

作品

グラフィックデザインによる空間表現の実践

Practice of spatial expression through graphic design

小橋 圭介

KOHASHI Keisuke

The purpose of this research is to examine spatial expression in graphic design through the creation of works. We will attempt to expand the expression of graphic design by pursuing the spatiality of the work itself rather than designing for advertisement or packaging.

1. はじめに

本研究では、グラフィックデザインにおける空間表現について、制作を通して考察していくことを目的とする。

グラフィックデザインはポスター、チラシ、シンボルマークやロゴタイプなど主に平面上に表示される文字や画像などを用いて制作される。グラフィックデザインで立体（三次元：3D）や空間を表現する場合、一般的に写真や遠近法などを利用して創出される。これらは確かに空間を表現してはいるが、あくまでも媒体を紹介する手段に用いられているにすぎず、「空間そのもの」に表現の視点が向いているわけではない。西洋絵画では空間表現に対する追求がなされているが、グラフィックデザインはかつて「商業デザイン」と呼ばれていた背景もあってか、表現追求の観点ではまだ掘り下げられていないのではないかと。広告やパッケージとしての作品ではなく、作品そのものの空間性を追求しグラフィックデザイン表現の拡張を試みる。

2. 表現方法について

まず、空間の意味について整理する。興味深いのは、「物が存在しうる場所の全体」や「物質が存在し現象の起こる場所」といった「ある」という意味と、「物が何も存在しない、あいている所」といった「ない」という両方の意味を「空間」が併せ持つ点である。それぞれの意味は納得いくものであり、どちらかに断定するのは難しい。本研究では、「空間」はその周辺の事物の構造に依存すると解釈し、「ある」に軸足をおいて制作を進めていく。具体的

には、表現手法や私たちが空間を認識していく状況を踏まえて以下のように整理した。

自然						人工					
具象			抽象			具象			抽象		
水	俯	仰	水	俯	仰	水	俯	仰	水	俯	仰

水：水平、俯：俯瞰(見上げる)、仰：仰望(見下ろす)

色については、平面（2D）であることを意識して、「2色」とした。色数を絞ることで一般的な4色（プロセスカラー）との差別化を図った。作品サイズは、人間の視野角といわれる「1：1.618」を基準にしている。技法については、手描きやデジタル彩色などを組み合わせて表現方法を試行錯誤していった。

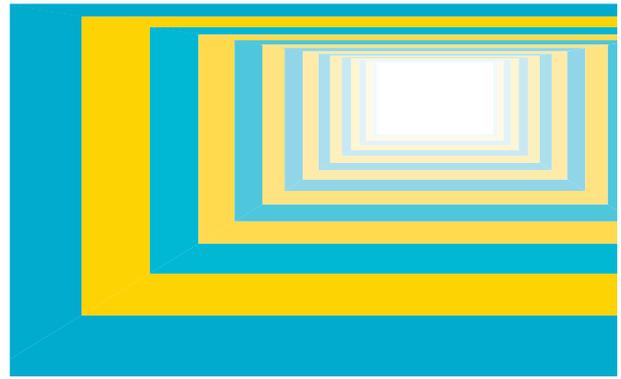
3. まとめ

整理した状況を踏まえ制作を進めていったが、本研究では空間の表現手法として「空気遠近法」を多用しすぎた感が否めない。色彩の濃淡以外で空間の拡がりや表現していく手法を検討していく必要がある。また、先に触れた「ない」という意味の空間についての表現は未開拓である。「表現」は、描画や工作することで何らかのものを表出する行為である。創作することで「ない」を生むのは矛盾しているようにも感じるが、「空間」は多用な構造を有する「環境の余白」として立ち現れる現象でもある。「余白」は、グラフィックデザインの領域との親和性も高い。

今後も制作を通して追求していく。



自然・具象・水平



人工・抽象・俯瞰



自然・具象・俯瞰



人工・抽象・仰望



自然・抽象・仰望



人工・具象・水平