



広島経済大学 キャリアアップ・プログラム通信(第 248 号)

2019 年 11 月 7 日 配信



◆広島経済大学 社会人対象講座キャリアアップ・プログラム◆

<http://www.hue.ac.jp/visitors/local/careerup/index.html>

◇広島経済大学 カルチャー講座◇

<http://www.hue.ac.jp/visitors/local/culture/index.html>

◇キャリアアップ・プログラム講師のルレーコラム◇

「「伝わるデザイン」について」

広島経済大学 メディアビジネス学科 准教授

3 学期「広告デザイン基礎」講師

宮地 英和

屋外広告は最も重要なメディアの一つである。インターネットの誕生によって、マスコミ四媒体(新聞・テレビ・ラジオ・雑誌)の勢力図は大きく変化したが、屋外広告だけは今なお総広告費の 3 分の 1 を占めている。また、その表現手法もアナログからデジタルまで多種多様である。このような屋外広告の特徴には、路上の看板や電車の中吊り広告のように私たちの生活動線で日常的に視界に入ることが挙げられる。それは選択視聴が可能なマスコミ四媒体やインターネットと違い、屋外広告が半ば強制的にメッセージを訴求できることを意味している。

現在、私のゼミでは産学協同プロジェクトとして、ある企業の屋外広告のデザインに取り組んでいる。今回のミッションは、「メッセージを伝える」ではなく「メッセージが伝わる」デザインにすることである。インターネットの仮想空間に大量の情報が溢れ、情報技術によってセンサーの役割が人間から機械へと代替している今日、「伝わるデザイン」を実現することは難しい。しかし、現実の空間でメッセージを発信することを強みと捉えれば逆に面白いアイデアが生まれるかも知れない。そもそも私たちは機械とは違い、古来より繊細な感覚器官を用いて情報を知覚し進化してきた生き物だからである。

先日、今から十数年ほど前にモンゴルに滞在したことのあるベンチャー企業の社長からこんな話を聞いた。周りに民家も何もなく見渡す限り平原が続く場所で、現地の遊牧民が口笛を吹くと、十数分後に遙か彼方から人が馬に乗って来たらしい。俄かには信じがたい話だが、それが彼らにとっての伝達手段なのである。風の音などの周囲のノイズから必要な音だけを聞き取るその高度な知覚のセンシングに人間の感性の計り知れない可能性を感じた。近い将来、ICT・IoT 環境の整備によって現実と仮想のノイズは淘汰されていくかもしれない。しかし、「伝わるデザイン」には人間の感性を刺激するような表現手法が必要であると思う。

>>次号は、3 学期「経済学の基本」の講師 新垣 繁秀先生が担当されます。

◆今週の一冊◆

宮地先生おすすめの書籍です。



『GRAPHIC DESIGN THEORY グラフィックデザイナーたちの〈理論〉』

ヘレン・アームストロング（著）、小川 浩一（翻訳） ビー・エヌ・エヌ新社

著名なグラフィックデザイナーたちの自らが生み出すデザインと、それを裏打ちする思想や理論をもとに、社会の中であるべき「デザイナー」の姿を思索する良書です。デザインの理論について学びたい方にお勧めの一冊です。

◎事務局から◎

2019 年度、キャリアアップ・プログラム、カルチャー講座 3 学期受講の申し込み受付中です！

詳細については、以下URLをご確認ください。

《キャリアアップ・プログラム》

<http://www.hue.ac.jp/visitors/local/careerup/index.html>

《カルチャー講座》

<http://www.hue.ac.jp/visitors/local/culture/index.html>

※ご意見・ご感想はこちらまで career-up@hue.ac.jp

※配信解除はこちらから行ってください。

<https://y.bmd.jp/bm/p/f/tf.php?id=0828719345&task=cancel>

※広島経済大学 オフィシャルサイト <http://www.hue.ac.jp/>

発信元：広島経済大学 教育・学習支援センター キャリアアップ・プログラム事務局（082-871-9345）