

デザインにおける新しい発想と表現に関する一考察

関川浩志*

A Study of New Idea and Expression in Visual Design.

Hiroshi SEKIKAWA*

ABSTRACT

In order to grasp person's eye and impress messages in the visual design, “amusement” of the idea and expression is very important. In this paper, the product of training of an idea and an expression technique in visual design practices is inspected in order to make use of the results of study for the future visual design education.

Key Words: Visual Design, New Idea, Expression, Training of an Idea

キーワード: ビジュアルデザイン, 新しい発想, 表現, アイディアトレーニング

1. はじめに

グラフィックデザイナーの故福田繁雄氏が、「『デザインするにあたって心がけることは?』と質問されると私は必ず即座に『面白さ』と答える。『面白さ』が一番効果的な視覚伝達のエレメントだと思うからである」¹⁾と自著の書籍で述べているとおり、ビジュアルデザインにおいて人の目をつかみ、メッセージを印象づけるためには、発想や表現の「面白さ」が大事であると考えます。

そこで、八戸工業大学感性デザイン学部において、昨年度入学生より新カリキュラムが導入され、ビジュアルデザインと住環境デザインの2つのコースがスタートしたことから、コースの特徴や学生の感性をより発揮すべく、筆者は二つの取り組みを行っている。一つは、発想の

柔軟性を高めるための「アイディアのトレーニング」で、二つ目は、発想や表現の「面白さ」を探求するために行っている、既存形態にとらわれない「新しい発想によるデザイン」の演習である。

本報告では、アイディアのトレーニングの成果や表現技法、ビジュアルデザイン演習などの科目におけるデザイン表現の取り組みを紹介し、今後のビジュアルデザイン系科目の授業の充実と発展のための方向性を探る。

2. アイディアのトレーニング

2.1 視覚表現のトレーニング

先述の福田繁雄氏は、「造形活動の発想は、身近な自分の生活の中から醗酵するのだという自分の考えの証しだと思っている。私自身の日常のなかに存在する視覚的な発想は、住空間であれ、平面的な作業であれ、ともかく、非日常的で不思議なイリュージョンの世界につなげる

平成23年1月14日受理

*感性デザイン学部・講師

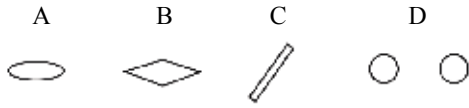


図1 発想のトレーニング課題 (2010) 表現技法



図2 課題Aの例 (2010) 表現技法

ためのくりかえしであるといえるだろう」²⁾とも述べている。著者は、様々なデザイン媒体における視覚表現や発想の柔軟性を磨くことも大切と考え、昨年度より単純な幾何学図形(図1)をもとにしたアイデア表現のトレーニングに取り組んでいる。この項では、その取り組みについて紹介する。

課題Aの楕円形では、器、お菓子など円形を斜めから見た発想が多く見られたが、水たまり、

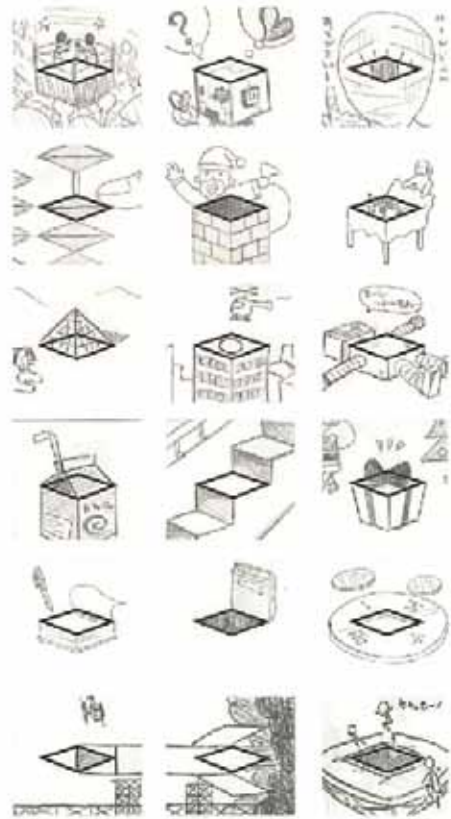


図3 課題Bの例 (2010) ビジュアルデザイン論

穴、楽器などの意外性のある案もでた(図2)。課題Bの菱形では、箱、ビルなど正方形を斜めから見た発想が多かったが、そろばんの珠や菱形を二つ使ったのロケットなどユニークな案もあった(図3)。課題Cの斜めの長方形では、筆記用具やストローなど身近なものをを用いた発想が多く見られたが、シートベルト、貯金箱の穴などの案もでた(図4)。課題Dの二つの円では、信号や車のヘッドライト、目などが多く見られたが、梱包材、毛虫などの案も見られた(図5)。

2.2 推測のトレーニング

また、課題Eのミロのヴィーナス像(図6)を、いろいろな仕草や場面を想定し、自由に発想させてみたところ、演奏や指揮者のポーズ、スポーツのシーンといった一人の案だけでなく、二

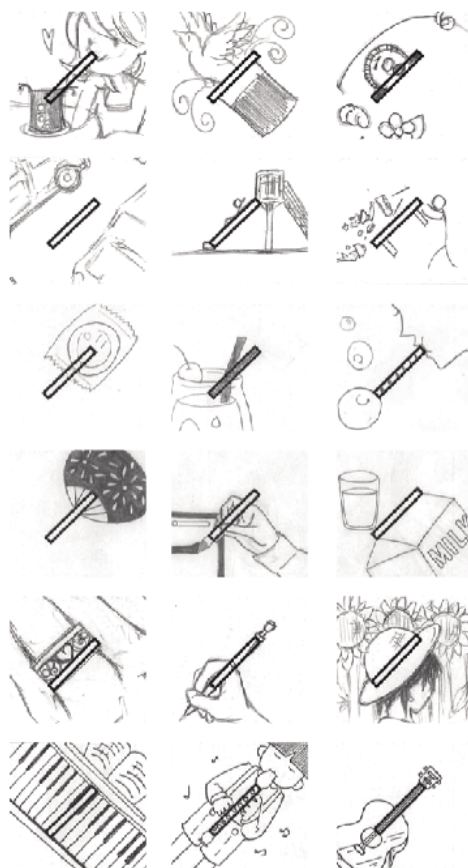


図4 課題Cの例 (2010) 表現技法

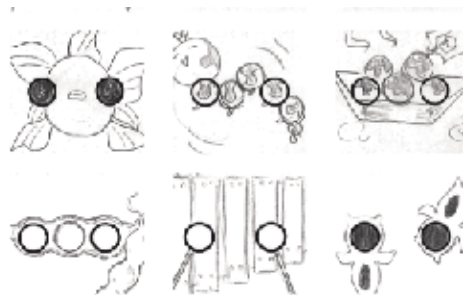
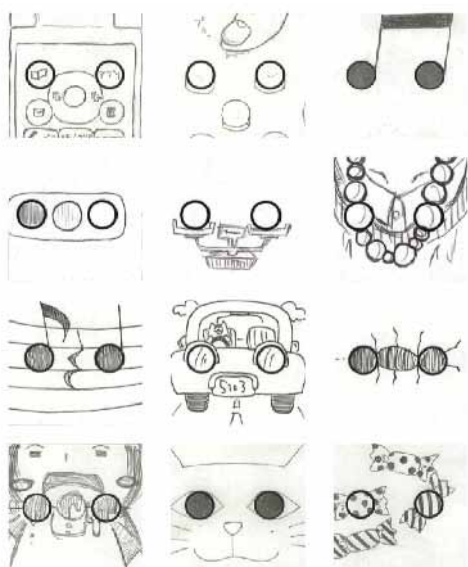


図5 課題Dの例 (2010) 表現技法



図6 課題Eのミロのヴィーナス像 (2010) 表現技法



図7 課題Eの例 (2010) 表現技法

人三脚やかごをかつぐヴィーナスなど、複数にした新しいアイデアも生まれた(図7)。

これらの取り組みは、順を追うごとにアイデアに柔軟性、多様性が見られるようになってきており、トレーニングの大切さを証明していると思われる。

3. 新しい発想によるデザインについて

グラフィックデザイナーの南雲治嘉氏が、「デザイナーが最も苦しむのは、与えられたテーマに対して、アイデアを出す時がもっとも時間をとられ、しかも苦しい。(中略)他の人がやったこともないようなアイデアは、なかなか見つからない。しかし、展開の仕方を変えればまったく新しいアイデアにすることができる」³⁾と述べているとおり、新しいアイデアは簡単にはでてこない。そこで、ビジュアルデザイン演習をはじめとする演習系の科目において、既存の形式にとらわれない「新しい発想によるデザイン」の制作に取り組んでいる。

3.1 実技演習における表現

手描きの手法によるアイデア具現化のための表現例としては、タイポグラフィ論では、



図6 POP広告デザイン タイポグラフィ論



図7 ペーパーレリーフの作品例(2010) 表現技法

マーカーや色鉛筆などを用いた手描きのPOP広告(図6)の制作、表現技法においては、絵の具やマーカーによる表現だけではなく、色画用紙を用いたペーパーレリーフ技法(図7)も試行しながら、発想・表現力の向上を図っている。

その結果として、塾考しながらレイアウトや表現に取り組む姿勢が見られるようになり、作者のこだわりや個性も現れるようになってきた。

3.2 パソコン演習による表現

パソコンを用いた表現の例としては、ビジュアルデザイン演習、タイポグラフィ論、色彩学などの作品がある。これからMacintosh 48台



図8 グリーティングカードの作品例(2010) ビジュアルデザイン演習





図9 パッケージデザインの作品例（2010）
ビジュアルデザイン演習



図10 作品集デザインの作品例（2010）
ビジュアルデザイン演習



図11 カレンダーデザインの作品例（2010）
ビジュアルデザイン演習

を活用し、Illustrator や Photoshop などのデジタルソフトを用いたグリーティングカード、パッケージ、作品集、カレンダーのデザイン演習の実践例を紹介する。

グリーティングカードのデザインでは、二つ折りの飛び出すタイプの作品が多い中、同じ形を繰り返して折る面白さを狙った作品も見られた(図8)。

パッケージデザインでは、「パッケージは究極のデザイン媒体だ!商品に関わる工業デザインやグラフィックデザイン、そしてタイポグラフィのデザインでは、消費者の購買意欲を高める為に、深く強い印象を与えるデザインに仕上がっているかどうかでデザインの真価が問われると言っても過言ではない」⁴⁾と Grip が述べているとおり、パッケージデザインは、デザインのスキルや機能がフルに発揮される媒体で、授業では、バナナやシャツなどの形を自分なりにアレンジした案が幾つか見られた(図9)。

作品集デザインでは、てんとう虫の案に見られるような折りや仕上がり工夫が見られる案が数点でている(図10)。

カレンダーデザインでは、月毎のめくりタイプの案はほとんどなく、風車型、懐中時計型、CDケース入り、洗濯物風、各月の曜日に対応し数字がスライドする案など、新鮮で楽しい作品が生まれた(図11)。

課題が進むにつれて、制作に創意工夫が感じられるようになってきている。また、他の学生や教員からの反響も大きく、取り組みの効果が評価されつつあるように感じている。

4. おわりに

「アイディアのトレーニング」は取り組んでまだ日が浅いが、回を重ねるごとに表現の幅が広がってきており、効果が感じられるようになってきている。さらにトレーニング課題の数や質を再考し、いろいろな角度からの発想を導けるように工夫していく必要がある。

「新しい発想によるデザイン」は、初めての取り組みであったが、条件を理解し、新しい表現を求めて、意欲的に制作にあたることができているようである。まだ既存のデザインにとらわれる傾向が見られるため、実物をよく研究すること、その上で意外性や面白さを発想し、具現化するプロセスを確立して授業に取り組むことも重要である。

今後も、「アイディアのトレーニング」を続けながら、新たな発想や表現の可能性を探り、いろいろなデザインの場面や個人研究、デザイン教育に活かしていきたいと考えている。

参考文献

- 1) 福田繁雄：福田繁雄のトリックアート・トリップ，毎日新聞社，2000
- 2) 福田繁雄：福田繁雄標本箱，美術出版社，1978
- 3) 南雲治嘉：視覚表現，グラフィック社，2001
- 4) Grip：パッケージデザイン 1000，グラフィック社，2008