



対外宣伝グラフ雑誌『F R O N T』における「立体性」：日本の戦時下における報道写真と構成主義の一つの展開として

川本, 健二

(Citation)

表現文化研究, 10(2):143-169

(Issue Date)

2011-03-14

(Resource Type)

departmental bulletin paper

(Version)

Version of Record

(JaLCD0I)

<https://doi.org/10.24546/81002916>

(URL)

<https://hdl.handle.net/20.500.14094/81002916>



対外宣伝グラフ雑誌『FRONT』における「立体性」 — 日本の戦時下における報道写真と構成主義の一つの展開として

Cubic Expression in the Propaganda Graphic Magazine *Front* as a Development of Photo-reportage and Constructivism During World War II in Japan

川本健二 Kenji Kawamoto

概要

戦時下に発行された対外宣伝グラフ雑誌『FRONT』は、そのグラフィックデザインの質の高さから、グラフ雑誌『NIPPON』と並んで評価されてきた。しかし、「モノ」として『FRONT』を見た場合、その質の高いグラフィックデザインの技術以外にも、多くの特異性が含まれている。そこで本論文では、その『FRONT』の立体的な形態的特徴に注目し、『FRONT』の独自性を考察していく。

まず、論文の前半では、グラフ雑誌『NIPPON』と『FRONT』の編集作業と、「構成」との関係について検討する。「構成」「コラージュ」「モンタージュ」とは、20世紀前半のモダニズム芸術運動の中で頻繁に使用された手法である。その手法は、この時代の広告や雑誌表現などとも深く関係し、報道写真（フォト・ルポルタージュ）と呼ばれる写真表現の基礎を築いたのである。そこで論文では、報道写真の編集のあらゆる面に「構成」性が、合理的な手法として、浸透していたことを明らかにする。

そして後半では、『FRONT』の中の制作理論とその立体的表現について考察する。具体的には、『FRONT』と関係の深い報道技術研究会の宣伝理論を検討し、構成主義的影響が表現だけでなく、制作理論にまで浸透していたことを指摘する。また、実際に『FRONT』を見ることで、その特異な本の形態についても確認していく。その結果、『LIFE』のような報道写真のグラフ雑誌だけでなく、構成主義を追求するグラフ雑誌の系譜があったことを示し、『FRONT』が合理と非合理という二つの「構成」性を所持した独特なグラフ雑誌であったことを指摘することになるであろう。

キーワード: メディア文化、『FRONT』、報道写真、対外宣伝グラフ雑誌、構成主義

Abstract

The propaganda graphic magazine *Front*, issued during the Second World War years, was evaluated for its high-quality graphic design along with the graphic magazine *Nippon*. However *Front*, in light of “the thing,” has a great deal of unique content as well as high-quality graphic design technique. This paper focuses on Cubic features in *Front* and considers its uniqueness.

The first half of this paper considers *Nippon* and *Front* from the point of view of the relationship between the editing of graphic magazines and “Construction.” “Construction,” “Collage,” and “Montage” were the techniques frequently used in the modern art movement in the first half of the 20th century. The techniques related strongly to advertising and graphic magazine expression in this era, and formed the basis of photographic expression called “photo-reportage.” The paper reveals that “Construction” as the rational technique infiltrated every aspect of photo-reportage editing.

The latter half of this paper considers the production theory of *Front* and Cubic expression. Specifically, consideration of a collection of papers of Propaganda Techniques Study Group “Hodo Gijyutu Kenkyukai” which was closely-linked *Front*, confirms that *Front* had Constructivist influences not only in its expression but also in its production process. And it checks up *Front* of distinctive book style by actually seeing *Front*. The results indicate that there was a stream of graphic magazines that pursued constructivism as well as graphic magazines such as *Life*, and point out that *Front* was the unique magazine that has “Construction” of both rationality and irrationality.

Keywords: Media Culture, FRONT, Photo-reportage, Propaganda Graphic Magazine, Constructivism

1. はじめに

20世紀前半の印刷媒体では、写真製版技術の成熟もあって、頻繁に写真が使用されるようになり、その印刷物での特性を活かした報道写真(フォト・ルポルタージュ)という写真表現が世界的に流行する。それは、誌面上で複数の写真を組み合わせ、説明文を添えて、視覚的に物語を構成するという手法で、「フォト・エッセイ」や「フォト・ストーリー」と呼ばれ、『LIFE』に代表されるようなグラフ雑誌の全盛を築くものとなった。

しかし、グラフ雑誌の中には、そのようなお馴染みのグラフ雑誌ではないものがある。それは報道写真の手法を踏まえながらも、いわば構成主義的表現を過剰に追求し、その形態も「グラフ雑誌」という枠組みを越える「立体」的な姿を持つものである。そのことを示すために、本論文では『FRONT』を中心にいくつかのグラフ雑誌を考察していく。

『FRONT』とは、1942年から1945年までに発行された対外宣伝グラフ雑誌で、特別号も合わせて10冊刊行された。そのグラフィックデザインのレベルの高さ、また発行部数の少なさと贅沢な制作から幻のグラフ雑誌と呼ばれ、同じ戦時下のグラフ雑誌『NIPPON』と並んで高い評価を受けている。だが、『FRONT』においては、その形態的・物質的特徴も独特で、それはグラフ雑誌を逸脱していると言っても過言ではなからう。

『FRONT』のグラフィックデザインや写真についての考察は、近年盛んに行われたが、物質的形態としての『FRONT』については、まだ充分だとは言えない。商業・広告とは異なる国家的宣伝という位相で『FRONT』は刊行されていたという点だけでも、この雑誌は尋常ではないのに、なぜ戦時下にあれほど贅沢な、非効率的とも言える雑誌を作る必要があったのか。また制作者はどのような考えでこのような雑誌を作ったのだろうか。その雑誌形態からいくつもの疑問が生じてくる。そこで本論文は、対外宣伝グラフ雑誌『FRONT』のこれまであまり指摘されてこなかった「モノ」としての特徴、特に、その「立体」的特徴に注目し、立体構成体としての『FRONT』の特異な姿を描くことを目的としている。

それに先だって、本論文の前半では、グラフ雑誌における報道写真的表现と「構成」との関係について考察する。本論文で使用する「構成」とは、20世紀初頭から起こるモダニズム芸術運動で頻繁に使用された「構成」「コラージュ」「モンタージュ」という手法であり、かつ、ロシアでの国家建設とも連動した芸術運動としての「構成主義」のように政治性、思想性を含意している言葉で

ある。その「構成」が、報道写真の手法と繋がっていることは、これまでも伊奈信男などによって示されてきたが、一般的に知られているとは言い難い。そこでまず、そのことを確認するために、一つの芸術的手法(フォト・モンタージュ)が、情報伝達の経済性を高めて報道写真(フォト・ルポルタージュ)に至る状況を概観し、続いて、日本で初めて報道写真の手法を導入して、高いデザイン性を実現した『NIPPON』と『FRONT』を取り上げる。そして、その具体的な特徴と制作プロセスから、印刷物に掲載される写真、つまり「印刷物としての写真」の写真生産が、如何に構成的手法を応用して行われているかを、写真素材と組織的制作という観点から言及していく。

そして後半では、前半での議論を踏まえつつ『FRONT』の特異性について考察する。先に示したように、芸術領域の「構成」的表現を下地に持ちながらも、情報伝達の合理性を獲得した報道写真であったが、一部のグラフ雑誌では例外的に、過剰に構成主義的表現を追求していた。その代表例である『USSR』を取り上げ、そこから、それを手本にした『FRONT』の報道写真性と構成主義性の間を揺れ動く特異な姿を指摘していきたいと思う。

それでは、まず、モダニズム芸術運動と印刷媒体における報道写真の関係性を見ていくことにしよう。

2. 「構成」「コラージュ」「モンタージュ」

20世紀初頭の芸術領域では、主義(イズム)が競い合うように登場する。具体的には、キュビズム、未来派、シュプレマティズム、ダダ、構成主義、シュルレアリズムなどで、一般にモダニズム芸術運動や前衛芸術運動と呼ばれている動きである。これらの芸術運動について、日本で前衛芸術集団「マヴォ」を結成した村山知義は、1924年にこう述べている。

最近の形成芸術界を通じて一番目に立つ現象の一つは、機械的要素の持つ魅力が新しく発見されたことである。どんなにこの新しい要素が最近の芸術家たちをとりこにしたかは、これが芸術のあらゆる主義、傾向、派を通じて力を振るっていることを見ても明らかである。¹

村山が指摘するように、モダニズム芸術運動はそれぞれ個性があるものの、それらの芸術運動では共通して「機械」という問題を前提としていた。いささか乱暴で

あることを承知の上で少し整理してみると、ドイツ表現主義の場合、都市化や機械は、人間の精神を破壊するものとして否定的に捉えられ、一方の構成主義とドイツのダダの場合、どちらも機械に肯定的でありながら、その考え方と表現には違いがあった。また、未来派も機械に対して肯定的であり、「速度」の概念を掲げて芸術運動を展開していた。

では、これらの芸術運動においては、具体的にどのような表現が行われたのであろうか。1910-20年代に同時進行するダダ、未来派、表現主義、構成主義などに共通して見られるのは、「構成」「コラージュ」「モンタージュ」という手法である。例を挙げるなら、キュビズムのジョルジュ・ブラックによるパピエ・コレという手法を用いた作品《パイプ、グラス、新聞》(1914年)【図1】や、キュビズムの影響を受けた未来派のカッラの《参戦宣言》(1914年)、また、ダダのフォト・モンタージュやラウル・ハウスマンが制作した《機械的頭部》(1919年)【図2】などの彫刻作品、クルト・シュヴィッターズのアトリエ《メルツバウ》(1919年)、ロシア・アヴァンギャルドのリシツキーの《赤い楔で白を打て》(1920年)など、構成的要素を持った作品は多数挙げられる。大量生産された既製品部やガラクタを組み合わせたり、印刷物などを切断したりして再構築するこの手法は、工場での分業作業や機械製造の過程とも類似しており、これまでの芸術の制作概念とは全く異なるものといえることができる。

ところで、これらの芸術領域で競って用いられた「構成」「コラージュ」「モンタージュ」といった手法は、「移動性」という観点から考察することで、重要な変化を見出すことができるだろう。

まず、古代以来の壁画やフレスコ画のような表象物は、洞窟の壁や建造物の天井などにあり、移動性を持ちえなかった。しかし、祭壇画や近代絵画のようなタブローに描かれたものになると、作品は移動性を獲得する。額に納められ、持ち運べるようになったために所有物となり、権力者たちによって蒐集される対象となる。この点は、複製技術により、芸術作品の「礼拝価値」は「展示価値」へ移行するというヴァルター・ベンヤミンの指摘と類似する²⁾。つまり、ここでは「展示可能性」が拡大するという芸術作品の性質的変容が起こっているのである。だがそれでも、風景画、人物画、静物画などの各タブローの内部は、絵具に塗り固められ、移動することなど不可能だった。

ところが、20世紀前半のモダニズム芸術運動における構成的作品に至っては、タブローの内部での移動も

可能となる。タブローは、いくつかのパーツに切断され、また、それらが結合される運動を可能とし、かつての絵画のような、遠近法的制度で纏められる全体性が完全に効力を失ってしまう現象が起こる。さらにそれだけでなく、抽出されたパーツ自体がタブローの外部へと移動することもでき、別のタブローのパーツに結合することもできるようになる。一回性の制作で完結する絵画とは異なり、一度完成しても繰り返しパーツが流用され、別の作品で再構成される可能性を持つわけである。ラウル・ハウスマンが「自分たちをエンジニアとみなして、自らの作品を構成(コンストラクト)し、組み立てることをもくろんだ³⁾」と述べるように、構成的制作は、工場での組み立て生産とも類似する。ゆえに制作は、素材となる構成要素の生産・調達と、それを纏め作品にする大規模な生産機構にも対応できるのである。

このように「移動性」という観点で、20世紀前半のモダニズム芸術運動の構成的作品を見た場合、歴史的にも全く異なる性質を所持していることが分かる。それらは交換可能性を所持し、何より構成による総合が重要となる。そして、それぞれの構成要素(パーツ)は複製物、ガラクタなどでも構わないし、もはや絵画的な芸術性を帯びていなくてもいいわけである。

複製技術時代となった20世紀。創作活動は、ゼロから作り上げる作業から、大量生産社会によって生み出された既製品を組み合わせる構成性を導入した。この分業的、工場的とも言える手法が創作分野に表れたのは、時代の要求と言っても過言ではない。そのため、単なる手法としてではなく、思想的意味合いも帯びているのである。

よって、その切断と結合を繰り返す制作が、20世紀に著しく発展する映画編集と親和性があるのも偶然ではないだろうし⁴⁾、また、写真製版技術の発達から20世紀前半に日常化した「印刷物としての写真」の編集作業と接点を持つのも不思議ではない。「印刷物としての写真」と「構成」とは、このような点でこの時期結びつけることができるのである。

2.1. 報道写真と「構成」

それでは、本論文の関心である「印刷物としての写真」と構成的表現との関係性をより具体的なものにするために、ここで報道写真について見てみよう。アメリカのグラフ雑誌『LIFE』などに代表される「報道写真」とは、もともと1920年代ドイツを中心に流行した、複数の写真で作者の意図を伝えようとする印刷物での写真表現か

ら来ている。それは「フォト・ルポルタージュ」と呼ばれていたもので、日本語に訳すときに「報道写真」という言葉が用いられた。現在では、「報道写真」と言えば、「真実の報道」という言葉に代表されるような記録的なものを思い浮かべるが、当時は事件を記録的に表すものは「ニュース写真」「新聞写真」と呼ばれ、「報道写真」とは区別されていた。

その「フォト・ルポルタージュ」に「報道写真」という訳語を当てたのが伊奈信男という人物である。1932年創刊の写真同人雑誌『光画』で独自の写真論を展開した写真評論家で、この時期巻き起こる新しい写真運動（新興写真）や報道写真の普及に貢献した一人である。その伊奈が、ダダのフォト・モンタージュが報道写真（フォト・ルポルタージュ）へと結びつく過程を、5つの段階で提示している。

- ・ダダイズムの影響によって、ラウル・ハウスマンがフォト・モンタージュを創始し、モホイ＝ナジは造形的な方向において発展させた。
- ・ダダイズムの影響によって、クリスチャン・シャートがフォトグラムを作り、モホイ＝ナジとマン・レイとが、これを近代造形として発展させた。
- ・モホイ＝ナジは、写真の特性と、カメラによって結ばれる純正な光学的映像とを尊重するのみならず、写真的表現の可能性を開拓し拡大すべきことを主張した。
- ・レンガー・パッチュなどによる新即物主義の写真が生まれ、主観的な感性や情緒を排し、写实的・客観的な精密な描写が行われた。
- ・新即物主義では、写真の題材として日常的なものを尊重した。その結果、庶民のポートレートが生まれ（レルスキーやアウグスト・ザンダーなど）、やがてフォト・ルポルタージュが生まれることになる⁵。

報道写真（フォト・ルポルタージュ）とは、組写真を基本として写真と写真、もしくは写真と文字の組み合わせによる表現であり、それは構成的手法によって支えられている。その報道写真とモダニズム芸術運動とが結びつくことは、一般的にはあまり知られていないが、写真史では珍しい指摘ではない⁶。実際に報道写真が日本で認知される以前は、同様の手法が「グラフ・モンタージュ」と呼ばれ、写真家の堀野正雄などが先駆的な組写真を雑誌で発表していたほどである⁷【図3】。そのた

め、ダダが発明したフォト・モンタージュとも共通性を持つのである。

だが、周知の通り、ダダのフォト・モンタージュとは、伝達手法として誕生したわけではない。それは、ラウル・ハウスマンやハンナ・ヘーヒのフォト・モンタージュ作品【図4】を見れば分かるように、散漫で、的確な伝達を最初から否定している。トリスタン・ツェラの「ダダ宣言1918」での有名な言葉、「ダダは何も意味しない」からも分かるように、ダダの活動は無意味性を強調するものであり、古典的な芸術を馬鹿にするものであった。何かを伝えるものではなく、破壊するものであったのである。

ダダイストたちは、作品を商業的に利用可能にすることよりも、作品を観想的沈潜の対象としては利用不可能にすることに、はるかに重きを置いた。彼らはとりわけ素材の価値を原理的に貶めることによって、この利用不可能性を獲得しようとした⁸。

ヴァルター・ベンヤミンがこう指摘するように、ダダの目的は利用不可能にすることで実用性を拒絶するものだったのである。しかし、彼らが先見的だったのは、かつて絵画の真似ごととしてあった、写真と写真を組み合わせるモンタージュ的手法を⁹、自分たちの主張を伝達する手法にしたことである。まだダダでは、破壊的で散漫な印象を受けるが、伝達手段として新しい可能性を持っていたわけである。

その後、この新しい写真表現をより実践的・合理的な伝達手段として完成させようと様々な方向から実験がされた。ここでは詳しく触れないが、ジョン・ハートフィールドのポスター【図5】やグラフ雑誌『AIZ』（Arbeiter-Illustrierte Zeitung）、モホイ＝ナジやヤン・チヒョルトの推進した「ティポフォト（Typofoto）」やフォト・プラスティック¹⁰、そして、グラフ雑誌で映画編集手法を写真表現に応用したステファン・ローラントの「フォト・ストーリー」など、フォト・モンタージュから実践的手法へと発展するために数多くの芸術家や写真家、編集者などの貢献があったのである。

先の伊奈信男が示したことは、まさにこの実践に向かう段階性を簡略化したものということになる。確かにこの段階性を一つ一つ吟味する必要があるだろうが、少なくともグラフ雑誌で組写真を提示するという報道写真の手法が「構成」「コラージュ」「モンタージュ」的手法を下敷きにしているということは明らかである。それゆえ、印刷物に関わる写真家も素朴な写真屋の仕事とは異

なり、「構成」するための撮影をしなくてはならなくなった。写真は素材となり、組織的な制作が行われるようになっていくのであり、印刷環境に合わせた写真生産へと転換する必要があったのである。

2.2. 日本の報道写真とグラフ雑誌

1920年代ごろからヨーロッパ、特にドイツを中心に発展する報道写真の歴史的展開は、写真の歴史と称する書物に詳しく記されているので、そちらに譲りたい。ここでは日本での報道写真の展開とグラフ雑誌を中心に概観していくことにしよう。

日本での報道写真の本格的な実践は、後でも詳しく触れる名取洋之助を中心に始められた。それが1934年ごろだが、一般レベルでは全く注目されておらず、一部の写真雑誌などを中心に認知されている程度であった。しかし、制作者の主張を反映させることができる報道写真は、戦局が緊迫し、印刷物が重要視される中で、対外宣伝の有力な手段として注目されることとなる。1938年の4月に国家総動員法が公布され、国内は総力戦体制となっていくころ、アメリカのグラフ雑誌『LIFE』に「上海ベイビー」¹¹と呼ばれる反日感情を煽る写真が掲載され、日本が大打撃を受けた。そのこともあって政府は、報道写真の重要性を痛感し、写真宣伝にも積極的になっていく。

そのことは当時、政府と関係のあったグラフ雑誌を見れば分かる。対外宣伝と関係のあった1930年代と1940年代の主なグラフ雑誌を挙げてみると、まず日本工房が発行していたものとしては、『NIPPON』（1934年創刊）、『COMMERCE JAPAN』（1938年創刊）、『SHANGHAI』（1938年創刊）、『CANTON』（1939年創刊）、『華南画報』（1939年創刊）、『MANCHOUKUO』（1940年創刊）、『EASTERN ASIA』（1940年創刊）、『カウパウ・タウンオーク』（1941年創刊）がある。また、原弘らがいた東方社の『FRONT』（1942年創刊）、河野鷹思がいた日本写真工芸社の『VAN』（1940年創刊）。そのほか『SAKURA』（毎日新聞社）、『太陽』（朝日新聞社）、『東光』（国際観光協会）、『ニッポン・フィリピン』（国際写真工芸社）、『ヒカリ』（大東亜出版株式会社）、『フジン・アジア』（毎日新聞社）など多数あった¹²。もちろん海外向けだけではなく、日本国民に向けた内閣情報部の『写真週報』（1938年創刊）なども数えるときがない。このように、識字能力や外国語の問題と無関係な写真が利用され、グラフ雑誌として大量に発刊されていたのである。もちろん、1945年近くになれば全国的

に品不足となり、雑誌の多くも廃刊となっていくものの出版は続き、印刷業界は敗戦間際まで好景気だったようである。

3. 『NIPPON』と『FRONT』について

さて、そのような数多くの宣伝目的のグラフ雑誌の中で、近年とりわけ注目を浴びていたのが『NIPPON』と『FRONT』ではないだろうか【図6】。これらの雑誌は、戦後活躍する写真家やデザイナー、知識人の多くが関わった日本工房と東方社で発行され、豪華な雑誌作りを実現した稀有なものであり、尚且つ発行部数も少なく、現在までほとんど残っていない。そのデザイン性や写真表現は、世界的に見てもレベルが高く、戦時中のグラフィックデザインの水準が随分高いものであったことを証明してくれる。『NIPPON』は2002年に、『FRONT』は1989年に完全な復刻版が発売されたことから分かるように、この二つのグラフ雑誌の写真史、デザイン史での意味は計り知れないのである。では、いったいどのような雑誌で、どのように制作されていたのか。この『NIPPON』と『FRONT』についての概略、そしてその制作プロセスについて少し詳しく見ていくことにしよう。

3.1. 『NIPPON』と日本工房での実践的報道写真

先にも触れたように、日本での報道写真は、1933年に名取洋之助によって本格的に実践された。この名取洋之助とは、実際に報道写真の聖地であるドイツの『ミュンヘナー・イラストリールテ・プレッセ』やウルシュタイン社の代表的グラフ雑誌『ベルリナー・イラストリールテ・ツァイトウング』（『BIZ』）で勤めた経験を持つ人物で、1933年にナチスが政権を握った後は、ウルシュタイン社の日本特派員となっていた。そのとき名取は、写真雑誌『光画』などで新しい写真表現を模索していたメンバーと共に、「日本工房」を設立する。「日本工房」の初期の主なメンバーは、伊奈信男、木村伊兵衛、原弘、岡田桑三らである。第2期「日本工房」では、初期メンバーが辞めた後、山名文夫、河野鷹思、土門拳、亀倉雄策などが参加する。顧問には林達夫・大宅壮一・高田保も入っていた。銀座に事務所を構え、彼らは名取の要望通り、「報道写真」とは何かを実践的に広めていく作業から始めていった。

彼らが報道写真をどのように考えていたのかは、1934年に銀座で開催された「報道写真展覧会」【図7】を見るとよく分かる。そこでは、実際の雑誌の見開き二ページのレイアウトを展示し、その理解を深めようとして

いる。内容は次のようなものである。

1. 「日本の宿屋」 名取洋之助撮影
『ベルリナー・イラストリール・ツァイツング』に掲載された洋之助のヒット商品で、日本の宿屋の特徴を伝える目的で写真がレイアウトされ、説明が施されている。
2. 「街の子供」 木村伊兵衛撮影
下町で数多く撮ったスナップから、下町の子供の生態が分かるように再構成したもの。
3. 「満州事変の一断面」 名取洋之助撮影
新聞などでよく知られている満州での戦争ではなく、満州人の生活に焦点を合わせたもの。報道写真が、メインストーリーだけに注目するものではなく、その周辺にいる人々や事件にも対応できる、いわゆるサイド・ストーリーも扱えることを示している。
4. 「駐日満州国公使大典奉祝招宴」 木村伊兵衛撮影
東京で行われた招宴の模様をストーリーとして組写真で表現したもの。フォト・ストーリーの実例として提示されている。
5. 「世田谷のボロ市」 木村伊兵衛撮影
6. 「遊樂の街・浅草」 木村伊兵衛撮影
7. 「大島」 木村伊兵衛撮影
8. 「日本工業の躍進」 木村伊兵衛撮影
9. 「仏教僧侶の一日」 名取洋之助撮影
10. 「報道写真のいろいろ」 木村伊兵衛＋名取洋之助撮影¹³

ところで、この展示の中の写真は木村の撮影したものであっても、名取が選び、原弘に指示をしてレイアウトさせている。この点は、先に触れた堀野正雄の印刷物でのモンタージュ作品と同様に、1920年代ごろから写真が頻繁に印刷物に挿入されると同時に、レイアウトの対象となったことを明確に表している。この展覧会でのパンフレットの伊奈の解説を見ると次のようにある。

言うまでもなく報道写真は、単なるニュース写真をも包含している。そして個々の単独な写真もまた報道写真であり得る。しかしこのように、写真を単に「挿図」として使うのは、未だ報道写真の本質に触れないものである。写真が主で、文字の説明が従であり、しかも意識的に、ある意図の下に組み

合わされたいわゆる「組写真」にして、はじめて種々なる事象の全貌を明確に表現し、報道し得るのである¹⁴。

写真と文字の協働性を意識し、「組み合わせ」て、纏めるという報道写真の特徴が明言されている。伊奈はさらにこう言う。

「組写真」はまた構成的造形能力を要求する。多数の写真の一つの全体に纏め上げることは、あるいはレイ・アウトの専門家に委ねられるべきであろう。しかし写真家もまた自らレイ・アウトされたものの効果を予想することは必要である。「組写真」の全体的構成には統一がなければならないからである¹⁵。

報道写真的組写真の解説の中に「構成的造形能力」という言葉があるのは、先に見たように、この作業がモダニズム芸術運動の系譜にあると伊奈自身が認識しているからであり、また、最終的にレイアウトによって総合的に纏めることの重要性について認識しているからである。それゆえに、写真を撮る専門家(写真家)とレイアウトの専門家を区別し、分業的に作業を進めることを主張しているのである。そして、このことは『NIPPON』で実践されることとなる。

そのグラフ雑誌『NIPPON』は1934年10月に創刊される。名取はドイツにいたときから、日本から来る印刷物が拙劣なものばかりだったことから「外国に出して恥ずかしくない対外雑誌」を制作したいと考えていた。そこで、ドイツの『ポッカ・シュトラッセ』という豪華なグラフ雑誌を見本とし、使用言語として英語、仏語、独語、西語を併用した日本文化を紹介するグラフ雑誌『NIPPON』が誕生する。創刊時は鐘紡から資金援助を受けたが、4号からは1934年に創立した高松宮を総裁とする国際文化振興会から援助を受けることとなる。そのため文化紹介という目的は、対外宣伝的な色彩が色濃くなっていくのである。

ところで、『NIPPON』での名取の役柄は日本で最初の「アートディレクター」というものである。もちろん、それ以前にも花王などで活躍した長瀬商会の広告部長の太田英茂がいたが、なぜ報道写真を実践するグラフ雑誌でアートディレクターが必要だったのか。

その点については、まず新聞とグラフ雑誌の違いから考える必要がある。新聞に必要なものは、何よりスピードである。ある事件を、より速く紙面に掲載する必

要がある。新聞写真においても同様で、構図や芸術的表現といった写真に対する美学的要求よりも、一枚で完結するような記録的な写真が何より求められる¹⁶。伴俊彦によると、新聞写真の四条件というものがあると言う。まず一つは、「ニュース・ヴァリュー」といって、時宜的に腐っていないもの。二つ目は、「ピクチャー・ヴァリュー」と言い、映像的にも読者を惹きつけるもの。三つ目は、「説明的」であること。四つ目は、「動き」である。紙面にも制約が多く、毎日文字が並ぶ新聞ではできるだけ一枚でこれらの条件を満たす写真が必要となるのである。

では、報道写真や広告写真ではどうだろうか。報道写真の場合、毎日発行される新聞に比べ、定期的に発行されるグラフ雑誌が中心である。そのために、スピードよりも読者を惹きつける「質」が求められ、同じ事件でもオリジナル性を強く要求される。広告写真ともなれば、なおさら個性が収益を左右するので、太田英茂のような方向性を促す纏め役が不可欠なのである。

写真制作においてアートディレクターが必要になるのは、組織的な制作体制であって、媒体にある方向性が必要な場合である。この点は、比較的中立性を追求する新聞写真やニュース写真とは違う、報道写真の特色と呼べる。グラフ雑誌『NIPPON』にアートディレクターが必要であったのも、文化紹介という方向性で組織的に報道写真を展開する目的であったからである。それに加え、時に政治的な意味合いを強くしなければならぬ『NIPPON』となれば、尚更、アートディレクターの存在が必要不可欠だったと考えられよう。

3.1.2. 『NIPPON』の編集作業

アートディレクターを中心とした制作の流れについては、実際に『NIPPON』の制作現場を見ると分かりやすい。第2期日本工房になってからは、人員も急速に増えて、支配人役の飯島実を筆頭に、編集部、写真部、美術部があり、外国に写真を送る外信部、庶務会計も設けられた。制作の流れは次のようであった。

飯島実が取って来た原稿を、英訳なら同盟通信の松方三郎が西脇順三郎夫人のマジョリカ、フランス語とスペイン語はマルグリット・横山夫人などの翻訳スタッフにまわす。写真は堀野正雄と渡辺義雄が撮る。山名文夫が洋之助と相談しながらレイアウトする¹⁷。

ここには、原稿(企画)から翻訳、そして、それを形にするデザイン・写真班へと流れる集団のプロセスが認められる。また何より、全体の調整が、最後の山名文夫と名取洋之助のデザイン処理の部分にあることは、この雑誌がアートディレクター中心の制作体制であり、写真や活字のレイアウトを重視していることをよく示している。「レイアウトこそグラフ雑誌の心棒で、とくに組写真によって物語るためには視覚を重視して組むことの重要性は第一に考えねばならなかった¹⁸」と述べる晩年の名取の言葉からも、いかに報道写真の誌面デザインを重視しているかが理解できよう。

しかし、これで終わりではない。「この雑誌の勝負は印刷できる¹⁹」というように印刷過程も重要であった。当時、『NIPPON』の制作を引き受けた共同印刷では、プロジェクト・チーム(特別室)を作って、優秀な技術者を集めて印刷をさせていたという。そこでは、当時の最高級の印刷機「ミレー」を活用し、印刷文字の一字のかすれも許さないほどの高い要求をこなしていたようである。

このように、写真の撮影、選択、編集、記事制作、翻訳、レイアウト、デザイン、印刷という長い道のりを経て『NIPPON』は作られていたのである。アート紙の64頁で、グラビア特集折込8頁、定価50銭という『NIPPON』創刊号は、当時の多くの著名人の文章も含み、宮沢賢治、芥川龍之介などの文学の翻訳も掲載した画期的な雑誌となった。国外向けであったが、国内でも反響は相当だったようである。当時は対外宣伝雑誌として『トラベル・ジャパン』という雑誌が、国際観光局から発行されていた。しかし、写真も風景写真ばかりで、「英文記事にうずもれ、その内容もフジヤマ・ゲイシャ式の旧態依然とした主題」で、印刷も悪かったという²⁰。そのため、『NIPPON』が創刊された意味は大きかったと言える。

3.2. 『FRONT』と東方社について

『NIPPON』の創刊から、しばらくして『FRONT』は創刊される。1942年である。ソ連の大型雑誌『USSR in construction』(『建設中のソ連邦』、以下『USSR』とする)に匹敵する大判の総グラビア雑誌を作れないかというソ連担当の将校の山岡大佐の発想から、岡田桑三を中心に、中央工房にいた林達夫、木村伊兵衛、原弘らのメンバーたちと1941年に東方社を設立し、ここで『FRONT』は制作されることとなった²¹。「東方社業務計画²²」によると、東方社は「宣伝のための写真技術の総合的研究、並にそれに基づく新しい対外宣伝のための写真画報の刊行を使命として」²³ おり、現在では「ムッ

ク」と呼ばれる毎号の「特定の主題」に沿って纏めるという形式が、具体的に構想されている。例えば、創刊号「産業戦士」編集草案を見てみると、表紙だけでなく、各ページの写真イメージまでも詳細に示されている。実際には、この計画通りには行かなかったものの、編集計画に沿って、写真の調達や雑誌制作を合理的に行う点は、日本工房にも共通している。また、その計画から分かるのは、A3判という巨大サイズに最初から確定していたことである。これは『USSR』を意識しただけでなく、日本の資源の余裕をアピールするためにも重要なことだったようである。王子製紙の上質紙である「千代田」と「丸王」を使用し、巨大で重量感のある『FRONT』の制作が始まった。

3.2.1. 『FRONT』の編集作業

『FRONT』のアートディレクターは原弘である。原は全制作工程に関わっていた。彼は、中央工房時代にも府立工芸印刷科の教員としての勤務を続けていたが、東方社に参加するために、辞めることとなる。そのときのことを原は次のように振り返っている。

ぼくにとっては府立工芸をやめることは、かなり強い決意を要することだったが、日毎に戦時色を増していく当時にあつては、外国語のアート・ディレクションに専念できることは大きな魅力だった²⁴。

戦局はどうであれ、デザイナーとしてこれほど大きな仕事は魅力的だったに違いない。以後、すべての『FRONT』は、原弘のアート・ディレクションによって進められていくのである。では、原弘を中心にどのような制作プロセスが展開されていたのか。多川精一の記述を基に、「落下傘部隊号」の全工程を概観してみよう。

まず、企画会議が行われる。「落下傘部隊号」は林達夫が担当となった。通常は、林などの編集者が台本を用意し、撮影においては、ここで取材先などが練られるようである。写真のコンテは木村伊兵衛か原弘が決めていた。写真部の菊池俊吉は、『FRONT』での撮影で、構図まで決められることがあり、脚本重視の『FRONT』の制作を振り返る。ただ、「落下傘部隊号」では、「落下傘部隊」がこれまで秘密にされていた部隊だったので、台本なし、しかも事前交渉なしの撮影だったようである²⁵。

そのような撮影をしたフィルムは現像され、整理ナンバーが振られる。このときに、コンタクトプリントも作られ、

原弘によって写真が選択される。選ばれた写真は、キャビネ判に引き伸ばされ、再びそれらの写真を原が構成し、ラフレイアウトが制作されていた。ラフの大きさは、各号によって異なったようで、「落下傘部隊号」では実物大のサンプルが用意された。多川は、このラフが「紙芝居」と呼ばれていたことを回想している。

そして、編集会議となる。ラフレイアウトを見ながら、検討していく。東方社のメンバーだけでなく、この会議には参謀本部からの参加もあったようだが、あまり制作面に関しては口出ししなかったようである。

次に原稿が用意される。日本語原稿の完成後、翻訳作業となる。翻訳後の文字変換は、これまでのレイアウトを壊しかねないので、その点にも注意が払われた。そして写真原稿と共に印刷工程へと移る。

『NIPPON』でも、印刷工程は難航したが、『FRONT』も同様だった。『FRONT』の印刷を担当したのは、凸版印刷である。凸版印刷には、最新鋭のドイツ製ゲーベル・グラビア四色巻取輪転印刷機、オリンピア四六全判グラビア枚葉輪転機が導入されていたこともあって、『FRONT』の印刷に選ばれたようである。当時のオフセット多色刷りは、カラーフィルムからの製版が不完全だったようで、モノクロ写真から人工着色製版が行われていた。そこで製版担当者のレタッチマンが勘を頼りに四色(または五・六色)に色分解していたようである。このように手の掛かる印刷環境の中で『FRONT』は、写真はグラビア印刷、文字はオフセット印刷で刷られ、完成したのである。

3.3. 報道写真、写真家、「構成」の関係

我々は日本工房と東方社の実際の制作現場の流れを概観してきた。現在の出版編集を知っているならば、日本工房や東方社の現場は特別な感じはせず、よくある制作現場に見えるかもしれない。しかし、本論文の関心である写真、もっと言えば写真生産の歴史から考えると、この時期に拡大する印刷物における写真生産法は、19世紀の写真家の生産法とは決定的に異なる。冒頭でも指摘したように、個人ではなく、組織なのである。報道写真の実践に、アートディレクターが存在すること。また、編集会議があり、写真家が写真を調達し、デザイナーや編集者がレイアウトを行うことなどは組織性を伴う「印刷物としての写真」だからこそ必要なことであり、カメラ、現像、印画紙焼き付けで完了する素朴な写真生産とは異なる。もちろん、『NIPPON』と『FRONT』の制作には歴史的な写真家やデザイナーが携わっていたこと

は間違いない。しかし、そこで芸術家が天才的な才能を武器に自由に作っていたわけではなく、構成的手法を駆使する現場のプロセスに従い、それぞれが制作を行って組織的に制作しており、その点は「印刷物としての写真」を考察する上で忘れてはならないことである。先の『NIPPON』『FRONT』の制作現場の例は、まさにそのことを我々に示しているのである。

4. 『NIPPON』と『FRONT』の違い

『NIPPON』と『FRONT』は、その贅沢さ、報道写真の実践、高いデザイン性などから戦時下の日本のグラフ雑誌の代表格として並置されがちだが、もちろん両者には違いもある。ここでは、その点を見ていく。

4.1. 言葉と写真

日本工房では、ドイツの影響もあり、写真の視覚的機能と活字の組み合わせが問題となり、報道写真におけるキャプションの効果も追求されている。編集をしていた小林正寿の回想を見てみよう。

写真は、それぞれ写真自体がそのまま見る人に説明を与えているので、それ以上に美辞麗句を重ねての説明文は無用である。それよりも、その写真では示し切れない、しかも本当は、その写真自体がもっと訴えたいというものを、説明文で補うか、さらにはその説明文と写真とが一体となって、より真実の立体的で具体性のある表現の世界が示されるように工夫しなければ駄目だ²⁶。

小林正寿は、名取の教えをこう振り返り、いままでの写真説明の考え方を「根本的に改めなければならない」と気付いたという。例えば、「白雪の富士」の写真に、「白皚々の雪をいただく富士」のように、見れば分かる説明を加えるべきではないと名取は言うのである。

これらの言葉からも分かるように、説明文は写真を活かさなければ意味がない。いくら美しい説明文でも、写真を殺す過剰なものは必要ないのである。制作者の「もっと訴えたいというものを」サポートする説明文でなければならない。このことはロラン・バルトの報道写真に付与するテキストについての指摘とも合致しており²⁷、報道写真的表现の重要点だと言える。

ところで、「より真実の立体的で具体性のある表現」と書いていることに注意しておきたい。特に興味深いのは「立体的」という表現である。「紙」という意味で雑誌は「平

面」であるが、それを「立体的」にするとはどういうことだろうか。この「立体的」という言葉については、後述する『FRONT』の「立体性」の考察で再び触れたいと思う。

さて次に、実際の『FRONT』における言葉と写真の関係を見てみよう。『FRONT』を見てみると【図8】、まず受ける印象は、文字が少ないということである。まるで「写真集」のように写真を中心に構成されていると言っても過言ではない。事実、創刊号から5冊目の「空軍号」までの印刷は、言葉の部分だけオフセット印刷で、写真はグラビア印刷を行っていたが、それ以降は、言葉が少ないのですべてグラビア印刷になったほどである²⁸。

『NIPPON』でも写真を中心に展開していたが、それでも説明文も豊富にあり講読媒体としての要素が強かった。だが『FRONT』においては、言葉(文字)であっても、読み物というより、視覚媒体としての要素が強い。そのことは、原弘がヤン・チヒョルトの思想を日本に啓蒙したことや、戦後間もなく「ぼくがやりたいのは、そのTypography なのだ」²⁹と述べて、装幀の仕事においても活字のデザイン性を追求していたことを考えれば納得できる。もちろん、名取やこの時代の先端的なデザイナーたちもタイポグラフィーの重要性は認識していたに違いないが、『FRONT』ほど意識的だったとは思えない。この点において、『NIPPON』と『FRONT』には差異があったと言えるだろう。

4.2. 写真の扱い方

今度は、写真の扱いに注目してみたい。まず特徴として、日本工房の名取流の写真編集には、写真自体に人を欺くような合成や加工を施すこと、いわば「写真に手を入れる」ことに対して積極的ではないところがある。フォト・モンタージュは存在するものの、そこで行われているのは、都合の悪いものを消すとか、政治的に必要なものを付け加えるといった写真編集ではなく、あくまで、写真の選択とレイアウトによる組写真とキャプションによって意味を作り上げる作業であり、いわば報道写真的处理にこだわっているのである。

だが、名取がそのような手法を重視するのは、写真が嘘をつかないと主張しているわけではない。晩年名取は「写真の歴史は、別の見かたをすれば、写真に嘘をつかせる方法を求めた歴史とさえいえることができます³⁰」とまで言い切っている。これはむしろ、名取が修整加工や削除加工といった「写真に手を入れる」方法は、「嘘をつかせる方法」として古いものと考え、報道写真のような新しい「嘘をつかせる方法」を支持していると

言ったほうがいいかもしれない。もちろん、日本工房でも写真の切り抜きなどはあるが、グラフ雑誌は、基本的に報道写真的組写真の手法で制作されていたと言える。名取は『写真の読み方』の中で触れる『LIFE』のハンガリア事件特集でこう解説を入れている。

一枚一枚の写真に手を入れて嘘をついたのではありません。読者のおかれた精神的状態を十分に計算にいれ、写真の選択と並べかたに気を配ることによって、それぞれの写真が語っていることとは逆な印象を読者に与えた³¹。

編集者、もしくは写真家の意図するようにレイアウトを施すことも「嘘をつかせる方法」である。にもかかわらず、手を入れる嘘とは区別する。この倒錯的な写真編集の方針から、名取洋之助の報道写真家的な姿勢を読み取ることができる。

では、『FRONT』はどうか。『FRONT』では、徹底的に写真を素材と捉え、「手を入れる」ことにも躊躇はない。例えば、多川精一は「海軍号」の編集作業で、「すべての原稿は原寸大以上に引き伸ばし、機密部分は海軍軍令部が納得するまでエアブラシで修整した」と振り返っており、また、こうした修整やモンタージュの張り合わせ合成に関しては、小川寅次という名人がいたことまで明らかにしている³²。

もちろん、戦局が悪化した時期に制作された『FRONT』は軍部と近い距離にあり、写真に「手を入れる」ことについては止むを得ない理由があったに違いないが、名取の言うように、「嘘をつかせる方法」として報道写真的に処理することも可能であっただろう。しかしそれをしなかったことを考えるならば、『FRONT』の制作チームは、「嘘」のつき方として写真に「手を入れる」手法を選択していたと言える。

さらに興味深いのは複写である。東方社で暗室作業をしていた浅野隆によると、「インド号」は複写した写真で制作したと言う³³。このとき浅野は作業だけを担当しており、元が外国の本かどうか定かではないと言うが、今泉武治の日記によると、謀略投降勧告のビラの制作に、アメリカのグラフ雑誌『LIFE』からの複写を利用したという記述が残っている³⁴。これは興味深い事実ではなかろうか。自分たちが撮影するというこだわりは薄く、写真はあくまで素材であるという東方社の制作思想が、このことからもしっかりと読み取れる。

これは推測の域を出ないが、このような写真に対す

る考え方の相違は、アート・ディレクションが名取のような写真家ではなく、デザイナーである原弘だったということが関係しているかもしれない。報道写真に思い入れのあった名取だけに、「組写真」の可能性を追求しようとしたことは想像するに難くない。だがそれに対して、印刷物の可能性を限界まで求める原ならば、その中の一つの要素に過ぎない「写真」だからと言って「手を入れる」ことを聖域だと感じなかったのではないだろうか。いずれにせよ、写真に対する考え方に温度差が見受けられるのである。

戦時下のグラフ雑誌の傑作と評価されてきた『NIPPON』と『FRONT』。先述したように、両雑誌の制作者の幾人かが重複していることや、その高度なデザイン性、豪華さなどからよく並置されるが、当然、違いもあった。ここでは写真を軸にその差異を検討したのだが、さらに写真表現の違いや雑誌形態の違い、また制作上の思想を突き詰めていくと、報道写真を実践しながらも、徹底的に構成主義を追求した『FRONT』の異様な姿が浮上してくる。それは一体どういうことか。更なる考察を加えてみよう。

5. 『FRONT』のデザインとその理論

まず、『FRONT』について、これまでどのような考察がなされてきたのか。先行研究を概観してみよう。『FRONT』に関する近年の主な研究として、多川精一、山口昌男、柏木博、飯沢耕太郎、などのものが挙げられる。多川精一は、自身も東方社に所属した経験を持ち、当時の状況を膨大な回想録から導きだしている。次に山口昌男は、『挫折の昭和史』で、当時の知識人・文化人の繋がりの中で東方社について素描している。東方社の林達夫や岡田桑三をはじめ、東方社内部の記述も多く、重要な資料である。そして、デザイン面や、写真に関する考察においては柏木博と飯沢耕太郎の研究が代表的である。

柏木博は、『FRONT』にまで至るグラフィックの「モダニズム」の基本的なボキャブラリーとして三つの要素を挙げている。一つ目は、「ロシア・アヴァンギャルドやバウハウスを含めたいわば抽象的表現と構成主義的表現」。二つ目は、空間と時間を再編する「モンタージュあるいはコラージュという表現」。三つ目は、ハリウッドや消費社会に代表される「アメリカン・ポピュリズムともいべき、アメリカのコマーシャルな表現」である。そして、「こうしたグラフィックを戦前・戦中においてついに『FRONT』でもっともラディカルに展開しえたというのは、

いかにも皮肉なことであった」と述べ³⁵、『FRONT』のグラフィック性をモダンで、「もっともラディカル」なものとしている。

その柏木が『FRONT』の重要な表現として強調するのが、クローズ・アップである。彼はS・クラカウアーを補助線とし、この時代にクローズ・アップが頻繁に利用されたことを指摘する。

そしてそれ(クローズ・アップ)が最も有効性を持ったのは、セットや職業俳優を使った劇映画であるよりも、それらを使わない、いわゆるドキュメントと呼ばれる領域の映像においてであった。だからこそ、写真や映画といった映像メディアを最も早い時期にプロパガンダとして使い始めた、革命直後のロシア・アヴァンギャルドのデザイナーたちは、クローズ・アップの有効性に気付き、それを多用しているのである³⁶。

柏木はこのように述べ、クローズ・アップの多用に関するその他の事例として、この時期のソビエトのグラフ雑誌『レフ』、またレニ・リーフェンシュタールの映画『意志の勝利』を持ち出し、その共通性を指摘しているのである。だがなぜ、クローズ・アップが利用されたのか。

写真史上、クローズ・アップという表現が脚光を浴びるのは、ドイツのレンガー＝パッチュに代表される新即物主義においてであり、「新興写真」や「近代写真」と呼ばれる20世紀以降の写真の代表的な表現の一つとされる。それは、余計なノイズを取り除き、情報を効率的(経済的)に伝えるのに適切な技法であったと、柏木は言う。つまり、クローズ・アップとは情報伝達の効率性の高い近代的写真表現なのである。柏木の指摘する特徴とその新しさを考えれば、各国の宣伝活動にとって、また『FRONT』にとっても、クローズ・アップは必要不可欠な表現だったと言えるだろう。

また、飯沢耕太郎も同様に『FRONT』について、日本工房と報道技術研究会との関係性を認めつつ、写真表現について言及する。飯沢の論点として特徴的なのは『FRONT』の中にある写真が、伊奈信男の言うような「報道写真」の方向性を徹底しているという点である。「1930年代の新興写真の時代を通じて蓄積されてきた『報道技術』の集大成³⁷」とまで言わしめる『FRONT』の写真には、「クローズ・アップ」、「強調されたカメラ・アングル」、「繰り返しの効果」があり、ロラン・バルトのいう「共示」が付け加えられていると言う。そして、戦後に名取が

手掛けた『週刊サンニクス』があまり好評でなかったことを持ち出し、次のように述べている。

『NIPPON』や『FRONT』の高度なデザイン、レイアウトは、海外向けという条件の範囲内でのみ可能であったこと、それを日本の社会や文化のなかで実現しようとした時、解決していかなければならぬ問題点がありにも多かったことを、『週刊サンニクス』の挫折はわれわれに教えてくれる³⁸。

「高度なデザイン、レイアウト」のグラフ雑誌『NIPPON』や『FRONT』が、海外向けであったことが重要で、国内にはその準備がなかったと指摘する飯沢。しかしそれは無駄なことではなく、1960年代以降の広告写真において『FRONT』の視覚記号性が活かされていると、『FRONT』の日本写真史での重要性を説いているのである。

以上、先行研究からも分かるように、『FRONT』のデザイン性や写真のレベルの高さは、現在の目からしても色褪せていないほどのもので、しかも、戦時下という難しい環境の中で制作された奇跡的なグラフ雑誌だったことが分かる。その制作は、海外のグラフ雑誌を見本としているが、実際、制作に携わった人々は、制作やデザインにどのような考えを持っていたのかが気になるところである。『FRONT』を支えるデザイン理論、制作理論はどのようなものだったのか。次にその点について考察してみよう。

5.1. 報道技術研究会から見る宣伝理論

東方社での制作を支えていた理論や思想については、ほぼ同時期に結成され、東方社のメンバーも参加していた報道技術研究会(以下:報研)に手掛かりがある。報研とは、1940年に結成された広告関係者の職能団体である。これまで薬やチョコレートなどの商品広告に従事していた広告関係者たちが、この研究会を通して、大政翼賛会の宣伝活動を行っていたのである。この報研で作成された宣伝物は、5年間で150点に上る。その内訳は、ポスターと壁新聞が60%、巡回展・展示物が23%、パンフレット・グラフが15%で、内容に関しては「直接宣伝に関するもの」が36%、「経済・増産のもの」が35%、「精神作興に関するもの」が18%、「航空要員募集のもの」が11%だった³⁹。そのほかにも概念や数量のグラフ化、地図の記号形式などの研究もしていたようである。

では、この報研では、デザイン理論、宣伝理論について、どのような研究がなされていたのか。報研には、唯一の著作となる1943年の『宣伝技術』という論文集がある。この時期にもなれば、宣伝論に限らず、印刷物の多くの論調は、明確すぎるほどに戦意高揚を意図したものだった。もちろん、『宣伝技術』についてもその傾向はあるものの、比較的冷静に、且つ理論的に宣伝について纏められている。それゆえに、東方社だけでなく、当時の日本での制作手法・思想の状況を知ることができる貴重な資料だと言える。

その執筆メンバーは、飯倉亀太郎、小山栄三、今泉武治、大久保和雄、山名文夫、林謙一、原弘、新井静一郎、加藤悦郎である。飯倉亀太郎は京都帝大哲学科を卒業し、日本文化協会研究部、同盟通信社に勤務した人物である。小山栄三は東京帝大文学部を卒業し、文部省の民族研究第一兼第四部長で宣伝についても詳しく、報研の理論的指導者であった。大久保和雄は、原弘らと同様、東京府立工芸学校印刷科を卒業して日本宣伝協会などに勤務し、報道についての研究をしていた。林謙一は早稲田大学理工科を卒業し、東京日日新聞社会部を経て、内閣情報局で視覚宣伝に関する企画、指導啓発を行っていた人物であり、当時の国家的写真宣伝を考える上でも興味深い人物である。加藤悦郎は洋画家であり漫画家で、北海タイムスなどに連載していた。以上のメンバーからも分かるように、『宣伝技術』は、報道の基礎理論だけではなく、それぞれの専門家たちの現場からの視点も含めた包括的な宣伝技術論を展開している。そして何より、彼らの名前を見ても、日本工房や『FRONT』の東方社に所属している者、関係を持つ者が参加していることが分かるだろう。それゆえに、この本に書かれた宣伝理論は、報研のものではあるものの、東方社の宣伝理論の基盤とも繋がっていると想像できる。

では、その理論とは如何なるものだったのだろうか。『FRONT』に関して重要だと思われる『宣伝技術』の林謙一、今泉武治、山名文夫、原弘の論文から、対外宣伝グラフ雑誌の制作プロセスや理念を読み取っていくことにしよう。

5.2. 林謙一の宣伝写真論

『FRONT』について、まるで「写真集」のようだと先に表現した。写真が宣伝に有効であることを認識していたことはよく分かるが、なぜこれほどまで文字情報を少なくし、写真を徹底的に多用する必要があったのか。

内閣情報局に所属していた林の論文「報道写真と宣伝」は、そのことを具体的に説明してくれるものである。

まず、林はマスメディアの写真の特徴について言及する。写真が絵画以上の地位を確立した要因として、一つに「僅かの時間で非常に精密な記録が出来るという特徴を科学的研鑽によって推進」したこと⁴⁰、二つ目に「写真が持つ効果と感銘を、技術を通して意識的に組み立てるようになったこと⁴¹」と述べ、さらに、現代の生活の多忙さも、写真需要の拡大の要因として挙げる。多忙であるがゆえに、文字よりも一目見て分かる写真のほうが「手取り早く、且つ美しく、しかも興味深いもの」として大衆に受け入れられやすい。林は、このような印刷メディア環境の変化、時代・生活の変化などの重なりから、写真がマスメディアで重宝されるようになり、それと同時に、写真表現も研究されていったと写真需要の流れを分析するのである。

さて、そのようなメディアで使用されるようになった写真が、やがて宣伝において利用されるのだが、その場合、宣伝写真としてどういったものが優れているのか。林によれば、「良く出来た宣伝写真は殆んど文字の説明が要らない。従って写真の宣伝力が今はその実力以上に買われているのである」と⁴²。説明もいらないほどの表現力豊かな写真が、宣伝写真として優れていると言うのである。

それに加えて、「客観から主観性への移行」と言うように、宣伝においては、客観性よりも感情を刺激する「主観性」のほうが重視されると言うのである。この点は興味深い。つまり、林は写真の忠実な写実性をマスメディアでの写真の拡大理由として挙げておきながらも、宣伝においては、その写実性や客観性と逆の「主観性」のほうが重要であると主張するのである。そして、写真が宣伝に使われる理由を次のように纏める。

イ、写真は感情に訴える。ロ、その現実性に真実感を抱かせる。ハ、印刷によっていくらかでも複製される。ニ、文字を解せざる者にも読みとり得る。ホ、直感的に情勢を捉え得る。ヘ、電波によって送達し得る。ト、しかも写真は美しい。⁴³

さて、このような林の写真宣伝論「報道写真と宣伝」だが、まるで『FRONT』のことを指摘しているかのような記述がある。先の引用でも「文字を解せざる者にも読みとり得る」とか、「良く出来た宣伝写真は殆んど文字の説明が要らない。」など、文字情報を超越できるほどの

写真への評価を指摘したが、それ以外でも、林はこう述べている。

写真宣伝は、殊に土着文化の低い沢山の民族が雑居している大東亜には最も鋭利な切れ味を発揮している。複雑な民族地域、宣伝地域を形成している地域では、映画と写真とは、実に一つの宣伝手段と言わねばならない。ラジオ放送するにしても、言語の錯雑な、しかも三か月の収入を全額投げ出してもセットを購入し得ない人人の住んでいるところでは所期の効果を挙げることは却々難しい。又新聞、雑誌も大東亜諸地域ではその発行にいろいろな困難を伴っている。教育は低く生活は乏しく感情に打たれ易い人々を対象として宣伝は眼で教える—— 一目で見ることの出来るものを以て宣伝手段といわなければならない⁴⁴。

ここで「大東亜諸地域」を想定しているのは、戦局が大東亜戦争へと拡大したことも深く関係している。すなわち、宣伝の対象が『NIPPON』が目指した欧米方向ではなく、この時期は「大東亜諸地域」へと向かっているのである。

このことを踏まえるならば、『FRONT』が『NIPPON』に比べ文字が著しく少ないのは、その対象地域の性格から来ていると言うこともできる。もちろん後述するように『USSR』を手本としているというのも大きな理由であるが、『FRONT』が「大東亜諸地域」への宣伝を目的としていたことも関係していたのである。

以上、林の宣伝写真論を通して見えてくるのは、写真の利用による視覚的伝達の研究が1943年の時点で充実したものになっていたこと、そして、『FRONT』が林の言う宣伝写真としての特性をしっかりと踏まえているということである。特に、「大東亜諸地域」への言及は、文字情報が控えめで写真中心の構成である『FRONT』を考える上で有益な観点となるだろう。

5.3. 今泉武治の制作論

さて次に、グラフ雑誌をはじめとする印刷物における制作プロセスに注目してみたい。先に、名取洋之助の日本工房での制作プロセス、そして東方社での制作プロセスを当時の関係者の言葉から具体的に概観した。そこでは一般的に考えられている写真家の姿、つまり、写真家自身がテーマや被写体を決め、写真を撮るといった個人活動を行う「作家」的な写真家の姿ではなく、

あくまでグラフ雑誌の仕上がりを目的とし、雑誌で映える写真素材を調達するといった、集団的制作の一員としての写真家の姿を素描した。それはちょうど中井正一が注目した個人と集団の関係を示すもので「委員会」を彷彿させるものだったと言える⁴⁵。

しかしながら、日本で報道写真を初めて実践した名取洋之助の日本工房では、名取の強力なリーダーシップがあったものの、制作プロセスとしては未熟なところがあった。それでは、すでに報道写真というものが定着しつつあった1943年の東方社においては、どのような変化があったのだろうか。その問いに一つの回答を与えてくれるのが、今泉武治の論文「報道技術構成体」である。今泉は、森永製菓の広告課で制作側を担当し、報研の中心的存在で、尚且つ、東方社に所属していた人物である。ここではその制作側の立場から宣伝の制作プロセスを理論的かつ体系的に考察している。

まず、論文では、国家的報道を行うための制作プロセスを、報道理念の構想（構想技術）、企画技術の領域という中間的技術（企画技術）、具体的形象化の段階（表現技術）と三段階に区分し、話を進めている。

はじめの構想技術の段階では、宣伝を実行する側、今泉の言葉を借りれば「主体」側の態度・方針を決定し、それを如何なる対象に向けるのか、つまり、読者となる「客体」側にどのように働きかけるかを決めていく。対象を選択する際には、①地域的認識（国内・占領地・盟邦・中立国・敵国）②対象的認識（一般人・知識人・老幼男女）③環境的認識（家・職場・街路・展示場・前線）④時間的報道態様への認識（ニュース的報道・持続的報道）⑤報道種別への認識（宣伝的・謀略的・告知的・教化的）⑥媒体形式への認識（伝単・ポスター・刊行物其他）⑦表現態様への認識（文章または形象を主とするもの）というように、細かく多面的に宣伝の対象を分析する必要性を示している。この点に関しては、特別珍しい指摘ではないが、宣伝対象の中に戦時下特有の項目が含まれており、日本工房との違いが鮮明なところだろう。

さて、今泉の論文の中でも興味深いのが、次の段階の企画技術である。この段階を強調するのは、現場を知っているデザイナー今泉らしい視点である。この企画技術は、「精神的構想と形象的表現との隔離性を結合すべき中間領域」という、いわば構想を具現化する中継段階としている。

それは六つの段階で行われる。順に示すなら、「報道客体の把握」、「主体的表現態度の選択決定」、「構成要素の総合企画」、「媒体形式の形成」、「企画構成

企画(レイアウト)」、「実行企画」である。少し整理するならば、前の四つは、前段階の構想技術を掘り下げる作業であり、後半の「企画構成企画(レイアウト)」、「実行企画」では、可視的な制作作業で、ラフレイアウトや、それを実行するための人員確保や資金、印刷技術の問題を検討することとなる。

注目すべきは「構成要素の総合企画」という部分である。ここは形象的要素(写真・絵画・漫画・図案・図表・文字など)を「総合」的に検討するプロセスで、今泉はこう述べている。

印刷報道にあつては、これらそれぞれの表現機能を挙げて総合せしめるものでなければならない。しかしこのような総合は、総合のゆえに単なるペンや筆の力より強いと見るのは誤りであつて、それらは別々の表現目的をもっており、それらを一緒にすることによって表現の合目的な広さ・多角性が成り立つのである⁴⁶。

この「構成要素の総合企画」が企画技術に盛り込まれているのは、宣伝において「構成」という作業が如何に重要であるかを示唆している。この点から制作プロセスにおいても、「総合」を最終課題とする構成主義的な見解を確認することができる。

そして、論文の最後では、表現技術へと話が進む。これは要するに、制作段階である。ここで特徴的なのは、今泉が宣伝を美術として捉えているところだろう。カントの感性論や欲望に関しての問題を補助線とし、宣伝との融合を図る今泉の論述からは、印刷物は芸術に比べ劣るものではなく、美術作品として捉えていることが分かる。この議論に関しては少し抽象的なところがあるが、宣伝の応用美術的地位を覆そうとする今泉の考えが明確に表れている点は興味深いだろう。

以上、今泉の論文を順に見てきた。明らかに、その制作プロセス論は、名取洋之助の日本工房よりも体系的であり、広範である。そして、特に注目したいのは、彼が「報道技術構成体」と呼んでいることから分かるように、構成主義的思想が単に手法だけでなく、制作プロセスにも深く浸透していることである。通常、「構成」と言えば、写真やグラフィックデザインなどの可視的特徴を思い浮かべがちだが、今泉の論文を見る限り、制作プロセス内にも「構成」が浸透している。先述してきたように「構成」「モンタージュ」「コラージュ」的手法になると、絵画とは全く異なり、その制作は構成要素単位で分

業可能となり、制作の組織化もできる。このことを踏まえれば、制作プロセスについても構成的処方を考えていたことは不思議ではなく、むしろ、印刷メディアの組織論を重視するこの時期にこそ考えるべき問題だったと言える。「構成」という問題は、表象レベルだけの問題ではなく、制作プロセス全体に深く根付いた問題でもあった。今泉の論文は、そのことを教えてくれる。

5.4. 山名文夫の「宣伝美術」

次に表現レベルでの宣伝理論について考えてみたい。そもそもグラフィックデザインとは言っても、作業に関わった人々は自分たちの仕事をどう考えていたのか。また、写真とはこのようなグラフ雑誌、もしくは当時のグラフィックデザインにおいてどのような要素と考えられていたのだろうか。『FRONT』に見られるような、当時のグラフ雑誌と写真との関係性を知る上で、重要な手がかりとなるのが山名文夫の論文「宣伝美術」である。日本工房や資生堂で活躍していたデザイナーの山名文夫は、直接、東方社に参加していたわけではないが、当時の印刷物におけるグラフィックデザインの考え方を知る一つの重要な手がかりを提示してくれるものである。何より山名は、1943年以降は、報道技術研究会の活動に専念しており、東方社のメンバーとも交流が深かったと推測でき、その論文は『FRONT』の考察にも有益なものである。この山名の実践レベルでの宣伝技術理論は、本論文においても重要な意味を持っているため、ここで詳細に読み解いていくこととしよう。

5.4.1. 機能的造形美術としての宣伝美術

まず、山名論文のタイトルの問題から始めよう。その「宣伝」に「美術」という言葉を付け「宣伝美術」とするのはなぜなのだろうか。

その点について山名は、日本の商業宣伝の歴史から次のように説明している。大正15年ごろ、従来の「図案」という言葉が応用美術的な意味合いを含んでいたことから、商業宣伝家や芸術家たちを中心に「商業美術」という言葉を掲げて、二番煎じではない美術理論を組み立てようとする運動が起こった。それは、資本主義社会の発達と共にポスター、新聞、雑誌などが拡大する中で起こるべくして起こったものであり、より高度な商業宣伝技術が追求されるようになったためである。しかし、この技術は戦争でのプロパガンダ戦略とも親和性があることが認められ、戦時にも応用されるようになる。特に、第二次欧州戦争の勃発により指導啓発、宣伝が

激化した。そのとき「宣伝美術」という言葉が誕生したと山名は述べている。

この論文でこのタイトルを使用するのは、山名が「商業美術」の展開として「宣伝美術」を位置付け、商業的なものではなくとも、やはり「美術」として捉え直そうとしているからである。山名は言う。「いわば絵画や彫刻のごときは美学的な造形美術であり、宣伝美術は機能的造形美術である⁴⁷」と。それゆえに、宣伝は「新しい美術」であり、決定的に異なるのは「機能的」であるかどうかなのである。山名は、このような考えに立脚し、今泉と同様に「宣伝美術」と考えているのである。

ところで、宣伝における表現方法としての「態度や考え方」を論じたこの論文だが、それ自体が極めて構成主義的であることは重要である。論文の流れを見ると、そのことは一目瞭然である。

第一章では宣伝美術の在りかたと制作態度について第二章では宣伝美術に使われる素材の性質を宣伝美術的に置きかえて考えてみる。第三章ではそれらの各素材がどのように結合されるか、及び結合がどのような方法によられるか、即ち、構成技術の基本的な意味を考える。そして最後に宣伝の媒体、即ち対象に伝達するための媒介物のうち視覚的なものについて考える⁴⁸

以上の網羅的な視座の中に「素材」「結合」「構成技術」など構成主義的用語が見られるのは注目に値する。もはや言うまでもなく、山名は宣伝を構成主義的に捉えており、この論文構成もそのことを意識して書かれているのである。

5.4.2. 宣伝美術の中の「構成」

では、具体的にどのように宣伝技法の分析を行っているのだろうか。山名の用いる「素材」と「レイアウト」という言葉を中心に、「造形美術」との違いを意識しながら、この論文を見てみよう。

宣伝のことを「機能的造形美術」と表現するように、「造形美術」との違いは、目的的要素が存在することだと山名は指摘する。そして、その目的を遂行するために、聴覚的伝達よりも優れているとする視覚的伝達を利用しながら、文字(活字)との協働によって伝達能力を向上させるべきであると述べている。山名がこのように考えるのは、視覚、聴覚などの感覚的認識に加え、言葉や文字は「客観的」要素が強く、情報の

「客観的認識に達せしめることができる」と考えているからである。もちろん、「客観的認識」には議論の余地があるが、この記述からも報道写真の考え方の共通性が見受けられる。

山名はまた、文字と共に採り上げる印刷物上の「素材」を以下のように示している。

- 一、絵画 写真表現(イ)素描(ロ)着彩
単化表現(イ)単色(ロ)多色
抽象表現(イ)文様(ロ)其他
- 二、漫画 諧謔的 風刺的 揶揄的
- 三、写真 報道写真 記録写真 学術写真
モノトーン 人工着色 天然色
- 四、地図 投影図 俯瞰図 図絵其他
- 五、統計図表 グラフ表現 図解表現
- 六、彫刻 丸彫 浮彫
- 七、模型 人形模型 機械模型 建築模型
地理模型 其他⁴⁹

これらの「素材」は、印刷物上で結合を果たしたとき、合目的的に「機能」しなければならない。この点は、先述したように、分断できない絵画や彫刻のような「造形美術」とは異なる。「宣伝美術」は分断可能で、素材と素材の交換可能性を有しているのである。それはちょうど有機的な身体と、部品で構成される機械との差に似ており、山名の言う「宣伝美術」の特徴は、極めて機械的だとも言える。したがって、商業、宣伝領域では、合目的的な働きが要求されることや、「素材」間の関係性が求められることから、美術領域とは異なると山名は言っているのである。

また、別の点でも商業、宣伝領域と美術領域との差異を指摘する。それは「レイアウト(LAY=OUT)」と「構図」である。山名は、美術領域での構成を「構図」と呼び、商業・宣伝領域での構成を「レイアウト」と呼び分ける。今日では、デザイン業界でなくとも日常的に幅広く使われる「構図」や「レイアウト」だが、山名は独自の定義をする。その定義は次のようである。

構図とは、絵画要素、即ち、線、色彩、明暗の対照や均衡や照応によって画面上に「ある形」をつくるその構成をいうのである。ある形とは画家の造形感動から発する美の世界だといえる。しかしレイアウトにあつては、それが一つの世界を創ることではあるが、その世界は感動からではなく、ある目的下

の計画から発せられる「一つの指向する世界」の形成にあるのだといえる⁵⁰。

直線、曲線、円形、対照などの概念は、絵画などの構図上では感覚的なものを「表わす」ものだが、宣伝などのレイアウト上では、「行」いう自発性が要求される。いわば、それぞれの要素が機能的に作動しだす、まさに「機能的造形美術」なのである。これはカンディンスキーやモホイ＝ナジがバウハウスで行った線や点などの研究⁵¹とも関連づけることができ、モダニズム芸術運動の系譜の中に、山名もいるということは疑う余地はない。「美術」という言葉にこだわる山名の論文は、芸術領域からの「構成」の系譜と宣伝の現場の理論が交錯する場に位置しているのである。

5.4.3. 素材と素材の統合、媒体と素材の統合

山名の宣伝美術に関する考察は、さらに具体的で、深いものへと進展していく。まず、山名が予想する結合を見てほしい。

- A 文字のみの構成
- B 文字と絵画との結合
- C 文字と漫画との結合
- D 文字と写真との結合
- E 文字と地図との結合
- F 文字と統計との結合
- G 文字と彫刻との結合
- H 文字と模型との結合
- I 文字と絵画と写真との結合
- J 文字と絵画と地図との結合
- K 文字と絵画と統計との結合
- L 文字と漫画と写真との結合
- M 文字と漫画と地図との結合
- N 文字と漫画と統計との結合
- O 文字と写真と地図との結合
- P 文字と写真と統計との結合
- Q 文字と地図と統計との結合
- R 文字と絵画と地図と統計との結合
- S 文字と漫画と地図と統計との結合
- T 文字と写真と地図と統計との結合
- U 文字と漫画と写真と地図との結合
- V 文字と漫画と写真と統計との結合
- W 文字と絵画と写真と地図との結合
- X 文字と絵画と写真と統計との結合

以上は大体同一平面上の結合であって、展覧会等の総合的結合は含んでいない⁵²。

このように山名は実に細かく印刷紙面での構成関係を捉えようとする。それに加えて、最後の断り書きである「以上は大体同一平面上の結合であって、展覧会等の総合的結合は含んでいない」という言葉からも、それをどこで提示するかという媒体の提示場所まで意識していることが分かる。ここでは「結合の場合と媒体とを予想してそれぞれの場合の構成を考えていくのは不可能⁵³」とし、それ以上の具体的な考察を断念しているものの、論文後半の考察では、ポスターや看板の印刷媒体、工作的媒体、さらには、切手のように直接宣伝用に制作していない「間接的媒体」に目を向けたり、最後には、設置場所の問題など、いわば「媒体掲出場所」にまで議論を進めていたりする。

このことから山名が、結合関係の問題を「紙」という平面的問題としてだけで考えていたわけではなく、それをどこで読むのか、ポスターならどこに貼るのかと空間的に考えていることもよく分かる。このように、素材と素材の結合問題を紙面上の平面的なパーツの問題とせず、空間的、立体的位相にまで考察を広げている点は、この論文の大きな特徴であろう。

さて、これらの分析は山名の優れた洞察力によって行われたわけだが、この論文の中に執筆者が、『FRONT』の考察上、示唆的であると思う点が二つある。一点目は、山名が目を向けた立体性、空間性である。読者が雑誌を開くとき、写真がどう機能するべきか。またその雑誌が、どの場所へ運ばれ、どのような状況で読まれるのか、という機能主義的な観点が『FRONT』にも存在しているように思われる。

そして二点目は、宣伝を「機能的造形美術」と呼ぶ点である。その意味で考えれば、『FRONT』も「機能的造形美術」だが、この「機能的」な「造形美術」という言葉は倒錯的ではないか。その意味で言えば、山名の論文は、構成主義という前衛芸術的な影響を帯びながら、機能主義的な技術論として展開する。合理とも非合理とも言えない、「振れ」とも言えるこの言葉が『FRONT』とどう関係するのか。この辺は第6章で議論を深めたいと思う。

5.5. 原弘の印刷論

『FRONT』のアートディレクターである原弘も、『宣伝技術』に「印刷報道の諸問題」という論文を掲載している。ここでは主に活字と印刷の世界的な状況を分析し

ており、直接『FRONT』を感じさせる記述はあまりない。しかし、原のグラフィック思想が分かる箇所があるので見てみよう。

この論文では、前半では概念的議論から印刷報道を捉えている。特に特徴的なのは、原が印刷報道の基礎として Schrift（文字）と Bild（絵）という概念を用いて解説をしているところだろう。論文では、印刷の歴史を概観しながら、新しい Bild としての写真の登場により、Schrift 側も変革が求められ、「明確な地味な活字」としてのサンセリフが登場したことを素描する。そこで写真についての見解を示しているので、引用してみよう。

写真は言葉の常識から言っても Illustration ではない。写真は Text と同じ報道の要素を持っている。この写真と文章の緊密な結合から、ある視覚的な全体性を形成しようと試みたものが、グラフという印刷報道における一エポックを作ったのである⁵⁴。

このような見解は、繰り返し見てきたように、まさに報道写真的である。飯沢耕太郎が指摘したように、『FRONT』における写真が極めて記号的であるのも⁵⁵、写真を「Text」として読ませるというこの発言から納得できる。そして何より見逃してはならないのは、「写真と文章の緊密な結合から、ある視覚的な全体性を形成」というグラフ雑誌の定義が、如何にも構成主義的であること。原もまた、先の今泉、山名と共にそのことに意識的だったのである。

この『FRONT』のアートディレクター原弘の論文を踏まえて言えば、先に「文字が少ない」と述べたことも、もう少し説明を加えるべきであろう。つまり、文字は少ないものの、『FRONT』では「Text」を少なくしたということではないのである。『FRONT』では写真もまた「Text」であるため、その質を左右する印刷工程は当然重要となる。

写真をどう撮るかにおいては、カメラ技術やその操作テクニックが重要なのは言うまでもない。しかし、「印刷物としての写真」において、カメラの技術やテクニックと写真製版技術は同等の重みを持っている。原弘の写真への眼差しは、印刷物を通してのものである。それは論文の後半で、各国の印刷状況を分析して現在の日本の印刷技術の未熟さを指摘したり、日本独自の書体の選び方、組み方など新しい性格を見出す必要を訴えたりしていることからよく分かる。原が扱ったのは写真ではなく、「印刷物としての写真」であり、原は印刷の人だと言うことができる。

以上、報研の『宣伝技術』のいくつかの論文を考察してきた。前章での名取洋之助の仕事と比較すると、1943年ごろの宣伝に携わった人々がいかに宣伝行為を理論的に展開し、実践していたかを把握することができたと思われる。これだけの論文の内容を纏めることは容易ではないが、確実に言えるのは「構成」という言葉が宣伝技術者たちに深く浸透していることである。その表現や形態だけでなく、制作プロセスにまでも、構成主義と呼べる影響を見いだすことができ、それを徹底的に宣伝の「技術」論として展開していることである。原は言う。「新しいグラフの制作に必要なのは優れた写真技術家と図案家と印刷技術家との協働である⁵⁶」と。制作者たちの技能も協働的に「構成」されていたのである。

6. 『FRONT』の立体性——構成主義と報道写真の間で

先の章の『宣伝技術』の論文では、報道写真の現場レベルでも、単に手法としてではなく、芸術思想である構成主義の影響があることを確認したが、その中で当時の制作者たちの考察が、立体、空間レベルにまで及んでいたことを指摘した。では、『FRONT』というグラフ雑誌は、立体、空間レベルで考えてみると、どうなるのか。次にその点を考えてみたい。

まず、雑誌を空間的・立体的に見るとは、どういうことか。端的に言えば、グラフ「雑誌」という概念に囚われず、「モノ」として見るということである。雑誌においては、誌面にどのようなデザインを施すかが決定的に重要であるが、実際にページを捲る行為やその雑誌をどこで読むかなど、雑誌を「モノ」として見たときの物理的要素も重要なものである。これまで述べてきたように、『FRONT』という雑誌は、『NIPPON』と並ぶ戦時下のグラフィックデザインの傑作であったため、素朴な大きさなどの物質的概要は指摘されるもの、副次的に語られがちであった。物質面への言及が二の次になるのは、幻の雑誌と呼ばれるように『FRONT』を実際に手にすることが困難だったこともあるかもしれないし、また錚々たるメンバーの仕事の分析をするならば、デザインや写真といった表現が優先されるのも無理はないが、それでも、この「モノ」としての『FRONT』も無視できない問題である。井口壽乃は、『NIPPON』と『FRONT』の違いについて、『NIPPON』では、「写真への着彩や切り抜き、イラストレーションの多用など商業美術のレイアウト術が求められている」のに対し、『FRONT』では、「これは明らかに写真と文字による二次元的情報伝達を越えて、立体的に再構成（デザイン）された『モノ』である」と、そ

の立体性に触れている⁵⁷。ここでは、『FRONT』の読者や空間に及ぼす作用を「立体性」と呼び、平面的デザインとは区別して、報道写真、あるいはグラフ雑誌の構成的手法の展開として考察してみたい。

まず、『FRONT』の「立体性」を考える上で無視できないのは『USSR』である。今泉武治の日記によると、東方社では編集会議でアメリカの『LIFE』やドイツの『SIGNAL』も研究していたようだが、基本はソ連のプロパガンダ雑誌『USSR』がモデルであったし、何より、先述したように『FRONT』を制作する動機が『USSR』だったことからこの雑誌の影響は否定できない。

『USSR』は、政府の依頼を受けたマキシム・ゴーリキーが中心となって制作した、写真を中心とした雑誌で、ハートフィールドの『AIZ』と同様、プロパガンダ的性質を強く持っていた。1930年から1950年まで月刊で発行され、大きさは420×300mmと大型のグラフ雑誌であり、アレキサンドロ・ロトチェンコ、ステパノワ、テリンガーテルのほか、ハートフィールドも参加していた。数多くの優秀なデザイナーたちが参加して制作されたグラフ雑誌だが、この雑誌も同様に、極めて組織的な「共同」システムで制作されていた。その制作の中心は、エル・リシツキーである。当時の制作現場の状況をリシツキーの妻であるソフィー・キュッパースは、次のように述べる。

作家、学者、アーティストとカメラマンが編集オフィスで一緒に打ち合わせた。それぞれの特集ごとの〈シナリオ〉に対して責任を持つ作家が一つの基本的テーマを扱い、最高編集者によって決定された。リシツキーは編集局での集中的な協議の後、テキストの作家と共にこの〈シナリオ〉を視覚的表現に変換した。彼は大まかなレイアウトに沿ってカメラマンの撮る写真の輪郭をスケッチし、彼らに構成の基礎を教え、そして、テーマへの適切な解釈に基づく、必須の材料としての写真が撮られるように正確な指示を与えた⁵⁸。

このソフィーの言葉からも分かるように、リシツキーの仕事はアートディレクターである。彼を中心に極めて計画的に、組織的な制作プロセスを経て、雑誌は作られていた。しかも、どのような写真を撮るかという問題においてもリシツキーの指示が及んでいるところは、これまで述べてきた『NIPPON』や『FRONT』と同様の制作プロセスと言える。

では、実際に『USSR』を見てみるとどうだろうか【図9、

10】。まずは、写真を中心とする展開で、文字による説明が少ないことに気付く。そして、特に驚くのは、折込である。折込が駆使され、雑誌から写真が立体的に展開される印象を受ける。もはや雑誌とは呼べないほどの変形だと言っている。それは、キャプションと組写真によって表現される「報道写真」的手法とは別の性質である。この点は『USSR』の独特な特徴であろう。

さて、そのリシツキー、『USSR』について、原弘が興味深いことを述べている。

最近のリシツキーの仕事は『建設中のソヴィエト』中のグラフに見ることができる。彼のフォトモンタージュは非常に綺麗だ。と同時に、形式主義的である。——これは彼のどの仕事についても云えることだけれども、僕はリシツキーのフォトモンタージュと反対の岸に立つものとして、ジョン・ハートフィールドの作品を思い出す。多くの構成主義的傾向の芸術家の持つ通弊を、彼もまた持っている⁵⁹。

報道写真はどちらかと言えば、伝達の合理性を重視する。それは原の言うハートフィールドのような合目的な手段で、『USSR』はその対極にあると言うのである。ならば、『FRONT』はどちらになるのか。『USSR』を手本とする『FRONT』は、飯沢耕太郎の指摘するように、組写真でストーリーを形成する報道写真的特徴を踏まえつつ、形式的・表層的には構成主義を実行していると考えられる。

実際にどうだろうか。『FRONT』を見ると、『USSR』のように、立体的な折込の表現を多用している。特に創刊号から5-6号までの『FRONT』にはその試みが多く、ページを「捲る」というより、ページが「展開される」という印象を受ける【図13-16】。

『FRONT』では製本にも、さまざまな試みが行われている。「海軍号」では、四ページカンノン開きの、戦艦「陸奥」の写真がつくられ、「陸軍号」では、上部のみの切り込みや、二分の一ページをずらすとじ方が行われている。「落下傘部隊号」では下半分だけのページが四ページ続いている。また「満州国建設号」「華北建設号」では四ページ大(A全判)の折り込みが使われた⁶⁰。

「四ページ大」と多川はさりげなく述べているが、A3の4倍のA全判(594×841mm)という大きさは異常であ

る。また、カンノン開きのタイプとなれば、横1188mmとなり、1m以上の巨大な一枚ものの写真が挿入されているわけである。A3という大きさだけでも巨大な印象であるが、その四ページ大【図15、16】の、しかも一枚ものの写真が飛び出してくるのは驚愕ではないか。もはやポスターである。読書行為の最中に、それだけの巨大な写真が飛び出してきたらどうなるだろうか。おそらく雑誌と読者との距離は消滅し、読者の視界は完全に覆われてしまう。しかも考えてみると、それが戦時下の物品が不足したアジア地域の読者に向けて制作されているのである。当時、写真雑誌などで写真を「兵器」や「武器」と形容することが度々あったが⁶¹、『FRONT』もその意味で、相手の目の前で爆発する（開かれる）視覚兵器と呼ぶに相応しく、視覚的のみならず、触覚的にも強いインパクトを読者に与えたと推測できる。このような物理的な意味での立体性という観点で『FRONT』を見直すと、構成主義的な『FRONT』の形態が際立ってくる。

だが、報道写真的な意味での立体性も備えていることも見逃せない。亀倉雄策がその点について示唆的な言葉を残している。それは1942年の「グラフィックと組写真」という記事である。ここで亀倉は、報道写真的手法を経験的に振り返り、実際に日本工房での『カウパワ・タウン・オーク』の仕事を交えて具体的に編集について語っている。その中で特に注目したいのは組写真の説明である。そこでは、組写真を「組む」ための方法論として、ドイツ流の説明的なもの、アメリカ流の興味中心主義なもの、フランス流の美的な追求をするもののように、三種類あることを指摘し、次のように述べる。

アメリカのグラフィックが示している「組む」技術の上手さは大衆の興味を中心となって展開しているため、その展開が具体的で、かつ立体的である。ドイツの組写真は構成が平面で力が均等されていて盛り上がり弱い。この二つの点は、私自身が経験しているのでハッキリ述べることができる⁶²。

明らかに雑誌と読者の空間性が意識されている。雑誌から読者側に延びる「力」を「立体的」と表現し、ドイツは「平面的」で「均等」であるのに対し、アメリカは大衆の興味を惹きつけるために読者側の空間へ「立体的」に組写真が展開されていると述べている。このような「立体」についての見解は、先の名取の言葉や山名の言葉にも明らかに通ずるところがあるだろう。

では、亀倉の言う「立体」という観点で、再び『FRONT』

の写真表現を見てみるならば何が見えてくるのか。まず、柏木が指摘するクローズ・アップの技法である。先述したように、近代的な写真表現であるクローズ・アップは、読者の視覚に革新性を与えるというよりも、読者の視覚を隔離し、「世界は美しい」というような物語へと引きずり込む。柏木が伝達の経済性を主張したのも、また、かつてベンヤミンがレンガー＝パッチュを批判したのも、言い方は異なるが、この手法の性質への言及である⁶³。そのクローズ・アップの写真がA3判、A2判、そしてA全判のページに掲載されるのであればどうか。その巨大な誌面に極度に視線を集中させたなら、読者の持つ雑誌との距離感は狂ってしまい、クローズ・アップの提示する物語に読者は固定されるだろう。読者へ視覚作用を及ぼすこの効果は、先の亀倉の言う意味での「立体的」な手法と言える。

さらに、読者の方へ展開するというのではなく、雑誌内部に奥行きを齎す写真表現も見逃せない。例えば、「海軍号」や「陸軍号」における写真のレイアウト【図8、17】を見ると、ページの上に行くほど被写体の大きさが小さくなっている。このようなレイアウトは、文字と写真を整列させる通常の雑誌レイアウトであれば、読みにくく逆効果となるかもしれない。しかし、ほとんど写真だけの『FRONT』でこのレイアウトを行うならば、平板な印象は払拭され、遠近感が生まれ、奥行きが感じられる。特に「陸軍号」の中では【図17】、顔のクローズ・アップもページ大に挿入されており、A3の見開き大で遠近感が生じる工夫がされている。今泉は日記の中で、強い写真だけを並べると「平板」に見え、強調したい写真とそうでない写真を組み合わせる場合、強調したいものを逆に小さくするなどの工夫が必要であると述べている⁶⁴。この言葉からも、写真レイアウト及び、写真の意味の位相でも、強弱をつけることによって平板化を払拭しようとしていたことが窺える。

このように『FRONT』の立体性に注目した場合、読者の方へと迫っていく演出が、物理的工夫、また写真の表現的工夫によってなされていたことが分かる。もちろんそれを「構成主義」と呼ぶことはできるだろう。だが、通常の「グラフ雑誌」の感覚からすると、あまりに巨大な立体的折込を挿入したり、文字を極限にまで少なくし、写真の効果だけを極限まで追求する機能主義的姿勢も重なっており、逆に非効率的・非合理的で、奇妙に思える。

このような立体的な形態については、先述した通り『USSR』をモデルにしたためである。写真表現の立体

性と呼んだものにおいては、文字に依存しない報道写真的組写真の過剰な追求と見ることができる。問題はそうになった理由である。それは当然、政治的問題によるところが大きい。川畑直道によると、仮想敵国ソ連の宣伝手段を意識的に取り入れ、対象とする文化圏の個性を偽装したと言う⁶⁵。また、先の林謙一が述べたように、「大東亜諸地域」を目的にしたために文字ではなく、写真を中心にしたこともこの形態になった大きな要因と言える。しかしである。それでもなお、「グラフ雑誌」を逸脱するほどの独特な形態を描写するには物足りない。事実、『FRONT』にはページ数、つまりノンブルがないという何気ない特徴がある。このことからしても『FRONT』が「グラフ雑誌」として処理できない何かを有しているように思えてならないのである。

6.1. 伝達の合理性と非合理性の狭間で

これまで立体性に注目して考察を進めてきたが、ここに出現した『FRONT』の姿は、報道写真的グラフ雑誌として処理できない、また『USSR』と同一のものとも言い切れない、あまりにも奇妙なものである。この感覚を引き起こすものとは何か。まず、原因として言えるのが、『FRONT』が技術中心の形式主義的制作物だったということではなかろうか。これまで見てきた戦時下の宣伝技術論は高度ではあるものの、制作者たちの議論はあくまで技術論的考察に重きを置いている。それが『FRONT』の背景あったならば、制作での目的や方向性は軍部が握っており、東方社は、その目的を实践する高度な「技術」的専門集団だったと見ることができる。つまり、雑誌の方向性を決めることは彼らの仕事ではなく、雑誌制作を目的に応じて「技術」的に対応する集団ということである。

戦局の影響もあり、『FRONT』はソ連を意識し『USSR』を模倣しながら、一方で、対外宣伝雑誌として「大東亜諸地域」にも配布するという複雑な使命を担っている。その目的は、ソ連には文化的水準の高さを示し、「大東亜諸地域」には資源豊富な強国性を見せつけることである。その文化水準の高さ——ここでは『USSR』流の構成主義表現であるが——を示そうとするならば、情報伝達という意味では前衛芸術的で非合理的な表現となるが、一方の資源豊富な強国性というメッセージを示すならば、合理的な情報伝達、いわば報道写真的な組写真が有効だろう。そのため、表面は『USSR』流の構成主義だが、編集会議で『LIFE』や『SIGNAL』を研究していたように報道写真的手法も含んでいる。つまり、

執筆者が言いたいのは、報道写真的手法と構成主義的手法という、原弘が言う意味での相反する「構成」的手法の特徴を含有してしまった雑誌なのである。斬新な立体的仕掛けを散りばめ、尚且つ写真を「読ませる」という報道写真的な情報伝達を「技術」的に推し進めた『FRONT』。その結果、伝達の合理と非合理を共存させてしまったのである。

では、この議論を、この時期のグラフ雑誌の問題へと移してみよう。本論文では、もともと芸術領域から来た「構成」「コラージュ」「モンタージュ」といった手法が、報道写真のような印刷物における写真表現の根幹にあることを確認した。それは具体的には、ドイツの『BIZ』から『LIFE』へ繋がる写真史やデザイン史でお馴染みの報道写真のグラフィズムの展開となるが、そこでは「フォト・ストーリー」や「フォト・エッセイ」という形で、「構成」的表現が伝達の合理性・経済性を高めながら受け継がれていると見ることができる。『NIPPON』の仕事もこの流れに属する。

だが、そのような「構成」と報道写真の系譜とは別で、『USSR』というグラフ雑誌は、「フォト・ストーリー」とか「フォト・エッセイ」のような写真と文字の経済的で合理的に調和のとれた「構成」を目指すのではなく、むしろ、芸術領域の方向、もっと言えば非合理的な方向へと逆行するように、「構成主義」を追求したグラフ雑誌に他ならない。それは誌面を彩る平面的次元ではなく、読者の方へと迫る立体的拡張性を有しており、雑誌的というより建築的だったと表現してもいい。商業的利潤を意識せず、思想的な意味での構成主義を過剰に追求し、印刷物という平面性さえも打ち破ろうとする、グラフ雑誌として特異なケースだったのである。

そして、『FRONT』である。この雑誌においては、その両方の特徴を有してしまった。その形態は、『LIFE』的要素も、『USSR』的要素も所有しているのである。『FRONT』も号によって表情が異なるが、特に創刊号から5-6号までの斬新な雑誌形態は、『USSR』流の構成主義を過剰に推し進める前衛芸術的特徴と、組写真の機能主義的に追求する報道写真的特徴を確認できる。その意味で『FRONT』もまた特殊な雑誌なのである。

もちろん、『FRONT』や『USSR』の仕事は、戦争という特殊な環境のおかげで実現したものである。その意味で、これらの雑誌は政治的なグラフ雑誌で、その特徴から同類として扱われるのも無理はない。しかし、「構成主義」という言葉の持つ意味において、同一とは呼べないのである。繰り返して強調するが、『FRONT』は報道

写真的な組写真を固持しつつ、『USSR』流の構成主義を応用したものであり、その制作技法は似通っていても、芸術思想的なレベルまで『USSR』の構成主義を模倣したと言えず、あくまで表層的構成主義と呼ぶべきである。そのことを示す意味で言うならば、『FRONT』の制作に関わった中島健蔵が、この雑誌が戦後に伝承した最大唯一の功績は「技術」であると言っていたことや⁶⁶、本論文の第5章で検討したように、東方社での制作を支える理論的背景を作っていたのが、「報道技術研究会」であり、またその唯一の著作が『宣伝技術』であったこと、すなわち、『FRONT』制作にかかわった人々のあいだで、すべてが「技術」論に回収されていたことも、示唆的であると言えよう。

合理と非合理を含有した『FRONT』。いずれにせよ、ただのグラフ雑誌ではない。そのため、この雑誌を、報道写真的、もしくはその手法を活用したグラフ雑誌の系譜に整列させておくべきではなく、その扱いに慎重にならなければならない。そうしなければ、多くの異様な特徴を見落としてしまうであろう。

7. 最後に

本論文では、二つの点を中心に論じてきた。一つは報道写真というグラフ雑誌での写真表現が、「構成」というモダニズム芸術運動の手法・思想の影響を受けていることを確認し、そのことが制作現場、制作思想の位相にまで浸透していたということである。そのことによって、報道写真の領域では、写真の素材化、組織の中の写真家という、19世紀の写真生産とは異なる特徴が生じていることを強調した。

そのことを踏まえつつ、もう一つ言及したのは、『FRONT』が異なる性質を持っていることである。『FRONT』を立体的観点から見直すことで、そこには「グラフ雑誌」には収まらない独特の姿を浮上させた。それは、グラフ雑誌という紙媒体の平面性を克服するかのごとく過剰な構成主義的欲望と、組写真を駆使する報道写真の特徴の両方を含有する、合理と非合理の混合的姿であった。そのことは、戦時下のグラフ雑誌の展開において、「フォト・エッセイ」を駆使する『LIFE』とは別種の展開があったことを示唆しており、またマスメディアでの写真生産の問題を考える上でも、重要な意味を含んでいると考えられる。

ところで、この『FRONT』であるが、実際に宣伝効果はあったのだろうか。多川精一によると、太平洋戦争に突入した時点で、『FRONT』のような重量感のある雑誌

の運搬はできなくなり、役目が終わっていたのではないかと、その無効性を指摘する。また、参謀本部側にも東方社の側にも、効果を検討する場はなかったことから見ても、その点はいいい加減だと言わざるをえない。さらに制作側も、左翼知識人が東方社に集まっていたことから考えて、戦争に全身全霊で加担した制作集団だったかは怪しく、彼らを突き動かした本当の原動力は、国への忠誠心以外の何かであったように思える。

こうして彼らは逮捕されたり、強制されて銃を取るより、自らの技術を使える道を選んだのであった。だからその宣伝物がどこに送られるか、どんな効果があったかなどは、正直のところどうでもよかったのである⁶⁷。

昭和18年10月には参謀本部から減員命令が出て、その後の仕事は少しずつ縮小傾向にあったようであるが、それでも、効果などを気にせず制作に没頭した『FRONT』は、やはり特異な雑誌である。本論文では、「立体性」という点から解きほぐしてきたが、『FRONT』が抱え込む問題はさらに大きいものであるように思われる。戦後、原弘をはじめ制作に関わった人々の沈黙。また、一方で、彼らが東京オリンピックという国家規模での広告宣伝作業をやり遂げるほどの力を発揮したことも、戦時下の、この宣伝活動と無縁なはずがない。その意味で、『FRONT』はまだ、何かを語ろうとしているように思われる。

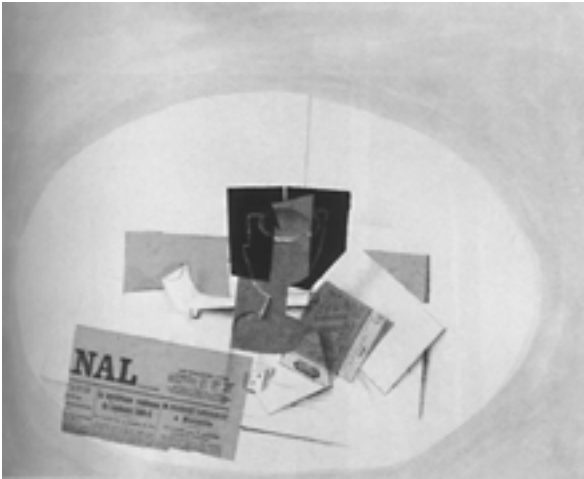


図1 ジョルジュ・ブラック 《パイプ、グラス、新聞》(1914年)



図4 ダダのフォト・モンタージュ作品例。(左)ラウル・ハウスマン《ABCD》(1923-4年)、(右)ハンナ・ヘーヒ《ダダの庖丁》(1919年)



図2 ラウル・ハウスマン 《機械的頭部》(1919年)



図5 ジョン・ハートフィールド《超人アドルフ——金貨を飲み込み、ブリキを吐き出す》(1932年)



図3 堀野正雄「大東京の性格」『中央公論』1931年10月号



図6 『NIPPON』『FRONT』創刊号の表紙



図7 「報道写真展覧会」1934年3月



図8 『FRONT』「海軍号」の見開き例。写真中心の構成。大小の写真を効果的に並べ、奥行きを作り出している。



図9 『USSR』1937年3月号「オルジョニキッゼ地方の人々」の中の折込と表紙

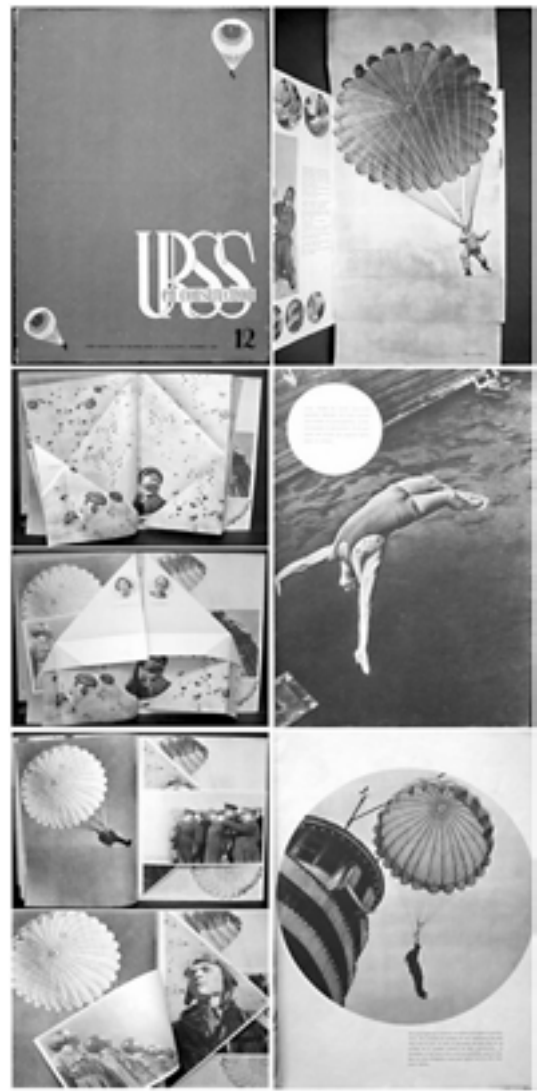


図10 『USSR』1935年12月号の折込



図11 (左)グラフ雑誌『写真週報』(A4判210×297mm)、(右)『FRONT』「海軍号」(A3判297×420mm)



図12 (上)『FRONT』「海軍号」見開き(A2判420×594mm)、
(下)『写真週報』見開き。『FRONT』では見開き一枚で写真を掲載する表現が多用されていた。



図13 『FRONT』「落下傘部隊号」 上半分が固定され、下半分のページが捲れる工夫がされている。



図14 『FRONT』「陸軍号」 半ページの紙が挿入され、写真を立体的に拡大させる演出。



図15 (左)四ページ大の折込を開いた状態(A全判594×841mm)の『FRONT』「満州国建国号」、(右)『FRONT』「陸軍号」の表紙(A3判297×420mm)



図16 『FRONT』「海軍号」カンノン開き(420×1188mm)



図17 『FRONT』「陸軍号」 大小の写真が重なり合うようにコラージュされ、平面的ではなく、奥行きへと距離感が生まれている。

図版出典

- 図 1, 2 『西洋美術館』 小学館、1999年。
図 3, 6, 7 『名取洋之助と日本工房』 白山真理・堀宜雄編、岩波書店、2006年。
図 4, 5 ドーン・エイズ 『フォトモンタージュ操作と創造』 岩本憲児訳、フィルムアート社、2000年。
図 8, 11-17 『FRONT』(復刻版)、平凡社、1989年。
図 9 『構成者のヴィジョン』 寺山祐策編、武蔵野美術大学出版局、2005年。
図10 Russian art and Books、<http://www.Russianartandbooks.com/>、2011年1月28日参照。

注

- 1 村山知義 『現在の藝術と未来の藝術』 長隆舎、1924年、223頁。引用は新版(本の泉社、2002年)から行う。
- 2 ヴァルター・ベンヤミン 「複製技術時代の芸術作品」『ベンヤミン・コレクション I 近代の意味』 筑摩書房〈ちくま学芸文庫〉、1995年、596頁。
- 3 ラウル・ハウスマンの言葉は次の本に記されている。*Courrier dada*, Paris, 1958, p. 42. ドーン・エイズ 『フォトモンタージュ操作と創造』 岩本憲児訳、フィルムアート社、2000年、14-16頁。
- 4 例えば、中井正一が『美学入門』の中で映画の手法を強調しているように、一回しか起こらない「歴史的事実」を「カット」し、連続させる行為として「構成」が使用されている。ステファン・ローラントや原弘が映画の手法を意識していたことも、グラフ雑誌での報道写真的表现が映画と類似していることを考えれば不思議なことではないのである。中井正一 「美学入門」『中井正一評論集』 長田弘編、岩波書店〈岩波文庫〉、1995年。
- 5 伊奈信男 「日本の近代写真の夜明け」『写真昭和五十年史』 朝日新聞社、1978年、35-36頁。
- 6 例えば、名取洋之助は、「空中に浮かぶ二本の掌に人間の目が入っているようなフォト・モンタージュが生まれ、また印刷された写真を切り抜き、貼り合わせて作ったフォト・コラージュは、何枚かの写真によってある思想を伝えるための試みとして、将来の組写真による報道写真の行き方に一つの示唆を与えました。」と述べていたり、「フォト・ストーリー」を考案したとされるシュテファン・ローラントもモホイ＝ナジらの芸術家の影響を受けている。これらのことからその関係性は指摘できる。名取洋之助 『写真の読み方』 岩波書店〈岩波文庫〉、1963年、61-62頁。Micheal Hallett, *Stefan Lorant : Godfather of Photojournalism*, SCARECROW Press 2006, p. 42.
- 7 堀野正雄は、板垣鷹穂の企画編集によって「大東京の性格」(『中央公論』1929年10月号)や『犯罪科学』などで写真と文字を構成的に表現したグラフ・モンタージュを発表している。
- 8 ヴァルター・ベンヤミン、前掲書、622頁。
- 9 オスカー・レイランダーの《人生の二つの道》(1857年)は、30枚以上のネガを合成して作り上げた寓意図である。「マンチェスター芸術博覧会」に展示されたこの写真は裸体表現が批判され問題となったが、初めて絵画と写真が美術展で並んだという意味で歴史的な写真作品と言える。そして、ヘンリー・ピーチ・ロビンソンの《消えゆく》(1858年)も、5枚のネガを合成して制作されたモンタージュ作品である。
- 10 「ディポフォト」については次の本を参照されたい。ラーズロー・モホリ＝ナジ 『絵画・写真・映画 (バウハウス叢書)』 利光功訳、中央公論美術出版、1993年、33頁。また、モホイ＝ナジ自身がダダのフォト・モンタージュを発展させたというフォト・プラスティックについては次の論文に詳しく記されている。László Moholy-Nagy, "Photography in Advertising", Joel Agee(trans), in *Photography in the Modern era*, Christopher Phillips(ed), 1989, p. 92.
- 11 1937年10月4日のグラフ雑誌『LIFE』に掲載されたこの写真は、もともとニュース映画のフィルムの一部を写真として焼きなおした作画的なものだったが、上海南駅爆撃直後のものとして掲載され、日本が非戦闘員も爆撃するとし、世界中の反日感情を煽ることとなった。
- 12 この部分は土門拳の次の論文を参考にした。「対外宣伝雑誌論」『日本評論』9月号、1943年、62頁。
- 13 三神真彦 『わがままいっぱい名取洋之助』 筑摩書房、1988年、117頁。
- 14 伊奈信男 「報道写真について」(1934年「日本工房パンフレット」)『写真に帰れ』 ニコンサロンブックス、2005年、93頁。
- 15 伊奈信男、同上、94頁。
- 16 伴俊彦 『新聞の写真』 同文館、1955年、4-5頁。
- 17 三神真彦、前掲書、136頁。
- 18 名取洋之助、前掲書、142頁。
- 19 三神真彦、前掲書、137頁。
- 20 小林正寿 「若い太陽と赤い夕陽」『復刻版 NIPPON』 国書刊行会、2002年、84頁。
- 21 多川精一 「対外宣伝誌『FRONT』の記録」『FRONT』(復刻版)第1巻、平凡社、1989年、27頁。(以下、『FRONT』の記録と略す。)
- 22 「東方社業務計画」は多川精一の前掲書に全文が記載されているので参照されたい。
- 23 多川精一、『FRONT』の記録、29頁。
- 24 原弘 『原弘デザインの世紀』 平凡社、2005年、63頁。(以下、『デザインの世紀』と略す。)
- 25 菊池俊吉 「ライカ、『フロント』、東方社写真部」『FRONT』(復刻版) 平凡社、第2巻、1989年、9、13頁。
- 26 小林正寿、前掲書、88頁。
- 27 ロラン・バルトは「写真のパラドックス」という論考で、報道写真について考察しているが、写真に共示的メッセージ(コード)を付与するテキストに注目している。ここでは三点指摘しており、第一に「テキスト」は、「イメージ」に共示的メッセージを吹き込む「寄生的」な性質をしている。第二に「イメージ」に対する(?)「テキスト」のパロールの示し方によって共示的メッセージは異なると

- いうこと。特に、パロールが「イメージ」に近ければ共示することが少なくなるように見えるという指摘。そして最後に、パロールがイメージに「重なる」のは、「二次的のシニフィエ」が必ず作り上げられるため、不可能であると言う。特に、二点目は、名取流のキャプションを小林が振り返っていたときに指摘していたものに近く、その意味で名取流のキャプションの付け方は、「イメージ」よりも距離を作り、共示的メッセージを発生させる技術と言うこともできよう。ロラン・バルト「写真のメッセージ」『映像の修辞学』蓮實重彦、杉本紀子訳、筑摩書房〈ちくま学芸文庫〉、2005年。
- 28 多川精一『『FRONT』の記録』、35頁。
 - 29 原弘『デザインの世紀』、88頁。
 - 30 名取洋之助、前掲書、33頁。
 - 31 名取洋之助、前掲書、32頁。
 - 32 多川精一『『FRONT』の記録』、32頁。また修整した写真例は、多川精一『焼跡のグラフィズム』平凡社〈平凡社新書〉、2005年（以下『焼跡のグラフィズム』と略す）の70頁に記載されている。
 - 33 浅野隆「野々宮ビル地下、暗室しごと」『FRONT』（復刻版）第3巻、平凡社、1989年、19頁。
 - 34 昭和17年、10月30日の日記を参照した。それ以外にもこの日記では、東方社で外国のグラフ雑誌の研究を何度もしていたことが記録されている。今泉武治『『日記』一九四二―四三』『FRONT』（復刻版）第2巻、平凡社、1989年、24頁。（以下『日記』と略す。）
 - 35 柏木博「モダンなグラフィズムの捻れと合理」『FRONT』（復刻版）第1巻、平凡社、1989年、4頁。
 - 36 柏木博『肖像の中の権力』講談社〈講談社学術文庫〉2000年、59頁。
 - 37 飯沢耕太郎「写真史のなかの『FRONT』」『FRONT』（復刻版）第1巻、平凡社、1989年、14頁。
 - 38 飯沢耕太郎、前掲書、16頁。
 - 39 新井静一郎「報研の結成から解散まで」『戦争と宣伝技術者』山名文夫、今泉武治、新井静一郎編、ダヴィット社、1978年、50頁。
 - 40 林謙一「報道写真と宣伝」『宣伝技術』報道技術研究会編、生活社、1943年、207頁。
 - 41 林謙一、前掲書、1943年、207-208頁。
 - 42 林謙一、前掲書、209頁。
 - 43 林謙一、前掲書、222頁。
 - 44 林謙一、前掲書、1943年、209頁。
 - 45 中井正一は劇的に変動する現在の生産形態を論理的に位置付けようと、専門家と委員会という問題に注目し、「委員会の論理」という論文を書いている。そこでは古代ギリシアから現在までを「言われる論理」、「書かれる論理」、そして「印刷される論理」という三つの文化段階を設定して考察しており、その中でも、「印刷される論理」での産業制度と金融制度の時代に発生した「生産の論理」というものは、本論文で繰り返し議論してきた印刷物での組織的制作での権力的問題に教示的である。中井正一「委員会の論理」（1936年）『美と集団の論理』久野収編、中央公論社、1962年、3-63頁。
 - 46 今泉武治「報道技術構成体」『宣伝技術』報道技術研究会編、生活社、1943年。引用は次のものである。『戦争と宣伝技術者』山名文夫、今泉武治、新井静一郎編、ダヴィット社、1978年、129頁。
 - 47 山名文夫、前掲書、152頁。
 - 48 山名文夫、前掲書、147頁。
 - 49 山名文夫、前掲書、151頁。
 - 50 山名文夫、前掲書、152-153頁。
 - 51 ヴァシリイ カンディンスキーの『点と線から面へ』（宮島久雄訳、中央公論美術出版、1995年）やモホイ＝ナジの前掲書などを参照されたい。
 - 52 山名文夫、前掲書、160-161頁。
 - 53 山名文夫、前掲書、162頁。
 - 54 原弘「印刷報道の諸問題」『宣伝技術』報道技術研究会編、生活社、1943年。引用は次のものである。『戦争と宣伝技術者』山名文夫、今泉武治、新井静一郎編、ダヴィット社、1978年、177頁。
 - 55 飯沢耕太郎、前掲書、13頁。
 - 56 原弘『デザインの世紀』、48頁。
 - 57 井口壽乃「写真のポリティクス」、ミランカ・トーディチ『写真とプロパガンダ1945-1958』荒島浩雅訳、三元社、2009年、177頁。
 - 58 寺山祐策「構成者の空間——エル・リシツキーの生涯と仕事」『構成者のヴィジョン』寺山祐策編、武蔵野美術大学出版局、2005年、45頁。
 - 59 原弘「el リシツキーの写真作品」1933年9月、『光画』二巻九号（所収『デザインの世紀』、45頁。）
 - 60 多川精一『『FRONT』の記録』、35頁。
 - 61 例えば、『アサヒカメラ』（1941年、10月号）において、馬淵大佐が「写真も国防の第一線に出でよ」と述べ、写真宣伝こそ「真に武器に依らざる戦争である」と述べていたり、また、写真協会常務理事の稲葉熊野はグラフ雑誌『銃後の戦果』（1944）に「写真も亦兵器」という記事を書いていた、武器と写真とを絡めた表現は多数ある。
 - 62 亀倉雄策「グラフィックと組写真」『報道写真』第2巻第5号、1942年。（所収、亀倉雄策『亀倉雄策』川畑直道編、gggBooks別冊、2006年、49-50頁。）
 - 63 ベンヤミンは、新即物主義の写真作品に対し、当世風の様式で捉えているだけで、何も革新的なものに至っていないことを指摘する。ヴァルター・ベンヤミン「生産者としての作家」『ヴァルター・ベンヤミン著作集9』石黒英男訳、晶文社、1971年、178頁。
 - 64 今泉武治『日記』、32頁。
 - 65 川畑直道『原弘と「僕達の新活版術」』DNPグラフィックデザイナーアーカイブ、2002年。
 - 66 多川精一は中島の言葉をそのように振り返っている。多川精一『聞き書きデザイン史』六曜社、2001年、186頁。
 - 67 多川精一『『FRONT』の記録』、36頁。

■執筆者について

川本健二 (かわもと・けんじ)

神戸大学大学院総合人間科学研究科博士前期課程修了。現在、同大学院国際文化科学研究科博士後期課程に在籍。チャナッカレ・オンセキズ・マルト大学日本語教育学科で講師をしながら、写真家としてもトルコで活動している。写真文化研究。視覚メディア研究。メディア教育。写真展には「yemek yemek: 食べること」(第20回IFSAKイスタンブール国際写真祭、トルコ)など。

Email: kenji@space.ocn.ne.jp

■Notes on the Contributor

Kenji Kawamoto completed his MA thesis at Graduate School of Cultural Studies and Human Science, Kobe University. He is now a Ph.D. candidate at the University. He is also now lecturer at Canakkale Onsekiz Mart University and is acting as a Photographer in Turkey. His major is Photography Cultural Studies, Visual Media Studies and Media Education. His major photo exhibition is “Eating” at 20th IFSAK Istanbul International Photography Days, Turkey, 2004.