



心に植える種

Inception

永田円了

人間の潜在意識がテーマである。見えない世界が見える世界を支配する。自分でも気付かない潜在世界を認識し、その中に潜む計り知れないエネルギーを、現実の世界で生かせないか、これが今回のテーマである。

潜在意識をゆさぶる広告

1957年、米国ニュージャージー州の映画館で上映された映画「ピクニック」のフィルムに、「コーラを飲め」「ポップコーンを食べる」のメッセージが写ったコマを、5分ごとに繰り返し挿入し、売り上げに影響があるかを測定した実験で知られる。

肉眼でははっきり見えないが、心の目が反応して自然に潜在意識の中にメッセージが植え付けられてしまう、という恐ろしい広告の手法なのである。現在この広告手法は法律で禁止されている。

植え付け インセプション

2010年制作米国映画「インセプション」は、今回のテーマに打って付けの事例である。クリストファー・ノーラン監督、レオナルド・デカプリオ、渡辺謙が出演するこのストーリーは、人の潜在意識を操るプロが、ある“アイデア”を他人の潜在意識に植え付け、大企業を支配しようとするSF映画である。



この映画のポイントは、自分で創り出す広大な夢の世界（潜在意識の世界）もまた、ちゃんとした現実性をもった世界であること。本来無意識に潜在世界に植え付けられる種を、意図的に他人の心に植え付けるといふ芸当をやり遂げる。これがもし可能なら、意識的に自らの潜在意識に、自分が望む種を植え付けることもできるのではないか、という学びである。

戦後のインセプション

「物は大きい方がいい」「多くもっていることが幸せ」「自由＝個人主義」、これらが戦後、大衆の潜在意識に植え付けられたものであった。団塊の世代は、このインセプションに振り回され、競争で明け暮れた。個人主義は、ネバネバした人間関係を断ち切り、俺、俺、のやり方でやっていくことができた。結果はどうか。肩書きがなくなると、誰も近づかなくなり、お一人さまの老後がまっている？！

でも大丈夫。いったん植え込まれた“種”も、植え替えることは可能である。望まない種は取り除き、“望む種”を植え替える作業は、しっかりと自らの潜在世界を観察し、意識をもって無意識世界に立ち向かうことである。

< 事例 >

サブリミナル広告 Subliminal Ad 米国マクドナルドの事例等
 アメリカ映画「インセプション」 Inception 2010年
 アメリカ映画「21グラム」 “神の意志が私の意志” 2003年
 アメリカ映画「ブッシュ」 “父さんは僕に失望している” 2008年
 アメリカ映画「愛しのローズマリー」 “とびっきり的美女を” 2001年
 養老孟司氏 父親の臨終でお別れのあいさつができなかった
 内モンゴルの子どもたち / パパママに苦勞をかけたくない
 NHK 視点 論点「大衆個人主義の時代」 12/17/2010
 高齢者の犯罪増加 / NHK ナビゲーション 11/26/2010
 戦後のインセプション / 筑紫哲也「現代日本学原論 幸福論」
 正岡子規 / 病床にあっても心は自由に世界を、
 立松和乎 / 「心に植えた木が育っていく」 NHKBS2「あの人の愛した言葉」
 歌 若者たち(昭41)布施明 見上げてごらん、夜の星を(昭38)坂本九

