

# 味表現と食空間描写の日米語対照研究 ―食文化の日米比較―

異文化コミュニケーションゼミナール 1213149 平林優衣

## 1. 研究動機・研究目的

日米の Web ページのレストラン評論における味表現と食空間描写の言語表現を分析することにより、食文化の日米比較を行い、食文化や言語表現について考察する。具体的には日米語の言語表現の相違点を観察することにより、各言語の特徴を明らかにする。また、その特徴が文化的、社会的要素に影響されていることを検証する。

## 2. 研究方法

本研究において分析対象としたのは、Web 上にある日本語と米語のレストラン評論文である。なお、これらの評論文は各言語を翻訳したものではなく、米国の評論文は米国在住の米語母語話者が書いたもの、日本の評論文は日本在住の日本母語話者が書いたものである。また、Web ページは書き込み式ではなく、Web 管理会社の社員やレストラン評論家が評論する Web ページに絞り、様々なジャンルのレストランにおける評論に注目した。「味表現」と「食空間描写」の分類に際しては、食べものの美味しさ表現を、描写表現と評価表現に大きく分類し、さらに描写表現を、5つの五感表現（味覚表現、嗅覚表現、触覚表現、視覚表現、聴覚表現）と3つの五感を限定しない表現（直喩表現、擬人化表現、属性表現）で構成した。評価表現は、一般評価表現、感情表現、食空間表現の3つのカテゴリで構成した。この分類表をもとに、単語が用いられた状況による分析（談話分析）と、単語が本来もつ意味（基本義）による分類の2通りの方法で分析を行った。

## 3. 主な結果と考察

抽出した単語数は240語（日本語と米語それぞれ120語）で、それらを分類法に基いて分類したところ、日本語と米語では、いくつかの共通点と相違点があることが示された。

五感で感じた美味しさ表現は、日本語では50%、米語では27%であった。そのうち味覚表現は、日米語ともに最も多かった。そして、日本語では触覚表現、米語では視覚表現が続き、日米語に共通して聴覚表現が最も少なかった。柳本（2002）によれば、食べ物のおいしさに対する貢献度は、テクスチャーと味が最も大きく、匂いと外観がこれに次ぐ3・4位グループであり、音の貢献度は極めて小さいと分析しているが、本研究でも味覚と触覚に関する表現が豊富で、食べものの美味しさを表現する際の貢献度が高く、聴覚の貢献度は小さいことが示唆された。また日本語では、味覚表現で「旨味」という単語が3回出てきたが、ここに日本独特の食文化が大きく現れた。「旨味」は日本人独特の味覚であり、日本食以外の料理に対しても使われていたことから、日本人はどの料理に対しても「旨味」を感じているということがわかった。一方、米語では、香辛料に関連した表現が合計6回見られた。アメリカは多民族国家であるため、食文化も日本に比べ多様化している。

五感を限定しない美味しさ表現は、日本語では24%、米語では20%であった。そのうち、日米語ともに最も単語数が多かったのは、社会的背景や個人の食経験に深く関わっている、属性表現であった。米語には製造法や食材の産地、安全性に関するものが多かったことか

ら、喫食者の知識や経験が美味しさ表現で重要な役割を果たすことが示唆された。また、属性表現には日米の食文化の特徴が著しく表れた。日本語では、素材の産地や鮮度に関する単語がそれぞれ 5 回ずつ観察されたのに対し、米語では、調理方法や調理過程に関する単語が計 9 回観察された。これらは、日本の生食志向、米国の加工志向を映し出す結果となった。評価表現のうち、食空間表現は日本語 (12%)、米語 (27%) と日米語ともに最も多かったが、比率では米語は日本語をかなり上回っていた。米語では食空間の具体的な雰囲気表現や、内装、外の景観に関する表現が多く見られたことから、日本人に比べ米国人は、食事をする際に雰囲気を重視していると考えられる。

次に、談話分析と基本義の分類が異なる単語について分析した結果、各感覚の構造的特徴が明らかになった。談話分析で基本義とは異なる表現に分類された美味しさ表現のうち、日米語ともに最も多かったのは味覚表現で、嗅覚表現が続いた。このことから、味覚表現と嗅覚表現は共感覚表現に依存していることが示唆された。Williams (1976)は、英語における共感覚的形容詞の組み合わせには未分化な感覚(触覚)から高度な感覚(次元、視覚、聴覚)への一方的な転用があり、これは他言語においても同様で普遍性があると示している。本研究の結果には、この仮説を裏付けるものとそうでないものがあった。この仮説は、触覚表現の単語の種類の豊富さを裏付けていると考えられるが、本研究でも日本語に特徴的なオノマトペを含め、触覚表現が多く観察された。しかし、視覚表現に関する単語の多さはこの仮説に反する。食事の際、五感の中で視覚情報が占める割合は 87%と高い(野村、2005)ことが要因であると考えられる。また、日本人は、「食彩」の言葉の示す如く彩りを大切にし、食す前にまず目で見て楽しむ。さらに器の豊富さも形や空間認識の語を借用した表現に反映しているように思われる。

#### 4. 結論

日米語ともに味覚表現、触覚表現の使用頻度が多く美味しさへの貢献度が高い、日本語では食品についての触覚表現や視覚表現の単語数が多いといった言語的要素と、日米の食文化や慣習、コンテキストの違いといった文化的要素が、食べものの美味しさ表現に大きく影響を及ぼしており、それらが表現方法に差違をもたらしていた。また、共感覚表現に関して、日米語で味覚表現、日本語のみで嗅覚表現では、感覚固有の単語が少なく、他の感覚の単語を借りた共感覚表現や、五感を限定しない表現、評価表現を借りた表現が多い。日米語に共通して、感覚固有の単語数と共感覚表現使用頻度には関係性のあることが示唆された。つまり、レストランを評論し、その国の人に公開する場合、食べものの美味しさ表現の特徴とその国の文化には密接な関係があり、本研究により、文化の差違は言語表現に反映していることが示された。

#### 5. 卒業論文の執筆を終えて

卒業論文を書き終え、長いようで短かった大学での 4 年間の終わりを感じている。卒業論文を執筆するにあたり、最初から最後まで指導していただいた須藤先生をはじめ、丁寧な添削をしてくださった蒲原先生、そして支えてくれたすべての人に感謝の意を示したい。この 4 年間で得たかけがえのないものを必ず将来への糧とし、“Doing nothing is doing ill” のモットーを忘れず、これからの社会に貢献していきたいと思う。