

2005年度第6回物学研究会レポート

「現代日本におけるココロとモノ」

香山リカ氏

(精神科医、帝塚山学院大学教授)

2005年9月6日



BUTSURIKAKU
物学研究会
SOCIETY OF RESEARCH & DESIGN

9月の物学研究会は、精神科医の香山リカさんを講師にお招きしました。香山さんは社会、風俗、文芸まで、「人のココロ」という独自の視点から、テレビ、新聞、雑誌を通して幅広い評論、執筆活動をしておられます。現在、製品、サービス、コミュニケーションのデザインにとって、「ココロ」は大きなテーマとなっています。今回はデザインにとって大切な課題である「ココロとモノ」についてご講演をいただきました。以下サマリーです。

「現代日本におけるココロとモノ」

香山リカ氏

(精神科医、帝塚山学院大学教授)



; 香山リカ氏

はじめに

こんばんは。香山と申します。私は本来精神科の医者で、今でも都内のある病院で診療活動を続けています。数年前からは週のうち半分は大学の教員をしており、今は帝塚山学院大学で臨床心理師を希望する学生を対象に授業をしています。以前、4年ほど神戸芸術工科大学でも教えた経験があります。なぜ精神科医の私がデザインの大学に行ったのかというのは結局よくわからないままでしたが、精神科医としての知識をものづくりとデザインに生かせるのではないかと大学側の淡い期待があったのだと思います。楽しい経験でしたが、ココロの問題の知識をものづくりに直接生かすのは難しい。確かに、デザイナーも私たち精神医学や心理学の側の人間にも、精神医学や心理学の知識とものづくりを融合させたいという夢はありますが、それがうまくドッキングできない状況なのかもしれません。こうした経験から、本日は最近感じている若い人たちのココロの問題をテーマにお話しして、参考になるところがあればいいなあという気楽な姿勢で臨みたいと思います。

物語の喪失

・経済成長という物語

最近、モノ離れイコール物語離れといいますが、「物語の喪失」ということを多くの人が言っています。戦後の日本は敗戦によって大きな物語を失いましたが、すぐに経済成長、経済的な豊かさという大きな物語を手に入れて、みんなで邁進して来てきました。ところが1990年代のバブル崩壊と共に高度経済成長の物語は消え、その後を見つけれずに模索が続いています。経済成長の時代は、豊かになれば幸せになれるんだ、たくさんのモノに囲まれればココロの充実も得られるだろうと、モノで生活を満すことが自分の物語を作っていくことにつながると信じていました。そしてモノが一通り行き渡ると、今度は品質や精度のいいものを目指し、日本人独特の技術力もあいまってソニーのような世界に誇れるブランド力をもった企業も多数現れました。一方で女性を中心に、例えばルイ・ヴィトンとかシャネルといった高級ブランドを手に入れるという物語に奔走した時期もありました。世界の一流品を手に入れ、それで自分の体を飾り、街に出かけることで自分自身がそのブランドの物語を手に入れられるような錯覚をもったわけです。

けれども90年代、バブルが崩壊し、阪神大震災のようにモノが一瞬にして壊れてなくなってしまう体験をしたり、世界を滅ぼす物語になったオウム真理教事件などを目の当たりにして、物語を求めることに対する戸惑いや迷いが生まれたのです。あるいはバブル崩壊による経済低迷が続き、モノに物語を求めようにもなかなか手に入れられない状況になっていったのかもしれない。

・自分探しという物語

90年代半ば以降、現在に至るまで次の物語が見つからないように思えます。ただ、小さな物語はいろいろ誕生しています。

1つは「自分探し」。モノに頼った物語ではなく、自分の内面を見つめ、自身を研ぎ、そこに付加価値や物語を発見する。オウム真理教のような事件の後では宗教的な自分探しは危険だと一時下火になりますが、すぐに自己啓発セミナーが復活して、手を変え品を変えてさまざまな自分探しビジネスが勃興します。最近ではヨガやピラティスのような体を鍛えることと一緒に自分探しも現れています。あるいは、自然食や水、サプリメントなどを通して体内の毒素を取り除き、浄化する解毒ブームがあります。極端な例では高圧浣腸で腸内洗浄をやって洗い流すとか、人手を借りた解毒や自分探しも人気です。これらは「きれいになってよかった」という単純なものではなく、何かしら「生まれ変わり、リセットされた私」というような心理的な効果を狙った新しい物語が仕込まれているように思えます。

但し、いろんな落とし穴があります。1つは、探し当てたものがつまらない自分では嫌なわけで、ダイヤモンドのようにきらきら光る特別な存在でありたいわけです。ですから当然、最初からハッピーエンドを狙った自分探し、そのゴールにたどり着かせてくれるための経路を探しているだけともいえます。当然、自分探し系ビジネスをしている人は、その思いを叶えられるようなサービスの構築を目指します。さらにダメだった場合を予測して、自分に満足できない責任はあなた自身ではなく、あなたの中にある毒素が悪いからそれを排出すればいいんだと言い訳したりします。私たちの世界でも「前世療法」という前世から治療するというちょっとオカルト的な心理療法が人気を呼んでいます。

す。私自身はあまり信用していませんが、ただ、求めている人はとても多いというのが現実です。このように自分探しという物語には、満足のいくような結論にはなかなか到達できない、永遠に自分探しは終わらないという落とし穴があります。

・私という物語

あともう1つ、バブル崩壊以後の物語としては、非常にプライベートな私物語、私小説的な物語に多くの人たちがすがろうという現象もあるのではないかと。大きな物語を求めても、社会、地域とか職場の中にもなかなか見つけることができない。となると自分だけの物語で完結してしまう。引きこもりではないですけれども、自分の空間の中で自分らしく生きることを追求する人たちが出てきているのも自然な流れです。

私がデザイン系大学にいたときは、専門外なのに卒業制作の指導もしなければいけなくて苦労しました。そもそも私のゼミに来る学生は自分探し中の若者が多く、卒業制作のテーマもなかなか決められない。いろいろ話し合っただけで学生がようやく選択するテーマはほぼ2つです。1つは、日本という物語への回帰。彼らは、日本文化は世界に誇れる素晴らしい文化だと言います。けれどもよく観察してみると、実は自信のない子ほどそうしています。言い過ぎかもしれませんが、すべての自信がなくなったときに最後に残るのは自分が日本人だという拠り所です。だからといって日本に対する豊富な知識もありませんが、自分は日本人なので日本文化を研究すれば、結果的に自身の誇りを取り戻せることになるのではないかと彼らなりの直感があるようです。

もう1つは、「私」について語るとか、作品を作るという学生もとても多かった。どういうことかという、「私の好きな雑記を集めてみました」とか、「自分の1日をカメラで撮った」とか、もっとざっくり「自分が主人公のドキュメンタリー映画を撮る」という学生が多かった。学生のドキュメンタリー映画祭を企画している知人も、最近「私」を主人公にした、しかも退屈なものが多いと言っていました。それらは「私」が起きてから普通に学校に行って、その後アルバイトして、恋人とデートしてみたい風景が淡々とずっと撮られていて、何か特別なことが起きるわけでもなんでもなし。そういう「私物語」を本当に堂々と作品として出品してくるのが非常に多いそうです。彼らに共通しているのは、自分の尺度こそが絶対的で、他人と共有できるだろう、してくれて当然だという態度です。別の言葉で言えば、たまたま回路がつながっている人とだけコミュニケーションすればよくて、ほかの人たちにまで説明して理解してもらいたいとか、共有してもらいたいという姿勢すらない。現在、そういう「私物語」に閉じこもってしまう人たちが無数に点として存在している。卒業制作展でも、それぞれの「私」が並んでいるだけの雑多な印象を受けました。これは自分探しで輝く自分を見つけないという欲求よりも、さらに一段エネルギー水準が下がっているような気がします。

・癒されたいという物語

そして、近年はさらに下がっている人たちがいます。彼らは「私物語」に閉じこもることで自分自身が保てない。そうなるとうまくいかないと、これもここ10年くらい繰り返し言われた言葉ですが、癒し系、「癒し」に走る傾向にあります。これも物語としてここ数年の1つのトレンドです。とにかくだれかに慰めてもらいたい、励ましてもらいたい、支えてもらいたい、丸ごと受け入れてもら

いたいという態度です。これは心理学的にはかなり幼児的というかエネルギー水準が低く、退行（ディグレッション）レベルまで下がっている状況です。私たち精神科医は、かなり病的水準の高い人に対しては「ホールディング（抱える）」という態度で臨むこともよくあります。今までは、重い鬱病であったり、心に傷があったりして、病的な水準になっているからホールディングが必要だったわけです。ところが今の癒し現象を見ていると、そうでないはずの人までホールディングが必要になっている。とにかくこのままの私を受け入れてほしい、よしよしと頭をなでてもらいたいと思っている人たちです。

・ココロのエネルギーの低下

最近、メガヒットが頻繁に誕生しますが、私はこうした人たちの増加が影響しているのではないかと考えています。つまり、みんなが聴いているものを私も聴けばいい、みんなが和むというものだから私も和めるのではないかと、そうした自分で選べない人の増加がメガヒットを生んでいるわけです。消費状況、企業側にとっては売ればいいのかもしれないけれども、はたして人としていいのかなと私は思ってしまいます。例えば、今若い人たちには純愛小説が人気です。『世界の中心で、愛をさけぶ』とか『いま、会いにゆきます』とか。ある程度の年齢の方が読まれると、おそらく“なんだ、こんな話どこにでもあるじゃないか”、陳腐な物語ではないかと思ってしまうかもしれないですね。しかし彼らにとって、それが二番煎じ、三番煎じであったにしても、私は今初めて見たものだという気持ちと、あと、みんながいいと言っていたから私も読みたいとか、言葉がきついですけれども選択の仕方としては程度が低くなっているわけです。

そこで私は、自分の学生を対象に今年の上半期のベストセラーについてリサーチを行いました。今年上半期では『頭のいい人、悪い人の話し方』が一番で、百何十万部売れたわけです。おそらくクリエイターとして活躍されている皆さんは、みんなが読む本なんか読むものかとかという気持ちになるのではないかと思います。ところが学生はすごく素直で、人気投票をさせたら、1位がこの『頭のいい人、悪い人の話し方』でした。理由は「これを読んだら頭がよくなりそうだ」ということで、出版社の商法にすっかり乗せられていて全然疑っていない。

彼らにベストセラーの条件を聞いたところ、テレビで紹介されたからとか、学生に影響のあるタレントの発言だったりする。『世界の中心で、愛をさけぶ』という小説では、女優の柴咲コウさんが「私も泣きました」というコメントを帯に書いて、ヒットの一番の決め手だったのではないかとされています。中には面白くなかったという人もいますが、その理由がまた不思議で、帯には「泣ける」と書いてあったのに私は泣けなかったと、小説としての水準は関係ないようです。私が教えている大学はごく平均的だと思うんですが、学生の多くが単純にみんなの読むものを求めていたり、テレビの決めセリフに単純にころっとまいってしまう。それを見ていると、この人たちは人と違っていいとか騙されたくない、テレビの言うことを信じたくないと思うような「ココロのエネルギー」が低下しているのではないかと思います。とにかくなんでも信じたり、だれかに受け入れられることを強く求めているように見えてしまうのです。

こうした傾向は、臨床の場ではさらに強く感じます。患者さんの中にも、なるべくだったら語らなくてもわかってほしいという種類の人が多くなってきました。ある人はやって来て、「どうしましたか」と尋ねたら、「先生、わかるでしょう」と言う。「いや、わかりませんよ」と答えると、「そ

うなんだ」とすごくがっかりして、「じゃあいいです」と言って帰った人もいました。話しをするのもおっくうだ、説明が必要ならば最初から病院なんかに来ないという態度です。知り合いの精神科医にこの話をしたところ、その先生はそうした患者の特性を逆に利用して、「あなたがここに来ることを、私はわかっていました」とか言うそうです。普通の人だったらそこで怪しいなと思ってしまいますが、ホールディングを必要とする人たちはその言葉を待っているわけです。「やっぱり、わかっていたんですか」と返してくる。すると、ちょっとインチキくさいのですが、さらに「あなたのお父さんかおじいさんが、その近辺の方に大酒飲みがいますね」と尋ねるそうです。親類に酒好きな人が1人くらいはいます。そうするとその人は「どうしてわかったのですか、やっぱり先生は私のことがわかっているんですね」と言って一遍に信用する。その先生は、それはあくまでも入り口にすぎない。ココロを開かせた後から、普通に質問をするとスムーズに言語的な関係に入っていけるから、その第1歩として「あなたのことは全部知っていますよ」という環境を作り上げるのだと言っていました。このくらいまでエネルギーが下がっている人たちもいるわけです。

このように、個人的にも社会的にも、大きな物語を求めるエネルギーが衰退しています。個人でも自ら物語を作り、語る力がなくなり、あるいは大人として振る舞えず、子どものように抱き止められたい、癒されたいというような要求が高まってきているのです。

ココロのパッケージを求めて

・ぶちナショナリズムというパッケージ

ところが一方で、このままでは人としての「かたち」がなくなり、自分を失ってしまうという不安も強いわけです。自分を入れてくれるココロのパッケージがほしい。消え去りそうな溶けてしまいそうな自分でも、ココロのパッケージに入ればそれなりにかたちができたような気がするという動きもあります。さきほどの日本回帰みたいなのもその1つです。

私は数年前に、非常に表面的な日本大好きとか、日本人であることを無邪気に誇ったりする若者たちの傾向を、ちょっとふざけた感じですが『ぶちナショナリズム症候群』というタイトルをつけて本にまとめました。彼らの言う日本論は、今までの右翼というか右寄りの保守的な人たちの言っている観点とはかなり意味合いが違っていて、もしかしたらエキゾチズムとして日本を見ているのかもしれませんが。漢字や儀式を表面的になぞったり、サッカーのワールドカップみたいな場所で国旗を打ち振るう行為によって、日本人として自分のパッケージができたような安心や連帯を感じているに過ぎないのではないか。

けれども「ぶちナショナリズムだから余計な心配はいらない」ではすまされないのではないかとというのが、私の個人的な考えです。彼らの日本人であることの連帯感がほかの国の人を排除したり、日本民族の優越論につながったりする危険性はないわけではありません。あるいは、深い考えがない彼らを利用しようというカリスマ的リーダーが登場して、よからぬ方向に行ってしまう危険性もあるように思います。上の世代の人からみれば、若い人たちが日本の文化や伝統を大事にするのは結構なことでしょう。けれども、私は、彼らが自覚的に「ぶちナショナリズム」なのではなく、「ココロのパッケージ」の最後の拠所として「日本」にすがっているのではないかと感じています。

慶応大学の小熊英二先生は『民主と愛国』という大著を書いて話題になりました。が、そのあとの

『癒しのナショナリズム』では、歴史教科書などの研究に参加している一般市民に対してニュートラルな立場でインタビューを試みています。その結果、「私は普通にやっているだけです」「日本史の勉強は普通のことじゃないですか」「日本文化を愛するのは日本人として普通です」とか、「普通」という言葉がやたら出て来ると彼は指摘しています。小熊先生たち、普通ではなくなることへの恐怖、自分が普通以下になることへのおびえ、競争社会で負け組になることへの不安が、「普通でありたい」という切羽詰まった思いを強めていると仮説を述べています。自分のココロが崩壊してしまう不安を打ち消すために、「日本というパッケージ」を求めている人たちがいるのではないかと。それは若い世代だけではなくて、働く世代の人たちにもいるのではないかとという仮説が成り立つのかなと、私は感じています。

・多重人格

ココロのパッケージという問題をお話ししましたが、自分のココロはどんな感じかというのは、本来だれもが意識しなくてもなんとなく自分でわかっているわけです。ところがココロのエネルギー水準が下がっていくと、それがなかなかできなくなってしまっているようなタイプの人たちもいます。

今多重人格と呼ばれている人たちも非常に増えていると言われていています。私はもう20年近く精神科医をやっていますが、私が医者になった頃には、多重人格は『ジキル博士とハイド氏』とか、文学の中だけの存在で決して多くはありませんでした。ところが今やどのクリニックにも何人かはこの患者さんがいて、多いところだと入院患者さんの3割くらいを占めているそうです。

従来、多重人格の原因は、耐え難いトラウマ、例えば親に虐待されたとか、目前で親が自殺したとか、そういう状況に陥ったときに、心の破壊の自動防御装置みたいなものが働くことでした。どういうことかということ、何かとんでもない恐怖や悲劇に遭遇したときに、「これを見たのは私ではないんだ。隣に住んでいる太郎君が見たんだ」と、別の人の記憶だというふうに自分ですり替えてしまうわけです。そうすることで私は安全なんだ、心配ないのだというふうに自分を守る。そのときに太郎君という別の人格ができるし、さらに他の人格をたくさん作って他人事にしてしまう。これがそもそも多重人格の発症の仕組みだと言われていています。

ところが最近では、「自分が知らない間に大量の買い物をしていて、クレジットカードの請求が来てびっくりした」というようなことを訴える人が結構います。普通の人のお多くは、いくら感情の制御ができずにいつもの自分と違う自分になったとしても、やっぱりココロの司令塔のようなところで、しっかりコントロールボックスを持っています。ところが多重人格になる人たちはコントロールボックスを持ち続けるエネルギーやパワーがないわけです。それをあっさり手放す。自分の人格のまとまりみたいなものも手放してしまう。私が思うには、人格の一貫性を保つエネルギーが欠けているのではないかと。

・境界性人格障害

このようにココロのパッケージが見えづらくなっています。今は多重人格という極例をあげましたが、もう1つ増えているケースが「ボーダーライン・パーソナリティー（境界性人格障害）」です。この人たちは、○か×、しかもオール・グッドかオール・バッドという思考法しかできません。

普通とか程々といったことが非常に嫌いだし、そういう発想ができない。いつも最高か最悪です。自分の気分もそうです。世の中は私の思い通りだという自信満々のときと、私なんか人間の屑だという最悪なときと、それが極端に上下しています。しかも、1日のうちでも気分が変り、それほど大きな理由がなくても突然スイッチングします。他人に対しても大好きが大嫌いかしかない。大好きなときは痘痕も笑窪で、大嫌いなときは罵詈雑言を投げかるといふ、理想化とこき下ろしといふ極端なかたちで他人の評価をしてしまう。はっきりした病気とも言いづらいいですけども、こういうことを繰り返す不安定な人格の人たちが、一般の職場や学校の中にも蔓延しています。

私はときどき、学生や患者さんに「ココロの形を描いて見てください」といいますが、大体の人は円とかハートマークを描きます。古来からココロをかたちという丸、球、ハートといった、ある程度整った完成された形、あるいは対称形を描くのが一般的です。ところが最近では安定した形ではなく、餅を引き延ばしたような形、鉄アレイのような形など境界がよくわからない形を描く人が増えつつあります。多重人格者はココロが完全に崩壊しているので、ある意味でそれなりに安定していると言えますが、そこまでに至らない人たち、例えばボーダーラインの人たちは苦しんでいます。やっぱり安定したパッケージがほしいという願望は強いわけです。

・ココロの進化の過程

精神科医の中には、こういったボーダーラインに立つ極端に感情的で不安定な人、ある種の多重人格のような生き方は、1つの人間の進化だと言っている人もいます。現代のような多忙で、価値観が多様化しているマルチメディア社会に適応するためには、首尾一貫した普遍的な私では通用しない。生きている局面ごとにぱっと自分をスイッチングしたり、周りに合わせて自分をコントロールしたり、変幻自在でなければこの時代についていけない。だから、多重人格的な素養を持つの人というのは、人間の進化過程の1つなのではないか。多重人格的なココロのあり方は、人間が求める1つの行き先なのではないかということです。この未来に夢があるかどうかわかりませんが、それが人間にとっての必然なのかなあという気はします。けれども、多くの方は不安定な気持ちになったり、動揺したり不安になったりするから精神科に相談に来るわけですから、この進化はハッピーだけでは済まされそうではありません。

しかし、インターネットやケイタイなどの新しい世界では、幾つもハンドルネームを使い、さまざまな人格を使い分けているようなことは普通に行われています。今はネットのようなバーチャルな世界のコミュニケーションにおいて、人格の多重化が進んでいます。だから、それがリアルな世界に転換してくる可能性は大きいわけです。そうなったらむしろ多重人格のほうが正常であるということになっていくのかもしれませんが、しかし、それにしても人間として入れ物がないという状況には、まだ耐えられないのではないかと。100年後にも、人は相変わらず「ココロのパッケージ」を求めるのではないかと思います。

こうした人々のココロの在り様は、メガヒットと呼ばれる小説や商品、音楽やサービスなどに現れているように思います。ですから、ものづくりに携わる人たちにとっては、ココロのパッケージを探し求める人々の欲求を満すモノを提供するということが、しばらくは続くのではないのでしょうか。臨床の場にいる私も、彼らがなんとかココロの統合を取り戻せることを目指して、治療をしている状況です。

ということでモノのデザインとは関係ない話ばかりで、役に立たなかったかもしれませんが、私の話はこの辺までにします。ありがとうございました。

以上

講師プロフィール

香山リカ（カヤマ・リカ）氏

精神科医、帝塚山学院大学教授人間文化学部教授

1960年北海道生まれ。東京医科大学卒。学生時代より雑誌等に寄稿。その後も臨床経験を生かして、各メディアで社会批評、文化批評、書評など幅広く活躍し、現代人の心の病について洞察を続けている。専門は精神病理学だが、テレビゲームなどのサブカルチャーにも関心を持つ。現在、毎日中学生新聞(ココロランド)、朝日新聞(ベストセラー快読)、sportiva(スポーツホリック)、創(「こころの時代」解体新書)、SFマガジン(SENCE OF REALITY)、幼児と保育(香山リカの悩み相談室)、Forbes(香山リカの目)、Magazine C(香山リカの通信講座の心理学)など、連載多数。

主な著書、『善の研究 実在と自己』（西田幾太郎・香山リカ 哲学書房）、『ぶちナショナリズム症候群』（中公新書ラクレ）、『多重化するリアルー心と社会の解離論』（廣済堂出版）

『こころの時代の解体新書』（創出版社）、『テクノスタルジアー死とメディアの精神医学』（青土社）、他多数。

2005年度第6回物学研究会レポート
「現代日本におけるココロとモノ」

香山リカ氏

(精神科医、帝塚山学院大学教授)

写真・図版提供

; 物学研究会事務局

編集=物学研究会事務局

文責=関 康子

[物学研究会レポート]に記載の全てのブランド名および
商品名、会社名は、各社・各所有者の登録商標または商標です。
[物学研究会レポート]に収録されている全てのコンテンツの
無断転載を禁じます。