

| | |
|--------------|--|
| Title | <書評>Heinz Fuchs, Francois: Burkhard Product Form Geschichte-150 Jahre deutsches Design, Berlin : Reimer, 1985, 339S. ハイנטツ・フックス, フランソワ・ブルックハルト 「生產品・形態・歴史-ドイツのデザインの150年」 |
| Author(s) | 藪, 亨 |
| Citation | デザイン理論. 1986, 25, p. 133-135 |
| Version Type | VoR |
| URL | https://doi.org/10.18910/52712 |
| rights | |
| Note | |

Osaka University Knowledge Archive : OUKA

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

Osaka University

Heinz Fuchs, François Burkhard

Produkt Form Geschichte –150 Jahre deutsches Design

Berlin : Reimer, 1985, 339S.

ハインツ・フックス, フランソワ・ブルックハルト

「生產品・形態・歴史—ドイツのデザインの150年間」

本書は、19世紀初めから今日までの約150年間におけるドイツの生產品デザインを考察の対象としており、なによりもまずその視野の広さが最大の利点である。しかし、本書ではドイツの生產品デザインの連続的な発展の歴史が問われるのではない。そうではなくて、過去約150年間を歴史的に7つの時期に区分し、その時代相や時代色を映し出す断続的な事象として生產品の形態と機能が比較され考察される。

本書における時代区分とその簡単なあらまはは次の通りである。

1. 王制復古, ビーダー・マイヤー (Restauration, Biedermeier)。1820年から1848年まで。産業化がドイツでもやっと始まったが、経済的には低調な時であり、簡素で明確な形態が実用品のデザインを特色づける。

2. 産業化, ヒストリスムス (Industrialisierung, Historismus)。1848年から1888年まで。産業化が本格的に進行した頃であり、デザインはもっぱら古い時代や異った文化圏の装飾様式の手本に依存する。

3. 1900年前後—ユーゲンシュティール (Um 1900—Jugendstil)。デザインの転換期であり、当代独自の装飾様式の創出を目指したユーゲントシュティールが一世を風靡するが、1906年頃からこれに代わって純粋主義的で実用本位のデザイン原理が主張され始める。

4. 1920年代 (Die Zwanziger Jahre)。バウハウスを中心として、産業的大量生産のための原型デザインが開発され、産業社会における生活デザインの改善が推進される。

5. 第3帝国におけるザッハリヒカイト—擬古典主義 (Sachlichkeit im Dritten Reich)

- Klassizismus)。1933年から1945年まで。ナチスにより文化統制が実施され、その権力誇示は擬古典主義の復活をもたらしたが、庶民層向けにはひきつづき実用本位のザッハリヒなデザインの普及が企てられる。

6. 再建-新しいデザインに向けて (Wiederaufbau - Zum neuen Design)。1948年から1962年まで。50年代中頃からバウハウスの流れを汲むウルム造形大学 (Hochschule für Gestaltung in Ulm, 1953-1968) が中心となって、機能美と産業的標準化を結びつけた新しいザッハリヒなデザインが台頭する。

7. 新しい形式理念に向けて-機能主義の終焉か (Zu neuen Formideen - Ende des Funktionalismus?)。60年代には後期機能主義的デザインが一応の確立をみるが、60年代末にはこれへの激しい批判も生じる。また70年代中頃から機能主義的な枠を打ち破る試みがインテリア・デザイン領域から始まり、新奇な表現形態の創出に専心する前衛的デザインが波紋を投じる。

以上である。こうした本書の時代区分は、モダン・デザインの源泉と成立を中心とした従来のデザイン史とは趣きを異にしている。ここでは、モダン・デザインの以前と以後やモダン・デザインが過渡的事象として排除した動向もとりあげられて、ドイツのデザインの複雑な歴史が浮彫にされるのである。

そして本書には二つの論考が含まれている。そのひとつは、H. フックスによるそれであり、時代区分における第1期から第6期までのデザイン情況が、芸術、政治、経済そして社会との関連から文化的に記述される。ここで強調されているのは、時代精神やその時代における「物の見方」(die Anschauungen) が生産品の形態や機能に深くかかわっているということである。そして、ザッハリヒカイトやユーゲントシュティールなどのデザイン形態が、ある特定の情況下に意のままにされて反復することが適確に指適される。例えばザッハリヒカイトの場合には、19世紀前半のK. F. シンケルなどのいわゆる「ピーターマイヤーザッハリヒカイト」に始まり、今世紀直後に主張されたH. ムテジウスの「理にかなったザッハリヒカイト」や1920年代の「ノイエ・ザッハリヒカイト」、さらには戦後の「ゲーテ・フォルム」(Gute Form) において反復されると言う。こうした指適は、安易な類型化に落ち入る危険をも伴ってはいるが、デザイン現象をより多元的に考察していく上で有効な示唆を与えてくれるように思われる。

またもうひとつの論考は、F. ブロックハルトによる60年代以降のドイツ・デザイン界の展望である。これによると、戦後ドイツのデザインは、世界と事物との論理的な秩序づけに力点を置く現実的で合理的な思考と、これを批判する理想的で主観的なそれとの間で展開した。前者の推進力は、ウルム造形大学であり、システム・デザインの普及であり、そして3つの公的デザイン振興機関 (シュトゥットガルト・デザインセンター、エッセン産業デザインセンター、ダルムシュタットのデザイン協議会) によるゲーテ・フォルムの助成活動等であった。ことに「デザインの質の規準を技術と美と産業との矛盾のない統合にみとるザッハリヒなデザイン」としてのゲーテ・フォルムが生産品形態の間に浸透することによって、ドイツの産業デザインはいよいよ隆盛におもむいた。しかしこうした実

用主義に導かれた後期機能主義的な産業デザインの隆盛は、一方で鋭い批判的なデザイン理論をも呼び起こした。哲学者の W. F. ハウクによる「商品美学」(die Warenästhetik) すなわち「商業資本主義的な生産機構が定めた商品としての製品の機能ならびに作用の範囲」に対する批判、さらには社会プロセスの目に見える側面だけでなくその全体との関係を問題とする社会学者 L. ブルックハルトによる「不可視的デザイン」(Unsichtbar Design) の理論などである。これらのデザイン理論は、デザインの社会的責任に対する人々の注意を喚起し、デザイナーの問題意識をより広げていくことに貢献したと著者は評価する。そしてその例として著者があげているのは、リサイクル・デザインなどの新しい企てにより従来のデザインの単次元性を打破しようとした「デス・イン」(Des-in) グループ、さらには「グッド・デザインとキッチュ」との中間領域の開発に着目した「ベルリン国際デザインセンター」の活動などである。こうした戦後ドイツ・デザインの主流と傍流の関係についての考察は、転換期を迎えつつある現代ドイツ・デザインへの恰好の手引きともなっており興味深い。

本書全体として、強いて難点をあげれば、その内容があまりに盛り沢山で、記述がとまれば散漫になりやすいところであろう。とはいえ、もともと本書編集の基盤は、シュトゥットガルト対外関係協会 (Institut für Auslandsbeziehungen Stuttgart) が企画した同名の展覧会「生產品・形態・歴史」にあり、本書の三分の二を構成する同展の図録は、ドイツ産業デザインの得難い資料集積ともなっている。

(藪 亨)