

October
17,
2002



対談 インターネットの彼方に 第6回

【Guest】

SHIKATA YUKIKO MIYAZAKI MITSUHIRO

四方 宮崎
幸子 光弘
× 倉園 ×
都築 響一 佳三

小崎 哲哉

TSUZUKI KYOICHI KURAZONO KEIZO



構成：長野弘子 photo：Kaizuka Jun-ichi



デザインとアートの境界、 ユーザーとアーティストの境界が薄れつつある



SHIKATA YUKIKO x



MIYAZAKI MITSUHIRO x



TSUZUKI KYOICHI x



KURAZONO KEIZO

x OZAKI TETSUYA



小崎:今回は日本のインターネットの現在、そしてそこで表現されるアートについて立場の異なる人々に語ってもらいます。パネリストは、『internet magazine』編集長の倉園佳三さん、メディアアートキュレーターの四方幸子さん、編集者、写真家でもあり『Internet Museum of Art』(以下IMA)館長でもある都築響一さん、『アクセス』アートディレクターの宮崎光弘さんの4人です。まず、大まかなインターネットの状況に関して、倉園さんに伺いましょう。



倉園佳三

KURAZONO KEIZO / くらぞの けいぞう
1984年より1994年まで、音楽プロデューサー、FMラジオ番組の制作を手がける。1996年、株式会社インプレス入社。1999年4月にインターネットマガジン編集長就任。ビジネス、テクノロジー関連のセミナーに多数出演するほか、NHK BS番組『IT王決定戦』のレギュラー解説者も務める。

internet.impress.co.jp

“アーティスト”の視点をネット上へ
倉園:日本では、ブロードバンド加入者がようやく600万人を超え、無線LANカードが毎月15万枚というかなりの数で売られています。高速、無線接続により、いつでもどこでもネットにつながる「ユビキタス社会」の一歩手前に来ているわけですね。しかし、カラーコンテンツや、それを使って一体何をやるのかという具体的な方向性がまだ見えていないのが現状だと思います。しかし、数は少ないですが、成功例もあります。吉本興業のブロードバンド部門のファンダンゴなのですが、「お客様を喜ばせて、「モト」を取らせなさい」というコンセプトで、テレビとは異なる有料コンテンツの配信で大きく成功しています。

また、今秋からマイクロソフトの「タブレットPC」や「ウィンドウズXP メディアセンター」というおもしろいパソコンが登場してきました。手書き入力可能なタブレットPCは、閃きや思考プロセスをそのまま残すことができます。また、ウィンドウズXPメディアセンターでは、「マイミュージック」「マイビデオ」などのファイルを家庭のテレビやステレオでアウトプットでき、ホームサーバーの本格的な普及に一歩近づいています。

さらに、現在はテレビ、電話、インターネットという3本の回線が家庭に入っていますが、将来的には、これらがケーブルテレビ回線の1本に統合されるでしょう。また、



四方幸子

SHIKATA YUKIKO / しかた ゆきこ
クリスティアン・メラ展「サウンド・ガーデン」(スバイラル、1997) ミュージカル「パワー・オブ・コード - 対話のスペース」(東京国立博物館、1999) PROTOCOLLISION-日蘭のウェブ上の実験的プロジェクト(2000)などを手がけ、現在資生堂CyGnetゲスト・キュレーターを務める。

www.shiseido.co.jp/cygnnet/

Yahoo! BBのADSLを利用したケーブルテレビ放送サービスなど通信やネット企業も放送にかかわってくるようになります。こうして土俵が整いつつある現在、そこで何を流すか、この分野はこれまで技術系の人を中心だったので、アーティストやクリエイターの発想が欠けていた部分もあり、クリエイティブな視点がますます重要になってくると思います。

小崎:では、ネット上のアートを見続けてきた四方さんは、どのようにこの状況を見ていらっしゃるのでしょうか。

四方:ネットアートは1994年頃から始まったのですが、1997年からはマルチメディア、そして現在はブロードバンドと、技術インフラに影響を受けながら変化しています。代表的なアーティストとしては、「エキソノモ」という2人組の日本人ユニットが、1996年から実験的な作品を多数作っていますね。今年9月に発表された作品「High Ball」(Jump!)は、タイトルどおりカクテルの

これからのIT分野は、クリエイティブな 視点がますます重要になってくる

基本はいかにコミュニケーションの場を設計していくかだ



SHIKATA YUKIKO ×



MIYAZAKI MITSUHIRO ×



TSUZUKI KYOICHI ×



KURAZONO KEIZO

× OZAKI TETSUYA



ようにさまざまな要素を混ぜることで新しいものを生み出すというコンセプトに従っています。たとえば「LOVE」といったキーワードを打ち込むと、個人のパソコン同士が接続されたP2Pネットワークのなかから、そのキーワードが含まれたMP3音楽ファイルを探し出し、それらの音をミックスします。ほかに、複数のウェブサイトをかき合わせて混血サイトを作る「RH+」^{Impress}など、情報を連結して自由に何かを作り出すことをテーマにしています。

ネットアートの世界では、コンテンツを交換したり共有したりする機会が多いので、デザインとアートの境界、ユーザーとアーティストの境界が薄れつつあります。また、それと同時に、知的所有権といった現実的な問題もメタファーとして作品中に含まれています。90年代半ばに出てきたヨーロッパのインターネットアートは表層的なHTMLの破壊を中心に行ってきました。日本では社会的なスタンスをもった作品は少

ないですが、距離感をもった文化的なリアリティーに根ざしたおもしろい作品が出てきていると思います。こうした作品がビジネスや経済に直結するかどうかは難しいですが、これまでアーティストは経済価値に還元されないものを作ってきた歴史があり、それが文化の質を高める原動力だと思います。

システム自体がコンテンツになる

都築：僕は四方さんとは逆に、ウェブに特化したアートには興味ないんですね。そういったアートは、余裕のある人にとってのもので、もっと切実な問題があるんです。たとえば、フランス人が日本に来て、日本の若手アーティストを見たいと思っても、それをやってる美術館がどこにもない。それに、美術界には、ギャラというものが存在しないんですね。展覧会の入場料がどこに消えるか、非常に不透明なシステムなのです。そこで、入場料がアーティストに還元される仕組みをどうしても作りたくて、僕はIMAを始めたのです。よく「インターネット上でないと表現できないアートの可能性」などと対外的に言いますが、そんなことはどうでもいい(笑)。もし地面を買えたら買って、美術館をやっていますよ。IMAは、実は数年前から構想だけはあったんだけど、常時接続、決済面のセキュリティ、コピーライトの問題などの技術がまだ整っていなかった。少額決済の仕組み



宮崎 光 弘

MIYAZAKI MITSUHIRO / みやざき みつひろ
デザイン誌『アクシス』のアートディレクションのほかグラフィックデザインを中心にさまざまなプロジェクトを行う。2000年からはnia(ニューロマジックアクシスデザイン)の主要メンバーとして、『MSN日本版』『Nature Network』などのウェブデザイン開発も行う。1999年、モリサワ「人間と文字」CD-ROMで国際マルチメディアグランプリ「F@imp99ni」金賞。
^{Impress} www.neuromagic-axisdesign.com

などはまだ不十分な面もあるけど、有料コンテンツで成功しているのはエロサイトだけっていうのも悔しいじゃない？ だから、とにかくやることにしました。やってみてわかったことも多数ありました。たとえば、映像作品などは椅子のない美術館で30分立ち見するより自分の部屋でゆっくり見られるので便利。それに、ウェブ上の展覧会には始めはあるけど終わりはないという点。新しい展覧会が始まっても前の作品が残り、部屋が増殖していくんだよね。さらに、本や美術館は1回作ったらおしまいなんだけど、ウェブの場合は新しい作品が入ったらどんどん更新していけ



都 築 響 一

TSUZUKI KYOICHI / つづき きょういち
『ROADSIDE JAPAN 珍日本紀行(アスペクト)』で木村伊兵衛写真賞受賞。写真集に、『Tokyo style(京都書院)』『寶貨宇宙(筑摩書房)』『珍日本紀行 西日本編』『珍日本紀行 東日本編』(共にちくま文庫)、『Street design file』シリーズ(アスペクト)など。現在はウェブ上の美術館「Internet Museum of Art」の館長も務める。

^{Impress} www.so-net.ne.jp/ima/

成功しているのがエロサイト だけっていうのも悔しいじゃない

ることも大きいです。

小崎：宮崎さんも、都築さんの言うようなウェブの特性を活かして、世界的にも珍しい試みを行っていますね。

宮崎：ひと昔前は「とりあえず他社がサイトを開設したので、うちもやろう」といった企業が多かったのですが、いろんな企業のサイトデザインにかかわるなかで、企業側もやるのがだんだん明確になってきたと思います。サイトを開設する目的としては、情報発信のメディア、イントラネットを含むツール、他社とのセキュアな通信チャネル、という3つが多いですね。最初の2つはコストセンターですが、3つ目は、収益を生み出すプロフィットセンターという発想ですね。そこで鍵となるのは、コミュニケーションの設計なのです。1つの例として、最近デザインした「ウミガメライブ」^{Jump}のサイトがあります。ここでは、沖永良部島に棲息するウミガメのライブ映像を見ながら、それを軸にしたコミュニケーションの場を設けています。トップページで泳いでいるダイバーはサイト訪問者数を示し、島の気温や風速、水温といったリアルタイムのデータをグラフィックや数字で表しています。島唯一の高校と協力してサイトを作っていますが、おもしろいのは、ページの左側に高校生が新しい情報を掲載し、右側には見ている人のコメントが掲載されるようになっている点です。ライブを単純に見せるだけでなく、それをもとにしたコミュニケーションが生まれるようにしています。最近では、フラッシュや多様なアプリケーションの登場で、サイト表現も高度で豊かなものになってきました。しかし、基本はいかにコミュニケーションの場を設計するかだと思います。

小崎：コラージュ、サンプリングが簡単にできるインターネットの世界では、コンテンツが共有されるだけでなく、オープンソースシステムのようにシステム自体がコンテンツになりつつあります。2ちゃんねるのようにパーソナルでオープンソース的にいるような情報が集まっているサイトもあれば、検索サイト「Google」が発表した、最新ニュースを自動的に集めて掲載するポータルサイトのように、まさに機械が編集者に取

現在のインターネットでは システム自体がコンテンツになりつつある。

って代わったかのようなサービスも“コンテンツ”として登場しています。いずれはこうしたサービスも有料化への道を歩むのかどうか今後注目したいですが、1つ言えることは、情報のセレクト能力がより重要になり、メディアリテラシーをもつ人ともたない人で差がついてくると思います。逆に、こうした能力をうまく活かすこと、また選択や共有の仕組みを作り上げていくことが、キラーコンテンツ作りのヒントになるのかもしれません。

^{Jump} www.exonemo.com

^{Jump} www.d-xx.com

^{Jump} www.turtle-live.net



小崎 哲哉

OZAKI TETUYA / おざき てつや

『REALTOKYO』発行人兼編集長。89年に都市型文化情報誌『03TOKYO Calling』の創刊に副編集長として携わり、現在は各界5氏の日記を掲載する『先見日記』の編集長も担当。

^{Jump} www.realtokyo.co.jp

^{Jump} diary.nttdata.co.jp



イベントを開催しています

『インターネットマガジン』では定期的にインターネットに関連したトークショーを開催しています。ホストは小崎哲哉氏。ゲストには毎回各界からその分野のトップランナーを招いて、トークを繰り広げます。

最新情報は ^{Jump} internet.impress.co.jp/realtokyo/

Special Thanks to:

株式会社ハイネケン

森ビル株式会社 Roppongi Hills Information Center / THINK ZONE



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp