

dictionary no.114

「言葉を失った dictionary」PDF 版を ご覧のみなさまへ

ご覧の PDF はフリーペーパー『dictionary』no.114、2月10日に発行されたものです。今号は創刊19年目にして初の試み、言葉（文章）の一切ない dictionary をお届けします。演劇、広告、音楽、雑誌、新聞、グラフィック、写真...さまざまな分野で今、何が表現できているのか、規制はあるのか、それともないのか。あるとすれば、その実体は？誌面には、ポートレートのみで登場する、各分野の一线で活躍するみなさんによる全9対談。対談映像、テキストPDFは、web、ポッドキャストにて順次公開いたします。

対談出演一覧

坂本龍一（音楽家）、茂木健一郎（脳科学者）、ヒロ杉山（アーティスト）、箭内道彦（クリエイティブディレクター）、是枝裕和（映画監督）、小林顕作（俳優）、岡田利規（演出家・劇作歌）、Jonathan Barnbrook（グラフィックデザイナー）、米田知子（フォトグラファー）、南島信也（朝日新聞）、中島みゆき（毎日新聞）、須田泰成（コメディライター）、高崎卓馬（広告プランナー）、森山裕之（Quick Japan 編集長）、ECD（ラッパー）、志人（ラッパー）、陣野俊史（音楽評論家）、桑原茂一

Podcast media CLUBKING について

Podcast CLUBKING では多彩なコンテンツを配信しています。

音声作品 映像作品 音楽作品

それぞれ異なった下記のコンテンツメニューよりお好きなものをお選びください。

media CLUBKING へのアクセス方法

iTunes Music Store Podcast Castella <http://www.castella.jp>

ケロログ <http://www.voiceblog.jp>

また下記の URL で直接アクセスも可能です

<http://phobos.apple.com/WebObjects/MZStore.woa/wa/viewArtist?id=191784134>

配信コンテンツ

スケジュールの詳細は Podcast media CLUBKING と WEB にて番組表を公表します。

Podcast

<http://phobos.apple.com/WebObjects/MZStore.woa/wa/viewArtist?id=191784134>

WEB

<http://www.clubking.com/>

インタビュー配信予定リスト

2月第3週

瀧本幹也（写真家）六ヶ所レポート再配信

2月第4週

箭内道彦（クリエイティブディレクター）×是枝裕和（映画監督）

2月第5週～3月第1週

志人（ラッパー）×陣野俊史（音楽評論家）

2月第2週

ECD（ラッパー）×陣野俊史（音楽評論家）

3月第3週

小林顕作（俳優）×岡田利規（演出家・劇作歌）

3月第4週

須田泰成（コメディライター）×高崎卓馬（広告プランナー）×森山裕之（Quick Japan 編集長）

3月第5週

南島信也（朝日新聞）×中島みゆき（毎日新聞）

対談 今、表現者たちは何を視ているのか？

ディクショナリーという方法。

僕は良いデザイナーである前に 良い市民でありたいと思っています

「デザインを通じて自分が本当に思っている事を伝えたいと思っています。大抵の人は怖がって真実を言おうとしません。僕はそれこそがデザイナーの責任だと思っています。」この言葉が聞きたくて私はジョナサンが奥様の実家に帰省していた神戸に飛んだ。今回のディクショナリーのテーマを語る上でどうしても彼の言葉が必要だった。アーティストはロックミュージシャンと同じようにオーディエンスに勇気や希望や発見を与える力を持たなければならない。心に刺さるインタビューだった。(桑原茂一)

米田 桑原さんはあなたの作品から勇気を与えてもらっているそうです。日本のクリエイターにはなかなかそういう人はいません。

バーンブルック デザインというのは消費主義と密接な関わりを持っているもので、表面的な部分が非常に多いのです。消費社会というものは人生における真の問題、例えば死等に直面する世界ではありません。したがってデザインもそのような問題を取り上げない。人生におけるあらゆる側面、特にメディアが我々に中身の無い物を作るようにしむけているのです。だから学校でもデザインには色々な可能性がある事を教えようとしません。我々が頭に入れておかなければいけないのはデザインやアートの持つ基本的な力、つまりそれ自体が人々にインスピレーションを与える有力な情報になり得るという事です。また、デザインを通じて社会の基本的な問題を解決する事も出来ます。いかに斬新でクールかという事が重要なではありません。それは消費者が作った価値観です。日本経済は極端に消費主義だ。その消費主義経済において製造者もデザイナーも共により責任を持って行動しなければいけない時代に入っている。例えば、私は現在革命を考えて働いている人々と仕事をしています。エコ・シフトという事を考えている人々で

す。彼等は自分たちが排出する公害、そしてどのような素材を使うかに責任を持つ事を考えています。なので物事に対する考えが非常に現実的になりました。

米田 私達が何かを消費するとそれが公害になるという現実を踏まえながらデザインをするという事ですね。

バーンブルック そうですね。私が言いたいのは、人々がデザインの本来持つ良い特徴を忘れがちなのでそれを再認識して欲しいという事です。

米田 消費主義に埋もれて忘れるのでなく、デザインの本来の姿を見つめ直すという事ですね。

バーンブルック デザインを通じて自分が本当に思っている事を伝えたいと思っています。大抵の人は怖がって真実を言おうとしません。僕はそれこそがデザイナーの責任だと思っています。

桑原 日本のデザイナー達に向けてやり方はあるんだという事を具体的にお話頂けると嬉しいです。

バーンブルック もちろんやり方はあります。でも重要なのはそれが明確に存在するものではないという事です。こういう問題にはこういう方法というような感じではありません。僕は良いデザイナーである前に良い市民でありたいと思っています。デザインするという事は僕の人生の一部でしかありません。だからあらゆる行動全てにおいて正直でありたいと思っています。デザイン第一でモラルは二の次という訳にはいきません。それはイコールで結ばれないとダメなのです。同時に意味のある仕事だと感じる事が出来なければ引き受けません。僕の仕事は他の国の人を直接助けるような物でないかもしれませんが、少なくとも社会を構成する多くの思想の一部となり、そこから変化が生まれるのです。これはここ300年、400年続いてきたあたりまえの事です。新しい思想が公共の場で初めて披露される時、それは異端として非難されます。権力を持つ人がそれを潰そうとするのです。例えばアパルトヘイトの廃止が初めて唱えられた時等、人間性を主張するような時は特にそうです。その考えが社会を滅ぼすとみなされるのです。権力者が自分たちの持つ権力を維持したいがための事です。そこで暴動等が起き

るのです。僕は暴力には反対ですが、新しい思想が提示される度にこれは繰り返されてきた事です。そして、やがてその思想が一般に受け入れられるようになると変化が訪れます。私は現在デザインを通じて様々な新しい考えを提示しているので、未来について非常に楽観的です。地球温暖化が現在大きな問題となっていますが、既に問題提起されているので世界は変わると思います。社会とは不完全なものなので、常に人間性を重視した視点からそれを眺める必要性があるのです。どうすれば我々の時代をより良く出来るのかという事を考えなければいけないのです。ある状況について文句を言うだけでは何の意味もありません。ただのグラフィック・デザイナーである僕が偉そうに言う事ではないですがね。だからと言って僕はクライアントと真っ向から対決しろと言っているのではありません。環境活動では、「カーボン・オフセット」という資源を使った分だけ木を一本植えると言う考えがありますが、それをデザインにも取り入れれば良いと思います。クライアントとの仕事に時間を費やしたとすれば、その分仕事以外で有意義な事をすれば良いのです。例えばチャリティー活動等。デザイナーの中には企業と仕事をするにあたって決定権が自分がないからデザインで真実を表現するのは難しいという人が居ますが、こういう形で外で表現すれば良いと思います。

米田 自分が車を運転するとしたらその代償として木を植えてバランスを保つという考えですね。

バーンブルック 桑原さんはコメディイに関係されているのでコメディイについてお話をさせて頂いても良いでしょうか？私はイギリスのコメディイが大好きなのですが、自分についてあまり深刻に考え過ぎない事が大事だとされています。この世界が好きで人間性を重視した考えを持つ場合には時には道化になる事が大切だと思います。自分達の生きる世界を愛しているのであれば毒を持った存在であるよりは人間味のある存在でなければいけません。多くの政治家がそうであるように、腐ってしまってはダメです。とにかく人間らしくある事が大切です。そういう意味ではコメディイに多くみられる「皮肉」は大事です。物事の裏側にある真実を推測した上での発言が「皮肉」ですから。

桑原 イギリスには階級社会がそのまま残っていると云いますよね？日本人は今自分の国にはそういうものがないと思っている節があるんですが、もしかすると江戸時代のように階級社会が働いていた時代の人たちの方が人間らしく生きてたのではないか、江戸時代の人たちの方がもっと笑いが生まれる生活があったかもしれない。

バーンブルック それは階級社会である事とは関係ないと思います。イギリスが昔から持つ「皮肉」の伝統の現れではないでしょうか。あとはポピュラー・カルチャーというものが社会を変化させる事が出来るという考えもそうかもしれません。現在のイギリスではコメディがロック・ミュージックに代わるものだと云われていて、コメディを通じて物事を破壊し社会についてのメッセージを伝えようとしています。私はポピュラー・カルチャーが好きだし、重要だと思っています、仕事でも大きな影響を受けています。階級制度についてですが...我々は皆中流階級でその特権は階級制度なんて存在しないと思える事（笑）確かに階級制度は存在するし、若い時はその事を考えると怒りで一杯になりました。一部の人々には特権があって彼等は多くの物を持つ。こういった不公平感から革命は起きるんだと思います。

米田 ジョナサンは労働者階級の出身ですからね。

バーンブルック 冬にロシアの宮殿に行って革命を起こそうとか思ってるわけじゃないですが、イギリスでは日常においても、例えばレストラン等に行くと階級の違いがよく解ります。

桑原 これは友人から聞いた話しですが、BBCは政府のお目付役というか、政府が何かマズい事をやってたらチェックする機関でもあるって彼は言ったんですね。日本は政府の台本通り発表するというか、政府からの情報が一方通行で、とても危険な気がします。生活感としてはインターネットで自由を謳歌しているようでも、実際は大きな違いがあるような気がします。

バーンブルック イギリス人はBBCが非常に好きです。中立的な立場から物事を伝えてくれますからね。ですがBBCを変えようと思っている人々もいるよう

です。ルパート・マードックがその一人です。保守党がまた戻ってきたら、BBCを商業主義化させようとするでしょう。日本のテレビを見ますが、すごくバカバカしい番組が多いですね。テレビを見る時はあまり深く考えず軽く見たいという気持ちも解ります。日本人はよく働くのでテレビはストレス解消の一つなのでしょう。ただ他の媒体でニュースもチェックしてくれていると良いのですが...若い人はインターネットでニュースをチェックしてるのでしょうか。だから日本におけるテレビというのはニュースを得る媒体でなくエンターテインメントの要素の方が強いですよ。とりあえずインターネットがあって良かったです。

桑原 イギリスはブラックなコメディがポップなフィールドに反応するという事だけど日本はそういう観客も居ないしマーケットもない。だからデザイナーもそうしたコメディへの関心も薄いしデザインの中心はいつも企業向けになってしまいます。ジョナサンの活動は日本のデザイナーにも刺激になってると思いますが、現状のシステムがあまりにも巨大に上手に機能し過ぎてるといえるのか、ガス抜きが上手いといえるのか...社会的問題へ行動するデザイナーは少ないように感じます。

バーンブルック デザインする事とその他の行為を差別化するべきでないと思います。日常においても観客は必ず居ます。僕はアド・バスターズの仕事をしてますが、観客がデザイナーのみだとしたら残念な事です。重要なのは自分の名声や社会的地位などに囚われない事だと思います。

桑原 それは生まれ育った教育の違いなのではないでしょうか？

米田 名声を追う人々はイギリスにも居ます。

バーンブルック そういう物を追い求めると言う事はデザインに真摯に向き合っていないという事だと思います。僕はある程度有名になりましたが、それは賞を取るために策略を立てたからではありません。デザイナーである事は僕の職業だと思ってません。もっと日常生活と密接に繋がっている事なのです。

桑原 デザイナーを「単なる職業でない」と感じてらっしゃる姿勢がまず羨ましいですね。また、例えばアド・バスターズもカナダから発信したわけですよね？それもちょっと外に居て、そこからアメリカを見てるといふバランスの良さとい

うか...

米田 アウトサイダーの観点から物事を始める方が簡単ですよ？問題点がより明確に見えるから。

バーンブルック 国というのは閉ざされたものではなくグローバルに開かれているのです。なので、アウトサイダーの観点というのは非常に重要だと思います。僕が日本に来て初めて発見するイギリスの側面も多くあります。自分の国を出て初めて気付く事があるのです。内側から変化するためには多くのエネルギーを必要とします。世界のグローバル化はある意味ではネガティブな事でもありますが、ポジティブな側面もあります。なぜならそれは世界にネットワークを繋げて、今話をしているような問題を皆で考えて行く事を可能にしたからです。とにかくアウトサイダーの視点については良い指摘だと思います。アド・バスターズについては言えば、僕らはアメリカの衛星みたいなものだと思っています。アメリカに近いけれども少し離れているのです。日本のデザイナー達が参加出来る何かはすぐには思いつかないけれど...

桑原 stop-rokkasho の場合でいうとTシャツのデザインには参加しやすいのですが、stop-rokkasho っていう問題が国に対するアンチだから、それ以上に行動するとなるとやっぱり尻込みするデザイナーも多いですよ。日本のデザイナー達がもっと自信をもって参加出来る世界的視野で行動するデザイナーのコミュニティみたいなものがあるといいと思うのですが。

バーンブルック コミュニティの話だけど...何事も結局は個人なんです。それが日本と海外の違いなのかもしれませんが、個人が立ち止まって人間として存在する意味そして社会の真実を考えないといけない。正直言って僕はコミュニティや団体に所属する事には抵抗があります。最近の政治の傾向、すなわちグローバリゼーションは往来の政治システムに反しています。往来のシステムはクリスマス・ツリー型で、裾が広く上に行くにつれて細く、小さくなって行きますが、グローバリゼーション社会ではそういうシステムと離れた別のネットワークの一員になるのです。そこに所属する国はそれぞれ規模も異なるし、政治思想も違いますが

繋がってます。だからシステムの外に居るとか中に居るとか言う事は関係ないと思います。グローバルゼーションとはコミュニティに所属すると言う事でなくもっと個々での活動ではないでしょうか。個々の様々なエネルギーがぶつかりあって生まれてくるものがあるのです。だから自分に正直に生きて、同時に他の人にも興味を持つという事が大切だと思います。とにかく怖がらない事が大切です。本来メディアとは個々が意見を言わないように仕組まれているものですから、それと戦うにはエネルギーが必要です。でも戦えば得るものがあるのでそれだけの価値があるという思います。

プロフィール

Jonathan Barnbrook (ジョナサン・バーンブルック)

1985 ~ 92 年聖マーチン芸術学校および王立芸術大学でグラフィックデザインを学ぶ。1990年にロンドンのソーホー地区に自らのデザイン・スタジオを設立。世界中で最も注目されているロンドンのデザイナーの一人である。プリントデザイン、工業デザイン、タイプフェイスデザイン、テレビCMなど幅広く活動。世界中の美術館からマイナーな音楽雑誌、小規模な展示会までと、クライアントも多岐に渡る。日本では六本木ヒルズのロゴを手掛けたことで知られている他、坂本龍一が中心となり立ち上げたプロジェクト、stop-rokkashoではトレードマークとなるロゴデザインからWEBページのデザインまでを全てボランティアで制作、プロジェクトの牽引役を果たしている。

米田知子 (よねだともこ)

イリノイ大学、ロイヤル・カレッジ・オブ・アートで写真を学ぶ。「歴史」や「記憶」をテーマに制作を続けている。代表的な作品「眼鏡シリーズ」では、眼鏡が印象的なガンジーやフロイトといった歴史上の人物の実際に使っていた眼鏡を通して、その人物にゆかりの本や文章を撮影。最近の「Scene」のシリーズでは、

過去に戦争などで負の記憶を背負った場所の、現在では一見何の変哲もない風景を撮影している。風化されてしまったかのように見える過去の記憶を、写真を通じてもう一度浮かび上がらせようとする試みを続けている。2005年開催の横浜トリエンナーレに出品予定。

桑原茂一（くわはらもいち）

ファッション、コメディ、音楽、フリーペーパー『dictionary』発行などを通して活動するCLUBKINGを主宰するプロデューサー。これまでスネークマンショー、ピテカントロプス、日本選曲家協会、コメディクラブキング、ブラックホールなど多方面で活躍中。坂本龍一とは1980年に出会い、さまざまなシーンで交流を続ける。この冬からはCSのファミリーチャンネルで豪華メンバーによる「TV CLUBKING」がスタート！

CLUBKING www.clubking.com

桑原茂一 www.kuwaharamoichi.com