日本経済新聞　2010年（平成22年）3月14日（日曜日）

日本経済新聞

活字の海で

デザイナーの言葉に脚光

思考の過程、社会に還流

ポスターや広告、工業製品などの意匠を通して人や社会を動かすグラフィックデザイナー。その哲学や考え方をまとめた書物が目立つ。ふだん目に見える成果ばかり注目される彼らの創造の源泉や思考過程に言葉で触れる本だ。

水谷孝次著『デザインが奇跡を起こす』（PHP研究所）は「デザインで人を幸せにする」という信念で活動してきた著者の半生や仕事術が語られる。世界中で子供の笑顔を撮りためたプロジェクトの成果が北京五輪開会式の「笑顔の傘」になったのが記憶に新しいが、著者がこれを国境や法律の壁を越えて実現させるくだりはリアル。思いを形にするデザイナーの情熱と行動力が、確かな信念と言葉に裏付けられたものとわかる。

デザインの仕事がひらめきや感性ではなく、むしろ深いロゴス（言葉、論理）に支えられていることは、向井周太郎著『デザイン学』（武蔵野美術大学出版局）に明らかだ。パースの記号論から立脚点とすべき世界認識を示したり、ゲーテの『色彩論』と谷崎潤一郎の『陰翳礼讃』をつないで明暗の境の色の様相を解読したりと、古今東西の思想を消化しつつ組み立てた論考はまさに哲学。領域を自在に横断するこの仕事に「方法論としての統合的な『言語』が必要」なことがよくわかる。

昨年亡くなった福田繁雄や早川良雄を含む9人の先達の仕事や考えをインタビューした『グラフィックデザイナーの肖像』（新潮社）は、戦後日本の経済や文化を支えた「時代の証言者」の記録として貴重だ。福田はこの中で、自らの仕事をスポンサーの脈を診る「医者」に見立てる。物が売れなかった時代に発想の転換でヒットを生み出してきた方法論はデフレ時代の処方せんとして今も有効だ。

原研哉は著書『ポスターを盗んでください＋3』（平凡社）に書き下ろしたエッセーで、昨年多くの大学の国語入試問題に著作が採用されたことに触れ、デザインの言葉や思考がもっと社会に環流されるべきだと語っている。デザインとは「人の活動の多様さのなかに、軋轢（あつれき）ではなく親和性のあるバランスを産み出していく知恵あるいは美意識」であり、その合理性と感受性こそ「金融経済や文化の摩擦できしみ始めたこれからの世界に必要」と原は唱える。言葉の端々に、時代と寄り添いながら現実の人と社会を動かしてきた自信の重みを感じる。（文化部　富田律之）