

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	https://doi.org/10.18910/71212
rights	
Note	

Osaka University Knowledge Archive : OUKA

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

Osaka University

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複製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複製版のほうが、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¹。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²。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 — の違いだけのように見える。

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している³。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
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⁴。

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か、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。