

[研究ノート]

ラジスラフ・ストナルのデザイン論についての覚書

大平 陽一

1. はじめに

2019年に岡崎、富山、東京を巡回した展覧会「チェコ・デザイン 100年の旅」には、ラジスラフ・ストナル [1897-1976] のデザインした食器、玩具、書籍、広告冊子などが出展されていた¹。だが、チェコのデザイン史に焦点を当てた展示の中で一人のデザイナーに注目が集まることなどありそうにない。日本においてストナルの名は、依然としてごく少数の研究者、愛好家に知られているに過ぎない。

小論の目的は、出身国のチェコ以外ではあまり知られていないデザイナー、ラジスラフ・ストナルの業績をいささか詳しく紹介することにある。しかしデザイナーの仕事が文章で説明するのは容易ではない。そこでストナルの渡米後の著書を出発点に、まずはカタログデザイン論に、つづいてディスプレイデザイン論に考察を加えたい。次にそれらの著書で論じられているアメリカ時代のストナルの仕事が、広く認知はされているとは言い難いにしても「情報デザイン」の先駆的業績であることを確認したあと、最後にそれらのニューヨークでの商業デザイナーとしての仕事のルーツが、プラハ時代のより自由な活動にあることを示したいと思う。

そこでまずチェコに生まれ、プラハでデザイナーとして活躍していたストナルがなぜニューヨークに定住し、カタログデザインの専門家になったのか、その経緯を略述する。

2. チェコスロヴァキア時代のストナル²

プルゼニに生をうけたストナルはプラハ美術工芸学校在学中から人形劇団にかかわり、斬新な人形や舞台装置で注目を集める一方で、シンプルで幾何学的な木製玩具を数多くデザインした。1923年6月に工芸学校を卒業、翌24年にはチェコスロヴァキア美術工芸協会に入会し、小学校の図画工作の教師をしながら同協会の中心メンバーとして活動するようになる。それ以降、渡米までの間に開催された同協会の展覧会のデザインは、ほぼ全てストナルが手がけたとされる。

1929年にプラハ国立グラフィックデザイン専門学校の教授に招かれ、32年以降は同校の校長職にあった。29年には協同組合〈共同作業 Družstevní práce〉のアートディレクターにも就任、同社がデザイナーとしてのストナルの活動拠点となった。〈共同作業〉には食器、敷物などの販売で新しいライフスタイルを提案するための下部組織

〈美しい部屋 Krásná jizba〉があり、ストナルはそのコンサルタントも兼務した。「チェコ・デザイン 100 年の旅」で展示されていたストナルがデザインしたティーセットは〈美しい部屋〉の企画品、書籍は〈共同作業〉出版の刊行物である。

〈美しい部屋〉の直営店にはギャラリーも付設されており、1929 年から 35 年までの間に約 50 の展覧会が催された。1934 年に開催されたストナルの個展の展示デザインをストナル自身が手掛けたことにも窺えるように、現代芸術の新機軸を吸収した展示デザインは、ジャンルを超えた総合デザインとして、建築家だけでなく芸術家やデザイナーからも、やり甲斐のある新分野と見なされていた。ストナルはチェコにおけるモダニスティックな展示デザインの先駆者でもあり、1926 年にチェコスロヴァキア美術工芸協会の展覧会の展示デザインを担当したのを皮切りに、翌 27 年に同協会が参加したライプツィヒの「ヨーロッパ美術工芸展」の展示スペースのデザインも委されている。同じ年には「ライプツィヒ国際書籍美術展」のチェコスロヴァキア部門のデザインにより、初めて国際的な賞を受けた。これ以降も次々と博覧会、見本市などの展示スペースのデザインを委嘱されたが、今日最大の成功と見なされているのが 1937 年のパリ万国博覧会のチェコスロヴァキア館の展示デザインで、合計 14 もの賞を得た。39 年に渡米したのもニューヨーク万博チェコスロヴァキア館の展示デザイナーとしてであった。

3. ニューヨーク時代のストナル

3. 1. ストナルの渡米

ストナルがニューヨークに到着したのは 1939 年 4 月。4 月 30 日に始まった万国博覧会は、第二次世界大戦直前の不穏な国際情勢の下での開催であった。当初チェコスロヴァキア館は、来訪者が映画の画面内空間に入り込み、映画の中を歩くように遊歩しながら国の紹介と輸出産業のプロモーションのための展示を見学していくようにデザインされていた。しかしパヴィリオンが完成した時、当初の理念は意味をなさなくなっていた。3 月 15 日のナチスの侵攻によってチェコスロヴァキアという国はヨーロッパの地図から消えていた。それでも開幕から一ヶ月遅れの 5 月 31 日、亡命政権の大統領ベネシュの臨席のもとチェコスロヴァキア館のオープニングセレモニーが挙行された。

3. 2. 万国博覧会後のストナル

しかし 1940 年の秋に万国博覧会が終わってみると、ストナルは路頭に迷っていた。英語が苦手だったため友人の手を借り、方々の広告会社に履歴書を送ってはみたが、徒労に終わる。ただドイツ語が流暢だったお陰で、ドイツからの亡命者たち、とりわけバウハウスの関係者たちとの交流が生まれた。そんな亡命モダニストたちのコミュ

ニティで、ストナルはデンマーク出身の建築家クヌト・レンバーグ＝ホルム [1885-1972] と知り合い、その紹介で〈スイート・カタログサービス〉への入社が叶った。その後約 20 年間、ストナルは同社の提供する建設業者向けのカatalogを作り続けた。

デザイナーとして教育者として活動をしていたプラハ時代のストナルは、生粋の実践家だったからなのか、著書はもちろん論文、評論の類いを全くと言ってよいほど残していない。そんなストナルが渡米後、苦手の英語でデザイン論を書くようになるには、自説の理論化、言語化にあたってレンバーグ＝ホルムの助力が大きかったようだ。実際、下に列挙するストナルの全著作のうちカatalogデザインに関する『カatalogデザイン：製品情報の新しいパターン』、『情報をデザインする』、『カatalogデザインの進歩』はレンバーグ＝ホルムとの共著である³。

『制御された視覚的フロー』*Controlled visual flow* (1943)

『カatalogデザイン：製品情報の新しいパターン』*Catalog design: New patterns in product information* (1944).

『形状、線、色彩』*Shape, line and color* (1945)

『情報をデザインする』*Designing information* (1947)

『カatalogデザインの進歩』*Catalog design progress* (1950)

『来るべき五十年の旅客機』*Transport next half century* (1950)

『店頭ディスプレイのためのデザイン』*Design for point of sale* (1952)

『パッケージデザイン』*Package design* (1953)

『行動するビジュアルデザイン』*Visual design in action* (1961)

このうちストナルの名前が初めてクレジットされた出版物『制御された視覚フロー』、そして『形状、線、色彩』は宣伝用のリーフレットであり、最初の本格的な著作と言えるのは、カatalogデザインの基本原理を紹介しつつカatalog作成のノウハウを実践的に示した『カatalogデザイン：製品情報の新しいパターン』であった。つづいて『情報のなかのデザイン』という 100 頁強の書籍が企画されたものの実現を見なかった。しかしそのことを惜しんだ『インテリア』誌のアートディレクター、バーナード・ルドフスキーが、同誌の出版元であるウィットニー社と掛け合せて原稿の一部を三ヶ月にわけて『インテリア』に連載してくれた。その後三ヶ月分の原稿を 20 頁の冊子にまとめて再版したのが、『情報をデザインする』である。ただこのプロジェクトのなかで生まれたアイデアの多くは、カatalogデザイン論三部作を締めくくる『カatalogデザインの進歩』に活用されたという。1950 年に刊行された『カatalogデザインの進歩』こそは、情報デザインや視覚的伝達に関する理念を大きく前進させた画期的とも評される理論書であると同時にカatalogデザインの手引き書でもある。

注目すべきことに、これら三書にあつては、ふんだんに使用された図版と簡潔で要を得た本文とが組合わされて、情報は容易に視認、理解されねばならないとの基本理念が書籍そのものによって実演されており、マニュアルであると同時に見本帳にもなっている。

一例を挙げれば、『カタログデザイン』がスパイラル綴じ、あとの二冊はプラスチックリングで綴じられているが、これは見開きの二頁が 180 度開くようにするために採用されたものであり、視覚的としての見開き二頁を一目で見渡せるようにするための——論理的に展開されていく記述の流れを楽に眼で追えるようにするための——工夫なのである。

同じ年に出版された『来るべき五十年の旅客機』は、新しいもの好きのストナルらしい洗練されたデザインの一種の絵本。今後 20 世紀後半の 50 年で飛行機をはじめとする乗り物がどうなるかが、想像で描かれている。グラフィックデザイナーとしての能力が発揮されているが、デザイン論ではない。

1952 年の『店頭ディスプレイのためのデザイン』と翌 53 年の『パッケージデザイン』は、カタログのデザインから活動範囲を広げ、商業デザイナーとして地歩を築いたことを示す単著である。前者はディスプレイデザインの原理を簡潔に述べたあと、多くの作例を写真で紹介している。後者の著書もふんだんに写真を使って作例を示し、それにコメントを加えるかたちの構成をとっている。

1961 年に自費出版された『行動するビジュアルデザイン』はストナル最後の著書であり、デザイナーとしての 40 年のキャリアを回顧し、その間に培ったデザイン原理を簡潔かつ体系的に総括したもの。それ以前の著書、とりわけカタログデザイン論と比較すると理論的色彩が濃厚な上、個人的な好みと思い入れが強く感じられる一種のマニフェスト集である。

これら九冊のうちこの覚書で紹介するのは『カタログデザインの進歩』、『店頭ディスプレイのためのデザイン』、そして『行動するビジュアルデザイン』の三冊だ。カタログデザインの分野については、ストナルの最終的なカタログ観を『カタログデザインの進歩』に辿ることとする。

店舗における効果的なディスプレイについて論じた『売場デザインのためのデザイン』には、さしたる理論的考察が読みとれない憾みがあるが、彼のアメリカ永住の契機がニューヨーク万博での展示デザインの仕事であり、すでにチェコ時代に展示デザインの分野で赫々たる実績を上げていたことを合わせ考えるなら、ストナルの展示デザイン的一端を紹介するためにもこの本を取りあげないわけにはいくまい。

そして最後の著書『行動するビジュアルデザイン』こそは、アメリカ時代のデザイン論とその実践をチェコ時代の仕事に遡って考えることを意図する小論にとって、もっとも重要な著作となるにちがいない。

4. ストナルのカタログデザイン論

ここではアメリカ移住後にその生業としたカタログデザインについてストナルの語るところを、主として『カタログデザインの進歩』に依拠しつつ紹介する。「序論」のあとにおかれたインデックスは次の通りだ。

- I 新しいフローパターンの出現
- II デザインの発達 | 視覚的特徴—— (1) タイポグラフィ；(2) 挿絵と図表；(3) カバー
- II-I デザインの発達 | 構造的特徴—— (4) 頁の構成；(5) カタログの構成；(6) ファイルの構成
- II-II 機能‘function’・フロー‘flow’・形態‘form’

ストナルは、自身が作成した工業用カタログ同様、その著書においても「目次」ではなく「インデックス」‘index’という語を使用する。これはしばしば巻末におかれる「索引」のことではない。最上位のレベルに位置し、目次のような機能を果たすフロントページのインデックスからカタログの構成要素である各セクションのインデックス（見出しのリスト）へ、さらに各セクションのインデックスからその構成単位であるユニットのインデックス（小見出しのリスト）へと、順々に辿っていけるように、カタログ全体の構成を反復するかのように階層構造をなしている⁴。カタログの作成法を論じた手引き自体が、その作成法を反復、実演しているのである。

内容をごくかいつまんで紹介しよう。最初のセクション「新しいフローパターンの出現」は、なぜか自動車道の記述から始まる。ブロック状の旧式な街路パターンから解放され、「流動的形態が発達し」、「車線の区別が新しい流れ‘flow’の連続体を導入している」⁵と述べたあと、自動車のフロー（流れ・車線）と情報のフロー（流れ・連鎖）の類似を手がかりに、「交通標識は高速運転中でも即座に目視、理解できなければならないので […] そのデザインは最高度のシンプルさによって律せられねばならない」⁶と、話題を情報伝達へとずらししていく。

4. 1. カタログデザインの原理

次にインデックスの順序を無視して先回りし、最終章で提起されている三つの基本原理——機能、フロー、形態——について論じたい。これらの三原理は、セクションII-IIにおいて次のように定義されている。

カタログ情報の発達を下支えしているデザインの諸相は、相互に作用し合う三つ

の基本原理に還元できる。機能の定義（ある特定の目的なり目標を実現するため実用的必要を満たすこと）；フローパターンの定義（統合性を高めることを通じて論理を満足させること）；形態の定義（たとえば視覚・触覚面を強調することで感覚を満足させること）。⁷

三つの原理のうち「機能」の概念は比較的単純であり、ほとんどの場合、実用的な「課題」と解釈して差し支えない。最初の本格的な著書『カタログデザイン』の「カタログは特定のタイプの製品のためにデザインされ、特定の購買層における特定の購買行為を促すのをその機能とする」⁸という用例の場合も「課題」と解釈できるし、最後の著書『行動するビジュアルデザイン』においても依然として「『機能』とはある特定の目的ないし目標を実現することによって実用的必要を満たす属性」⁹と定義されている。要するに、機能は実用的機能だけを指すように考えられるのであるが、『カタログデザインの進歩』の結論部に至って、次のようないささか趣を異にする定義が現れる。

デザインは機能とフローと形態の結合として理解される。本書の初めに設定された「有機的」なデザインという基準を [...] 満たすため、デザインは所与の必要のあらゆる側面を満足させる必要がある。[...] この必要を分析すると機能と形態、内容とフォーマット、実用と美、合理と非合理といった対立へと分極化する。したがってデザインの機能は、こうした両極の矛盾対立を解消し、新たな総合を生み出す解決法の一つと定義して差し支えない。¹⁰

『行動するビジュアルデザイン』でも、建築における機能主義に由来する実用的で客観主義的な機能の理解が全体の主調をなしているが、デザインの機能については「デザインの諸相は分極化し、さらに機能対形態、実用対美、合理対非合理の対立をなす。デザインの機能は、この点に関し、これらの両極の矛盾対立から新しいデザインの統一をもたらす解決法の一つとして確立される」¹¹と、『カタログデザインの進歩』の結論部と同様の定義が見いだされる。

これら二つの引用文においても、「デザインの機能」を「デザインの課題」と読み替えて差し支えないが、「実用的」というニュアンスが目に見えて希薄になっている。一方「形態・美・不合理」と対立する「機能」は、デザインに内属する下位レベルの原理であって、先に引用した「ある特定の目的ないし目標を実現することによって実用的必要を満たす属性」という定義の通り、実用的・合理的性格を有している。どうやら「デザインの機能」だけがより高次の統合原理として働いているらしい。

しかし、こうした定義の揺れは機能の概念そのもの問題ではなく、「形態は機能に

従う」というグリーンウの有名なモットーに示されているような、原理主義的とも言えそうな機能主義ではなく、実用的、合理的な機能と非実用的で非合理的な形態が、ほぼ対等の原理として措定されていることによって引き起こされていると見るべきであろう。もっぱら合理的思考に依拠しているはずの機能主義建築やニュータイポグラフィの支持者でありながら、ストナルは感覚的なものをデザインの基本原理のひとつとして導入していた事実は、注目に値する。

そして三つ目の原理が「フロー」である。実は『カタログデザインの進歩』ではまずこの原理から説き起こされており、デザインの作業過程においてもっとも重要な構成原理として考えていたと推察される。「フローパターン」の定義に含まれる「統合性を高めることを通じて論理を満足させること」¹²との一文は、フローが諸々の要素なり単位ユニットを連鎖的結合へと連結するための統辞的な原理であることを示している。しかも、それらの連鎖が論理性を有するとの要件からして「フロー」が形式面よりも、むしろ内容面にかかわり、情報伝達における実働的な原理であることが示唆されている。別の箇所では「デザインの本質的機能は弁別性とフローの連続性を促すことにあり」¹³とフローが統辞軸に沿って働くことを確認する一方で、範列軸に沿って働く「選択」にも言及しているが、多分この「選択」は「機能の明確化は、特定の必要性を満たすために無限の多様性を見せる形態の弁別を含意している」¹⁴という一文からして、もっぱら形式、形態にかかわるのである。

4. 2. カタログの視覚的特徴

つづいてカタログをデザインするためのより具体的な指針をセクション「デザインの発達——視覚的特徴」から幾つか選び出して摘記する。以下の抜粋からもフローの重視が目立つし、しばしば「視覚的魅力」へと言及するのも、美それ自体への関心というよりも、利用者の視線を捉え、フローへと誘導するのが主たる目的であると思われる。カタログデザインの場合は、あくまでも迅速で速やかな情報伝達が優先されるが故に、論理的でなめらかなフローが主であり、次節で検討するディスプレイデザインとはちがって、視線の誘導のための視覚的魅力を含めた形態面での工夫はあくまでも従であり、主たるフローのために奉仕している。本書の最後で、「カタログにおける形態の決定は、視覚的な（時には触覚的な）分節を通じ、形状や色彩といった要素をフローパターンへと統合することに——迅速な知覚を促すようなフローパターンへと統合することにあられる」¹⁵と総括されていることにも、その事実を確認できる。

セクション「デザインの発達：視覚的特徴」の冒頭の箇条書きの第一条「色彩、形状、大きさの機能的利用は視覚を刺激することと眼の動きを誘導することの両方のために役立つ」¹⁶にしても、「眼の動きの誘導」が論理性への奉仕を示唆しているのに対して、「視覚を刺激すること」は形態面での工夫のもたらす純粹に感覚的な効果と

いうふうに論理と感覚の双方を考慮に入れているように見えるが、記述の順序からして、視覚の刺激はあくまでも眼の運動を開始させるためのキューに過ぎないと解釈できる。

4. 3. カタログの構造的特徴

インデックスについてもすでに指摘したが、ストナルのデザインしたカタログは、情報・視覚的な「要素」→「ページ」→見開き二頁からなる「ユニット」→「セクション」→「個別のカタログ」→複数のカタログを綴じ込んだ「ファイル」の順に階層上下関係をもつ一方で、それぞれのレベルにあっては、構成要素が水平方向に配列・構成されている。したがってストナルが「構造的」という語を試用することにも、それなりの根拠がある。しかし既述の通り、『カタログデザインの進歩』における議論の前景を占めているのが要素の論理的配列であることは、セクション「構造的特徴」のフロントページにインデックスと共におかれている命題の一つに、明確なパターンをもつよう視覚ユニットを組織化することが内容の論理性を高めると——各ユニットをまとめグループ化することがカタログ全体になめらかな流れ‘flow’をもたらすと¹⁷——主張されている事実にも明らかだろう。これこそがカタログの構成原理であり、この原理がカタログという構造体を貫いていることを示すように、「頁の構成」、「カタログの構成」「ファイルの構成」の各セクションで繰り返し論じられている。一例として頁の構成についての記述を引用しよう。

今日のカatalogデザインは、視覚ユニット（見開きの二頁）の内部でテキストと図版が統合されているお陰で、まったく異なる雑多な要素を首尾一貫した全体へと構成できている。内容の論理的連鎖に基づき、情報のさまざまな要素が正確に関連づけられ、同じ視覚ユニット内においてある要素から別の要素へと、それぞれの視覚ユニットの枠を超えてもなめらかな視覚的な流れ‘flow’へと眼を導いていってくれる明確なパターンへとまとめ上げられる。¹⁸

4. 4. カatalogデザインの実例

4. 4. 1. 時間管理システムのカタログ¹⁹

だが原則論だけでは隔靴搔痒の感を禁じ得ない。実際にストナルが制作したカタログがどのように組み立てられているかを見てほしい。

まず紹介するのは電気時計と時間管理システムのカタログで²⁰、表紙、裏表紙と三つの視覚ユニット、合計八頁からなっており、論理的連鎖を視覚的に明示するための構成が目指されている。

表紙は視覚化によって——すなわちロゴタイプと組み合わせた文字盤の絵によって

——製造業者名とカタログの内容が同定できるようになっており、右下のインデックスに a, b, c の三つのセクションが予め示されている。このインデックスが、各ユニットの右頁右肩に示されているユニットの名称へと誘導してくれるお陰で、必要なユニットを見つけやすくなっている。

1 ユニットからなる各セクションにおいて、それぞれの情報は一般から特殊へと進むように配置され、セクション間の進行も同じように一般から特殊へと配列されている。第一セクションでは製品の特徴と時計のタイプが示され、第二セクションでは時計をその構成要素とする時間管理システムが示され、第三セクションでは時計の大きさをはじめとする取り付けに関する詳細が示されるほか、右欄外に文字盤が 60 秒になっている特殊な時計に関する情報が掲載されている。各ユニットに含まれるさまざまな情報は、色彩と形状（方形、楕円、両者の組み合わせた形状が黄色く塗られていたり、黄色地の中に白抜きになっていたりする）、そして黒い線による分割によってはっきり区別できるようにデザインされており、情報の発見を容易にしている。

これらのデザイン要素がカタログ全体で反復されている結果、関連しているとはいえ相異なる三つのユニットが一つにつながったパターンへと結びつき、この連続性が、大きな縦長の楕円と横長の楕円の交替が生み出すリズムカルなパターンの中で強調されている。

4. 4. 2. 産業機械のカタログ

次に紹介する 16 頁のカタログのデザインプランの場合は、カタログの三つのセクションがそれぞれ三種の機械に対応し、各セクションは表紙、裏表紙と一つのユニットの合計四頁から構成されている。これらのセクションはカタログ全体の表紙・裏表紙に綴じ込まれて使用され、差し替えが可能になっている。

カタログの表紙が製造業者と機械の種類を明示し、その裏の頁には機械の効用に関する記述とインデックスが、裏表紙には営業所のリストが掲載されている。各セクションの表紙では、円の中の写真で機械の種類が同定できるようになっており、ユニット内部においては図表を使って製品情報が示され、セクションの裏表紙では関連商品についての情報が提供される。

ここでは情報が二種のユニット——写真を使うユニットと図表を使うユニット——としてデザインされているが、各セクションは対照的なユニットの組合せからなっているにもかかわらず、同一のパターンが反復されていることによってある種のまとまりを獲得し、そうしたセクションの集合体であるカタログの全体にも調和がもたらされる。

4. 4. 3. カタログにおける触覚の利用

最後に特に触れておきたいのが紙の触覚の——より正確には触覚と視覚の共感的利用についてである。『カタログデザインの進歩』で例に挙げられているのは、建設業者のためのバスルーム用製品のカタログだ。本文だけで116頁もあるので、検索を容易にするためのさまざまな仕掛けがほどこされており、そこには触覚に訴える工夫も含まれている。大きなカタログで必要な情報を探しやすくするためストナルの凝らした工夫を下に要約してみよう。

- ・表紙のパステルカラーのプラスチックの堅い表面は、バスタブや洗面台の磁器特有のエナメル質の光沢を暗示する。
- ・表紙の裏の黒い頁は表紙のパステルピンクと対照をなす一方、右頁の黒い円の中に白抜きで示されているインデックスナンバーと照応し、番号をくっきり浮かび上がらせる。
- ・メイン・インデックスとセクション間の中仕切りに使われている堅いつや消しの紙が、各セクションのガラスを思わせる光沢のある頁と対照をなしており、その質感の相違が必要な箇所にとどり着くのを容易にしてくれる。
- ・扉にコーティングされていない柔らかい紙が使われていることで、触覚面でもそこがカタログのどの部分かすぐに分かる。
- ・後続の製品の効用と特徴について述べた序の四頁と販売店についての情報が掲載されたカタログの最後の二頁でも、同じ紙が使われ同じ触感が反復されている。²¹

こうした触覚に訴える工夫は『行動するビジュアルデザイン』でも試みられており、手触り、光沢、厚み、色味の異なる種々の紙が使用されている。同書の巻末に「本書における紙の選択について」という但し書きがわざわざ置かれていることから、ストナルが触覚の利用にデザイン面での可能性を見ていたことに疑いの余地はない²²。

5. 店頭ディスプレイのデザイン

この節では1952年に刊行された単著『店頭ディスプレイのためのデザイン』の記述に、展示デザインについてのストナルの見解を辿ると共に、彼の展示デザインとアヴァンギャルド芸術との繋がりを確認したい。

本書の序においてストナルは、店頭ディスプレイには二つの機能があると——その「第一は製品の販売されている場所に購買者の注意を引きつけ関心と呼び起こすこと、第二の機能はその関心を即座に購買行為に変換することである」と書いている。『店頭ディスプレイのためのデザイン』には‘interest’という語の頻出が目立つが、カタ

ログデザイン論で提起された原理を流用して説明するなら、視覚的プレゼンテーションの「形態・美・非合理」によって訪問者の注意を喚起し、展示の「機能」ないし「フロー」の論理的構成によって情報伝達を行うということになるだろうか。製品から離れた場所で眺め、製品を選ぶカタログの場合、利用者の注意の喚起は、あくまでも論理性をもって配列されているフローを遅滞なく迎えるよう誘導するためであったが、「関心を即座に購買行為に変換すること」が求められる店頭ディスプレイの場合は、強い訴求力をもつ感覚面の利用が大きな役割を演じるであろうことは想像に難くない。そのため的手段は、研究者たちによってしばしば「視覚的手段による伝達」と呼ばれ、たとえばノイラートの考案した絵文字の一種アイソタイプもその一例とされる。ストナル自身「対象物——この場合は店頭におかれた商品——についても、あるいは販売促進のためのキャッチフレーズが示す理念にしても、視覚的手段を使えば迅速に、直接的に伝達されうる」²³とコメントしているのだが、『店頭ディスプレイのためのデザイン』に示されている作例は、むしろ芸術的オブジェに近いように感じる。伝達機能を主とする視覚的手段よりも遙かに感覚的で訴求力が強いのである。だからこそこの本には、ストナルが共感を寄せる現代アートの作品の写真が多数掲載されているのではないのか。『店頭ディスプレイのためのデザイン』の本論は a, b, c の三つのセクションから構成されており、それぞれに以下の見出しが付されている。

- a: p-o-s design aspects 売場デザインの諸相
- b: p-o-s design means 売場デザインのための手段
- c: p-o-s design planning 売場デザインのプランニング

セクション a の「売場デザインの諸相」は総論と言えは総論だが、多くの新旧の店頭ディスプレイの実例を写真で示し、それにコメントをつけるという本書に一貫した叙述法をとっており、詳細な議論に立ち入ることはない。しかも総論的なこのセクションにさえ数多くの写真が挿入されている事実からは、実例をもってディスプレイの良し悪しを説明しようという意図がくみ取れる。それは感覚的手段が効果的なディスプレイデザインは、カタログデザインのように理論化できないからかも知れない。

次にセクション b の「売場デザインのための手段」を後回しにし、ストナルの評価するディスプレイの作例集といった様相を呈するクッション c の「売場デザインのプランニング」から、ストナル自身がデザインした店頭ディスプレイをまず紹介する。

5. 1. ストナルによる店頭ディスプレイの実例

5. 1. 1. コーポレートイメージのための展示²⁴

これはある靴メーカーが店舗デザインの変更にあたってストナルに委嘱された、店

店頭ディスプレイというよりは子ども靴売場の壁面を利用した展示で、「国連加盟国の子どもたちは何を履いて歩いているのか」と題されていた。靴を選び、試し履きする間、子どもたちを退屈させないための壁面装飾だった。

技術面で興味深いのが、各地の店舗に手間なく輸送できるよう、組立、解体、保管が容易なパネルを売場の三つの壁面に展示したことだろう。特定の国や地域の生活と履き物を示す一群のパネルを他の国・地域の展示とまとめて入れ換え、展示替えができるように個々のパネルもそれらのパネルのグループも標準化されていたので、会期終了までに全ての国連加盟国のパネルを展示することができたという。

5. 1. 2. 店頭ディスプレイ「お楽しみ公園」²⁵

このディスプレイにはよほど愛着があるらしく、後年『行動するビジュアルデザイン』においてもその幻想性を強調しつつ次のように紹介されている。

店頭に設置された「お楽しみ公園」には二つの目的がある：第一に、当該ブランドの多数にのぼり多岐にわたる屋外広告を、魅力的で行きやすい場所に集中させることによって宣伝努力の効率化を図ること。第二に、自由で実験的なデザインの創造的なエネルギーを爆発させることで、思いがけない生氣と純粋なファンタジーの領域を作ること。²⁶

二つの目的のうち、第二の目的の方がストナルにとっては重要だったにちがいない。このディスプレイには、子どもたちにとって身近なアイスクリーム、蝶々、小鳥、牛乳瓶、卵などが拡大され、おとぎ話でなじみのお城や海賊船と同じ大きさで並んでいる。「驚きの要素が全体を制御するデザインの要因となっているのは、明らかだ」²⁷とストナル自身が述べているように、ここには異化された視覚のもたらす効果ははっきりと見てとれる。

5. 2. ディスプレイデザインの手段²⁸

次にセクション b に戻ってディスプレイをデザインする上での手段についての記述をいくつか紹介する。このセクションでは現代芸術への言及がひじょうに多く、ストナル自身が「芸術家が自らのアイデアと戯れているだけに見えかねないが、そのうちの幾つかは実際に多くの分野での応用を示唆している」²⁹と但し書きを付しているほどなのである。それは「このセクションの各頁は、視覚的魅力を作り出すためデザイナーに利用可能な種々のデザイン上の手段を例示する。それらのアイデアは店頭デザインの手法に転移することができる」³⁰とストナルが考えるからにほかならない。

いずれもストナル自身の作例ではないが、セクション a 「レベルの高いウィンドウ

ディスプレイ」に引かれている「魔法のカーペット」はトゥルンカのパペットアニメーションを予告しているかのようだし、セクション c /c に紹介されている、電車のつり革に手袋だけがぶら下がっているディスプレイは、バルタの『失われた手袋の世界』を想起させずにいない。これら二つのディスプレイには、あたかもアートアニメーションの傑作を先取りしているかのような視覚的魅力が横溢しているのである。

ここで留意しておきたいのは、標題に「店頭ディスプレイをデザインするための手段」と謳い、同じくセクション b の一頁目の冒頭では「店頭ディスプレイのデザインはポスターのデザインと大きな類似性を有している。どちらも注意を惹くようなアプローチの斬新さ、清新さと共にそのメッセージを届けなければならない」³¹と伝達志向を力説しながらも、そこには「斬新」「清新」という語が含まれて、さらに同じ頁の末尾でストナルが「視覚的魅力を作り出すため」とデザインの形態的・感覚的・美的原理にも焦点を当てていることだ。

「新しい三次元の形状による視覚的魅力」と題されたユニットでストナルは、芸術家たちが開発した新しい合成素材の造形処理がデザインに影響を及ぼしていると指摘し³²、ユニット「光と色彩による視覚的魅力」に光を利用するプラスチック彫刻の具体例としてモホリ＝ナジとアルキペニコの作品の写真を掲載³³、さらにセクション「幻想性による視覚的魅力」でも夢を連想させるダブルイメージについてダダの表現に起源をもつと解説している³⁴。中でもカルダーのキネティック・スカルプチャーを高く評価するストナルは「空間を自由に揺れるカルダーのモビールは純粋な運動を表現しており」、「カルダーのモビールに靈感を得たのだろう、最近デザイナーたちは空間内で動く形状を売場デザインのために用いるようになってきた」³⁵と述べている。

『店頭ディスプレイのためのデザイン』からは、ストナルが現代アートの成果を積極的に援用していた事実と、彼のキャリアにあってディスプレイデザインが展示デザインと直結していた事実が二つながら了解されるのである。

6. 情報デザインの先駆者

2003年、プラハ城で初めての大規模な回顧展「ラジスラフ・ストナル：プラハ—ニューヨーク——行動するデザイン」が開催されるに当たって刊行された図録に「情報の空間」という論考を寄稿したポール・マコフスキーは、次のように書いている。

2002年の秋〈知覚の扉〉という名の組織が「フロー」というテーマで会議を開いた。「情報アーキテクチャ」という用語をつくり出したワーマンや『情報デザイン原論』を編纂したヤコブソンは、この分野が60-70年代にまで遡るものと見ている。³⁶

ワーマンといえば情報デザインの分野の開拓者として名高い人物だが、ストナルのことは全く知らなかったらしい。ヤコブソンが編纂しワーマンが序文を寄せた『情報デザイン原論』のどこにもストナルの名は現れない。

1944年に刊行された『カタログデザイン』の「前書き」に「情報デザイン」という句がすでに現れていること、1947年の冊子が『情報をデザインする』と題されていたというだけでは、ストナルが「情報デザイン」の先駆者と見なすだけの根拠にはならないのだろうか？しかし、カタログデザインとは製品情報のデザイン以外の何ものでもないはずだ。何よりストナルが手がけたカタログや店頭ディスプレイ、さらにはチェコ時代の展示デザイン——それは誰がどう見ても情報デザインのすぐれた実例ではないのか。

『情報デザイン原論』において博物館的施設における展示デザインを論じたスクリピンは、学習者の頭の中にある認知地図は自己組織的で、学習者のそれまでの経験と、次のような能力——すなわち「入ってくる情報の流れからパターンを察知し→そのパターンを解釈（分類・構成・統合）し→その解釈に則って行動する」三つの能力によって形成されるのであり、これら三つのステップ全てにおいて「注意」が果たす役割は大きいと言う。

つまり「注意」あるいは「注意を向ける」という言葉は、新しく入ってくる情報を探知し、それを解釈し、すでに持っているスキーマと新しい情報とに則って行動するという行為に含まれるさまざまなプロセスを意味する。³⁷

この指摘にしても、教育的展示と販売のための展示という相異こそあれ、ほぼ半世紀前にストナルが明らかにしている見解——すなわち店頭ディスプレイには二重の機能があり、「購買客の注意を惹くという機能と、その注意を実際の購買行動へと方向づける機能を合わせ持っている」³⁸ という見方——と明らかに似かよっている。

同じ論集でロバート・ホーンは情報デザインの先駆者として、チャールズ・イームズ [1907-1978] を次のように称揚する。

現代の情報デザインの先駆者イームズ夫妻は、1940年から40年間、最初は夫のチャールズひとりで、その後、妻のレイとふたりで、人形劇、映画、家具まで含むほとんど考えられるすべての媒体で活躍した […。]。その後、このふたりは情報デザインに転向した。情報デザインの分野におけるふたりの有名な貢献は年表であろう。[…。] それからのふたりは、ニューヨーク万博のIBM館や、アメリカ建国二百年を記念して全国を回った「フランクリンとジェファーソンの世界」展など、数々の展示・展覧会を精力的にデザインし、見事な成果を見せた。³⁹

チェコスロヴァキア時代のストナルは、人形劇からキャリアをスタートし、玩具、雑誌・書籍、カタログ、食器などのデザインを手掛けるかたわら、屈指の展示デザイナーとして認められていた。イームズ夫妻ほどではなくても、彼にも情報デザインの先駆者としての賞賛は捧げられてしかるべきだろう。

しかし、こうして情報デザインという参照項に即してストナルのキャリアをチェコスロヴァキア時代にまで遡ることで、ストナルが情報デザインの先駆者であるという、私見によれば自明ともいえる事実よりもはるかに重要なもう一つの事実には私たちは気づく——ニューヨークに移り住んでからの活動は移住前の仕事の継続であり、ストナルのデザイナーとしてのルーツは、第一共和国という恵まれた環境のなかで思う存分真価を発揮できたチェコ時代にあったのだと。

7. ルーツとしてのチェコスロヴァキア

初めて名前がクレジットされた単著が『制御された視覚的フロー』*Controlled visual flow*と題されていたことにも、彼がデザイン上の原理としてフローを重視していたことがうかがい知れる。だが「視覚的フロー」「visual flow」という用語は、1930年代にストナルのパートナー、レンバーグ＝ホルムが考案したとされる⁴⁰。ストナル自身が自著で引用したレンバーグ＝ホルムによるデザインの機能の定義の中にも「フローパターン」という用語が現れているが、それは二人が出会う4年前になされたという定義である。

レンバーグ＝ホルムは、1936年にカタログデザインに言及して、次のように宣明した。「カタログデザインの機能は […] カatalogの内容とフォーマットをデザインのフローパターンへと、使用者の心理の流れ‘flow’のパターンを規定するフローパターンへと配列することである」⁴¹

レンバーグ＝ホルムと親しくなったあと、パンフレットが出版されるまでの協働の中で、ストナルはフローという概念を吸収したのか。そうではあるまい。渡米直後は英語がうまく話せなかったのだからストナルが「フロー」という用語そのものを使っていた筈はないが、ストナルのデザイナーとしての基本理念と一致していたからこそ、この用語を受け容れ、彼自身の名前がはじめてクレジットされた印刷物であり、彼自身のカタログデザインの見本帳のような冊子の表題に選んだにちがいない。当然ながらレンバーグ＝ホルムの用語を使い出してから説明ではあるが、たぶん戦間期ヨーロッパの状況を念頭に置きつつ展示デザインについて、ストナルはこう振り返る。

展示デザインを既存の芸術分野の伝統的分類に当てはめることは難しかった。それは本質的に空間における一連の効果に依拠しつつ、内容がうまくデザインされた本のようになめらかに流れていく三次元のグラフィックデザインであった。⁴²

「うまくデザインされた本のようになめらかに流れていく」‘flowing as smoothly as well designed book’ という表現からは、カタログデザインにおけるフローと展示デザインにおける動線‘flow’との間に本質的な繋がりのあることが——さらにはストナルにあってフローの概念のルーツが展示デザインにあったことが——推測できる。やはり『行動するビジュアルデザイン』の中でストナルは、1936年パリ万博におけるボスラフ・フクス [1895-1972] との共同プロジェクト「ヨーロッパの中央 チェコスロヴァキア」の展示について次のように解説している。

注意を惹くための清新な視覚的魅力も、情報を伝え説明するために有効な技法も、周到に計画された展示の連続性へと統合される一部分として用いられて初めて、その十全たる意義を獲得する。観客が展示を最後まで見てくれるようにシークエンスからシークエンスへと誘導していく「フローパターン」という概念は、デザインの分野においてきわめて重要な革新であった。[...] 制御された視覚的連続性の確かな原理は、デザインの多様性と連続性を二つながらもたらず関係性の中、展示を構成する全ての要素が流れていくことを求める。その結果、計画された視覚的フローは——一方向へ進んでいく流れ‘flow’も循環する流れ‘flow’も——同一でなければならない。⁴³

これとて後づけの説明だと言われればその通りである。だがそれでもこの説明は十分に説得的ではないか。プラハ美術工芸博物館のイヴァナ・ヤナーコヴァーも、チェコ時代のストナルが手がけた展示にフローの原理が適用されていたことを示唆している。

ストナルの制御された視覚的フローの理論は、移動しながら空間を知覚するという新しい知覚法の応用であった。時空間の中にある情報の知覚を、ひいては認識を移動が決定づける。展示デザインとの明らかな平行性がここにはある。[...] 後年ストナルは、レンバーグ＝ホルムとの共著において、眼の動きを示す視覚的フローのダイアグラムについて論じ出したが、その動線図は展示スペースの中を進んでいく観客が軌跡の描くパターンと酷似していた。⁴⁴

同じくヤナーコヴァーの指摘するところによれば、当初ストナルの展示デザインは

壁面に限られ、しかも装飾的であったが、数年にして壁面を情報伝達のための場所と見なすように変化していき⁴⁵、1928年に開催された「国際フィレンツェ図書見本市」の展示デザインでは、本の表紙のモンタージュを吊るし各セクションのテーマを告知すると同時に案内標識としても機能させる工夫がなされていた⁴⁶。さらに20年代後半になるとストナルは展示スペースの分節に着目しはじめ、分節された展示スペースから次の分節されたスペースへと観客の誘導を図るように変化し⁴⁷、30年代に至って、明晰なメッセージを伝える空間の扱いにストナルは熟達したと、ヤナーコヴァーは総括する⁴⁸。

フローの概念そのものではないが、検索を容易にし、利用者の視線を誘導して、論理的連鎖をなめらかへと案内していくインデックスにしても、意外なことには、1934年のクリスマスプレゼント用に〈共同作業〉が企画した絵本『私たちの世界』ですでに採用されていた⁴⁹。

またキャリア初期にデザインしたブロック玩具「工場のある町」（1922-1926）は、機能主義建築で盛んに試みられたプレハブ建築のように、規格化されたモジュールをモンタージュして町を作り上げていく玩具である。これなどもユニットからセクション、カタログ、ファイルと、「構造化」されているがゆえに、差し替えも可能なカタログと同様——あるいは子ども靴売場に設置された展示用パネルに似て——要素の配列・モンタージュという「統辞的」な発想が根底にある。

書籍、カタログにおける触覚の利用についても、ストナル自身こんなふう述懐しているのである。

製本の材料の触覚面の質や色が、手触りと視覚の新しい悦楽のために開発された。 […] 綾織り木綿と背表紙の革のラベルを組み合わせた装丁。滑らかな羊皮紙に似せた紙の背表紙とざらざらした食感のクロスの表紙・裏表紙。標題が刻印された滑らかな布地。⁵⁰

1940年代初めから61年までにアメリカで出版されたストナルのデザイン論は、今なお古びていない。しかしそこで語られていることは、すでにチェコスロヴァキアで実践されていたのである。よしんばそれが地図から抹消された国であろうと、一国のパヴィリオンの展示デザインを委嘱された事実は、渡米時すでにストナルが母国で一流のデザイナーとして評価されていた事実を物語っている。彼はすでに完成されたデザイナーとしてアメリカに渡ったのである。晩年のストナルは第一共和国についてこんな述懐を吐露していた。

1918年以降のチェコスロヴァキアにとって、共和国の民主主義的自由は国民を

鼓舞する現実であり、オプティミズムの気風を生み出した。世界に対して大きく開かれた扉は、増大する教育熱や新たな文化価値をもとめる探究心を満たすため出版事業の拡大をうながした。[…] 新しい機能的なデザインコンセプトが根づいたのは、1922年前後のことであり、この新しいコンセプトの結果が最初に現れたのが建築であり、その後、タイポグラフィ、製品デザイン、展示デザインが続いた。⁵¹

8. 戦間期チェコの文化的コンテクストに由来する影響

本節ではプラハ時代のストナルがアヴァンギャルド芸術から受けた影響と、そしてストナルのデザイン思想とアヴァンギャルドデザイナーたちの考え方との平行性ないし影響関係について、いささかなりとも検討を加えたい。周知の通り、戦間期のチェコは全欧のモダニズムが輻輳した地であった。当然ながらプルゼニで生まれ、プラハで学び、教えたストナルがその影響を受けなかった筈はなかろう。

8. 1. バウハウスとチヒョルトからの影響

公的な関係こそなかったようだが、ストナルはバウハウスを頻繁に訪問していた。自ら編集した〈共同作業〉出版の雑誌『美術教育』にバウハウスの紹介記事を掲載し、バウハウスの支持者、紹介者としてチェコスロヴァキアにおけるバウハウスの受容に大いに貢献したことはよく知られている。1971年にストナルは「南の隣国から見たバウハウス」⁵²というエッセイを発表しているが、その前半は『行動するビジュアルデザイン』の「初期のモダンデザインのコンセプト」の冒頭に置かれた五つのセクションのうち「ルーツは1918年」、「『ニュータイポグラフィ』の基礎」、「『新しいプロダクトデザイン』の基礎」⁵³の三つをつなぎ合わせたものにほぼ等しい。あたかもストナルにとって、アヴァンギャルドすなわちバウハウスであったかのようなようではある。

しかし、『行動するビジュアルデザイン』でバウハウス以上に頻繁に、そして共感を込めて言及されるのがニュータイポグラフィ——著者のヤン・チヒョルト [1902-1974] をして一躍モダンデザインの旗手にのし上げたマニフェストの表題となっていた語「ニュータイポグラフィ」である。「前書き」の冒頭におかれた短文において「ニュータイポグラフィは、グラフィックデザインにおける運動の名称である。[…] この概念は1920年代後半に明確な姿をとったのだが、その後も視覚デザインに寄与しつづけ、今なおその影響力を保持している」⁵⁴と説明されるのを皮切りに、その三頁あとの「現代のデザインの背景」と題されたセクションにもこんな記述が見つかる。

現代のグラフィックデザインとタイポグラフィには堅固な土台が存在している。それは1920年代、30年代のヨーロッパのアヴァンギャルドの先駆的業績の

直接の遺産だ。[…]当初はこの運動は「構成的」と呼ばれていたが、その呼び方には即興や個人の感覚に導かれたものとは真っ向から対立し、論理的構造を構成しないし有するという意味があった。それは、形式面の規則の援用や、芸術のための芸術とはちがって、ある機能を遂行するよう計画されたデザインという理念を強調するため、「機能的タイポグラフィー」とも呼ばれた。⁵⁵

さらに3/b「ニュータイポグラフィーの基礎」、3/c「ニュータイポグラフィーの社会的含意」と説明は続く。回顧的な語り口の最後のセクション「初期モダンデザインのコンセプト」でも「ニュータイポグラフィーの基礎」と題された箇所があるほど言及が多い。

しかし、これはチヒョルト個人からの影響なのであろうか。ストナルはチヒョルトの個展をプラハで開催するために尽力したほどだから、その功績を高く評価していたことに間違いはない。パウハウスやデ・ステイルの影響を示す初期のタイポグラフィーが、同時期の人形劇のセットや玩具のデザインのもつ正確さ、完成度を欠くと——結局ニュータイポグラフィーとの出会いが決定的だったと——ストナル研究の第一人者ヤナーコヴァーも評している⁵⁶。しかし、この評価の正否はともかく、ひとつ確実に言えるのは、今なお高い評価を受けている食器のデザインや多くの賞を受けた展示デザインを除き、雑誌書籍やポスターのデザインに限ったとしても、ストナルの残した仕事は質と量の両面においてチヒョルトをはるかに凌駕していることである。

1934年プラハで開催されたストナルのグラフィックデザイン展のオープニングでカレル・タイゲは——チェコアヴァンギャルドを理論面で主導した美学者としてだけでなく、すぐれたブックデザイナーとしても知られるタイゲは——ストナルを運動としてのニュータイポグラフィーに位置づけつつ、次のように賞賛した。

ラジスラフ・ストナルのタイポグラフィーの作品は、国際的なニュータイポグラフィーの運動がもたらした最も円熟し、洗練され、入念を極めた作品である。それが書籍や雑誌の表紙であれ扉であれ、あるいはパンフレットであれポスターであれ、与えられた課題をシステムティックに征服すること、適切なタイプフェイスを選び、その活字を合理的なやり方で組み上げること、それ以上に高度で色彩豊かな先進的印刷文化が、ストナルの仕事了他に抜きんできた独自のものとし、チェコスロヴァキアにおける、ひいては同時代のヨーロッパにおけるニュータイポグラフィー運動の最前線のみならず、構成主義的・機能主義的タイポグラフィーというモダニズム運動の大立者らにまじって彼の地位を確固たるものにしていく特性なのである。⁵⁷

8. 2. タイゲとストナル

同世代ではあるが、ストナルとタイゲは気質も政治的信条も異なっていた。タイゲが当代一流の論客であったのに対して、既述の通り、プラハ時代のストナルはほとんど理論的言説を残していない。戦間期チェコのアヴァンギャルド的、モダニズムの装本を代表する両雄であったが、タイゲのデザインにはストナルのデザインのような洗練は見られず、ストナルにはタイゲのような作風の幅と多様性は望むべくもなかった。

ただストナルのデザイン論にところどころ顔をのぞかせ、機能主義者にしては意外と思わせる箇所は、なぜかタイゲの芸術論を連想させる。すでに4.1.で引用した「デザインの諸相は分極化し、さらに機能対形態、実用対美、合理対非合理の対立をなす」⁵⁸という一文に見られる機能／実用／合理に対立する形態・非合理・美への言及は、「マーケティングや教育のための情報デザインの果たす機能は、そのデザインが効果的であろうするなら必ず、機能と形態、実用性と美、合理性と非合理性といった相対立する両極性の解決になるはずだ」⁵⁹というふうに何度も繰り返されるが、この二項対立には20年代のタイゲに見られた構成主義と〈ポエティスム〉との対立が文字通り木霊しているかのようだ。1923年にタイゲが提唱したポエティスムは、理性的・合理的な（機能主義とほぼ同義の）構成主義に対し、想像力にその軸足を置いていた。ただ24年にタイゲのマニフェスト「ポエティスム」が発表されるまでの間もつばらポエティスムの理念を伝えたのは、「絵画詩」と呼ばれる一種のフォトモンタージュであった。方形を中心とした幾何学的な平面分割を基盤に、そのグリッドにはめ込むようにして写真や地図、絵葉書、文字などが自由な連想に従ってモンタージュされた絵画詩について、ストナルは次のように言及——いや、言及しているというよりも引用している。

1934年、ストナルのグラフィックデザイン展のオープニングにおいて、タイゲはグラフィックデザイナーが果たすべき社会的機能と彼と周囲の環境との関係について定式化を試みた。その一方で、タイゲは例外として一部の絵画詩（モンタージュ・タイポグラフィ）が詩人の仕事に類似することもある旨を指摘した。ということは、現代のタイポグラファーの手により功利的理由でなされる分野における仕事は、その考え方やアプローチ法からして、ジャーナリズムや建築プランナーの仕事と境界を接する過渡的^{アート}技芸という範疇になぞられることができるのかも知れない。⁶⁰

ストナルの店頭デザインの中では際立って幻想性の強い「お楽しみ公園」なども、機能主義のアンチテーゼとしてのポエティスム的なものを——「構成主義者が建てた都市の中で魔法の街が新しい詩、哄笑の世界、芳香の世界を打ち立てるであろう」⁶¹

という一文にあらわれる「魔法の街」や、「ポエティズムが指し示す道は出発点も終点もなく、芳香に満たされた公園の周囲をめぐる」⁶²という叙述の中の「芳香に満たされた公園」のような場所を——ストナルは目指したのではないのか。

カタログデザインやブックデザインにおける視覚と触覚の同時的刺激以外にも、ストナルは視聴覚を組み合わせる利用することが増えつつあるとの指摘をなしている⁶³。こうした共感覚への関心もポエティズムと無縁ではない。ポエティズムは純粋詩を——ニュータイポグラフィが否定した芸術のための芸術を——志向したという⁶⁴。五感それぞれを司る法則の間に潜在する類似に基づく同時的刺激が共感覚を実現し、ポエティズムが最終的目的とする「あらゆる感覚のためのポエジー」を可能にするというふうに、タイゲは考えるに至った。このような共感覚的で総合的な芸術にとって、映画が格好のメディアであったことは想像に難くない。

8. 3. エイゼンシュテインとストナル

映画ならエイゼンシュテインというのは余りに安易かも知れない。しかし、そもそもカタログデザインや展示デザインにおいて統辞軸に沿って要素を配列して論理的連鎖を組み立てていくフローの原理は、編集・モンタージュという方法を映画と共有しており、ストナルが映画に関心を持ったとしても何の不思議はない。実際、ストナルは雑誌のデザインについて、視覚的要素の配列・統合を映画になぞらえ「単位間の相互作用は、どれも先行する単位と後続する単位と視覚的に関連づけられ、映画フィルムのように調和のとれた流れ‘flow’へと組織される」⁶⁵と説明したことがあったし、別の箇所では、タイポグラフィカルな実験についてこんなふうに語っている。

「三次元のブックデザイン」や「読むための映画」というアイデアもここに含まれていた。[...] フィルムストリップ・テクニクはプラハ国立グラフィックアート専門学校の1933年の年次報告書中の視覚的マニュアルにおいて、演習室を見学して回っているかのように実感させるため使われた技法だ。図版による物語を提供する一つの新しい可能性を、フィルムストリップ・テクニクは示唆している。⁶⁶

ここにいう「三次元のブックデザイン」は展示デザインのことであろうか。すでに述べたように、ストナルは展示デザインにおいてフローを重視し、その展示全体の論理的な流れ‘flow’と、展示物を見ていく観者の動線‘flow’とが一致するように計画した。このように歩いたり止まったりしながら、三次元の本を読み進んでいく観者の視覚は、もはや静止した線遠近法的視覚ではないことに、ストナルは気づいていた。

店頭ディスプレイのデザインは空間の中に置かれた形状、形態を取り扱うので、それらがどのように知覚されるかをデザイナーは考慮に入れなければならない。見ることは単眼的な視覚ではない。つまり固定された一点に縛り付けられた視覚デザインなど存在しないのである。なぜなら人は歩き回り上や下を、あるいは右や左を見るなどするのだから。視覚は複眼的だ——つまり動いている人々が目にとめた合成的ないし同時的な光景から成りたっている。⁶⁷

移動的視覚については、エイゼンシュテインもモンタージュ論の中で興味深い指摘をしている。逆に映画を建築になぞらえているのだから、尚のこと興味深い。エイゼンシュテインによれば、映画の発達段階には単一のカメラ位置、変化するカメラ位置、そしてトーキー映画の三段階があり、動線‘flow’にかかわってくるのは、第二の「モンタージュ」映画の段階であり、この映画固有と思われるモンタージュにも建築という先駆形態が存在したのだという。モンタージュ映画では、時間も場所もかけ離れているが、何らかの連続性にもとづいて集められ画像が統合され、意味的な概念へと組み立てられていく。そしてこれらの多面的な印象が、座ったままの観客の前を通りすぎていく。しかし「かつては反対だった」とエイゼンシュテインは言い出す——「観客の方が巧妙に陳列された諸現象の間を移動して順次視線でとらえなければならなかったのだ」⁶⁸と。そして「この点で映画の先祖と見なせるのが建築」⁶⁹であり、「古代ギリシャのアクロポリスこそ模範的かつ最古の映画である」⁷⁰と結論づけられる。なるほど、この説明に添えられている挿絵を見ると、視点の移動につれて、建物のファサードの見え方がちがってくる様が了解できるのである⁷¹。

先の引用文中の「合成的風景」とはモンタージュされた風景にはかならない。ストナルもまた、店頭ディスプレイと展示における連続性について論じる中で、映画《アレクサンドル・ネフスキー》の写真を挿入し、キャプションの中でエイゼンシュテインの有名なトーキー映画論「垂直のモンタージュ」の一節を引用し、それに「音と映像のコーディネーションの素晴らしい例」⁷²というコメントを添えていた。

もちろんこうした事実は、バウハウスやチヒョルトがストナルに与えた明らかな影響は言うまでもなく、タイゲの場合のような可能態の影響ですらない。しかし戦間期のヨーロッパ全域に同時多発的にアヴァンギャルド芸術を生み出した状況が、当時は芸術とは無縁の匿名的な手仕事として顧みられることのなかったデザインの中にも反映していたことは、まず間違いないと思う。

9. おわりに

理論家であったタイゲ、画家のヨゼフ・チェペックやインジフ・シュティルスキー、建築家のヴィート・オブルテルとちがい、ストナルは戦間期に開花したチェコのブッ

クデザインにおいて唯一と言ってもよいプロフェッショナルなデザイナーであった。タイゲのように理論を語ることはできなかったが、実作者としてはほとんど天才だった。1939年に渡米した時にはもう、デザイナーとして完成の域に達していた。

だがその業績が評価されたがゆえに開催された個展「行動するビジュアルデザイン」のために自費出版した同名の書籍でストナルは、悲観とも不満とも思える口吻をもらしている。

画家は自身の創作上の努力において独立している。画家は一人で自らの問題と向き合い、解決しようとし、その結果に対しひとり全責任を負う。ビジュアルデザインに関して言えば、デザイナーは自身で望むほど自由な主体の立場に置かれることはめったにない。⁷³

それでもプラハのストナルにはまだしも自由があったように見える。ストナルのデザインのもつ最大限の可能性を考えるのなら——ひいてはデザインの最大限の可能性を考えたいのであれば——チェコ時代のストナルの創作の検討こそが近道なのではないか。アメリカ時代の著作はそのための手がかりとして、ストナルの創作全体を理解するための参考書として位置づけられるべきであり、それらの書物は著者自身が、当時はほとんど何も語らなかった第一共和国時代の彼の創作活動の具体的かつ詳細な再評価を求めている⁷⁴。

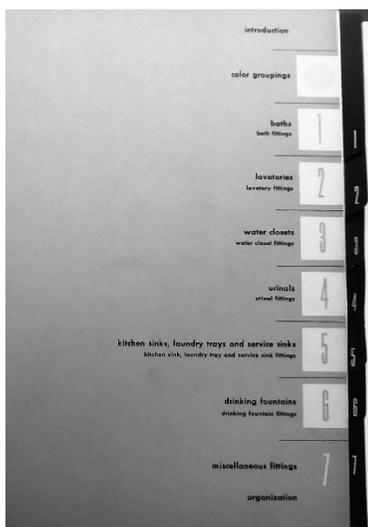


図 1

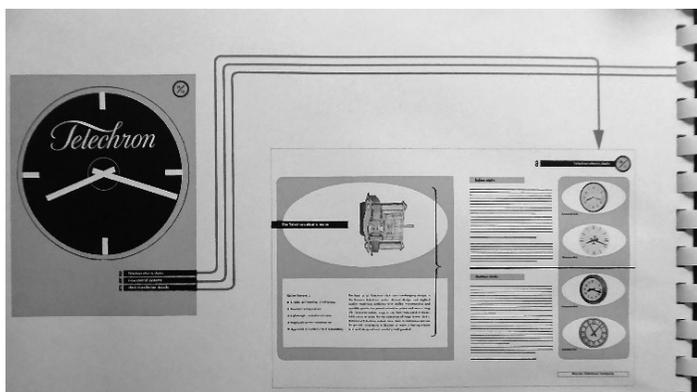


図 2-1 (左頁)

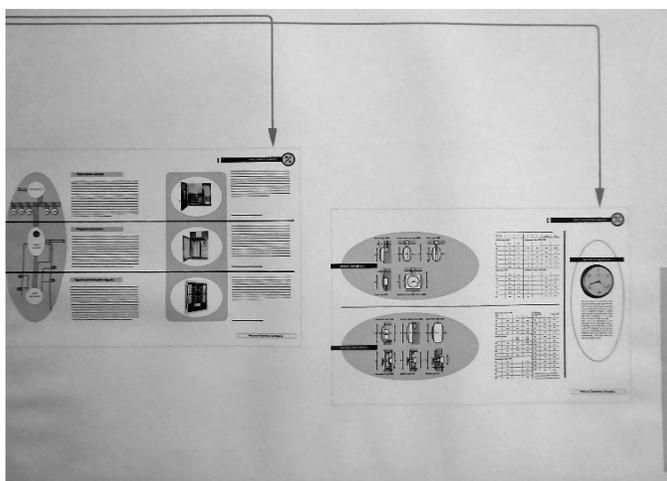


図 2-2 (右頁)

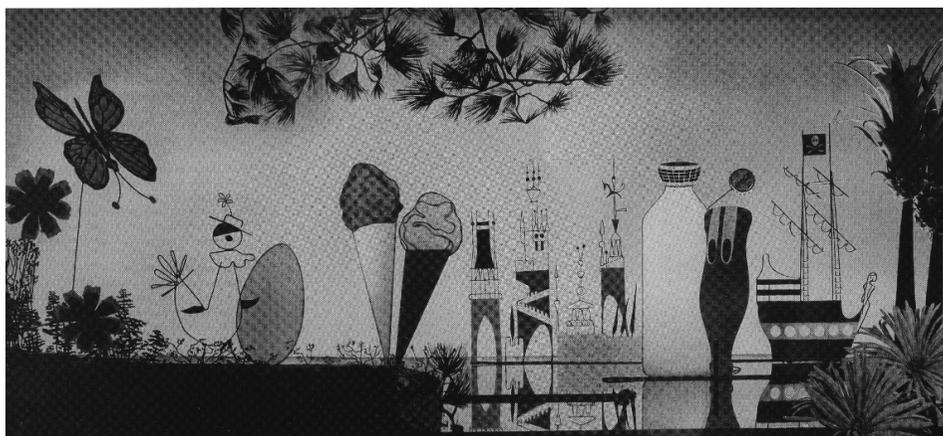


図 3

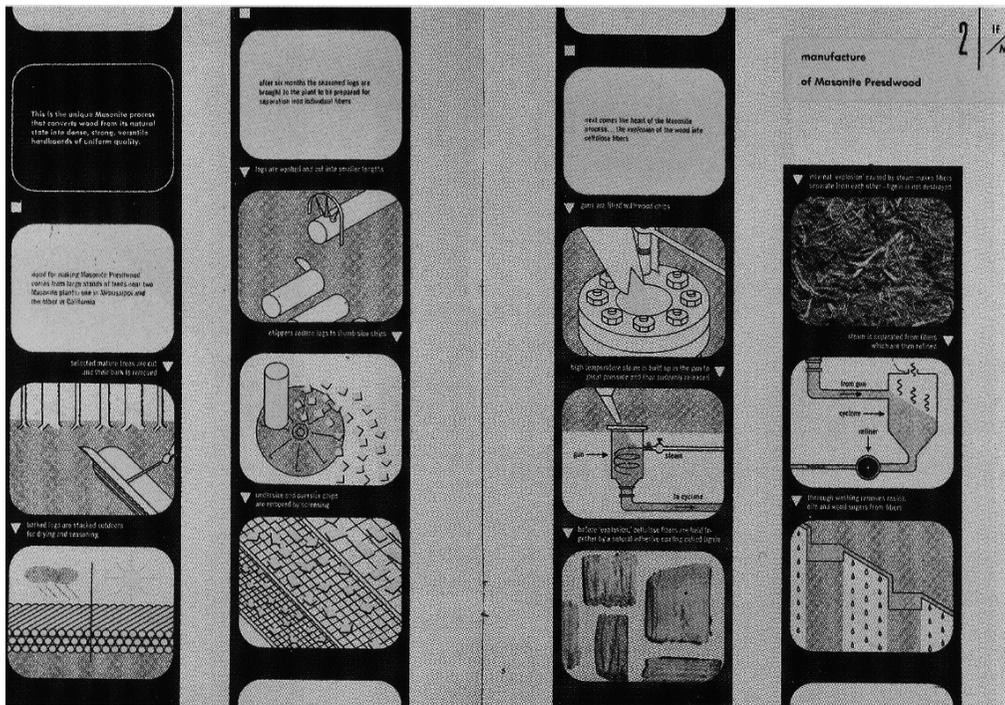


図 4



図 5

[図の出典]

(図1) *American-Standard plumbing fixtures: Catalogue P55*, (New York: Sweet's Catalog Service, 1956).

- (図2-1, 2-2) Lönberg-Holm and Sutnar, “II-I: structural features–5 catalog organization,” in *Catalog design progress*.
- (図3) Iva Janáková (ed.), *ladislav sutnar: praha - new york - design in action* (Prague: Museum of Decorative Arts : Argo, 2003), p. 224.
- (図4) Janáková (ed.), *ladislav sutnar*, p. 183.
- (図5) Zdeňka Marčanová, *Náš svět*, (Praha: Družstevní práce, 1934).

注

- 1 同展のカタログ『チェコ・デザイン 100年の旅』(Museum of Decorative Arts in Prague, 2019)の第4章「1930年代：シンプルな形と機能性」(61-80頁)に写真が掲載されている出品作28点のうち書籍4点、広告冊子2点、商品ガイド1点、ポスター1点、食器セット3点、煙草入れ1点の計12点がストナルのデザインしたものであった。
- 2 本節の記述は、右記の展覧会図録に付された編者ヤナーコヴァーの作成した年譜による：Iva Janáková (ed.), *ladislav sutnar: prague - new york - design in action* (Prague: Museum of Decorative Arts & Argo Publishers, 2003), pp. 368-376.
- 3 この予備的研究においては、これら三冊のデザイン論に開陳されている理念・方法をそのままストナルの考えと見なして、紹介・検討を進める。
- 4 インデックスについては文末の図1を参照されたい。
- 5 Lönberg-Holm, Knud and Ladislav Sutnar, “I: emergence of new flow patterns,” in *Catalog design progress: advancing standards in visual communication* (New York: Sweet’s Catalog Service: 1950). ストナルのデザイン論にはノンブルが付されていないため、以下出典を示すにあたっては当該の項目のみを示すこととする。
- 6 Lönberg-Holm and Sutnar, “I: emergence of new flow patterns,” in *Catalog design progress*.
- 7 Lönberg-Holm and Sutnar, “II-II: function, flow, form,” in *Catalog design progress*.
- 8 Lönberg-Holm, Knud and Ladislav Sutnar, “Introduction – (1),” in *Catalog design: New patterns in production information* (New York : Sweet’s Catalog Service, 1944).
- 9 Lönberg-Holm and Sutnar, “II-II: function, flow, form – conclusion,” in *Catalog design progress*.
- 10 Lönberg-Holm and Sutnar, “II-II: function, flow, form – conclusion,” in *Catalog design progress*.
- 11 Sutnar, “4c – new design synthesis,” in *Visual design in action: principles and purposes* (New York: Hastings House, Publishers, 1961).
- 12 Lönberg-Holm and Sutnar, “II-II: function, flow, form,” in *Catalog design progress*.
- 13 Lönberg-Holm and Sutnar, “I: emergence of new flow patterns,” in *Catalog design progress*.
- 14 Lönberg-Holm and Sutnar, “I: emergence of new flow patterns,” in *Catalog design progress*.
- 15 Lönberg-Holm and Sutnar, “II-II: function, flow, form,” in *Catalog design progress*.
- 16 Lönberg-Holm and Sutnar, “II: visual features,” in *Catalog design progress*.
- 17 Lönberg-Holm and Sutnar, “II-I: structural features,” in *Catalog design progress*.
- 18 Lönberg-Holm and Sutnar, “II-I: structural features–4 page organization,” in *Catalog design progress*.

- 19 文末の図 2-1, 2-2 を参照。
- 20 Lönberg-Holm and Sutnar, “II-I: structural features–5 catalog organization,” in *Catalog design progress*.
- 21 Lönberg-Holm and Sutnar, “II-I: structural features–5 catalog organization,” in *Catalog design progress*.
- 22 Sutnar, “on the selection of paper in this book,” in *Visual design in action*.
- 23 Sutnar, “design for point of sale,” in *Design for point of sale* (New York: Pellegrini and Cudahy, Publishers, 1952).
- 24 Sutnar, “c/12 – Ladislav Sutnar: p-o-s exhibit for prestige,” in *Design for point of sale*.
- 25 Sutnar, “c/23 – Ladislav Sutnar: p-o-s “park of pleasures,” in *Design for point of sale*. 文末の図 3 を参照されたい。
- 26 Sutnar, “b-21 – point of sale design for prestige,” in *Visual design in action*.
- 27 Sutnar, “c/23 – Ladislav Sutnar: p-o-s “park of pleasures,” in *Design for point of sale*.
- 28 Sutnar, “b – p-o-s design means,” in *Design for point of sale*.
- 29 Sutnar, “b – p-o-s design means,” in *Design for point of sale*.
- 30 Sutnar, “b – p-o-s design means,” in *Design for point of sale*.
- 31 Sutnar, “b – p-o-s design means,” in *Design for point of sale*.
- 32 Sutnar, “b – p-o-s design means: visual interest through three-dimensional shapes,” in *Design for point of sale*.
- 33 Sutnar, “b – p-o-s design means: visual interest through light and color,” in *Design for point of sale*.
- 34 Sutnar, “b – p-o-s design means: visual interest through fantasy,” in *Design for point of sale*.
- 35 Sutnar, “b – p-o-s design means: visual interest through kinetic sculpture,” in *Design for point of sale*.
- 36 Makovsky, Paul, “The space of information,” in Janáková (ed.), *ladislav sutnar: prague - new york - design in action*, p. 346.
- 37 C. G. スクリビン「博物館その他の公共的空間の情報デザイン」、ロバート・ヤコブソン編『情報デザイン原論：「ものごと」を形にするテンプレート』、篠原稔和監訳・食野雅子訳（電気大出版局、2003）、113 頁。
- 38 Sutnar, “b – p-o-s design means,” in *Design for point of sale*.
- 39 ロバート・ヤコブソン「序論——情報デザインはなぜ重要か」、ヤコブソン編『情報デザイン原論：「ものごと」を形にするテンプレート』、6 頁。
- 40 Janáková, Iva, “Space-time and information Flow,” in Janáková (ed.), *ladislav sutnar: prague - new york - design in action*, p. 192.
- 41 Sutnar, “annotation five – ‘design synthesis is the objective’,” in *Visual design in action*.
- 42 Sutnar, “c – basis of ‘new design for exhibitions’,” in *Visual design in action*.
- 43 Sutnar, “c/13 – new design for exhibitions: controlled information flow and structure,” in *Visual design in action*.
- 44 Janáková, “Space-time and information flow,” pp. 194-195.

- 45 Janáková, Iva, “Exhibition Design,” in Janáková (ed.), *ladislav sutnar: prague - new york - design in action*, p. 319.
- 46 Janáková, “Exhibition design,” p. 320.
- 47 Janáková, “Exhibition design,” p. 320.
- 48 Janáková, “Exhibition design,” p. 321.
- 49 文末の図5を参照。ここにはリシツキーのデザインした『声のために』（ベルリン、1923）の影響が明らかだ。
- 50 Sutnar, “c/4 – new typography: new binding design,” in *Visual design in action*.
- 51 Sutnar, “c – early modern design concept, as seen from Prague,” in *Visual design in action*.
- 52 Sutnar, Ladislav, “The Bauhaus as seen by its neighbors south of the border,” in Iva Knobloch (ed.), *Ladislav Sutnar v textech* (Praha: Nakladatelství KANT a Uměleckoprůmyslové museum v Praze, 2010), pp. 44-49.
- 53 Sutnar, “c – early modern design concept: the roots – 1918; basis of ‘new typography’; basis of ‘new product design,’” in *Visual design in action*.
- 54 Sutnar, “introduction,” in *Visual design in action*.
- 55 Sutnar, “introduction: 3 – background of contemporary design – 3/a,” in *Visual design in action*.
- 56 Janáková, Iva, “Jan Tschichold,” in Janáková (ed.), *ladislav sutnar: prague - new york - design in action*, p. 63.
- 57 Mergl, Jan and Dominik Mačas, Trans. David Fuchs, *Ladislav Sutnar: The return* (Pilsen: University of West Bohemia, 2015), 46.
- 58 Sutnar, “4c – new design synthesis,” in *Visual design in action*.
- 59 Sutnar, “annotation five – ‘design synthesis is the objective’,” in *Visual design in action*.
- 60 Sutnar, “3/c: the social implications of the ‘new typography’,” in *Visual design in action*.
- 61 Teige, Karel, *Svět, který se směje: O humoru, clownech a dadaistech sv. 1.* (Praha: Odeon, 1928), p. 89.
- 62 Teige, Karel, „Poetismus,“ in *Výbor z díla I: Svět stavby a básně*, p. 123.
- 63 Sutnar, “a: impact of mass production on point-of-sale display,” in *Design for Point of Sale*.
- 64 Teige, Karel, „Manifest poetismu,“ in *Výbor z díla I: Svět stavby a básně*, p. 339.
- 65 Sutnar, “b/27: magazines – design for visual continuity, in *Visual design in action*.
- 66 Sutnar, “c – early modern design concept -c/4,” in *Visual design in action*. なおフィルムストリップ・テクニクが1952年制作の工業用カタログに利用された例が図4である。
- 67 Sutnar, “b: p-o-s design means, visual interest through perceptibility,” in *Design for point of sale*.
- 68 Eizenshtein, S. M., *Montazh* (Moskva: Muzei kino, 2000), p. 115.
- 69 Eizenshtein, *Montazh*, p. 116.
- 70 Eizenshtein, *Montazh*, pp. 118-119.
- 71 Eizenshtein, *Montazh*, pp. 118-119.
- 72 Lönberg-Holm and Sutnar, “3: design for visual continuity,” in *Designing information* (New York: Whitney Publications, Inc., 1947). ここにはエイゼンシュテインの映画論集のジェイ・レダに

よる英訳 *The film sense* (1942) から、音楽と映像との関係を示すダイアグラムも転載されている。

⁷³ Sutnar, “annotation five – ‘ design synthesis is the objective’ ,” in *Visual design in action*.

⁷⁴ 本研究は JSPS 科研費 18K00198 の助成を受けたものです。

Marginal notes on Sutnar's essays about the design of catalogs and point-of-sale displays

Yoichi Ohira

Although Ladislav Sutnar (1897–1971), a graphic designer from Czechoslovakia, is relatively unknown in Japan, he is gaining recognition in Western countries as a pioneer of information design. In his homeland, Sutnar was an acclaimed master of typography and poster, magazine, and book design. He was also one of the promoters of modern exhibition design and earned great respect in this regard.

In 1939, Sutnar was invited to New York to design an exhibition for Czechoslovakia at the World Fair. Because of Nazi Germany's occupation of Bohemia, Sutnar decided to settle in the United States, where he was fortunate to get a job as an art director for Sweet's Catalog Service in 1941. In the 20 years during which he edited industrial catalogs, he also published several essays, including *Catalog design* (1944); *Catalog design progress* (1950); *Design for point of sale* (1952); and *Visual design in action* (1961).

In *Catalog design progress*, Sutnar shows that the various aspects of design underlying the development of catalog information can be reduced to three basic principles: function, flow, and form.

The term “function” (i.e., to satisfy utilitarian needs by meeting a specific purpose) traces its roots to the architectural functionalism of interwar Europe as it emerged as part of the wave of modernism. The term “flow” (i.e., to satisfy logic through increasing integration), on the other hand, implies a space–time relationship between elements. This concept, which is the key to Sutnar's catalog design during his time in America, can be traced back to the principles of his exhibition design from the 1930s onward. In his installations of those years, Sutnar focused on exhibits that articulated space and directed viewer movement.

There is an obvious parallel between exhibition display and catalog design. When a user's eyes travel through the pages of a catalog, the controlled flow of information directs the movement of the eyes, which, in turn, creates awareness of the information in terms of space and time.

Although these two design principles indicate that rational reasoning prevails in Sutnar's essays, the third principle, “form” (i.e., to satisfy the senses), implies the integration of visual, tactile, and kinetic elements of design into a new totality. For example, in the concluding section of *Catalog design progress*, Sutnar defines the task of design as one of resolving conflicts between polarities such as function and form, content and format, utility

and beauty, and the rational and the irrational into a new entity. Therefore, he intends to harmonize rational formulations with intuitive overtones. These overtones enrich visual communication with the expressiveness and spirit of modern artists because the desire for a synthesis of the rational and the irrational is characteristic of several avant-gardists. The roots of Sutnar's design theory are, for example, found in research on contemporary art and architecture.

In the essay *Design for point of sale* (1952), Sutnar argues that readers notice more obvious connections between interwar avant-garde art and architecture. According to Sutnar, the point-of-sale display has a dual function: it not only gains the attention of shoppers but also directs their attention into the act of making a purchase. Numerous examples in his essay show that the visual interest created by modern design is, unquestionably, achieved through the inspiration drawn from contemporary arts.

Sutnar's last publication, *Visual design in action*, has the features of a manifesto and displays the knowledge, skills, and experience of a designer who had behind him 40 years of developing and expanding these. This modernistic book—financed by Sutnar—has been compared with Jan Tschichold's *Die Neue Typographie*, which Sutnar refers to in his own book. In the publication, Sutnar reiterates a designer's ability to use their inspiration drawn from contemporary art to arouse visual interest, create awareness, and direct eye movement.

The works Sutnar created during the period he spent in America demand a reevaluation of his activities in the First Czechoslovak Republic and the influence of interwar arts and culture on his projects.