The University of Osaka
Institutional Knowledge Archive

Title	デザインの言語
Author(s)	尾方, 義人
Citation	Communication-Design. 2007, 0, p. 36-42
Version Type	VoR
URL	https://hdl.handle.net/11094/4533
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

https://ir.library.osaka-u.ac.jp/

The University of Osaka

4. デザインの言語

尾方義人

…デザイン

デザインの分類は、現在において極めて複雑かつ多層である。プロダクト・デザイン、インダストリアル・デザイン、テキスタイル・デザイン、ファーニチャー・デザイン、アーバン・デザインなど、今日の文化や社会、産業に基づく領域性という自己拡張的な立場から、デザインにある形容を冠し、領域化している。これは、デザインやその領域の不定義性を示す顕著な事実である。

固有コードを備え、産業性や社会性が少しでもあれば、それぞれの領域はデザインの対象領域となる。デザインは定義されないことが多いがそれに冠する言葉は、要素、材料、技術、機能など、多くは他のジャンルに変換できない。しかし、他の領域つまり、冠する形容に当たる部分がなければ、デザインは存在はできない。同時にこれらは、デザインという全体として社会の構成を操作する要素の部分集合と、とらえることも

できる。もちろん個々の領域の希薄化ではなく、デザインという言葉の領域性や専門性を超え、内包あるいは外包するシステムを意味している。形容を冠した、つまりある限定を与えた上でのデザインという言葉の拡張が近年、急速に拡大していること自体にも大きな意味性が存在すると考えられる。拡大や拡張はデザインの需要があり、供給されている現状ととらえられるが、デザイン学としての形成は、未成熟である。それはデザインの言語化が不十分であるからではなかろうか。

デザインの言語化…

４つのデザインの言語

デザインの言語には４つあると考える。

デザイン要素…

１つは一般的なデザイン要素を辞書的に説明するもの。

デザインコンセプト…

２つめはこれからデザインするものを説明ための言語である。これは一般的にはコンセプトとして、言語化されるべきものである。コンセプトはデザインを、総括的にとらえた意味である。これから事柄やモノに対して共通事項を抽象としてとらえたものであり、商品開発においては企画と位置づけられる事が多い。これをいかに具体化するかが計画であり、具体的な設計やデザインととらえられている。

共通事項であるコンセプトは抽象的あるいは普遍的でならなければならない。それはコンセプトが、ある特定の商品であっても様々な流通過程や製造過程があるためそれら全てに対応できるものでなければならないからである。多く見受けられるあやまりは、デザイン過程におけるの修辞やモチーフがコンセプトとして説明されていることである。また、開発仕様やスペックをコンセプトとして説明されてしまう事も多い。それらは、全て具体的な要素であり、それを説明する事は重要であるが、それをコンセプトと言ってしまう事に、具体と抽象の混乱がおき、コンセプトやデザインが正しく伝わらない要因でもあると考える。いずれにしても、普遍的な賢哲の希求をコンセプトという言語に求めたいところである。

デザイン評論…

３つめは、デザイン評論あるいは解説である。これは、コンセプトと商品・製品を結びつける言語であり、具体的な結果を説明・解釈する事である。結果の説明自体は具体的であっても、抽象的であってもいずれでも適切であると考えるが、デザインの造形やコンセプトが対象になり、その善悪や価値を修辞あるいは情報変換をもちいて更なる価値化をはかるものである。デザインされた具体的なものを、 ── 一般的なものを利

用しつつも、概念として、普遍的に説明するものが評論であると考える。

つまり、意図したものであろうとなかろうと、デザインという結果をいかに社会価値化し、更なる資産や資源としていくあるいは、社会価値に反するものを否定していくものである。

…社会価値化

最後に、最も重要だが、いまだ十分でないと考えるのが、デザイン過程、デザイン手法の言語化である。

…デザイン手法の言語化

空間デザイン・プロダクトデザイン・グラフィックデザインの実務経験、教育経験を技術・マニュファクチャーとしてとらえ、その過程や手法を伝達、解説するために。デザインという実作業の言語化を図らなければならない。

デザインの実務分野を問わず、一般的標準的なデザイン実務というのは、ほぼ例外なく以下のようなシステムで順に行っているととらえる。

1.オリエンテーション
2.調査・分析
3.アイデア抽出
4.アイデア精査
5.デザイン制作作業
6.プレゼンテーション

つまり、クライアントなどから依頼があり、その後その依頼内容とその周辺事項を確認する。そしてそれらに関連する事項や市場を調査する。その後、デザインのアイデアをだし、エスキスを重ねながら、とりまとめていくというものである（と、多くが説明している）。そして、企業のデザイン部門にしろ、独立系のデザイン制作会社にしろ、これ以外に多くの段階とスキルが謳われているが、その多くは、マネージメントに関わる調査方法やデザイン制作の段階でのスキルのフローであり、デザインそのものの手順や方法を明確にしているところはほとんどない。

この手法をさらに、簡潔に述べると、依頼事項に基づき、それに関わる要素を経験により形態化する、これがデザイン分野を問わず行われているデザイン実務の手法である。しかし、これでは工学はおろか学問としても成り立たせることはできない。また、実際は各段階でパタン化されているにもかかわらず、それぞれがパタンを認識していないのは、多くが美術・工芸的教育によるためである。もちろんこの美術・工芸的教育自

体に問題があるのではなく、それをデザイン教育にあてこみ、それにより産業化され人材が育てられているところが問題なのである。

問題の認識・発見やデザイン手法は、経験則により部分的に実務の中で使われてきていたが、あくまで、職人技的に行われているもので、体系化されたものではない。

そして、この形態化されたものを具体化つまり、経営性・経済性・社会性などの要因により、商品化することが、実務におけるデザインの最終段階であり、またその商品化自体が次の価値を生み出すことが、デザインの社会化となる。具体的なものや技術をよりどころにして、さらに別の具体的なものを創りだし価値化することは極めて困難である。そのためには、パタン化、体系化といった作業が重要な位置を占めると考える。

デザイン手法の…再認識・再構築

この手法自体を言語化するために、デザイン手法の再認識・再構築が必要である。建築家・菊竹清訓は、ハワイ大学での講演で、「カ・カタ・カタチ」の配列が日本語の基本構造を示しているという。「カ」は「雨・露から身を守りたい」という心であり、「タ」は「手」つまり「手段」である。心は手段を得て、「カタ＝計画」となり、てやがて「カタチ」すなわち「家」「建築物」となるのだ、と説く［城功、仕事の遊び方、日刊工業新聞、1974］。つまり、菊竹は「カ」は心・気持ち、「カタ」は手段を得た計画、「カタチ」はモノとしてとらえている。

そこで、私は、産業性や社会性としての観点から、ここにさらに「カチ」（価値）をつけ加える。産業や経済の観点からみた場合デザインにおいては、つくられた「カタチ」がいかに社会性を持って流通するかが重要である。それがデザインの価値でもある。

カ・カタ・カタチ・カチ

ここでは先に述べたデザイン実務の流れの要素抽出・抽象化・形態化・具体化を、「カ」・「カタ」・「カタチ」・「カチ」とおいて、一つのデザイン手法のパタン化モデルとしたい。

カ…

「カ」は、語源的には小さなものを示し、それはつまり工学的には基盤となる要素、技術をともなった部分あるいは、気持ちをともなった要素と理解する。「カタ」は、要素に手法がともない一般化された「型」である。「カタチ」はそれらが人に見える、あるいはふれることのできるものとする。「カチ」は本質・源泉のとらえ方によって対立する客観価値説

カタ…

カタチ…

カチ…

と主観価値説からなる価格の背後にあるものを、好ましいもの望ましいものとして、その実現を期待するもの、特に、真・善・美など、普遍的な妥当をもったものをいう。

このようなパタン化モデルを数多く構築していく事が、デザインの言語化のひとつであり、体系化につながる。そして、それらは、より有効な美術教育でない、デザイン教育手法につながると考える。

近代社会にはいり、技術の体系化が進んだ中、また産業革命などを背景にし、市民・社会において、知識そのものへの信頼度は高くなり、技術は学問と結びつくことがのぞまれたと考える。さらに現代社会では、技術が重視されているので、現場は技術との連結が重視されてきている。これはあくまで重視であり、技術イコール現場ではもちろんないが、学問と現場実務あるいは職能の責任性・社会性と独占性に連関すると考える。これは先の本質と現実、学問体系性と現場性との関係に大きく関係すると解釈する。

…学問体系性と現場性

つまり、現場技術の具体的な要素を体系化ひいては抽象化することが学問であると考える。適切な体系化と抽象化は、広範囲において納得のいく説明が得られる。そして、その体系をさらに具体的なものにし、価値化するためには、設計や思想といった手法的抽象が必要と考える。そしてそれがさらに、具体的に産業や社会において価値化されれば、それが新たな具体的な要素となり得るであろう。

そして、この４つの言語特に４つめの言語化は、学問化つまり教育体系化へ大きくつながると考える。その構築が、工芸と工業の差であり、作品と商品の差であると考える。最終成果物が工芸と言われるものと工業製品と言われるものに差がないと見られることもある。作品と商品の間にも同様の事がある。これらは過程や結果にいかにパタン化（エンジニアリング）されたものがあるかないかが、それらの差であるととらえたい。逆に言うと、デザインをデザインたらしめる、つまり言語化を構築するためには、作家性という特殊解を一般解という言語にしなければならないと考える。

…教育体系化

抽象と具体の狭間で

デザイン要素、デザイン概念、デザイン手法、デザイン評価を、抽象と具体の狭間で、表現していく事が、デザイン研究と考えている。

…抽象と具体の狭間

…デザイン研究

ここで、現在の私の課題を示す事で、このエッセイを終えたい。現在私は大阪大学コミュニケーションデザイン・センターの教員であり、プロのデザイナーである。先のカ・カタ・カタチ・カチ ――要素、概念、手法、評価―― からCSCDを考えてみたい。

デザイン実学において、製品、情報、空間や組織をデザインする場合まず、はじめに考える事がある。それは、デザイン対象を「A」とすると、「A」の特質（特長と特徴）はなにか、「A」のイメージはなにか、なぜ「A」があるのか、という課題認識と「A」の基本的な構成要素である。

これらにより「A」のアイデンティティを一人称、二人称、三人称の観点からの理解を図る。

また、CSCDの要素は「大学」「コミュニケーション」「デザイン」「センター」につきると考える。「大学」は研究、教育、運営、実学から成り立っている。これらは根源をなす要素である。

CSCDは、大阪大学もしくは、その経営者が社会からの声であるVoicing(ハーシュマン)をうけとめ、ひとつの答えとして、学内外に示そうとしたイノベーションという概念ではないかと考える。イノベーションつまり新結合とは何であるかを、何をどのような形式や方法で結合させようとしているかを、人称からの解釈などにより考えるべきである。このようないくつかの視点により、要素分解つまり、言語抽出が容易くなる。そして、それらをさらに、（詳細は割愛するが）図表・図式・図譜・図解・（図面）・（地図）といったダイアグラムで、分類することにより、体系的客観化と構築のためのパラメーターが明確になる。これらにより、客観要素の文脈を構成し、コンセプトの基盤の一つとする事ができる。

イノベーション…

また、大阪大学総長が言うように「センター」はサービス機関である。大学がサービスするものは、教育である。価値化するための評価は、教育成果であろう。では、研究はどこで行うのかという課題がのこるが、まずこのような自らをデザインするために外からの解釈による分解がCSCDには必要である。

サービス機関…

教育…

センターにおけるデザイン

理想的なアイデンティティを構築しないままのビジュアルアイデンティフィケーションは、自己混乱を招き、プロモーションの錯綜を招き、運営認識すら欠落させる。そのためには研究をサービスのためのものと明確

アイデンティティ…

ビジュアル…

アイデンティフィケーション

に打ち出すことが重要ではなかろうか。これらの認識が明確であれば具体化する方法の一つとしては、一般化されている経営の手法や商品企画の手法（ポートフォリオマネージメントやデザインエンジニアリング）を使えば概念構築の足がかりになる。

例えば、CSCDの特質と、CSCDのイメージはなにかと、なぜCSCDがあるのか、という仮説が明確になれば、CSCDのアイデンティフィケーションは造形や形態、あるいはメディアとして成り立つ。

…メディア

些少ではあるが、少し具体的に考えると、例えば名刺のデザインは、組織・運営認識や表現が集約された形態と成るべきである。組織名と個人名のビジュアル的優先順位は、組織論や組織哲学が表現されるべきものであるし、そうでなければ組織という枠組みを持つ意味がない。また、さらにはCSCDのマークに技術性、たとえば文字文化と技術といった根源をもたせるのか、お為ごかし的な民主主義を表現するのかでは大きく異なる。また、主要媒体である名刺や封筒やパンフレットなどには、CSCDとしての研究、教育、運営、実学のすべてをデザインからの形態として、有効に表現しうるまた、すべき媒体であるため、特にCSCDにおいては、コミュニケーションデザインとして内外にアピールしうる有効なアイテムである。客観認識と要素分解による、アイデンティフィケーションの構成はCSCDのデザインがCSCDたるべく表現しうる極めて有効な素材であるため、現状に基づく機能分節と機能統合により、再構築は、組織論からも、コミュニケーションからもいっても、研究や実学運営の観点からの位置づけが望ましいと考える。

…組織・運営認識

…文字文化と技術

これらをセンターの研究プロジェクトとして構築する事は、CSCDにおけるデザインが実践している技術を体系化学問化し、それを教育や研究にフィードバックし、新たな技術化として、実学と学問の間と双方を形成していくことになるのではなかろうか。

…実学と学問