

# イーサン・ブランドとは何者か？：「イーサン・ブランド」論

藤吉 清次郎

高知大学人文社会科学部人文社会科学科人文科学コース  
『人文科学研究』第22号 別刷(2017)



# イーサン・ブランドとは何者か？：「イーサン・ブランド」論

藤吉 清次郎

## 1. はじめに

ナサニエル・ホーソーン (Nathaniel Hawthorne, 1804-1864) の短編「イーサン・ブランド」(“Ethan Brand” 1850) は「許されざる罪」(“Unpardonable Sin” 231) という観念に取りつかれ、18年もの間世界中の人々の心のなかを探し回った挙げ句、それが自分の心の中にあることを発見し、そのあと故郷に戻り炎が燃える石灰釜に身を投じる男の物語である。<sup>1</sup> この作品に関する従来の批評の多くは、道徳的・宗教的な観点から、自らの目的のために他人の神聖な心を侵犯したブランドを糾弾し、その罪深い行為のために「人類の磁力の鎖」(“the magnetic chain of humanity” 99) から逸脱し、身を滅ぼした男の物語だと捉えている。Nancy Bunge は “This tale shows that when human beings renounce their humanity for scientific control, they become so absorbed in proving their superiority that they destroy themselves.” (33) と述べ、またブランドについて Terence Martin は “[A] man who could commit a sin so great that God could not forgive it would, by that very fact, have outreached God.” (94) と指摘している。<sup>2</sup> 確かに、このような道徳的・宗教的な観点からの解釈は十分な妥当性を有している。しかしながら、ホーソーンの多くの主要な作品がそうであるように、「イーサン・ブランド」もまた、そうした教訓的な解釈だけでは捉えきれない曖昧性を有している。

その曖昧性を産み出している要因のひとつは、物語の中でブランドの行動の動機が必ずしも明確に述べられていないことにある。その点、読者を悩ませる疑問のひとつとして、ブランドの帰還の動機があげられる。自分の心のうちに「許されざる罪」を発見した後、ブランドはなぜ故郷に戻ってきたのか。例えばブランドが自らの罪深い行為を改悛して自裁するにしても、あるいはそれとは反対に高尾直知が指摘するように、自らの罪を贖おうとする「おのれの良心を徹底的に押し殺すために」自裁するにしても、<sup>3</sup> 死ぬ場所は故郷でなくともよかったはずであるし、そもそも故郷に戻ってくる必要もなかったと考えられる。そこで注目すべきは、物語において「許されざる罪」を見つけたというブランドが故郷の人々に拒絶される様子が丁寧に描かれていることである。確かにブランドは、他人の目を気にしない孤独な真理探求者であるように見える。しかし故郷に戻った際のブランドの村人とのやりとりを念頭におくと、彼は他者を意識し、他者承認を求めているようである。この点については、Mark Harris が鋭く指摘しており、私も Harris の解釈に賛同するものであるが、しかし、ブランドが「許されざる罪」の探求に失敗し、また村の人々から歓迎と賞賛を受けなかったという理由で自裁したと結論するとき、彼の見解は少なからず説得力を欠いているように思われる (76-77)。

私見では、ブランドの罪の探求と他者承認の問題、あるいはこの物語の創作意図の問題は「イー

「イーサン・ブランド」が発表された時期を勘案して考察する必要がある。<sup>4</sup> この短編は1850年1月5日に世に出されたのだが、その同じ年の3月にはホーソーンの最初の長編『緋文字』(*The Scarlet Letter*) が出版されているのである。言うなれば、短編「イーサン・ブランド」はホーソーンが長編小説作家へ転身する直前に書かれた作品なのである。もう少し具体的に述べれば、ホーソーンの創作活動は大まかに1830年代40年代の短編中心時代と、それ以後の長編中心時代とに分けることができるが、「イーサン・ブランド」は短編創作中心時代のほぼ最後の「主要」な作品である。<sup>5</sup> ここで結論的なことを言ってしまうと、ホーソーンは、「予言の肖像画」(“The Prophetic Pictures” 1837)、「美の芸術家」(“The Artist of the Beautiful” 1844)、「ラパチニーズの娘」(“Rappaccini’s Daughter” 1844) など数々の短編小説で扱ってきた、芸術家／科学者の倫理的問題を問い直すために、いわば短編創作の総決算的な意味を込めて「イーサン・ブランド」を創作したと考えられるのである。つまり、「イーサン・ブランド」の主人公イーサン・ブランドが「許されざる罪」を求めて旅した18年の年月はホーソーン自身の短編創作時代と重ねられ、その意味でブランドの人生は芸術家ホーソーン自身のそれと深く関わっていると推察される。

本稿では、上記の疑問を解決するために、まずブランドを拒絶する登場人物たちの人物造型を中心に考察し、その上でブランドの人物造型を検証する。その際、お酒、ユダヤ人の見世物師、自らの尻尾を追い回す犬のエピソード、ブランドの笑いなどに焦点をあてたい。最後にホーソーンの文学世界において「イーサン・ブランド」が有する意義について論究したい。

## 2. ブランドを拒絶する者たち

序論で述べたように、物語では、18年に亘る探求の旅の末、自分の内に「許されざる罪」を発見した後、故郷に戻ったイーサン・ブランドが地元の人々の理解を得られず、彼らに拒絶される様子が丁寧に描かれている。ブランドを拒絶する町の人々としては、石灰焼きのバートナム(Bartram)、町馬車の周旋人、石鹼製造業者ジャイルズ(Giles)、村医者が登場するが、彼らがブランドを拒絶する理由を含めて彼らの人物造型を検証してみたい。

物語において、石灰焼きのバートナムはブランドの対極に位置する人物として極めて重要な役割を担っている。彼は、とりわけ想像力・感受性・思考力が乏しい人間であることが強調されている。語り手によれば、彼は「粗野で鈍重な感じであり」「感受性に乏しい中年の無骨者」(83)であり、「仕事に必要なとされるごくわずかのものを別とすれば、まったく考え事にわずらわされることがなかった」(85)人物である。バートナムは短編「痣」(“The Birthmark” 1843)のアミナダブ(Aminadab)と同様に、典型的な俗物として位置づけられる。当然このふたりの間で会話が成立するわけがない。そのことを確認するために、バートナムがブランドと遭遇する場面を見てみよう。「許されざる罪」を見つけたと言うブランドに向かって、バートナムはその所在を尋ね、さらに「許されざる罪」の意味を問う。ブランドはその罪は自分の心の中に存在すると応え、続いてその罪について次のように述べる。

“A sin that grew nowhere else! The sin of an intellect that triumphed over

the sense of brotherhood with man, and reverence for God, and sacrificed everything to its own mighty claims! The only sin that deserves a recompense of immortal agony! Freely, were it to do again, would I incur the guilt. Unshrinkingly I accept the retribution!” (90)

ブランドはその罪が人との絆も神への畏敬の念も軽視する「知力の罪」のことであり、という持論を披露し、その報いとして永劫に苦悩する罰を受けてよいと熱く語る。しかしバートラムはブランドの主張を全く理解できず、彼を「狂人 (“madman”）」(90) だと一人つぶやく。目に見えるものしか信じず、現状に甘んじて生きていくことを人生の信条とする現実主義者バートラムにとって、命をかけて抽象的な観念を追求しようとするブランドの生き方は想像すらできないものであろう。

ただ、バートラムの人物造型で注意しておくべきは、先の述べたように「鈍感さ」がつとに強調されているものの、彼は正常な感性を持つ人物でもあることだ。「彼(ブランド)は我々と同じように「罪人 (“sinner”）」(90) とひとりつぶやくその言葉から、彼が神を信じる人間であると判断できる。その意味でブランドの不気味な笑いに心を揺さぶられ、恐れおののいているバートラムはブランドの不気味さ——前掲の引用文からわかるように、神に挑むようなブランドの不遜さ・大胆不敵さに起因すると思われる——に反応する正常な感覚の持ち主である。ブランドの不敬な考えを理解できないということ、またそのブランドの不気味な笑いを非常に恐れていることを考慮に入れると、この石灰焼きは神を信心する普通の人間であると言えるだろう。つまりバートラムは知性とは無縁であるものの、ブランドの心的異常さを測るバロメーターとしても機能しているのである。

次にブランドが遭遇するのは先に述べた村の3人組である。実はバートラムがブランドの不気味さに恐れおののき、息子のジョー (Joe) に村の人を呼んでくるように言った際、その息子が村の酒場で見つけたのがその3人の男たちであった。一人目は駅馬車周旋人で、アルコールと煙草の臭いを体中からぷんぷんさせ、「皺だらけで真っ赤っ鼻の、萎びきった燻製みたいな男」(91) である。大昔から酒場の一角でデスクを構え、20年前に火をつけたのと同じに見える葉巻を吹かしているとされる。語り手によれば、ブランデー＝トディのお酒と煙草は身体ばかりか、彼の考えや表情にもしみこんでいるという。

二人目は、ジャイルズという名前の薄汚い老人である。彼はかつては切れ者の弁護士として活躍したが、朝、昼、晩と一日中、フリップ、スリング、トディ、カクテルなどのお酒を飲み続けた結果、知的職業から滑り落ち、ありとあらゆる肉体労働をこなしたとされる。彼は今やしがらない石鹼作りの職人である。彼は片足の一部を斧で切り落とされ、片腕も「蒸気機関の悪魔のような力」(“the devilish grip of a steam-engine” 91) によって失い、半端人間だと語り手によって称される。その一方で語り手はジャイルズについて貧困や逆境に負けていない人物とも言っているが、しかし肉体的な不具性の執拗なまでの強調は、この人物の精神的墮落、あるいは精神的畸形を示唆するものだと解釈することができよう。

3人目は50歳くらいの村の医者でやはりお酒によって身を持ち崩した人物であり、先のふたりの男性よりもはるかに批判的に描かれている。

He was now a purple-visaged, rude, and brutal, yet half-gentlemanly figure, with something wild, ruined, and desperate in his talk, and in all the details of his gesture and manners. Brandy possessed this man like an evil spirit, and made him as surly and savage as a wild beast, and as miserable as a lost soul; ... (92)

この村の医師に対して、語り手はその「野獣性」を主な特徴としてこの上なく厳しい描き方をしている。ブランデーが「悪霊のように」彼に取り憑き、彼を「野獣」のような存在にしている。この医者の毒づくさまを当て擦って、彼のパイプは「地獄の火」(92)でもとされていると言ったものがいたという。この医者は「地獄」と結びつけられ、救いがたいほど惨めな状態にあることが強調されているのである。

このようにその非人間性、俗物性を特徴とする3人の男たちを村の「名士」(92)と呼ぶ語り手の言葉に、大いなる皮肉が込められていることは明白だろう。次にこの3人の「名士」がブランドと対峙する場面を検証してみよう。彼らは挨拶を済ますと、ブランドに対してある黒い瓶の中味、つまりお酒を飲むように熱心に勧める。彼らはブランドに向かって「許されざる罪よりもはるかに探しがいのあるもの」(92-93)を見つけるだろうと断言する。それを聞いたブランドの心境を語り手は次のように述べる。

No mind, which has wrought itself, by intense and solitary meditation, into a high state of enthusiasm, can endure the kind of contact with low and vulgar modes of thought and feeling, to which Ethan Brand was now subjected. It made him doubt—and, strange to say, it was a painful doubt—whether he had indeed found the Unpardonable Sin, and found it within himself. The whole question on which he had exhausted life, and more than life, looked like a delusion. (93)

語り手によれば、3人の「低劣俗悪」な思考と感情に対して、「強烈な、孤独な瞑想」によって高次の熱狂状態に鍛えあげたブランドの精神は耐えられないという。俗物たちと接触したとき、一瞬ブランドは自分が「許されざる罪」を発見したかどうかを疑い、命をかけて追求したものがすべて「幻想」ではないかと思えてしまったのである。しかし、このあとブランドは自らの迷いを振り払うように、3人に向かって「この野獣どもめ」(93)と罵り、立ち去るように言い放つ。

この場面で興味深いことは、お酒が重要な意味を持っていることである。実は語り手は、パートラムもすでに「黒い瓶とすっかり仲良くなっていた」(98)と述べ、彼がお酒へのイニシエーショ

ンを済ませていることを明らかにしている。結局3人が勤める墮落の象徴(物質主義)としてのお酒の拒絶は、ブランドが彼らのような「野獣」にならずに、その高尚な精神性を維持し続けるだろうことを意味する。物語におけるこのようなお酒のエピソード導入には、当時のアメリカにおける禁酒運動に対するホーソーンへの関心の高さが反映されており、興味深い。そう言えば、ホーソーンと同時代の作家であるポー(Edgar Allan Poe)も短編「黒猫」(“The Black Cat” 1845)において飲酒によって身を滅ぼす人物を描いている。

以上のように、パートラムを始め、3人の「名士」たちはブランドの「許されざる罪」の探求に興味を示さないどころか、彼の生き方、考え方を否定する人物として描かれている。パートラムと3人の「名士」たちは飲酒によって墮落した俗物として、知的世界を重んじるブランドの存在を際立たせる役割を担っているのである。後で考察するように語り手によって「悪鬼」とも称されるブランドが、村の3人の「名士」たちを「野獣ども」と呼んでいることは「イーサン・ブランド」という物語を考える上で非常に意味深い。

### 3. ユダヤ人の見世物師と「許されざる罪」

前章で故郷に帰ってきたブランドが4人の俗物たちにいかに拒絶されるかを考察した。本章では、ブランドが次に遭遇するジオラマの見世物師を検証してみたい。ブランドと知り合いであるらしいこの人物は「許されざる罪」の意味と、ブランドの人物造型を考える上で重要であると思われるので、まず彼がこの見世物師と遭遇する場面を見てみよう。

ひとりの年老いたドイツ系ユダヤ人が山の中腹に位置するパートラムの石灰釜の近くまでジオラマを背中に担いでやってくる。ジオラマは、半透明の絵に光りをあてて、様々な場面を見せる装置で19世紀の初めに発明されたものである。旅回りの見世物師はブランドのうわさを聞きつけて集まっていたたくさん若者のうちから一組の若い男女を誘ってその機械のガラスの穴から絵を見せはじめる。下手くそな絵ではあったが、その絵はヨーロッパの都市や公共の大建築物、廃墟になった城、またナポレオンの戦闘やネルソン提督の海戦などの光景であった。では、この見世物師はなぜ、人類の過去に関する証人であるかのように描かれているのだろうか。

その点、この見世物師がユダヤ人であるという人物設定は重要である。語り手はこの見世物師に言及する際、「ユダヤ人」という言葉を5回も使い、読者に彼の「ユダヤ性」を意識させている。西洋文学におけるユダヤ人表象といえば、「彷徨えるユダヤ人」(the Wandering Jew)の民間伝承がすぐに想起される。ひとりのユダヤ人が、十字架を担いでゴルゴタの丘に向かうイエスを侮辱し、そのため、ユダヤ人はキリスト再臨の時まで、呪われた存在として地上を彷徨うことを定められたという伝説が16～17世紀頃にヨーロッパ各地で広がる。後に「彷徨えるユダヤ人」は「許されざる罪」つまり聖霊冒瀆の罪を犯した代表的な存在として広く認識されるようになる。周知のように、彼らは不死だとされるが、それは死なないのでなく、死ぬことができないのである。要するに、「彷徨えるユダヤ人」は反倫理的な存在として、永遠に放浪し、また懐疑と思索の人として人類の苦悩を抱え込んで生きざるを得ないのである(河野 178-180)。見方を変えると、「彷徨えるユダヤ人」とは時空を超越した経験とその結実としての知力を有する畏怖すべき存在と言えるだ

ろう (河野 178-179)。<sup>6</sup>

以上のような「彷徨えるユダヤ人」の伝説を念頭に置いてみると、「イーサン・ブランド」の見世物師の人物造型も納得がいく。というのも、先に述べたように、彼は世界中を旅する見世物師であり、様々な過去の世界を見せることを生業としているからである。このユダヤ人の見世物師とブランドの間で、次のようなやりとりがある。

“I remember you now,” muttered Ethan Brand to the showman.  
 “Ah, Captain,” whispered the Jew of Nuremberg, with a dark smile,  
 “I find it to be a heavy matter in my show-box, —this Unpardonable Sin!  
 By my faith, Captain, it has wearied my shoulders, this long day, to carry it  
 over the mountain.”  
 “Peace!” answered Ethan Brand, sternly, “or get thee into the furnace yonder!”  
 (96)

ユダヤ人の見世物師はブランドのことを知っているという。確かに会話の内容からふたりが知り合いであることがわかる。見世物師は「暗い笑い」を浮かべて話しかけるが、それは彼がブランドの秘密を察知し、彼を心理的に弄ぼうとしていることを暗示するものである。見世物師は見世物箱に入っている「許されざる罪」がとても重いものだと言っているが、それはこの見世物師がこの罪を背負って世界中を彷徨い、その罪を実感しているということを示唆するものであろう。

前掲の引用文において注目すべきは見世物師の言葉に苛立ったブランドが彼に向かって「その窯の炉 (“furnace”) に身を投げてしまえ！」と叫んでいることである。短い会話から、見世物師がブランドに死ねと言われるのほど酷いことを言ったようには思えない。通常なら、ブランドが例の3人の「名士」たちに言ったように、「この場を直ちに立ち去れ」で十分であろう。だが、ブランドは「窯の炉」 (“furnace”) に身を投げろと毒づいたのである。それは彼が見世物師の正体を認識し、またそれと関連すると思われる「窯の炉」 (“furnace”) の意味するところを把握していたからだろうと思われる。

物語の中で「窯の炉」 (“furnace”) の単語は実に9回も使われている。「窯の炉」 (“furnace”) という言葉については、Leo Marks が指摘しているように、これは19世紀前半期のアメリカ産業化社会を示唆する言葉であり、より具体的に言えば、産業化 (工業化) が進む中で人間が自然から逸脱し、人間的なものを喪失してしまったことを含意している (11-19, 265-77)。その意味でブランドの思索への異常な情熱がこの「窯の炉」に燃える烈しい炎と結びつけられていることは意義深いことである。村人のうわさによれば、探求の旅に出る前、“[Brand] had been accustomed to evoke a fiend from the hot furnace of the lime-kiln, night after night, in order to confer with him about the Unpardonable Sin.” (89) という。実際ブランドが窯の扉を開けたとき、恐怖のためパートラムは「お前さんの悪魔を連れ出さないでくれ」 (89) と懇願させている。ブランドが見世物師に言い放った言葉と、炉と悪魔の関連を念頭におけば、見世物師のユ



ダヤ人は姿を変えた悪魔であるとも解釈できよう。以上のような考察から、物語のユダヤ人の見世物師には、許されざる罪を犯した「彷徨えるユダヤ人」のイメージ、悪魔のイメージが付与されているといえる。河野徹が指摘しているように、このようなユダヤ人の見世物師はブランドの一内面を象徴する存在として造型されていると考えられる (179)。

しかし、もちろんブランドははじめから、「彷徨えるユダヤ人」だったわけではない。そこで次に、ブランドの変貌、および彼の内面心理を中心に考察してみよう。18年の探求の旅から帰還したブランドはバートラム、3人の名士、ユダヤ人の見世物師と会ったあと、今はバートラムのものとなった石灰窯の前で炎を見つめながら、「素朴な、優しか」(“simple and loving” 98) った自分がどのような変貌を遂げてしまったかを冷静に思い起こす。

He remembered with what tenderness, with what love and sympathy for mankind, and what pity for human guilt and woe, he had first begun to contemplate those ideas which afterwards became the inspiration of his life; with what reverence he had then looked into the heart of man, viewing it as a temple originally divine, and however desecrated, still to be held sacred by a brother; with what awful fear he had deprecated the success of his pursuit, and prayed that the Unpardonable Sin might never be revealed to him. (98)

ここには、「許されざる罪」の観念を追求する過程で、ブランドがいかに相矛盾する感情に苦しんだかが述べられている。彼は「人間への愛と共感」、「人間の罪と悲しみに対する哀れみ」をもって件の観念を抱きはじめたのである。ブランドは敬虔な気持ちをもちつつ、「聖なる神殿」である人の心をのぞき込んだというのである。そして「許されざる罪」の探求がうまく行かないことを願いさえたのである。このように自らがやっていることに罪意識を抱いているブランドはこの時点では、語り手の言葉を借りれば「知性と心情の均衡」(“the counterpoise between his mind and heart” 98-99) を辛うじて保持していたことになる。

しかし、しばらくしてその均衡は壊れてしまう。件の観念の追求する過程において石灰職人という労働者であったブランドは哲学者も及びもつかない「知性」を身につけた結果、「心情」を喪失してしまう。そのブランドの状況を語り手は次のように述べる。

But where was the heart? That, indeed, had withered—had contracted—had hardened—had perished! It had ceased to partake of the universal throb. He had lost his hold of the magnetic chain of humanity. He was no longer a brother-man, opening the chambers or dungeons of our common nature by the key of holy sympathy, which gave him a right to share in all its secrets; he was now a cold observer, looking on mankind as the subject of his experiment, and, at length, converting man and woman to be his puppets, and

pulling the wires that moved them to such degrees of crime as were demanded for his study. (99)

ブランドの心情喪失の結果が詳細に語られているが、ここで注目したいことは、「心情」との関係で使われている「人類の磁力のある鎖」と「神聖な共感」という言葉である。後でも考察を加えるが、これらの語句はホーソーが人と人のつながりをいかに重要視しているかを示唆するものであり、この作家の描く世界においては他者と「共感」(“sympathy”) できるか否かでその登場人物の運命が決定されると言っても過言ではない。<sup>7</sup> その意味で、知性を武器として他者の内面を「視る」ことに執着する人物は必然的に「共感」力を失い、「冷たい観察者」とならざるを得ないのである。「冷たい観察者」にとって、他者は生きた人間ではなく、単なる研究の対象物にすぎない。実際、物語ではエステル(Esther)という娘のエピソードが紹介され、ブランドは彼女を心理実験の材料とし、彼女の魂を滅ぼしたのであった。こうして、語り手によればブランドが「許せされざる罪」を自らの心中に作り出し、「悪鬼」(“fiend” 99) 的人物となったというのである。

#### 4. ブランドの笑いと彼の宿命

前章において、ブランドが遭遇するユダヤ人の見世物師の人物造型と、ブランドが定義する「許されざる罪」の観念を中心に検証した。次に、ブランドの笑いの意味と彼の宿命について考察したい。

今一度、石灰窯の炎を見つめながら、ブランドが自分の過去を振り返る場面に戻ろう。18年の探求の旅から帰還したブランドは「冷静に」自らの過去を回想しているように見えるのだが、このことは必ずしも彼の精神が安定していることを意味しないだろう。というのもブランドが頻繁に発する笑い声がとても正常な人間のそれだとは思われないからである。物語では、いたるところで人々を恐怖で震え上がらせるブランドの笑い声が響きわたっている。なぜブランドはこれほど笑うのか。

物語のはじめのところで、「許されざる罪」の在処について、バートラムに尋ねられ、ブランドは自分の胸を指さし、「ここだ」(87) と応える。語り手はブランドの様子について、次のように述べている。

And then, without mirth in his countenance, but as if moved by an involuntary recognition of the infinite absurdity of seeking throughout the world for what was the closest of all things to himself, and looking into every heart, save his own, for what was hidden in no other breast, he broke into a laugh of scorn. It was the same slow, heavy laugh, that had almost appalled the lime-burner, when it heralded the wayfarer's approach. (87)

ブランドは「許されざる罪」が自分の中にあることに気づきもせず、他人の心の中を探し回って

いた自らの行為の愚かしさを悟ってか、自嘲の笑い声をあげたという。それはパートラムを震え上らせた例の「ゆっくりとした、重苦しい」笑いである。さらに、語り手はブランドの笑いの特質について、以下のように詳細に述べている。

The solitary mountain-side was made dismal by it. Laughter, when out of place, mistimed, or bursting forth from a disordered state of feeling, may be the most terrible modulation of the human voice. The laughter of one asleep, even if it be a little child—the madman's laugh—the wild, screaming laugh of a born idiot, are sounds that we sometimes tremble to hear, and would always willingly forget. Poets have imagined no utterance of fiends or hobgoblins so fearfully appropriate as a laugh. And even the obtuse lime-burner felt his nerves shaken, as this strange man looked inward at his own heart, and burst into laughter that rolled away into the night, and was indistinctly reverberated among the hills. (87-88)

ブランドの笑いによって山腹は暗鬱なものになったという。語り手は狂人や生まれながらの白痴の笑いを引き合いに出しながら、それを詩人が想像する悪魔や妖怪の恐ろしい声に擬える。その笑いが丘の間にこだまするとき、鈍感な石灰焼きのパートラムでさえ、神経が揺さぶられ、震え上がるのであった。このような語り手によるブランドの笑いの異常性の強調は彼が非日常の世界に棲む「狂人」であり、もはや生身の人間の世界を完全に逸脱してしまっていることを読者に強く印象づける。

だが、その一方で、先に述べたように、ブランドは自らの過去を「冷静に」ふり返る理性も持ち合わせている。その点、物語には彼が自分の状況を客観的に認識していることを示すユニークなエピソードがある。例の見世物の場面の直後に、一匹の老犬が見物人の前に姿を現す。語り手によれば、飼い主はいないらしいこの犬は性格はおとなしく、人なつこいという。不思議なことに、この老犬は突然、自分から進んで自分のしっぽをくわえようとぐるぐると回り始めるが、語り手は、その様子を次のように説明する。

[T]his grave and venerable quadruped, ... began to run round after his tail, which, to heighten the absurdity of the proceeding, was a great deal shorter than it should have been. Never was seen such headlong eagerness in pursuit of an object that could not possibly be attained; never was heard such a tremendous outbreak of growling, snarling, barking, and snapping, —as if one end of the ridiculous brute's body were at deadly and most unforgivable enmity with the other. Faster and faster, roundabout went the cur; and faster and still faster fled the unapproachable brevity of his tail, and louder and

fiercer grew his yells of rage and animosity; until, utterly exhausted, and as far from the goal as ever, the foolish old dog ceased his performance as suddenly as he had begun it. (96)

この老犬はその尻尾が短いため、どうあがいてもそれをくわえることは不可能である。にもかかわらず、老犬はその目標を達成しようと、これまで誰も見たことがないほど「向こう見ずに」歯をむき出したり、吠えたり、嘔みついこうとする。はげしく尻尾を追うものの、ますます逃げて行き、犬の憤怒と敵意の吠え声は一段と大きくなる。疲れ切った犬は突然、その行為をやめてしまう。ここで語り手が“absurdity”、“headlong”、“ridiculous”、“foolish”などの言葉を重ね、注意深く描写することによって犬の行為の無意味さ、滑稽さを意図的に強調していることは明らかである。ブランドはこの犬の滑稽な行為を目撃した直後、「恐ろしい笑い声」(“awful laugh” 97)をたてはじめる。この笑いが生じるのは、ブランドが犬の滑稽な行為と、自らの「許されざる罪」の追求の営為の間に類似性を「冷静に」認識しているからである。このことはブランドが自らの真理探究が常軌逸した行為であることを理解するだけの理性を持ち合わせていることを示唆している。つまり犬の場面において、ブランドが笑い飛ばしているのは老犬ではなく、自分自身なのである。

最後に、ブランドの笑いの本質と彼の宿命の関係について述べておこう。ブランドは自分の内なる声に耳を傾け、それを基に思索を続け、何ものにも縛られず行動した。そして人間と神の関係において己の思考・行動の意味を徹底して問い続けた。結局ブランドは「許されざる罪」を他人の心の中ではなく、自分の心の中に発見するのだが、もちろんこの「許されざる罪」の発見は、具体的な罪の発見でなく、贖うことができない罪という「観念」(“Idea” 99)の発見を意味している。後で再度述べるが、ブランドは「暗い思念」(“dark thoughts” 84)に基づく思索行為が、結果的に神の領域への侵犯と神への挑戦——それは犬のエピソードが暗示するように到底理性的とは思えない滑稽な行為である——を意味していることに気づいており、と同時にそのような「知の罪」を犯した人間が迎える宿命——敗北と破滅の運命——を自覚している。この自覚(自己認識)こそが人々を恐怖に陥れる不気味な笑いを彼に引き起こさせていると考えられる。

## 5. 結び——ブランドと作家ホーソーンの関係

本稿の結びとして、物語の結末におけるブランドの言動を考察し、ブランドの悲劇的な、同時に滑稽的ともいえるブランドの人生を総括し、そのうえで知的探求者ブランドを主人公とする物語「イーサン・ブランド」がホーソーンの家系人生において、いかなる意味を有しているかを述べてみたい。

物語の結末において、石窯の炎を見詰めながら、自らの知の営みの結果、自分が「許されざる罪」を生み出してしまったことを確信したブランドは「わしの仕事はおわったのだし、しかも立派に完成したのである」(99)と述べ、恐ろしい形相で次のように叫ぶ。

“Oh, Mother Earth,” cried he, “who art no more my Mother, and into whose bosom this frame shall never be resolved! Oh, mankind, whose brotherhood I have cast off, and trampled thy great heart beneath my feet! Oh, stars of Heaven, that shone on me of old, as if to light me onward and upward!—farewell all, and forever! Come, deadly element of Fire—henceforth my familiar friend! Embrace me as I do thee!” (100)

ブランドは自らが犯した「知」の罪を認識し、いまやその代償を払うことを決意している。この場面で再度確認しおきたいことは、ブランドが「悪魔」ようになってしまった自分を冷めた目で見ているということである。この壮絶な訴えは、メルヴィル (Herman Melville) の『白鯨』 (*Moby-Dick* 1851) のエイハブ船長 (Ahab) のそれを想起させるが、まさに両者とも「自然」に挑戦し、つまり人間に科せられた限界を突き破ろうと試み、破滅していくのである。エイハブ船長にしる、ブランドにしる、彼らは自らの理念を追い求めロマン主義的飛翔を果たし、そのあと悲劇的墜落を迎えるのである。このようにして、ブランドは知の探求の旅の果てに、悲劇的なヴィジョンを獲得したのである。上記のように叫んだ後、彼が発する「大きな、恐ろしい笑い声」 (“the sound of a fearful peal of laughter” 100) は自らの宿命を意識するなかで正気と狂気の狭間で湧き出てきたものであろう。

このようなブランドの内的葛藤や苦闘は、パートラムや村の3人の「名士」たちのような俗物には到底理解されないものである。彼らの価値観からすれば、ブランドは「狂人」以外の何者でもない。目に見えるものしか信じない合理主義者にとって、ブランドの行為は、短い尻尾を追う犬が表す、滑稽でナンセンスなものでしかないのである。ひとつの理念を追求するために孤絶し、「彷徨えるユダヤ人」ごとき存在になることなど、一般の現実主義者には想像さえできないことであろう。実際、ブランドが石灰窯に身を投げた悪夢の一夜が明けると、パートラムは彼が主張していた「許されざる罪」の件を「戯言」 (“humbug” 100) だと毒づき、さらに窯に残ったブランドの石灰化した心臓を目撃し一瞬当惑するものの、すぐに「やつのおかげで、半ブッシェルは得をした」 (102) と述べ、ブランドの骸骨を粉々してしまう。実利主義者であるパートラムにとっては、ブランドの石灰化した「心臓」は象徴的な意味など微塵も有していないのである。

ここで、本稿の最初に提示した、ブランドの帰還の意味の問題を吟味してみよう。先ほど、ブランドとエイハブ船長の類似性を指摘したが、しかし両者の決定的な違いは、エイハブ船長が回りの人びとの理解をもはや求めていない一方で、序論で紹介した Mark Harris も指摘しているように、ブランドは帰郷して村の人々の承認を得ようとしていることである。前述したように、ブランドはパートラムに対して自分のことを理解してもらおうと、自らの考えを熱く語るのだった。確かに「知」の罪の結果、心情を喪失し「悪鬼」になったように見えたブランドではあったが、しかし彼は心の奥底では、未だに他者との繋がりを希求していたのではないかと推察される。彼にとって、神との垂直的な関係と同じように、人々との水平的な関係は最後まで重要な意味を有していたのである。そのことは先にあげた引用文にある、ブランドの「ああ、人間よ、おまえとの血

縁をわしは投げ捨てて、お前の偉大な心をこの足元に踏みにじってしまった! (“Oh, mankind, whose brotherhood I have cast off, and trampled their great heart beneath my feet!”) という言葉からも理解できるだろう。その点、ブランドは、本稿の第三章で考察したようにホーソン文学において重要視される「共感」(“sympathy”)の価値観を内面化した人物であると言える。再度繰り返すならば、ホーソンの文学世界では登場人物が救われるか否かは、その人物が共同体へ復帰し、人々との共感力をもちうるかどうかによって決まることが多い。例えば『緋文字』のヘスター(Hester)や短編「ウェイクフィールド」(“Wakefield” 1835)のウェイクフィールド(Wakefield)のケースはそのことを如実に示している。その意味では、村の人々に理解されず、彼らの「共感」も得られなかったブランドは救われなかったと言えるだろう。

だが、ブランドが完全に孤絶した存在だったかと言えば、その点ホーソンの描き方は微妙である。つまり物語においてバートラムの息子ジョーが一瞬ではあるが、ブランドに対して「共感」らしき感情を表しているからである。<sup>8</sup> ジョーは俗物の父親とは異なり、「臆病な、想像力に富んだ子供」(“a timorous and imaginative child” 97)であるが、語り手はジョーがブランドに会ったときの様子について、「その目には涙が湧き出た。彼のやさしい心が、この男を包み込んでしまったその寒々とした、恐ろしい孤独を直感的に感じ取ったからだった」(“the tears came into his eyes; for his tender spirit had an intuition of the bleak and terrible loneliness in which this man had enveloped himself” 98)と述べている。このジョーの人物造型で注目したいことはジョーがブランドの状況など知るよしもない子供であるということである。実際、物語の結末において、恐ろしい夜が明け、陽光が降り注ぐ日常世界に戻ったグレーロックの山腹において「あの変な人がいなくなって、空も山も喜んでいるみたい」(101)と声をあげ、無邪気に喜ぶジョーはまさに無垢な存在である。しかしこのような子供だからこそ、孤独なブランドに「直感的に」同情できたのである。いずれにしても無垢なジョーの同情を通してホーソンは読者に知の探求に邁進したがために孤絶してしまったブランドへの理解を求めているようにも思われる。

以上考察してきたように、ブランドは知の探求の結果、「許されざる罪」を生み出し壮絶な死を遂げることとなった。ある意味でブランドは己の知の探求のために殉死したということもできるだろう。ではブランドは何故死ななければならなかったのか。それはブランドが芸術家ホーソンの分身的な存在であり、言うなれば禊ぎの対象だったからである。本稿の序論で述べたように、「イーサン・ブランド」はホーソンの短編中心時代の最後の主要な短編小説である。ホーソンは1850年以前に発表した多くの作品において、芸術家(知の探求者)の宿命——例えば、心の真実の探求(知の探求)のために他人の心の神聖さを汚す冷淡な観察者となり、人に理解されないうまま孤絶してしまう可能性を孕む過酷な命運——を繰り返し描いてきたが、この作家は「イーサン・ブランド」のブランドの人物造型において、そうした芸術家(知の探求者)の宿命を究極的な形で描出しているのである。ホーソンは思索に没頭し過ぎた結果、自己制御できなくなり、それゆえに自己を葬るしかない芸術家(知の探求者)を描き出し、いわば自身の恐怖の自画像としてブランドを生み出したのである。もう少し詳しく述べれば、ホーソンは過去の創作活動を回想しながら、自らの創作の問題に真摯に取り組み、自らの倫理的戒めとしてブランドという恐怖の

自画像を作成したのである。そうすることによって、ホーソーンは芸術家の宿命を心に深く刻み込み、気持ちを新たに長編小説創作へと踏み出したのである。<sup>9</sup>

## 註

1. テキストには、*The Snow-Image and Uncollected Tales* (Columbus, Ohio: Ohio State UP, 1974), Vol. XI of *The Centenary Edition of the Works of Nathaniel Hawthorne* XXIII を使用した。頁数は引用文に続けて括弧に入れて示す。引用に際しては、文脈上日本語訳を使用した箇所がある。その際、集英社版世界文学全集30『アッシャー館の崩壊／美の芸術家他』(集英社、1980年)所収の大橋健三郎による日本語訳を参照した。尚、英文・和文の引用文に施されている下線部は、全て筆者(藤吉)によるものである。
2. Nina Baym は、“In many ways, ‘Ethan Brand’ is not as good as other variants of this motif (the Unpardonable Sin) and in the context of Hawthorne’s changing views about imagination it is something of an anachronism in 1848.” (118) と述べ、「イーサン・ブランド」に対して低い評価しか与えていない。筆者はこの Baym の意見に賛同しがたい。というのも「イーサン・ブランド」が知の探求者／芸術家の在り方を真摯に考察しているという意味では他の多くの作品よりも重要な意義を有していると思われるからである。
3. 高尾直知は『ナサニエル・ホーソー短編全集 III』に付された「イーサン・ブランド」の解説文において自らの解釈を提示している(635)。
4. 「イーサン・ブランド」(“Ethan Brand”)は1850年1月5日、*Boston Weekly Magazine* に“The Unpardonable Sin”というタイトルで発表されたが、編集者のダイキンク(Evert A. Duyckinck)の提案で、作品のタイトルを“Ethan Brand; or The Unpardonable Sin”に変更され、さらに短編集 *The Snow-Image and Other Tales* に収める際、“Ethan Brand; A Chapter from an Abortive Romance”に変更された(Newman 96)。このようなタイトル変更はホーソー自身「イーサン・ブランド」の捉え方を示唆していると思われ、興味深い。
5. ホーソーンは「イーサン・ブランド」の後、“The Great Stone Face” (1850)、“The Snow-Image” (1850)、“Feathertop” (1852) などのマイナーな短編小説を発表しているが、しかし「イーサン・ブランド」ほど芸術家、あるいは知の探求者の抱える問題を追求した重厚な作品はない。その意味で本稿では「イーサン・ブランド」をホーソーンの短編創作時代の最後の「主要」作品だと解釈する。
6. 短編「イーサン・ブランド」における「彷徨えるユダヤ人」については、河野徹が『英米文学のなかのユダヤ人』において刺激的な分析を行っている。河野は「イーサン・ブランド」だけでなく『大理石の牧神』(*The Marble Faun* 1860)など他のホーソーンの作品についても緻密な検証を行っている。
7. ホーソーが物語の中で「共感」(“sympathy”)を多用していることは重要である。19世紀中期アメリカでは社会改革運動が盛んであったが、その運動の思想的背景に18世紀のイギリスの経済学者・道徳哲学者アダム・スミス(Adam Smith)が『道徳感情論』(*The Theory of*

*Moral Sentiments* 1759) で唱えた「共感」の概念があったことはよく知られている。その意味で、「共感」を重要視するホーソーンがこのスミスの著作の影響を受けていた可能性は高い。

8. Richard Allan Davidson はジョーについて、“In Joe’s sense of brotherhood perhaps is the hope of mankind: the ability to see beyond one’s smoky self-identity and break through man’s solipsistic wall of isolation. For Joe is the only rational human being in Hawthorne’s story that seems aware of man’s essential dignity.” (262) と述べている。確かに、ジョーは重要な存在ではあるが、本稿で述べているように、彼は決して“rational”な存在ではない。
9. 短編「イーサン・ブランド」には、「中断したある伝奇物語からの一章」(“A Chapter from an Abortive Romance”)というサブタイトルがつけられている。しかし我々はこの副題を額面通り解釈していいものだろうか。すなわち、そもそもホーソーンの念頭にこの物語を長編小説とする構想があったのであろうか。確かに人物造型や物語展開などにおいて改善の余地があるとホーソーンが考えていたことは否定できず、その意味で副題にはそれなりの真実が隠されているかも知れない。しかし本稿では、ホーソーンが「イーサン・ブランド」を当初から長編小説とする構想を持っていなかったという立場をとりたい。というもの、本稿で考察してきたように、短編発表当初のタイトルが「許されざる罪」であったこと、および短編の発表の時期を考慮に入れると、近い将来長編小説創作を考えていたこの作家が、作品(具体的には「イーサン・ブランド」)がいかに抽象的で物語性に欠けるものになろうとも、創作における倫理的問題を今一度真摯に省察しようとしたということは十分ありうることだからである。

### 引用文献

- Baym, Nina. *The Shape of Hawthorne’s Career*. Ithaca, N.Y.: Cornell Univ. Press, 1976.
- Bunge, Nancy. *Nathaniel Hawthorne: A Study of the Short Fiction*. New York: Twayne Publishers, 1993.
- Davidson, Richard Allan. “Villagers and ‘Ethan Brand.’” *Studies in Short Fiction* 4 (1967): 260-262.
- Harris, Mark. “A New Reading of ‘Ethan Brand’: The Failed Quest.” *Studies in Short Fiction* 32, no.1 (winter 1994): 69-77.
- Hawthorne, Nathaniel. *The Snow-Image and Uncollected Tales*. Vol. XI of *The Centenary Edition of the Works of Nathaniel Hawthorne* XXIII. Columbus, Ohio: Ohio State UP, 1974.
- Martin, Terence. *Nathaniel Hawthorne*. Boston: Twayne Publishers, 1983.
- Marx, Leo. *The Machine in the Garden*. New York: Oxford Univ. Press, 1964.
- Newman, Lea Bertani Vozar. *A Reader’s Guide to the Short Stories of Nathaniel Hawthorne*. Boston: G.K. Hall, 1979.
- 河野 徹 『英米文学のなかのユダヤ人』 東京：みすず書房、2001年



ホーソン, ナサニエル 『ナサニエル・ホーソン短編全集 III』(國重純二訳、高尾直知による解説文) 東京: 南雲堂、2015年



2017年7月1日発行

編集兼 高知大学人文社会科学部  
発行者 人文社会科学科  
人文科学コース

高知市曙町2-5-1

印刷所 (有)西村 騰 写 堂

高知市上町1丁目6-4

What Is Ethan Brand?: A Study of Hawthorne's "Ethan Brand"

FUJIYOSHI, Seijiro

*Offprint from*

Research Reports of  
Humanities, Faculty of  
Humanities and Social Sciences,  
Kochi University  
KOCHI, JAPAN  
2017