

[論 文]

グラフィックデザイン史の視覚化表現

—The Visualization of Graphic Design History—

幸島 伸
Shin Kohjima

序論

今日、グラフィックデザイン・ビジュアルデザインにおいては様々な表現アプローチが試みられている。伝統的な装飾に彩られたもの、装飾を排したシンプルでミニマルなもの、原色の強い色あいやオーガニックで優しい色彩、西洋的・東洋的なデザインの中にもさらに国や地域によって種々のテイストが存在する。デザインの歴史を知ることは、それら人類が残してきた様々な表現の歴史を知ることであり、デザインの実務に携わるものにとっては先達が試してきた表現の幅を知ることである。その意味でグラフィックデザインの習得にあたって歴史を学ぶことには重要な意義があり、よりその理解を促進させるツールの存在には価値があるものといえる。

本論ではまず大きく三つの章に分けて論を進めることとし、一つは近代のグラフィックデザイン史を、主要な業績を成した人物の活動実績の集積とそれによって生まれたデザイン様式で記した年表として表すことを試みる。二つ目はその年表を作成することで可能となる考察として、デザイン様式の変遷を大きな流れの中でとらえることを主題に据える。そして三つ目はデザイン様式の成立について考察しながら、視覚化・ビジュアライズと人の認識・イメージの形成についてを主題に進める。

まず第1章の年表の作成について、現在グラフィックデザイン史を学ぶ上で様々な書籍とそれに付随する形で近代デザイン史の年表が発行されているが、やはり主となる書籍の本文があるために年表自体の内容は見やすさを重視してかなり簡略化されているか、もしくは文字主体の説明で複数ページにわたって記載されていることが多い。作家やデザイナーといった人物や作品・デザイン様式が、歴史上の時間的・空間的にどのポジションに存在したかを、同一紙面上に一目で見て取れるよう視覚的に表現したものがあれば、読み手は歴史の流れのイメージを形成しやすくなるはずである。第1章ではグラフィックデザイン・ビジュアルデザインを学び始めた初学者にとって、歴史の理解を進める助けとなるようなツールの制作を目指すものとする。実際に作成したツールはカラーであるものの掲載する図表ではモノクロとなってしまうが、そこは可能な限り注釈や数字・記号の割り振りや網掛けの模様などで対応関係がわかるようにしたい。

そして第2章では1章で作成した年表をもとに、可能な限り多くの人物の活動実績とデ

デザイン様式の移り変わりを一枚の平面上に視覚化することで、各様式を年代別に8つの大きなかたまりに分類して俯瞰することができるという点について論を展開する。

そして第3章では、各時代のデザイン様式がどのように成立するかのプロセスについて、歴史的な解釈の観点も交えながら考察を進めることとする。

第1章

グラフィックデザイン史のビッグマップ的年表デザインの作成

[1-1]

まずグラフィックデザイン史において、何を年表の最初の位置に据えるかは議論の分かれるところとなる。それはつまり「デザインとは何か」を定義することであり、その定義されたデザインが歴史の中で最初に現れた時点をデザイン史の始まりとすることになるからである。おそらく多くの近代デザイン史に関する書籍の中でその年表のはじまりとして据えられているのが1870年代付近からの、イギリスのウィリアム・モリスらによるアーツ・アンド・クラフツ運動になるだろう。モリス自身は産業革命以降、粗悪な大量生産品が世の中に溢れたことを憂い、伝統的な手仕事に立ち戻ることを理想とした。それは当然のことではあるが、当時大量生産品が世の中に浸透し始めた時代であるということが背景にある。本論においては、「複製された同じ形＝イメージ」が世の中に出回ることで社会的な影響を与えることを近代的なグラフィックデザインの機能であると定義し、およそ1870年代からを年表の始まりとしたい。加えて言及するならば同時期のフランスにおいて、ポスターの父と言われたジュール・シェレがカラー石版印刷の技術を確立させ、鮮やかな色彩によってイメージ価の高い印刷物が世の中に頒布されることとなったことも大きな理由である。これ以降150年近くにわたって現在まで、視覚イメージによって社会に影響を与えるための様々な近代グラフィック表現が試みられることとなる。

[1-2]

ここで年表という一つのインフォメーションデザインを制作するにあたって、「ビッグマップ」の作成をそのコンセプトとして盛り込むこととする。これは特に一般的な名称ではないが、人が手に持って一目で見ることが出来る程度の視野の大きさに、人の認識が困難になるぎりぎり手前まで、なるべく多くの情報を詰め込んだものを「ビッグマップ」という仮称で定義する。情報システムやそれを利用したマーケティングの分野で「ビッグデータ」という用語が使われているが、この仮称はその「ビッグ」という言葉を、本来なら絞ったり削ったりして整理されるべき項目を、あえて出来る限りそのまま一つの紙面空間に載せることで、その相関関係を見つけやすくするための手法、という意味として再解釈したものである。もちろんこの場合はデジタルデータではなく実際の紙面上に配置されたデザインされるもののため、見た目には多少情報量の多いインフォメーションデザイン的な見え方はするものの、その考え方や目的・意識を指すものとしての呼称である。ここでいうビッグマップには、主要な作家・アーティスト・デザイナーといった人物の活動期間を集積したものが、国ごとに区分けされた状態で構成され、さらにそれらがまとまった一つの運動としてのデザイン様式もあわせて併記される。そうすることで国別・地域別に区分けされつつも、人物同士・デザイン様式同士の相関関係がなるべく目に見える形で表記

されている状態になり、それがこのビッグマップを作成する狙いとなる。

まず年表を作成する上で、縦軸に年代を等間隔に刻んだ時間軸、横軸に近代デザイン発展の土壌となった欧州・アメリカの地図を配した空間軸を考える。横軸に地図を配した空間軸を取り入れることで、それぞれのデザイン活動がどの国で起こりどう伝播したかの認識を助ける働きがある。この空間軸を人の認識のしやすさという点で考えるならば、地図をそのままの東西軸・南北軸の二次元平面図としてではなく、東西軸のみの一次元構造として解釈しなおしたほうがよりシンプルで認知しやすいと考えられるだろう。そうすれば縦軸に年代の時間軸、横軸に直線状に並べた国・地域別といった構造となり、単純化された概念として認識しやすくなる。

[1-3]

またさらに人間の認知構造に沿った視覚情報という観点で考えるなら、「一枚絵の状態」で全体を視認できることは、非常に重要な一要素となる。

書籍の形を例に挙げると、古来「本」の形は「卷子（スクロール）」の形で存在した。現在でこそ数十枚～数百枚の紙片を束ねて背側の部分を綴じた「冊子（コーデックス）」の形式となっているが、紀元後1世紀末から3世紀頃までの間に段階的に獲得したこの「卷子」から「冊子」への変化は、歴史上から見ても重要な発明であったといえる。卷子と比べた冊子の利点については、紙の表裏に書き込めてかさばらない、ページの入れ替え・差し替えが容易、表裏をくるむ木製のカバーをつけることで保存性が格段に増し、朽ちることなく後世へ文書が伝達されたことなど、実用性・耐久性としてのメリットがある。また人のテキストへのアプローチの仕方で見ると、卷子の場合はその構造上最初から順を追って読み進めるより他はないが、冊子の場合は読み手が望む箇所にランダムにアクセスできることが挙げられる¹。

そのような数多くの利点によって卷子から冊子への移行があったことはもちろんだがさらに挙げるとすれば、静止した一枚絵の「見開き」単位で紙面を認識できたという、人の視覚情報処理的な側面の問題も大きいと考えられる。卷子であった場合はテキストの情報が区切られることなく、最初の行から最後の行まで連続と続く形となるが、その場合物理的な区切りがなく読み手が常に認識のための適当な区切りを探しながら読むという行為が必要となってくる。つまり卷子という不断に続いていくテキストの形式においても、人は一目で確認できるだけの範囲を区切って認識するため、調整しながら読むことを強いられる。

それに比べて冊子の場合は見開きという一枚絵で一区切り、次の見開きで一区切りといった具合に、物理的な認識のための区切りが発生しているため、読み手の負担なく一枚絵で完結できる認識を何度も繰り返すことができる。本の歴史における卷子から冊子への変化においては、先に挙げた実用性・耐久性といった利点だけではなく、不断の連続したテキストをスクロールしながら認識するよりも、静止系で完結した一枚絵の認識を繰り返

¹ ブリュノ・ブラセル 『本の歴史』 創元社 1998年 21-22頁参照

すほうが、人の視覚情報の処理のしやすさという点において理にかなっていたという利点も十分にその理由の一つに考えられるだろう。

[1-4]

その意味においても本論では、人が手に持って見ることができ、かつそれを一目で見渡せる一枚絵の状態で、人が認識しづらくなならない限りにおいて最も多くの情報を詰め込んだ年表のデザインを目指すこととする。そして構造としては先に挙げたように、縦軸に1870年から現在までの年代を時間軸として取り、横軸にアメリカから大西洋を渡り欧州・ロシアまでを擬似的に直線状に並べた空間軸を取る。項目的には人物の名前とおおよその活動時期を中心に、その背景にデザイン様式が記載される。そのような考えに基づいて制作した年表が、「図1」にあたるものである。

まず年表の最下部に当たる位置には、地理上の位置関係を一次元的な直線状にイメージしてもらうための手助けとして地図を配し、左端（西端）にアメリカ、その右隣に欧州が続き、右端（東端）にロシアが来るようにする。欧州部分に関しては年表で取り上げるグラフィックデザインの歴史の主要人物が活動した国をピックアップし、ここでは「フランス」～「イタリア」～「スイス」～「オランダ」～「ドイツ」～「オーストリア・チェコ・ポーランド」を取り上げて、おおよそ東西に直線状に並んだような図形的な形式に置き換えて表記する。最後にイギリスに関してはその直線状には並びづらい位置関係にあるのでアメリカと欧州の間に移動させ、「アメリカ」～「イギリス」～「フランス～ポーランドまでの欧州」～「ロシア」までを一次元的な直線状に表記する。その東西の直線上に置き換えたときの位置の目安をバーと国名で表現する（図1-A）。そのバーと国名を地図の上部まで線でつなぎ、地図とリンクさせた表記として年表の横軸に配置する（図1-B）。実際には配色でも隣り合う国同士の間隔をよりわかりやすくするため、項目の隣同士には色相環の連続した配色がくるようにし、また年表内部の記載の色と差別化するため少し暗めのディープトーンで色彩を統一したが、この図表の掲載では一色にしている。このようにすることで、年表の横軸で近いものは地理的にも近い国同士での活動であることが視覚的・直感的に汲み取れるよう配置した。

[1-5]

次に年表の縦軸については、下部から上部へ向かって年代が新しくなるように配置し、その記載は1870年を始まりとする。年表の中にはグラフィックデザインの歴史に関与した主要な人物の活動時期をバーで示し、その記載の基準はその作家・デザイナーの残した主要な作品の制作・発表時期を、おおよその概略で表記する。ここでこの年表内での人物のバーの長さ、いわゆる個々の作家・デザイナーの制作活動時期が何年から何年とするのかはあくまで目安であり細かく定義している訳ではないが、あくまでそれぞれの人物の活動期間と活動場所のおおまかな理解が進むことを優先させている。したがってここでの活動期間はその人物を代表するような作風で作られた作品群の制作時期に限定してあったり、もしくは作風の変化がその作家の主要なテーマとなっている場合は同時期の作家と比べて

活動期間が長く表記されていたりする²。

また表記上ほぼすべての作家がいずれか一つの国をその活動の舞台にしたように記載してあるが、多くの作家やデザイナーが年代により国や地域を越えて活動している。そのような場合にも、出来る限り主要な作品群を制作した時期の活動国で記載し、移転前と移転後の双方において主要な作品群を制作していた場合や、その作家の活動拠点の移動が移転先の国のデザインに与えた影響が重要な場合などは二つの国にまたがって表記している。つまりここでは人物同士のおおよその活動期間を年表という一つの平面になるべく多く並列的に配置することで、俯瞰的に見たグラフィックデザインの歴史の流れを視覚化して理解することを目的とするため、年表中の活動期間や場所については若干の恣意的な調整もなされている。

年表中に表記される作家・デザイナーの選択基準は、ごく一部を除き「グラフィックデザイン」活動に参画した人物、という基準で選ぶことにする。ここでいう「デザイン」とは〔1-1〕で述べた通り、「複製される媒体」の視覚要素についてのデザインであり、その媒体そのもののレイアウト・構成表現・タイポグラフィといったデザインや、「複製される媒体」に載せるため制作されたイラストレーションのことと定義する。例外として一部純粹に美術家として活動した人物も記載しているが、これはデザイン様式に大きな影響を与えたか、もしくはそのデザイン様式成立の要因となった美術家の場合はその人物も表記している。

〔1-6〕

続いて、人物の表記とあわせてその背景に斜線で網掛けをし、その時代時代のデザイン様式についても記載する。表記上のルールとしては、その網掛けの上に記載された人物はそのデザイン様式で活動した作家・デザイナーであることを表している。ただ中には複数のデザイン様式にまたがって分類される作家もいるが、その場合は斜線同士を重ねてその上にその作家を表記している。デザイン様式の項目数と、何年から何年までといったその期間については、細かな部分において書籍によって見解がばらつくものも見受けられるが、おおよそ代表的な様式についてを記載する³。また一般的な見解としてデザイン様式とは異なるものの、グラフィックデザイナーをはじめ人物を中心に年表を構成していく中で、おおよそ現在の我々がイメージするような現代的な「広告デザイン」や「エディトリアルデザイン」の最初期に関わったと考えられるような作品群を残したデザイナーがアメリカを中心に活動していたこともあり、その人物群を「近代的広告デザイン」「近代的エ

² 年表中の人物のピックアップ・活動時期について特に下記文献参照、他参考文献に記載

・キャロライン・ロバーツ 『世界グラフィックデザイナー名鑑』 スペースシャワーブックス 2015年

・アラン・ヴェイユ 『グラフィックデザインの歴史』 創元社 2005年

³ 年表中のデザイン様式の年代については特に下記文献参照、他参考文献に記載

・トニー・セダン 『20世紀デザイン グラフィックスタイルとタイポグラフィの100年史』 東京美術 2016年

ディトリアルデザイン」の仮称で様式と同じような表記でまとめている。

第2章

作成されたビッグマップ的年表デザインからみる考察

[2-1]

ここまで述べてきたような考えをもとに作成を進めることで、横軸に国が直線状に並んだ空間軸、縦軸に1870年代から現在までの時間軸といった二元的にまとめられた年表が完成することとなる。ここでこの年表をビッグマップ的にまとめることの意義として俯瞰的に考察をしていくとするなら、先に挙げたデザイン様式の網分けが、そのまま大きな流れの中でのデザイン様式の発生の仕方を視覚的に表していることがわかり、同年代ごとの大きなかたまりとしておよそ「8つ」に分けることができるだろう。その大きく分けられた8つのかたまりを「図1」中に示してあり、ここではそのかたまりの一つ一つを見ていくこととする。

まずその始まりとしてアーツ・アンド・クラフツと、その時代の背景としてあったヴィクトリア様式のデザインスタイルが存在している。この横線の網掛けがこの年表におけるデザイン様式一番目のかたまり（図1-①）である。そして人物では一番最下端にあたる位置にウィリアム・モリスが、そしてアーツ・アンド・クラフツとはグラスゴー派のチャールズ・レニー・マッキントッシュと、ヴィクトリア様式とはオーブリー・ビアズリーとが重なる形で、アール・ヌーヴォーの左上がり斜線の網掛けが配置されている。このフランスでジュール・シェレがポスターの父としてその最初期を担い、ロートレックからミュシャにかけて最盛期を誇るだけでなく、アメリカから欧州・ロシアまで、ほぼすべての地域を横断するように伝播した統合デザイン様式が、二番目の大きなかたまり（図1-②）として見えてくる。ちなみにアール・ヌーヴォーはその後、過剰な装飾が機能的でなく退廃的であるとして一時期顧みられなくなるものの、1960年代のアメリカでアール・ヌーヴォーのリバイバルが起こり、その装飾性や造形が再評価を得られることになる。

[2-2]

その次、三番目のかたまり（図1-③）として見えてくるのが、各国が異なるデザイン様式を発生させている右上がり斜線の網掛け一帯である。アール・ヌーヴォーのように一つの様式が全域に渡っている訳ではないが、同年代のそれぞれの地域で興ったデザイン様式を同じ模様の網掛けで表記してみると、この狭い年代の中に並列するような形で、各国の代表的なデザイン様式が密集しているのがわかる。オーストリアではアール・ヌーヴォーから派生し独自の形式を発展させたウィーン分離派が、ドイツ・スイスではザッハブラカットが、イタリア・イギリスでは未来派とヴォーティシズムがおおよそ横位置に並んでいる。加えてオランダではデ・ステイルが、ドイツではその影響を強く受けたバウハウスが設立され、デザイン史において非常に重要な位置を占めるこれらの運動も、網掛けの模様分けによって同時期にあることが視覚的に明瞭になる。

このアール・ヌーヴォーの網掛けと各国のデザイン様式の網掛けの間にある、一つの世界的に大きな影響を与えた存在が第一次世界大戦である。大戦の期間については年表左側の縦軸に影を落とすようにして表記しているが、この第一次世界大戦の存在が流麗で豊か

な装飾を施すアール・ヌーヴォーから、右上がり斜線の網掛けで示される各国それぞれのより装飾を排した機能的なモダンデザイン様式への移行へのきっかけとなった。その様式への大戦の影響は強く、未来派のように戦争を肯定するもの、プラカッタシュティルやロシア構成主義のようにプロバガンダにも利用されたもの、そして戦争に対する反戦運動から生まれたダダイズムなどがある。

[2-3]

各国モダニズム様式群の次、四番目のかたまり（図1-④）として見えてくるのが、アール・ヌーヴォーと同じく広範な分野にわたる諸芸術の統合デザイン様式として流行した、同じ左上がり斜線の網掛けで表されるアール・デコとなる。これもアール・ヌーヴォーと同じく広い地域にわたって流行した形式であるが、特にグラフィックデザインの分野においてその影響が顕著であった国としてアメリカ・フランスにその網掛けを載せている。アール・ヌーヴォーのような有機的な形ではなく幾何学的で機械工業的・近代都市的なフォルムではあるものの、機能に由来するものではなく流行的な装飾の一様式であったため、このアール・デコも流行の後には過去の過ぎ去った趣味的な悪い装飾としてとらえられた。しかしこれも1960年代以降パリのモダンデザインに対する批判、ポストモダニズムの流れの中で再評価の流れが起こり、現在にいたっている。

ここでこの年表の特徴の一例を挙げるなら、マックナイト・カウファーのようにヴォーティシズムとアール・デコの二つの様式にまたがって活動時期がかかっている人物の場合、制作年と照らし合わせてその作品を見ていくと、ヴォーティシズムの網掛けの時期にはその様式の作品が、アール・デコの網掛けの時期にはそのスタイルの作品が制作されていることが対応づけて分かるようになっている。そのような年代の変化に伴う人物の制作スタイルの変化も視覚的に認識することができる。

[2-4]

アール・デコは収束においてもアール・ヌーヴォーと同じ末路をたどり、第二次世界大戦の幕開けによってその流行が終わることになる。そして戦後、大戦の抑圧から解放されたような強く明るい色づかいが特徴のデザイン様式が、少し小さめな5番目の同年代のかたまり（図1-⑤）として横線の網掛けを施したミッドセンチュリー・モダンである。ミッドセンチュリーの中心はやはりジョージ・ネルソン・アソシエイツやアーヴィング・ハーパーの手がけたハーマン・ミラーの広告群などに顕著なアメリカだが、その様式の傾向は欧州地域にも見られ、特にイタリアにおいてはマックス・フーバーやローラ・ラムなどがミッドセンチュリーに特徴的な色づかいのデザインを手がけ、それが年表中の同じ年代において起こっていることが分かる。

6番目に左上がりの網掛けで見える大きなかたまり（図1-⑥）が、ミッドセンチュリーの後期と重なるような形で、スイスで大きく発展したためにスイススタイルとも言われる国際タイポグラフィ様式である。こちらはアール・ヌーヴォーやアール・デコのようにグラフィック以外の広範な分野にわたるデザイン様式ではないものの、アメリカを始め広い地域の国にわたっていった様式であり、グラフィックデザインのモダニズム様式という点においては現在まで続く確たる地位を築いたという意味において非常に重要な立ち位置となる。またここでは、位置的にスイスにある国際タイポグラフィ様式の網掛けの隣

り、ドイツのウルム造形大学もこの大きなかたまりの中にも含めている。ウルム造形大学は第一次大戦から第二次大戦の間に同じくドイツで設立されたバウハウスの理念を受け継ぎ、国際タイポグラフィ様式と同じく装飾を排した機能主義の追求を掲げたため、同じモダンデザインの括りとして一つのかたまりとしている。

[2-5]

その次に来るのが小さいながらも右上がり斜線の網掛けがいくつか連なって見える7番目のかたまり(図1-⑦)であり、ポップアート、サイケデリック、オブアートといった、機能主義・合理主義を追求したモダニズムとは一線を画した様式群である。ポップアートのように大量生産・大量消費やマスメディアといった大衆文化を積極的に主題にし、社会的な状況との関わりを取り入れたものや、サイケデリックやオブアートのように視覚的なメカニズムやトランス状態の幻覚作用といった人の視覚認知効果を利用したものなど、既存の平面デザインにおける合理性や機能性といったものに縛られない表現が共通している。

そしてこの脱モダンデザインの考え方から生まれた8番目のかたまり(図1-⑧)が、ポストモダニズムで表記される細い右上がり斜線の網掛けである。ポストモダニズムはある特定のデザイン様式であるというよりは、モダニズムが装飾性を排し機能性を追求するあまり陥った画一性であったり無機質さを否定し、脱構築的・感覚的で一見無秩序な構成を目指す理念を指すようなものとして存在している。そのため影響として及ぶ範囲がどこまでのものかという定義は難しいが、その根底には機能的なモダニズムの構成をいかに崩すかといったモダニズムとは逆向きのベクトルがあり、その考え方の背後にはやはり秩序と機能的な構成を重んじるモダニズムが存在することで成り立っている。ここではその傾向が特に顕著に見られると思われるアメリカ・イギリス・フランス・オランダ・ドイツを中心とした人物群にポストモダニズムの網掛けをかけている。

[2-6]

以上が、ビッグマップ的なグラフィックデザイン史の年表を作成することで浮かび上がる8つの大きなかたまりである。総括してみるならば、まずアール・ヌーヴォーという趣味的・流行的な装飾性の高い様式(②)があり、それが第一次世界大戦の影響によってバウハウスやデ・ステイルを始めとするより機能主義的なデザイン(③)が隆盛を迎え、その後また装飾性の高いアール・デコ(④)が流行し、それが第二次世界大戦によって収束する。次に戦後のモダンデザインであるミッドセンチュリー・モダン(⑤)が興り、さらに機能主義的デザインの確たる地位を築いたともいえる国際タイポグラフィ様式(⑥)へと続いていく。そして紙面上の平面デザイン的な秩序から離れて社会的な大衆文化や人の視覚認知を利用した様々な表現様式(⑦)が生まれ、ともすれば画一的で無機質に陥りがちなモダニズムに対するカウンターとしてポストモダニズム(⑧)が発生する。

これも装飾を排した機能性重視のモダニズム的な考え方を軸の一方に、装飾的で趣味的・流行的、無秩序で感覚的なものを重視する考え方を軸のもう一方に据えて、グラフィックデザインの歴史を大きく俯瞰するならば、どちらかの様式が支配的になればもう一方の様式が再び盛り返すといった、大きな振り子的な流れを持って発展してきたといえる。その意味でやはり産業革命という大量生産品が世の中にあふれたことによって、

「複製されたもの」に機能性のあるデザインが必要とされるも、まだそれを担う「デザイナー」がいない社会状況の中で、手仕事の趣味性・感覚的な嗜好性のデザインへと舵を切ったアーツ・アンド・クラフツ運動 (①) が振り子の最初の一振りであったという見方もできるだろう。

[2-7]

さらに様式ごとの網掛けがかかっている以外の部分に目を向けると、特に第二次世界大戦以降顕著に、いわゆる網掛けの範囲外のデザイナーが増えていること、それに関連して様式の網掛けの大きさ自体も小さくなる傾向がある。第二次大戦前まではそれぞれの様式の網掛けの中に主要な人物がきれいに収まり、その作家の代表的な作品も背後にある網掛けのデザイン様式をよく表したような比較的わかりやすい対応関係が見られた。しかし第二次大戦以降は様式の網掛けに載らないデザイナーが急激に増え、また一応様式として定義されているものの、この人物はこのデザイン様式のデザイナーである、といった明確な対応づけができるような性格のものではなくなってくる傾向にある。例えば国際タイポグラフィ様式はスイスにおいてグリッドシステムを基調としたタイポグラフィのための様式として発展したが、その装飾を排したあまりに優秀な機能主義的な側面のために、現在ではモダンデザイン的な考え方のグラフィックデザインにはほぼ全てに共通して盛り込まれているともいえる。またポストモダン为例に挙げるなら、機能主義のみの追求を掲げたモダンデザインに対する否定の立ち位置として現れたため、それ自体はある種の具体的な様式というよりは脱構築的で感覚的なデザインを目指すある種の理念として存在し、この人物からこの人物までをポストモダンの様式で活動したデザイナーであるとみなす、といった定義づけが難しい。

これはつまり時代が下るにつれて、モダニズム的な近代デザインやそれに対向するポストモダンの考え方が国や地域を越えて広がることで、ある意味で国・地域間におけるデザイン様式の均質化が進んだという見方と、また一方で [3-2] で後述するような「異物化」の問題に見られるように、現在主流であるデザイン様式から大きな変化が起こっていないことに起因するという見方もできる。

[2-8]

この年表においては、横軸に地域間の空間性・縦軸に年代間の時間性をとったときに、それぞれの人物やデザイン様式がどのような位置と面積を占めるかをマッピングして、その関係性をみるということを主眼としている。そのため例えばバウハウス、デ・ステイル、ロシア構成主義などはその近代的なモダニズムデザインの成立という意味において非常に重要な役割を果たしており、グラフィックデザインの歴史について書かれた書籍においても様々ページを割いて説明されているが、この年表中においてははかなり小さく、そして他の各国のモダンデザインの様式と括られて扱われている。しかし例えるなら球体である世界地図をあらわすのに面積の正確なもの、方位と距離が正確なものなどがあるように、ここではその様式の空間的・時間的な位置取りを視覚化して見ることで、年代ごとの国や地域間を超えた大きな流れや枠組みを理解するための役割を担うことを優先している。

最後にグラフィックデザインの歴史を認識しやすくするために必要となるものとして、

各作家・デザイナーの作品などその様式を代表するような視覚的なアイコンとのリンク付けがなければ、デザイン様式のイメージをかたちづくるのが難しくなる。これについては、年表中のデザイン様式とリンクするような形で「図2」のような一覧を作成はしているが、しかしすでに様々な良書でデザイン様式の説明とその代表作品については述べられているため、ここではあくまで理解を助けるための簡易的なものとしてまとめるにとどめ、その記載も一部のみに省略化している。しかしこの様式ごとのイメージをとらえるためのアイコンとなる代表的な作品群というものが、人がその時代のデザイン様式というある種抽象的な概念を認識する上で非常に重要な意義を果たすという点について、次の章で追っていくこととする。

第3章

デザイン様式の成立からみるイメージの視覚化表現

[3-1]

これまで年表からみるデザイン様式の大きな流れの考察を述べてきたが、ここで一度自己俯瞰的にデザイン様式の成立について考えてみることにする。

あるデザイン様式が人々に認識されるためには、ただその時代において一つの様式として共通性をもって見られるようなデザインが数多く作られた、という事実だけでは不足で、やはり数十年か時代を経た後世の再認識によってデザイン様式が作られる、という見方が必要となるだろう。デザイン様式とは何かというならば、今現在の我々から見て、この時代はこのような作品群に代表される時代であったという、時代ごとのイメージの視覚化がなされた結果として生まれるものだと考えられる。もちろん後世の再認識の過程において、その時代において支配的に流行したもの、人気や注目を集め多くの影響を与えたものが必然的に選ばれていることは確かではあるが、そこにはやはり取捨選択して編集された結果の情報であるとの認識も必要となる。

ただこの取捨選択して編集された結果となるということ自体は決して批判的にとらえられるべきものではない。前章において、歴史を認識しやすくするという点で、様式ごとのイメージをとらえるためのアイコンとなる代表的な作品群が、人がその時代のデザイン様式というある種抽象的な概念を認識する上で非常に重要な意義を果たすと述べた。デザイン様式とは一つの作品、一つのデザインといったものを指すのではなく、その作品群に共通するイメージやスタイルであり、ひいてはその時点における「時代性」といった非常に抽象性の高いものであって、実は人が認識することが難しいものでもある。その意味で人が認識をしやすくするために代表的な作品群をアイコン的に用いて抽象的なイメージの視覚化を図ることは正当な手段であり、それはグラフィックデザイン・ビジュアルデザインの意義と役割であるとさえいえる。

同じ時代に同じ地域で作られた作品群の中で、確かにいくつかの作品にはそこに類似性のあるイメージが存在しているかもしれないが、おそらく現実的にはその類似性から外れた非常に複雑で雑多なイメージも数多く存在する中で、その共通性のあるデザインイメージを選びとって一つのデザイン様式として認識させる必要がある。その一連の流れこそが、後世の人間による再認識・再定義・再解釈であり、それがなければ人はその時代のデ

ザイン様式などといった抽象的なイメージを認識できない。

[3-2]

さらにそのようなデザイン様式は、「異物化」されていなければこれも認識することが難しい。異物化とは「私たちではない何か」になっていることであり、「私たちが今現在所属している文化ではないもの」になっていることである。もちろん国や地域といった文化圏が違えば必然空間的な隔たりが存在するためそれは異物化された文化として認識できるが、それだけでなく同じ国や地域であっても年代が経つことで文化が変異し、時間的な隔たりが発生することによっても異物化は起こり得る。

先に[2-7]において近代的なモダンデザイン、およびポストモダンが登場して以降、大きなデザイン様式が現れづらくなっていると述べたが、それについてもまだ現在の主流となったデザイン様式を「異物化」できるほどの様式の変化が発生していないという見方もできるだろう。

ここで例として、年表作成においては欧米の近代グラフィックデザインの歴史に焦点を当てていたためあえて記載はしなかったが、日本のグラフィックデザインの歴史におけるデザイン様式を挙げる。本論の[1-1]において、欧州で大量生産された生活品や印刷物が増加し、複製されたイメージが人々の身の回りに増えることを近代グラフィックデザインのはじまりとして定義すると述べたが、日本においては1890年以降の明治中期ごろ、当時は開国してから西洋の様々な生活品や印刷技術が大量に入ってきた頃であり、いわゆる近代的デザインの考えに基づいて「図案」化されたイメージが必要とされた時代、をその契機とみることができる。同じ年代には石版印刷の技術によるカラー印刷物の普及も広がり、また1900年にはパリ万国博覧会が開催され、アール・ヌーヴォーの流行が日本に流れ込んできたことも大きな影響を与えることになる。そして欧米の歴史と同じく、グラフィックデザインを本職とするデザイナーが現れ始めたのが1910年以降の明治後期～大正時代であり、それがいわゆる明治・大正ロマンといわれるデザイン様式で一般的に認知されている時代である。

この大正ロマン時代の図案イメージを我々のような現代の人間が見ると、耽美で儂く抒情的な印象を受け取るデザイン様式である、という認識をされるであろうことは想像に難くないだろう。我々がこの大正ロマンであったりもう少し下った時代の昭和モダンに「レトロ」と名付けて懐かしさと郷愁、それとあわせて現在では失われてしまったがための新鮮さを感じるのは、ある種人間の習性であるとともに、社会的な機能であるかのように思われる。我々は自分たちでない何かに憧憬を抱く性質を持ち合わせているようで、自分たちの文化圏を離れた空間的な隔たりの向こうには旅情であったりエキゾチシズム・異文化に対する憧れを、時間的な隔たりの向こうには懐古趣味であったり抒情的な郷愁、またその逆に陳腐化を通り過ぎたが故の新鮮さを感じる。

[3-3]

その証左の例としては定期的に社会に訪れる「レトロ」の流行がある。日本におけるレトロに関しては過去に何度か流行が訪れており、2000年代初頭には昭和30年代～40年代の時代、1980年代後半には大正末期から昭和初期の時代に対するリバイバルが盛り上がりを見せた経緯がある。このようなレトロの流行は、リバイバルの対象となる過去の社会を異

物化できるほどにその当時の社会構造や時代性が変化したからこそ起こることであり、その社会から失われてしまったからこそ感じる懐かしさと新鮮さがあるがゆえに流行となったと考えられる。このような懐古主義的な社会的な機能があることによって、後世の人間が当時のデザイン様式を再認知・再解釈し、現在我々は大正レトロなどのデザイン様式に対してある一定の共通したイメージを社会の中で共有できているのである。

もっとわかりやすく2018年の日本における現在進行形のを挙げるとすれば、昭和50年代スタイルの再流行である80年代レトロが挙げられるだろう。この80年代レトロは文字通り日本の1980年代のスタイルやデザインイメージが再評価されているものである。しかし現在、デザインスタイルとして漠然と80年代レトロとはこのようなイメージという曖昧模糊としたビジョンは存在するものの、それは「大正レトロ」といったような比較的「すでに明確になったもの」ではなく、現在進行形で「手探りでイメージを作っている状態のもの」となる。いわゆる今現在においてリバイバルしているスタイルとは、テレビ・雑誌・SNSなどのメディアを通じてイメージを複製し繰り返すことで、「今私たちが新鮮で魅力的だと感じる80年代のデザインスタイルとはこのようなものだ」と再解釈し定義し続けている最中のスタイルのことに他ならない。これはもちろんグラフィックデザインにおいても同様で、実際に80年代にあふれた様々な生活用品・印刷物の中から、80年代レトロというデザイン様式を確立させるのにふさわしい視覚イメージを選び取り、再解釈し編集し、かつそれを仮説のように繰り返し社会へ発信しその社会的認知を得られるようになってようやく、グラフィックデザインにおける一つの様式として後世の人間が認識できるようになるのである。

[3-4]

さらに欧米の近代グラフィックデザインに話題を戻すなら、[2-1]においてアール・ヌーヴォー、[2-3]においてはアール・デコについて述べた部分で、どちらもその流行が収束した直後に関してはその装飾性が一過性の趣味の悪い流行とされ、一時そのデザインが醜悪なものとしてとらえられる時期が存在したが、その後数十年の時を経てリバイバルが起こった後は一つのデザイン様式としての存在を確立している。これも作用としては同じことが起こっていると考えられ、流行の終わった直後は時代遅れで評価されるべきでないもの、社会から排除されるものとしてそこに存在しているが、次世代のその流行自体に立ち会っていない年代層が世の中に出てきたときに、新鮮さと懐古主義とが相まって再評価の流れが生まれ、後世の再解釈が始まるのである。その中から最もアール・ヌーヴォー的な作品群のイメージ、アール・デコの作品群のイメージとは何かといった取捨選択とイメージの編集が行われた結果、デザインスタイルとして再定義されるという洗礼を受けて今日我々が一つの様式として認識できる形で引き継がれている。

[3-5]

グラフィックデザイナーの働きとして、例えば「大正レトロ」のような社会的に既知のイメージを利用し、ある種わかりやすいコミュニケーションによってデザインを発信するといった役割や、例えば「80年代レトロ」のように現在進行形で形作られているものについて、再解釈と再定義を世の中に投げかけていくことでイメージの形を新しく提起していくといった役割は、社会の中で非常に重要な意義を持つ。

ただここで一つ認識として必要なことは、後世の人間がある時代の一つの様式をデザインスタイルとして取り上げる裏で、様式として取り上げられることのなかったイメージが潜んでいるかも知れないということである。今現在これこそが80年代レトロのカラーやフォルムとしてふさわしいと、「わかりやすく」表現するための取捨選択が進行形で行われる中で、その取り上げられたイメージからこぼれ落ちたデザインスタイルの生活用品・印刷物といったアイテムが存在しているかもしれないということである。

しかしこれはビジュアルデザインの宿命的な問題かもしれないが、やはり人はある種形や色、視点やものの見方を、整理し取捨選択し単純化せずには認識できない。複雑なものを複雑なまま、雑多な情報が混じりあったままの状態での内部に取り込むことは人間には難しく、そのためにイメージや視覚環境の整理をしてコミュニケーションを図ることが視覚デザインに携わるものの責務だといえるだろう。

結び

以上3つの章に分けてグラフィックデザインの歴史とデザイン様式の視覚化についての考察を論じてきた。第1章では年表化することで歴史を視覚化し、人物とデザイン様式の相関関係を見て取れるようにした。第2章ではその作成した年表から見る考察として、それぞれのデザイン様式を8つの大きなかたまりに分けた上で、俯瞰的な歴史の流れから見たデザイン様式の分類について論じた。第3章では個々の人物や作品ではなくそれがデザイン様式として定着する際に、どのような作用で一つのスタイルとして成立していくのかを考察した。

特に年表に関しては、現在世の中に出版されているグラフィックデザイン史の年表と少し異なる部分をカバーできればと考え制作したものであり、これからグラフィックデザインの歴史を学習するものにとって一助となることを願う。

図 1 近代グラフィックデザインの歴史

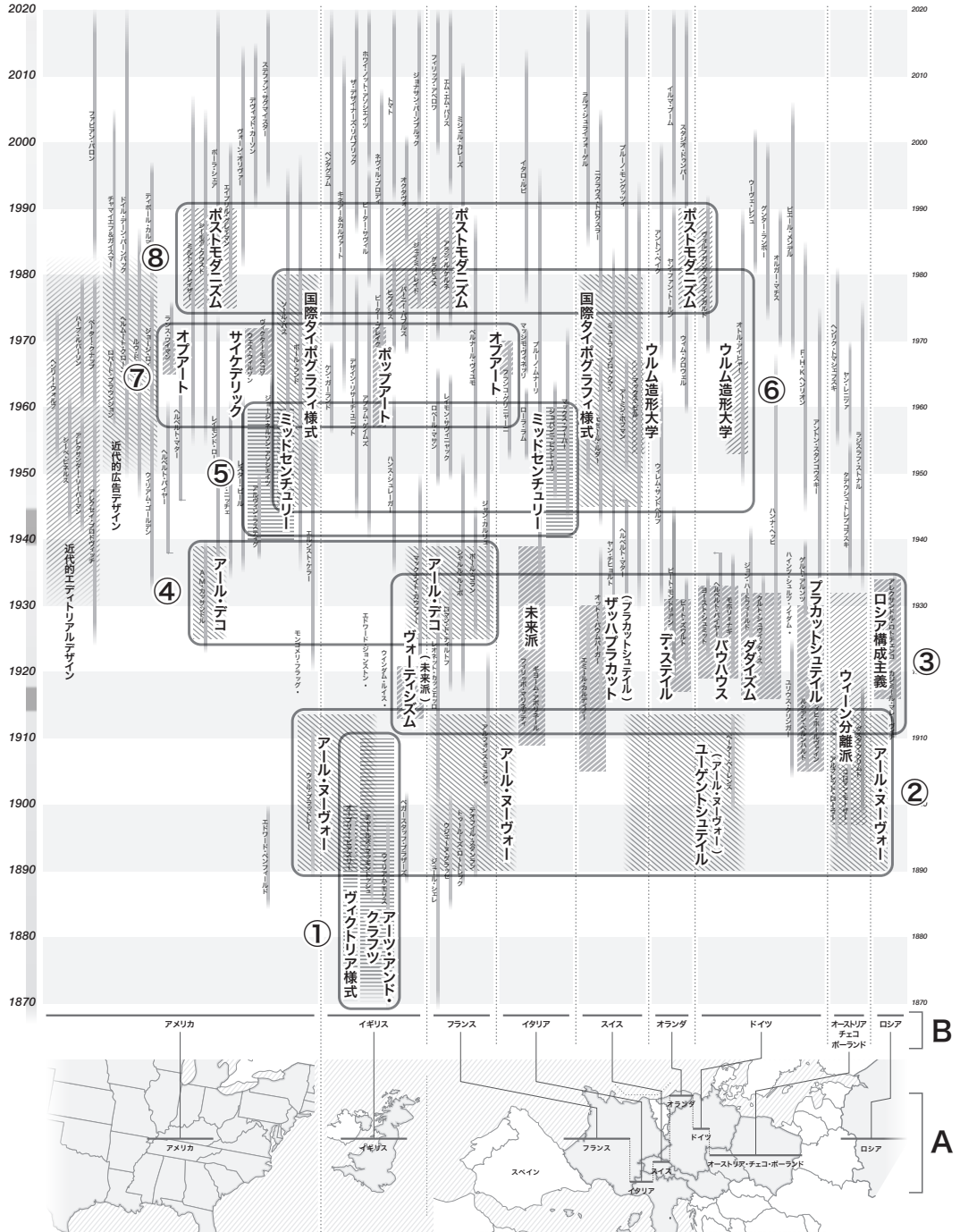


図 2

産業革命期	アール・ヌーヴォー	包摂的表現	グラフィックデザイン	モダニズム・インターナショナル	デザイン
<p>1860 - 1910 イギリス</p> <p>当時産業革命によって大量生産による安価で粗悪な商品が社会にあふれていたため、生活の中の日用品にこそ芸術の美を取り戻そうとした。</p>	<p>1890 - 1914 欧米全域</p> <p>花や植物などの有機的なモチーフや細やかな文様、自由曲線の組み合わせによる従来の様式にとられない装飾性が特徴の総合様式。</p>	<p>1897 - 1932 オーストリア</p> <p>あらゆるものをスタイルを統一する総合芸術を標榜し、方形や格子など幾何学的モチーフによる重層的な造形が特徴。</p>	<p>1905 - 1930 ドイツ/スイス</p> <p>無駄を削ぎ落とした独特な平面的色使いの挿絵技法で、商品の画像と名前だけを前面に押し出すスタイルは近代広告表現の元となった。</p>	<p>1909 - 1930 イタリア/アメリカ</p> <p>過去の芸術文化を否定し、機械・スピード・戦争といった近代技術を主題とした。活字の分解・構成、またキュビズム的なフォルム構成が特徴。</p>	<p>1916 - 1932 欧米全域</p> <p>第一次世界大戦の反戦運動として始まり、既成の秩序に対する否定・破壊が特徴。フォトモンタージュ様式の革新的な存在となる。</p>
<p>ウィリアム・モリス</p> 	<p>アルフォンソ・モウシャ</p>  <p>ジュール・シュレ</p> 	<p>アルフレッド・ローラー</p>  <p>ゴットマン・モーザー</p> 	<p>ルシアン・ベルンハルト</p>  <p>オットー・バウムパーガー</p> 	<p>フィリップ・マリノッチィ</p>  <p>マック・ナイト・カフナー</p> 	<p>ジョン・ハートフィールド</p>  <p>ハンス・ヘヒ</p> 

参考文献

1. 阿部公正 『増補新装カラー版 世界デザイン史』 美術出版社 2012年
2. アラン・ヴェイユ 『グラフィックデザインの歴史』 創元社 2005年
3. 石川マサル、株式会社フレア 『絵ときデザイン史』 エムディエヌコーポレーション 2015年
4. 海野弘 『モダン・デザイン全史』 美術出版社 2002年
5. 樺山紘一 『図説 本の歴史』 河出書房新社 2011年
6. キャロライン・ロバーツ 『世界グラフィックデザイナー名鑑』 スペースシャワーブックス 2015年
7. グラフィックデザインの世紀編集委員会 『グラフィックデザインの世紀』 美術出版社 2008年
8. 佐野宏明 『浪漫図案 明治・大正・昭和の商業デザイン』 光村推古書院 2010年
9. 城一夫 『常識として知っておきたい「美」の概念60』 パイ・インターナショナル 2012年
10. スティーブン・ヘラー、ヴェロニク・ヴィエンヌ 『世界に衝撃を与えたグラフィックデザイン 100のアイデアでたどるデザイン史』 ボーンデジタル 2015年
11. 高橋揚一 『デザインと記号の魔力』 勁草書房 2004年
12. 竹原あき子、森山明子 『カラー版 日本デザイン史』 美術出版社 2003年
13. トニー・セダン 『20世紀デザイン グラフィックスタイルとタイポグラフィの100年史』 東京美術 2016年
14. 新島実 『新版 graphic design [視覚伝達デザイン基礎]』 武蔵野美術大学出版局 2012年
15. フィリップ・B・メッグズ 『グラフィック・デザイン全史』 淡交社 1996年
16. ブリュノ・ブラセル 『本の歴史』 創元社 1998年
17. 山田俊幸 『大正イマジユリイの世界 デザインとイラストレーションのモダンズ』 ピエ・ブックス 2010年
18. 藪亨 『近代デザイン史-ヴィクトリア朝初期からバウハウスまで-』 丸善 2002年

