられる。

## 6. 今後のメディア表現の展望

今後、デジタル・メディアは、どのように変容していくのだろうか。しばらくは、デジタル・メディアの中心は、インターネットによるものになるであろう。通信網の高速化や無線化によりネットワークに接続できる環境が拡張し、現在よりも、より容易にインターネットを

介し様々な情報を受信したり送信したりすることができるようになる。また、現在、情報端末機として主流であるパーソナルコンピュータから、よりモバイルリティが高く小型化されたものに移行していく。例えば現在もその役割を果たしている携帯電話のようなものである。しかし、現在の携帯電話で閲覧するインターネットのホームページの見え方は、デザインとして完成されているようには感じられない。技術的な制約によるものだが、これは今後、改善されていくことだろう。また、一方でまったく違った発想で開発されている情報端末機もある。身体に装着することのできる、いわゆるウェアラブルなものである。眼鏡型や衣服型などSF映画に登場していたものが現実に登場し始めている。このように日進月歩していくデジタル・メディアにおけるメディア表現の展望を論ずることは容易ではない。

ただし、今後、重要視されていくデザインの視点がある。それは、ユニバーサル・デザインという視点である。ユニバーサル・デザインとは、年齢や性別、人種、身体の障害の有無などの要因によって差別せず、あらゆる人が共有可能な状態を実現するデザイン活動のことをいう。この考え方は、環境デザインやプロダクト・デザインの分野では、かなり浸透してきている。駅のホームや歩道に設置されている点字ブロック、段差のない歩道、障害に合わせてデザインされた生活用品、軽量で活動的な車椅子、車椅子でも昇降可能な自動車など十分とはいえないが、社会に確実に広がっている。また、メディアの分野においても、点字による出版物やテレビの字幕放送など地道な活動ではあるが社会に定着している。しかし、デジタル・メディア、例えばインターネット上のホームページでユニバーサル・デザインの視点で制作されたものはわずかである。まだまだハードウェア、ソフトウェアの両面で開発が進んでいないのが現状である。

デジタル・メディアの普及により、それを介して送受信されている情報量を考えると、社会的に非常に公共性の高い役割を果たしている。また今後、それは、より増大していくだろう

う。このような観点からも、デジタル・メディアにおけるメディア表現においては、ユニバーサル・デザインという考え方で表現される必要性があるのである。

## 7. まとめ

近年、メディアによく取り上げられた言葉として「IT革命」なるものがある。デジタル・メディアの出現と成長により社会にIT革命なる嵐が吹き荒れ社会が激しく変貌するような報道が多くされてきた。しばらく静観していたが、今のところ目を見張るような劇的な変化は表面化していない。確かに技術面では革新的な発明や製品を見聞きするが、それらが直接我々の生活に多大な恩恵をもたらしたようには感じられない。しかし、徐々にではあるが影響をもたらしているのも事実である。その一つとして携帯電話が挙げられる。携帯電話の普及はこの10年で急速に進んだ。当初は字のごとく電話が持ち運べるようになったというそれまでの設置型の電話の機能が拡張しただけに過ぎなかった。しかし、現在、注目すべき点はインターネットが利用できるようになり携帯情報端末機という側面が大きくなっていることである。これはデジタル・メディアの利用方法として新たな可能性を感じさせている。

ところで、デジタル・メディアの出現により、今までマスメディアを支えていた各種メディアは衰退していくのだろうか。10年程前、パーソナルコンピュータの性能が向上し広く普及し始めた頃、文字や音声、映像によるマルチ・メディアが登場し、それが出版メディアを駆逐するような話がそこそこであった。しかし現在でも出版物は存在している。同じようなことは、それ以前にもテレビが登場した頃にもあった。それぞれのメディアはそれぞれの特性を生かし現存しているのである。このことからわかるように一度、社会に認知され技術的に成熟したメディアは、社会構造の重要な構成要素となり容易く消滅することはないようだ。しかし、今後予想できるのは、あらゆるメディアがデジタル化されたとき、メディア表現の在り方に、本当の意味での変革が訪れるのではないかという

ことだ。地球規模のネットワークを介しデジタル化された情報が様々なメディアにより提供され享受されていく。同一の地球規格の情報を様々な様式で容易に入手できるユキピタス社会。その時にこそデジタル・メディアを介して展開されるメディア表現の真価が問われる時代がくるのではないか。現代は、その渾沌とした移行期間にある。

このように、我々を取り巻く世界は、高度情報化にともなう社会構造の歴史的な変換期にあり、様々な分野の研究者や知識人により新たな社会に向けて様々な提言がなされている。メディアの分野においても多角的な検証がなされ、未来社会はどのように変貌していくのか論じられている。今回のデジタル・メディアと視覚伝達デザインについて考察を深めることで、メディア表現において視覚伝達デザインの重要性を再認識したとともに、より複合的なデザインの思考が、今後、重要になっていくと確信した。今後も、このような考察をより深く、そして拡張していくことで、変容していくデジタル・メディアにおけるメディア表現の可能性や社会的責務について考えていく。

## 註

### (1) マーシャル・マクルーハン

1911~80。カナダの英文学者、メディア・文明批評家。独自のメディア論を展開し脚光を集めた。1964年に発表された著書「人間拡張の原理—メディアの理解」が驚異的なベストセラーになった。

### (2) グーテンベルクの印刷術

印刷術の父といわれるグーテンベルクであるが、活字という考え方はグーテンベルク以前から中国で使用されていたが、漢字の数の多さから、全ての漢字を活字化することが困難なため広く実用化されなかった。

## 参考文献

- 佐野山寛太『現代広告の読み方』、第1判、文藝春秋、2000  
 齋藤嘉博『メディアの技術史 洞窟画からインターネットへ』、第1判、東京電機大学出版

局, 1999

山本武信『地球メディア社会』, 第1判, リベルタ, 2004

立花隆『新世紀デジタル講義』, 第1判, 新潮社, 2002

桂英,『メディア論的思考』, 第1判, 青弓社, 1996

クリス・クリフォード『インタラクティブデザイン論』, 第1判, オーム社, 2004

M・マクルーハン『メディア論』, 第1判, みすず書房, 1987

『現代デザイン事典』, 第1判, 平凡社, 2005