

IV-41

イメージの集団的共有化によるまちづくり支援手法のための課題提起

（株）福山コンサルタント 正会員 伊藤将司
同 上 正会員 柴田貴徳

1. はじめに

通常の場合、まちづくりにおける合意形成や計画参加などは、論理的・言語的手段によって、お互いに意見の調整を行い、ある一定の妥協点を探るという行為を示す。しかしながら、個々人が「望ましい」と感じる「都市のあり様」は、どちらかと言えば、個々人の生理的に近い感覚であるため、決して顕在意識レベルの理論的・言語的手段で、明確にされ得るものではない。したがって、筆者らは、お互いの「感じのいい都市」を目指していくまちづくりにおいては、潜在意識レベルのイメージの共有化を進めることが必要となるのではないかと考えている。

筆者らは既往研究において、個々人の潜在意識レベルでのイメージの共有化の前段となる、個人のイメージ再編のプロセスの研究を進めてきた。そして、イメージを再編するためには、「何かピンと来た」とか「いいなあと感じる」ものが、個々人に感性にゆらぎを起こさせ、イメージの再編のきっかけを作っていくことを明らかにした（図-1）。また、感性のゆらぎを起こすためには、地域のアイデンティティに関わる事柄が有効であること、そしてそれは、参加者のイメージの共有化を図るために非常に効果的であることを明らかにした。

また別の研究では、心理学の潜在意識把握手法（P-F テスト）を援用して、個人的潜在意識を把握するとともに、イメージ共有化後の意識構造の把握を行った。それによれば、イメージがある程度共有化（＝合意形成）されたとしても、不満や改善欲求は残り、それらの多くは、まちづくりの場合、行政への要求となる傾向があること等を明らかにした。

本稿はこれらの研究で明らかにした、イメージ再編の構造を前提として、まちづくりにおける個人的潜在意識レベルでのイメージ共有化の手法を提案し、その上で必要な検討課題を提起するものである。

キーワード：イメージ共有化 地域アイデンティティ

〒136-0071 東京都江東区亀戸 2-25-14

〒802-0062 北九州氏小倉北区片野新町 1-11-4

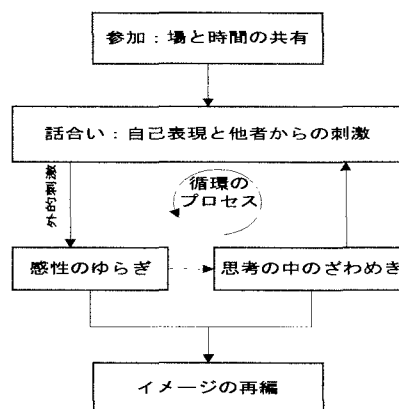


図-1 イメージ再編のプロセス

2. 個人的潜在意識のイメージ共有化の手法及び課題の提起

①地域アイデンティティの抽出

個々人が「望ましい」と感じるまちのイメージを共有化する場合、まず地域のアイデンティティを検討素材として抽出する必要があると考えている。その場合表面上に見えている素材はもちろんであるが、地域の風土に培われた「らしさ」を把握することが重要である。すなわち、地域に住む人にとって、意識をしなくてもなじむ風景や場所、事柄等であり、地域の集合的潜在意識レベルの地域アイデンティティと言うことができる。個性的まちづくりを行っていくためには、これを素材キーワードとして活用していくことが不可欠である。これらは、老人の昔話、習慣やしきたり、歴史や文化財、地域を代表する場所、自然の成り立ち、生活様式等の中にあるものと考えられる。

このような素材キーワードを抽出するためには、地域に本当に根付いている集合的潜在意識レベルの地域アイデンティティを抽出する方法を風土分析におけるイメージ抽出等の手法を参考にしながら、研究していく必要がある。

潜在意識

TEL：03-3683-0151

FAX：03-3683-0196

TEL：093-931-3105

FAX：093-951-8660

②個人的潜在意識に刺激を与える場の提供

次にそれらを検討素材として活用しながら、個人的潜在意識が自由闊達に働くように刺激を与える場を提供することが必要となる。

そのためのひとつの具体例としては、インターネット上での参加の場の提供が考えられる。^{※1)} インターネット上では相手を全く意識することなく、匿名によるコミュニケーションが可能となる。そのため、個人の深層に抑圧されたものがメッセージの中に開放され、相互の潜在意識レベルの交流を可能にするものであると考えられる。

また、多量のスライド(写真や絵)等により潜在意識レベルのイメージの抽出する手法も考えられる。多量なスライドを連続的に見せ、それらから直感的に「いいなあ」と感じるものを数点選び出すことによって、言語的・論理的判断を極力排除した、直感的イメージの抽出、すなわち個人的潜在意識レベルでのイメージを抽出できるものと考えられる。

このような手法の有意性を明らかにしていくためにも、今後インターネットやスライドを活用した手法を実証検証していく必要がある。

③個人的潜在意識のイメージの共有化

インターネットやスライド等の手法による場合、あるテーマや素材に関して、そこに出されるメッセージ(文字や絵や写真)やイメージスライドをある意味の関連づけを行っていくことにより、そのテーマに関する何らかの収束する方向が見え、イメージの共有化が可能になるものと考えられる。

④共有化イメージの具体的表現

これら共有化されたイメージについては、それらを具体的に表現する方法が重要となる。これは共有化イメージをまちづくり施策に反映していくための伝搬方法でもあり、第3者に感性のゆらぎを与える刺激でもある。したがって、できるだけ個人の潜在意識に働きかける表現方法が望ましく、5感に訴えていく媒体である必要がある。

例えば、バーチャルリアリティ(見る、触る、嗅ぐ等)やモニタージュビデオ(CG)等の活用が考えられる。

これらは、その表現ツールの開発や簡易化等を行い、手軽に利用できる手段として一般化させていく必要がある。

⑤まちづくりの施策への展開

共有化されたイメージに基づきまちづくり施策を実施する。この段階ではまちづくりのイメージの共有化が図られているため、原理的には、イメージの実現化のための具体的事業手法と財政的手当の問題に収束するものと考えられる。但し、共有化イメージを具体化するなかで、個人の潜在意識レベルでの改善点や不満等を把握し、この段階において微修正を加える必要がある。

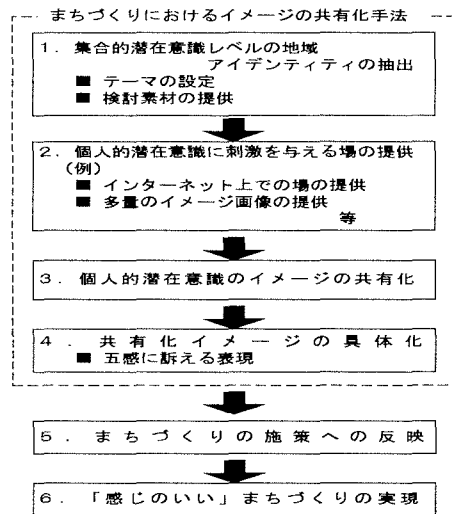


図2 個人的潜在意識のイメージの共有化手法

3. おわりに

人間の潜在能力には、潜在意識にイメージされた事柄を実現していく力があると考えられている。したがって、個々人の潜在意識に共有化されたイメージが伝搬し、市民の潜在意識レベルに高められた場合、個々人の顕在意識の影響から離れたところで、その共有化されたイメージを独自に自己実現していくのではないかと考えられる。

筆者らは、今後個人的潜在意識レベルでのイメージの共有化をさらに発展させ、集団のイメージの共有化の研究をすすめて行きたいと考えている。このような観点からまちづくりの支援ができるならば、住民が真に望む「心地いいまち」を、この先何百年も残りつづける地域の風土として形成することができると考えられる。

(参考文献)

※1) 意識通信/森岡正博(筑摩書房)