

ワークショップの参加者の活動を支えるデザインの検討 —「メル・プラッツ ショーケース」の事例から

宮田雅子

1. 研究の背景

1.1. はじめに

本稿では、ワークショップ(以下、WS と略す)の参加者の活動を支えるためのデザインについて、参加者が使う道具の観点から検討をおこなう。事例として、筆者らがデザインしたコミュニケーション・ツール「メル・プラッツ ショーケース」を紹介し、それを踏まえて、WS で使用する道具のデザインがどのような効果をもたらし、またどのような可能性と限界があるのか、今後の課題を整理していく。

1.2. ワークショップのデザイン

WS では、あらかじめ用意された答えを学ぶのではなく、参加者がその場の中で、対話や創作などのみずからの活動をとおして創発的に学ぶことが重視される。答えや結論だけを手に入れる学び方とは異なり、参加者が自発的な活動をとおして、問題の所在や、その問題と自分との関係に気づくことが、WS をおこなうことの意義のひとつであると言える。

そのような場合は、参加者の対話や創作活動を支えるような環境が用意されていてはじめて実現することができる。WS において「デザインが重要だ」というのは、そうした場をつくるという意味においてである。

そうした WS のデザインについての実践や研究は、ここ 10 数年ほどの間に活発におこなわれてきた。たとえば、須永剛司を代表者とする研究グループ「メディア・エクスプリモ」ⁱによる、市民が表現する場をつくるための実践活動および研究や、上田信行による「ラーニング・デザイン」ⁱⁱなどにおいて、コミュニケーション・デザインのための「場づくり」の重要性が指摘されている。これらの活動および研究においては、プログラム(時間の設計)や場のしつらえ(空間の設計)を工夫することによって、人々の活動を支え、自発的な学びや、集団による創造性を促すことが目指されている。

また、WS におけるファシリテーションの重要性を指摘する声もある。たとえば「青山学院大学ワークショップデザイナー育成プログラム」ⁱⁱや、WS の企画を手がける中野民夫などは、WS におけるファシリテーションを重視していると言えるだろう。活動のプロセスで参加者がみずから考え、表現することや立場を超えて対話するためのプロセスをサポートするのが、ファシリテーターの役割である。議論の結論だけでなく、むしろそのプロセスの方を重視する WS では、ファシリテーターの役割は大きい。

これらの研究や実践活動によって得られた知見は、この 10 数年ほどの間に WS のスキルとして参照され、さまざまな場面で活かされている。WS という学びの手法は、その効果が評価され、ひとつの地位を獲得したと言っても良い。

1.3. ワークショップにおける道具のデザイン

しかし一方で、WS における場づくりやファシリテーションについてはさかんに論じられているものの、WS の場で参加者が使用する道具については、それだけを取り上げるかたちではこれまであまり論じられてこなかった。それは、WS で使用する道具が、場づくりの一部として検討されてきたためだと考えられる。また、模造紙と付箋などの道具を使って、議論の進行をその場の参加者で共有しながらディスカッションを進めることが手法として定着しており、それ以上のことにはあまり目配せされていないことも、理由のひとつに考えられる。模造紙と付箋を使って議論を進める手法は、発想法の延長として理解できる。また、複数の参加者の意見を活かしていく WS のような場においては、参加者全員が議論の進み具合を共有することができるというメリットがある。だが、参加者が使う道具のデザインは、場づくりやファシリテーションと同様に、WS のデザインを考えるうえで重要であることを考えれば、道具について、まだ検討する余地があるのではないだろうか、というのが筆者の考えである。なぜなら、WS の道具は、その場参加者がその道具をとおして考え、発想するためのインタフェースだからだ。

そこで、WS のような場で参加者の活動を支えるための道具として、筆者らが企画・制作したのが、箱型のコミュニケーション・ツールである「メル・プラッツ ショーケース(以下、ショーケースと略す)」である。

i メディア・エクスプリモ
(media exprimo)
<http://www.mediaexprimo.jp/>

ii 青山学院大学ワークショップ
デザイナー育成プログラム
<http://wsd.irc.aoyama.ac.jp/>

2. ショーケースの概要とデザイン

2.1. ショーケースを提案した経緯

2007年から活動を開始したメル・プラッツⁱⁱⁱでは、毎年度末に、「メル・エキスポ」というイベントをおこなっている^{iv}。ショーケースは、もともと、2010年度の最後に予定していた「メル・エキスポ 2011」の中で、さまざまな活動をしている人々が各自の活動を紹介し、交流する際に使用するコミュニケーション・ツールとしてデザインしたものだ。しかし東日本大震災の影響で「メル・エキスポ 2011」が中止となったため、改めて2011年6月に、規模を縮小してショーケースを使った実践をおこなった。本稿で紹介するのは、この2011年6月の実践についてである。

メル・プラッツの活動について、少し補足しておきたい。メル・プラッツは、メディア表現やメディア・リテラシーに関わる活動や研究をおこなう人々が集う「広場」として、2007年にその活動を開始した。現在、29名の運営メンバーによって、年数回の公開研究会と、年1回の「メル・エキスポ」を実施しているほか、ウェブサイト上で情報を交換する場を設けるなどの活動を継続している。

2010年度以前の3回の「メル・エキスポ」でも、参加者が各自の活動を紹介するコーナーを実施してきた。この交流コーナーでプレゼンテーションすることを「出展」、プレゼンテーションをする参加者を「出展者」と呼び、毎回40～50組の出展者が交流をおこなってきた。過去3回の「メル・エキスポ」での出展コーナーでは、幅90cm×高さ180cmの板段ボールに各自がプレゼンテーションしたい内容を貼りつけ、その板段ボールを会場に並べたかたちで実施してきた。3回の実践を経て、この出展コーナーで使用するツールのデザインを改めて検討することとなり、本稿で紹介するショーケースを企画したという経緯である。ショーケースの企画は、水島久光(メル・プラッツ運営メンバー、東海大学文学部)と筆者が共同でおこない、ツール本体と同梱物の具体的なデザイン制作は、筆者と坂田圭史(東京大学大学院情報学環修士課程)が担当した。

2.2. ショーケースの形態

ショーケースの形態は、縦30cm×横42cm×深さ10cmの段ボール製の箱に、取っ手をつけて、持ち運びができるようにしたものである(fig.1)。箱本体のほかに、A3サイズの白いボードが4枚付属し、うち2枚は自立する脚つきのボードである。また、箱の内部を4つに区切るための仕切り板と、箱の使い方を説明するためのマニュアル、箱を肩から提げられるように肩掛け用の紐が同梱したキットになっている。肩掛け用の紐は、箱を閉じたときにはショルダーバッグのように使うことができ、箱を開いた状態では野球場のビールの売り子のように、中身を見せながら歩きまわることができる。箱やボードには特別な装飾はせず、道具としてはごくプレーンな形態である。

fig.1: ショーケースの形態



2.3. デザインのねらい

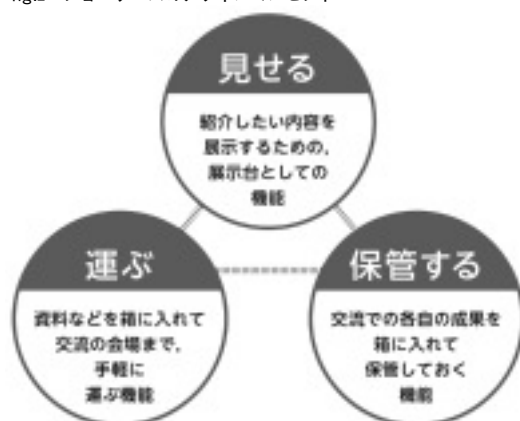
出展者には、事前にこのショーケースを送付し、各自が交流の中で紹介したい内容を箱に詰め込んで、実践の当日に持ち寄ってもらった。ツールを箱型にするという最初のアイディアは、水島の発想によるものである。過

iii メル・プラッツ
(MELL platz)
<http://mellplatz.net/>

iv ただし、後述のとおり、2010年度末に予定していた「メル・エキスポ 2011」は東日本大震災のため中止となった。

去3回おこなった出展コーナーでは、交流後に90 cm×180 cmの板段ボールを持ち帰ることができないため、すべてゴミになってしまっていた。ツールを箱型にすることで、参加者は各自の出展内容を箱に戻して持ち帰ることができる。また、たとえばお花見の場で弁当をひろげるような感覚で互いの箱の中身を見せ合うことで、のではないかと考えたわけである。この水島の発想を受けてツールを箱型にすることに決め、その後具体的な形態や同梱物をデザインしていった。デザインのコンセプトは、3点にまとめることができる(fig.2)。

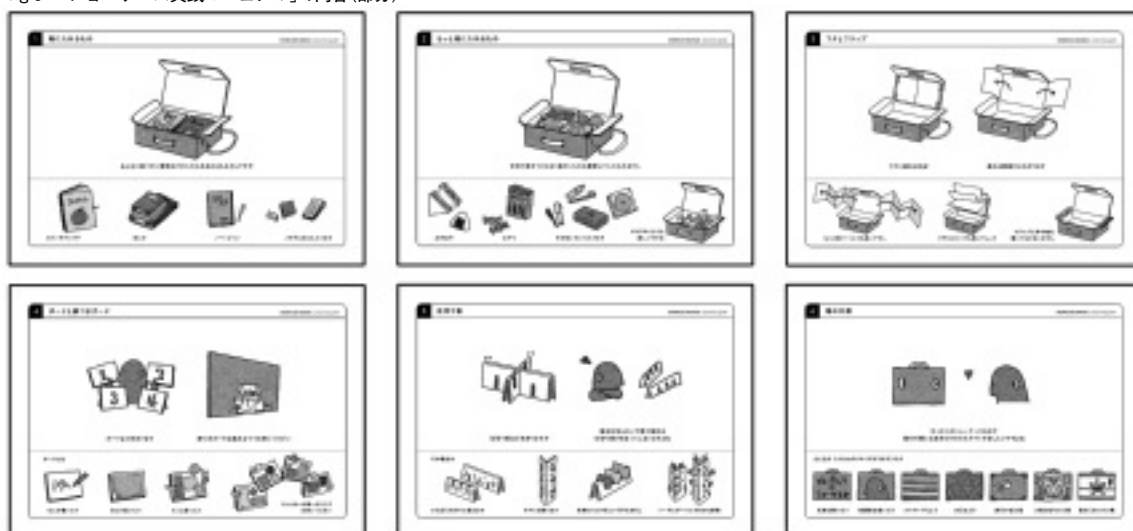
fig.2：ショーケースのデザインコンセプト



まず、ツールを箱型にしたことの第一のメリットは、出展者が各自のプレゼンテーションの内容を箱に詰めて持ち寄り、交流が終わったら持ち帰ることができる、という点にある。そのため、デザインコンセプトのひとつは、『運ぶ』ことである。第二に、出展者がそれぞれ自分の箱をプレゼンテーションのステージとしてカスタマイズし、「ただの段ボールの箱」ではなく「世界にひとつだけのオリジナルな箱」にすることがあげられる。これが『見せる』である。最後に、交流が終わった後に箱を持ち帰り、それを自分の手元に置いておくことで、いつでも交流の様子をふり返ることができるようにすることである。それが第三のコンセプト『保管する』である。

第二にあげた箱の見せ方については、事前送付したショーケースにかんたんなマニュアルを付属したものの、より具体的なカスタマイズのアイデアを案内する方が良くと考え、「ショーケース実践マニュアル」を後から追加して制作した。これにより、出展者には各自でオリジナルなショーケースを持ち寄り、交流に役立ててもらいたいことを伝えた。fig.3は、「ショーケース実践マニュアル」の内容の一部である。

fig.3：「ショーケース実践マニュアル」の内容(部分)



v 北仲スクール(「横浜文化創造都市スクール」)
http://kitanaka-school.net/

2.4. 実践の概要

こうして企画・制作したショーケースを、出展者1組に1セットずつ送付した。準備のための時間をおいて2011年6月26日(日)、そのショーケースを各自が持ち寄り、メル・プラッツの公開研究会で交流のためのツールとして使用した。会場は、横浜にある北仲スクール^vである。出展者は、19組であった(fig.4)。

fig.4：出展者リスト

	出展名	出展者
1	ソーシャルライブラリーを創ろう！	ラボ図書環
2	メディア・リテラシー コア・コンセプト	国語メディア研究会
3	モバイル・メディアが拓く、教育と社会—韓国事例から—	上松恵理子・木暮祐一
4	Tweet After 311	oxyfunk
5	Mobile Story Collector	金ヨニ(東京大学大学院)
6	“伝える” “伝わる” “つながる” あおもりラジオくらぶ	特定非営利活動法人あおもりラジオくらぶ
7	ある高校の授業「メディア論」	かながわメディアリテラシー研究所 雲の班
8	KTS 夏休みテレビジャック 2010	KTS 鹿児島テレビ
9	ビスケットワークショップの展開	NTT コミュニケーション科学基礎研究所
10	黄金町の地域資源発掘隊	黄金町の地域資源発掘隊
11	映像学習の向こうに	SKIP シティ(彩の国ビジュアルプラザ 映像ミュージアム)
12	夕張アーカイブス・プロジェクト	東海大学 水島ゼミ
13	エキスポ・ショーケース	エキスポ・ショーケース・デザインチーム
14	saveMLAK(博物館・美術館、図書館、文書館、公民館(MLAK)の被災・救援情報サイト)	saveMLAK
15	みんなで作る横濱写真アルバム	みんなで作る横濱写真アルバム
16	あいうえお画文〜写真で投稿！まちの思い出つむぎプロジェクト	メディア・エキスポリモ
17	東北レポート	中村莞(北仲スクール)
18	防災カードゲーム「クロスロード」を通じたリスク・コミュニケーションとメディアリテラシー実践の試み	関西大学経済・政治研究所 子どもの安全とリスク・コミュニケーション研究班
19	おらんちから世界へ。生糸産業すごろく。姫のドレスをお届け！	長野大学+北仲スクール 蚕都交流学習プロジェクト

当日は、会場に着いた出展者から、それぞれ自分の箱を開いて出展の準備をはじめた。その後、全員が集まってメル・プラッツからの挨拶や、ショーケースのデザインについての話をした後、約1時間30分の交流の時間を設けた。出展者同士での交流だけでなく、出展の内容を見学するために訪れた参加者に対しても、同様にショーケースを使って各自の活動を紹介した(fig.5)。

fig.5：交流の様子



3. 実践の様子と結果

3.1. ショーケースの使われ方

交流当日には、出展者がそれぞれカスタマイズした箱を用意して持参した。「箱にプレゼンテーションの内容を詰め込んで、持ち寄る」という企画の意図は伝わったようである。当日、会場に集まってから出展者が手を加えた部分もふくめ、ショーケースをプレゼンテーションの道具として使う工夫には、次のような例が見られた。

①箱本体の中に入れるもの

もっとも多かったのは、書籍やパンフレット、自分たちの活動の成果である写真やグッズなどを入れる「容れもの」としての使い方(13例)である(fig.6)。これには、人に見せるものと、見せるだけでなく配るものの両方が含まれる。次に多かったのは、iPadやPCなどのデジタルデバイスを入れておいて見せるための「台」としての使い方(3例)である(fig.7)。箱には入れないものの、このようなデバイスを持参してプレゼンテーションに使った出展者も多かった(7例)。その他、ショーケースの中を箱庭に見立てて、中に紙粘土などで制作した家や鉄道、人などのジオラマを配した例(1例)もあった(fig.8)。

fig.6：箱を「容れもの」として使用した例



fig.7：箱を「デジタルデバイスの台」として使用した例



fig.8：箱にジオラマを配した例



②箱のフタとフラップの使い方

箱のフタの内側部分は、箱を開けたときにちょうどプレゼンテーションの背景のようになるので、ここに出展名などのタイトルを配する例が多かった(14例)(fig.9)。タイトルなどを直接描いた例と、他の紙に描いたりプリントアウトしたりしたものを貼りつけた例がある。その他には、活動の成果物などの小物を貼りつけたり、タイ

トルではなくても自分たちの活動内容を示すような内容の印刷物を貼りつけたりしてあるものがほとんどであった。フタの部分に他の紙やボードを貼りつけて、扉のように開くかたちにした例もあった(2例)(fig.10)。

fig.9：箱のフタの内側にタイトルを配した例



fig.10：フタにボードなどを貼りつけて開くかたちにした例



③箱の外側の使い方

箱の外側は、会場までショーケースを運んでくる間に他人から見えてしまうため、ここになにかを描いた出展者は多くなかったが、プレゼンテーションの内容を箱の外側にまで貼ってある例もあった(3例)(fig.11)。ほかに、箱の外側全面に色紙や写真などを貼りつけ、装飾した例もあった(2例)(fig.12)。

fig.11：箱の外側にプレゼンテーションの内容を貼りつけた例



fig.12：箱の外側を装飾した例



④ボードの使い方

付属のボードには、プレゼンテーションの内容を直接描いたり、プリントアウトした資料や写真を貼りつけた

りして使うケースが多かった(11例)(fig.13)。ボードのサイズはA3だが、これを8分の1程度にカットしてカード状にし、そこに資料を貼りつけた例もあった(1例)。また、机に置いたPCを、ボードで壁のように囲い、シアター風のしつらえに使用した例もあった(1例)(fig.14)。

fig.13：ボードに資料や写真を貼りつけた例



fig.14：ボードでPCを囲ってシアター風のしつらえをした例



3.2. ショーケースを使った交流の特徴的な点

出展者によってさまざまに工夫が凝らされたショーケースが会場に並んだ様子は、まさに壮観である。これらの箱を互いののぞき込みながら、各自の活動の紹介や意見交換などが熱心におこなわれた。

ところで、人々が自分の活動内容などのプレゼンテーションをおこなう場としては、学会などでよく見るポスターセッションのような形式もある。たいていはA1サイズなどといった決まったサイズのポスターを持参し、それを壁に貼りつけて、その前で内容の説明をしたり聞いたりするプレゼンテーションの形式である。同時に多くの発表者がプレゼンテーションをおこなうための形式として定着している。このようなポスターセッション形式と、今回のショーケースによる出展形式には、どのような違いがあるのか。それは、プレゼンテーションの内容が線的(リニア)であるかどうかという点である。ポスターセッション形式のプレゼンテーションではほとんどの場合、ポスターの上から下、または左から右といった順に説明する内容が並んでおり、その順序に沿って説明が進んでいく。ショーケースの場合は、ポスターのようにプレゼンテーション内容の順序がはっきりしておらず、見る人はまず箱の中身を手に取ったり、配布物を受け取ったりするところから、だんだん話の内容に引き込まれていく、といったかたちで交流がおこなわれる。ショーケースは、意図的にそのようにデザインされていると言って良い。出展者は、箱の中身・フタ・ボードなど、どの部分に書いてあることから順番に説明をしなければならないという決まりを、とくには設けなかった。

以下はショーケースの企画者である水島と、デザインを担当した坂田とともに検討したことであるが、その意図とは、およそ次のようなことである。学会での発表とは異なり、NPOや学校関係者、放送関係者、研究者など、さまざまな参加者のいる今回のような交流では、それぞれが紹介したい内容は、実践的かつ多様である。分厚い活動の実績はあっても、その活動の意義を抽象的な言葉に置きかえて説明できない、または説明する必要がない場合もある。しかし一方で、とりとめなく活動実績を紹介するだけでは、プレゼンテーションを聞く方にとっては内容を把握しにくい。そこで、ある程度、説明する内容を各自で整理し、要約するための制限となるのが、「箱」の容積(箱の中に詰め込むことができるものの量の限度)と表面積(説明などを書き込むことができる面積の限度)なのである。自分たちの活動を、とりあえず「箱に詰め込んで」持参するが、それを説明するための作法は限定されていない。「箱」という制約はあるが、その素材を使って自分たちの活動を説明するための作法を新しくつくる、

というのがこのショーケースを企画・デザインした意図であり、特徴だと言える。

3.3. 実践から得たショーケースのメリットとデメリット

この実践をおこなったことで、あらかじめ予想していたことも含めて気づいた点がいくつかある。

第一に、説明する人とそれを聞く人との空間的な位置関係と目線についてである。ポスターセッション形式の発表では、説明する人と聞く人がポスターの前に並んで立ち、ともにポスターの方を凝視していて互いに目線を合わせる事がほとんどない、という様子をしばしば見かける。ポスターに書かれている順序に沿って話が進んでいくので、それは当然とも言える。一方、ショーケースによる交流実践では、両者が箱をはさんで対面して話をするという位置関係になることで、必然的に互いの顔を見て話す場面が多くなることが確認できた。箱の前に両者が並んで立った場合でも、箱の中身を指さしたり、手に取ったりしながら話をするため、互いの顔や手元が目線がいきやすい。これは、ショーケースを企画した時点である程度予想していたことであり、そうすることでより相互的な交流ができるのではないかと考えていた。ただし、そうなったことで、一度話を聞き始めたらなかなか去りにくくなってしまい、ひとつの出展を見るだけでも時間がかかるため、限られた時間の中での交流では全部を見終わらないこともあるとわかった。

次に、ショーケースに付属した肩掛け用の紐についてである。付属の肩掛け紐があることで、箱を開いたまま首からさげて、野球場のビールの売り子のように会場内を歩きまわることができるようになるはずだった。だが、重い書籍などを入れて首からさげると構造的に不安定で持ちにくいことと、一度テーブルなどの上に箱を開いてプレゼンテーションの場所をしつらえるとその場所からはあまり動きたくなくなってしまうため、箱を持ったまま出展者が会場内を歩きまわる場面はあまり見られなかった。結果的に、箱を持った出展者同士が交流するのではなく、出展者が他の出展を見たい場合は、自分の箱を離れて会場内を見てまわることになった。ショーケースのデザインのねらいとしては、「説明する人／聞く人」の非対称的な構造を揺さぶり、フラットに両者が意見を交換できるような交流の場をつくることを考えており、実際にポスターセッション形式のプレゼンテーションとは異なる様子を見ることができたものの、「説明する人／聞く人」の構図から完全には脱しきれなかったと言える。

最後に、出展者の参加の度合いについてである。今回の交流の参加者には、あらかじめショーケースを使った出展の意図を伝え、マニュアルを制作して箱をカスタマイズするためのアイデアなどを説明したため、意図どおりのさまざまな出展をしてもらうことができた。これは、箱自体のシンプルなデザインと、マニュアルなどを使った事前のコミュニケーションによるものだけでなく、そこに積極的に参加してくれた出展者の方々のおかげでもある。しかし事前に箱をカスタマイズする作業は、出展者にとっては負担も大きかったと想像される。どのような交流の場においても今回のように積極的に参加してもらえないとは限らないため、このツールをそのまま他のケースに転用できない場合もあり得ると言える。

4. まとめ

今回の実践では、道具のデザインを検討し、新しいコミュニケーション・ツールを導入することで、その場の参加者のふるまいにも違いがあることがわかった。したがって、WSのような参加者の対話や創作活動を支えることが必要とされる場面では、プログラム(時間の設計)や場のしつらえ(空間の設計)を工夫することに加えて、その場で使用されるコミュニケーション・ツールのデザインにも注目すべきである。

本稿で紹介したショーケースは、その一例にすぎず、これをそのまま他のケースに転用できるとは限らないことは前に述べたとおりだが、道具の美的価値または機能的価値だけでなく、コミュニケーション・メディアとしての価値という側面から、道具のデザインについて検討することができるのではないかと考えている。今後、他の事例への応用も検討していく予定である。