HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	地域アイデンティティとランドスケープデザインの構築
Author(s)	片桐, 保昭
Citation	「北方的-北方研究の構築と展開」 : 北大文学研究科公開シンポジウム : 報告書, 90-93
Issue Date	2007-03
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/26278
Type	article
File Information	hoppo2007.pdf

Instructions for use

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

地域アイデンティティとランドスケープデザインの構築

片桐保昭（北海道大学大学院文学研究科　歴史･文化論講座　博士課程）

1. 地域アイデンティティとしてのランドスケープデザイン

本報告は、地域アイデンティティの具現化を求める北海道のランドスケープデザイン業界をフィールドとしたものである。「モダニズム」が時代遅れとなり、地域性を尊ぶようになった現在、風景の捉え方はモダニズムを踏襲しており、それが昨今、風景の美醜を巡る論争に現れている。

公園緑地や街路など、いわゆる「ランドスケープ」のデザインは建築土木や植生保全の技術の裏付けがあって行われるものと思われがちである。しかし実際のデザインは必ずしも技術的な問題だけを扱うだけではなく、美しさも表現することが良である。モダニズムの時代は、機能を満足するものは必然的に同じ普遍的なデザインを呈するはずであり、それが美しさであり進歩であった。勿論、このような価値観は、現在では否定され、地域らしさが求められている。

モダニズムにおける工学的な技法だけでは解決できない美しさの問題は「歴史」や「文化」などといった概念で対象化され、これをデザインに反映させることによって地域らしさを表せると考えられている。このため、いかに地域に暮らす人々が保持していると思われる「歴史」や「文化」などをデザイン上の語法として使うか、これはランドスケープデザインにおいて重要な課題だ。

またランドスケープデザインは公共事業として行われることがほとんどであり、地域が持っているであろう価値観をデザインに反映させることは公共事業として良である。このため、いかに地域住民の価値観を吸い上げるかに関して様々な手法が研究されている。ランドスケープデザインにおける地域アイデンティティとは、デザインとして、当該地域らしさがわかる象徴的な形態のことである。

風景をデザインするといっても、風景の印象は、視覚的に顕著な形態を持つオブジェクトの存在によって左右される。よって目立つオブジェクトはそれだけ社会的な価値を反映していなければならないということになる。つまり「地域アイデンティティ」を特定し、目立つオブジェクトにするという過程が現在のランドスケープデザイン手法において重要な位置を占める。

しかし、地域に生きる住民の価値観を反映させることと、それによってデザインされた風景が呈する美醜の問題は異なる場合もある。これをオブジェクトのデザインだけの問題ではなく、社会過程として風景全体を捉える切り口として考えてみたい。

2. 公共事業としての「ランドスケープデザイン」の問題点

日本の公共事業において、ランドスケープデザインはここ10年ほどの間に市民権を得てきた分野である（実際は明治時代から公共事業として行われているのであるが、ランドスケープなどという言い方はされていなかった）。具体的には公園緑地、街路、橋梁、河川敷、公共建築物といった施設を設計する分野で、風景全体の美質を向上させる意味合いが込められており、近代科学による建築土木の画一性への反省から積極的に取り入れられつつある。特に北海道は自然条件や社会条件が、日本の他の地域と異なっており、この分野において独自性を発揮し得ると見なされることが多い。

当該地域に出土した化石にちなんで、恐竜をモチーフにデザインされた、わかりやすいが奇妙な意匠の街灯

しかし逆に公共建造物に奇妙な形態のものが多くつくられることが問題にされることがある。どこが奇妙なのか、なぜ奇妙なのか、なぜそうなるのだろうか。

3. 風景デザインにおける美質の構築

この点からランドスケープデザインの現場を整理すると次のようになる。美醜のような客観的に評価しにくいことは評価を避けられる。また公共施設ゆえ、万人が納得しやすい（わかりやすい）形態として表す必要があるが、このとき住民も含め、行政担当者やデザイナー自身が抱いている違和感は自己規

制される（そもそもこのような違和感は口に出して説明し難い）。
　結果としてデザイン作業は知名度のあるモチーフの再生産に終始し、そのモチーフの特徴が強調された奇妙なものになる。つまりランドスケープデザインの作業過程において、風景の価値の問題は施設形態の象徴性の問題へ変質するのである。

　要素還元的な近代科学の考えでは「施設」は風景の要素の一つであり、個々の要素の質を向上させることは全体を向上させることだ。しかし風景の中の「要素」を特定できない限り、行政システムにとってその「要素」は風景の中には存在し得ない。これでは今までさんざんに悪口を言われてきたモダニズムの考えそのものである。「要素」として特定できないそれは、口に出して説明しにくいが、風景全体の中での「違和感」のかたちで一人一人の主体に感じられている。自治体が行うアンケートやインタビューによる調査ではこのような違和感を明らかにするのは至難である。
　これは単一のモノを対象とするのではなく、あくまで風景全体の経験のなかで感じられる性格のものである。且つ亦、単一のモノを扱うのとは異なるが、やはり「文化」と呼ばれる領域の問題でもあろう。

4. 風景をどう対象化するか？新たな視点の必要性

　地域の風景が呈する独自の美質は、近代科学の要素還元的な手法では対象化することは難しい。それ故「地域」「文化」「アイデンンティティ」などの言葉で表されてきた。これらをランドスケープデザインに持ち込むと、その過程は単一の「施設」というモノをつくることに終始する。つまり近代行政の枠の中において、利便性や住民の望む良い「施設」を追求すればするほど、風景の中での「施設」のわかりやすさは強調され、意匠モチーフの形態的特徴が肥大化した奇妙なものとならざるを得ない。

北海道の農村部につくられたこの「施設」は周囲の風景の中で非常に目立ち、象徴的であるが、公式には、住民の声を取り入れて自然景観に配慮して設計されたものである。どちらにせよ当事者にも住民にとっても正しく、同時に違和感も感じられている。

　このとき抱かれる違和感をどう捉えればよいのであろうか。風景全体に対しては科学的な方法を持って客体化できない感受性があるということをわきまえることがまずは大切であろう。これはそのまま「公共」事業という行政の限界を示している。言葉に出して説明しにくい違和感は、つまり行政における民意の反映そのものがＰＣ（ポリティカル・コレクトネス）として構築されたものである。そして現在、公共性を反映したランドスケープデザインの手法として、地域住民の声を反映させようとするなら、形態的に「政治的な真実」を構築する以外のものは無い。少なくとも公的な文脈においては。
　このようなデザインが主体にとって視覚的な違和感として感じられるとき、主体の視覚的な感受性を構築するリファレンス･システムが存在するということである。このシステムがいわゆる「文化」であり、ランドスケープデザインにおける地域アイデンティティを違和感無く構築してくれるものとなろう。
　しかしこれは公共事業において多用される工学的な語法では発見することは難しい。これを見つけるには、文化研究において多用される参与観察を主体とした調査によるしかないと思われる。これはオブジェクトとして対象を明らかにするのではなく、「違和感」のような言及が困難な感情が起る過程を明らかにするという手法をとらざるをえまい。つまり今あるオブジェクトや制度がいかに主体としての人間に働き、いかにオブジェクトがデザインされるかということを、客観的に記録するということだ。風景を構成するオブジェクトはモダニズムの手法で明らかに出来る。視点を変えることによって、同じようにオブジェクトの隙間に芽生える「違和感」も明らかになるのである。
　これは「文化」を扱う諸科学にとって実り多い研究分野となることであろう。

会場にて展示されたポスター（A0 サイズのものを縮小）