

## 〈研究ノート〉

## 社会空間の感性的質について\*

宮原 浩二郎\*\*

## 1 「社会を感じる」こと

現在の社会学では「社会を読む（読み解く）」ことの必要性が説かれるが、「社会を感じる（感じとる）」ことの重要性が指摘されることはあまりない。たしかに「社会」が目に見えない意味や規範や権力の働きからなる以上、理論概念を通じた「解説」は不可欠である。その意味で、社会学の基本は「社会を読む」ことにある。とはいえ、社会はまた感性的な側面ももっている。とくに一人一人が現実に出会う「小さな社会」の場合は、目で見て、耳で聴いて、五感や感性（さらに想像力）の働きを通して、その生きた姿（在り様）を直接に「感じとる」ことができる。これは社会空間のもつ感性的質（aesthetic quality）という側面である。

社会空間の感性的質は、「誕生会の朗らかな雰囲気」「教会の神聖な雰囲気」「シャッター通りの荒涼とした感じ」といった日常表現によって示されている。これらは定型化された表現だが、その背景には個々の身体による「感じとり」がある。それゆえ、社会空間の感性的質は「主観的」な側面をもつ。しかし他方では、その感性的質は対象である社会空間それ自体の姿（在り様）を示すという「客観的」な側面ももっている。「感じとり」に個人差があることはいうまでもないが、個人的な錯覚や思い込みを除けば、多くの人々が共有できる可能性も少なくない。上述の誕生会、教会、シャッター通りの例は、とくに「客観性」の強い、定型化された感性的質を示している。

社会空間の感性的質に注目する場合、「社会を

感じる」という姿勢が必要になる。いいかえれば、まず「感じとる」ことから始めて「読み解く」ことへ進むような社会学的研究が要請されるように思う。「感じとる」という感性的認識は、文学や芸術作品の創作や鑑賞において中心的な働きを担ってきたが、論理的・分析的な「客観性」が要請される科学的研究には無縁のものとされがちである。社会学においても、社会空間の感性的質を正面から取り上げる研究の試みはまだ始まったばかりである（宮原・藤阪2012）。そこで以下では、社会空間の感性的質がどのようにして認識されるのか、また、それがどのような社会学的研究に結びつくのか、ごく最近の研究動向を含めて考えてみたい。

## 2 社会空間の質感、雰囲気、あじわい

まず、近年の空間論・都市論で指摘されている「空間の質感」に注目したい。篠原雅武によれば、私たちは「教室、オフィス、自室、喫茶店、広場、畑」など様々な空間を生きているが、これらはただ空っぽの容器のようなものではない。むしろ私たちは空間を「活気にみちて楽しい、静かで落ち着いている、荒んでいる、つまらない、雑然としている」というような、さまざまな「感じ」とともに経験する」（篠原2011:16）。この「感じ」が空間のもつ質感であり、その感性的質を示している。それは、個人的な錯覚や妄想でないかぎり、私たちの外にある空間自体の質感を（多かれ少なかれ）直接に捉えていると考えることができる。

空間の質感はその表象とは異なり、社会的に共

\*キーワード：感性的質、雰囲気、社会空間、社会美学・感性論

\*\*関西学院大学社会学部教授

有された概念や記号の枠組みに従って捉えることはできない。たとえば、街路の場合、そこに集まっているのは「若者か老人か」「高級車か大衆車か」「カフェかカラオケか」などの表象は、誰もが同じ枠組みで「読みとる」ことができる。ところが、これら人々や事物が集まる場所の活気や雰囲気という質感は、記号や概念によっては捉えられない。空間の質感あるいは感性的質を捉えるためには、その場に身をおく個々人の身体による「感じとり」がどうしても必要なのである。そこで篠原は「私たちは空間のもつ質感とでもいうものへの感覚を、研ぎ澄ます必要があるのではないか。それをもっと信頼したほうがよいのではないか」と述べ、「感覚に依拠して、思考をやり直す」ことの可能性を指摘している（篠原 2011 : 35-36）<sup>1)</sup>。

こうした社会空間の感性的質への注目、現在の美学・感性論 (aesthetics) にも見出すことができる。近現代の美学・感性論はもっぱら芸術作品を研究対象としてきたが、20世紀末頃から、その対象を自然環境・生活環境へと広げる環境美学・感性論や日常性・日常生活へ広げる日常美学・感性論 (everyday aesthetics) が活発になっている。とりわけ日常美学・感性論は、飲食、家事、天候から対人的交際まで、日常生活を支える物事を幅広く考察対象に取り入れている。実際、その提唱者の一人 Y. サイトウは、必ずしも中心的関心ではないものの、自らが社会空間の感性的質を捉えた興味深い事例を提供している。三例ほど引用してみよう。

「わたしは日本の魚市場で、棚に積まれたさまざまな魚や海産物はもちろん、売り子たちの大きな澁刺とした呼び込みの声にも美的快感 (aesthetic pleasure) を感じる。魚や海草、さまざまな海の幸のにおい、冷凍された品物に近づくときの水の湿りと氷の冷たさ。わたしは混沌とした騒がしさと魚のにおい、その他すべてとともに、市場の活気と活力 (vigor and energy)

を楽しんでいる。」(Saito 2007 : 156. 筆者による翻訳およびアンダーライン、以下同様)

「わたしは朝の散歩で、典型的な郊外の雰囲気<sup>2)</sup>を吸い込む。生垣がきちんと刈りこまれた、よく手入れされた家々、溢れるばかりの緑、ジョギングや自転車朝の運動をする人びと、そして、スクールバスの音に子どもたちの笑い声が続く。」(Saito 2007 : 104-105)

「あちこちにある割れガラス、板付された窓やドア、雑草や鼠で汚された空き地、街路をうろついて通行人にちょっかいを出すギャングたち、尿や腐った食べ物の臭いがするゴミだらけのストリート——スラム街の決定的特徴を言うのにこれ以上の方法があるだろうか？これらの要素はすべて集まって社会的病いを雄弁に物語るとともに、やり場のない絶望感をもたらす。」(Y. Saito 2007 : 140)

さて、三つの観察例を通じて、個々の事物は概念的に読みとられている（生垣、スクールバス、魚や海草、呼び込みの声、割れガラス、ギャングなど）。しかし、「(市場の) 活気と活力」「郊外の雰囲気」「(スラムの) やり場のない絶望感」という、その場全体に漂う質感は、身体感覚や感性を通じて感じとられたものである。それは、一方ではサイトウが抱いた「主観的な感じ」であるが、他方では、それぞれの場自体がもつ「客観的な質感」でもある。（これらは当の社会空間の全体を捉えたわけではなく、その表舞台の一部を捉えているにすぎない。舞台裏にはまた別の感性的質がありうるはずで、その探究も重要である。ただ、表舞台は舞台裏と同様、人々にとって重要な社会環境を成しているため、その認識価値が減じることではない。）

サイトウと同様のカジュアルな観察として、美学・感性論の津上英輔が自宅周辺の散歩で得られた住宅地の「快いあじわい」について記している

1) 篠原 (2011 ; 2015) は、地方都市のシャッター通りに漂う「廃棄され、荒涼とした」雰囲気や各地のニュータウンが帯びている「停止、緊張、倦怠、空虚」の気配に注目しながら、現代日本の社会空間をめぐる考察を試みている。

(津上 2010: 182-183)。建物の薄い壁、低い塀、洗濯物の外乾し、焼き魚やカレーの匂い(台所の換気扇)などが集まって、ここには家の内と外を隔てない開放的な雰囲気があり、「見知らぬ家の住人に親しみを感じる」ような、生活の「あじわい」があるという。津上はこうした自宅周辺の開放的なあじわいを、英国ケンブリッジの街を散歩した時の、閉鎖的な「疎外感」と対比させている。ケンブリッジでは厚い煉瓦の壁をもつ家々が続き、外からは内部の生活の気配さえ窺い知れなかったからである。これは海外での滞在経験が「日常環境の感性化」を促すという、誰もが身に憶えのあるエピソードである。

さらに、建築物や自然物のある具体的な場所ではなく、人間関係や社会的状況それ自体という、より抽象的な「社会空間」あるいは「コミュニケーション空間」を問題にする試みもある。社会美学・感性論 (social aesthetics) を提案した A. バリエントによれば、宗教的儀式や祝賀会などは舞台演劇のような感性的質をとともなうことがあるし、日常的なマナーやエチケットの場面も、その優雅さ (grace) が感じとられることがある。また、「小さな子どもとの関係性」や「親子、友人、恋人の間の愛情などの社会的場面や、喧嘩や憎しみなど高度に質的な社会的場面」は濃厚な感性的質を帯びることが多い (Berliant 2005: 31-32)。人と人が慈しみ合う状況に見られるように、「一定の社会的状況は人間関係を体現したままで美的・感性的 (aesthetic) なものとなることができる」 (Berliant 2005: 31)。「人間関係の状況」としてのコミュニケーション空間もまた感性的質をもつのである<sup>2)</sup>。なお、近年では社会学の側からも、人と人のコミュニケーションのもつ独特の「表情や匂いやオーラ」を捉えようとする動きがあることにも注目したい (長谷 2009: 72)。

ところで、ここまで「感性的質」「質感」「雰囲気」「あじわい」などの概念をあまり区別せずに使ってきた。その理由は、これらの概念がいずれも「主観的であるとともに客観的な何か」という

同一の存在を指しているからである。この点で、現象学者の G. ベーメが指摘した「雰囲気の準客観性」という理解が重要である。ベーメが強調するように、物事にまわりつく雰囲気は物理的なモノのような客観性をもたない。なぜなら、それを経験する主観がなければ雰囲気は存在しないからである。しかし他方で、雰囲気はたんに主観的な気分や情緒にすぎないのでもない。なぜなら、「雰囲気は、主観的なものでありながら、他の人々と分かち合うことができ、それに関して他の人々と理解し合うことができる」からである (Böhme 1995=2006: 171)。

ベーメは「雰囲気とは主観と客観との間にある何かである」という (Böhme 1995=2006: 14)。雰囲気は「私が関与しながらも、私とは区別された何か」であり、その意味で「準客観的」という独特のあり方をしている。「感性的質」も「質感」も「あじわい」も基本的に同様である。こうした認識に立って、ベーメの雰囲気論の対象が光、夕暮れ、音楽などの自然現象 (に近いもの) から、教会建築、都市、そして人と人のコミュニケーション空間までを含んでいることに注目したい。

### 3 対象中心的知覚と無私の関心

物事の雰囲気や感性的質が「準客観的」性質をもつということは、それが私たち一人一人によって感じとられ、しかも (多かれ少なかれ) 共通して感じとられるということである。そこで、どのような時に私たちは社会空間の雰囲気や感性的質を感じとるのか、あらためて考えてみる必要があるだろう。

自然景観や芸術作品などの場合、その感性的質は気づかれやすい。雄大な自然や優れた芸術作品には強く鮮かな質感が備わっているからだろう。しかし、それ以上に重要なのは、私たちが観光地で自然景観に出会い、美術館や音楽ホールで芸術作品にふれるとき、対象に向かって鑑賞的・観照的態度をとるという事実である。これに対して、

2) L. サンデルラズは、個人をこえた「社会」の存在を直接示す感情として「参加」「愛」「遊び」を挙げ、その象徴的行為として「斉唱」「スタジアム・チャント」「フォークダンス」「贈答儀礼」を例示している (Sandelands 1998)。バリエントの視点との共通性に注目したい。

日常的な社会空間の場合、もともとの感性的質が弱く曖昧なこともあるが、それ以上に、私たちがもっぱら実利的・実務的態度で接するため、対象のもつ感性的質に気づきにくいのである<sup>3)</sup>。

この問題を考えるとき、社会学者の作田啓一による、対象に対する「自分中心的」知覚と「対象中心的」知覚の区別が参考になる。作田は同じ一つの「建物」への知覚を例にあげて、両者の違いを説明している。そのまま引用してみよう。

・自分中心的関心や態度をもってしては、主体は対象の1部分あるいは1側面を知覚しうるにすぎない。毎朝通勤するサラリーマンがある建物の角を回って5分歩くとオフィスに到着するでしょう。彼にとってこの街角の建物はあと5分という記号であるにとどまる。彼はこの建物の全体を知覚しない。一方、外国からきた旅行者がその建物の向かい側にあるコーヒー店にすわって、建物をそこに出入りする人々を含めて眺めているでしょう。通勤者にとって見なれたこの建物が旅行者にとっては新鮮で生き生きとした好奇心の対象となることがある。この建物を中心とする風景の何かが旅行者を引きつける。旅行者は周囲への注意を忘れる放心状態に陥り、一見何の変哲もないこの風景の中に自分の全体が吸い込まれてゆくように感じる。と同時に、この風景の全体が自分を占領してしまっているようにも感じる。この時、主体は対象の1部分あるいは1側面ではなく、対象の全体を知覚しているのだ、とすることができる。(作田 1993 : 89)

通勤中のサラリーマンは、この建物を「会社まであと5分」という記号として読みとっている。実用的な記号としての側面だけを捉え、建物の全体的な姿(在り様)にはまったく関心を寄せない。この場合、建物は通勤者の利害関心に利用されているにすぎない。その意味で、このような知覚は「自分中心的」と呼ばれる。それは「客体に

対して既成のラベルを貼り、ラベルどおりのものとして利用・操作する」関心にもとづいている(作田 1993 : 96)。

作田のいう「自分中心的」には必ずしも「エゴイスティック」という否定的意味合いはない。日々の社会生活において、私たちはそれぞれの利害関心に従って、身のまわりのさまざまな事物や他者を、实际的・実利的に認識している。対象が社会空間であればなおさら、「自分中心的」知覚は誰もが日々従わなければならない生活上の必須要件である。それはきわめて正常で普遍的な日常生活の営みでもある。

とはいえ、一時的であれば、自己の利害関心を放棄して自分中心的知覚から離れることも不可能ではない。向かいのコーヒー店で同じ建物を眺めている旅行者は、人々の出入りする様子も含めた建物全体の風景にひきつけられ、その姿(在り様)を捉えようとしている。旅行者は何か実利的・实际的な関心からではなく、「利害関心を離れた好奇心」(ibid., 97)からそうしているのである。そして、利害関心から離れているからこそ、かえって感性はフルに働き、建物はその道具的側面をこえた全貌を現わす。作田が指摘するように、「対象の全体を知覚するためには主体は対象中心的な関心をいさぐ必要がある」のであり、それには「純粹な関心をもって対象そのものへ接近するオープンな態度」が要請されるのである(作田 1993 : 91)。なお、このような関心や態度は対象との幼似的な一体感ではなく、主客が十分に分化して幼似的な自己中心性を脱した青年期以降のものであることも確認しておきたい。

ここで作田が強調する「対象の全体」とはたんに視界の広さの問題ではない。たしかに、通勤者は建物の一部をちらっと確認するだけだが、旅行者は人々の出入りも含めて、建物全体をゆっくり眺めるだろう。しかし、それ以上に重要なのは、通勤者の自分中心的知覚が建物をもっぱら有用な記号情報として捉えるのに対し、旅行者の対象中心的知覚は建物の道具的側面をこえたあり方、い

3) この視点は社会空間の实际的・実利的な側面を軽視する「審美主義」ではないことに留意したい。ちょうどG. ジンメルが「水差しの手」のうち「実利性と美という二つの互いに異質な要請」(Simmel 1911 = 2004 : 133)の充足を見たように、社会空間もまた両方の側面をもちうることを指摘しているのである。

いかえれば、その「生きた姿」を捉えていることである。そして、すでに論じてきたように、この「生きた姿」の本質こそ、この建物の感性的質であり、旅行者が捉えた（そして、捉えられた）場の雰囲気や質感、あじわいにほかならない<sup>4)</sup>。

作田は、人を対象中心的知覚に導く、利害関心から自由な好奇心のことを「無私の関心 *disinterested interest*」と呼んでいる（作田 1993: 92）。この「無私の関心」はただちにカントの美的判断論を想起させる。カントによれば、ある対象が「美しい」と言われるのは、それが「利害関心なしに、ただ意にかなう」からであり、その判断は概念を通さない直観に拠っている。「利害関心なしに」とはいえ、対象への興味関心（好奇心）はあるのだから、カントも「無私の関心」を重視していたのである。その上でカントは、美的体験における心の状態として「想像力と悟性の遊動」に注目している。想像力は感覚的印象の動きであり、悟性とは知性の働きであるから、ここでは感覚的なものと知理性的なものが自由に戯れている（*spielen*）ことになる。心は感覚的なもので占められるのでも、知的なもので占められるのでもなく、いわば両者が宙吊りになって、自由に戯れている状態である。「想像力と悟性の遊動」は難解な概念だが、その本質は日常表現にいう「心の遊び」に近いと思われる。

よく知られているように、カントは美的判断のもつ主観的普遍性を主張した。これは「無私の関心」と「心の遊び」にもとづく美的判断の独自性を示している。美的判断には論理的判断のような客観的普遍性は認められない。だが、その「無私の関心」と「心の遊び」ゆえに、美的判断にはたんなる個人的気分や感覚的欲望には欠けている一定の普遍性（共通性）を認めることができる。「主観的なものでありながら普遍性をもちうる」という中間的な性格は、上述した「雰囲気の準客

観性」とよく似ている。「雰囲気は、主観的なものでありながら、他の人々と分かち合うことができ、それに関して他の人々と理解し合うことができる」（Böhme 1995=2006: 171）。事実、ベームによれば、美（*the beautiful*）とは結局のところ雰囲気の種類にほかならない（Böhme 1993: 122-123）。さらにいえば、美、崇高、滑稽、優雅、グロテスク、醜、いき、かわいい、フラット、静謐といった「美的なもの」（*the aesthetic*）や「あじわい」（津上）もまた、それぞれに多様な雰囲気や感性的質を示しているのである。そこで、カントやベームの考え方にしたがえば、物事の雰囲気や感性的質の認識には「無私の関心」と「心の遊び」が不可欠だということになる。作田のいう旅行者の対象中心的態度がこれらの条件を満たしているのはいうまでもない。

自然景観や芸術作品の場合とは違い、私たちは日常の社会空間に対して通常は自分中心的な姿勢をとるため、「無私の関心」や「心の遊び」が入り込む余地は少なくなる。そのためか、社会空間の感性的質に関心をもつ研究者は、特定の目的をもたない「散歩」や「遊歩」の経験を重視してきた。G. ジンメル「大都市の精神生活」は都会生活の「倦怠」や「くすんだ灰色」、人々の間の「かすかな反感」や「控え目さ」といった繊細な印象記述に満ちているが、ここには散歩（遊歩）を通した都市空間の感性的あじわいが巧みに表現されている。W. ベンヤミンの『パサーージュ論』は都市の遊歩から生まれ、M. セルトーの『日常実践のポイエティック』も路上を歩くことを重視している。さらに近年の都市論や社会美学・感性論では、「散歩」や「漂流」のもたらす感性的認識の重要性が指摘され、いわば「方法としての散歩」が提唱されていることに注目したい（Escobar 2009; Grant 2013; Olcese and Savage 2015 など。阿部（2006）も参考になる<sup>5)</sup>）。

4) 自分中心的知覚／対象中心的知覚の区別は、より日常的な感覚では、「読みとる」／「あじわう」の区別と重ねることができる。たとえば、私たちは活字（の意味）を「読みとる」が「あじわう」ことはしない。ところが、書になると（意味を）「読みとる」だけでなく、その姿形を「あじわう」。前者ではシニフィアンが透明化されてシニフィエのみが捉えられるが、後者ではシニフィアンの不透明性（＝感性的質）こそが関心の対象であり続ける（浅沼 2004: 180-182）。対象中心的知覚は「読みとる」という記号論的解説ではなく「あじわう」という感性的認識をともなう。この「あじわう」という方法は筆者が（不十分ながら）すでに試みたものである（宮原・藤阪 2012; 竹中 2013: 230, 242）

5) 研究方法としての *walking* の場合、個人の思い込みや恣意性を避けるために、ペアを組んで行うことが望まし

#### 4 社会学的研究への展開

社会空間の雰囲気や感性的質を捉え、それを言語化して他者と共有することは、社会認識のために重要な活動である。社会生活の「生きた姿」はその現場に漂う雰囲気や場の全体が帯びている感性的質のうちにこそ立ち現われるからである。これまでの社会学において文学作品や映画などを用いた研究が少なくないことの一因は、それが雰囲気や感性的質を含めた社会生活の「生きた姿」を疑似体験的に捉えることを可能にするからである。また、近年の人文社会科学で日常の社会生活のただなかで偶然出会った興味深い場面や風景を、あえて概念化せず、そのまま感覚的に記述する試みが登場しているのも偶然ではないだろう(Stewart 2007; Highmore 2011; 岸 2015)。「感覚に依拠して、思考をやり直す」ことの必要性が広く認識されはじめていのである。

とはいえ、雰囲気や感性的質の認識(さらに言語化)はそれ自体ではまだ社会学的研究の初期段階にとどまることも事実である。ある社会空間の雰囲気や感性的質が私たちの知的関心を喚起するとき、そうした雰囲気や感性的質がどのようにして生み出されているのか、その社会的な要因やプロセスを解明することが社会学的研究の課題となる。

この段階の探究では、当の社会空間のもつ歴史的・社会的特徴を調査し、その場における人々の相互行為(コミュニケーション)や人工物(アーティファクト)の特質を理論的に分析することが必要になる。雰囲気や感性的質の「感じとり」から始まる探究は、それを規定している集団や社会の仕組みや動きの「読み解き」という、社会学的研究へと展開していくことになる。「感じとり」の対象は小さな「コミュニケーションの場」(対面的相互行為とその舞台環境)が中心になるため、社交、遊び、対話、贈与、ケア、演技、相互行為儀礼、社会関係資本などのミクロ社会学的な理論概念がとりわけ重要になる。その意味で、雰囲気や感性的質の探究は、社会学的研究の出発点

となる問題意識を提供するとともに、さまざまな理論概念を活用し、その有効性をあらためて問い直す機会をもたらす。メディア情報や統計データからは把むことのできない、社会生活の「生きた姿」から出発する社会学への展開可能性を追求したいと思う。

前述したサイトウの観察例で考えてみよう。ある日本の魚市場において感じとられたのは「混沌とした活気と活力」という感性的質である。海産物の新鮮さと豊かさ、水の滴りや氷の冷氣だけでなく、あちこちで立ち働く人々の掛け声や買い物客との会話が、張りのある生き生きとした場の雰囲気を形成している(サイトウはその「美的快感」に言及している)。そこで問題になるのは、こうした独特の感性的質や雰囲気を生み出す社会的要因やプロセスである。魚市場は長い歴史をもち、漁師、仲買い、卸売り、小売鮮魚商をはじめ多様な人々からなる複雑な慣習や機構をもち、近年では有力な観光地ともなっている。そうした歴史的背景やその現代的変容についてあらためて調べることができる。同時に、対面的なコミュニケーションの豊かさや職人的な仕事ぶりの面白さから、たんなるビジネスとしての売買(モノと貨幣の交換)とは異なる、贈与交換、演技、遊びなど祝祭的要素とそれを支える労働について、あらためて考察することもできる。魚市場の「混沌とした活気と活力」という感性的質に注目する探究は、社会学における贈与交換論や演技(遊戯)論の再検討や現代社会における消費や労働のあり方の考察にまで展開する可能性をもっている。

同じくサイトウによる、ある住宅地における「典型的な郊外の雰囲気」は、明るく豊かで、平和で健康的な、きれいに整えられたもので、アメリカ人の多くが望む住環境の感性的質を示している。この雰囲気を生み出す要因を探究する場合、都市の郊外化の歴史的背景はもちろん、住民の社会階層上の特徴(所得、エスニシティなど)やライフスタイル(健康志向など)が浮かび上がってくる。また、住民同士のコミュニケーションのあり方も相互行為儀礼や社会関係資本の観点から考察することができる。これに対してスラム街は、

↘ いとされる(Escobar 2009; Grant 2013)。

暗く荒涼とした、ネガティブな雰囲気胸を打たれるケースである。汚れ、捨てられ、荒廃し、危険に満ちた空間に漂う「やり場のない絶望感」に焦点を合わせ、それを生み出す社会的要因の探究に向かうことになる。スラム形成の歴史的背景、住民の貧困（失業）や犯罪、福祉政策や都市政策の問題などが課題になる。また、地道なフィールドワークを通してスラム生活の「舞台裏」の雰囲気を捉えることで、ミドルクラスの相互行為儀礼の侵犯と裏腹に、住民同士が生み出す独自のネットワークや社会関係資本の働きを考察するきっかけにもなるだろう。また、舞台裏の探究は魚市場や郊外住宅地の場合も有益であろう。

筆者はかつて商店街のもつ雰囲気や感性的質についてフィールドワークにもとづく考察を試みたことがある（藤阪新吾との共同研究、宮原・藤阪2012）。ともに神戸の下町にありながら、大震災を補修改修でのいだ商店街と全面的再開発によって新生した商店街という、二つの社会空間の感性的質に関する比較研究である。そこでの焦点は、一方では、伝統的な雰囲気の残る商店街に遍在する「リズムカルな振動」と人々や事物の混沌とした「不透明さ」であり、他方では、新しくデザインされた商店街に漂う独特の「静けさ」と人々や事物を記号化する「透明さ」であった。ここで、二つの商店街の雰囲気や感性的質について、細部に行き届く臨場感のある記述を行うことには十分に成功していると思う。ただ、その違いをもたらす社会的要因やプロセスの考察は、快適性やセキュリティのデザイン・テクノロジーと情報消費資本主義の高度化という一般的観点にとどまっていたのも事実である。社会生活の「生きた姿」から出発する社会学的研究としては、より現場に根ざした社会学的プロセスの考察へと進む必要がある。たとえば、震災復興政策、人口動態、

社会関係資本、監視テクノロジー、自動ドア・無人運転などのアフオーダンス環境、（贈与や演技や遊びも含めた）コミュニケーション空間の自律性・自治性の問題などが探究対象となりうる。社会空間の雰囲気や感性的質の記述を出発点として、新たな社会学的研究をどのように展開できるのか、現在の大きな課題である。

ところで、雰囲気や感性的質の問題を考えていくと、いずれ何らかの形で「美」の問題につきあたることになる。「よい雰囲気」「よい感性的質」とは、結局のところ、広い意味の「美」にはかならないからである。そのため社会空間の雰囲気や感性的質の問題は、「社会空間の美」という問題につながっている。これは人々の相互行為とその舞台環境からなる生活環境の姿（あり方）として、芸術美や自然美とは区別された「社会美」をめぐる考察を要請することになる。もちろん、歴史や文化をこえた普遍的な「社会美」を想定しているわけではない（それは不可能である）。ただ、近代民主主義の社会理想（自由、平等、友愛など）を前提とした場合、「社会美」をもたらすコミュニケーション空間（人工物も含めて）のあり方を理論的に探究することはある程度可能ではないかと思われる。カントの人間学を受け継いだフリードリヒ・シラーの「遊戯」、「交際の美」そして「美の国」をめぐる考察から、ジンメル「社交論」、石川三四郎の「社会美学」、ボイスの「社会彫塑」、イリイチの「コンピビリティ」、バーリアントの「社会美学・感性論」、そしてランシエールの「感性的なものの分配」論へといたる社会思想の流れが重要である。「社会美」をめぐる理論的考察を、社会の「生きた姿」を取り込んだ社会学的研究へと接続することも今後の大きな課題である<sup>6)</sup>。

6) 現在の社会学では、P. ブルデューに代表されるように、カントの美的判断論を哲学的幻想か保守的イデオロギーとみなす傾向が強い。しかし筆者はカントの「想像力と悟性の遊動」という視点に捨てがたい魅力を感じる。J. ランシエールは、カントの「概念なき判断」という観念が「美的なものの経験が、悟性が感性を統御し、形式が質料を統御するという論理との切断」として「ヒエラルヒーをなすことのない経験」を示し、また、カントを発展させたシラーの「遊戯本能」が「能動的なもの」と受動的なものの対立を中断すること「支配と抵抗あるいは支配と反抗といった論理から外に出ること」を意味することを強調している。ランシエールはペドロ・コスタ監督『コロッサル・ユース』（2006年）を取り上げて言う。「下層階級の者たちの生活のなかにもポエジーがあり、素朴な人間たちの経験や生活のなかにも奥深さはある」のであり、「ありふれた生活は実のところ、エリート魂や偉大な人物たちの物語以上に豊かな詩的素材」となるのである（Ranciere 2000=2009:92-93）。カン

## 参考文献

- 浅沼圭司, 2004. 『ゼロからの美学』勁草書房.
- 阿部潔, 2006. 「公共空間の快適」阿部潔・成実弘至編『空間管理社会』新曜社.
- Berleant, Arnold. 2005. "Ideas for a Social Aesthetics." *The Aesthetics of Everyday Life* (A. Light and J. M. Smith eds.), Columbia University Press.
- Böhme, Gernot. 1993. "Atmosphere as the Fundamental Concept of a New Aesthetics." *Thesis Eleven* 36 : 113-126.
- Böhme, Gernot, 1995. *Atmosphäre : Essays zur neuen Ästhetik* (=2006, 梶谷真司・斎藤修・野村文宏訳『雰囲気的美学』晃洋書房).
- Escobar, Maria Gisela. 2009. "Derives and Social Aesthetics in the Cities : Urban Marks in El Ravel de Barcelona." *Journal of Alternative Perspectives in the Social Sciences* 1 : 136-151.
- Grant, Stuart, 2013. "Performing an Aesthetics of Atmospheres." *Aesthetics* 23 : 12-32.
- 長谷正人, 2009. 「単独性とコミュニケーション」長谷正人・奥村隆『コミュニケーションの社会学』有斐閣.
- Highmore, Ben, 2011. *Ordinary Lives*. Routledge.
- 岸政彦, 2015. 『断片的なものの社会学』朝日出版社.
- 宮原浩二郎・藤阪新吾, 2012. 『社会美学への招待－感性による社会探究』ミネルヴァ書房.
- Miyahara, Kojiro, 2014. 'Exploring Social Aesthetics : Aesthetic Appreciation as a Method for Qualitative Sociology and Social Research,' *International Journal of Japanese Sociology* 23(1) : 63-79.
- Ranciere, Jacques, 2000. *Le Partage du Sensible* (=2009, 梶田裕訳『感性的なもののパルタージュ』法政大学出版局).
- Saito, Yuriko. 2007. *Everyday Aesthetics*. Oxford University Press.
- Sandelands, Lloyd, 1998. *Feelings and Form in Social Life*. Rowman & Littlefield.
- Stewart, Kathleen, 2007. *Ordinary Affects*. Duke University Press.
- 作田啓一, 1993. 『生成の社会学をめざして』有斐閣.
- 篠原雅武, 2011. 『空間のために』青土社.
- , 2015. 『生きられたニュータウン』青土社.
- 竹中克久, 2013. 『組織の理論社会学』文真堂.
- 津上英輔, 2010. 『あじわいの構造－感性化時代の美学』春秋社.

---

↳ ト＝シラー思想の現代的可能性を追求するランシエールの social aesthetics も今後の考察課題である。



## Aesthetic Quality of Social Space and Sociological Inquiry

### ABSTRACT

Since the last decades of the 20<sup>th</sup> century, academic interest in the aesthetic quality of social space has grown in the humanities and social sciences. Recent developments in environmental, social and everyday aesthetics, in particular, have redirected our attention to the aesthetic aspects of living environments such as social interaction and everyday artifacts. This paper reviews and examines the recent developments of the aesthetic viewpoint for sociology and social research.

The paper shows that Keiichi Sakuta's idea of 'object-centered perception' (as opposed to 'ego-centered perception') and Gernot Bohme's concept of 'quasi-objectivity of atmosphere' help us identify a reasonable method with which to grasp the atmosphere or aesthetic quality of social space. Starting from Yuriko Saito's aesthetic description of such social spaces as a fish market, a suburban corner and an inner-city slum, this paper also proposes a promising line of sociological inquiry which makes creative use of sociological concepts such as gift exchange, performance, play, social capital and communal autonomy. In other words, it represents a theoretical exploration of sociological research based on the aesthetic observation of social space.

**Key Words:** aesthetic quality, atmosphere, social space, social aesthetics