

巻/頭/言

デザインという言葉の歴史的变化とUXデザイン

From a Historical Viewpoint of "Design" and "User Experience Design"

山中俊治
Shunji Yamanaka



誰もが“デザインが大切だ”と口にする時代である。メーカーの経営者はそろって、これからの商品価値はデザインにこそあるといい、雑誌もWebもデザインについて多くの文字数を使って語る。数年前から科研費の新たな分科細目として“デザイン学”が設定されるようになった。明らかに多用され重用されるようになった“デザイン”という言葉だが、その意味は文脈によってかなり異なる。

一般的に“デザイン”は美術の一分野のように語られる。もともと英語圏のDesignという言葉の原義は広く“計画に形を与えること”であり、工学的な設計の意味も含まれるが、20世紀の初頭にインダストリアル・デザイナーという職業が成立したころには、狭義に“意匠”の意味でも用いられるようになった。我が国でも、デザインというカタカナ表記が戦後に導入されて以来、色や形、又は図案、柄(ガラ)等の意味で一般化しており、今日でも“デザイン家電”などと表される時のデザインは、ほぼ“おしゃれな(外観の)”と同義である。

歴史的に見ても、20世紀の産業デザインは、大量生産される商品に常に新しい形を与え続け、消費者の欲望を喚起する装置として機能してきた。アドリアン・フォーティが指摘するように、新しく発明された技術を既存の日常的な家具に見せかけたり、未来を感じさせるようなスタイルで煽(あお)ったり、又は技術に進展はなくとも、見かけだけを変える機能をデザインが果たしてきた(フォーティはこうしたデザインの働きを軽視すべきではなく、それこそが資本主義社会を支えてきた原動力だと言い切る)。その意味では少なくとも、前の世紀のデザインは科学技術開発の下流にあったと言える。

しかし今日、前の世紀の後半に露(あら)わになった様々な要因がデザインを産業構造の上流に押し上げた。ソフトウェア技術とネットの隆盛による製品開発とサービスの一体化。先進国における消費者の要求の高感度化と細分化によって感覚的な商品価値が主役になったこと。地球環境問題が露(あら)わになり、成長の限界の中でつくる意味そのものを問われるようになったこと。情報社会の中で個別の商品性能よりもブランドの価値が優先されるようになったこと等々。こうした状況を踏まえてデザインは、何をどのよう

に使われるかをあらかじめ計画するプロセスとして、技術スペックや製造方法に先立つようになってきた。同時にデザインは、応用美術としての意匠設計ばかりではなく、人と人工物の関わり全般を計画する技術に変貌しつつある。

特に、90年代に露(あら)わになったユーザビリティの問題は、デザインを産業構造の中核に据える原動力になった。“機能満載だがユーザーはそのほとんどを使っていない”商品が蔓延(まんえん)するようになったというD.A.ノーマンらの問題意識は多くの技術者とデザイナーが共有するようになり、その解決手法としてヤコブ・ニールセンらがユーザビリティ・エンジニアリングを発展させる。“ユーザビリティ”の概念を導入したことの最も大きな功績は、スタイリングと人間工学が明瞭な目的意識の下に合流し、“デザイン”を工学的にも理解しやすい概念として拡大させたことにある。この方向で更に拡大されたデザインを象徴する言葉の一つが、今回の特集であるユーザーエクスペリエンスデザイン(UXデザイン)である。

やや逆説的だが、ニールセンらが提唱したユーザビリティ・エンジニアリングが優れて実用的であったゆえんは、ユーザーの行動を科学的に厳密には解明しようとしなかったところにあった。ユーザーテストを繰り返し、観察と改良を繰り返すことで網羅性や再現性に捕らわれることなく実用的な設計解を得るその目覚ましい成果は、科学的な厳密さの袋小路を避ける民俗学的マクロ視点によって成立している。今後の発展方向としてはやはり、反応装置としての“人”モデルをマイクロにも解明することになるだろう。時には生物学的な侵襲を伴う高精細なセンサによる多次元パラメータの同時解析手法や、ライフログ的なビッグデータ解析等、テストに立ち会う開発者達の“観察”に頼っていた人と人工物の関わりに、実験科学の手法が導入されつつある。一方で音声インタラクションの技術や高精細なAR(Augmented Reality)環境は、人を取り巻く環境自体をモデル化することを可能にしつつある。“エクスペリエンス”は、極めて幅の広い境界が曖昧な言葉だが、それでもその詳細な記述と解析の方向性は見えてきたように思う。科学と美術を統合し、人を取り巻く人工環境全体を扱う“デザイン”は始まったばかりである。