

表現ワークショップというアプローチ

沼 晃介

東京大学 先端科学技術研究センター

〒113-8656 東京都文京区本郷 7-3-1

(東京大学大学院 工学系研究科航空宇宙工学専攻 堀研究室)

E-mail : numa(at)ai.rcast.u-tokyo.ac.jp

Abstract: 本稿では、情報メディアとの関わりをデザインするため、表現に着目し実践的な場の環境や活動と情報システムを総合的に設計するわれわれの研究手法を紹介する。われわれのアプローチとして表現ワークショップという実践手法を用いた手法を提示する。

1. 市民が自ら表現すること

本稿の背景には、大きく 2 つの流れがある。

まず第 1 は、近年の情報の爆発的氾濫である。情報技術の進展と普及により、人びとがアクセスできる情報があまりに増え、個人が適切に処理し管理し付き合っていくことが難しくなりつつある。情報検索技術やフィルタリング、情報推薦などさまざまな支援技術の研究が進められる一方で、情報リテラシー教育の重要性が強調される機会も増えている。しかしこれらの視点の多くは、いかに情報を適切に、効率的に選択するかという情報の受け手としての問題として捉えるものである。われわれは、人びとが単に一方的に情報を受け取るという構造自体を変える必要があると考える。

われわれは、「表現」に着目することでこの関係を編みかえることを企図している[須永 2007]。人びとが自ら情報を生み出し発信する立場となることで、一方的な情報の受け手という役割を超えて情報の循環の中に主体的に関わることができる。情報の流れを知るとは、自ら情報をマネージすることにつながる。

近年、デジタルカメラやケータイ、その一種としてのスマートフォンなど、市民が日常的に携帯するデバイスにより、テキストばかりでなく写真や動画などを記録することや、ほぼリアルタイムにインターネットを介して人に伝えることが可能となっている。これらのデバイスの普及を背景にしたウェブのサービスも多数登場し、技術的には市民の誰もが情報発信者になることができる。しかしながら実際に日常的に表現を行い発信するのは、まだ一部の先進的ユーザに偏っているように思われる。こうした既存の技術を活用しながらも、日常的な表現行為を一般の人びとに敷衍していく仕掛けが求められる。

自らの考えを表現により外化することで、自身の考えを客観視し多面的に捉える助けになるし、発展的に深めることもできる。また、外化することではじめて他者に伝えることができる。さらには、表現の形態をとることでメディアに載せることもできるし、コンピュータで処理して支援を行うこともできるようになる。

2. 実践的な創造活動支援研究

第2の背景は第1の背景に関連する。われわれは創造活動支援の研究の文脈からこの研究を行っている[堀 2007]。創造活動は実際の人びとの生活の中で行われているが、この支援のためには実験室の中で実験システムを作るばかりではできないことがある[沼 2009]。

実験室と実社会での環境の違いの一つは、環境に関わるパラメータである。実験は、理想的にパラメータを制御して観察することにより、パラメータと効果との関係を明らかにするものである。しかし実社会での創造活動を考えるに、どのような道具を用いてかということより、それをどのような環境、どのような文脈で行うかということが、そのプロセスにも成果にも大きく影響する。実験環境とは異なり環境や文脈に関わるパラメータの数も多く、またそれらは相互に関連しあっている。さらには人為的に制御することが困難なものも多数含まれるため、実践環境をデザインするうえでの制約となる。実験室にはない実社会の持つある種の「リアリティ」は、このようにパラメータと制約が複雑に関連して生じている。実験室を超えた実社会への技術の適用を考えるとき、その技術が環境や活動など技術以外のパラメータとどのような関係を持つかを考慮しなければならない。また制御しうるパラメータは技術以外のものでもデザインの対象となる。単に情報システムの機能だけ設計し提供するのではなく、それがどのような環境でどのように利用されるかを総合的に設計していく必要がある。

実社会のメディア環境をデザインするために、一定のリアリティのある実験的な場を用意し、その中でシステムと活動、環境を設計、実装するアプローチをとる。実社会からリアリティを維持して一部を切り出す、そのための手法のひとつが本稿で述べるワークショップである。われわれの扱うワークショップの場は、次章に詳述するが、一般の市民の参加を募り、実験とは異なり制御不能な多種のパラメータとその制約のもと行われる。そのうちの最大の制約が、実験が主目的でないことである。実験的な場ではあるが、実験ではない。

3. メディア・プラクティスとその手法としてのワークショップ

水越らは、メディアに媒介された社会的および身体的な実践のことをメディア・プラクティスと呼んでいる[水越 2003]。われわれのアプローチも、メディア論的に捉えればこの試みの一種といえる。既存の創造活動支援研究のように情報システムの機能やユーザインタフェースのデザインにとどまらず、それを活用する活動そのものをデザインするというアプローチは、メディア・プラクティス（実践）のデザインを行っていることにほかならない。

メディア・プラクティスにはメディアを活用したさまざまな取り組みが含まれるが、われわれなりにその重要な構成要素をあげると、課題、ルール、そして対象とする社会の範囲といったことになるのではないかと考える。課題は、参加者に与えられるお題であり、人びとが自ら表現を行うきっかけとなる。「何でもいいから何か表現しなさい」といわれても困ってしまうのではないかと思うが、例えば「あなたにとって家族とはどのようなものか語ってください」などといざお題が出されれば、何かを表現するきっかけになるであろう。ルールは、その表現や表現活動が従うべき条件であり、例えば「写真を1枚で表現してください」だとか「140文字以内の文章で書いてください」だとかそういったことである。これは明確に参加者の表現物や表現活動を制約するが、人は制約の中でこそ創造性を発揮するとの議論もある[Finke 1992]。また同じルールのも

とで参加者が表現を行うことにより、ある種の一体感を生みお互いの表現を受け入れる土壌が形成されると期待する。やはり表現を促進する狙いがあるのである。3 つめの要素には、対象とする社会の範囲を決めることがあげられる。実社会の中のどのような問題に対し、どのような人びとを対象に、時空間はどのような範囲で、その実践を行うかということは、その実践を規定する。特に、同じ場所、同じ時間を共有して人びとが集まって行う実践は、ワークショップと呼ばれる形態をとる。ワークショップとは、参加体験型のグループワーク形式で行われる学習や創造、合意形成の手法やスタイルをいう。アート、街づくりや教育など、さまざまな領域で近年広がっている[中野 2001]。われわれは、ワークショップをメディア・プラクティスの手法として用い、情報システムとその実践を行う環境や実践での活動を総合的にデザインすることで、市民が自ら表現を行う支援を行う。われわれが行ってきた実践も必ずしもすべてがワークショップであるというわけではないが、本稿では代表的な手法のひとつとしてこれを取り上げる。

4. 手段としてのワークショップ・参加者のためのワークショップ

ただしここで述べておきたいのは、われわれの行うワークショップは表現を行う場の実現の手法としてのワークショップであり、そのメディア表現を通じて実際に参加する市民が持つ社会的な問題の克服を企図しているということである。われわれがワークショップという手法を用いて社会を指向したメディア環境のデザインを行うということは、必ずしもすべてのワークショップが社会指向の実践であるということの意味しない。近年ワークショップという手法は各領域にてファッションのように行われ、中には安易に何かを作ってみましょう、やってみましょうというような、ワークショップを行うことが自己目的化したようなものも見受けられる。また本質を見えにくくする理由に、何をやったって人が集まって自らの身体を動かして何かをやれば、なんだかんだ割に楽しいということがある。もちろん準備や計画は必要であるし、場を回すノウハウもまた必要で、実際に参加者を楽しませることに多くの課題があるわけであるが、本当に単に楽しかったね、よかったね、で終わってしまうことは本意ではない。

われわれが行うワークショップを、われわれの意図しないワークショップと区別するのは次の2点である。第1に、実社会における目的の有無がそれを分けると考える。われわれは、ワークショップにおける活動を通じて、なんらかの課題を解決したり考えたりするためのきっかけとする、目的に対する手段としてのワークショップを扱う。第2に、実施者ではなく、参加者の目的が重要である。ワークショップの顔をした実験ではないのである。実装したシステムを実験で評価できないからとりあえず使ってもらおうといった類のワークショップを行うのではない。参加者に何が提供できるかを考えた上で、その中で必要な情報システムも合わせてデザインし実装するのである。ただ付け足しておく、これは区別をしているだけで、タイプの異なるワークショップの存在を否定しているわけではない。

5. 表現ワークショップの構成要素

われわれは表現ワークショップを、メディア・プラクティスの一手法として行っている。先述したメディア・プラクティスの重要な構成要素を分解し、われわれの行う表現ワークショップの文脈で具体化してみると、以下のようなものになるだろう。

まずその実践の（参加者にとっての）**目的**がもっとも重要である．その目的を達成するために，**課題**と表現の**ルール**を設定し，参加者が行う**活動プログラム**を準備する．その活動の中で用いる**道具**も重要な要素であり，創造活動を支援する情報システムもこの道具の中に位置づけられる．また，実際にワークショップを行うためには，**場所**と**時間**を用意する必要がある．最後に，**参加者**と，そのワークショップの場を切り盛りする**ファシリテータ**が必要である．

重ねて述べるが，これらの要素は相互に関連しあっている．参加者の数に応じて必要な場所や時間は変わってくるし，活動のプログラムも調整する必要がある，などといった具合である．情報システムも，この要素のひとつであり，参加者に提供するワークショップの一部として総合的に設計されなければならない．そうすることを通じて実際の人びとが実際の活動の中で実際に用いるシステムづくりが可能となる．創造活動支援の技術として考えるとき，情報システムの機能のみを抜き出して考えることはできず，そのシステムを含んだ活動の中に位置づけて評価されるべきものである．この意味で，技術単体を問題にする場合にはこのワークショップというアプローチは適切ではない．純粋に技術的な問題ならば，実験においてその効果を検証するべきであろう．むしろわれわれのアプローチは，ワークショップ全体を通して対象とする人びとにどのような価値を与えることができるのかということを問う，発見的な手法である．

6. まとめ

本稿では，情報メディアとの関わりをデザインするため，表現に着目し実践的な場の環境や活動と情報システムを総合的に設計するわれわれの研究手法を紹介した．

謝辞

本研究は，科学技術振興機構（JST）の戦略的創造研究推進事業（CREST）の支援を受けた．

参考文献

- [須永 2007] 須永剛司，堀浩一，西村拓一，水越伸：メディア・エクスプリモ宣言：市民のメディア表現と情報デザインの新たな地平．<http://www.mediaexprimo.jp/outline/declaration.html>, 2007.
- [堀 2007] 堀浩一：創造活動支援の理論と応用．オーム社，2007.
- [沼 2009] 沼晃介：実践指向創造活動支援研究．第 10 回 AI 若手の集い（MYCOM2009），2009.
- [水越 2003] 水越伸，吉見俊哉：メディア・プラクティス—媒体を創って世界を変える．せりか書房，2003.
- [Finke 1992] Ronald A. Finke, Thomas B. Ward, and Steven M. Smith: Creative Cognition: Theory, Research, and Applications. The MIT Press, 1992.
- [中野 2001] 中野民夫：ワークショップ—新しい学びと創造の場．岩波書店，2001.