

# 研究室から

## 【情報計画研究室】

東北芸術工科大学教授

楠元 恭治



### 情報計画の《やまがた宝さがし》

情報デザイン学科・情報計画の研究室では、形態化と配色のデザインの説話論的一般認識をひとまず括弧に括り、あらゆる先入観を排除した『生活世界へのまなざし』を現象学的に創り出すことを、新しいデザイン思考のためのターニングポイントと考えている。そして、この東北芸術工科大学の発足以来、情報計画山形県ブランドデザインプロジェクトの総合基礎演習として『やまがた宝さがし』を展開してきた。《やまがた宝さがし》という名称は、わたしたち情報計画学系の主任教授である河北秀也が、福井県の顧問デザイナーをしていた当時、地域のデザイン再開の運動として展開した『ふくい宝さがし』の経験を参考にし、大宅憲一、長澤忠徳ら、と私を含めやや経験を異にする情報計画教授陣四人が組になって始められた。『ふくい宝さがし』は、地元の商工会議所が主体となって地場産業とデザインの結合という、かなり具体的な目標

を待った人たちの思惑と共に始まったものだけに、人的動員や資金面で力強い運動として展開され、多くの成果を残して十年間つづけられた後、予定どおり一昨年終了したときいている。

《やまがた宝さがし》は、福井県の場合のように商工会議所等の地元経済の直接的推進力によるものではなく、情報計画学研究というデザイン学究という枠組みの中で行われることから、学生にとっても協力を求められる山形県民の方々にとっても、この行為自体が何のために？という問いを内包せざるを得ない運動となったために、それが我々の根本的

## 社会価値創造へ

## 「宝さがし」運動

な狙いでもあるのですが、学生にとっても、山形県の方々にとっても、「デザインとは何か？」という現代社会にとつての 問いの必然 というカタチで、実践的な新しいデザインの学習となって展開してきた。つまり、《やまがた宝さがし》として、山形県民に働きかけるとき、ここで問題にしている 宝 とはなにか？、またその 宝さがし とはなにか？、さらにそれを組織化する 宝さがし運動 とはなにか？という問題意識が、実践主体である学生自身の中に浮上せざるを得ない関係にあることから、デザインを自問自答しながら一歩一歩地道に展開するものとして続けられ

るものと成ってきたということである。宝とは何か？という問いの中には、明らかに私たちの豊かな生活の現在における『価値意識』についての直接的な問いが内包されている。情報計画ではその山形県民への問いを「大切にしているもの」「好ましいと思っているもの」「欲しているもの」は何ですか？という言い方で問いかけ、それを「宝報告書」というカタチとして収集することとして始められた。このような問い自体が、それを発する学生の方にも、発せられる山形県民の方にも、今後の山形ブランドデザインのための真の『主体』あるいは『主題』を探し求めるという問題を入れ子構造として内包しており、また、行き詰まってしまっている近代的認識概念の外部で、人々の『生活世界』にとつて『価値』あるものとしての 宝さがし とは何か？という思考行為を、新しいデザインの中核として考えるものである。そして最終的には、宝さがし運動 とは何か？を問題にすることに、デザインの社会学的問題を実践的に山形市民の中で展開し、情報デザインの持つ普遍的な社会的機能や意義を理解しその構造を探求しようとするものである。

具体的には、三年・四年の情報計画の専門に分かれた段階で、十年にわたって、先輩から後輩へと引き継がれてゆくかたちで展開するものである。山形県を四つのエリアに分け、それぞれ担当グループを決め、フィールドワークから始め、『宝ニュース』等のさまざまな媒体の制作や配布活動、街頭でのキャンペーン、マスコミに向けたイベント展開、行政機関のコンタクトなど、あらゆる活動を含んだ地域活性化のためのプロジェクトとして進められる。このようは方法論は現行の広告キャンペーンの方法論を引用したものであるが、しかし、そこには従来のデザイン教育に



対する批判が込められている。というのは、これまでのデザイン教育というのは、基本的に産業のためのデザイン教育である。ところがその産業社会の価値観によって、じつに多くのものが排除されてきた。その忘れられたもの、すなわち「宝」を山形の人々と一緒に発見し、それを現代社会の諸要素と付き合わせ、山形の人が生き生きと暮らせるような社会価値の創造へとつなげていくこと。そういう、きわめてベーシックな運動が『やまがた宝さがし』である。すでに、五千件の宝報告書が集まり、それを宝登録として成文化したり分類したりする作業が、日常演習として行われている。また、集められた「宝」を分析することで、新しいプロジェクトをデザインテーマとして考え出したりしている。

近代化としての産業社会、中央集権的な社会が終焉を迎えつつある中で、地域社会やそこに生きる人々の《価値》に根ざしたデザイン思考は、一つのオルタナティブとしての意味を持つと思われる。それはまた、地方に立地している大学のアイデンティティを主張しそのメリット生かすものである。それは、地域社会の真の《価値》に根ざした社会創造としてのデザインをめざすものである。

最初の成果発表として、一昨年七月、過去三年間の『やまがた宝さがし』の中間的総括として、「やまがた宝展」を芸工大ギヤラリーで、情報計画の三期生と四期生の力を結集して、展示し、やまがたの県民の方々に『やまがた宝さがし』の《主体》あるいは《主題》の真の意義を示す表現の展示を行った。それは、集められた報告書のすべてを抽象化したボードにすべて貼って表示してみせると共に、報告書の中から、ユニークなものを選び出し、詳細に取材し、写真や図解や文章で展示表現したり、または、報告書をもとにシナリオを構成しビデオ取材し、それを編集構成した映像表現を展示表現したり、宝のいくつかを借りてきて、それを展示表現したり、報告書の宝を用いた山形の宝検索システムのCDROMをメディア世代の本領を発揮して作り上げ、展覧会に来た方々が直接コンピュータにふれ、その検索システムを遊び感覚で対話することで山形を感じさせることで展覧会の構成を盛り上げた。また、展覧会に見に来た人の心に残るものとして、宝報告書をもとに『横顔のスケッチ』という単行本をつくり配布するなどの重層的な展示行為が展覧会を一層充実したものにすることに成功したと思う。

情報計画では、毎年その学年が展開した『やまがた宝さがし』を毎年度の情報計画活動の記録として本にまとめることで、その基礎演習を総括することになっているが、四期生によって、この『やまがた宝展』の経験を、三年間の総まとめを兼ねて、『やまがた宝さがし』という本に総括編纂

された。もちろん、これらの展覧会や本の編纂内容に関しては、さまざまな批判もあるとは思われるが、少なくとも、情報化社会の現在において単なる草の根として終わらせない、地方主体の情報発信の意義や方法論についての戦略的全体としてのデザイン学習の指針には成り得たと考えている。

情報発信において、中央集権的なトップダウンか？草の根的なボトムアップか？という、二者択一的な表現主体の（と言うことは近代的知識人の）自己満足が、真の『生活世界』を無視した近代的合理主義の対立概念にすぎないもので、いかに非現実的な認識に過ぎないかということは、メディア世代の若者が最もリアルに感じていることである。『やまがた宝さがし』を通じて、メディア世代の若者たちは、近代的なさまざまな対立概念が制度として抑圧していることを感じ取っているからこそ、大学という自主的であり得る場と時間を『やまがた宝さがし』として使うことに何の抵抗もなく、否応なく投げ出されているこの『生活世界』の《主体》あるいは《主題》さがしを、ポランティアという既存の言葉にも依らず、進んで行なおうとしているのだ。情報計画、その全体を新しいデザインの始まりと捉え演習と実習を繰り返している。

情報計画という研究はまだ始まったばかりであるが、『生活世界の現象学』という方法論の実践的デザイン演習により、それをより現実的かつ体系的なものとして成立させたいと考えている。いま、第五期生は第二期『やまがた宝さがし』にむけて、キックオフとしてのキャンペーンである『オトコトバ』という特化企画を実践している。この経験もまた、記録として言葉にされることで、新しいさまざまな気付きと指針を創り出してくれるに違いない。