

村上春樹『世界の終りとハードボイルド・ワンダーランド』論 ——無意識の領域に対する攻撃——

鄭 秀鎮（高麗大学）

1. はじめに

村上春樹の『世界の終りとハードボイルド・ワンダーランド』¹は無意識の世界（「世界の終り」）と意識の世界と意識の世界（「ハードボイルド・ワンダーランド」）が交代する構成の小説であり、これまでの多くの先行研究はこの二つの世界の関係を論じてきた。しかしこの小説に無意識の領域が出てくる理由に焦点を合わせた作品分析はまだなされていない。本研究は、この小説における「無意識」の領域を潜在意識に関する現代の知見から考察し、この小説に孕まれている問題意識をより鮮明に顕在化させる試みである。

2. 「脳手術」による意識回路の植え込み

「世界の終り」の「僕」は、「頭の中に何かが突きささっているような音」が「休みなくつづ」いていることに気づく（㊤下：179 頁）。それは「窓のすぐ下の空地で、三人の老人たちがシャベルを使って大きな穴を掘っている」「音だった」が（㊤下：180 頁）、なぜかその「音は僕の頭の中から発しているように」（㊤下：180 頁）聞こえ、「老人たちが僕の頭の中に穴を掘っているのではないかという気がし」てくる。しかも、「穴を掘っている」老人たちの数は、この後「三人」から「四人」（㊤下：181 頁）へ、さらに「六人」（㊤下：184 頁）へと増え続け、「僕の頭の中の空白がどんどん大きくなっていくように」思えてくる（㊤下：184 頁）。無意識の世界（「世界の終り」）において、老人たちの「穴を掘っている」音とその行為、そしてそれによってもたらされる、「僕」の「頭の中に穴を掘っている」ような感覚は、現実の世界である「ハード～ランド」（以下、「ハード～ランド」に略す）での「私」の夢——フロイトの言うところの「無意識に至る王道」——を通して「私」の意識の水面上に浮かび上がろうとしている。

誰かが私の頭にドリルで穴をあけ、そこに固い紙紐のようなものを押しこんでいた。ずいぶん長い紐らしく、紐はあとからあとから私の頭の中に送りこまれていった。私は手を振ってその紐を払いのけようとしたが、どれだけ手で払っても、紐は私の頭の中にどんどん入りこんできた。（㊤上：211 頁）

無意識の領域は現実世界における主体の辛い経験、耐え難いトラウマが抑圧されているところであるということを想起すれば、夢を通して「私」の意識のほうに姿を見せようとする、その真実（「私」の経験した現実）は何であろうか。外部の力によって異物（「固い紙紐」）が「私の頭の中に送りこまれて」くる事態は、老博士（この小説の主要登場人物：生物学者、情報保護システムであるシャフリングを作った人）が「ハード～ランド」の「私」の頭の中に設置した思考回路（第二回路、第三回路）にその原因があると、まず言えよう。老博士が、「頭の中に」「電極と小型電池を埋めこむ」（㊤下：84 頁）「脳手術」（㊤下：83 頁）をして、生まれつきの「私」の意識とは別にもう一つの意識の回路（第

¹ 本作品は新潮社より 1985 年に刊行された。小説のテキストの引用は『世界の終りとハードボイルド・ワンダーランド』（上巻・下巻）（新潮社、1988 年）に拠った。引用文は作品名を省略し上巻と下巻をそれぞれ（上）・（下）と表示して、その後に頁数を表した。議論の内容をより明確にするために「世界の終り」の章は㊤に、「ハードボイルド・ワンダーランド」の章は㊤に、それぞれ区別しておいた。この要旨文における傍点と下線は特別の断りがない限り筆者によるものである。

二回路)を「私」に植え付けたのは、「私」が「計算士」として遂行すべき「シャフリング」という作業のためである。

それが私の中にインプットされたプログラムだった。いわば私は無意識のトンネルのごときものに過ぎないのだ。すべては私の中を通り抜けていだけだ。だから私はシャフリングをやるたびに、ひどく無防備で不安定な気持になる。(中略) シャフリング作業には誇りも能力もない。私は利用されているにすぎない。誰かが私の知らない私の意識を使って何かを私の知らないあいだに処理しているのだ。(上：193頁～194頁)

すなわち、「私」を「無防備」な「無意識のトンネルのごときもの」に成り下がらせるシャフリング作業こそ、「世界の終り」で「頭の中に大きな穴が掘」られ、「ハード～ランド」の夢の中で「誰かが私の頭にドリルで穴をあけ、そこに固い紙紐のようなものを押しこんでい」る状況の第一の原因であるのである。「私」の＜無意識＞の領域が、敵に見破られない究極の「完璧な暗号」システムであるシャフリング作業が実行される空間として、「本人にさえわからない」「ブラックボックス」(◎下：78頁)として「利用」される仕組みを老博士は次のように説明している。

「つまりそのブラックボックスとは人間の深層心理であるわけですね」

「そう、そのとおり。(中略) 誰一人として同じ人間はおらん。なんというか、要するにアイデンティティの問題ですな。アイデンティティとは何か？ 一人ひとりの人間の過去の体験の記憶によってもたらされた思考システムの独自性のことです。もっと簡単に心と呼んでもよろしい。人それぞれ同じ心というのはひとつとしてない。しかし人間はその自分の思考システムの殆んどを把握してはおらんです。私もそうだし、あんたもしかり。我々がそれらについてきちんと把握している——あるいは把握していると推察される部分は全体の十五分の一から二十分の一というあたりにすぎんのです。これでは氷山の一角とすら呼べん。(中略) そういう細密なプログラムがあんたの中にできてるのですな。しかしそのプログラムの細かい内訳や内容についてはあんたは殆んど何も知らん。知る必要がないからです。それを知らんでも、あんたはあんた自身として機能していくことができる。これはまさにブラックボックスですな。つまり我々の頭の中には人跡未踏の巨大な象の墓場のごときものが埋まっておるわけですな。大宇宙をべつにすればこれは人類最後の未知の大 地と呼ぶべきでしょう。(後略)」(◎下：79頁～80頁)

老博士のこの説明で明らかになるのは、「人間の深層心理」——人間の内面の最も入り組んで奥深いところにあるがゆえに自分でも意識されないまま心の底に沈み込んでいる領域——の性質（無意識の領域の性質）そのものが、「ブラックボックス」としての暗号システムの素材および道具になっていることである。そもそも「ブラックボックス」(black box)とは、コンピューターや電子回路などで入力と出力の内容は明らかにされているが、入力と出力の間の内容やその内部構造は不明である装置のことである。潜在意識の領域（「深層心理」）で行われているものは、本人の意識的な内省によっては分からない、「無自覚的な過程」²である反面、盛んな認知科学の実験が示すように、それに働きかける刺激に対しての反応は、本人の自覚的意志をよそに「受動的で機械的」³に表れる（出力される）。つまり外部からの刺激に対する反応が、「意識」を経由せず自動的に起こってしまう。なお、その間の内部プロセスは分からないものの、刺激（という入力）に対する潜在意識におけるこの反応（という出力）は、客観的に観察し測定することができるという意味で、「＜無意識＞は＜意識＞に比べて科学の技がかかりやすい」⁴（＜無意識＞が＜意識＞に比べて単純な構造であるという意味ではなく、機械による客観的な実験結果を観察しやすいということである）。このように「人間の深層心理」（＜無意識＞の領域）

² 下條信輔『意識とは何だろうか——脳の来歴、知覚の錯誤』講談社、1999年、221頁

³ 下條、前掲書、221頁

⁴ 下條、前掲書、220頁

はその中身は不明であるが、そこへの入力とそこからの出力だけは精密に科学的方法によって把握できる、まさに「ブラックボックス」の性格を持っている。「一人ひとりの人間の過去の体験の記憶によってもたらされた」代替不可能な「深層心理」の固有性（のその入り組んだ複雑さ）を逆手にとって暗号処理のための「ブラックボックス」装置として利用しているのである。

また、ここで明らかになるもう一つは、「人類最後の未知の大^{テラ・インコグニタ}地」という老博士の表現からも分かるように、「人間の深層心理」すなわち無意識の領域を、開発が見込まれる対象——新天地——として見なしていることである。作品の本文で「未知の大地」の上に振られたルビ「テラ・インコグニタ」(tér^{テラ}ra incógnita)というラテン語は、まだ知られていない、探検し尽くされていない未開拓の地や領域を指す言葉である。つまり無意識の領域（「人間の深層心理」）は、「人類最後の」「人跡未踏の」探検可能なフロンティアであるというわけだ。このように人間の無意識の領域は、残された最後の自然(Nature)であり、残された最後の開発の対象であるという老博士の認識は別に彼だけの奇想天外な発想でもない。ヘルベルト・マルクーゼは、「先進産業社会におけるイデオロギーの研究」という副題をもって1964年に世に出した『一次元的人間』で、自然(Nature)への進出・開発・利用が人間の内なる自然にまで至る事態について次のように語っている。

新たな「生存圏」を求めての進撃は、国際間においてだけでなく、国民内部においても行われている。あらゆる形をとって、この拡大(expansion)は個人の私的生活の内部に侵入し、個人が一人きりで考えたり疑問を発したり発見したりすることのできる孤立状態の可能性を除去している。この種のプライバシーは、思考の自由や独立に意味を与えることのできる唯一の条件である⁵。

「生存圏」とは、マルクーゼの原著では“living space”と表現されており、ドイツ語のレーベンスraum (Lebensraum) から来た言葉である。もともとナチの侵略イデオロギーと密接な関連を持った概念でもある、このあらたな「生存圏」での資源を求める行動は、まず国外への侵略行動として現われる。第二次世界大戦までの列強による植民地侵略、そして戦後、第一世界の国々による第三世界の国々に対する開発援助という名目で行われた資本浸透（いわゆる「新植民地主義」という経済的侵略）は、この「生存圏」を求めての国際間における進撃である。ところが第一世界の国々の国内における「生存圏」を獲得しようとする動きも止まっているわけではない。第一世界の国々の国内（国土）における開発の対象——フロンティア——としての＜自然＞はもう残されていなかったのだから、「生存圏」への侵略の動きは国民の内部、すなわち一人一人の個人の精神の領域に向かうとマルクーゼは語っているのだ。マルクーゼが一人一人の個人の「私的生活の内部」(the inner space of privacy)と表現した時のその「内部」(inner space)とは、人間の精神の一番奥深い領域——潜在意識の領域⁶——である。

ナチから逃れてきたマルクーゼが、亡命先だったアメリカ（という最も進んだ先進産業国家）で目の当たりにしたのは、姿を変えたもう一つの全体主義であった。商業的な意図を持ったマスメディアの攻撃性が人間の内面の深奥の部分を搾取の対象として開発・管理することによって、精神の自由が奪われている大衆消費社会を生きながらマルクーゼ自身が身をもって得られた、この知見は、1980年代半ばを時間的背景とする「ハード〜ランド」⁷においてもっと有効である。この意味で「ハード〜ラ

⁵ Herbert Marcuse, *One dimensional man: studies in the ideology of advanced industrial society*, London: Routledge & Kegan, 1964 (1968 printing), p.244（日本語訳：生松敬三／三沢謙一訳『一次元的人間——先進産業社会におけるイデオロギーの研究』（第3版）河出書房新社、1984年、268頁←第1版：河出書房新社、1974年）

⁶ inner space: 「心理」潜在意識の領域。（人間の意識領域外にある）精神世界。←『ランダムハウス英和大辞典（第2版）』小学館、1994年。

⁷ 近未来の雰囲気漂わせながらも、この小説の時間的背景が実は1980年代半ば（ちょうどこの小説の発表当時）であることの根拠は筆者の論文「村上春樹『世界の終りとハードボイルド・ワンダーランド』論——現在

ンド」で＜無意識＞の領域が開発され「利用」されている人間は「私」だけではない。マルクーゼが体験した、当時のアメリカ以上に高度の消費社会が実現されており、計算士たちの担う情報の暗号処理（「シャフリング」）を遙かに通り越して、消費社会における人間（「ハード～ランド」）を生きる社会構成員全体）——いわゆる＜消費者＞——の潜在意識（無意識）が新たな開拓と開発の対象として働きかけられ、攻撃・利用されている。それを次の3章で見よう。

3. 「外郭操作」による意識回路の植え込み：「催眠」としての広告

老博士によると、「脳のサーキットの流れを人為的に変えてしまう」（④下：84頁）こと、つまり新たな思考回路を植え付けることが、物理的な「脳手術」をしなくても可能になるようだ。

「おそらくもっと研究が進めば、手術の必要性はおいおいなくなってくるでしょう。ある種の催眠術のようなもので外郭操作によってそのような状態を作り出すこともできるようになるでしょう。（後略）」（④下：83頁）

それでは、ここで老博士の言う「催眠術のようなもの」で行われる「外郭操作」は具体的にいかに行うことができるだろうか。人間に外部から何らかの意識の回路や作られた記憶を注入しようとしても覚醒した意識状態のままでは主体の抵抗がそれを阻むので、覚醒していない意識状態を作ることが必要になってくる。この覚醒していない意識状態を作る代表的な方法が老博士も言っている「催眠」であることに注目しよう。「催眠」療法は「深層心理」に入り込む方法であり、この「催眠」によって「抑圧されていた」「記憶を取り戻すことで」「神経症やヒステリーなどの心理障害がしばしば快癒してしまう」のは、「フロイト以来よく知られている」⁸。老博士の主張も、このような「催眠」を利用して人間の無意識の領域に踏み込んで、こっそりと外部から何らかのメッセージや意識の回路を吹き込むことができるということである。「催眠」のように「潜在意識に接近する」作業——「意識という歩哨を通過すること」——は、より科学的な観点から言い換えれば、「脳波(brain-wave)の状態を変えることである」⁹。実際、「私」の脳の中に「第二回路」と「第三回路」を設置することができたのも、「私の脳波の隅から隅までを調べあげ」（④上：190頁）、「脳波の流れにジャンクションを設置する」（④下：84頁）など、「脳波」の操作によるものである。この「脳波」の状態の変化は特殊な実験室の中でだけ起きるものでもない。意外と私たちの毎日の生活の中で頻繁に起きている。それはTVを見る時である。人間の脳波についての研究によると、人間の脳は「TVを見てから1分以内に＜アルファ派＞と呼ばれる脳波が支配的な状態に入る」¹⁰。この＜アルファ派＞状態と対照的なものが「＜ベータ派＞状態」と呼ばれる、「覚醒されている時の意識状態」であり、この状態における人間の精神は「最も批判的な基盤に基づいて働く」¹¹。しかし、＜アルファ派＞状態になると、自己主導的な活動が退けられ、「イメージ中心になりイメージに誘導される」（「フロイトによって＜非自発的＞と呼ばれた」）傾向を帯びるので、この＜アルファ派＞状態の人間は「巧みなに施される暗示を受け容れやすくなる」¹²。実際、この「＜アルファ派＞状態」は「催眠状態で経験される」¹³ものとしてよく参照される。そもそも「催眠」とは

への固着」（『日語日文学研究』第118輯、2021年）の脚注6番を参照のこと。

⁸ 下條信輔『サブリミナル・インパクト——情動と潜在認知の現代』講談社、2008年、45頁

⁹ Eldon Taylor, *Mind Programming: From Persuasion and Brainwashing to Self-Help and Practical Metaphysics*, Hay House, 2010, p.191

¹⁰ Taylor, op.cit., p.193（←J.Nelson, *The Perfect Machine: TV in the Nuclear Age*, Dec Bock Distribution, 1987）

¹¹ Taylor, op.cit., p.190

¹² Taylor, op.cit., pp.191-192

¹³ Taylor, op.cit., p.191

「高度の暗示感応状態」であり、この「暗示の力」は「商品を売るための大衆向けのマーケティング戦略で毎日使われている」¹⁴。

このような商業的な目的で人間の無意識の領域に入り込み、そこにもう一つの意識の回路を埋め込むことは、さきほどのテレビをはじめとするマスメディアのイメージ(特に「神経がおかしくなって」しまうまで広告のための写真を撮り続けていた「広告写真専門の腕きき」の「カメラマン」(同上: 259 頁))によって製作される、そのような刺激的な「広告」の映像イメージが私たちの潜在意識の領域に働きかけることを通して毎日起きている。先述したように、TV をつけてそれを見る人間が 1 分以内に入り込む＜アルファ派＞の脳波状態は、「人間の脳と心に肯定的な(positive)」——それゆえに賛同を示すことになる——「情報を埋め込みやすい」状態であるので、「この＜アルファ派＞状態の意識を利用して選択や習慣に影響を与えることができる」¹⁵ことを考えると、人間の精神領域の中にもう一つの意識の回路を埋め込むことは、特殊な研究室の内部で多数の関連技術者が被験者を取り囲んで行うのではなく、むしろ個人の私的な空間で TV を見ながら本人も意識しないまま行われているわけである。したがって、将来的に「催眠術のような」「外郭操作によって」第二回路のような思考回路を人間の精神の領域に設置することが可能であるという老博士の言葉は、人間の潜在意識の領域が、特に「国家をまきこんだ私企業」である「『組織』」によって「営利の追求」(下同: 151 頁)の目的で利用される可能性の扉が幅広く開かれていることを意味する。「身体的で潜在的な情動メッセージを直接伝えるのに適している」「写真、映画」などの「現代のメディアテクノロジー」¹⁶の受け手の潜在意識の領域に理性の介入による濾過なしにダイレクトに作用する(特に「広告」の)刺激によって人々はがむしゃらな購買行動に走ることになる。

たぶん私は生まれつき買物が好きなのだろう。私はたまに街に出るたびに、十一月のリスみたいにこまごまとしたものを山ほど買いあつめてしまうのだ。

私の乗っている車にしたって純粋に買物用に買った車なのだ。その車を買ったときもあまりにも買物が多すぎて持ちきれなくなり、それで車を買ってしまったのだ。(同上: 123 頁～124 頁)

「私」は「生まれつき買物が好きなのだろう」と思っているが、それは本当に「生まれつき」なんだろうか。朝から晩までまわりを取り囲んでいる「広告」に浸かった日常の中で、その広告の映像から「買物」をするように絶え間なく宣伝で煽り立てられ、^{しつ}躰けられ、洗脳されているからではないだろうか。自分では気がつかないが、潜在(サブリミナルな)領域に働きかけられて、心の奥に植え付けられてしまった意識の回路が一種のプログラムとして働いているのではないだろうか。ベルを鳴らしてからエサを与えることを繰り返した結果、ベルを鳴らただけで唾液を出すようになった「パブロフの犬」(同上: 127 頁)のように、「私」の無意識の領域の中に購買への衝動と願望を作らせた結果、それが「生まれつき」の自分の性向と区別ができなくなってしまうほど「事前条件付け」(preconditioning)¹⁷されたからではないだろうか。「スーパーマーケットという場所が大好きな」「私」(同上: 221 頁)も、「スーパーマーケットが大好きで、しょっちゅうあそこで買物をしておく」、「なにしろスーパーマーケットと事務所を往復して生きておるような」(同上: 83 頁～84 頁)女の子(老博士の孫娘)も(この二人はこの小説の中で至極まともな人物として設定されている)、刺激に対する反応としての消費行動のパターンにはまり込んでいるわけである。

¹⁴ Taylor, op.cit., p.191 (←E.Taylor, *Thinking without thinking*, R.K.Books, 1991)

¹⁵ Taylor, op.cit., p.193

¹⁶ 下條、前掲書、223頁

¹⁷ Marcuse, op.cit., p.32 (日本語訳: 50頁)

このような事態は「ハード～ランド」を生きる人々に薄々気づかれてはいる。

彼が進めてくれたのは黄色い小型の国産車だった。色はあまり気に入らなかったが、乗ってみると性能が悪くなく、小まわりもよくきいた。デザインがさっぱりしていて余分な装備が何ひとつついていないところも私の好みにあっていたし、旧型モデルだったので値段も安かった。

「車というのは本来こういうもんなんです」とその中年のセールスマンは言った。「はっきり言って、みんな頭がどうかしてるんです」(◎上：124頁)

「私」は最新の車を買おうとはせず、「中古車のディーラー」に行つてあくまでも使用価値だけを考慮して「旧型モデル」の車を買ひ求めている。「中古車のディーラーの中に」はまだまだ使える、つまり使用価値には何ら問題のない、「実にいろんな種類の車が並んでい」る(◎上：124頁)。「実にいろんな種類の」、新品同様の「中古車」がこんなにもたくさんあるというのは、まだ問題なく使える車なのに買い替えている消費者がこのようにたくさんいるということだ。使用価値はまだまだ十分あるのに、どうして多くの人々が車を買ひ替えているのだろうか。セールスマンの言う通り「みんな頭がどうかしてる」からである。セールスマンのこの言葉どおり、消費社会の中で流行に流されて、そしてマスメディアと一体になっている巨大な私企業によって仕掛けられた<意図された旧式化>、<計画的な旧式化>によって使用価値とは無関係に商品を買ひ替えているのである。

このように「頭がどうかしてる」ほど、非理性的に消費行動に走るのは、「広告」が人間の合理的な理性に訴えるのではなく、イメージという非理性的な手段に訴えるからである。私たちは、(例えば文字媒体の論理的な文章の熟読によってではなく)「イメージによって説得されて購買動機を持つようになる」¹⁸。「理屈による説得のアピール」より、「具体的で生き生きとした」「感覚に訴える」「イメージの催眠的なアピール」¹⁹のほうがはるかに強力な効果を上げるのである。そこには文字(文章)を読む際に働く理性的な批判精神が欠如している。文字媒体に向き合っているときに比べて映像イメージ媒体に向き合っている時の人間の精神は比較にならないくらい受動的になっている。そしてマスメディアを通じて大量に伝達される、このような映像の生々しいイメージは潜在意識への働きかけにすぐれている。こうしてマスメディア——特に「広告」——のイメージは、「定められた(指図された)態度と決められた習慣、決められた知的・情緒的反応」²⁰をもたらす。これがまさに「誰か」によって「私の頭にドリルで穴をあけ、そこに固い紙紐のようなものを押しこんで」くると同じ効果が得られる、「催眠術のようなもので外郭操作」されることであり、広告、流行、PR活動のイメージによって人間の<無意識>が、購買するよう絶えず要請される「非公式な動員システム」²¹に突き動かされる事態にほかならない。

¹⁸ ダニエル・ブーアスティン、後藤和彦／星野郁美訳『幻影の時代——マスコミが製造する事実』東京創元社、1964年、199頁

¹⁹ ブーアスティン、前掲書、203頁

²⁰ Marcuse, op.cit., p.12 (日本語訳：30頁)

²¹ Jean Baudrillard, trans. Chris Turner, *The consumer society: myths and structures*, London: SAGE Publications, 1998, p.168. ← *La société de consommation: ses mythes, ses structures*, Paris: Denoël, 1970. (ジャン・ボードリヤール、今村仁司／塚原史訳『消費社会の神話と構造』紀伊國屋書店、1979年、256頁)