

現代資本主義的象徴としての性愛

—ラブホテルと結婚式場を素材とした「性」政治」学的考察—

栗山 紗智子

目次

はじめに

第一章 空間論的分析

第一節 空間論的転回

第二節 ヘテロトポロジ

第三節 パッケージ化される空間

第二章 象徴シンボルとしての建築

第一節 日常と非日常とを区切る〈壁〉

第二節 結婚式場の建築

第三節 ラブホテルの建築

第四節 ラスベガスの様式との比較

第三章 記号の支配と誘惑の戦略

第一節 結婚式場における〈規律権力〉・ラブホテルにおける〈誘惑者〉

第二節 遊びとしての性

第三節 結婚式場のディスコース

おわりに

付録 資料・結婚式場パンフレット

付録 参考文献目録

はじめに

現代資本主義的社会の発展における一つの要素として、今日の日本において、恋愛、セックスといったものが、消費を後押ししているという状況が挙げられる。恋愛やセックスに関する産業は数多く存在しているが、本稿では、ラブホテルと結婚式場に焦点を当て、これらの施設がいかなる社会的意味をもつのか、又、これらの場所を舞台として展開される人間の活動から読み取れる権力性は如何なるものかを考察する。

ヴェルナー・ゾンバルト (Werner Sombart, 1912) は、恋愛が贅沢と結びつき、それが諸産業（とくに贅沢品製造業やサービス業）の発展に寄与し、それが資本主義的な組織の形成をうながしたという論理を展開しているが、現代の資本主義社会における恋愛と消費との関係性は、もはや準拠となる存在や実体から遊離した象徴として、記号的操作により消費を促進するシミュラクルの段階に取りこまれているといえよう。実際、近年、マーケティングが恋愛を消費行動と結びつけて、いつの間にか消費がひとり歩きをはじめるといふ事態が生じている。バレンタインデーが近づく、一粒一〇〇〇円以上するチョコレートや男性向けの高価な装飾品が店頭に並び、そして、ホワイトデーはバレンタインデーで送られた以上のお返しを求められるのが社会的通例となった。これらの商戦の迫力は、母の日

や父の日のそれを遙かに凌ぐものである。他にも数多くの産業において、例えばデパート、遊園地、テーマパークなどの多くが、家族連れに加えてカップルの利用を想定しているように、直接的か否かを問わず恋愛との関連性が認められる。又、資本主義の土壤で成立した個人人間の性愛は、家同士の契約ではなく、男女の愛を結婚の基礎とするようになり、恋愛と結びついたシミュラクル的消費の典型ともいえる結婚式産業なるものが誕生した。核家族と呼ばれる家族形態に合わせて各地で行われたニュータウン開発の時期と、結婚式専用の式場が産業として発達していった時期が重なるのは偶然ではないのである⁽³⁾。

ブライダル情報誌というカタログには、式場や挙式スタイルからドレスや指輪の流行が盛り込まれ、然るべき振舞についての、その場面に整合するであろう諸々のスタイルの解説がなされる。このような広告においては、掲載されている個々の商品は勿論のこと、消費のスタイルも重要な売り物となる。人々は流行を取り入れることで、社会へ包摂されると同時に、自分(たち)と個人あるいは集団との境界を画定する。人間の装いや振舞が結婚式場の雰囲気の一部として、流行を取り入れつつも一般化されるのは、結婚式場の社会的な位置づけや、そこで行われる集合的な実践によって、空間や時間が整備されているからであろう。第一章では、近代の資本主義様式により生産された空間や人々の空間に対する認識を捉える試みとして、地理学、政治学、カルチュラル・スタディーズなど様々な分野を横断するかたちで起こっている「空間論的転回 spatial turn」の議論をもとに考察を始めることとする。

第二章では、建築様式の観点から見たラブホテルと結婚式場について、そこに見られる象徴主義の現れを読み解いていく。本稿でラブホテルと結婚式場を素材として並列に取り扱うことにしたきっかけの一つに、両施設の建築様式やインテリアの類似性が挙げられるのだが、その類似とは、西欧の古典的な城館や宗教建築を模したものが多く見ら

れるという点である。ただし、絵本やおとぎ話で描かれるお城の場合と同様に、これらの施設で求められるのはリアリティではなく、多くの人に何らかの印象を与えることこそが重要なのである。近年、日本各地に出現している結婚式専用の教会では、宗教活動目的で機能している教会とは比べ物にならない程に古典的宗教建築の様式が多用され、いかにも教会らしい外観を呈しているものが大半であるが、そこは告解もミサも行われることのない「信者なきカテドラル」⁽⁴⁾である。こうした結婚式専用教会の先駆的な事例は、ラスベガスのウエディングチャペルである。そして、ラスベガスのウエディングチャペルやテーマホテルといったものの様式には、一見、日本の結婚式場やラブホテルのそれと似通った点が観察される。しかし、実際には、建築形態や社会的意味において大きな文化的相違があるため、ラスベガス様式を日本のラブホテルや結婚式場と比較することで、これらの産業のもつ日本的な特徴が浮かび上がってくるはずである。

第三章では、これらの施設における人間の活動や精神状態などの受容態度に焦点をあて、第二章で論ずるこれらの施設の建築様式やインテリアを含め、サービスや演出などによる提供者側の戦略に対して、利用者はどのような経験を感じするのか、又、従来の機能やデザインから近年の新しい形態への移行に伴う空間編成の変化が、人々の身体性に如何なる影響を及ぼしているのかを読み解いていくこととする。

(注)

(一) Werner Sombart, *Liebe, Luxus Kapitalismus*, 1912. [邦訳『恋愛と贅沢と資本主義』金森誠也訳、論創社(一九八七)]

(2) シミュラクル (simulacre) は、語源的には「表象、イメージ」を意味するラテン語 *simulacrum* に由来し、歴史的には宗教的な偶像を指して用いられた。一般的には、現実を別の何かで置き換えたものを意味するが、ジャン・ボードリヤールはさらに進んで、現実の記号化の操作をシミュラクルと名づける。ボードリヤールがシミュラクルと呼ぶのは、シミュレーション・プロセスに入っている人やモノすべてである。

(3) 大阪の千里ニュータウンを初め、日本における大規模なニュータウン開発が始まったのは、一九六〇年代である。又、冠婚葬祭の互助会が誕生し、専門の結婚式場の建設が始まったのも、一九六〇年代である。

(4) 五十嵐太郎『結婚式教会の誕生』春秋社（二〇〇七）

第一章 空間論的分析

第一節 空間論的転回

一九八〇年代後半頃から地理学をはじめとする様々な分野で横断的に起こりはじめた「空間論的転回 spatial turn」、この動きを方向づけるきっかけとなったのがアンリ・ルフェーブル (Henri Lefebvre) の空間論である。空間論的転回とは、均質で透明な空間のなかで事象の配置を計測するのではなく、空間化された表象自体の歴史性・政治性・社会性を問うと同時に、人間の知覚・思考・行為を包摂した社会それ自体の空間性を捉え返そうというものである。上野（一九九九）は、空間論的転回が、各分野それぞれの「ディシプリンのあり方そのものを、ディシプリンのかたちをとりながらはみ出している可能性」を内包しており、したがって、「ディシプリンの拘束と営みを解きほぐす

ような学問のあり方もありうる」と示唆している⁽¹⁾。このような動向において、何故ルフェーブルの空間論が理論的支柱とされるのか、それは、空間論的転回が、空間を介して作用する近代資本主義的生産様式のプロジェクトの強力さを把握することに焦点を当てていることと関連している⁽²⁾。エドワード・ソジャ (Edward W. Soja) やデイヴィッド・ハーヴェイ (David Harvey) に代表されるポストモダン地理学の研究も、一般的にポストモダンといわれる時代状況、つまり後期資本主義的生産様式に特徴的な文化様式に対する分析である。そして、そうした新しい地理学を構成する流れの中心に位置するものうち、本節ではルフェーブルによる「生きられる表象の空間」とミシェル・フーコー (Michel Foucault) による「ヘテロトピア」の概念を参照することとする。

ルフェーブル (一九七四)⁽³⁾ は、空間認識における方法概念として、「空間的实践 *la pratique spatiale*」 「空間の表象 *les représentations de l'espace*」 「表象の空間 *les espaces de représentation*」 という二つの次元を提示し、それらの空間と不可分一体の関係にある身体の次元を照応させている。「空間的实践」は、社会に固有な生産と再生産の諸関係を創出する場を編成する実践である。その空間は実践感覚によって組織される空間であるが故に「知覚される空間」の領域に属する⁽⁴⁾。本稿で扱うのは、視覚優位を特徴とする実践感覚により組織された、近代の商業化としての空間的实践である。「空間の表象」は、空間に課せられた知・記号・規範による秩序であり、空間を構想するための思考が関わる領域に属する⁽⁵⁾。思考された秩序に基づく表象が、人々の精神状態や振る舞いに一定の枠組みを与えるという視点は、フーコーが描く規律・訓練する権力の問題関心と共鳴するものである。フーコーによる権力・知・空間の結びつきの議論においては、可視的な装置や解読し得る制度に重点を置き、「権力は空間を規律する」という側面が強調されがちであるが、その関係性は空間にも強い関心をはらいつつ論じられており、探究手法はルフェーブルの三元的弁証⁽⁶⁾

法としての空間認識と通じるものがある⁽⁷⁾。「表象の空間」は、映像や象徴の連合を通して直接に生きられる経験的空間であり、ユーザー側の空間領域に属する⁽⁸⁾。ただし、その空間は常に「空間の表象」により構造化された空間でもあり、個別的な主観性に還元し尽くされるものではなく、社会的秩序や集合的な身体性の刻まれた場でもある。つまり、「空間の表象」によって構造化された空間は主体的行為を媒介すると同時に、それによって状況づけられた主体的行為の介入によって社会空間が構造化する。こうした社会諸関係の存在様態として空間を捉えることによって、本書において彼が提示する「(社会)空間とは(社会的)生産物である」という同義反復的な命題を把握することができるのである。

現代の資本主義社会における「空間的实践」は、社会空間を断片化し商品化する。そして、ルフェーブの空間認識概念が示すように、資本による空間編成は、建造環境に限らず人々の空間的身体にも及ぶものである。したがって、近代の資本主義的生産様式によって生産された(社会的)空間や人々の空間に対する認識を捉えなおすためには、断片化された空間性に注意を向けることが肝要となる。フーコー⁽⁹⁾における、空間性を指定用地の空間的連関として捉える視点は、そうした現代の空間性を理解するための方法として示唆的である⁽¹⁰⁾。又、フーコーは、「他のすべての指定用地と関係しつつもそれらを裏切る」、「奇妙な特性を示す空間に関心を寄せ」、「一種の反指定用地」であるヘテロトピアの探究を行っている。本章の第二節では、フーコーの語るヘテロトピアに関する諸々の特徴を参照しつつ、本稿で扱うラブホテルと結婚式場を現代のヘテロトピア的场所として考察することとする。次の一節は、ヘテロトピアに特徴的な空間的身体に関する考察であるが、例えとして鏡を用いた説明は、ジャン・ボードリヤール(Jean Baudrillard)によるシミュレーション・プロセスとして現代社会を把握する議論と重ねて理解しうるもので

ある⁽¹¹⁾。

「それは鏡の経験であるといえるだろう。鏡とは場所をもたぬ場所である以上、結局のところ一種のユートピアである。鏡の中で、私は私がない場所に私を見る。その表面の奥に仮想的に開かれる非現実の場所に私はいる。私は、私がないその場所において、私自身の目に見える姿を与えてくれるひとつの虚像として存在している。その虚像のおかげで、私は不在の場所において私を見ることができなのだ。鏡というユートピア⁽¹²⁾。」

こうした鏡の反射は、空間が発する表象と人間の関係、そして、それを通じた人間同士の関係として読むことができる。したがって、商業化によって構築されていく空間を考察するうえでは、ルフェーブルのいう「空間の表象」はもとより、現代のメディアによる表象の問題も避けることができない事項であろう。メディアは空間をどのように表象するのか、又、メディアを媒介として構築された場所の機能或いはイメージを人々はどのようにに解読しているのか、こうした両者の力学を解明することも、現代資本主義の「空間的实践」や「空間の表象」における戦略から脱け出し、距離を置きつつ、現代における具体的な「表象の空間」を把握するうえで重要である。

第二節 ヘテロトポロジー

ラブホテルと結婚式場の空間の社会性を考察するに際して、本節において参照するのが、ミシエル・フーコー

(Michel Foucault) による「ヘテロトピア heterotopia」という差異の場からなる社会的空間の概念である。フーコーは、一九六七年三月一四日、パリで行われた「他なる空間について *Des Espace autres*」と題する講義において、可能な空間ではなく、現実に存在する異他なる空間(他なる場所)を解説するための記述Ⅱ描写を「ヘテロトポロジー」と名づけ、その六つの原理を提示している⁽¹³⁾。これらの原理は、整合性に欠けており、それらすべてが当てはまるヘテロトピアが存在するという類のものではないが、互いに連動する項目や例示的表現もみられることから、様々なヘテロトピア的場所を発掘する際に有用であると考えられる⁽¹⁴⁾。

これらの原理にラブホテルと結婚式場を対比してみると、それぞれの場所が持つ諸々のヘテロトピア的特性が浮かび上がってくる。まず、視覚的側面から内部構造に着目すると、ラブホテルの(特に昭和五八年、風俗営業取締法の全面改正以前においての)部屋のインテリアは、そこで要求される機能のみでは説明し得ない、奇抜なデザインコンセプトに基づいており、そこは「宇宙空間」「日本庭園」「あぜくら造り」「屋形船」など⁽¹⁵⁾、全く繋がりのない場所や構造物を備えた部屋が複数収まった場所である。一方、結婚式場の場合は、「チャペル」「ガーデン」「控室」「写真館」などの用途毎に空間が編成されている。多種多様の異空間を演出するインテリアデザインからなるラブホテルや結婚式場の構造的特徴は、フーコーがヘテロトピア的場所としての説明する第三の原理と重なるものである。

「第三の原理。ヘテロトピアとは、互いに相容れない複数の空間ないし指定用地をひとつの現実の場所に並置させる力をもつ。」

『ミシェル・フーコー思考集成Ⅹ』筑摩書房二八三頁

また、ヘテロトピアは「つねに解放と閉鎖のシステムを備えて」いるという第五の原理について、フリーコーはアメリカのモーテルを例に挙げて説明しているが、ラブホテルの構造にも同様の特性が見受けられる⁽¹⁶⁾。誰でも好きな時に利用することができる点では解放的相貌を示しているが、そこで行われる性行為は、「周囲から隔離され戸外にはわからぬようにして、完全な隠蔽のもとにおこなわれる」⁽¹⁷⁾。つまり、誰もがこのヘテロトピア的な指定用地に踏み込むことが可能であり、しかしその行為自体によって自らが排除されるという事態も潜んでいるのである。

このように、解放と閉鎖のシステムを備えたヘテロトピアは、いったん入ってしまったら、そこは直ちにその人たちだけのものになる。下記のフレーズは、あるハウスウエディングのコンセプトの一部で、非、日、常、な、空、間、へ、の、こ、だ、わ、り、を、謳、つ、た、も、の、で、あ、る、が、ヘテロトピア的場所の閉鎖的側面が明確に表れている⁽¹⁸⁾。

「チャペル、ガーデン、パーティ会場…そのすべてをおふたりと、おふたりを祝福する人たちが独占できなければ、最高の思い出ができる一日にはなりません」

「そこにいるすべての人、すべてのもの、すべての時間がおふたりの結婚式のために用意されていること。おふたりのことを知らない誰かがいてはいけない。……」

こうしたコンセプトから見て取れるように、これらの空間では外部の人間を遮断する諸々の理由によって、「ヘテロトピア的な解放と閉鎖の調整」⁽¹⁹⁾が意識的或いは無意識的に行われる。ヘテロトピア的記号性を帯びた空間は、必然的

にそこを利用する人々を規律し、時には利用者に対して規律に従った演技を要請することもある。そこでは互いが互いを無意識にであれ監視し、諸々のTPOにあわせて選択された空間を保護しようと努めるのである。こうしたヘテロトピア的な解放と閉鎖の調整は、エドワード・ソジャ（Edward W. Soja）が示唆しているように、後のフーコーの研究「規律・訓練する権力」へと通じることが窺える。⁽²⁰⁾

ともあれ、このような解放と閉鎖の調整が行われるのは、内部と外部の空間における要請が互いに異なるからである。壁ひとつ隔てた内部の空間は、日常とはまったく異質の時間が支配しており、外部の時間との差異は劇的である。その意味では、葬儀の行われる祭場なども一種のヘテロトピアであるといえよう。それらの場所で、人々は外部とは隔絶された特殊な時間を生きるのである。時間とヘテロトピアとの関係について、フーコーは第四の原理において説明している。

「ヘテロトピアは、たいてい、さまざまに分節された時間と結びついている。すなわち、ヘテロトピアは、それと対になるような呼び方をするならばヘテクロニーとでも名づけうる状況において展開している。ヘテロトピアは、人々が慣習的な時間から完全に遮断されるときに十全に機能しはじめる。」

『ミシェル・フーコー思考集成X』筑摩書房二八四頁

ラブホテルと結婚式場は、諸々のヘテロトピア的空間の要素を備えており、且つ、建築により外部から隔てられている。空間的な諸々の要素や問題が、建築物としての機能やデザインとして出現するのならば、ヴェンチュエリの主

張するように、建築とは「外部と内部の空間や用途上の要求が衝突するところ」に生ずるものである。⁽²¹⁾

「内部の要求から発してデザインして行くのと同様に、その逆の場合も必然的に緊張が生じ、それが建築のデザインに役立つのである。外と内とが異なるものだとしたならば、その接点である壁こそは何かが起こるべきところであろう。外部と内部の空間や用途上の要求が衝突するところに建築が生ずるのだ。これらの要求は一般的なものもあれば特殊なものもあり、生成的なものもある。建築は内部と外部を区切る壁によりなるものだと考えた時、その建築は内部と外部の葛藤と和解を空間に記したものだと言えよう。そして内部と外部の相違を認識することにより、建築が再び都市的観点から見直されることになるのだ。」

R・ヴェンチューリ『建築の多様性と対立性』一六二頁

したがって、外部空間から都市を概観した場合、様々な用途に応じた建築物（空間）が分散されているように記述することができよう。そして、私たちは日々の用事を済ませるために、その機能毎に用意された空間から空間へと移動しながら生活しているのである。次節では、これらの機能毎にセッティングされた空間が、マーケティングによるコントロールの道具となり、人々の身体性に及ぼしている影響に焦点をあてることとする。

第三節 パッケージ化される空間

現代の都市には、機能ごとに分散されパッケージ化⁽²²⁾された空間が数多く存在し、我々は多くの場合、それらを渡り

歩いて日常生活を送っている。近代のハイテク技術の進歩によって生み出されるモノたちが、機能性を増すに従い融通性を失っていったのと同様に、我々が生活する都市のあり方も、モノや音の配置によりセッティングされた空間毎に、自然ととるべき行動が規律されるようになった。⁽²³⁾ 情報誌にとつての目次やテレビにとつてのチャンネルと同様に、現代の都市にとつてのそれは、局所的且つ多元的な場所の集積である。それらの場所は記号となつて消費社会の空間に取り込まれ、時間地理学的な⁽²⁴⁾記述スタイルにより販売(操作)されており、情報やイメージによつて抽象化された断片的場所は、アウラの一回性を喪失したシミュラクルとしての都市を形成したのである。

今や、都市や社会をかたちづくるモノと人と場所の連動は、マーケティングによりコントロールされているといえよう。本節で述べる現代に特徴的な身体性は、市場に取り込まれた「時間」と「空間」が、パッケージ化された商品として記述され、操作されるようになったことに起因するのである。資本主義市場によつて生成され、絶えず変貌を繰り返す商業的ヴァナキュラー⁽²⁵⁾は、「ヴァナキュラー vernacular」の文字通り、商業に捉われた現代の我々の日常に根づいている。⁽²⁶⁾そして、近代以降に日常化した都市空間は、公共的コミュニケーションを担保する共同体的空間ではなく、偶然に居合わせた見ず知らずの群衆のための空間といえよう。若林幹夫(一九九九)は、このような都市のあり方を、「共同体」に対して、「共に異なり」、「共に移動する」という意味で「共異体 || 共移動体 hetero-community/traversing-community」という概念で表している。それは人々の集合体が共に在りながら異和的でありつづける社会、巨大な人々の集合体が移動することを通じて共にある社会である。⁽²⁷⁾その意味において、現代都市の在り方は、膨大な数の人々が同じ場所で過ごすグラフ上で多くのバンドルが集中する一場として都市空間を共有しながら、交通・通信メディアに媒介されつつ移動し、互いに目を合わせたり相手を認識したりすることすらなくとも、都市に生

きる「群衆」や「大衆」の一人ひとりとして社会的な協働の連関を作り上げているのである。

意識と身体の時間をコントロールするものとしてのマーケティングが、意味空間における人々の身体性に及ぼした変化、それは、共時性を伴ったコミュニティのなかの「共同体的身体」から、群衆のなかの孤独な他者としての「群衆的身体」への変化として表わすことができる。例えば、本来の教会における伽藍カテドラルというものは、伝統的礼拝を通した「共感覚のための装置」として機能する公共圏である。一方、日本において商業的に誕生した結婚式専用の教会では、演じる側と見物する側とが分断されるという劇場的な性格を有している。ここでの儀式や演出はスペクタクル化された商品として提示され、招待客はそれを観賞する立場に置かれるのである。

ベルナル・ステイグレル (Bernard Stiegler, 2004) は、この「共感覚のための装置」と、それによって生まれる「われわれ」という感情が、近年きわめて脆くなってしまっていることを問題視しており、その原因は、感性的なものが産業の徹底的な搾取の対象となったことだと指摘する⁽²⁸⁾。共感覚とは「われわれ」が共に時間的であるという絆の意識であり、この感性的絆が、時間的な商品の出現によって深刻なまでに脅かされているのである。空間が時間的に計量され商品となり、群衆の身体性が常態化するにつれて、彼のいう「われわれ」というものに「私」を投影することが、事実上不可能となりつつある。

時間地理学的な空間の記述スタイルは、パッケージ化された空間を渡り歩いて活動する人々のイメージを具体的に捉える方法としては有効であり、又、こうした近代の都市のあり方から生まれたものである。ただし、注意すべきは、近代のパッケージ化された空間というものが、人工的な建造環境に限ったことではなく、時間としての空間や感性的なもの(空間)を標的としているという点にある。例えば、観光旅行産業ツーリズムにおいて、山や湖など自然の風物にふれる

ことで体感し得る「感動」が商品（パッケージツアー）として販売されるように、この場合の場所や空間はその舞台（背景）にすぎない。モノとしての製品から音楽制作やイベント企画に至るまで、現代のあらゆる産業が販売するのは、人々の意識の時間としての空間なのである。

（注）

（1）上野は、空間論的転回の動向を日本においていち早く論評しており、文化研究、人類学、地理学、経済学、哲学、メディア論……などの各分野において空間論的関心の広がりが見られること、「空間化された表象」が作動する局面を整理している。

（2）上野俊哉「空間の政治学—文化研究における空間の諸概念について」『10+1』第四号（一九九五）
ルフェーブルと空間論的転回に同一の問題圏として、第二次世界大戦後の大量消費文化の到来にともなう観光都市の形成や、工業団地の延長上に建設される都市、さらに前近代では確固として分割されていた都市と農村の境界が先進国における国土の総都市化を経て消滅してしまった経緯などがあげられる。（福田二〇〇三）

（3）Henri Lefebvre, *La production de l'espace*, 1974 [邦訳『空間の生産』齋藤日出治訳、青木書店（二〇〇〇）]

（4）「空間的实践が確証され、記述され、分析されるのは、つぎのような多様なレベルにおいてである。建築、都市計画、道路や地区の実際の設計、日常生活、そして当然のごとく都市の現実、といったレベルがそれである。」

『空間の生産』齋藤日出治訳、青木書店（二〇〇〇） 五九〇頁
（5）「近代社会における空間的实践の内部では、建築科がおのれ自身の空間の中に身を落ち着けている。建築科はおのれの空間の表象を有しており、この表象はグラフィック・デザインの諸要因と—つまり白紙、平面、正面図、断面図、ファサードの視野、工業建築の標準寸法など—と結びついている。この思考される空間は、この空間を利用する者によって真実であると考えられている。」

- (6) 「空間はいかなる形の共同生活においても基礎的なものです。つまり、空間はどのような権力の行使においても基礎的だといふことができます。」
- 《Space, Knowledge and Power》(《Espace, savoir et pouvoir》; entretien avec P. Rabinow; trad. F. Durand-Bogaert), *Stylisme, mars* 1982, pp.16-20 [邦訳「空間・知そして権力」『ミシェル・フーコー思考集成XI』筑摩書房六七頁～八六頁]
- (7) 「権力は空間を規律する」と捉えるフーコーに比べ、ルフェーブルは「権力は空間を生産する」と把握したうえで、空間的身体の存する「表象の空間」を権力の生産・再生産を観察しうる空間として重要視する。
- (8) 「ユーザーの空間は、生きられるのであって、表現されるのではない。専門家の抽象空間と比べて、ユーザーの日常生活の活動空間は具体的な空間である。つまりそれは「主観的」である。この空間の起源は、計算の空間よりもむしろ「主体」の空間であり、表象の空間である。」
- 『空間の生産』斎藤日出治 訳、青木書店 (二〇〇〇) 五二二頁
- (9) 《Des espace autres》(conference au Cercle d'études architecturales, 14 mars 1967), *Architecture, Mouvement, Continuité*, n°5, October 1984, pp.46-49 [邦訳「他者の場所—混在郷について」『ミシェル・フーコー思考集成X』筑摩書房二七六頁～二八八頁]
- (10) 「われわれは、空間が、さまざまな指定用地の連関というかたちで立ちあらわれる時代に生きているのである。」
- 前掲邦訳書二七八頁
- (11) ボードリヤールは、現代の社会を記号体系の閉じた円環として捉える。すべてが記号的円環であるから、あたかも鏡の部屋に在るかのように無限の反射運動を繰り返している。その鏡の部屋のなかで人とモノとの無現の反射をボードリヤールはシミュレーションと呼ぶのである。
- 今村仁司。塚原史「ボードリヤールの思想」『誘惑論序説』国文社 (一九八四)
- (12) 「他者の場所—混在郷について」『ミシェル・フーコー思考集成X』筑摩書房二八〇頁～二八一頁
- (13) 《Des espace autres》(conference au Cercle d'études architecturales, 14 mars 1967), *Architecture, Mouvement, Continuité*, n°5, October 1984, pp.46-49 [邦訳「他者の場所—混在郷について」『ミシェル・フーコー思考集成X』筑摩書房二七六頁～二八八頁]

- (14) また、一九八二年に行われたポール・ラビノー (P. Rabinow) との対話において、フーコーは売春窟と浴場の社会性について言及しており、それらの場所がかつてフーコーがヘテロトピアと呼んでいた空間であることが窺える。《Space, Knowledge and Power》(《Espace, savoir et pouvoir》; entretien avec P. Rabinow; trad. F. Durand-Bogaert), *Stylisme*, mars 1982, pp16-20 [邦訳「空間・知そして権力」『ミシェル・フーコー思考集成Ⅱ』筑摩書房六七頁～八六頁]
- (15) 都築響一『ラブホテル：Satellite of Love』アスペクト (二〇〇八)
- (16) ラブホテルの特性と整合する記述として、次のような指摘もある。「今日のヘテロトピアは逸脱のヘテロトピアであり、そこは、従うべき規範や中庸から逸脱した振る舞いをする人々が収容される場所である」(『ミシェル・フーコー思考集成Ⅹ』筑摩書房二八二頁)
- (17) 『ミシェル・フーコー思考集成Ⅹ』筑摩書房二八六頁
- (18) 「私たちの思い・こだわり-T & G-ハウスウエディング」[<http://www.tgn.co.jp/concept/house.html>] (2008.05.06)
- (19) エドワード・ソジャ著、加藤政洋訳『第二空間—ポストモダンの空間論的転回』青土社 (二〇〇五) 二〇六頁
- (20) ソジャ、前掲書、二〇六頁
- (21) R・ヴェンチューリ著、伊藤公文訳『建築の多様性と対立性』鹿島出版会 (一九七八) 一六二頁
- (22) ここでの「パッケージ」とは、「商品などを包装すること」や「包装用の容器」といった一般的意味で用いる。
- (23) 機能性は一度商品化されてしまうと、規格化・画一化され、柔軟さが追いやられてしまう。商品化され、規格化されてしまうと、「この機械はこういうもの」という固定観念が生まれ、もしかしたら出来たかもしれない機能が実現される可能性が失われる。ボードリヤールは、こうした商品化によって失われる機能性を「本当の《機能性》」と呼ぶ。それは、自動性の増大ではなく、その周辺の不確定な部分、つまり柔軟な反応に対応した機能性である。
- (24) 「時間地理学 (time geography)」は、「時間」と「空間」を、人々に消費される有限な資源として数量的に図式化する記述方式である。自然地理学と人文地理学を問わず一般に地理学は、土地空間上の事物や出来事の配置や関係を地図平面上の分布や配置として記述し、そこに現われる構造や関係の原理や法則を考察するのだが、時間地理学が採用する記述法は、人間の行動を普通の地図のような二次元的な平面上の軌跡としてではなく、土地空間上の距離と方向を表示する水平面と、それに直交する時間を表示する垂直上軸からなる三次元的なグラフの軌跡として記述するものである。