



Title	デザインミュージアムの可能性：グラフィックデザインの立場から
Author(s)	木戸, 英行
Citation	デザイン理論. 2019, 73, p. 114-115
Version Type	VoR
URL	<a href="https://doi.org/10.18910/71212">https://doi.org/10.18910/71212</a>
rights	
Note	

*The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA*

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

The University of Osaka

## デザインミュージアムの可能性 —— グラフィックデザインの立場から ——

木戸英行 公益財団法人 DNP 文化振興財団

デザインミュージアムの実現に向けたグラフィックデザイン分野における課題の一つは、グラフィックデザインという実践の存在論的位置づけの必要性である。

まず、グラフィックデザインにとってオリジナルとは何か、という問題がある。ファインアートの世界と異なり、元来複製芸術であるグラフィックデザインでは作品の復刻や再制作を非常にカジュアルに行う慣習がある。一例をあげれば、1958年制作とされる有名な田中一光の「第5回産経観世能」ポスターは、もともとは同年の日宣美に出品するために作られたデザインを、後年作家自身が産経観世能用に文字を入れ替えて再制作したもので、1958年当時実際にイベントの告知ポスターとして使われたのは別のデザインだった。この「産経観世能」ポスターに限らず、グラフィックデザイン界では同様の再制作は珍しいことではない。また、現代の広告キャンペーンでは一つのデザイン・アイデアが媒体やサイズを変えて複数のアイテムへと展開されることも多い。CIやVIのシンボルマークやロゴタイプも同様である。

これらから分かるのは、グラフィックデザインにとってのオリジナルとは必ずしも最終的な印刷物ではない、ということである。しかし、その場合われわれは何をもってそのデザインのオリジナルと考えればよいのかという疑問が生じる。オリジナルはあくまでデザイナーの頭の中——現代ならコンピューターの中——に存在するのであって、最終的な成果である印刷物は単に複製の媒体に過ぎないのだろうか。だとすれば、経年劣化で退色し

たポスターの初版よりも、制作当時にデザイナーが思い描いた色彩を再現した復刻版のほうが、少なくとも芸術的な価値は高いということにならないだろうか。それとも版画のように、あくまで最初のエディションで印刷された個々の刷りこそが真正なオリジナルで、それ以外はどれほどオリジナルに忠実に作られていたとしても模造品の烙印が押されるべきなのだろうか<sup>1</sup>。こうした疑問に答える完全な定義を作るのは、実際には現実的ではないだろうが、いずれにせよ、グラフィックデザインのオリジナル性をめぐるこの問題は、オリジナルの価値を作品という具体物に帰属させてきた美術館の従来の価値基準に再考を迫るものである。

また、そもそもデザインとアートをどう区別するかという問題がある。1968年の東京国際版画ビエンナーレではデザインと版画の違いをめぐる論争が沸き起こっている。これは、大賞を受賞した野田哲也の版画作品と横尾忠則がデザインした同展の告知ポスターが偶然にも両者とも家族の記念写真をモチーフにしていたことに端を発するもので、当時のデザイナー、版画家、評論家を巻き込んで大きな議論を呼んだ<sup>2</sup>。たしかに、版画とポスターの間に形式的な違いはほとんどなく、あるのはただ制作や受容の文脈——「制度」と言い換えることもできよう——の違いだけのよう見える。

これに対して、デザインとアートの違いを何らかの社会的機能の有無に求める定義もある。前出の田中一光は自伝の中で、デザインはクライアントの要望によって初めて作品が

生み出される商業美術であると書いている<sup>3</sup>。これなどはデザインとアートの違いを論じるとき、広く一般に共有されている定義だろう。しかし、そうだとするとコンペや展覧会への出品だけを目的に制作されるノンコミッショングループ作品をどう位置づけるべきかという問題が残る。皮肉なことに歴史上の名作にはそういう作品が少なくない。福田繁雄の代表作として知られるポスター「VICTORY 1945」(1975年)などはその例である<sup>4</sup>。

ミュージアムの機能が、人間の活動の結果生み出されてきたものを何らかの評価基準に則って取捨選択し、収集保存することにあるのだとすれば、デザインミュージアムに収蔵されるべきデザインを誰がどういう基準で決めるべきか、という問題もある。現実的な解としては、コンクールやコンペティションの受賞作といった、いわば公的に承認された作品がその対象になるのだろうが、デザインミュージアムの役割として、それだけで十分かどうかは検討されるべきである。身の回りにデザインされていないものを見つけるのが難しいくらい、デザインはわれわれの日常生活にとって水や空気のような存在である。とりわけグラフィックデザインの場合、ポスター、チラシといったエフェメラルな印刷物だけでなく、ウェブデザインやさまざまな公共サインなど、収集対象の候補になりうるものは無限に存在する。それらは、現時点では鑑賞の対象と見なされていなくても、50年後、100年後の世界から見れば、視覚文化の変遷を物語る貴重な資料になる可能性がある。

最後により実際的な話題として、グラフィックデザインの著作権に関わる問題もあるだろう。グラフィックデザインの制作は多くの場合、アートディレクター、デザイナー、写真家、イラストレーターなど複数の人々が関与する。ビジネス上の契約や法的な位置づ

けもさることながら、その作品はほんとうのところ誰の著作物であると言うべきなのだろうか。

これらの問題は皆、従来の美術史や美術館で培われてきた概念や用語、さらに言えば価値基準を、そのままグラフィックデザインに適用しようとするがゆえに生じている問題である。そしてファインアートとの境界が曖昧になりがちなグラフィックデザイン分野において、より前景化しやすい問題でもある。これらが、本質的にはグラフィックデザインに関わる美学あるいは芸術哲学的な定義の問題である以上、今後、デザインミュージアムの構想にあたって、デザイン史研究者のみならず美学の専門家も交えた幅広い議論を期待したいところである。

## 註

- 1 ネルソン・グッドマンは芸術作品におけるオリジナルとコピーの問題を「オートグラフィック（自筆の）」「アログラフィック（他筆の）」という概念をもちいて分析している。ネルソン・グッドマン『芸術の言語』戸澤義夫・松永伸司訳、慶應義塾大学出版会、2017年、pp.134-136を参照されたい。
- 2 瀬尾典昭『版画とデザイン』論争とは何だったのか？』『版画藝術』No.97、阿部出版、1997年、pp.88-93。
- 3 田中一光『田中一光自伝 われらデザインの時代』白水社、2004年、pp.230-231。
- 4 この作品は、1975年にポーランドで開催された「戦勝30周年記念国際ポスター・コンクール」の出品作品として制作された。