

Title	リチャード・ハミルトンの《いったい何が、今日の家庭をこれほどにも変え、魅力的なものにしているのか?》のもう一つの意義
Author(s)	吉村, 典子
Citation	デザイン理論. 2024, 83, p. 65-79
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/93426
rights	
Note	

Osaka University Knowledge Archive : OUKA

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

Osaka University

リチャード・ハミルトンの《いったい何が、今日の家庭をこれほどにも変え、魅力的なものにしているのか?》のもう一つの意義

吉村典子

キーワード

リチャード・ハミルトン, 写真, 印刷

Richard Hamilton, Photography, Print-making

はじめに

1. 《いったい何が…》のコラージュ素材の出典
2. 《いったい何が…》のコラージュ素材 — 写真を中心に
3. 市販のポストカードから《People》へ
4. 「マルティブル」への展開

おわりに

はじめに

英国の美術家リチャード・ハミルトン (Richard Hamilton, 1922-2011) の《いったい何が、今日の家庭をこれほどにも変え、魅力的なものにしているのか?》(図1)(以下,《いったい何が…》と表記)は,ポップ・アートの先駆的作品として誰もが知るものであり,この作品の「ポップ」としての意義は今や自明のこととなっている。

この作品は,1956年ロンドンのホワイトチャペル・ギャラリーで開催された「これが明日だ」展(This is Tomorrow)での使用を目的に制作されたものである。この展覧会では,カタログの序文に「建築家,画家,彫刻家のコラボレーション」¹とあり,「Group 1」から「Group 12」という名のもとで,12のグループのコラボレーションワークが発表された。このうち,ハミルトンと美術家ジョン・マクヘイル(John McHale, 1922-1978),建築家ジョン・ヴォルカー(John Voelcker, 1927-1972)で構成された「Group 2」(以下G2と表記)の展示が,アメリカ大衆文化の断片を,美



図1 リチャード・ハミルトン《いったい何が、今日の家庭をこれほどにも変え、魅力的なものにしているのか?》1956年,コラージュ,260mm×248mm,個人蔵

本稿は,第64回意匠学会大会(2022年8月25日,大阪工業大学)での発表にもとづく。

美術館で大々的に展示した始まりであるが故に、美術書上では、「ポップ・アートの幕開け」として、そして、この展覧会のポスター等のために作成されたハミルトンの《いったい何が…》が、「ポップ」の象徴的作品として掲載されるのが常である。《いったい何が…》では、イメージとして大衆文化が俎上にのせられ、さらにハミルトンが「ポップ・アート」を言葉で特徴づけたこと²から、大衆文化の表象の内容が先行研究の議論の中心となってきた。

しかし《いったい何が…》、あるいは、同時代のポップ作品において忘れてはならないのが、その表象の生産において新技術がかなり関係していることである。《いったい何が…》では、そうした技術で生産された新聞や雑誌のイメージの断片がコラージュ作品にあり、そのイメージ生成に使われている印刷等がハミルトンのこの後の作品で固有の展開をしていくことはもちろん、コラージュの素材に僅かながら写真が使われているところがあり、それもまた固有の展開を示している。そして、ハミルトン自身も「これが明日だ」展の図録で、「求められることは、表象の意味を明確にすることではなく、留まることなく豊かになる視覚世界を受け入れ、そして活用するために、我々の潜在的知覚能力を開発させることにある」³と述べているのである。ここで言う「留まることなく豊かになる視覚世界」とは、大衆的なものに溢れる世界ではなく、新技術によって加工され、示されたそれらのイメージの世界と読むべきであろう。ハミルトンはあるインタビューで「洗濯機や冷蔵庫等の所謂『白物家電』それ自体に興味があるが、(中略)消費者にむけて広告にそれらが示される方法にも関心がある」⁴と答えている。従って、これまで着目されてきた「表象の意味」ではなく、「留まることなく豊かになる視覚世界」をハミルトンがどのように受入れ、活用していったのか、という点をむしろ議論すべきではないか。そのため本稿では、この作品の制作過程で見出されたイメージおよびそれを生産した技術が、ハミルトンのこの後の作品にどのように展開されるべき要素をもつものであったのか、という点から考察を試みたい。それを《いったい何が…》の「もう一つの意義」と捉え、この作品とその後の作品を分析する。

1. 《いったい何が…》のコラージュ素材の出典

《いったい何が…》は、今日ではコラージュによる美術作品として扱われているが、世に出た1956年当時は、G2のポスターや図録の一頁を飾るものとして単色印刷され、公衆の目に触れることになったものである。コラージュ作品自体は、グループ展に展示されたわけではなく、後になって公表され、美術書等で掲載されたものを専ら我々は目にしてきた。そのため、コラージュされた素材のメディアの違いは、美術書等の印刷図版からでは認識できず、一方、「ポップ」のインパクトから、その図像群の出典に目が向けられてきた⁵。

筆者は、出典の雑誌自体を実見したことがあるが、実際にコラージュに使われた図像のあ

る頁も含めた全頁を目にして気づくことは、想像を遙かに上回るマスメディア上の広告数である。例えば、報道写真を主体としてフォトジャーナリズムを看板にしたグラフ雑誌 *Life* にしても、1950年代のそれは、報道より広告の数が圧倒している。報道写真はモノクロームであるのに対して、広告は色刷ということも、訴求性を加味している。

そうした広告上のモチーフは、もの本来の姿や価値というよりは、消費価値を示すもので、消費のために消費者を誘惑することが目的であり、その情動に作用する効果を有していると言われている。ハミルトン自身も「デザインはセールスの道具になっている」⁶ ことを論考の中で語る。しかし、作品においてはそれを批判的にも風刺的にも用いてはいない。広告の多くは、商品がもつ、柔らかさ、滑らかさ、光沢などの質感を効果的に示していて、それが情動を鼓舞するところもあり、その特質は、ハミルトンが定義づけた前掲の「ポップ・アートとは」に集約されているとも言えるであろう。そして、ハミルトンは、言葉による定義づけに留まらず、そのテクスチャやイラストの効果をこの後の作品に用いている。例えば、《Homage à Chrysler Corp.》(1957年)、《Hers is a lush situation》(1958年)、《\$he》(1958-61年)、《AAH!》(1962年)等がそれにあたる。こうした大衆文化のイメージからの分析は、先行研究においても秀逸な考察がなされている⁷。本稿では、そのイメージを生産した技術が生み出す視覚言語の展開に着目し、そのメディアの中でも、新聞や雑誌のような印刷ではなく、つまり、網点で構成されるものではなく、写真というメディアによる部分を対象として、以下で詳細を見ていきたい。

2. 《いったい何が…》のコラージュ素材——写真を中心に

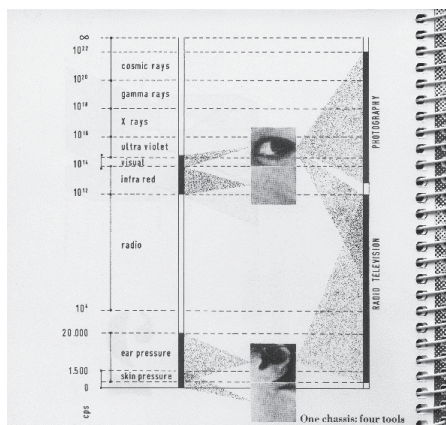


図2 ダイアグラム (リチャード・ハミルトンのデザイン)

出典: *This is Tomorrow* [exh. cat. The Whitechapel Gallery, Aug 9-Sep 9, 1956], unpagged.

ハミルトンをはじめ、G2のメンバーが、マスメディアの世界に強い関心を寄せていたことは、「これが明日だ」展図録のG2の頁⁸のダイアグラムに如実に表れている(図2)。当時のメディアおよびそれを巡る問題については、1952年発足のインディペンデント・グループ(The Independent Group: 以下IGと表記)、および、IGが拠点とした現代美術研究所(The Institute of Contemporary Arts: 以下ICAと表記)でもかなり議論されていた。ハミルトンとマクヘイルはIGの設立メンバーであり、ヴォルカーはIGやICAの会合に時折参加していた。IGは、若手アーティ

スト、建築家、批評家等で構成され、様々なテーマで、ディベートや講演会を企画実行していた。そのうちのサイバネティクス専門家による講演⁹をヒントに作成したと言われるマクヘイルのメモがあり¹⁰、図2のダイアグラムはそれを基にハミルトンが作成したものである。マクヘイルは、メディア論で名高いマクルハーン（Herbert Marshall McLuhan, 1911-1980）の著作を早くから熟読しており、1950年代末には、マクルハーンと書簡を交わし始めるほどメディアの問題に傾倒していた人物である¹¹。

このダイアグラムが示すように、人間の知覚（図2中央左）を遥かに超える範囲を、テレビ、ラジオ等のメディア（図2右端）がとらえ、それをまた我々は知覚する。この写真、テレビ、ラジオ等の縦軸とハミルトンが言う前掲の「留まることなく豊かになる視覚世界」とを重ね合わせて見る事が可能であろう。このダイアグラムの“PHOTOGRAPHY”（図2右上）が、本稿において特に関係する部分である。

《いったい何が…》のコラージュは、殆どが印刷物を切り貼りしたものであるが、中央部分の「今日の家」の「カーペット」のように見えるところには写真が使われている。

前述のとおり、この作品は展覧会ポスター（図3）にも用いられたものであるが、およそ2.5倍となってポスターに拡大単色印刷されることにより、素材のメディアの違いがはっきりと表れ出す。印刷物の場合は、印刷の特質である網目が表れ出し、一方、写真の場合は、画像の細部がそのまま拡大され、抽象的な形を生み出している（図4）。

実は、この印刷自体もハミルトンが請け負っていた。ハミルトンは、生まれも育ちもロンドンであるが、1953年から北部イングランドのニューカッスルにあるキングズ・カレッジ（現ニューカッスル大学）で教職につき、ロンドンに居を構えたまま、ニューカッスルまでの約400キロを鉄道で行き来していた時代がある（～1966年）。着任と同時に、学内に放置さ

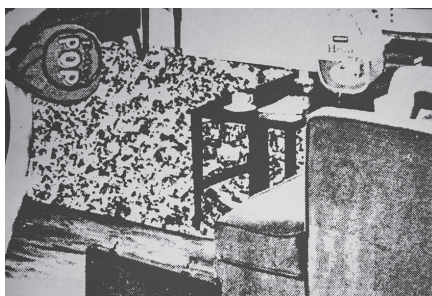


図3（左）リチャード・ハミルトン、「これが明日だ」展の「Group 2」のためのポスター、1956年、スクリーン・プリント、770mm × 510mm, Yale Center for British Art (The John McHale Archive) 蔵

図4（右）「これが明日だ」展ポスターの細部
右の「ソファ」には印刷物の網点がみえる。中央の「カーペット」は写真が拡大され抽象的な形となっている。

れていた版画や印刷機材に目を向け、活用を開始する。そして写真、特にポラロイド写真を使い始め¹²、様々な実験を行っていく。この頃は、「これが明日だ」展への時期と重なり合う。同展の図録制作においてもエドワード・ライト (Edward Wright, 1912-1988)¹³ のデザインのもと、ハミルトンが大学の印刷施設を使用したものであった¹⁴。

G2のポスターは、ハミルトンのコラージュ《いったい何が…》をもとに製版されることになるが、その拡大印刷の過程で、ハミルトン自身も、コラージュで使用した素材のメディアの違いによって現れる上述のような差異を、改めて認識したことであろう。

「カーペット」の部分は、ハミルトンによれば、「ビーチの人々の遠景」を用いている¹⁵。ハミルトンは、自身が入手したイングランド北東部のウィットレイ・ビーチとそこで海水浴をする人々が写ったポストカードを、この後の作品に使用している。おそらく、「カーペット」の部分にも同じようなポストカードを用いたのであろう。これらは、ポストカードと言えども印刷物ではなく、写真がそのまま葉書となって市販されたものである。

ウィットレイ・ビーチは、彼が勤務したニューカッスルのキングズ・カレッジに近いことから、こうしたポストカードを現地で手に入れたものと考えられるが、出先の記念に購入したというより、驚きをもってこのポストカードに着目していたことが次の言葉からもわかる。

驚くべきは、1000分の1秒のシャッター1つで、ある夏の日のウィットレイ・ビーチの800メートルをこえる範囲の活動のこんなに多くの情報をとらえていることです¹⁶。

このハミルトンの言葉から、彼の関心は、砂浜の溢れんばかりの人々、つまり、イメージの内容にあるのではなく、カメラがとらえたイメージということになる。そして、写真の特質について彼は次のように言う。

私たちは写真を人間の目が見ていることと同じように考えがちだが、それは事実からかけ離れている可能性があります。カメラは人間の目とは非常に異なる光学装置であり、微妙だが重要な点で異なるのです¹⁷。

このカメラと人間の目との違いは、図2のダイヤグラムでも示されていると言えるであろう。さらに、彼の時代の視覚環境を、例えばキュビズムと比して、次のように語る。

キュビストは、対象の周りを移動することによって、それに対する複数の視点を取り入れています。1950年代に私たちは、世界の全体を、一挙に、あたりを取り巻く視覚のマ

トリクスを通して見るができるようになりました。総合的、「瞬間的」見方です。映画、テレビ、雑誌、新聞とともにアーティストは一つの全体的環境にどっぷりとつかることになり、この新しい視覚的環境は写真的だった¹⁸。

《いったい何が…》の制作プロセスをみると、ハミルトンは、当時のアメリカを中心とした大衆文化を分析して、15の言葉「男性、女性、人間、歴史、食物、新聞、映画、TV、電話、漫画（絵情報）、言葉（テキスト情報）、テープ録音（音声情報）、車、家電、宇宙」¹⁹を掲げ、それに関わる素材を市販の印刷物等から集め、コラージュに仕立て上げている。この15の語のうちの「人間」（Humanity）のイメージとして、「ビーチの人々の遠景」が使われた。まさに人間が捉えられているが、ヒューマニティには、職業や男性女性という社会的ジェンダー的な人間の見方ではなく、普遍的で集合的な意味合いが強いことから、前掲のハミルトンの言葉を借りれば、「総合的、瞬間的」見方が表れている素材を採用したと考えられる。そして、さらに人々が密集した写真上の部分を彼自身のカメラでとらえて、引き伸ばした部分を使用している。無数の群衆の情報、写真撮影という媒介の作用によってあたかもヒョウ柄に見えるようになったところを、「今日の家」のカーペットに擬態したわけである。

ヒョウ柄への、つまり抽象形態への変容は、写真撮影という媒介の作用によって可能になる。このポストカードは、前述のとおり、印刷による複製ではなく、実際の写真であった。従って、写真によって引き伸ばされた時に、印刷メディアのように網点に分解することはなく、明るい地面に影のある黒い形の図となる。このことが、意識的に行われていくことは、この後の作品を見ると明らかになる。

3. 市販のポストカードから《People》へ

網点に分解されるような印刷のポストカードではなく、前掲のようなビーチの写真がそのまま市販のポストカード（図5）となったものを、ハミルトンは、《People》（図6）等の作品で用いていく。《People》は、様々なヴァリエーションをもって1960年代を中心に発表されている。この制作プロセスにおいてハミルトンは、ポストカードの細部の撮影を繰り返し行っている。カメラの蛇腹ベローズによるクローズアップを行い、35mmのネガを生成し、そこから8×10インチ（203.2mm×254mm）にプリントする²⁰。これを数回繰り返す。ビーチはかなり混み合っている



図5 ポストカード
“SANDS AND PROMENADE,
Whitley Bay”
（イングランド・ノーザンバーランド州）
1950年代、写真、140mm×890mm、個人蔵

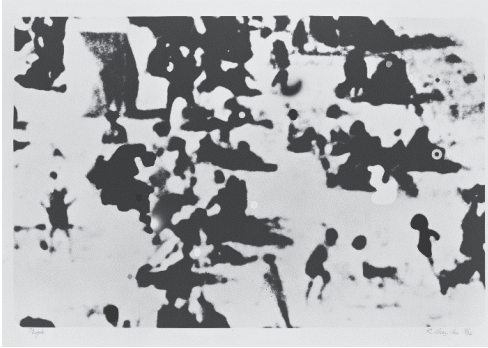
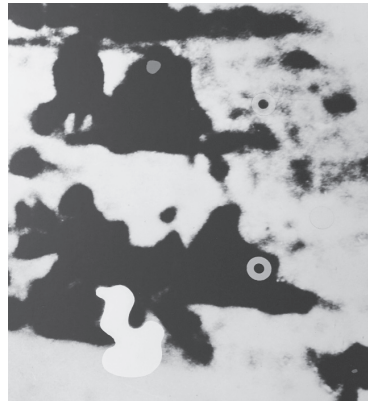
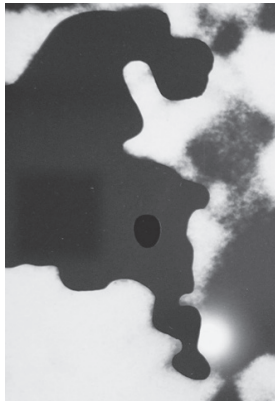


図6 (左) リチャード・ハミルトン《People》, 1968年, スクリーン・プリント, グワッシュ, 市販シール等, 407mm × 600mm 国立西洋美術館蔵 (Photo: NMWA/DNPartcom)

図7 (左下) 《People》の部分
写真の上にエアブラシが入れられ, その上に黒でスクリーン・プリントされ, さらに黒の絵具を載せている。国立西洋美術館蔵 (筆者撮影)

図8 (右下) 《People》の部分
絵具のほか, ドーナツ形の市販のシール (パンチ孔の周りを補強する文具) が使われている。国立西洋美術館蔵 (筆者撮影)



ので, 引き延ばしにより集団は塊となり, 集団から離れている人物は人として認識できるところもあるが, 拡大の繰り返しにより, 認識困難になっていくと同時に, また別のものを想像させるようなイメージへと変容していく。その変容した形と関連するイメージをハミルトンは所々に手描きで加えてもいる。ハミルトンは, 一般的なイメージを拡大することによって発見できる潜在的な情報に興味を持っていたことが, 先行研究においても指摘されているが²¹, そのことは, 彼の次の言葉にも表れている。

アノニマスの人々の (拡大によって生じてくる) 質感が浸透するにつれて, グループの関係性の無限のパターンを生みだし, 同様に, 単体で認識できる人物についてもより多くの要素を生み出している。(中略) 究極には, 拡大が, 何の形か認識できないほどの銀塩 (感光物) の抽象的な塊になるところまで我々を導く²²。

そしてこれのさらなる試みもいくつか発表されている。作品を実見すると, 写真の上にさらにスクリーン・プリントがなされ, その間にエアブラシを入れたり, 別のところでは絵具が塗られ, ステンシルや市販のシール等を加えたりもしている (図7) (図8)。このことは,

写真やプリントとされるカテゴリーに付加価値をつけたり、複製に対する個別性を与えたりというような志向によるものとも考えられる。しかし、ハミルトンの次の言葉には、それとは異なる思考を見て取れる。

芸術の慣例やしきたりが混在するのを見ることが好きで、それは昔から自分が取りつかれていることでもあります。図と写真、シンプルに描き入れたような印、あるいは、加えられた実際の物もしくはその模倣、こういうものどうしの違いに関心があります。これらにより意味のレベルや読み方が倍増するのです²³。

ハミルトンの多くの作品にみられる特質として、重層性があげられる。それはこうした「倍増」によることがあるであろうし、鑑賞者が参加することにより、様々に「倍増」することが、次の言葉から確認できるであろう。

私が驚嘆するのは、印や形が、単純であろうと複雑であろうと、我々の意識を拡大させる能力を持ち（中略）、主情的で審美的な反応を引き起こし、内的、外的つながりが観者の想像力を働かせることを可能にすることです²⁴。

この言葉からは、形式ではなく、「審美」性も意図されていることもわかる。これは、ハミルトンがマルセル・デュシャン（Marcel Duchamp, 1887-1968）から絶大なる影響を受けつつも、デュシャンと異なる決定的な点と言えるであろう²⁵。そして、視覚要素が「意識を拡大させ」、「想像力を働かせる」点は、本稿の冒頭に引用したハミルトンの言葉、「我々の潜在的知覚能力を開発させることにある」と重なり合う。1956年の思考の展開の一途をここに見ることができる。



図9（左） *Studio International*（1969年3月号）の表紙

図10（下） *Studio International* の表紙の部分
手書きの“Jim”，“Mum”，“Deidre”の文字が見える



ところで、直前に引用した2つのハミルトンの言葉は、1969年3月号の *Studio International* に掲載された論考にある。作品《People》の図版も掲載され、さらにこの号には、ハミルトンによるカバーデザインも見ることができる(図9)。このカバーの図像には、《People》の習作(1965-66)に付したハミルトンによるメモ書きも確認できる。写真の上に使われた絵具についてのメモのほか、拡大され抽象化した人間らしき像には、「ジム」(Jim)や「デイドラ」(Deidre),そして「お母さん」(Mum)というようにアノニマスなイメージに名称を与えている(図10)。前掲のハミルトンの言葉「内的、外的連想が観者の想像力を生じさせる」という点でいえば、ハミルトンの連想によるものであり、さらに、「究極には、拡大が、何の形状か認識できないほどの銀塩(感光物)の抽象的な塊になるところまで」ということと重ねて見るのが可能である。中央の部分だけでは何であるか判別不可能であるものが、左右の「ジム」や「デイドラ」との関係性から「お母さん」となったのであろう。

4. 「マルティプル」への展開

このことをタイトルにした作品が、1968年発表された《To Mother》(図11)と言えるであろう。これはアメリカの雑誌 *S.M.S. (Shit Must Stop)*²⁶ が、当時活躍していたアーティストのマルティプル(複製技術等を用いて多部制作される芸術作品)を、パックにして刊行していたものの1点にあたる。ハミルトンのマルティプル《To Mother》は、前掲のウィット

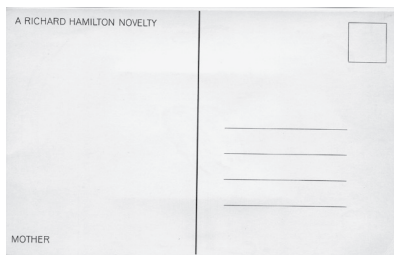


図11 (左上) リチャード・ハミルトン《To Mother》, 1968年, オフセット, 128mm × 204mm, 個人蔵

図12 (右) 《To Mother》の扉を開いた状態。ポストカードの図を8段階に引き伸ばした図が繋がっている。

図13 (左下) 《To Mother》の宛名面

レイ・ビーチのポストカードをセピア調に仕上げものに扉をつけたもので、扉を開けると（図12）、写真を段階的に拡大して縦に帯状に繋がったものが飛び出す仕組みになっている（土産店に陳列されるフラップ状のスタイルを踏襲している）。それ自体がポストカードとなって投函もでき、そのため反対の面には、宛名やメッセージを書き込む欄もある（図13）。画像面の折り込まれた部分をひろげてみると、前掲の作品《People》の画像は、8段階に拡大されていく中の「5」段階目と一致し、最後の「8」段階目で、ハミルトンの言葉を再び引用すれば「究極には、抽象的な塊になるところまで」我々を導き、そして、その抽象的な塊が想像力を誘うことによって、前掲の雑誌のカバーに付されたメモからすれば“Mum”（お母さん）となり、それがこの作品のタイトル《To Mother》となったと考えられる。尚、この作品は、段階的に続けて並べられていることにより、変化をトレースできる。これを「1」や「2」の段階にさかのぼると、「お母さん」は、デッキチャーの上で仰向けに横たわる人物に行き当たる。タイトルの《To Mother》には、葉書の宛名を思わせるものであるとともに、この画像の段階が「Mother」に向かっていく意味もとることができるであろう。

やがてこの作品に関心をもったデザイナーのセルジオ・トシ (Segio Tosi) 等²⁷がこの巨大版マルチプルをつくることを提案する。彼らとともにハミルトンは、そのプロトタイプをつくる（図14）。縦横128mm×204mmの「ポストカード」が440mm×692mmの大きさになり、折り込み部分を収納するために330mmの厚みも加えられている（図15）。さらに、それを広げると全長2180mmに及ぶ。制作はこのプロトタイプのみで終わることになったが、ハミルトンは、セルジオ・トシ等にタイトルをつけてそれを寄贈した。その名は、《People multiple (1/1)》である。量産の美術作品を指す「マルチプル」でありながら「1/1」、つまり、1エディションのうちの1という機知をタイトルに含める点は、パラドクス

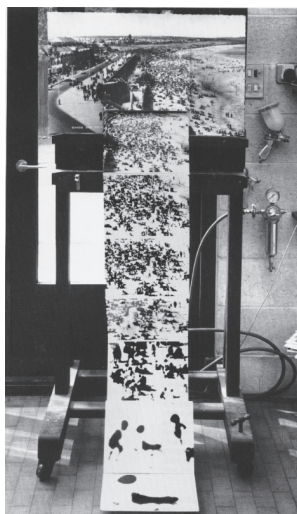


図14 (左) リチャード・ハミルトン《People multiple (1/1)》, 1968年, オフセット, 2180mm×692mm×33mm, 出典: Phillip Spectre, *Richard Hamilton: Introspective*. (London: Thames & Hudson Ltd., 2019), p.206.

図15 (下) 《People multiple (1/1)》の上部
所蔵先 (Kunstmuseum Winterthur, Switzerland) で筆者撮影



を好むハミルトンの手法と言うこともできるであろう。

おわりに

このマルチプルが公刊されたのは1968年2月である。同年末の12月に公開されたアメリカ映画に『Greetings』²⁸があり、ハミルトン自身が《To Mother》をもってスター顔見世面で登場している。映画の中でハミルトンが登場するのは、公園のベンチで《To Mother》を主人公の男性に見せながら話しをする場面である。相手の男性の役柄は、ケネディー暗殺事件に興味をもち、事件の写真を引き伸ばしては、自室の壁に貼り巡らせているという人物である。ハミルトンの作品の説明をきいて、男性は「『ブロー・アップ』という映画に似ていますね」と問いかける。ブロー・アップの意味が写真の「引き伸ばし」であるように、映画『ブロー・アップ』²⁹もまた写真の引き伸ばしを題材の一つとしている。この問いかけに、ハミルトンは、『ブロー・アップ』より先に制作していると答える。『ブロー・アップ』の公開は1967年1月、《People》は、1966年には公表され始めている。対象が抽象化して判読不可能になっていく様を作品として扱うのは、確かに映画『ブロー・アップ』より早いことは言うまでもないが、思想としては、《People》よりさらに10年前の1956年の《いったい何が…》にあると言えるであろう。

《いったい何が…》では単なる引き伸ばしであったとしても、それは《People》に至る試みの始まりであり、《People》においては、単なる引き伸ばしによる表現ではなく、前掲のとおり「意識を拡大させ」、「想像力を働かせる」、即ち「我々の潜在的知覚能力を開発させることにある」ものである。そして、本稿で特に対象とした写真について、ハミルトンはさらに次のように言う。

写真というのは一つの方法であり、我々が知る最も直接的な方法とは、それによって物理的な存在が2次元の表面を変調することができるというものです。絵画は長い間、キャンバスの限られた次元で、多次元の世界を示すというパラドクスに関係してきました。写真をパラドクスの領域に同化し、芸術の哲学的矛盾に組み込むことは、メディアとしての魅力的な可能性を受け入れるのと同じくらい、私の関心事なのです³⁰。

新技術によって生産されるイメージ、本稿の考察対象としては、写真がそれにあたり、それを、大衆文化のイメージを生産する技術として、あるいは、美術写真としてでもなく、美術、厳密に言えば、絵画に「同化」させることにねらいがあったことがこの言葉からもわかる。それは本稿で事例として扱った作品《People》に表れている。ここで今一度、図2のダ

イヤグラムを参照すれば、その右上にも示されている“PHOTOGRAPHY”を本稿で特に検討したことになるが、このあとハミルトンは、“TELEVISION”も扱い、晩年に至ってはデジタルも取り入れていく。これらについては稿を改めることにするが、「留まることなく豊かになる視覚世界」を受け入れていく姿勢は一貫していると言えるであろう。そうした試みの始まりが、多様なメディアと向き合った《いったい何が…》を作成した時代にあったと位置づけられるのである。

本研究はJSPS 科研費 JP19K00198, DNP 文化振興財団グラフィック文化に関する学術研究助成を受けたものです。国立西洋美術館, Kunstmuseum Winterthur, Yale Center for British Art, Yale University Art Gallery での調査においては学芸員諸氏よりご尽力賜りました。意匠学会においては、査読の先生方からは貴重なご意見やご示唆をいただき、伊集院敬行会員より映画に係る多くの情報を頂戴しました。記して謝意を表します。

註

- 1 Lawrence Alloway, “DESIGN AS A HUMAN ACTIVITY,” *This is Tomorrow* [exh. cat. The Whitechapel Gallery, Aug 9-Sep 9, 1956], unpagued.
- 2 「これが明日だ」展の Group 6 のメンバーのスミソン夫妻 (Alison Margaret Smithson, 1928-1993; Peter Denham Smithson, 1923-2003) に宛て、1957年1月16日にハミルトンが書いたという手紙に、次の言葉を使って説明している。“Pop Art is: Popular (designed for a mass audience), Transient (short-term solution), Expendable (easily forgotten), Low cost, Mass produced, Young (aided at youth), Witty, Sexy, Gimmicky, Glamorous, Big business” (Richard Hamilton, *Collected Words, 1953-1982*. London: Thames and Hudson Ltd., 2001, p.28.)
- 3 *This is Tomorrow* [exh. cat. The Whitechapel Gallery], unpagued.
- 4 Adrian Searle ed., “Richard Hamilton in Conversation with Michael Craig-Martin,” *Talking Art I*. (London: ICA documents, 1993), No.12, p.73.
- 5 John-Paul Stonard, “Pop in the Age of Boom: Richard Hamilton’s ‘Just what is it that makes today’s homes so different, so appealing?’” *The Burlington Magazine*, Sep. 2007, pp.607-620.
- 6 ニューカッスルとロンドン (ICA) で1959年になされた講演に基づき、次の書籍に所収されている。Richard Hamilton, *Collected Words, 1953-1982* (London: Thames and Hudson Ltd., 2001), p.135.
- 7 遡れば、モーフェット氏 (Richard Morphet) やフィールド氏 (Richard Field) らによる優れた論考があり、近年の例では、フォスター氏の以下の著作等があげられる。
Hal Foster, Charles F. Stevens, Norbert Schwarz eds., *Richard Hamilton* (October Files, Book 10). The MIT Press, 2010. Hal Foster, *The First Pop Age: Painting and Subjectivity in the Art of Hamilton, Lichtenstein, Warhol, Richter, and Ruscha*. Princeton University Press, 2014.
- 8 図録作成にあたり、各グループに7頁が割り当てられ、その内容やレイアウト等は各グループに任された。

- 9 “Probability and information theory and their application to the visual arts by E. W. Meyer” (8 March, 1955) IG および ICA 企画の講演会等のリストは、次の書籍に掲載されている。Anne Massey, *The Independent Group: Modernism and mass culture in Britain, 1945-59*. Manchester University Press, 1995.
- 10 このメモは、ハミルトンが所有し、様々な出版物に掲載されている。次の書籍にも掲載され (p.85), 著者名 “Phillip Spectre” と表記されている。この著書は、ハミルトンのことを3人称で書いたハミルトン自身による執筆で、没後の2019年に出版された。Phillip Spectre, *Richard Hamilton: Introspective*. London: Thames & Hudson Ltd., 2019.
- マクヘイルは、アルバース (Josef Albers, 1888-1976) のもと、イエール大学で学んでいる (アメリカ滞在期間は、1955年8月から1956年5月31日までで、展覧会ポスターや図録の入稿は、その間の1956年5月1日であった)。その間、展覧会に関しては書簡等を通して、英米間でやり取りすることにしたが、マクヘイルからの連絡は限られていた。現在、マクヘイルに関する資料は The John McHale archive, Yale Center for British Art 等に保管されている。
- 11 マクヘイルとマクルハーンの関係については、次の論考に詳しい。Rachel Stratton, “John McHale, Marshall McLuhan, and the Collage ‘Ikon,’” *British Art Studies*. Paul Mellon Centre for Studies in British Art and Yale Center for British Art, Issue 19, February 2021 (<https://britishartstudies.ac.uk/issues/issue-index/issue-19/mchale-mcluhan>).
- 12 ハミルトンは1960年1月にポラロイド・カメラを初めて手にした。そして「ポラロイド・ポートレート」というプロジェクトを1968年に開始した。交流があったり、旅先で出会ったりしたアーティストたちに、自身を撮影してもらおうというプロジェクトである。総勢128名によって撮影されたハミルトンを掲載した写真集 (*Polaroid Portraits*) が4巻にわたって出版された。
- 13 リバプール生まれで、1942年よりロンドンに移り住み、出版や広告デザインに携わる。セントラル・スクール・オブ・アーツ等で教鞭を執り、IGのメンバーでもあった。
- 14 図録奥付には “the Printing Section at King’s College (改行) Newcastle upon Tyne” と記載されている。
- 15 Richard Hamilton, “Inside View” in *Richard Hamilton* (The MIT Press, 2010), p.89.
- 16 Richard Hamilton, “Photography and painting,” *Studio International*, March 1969, p.120.
- 17 *ibid.*
- 18 *ibid.*
- 19 *Collected Words*, p.24.
- 20 このプロセスは、エリザベス・マンチェスター (Elizabeth Manchester, October 2007, Tate) により説明されている。 <https://www.tate.org.uk/art/artworks/hamilton-people-p01019>
- 21 *ibid.*
- 22 Hamilton, “Photography and painting,” p.120.
- 23 *ibid.*
- 24 *ibid.*
- 25 デュシャンから大いに影響を受けているが、しかし、デュシャンが「反網膜的」であることに対し、ハミルトンは、自身の作品について「網膜的」と言う。デュシャンに反すること自体が、デュシャンの影響だとハミルトンは言う。 *Collected Words*, p.238.
- 26 S.M.S は、アメリカの画家でアートディーラーのコプリー (William N. Copley, 1919-1996) の会社 (The Letter Edged in Black Press) から出版された定期刊行物 (1968年2-12月の間に隔

- 月で発行)。段ボールポートフォリオの中に、様々なアーティストのマルチプルが入れられている。ハミルトンのマルチプルは、第1号(全6号)に納められている。尚、ハミルトンのマルチプルのポストカード宛名面にはタイトルとして“Mother”，ポートフォリオの目録には“For Mother”と記載されているが、両方とも誤記とされている (*Richard Hamilton: Print and Multiple 1939-2002*, Kunstmuseum Winterthur, p.84)。
- 27 ハミルトンの個展“Richard Hamilton, Painting 1964-1967”がニューヨークで開催された際に、出版された図録 (*Richard Hamilton*. NY: Alexander Iolas Gallery, 1967) のデザインを担当したイタリアのデザイナー2人 (Sergio & Fausta Toshi) は、後にハミルトンを訪ねる。その際、《To Mother》の巨大版をマルチプルとして作ることを提案する。まずはプロトタイプをつくるが、結果それが1点だけの「マルチプル」となった。この経緯は、前掲のハミルトン執筆の書 (*Spectre*, p.207) に記されている。
- 28 監督ブライアン・デ・パルマ (Brian De Palma, 1940-)、公開日 (アメリカ) 1968年12月15日。
- 29 『欲望』 (*Blowup*) は、1967年イギリス・イタリア・アメリカの合作。フリオ・コルタサル (Julio Cortázar, 1914-1984) の小説『悪魔の涎』 (*Las babas del diablo*) をもとに、ミケランジェロ・アントニオーニ (Michelangelo Antonioni, 1912-2007) の脚本で映画化された。
- 30 Hamilton, “Photography and painting,” p.125.

Richard Hamilton's Development of the Perceptual World as Seen in *Just what is it that makes today's homes so different, so appealing?*

YOSHIMURA, Noriko

Just what is it that makes today's homes so different, so appealing? by Richard Hamilton is considered to be the pioneering work of "Pop Art". It is a collage, using printed materials and real photographs. It was first released in 1956 as printed editions made for both a catalog and a poster for the "This is Tomorrow" exhibition at The Whitechapel Gallery, London.

When the collage was printed for a poster, it clearly showed the difference between the area of a real black-and-white photograph printed on emulsion and the area of a halftone reproduction. When the poster was enlarged, the former did not break down into a landscape of dots, but rather became a composition of shadowy black forms on a light ground. Hamilton realized these differences and their effects throughout the printing process.

This paper examines how Hamilton developed this effect of photography, which he used in his later works. Likewise, this survey clearly shows that Hamilton's interest was not so much in the meaning or the representation of his art as "Pop", but rather in the development of the perceptual world through the media he used.