

創造交換からうまれる中動態社会

A Middle Voice Society Emerging from Creative Exchange

横溝賢¹, 三上晴可²,¹Ken Yokomizo, ²Haruka Mikami¹札幌市立大学, ²有限会社ありんこ¹Sapporo City University, ²ARINKO Co., Ltd.

k.yokomizo@scu.ac.jp

キーワード：創造交換, 中動態, ウェルビーイング, 贈与交換, 相互性

概要

第二著者・三上は、グループワークで「より善くあろう」とすることが仲間の負担になっているのではと悩んでいた。三上の行為は受動的能動性に基づいていたが、そのうち「何のために頑張っているのか」がわからなくなり、三上は利他性と利己性の葛藤に直面した。筆者らは、この葛藤を乗り越えるた

めにお店での食経験を基にした〈ものづくり〉でウェルビーイングの回復を試みた。その結果、三上は利己的な〈ものづくり〉を通じて店主との間に利他的な関係を築くことができた。本稿では、三上実践を省察し、ものづくりの交換によってうまれる相互的な中動態社会の成り立ちを明らかにする。

1. はじめに

筆者のゼミ生であった共著者・三上は、授業のグループワークにおいて「より善くあろう」とこだわるのが仲間の重荷になっているのではないかと悩んでいた。仲間からの消極的な応答を感受しながらも、その時の私にできる「より善いなにか」を希求する三上の行為は受動的能動性（中村，1992）に支えられていたと言える。しかし受動から始まる能動行為を続けるうちに三上は「なんのために頑張っているのか」がわからなくなってしまった。こうした自己肯定感の喪失は三上に限った問題ではない。コロナ禍は多くの人にワークライフバランスや生き方を問い直す機会をもたらした（厚労省，2023）。しかしいざ暗黙の利他性が求められる組織社会において利己性を能動的に探求しようとする、三上のような葛藤が現れるのではないのか。

筆者らは、この葛藤を超えていく概念として中動態に着目した。中動態とは古代インドヨーロッパ語に起源をもつ動詞活用形態の一つである。例えば「私は鳥の声で目が覚める」という文章は一見すると能動態であるが、鳥の声を受動的に聞いて、能動的に目が覚める受動的能動態とも言える。つまり中動態とは自己を取り巻く環境と身体の相互的な関わりの様子をメタ視点で表現する再帰動詞のような概念である。この概念は他者との受動的な関わりの中に自己の能動的な生きがいを見出すウェルビーイング観（渡邊ら，2020）に通じるものがある。このような背景から筆者らは共著者・三上が持続して利己的に行動しているという「食べ歩き」に着目し、三上が愛好してやまない飲食店店主こだわりの〈食（もの）づくり〉をただ受け容れて食すのではなく、その食経験に立って三上自身の〈ものづくり〉を展開することから、三上のウェルビーイ

ング回復を試みた。結果として三上は、互いの利己的な〈ものづくり〉を尊重し合う利他的な関係を店主との間につくることができた。本稿では受動と能動を揺れ動く三上実践のどこに中動態が生じたのか、その成り立ちを捉えていく。一連の三上実践を省察してみると、中動態は他者の「ものづくり」によって変状（スピノザ，2013）した個物を、自己がその良さを咀嚼するように〔分解する（能動）〕ことから自己にとっての〈部分的様態〉が「生成され（受動）」、〈部分的様態〉を〔構成する（能動）〕ことから、自他にとっての〈統合的様態〉としての個物が「再生される（受動）」という3ステップを経て生起していたことが見えてきた（図1，2）。本稿では個物を〈分解〉して〈構成〉する中動態生起モデル（図2）を下地にして、三上の社会的なデザイン行為に現れた中動態の成り立ちを考察する。



図1 ものづくりの過程に潜在する中動態

2. 利己的なものづくりの試行

三上に「これまでに利己的に幸せを求めた行為があるかどうか」について質問したところ、美食愛好が興じ、過去に「美味しいベーグルを食べ、その勢いでベーグルが登場する漫画を描いた」ことが現在でもベーグルの長期的幸福につながっている話をしてくれた。筆者らは、「美味しいものを食べて表現する」それが三上にとって、生きがいをもって持続できる〈ものづくり〉であると考えた。

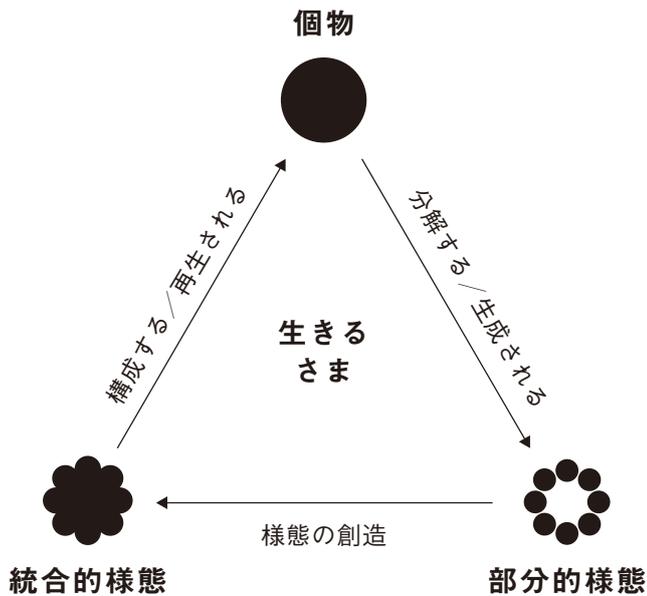


図2 中動態が生起するものづくり循環モデル

2022年5月、筆者らは洞爺湖で開催されるゼミ仲間K主催のワークショップに同行した。このとき、現地の飲食店「M」で地元の野菜を使ったランチプレートを食べた(図3)。旬の味を存分に生かした料理と落ち着いた室内空間の設えから店主のものづくりへの想いや人柄を感じ取った三上は、帰宅後、美味しくいただいた気持ちを自分なりに表現したいと考え「ご馳走様カード」を制作した(図4)。

制作時において三上は次のように回想録を残している。「店での食事は肩の力が抜けてホッとするようなものであるが、それと相対して一つひとつの料理には店主の想いやこだわりが力強く詰まっているのが伝わってきた。私の作品にも、この「素朴さ」と「強い想い」を取り入れた。例えば、美味しい料理を一から創造している店主に対する尊敬の念を込め、できあいの部品を使うのではなく、できる限り手づくりのパーツを用いて作品をつくることを心がけた。料理の絵柄は消しゴム判子を使っている。消しゴム判子の滲みや盛り上がりといった質感は、美味しそうに見える見た目の追求に一役買っている。」

このように、三上は店主の料理を味わい(能動)ながら、一品一品「一から創造するこだわり」を部分的様態として感受(受動)している。そして、自らも消しゴムを素材にして「いちから」食材の形を削り出すこと(能動)を試みる。そうやって自分の手で生み出した食材ハンコを一つひとつ押印してランチプレートを構成してみた三上は、ハンコ特有の滲みや盛り上がりや料理本来の「素朴さ」や「作り手の強い想い」が表現されていることを再び感受(受動)している。この記述からは、能動的かつ受動的知覚が往還する創造性の知的営みを読み取ることができる。



図3 M店ランチプレートと三上のご馳走様カード

3. 中動態で社会的なものづくりを実践する

3.1 利己的なものづくりを社会化する

M店との関わりをきっかけに、三上は日頃御用達にしている札幌の焼き菓子やベーグルなどの計5店舗に対し、感謝を込めたものづくりを試みた。

各店の店主にカードの贈与を申し出ると何か下心があるのではないかと怪しまれると考えた三上は、札幌市内で開催される+P17ポストカード展への出展に際して「貴店の食べ物をモチーフにしたい」ことを理由に利用申出の電話をかけた。店主のなかには「何度か来たことがあるのですか?」と疑う反応があったが、最終的に全ての店からモチーフ利用の許可をもらうことができた。制作において三上は、【①店への敬意 ②本物同様の食質感の再現 ③消しゴム判子による一点ものの手工業の味】をコンセプトにご馳走様カード制作に臨んだ(図4)。そして制作した作品は展示会にて+P賞を獲得し、販売数は27点と好評であった。

「美味しいものを表現するのが好き」という趣味から始めた活動が来場者に評価されたものの、無人販売で行ったためかM店主のときのような自己充足感を得ることができなかった。この展示会において三上は、M店主と同様に焼き菓子という素材の魅力表現して伝える立場であった。M店での実践の違いは、作り手である三上は展示会場に常駐せず、カードの販売を展示運営者に委ねていた点である。三上は購入者のご馳走様カードにどのような様態を見出したのかを購入者と確認する機会をもつことができなかった。利己的に制作したカードを手にした購入者は、カードから何を咀嚼・分解し、どんな構想を抱き、どうやって行動を構成しようとしているのか。購入者の中動態を知ること、三上の〈ものづくり〉は利己の内に完結せず、利他に環流する可能性が生まれる。展示を通じて三上は購入者と向き合う必要性があることを学んだ。



図4 4店のご馳走様カード



図5 八百カフェでご馳走様カードを販売する三上

3. 2 作り手として購入者と向き合う

+P17 展示会后、店主への成果報告を筆者が助言すると、三上は「まだ店主に作品を見せる勇気が持てない」と述べた。その気持ちが何に起因するのかを問い直すと、無人販売の+P17 では来場者との直接対話する機会がなかったという。そのため三上には、作品を介して人びとと語りあう経験とそのエピソードがなく、店主と向き合う勇気を持っていないことがわかった。作り手としての自信を得るために、2022年10月2日、札幌市立大学の学生と札幌市南区の市民が協力して開催している青空市場・八百カフェにて「ご馳走様カード」を展示販売した(図5)。露店には、赤のチェック柄クロスの上にカード作品を並べ、ベーカリーのような設えを演出した。カードを購入した市民は「切手を貼れば友達に遅れるよね」「今度家族で行ってみますね」といった言葉を返した。購入者の様子は、美味しいものを見つけた時の三上自身の姿と重なり、作り手としての自信をもてるようになった。

3. 3 中動態のものづくりを店主に開示する

市民交流を通じて自信をつけた三上だが、なかなか店主に訪問の連絡ができずにいた。その理由をきくと、訪問の弾みをつけるためにオリジナルマスキングテープを手土産として作りたいという。ひと月かけてテープを制作し、2022年11月～12月にかけて店主にあらためて日頃の礼とご馳走様カードの礼を言い回った

(図6, 7)。店主らに挨拶に行くと、どの店主も三上のものづくりを受け入れてくれ、すべての店舗がカードをそれぞれの空間(店内/SNSなど)に飾ってくれた(図8)。また、個々の店主らは、三上との今後の関わりかたを提案してくれた。例えば、サンドイッチ専門店のオーナーは「もしポストカードと貯金箱を持ってきてくれたら、店側で管理はできないけど、販売スペースは作れるよ」と言ってくれた。返礼のしがらみを課さない店主の申し出からは、「受けたら返すと受動と能動に基づく二元論的な関係を超越、中動態という無理のない調度良い距離感で関わりつづける」という相互的な尊重が両者の間に生まれていた。

店舗のロゴやパッケージをデザインする業務では、依頼引受関係でものづくりを進めるため前述したような中動態の相互性は生まれにくい。では三上と店主の相互的な中動態関係はどのようにして生まれたのか。それは、三上が〈中動態のものづくりモデル(図2)〉の実践を通じて、個物(焼き菓子)の本質的価値だけでなく店主の〈生きかた〉をも感得したように(2章)、店主も三上のつくったご馳走様カードやマスキングテープの触知を通じて、個物(カード)の本質的価値だけでなく、三上の〈生き方〉も同時に感得していたと考えられる。二人のやり取りから見えるのは中動態のものづくりでつながる螺旋構造である。この螺旋的なものづくり連鎖における知的行為の遷移を視覚化すると図9のようになる。

4. 中動態連鎖のプロセス

本章では中動態の連鎖がどのように起きていたのかについて図9に従って省察的に分析する。

図9の上部・黒丸に示す個物①は、店主が使う素材である。店主はこだわり素材の良さを活かして焼き菓子を創出する。これが個物②となる。三上は個物②を元にものづくりを展開し、ご馳走様カードやマスキングテープ・個物③を創出した。店主も三上も、最初は必ずものづくりの構想源となる素材との出会いがある。

まず店主は素材となる個物①に触れ、その性質を[分解/生成]する思索を通じて焼き菓子の完成形を構想する。構想物の本質を味わえる様態を一つひとつ形にして[構成/再生]し、オープンで様態を統合化して焼き菓子(個物②)を完成させる(図9)。



図6 マスキングテープ



図7 三上(左)と店主、



図8 店内に飾られたカード

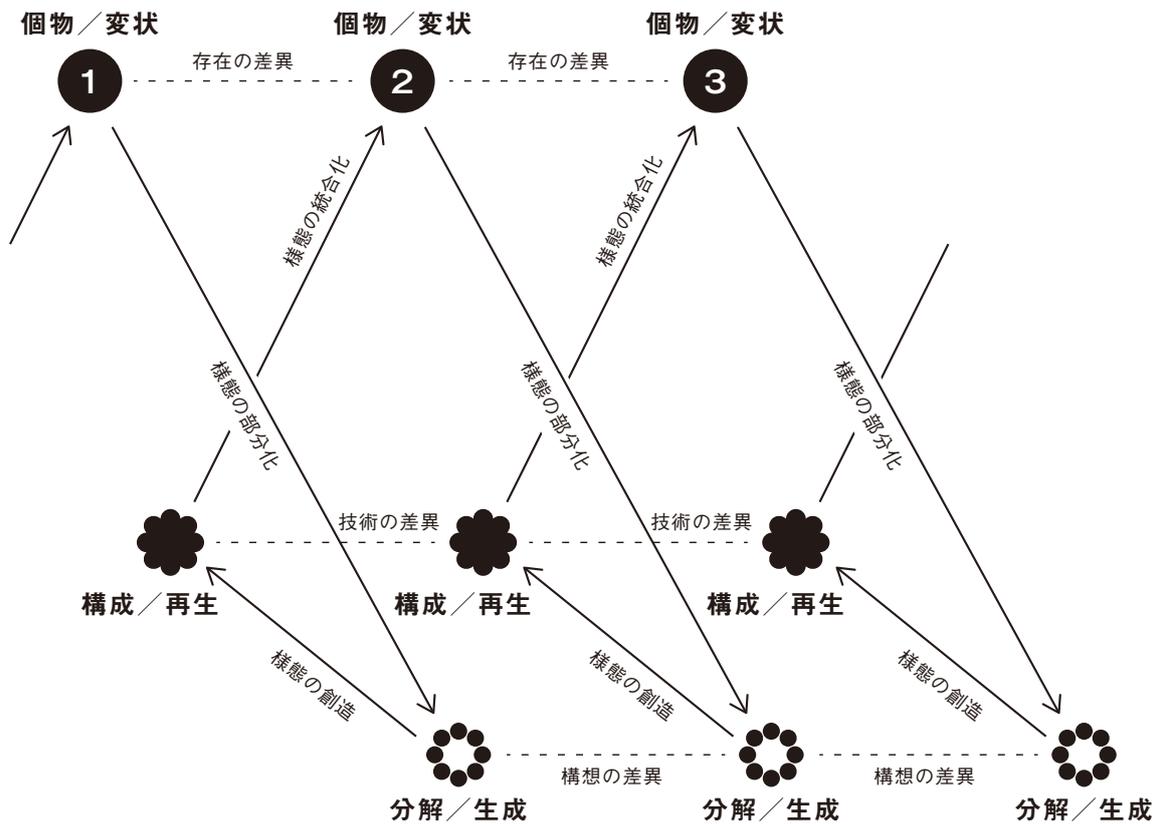


図9 創造交換による相互的な中動態関係形成モデル

焼き菓子（個物②）をモチーフに展開した三上も同様に、焼き菓子（個物②）の〔分解/生成〕から、理想とする様態を創造して、もう一つの形を〔構成/再生〕して個物③を実現化する。店主は、三上のカード作品（個物②）に自らが志向した価値を認めつつも、三上との間に〈構想の差異〉と〈技術の差異〉を見つけ、自作の焼き菓子にはない、もう一つの〈存在〉として三上の〈ものづくり〉との差異を受け容れていた（図9）。店主が三上の〈ものづくり〉を店に受け容れることは三上自身を受け容れたことと同義である。

個物は創造を通じて新たな存在状態や意味を獲得すると言われている（ドゥールズ、1992）。作り手は、〈ものづくり〉を通じて個物の存在状態や意味を読み解き、〈つくられたもの〉を介して、互いの構想と技術の知的交換をおこなっていた。このようにして三上と店主の両者は中動態に根ざした相互性と信頼を互いに形成していたと考えられる。

5. まとめ

従来の商品交換を前提としたデザイン業務では、店主（クライアント）の要望を聴き、それに応えることで関係を持続させてきた。また、デザイナーからの新規提案は営業活動の一環として捉えられ、利他性に潜む利己性が障害となり信頼を得られにくい。しかし三上は実践を通し「私のものづくり」という利己的な動機を通底させることから「他者と長期的に築く無理のない関係性」という互酬性のしがらみを超えた相互的な

中動態の関係を店主との間に築くことができていた（図9）。三上実践は、商品交換でも贈与交換でもない、ものづくりの構想や技術を対等な立場でやりとりする〈創造交換〉という社会関係、すなわち中動社会の可能性を呈示しているのではないか。

参考文献

- 国功功一郎，中動態の世界，意思と責任の考古学，医学書院，2017
 雇用政策研究会報告書～人口減少・社会構造の変化の中で，ウェル・ビーイングの向上と生産性向上の好循環，多様な活躍に向けて，厚生労働省，2023.3.27 採録，
<https://www.mhlw.go.jp/content/11601000/000467969.pdf>
 G. ドゥールズ，差異と反復，河出書房新社，1992
 中村雄二郎，臨床の知とはなにか，岩波新書，1992
 松村圭一郎，他 2 名編者『文化人類学の思考法』太平洋社，2019
 渡邊淳司/ドミニク・チェン監修・編著『私たちのウェルビーイングをつくりあうために—その思想，実践，技術』，ビー・エヌ・エヌ新社，2020