

味覚理解の記号論的モデル

A Semiological Model of Understanding of Tastes

福島宙輝[†]
Hiroki Fukushima

[†]慶應義塾大学院 政策・メディア研究科
Keio University Graduate School of Media and Governance
no1@sfc.keio.ac.jp

1. はじめに

人は、どのように味わいを感じているのだろうか。舌で、鼻で確かに感じている日本酒の感覚を、我々はどのように言葉で表現しているのだろうか。複雑なワインの香りを的確に言語化していく一流ソムリエの例を待つまでもなく、味わうという行為は高度に知的な営みであり、それは身体知である[2]。本研究では、日本酒の味わいを例題としてとりあげ、人が味わいを認知し言語化するプロセスを記号論的モデルとして示すことを目論む。

本研究では日本酒を味わう心のプロセスを考察するが、その際には記号論と意味論、そして現象学的な知見を採用する。とりわけ記号論と現象学においてはパース (C.S. Peirce) 1 の理論に、そして意味論においては深谷・田中[1996, 1998]に立脚した議論を行う。

2. トップダウンによる記号処理

人が味わいをどのように理解しているのかを考察する上では、低次認知と高次認知のつながりを考えることが重要である。とりわけ本研究においては、トップダウン処理を重要視する。トップダウン処理とは高次認知の内容を低次認知に利用する認知プロセスである。感覚器官を通して得られる情報 (ボトムアップ情報) だけでなく、対象に対する既存の知識や期待などといった高次認知の情報を利用して総合的な対象への理解を行う処理が、トップダウンによる理解である。

視覚などに比べ、味覚は情報が曖昧であり、訓練を受けていないと、対象の姿をはっきりと

捉えることは困難である。3章においてその根拠を味覚の身体的特性という観点から示すが、他の感覚器官による知覚に比べて、味覚ではトップダウン処理による知覚判断が特に重要であると筆者は考える。

3. トップダウンによる記号処理

図1が本研究で筆者の提唱するモデルである。ここではその概要を示す。

まず、パースに従うと知覚以前に「感覚」の段階があることとなる (図中A)。対象から我々のなかに入ってくる「性質」は受容器官を経て記号化されて知覚される (図中B)。筆者は、記号としての知覚は対象への積極的な働きかけを伴うと考えるため、Bの点線の矢印は対象へ向かっている。知覚された記号は最終的に外的表象化 (最も顕著な例として言語化を想定する) されて外化される (F)。外的表象化に向けては、理解・評価・判断といった処理が求められる (C)。

なおCに対してD、Dに対してEは、それぞれ具体的処理内容となる。そしてそこで行われるのは[1]において指摘される記号による「記憶の励起」、「記憶の関連配置」、「記憶連鎖の引き込み合い」である (D)。そしてそれらの相互作用は何を判断し意味づけるものかといえ、対象から得た記号が主体にとって「何であるか」ということである。すなわち「快/不快」や「五味・基礎味」、「メタファー」、「詩的表現」などから適切な外化方略を選択するわけであるが、この選択にあたってはアブダクションが働いていると考えられる (E)。以上が本稿で示すモデルの概要である。

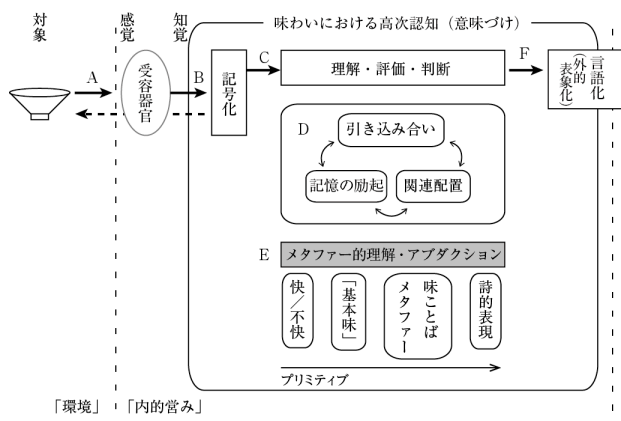


図 1

参考文献

- [1] 深谷昌弘, 田中茂範 (1996) ”コトバの〈意味づけ論〉”, 紀伊國屋書店.
- [2] 福島宙輝, 速見友里, 見上拓哉, 諏訪正樹 (2013) ”日本酒の味わいを語ることば事典”, 第 27 回人工知能学会全国大会, 02b-3.