



Title	コミュニケーションはデザインしてならない
Author(s)	花村, 周寛
Citation	Communication-Design. 2010, 3, p. 318-327
Version Type	VoR
URL	https://hdl.handle.net/11094/12827
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

コミュニケーションはデザインしてならない

花村周寛

花村周寛 | Chikahiro Hanamura
大阪大学コミュニケーションデザイン・センター 特任助教

CSCD 特任助教。専門はランドスケープデザイン。建築や造園などの環境デザインをベースに風景というテーマで、インスタレーションなどの美術作品やプロダクトの製作など領域横断的な表現活動に取り組む。

デザインという便利な呪文

デザインという言葉が氾濫していないか。

グラフィックデザインや映像デザイン、プロダクトデザインや建築デザインなど、従来は「～デザイン」と呼ぶ時に、「～」にあたる言葉はデザイナーが具体的にマテリアルを操作して生み出す対象を指していた。しかし最近ではライフデザインやコミュニティデザイン、出来事のデザインなど、直接的なデザインの対象として適切かどうか分からないような言葉にまでデザインをつけることで、その言葉に潜む大きな問題が単純化した形で解決出来るものとして捉えられそうになることに危機感を覚える。もちろん私が専門としているランドスケープデザインという言葉も今や造園デザインの代替語として位置づいているが、風景(ランドスケープ)などデザインの対象としては怪しいものであることは言うまでもない。

デザインが既に定められた価値を演出するための付加的な行為として捉えられるのではなく、様々に絡み合う条件や問題を整理し価値を定めて行く本質的な行為として広義に捉えられることには大賛成である。しかし何にでもデザインという言葉をつけてメソッド的に語られることには諸手を挙げて賛成という気分にはなれない。

そして、その中でも特に「コミュニケーションデザイン」という言葉の組み合わせには違和感を覚える。

CSCDへ来て5年目を迎えるが、未だにコミュニケーションデザインという言葉の真意についてはっきりと見定めることが困難なままである。

私自身は設立当初はコミュニケーションそのものが具体的なデザインの対象となりうるという立場から可能性を探っていたが、この5年の間に携わった教育や研究、実務などを通して、この言葉を直接的なデザインの対象とすることの不正確さと困難を感じ始めている。そのあたりを巡って具体的にデザインするという立場から考えていることを独白してみようと思う。

デザイナーはどこに居るのか

具体的なデザイン実務に携わる立場から誤解を恐れずに言うと、狭義のデザインとはマテリアルのコントロールである。デザインすべき対象に対して具体的なマテリアルをもって細部の質や形を決定し、整えながら構成していくことがデザインをするという極めて具体的な行為である。つまりコントロール出来ない対象はデザインすることなど出来ないと言いかえてもいい。もちろん一方で全てが自分の思い通りに構成されることのつまらなさから偶発性をデザインの中に取り入れることもある。しかし偶発性を生み出すということもまた意図されたことであり、コントロールされていることには変わりはない。

それを踏まえた上で、コミュニケーションをデザインすると言われた時に疑問を感じるのは、デザイナーの立ち位置である。ここで語られるデザイナーはコミュニケーションの内側に居るのか外側に居るのか、つまり誰と誰のコミュニケーションを「誰が」デザインするのかということである。

コミュニケーションデザインを実行するデザイナーが、「自分」の言葉と身体を直接コントロールしてコミュニケーションをデザインするのであれば話は明確だ。コミュニケーションの内部に身を置きながら、自分がイメージする方向へコミュニケーションを導くために言葉や身振り手振り、画像などの様々な手段を用いて相手に自分の考えていることを的確に伝え、相手の話す内容を的確にキャッチする。そんな対話の技術としてコミュニケーションデザインを考えた時、デザインはいわばコミュニケーションにおけるセルフコントロールである。こうしたコミュニケーションスキルは大なり小なり身につけておくべきものであるし、センターが提供する授業の中でもそういう教育目的を持ったものもある。デザイナーは自分がスキルを行使しながらコミュニケーションを導いて行く行為者であり、誰でもデザイナーになることができるといえる。最終的にはセンターの提供する教育に関わった受講者全員が「自分自身

の] コミュニケーションデザイナーとして育っていくこと自体が一つのコミュニケーションデザインと呼べるのかもしれない。

しかし私がここで問題にしたいのはコミュニケーションデザインという行為がセルフコントロールや教育ではなく、誰かと誰かのコミュニケーションを外側からサポートする職業的な立場として考えた場合である。その時にデザイナーが具体的に操作すべき対象は他人同士の言葉や身体で交わされるコミュニケーションということになるからだ。他人の言葉や身体を直接コントロールすることなど果たして出来るのか、あるいはすることに意味などあるのか。ここにプロフェッショナルとしての「コミュニケーションデザイナー」という職業が成立するのどうかを疑問に思う点がある。狭義においてデザインが直接的にマテリアルを操作して構成して行く行為であると捉えれば、他人の言葉と身体、ましてや心の中などは決して直接的に操作しうるマテリアルになどならないし、してはならないのだと思う。なぜならば誰かの言動や行動を直接的にコントロールすることは演劇的な合意のもとによるものか、さもないと暴力や権力であり、それを行うのは演出家か権力者以外にはあり得ないからである。私たちはロバを水際まで連れて行くことは出来ても水を飲ませることは出来ないのだ。



媒介物のデザイン

コミュニケーションをデザインしてはならないのであれば、我々デザイナーはなすべがないのだろうか。私自身は必ずしもそうとは考えてはいない。

人々の言葉と身体から生まれるコミュニケーションは、その外側に居るデザイナーの手ではコントロール不能であるが、それを「直接的」に操作することが不能かつ不毛なのであり、それをある型や状態へ「間接的」に導くということにおいて、これまで我々が携わってきたデザインの中にある技術は、十分その効力を発揮するのではないかと考

えているからだ。その際に我々がデザイン出来るものは人々の行為を変容させることを促す「媒介物」のデザインではないだろうか。例えば見知らぬ人同士があいさつを交わす時に、名刺という媒介物はその情報を挟みながら会話するという方向へ行動が変容することを促す。つまり我々は人々の行為やコミュニケーションそのものをデザインすることは出来ないが、行為を媒介するものをデザインし、コミュニケーションを変形するというかたちでコミュニケーションデザインに参加することが出来る可能性が残されているのだ。

媒介物のデザインを通じて人の行為を変容させるということについての議論は、ジェームズ・ワーチの「媒介された行為 (mediated action)」に詳しい。ワーチによると我々が発する言葉や振る舞いなどは何かに媒介された行為であり、そうした媒介された行為は実は常にある特定の制約の影響下にあるという。そして新しい媒介物が登場することによって私たちは新しい行為を行い、そのことで私たちが今までどんな制約のもとで行動していたのかが自覚させられることになるとワーチは述べる。^{*1}

そうした行為への制約は、私たちのコミュニケーションについても知らず知らずのうちに型を決めてしまっていることがあるのではないか。このような制約と行動について、エドワード・ホールは文化とフィルタリングという言葉で説明をする。ホールは「かくれた次元 (The Hidden Dimension)」の中でコミュニケーションは文化であり、言語や振る舞い方、あるいは感じ方はその人が属する文化が持つ型によって概ねフィルタリングされていると述べる。

「異なる文化に属する人々は、ちがう言語をしゃべるだけでなく、おそらくもっと重要なことには、ちがう感覚世界に住んでいる。感覚情報を選択的にふるいわけるとして、あることは受け入れられ、それ以外のことは濾しすてられる。そのためある文化の型の感覚的スクリーンを通して受け取られた体験は、他の文化の型のスクリーンを通して受け取られた体験とはまったくちがうのである。人々が作り出す建築とか都市とかいう環境は、このフィルター・スクリーニング過程の表現である。」^{*2}

そうすると、私たちは帰属する様々な文化というフィルターを通った言葉や振る舞いによってコミュニケーションを交わしていることになり、さらにそのことに通常は自覚的でないことが多い。だから違う文化のフィルターを持った他者と接した時に、コミュニケーションのギャップが生じるのだ。そのコミュニケーションギャップの体験が自分の置かれ

*1
Wertsch, James V. (1991)
Voices of the Mind: A
Sociocultural Approach
to Mediated Action,
Cambridge: Harvard
University Press. = (2002)
佐藤公治ほか (訳) 『行為としての心』 北大路書房。

*2
Hall, Edward T. (1966)
THE HIDDEN DIMENSION,
New York: Doubleday &
Company. = (1970) 「かくれた次元」 日高敏隆、佐藤信行 (共訳) みすず書房: 5。

ている文化や制約への気づきというポジティブな方向に進めば良いが、そうではない場合も少なくはない。コミュニケーションのデザインということがもしあり得るのであれば、その間の調整する役目を何らかの形で果たすことである。そう考えると今までの行為が置かれていた制約に対して新しい行為を生み出す媒介物をデザインすることでコミュニケーションの問題へ私たちは外部からアプローチ出来るかもしれない。このスタンスは、人々の間で交わされるコミュニケーションを直接デザインの対象とした「コミュニケーションデザイン」という言葉ではなく、デザインされたマテリアルを媒介にして間接的にコミュニケーションを誘発／調整する「デザインコミュニケーション^{*3}」という表現の方がよりふさわしいように私には思える。

*3

清水良介、久保田テツ、花村周寛、尾方義人(2008)「デザインコミュニケーションの実践とそのコンセプト」『Communication-Design』(1):181-202。

言葉／イメージ／身体

さてその「デザインコミュニケーション」を実践する上で、どのようなアプローチを取れば良いのか。それを考えるためには、コミュニケーションの中身についてももう少し細かく見つめる必要がある。コミュニケーションにもフェイストゥフェイスの対人コミュニケーションから、コミュニティ単位ではかられるもの、政策提言や外交のような国家単位のものまで様々なスケールがあるが、ここではリアルに人と人が直接対話する対人コミュニケーションということを基本に据えて考えてみる。

コミュニケーションという言葉だけが取り上げられがちであるが、我々は言葉のみならず、画像や音声などの言葉ではない感覚情報としてのイメージや、身振りや表情といった身体もコミュニケーションにおいては重要な要素として用いている。つまり乱暴に整理すれば、人と人とは「言葉」と「イメージ」と「身体」を入り交えてコミュニケーションしているといえるのではないか。この言葉とイメージと身体という側面から行為を媒介する物のデザインを考えられないだろうか。

コミュニケーションの中心である「言葉」はまさに媒介物であると同

時に文化そのものである。言葉については数多くの研究がなされており、当センターの教授で劇作家である平田オリザ氏の演劇を出発点にしたコミュニケーションデザイン論としても語られているので、ここでは詳しく触れることは避けたいと思う。しかし我々は同じ言語を使用しても多重的に帰属する文化や権力構造による言葉のフィルタリングを無意識に受けており、そのフィルタリングを自覚的に浮き彫りにし調整する方法や、新しい言語をデザインしていくことが、これからの対話の社会において重要になるだろうということは述べておかななくてはならない。

「イメージ」によるコミュニケーションについては、絵画や彫刻から映像に至るまで様々な形態でこれまで芸術／アートがその表現を洗練させてきた。発し手のイメージが何らかの方法で提示された表現物は、発し手と受け手、あるいは受け手同士の中を媒介するものとなる。芸術表現はそれに触れた人の身体感覚を入口に、その人の心に対して何らかのアクションを引き起こすことを意図しているが、実際に何らかの行為を直接的に媒介することは特に意図されていないことが多い。だがその表現物がもたらす身体感覚や感情を巡った人々の対話を、表現されたイメージが媒介することがあり、それにはまだまだ汲み尽くされない大きな可能性を感じる。

最もデザインと関係が深いのは「身体」である。身体というとダンスや演劇といった身体芸術を思い浮かべるかもしれないが、それは身体を媒介にした心の表現物という意味では「イメージ」の表現に近い。むしろここで身体と呼んでいるのは人々の行為のことで、これはアートと同じように表現された具体物を媒介にはいるが、実際にそれに触れた人に何らかのアクションが起きることが想定されている。講演会のチラシのデザインは実際に会場に足を運ばせ、道具などのプロダクトのデザインはそれを使用するという行為を媒介する。デザインはそれに触れた人の心へ働きかけ、実際に何らかのアクションを起こすように訴えかけるものとして行われるのだ。

ちなみにデザインとアートは同じく表現物を通して行われるので混同されがちであるが、私自身は実践する上での出発点を明確に区別している。私の中ではデザインは問題や状況を解決しながら価値を創造していく行為であり、一方でアートは既存の価値や問題、状況そのものを疑い、時には破壊してみせる行為なのではないかと考えているからだ。アートが既存の価値を破壊するからデザインは次の価値を創って

いけるのであり、デザインとアートは価値を挟んで創造と破壊という表裏一体の行為であると私は捉えている。また感情や心への作用を入口に身体や行為を媒介するデザインと、一方で身体感覚を入口に心と心を媒介するアートは、そういう意味においても表裏一体の行為であるとも言える。もちろん優れた表現物はどちらの側面も兼ね備えているので、言葉の上で区別することに意味があるかどうかは人次第だが、ともに言語外のコミュニケーションにとって重要な役割を果たしているということは間違いないだろう。しかしこのセンターが「コミュニケーションアート・センター」ではなく、「コミュニケーションデザイン・センター」という名前がつけられていることの意味はもう少し吟味されるべき課題であるように思える。デザインセンターと名づけられたということは定められた問題に対する解決に向けて具体的な行動が求められているのではないかと個人的には思うところである。



環境・状況のセッティング

身体や行為を媒介するという観点から考えると、常にある制約や環境の影響下にある私たちの身体は、他人の身体の振る舞いや周囲の環境から様々な情報を無意識的に読み取り行動している。それと同時にたとえ沈黙していたとしても我々の身体はただそこにあるだけでコミュニケーションの上で何らかの情報を発している。主体性を持っているように思える我々の振る舞いには文化的な制約と同時に生物学的な制約も働いており、身の周りの環境に起こる微妙な変化や差異を敏感に感じ取り、それに応じて自分の行動が選択させられていると言いかえてもいい。そう考えると、環境こそが身体や行為を媒介していると言ってもいいだろう。そうであれば身体の動きそのものをデザインすることは出来ないが、環境との応答の中での心理や行動パターンを分析し、それにもとづいて環境をデザインすることで身体の動きをある程度導くことは可能なのではないかと思える。

例えば通常の大学の講義室という環境は机がずらりと並び、教壇に立つ教師と対峙する形で部屋のデザインがなされている。その環境の制約自体が実はある権力構造やコミュニケーションの型を持っていて、身体がそれに誘導されて振る舞っているということについてはあまり意識されない。だからセンターの依頼で私がデザインしたオレンジショップという教室では、机や椅子を配置せず部屋全体にカーペットを敷きつめ、靴を脱いであがりどこにでも座れるようにした。正面性を持たずに床に直接座り車座になることが出来るという環境のセッティングと従来の教室では、そこで生まれるコミュニケーションの型に違いが出ることは明らかである。どちらが正解というわけではなく、状況や問題に応じたデザインがなされることが重要であり、そこでの行為の可能性を身体が感覚的に読み取れるようにすることが大切である。そしてそこで振る舞われる身体の有り様がコミュニケーションの型を媒介するのである。

センターの教育で目指されているようなフラットに交わされるコミュニケーションという目的のためには身体的にも空間的にも権力構造をなくすことが重要な課題であり、その時にヒエラルキーをなくすような空間デザインというアプローチが有効なこともある。もちろん実際にイメージした通りのコミュニケーションが起こるかどうかは分からない。コミュニケーションは「結果」として起こることだからだ。しかし環境のセッティングをデザインし、ある行為を媒介したり制限したりすることで、ある型のコミュニケーションを誘導することが可能なのではないかと思っている。その際にこれまで建築デザインをはじめとする空間／環境デザインが培って来た知識や技術が手がかりの一つになるのではないだろうか。そう考えるとコミュニケーションというコントロール不能に思える問題への糸口が少し見え始める。

結果としてのコミュニケーションをデザインすることは出来ないし、することは不毛である。しかしコミュニケーションの原因や型を仕掛けるために、環境をデザインしたりルールや状況をセッティングするという可能性はまだまだ残されている。私たちはロバに水を飲ませることは出来ないが、ロバを水際までは連れて行くことや、水を飲むための道具を用意することは出来るのだ。



コミュニケーションデザインは出口である

これまで述べて来たように、デザインと称して人々の間で交わされるコミュニケーションの中身そのものを直接コントロールすることは不毛な行為である。人々の間で交わされる会話の中身やその人が持つ意見や身体の振る舞いを直接操作することは単なる暴力であるからだ。

だとすればコミュニケーションは直接的に操作されるべきものではなく、デザインした媒介物によって導かれた結果として起こるべきであり、そのためのアプローチこそ我々が取り組むべき課題として重要なのである。そのためにはあらゆる方向から「具体的に」アプローチすることが必要である。人々が使用する言葉というツールをデザインすることも、コミュニケーションが交わされる器としての環境をデザインすることも重要であるし、実際にコミュニケーションをサポートするプロダクトをデザインすることも入り口になりうる。それだけではなくイベントを起こしたり、ルールを設定することである状況を生み出すこともまた、ある型のコミュニケーションという結果を導く一つの入り口になるのだ。

コミュニケーションデザインとは一つのデザインメソッドではなく、無数のデザインコミュニケーションという入り口を通して行き着く出口である。その出口をデザインすることは出来ないが、そこにいたる経路や状況を設定する可能性はまだ無限に残されている。いつか将来的にその経路が整理され理論化された時にはじめてコミュニケーションデザインという一つの専門領域が立ち現れるような気がしているが、それはまだ先のことだろうと感じる。