

## 報告

## 日本の物質文化におけるチャンス・イメージと「景色」の概念

## — 西洋理論の視点から —

アントン・シュヴァイツァー (九州大学)

工芸品の表面に「景色をみる」ことは、近代以前の日本の物質文化に浸透したコンセプトであり、16世紀以降の茶道具や刀剣の美的鑑賞において特に重要であるとされる。本発表は、この「景色をみる」という美的概念を近代以前のヨーロッパにおけるチャンス・イメージと比較することを試みる。この研究は、今後展開させるプロジェクトのための予備的な考察であり、理論的枠組みとしては、ラファエル・ローゼンベルグ (Raphael Rosenberg, "The Amimetic Aesthetic of Marbling," In *The Aesthetics of Marble from Late Antiquity to the Present*, eds. D. Gamboni, G. Wolf, J. Richardson, Munich: Hirmer, 2021, pp. 186-213) に負うところが大きい。ローゼンベルグがヨーロッパの古代から現代までの研究を通じて導き出した結論に、近代以前の日本の事例研究を対比させることによって、本発表ではその結論をより複雑にしてみたい。

基本的に、ローゼンベルグは大理石の素材について議論し、認識の2つの異なるレベルを区別する。すなわち、模倣的 (mimetic) な美学と非模倣的 (amimetic) な美学である。模倣的な認識というのは、素材のパターンと自然界の形状(ほとんどの場合は雲、波、植生、または動物)との視覚的な類似性に基いている。一方、非模倣的な美学は、抽象的なパターンを高く評価する。これらの大理石のパターン(色、形、線)は、「魅惑的」または「装飾的」な性格を持つことで、美的価値を持っていると理解された。重要なことに、ヨーロッパにおける模倣的、非模倣的な美学はともに、大理石のパターンが自然にできたものであるという事実に依拠している。製造プロセスの結果としての色または材料の不均一性が肯定的に評価されることは極めて少ない。

近代以前の日本の状況にも類似点はあるが、いくつかの重要な点で大きく異なっている。最も重要なのは、日本で高く評価されている意図せざるパターンが、実際には人間の介入に由来することが多いという事実である。それはしかしながら、偶然の要素、より正確には、ある程度の人間以外のエージェンシーが含まれる。

本発表では、茶道具の陶器と刀身という二つの事例を検討する。茶陶では、最も価値の高い作品の多くは、非常に熟練した職人でさえ完全には制御できない何らかの変形を示す。この変形は、意図的に「許す」ことが多く、「窯任せ」という言葉で表現される。刀の分野にも、「景色」という同様の概念がある。刀剣の専門家は、鍛え肌、刃文などの注目点を精査しながら「砂流し」、「葉しきり」、「金筋」、「匂い口」、「沸」などの言葉を利用する。

日本の茶道具や刀剣のこれらの鑑賞をヨーロッパの伝統と比較すると、次のような側面が日本の慣習に特徴的であるように思われる。

(1) 器物はしばしばインデックスとして理解される。ここでいうインデックスとは、制

作する人と、火、粘土、鉱石、玉鋼などの自然界の素材がもつ力が関与する創造プロセスを物質的に記録している、という機能を意味する。

(2) 日本では「景色」の連想性が特に強調されている。連想は、日本の伝統的な詩論における主要な概念である。この連想力に頼ることで、物質的な対象は「歌枕」として機能することが多い。高く価値づけられているもの、すなわち「名物」には、詩的な名前をつけたものが少なくない。この名前は多くの場合、表面のパターンからできた「景色」に言及する。(ただし、作品・作者の歴史に触れる名前もある)。

(3) 日本では、少なくとも幾分、自己発生の概念が存在するようである。この概念は、道教の思想に由来する。作者は、素材の展開、進化、または顕在化を可能にする触媒として理解されている。ヨーロッパでも、「人の手によらない像」(acheiropoieton)の概念があるが、これらは非常にまれであり、通常、キリストとの直接的な相互作用によって生成された遺物に限定されている(たとえば、ヴェロニカのヴェール)。

上記の三点は、事前に教育を受け、感受性を高められ、道具や器物を識別して伝達するための適切な語彙を習得している者(experiencing subject)を必要とする。ヨーロッパの伝統とは対照的に、解釈は個人的または心理的な経験ではなく、むしろ強く言説に基づく行動なのである。