

---

## デザイン専攻

グラフィックデザイン領域

プロダクトデザイン領域

テキスタイルデザイン領域

環境デザイン領域

情報デザイン領域

統合デザイン領域

---

### Design Course

Graphic Design

Product Design

Textile Design

Environmental Design

Information Design

Integrated Design

---

# 武 潔

WU, Jie

## アニメーションにおける共感づくりについての考察

Investigation on Making Animation Resonance

### 研究の動機と目的

中国の猿回しについてもっと知りたいと考え、猿回しに関する写真、書籍やビデオを収集した。中国では2000年前から続いてきた「猿回し」という芸が、今では廃れてきていた。農閑期、出稼ぎの猿回し芸人が大道芸を演じる風景は、かつての中国でよく見られたが、いつの間にか消え去った。この古い大道芸は現代社会とは相容れないようで、猿回し芸人は猿を連れてきたままでは公共交通機関や宿泊施設を利用できず、猿回しを行う時にはしばしば人々に誤解されて追い払われる。彼らの日常は放浪と野宿の大道芸生活で暮らしている。日本の猿回しは掛け声や太鼓の音などを使って猿を操るが、中国の猿回し芸人はムチを使用し猿を操る。そのため、観衆は猿が芸人にムチで打たれるのを見て、可哀そうに感じる可能性がある。しかし、実際の猿回しはムチを地面に叩きつけて鳴らす音で猿を操る。日常生活では猿回し芸人は飼っている猿を家族の一員として一緒に生活し、苦しみと楽しみを分かち合って親密な関係である。

このような民間芸術の消え去る現状を見て、私は自分の無力を思い知るが、中国の伝統的大道芸が復活してほしいという想いが本研究の動機となった。猿回しの生活を描写するアニメーションを制作した。立体人形アニメーションの手法を使用し、猿回し芸人と猿の日常生活でのパフォーマンス、しつけ、訓練、ユーモア、絆、つらい生活などを盛り込みながら、起承転結という構造とした。立体アニメーション制作中に、どのように観客を意識して共感を呼ぶ表現をしたらよいのかについて考え、私が気付き考えたことを記述した。論文では物語の視覚化や素材と風格からの検討を通じて、アニメーションにおける共感づくりとは何かについて考察した。

### 制作について

修了作品『回头瞅瞅』の制作では、中国の雰囲気表現することが中心となっていたため、使うべき素材は当初から想像できていた。アニメーション前半の現実世界は中国の伝統的な大道芸を描写している。中国の1990年代の世界観を作り上げるために、当時の中国の町のみずぼらしさを表

現し、ストーリー全体のスタイルを表した。制作したセットは小さな街にある柳の前だ。古い新聞紙で作った建物の壁、柳は発泡スチロールを芯にして外側を和紙で作し、暗い色を塗った後、羊毛フェルトで葉を作った。キャラクターの服や靴などを中国の1990年代で使用されたものをモチーフとしたことで、当時の中国の雰囲気を作った。

また、中国人の鮮明な顔の輪郭を表現するため、猿回し芸人と少女には粘土を使用した。さらに、紙で人形の髪を作ることで、中国の紙人形のような質感を表すことを意図している。粘土と羊毛フェルトで作られる小猿の体とシルクで作られた唐服を使用し、小猿の可愛さを表現した。主人公を突出させるために、観客たちは段ボールで作し、服の色は1990年代の中国でよく見られた色を用いた。最後に、少女の想像世界を描写する平面部分と現実の立体部分を対比することで、違う作成手法により観客に独特の審美的な視覚を与えることを目指している。

本作品の世界観を作る際に悩んだところは、現実世界と想像世界の境界と作品のエンディングをどのようにして描くかであった。最後にアニメーションのテーマの意味をどう伝えるか。例えば、現実の生活では猿回し芸人と小猿の関係は家族のようにお互いに依存し合っている。しかし、アニメーションに登場するキャラクターの演技としては、エンディングが穏やかでなくて、ドラマチックになるのは難しい。物語が結局、楽しいのか悲しいのかははかり知れない。

現実の中国では、本作品の中の猿回し芸人のような社会の底辺にいる弱者が多く、たいていは悪い結末を見せる。しかも生活の中で彼らの存在を気にする人はあまりいない。観客が予測できないエンディングを作り出すために、悲しい、現実の残酷さと非情さを批判した。作品に出てくる少女が想像する部分は明るく希望に満ちているが、現実には往々にして悲しく、哀れた。



回头瞅瞅 / Look Back / コマ撮リアニメーション

# 王雨薇

WANG, Yuwei

## ライフサイクル表現としてのアニメーションについての研究

ドローイング・アニメーションによる画面構成を中心に

Research on Animation with the Expression of Life Cycle  
Focusing on Screen Layout of Hand Drawing Animation

### 研究の背景と目的

集団の中から抜けだした人間を観察することを通じて、群衆という枠の中では似ている生活行為でも、人それぞれの些細な感情の違いがあることを感じた。院一年の時、インタビューによって得た音声素材をもとに「午後三時の人間」というアニメーションを制作し、人間の多様性と面白さを表現することに挑戦した。

私は人間それぞれの面白さに非常に惹かれ、自分自身に対して好奇心も持っている。現在、二十五歳の私は青年期の過渡期であり、自分自身が立つ人生のステージをより明らかに認識したい。人生のいくつかの時期に、自分の生き方についての問い直しが起こり、また生き方の変化を迫られるような時が訪れることが取材され、映像作品で描写されることが多い。

本研究では、ライフサイクル表現としてのアニメーションの構造を探求する。自分なりにライフサイクルの表現としてのアニメーションをテーマに制作する。ドローイング・アニメーションにおける画面構成がもたらす心理的な面の表現を通じ、ライフサイクルに応じて「人間の内面」を視覚化させる新しいアニメーション表現の可能性を発掘することが目的である。

### 画面構成について

ドローイング・アニメーションでは作家が表現したい要素を絵から抽出し、変容手法を活かして次のイメージに変える。また、画面転換手法こそが絵を活性化するのである。例えば、メタモルフォーゼ（ある画から別の画に徐々に変形させること）やアナモルフォーズ（対象を引き伸ばしたり歪めたりする）などの手法を用い、リアリティに縛られる必要もなく限りなく自由な形式ゆえに次の画面とつなげることができる。

イメージのなかの要素と要素を掛けた、あるいは絵から絵を繋げてシーンを変えていく構造によって、カメラワークなどの可能性を融合できる。ライフサイクルをテーマに、人間の交錯する成長の変化を抽出してアニメーションという容器に納めるため、何かしらの単一手法で表現できるわけではなく、画面構成における構図、カメラワーク、動きなど

を組み合わせることで全体的な「つながり」によって表現する。

### 作品概要

小さい頃から、メガネやイヤホンなどを持っていることを忘れ、家中あちこちを探していたとき、父親がいつも“骑驴找驴”（ロバに乗ってロバを探す）という中国の成語で私を揶揄した。それを発想の原点として、今までの成長してきた中で、何らかの纏わり付くように反復して起こる色々なことを思い出した。「探す」をキーワードとして、今、自分が立っている青年期という領域を旅するというアニメーションの筋を確立した。ロバは青年期の第二の自我としてのものである。旅の中でロバと男の子が出逢った。そしてそれぞれの独自性を生かしながら共存する時期を過ごすというストーリーである。

人間の交錯する成長をより正しく表現するため、「不安定」という人間の感情や思考の「動き」をアニメーションの動きで強調したいと考える。

### 結論

本研究ではライフサイクルに応じて「人間の内面」を表現したアニメーション作品に注目した。ドローイング・アニメーションにおける画面構成の方法を理論的に分析したうえで、アニメーション作品からドローイング手法の運用、作品の構成を考察した。作品制作では、自分が立っている青年期のテーマに注意を払い、ライフサイクルにおける心理学の面から自分を分析した。

このようにして、ライフサイクルを表現したアニメーションが持つ「キャラクターを抽象的に描く」と「出来事を抽象的に描く」という2つの特質を抽出した。ライフサイクルを表現したアニメーションは物語的な関係ではなく、自分のなかでの感情、情緒における造形的な関係にもとづいてイメージが次々に生まれていることが見出された。そこでドローイング・アニメーションを用いた独自の画面構成の運用は、より心に近いイメージや動きが得られると考えている。また、アニメーションの可能性は、ドローイングにおける画面構成によって大いに広げることができると考える。



午後三時の人間 / People at 3:00p.m / アニメーション / 3分11秒



ROBA / アニメーション (未公開)



# 王旭

WANG, Xu

## 六道輪廻の視覚化表現における錯視図形応用の探求

Graphic Design for Samsara, Application of an Impossible Graphic

### バックグラウンドと目的

中国と日本の両国は仏教文化の発展においてそれぞれ独自の表現を生み出してきた。その変化の背景と当時社会のニーズを研究することで、現代社会がいかにして仏教の内容を再現し、その広がり求めて人々の仏教への認識を作り上げていくかを考える手がかりが得られる。

昔の表現方法は情報の広がり長に長じて人々を魅了している。デザインは宣伝の効果を促し、芸術は間接的に人々の認識を変えることができる。したがって自分の作品は六道輪廻が唱えたものを再現すると同時に、作品を通して伝統芸術の型式と手法を観衆に示したい。

### 研究価値

一方現代社会では、芸術作品としての六道輪廻の表現は一般人から遠ざかってしまっている。いかに今日的なビジュアル言語を駆使して現代社会の六道絵を描き、六道輪廻の表現により豊かな可能性を与えるかが重要である。有効にそれを広げるために、共鳴と交流は図形表現において重要な研究課題として挙げられる。

仏教美術のなかに見られる人類の叡智は、未来に受け継がれるべきだと考えている。コンセプトの見せ方という視点からみても、さまざまな視覚的工夫が見られる。ただ、現代においては、それらは過去のものと思われがちだ。そこで私は、デザインのさまざまな手法を盛り込んで、これらの叡智を現代によみがえらせたいと考えている。



三毒空間-貪婪空間 / 1620 × 970 mm / Acrylic



三毒空間-瞋恚空間 / 1620 × 970 mm / Acrylic



三毒空間-無明空間 / 1620 × 970 mm / Acrylic



新六道絵 / 1167 × 803 mm / Acrylic

### 自分の考えと作品例

そこで私の作品は矛盾空間図形を取り入れて、それと仏教の理論、仏教の特性との共通点に着目して、より深めた議論で矛盾空間が仏教理論と世界観を再現する可能性を検討してみた。

例えば、仏教の輪廻概念は歯車のように回転する生死を表すもので、これはペンローズの三角形に潜む無限性と共通しているのではないかと考えた。

そしてエッシャーの二次元三次元ビジュアル転換作品を眺める時、その一部だけに注目すると、全体像を把握できなくなる。それは仏教の盤若が唱えた、目の前の局部から結論をつけないこと、正直にものごとを理解することと一致している。

自分の作品を通して仏教の内容と図形表現を結び合わせることで、六道輪廻を内容の面で継続していく同時に、表現手法の面でより現代人の審美に近づける形にしていく。作品内容は錯視図形、矛盾空間などの要素を取り入れて仏教の世界観をよりうまく再現できるようにする。色使いは伝統的な仏教絵画タンカのイメージであるが、明るさと飽和度の高い色も大胆に用いることで、伝統的なほうと区別をつけて作品の雰囲気主張する。それによって表現がより現代的になると期待している。

# 王方瑶

WANG, Fangyao

## 写真における抽象的表現

Abstract Representation in Photography

### 1. 研究の目的

本研究は、絵描きから写真に転身した者の独特な視点で、より発展している抽象絵画に基づきながら、写真における抽象性を定義づけ、抽象性を表す要素と望ましい表現のあり方を求めるのが目的である。

また、具象から抽象を生む写真というジャンルの特殊な性質から、抽象絵画と区別を付け、写真でしかできない抽象性を追求していく。抽象とは、写真本来の性質である具象の真逆にある概念である。写真と抽象を結びつけることで、和と洋を組み合わせ、火に氷を当てるように、何らかの新しい表現方法を見つけれられることを期待している。

このテーマを写真でやる理由のもう一つは、写真に存在している偶然性に目が行ったこと。絵の場合、願えばなんでもキャンバスに書き写すことが可能である。しかし写真の場合、意図的にセッティングしても思う通りに行かぬ部分が出てきてしまう。その分、想定外、もしくは思いつかない部分が醍醐味となる。既存しているものの中から探るのが、本研究で求められる偶然性である。

### 2. 研究の手段

本研究では、バスルームで「水」をモチーフに、マクロレンズを用いて抽象的写真を撮影する。現段階では「水」を大きく「静止した水」と「流れる水」の二つに分け、「水滴」を中心に、それぞれならでの表現と魅力を探っていく。バスルームの照明をそのままの状態でも撮影するのにこだわり、バスルームの中にある物体と組み合わせながら新しいアイデアを出すことに注力する。

### 3. 写真の抽象性

一般的に、抽象芸術は、具体的な対象を表現しようとしていない、または具象であってもそのままの形を表現しようとしていない絵画、もしくは彫刻を指す。写真は制作の過程上、必ずしも具体的な何かを被写体に撮影している。よって、筆者は具体的な何かを伝えるのではなく、中身が抽象で見方を観者に任せる写真を検討したい。そこで当面はこれを「抽象写真」ではなく、「抽象的写真」と呼びたい。

ゼロからイチを生む絵画と彫刻に比べて、写真における抽象表現はモチーフの本質を「抽出」することではなく「ごまかす」ことだと考える。そのために共通に必要なのは「不可識別性」である。人間は無意識的にも「これは何」と識別しようとしている。それは抽象絵画と彫刻に対しても同じこと。例えば大面積の青色があれば「水」や「空」に連想しやすく、赤い丸があれば「太陽」、四肢と連想出来る線や塊があればそれが色んな姿勢をしている「人」と勝手に思い込む性質がある。一度特定な物事と結び付けられた以上、人間の脳は簡単にその思い込みを消すことが出来なくなる。写真を抽象的に見せようとするには、被写体、環境、撮影手法(「what」「where」「how」)を出来るだけ認識されないように抑える。

本研究テーマで使う「抽象的写真」の定義を述べると

- ・被写体の本質に集中させない
- ・具体的な制作環境・撮影方法を認識させない
- ・特に意味がないものの観客に自由に「～に見える」と連想させる

以上の三点と考えられる。

本研究では水滴をメインとしている。水滴と人間の大きさはアリと象の差、水滴とは小さな水の塊、大きくなるとそれはもう水溜りと呼ばれる存在になる。だが水溜りに現れる表面張力の表現は水滴と大きく異なる。なので、マクロレンズで水滴を画面いっぱい埋め、水溜りに見えるほどの大きさまで大伸ばしすると、「水滴の写真だ」と分かっている一般的な離れ方と異なるため、別種の何かに見え、リアリティが薄くなり、抽象性が高まる。よって本研究の展示では、あえて写真を大きくプリントアウトし、大きさによる抽象性を可能な限り強調した。

また、静止した場合は必ず何かに付着し塊を形成し、流れる場合は何かを経由する必要がある。水と他のモチーフの組み合わせを意識して制作すると、他のモチーフは水と同じ重要性の立場になり、ディテールが増えるのに連れ「what」「where」「how」が識別されやすくなる。マクロレンズを選んだのもまた周りのディテールをボケさせ、水を絶対的の主体にする意図が含まれている。



図1 院2年前期



図2 院2年後期



図3 院1年前期

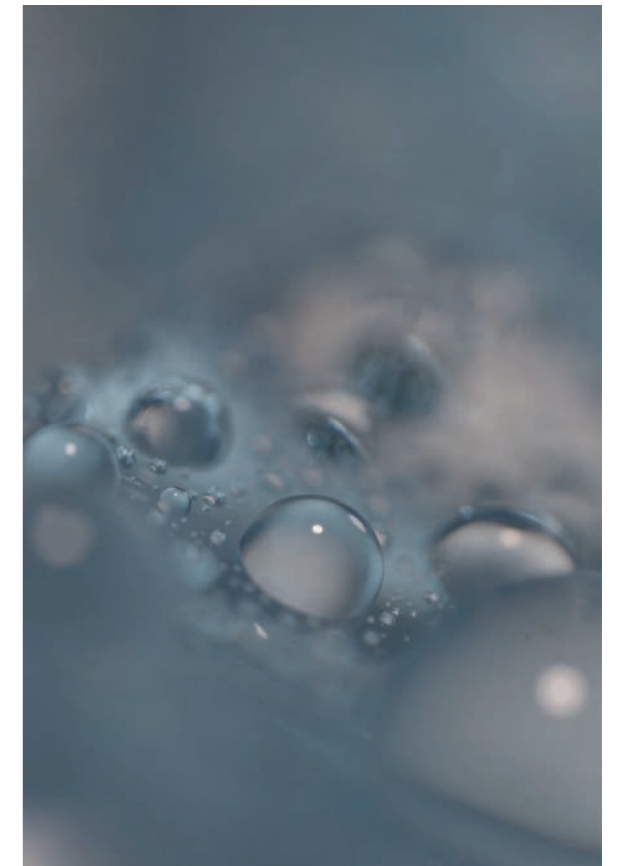


図4 院1年後期

# 大森 めぐみ

OMORI, Megumi

## 明るい写真

Bright Portraits

私はなぜ写真を撮るのか。

私が制作する時の原動力は悲しみや怒りを発散させるためのものではなく幸福感とそれを残さなければという使命感かもしれない。

一口に幸福、幸せといっても筆者がシャッターを切るときに感じる、「この楽しい瞬間を残したい」という一見ポジティブな感情の奥には、いま感じている瞬間的な幸福感は長期的なスパンで見るとかなり切ないものであるかも知れない。

そして、全ての写真の私がシャッターを切った瞬間は私が大切に感じた友人家族との時間や全ての物事に永遠はないということを感じ知らされる瞬間でもあるのだ。

私は幼少期から家族やその友人と大人数で食卓を囲む機会に多く恵まれ、彼らが自分より10歳以上は年上であることが多かった私は常にみんな自分より先にいなくなることを恐れて日常的に死について、取り残されることについて、そして何よりも自分が取り残されたときにこの瞬間忘れてしまうことについて恐れている子供時代だったように思う。

そんな私は暖かく楽しい現場に居合わせた時、自分が幽体離脱してその場を天井の隅から眺めて目に焼き付けるような感覚に陥っていた。そのため、私が楽しい瞬間を手放しで楽しむよりカメラを手に記録する側に回るようになったのは今となってはごく自然なことであったのかもしれない。楽しい時間の過ぎ行く切なさを写真に納めて保存することによって紛らわせていたのだろう。

しかし私の写真は不思議なことに明るい雰囲気を持っている。なぜだろうか。これまで光を意識して作品作りを進めてきたので自分でも光が最大の要因で明るのは当然だと思っていたが、現在は心情的な要因が大部分を占めているからではないかと考えている。

私はカトリックのクリスチャンである。

母は日曜日には教会に行き、できる限りの家族と一緒に連れて行くことにしている。特に私は物心つく前から毎週日曜日は教会に行くのが習慣になっていた。私以外の兄弟は年頃になったり結婚したりして日曜日の朝の教会から足が遠のいていたがここ数年は子供ができたことで親孝行も兼ねて教会に行くことは家族みんなの習慣になって来ている。

教会には教会でしか会わないような人がたくさんいる。共通点は住んでいる地域と信仰心のみで、ファッションの好みも年齢も肌の色も違う。家族で代々同じ教会に来ている人が多いのでお互いに兄弟や親、親の兄弟、配偶者も知っているというのとはなかなか不思議な体験だ。そういう環境に身を置くことになった私には祖父母のような存在、妹、姪っ子甥っ子のような存在がたくさんいる。また、毎週決まった場所で決まった時間に会っている人が成長していく様子や老いていく様子を見てきた。

誰も知り合いの死というのは経験するものだが、教会は大きい組織なだけに幼少期からその機会が多かった。私が触れてきたキリスト教の習慣にはお葬式に限らず「祈り」というものが身近にあった。

基本的には食事の前と寝る前にするように習慣づけられていたが、お祈りは散歩中や通学途中など祈りたい人のことを思い出したらいつでも良いのだと教えられていた。

ナチュラルボーンクリスチャンの私に言わせれば祈ろうと思って時間を作って目を閉じ、家族、友達、遠く離れてしまった人、亡くなった人、喧嘩をした人や自分では苦手だと思っている人でさえ思い出す、その行為はすでに祈りである。それらの思い出された人たちがどうなって欲しいか神様に事細かにお願ひしたところで神のみぞ知るでコントロールできる訳ではないので「どうなるのが良いかは神様が一番よく知っているのだからどうぞあなたの良いようにしてください。そして私がその手助けをできるように頑張る力をください」とお願いする。

私は祈ることで身の回りの人やそうでない人も思い出す習慣がある。この感覚と近いと感じる作業が写真の編集である。写真を見るたびにその人とその人に付随する出来事やディティールを思い出し、懐かしく思う。私にとって撮ることは祈ることに近い感覚なのだ。



# 金子 勲矩

KANEKO, Isaku

## 頭が物で体が人のキャラクター「換頭人間」について

Research on Characters Who Are Composed of an Object Head and a Human Body

### 研究背景

キャラクターの造形において、頭は「もの」で、体が「人間」の組み合わせでデザインされることがある。それらは、「古代エジプトの神々」のように、人々の生活に密着しているものであったり、江戸時代の「判じ絵」のように、レクリエーションとして楽しんだりするためのものであったりする。私はそれらのキャラクターに「換頭人間」と名前をつけ、調査を行った。

エジプト神話や付喪神における「換頭人間」は周囲の世界を表現し、人間の世界の見方を反映するために生み出された人物像であった。エジプト神話では、死や、復活、知恵などを象徴する動物が頭である換頭人間が物語を織りなすことで、人々に神話を通じて世界の仕組みを伝える役割があった。一方日本では、生命のない器物でも百年経つと霊が宿り付喪神になるという思想が、ものを擬人化した換頭人間を生み出していた。絵巻に描かれた付喪神は、顔がついているため、厳密には換頭人間とはいえないが、現代の日本の映像作品に換頭人間が登場し、自主制作で「異形頭」が親しまれている歴史的な背景になったと考えられる。

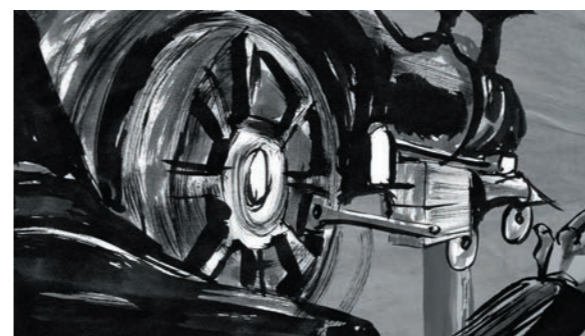
さらに、近年では、「映画盗撮防止キャンペーン」のカメラ男や、環境保護キャンペーンCM「リサイクルがエコマーク」に登場するダストボックスマンなど情報を端的に伝えつつも、親近感が必要とされるキャラクターのデザインとしても使われている。

### 作品制作について

私が換頭人間に魅力を感じた理由は、頭がものになった瞬間に生まれる強烈な個性である。頭にどんな象徴性があるうとも、そこには、一人の人物としての魅力がある。それは、エジプト神話や付喪神に対して人々が感じてきた親近感とは少し違うものだと感じた。つまり、換頭人間は独立した人物であり、我々人間の都合でその存在が決まらなと考えている。2019年の修了制作のアニメーションに登場する「斧人間」は、斧であるが、頭の形を利用してケーブルを伝ったり、頭を壁に突き刺して建物をよじ登ったりする。人間が斧に与えた本来の目的などおこまいなしで生きている。斧人間は彼

を恐れる風船人間達や剪定ばさみ人間と対峙することになるが、そこには人間の介在しない彼らだけの葛藤や物語がある。また、2018年制作の「LOCOMOTOR」で登場する機関車人間は自分の頭が重すぎて加速するも制御不能となり、重油の池に飛び込む。池で溺れる機関車人間という存在を通じ、鑑賞者はそれぞれの経験と重ね合わせて様々な解釈を行うのである。

私にとって換頭人間とは人であるが、人間ではない。我々は、他者を見るとときどき自分という視点からは逃げる事ができず、人間の視点で換頭人間を考えてしまいがちである。しかし、このように、換頭人間なりの生活の営みや人間が知らない独立した社会を提示することで、我々は知っているはずの「機関車」や、「斧」の意外な一面を垣間見るのである。そういった対等な外的世界での出来事を作品を通して見みることで、逆に人間もなにかに気づかされるのである。そして、人間にそういった世界に対する認識の一つを与えてくれるものとして、人々から親しみを持たれる存在、それが換頭人間達の役割であると信じ、彼らを登場人物としたアニメーションを制作している。



LOCOMOTOR / 2018 / 3分6秒



The Baloon Catcher / 2019 / 5分50秒

# 阮嘉豪

RUAN, Jiahao

## 伝統的な書体の現代デザインへの応用

街の「魏碑体」から個人の「魏碑体」へ

Application of Traditional Font to Contemporary Design  
Research of Ngai Bei on the Streets to Personal Ngai Bei

本研究は中国の看板に多用される「魏碑体」の発展の流れさらに魏碑体の価値や魅力に基づき、看板以外の媒体での可能性を求め、ブックデザインに応用することで、伝統的な書体の現代での実用性や可能性を明らかにすることを目的としている。さらに、魏碑体の個性を現代に活かすために、この公共的な書体を再び個人的なものへ転用することを提案した。

はじめ、制作するブックを通じて自分の認識と情緒を伝えるブックデザインを試みた。悪口に形を与えることをテーマに設定し、「どくはく」をタイトルとして、ブックデザインをはじめた。「どくはく」は自分が普段よく使っている広東語の悪口をキーワードにして、それぞれに関する台本を書き、4冊に分けて綴じたブックである。

魏碑体は非常にポピュラーな書体であり、広州や香港などの街の看板やトラックなどに多用されている。しかし、デジタルフォントは存在していなかった。また、字面のバランスや大きさなど、デジタルフォントとして使用するには色いろな問題があったため、魏時代の拓本や 清時代の法帖や現代の看板を分析し、魏碑体の特徴をまとめてからリデザインした。

魏碑体の歴史を振り返ると、長い間に3回の大きな変化を経て今のかたちになったことが分かる。だからこそ、現在日常生活の一部になることができたことが分かる。

次に行ったのはリデザインした魏碑体のブックデザインへの活用である。『独白・毒吐く』VOL.1において、魏碑体を利用して表した悪口は看板文字のようないくつかの文字だけに留めた。それによって、本の認識や情緒を伝え、魏碑体が個人の「魏碑体」への応用できることが確認できたが、言語の扱い方やページレイアウトの方法によっては魏碑体の魅力を減らし、ブックの楽しさが期待を下まわる可能性が高いことが分かった。そこで『独白・毒吐く』ver.2では、ページの連続性と「魏碑体」の美しさを強調することにした。ページの連続性や綴じ方、レイアウトを工夫し、同じテキストでまったく異なるブックデザインとすることにチャレンジした。言語や文化が分からなくても本を楽しめる新しいブックデザインを提案したいと考えた。

私にとって、ブックは読者と作者が直接コミュニケーションを取るツールである。作者の世界観や思いが文字を通じて読者に直接伝わるメディアであると考えている。言語、または文化がわからなくても、本のページの構成が映画のような図案、文字、組版になっていれば、最低でも情緒が伝わる本になると思う。また、ブックはゲームと同じように試行錯誤を経た上で、最良の結果を具体化、立体化したものと考えている。『独白・毒吐く』ver.2のデザインにあたっては基本ルールを5つ定めた。それぞれは仕上げは片面印刷で、最後に袋綴じになること；糸で綴じること；4色で使うこと；インクジェットで出力すること；全体のイメージはチラシのような日常生活感があることである。

『独白・毒吐く』のテキストはストーリーの流れと心の声を分けているから、ストーリーの流れに関しては繊細な明朝体で縦組みにした。心の声に関しては、本のハイライト部分になるから、ギャップとしてリデザインした魏碑体で横組みにした。繊細な縦組みと荒い横組みで二つのテキストをはっきり分けている。『独白・毒吐く』のストーリーは日常生活で起こったことを扱っている。魏碑体も我々の日常生活の一部である。素材も日常生活に撮った写真を使うことにした。ストーリーに直接関係がなさそうな写真を利用し、映画のシーンのような連続性や画面の関連性を作った。

ページの視覚的なコントラストを高めるために、画面の全部が「魏碑体」で埋まっているページを用意した。「魏碑体」は張りが強いし、昔はよく看板で使われていたから、看板文字のようにレイアウトすることが現代デザインで活用する方法の一つと考えた。

私は本研究で自分の育った土地の文化の愛への忠誠を100%示した。ブックデザインは街を歩くことと同じだと思う。リデザインした「魏碑体」をブックデザインで活用し、「魏碑体」と広東語の悪口を組み合わせ、公共の「魏碑体」から個人の「魏碑体」にした。個人の「魏碑体」と言っただけでも、ブックの内容と素材も日常生活から取り込んだものである。元々手で触れない看板文字だが、ブックを通じて「魏碑体」の美しさなどに触れるようにした。

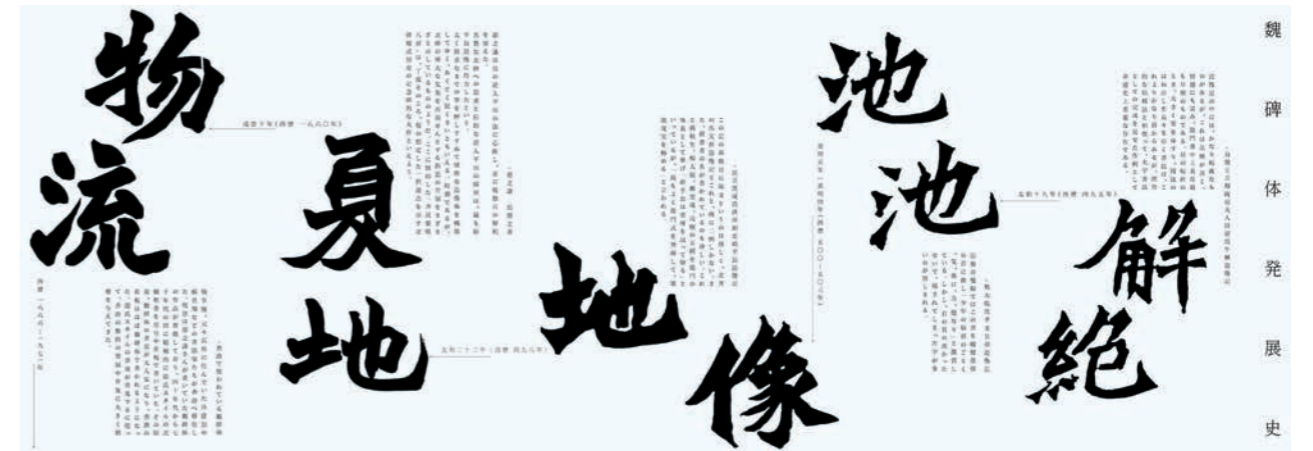


図1 「魏碑体」発展史 (730 × 2060 mm)

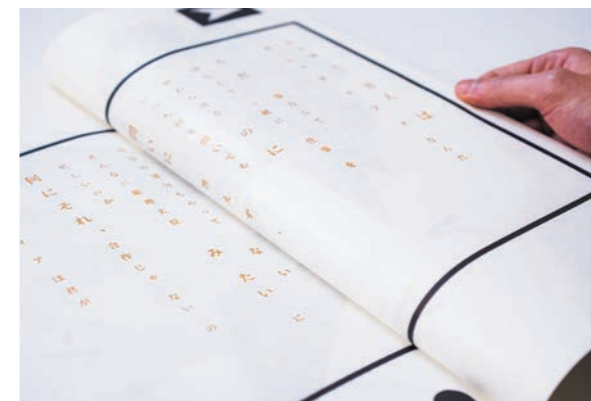


図2 『独白・毒吐く』VOL.1 (375 × 190 × 6 mm 4冊)



図3 『独白・毒吐く』VOL.2 (420 × 297 × 38 mm 1冊)



# 顧 依留

GU, Yiliu

## 生活の違和感における写真表現の研究

Study on Photographic Expression of Abnormality in Life

### 研究背景

情報化社会の発展で私たちの生活は複雑になり目に見え  
る違和感が増えた。日常生活の違和感は、見慣れたものと  
違い、先入観を打破した通常とは思えないものである。そ  
のユニークさは周囲と合わず、認知上で違和感を感じる。  
その時カメラで撮影した瞬間は非常に中身が濃く、エピソード  
で語る一瞬だと考えられる。この撮影はレンズに写った景色  
を記録するだけでなく、心の表現、即ち撮影したときの  
気持ち・考えを表す。

### 研究目的

生活に違和感がある現象を記録して、違和感がある写  
真集を製作する。周りの違和感と自信の気持ちを表現する  
方法を検討し、撮影でそれを表現する。撮影した写真は美  
しい場面しかいないだけでなく、それぞれの写真に短い  
物語を入れて、観覧者が写真を見る時に物語の由縁を連想  
させることを望む。そうすれば、一枚一枚の写真は物語集  
のようにつながっていて、独特で違和感のある雰囲気を作  
れるだろう。観覧者が物語を解読できたら、写真は写真家  
と観覧者を繋ぐ橋になる。こうする目的は、写真を撮る時  
の主観的、感性的な感情を客観的、理性的な鑑賞体験に  
変換して自分の気持ちを文字ではなく、速く伝わりやす  
い写真でみんなに伝えることである。格好や言葉遣いと  
同じ、写真を自分の特徴にして、みんなが写真で私を理解し  
てほしい。

### 違和感の定義

現実社会で違和感に遭遇するのは奇跡のような瞬間で好  
奇心をそそる。人が興奮状態に陥るのは予期せぬ事物と  
出会った時だと思う。物事との触れ合いで心が共鳴し、シャ  
ッターを切ってその瞬間を捕らえることで気持ちを表現する。  
違和感のある写真は撮影時の衝動、喜び、驚き、不安を記  
録しているのかもしれない。その不安は日常生活から生ま  
れるものである。撮影は目に入った違和感で不安を写真に  
再現する。写真は様々な感情を再現することができる。

1枚の写真の中、違和感をはっきりと表現したいと思う。

同じもの、または同じ景色を観察する場合、人によって視  
点も異なるので、誰でも主観的な視点で周りの世界を見て  
いる。

このように、みんなの目の中の世界もそれぞれである。  
私が撮る写真を見てもらうと、彼らも世界を見る時、違う  
視点で見れば、多くの可能性をもたらし、普段なかなか  
気づかなく、一般的なものを注目でき、普通ではない一  
面を発見できる。それが私のやりたいことである。

小さなものでも、弱いものでも、見落とされるものでも、  
またはごく普通な自然光と影でも人間の心を揺さぶるほど  
の強いパワーがあることを、自分の写真を通じて人々に伝え  
たい。このように、小と大、光と影の対立から生み出す奇  
妙な衝突は、写真に豊かなストーリー性をもたらす。こ  
のようなストーリー性も自分が求める「違和感」の一種  
である。今後の作品の中も、上記の面の「違和感」を深  
化させ、更に衝突感を持つ写真を撮りたい。そして、一  
枚の写真の違和感と写真全体の違和感を上手く結びつけ  
たいと思う。

### レイアウトの違和感

もう1つのカテゴリーの写真ははっきりしている違和感の  
要素はなく、曖昧な内容で違和感を表現している。組写  
真として並ぶことで、違和感の雰囲気が強まる。私にとっ  
て、写真集に収めた写真は独立した個体だが、個体が合わ  
せた写真集は繋がりが素晴らしい作品になる。観覧者は  
一枚の写真を二度と鑑賞することが少ないが、写真集は繰  
り返し鑑賞することが多い。また、二度見をしているうち  
に、一枚だけでなく、関連すると写真を見る傾向がある。  
関連する写真を短時間に連続で鑑賞すると人の頭に映し  
て奇妙な反応を起こす。そのため、写真集の写真はダブル  
アイデンティティーを持っている。写真はその写真の意  
味を持っているが、他の写真との関連で、より多くの意味  
を表現する。この関連性は写真のテーマの対応、色のコ  
ントラスト、構図の共通点などが含まれている。



Abnormarity 01 - 05 / 1000 × 706 mm / 706 × 1000 mm



## 顧昊婕

GU, Haojie

### 人間の真実性の視覚化の可能性の探求

Exploring the Possibility of Visualization for Human Truth

本研究においては、記録はバーチャルへの反抗だという考えのもとに捉えられている。記録の視覚化は現代社会で生きている人にとって、ひたすら快樂を楽しむか、それとも冷静に真実を認めるか、生活自体に異なる角度から選択肢を提示する。このような生活の真実性の問題に対して、グラフィックデザインは常に問題解決できないかもしれないが、せめて人間という存在の見方を増やし、新たな角度から人間の存在を観察する。そして、グラフィックデザインが培った技術手段を通じて製作し、少しでもいいトライをするのは間違いと考え。作品は確実に自分という人の存在の真実に近づいている。

人々の感性的観点から言えば、善意の嘘は一定の範囲内で許容、理解される。この点で、真実はそれほど重要ではないとも言えるが、客観的に真理を探求することは非常に重要であると考えられる。もし全ての事が偽りであるならば、人々は自分自身によって作成された幻想の世界に陥り、物理的世界が発展する為には真実を必要とされる。更に、真実の探究が必要であり、既存の経験から、物質は人間の意識によって移されることはないことかわかる。

私たちは多かれ少なかれ真実のために努力したことがある。頭の中の空想の製品ではなく、本物の製品を買いたい、偽の恋人ではなく、本物のパートナーが欲しい、自分は実在しているか、どう証明するか、真実の価値はなんなのか。私たちの生活のすべては「真実」への追求の上に構築されているとも言える。真実とは何かという問題は誰でも常に抱えている。

理性は常に、「真実を判断するためにどの基準を使用すべきか」と「真実を達成するためにどのモデルを構築するか」に対する答えを探している。しかし、これらのソリューションは常に失敗につまずいた。

私たちは集合的な経験の一部、つまり、複数の人間が共通して経験したことに対し真実または客観と呼ぶ。観察の観点から見ると、人間の「真実」は互いの経験に基づいている。したがって、経験の本質を明らかにすることで、真実を見つけることができると考える。

「真実」は私たちの意識の中にのみ存在している。それ

は気づかれた経験の事だ。真実は私たちにとって経験したすべてが含まれてる。夜寝たとき夢を見ることは本当だと言えるのは、この夢は経験されているからだ。しかし、客観的視点に於いて、昨晚夢を見たことはどのよう証明することができるのか。ここには、現実と非現実が同時に存在する。あなたの経験によって、あなたは自身の夢を確信することができるが、他人にとってはただの空想だ。

本研究ではグラフィックデザインの手段を通じ記録の視覚化によって個人が経験した事から実在した人間の痕跡を表現する。

ピーター・ドラッカーの「測れないものは管理できない」と言う言葉に私は賛同する。

記録は現実、そして前進する前提条件でもある。人生は実験でありそこに答えは存在せず、間違いから正しい認識を学ぶ事しかできない。言い換えれば、私たちの生活は実験的である、測ル事が出来なければ調整や修正はできない、その間前進することもことも不可能である。実験を行う場合、記録が必要になる。記録のない実験はその結果に対する信憑性を持たないからだ。

人は忘却から逃れることは出来ない。全てに於いて記録を取らなければ忘れる可能性は高くなる。人は記録することにより基準を作り、そこで初めて必要な情報を得る事が可能になる。

記録手段には二つの特徴があり、一つ目は、時間的な記録であり、それは時間序列記録と呼ばれる。時間序列的記録とは時間や音声、歩数など、記録の基準を設け、全てを時系列で確認するための記録である。二つ目は空間の記録であり、空間の記録は事物の空間的な位置や、移動距離、形状の変化などの特徴をデータとして表すことで現実世界を描写する。

人間痕跡の記録の作品をすればするほど、それはあくことなき好奇心、知識欲、包容力、そういうものにあこがれていたのである。私たちは無限の好奇心と知的欲求を満たすために、物理的な障壁を超越するためにあらゆる種類の媒体を使用する必要がある。ここでは自分の生活をグラフィックデザイン技術手段を四つの記録の手段を通じ人間の真実

と接触する。

現代社会においては真実性は極めて要だと考える。時代と科学技術の進歩と共にビッグデータやAI技術などによってヴァーチャルと現実の間の距離が段々と縮まり、バーチャルの物はますますリアルに見え、尚且つ本当の現実よりもリアルに見える、極致のフェイクの可能性はないとは言えないだろう。近い未来私たちが誇りに思い、頼りにする感知が何かの先端技術によって全部騙される予想さえできる。その上、これらのフェイクは人の精神世界をより良くする事もできる。その上、これらのフェイクは人の精神世界をより良くする事もできる。例えば、現実の生活では買えないものはフェイクの世界で購入できる、友だちが作れない人もこの技術によって仮装の世界で友だちが作れる、又は事故で身体障害を生じた人もAI技術で健康の生活を過ごせる。

「記録そのものは反抗だ」という中国の作家蒋方舟が文章のなかにかかれた。一人の人生短いため、本当に抵抗し、変化し、転覆することができるものは実際非常にまれている。さらに、一生かけでも、周りのたった一人の考えさえ動揺できず、できることは、ただ自分が経験したのもことも時間も全部グラフィックの手段を使用し、記録した内容を通じて残し、まるで雪の上に残した足の痕跡のように、ずれも揺れもなく、人間の存在真実性を記録で残す。

存在の見方を増やし、新たな角度から人間の存在を観察する。そして、グラフィックデザインが培った技術手段を通じて製作し、少しでもいいトライをするのは間違いと考え、作品は確実に自分という人の存在の真実に近づいている。



図1:「人間痕跡」シリーズ



図2:「人間痕跡」

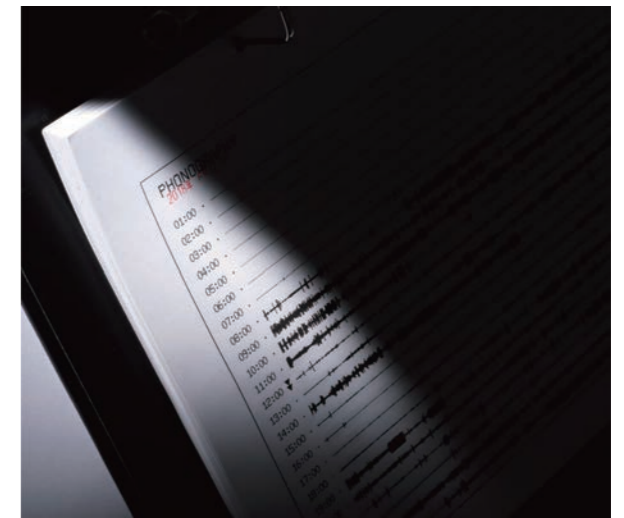


図3:「人間痕跡」中身



図4:「人間痕跡」展示

# 佐野 茜

SANO, Akane

## ノスタルジーと広告

Nostalgia and Advertisement

広告を研究するにあたり、CMや新聞広告やOOHなど、オールドメディアを中心に様々なポスターの事例を目にした。

その多くは「新鮮」「キャッチー」「かつこいい」など、新しさを感じさせるビジュアルであった。この点について筆者は、広告が人の購買意欲を動かすという目的のために、「新しさ」を強烈に与えるイメージを表現に用いているのだと推測した。

一方、新しさのイメージと逆行して、ノスタルジー(懐かしいと感じる気持ち)を感じさせる広告や商品も存在した。多くはそのノスタルジーを逆手にとり、逆に新しいと感じさせるものである。

そこで、筆者はノスタルジーが人の購買意欲を刺激することや、ノスタルジーのある広告表現が人にどのように作用しているのか疑問に思い、広告の中でもノスタルジーを感じさせるものについて深く研究することにした。

### ①論文

広告に限らず、様々なノスタルジーを感じさせる事例を調べるうちに、復刻版という商法を発見した。過去に販売されたものを再度販売する商法である。実際に、老舗時計メーカーのロンジンが過去のデザインの復刻版の時計を販売したり、車メーカーのホンダが過去に販売していたN-ONEというシリーズの車のデザインをリニューアルし再販売していた。

事例を分析すると、復刻版として商品を再度提案する場合の多くは、ノスタルジーを感じさせる事象から早くても10年以上、長くて60年の歳月を経て販売されていることがわかった。

おそらく、復刻版を販売するにあたっては、復刻版以前の商品を知っている層の存在が必要になるが、その層を復刻版以前の段階で10代~20代をターゲットにした場合、60年以上間を開けてしまうと定年後になってしまい、購買意欲が落ちるためだと考えられる。

また、ノスタルジーについて調査する上で、現在に対して孤独や無意義といったネガティブな感情を抱いているとき、ノスタルジーが喚起されることでその感情が和らげられ、ポジティブな感情に変化するという研究データがあり、

ノスタルジーが購買意欲を刺激するための広告表現として機能することを再確認した。

### ②作品

以上を踏まえた上で、筆者は株式会社明治・明治牛乳のブランディングの作品を制作することにした。

明治牛乳といえば、1928年に瓶詰めの牛乳を発売し、2028年で100周年を迎える老舗ブランドである。筆者はこの瓶詰めの牛乳のイメージが、人々に懐かしさを感じさせるキーポイントになると考えた。

筆者が明治牛乳100周年の企画として提案するのは、「牛乳蓋の看板展」である。明治牛乳の歴代の紙製牛乳蓋を40cm×40cm大のホーロー看板で制作し、美術館で展示を行うという企画である。実際の牛乳蓋のデザインを、サビがつき年季の入ったホーロー看板に印刷して制作する。

牛乳蓋を選んだ理由は、牛乳蓋から歴史を感じることができるという点である。明治牛乳は瓶詰め牛乳を販売して以来、数回に渡り製法の変更や味とブランドのリニューアルを行っており、その度に牛乳蓋のデザインを変更している。

このことから、筆者は牛乳蓋こそが明治牛乳の顔であり、明治牛乳の歴史を映す鏡であると考えた。

牛乳蓋をホーロー看板で作る理由としては、現在では希少価値のあるものとしてノスタルジーを感じることができる点や、ホーロー看板の持つ明治初期のイメージが「100周年を迎える明治牛乳の長い歴史」を伝えるという目標とリンクする部分がある点が挙げられる。

図1は、美術館に牛乳蓋看板を展示する際のイメージである。美術館の展示では、看板の下に、牛乳蓋が制作された年代と、牛乳の種類や時代背景などの説明を添える。明治牛乳の歴史の説明を添えることで「100周年を迎える明治牛乳の長い歴史」を伝えることを目標にする。

美術館では、明治牛乳の歴史を知ってもらうだけでなく、実際に牛乳を飲むことが出来る空間として期間限定のカフェスペースを設けることにした(図2)。カフェでは、一般的な牛乳以外にも歴代で販売された様々な味の牛乳を注文することができる。

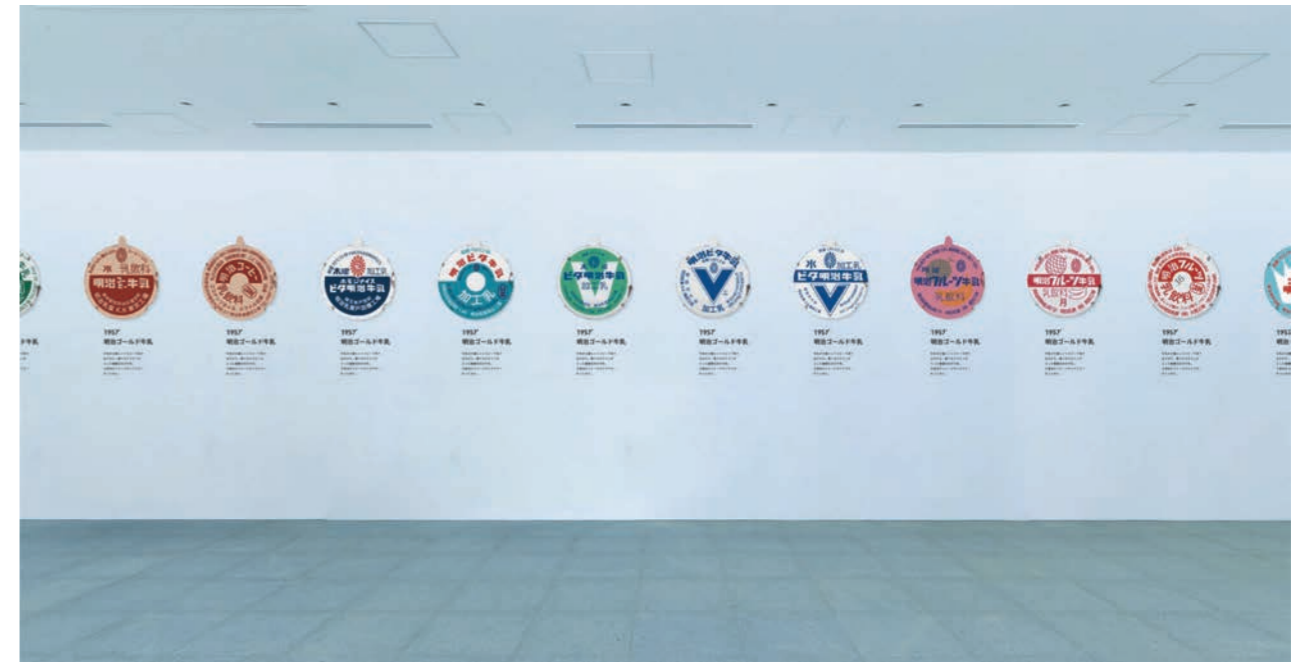


図1:美術館展示イメージ



図2:100周年記念カフェ看板



図3:明治牛乳ベンチ



図4:看板広告



図5:100周年記念パッケージ

# 朱博聞

ZHU, Bowen

## 日本の鉄道サイン計画に関する研究

都電荒川線を事例として

The Research of Sign Systems on Japanese Railway  
Case Study of the Sakura Tram

### 1. 研究目的

日本の鉄道の歴史は1872年に新橋ー横浜間の鉄道の開通から始まり、世界の中でも高い鉄道密度に至った。しかし、少子化や高齢化など深刻な社会問題の影響により、近年では地方鉄道の廃線や倒産も発生している。また、サインは駅空間の重要な要素であり、路線の特性に適した魅力を伝えるサインシステムを計画することは、鉄道運営の重要な要件と考えられる。

### 2. 都電荒川線のサインシステム調査

荒川線の早稲田や王子駅前停留所を対象とし、現状のサインシステムを調査したところ、いろいろな問題点が見出された。例えば停留所の至るところに小さい案内サインやお知らせが貼られている。デザインも様々でとても認識しにくい。また、停留所の中央にある大型のサインの表示面に、停留所の記名、誘導、総合案内、時刻表、規制、広告などを統合している。情報量が多く、視認性もやや低い。調査結果を踏まえ、発見した問題点を解決することを目指して、新たなサインシステムを提案する。

### 3. 都電荒川線のサインデザインの提案

都電荒川線の王子駅前停留場を事例として、最適なサインシステムを提案する。まず、荒川線について、「懐かしい」、「のんびり」、「下町風情」、「お花見」の4つのイメージクライテリアを抽出し、ロゴマークとシンボルカラーを提案した。構築したVIシステムとイメージクライテリアに従って、体系化した新しいサインシステムの提案を試みた。

#### ・サインシステム

現状のサインの問題点を踏まえ、VIと一貫性のある、そしてより使いやすい新たなサインシステムを検討した。新サインでは現状の駅舎のままで、各種サインの機能を配慮した上で、駅舎の各部分を利用して設置しようと考えた(図1)。

#### ・サインのダイアグラム

サインシステムの二つのダイアグラムを例に説明する。図7は、停留所のホームに設置する乗車系の案内図である。荒川線の全線路線図と他社路線への乗換案内を表示している。

図8は、停留所内の総合案内サインに設置するイラストマップである、図7と同じく荒川線に注目させ、他路線との関係も示している。沿線の情報として名所や特徴のある場所を表示している。外国人観光客にとってもわかりやすく親しみの持てるデザインを意図した。

#### ・王子駅前停留所の駅舎デザイン提案

路線の魅力をより打ち出したいと考え、駅舎自体をシンボリックなサインとすることをコンセプトとして、王子駅前停留所をモデル駅として新たな駅舎のデザインとサインシステムを提案した(図2, 3, 4)。この新提案では、屋根を箱型に設定した。余計な装飾がなく、周りの都市風景に対して、屋根の材料をコンクリートとすることで、全体の重量感を強調する。重量感のある屋根を支える柱は薄い2本だけであり、対比を強く持たせた。またメインの出入り口は停留所の左右両サイドに設置しているが、周りにフェンスを設置しないため、全体的には見通しが良く、開放感のあるデザインである。

#### ・王子駅前停留所のサインシステムデザイン提案

新しい停留所のデザインに適合するサインシステムも合わせて提案した。柱は2本しかないため、すべての案内情報を表示したサインを掲出するにはスペースが不足し、視認性も悪くなる。対応策としてデジタルサイネージを導入した。500mm×800mmの画面で案内表示内容が30秒ごとに切り替わる。メインのページは4つある。トップ画面は電車の現在の走行位置、時刻表と次のページのコンテンツ(図6)である。

長い箱状の屋根はこの駅舎のデザインの特徴であり、ホームのどこでも案内情報を得られることは配慮すべき点である。屋根自体を利用し、下縁の部分に細長いボーダーサインをつけることを考えた(図5)。表示内容は全路線停車停留所案内、当停留所と次の停車停留所の名称表示である。屋根側面の記名サインと吊り下げ式停留所名サインと組み合わせてサインシステムを構成した。



図1.サインのシステム図



図2.王子駅前停留所駅舎提案



図3. 3Dイメージ図(ホーム上)



図4. 3Dイメージ図(側面)



図5.王子駅前停留所用サインシステム提案



図6. デジタルサイネージ



図7. 路線図



図8. イラストマップ

# 周凌

ZHOU, Ling

## 視覚表現における東洋の動物造形について

A Study of Asian Animal Art in Visual Expression

### 研究背景

「形」というのは視覚や触覚によってとらえられる外見の姿である。動物の形は、長い進化の歴史の中で形作られてきた。その構成は無駄のない統合性のある単純な美しさがある。東洋は仏教の影響を受け、生けるもの全てが仏であるという考え方である。東洋人は古くから自然の生命を持つ美しさに惹かれており、動物に対して親近感を抱き、人間に近いものとして、そうした人と動物との関係は西洋絵画にほとんど見られないものである。動物や植物との一体感をもちながら洗練されているのは日本と中国をはじめ東洋芸術の一つの特徴である。

### 研究目的

昔の中国の芸術作品は余白をかなり重要視していたが、経済の成長に伴って、その洗練された美意識や感性といったものが失われてきている。現在の中国のデザインは常に直感的理解という事を軽視して、説明的理解のために余計な文字と図形を不必要に追加しようとし、情報過多になっている。私にとって美しさとともに文化と価値を伝えるのがデザインの魅力であり、長い歴史の中で蓄積された美意識の文化を基礎にして革新している日本のデザインは模範を示してきたと考えている。東洋動物画の特徴と精神性を基づいて、東洋美術造形の独自の構成原理を研究し、その造形の美の構成原理を、東洋の美学から解いていくのが私の目的である。

### 研究内容

#### 1. 幾何学的な動物造型表現

東洋の動物画の作品を通覧して、何よりも強く感じられる特質は、発想における大胆さと表現における洗練性である。特に日本美術には、その見たままの対象の形を単純化して抽象化した幾何学的形や図案が混在する意匠的な表現が多くみられる。

東洋動物造形の色彩と形態を分析し、これらの形の典型的な、抽象化した要素と特徴を取り入れ、その形を幾何学的な曲線を引用し、新しい形を生み出し、この幾何学的な

図形が組み合わさった抽象的な表現とともに濃密な色彩を通して、東洋美術の中にある動物に対しての独自の造形美を表現したいと考える。

#### 2. 琳派の動物画の造形表現研究

琳派の動物表現に見られる特性は「平面的な表現」、「大胆な構図と余白」、「抽象化した形」、「曲線を採用した文様美」であり、その琳派の平面的なデザイン性は非常に前衛的であった。本阿弥光悦に俵屋宗達、尾形光琳、酒井抱一から神坂雪佳まで、琳派の絵師たちは時を超えて人々によって画風が継承されながら独自の発見と解釈が加わり新しい表現を創造してきた。日本のデザイナーたちは、自分の視点と方法で伝統の芸術作品を解釈し、造形的要素を取捨選択し、意味を転換、拡張、自分の感覚で表現した。

#### 3. 文様美と象徴的な表現

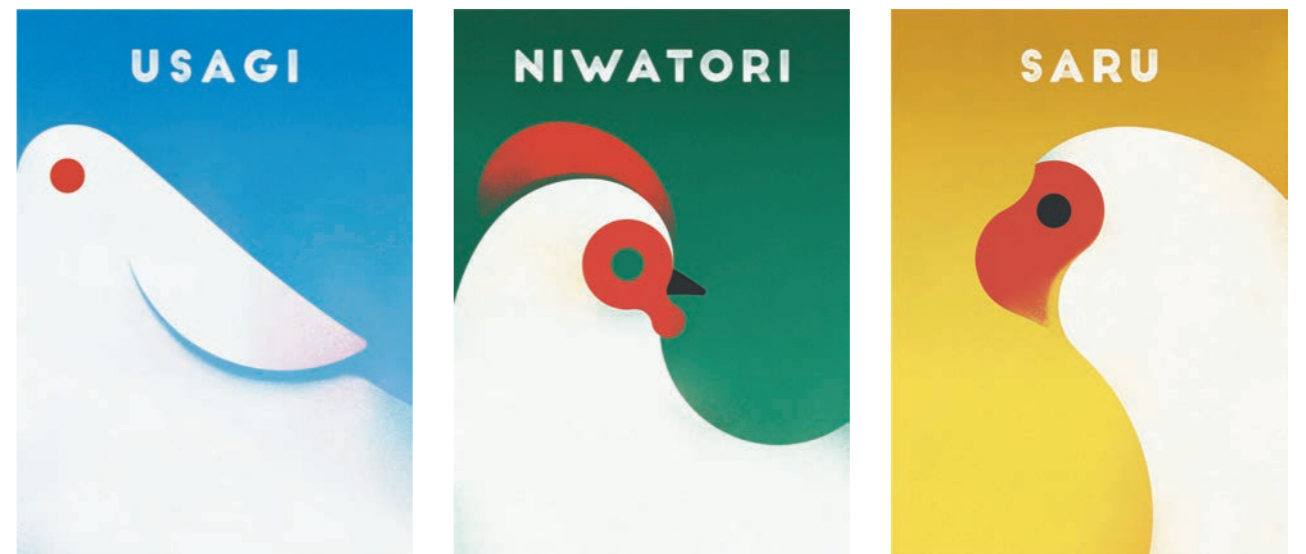
日本芸術の表現性の特徴を語る上で、欠かせないのが文様美である。文様とは、装飾の基となる様々な「形」という、日本の文様は中国の文様と比べるとさらに洗練、幾何学的な抽象の美がある、見る人に古さを感じさせない東西共通の装飾性がある。日本の文様の象徴的なデフォルメとシンプルな構造という特徴は、日本のロゴデザインのルーツという説がある。私は日本文様の象徴性と装飾性を引用して、その美学的な特徴を中国文化の関連の可能性を探し、両国文化と造形美を融合させ、近代的なデザインの視覚言語を運用しながら自分の表現を探求したいと思う。

### 結論

人間は、どの民族であれ、自然の一部である。東洋人の創造力が自然主義的な美意識を育てた。東洋の美学の根底を見つけるために、私たち東洋人は本来の自然に対する感性を取り戻すべきである。単に動物の絵を描く、動物の具体的な種類を表現するより、作品を作る時私にとってもっと重要なのは自然を美の発想の原点としたように、自然が作った単純な形態美の表現ということである。



二十八宿 / 1000 × 1000 mm



幾何学的な動物造型表現 / 841 × 594 mm

# 徐盼

XU, Pan

## 写真における孤独の表現

Expressing Loneliness by Photography



### 研究概要

本研究は三つのキーワードによって進められた。それは「写真」と「孤独」と「表現」である。

「写真」には特殊性がある、その特殊性があつてこそ写真は自意識と客観存在の繋がりとなる。

「孤独」に対する感じは人それぞれだと考えている。私は人間に交流の溝があるので人間そのものは孤独だと考えている。

「表現」についてはどうやって写真のうちに自意識を反映し、人々に見せるかを検討した。

### 結論

写真は私にとって非常に大切なものである。人間は他人よりも自分のことを理解するほうが実はずっと難しい。自分を理解するためには、何かのメディアが必要である。私にとってのメディアが写真である。写真を撮るのは、本当に束の間のことなので考える時間もないし、必要もない。だからこそ、自分がその一瞬で決めた写真を後になって見る時に本当の自分との対話が成立する。言い換えれば、私は、自分が一体どんな人であるのかを、いつも写真に教えてもらっている。写真に写っているのは私だけがみた世界であり、自分がいる世界が本当のところどんな世界なのかを発見している。



# 徐敏

XU, Min

## 風景イラストレーションにおける記憶を呼び起こす条件の研究

Conditions of Memory Recall in Landscape Paintings

### 概要

風景イラストレーションとは、人間の営みと人工物と自然物を含めた景色を表現することである。本研究の目的は、イラストレーションに描かれた場所、あるいは風景が記憶を呼び起こすことができる可能性について考察し、そして具体的に作用する条件を見出すことである。知覚の「体験」という概念から、絵画において、人は現実世界をどう認識するかについて明らかにしたい。イラストレーションに描かれたある場所や風景が人の記憶を呼び起こすこととは、ある時点の感情や記憶を託す風景や場所をイラストレーションである程度再現することである。では、どのように再現するか。具体的に再現するときは何を意識しなければならないのか。熊谷守一は「人間の目にとってのものの見え方」について次のように考えた。「人間はものをそのままに見るわけではなく、あくまで目というフィルターを通して届く刺激により、脳が作った像を見るのだ。」<sup>1</sup> 熊谷の「目はフィルター」に対して、私は「人間はフィルター」と考えている。それは、クリエイターとしての人間は、自分の経験から得た知識というフィルターを利用し、世界の見方や自分の内面のものを表すことができる。そして、知識というフィルターは長い時間で積み重ねたものだ。そこで、文化的共通点を持つ環境で育った人の経験したものの普遍性を前提とし、より多くの人の記憶を呼び起こすイラストレーションが成立できるだろう。また、記憶を呼び起こす条件を論じるために、人工物の中から住宅を選んで、さらに自然環境を表す物と合わせて具体的な役割を明らかにする。

本研究は、知覚の体験の内容と風景イラストレーションにおける具体的な体験について解き、イラストレーションあるいは絵を通して見る人の知覚体験による自身の記憶を喚起することを解釈し、そして喚起する条件について考察したい。

本稿では視覚体験がいかに知覚体験に至るのか、ジョン・R・サールが『心の哲学』<sup>2</sup>の中で知覚について述べている感覚与件の概念、『ビジュアルコミュニケーション』<sup>3</sup>(藤沢英昭他)のビジュアルコミュニケーションの被表示領域と視覚化の特徴の内容を引用し、知覚体験においてどのように現実世界を認識するかを明確にした。生理的知覚体験とし

て、視覚的対象は自然要素と日本の住宅様式を取り上げて、この二つの被表示対象が風景イラストレーションの中でどのような役割を果たすのかを明らかにした。脳内の知覚体験として、経験と画像、刺激と画像の連合作用を語りながら、経験し得た印象と記憶として持っている知識の連合する具体的方法を明確にした。

結果としては、現実世界の刺激による生理的知覚体験を通し、脳内で認知され知覚体験を経る。刺激が起きる印象、あるいは感覚与件と脳内の知覚し得た知識は連合することができる。連合する条件は現実世界から得た刺激と経験した場面で形成した知識が一致することである。

風景イラストレーションにおいて、画像は現実世界の刺激を担う。見る人の記憶と感情はその知識として、両方を結びつけることが可能である。具体的に画面の中でモチーフの選定は時代や文化要素に影響され、記憶を喚起する制限がある。そのため、記憶を呼び起こしたい目標、ターゲットを分析し、画面を配置することが大事である。画面のテクスチャーと色使いにより見る側に繊細なディテールや雰囲気を感じさせ、さらに記憶を呼び起こす可能性が高まる。そして、知覚体験において記憶を呼び起こす要素を分析し、風景イラストレーションに用いる自然物の特徴から見ると、地上の山、海と植物、そして空に現れる各気象と天体は季節に伴い、それぞれの色、形状で人間の感情を繋ぎ、特定な情緒が呼び起こせる。風景イラストレーションに用いる人工物の中では日本の住宅を中心に、描写する風景の一部としての「家」を、集合住宅の発展からその建築形式の存在の意味と価値を遡った。「住宅」という人間の営みを最も集中する場のイメージを利用し、より多くの人の共感を求め、自身を振り返るきっかけとなる。

1: 蔵屋美香「いろいろな熊谷守一」、『没後40年 熊谷守一 生きるよろこび』、日本経済新聞社、p.9、2017

2: ジョン・R・サール、山本貴光、吉川浩満 訳、『マインドー心の哲学』、朝日出版社、2006

3: 藤沢英昭他 著、『ビジュアルコミュニケーション』、ダヴィッド社、1975



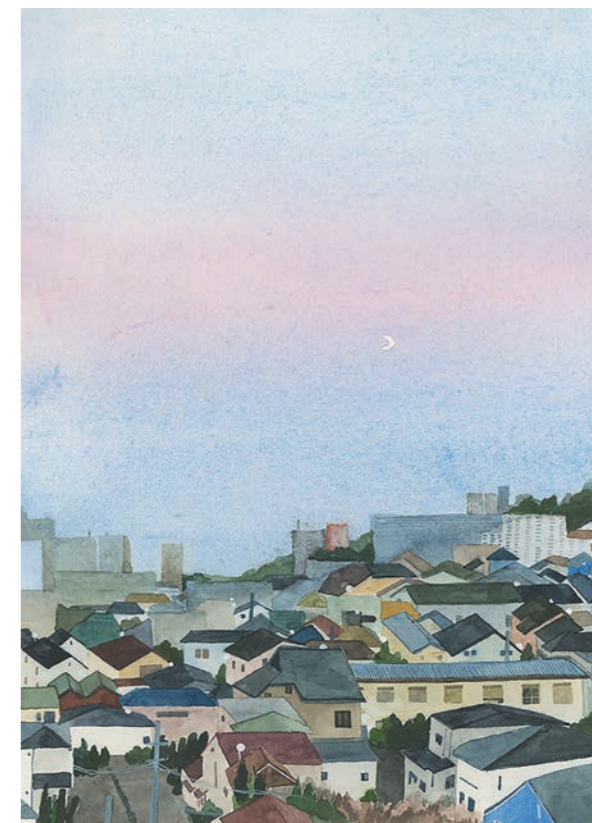
2019年春 「枠遊び」 The Play with Wireframes  
水彩 / 390 × 290 mm



2018年夏 「わた雲」 Cumulus cloud  
水彩 / 385 × 290 mm



2019年秋 「暮秋のカイツカイブキ」 Kaizuka in the Autumn  
水彩、色鉛筆 / 380 × 290 mm



2018年冬 「冬の弦月」 Half Moon in Winter  
水彩 / 385 × 290 mm

# 成功

CHENG, Gong

## 漢方薬ティーのブランディングデザイン

Chinese Medicine Tea Branding Design

### 1. デザイン動機

漢方薬は中国文化の最も代表的なものであり、昔から今に至るまで、変わらずに用いられている。中国人の日常生活だけでなく中国の医療現場においてさえない影響を与えている。世界に目を向けると、多くの人は漢方薬を使ったことがないとしても、名前は聞いたことがあるだろう。漢方薬は中国人の日常生活の中で欠くことのできないものであり、中国の大きな消費市場を形成するものとなっている。また、世界で中国の影響力がますます強くなっていくと中国文化の世界への輸出に連れて、漢方薬の世界市場も徐々に広がっていく。それにもかかわらず、残念なことに、ブランド化し、マーケットに売り出すことを試す人は少なかった。いくら慣例に従って伝統的な方法を用いていたとしても、革新に乏しく今のマーケットに適応するのが難しくなっている。筆者はこうした状況を考え、漢方薬をブランド化、ハイエンド化させ、今のマーケットに適応させ、「中国の国粹」と呼ばれた漢方薬を産業振興に生かしたい。

### 2. コンセプト

漢方薬の最大の特徴は、治療効果の面のみならず、生活習慣病や風邪などの予防の面でも役に立つことだ。中国で「未病先防」という言い方がある。「未病先防」とは、養生法により、病気にかかりにくい体質を作る「予防医学」という中医学独特の考え方から発想し、病気が発症する前に体質を見ながら対応していく、未然に防ぐという考え方である。従って、中国人は日常生活で漢方薬を飲むことによって、健康を守る習慣がある。更に、植物の茎や葉、果実が漢方薬の原材料として多用されているから、豊富なバラエティと心地よい余韻という特徴もある。これらの特徴をさらに活かし、「日常的に、漢方薬を飲むことによって、病気を予防する」と言う中国文化をアピールするため、スターバックスの経営理念を参考とし、いつでも楽しめる漢方薬飲料のブランドを世界中に出したい。

同仁堂は中国にある老舗漢方薬製薬企業だが、持続的に成長する上で今の消費市場に合わせるため、自社ブランドの活用・育成し、新しい製品の開発が必要であろう。ゆえに、この新しい漢方薬の飲料を同仁堂新シリーズの製品

として提案し、ロゴをリデザインした。

### 3. ネイミングとロゴデザイン(図1)

ブランド名は同仁堂(注1)である。ロゴはのデザインは同仁堂の「仁」と漢方薬の「薬」を組み合わせ、中国の書道のイメージでデザインした。

### 4. パッケージデザイン(図2)

パッケージのデザインは、伝統的な漢方薬のパッケージを参考とし、その上、さらに現代的なイメージで表現した。

### 5. 店舗デザイン(図3、4、5)

中国の伝統的建築流派である徽派建築(注2)のイメージを参考とし、店舗の外観をデザインした。

注1：同仁堂(どうじんどう、簡体字：同仁堂)は、中国の北京市にある漢方薬店。康熙8年(1669年)に創立された。中国を代表する漢方の専門店、中華老字号のひとつである。  
注2：秋の気配が訪れた安徽省の宏村景勝地では、中国の伝統的な建築流派の一つである徽派建築の建物の数々が朝日に照らされ、絵画に描かれているようなクラシカルで美しい姿を見せ、多くの観光客がその景色を鑑賞しようと同景勝地を訪れている。



図1-ロゴデザイン



図2-パッケージデザイン



図3-店舗デザイン

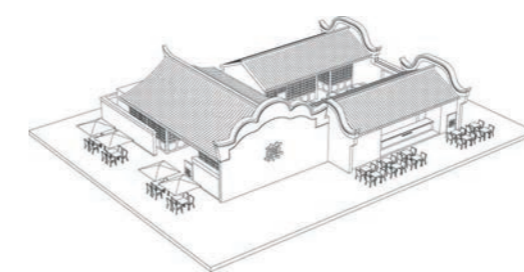


図4-店舗デザイン

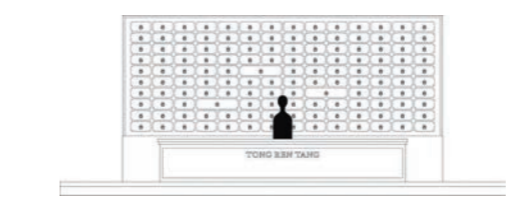


図5-店舗のカウンターデザイン



図6-ポスターデザイン



# 滝口 裕理佳

TAKIGUCHI, Yurika

## 自然に関するグラフィックの可能性

The Potential of Graphic Design Motif of Natural Objects

筆者は自然をモチーフにしてデザインを制作している。具体的には、どのようなアプローチで自然という現象を平面化し、グラフィックデザインとして落とし込むかについての研究である。自然は常に意味的な事柄を内包している。例えば雨一つとっても、降る時間帯や季節、場所によって細かく名前によって分類され、概念化される。そして驚くべきことにその多くに、「いつどこで降る雨か」以上のストーリーが付与されているのである。つまるところ、意味的な事柄が付与されているのだ。筆者は自然とその「背景」をモチーフにしたデザインを制作をすることについて、グラフィックデザインが常に双方向であるという点から考えて、非常に重要だと考える。そしてそれは新たな自然に関するグラフィック表現の可能性にも繋がるだろう。

グラフィックデザインは人間の最も身近にあるアートである。我々が手に取った本の表紙、食べ物のパッケージ、目に入る道端のポスター、これらはすべてグラフィックデザインである。これほどまで日頃目にするアートは他にない。近代に入ってからは、人間が生まれて一番最初に目にするアートはグラフィックデザインと言っても過言ではないだろう。

グラフィックデザインはその存在が、心身ともに人間の最も身近にあるアートであるがために、我々の利益と直結し、より訴求(appeal)に重きが置かれる。その時に重要視されるのは「メッセージを伝えること」であろう。

しかし、それと同時に重要なのが、デザインの目的はメッセージを相手に届かせることであって、ただ伝えることだけでは無いということである。伝えたいメッセージを送り、受け手がそれを受け取り、そのことによって相手に変化をもたらすことこそが重要だ。自分の目的を伝えるだけ伝えて去ってしまうデザインは一方通行で、ある種暴力的と言える。ただ発信するだけでなく、発信した後、それを受け取った人がどのように変化するか。この一連の情報の移動からの変化を、この論文では「双方向」と言う言葉で定義したい。筆者は、デザインとそれを受けとった人が「双方向」の関係であることがグラフィックデザインにおいて重要だと考える。

前述したが、私は自然とその背景をモチーフにしたデザ

インの制作に取り組んでいる。自然に関連する言葉を耳にした時、私たちに想起されるものは二つある。

まず一つは〈五感〉である。自然とは実際に私たちの身に起こる現象であり、実際に体験できるものである。雨であったり、風、雹など気候はもちろんのこと、花や草木、海、すべて手にとって触れたり、嗅いだり、口にしたりと体験できるのだ。そこには「冷たい」だったり、「暖かい」だったり、時には「塩辛い」のような五感による体験が生じる。

そして二つ目は〈感情〉である。例えば「梅若の涙雨」という言葉に込められた悲しみや慈しみ。「梅若の涙雨」という言葉を知っていれば、その言葉を聞いた時、そのストーリーから感情が想起されるだろう。

このような単語一つを切り取って、このように〈五感〉と〈感情〉の二つが想起される物は少ないだろう。例えば食べ物という括りで考えてみよう。「オムライス」という単語はどうだろうか。「オムライス」と言われて私たちに想起されるのはただの「オムライス」である。私たちのなかに思い浮かぶのは一般化された「オムライス」だけであり、そこに感情はないと言っても過言ではないだろう。自然という括りのように、意味的な事柄を内包する言葉があるものは少ない。このように、自然を表す言葉は、言葉のなかでも特殊なのである。

しかし自然の言葉を平面化することにおいてグラフィックデザインされるのは、例えば雨ならば、その雨の形にとどまらず、そこにある〈五感〉と〈感情〉にまで踏み入る。それは、自然には必ずその「背景」が存在するからだ。そこに背景の余地が存在するからこそ、受け取った人がそこから、心の中にある種の〈五感〉と〈感情〉が想起されるのである。

筆者はグラフィックデザインの表現を研究することにおいても、「双方向」のデザインをすることが大切だと考える。その時、その言葉の中に、「背景」が存在するからこそ、人に〈五感〉と〈感情〉にまで踏み込んで想起させるデザイン表現を必要とする自然のデザインを研究することは、他の言葉のデザインと明らかに異なり、それでいて重要な価値があるのである。なぜなら、「双方向」であるという、ただ

発信するだけでなく、発信した後それを受け取った人がどのように変化するかの流れは、〈五感〉と〈感情〉にまで踏み込んで想起させるデザイン表現を必要だと考えるからだ。

その中でも筆者が改めて考えるのは、言葉の重要性である。前回、言葉を持たないデザインをするにあたって、言葉を使用しないからと言って、言葉が無いわけでは無いことを改めて気付かされた。モチーフひとつひとつに言葉があり、それをおざなりにすることはできない。私が目指す、双方向のデザインにおいて、これは一つの指標となるのでは無いだろうか。そして、言葉には、文脈だったり、行間だったりを読むということがある。それらは、辞書を引いてみると、「文章に文字では書かれていない筆者の真意や意向を感じ取る」と記してある。

時々、「空気を読む」と言った様な文脈で使われる事もあるが、今回の場合はそれとはまた違ったものだと考える。その「行間」こそが文章でいうその部分に真意があるのではないだろうか。最初の章で述べたように、時代の変化とともに、「グラフィックデザイン」は、大きく鮮烈な、私たちのちよとした美化や理想まで写す「鏡」となった。それゆえグラフィックデザインは、我々の利益と直結し、より訴求力を求められるようになった。そして近年デザインの消費者への訴えかけは、ますます購買意欲上昇を目指してストレートになり、強くなっているだろう。デザインが購買意欲を高めるためどのように変化を遂げるのは、目的を考えると合理的変化である。このような時代だからこそ我々は、言葉の間にある行間というものが大切になってきているように考える。この行間こそが、筆者がこれまで伝えてきたその「背景」というもので、人に〈五感〉と〈感情〉を発生させるトリガーではないだろうか。そして、デザインが〈双方向〉であるためのカギではないだろうか。



01



02



03



04



05

「melt away」/ B1

# 沈 培慧

SHEN, Peihui

## 感情を想起させる風景のビジュアル表現

Visual Representation of Emotional Landscape

### まとめ

私たちの目の前に現れている風景は時々いろいろな感情を与えてくれる。さらに、たとえ同じ景色を見ても、人々によってそれぞれの感覚が違う場合はある。景色を眺めて、悲しさを感じられたり、喜びを感じられたり、あるいは退屈だと思ったり、激しいと思ったりして、いろいろな認知体験ができる。このような風景は人々の内側に時間、空間を問わず個人的な思い出を宿らせる。私はそれに非常に惹かれているのである。

本研究は感情を想起させる風景のビジュアル表現について、まずは歴史的風景画概論から論じて、東洋と西洋の風景観の発展を見出した。東洋の古からの自然信仰に対して、西洋絵画は人間中心から風景への新しい眼差しが発見されて、自然への感情移入の傾向が見られた。風景画家たち各自の風景の見方や表現方法もそれぞれに異なるが、個人的な経験や想像に限らず、各民族の時代意識や風土に根ざした風景のイメージはごく普通に生じるものである。また、知覚経験としての風景と感情の発生について論述して、感情を想起させる風景の表現とは、風景の再現というより風景のイメージ体験を表現することであると判明した。具体的には、絵画史上の象徴主義を取り上げて、象徴、寓意などの比喩表現が歴史上人類の抽象的な観念と感情を表現する不可欠の技法となったことを示した。さらに、文学や絵画における日本の風景観の中で代表的なイメージを例に挙げた。感情を想起させる風景のビジュアル表現において有効な要素とは具体的なイメージを喚起できる比喩表現であることを考えられる。そしてイラストレーションの性質を踏まえて、特に抒情性を醸し出す風景画家歌川広重と谷内六郎の作品を取り上げて、感情を想起させる風景のビジュアル表現を具体的に説明した。日本の古からの美意識を引き継ぎ、象徴としての四季風物を表現する歌川広重の風景に対して、谷内六郎の風景は共感覚を求めて、擬人化などの比喩表現を用いて、不思議な感性的世界を感じさせた。いずれにしても自然への模倣などの直接表現ではなく、風景のある側面から喚起できる具体的なイメージで、見る側の作品への解釈が広がっていく。イラストレーションにおける象徴などの修

辞表現を用いることで、風景のビジュアル表現がより豊かで深みのあるものになって、見る側へ感情を喚起することも可能になると考えられる。

我々は生まれてから様々な風景に囲まれて生活を送っている。知覚経験としての風景は我々の日々生活の記憶の一部になって、場合により、複雑な感情や情緒を起こすこともありうる。本研究の感情を想起させる風景のビジュアル表現において、重要なのはその風景と見る側の間に生まれる共感である。たとえ人それぞれの生活の中の風景であっても、感情を想起させることもできる。それは前述のように、見る側の風景への感情移入のために、象徴などの修辞表現は有効的手段である。直接的な表現ではなく、個人的な経験や想像あるいは各民族の時代意識や風土に根ざした風景のイメージに置き換えることで、見る側に絵の意味を一先ず考えさせる。作品への解釈が広がっていく間に見る側が自分なりに感情の喚起することが可能になる。直接表現より、象徴などの修辞表現を用いて、図像に味わいや深い意味を与えることが各時代の芸術作品に見られる。風景を眺めているうちに生まれた感情は単なる個人的な経験と記憶と結びつける結果ではなく、時代性と民族性の影響を受けた、生きていく上で複雑な知覚体験である。その言葉で表現し難い感情体験を人々に伝え、感情を喚起することこそがビジュアルコミュニケーションの役割である。



クリスマス / 1030 × 728 mm / Poster



年末セール / 1030 × 728 mm / Poster



Rain wave / 1030 × 728 mm / Poster



夕焼け小焼け / 1030 × 728 mm / Poster

## 杜美齡

DU, Meiling

### 不思議をモチーフとしたイラストレーション

Illustration about Mysterious Things

私は以前から不思議な物事に興味を持ち、大学でも子供の絵本におけるイラストレーションを描いた。学生時代ヨーロッパに旅行した時、中世紀の建物の天井や壁、写本を飾ったグロテスクという模様に衝撃を受けた。模様の中にたくさん不思議な生物や植物が描かれている。自然に存在している動物、植物や人間を自由に組み合わせることは観客に対して精神的な衝撃を与えられるように感じた。昔から色々な手法で現実と精神的、幻想的な要素を繋げて夢の雰囲気を描いたアーティストが多にいる。それらのアーティスト達からインスピレーションを受け、その現実と幻想的な世界の融合、そしてその不思議とおかしさを表現するため、私は不思議をモチーフとしたイラストレーションを作ることになった。作品によって馴染みのある物事がもともと存在しない場所に存在しているというような違和感のある現実の裂け目を表現する。

「不思議」をほかの言葉に言い換えると、「奇妙」、「怪奇」、「奇怪」、「怪異」の意味に似ている。「奇妙」、「怪奇」、「奇怪」の中の「奇」という文字は、「普通とは違っている」、そして「珍しい」という意味が含まれている。「珍しい」というと、貴重な感じがある。「奇」と言えば、何か積極的な表現である。「不思議」は「普通とは違っている」と言えるが、「奇」のような積極的な意味はない。「怪奇」、「奇怪」、そして「怪異」の中の「怪」は「怪しい」、「ものけ」の意味がある。「怪」というと、やはり「妖怪」とか、「怪物」など少し怖いものを思い出した。それは「不思議」の中のものでない要素である。私にとっては、作品中現実でありえないことを、日常生活の中で馴染みのあることと衝突させて、解け合わせさせた時、そのことからの違和感と不合理から不思議が感じられた。現実からそれと同時に、現実と繋がっている。現実と幻想の隙間から、不思議が生み出されている。このような不思議な作品を見る時は、現実やストレスから逃げるような、自由な気持ちになる。

不思議をモチーフとした作品というのは、非現実な雰囲気を描きながら、別な視点から、ユーモアと荒唐無稽を表現した作品である。こういった作品は現実と似ていても、違和感のあるものである。自然の中でもともと存在している物

事を人為的に処理してお互いに再構成し、そして現実とまぼろしの夢をイラストレーションを通して表現する。ヒエロニムス・ボス、ハンス・ベルメールとサルバドール・ダリなどのアーティストたちの作品は、現実とまぼろしを重ね合わせ、美しさと醜さ・残酷な要素を対立させることにより、その現実と微妙に似ているが、異なるという違和感が不思議に鑑賞する人に恐ろしさを感じさせた。彼らのようなアーティストたちが現実で存在していない、幻想的な事物を描く時はどのようなことを考え、何を表現したいのかについて考える。

本研究の目的は、21世紀以前の違う時代に不思議なことを描いた作品とアーティストを分析するうえで、その作品の中で使われた不思議の要素を分類する。それに基づいて、どうしてそのような作品が人に不思議を感じさせるか、及びどのような要素が人に不思議と思われるのかについて考察する。そして、今の時代が昔より変化したところを検討し、昔の不思議なことを描く作品の分析を踏まえつつ、時代につれて新しい不思議な要素を補完する。

論文の構成は、第一章で「不思議」の定義について検討する。そして第二章はシュルレアリスムにおける不思議の表現と再構成による不思議の表現について分析する。主にシュルレアリスムのアーティストであるジョルジョ・デ・キリコ、ハンス・ベルメールとサルバドール・ダリの空間、人体とデペイズマンの手法による不思議の表現手法について述べる。第三章はヒエロニムス・ボスの作品「快樂の園」及びイタリアのアーティスト、ルイジ・セラフィーニの本「コデックス・セラフィニアヌス」中で使われた不思議の要素と表現に対して検討する。第四章は不思議の表現の研究に基づいて、自分が制作した作品を説明する。最後の第五章は前章の内容をまとめ、現代イラストレーション中の不思議をはじめ、時代の影響を受け、「不思議」の要素がどう変わったかについて考察する。



盆栽 / 420 × 297 mm



白昼夢 / 420 × 297 mm



生け花 / 420 × 297 mm



きのこ / 420 × 297 mm

# 萑澤 実月

NIRASAWA, Mizuki

## 妖怪を通して観る日本人の自然信仰のかたち

The Shape of Japanese Nature Worship Through Yokai

### 研究概要

本研究は、自然信仰が色濃く存在していた時代の日本における、妖怪と自然、あるいは妖怪と人間の関係性を通して、自然と人間の繋がりを考える研究である。

自然信仰は、古来より日本人に根付く考え方であり、「森羅万象あらゆるものに靈魂が宿る」という独特の理念は、やがて妖怪を生み出した。この理念をもとに見ると、妖怪は大きく3種類に分類することが出来る。一つ目は、木火土金水あるいはそこに潜む生物が魂を持った「自然」。二つ目は、人間によって作られた器物あるいは衣服が魂を持った「器物」。三つ目は、西洋絵画で言うアレゴリーのような心あるいは概念が魂を持った「人心」である。本研究では、この3つの観点から妖怪を観察することで、かつての日本人の、自然との付き合い方・器物に込めた思い・人心の捉え方を理解し、社会の発展に伴って失われつつある自然信仰のかたちを探った。

なお、本研究は茨城を対象としている。理由としては、出身地として親しみがある点、靈験あらたかな自然が豊富に存在する点、河童・天狗といった全国的なものから、わいら・姑獲鳥といった局所的なものまで、多岐にわたった妖怪が見られる点などが挙げられる。県それだけを見ても、外部との関係性を見ても、茨城の民俗は興味深い。民間伝承だけでなく、文化や土壌の視点からも妖怪を追究することで、茨城の自然信仰のかたちや、人々の生活と妖怪との結びつきを研究した。

### 研究背景

かつての日本人は、自然信仰の考えから、あらゆるものを大切にしていた。それが今や、大量生産・大量消費が当たり前となり、自然・物・想い、様々なものが蔑ろになりつつある。自然信仰から生まれた妖怪に関しても、科学的側面から正体を暴こうとする動きが見られるようになった。しかし、伝承において重要なのは、怪現象の原理ではなく、その奥にある自然信仰の考えであったはずだ。この傾向を考えたとき、今後このような状況が続けば、将来的には、至極合理的で偏った目でしか物を見られなくなってしまうの

ではないかという問題意識が生まれた。

本研究は、多くの現代人が関心を失ってしまった、限りある資源やその恩恵の重みに気付くことに繋がると考える。環境保全に対する意識が強まり、循環型社会が目指されている今、自然信仰を根底に持つ妖怪を見直すことで、自然に対する人々の姿勢を改めたいと考え、その発信手段として、妖怪画の制作を行った。

### 制作作品

不可思議な存在については、「神=善・妖怪=悪」というイメージが一般的だが、実際のところ、両者に大きな違いはない。神が災いをもたらすこともあれば、妖怪が恵みをもたらすこともある。日本の神は、「荒魂・和魂」と云って、凶暴な魂と温厚な魂の2つの側面を持っているし、妖怪の中には、神と名の付く者も居る。そしてこの二面性は、彼らの根源である自然についても言えることだ。

筆者は、本研究を通して、妖怪の二面性や自然との強い結びつきを知った。また、そんな妖怪たちの痕跡が、自らが生まれ育った地域でも、風景や習俗の中に色濃く残っていることを発見し、彼らが人間の生活に密接に関わり合ってきた事実を体感した。単なる“摩訶不思議なモチーフ”に留まらない、自然の恐ろしさと穏やかさを内に秘めたその姿は、非常に魅力的なものに感じられた。

しかし、こうした過去と現在を繋ぐ風景や習俗は、無意識的に残されているがゆえに、存続が難しくなるだけでなく、学術的研究に際しても見落とされてしまう可能性を持つ。特に、民話や伝承といった類は、本来口頭で受け継がれていたものであり、こと限られた集落などでのみ語られていた話は、形として残され難い。

本研究において制作した妖怪画は、“目に見えないものを伝える”というイラストレーションの役割によって、失われかけた自然信仰のかたちを蘇らせるとともに、その魅力を伝え、これからの時代へと残していくことを目的としている。そしてまた、この過去と現在、そして未来を繋ぐ表現行為は、グラフィックデザイン分野においても、新たな情報伝達の手法を示していると言えるだろう。



「源太郎稲荷の源太郎狐」



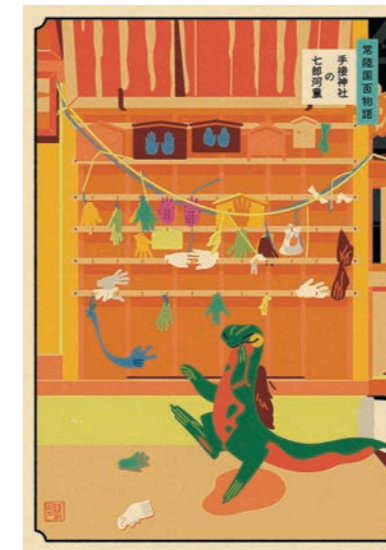
「甚二郎稲荷の甚二郎狐」



「笠間稲荷の紋三郎狐」



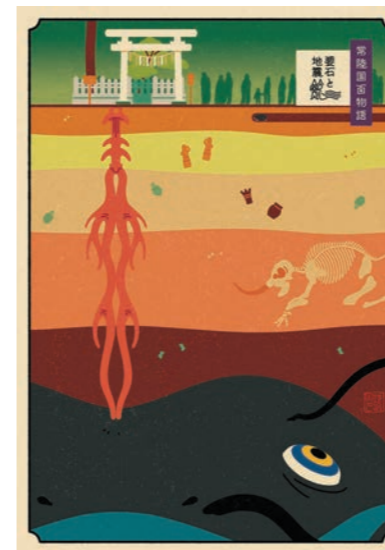
「四郎介稲荷の四郎介狐」



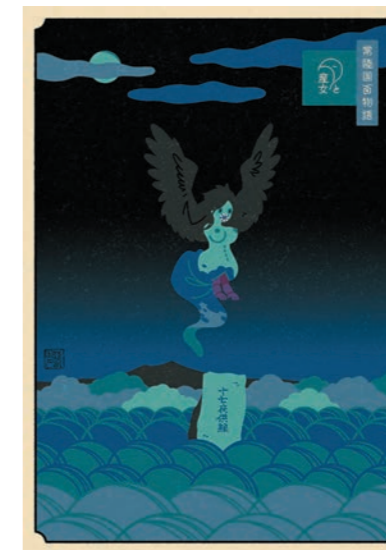
「手接神社の七郎河童」



「霞ヶ浦の雌鐘」



「要石と地震鯨」



「月と産女」



「壹影神社の金色姫」

# 林 祐子

HAYASHI, Yuko

## 青が表す日本の精神性とグラフィックデザイン

Japanese Blue Spirits and Graphic Design

日本の精神性を色で表すと、青であると言えるのでないだろうか。江戸時代、浮世絵や藍染の発達により生活を彩った青色は、現在でも「ジャパン・ブルー」と呼ばれ日本人の精神に受け継がれている。オリンピックやワールドカップのユニフォームに、国旗の色には無い青色がよく用いられているのがその良い例である。国を代表しての勝負の場面、その時に身に纏う青こそ日本の精神を表している色だと言えよう。

私は自身の研究で、日本の象徴としての青を用いて表現を深めることで日本の文化を見つめ直し、日本の新しいグラフィックデザイン表現を探ることを目的としている。

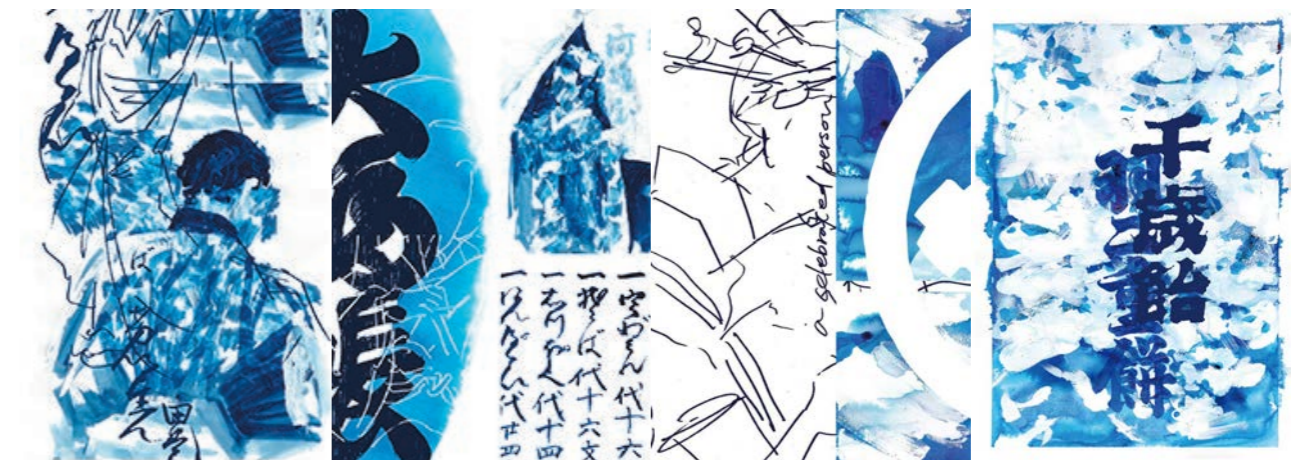
江戸時代に醸成され、印象派の画家に大きな衝撃を与えた「ジャポニズム」は、今形を変えて再来していると言って良い。しかしその一方で、実際社会の仕組みや生活の様式の中に根付いた「日本独自の文化」というものは薄れつつあるのではないだろうか。他文化を取り入れる日本の柔軟性は素晴らしいものであるが、どこまで取り入れて良いのか、

或いは融合させるのか、その線引きを見極めなければ生活に根付いた日本の習慣が薄れてしまうのは事実である。

本研究では今昔の日本文化を土台に、日本特有の青を表現の手段として用いることで新しいグラフィック表現を探る。これは浮世絵にも通ずるもので、当時のジャポニズムの中心であるそれもまた、日本の風俗をテーマに、いわば青を表現手段として用いたグラフィックデザイン表現であると言える。江戸時代、初めて量産化という側面を手に入れた浮世絵は、アニメや漫画を生み出した日本のグラフィックデザインのルーツであり、そのグラフィックデザインが現代の日本文化を作ってきた。しかし、現代社会におけるグラフィックデザインは複製技術の加速度的進展と引き換えに商業との結びつきが強まり、消費的な側面ばかりが目立ってしまうように思える。ジャポニズムを産んだ浮世絵と同じ表現要素を研究することで、グラフィックデザインの文化的側面に注目し、希薄になりつつある日本独自の精神性や文化を再認識することが狙いである。



藍摺絵  
ミクストメディア / 2020



書物(一部抜粋)  
インクジェットプリント / 2018

## 苗濃

MIAO, Nong

### 果実を描いたイラストレーションがもたらす可能性

Symbolic Expression of Fruits in Illustration

#### 研究要約

果実は、その生命力、実りの豊かさ、四季を巡る中での強い再生力が人々に印象的なイメージを与えてきた。昔から、人間は感情、思考などの無形のことを表現しようとしてきた。それは、芸術として、象徴物と隠喩による方法で実現された。歴史の中で果実の絵画に焦点を当てていく。古今東西を問わず、果実はしばしば象徴的な役割を負ってきた。本研究の目的は、果実のそのような可能性を掘り下げ、歴史の中に果実を描いた絵の変遷を検討することで、果実の視覚表現のメタファーとしての機能を明らかにする。

そもそも学部卒業制作時に、人間の意力を反映するために、私はココナッツ果実の種子散布過程をコンセプトで使用した。海を越え長い旅の果て、新しい海岸で再び行われるその果実の新生過程に、人間のライフサイクルを当てはめることができると考えた。この制作をきっかけに、来日した現在では、前の研究を基礎として、果実のシンボルについて引き続き研究を行った。

本論では、いかにして果実のメタファーを分析することができるのか、様々な芸術創作における果実の表現から考察してきた。果実がもたらす可能性に注目しながら、芸術家たちが果実を使う意図や読み取れるメッセージを調査し、果実がシンボルとして存在する理由をより明らかにしようと試みた。

美術史から見ると、果実は絵画の中に最初に登場し、それを引き立たせることで主題を表現する。その実の新鮮さや種類の豊かさは、当時の社会経済状況を大きく反映している。また、神話の世界や宗教画では、果実に人間の意識が与えられ、多くの芸術家は果実のメタファーを用いて創作を行っている。果実の象徴も、地域や時代によって変わる。同じ時期に、地域によって、同じ果実がアジアとヨーロッパで別の役割を果たしている可能性がある。社会の発展や注目されたことにより、果実に新たな意味を持たせる。

果実そのものが持つ生命力も芸術家が好む素材だ。果実は果物だけでなく、種でもある。再び芽を出す使命を背負っている。果実の生長習性も多種多様であり、視覚表現も極めて豊富である。以上のように、果実の視覚表現のメ

タファーとしての機能を見出すことができた。これからの作品制作における理論的な支えにしたいと考えている。

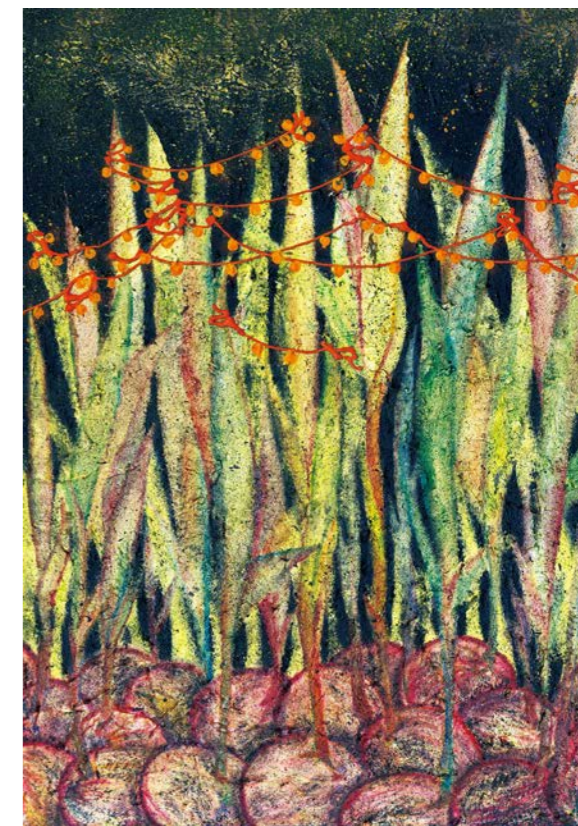
#### 「ココナッツ・新生」作品シリーズ創作について

果実にメタファーの素材を求めながら、自分の人生経験を重ね合わせ、象徴的な意味を作品に託したい。絵の中で果実の機能が描かれた作品が、人間性をどのように訴えるのか。人類を象徴する言葉として、果実を使い、人間の世界的精神的感情も果実の特性を生かして表現することを試みた。

「ココナッツ・新生」というテーマに注目して創作を行った。ココナッツ自体というより、ココナッツを果実のシンボルとして表現した。それは、成熟した果実が種として再び新たな命を生み、生命の連鎖を担うことである。野生の果実は、人間に食べられることなく、自分の成長サイクルに従う。そしてそれは、地理的環境と気候に影響を受ける。そうして果実はそれ自体で進化し、より多くの再生を行ってきた。人間にも、新しい人生が始まり、それ自体は「希望」と言われる。新生は人類の進歩を象徴している。時代は進み続け、社会は発展する。私たちの思考は何度も繰り返されている。人生は短く、人々の心は常に変化している。変化を追求することは、究極の超越であり、思考の変容は新しい人生を歩むことである。



競  
油絵、アクリル、木製パネル / 1030 × 728 mm



灯  
油絵、アクリル、木製パネル / 1030 × 728 mm



紋1  
油絵、アクリル、木製パネル / 1030 × 728 mm



紋4  
油絵、アクリル、木製パネル / 1030 × 728 mm

# 龐 昊宇

PANG, Haoyu

## 和文タイプフェイスにおける手書き文字の造形表現について

書体設計方法の提案と実践

A Study of Hand-written Letters and Japanese Typeface  
Proposals for Japanese Typeface Design

本研究は、和文タイプフェイスにおける手書き文字の造形表現に注目し、それをめぐる文化史の考察を通じて、和文タイプフェイスにおける手書き文字の造形表現の源流と時代的な展開を明らかにした。さらにそれを踏まえて独自の研究と試作を展開し、今後を展望した。

近年、デジタルフォントが迎えている新しい展開に伴って、手書き文字の造形表現が注目を集めている。明朝体やゴシック体などの基本書体と比べて、手書き風の書体はまだまだ少ない。また、手書き風の表現において、毛筆を主役とする場合が多い。たしかに書体は豊かになっているが、表現力と機能性をよく併せ持つ書体は多くない。本研究では特に手書き文字の造形表現に着目し、書体デザインにおける手書き文字の表現性を探索した。手書き文字の造形表現を求めると同時に、書体としての機能性と手書き文字の造形表現の間にバランスを取ろうとした。その上で新たなコンセプトに基づいた具体的な書体設計方法を提案し、実践を通して、機能性と表現力を併せ持つ書体を生み出した。自分のアイデンティティーに基づいた新書体の提案には二つがある。

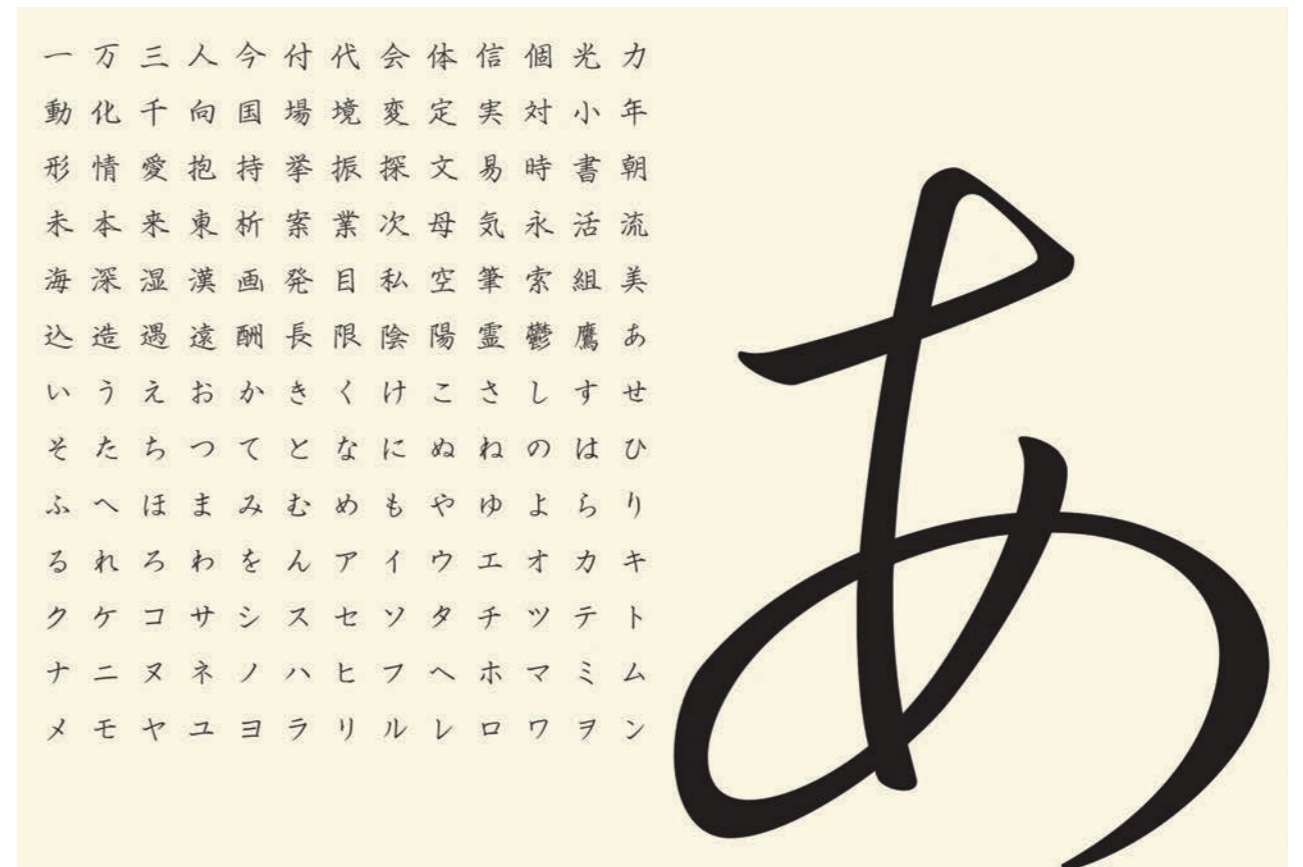
一つは個人の筆跡の活字書体化である。一年の時、私は万年筆で書いた文字は他の筆記具にはない絶妙な美しさがあることに気づき、手書き文字をフォントにするという考えを生み出した。そこで、私は手書き文字にある「個性」と「癖」をタイプフェイスデザインに取り入れて、ペン文字風の書体の試作を行い、書体の設計方法について検討した。この書体の骨格は、手書き文字をもとに作られるが、手書きの特殊性のため、出来上がった骨格には統一的な要素を持っていない。私はこの問題を解決するために、「平均化」という方法を生み出した。それは複数の原字を重ねることによって、重ねた部分の中間を骨格にする方法である。その方法を入れる書体設計方法の通り、書体が完成した。

もう一つは和文楷書体の試作である。二年の時、書体の表現力を豊かにするために、新しい可能性を探索した。書道を練習している私は、日本平安時代と中国唐時代の書跡

に惹かれていた。そこで、古筆の古典的な美しさと個人の手書きの味を合わせ持たせるフォントを作るという発想が生まれた。既存の楷書体の考察を通して、組版のイメージが漢字とかなの混合によってできていること。かなの様式が漢字によって定められていることを確認したのです。ここから、版面のバリエーションを豊かにするため、漢字とかなを別々にデザインすることを試みることにした。制作の途上で、あかつき楷書体のデザインのために、様式見本という考え方を案出した。これは書跡から採取できる漢字の数が限られて、制作したい文字すべてを抽出することが難しいためである。そこで文字のスタイルの基準とする様式見本を用意し、それに基づいて漢字とカタカナを拡張していく方法を生み出した。

明朝体の出現から今まで、どんな時代でもそれを改良する方法と技術が発達してきた。そしてますます主流的な印刷書体として定着した。時代的古筆文字や写本などの傑作を現代に生かすことが今後のタイポグラフィには必要であり、それは国家の文化の再生につながる。歴史的な事物や文化を現在のデザインの環境にどう生かすかを問題点としたい。タイポグラフィにおいて歴史的な再生のためには、どのような方法が適切なのか考察し、実践することが、これからの研究課題のひとつである。

タイポグラフィは、文字の出現から、文字によるグラフィック表現まで、コミュニケーションの歴史に密接に関係している。タイポグラフィはつまり文字表現であり、その時代の文化が現れるものである。今後、歴史的な考察を展開し、デザインまた美学的な視点からタイポグラフィを研究していきたい。自分の方法論とタイポグラフィの美学を結び、明らかにしたい。



「あさかぜ書体」の見本 / Sample of 「ASAKAZE Font」



「あかつき楷書体」の見本 / Sample of 「AKATUKI Font」

# 堀口 海太

HORIGUCHI, Kaita

## キャラクターについて

About Characters

### 研究概要

本研究でキャラクターの世界観をとりあげる理由は、自身がキャラクターを制作している時に、キャラクターが様々な機能や可能性を持つものではないかと思い興味を持ったことからである。また、自分の制作の中で何かが足りないと感じ、その原因としてキャラクターの世界観というものが適切に表現できていないからではないかと考えたからである。

研究目的はキャラクターとはどのようなものなのかを踏まえ、キャラクター及びキャラクターの世界観のどの要素が人々の共感を呼び、社会にどのような影響をもたらしているのかを、キャラクターコンテンツの制作過程を調べることで明らかにする。また、キャラクターがより人々に受け入れられる方法を解明したい。

キャラクターを扱う上で重要なのは、キャラクターの機能を果たすことである。またキャラクターがより受け入れられるためには、キャラクターの機能を果たすこと、新鮮あるいは予想外なものであること、価値を感じてもらおうことの三つの要素が必要であると考えた。またキャラクターがより受け入れられるためには、受け手との間に、その過程を経るための一定の時間が必要であることがわかった。

今後の研究では、引き続きキャラクターについて、自身の考えが正しいのか検証するとともに、より良いキャラクターを制作するために、良いキャラクターのデザインや表現を研究していきたい。

### 作品概要

この作品は現実のモチーフを調査することでキャラクターの世界観を表現するのに必要なものが何かかわかると思い制作した。幾度かの散策の中で小さな生物の視点で見ると普段の風景と異なった印象を受けた。視点がかわることで面白く見え、例え身近な自然でも魅力的に見えた。また、小さなキャラクターを登場させることによって、その魅力を表現できるのではないかと思いこのアイデアで制作することにした。場所は、八王子の穴や影、隙間があると、または何かがいそうな場所、地形や木など表情が魅

力的な場所を選んだ。登場するキャラクターは、役割を意識して描き、見た人を笑わせられるシーンを描くことを意識して制作した。

### 作品について

#### Small world 一歩

「Small world」シリーズ。小さな生物の視点から世界の魅力を表現しようとした作品。2件の住宅の間にある水路の様子を描いた。倒れた花壇の柵が水路に落ち、橋の様になっているのが、魅力的に思い描いた。キャラクターは、この世界を楽しんでいるという雰囲気を感じられる様に意識して描いた。

#### Small world 紅葉

「Small world」シリーズ。道路に落ちていた紅葉の反っている形が魅力的に思い描いた。キャラクターのやりとりを感じられる様に意識して描いた。

#### Small world 意気投合

「Small world」シリーズ。熊笹が刈り取られ、見える様になった、根が魅力的に思い描いた。キャラクターは役割や趣味を持たせたいと思い、芸術関係が得意という設定を加えた。そこから連想される場面をイメージして描いた。

#### Small world はぐれた先で

「Small world」シリーズ。壊れたカラーコーンによって出来た空間が魅力的だと思い描いた。キャラクターは面倒見が良い性格がわかるようにしたいと思い、それがわかるような場面を描いた。



Small world 一歩



Small world 意気投合



Small world 紅葉



Small world はぐれた先で



# 馬亦明

MA, Yiming

## 写真を用い、J-POPのセンチメンタルな世界観を視覚表現する

Visualize the Sentimental World View of J-POP with Photos



「RINGO」

### 研究概要

世界各国のポップスミュージックを聴いているうち、J-POPが他の国々の流行歌と異なり、特有のセンチメンタルな雰囲気があると感じた。もちろん諸外国の流行歌にも感傷な歌があり、J-POPにもアクティビティな曲がたくさん存在するが、「センチメンタル」という感情表現において、J-POPの作品数の多さと芸術性の高さが筆者に深い印象を与えた。このような音楽を聞くことで得られた感動が美しい写真を観る時の感動ととても類似性があることから、視覚と聴覚の間の共感覚に目についた。写真を通じてJ-POPの雰囲気あるいは感動といった世界観を視覚に伝えることができないか。その発想がこの制作のきっかけである。

### 作品概要

椎名林檎、彼女の音楽が西洋音楽に古謡、演歌、歌謡曲など数多くの日本音楽の要素を取り入れ、まさにJ-POPの縮図のような歌手である。そして「数作品がミリオンセラーを達成する」や「東京2020 開会式・閉会式 4式典総合プランニングチーム8人の一人」など、それらが彼女が日本の音楽、J-POPにおける揺るがない地位の証とも言えるだろう。

J-POPの代表的な人物である椎名林檎に絞り、筆者が感じる彼女の最もセンチメンタルな歌を6曲とり上げ、その世界観を視覚表現する。歌を聴きながら視覚に楽しめる機能性のことを想定して「歌詞の本」と「レコード」を合わせてレコードボックス「RINGO」を制作した。



「RINGO」一部



「RINGO」一部

# 俞 思懿

YU, Siyi

## 多様な素材のコラージュ手法によるビジュアル表現の研究

目をメイングラフィックとして、愉快と不愉快な擬音語を表現する  
Study of Visual Expression by Collage with Mixed Materials

### 研究背景

私は多様なオブジェクトの構成によって生まれるビジュアル、いわゆるコラージュに強い興味がある。コラージュはポストモダニズムに関する方法論用語であり、よりカジュアルな表現であり、意味がなくてもいい。コラージュの素材にはほとんど制限がない。他人が理解できないものにもなりうるコラージュ作品は装飾に適しているかもしれない。近年のファッションブランド業界ではコラージュを使用したポスターとカタログが増えている。コラージュで広告を昇華させることは、シンプルかつ効果的な方法として評価されている。

### 研究目的

本研究の大きな目的はグラフィックコンテンツ、質感、色などが異なる組み合わせで、順序の視覚化に反して、断片化、混沌化をビジョン研究する。つまり、私は「コラージュで超現実の架空世界」というテーマを表現したい。デザインが私たちの感性や思考にかかわっているという認識と深く結び感性結果であり、その中に私の重要な順序は感性>思考>認識である。生活環境の変化を促し、現代デザインは規格化傾向がある。逆に、コラージュは元オブジェクトを破壊する方法であり、この手法はユニークな人々が追求していると思う。コラージュアートは高い自由度表現として、グラフィックデザインに新しい考え方を取り入れる。私のコラージュは、元オブジェクトの形や気分を切り取りだけでなく、視覚的なインパクトを深めるために図と色をマッチングしたものである。元素材の最大特徴を維持しながらも、自分性格を調和させ、特に自分の独自性、その独特な美意識に態かれて、そのバランスを考える。そして衝撃的な作品を作るために、より深い、より多くの可能性を検討する。より可能性を探り、新しいデザインの先例を作成する。抽象的なコラージュデザインで、ユニークな視覚効果が生まる。

### コラージュ作品のテーマ

具体的な物語を選択して、視覚的な体験を提供する一方で、関連コンテンツのため理解しやすいように、最も簡単なものとしてテーマを『目』に決めた。

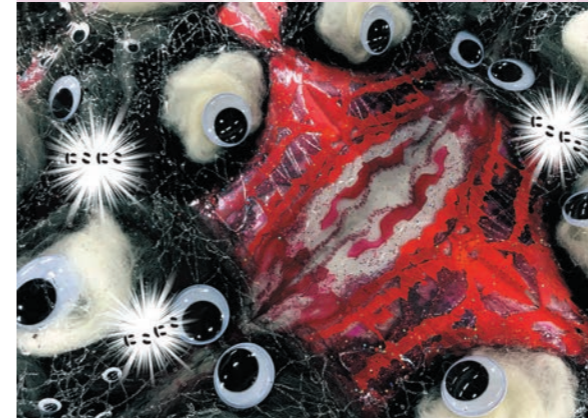
人の目の中に色々な「言葉」があるので、そこから他人に好印象と悪い印象を持たせることができる。現実生活中に、本当の気持ちは言葉と裏腹な場合が多くて、言葉が無い時、目の表現は本当の感情を隠すことはできないと考える。『目は嘘ではない』この言葉を向けて、コラージュでコミュニケーションの方法を探すように制作を続ける。

非言語的行動の中での基本感情を最も明瞭に判別できるのは「愉快」と「不愉快」2種類を分ける。

日本語は特にオノマトペが豊富な言語である。英語のオノマトペは約3,000語だが、日本語には約12,000語あるといわれている。その理由として、日本語は英語に比べて状態を表す動詞の数が少ないからだ。オノマトペは感性経験の直接的表現だとされている。そのため、事物の現象、動作や状態といった非言語的行動を簡潔に表現するのに適したものと考えられる。自分の作品に生かしていければ良いと考える。

### 結論

「美しさ」とは何でしょうか？  
私はそのような美を破壊して、または狂ったような特別な道を選び、自分らしい美の道を歩みたい。コラージュはその具体的方法である。私の作品は試行錯誤を通じて、純粋な芸術とデザインのバランスを見つけて、絵の構図に自分の象徴性を形作る。デザインは個人的な美を普及したものと思う。インターネット時代の影響から、コンピューターでコラージュは簡単になるかもしれない。しかし、コラージュの本質は表現に限らない。コラージュの楽しさと魅力は創作過程に修正が難しい。その不確実性と再現性を「勇気デザイン」と呼びたい。将来の設計で「勇気」は「効率」よりも重要になると考えている。この修士段階を終えて、デザイン仕事の始まる。実験的な精神は革新を目指す。私は「正しい設計」と違い言葉に反対したい。この段階で最も重要なのは「勇敢な設計」である。遠い未来のため、今後の挑戦として、自分の大好きな新しいコラージュを作り続けたい。コラージュは単なる技術的手法ではない、この芸術形式は新しい芸術的言語、新しい芸術的視覚的指向、および新しい芸術的創造的思考である。



『愉快のオノマトペ』  
565 × 800 mm 48 pages



『不愉快のオノマトペ』  
565 × 800 mm 48 pages

# 楊佳琪

YANG, Jiaqi

## 玩具としての用途の人形をモチーフとしたイラストレーション表現

Illustration Expressions of Dolls as Toy

### はじめに

玩具の本質は、楽しみと空想性と模倣性を組み合わせたものだと考えている。玩具の歴史を創ってきたものは、子供の成長の需要、経済社会の発展、歴史家の研究、そして玩具収集家の存在である。私はこの全ての根源は子供時代を懐かしむ気持ちと考えている。

イラストレーションはメディアに展開するためにデザインした絵と考えている。イラストレーションは人間の視覚言語として、絵で表現してメッセージを多くの人々に発信し、理解と共感を呼ぶコミュニケーション機能が求められる。これに基づいて、自作の独自性を研究し、作品を制作する。

人形を主要なモチーフにするにあたって、研究した作家はハンス・ベルメールだ。彼の作品から、人形とその展開する世界には無限の可能性があると感じた。その展開から人間にとって人形がもつ意義を探したい。人形を作品の主要なモチーフとして、自分の言えない事を託してメッセージを表現したいと考えている。

### 制作の目的

人形には多くの種類があり、主に玩具とする用途で、その他に観賞用、祭礼用、教育・訓練用、装飾用、美術工芸品というように幾つもの用途が分かれる。子どもに限らず、大人にも幅広く親しまれている大衆性と、地域文化によって美意識の違いが見られる特殊性との両方を兼ね備えている。私は人形を「かわいい」と思う人が多いが、「怖い」と思う人もいるという印象を持っている。人形自身は話をする事も、活動をする事もできないが、人形を持っている人が人形を自分の理想的な身なりに整えることができる。だから、ある意味人形は自分の鏡のように精神的なものである。

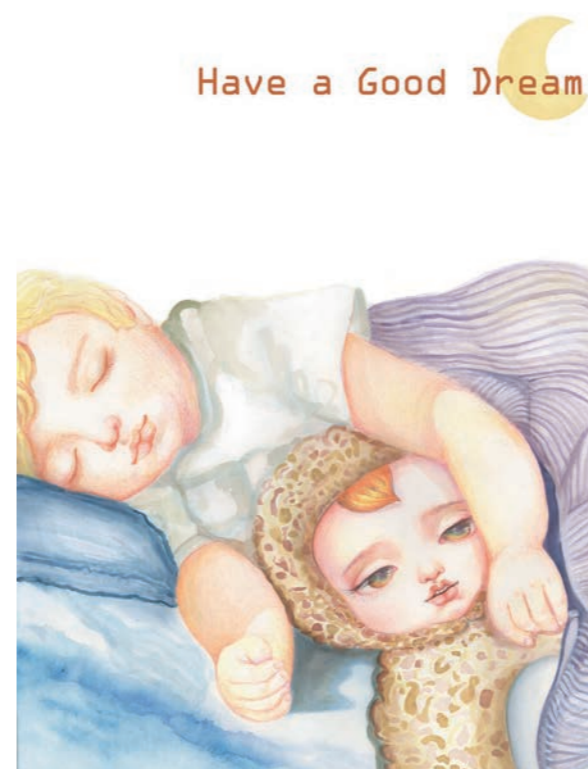
本研究では、玩具としての人形に絞って、人間にとって人形を有する意義とは何なのかに関して研究し、玩具人形の歴史と役割を明らかにした。それらを踏まえて時代や地域を異にする様々な人形文化の諸相を見ると共に、イラストレーションを通して表現したい。

### まとめ

「果たして子供の教育に良いのだろうか」「どのようなおもちゃや遊びが今後の成長に最適なのか」「何歳くらいから本格的に教育につながる遊びを教えたらいいのか」と悩む両親が多い現代社会では、玩具にとっても重要な役割がある。赤ちゃんから成長していく過程、五感を使う・使わないということは、脳の活性化や後々の成長にも深く関わってくる。子供とおもちゃと遊びの過程に「見る」「聞く」「嗅ぐ」「味わう」「触る」ことを積極的に子供に経験させることが大切である。

私は自分の経験に基づいて、子供と人形をめぐるシリーズ作品を制作した。玩具としての用途の人形は子供の不安解消材、子供の頃の憧れ、豊かな生活表現、子供の頃の思い出、祝日のお祝い、そして、子供に喜びや楽しみを与える。

また、現実を感じとったことをそのまま描写するだけでなく、自分の中で独自の人形表現を持つように研究し、現実とかけ離れた空想を加える可能性にチャレンジした。作品では、玩具人形について、それぞれのストーリーを表現した。



いい夢を見る  
1030 × 728 mm



お祭り  
1030 × 728 mm



絡繰りのピノッキオ  
1030 × 728 mm



Happy Halloween  
1030 × 728 mm

# 盧嘉慧

LU, Jiahui

## 「心の拠り所」における共感があるグラフィックデザイン

Graphic Design with Empathy in the "Home of Soul"

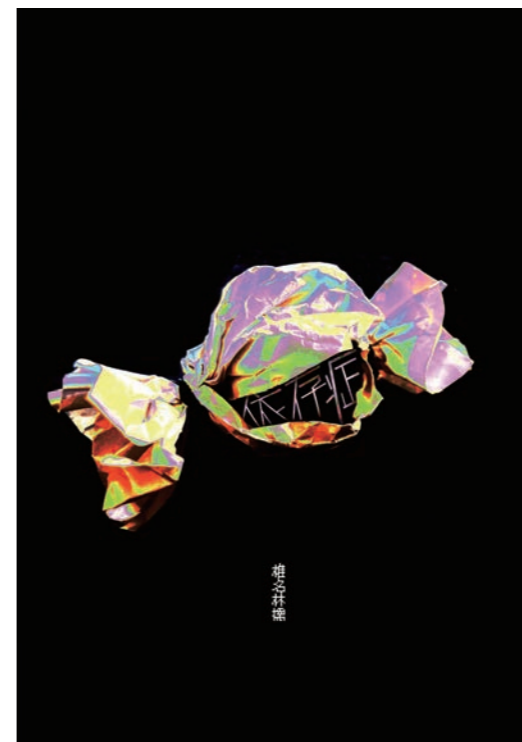
本研究ではグラフィックデザインを通じて、「モノ」の中で人間の内面感情を表現したい。ストレスが大きい時に、人間は主観的に「モノ」の上で自分の感情の拠り所を探す。いわゆる「心の拠り所」である。私たちがよく接触する心の拠り所から始めて、人間の内面感情を観察して行く。現代社会において、多く人間は感情を抑えるという方法を通じて、「結果」を求めている。ここでいう「結果」は、必ずしも具体的な目的だけではなく、ある程度日常のバランスであってもよい。成績、人間関係、仕事の効率、他人からの承認などについての生活のバランスである。例えば、いい大学に入るために毎日徹夜で勉強するとか、生活のために嫌な人と一緒に仕事をするとか、自分の気持ちと欲望を抑えて生きている。それは、すべて日常の中に繰り返されるとこだ。しかし、全部うまく維持することは、簡単なことではないだろう。長期的に自分の内面感情を抑えるのは、ストレスの一つの原因になる。このストレスを和らげるため、人々は自分の感情をモノに託する。したがって、心の拠り所は元々人間のストレスを癒す存在である。しかし、心の拠り所は人間の積極的な努力の原動力となると同時に、現実から逃げ出す手段ともなる。心の拠り所はもともと人間のストレスを癒す「薬」だが、この「薬」はただ一時的なものだと考えられる。自分の精神状態に注意しないと、この「薬」は「毒」になるかもしれないのだ。本研究において制作する作品は椎名林檎の『依存症』という歌を通じて、人々の心の拠り所を表現する。この曲の内容と心の拠り所で耽る時の気持ちはとても似てと思う。椎名林檎の『依存症』の歌詞を原文とし、CDジャケットとポスターを作る。そして、椎名林檎の『依存症』をもとにイメージを発想して、心の拠り所に依存する気持ちに共感するイラストレーションを制作した。CDジャケットのパッケージデザインは今回の修了制作の主体として、「虹色なキャンディー」をデザイン対象に選んだ。このキャンディーは外から見れば、虹色でとても綺麗だが、中身は不気味な真っ黒なのだ。そして、真っ黒の中で『依存症』の曲名が入って、色も病んでような不気味な色である。この表現方法は、心の拠り所に依存する人間の内面を露呈することができると思う。もう一つの部分は、歌詞の内容に従ってイラストレー

ションを描くポスターを作成した。心の拠り所の依存心理から現代人の精神状態を露呈するため、椎名林檎の『依存症』の歌詞を研究し、その歌詞の内容を乙女に関するイラストレーションで作成した。

例えば、一枚目のポスターに対する一行目の歌詞は「急にただ眠息が欲しくなって、冷蔵庫にキーを隠したのです。」である。この歌詞に基づいて描いたイラストレーションは、以下のようなものである。描かれている少女は大きなウサギ型のアイマスクをつけて、そのアイマスクの下で大量の涙が出てきた。しかし、少女の顔から見ると、不安や悲しみなど苦しい表情がまったく見えない、むしろとても穏やかな表情だった。アイマスクと涙はCDジャケットのパッケージデザインと同じ、キャンディーペーパーの虹色で描いた。その理由は、鮮やかな色で描かれた「モノ」は別に「薬」ではなく、麻痺させる「毒」である。「毒」に麻痺された少女はこころの安らぎを求め、いつも心の拠り所に溺れ、このままではいけないとわかっていても、「永遠の安らぎの夢」から抜け出すことができない。

二枚目のポスターに対する歌詞は、「夢の隙に現を殺し、戦う不条理なレッグカフ…今朝の二時」である。この歌詞に基づいて描いたのは、タバコを持っている少女の手である。タバコから出した煙は、夢のようにキャンディーペーパーの虹色と幻の形だった。その煙は、レッグカフのように、少女の手を束縛された。この煙から逃げられないかのように、少女の体もだんだん煙と同じ色になって、まるで中毒したような色である。それ以外のポスターも全部キャンディーペーパーの虹色を使い、少女と心の拠り所のイラストレーションを通じて多数の現代人の精神世界を披露することができる。

今回の作品を通して、人に新たな考え方と新たな切り口を探して、自分のストレスと今の精神状態を正しく判断できない人たち、苦境に陥る人の力になる。これからも、人を中心に考慮し、人のためにグラフィックデザインを創作する。心の拠り所から強い内面感情を生み出すための共感として、ストレスを解消するため、グラフィックデザインの可能性を今後も課題としたい。



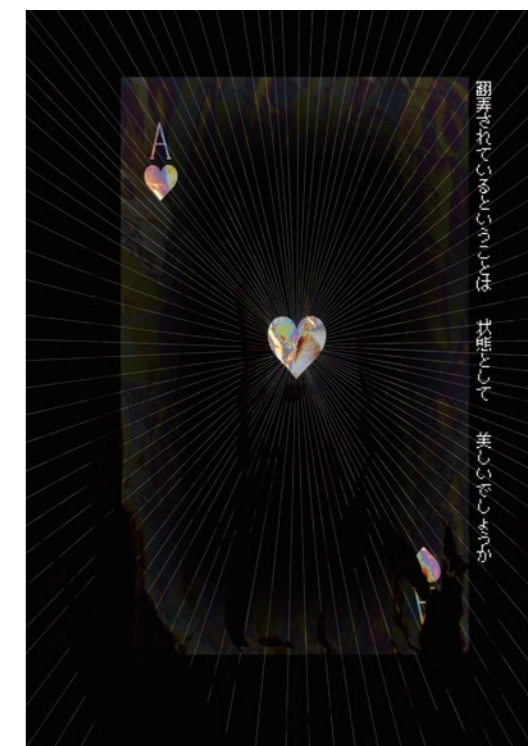
「依存症」表紙



睡眠



たばこ



ギャンブル

# 和田 伊真

WADA, Isana

## 広告デザインによる人とのコミュニケーション

The Importance of Optimistic Thoughts in Modern Society

私が本大学院の博士前期課程の2年間を通して研究してきたことは、「広告デザインによる人とのコミュニケーション」についてである。これは、「作品を機能させるには、対ヒトに簡潔にわかりやすく伝えるにはどうしたら良いのか」など、学部時代に自分が苦手としていた広告的思考の部分を鍛えたいという想いから始まっており、その自分の弱点となる部分を論文と作品制作の双方から追求し、その答えを見つけるべく研究に取り組んだ。

論文では「現代社会における“楽観主義的思考”の重要性について」というテーマで、佐藤達郎教授指導のもと研究に取り組んだ。これは近年、テレビをつければネガティブなニュースばかりで、若者の結婚離れや、就職難などの社会問題をとっても、世の中的に暗くなっていると感じ、実際、若者の意識調査などから、やる気がわかない若者が統計的にも多いということがわかった。そこで私は昭和時代に一斉を風靡した「昭和の無責任男」こと、コメディアンであり歌手グループの一人である植木等の考え方と精神を習い、それを現代に反映することで、少しは世の中が明るくなるのではないかと考えた。ここでいう植木等の考え方というのは「まあ、いっか!」という考え方で、「何事も考えたって仕方ない。嫌なことがあればガハハと笑って、ネガティブをポジティブへと切り返そう。」というものである。捉え方によって気持ちというもの大きく変化してくる。社会問題と「まあ、いっか!」の考えを結びつけ研究を行った。

現代の若者は各々の問題でつまづいた時にこそ、どっしりと構えて笑ってポジティブにすることがこれからの時代重要になってくるであろう。

この研究成果は「広告デザインによる人とのコミュニケーション」とは直接的には結びつかないが、物事を考えだすと頭が硬くなってしまい、自分を俯瞰して客観的に見れなくなってしまう自分の性質へと反映することにより、自身で設定したテーマ、対象の問題やそれを解決する柔軟なアイデアを思考していく中での発想力へと繋がり、間接的ではあるが、「広告デザインによる人とのコミュニケーション」に結果として結びつくことができ、私の制作活動の基

盤にもなっていった。作品は大貫卓也教授指導のもと、制作を行っていった。1年次は、広告デザインにおけるアイデア、発想のトレーニングとして数作品を制作した。自身で設定した企業やテーマについて、それらの問題を思考し、解決するためにはどうしたらよいかを作品とし、発想から定着までを短期間で行うことにより「広告脳」をトレーニングしていった。

2年次からは、1年次の研究を踏まえ、自身で新たに課題を設定し1年間を通して制作をしてきた。それが「SKATE BOYZ」という作品である。実店舗のない、オンラインのみでの販売をメインとし、WEBショップを展開した。このブランドの特徴は、物語になっているところにあり、架空の街、「WEST HILL」にある架空のお店、「SKATE BOYZ」に集まるスケートボーダー達を1940~1960年代のアメリカのファッション広告に使われるイラストレーションに置き換え、若者の文化であるスケートボードと現代の空気感を織り交ぜて表現した。全てイラストレーションで表現されており、商品の実物写真を用いないことで架空の物語のシズル感をだした。購入するとその実物が手元に届くというシステムで、架空の世界のものが現実世界に介入してくる面白さを表現した。

この作品は新しいスケートボードブランドの提案として、一から様々なアイデアをだし、企画の骨格を形成した後に、細部をデザインし設計していくことで「広告デザインによる人とのコミュニケーション」とは何かを研究した。そして制作過程では、設定したものがスケートボードブランドであったので、現在のスケートボード市場の調査、調査結果から問題点を発見、その問題点を整理しどのように解決していくかをいくつかの方向性から検証、そして解決策としてアイデアを提示していくという実際の広告の仕事に近い方法で教授とチェックを重ねながら制作を進めていった。また、「世の中全てが広告である。」という大貫卓也教授の考えの元、SKATE BOYZの世界観全体を「広告」と捉え、現代社会において「機能する広告」、「人にわかりやすく伝えるためにはどうしたらよいか」ということを追求した。

**SKATE BOYZ**  
gentleman's skateboarding club

図1:SKATE BOYZ ログマーク

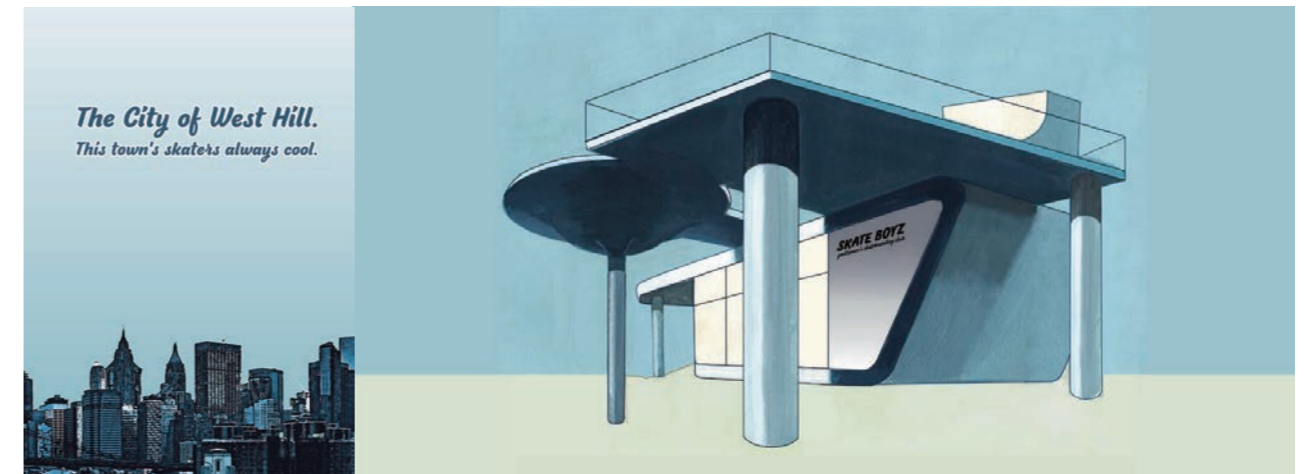


図2:SKATE BOYZ プロローグ

図3:SKATE BOYZ ショップ外観



図4:SKATE BOYZ ショップ俯瞰

図5:SKATE BOYZ ショップ中

図6:SKATE BOYZ 地図



図7:SKATE BOYZ ストーリー

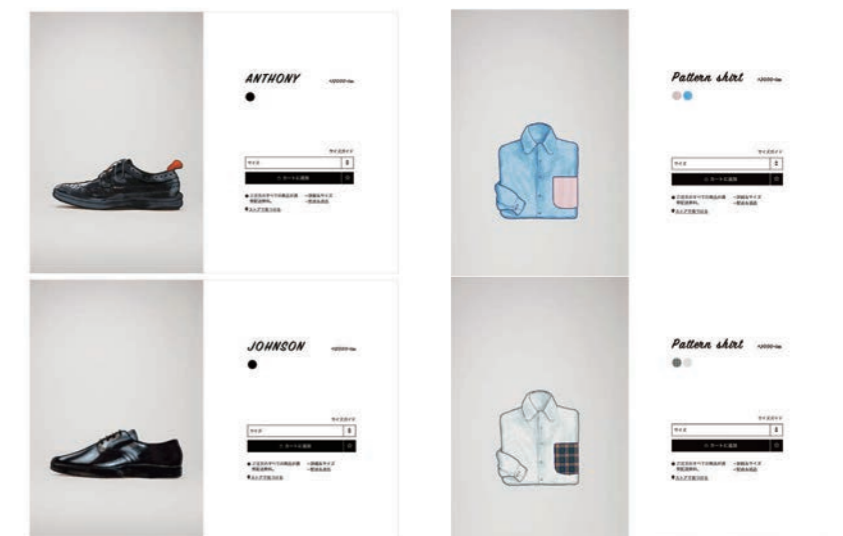


図8:SKATE BOYZ 商品画面

# 汪駿

WANG, Qin

## 光の視覚表現における精神性の研究

A Study of Spirituality in the Visual Representation of Light

光は明確で、豊かな表現力を持っている視覚要素であるが、精神性も重要な特徴である。光の強弱、形態、色彩などの要素は我々の視覚に深い影響を与えていて、光に対し、人間は生まれつきの感性がある。建築デザイン、環境デザイン、舞台美術などの領域で、光のデザインは絶対に欠かせない要素である。

今の時代、新しい媒体の普及に伴い、伝統的な紙媒体が急減し、変えてデジタル媒体が急速に増えつつ、デジタル媒体が我々日常的な情報のやりとりの主要な手段になった。即ち、我々デザイナーにとって、伝統的なCMYK時代からRGB時代に入った。RGBはより広い色彩範囲、ダイナミックな表現がグラフィックデザインに新しい可能性をもたらした。それにその発光体の時代対し、光の視覚表現は無視できないだろう。

またはグラフィックデザイン及び広告デザインにおいて、情報の伝達だけでなく情感の伝達に集中してきた。消費者あるいは情報の受け手の情感の訴求を満たし、共感をもたらすことができれば、より効率的で記憶に残す有効なビジュアル伝達が果たせるようになる。

ゆえに、本研究は光という情感に最も繋がりがある視覚要素を用い、光の視覚表現によって、情感や情報を伝達する。光の視覚表現を徹底的に探求することによって、グラフィックデザインのエアポケットや新鮮なビジュアルを発見することが目的である。現代社会の情報のやり取りを更に効率的にでき、視覚伝達の有効性と記憶性に役に立てることが望ましい。

本論では理論研究、事例分析、実製作の3つの段階を通して、理論と実践を4:6の割合で研究を行った。

まず第1章では、光の物理原理の資料を理論基礎とし、光の根源を明らかにした。そして、自然の光の使用が人に与える影響から、科学研究の発展とともに、光が豊かな人類の文明の進歩に対する貢献まで、光と人の精神世界の繋がりを明らかにした。

第2章では人間の豊かな文化の面に着目し、中の光の運用の事例を調べた。文学の領域の中に、「陰翳礼讃」などの文学作品の研究を通し、光と文化あるいは民族の精神世

界の関連性を明らかにした。また、建築、現代アート作品に関する光の運用も調査し、光の表現の実際的な運用を定め、付随する種々の情報を得た。最後に、グラフィックデザインの中に光の表現を調査し、佐藤晃一、勝井三雄などグラフィックデザイナーの作品の中に、光の視覚表現の可能性が証明し、新たな可能性も発見した。

第3章では、以上の理論と事例を通して、光の視覚表現における精神性の方法論がわかるようになった。まず物理的な光の要素：光源、デフューズ(くもり)、被照射体の特徴を分析し、視覚的要素：質感、明度、色彩(色相、明度、彩度)を用い、視覚化する。従って光の情感と情報という精神性を視覚に転化できるようになった。

第5章では、以上の理論分析に基づき、具体の課題に光の視覚表現を実際に制作し、自分の研究を検証した。

川端康成文学館の宣伝ポスターの例について、文学という元々抽象的、見えないアートを抽象的な光の発光体として表現、文学の雰囲気と気韻を伝えられる可能性を探った。文学作品の光によるビジュアライズが可能だと判明した。

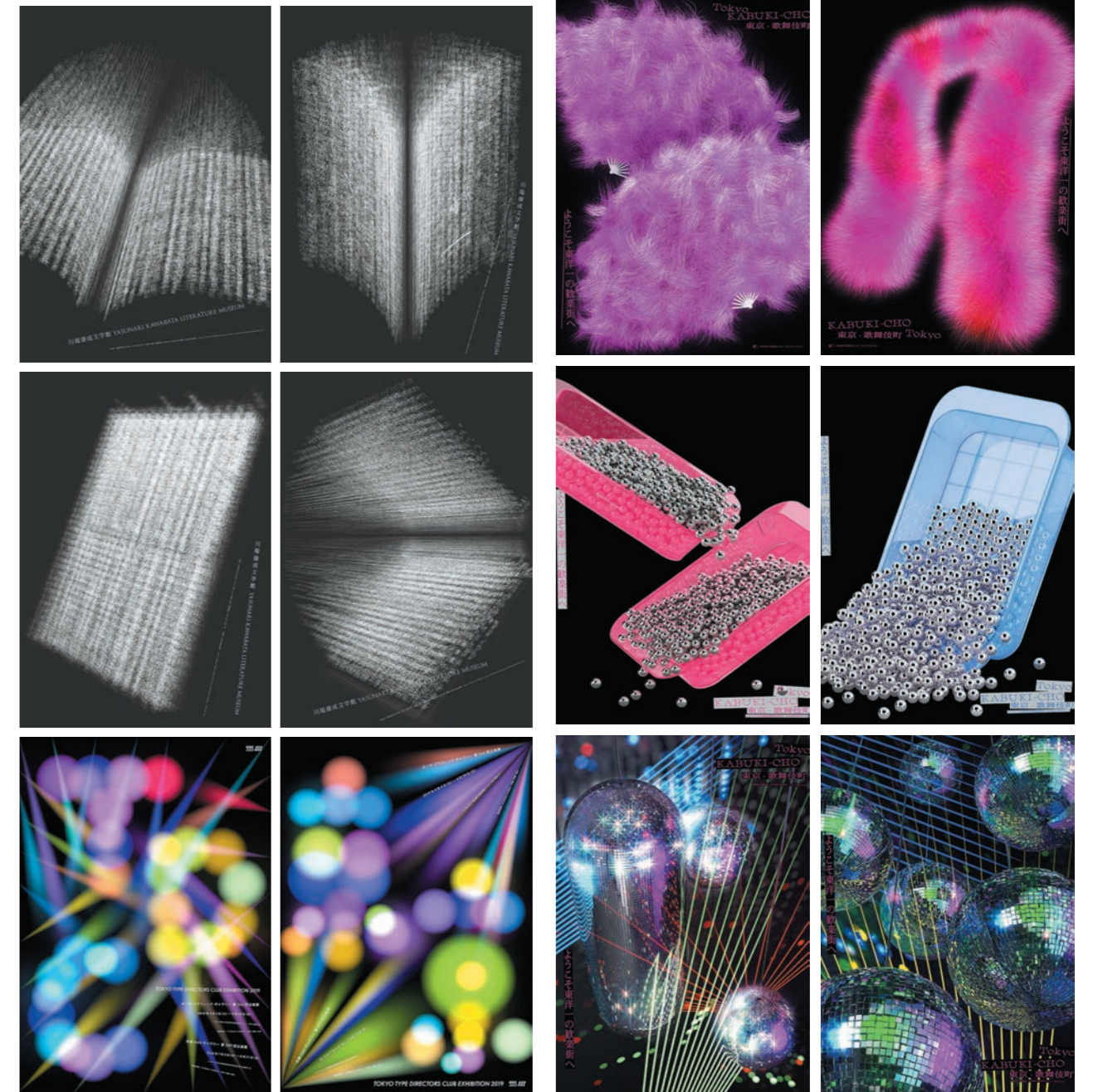
つづいて、東京TDCの展覧会ポスターを試作し、日本のデザインの魅力をクラブ、キャバレーの独特の光を参考に、多彩なスポットライトの交差によって、TDCの文字を構成した。誘惑が溢れる、人の心を引くデザインの展覧会のイメージを示した。更に、RGBの時代に於いて、動画ポスターも試してみた。

引き続き、社会文化の暗部に注目し、もっと面白い光のビジュアル表現および精神性を探した。制作したのは東京の独特な娯楽産業——パチンコをテーマにした作品である。また、光の表現は直接の光源ではなく、間接の光沢に注目した。滑らかなステンレスのパチンコ玉が跳ねていて、目眩で独特の光は一般常識的な明るく、清潔な光ではなく、誘惑、危険の光である。日本大衆文化の一部を光の視覚表現により、伝えてきた。光の範囲もその実験により、ちょっと広げていった。

以上の段階により、光の視覚表現における精神性の研究の大きな可能性が証明された。豊かな社会文化を観察し、光を用いて、そのビジュアルの表現により、消費者あるい

は情報の受け手の情感訴求が満たせ、共感をもたらすこと遂げて、より効率的で記憶性がある有効なビジュアル伝達が果たせるようになった。

本研究を通じて、エアブラシなどの手作業から、新しいテクノロジーを用い、三次元的な表現まで、ビジュアル表現の手法について、沢山の表現手法を試みた。それにより、新鮮な表現が生まれ、独自性があり、ダイナミックなビジュアル表現も本研究の発見がもたらされた。更に、新しいテクノロジーにより、動画ポスターの応用と新しいメディアの使用にも、グラフィックデザインの範囲を紙から広げる可能性を示しており、社会の発展に沿う時代性の研究の可能性が示せる。



上:川端康成文学館宣伝ポスター 下:東京TDC展ポスター

東京歌舞伎町宣伝イメージ