

デザインの森を抜ける道

西尾 直

A Way through the maze of Design

序説 デザイン研究の新たな試みとして

◆はじめに

本論は、デザインを初めて専門的に学ぶ学生たちを対象とする「デザイン学概論」のためのノートであり、したがって、さまざまな専攻領域を通じたデザインの基礎知識を学習する最も初歩的な段階である。

しかし、はじめに断っておきたいのだが、本論は、現行の表現技法教育の原則に基づいた造形表現に関する技術的な手引きや、既成の専門知識の解説ではない。

それぞれに用途と表現手法の異なるデザイン各専攻コース共通の設定もその理由のひとつだが、そのことよりも、本論の構成が、造形表現過程（手法）もしくはその結果（作品）を通じた視点ではなく、デザインの成立基盤を人々の営みの中に求めるデザイン社会学^(※1)の基礎理論を下敷きとしているためである。

周知のように、普通課程と専門課程を問わずデザイン教育の枠組は、学術的根拠を美学に置く造形芸術（絵画・彫刻・美術工芸など）の範疇に含まれている^(※2)。

この原則に基づいて定着した、造形力の開発と表現技法の高度化に集中する指導態勢は、華麗な造形成果に夢を託したデザイン学生たちに、快適な学習環境を約束していると言ってもよい。過去に多くの

優れたデザイナーを育て、わが国のデザインが造形水準において世界をリードする礎ともなった輝かしい実績が証明しているように、美学に準拠したこの表現技法教育には、少なくとも造形表現に関する限り問題はないように思う。

ひとつの専門分野に限られた範囲ではそうだが、しかし、専門分野とは、社会構造上の原理として多くの社会機能間の信頼と合意を前提に成立する。その働きはしたがって、それぞれの専門知識や技術の精度を高めるばかりではなく、一方に、変動する社会環境との接点を確実に読みとる柔軟な理解力と対応力が要求される。

デザインもその例外ではないのだが、美学の概念とは言うまでもなく表現者主体の論理であり、社会機能の認識とはなじみ難い体質が、この側面の理解に不透明感を残している。

その意味では、デザイン社会学でたびたび指摘したように、ここ半世紀の目まぐるしい社会の動きと急速な時代の流れの中で、現代デザインが体験した諸々の現象は、この課題へのきわめて現実的なテキストであった。

例えば、デザインの時代ともて囃された 70 年代から 80 年代にかけての“現代社会をリードするデザイン”という自負は、実際には圧倒的な高度経済成長に依存した表面的な成果と、その評価の中身を読み違えたデザイン現場の過剰な思い込みであり、その反動が、やがて当面した 90 年代の混迷と不安を増幅する結果を招くのだが、こうした現象のくり

返しは、その間に現代の社会構造を組織する自立した社会機能であることの自覚をなおざりにした安易な姿勢が、明かなその原因であった。

このことにおいて現代デザインの大きな反省があるとするれば、それは遡ってデザインの基盤構造に対する基礎研究に無関心であり続けたデザイン専門教育の、おそらく唯一の、しかし決定的な死角と言えはしないか。

そして同時に、デザインの学術的側面を、美学を専攻する人々の学識に依存したまま、自らの課題として取組もうとはしなかったデザイナーとデザイン教育者の、さらに大きな反省でもあろう。

しかし、高度な造形性を維持するわが国のデザイン水準を前提とした本論の主意は、したがって美学に拠りどころを求める教育手法の批判ではない。そうではなくて、これまでの手抜かりを補うための、最も基礎的な作業のひとつと考えている。デザイン研究としては異例だが、造形表現過程とその結果にふれない理由もこのこと以外にはない。

言い代えれば、人々の営みとデザインとの接点が、必ずしも「華麗な造形成果」だけではないことのきわめて現実的な学習なのである。

※1 デザイン社会学：Infrastructural Analysis of Design.
デザインの基盤構造分析に基づく学術研究：91年より開講

※2 文部省による学術研究分類
部＝文学、分科＝哲学、細目＝美学（含芸術諸学）
因みに、デザイン社会学は上記分類では（複合領域）に属する

展開－1 人々の営みの中に

◆デザイン活動における創造的表現の意味

最も基礎的な知識を確認しておく。

専攻領域を問わずデザイン学習のすべてに前提する基礎知識とは、デザインの「目的」と「手段」の正しい理解に他ならないのだが、きわめて初歩的な

このことを改めて強調するのは、最も基本的なこの段階で、しばしば起る誤解と錯覚が、学生たちのデザイン観を左右しているからである。

この基本に対する表面的な思い込みは、もとよりデザインの「目的」が理論的に難解なためではない。普通教育課程において、彼等が学習したデザインとは、美術教科の中の造形芸術のひとつとして限定された技能だからである。

きわめて初歩的な理解だが、例えば絵画・彫刻などの造形芸術における創造的表現行為^(※1)は、それ自体が「目的」であり、素材、技法、メディアを問わずこの本質は不変である。一方、デザインにも同様に要求される創造的表現行為とは、いかに重要とは言えデザイン成立へのひとつのプロセスであり「手段」であって、デザインが果すべき「目的」そのものではない。

言うまでもなくデザインは、現代に生きるあらゆる人々の日常に、物と心の両面にわたって快適な秩序と新たな価値を提供する「目的」において機能している^(※2)。

造形表現による視覚効果は、そのための有効な「手段」としての期待なのである。

表現者もまた、あらゆる人々の内に含まれたひとりでもあるのだから、この原則は容易に理解できよう。

しかし、近年の著しい傾向とも言えるのだが、この基本に対する表面的な思い込みがもうひとつある。デザインばかりではなく多くの社会分野に共通するそれは、市場原理と企業論理への一方的な追従とも言えようか。

現代社会を支配する経済効率への無自覚な思い込みだが、例えば「物作り」のプロセスを、単に企業の要求に応えるための作業と考えてよいものだろうか。

しかし、このような現象は、普通教育課程において、すべての人々が日常の営みにいきいきと働きかけるデザインの姿を、使い手（生活者）として納得し、その中の選ばれた人達が、専門教育課程において作り手（表現者）の心得を学ぶ、というプログラムをわれわれが持っていないための必然的な結果でもあろう。

改めて、デザインの価値を生み出す根拠が、効率信仰や造形崇拜の恣意的な発想からではなく、人間への深い愛情とその営みに対する正しい理解にあることを確認しておきたい。

いま、多くの社会機能間の相関性が強力に作用する現代の社会システムの中で、とりわけ今後予測される情報消費社会における貴重な資源として、創造性、提案性と造形性において他をリードするデザイン機能が、その主導性を確保するためには、自立した社会機能の理解と自覚を、これからのデザイナーに要求する最低限の条件と考えることに異論はないと思う。このことにおいて、美学の論理は人々の営みのあらゆる側面に働きかけるデザイン機能の本質を正しく読みとれるオールマイティではない。

※1 創造的表現行為

芸術を生み出す創造的表現として4つの領域を考える。

- 1) 視覚表現 (Visual Arts) 絵画、彫刻など
- 2) 言語表現 (Verbal Arts) 文学、小説など
- 3) 音響表現 (Acoustic Arts) 音楽全般
- 4) 身体表現 (Physical Arts) 演劇、舞踊など

これらを手段とするデザイン活動では、視覚（造形）表現が原則だが、必ずしもそれだけとは限らない。言語表現や音響表現による効果がデザインの価値を構成する重要な作用を持つケースは決して少なくない。

※2 デザインの定義

人々の営みに必要な物質的要素と、人々の思考と行動に影響を与える精神的または心理的要素とを、特定の目的に従って構成する構想 (Conception) と、それを形に表す創造的表現 (Arts) によって、人々の求める新たな価値を創出する機能または行為。(デザイン社会学基礎理論より)

◆基礎的な理解のためのエクササイズ

以上に述べたように、デザインの基礎知識をめぐる混乱は、表現技法教育の誤りではなく部分的な欠落が原因だから、それを埋める作業は、整備に要する膨大な時間は問題としても内容的にはさほど難解な学習ではない。

この段階のエクササイズでは、デザイン活動の成果として、あるいは研究対象として、これまで省みなかった多くの事象の中から拾い集めてたいくつかのテーマについて、デザインとの接点を改めて洗い直してみる。この試みにおいて、人々の営みに働きかけるデザインの姿が、美学の視点とは少し離れた所で、客観的に見えてくるはずである。

事例が少し古くなったが、この理解を確認する。

[例題 1] 環境デザインのひとつとして

1996年の正月、京都東山五条坂から電柱が姿を消して、かつての佇まいが半ば戻ったのは、地元の要請に応えた関西電力とNTTによる作業である。電線の埋設自体がいまや常識だし、結果に表れた造形性に評価を求める従来の認識に従えば、明らかにデザイン論議の対象ではない。しかし、ここを訪れる人々と、ここに住む人々の営みの中に快適な秩序を生み出した作用は、京都の伝統的な観光資源としての価値を含めて、この年最も好ましい環境デザインではなかったか。少なくとも、五条坂の人々にとってはそうであった。

最近の事例をもうひとつ。エコロジーとバリアフリーを課題としたあるデザインコンペティションの応募作品の中に、歩道橋を植樹によって緑豊かな都市景観のひとつにしようという提案があった。発想は素直だが、何故、歩道橋の要らない安全で快適な道路計画を提案しないのか。

[例題 2] プロダクトデザインのひとつとして

優れたデザイン研究者でもある美学者、宮島久雄氏^(※1)の自動車電話^(※2)に関する論説を要約する。自動車電話の普及に伴って急増した事故防止のために、オプション機能としての車体との一体化、装置化など、デザイン機能による解決を期待する提言だが、業界組織の見解では、「この問題は、利用者のマナーの範囲であり、メーカーやとりわけデザインとは関係がない」と考えている。こうした社会通念に対して宮島氏は、形態や色彩の問題ではなく、人間と機械(道具)との関係を調整するデザイン本来の機能の再確認を強調しているのである。

この提言はデザインに求められる目的(この場合は事故防止)への作用が、手段(造形性)に優先するデザインの働きを、美学の枠を外して適確に指摘している。

デザイン研究に多くの実績を持つ美学者からの貴重な発言だが、デザイン教育面ではまだ稀少な理解である。

以上、ふたつのエクササイズは、従来のデザイン認識とは異質だが、しかし、日常的にはさほど特異なケースではない。人々の営みと、デザインとの接点に生れる新たな価値とは、必ずしも結果に残された造形性だけとは限らないのである。

※1 1997年7月19日毎日新聞・潮流 97

宮島久雄：当時・京都大学教授(現国立国際美術館長)

※2 携帯電話機能の進歩と共に現在は殆ど姿を消した。

◆造形性への社会的信頼を土台に

人々の営みとデザインとの接点をめぐることまでの展開には、とりわけ美学の不本意な後退は、学生たちの意識に新たな混乱を呼びかねないリスクを含んでいる。

デザイン活動における「目的」と「手段」のきわめて素朴な理解を求めるこの段階で、造形性に対する彼等の絶体的な価値観を、あるいはデザイン機能の及ぶ領域を、いったん白紙に戻さなければならないためだが、たしかに、造形実習がデザイン学習のすべてであるかのような教育体制になじんだ学生たちの戸惑いは、むしろ当然の現象でもあろう。

はじめに述べた通り、本論では、美学に託した造形性について論ずるつもりはないのだが、ここではデザインの基本的認識のひとつとして少しふれておく。

デザインには「形態は機能に従う」あるいは「美と用」といったかつての命題が示すように、造形性(美)と物の働き(機能)とを別々の、時には相反する要素として扱う考え方が、むしろ一般的である。しかし本論ではこの両者をデザインの価値を生み出す「ふたつの機能」と考えている。

もともと、美への関心とは、人間の根源的欲求に根差した心理的作用のひとつであり、したがって例えば、物や情報に与えられた形態や色彩の美しさは、人々にとって改めて期待するまでもない必然的な条件として含まれているはずである。造形性が左右する視覚的効果や美的な秩序への働きをデザインの「心理的機能」と呼ぶ本論の根拠は、この前提に基づいている。人々が一方の「物理的機能」に求める「物の価値」と並ぶ「心の価値」を生み出す働きである。

人々の「美」への関心や基準はもとより一定ではないが、それだからこそデザインには、あらゆる人々の選択に答え得る高度な造形性が要求されるのである。

幸いわが国のデザインには、長年の実績を通じて獲得した「造形性に対する社会的信頼」がある、と考えるもよいのだが、しかし、われわれはすでに、この信頼を新たな社会と時代を創造する強力なエネ

ルギーに転換する次の課題に直面しているのである。

ここまでの展開で明らかなように、さまざまな物や情報に形態と色彩を与える作業ばかりではなく、人々の営みのあらゆる側面に、快適な秩序を整え、新たな価値を提供する仕組みとして有効に作用するデザインは、いわば人々の「必要」が生み出した機能であり、したがって、その成果は多くの社会機能間の合意と協働によって維持され、保証されるのである。このことは前にも述べたが、そうとすれば、この新たな課題への取組みには、かつての造形依存体質からの脱皮を急がなければならない。

本論をこの目標への助走段階と考えているのである。

展開一2

近代デザインの成立一1 20世紀初頭のヨーロッパ

◆近代デザインと現代デザイン

本論の主題は言うまでもなく現代デザインが対象だが本論では、第2次世界大戦を区切りとして、19世紀末から20世紀の前半を近代デザイン、そして現在に至る後半を現代デザインと区分している。

この間およそ百年の、戦争と平和をめぐるさまざまな国際関係を含めた社会構造の変容を背景に、とりわけ敗戦という有史以来の転機を体験したわが国のデザインを語るには、その方が理解しやすいからである。

したがって、19世紀末から20世紀初頭に遡る近代デザイン成立前後の諸々の経緯は、本来の主題ではない。

ここであえてこの部分にふれるのは、今日のデザインとデザイン思想の骨組を作ったそのプロセスに、

現代デザインを見直す重要な手がかりが潜んでいるためだが、学術研究分野としては、もはや完成された「近代デザイン史」の領域であり、20世紀初頭のヨーロッパを中心とするデザインの源流は、多くの優れた研究や、貴重な資料によってすでに裏付けられている。

したがって何もつけ加えることはないのだが、はじめに述べたように、これらの研究業績が、仮に美学の視点、つまり近代美術史に含まれた概念に基づくものとすれば、それとは離れて歩む本論の道筋には、あるいは少し違った景色が見えるかもしれない。

その意味で、変動する人々の価値観や、それに応える多様なデザインの働きを、美術史としてではなく、人々の営みの記録として、改めて読み直す作業と考えている。

◆デザインの3つの原点

前章の概念に従って、デザインを人々の日常的な「必要」が生み出した機能とすれば、その起源は、人類の歴史と共にあると考えてよいのだが、ここで近代デザインと呼ばれる以前に遡って、その推移を確認しておく。

人間は手足の働きを補うもの、もしくはそれに代るものを自らの手で作り出したのだが、道具を使うことと同時に、時にはそれ以上に必要なもうひとつが、自らの意志や新たな知識を仲間たちに伝えることであった。人と人を結ぶこの作用、コミュニケーションは、道具作りと共に、人類がその進化において、あるいはその過程に必然した自然との闘いに優位するための最も「必要」な条件だったはずである。

人間の根源的な「必要」ないし欲求に根差したこのふたつの働きは、やがてシステム化される人々の営みや、それらが紡ぎ出す諸々の文化に先行する知

恵と技の成果であり、したがって「物作り」と「コミュニケーション」そして当然その前提にある「自然とのかかわり」を加えた3つの作用を、人々の営みの移り変わりとともに、今日まで続くデザイン機能の3つの原点と考える。

これらの働きが、互いに縦糸となり横糸となって人々の営みを豊かに織りあげるのだが、例えば、コトバに始まり絵図、印、記号から文字を生み、やがて15世紀半ばには印刷技術を開発した人間の知恵が、コミュニケーションの作用を飛躍的に拡大する一方、必要に迫られた本能的な行為から、次第に専門的な手順と枠組を整えた物（道具）作りは、18世紀半ばのイギリスに始まる機械生産の登場によって近代化への決定的な転機を迎えるのである。

言うまでもなく産業革命は、単に物作り手法の改革に止まるものではなく、その後の世界を支配した市場経済を舞台とする大衆社会実現への、いわば社会構造上の革命であった。機械生産による量産製品の普及によって物質的な豊かさを約束された人々の、近代化への夢に彩られた輝かしい門出と言ってもよい。

◆物（道具）作りの歴史とともに

人々の期待を集めた新たな物作りをめぐるやがて起るさまざまな動きは、同時に近代デザイン誕生への契機ともなるのだが、とりわけ19世紀後半のヨーロッパ各地に起った新たな芸術運動が、その導火線となった。

しかし、これらの運動は、いわゆる芸術分野というコップの中に起った嵐ではなく、社会と時代の震動が起したコップ自体の変化に対して美術家、建築家・工芸家をはじめ文人、思想家を含めた当時の芸術家たちが示した劇的な反応であった。

産業革命からほぼ百年、物質文明の浸透に伴う社

会構造の転換が触発した、いわば芸術大衆化へのこの流れの中には、人々の日常に続々と登場した目新しいさまざまな物や情報に対する美的な秩序への関心が、当然含まれている。

機械生産による新たな物作りと、芸術との接点がここに生れたのである。近代デザイン誕生の鼓動であった。

しかし、人類がその進化の途上において、社会構造の急激な変化とともにしばしばくり返した混乱は、この時も例外ではない。

新旧の対立は、人々の営みについて回る宿命的な構図だが、19世紀に入って発展を続ける機械生産と、伝統的な手法を守る物作りとの間に生れた軋轢が、いわば物質文明と精神文化に対する価値観のあり様を問いかける新しいテーマともなった。

その後、さまざまな現象を生み、思想を育てつつ人類共通の課題として現代まで持ち越されたこのテーマは近代デザインへと発展する新しい物作り思想の中にも含まれていたはずである。しかし、19世紀後半の現実に戻れば、伝統的な手工業に対する機械生産の圧力は、もとより結果的な現象とは言え、高度な専門技能と物に対するきわめて人間的な思い入れをこめた伝来の道具作りと、量産のための素材、形態、工程等の規格化、標準化を前提に、質より量を優先する機械生産との間には、同調し難い明らかな距離があった。

しかも、旧来の物作りには、次第に優位する機械生産への移行に伴う未知の技術や流通面への戸惑いの中で、熟練の技が、あるいは手作りのぬくもりが、無機質な労働の対価に置き換えられる不安が加わるのだが、しかし、このような「機械と人の手」の対立は、単に物の作り手側に一時的な混乱を呼んだばかりではない。

人々の営みを根底から組み換えるこの奔流の中で、

量産製品の普及と共に多くの人々が、単なる便利さや目新しさを含めた物の豊かさと引き換えに、物(道具)に対する美への関心や、道具を通じた自然とのかかわり、伝統への郷愁、その継承などの、いわば心のよりどころを、しかもそれと意識することもなく失っていったのではなかったか。このことは常に豊かさを求めるきわめて人間的な現象だが、同時に「人と物」の交わり、もしくは「物と心」をめぐる関係のデリケートな変質でもあろう。

◆物作りに人の心を

このような「物と心」の移ろいの中に兆した機械生産に対する拒否反応が、やがてその象徴とも言えるウィリアム・モーリス(1843-1896)と、彼の主張するアーツ・アンド・クラフツ運動に表れるのだが、しかし、19世紀も半ばをすぎて、成長を続ける工業生産の優位は、近代化への意欲に支えられた圧倒的な流れとなって人々の日常に定着している。

W. モーリスの思想には明らかな逆風であった。機械生産による低俗な量産製品への頑なな批判と共に、きわめて人間的な技と心を重視した彼の物作り思想は、しかし、単に機械生産に対する一方的な抵抗でも、伝統的手技への回帰願望だけでもなく、やがて工業と協働する芸術の新たな可能性への期待が込められていたはずである。

W. モーリスの概念にある芸術とは「人間の営みへの関心を形に表したもの」だが、それを、人間の精神に働きかける *Intellectual Arts* (絵画彫刻など)と、身体的な奉仕を主目的とする *Decorative Arts* に区分した彼は、その後者に「建築を中心に家具その他の生活用品をはじめ、屋外環境との関係」までを含めている。したがって、彼の *Decorative Arts* は、デザイン機能を初めて総括した概念なのだが、わが国にはこの理解がない。

それは「*Decorative Arts*=装飾芸術」という不本意な直訳が「装飾的もしくは装飾のための芸術」という短絡な解釈を人々の間に定着させたためであろう。

こうした前提において、W. モーリスの主張は、「心の価値」よりも「物の価値」を優先する効率主義の批判であり、それを象徴する「低俗な量産製品」の否定ではなかったか。

本論では *Arts and Crafts* を「物作りに人の心」と読み替えているのだが、この読み方が許されるならば、それはそのままデザイン活動に携わるすべての人々に求められる最も基本的な心得ではないか。

W. モーリスの、とりわけ芸術中心のきわめてシビアな理想郷を夢みた晩年の社会思想は、合理性、効率性重視の工業生産を前提とする近代デザインの成立とは、必ずしも一体ではないが、20世紀初頭のヨーロッパ各地に起った新建築・工芸運動に大きな刺激と影響を与えたのは、工業と芸術の協働というテーマを共有した理念の反映でもあろう。少なくとも彼の *Decorative Arts* の概念が下敷きに働いている。

それは、技術的、経済的発展を予測される工業と、洗練された手技との間に、信頼と合意に基づいた物作りの本質をめぐる接点を見出すための試みであり、言い換えれば、新たな時代が求める新たな機能の胎動であった。

やがて迎えた第一次世界大戦(1914-1919)による混迷の中で、これらのさまざまな思想や活動が、次第にひとつの方向に整えられたその頂点が、大戦直後のドイツにワイマール国立美術工芸学校を改革、改称したバウハウスの設立であった。

発足に当って初代校長に招聘された建築家ワルター・グロピウス(1883-1969)の開学綱領には、建築を中心とする新たな芸術の統合を目指した彼の理

念が、強力に謳われている。

1919年4月の発足から、ドイツ国家社会主義（ナチス）の弾圧による1933年8月の悲劇、ミース・ファン・デル・ローエ（1886—1969）の閉鎖声明に至る、わずか14年の歴史だが、その間の業績は、豊富な史実、資料によって確認され、わが国にも多くの優れた学術研究が残されている。

しかし、人々の営みへの日常的な作用によって成り立つデザイン機能の本質に重ね合わせてみれば、活動の成果を日常に定着させるための働きを、半ば以前に閉ざされた不幸が、バウハウスをデザインの完成ではなく、その源流とする理由でもあろう。あるいは、それだからこそ時代と民族を超えた多くの影響を残したとも言えるのだが、その業績は世界の美術、建築、デザインの各分野にわたる近代美術史上最も貴重なそして興味深い14年として、今後も長く語り継がれていくはずである。

◆物作りに経済の原則が加わる

近代デザイン成立への胎動が、建築家、美術家による具体的な運動に表れる一方、機械生産がいつまでも粗悪な量産製品ばかりを送り出していたわけではない。

科学技術とエネルギーの研究開発による、いわゆる文明の利器^(※1)が次々と製品化されると共に、新たな素材や技術による品質の向上、生産工程の合理化など、産業としてのシステム化は確実に進行している。それらの成果は建築をはじめ公共施設の整備、あるいは交通機関や情報手段の発達などとともに、20世紀を象徴する新たな都市構造を生み出した近代文明の揺ぎない基盤となったのである。

このような近代工業社会への変化の過程に必然する決定的な条件として、物作りの基本に経済の原則が加わるのだが、それは同時に工業生産を基盤とす

る市場経済の始動であった。芸術と工業との、あるいは造形性と経済性との微妙な緊張を孕んだ、しかし不即不離の関係も同時に始まったのだが、その初期段階における両者の協働の成果として、量産製品に対する造形性の、ふたつの効果にふれておく。

ひとつは言うまでもなく、初期の機械生産（量産製品）に共通する死角として芸術家たちが追求した美的な水準の向上だが、ふたつめは、美学上の評価とは明らかに異質な作用である。

先進的な資本家たちが、いち早く理解したその意味は、形態と色彩（造形性）による製品の個性化であり、市場における同種類似製品との競合に際してこの働きは、技術面や性能上の改良以上に人々の注目を惹くその効果を実証する。

ほぼ同時期から広告活動に関心が高まるのもその表れだが、この作用が、その後の市場経済に重要な、商品間の「差異の創造」であり、デザインに期待される働きの大きなひとつとなったのである。

※1 電話機：1876年 白熱電球：1878年 自動車：1882年
小型カメラ：1888年 映画：1893年 無線電信：1895年
飛行機：1903年（ライト兄弟の実験飛行）

◆物作りに行政の働きかけが加わる

ここまでの展開を見る限り、美学の領域で芸術家側の見方として語られてきたかざかずの現象とかかわりなく、デザインは、人々の営みの中に働き続けている。

前項で資本家側の見方に少しふれたが、芸術と工業との関係におけるもうひとつの側面として、行政の働きかけが早くから加わっている。序説に述べた社会機能間の連携のひとつだが、正確に言えば、経済を通じた行政とデザインの協働関係である。従来の史観ではさほど重視されていないが、工業生産の高度化による経済発展を条件とした新たな近代国家

体制への途上で、大きな役割を期待されたデザインに対する行政の介入は、産業政策措置としてむしろ必然的な重要課題であった。

19世紀後半のヨーロッパで早くも国際的ビッグイベントとなった万国博覧会をその一例にあげてもよい。

1851年のロンドン（大英博覧会）以降、各国主要都市で開かれた万国博は、当時の各国における近代文明の最先端を競う舞台であり、国威を誇示するデモンストレーションでもあったのだから、例えばロンドンのクリスタルパレス（1851年の会場）やパリのエッフェル塔（1889年パリ博）など多くの話題を残している。

W. モーリスをはじめ美的な秩序の新たな構築を旗印としたさまざまな運動と、ほぼ同時期だが、美学上の評価としては万国博自体が、話題に上った記憶は少ない。

しかし、現在に至るまでデザイン振興活動に最も熱心な英国政府のデザイン政策が、他ならぬ大英博覧会における英国製品の劣勢をきっかけとする強力なテコ入れ^(※1)から始まったのも事実である。

もとより経済の拡大が主目的とは言え、国家間の競争を背景に、国益に結ぶ産業の活性化ばかりではなく、人々がデザインの働きを意識する貴重な機会ともなった万国博に対する各国政府の取り組みは、近代デザインの形を整えるひとつの側面を支えている。例えば1970年の日本万国博（大阪・千里）の効果もそうではなかったか。

因みに、わが国における行政主導のデザイン活動も、1873年（明治6年）のウィーン万博への参加が契機となっている。目的は当然、近代国家を目指す通商貿易の足がかりだが、「世界に通用する物作りとは」という工業生産への移行促進と、それに伴う意匠（デザイン）が当面する課題であった。その手始

めに、英国のサウスケンジントンミュージアムに^(※1) 倣ったと思われる内外の製品を集めた展示場（大阪博物場）が、大阪に開設されたのが1875年だから、行政によるデザイン奨励活動は、デザイン教育よりもはるかに先行していたのである。

このように、わが国が範を求めたヨーロッパ各国政府のデザイン政策は、19世紀後半から20世紀にかけて、しかも第一次、第二次世界大戦を間に挟んだ国際緊張の中で、途絶えることなく続けられていたのである^(※2)。

※1 大英博後、外国の優秀製品を収集・展示し、またそれらに学ぶ美術学校を併設。現在の Victoria and Albert Museum

※2 例えばその後、同種の各国政府機関のモデルともなったイギリスの CoID（産業デザイン評議会・同デザインセンター）の発足は1934年だが、それ以前にも DWB（ドイツ工作連盟：1907年）にならったと言われる DIA（産業デザイン協会：1915年）をはじめデザイン振興活動が活発に行われている。

展開－3

近代デザインの成立－2 新興工業国アメリカ

◆「豊かな社会」への道

ここで近代美術史上、最も華やかな20世紀初頭のヨーロッパから、この舞台では常にマイナーな役柄に甘んじたアメリカに視点を移してみる。

近代デザインの成立をめぐる舞台で脚光を浴びるのは、終始イギリス・ドイツをはじめとするヨーロッパであり、近代デザイン史上、アメリカに主役の座が与えられたことはない。2、3の建築を除いて、話題としてはわずかに、第2次大戦を前にアメリカへ渡ったモオリ・ナギを中心に、ニューバウハウス（シカゴ：1936年～）が登場するのだが、これも主題は「バウハウスのその後」であり、バウハウスが世界に及ぼした影響のひとつに過ぎなかったのである。

当時、文明開化を旗印に、ひたすらヨーロッパ文化に傾倒したわが国も人的交流や通商面はともかく、少なくとも美学に基づく視点において、アメリカに学ぶ何物もないと考えたとしても不思議ではない。

ヨーロッパに比較するまでもなく、芸術面の伝統も文化的背景も持たないアメリカは、その意味では明らかに後進国であった。しかしその反面、開国（1776年）以来の新大陸における広大な、しかも急速な開発に当って、工業技術の積極的な導入は、専門技術者を含めた人的資源の不足を補うためにも、文字通り目前に迫る「必要」であった。しかも因習や様式に束縛されない自由な社会秩序が、新たな物作り（工業生産）システムの整備にはきわめて有効に作用する。

例えばヨーロッパ各国に見られた新たな芸術に対する伝統のしがらみや、物作りにおける新旧の混乱もなく、あるいは、デザイン運動のテーマ「芸術と工業の融合」も、むしろ必然的な前提条件として受けとめられている。

このことが、資本、科学研究、工業技術と芸術間の合意に基づいた協働のシステム化と、人々の支持によって成立するデザインの強力な基盤となった。

このような新しい国作りを目指した人々の意欲と、その成果によってアメリカは、19世紀半ばにしてすでに新興工業国としての体制を整えたのである。

バウハウスをはじめ、ヨーロッパのデザイン運動と、アメリカにおけるきわめて実質的なデザイン活動を、同列に比較するつもりはないのだが、近代デザインの完成をアメリカに求める推論には、このことが前提にある。

その実証を試みるエクササイズとして、20世紀のアメリカを象徴する自動車産業をとりあげるのだが、その成長過程に見られる諸現象とその展開は、単に新興産業におけるデザインの成功事例に止まる範

囲ではない。

それは、独立百年余りの新興国アメリカが、ヨーロッパに先駆けて手にする「豊かな社会」への人々の夢と憧れを託した華麗なドラマであり、その間の物（自動車）と心（人々の夢）を結ぶ貴重な横糸として、アメリカンドリーム（豊かな社会）とそのイメージを華やかに織り出したのが、他ならぬデザインの働きであった。

したがってそのシナリオには、デザインがひとつの社会機能として自立するプロセスが鮮やかに描かれてる。

このテーマをとりあげた理由も、ひとつはこのことだが同時に重要なもうひとつの見方がある。

いわゆるアメリカンドリームに通じる「豊かな社会」とは、工業生産の高度化と自由市場経済の繁栄が、人間の幸福と豊かな営みを約束する「20世紀の神話」とも譬えられるのだが、人々がまず獲得した豊かさは、こうした「物の価値」に支えられている。理論的には18世紀後半に始まる「工業社会」の成熟だが、やがて人々は、物の価値に見合う心の価値への欲求に目ざめる。

この価値観の揺らぎは、工業社会から次第に情報価値が経済の主流を占める「情報産業社会」へ、そしてそれに続く「情報消費社会」への移行を示唆している。

社会学、経済学の理論的予測から、やがて人々の現実となる、いわば文明史的推移が20世紀後半には工業先進国に等しく見られるのだが、アメリカ自動車産業の初期にあたる今世紀初めのほぼ30年には、そのすべてが凝縮された興味深い現象が次々と起っている。

したがって例えば、この30年を第2次大戦後の日本に置き代えてみれば、当時の人々の営みを背景とする現代デザインの動きが、そのシミュレーショ

ンを見るように重なり合ってくるのである。その意味で、アメリカ自動車産業初期の30年は、20世紀を通じた人々の営みの記録そのものと言えるのだが、その推移をごく大まかにノートしておく。

◆デザインの成長を辿るエクササイズ

[例題] アメリカ自動車産業の初期30年

- 1) 基礎的な理解だが、工業生産を基盤とする経済の発展が人々の幸福と豊かな営みの実現を約束する工業社会の、その初期段階では、資本と技術に裏付けられた合理的、効率的な生産性が市場戦略に優位する。物自体の量的な価値と、それに伴う経済効果が人々の営みを主導する社会である。
- 2) 19世紀末に始まるアメリカ自動車産業のなかで、徹底した生産効率化によって、1908年以降のほぼ20年間に、累計生産台数15,007,033台を記録した驚異的なフォードT型の成功がこの原則を実証する。効率主義、合理主義の代名詞となったフォードイズム(Fordism)はここに由来するのだが、アメリカだけではなく世界の自動車大衆化時代を拓いたこのフォードT型が、初期工業デザインの原典と言われたのは、造形面の評価ではなく、素材・部品の規格化や、生産工程の合理化に適応した徹底的な使用価値(物理的機能)の追求と同時に、「形態は機能に従う」原則の典型だったからである。工業社会初期を象徴する創始者ヘンリー・フォードの頑固な信念は、例えば1500万台全車を黒1色に限定し、しかも「良い製品に広告は不要」の方針を貫いている。唯一の変化は、T型末期のクローズド(屋根付き)カーへのモデルチェンジと、それに対するわずかな広告であった。
- 3) 物質的な充足による豊かな生活をひとまず手にした人々の目標は、その水準の向上と共に、やがて個性化ないし差異化へ向う。量から質へ移行する兆しだが、この段階ではまだ物の価値が優先する。そこで必然的に起る「豊かさの格差」の隙間に生まれる次の段階への欲求と期待が、例えば、アメリカンドリームへの憧れであり、あるいはアメリカンドリームそのものの正体とも言えよう。
- 4) 第1次大戦後のアメリカ人たちの、こうした価値観の揺らぎは自動車産業の消長に忠実に反映する。その最大の現象が1927年5月のフォードT型の生産停止である。それは形態・色彩を含めて実用的だが画一的なT型とそのデザインへの人々の拒否反応の表れであった。「物から心へ」の初期現象であり、他ならぬフォード自身が築き上げた「豊かな社会」の反乱だが、同時に単種集中生産による低コスト低価格が市場を支配する量の時代の終焉でもあろう。因みにアメリカにおけるスーパーマーケットの誕生は1920年代だが、その発展を支えたのは、T型による自動車の普及と、冷蔵庫の大型化(長期貯蔵)の相乗作用であった。
- 5) フォードを自動車産業の王座から引きずり下ろしたのは後にフォード、クライスラーと並んでビッグスリーと呼ばれるGM(ゼネラルモーターズ)だが、その要因は、フォードとは全く対照的な「デザインと広告」戦略の明らかな勝利であり、GMの経営戦略は工業社会成長期(1920年代)の典型的なデザイン政策であった。
- 6) それは①無名のカーデザイナー、ハーリー・アールの企業中枢(副会長)への登用に始まり、②商品構成上、グレード・用途・価格それぞれに個性的な3段階6シリーズをラインナップし

て、多様化する需要に対応する (Any purpose and any porse) 一方、③それぞれのスタイリングの個性化、高級化によって、フォード T 型の画一性に倦きた人々の関心を集めただけではなく、④急速に発展した高級雑誌、大衆雑誌を主媒体とする多彩な宣伝広告活動によって各車種のイメージを強烈に印象づけると共に、⑤割賦販売制度の強力な推進がそれらをフォローするという総合的なデザイン戦略システムの展開であった。

- 7) 全盛を極めた工業社会に必然する物質的飽和状態への対策は、国際的未開発市場の開拓と産業自体の情報化の 2 つの道である。1920 年代に、メーカー 150 社以上を数える戦国時代 (ある意味では黄金時代) を迎えたアメリカ自動車産業は、すでにその兆候を示している。自動車と共にアメリカンドリームを象徴するハリウッドが生み出したスターたちを自動車の広告戦略に利用した相乗効果が、人々の熱気をかき立てるのも 20 年代からである。しかし、1929 年の歴史的な大恐慌を境に、業界は淘汰され、生き残ったメーカーは GM をテキストとする情報化戦略を活発に展開する。その特長的なひとつが、戦略としてのモデルチェンジであり、耐久商品 (物質的価値) から、形態と色彩の変化による年次商品 (情報価値) への自動車自体の体質的な革新と言ってもよい。ここから “〇〇年型” の呼称が定着する。この戦略と共に消費動機が「物の消耗」による「次の需要」から、「物の選択」による「もうひとつの需要」へと変化する。「心の欲求」が「物への執着」を次第に上回る徴候と言ってもよい。
- 8) 一般に工業製品のモデルチェンジには 2 通りある。ひとつは新素材、新機能、新技術の開発に

伴う必然的な形態の変化だが、ふたつめの戦略的モデルチェンジは「需要の喚起」が目的であり、物理的な「必要」への対応ではない。ファッション性の導入と言い代えてもよいのだが、ニュータイプの全面的な開発にはコスト面のリスクを伴うため実質はマイナーチェンジを毎年くり返す。主にスタイリングと広告表現による視覚的な効果に委ねられた領域であり、それがデザインを単に造形表現機能と印象づけた原因のひとつかもしれないが、少なくとも 1930 年代から現在に至るまで「常にニューモデルを提供する」この戦略が世界を通じた自動車産業の鉄則となった。

- 9) 終りに、ここには登場しないテーマのひとつが、デザインの原点の 3 つめにあげた「自然とのかかわり」である。

例えば、近年、低公害車として注目される電気自動車の開発が蒸気エンジン車に続いてガソリン車より早かったことはあまり知られていない。しかし、わずか 1~2 年で姿を消したのは明らかに効率優先の必然的選択だが、それだけではなく、ほぼ同時期に西部油田の開発に成功したアメリカには資源、エネルギーへの危機感はなく、また、工業生産や環境開発に伴う負の要素も、まだ人々の意識にはない。いわば「無意識な自然との共生」の成立であり、その意味では平和な時代であった。

◆「道具」から「商品」へ、物作りの変質

少し長くなったが、フォード T 型の誕生 (1908 年) から、第 2 次大戦の勃発 (1939 年) まで、ほぼ 30 年間のエクササイズは、近代デザイン成立の背景となった工業生産の拡大と高度化を抛りどころとして、常に「豊かな社会」を求めつづけた人々の営み

の記録と読み代えることができる。

この経過を通じて、デザインの本質にもかかわる重要な理解をふたつあげておく。そのひとつは「物作り」の明らかな変質である。

経済原則の飛躍的な拡大は、工業生産の成長に伴う必然的な現象だが、その結果として物作りは、わずかに残る一部を除いて、もはや本来の「道具作り」ではなく、経済原則が主導する「商品作り」への道を歩み始めるのである。われわれは、物作り（デザイン）本来の「使用価値の追求」^(※1)に加えて、「市場価値の開発」が次第にそれを上回るプロセスをGMのデザイン開発事例で学習した。

それは、手足の働きを補うためにではなく、人々の営みの中に消費を生み出すための開発・生産手法であり、「道具」の概念とは明らかに異質なこの発想を正当化する根拠には、あらゆる「物の商品化」によって成り立つ資本主義経済理論がある。したがって、その忠実な展開は、その後の世界を支配する自由市場経済の本格的な始動でもあった。

人々の需要動機を「物質的消耗」から「心理的消費」へと転換させるこの大きな流れは、当然のこととしてデザイン需要の多様化ないし質的变化を促進する。とりわけ人々の需要を喚起する「情報価値の創造」への期待は、やがて、20世紀末に訪れる情報消費社会の象徴とも言える現代デザイン機能への予感とも言えようか。

※1 現代デザインに求められる基本的な働き

- ・第1次機能：使用価値の追求（物・情報の物理的・工学的な働き）
 - ・第2次機能：市場価値の開発（物・情報の個性化・差異化）
 - ・第3次機能：情報価値の創造（心理的欲求への働きかけ）
-

展開—4 現在デザインへの道

◆ 人々の必要から生まれ、営みと共に成長したデザイン

このような時代の波に洗われたさまざまな営み

の中でもう一度振り返ってみれば、バウハウスの活動が「運動」のまま終わった理由が理解できると思う。

アメリカの「豊かな社会」がひとつの頂点を迎えた1930年代半ばのドイツで中断されたのは、バウハウス活動ばかりではなく、健全なデザインの舞台そのものが、すでに閉ざされていたと言ってもよい^(※1)。

わが国もまた、この時同じ道を走り始める。鎖国を開放して半世紀余り、ようやく根付いた西欧文明の紡ぎ出す近代化への華やかな動きの中には、世界的な流れとして早くも現れたバウハウスの影響も見られるのだが、しかし、大正から昭和の初めにかけて、人々の夢を彩った大衆文化も束の間の輝きに終って、やがて、暗黒の1940年代を迎えるのである。

近代デザインの成立をアメリカに求める推論には、世界を揺り動かした第二次大戦への、この大きなうねりの中で、しかし、ひたすら豊かさを求め続けたアメリカ人たちのしたたかな営みが前提にある。たびたび述べた「人々の必要から生れ、その営みと共に成長するデザイン」の働きはエクササイズに見た通りだが、その成果は、第二次大戦後の世界の人々が夢見た「20世紀の神話＝豊かな社会」を実現する貴重な資源ともエネルギーともなったのである。

※1 ナチス（ヒットラー）独裁政権の成立は、バウハウス閉鎖3年後の1936年、そして1939年、ポーランドへ侵攻して第二次世界大戦の口火が切られた。日米間の開戦は1941年12月8日だが、日本の中国への侵略はすでに1937年から始まっている。

◆ 成熟した現在デザインへの道

芸術と工業の合意と協働に始まる胎動から、近代産業社会への構造的な変化とともに、さまざまな分野との間に多くの接点を持つ新たな社会機能として成立したデザインは、2つの世界大戦を間にはさんだ今世紀を通じて、科学研究と工業生産の目覚ましい発展を基盤に、やがて世界を制した自由市場経済の激流の中で、その貴重な資源としての成長と繁栄を

約束されている。

とりわけ敗戦によってアメリカの支配下に置かれたわが国が目指した再建のシナリオは、かつてアメリカが描いた大河ドラマ「豊かな社会」への道であった。

したがってこの舞台の主演は、言うまでもなく経済だが、同時に用意された現代デザインの舞台は、20世紀初頭のアメリカ自動車産業において、デザインが演じた華麗なステージの忠実な再現であった。

このことが、前のエクササイズで見た「デザインがひとつの社会機能として自立するプロセス」を、「経済の支配下に隷属するプロセス」と読み違える人々の根拠かもしれないのだが、本論のデザイン概念の基本には、人々の営みが常に主役として前提する。経済もまたシステム化された人々の営みのひとつなのだから、今世紀を通じて経済が突出した現象を見せるのは、人々が選択した社会システムの最も重要な作用を、経済に託したためと言ってもよい。したがって仮に、わが国の現在デザインが成熟した社会機能として自立し得なかったとすれば、学術研究面の自助努力を怠った基礎体力の不足が、本質の追求よりも当面する現象処理に集中する体質を生み出したこともそのひとつだが、さらに大きな理由には、美学の温床から経済の傘の下へ、ひたすら個々の安定と繁栄を求め続けたデザイナーの依存体質を加えておこう。

ただわが国の現状で明らかなように、このことは、デザイン分野に限られた現象ではない。しかし、その結果は、かつての信頼と合意を裏切った経済の暴走であり、そしてそれに追従する政治や教育の貧困がもたらした90年代の混迷であった。

自ら築き上げた「豊かな社会」が、自ら招いた破たんでもあろう。したがって言うまでもなくデザインだけがそのことと無関係ではあり得ないのだから、

いま現代デザインには、住み慣れた美学の聖域を確保するだけでなく、有為な社会機能として自立する道との両立を、21世紀への課題として与えられているのである。

〈註〉本論は、都合で、[デザイン学概論ノート2：20世紀の神話を書き換えるデザイン]を先に発表(1998年 紀要21)しています。