

# 1 章 道端のベンチが・・・

---

／都市のインテリア序章

- 1-1 ベンチの座り心地
- 1-2 ベンチの使われ方
- 1-3 ベンチのある<空間>
- 1-4 ベンチが街をわかりやすくする
- 1-5 ベンチが記号になる



都市のインテリアとは何かと問うと、まず思いつくのは道端のベンチ。

例えばベンチ\*<sup>1</sup>は、座るための<もの>であるが、デザインによって、置き方によって、使う人の受け止め方によっては、唯の<もの>以上のものになる。これは誰でも経験し期待する事柄であるが、その仕組みには諸説があって、どれもが難解である。

建築の分野ではこれを「空間になる」と言う。<空間>は建築ではごく日常的に使われる用語であるが、定義は？と問われると返答が難しい。だからアレクザンダーは仕組みの解明を棚上げし、実例を列挙して分かったことにしたのではないか。「善」を説く方法に善悪を定義する法律書と事例で示すバイブルがあるとと言うが（諸説の一つ記号論による解説）、パターンランゲージは装丁からしてバイブル然としている。<パターン化した言説集>とは、善を行うためのトレーニングマニュアルの意であろうか。

では、「都市がインテリアになる」という言い方は、どうしたらできるだろうか。実は<空間>の定義についてさえ、我々研究グループは初学者であった。だから都市のインテリアについてケーススタディーを始めたところ、執筆者は方法論となる所説の引用でまず混乱した。空間論か記号論か認知心理学か。しかし混乱はしたけれども、アプローチの比較が面白かったのは事実。だから雑駁に過ぎるとも、分かり方としては案外これでよいのではないかーとも思う。投稿原稿をお迎えする前に、<もの>が<もの>以上のものになる過程に関する諸説を、道端のベンチを題材にして概観しておこう。

\* 1 : 「都市のインテリア」の研究を発起した折に、ようするにベンチの話だねーと言いついてた仲間がいた。ベンチで終わるか、都市空間にたどり着けるかー。

## 1-1 ベンチの座り心地

散歩か買い物か、徒歩で小さなトリップをするとき、若い人ならともかく、慢性的な腰痛持ちの年配者はベンチ伝いに歩く。この場合のベンチは、「腰休め」というただの<もの>である。しかしベンチの研究者は、座り心地のよいベンチを提供しようとして、着座姿勢の背骨カーブを調べ、筋電図を測り、リラックスの度合いを数値化して最適解を探す。例えばロングセラーを続ける美しいカーブを持つベンチ（次図左端）は、実用に即する以上に、快適性を発信する記号となっている。木陰\*<sup>2</sup>に置かれた古びたベンチは、見る人使う人に文学的世界を想起させる。

ところで最近のベンチには、性善説ばかりが備わっているわけではない。ベンチは一寸した休息を提供するために置かれているのであって、本格的に寝られては、風紀上かも防犯上からも困るのである。だからいつ頃からか、広島ベンチには人を寝させないためのアタッチメントが追加され、意地悪の記号（次図中）に変わった。

快適なベンチもよいけれども、歩行者は一寸腰を休めたいだけかもしれないし、高齢者の立場で言えば、深座りすると立つときが大変である。だから最近は植栽のガードを兼ねたチョイ掛けベンチが工夫され、高価なステンレス製ゆえに、市政の気配りをも大いにPRしている（次図右端）。



#### \* 2 : 木陰のベンチ

好きなベンチは木か石か、アルミかプラスチックかと尋ねると、誰もが木のベンチと答えるが、意外にも木はベストなベンチ素材ではない。というのは、断熱性が高い木材の表面は日射下では猛烈に発熱して座れないからである。夏季には 50℃を超える。だから、ベンチは木陰に置かないと快適さを提供できない。日向に置くと暑いという木材の欠点のお陰で、〈木陰のベンチ〉という最強のコンビが生まれた。

一本の街路樹では終日木陰（終日日向の逆）が得られないので、街路樹は列植しなくてはならない。結局、道端のベンチは、樹木の維持費を含めると相当高価につく都市施設である。大いに享受しなくてはもったいない。

#### 1-2 ベンチの使われ方

道端のベンチは腰痛者、歩行困難者のための緊急避難用であるからともかくとして、計画的に設置された公園のベンチはどのように使われているのか、後学のために知りたくなる。メンバーの一人が都心部にある数か所の小公園で調べたところでは、どこのエリアでも個人とグループの利用者が見られ、行為は、休息、飲食、スマホ、会話、喫煙と様々だったが、なんとなく当座の時間を費やすという共通の行為が見られた。ベンチは〈ゆるい〉計画術によって用意されるものらしい。利用者相互の距離は（これはE. ホールの「隠れた次元」\*<sup>3</sup>のテーマである）、少し広目であった。

このメンバーはかねてより、＜一緒に座る＞行為に共感を覚え、そのようなシーンの発見と観察に努めていた。その結果、〇〇をする場所、〇〇ができる場所、などのように座れる場所で行う（行える）特定の行為が利用者に共通に想起される場合に、[受容し譲り合う共有] [居心地のいい共有] が行われやすいとの中間結果を得ている。広島で言えば、カープかサンフレッチェの試合がビルの壁テレビに映っていたら、申し分のない＜一緒に座るシーン＞が実現する。

この場合のベンチは、ただの腰休めを超えた次元に存在している。〇〇をする場所、〇〇ができる場所という特定の行為が共通に認識され、＜一緒に座れる＞と感じられる環境には、＜場所を共有するアフォーダンス\*4＞が存在するのではないかと、担当メンバーの探索が続く。

\* 3 : 「隠れた次元」エドワード・ T. ホール、日高訳、みすず書房

\* 4 : アフォーダンス affordance

認知心理学者ギブソンによる、＜刺激と反応＞という従来の知覚心理学の概念を超えた＜動物＞の環境適応能力を表す造語。動物が環境を探索することによって得るものは、単なる実用を超えた意味／価値である。行動の＜提供 afford＞が語源である。

### 1-3 ベンチのある＜空間＞



何の目印もない道の途中にベンチを見つけると、人はそこからオリエンテーションを得て次の行動を決める。ベンチが次々と連続的に置かれていたら、人はそれに導かれるように歩く。二つのベンチが対面して置かれていたら、社会儀礼を思い出さなければいけない。円形ベンチが置かれていたら、内向きに座ると外を向いて座るのでは事態が一変することに気づき、儀礼的にふるまうか知らないふりをするか迷う。ここで道端のベンチは、ノルベルグ・シュルツの建築空間論に出会うことになる。

空間とは人が出会う環境体験の空間的側面を指す。抽象化の度合いによってシュル

ツはこれを①肉体的行為の実用的空間 **pragmatic space**、②オリエンテーションを育てる知覚的空間 **perceptual space**、③環境について人に安定したイメージをもたらす実存的空間 **existential space**、④物理的世界の認識的空間 **cognitive space**、⑤純粹に論理的関係を認識する抽象的空間 **abstract space** の五段階に分類する。

「都市のインテリア」との課題設定を、道端のベンチが「もの」以上のものになるレベルー快適性を得る以上に「生活の一部になるレベル」と決めるならば、それは上記の五段階では③実存的空間に相当する。知覚対象が人（あるいは動物）の生活に無くてはならないものになる論拠に、シュルツは「知能の心理学」を著したピアジェのシエマ（**schema** スキーマ）を挙げている。シエマは図式と翻訳されるが、アレクザンダーのパターン（＝型）を当てるとむしろ明解になるのではないだろうか。ともかく空間とは、感覚ではなく知能のレベルの話題であることを、確認しておく必要がある。

ところで、公衆の面前にあるベンチには、やがてアートにも哲学にもなる機会が訪れるかもしれない。シュルツは上記五段階のさらなる上位（メタ）言語として、⑥表現的・芸術的空間 **expressive space** の存在を想定している。

#### 1-4 ベンチが街をわかりやすくする

アメリカの大都市に住むアメリカ人は、環境がどんな意味を持つことができるのかほとんど理解していないーとしてケヴィン・リンチは、都市スケールの環境が備えるべき環境的特質<分かりやすさ>について記した、建築・都市デザイナーを志すものすべてのイマジネーションを喚起する記念的著作「都市のイメージ」\*5を刊行した。環境を組み立てたり見分けたりする能力、すべての移動性の動物にとって必要不可欠なゆくべき道を見つける能力（視覚的な感覚・におい・音・接触・筋肉運動の感覚・重力感・電場や磁場の感覚などが用いられる）という表現は、行動科学者のそれであり、そのような能力に対する環境的特質は<分かりやすさ **Legibility**>である。

しかしヨーロッパの古い街々を散策すれば、すぐにそれらがアメリカの都市とは違った原理でできていることに気づく。目につくのは通り、路地、交差点、広場等各々の場所がもつ強い<アイデンティティー**Identity**>であり、それらの環境的特質をリンチは<イメージしやすさ **Image-ability**>と名付ける。記号の世界である。

「都市のイメージ」が記念的著作である理由は、リンチの考察がさらに認識論的レベルに及んでいるからである。都市あるいは街の分かりやすさには、意味が留まりやすい、例えば以下のような物理的形態が関与しているのではないか。

①パス **paths**、②エッジ **edges**、③ディストリクト **districts**、④ノード **nodes**、

⑤ランドマーク landmarks の5つである。

都市のインテリアは小さな空間（スケールについては後の章で取り上げる）なので、①パス paths パス、④ノード nodes が差し当たって引用候補になる。

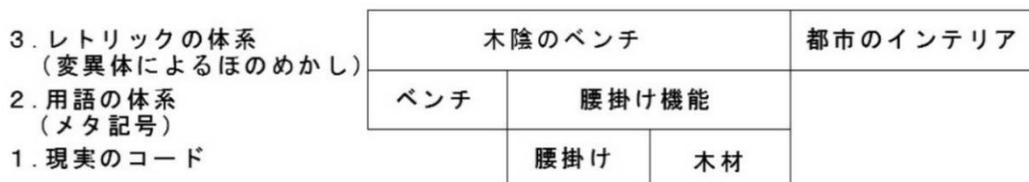
\* 5 : 「都市のイメージ」 Kevin Lynch、丹下健三・富田玲子訳、岩波書店 1968

### 1-5 ベンチが記号になる

「レーシング・コース（競馬場）ではプリントが全盛ですー等々」と書かれたモード雑誌の行間から、R.バルトは代表的著作「モードの体系」を書き起こしている。この一文を目にした人は無意識の内に、場所をガーデンパーティーへ、生地を無地へと入れ換えてみて、何が変るか確かめているはずである。なぜならそこで起きた変化が、その文が伝えようとしているメッセージ（意味とか価値）にほかならないからである。「モードの体系＝システム」の内容とは、無限に続くと思える<入れ換えテスト>の実験レポートである。

モード雑誌には写真も掲載され、イメージによって購買を呼びかけているが、知覚実験の不確かさを理由に、バルトは映像資料を取り上げない。またバルトは、写真は美しさゆえに欲望を飽和してしまう傾向があり、言葉による呼びかけの方が、宣伝効果が持続するとも述べている。購買者がモード雑誌から手に入れた情報は、生理的な効果ではなく、言語的な認識である。

行動科学者は、環境を概念化する能力を動物一般に広げて学術的客観性を担保しようとするので、環境シエマ（あるいはアフォーダンス）の説明に苦勞するが、「もの」の言語による把握を研究対象にすれば、コトは簡単になる。バルトによれば、ベンチの「もの」と「ことば」の間で起こる情報操作は、①ベンチが使われている状況の概念的把握（メタ記号）と、②メタ記号の変異体（入れ換えテストの対象）による意味や価値のほのめかし（コノテーション connotation）の二段階で行われる（下図）。バルトは交通信号の例を挙げているが、次図ではベンチの例に置き換えてみている。



価値の出現を選択に委ねるのは芸術家の労作を無にする所業とも思えるが、量販品が幅を利かす大衆化社会においては、あらゆるものが<作るもの>から<買うもの>に代わり、ユーザーに残された創造参加には選択しか残されていない。それでもなおモード界が陳腐に堕ちないのは、ジャーナル（宣伝媒体）の育成に力が注がれているからである。大衆的情報化社会においては、「もの」はものに止まらず、さらに個人の芸術活動の範囲をも超えて、例えばミニブーム\*<sup>6</sup>のように、社会の進路に影響を与える巨大な表現体へと変異を遂げる可能性がある。

バルトの記号化システムは、建築用語で言えばコンセプトとバリエーションに当たる。アレクザンダーのパタンランゲージは都市環境デザイナーにヒントを与えるデザインコンセプト集である。

#### \* 6 : ミニブーム

ミニスカートとBMCミニとの運命的コラボレーションを指す。ミニスカートは1959年ロンドンのストリートデザイナー、マリー・クワントのマイナーな作品として生まれ、1965年フランスのファッションデザイナー、アンドレ・クレージュが手を加え、イギリス人の妖精モデル、ツイギー（小枝ちゃんの意とか）が着たことによって、世界的な流行となった。一流デザイナーによる量販品のはしりである。最初は際物（きわもの）と見られたミニスカートが航空会社、公務員、名門女子高の制服に採用された結果、不良少女は時代遅れのロングスカートををはかざる得なくなった。

今日のドイツBMWミニの前身であるイギリス製のクラシックミニは、1960年台の初頭、BMC British Motor Companyのアレック・イシゴニスによって開発された。革新的なメカニズムを持っていたとはいえ、本来は小さな実用車に過ぎなかったが、雪のモンテカルロラリーでポルシェに勝ったこと、映画「黄金の七人」に出演して奇想天外な走りで金庫破りを成功させたこと、エリザベス女王が御用車に選び、納車に来たイシゴニスを助手席に乗せて試運転したこと、等々のエピソードで伝説と化した。

両ミニに共通しているのは、顧客の階級階層の壁、年齢の壁等のタブーを軽々と超えたことである。後に工業製品のミニマム化は日本の十八番（おはこ）となり、世界的経済進出の原動力になった。

#### 1-6 ベンチがアートになる

ヤフーでベンチ／アートを検索すると。素晴らしいベンチアートに出会った。公園ベンチでの読書は「絵」にはなるとはいえ典型的である。では本でベンチを作ったらどう

なるか。駄洒落かユーモアかはともかく、モダンアーティストは公園のベンチをひとつの〈芸術〉に仕立てることに成功した。

ところで、このような独創的な作為か加えられた事例もやはりバリエーションなのだろうか。バリエーションといえばステレオタイプを連想するが、バルトによれば、芸術は〈比類なきバリエーション〉ということになる。



ベンチ／文学で検索すると、心が痛む事例にヒットした。「ベンチ」は中学校の教科書に載っている小説とか。場面は戦時下のドイツ、ユダヤ人のフリードリヒとドイツ人のヘルガという少女との淡い恋物語である。公園でのデート、歩き疲れてヘルガは緑に塗られたく普通のベンチに座ったが、しかしフリードリヒは座れない。ユダヤ人は黄色のベンチに座るのが決まりだったからである。それではとヘルガはフリードリヒを黄色いベンチに誘ったが、今度はヘルガが恐怖を味合う番だった。ただの色違いのベンチに座る、座れない二人の心の葛藤と別れを描いた青少年小説とのことである。

「あのころはフリードリヒがいた」ハンス・ペーター・リヒター  
(岩波少年文庫)

色彩はバリエーションを作る最有力戦略であるが、よく思い出してみると、ホワイトカラー対ブルーカラーという比喩的表現があるように、差異化の動機の多くは差別化である。単純な差異化は政治的に利用されやすい。心を留めておく必要がある。

「バターランゲージ」から

#### PL\_40 どこにも老人／OLD PEOPLE EVERYWHERE

多くの人に座ってもらえるベンチ計画術も大切であるが、ベンチの主な顧客は老人、そしてどのベンチにも老人の姿が見えるような街がよい街だーとのベンチの本質論を、アレクザンダーは述べているのである。