

|              |   |
|--------------|---|
| Title        | トーマス・ハウフェ著／藪亨訳 『近代から現代までのデザイン史入門 1750-2000年』 晃洋書房 2007年                     |
| Author(s)    | 今井, 美樹  |
| Citation     | デザイン理論. 2008, 52, p. 138-139  |
| Version Type | VoR   |
| URL          | <a href="https://doi.org/10.18910/53425">https://doi.org/10.18910/53425</a> |
| rights       |   |
| Note         |   |

*Osaka University Knowledge Archive : OUKA*

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

Osaka University

トーマス・ハウフェ著／藪亨訳

『近代から現代までのデザイン史入門 1750-2000年』

晃洋書房 2007年

今井美樹／大阪工業大学

本書は、『デザイン』(Thomas Hauffe “Design”, DuMont Buchverlag, Köln, 1995)の全訳である。産業革命に端を発する18世紀後半の「前史」に始まり、1970前後を「モダニズム以降」と定義しながら、20世紀末までを網羅しており、その領域もプロダクトをはじめ、建築、インテリア、グラフィック、ファッションなど広範囲にわたる。これらに350点以上の図版を加え、さらに巻末には略年表、デザイン博物館、参考文献などが付されるなど、さしずめドイツでデザインを学ぶための教科書といった体裁になっている。

1980年代のドイツにおける「ニュー・デザイン」研究で博士号を得た著者トーマス・ハウフェの「はしがき」によれば、1990年代の時点でもドイツ語におけるデザイン史の著書が少なく、しかも学問的な専門書と、デザインの図版集や用語事典のあいだを埋める手頃な入門書や概説書がなかったことが動機となって、「デザインにおける主要な発展方向と影響要因の記述に努め」、「多数の図版が、比較対照を可能にし、国際間の政治や文化のつながりの大要を明らかに」した本書を上梓した。ドイツにおいて、デザイン史が美術史に比肩する学問になってきたという認識のもと、デザインの基礎知識の普及の必要性を感じて書かれたのが本書と言ってよいだろう。

近年、日本でも、このような豊富な図版と年表によるデザイン書は多く出版されている。例えば、『世界デザイン史』(美術出版社、初版1995)、『モダン・デザイン全史』(美術出版社、2002)などの国内研究者による著書では、デザインに関する歴史や現象を説いてい

る。また『現代デザイン事典』(平凡社、初版1986)は、日々変化するデザイン事情を把握するための基礎知識と最新情報を提供する用語解説の体裁をとっている。一方で、『20世紀のデザイン』(タッシェン・ジャパン、2002, Charlotte & Peter Fiell, “Design of the 20<sup>th</sup> Century”, Taschen, 1999の縮刷版)、『20世紀デザインヒストリー』(プチグラパブリッシング、2005)などは、むしろ歴史的・文化的な脈絡を排除して製品そのものやデザイナーに焦点を当て、モノづくりの背景からデザインを知ることができるよう構成されている。

こうしたデザイン書のさまざまなアプローチは、「デザインとは何か?」という単純な問いに対して、きわめて多彩な切り口があることを示しており、それ故に多くの読者を納得させる書籍編集の難しさが際立ってくる。本書はその意味で、デザインの領域を網羅し、できるだけ多くの図版や解説を示し、年表や参考文献などの客観的資料を与え、さらに最新のデザイン事情を知るための情報や施設を紹介する、といった項目の豊富さでは意欲的な試みと言えるだろう。

しかしながら、ここ日本において本書が邦訳タイトル通りの「デザイン史入門」となりうるかは疑問である。本書は何よりも「ドイツ語で記述されたデザイン史」を念頭に書かれたものであり、20世紀のモダニズム確立において主要な役割を担ってきた国の著書とあれば、ドイツを中心とした筋書きとなるのは当然のことだが、和訳の際には、日本におけるデザイン受容の背景を鑑みながら、時には

日本とドイツの言葉の概念の違いを意識したり補完したりする必要も出てくるだろう。

例を挙げると、全文を通してキーワードにもなっている「ザッハリヒカイト」は、ドイツのモダニズムを理解する上で不可欠な言葉であり、日本でも造形的・機能的・構造的な側面だけでなく精神性をも象徴する概念として認識されているものの、日本のデザイン史で中心的に扱われることもなく、いまだデザイン事典にも取り上げられていない。同様に「ニュー・デザイン」という言葉も、日本では普及していないために、それが示すデザインの変換期をよく理解することは難しい。ここでは「ヨーロッパ・デザインの反機能主義的傾向」を指し、日本でもっぱらポスト・モダンと呼ばれている現象に近いようだが、ポスト・モダンにしてもその定義にまだ議論の余地を残す現状に「ニュー・デザイン」の文脈を持ち込むことは、入門書としては高度な要求であるように思われる。また、デザイン業界で「ゲーテ・フォルム」と言えば、ドイツ連邦経済省が授与するデザイン賞として知られており、これを戦後デザインの概念を表す言葉として用いるのは読者に誤解を招く。これらの言葉の理解を阻むのは、(国際的なデザインの動向を幅広く拾うためとはいえ)本書が短い章立てで構成された編集スタイルになっている故でもある。

ところで、本書をもっとも混乱させているのは、用語統一のなさや紙面レイアウトのまざざにある。何より「総合／綜合」,「ザッハリヒ／ザッハリッヒ」,「タトリン／タートリン」といった単純な校正ミスが多いのが気になるし、「造形言語／形態言語」,「標準化／規格化」といった言い回しの違いも読者に違和感のない程度に抑える必要がある。日本代理店も存在するような有名ブランドは、発音にこだわるよりも「カッシーナ (本書では

カシーナ)」、「トーネット (本書トネット)」,「マリークワント (本書メアリー・クヴァント)」とする方が馴染みがある。ドイツの最も有名な国産車は「甲虫」ではなく「ビートル」として知られている。こうした誤記もともかく、多くの著書で「現代装飾美術産業美術国際博覧会 (通称:アール・デコ博)」と訳される1925年のパリ万博を「アール・デコ展」「国際的なアール・デコ展」「現代の装飾美術と産業美術の展覧会」「装飾美術展」「現代・装飾美術・産業美術・国際展覧会」と統一のない訳にすることで、デザイン入門者には混乱を、デザイン研究者には懐疑を招き、当然これらは巻末の索引にも反映されない。また既に邦訳のある著書は、たとえそれが意訳のタイトルだとしても紹介すべきだろう。A. ロースの著書は『装飾と犯罪』か『装飾と罪悪』のどちらかに統一すべきだし、S. ギーディオンの「機械化の支配」は『機械化の文明史』が適当だろうし、R. ローウイの著書は「醜いものは売れない」と訳せるのかもしれないが、既に知られた邦題は『口紅から機関車まで』なのである。チャールズ&レイ・イームズの有名な映像「パワーズ・オブ・テン」を「10歳の能力」と訳すことに、訳者はためらいはなかったのだろうか？

併せて紙面のレイアウトも十分に考慮されるべきである。読みやすい書体、文字組、紙面作りは必須だし、禁則処理は出版社・編集者の最低限の努めでもある。フルカラーのドイツ語版および英語版ペーパーバックの編集デザインが秀逸なだけに、フォーマットを変更するなら日本語特有の造形的な問題もクリアしてなお魅力的なデザインを目指すべきだろう。入門書とは、読者が初めて知る世界を、その先の知識欲へとつなげるための興味の入り口であり、デザインそのものとの大切な出会いの場であるはずなのだから。