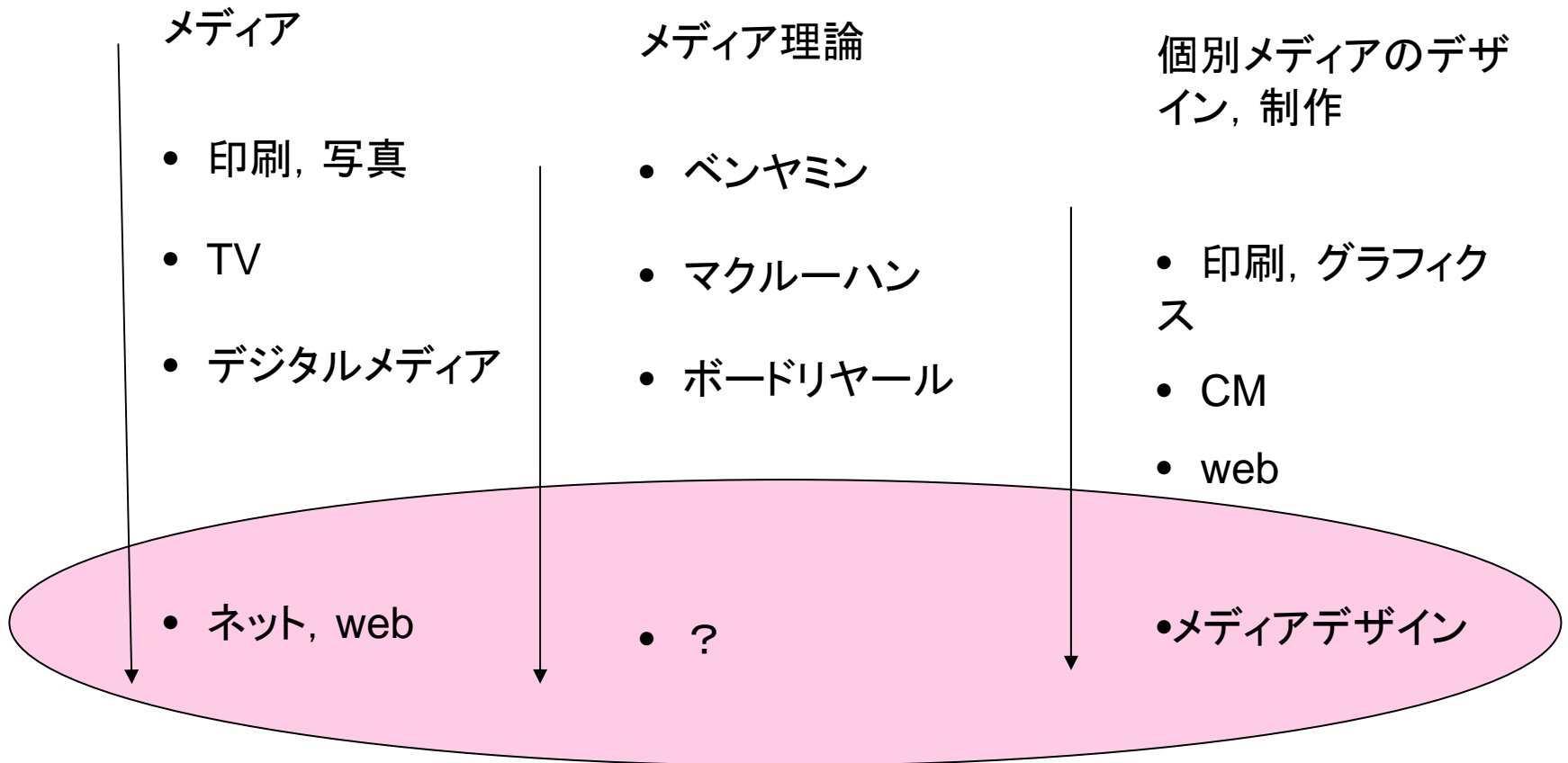

メディアデザイン 06

メディアデザイン 現代的課題

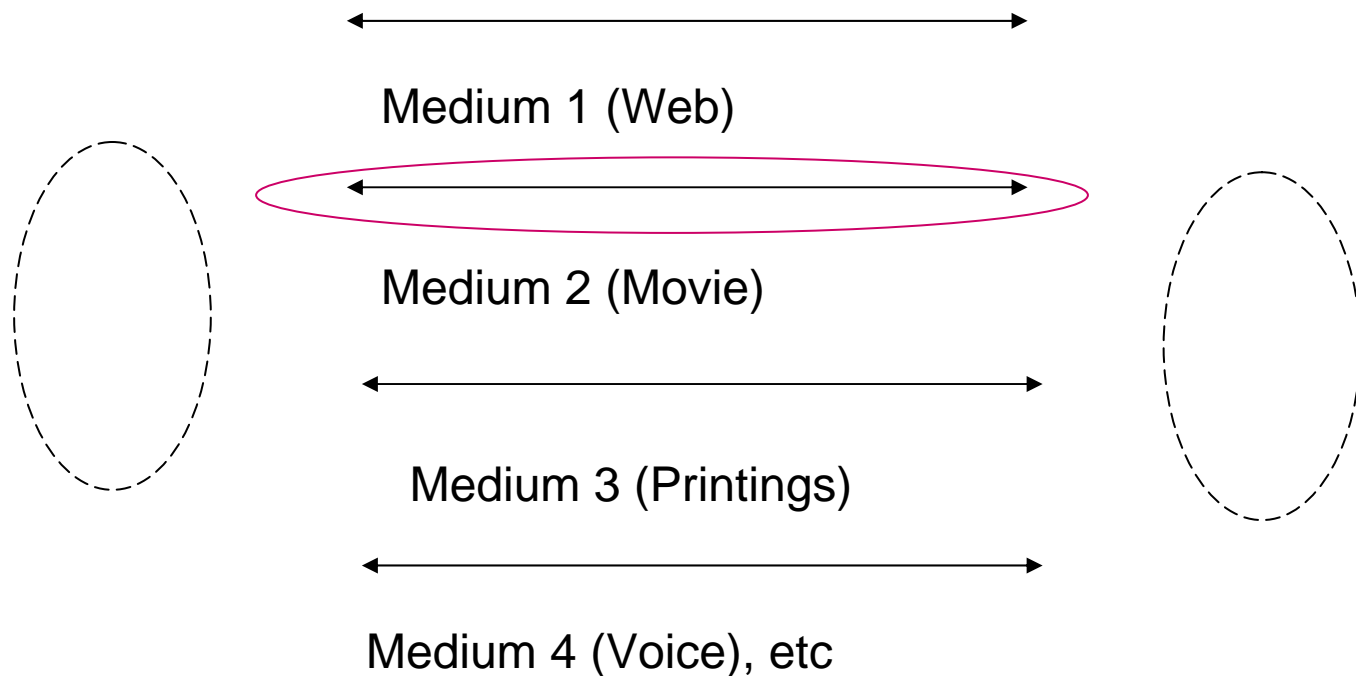
兼子正勝

メディア理論の現在(復習)



Thinking Media (復習)

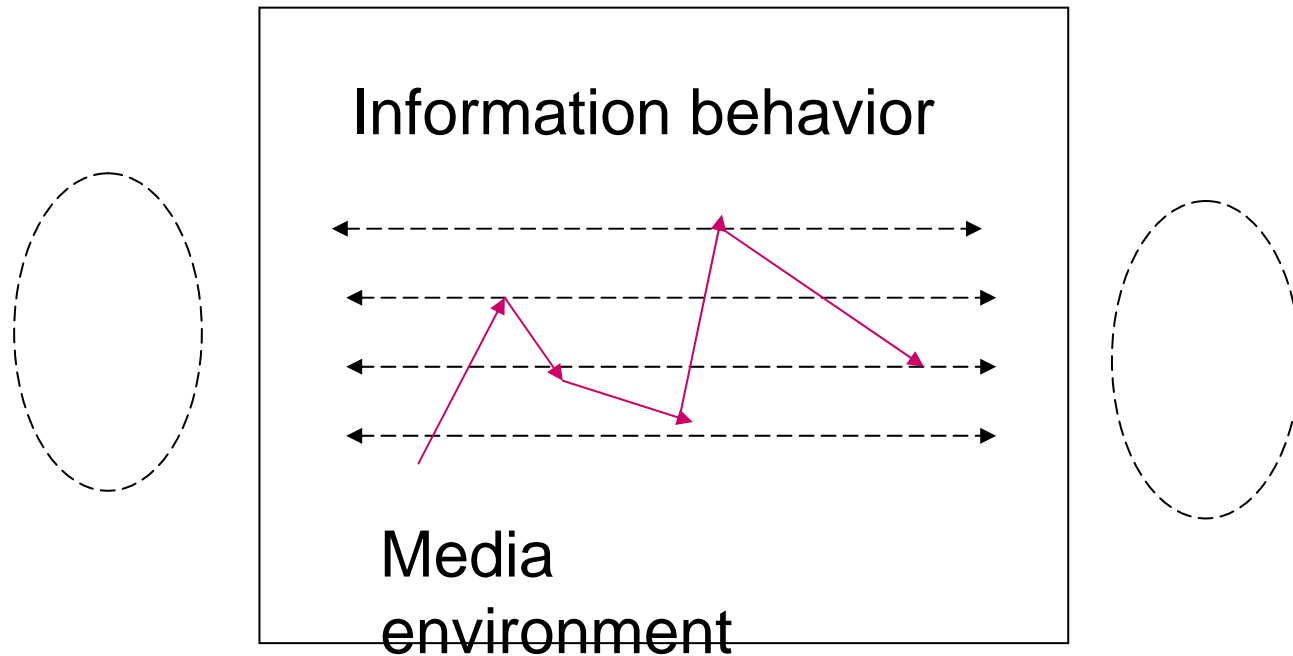
マクルーハンのメディア論イメージ



Post-Media (復習)

個別メディアからメディア環境へ

個別コンテンツの意義から、ユーザーの全体的行動へ



メディア状況の変化

進行中ないし予想される変化

- 個別メディアの高度化

ハイビジョン, ブルーレイ, 携帯

- 個別メディアの統合再編

デジタルテレビ, デジタルシネマ, 携帯・ネットとの融合

- あたらしいユーザーの台頭

日常的コミュニケーション, 参加, 共有

- 次世代メディアの動き

ubiquitousなど

2つのメディアデザイン

- **メディア論的デザイン**

個別メディアの特性を把握して、特性を生かすようにデザインする

- **ポストメディア論的デザイン**

メディアの組み合わせ(環境)のなかで、ユーザーがどう動くか(行動)をデザインする

あるいは動いてもらうために適した、メディアの環境をデザインする

>> 近い将来には、ユビキタス・メディアデザイン？

>> メディア環境とユーザー行動を、空間的にデザイン

2つのメディアデザイン(例)



Playstation III

画像処理の高度化

ユーザー VS 画面 の視
聴関係は普遍

<< 従来ユーザーの延長



Wii

インターフェースの変化

ユーザー VS 画面 の関係を変
える

<< あたらしいユーザー

(集団で遊ぶ, 子供, シニア)

2つのメディアデザイン(例)

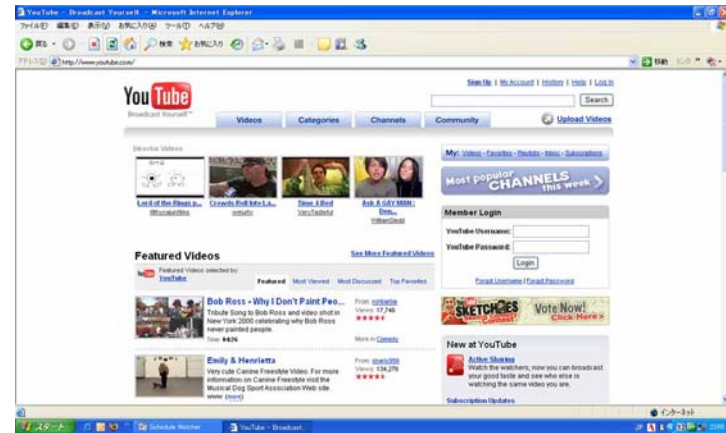


Gyao

著作権管理あり

コンテンツ数少ない

<< 放送イメージの保持



YouTube

著作権管理なし

コンテンツ数多い

<< あたらしい行動環境の
デザイン

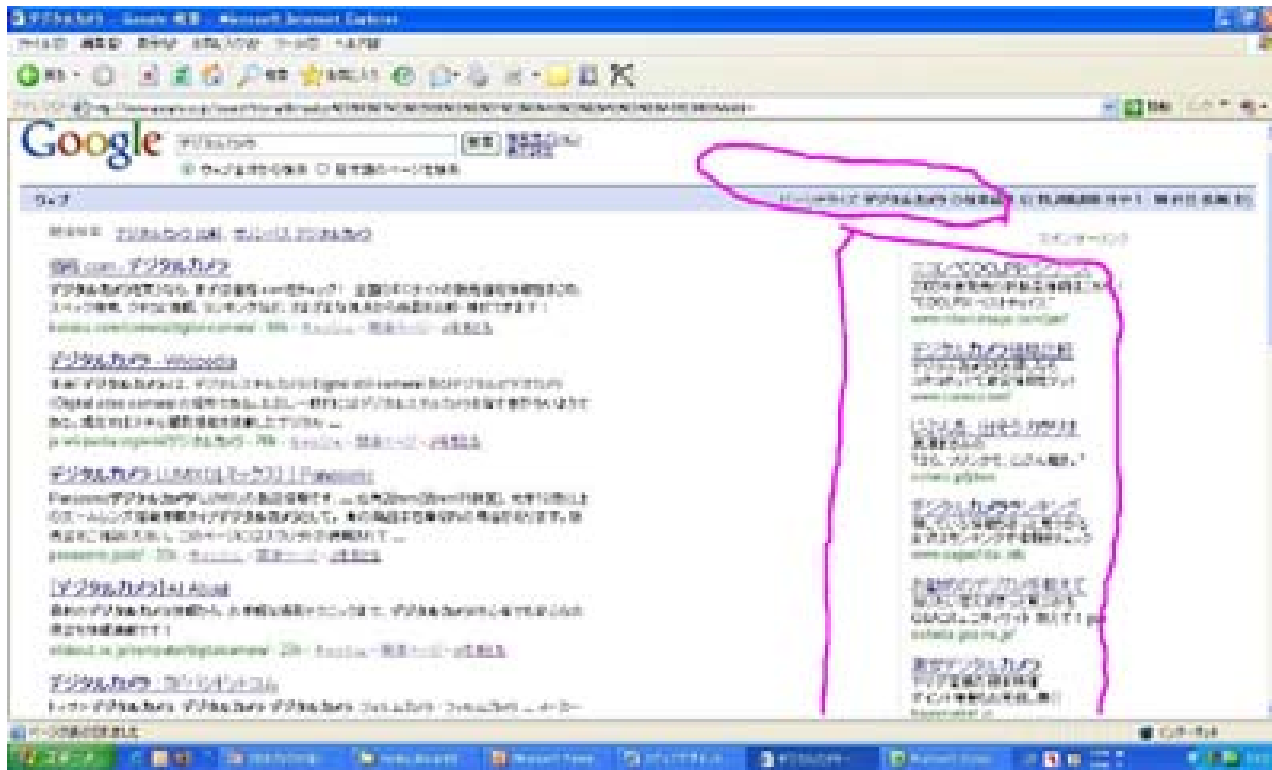
2つのメディアデザイン(共存)

Web広告のさまざま

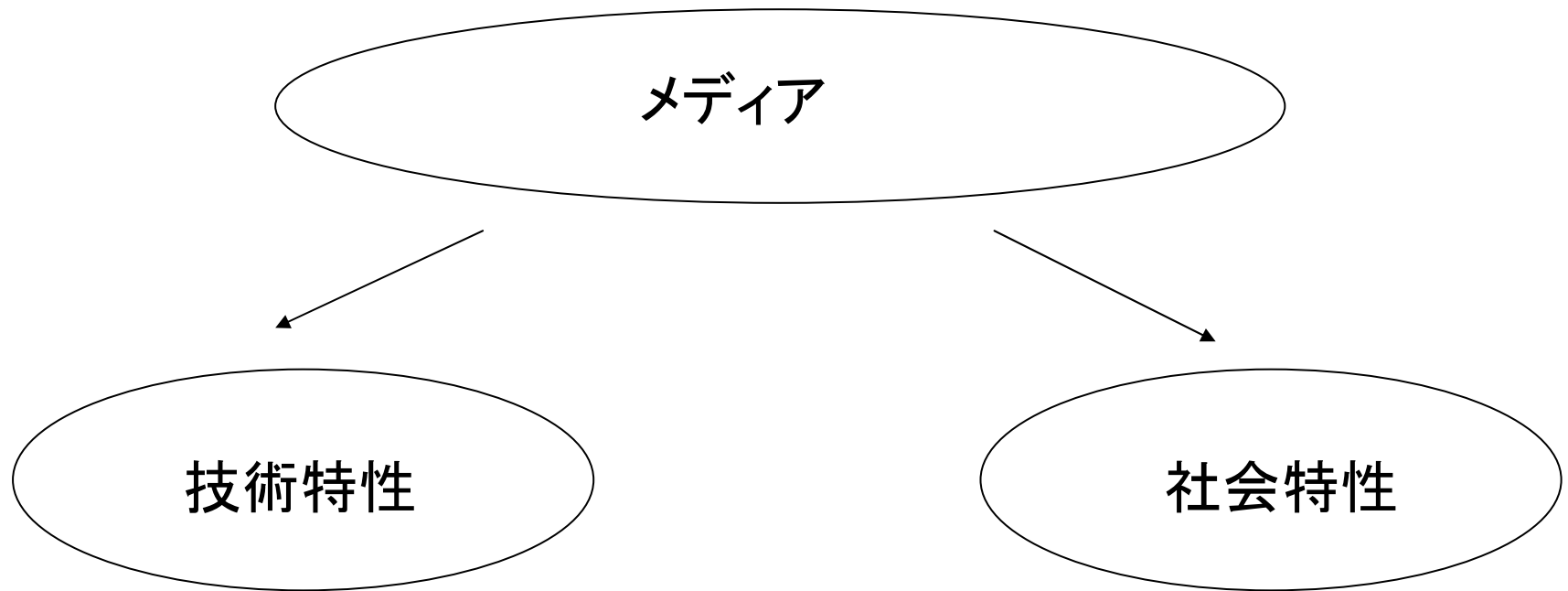
サイト分類	ポータル	検索	ジャンル	その他
例	Yahoo	Google	グルメ, 価格	雑情報, 個人ページ
広告	バナー	リスティング	コンテンツ連動	ユーザー行動連動
Page数	少ない(1)	少ない(1)	普通(3)	多い(5)
嗜好	不特定	方向性がある	明確	不明
PageView	非常に多数	多い	多い	少ない

2つのメディアデザイン(共存)

参考: リスティング広告



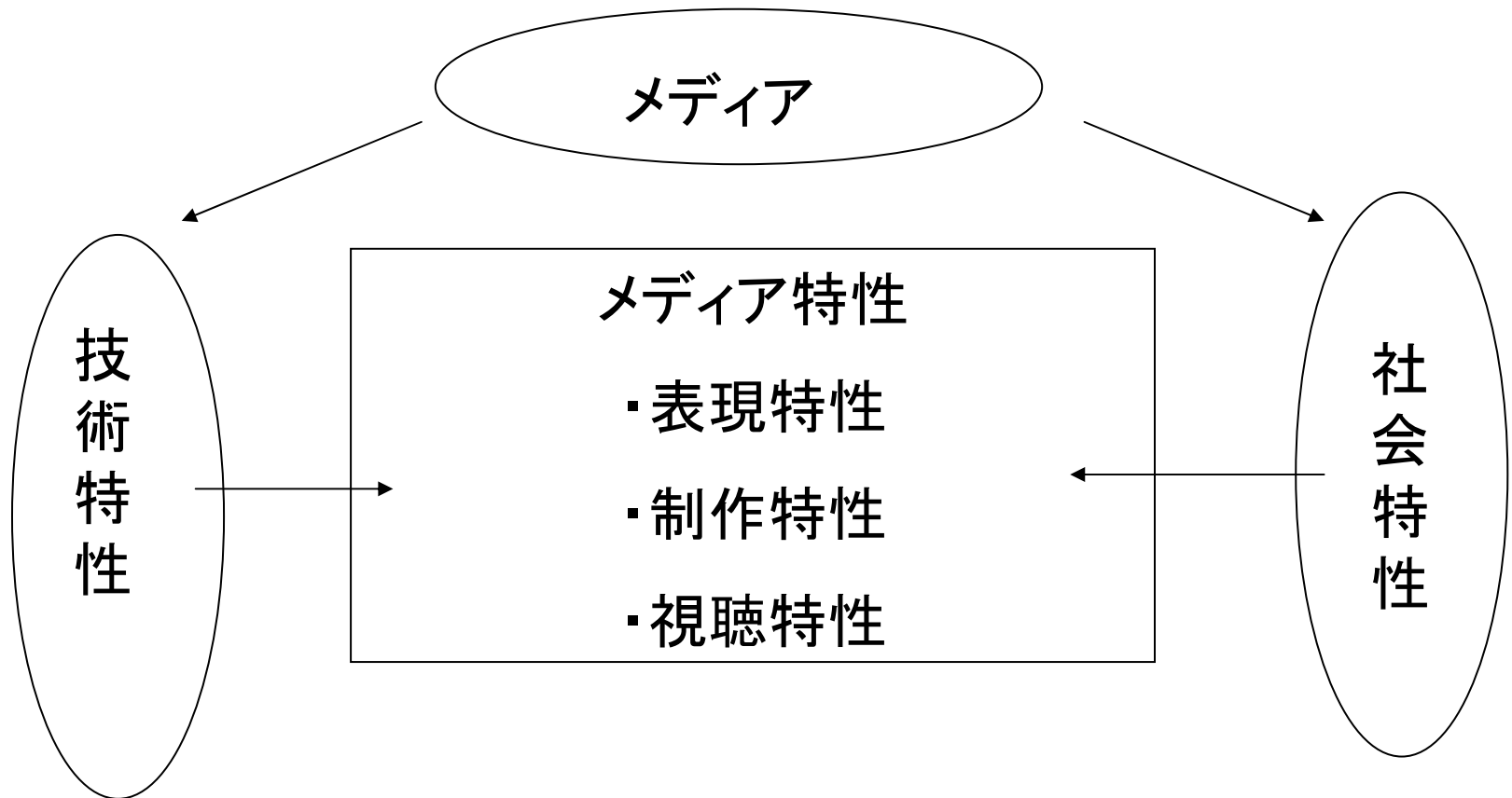
メディア特性



- ・どのような技術をつかうか
- ・その技術でできること、できないこと

- ・そのメディアの社会的位置
- ・普及しているか否か
- ・ユーザーがいるかいないか

メディア特性



表現特性

•表現方法・表現能力の違い

- 平面か立体か
- 静的か動的か
- 一時的か持続的か
- 反復性はどうか
- インタラクションの可能性
など

制作特性

•制作方法・制作コストの違い

- 個人制作か集団制作か
- 一時使用か継続使用か
- 制作のために必要な設備・システムはなにか
- 制作コストはどうか

など

視聴特性

•誰がどのように見るか

- ・視聴者の数は？
- ・視聴時間(長さ)は？
- ・視聴時間帯は？
- ・視聴回数は？
- ・視聴環境は？

など

TVCM

視聴特性	<ul style="list-style-type: none">・一度に数十万～数百万人・自宅で、他のことをしながら・受動的、反復可能
制作特性	<ul style="list-style-type: none">・動画制作、音楽制作・タレント等により費用がかさむ・放映に費用がかさむ
表現特性	<ul style="list-style-type: none">・動画、音楽による表現・瞬間的に注意を引く必要・短時間でメッセージを伝える必要

雑誌広告

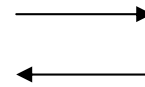
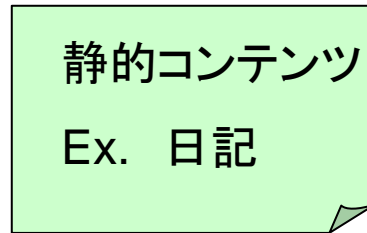
視聴特性	<ul style="list-style-type: none">・数万～数十万の、特定層の読者が対象・比較的時間があるときに見る・能動的、探索的
制作特性	<ul style="list-style-type: none">・写真、グラフィックデザイン・原則として低費用
表現特性	<ul style="list-style-type: none">・静止画とテキストによる表現・注意を引けば、じっくり見てもらえる・多くの情報を盛り込むことができる

ホームページ

視聴特性	<ul style="list-style-type: none">・不特定多数・きわめて能動的、探索的
制作特性	<ul style="list-style-type: none">・WEBデザイン・システム知識が必要
表現特性	<ul style="list-style-type: none">・インタラクティブ、検索可能性・非常に多くの情報が入る・来てもらう方法を考える必要がある

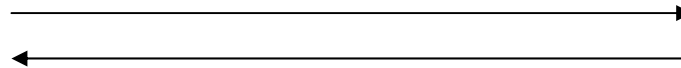
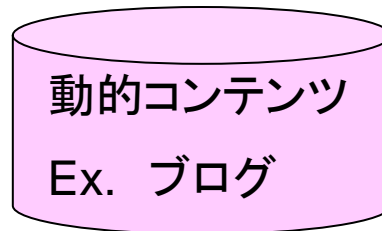
行動のデザイン

コンテンツ
のデザイン



内容,
見栄え

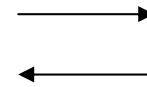
行動のデザ
イン



更新のしやすさ
コメントの付けやすさ

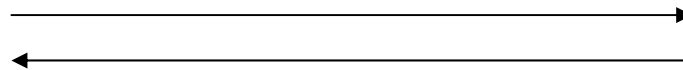
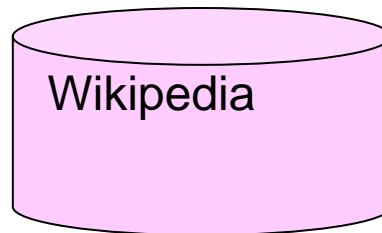
行動のデザイン

コンテンツ
のデザイン



高度な内容,
最初から完成
ユーザの関与
なし

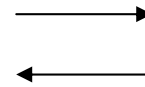
行動のデザ
イン



内容は未完
更新しやすい
ユーザーが参加
集合知

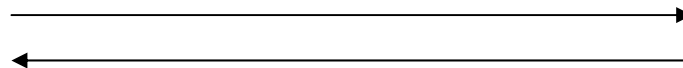
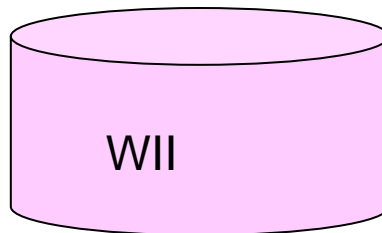
行動のデザイン

コンテンツ
のデザイン



高スペック
高価格
見る=遊ぶの
従来パターン

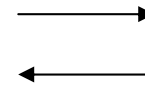
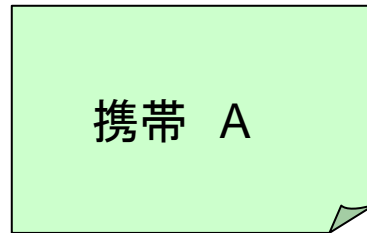
行動のデザ
イン



スペックは普通
価格も普通
あたらしいインタ
フェース, インタラク
ション
行動を触発する
参加を誘発する

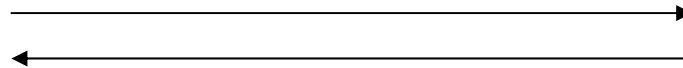
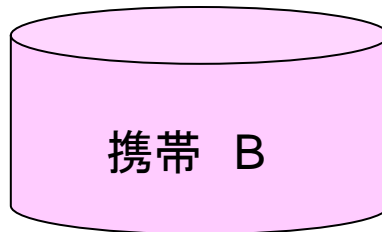
行動のデザイン

コンテンツ
のデザイン



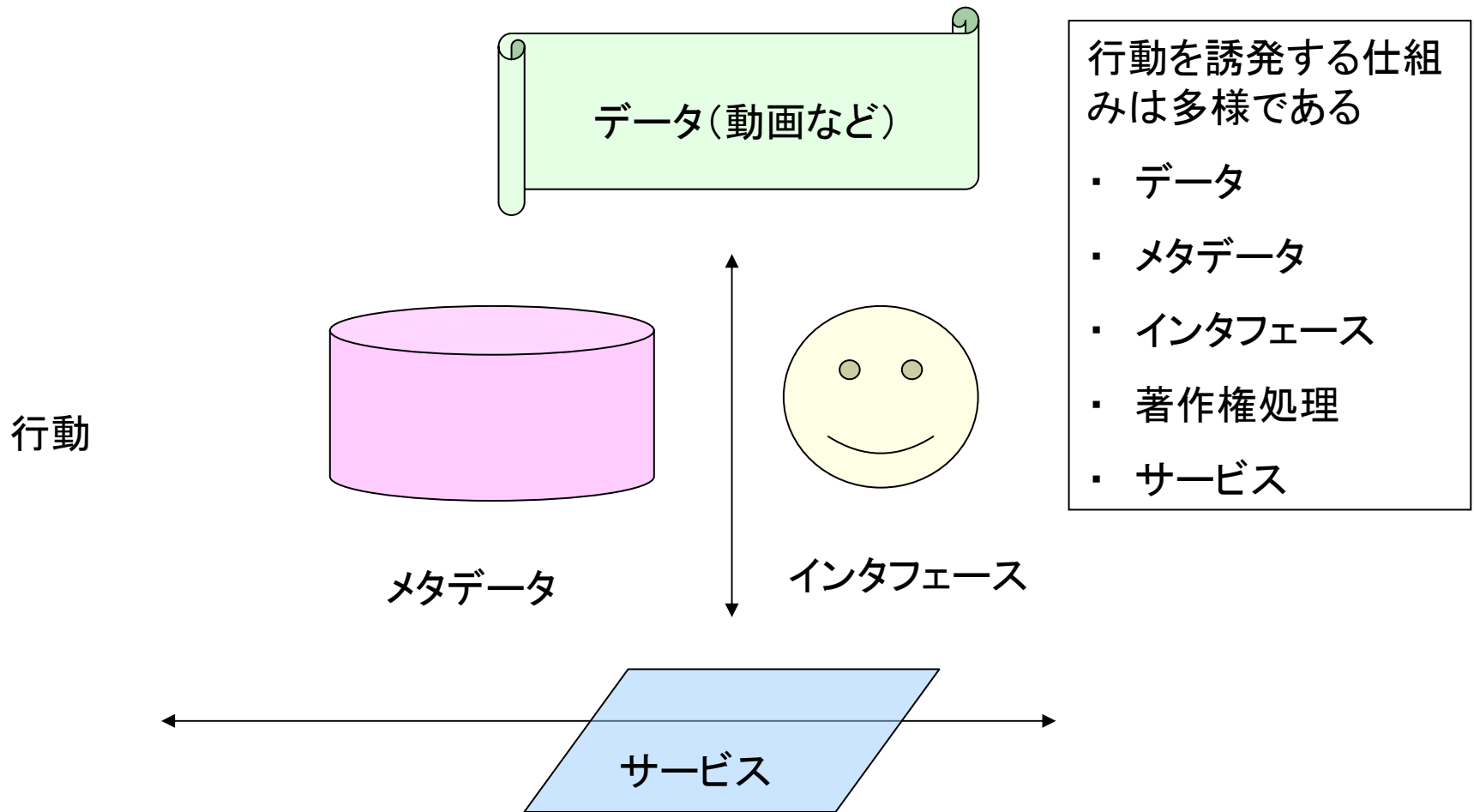
高スペック
高価格
機能の高度化
古い使用パターン

行動のデザ
イン



機能は普通？
あたらしいインタ
フェース, インタラク
ション
あたらしい使用パ
ターン

行動のデザイン



第3のメディアデザイン

個別メディアそのものを作り直す

- 1) 映画, テレビなどと同様の, あたらしいメディアをつくる
- 2) 既存メディアをリ・デザインする



デザインの工程

