

地理的イメージの研究

内田順文

報告番号 甲第 2506 号

①

# 地理的イメージの研究

内田順文

## 目 次

はじめに 本研究の位置づけと目的	2
第 I 部 総論—場所イメージの成立ちと記号化—	
第 1 章 場所イメージとは何か	11
1. イメージ	11
2. 場所と場所イメージ	21
3. 地理学における認知研究	24
第 2 章 場所イメージの成立ちと記号化	28
1. 記号論について	28
2. 個人的な場所・個人的な地名	38
3. 社会的な地名・個人的な場所	44
4. 社会的な場所	49
第 3 章 芸術作品における場所イメージの記号化	59
1. 文学作品における場所イメージの記号化	63
2. その他の芸術作品における	
場所イメージの記号化	69
第 4 章 比喩的認識に基づく場所イメージの記号化	75
1. 比喩的認識について	75
2. 場所の換喩的認識	81

3. 場所の隠喩的認識	91
4. 比喩的認識と場所イメージの記号化	106
第5章 場所イメージの記号化と経済的価値	112
第6章 記号関係の変化	118
1. 空間の変化による記号関係の変化	118
2. 地名の変化による記号関係の変化	120
3. 人為的操作による場所イメージの 変化とそれに伴う空間の変化	123

## 第Ⅱ部 特論—記号化した場所イメージの諸相—

第7章 軽井沢における場所イメージの記号化	
文学作品などからみた場所イメージの変遷	130
1. はじめに	130
2. 軽井沢のイメージの形成と変遷	133
(1) 明治前期 宿場町としての衰退	133
(2) 明治後期 避暑地としてのスタート	136
(3) 大正期・昭和初期 開発と文学	141
(4) 戦中・戦後～40年代 混迷の時代から大衆化と俗化へ	147
(5) 昭和50年代以降 現在の軽井沢	151
3. 軽井沢地名の分布の拡大と場所イメージ	152
(1) 軽井沢・旧軽井沢・新軽井沢・ 南軽井沢・千ヶ滝	153

(2) 中軽井沢・沓掛	160
(3) 西軽井沢・御代田	161
(4) 場所イメージの利用と軽井沢地名の拡大	163
4. 軽井沢のイメージの記号化　結びにかえて	164
第8章 場所イメージの記号化と都市の「風格」	
換喩的認識に基づく場所イメージと	
場所イメージによる都市の評価	174
1. はじめに	174
2. 都市の「風格」	180
3. データの収集と集計結果	184
(1) データ収集の方法	184
(2) 都市の「風格」の評価	188
(3) 都市のシンボル	191
4. 都市の「風格」の分析	198
(1) 評価パターンによる都市の分類	198
(2) 都市のイメージと「風格」の関係	203
(3) 都市の「風格」の意味	208
5. むすび	215
第9章 「小京都」にみる場所イメージの記号化	
隠喩的認識に基づく場所イメージ	221
1. はじめに	221
2. 「小京都」のイメージ	224
(1) 従来の小京都の定義	224
(2) 小京都の歴史	226

(3) 小京都とみなされている町	
研究対象の選定	229
(4) 「小京都」という名称	235
3. 小京都に共通するイメージの分析	
小京都の意味について	240
4. むすび	
隠喩的認識としての「小京都」の意味	259
結 語 本研究の要約と今後の課題	271
文 献	280
あとがき	290

## 図表目次

2-1図	サインとシンボル	30
2-2図	「イヌ」の語にみる記号関係	30
2-3図	コミュニケーションの過程	32
2-4図	コノテーションと高次言語（メタ言語）	35
2-5図	個人的な場所	37
2-6図	個人的な場所と地名	40
2-7図	社会的な地名と個人的な場所イメージ	46
2-8図	社会的な場所イメージと社会的な場所	52
2-9図	一人の人間が持つ地理的知識	54
4-1図	「ロシア」と「熊」の比喩的關係	93
4-2図	「××の○○」式の隠喩にみる隠喩的認識	95
4-3図	比喩的認識と名数化	105
4-1表	都道府県のシンボル・イメージ	84
4-2表	日本の主要都市とその姉妹都市	98
7-1図	研究対象地域と別荘地帯の拡大	134
7-2図	別荘数と観光客数の推移（軽井沢町）	140
7-3図	軽井沢等の地名を冠した施設の分布 （50音別電話帳による）	155
7-1表	邦人・外人別避暑客数の推移	140



7-2表	軽井沢を舞台にした主な文学作品と 作品中軽井沢の描写に用いられたキーワード	146
7-3表	軽井沢等の地名を冠した施設の数の変化 (軽井沢町・50音別電話帳による)	156
7-4表	軽井沢等の地名を冠した施設の数の変化 (御代田町・50音別電話帳による)	157
8-1図	調査の対象とした70都市	185
8-2図	70都市の「風格」の評価	188
8-3図	評価パターンによる都市のクラスター分析 の結果	197
8-4図	都市の「風格」評価の図式	202
8-1表	回答者の属性(年齢と居住地)	186
8-2表	70都市のシンボル	192
8-3表	特定のシンボルの記入の有無による評価の差 についてのt検定の結果	204
8-4表	都市のシンボルの有無による分散分析の結果	206
8-5表	数量化理論I類の結果	209
8-6表	70都市の「風格」の推定値と計測値	210
9-1図	「小京都」と呼ばれている都市の分布	232
9-2図	数量化理論2類から得たケース得点分布 による小京都の判別	258
9-3図	旧城下町の近世における石高と現有人口	

	の関係	263
9-1表	「××（地名）の○○（地名）」の 比喩的表現に用いられた地名	228
9-2表	資料ごとにみた「小京都」としての採録 の有無	230
9-3表	小京都と呼ばれ始めた時期と契機	234
9-4表	地誌や特集本にみる「小京都」としての 名称の記載の有無	236
9-5表	小京都についてのアンケート調査の結果(1)	241
9-6表	小京都についてのアンケート調査の結果(2)	242
9-7表	小京都についてのアンケート調査の結果(3)	243
9-8表	各市町の観光キャッチフレーズと 「○○の小京都」名称	244
9-9表	19変数による数量化理論2類の結果	254
9-10表	5変数による数量化理論2類の結果 得られた各市町のケース得点	257

地理的イメージの研究

は

# 地理的イメージの研究

## はじめに—本研究の位置づけと目的—

数学が抽象的な数と量の世界を対象とし、生物学があらゆる生命現象を扱う学問であるというように、それぞれの学問分野に守備範囲とでもいうべきものがあるとするれば、地理学は地表及びそこに展開する諸事象を対象とする学問であるといえよう。ここでいう地表とは、人間が生命活動を営んでいる空間のことであり、言い替えば、地理学の対象とは人の生活空間であるということになる。したがって、地下街が建設されている地下十数メートルの地点も、ジェット機が航行する高度一万メートルの空中も、その意味で地表であるし、石炭や石油が埋蔵される地底深くや大洋の底、さらには地震や火山活動の原因となる地殻とマントルの境界あたりの動き、さまざまな気象の原因となる対流圏や、そのさらに上方の気圏の状態なども、人の生活に影響を与えるという点において、やはり地理学の対象の一部だとみなすことができる。この考えを当てはめると、かりに人類が月に頻繁に行くようになれば、いずれ月の表面も地理学の対象となるはずである。

おそらく人類の文明の誕生とともに始まり、今日に到る地理的認識ないし地理学の歴史は、人間が自分を取り巻く空間について、あらゆることを知ろうとしてきた努力の積み重ねであったといえよう。そしてそこには、二元論に見られるような、人間対自然という図式がつねに横たわっていた。その中で、近代地理学は主体としての人間に対峙する客体としての地表及び地表事象を正確に記述し、さらにはそこに見られる秩序や規則性までも発見してきたのである。

しかし、地理学も近代的な学問として成熟するにつれて、他のとくに自然科学系の諸学と同じく、より分割的・還元主義的な方向へと、学科内の細分化がさらに進む傾向にある。そのこと自体は、決して悪いことではないと、筆者は考えるものであるが、かつての地理学の主流を占めていた総観的・統合的な視点を、科学的ではないからといって自ら放棄する必要もまたないと思われる。元来、地理学が自然と人間との接点に位置する学問分野であったとすれば、現代のように極端な専門化が進んだ時代にこそ、その統合的な視点をもって、現代科学の見失いがちなところを補完することもできるのではなからうか。

奇しくも、物理学や生物学において始まった、現状に対する新たな変革の波は、心理学や経済学を経て、地理学へも影響を及ぼし始めてきた。近年の地理学における、

いわゆる人文主義地理学など新しい波の進出も、科学全体（あるいは人類全体）の価値観の転換の兆しと何らかの関係があると、筆者は考えている。とくにこの価値観の転回は、例えば「宇宙船地球号」という比喩にみられるように、地球という環境に対する認識の変化とつながりを持っていることから、地理学のテーマとも関係の深いものである。あるいは、自然対人間という環境論の視点が、地理学においては早くから認識されていたものであったことを思えば、世の中の視点が地理学的なそれに近づいてきたと言えるのかもしれない。

今日の地理学を振り返ってみると、自然環境・経済現象・景観の変化などのいずれを扱う場合にも、客観的な形態や機能を追求するあまり、自然と人間のうち、対象としての自然ないしは現象自体の方に重きがおかれ、それに対する主体としての人間の部分は省みられることが少なかった観がある。それは、今日の我々の社会が、自然科学万能、経済原理最優先の価値観のもとで動いており、またそれによって発展してきたことと、おそらく無関係ではない。

しかし、観察者から完全に隔離された客観的な対象を扱うことだけが科学ではあるまい。少なくとも、それだけが地理学者の好奇心の対象の全てではない、と思われる。本来、地理学のテーマが自然と人間との相互関係を扱うことにあったとすれば、つねに人間の存在が意識さ

れなければならないし、その人間とは物理的な存在としてのニンゲンではもちろんなく、こうして生きて実際に生活している我々と同じ人間のことであったはずである。このような見方は、人間と自然とを主体と客体との関係としてみなす方向へ導き、客観に対する主観の導入へとつながるが、主観的であるということは、必ずしも非科学的であることを意味しない。むしろ地理学において主観性と客観性は、ちょうど地理学の対象としての自然と人間がそうであるように、車の両輪のようなものであり、どちらも地理学にとって必要なものであると考える。地理学が自然に対する人間の部分と関与している限り、地理学は科学(science)であると同時に芸術(art)としての性格も持っており、科学と芸術という二つの側面を併せ持っていることこそ、地理学が他の自然科学や人文・社会科学のさまざまな学問分野と一線を画する最大の特徴ではないかと考えるものである。

実は、このような考え方は、今からもう40年以上も前にWright(1947)によってすでに語られていた<sup>1)</sup>。Wrightは、今後の地理学者たちに残された「未知の土地」として我々の主観的な世界を提示し、地理学にも適度の審美的主観性を導入することを提唱する。そこには、旅行書・新聞・雑誌・小説・詩・絵画といったものをも含むインフォーマルな地理学にも見るべきものがあること、どのような種類の人間にも地理的知識が存在し、人間の関

係するほとんど全ての行動に影響を与えていること、などがすでに言及されており、また、主観性は客観性のアンチテーゼではなく、主観性と客観性とは本来両立すべきものだとの見解も述べられていた。

たしかにWrightが予見したとおり、メンタルマップ研究や人文主義的な研究などによって、地理的知識そのものとしての、いわゆるイメージが地理学でも取り上げられるようになって久しい。<sup>2)</sup>近年では、わが国の地理学界でも、あらゆる地理的知識をも含む広い意味での地理思想に対する関心も高まりつつあり、意識や知識といった主観的領域まで地理学の題材として扱うことの必要性が認識されはじめている<sup>3)</sup>。ただ多くの場合、その際のイメージは曖昧模糊としたものであり、実証的研究ではブラックボックスとして所与のものとしてされたり、記述的研究においても、ある場所のある時代のある特殊な地理的イメージといった、非常に限定されたレベルでのみ取り上げられることが多かった。

もちろん、それぞれの地理学の方法論に従って地理的イメージを分析的あるいは個別的に捉えることは必要であるし、多くの実りある結果を生んでいるが、その一方で地理的イメージそのものの概念を一般化し、他の地理的概念との関係を理解して、この種の研究に枠組みを与えることも必要なのではなからうか。

本研究は、分析と統合、主観と客観という二つの方向



性を併せ持つ、地理学的なものを見方をベースに、地理学を取りまいているさまざまな学問領域にも敢えて踏み込み、主体によってとらえられた世界、すなわち地理的なイメージについて、あらゆる角度から切り込んでみたいと考えている。

そこで本研究は、まず第Ⅰ部（総論）において、そのような地理的イメージ全般に関わる、概念的な枠組みについて考え、とくに地理的イメージ（筆者のいう場所イメージ）の持つ記号的な側面に光を当てることによって、我々の日常生活の中での、地理的イメージの記号としての働きについて概観し、その位置づけを明らかにする。その際、場所イメージという、人のあらゆる精神的・物理的行動の基礎的な部分を構成するイメージを通じて、おそらく地理学を含む、さまざまな学問領域と係わることになるだろう。

さらに第Ⅱ部（特論）では、第Ⅰ部において明らかにした場所イメージの記号としての働きについて、現実に行っているさまざまな事象の中から、その典型的な例をいくつか取り上げ、実証的に検証することによって、記号としての地理的イメージ（場所イメージ）と地理的事象との関係を明らかにする。

## 注

- 1) 彼が提唱した、あらゆる観点からの地理的知識についての研究分野である、geosophy（「地識学」とでも訳せよう）の概念は、本研究が扱う地理的イメージのそれとほとんど同じと言ってよい。
- 2) メンタルマップについては、第1章第3節で論述する。
- 3) 例えば、1984年度日本地理学会秋季学術大会シンポジウムでは「それぞれの時代、場所における人間の環境や空間などに対する意識や知識など、いわゆる地理的知識やイメージ、世界像、そしてそれに対してあらゆる表現手段を用いて表現されたものを広く地理思想としてよぶこと」が提案され（竹内・野田，1985，p.109）た。また、歴史地理の分野においても、「過去の地理をその当時の人間集団の立場になって、いかに環境を知覚してこれを評価し、この環境イメージを基礎にして意志決定をし、空間的行動を行って景観・地域をつくりあげたかを明らかにす」ることをも、過去の地理についての知識の領域であると認識され（菊地，1978）、儀礼空間研究、古絵図研究、山岳信仰研究などといった、主観的な空間認識

の研究が、近年盛んになってきている（歴史地理学  
会編，1985）

# 第1章 場所イメージの形成と記号化

## 1.1 イメージ

場所イメージとは、人が特定の場所を認識し、記憶し、表現する際に生じる心理的・感情的な印象の総称である。これは、視覚、聴覚、嗅覚、味覚、触覚などの五感を通じて得られる情報に基づき、個人の経験や価値観によって形成される。

## 第I部 総論—場所イメージの成立ちと記号化—

場所イメージの形成には、個人の経験や価値観が大きな影響を及ぼす。また、社会的・文化的背景も重要な役割を果たす。記号化とは、この複雑なイメージを簡潔な文字や図形で表現することであり、コミュニケーションの効率化を図るための重要な手段である。

本論文では、場所イメージの形成メカニズムと記号化の方法について詳しく検討する。まず、場所イメージの形成にどのような要因が関与しているかを明らかにし、次に、効果的な記号化の方法を提案する。これにより、場所イメージの伝達と共有が促進され、都市計画や観光開発に貢献するものを目指している。

## 第1章 場所イメージとは何か

### 1. イメージ

現代はイメージの時代であると言われる。実際、イメージという言葉はいろいろな状況のもとに、実にさまざまな意味をもって用いられており、むしろ今日ではこの言葉は我々の周囲に氾濫しているとさえ見える。確かにイメージという言葉からは、他の言葉（例えば「感じ」や「すがた」など）では言い尽くせないある種の特殊なニュアンスが感じられるが、裏を返せばそれはイメージの語が人それぞれにいわば勝手に定義されてきた結果、複数の意味を重複して持つに至ったからだ、とも言うことができよう。

一般に、哲学や心理学で用いられるイメージとは *mental image* あるいは *mental imagery* のことであり、ふつう「心像」という訳語が当てられ、人が過去の出来事を思い出したり、経験したことの無い対象を想像するとき、しばしば現在の近くには存在しないその出来事や対象を、具体的あるいは直観的に表すものとして意識される心的内容を指している（北村，1982）。リチャードソン（197

3)はあらゆる種類の心像として、残像・回帰像・直観像・記憶心像・類的イメージ・想像心像の六つを挙げたが、このうち前3者はイメージする人間の直接的な意識とは関係が薄い点から知覚に近いものであると考えられており、ふつうイメージと呼ばれているものは記憶心像・類的イメージ・想像心像のことである。この3種のイメージの違いについて、リチャードソンは次のような例を挙げて説明する。「たとえば、いま心の眼の中にもっている金槌の記憶心像は、自分の家の車庫の奥にある古い本棚の最上段にある特定の釘抜つきの金槌であり、また、その他の個人的なつながりの形跡をとどめない金槌の視覚的イメージというべきものである。それに対して、かたい黄金の頭部と滑らかな象牙の把手をもった金槌の心像は、そのイメージをつくりあげたついきさきまでの自分は、そのような金槌を見たことがないが故に、想像心像である。」(pp.74-75)

藤岡(1983)はこの3種のイメージの違いを「模写性」と「独自性」というイメージのもつ二つの特性から捉え、記憶心像とは自分の直接の体験によって作った特定の対象のイメージであって、この特定性をなくしてしまえば類的イメージとなり、逆に自分が意図した特殊な意味にふさわしいように特殊の形を与えると想像心像になるとしている。

つまり、イメージの語の中には、感覚を喚起した対象

がもはや存在しないところで想起される、感覚の再生物としての意味と、我々の幻想が欲しいままに生み出す創造物としての意味とがはじめから混在しており、このイメージの意味の曖昧さが、これから述べるように、哲学者たちが認識の形成に関して、イメージに与えた位置づけ、即ちイメージの本質に関する議論にも反映されてくることになる。

「イメージ」の語源はラテン語の *imago* だといわれる。*imago* が「模倣・写し」の意味をもつ *im* と、「導く・行う・演ずる」の意味をもつ *ago* とに分解でき、その意味が像・似姿・幻影・反映・写し・想念などであったことからわかるように、もともとイメージとは対象が主体の心の中へ移す影のようなものを指す言葉であった。ただし、それは知覚と違って対象が身の回りに実在している必要がなく、しばしば誤謬の原因になる点をもって、価値のないもの、もしくは排斥すべきものとして扱われることが多かった。ギリシアのストア派や中世のスコラ哲学など、古代・中世の哲学におけるイメージの扱いは、大体においてこのようなものであったと思われる（ベルニ、1957；水島・上杉、1983）。

近世の古典哲学者にとっても、イメージの問題は人間の認識について考える際に、避けて通ることのできないものではあったが、やはり理性に従わぬもの、真実を映

すものではないものとして否定的に扱われることが多かった。デカルト・スピノザ・ライプニッツ・パスカルなど、いずれもそうである。一方、経験論のロックやヒュームは、イメージに精神活動の中での可能な領域を認めたものの、やはりイメージを外界からの心への投影として捉える点で、古代以来のイメージの扱いを踏襲していた（ベルニ，1957；岡野，1977；松岡，1981；水島・上杉，1983）。

このように西洋哲学では、伝統的にイメージは感覚とよく似た、しかもあやふやなところのある、ものの「写し」として捉えられてきたが、カントはイメージを「構想力」即ち対象が現存しないのに直観において表象する能力によるものだとし、この構想力はその多様性における秩序によって、形象と概念とを結び付ける図式の役目を果たすと考えて、イメージを感覚の領域から分かっとともに、理解と創意というイメージのもつ二つの側面の間の区別を明確に設定した（ベルニ，1957；滝浦，1972）。同様に、ベルグソンのいうイメージとは創造的記憶のことで、人間の創意的精神を特徴づけるものに超理性的な感動の名称を与え、単なる夢幻的記憶としてのイメージとは区別した（ベルニ，1957；岡野，1977；松岡，1981；水島・上杉，1983）。

一方、現象学の創始者とされるフッサールは、対象をそれ自体として与えてくれるのではなく、単に彷彿させ



るにすぎないような働きを「現前化」と名付け、イメージを記憶や期待などと区別し、中性化された現前化と考えた（滝浦, 1972）。また、サルトルはイメージとしての対象は、知覚された対象とはまったく別のものであり、イメージとは非存在、非現実、不在のものについての意識であって、イメージと知覚とは思唯の互いに対立する二つの行為であると考え、イメージを知覚でも概念知でもない「準観察」として知覚と概念知との中間に位置づけた（ベルニ, 1957；滝浦, 1972；岡野, 1977；松岡, 1981；水島・上杉, 1983）。これに対し、メルロ・ポンティは、知覚が「地」であるとするればイメージはその上に描かれる「図」であると捉え、イメージを「外なるものの内在」であると同時に「内なるものの外在」であるとして、むしろ知覚との関連を強調した（滝浦, 1972；針生, 1976；松岡, 1981）。

また、イメージ（心像）は精神の科学的研究を目指す実験心理学においても早くから重要な研究対象であり、そこでは主としてイメージの機能（精神現象に果たす役割）が実験的に研究されてきた。イメージに関する研究は科学的心理学の先駆者であるフェヒナーやゴルトンにまで遡ることができ、1910年代から30年代にかけて、いわゆる構成心理学者と呼ばれる人々の手によってイメージあるいは表象の研究が盛んに行われ、この時期の心

理学の中心的課題の一つとなっていた。しかし、意識主義心理学におけるこれらの研究はイギリスの経験論や観念連合論の流れを汲んでおり、デカルト・ヒュームらと同じく、対象から来る刺激を前にしての精神の受動性しか考察せず、イメージ（表象像）と感覚・知覚像とが連合の法則によって作動し、学習や記憶や思考、さらに意志活動までも営まれるという考え方が基本にあった（リチャードソン，1973；北村，1982）。

他方、キュルペを中心とするヴェルツブルク学派やピネやスタウトらは、イメージと観念に人を導く高等な心理作用との類縁を強調し、とくに思考において本質的な役割を演じているのは直観的な表象像ではなく、非直観的な思考の概念作用もしくは知能であることを主張した。さらに、ゲシュタルト心理学は、心理過程の研究単位が部分的・要素的なものではなく、全体的なまとまりであるとした。

これらに対して、あらゆる意識的な現象をその主観性・非公共性のゆえに排除しようとする行動主義心理学は、それまでの意識心理学におけるイメージ研究を否定した。とくにワトソンらは、自己観察（内省）を中心とした方法を徹底的に排斥し、心理学の対象を意識から行動へと変え、刺激－反応（S－R）関係によって説明しようとしたが、この立場からはイメージのような心的事象を持ち出す必要は、もはやなくなつた（ベルニ，1957；岡野，

1977；水島・上杉，1983；ドゥニ，1989）。

その後、いわゆる新行動主義の登場により、（S-R）モデルから刺激-生活体-反応（S-O-R）モデルへの転換とともに、SとRを結び付ける媒介過程として心的過程を研究・理解しようとする立場が生まれたが、それはあくまで（S-O-R）モデルを説明するためのもので、心理学者による表象像やイメージの研究は1960年代に至るまで、ほとんど見られなくなってしまった。

ところが1970年代になって、再び表象像及びイメージの研究が心理学でも盛んに行われるようになってきた。その理由について北村（1982）は、①主観的な現象でも客観的な行動を左右する限り心理学の対象として取り扱うべき必要のあることの再認識、②狭い意味の実験心理学者のイメージについての関心、③中枢神経系についての研究の進歩、④思考・認知研究における人間の具体的な思考の研究の必要性、を挙げている。近年の研究には、例えばペイヴィオのように学習・記憶との関連からイメージの機能を重視する研究や、ナイサーのようにイメージを知覚活動の予期的位相と考え、高次の情報処理過程の一部として扱う研究などもあり、また一方では創造性におけるイメージの役割についても考察がなされ始めている（ナイサー，1978）。

イメージについて考え、イメージの語を用いてきたの

は哲学者や実験心理学者ばかりではない。発達心理学者のピアジェは子供と大人との間にはものの考え方において質的な相違があると考え、人間の思考が知覚—イメージ—概念（知能）の三つの段階を経て発達すると主張した。このうちの第二段階がイメージの支配する段階であり、主として幼児期に当たる。ここでいうイメージとは外界の事象の単なる知覚ではなく、ある対象のモデル化・図式化として考えられ、知覚とより高度な知的活動との中間に位置づけられ、両者に密接にかかわり合うものである（岡野，1977；北村，1982）。

また、フロイトやユングはイメージを無意識の世界の反映であると考え、精神分析学や異常心理学が夢や幻覚や妄想のイメージを扱うとき、そこには単なる感覚の模写でも論理的思考でもない、深い内的現実の表現としてのイメージの姿があるとした（水島・上杉，1983）。

一方、芸術的表現としてイメージを捉える人々にとって、イメージは創造的な意味をもち、単なる知覚とは全く異なるものである。それは芸術を創造する主体の内的な世界の表現であり、例えばリードはイメージを観念や思考に先行するものとして高く評価し、そこに芸術の本質を認め、ランガーはイメージを感覚経験からはっきりと区別し、現実の印象の流れから概念を生み出して行くための最も簡便な道具だという（岡野，1977）。また、

写真工学や映像論の分野では、イメージは慣例的に映像及び画像の意味で用いられている。それは主題の知覚体験と類似したものの再現として理解できる。

さらに、さまざまな集団や社会に位置づけられて生活している主体としての人間のイメージは、強く社会の影響を受け、社会的な枠組みを反映していると考えることにより、イメージの社会学的研究が成り立つ。このような研究の方向として社会学ないし社会心理学で用いられるイメージは、現実の単なる写しでも模写でもなく、個人に感じさせ、考えさせ、行動させる社会的事実としての「集団表象」として説明される。それは一つのまとまった組織としての社会にもイメージを認めることであり、一定の社会を構成する人々に共通にみられるイメージというものが考えられることになる。リンチ(1968)はそれを「グループイメージ」と呼び、ボウルディング(1977)は「公共のイメージ」と呼んだ。

これらの分野で用いられているイメージの語は、社会という組織の中の一員としての主体の内的条件に関わっている点で、哲学や心理学でのイメージの扱いとは少し異なっている。つまり、これらの分野でいうイメージとは、社会的に意味づけられた複雑な心理現象として捉えられる。我々が日常「企業イメージ」や「政治家のイメージ」などと言うときのイメージの語も、こうした意味で用いられているのだと解釈でき、同様に人間は日常生

活で多くのイメージを保有しており、それに基づいて行動しているのである。

研究する対象が子供のイメージであるか、精神分裂病の患者のそれであるか、あるいは未開人の社会のイメージであるか等々によって、発達心理学・精神分析学・美学ないし芸術論・社会心理学・文化人類学などの方法的な差異が生ずるのだと考えることもできよう。さらにこのような考え方をおし広げていけば、主体を取り巻く文化・制度・価値体系といったものがすべてイメージとなって個人の中に保有され、その行動を規定しているのであると見え、その意味でこれらのイメージを一種の世界観と見なしたり、あるいは心の内容はすべてイメージである、とすることも可能となる。

実際、藤岡(1974)は「人間はイメージを蓄えた世界そのものであり、いわばイメージ・タンクである」と言いきり、ボウルディング(1977)も、広い意味での「知恵」をイメージと呼んでいる。彼らのいうイメージは、知覚表象のみを指すのではないのはもちろん、内的現実の表れとしての心的現象に限ってイメージを理解しようとしているのでもない。人間や人間社会のみならず、アメーバのような下等なものから、植物や昆虫や魚にいたる全ての生物、さらにはサーモスタットやコンピュータなどに共通にみられる、ある種のパターンの認識や秩序の存在といったものまでにもイメージの概念を広く適用し、

人間の行動をはじめ、それら全てのものの行動が、結局はイメージに依存していると考えるのである。

さて、本研究で言う「イメージ」とは、基本的にはいま述べたような最も広い意味で用いられる。それは、心的な表象としての感覚の再生や想像だけではなく、あらゆる感情や知識や価値観などをも含む、その主体の行動の原因となっている心的な内容のすべてとして理解できよう。ただし、既に明らかにしたようにイメージの語にはもともとの「映像」・「写し」などの意が含まれており、場合によってはそれらのニュアンスが強調されることもある。もちろん、本研究で扱うイメージは、あくまで地理的なイメージに限るので、そこでは対象とするイメージの類はおのずと制限されることになるだろう。

## 2. 場所と場所イメージ

本研究でいう地理的イメージとは、すなわち場所に関するイメージのことである。場所(place)とは、人間との関係の有無にかかわらず厳然として存在する物理的な広がりとしての空間(space)に対し、主体との関係において具体的な有形無形の現象を属性として持つ、よりリアルな存在としての地理的なまとまりについて用いられてきた<sup>1)</sup>。つまり場所の背後には、その空間を場所とし

て認識している何者かの姿が常に存在しており、その主体が空間の一部を認識し、ほかの空間から区別することによって、単なる空間は主体にとって現実的な存在としての場所となる。したがって、場所とは主体によって意識された空間のことだ、と言い換えることができる。

場所の具体的な姿には、小は室内から、家・近隣・学区・市町村・都道府県・国・大陸、果ては世界全体まで、主体が考え得る限りのさまざまなスケール（大きさ）が存在し、また、これら一定の面積を持った地域だけでなく、交差点や北極点のような地点から、道路や航空路や赤道といった線状のもの、山や川や海洋など、いろいろな形が存在する。このように場所は地誌学や多くの人文地理学において基本的な対象となるが、そればかりではなく、とくに地理学を生活主体としての人間と地表との関わりを扱う学問であると考えたとき、場所の概念は地理学の本質とも言うべき重要な位置を占めることがわかる。また、地理学的な研究の間主観性（intersubjectivity）について議論する際にも、場所の概念は大きな意味を持つ。

本研究が扱おうとするのは、このようなさまざまな場所について我々が持つイメージ（それはとりもなおさず場所そのものを構成している）であり、今後それを場所イメージ（place image）と呼ぶことにする。したがって前節で明らかにしたイメージの定義から、場所イメージ



とは「ある主体がある空間に対して思い描く心的な内容のすべて」を意味することになる。

最も広いスケールとしての場所が世界であることからすれば、一人の人が持つ場所イメージの総体は、その人の持っている世界に対するイメージを意味することになり、これはいわゆる世界観と言うこともできよう。また、場所とよく似た概念として「環境」という言葉がある。一般に、環境とは主体を取り巻くさまざまな場所、あるいはそれらの場所の集合体のことであり、主体と相互に関係するものとして意識されるものである。したがって場所イメージは、また環境のイメージでもある。

一般に、地理的なまとまりとしての場所イメージには、琵琶湖のイメージや東京都のイメージのように、はっきりと区画を持ったものもあるが、例えば富士山や東京をイメージしてみるとわかるように、像としては特異点（山頂や都心部）とその近くだけがイメージとしてまとまっているものの、周辺部では境界が不明瞭で、輪郭としては閉じていないものもある。これらと同様のことは、地名における地点名と地区名の違いにも見られ、場所の概念がその場所以外の地域との場所の区別から成り立ち、その区別のために地名が用いられ発達してきたという経緯を考えると大変興味深い。

### 3. 地理学における環境認知研究

本研究が扱う場所イメージ、即ち場所に対するイメージ（地理的イメージ）の研究は、地理学においては環境認知あるいは環境知覚の研究という形で、かなり充実した研究の歴史がある。1947年にライトが地理学への主観性の導入を提唱したことは既に述べたが、1960年代以降になると、現在まで続く認知地理学の主要なアプローチの方法が次々と登場してきた。

その一つはホワイト、ケイツ、ザーリネンらによるいわゆるナチュラル・ハザード（自然災害認知）の研究である。これは自然災害常襲地域に対する人々のイメージを通じて自然災害に対する人の対応の乖離を明らかにしたもので、人はイメージによって環境を評価し、その結果として行動するという考え方に基づく。

第二の流れは、リンチやアプルヤードに代表される都市空間の構造に対する知覚を扱うもので、都市のイメージを構成する5つのエレメントとして、パス（path）・エッジ（edge）・ディストリクト（district）・ノード（node）・ランドマーク（land mark）が抽出されたことはよく知られている。この種の研究は都市の視覚的構造の重視という点から、都市工学や建築学において多く研究がなされている。

そしてもう一つの流れは、リンチの研究が発端となっ

て、グールド、ホワイト、ダウンズらによって始められたいわゆるメンタルマップの研究である。メンタルマップとは、人がそれぞれ頭の中に持っている自分の家を中心とした仮想地図のことで、自分の家の近所についての詳細なものから、世界地図サイズのものまで、さまざまなスケールのメンタルマップについて研究されており、認知距離に関する研究も多い。

また、この種の研究は空間的対象の選好との関連から、居住地選好を説明するものとしても用いられて成果をあげた。これは「もし完全に自由に選択できるとしたら、あなたはどこに住みたいですか？」という質問に対して得られた居住地選好データを、主成分分析によって、データ間に共通する部分（共通成分）を抽出しようというものである。

1960年代以降の地理学における以上のような研究は、地理学の計量革命すなわち実証主義化とともに誕生し発展してきたもので、環境を認知することによって人は意志決定を行い、その結果として行動が起こるというモデルに依拠している。消費者行動や時間という概念を取り入れたタイムジオグラフィなど行動の理解を中心テーマとする行動地理学とともに、認知・行動地理学と総称される所以である。<sup>2)</sup>

一方1970年代にはいると、このような実証主義的な地理学を批判する形で、現象学の流れをくむいわゆる人文

主義的地理学が登場した。ローウェンサルやトゥアンに代表される人文主義的地理学においても、地理的イメージは重要な課題であるが、イメージを環境-認知-行動という一連のモデルの媒介変数とする認知・行動地理学と異なり、場所に対する感情や試行、さらには行動をもそのまま解釈し、理解しようとする。本研究における場所イメージの扱いも、イメージを説明の手段とするだけではなくイメージそのものの理解をも目的としているので、人文主義的な地理学の方法へも接近していくことになるだろう。

## 注

- 1) もともと場所の語には、任意に切り取られた物理的空間の一部としての用法と、人によって意味づけられたユニークな空間としての用法の、二つの用法が混在しており (Tuan, 1975)、いずれの場合も主体の意識によって特殊化された有限な空間を表す点では変わらないが、前者が場所の存在の最低条件である、その空間の位置 (範囲) のみを表す用語であるのに対し、後者はその切りとられた空間に関係して意識されるさまざまな意味内容をも含む点で異なる。本研究でいうところの場所とは、当然後者の意味で用いられる。
- 2) なお、近年この分野では、知覚と行動の二極分解の傾向が顕著になってきており、さらに、個人の知覚・行動を基本単位として扱う従来の研究に加えて、これらを社会集団の単位で捉え、社会との関連を読み解こうとする社会学・人類学的なアプローチが登場するなど、さらに多様化が進みつつある。

## 第2章 場所イメージの成立ちと記号化

### 1. 記号論について

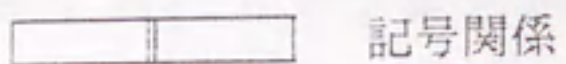
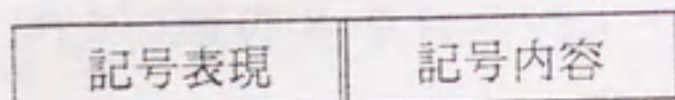
本研究では地理的イメージを扱うにあたって、記号論的な考え方を導入し、これに沿って話を進めていくことにする。記号とは、「われわれの何らかの感覚によって知覚可能な単位（記号表現）があり、それがわれわれにある種の情報（記号内容）を伝えてくれる、そのような単位」（川本ほか編，1982，p.2）のことをいい、そのような記号の働きや体系について研究する分野が記号論である。

記号はそれ自体（とくに記号内容の部分）、イメージと密接な関係を持っており、また、記号は我々人間の関与するあらゆるところに発生してくるので、記号論的な考え方は、地理的イメージについても当てはめることができ、その理解を深めるうえで大いに役立つ。前節で述べたように、とくに本研究では場所イメージの記号化という現象を、中心的なテーマとして取り上げることにするが、その概念的な枠組みを与えるためにも、記号論の方法を欠くことはできない。

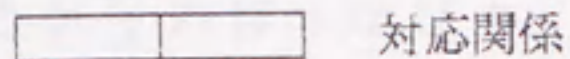
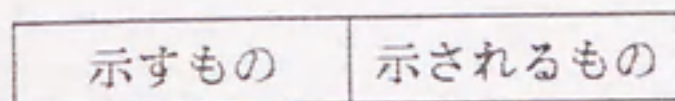
しかし、記号および記号作用に関する解釈や理解の仕方には、哲学・論理学・言語学などによって歴史的にいくつもの伝統があり、同じ用語でも使う学者によって定義が異なるなど、そのよって立つ記号の捉え方にかなりの差異がある。そこで、以下の論考で用いることになる記号や記号作用の考え方について、予め筆者なりの定義を述べておきたい。

いわゆる記号論ないしは記号学と呼ばれる、記号に関する学問の流れを記号作用の及ぶ範囲から見ると、人為的・意図的な「伝達作用」のみを扱うソシュールやムーナンに代表される立場と、より広い意味での「表意作用」全般を扱うパースやモリスやバルトなどの立場があるが、本研究ではより広い意味で記号の概念を用いるので、ここでいう記号論とは、後者の立場に依拠するものである<sup>1)</sup>。したがって、ソシュールは *signe* (記号) を *signifiant* (能記 = 記号表現) と *signifié* (所記 = 記号内容) からなる記号作用に基づくものと定義したが、本研究ではソシュールの言ったような記号関係のあるなしにかかわらず、知覚可能な形を持ついわゆる「示すもの (*signifiant* にあたる)」と、概念や意味といったいわゆる「示されるもの (*signifié* に相当)」の関係が認められるものすべてを、ひとまず広義の記号として考えることとする。そして広義の記号を、指示されるものをめぐって記号表現と記号内容とが恣意的なコード (いわゆる記号作

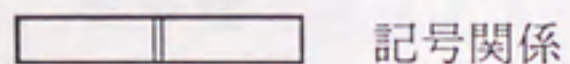
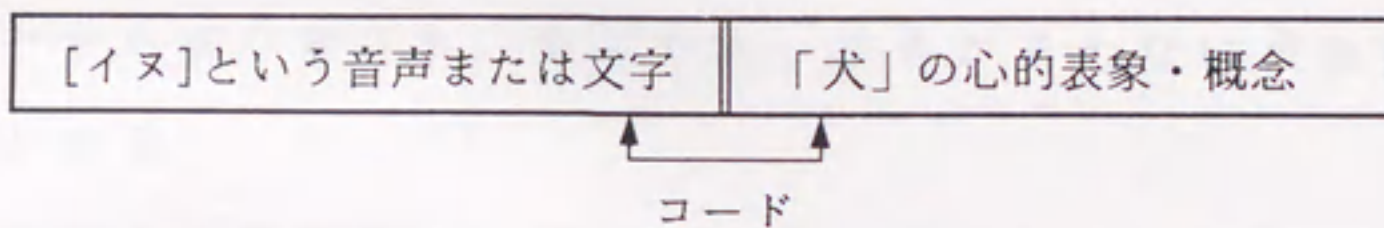
[サイン]



[シンボル]



2-1図 サインとシンボル



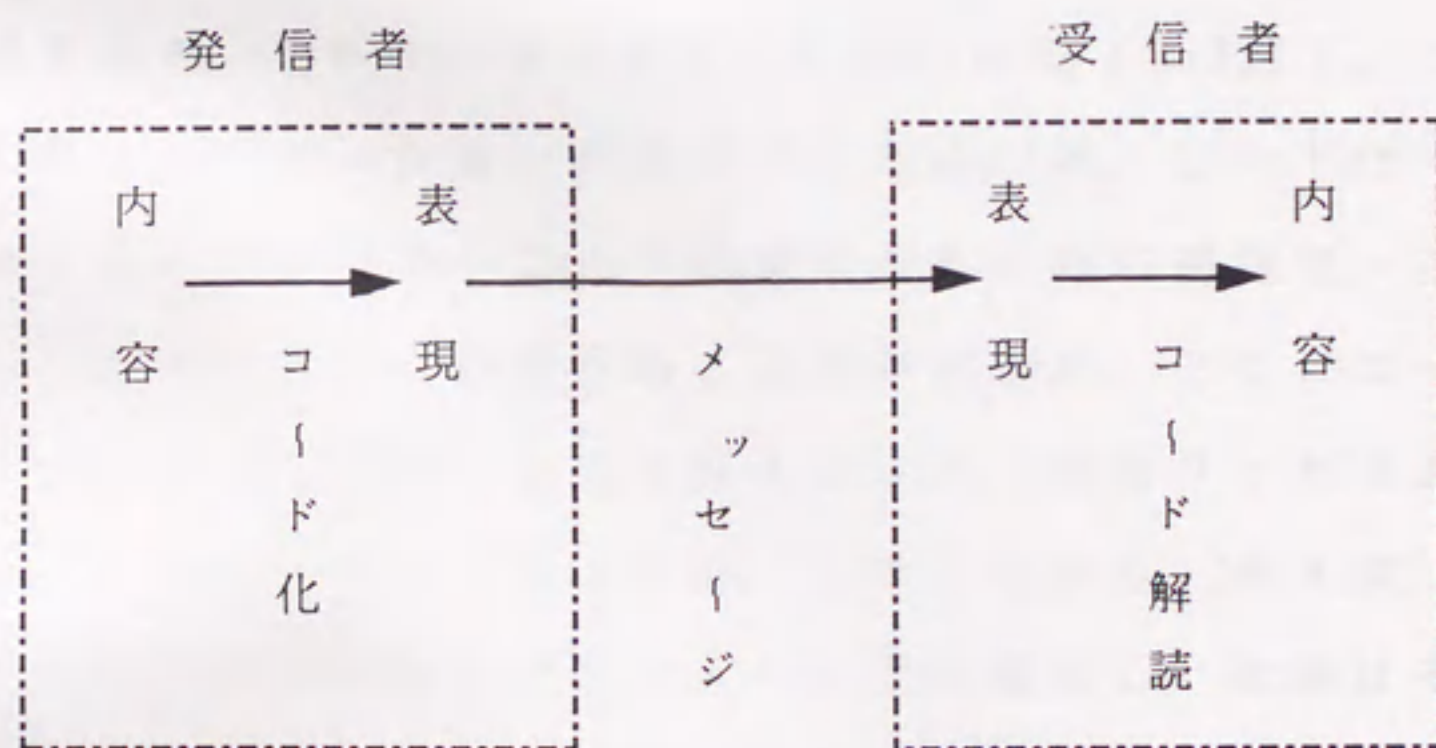
2-2図 「イヌ」の語にみる記号関係



用)によって結び付けられたサイン(狭義の記号)と、明確なコードが存在せず、示すものと示されるものとの有契的な関係によって単に対応しているだけのシンボル(象徴)とに分けることとしたい。この関係を言語学や記号論で用いられている模式図を借りて示すと、それぞれ2-1図のようになる。

サインの典型的な姿は言語に見ることができるので、言語を例にサインにおける記号表現と記号内容の結びつきの特徴を考えてみよう。例えば、[イヌ]という音声や文字は、ある一定のきまり(コード)によって、犬という動物の心的表象もしくは概念と結びつけられており、音声表象または文字は記号表現に、心的表象や概念は記号内容となっている(2-2図)。このとき記号表現と記号内容を結ぶきまり(コード)は、それ自体としては恣意的なもので、記号表現と記号内容との類似性や因果関係などから切り放され、自由であってもかまわない点の特徴とする。

このようなサインの例は、言語のほかにも、電話番号をはじめ、信号機(赤は止まらねばならぬと決められている)、宗教儀礼(例えば礼拝の方法や禁忌事項など、いろいろな場面に応じて規則が定められている)、その近代的な姿であるともいえる法体系など、数多く存在する。我々の身を包んでいる衣服についても、体を寒さや危険から守るという本来の機能のほかに、警官の制服、



2-3 図 コミュニケーションの過程

喪服、服ではないがある種の人全身に入れている入れ墨などが、それを身につけている人の特性（警察官、身内に不幸のあった人、入れ墨を入れるような類の人）を、定まった意味内容として外部に呈示しているように、立派なサイン（記号）となりうる。

これらに共通して見られる機能上の特徴は、サインが人と人とのコミュニケーションの道具（媒体）としての役割を果たしていることである。つまり、発信者が伝えようとする概念（内容）をコード化して、記号表現の形で（メッセージとして）受信者に伝え、受信者はその表現を定められたコードにしたがって解釈し、発信者の概念を知る、という一連の過程が認められる（2-3図）。このコミュニケーションが成立するためには、コード化・メッセージの伝達・コード解釈のそれぞれの過程で、正しく情報が伝達・処理される必要があるが、とくにコード化とコード解釈に用いられるコード（きまり）が共通していることが大前提となる。このことから、例えば、日本語が日本語を理解する人々にだけ通用し、校則はその学校内だけ、ある種のジェスチュア（手を口元でしゃくって、「今晚飲みに行こう」など）が悪友同士の間でだけ通用するように、必ずそのコード（コード体系）が通用する、すなわちコミュニケーションが可能となる範囲が自ずから設定されることになる。

これに対し、例えば、西の空に現れた黒い雲からやが

て来る雨を予想したり、体の症状やエックス線写真から風邪やガンといった病気を知ることは、どう位置づけられるだろうか。この場合、黒雲と悪天候、症状と病名との間には、ある種の対応関係があり、サインにおける記号表現と記号内容との関係に似ている面もある。しかしこの場合、むしろ、示すものと示されるものとの間にある関連性や因果関係に基づき、受信者が経験や論理的な類推によって勝手にメッセージの意味を解釈し、対象に意味を付与していると考えたほうがよく、そこには発信者から受信者への意図的なコミュニケーションを見ることはできない。これと同様のことは、惑星の配置やカードの並び方からいろいろな意味を読みとったり、政治や経済の動向といったさまざまな社会現象から国際情勢や株式市況の今後を予測する際にも当てはまる。これらのサインに似た働きを持つものは、示すものと示されるものとの間に有契性が認められ、その類縁によって結び付けられているので、ここではそれらをサインとは区別し、一括してシンボル（象徴）と呼ぶことにする。

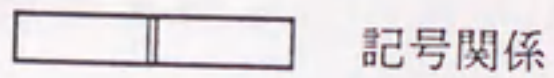
ところで、十字架はキリストあるいはキリスト教のシンボルであるが、一般に言われているが、キリスト教のシンボルとしての十字架の位置づけが定型化したことにより、今日では発信者がキリスト教を示す目的で十字架を表現に用いることが、往々にして行われている。例えば、教会の入り口や尖塔に据え付けられた十字架や、国

[ コノーテーション ]

記号表現	記号内容
記号表現	記号内容

[ 高次言語 (メタ言語) ]

記号表現	記号内容
	記号表現
	記号内容



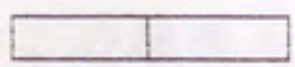
2-4 図 コノーテーションと高次言語 (メタ言語)

旗の中に見られる十字の印（スイス・スウェーデン・ギリシアほか）などがそうで、そこでは、シンボルはコミュニケーションの手段として用いられている。

また、映画やテレビドラマで、人物の首が垂れたり、心拍計が止まったり、花が散ったりする映像によって、登場人物の死を示す場合がある。首の動きや心拍計や散った花は死を暗示するシンボルであるが、ドラマの制作者はそれらが死を意味することを、決まりきったこととして利用している場合が多い。一方、それを見ている観客の側も、そのような映像が登場人物の死を意味するものだということを経験的に知っているので、人物の首が垂れたからといってその人が眠ったのだなどと誤解することはなく、この点から、これらの映像表現もやはり狭義の記号（サイン）としての働きを持っているとみなすことができる。

このような例として、ほかに言語における擬音語や象形文字、〒や卍といった地図記号などを挙げるができるが、これらはシンボルとしての記号表現と記号内容との対応が一つの記号表現となって、それが新たな記号内容と結び付けられた場合、すなわちコノテーション（伴示的意味）の一種として理解することができる（2-4図）。つまり、シンボルの関係も、主として歴史的推移にしたがい、コノテーションの体系を通じて、サインとしての働きを獲得することがあることになる。なお、

(個人的) 場所	
(個人的) 空間	(個人的) 場所イメージ


 対応関係

2-5図 個人的な 場所

記号表現と記号内容との組み合わせが一つの記号内容となつて、それに対応する新たな記号表現が与えられる場合、これを高次言語（メタ言語）と呼び、記号体系の解読や、後に述べるように地名を名付ける行為などがこれに相当する（2-4図）。

## 2. 個人的な場所・個人的な地名

人がある限られた空間に意識を向けるとき、そこに、対象（外界）としての空間と、主体（内界）に生起したその空間に対するイメージとが対応していると見ることが出来る。この対応関係の成立は主体による空間の認識を意味し、それは言い替えると場所の概念が生起したことを意味する。このとき場所という概念は、主体にとって実在するある限られた空間によって成り立つのと同時に、その空間に対応した場所イメージを内容として持っており<sup>2)</sup>、この関係を模式図で示すと、2-5図のようになる。

例えば、人それぞれの自分の家というものを思い浮かべるとき、自分の家というそれ以外の空間から明らかに切り離された、つまりは意識的に区切られた空間について、その家の形や色や、思い出といったさまざまなイメージ（場所イメージ）が想起される。あるいは、通学路と

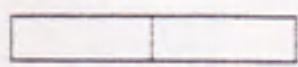


いう場所を思い浮かべても同じである。そのとき思い浮かんだ、場所とそれにまつわる場所イメージとが渾然一体となった、自分の家や通学路それ自体がひとつの場所であり、場所を成り立たせている空間と場所イメージとは不可分の関係にあって、一方だけが単独で存在することはあり得ない<sup>3)</sup>。

つまり、場所イメージはその対象としての空間があるがゆえに生起し、空間は場所イメージを意味内容として与えられ、はじめて場所として主体に認識されるのである。もちろん、あなたの思う場所と私の思う場所がそれぞれ異なるように、場所はそれぞれの個体によって全て異なる、個人的なものである。

その意味であらゆる生命は、外界から何らかの刺激を受けてそれに反応している限り、多少とも場所の概念を持っているとみなすことができる。例えば、アメーバが光から遠ざかるように動いたり、餌の位置へと移動してきたりするのは、明るい方と暗い方、餌のあるところとそうでないところを、何らかの方法で知ることができたからで、これは非常に原始的ではあるが、ある場所に対する場所イメージの対応、すなわち場所の存在の条件を満たしている。蜜蜂がダンスで花の位置を知らせたり、鮭が生まれた川に戻ってきたりする事例はよく知られているが、これらはかなり高等な場所の概念であるといえるし、犬が散歩の順路を覚えており、決まった電信柱で

(個人的)地名	(個人的)場所
	(個人的)空間   (個人的)場所イメージ

 対応関係

2-6図 個人的な場所・地名

決まった行為をするといった例になると、程度の差こそあれ人間の場所の概念とずいぶんと近いものになっている。

しかしながら、人間の場所の概念は、それ以外の生物の場所とは決定的に異なる点を持っている。なぜなら人間は言語を持つゆえに、この個人個人のイメージによって成り立つ場所にさえ、言語によって高次言語的分析を加えると考えられるからである<sup>4)</sup>。つまり、個人的な場所に自分自身のルールで、自分だけにしか通用しない場所と地名の関係を与えるのである。これは一般的に地名として知られている社会的な地名（後述する）とは違い、いわば個人的な地名と呼ぶことができよう（2-6図）。

例えば、ある人は窓から見える範囲を「近所」として考え、ある人は自分の机の周辺を「落ち着ける場所」と考えているように、個人的な地名と場所との関係は純粹に個人的な対応関係であり、その点では全く自分勝手な自由な関係である。この関係が社会的場面で表に出ることは稀れだが、子どもの地理的認識の発達やそれが後世成長した大人に及ぼす影響などに関連して、個人的な場所や地名の持つ意味は興味深いテーマとなる。

今日ではよく耳にするようになった「原風景」という言葉で示されるような場所イメージも、その形成過程については空間と場所イメージの個人的な結びつき、つまり個人的な場所の一つとしてとらえることができる<sup>5)</sup>。

奥野(1972)によれば、それは自己形成空間のつくる心のイメージであり、生まれてから七、八歳頃までの父母や家の中や遊び場や家庭や友達などの環境によって無意識のうちに形成され、深層意識の中に固着するという。

同様に、言語能力の未発達な幼児や子どもの場所は、言語によって縛られた大人たちの場所認識とは違い、もっと自由に生々しく、人の原初的な場所イメージを示すものであるようだ<sup>6)</sup>。また、子どもの個人的な場所には、子どもの言語能力や記号化表現能力が習得されるにつれて、個人的な地名すらない漠然とした場所から、個人的な地名を自分自身の場所につけるようになり、その地名の付け方も社会一般で用いられているような記号へと変わっていく、子どもから大人への個人的な場所の認識・表現方法の変化の過程の一部を象徴的に見ることができる。

これとよく似た経過は、人類が地名をつけるという行為にも当てはまる。未知の土地(まだ認識されていない、例えば無人の山林や原野)が認識されることは、多くの場合、そこへ初めて人が入り込むことによって生じる。このとき、その人にとってその土地は、もはや見知らぬ土地ではない。その土地は誰も知らぬ漠然とした空間であったものから、他の土地と区別され、その人と何らかの関連を持つ(すなわち場所イメージを持たれる)ことによって場所へと変化する。その土地で狩猟したり耕作

したりすればその人と土地との関係は深まり、場所イメージは明確になって、場所の概念はより確固たるものになるだろう。

と同時に、それに対応する地名がつけられる。その地名はもちろん個人的な場所イメージに基づくもので、はじめは個人的な地名にすぎないが、それが徐々に多くの人に通用するようになり、最後には社会的に認められた地名になる場合がある。いわゆる自然地名や歴史地名の多くは、こうした経過をたどって地名として成立したものと思われる<sup>7)</sup>。

このようにまず場所があり、それにしたがって地名がつけられる場合、その地名が場所の内容である場所イメージ（例えば、地形や機能といった特徴）に引きずられ、おそらく多くの人々が納得するような記号表現（地名）になることが多いと推測される。それゆえ、後述する社会的な地名と場所との関係は、形の上では狭義の記号だが、多くの場合その場所に対応する場所イメージを反映してかなりインデクス（指標）的、シンボル（象徴）的な性格を持っている。例えば、そこに松が生えていたので「松原」、その島が大きいと見えたゆえに「大島」、平らな地形だったので「ヒラ」、塩の輸送路の終点だったので「塩尻」といった具合である。

もちろん、もともと地名はそれがつけられた段階では、個人的な場所イメージに基づく個人的な地名だったわけ

であるから、多様な場所イメージのうちどの部分が地名に影響を及ぼすのかは偶然によるところが大きい。大きくて、高い山があり、松がたくさん生えている島に、「大島」と「高島」と「松島」のうちどれが名前としてつけられるかは、とくに決まったルールがあるわけではなく、この三つ以外の名前がつけられることも十分にあり得る。その意味で地名と場所との関係は、まさしく恣意的である。さらには場所の様相自体が時とともに変化するので（例えば、名古屋市の鳴海という地名は、海に面していて潮の音が聞こえたことから名付けられたが、現在では内陸部にあるように）、場所イメージの面からも場所の面からも、今日の地名やその場所や場所イメージから、当の地名のつけられた当時の状況を再現することは容易ではない。

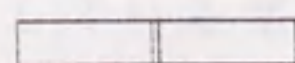
地名研究の意義の一つが、地名の持つこのようなシンボル性に依拠していることは明らかで、地名には少なくともそれがつけられた当時の人々の場所イメージを、ある程度表現している可能性があるから、地名の語源や由来やその分布を探ることによって、過去の場所の様子や人々の場所に対する関係を知る手がかりとなるのである。

### 3. 社会的な地名・個人的な場所

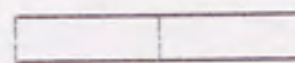
すでに述べたように、個人的な場所と個人的な地名との関係は純粹に個人的なものであって、他人と共通である必要はまったくない。しかし、複数の人間で構成される社会においては、個人的な地名や場所の概念とは別に、人間相互間でやり取りするための社会的に共通した地名や場所の概念が要求される。柳田が言った「二人以上の人の間に共同に使用せらるゝ符號」(柳田, 1962, p.8)としての地名がそれであり、地名とそれによって示される特定の空間とを結び付けるのは規約的なコードであって、そこには地名を記号表現とし、その地名によって示される空間のイメージを記号内容とする、いわゆる狭義の記号関係が存在する。おそらく、はじめは少数の人についてしか通用しない空間と地名とを結びつけるこの記号関係も、そのうちの一部は土地所有との関連などから次第に普遍化し、それが地図や公の記録に載ることによって広く社会的に認識され、固定化し記号化していくのであろう。

こうしていったん社会的な規約として成立した狭義の記号としての空間と地名の結びつきは、特別な事情がない限り、親から子へ、子から孫へ、さらに次の世代へと、社会集団の中で継承・踏襲されていく。そのため、すでに成熟し、十分複雑化した社会では、たいていの空間には全て社会的に地名がつけられており、その社会集団の中で生まれ育った人は、この既に社会的に定まった空間

( 個 人 的 ) 場 所	
( 社 会 的 ) 空 間	( 個 人 的 ) 場 所 イ メ ー ジ
( 社 会 的 ) 地 名	空 間 の イ メ ー ジ



記号関係



対応関係

2-7図 社会的な地名と個人的な場所イメージ



と地名との関係を、強制的に学習させられることになる。いまさら自分の好きなように、空間に地名をつけようと思っても、それが社会的に認められることは原則的には非常に難しい。と同時に、その空間-地名の関係は、本来その社会集団の中でのみ通用する<sup>8)</sup>。

ところで、ある個人にとって、社会的な地名によって示されるある一定の空間を認識するということは、その空間に対応する(個人的な)場所イメージを持つことを意味するが、それは同時にその空間と社会的に結び付けられている地名に対応する(個人的な)場所イメージを持つことでもある。つまり、地名は社会的に結び付けられた空間の一部を指し示すだけではなく、主体においては、その主体の場所イメージと結びつき(コノーテーション)、その個人における場所の認識の一部をかたちづくる(2-7図)。従来のメンタルマップ研究でよく用いられてきた、地名やその地名によって示される公の場所に対して喚起される個人個人のイメージがこれである。

しかも、本来地名が記号関係を通じて社会的に指し示している空間と対応している場所イメージが、記号表現としての地名との結びつきを強め、あたかも地名に対するイメージであるかのように働くことも少なくない。恣意的な記号であったはずの地名がさまざまな意味や価値を帯びた場所イメージを呼び起こすのは、この関係が繰り返しによって強化されるためであると考えられる。例

えば、アラスカのNome（名前をチェックせよとの意味で書かれたNameの文字が誤読された）や沖縄のコザ（駐留米軍によって胡屋（本来の読みは「ごや」である）KoyaがKozと書き間違えられた）のように、地名自体に場所イメージとは何の関係もなく、誤解によって、いわばいい加減につけられたものですら、それを使い続けるうちに愛着らしきものを感じるようになるし、自宅の番地や電話番号といった、もっとも無味乾燥な記号らしい記号に対しても、やはりいつしか親しみを感じるようになる。長年使ってきた地名に特別な愛着を感じるのは、地名と結びついた空間が場所イメージと対応し場所となって、個人の中において意味を得たからであり、地名変更に反対する根拠の一つをここに見ることができる。

こうして、本来恣意的な記号表現であったはずの地名や、それによって指示される空間は、個人的な場所イメージによってさまざまな意味や価値を与えられて場所になる。そこで、この社会的な空間と地名に対応する場所イメージの持つ意味、および前節で述べた個人的な空間に対応する場所イメージの持つ意味を解読することによって、その主体と主観的空間としての場所との関係を理解し、また主体の行動を説明する要因を捜す手がかりとすることができるのである。

したがって、この個人レベルにおける場所イメージは、これまで最もよく研究対象とされてきた場所イメージで

あり、地理学における認知研究<sup>10)</sup>や、一部の人文主義地理学の研究<sup>11)</sup>は、この部分に光を当てた研究といえるだろう。これらは、個人レベルにおける場所（個人的な場所）の解釈に関する問題として共通に考えられる。

#### 4. 社会的な場所

前節までで述べたような空間と場所イメージ、そして地名とのつながりは、いわば個人のレベルでの関係であって、あくまで私的な対応関係であるため、例えば地名はその社会集団内の人々に対してある特定の空間を指し示すことはできても、特定の個人的な場所イメージを意味しているわけではない。言い替えれば、その社会集団の成員それぞれが、ある空間に対して個々の個人的な場所イメージを持っており、その意味においては全くばらばらのように見える。

しかし、それら個々の個人的な場所イメージは、実際にはそれぞれが全く異なっているわけではない。すでに述べた都市内イメージのメンタルマップや居住地選好にも一定の共通部分があったように、我々のものの見方というものには、意外と似ている点も多いのである。それは小さな社会集団においては、集団の成員に共通の体験に基づく直接的な情報、例えば人口数十人のムラの中で

は、そのムラのどこに何があって、いつどこで何が起こったか、を熟知していることにその根拠を求められようし、もっと大きな集団については、いわゆるマスメディアによって間接的に与えられた情報を通じて共通な場所イメージが生じると考えられる。

むろん後者のような場所イメージは画一化・ステレオタイプ化されやすく、また歪みも生じやすいが、一方、画一化されたイメージゆえに記憶されやすく、地名や空間と短絡的に結び付けられやすいという面も持っている。その意味で、マスメディアが発達し、大量の間接的な情報が流されている現代社会では、数百万人から数千万人、ときには数億人の単位の社会集団に共通するイメージが保持されるということも、十分有り得ることになった。

我々がその場所イメージを冗々と説明することもなく、地名の提示によってある程度の場所イメージを互いにやり取りすることができるのは、この共通な場所イメージが存在するためであり、地名と場所イメージとのコードがある程度相互に解読されるからにほかならない。このとき社会のレベルで、地名と社会集団に共通な場所イメージ（社会的な場所イメージと呼ぶことができよう）との間にはゆるい記号関係が認められるが、この関係は社会の中で繰り返し使用されることによって規約性を強化し、ついには狭義の記号となることがある。つまり、ある地名（もしくはそれによって示される空間）の記号内

( 社 会 的 ) 場 所	
( 社会的 ) 空間	( 社会的 ) 場所イメージ
( 社会的 ) 地名	空間のイメージ



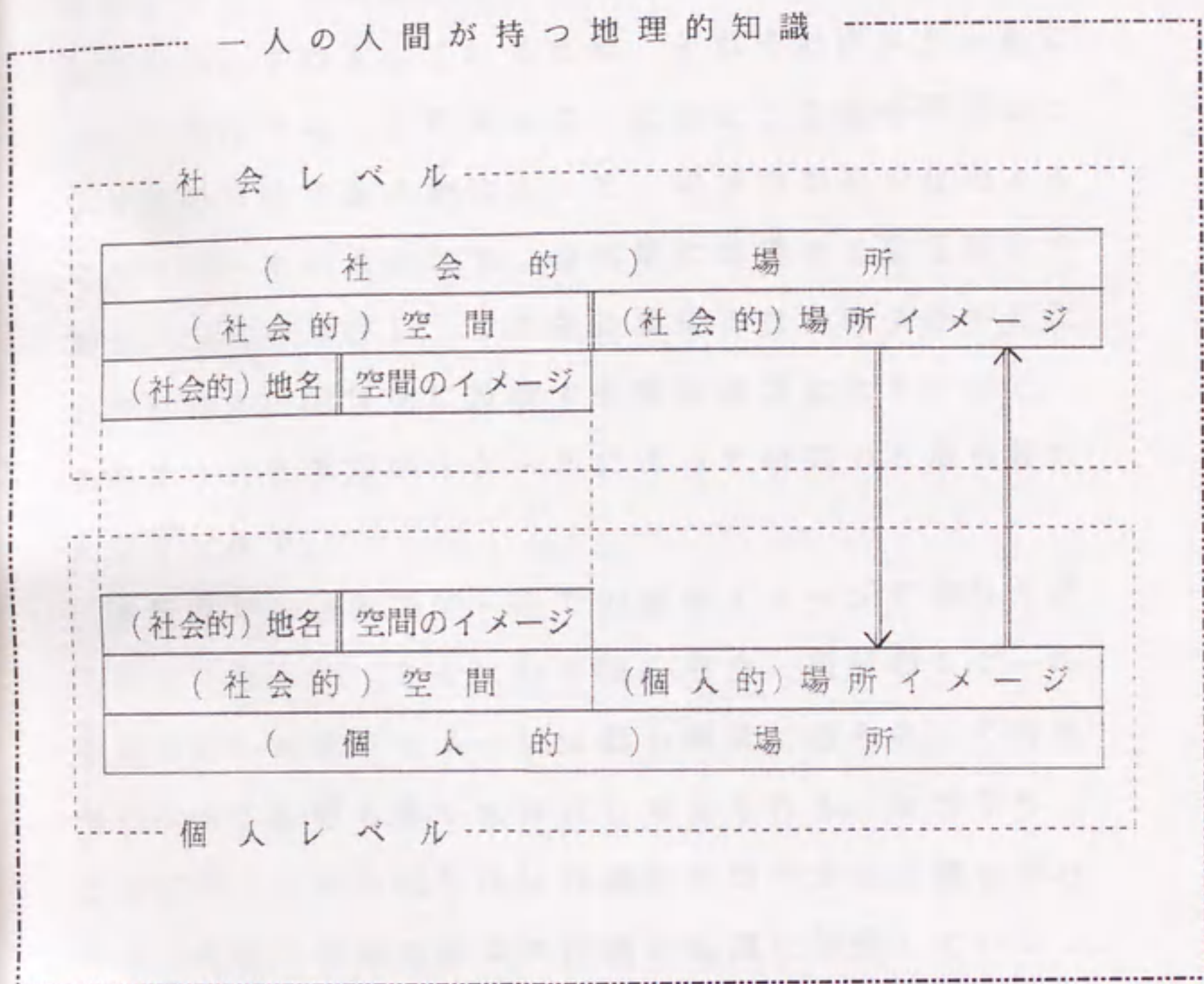
2-8図 社会的な場所イメージと社会的な場所

容として、ある特定の場所イメージが社会的に決められていく過程がそれで、本研究ではこのような過程を「場所イメージの記号化」と呼ぶことにする。場所イメージの記号化は、また社会レベルでの場所の生成を意味する(2-8図)。これは、個人レベルでの場所が主体によって意味づけ価値づけられたものなのに対し、社会レベルでの場所はさしずめ社会によって意味づけられ価値づけられたものといえることができる。

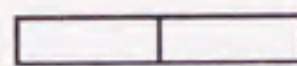
つまり、一人の人間が持つ地理的知識(場所の概念)には、主観的な意味づけによって成立している個人レベルと、社会的に決定され意味づけられた記号のコードブックとしての社会レベルの二つのレベルがあり、我々はそれを時と場合に応じて使い分けていると考えられる。いわゆる個人的思考としての場所の解釈に係わるのは前者のレベルであり、人とのコミュニケーションの際に想定されるのは後者のレベルである(2-9図)。

しかし、この両者は主体の認識の中で判然と分離できるものではない。なぜなら、社会的な場所イメージは必然的にそれを認識する主体の個人的な場所イメージに影響を与え、他方では個人的な場所イメージの総体が社会的な場所イメージを形づくっていることから、前者が社会を通じて後者を変えていく可能性を持っているからである。

ところで、社会レベルでの場所イメージの記号化は、



記号関係



対応関係

（個人的な「場所」と地名については、この図では省略してある）

2-9図 一人の人間が持つ地理的知識

空間と地名との関係がその主体を含む様々なスケールの社会について存在しているため、それぞれのスケールにおいて進行する。したがって、どのような社会集団についての記号化であるかによって、家族内の記号化のように小スケールのものから、全人類に共通する記号化まで無数の段階が存在し、また社会集団の社会的条件や文化的特性などの記号化に及ぼす影響は非常に大きいので、着目する社会集団のスケールによって研究の方法も異なるはずである。

本研究では国民スケールでの場所イメージを取り上げることになるが、とくにわが国の場合、国民のスケールで記号化した場所イメージは最も頻繁にみられ、その社会に及ぼす影響も最も大きいと考えられる。なぜなら、このスケールでの記号化は共通の言語や文化に裏付けられたこの国の国民の認知や行動と密接に関係しているし、またさまざまな社会的・経済的現象を引き起こす要因ともなっているからである。

第3章以降では、この社会レベル（とくに日本国民のスケール）での場所イメージの記号化に焦点を絞り、空間-地名-場所イメージ間の記号化と密接に関係していると思われる事例を挙げながら、その記号化した場所イメージの諸相について考察を加える。



## 注

- 1) ソシュールやムーナンのように伝達作用のみを扱う記号論を「記号学 (semiologie) 」と呼び、パースやバルトのような表意作用全般を対象とする記号論を「記号論 (semiotic) 」と呼ぶ場合もある。川本ほか編(1982); 篠田(1982)など。
- 2) このとき空間と場所イメージは、ちょうど記号論でいう記号表現と記号内容によく似た関係にある。ただし、両者の関係は単なる対応関係以上のものではないので、厳密には記号とはいえない。
- 3) もちろん、場所イメージもイメージの一種である以上、そこには知覚の制約を受けない想像イメージの部分もある。したがって場所イメージはこの地球上に実在する空間にだけ対応しているとは限らない。過去の空間はもちろん、未来の空間や、過去にも未来にもおよそ現れないであろう全くの空想の空間についても場所イメージは存在し、主体にとってそれもやはり場所である。
- 4) コミュニケーションの目的がないにもかかわらず、言語的分析を加えるのは、おそらく言語による対象の認識が習慣化しているためではないかと思われる。
- 5) 原風景とはもともと、室生犀星における金沢や、太

宰治における津軽のように、その作家にとって文学の母胎となった原イメージともいうべき幼少期の環境の記憶を指す。しかし、現在ではその意味は拡大解釈され、文学者に限らず、すべての人々の幼少期の心象風景のことを意味するようになってきている。原風景については、奥野(1972)、高橋(1987)、星野・長谷川(1981, 1982, 1985)などに詳しい。

- 6) 例えば、寺本(1985)、寺本・吉松(1988)など。
- 7) これを裏付ける典型的な例を、南方の島で社会と隔絶されて生活していた旧日本軍兵士に見ることができ。グアム島16年の皆川文蔵は二人の仲間との間で、ウナギをとりに行くから「ウナギの川」、タコの木が多いから「タコ山」、かつて一度仲間が転んだ坂のことを「ころび坂」と、いつとはなしに呼ぶようになったという。また、ルバング島29年の小野田寛郎は、「新宮ポイント」や「五百高地」といった日本軍の軍略的地名を用い続けてはいたが、二人の仲間との間では、新宮ポイントを「塩カラ谷」、五百高地を「レーダー基地」などと通称していた。これに対し、一人で生活していたグアム島28年の横井庄一の場合、場所の認識はあっても、そこを「その川」や「あの辺」と考えるだけで、友人に告げるような地名の必要はなかったというが、それでもやがてその川に「明日への道」という名をつけた(丹

羽, 1975)。

- 8) 異なる社会相互間で、空間-地名の示す関係が一致しないことがあることは、このような事情に由来すると思われる。一つの山の表と裏で呼び名が違う(例えば、ヒマラヤ山脈にある世界最高峰は、中国側ではチョモランマ、ネパール側ではサガルマタと呼ばれ、西洋世界にはイギリス人の名をとってエベレストとして紹介された)など、同一の空間に複数の地名がつく場合もこれにあたり、各言語社会の地理的知識が地球上でオーバーラップするようになると、いわゆる外国地名の表記の問題が生じてくる。外国地名表記の問題については、梶村(1978)第IV章、苛原(1982)などを参照。
- 9) 個人的な場所イメージ、とくに芸術家とその作品に投影された地理的イメージについて論じた研究は、地理学でもしばしば行われてきている。画家による場所の解釈を論じたものとして、Rees(1976; 1982); Prince(1984)が、小説家による場所の解釈を論じたものには、Darby(1948); Paterson(1965); Good-ey(1970); Prince(1981); Jay(1975); Aiken(1977, 1981); McManis(1978); Alexander(1986)などがある。
- 10) 例えば、いわゆるメンタルマップ、居住地選好、認知距離の研究などがこれにあたる。リンチ(1968)、カンター(1982)など。

11) 例えば、近年盛んになってきた儀礼空間研究、古絵  
図研究、山岳信仰研究など、歴史地理学における伝  
統的な社会空間の認識に関する研究の多くは、村落  
社会集団や宗教的集団といった、わりと小さい社会  
集団のスケールにおける場所イメージの記号化につ  
いて論じたものであると解釈することができよう  
(歴史地理学会編, 1985; 八木, 1986; など)。

### 第3章 芸術作品における場所イメージの記号化

芸術作品は作者の創造的なイメージの発現である反面、多くの人に鑑賞されることを目的として創られる以上、そこにコミュニケーションの媒体としての側面を見ることが出来る。つまり、誰にでも思いつくような陳腐な内容ではつまらないし、かといって独創的に過ぎて鑑賞者の誰にも理解不可能なものであっては意味をなさないわけで、このような相互に矛盾する二つの側面の中で、両者のバランスをとりながら存立するところが芸術作品の本質的な特徴であり、単なる想像や一般のコミュニケーション過程とは異なる点でもある。

芸術作品の中に示される場所イメージについても同様で、作者の創造性にかかわる個人的な場所イメージと、コミュニケーションの媒体という作品の性格にかかわる社会的な場所イメージの、二つの側面の双方が考えられねばならない。これは藤岡(1983)の言う、イメージの「特殊性」と「模写性」と同じ原因に基づくものである。

まず、作者の独創性にかかわる個人的な場所イメージについて考えてみよう。本来、作品の中の場所に対応す

る場所イメージは作者の個人的な場所イメージのほずであり、社会的な場所イメージである必要はない。それは作者の過去の経験に基づく（いわゆる原風景としての）場所イメージであるかもしれないし、全くの空想の産物かもしれない。とくに芸術的に優れた作品といわれるものは、作者が我々凡人では思いもつかない場所イメージを創造したり、我々ではなかなか気付くことのできない場所イメージの隠された一面を発見したりするから優れているのであって、それぞれの場所の持つ微妙な性格の違いといったものを敏感に捉え、的確に表現するところが芸術家の才能の一つであり、その結果、鑑賞者は作者の独創的な場所イメージを通して、その空間を場所として新鮮な感覚で再認識することにもなるのである<sup>1)</sup>。

しかしながら、その独創的な場所イメージは作者と鑑賞者とは共通するものではないから、個人的な場所イメージを鑑賞者たちに伝えるためには、その場所イメージを特別なコードなしでも理解可能な形で表現する必要がある。それは、丹念な場所の描写となる場合もあり、印象的・直観的な表現となる場合もあるが、いずれにせよ作者の技倆が発揮される場所である。そのため多くの場合、個人的な場所イメージの表現は、その作品の重要な舞台となる場所の設定に関わることになる<sup>2)</sup>。作者の独創的な場所イメージは、文芸（とくに小説）・映画・舞台芸術などでは、おもに言語による説明を用いること

によって、比較的それを鑑賞者に伝えやすいが、絵画や写真では、舞台となった場所が選定された理由を知るには、鑑賞者自身が作品の解釈の領域にまで踏み込まねば理解できないことが多い。

ところで、これら作者の個人的なイメージは、作品が鑑賞され理解されることによって、鑑賞者の個人的な場所イメージに影響を与えることがある。とくに鑑賞者の数が多く、多数の人々に作者の場所イメージが受け入れられるようになると、それは社会的な場所イメージへと変わっていき、やがて場所イメージの記号化へと至るであろう<sup>3)</sup>。いわゆる名作と呼ばれる作品はそういう力を持っており、あるいは、人々のイメージを変えるほどの何かを持っているからこそ名作と呼ばれるのだ、とも言うことができる。

つぎに、その反対に、作者が既に社会的に記号化した場所イメージを、自らの作品中に利用する場合について考えてみよう。芸術作品はそのコミュニケーションの媒体としての性格から、鑑賞者に理解されることを前提とするため、作者は鑑賞者たちが理解している、既に記号化した場所イメージを作品の中に持ち込むことができる。これは人と人とのコミュニケーション過程で通常に見られる、記号化した場所イメージの利用法と同じである。

作者が、すでに記号化した場所イメージを作品中に持ち込むことには、およそ二つの利点が考えられる。第1

に、これら社会的に記号化した場所イメージを作中にちりばめることによって、作品にリアリティや親近感といった効果を与えることができる。小説をはじめとする文芸はもちろんのこと、あらゆる芸術作品はその作者のイメージの表現されたものであり、その意味において全てフィクションなのであるが、そこに我々が見知っている場所が出てくれば、その芸術作品の中の時間や空間が、それを鑑賞している我々の生きている時空と連続していると錯覚しやすい。抽象的な作品、あるいは場所の共感を必要としない前衛的な作品では、このような技巧を凝らす必要はないが、写実的な文学や風景画などに代表されるようなリアリズムを求める立場にとっては、記号化した場所イメージの利用は重要な意味を持つ。

第2の利点は、ある場所のイメージを表現する際に、社会に共通な記号表現を借りることによって、その場所の描写にかかる余分な時間と労力を節約できるという点である。文芸における地名の利用はその典型的な例で、作品の中で舞台を変えるたびに地名を用いず、その場所の描写を長々と述べねばならないとしたら、ひどく冗長な作品になってしまうであろう。

このように芸術作品の中にみられる場所イメージには、作者の個人的な場所イメージが一般化・記号化して社会的な場所イメージになる場合と、すでに記号化した場所イメージが作品中に利用される場合の、一見矛盾した二



つの側面がある。以下、この二つの側面に注目しながら、ジャンル別にさまざまな芸術作品を取り上げ、それぞれの芸術における記号化した場所イメージの働きについて考察したい。

### 1. 文学作品における場所イメージの記号化

文芸の表現形式にはさまざまなものがあるが、一般にその表現様式の制約が大きいほど、作品の中の単語の象徴的な働きが大きくなる。その点、俳句や和歌といった文学の形式は、字数をはじめ厳しい制約の中で、どれだけ印象的な情景を描き出すかが命であるから、地名の扱いは当然象徴的なものとなり、場所イメージの助けを借りずにこれを鑑賞することは難しい。例えば、

春過ぎて夏来るらし白妙の衣ほしたり天の香具山 持統天皇（万葉28）

田子の浦ゆうち出てみれば真白にぞふじの高嶺に雪はふりける

山辺赤人（万葉317）

という歌では、歌の中に地名が詠み込まれており、いずれの場合も歌を鑑賞する際に、地名によって喚起される一連の場所イメージを理解していることが鑑賞者に要求され、それをイメージできないと、歌の解釈が不可能となる。とくに風景を中心に詠んだ歌の場合、例えば白衣

の背景に広がるおそらく一面が稲の緑の奈良盆地と天の香具山の風景や、白砂青松の海浜を前景に雪をかぶった富士山の姿などを想起することが、どうしても必要となってくるのである。

このように和歌では、地名によってある特定の場所イメージを利用することが多いが、なかでもいくつかのある種の地名は、地名に伴う場所イメージが極度に限定され、両者の関係が完全に記号化されてしまった。それがいわゆる（名所の意としての狭義の）歌枕と呼ばれるものである。歌枕は、はじめ個人的な場所イメージだったものが、その後社会的な場所イメージとなって記号化した典型的な例であり、場所イメージの記号化の過程を理解するうえでの手がかりともなるので、その特性について少し考えてみる。

歌枕は、最初にある歌人によって、ある特定のイメージを伴って詠まれた地名が、その歌が一般に知られ著名になることによって、以後多くの人に詠み継がれていくうちに、その歌に描かれた特定のイメージが地名に結びついて固定化し記号化していく、という過程を経て完成したものとされる<sup>4)</sup>。歌に詠み込まれた名所と風景や風物との特別の結び付きは、例えば、立田（龍田）には紅葉、吉野には雪（のちに桜）、春日野ならば若菜摘みなど、その歌枕（場所）で詠まれる場所のイメージが一つのものに集中し、その傾向は時代が下るにしたがって

顕著になっていく（奥村、1977；佐佐木、1979）。

ここでまず問題になるのは、その土地とある状況や景物との結びつきを最初に詠んだ歌人が、その土地に何故そのイメージを思い浮かべたか、言い替えれば、なぜ立田には紅葉を連想し、萩を連想しなかったか、ということであろう。それは、ある意味では確かに歌人の個人的なイメージの問題であるとも言えるが、やはりその地名と風物とが結び付かねばならぬ必然性も一方ではそこにあったのであり、その歌を聞いた人を納得させるような当然のイメージの結び付きがあったのだ、と考えたい。そうでなければ、その歌は人々の共感を得ていわゆる本歌取りの対象となることもなく、また後世まで詠み継がれ著名となることもなかったであろう。つまり歌枕の固定されたイメージは、その歌枕の持つ様々な風土・景観などの中で最も本質的なイメージを表していることが多く、最初の読み手の個人的な場所イメージであったと同時に、それは少なくとも当時の人々にとって十分共鳴し得る、既に共有されていたか共有されるべきイメージであったと考えられる。

しかし、いったん歌枕としての場所イメージが固定してしまうと、やがて現実の風景やイメージを共有するという意識は薄れ、歌枕の表現は形式化していく。実際、平安後期以降になると、『五代集歌枕』や『八雲御抄』などの歌学書にみるように歌枕は修辞の体系のひとつと

してまとめられるようになり、歌枕を用いる人の大半がその歌枕の地へ行ったことも見たこともないどころか、ついには歌枕がどこにあるかを知る必要さえないとまで言われるようになる（奥村、1977）。この段階では、歌枕に作者独自の場所イメージを与える余地はほとんどない。歌枕（名所）とそれにまつわる場所イメージは、作歌上必要な当然の知識として学習され踏襲される対象であり、こうして社会に共通する場所イメージが作品を媒介として循環・強化を繰り返し、記号化をさらに強固にしていったものと考えられる。

歌枕の例に示されるように、特定の場所と結び付いた優れた芸術作品は、一面でその場所のイメージの本質を掘み、一面で新しい場所イメージを後世に残すことにより、今度はそれらが模倣・利用されることになる。

松尾芭蕉の『おくのほそ道』が、東北から北陸にかけての歌枕を訪ねる旅であったことはよく知られているが、その一方で、芭蕉がこの旅で残したいくつかの有名な発句は、今日でも観光ガイドに大きく取り上げられ、芭蕉の句碑を訪ねて観光旅行をする人が絶えないことからもわかるように、平泉や山寺や最上川や象潟の場所イメージに強い影響を与えている。芭蕉自身は歌枕を巡りながら古の名歌に思いを致して創作意欲をかき立てたが、その一方で今度は芭蕉の句の詠まれた場所が、いわば新しい歌枕となって、現代人の場所イメージの一部をかたち

づくっているのである。

このように和歌や俳句では、歌枕に象徴されるように地名の占める位置が大きい。やはり形式にいくらか制限のある詩の場合も、和歌や俳句に準じて、地名の持つ表現の経済性や、記号化された場所イメージが象徴的に利用される。漢詩に例をとれば、王翰の『涼州詞』は、表題に示された涼州（現在の甘肅省武威）の辺境の異民族と対峙する最前線としての場所イメージを前提にして語られ、葡萄酒・夜光杯・琵琶といった西域の特産品を作中にちりばめることによって異国の場所イメージが強調されており、詞の舞台となる沙場（砂漠もしくは戦場の意）は中国本土から遠く離れた西域の殺伐とした風景を連想させる。また、李白の『早発白帝城』では、三峡を作者自身が下ったときの情景が語られるが、白帝城から江陵までの行程が長江随一の急流で名所として知られる三峡を下るのだということを知らなければ作品の理解は困難であり、猿声や万重山（幾重にも重なった山）といった景物もまた三峡を特徴づけるものとして知られていたものである<sup>51</sup>。その一方で、今日我々が西域や三峡を旅する際に、これらの詩が思い出され、多くの観光ガイドで紹介されていることから、これらの詩自体が中国人や日本人にとって、既に場所イメージの一部となっていることが理解できよう。

和歌・俳句や詩と比べると制約の少ない小説では、地

名と場所イメージとの記号関係が用いられるほかに、舞台となる場所の設定 (setting) に記号化したイメージが用いられ、それが作品の性格に決定的な影響を与えている場合がある。それは作家が、その作品のモチーフにもっともふさわしい場所を舞台として選ぶ場合であり、例えば堀辰雄『風立ちぬ』の主人公が恋人と軽井沢で知り合い、谷崎潤一郎『細雪』の姉妹が大阪でも尼崎でもなく、芦屋に住んでいたことなどに見ることができよう。その一方で、作家にとって重要な意味を持つ場所、例えば原風景となる場所などが作品の舞台となることも多い。島崎藤村と信州、室生犀星と金沢、太宰治と津軽との結びつきなどはその例であろう。

逆に、小説の舞台となったことによって、その作品のイメージと強く結びついてしまった例も多い。夏目漱石の『坊っちゃん』や尾崎紅葉の『金色夜叉』は、いまだに松山や熱海のイメージに大きな影響を与えているし、小泉八雲は松江の、宮沢賢治は花巻のイメージの中に完全に入り込んでいる。このように著名な文学作品の舞台となった場所や、有名な文学者にゆかりの深い場所を、野田(1961)は文学都市と呼び、函館・仙台・金沢・松本・小諸などをその候補として挙げた。また、磯村(1975)は文学都市を個性ある都市の一つの類型として考え、京都や奈良のように都市全体の雰囲気芸術文化を象徴するものと、北原白秋の碑が軽井沢という町のシンボルと

なる場合のようなものの、二つの場合があるとしている。

## 2. その他の芸術作品における場所イメージの記号化

絵画は作品そのものが視覚像であるため、まず作品中に描かれた場所の景観としての側面が、そのまま場所イメージの表現となる。とくに風景画は、現実の風景の写しという性格を少しでも持つ限り、実存する場所を表現したシンボルとしての性格を持つ。とくに写実的な風景画では、その場所の景観を正確に再現するか、もしくはその特徴を的確にとらえて表現することによって、その絵を見た者に直接その場所をイメージさせることに神経が注がれることが多い。そして絵画もコミュニケーションの道具としての機能を持つ以上、ある種の表現が一種の記号として働くようになる場合がある。絵画における記号化した場所イメージの表現を考えると、次のようないろいろな形をとって絵画の中に現れてくる。

まず、記号化された場所イメージが、構図や背景や点景など、場所の定型化された描写として表される場合がある。これは文芸における地名とちょうど似た働きをする。例えば、浮世絵の中で逆さ扇形に描かれた山は富士山を意味していることが多く、その大きさや形や色が少々実物と違っていようが、それを観る者は富士山として

理解している。逆さ扇型の山が富士山を意味するのは浮世絵だけに限らず、子供の落書きからデザイン・意匠に至るまで、共通にみられる定型化である。同じく、山水画に描かれた江南の風景は、それが描かれた場所と時代を問わず、どれも似たような構図で定型化している。

つぎに、ランドマークを絵の中に描き込むことによって、描かれた場所がどこであることを示す場合がある。ランドマークとしては塔や大聖堂など、その形状から一見して対象が判明し、またその場所を代表するものが選ばれることが多い。また、物語の一シーンを描いた挿し絵や宗教画も、舞台となる場所が定式化していれば、その絵の背景となる文脈より判断して、描かれた内容が自動的に場所を特定することになる。

一方、絵画に描かれた内容ではなく、絵画自体の持つ場所との有縁性によってある場所がイメージされる場合がある。一つは、絵画の様式がある場所の民俗や文化と結びついている場合で、古代エジプトの絵がエジプトの、浮世絵が日本のイメージと結びつく類である。いま一つは、その絵画が歴史的にある場所と結びついている場合で、例えばピカソの『ゲルニカ』などはどうてい写実的な風景画とは言えない作品であるが、そのタイトルを通じて世界中の人々にスペインの小さな町を印象づけた。

写真芸術についても絵画の場合とほぼ同じことがいえるが、彫刻や建築の場合、絵画のように作品の内容に場



所イメージを盛り込むことは難しいので、その作品自体のもつ場所との有縁性にのみ依存することになる。すなわち、ギリシア風の彫刻やインド風の建築のように作品の様式に基づく場合がそれである。他方、建築物は実際に場所の一部として存在するという点において、場所イメージを形作る要素ともなりうる。事実、ニューヨークの自由の女神やバルセロナの聖家族教会や新宿の超高層ビル群などは、場所イメージに強く貢献し、その重要な一部とさえなっている。また、ブラジリアやポートアイランドのような都市計画も芸術の一種とみなせば、これは場所そのものを作り出したことになる。

これに対し、映画や舞台芸術は、記号化した場所イメージを映像によっても言語によっても表現することができ、いわば絵画と小説の両方の特性を備えている。さらに音響効果も平行して用いられるので、見るものとしては現実の体験により近い形で作品の中の世界を鑑賞することになる。映画では多くの場合、舞台となる場所のイメージを暗示する象徴的な風景のカットを処々に有効に挿入することによって、鑑賞者の作品の理解を助けている。例えば、舞台が日本であることを示すために、シーンの巻頭に富士山や芸者や相撲取りを映し出す（日本人から見ると異様な感じのすることが多いが、『八十日間世界一周』（1957）や『007は2度死ぬ』（1967）など、この種のカットで日本を表現しているものは多い）など

がそうである。この方法が最も効果的だったものとして『キングコング』（1933、ニューヨークあるいはアメリカの象徴であるエンパイヤステートビルに登った）や『猿の惑星』（1968）のラストシーン（自由の女神像がニューヨークの記号として用いられた）などが挙げられよう。わが国では小津安二郎の後期の作品もつねに場所を示す一連のカットで始まり、観客を登場人物の環境へ引き寄せることに成功している。

また同時に、映画はラジオやテレビなどと同じく、マスメディアとしての機能を持っており、映画によって記号化した場所イメージが社会に与える影響は非常に大きい。おそらく葛飾柴又に対して現在の日本人の多くが持つイメージは『男はつらいよ』（1969）で描かれたそれであろうし、『ローマの休日』（1954）におけるスペイン階段や真実の口でのオードリー・ヘップバーンの行動は、その後ローマを観光した多くの人に、何らかの影響を与えたと思われる。

舞台芸術も映画と同じマスメディアとしての機能を備えており、映画よりはるか以前から存在したので、その影響も古くから見られる。業平の東下りで有名な歌枕である三河の八橋は、謡曲『杜若』によってその場所イメージがさらに有名になり、義経説話に基づいた謡曲『安宅』は歌舞伎『勧進帳』となって、安宅関のイメージは大衆に広まった。また、イタリアのヴェローナには、劇

中の人物であるロミオやジュリエットの家があり、観光名所とさえなっている。

音楽はもっとも抽象的な芸術であると言われるが、例えば表題音楽やいわゆるご当地ソングのように、ある特定の場所と結びついたものも少なくない。その際、場所イメージを示す手段としてもっとも多く見られるのは、ある場所に特有な民族的旋律やリズムを利用したり、民族楽器を演奏に使用したりすることによって、場所イメージを示す方法であろう。

また、絵画の場合と同じように、一連の物語の中に組み込まれた音楽の場合、その物語の文脈によっても場所が特定される。その典型はオペラ・バレエ・映画といった劇の付帯音楽である。また、音楽よりは文芸の範疇に属するかもしれないが、歌曲や唱歌における歌詞を媒介として、曲が場所イメージと結びつく場合も多い。

## 注

- 1) 芸術家が持つこの空間を捉える優れた才能に着目して、芸術家の個人的な場所を解説しようとする試みがあることは、すでに述べた。第2章、注5)。
- 2) 小説の舞台となる場所の選定については、Tuan(1978); Pocock(1980)などがある。
- 3) 芸術作品と社会的な場所イメージとの関連を扱った研究に、Zaring(1977); Lowenthal(1978); Pocock(1979, 1982)がある。
- 4) 地名が歌枕として成立する起源については、勅撰集への採録に求めるもの(佐佐木, 1979)、大嘗会への奉歌に求めるもの(八木, 1985)など諸説がある。
- 5) 『水経注』巻三四に、白帝から江陵までに舟旅がほぼ一日であることや、猿の鳴き声、重畳する連山の風景についての記述があり、李白がこれを典拠としたと思われる点が多い。

## 第4章 比喩的認識に基づく場所イメージの記号化

### 1. 比喩的認識について

我々は日常生活の中で、たえず外部の世界を認識し、またそれを伝達するために表現している。そのなかには、毎日見慣れた外界の対象を認識する場合もあれば、まったく初めての対象と出会う場合もあるだろう。おそらく、多くの場合の認識や表現は、ある種の制約に従う慣習的なものになるだろうし、あるいは常識を打ち破った独創的な方法が取られるかもしれない。比喩が人の「ものの見方」と密接に関係していることから、空間に対する比喩的な認識とその表現は、世界観・環境観などを包含した地理的イメージの核心部分にも迫り得るものであると思われる。この章では、我々の日常生活における外界（環境）の理解に際して、場所についての比喩的な認識が重要な役割を果たしており、場所イメージの記号化を促進する一因となっていることを明らかにする。

比喩（比喩表現）を扱う学問として、レトリック（rhetoric: 修辞学）がある。古代・中世を通じて、天文学や哲学・詩学などと並ぶ重要な学問であったレトリック

は、今世紀にはいると急速に忘れ去られ衰退した。それはレトリックが単なる美文や巧言の技法とみなされ、その社会に対する重要性が著しく低くなったからであるが、最近になって、レトリックを認識や認知の方法との関係から捉え直してみようとする立場が現れ、新しい議論を展開している<sup>1)</sup>。本研究も、まさにこれらと同じ考えに基づいて、比喩的認識を扱うものである。おそらく、これらの比喩的關係の理解は、対象についての発見的認識の方略として働いており、個人の環境認知の問題に深く関わっている。そして、それが適切な認識で、他の人の共感を得られるようなものであれば、その結果としての比喩的表現は多くの人に理解され、共通化し、いずれステレオタイプ（決まり文句）となって記号化していく本質を持っており、いったん記号化した比喩的表現は、それを用いる人々の認識方法に影響を及ぼし、逆にそれを規定したりするようになると考えられる。なお、従来、レトリック上の比喩法の種類には、諷喩・活喩（擬人法）・張喩（誇張法）など多くの分類が設けられてきたが、ここでは場所イメージととくに関連が深いと考えられる、直喩・隠喩・換喩・提喩について取り上げることにする<sup>2)</sup>。

直喩（simile）と隠喩（metaphor）は、ある事物によって、それと似ている別の事物を表す比喩法で、「苺のような匂い」や「彼は犬のように死んだ」といった表現

は直喩の、「男はみんな狼だ」や「頭から湯気を立てて怒る」のような表現は隠喩の例にあたる。直喩と隠喩はともに喩えるものと喩えられるもの（隠されている場合もある）との間の類似性を提案するもので、その両者の関係が表現中に明示されているか否かによって直喩と隠喩に分けられる。因みにいまの隠喩の例では、男と狼、頭とやかん(?)が、それぞれ似ているものとして喩えられていることになる。このとき喩えるものと喩えられるものとの関係が、通常では結びつきそうにない意外なものであるほど、比喩の効果は一般に大きい。つまり、もともと直喩と隠喩は二つの対象間の「類似性」に基づき、同時にそれは類似性に関する発見的な認識に由来するものであるということが出来る。ここでは直喩と隠喩（そして隠喩的表現）のもととなる対象の認識方法を、一括して隠喩的認識と呼ぶことにする。

さらに、こうした隠喩表現が成功し多くの人に受け入れられて通俗化すると、ステレオタイプとなって、いわゆる「死んだ」比喩（死喩または転訛表現）になる。その例は、「椅子の脚」（人や動物の脚からの隠喩）・「入り口・出口」（同じく人の口から）・「景気が上向く」（上方を善とする方向性の隠喩）・「問題を解く」（問題をもつれた紐に喩える）・「時を浪費する」（時を「流れる水」に喩え、さらに水と同じく資源に見立てた）など、我々の身の回りに無数に見つけることができ、

隠喩的認識が我々の日常的な意識や思考のなかに深く入り込んでいることがわかる。これを逆に言い替えれば、ステレオタイプ化した比喩は、我々の共通な比喩的認識に基づいて成立しているのである。

換喩 (metonymy) は、ある事物を、その事物に隣接する別の事物によって喩える比喩法で、例えば「一升瓶を飲み干す」の一升瓶が瓶の中身の酒を指したり、「春雨やものがたり行く蓑と笠」という句の中で、蓑と笠がそれぞれ蓑・笠をつけた人を意味しているのがこれにあたる。いわば「隣接性」に基づく比喩ということができ、ここでいう隣接性とは喩えるものと喩えられるものとが、容器と中身、作者と作品、全体と部分<sup>3)</sup>、原因と結果と、いうように相互に近接した関係にあることをいう。換喩がステレオタイプ化した例としては、「鍋が煮える」(本当は鍋の中身が煮えている)・「川が氾濫する」(氾濫するのは川の水)・「トルストイを読む」(彼の作品を読む)・「黒帯」(有段者)・「手を洗う」(トイレに行く)・「ユニフォームを脱ぐ」(引退する)などの慣用句が考えられる。

提喩 (synecdoche) は、ある事物(種)を、その事物の意味の外延的全体である類概念によって喩える、あるいはその逆に、種としての事物によって類全体を喩える比喩法で、「花見に行く」の花(類)が桜の花(種)を意味し、「人はパンのみにて生きるにあらず」のパン



(種)が食べ物一般(類)を指すのがこれにあたる。いわば「意味の包含関係」に基づく比喩とすることができ、類で種を表す例としては「飲む・打つ・買う」(酒を・博打を・女を)・「ブッダ」(本来は「悟った人」の意だが、一般にはゴータマ・シッダルタを意味する)などが、種で類を表す例としては「小町」(美人の代名詞)・「マジック(インキ)」(商標名が普通名詞的に用いられる)などが、ステレオタイプ化している。

このように直喩・隠喩・換喩・提喩は我々の日常生活のあちこちに見られ、また、これらの比喩がステレオタイプ化した結果、比喩であることにすら気付かずに一般的な慣用句として使用されている例は意外と多い。これらの比喩的表現のもととなる比喩的認識についても同様で、我々は日常それとは気付かぬうちに、いろいろなものを認識し理解する際にこの「比喩的なものの見方」に従っている。しかも、対象の中の類似性に着目するか、隣接性に着目するか、意味の包含関係に着目するかで、その認識方法も異なってくる。

それぞれの比喩的認識に基づく対象の認識方法の違いは、例えば、初対面の人にあだ名をつける際の状況を考えてみると理解しやすい。初対面の相手はまったく初めての情報のかたまりであるから、主体は何とか相手(対象)の情報をできるだけ早く得て、相手を認識の中にとらせる手がかりをつかもうと知恵を働かせることになる。

そして、相手の顔が何となく狐に似ていることに気付けば「狐（に似ている人）」というかたちで覚えられるだろうし、相手の掛けている眼鏡が印象的であれば「メガネ（をかけた人）」となるだろうし、相手の背が高いところに着目すれば「（背高）のっぼ」という認識が出てくるであろう。言うまでもなく、第一の方法が隠喩的認識であり、第二が換喩的認識、最後が提喩的認識である。これは相手の外見（視覚によって得られた情報）に基づいた認識であるが、むろん相手の声や匂いをはじめ、総合的な情報から比喩的に認識する（あだ名を付ける）場合も同様である。

そして、こうして名付けられたあだ名は、もちろんそれをつけた自分自身の認識であり、表現であるが、もしこれらの表現が他の人たちにも受け入れられると、容易にステレオタイプ化する。「狐」や「メガネ」があだ名として一般に通じるようになる場合が、それである。さらに重要なことは、いったんステレオタイプ化した比喩（「死んだ」比喩）は、我々のものの認識方法を反映していると同時に、無意識のうちにその方法を規定するようになることである。つまり、初対面のときに、自分の目の前にいる人のあだ名が「狐」だと聞かされれば、何となくその人の顔が狐のように見えてくるし、「メガネ」だと聞けば、いやでも眼鏡が目にはいる、といった具合に、すでにステレオタイプ化された表現によって、認識

方法がその方向へと引きずられてしまいやすい。

これとまったく同様のことが、場所についても起こる。対象としての空間を認識する際、その空間のどのような特性に着目し、把握するかによって、隠喩的認識、換喩的認識、提喩的認識のそれぞれの場合が考えられるのである。

## 2. 場所の換喩的認識

対象を合理的に認識する際に最も簡単で多く用いられている方略は、その対象が他のものと異なっている点、すなわち独自の特徴を見つけ出すことであろう。他のものにはない独自の特徴とは、言い替えれば他のものどもからその対象を際立たせ、目立たせている点のことである。すなわち、対象の備えている無数の属性を観察し、その中で最も特徴的な（目についた）属性を発見することを通じて、その属性そのものによって対象を理解したり、あるいはその属性を共通要素として持つ類や種によって対象を表現したりする場合である。前者は部分（内容）によって全体（容器）を喩える換喩的認識であり、後者は提喩的認識ということになる。

ところで、場所に関する提喩的認識方法のうち、種としての場所のかわりに類（一般には場所のグループとい

うことになろう<sup>41)</sup>をもって表現する場合、例えば、釜石や室蘭や八幡を「製鉄によって成り立っている町（鉄の町）」として捉えたり、奈良や鎌倉や金沢を「古都」として見たりする場合、これら提喩的認識の基盤となっているものは、その場所の概念に関わる（類を類たらしめている）特徴の認識であるが、これらの特徴も場所の属性の一部であるとみなせば、換喩的認識の場合と同じく、場所のシンボルと考えることができる。そこでここでは、場所に関する換喩的認識も提喩的認識も、ともに場所のシンボル（それはその場所の中に付随するモノである場合も、その場所の概念を構成する特性である場合も含む）によって場所を指し示し認識するという点において区別せず、一括して取り扱うことにする。

また逆に、種によって類を示す例として、繁華街を一般に「銀座」と呼び、ある種の形の山を一括して「富士」と呼ぶことなどが考えられるが、この場合の提喩的認識は、喩えられる場所の個々について見れば、喩えた場所の特徴との共通性に基づいていると考えることができ、その点においてむしろ隠喩的認識に近いと言いうことができよう。

さて、場所に関する比喩的表現について考えてみた場合、もっとも端的な表現方法はその対象となる空間が持つ部分によってその空間全体を表現すること、すなわち換喩的表現を用いることであろう。本来、空間は一定の

広がりを持っているから、そこに立地する構成物が場所を指し示す道具となることは当然とも言える。例えば「桜島」や「リアス式海岸」といった自然景観や、「みかん畑」や「工業用地」のような土地利用、「八幡製鉄所」や「兼六園」といった施設、「りんご」や「うちわ」といった産物、「西郷隆盛」や「坊っちゃん」といった人物や歴史的にその地とゆかりのあるもの等々、容れものとしての空間の中に存在する無数の構成物のうち、最も代表的なものによってその空間が理解される方法がこれにあたる。このとき、代表する要素は、その場所をその場所たらしめているもの、であると同時に、その場所を指し示す広義の記号としての役割も果たしており、いわゆる場所のシンボルに相当する。

このような換喩的認識の具体例として、わが国の都道府県のシンボル・イメージのステレオタイプを取り上げ、示してみよう。4-1表<sup>5)</sup>は都道府県別の地誌の表紙やタイトルページに用いられた写真や絵を一覧したものである。この種の本の表紙やタイトルページに用いられる写真や絵には、その都道府県のイメージを代表するシンボルや風景が選ばれることが多いと思われるが、4-1表を見ると、多くの都道府県においてそのシンボルが少数のものに集中する傾向のあることがわかる。例えば、山梨県は「富士山」、富山県は「立山と黒四ダム」、長崎県は「グラバー邸」、熊本県は「阿蘇中岳」に集中し、青森県は

4-1表 都道府県のシンボル・イメージ

	A	B	C
北海道	洞爺湖と羊蹄山 大雪山 利尻島鴛泊港 根室の海岸	石狩平野 洞爺湖 根釧原野 札幌付近の酪農場 涛沸湖と斜里岳 リンゴ畑	函館風景 大通公園 帯広市 宗谷岬 八甲田山
青森	森 手 城	北上川 五大堂と松島湾 酒造工場 山居倉庫	陸中海岸国立公園 塩釜港祭り かまくら
岩手	八幡平 松島	一切経山火口 霞ヶ浦の帆引き舟 栗石返し(東照宮)	はんこたんな(庄内) 五色沼の秋色 日立市(日立製作所)
秋田	田 形	霧降高原のニッコウキスゲ 赤城山麓の桑畑 九十九里浜	陽明門 谷川岳 成田山新勝寺
山形	蔵王高原より朝日連峰 磐梯高原と五色沼	奥秩父 都心のビル街 出航風景(横浜港)	秩父路の巡礼(武甲山) 皇居・伏見櫓 ヨハマ・マリナリー(横浜港)
福島	霞浦の水郷風景 霧降高原のニッコウキスゲ	浦佐の豪雪 薬師岳のカール 金沢の裏通り	雁木 高岡の曳山祭り 兼六園
茨城	霧降高原のニッコウキスゲ 榛名湖	敦賀付近の山村 富士 木曾路	東尋坊 昇仙峡 上高地
栃木	犬吠岬 長瀬	高山の民家 下田港 蒲郡	高山祭り 牧野原台地の茶園 渥美半島のお花畑
群馬	東京駅と丸の内ビル街 江の島の海	大王崎燈台 近江八幡の水郷 夜桜(平安神宮)	夫婦岩と伊勢神宮 比叡山の行者と長浜曳山祭 金閣寺
新潟	新潟市近郊の湿田 工事中の黒部第四ダム	新淀川のアシ 東大寺盧舎那仏 串本の橋杭岩	通天閣 大仏殿遠望 瀬峡
富山	国宝成巽閣の表門 越前岬付近	東大寺盧舎那仏 串本の橋杭岩 神戸の造船所	三宮センター商店街 鳥取の松葉ガニ 宍道湖夕景
石川	越前岬付近 御坂峠から富士山を	鳥取砂丘 松江大橋(宍道湖) 高梁川清音の放牧	温室マスカット 平和記念公園 秋芳洞
福井	朝の槍ヶ岳 白川村の合掌造り	帝釈峡天然橋 下関港夜景 祖谷風景	阿波おどり 直島群島(備讃瀬戸) 松山城
山梨	朝の槍ヶ岳 白川村の合掌造り	観音寺 南予の段畑 室戸岬	桂浜 博多どんたく 有田焼
長野	白川村の合掌造り 金谷の茶畑	八幡製鉄の煙突 白石のレンコン堀 グラバー邸	グラバー邸 熊本城 別府
岐阜	名古屋城の天守閣 伊勢神宮	阿蘇中岳の噴火口 日田の材木流し 日南海岸の波食痕	桜島ダイコン 繁栄する国際通り
愛知	三井寺 金閣	阿蘇中央火口丘と草千里 湯布盆地から見た湯布岳 日南海岸	
三重	伊勢神宮 三井寺	湯布盆地から見た湯布岳 日南海岸	
滋賀	伊勢神宮 三井寺	湯布盆地から見た湯布岳 日南海岸	
京都	金閣 大阪市役所と中之島	湯布盆地から見た湯布岳 日南海岸	
大阪	大阪市役所と中之島 法隆寺	湯布盆地から見た湯布岳 日南海岸	
奈良	法隆寺 紀三井寺から和歌浦を	湯布盆地から見た湯布岳 日南海岸	
和歌山	紀三井寺から和歌浦を 神戸港の突堤	湯布盆地から見た湯布岳 日南海岸	
兵庫	神戸港の突堤 大山	湯布盆地から見た湯布岳 日南海岸	
鳥取	大山 宍道湖	湯布盆地から見た湯布岳 日南海岸	
島根	宍道湖 後楽園	湯布盆地から見た湯布岳 日南海岸	
岡山	後楽園 厳島神社の大鳥居	湯布盆地から見た湯布岳 日南海岸	
広島	厳島神社の大鳥居 岩国市の錦帯橋	湯布盆地から見た湯布岳 日南海岸	
山口	岩国市の錦帯橋 徳島市の阿波おどり	湯布盆地から見た湯布岳 日南海岸	
徳島	徳島市の阿波おどり 金刀比羅宮から讃岐富士	湯布盆地から見た湯布岳 日南海岸	
香川	金刀比羅宮から讃岐富士 石槌山	湯布盆地から見た湯布岳 日南海岸	
愛媛	石槌山 足摺岬	湯布盆地から見た湯布岳 日南海岸	
高知	足摺岬 八幡製鉄所の高炉	湯布盆地から見た湯布岳 日南海岸	
福岡	八幡製鉄所の高炉 面浮立	湯布盆地から見た湯布岳 日南海岸	
佐賀	面浮立 佐世保港夜景	湯布盆地から見た湯布岳 日南海岸	
長崎	佐世保港夜景 阿蘇中央火口丘と草千里	湯布盆地から見た湯布岳 日南海岸	
熊本	阿蘇中央火口丘と草千里 湯布盆地から見た湯布岳	湯布盆地から見た湯布岳 日南海岸	
大分	湯布盆地から見た湯布岳 日南海岸	湯布盆地から見た湯布岳 日南海岸	
宮崎	日南海岸 鹿兒島市から見た桜島	湯布盆地から見た湯布岳 日南海岸	
鹿児島	鹿兒島市から見た桜島 羽地内海	湯布盆地から見た湯布岳 日南海岸	
沖縄	鹿兒島市から見た桜島 羽地内海	湯布盆地から見た湯布岳 日南海岸	

4-1表 (つづき)

	D	E	F
北海道	札幌の大通り公園	羊ヶ丘	五稜郭 羅臼湖と羅臼岳
青森	ねぶた	ねぶた	岩木川と岩木山
岩手	岩手山と北上川	ちやぐちやぐ馬こ	北上川と岩手山
宮城	仙台の七夕祭り	七夕まつり	仙台駅と市街
秋田	なまはげ	かまくら(横手)	本荘沖の白龍3号
山形	晩秋の月山を望む	冬の蔵王	蔵王お釜
福島	ミナトヨウ咲く尾瀬沼	裏磐梯と五色沼	塩屋崎(いわき七浜)
茨城	大洗海岸の日の出	偕楽園	那珂川河口と那珂湊
栃木	日光山内	東照宮陽明門	大谷石採石場
群馬	水上温泉と雪の谷川岳	利根川と赤城山	尾瀬沼と燧岳
千葉	犬吠岬	銚子燈台	新東京国際空港
埼玉	秩父夜祭り	長瀨	利根大堰
東京	銀座四丁目付近	新宿副都心	新宿副都心
神奈川	山下公園	横浜港	横浜球場と横浜港
新潟	佐渡のたらい舟	田植え(白根)	先閣湾(佐渡)
富山	黒四ダム(と立山)	立山	立山
石川	能登の「波の花」	兼六園	日本海岸(大聖寺)
福井	池田町水海の田楽能舞	越前海岸	高浜原子力発電所
山梨	甲斐駒より鳳凰山・富士	武田信玄像(甲府)	南アルプスより富士山
長野	松本城	善光寺	姨捨山の段々畑
岐阜	長良川の鶺鴒	美濃の山	御嶽山
静岡	富士山頂	富士山	由比海岸と富士山
愛知	名古屋のツツ木100m道路	名古屋城	テレビ塔とセントラルパーク
三重	二見浦の日の出	真珠いかだ	英虞湾の筏と多島海
滋賀	彦根城	びわ湖	琵琶湖のえり網
京都	平安神宮	東寺塔と京都タワー	京都御所
大阪	御堂筋	道頓堀	千里インターチェンジとニュータウン
奈良	西の京の黎明	若草山焼き	法隆寺
和歌山	那智の滝と巫女	はっさくの収穫	潮岬
兵庫	姫路城天守閣	うろこの家(神戸)	神戸港
鳥取	夕焼けの大山	砂丘	大山山頂
島根	宍道湖	出雲大社	邑智の段畑
岡山	鷲羽山からの展望	岡山城	岡山城と後楽園
広島	原爆ドーム	安芸の宮島	宮島
山口	錦帯橋	秋吉台	萩市
徳島	鳴門の渦潮	阿波踊り	鳴門スカイライン
香川	金刀比羅宮から讃岐平野	讃岐うどん	高松駅と高松港
愛媛	来島海峡の朝	道後温泉	佐田岬
高知	高知城と太刀踊り	土佐犬と桂浜	室戸岬
福岡	博多祇園追山笠	博多山笠	関門橋
佐賀	面浮流	有田焼	唐津城
長崎	グラバー邸の春	グラバー邸	グラバー邸
熊本	阿蘇草千里	熊本城	阿蘇中岳火口
大分	三俣山とミヤマキリシマ	耶馬溪	湯布院盆地と湯布岳
宮崎	高千穂峽	鬼のせんたく板	日南海岸
鹿児島	桜島の噴火口	桜島	佐多岬と開聞岳
沖縄	守礼門	守礼の門	竹富島

4-1表 (つづき)

G	H	I
北海道 鴛泊から見た利尻山	北海道百年記念塔	上富良野の花畑
青森 岩木山とリング畑		りんごと岩木山
岩手 胆沢の散村	東北新幹線と岩手山	石川啄木の歌碑と岩手山
宮城 松島	美しい松島の日の出	蔵王のお釜
秋田 戸賀湾と目潟	日本一の深度・田沢湖	八郎潟の干拓地
山形 月山	出羽三山のひとつ月山	蔵王(樹氷)
福島 猪苗代湖と磐梯山		磐梯山と猪苗代湖
茨城 神栖・波崎の農業地帯	大洗海岸の日の出	筑波山と菜の花畑
栃木 今市扇状地と日光街道	躍進する宇都宮市	中禅寺湖と男体山
群馬 沼田付近の河岸段丘	妙義山の第四石門	嬬恋村のキャベツとワスレ畑
千葉 東京ディズニーランド	人工衛星からみた千葉県	埼玉古墳
埼玉 大宮駅周辺	埼玉県庁	九十九里浜
東京 西新宿副都心	国会議事堂	池袋のサンシャイン60
神奈川 油壺	京浜工業地帯	横浜港
新潟 冬の湯沢町	新潟平野と弥彦山	佐渡おけさ
富山 黒部ダム	富山市より北アルプス	黒部ダム
石川 輪島市の朝市	金沢城と大名行列	秋の兼六園
福井 東尋坊	深雪の永平寺	東尋坊
山梨 富士山と大沢崩れ		富士山と河口湖
長野 槍ヶ岳		大正池と穂高岳
岐阜 白川村の合掌集落	濃尾平野の木曾三川	高山祭のからくり人形
静岡 大室山	日本を代表する富士山	富士山
愛知 名古屋市中心街		名古屋城
三重 英虞湾	真珠のふるさと英虞湾	英虞湾にうかぶ島じま
滋賀 瀬田川大橋と大津		瀬田川と琵琶湖
京都 清水寺		祇園祭の山鉦巡行
大阪 大阪都心部	大阪城	丸ビルと市街地
奈良 稗田の環濠集落	奈良県庁	東大寺の盧舎那仏
和歌山 潮岬		青岸渡寺三重塔と那智滝
兵庫 神戸市街		ポートアイランド
鳥取 米子平野と大山	鳥取大砂丘	鳥取砂丘
島根 三瓶山	宍道湖の夕暮れ	宍道湖夕景
岡山 児島湾干拓地	吉備路	倉敷民芸館
広島 尾道水道	広島平和公園	厳島神社の舞楽
山口 秋吉カルスト	関門橋	萩市の町なみ
徳島 大鳴門橋	阿波踊り	大鳴門橋
香川 讃岐平野と讃岐富士		讃岐平野のため池
愛媛 佐田岬	宇和海と蜜柑畑	佐田岬
高知 足摺岬	高知城	高知平野のビニールハウス群
福岡 中州と福岡市街	八幡製鉄所戸畑	博多祇園山笠
佐賀 佐賀平野とクリーク		佐賀平野のクリーク
長崎 九十九島		大浦天主堂
熊本 阿蘇中岳火口	阿蘇中岳	阿蘇山中岳の火口
大分 湯布院盆地と湯布岳	富貴寺の大堂	臼杵深田石仏
宮崎 えびの高原	宮崎神宮	堀切峠に咲くハマユウ
鹿児島 上甕島	開聞岳	桜島
沖縄 波照間島		海中のサンゴと海



「岩木山をバックにした津軽平野のリンゴ畑の景観」か「青森市のねぶた」、宮城県は「松島」か「仙台の七夕」、鳥取県は「砂丘」か「大山」が選ばれている。おそらく多くの人にとって、長崎港を背景にしたグラバー邸の景色が長崎県を、阿蘇山中岳火口の風景が熊本県を表現している、最も典型的なイメージとして理解されているのであろう。これらの場所と場所イメージの結びつきは「津軽といえばリンゴ」、「リンゴといえば津軽」というようにほとんど一対一で対応しており、その関係は狭義の記号の域にまで達しているものと解釈できる。

その一方で、秋田県・千葉県・埼玉県・奈良県・山口県などのように、選ばれたシンボルがばらばらのところも存在する。おそらくこれらの県では、その県を代表するシンボルが多すぎるのか、またはこれといったシンボルが一つも存在しないのかのどちらかの理由で、都道府県とそれぞれのシンボルの結びつきが相対的に弱いと考えられる。したがってこれらの県では、ある決まった一つの場所イメージによってその県を理解し、また表現することが難しいのである。

このように、換喩的認識は空間を認識する際の最も普遍的な認識方法であり、とくに場所と場所イメージが換喩的に記号化している場合、その場所の理解に関して重要な意味を持つと考えられるが、我々はその典型的な例を、卑近なところでお土産や記念写真に見ることができ

る。

土産品や記念写真の機能の一つは、ある特定の場所を他の人や自分自身に示す、記号としての役割にあると思われるが、そのためには土産の品や記念写真は、行った場所をよりよく表現している必要がある。すなわち、京都の五色豆、名古屋の外郎、岡山のきび団子のように、土産品ははっきりとその土地を指し示す物でなくてはならず、東京で外郎を買ったり京都できび団子を買ったりしたのでは、お土産の意味をなさなくなる。記念写真にしても同様で、日光では陽明門の前で、広島では原爆ドーム<sup>61</sup>を、パリに行けば凱旋門やエッフェル塔を背景にした写真が撮られることになるが、観光地へ行ってただの青空や何の変哲もない道路を記念写真として撮ることは、普通は考えられない。つまり、土産品や記念写真の画像によって示される場所イメージは、スムーズに誤解なくその場所を表現し得るもの、すなわち表現しようとする土地と記号的に結びついている場所イメージでなくてはならない。その土地の代表的風景を写した絵はがきやその土地のシンボルをかたどったミニチュアが、旅の記念品として買われていく理由もそこにある。しかも土産品や写真の映像とその場所との結びつきは、これらを贈られる人や観る人（それが自分自身である場合もある）によって知られている必要がある。したがってそれを知らない人には、金沢の長生殿がただの落雁と思われたり、

折角の記念写真が普通のお寺の前で写したと見られることが有り得る。

この点からすれば、「倉敷」とか「Roma」とかの文字が入った土産物や、「摩周湖」とか「Yosemite National Park」といった看板の前で撮った記念写真は、狭義の記号である言語（地名）を利用してその場所を表現しているので、最も確実に記号としての役割を果たしており、そのような手段が実際に多く用いられていることの説明になろう。

結局、場所のシンボルのうち、その土地や地名との記号化が進んだものは、狭義の記号として働くことができ、その場所との結びつきを誰もが知っている京都の八橋や新潟の笹団子、あるいは広島における原爆ドームやパリにおけるエッフェル塔は、そのようなレベルに達しているのだとみなされよう。そして、このような方法によって場所が表現され得るのは、我々が日常的に換喩的認識によって外界を捉えようとしているからにほかならない。

さて、換喩的認識による空間と場所イメージとの結び付きが記号化すると、例えばエッフェル塔の図像を提示することによって、そこがパリあるいはフランスであることを示すことができるようになり、身近なところでは広告において、場所と関連させたイメージづくりに利用されるようになる。ここでエッフェル塔の画像を見た者の多くは、その記号の作用によって間違いなくパリやフ

ランスをイメージし、そこにパリのないしはフランス的なその場所イメージを想起する。

また、記号化した場所イメージの最も典型的な例である歌枕も、換喩的認識に基づいている。歌枕になった地名には、①富士・天橋立のような名勝・佳景、②宇都山・白河関のような交通の要衝、③衣川・姨捨山のような歴史的イベントゆかりの場所、④鶴ヶ岡・熱田のような信仰上の霊地、⑤憚の関・待不得山といった面白い地名、⑥信夫・八橋など先行作品に詠まれた場所、があると言われるが<sup>7)</sup>、これらの地名が何故はじめに文学作品の題材として取り上げられ、それが一般化したかを考えるとき、その場所の風景が衆に抜きんでていたり、交通上・信仰上重要であったり、過去の事件や文学がすぐに連想されたり、あるいはその地名に特徴があったりと、全てその場所が持っていた特徴に着目して地名とイメージが結び付けられたものであり、まさしく換喩的認識がなされているのである。

しかしそれ以上に、換喩的認識が我々の日常最も盛んに用いられてきたのは、伝統的な地理教育（とくに地理のテスト）においてであろう。例えば「苦小牧→製紙工業」、「静岡県→お茶とみかん」、「デトロイト→自動車工業」、「ブラジル→コーヒー豆」というような場所と場所イメージの一対一の対応の記憶が、地理の問題を解く際に要求されることが多く、それに伴ってこのよう

な短絡的な形の教育がなされることも多い。しかし、実際には苦小牧には食品工業もあれば建設業も小売業もあり、ブラジルではコーヒー豆以外にも小麦やジャガイモなど多くの種類の農作物が作られているわけで、それらをあえて捨象し、製紙工業やコーヒー豆だけで場所を表現してしまうのは、換喩的認識以外のなにものでもない。

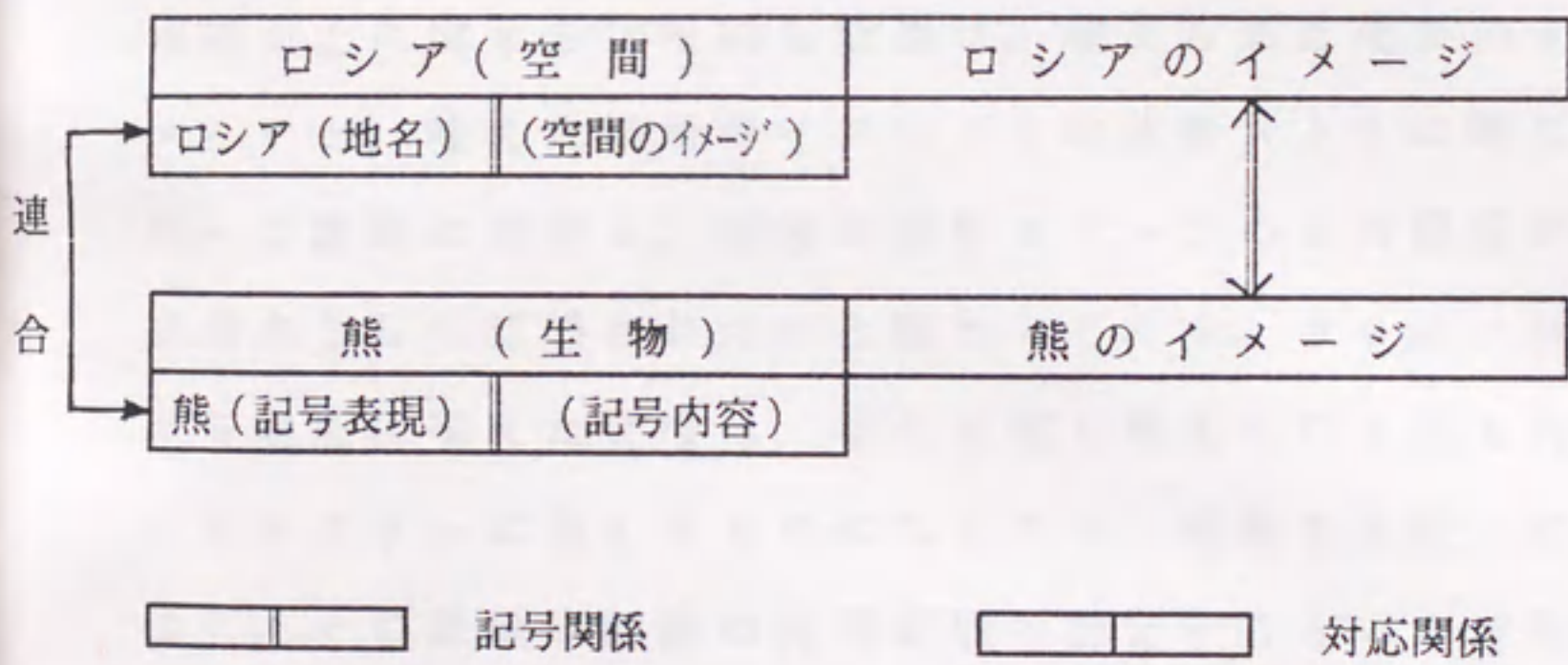
### 3. 場所の隠喩的認識

人には二者以上の対象に向かうと、その対象を比較し、自分が納得するかたちで秩序づけようとする心理的な働きがある。ここにいう対象の比較とは、対象のイメージの比較のことであり、これらのイメージ相互間に認められた相対的な関係に基づいて、それぞれの対象はある決まった体系のなかへ位置づけられている。そして、このような概念の体系（あるいは意味のネットワーク）の中で、イメージの類推性や近接性の高いもの同士は、連合して相互の結び付きが強化されるであろう。この対象間の類似性に基づく相互関係の認識はまさに隠喩的認識であり、またそれを外言として表出したものが、直喩または隠喩（的表現）であると考えることができる。

空間を対象とする隠喩には、ある場所をある物に喩える場合と、ある場所を別の場所に喩える場合とが考えら

れるが、はじめに、場所と物との間の比喩的認識を考えてみると、これはいわゆる「たとえ」や「見立て」という、一種の表現の技法としてよく見られる。例えば、帝政時代から今日に至るまで、ロシア（ソ連）はどのようなわけか熊に喩えられることが多いが、これは「ロシア」という地名に対応するロシアの一般的な場所イメージと、「熊」という記号表現に対応する熊の一般的なイメージとの間に、おそらく「巨大」・「鈍重」・「山の中（辺地）に住む」・「怒らせると怖い」などといった共通部分があるからだと考えられる。そして、このような場所と物との、ある意味では意外な類似性の認識が、多くの人によって共通に認識され、またその比喩的表現がたびたび用いられると、両者の関係はステレオタイプ化し、ロシアと熊という名前同士の間に関連が起こって、ロシアと言えば自動的に熊が連想されることにもなり得る（4-1図）。

この種の隠喩的な表現の例は、「東洋の真珠」（香港）・「札幌の奥座敷」（定山溪温泉）・「東京砂漠」など無数に捜すことができるが、このような表現が定着しているのには、おそらく、香港は小さいが真珠のように光彩を放ち、定山溪温泉が札幌の背後に静かな保養地として存在し、東京（の景観、あるいはそこにおける人間関係）があたかも砂漠のように不毛で乾燥しきっている、という認識が一般にも成り立っているからであろう。ま

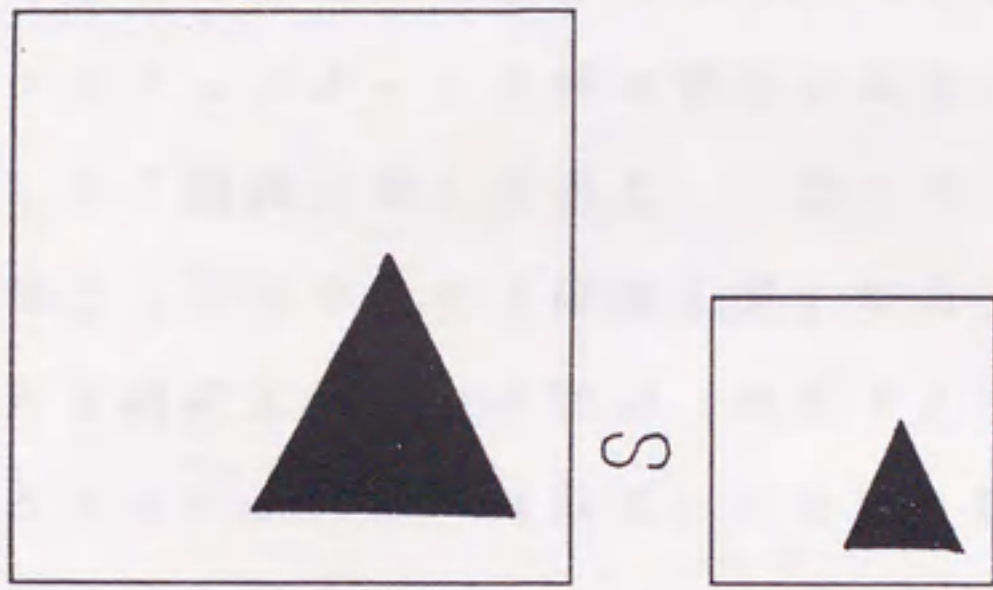


4-1図 「ロシア」と「熊」の比喩的關係

た、このような比喩的認識からさらに「もう一つの真珠」  
（マカオ）・「札幌の空の玄関」（千歳空港）・「大都会のオアシス」などという別の隠喩も派生してくることになる。

しかし、より地理的な意味で場所の認識またはイメージと関わっていると考えられるのが、場所同士が類似性によって結び付けられる場合、つまりある場所を別の場所によって示す隠喩的表現である。このとき隠喩的認識は、二つの地名に対応する場所イメージ同士の相対的な比較によって形成され、その間にある種の類似的な関係が発見され述べられることになり、さらに地名との連合を通じて場所イメージの記号化を促進する。したがって、場所同士に関する比喩的な認識は、喩えられた場所のイメージと、喩えた場所のイメージとの比較（とくに類似性）の問題に帰着し、両者の場所イメージのどの部分が共通点として認識されたかと関わってくる。さらに、場所を場所に喩えた比喩は、喩える側も喩えられる側も同じカテゴリーに属するものになるので、両者を比較・定位し、その隠喩的認識の通用範囲を設定するという意味も含めて、「××（地名）の○○（地名）」というかたちの表現になることが多い。「東洋のマンチェスター」や「日本のチベット」や「土佐の軽井沢」といった表現がその例で、そこにはAという場所の中に存在するBという場所のイメージが、ちょうどCという場所における





世界 : マンチェスター = 東洋 : 大阪  
 日本 : 富士山 = 薩摩 : 開聞岳

4-2図 「x x の o o」式の隠喩にみる隠喩的認識

Dという場所のイメージと似ている、という場所同士の構造的な類似性の認識を見ることができる<sup>\*)</sup> (4-2図)。

例えば、開聞岳はその山の形が成層で、富士山によく似ていることから、一名「薩摩富士」と呼ばれているが、この隠喩的表現のもととなったのは、[薩摩：開聞岳＝日本：富士山] (薩摩における開聞岳の立場は、ちょうど日本における富士山のそれに似ている) という認識であったと考えられる。

この種の「×× (場所) の○○ (場所)」の隠喩は、喩える場所と喩えられる場所の双方の隠喩的認識に基づく比較であるにとらえることもできる。つまり、大阪を「東洋のマンチェスター」と呼ぶ例をとれば、「大阪」の換喩として「繊維工業」があり、一方「マンチェスター」の換喩としてもやはり「繊維工業」があって、両者の換喩である繊維工業という部分 (場所イメージ) によって大阪とマンチェスターは似ているという隠喩的な認識が生じたのだと見るのである。

このような隠喩的なものの見方は、ある意味では場所と場所との間の関係の認識であり、それは意識されている外の世界に一定の秩序、すなわち構造 (ただし、その構造とは主観によって見いだされた構造であるが) を発見することにほかならない。場所と場所の間にある構造を発見し、場所を構造的に認識していくことは、我々が外界 (環境) を理解するうえでの有益な方法の一つとな

っていると思われ、それは無数の場所のもつ多面性のうち、どの部分に着目して場所同士が似ていると思ったり、または似ていないと感じたりするか、というレベルにまで還元することができる。

二つ以上の対象の類似性を比較する際の一般的な関係の認識には、対象同士の形態の類似性に着目する相似の関係や、対象同士の機能の類似性に着目する相同の関係、一定レベルの類似性を認めながらその下位のレベルにおける形態の差異に着目する相反の関係、同じく下位レベルにおける機能の差異に着目する対立の関係などが考えられる。全国に分布する「小京都」や「〇〇富士」などの表現は、その場所イメージ間の相似の関係に基づき、広域中心地を中心とする地方ブロックの認識などは相同の関係に、東日本対西日本、また都市対農村という認識は、それぞれ相反や対立の関係に基づいている。このようにそれぞれの場所（場所イメージ）は、類似性や相反性などに基づく隠喩的認識によって相対的に関係づけられ、主体の知識の体系の中にそれぞれ位置づけられているのである。

隠喩的認識による、この種の場所の体系的な位置づけの記号化の例として、最近盛んになってきている姉妹都市の縁組みを取り上げることができる。姉妹都市とは、主に親善と文化交流を目的とした、異なる二国の都市間での相互提携であるが、このいわゆる「縁組み」には、

4-2表 日本の主要都市とその姉妹都市

都市名	提携都市名	都市名	提携都市名
札幌	ポートランド ミュンヘン 瀋陽	川崎	リエーカ ボルチモア 瀋陽
函館 小樽	ハリファックス ナホトカ ダニーデン	横須賀	ユース・クリスティ ブレスト フリーマントル ジリングム
夕張 盛岡 仙台	撫順 ビクトリア リバサイド レンヌ ミンスク アカプルコ 長春 蘭州	鎌倉 新潟	ニース ガルベストーン ハバロフスク 哈爾浜
秋田	パッサウ	金沢	バッファロー イルクーツク ポルトアレグレ ゲント ナンシー 蘇州
いわき 水戸 日立 つくば	撫順 アナハイム バーミングハム ケンブリッジ サマーランド	甲府	デモイン ロダイ ポー 成都
千葉	アスンシオン ノース・バンカー・バー ヒューストン ケソンシティー 天津	岐阜	フィレンツェ 杭州 カンピーナス デンバー
東京	ニューヨーク 北京 パリ ニューサウスウェールズ ソウル	高山 静岡 熱海 名古屋	オマハ サンレモ ロサンゼルス メキシコシティー 南京 シドニー
横浜	サンディエゴ リヨン ボンベイ バンクーバー オデッサ マニラ 上海 コンスタンツア	豊田 尾鷲 大津	デトロイト プリンスルパート ランシング インターラーケン ヴェルツブルグ 牡丹江 パリ
		京都	

4-2表 (つづき)

都市名	提携都市名	都市名	提携都市名
京都	ボストン ケルン フィレンツェ キエフ 西安 グアダラハラ ザグレブ	広島	ボルゴグラード ハノーバー 重慶
舞鶴	ナホトカ	下関	サントス イスタンブール 釜山 青島
大阪	大連 サンフランシスコ サンパウロ シカゴ 上海 メルボルン レニングラード ミラノ 香港	坂出	サウサリート
堺	パークレー	松山	サクラメント
神戸	連雲港 シアトル マルセーユ リオデジャネイロ 天津 リガ ブリズベーン	高知	フレズノ 蕪湖 北九州
姫路	シャルルロア フェニックス アデレード クリチーバ 太原 慶州 トレド(西) 西安	福岡	タコマ ノーフォーク(米) 大連 オークランド(米) 広州 ボルドー
奈良	サンノゼ	大牟田	大同
岡山	サンホセ(コスタリカ) プロブティフ 洛陽	長崎	セントポール サントス ポルト ミデルブルフ 福州 アルバカーキ 廈門 桂林 サンアントニオ
広島	ホノルル	大分	アベイロ 武漢 別府
		別府	木浦 ボーモント 烟台
		鹿児島	ナポリ パース 長沙
		那覇	ホノルル サンビセンテ 福州

隠喩的な認識に基づいて行われていると思われる部分  
かなりある。4-2表は、わが国のいくつかの都市について、  
その都市が姉妹都市として提携している世界の都市を挙  
げたものである。この表からは、それぞれの姉妹都市の  
間にある関係らしきものをいくつも読みとることができる  
が、その二つの都市間の関係の認識の多くは類似性を  
中心とした隠喩的認識に基づくものである。

例えば、札幌とミュンヘンを結び付けるものとして、  
我々はすぐにビールを連想できるし、夕張と撫順では石  
炭、新潟とガルベストンは石油、豊田とデトロイトでは  
自動車、といった具合に姉妹都市の間にある類似性は、  
おそらく一般的な地理的知識によって容易に推測するこ  
とのできるものである。また、東京の姉妹都市がニュー  
ヨーク・北京・パリ・ニューサウスウェルズ州（中心都  
市はシドニー）であるのに対し、大阪の姉妹都市がシカ  
ゴ・上海・ミラノ・メルボルン・レニングラード・サン  
パウロであり、これが名古屋ではロサンゼルス・南京・  
シドニー・メキシコとなり、京都ではボストン・西安・  
パリ・キエフなどと並べてみると、そこにはいくつかの  
国の間にまたがる構造的な隠喩の関係を見いだすことが  
できないだろうか。つまり、大阪は「日本のシカゴ」で  
あり、「日本の上海」であり、またシカゴは「アメリカ  
の大阪」で、上海は「中国の大阪」であるという隠喩的  
認識が、これら姉妹都市の関係に隠されている可能性が

ある。

姉妹都市の縁組みが広く市民全体の総意に基づくものであるとする観点からすれば、このように誰にでも納得可能な隠喩的認識に基づく組み合わせが多いことは、当然であるともいえよう。もちろん、姉妹都市の縁組みがすべて隠喩的認識にしたがって行われているわけではないので、例外も多くあるが、例えば東京がシカゴではなくニューヨークと姉妹都市提携し、大阪が北京ではなく上海と縁組みをすることに対して、ちょうど人間同士の縁組みのように、いわゆる「釣り合いがとれる」とか「双方にふさわしい相手」などという意識が働いているとすれば、そこにはすでにかなり記号化した隠喩的認識が存在していたことになる。そもそも「姉妹都市の縁組み」という表現自体が、都市を人間に見立てた隠喩であった。

ところで、「東洋の真珠」や「北陸の小京都」のように、対象の範囲を示す地名を冠した隠喩的表現は、これらの全てが少なくとも場所であるというイメージの共通部分を持っているので、一定の類似性に基づく上位概念によってグループ化され、その結果、また別のかたちで記号化されやすい。このようにして記号化されたグループが名数であると考えられる。

名数とは、「三筆」・「四天王」・「七不思議」・「十二使徒」・「三十六歌仙」のように、洋の東西を問

わず古くから見られる、複数の要素による概念の定式化・記号化のことである<sup>9)</sup>。ここでは、とくに一定の限定された意味空間の中にある要素の内から、一定数の要素を取り出して名数とする場合について考える。

地理的単位に関する名数的なとらえ方は、名数の中でも最も頻繁にみられる部類に属し、「日本三公園」・「三大都市」・「四大工業地帯」・「五大湖」・「東海道五十三次」・「四国八十八カ所」のように定式化した例は多い。しかもこれらはいったん定式化して狭義の記号の働きをするようになると、名数内に入った場所と入らなかった場所との間に大きな場所イメージの差異を生じさせることになる。

例えば、江戸時代の「三都」は、まず日本という地域の枠が設定されており、その中で主要な都市三つが選ばれたものだが、その選ばれた理由に明確な定義があったわけではないし、二都や四都ではなくて三都でなければならない必然性も必ずしもない。しかし、ひとたび「三都」という名数としての理解が成立してしまうと、誰にとっても江戸・京・大坂は他の都市から抜きん出た都市グループとして認識され、その結果、その他の都市との間にある明確なイメージの差を生じさせたことは確かである。

さらに、名数に選ばれたもの同士の間にも、新たな序列を生み出すことがあるのも名数化の働きの一つで、「三



都」の場合は、將軍の居城がある政治都市江戸、王城の地である文化の中心地京都、天下の台所である経済都市大坂、といったそれぞれの町の対立する特徴が強調され、都市の機能に対する認識がステレオタイプ化しやすくなった。この場合、ある種の相似・相同の関係によって同類とみなされた「三都」が、その次の認識のレベルにおいて、名数を構成するそれぞれの都市が相反ないしは対立するものとしてとらえられている。

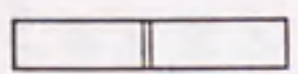
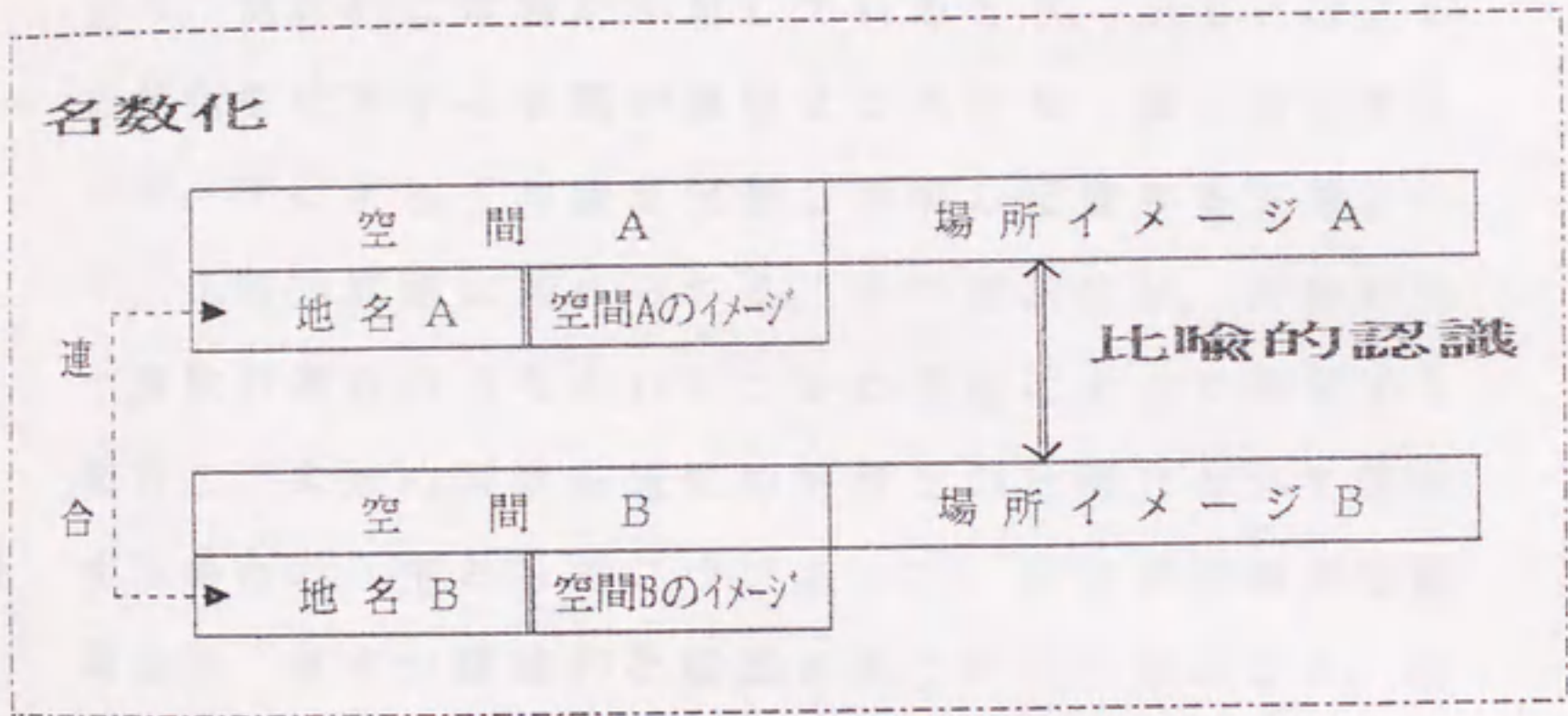
ステレオタイプ化した名数の枠が先にあって、あとからその要素が充填される場合もある。その代表例は、「八景」や「三景」といった名所選の選出であろう。「八景」は、中国北宋時代に画題として成立した「瀟湘八景」に由来するもので、「平沙落雁」は雁の列、「江天暮雪」は雪景色、「瀟湘夜雨」は雨の中というように、画題によって描かれる絵の構図（イメージ）が決まっており、一種の歌枕としての働きを備えている。わが国の「八景」はその模倣で、広重の錦絵などによってよく知られており、八景を選ぶ場所は中国から日本に移されても、八つの画題の構図は変わらず、それぞれのイメージに合った風景（場所）が選ばれ定式化することになる（「近江八景」・「金沢八景」など）。ただし後世になると、単に八つの風景を選んで並べることに主眼を置くものも出てくる（「琉球八景」・「南都八景」など）が、いずれにせよ、「八つ」の中に選ばれることによって、

選ばれなかったそれ以外の場所との間に、場所イメージの差を作り出し、また選ばれた場所同士の間にもやはり場所イメージの分化があり固定化しやすくなる、という名数の働きについては変わりがない。

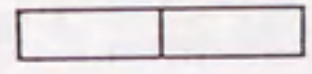
近江八景を例にとると、堅田は浮御堂に「落雁」、唐崎は一つ松に「雨」、瀬田は唐橋の「夕景」、石山は寺に「月」、比良は山に「雪」というようにそれぞれの場所によって絵の構図が定式化しており、観る者は「近江八景」に選ばれた八つの地点を特別のものとして意識するようになるのはもちろんのこと、瀬田には夕暮れ時の唐橋をイメージし、堅田には浮御堂に雁という風景を期待するようになる。

これら場所同士の比喩的認識や名数化という場所の体系づけは、いわば前者が場所の中にある構造を理解し把握する発見的・分析的方法であるのに対し、後者はこれらの場所をより上位の次元で捉える統合的方法であるともみることが可能である(4-3図)。つまり、場所同士の比喩的認識や名数化は、単なる文学的表現や遊戯にとどまらず、個人レベルでは地理的認識の発見や体系化の方略として、社会レベルでは地理的認識の一般化を促進するものとして重要な働きを持っているものと思われる。

その一方で、現在では「四大工業地帯」の語が実質を伴わなくなつて無意味となり、「日本三景」がかつてほどには影響力を持たないように、これらの比喩や名数も



記号関係



対応関係

4-3図 比喩的認識と名数化

他の記号同様、時代と共に推移することも忘れてはならない。

#### 4. 比喩的認識と場所イメージの記号化

空間を認識する際に比喩的方法が用いられる最も大きな理由は、数少ない情報によって全体を把握できる点にあり、絶対的に情報が不足しているとき、あるいは多くの情報を分析する手間が面倒なときにも、限られた少ないデータによって対象を把握し理解し記憶する方略として、比喩的認識は用いられる。その方法には、対象のもつ無数の属性のうちの一つかの特徴によって理解する場合と、未知の対象を既知の対象との比較において理解する場合の、主として二つがあって、前者が換喩的な認識方法、後者が隠喩的な認識方法ということになる。むしろその弊害として、対象のイメージは極端に簡略化され、ときに歪んだイメージとなる場合もあるが、その危険を割り引いても、少ない労力の割に得られる効果が大きいので、比喩的な認識を日常のあちこちでみることができると考えられる。

実際、日常生活の上では、青森県は「本州の北端にあって、リンゴがとれる」ところと理解している程度でふつう十分であるし、名古屋の大須を知らない人に、大須

の気候や景観や歴史や風俗などをいちいち教えてやるより、一言「浅草のようなところ・名古屋の浅草」と言ったほうがよほど理解が早いことが多い。おそらく、古代や封建社会のもとでの大部分の人のように、一つの村の中で一生を過ごし、外の世界について何も知らず、また知る必要もなかった人々にとって、全ての場所とは自分の生活に密着した土地のことであり、そのイメージについても熟知しているがゆえに、未知の空間を認識し場所を理解するにあたって、比喩的な方法を用いる必要性も相対的に少なかったと思われるが、現代人のように日本国内はおろか世界中に分布する何千何万という膨大な数の場所に囲まれて生活せざるを得なくなると、それらのすべてに対してそれぞれ詳細で正確なイメージをもつことはまず不可能であるし、かりにそれが可能であるとしてもそのために払われる労力を考えると非常に効率が悪い。したがって自分の故郷やとくに関心の深い場所など少数の場所を除くと、これらの場所のほとんどは比喩的に簡略化された形でイメージされているはずで、この簡略化された場所イメージは単純であるがゆえに定型化しやすく、いわゆる地理的な常識として、その社会の中の人々に広く浸透しやすいのである。すでに示したように、熊本県に関する本の表紙に阿蘇山の写真が載り、岡山の土産にきび団子を買ひ、東京とニューヨークが姉妹都市であると聞いても、少しも不自然ではなく、多くの人

そのことをむしろ当然のように感じているとすれば、それは人々の中に暗黙のうちに場所に対する共通の理解があるからに相違ない。その共通の理解とは、比喩的な認識方法に基盤をもつ、場所についてのステレオタイプ化された場所イメージの理解であると考えられる。

このようにある場所に対する比喩的な認識が社会全般にわたって広くステレオタイプ化すると、比喩的な認識に基づく比喩的な表現がある決まった場所を意味することができ、一種の記号（サイン）としての働きをもつようになる。そして記号となった場所と場所イメージの関係は、ちょうど言語と同じように、広く社会の中でのコミュニケーションの道具として用いられる。

その一方で、比喩的な認識法は数多くの事項を合理的に記憶するのに有効な方法ではあるが、反面、場所が単純化された場所イメージとして理解されやすくなることは、場所に対する画一的で硬直したイメージを植え付ける原因ともなる。とくに、レトリックはもともと弁論術として発達したように、詭弁の性質も合わせ持っているため、比喩的な表現は科学的説明以上に説得力を持つ場合があり、その使用は魅惑的で、つい使いたくなるものであるが、単純化された紋切り型の場所イメージほど記号化されやすいから、場所に対する一面的な見方、つまり固定観念を生む危険性を常にはらんでいる。

## 注

- 1) このような観点から比喩を扱ったものとして、佐藤(1978, 1981, 1986a, 1986b); 瀬戸(1986, 1988); ブラック・サール他(1986); レイコフ・ジョンソン(1986); 山梨(1988)などがある。
- 2) 一般に西洋古典レトリックでは、直喩・隠喩・換喩・提喩をまとめて「転義(trope)」と呼び、日本語のいわゆる「比喩」はこれとほぼ同義であると考えられる(佐藤、1978)。
- 3) 従来のレトリックでは、この全体と部分の認識に基づく比喩を提喩とみなすものが多い。
- 4) 一般に、空間はそれぞれ固有のものであり、外延的意味としては自分自身しか持たない最小の種であるので、個々の空間を類とする提喩は考えられない。
- 5) 表中のA～Iの資料は、つぎに示すとおり。
  - A 「日本地理風俗大系」, 誠文堂新光舎, 1960.
  - B 「図説日本文化地理大系」, 小学館, 1961.
  - C 「新しい日本」, 国際情報社, 1963-66.
  - D 「日本の文化地理」, 講談社, 1968-69.
  - E 「日本人の県民性」, 日本放送出版協会, 1979.
  - F 「日本の山河」, 国書刊行会, 1976-82.
  - G 「週刊朝日百科・世界の地理」朝日新聞社, 1984.

- H 「ポプラ社の県別シリーズ」, ポプラ社, 1976-  
I 「ビジュアルワイド新日本風土記」, ぎょうせい, 1988-89.

なお、表中の空欄は未刊のもの。

- 6) 本来、原爆ドームそのものが広島 of 換喩となっているのではなく、(世界初の)原子爆弾投下という事件が広島を表現しているのだが、歴史上の事件は直接見ることができないので、記号表現(シンボル)としての原爆ドームによって事件を表現している。「関ヶ原古戦場」や「国分寺跡」のような記念碑や文学碑や銅像なども同様の例と考えられる。
- 7) 長谷章久「文芸風土学の意義と方法」日本文学風土学会編(1984, pp.9-76)による。
- 8) さらに詳しくみれば、Aにあたる場所がCにあたる場所の中に包含される場合(例えば、「東洋のナポリ」や「土佐の軽井沢」と、AとCにあたる場所が対等なもの(相反や対立の関係にある場所)としてとらえられている場合(例えば、後述する姉妹都市の関係など)とに分類することができる。前者の場合、喩えられる場所(C)が喩える場所(A)より優位にあるという比喩的認識を反映するものであると考えられ、このような認識の有無は、鹿児島を「東洋のナポリ」と言うことはあっても、ナポリを「西洋の鹿児島」と言うことはほとんどないことに



求めることができよう。

- 9) 本来、名数とは、「3メートル」「100匹」「千円」のように、ある数に単位の名称や、ものの数え方を表す接尾辞をつけた語をさしているが、「うそ八百」「十六夜」「四天王」のように、いつもある数をつけて言う特定の内容を持った語をさすこともある。

## 第5章 場所イメージの記号化と経済的価値

すべてのイメージが価値的側面を持っていることは、おそらく疑いがない。とくに社会的に記号化した場所イメージは、社会的な価値の観念と結び付き、多くの人々に共通した価値イメージを与えた結果、経済的な価値を生み出すことが往々にしてある。イメージの時代などと呼ばれる今日の社会において、イメージは農産物や工業製品などと違って実体のないものでありながら、確かにある種の価値をはらんでいる。ちょうど製品や企業のイメージアップが利益とつながるように、場所に対するイメージは商業や工業の立地や住民の居住地選好に影響を及ぼし、もっと端的には土地の価格や観光客数といった形で経済的価値に変わり得る。とくに、場所イメージは空間そのもののほかに、地名という「名前」によって表現されるため、地名が経済的価値と直接結び付きやすいという点に特徴がある。

まず、場所イメージが場所そのものの価値（地価）を高める場合がある。例えば、田園調布や芦屋は、明治末期から大正期に開発されてより、高級住宅地としての場

所イメージを保つことによって地価を上昇させてきた。と同時に、一方ではその高い地価が高級住宅地のイメージを生じさせてきた、とも言うことができる。その結果、高級住宅地としての場所イメージの記号化が進み、田園調布や芦屋といった地名が高級住宅地の代名詞となり、さらには資産家や上流階級といったそこに居住する人々の社会的地位までも意味するようになる。場所イメージは直接地名と結びつき、今度は地名自体に経済的価値が生じることになる。そのよい例が、高級別荘地として知られる軽井沢である。軽井沢では、軽井沢の地名が特殊な場所イメージを獲得したことにより、はじめからあった旧・新両軽井沢の周囲に南・北・中・西・東・奥の字を冠した別の軽井沢が次々に登場するという事態が生じた。名前を変えると、土地の値段が上がったり、分譲別荘地の売れ行きがよくなったりといったことが、実際に起こるといっているのである。地名に経済的価値が発生した結果、地名の改変を招いた例であると言えよう。

また、観光資源としての場所イメージの働きも無視できない。観光の目的の一つは、日常生活を離れ、美しいものや珍しいものを実際に体験すること（いわゆる見学観光）にあるが、この種の観光の対象となり、また動機ともなるものは、個人的なイメージであると考えられる。つまり、十和田湖は美しい場所であるとか、鎌倉には古

い寺社が多いとか、竜安寺の石庭をテレビで見たとか、  
全てはその場所に対するイメージがあるからこそ、それが  
引き金となってそこへ出かけてみようという気持ちになっ  
たのであって、その意味では、観光とは個人レベルでの場  
所イメージを現地で確認することを目的とした移動である、  
と言い替えてもよい。その証拠に、知らないところ（場所イ  
メージをまったく持たないところ）へ、少なくとも観光を  
目的に行こうとする人はいない。

ところが、古くは西行も宗祇も芭蕉も歌枕に惹かれて旅  
をしたように、この個人的なイメージは、社会的に記号化  
した場所イメージであることが多いのである。ほんらい観  
光の目的地となる場所は、日常生活の範囲を離れた場所  
にあるわけだから、そのような未知の場所について、純  
粋に個人的な場所イメージといったものは考えにくい。  
とくに初めて訪れる場合はそうである。まして今日のよ  
うに大量の情報が流通している社会の状況のもとでは、  
観光客は既に定型化され記号化された観光地の場所イメ  
ージに惹かれて行くと考えたほうがよい。極端な言い方  
をすれば、観光客は旅行前に与えられている観光地の場  
所イメージのプロトタイプを、その目で確認するために  
観光地へ行くようなものであり、それゆえ、かつて雑誌  
やテレビで見て記憶しているイメージと同じ風景を見、  
それを写真に撮って満足するといった事態も生ずること  
になる。

今日、氾濫している若者向けの観光旅行ガイドや特集雑誌に書かれているとおりに、名所を巡り、ものを食べ、おみやげを買うことが一種の流行となっている（おそらくは観光地についての情報が多すぎて、個人で情報を選択できる範囲を越えてしまっているのも、そのような行動を取らざるを得ないのであろう）が、事実、そのような動向の結果として、現代ではマスメディアの送り出す情報によって、観光地の場所イメージを魅力ある記号にしてしまうことが、観光客を動員し経済的価値を生み出す有効な方法となるのである<sup>1)</sup>。例えば、高聴視率を誇るNHKの大河ドラマや朝の連続ドラマの舞台に選ばれることで一喜一憂する地元観光関係者の姿や、またそれが現実には大量の観光客を引き寄せる原因ともなっていることは、マスメディアとくにテレビの持つ巨大な影響力を示すものであろう。

観光業以外でも、記号化した場所イメージによって経済的な恩恵を受ける場合がある。特産品や地場産業の製品などのように、生産される場所と結びついた製品の場合、その産地の地名が一種のブランドとなって価値を生み出していることがあり、その代表例は陶磁器や漆器や織物といった伝統工芸品であろう。「萩焼」・「清水焼」・「輪島塗」・「会津塗」・「久留米かすり」・「丹後縮緬」など必ず産地の地名が冠されていることに示され

るように、地名と製品の特質とが結びついて理解されている<sup>2)</sup>。関の刃物・スイスの時計なども同様の理解から成り立っており、これらは単にその場所が大生産地であるからというだけではなく、地名（産地）が製品の品質を保証しているような機能を持っており、それゆえに産地の地名を詐ったまがいものが登場することもある。

やはり土地と結びついた農産物の場合にも、同じようなことが起こる。「三ヶ日みかん」・「深谷ねぎ」・「新潟コシヒカリ」・「台湾バナナ」などは、他産地の品物より数割がた高い値で取り引きされるが、もともとは製品の品質の良さが高値の原因とはいえ、今日では産地名の持つブランド性に負うところが大きいのではないかと思われる。「松阪牛」・「比内鶏」・「名古屋コーチン」などの畜産品も同様で、産地間競争が激しくなる一方で食生活の高級化が進む今日、ブランド性を有する製品を持つことは、産地にとって非常に有利なこととなってきている。

このような特産物の産地名のブランド化が進むと、産地名が商品そのものを指す名称となることがある。これは一種の「死んだ」（ステレオタイプ化した）換喩であり、「大島」（つむぎ）・「西陣」（織物）・「コニャック」（ブランデー）・「バーボン」（ウイスキー）などが、その例として挙げられる。「瀬戸物」・「シャンパン」・「カマンベール（チーズ）」などは、同種の製

品を代表する提喻としての働きが強まり、さらに一般化してほとんど普通名詞化してしまった。

いまでは、これらの名称がもともとは地名であったことを知る人すら少なく、名誉なことではあるが、ある特定の場所と製品との結びつきという点では、かえって結合度が弱まってしまった例である。

#### 注

- 1) この問題については、原田(1984)に取り上げられている。
- 2) これは全体(容器)によって部分(内容)を喻えた換喻表現でもある。

## 第6章 記号関係の変化

空間や地名と場所イメージの記号化がいったん成立すると、その関係はなかなか崩れない。なぜなら、記号化した場所イメージは、もはや実在する空間と結び付いているわけではなく、地名に代表される記号表現と結び付いた記号内容となってしまったからである。そのために、なんらかの事情で地名をも含めたその空間の実態と、記号化された場所イメージとの間に乖離が生じると、場所イメージはもはや真の記号内容として現実の空間を、正しく表現しているとは言えなくなってしまう。

### 1. 空間の変化による記号関係の変化

元来、空間自身は絶えず変化しつづけるものであり、長い時間の経過の後まで同じ様相を保ち続けることのほうが、むしろ珍しい。社会的な記号関係としての地名との関係でも、例えば「桜島」や「佃島」という地名がもはや島ではない場所についていたり、「新町」が今では



古い町だったり、東京にある「富士見坂」の大部分からは現在では富士山を見ることができないというように、地名から受けるイメージとその場所の実態とが、ずいぶん違ってしまっていることは多い。

厳密には、どんなに正確な場所イメージも、イメージした直後にはもはや過去の空間についてのイメージとなり、その時点での空間の姿を正しく反映しているという保証はないのである。古い場所イメージが更新されなのまま年月が過ぎると、浦島太郎や数十年ぶりに故国へ帰ってきた移民のように、現実の空間と自己の場所イメージとのギャップの大きさに驚くことになる。

場所イメージがある時点での空間の姿を反映し、地名と結び付いて記号化した場合も、記号化した内容が容易に更新できないために、時の経過と共に徐々に時代遅れになっていく運命にある。その典型的な例は、前述の歌枕に見ることができる。和歌ノ浦や田子ノ浦は現在ではすっかり臨海工業地帯となっており、今の姿からは奈良・平安の昔を偲ぶべくもないが、歌枕は千年前の場所イメージを、和歌を詠む人、そしてそれを鑑賞する人に要求する。

まして、社会情勢がめまぐるしく変わる現代において、場所の変化の速さは過去とは比べものにならず、教科書・書籍・雑誌・新聞などに書かれた内容をはじめ、我々が現在持っている地理的知識すら、やがて現実には即さな

くなることは必然とも言える。外国の多くの人々がわが国をいまだに「フジヤマ・ゲイシャ・ハラキリ」というイメージで捉えていることは、外国の映画や書物・報道などによって知ることができるが<sup>1)</sup>、まったく同じことが我々の側についても言えるわけで、多くの日本人が抱えている外国に対する場所イメージも、そのほとんどは現実に即さない古い場所イメージであることは、十分に考えられねばならない。

## 2. 地名の変化による記号関係の変化

地名はもともと人為的な記号なので、空間自体や場所イメージを変化させるよりは、比較的容易に変えることができる。そのため特定の場所イメージと記号化している地名を変更することによって、既存の場所イメージとの関連を断ち切ったり、逆に、ある場所イメージと記号化している地名を利用したりすることがしばしば行われてきた。

既に記号化した地名を別の地名に変更する例には、悪い場所イメージの定着した地名を葬り去って、気分を一新しようという場合がある。東京の吉原や山谷、大阪の釜が崎といった地名は、いまではどのような地図のうえでも探し出すことはできない<sup>2)</sup>。しかしながら、吉原や

山谷や釜が崎の名は、その特殊な場所イメージを伴って、今でも耳にすることがある。

また、すでに記号化した地名と場所イメージとの関係を断ち切ろうとする動きに反対する例もある。住居表示等に関する法律（1962年施行）に基づく町名の変更は、複雑な地名の区画を合理化する目的で行われたが、いくつかの地域では町名変更に対する反対運動が起こった。最もよく知られたものは、東京文京区の弥生町の例であろう<sup>3)</sup>。このほかにも、豊島区西池袋地区（旧目白）の住民が町名変更を不服として1965年東京地裁に提訴、73年に最高裁で棄却された例や、杉並区和田地区（旧高円寺）、名古屋市中区地区（旧長者町）などにも同様の例がある（谷川編、1979,p.168）。これらの場合、住民が地名の変更反対する理由は、地名への愛着のほかに、地名変更によって既に記号化した場所イメージ（それは概して変更後の地名のイメージより良いイメージである）と結びついた経済的価値が失われることも、理由の一つとなっている。

市町村合併によって旧市町村名を新しい市町名につけ変えることも、同種の例と考えられる。古くは市制施行の際の福岡と博多との葛藤（市名は福岡に、駅は博多に）から、小倉と八幡と戸畑と門司と若松の合併（北九州に）、福山と松永（福山に）、富士と吉原（富士に）、布施と枚岡と河内（東大阪に）、高田と直江津の合併（上越に）

など、数多くの例があるが、既存の地名を残すにせよ、新市町名を作るにせよ、必ず旧市町村名を廃止することに対する反対がある。そして、その最も大きな根拠となるのは、長年使い慣れてきた地名に対する愛着であり、その愛着とは地名と場所イメージとの記号化に由来するものである<sup>4)</sup>。

一方、ある場所イメージと記号化している地名へ地名の変更をする場合、その多くは経済的価値を伴った地名への変更である。例えば、その経済的効果を狙って、沓掛を中軽井沢に、御代田を西軽井沢に変えたり、商店街の名を××銀座としたりするのがこれにあたる。これは、いわばすでに記号化した〔地名－場所イメージ〕の関係への便乗であり、場所イメージと結びついている経済的な価値イメージを利用しようとするもので、ちょうどガードマンの制服が警察官のそれに似せて作られているのと同じ、一種の擬態であると言えよう。

これと似たものに、長野県豊郷村から野沢温泉村へ、山梨県中野村から山中湖村へという町村名の変更や、花輪線龍ヶ森駅から安比高原駅へ、北陸本線金津駅から芦原温泉駅へといった駅名の変更がある。これらの例は、～温泉や～高原といった地名から連想される、観光適地としての場所イメージを利用する目的で行われたと見られる。また、おもに明治以降、新興商店街の繁栄を願って、そこに「栄町」と命名した例が、全国の130市に存在

するという。

同様に、自由が丘・旭が丘・希望ヶ丘といった地名は、そのことばの響きや字面から連想されるイメージが良いことから、戦後、新しく造成した住宅団地等の開発地名によく用いられている。確かにこの種の地名は、何となく日当たりの良い台地上の快適な住宅環境をイメージさせるが、必ずしも洪積台地上にあるものばかりとは限らず、また一方、そのような地名があちこちに増えすぎたために、かえって陳腐な名称となり、画一的な造成地の安っぽいイメージをも合わせ持つようになってしまった。これに対し、石勝線の石勝高原駅がトナム駅へ改称した例などは、〇〇高原という観光地名の乱発による、イメージの画一化に対する反動ともみることができよう<sup>5)</sup>。

### 3. 人為的操作による場所イメージの変化と

#### それに伴う空間の変化

著名な芸術作品や名数化などによって、場所イメージが社会的に変化する場合のあることは既に述べたが、情報が氾濫し、間接的・受動的に形成される場所イメージの量が圧倒的となった今日の社会では、人為的に情報を操作することで、社会の場所イメージを変化させることも可能になってきた。例えば、御巢鷹山やチェルノブイ

リやナゴルノカラバフ自治州のように、それまで誰も知らなかったような地名が、ニュースによって数日のうちに国民の大多数に、特定の場所イメージとともに記憶されるといったことが現実には起こっている。あるいは、東京へ行ったこともない地方の子供までが、テレビの中で使われる「埼玉」や「千葉」が、「東京」や「横浜」とはどこか違うことを知るようになった。雑誌やテレビ番組の特集や宣伝がいわゆるブームを引き起こし、特定の場所へ大量の観光客を動員するのも、その結果の表れのひとつとみてよい。今日の場所イメージの記号化の多くは、マスメディアの働きなしには考えられないとさえ言える。

それらの大半は一過性のものかも知れないが、なかには実際の空間のほう場所イメージの変化に引きずられて変化していく場合も考えられる。ここではその典型として、「場所のラベリング」とでも呼ぶべき現象を考えてみたい。

ラベリング（レイベリング）理論とは、ほんらい犯罪学・社会学で用いられる概念で、例えば、些細なことで不良というレッテルを張られた少年が、その逸脱者のレッテルゆえに周囲の社会から疎外されるといふ社会的反作用のために、結果として予言自己成就的に逸脱行為を繰り返し、遂には犯罪の常習者になることを説明するものである<sup>61</sup>。また、それとはちょうど反対に、人から誉められたために、誉められるような行為を繰り返し、実

際に立派な人物になる場合も考えられる。

これと同じような過程が、場所についても十分あてはまるものと思われる。つまり、ある空間（ないし地名）に、社会的にある種の価値観を含んだ場所イメージがレッテルとして貼られたために、空間自身が場所イメージに合わせて変化し、その結果さらに強い場所イメージが社会に与えられるというように、螺旋状に変化を繰り返していく場合である。

螺旋を上昇していく、良い意味での場所のラベリングの例としては、前述の田園調布や芦屋などが挙げられよう。そこでは高級住宅地としての場所イメージが地価を上昇させる一方、高い地価はこの地域に高所得者層以外の人々の居住を難しくし、その結果そこに住むことが資産や社会的地位という別の次元の価値までコノート（伴示）するようになると、高級住宅地のイメージはさらに強まり、一層の地価の上昇を招くことになる。このようにして場所イメージの高級化と地価の上昇は、互いに影響を繰り返しながら進行していくと考えられる。

この逆に、悪い意味での（下降する）ラベリングは、例えばアメリカ合衆国などの大都市で問題となっている、有色人居住地域の環境の悪化に見ることができる。現在、スラムとしてよく知られているニューヨークのハーレム地区は、19世紀末頃からホワイトカラー層向きの住宅地区として建設されたが、今世紀にはいると供給過剰など

が原因で黒人も居住するようになり、1920年代頃から、この地域に住んでいた白人の郊外への移住がおこりはじめた。それは建物の老朽化や犯罪の多発などといった環境の悪化に起因するとされるが、その結果、有色人種に代表される低所得層がさらに流入することになり、それがまた環境の悪化につながるというかたちで、イメージの悪化と現実の環境の悪化が繰り返し起こったことによって、悪循環的にスラム化していったと言われている（大阪市立大学経済研究所編，1987）。



## 注

- 1) 例えば、NHK取材班(1984)によれば、戦前の日本の代表的なイメージが「フジヤマ・ゲイシャハラキリ」であったのに対し、現在外国の教科書が日本を紹介する際によく取り上げるのは、「シンカンセン・コーガイ・オシヤ(押し屋)」であるという。
- 2) 台東区吉原は、遊廓のイメージを嫌った地元住民の町名変更の希望もあって、千束3、4丁目となり、同じ台東区の山谷はドヤ街のイメージをきらって、現在では清川2丁目と日本堤1、2丁目に分割され消滅、大阪市西成区の釜が崎はもともと通称であったが、やはりイメージが悪いというので、行政や警察は「愛隣(あいりん)地区」と呼ぶようになっている。
- 3) この問題は、弥生式土器の命名のもととなった土器の出土地点が、新しい住居表示によって根津2丁目になったことに対し、昭和40(1965)年、団藤重光東大教授や詩人のサトウハチローなど住民が訴訟を起こしたことに端を発し、マスコミなどでさまざまな論議を呼んだ結果、昭和42(1967)年に問題の区域は根津1丁目から弥生1丁目へと再び変更された(谷川編, 1979)。

- 4) 例えば、高田・直江津両市の合併に際しての、新市名決定の経緯とその問題について扱ったものに、久保田・村山(1970)がある。
- 5) この節はじめ、地名に関する文献として、山口(1974);千葉(1983);谷川編(1981,1983);鏡味(1984,1985)などが挙げられる。
- 6) ラベリング理論を扱った研究として、徳岡秀雄(1981);宝月 誠(1978);藤本哲也(1980)などを参考とした。