

デザインにおける発想と教育手法に関する一考察

関 川 浩 志*

A Study of the Embodiment of an Idea in Graphic Design and Its Educational Method.

Hiroshi SEKIKAWA*

Abstract

The expression of visual languages of the character such as the illustration, the photograph and so on, which is used to the visual communication, is various. In this thesis, the sticking to the conception of the author with the wordplay and typography, etc. is verified, and the approach of the training and its result of the conception of the word and the visual language in an actual class are considered. And the technique and directionality are also considered for the enhancement and development of the design education in future.

Keywords : Graphic Design, Idea, Humor, Educational Method.

1. はじめに

デザイナーあるいはコピーライターが、様々なデザイン媒体において情報を伝達する際に用いる文字やイラスト、写真などの視覚言語の役割や表現は様々であり、それらを学ぶデザイン教育はとても重要である。グラフィックデザイナーの南雲治嘉氏は、「デザインの最終目標は〈生活が楽しく潤いに満ちたものであること〉を実現することにある。デザインは生活をその中心におき、人の人生にメッセージを送るものである」¹⁾と自著の本で述べているとおり、デザインの果たす役割は大きいと考える。

本論文では、言葉遊びやタイポグラフィーなどの筆者のデザイン作品における発想のこだわりを検証するとともに、実際の授業での言葉や

視覚言語の発想のトレーニングの取り組みやその成果を考察し、今後のデザイン教育の充実と発展のための手法や方向性を探る。

2. 制作物における言葉や文字について

今まで様々なメディアにおいて実際に使われた有名なフレーズとして、本の一例ではあるが、「髪は長〜い友達（育毛剤）」、「上から読んでも、下から読んでも山本山（海苔）」、「SEVEN ELEVEN いい気分（コンビニエンスストア）」、「au ハッピー？（携帯電話会社）」など、商品のジャンル、年代、対象の世代などを問わず、広範囲にわたって消費者に親しまれている言葉は数多い。

テレビ構成作家の城啓介氏が、「ことば遊びは、人生を豊かにし、人間関係を滑らかにする不思議な魔術。（中略）枝も伸び葉も茂ってテレビや雑誌などで、楽しいバリエーションを広

平成 21 年 12 月 14 日受理

* 感性デザイン学部・講師

げています」²⁾と述べているとおり、言葉や文字の力、役割には計り知れないものがある。

また、文字が、言葉ではなく視覚言語つまりタイポグラフィとして、人の眼を引いたり、メッセージを伝えたりする場面もとても多く、文字を用いたアイデアの表現も重要な役割を担うようになってきている。

2.1 言葉へのこだわり

筆者は、ポスターや広報の記事、年賀状などメッセージ性の強いデザイン作品を制作する際に、必ずといっていいほどこだわっていることがある。それは、言葉のトリック、言葉遊びといった言葉の諧謔性を用いてメッセージを表現することである。直接情報をもたらすヘッドコピーをはじめとする言葉の果たす役割や影響はとても大きいと考え、普段から洒落、語呂合わせなど、言葉の表現を意識し、種々の広告・CMなどにアンテナを張っている。それらのコピー表現や思いついたアイデアなどをアイデアノートに記録・収集しておき、個人的な制作やデザイン教育の指導に役立てるようにしている。

例えば、寿司屋のマッチでは、寿司ネタの鯛や蟹をもじって、「たべたい、のみたい、語りたい…」(図1)や、「にぎやかに、さわやかに、しずかに…」(図2)と、洒落や語呂合わせを用いて絵手紙風なデザインにしている。寒中見舞いでは、「寒中」と「缶酎(ハイ)」をもじり、「CAN-CHU MIMAI」という缶をデザインしている(図3)。また、「国宝指定記念 合掌土偶てぬぐい」(図4)では、依頼を受けたその場で「合掌土偶」ならぬ「合唱土偶」の言葉と図案(図5)がひらめき、デザイン化された例もある。さらに、本学の公開講座「オリジナルTシャツを作ろう」において、参加した「黒〇」という方の、ふくろうの写真と自分の名前である KURO の文字を使ったデザインアイデアに対して筆者は瞬時に、ふくろう=不苦労=OFF KURO=オフ・クロ=おふくろとイメージしアドバイスしたところ、大変よろこんでいただいたケースもある(図6)。

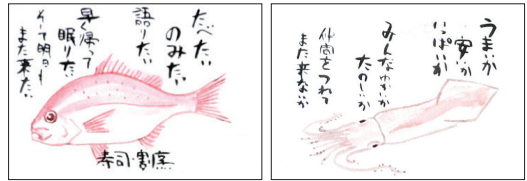


図1 マッチデザインにおける表現1 (1987)
2000年マッチ倶楽部大賞 入選



図2 マッチデザインにおける表現2 (1998)
2000年マッチ倶楽部大賞 入選



図3 はがきの表現 (2008) 寒中見舞いはがき



図4 合掌土偶国宝指定記念てぬぐい (2009)
地元企業との合同企画製品



図5 てぬぐいの「合唱土偶」(丸印, 2009)



図6 Tシャツのデザイン例（2009）
八戸工業大学 2009 公開講座



図7 カレンダーのタイポグラフィー 1（1983）
三菱商事木材部 MAYO カレンダー



図8 カレンダーのタイポグラフィー 2（2009）
八戸工業大学 2010 キャンパスショーケース



図9 年賀状の表現（2009）



図10 ポスターの表現（2008）
FUKUDA ポスター大賞 2008 入選



図11 ロゴタイプのタイポグラフィー（2000）
青森県高等学校ソフトボール連盟



図12 ロゴタイプのタイポグラフィー（2000）
青森県高等学校ラグビーフットボール連盟



図13 ホームページ用のタイトルデザイン（2008）

2.2 視覚表現へのこだわり

筆者の創作活動にカレンダーデザインがあり、昨年までに約15作を数える。その中に、洒落や言葉遊びではなく、視覚表現の一つで絵文字とも呼ばれるタイポグラフィーによるものが何点かある。大工道具や季節の風物でその月の数字を表現したデザイン(図7.8)である。

タイポグラフィーによる作品としては、他には西暦の数字を絵にした年賀状(図9)やふるさとをテーマにしたポスター(図10)、スポーツ団体からの依頼で作成したロゴタイプのデザイン(図11,12)、筆者のホームページのタイトルの「WELCOME」,「TOPICS」…のデザイン(図13)などがある。

これらの作品の発想のほとんどは、今までストックしてきたアイデアソースや、瞬間的なひらめきから生まれており、次に述べる発想のトレーニングは重要であると考えている。

3. 発想のトレーニング

これまで述べてきたデザイン活動におけるコピーライティングやタイポグラフィーなどの、諸諺で柔軟性のある発想は、様々な分野にわたる情報の収集や言葉・文字の発想のトレーニングなくしては生まれないものと確信している。

グラフィックデザイナーだった故福田繁雄氏は、アイデアについて「着想したり、発案したりする前に何か、要因があるのです。それは大切な〈発見〉という行為です。～中略～『アイデア』発想は、練習をする努力。要因を見詰めて、〈発見して〉、その高い目的の考えるという『技』を発揮する。これが『アイデア』なのです」と発想の努力の大切さを述べている³⁾。

筆者が担当しているビジュアルデザイン系の授業は、「表現技法(1年前期)」,「タイポグラフィー論(1年前期)」,「ビジュアルデザイン論(1年後期)」,「色彩学(1年後期)」があり、これらの講義では、レポートや様々な演習において段階的に言葉や文字の発想のトレーニング

を行い、今後のデザイン活動に発展させるようにしている。この章では、その取り組みについて紹介する。

3.1 言葉の発想のトレーニング

まず「ビジュアルデザイン論」では、キャッチコピーやスローガンなど、言葉の発想のためのトレーニングとして、主に語呂合わせ、洒落、押韻などを考える訓練を行っている。例えば、地場産品や地名を使ったキャッチコピーの作例は以下のとおりである。

地場産品のコピーでは

「お客さまは、神サンマです」

「八戸のいかを食べればいいじゃないカ！」

「タラをたらふく食べよう！」

「酒のつまみにサケ！」

地名を用いたものでは、

「青い森がやすい 青森県」

「岩手によって 祝って」

「秋田で、秋たべよう！」

「ほっかほか、北海道」…

などのアイデアがでてきた。まだ駄洒落的なところもあるが、真面目に、意欲的に取り組む姿勢が見られる。

3.2 視覚表現の発想のトレーニング

また「表現技法」においては、視覚表現の柔軟性を磨くための発想のトレーニングとして、初歩の段階として図14のような簡単な幾何学図形へのはめ絵にも取り組んでいる。どの課題も、食器や皿、缶など身近なものから発想する傾向が見られたが、課題Aでは、ゴルフのカップ、風鈴、懐中時計(図15)、課題Bでは、手紙、交差点、方位磁石などユニークな発想も見られた(図16)。課題Cでは、時計の針、貯金箱、装身具などのイメージに発展している(図

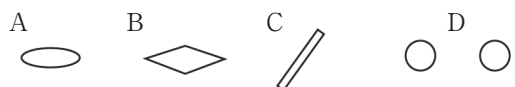


図14 発想のトレーニング課題(2009) 表現技法

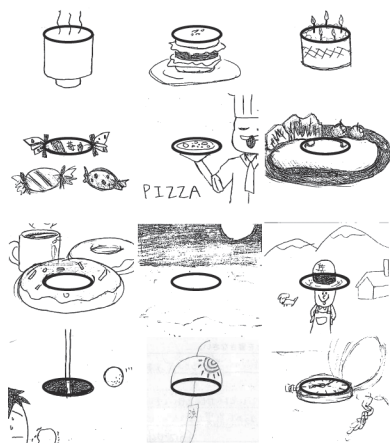


図15 課題Aの例（2009） 表現技法

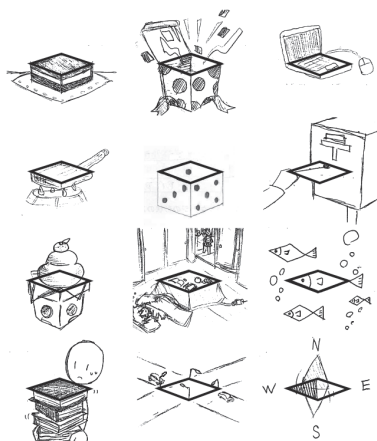


図16 課題Bの例（2009） 表現技法

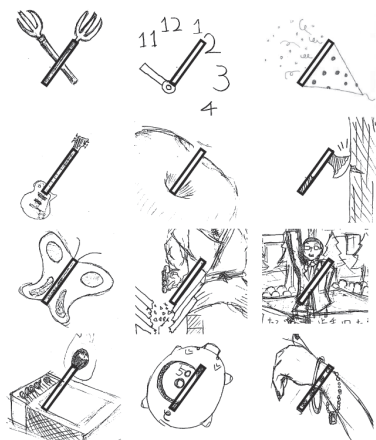


図17 課題Cの例（2009） 表現技法

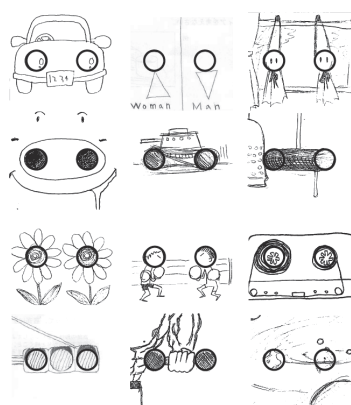


図18 課題Dの例（2009） 表現技法



図19 課題Eのミロのヴィーナス像（2009） 表現技法



図20 課題Eの例（2009） 表現技法



図 21 自分の名前のデザイン例 (2009) タイポグラフィー論

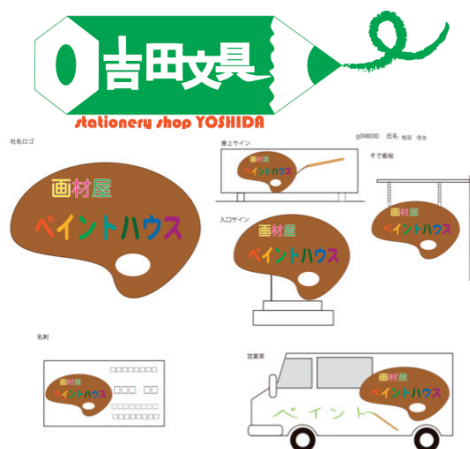


図 22 社名ロゴタイプのデザイン例 (2009) タイポグラフィー論



図 23 色相による衣服のイメージ表現例 (2009) 色彩学



図 24 色相による食卓のイメージ表現例 (2009) 色彩学



図 25 色相による部屋のイメージ表現例 (2009) 色彩学



図 26 バランスとリズムの構成例 (2009) ビジュアルデザイン論

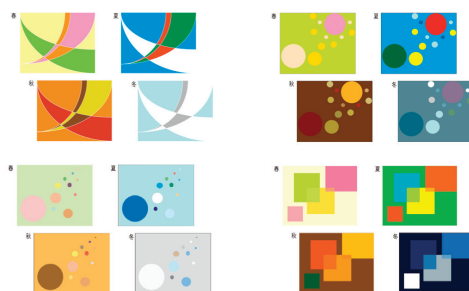


図 27 四季のイメージ表現例 (2009) ビジュアルデザイン論

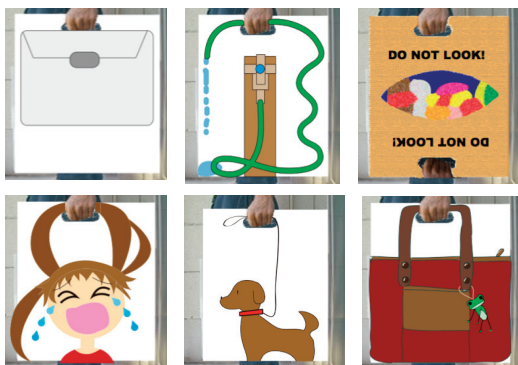


図 28 手提げ袋の表現例 (2009) ビジュアルデザイン論

17)。課題Dでは、両眼のアイデアが多かったが、ボクサー、鉄アレイ、太陽系などの発想も生まれた（図18）。また、課題Eのミロのヴィーナス像（図19）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、ギャグのポーズ、スポーツのシーン、日舞、デッサンする場面、子供のヴィーナスなど、ユニークなアイデアがいくつも生まれた（図20）。

これらの取り組みの結果、順を追うごとにアイデアにより柔軟性、多様性が窺われるようになっていく。また、発想に要する時間が短縮されたり、数が徐々に増えていたりしており、発想のトレーニングの重要性を証明している。

4. 授業での実践

ビジュアルデザイン系の授業の実践として、コピーの作成や視覚表現の発想のトレーニングを行っていることは前述したが、この章では、授業での演習課題への実践例と発想のトレーニングについての効果を紹介する。

タイポグラフィ論では、レタリング、コピー作成、POP（購買時）広告、ロゴタイプデザインなどの演習課題に取り組んでいる。自分の名前のデザインでは、ローマ字で表記した名前の一部とイラストを組み合わせるアイデアスケッチを数点考えて制作するように指導した（図21）。食べ物や季節の風物などを上手に盛り込んだ楽しいデザインに仕上がっている。社名のロゴデザインでは、好きな会社名と関連する商品などをモチーフにしてデザインし、印刷物やサインなどにも展開することができるようになってきている（図22）。

色彩学では、色相による衣食住の感情効果のちがいを表現する課題にも取り組み（図23,24,25）、色の配置の検討、工夫をしながら、意欲をもって制作している。

ビジュアルデザイン論においては、視覚表現の発想のトレーニングを経て、バランス・リズムや四季のイメージ表現などの平面構成（図

26,27）、小型グラフィックのデザインなどにも取り組んだ。どの課題でも、色使いや形の表現に創意工夫が見られるようになりつつあり、手提げ袋のデザインでは、持つ穴と手を上手く工夫し、ビジネスバッグ、犬の散歩、手提げ袋などの意表をつくデザインのアイデアがいくつか生まれている（図28）。

5. まとめ

発想のトレーニングは、取り組んで日が浅く際立った成果はまだ表れていないが、タイポグラフィ論、ビジュアルデザイン論、どちらの授業においても多くの課題を描画ソフトで制作するため、ほとんどの学生が意欲をもって取り組んでいる。徐々にではあるが作品に創意工夫が見られるようになり、ユニークなアイデアの誕生につながってきていると思われる。

これまでの取り組みから、種々のデザイン活動において、自分でアンテナを巡らし情報収集する、デザインワークにおいてその情報を応用できるようファイリングする、さらに発想のトレーニングにより、新しいデザインのひらめきを発する能力を身につけておく、などのスキルを導きながら制作指導にあたっていくという方向性を見いだす事ができた。

今後の課題としては、効果的なトレーニングの工夫やそれによる変化の記録方法の研究、トレーニングの効果が乏しいと思われる学生への支援の方法、さらに、収集した情報を取り出しやすいようにするファイリングの工夫であると考えている。

参考文献

- 1) 南雲治嘉, 視覚表現, グラフィック社, 2001
- 2) 城 啓介: 笑うコッ壺, 河出書房新社, 2004
- 3) 福田繁雄: DESIGN 才遊記, DNP アートコミュニケーションズ, 2008