私のカレーの話と文化加算性

Le Tam Tri (レ・タム・テリ)

学際的社会研究 (ISR) センター

フェニカー大学 (Phenikaa University)、ハノイ、ベトナム

2021年6月5日

OSF Preprints, DOI: 10.31219/osf.io/vy27m

料理は文化の重要な一部です。飲食のことから、文化価値も理解できると思います。

「文化加算性」[1]を初めて聞いたとき、すぐに自分のカレーの体験を思い出した。

子供の頃、母は時々カレーを作りました。ベトナムのカレーは普通のレシピで、カレー粉、鶏肉、さつまいも、ココナツミルクなどから作られます。そのカレーはオレンジ・赤色で、香りの強いスープのようです。白ご飯やパンと一緒に食べます。それは私の知った唯一の「カレー」という概念でした。

大学の頃、日本に来て、日本のカレーを体験できました。このセピア色の濃いカレーは、香りも味も私が慣れたカレーに違います。昔は、イギリス人が日本へ初めてカレーを持って来たのですから、日本のカレーはあるヨーロッパのソースに多少似ています。普通にはカレールー、牛肉、じゃがいも、人参から作られます。カレーライス、カレーうどん、カレーパン、カレーまんなど、日本のカレーはたくさんな楽しみ方があります。思ったより、日本にはカレーが大人気です。

日本に住んでいた間、オリジナルなインドカレーを料理できる友達が数人います。地域のレシピによって、インドカレーはすごく辛い、或いはすごくマイルドでもあります。私にとって、またカレーの概念が変わりました。日本にあるネパール人のカレーレストランに来たこともあります。そこのカレーはミックスな味のようで、実は美味しくユニークな味になると思います。

ミックスといえ、私は自分の色々な料理方法でカレーを作りました。例えば、食材として、イカ、カキ、魚、玉子、ベーコン、ステーキ、多種類の根菜を使います。カレー揚げ物も作ってみました。ある意味で、これは自分の文化価値を含むカレー、或いはカレーの文化価値を含む私の料理ということです。

研究者として、これが自分の面白い思い出だけではなく、社会・心理現象の「文化加算性」[1]でもみなします。なお、文化価値とマインドセットの変化は「Mindsponge」[2,3]フレームワークという系統的なアプローチで調査すべきと思います。今のベトナムの人文社会科学の状況[4]にとって、特に若い科学者には積極的なメンタリティーが必要です[5]。そして、研究者には、個人的な体験が目の前に隠れている宝箱です。

(英語版：DOI: 10.31219/osf.io/pg3rn)

参考文献

1. Vuong, Q.H., et al. (2018). Cultural additivity: Behavioural insights from the interaction of Confucianism, Buddhism and Taoism in folktales. *Palgrave Communications*, 4, 143. <https://doi.org/10.1057/s41599-018-0189-2>
2. Vuong, Q. H. (2016). Global Mindset as the Integration of Emerging Socio-Cultural Values Through Mindsponge Processes: A Transition Economy Perspective. In J. Kuada (Ed.), *Global Mindsets: Exploration and Perspectives* (pp. 109–126). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315736396-8>
3. Vuong, Q. H., & Napier, N. K. (2015). Acculturation and global mindsponge: An emerging market perspective. *International Journal of Intercultural Relations*, 49, 354–367. <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2015.06.003>
4. Vuong, Q.-H., et al. (2018). An open database of productivity in Vietnam's social sciences and humanities for public use. *Scientific Data*, 5, 180188. <https://doi.org/10.1038/sdata.2018.188>
5. Vuong, Q.-H. (2019). Breaking barriers in publishing demands a proactive attitude. *Nature Human Behaviour*, 3, 1034. <https://doi.org/10.1038/s41562-019-0667-6>