

# 触れる鑑賞、味わう鑑賞にむけて

## Toward the Aesthetic Appreciation of the Haptics and Tastes

福島宙輝\*<sup>1</sup>

Hiroki Fukushima

\*<sup>1</sup>九州女子大学

Kyushu Women's University

Abstract: In this paper, the author considers the feasibility of the aesthetic appreciation of the haptics, smells, and tastes. Generally, these sensory domains are not regarded as the subject of the aesthetics mainly because they do not have an artefactual object. Here the author does not give a conclusion for the question whether they could be the subject of the aesthetics or not. Instead, the author illustrates some examples of the “haptic aesthetics” through the Japanese teacups, and gives some examples of the “aesthetic concepts of the taste” through the descriptions of the taste of Japanese sakes.

### 1. はじめに

#### 1.1 感覚と鑑賞

本稿を通して考えていきたいのは、味覚や触覚の鑑賞、あるいは視覚的な芸術でも日本を含む東アジアの書(書道)のような、触感を色濃く含むような対象の鑑賞はどのように行うことができるかということである。鑑賞は、美的なものを趣味(taste, 対象の味わいや情緒を感じ取る能力)をはたらかせながら見て、その良い部分、美的質を受容するという行為である。ただし、ここでは味覚が美学の範疇、対象に入るかについて議論するつもりはない。というのも、一般的には、味覚や嗅覚、触覚といったものは美学(近代美学)の範疇には入らないとされている。悲しいことに哲学としての美学において、ルネサンスと宗教改革による価値の相対化を経て、近代美学は視聴覚に偏重し、美的価値を視聴覚のみに認める方向に進んでいくこととなる。これは中村(2000)が近代科学がルネサンスを契機に視覚に「専制支配」されてしまったと主張することと通底するものである。

#### 1.2 言葉による鑑賞

美しいとはどういうことか、美的な質をどのように鑑賞するかという問題にたいして、言葉を道具立てとして美的性質を解釈していくという手法は、シブリー(Sibley, 1959, 2001)を始点とする。

シブリーが Aesthetic Concepts という論考で問いかけたのは、絵画を鑑賞して言葉で解釈を加えたり、鑑賞のポイントがわからないような人に説明したりするときに、どのような言葉が用いられるかということである。シブリーは美的概念を表現する語彙を、美的用語 aesthetic terms と呼ぶ。シブリーは、美的用語、あるいは美的表現とは、趣味や鋭敏な知覚、感受性、美的識別の能力、そして鑑賞眼を必要とするような用語ないし表現であり、それらに対応するものが美的概念であるとする。具体的には、バランスの取れた、力強い、生命感に満ちた、繊細な、といったような用語である。そしてこのような美的概念を表さないようなもの、例えば、青いとか、まっすぐな線といったような表現は(感受性がなくても見て取れるので)非-美的表現と呼ばれる<sup>1</sup>。

本稿では、この美的概念をひとつの指針とし、特に日本酒の味わいにおいて美的表現が見受けられるかを議論していきたい。

### 2. 触れる鑑賞

触れる鑑賞を考えると、やはり陶磁器というのがその中心に座るのではないかと思う。西洋にも優れた磁器は数多い。多くのテーブルウェアが美術品として各地の美術館にコレクションされている。しかしやはり白磁の湯呑で呑むとき、(もちろん筆者が使うようなものなので値段は大したことはないが)ティーカップで飲むとき、同じお茶であっても、その味わいがどうも異なっているように感じられる。

これは筆者の感覚であるが、日本や朝鮮、中国の茶盤(ちゃわん、ご飯茶碗と区別するために茶盤と表記しておく)と、西洋のティーカップの違いは、その持ち手の部分に関係があるのではないかと思う。日本の湯呑、茶盤は持ち手がなく、包むようにして持つのに対して、ティーカップは持ち手の部分をつまむようにして持つ。欧米のマナーでは、ティーカップの持ち手の部分ではなく本体を持つと、マナー違反(ぬるくて飲めないという意図と解される)とされる。

この違いは、単に持ち方の違いにとどまらず、身体性をともなうその芸術的価値にも影響を与えているのではないだろうか。

茶盤のみならず陶磁器の愉しみは、やはり視覚と触覚との融合、中村(1979)のいう「共通感覚」を抜きにしてはやはり語りえない。萩の茶盤のぬくもりは、やはり手で包んで、その枇杷色の土、柔らかな焼きの質感、持ち上げたときの軽さ、指先で感じるカイラギの凹凸によってはじめて得られるものであって、写真では感じ得ないものである。天草に「陶房泰」という窯があるが、その窯の白磁は、白磁であるにもかかわらずその外側はザラツとしている。このざらつきは、視覚上の陰影と言うよりもむしろ、手触りと、飲むときの感触に大きな働きを見せる。陶房泰の湯のみに氷を入れ、グレープフルーツサワー(キリンの本搾り)を飲んでみてほしい。グレープフルーツの苦味と、下唇で感じる陶器のざらつきがまさに共感的に呼応しあい、そして上唇では湯呑のなめらかな内側の質感が、氷の冷たさとともに感じられる。この美的経験を、近代美学はなぜ見逃すのだろうか。

西洋のティーカップの芸術的作品とされるものを見るだけに、やはりどこかカップ自体が絵画のキャンバスとして切り離されてしまっているように思える。惜しくも絶版となった「古美術読本」の第一巻、陶磁編(芝木編, 2006)をひらくと、芝木好子、大佛次郎、

<sup>1</sup> 念のために補足しておく、シブリーは別の論考(Tastes, Smells, and Aesthetics)において、味覚や嗅覚は低次で、動物的で、役に立たない、すぐに消えてしまい、変化しやすい感覚であるから美学の対象

とならない、といったような議論は誤解であり、味覚や嗅覚も美学の対象となりうるということを力強く主張している。





### (1) 名詞

表 1 をみると、名詞には基本的な味を表す語(甘味、酸など)や、口中の身体部位(舌、喉)、そして大吟醸や純米といったような規格を表す語が目立つ。鑑賞という点からすると、名詞には非-美的用語が多く見受けられ、日本酒の味わいの要素は名詞的に表現されることが見て取れる。

### (2) 形容動詞

美的用語はどこに見られるかという点、形容動詞および形容詞に特徴的に現れている。

形容動詞では、きれい、穏やかを筆頭に、上位 20 語のすべてを美的用語としてみなすことができるだろう。注釈が必要な語を解説すると、「透明」とは、もちろん酒の色調を表すこともあるが(その場合には非-美的用語かもしれない)、主には「酒の味の透明感」を表しているものと思われる。透明感とは、酒に無駄な味や雑味がなく、淡麗でありつつも味わいのある酒を表す用語で、一種の隠喩表現(視覚からの共感覚比喩)である。「複雑(複雑味)」は、まれに短所を指摘する用法もあるが、「単調でなく、いろいろな味が折り重なって重層的に感じられる」という美的な質を表す用法としても用いられる。「伸びやか」は酒の旨味がまとまりをもちつつも口の中で広がろうとするさまで、これも一種の隠喩表現である。

### (3) 形容詞

続いて形容詞は、やはり大まかに見ると美的表現が多く見受けられる。おそらく文句なく美的表現としてカウントできるものは、審査カードにも挙げられていた「丸い」を筆頭として、「柔らかい」「濃い」「香ばしい」「優しい」「力強い」「厚い」(おもに旨味を指して、濃厚で舌の上に乗っている感じが強く得られる酒のさま)などが挙げられるだろう。ここで難しいのは、いま挙げた「力強い」や、その他にも「若い」「おとなしい」「淡い」などの語のように、実はやや欠点含みの内容を美化して言うという表現の扱いである。「力強い」は主に長所を言うが、まれにアルコール感が強い、というニュアンスを持つ。また若い酒というと、熟成が足りないという意味を含んだり、おとなしいとか淡いというのは、やや迫力に欠けて物足りないということを婉曲的に、美化して表す言い方である。この婉曲美化はワインに特徴的で、例えば「豊かな酸味」というと一見、美的表現にみえるものの、実は「酸味が強すぎて飲みづらい」という意味内容をもっていたりということがある。こうした婉曲美化表現に美的用語としてどのようなポジションを与えるかは、今後の大きな検討課題である。

### (4) 動詞

形容詞、形容動詞については、やはり本来の品詞としての働きからしても美的用語が多く見られたことは納得のできる結果である。しかし美的用語は、形容詞や形容動詞などの修飾語に限られたものではない。日本酒の表現で注目したいのは、動詞やオノマトペに美的用語(と解釈できそうな語)が数多く見られるという点である。

動詞で注目できる語は、広がる、残る、立つ、引く、消える、ふくらむ、落ち着く、出る、現れる、漂う、続くという語である。広がるとふくらむ、漂うは、口の中での液体や味わいの動きの表現である。香りが口の中に広がったり、空気感を伴って香気が広がることをふくらむ、と言い習わす。

また、舌の上ではなく口腔の上の方で香りが滞留する様子は、漂うと表現される。これらは口や鼻の空間での味や香りの経時的変化を捉えないと表現できないものであり、甘味や酸味など

の識別力とは異なる、時空間上の動きの変化を捉える鑑賞能力を要するという点で美的概念に相当する可能性があるだろう。

動詞は、とりわけこの時空間上の変化の表現が重要である。「立つ」「出る」「現れる」はそれぞれ香りが現れる瞬間を捉える表現であり、「引く」「消える」「落ち着く」というのは反対に味が感じられなくなる変化を表す(「残る」は味が消えないことを示す)。

絵画の美的用語でも「バランスがとれた **balanced**」というのも動詞的な表現であり、味わいの表現においても動詞による美的な質の表現は注目に値する。

### (5) オノマトペ

オノマトペは、「ほんのりと香る」というように動詞を修飾する副詞的用法を中心として、「サラサラした舌触り」のように<オノマトペ+スル>の形で形容詞的な用法があり、また「舌先のビリビリが気になる」というように名詞的に主題化されることもある。

オノマトペというと、車を「ブーブー」というように、幼児の使うような幼稚な言語使用かのような印象を受けるかもしれない。しかしこれは全くの誤解であり、一般的な言語使用においても、とくに感覚的なものを表現するときには必須の要素である。

味覚の言語表現においては、感覚と言語をつなぐことの難しさが他の知覚領域以上に顕在化する。筆者はこれまでの研究において、認知的な際立ちの小さい味覚感覚の言語化に際して、オノマトペが共感覚的比喩として用いられることで言語化の橋渡しが達成されるを明らかにしてきた。分析の詳細は研究論文(Fukushima, Imai, & Tanaka, 2017)に譲るが、結果として、日本酒およびワインの味覚表現におけるオノマトペの使用原理として以下の三点を明らかにしている。

- 醸造年度、価格などの定量的な表現や状況表現には用いられづらい
- 「味わい」比較的上位カテゴリの味わい表現を修飾するために用いられやすく、ワインの個別のテイスティングワードのような具体的な要素と一緒に現れることは少ない
- 味わいの“状態”よりも“変化”を表現する

これらの結果は、ソムリエやプロテイスターのように味覚表現に熟達した者が用いるような、一見体系的で慣習的な味覚表現においても、なおもって表現の難しい感覚領域があり、その言語化の困難さを克服する言語方略としてオノマトペが用いられることを示すものである。

### 参考文献

- Fukushima, H., Imai, M., & Tanaka, S. (2017). The Usage Mechanism of Japanese Ideophones in the Description of Taste: Morphological and co-occurrence analysis of the description of wines and sakes. *International Journal of Computational Linguistics Research*, 8(3), 109–122.
- Sibley, F. (1959). Aesthetic concepts. *The Philosophical Review*, 68(4), 421–450.
- Sibley, F. (2001). *Approach to aesthetics: Collected papers on philosophical aesthetics*. Clarendon Press.
- 中村雄二郎. (1979). 共通感覚論: 知の組みかえのために. 岩波書店.
- 中村雄二郎. (2000). 臨床の知 (Vol. 2). 岩波書店.
- 井上靖. (2006). 古美術読本 (1)「陶磁」. 知恵の森文庫.
- 宇都宮仁. (2006). 清酒の官能評価分析における香味に関する品質評価用語及び標準見本. *日本醸造協会誌*, 101(10), 730–739.