

一歩上のWEBクリエイターになるために
WEBデザインに必要な
発想力・応用力を磨く

chapter 3 クリエイティブディレクターの視点で デザインを考える

デザインを考える前に、発想を変える。「人」の行動パターンから描くクリエイティブディレクターの視点はブラウザやコンテンツサイズを超えた発想法でもある。デザインの対象は画像でもコンテンツでもなく、「人」への影響力という原点に立ち返った手法で、目的を明確化させて、ブレない「世界観」をデザインしてみよう。

ペルソナを主人公にストーリーを描く (2)

歩かせ方も工夫する

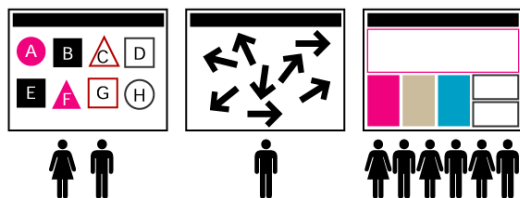
閲覧者の行動パターンを、潜在意識を顕在意識に変えていくこと。これがデザインの大きなミッションである。つまり、「どうなるんだろう」から「こうなってほしい」への変化であり、もっと具体的に言うと「どんな商品なんだろう」→「これはほしかった商品に違いない」、「どんな芝居なんだろう」から「これはきっとおもしろい芝居に違いない」という意識の変化を生ませる仕掛け(=デザイン)というわけである【3】。



【3】 潜在意識を顕在意識に変えるデザインとして工夫することが重要

重要なのは、“人”は往々にして、理屈でなくて直感的な意識で臨んでいることを忘れてはいけない。視覚的配慮の行き届いたデザインでしか解決できない課題といえよう。わくわくしたり、ドキドキしたりするその一瞬も実は“人”を満足させる醍醐味ということで想像もできるのではないだろうか。

求心力のあるデザインと演出は、人をデザインからアクションへと誘導するきっかけとなり、これがクライアントと世の中が求めているものであることはまちがいないのである【4】。



【4】 視覚的配慮も必要。視覚的配慮の行き届いたサイトなら、大きな求心力を得られる