

津川康雄『地域とランドマーク—象徴性・記号性・場所性—』(古今書院、2003)と  
ロラン・バルト『エッフェル塔』(筑摩学芸文庫、1997)の考察

今期、私は津川康雄氏の『地域とランドマーク—象徴性・記号性・場所性—』(以下『地域とランドマーク』)を取り上げた。本書に決めたのは、タイトルに「記号性」という言葉が含まれていたことと、ランドマークというものは私たちにとってどのような意味を持つのか気になったことがその理由である。本書は序章と終章を含めると全 11 章から成り立ち、

- ・ランドマークとは何か
- ・ランドマークと都市との関わり
- ・ランドマークに私たちが抱くイメージ

などについて、具体的な事例や写真を用いて説明する。本書の主題のランドマークとは、私たちが空間を認識する際に指標となるような自然物、構造物のことを指す。そのためランドマークは人間が行動するのに不可欠であるように思えるが、津川氏によるとランドマークをテーマとして取り上げた論考は未だ発表されていないようである。

本書の「第 1 章 ランドマークとは何か」で津川氏が述べていることによると、ランドマークの要件とは

- ・地理的空間で特徴的な形態を持つこと
- ・社会あるいは個人に認識されていること
- ・シンボリックな景観、風景を構成していること
- ・人々の空間行動に影響を及ぼすこと
- ・物理的、心理的なその位置が明確であること

である。ランドマークは象徴性・記号性・場所性・認知性等の諸要件から成るということだ。以下は津川氏が作成したランドマークの特性を示す図である。

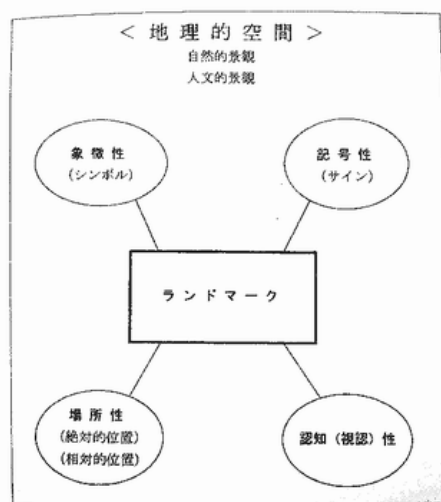


図 1-1 ランドマークの特性  
(津川原図)

では実際にランドマークとはどのようなものかという、私たちが一番よく知っていそうなものでは東京タワーがある。東京タワーは視認性が高く、東京あるいは日本のシンボリックな存在であり、人々に訪れてみたいという欲望を喚起させる。同タワーは、昭和 32 年に「関東一円にテレビ電波を送信するための電波塔」であり、「第二次世界大戦後の復興

の証として、人々に地震と希望を与えたいという意図」を持って作られた、テクノランドマークである（「」部分は『地域とランドマーク』p. 178 より引用）。同じような大規模なテレビ塔は名古屋や札幌にも存在する。名古屋市は第二次世界大戦後に徹底した土地区画が行われ、久屋大通という名古屋のシンボリックな道路が敷かれた。久屋大通は名古屋テレビ塔を含み、そのほかにも公園や国際親善広場などが設けられている。平成元年にはフランスのシャンゼリゼ通りと民間主導の友好提携を結んだらしい。名古屋市の久屋大通と、フランス・パリのシャンゼリゼ通りのこの友好提携から、「道路が都市のシンボルゾーンとして位置付けられる共通性を両者に見出すことができる」と津川氏は述べている。そのシャンゼリゼ通りがあるパリには、シャンゼリゼ通りと並ぶ位に有名なエッフェル塔がある。エッフェル塔もまたパリを代表するランドマークであり、ランドマークを考える際の良い材料となるだろう。そこで今回は、ロラン・バルトの『エッフェル塔』を参考に、ランドマークの概念について再考してみることにした。

フランスの作家・モーパッサンがエッフェル塔を見たくないがためにエッフェル塔の中にあるレストランでしばしば食事をしていて、という記述から『エッフェル塔』は始まっている。パリの中では、エッフェル塔の中に入ってしまうことでしかエッフェル塔を見ない方法はないということだ。これは、エッフェル塔の視認性の高さを端的に表している。ランドマークの要件として津川氏が挙げた、視認性の高さにおいてははかかなり秀でていて、エッフェル塔は、人々から眺められるばかりではない。バルトは、人々がエッフェル塔を訪れその展望台からパリのパノラマ風景を眺めた時、エッフェル塔は「視線」となる、と言っている。人々がそこから眺めた瞬間からエッフェル塔は「視線」であり、外から眺めればそれは「事物」である。この「視線であり、事物である」ことが、「塔のもっとも強烈な生命であろう」とバルトは述べる。たしかに、日本の城郭を例にとっても人々はそれを外側から眺め、その天守の中に入って周囲の景色を眺めることもできる。私は、「見る・見られる」という関係性を塔や城郭などの1つの構造物あるいはランドマークが担う事ことで、それらの象徴性や存在が強調されるのだということをバルトは言いたいのだと思う。

しかし、エッフェル塔や日本の名古屋城など一部のランドマークにはそれを適用できるが、全てのランドマークが「見る・見られる」という関係性を持ちうるわけではないだろう。全てのランドマークは「見られる」ことが大前提であるが、ランドマーク自体が「視線」となって辺りを「見る」ことができるのは城郭や塔、津川氏の著作で取り上げられた大観音像や山などその中に入ることができる、もしくはその上に登ることができるものだけである。「見られる」と同時に「見る」こともできるランドマークは、塔のように人間が入る、あるいは上ることができるほどの場所、大きさを持っていなければならない。そのランドマークに立って周囲を眺めるとき、人は自分とランドマークの位置をもっとも明確に知ることができるだろう。『エッフェル塔』の中でバルトは、「エッフェル塔がパリに投げかける一べつほど能動的なものはないのである」として、その「一べつ」(観光客の視線)を「解説」と名付けている。エッフェル塔に登ると、エッフェル塔からパリを一望しているが凱旋門はどこにあるのだろう、などと人は図らずも視線を巡らせあれこれと考えてしまう。知性を働かせているのである。この「解説」によって、「見る」ことのできるランドマークは単に「見られる」だけのランドマークよりも強いイメージを人々から勝ち取れるのではないかと思う。

津川氏は『地域とランドマーク』の中で、ランドマークの要件を多くの例を使って明らかにしてきたが、バルトは『エッフェル塔』の中で、エッフェル塔だけを題材にその性質や機能を明らかにした。私がこの2つから理解したのは、ランドマークを考える際には視点が重要になるということである。ランドマークの見方・視点を津川氏は『地域とランドマーク』の中で重視していたが、『エッフェル塔』から私は新たにランドマークから見るという視点を得た。そしてランドマークは、ランドマークそれ自体と、それを見る人、さらにランドマークが存在する場所の3要素から成り立ち、どれも相互に影響を与え合うものだと思いついた。ランドマークの形態によって、我々はそれを道標にしたり展望台として利用したりする。ランドマークは常に目立つ存在でなくてはならないため、周囲からいかに突出しているか、周囲の建物や自然がどのようななりをしているかが重要となる。こういった相互の関係が、人々の空間イメージを形成しメンタルマップを作る要素となるだろう。以上が今回の考察だが、ランドマーク研究はまだあまり深められていない分野のようなので、自分でも立ち入ることができるかもしれない。

#### 参考文献

- 津川康雄『地域とランドマーク—象徴性・記号性・場所性—』、古今書院、2003  
ロラン・バルト著『エッフェル塔』、宗左近・諸田和治訳、筑摩学芸文庫、1997