

板ガラスが見せる世界 —都市空間のガラス建築を通して—

田中優子

ここに掲載するのは、2008年度表現文化コース優秀卒論に選ばれた田中優子さんの卒業論文の縮約された抜粋である。本論文は、ガラスという素材が建築と取り結んだ関係の歴史を概観したうえで、現在の京阪神地区に見出される建築物と街並を対象にして、今日の都市空間のなかでガラスが果たしている役割を考察したものである。本論文の特筆すべき点は、ガラスと都市についての歴史的・理論的研究をふまえたうえで、みずからフィールドワークを行い、私たちの日常的な都市経験にガラスという建材がいかにも多面的な作用を及ぼしているのかを浮かび上がらせていることにある。いまだ十分に考察しつくされていない論点もあるものの、理論的分析、現場の観察、および自己の都市経験の反省が、きわめて生産的な形で結びつけられている点は、これから卒論を書こうとしている後輩たちにも参考になるだろう。なお本論文では田中さん自身が撮影した多数の写真資料が添付されていたが、紙面の都合上、その大部分を割愛しなければならなかったことを付言しておく。(海老根剛)

論文構成

第一章 社会を「映す」ガラス —序論にかえて—

第二章 ガラスの歴史

第三章 現代の都市空間におけるガラスの機能

第四章 ガラスが見せる「もうひとつの世界」 —結論に代えて—

第三章 現代の都市空間におけるガラスの機能

第二章では、ガラスが長い歴史の中で、光への憧れを託されて建築に利用されるようになり、荘厳なゴシック、きらびやかな王朝時代の空間を彩

り、モダニズムの均質性へと変遷してきたことを振り返った。第三章では、現代の都市空間におけるガラスの機能について考える。その手段として、関西地区の都市空間において撮影された写真を用いながら考察していく。対象は、関西の主要な駅周辺にある板ガラス、特にショーウィンドー、高層ビル、カフェとする。

1960年代以降、技術の発達により、板ガラスの質はさらに向上した。厚さを自在に調節でき、その表面は磨く必要のないほど平らになり、風景などが歪んで映ることはなくなった。透明性が増したことで採光が最大限にできるようになり、今度は室内に注ぐ光の量を調節するために、ガラスに薄い色をつけたり、ハーフミラーにしたり、ぼやけさせたりするようになる。このことによってガラスの素材が示す表情がここ10年くらいで多様な性格をもち始め、様々な表情を持つガラス建築が現代の都市にひしめくようになった¹。

現代の都市空間、特に商業空間において無数に増殖している板ガラスはどのように空間に働きかけているのか、具体的に関西地区の事例を通して考えてみたい。その際、「見えなかったものが見える」、「空間を切り取って囲む」、「ガラス面の表情」の三つの論点から考察する。

第一節 見えなかったものが見える

第一節では、壁がガラスになり、今まで見えなかったものが見えるようになることによって生じる開放感と疎外感、ガラスで対象を仕切ることで生じる清潔感、ガラスが光を通すことで起こる劇場化の三つの作用について検討する。

(1) 透明性による開放と疎外

壁が透明になると、今まで見えなかった壁の向こう側の世界が見えるよ

うになる。まず、ショーウィンドー(図1)を例として見てみる。ショーウィンドーには、ガラスの向こう側の手の届きそうな距離に美しい品物が並べられているが、実際はガラスに遮断されて手は届かず、その内側には「外の世界とは別な閉じられた夢の世界」²が展開している。まず、ガラスがその透明性で存在を消すことによって、視線はガラスを通過し、その内側の商品からなる「夢の世界」に入り込む。しかし、ガラスが完全に透明になることはない。視線はその後、手前に立ち上がるガラスの存在を認識する。人は現実につき返され、「夢の世界」には決して入れないことを悟る。ショーウィンドーのガラスが隔てる空間は、東野芳明の言葉を借りれば、「絶対に生身の人間が入ることが出来ない、神秘的な場」³である。人々はショーウィンドーの中を好きなだけ凝視して楽しむことを許されている代わりに、その神秘的な空間には入ることができず、疎外感を味わうことになる。東野はこの疎外感を、「見る人に最初から課せられている当然の懲罰」⁴であると指摘している。

そのようなショーウィンドーの特徴をさらに強めているのは、マネキンである。私たちがどれだけマネキンを凝視しようと、マネキンの目が見ることはない。東野はこのマネキンの目を「硝子玉の眼」と表現し、「きっと、ショー・ウィンドーは、黄泉の国への入口なのであって、マネキンはその美しき門番なのかもしれない」⁵と指摘する。これらを踏まえると、ショーウィンドーのガラスは生と死の世界の境界であり、二つの世界を結びつけると同時に切り離す装置であると言することができる。ガラスによって人は自分のいる現実以外の世界の存在に気づかされる。そして、この二つの世界が遠く離れているわけではなく、境界を隔てて隣り合わせになっていることに気づく。

人が出入りできるガラス張りの建物の場合はどうだろう。カフェを例に考えてみる。ファサードのガラス化によって、今まで不透明な壁に遮られて見えなかった内部世界が、目の前に立ち上がってくる(図2)。建物の外にいても中にいても、視線があちこちに抜け、感知する奥行が広がるた

め、その分開放感を感じることができる。ショーウィンドーと違うのは、向こう側の世界には生身の人間もいて、彼らはこちら側を見返せるということ、そして、誰もがガラスの内外を自由に行き来できる点である。ガラスを介した視線の双方向性によって、見ると同時に見られているという事態が発生するのが特徴である。現代の都市空間では、誰もがガラスの表面というスクリーン上に映し出され、見られる対象になりうる。

しかしここでも空間は仕切られているので、ガラスは開放と同時に見る者の疎外感をも呼び起し得る。ひとはガラスのスクリーンに映し出されたもうひとつの世界を見つめ、そこに自分が所属していないことを感じる。ガラスの向こう側には、私の世界とは別の「もうひとつの現実世界」が存在しているわけである。「現代人は、世界にたいする視界が大きく広がっただけに、そのなかに自己の占める位置の不確かさを感じて怯えている」⁶。自分と世界をかりうじて繋いでいるのがガラス面であれば、それらとの距離を感じさせるのもまたガラス面なのである。ここでも、主体と外部との間に介在する、媒介としてのガラスの存在がある。

見えなかったものが見えるようになるというプロセスは、情報化の進展と密接な関係にある。「月の裏側」、「脳と胎児」のような、かつては目に見えなかったものが、技術の進歩によってどんどん明らかにされるようになってきた。このような「公開スペクトル」は「身体内部を外にひっくり返して見せるコンピュータの力を示」しているという⁷。身体内部はコンピュータによってスキャンされ、スクリーンに映し出されるようになった。ガラスも建物内部をそのまま映し出すという点で、コンピュータの役割と重なる。これらの「メディア」は内部に隠されていたものを開放したのであった。

開放されることが生み出す疎外感は、テレビやコンピュータのディスプレイについてもいえる。ディスプレイに映し出されるあらゆるものは、実体を持たないイメージである。見る人の視線はイメージの表面を往復するのみで、その深淵までのぞくことはできない。見るものと同対象を繋ぎながら遮断しているのは、他でもなく、それらをつなぐ画面なのである。音や

においの感じられない、スクリーンの奥の世界を、私たちは距離を置いて眺めることしかできない。

このように、ガラスには、向こう側の世界とこちら側の世界を出会わせると同時に遮断する「メディア」としての機能があるのである。

(2) 清潔感、美化、新しさ

資本主義とガラスの性質の関係について別の観点から述べてみたい。ガラスを冷たいと感じる人は多いだろう。ガラスは人類とともに長い歴史を歩んできたにもかかわらず、いつまでもなじまない。それは、ガラスは完成した形で提供されてきており、人々がガラスを加工した経験を持たないからかもしれない。あるいは割れる危険性への緊張感が原因かもしれない。ガラスには、人々に距離を置かせる何かがあると思われる。

ガラスという物質は、汚れても原点に復帰し⁸、風化しにくい。常に新しいままで、無駄なものを寄せ付けないガラスには、清潔感や洗練されたイメージがある。ガラスにはどんなものでも綺麗に見せる効果があり、「醜悪なものさえ〈ショー〉に化すことができる」⁹。ガラスが隔てることで、あらゆる日常品、そして人間までもが「見られるもの」になった。板ガラスによって「見られるもの」は格段に増えたのである。こうして、あらゆるものを〈見せもの〉として消費する経験が大衆化した。現代の商業空間においても、同じ目的で板ガラスが使われている。

現代において特徴的なのは、清潔感や洗練されたイメージに加え、商品をより魅力的に見せるためにガラスが使われていることである。それは、ガラスがより平らになったことによる美化効果である。ガラスは光を反射して、商品の世界にニスを塗ったような艶、光沢を与えて包み込む。光景に潤いやなめらかさを与え、「高級感と美しさ」¹⁰のイメージを付加するのである(図3)。

現代の商品経済では、大衆に飽きられないように次々と新しい価値観を

提示していく必要がある。「流行は新しいものの永劫回帰」¹¹であり、「常に自己を「最新のもの」として売り出すことを強いられている」¹²。ファッションは、ここではないどこか別の所を志向して次々に更新されていく。このプロセスは、商品の売り場で、ガラスケースの単純な形態はそのまま、中身だけが入れ替わっていくことによって実現されている。常に新しいことが不可欠な資本主義の世界において、いつでも新しいというイメージを付加でき、ラップのように中のものの鮮度を保つ効果のあるガラスの箱は、モードを入れる格好の容器だといえる。

(3) 光の効果による劇場化

ガラスは光と密接に関わっている。ガラスの壁には採光の機能や、光を反射して「結晶のように輝く」機能の他に、「内部をあふれんばかりの光で満たし、外部に向かって開く」¹³という発光の機能がある。建築内部が発光すると、ガラスの存在が最も希薄になる。「建物自体を大きな照明器具として浮かび上がらせてくれる」¹⁴この発光体は都市に「地上の星座」¹⁵を作るように並び、夜の街を明るくしている。ここでは、採光と発光の両面で生じる内外の光と闇のコントラストについて考えたい。

西川純司によると、夜のショーウィンドーには「見る身体がいる空間の暗転という構図が見て取れる」¹⁶という(図4)。見られる側(演者)が光に照らされ、見る側(観客)は暗いところにいるという、まるで劇場のような構図がガラスによって実現している。ショーウィンドーがストリートシアターという別名をもつ所以である。この現象は、ショーウィンドー以外のガラスでも起こっているのではないだろうか。例えば、カフェ店内は昼間薄暗いことが多い。店内が暗いと中の客にはその分外が明るく見え、見る側の空間の暗転という構図ができあがる。観客は窓枠に縁取られたスクリーンを見ているかのように外の世界を眺めることができるのである(図5)。だが、夜になるとこの構図は逆転する。外が暗くなるとともに、

店内は光で満たされ、演者と観客が交代する（図6）。店内のあらゆる人やものが演者になる。このように、ガラスを介して誰もが演じる側に回るのである。しかも、ほとんど無意識にである。人間は日常的に多かれ少なかれ、「自分」を演じている。例えば、昼間の街路を颯爽と歩くスーツ姿の人は、「忙しいビジネスマン」を、カフェ店内の客は、そのカフェにふさわしい「おしゃれな客」を演じている。演じる場所がカフェなどの商業空間の場合は、無意識に演じながら「店の雰囲気象徴する看板」¹⁷と化してガラスの向こう側の人に店の雰囲気を伝えている。

都市では、ガラスの数だけ舞台セットが提供され、人々が自由に演技をしたり、それを眺めることができる。ガラスは光を通すことでその存在を消しながら、都市空間を劇場化してみせる。ただし、ガラス越しに見られる光景の中で人々が演技しているといっても、それは誰かから見られているという意識によって成立しているのであり、人々が外部へ向かって店の魅力をプレゼンテーションしようとしているわけではない。ガラス窓は、外部へ訴えかける強い指向性をもっているというよりは、内部で起きている様々なやりとりをそのまま映し出す、巨大なスクリーンなのである。そして、このスクリーンの構造は、ガラス面の背後に光源があるという点で、テレビやパソコンのような映像メディアの構造と類似している。

第二節 空間を切り取って囲む

第二節では、壁を切り取った窓越しに見る世界がミニアチュールの世界に通じていること、そして窓枠で縁取られることによる「額縁」の効果について検討する。

（1）ミニアチュールの世界

窓にはくりぬいてのぞかせる機能がある。図7では、壁が半円型に切り

取られていて、店の一部が外からも見える。この窓は、切り取って一部だけを見せることで、内部空間に広がっているはずの商品や店の雰囲気を行く人々に想像させ、期待させる。窓が切り取るのはあくまで店の魅力を伝えるのに適した部分であって、間違ってもレジを打つ店員の姿を切り取ったりはしない。このような窓は意図的に切り取る部分が選択されているのである。そこで窓は、店のイメージを伝え、客を引き込むため装置として機能しているのである。

飯島洋一は、「建築家が「窓」を切り取る作業は、写真家がカメラのファインダーをのぞき込んでシャッターを切る行為に大変似ている」¹⁸という。写真と窓は現実をそっくり映し出すこと、切りとること、見るものとの距離を作り出すことが共通していると考えられる。飯島は主に中から見える外の風景を切り取るについて述べているのだが、このことは切り取られた室内風景を外から見た場合にも当てはまるのではないだろうか。高層ビルの上階や広い道路を隔てた窓など、離れたところにある窓の世界は小さく見え、全体を一望できる。図8のように、切りとられた窓に収まっている人々を眺めていると、まるで虫かごの中の生き物を観察しているようである。縮小させて切りとり、距離を置いて眺める。この眺め方は、写真の眺め方にも共通していることである。写真は時間と空間を切り取るが、ガラスは時間を切りとらないので、ひとは様々なドラマをリアルタイムで眺めることになる。対象が動くことを考えると、窓ガラスから見える光景は写真というよりも動画に近い。人々は切り取られた光景を、安全な場所から存分に眺めることができるのである。これらの窓は現実をそっくり写し（映し）取っているはずなのに、あまり現実感が感じられないのは何故だろうか。

遠近感で小さく見える窓は、ミニアチュールの世界にも通じる。例えば子どもが遊びに使う人形の家は、家の一方の壁をとりはずして建物の内側を外から眺めるものである。そして、家全体を一望し、人形を使って想像の世界へ入り込む。これは、多木浩二によれば「現実（家）をもうひとつ

の現実（模型）のなかで非現実化（意味化）する」¹⁹ ことである。この遊びは、「人形たちにそれぞれの人生を生きさせる小さな劇場をつくる遊び」²⁰ である。「人形の家では部屋も家具もさまざまな什器も、意味作用しかもたない物、すなわち記号になった」²¹。この過程は、ガラスの向こう側の世界を眺める場合にも当てはまるのではないだろうか。窓ガラスを通して何かを見る場合も、全体を一望できる。そして、人形ではないが、商品や人間について自由に想像を巡らすことができる。このときの商品や人間は、見る側にとって想像力を働かせる対象になっているという点で、人形の家の人形のような役割をしており、イメージもしくは記号とみなされていると考えられる。これは、ガラスに隔てられた人を「他者として、オブジェ（対象・もの）として見」²² ているということである。つまり、現実の中にいる人間もガラス一枚隔てただけで記号と化してしまうことがあるのである。

（2）額縁化、映像化

劇場化のところで軽く触れたが（図5）、窓には窓枠がついている。窓枠は窓が切り取った光景を縁取り、その囲んだ世界と「ここ」を対比させる機能をもつ。窓越しに景色を見ると、窓枠の暗さとの対比で、直接見るよりも景色が輝いて特別なもののように見える。この効果は、絵や写真を価値のあるものに見せる額縁の効果と類似していると考えられるのではないだろうか。額縁にはめ込まれていることが作品であることの条件のひとつだとすると、窓枠に縁取られた光景も、建築家のれっきとした「作品」なのである。

視野のなかでは四角いものが基準とされる傾向があるという²³。窓も四角いものが多いが、四角い額縁に他の世界を入れて見るのは、絵画や写真をはじめ、映像、テレビ、パソコンなどにも当てはまる。むしろ、額縁の内部は他の世界をのぞくための「窓」といった方が適当かもしれない。

船木亨は窓と映像メディアの共通点について以下のようなことを述べている。

窓とは、採光や換気の用に供される構築物に穿たれた空虚であり、概して通行は禁じられて、ただ外部の光景だけが与えられる。それは壁面の一部として、内部から構築物の外部を知覚させる媒体であり、その意味では、TVやパソコン（MS ウィンドウズ）のディスプレイのような装置にも通じる。（中略）窓とは空間の中に設けられたもうひとつの空間なのである²⁴。

窓と映像メディアに共通しているのは、「ここ」にいながら「あそこ」へ簡単にアクセスできることである。テレビをつければ海外や宇宙、海の中、過去、またアニメの世界へも行くことができる。テレビの場合はチャンネルを変えれば、パソコンの場合はマウスをクリックすれば、瞬時に外部の世界を目にすることが可能なのである。このような環境におかれた人々の視線は、対象をじっくり見ることなく次の対象へ移ってしまう。画面を一瞥しただけで分かったような気になったり、雰囲気だけを味わうようになってしまう。しかし、そのような見方をしないと処理できないほど、その「もうひとつの空間」は膨大な情報量を内包しているのである。

この状況は、ガラス張りの建物が続く街路を歩く場合と類似している。街路には、ばらばらに切り取られた無数の窓が散在し、それぞれがその内部空間のイメージを伝えるわけであるから、人々は街路を歩きながら、ガラスというスクリーンに映されたイメージを把握することに追われてしまう。窓は「もうひとつの空間」を次々と見せていくのである。

高山宏は額縁について以下のように述べている。「今日われわれは映画やテレビの四角い画面、カメラのファインダーという四角い枠の中に〈絵〉を、擬似現実としての一シミュラクルをのぞきこむ」²⁵。現代において、私たちが映画やテレビを見る場合にも、対象から距離を置いて絵のように

見ている。私たちは映画やテレビ、カメラのファインダー、そして窓ガラスも額縁の中の絵を見るように別世界のこととして見ているのである。そのように見ている世界は、自分の世界と地続きにある世界とは考えにくい。その意味で、ガラス越しに見られることによって、世界は人々にとって疑似現実化するのである。ガラスは「ここ」にいながら「あそこ」へのアクセスを可能にし、映った世界を疑似現実として見せる点から、「平滑な新しいスクリーン」²⁶であるといえるだろう。

第三節 ガラス面の表情

これまで、建築のファサードがガラス化することによってメディア化し、スクリーンとしてガラスが機能しているのを見てきた。ガラスを「スクリーン」と捉えた場合、そこにはどのような「映像」が映し出されているのだろうか。この節では、スクリーンとしてのガラスについて、水やブラウン管というイメージ、映り込み、透過と反射といった現象について検討したい。

(1) 水

技術の進歩でより透明で均質、滑らかなガラスがつくられるようになり、都市の大通りには、つるつるとしたガラスの壁が建ち並んでいる。滑らかで透明な面とそこに映った風景が続く。その景観は、まるで水面のようである(図9)。ガラスには、「水のイメージ」²⁷がある。

ガラスと水の共通点が多い。もともとガラスは固体とは定義することができず、「比較的硬い(粘性の高い)液体」²⁸とされている。また、反射率や透過率が近いことから、中の物を透かせて映りこませる性質も似ている。「水とガラス建築は、ほとんどおたがいに切り離せない関係にある」²⁹。アラゴンが一九世紀パリのパサーージュを「人間水族館」³⁰と表現したのも、

水のイメージと無縁ではあるまい。

今川憲英は、ガウディのコロニア・グレル教会堂について、暗い洞窟のような室内にステンドグラスを使用したことで「ガラスの助けを得て、胎内という意識を喚起」³¹しているという。胎内のイメージとして、暗闇に加えて水というイメージがあることがわかる。透明で開放的な壁を見ているにもかかわらず、閉ざされた内的な空間に引き込まれていくことがここでも考えられる。胎生・退行の夢。ピーター・パン・シンドロームは何も現在の専売特許でない³²。

最近の水族館も水槽を見ているというよりは水の世界に包まれている感覚を経験することができる。これは、「ゼリーの中に浮いている」³³ような感覚である（図 10）。巨大なガラスここでは、他の世界への「窓」というよりも、他の世界との「境界」に近くなっている。

水というのは生命の源であり、液状のものは生命体・有機体に結びつく。今川は、ガラス建築を「エフェメラルな建築」「幼虫が成虫に変わる瞬間」³⁴と表現している。不透明な幼虫は液状になり、透明な羽を持つ成虫に変身していくが、その液状の曖昧な状態を建築のそれと重ねたのである。変わる瞬間の一瞬の曖昧な状態のイメージが建築にある。このことは建物の、大きく言えば都市の一時的・流動的なありようを表したり、何かが生まれ再生する場というイメージに結びつく。「更新の象徴としてのビル建設」³⁵にガラスが用いられているのも、この移ろいやすいイメージがあるからではないだろうか。ガラス建築とそれが林立する都市は、それがいつ消えてもおかしくない不確かな存在であることを、そのイメージで示している。

生きとし生けるものは「それぞれの個、めいめいの孤、おのがじしの儂（はかな）さを、意識、意思疎通、そしてとりわけ産出によって克服しよう」と³⁶する。ガラス建築は人間が「産出」するもののひとつであり、水、有機体、胎内のイメージが重ねられている。しかし、ガラスは隔てた対象の「生の可能性」を排除して記号に変える³⁷。人間が本当に産出したい

はずの「自己」は「産出」されることはなく、ガラスによって記号という死の化身になって次々と「産出」されてしまうのである。

(2) 映り込み

ガラス張りのビルは、周囲の景観を建築の中に取り込み、「カメレオンのように自身の姿を周囲にとけ込ませる」³⁸。映り込みは、ビル自身を周囲に紛れさせて、その存在を薄める効果がある。超高層ビルとは、単なる技術の集積なのではなく、経済的欲望の表象であり、都市空間に聳える欲望のファルスである。その壁がハーフミラー効果のあるガラスになることで、超高層ビルは自己を他者のイメージによって被覆しようとする。これは自己の欲望をカモフラージュするための一種の自己否定のアレゴリーといえる³⁹。

「ハーフミラーガラスを採用した建物の外壁は、ミラーが外部空間を映し出すことによって虚像の世界を作り出す」⁴⁰。こうして「現実の風景とガラスに写った鏡像をコラージュすることによって、現実には虚構性を忍び込ませ」⁴¹、「実像と虚像のコラボレーション」⁴²を見せることができる(図11)。私たちは、普段から実像と虚像が入り混じった風景を見ているのである。この虚像というのは、他の地点から見える風景を映し出したものである。私たちが見ている風景には、他者の視線から見える風景も内包されていることになる。また、ガラスは木々の動きや光や影など、繊細な要素をデザインの中に吸収する。季節や天気、時間などの光の状況によって刻々と表情を変え、光のドラマをそのスクリーン上に映し出す。そういった面で、ガラスの見せる表情は見るたびに毎回微妙に違っている。

多木浩二は、都市と自然は単に人工的秩序とありのままの無秩序として対立してきただけでなく、同時に重なりあうものでもあり、「二重の関係」⁴³にあったと指摘している。映り込み効果のあるガラスは、対立する人工物(都市)と自然を重ね合わせ、都市と自然の「二重の関係」を見

せる装置である。また、ガラスは他の建材に比べて光の具合で輪郭が曖昧になる。図 12 は、空に溶けていくようなイメージの建物である。この点から見れば、ガラスは、都市と自然を互いに溶け込ませる装置でもあるのである。

映り込んだ風景は、自分のいる空間がどこまでもガラスの壁の向こうに続いているような錯覚を与え、際限ない空間の延長を感じさせる（図 13）。古来多くのひとびとが、鏡の枠によって区切られた空間は、単なるこちらの空間のコピーではなく、異世界を見させてくれる窓ではないか、との印象を抱いてきた⁴⁴。しかしもちろん実際には、そこにあるのはただの鏡面で、虚像が映し出されているだけである。その意味でハーフミラーは、偽物の窓といえる。その偽物の窓からは、変容した世界が見えてくる。ひとはガラス窓に映った虚像とその向こう側に見える実像を重ねて見ることで、現実をそのまま見るのではなく、変容した現実、「ガラス窓の映し込みによる異化された光景」を見るのである⁴⁵。

（3）透過と反射

透明なガラスにおいても、中が見えると同時に外の世界を映す効果が見いだされる。例えば図 14 は、ガラスに透けて見える向こうの世界、ガラス面、映り込みによる街路の三つの空間が重なって見える。それぞれの空間の奥行きが前後して見え、ガラス一枚で色々な空間を意識するようになる。このように複数の空間がガラス面で重なる。宮島久雄は、この作用について「透明な皮膜の重なりが空間を奥行き方向にスライスし、虚構の深さが生じ」⁴⁶、空間の奥行きを体験すると指摘している。ガラスは虚像を重ねることで空間をコラージュし、多層的な空間をその面に織り込んでいる。ガラス面に複数の空間が見えることを認めた視線は、それぞれの空間を一つずつスライドしていく。それと同時に人々の思考も現実から離れて自分の内部世界に入り、奥へ奥へとスライドしていくのである。ガラス面の多

層的構成は、同時に精神の多層性に対応するものであり、私たちはガラスを見ることで、外部ではなく私たち自身の内部との対話を行っているのではないだろうか⁴⁷。

(4) フィルム（薄い色、ぼやける、曖昧化）

ガラスにはうっすらと色がついているものもある。また色がついていないガラスを通して、それを通して見える風景の色調は微妙に変化する。図 15 のように、ガラスを透かしてもものを見ると、ガラスの向こう側の世界と、そのままの世界の色調が少し違って見える。色ガラスを透かして見ればさまざまな色の配色にも支配的な色調が生じるような、一つの主調色による調和ができる。全体的に一つの色を主調とした配色は快く、その世界には統一感がある。ガラスは、気づかれぬ内に風景の色調を操作している。

板ガラスを通して見る風景は、フィルムが貼られることで、確実な像を結びつつも霞がかかったかのような柔らかな風景に変化している⁴⁸。ガラスに反射したものや、透過して見えるものは、漂白されたように見える。伊東豊雄は、このようなガラスには「ブラウン管というイメージ」⁴⁹があると言う。ブラウン管に映し出されている映像は、それほど透明感はなく、「コンピューターの画面とか、テレビの画面とか、やや白濁した物越しに見た映像が、建築空間のイメージとしてある。」⁵⁰ このように白濁したガラスは、仮想的な世界を表しているのではないだろうか。

バーバラ・M・スタフォード (Barbara Maria Stafford) もガラス面について次のように述べている。

そのすべすべでピカピカの表面は模像（シミュラクラ）ばかりを鏡映する。その新種の職場たるやインフォメーション・リッチというべき組織で、管理、生産、人事にかかわる肉体労働、可触の事物すべてが、重

さもなくコンピュータ・スクリーン上を往復する幽霊じみた光の乱反射に揮発化（エーテル）されてしまっている⁵¹。

ガラスのスクリーンに映された影は、幽霊のような記号と化しているのである。図 16 は、情報サービス産業最大手の NTT データのビルである。情報サービスの世界では、重さや実体のない情報が商品になる。現在では、「管理、生産、人事」といった仕事もコンピュータに任されており、ビジネスがコンピュータ化しているのである。そのようなビジネスの場をくむガラスのイメージがコンピュータのスクリーンとリンクしているのは必然なのかもしれない。このようなガラスのスクリーンは、その表面に記号が行き交っている様子を見せ、建築内で起こっているビジネスを象徴している。

*

ガラスは今まで見えなかったものを見せ、それによって人々に開放感と疎外感を同時に感じさせた。ガラスは商品を清潔感で覆ったり、光を通して光と闇のコントラストを作り出し、劇場の構図を浮かび上がらせたりもした。また、ガラスは空間を切り取って囲み、現実世界に存在する「もう一つの空間」を見せたのである。

これらの諸機能、すなわち見えなかったものを見せる機能、「ここ」にしながら額縁の中の「あそこ」にアクセスさせる機能などは、テレビやパソコンといった映像メディアの機能と共通し、その意味でガラスは「メディア」として機能する「新しいスクリーン」として捉えられ得る。

このガラスのスクリーンは、様々な表情を見せた。水やブラウン管というイメージをもっていたり、映り込みによる虚像でバーチャルな世界を見せたりもした。

ガラスは「自分の世界」の近くに「別の世界」を垣間見ることのできる場⁵²

なのであり、私たちは現実世界の中で様々な「もうひとつの世界」をガラスのスクリーンによって見せられている。情報化社会においてガラスは、この現実世界に潜む「もうひとつの世界」を私たちに見せているのである。

【注】

- 1 SD 編集部編『ガラス建築』（東京、鹿島出版会、1999年）6頁。
- 2 初田亨『百貨店の誕生』（東京、筑摩書房、1999年）130頁。
- 3 東野芳明「デュシャン透視考-2- ショーウィンドーについて -- 見ることの規制」(美術出版社『美術手帖』355号、1972年) 265頁。
- 4 前掲書、247頁。
- 5 前掲書、266頁。
- 6 山崎正和『装飾とデザイン』（東京、中央公論新社、2007年）285頁。
- 7 バーバラ・M・スタフォード著、高山宏訳『グッド・ルッキングーイメー
ジング新世紀へー』（東京、産業図書、2004年）147頁。
- 8 SD 編集部、7頁。
- 9 高山宏『目の中の劇場 アリス狩り**』（東京、青土社、1996年）239頁。
- 10 アルシーヴ編『光を装飾するーガラスと建築』（東京、INAX 出版、1999年）70頁。
- 11 好村富士彦『遊歩者の視線 ベンヤミンを読む』（東京、日本放送出版協会、
2000年）77頁。
- 12 前掲書、76頁。
- 13 SD 編集部、119頁。
- 14 アルシーヴ、70頁。
- 15 和田博文編『コレクション・モダン都市文化 第12巻 カフェ』（東京、ゆまに
書房、2005年）804頁。
- 16 西川純司「幻視する（ことのない）身体 --19世紀視覚文化におけるショーウィ
ンドーとその経験」（京都大学大学院人間・環境学研究所社会システム研究刊行会『社
会システム研究』11号、2008年）43頁。

- 17 LANDSCAPE EXPLORER 『マゾヒスティック・ランドスケープ：獲得される場所をめぐして』（京都、学芸出版社、2006年）、18頁。
- 18 アルシーヴ、73頁。
- 19 多木浩二 『眼の隠喩 視線の現象学』（東京、青土社、1992年）、46頁。
- 20 前掲書、55頁。
- 21 前掲書、55頁。
- 22 高山、298頁。
- 23 小町谷朝生、小町谷尚子著 『キュクロプスの窓：色と形はどう見えるか』（東京、日本出版サービス、1989年）16頁。
- 24 船木亨 『〈見ること〉の哲学—鏡像と奥行—』（京都、世界思想社、2001年）81頁。
- 25 高山、206頁。十八世紀ピクチュアレスク美学の〈額縁〉の記号論、〈所有〉の身振りを、無自覚に追復している
- 26 SD 編集部、33頁。
- 27 前掲書、8頁。
- 28 アルシーヴ、10頁。
- 29 パウル・シェーアバルト、203頁。
- 30 近森高明 『ベンヤミンの迷宮都市—都市のモダニティと陶醉経験』（京都、世界思想社、2007年）55頁。
- 31 SD 編集部、10頁。
- 32 高山、327頁。
- 33 SD 編集部編、10頁。
- 34 前掲書、8頁。
- 35 LANDSCAPE EXPLORER、117頁。
- 36 バーバラ・M・スタフォード、148頁。
- 37 高山、240頁。
- 38 宮島久雄、吉積健、古山正雄編 『現代のデザイン』（東京、勁草書房、1996年）152頁。
- 39 前掲書、152頁。
- 40 LANDSCAPE EXPLORER、96頁。

田中 優子

- 41 宮島、152 頁。
- 42 LANDSCAPE EXPLORER、96 頁。
- 43 前掲書、173 頁。
- 44 船木、81 頁。
- 45 アルシーヴ、78 頁。
- 46 宮島、153 頁。
- 47 アルシーヴ、78 頁。
- 48 SD 編集部、103 頁。
- 49 前掲書、8 頁。
- 50 前掲書、8 頁。
- 51 バーバラ・M・スタフォード、12 頁。
- 52 LANDSCAPE EXPLORER、131 頁。

【図版】



図1 難波



図2 三宮



図3 京都



図4 三宮



图5 梅田



图6 梅田



图7 嵐山

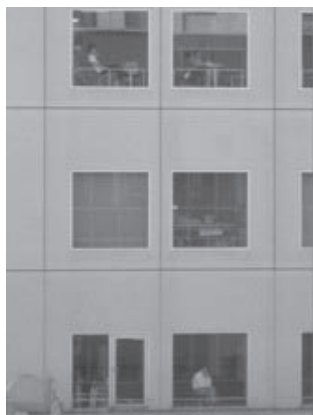


图8 梅田



図9 汐留



図10 天保山



図11 京橋



図12 六本木



图 13 神戸



图 14 元町



图 15 六本木



图 16 品川