

甲南女子大学
文学部メディア表現学科
専任講師

加藤 一葉 氏



自己を客観的に見つめる視線、 常に新しきに挑戦するバイタリティ

使う人・見る人の認識プロセスやコミュニケーション方法、思考などを分析し、それらに配慮することで情報を分かりやすく伝えるのが、情報デザイン。

自分がどこに所属していても、周囲に完全に染まってしまうのではなく、常に外部から観察する視点を持つよう心がけているという加藤一葉先生。自らも調査対象とすることがある研究についてや、将来情報デザイン分野の担い手となる学生たちの発想力を伸ばす教育方法を、どのように工夫されているのか伺いました。

執筆：藤本りお（有限会社アリカ）

加藤 一葉（かとう・かずは）

甲南女子大学 文学部メディア表現学科 講師

甲南女子大学文学部国文学科卒業。その後、宝石の専門学校を卒業し、デザイン会社、アパレル会社に勤務の後、多摩美術大学大学院美術研究科修了。産業技術総合研究所勤務を経て現職。論文に2005年「イベント空間情報支援プロジェクトにおける情報デザインの試み」、2005年「認知・知的障害者のための絵文字によるコミュニケーションツールの開発」など。

連絡先 甲南女子大学 文学部メディア表現学科 : <http://www.konan-wu.ac.jp/dept/media.html>
kazuha.k@konan-wu.ac.jp

デザインに興味を抱いた背景

神戸の街と海を見渡す高台に建つ、甲南女子大学。加藤一葉先生は自らの母校でもあるこの大学で、2006年のメディア表現学科立ち上げの中心となり、その後も専任講師としてデザイン教育に携わっています。学生たちは写真や映画、アニメーション、CG、演劇といった、メディアに関わるあらゆる知識と実践を学びます。情報デザインを、自らの経験を生かしたユニークな実技を通して教える加藤先生。でも実は、在学当時の専攻は国文学だったそうです。デザインとはまったく畑違いのように思えますが、学校中に絵画が飾られていたり、一般教養の授業で裸婦のデッサンがあったりと、教養や情操教育に重きをおいた甲南女子大学の教育方針による環境にも、デザインにつながるベースがあったのかもしれない。

華やかなファッションの女子学生たちが通うなか、学生だった加藤先生は、他校の仲間たちと設立したラクロス部で熱心に活動。早朝からの練習で昼間はいつも眠く、授業をさぼって校内の芝生で昼寝をするような、ちょっと異色の存在だったと振り返り、自らを「アウトサイダー」だと笑います。

「卒業後、宝石関係の専門学校に行ったんです。その後、宝石の知識がある人が欲しいということで、就職したのがデザイン会社。そこはデザインと言っても店舗設計まで手がける会社で、訳も分からずヘルメットをかぶって現場に行っていました（笑）。それから、アパレル会社に。そうこうするうちに、自分はデザインに興味があるのかも、と思い始めて……」

そこで相談したのが大学時代の恩師・上田信行先生だったそうです。「それがデザインに関係することなのか分からないまま、どのように作られているかなどの商品情報をどうやったら購買者に提供できるのかについて勉強したいとお話しました。そうしたら、上田先生は『それは情報デザインです!』ときっぱりおっしゃいました。すぐに須永剛司先生を紹介していただき、多摩美術大学に研究生で入学することに。その後、大学院へ進み、人が商品を購入する際の思考をモデルで可視化して『購買活動支援のための情報空間の表現と設計』というテーマで修士論文を書きました。とにかく論文を書きなさいと言われて必死で論文を書き続けているうちに、須永先生に産総研（産業技術総合研究所）を勧められたんです。まわりの先生方に引っ張られてどんどん先へ進んでいく。お話を聞いていると、そんなつながりや道ができていくのも、加藤先生の行動力やほがらかな性格のたまものという印象を受けました。

「デザイナー・イン・レジデンス・フォー・リサーチ」を体験

「90年代に、アーティスト・イン・レジデンス・フォー・リサーチといって、企業の研究開発の際、プログラマーやエンジニアのなかにアーティストやデザイナーが入って実験的なプロジェクトを行う流れがあったんです。最初はそのデザイナーバージョンを検証するために私が呼ばれたと聞いていました。モノを作る際には、研究者と現場の間に入って通訳ができる立場の人間が必要となります。デザイナーならそれができる、と」

「ところが、私が産総研に呼ばれたもう一つの理由があったんです。知識生産の現場、つまり研究活動のなかにデザイナーが参加すれば、モノを作ること以外にもその創造性が転用できるのではないかという仮説があって、それを検証するためだったんですね。最初はそんなこととはつゆ知らず、社会学の研究チームに入って自分の研究を進めていると思っていたんですが、実は自分自身が研究対象だったということに途中で気付いて。ショックでしたね（笑）」

それが分かってからは、研究材料として日記を付けたり、自分の行動を言語化して伝えるという活動も加わったそうです。「今のあなたの行動はなぜ？その絵を描いた理由は？と聞かれて最初は答えられず、一晩かけて、日記を書きながら自分がなぜその行動を取ったのかを考えるんです。そのことで、デザイナーである自分は、研究者である周りの人々と相当違う発想をしているんだということが分かりました。また、デザイナー・イン・レジデンス・フォー・リサーチについて、海外や国内の企業の事例を調べる研究も始めました」

その後、産総研内で部署を移動し、加藤先生は情報技術研究部門に移りました。認知科学や、コンピューターサイエンスを研究する部署で、実際の開発にデザイナーの立場で参加することになったのです。「そのとき手がけたプロジェクトの一つが、絵の組合せで文章を作るコミュニケーションツールのデザインや、それを構成する絵文字の開発です。これは、認知・知的障害者の方たち向けの防災用マニュアルを作るために、『地震になったので逃げる』といった内容を伝える目的で発案されたものです。800個ほどの絵文字と、絵の文法まで作成するというとても大変な作業でした。さらに、その開発の現場で研究者との間でどんなやりとりがあって、そのことがクリエイティビティにどう影響を及ぼしたのかという、デザイナー・イン・レジデンス・フォー・リサーチ研究も、同時に進めていました」



神戸を見下ろす景色は絶景。ここまでの眺めは、神戸の近隣大学でもないとか



加藤先生自らデザインに尽力したメディア表現学科の教室。透明なアクリル板は可動式でパーティションとなり、片方で授業、片方で実習もできる

こうしたツール開発とコミュニケーション・デザイン研究の両面で、以前の部署にいたときの経験が役に立ったといいます。課題に対するアプローチ手法や作業を進めるプロセスが、デザイナーと研究者では実はまったく反対だということが認識できるようになったからです。

「例えば絵文字を作成する場合、研究者からはまず、インターフェースのデザインを作って欲しいと言われるわけです。インターフェースがないとプログラムが書けないというのが理由です。先の見通しを立てるために、画面の大枠でいいから欲しいと。でも、何のために、だれが使うのかも分からないままではデザインはできません。そのことを調べさせていただきと説得するために、実際に施設を訪れて状況を把握することも必要でした。最初、被験者を、実際に障害者の方をお願いするのは困難だったため、文字の読めない幼稚園児を対象にしました。そして、ここは現場で見てきたこと、ここは専門家に聞いてきたこと、ここから自分のデザインプランなんです、と分けて報告します。このプロセスが一番重要でした。『彼らはパソコンのボタンを押すこともできません。それならタブレットの方がいいのではないかと提案するにしても、裏付けになるものを調べないといけないんです。打ち合わせも含め、あらゆる場面で撮影をして、説明のときにムービーを流したりしました。普通は文章で報告書を作りますから、こんな方法を使うのも、サイエンスの研究開発では珍しいことなんです。そのときの経験は、今でも生きていますね」。こうした知見も、アウトサイダー的な立場からプロジェクトに参加した加藤先生だから得られたものと言えるでしょう。

新設学科の立ち上げで研究者から教育者へ

一方、加藤先生がこれらの研究開発に取り組んでいる間

に、母校・甲南女子大学ではメディア表現学科新設の動きが進められていました。やがて恩師・上田先生に声をかけられて、ここで加藤先生は教鞭を執ることになります。「実は学科の開設1年目は、まだ教室もできていませんでした。現在教室になっているこの場所は、開放されたコミュニケーションスペースで、学生がお昼ご飯を食べていたりしました。その横で、私は教室デザインのための採寸をしていたんですよ！デザインから壁の色までこなしただですが、このときは店舗設計をしたデザイン会社にいたころの経験が役に立ちましたね。今でもこの教室は学生に開放していて、自由に課題ができるようにしているんです。うちの学科の学生はここに入り浸っています（笑）」

「教室がなかったころは、よく戸外の授業もしていました。校門に入ってすぐの池の脇に、サモトラケのニケの像があるんですが、『ニケの像のところで出欠票を集めるから、はい、それまでスケッチ』というふうに。学校のなかに、自分たちが新たに欲しい施設を考えるという課題を実施したこともあります。まずは、自分の好きな場所に行ってその場所をスケッチしたりじっくり観察して、行動を読み取るところから始めます。行動を読むというのは、自分がなぜその場所が好きなのかを見つけること。例えば見た感じがいいとか、友だちに会えるからとか。最終的にはグループで発表してもらったんですが、『池が気持ちよくなるからプールにしよう』とか『この眺めのいい一等地が空き地なのはもったいないからサロンにしよう』とか、さまざまな発想が飛び出してきました。発表方法もそれぞれ考えてもらって、ポスターや絵本にして。なかなか創造力豊かでしたよ」

メディア表現学科の授業では、理論と実践の両方が重んじられています。1、2年次はメディア表現の方法を



芝生に囲まれた池のほとりには、サモトラケのニケと、フランスのロダン美術館から許可され制作されたというロダンの「考える人」の像が建つ

視覚表現を中心に、「視覚・言語・身体」に分けて幅広く身に付けます。学年があがると、ムービー作成やグラフィックデザインの制作など、デザインの実作業がどんどん増えていきます。「学生たちは大学にも『楽しい』ことを求めています。そして興味を持つのは、自分の身近なこと。ですからカリキュラムにも、学生の生活や大学・学科に関わることを積極的に取り入れて、遊び心も加えるように心がけています。例えば、バーチャルなデザイン会社を仮定し『クライアントはこの大学のメディア表現学科です。高校生に向けて、学科を紹介するための展示アイデアを提案してください』と設定します。あなたの作ったものが良ければ採用します、というストーリー仕立てにするわけです。この場合、課題は実際に大学の事務の方などに見ていただいて、採用となったらオープンキャンパスで公開しています。

「学科開設の1年目には、各先生方の紹介をするというテーマで、取材してムービーを作りました。でも、インタビューで2時間も先生のところにお邪魔したりして、さすがにご迷惑かなと思ったので、次の年からは大学やメディア表現学科の紹介をテーマにしています」。とはいえ、先生方も学生たちとコミュニケーションが取れることは、嬉しい経験だったと聞きます。「他人の目に触れたり、オープンキャンパスで発表されるなど形の見える評価を受けると、やはりデザインのモチベーションが上がりますね。そうなってくると、デザインをするのがどんどん楽しくなってくるんです。普通、知識というのは目に見えません。でも、モノを作って評価を受けると、確実にそれが分かる。その影響は大きいんです」

認知能力を育てるデザイン教育

ここで角先生が取り出したのが、現在研究室で使われて

また、コンピュータを使ったデザイン制作以外にも、発想力を伸ばすユニークな試みを取り入れているそうです。

「これは、産総研時代にメタ認知の研究グループに教えてもらった手法なんです。例えば紙コップに対し、飲物を入れる以外の使い方を10分間に思い付く限り挙げるような、いわば発想のマラソンをするんです。課題はその時々によって違いますが、授業の最初に制限時間を設けて、できるだけ数多く絵を描いたり、モノを作ったり。また、毎授業ごとに、どのように考えて作ったのか、出欠票の代わりにコメントを書かせています。同じ時間内でできる数が増えてくる学生は、コメントも客観的に振り返ることができるようになります。つまり認知能力そのものが高まっているということなんです。この能力の高まりが、デザインのスキルをアップさせることにもつながっていると思いますよ」と加藤先生。

加藤先生はほかにも、情報を伝える技術を獲得するとともに、自分を客観的にみるメタ認知能力のアップに役立つカリキュラムを組み立てています。「CG表現B」という授業は、自分に関わる、食のテーマを選んでダイアグラムを作り、最終的にはFlashでムービーを制作するという内容です。素材は携帯電話で撮った写真やMP3プレーヤーで録音した音声など、身近にある機器を使って簡単に入手できるものにして、敷居を下げています。実際に課題が始まったときには、3日間何も撮っていないので、忘れたの?と聞くと、面倒くさくて食べていない、という学生がいて驚いたりもしましたが(笑)。ほかにも、オムライスを作る工程を実家、寮、1人暮らしの学生で比べてみたり。1人暮らしの人は、とにかく時間がかかる。寮の人は、自分の部屋と台所をいったりきたり。実家の人は、途中でおばあさんが出てきてサラダを作るのを手伝ってくれたり。こんなちょっとしたことでも、自分



学生の作品。メディア表現学科のカリキュラムを表したり、研究室を模式的に用い、先生たちの紹介をしたポスター



先生紹介のポスターから発展し、飛び出す仕掛けを作った冊子と、課題の作成時期などを記したカレンダー

の『当たり前』を客観的に認識し直すきっかけになっているんです。

メディア表現の将来の展望

加藤先生の授業の基本にあるのは、デザインというものの本質である「いかに情報を伝えるか」の発想と技術を教えるということ。「アニメーションや映像表現など、制作の授業はほかにもありますが、そちらはストーリーを作ったりと自己表現なものがほとんど。情報を伝えるという目的の制作の授業を持っているデザイナーは私だけです。メディア表現学科の学生たちは、多岐に渡って表現の幅が身に付いてくるので、卒業して社会で実務に入ると、きっと活躍すると思いますよ。たとえデザイナーにならなくても、企画力を必要とされている分野は多いですから。外に出ていった教え子たちと一緒にできることもいろいろあると思うんです。そういうつながりを広げていきたいですね。在学中の学生たちとも、教えるという立場から一緒にモノを作るという関係になっていければ、4年次くらいになれば、それができるのではないかと思います」

2008年現在、1期生が3年次に進級したところ。まだメディア表現学科の卒業生はいませんが、近い将来、社会に出る彼女たちの活躍が楽しみです。「この4月から、京都工芸繊維大学で後期博士課程の研究も始めました。非専門家・一般の方を対象にした、創造力を伸ばすための教育プログラムを研究しようと考えています」。バイタリティにあふれ、アウトサイダーらしい視点と幅広い分野の知識、経験を持つ加藤先生。その教育への挑戦はさらなる広がりを見せそうです。

Education Vanguardの詳しい情報は www.adobe.com/jp/education/hed/vanguard/

アドビ システムズ 株式会社 〒141-0032 東京都品川区大崎 1-11-2 ゲートシティ大崎イーストタワー www.adobe.com/jp/

AdobeおよびAdobeロゴは、Adobe Systems Incorporated (アドビ システムズ社) の米国ならびに他の国における商標または登録商標です。その他すべての商標は、それぞれの権利帰属者の所有物です。
©2008 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved.

