

都市メディア論③

都市のシンボルとイメージ

水野博介*

1 問題意識

本稿では、諸都市に見られるさまざまな「シンボル」を分類し、それらのシンボルの意味・意義を考察する。問題意識としては、次の2つを挙げておく。

①都市の「イメージ」と「シンボル」との関係はどのようなものであろうか？

②具体的に、都市の「シンボル」とはどのようなものであろうか？ それらは、何を象徴しているであろうか？ 都市のタイプによって「シンボル」は違っているか？ 時代によっても「シンボル」は変化してきたか？

2 都市の「イメージ」と「シンボル」

「都市デザインの名著」とされるケヴィン・リンチの『都市のイメージ』によれば、「どんな都市にも、たくさんの個人のイメージが重なり合った結果としての一つのパブリック・イメージが存在するようである」（リンチ，邦訳書，2007年，55頁）という。それは、「各個人がその環境の中で首尾よく行動し、仲間との協力を進めていくためには、こうした集団的なイメージが必要である」（同）からだという。ここまではよいであろう。

ところが、リンチはそのすぐあとで、「各個人が描く心像はそれぞれ独自のものであり、その内容の一部はめったに、または絶対に、他人に

伝達されない」（同）としている。それにもかかわらず、「大体においてそれは、パブリック・イメージに近いものなのである」（同）としている。リンチは、さまざまなイメージの規定要因として、「ある地域がもつ社会的な意味、その機能、その歴史、またときにはその名称までが影響している」（同）けれども、彼自身の分析としては「物理的な、知覚できる物体がもたらす効果のみを対象とする」（同）と宣言している。

ここから読み取れるのは、都市の「イメージ」は、既存の諸要因から住民が、受動的に受け入れる、あるいは与えられるものだ、という認識である。だからこそ、「このパブリック・イメージは環境の差に応じて、個人のイメージにとって多かれ少なかれおしつけがましかったり、多かれ少なかれ寛容であったりする」（同）というふうに言っているのだ。アーバン・デザイナーとしては、このような認識で十分なのかもしれない。それはまた、アーバン・デザイナーの限界なのかもしれない。

しかし、上のようなイメージの形成に関する説明は、プロセスに関しては、かなり曖昧な印象を受ける。それとは逆に、個人や集団の側から、あるいは行政の側から、ある都市の「イメージ」を決定する（場合によっては、押しつける）要因がないのであろうか？ また、「物理的な、知覚できる物体」という要因だけを考えると、少々狭く限定しすぎてはいないか？

以上のような考察にもとづき、本稿では以下のように考える。

* みずの・ひろすけ
埼玉大学教養学部教授、メディア論

まず、都市のイメージに関連した「シンボル」というものが、多くの都市に存在している。多数の住民がそれぞれに抱く都市のイメージが集まって、その都市の「イメージ」に集約されるというよりは、何らかの「シンボル」を“媒介”にして「イメージ」が決定されることが多いのではないか。逆に言えば、そのようなシンボルが不在だと、イメージは結びにくい。それらの「シンボル」としては、以下に挙げるように、さまざまなものがあるが、少なくとも現代の日本においては、物理的なものよりも、抽象的な観念やキャラクターが中心になりつつあり、その理由として、マスメディアやインターネットが果たす大きな役割があるのではないか？

3 都市の具体的な「シンボル」はどのようなものか？

都市の「シンボル」とは、その都市の何らかの特徴を表現するもので、そのことによって個々の都市を代表する、つまり「隠喩的」機能を果たす記号であり、個々の都市の「代名詞」あるいは「顔」や「表紙」となるものと言えよう。

なお、「市章」を指して「市のシンボル」と呼ぶ場合があるが、ここではそのような狭い意味での「シンボル」ではなく、さまざまな意味でその都市を「代表」する、さまざまな記号としての「シンボル」について考察する。

以下では、具体的に、どのようなものが「シンボル」になりうるか、そのリストを列挙してみる。

(1) ランドマークとしての都市「シンボル」

都市の「シンボル」と聞いて、多くの人にすぐに連想されると思われるのは、「高い建築物」である。高い塔や城や大聖堂あるいは高層ビル

などであろう。また、容積が大きく目立つ「巨大な建造物」の場合もある。両者を併せて「ランドマーク」と言うことはできよう。

「高く聳えている」建築物は、それぞれの時代の「権力」の座を示していると言われる。すなわち、古代や中世においては、「宗教的な権力」が都市の中核に存在した。であるから、「可視的な宗教権力」の座としての「神殿」や「寺院」あるいは「大聖堂」が建造され、今日ではそれらが都市のシンボルとなっている場合がある。

近世から近代にかけては、山や丘の上に「城」や「要塞」が盛んに造られたが、これらは「政治あるいは軍事的権力」の座であった。これらもやはり、今日では都市のシンボルとなっている場合がある。

「政治権力の場」は、城でなくても、巨大な宮殿など、今に続く都市のシンボルになっている。ウィーンの「シェーンブルン宮殿」は長く続いた広大なハプスブルク帝国の権力を誇示するものだった（今では、観光名所でもあるが）。北京の「天安門」や「天安門広場」、モスクワの「クレムリン」や「赤の広場」、あるいはワシントン D. C. の「ホワイトハウス」は、現役の政治権力の場であり、それら政治都市のシンボルでもある。

19世紀以降になると、世俗的な権力が強まるので、高い建築物も商業的なビルのようなものか、「自由の女神」のように何らかの理念を像にしたものや、万博の際に建造された「エッフェル塔」のような、バルト（1997年）に言わせると何の意味内容もない「空虚な」建造物が造られ、今日ではそれらが都市のシンボルとなっている。

事例1：イタリアの諸都市における「塔」

ヨーロッパでは、現在に残るような「塔」が目立つ都市が数多く存在した。例えば、イタリ

アの諸都市では、かつて「司教座聖堂をはじめとして各聖堂（修道院付属の聖堂も含め）には鐘楼があり、市庁舎等の公的建物にも塔が備えられていた。都市の有力市民の住居にも塔が存在した。13世紀半ばまでの都市内抗争の時代、一族の防衛拠点として塔が建てられたのである。」（齊藤他 2008年、34頁）つまり、「塔」は宗教的、政治的、世俗的、あるいは軍事的な意味をも含んだ建造物だったわけである。しかしながら、「塔は一族の誇りでもあり、有力家門は他家よりも高い塔の建設を競った」（同）というように、個々の家のシンボルであった場合は、都市全体のシンボルとは言えない。

それが変化したのは、自治を得た都市（コムーネ）の実権を商人層ら（ポポロ）が握るようになった13世紀後半くらいからである。塔の高さ制限や破壊がなされ、同時に、「市庁舎の塔」（これは周囲の監視が第一の機能だったという）や「司教座聖堂の鐘楼」はその高さを誇った。特に、フィレンツェなどでは「鐘がコムーネの一体性の象徴となりえた」（同書、35頁）というから、まさに都市の「シンボル」となったわけである。

事例2：エッフェル塔

高さ1,000フィート（300メートル）のエッフェル塔は、1889年のパリ万博の際に、そのシンボルとして建設された。であるから、当時の科学技術の先端を行く建造物の見本のようなものとして建てられたことになる。当初は、進歩主義を象徴する鉄製の建造物というだけで、具体的な「使用目的」はなかった（バルト前掲書、61頁）。建設前からとても不評で、20年後には取り壊すことになっていた。特にモーパッサンなどの作家や芸術家たちをはじめとして、「役に立たないものだといって人々は塔を非難していた」（同書、14頁）という。この点に関してバ

ルトは、「ブルジョアジーの巨大な企業の合理性と経験主義の二つながらにおのれを捧げていた当時の時代精神にとって、許すことができなかったのである。」（同）と説明している。

それに対して、設計をしたエッフェル自身は、この塔の「未来の有用性」についていろいろと考え、列挙している（同書、14&16頁）。しかしながら、バルト自身は、「意味を持たないところに重要な意味がある」という「無償の意味」を説いており、「人々の想像力にうったえかける塔の持つ偉大な機能」があるとしている（同書、16頁）。

バルトの説にかかわらず、エッフェル塔は、現在、実際にはさまざまな象徴として言及されるが、多数の象徴的記念碑（モニュメント）の中で、エッフェル塔が「パリの象徴」とされるのは、第一に、「パリでもっとも高い記念碑」であり、「高さから生れるこの保護機能」（同書、82頁）によって、ノートルダム寺院から、その象徴としての地位を獲得したからであるが、第二に上で述べたような「無益性」によるという（同書、82&84頁）。なぜなら、他の諸記念碑は、建造当時の政治体制とつながるなど「パリとは別のものにつながっている」（同書、82頁）からである。

都市のイメージを研究したリンチは、「ランドマーク」について、「点を示すもので、観察者からは離れて存在し、いろいろな大きさの単純な物理的要素から成り立っている」（リンチ 2007年、98頁）ものとして定義しているが、「空間的に傑出している」ことをその特性として挙げている。それは、「多くの場所から見える」（同書、99頁）こと以外に、「セットバック（建築後退）や高さの変化によって、その周辺の諸エレメントと局所的な対照をなさしめる」（同）ことでも、それは可能であるとしている。しかし、

「シンボル」という観点については、「人々が遠方のランドマークを用いるのは、たんに大体の方角をつかむため、またはこれを象徴として感じる場合だけである」（同書、101頁）としている。要するに、「いろいろの場所から見えて、しかも特に目立つもの」である「遠方のランドマーク」が「シンボル」的に用いられることを述べている。

(2) 都市の成り立ちと「シンボル」

「古い歴史」をもつ都市であれば、「遺跡」自体がその都市のシンボルとなる。例えば、ギリシャのアテネであれば「パルテノン神殿」、ローマであれば「コロッセオ」や「フォロロマーノ」の諸遺跡であろう。

日本の場合、現在の都市がもともと、どのような機能を主たるものとして誕生したかが、現在もそのシンボルを規定していることが多い。その代表は「城下町」と「門前町」だった都市である。特に、日本においては、かつての「城下町」が地方の中心都市や中核都市になっている場合が多く、残存している「城」がその都市のシンボルになっていることが多い。例えば、長野県松本市（松本城＝烏城）・兵庫県姫路市（姫路城＝白鷺城）・熊本市（熊本城＝銀杏城）は、城が国宝に指定されている（姫路城は世界遺産でもある）し、都市のシンボルでもあると思われる。それらの都市を思い浮かべるとき、まさきにイメージとして浮かぶのがやはり、その城である。城以外には、名産品などで特に有名なものはないであろう。

「門前町」としては、長野県長野市（善光寺）や愛知県熱田市（熱田神宮）、三重県伊勢市（伊勢神宮）、島根県出雲市（出雲大社）などがある。

その他の都市の成り立ち方として、例えば札幌市は、北海道開拓の中心地として開拓の歴史にちなんだ名所が多くあり、「時計台」がシンボ

ルになっている。

また、後でも述べるが、最近の「ゆるキャラ」ブームで一番人気の「ひこにゃん」などは、猫であるが、同時に「城」を連想させる兜をかぶっており、滋賀県彦根市という、やはり元は城下町であって、「彦根城」をある程度イメージしていることは明らかである（その証拠に「ひこにゃん」は彦根城周辺に居ることになっている）。

(3) メタシンボルとしての「都市名」

都市の「名称」は、単なる符号ではない以上、都市の特徴や地理的位置や施設等と言った、それ自体「シンボル」であるものの言語的シンボルとしての名称であり、「メタシンボル」と言ってもよいかもしれない。

西東京市などは、「東京都の西部にある都市」であり、まさに都市の地理的な位置を示している。最近、合併してできた都市にも、この手の名称がついていることが多そうである。南アルプス市も、その地理的な位置関係を示しているが、この場合は同時に、「南アルプス」という山々を「シンボル」としている。

興味深いことに、(2)で述べた都市の成り立ちに関する日本の例では、都市の「名称」自体が、城や神社・仏閣の名称と対応していることが多い。「メタシンボル」としての都市名も、その基盤が、町の成り立ちと深く関わっていることがわかる。

例えば、香川県善通寺市などは、「善通寺」という寺がそもそも、その都市のシンボルであり、それがそのまま、市の名になっているから、それは「メタシンボル」であろう。

京都市などは、「都」という機能あるいは歴史的な事実自体が名称になっている。長岡京市も、古代の都の所在地としての名称である。

(4) アメリカの諸都市における「ニックネーム」

アメリカの諸都市には、それぞれ固有のニックネームが付いていることが多い。例えば、有名なところで、「ウィンディーシティ」と言えばシカゴであるし、「ビッグアップル」と言えばニューヨークである。そのことについて、トゥアン（2008年）は、「比較的新しい居住地の間にみられる競争の結果といえる。それらは競争相手の主張に対抗して、自らの都市の個性と、類のない美点を宣伝する必要性を感じているのだ。」（同書、367頁）としている。そして、市のさまざまな構成員は、「故郷の町の評判を何か強烈なイメージで支えようとしてきたのである。」（同書、368頁）と述べて、ニックネームという「シンボル」は「イメージ」と表裏一体であることを主張している。

これらアメリカの諸都市に付されるニックネームが、具体的にどのような「イメージ」と関連しているかと言えば、トゥアンは、「アメリカの基本的な価値と神話を反映し、また誇張して」（同書、371頁）おり、「多くの場所が、工業と製品によって自分というものを証明しようとする」（同）としている。例としては「自動車都市」（デトロイト）、「ビール都市」（セントルイス）などである。

トゥアンはまた、「183もの都市が「ゲート[門]」あるいは「ゲートウェイ[玄関]」という肩書を誇っている。」（同）という例を挙げている。これらは、より西の地域への入り口という意味であり、アメリカ合衆国のフロンティア開拓の歴史を反映していると言えよう。

しかし、アメリカの諸都市の場合は、それだけにとどまらず、「首都」や「中枢」「中心」などの言葉を含むニックネームを数えると、約千種類にも達するという。つまり、アメリカにおける「多くの都市は、その中心性——業績と地理的な利点から仮定的に導き出された立場——

と、未来を約束している玄関としての位置の両方を強調している。」（同書、372-3頁）のである。

しかしながら、このような例を見ると、逆に、アメリカ人の視野狭窄と自己中心性を感じざるをえない。

(5) 都市のシンボルとしての「祭り・イベント」

「祭りやイベント」は、コミュニティ単位で行われるものも多いが、都市全体で行われるような規模の大きなものは、その都市の「シンボル」ともなり、その都市の「イメージ」にも関わる。規模が最大のもは「オリンピック」であろうが、オリンピックは一過性のイベントであるし、都市が単位になっているものの、実情は「国家イベント」であろう。

都市の「シンボル」となるような祭りやイベントは、継続的に開催され、その都市の「イメージ」を形成し、観光客を呼び込むのに役立つようなものであろう。トゥアンは、ボストンのコミュニティの一つである「ビーコンヒル」という地区におけるイベントの例を挙げているが、これはそのコミュニティの範囲を超え、「市全体の注意を引き、クリスマスイヴには数千人の部外者が見物と参加のためにビーコンヒルに集まるようになった。」（同書、388頁）という。このイベントが、地区を超えて「ボストン」という都市全体のイメージにどのように関わっているかは明記されていないが、「[公的な]イメージの背後にあるのは、歴史的な継続性と、文化的な特徴に見られる隣近所 [=近隣社会] というものの現実性である。」（同書、389頁）という記述からすると、「ボストン」という、アメリカ合衆国の中では古い都市の、まさに伝統的なライフスタイルを生き生きと再現する「シンボル」的なイベントなのであろう。

日本において、「祭り・イベント」が都市の「イ

メージ」に直結しているような「シンボル」となっている例を探してみると、例えば、温泉で人気の大分県由布市で長年開催されている「湯布院映画祭」を挙げることができる。この映画祭は町のイメージを高める狙いで、1976（昭和51）年に開催が始まったもので、その狙い通り、特に若い女性に人気の高い温泉地となった。

他の例としては、江戸時代から続く「秋田竿灯祭」や「青森ねぶた祭」「弘前ねぶた祭」などがある。これらはいずれも古い習慣の残る伝統的な都市というイメージを醸し出し、観光に役立つ「シンボル」になっている。また、京都の「祇園祭」や「時代祭」なども、まさに「古都京都」のイメージに直結しているという意味で、京都の「シンボル」になっていると言えよう。

(6) シンボルとしての「景観」

都市の街並みなどの「景観」はまさに都市の「顔」であり、都市のイメージを決定する大きな要因であろう。最近では、まちづくりに力を入れる都市が増え、古い街並みなどの景観を保存し、魅力的な観光資源とするようになってきた。

例えば、岡山県倉敷市などは、かなり以前から伝統的な町並み保存に力を入れ始め、1968（昭和43）年には「倉敷市伝統美観保存条例」を制定し、その後も歴史的な景観保全に努めてきた。

1975（昭和50）年には文化財保護法が改正され、伝統的建造物群保存地区（伝建地区）の制度が始まったが、埼玉県川越市などは、当初商店街が消極的で、20年以上も経過してようやく1999年に指定されるに至った。

この他、伝統的な街並みを保存しようとする都市は、現在では無数にある。観光に役立てようという動機もあるが、後述するような「ロケ地」としてのアピールも最近では多い。

(7) 有名人との関わり

イギリスの「リヴァプール」市などは、世界的なロックバンド「ビートルズ」が連想されるし、「ビートルズ」が「リヴァプール」の「シンボル」であると言うことも可能であろう。同様に、アメリカ合衆国ミシシッピ州「メンフィス」市は、ロックの王様「エルヴィス・プレスリー」が「シンボル」になっていよう。

しかるに、日本では、特定の都市と特定の人物が結びつくこと自体があまり多くないように思われる。数少ない例として、例えば埼玉県深谷市などは、JR 深谷駅前に日本の株式会社の生みの親、「渋沢栄一」の銅像があり、渋沢が深谷市の「シンボル」と呼べるのかもしれない。仙台市では、現在の東北地方一帯を支配した伊達正宗の銅像があり、現在の東北地方の中心都市のシンボルとなっている。

また、先に挙げた札幌市では、北海道開拓史にちなんだ名所のなかの一つである札幌農学校（現・北海道大学）に、若者の心に大きな影響を残した「クラーク博士」の銅像があり、それが市のシンボルの一つとなっている。

(8) シンボルとしての架空の存在

岡山県岡山市の JR 岡山駅前には「桃太郎」の銅像があり、市内には「桃太郎スタジアム」もあって、「桃太郎」というおとぎ話の主人公が擬人化され、「シンボル」になっている。

最近では、マンガやアニメがまちづくりに積極的に取り入れられており、アニメキャラクターも都市のシンボルになりうる。例えば、鳥取県境港市は、マンガ家の水木しげるの出身地であり、「水木しげる記念館」を終点とする「水木しげるロード」やそのマンガに出てくるキャラクターをあしらった「妖怪列車」の走る鉄道路線「JR 境港線」もある。この路線の駅には、それぞれマンガのキャラクターが別名として付

されている（例えば、「JR 境港駅」＝「鬼太郎駅」）。

埼玉県春日部市などは、マンガ「クレヨンしんちゃん」の作者が住んでいた（2009年に事故死）ことから、しんちゃんを事実上、市のシンボル・キャラクターとして扱っている。

また、最近の「ゆるキャラ」ブームで一番人気の滋賀県彦根市の「ひこにゃん」など、まちづくりに貢献するシンボルになることを目的として新たに創られたキャラクターが人気となるケースが出てきている。

例えば、奈良市の「せんとかん」は、2010（平成22）年に奈良市で開催される「平安遷都1300年祭」のメインキャラクターとして、2008（平成20）年に図案化され、愛称も公募した。このキャラクターは「気持ち悪い」などの非難が起り、対抗馬のキャラクター「マントくん」や「なーむくん」なども出現し、マスコミをにぎわしたが、最近では、「せんとかん」がメインキャラクターであることが定着してきたように思われる。ただし、このキャラクターは、期間限定イベントのものなので、今後も奈良市の「シンボル」として留まるかどうかはわからない。

(9) 映画やドラマ等のロケーションを起源とした都市シンボル

このような例は無数にあるであろうが、おそらく、その先鞭をつけた作品としては、1953年に製作されたアメリカ映画「ローマの休日」を挙げることができるだろう。この映画の中で、主演を演じたオーディリー・ヘプバーン（王女アン役）とグレゴリー・ペック（新聞記者役）は、ローマ中をスクーターなどで走り回っては、事実上、名所の紹介に努めたわけであるが、特に王女アンがジェラートをほおぼった「スペイン階段」などは有名になり、「ローマ」の新たな「シンボル」になった。

最近の邦画では、2006（平成18）年に公開された「フラガール」が、いわき市などオール福島県でのロケによって撮影されたが、いわき市は、2009（平成21）年には、「「フラガール」を応援する会」の会長にいわき観光まちづくりビューローの会長が兼任することになるなど、この映画を市の観光の中心に据えており、今やまさに、この映画がいわき市の「シンボル」となった感がある。

以上のように、映画によって、都市の現実の名所や施設が、その都市の新たなシンボルとなる場合と、映画そのものが都市のシンボルになるという、二通りの事例が確認できた。

さらに付け加えると、個々の名所や施設が映画によって有名になるというのではなく、都市の「景観」自体が映画あるいはテレビドラマのなかで大きな役割を果たすということも多い。この場合には、新たにシンボル化するというよりは、よく知られた、あるいは見ればその状況や歴史がわかる街並みが、映画やドラマのシーンにおける言わば「記号」として「背景」に用いられる。

例えば、アカデミー賞を作品賞含め8部門にわたって獲得した映画「アマデウス」（1984年アメリカ作品）において、「18世紀のウィーンの街角」として用いられたのは、現存するプラハの街並みであった。フォアマン監督が祖国チェコで撮影したのだ。

最近の日本の例では、2007年に公開された映画「バッテリー」は、原作の同名小説の作者あさのあつこの地元岡山県的美作市や高梁市でロケが行われた。あさの自身が美作市に今も在住しており、映画に出てくる景観や学校はまさに原作の雰囲気伝えるものである。また、2007年から翌年にかけて撮影された映画「僕の彼女はサイボーグ」で、ロケ地として神戸の有名な景観が用いられたことがあった。この場合は、

街が神戸である必然性はないが、ある種の「雰囲気」を出すために神戸が使われたのであろう。

4 結語

同じ都市について、いくつかの「シンボル」が重なる場合、少なくとも二通りのケースがありうる。一つは、複数のシンボルによって、一貫した都市イメージを生み出している場合である。京都市などは、この例であらう。古都の伝統を感じさせる「祭り」や高さのある、ランドマークとなる「東寺」のようなお寺は、同様に古き良き古都の雰囲気を醸し出している。ただ、超近代的な「京都駅」などの現代の建造物はその雰囲気とはそぐわない。もっとも、駅前の「京都タワー」などは、巨大なローソクを感じさせ、建設当初はともかく、今や古都になじんでいるようにも思える。

二つ目は、複数のシンボルによって、その都市の「多様性」を表現する場合である。東京はまさにこの典型例になるだろう。浅草の「雷門」にぶらさがる巨大な提灯などは、実は1960（昭和35）年に、松下電器（現・Panasonic）創業者で関西出身の松下幸之助によって寄付され、取り付けられるようになった新しいものではあるが、これを含め浅草の景観などは、江戸の伝統を象徴するシンボルである。他方、秋葉原の街並みや、西新宿の高層ビル群や東京タワーあるいは現在、墨田区に建設中の600メートルを超すスカイツリーなどは、近代あるいは未来的なシンボルであり、これらがいっしょくたになった「混沌としたイメージ」こそが、「東京」のイメージであらう。

<文 献>

ケヴィン・リンチ『都市のイメージ』丹下健三・富田玲子訳、新装版、岩波書店、2007年

齊藤寛海他『イタリア都市社会史入門』昭和堂、2008年
イーファー・トゥアン『トポフィリア 人間と環境』小野有
五・阿倍一訳、ちくま学芸文庫、筑摩書房、2008年
ロラン・バルト『エッフェル塔』宗左近・諸田和治訳、
ちくま学芸文庫、筑摩書房、1997年

<参照した HP>

倉敷市公式サイト

「景観地区・伝統建造物群保存地区」

<http://www.city.kurashiki.okayama.jp/dd.aspx?moduleid=4551>

[ニュースレター] 歴史を生かしたまちづくり
——埼玉県川越市の取組み

<http://www.japanfs.org/ja/join/newsletter/pages/027326.html>