

抄訳『オランダのポスター1960-1996』

今井 美樹

工学部 空間デザイン学科
(2013年 9 月30日受理)

The abridged translation “Dutch Posters 1960-1996”

by

Miki IMAI

Department of Design & Architecture,
Faculty of Engineering
(Manuscript received Sep 30, 2013)

Abstract

This note is an abridged Japanese translation of the English language volume “*Dutch Posters 1960-1996: A Selection by Anthon Beeke*”, which includes 370 poster images. This overview of the book is for the purposes of (1) confirming the history of post-WWII graphic design in Netherlands, (2) exploring the relationships of movements important to design history such as the Bauhaus, the Swiss School, and Constructivism, (3) understanding the processes of visual representation in new paradigms such as New Wave, Counter-culture Movement and Pop Art, and (4) examining the comparisons and connections that can be made with post-war design in Japan.

キーワード ; ポスター, グラフィックデザイン, 戦後オランダ

Key word ; Poster, Graphic design, post-war Netherlands

本編は『オランダのポスター1960-1996』（原題：“*Dutch Posters 1960-1996: A Selection by Anthon Beeke*”, BIS Publishers, Amsterdam, 1997）のうち、パウル・ヘフティングが著した序文「イントロダクション」の英文抄訳である。オランダ語と英語の二カ国語で著された本書は、オランダの現役デザイナー、アントン・ベイケが選んだ370点のポスターの図版集であり、戦後のオランダのグラフィックデザイン事情が総覧できる。訳文中にもあるように、1968年に出版された『オランダのポスターの歴史 1890-1960』（原題：Dick Dooijes and Pieter Brattinga “*A History of the Dutch Poster 1890-1960*”, Scheltema & Holkema, Amsterdam, 1968.）の続編として位置づけられ、ポスターを通してオランダの社会、経済、文化、風俗などの変遷を概観する図版と文章によって構成されている。

目次は以下の通り。

「謝辞」	pp. 2 - 3
「イントロダクション」(ヘフティング)	pp. 3 - 6
「オランダのデザイン概観」(ベイケ)	pp. 7, 10-11, 44-45, 64138-139
「選定基準」(ベイケ)	p. 8
ポスター図版	pp. 9 - 213
索引	pp. 214-216

ここでは著書の概要を知ることにより、戦後オランダのグラフィックデザインを確認し、バウハウス、スイス派、構成主義といったデザイン史において重要とされる動向との関係性や、ニューウェーブ、カウンターカルチャー、ポップアートといった新しいパラダイムの視覚的表現の獲得プロセス、あるいは戦後日本の文化との比較や関連への示唆を探ることを目的とする。

イントロダクション パウル・ヘフティング

概して、ポスターは日常生活に関係し、常に身近にあり続けている。実際、それは視覚的に簡単な方法で、国の政治的・社会経済的・文化的な歴史の図式を形成している。それは今なお成長し続ける商業化の結果として、ポスターからビルボードにまで発

展し、殆どの場合がマーケットに向けられた、宣伝・告知・アピール、意見や異議申立の歴史でもある。この喧しいイメージ合戦の砲撃は、強い興味よりもむしろ無関心をもたらすように思える。あなたたちは、ここから身を守らなければならない。にもかかわらず、特定のターゲットに向けた文化的ポスターでさえ、明らかに我々自らはこれらのイメージの何かしらに説得されたり影響されたりしている。ポスターは、後続のポスターによって新たに覆い尽くされる直前に、一瞬の間、見られるだけである。若干の都市では、数十年間分の古いポスターが貼られたままの大きな広告板を、まだ見ることができる。あるものは雨風と太陽光によって反りかえっているために、その側面に情報史の断層が見えるが、それは紙の、弱々しい叫びの、注目されるには鎮圧された、厚さ2インチの層である。まるで考古学者が歴史的事実を探して掘り起こす、固い地殻のようである。本書もそれと同じにみなすこともできよう。本書は、歴史の「断面」から切り離して慎重かつ上質なものを選択して集めた、近年の37年間のオランダのポスター・コレクションである。ポスターの選択は、文化的な主題（音楽やフェスティバル、とりわけアートや演劇）のみならず、編者の私見によっても判定された。この役割はアントン・ベイケがディック・ドーイエスとピーター・ブラッティングから引き継いだものだが、先の2人は主にアムステルダムのアムステルダム美術館のコレクションに基づいた著書『オランダのポスターの歴史1890-1960』¹⁾を1968年に発表した人物でもある。当時、アムステルダム美術館の名高いディレクターであったウイレム・サントベルフは戦前からポスター・コレクションを始めたが、これはニューヨーク近代美術館(MoMA)に続く事例であるのみならず、彼自身のデザインワークの結果でもある²⁾。彼は、常に劣勢の芸術形式とみなされてきたこの分野に対する関心を掻き立てることに成功した。ドーイエスとブラッティングによる著書はこの関心を刺激し、彼らはオランダのポスターのより一般的で専門的な研究があとに続いてくれるであろうという望みを前書きに記している。実際のところ、ポスターについての出版物は僅かしかなく――ユトレヒト見本市会場、オランダ鉄道、オランダ・フェスティバル、船会社についての著作程度――、そして短命な雑誌くらいに過ぎなかった。1968年の時点で商業的・政治的・文化的ポスターがますます多く制作されていたことを思えば、これはそれほど多

い数ではない。

1960年以降、グラフィックデザインの専門分野は成熟し、より職業的になった。企業のみならず文化的な組織もまた、よくできたヴィジュアルイメージの重要性を認識し—コーポレート・アイデンティティの概念が生まれた時期でもある—、この頃にトータルデザインやテルデザインのようないデザイン会社が、増幅するヴィジュアルコミュニケーションへの要求に応ずるために設立された。

1960年以降、オランダの社会は豊かさが増し、大きな変化を経験した。長年の戦後復興、楽観主義と将来への信頼、父権主義と権威の遵守は、反作用をもたらした。冷戦の影、破滅的な核戦争の恐れ、朝鮮戦争とヴェトナム戦争、これらと同時に技術的前進と経済成長は、アメリカをモデルとした大規模な消費社会の始まりであり、こうしたことがらは伝統的な価値を捨てることと、高度に組織化された社会福祉制度の権限に対する危機意識の強い態度につながった。左派に導かれた新しい若者文化は、議論、市民デモ、抗議、キャンペーン、煽動などへと展開した。テレビは同様のことが世界で同時多発的に起こっていることを示していた。市民が発言権をもつ、より良い社会における真の民主主義が要求された。1965年から1970年代初頭は、政治・文化・社会生活における新しい姿勢に影響を受けていたが、成長する富があり、貿易と産業はますます激しい競争・商業主義・マーケティング戦略によって支配されていた。社会は変化し続け、その影響はグラフィックデザインやポスターの類にも感じられた。

1960年以降のポスターのデザインにおける発展のメインストリームは、本書のベイケの個人的な選択に見て取ることができる。この37年間は、1950年代の作品に感じられた、親しみやすさの名残りのある実例から静かに始まる。1960年頃には、とりわけバウハウスとスイスのタイポグラフィから影響を受けた、配列の原則や、実質本位で機能的なデザインに転じていった。この方法論は成長する経済と拡大する産業に適していたのである。美術史家 H. ヤッフエは、この配列の原則について「(…) 同時代の人々を現代社会が寄りかかっている原則に気づかせる(…)」ことができると述べている。

1962年に、サンドベルフはこう書いている「民主主義は勝利を収めるだろう／人と人との関係は／永

遠に変わったのだ／世界は生まれ変わっている！」。これらの考えは、遡ること1920年代のメンタリティと先導的な形態の創作に当て嵌まる。即ち、ピート・ズワルト、パウル・スハウテマ、ヘリット・キルヤンを指すが、彼らは今なおデザイナーたちに影響を与えている。本書は、1960年にハーグで開催された第10回産業グラフィック国際会議のためのオットー・トロイマンによるポスターから始まる。様式化された印刷機のシリンダーが特徴的なポスターで、後に国立印刷会社協会のロゴとして採用された信頼性のイメージである。この図は時代を象徴している。戦後復興はある意味で完了しており、人々は将来を信頼していた。「印刷していない時間はない」と、サンドベルフはAGI（国際グラフィックデザイン連盟）のためのポスター〈24時間印刷します〉に書き込んだが、同時にまたデザイナーが未来を展望する「産業のためのデザイン」という文字も読み取れる。1970年代に入るまで、トロイマン、クラウエル、スフローファー、ブラッティンガ、ストライボス、ウィッシングらによるポスターの多くは、まだこのように機能的で明確なアプローチを反映していた。1960年代初期のタイポグラフィによる解決策がしばしば選ばれていることは注目に値する。これらのポスターにはイメージがほとんどなく、何らかの図が使われる際には、様式化の手法をとった。この傾向は、自らのポスターを「ストリート・ペインティング」と呼んだエルフェルスによるカラフルで絵画的なデザインや、同じ時期に強い印象を残したヤン・ボンズの作品に認めることができる。写真図版も使われてはいたが、まだ後のように支配的ではなかった。それ故、製図工であり画家のワインベルフが1966年に、当時としては珍しかった写真を利用して説得力に富むハムレットとロルカの戯曲のポスターを制作したことは、注目に値する。

1970年からの状況は、機能主義に対する若手デザイナーたちの反作用、即ち理性と感情との戦いとなって変化していった。この時期以降の主な動向は、ここで示されるように、モダニズム、社会的関与、感情的かつ挑発的、そして意図的な「様式のなさ」によって決定された。

機能主義的な有益な要素は残ったが、それと並んで秩序をパロディ化したような型破りな表現技法のポップアート風スタイルが生じた（ベイケ、ストルクらの事例）。ここには自己満足への抵抗があり、

現実が混乱し未加工でシニカルな状態の素材として扱われた。月並みなテーマが再びその価値を立証した。既存のデザインコードは、思いつくあらゆる方法で破壊された。例えばユトレヒトの展覧会〈チャンス展〉の場合、バイケは自分の考案したタイポグラフィを電話で口述し、印刷業者に筆記させて、その結果を待った。ストークの作品は生き生きとしており、今なお制作され続けているフローニンゲン美術館のポスターは、タイポグラフィ、フォルム、色彩において別格である。この挑発的な特性は時に抗議を招くこともあり、バイケは、当時には過激過ぎた〈トロイラスとクレシダ〉の演劇ポスターをデザインし、女性たちは卑猥な部分を削除修正するよう抗議したが、今日では元のかたちで示されている³⁾。

デュムバーも同様の路線をたどったが、それほど挑発的ではなかった。彼は情報と明快さのコードを壊したのである。彼はコラージュ作品と舞台美術の写真を使って、彼のポスターに対する見解を明らかにした。形式的で機能主義的なデザインに対する反作用として、後にアクロバティックなイメージと(彼はしばしば長方形のフォーマットを逸脱した)読み辛いタイポグラフィを導いたが、このことは同時に彼が鑑賞者の好奇心を喚起したかった故でもあった。

政治的・社会的に連動したポスターはヤン・ファン・トールンの作品に見出すことができるが(〈パークレーの公園〉〈1920~40年代の建築〉〈通り〉など)、彼はデザイナーとしてロシア構成主義と大戦間の理想主義に触発された思想をその内容に反映させた。彼とジャン・レーリングは、1978年にデザイナーの役割について、クラウエルとデ・ウィルデとの論争を引き起こしたが、それは与えられた任務に関して、独自の解釈としてのデザインをするのか、それとも単に服務的なデザインをするのか?ということだった。「(…)デザイナーは素晴らしいフォルムを考案するこの上ない時間をもつことができるが、フォルムに関してこの楽しみを用いることは、意義深い議論が欠如していることを誤摩化することにもなる(…)」。彼の弟子であるリー・ロス、ロブ・シュリーダー、フランク・ベイカース(彼らは後に「ウィルト・ブラックケン[訳注:ワイルド・コラージュの意]」を結成した)は、ハートフィールドやリシツキー、ズワルトやスハイテマらに傾倒しており、彼らのポスターに触発されて1980年代のリートフェルト・ア

カデミーの学生時代から、学生運動、社会的不平等、オランダ共産党、女性解放運動、反アパルトヘイトなどの政治運動を行っていた。豊かさが増しキャンペーンが減少するにつれ、彼らは文化的ポスターで自らの見解を提示したが、今日の諸問題について率直な立場を保持し続けた。

1970年代の末に「ハルト・ヴェルケン[訳注:ハード・ワークの意]」と呼ばれる共同体がロッテルダムのデザイナー集団によって結成されたが、彼らの多くがアーティストとして教育を受けていた。彼らは自身にあらゆる自由を許し、過去に考案されたすべての異なる種類のイメージとタイポグラフィを故意に使用した。彼らもまた舞台写真に飛びついたが、同様に絵画的な手段も使用した。彼らの手法はスタイルを適用しないのではなく、それよりも何にでも適応できる意図的に選ばれたアンチスタイルであった。

1970年以降、ヴィジュアルコミュニケーションの需要が高まり、デザインは美術学校で人気の学科になった。文化的部門を含むより多くの潜在的クライアントがあり、デザイナーの数は急増した。ミニマルアートとコンセプチュアルアートが1980年代初めのニューペインティングをもたらし、ポスターにも反映された。その例として、マルテン・ヨンゲマとフリッツ・ファン・ハルティンスフェルトのデザインがあるが、彼らはポスターに再びペインティングを用い、それらの断片を写真を使って組み合わせていた。ヨースト・スワルテは漫画のコマ割の方法で物語風ポスターの基礎を形成した。例えばコンピュータによって生成された文字やピクトグラムを使って独自の視覚言語を形成したマックス・キスマン―彼はイギリス人デザイナー、ネヴィル・ブロウディの崇拝者だが―の仕事のように、タイポグラフィには全ての領域が加わった。特に演劇ポスターは特徴的で、デザイナーたちは動画や静止画など映画的な手法をますます取り入れた。今まで取るに足りなかった古いコードは典型的なままではなかった。泣き叫ぶジプシーの子供や恋愛小説の表紙といった月並みなテーマ、つまり今まで予想もしなかったものが使える材料になった。

一方でヴァルター・ニッケルス作例やカレル・マルテンスとマートの制作した数点のポスターに認められるように、イメージの暴動に対する反動として、まじめさ、平衡と調和、タイポグラフィを使用する際の技術、読みやすさ、などに対して増大す

る欲求があった。例えばワルマーダムとレックス・ライツマのオランダ中にある美術館のための作品は、機能主義のフォルムでなくむしろ余白を生み出す新しい手法だった。クラウェルを通じてボイマンス＝ファン・ボイニンゲン美術館のために働いたイギリスのグループ・オクタヴォは、もはやオランダでは見られない機能主義的アプローチの類をとった。

これらの成果は明らかに、既に存在する膨大な数の店舗を活かして独自の貢献を加えることのできる、つまり将来性のある若手デザイナーに影響を与えた。特に近年は、アーティストのオリジナリティや神秘性や実験・検証への欲求からくるイメージと意味の複雑性、様々なものの重層性が支配的な特徴である。確かに本書にあるように、殆どのデザイナーは実験・検証に成功しているが、それがレベル低下の類や、取り替えのきく変化の早さの故であることも明らかになった。競争はこれまでより激しくなった、というのもグラフィックの技術は高度に発展し、誰でも利用できるようになったからだ。作品は以前よりも早く安く制作することができる。コンピュータで提供される膨大な可能性が、同時にデザイナーを活字工、印刷工、レイアウト専門家に変え、このことは明らかにコンセプトと制作に影響を与えている⁴⁾。スキャナとフォトショップを使った書体と色彩の無限の選択肢は、あらゆる既存の視覚的リソースが利用可能であり、咎められることなく使用され、ほぼ巧みに加工することができる。可能性の大海のような状況で若手デザイナーが自分の道を見つけることは容易ではなく、さらに最近では、デザイナー同士が密接に連携し、もはや個人経営とは言えない小さな会社を設立する傾向がある。昨今のフォルムの多様性において、明確なイメージを規定することは特殊なことである。この空気のような多層性に明快なステートメントがしばしば存在しないことが然りである。誰もが絶えず新しい概念を見つけなければならない、この事は時に若手デザイナーにとっては「全てが既に行われていること」という感覚に陥る。しかしこの多様性が我々の時代であり、高度に発達したオランダ経済の一部なのである。このことは文化的ポスターにとって間違いのない真実であり、そのためデザイナーはいまだに仕事の条件の範囲内で十分に広範な自由を楽しんでいる。それでも最近の傾向として、そしてこれはおそらくクライア

ントからの要求でもあるのだが、テーマをより明確にイメージとテキストへと落とし込む傾向が挙げられる。本書では1990年以降の例として見出すことができる。今日、商業主義の抗いがたい圧力の中で、文化的ポスターにどのような機能があるのかと、問われるかもしれない。その答えとして、あなたはこの種のデザインが、デザイナーが視覚上に噴出する現状を突破する機能がある広告ポスターとの均衡を保っていると言うかもしれない。そして重要なことは、より情動的な独創性よりも、より「挑発的な」創造性なのである。デザイナーは著作者であり、独自のイメージを選び、それを見たいと思う人には誰にも見せるが、この行為は自律した作業であり芸術に相当する。ポスターはその特別な視覚的なクオリティの故に収集されるが、それは同時にクライアントのイメージにとっても重要である。その品質を通して、デザイナーは自身をグラフィックデザインに関わる全環境に身を置き、実際に自分自身のクオリティとメンタリティを問う。これはポスターデザインのためにいくつかの規範つまり読みやすさ、密度、現在の問題や美学と感情に対する姿勢などを持つアントン・ベイケによってなされた選択の基礎でもある。その好例は「クンストライ1997〔訳注：アムステルダムで開催されるモダンアートフェア〕」のポスターだが、この作品はアートイベントの直前に亡くなったベンノ・プレムセラへの敬意を表していた。プレムセラは1960年以降のオランダで、誰よりも多くデザインの促進をおこなった。

1960年から1996年までのポスター史の発展の本線は、様々な図を紹介している。何よりも本書は見るための本であり、グラフィックデザインがたどってきた美意識の過程を示している。素材は複雑であり、その多様性においては判りやすい総覧は提供していない。しかしこの37年間は、文化的ポスターの調査を実行するには良い時期である。そのビジネスが生き残っている場合、この期間の商業ポスターの例を追いつけなければならない、その成果を辿らなければならない。しかし結局メディアと多機能器材がポスターを不要にするかもしれない。LPレコードとCD、活字印刷とオフセット印刷、ラジオとテレビ、これらと同様のことが起こるのではないか（もっとも後者の二例はまだ並行して全盛であるが）？ 概して、新しいメディアが登場すれば、古いメディアは存在するがその力を失っていく。それは、我々の

豊かな消費社会の多くのものと同じことであり、即ちいかなる理由であっても、それに対する需要がある限り、電車は走り続ける。しかし、その景色は変わっていくのである。

原註

- 1) Amsterdam, Scheltema & Holkema, 1968. この著書ではドーイエスとブラッティングが言及する他のデザイナーも含まれる。1960年には、ヘリット・キリアン、パウル・スハイテマ、ピート・ズワルトは存命だった。戦後派の多くはこれらのデザイナーに師事したか、ディック・エルフェルスのように彼らのアシスタントであった。1930年代後半にはアムステルダム新美術学校（バウハウスに学んだパウル・シトロエンが1933年に創立）の学生であったオットー・トロイマンとヤン・ボンスはバウハウスの影響下にあった教育を受けていた。彼らは戦後から1960年代にわたってオランダのポスターにおいて重要な貢献をした。

以下も参照のこと：

Hugues Boekraad, 'Visuele Intelligentie, aantekeningen over een nieuw ontwerperschap' in: "Tweede fase grafisch ontwerpen", Academie St. Joost, Breda, 1997. (ユーグ・ボークラード「ヴィジュアル・インテリジェンス, 新しいデザイナーのスクラップに見る覚え書き」『第二世代のグラフィックデザイナー』所収)

Carel Kuitenbrouwer, Koosje Sierman, "Over grafisch ontwerpen in Nederland, een pleidooi voor geschied-schrijving en theorievorming", Uitgeverij 010, Rotterdam, 1996. (カレル・クイテンブロー、コーシェ・ジールマン『オランダのグラフィックデザインについて、既往著書および構築理論への弁護』)

その他、オランダのグラフィックデザインについての広範囲な参考文献を含む。

- 2) ウイレム・サンドベルフもまた、応用美術に加えて写真と映像をコレクションにした。彼はこれらを同類の精神性によって密接に関連のある分野とみなした。彼は1939年に美術館で国際ポスター展を企画、1946年にはスイスのポスター展を開催、デンマーク、ポーランド、日本のポスター展が後に続いた。美術館は今日までこの方針を続けている。その後、ハーグ市立博物館

がポスターをコレクションにした。オランダのグラフィックデザイン・アーカイヴは、システムチックに作品収集と目録編纂を始めている。ブレダのデ・バイエルト(美術館)もこの分野を収集予定である。アムステルダム大学図書館と社会史研究所は、別の目的で政治史・社会史・経済史に関わる何千ものポスターを収集している。

- 3) ブローグ座の女優は、バイケに対する義憤として、ポスターに赤い点を貼り付けた。この作品は結果的に不適当な部分を削除修正したバージョンがプログラム用に使われただけだった。『アイデア』80号において修正されたイメージが掲載されたが、後の235号では修正前のものが掲載された。

以下も参照のこと：

Pieter Brattinga, "Affiches van Anthon Beeke, verteld aan Pieter Brattinga", Print Gallery, Amsterdam 1993 and Affiche No.3/4, December 1992. (ピーター・ブラッティング『ピーター・ブラッティングが語るアントン・バイケのポスター』)

- 4) 1990年代以降、アップル社のマッキントッシュがデザイナーに広く使われるようになった。

凡例

・著書名は『 』, 作品名は〈 〉, その他の英文中に示される ' ' は「 」として, () は () として統一した。

・地名や施設などの名称の表記については主に慣例に従い, 人名の表記については以下の文献を参照した。

『オランダのグラフィックデザイン』(ケイス・ブローズ, パウル・ヘフティング著, 長山さき訳, すいしょう社, 1993)。