

創作オノマトペによる日本酒を味わう表現の研究

Studies of Expressions to Taste Japanese Sake by Creating Onomatopoeia

大塚 裕子*¹
Hiroko OTSUKA

諏訪正樹*²
Masaki SUWA

山口健吾*¹
Kengo YAMAGUCHI

*¹ 公立はこだて未来大学
Future University Hakodate

*² 慶應義塾大学環境情報学部
Keio University

The purpose of this study is to make the personal bodily sensation dictionary which attached great importance to personal difference of a sense and the expression for a certain object. We clarify the common and the difference points, the variety of target how to catch by integrating a personal dictionary. It is complicated and, in this study, intends for taste of a variety of sake.

The making methods of the personal bodily sensation dictionary are as follows; 1) express taste by the onomatopoeia which a personal created intuitively, 2) explain the reason and meaning of the speech sound of the onomatopoeia, 3) collect the expression data of many people. In this way, we make the personal taste dictionary that is reflected personal difference by the correspondence of created onomatopoeia and the analytic term beyond the conventional taste expression. The network of the onomatopoeia and tasting words are visualized this dictionary with a text mining tool. From this visualized network, it becomes clear that the some tasting expressions divide each personal favorite commonality and individuality.

1. はじめに

本研究では、感じ方や表現方法の個人差を重視した言語化プロセスについて研究することを目的に、複雑で多様な日本酒の味わいを対象とした言語使用のデータを作成する。作成にあたり、個人が直感的に創作したオノマトペで味わいを表現し、その後、その言語音の創作理由を弁別的に分析し、言語化する。創作オノマトペと分析的用語の対応により、従来の味覚表現を超えた、個人差の反映される味わい個人辞書を作成する。この辞書をテキストマイニングツールで可視化した。この可視化されたネットワークから、各個人の好みの共通性と個別性を分ける味わいの表現やその表現群による境界などが明らかになった。

1.1 日本酒の味わい言語化のための視座

本研究では、味わいの言語化を身体知にもとづく表現行為であると捉える。味わいの言語化には図1に対応した下記の2段階がある。

- ① 五感のセンサーを使って、味わう対象の形状・色合い・質感、匂い・香り、口に含んだ際の味覚、舌触り・口中での広がりを知覚する段階
- ② 認知された感覚を言語化し外在化する、すなわち表現するという行為の段階

対象→認知→言語化
① ②

図1 味わいの言語化

福島 (2014) はこのモデルを「味わい理解の内的営みモデル」として、より詳細に図式化している。味わいの表現が複雑であるのは、①および②のいずれの段階にも、認知および行為主体に依存する個人差による多様性が存在するからである。①の段階には認知の有無や認知のしかたの多様性がある。②の段階には言語化の得意・不得意や、語彙の選び方、表現の仕方の多様性がある。したがって、味わいの語彙は、ある対象に対し、一対一に対応するような汎用的なリストすなわち汎用辞書を本質的には作成することができないのである。

では、味わいの語彙は本当に汎用化できないのだろうか。汎用化できないという立場に立つと、利酒師やソムリエなどが表現する味わいには何の統一性や一貫性も保障されないことになる。このことをどのように考えるべきだろうか。利酒師やソムリエが表現する味わいの言葉は、専門家でない人々も含めた場合の汎用的な言語なのではなく、汎用的な言語になるように”正解例”として示されたものである。

本研究で目指すのは、与えられ共通言語で作られる汎用辞書ではなく、個人の体感辞書の作成である。汎用辞書は、多くの個人体感辞書の重なりから作られることが身体知に関する言語行為の解明として妥当であると考えられる。

1.2 日本酒の味わい言語化の特徴

ここで事象を日本酒の味わいに限定して話を進める。利酒師や日本酒学講師、酒匠など日本酒のアドバイザーあるいは評論家といった味わいを言語化する専門家らは、自分が飲んだ酒の味わいを、彼ら専門家に共有されている味わい方の共通言語によって言語化する。共通言語とは、近年、酒サービス協会

(SSI) が提唱する酒の4分類「薫酒」「爽酒」「酔酒」「熟酒」に対応した味わいの評価表現である (SSI 1999)。利酒師や日本酒学講師は、その資格を得るために、これらの共通言語を教科書やハンドブックによって、あるいは講習会に参加することによって学習する。

つまり、図2に示すとおり、彼ら自身が発した言葉も、彼ら自身の味覚、嗅覚、触覚、視覚などの感覚から直截的に個人感覚を表現している(②の段階)のではなく、自分が認知したある種の味覚、嗅覚などの感覚を、その表現方法のルールによって、あるいはパタン化に当てはめて言語化(③の段階)しているわけである。

対象→認知→個人的言語化→公的言語化
① ② ③

図2 味わい言語の汎用化

もちろん、すべての専門家が、②と③の段階を分離しているわけではなく、一致することもあるだろう。また、誰もが同じ対象の酒に対して同じ評価をするわけではない。しかし、少なくとも、専門家になるために③の段階を学習したことは間違いない¹。

一方で、日本酒の味わいに関する言語化に慣れていない人、あるいは慣れていても、正解としての専門家の言葉を学習しようとする人は②の段階を自分のことばとして語るのではなく、③で行われている対象と表現との対応を真似ることで味わいの言語化を行おうとする。図1に示すように、味わいを表現することは認知的判断の言語化という困難さを有し、誰もが最初から簡単に行えるものではなく、訓練過程(福島2014)や、学習過程(山口他2014)が必要である。先に述べたとおり本研究では、(諏訪2009)の「身体的メタ認知プロセス」に相当する認知プロセス、言語化プロセスの両段階に在る個人による多様性を個人の言葉で語るための方法をデザインしたいと考えている。

2. 関連研究

関連研究として、身体知の言語化研究、味わいの言語研究、日本酒の味わい言語研究について示す。

身体知の言語化研究については、からだメタ認知を経て創発されたシンボル(ことば)が身体の動きを制御することを指摘した諏訪の研究がある(諏訪2009, 2012)。この考えに基づき、歩行の際の足触りの言語化研究を進めている(諏訪2015)。

味わいの言語研究については、雑誌やインターネット上の料理の評価表現を収集し、38項目に分類した瀬戸らの研究がある(瀬戸2003)。味に関する網羅的な表現が体系的に整理されているが、味わいの対象や認知主体と切り離された表現の分類となっている。

日本酒の味わい言語研究については、松浦が色・味・香りに関する感覚表現について、いくつかの例をベースに説明している(松浦1992)。日本酒を味わう表現の多様性を知ることができるが、味わいの対象との関連性や、味わう主体の認知的視点がない。(乾2003)では、日本酒を味わう表現に関して、味わいの表現とその対象の日本酒との関連性や、その関連性に対する人の認知的判断の解明を試行しているが、この研究での表現収集方法は、結果的に、日本酒の属性に対応した味わい表現、すなわち一対一に対応する味わいの表現や正解の表現があることを前提としている点に本研究との違いがある。(福島2013)では、一貫した主体が味わいを言語化した「日本酒味わい辞典」を作成しているが、味わいの表現群に図2の②と③の段階の言葉が区別しにくくなっている。

3. 研究方法

研究の方法として、データの作成と分析についてそれぞれ説明する。

3.1 創作オノマトペの作成とデータ化

本研究では、日本酒の味わいの複雑さや、味覚に対する他者との認知の違いを顕在化し、個人の多様性を言語化する道具として、“創作オノマトペ”を導入する。身体知の理論家である野口は、オノマトペの音が身体知と結び付いていることを指摘する(野口2003)。これは経験的に同意できるものである。第一筆者が担当した授業で、「いまだかつて経験したことのない痛み」「最高に幸せな気持ち」を独自のオノマトペで表現することを指示した際、前者にはガ行、ザ行、バ行の音が、後者にはハ行、ラ行、パ行の音が多く見られた。

そこで本研究では、次の手順で日本酒の味わいを言語化することにより、日本酒の味わい言語を収集する。

- 1) 日本酒を飲んだ際に、既存でない創作のオノマトペで味わいの印象を示す。この際、香りや口に含んだ瞬間の印象、口中での印象、喉越しの印象の3段階をそれぞれ音にする。音は必ずしも3音でなくてよい。
- 2) オノマトペで表現した後、なぜ他の音でなく当該の音で表現したのか、その音に込められた味わいの意味はどのようなものかを書き出す。
- 3) これらの作業を複数人と行いながら、書き出したオノマトペや意味について相互に解説する。

¹ なお、第一筆者は利き酒師としての資格登録はしていないが、試験には合格しているため、この学習をしている。

酸味の種類に、好き嫌いがあることを、第2筆者本人は最初気づいていなかった。飲んでいる際の会話から、まず第1筆者が暗黙知レベルでそれを明言した。このことが分析結果として可視化されたことは興味深い。

また、図6に示すとおり、二人の味わい言語にも境界が存在することが可視化された。具体的には、青字に示されたオノマトペ要素音が第2筆者によるものであり、赤字は第1筆者によるものである。これらの異なった音で示されるオノマトペは、実はピンク色の文字で書かれた、ふたりが共通して説明に使用した言葉によってつながっていることが可視化されている。また、「嫌いではない」「滲みる」「じわじわ」「こじんまり」「転がる」、「そのまま」「開く」「効く」など、両者が好ましく思っている表現が境界ワードとなって顕現化し、一見異なる感覚として表現されていたオノマトペ要素音の共通性を示している。

このような一人称研究を味わい個人辞書という形で合わせて可視化したときに、各々の辞書がどういった境界ワードでつながっているのか、すなわち、個人と個人の感覚の接点が見えてくることも面白い。そしてまた、このことは公的言語(図2)が誰かによって恣意的に決められるのではなく、個別性の重なりから得られるものであるという公的言語をめぐる知見の手掛かりになると考えている。

5. おわりに

本稿では、紙幅により2例のみ結果を示したが、第1筆者および第2筆者の味わい個人辞書を統合化することにより、ふたりの好みや表現方法の境界なども見える。

今後は辞書の語数や表現者を増やしながらか、味わいの言語化モデルを確立することを考えている。

大塚一諏訪マージ辞書
オノマトペ音素、動詞、副詞
(3回以上出現)

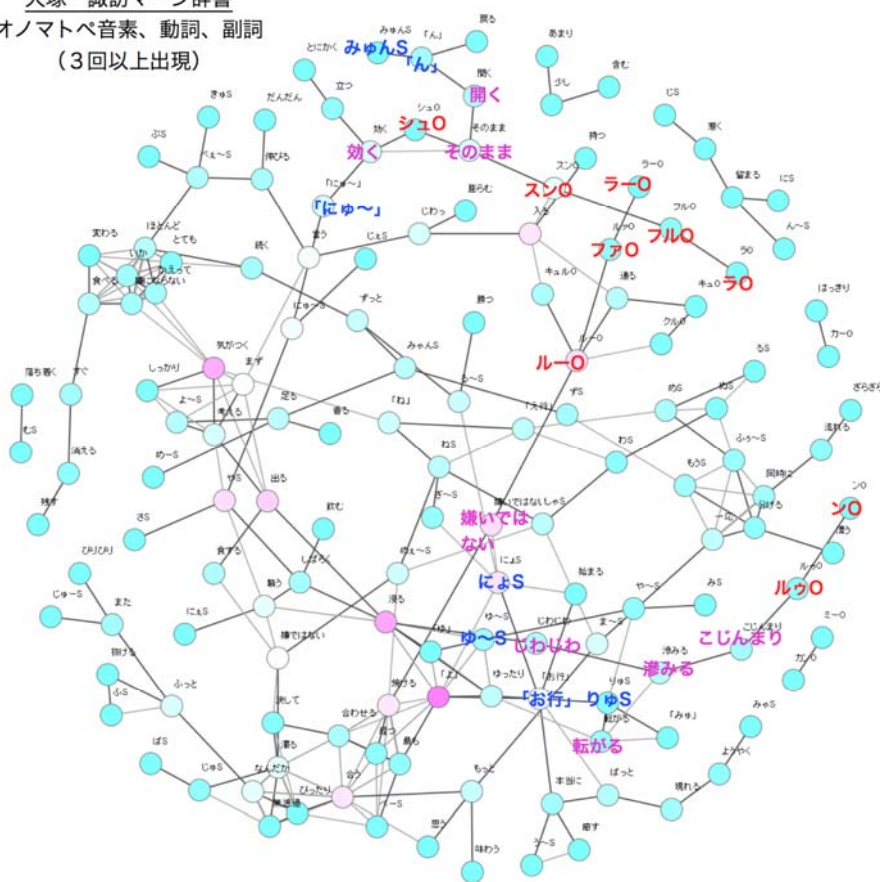


図6 マージ辞書に現れた味わい言語と好みの境界

参考文献

- [SSI 1999]日本酒サービス研究会酒匠研究会連合会(SSI) 著, 右田圭二監修, きき酒師必携 新訂, 柴田書店.1999
- [野口 2003]野口三千三, 原初生命体としての人間-野口体操の理論-, 岩波書店, 2003.
- [乾 2003]乾裕子, 日本酒を味わう表現の分析, 第14回ことば工学会, vol.14, pp.31-pp.36, Aug.2003.
- [諏訪 2009]・ 諏訪正樹, 身体性としてのシンボル創発, 計測と制御第48巻第1号. pp76-82. 2009.
- [諏訪 2012]諏訪正樹, “からだで学ぶ”ことの意味 一学び・教育における身体性一. SFC Journal, “学びのための環境デザイン”特集号, Vol.12, No.2, pp.9-18, 2012.
- [福島 2013]福島宙輝, 諏訪正樹, 見上拓也, 日本酒の味わいを語ることば辞典, 第27回人工知能学会全国大会, vol.02B, no.3, pp.1-4, June.2013. [福島 2014] 福島宙輝, 日本酒味わい理解の内的営み, 第28回人工知能学会全国大会, vol.14, pp.1-pp.4 may.2014.
- [諏訪 2015]・ 諏訪正樹, 寛康明, 西原由実. 足触りの表現を促すデバイスにより構成的に感性を育む実験, インタラクシオン2015 予稿集(web), インタラクティブ発表 B56, pp641-646.2015.