



Title	ロンドンのポスターデザインに見る悲劇の表象の変遷
Author(s)	山本, 彩
Citation	デザイン理論. 2020, 75, p. 46-47
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/75337
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

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

The University of Osaka

ロンドンのポスターデザインに見る悲劇の表象の変遷

山本 彩 京都工芸繊維大学大学院 博士後期課程

本研究は、イギリスにおける悲劇にかかわるグラフィックデザイン、なかでも演劇ポスターにおいて選択される表象を分析し、そのデザイン言語を概観することを目的としている。

演劇を物語展開で分類すると、悲劇と喜劇に大別される。悲劇は、主人公の「衰退や死を伴う、人間の苦悩をテーマにした劇」(ホジソン, 1996, p.356)であり、今も昔も人気のエンターテインメントである。現代の悲劇の宣伝活動において、どのようなグラフィックが消費者に提示されるかについて分析を試みるべく、演劇ポスターを題材に選択した。

英語圏ではイギリスの演劇ポスターデザインの学術的研究はあまり活発ではなく、見過ごされてきた分野である。演劇ポスターのデザインに関する文献でも、イギリスのデザインは、他の国のものと比較して、取り扱われる機会は少ない。ただし、文献や研究の俎上に載せられる機会が少なくとも、ロンドンの街中には多くの演劇にまつわるグラフィックがあふれている。ロンドン市内の地下鉄やバスの側面に大型劇場の広告が掲示され、それらが街行く潜在的消費者の目に触れている。

本研究の分析対象は、1962 年以降に、ロンドンで上演されたシェイクスピア悲劇のポスターデザインである。演目は、シェイクスピアの四大悲劇「ハムレット」「オセロー」「リア王」「マクベス」を中心に、「ロミオとジュリエット」「ジュリアス・シーザー」「アントニーとクレオパトラ」「コリオレイナス」「タイタス・アンドロニカス」「トロイ

ラスとクレシダ」の一般的に悲劇に分類される 10 作品を選択した。また、比較対象として、同時期に制作されたシェイクスピアの喜劇作品の上演ポスターを参照する。こちらも同様の条件で、1962 年以降の英国内の演劇ポスターのイメージを収集した。該当する演目のうち、イメージを収集できたプロダクションは、悲劇がのべ 200 作、喜劇がのべ 154 作である。

収集したイメージから、画像、タイポグラフィ、レイアウト、描かれるモチーフの視覚的な要素を分け、属性に分類し記述していくことで、それぞれを比較する。より作例が多いものが代表的な属性であり、広告主、デザイナーや消費者にとって効果的、あるいは見慣れた一般的なものであると考える。そのうえで、喜劇との差異、悲劇と結び付けられるデザインの特徴について、考察を加える。

対象となるポスターに使用される画像の種類を分類したところ、写真の作例が最も多い。画像の彩色をフルカラー、モノトーン、2 色印刷で分類したところ、80 年代まではモノトーンの画像が中心だが、徐々にうつりかわり、90 年代以降はフルカラーのポスターが多く制作されるようになる。ただし、悲劇のポスターについては、色数が抑えられたデザインを制作する例が多く見受けられる。芝居のポスターがフルカラーへと移行していく時代にあっても、悲劇の画像の彩色はしばしば、あえてモノトーンが選択される傾向が読み取れる。

ポスターに表示されるテキストのうち、最も大

きく表示されるのは芝居の演目である。60年代には演劇ポスターの作例は少なく、技術的な制約から選択できるフォントの種類に制限があった例と、2000年以降になると劇場のブランディングに影響されポスターに使用されるフォントがしばしば統一されるようになったことを鑑みると、70年代後半から90年代にかけてのポスターにおけるフォントの使用が、デザイン上最も制限が少なく、各演目のためのデザインが多数展開した時期と推測される。そのような業界の状況にもかかわらず、この時期の悲劇のために使用されたタイポグラフィは、セリフ体、もしくは手書きに集中し、90年代後半には、細身の文字に集中した。少なくとも、この時期のデザイナーにとって、悲劇のためのポスターにふさわしいもののある程度の共通イメージがあったのではないだろうか。

悲劇のポスターに登場するモチーフは、武器、骸骨、血など、暴力や危険、死を予感させるようなものが複数見受けられる。しかし、劇中の場面を特定できるようなポスターの割合は非常に少ない。

描かれるヒトの人数は、1名の作例が最も多く、険しい表情、無表情、顔を下に向ける、顔を上に向ける、顔を背ける、背中を見せる等の様々なポーズが使われる。カメラをにらむような目線の写真は90年代以降に増加している。また、顔に影を落とす、顔を隠すような加工を施す、身体の輪郭を曖昧にぼかす、などのデザインは悲劇のポスターに顕著なデザインテクニックである。写真のトリミングは、意図的に顔の一部を裁ち落とすようなレイアウトが多く見られる。

ヒトの肉体の扱い方とトリミングの方法を合わせて観察すると、年代ごとに心理的距離感の変化があるのではないだろうか。60年代から70年代にかけては描かれる人体との心理的距離があり、19世紀までのシェイクスピア絵画やポスターの、現実とは断絶した物語世界を表現するようなスタイルを引き継いでいる。対して、2000年代になると、俳優のカメラ目線や極端なズームアップを用

いたデザインが増加している。ポスターからの視線とポスター鑑賞者との視線がぶつかり、ポスターに描かれる世界と鑑賞者の世界が、近い距離で対峙できるかのようなポスターデザインへと変化している。

戦後イギリスの悲劇のポスターの表現は、画像やフォントのスタイルの選択、モチーフやグラフィック処理などに際立った特徴がみられ、戯曲を視覚イメージに解釈する際の工夫が見られる。

演劇の広告は劇場に観客を呼び込むために制作されるが、これらのイメージは、街の様々なところに掲示され流通している。劇場を訪れなかった人々も日常生活の中で、悲劇の一端を目にし、消費している。

このようなポスター群が生まれ、長年のデザインの変化が観察できるのも、シェイクスピア悲劇が売れ続ける演目であるからだ。悲劇の感情を共有したいという欲望が社会の要請としてあるのではないかと思わざるを得ない。今後も引き続き上演されていくであろう、シェイクスピア悲劇とそれにまつわるデザイン言語を見ていくと、どのようなものを社会が要請しているのかを観察できるのではないだろうか。

参考文献

ホジソン, T. 著 鈴木龍一ほか訳 (1996) 『西洋演劇用語辞典』 研究社出版.