

特集・都市の魅力—第三の生活空間②

# 都市遊び

〈物語〉消費としての都市体験

岩見 和彦

—— 居住空間の「政治学」 ——

今では一般的になった、LDK（リビング・ダイニング・キッチン）という空間がある。これを設計する建築家は、とうぜんここでは洋風の椅子生活を基調とした家族の飲食・団欒・接客行動などが繰り広げられることを予想しているにちがいない。西洋の映画やテレビドラマで見られるLDK（のような）空間の、正しい使い方、空間利用の処方箋を明に暗に思い浮かべながら設計し、住み手側も自覚的にかどうかは別にして、たいていの場合それに従う。

床材・壁面処理、窓・ドア・戸棚・コンセントなどの位置といった初期条件もあって、同じ

間取りのLDKには、同じような場所にダイニング・テーブルや椅子、テレビ、ソファ・セッティングがだいたい置かれることになる。一階から最上階まで同じ間取りのマンションなどで、そうしたモノの置き方を調べると、驚くほど似ているのがわかる。屋上から下を透視したら、ほとんど同じ所に重なってしまふほどだ。言い方を変えたと、設計者による空間利用＝分節／統合の様式の規定力が大きく、逆に住み手のセッティングの自由度を著しく制限していることになる。

と同時に、これも調査によって明らかになっていることだが、そうしたLDKの実際の使用状況は、さきの映画やテレビのものとは必ずしも一致しているわけではない。奮発して購入した

オシャレで豪華なリビング三点セットも、たとえばソファは座るよりもゴロ寝に使われることが多かったり、洗濯物をたたんで置いておく場所だったり、また冬場にはティー・テーブルの代わりに電気こたつが登場し、その背もたれとしてソファが用いられるといったように、生行動場面の日常は、住み手によってかなり自由に組み替えられた世界として現れる（商品科学研究所・C D I・『生活財生態学』）。

居住空間から話をはじめたのは、このように狭い小さな空間でさえ強制と自由、枠組みと逸脱といった作り手と住み手の、けっこうすれ違ったりと見出されること。そして生活者や使用者の日常生活体験の位相がなかなかにした

- 一—— 居住空間の「政治学」
- 二—— 経験の豊穡さ
- 三—— 都市生活における〈物語〉消費
- 四—— 都市の〈遊び〉文化
- 五—— 都市を〈遊ぶ〉能力
- 六—— 都市遊びのパラドックス

たかなものであること、を確認しておきたかったからである。そこには、他者の行動を仕切ろうとしているある意思と、それに抗して自分の世界を部分的にしる再構成しようとする生活者の意思とのせめぎあいが見られる。おおげさに言えば、居住空間をめぐる政治学がある。もちろん、同じことは都市と住民との間でも見られる。

## 二——経験の豊穡さ

イーフォー・トゥアンという地理学者の、環境や景観と人間のかかわりを探究した仕事で、今多くの人の注目を集めている。近代人の自己分析の書としても読め、おもしろい。現象学的な視点の導入が、わたしたちに環境とか空間、場所といったものがある種わかりやすく説くのに成功しているのと同時に、「個人主義、自己、そして自意識—これらの言葉やそれに関連する概念は、完全に西洋文明の産物である」（『個人空間の誕生』）という立場の表明がラディカルな響きと心地よさをひきだしているからでもあろう。

かれの主張の一端をわたし流の言葉で要約すると、こうなる。

従来、都市化という言い方で表そうとしてき

たのは、他者・外部・環境と自己の境界を強く認識した個人が、「近代社会」のとてつもなく大きな「力」によって翻弄され、いっそう孤立化していくプロセスでもあった。そこで人は必死になって、自分の世界を囲い込み、内なる神としての自我を信仰し、私的領域の充実を志向した。当初は家族などの親しい集団による共同性が戦略的に選ばれたが、やがて個人化は貫徹して行く。現代家族の個人化傾向をとらえて、マイホーム主義から「ミーホーム主義」へ（博報堂生活総合研究所「『分衆』の誕生」と指摘されたりするのもそのへんの事情を端的に物語ってくれている。このような空間の個別化によって自意識が強化されていくに다가って、逆説的なのだが、自己中心で変幻自在性という特質をもった主観主義の脆弱さが浮き彫りになるというデレンマこそが、現代人に宿命づけられた揺らぎの源泉なのである」。

しかし、ここでの文脈に照らしてわたしがもつとも注目したいのは、人間が「動物と夢想家とコンピュータとが同居している」複雑な存在であって、その経験は、社会学者や社会計画家の単純な仮説ではとうてい表現しきれない豊穡さを有している、という人間観である。また、「大きく複雑な全体を創造するよりは、物事を個別に取り上げたり、小さく複雑なものや大き

いけれど単純なシステムを作ったりするほうが得意である」大建築家によって作られる理想都市は、審美的な観点からは美しいかもしれないが、その単純さゆえに、人間生活の多元的・重層的な豊穡さを掬いそこねてしまわざるをえない、という常識ともいえる認識なのである。この認識が、冒頭で述べた日常生活者のしたたかさへの感受性と同根であるのはいうまでもない。

## 三——都市生活における〈物語〉消費

では、都市生活者の日常生活とはいかなるものだろうか。

わたしたちの二十四時間をふりかえってみればいい。その行動記録は、おそらく雑誌の目次やテレビ番組欄と同じように、バラバラな内容の集積以外なものでもないだろう。同僚と昨夜の飲み屋は高かった……とかの話をしたすぐ後に、第三世界の深刻な食糧危機について講義し、空き時間には大学生協の本屋で釣り情報誌を立ち読みし、時間がきたので学内の委員会に出席、帰りに駅前のパチンコ屋で一時間ほど遊んで……といったある平凡な大学教員の日記だつて、いかに無関連で非連続的な膨大なコマ割りとなスナップ写真で構成されていることか。

不連続で無関連な無数の経験の時間的断片が、ただ自分の時間体験だというおぼろげな自覚においてのみ、つながっているかのようでもある。わたしたちの生活は、関連性を喪失した異種の断片的な体験を刻々と分沁しているだけかもしれないのだ。そして、このような分裂したありよう——社会学では「生活世界の複数化」と名づけられたりしている——を前提に、その一つひとつの部分・断片が、それを単独に刺激し光らせようとする「文明化」の営業戦略のターゲットとなってしまう。

靴やバックや時計を含めファッションのTPOは、わたしたちのそのような複数性を浮き彫りにしてくれる。着替えは、その人の演じる物語・役柄・舞台装置の変更を意味する。「複数の自己」がいろんな短編物語を編み上げていくような人生が、現代人の等身大の自画像なのではないだろうか。

何万人ものそうした「複数の自己」を乱反射させ、さまざまな断片・コマ割りを刺激的な演出効果のもとに浮き上がらせるのが、都市という装置である。居住、仕事という生活行動以外にも、たとえば、流行のファッションを（ウィンドウ・）ショッピングするとか、最新の建築学の粋を集めてできた超高層空間の迷宮ふりと眺望がもたらす眩暈を体験しに行くとか、情報

誌で評判のお店をはしごするグルメ食べ歩きだったり、またそうした遊びをしている近頃の同時代人たちをウォッチしたり、といった行動を誘い出すのである。ちょうど、ファッション博、建築博、グルメ博、「同時代人」博、シティ・リゾート博など、博覧会のミニチュア版を体験旅行するわけである。それは、都市が多様な商品として消費されているのと同じである。現代都市は、本質的に「博覧会都市」なのである。「地球の歩き方」ではないが、こうした博覧会都市の歩き方を教えてくれるガイドブックが、書店に所狭しと並んでいるのを見ればそうした理解の正しさがわかるだろう。

人が都市に出ていくのは、前述のようなパッチワーク的生活に、好みの都市体験を織り込もうとしているにほかならない。買いたいものがそこで売られているからだし、話題の映画やイベントが見られるからだし、なによりも友だちや誰かが行くというからついていたりするのだ。しかし、そうした消費や文化接触や同伴行動は、さまざまなマス・メディアによって提供される「動機づけ」によって意味を与えられているのが普通である。買いたいモノ・見たいイベントとは、マス・メディアが「いま、これがオシャレ」「これを見ないと、遅れてしまう」といった形で指示する対象を、自分の欲望とし

てコピー（複製）したものに過ぎない。友だち経由の場合は、孫コピーとも言えようか。こうした動機の提供は人にそうすることを必然ならしめる理由の提供であり、ある「物語」への勧誘である。かつての都会への憧れ、恐れを基調にした都市体験は現在もなくなつたわけではないが、都市情報の過剰なまでの普及を前に、ほとんど影をひそめたといつてよい。たいていの場合、現代人の都市行動は、「都市印の情報」を織り込んだ「物語」の消費行動として定義できる時代なのである。

わたしはこうした事態を、理論武装という言葉をもじって「情報塗装」と呼んでいる。断片に分割されたうわべを、塗装が剥げないうちに、つぎからつぎへと新しい情報で塗りかえていく、スベスベ・ツルツル人間のイメージ（身体加工、脱毛青年、アンドロイドなどの連想も可能だ）が、それである。

記号論的分析をもちだすまでもなく、消費社会における購買行動では、商品の機能を注視するのではなく、流行への同調、自己顕示、他者との差異化などもくろみのもと、その文化的コンテクストや思い入れが焦点化される。わかりやすく言えば、トレンドイ・ドラマのストーリーやファッション雑誌のキャッチコピーに埋め込まれた物語（のコマ）に自己同一化する

ための〈物語〉商品、すなわちおまじない（「ドラえもんポケット?」）を手に入れる場、それが都市なのである。もちろん、ここで同一化のための〈物語〉商品のカタログに載っているのは、すべて「短編」物語である。「ジュリアナ・トウキョー」での二時間が、全生活に拡大して長編化することは、まずないのである。

#### 四——都市の〈遊び〉文化

このような都市の時代にあつて、現代人の遊び行動は、どのように現れ出ているのだろうか。現在の都市は、遊びとそれに必要な遊び場のシステムを数多く持つことが期待されている。かつてのキャンペラ・ブラジリア、そしてあの筑波のような〈遊び〉の要素を欠いた空間ではありえない。むしろ、遊びを積極的に取り込んだエリアやコンセプトを、競って実現しようとしている。そういう遊びの装置化が進めば進むほど、しかし、遊びという懸念はいわば物象化され、遊具、娯楽施設、遊園地などの〈制度〉と結びついてしか観念されなくなってしまう、というパラドックスにおちいる。そのときの私たちの遊び行動は、都市へで〈遊んで〉いるにすぎない。

しかしながら、それは、遊び本来のパワーが

都市空間を組み替えるといった意味での、後述するような「都市へを〈遊ぶ〉」という表現とは区別されるべきだとわたしは考えている。

アスファルト塗装され柵で仕切られた運動場は、〈遊び〉が我々の心のなかでは独立した概念として存在するという証拠を表すに他ならない。この考え方は遊びそのものの本質とは無関係である。自尊心の強い子どもは運動場では遊ばないものである。遊びそのもの、子どもたちのする遊びの舞台は毎日変わる。屋内で遊ぶときもあるし、仲良しのガソリンスタンド、空家、川岸、週末で休みの工場現場などで遊ぶときもある。遊びと必要な遊び場は一つのシステムを形成する。このようなシステムが町の他のシステムと切り離されて独立に存在すると考えるのは間違いである。種類の異なったシステムが互いに重なり合い、さらに数多くのシステムとも重なり合う。ユニット、即ち遊び場としてみなされる具体的な場所も同様でなければならない。自然の都市ではどこでも見られることである。遊びはあらゆる場所でおこなわれる。遊びは大人の生活のすき間を埋めてくれる。（C・アレクサンダー「都市はツリーではない」）

アレクサンダーの有名な論文からの一節であ

る。〈遊び〉が本来の越境性を失い、社会生活の一部に囲い込まれて、他への影響力や世界の意味を揺るがす力を去勢され、飼い慣らされてしまい、「運動場」でしか遊べなくなってしまうような「ツリー・システム」として矮小化される人工都市——その変革をめざそうとする、きわめて説得的な文章でもある。

しかし、このような文章の登場自体、そうではない現実の圧倒的汎化を物語っている。現代では遊びという懸念が、あたりまえのように一人歩きし、またそれを支持してくれるような、遊び専用の〈舞台装置〉（大道具・小道具）が、つぎからつぎへと発明・開発される。さらに、それらはまるで懇切丁寧なシナリオのように、ここではこういうふう遊ぶのがオシャレであるとか、あそこではああいうファッションで遊ぶべき、といった細かなマニュアル文化に裏打ちされている。それらに従う人間とは、台本どおりにあやつられ遊ばされている人形にすらたとえたくなる。運動場でわかりにくかったら、いまでも色濃い、あの児童公園の設え、遊具を思い浮かべれば十分であろう。また、都市型遊園地、テーマパークでしか遊べないカップルなどは、その典型例である。

あらゆる機会にあらゆる場所で〈遊ぶ〉ことができるということを忘却してしまっただかのよ

うな都市デザイン。遊びがもつ、日常世界から離脱し、既存の意味の枠組みを越境してしまう力を思い出させてくれるのが、子どもたちの遊びであるはずだ、という趣旨の先の文章——いまは、こんなごくごくあたりまえの主張が、依然として、いやますます重要な意味をもつ時代なのである。

子どもたちの遊び自体、よく言われているように、ファミコンなどの電子玩具に支持されないといと遊べないといった変容を示しているのも事実である。だが、冒頭のLDKの話にもどせば、北欧家具の食卓をミニ卓球台に、ソファや椅子を宇宙戦の砦にしている子どもは、必ずいる。

同様に都市も、「自尊心の強い」遊びびと（△遊人（ゆうじん）▽とも呼んでおこう）たちの遊び心によって、都市計画家や都市空間のデザイナーの思惑をはみ出た遊びの舞台になっているに違いないのだ。

歩いていて気が向いたら、立ち止まり、気軽にビルの片隅やガードレールなどに腰掛ける。あまりにも自然と言えば自然な行為が、今までの日本人にはできなかった……街にいるということは、消費すると同義であった。消費者としてしか人々は街に参加できなかった。……

……路上に腰掛けていた少年の一人は、「喫茶店に自由がないから嫌いだ」「どこか店に入るより、街に出て遊んでいこうが楽しい」と言っている。ハコの中に吸収され、消費を強いられることに飽きた若者たちは、路上へと目を向け始めたのである。路上では、消費者と販売者との関係はなく、自由に街に参加することができる。……消費者としての役割しか担えなかった若者たちが、路上に飛び出して新しい自分たちの居場所を見つけ、さらに遊び文化を見つけようとしている……。

（『月刊アクロス』一九九〇年九月号）

ここでも、繰り返し述べてきた都市空間をめぐる政治学的現実の一端が息づいているのがわかる。どうやら、消費社会のシナリオ通りの遊び行動から離脱し、消費都市から遊び価値を奪回しようとする伏流がやや唐突に、しかし、したたかに生まれてきているようにも思えるのだが、どうだろうか。

### 五——都市人を△遊ぶ能力

生産より消費、仕事より余暇、本業より趣味、貯蓄より蕩尽、真面目より笑い、日常よりも祭り……にプラス価値が与えられるという時代の

変化に応じて、△遊び▽がもつ人間学的意義がクローズ・アップされている。

生活のすべては楽しむためにある。——  
「仕事」も「遊び」も「消費」も生活の部分として捉え、日常も非日常も同じように楽しめる能力が必要とされる。自ら楽しんでくることが無い人間に、生活創造をおこなうことはできない。九〇年代には、こうした個人の「楽歴」が第一に重視される社会が到来する。  
（電通『生活大予言・一九九〇』）

きわめてラディカルな大予言ではあるが、遊びが単に気晴らしだとか、リフレッシュだとかの手段的な価値以上のものであることをうたっている点で、重要な資料である。しかしよく見ると、上記の予言の実際的なトーンは、生活大國スローガンのコピーとして「楽」とか「遊」が元気に踊っている、と見た方がいいのかもしれない。

よく知られているように、ホイジンガの『ホモ・ルーデンス』では、遊びはつぎのように定義されている——それは、「本気でそうしている」のではないもの、日常生活の外にあると感じられているものだが、それにもかかわらず遊んでいる人を心の底まですっかり据えてしまうことも可能な一つの自由な活動、日常性、物質

的利害関係、手段的価値といったものと対立する目的的な活動である。と。

この定義通りだとすれば、遊びは何かのためのものであったり、それが日常化してしまったりすると、もはや遊びとは言えなくなる。だが、実際には一日二十四時間、一年三百六十五日の全部を遊んでいるわけにはいかない。そういう意味では、あくまでも人生・生活の充実策として遊び価値を戦略的に取り込む提案のほうが現実的だろう。遊び価値賞揚の経済的・精神的効果は、ある社会のシステムに適合的に結びつく限りにおいて追及の対象となる。現代日本において、そのキーワードを探すとすれば、レジャー・余暇がそういった意味での社会適合的な価値であるに相違ない。

生涯にわたる学習の必要性については、様々な理由により、様々なことばで提言されているが、これを整理すると職業能力開発とレジャー能力（自由時間を有効に使う能力）の開発という二つの要請に分けて考えることができる。特にレジャー能力の開発のための学習については、自己開発、自己実現に向けて行動する人が増加するなかで、その必要性が高まっている。（経済企画庁国民生活局『生涯レジャー学習』）

仕事人間・会社人間は時代遅れ、休日是一日中ぼーっとしているようなことではだめ、人生を創造的なものとするためにちゃんと遊べる人になりなさい、ということだろう。それにしても、「自由時間を有効に使う能力」の開発とは、いったい何を意味するのだろうか。もちろん、自由時間を何かのために使うべきだというのは、パラドックスである。自由とは、そうした外部の干渉・強制から自由なのだし、ある価値の実現の程度を測定しようとする合理主義に立った「有効」観念も、自由とは相いれないはずだからである。

## 六——都市遊びのパラドックス

都市△で▽遊ぶ、という表現は、こうして遊びが制度化されたものとしてのレジャー概念と対応している。そして、都市△を▽遊ぶ、という言い方が、都市計画家や建築家の思惑から自由な、△遊人▽による都市空間の自由な解釈・本来の遊び行動だとするならば、前述の路上に腰掛ける若者の行動こそがそれにあてはまる。しかもそれも、「腰掛けられるように作った」場所ができることによって、都市△で▽遊ぶ、に変えられてしまうことだろう。両者の関係はどのように把握できるものなのである。

ここで、イーフォー・トゥアンのもう一つの議論を紹介しよう。かれによれば、環境と人間の経験とは、二つの異なった意味作用において系統づけることができる。空間（スペース）と場所（プレイス）の対概念である。前者の空間は、抽象性・運動・自由性・憧れ・冒険・解放性・未知といったものを志向するイメージ、後者の場所は、具体性・休止・安定性・愛着・限定性・馴染みなどのイメージ、意味と結びつくという（『空間の経験』）。これまでなんの定義もなしに使ってきた都市空間という言葉は、とうぜん空間のイメージでとらえられる自由・未知といった意味につながっているわけだから都市△を▽遊ぶという表現と親和する。一方、都市△で▽遊ぶは、いわば定番の△物語▽商品の購入なのだから、安全や馴染みといった語と結びつく。イーフォー・トゥアンは、都市化の勢いが都市生活者たちの匿名性や無機的な関係性にたった「空間」主義への傾きをもたらしてきた流れに対して、人の思い入れやアメニティを大事にする「場所」主義の復権を主張している。その意味で、ジャンゲルや迷宮やハレのイメージとは違った、くつろぎや休息にいきなう馴染みのところが都市にも必要なだろう。

けれども、両者の関係を単に対立・拮抗する

ものにとらえるのは間違いである。都市は、オセロゲームのように空間と場所のダイナミックな反転劇の舞台となるはずだからである。馴染みは冒険を、運動は休息を、といったぐあいに図と地を反転させながら、都市を舞台に生活者の経験は繰り上げられていく。都市の活力は、そうしたダイナミックな「遊人」たちのゲーム能力に依存しているのである。

〈参考文献〉

商品科学研究所・C D I 『生活財生態学』リ  
ポート、一九八〇  
イーファー・トゥアン、山本浩訳『空間の経験―  
身体から都市へ』筑波書房、一九八八  
イーファー・トゥアン、阿部一訳『個人空間の  
誕生―食卓・家屋・劇場・世界』せりか書房、

一九九三

岩見和彦『青春の変貌―青年社会学のまなざ  
し』関西大学出版部、一九九三

吉見俊哉『博覧会の政治学』中公新書、一九  
九三

〈関西大学社会学部教授〉