

## 表象の京都／《現実》の京都

——西口光博先生追悼にかえて——

國 重 裕

市バスや地下鉄に乗ると、厭な気分になることがある。「日本に京都があってよかった」というポスターを見たときだ。

昨今は「和ブーム」だそうで、「京都検定試験」は、英検のような具体的な指標ではないにもかかわらず、いわゆる「御当地検定」の成功例として範とされているという。また「町屋ブーム」もあいかわらずで、町なかを歩くと、次々と町屋を改装した小物屋や飲食店が出現している。そして桜の季節や紅葉の季節には（今年は「冬の京都」まで登場した）、雑誌をはじめとして各種メディアがこぞって「京都案内」を特集する。

京都生まれの京都市民であるぼくは、年中殺到するこれら田舎の観光客にうんざりする。京都の街のどこかいのか？ 冷静に考えて国鉄（労働組合潰しの分割民営化をけっして認めてはならない！）京都駅で電車を降り、あの巨大な駅ビルを通り過ぎ、京都タワーをかたわらに街に繰り出しても、目に飛び込んでくるのはコンクリート・ジャングルでしかない。

ぼくの博士論文のテーマは、『表象のユーゴスラヴィア』というタイトルを持っている。1990年代のユーゴスラヴィア内戦について、西欧のメディアがいかに報じたか、とりわけ哲学者・文学者などの「知識人」がユーゴ内戦をどのように論じたかを、旧ユーゴ出身の作家の書いたものと突き合わせながら分析した。あわせて「民族の火薬庫」というバルカン半島に対するイメージが歴史的にどのように形成されたのかも探求した。このようなステレオタイプなイメージ形成のプロセスを、2006年度のフレッシュ

ズ・ゼミでは「京都」に置き換えて実践した。

いまロラン・バルトの記号論やジャン・ボードリヤールのシミュラクル理論、あるいは先ごろ惜しまれつつ亡くなったエドワード・サイードがその著『オリエンタリズム』でいかなる表象分析を行ったかへ、詳しく立ち入り余地はない。学生には、なるべく噛み砕いて、記号論の解説を行ったうえで、「京都」を対象にフィールド・ワークを行い、報告することを課した。

今日、情報が氾濫している。インターネットで欲しい情報はすぐに手に入る。しかし、いわゆる京都本で表象されている、という言い方が難しければ紹介されている京都と、現実の京都の間に、微妙な、しかし決定的な乖離があるのではないか。本や雑誌の紹介記事や写真に過剰な期待や幻想を抱いて京都を訪れ、幻滅した人も多いのではないか？ そのように想像されるが、ところが現実には、奇妙なファンタズム（幻想）を抱いた旅行者は、「現実」の京都を素通りして、自らが抱いている理想の京都像に惑溺したまま帰っていくようなのである。つまり、溢れかえる情報のなかで一度形成されたヴァーチャルな、虚構の京都イメージは容易には解体されることはなく、「現実」の京都を前にしても、むしろ「現実」より「表象」の京都の方が優位に立つのである。

これは「京都」の例に限ることではない。現代社会においては「現実（リアル）」より「イメージ」の方が優先されることは、たとえば商品のコマーシャル戦略一つを例に採っても明らかであろう。あるいはテレビのニュース報道において、朝鮮民主主義人民共和国に対する悪辣

かつ偏狭なプロパガンダが繰り返された結果、いまでは愚劣な学者が垂れ流すおしゃべりが「実体」となって独り歩きし、視聴者はすでにそれを自明の現実と錯覚して気付かない。ぼくたちは、現実とフィクションが混同されている、もしくはその境目がまったく判然としない世界に生きている。ボードリヤールなら「オリジナルが複製に複製を重ねているうちに、オリジナルがプライオリティーを失い、オリジナルとコピーの区別がつかない社会」と述べるだろう。こうして日々紡ぎだされるヴァーチャルなイメージのなかで、ぼくたちは物事に対して、本当の「リアル（現実）」を感じるのが難しくなっている。いや、「リアリティー」の感覚が失われている、さらに「リアリティー」とは何かさえ分からなくなっている。ぼくがゼミで学生に伝えたいと考えたプロブレマティークはまさにこのようなものであった。

数知れぬ「京都本」のなかの京都は美しい。実際にそこを訪れて、写真や紹介記事と比較すること。自分の眼で確かめることの大切さを体験する。これがぼくの出した課題であるが、この作業は思ったほど簡単ではなかったはずである。訪れる前にすでにくだんの情報誌などによって、イメージが刷り込まれてしまうからである。現地を訪れたときには、すでになんらかの先入観を持っており、その色眼鏡を外して物事を直視することは不可能だから。

たとえば名店としていくつもの雑誌に紹介されているレストランを訪れて、出された料理がさほど美味しいと思えなくても、記事の信憑性を疑うよりは、自分の味覚を疑ってしまうだろう。自分にフランス料理を味わう舌がないのだ、きっと本当は美味しいにちがいないのだ、と自分に言い聞かせようとするのではないか。高級なコース料理を食べたあとに不満があっても、「自分は一万円も払ったのだから」と、精神的に元を取るために、「いい食事をした」と無理やり納得しようとするのが人間の心理であることは、社会心理学の初歩の知識に属する。

このように虚構として構成された京都、つま

り表象の京都が、「現実」——この「現実」とは何かがまさに問題であるわけであるが——を席捲し、今日の醜悪な事態を招いているのだ。暗愚の、というより××××と呼んだ方がふさわしい京都市長は、京都を訪れる観光客が年間四千万人を突破したと、独りお祭り騒ぎに浮かれている（ちなみにこの「四千万」という数字も出鱈目である。10月22日の「時代祭り」を見た人が、その夜「鞍馬の火祭」を観に行けば、別人としてカウントされている）。とはいえ、京都ブームはとどまることを知らず、大阪資本、東京資本で「町屋レストラン」ができていく。店で観光客は「これぞ京都」「京都にきた甲斐があった」とばかりに有難がる。現実には、毎年10%を超えるスピードで、彼（女）らの大好きな町屋は破壊されているというのに。現実の京都の悲惨な事態についてはこれ以上は口を噤もう。

田舎者は騙されやすいから、で話を済ますことは簡単である。けれどもぼくたち京都人も人間である以上、先に記したような心理作用から自由ではいられない。他人のふり見てわがふり直せ、である。

最後に、「和ブーム」とやらの背景にある「日本文化への回帰」、「伝統の再発見」、「自分探し」の根底には、先ほども触れたようなリアリティーの喪失、確かな手応えの喪失に伴うふわふわとした現実のなかで、「自分」というものの存在感の希薄さを、ナショナリズム（もちろんこれもフィクションだ）によって充填しようとする危険な動きがあることも、指摘しておかなければなるまい。

最後になったが、長年京都の観光行政に関わり、龍谷大学に着任された矢先に亡くなられた西口先生に哀悼の意を表わして、この小文を閉じる。合掌。

追記：本文は、2006年度龍谷大学経営学部研究・教育懇談会での口頭発表原稿に大幅に加筆・訂正を加えたものです。

（受理 2006年12月25日）