

## モダンデザインの背景を探る 1920年代から30年代 諸事情その4 バウハウス周辺と雑誌*die neue linie*

学芸学部 インテリアデザイン学科 塚口 眞佐子

要旨：モダンデザインの発展経過を観るに、歴史様式の混乱状態が口火となり様々な思潮やデザインが登場し、1920年代後半には現代に直結するメインストリームに収束し波及が始まる。本研究は、その経過をあらしめた必然的社会背景を観ることで、社会とデザインの間をあぶり出す一連の研究の5作目である。今稿は、モダンデザインを語る際には不可欠なバウハウスを、本論の文脈で取り上げる。すなわちバウハウスを取り巻く諸事情など社会との関係から、モダンデザインの発展経過を観察する。当時の極度に政治化したドイツ社会の中で、度重なる保守的メディアからのバウハウス・バッシングは、皮肉にもバウハウスの露出度を高め、逆にプレゼンスを強化せしめる。そして、29年にはバウハウス流モダニズムを体現した高級家庭雑誌が登場するまでになる。バウハウス論に続いて、この雑誌の概観とバウハウスとの関係、誌面に登場するモダンデザインを観ることにする。読者にとってエレガンスとエリート性の体現であった高級雑誌への掲載は、モダンデザインのステータスを確実にするものだった。政局の右傾化とともに、雑誌存命のための保守寄りとも見える編集コンセプトが、逆に、従来のモダン概念の裾野を広げ、モダンデザイン波及の新たな地平を切り開くことになるのである。

キーワード：メディアとバウハウス、バウハウスへの反感、バウハウス・プロモーション、雑誌ディー・ノイエ・リニア、清潔・健康への関心とモダンデザイン

### 1. はじめに

「モダンデザインの背景を探る」というテーマのもとに、論集45号と46号では、副題を「1920年アヴァンギャルド住宅誕生におけるクライアント像」とした拙論を展開した。革新的なクライアント像という総括と、各事例の概観がそれらの主な内容であった。前回の論集47号では、モダンデザインの啓蒙活動としての住宅博（1927）を、社会背景を含め詳細に観察した。モダンデザインの理解と波及につながり、モダン建築＝工場や施設や低所得者住宅、だけではない、というパラダイムシフトの一助となった住宅博であった。このように45号、46号、47号と、モダン住宅のクライアント像の変遷を観てきた。つまり、資産家で多くは未婚女性、前衛的社會活動家や前衛芸術活動家であり社会改革をめざした層、という20年代初期のクライアント像が、終期そして30年代初期には、資産家というのは共通項ながらも、特に改革運動家ではない一般層に広がりを見せる経過を概観してきた。

今回は、モダンデザインを語る時不可欠なバウハウスを、本論の文脈に添って論じてみたい。すなわち、バウハウスを取り巻く社会環境であり、バウハウ

スへの市民のまなざしである。つまり、結果的にバウハウスをモダンデザインの旗手的存在とならしめた社会状況を観ることとする。またバウハウス・モダニズムを広く流布せしめた高級家庭雑誌*die neue linie*（1929-1943）の編集方針と、そこに登場するバウハウス・モダニズムを観ることとする。

なお画像資料は、誌面の都合で割愛し、34年以降の、*die neue linie*を容認したナチズムを含む社会背景と、*die neue linie*側の動向、そしてモダニズムの伸展は、次号に附論として登場させることとする。

ドイツの地方都市の町並みを俯瞰すると、勾配屋根の建築が見事に景観を構成し、その中に置かれたモダン建築の景観の突出性は、現在でも、如何ともしがたい。当時の驚きと違和感、攻撃はいかばかりだったのだろうか。そのような状況でフラットルーフを条件とするモダン建築を波及させるには、強力なエンジンと燃料が欠かせない。その一端を、20年代を中心に、これまでの拙論で述べてきたが、30年代以降にはどのように展開するのであろうか。一般に、33年のナチの台頭でモダンデザイン運動は潰えた、と総括されることが

多い。しかし、対外的にはモダンに理解を示す姿勢も、ナチの当初の戦略の一つであったことが伺える。それが功を奏したとも言える、しばらくはかろうじて保てたモダンデザインの命脈であった。

アヴァンギャルドなクライアントや資産家クライアントだけでは、モダン住宅の波及は望めない。波及には、ヴァイセンホフ・ジードルンクをはじめとする啓蒙活動、そしてアイ・キャッチャーたるバウハウスのニュースソースとしての存在が大きい。（プレスにとって、バウハウスはまさに、meat & drink、つまり餌食、という存在だった。）加えて、バウハウス・モダニズムを体現した今回取り上げる媒体、すなわち、高学歴富裕層向け家庭雑誌の存在もモダンの波及に奏功する。（この時代は写真雑誌が飛躍的に発達している。25年頃には広告に写真を利用することが通常になり、これまでの挿絵雑誌に取って代わっていた。中でも200万部を超えて発行される写真雑誌もあり、上記家庭雑誌も含めそれらは街頭のニュース・スタンドでも販売され、市民に深く浸透する。）

本論の構成は、第1章の「はじめに」に続き、第2章でバウハウスをとりまく諸事情を観る。バウハウスの概観に続き、バウハウス内の生活像の一端と社会との関係を中心に展開する。すなわち、バウハウスの被写体としての露出度の高さ、またそれらが招く一般からの強い関心、それは主に反感であるが、それらからバウハウスを取り巻く実態が見えてくる。次に観るバウハウス側の市民へのプロモーション周辺には、メディアがかき立てる反感とは異なる面が垣間見え、どうやら、モダンデザイン流布につながるサイレントパワーの一端は、その辺りにあるのではと思われる。このような展開でバウハウスを取り巻く社会的・人的環境を論じる。その中に、モダンデザイン波及への人間味のある過程が浮かび上がる。

次に、第3章として、メディアがかき立てる反感をよそに、モダンデザインが市民に波及し始めたそのアピール性を探ってみる。そのポイントの一つを、「清潔・健康への関心」に求めた。ブルーノ・タウトも「清潔への関心」を利用したモダンデザインの啓蒙をおこなっている。大衆に共感されやすいポイントである。加えて、タウトの説教の垣間に、市民層のインテリアの実態も浮かび上がる。バウハウス・デザインとは、まだまだ開きがある一般生活者の実態である。第4章への前段として、この実態を観ておきたい。

第4章では、サイレントパワーたるモダンデザイン

の新たな担い手、高学歴市民層に、モダンはどう働きかけたか、これを観る事にする。ここでは、ドイツ、ヴァイマル期（1919-1933）の中でも黄金期といわれた1924-29年の最晩年の29年に創刊された家庭雑誌*die neue linie*とバウハウスの関連を取り上げる。*die neue linie*は高学歴富裕層および中流市民層を読者に持つ雑誌であった。このヴァイマル期とは、世界的・永続的に強く影響を与えた新建築を筆頭に、前衛的芸術・文化が開花した時代であった。がしかし終期には保守的傾向が顕著となり、前衛・革新意識もかげりを帯びる。その状況の中で発刊されたのが、多くのバウハウス出身者を制作陣・寄稿陣に擁しながらも「家庭にふさわしいアヴァンギャルド」「水で薄めたアヴァンギャルド」がコンセプトとなった家庭雑誌*die neue linie*であった。その中庸性も功を奏し、洗練された知的エリート層を中心に多くの読者を持つに至ったことは、モダンデザインの波及に意義深いものがある。

このバウハウス論と*die neue linie*論を軸にモダンデザインの波及をみることにする。

## 2. バウハウスをとりまく諸事情

■バウハウスとは その誕生から終焉 - 政治との関わり -

ドイツ、ヴァイマル期とびたりと重なる1919年から1933年までの14年間存続し、学生数トータル1,300名にのぼる芸術学校がバウハウスであった。国立大学、後に市立造形専門学校から造形大学となり、終焉時には私立学校になっていた。その14年間はまさに政局に翻弄され続けることになる。学校の拡張や進展が課題となるたびに、政治の最前線に躍り出ることになるのである。

バウハウスとはドイツ語で「建築の家」というほどの意味であるが、単なる学校という存在を超え、生活の急進的な近代化とそれに付随する諸現象を総括する代名詞となる。比較的小規模な組織にも関わらず、またモダンデザインの推進者はバウハウス以外に有名例を含め存在するにも関わらず、時代の攻撃がとりわけバウハウスに向けられたことも、アヴァンギャルドの代名詞となった理由である。そして時代を超え今日に至るまで、20世紀初期のドイツ・アヴァンギャルドの核と見なされ、なおも強いオーラを発している。

その推進者となる建築家ヴァルター・グロピウス（1883-1969）は、指導者として、経営者として、管理者として、並外れた能力の持ち主であるとともに、人を引きつける魅力に富んだ人物だった。上流階級出身

で、最初、ペーター・ペーレンス（1868-1940）の所員としてスタートする。著名なAEGのプロジェクトに参画、10年にはベルリンにて独立を果たし、1907年に創設されていたドイツ工作連盟には12年に加盟する。（ドイツ工作連盟とは、27年にヴァイセンホフ・ジードルンク〔近代建築の動向に決定的な影響を与えた住宅博 前稿掲載〕を主催する団体である。）グロピウスは最初のカーテンウォール建築であるファグス靴工場で名を挙げ、既に15年から芸術学校などから教授や学長としての招聘が相次いでいた。19年、ザクセン・ヴァイマル大公から、ヴァイマルのザクセン大公国造形美術大学とザクセン大公国工芸学校の両校の校長に任命されたのを機会に、好機とみたグロピウスは、両校を統合し「ヴァイマル国立バウハウス」の設立案を政府に申請し、認可される。この認可、これは1918年の11月革命の混乱の中でなされたもので、申請が遅れ、保守勢力が体制を立て直した後なら、認可は望めない状況だった。グロピウスは初代校長に就任することになる。この時代は、多くの芸術家、特に建築家が芸術教育を論じた時代であった。このような発端でヴァイマルの地に誕生、後にデッサウに移転し、最後はベルリンで閉校となる。

民主憲法作成のための国民会議が開催されたヴァイマルに創設され、一連の前衛芸術家が、特権的な地位を表す教授という名称ではなく、マイスター（親方）として参画する。が、しかし、24年にテューリンゲン州で第3回選挙が行なわれ、右派が多数派となり逆風が吹き始める。グロピウスは学内の政治活動を禁じ、自身も共産主義のプロパガンダと受け取られかねない講演を断るなど、慎重な姿勢を見せていたが、保守政党はバウハウスを、共産主義とボルシェヴィズムが合体したものと見なし、グロピウスの解雇や閉校を要求した。

さいわいにも、バウハウスを誘致する運動が、デッサウに加えて、フランクフルトやマンハイム、ダルムシュタットなどでも浮上する。中でもデッサウはより工業化された都市で、社会民主党の政権下にあり、リベラル派の市長ヘッセが統治していた。1925年3月に移転が完了し、ここからバウハウスは国立大学から市立へと替わる。デッサウは航空機製造のユンカーズ社を始め機械工業の町で、人口が急増し、住宅の不足と都市開発計画の必要から、グロピウスに期待を込めたという事情もあった。グロピウスは28年3月まで校長を務め、新校舎の落成という大金字塔を打ち立てる。この間はバウハウスの発展史上、新たな頂点と称され

ている。

4月にグロピウスの後を継いだハルネス・マイヤー（1889-1954）は、学生にマルクス・レーニン主義を指導し、共産主義の学生をサポートするなど、コミュニストとして政治スタンスは明らかだった。「バウハウスを工場に例えれば、校長も単なる労働者であり、校長の交替は全体として揺るがすものではない」と発言している。マイヤーの心に描いたものは、労働者階級や下層階級の生活の改善で、モットーも、（贅沢なニーズではない）人民のニーズに合う生産教育、と変える。社会的政治的に徹底した内部改革を行なう。工場の製品にも豪華な材は使われなくなり、限定的少量生産もなくなる。基本色や基本形にこだわった当初の芸術論は姿を消し、社会的なターゲットの研究を奨め、耐久性があり手頃な価格の製品を奨励した。政治活動も盛んになり、27年には既にコミュニスト細胞が学内に設立されており、そのメンバーの大半はドイツ共産党に連帯していた。デッサウ市民は既に「赤いバウハウス」と見なしていた。30年の学内のカーニバルでは共産主義唱歌が歌われ、これにマスコミが飛びつき問題化する。これが同年8月のマイヤーの辞任につながることになる。議会でナチが台頭する1ヶ月前であった。マイヤーは、「赤きバウハウス旅団」を引き連れモスクワに向かう。

後任にグロピウスが選んだのはミース・ファン・デル・ローエ（1886-1969）だった。ミースは、26年-27年に、ヴァイセンホフ・ジードルンクを指揮し、また、29年のバルセロナ万博ではドイツ館を政府の依頼で設計し、名を挙げていた。デッサウ市長から、間違はなく権威を取り戻す人物と見られていたのである。

ミースに対する学生の反応は、急進派の学生たちが食堂を占拠しストライキを打つなど反発する。ミースが形式主義的だとして、真にバウハウス経営の適任者かどうか、学生自身が判断できるように彼の作品の展覧会を開くべきだと主張した。これをミースは権威主義的管理体制で乗り切る。政治活動を全て禁止、カリキュラムを変更し、建築教育に重点を置くものの、グロピウスやマイヤー時代の、社会との関係性を問うデザイン教育は断ち切る。職業教育に重点を置き、芸術的創造的要素を押さえ込む。工場の生産・受注活動も禁止し、学生はパテント収入を得られなくなる。「こんな時代、どんなスキャンダルもバウハウスにダメージを与えることになる。」として、学期前には学生に誓約書にサインをさせている。その条項の中には、規則正しく出席、きちんとした服装、という他に、食後

には食堂にたむろしない、夜間に食堂で時間を過ぎさない、街中で騒音を立てない、政治的討論はやめる、などとあり、学生の動向にナーバスな姿勢が表れている。市からも補助金が減額される。市長サイドの説明は、プロダクト製品のpatent料でバウハウスが自立可能、とすることで、ナチの介入を避け得る、というものだった。この結果、学費の値上げ、学生デザインの買い取り（これによりpatent料が大学に渡る）がおこなわれ、反発した学生の集会にミースの要請で警察が介入するなど、混乱状態が続く。ミースによる「肅正」プログラムは、交友会、市長、教員からは賛意が寄せられるものの、バウハウス内の共産主義機関誌から批判される。その中には右派の教員批判などの記述もあり、右翼と左翼の二極化という極度に政治化した時代の波は、バウハウスにも襲いかかっていたのである。座席の位置も、右派の学生と左派の学生では、明確に分離して着席していた。

31年、32年と選挙でナチはさらなる勝利を収める。デッサウでも31年10月には過半数を占め、バウハウスを支援していた州政府は崩壊する。バウハウス擁護者は、モダニズムはドイツの様式として新政府を説得にかかる。「この新様式はマルクス主義的、共産主義的ともなり得ますが、しかしまた、ドイツ的、古典主義的でもあり得るのです。」と苦しい論を展開する。この時期、当時のナチの文化政策も様々な思惑が交錯していた。しかし、「ボルシェヴィズムのバウハウスへの戦い」をスローガンにしたナチは、32年9月にバウハウス解体と採決する。

その以前からミースは既に、ベルリンで私立学校として存続させる意向で場所の手配も済ませていた。財源は3万マルクのpatent料と、市との契約で35年まで支払われることになっていた教員給与、と具体化していた。が、ここでもまた政治に巻き込まれる。33年にヒトラーが政権を掌握し、デッサウ検事局はバウハウスの支援者であった市長ヘッセへの裁判を開始する。ヘッセを政治的に攻めるには、バウハウスはボルシェヴィズムの巣窟でそれを支援している、という論点以外になかった、という背景がある。そのためには、バウハウスがボルシェヴィズムの巣窟、という証拠が必要だった。バウハウスの家宅捜査が始まり共産主義的雑誌を発見する。これにより、4月、バウハウスは秘密国家警察により封鎖させられてしまう。ナチ寄りのカリキュラム編成やナチ党員の教員の配置といった条件付きで、再開を認められるものの、契約の教員給与の件は4月に発効の「公務員再生法」で打ち

切られる。patent料も契約会社から解約を受ける。この7月、ミースは教員らをリリー・ライヒのアトリエに集め、バウハウスの解散動議を全会一致で採択する。追いつめられたとはいえ、自決権によるバウハウスの終焉であった。

#### ■バウハウスの概観 社会との関わり

開設当初の教育モットーは「芸術と手工芸、その新たな統合」（“art and craft - a new unity”）で、学生は半年の予備課程と、その終了後の工房への参画、という体制がとられた。グロピウスのイメージのもと、芸術家や職人が建築家の指揮のもと大聖堂を建造した中世の職能集団だった。ここから、バウハウスでは教授という呼称は廃止され、マイスター、職人、徒弟、という構成とされた。このモットーは、大戦後の時代の空気を反映したのもでもあった。敗戦を経験し、戦争に対する忌避感、それは、工業技術が遂行した戦争ゆえの多大な厄災、という近代産業への忌避感から、過去の伝統の見直しという方向に歩み寄せたのであった。

がしかし、時代はますます産業社会へと歩みを進めていた。モットーにも変化が生じる。既にモダン建築のトップランナーの1人だったグロピウスは、機械や新建材（鋼鉄、ガラス、コンクリート）による、余分な装飾のない、立体的構成の機能的な新建築こそが、かつてのゴシック式大聖堂に代わる時代の表現と考えていた。バウハウスの新モットーは1922-23年頃に、「芸術と工業技術、その新たな統合」（“art and technology-a new unity”）へ変化する。22年からオランダからデ・ステイル派のリーダー、画家テオ・ファン・ドゥースブルフが到来し、バウハウス内でポストは得られなかったものの、与えた影響は大きかった。シュレーダー邸でも見て来た、四角いフォルムに原色、白黒グレーという明確な構成、このデ・ステイル派は表現主義の思潮とは相容れない。表現主義的傾向の芸術教育に重きを置いた開校当初のスタンスは変化する。

その変化は、一般市民にバウハウスをより可視化させることになる。モットーが工業技術との統合、と変化した23年以降には「バウハウス有限会社」も設立され、プロダクト製品の製造や、見本市会場などで展示・販売が始まる。プロダクトの生産設備のための政府融資が22年に承認された結果であるが、その条件として、教育活動の成果を具体的に示すよう、半ば強制的に課せられたのが23年の展覧会開催であった。その

ための各工房の作品にグロピウスは市場性を求める。常に不足していた資金問題をこれにより解決し、国家の補助金から独立させる、というのがグロピウスの夢でもあった。この展覧会準備には、グロピウスは非常事態宣言を出し、総力を挙げて対応することになる。

この背景には、開校の数週間後から始まっていた保守層からの攻撃や中傷、「公金に資金援助されたユダヤの組織」「悪魔化した表現主義者」などと称された忌避感を和らげる目的もあった。加えてイメージアップのため、グロピウスはバウハウスのプロモーションも数々手がける。特に教養ある中流階級へのアピールをねらい、当時すでにセレブ的存在のシャガールやココシュカらを動員した24年のバウハウス・フレンズ・サークルの結成や、各種の社交・文化行事の主催などである。まず、バウハウスへの市民の反感から見ていく。

#### ■社会の空気ーバウハウスへの反感

誕生数週間後から閉校まで、メディアにとって、バウハウスはまさに、meat & drink、つまり餌食、という存在だったことは既に触れた。メディアに登場する引きもきらないバウハウスへの攻撃が、市民の反感を醸成する。その一方で、バウハウスの名を全ドイツに広めるのに役立った、という皮肉な結果にもつながるのである。そのように大きな力を発揮した当時のメディアの状況を、まず観ておかねばならない。

ドイツでは新聞の種類が非常に多かったことが、たびたびのバウハウスの記事掲載につながったのである。この時期の世論の形成は新聞によるものだった。ドイツ史においてこの時期ほど、メディアを利用した世論形成の試みとその成果への期待が新聞にかけられたことは、以前も以降もなかったのである。28年時点で日刊紙の種類は3,356種にのぼる。(24年時点で1,056種とする史料もある。)日刊紙が数多いことは、イデオロギー色が反映され、モダンへの攻撃にしろ賛美にしろ、明確な論調が展開され、市民の関心を引くことにつながる。(1,056種とする史料では、新聞の政治的スタンスを分類し、444種が民族主義的保守主義、166種が民主主義的自由主義、284種がカトリック系、142種が社会民主主義、20種が共産主義としている。保守主義的伝統色の新聞が過半数を占めている。)数多い日刊紙の中でも、質的に高いのは、デモクラティックな自由主義をめざしたフランクフルター・ツァイトゥング紙や、ベルリン・ターゲプラット紙など大都市を基盤とするものであったが、それらは大衆紙ではな

く、大方の読者は地方紙の論調に従った。その地方都市や農村部で発行される中小地方紙は、新聞コンツェルンに属する通信社からの記事の配給を受け、それらは伝統的な保守的・権威主義的文化規範や政治観を伝えた。モダンへの反感を植え付けたのである。経済状況が悪化すればするほど、読者はますます反動的方向を示すことになる。(1932年が29年に始まった世界恐慌の頂点となる。)

そもそも、バウハウスが開校したヴァイマルという街自体が、ゲーテやシラーを輩出したブルジョワ都市で保守的傾向を示した。オープンしてほんの数ヶ月後から、市民にとっては「バウハウス人」とは「よそ者」を意味した。その即座の反感の一因は、学生の行動やファッションにもよる。「ハンブルクやベルリンのようならくでもない街から、突然学生たちが流れ込んで」「ゴシック建築の聖堂騎士団教会の屋根によじ上って日光浴を好み」と記述されたように、奇矯な行動が見られ、男性は長髪、女性はウルトラモダンなبوبカットと男女で逆転し、男女ともアンチ・ブルジョワの気風で、ボロの重ね着スタイルだった。これらが品の良い市民をいらだたせた。これに対しグロピウスは、20年、学生に、軍隊ストックから衣服の支給をせざるを得なかった。(この他、彼は、寄付や無償の食物を求める書簡を資産家に宛て、数えきれないほど書いている。時代は戦後の窮乏の時代で、学生は貧しかった。)学生は軍服を自由に手直しして身に着けた。

この自由な空気が学生生活を風靡する。バウハウス・バンドは即興演奏の最中に時々ピストルをぶっ放すという物騒なもので、河畔では、男女ともヌードで日光浴をする姿が市民の苦情を洪水のように引き起こす。学生は自然なふるまいと考えていたため、たまたま市民と出くわしても、たじろぎはしなかったという。この苦情に対しグロピウスは、文部・文化省に「バウハウスは大学という性格上、学生のふるまいに直接の影響は持たない」と、学生擁護とも取られる見解を示している。しかし、この時代の社会の考えは違った。その一例がある。バウハウスでは体操は重要視されていた。そのため、グロピウスは19年11月、地元の中学校の校長に、体育館の使用許可を願い出ている。しかし、許可される見込みは全く無かった。もちろん、バウハウスが極度にいかがわしい、という風評もあるにはあったが、体育館使用者名簿に男女が混成することは、当時はあり得なかったのである。

この体操の重視、これは特に初期の頃は特定の理論

に基づくもので、この理論も批判の槍玉に挙がる。23年以降ハーモナイズ理論と呼ばれるようになるものだった。肉体と精神の調和を図るエクササイズの実践は、クリエイティブ能力開発の基盤である、というハーモナイズ理論の実践が、初期の頃の予備課程の教育の一つだった。当初は、マイスターのヨハネス・イッテンが広めた諸派集合的な新興宗教の一種マズダ求道運動とリンクするものだった。イッテンは表現主義的な理念に固執し、23年にバウハウスを去ることになる。当時の混乱した戦後社会にあって、スピリチュアルな平和を求める若者が多かったことも、バウハウス内にこの運動のセクトが誕生した理由である。当時の西欧では、これら神知論や極東の諸宗教が大流行していた。これに加え、世紀の変わり目頃からのモダン論者と神知学などのスピリチュアル領域との接近傾向も、バウハウス内でのマズダ求道運動の浸透を後押しした。拙論でも、同時代のシンドラー夫妻像やヒッラ・リベイおよび彼女を取り巻く芸術家群像に、スピリチュアル傾向が顕著であることに触れて来た。それらは食餌法・呼吸法・健康法を含め生活全般への規範が特徴であるが、バウハウスでも、バウハウス・コスチュームとも呼ばれた修道院服のような紫の貫頭衣という独特な服装の他に、学生食堂では大量の野菜が提供された。そのための栽培園が、グロピウスの資産を担保に用意されることになる。

このハーモナイズ理論もまた、社会からの攻撃を受けることになる。テューリンゲン・ドイツ文化保存協会という保守的団体が精神病理学者を招聘し、この理論の公開評価を委託する。そして24年5月、ヴァイマルの日刊紙は「この教育指導法はあまりにも精神に影響を及ぼすので、学生がはまらないよう、また発作の防止のため、たびたびの医学的支援が必要だ。この指導にはまり、気が狂い精神病院に収容されて終わった犠牲者の例が、非常に良く知られている。」とあり、バウハウスのハーモナイズ理論指導者（女性）はヴァイマル市民のもっとも憎むべき犯罪人とされてしまう。これらの攻撃は、バウハウスにシビアなダメージを与えることが目的だった。

グロピウス自身が神秘論とは距離を置いたこともあり、神秘論に呼応した部分は放逐されてしまうが、このようなエクササイズにはデッサウ以降も多大な関心が払われていた。肉体への関心はモダニストにとって、当時、欠くべからざる要素の一つだった。体操は引き続き活発に取り入れられる。それは主に新校舎のルーフガーデンで行われた。ルーフガーデンそのもの

がモダン建築の象徴で、空と地上の間であって、肉体というマシンが、マシンもモダンの象徴であるが、パーフェクトに機能することは、彼らが目指した、デザインと生活の調和のシンボリックの意味合いを持った、という。バウハウス外でも、30年には、リビングに連続したフィットネス・スペースで、エクササイズをすることが、目新しい社交の一つとして、写真に登場するまでになっている。

もう一つの自由とそれへの反感、それはフリーラブ傾向である。ホモセクシュアル・パートナーシップも幾組か知られ、20年の入学願書にも男装許可を当局から得ている旨を記述したものがあつた。モラルを徳目とする市民は、特に婚外出産に焦点を当て、また新聞でも悪意を込めて論じる。24年6月の日刊紙が掲載した警告は、一般的マインドのドイツ人親たちに非常にアピールするものだった。「バウハウスは悪徳の巣窟で、望まない妊娠という結果が避けられない。あなたの子供を守りなさい」とある。性の無軌道が声高に非難された。しかし、バウハウス内では、礼節正しい婚約・結婚も実際に存在したが、それは取り立てて報道されることではない。その無軌道の実態を検証できるマテリアルは他に比べて極度に貧弱で、しかも個人的な回想に限られ、実情は検証されていない。しかし、市民の反感を醸成した報道は実存する。

それらの反感、それは20年代初期の空気を反映している。女性の参政権獲得や就業率増加などからの、ヴァイマル期の「新しい女性」の誕生が揶揄や反感を生んだ。映画や新聞で誇張された「新しい女性」像は、時代の墮落の象徴を示すものと思われた。これへの男女を問わない反感、解放的なヴァイマル文化への反感、そのスケープゴートがバウハウスだった、と思われる。市民には不名誉な私生児の出産も、バウハウス内では温かく誕生が祝われたという。その寛容性が、バウハウスの、社会のモラル規範から厳然と決別する挑戦と市民には映り、またそのプライドが、市民をいらだたせたのである。グロピウスのプログラムに引き寄せられ、バウハウスにやってくる学生はこれまでのアカデミックな芸術学生とは明らかに違った。芸術の再生、という以上のものを求めていた。学生たちにとって、このような自分たちの理想に添う生活を打ち立てることも目的だったのである。

「バウハウス」という語は、保守化・反動化する時代の要求に応じて、「気遣いの保養施設」「共産党本部の弟」と称される。その結果、この頃のヴァイマルの子供たちは、親からの叱り文句として、「バウハウ

スにやってしまう」と脅しをかけられるようになる。その反感的環境の中でもまだ初期の21年に、グロピウスはバウハウス国民クジのアイデアを出している。資金状況を改善することが目的だった。一等賞は、バウハウスのデザインで家が建つ、というものであった。当然のことながら、アイデアに終わっている。

#### ■プロモーション1 第1回バウハウス展

バウハウスのコンセプトが始めて一般に公開されることになる展覧会である。その目玉の1つはモデルハウスだった。工房のマイスター評議会は、完全な設備のモデルハウス「アム・ホルンの家」を発表すると決定し、資金調達と土地提供はグロピウスで、設計はコンペとする。モデルハウス内は、家具を始めタペストリー、カーペット、陶磁器、照明器具などの展示品すべてがバウハウス製品で、絵画やコーヒーカップなど見学者がその場で購入することもできた。見学者のほとんどはショックを受け、「キャンディーの白い箱」「糠工場」「白モルタルのサイコロ」「北極基地」「手術室」などと揶揄された。それでも、キッチンや浴室、連続したカウンターのある食堂、最新の教育論に則った家具と玩具のある子供室は、好評だったようである。デザインが歓迎されたというより、社会事情の変化が奏功したものと思われる。この頃には、家族数の減少により主婦の労働が減少し、子供の精神や感情への配慮ができる時代になっていた背景がある。平均出生率は20年代初頭で2.27、25年以降は1.98と、大戦前の3.07より低下していた。また、時を同じくした超インフレは、中流階級から蓄えや使用人を雇う余力を奪い、近代的設備の整ったキッチンで科学的・合理的に家事をこなす主婦像が、時代にふさわしい女性像となり始めていた、という背景がある。

そして第1回バウハウス展の発表の期間（23年8月15日～9月末）には、バウハウス・ウィークと称し、イベントが多数開催された。音楽プログラムや前衛的舞踊・演劇の舞台、州立博物館での展示会、グロピウスの企画によるコルビュジエの作品紹介などの国際建築模型展などである。（この展覧会の批評家に「二度と正方形を見る気がしない」と言わしめている。）つまり、バウハウスの理念が初めて一般に公開され、バウハウス展はショーケースとなったのである。地域住民にも参加を呼びかけたものの、ヴァイマルの人びとは敵意を抱き、距離を置いている。

この展覧会の時期は、23年という戦後の天文学的インフレのまっただ中で、展覧会は経済的には成功しな

かったものの、マスメディアに大量に取り上げられ補いとなった。全ドイツをはじめ海外からも取材が押し寄せ、グロピウスが出品許可したバウハウス製品がメディアに登場する。その結果、金属工房のランプがベストセラーになり、そのデザインを剽窃した商品も回るほどとなる。購入をためらう層向けにマスメディアで興味深い推奨記事も掲載される。「始めは慣れなくてもゆっくりと慣れていきます。実際、光が点灯されるとなんとクリアで美しいことでしょう」と記述されている。一方で、「鉄とガラスのフロアスタンドは、シルクのセードもなく、容赦なく機械を思わせ、椅子はハタ織り機のように、家具は印刷プレス機のように。ティーポットは水柱を測定する検水管のようだ。」ともある。このような切り抜き記事が分厚いアルバム二冊に納められている。

展覧会をキッカケとして始まった生産活動であったが、多くのバウハウス製品は市場性としてはあまりに早過ぎ、26年、27年と、プロイヤーの椅子や他の照明器具の企業とのライセンス契約が成立するものの、29年まで売り上げは見込みを達成できていない。そのため、26-27年にはグロピウスによるリストラ策が取られている。閉鎖する工房の検討、資材の無駄をなくす、教員の給料の10%カットなどである。ベストセラーになった例外の1つは、マイヤー時代の「人民のアパート用にデザインされた」壁紙で、これは単色で模様のない壁紙、つまりわれわれが日常的になじんでいるタイプの壁紙の最初のものだった。29年にラッシュ社と契約が交わされ、このパテント料が極めて大きい収入源となった。総代理店の人物が「この見本帳やバウハウス壁紙カタログは、ちょっと近代的な設計事務所ならどこでも置いていました。」と語っている。30年7月には織物工房がブリテクスティル社と契約を交わす。この他、29年3月4月、舞台工房は、ベルリンから始まり、プレスラウ、フランクフルト、シュトゥットガルトと、ドイツ各地やバーゼルへ公演旅行する。

#### ■プロモーション2 新校舎落成

プレゼンテーションとしてのピークは、26年12月に行なわれた新校舎の盛大な落成式だった。デッサウに移転後、市の委託で、グロピウスの設計による新校舎群とマイスター宿舎の建設が進められていた。これにより国際的評価を得、名声の絶頂となる。その名声が聞けなかったのはデッサウだけ、という。10月には造形大学として承認され、マイスターではなく教授の呼

称が用いられるようになっていた。校舎群には学校棟の他、工房棟、共同管理棟、学生寮が含まれ、「19世紀の建築に対する最初の輝かしい勝利」とたびたび引用される建築である。複合体の学校建築として大規模となったのは、市立応用芸術学校と共有させる計画であったことが功を奏した。落成式には全世界から1,000人以上のゲストが招待され、その斬新性に言葉を失ったとされている。この斬新性、ピュアなデザインは、現実的な効率性を犠牲にして成り立っていた。冬期の暖房は困難で夏期には耐え難い暑さだった。音響効果も貧弱で苦情が長引いた、という。ビル全体に装備された家具類は当然のこと、プロイヤーのスチールパイプ椅子など、メンバーのプロトタイプ作品だった。この時ばかりは新聞も、色彩に限定してだが好意的な記事を書いている。

さまざまな報道が招いた結果として、入学志願者の問い合わせは全世界から届き、その数は週に200通に上った。すぐさま、全世界から見学者が訪れ、27年から30年まで、2万人以上受付されている。時には1日に200人を超えた。芸術家の他、企業家、銀行家、などが大挙して訪れ、仰天する一般市民も混じった。賞讃と反感の混じった見学者の中には、引率者に攻撃を仕掛ける者、「民族性の保護者」を自認する保守論者もあった。終期には、政治がらみの露骨な反応も目立つようになる。32年、ミースの引率で案内された右翼たる国家人民党グループは、視察後、意気揚々と、「最も目立つユダヤ・マルキスト・アートのスペースが今、ドイツ国土から消えようとしている」と宣言している。この言の、説得力に乏しい論拠に加えて、「最も目立つ」と認めているところは、目を留める価値がある。そのアンビバレンツな反感を裏付けるものとして、31年5月号の家庭雑誌の表紙デザインがある。そこには前述のスチールパイプ家具が、女性モデルと共に登場していた。バウハウス・デザインが高学歴富裕層および中流市民層には、既に、「モダンリビング」そのものと好意的に認識され始めていた可能性が伺える。

#### ■プロモーション3 マイスター宿舎

マイスター用の二戸一の住宅3棟とグロピウス用の独立住宅1棟が、これも市の所有として、校舎群から徒歩10分ほどの地に建設された。道路に沿い、適度に緑地の間隔をはさんで配置された住宅群が、人目を引く事になる。新校舎落成式と同時にこちらも一般に公開されていた。白いキューブ・ユニットを入り組ま

せ、経済的に適度に規格化されているというものの、住人となる芸術家が驚くほどの豪華さであった。ゆとりのある平面計画に加え、望みもしなかった食洗機、ビルトインの換気装置、食器棚に格納のアイロン台などが標準装備されている。中低所得者住宅にも展開できるローコスト建築工法とされたが、実際には見積額の倍と費用がかさんだ。この結果は翌年のヴァイセンホフ・ジードルンクにも共通する。その余波にも共通点がある。一つに、市への賃料も倍額となり、このことに学生や教員はもとより、市民からも辛辣な批判が引続いた。「現代にはまだ贅沢だが、あさってには標準になります」と、30年にグロピウスは書いている。そして共通点二つ目に、プレゼンス効果である。中でもグロピウス邸の構えは際立ち、映画にも登場する。ここにファイニングャークレー、カンディンスキーら教授連が、暮らすことになる。家具や備品は各自にまかされ、外観とは対比的に、ファイニングャークレーはアンティーク好み、カンディンスキーはインド彫刻やロシアのアイコンで飾っていたという。

#### ■プロモーション4 社交・文化行事

バウハウス生活を特徴付けるもの、それはたびたびのパーティ開催である。年に4回、恒例の主なパーティ（夏のランタン・フェスティバル、ユニークな風で競う10月の凧パーティ、クリスマス、5月18日のグロピウス誕生パーティ）の他に、多彩にかつ多数、催行された。例えば、毎月開催される仮面パーティ、工房で特に優秀な作品が完成した際などのパーティなどである。ヴァイマル期、デッサウ期には外部からゲストを招くものも多数開催され、ベルリン期ですら公開イベントを行っている。それらは、バウハウスのデモンストレーションであるとともに、市民との融和にも役立つと期待された。

そもそも1906年頃から、バウハウスの前身の一つヴァイマル芸術学校で舞踏会が開催されており、これが熱狂的な支持を受け、バウハウス・パーティとして継続されたのである。学生と教師たるマイスターは共存関係にあり互いに友愛を込め遇する、というのがバウハウスの流儀で、これは開校の基本理念につながるものだった。それが形になって現れたものの一つがバウハウス・パーティだった。初期の頃の予備課程の中心人物ヨハネス・イッテンの講義のスローガンは、「演劇は祝祭となる、祝祭は労働となる、労働は演劇となる」で、労働と演劇の循環を強調していた。演劇や講演、文芸、コンサート、仮装パーティ、などの集

いはイッテンの解釈では、マズダ求道運動の陽気バージョンでの実践となる。また、グロピウスが多彩な背景を持つ学生の融和策としてとらえたことも、パーティの活況につながっていく。

最初のパーティは19年6月5日のグロピウス着任歓迎パーティに始まる。男女の学生が揺らめくライトを持ち公園を超え長い行程を行進し、会場に到達すると、そこではバウハウス・バンドが演奏しバウハウス・ダンスが始まる、というものだった。(大戦後の一時期、ダンスが国民的・爆発的に流行していた。時に深夜まで及ぶ様は、保守層に「国民の倫理意識の荒廃」と嘆かせた。)この大歓迎ぶりに感動したグロピウスは、翌々日、帰着したベルリンから「皆さんに大きな借りができました。」と感激した面持ちの電報を送っている。25年の3月がヴァイマルでの最後のパーティとなったが、デッサウからベルリンまで、バウハウス存続期間を通してパーティは続行していた。バウハウスが遭遇することになる敵対的環境にもかかわらず、このことは変化しなかった。

一般からの反感やバウハウスはいかがわしいという評判とは異なり、回想や同時代の記述では、パーティの運営実態は洗練され、フレンドリーながら礼節をもって遇されたという。ある仮面パーティの後、グロピウスはヴァイマル市長に書簡を送っている。「パーティにおける学生同士の振る舞いには感心させられた。これら若者に対する今までの批判は全く不正義なもので、このことを直接お知らせしたい」という内容だった。批判が相次ぐ敵対的状况に、市民との融和策として、グロピウスはヴァイマルの若者を招待する。早くも20年には公開バウハウス夜会が計画される。朗読の後、講義やミュージック・リサイタルが続いた。このイベント・シリーズはヴァイマルの知識層には大変人気があった。バウハウス自体が文化的な組織としてプレゼンを行ったことになる。これらの夜会は入場料が課せられたが、また確実な収入源ともなった。そして、前述の23年の第1回バウハウス展でのバウハウス・ウィークの高みに連なる。その年8月15日から19日まで、国立劇場でコンサートや、グロピウス、カンディンスキー、J.J.P.アウト、の講演、バウハウス・シアター・グループによる「メカニカル・バレエ」のプレミアム公演を行っている。

バウハウス・パーティとは、舞台美術、演劇、仮装、音楽が統合された生活総合芸術ともいべきもので、われわれの予想を遥かに超える、入念かつセン

セショナルな装置や演出を伴った。舞台美術、金工、木工、壁画などそれぞれの工房が競い演出に力を注ぐ。特に舞台美術の工房ではバウハウスの日常をパロディー化した実験的な作品も提供する。24年にはすでに、「驚くべきクオリティ」、「色彩が燃え立つ」、「ベルリンで観られる以上の見もの」、という記述がある。そのレベルはデッサウではさらにグレードアップする。ヴァイマルではイメージ豊かな展開といえども即興的な要素があったが、デッサウでは、設定されたテーマの目も鮮やかなパフォーマンスとなる。装飾や仕掛けは壮大だった。たとえば、29年のメタル・パーティでは、バウハウスの建物のガラス・ファサードをメタル・フォイルでカバーし、ゲストはメタル製スライドを滑って入館する。そのスライドの上には100ものシルバーとガラスの球体をつり下げ光線を反射させている。ゲスト入館の折にはバンドがファンファーレを奏でた。天井に取り付けた多数の真鍮製の皿が光を乱反射した。階段には踏面に仕掛けがなされ、段ごとに違った音色が響き、階段室は音楽の場となった。参加者もメタルをイメージしたユニークな衣装をまとった。たとえば、自身が調理用具の泡立て器に扮したり、鉛の兵隊、ボルトとナットに扮する者、放射能物質に扮する者もいた。提供される飲食物もテーマを踏襲し、メタル色のケーキにドリンクもゴールド・ウォーター・リカーというありさまだった。さらに、スパナや缶切りなどの金属製ツールや家庭用品をゲストに提供した。このように、きわめて念入りな計画が実施されたのである。グロピウスがベルリンからダンス教師を呼ぶこともあった。中でも、演出やコスチュームの力の入れようは特筆もので、学内にコスチューム・アドバイス・センターが設けられ、テーマに沿ったユニークな衣装を助言した。手製のカツラやヒゲを調整するヘヤードレッサー・サロンや写真撮影スタジオも完備した。音楽は学生バンドが演奏し、このバンドはヴァイマル時代から評判高く、学内を超えて有名となっている。東欧や南欧の民族音楽をブレンドした曲目を主に演奏した。

このような展開にバウハウス・パーティはテューリンゲン州を超えて知られるようになり、ベルリンやライプチヒからもゲストが訪れるようになる。新聞が好奇心をかき立てた。最後のバウハウス・パーティはベルリン校にて33年2月に開催されている。この頃には既に私立学校となり、経済情勢も厳しく、ヴァイマルやデッサウ時代とは違い開催回数も減っていたが、それゆえに、収入源とする見込みもあって開催につな

がった。最後となったパーティは仮装パーティで、約130名のバウハウス・メンバーが700名のゲストを迎えている。この2ヶ月後に、バウハウスは閉鎖することになる。4月の閉鎖後、バウハウスのメンバーは最後の小旅行を楽しんでいる。建築学生の一人が小さな城を持っており、翌月5月の始め、ミースは船をチャーターし学生らとこの城を訪問し、果樹園や庭園、採石場などを見学している。そこはミースのお気に入りの石の産地だった。6月15日、バウハウスは幕を閉じる。

### 3. モダンデザイン、その是認

#### ー機能性・合理性への関心からー

保守的メディアが書き立てたバウハウスへの攻撃、そして実際に存在した反感にもかかわらず、2章の随所に、バウハウスやバウハウス・デザインは容認・歓迎されているのでは、と思われる像が垣間見える。すなわち、ベストセラーとなったメタル製のランプや無地調の壁紙、相次ぐ企業のパテント契約、雑誌表紙へのバウハウス製品の登場、映画に登場するグロピウス邸、バウハウス・ナイトの人気ぶりや、意外に多いバウハウス・パーティのゲスト数、などである。そして、「気遣いの保養所」などといったバウハウスへの呼称が、ヒステリックであるがゆえに、逆に、保守層の危機感を如実に物語っているように思われる。軽蔑的呼称がメディアに頻繁に登場、ということが意味するのは、注目度の高さであり、肯定的空気存在ゆえの危機感、それはモダンデザインが市民にアピールし始めたことへの体制側の危機感である。保守層にとって、新しい文化と大都市文化は、ドイツに根ざさない「アスファルト文化」、ドイツの「アメリカ化」に他ならず、映画や新聞で誇張された「新しい女性」像は、時代の墮落の象徴を示すものと思われた。それにもかかわらず、モダンデザインの何が、市民の心をとらえたのであろうか。

論集45号、46号で述べた 20年代初期から中期の住宅クライアントは、モダン理論に自分の人生観を重ね、ノブリス・オブラージュとも言うべき使命感に燃え、パトロンとなった。その意識は市民層には求められない。波及期のユーザーは機能性、合理性からのアプローチであった。23年の第1回バウハウス展で展示されたモデルハウスでも、建物全体は違和感を持ってみられたものの、キッチンや浴室、子供室が比較的好評であったことは前に触れた。機能性、合理性がアピールしたのであるが、そのポイントの一つが、「清

潔・健康」だった。生命の安全に関わるベーシックな要素であることから、「清潔・健康」は他の論点より強く、「清新なデザイン性」よりもアピールしたと思われる。20年代のモダンデザイン波及の背景を総括するならば、一つは清潔・健康への関心の高まり、と言えるだろう。実際、社会生活における「清潔への意識」の劇的な転換期は20年代に迎えることになるが、モダンデザインの啓蒙および波及期とぴたりと重なり合う。

この分野で先んじたアメリカでは既に20年代の始めから、清潔・健康に関わる産業が活況を呈し、各種の教本が清潔・健康の重要性を訴えていた。27年の住宅博ヴァイセンホフ・ジードルンクの2種のポスターは、そのポイントをうまくついでわかりやすい。旧来の室内写真に大きく×印が描かれ、それは彫刻付きの家具が詰め込まれ、無用な装飾品で一杯の鬱蒼とした、つまり、ブルーノ・タウトも憤慨する(後述)ホコリ集めのインテリアだった。ポスターのうち、○印がついた写真はモンタージュだが、大きな窓からのワイドな眺望と日照、機能的な設備機器、なめらかな仕上げの室内が表現されていた。殺風景で、「手術室」「白モルタルのサイコロ」などと称されたモダンデザインである。

前稿のヴァイセンホフ・ジードルンクでも、「必要としているのは住める家でマシルームではない」とフランクフルトの日刊紙などに批判は相次ぐものの、一方で清潔・健康に関わる要素には好意的な記事が登場する。「まさに小さな水洗金具、それは対象として作られた社会より遙か先を行くものであるが、それに恥じない暮らしをする住宅には見出せるものである。そしてバスルームはもはやダイニングルームを色あせさせている」という27年の新聞記事が存在する。

#### ■清潔・健康への関心

光や新鮮な空気は清潔や健康に必須、という概念も浸透していた。20年代の大規模なモダン住宅は、労働者階級の集合住宅として姿を現したが、その最も重要な論点の一つが、都市化に伴って悪化した衛生状況の改善だった。“Light and Air for All”「全ての人に日照と通風を」、と強調する。これは肺結核に対峙するスローガンでもあった。この時期のモダン建築の代表作の一つは、結核病サナトリウム(アルバー・アールト設計1928-33)として姿を現している。ここでの療法の一つが、現在も原野への眺望が開くルーフテラスでの外気浴であった。(たとえ医療施設としても理解を

超えるそのモダン性に、見学者はだれもが驚嘆したという。) もともとモダン住宅は、光、空気、軽快、簡素な空間をモットーとして訴えていた。長時間の日照が可能な大きな水平窓はそれを可能にする。

アメリカではすでに11年に移民向けの教本が書かれている。母国の暮らしの理想像の再現を希望する移民に向け、結核の脅威を減らしアメリカの生活習慣を指導する教本である。この頃の移民の多くはカトリック教徒かユダヤ教徒で、宗教的な品を始め装飾品が多く、「移民たちの大事にしている家具や装飾品がある限り、清潔にすることはほとんど不可能」、と主張された。教本では、「明るい色のペンキ塗装の壁、平らな壁面、カーペットを敷かない床、クッションのない椅子、鉄のベッドフレーム、客間の壁には少しだけ絵を飾ること」と簡素な部屋を勧め、「ホコリを吸う詰め物の入ったソファや椅子、羽毛ベッド、分厚いカーペット、長いレースのカーテン、ヴィクトリアン式のたっぷりしたヒダ付き衣服」を避けることとした。このようにすれば清潔・健康、というガイダンスだったが、モダン論者をこだまする弁でもあった。

さらに、カーペットに代え床材リノリウムも推奨された。抗菌性能からこれまでは病院や施設のみの採用だった。しかしモダンデザインに共通する、滑らかで明るくカラフルな色彩というテーゼからも住宅に進出することになる。27年のヴァイセンホフ・ジードルンクの展示会ではカラフルなシリーズが発表され好反響が起き(実際に引き合いが増加し)、出展社は非常に気を良くしている。まだまだ高価だったが、清掃性、耐久性など機能性に加え、色彩の多様性でモダン住宅に広く登場することになる。

「清潔」という観念を利用した、装飾の排除を勧める興味深い論がある。モダン論者の中でも強力な前衛ブルーノ・タウトが、24年に女性向けに述べたものである。「バロックやロココなどの古い室内は、その当時の状況と併せて思い描いてみるがよからう。換気装置はなく風呂もないので悪臭が立ちこめ、はたまた「椅子型便器」なるものは身の毛もよだつほどに臭い、当然、そうしたものに必要とされたのは強い香水、嗅ぎタバコ、パウダー、……虱を掻くための棒なども欠くべからざる必需品だったのだ。このような写実的な再現を目の当たりにすれば、古き「美しき」物に対する心酔の念などは瞬く間に冷めてしまうのではないだろうか」とある。

伝統的インテリアへの警告であるが、これが物語るのはまだまだ伝統への愛着が根強いことである。タウ

トが続けて語った弁から実態が浮かび上がる。「女性は、自分や夫がくつろいだ気分になれるよう、習慣的に、種々雑多な絵画だの、鏡、カバーやテーブルクロスなどの覆い、カーテンまたカーテン、枕の山、絨毯、マット、……を総動員して部屋を作り上げたがるものである。……誰が一体勇気を奮い起こしこれらガラクタを捨て去ろうと務めただろうか! ……生活に必要なのない全てのものを残らずお払い箱にするならば、単に仕事が緩和されるだけでなく、自ずと新しい美が現れるようになるということである。……」そして、具体的に不要品を挙げていく。「従前は必要とされたカーテンまで含め窓まわりからあらゆる物を取り除き(視線を避けるため、光沢のあるモスリンのカーテンだけは残す)、余計な箱、カバー、陶器の置物、花瓶、小さな絵、引き出し、祝福の銘、箴言の刻まれた板、そうした一切切は消滅の道を行くのだ。同じくベッドサイドのマット、絨毯上の毛皮……タッセル、フリンジなどは簡単に削ぐことが出来る……すると、現れた家具がいかに照り輝いて清潔感を漂わせていることか、さぞや一驚に値することだろう」とある。

これらの文脈から、一般には、19世紀後半を席卷した装飾過剰なインテリアが、まだまだ美德として愛用されていたことが伺える。パウハウスですら、19年の開校当初、織物工房ではクッション、タペストリー、ゴブラン織り、ピアノカバーなどの装飾品が183品目も作られていたのである。それが、31年出版の「パウハウス織物の発展」では、「室内の布類はその機能によって役立つべきである」と、装飾性を否認するまでの発言となる。当時の校長マイヤーの政治的立場(コミュニスト)を反映した発言でもあるが、実際にも、吸音と遮光という表と裏で性質の違う布の開発をおこなっている。その流れの中に登場した、パウハウス・デザインのプロダクトである。フラットな座面のスチールパイプの椅子や、乳白ガラスのセードとガラス反射板、という硬質で機能的な照明器具などである。これは従来のファンタジーな照明器具(ガラスビーズやヒダ飾りやシルクのトリム付きセードなど)に代わるものだった。ホコリをためずに明るい光を投げかけ、そして、クロームメッキの家具や、明るい色のなめらかな床材が、大きな水平窓からの光を受けて輝いた。清潔イメージと直結するものだった。

これらを用いてインテリアデザインされた住宅の一つが、論集46号で紹介したロツテルダムのゾンナーヴェルト邸(1933)である。企業の支配人夫妻という

富裕層が求めたこの住宅には、当時まだまだ贅沢だった自宅内浴室が3室も備わり、衛生設備機器にはコーラー社など米国製も採用された。当時の富裕層の邸宅概念とは相容れない外観の新奇性に加えて、これらの点からもマスコミの取材が到来し、家庭雑誌にも登場する。一般市民層へのモダンデザインの浸透が、メディアを通じて始まりかけていたのである。そこで、次章でバウハウス・デザインを体現した雑誌を概観してみたい。

#### 4. 家庭雑誌 *die neue linie*

##### ーバウハウス・モダニズムの体現ー

##### ■ *die neue linie* という雑誌

*die neue linie*とは、The New Lineを意味する誌名で、ヴァイマル共和国の「黄金の歳月」その頂点の1929年9月に、ライプチヒの出版社Beyer-Verlagが創刊号を出している。制作陣や寄稿陣に多くのバウハウス出身者を起用した雑誌だった。幅広いトピックスを扱うライフスタイル誌で、コンテンツは「洗練とエレガンス」と定評のファッション、コンテンポラリー・アートと、建築・インテリア・ガーデンまで包含する住関連、小説と詩、旅行、演劇・美術館・映画館・ダンスなどの催事案内、そして、家事の合理化や美容相談などの分野に及んだ。

*die neue linie*は大恐慌も乗り越え、36年には、パレスチナ、日本、インド、中国でも購入可能となる。38年の販路には、パリ、ロンドン、ブエノスアイレス、リオデジャネイロ、メキシコシティ、カイロ、ルクソールがリストアップされている。その繁栄には、ナチ体制側の対外的プロパガンダに役立った、という側面もあった。ナチにとっては、*die neue linie*は自由を体現するものに相当し、出版における多様性という、諸外国に対する体制の表看板として役立ったのである。最終号は第2次大戦中の43年3月で、用紙不足もあり幕を閉じる。現在、29年9月号から43年3月号まで全163月分が残されている。

ドイツの労働者の平均月収が169.60マルクという時期に、1マルクという価格設定で、豊かで教養ある層がターゲットだった。わが国の高級家庭誌として定評の、大判「家庭画報」と幅はほぼ同等、高さはさらに3cm高く、特徴ある縦長サイズの大判雑誌である。教養層がターゲット、しかも大判誌ながら、大衆の目につきやすい街中のニュース・スタンドでも販売された。特にバウハウス流グラフィック・デザインの斬新な表紙は大衆の目を引く。街頭にあふれた雑誌は、モ

ダニズムの流布者としての役割を果たすことになる。

「新路線」を意味する誌名は、女性に向け新たな第3の道を指南する、という編集方針に沿ったものだった。男性からの庇護を待つ伝統派女性でもなく、メディアで揶揄・喧伝された初期ヴァイマル共和国現象の過激な「ニュー・ウーマン」でもなく、その2者間に編集の軸足をポジショニングした。「noie」という形容詞は、敗戦後の再生状況を表現し、新しい始まりを意味する言葉で、多くの分野で、当時、氾濫状態にあった。たとえば、新建築、ニュー・リビング、などである。「noie」の使用はそれのみで進歩的な姿勢を示唆し、当時のコードで、モダニティと同義語だったのである。そのような状況の中で改めて「noie」を用い、新たな道を示す意図をさらに明確にするものだった。

編集のコンセプトは、「家庭にふさわしいアヴァンギャルド」「水で薄めたアヴァンギャルド」で、アヴァンギャルドの先端性を市民層にふさわしい形に薄めて取り上げた。政治問題は扱わない、と明言し、ブルジョワ市民層の関心に対しラディカルなアプローチを避け、知的リーダーとしてのスタイルを取った。これは非常に成功し、戦争勃発後の42年ですら300万帝国マルクの売り上げを達成するなど、当時の筆頭的出版物となる。

それを支えたのが、数々の現代的・科学的な管理体制である。幅広い出版ジャンルを擁し、100万人以上の読者を持つ雑誌社としてのスケールメリットも手伝い、数々の組織を維持する。全国の支店網は販売促進とともに読者のニーズを拾い、編集部門の「お客様相談室」的な部署は、読者の忠誠心を強化するだけではなく、編集への尽きないアイデア源を提供した。メディアにおける品質コントロールの初期の例と見なされる体制も組まれた。たとえば、ファッション編集部門は写真やイラスト、型紙など全てのマテリアルの一元管理のみならず、モデル・ワークショップを設け、型紙はテスト縫製されチェックを受けた。テストキッチンでは調理だけでなく、アイスボックスや真空クリーナー、洗浄機といった新製品の品質が試された。後には幼稚園も併設され、幼児の活動やケアが精査され、その結果が誌面に反映された。これらの施設は読者も見学可能で、販売戦略にも役立つものだった。このほか、自前の印刷局を持ち最新設備を導入するも、特殊用紙へのアート印刷は専門社へ発注するなど、高品質な印刷を維持する。組織の中でも特筆すべきは広告部門で、斬新な戦略を打ち立てる。その一つに、

早くから動画の効果に着目、協力会社にドキュメンタリー番組や、料理や服飾、クラフトの教育映像を制作させ、これを広告材として活用した。

このような経過の中で、*die neue linie*は家庭誌として代表格になっていく。31年にはミュンヘンのウィンドウディスプレイに、表紙と同じシーンがクレジット入りで再現されている。32年には、女性の新しいライフスタイルを紹介したある写真報道では、飲み物を前に友人と談笑する女性たちのショットが撮影されているが、この女性たちがたまたま手にしているのは*die neue linie*であった。しかも、向かっているテーブルは、全体像は不明であるが、ガラスの天板、脚部はクロームメッキで、ほぼ、ミースの作品と断定できる。このことが示唆するものは大きい。さらに、積極的に*die neue linie*を引き立て役として採用する商品広告も登場する。旅行用携帯クロックの広告写真では、小道具として*die neue linie*がさり気なくあしらわれた。*die neue linie*はモダンなライフスタイルのインディケーターにまでなっていたのである。

#### ■ *die neue linie* とバウハウスの関係

一般にバウハウスは、建築とプロダクト・デザインの改革活動で知られ、グラフィック・デザインは過小に評価されがちである。バウハウスのデザイン理念の内外的波及に、有効な影響力を及ぼしたのは、建築やプロダクト作品に加え、手近に見る事の出来るグラフィック・デザイン、およびそのような媒体を通して視認できる建築やプロダクトといえるだろう。このグラフィック・デザイン界で、芸術と広告デザインの統一に中心的な役割を果たしたのが、バウハウスであった。当時のベルリンで、文化情報に通じた人間なら、バウハウス出身者とそのスタジオで生まれるトレンドを無視するのはむづかしい状況になっていたという。*die neue linie*の編集の中核部門もベルリンに置かれた。単にドイツの首都というだけでなく、ファッションシーンの中心、そして都市型ライフスタイルの中心地でもあり、バウハウス出身者とそのスタジオもここに集結する。ベルリン在住のバウハウス出身者は、非常に緊接に連携を取りながら、様々なグラフィック・デザインや編集に参謀として名を連ね、*die neue linie*のバイオニア的寄稿家グループを構成していく。

*die neue linie*の独特のフォントの小文字のみ使用の誌名も、バウハウス理論に由来する。話し言葉には大文字小文字の区別は無く、文章に両者を混合して筆記することは合理性がない、というのが論拠だった。こ

の*die neue linie*の創刊号の表紙を担当したのが、28年1月と6月に相次いでバウハウスの教員を辞職したラズロ・モホリ＝ナギとヘルベルト・バイヤーだった。フォトモンタージュ技法やフォトコラージュ技法を駆使したモホリ＝ナギの表紙はこれ以降も続き、彼の移民直前まで10表紙におよび、バイヤーは26表紙をデザインする。そして全ての号にバイヤーのデザインしたタイトル文字が冠った。雑誌の成功には、路面販売でのプレゼンスが大きくものをいうが、表紙は特にコンテンツのショーケースとして高いアピール性が求められた。その成功した雑誌の顔がバウハウス出身者で固められたのである。この表紙の内いくつかが国際的巡回展で展示されるまでになる。モホリ＝ナギやバイヤーの後継者にもバウハウス出身者が連なる。

もともと、バウハウスのグラフィック・デザイン発展の過程にはこの2名が大きく関わっていた。ヨハネス・イッテンの後任者として招聘されたモホリ＝ナギは、赴任したその年の23年のバウハウス展で、図録集に「ニュー・タイポグラフィー」と称する論文を掲載していた。明確さと読み易さを最優先させながら、文字を幾何学的形態としてとらえ、色彩と組み合わせ、新しい活字デザインの発表だった。理論と実戦でタイポグラフィーの革新させていたのである。ヴァイマル時代にはさらに、グロピウスとともにバウハウス叢書の計画に関わり、25年のデッサウに移転後に刊行させ、装丁やデザイン全体を手がけている。そして、写真の視覚伝達力にも着目し写真活動に旺盛に取組み、フォトモンタージュ技法を取り入れ、グラフィック・デザインの革新を行なう。

デッサウ移転後は、印刷・広告工房が新設され、グロピウスは1925年、ヘルベルト・バイヤーをその新指導者に抜擢する。緊急紙幣のデザインなど国家の仕事もこなし、新進気鋭のグラフィック・デザイナーとして頭角を現していたバイヤーは、この年までバウハウスでカンディンスキーとシュレマーの下に学んだ学生だった。彼は、この同じ年、バウハウスの全ての公式文書に小文字のみの使用を導入する。そして自分がディレクションした雑誌バウハウスの28年1月号の表紙が、ニューヨーク・アートセンターの「外国広告写真展」において一位を受賞するまでになる。グロピウスとともに、28年1月モホリ＝ナギとプロイヤーがバウハウスを去り、6月にバイヤーも去る。彼らはベルリンに事務所を構え、様々な分野の仕事に乗り出す。そのサポートには同じくバウハウス出身者のネット

ワークがあった。

モホリ＝ナギやバイヤーをはじめバウハウスとの雑誌社とのコンタクトは、出版ディレクターを務めたブルーノ・ヴァーナーに始まる。彼は、ベルリンのバウハウス出身者とのコンタクトを強化し、バウハウス理念を用い、新タイプのマガジンを発展させることになる。彼は、化学博士のドイツ人父親と資産家ユダヤ系アメリカ人女性を母に持つ多才な人物だった。後に追放される立場の「第一級の混血児」であるが故の戦略が、*die neue linie* の発展につながるようになる。彼はミュンヘンとベルリンで文学、芸術史、哲学を学び、卒業後は美術コンサルタントを務め、右派リベラル紙の編集部に加わり、演劇評論家としても活躍し、芸術やカルチャーを専門とするかなりな人物として、社交界の優れた主要人物となっていた。これらの要素は、*die neue linie* のヘッドとして最適な人物であった。ヴァーナーとモホリ＝ナギが雑誌のヴィジュアル・コンセプトを形成し、モホリ＝ナギによる表紙のデザインコードを、34年のモホリのアムステルダム移民後も、42年の最終号までヴァーナーはきびしく遵守する。グロピウス、モホリ＝ナギ、バイヤー、プロイヤー、などのバウハウス出身者と編集オフィスで、*die neue linie* は生み出されていくのである。30年にパリで開催されたドイツ工作連盟展の詳しい紹介記事では、*die neue linie* は掲載写真に「*die neue linie*のコラボレーター、モホリ＝ナギ、プロイヤー、バイヤー」とキャプションを付けている。ヴァーナーの回顧によると、「*die neue linie*はグロピウスとモホリのコラボによって29年に創設され、幅広い分野で新しい生活様式に向け奮闘した」という。実際にはこの2人とも編集者ではなく編集にも直接関わっていないが、それでもこのように言わしめる実態は、グロピウスが代現するバウハウス・パワーと、モホリが代現するグラフィック・パワー、という両者の影響力の強さの証と言えるだろう。実際、グロピウスは、28年から34年までベルリンにオフィスを維持し、*die neue linie*に作品を多数掲載させている。

#### ■誌面に登場するバウハウス・モダンインテリアと建築

そのコンテンツの中でも、モダン住宅はゆるぎない地位を保った。レギュラー記事として最新の建築がレポートされ、最新のプロジェクトについての論評が掲載された。インテリア部門の責任編集者フリッツ・ヘルワグは、これから見習うべきモダンデザインを登場

させることに特に情熱を持つ。紹介された住宅の中でも、デッサウのグロピウス邸の2ページにわたる紹介が目を引き。写真はモホリによるモンタージュ技法でイラスト化されている。グロピウスはこの作品に添え、設計プログラムの紹介を小文字のみで寄稿し、バウハウスの理念を述べている。この他、グロピウスの作品は掲載が特に顕著である。31年1月号では、グロピウスは日照や機能性などと絡めて集合住宅を述べ、同年8月号にも集合住宅論が写真とドローイングを添え掲載されている。33年1月号では、一般向け、とされる、自身の設計のフラットルーフの戸建て住宅が掲載されている。本人の大きな肖像写真が他の記事に絡んで掲載されることもあった。英国へ向け出国後の35年1月号にも、彼の住宅論が建築写真とともに登場する。

特筆すべきは、*die neue linie*住宅プロジェクト、とでも言うべきもので、6人の一流建築家に委託し、金額がフィックスされたモデル住宅を掲載している。最初のモデルハウスは、グロピウスの設計で、2階建ての独立住居、価格は27,800帝国マルクとされた。「日照があふれ、改変可能、家事を削減し、経済的、入居者の精神的ニーズや素材へのニーズに合致する」とコメントされている。この時期は、33年以降ヒトラーも集合住宅の建設と平行して、各人に独立住宅を持たせる政策に力を入れている。個人の持ち家政策が奨励されたのである。当時の一般的国民の理想は、牧歌的な庭で世間から離れて、アヒル、鶏、幼子、乳母車に囲まれ休息する、というものであったが、これを奨励し、再び戦争の危機が高まりつつある中でも、10,000から24,000帝国マルク、すなわち、比較的若いサラリーマンの1～3年間の収入で割安に建てられる設計プランが建築専門誌上で喧伝されている。

ミースの最新の住宅作品トゥーゲント・ハート邸も、自身のデザインの家具とともに紹介されている（31年10月）。このほか、デザイナーの中でも、プロイヤーの作品で構成されたインテリアは、繰り返し誌面に登場する。プロイヤーのデザインによるキッチン（31年1月）やリビングなどである。彼のメタルとガラスの家具、マリアンヌ・ブランドの照明器具など、バウハウスプロダクトをフリッツ・ヘルワグは誌面でプロモートした。機能的なフランクフルト・キッチンの紹介もあった。本誌以外にも、広告主に向けた*die neue linie*のダイジェスト版では、フラットルーフの住宅を背にエレガントなドレス姿の女性のイラストが重ね合わされている。

住まい関連のシリーズやグラフィック・デザイン以外にもバウハウス・デザインは至る所で登場する。モホリのデザインしたカーニバル衣装、ギリシャ彫刻へのバイヤーによる彩色実験など、さまざまにバウハウス・スピリットを表現する。

#### ■編集コンセプトとバウハウス・スピリット

上記のようなコンテンツ、およびそこに反映されたバウハウス理念と、豊かな教養層をターゲットとし「家庭にふさわしいアヴァンギャルド」「水で薄めたアヴァンギャルド」を編集コンセプトとした*die neue linie*との整合性は、どのように計られたであろうか。また、その結果として、雑誌を通して、バウハウスモダンはどうに波及して行ったのであろうか。

たとえば自動車の記事を例に見ると、当時、自動車は摩天楼、広告板と並んでモダニティを象徴するものだった。他の媒体では、各分野で、車を運転する挑戦的な女性モチーフが好んで取り上げられた。運転する女性は、現実には希有であったが、それゆえ、新しい女性の公的場面での自由と独立性のシンボルだった。*die neue linie*でも、少なくとも年に1度は、女性と自動車シーンに焦点を当て掲載している。ベルリンの国際自動車博での女性のファッション・レポートや、「どの車を買いますか?」と見出しを付けた自動車の写真、というようなマイルドな扱いであった。モダニティを象徴する自動車は、当時、より戦略的な露出が目立ったのである。住宅をマシンに見立てたコルビュジエは、その作品イメージのため自動車を撮影に利用した。ヴァイセンホフ・ジードルンクでも、ダイムラー・クライスラー・メルセデスのスポーツカーと女性がコルビュジエ作品に並び、自動車の広告写真が撮影されている。モダン住宅と自動車はお互いイメージを強化し合ったのである。25年から34年にかけて女性画家タマラ・ド・レンピッカは、自動車、摩天楼を背景に多数の人物画を描き、思いを巡らした自画像は運転姿だった。(この女性も29年にはバウハウス家具の納まったコルビュジエ風モダン住宅を建てる。通常の家像でなかったことは前々稿の施主像の総括と共通である)。このように各分野で、車を運転する挑戦的な女性モチーフが好んで取り上げられた。その「運転する女性」という斬新性をこのように正面から扱うのではなく、*die neue linie*ではまさに「家庭にふさわしいアヴァンギャルド」として見せたのである。他の雑誌では、ジェンダーというトピックスに対してはもっと直接的にアプローチされていたが、*die neue linie*には

これに直接触れた記事は見当たらない。喫煙の男女同等の権利の主張を匂わせた誌面ですら、映画の1シーンのような芸術的・ポエティックな写真で、喫煙の美学、といった風情をかもしている。

当時の典型的な女性職業の、秘書かタイピスト、販売員といったワーキング・ウーマンに関する記事はまれにしか登場せず、対照的に特別な能力を持つ女性すなわち科学者や政治家、芸術家を新しいタイプの女性のロールモデルとして登場させた。また、20年代には、モダン・ツーリズムの最初のブームが起こっていた。特にホワイトカラー層には、国民的休日の制定がこのブームを支え、多くの旅行代理店が誕生した。*die neue linie*は、エキゾチズムに焦点を当てた他の雑誌の記事と異なり、実際に実行可能な、時には自動車でアクセスできる旅行を開発し、掲載した。このように、*die neue linie*は明確に、贅沢品が購入でき、自動車で旅行に出かけられる富裕層の家庭、およびその予備軍を対象にしていたのである。

このような、保守寄りともいえる編集方針と斬新で美しい装丁の中でだからこそ、紹介されるプロダクトや建築は贅沢の香りを放つことになる。機織り機のように、と揶揄されたプロイヤーの椅子が異なる表情を見せ始めるのである。その例証が広告主へのDMに見られる。その中で、*die neue linie*は prestige が高いと自讃し、ここに広告を打つ利点が述べられている。セグメントされた読者層向けの商品広告は、違いのわかる人びとへのアピールとなるという。読者と一般大衆にとっては、*die neue linie*は、エレガントとエリート性を体現するものだったのである。

その路線には、バウハウス理念との齟齬が感じられる部分もある。しかし、モダニズムに逆風の抑圧的体制の中で、バウハウス出身者が生き延びるニッチを提供したのが、この、体制への自発的迎合路線の*die neue linie*であった。結果的にモダンデザインのスピリットを、逆風の中、継続的に伝えることが出来たのである。危機が共和国をロックし、社会的・政治的崩壊が立ちだかったときですら、魅力的、機能的なプロダクトはますます数多くマーケットに出回っていた。*die neue linie*はこれらのプロダクトをプレゼンするだけでなく、雑誌自体が屹立したデザインをまとったプロダクトの一つであった。ご都合に適合させながらではあっても、「水で薄めたアヴァンギャルド」であっても、アヴァンギャルド性は存続する。たとえば、保守的女性誌の得意ネタであるハイソサエティの社交シーンにおいても、*die neue linie*の掲載写真は、他の女性紙

とは異なる芸術的視点だった。体制の影響で、時勢に絡み、誌面では日本が取り上げられることが相次ぐ。37年の1月号では、「東京のモダンリビング」と題された記事が登場する。現在のわれわれが見ても静謐でモダン数寄屋風の和室と、フラットルーフのRC建築群が紹介されている。38年ですら、アヴァンギャルドな写真構成のグラフィックデザインが見られた。誌面に表れたバウハウス・モダニズム流手法の数々は、直接・間接にナチの望ましい幻影となって寄与したのである。

バウハウスそのものは、ナチにより閉校という終焉を迎える。モダンデザインの担い手の多くは、アメリカを始め他国へ移住することになる。しかし、その体制に歩み寄ることで、存命を計った雑誌の存在が、モダンデザイン波及に新たな地平を切り開いて行くのである。

#### 参考・引用文献

- 1) Ed. Jeannine Fiedler, *Bauhaus* (KONEMANN; Tandem Verlag GmbH, 2006)
- 2) Frieledewald, Boris, *Bauhaus* (Prestel Verlag, Munchen, 2009)
- 3) Ulf Meyer, *Bauhaus* (Prestel, Verlag, Munchen, 2006)
- 4) Rossler, Patrick, *die neue linie the bauhaus at the newsstand* (Kerber Verlag, Bielefeld, 2007)
- 5) Hohns, Ulrich, *Renaissance Hamburg Hotel from an Expressionist publishing house to a modern hotel* (Renaissance Hamburg Hotel, 2009)
- 6) Colomina, Beatriz, *Privacy and Publicity Modern Architecture as Mass Media* (Massachusetts Institute of Technology Cambridge, The MIT Press, 1996)
- 7) Friedman, Alice T., *Woman and the Making of the Modern house* (New York: Harry Abrams, Inc., 1997)
- 8) Laan, Barbara, *A Tailor Made Suit: The Sonneveld House* (Rotterdam: NAI Publishers, 2001)
- 9) Kirsch, Karin, *The Weissenhofsiedlung* (New York: Rizzoli International Publications, 1989)
- 10) Joedicke, Jurgen, *The Weissenhofsiedlung Stuttgart* (Stuttgart, Karl Kramer Verlag 1989)
- 11) ドロステ, マグダレーナ, 「バウハウス」 (Taschen)
- 12) タウト, ブルーノ, (斉藤理訳) 『美しい住居 作り手としての女性』 中央公論美術出版 2004年
- 13) シュバイテル, マンフレッド, 「ブルーノ・タウト 1880-1938」 一篠彰子・新見隆訳、(セゾン美術館, 1994)
- 14) 「クッションから都市計画まで ヘルマン・ムテジウスとドイツ工作連盟:ドイツ近代デザインの諸相1900-1927」 (京都国立美術館, 2002)
- 15) ゲイ, ピーター, 「ワイマール文化」 亀嶋庸一訳、(みすず書房 1987)
- 16) ラカー, ウォルター, 「ワイマール文化を生きる人びと」 脇圭平 他訳 (ミネルヴァ書房 1980)
- 17) 利光功・宮島久雄・貞包博幸 編「バウハウスとその周辺 I」 (中央公論美術出版, 2007)
- 18) 利光功・宮島久雄・貞包博幸 編「バウハウスとその周辺 II」 (中央公論美術出版, 2007)
- 19) 平井正・岩村行雄・木村靖二「ワイマール文化」 (有斐閣 1987)
- 20) マン, ゴーロ, 「近代ドイツ史」 上原和夫訳、(みすず書房 1986)
- 21) フリードリク, オットー, 「洪水の前 ベルリンの1920年代」 千葉雄一訳 新書館 1985
- 22) 木谷勤・望田幸男編著「ドイツ近代史」 (ミネルヴァ書房 1992)
- 23) ホイ, スーエレン, (椎名美智訳) 『清潔文化の誕生』 紀伊國屋書店 1999年
- 24) アシェンバーク, キャスリン, (鎌田徬月訳) 「不潔の歴史」 (原書房, 2008年)
- 25) 「タマラ・ド・レンピッカ」 (Taschen GmbH) 2006年
- 26) 塚口眞佐子, 「ファブリックへのまなごしの変容」 (社)日本繊維製品消費科学会誌「消費科学」2010年1月

**Behind the Evolution of Modern Design**  
**Research into the Circumstances of 1920's -1930's - 4 -Around Bauhaus and *die neue linie***

Osaka Shoin Women's University Faculty of Liberal Arts Department of Interior and Environmental Design  
Masako TSUKAGUCHI

Abstract

This paper, 5<sup>th</sup> issue of the serial work, *Behind the Evolution of Modern Design*, reports the social and cultural circumstances of 1920's and 1930's around Bauhaus. In the extremely politicized society at that time of Germany, quite a number of criticism from the rightwing against Bauhaus repeatedly coming out on media caused ironical results; Although most of those criticism were harsh attacks, Bauhaus and its modern design began to acquire social status thanks to reinforced presence by media, eventually even to be appeared on luxury family magazine *die noie linie*. Not only such power of media, the drastic social change towards hygienic life also made contribution to the spread of modern design as well. One of the principles of modern design definitely eliminated decorative, so to speak dust-gathering, furnishing. The missionary of modern design worked on public capitalizing the hygienic thought.

This paper also reports the magazine *die noie linie* from the viewpoint of its connection with Bauhaus. Besides Walter Gropius, the founder of Bauhaus, and Laszlo Moholy-Nagi, a main graphic-design master, there gathered a lot of superb Bauhaus alumni around this magazine, as for designers and contributors. Along with the political condition growing more and more rightwing, the editorial concept managed to follow this tendency as a tactics of survival. Once the modern design coming out on conservative pages, formerly considered to be leftwing or avant-garde design, it became tinged with the flavor of the Establishment, equivalence of elegance and elite status.

Keywords: media on Bauhaus, criticism against Bauhaus, Bauhaus promotion, *die noie linie*, hygienic idea connected with modern design