The University of Osaka
Institutional Knowledge Archive

Title	社会デザイン／批判デザイン／思弁デザイン／食のデザイン
Author(s)	高安, 啓介
Citation	a+a 美学研究. 2019, 13, p. 132-142
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/90100
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

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

The University of Osaka

今日までデザインの歴史の主流をなしてきたのは商業デザインだったが、古くはモリスから現代にいたるまで、商業主義・市場本位・利益優先・大量生産・大量消費にたいして異を唱えるデザインの系譜もあった。これを対抗モデルと呼ぶならば、対抗モデルには二系列の取り組みがあった。一方は、社会デザインの系列であり、社会において人々が直面する問題の解決を目指すのにたいして、他方は、批判デザインの系列であり、直面する問題の解決をいったん留保して、問題にたいする人々の関心をかきたてて、公共の議論をうながそうとする。歴史をふりかえるならば、商業デザインはしばしば対抗モデルから刺激を受けており、対抗モデルはつねに革新の源であったので、二者の間柄はけっして対立関係にとどまらないが、デザインの革新の歴史をとらえるうえで、二者の区別を立てるのは有効である。

解説

社会デザイン
批判デザイン
思弁デザイン
食のデザイン

social design
critical design
speculative design
food design

高安啓介
Keisuke Takayasu

社会デザイン

social design

社会デザインとは、社会正義にもとづき、社会責任を自覚して、社会問題を解決し、社会変革を目指す、ソーシャルな関心にもとづくデザインである。近現代のデザインの主流が、商業デザインであり、市場に向けられているのならば、社会デザインはそれと真っ向から対立しないまでも、少なくとも主流との違いは意識されてきた。商業デザインはややもすると、特定の集団の利益を優先しがちで、多くの人々の生活の改善は二の次となり、本当に必要なのか疑わしい品々を生み出しがちならば、社会デザインは、社会正義すなわち公正さの観点から、市場経済の恩恵を受けにくい集団に焦点をあてて、現実の問題を解決して、良い社会を築き上げようとする。社会デザインはこのかぎり一種の態度をあらわす呼び名であって、特定の分野をあらわす呼び名ではない。

社会デザインというとき、社会を意識しながら品々を生み出そうとする場合と、社会関係それ自体を生み出そうとする場合がある。社会を意識しながら品々を生み出そうとする場合には、労働のありかたが問題になるとともに、消費のありかたが問題になる。これにたいして、社会関係それ自体を生み出そうとする場合には、それがあくまでソーシャルな関心にもとづくかぎり、市民相互の連帯にもとづくコミュニティ形成がおもな仕事となる。経営コンサルタントが経営組織のありかたを見直す仕事ならば、社会デザインの仕事はそれとは区別されるだろう。いずれにせよ、社会デザインがもし社会関係それ自体を生み出す仕事として自覚されるのなら、こうした仕事は、製品デザインとは区別される一つの分野とみなしうる。すなわち、弱い意味での社会デザインが、社会を良くしようとする態度にもとづく仕事全般をいうのなら、強い意味での社会デザインは、社会関係それ自体を生み出そうとする分野をいう。上記の分類に照らして、社会デザインの発展を三段階でとらえることができる。

社会デザインの第一段階は、労働のありかたを見直しながら、美しいものを生み出そうとする段階であり、ラスキンに

始まり、モリスがその模範をしめしたと考えられる。モリスは、マルクス『資本論』に影響されながら、社会主義の立場を明らかにしつつ、事あるごとに労働問題について発言を繰り返した。モリスの言動はあくまで芸術家の立場による。モリスは、人々にとって労働が苦である状況では、芸術は生み出されないと考えており、労働者たちが気持ち良く働けるよう望んだ。モリスによると、芸術はすなわち労働の喜びの表現であって、良い労働の結果にほかならない。けれども人々の労働がいまだ過酷な状態にあるならば、良い芸術こそが良い労働のありかたを示唆するだろうと考えていた。

社会デザインの第二段階は、消費のありかたを見直しながら、必要なものを生み出そうとする段階であり、ヴィクトール・パパネクがその代表である。パパネク の一九七一年の著書『現実世界のためのデザイン』は大きな衝撃をもって迎えられた。デザイナーは人々に必要のないものを買わせるばかりで社会責任を果たしていないと告発されており、デザイナーが人々の切実な必要を満すために何ができるのかが解説されている。パパネクは自分の仕事をまだ社会デザインとは言わなかったが、社会デザインをめぐる議論において、パパネクは先駆者とみられている。もっとも、パパネクの仕事はあくまで製品デザインの仕事だったが、現代ではパパネクが激しく批判した社会の仕組みこそ再デザインされなければならないだろう。

社会デザインの第三段階は、デザイナーの仕事がもはや品々を生み出すのではなく、人と人とのつながりを生み出す仕事であると自覚されている段階である。ここで注目したいのは、山崎亮である。かれは、地域社会に深くかかわる仕事を繰り広げてきた活動家であるが、コミュニティデザインの語のもと、ものをつくらないことを公言しており、人と人をつなぐ仕事をおこなおうとしている。社会デザイナーの多くが問題解決をねらうが、山崎はそれよりも、住民が自力で問題を解決できるよう、人と人とのつながりを生み出す仕事こそ不可欠であると説く。

デザイナーの仕事はかつて品々を美しく見せる仕事だったといっても言い過ぎではないが、デザイナーの仕事がもはや品々を生み出す仕事でなくなれば、美しい見かけをつくる仕事もまた消滅する。現代の文脈において次の問いが繰り返される。デザインは芸術なのか。デザインは美にかかわるのか。このとき、デザイン美学はただ品々の美しさだけを問うばかりではない。共生のための感性のありかたや、協働にむけた創造のありかたなど、新しい時代に見合った美学の課題がある。

批判デザイン

critical design

デザインにおいて重視されるのは役に立つ働きであり、デザインにおいて期待されるのは問題の解決だが、目先の課題ばかりに気を取られると、既存の大きなシステムに巻き込まれたり、世間の考えに縛られて他の可能性が見えなかったりする。批判デザインは、役に立つものを生み出すよりも、物による問いかけによって人々の反省をうながす試みであり、批判デザインは、問題の解決ではなく、問題の提起によって、公共の議論をかきたてる試みである。クリティカル・デザインの語は、アンソニー・ダンが一九九〇年代後半にもちいて広めたが、批判デザインそのものは以前からあった。

イタリアでは一九六〇年代半ばから数々のグループが主流のデザインにたいして抵抗する動きをみせた。これらの挑戦者たちは、近代デザインの洗練から離れて、大量生産の仕事から退いて、同時代のアートに急接近した。教育機関がそれを後押しする場合もあり、先鋭なデザイン雑誌もまた批判の思想を広めるのに一役買った。しかし一九八〇年代になると、反主流のデザインも、商業分野に飲み込まれたり、高級アート市場において売買されたりするようになる。

ダンの一九九九年の著書『ヘルツ的な語り』は批判デザインの宣言である。ダンによると、建築については前衛たちが奮闘してきたし、家具においても市場に逆らう斬新な試みがなされてきたのに、電子機器のデザインは市場の期待に寄り添うばかりだった。電子機器がもしも使用者に優しい態度をやめて、使用者に冷たい態度をとるならばどうか。家電がもはや使用者の満足を最大に高める最適化をやめて、使用者をむしろ挑発するならば、何が起こるのか。思ってもない美的経験が可能となろう。ダンは電子機器の詩学こそ必要だとみて、風変わりな事例を多く紹介している。

批判デザインには、現行の物質文化にたいする「批判」に重きをおく場合もあれば、未来の物質文化についての「思弁」に重きをおく場合もある。批判デザインはいずれにせよ、批判の性格、思弁の性格、虚構の性格、芸術の性格、言説の性格、これらすべての性格をあわせもつ。肯定の態度が、あるものをあるがままに受け入れるならば、批判の態度は、あるものをあるがままに受け入れない。批判の性格は、次の段階によって理解されるだろう。第一段階では、現実の要請に従わない。市場の要請に従わない。第二段階では、現実の物のありかたに従わない。役に立つものをつくらない。第三段階において、現行の物質文化の問題点をあきらかにする。

思弁の性格について。デザイナーの本分が、新たに何かを生み出す仕事であるかぎり、批判デザインは、現行の物質文化を批判するだけで満足しない。批判デザインはさらに、未来の物質文化のさまざまな可能性を目に見えるようにして、社会・生活・身体・感覚・経験がいまのままではなく、他でもありうる可能性を示唆するところまでゆく。ただしそれは直ちに実現できる提案ではなく、唯一の理想像でもないので、思弁の性格はおのずと実験の性格をともなう。批判デザインのうち思弁に力点をおくのが思弁デザインである。

虚構の性格について。批判デザインは、現実世界にたいする激しい抵抗によって、現実世界とは異なる世界を描こうとするので、仮想の性格だけでなく、虚構の性格もおびる。批判デザインはむしろ虚構を手段として、非現実を紡ぎ出す。ただし、虚構の一部がもしかして可能なのではないかと思わせなければならない。良い可能性＝ユートピアが描かれるとはかぎらない。悪い可能性＝ディストピアのほうが議論を巻き起こすのに向いている。

芸術の性格について。批判デザインは、役に立たないため芸術とみなされる。それでもデザインだと言うのは、実用の可能性もしくは実現の可能性をわずかでも意識するからである。批判デザインはまた、感覚を刺激するものを生みだす点でも、芸術とみなされる。それでもデザインだと言うのは、消費生活における感覚のありかたを問い直すからである。とはいえ、批判デザインのほとんどが、販売される製品でなく、展示される作品をねらっている。探求の成果はいまのところ、百貨店で問われるよりも、美術館で問われている。

言説の性格について。ダン&レイビーの批判デザインの考えはもともと製品デザインへの反省から生まれてきた。多くの場合、物という手段をもちいて、現行の物のありかたを批判したり、未来の物のありかたを示唆したり、言語のように物に語らせる。ただしそれは、皮肉だったり、滑稽だったり、比喩だったり、芸術らしい語りである。デザイナーが生み出す物たちは、言葉を発するだけでなく、議論を巻き起こさなければならない。従来のようにデザイナーだけが考えるのではなく、従順な消費者こそが考えるのである。

思弁デザイン

speculative design

思弁デザインは、批判デザインの一種というより、批判デザインの言い換えである。思弁デザインは、未来の物質文化のさまざまな可能性を目に見えるようにして、社会・生活・身体・感覚・経験がいまのままではなく、他でもありうる可能性を示唆しようとする。思弁デザインは、崇高な理想をとなえる仕事ではなく、人々がものごとの他の可能性について考えるための手段をつくる仕事だといえる。思弁デザインもまた、批評＝批判の性格にもとづき、実験の性格、仮想の性格、虚構の性格、芸術の性格、言説の性格、すべてを満たしているだろう。

ダン&レイビーは、一九九〇年代半ばからクリティカル・デザインの語を広めたが、説明では思弁＝スペキュレーションの語もよく使っていた。ダン&レイビーの二〇一三年の著書『スペキュレイティヴ・エヴリシング』では、二人はすでに、スペキュレイティヴ・デザインの語に重きをおき、こちらの語によって自分たちの考えを表明している。この本からは、クリティカルの語のもつ否定のニュアンスを解消して、未来に向けて前向きな仕事をしようという意思を感じる。本解説では、クリティカル・デザインを批判デザインと訳し、スペキュレイティヴ・デザインを思弁デザインと訳している。

ダン&レイビーの意図を明らかにするために、スペキュレーションの語のもつ意味合いを確認しておこう。スペキュレーションは、哲学において、実践から離れた「純粋」思考をあらわす。すなわち、特定の目的関心にしばられず、観照の意味におて、物事そのものを観察して、物事そのものを見通すような姿勢である。スペキュレーションは、哲学において、経験から離れた「純粋」思考もあらわす。すなわち、経験によらず、仮説を立てて推論を重ねていく思考である。スペキュレーションは、経済の場においては、投機を意味する。投機とは、未来の損得をあれこれ思案して、未来の利益に向けて取引することを言う。ときに、本来の思慮深さと逆の意味において、無思慮な売り買いを意味したりもする。

ダン&レイビーの提案するスペキュレイティヴなデザインは、スペキュレーションの語のさまざまな意味をくんでいるが、哲学の意味の強さからも思弁と訳してもよいだろう。思弁デザインは、問題解決という実践の要請から解き放たれて、自由な状態において物事への洞察を深めて、人間の生きかたなどの新たな可能性を提示しようとする。ダン&レイビーはたしかに科学者と共同作業をおこない、経験データを用いるが、それはあくまで、仮説を立てるための着想の源であり、推論を支える証拠として使われる。思弁デザインは、投機の点については、将来の儲けを企図するわけでないが、未来について思案するところで語の意味に重なる。

思弁デザインは、物によって色々な可能性を例示しながら、人々が色々な可能性について考える機会をつくろうとする。思弁デザインは、唯一の未来を信じないし、唯一の可能性に甘んじない。企業のために働くデザイナーは、近い未来を予想して仕事をするだろう。そこで想定されるのは、未来はこうなるはずだという唯一の未来像である。これにたいして、ダン&レイビーはあらゆる未来予想に反対する。なぜなら、未来予想はおしなべて私たちの見かたを制約して、他でもありうるという可能性を見えにくくするからである。あるいは、社会のために働くデザイナーは、社会のあるべき姿にむけて行動するだろう。そこで想定されるのは、未来はこうなるべきだという唯一の理想像である。これにたいして、ダン&レイビーはありふれた理想主義にも反対する。なぜなら、理想主義はいきおい独断におちいりやすく、別の生きかたの可能性にたいして心を閉ざすからである。

思弁デザインの作品のほとんどが新しい科学技術と関連している。思弁というと頭だけの空論と思われがちだが、ダン&レイビーは少なくとも科学研究の知見をふまえている。思弁デザインは、科学技術の応用としての工学の性格を手放していないが、自由な発想にもとづく点、感覚を刺激する作品をつくる点、人々に考えさせる点において、芸術の性格がひときわ強く、二つの性格を合わせ持つからこそデザインと呼ばれる。ただし、思弁デザインが科学技術をもちいる場合には、良いデザインに期待される心地良さではなく、拒絶反応をあたえる異様さのほうが上回る。例を一つあげる。ダン&レイビーは二〇〇九年の作品《過密な惑星のためのデザイン—食料採集民》において、未来に予想される食糧難にたいして、人間が食べられないものから他の生物のように栄養を摂取できる技術の可能性を提示した。

食のデザイン

food design

食のデザインとは何かと問うならば、美しい食品パッケージや、入念に作られた料理などを思い浮かべるかもしれない。衣服のデザインは職業として知られ、住居のデザインも職業として認められているのに、食のデザインは何をする仕事なのか想像しにくい。実際には、食にかかわるデザインの仕事はさまざまに展開されてきたが、食のデザインという名称のもとで仕事の全体をとらえようとする機運が高まったのは、近年の話である。衣食住という生活の基礎をなす部分において、食のデザインへの自覚が出遅れているならば、不均衡をなくす必要がある。

食にかかわるデザイナーの仕事は、食のイメージづくりに始まった。一九世紀以降、商業美術家としてのデザイナーは、アールヌーボーであれ、アールデコであれ、時代の様式を取り入れて、イメージの力によって商品の魅力を引き立てた。第二次大戦後は、デザイナーはCIの考えのもと企業のイメージ作りを意図するようになり、デザイナーの仕事は、広告の図案提供にとどまらなくなった。CIの仕事はいまではブランディングとして継承されており、商業デザイナーの仕事の主要な部分をなしている。けれども、現代社会において、食のデザインの仕事は、スタイリングに尽きるわけでなく、ブランディングに尽きるわけでなく、食にまつわる仕組み全体に責任を負うべき仕事とみるべきだろう。すなわち、農業・食材・加工・食品・広告・流通・調理・提供・料理・食事・廃棄といった、人間の活動の連鎖について考える仕事であるか、少なくとも全体を意識しながら特定の問題を解決しようとする仕事とみるべきである。アートに接するデザインらしい仕事は、自由な実験精神のもと、一風変わった提案をしたり、意外な結びつきを仕掛けたり、全体がうまく回るように創意工夫を重ねる点にある。

食のデザインという名称がなくても、食の道具はデザインされてきたし、食の空間もデザインされていた。デザインの語がまだ存在しなくても、茶道はすでに食のデザインの立派な試みだった。現代になって、食のデザインという大概念をかかげる理由は、多くの問題に直面して、食をめぐる仕組み全体を考え直していく必要があるからである。すなわちその仕組みとは、農業・食材・加工・食品・広告・流通・調理・提供・料理・食事・廃棄のように連なる、人間の活動の連鎖にほかならない。この連鎖はしばしばフードシステムと言われ、専門家によって研究されてきたが、デザイナーの仕事はあくまで仕組みの考案である。デザイナーは、制度という決め事だけでなく、人と人とのつながりを生み出そうとする。アートに接するデザインらしい仕事は、異なる世界にいる異なる人間どうしの意外な結びつきを仕掛けるなど、全体がうまく回るように創意工夫を重ねていく点にある。こうした挑戦によって、全体がうまく回っている状態こそエコノミーであり、意外な解決こそイノベーションである。

食のデザインは、環境という大きな関係をみすえながら、食にまつわる仕組み全体を考え直していく仕事であるが、事業はけっして大規模である必要はない。大規模な農業とともに食産業のグローバルな展開はこれまで、自然生態系にも、地域共同体にも、人間の健康にも、好い影響をあたえてきたとは言えないからである。農業従事者の高齢化のために農業の大規模化をすすめる向きもあるが、家族農業を見直して地域共同体を単位とした循環を生み出そうという運動もある。いずれにせよ、食のデザインに期待されるのは、自然生態系が維持され、社会全体がうまく回るように、大中小の仕組みを整えていく仕事であろう。

食のデザインは以下の七つの部門に分かれる。①仕組みのデザイン。幾つもの問題の絡み合いをとらえて、農業・食材・加工・食品・広告・流通・調理・提供・料理・食事・廃棄など、人間の活動の連鎖について考え直す。②食の出来事のデザイン。一期一会の食事の計画だけではなく、育てる場面もしくは食べる場面における食育の計画。③食品のデザイン。環境に配慮した包装や、健康に配慮した食品や、日常の必要だけでなく非常の備えも考える。④料理のデザイン。複数の感覚を刺激するとともに意味を伝えることのできる料理。⑤食の空間のデザイン。調理・食事・販売・交流など、複数の機能をあわせもち、異なる人間どうしの出会いが可能となるような空間の計画。⑥食の道具のデザイン。便利さを超えて、農への興味をかきたて、食への理解をうながす道具の発明。⑦食の伝達のデザイン。広告宣伝だけでなく食の問題の理解のために有効な伝達のありかたを考える。以上、食のデザインの七つの部門それぞれにおいて持続可能性が考慮されるべきだろうし、目先の課題にとらわれない、批判デザインと呼ばれる挑戦もなされてよい。

エッセイ

参考文献

社会デザイン

ジョン・ラスキン『ゴシックの本質』川端康雄訳、みすず書房、2011。［モリスによる序文］
ウィリアム・モリス、E. B. バックス『社会主義――その成長と帰結』大内監修、川端監訳、晶文社、2014。
大内秀明『ウィリアム・モリスのマルクス主義――アーツ＆クラフツ運動を支えた思想』平凡社新書、2012。
ヴィクトール・パパネク『生きのびるためのデザイン』晶文社、1974年。Victor Papanek, *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*. Pantheon Books,1971. Rev. ed. Academy Chicago Publishers, 1985.
Martina Fineder and Thomas Geisler, “Design Criticism and Critical Design in the Writings of Victor Papanek 1923–1998.” *Journal of Design History* 23, no.1 (2010): 99–106.［パパネク受容史］
Victor Margolin and Sylvia Margolin, “A ‘Social Model’ of Design: Issues of Practice and Research.” *Design Issues* 18, no.4 (Autumn 2002): 24-30.
Victor Margolin, “Social Design: From Utopia to the Good Society.” In Margolin et.al., *Design for the Good Society*, edited by Max Bruinsma, Max and Ida van Zijl, 28-42. nai010 Publishers, 2015.
Max Bruinsma. “Introduction of The Utrecht Manifesto.” *Design Issues* 32, no.2 (Spring 2016): 37-42.（2015年のユトレヒト宣言は社会デザインの10の原則をかかげる。①市民との共同engage with society ②社会関係の創出design socially ③持続可能な資源利用act sustainably ④倫理の表出 connect ethics and aesthetics ⑤長く親しまれるものaim for commitment ⑥批判の姿勢be critical ⑦仕事の透明化 be transparent ⑧謙虚な貢献be supportive and modest ⑨妥協なき革新be persistently radical ⑩良い社会に向けた連帯take responsibility together）
Ilpo Koskinen. “Agonistic, Convivial, and Conceptual Aesthetics in New Social Design.” *Design Issues* 32, no. 3 (Summer 2016): 18-29.
山崎亮『コミュニティデザインの時代――自分たちで「まち」をつくる』中公新書、2012。
山崎亮『コミュニティデザインの源流――イギリス編』太田出版、2016。［活動家が読むラスキン］

批判デザイン／思弁デザイン

Matt Malpass. *Critical Design in Context: History, Theory, and Practices*. Bloomsbury, 2017.
Matt Malpass. “Criticism and Function in Critical Design Practice.” *Design Issues* 31, no.2 (Spring 2015): 59-71.
Penny Sparke. “Ettore Sottsass and Critical Design in Italy, 1965–1985.” In *Made in Italy: Rethinking a Century of Italian Design*, edited by Grace Lees-Maffei and Kjetil Fallan. Bloomsbury, 2014. 59-72.
Anthony Dunne. *Hertzian Tales: Electronic Products, Aesthetic Experience, and Critical Design*. Rev. ed. MIT Press, 2005.
アンソニー・ダン、フィオナ・レイビー『スペキュラティヴ・デザイン――問題解決から、問題提起へ――未来を思索するためにデザインができること』BNN 新社、2015。Anthony Dunne & Fiona Raby. *Speculative Everything: Design, Fiction, and Social Dreaming*. The MIT Press, 2013.

食のデザイン

Francesca Zampollo. *Let’s Food Design: 7 Steps to Become a Food Designer*. 2016.（ザンポロによる分類は次の通り）①食品のデザインfood product design：食品の形状を考えたり、食品の包装を考えたり、専門家と協力して量産品の開発をおこなう。②食の道具のデザインdesign for food：調理・食事・保存のための道具を考える。③料理のデザインdesign with food：食べる場において提供される料理を考える。④食の空間のデザイン food space design：調理・食事・販売のための空間を考える。⑤食事のデザインeating design：会食など一回限りの機会の段取りを整える。⑥食のサービスのデザインfood service design：他の人に何かを提供する行為について考える。⑦食の批評としてのデザインcritical food design：食をめぐる諸前提を問い直す。⑧食の仕組みのデザインfood system design：食品を取り巻く関係について考える。⑨持続可能性に配慮した食のデザインsustainable food design：生産・流通・消費のプロセスが環境におよぼす影響を考慮する）
Ed van Hinte. *Food Design Katja Gruijters: Exploring the Future of Food*. Terra, 2016.
新山陽子編著『フードシステムと日本農業』放送大学教育振興会、2018年。［農業経済学者による解説］
江原絢子編『フードデザイン 新訂版』実教出版、2018年。［高等学校家庭科の教科書］
特集「新しいおいしさ」『AXIS』189号、2017年10月。［味覚のデザインの現在］