

デザインはエンタテインメントか？

園山隆輔^{†1}

エンタテインは「楽しませる、もてなす」の意であり、当然ながら対象となる「人」を想定する必要がある。一方、デザインも常にユーザーたる「人」を想定しなければならない。しかしながら、エンタテインやデザインを標榜しつつも対象となる人を想定していない、或いは軽視するものが後を絶たないのも実状である。いわゆる「ユーザー不在」で悪い意味でのアートと化してしまったデザインを考察することで、エンタテインメントコンピューティングのあるべき姿を模索する。

Does the Design Entertain?

TAKASUKE SONOYAMA^{†1}

When we think about the entertainment we also have to think about the user who receive the entertainment. On the other hand, the design always must think about the user. But these days we often see the products and the researches that neglect the user. (Even though they advocate the design or entertainment.)

In this paper I'm going to search the ideal entertainment computing, through the thinking about the design that forgot the user and became "ART (bad meaning)".

1. はじめに

「エンタテインメント (entertainment)」を辞書で引くと「楽しみ、余興」よりも先に「もてなし、歓待」という言葉があがっている。これはエンタテインメントが自分ではない任意の他者に向けられた行為であり、自分自身が楽しむ行為とは本質的に異なるものであると言える。従ってエンタテインメントを語る際、その享受者となる者（あえて『ユーザー』と呼称する）を想定するのは必須であり、そのユーザーを「どのような手段で」「どんな風に」楽しませるのか、について言及するのは最低限必要なことであろう。

しかしながら、昨今「エンタテインメント」を標榜しながら、ユーザーモデルを明確にせず、半ば価値観を押しつけるかのようなサービスや製品などを目にするのが少なくないように思われる。残念ながらエンタテインメントコンピューティング研究の分野においてもこの傾向は皆無とはいえない状況にある。

一方、デザイン、なかでも工業製品全般に関わる「プロダクトデザイン」や、マン・マシンインタフェースに関わる「インタフェースデザイン」、さらに様々なテクノロジーやサービスと人との関係性を構築する「インタラクションデザイン」においてもユーザーとなる人を想定するのは至極当然のことであり、そういう意味において、デザインも「もてなし、歓待」であるエンタテインメントの一環であると捉える事ができる。だが、もとより美術領域との親和性が高いデザインは往々にして美的要素と創造性を過剰に

重視するあまり、悪い意味での「アート」に堕して、創作者の価値観を受け入れることをユーザーに強要したり、ユーザー不在で創作者の価値観が独り歩きするような事態に陥ることが少なくない。

このことは先述のエンタテインメント領域が抱える課題と構造的に酷似しているように思われる。

そこで本論文では、デザインの課題を考察することで、エンタテインメントコンピューティングの在るべき姿を模索することを試みる。

2. デザインの課題とエンタテインメント

デザインの領域についてはさまざまな議論のあるところだが、本論分ではあくまでビジネスを前提とした行為としてのデザインについて考察するものとし、個人的な趣味の領域や純然たる芸術としての造形などの広い意味での創作・造形活動は除外して考えるものとする。

デザインは、そのアウトプットの特性上、芸術のいち分野として語られることが少なくない。しかしながら先述のように「ユーザーとしての人を想定するのが必須前提」という点に於いて、デザインはアートと大きく異なるとも言える。

それでもなお、ユーザー不在で価値観を押しつけるかのようなデザインが後を絶たないのはどういうことであろうか？（ここで具体例をあげつらうのは差し控えるが『誰の為にデザインされたのかわからない』、『見た目は美しいけれど使いにくいことこの上ない』といった事例は読者諸氏

^{†1} T-D-F
T-D-F

も心当たりがあるだろう)

その大きな原因のひとつはデザイン教育にあると考えられる。

日本におけるデザイン教育の多くは美術・芸術系の教育機関で行われており、そのことが「デザイン=アート」という意識を強固なものにしていると言っても過言ではないだろう。実際に行きとしてのデザインを考えた場合、美術的な技法や知識は必須であり、その意味においてデザインとアートは不可分であると言える。しかし、それらはあくまで手段であって、デザインの本質的な部分は「自分ではない誰かの為」を考えることにある。つまりアートが自己の内側にある感性や情動の発露であるのに対して、デザインは外在する課題の解決策や新たな価値の提案を行う事にその本質があるのだと言える。

敢えて述べるならば、デザインは図画・工作の延長ではなく、技術・家庭の延長線上で教育されるべき科目であると言えるだろう。

このように、デザインが往々にして悪い意味での「アート」に走ってしまう原因のひとつは、その出自にこそあると言えるのではないだろうか。

では、エンタテインメントの場合はどうであろう？こちらにも似たような構造があるように思われる。

すなわち、エンタテインメントという言葉が広く世間一般で使われるようになったタイミングと、ゲームやメディアミックスを代表とするコンテンツビジネス（特にデジタルコンテンツ）の台頭が密接であるため、エンタテインメント=映像系コンテンツ（特にゲーム）という固定概念が一般化してしまっているのではないだろうか。

このように考えると、EC研究会などのプレゼンテーションにおける質疑応答で、発表された要素技術の活用領域を尋ねられて「ゲームなど…」と答える頻度が高いことにも説明がつくように思われる。

いずれの場合も、この先入観を打破し、本来の在るべき姿、つまり「想定されたユーザーとの関係性を明確にする」という使命を全うできるような環境構築や意識改革が急務と言えよう。

3. エンタテインメントコンピューティングの在るべき姿

エンタテインメントコンピューティング研究会は「新しいエンタテインメントを創造するためのエンタテインメント技術の研究、『面白さ』の基本要素を解明したり評価法を確立するエンタテインメント性の研究、教育・エクササイズ・福祉などの様々な分野での応用を探るエンタテインメント化の研究を進める」ことを趣旨としているが、これはここまで述べてきたように、具体的なユーザーモデルを

明確にして、そのユーザーに対してどのような関係性を提供するのか、ということ念頭に置いた理念であるべきだと言える。噛み砕いて言うと「誰をどんな風にもてなすのか」ということを明確にすることこそがエンタテインメントコンピューティングの本来在るべき姿であると言えよう。

そのためには多少乱暴ではあるが、エンタテインメントコンピューティングの研究にはかならず具体的なユーザーモデルを記載する、などのルールを策定してしまうのも効果的かもしれない。

なんでもかんでもビジネス化を考える必要はないかもしれないが、たとえどれほど小さな要素技術であっても、最終的な「社会貢献」を念頭に置くべきであり、そのためにはこのように考える事も、今後必要になってくるのではないだろうか。

エンタテインメントコンピューティングがより社会に認知され、役立つ研究となって行く為に、以上の提言をさせていただきます。