

大学デザイン教育におけるニューメディアの導入に関する研究

韓国 東亜大学校 産業美術科 一'93年度訪問研究員一

河 相 五

Introducing New Media into Design Education in University

by Ha Sang-Oh, Dong-A University

はじめに

現代の消費構造は、機械時代の画一性と大量化から脱皮して、物質の量的な膨張を追求するよりも形態とか質的な面で多様な価値を保つ製品を求めようになる転換期を迎えるようになった。

電子テクノロジーのまぶしい発展で情報が氾濫する時代から過去の「大象化」の概念の代わりに「差別化」「多様化」の概念が浮き出たのである。

したがって、デザイン教育においても、多様に開く自己表現の個人主義に符合する方向へ進まなければならないようになった。

このような現時点で、日本のデザインの関連大学、30余りの学校の教育理念及び目標、教育過程に対する資料を集め、検討・分析し、情報関連の教育とデザインにおけるニューメディアへの運用実態及び方向を研究しようとする。

I. 高度情報社会の形成とニューメディア

情報社会という言葉は大体に、1960年代の後半から使われ始めた。

日本の情報化社会論の先駆者と呼ばれる梅棹忠夫は、人類の発展の歴史を農業時代・工業時代・情報産業時代に分けて、情報産業が新産業時代の先導的な役割を担当するようになるという語った。

これは正確にマーシャル・マクルーハン (M. McLuhan) のメディア論と一致することで、マクルーハンも電子技術によって「地球村」(Global Village)

と言う社会が渡来すると語った。また、70年代にはダニエル・ベル (D. Bell) が近づく社会を「脱工業化の社会」と名付けて、経済部門では従来の財貨を生産する経済からサービスへの転換が成って、高度の技術と専門的な知識の従事者たち・研究者たちが社会を先導するようになるという主張したが、特にシミュレーションなどの予測技術を駆使した計画的な管理で意思決定でもシステムの分析・ゲーム理論などの技術が活用されると予測した。

増田米二は、人類発展の歴史を狩猟社会・農業社会・工業社会・情報社会の四段階に分けて、情報社会では今までのマスコミ情報を代わりにして、コンピューターと電気通信を中心とする情報技術が個人の要求に当る多様な行動選択情報を与えられると言いながら、情報社会で「機会産業」の飛躍的な発展が期待されると語った。

機会産業と言うのは、人々の未来の可能性のために機会開発を手伝って、その実現を容易にするための産業として、停年退職者のための機会開発データバンク・ライフプランニングと新しい機会開発のための個人の指導と相談に応じる機会開発コンサルタントなどを言う。

エルビン・トッブラ (A. Toffler) も同様に、約1万年前に起った農業革命(第1の波)、3百年前に始まって20世紀初めに致るまで、全世界に広がった産業革命(第2の波)を経て今日、情報革命という第3の波が押しかけていたと語った。彼は情報革命の時代には、技術産業の分野では枯渇されなく

て再生できる新しいエネルギー源(太陽エネルギー)の開発が進行されていて、コンピューター・エレクトロニクスなどの情報・宇宙・海洋開発・油田資産産業が基幹産業となって、情報体系ではマスコミの力がおとろえてメディアの多様化が進行できると予測した。

一方、最近の高度情報社会に対する定義はコンピューターで代表されるマルチメディア、つまりニューメディアを前提とした高度情報処理技術と広域帯デジタルの通信技術との融合によるISDN(Integrated Services Digital Network)のネットワークが産業界のみならず、一般家庭にまで広く普及されて組織活動と市民生活の中で必要不可欠の技能を担当する社会だと定義できる。

II. 現代デザインの状況とニューメディア

文明は急速に情報社会へ移って行く。尖端科学と新しいテクノロジーの加速的な発展にしたがってわれわれの生活環境は大きな変貌を持ってきている。

テクノロジーの面においては、目に見える機械的なことから、目に見えない電子的なことへ移って行っているし、こんな観点で見る時「形」の解体が始まっている。また、個人が追求する多様性は、デザインの多様性を要求して、ポストモダンと呼ばれる現象と、符合されて見えることはあっても、結果的に、モダンデザインの指針は現在まで確認できないまま、方向を持たず、多くの困惑に直面しているのが現況である。

つまり、1960年代後半からモダンデザインの哲学が崩れていると言われるのである。

バウハウス革命後、ロシアのアバンギャルド・デザイン、1920年末、アメリカでのいわゆる、第1世代のインダストリアル・デザインの誕生は、みんな機械テクノロジーを背景として形成されたと言うことができるだろう。1910年から1930年にわたって出現した近代芸術の主な運動は、みんな例外なく機械テクノロジーの存在と関連がある。

機械時代の特徴的な様相の一つは、この時代がイデオロギーの時代だったと言う点である。特に

1930年代後半は、パシズム社会主義とアメリカの民主主義と言うイデオロギーが、機械的なテクノロジーを前提とした自己中心的な社会環境の未来像を確立するために、お互いに闘争するようになって、イデオロギーの闘争へにじみ出て行くようになったのである。

一方、20世紀に入って資本主義が形成されながら、広告が日常的な用語で使われて、次第に大衆の中へ浸透していった。最近、10年の間に、急速な政治・経済環境の変化の中で、芸術と広告、そして、現実の生活との関係変容は同時代の現状でこんな現状を「電子資本主義的な環境」と呼ばれる。F・リオタルは、電子情報時代の資本主義はすべての知識・表現が情報として流通されて、したがって情報の流れとお金の流れが同一な性質を持つようになることを指摘した。

従って、知識も芸術表現も広告も資本で換わってしまうので、広告・芸術・現実にあって、生活世界の相互関係が再編成されることに間違いない。結果的に、広告はすべての支配の意味を「商品の倫理」、今日にあっては「情報の倫理」、いいかえれば「市場経済の倫理」一つの資本の倫理に意図的に従属されてしまう。

20世紀の終りに近い今日、近代社会が生れるようにした機械時代と同じに、新しいテクノロジーとしての電子的な要素がわれわれの環境を大きく変容させて、「電子情報資本主義」と言う新しい用語まで出現するようになった。

電子テクノロジーについての色々な現状を点検して見るのが大切であるが、総合的な全貌を把握することは、現時点では不可能である。従って、電子テクノロジーが浸透して行く現在、われわれの環境と日常生活における浸透による変化を見きわめる。

①パソコン通信と衛星放送などの新しいメディアが登場して、世界同時ネットワークを形成すると同時に、高密度のメディア・ネットワークを形成する。

②シミュレーションの繊細度を高めて、コンピューター・グラフィックスで見えるような人工現

実 (Artificial Reality) と仮想現実 (Virtual Reality) と呼ばれる類似空間を作り出す。

③全自動カメラと関る機能を代用する新しい機能を持った道具環境を作り出す。

④音・文字も映像と同じ情報として処理して、自由に引き出して、高速編集ができるようにする。つまり、物の生産と消費の存在方式を変化させる。

⑤物の生産を厳密に調停するプログラムの導入と消費管理プログラムを導入して、いわゆる小量多品種形態の生産をコンピューター管理によってできるようにした。

以上のように、電子テクノロジーは、日常的に微細なことから都市と政治・経済現状を変化させてわれわれの感覚と思考の存在方式へまで大きな影響を与え、特に「情報資本主義」を誕生するようにして、すべての知識と表現が情報で流通される状況に致るようになった。

こんな状況で、デザインにおける大量生産のための規格化から脱皮して、差別化を明確に見せるデザインが市場から要望されて、この要求に副応したのが「ポストモダン・デザイン」と呼ばれるようになった。例えば、グループ・メンピス (Memphis) とスチューディオ・アルチミア (Studio Alchimia) で代表されたデザインが、ポストモダンと呼ばれたが、これらは「差別的メッセージ」を真な嗜好として作り出すのを目的とした。

メンピス・デザインの特徴は、自由で無国籍で分列的な組合などが共通された点だったし、一貫されたシステムによって環境を構成して行こうとする形態とは異って、ポップ (pop) 的なことを過剰に適応させた点があった。

メンピスで代表されるポストモダンのポップ的な表現は、今まで芸術で見えなかった「差別的表現」の形式を取っていることに、その意義を探ることができる。

III. 日本の大学のデザイン教育とニューメディアの導入

今日、デザインが至っている状況は、電子技術のまぶしい発達とともに、これに便乗されて来たニューメディアの多様な利用と、その結果で生ま

れた社会環境の急速な変化だと言することができるし、これを導いていく精神的な主体として教育活動も、現代情報環境を構成している幅広いメディアを統合して、その総合的なイメージで個人と社会の間での関係を円滑に構築することによって、自己発展を模索しなければならない時点に置かれるようになった。

このような時代的な要求に従って革新的なデザイン教育を実現しようとする動きが、日本のデザイン教育界に生まれ始め、1968年、九州芸術工科大学の設立をもとに、1977年、北海道東海大学芸術工学部、1988年、神戸芸術工科大学が設立されて、1992年には、東北芸術工科大学が設立されることによって、21世紀を目前に置いた現時点で、極端に専門分化された芸術と科学の二つの領域をふたたび統合しようとする動きが活発になって行く。

芸術工科大学の教育理念は、技術を人間生活に適切に利用するために、科学と芸術を統合して、技術の進路を計画して、その技能の設計を研究すると同時に、人物・社会・自然にわたった知識と芸術的な感性を基盤とするデザイナーを養成するという観点で「技術の人間化」を達成することを学習目標としている。

神戸芸術工科大学の場合は、環境デザイン学科・工業デザイン学科・視覚情報デザイン学科が設置されていて、カリキュラム編成は、「見えるイメージと見えないイメージの易学」によって統合されるようになっている。従って、学習目標は「個体の確認」「個体の社会への拡張」と両者の関係による「個体の確立」に置いている。

日本の芸術工科大学の中で、最近設立された東北芸術工科大学の教育過程の運用方式の中で独特なことで、バイアス (bias) 方式がある。この特色は、知的・技術的な成熟程度に従う履習ができるために、教養過程と専門過程を年次別に区分しなくて、1年次から一般教養と専門教育の履習ができるようにする履習方式を採用している。

一方、情報デザイン教育で、既存大学内のデザインに必要な核心的な情報交換科目を果敢に導入

して、デザイン現場で積極的に活用しようとする実用的なデザイン教育の試図が、最近、多摩芸術大学によって、その実現を見るようになってデザイン学界で相当な反響を呼び起している。

1989年4月、多摩芸術大学の上野毛キャンパスに新しいデザイン学科が開設され、この学科の特徴は、「色」「形」など、従来のデザインの要素を取扱うと同時に、コンピューターを積極的に利用して、対象物の「音」「運動」、そして「情報」それ自体をデザイン要素として捕捉するカリキュラムで構成されている。こんな実験的な教育方法を通じて、物質で存在する現状としての「物」としてでなくて「生動する対象」としてその存在を認識しようとする思考の転換を通じて変化するデザイン問題に対応している。

今日、いわゆる進歩的なデザイン教育と言うのは、マルチメディアを利用した造形教育を、どのように教育過程の中で実現して行くのが最も、中心的な課題として浮き上がっている。

しかし、すべてをパソコンで克服することには限界があるから、周辺器機の整備と各種のソフトウェアの忠実な支援を通じて、ホスト・コンピューターとネットワークによる一斉授業と他大学との関係による効率性を拡大するなどの対応が要求される。

つまり、コンピューターによる造形教育は、共通的な視覚言語の色彩と基本造形要素を効果的に駆使できる色彩構成、多様なパターン製作、幾何学的形態の製作、タイポグラフィーの製作とレイアウトの訓練などを通じて、従来の道具と表現技法との造化を計りながら、各種シュミレーションを並行して造形的な感性を高めて行くことが望ましいと思われる。

おわりに

今日のような高度情報化時代の進展で、われわれには情報価値と言う新しい概念が生じて、商品はその本来の「物的価値」以上でその商品が発信している「情報価値」が、もっと重要な事として認識されている。

情報の氾濫で機械時代の「大象化」は「差別化＝個性化」の概念で対替されたし、これはマルチメディアを為始した電子テクノロジーの発達に力をあずかったことである。

従って、デザイン教育も、情報ネットワーク社会で、どんな存在方式で教育理念を確立して行くのかが鍵になっている。

最近では、世界のデザイン関連の大学がパソコンの普及で、デザインの創作活動、それ自体が変化して高度情報社会に対応できる情報関連の教育過程を導入している。

その中でも、日本の各芸術工科大学ではこんな時代的な潮流に従って、基礎カリキュラムの段階からコンピューター・ビデオ・写真などのマルチメディアを活用して、専門知識を拾得できるようにした。

つまり、①高度情報社会に従う情報理論の拾得②マルチメディアを利用した基礎造形教育③多様なメディア体験に通じるコミュニケーション能力の強化④グローバル・ネットワーク時代に対比した国際的感覚の育成などの内容を共通的に教育過程で採択している。

しかし、コンピューターが、デザインを支援する役割と比重は飛躍的に増加するけれど、人間の知的能力と感性を本質的に向上させるのはできない。

従って、今日デザイン教育の中心的な課題は、電子テクノロジーが持つ生活上の便益図謀のための教育から脱皮して、デザインの本質的な使命一人間性回復の理念を教育システムの中で、実現することができる方向を模索しなければならない。

参 考 文 献

1. 井門富二夫, 大学のカリキュラム, 玉川大学出版部, 1988
2. 井門富二夫, 大学のカリキュラムと学際化, 玉川大学出版部, 1991
3. 小野二郎 訳, モダンデザインの源泉, 美術出版社, 1989
4. 宮脇理, デザイン教育のダイナミズム, 建帛社, 1993

5. 柏木博, 電子デザインの詩学, PARCO 出版, 1988
6. 柏木博, デザインの20世紀, 日本放送出版協会, 1992
7. 勝井三雄, 現代デザイン事典, 平凡社, 1991
8. 栗原裕 訳, メディア論, みすず書房, 1987
9. 粉川哲夫, メディアの牢獄, 晶文社, 1983
10. 粉川哲夫, ポストメディア論, 洋泉社, 1992
11. 藤竹暁, メディアになった人間, 中央経済社, 1987
12. 藤沢英昭 訳, デザイン教育, ダヴィット社, 1979
13. 三上俊治, 情報環境とニューメディア, 学文社, 1991
14. 竹内都郎, ニューメディアと社会生活, 東京大学出版部, 1990
15. 浜野保樹, イデオロギーとしてのメディア, 福武書店, 1992
16. 吉積健, メディア時代の芸術, 勁草書房, 1992
17. 世界デザイン会議運営会, 情報化時代のデザイン, NTT 出版, 1991
18. 日本デザイン学会, デザイン学研究, No.84, 1991
19. 九州芸術工科大学, 北海道 東海大学芸術工学部, 神戸芸術工科大学, 東北芸術工科大学, 多摩美術大学 上野毛校デザイン学科校案内, 1993