

キーワード：

デザイン教育
デザイン思考
デザインの本質
デザインの変容
デザインに求められるもの

現在、従来の「デザインの質」が「変容」し、新しい「デザイン思考」の萌芽が見られる。そうした中で、本校でのデザイン教育を通して、大学でのいかなる「デザイン教育」が、現代社会から要請される「デザイン」に合致しているのか、あるいは本質的な「デザイン」の探求に寄与することができるのかを、考察する。また、教育事例として、具体的な課題と学生たちの作品を紹介する。

1. はじめに

大学でのいかなる「デザイン教育」が、現代社会から要請される「デザイン」に合致しているのか、あるいは本質的な「デザイン」の探求に寄与することができるのか、を本稿では考察する。

その際、本学での学生たちの意識、動向などを与件として考慮し考察することとする。多くの学生たちが、大学入学後に進路について意思決定をすることが多く、「デザイン」に関連する職業に就くということに対して、あまりモチベーションが高くない。同時に、社会に対する適応力がまだ不十分であることなどが、それに当たる。

2. 「デザイン」に求められるもの

「デザイン」の守備領域は、グラフィックからプロダクト、ファッション、ウェブ、建築など広範囲にわたる。ここでは広い意味での「デザイン」の理念を背景にしつつ、筆者の専門であるグラフィックデザインを通して論を進めていきたい。

日本のグラフィックデザインの変遷を、株式会社竹尾発行「紙とデザイン」⁽¹⁾の各年代別の論考から見通してみよう。

向井周太郎は「1950年代 グラフィックデザインの黎明期」の項で、1955年10月に開催された「グラフィック55」展について「『グラフィック55』では実際に印刷され使用されたポスターなどの制作物が、一般市民に対する啓蒙運動として展示されたからである。それは、グラフィックのコミュニケーターとしての社会性を広く一般にはじめて宣言するものであったといえる」そして、同展覧会で発表された山城隆一の「森・林」（記憶が正しいとすれば、という注意書きを付し）というポスターを取り上げ、「タイポグラフィ表現の新たな可能性を開いた作品として記憶に残る」と評している。同時に、原弘について「チヒョルトやモホリ＝ナギがはじめて伝達手段として位置づけたタイポグラフィを、原が日本の書字体系の中で、はじめて日本のグラフィックデザインにおける伝達言語の基本的手法として位置づけ、集大成していったのだといえるだろう」と、原の日本における西洋的なタイポグラフィの受容に注目している。

そして1960年、日本で開催された世界デザイン会議を経て、日本のデザイン界は発展を遂げていく。

田中一光は「1960年代 高度成長とポスターの隆盛」の項で、「日本におけるポスターの隆盛は1960代年から70年にかけてピークに達した」と述べ、日本宣伝美術会（JAAC）の活動を取り上げ、「栄光に満ちたJAACのコンペは、日本のデザイナーたちのポスター信仰を一段と盛り上げていった。こうしたクライアントのいないコンペティションのポスターが、もっとも大きな評価の対象となるのは、自己表出性、時代感覚を持った新しい概念、表現のオリジナリティ、つまり個性、前衛性が不可欠な要素となる。クライアントの目的性を代弁するような、機能にそった表現が後退し、なによりも作り手の独創性が重視される」と書き記している。こうしたグラフィックデザインのベクトルは経済の高度成長に合わせ、より刺激的で独自の芸術性を獲得するひとつの文化として成熟していった。

その後、日本宣伝美術会は1970年に解体されることになる。しかし、そのおよそ10年後、1980年渋谷パルコで「日本グラフィック展」、83年伊勢丹で「JACA展」が開催される。

これらの展覧会を踏まえ、佐藤晃一は「1980年 多様化と個性の時代」の項で、「そのムーヴメントは、グラフィックとファインアートとメディアの垣根をいっきょに取り払おうとするような夢を、その内実においてははらんでいたと言ってよい」と述べている。

こうして見ていくと、復興を遂げ、経済の発展を成し遂げた日本において、グラフィックデザインに要請された大きな主題は「個性」であり、「自己表出性」であり、「時代感覚」などであったと言える。

そうした時代感覚に合わせたかのように、長く女子美術大学で教育に携わった森啓は「デザイン原論」⁽²⁾の中で、学生たちの評価に関して「いわば評価の差別化、区別化のときに何を見るかということ、個性、あるいはもう少し言えば造形性の面でのオリジナリティの表出とでもいうような部分を、物差しの基準としていることが多いのではないかと思います」と述べている。

造形面からのデザインの把握は、最終の着地点を多くは視覚的な表現に求める以上当然であり、武蔵野美術大学発行の「graphic design」⁽³⁾ではグラフィックデザイン

の造形要素として、「色彩、形、空間、タイポグラフィ、文字、タイプフェイス、写真、イラストレーション」と説明している。

こうした造形面の「個性」「オリジナリティ」を一義的に考える潮流は現在も続いている。

3. デザインの「変容」

ところが、以下のデザイナーたちの活動から、少しずつデザインの内包する造形性と同時に、「コミュニケーションとしてのデザイン」「ものと人間との関係性と捉えるデザイン」の考えの萌芽を、近年見て取ることができる。

佐藤卓は、幾つかのパッケージデザインで注目され、「21_21デザインサイト」の企画、NHK番組「デザインのあ」などによって、自身のデザインコンセプトを明確化している。

原研哉は「無印良品」などの商品開発、広告、武蔵野美大でのデザイン教育活動、あるいは多くの著作によって、デザインの新たな思想面を切り開いている。

佐藤雅彦は多くのすぐれた商業フィルムの制作を経て、慶應義塾大学、東京藝術大学での教育活動で先端的な視覚言語の実験により、デザインのフィールドを広げている。

彼らの活動は「自己表出」としてのデザイン行為からは「変容」し、時代が要求するデザインのあり方を「デザイン手法」という狭いフィールドから逸脱していくように考えられる。

このような潮流の元、学生たちが「デザインについて学ぶ」ということは、「造形的な個性の獲得」という自己表現の高度化ではなく、「コミュニケーション活動への希求」であり「明晰で、時代に即したコミュニケーション」の方法を手にするのではないだろうか。「デザイン教育」として、技術的な専門性の高度化に費やす時間は必要であるのだが、それ以上に「情報の本質」や「関係性」を、学生自ら「社会生活」の中で発見することが、より「今日的なデザイン教育」に必要な視座となりつつあるように考える。

したがって、「デザイン」をスタイルなどの表現の問題として捉えるのではなく、「人とモノとの関係」「コミュニケーションの媒介装置」としての思考を根底に据え、理念としての「デザイン」を学ぶ必要がある。

現実的な教育カリキュラムとしては「専門的な技術教育」と「デザイン理念の探求」の2層的な形態をとることになるが、より後者への理解を深めていくことが要求される。

⁽¹⁾株式会社竹尾創立100周年記念「紙とデザイン 竹尾ファインペーパーの50年」発行：2000年4月19日 発行者：株式会社竹尾

⁽²⁾「女子美術大学講義録 書物を構成するもの③ デザイン原論」発行：2008年5月30日 著者：森啓 発行者：女子美術大学

⁽³⁾「graphic design」P4「グラフィックデザインの領域」より
発行：2004年5月30日 発行者：株式会社武蔵野美術大学出版局

4. 教育事例

この項では、実際の課題と学生たちの作品を紹介する。慣例的に「作品」と称しているが、むしろ学生たちの「解答」と言い直す方が適切であるかもしれない。

課題1 コミュニケーションデザインA 3年生前期

「本を再構成する」

小説、画集、詩集、絵本、図鑑、料理のレシピ集、情報誌、写真集などの様々な内容、形態の「本」がある。ここでは、自分自身が考える「本」をデザインする。

「本」という概念を拡張してみよう。

あるいは造本の新たな実験、

あるいはタイポグラフィーの新たな実験、

あるいはメディアとしての「本」の再構築。

これも「本」と呼べないか？

あるいはこうすれば「本」になるのでは？

情報を束ねると「本」になる？

立体物としての「本」？

[条件]

個人制作

サイズ、ページ数、色数、紙質は自由

[目的]

- 1 「本」という形態・機能・意味への考察
- 2 「編集」という行為を学ぶ
- 3 タイポグラフィの実践的な表現を試みる

ここでは、レイアウト、タイポグラフィ、装丁などの実践的なブックデザインに関わるデザインワークを学習しながら、「本」というメディアのあり方へと考察を進め、実体化させる。

ゲーテンベルクの活版印刷術の発明から、多くの活字が開発され、本という形式が歴史の中に固定化されていった。ところが、インターネットの普及により、人々の情報への接し方が劇的に変化する時代を迎えている。相対的に紙による「本」はその役割を終えつつあるように見えるが、ここでは新しい「本」の可能性を見つけ出す試みがなされている。

まず、思考の出発点として、「季刊タイポグラフィNo2 特集杉浦康平 人と作品」⁽⁴⁾に掲載された杉浦の「書物＝複合化された時空間」がある。ここで紹介されているのは1から22までの「制作メモ」であるが、杉浦が試みた「書物の歴史自体が内包し、潜在させていた諸内容の解体と再還元」を、現在インターネットなど新しいメディアが活性化している時代の中で、再検討を行う。

さらに前提として、エル・リシツキーの「タイポグラフィの地形学」⁽⁵⁾を参照する必要がある。寺山祐作の「その書物に対するマニフェスト」にも現れているように、リシツキーの斬新さは新たなテクノロジーとコミュニケーションの目的に対して常に新しい表現の可能性を求めていったところにある」との発言にあるように、テクノロジーの広がりメディアとしての「本」を、学生たちはさらに強く意識することとなる。

また、佐藤卓が関わる「21_21デザインサイト」の活動に当てはめてみると、そのマニフェスト⁽⁶⁾にあるように「日常の出来事や人の営みに関わるあらゆるものごとをテーマに、『世界をとらえる視点』を示していきます。いままで見えなかったものに気がつく、いろいろなことがつながりはじめて、さらなる広がりが生まれていく」。21_21デザインサイトではこうした視点から「水」「チョコレート」「単位」などを展覧会のテーマとし、狭義の「デザイン」を扱うだけではなく、生活全般における人々の意識を挑発していく。この課題では、そうしたコミュニケーションの実相として「本」を考えた時、どんな表層としての「本」が浮かび上がるのか、学生たちは思考を深める。

さらには、原研哉が武蔵野美大で連続して行っている「Ex-formation」⁽⁷⁾になぞらえて言えば、慣れ親しんだ「本」の不可知な部分を発見しようとする試みでもある。幾つかの方向性を示しながら、従って学生たちはかなり広範囲な思考の基に、各自が「本」のデザインを提案することになる。

- (4)「季刊・タイポグラフィ No 2 特集・杉浦康平 人と作品」
発行：1974年1月25日 発行所：柏書房株式会社
- (5)「graphic design」P17「グラフィックデザインの原種 エル・リシツキー」 寺山祐策
発行：2004年5月30日 発行所：株式会社武蔵野美術大学出版局
- (6)21_21DESIGNSIGHT 第2回企画展 佐藤卓ディレクション
「water」展覧会カタログ
発行：2007年2月1日 発行：21_21DESIGNSIGHT
- (7)「Ex-formation エクスフォーメーション 四万十川」
発行：2005年11月25日 著者：原研哉ゼミ
発行所：中央公論新社



2013年制作 3年 西村奏美



2014年制作 3年 栗田志穂

課題2 コミュニケーションデザイン基礎D 2年生後期
「Paper Boxデザイナー箱の意味・機能・形態」
デザイナーにとって紙は身近な素材である。この紙を使用して「箱」をデザインしてみよう。「箱」の機能を考えてみると、一般的にはパッケージとして中身を店頭で商品化する機能や、外部から保護する機能などがある。また、ギフトとして、相手に愛情を伝えるなどメッセージ性を発信することもある。ここでは様々な「箱」の性格を自ら規定し、それに合わせて箱をデザインしてみる。

構造の新規性を追求する方法もある。グラフィック的な美しさを表現しても良い。あるいはプレゼントのように、あるメッセージを託すことも可能だろう。

「箱」という規定の中でどのような表現が可能か、あるいは箱のメディア性を発展させることは可能か、考えてみよう。

[条件]

- 1 素材は紙を主要な素材としてして使用。ゴム、ひも、留め金など一部に使用することは可
- 2 箱の形態、サイズ(長辺が20センチくらいが妥当)、加工は自由
- 3 箱の目的は自由
- 4 紙にプリントしても可
- 5 いくつかの箱をシリーズ化しても可

[目的]

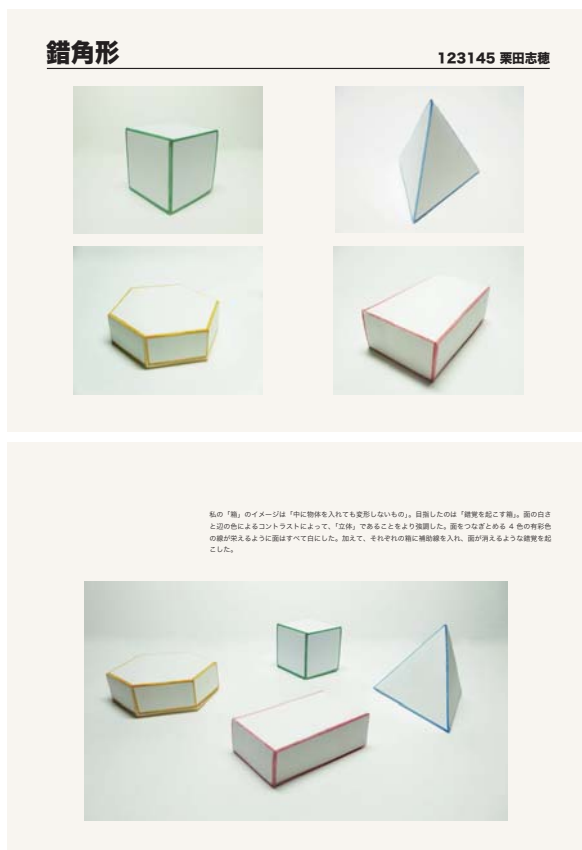
- 1 紙の性質を学ぶー構造の開発
- 2 新しい発想に取り組むー機能の開発
- 3 意味の分析

この課題では、具体的な製品や贈答用のパッケージデザインを求めるものではない。ここでは、まず乱暴に「箱」と提示されたものを、意味性、機能性、形態面から学生自身が解析しなければならない。

1996年原美術館開催の「倉俣史郎の世界」展カタログ⁽⁸⁾で横山正が倉俣の1976年発表の「GlassChaie」を例にあげ「倉俣はすでに述べたとおり構築性を、あるいは技術のあとを消去しようと努めたが、それはこの世のあらゆる既成概念から人々を解き放ちまったくの自由の世界へ誘う決意の表明であった」と述べている。「椅子」という既成概念からの解放を意味する「椅子」の存在は、デザインという行為が、単なる批評性に終わらず、常にものの存在を経て、問いただす行為であることを示している。

そして現代のデザインに照らし合わせてみると、原研哉の提唱する「Ex-formation」、「secondary-function」⁽⁹⁾という情報や機能に関わる問題を、論理的な構想力として学生たちは獲得することを要求される。

(8)「倉俣史郎」倉俣史郎の世界展カタログ
発行日：1996年6月29日
発行：財団法人アルカンシエール美術館
著作：原美術館
(9)「デザインクォーター 第2号」
p26「secondary-function」原研哉ゼミ
発行日：2006年3月1日
発行：株式会社翔泳社



2014年制作 3年 栗田志穂

ねじられた箱

13131208 坂野里奈



箱といえば、最も単純な形状である立方体や長方形のものを思い浮かべることが多い。しかし、この箱は通常の箱とは異なり、折り紙の技法を用いて作られた。立方体の形状を保ちながら、一面がねじられており、独特の立体感を生み出している。この箱は、見た目だけでなく、触覚的にも面白い体験を提供してくれる。



箱の構造は非常にシンプルで、一枚の紙で作られています。折るだけで完成する簡単な構造で、誰でも作ることができます。



2014年制作 2年 坂野里奈

執念 | Paper Box

13131209 坂本実由

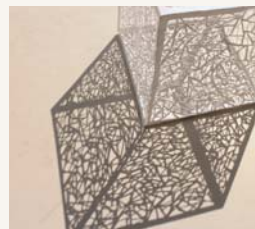
箱とは何かを考えた時、私はまず何かを思い込めるものだと考えた。その為箱には、目的性がある。なので私は箱に開放感を求めることで箱の目的性を無くそうと考えた。

結果、箱を全面網目にする事で、空気を感ずる作品となった。また吹抜きという開放感、そして網目という象徴的な手触りを感じた箱になった。

複雑な網目の模様は私の物感を可視化したものとなっている。



▲吹抜き
目に見える開放感、複雑で美しい網目だが、空気を感ずることの出来る開放感と触の他により、重たい特徴はなく透き通った表面感を生み出している。箱の向こう側にある景色を物の模様にするこの出来る作品。



▲影
箱の網目はすべて無機質に作られている。その為、立ち出される影は重なり合って、複雑な模様になっている。箱と影の配置が変わるたびに、影もまた異なる表情を変えていく。影もひとつの作品になる。

2015年制作 2年 坂本実美

組み立てるはこ

13131230 渡邊美穂



この箱は作りやすいように組み立てることができる。立方体の形状を基本として、様々な色合いの立方体を用意し、組み合わせることができる。そのほか、箱の大きさや形状も自由に組み立てることができる。そのため、楽しみながら作ることができ、完成した箱も個性が溢れる。また、この箱は子供たちにも人気がある。色鮮やかな立方体は、子供たちの目を惹きつけ、興味を持って取り組んでくれる。



▲組み立てると立方体同士が組み立てる、色とりどりの立方体で構成されている箱の構造がわかる。



▲組み立てると立方体同士が組み立てる、色とりどりの立方体で構成されている箱の構造がわかる。

2015年制作 2年 坂本実美

A 「登呂博物館VI計画」

2009年10月にリニューアルオープンした、静岡市立登呂博物館のVI (ビジュアル アイデンティティ) 計画を策定する。ベーシックデザイン、アプリケーションデザインの開発。プレゼンテーションボードの制作。

[条件]

- 1 個人制作
- 2 パネル展開でプレゼンテーション
- 3 登呂博物館の情報の視覚化、に力点を置く
- 4 実用性、実効性は特に求めない
- 5 「トロベ」などキャラクターは原則使用しない

B 「登呂遺跡の魅力を、感性的に訴求するポスターの制作」

登呂遺跡は戦争中に発見され、戦後、科学的な発掘作業により日本人の誇りのよりどころになった遺跡である。弥生文化を代表する遺跡として教科書にも掲載されていたが、その後吉野ヶ里遺跡など他の大規模な集落等が発見され、現在はやや影が薄い状況と言える。そのような登呂遺跡に興味を持ったり、印象を強くしたり、面白さを感じたりするポスターを佐藤雅彦の「勝手に広告」⁽¹⁰⁾を参照しながら製作する。

[条件]

- 1 サイズ:B2 インクジェットで出力
- 2 「トロベ」などキャラクターは原則使用しない
- 3 一般的なポスターのカタチでなくて良い
キャッチコピーなど不要

[目的]

- 1 この課題ではCI計画の知識を獲得し、VIとしての方法論を模索する
- 2 発想を基盤としたデザイン思考のなかで、シンボルマーク、あるいは抽象化の方法論を考える
- 3 システムとしてのデザインの形態化を実施

この課題では、中西元男著「コーポレート・アイデンティティ戦略 デザインが企業経営を変える」⁽¹¹⁾をテキストに、PAOSのデザイン活動を参考としてCIについて学習する。同時に、登呂博物館のVIの開発と、同博物館を感性的に訴求するポスターのデザイン、という二つの制作を試みる。

まずVIについては、シンボルマークやロゴタイプのデザイン、その展開案の制作とオーソドックスなものであるが、考え方の道筋を、佐藤卓の「金沢21世紀美術館」のシンボルマークデザインの開発手法を参考にし、よりコミュニケーション性を強調した方策を取っている。

佐藤は、雑誌「デザインノート」誌で「金沢21世紀美術館」のシンボルマーク制作と、決定のプロセスを説明して

いる。21Museumの21やMを元にしたシンボルマーク案はプロのデザイナーであれば容易に制作できるとして、こうした方向性を排除している。この「金沢21世紀美術館」という、現代美術作品を展示する美術館の考え方をカタチにするという「意味性」を重視し、その特徴を「輪ゴム」や「レンズ」などに翻案するデザインを提示し、最終的に美術館の建築の平面図を取り上げた案が採用されている。

従ってこの課題では、「登呂博物館」が有する「弥生文化」「稲作」「発掘の歴史」「土器」その他多くの情報に接し、発見することから始まる。

このシンボルマークにどのような「意味性」を与えるのかに徹底的にこだわる。その後で、造形的なカタチを模索し、洗練させる。この「意味性」の発見が、博物館に関わるスタッフの方々が普段気づかないような、あまり感じてこないような問題意識を浮き彫りにする、という批評的な効果もある。

ポスターについては、一般的な観光ポスターではなく、実態としての博物館がUnderstanding Museum (理解する博物館) であれば、Impression Museum (実感する博物館) として、言葉ではなくイメージとして感性的に訴求できるよう、工夫する。

⁽¹⁰⁾「勝手に広告」

発行日:2006年9月30日
著者:中村至男+佐藤雅彦
発行:マガジンハウス

⁽¹¹⁾「コーポレート・アイデンティティ戦略 デザインが企業経営を変える」

発行日:2010年4月30日
著者:中西元男
発行:株式会社 誠文堂新光社

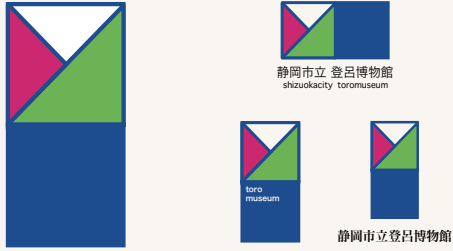
A 「登呂博物館 VI 計画」

登呂博物館

松下美里

▲□案

登呂の「と」と「ロ」を用いたロゴマーク。三角や四角の単純な形と鮮やかな色を組み合わせることで博物館という新しいイメージを創出し、登呂博物館の良さとあり強みである体験して学ぶ楽しさを伝えるためにこのロゴを制作した。



登呂と遊ぶ

113172 西村 友里

遊園地、遊まわりの形の楽しさから、人によってモノの色や形、想像、見え方は違ってくる。遊園地、遊まわりの形の楽しさから、人によってモノの色や形、想像、見え方は違ってくる。遊園地、遊まわりの形の楽しさから、人によってモノの色や形、想像、見え方は違ってくる。



登呂博物館

松下美里

アプリケーションデザイン案

看板などに使うだけでなく、案内表示として室内に使う事も出来る。色のバリエーションを多く作れるのでいろんな場面でも活用可能である。

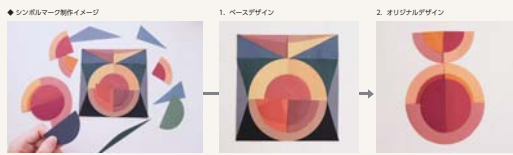


2013 年制作 3 年 松下美里

登呂と遊ぶ

113172 西村 友里

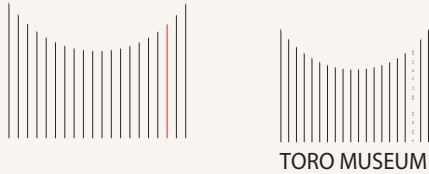
好きな形で自由に登呂のイメージを形どり、好きな色で構成する。基本のペースを用いて遊び心溢れるオリジナルのシンボルマークを演出することが出来る。



2013 年制作 3 年 西村友里

昭和 18 年発掘ロゴ案

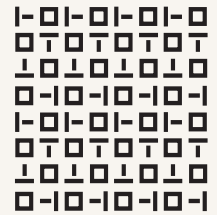
鈴木 真歩



昭和 18 年の工事中、水田の下 1m の探土から多くの木製品が出土し、さらに水田跡と考えられる杭列も発見された。穴を掘っている時に見つけたことから穴をイメージさせるシンボルにし、また左から 18 番目の線の特徴づけ、昭和 18 年に発見されたというところを示すものにした。

登呂 VI 計画

藤田 奈巳



登呂遺跡は子供たちが遊びながら学ぶ場である。子供たちが遊ぶ木をイメージして、「トロ」の文字を作成した。子供たちが登呂遺跡をあらゆる角度から見ることをトロの文字で模倣するように作成した。

昭和 18 年発掘アプリケーション



丸形ケース

登呂式住居をイメージするデザインから中にものが入るという意味でケースにしました。

麻バック

弥生時代、火おこしの為に使われた麻は登呂にも深い関係があると想像したバックにしました。

2014 年制作 3 年 鈴木真歩

アプリケーション展開



●「トロ」模倣の配色



子供たちが身近に感じることで出来る積み木のおもちゃとハンカチに展開したアプリケーションを提案する。遊びながら登呂を感じる事が出来ることと手に触れることで登呂を思い出す。

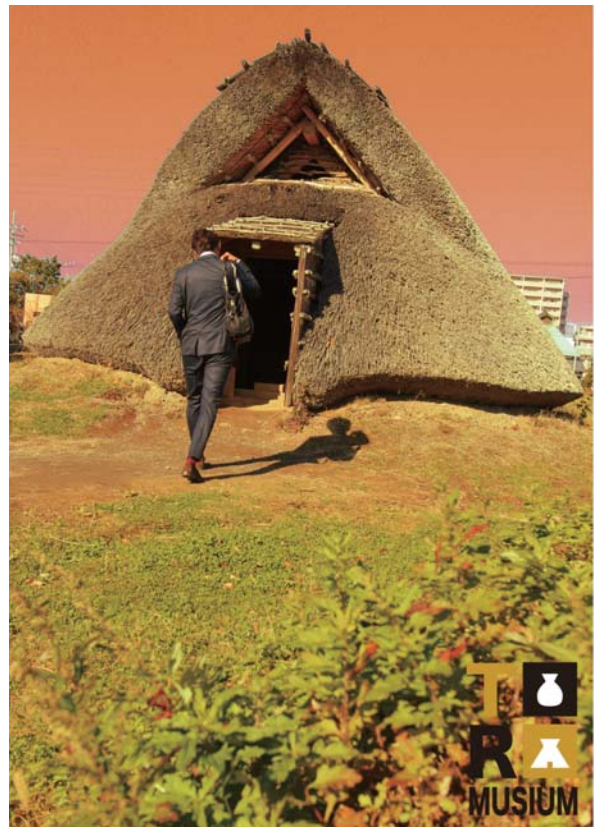
2014 年制作 3 年 藤田奈巳



2014年制作 3年 木村仁美



2015年制作 3年 田形友里恵



5. おわりに

筆者が担当するビジュアルデザインコースのカリキュラムは、造形学部造形学科の位置付けであるが、美術的な要素だけではなく、マーケティング、マネジメントなど社会における経済活動としてのデザインも視野に入れている。前述したように、学生たちの資質、動向を加味したものであるが、現代の「変容するデザイン」のあり方を考えると、ますます「コミュニケーションとしてのデザイン」の位置付けを明確化し、生活を基盤にした「デザイン教育」の重要性を痛感する。

本稿を執筆している2015年は、オリンピックに関して、「新国立競技場」「大会エンブレム」などの問題で、人々が「デザイン」を強く意識した年として記憶されるであろう。人々が「デザイン」に何を望み、「デザイン」がどのような形で社会の要請に応えることができるのか、を考える良い機会になったと思われる。