

# 鮭屋を味わう\*

## — ともにある食事の社会美学 —

藤 阪 新 吾\*\*

### はじめに

本稿は、人と人の交わりの中であり、身体と感情を通じたわたしたちの営みとしてある社会空間のあり方を、社会美学的<sup>1)</sup>に考察する。

具体的には、鮭屋という一定の空間における筆者の体験を足がかりにして、人びとが関係し合う状況の感性的・美的質とその認識の作法について描出する。

そのなかで、G. ベーメの「雰囲気」、G. ジンメルの「社交」、ブリア＝サヴァランの「美学」、H=G. ガダマーや H. テレンバッハの「味覚＝趣味」、H. アーレントの「公共空間」など、社会学、美学、政治哲学の議論を鮭屋体験と織り合わせて検討し、社会美学的実践とその理論的な展開に寄与すべく、感性的・美的な関係性としての社会の特徴と意義を示すことを試みる。

### 1. 鮭屋という場

#### 1) グルメなうんちく

はじめて入ったある鮭屋で、わたしは至極丁寧に迎えられてカウンター席に案内された。店員たちのよどみない言葉づかいとやけにさわやかな対応は、その謙った態度がいかにも平板で、心地よさよりもなにか違和を感じた。にぎりを「おまかせ」する。「はい、とれたて白浜湾のキスです」「昼網、明石のヒイカになります」「ヒラメは青森、これも天然です」「淡路由良のムラサキウニになります」「はい、北海道のイクラです」「さあ、これが大間のマグロになります」、といった調子が淡々と続く。「今はやっぱりアジ、それも地物がいい

いですね。何しろいいエサを食べて育ってますから」「ヒラメは塩でどうぞ。味がよく引き立ちます。このヒラメにはこの岩塩、フランス産のこれが一番合います」「この塩もやっと見つけました」。

けっして大声を張り上げているわけではないが、滲み出た店主の得意な張り切りはいやに冗長である。このような態度はむしろ野暮に感じるのだが、グルメな客たちはたいてい、「すごい」「おいしそう」「わあっ」といった甲高い声で感激を曝し、反射的に声を張り切り返すのだ。

常連らしきカップルと店主のやりとりが耳に入る。

「はい大間の天然、大トロになります」

「やっぱりマスターがにぎるここのトロが最高においしいね。マスタートロもう2貫、それとウニとイクラも2貫ずつ」

「マスター私も同じの2貫ずつ、あっ、トロは炙りで」

店主はガスバーナーを取り出して目の前で火をつける。

「わあ、すごいっ」

「マスター、ワインおかわり。何かいいのある？」  
「次でしたら、こちらのワインが合うと思います。このワインもなかなか手に入らないんですよ」

「さすがマスター」

「やっぱりいいワインにはおいしいネタが一番ですよ」

店主はいかにも誇らしげである。わたしはその食べっぷりに感心すると同時に、いま食べはじめたにもかかわらず、奇妙な満腹感をおぼえた。

鮭通を自認しなくとも、鮭好きのグルメは数知れない。食べ物にたいして異様な執着をみせる現

\*キーワード：社会美学、感性的・美的な関係性としての社会、雰囲気という人と人との間の味わい

\*\*美術家、美術教員

1) 宮原 2008

代人は、多かれ少なかれみなグルメである。とくに鮨屋では、グルメたちのこだわりは際立つ。「天然」という言葉にはもちろんのこと、「とれたて」「新鮮」「産地直送」「昼網」「無添加」といった言葉への反応はきわめて過剰であり、そのような言葉が添加された鮨を満面の笑みで頬張る。魚が「天然」かどうか、「産地」はどこか、さらに日本酒や焼酎、ワインの銘柄など、「ブランド」に関する話題はいまや鮨屋のメインピックとなっている。鮨屋においてこれらの言葉は、「国産」「無添加」「有機・無農薬」といった言葉とともに、近年の「安全・安心」のモードにのって呪文のように声高に唱えられることで、いまや陳腐なブランドと化している<sup>2)</sup>。

「ごちそうさま、とてもおいしかったです」「おあいそ、お願いします」。たいして店主は、「ありがとうございます、やっぱり安全なものを安心しておいしく食べてもらわないとね」と、したり顔である。「お会計はこちらになります」、という声とともに勘定書に目をやった客の一瞬の無表情がみてとれたが、すかさず「ごちそうさま」と満面の笑みで嬉しそうに店を出たその客は、また再びこの鮨屋を訪れるのだろうか。店全体をそれとなくながめてみると、日ごと通っていきそうな常連たちがほとんどであり、そのなかに、わたしも含めて情報誌をみてやってきたような一見客が交じっている。客と店主、客と客とのやりとりは、魚の産地や仕入れ過程、焼酎や日本酒の銘柄、ワインのブランドをめぐって楽しそうに繰り広げられている。

## 2) 客たちと主人

またべつの鮨屋をみてみよう。そこは還暦を目前にした夫婦が営むカウンター12席の小さな店である。客の大半は常連で、30年以上通い続けている地元の年配客も少なくない。けっして若者で賑わうというわけではなく多くは中高年であるが、客の年齢層は20代から高齢者まで幅広い。1人で

くる客もいるが、夫婦や親子、友人どうしの2～3人組がほとんどである。客種は、建築業者や金融業者、工務店や貿易会社の経営者、喫茶店アルバイトや年金受給者、美術家、栄養士、弁護士、会計士、華道家、医師、教員などさまざまである。飲食店の客だから当然かもしれないが、客たちが対等に混在する様はじつに興味深い。

主人はいたって気さくな人柄であるが、たんに気軽でさばさばしているというのではない。仕事にこだわりがあるが、頑固で寡黙な職人でもうんちく好きの料理人でもない。「はい」、「鯖です」、「はい」、「蒸しアナゴ、熱いですよ」、と淡々とにぎりを出す態度は一見すると無愛想なほどで、最初の鮨屋とは対照的である。

大半が常連客ということもあり、出迎えや見送りの含めて客とのやりとりは、飲食業特有の商売気が脱色され肩の力が抜けてごく自然である。通俗的なことも専門的なことも尋ねれば気軽に伝えてくれ、尋ねなくても話しかけられることもある。話が盛り上がれば饒舌になり、忙しくなればその余裕はなくなる。それは常連客にたいしても一見客にたいしてもかわらない。各料理に値札がつけられているわけではないが、鮨屋と客との暗黙の了解としてある「鮨屋での勘定に文句は言えない」、という常套語にのり客や状況によって、その時々で勘定に差があるわけではない。ここは、誰にとっても少しは特別なことがあったりなかったりするごく普通の鮨屋である。

## 3) 鮨屋は鮨を食べる店？

鮨屋とは、鮨を食べる店には違いない。ところが別の見方をすれば、鮨屋は鮨を食べるだけの店ではない。社会美学的に言えば、わたしたちは鮨屋で鮨を食べるだけでなく、人びとが織りなす場そのものを味わうのである<sup>3)</sup>。鮨屋にかぎらず飲食の場においてわたしたちは、食べ物を含めたその場を味わうことができる。それは、たとえば物的なもの、食器や装飾品、机や椅子、壁や床な

2) 環境モードや健康ブームと結託した「安全・安心」な「食」への社会的指向性について以下が示唆に富む(池上甲一・岩崎正弥・原山浩介・藤原辰史 2008)。とくにネオリベリズムとグローバリゼーションが浸透する状況において「安心・安全」な「正しい食」が商品としてブランド化される形成過程と、国主導の「安全・安心」な「正しい食」を通じて再構成される統治権力の分析は興味深い。また、「料理」をただ「食べる」ことに還元するのではなく、広い意味で「味わう」という人間の社会的・文化的な営みとして考えるうえで以下のエッセイが参考になる(北大路 1980[1960])。

3) 宮原 2008: 40

どによる空間性、あるいは非物体的なもの、照明や音楽、調理の音、空気の肌感や匂い、人びとのざわめきや気配などによる空間性、そのような空間としての場において食べ物を食べるからである。

したがって、場というものを考えた場合、食べ物だけを味わうことはできないのであり、この意味で味わうとは、味覚によって味を感覚することのみをいうのではない。いみじくも精神病理学者のH. テレンバッハは、味覚において「われわれがいがい、あまい、塩からい、またはすっぱいという味しか感じないということは、むろんめったに起こらない<sup>4)</sup>」と指摘している。ここには、味わうということが味覚だけでなく、感覚が互いに協力し合うことではじめて成立するということが示唆されている。つまり、ある場において食べるということは、味覚を含めて全感覚的にその空間を感じることであり、それが味わうことの基盤をなすのである。

そこでは、身振りや手振り、些細なしぐさや表情の微妙な変化、声の調子や抑揚、まなざしなどが重要となるが、個々の動きではなく、それらが交じり重なる響き合い、その交響性<sup>5)</sup>にこそ注目すべきである。場のこのような質感は、客観的で理性的な認識ではなく、主観的に、感性的・美的に認識されるのである<sup>6)</sup>。

#### 4) 全体を全体で感じる

目を瞑ってワインの銘柄や魚の産地を当ててゲームするように、舌の確かさとしての正しさがグルメの証であり自慢である。味わうとは、狭義的にはこのような味覚による味の判別を意味するが、この言葉は、「見るもの」「聞くもの」「触れるもの」「匂うもの」を味わうというように、感じることを全体に広く用いられる。だがこれは、味覚のたんなるメタファーなのだろうか。

たとえば、絵画や景色は目で味わうといえる

が、目だけでは味わえない。音楽演奏や秋夜の虫の鳴き声は耳で味わうといえるが、耳だけでは味わえない。中心的な要素ではないとしても、絵画やそれがおかれている空間にも匂いがあり、景色をみる場にも特有の香りがある。絵画や景色にもそれぞれ手触りがあり、音楽演奏や虫の鳴き声も肌に触れて肌が振れ、また音を聞く場の空気も目に触れる。あるいは、目や肌の感触によって、味覚的感覚が誘起されることもある。何かを食べる時に目を閉じることはあるかもしれないが、通常は目を閉じたまま食べることはない。目を閉じて絵画や彫刻をみることはないし、またわざわざ耳を塞いでそれらをみることもまずない。

つまり、それぞれの感覚において味わうとされることも、それら個別の感覚だけでは味わうことはできない。言いかえれば、それぞれ主となる感覚が、他の感覚と相互補完することによって、「目で味わう」「耳で味わう」と表現される営みは、感性的・美的な体験として深く生きた喜びとなるのである。味わうとは、味覚をモデルにしながらも、特定の感覚に帰する経験をいうのではなく、場全体への全感覚的な体験を指している。

## 2. 「食べる」から「味わう」へ

### 1) メディア・インターフェイスとしての感覚

「味わう」ということを、味覚と食べ物を短絡させた「食べる」と区別して考える必要があるのだ。ここでいう「食べる」とは、食べ物（食べ物でなくてもよいが）が味覚神経に触れ、何らかの味が生じる、という一連の反応性に結びついたもので、いわば受動的で反射的な態度を指す。これにたいして「味わう」とは、吟味すること、つまりよく見極めて「美味しさ」を探求することを指す<sup>7)</sup>。この「美味しさ」とは、食べ物の味に還元されるものではなく、全感覚的な感取によっ

4) テレンバッハが目にするのは、味わいを見いだす味覚にとって、嗅覚がいかに重要な役割を果たしているのかという味覚と嗅覚の密接な結びつきについてであり、「嗅覚が芳香性失嗅 (aromatische Anosmie) の意味で障害されると、われわれは四つの基本的な味しか感じられなくなる」と指摘している (Tellenbach 1980=1968: 46)。

5) 石川三四郎は、「社会美学として無政府主義」において美を、「リズミカルなビブラシオンを起こすところの」価値だとし、そのような美的な人と人の関係性による社会のあり方を、複式網状的な「社会交響楽」として論じている (石川 1976[1932])。

6) 宮原 2008: 34-35

7) 宮原 2008: 40

てさまざまな事物に見いだされる深い「味わい」、言いかえれば自らが得た「感じのよさ」を意味する。「味わう」という態度には、感じたことの全体を、積極的に判定する能動性と反省性が含まれている。

『美味礼讃』を著したブリヤ＝サヴァラン<sup>8)</sup>は、味覚を「直接感覚」「完全感覚」「反省感覚」という三種の異なった次元に分けて、それぞれを次のように説明している<sup>9)</sup>。「直接感覚」は、「口腔内の諸器官が即座に活動を開始するとき生まれる最初の印象」で、これは主体の反応による客体の判定である。「完全感覚」は、「食べものが最初の位置を去って咽喉部(咽頭)に移り、その味と香りで全器官を刺戟するさいに生じる印象と、先の第一印象とが組み合わせられた(ひとつになった)感覚」で、主体内に生じたことへの総合的な判定である。そして「反省感覚」とは、「器官から送られてくる諸印象に対して精神が下す(靈魂が加える)判断のこと」で、これは主体内に生じたことと、それをもたらし客体の関係性にたいする、感覚を通じた全体的な評価である。この「反省感覚」が含意するのは、味覚の鋭敏さに代表されるように、感覚的な判別能力を基底に据えつつ、感覚を通じて事物を、さらに事物との関係を反省的に判断・認識する能力である<sup>10)</sup>。「感覚とは、われわれがそれによって外界の事物と関係をつける諸器官である<sup>11)</sup>」というサヴァランの言葉がこのことを示している。

つまり、味覚を含めた人間の感覚は、自己を、他者やさまざまな事物と身体的に結びつけるメディア・インターフェイスであり、身体を通じて人と人に関係づけること、そのような社会性を形づくる重要な役割を担っているのである<sup>12)</sup>。

## 2) 食事の美味しさ

テレンバッハは、その著書『味と雰囲気』において、「味覚の社会性」の考察といえる綿密な仕事を行っている。テレンバッハは次のようにいう。「ひとはいっしょに食事を楽しむのだが、しかし同時に、食事を共にしている人びとをも楽しむのである。たがいに味覚を見いだし合えない場合には、食事もおいしくない。ここでは味わう行為がどれほど味覚とそもそも手をたずさえていることだろう!<sup>13)</sup>」。味覚だけの欲求であれば、一人でも満足を得ることはできる。しかし、テレンバッハのいう「たがいに味覚を見いだし合うことでもたらされる「楽しさ」は、「ともに食べる」という点においてこそ見いだされる。味覚とつながっていながらも、それに還元されることなく、人びとが全感覚的に触発し合う交わりにおける「楽しさ」、つまり「美味しさ」をとともに探求すること、それが「味わう」ということの要である。そこは、味覚的満足は単独で得るのではなく、「ともに食べることをわかち合う」ことによる快感を指向するという意味において、感覚を通じた社会性が生育される場となる。

テレンバッハによれば味覚は、「社会的な形成を媒介として発展した「教養(Bildung)」の関数として現われる<sup>14)</sup>」。この味覚は、社会的で高次の感覚的な認識・判断力を意味する。それは、「味わう行為の訓練から発展」し、「味わう行為も卓越した社会因の教養としての味覚によって形成され、訓練され、教育される<sup>15)</sup>」。つまり、文化・教養の基礎となる社会性は、「味わう」という感覚的な体験によって高められ、また、「味わう」という感覚的な態度は、社会的な文化・教養によって養われるものでもある。ここでテレンバッ

8) ブリヤ＝サヴァランは、美食家として知られたフランスの高名な司法官僚で、『味覚の生理学』という原標題をもつこの著書は、「超絶の美味学の瞑想」という副題がついて1826年に出版された(Savarin 1826=1967; 1975[1826]=1985)。

9) Savarin 1826=1967: 70-71; 1975[1826]=1985: 72-73

10) 谷川渥は、サヴァランの「反省感覚」と、カントのいう「反省趣味」の類似性を指摘している(谷川 1993[1989]:19)。

11) Savarin 1826=1967: 51

12) サヴァランは、動物とかわるところのない直接的な感覚による「食べる快樂」と、さまざまな事物との関係的な状況としての食事における反省的な感覚による「食卓の快樂」とを峻別して論じている(Savarin 1826=1967: 238-239)。

13) Tellenbach 1980=1968: 48

14) Tellenbach 1980=1968: 46

15) Tellenbach 1980=1968: 48

ハが、味覚という言葉で言い表わしていることを、いわゆる「味」と直結させた「舌の感覚」として捉えるべきではない。それは味覚を通じつつも、互いに「美味しさの快感」としての「味わい」を見いだそうとする、きわめて社会的な感覚のことを指している<sup>16)</sup>。

視覚や聴覚にくらべてより直接的な感覚である味覚を媒介にして、言葉を交わし合い、互いに場を感じ合うことは、人と人の感覚的な結びつきを密にする。たとえ食べ物が見えなくても、逆に絶品だとしても、味覚に没入するだけでは「美味しさの快感」を得ることはできない。「美味しさの快感」が、味覚だけの満足に依拠するものではなくそれと異なるものであることは、初々しい恋人どうしのデートでの食べる場面を想像すればわかるだろう。人とともに食べる場にあったとしても、互いが食べ物の「味」だけに注意を向けるなら、それは、「食べている」だけである。また、場そのものにまったく無関心であったり、あるいは頭の中では自己利益に集中していたとしても、感覚的には同様に、ただ「食べている」のである。これは、たんなる「食物摂取」にすぎない<sup>17)</sup>。

けれども、個々人がただ「食べている」のではなく、「ともに食べる」こととして互いに感じ合えるなら、そこは「食べる」という「食物摂取」ではなく、「味わう」という「食事」の場へと向かう。さらに、「食事」それ自体を楽しむ余裕の感覚をもつことができれば、その場それ自体深く「味わう」ことへとつながっていくだろう。そこ

に見いだされるのは味覚の満足ではなく、それとは異なる「美味しさの快感」である。「美味しさ」は、はじめからどこかにあるのではなく、「味わう」という感性的・美的な態度を通じてともにつくり上げる趣の豊かさであり、味の深さである。「美味しさ」へ向かうこの感覚を通じた相互的で社会的な営みこそ、まさに趣味と呼ばれるものである。

### 3) 味覚と趣味

美学において趣味は、18世紀を頂点に中心概念として論じられてきた<sup>18)</sup>。味覚を意味する「gusto, goût, taste, Geschmack」という語が、美の判定能力として概念化されていくのである<sup>19)</sup>。「よい趣味」という言葉が示すように趣味は、当初は道徳的な意味を帯びており、またこの語は、快感という意味合いを含むものでもあった<sup>20)</sup>。しかし、味覚をモデルとした趣味論の要点は、その直感的判断の普遍的な基礎づけをいかに理論化するのかであり、この要請に応じて趣味は、道徳性を切り離しつつその対象は芸術に限定されていく<sup>21)</sup>。そのなかで、趣味の「対象の形式のうえで微妙な差異を識別する能力<sup>22)</sup>」、「合理的推論とは別の、「いわくいいがたいもの」を判別する能力<sup>23)</sup>」が引き出されて磨き上げられていくのである。そして、趣味における判断能力の理論的な抽象化がなされ趣味論は、「カントによって最終的な理論化が達成される<sup>24)</sup>」。美の判定能力としての「趣味判断」、カントの『判断力批判』である<sup>25)</sup>。

ところが、18世紀末以降、美学において趣味の

16) 高次の感覚的判断力である「味覚」は、訳者補注において「日本語では「味」や「味わい」がこれに近いかもしれない」と説明されている (Tellenbach 1980=1968:46)。

17) 藤原辰史は動物的で私的な「栄養摂取」にたいして、「食」というものを人間に特有の公共的な営為として論じている (池上甲一・岩崎正弥・原山浩介・藤原辰史 2008:4-5)。

18) 佐々木 1995:191-199; 谷川 1993[1989]:4-7

19) 佐々木 1995:191-192; 谷川 1993[1989]:4-7

20) 谷川 1993[1989]:5-6

21) 佐々木 1984:120

22) 佐々木 1995:195

23) 谷川 1993[1989]:6

24) 佐々木 1995:195

25) ここで取り上げることはできないが、谷川渥は「味覚の不幸」と題する論考において、カントの「趣味判断」を辛辣に批判しながら、非常に興味深い「味覚=趣味」論を展開している (谷川 1993[1989])。谷川は論の結びにおいて、「味覚」に象徴される「低級感覚」的なもの(……)「質料性」と非形象性への開かれによって特徴づけられるであろうその世界を探索すること(……)「美学」はそのときはじめて、その「感性論」としての本来性を獲得することになるのかもしれない(……) (谷川 1993[1989]:24-25)と述べている。

重要性は失われ<sup>26)</sup>、「美は趣味によっては判定することのできないもの<sup>27)</sup>」とされるに至る。それは佐々木健一によれば、美の判定能力としての趣味は、本来は味覚を意味する taste という語が隠喩的に用いられたもので、「美の判定能力は味覚のようなものである」という特殊な見方<sup>28)</sup>」を背景にしたものであり、「美の判定能力を表す中性的な概念ではなく、隠喩表現」だからである<sup>29)</sup>。つけ加えていえば、それは19世紀を通じた、とりわけ20世紀以降の芸術の展開に関わっている。社会の近代化とともに芸術は、脱伝統化・前衛化を加速させていく。自律した芸術は、並はずれたものの、途方もないものへの独創性を拡張かつ多様化させ、そのあり方がますます発展するにともない、趣味概念も変容を迫られる。つまり、時代とともに進展していく芸術の状況にあっては、もはや美は、18世紀の時代状況のなかで確立された適切さや相応しさの判定能力としての、いわば伝統的・静態的な趣味による判定の域に収まるものではなくするのである<sup>30)</sup>。

しかし、趣味論が19世紀以降に衰退し<sup>31)</sup>、「美学」においてその意義が喪失したとしても、社会美学的に趣味は含意深い概念だと思われる。それは、「美学」が芸術に対応し、また芸術を対象にしたものだとすれば、社会美学において感性的・美的認識の対象は芸術美や自然美ではなく、社会そのものだということによる<sup>32)</sup>。言いかえれば、社会という人と人の関係性の「味わいのよさ」を「社会美」として探求するからである<sup>33)</sup>。それは、芸術や自然における大いなる光輝としての美ではなく、また「美学」における美の概念にそぐわないものかもしれない。しかし、人と人の関係性に見出される「味わいのよさ」、つまり「美味しさ」

には、大文字の美に比べてきわめて微妙ではあるが、小文字の美ともいい得るささやかな美なるものが宿っているのではないか。感性的・美的な次元における瞬間の社会的生起、さしあたり「社会美」とは、その感喜の体験として考えられるのである。

#### 4) 味わうこととしての趣味

佐々木は趣味について、その平均性・保守性を指摘し、「19世紀になると流行や装飾の現象についてしか趣味語られなくなる<sup>34)</sup>」としながらも、「趣味を表わす各国語 (gusto, goût, taste, Geschmack) はいずれも、「味覚」を意味すると同時に「味わい」をも意味<sup>35)</sup>」しており、語の「この両義性に応じて「趣味」にも、美を判定する能力の意味だけでなく、それ以前に先ず対象となる作品の「味わい」の意味がある<sup>36)</sup>」と述べている。ここでいう「味わい」は、芸術作品の趣向や様式のことを指しているが、この記述は重要である。なぜなら、趣味の含意として、判定能力と対象の味わいが重なり合う点に美の位相があること、つまり美は、判定する主体か対象となる客体のどちらかに帰着させられる問題ではなく、それらが出会う直感的な体験としてあるということが示唆されているからである。

「味わい」を直感的に判定する趣味を、社会というわたしたちの関係性、主客に分離することのできない交わりそのものへと適用するなら、「味わい」というものを、この交点としての社会における感性的・美的な体験だとみなすことができるのではないか。佐々木は、「趣」や「味」といったきわめて繊細な風合いを見分ける味覚の特性を、「味覚」の動詞形である「味わう<sup>37)</sup>」とい

26) 佐々木 1995 : 192

27) 佐々木 1995 : 196

28) 佐々木 1995 : 191

29) 佐々木 1995 : 191

30) 佐々木 1995 : 196 ; 谷川 1993[1989] : 49-50 ; Gadamer 1975[1960, 1965, 1972] = 1986 : 80-83

31) 佐々木 1995 : 196

32) 宮原 2008

33) 宮原 2008 : 40

34) 佐々木 1984 : 122

35) 佐々木 1984 : 118

36) 佐々木 1984 : 118

37) 佐々木 1995 : 196

う言葉にも着目して次のように指摘する。「味わう」ということの際立った特色は、「心的な感覚所与 *sence daate* そのものへの注意ということであり、そこには明瞭な反省的性格を認めることができる<sup>38)</sup>」、「カントが「悟性と想像力の調和的遊動」によって美を規定したのは、結局、この「味わう」という動きを指してのことである<sup>39)</sup>」。

つまり、自らが対象を感じていることそれ自体を身体の深底で感じることに、「味わう」とは、この実感そのものの体験である。他者を感じ、ともにいる空間を感じている自ら自身を感じていること、さらに、他者も自らのようにこれら全体を感じることに、このような人と人の重層的な感じ合い、社会美学的に「味わう」とは、このことを指す。それは、社会を生きた様態として実感することであり、それによって「社会美」への体験が開けていくのである。

## 5) 「食べる」と「味わう」

味覚は、「カントの分析した趣味判断の性質にほかならない<sup>40)</sup>」として佐々木は、「下級感覚が粗雑であるという俗説とは逆に、きわめて微妙な差異を識別しようとする動きである<sup>41)</sup>」と指摘する。つまり味覚は、動物的な感覚性と高次な分別性の両面を重ね合わせた能力であり、感覚的な直接性・直感性を基盤にしたきわめて反省的・社会的な判断をとともなう営み、それが趣味としての味覚である。

また H=G. ガダマーは、バルタザール・グラシアン<sup>42)</sup>の趣味概念を取り上げて、趣味は、「美

学上の概念であるよりは道徳上の概念である<sup>43)</sup>」と強調する。そして、「味覚という感覚的趣味はわれわれの感覚のうちでもっとも動物的」であるのだが、「それにもかかわらず、この味覚においてすでに、精神が物事を判断する際に行なう識別の契機が含まれている<sup>44)</sup>」と指摘する。つまり、ガダマーのいう味覚は、もっとも直接的な楽しみの受け入れか拒絶を担う感覚ではあるが、「それは単なる衝動ではなく、すでに感覚的衝動と精神的自由との中間をなしている<sup>45)</sup>」ものであり、しかも「感覚的趣味の特徴は、まさにそれが、生きるためにどうしても必要なものに対してさえ、距離をとって選択し判断を下すところにある<sup>46)</sup>」。

この距離をもって判断をなす感覚的趣味としての味覚は、「食べる」と直結したものではなく、「味わう」という社会的感覚のことを指示している。ガダマーは、「趣味はすでに〈動物性の精神化〉であるとして、正当にも、精神 (*ingenio*) についてばかりでなく、趣味 (*gusto*) についても涵養 (*cultura*) というものがある<sup>47)</sup>」というグラシアンの言葉を引いて、動物的な欲求に基づいた感覚的反応ではない精神性と動物性の共存が、「感覚的趣味」において見いだされることを指摘する<sup>48)</sup>。

動物性と短絡させた味覚は、「食物摂取」としての「食べる」ことに対応する。他方、動物的味覚を保持しながらも、反省性をともなう「感覚的趣味」に昇華するなら、ただ「食べる」のではなく「味わう」ことを通じた「味わいのよさ」を指

38) 佐々木 1995: 196

39) 佐々木 1984: 122

40) 佐々木 1995: 197

41) 佐々木 1995: 197

42) バルタザール・グラシアン (1601-1658) はスペインの神学者・思想家。『賢者論』『英雄論』などの著作がある。

43) Gadamer 1975[1960, 1965, 1972]=1986: 49

44) Gadamer 1975[1960, 1965, 1972]=1986: 49

45) Gadamer 1975[1960, 1965, 1972]=1986: 49

46) Gadamer 1975[1960, 1965, 1972]=1986: 49-50

47) Gadamer 1975[1960, 1965, 1972]=1986: 50

48) ガダマーが批判するのは、カント-シラー美学の主観主義的な側面である。しかし、動物的な感覚と理性を、趣味という美的感性によって社会的に調和させることを提唱したシラーの先駆的な仕事は、現代もなお参照すべき意義をもつ (Schiller 1847[1795]=2003; 1793=2005[1936])。また A. バージョはその「社会美学のためのアイデア」において、シラーの美的国家論を取りあげて感性的・美的認識の社会的状況への拡張を試みている (Berleant 2005[1999]: 24-25; 34-36)。

向する。それは、「ともに食べること」としての「食事」においてこそもたらされる「美味しさ」の快感にはかならない。

### 3. 関係性としての雰囲気

#### 1) 雰囲気という相互性

G. ベーメによれば雰囲気<sup>49)</sup>は、「主観と客観の間にある何かであり、部分的に主観的で部分的に客観的<sup>50)</sup>」である。また雰囲気は「事物の間」としてある「空間的なもの<sup>51)</sup>」であり、準客観的である<sup>52)</sup>。雰囲気が主観的でも客観的でもなく準客観的だというのは、雰囲気は、わたしから分離した店の机や壁、照明や音楽、あるいは主人と客、人びとのやりとりといった、客観的な事物だけによって形成されるものではなく、また個別の事物やそのたんなる集合が雰囲気を形成するのではないということである。かといって、わたしにとっての客観的な事物は雰囲気に関係がないわけではなく、むしろ大きく影響する。それだけでなく、わたしの主観も雰囲気に属しており、また雰囲気は、わたしの主観に深く結びついている。主観と地続きの雰囲気は、それゆえに感性をもつ。雰囲気にたいしてわたしの感覚は、それを認識へ至らせようとしながらも、同時にそれに巻き込まれており、わたしがそれを完全に客体化して制御することなどできない。その意味で雰囲気は、相対的自立性<sup>53)</sup>を有する。雰囲気は、常にわたしの感情や気分と、反対にわたしから離れた客観的認識への道程が重なる位相において生起する。「はじめて主観と客観がそこから分化、独立する最初の

知覚の現実である<sup>54)</sup>」とベーメがいうように、雰囲気は、主観性と客観性の輪郭が、明確になる手前で双方にまたがり、それらの先行的なものとしてある<sup>55)</sup>。それは、物質的に漂い、きわめて空間的な質をもった感覚的なものとしてある。

このような特徴をもつ雰囲気は、G. ジンメルが「感覚の社会学<sup>56)</sup>」において分析した社会空間における感覚的相互性と響き合う。人と人の対面において感覚は、外へ向かう客観と、内へ向かう主観の二つの展開を生じさせる<sup>57)</sup>。一方で感覚は、「何であるか」に應えるべく他者をわたしにたいする客体として認識させる。他方で感覚は、他者を主体の内へ引き入れ、「いかにあるか」というわたしの感情を引き起こす。客観的認識と主観的感情の双方へ向かう感覚的な展開の共作用が、両者において二重に交差することで人と人の関係は基礎づけられるとジンメルはいう<sup>58)</sup>。主観と客観が未分化に混交する絡み合い、社会とは、そのような人と人の感覚的な相互性の空間なのである<sup>59)</sup>。

#### 2) 人と人之間としてある雰囲気

感覚的な相互性はそれ自体、人と人が関係し合う生きた社会の様だといえる。自己と他者の身ぶりが、それぞれの内と外において互いに反響し合わせるというように、動態としての社会を生起させるのである。同様に雰囲気も、客体ではなく人びとの間にあり、人びとの主観と結びついてその影響を受けると同時に、その場の人びとに作用する空間的相互性としてある。

このような雰囲気は、「わたしたちみんなのも

49) 雰囲気という概念を提起する G. ベーメの美学は、美学 aesthetics をその語源であるギリシア語のアイステーシス aisthesis に立ち戻って感覚的知覚論（感覚的認識学）として再興しようとする試みである（Böhme 1995=2006；2001=2005）。ベーメの雰囲気概念の源泉は、H. シュミッツにある（Schmiz 1986[1968-1985]=1986；1995=1999；梶谷：2002；古川：2005）。

50) Böhme 1995=2006：ii

51) Böhme 1995=2006：ii

52) Böhme 1995=2006：7-9

53) Böhme 1995=2006：214

54) Böhme 1995=2006：14

55) Böhme 1995=2006：214

56) Simmel 1908=1994

57) Simmel 1908=1994：247-251

58) Simmel 1908=1994：248

59) 「感性」「悟性」「理性」は、個別に働いているのではなく互いに複雑に絡み合い、渾然となって人間活動の実際を構成している（Kant 1913[1790]=1999；岩城 2001a；2001b；佐々木：2001；Deleuze 2004[1963]=2008）。



の]というように、誰しにも均一に分配され、所有できるようなものとして理解されるべきではない。それは、わたしたちが分かち合うこととしてあると同時に、分かち合うことによってある。そのようにわたしたちが共属する限りにおいてわたしたちを関係づける。その意味で雰囲気は、人と人之間にあるというよりも、人と人之間としてある。雰囲気は、「何か関係的なものではなく<sup>60)</sup>」、それは、「関係性そのもの<sup>61)</sup>」なのである。

雰囲気というこの人と人之間としてある関係性は、それ自体を取りだして認識できる客観的なものではない。それは、社会というわたしたちの営みとして、生きた相互性として認識される、感性的・美的なものである。

### 3) 関係性への寄与

このような人と人との関係性は、雰囲気としてわたしたちによって不定形に形づくられる。このことは、「社会を美学する<sup>62)</sup>」という言葉に象徴される。それは、ユニークだが思慮深い距離の運動をともなった、各人の態度をもってその空間へ参与することを意味する。逆に、そのような態度の相互性においてこそ空間は、美的・感性的な質を高め、味わい深いものとなる。それには関係性としての雰囲気を、それぞれが感じていることを感じ合うという感性的・美的な相互性が要求される。

さらに社会美学は、「美味しい社会」を指向する<sup>63)</sup>。それには雰囲気を、私的な動機や意図によって制御しようとするのではなく、自己を差し控えた態度によって育もうとすることが必要となる。けれども個々人の意図や思惑を越えて雰囲気は、大きく変容することがある。このことは不定形な雰囲気、うぶで敏感な特徴を示している。

そうであるがゆえに、よい雰囲気としての「美味しい」社会を指向するには、「人と人との間の事柄そのものに注意を向けるような姿勢<sup>64)</sup>」をもって、「育たなければならぬ当のものに寄与

する<sup>65)</sup>」という、きわめて高い感性的・美的な態度が求められる。重要なのは、利己的な態度ではなく、むしろ自己中心性や我執を放棄した、鋭敏な感覚と脱自的な態度を併せもつことである。

## 4. 消費の空間

### 1) 共同感覚とトライアングルなボックス

「客が店を育てる」という言葉は、「店が客を育てる」という言葉と一対である。店においては、店側と客の双方により客層というものが形成される。客層には、その店の質的な特徴が現われており、それは、店側と客の共同性によって生じる雰囲気でもある。それはどのようになされているのか、本稿の最初に例示した鮎屋に立ち返ってみよう。

繁華街の中心に店を構えるその鮎屋は、午前3時頃まで営業しており、同類の深夜営業の鮎屋はこの界限には少なくない。これらの鮎屋には洋酒が豊富に揃えられており、場所と営業時間も相まって、客層も独特の傾向を帯びる。客は30歳前後の派手目のカップルを中心に、若者というにはあまりにも鮎屋慣れた男や女、もしくは男女のグループ、そしていかにも高価な物品を身にまとった中高年の男たちである。聞こえてくるのもっぱら酒と魚のブランド、もしくは服や鞆、時計やクルマのブランドについて、あるいは金銭か性愛の話である。ここには、ブランドを「食べる」ことへの共同的な感性と執着、言い換えれば「摂取」という消費の特徴がみてとれる。

コの字型のカウンターの14席は満席で、客はみな2人組か3人組のようである。会話の様子をそれとなくながめると、どの客も、店主を介して会話がなされており、そこにあるパターンがあることに気づかされる。男女カップルの客も男同士の客も、みなが店主を含めた「男-店主-女」や「男-店主-男」といった会話の「トライアングル」が形成されており、しかも同じようなトライアング

60) Böhme 1995=2006: 14; 2001=2005: 64 (強調点は引用者)

61) Böhme 1995=2006: 14; 2001=2005: 64 (強調点は引用者)

62) 宮原 2008: 40

63) 宮原 2008: 40

64) Böhme 1995=2006: 221

65) Böhme 1995=2006: 221

ルが個別に並列している。3点を直線で結ぶことで閉じられたトライアングルは、それぞれバラバラに無関係である。

店内にはさまざまな人がいるのだが、ここにはトライアングルだけがあるようだ。トライアングルはわたしにも彼らにももちろんみえない。だがわたしにはそのように感じられ、また、わたしと同じではないとしても、彼らも自らトライアングルを感じているようである。それは、複数の人たちが共在しているにもかかわらず、まるで他の人びとがいないかのように、あまりにも頑なに彼らが自分たち以外の他者を感じることを拒絶しているかのような態度からもたらされる感覚による。彼らは、感覚的に他者を感覚しないように、つまり感覚を無感覚に反転させているのだ。それは、「感覚的無感覚」とでもいいうるものである<sup>66)</sup>。この空間の奇妙さは、トライアングル内だけでやりとりがなされているからというだけでなく、そこに、人びとの共同的な感覚によって、もしくは人びとの感覚の共同性によって、いくつもの壁が形成されていることにもよる。見ることも触ることもできないこの壁は、ただ感覚されるだけである。それは、「共同感覚の壁」である。

「共同感覚の壁」というのは、ここにいる人びとの感覚とその空間へのわたしの感覚を言語化したものである。それは、雰囲気と同じように他者の侵入によってその輪郭を明確にする。雰囲気は、そこに馴染まない誰かの突飛な発言や行動、雰囲気を無視した他者の介入などによって一気に活気を帯びたり、逆に、ますます重くなったりと変質する。壁内部の共同者たちに突発的に話しかけてみる。彼らは外部者の介入に動揺し、透明バリアを突き破って侵入してきた異星人のようにわたしをまなざす。壁は震え、内部の雰囲気が落ち着きなく動揺するのを感じる。

物理的な仕切り壁がないにもかかわらず、この「共同感覚の壁」は空間を区切り分断することで、互いに顔の見えるカウンター席を顔の見えないボックス席に変貌させている。彼らは同一の感覚

によってトライアングルを形成し、感覚的無感覚な交わりをボックス内にもみ閉じ込める。しかし見方によっては、あまりにも儀礼的で禁欲的にすら感じるそのような感覚こそが、この店の独特の秩序を形成しているともいえるだろう。

## 2) 食い尽くしのキッチン

快適さをめざす欲求は、全感覚的な感性を鈍麻させ、「味わう」態度を斥ける。そのような態度は、「食べる」満足を与えはするが、そのことで空間には、しだいに私性が漂う。客がブランド品を消費するだけでなく、店は自らを、客とともに快適な消費空間にしていく。形式ではなく、内容(食べ物/味)によって腹を満たすことを空間全体に押し広げることで、空間は私事化に占有される。そこは、酸欠空気が充満する、そこはまさに息苦しい空間である。このようなキッチンな空間には、現代社会における消費空間のあり方が現われている。

H.アレントは、社会とは異なる大衆社会の特徴を次のように指摘する。「社会は、文化を欲し、文化的な事物を社会的商品へと価値づけ、それらを社会自身の利己的な目的のために使用し、濫用しはしたが、それらを「消費」しはしなかった<sup>67)</sup>」。大衆社会が欲望するのは「文化ではなく娯楽」であり、それは「無駄話と同じように何となく時をやりすごす」ために使用され、「パンや肉ほどではないにしても社会の生命過程に」仕えるのである<sup>68)</sup>。

人びとは、「食べる」ことを目的に飲食店へと出向く。誰かとの「食事」には、「食べる」だけでなく、会話、店員とのやりとり、息つく間や束の間の観賞といった、「味わい」の契機が潜在している。しかし、通常は飲食店には、食物や話の内容を「食べる」ことを目的として行くのであって、「味わい」を求めて行くわけではない。「食べる」場における多くの会話は、個人的な内容を吐き出すことか、たわいないこと、あるいは自己利益を探るものである。またそこにあるのは、盛り

66) 「感覚」と「無感覚」のパラドクスについては、W.ヴェルシュが提起する「感性/無感性」という対概念を参照(Welsch 1990=1998)。

67) Arendt 1968=1994 : 276

68) Arendt 1968=1994 : 277

上がりのなかで私的な内実を発散し、擬似的に自己を解放することや、だれでもいいからとにかく私の話を聞いてほしいといった、利己心である。あるいは、同質の個々人が、仲間内で快適さを補充し合うという自己満足の共同的な追求である。「食べる」場における食物や話の「摂取」、それは私的な「消費」である。そうであるなら「食べる」場は、私的な目的の手段となり、また会話もそのための手段となる。このような態度は、空間を「消費物」にたやすく変質させていく。その空間とそこでの関係性は、使い捨てのたんなる「消耗品」でしかない。

アーレントによれば商品としての娯楽は、「使用され交換されるべく存在している価値」でもなく、「消費財であり、他のあらゆる消費財とまったく同様に使い果たされてしまう<sup>69)</sup>」ものである。生きるために人は娯楽を必要とする。だが、娯楽の氾濫が常態化し、文化がただの商品として食い尽くされてしまう状況をアーレントは、「大衆文化の危機」と呼んで辛辣に批判する<sup>70)</sup>。アーレントの政治哲学的考察を、飲食店という具体的な小社会に適用するのは誤りだという意見もあるだろう。しかし、この鮎屋の場面には、「食べる」という場が、ただの動物としての人間、つまり「労働する動物<sup>71)</sup>」のための餌としての、たんなる「消費物」となっていることが顕著に示されているように思われる。

周知のようにアーレントは、人間の活動力を、「労働 (labor)」「仕事 (work)」「活動 (action)」の三つに区分して、社会を批判的に分析している<sup>72)</sup>。「労働」は、生物学的な生命を維持するための活動力である。その意味で「消費」とは、まさに「労働」にほかならない。「仕事」は、個々の生命、もしくは自然を越えた永続性のあるもの、つまり「世界性」という人工的な世界を作り出す活動力である。これは、アーレントのいう

「公共空間」、もしくは「美的社会空間」とでもいうべきものに結びついている。「活動」は、複数者の間で行われる唯一の活動力であり、そこは、互いに自らが人間として現われ得る政治的な活動の空間である。「公共性」は、この空間に対応する。

このことから、食べる場における食物や話の「摂取」は、「労働」としての「消費」だといえる。それは、客が「摂取」しているのがトロやウニ、あるいは話の内容だけでなく、事物の記号性やコンテキスト、あるいは空間的なものとしても、それは「味わう」ことではなく「消費」である。なぜなら、「摂取」という「消費」は、個体の生命維持に関わる私的満足と直結したものである。このような満足の追求が、ここでは共同的な演出によってなされているのであり、つまりそれは、「共同消費」である。これとは対照的に「味わう」とは、「ともにある」ことの快感の探求であり、この営みは、「共創造」として「公共空間」、あるいは「美的社会空間」を指向するものである。

「労働」としての「消費／摂取」の全面化は、モノだけでなく、周囲のあらゆる事物を私的に取り込み、消化し、消耗させ、消滅させる。トロやウニを喰い尽くすだけでなく、その果ては、空間全体を「消費し、食い尽くし、破壊<sup>73)</sup>」する。それは、関係性としての社会そのものの消滅を意味している。

### 3) 共在空間としての「テーブル」

他者とともにある食事は、「テーブル」の共有であり、それ自体が共在の場としての「テーブル」だといえる。その意味で飲食店には「テーブル」があり、またその場それ自体が「テーブル」でもある。しかし、ただ「食べる」ためだけの場には、「机」はあるかもしれないが、「テーブル」

69) Arendt 1968=1994 : 277

70) Arendt 1968=1994 : 279

71) アーレントは『人間の条件』において、俗物主義が勃興するような大衆社会を、「労働する動物の勝利」と診断して厳しく批判している (Arendt 1958=1994[1973] : 19-20)。現代社会と「労働する動物」に関する議論は以下を参照 (東浩紀・大澤真幸 2003; 稲葉振一郎 2006; 齋藤 2008)。

72) Arendt 1958=1994[1973]

73) Arendt 1968=1994 : 279

はない<sup>74)</sup>。「テーブル」とは、「味わう」こととしてある空間的な共在の場であり、見知らぬ人たちがともにいることにこそ「味わい」の素がある。しかし、「食べる」ためだけの場には、ただ「机」が横並びにあるだけである。

アーレントは、ともにあることとしての空間を、「テーブル」というメタファーによって論じている。「世界の中に共生するというのは、本質的には、ちょうど、テーブルがその周りに坐っている人びとの真中に位置しているように、事物の世界がそれを共有している人びとの真中にあるということの意味する。つまり、世界は、すべての介入者と同じように、人びとを結びつけると同時に人びとを分離させている<sup>75)</sup>。「テーブル」は、アーレントにおいて公共空間としての「世界」に結びついている。この「テーブル」は、人と人の「間」にあるのだが、人と人の「間」としてある、と理解すべきである。なぜなら、この人と人の「間」は、「世界」という公共空間、もしくは美的社会空間が現われるための必要な条件であり、しかもこの「間」は、いつでもどこにでもあるというわけではなく、だからこそ、ともに生み出すべきものとして、すべての人に要求される共通のテーマとなるからである<sup>76)</sup>。

さらに重要な点は、「間」としての「テーブル」は、「人びとを結びつけると同時に人びとを分離」させるという指摘である。アーレントは続けて次のようにいう。もし「テーブル」が消失したとすれば、それによって「互いに向き合って坐っている二人の人は、もはや、なにか触知できるものによって分離されていないだけでなく、互いに無関係となる<sup>77)</sup>」と。「間」としての「テーブル」がなければ、わたしたちは世界を感覚し、形づくることはおろか、そもそも人と関係することすらできない。「テーブル」は、可感な人と人の「関係性」そのものであり、したがってこの「関係性」

としての「テーブル」は、公共空間という感性的・美的なわたしたち社会の盤台なのである。

「テーブル」がないというのは、自閉した私事化が蔓延することで、物理的にではなく感性的・美的に空間が分断され、関係性としての「間」が破壊されているということである。「間」としてともにある空間は、わたしたちに属し、かつわたしたちが属するにもかかわらず、わたしのものでもあなたのものでもない。それは、誰かのものではない関係性という社会空間である。「間」が蔑ろにされると、「テーブル」は消滅し、関係性としての社会空間は、まさに台なしになるのだ。

## 5. 社会空間の味わい

### 1) 空間のたゆたい

さて、夫婦が営む二つめの鮎屋にもどってみよう。店の引戸を開けると、空気が一気に揺れ動いて波動が生じる。瞬間にしてまなざしが飛び交い、焦点が定まらないわたしのまなざしと、鋭いまなざしや緩やかなまなざし、曖昧なまなざしが擦れ合う。「あっいらっしゃい」というほどよく届く声が触れ、わたしのまなざしは主人と女将に落ち着く。そのようにしてわたしは、雰囲気に入ると同時に迎えていく。

これまでの流れを体験していないわたしは、雰囲気客観的に捉えて読み取るのではなく、まず、雰囲気身に身を委ねて感覚を馴染ませようとする。わたしが言葉を発する前に女将が飲み物の注文をたしかめ、頃合いをみはからって主人が食べ物を尋ねる。主人と女将の言葉かけに導かれながら、わたしはしだいに雰囲気の住人になっていく。引戸が開くたびに、その瞬間、主人も含めて店内にいる人たちは、全感覚を集中するように新たな客にまなざしを注ぐ。そのように交じり合うまなざしによって空間が一瞬、独特の振動をみせ

74) 「机 (desk)」は、個々別々に割り当てられ個人的に使用するものであり、これは「労働」に対応するといえる。これにたいして「テーブル (table)」は、囲むことを前提し、相互性を喚起する異種複数性の可能態であり、これは「仕事」に、そして「活動」に対応する。「机」が私性に結びついたものであるのとは対照的に、「テーブル」は、ともにあることとしての公共性に結びついている。筆者は、アーレントが『人間の条件』で用いた「テーブル」(Arendt 1958=1994[1973]: 78-79) というメタファー、そして『過去と未来の間』における「食席／食卓」(Arendt 1968=1994: 3) という言葉にヒントをえて、「テーブルの社会美学」を構想している。

75) Arendt 1958=1994[1973]: 78-79

76) Arendt 1958=1994[1973]: 78-87

77) Arendt 1958=1994[1973]: 79

るのである。

客たちは特に親しくなくとも互いの顔は見知っていることが多く、それゆえに客と客が、また主人を介して客と客がやりとりすることはめずらしくない。ただ興味深いのは、社会的属性や金銭的なことに関しては、個人に直接触れるような話しぶりではなく、距離化によってそれらが背後に退いていることである。距離化は、人と人の一種の間を作り出し、間の伸縮運動それ自体を感じて楽しむ態度を意味する。距離化によって空間には、流れや揺れ、輝き、緩みや高まりといった、多彩な肌理、つまり、豊かな感性的・美的質がもたらされる。

この距離化は、通常の意味でいう「距離をおく」というのとは異なる。それは、たんなる「気づかい」や「やさしさ」、あるいは「空気を読む<sup>78)</sup>」というような、個人が個人を直に気にかけて心配するといったあからさまな態度、もしくは「気づかっていること」を「示していること」に気づかせることを目的とした、その手段としての態度のことではない。ジンメルという言葉を借りれば距離化とは、目的のない「形式の純粋な戯れ<sup>79)</sup>」であり、そこに現われるのは「社交」という空間のたゆたいである。

## 2) 社交空間

「遊戯的形式<sup>80)</sup>」であり「社会的遊戯<sup>81)</sup>」である「社交」は、「社会学的芸術形態<sup>82)</sup>」だとジン

メルはいう。そこは、参加者が互いに「喜び」や「生き生きした気分」といった、「社会的価値」を与え合う空間である<sup>83)</sup>。ここに私的なだけの生々しい話や世俗的ヒエラルキーが持ち込まれるなら、空間は掻き乱れ、亀裂が入り、「社会学的芸術形態が社会学的自然状態に墮落してしまう<sup>84)</sup>」。食べ物の「素材」とはべつに、「共同の食事」を「共存の魅力」として感じることに、会話の「内容」とはべつに、会話の「形式」を楽しむこと<sup>85)</sup>、つまり、人と人の関係性という感性的・美的質それ自体を「味わう」態度によって空間は、「社会学的芸術形態」となる。関係性そのものの価値を喜びとして感じる高次の遊戯である社交は、「人間交際の芸術<sup>86)</sup>」なのであり、まさにこの言葉通りの意味で社交は、人と人の交わりとしての社会美を、社会美学的実践を表わしている<sup>87)</sup>。

社交空間は、人びとの身ぶり話しぶりが、互いに連なり結び合わさりつつ織り重なったひとつの繊細なテクスチュアである。それは、外部からの強制や受動的な訓練によって身についた技術によるものではなく、内発的な力動が身についたスキルが形づく動態的な連係によって創造される。訓育された店員と客による店は無駄なくスマートにみえる。これが、キレイに対応した目的-手段の連関を特性とするデザインの感性だとすれば、主人と客たちの鮮やかでみごとな連係のテクスチュアは、脱目的なアートだといえるかもしれない<sup>88)</sup>。

78) 「空気」はアタマで「読む」のではなく、まずカラダで「感じる」ものである。この言葉は、「人に迷惑をかけない」ということの言い換えのように思われる。そこには、自己の「正当化にその努力を集中する (Gouldner 1979=1988: 61)」現代の個人道徳がみとれる。「空気を読む=迷惑をかけない=自己正当化」を最優先する態度は、人びとの感性的・美的な相互性を奪っていく。そこにあるのは、「話し手が話の背後に隠れ」た、まさに「客観的」で「非人格的」(Gouldner 1979=1988: 61-65; 宮原 2005a: 20-22) な人びとによる関係性なき関係による萎縮した社会の姿である。

79) Simmel 1917=1979: 73-74

80) Simmel 1917=1979: 74

81) Simmel 1917=1979: 81

82) Simmel 1917=1979: 77

83) Simmel 1917=1979: 77-78

84) Simmel 1917=1979: 77

85) Simmel 1910=2004

86) 宮原 2005b: 75-78

87) ジンメルの「社交」は、社会美学的実践にとって含意に富んでいる。ここで取り上げることはできないが以下の論考は、社会美学的として「社交」を考える上で今後の検討に値する (Oakeshott 1975=1993; Rorty 1979=1993; 井上 1986; 1999 清水 1986)。

88) デザインとアートを分析的な対概念とした社会美学的考察は、稿を改めて試みたい。

### 3) 美味しい社会

客がよく口にする言葉がある。「マスターの鮨は最高に旨い!」「この店の鮨が一番だ!」。この言葉は、マスターその人や鮨だけに向けた満足の表示であり、これは個人や個物にたいする私的な言葉である。対照的に、「今日の鮨は美味しかった!」「今日は美味しい酒が飲めた!」、という特定の誰かにに向けたものではない言葉は、場や空間への感謝や敬意の念を含意した感応だといえる。この言葉が示唆するのは、久しぶりに鮨を食べたから「美味しい」と感じたとか、思う存分に酒を飲めたから「美味しい」と感じられた、というだけのことではない。いつもの鮨や酒の味そのものが、今日だけ劇的に変化するわけではない。今日感じた「美味しさ」とは、その場その時の雰囲気であり、それは、瞬間の「味わい」としての「社会美」だといえるかもしれない。

鮨屋で鮨を食べることを、さらに、ともに食べることを、食べ物と味覚の短絡に閉じ込めるのではなく、場の「味わい」として、その空間全体としての社会<sup>89)</sup>を「味わう」ことへ開いていく必要がある。「美味し」かったものが、場の「味わい」として、感じられる人と人の関係性の質として認識されるなら、わたしたちは鮨とはべつに、鮨屋を「味わう」ことができる<sup>90)</sup>。この感性的・美的認識によってわたしたちは、社会を「味わう」ことができるのだ。その時わたしたちは、次のような言葉を口にするにちがいない。「今日の社会は美味しかった!」と。

### おわりに

はじめて降り立った駅や空港において、最初に出会う空間的な感覚が、滞在する間、その街や国

にたいする印象を基底づけることがある。街や国を離れた後でもそこでの体験を、客観的で論理的に再認識するのはべつに、身体が記憶した感覚が、感性的・美的な認識として体験したことへの把握を深め、それを充実として感じさせてくれることはめずらしくない。このような、「感性的理解<sup>91)</sup>」というべきものにおける喜びは、「ともにある食事」の「美味しさ」とつながっている。

「食べる」満足は、個的な快樂であり、これは私的なものである。「食べる」という「消費」において、モノや状況がいかに多様化したとしても、「消費」の本質が「摂取」であるかぎり、あらゆる事物の食い尽くしは、自己の生命が消滅するまではなく繰り返されるだけである。それはまさに、自己消費である。

対照的に、私的・個的にできないのが「味わう」ことである。それは、ともに空間を育む「共創造」であり、そのような互いに見だし合うことにおいてこそ得られるのが「味わい」の快感である。さまざまな人びとの交わりにおいて「味わい」が生じるかぎり、「味わい」は常に多趣である。石川三四郎が提唱した「社会美学」、その核心が「多趣の一味」であった<sup>92)</sup>。この公正な多趣性にこそ「美味しさ」の秘密があるのであり、「社会を美学する<sup>93)</sup>」とは、その探求にほかならない。

社会美学において、「社会を考える」ことは「社会を感じる」こととともにあり、またその逆でもある。「かんがえる」とは、「かん・かえる(感・返る)」こと、「つまり、「感じたことに立ち返る」ことが「考える」ことなのではないか」、という宮原浩二郎の指摘は、このことを適確に言い表わしている<sup>94)</sup>。社会を感じ考えることの要点は、それらが表裏一体だということであ

89) 石川 1976[1932]: 276

90) 宮原 2008: 34-35; 40

91) このような一挙に把握される感覚による直感・直観的な理解のあり方をH.シュミッツは、「読み取り」という客観的認識としての理解にたいして、「共感的、共鳴的、共振的なタイプの理解」と呼んでいる(Schmiz 1986 [1968-1985]=1986: 141-142)。またA.リングスは、さまざまな国を旅した自らの体験をもとに同様のことを指摘している(Lingis 1994=2006: 123-129)。

92) 石川 1976[1932]

93) 宮原 2008: 40

94) 宮原は、「考える=感・返る」説を「直感的仮説にすぎない」と断ったうえで、「何かを感じたら、そこで一瞬立ち止まり、その感じたことを吟味してみる。反省してみる。英語で言えば、reflectする。それが「考える」ということなのではないか」、と述べている(宮原 1998: 18-19)。

る。このような理解によって、科学による合理的なだけの社会とはべつに、感性的理解による美的な社会の姿がみえてくるのである<sup>95)</sup>。理性的に考えられる社会のみが道德的なわけではなく、理性的認識と感性的・美的認識が通じ合うことで、「社会のよさ」は、はじめてわたしたちに実感されるのである。それにはなによりも、社会という生きた様、社会という人と人の関係性そのものを、まず、自らが身をもって感じることから考えなければならない。

### 参考文献

- ・ Arendt, Hannah 1958 *The Human Condition*, University of Chicago Press (=1994 [1973] 志水速雄訳『人間の条件』筑摩書房)
- ・ Arendt, Hannah 1968 [1960] *Between Past and Future : Eight Exercises in Political Thought*, Viking Press, Enlarged Edition. (Spring 1960) (=1994 引田隆也・齋藤純一訳『過去と未来の間』みすず書房)
- ・ 東浩紀・大澤真幸 2003『自由を考える』日本放送出版界
- ・ Berleant, Arnold 2005 [1999] 'Ideas for a Social Aesthetic', Andrew Light and Jonathan M. Smith (eds.) *The Aesthetics of Everyday Life*, Columbia University Press.
- ・ Böhme, Gernot 1995 *Atmosphäre. Essays zur neuen Ästhetik*, Suhrkamp Verlag (=2006 梶谷真司・齊藤渉・野村文宏編訳『雰囲気的美学』晃洋書房)
- ・ Böhme, Gernot 2001 *Ästhetik: Vorlesungen über Ästhetik als allgemeine Wahrnehmungslehre*, Wilhelm Fink Verlag (=2005 井村彰・小川真人・阿部美由起・益田勇一訳『感覚学としての美学』勁草書房)
- ・ Deleuze, Gilles 2004 [1963] *La philosophie critique de Kant*, Press Universitaire de France, Coll (=2008 國分功一郎訳『カントの批判哲学』筑摩書房)
- ・ 古川裕朗 2005「ヘルマン・シュミッツとゲルノート・ペーメの雰囲気概念をめぐって」『人間環境学研究』第3巻第2号 人間環境学研究会
- ・ Gadamer, Hans-Georg 1975 [1960, 1965, 1972] *Wahrheit und Methode*, Grundyüge einer philosophischen Hermeneutik (=1986 饗田収・麻生建・三島憲一・北川東子・我田広之・大石紀一郎訳『真理と方法 I』法政大学出版局)
- ・ Gadamer, Hans-Georg 1993 *Hermeneutik, Ästhetik, praktische Philosophie : Gadamer in Gespräch*, Universitätsverlag C. Winter, Heidelberg (=1995 卷田悦郎訳カルステン・ドゥット編『ガーダマーとの対話 解釈学・美学・実践哲学』未来社)
- ・ Gouldner, Alvin W. 1979 *The Future of Intellectuals and the Rise of the New Class*, The Seabury Press, Ink (=1988 原田達訳『知の資本論 知識人の未来と新しい階級』新曜社)
- ・ 池上甲一・岩崎正弥・原山浩介・藤原辰史 2008『食の共同体 動員から連帯へ』ナカニシヤ出版
- ・ 稲葉振一郎 2006『モダンのクールダウン』NTT出版
- ・ 井上達夫 1986『共生の作法 会話としての正義』創文社
- ・ 石川三四郎 1976 [1932]『社会美学としての無政府主義』鶴見俊輔編『石川三四郎集』筑摩書房
- ・ 岩城見一 2001a『感性論 エステティックス』昭和堂
- ・ 岩城見一 2001b『理性の感性論』京都市立芸術大学美学文化理論研究会編『アイスステーシス』行路社
- ・ 梶谷真司 2002『シュミッツ現象学の根本問題』京都大学学術出版会
- ・ Kant, Immanuel 1913 [1790] *Kritik der Urteilskraft* (=1999・2000 牧野英二訳『判断力批判』(カント全集 8・9) 岩波書店)
- ・ 北大路魯山人 1980 [1960]『料理王国』文化出版局
- ・ Lefebvre, Henri 1974 *La production de l'espace*, Paris; Anthropos PE. (=2000 斎藤日出治訳『空間の生産』青木書店)
- ・ Lingis, Alphonso 1994 *The Community of Those Who Have Nothing in Common*, Bloomington: Indiana University Press (=2006 野谷啓二訳『何も共有していないものたちの共同体』洛北出版)
- ・ 宮原浩二郎 1998『ことばの臨床社会学』カナニシヤ出版
- ・ 宮原浩二郎 2005a『論力の時代 言葉の魅力の社会学』勁草書房
- ・ 宮原浩二郎 2005b「成熟社会の復興理念 社会美学の視点から」COE 災害復興制度研究会編『災害復興阪神・淡路大震災から10年』関西学院大学出版会
- ・ 宮原浩二郎 2006『復興』とは何か 再生型災害復興と成熟社会』『先端社会研究』5号 関西学院大学出版会
- ・ 宮原浩二郎 2008『社会美学のコンセプト(1) 理論的考察の展開』『関西学院大学社会学部紀要』第105号
- ・ 仲正昌樹編 2005『ポスト近代の公共空間』御茶の水書房
- ・ 仲正昌樹編 2003『美のポリティクス』御茶の水書房
- ・ Oakeshott, Michael 1975 *On Human Conduct*, Clarendon Press, Oxford (=1993 野田裕久訳『市民状態とは何か』木鐸社)
- ・ Rorty, Richard 1979 *Philosophy and the Mirror of Nature*, Princeton University Press (=1993 野家啓一監訳・伊藤春樹・須藤訓任・野家伸也・柴田正良訳『哲学と自然の鏡』産業図書)
- ・ 齋藤純一 2008『政治と複数性 民主的な公共性にむけて』岩波書店
- ・ 佐々木健一 1984『近世美学の展望』今道友信編『講座 美学 1』東京大学出版会

95) 筆者は、感性的・美的認識の対象を中社会へと拡張した、「街を味わう 空間の社会美学」を準備している。

- ・ 佐々木健一 1995 『美学辞典』 東京大学出版会
- ・ 佐々木健一 2001 「感性は創造的でありうるか」 京都市立芸術大学美学文化理論研究会編『アイステーシス』 行路社
- ・ Savarin, Brillat 1826 *Physiologie du Goût* (=1967 関根秀雄・戸部松実訳『美味礼讃』(上) 岩波書店)
- ・ Savarin, Brillat 1975 [1826] *La physiologie du goût*, Roland Barthes, *Lecture de Brillat-Savarin* (=1985 松島征訳『バルト, <味覚の生理学>を読む 付・ブリヤ＝サヴァラン妙』みすず書房)
- ・ Scarry, Elaine 1999 *On Beauty and being just*, Princeton University Press (Duckworth, London 2006)
- ・ von Schiller, Friedrich 1847[1795] *Über die ästhetische Erziehung des Menschen, In einer Reihe von Briefen* (=2003 小栗孝則訳『人間の美的教育について』法政大学出版局)
- ・ Schmitz, Hermann 1986 [1968–1985] Hrsg. v. Tadashi Ogawa *Phänomenologie der Leiblichkeit und der Gefühle* (=1986 小川侃編・他訳『身体と感情の現象学』産業図書)
- ・ 清水幾太郎 1986『「社会学」ノート』ネスコ(日本映像出版)
- ・ Simmel, Georg 1896 *Soziologische Ästhetik* (=1999 鈴木直訳『社会学的美学』北川東子編訳『ジンメル・コレクション』筑摩書房)
- ・ Simmel, Georg 1908 *Soziologie, Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung* (=1994 居安正訳『社会学 社会化の諸形式についての研究』(下) 白水社)
- ・ Simmel, Georg 1910 *Soziologie der Mahlzeit* (=2004 居安正訳「食事の社会学」『社会学の根本問題(個人と社会)』世界思想社)
- ・ Simmel, Georg 1917 *Grundfragen der Soziologie: Individuum und Gesellschaft* (=1979 清水幾太郎訳『社会学の根本問題』岩波書店)
- ・ Tellenbach, Hubertus 1968 *Geschmack und Atmosphäre: Medien menschlichen Elementarkontaktes*, Otto Müller Verlag, Salzburg (=1980 宮本忠雄・上田宣子訳『味と雰囲気』みすず書房)
- ・ 谷川渥 1993 [1989] 「味覚の不幸」『美学の逆説』頸草書房
- ・ 梅木達郎 2005 『支配なき公共性』洛北出版
- ・ Welsch, Wolfgang 1990 *Ästhetisches Denken*, Philipp Reclam (=1998 小林信之訳『感性の思考』勁草書房)



## Tasting Sushi Bar: Toward a Social Aesthetic Study of Dining Together

### ABSTRACT

This paper is an attempt to study social spaces from the point of view of social aesthetics. For that purpose, two sushi-bars in the Kobe are chosen as the sites of experiential-aesthetic observation. One is an expensive sushi-bar located in the uptown area in Kobe which is frequented by high income salarymen and women (and their company); the other is a less expensive sushi-bar in downtown area which has been long cherished by local regulars of various occupational and economic backgrounds. Each of these social spaces is closely “tasted” and examined through the writer’s sense perceptions. In particular, careful attention is paid to the contents and patterns of conversations (or communications) between the host and the customers, and also, between and within the customers who happen to be there dining together. In order to describe and examine these social spaces from the social aesthetic viewpoint, philosophical or sociological arguments on ‘atmosphere’ (G. Bohme), ‘sociality’ (G. Simmel), ‘taste’ (H. Tellenbach, H=G. Gadamer) and ‘table’ (H. Arendt) are discussed. While the writer feels that the downtown bar is aesthetically more pleasing than the uptown bar, making such a judgement is not in itself the main purpose of this paper. What is worth considering is the fact that the social and interpersonal atmosphere of the two places are in clear contrast and opposition. The uptown bar is permeated by contemporary urban consumerism which are seen and heard and smelt through the customers’ and the host’s conversations over trendy gourmet and brand names. In contrast, the downtown bar is a quiet and cozy space where the customers and the host respect each other personally, and enjoy, in each way, the good social atmosphere surrounding the common ‘table’ (in Arendt’s sense). While the former is a space for ‘consuming sushi’ (and other accessories), the latter is a social space for not only ‘tasting sushi’ but also ‘tasting sushi-bar’. Dining out in a sushi-bar is an experience to ‘taste’ its atmosphere arising out of the social interactions between the customers and the host as well as tasting the food itself.

**Key Words:** social aesthetics, social atmosphere, taste