

故に實質ある廣告は、實に現代に於ける共榮共存の貴き使命と職能とを、兼ね有するものと信じます。況んや廣告が讀者に新聞を供給して居る事に思ひ及ぼし、新聞の社會的職能の大きなを思ふ時に、商業廣告の世に知られざる社會奉仕的職能（Vicarious function 即ち他人の身代りになる職能）の大なるを思はざるを得ません。眞價ある商品を廣告せらるる諸君は、所謂昔の商人根性と稱する様なものに捕はれず、之の仕事によりて、以て自分は身を益し、世を益する天分を盡すものなりとの自信を、堅くせらるべきと思ひます。」

廣 告 美 術 の 考 察

京都高等工藝學校教授 霜 鳥 正 三 郎

霜鳥教授は曾て京都高工に圖案を修め次で紺青美術學校に繪畫を學び、明治四十二年以後滿十一ヶ年間紐育のアメリカン博物館に技術員として就職し大正九年歸朝以降引續き母校に教鞭を執られて居るが、大正十一、二年更に文部省在外研究員として渡歐し、佛英伊諸國に繪畫及裝飾美術を研究せられた。従つて應用美術、特に廣告其他の商業美術上に於ける眼識は、一般美術家と大に選を異にする。本論は同教授が大正十五年十一月萬年社新築記念講演會に於て講述せられた大要である。

お話の順序として、廣告美術と云ふものの概念に就て一寸申上げて見ますと、廣告は商業上の一分野であつて、其の職能が何であるかは既に御承知の事と思ひますが、此の廣告に種種の方法がありまして、それに美術の應用されたものが廣告美術であつて、云ひ換へれば繪畫又は裝飾美術の廣告の上に應用されたものである事も、今更申述べる迄も無い事であります。即ち形や色を以て、人間の視覺を通じて働きかける性質のものであります。

美術の方の立場から見ますと、御承知の通り美術には諸種展覽會などで、繪畫を繪畫そのも

のとして鑑賞する様な純正美術と、何かの爲めになされたもの、たとへば裝飾の目的で作られたもの、説明の爲めに用ひらるる繪と云ふ様な應用美術と我我が稱ふるものとの二種類に分けられるのでありますが、此の廣告美術は即ち後者の應用美術の中に含まれるものであります。随つて廣告と云ふ目的をもつてなされる仕事であつて、純正藝術の如く作者の主觀を基として、作者が或ものに對する自己の感想を表現し、披瀝すると云ふ様な高踏的な自分本位のものではないので、あく迄對他的のものであります。どうぞ見て下さいと外に働きかけるものであるから、人の眼をひきつけるもの、好奇心をそそるもの、人の歡ぶものでなければならぬ。で、心理學上の研究が廣告術の領域に於て重大視されて居るわけですが、人の注意を惹きさへすれば、不快醜惡なものでもかまはないと云ふ様な、變態的な廣告術と云ふ事も考へられぬではないのです。けれども、これは私が今申上げ様とする廣告美術の中には入れたくない。廣告としての目的に適ふと云ふ事以上、成るだけそれを美化すると云ふのが、文化の進展に順應し我我が執るべき道であらうと思ふのです。

かう云ふ見地から、私は視覺に訴へる形や色に就て、主として圖案學上の諸條件を基として話を進めたいと思ふのであります。で先づ

「廣告美術の諸種形式」に就て考へて見ますと、廣告法に種種ある様に、廣告美術にもいろいろの種類がある。即ちポスター、新聞、雜誌、看板やビルボード等の如き街路に立つもの、又内容的に分けると、數多の色彩の用ひられたものと一色のもの、性質からわけると靜的のもの動的のもの、猶平面のもの立體のもの、文字のみのものと文字繪畫併用のもの等等、分類するといふいろいろありますが、何れにしても、廣告の使命にかなひ、目的に反せざる範圍内で、心理學的立場と經濟上の問題を考慮しつつ、造型の上に圖案學上の見地から、批判され研究されて行かねばならぬものであらうと思ふ。廣告美術が應用美術の一つである以上、應用美術としての造型上の種種の條件を、具備せねばならぬのは當然の事であるが、それが廣告と云ふ、商業上の一つの仕事であるが故に、そこに、特殊な性質、特異な點の存する事も否めない事實であります。と云ふのは、例へば裝飾的繪畫が備へねばならぬ諸條件も、ここに共通に適用されるものがあると同時に、時には其の一つを無視し一つを強調する、又は全然別種の條件を加へたりする場合が生ずる、と云ふ事なのであります。これではあまりに抽象的で恐らく明瞭を缺くかと思ひますが、私は今、廣告の中でも比較的重要なものであり、且つ一種の美術として見て興味のあるポスターに就て御話しながら、此等の點を少し説明し、私の希望の一端にまで

言及したいと思ひます。

ポスター——と云ふものは近頃日本でも、かなり盛んに用ひられ又研究されて來て居ります。必ずしも近頃はじめて創始されたものではないので、昔しからびらと稱して寧ろ卑俗なものとして存して居た様であります。西洋でポスターが、一つのアートとして見とめられたのは、フランスのシエレーによつて、五六十年前に作られた時からであると申します。それからシエレーに次ぎ、スタンラン、ムシヤ、ロートレーキなどと云ふ名作家が續出し、次で歐洲大陸のみでなく、英國、米國にも擴がつて行き、殊に歐洲大戰に於てポスターは盛んに用ひられて効果を挙げ、益廣告界に重要な任務を果す機關となり、日本でも此の歐米のポスターなり、廣告術と云ふものが問題視され、科學的に研究される様になつたのであります。ポスターには、ごうもタカガ看板繪であると云ふ様な先入感があるのか、あまり日本では一流の畫家などが、これに筆を染めると云ふ事ありませんし、かと云つて廣告繪を専門にして、社會的名聲を博して居る人もあまり見受けない様であります。随つて權威ある斯道の大家も出ないと共に、權威ある作品が出て斯界をリードすると云ふ事もない様であります。尤も歐米でも之は略同じ現象でコンマーシャル・アーティスト(實用的美術家とでも申しますか)の一階級に殆ど専有されて居

る形でありますが、然し又應用美術のかうした方面も秩序だつて教へられ、コンマーシャル・アーティストとして、相當の地位を占め、優遇もされ、つまり努力の甲斐もあり、作品もよくなるわけでありますが、最近アメリカなどでも、普通の畫家としての教養と技量を充分もつたものが此の道に携はつていいものを作つて居るし、フランスあたりでは一流の畫家が屢ポスターに筆を染めて、街頭を飾つて居りまして、日本人などもよくソナナを見つけて、特に分讓して貰つたりする事です。グン・ドンゲンなどは畫界でも一流の大家でありながら、ポスターにも時々その流麗瀟灑な技巧を以てした名作を見せて居ります。しかし、こんな一流の畫家がポスターに筆をこるのは、いい劇とか音樂會とか云つた種類のものであつて、一般の商品の廣告なんかと違ひますが、尠くも廣告畫の中に、美術品として眺め得る程度の作品がある事は心強いと云はねばなりません。

然し日本の廣告界も只今では中發達して參りまして、形式も方法も殆ど歐米に於けるものと同じに迄進んで居ります。廣告と云ふものの活用されて居る状態或は量に於いては決して先進國に比して下にあるとは思ひません。けれども廣告美術に於ける質に就て見ると、遺憾ながら研究と進歩の餘地がまだまだであると云はざるを得ない。科學的に考究された歐米のものから

學ぶべき點、それ等の知識は既に移入され紹介されては居るけれども、猶反復研磨すべきものがあるだらうと思ふ。私は徒らに歐米のそれを鵜呑みにして模倣せよと云ふのではない。その裡に有つ所の本質的の原則に就て考察して見る事が一番よいと思ふのであります。畢竟、彼等としてもその原則に基づいて研究し、努力を續けて居るのに外ならないのである。既に此の道に於て彼等に一日の長ありとする事を肯定する以上、その原則に就て再び考へてみる事は、強ち徒勞ではないだらうと思ふ。そこで

廣告畫の原則——と云ふ事に到達したわけであります。之は今日では一つの科學として取扱はれて居るもので、短時間にお話し得るものでもなし、又秩序的に長長と申し上げる事は、既に經驗ある諸君に對しては不必要でもあらうと思ひますから、ただ原則としての條件を、數項摘出してお話するに止めます。先づ

○單純なる表現に依る効果——が必要である。廣告畫は多くの場合、人が長く立停つて眺めてくれる事を期待する事は出来ない。瞥見に依て印象を與へらるるものでなければならぬ。で印象に二つの徑路がある。即ち mind (心) からと、sense (感覺) からとであつて、前者は記憶や論理や比較や多少時間的人間の意志の働きを要するが、後者は瞬間的であり、即興的であ

り直接的である。此のセンスから來る所の印象がポスターにはより多く交渉があるので、例へば脚本を読んで、或る劇的事件を想像して印象を得るのは、こころの働きを要するものであるが舞臺を觀て美しと感じ又は俳優の表情姿勢によつて印象させられるのは、必ずしも思考を待たない。それはセンスから來る瞬間的のものである。此のセンスから來る印象が強く得られなければ、ポスターの効果と云ふものは無いといつてよい。極端に云ふなれば、暗い空にばつと上つた煙火の美しさ、子供ならでも思はず奇麗だなと云ふ印象を與へられる。此イキでなければいけない。此單純さが最も必要である。之に關聯して、

○小さい文字の密集を避ける——べきである。人が接近して態讀讀まねばならぬ煩はしさがあるばかりでなく、往往にしてその主題の語らむとする所が何であるかを惑はせ、全體から來る効果を阻害するからである。

○細部描寫の不必要——と云ふ事。これも前と同じ理論であるから説明の要はないが、單純化と云ふ事は粗雑と云ふ事ではない。細察な計畫の下に單化して、其の主題を明らかにする事である。繪畫としてよく出來て居つても、ポスターとしての價值の無い事は屢ある。よきポスターはよきディテールに依つて得られないが、ディテールが描いてあつても、よきポスターでは

あり得ると云ふわけでありませう。

○色彩——の問題では、美しい色は結構であるが、それよりも配色から来る良い効果、猶それよりも全體としての計畫の方が、主として考へられねばならぬ。わるいデザインは、色の佳き事によつては救はれない。其れはただ美しい色の集團である。模様か何かなれば、それでもいいが、ポスターの使命は他にあるので、黒、白の二つだけによつてでも、その配置（アレンディングメント）によつては、五六色を用ひた悪いデザインのものより、遙かに効果を擧げ得る事は注意に値する。

○勢ある潑瀾たる線條——と

○生き生きした色彩——によつて、良き配置をもつて、端的に何を物語るかを示す様なデザインをせねばならぬ。これ等のよき計畫によつてなされたる時に、

○面積の大小——は、あまり問題にならぬ。少くよき計畫のものは、大なるよき計畫のものより、遙かに優るからである。

○主題となるモチーフと文字——たとへば、酒の廣告に於ける酒呑む男と、その酒の名の文字の如きものの關係も亦大切である。何れもがよき連絡をもつて配置されねばならぬと同時に、

兩方が同じに觀者の眼に來る様にせねばならぬ。若し繪の方があまりに出來過ぎ、興味を惹きすぎるならば、それは繪の爲めの繪となりする。若し又此に

○背景や添物——がつくなら、それは主格以上に注意を索いてはならぬ。

これ等の點を掲げて來ると、いくらでも出て來るのでありますが、要するに

○意味の透徹——の爲めに出來るだけ餘分のものは省く。そして其のポスターの目的とする所を、直ちに觀者に知らしめる爲めに、凡ての計畫がなされなければならぬ。

繪畫や劇の如きものは、かりにその作者が表現せんとした目的が貫徹されなかつたとしてもそれは見て美しい何物かであり得る。けれども、ポスターが其の目的とする所のものを表はし得なかつた時、それは一片の反古に等しい。單純化と云ふ事は、單に線や色を少くすると云ふ事ではない。意味の透徹を基本としての事である。

猶、擧げ來れば澤山ありますが、此等はポスターのみでなく、他の廣告術にも適用される場合が多あるだらうと思ふ。原則としての話はこの位にして置きまして、次に、

歐米と日本とを比較して——廣告美術の考察を今少し進めて見やうと思ひます。

歐米の廣告畫は、以上申し上げた様な原則を経とし、彼等の繪畫即ち西洋畫の表現法を緯と

して形成さるるものであります。所謂西洋畫の技法と申しますか、遠近、容量、空氣、明暗の調子と云ふ様な寫實から出發した、物の見方、表現法が基となるのは、永い習慣から來る彼等の民族性によるものであります。又一方さうしたもの以外に、東洋藝術から受け入れた要素も、近代大に混じて來て居る事も、見遁せない事實であります。

繪畫の進展に就て、近代をやや溯つて見ますと、六十年程以前、彼の印象派の勃興した頃から、日本の浮世繪がその表現法に於て、彼等に異常のセンセーションを與へ、彼等としての新しい途への資料の一つとなつたのであります。引續いて此の東洋美術の研究は、廣く應用美術の上にも、影響を及ぼし來つたのであります。東洋美術から彼等が受け入れたものは、何でもかど申しますと、端的な描寫、殊に線條の美、裝飾的な色彩の取扱ひ、空地の巧みな扱ひ方等であります。此等が彼等の圖案學知識に貢獻して居る事は、僅少でないと思ふのであります。

彼等が近代に於て成し遂げた廣告美術の様式の内には、かうして我の祖先が造り上げたものの粹が消化され取入れられて居る。翻つて日本では、西洋藝術を取入れるに汲汲として居る現時の状態でありまして、殊に此の廣告美術も泰西の模倣である。それも結構ではあるが、徒らに

皮相の模倣や逆輸入に到つては感心しない。本元の彼等の作品程よくもなく、かど云つて自國の粹を大に活かすでもない。のみならず、全然彼等の模倣であるより猶わるい事は、自己の中にある缺陷を未だに切り離す事が出来ないで、着けて廻つて居る點であります。その脱ぎきれぬ殻は然らば何であるかと云ふと、秩序的な研究の不足、經濟上或は止むを得ぬ事かも知れぬが安價な工程、無反省な技術家又は注文者から生れる所の低級な趣味等である。徳川末期の平民藝術の因習から來る、わるい點だけを殘した一種の低級な習慣などに、無反省に捉はれる點は最もよくないと思ふ。實例を擧げて云ふのは甚だ困難であります。たとへば女を描くとき安つばい繪本にでもある様な、習俗的な姿態や表情のかき方をそのまま踏襲するとか、魚を描くと同じ様な形ちに反り返つた鯛をいつもそのままかく。それには一寸笹の葉をつけて見る。鯛を書く、鉢巻をさせて踊らせねば承知出來ぬ。梅の花をかく、鶯をこまらせる……

これはあまりに見下げすぎて居ると思はれるかもしれないが、言葉を以てしては適確に云ひ得られません。けれども、これとても強ひてわるいのではない。それは適當な場合に、日本畫の適當な手法に依つてなされてこそ、活きるのであつて、形式の異つた廣告畫に於て、此等に而も、拙劣な西洋畫の手法の陰影を施したりして居るとすると、悪い點だけをこつた結果になる

のであります。

又原則を無視したやり方として、即ち秩序的研究所の足らぬ例として、文字を非常に多く書きつらね、しかもその文字が、不必要に色数を弄した繪の上に、重ねて刷られて居ると云ふ様な事もありますし、用ひる場合を考慮しない表現法を用ひたもの、徒勞な努力をした拙な繪畫、等等、これ等は隨所に見らるる現象ではありますまいか。

之を要するに、彼は秩序的にシステムを持つて進み、しかも我等の長所をも採り入れて居るのに、我はシステムに於て劣るものあり、而も我等のもつ長所を善用せずして、短所に引づられて居ると云ふ結果になつて居る。

これは誰れの罪であるか、私は技術者にも罪があると共に、描かせる方の注文者の側にもあると思ふ。技術者も需用者も、世の進展に伴ひ、生活も違ひ人の要求も變りつつある事を理解し、一般藝術の進歩と共に、廣告美術も亦改善進歩されてゆくべきである。かりに技術者が理解ありとしても、それを左右し得る位置にあるもの、或は需用者が無理解な批評掣肘を加ふる様の事があつてはならないし、技術者自身が無理解無反省であつてもならない。

シエレー出でて、ポスター藝術を創造し、輕視されて居た廣告美術を重からしめた様に、我

國の廣告界に劃時代的天才の出現はないものだらうか。

東洋藝術には、廣告美術に對する源泉としての長所を、充分に含蓄して居ると私は思ふものであるが、之を活用して、正しきプリンシブルの下に、その精華を發揚する事を努むべきではなからうかと思ふ。國民性は容易にこれを枉げる事は出来ない。アメリカの廣告美術が理智的にカタイ感じがあると共に、フランスのそれは優美であり、典雅であり、繪畫的に見て勝ぐれて居る事は、否めない事である。吾等は、吾等の國民性の上にたつて、吾等自身の藝術を創造すべきであります。

編纂者附記 霜鳥教授の講述中には、右の外に廣告と其の周圍との關係に就てもお話がありました。之は餘り枝葉に涉るからといふので、教授の御指圖のまゝに筆記から削除することとなりました。又終りに實際の廣告例に就ての透徹した御批判もありましたが、之も筆記から省略されました。