

— 國際會議報告
International Meetings

風土分析国際ワークショップ

この国際ワークショップは、7月24日、25日にわたり京都市国際交流会館にて京都大学の佐佐木綱教授が中心となって、国内および外国の研究者・実務者に広く参加を呼びかけ開催されたものである。

ワークショップの日本語タイトルについては、『風土分析』という言葉のをこれからの都市・地域計画にとってのキーワードとして考えていきたいという気持ちから用いられた。しかし、この言葉の適当な英訳を簡単に見つけることはできなかった。たとえば、『風土』の英訳である climate は、本来地理学や気象学的な比較的狭い意味に解釈される可能性がある。これに対して、ここではむしろ『風土』が人間とそれを取り巻く自然を含む環境との交感の上に立つものという認識があるから、そのために関連する要素も多く、また非常に幅広い概念規定が必要であるといえる。そこで、このワークショップが人間と環境との交感によって産み出されるイメージに着目していることから、International Workshop on Psychological Factors in The Environment Associated with Transportation と題することにした。

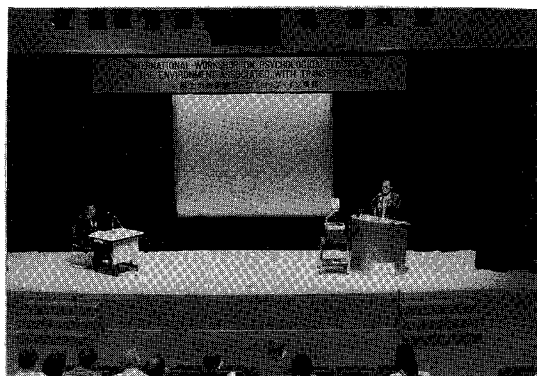
このワークショップにおける中心的なテーマは、「風土分析による新しい都市・地域計画を求めて」を副題と据えながら、これまで女性性・男性性イメージ分析を中心に展開されてきた風土分析研究に基づいた国際イメージ調査を実施し、この女性性・男性性イメージの国際比較そしてこれらの地域計画等への展開の考え方について研究討論を行うことであった。

ワークショップのプログラム構成としては、まず第1日目の最初には巻上先生（立命館大学）の司会のもとで佐佐木先生による基調講演（この講演タイトルは前述の

副題）がなされた。次に、第1日目の2つのセッションとして、国際イメージ調査の基礎集計結果の報告、調査実施者からのコメントそして研究討議が巻上先生および山添先生（山梨大学）の座長のもとで進められた。そして第2日目は、長谷川先生（京都大学）に座長をお願いして、最近の日本国内におけるイメージ研究の動向についてのセッションとして、この分野で現在活躍中の3名の研究者〔篠原先生（東京大学）、北村先生（山梨大学）、川崎先生（京都大学）〕からの講演があり、次いで最終セッションでは佐佐木先生を中心にこの2日間の報告・講演を通じた全体討議がなされた。

なおワークショップ参加者は、国際イメージ調査を実施した各国の研究者、国内における調査実施者、そして計画系の研究者・実務担当者等から成り、総勢200名以上の登録者数となった。この参加者の内訳の特徴は、ワークショップがイメージなど心理学的な側面にかかわる部分が多いにもかかわらず、心理学者は国内では前述の山添先生そしてイギリスから調査実施に関係した研究者の2名だけであり、それ以外は交通工学や都市・地域の計画についての専門家であったことである。これは、心理学的あるいは言語学的な面を軽くみただけでなく、逆に土木の分野の研究者・実務者の自らの役割や問題認識の高まりからワークショップへの参加を意義づけられた結果の現われではないかと思われる。

このワークショップの開催企画には、佐佐木先生の風土分析研究がほぼ10年をすでに経過し、単に研究室内あるいは学会の場でなされるだけにとどまらず、略称で地縁文化研究会とよばれている研究会を継続的に主催されてきており、その節目として国際的な研究としての展開が期待されていることから、これまでの研究の経緯やそこでの基本的な考え方を整理する意味も含まれている。そこで、国内および国外の参加者全員にとって風土分析への理解と興味がより深められるように、ワークショップの構成ならびに配布資料などをわかりやすいものに揃えることを念頭に置いた。すなわち、会場では同時通訳を採用し、また参加者全員に資料としてプログラムと基調講演集（Vol.1, 63 p.）、国際イメージ調査の基礎集計結果および調査実施者からの事前コメント（Vol.2, 206 p.）、イメージ研究の講演集（Vol.3, 52 p.）、佐佐木先生による著書『男らしさ・女らしさ』（1989）の英語訳（Vol.4, 108 p.）そしてこの中国語訳（Vol.5, 97 p.）の5分冊を配布した。ここで、翻訳さ



写真—1 佐佐木先生の基調講演



写真-2 セミナー会場での聴講風景

れた資料以外のうちで基調講演と集計結果・コメントについては、英語と日本語の両方で記述され、イメージ研究の講演集も英語の本文と日本語の概要から成っている。

ここで佐佐木先生による基調講演についてその概要を紹介してみよう。これは、名詞の性の調査から始まる風土分析の背景やこれまでの経緯、京都でなされた既存の女性性・男性性イメージ調査結果の紹介、そしてこのような風土分析がどのような形でこれからの街づくりに役に立つかについて考えられるヒントをいくつか述べるものであった。

風土分析におけるイメージ研究の中で何故女性性・男性性イメージに着目するのか。その理由については、前述の著書に詳細に述べられているのでここではごく簡単にしか紹介しないが、それは名詞に性 (gender) があるように、私たちの心の中にはあらゆる地物や現象に対して女性的・男性的の2つの感覚を感じることができるのではないか。もしそうならば、人々にとって都市に対しても女性的な町とか、男性的な町とかというイメージがあるのではないか、また町を構成している建物や道路・公園・街路樹などにも女性的イメージや男性的イメージの濃淡があるのではないかと考えたわけである。

こうした動機によって始まったイメージ研究は、1985年京都にて第1回目の調査がなされた。この調査の実施・分析からは、普通名詞や都市名あるいは固有名詞についての興味深い結果を得ており、その後の風土分析研究の展開や街づくりの問題に対してもいろいろな示唆が与えられた。たとえば、『太陽』、『海』、『大地』、『大河』の4つの名詞はいずれも生命の起源にかかわるものであるが、男性的・女性的のどちらでもないという評価が少なくむしろ男女両立型といえる。また、『高速道路』は、『地震』や『雷』と同じように非常に男性的で、最近の高速道路建設に対するマイナスイメージも反映した結果になっているし、また『バイパス』にしても比較的男性

的なイメージが強い。しかし道路の機能が生活に密着してきて地域に馴染んできたり、そのようなデザインや機能をもたせてやることによって、より女性的な道路整備も可能となってくる。都市のイメージについても、多核的な都市圏構造をもっている京阪神都市圏のような場合には、大阪を男性的な中心核としてその周辺に女性的な性格でそれぞれ個性的な京都・神戸・奈良の諸都市の構成を仮定でき、都市圏内の階層的な構造の形成に関係させることも考え方として成り立つ。このほか都市内においても、その構成施設のもつ女性性・男性性イメージをうまく組み合わせていくこと、また普通名詞と固有名詞のイメージの差異に着目することによって、街区の個性化やイメージの補償を行えることなどが述べられた。

今回の国際調査では、日本 (甲府、福山、愛媛の3地域) を含め、アメリカ・イギリス (各2地域)、オランダ、デンマーク、フランス、イラン、西ドイツ、中国の9か国を対象に共通の調査票を依頼配布して調査を実施した。この調査で取り上げた名詞は、京都調査を参考に自然地物に関する名詞53個、都市・交通施設60個、色・デザイン23個、都市名30個の合計166個であり、被験者はそれぞれの名詞のイメージについて-3 (非常に女性的) から+3 (非常に男性的) までの7ランクの評価を行った。

国際イメージ調査の基礎集計では、各国での調査実施者から各名詞のイメージ評価の度数分布をもとに、平均値および分布形の特徴を明らかにし、国際比較の検討を行った。

ここでは、いくつかの名詞のイメージについての国際比較結果やコメントを紹介しよう。まず第一に『太陽』と『月』はそのイメージ評価は対称的で、『太陽』は男性的、『月』は女性的であり、特に中国では強男性型と強女性型ときわめて明確に分かれている。『太陽』は京都調査では男女両立型の分布になっていたが、日本・イランは同じタイプに属するが、これら以外の国では不定型あるいは弱男性型の分布であった。山添先生のコメントにもあるように、男女両立型の存在は対立物を排除しないという考え方に馴染みややすい日本人の特徴によるところがあるとも考えられ興味深い結果であった。

またこのほかにも、自然地物のいくつかの名詞 (たとえば『谷』や四季の『春・夏・秋・冬』) には、地形や気候などの国別あるいは地域間の差異からイメージに違いが出ているのがみられた。

都市・交通施設に関する名詞については、たとえば『工場』は各国共通で男性的に、『ビジネス街』も中国の弱女性的を除けばその他は男性的な評価となった。一方、『歓楽街』は、アメリカ、イラン、中国で女性的に、それ以外の国で男性的に評価が分かれた。また道路施設の

イメージは、各国とも全体的には『高速道路』、『幹線道路』、『街路』、『自転車道』、『歩道』と規格が小さくなるに従って、男性的評価から女性的評価へ変化する傾向がある。しかし国別に詳細に眺めていくと、道路事情や整備水準を反映してそれぞれの地域や国の特徴があることがわかった。

色のイメージでは、明暗色の『黒・灰・白』のうち『黒』が最も男性的、逆に『白』は最も女性的、一方『灰』は『黒』に次いで男性的な評価となり、これらは国による差異はなかった。これら以外の色で『青』は弱男性的な評価の多い中でイランと中国は弱女性的に、『赤』は日本とデンマークだけが女性的でそれ以外は中性的か男性的であり、『緑』は日本のみが弱男性的で他国は弱女性的であった。これらの差異には風土や生活習慣の違いが影響していると考えられ、興味深い結果であった。

これらの基礎集計結果の報告と調査実施者からのコメントなどから、国際比較におけるいくつかの論点が引き出された。たとえば、母国語に名詞の性 (gender) を有する国において、名詞のイメージが言葉の性の影響を受ける場合があることである。また調査実施時点で、特に欧米の被験者には女性性・男性性イメージに対して回答すること自体に大きな心理的抵抗を伴う人がみられ、結果的に有効な回答数を得ることが難しい面があった。この点についてエゴの強い西洋人の考え方が現われているとも解釈でき、心理学的にも面白い課題である。

そして基調講演でも強調された点であるが、われわれが抱く地物のイメージは景観的な意味からの構造空間的なイメージだけでなく、地物と人とのかかわりから生まれた文化的・社会的イメージに規定される部分が多いこ



写真-3 レセプションでの歓談

とである。またそのことは、これからの街づくりにおいていかにこの文化的・社会的イメージを高めていくか、そしてそれに追いつくような構造空間をどのように作り出していくかが重要となることを示唆しているといえる。

このワークショップでは、レセプションにおいても参加者どうしの愉快的歓談があり盛会をきわめた。また最後には、主催者の佐佐木先生からパート2の開催が3年後の予定であることのアナウンスもあり、次回開催に向けた今後の研究の進展を祈念して閉幕した。

最後になったが、このワークショップ開催は多くの関係者の絶大なる支援によって実現できたわけで、事務局担当であった川崎先生とともに、関係各位に対して深謝の意を表したい。

(西井和夫/Kazuo NISHII: 山梨大学土木環境工学科助教授)