

再帰的親密性の登場

——現代コミュニケーション変容考——

相 田 美 穂

(受付 2005年10月11日)

目 次

0. はじめに
1. 親密性の転換点——
メディアに媒介されたコミュニケーションの萌芽
2. 読み込まれる親密性——ベル友／メル友
3. 相手の痕跡を排除する親密性——非出会い系チャット
4. ハイパー・リアリティに基づいた親密性——等身大ドール
5. むすびにかえて

0. は じ め に

近年、にわかには理解しがたい親密な関係性が増加傾向にある、と感じたことはないだろうか。例えば、対面コミュニケーションよりもネットゲームになぜ時間や労力を好んで割く人びとが存在するのか。出会い系サイトや、ツーショットチャットサイトはなぜ廃れないのか等々である。そうした現象は、しばしば「虚構と現実の区別がつかない人が増えた」と説明される。一見もっともらしいその解釈は単なる言説にすぎない。そして、現実にはそぐわない。メディアを媒介にして成立しているいずれのコミュニケーションにおいても、その相手はコンピュータプログラムでも虚構でもないからだ。相手は、顔が見えないだけでたしかに実在している「誰か」である。

映画『(ハル)』(森田芳光監督, 1995) は, インターネット普及以前のパソコン通信を通じて親しくなった男女を描いている。主人公であるハンドルネーム「ほし」は, パソコン通信上で行われるコミュニケーションの場では, 性別をはじめ自らのプロフィールを偽っている。物語は, 「ほし」が登録しているネット上のコミュニケーションスペースに, 「ハル」が登場するところから始まる。「ハル」とのメールの交換を通じて「ほし」は, 「ハル」に対して, ネット上で「ほし」が申告していたプロフィールの虚偽を「ハル」に明かす。映画のクライマックスでは, 「ほし」と「ハル」がお互いの姿を確認しあう。

ハリウッド映画『ユー・ガット・メール』(Nora Ephron, 1998, *You've Got Mail*) では, インターネットのチャットで出会い, メールという手段でのみ関係性を維持している男性を心の支えとする女性が描かれる。主人公の女性が信頼を寄せているメールの相手は, 実はビジネス上のライバルである。男性の側は女性に先だってビジネス上の関係に気づく。男性は主人公との衝突を回避する目的で, その関係をメール上では秘匿する。仕事上のライバルという関係性とメール上では良き理解者であるという立場は, 両立出来ないものではない。ただし, 両者が同一の人物であると主人公が知ったとき, 両者はあらたな関係性の構築を迫られる。

これらの関係性のあり方をわたしたちが受容出来るとすれば, 理由はメールを交換する両者の姿が見えていること, それに, 最終的に両者は対面した上で関係性を結び直すからだろう。

最近では, テレビドラマ『電車男』(フジテレビ, 2005) がヒット作となった。物語は, 電車男と名乗る男性とエルメスと呼ばれる女性の恋を中心に描かれる。『電車男』に特徴的な点は, 電車男がエルメスとの仲をネット上の掲示板に報告していることにある。掲示板に参加している複数の匿名者である「名無しさん」は, 掲示板を通じて電車男にアドバイスを送る。電車男は「名無しさん」の意見や励ましを行動に移し, エルメスとの関係

を進展させる。

ドラマ『電車男』での「名無しさん」たちは、冴えないカップルやミリタリーマニアという個々の実体を伴って画面上に現れる。しかし、「実体」はあくまでも想像の産物である。「名無しさん」たち、そして電車男の現実でのあり方は、当の本人にしか知り得ない。それでも「名無しさん」はドラマ中では敢えて実体化されている。

ドラマ『電車男』の「名無しさん」は、『(ハル)』に登場するパソコン通信の仲間たちと好対照をなす。前者が実体を持つものに対して、後者は文字列としてのみ画面上に登場する。両者が物語に及ぼす影響もまた、対照的である。電車男とエルメスの関係の構築に「名無しさん」たちは不可欠である。一方、『(ハル)』における文字列としての登場人物は、「ほし」と「ハル」の関係に影響しない。これは何を意味しているのだろうか。

仮に「名無しさん」たちが、掲示板と同じく文字列としてドラマに登場したと想定してみよう。この場合、どこの誰ともわからず実体もない「名無しさん」の書き込みによって、エルメスとの関係を構築する電車男の振るまいは、視聴者の目に滑稽なものとして映ったかもしれない。

物語においてさえ、姿の見える存在に信頼を置くという態度から、わたしたちは安心感を得ている。

一方で、わたしたちが自明としているコミュニケーションのあり方は、確実に変化している。『電車男』が実話か否かはともかく、電車男がお互い匿名のまま「名無しさん」たちに支援されてエルメスとの関係を形成したように。

結論を先取りすれば、わたしたちが新しいメディアを通じて直面することになったコミュニケーションの形態や変化は、わたしたち自身の親密性のあり方の変化に根ざしている。この変化は、本稿において「再帰的親密性」として見出される。

本稿では、第1章で、従来の親密性と、わたしたちが身を置いている現在に生起している「再帰的親密性」のちがいを指摘する。第2章では、比

較的新しいメディアがどのような親密性を形成するものとして利用されているのかを論じる。第3章では、新しいメディアを通じて形成される親密性のうち、もっとも顕著にその特徴をあらわしている匿名性と「再帰的親密性」のあり方を論じる。第4章では、電子メディアではなく等身大ドール等を通じて形成される「再帰的親密性」について論じていく。

本稿は、現代日本における親密性のあり方の一端を解く試みである。

1. 親密性の転換点——

メディアに媒介されたコミュニケーションの萌芽

メディアに媒介されたコミュニケーションが広がるのは、ポケベルの登場以降だろう。

90年代半ばに、ポケベルは「女子高生の必須アイテムとなった」[高広, 1997: 4]。ポケベルが担ったコミュニケーションのあり方は、PHSや携帯電話にメディアを移行して継続する。いまや、年代・性別・職業を問わず、誰もが当たり前のように携帯電話を所有している。

現在みられる携帯電話でのコミュニケーションの特徴を考えてみよう。

前述した3つの映像作品にみられる親密性は、対面的なものよりも、ネットを通じてのみ知りうる「誰か」に置かれている。一つの物語として、そうした関係性を受け取れるわたしたちもまた、映像作品に登場する彼／彼女らとごく近い場所——もしくは渦中——にいる。彼／彼女らとわたしたちを隔てるのは、親密性を抱く対象と、それに会う機会の有無だけである。

携帯電話に話を戻すと、メッセージを送る可能性の無い人物であっても、携帯電話のメモリーに登録されているという理由でそれを友人として認識するという現象が、中高生を中心に存在する。わたしたちがそれに違和感を抱くとすれば、理由は、わたしたちの認識する親密性の前提が、対人的なものだからである。

では、現在みられる新しい親密性は、どのように理解するのが適切なの

だろうか。

親密な関係性について、ギデンスは以下のように述べている。

親密な関係性とは、相手に夢中になるのではなく、相手の特質を知り、それを自分自身の特質に活かしていくことである。相手に心を開くためには、逆説的ではあるが、個人的境界が必要である。なぜなら、相手に心を開くことは気持ちの通じ合いをどのように計るかという問題になるからである。[Giddens, 1992=1995: 142]

親密な関係性の前提となるのは「個人の境界」である。すなわち個人の境界のあり方が、対人の関係性のあり方を規定する。ギデンスは「個人の境界」のあり方について、「再帰的自己自覚性」をその特徴として指摘している。再帰的自己自覚性は、「伝統的秩序の後にくる社会秩序において人びとは、自己についての叙述を、現実には絶えず書き直さなければならない」[Giddens, 1992=1995: 142] ゆえに現れる。ギデンスによれば「一見したところ、利己主義や、さらにはナルシズムの奨励に思えるもの」[Giddens, 1992=1995: 140] は、関係性の「不可欠な出発点」[Giddens, 1992=1995: 141] に他ならない。

メッセージの送信先になる可能性が薄い人物の連絡先を、携帯電話に登録し続けることもまた、一見すると自己完結的な行為に見える。しかし、ギデンスの論を借りれば、それは関係性のあり方の基本となる、個人のあり方を規定する行為である。伝統的な社会とは異なり、わたしたちは決められた行為の反復によっては生きられない。現代に生きるわたしたちは、絶え間ない変化に応じて常に自己を更新し続けなければならない。90年代初めにはパソコンの操作が出来なくとも一応は社会生活を営めた。しかし、90年代終盤以降の事情は異なる。大学を例にとると、2005年現在では、教員がメールを媒体として、質問やレポートの提出を受け付ける場合も少なくない。パソコンの操作は大学生に必須のスキルである。現在の携帯電話の多くはメール機能を持つ。とはいえ、パソコンで作成されるメールと同

一の体裁を、携帯電話のメールで整えることは困難である。このように、形態はともかくとして、現代を生きるわたしたちの誰もが、いずれは新技術や作法に自らを合わせていくしかない。

ここで、「再帰的親密性」の話に戻ろう。ギデンスが指摘した再帰性のあり方を、鈴木健介は次のようにまとめている。

再帰性とは、どこか他について向けられたはずの指向が、実際には自己に向けられた指向になっているという、自己言及的なあり方のことである。[鈴木, 2005: 116]

このように、自己を絶えず更新する再帰的自己自覚性は、親密性の前提である。さらに、それは親密性のあり方を規定している。だから、現在の親密性は、従来考えられていたような対人的なものではない。親密性は、いまや再帰的自己自覚的に規定されるものなのである。

ここまで、電子メディアを媒介とした関係性を例に挙げた。特に注意を喚起しなければならないのは、電子メディアを媒介とした関係性のすべてが、新しい親密性のあり方を示すわけではない、という点である。

混同されやすい事例として、「ゲーム婚」や「出会い系サイト」がある。

ゲーム婚とは、チャット機能を持つオンラインゲーム内でキャラクターを使用している者同士が、オフライン（つまり、ゲーム上ではなく）でも顔を合わせ、プレイヤー同士が結婚にまで至る場合を指す。ゲーム婚は、一見、ゲームのキャラクターという架空の存在同士にのみで成立しうる関係性に依拠したものに見える。しかし、現実にはプレイヤー同士が顔を合わせた結果、結婚に至ったのがゲーム婚である。結婚を決定づける要素は、あくまでも人間同士の接触である。たとえ、ゲーム上でキャラクターがいくら親しくても、プレイヤーがオフラインで出会ったときに、お互いに好意を抱く要素がなければ、結婚は成立しえない。つまり、ゲーム婚は架空のもの、あるいは、プレイヤーが一方的に作り上げた関係性にもとづいて行われるものではない。ゲーム婚において、オンラインゲームは、実際に人間

同士が出会うための、ひとつのきっかけに過ぎない。決して、架空の人格に惹かれ、プレイヤーとして現実と虚構の区別がつかなくなった結果として結婚という関係性が選択されるのではない。

同様のことが、出会い系サイトにも言える。出会い系サイトで公開されているプロフィールや、やりとりされるメールが、その発信者の偽りない事実を反映しているとは限らない。しかし、出会い系は、その名が示す通り「出会い」を目的としている。つまり、出会い系サイトを通じて行われるメールのやりとりは、単に「出会い」に至るまでの、プロセスに過ぎない。そして、「出会い」までこぎつけられたとしても、実際に顔を合わせてみたどちらかが気に入らなければ、再び別の相手を見繕い、メールのやりとりからはじめなければ関係性は築けない。出会い系サイトは、出会う可能性と、出会った結果への可能性を期待する参加者に支えられている。

ゲーム婚や出会い系は、一見新しい親密性の発現に見えなくもない。しかし、それらの実際は、新しいメディアを媒介として、出会いのチャンネルを増やす目的を持った行為に過ぎないのである。

ここまでで、新しいメディアを利用したコミュニケーションと現代に特有な親密性のあり方が、混同されやすいことを理解されたはずである。

次節では、メディアを媒介とした新しい親密性のあり方に触れていく。

2. 読み込まれる親密性——ベル友／メル友

再帰的な親密性のあり方とは、どのような形をとるのだろうか。

ここでは、ベル友とメル友に注目して考えていく。両者は、媒体が異なるだけで本質的に違いのない現象である。

お互いに相手がどこの誰なのか詳しくは知らない。でも、「おはよう」「おやすみ」「元気?」「がんばって」とメッセージを交換しあう。一九九六年春に発売されたポケベルで、数字を文字に変換して十二文字までの単文が受信できるようになったのがきっかけのようだ。彼らは、適当なベル番（ポケベル番号）をプッシュし、「ベル友になろう」とメッセージを送り続ける。無視されること

も多いが、運良く相手が見つかり、ベルを入れ合う関係が成立すると、次第に友情や、時には恋愛感情も芽生えるという。[富田, 1997: 14-15]

個人的な体験に照らしてみても、富田の指摘は的を射ている。90年代半ば、筆者はポケベルユーザーだった。筆者のポケベルに、「ベルトモノロウ」というメッセージと共に見知らぬ誰かのポケベル番号が受信されるという経験をしたのも1度や2度ではない。そうしたメッセージが特定の誰かの番号ではなく、ランダムに生成された番号に送られていたことを考えると、「ベルトモノロウ」という指向が、ポケベルユーザーの間に広く普及していたことは想像に難くない。筆者がポケベルを持ったのは1985年だった。

そして、早くも九七年、ポケベルの季節は（ある意味で半ば）終わりを告げつつある。[藤本, 1997: 174]

これは、メディアを通じて形成される親密性の終焉を告げるものではない。変化は、コミュニケーションの媒体となるメディアが、ポケベルからPHSや携帯電話に移行したことのみにある。これは文字を媒体として匿名の「誰か」同士として、メッセージを交換したいという欲求の高まりに他ならない現象である。「ベル友」は、ポケベルサービスの停止もしくは縮小と共に数を減らした。けれども、その背景は「ベル友」にはじまる新しい親密性のあり方が、より強く求められていること、また、それが「女子高生の必需品」という世代的な限定を越えて普及していることの証左でもある。「ベル友」的な指向の広がりについては、ポケベルと、現在普及している携帯電話の機能を比較してみればよく分かるだろう。

ポケベルは送受信可能な文字数が少ない。また、ポケベルは発信機能を持たない。メッセージの送信には電話が必要である。それよりは、自分がいる場所ならばいつでもどこでも（電波の中継局があるかぎり）、場所を選ばず発信出来る媒体があれば、それはコミュニケーションを指向する者にとってより望ましい。そこで、発信／受信双方の機能を持つ PHS や携

帯電話がポケベルにとってかわることになる。

PHS や携帯電話は、文字の送受信に特化されたメディアではない。むしろ、携帯「電話」の名があらわすように、通話機能がおそらくは携帯電話の主な機能だろう。

それにも拘わらず、携帯電話や PHS は、ポケベルに代わるメディアとなりはじめていた頃にはメール機能を搭載していた。同一キャリア間でのみ送受信可能だった文字メッセージは、インターネットの普及に伴って、インターネットを経由した E メール送受信に変わる。今や携帯電話ユーザーならば、おおよそ誰でもメールを送受信出来る環境にある。インターネットを利用する現在のメールは機種やキャリアを問わない。

また、メールの交換は人間関係を量るバロメーターとしても機能している。親密性は、1. メールの頻度、2. 返信の速さ、3. メールを発信する側になる頻度、4. 送信されるメールの長さ、5. 絵文字が使用されている数、により既定される。

『電車男』の影響で一般化の気配がみられると言われている巨大掲示板群「2ちゃんねる」にも、その傾向が現れている。下の引用は恋愛関係を語る目的の場所である。その中には、メールから関係性を推し量ろうとする、つまり、メールによって関係性が既定されているとみなさなければ成立しえない書き込みが散見される。数が多いので全てを抜き出すことは難しい。筆者が、5分ほどで収集した例を、以下に二つ示しておく。

【例 1】

☆☆☆ メールくれ！！祈願 Re[9] ☆☆☆

<http://love3.2ch.net/test/read.cgi/pure/1128064898/>

16 名前：名無しさんの初恋[sage] 投稿日：2005/09/30(金) 17:17:55
ID: Xu5ss54h

今テスト週間だから来週になったらまたメールできなくなるよ！！

メールするなら今日だよ！最低でも明日だよ！！

はやくメールください~~~~っ

この前私から送ったんだから次はあなたの番でしょ！

あなたの指定着メロがなるのをずっと待ってるんです・・・

【例 2】

【あなたに来たメールを鑑定します。Part. 14】

<http://love3.2ch.net/test/read.cgi/pure/1124951124/>

39 名前：名無しさんの初恋□ 投稿日：2005/08/26(金) 23:45:05

ID: aMVyxAJ7

【相談者の年齢・職業】

21歳 事務

【相手の年齢・職業】

20歳 製造 A君とします

【2人の関係】

飲み会で会う。メールのみの関係。メールは必ず

こちらからで、返事は来る。4～5行で機種違いだが必ず顔文字満載。

【何を知りたいか(要点)】

現在の、「メールのみの関係」という状況を打破したい。

まずは食事に誘いたいですが、現時点でA君にとって私はどんな存在なのか
ということ、

皆さんに判断していただきたいです。

(後略)

引用した例には、先に指摘した特徴がよく現れている。前者がメールの相手に期待しているのは、メールの頻度や発信側になる頻度である。これは、前述の1.と3.に該当する。後者はメールの発信側になる頻度、メールの長さ、絵文字が使用されている数に言及している。こちらで使用されているらしいのは、正確には絵文字ではなく顔文字である。ただし、携帯の機種が異なる場合は、絵文字が使えないため顔文字を絵文字の代用としていることが、レスの主によって予測されていることが窺える。

これらの例には留保事項がある。2ちゃんねるに限らず、ネット上の書き込みがすべて真実であるとは言い切れない。しかし、例は言いたいことだけ言って去るいわゆる「吐き出し」系のレスであり、とりわけ例2は自分以外の閲覧者に意見を求めるレスである。また、虚偽をもっともらしく書いた場合、2ちゃんねるでは当該の書き込みを「ネタ」とみなすレスがつくことが多い。しかし、引用した例に対するネタ認定はなく忌憚のない意見が返っていたのを見ると、これらの書き込みが、ネタであるともみなす根拠は薄い。

もう一点、「ベル友」は匿名ではなかったか、という疑問があるかもしれない。

「ベル友」に似た現象は、以前にもあった。伝言ダイヤル、ダイヤル Q2 の「ツーショット」、パソコン通信の会議室などがそうである。そこに共通しているのは、見知らぬ人との親密な会話である。電話の利用形態は、吉見俊哉たちが指摘しているように、インストールメンタルなもの（用件電話）からコンサマトリーなもの（おしゃべり電話）に拡大しているが、見知らぬ人との電話は、ほとんどが用件電話であった。ところが、八〇年代の後半から、電話やパソコン通信が、見知らぬ人とのコンサマトリーな会話を成立させ始めていたのである。その中でも、九〇年代初頭に社会問題とまでなったダイヤル Q2 は、その手軽さから爆発的なヒットとなった。本来成立するはずのない「見知らぬ人」（ストレンジャー）との「親密な」（インティメイト）関係がメディア上に成立したのである。「ベル友」とは、匿名性を前提にしたメディア上での親密な見知らぬ人「インティメイト・ストレンジャー」なのである。[富田, 1997: 15]

それでは、富田が指摘している「親密性」はどこから来ているのだろうか。引用部分で指摘されている「匿名性」は親密性の「前提」であって要件ではない。相手が匿名でありさえすれば親密性を形成出来るものだろうか。

映画『(ハル)』、『ユー・ガット・メール』では、登場人物が匿名の相手に信頼を寄せていく過程が描かれている。前者では特にその傾向が強い。メールを根拠に信頼を寄せるようになった相手との匿名性が崩れるのは、『(ハル)』においては映画のクライマックスである。だから、問題は、匿名性を前提とした相手のうち、任意の相手に「親密性」を抱く根拠である。

この章では既に、1. メールの頻度、2. 返信の速さ、3. メールを発信する側になる頻度、4. 送信されるメールの長さ、5. 絵文字が使用されている数、が親密性を既定すると述べた。それらが親密性の根拠になるのは、親密性とはお互いに確認しあうものではなく、メッセージを受け取った側が勝手に読み込むものになっているからに他ならない。相手は頻繁にメールをくれる、相手からメールをくれる、長文のメールをくれる、相手はメール本文に絵文字をたくさん使ってくれる。これらの要素が重視されるのは、メールを受信した側が、メールから親密性を勝手に読み込んでいるに過ぎないからである。そして、事情はベル友においても同様だったようである。

例えば、「ベル友」たちのポケベルのメッセージにおいては、仮名以外の「!」や「♥」などがよく使用されるが、取り分けても「♥」は大きな意味を持っていると言う。(中略) いかなる意味を読み取るかは、メッセージを受信した側に、つまり自己自身に委ねられているのである。[中根, 1997: 113-114]

ベル友／メル友において匿名性が重要な意味を持つのは、受信した側にとって、自ら読み込んだメッセージの意味を否定する要素が少ないからである。メッセージを送信してきた相手の特徴を知れば知るほど、メールの文字にも、相手の人格として自分が認識している要素を(見たくなくとも)認めざるを得なくなる。たとえば、絵文字好きが送信してくるメッセージに絵文字が多用されるのは当たり前である。それを知れば、受信者が絵文字

に特別な意味を読み込むのは困難になる。相手の人格が自分にも周知であるという事実は、メッセージの意味を自分自身で読み込む際には、妨げになりこそすれ、助けるものではない。そして、メッセージの意味を受け手自身が読み込むという親密性のあり方が、ベル友／メル友に限らず、現代日本を席卷している。メールが欲しければ相手に要求すれば済む。メールの交換から対面コミュニケーションへ移行したいなら、メールで誘えば良い。しかし、当事者の行動とはいえば、メールの交換をしながらも匿名掲示板である2ちゃんねるに「相手からメールが欲しい」「顔文字満載のメールが来ます」等を書き込むに留まる。これが、現在のメールのあり方である。

相手の素性が自分にとって周知であるか否かは、メッセージに対する受け手の態度を決定する要素ではない。たとえ顔を知って会話をした相手でも、メッセージの意味は受け手が自由に読み込む。そして、受け手が意味を読み込むにあたっては、相手の匿名性が高ければより読み込みの自由度も高くなる。匿名の相手がベル友／メル友たり得る事情はそこにある。

受け手による意味の読み込み、そして、匿名性が支える読み込みの自由さが、ベル友／メル友に限らずメールを通じて現在形成されている「親密性の正体」である。

現代日本では、およそ誰もが携帯電話を持つ。そのうちの多くの人がメールを頻繁に送受信している。もはや、「女子高生」という限られた人びとではなく、現代日本における親密性は、匿名性と受け手による意味の自由な読み込みによって形成されている、と言っても言い過ぎでは無いだろう。

3. 相手の痕跡を排除する親密性——非出会い系チャット

前節では、受け手が意味を読み込むことによって成立する親密性について述べた。

現代日本において誰もが例外ではないこのような親密性のあり方において、匿名性が重要な役割を占めることは、既に指摘した通りである。メッセージの送りの匿名性が高いほど、意味を読み込む自由度が拡大するか

らである。

この章で採り挙げる「非出会い系チャット」とは、出会い系チャットという言葉をふまえて筆者が作った造語である。

ネットをきっかけとし、ネットを通じて形成されるコミュニケーションが、匿名性と無条件でイコールになることはない。この点は、混同・誤解されやすい部分なので再度強調しておく。

チャットサービスには、Yahoo!JAPAN など大手ポータルサイトが提供しているものもある。参加ユーザーはニックネームを使用する。プロフィールは公開しなくても構わない。前提として参加者は匿名である。ユーザーは、そのつもりがあれば自由にチャットルームを開設することが出来る。そのうちの、特定のカテゴリでの会話はまず相手のプロフィールを知ることには費やされる。出会い系と銘打っていないでも匿名性を確保してではなく、実際に「対面出来る／出来ない」を基準に、ネット上でのやりとりが行われている。それは、広義の出会い系といえる。

さて、受け手が自由に意味を読み込むにあたって、匿名性が重要になると指摘しておいた。

では、こうした関係性はどのような形で実現可能なのだろうか。そこで、「非出会い系チャット」について検討したい。非出会い系チャットとは、出会うことを前提・あるいは目的としない、むしろ、出会わないことを前提としたネット上でおこなわれるメッセージのやりとりとして定義しておく。

非出会い系チャットとして一番分かりやすいのが「なりきりチャット」と呼ばれる遊びである。なりきりチャットについては、過去の論考（[相田, 2004] 参照）でも触れた。詳細はそちらに譲るとして、簡単になりきりチャットという遊び方の特徴をまとめておく。

1. 参加者は参加の要件としてキャラクターを定義する。
2. チャットに参加する際、参加者は自分が作成したキャラクターとして振る舞う。
3. チャットで交わされるメッセージは、キャラクター相互のコミュニケーションである。

相田：再帰的親密性の登場

チャットは下記のような形式で行われる。これは、チャットサイトの管理者が参加者のために作成した例文である。なお、チャットでは新しいメッセージが最上部に表示される。従って、時系列に沿うならばメッセージは最下部から上部へと見ていく必要がある。

<http://hapiliar.jp/city/rule/first/reil.html>

川沿ミチコ>…………文化祭の振替休日なんだよ。(視線逸らす) [1月12日14時43分]

星ヶ峯太郎>……はっ。それはそうだな！(女子高生の言葉にハタとしてステッキを大人しく地面につき)…はて、君は学生のようにだが学校はどうしたね？(相手に近づき) [1月12日14時42分]

川沿ミチコ>(元気な老人に気付き、組んだ足をぶらぶらさせながら視線を向け)…ちょっとジーサン、杖振り回しちゃ危ないよ。[1月12日14時41分]

星ヶ峯太郎>(ステッキを振り回しつつ元気に歩いて来る) [1月12日14時40分]

「●星ヶ峯太郎」が現れた。[1月12日14時36分]

川沿ミチコ>(道ばたのベンチに気付き、そちらに向かう) ちょっと休んでいこっかな。(どさ、と腰を降ろして脚を組む) [1月12日14時35分]

川沿ミチコ>あー、ガッコサボったは良いけど暇だわー。[1月12日14時34分]

川沿ミチコ>(ふあー、と欠伸を漏らしながら道をダラダラ歩く) [1月12日14時34分]

「●川沿ミチコ」が現れた。[1月12日14時34分]

例に登場する川沿ミチコ、星ヶ峯太郎は、それぞれ、次のようなキャラクターとして設定されている。

女/165cm 52kg/17才/茶髪ストレートセミロングヘア。色白。薄化粧/少し着崩した制服のブレザー。黒ローファー。潰れた学生鞆。

男/185cm/70kg/80才/生涯現役を目指すマッスルじいちゃん。白髪オールバック。精悍な顔立ち。眉毛も髭も白髪/ブラウンの古ぼけた、それでいてよく手入れされているスーツ。ステッキ。スーツと同系色の革靴

一般にキャラクターの設定として必要なのは、性別/年齢/身長/体重/体型/髪型/職業/およその服装である。

ここで、なりきりチャットに特有な用語を整理しておく。キャラクターは C、参加者はプレイヤー (PL) と呼ばれることが多い。それに倣って以降、本稿では、なりきりチャットにおけるキャラクターを C、参加者を PL と表記する。なりきりチャットについては PBC (Play by Chat) と便宜上表記する。

さて、C を作った PL は、チャットで何をすべきなのだろうか。多くの場合、サイト管理者が設定した範囲内に適合するならば、C の行動は PL の自由な裁量に任される。PBC において、RPG (Role Playing Game) のようにゲームマスター (GM) が PL に対してクリアすべきミッションを用意することは稀である。PBC に参加する PL は、チャットに C を登場させ、別の PL が作成した C と C 同士でメッセージをひたすら交換する。そのうちに、富田が指摘したメル友の場合と同様、「次第に友情や、時には恋愛感情も芽生える」。

メル友/ベル友と PBC の決定的な違いは、芽生えた友情に従って友達になったり、恋愛感情が成就して恋人同士になるのが、PBC の場合、PL ではなくあくまでも C 同士であるとされる点である。メールを交換する必要が生じると、多くの場合 C としてメールが書かれる。チャット上で仲良くなった C の PL 同士が携帯電話のメールでメッセージを交換しあう場合も、メールを送信しているのは C であるとみなされる。決して、本気で「C が送信している」と PL が信じているわけではない。PL の存在は所与のものとしながら、敢えてメールが来れば「恋人様 (友人) からメールが来ましたー」と、PL のためにネット上に設置された掲示板では報告される。もちろん、全ての PL が携帯メールを交換しているわけではない。しかし、一定以上の関係性を C が持つ場合は、PL はチャット以外の連絡手段を用意する。携帯電話のメール機能、インスタントメッセージ、ネット上のプライベートな掲示板が利用される。

C 同士が友達、恋人関係にあり、連絡を密に取り合っているとしても、その C を扱う PL が何者なのかは知らない場合が多い。ハンドルネームを含めた名前はもちろん、PL の性別や年齢が不明なまま、C は友人／恋人であるケースも珍しくはない。更に言うならば、PL のプロフィールを積極的に知らないままにしておこうという意志が、PL には働いている。

PL が PL 同士としてチャットなりメールなりを交換する行為を、PBC では「PL 交流」と呼ぶ。PL 交流には賛否両論がある。「C を通じて素敵な PL さんとお友だちになれました」という報告が PL から挙がる場合も皆無ではない。しかし、それらはむしろ少数派である。PL の多くは PL 交流には敢えて踏み出さない。PBC では、PL 交流によって損なわれるものと、PL 交流によって得られるものを比較した場合、損なわれるものを回避することに重きが置かれているといえる。

では、回避されているものは何だろうか。

端的に言えば、それは PL が、C を C として見られなくなる、という要素である。

仮に PL が、他 PL と顔を合わせたとする。その後、C 同士がチャットで会った時に相手 PL の顔がちらついて、相手は以前と変わらない C であるにも拘わらず、相手 C の PL が見せた態度や容姿の方に、C の受け止め方が引きずられてしまうというわけである。

それが意味するところは、メッセージの意味は受け取る方が自由に読み込む、という、これまでの章で見てきた再帰的親密性のあり方そのものである。PBC サイト管理人自身によって、同様の指摘が PL に対してなされている。

PC (注：C と同意) の言動の責任は全て PL であるあなたにあります。
設定や性格、外見など、全て自分の好きなように作れるのです。

(中略)

ですから、あなたの PC がどんなに可愛らしい設定でも、素晴らしい設定でも、その設定だけでは誰にも感銘を与えることは出来ません。

勿論、とつてもとつても可愛らしい外見だという設定の PC を動かせば、「可愛いね」と言って貰えたりはするでしょう。

ですが、相手の PC にそう思って貰えても PL はそう思っていないでしょう。

PL として、相手の PC を可愛いな、と思うのは外見や設定うんぬんでは無く、行動や性格によるところが殆どです。(http://hapiliar.jp/city/rule/first/pc.html)

「PL として、相手の PC に対して」相互に好意を抱くことが、C としても友人・恋人関係を築くための条件である。ここでいう相手の PC の「行動や性格」は、チャット上でのメッセージとして現れる。そのメッセージに対してどのような意味 (快/不快) を読み込むかは、メッセージを受け取る側の C を使う PL の自由に任されている。C のみが PL の前に現れている限りは、メッセージの匿名性は保たれる。確かに各々の C は PL によって参照可能なプロフィールを持つ。しかし、それが架空のものであることは、PBC の前提である。引用部分の通り、C の「プロフィールが」PL に対して自己主張するのではない。PL が意味を読み込む対象としているのは、あくまでも C の「行動」や「行動」から読み取ることの出来る「性格」である。C を動かしているのは PL である。それもまた、PL は周知している。それでもなお、PL は C の行動を見て、そこに意味を読み込み、親密な関係性を C 同士に持たせようとする。

PL 交流が歓迎されにくい理由は、そこにある。相手 C の PL が見えてしまうと、C の行動はもはや匿名性を持ったものではなくなる。発信者の

匿名性が高いほど、受け手にとって、メッセージの意味を自由に読み込む余地が増す。メッセージの意味を受け手として自由に PL が読み込めるからこそ、PL は特定の C に対して親密性を抱く。そのようにして形成された親密性に基づいて、PL は、C 同士での友人や恋人という関係を築き、維持することが可能になる。受け手にとってメッセージの意味を読み込む余地が狭まれば、親密性の根拠は希薄化する。匿名性を確保されないメッセージが求められているならば、PBC は無用の長物である。しかし、実際には PBC 愛好者は（「なりメ」と呼ばれる、「なりきりメール」も含め）パソコン通信の時代から現在に至るまで存在している。

PBC に関して抱かれる誤解の多くは、PL が架空の C に入れ込んでいる、というものである。同様の事を、もっとありきたりな表現で言い換えるなら、「虚構と現実の区別がつかない」、あるいは「虚構と現実の重要性が逆転している」である。

しかし、ここまで見てきた通り、発信されたメッセージの意味を送り手の意図とは無関係に受け手が勝手に読み込むことによって形成される親密性は、一部の人びとによるものだけではない。それは、現代日本においては誰もが例外ではない親密性のあり方である。メッセージの受け手にとって、メッセージの発信者の匿名性の高さが、意味の読み込みとそれに基づく親密性の形成において有利にはたらくことも、既に指摘した通りである。

PBC でも同様の親密性が形成されているにすぎない。チャットで発信されたメッセージに対して、相手 PL の意図と関係なく PL は意味を読み込む。読み込まれた意味によっては、メッセージの発信者に対する親密性が形成される。その親密性は、とりわけ PBC においては匿名性に基づいている。匿名性を保証するのは C である。PBC においては、C を媒介にしてメッセージが交換されるものであるからこそ、現代に特徴的な親密性が形成されるのである。匿名ならば、相手が C として自分の前に現れようが人間として現れようが同じことである。C の後ろに PL という人間がいるのは、分かり切っている事実だからである。むしろ、C として現れる方

が、匿名性を保持させるためには好都合である。Cとして対応する限りにおいては、PLの存在は隠蔽されるのがPBCの前提だからである。

つまり、PBCには、現代日本にありふれた親密性のあり方の一端が現れているに過ぎない。そして、Cは、相手の匿名性を保持する機能を果たしている。したがって、PBCに対して奇妙な感覚が多くの人たちによって抱かれるとしても、そこに見られる親密性の形成のされ方は、現代の日本において誰もが当たり前に行っているそれと、異なるところは無いのである。

4. ハイパー・リアリティに基づいた親密性——等身大ドール

この章で採り上げるのは等身大ドールである。

ここではわかりやすさを優先して、等身大ドールの具体例を引用しておく。

ペーパームーンでは1996年2月に等身大第1号となる1/1綾波レイをリリース。その後、さらに綾波の別モデルやアスカなど「エヴァンゲリオン」のキャラクターをはじめ、『機動戦艦ナデシコ』（'96）に登場するホシノ・ルリ、『ときめきメモリアル』（'94）のキャラクター、『カードキャプターさくら』（'97）の主人公、木之元桜などのフィギュアを次々と製品化し、いずれも28万円から50万円以上という高額商品であったにもかかわらず1モデルにつき50体以上売れたという。[堀田, 2005: 107]

では、等身大ドールを購入する人たちは、何故、高額な代価を支払うのだろうか。

例えば、特定のアニメが好きでたまらない人がいる。それが嵩じて好きなアニメキャラが自分の部屋に来た気分を味わいたい。だから、高額な等身大ドールが欲求されている。そう考えるのは早計である。なぜなら、等身大ドールは、アニメキャラを元にしたものよりも、オリジナルの方が高い人気を持つためである。

しかしペーパームーンが制作する等身大フィギュアは、ライセンスを受けた既存の版權商品だけではない。前節で述べたように、同社の企画するオリジナル

相田：再帰的親密性の登場

シリーズ『きゃらめりぼん』のほうが、むしろ「版權モノ」を上回るセールスを上げているという。『きゃらめりぼん』シリーズではお客さんが、頭部のモデルから始まって、瞳の色、髪型、胸の大きさ、スタイル、腕、足など各パーツを自分の好みに合わせて組み合わせることができる。こうして形づくられるキャラクターは人と同じサイズであるものの、それは現実ではなくアニメをお手本として生まれたものであり、体型もアニメに近い。[堀田, 2005: 109]

オリジナルドールの人気は、『きゃらめりぼん』という名前でシリーズ化されている面からも窺える。ドールは、例えば以下のような情報とともに販売されている。

商品名	CREX ごーじゃす
衣装	ジャージ・体操服
発売日	発売中
税込価格	236,250円
付属品等	衣装(ジャージ・体操服)、取扱説明書
サイズ	身長：約166 cm (B：??/W：??/H：??) 靴：24.0 cm
主要素材	FRP ・ 布

ドールは特定の名前を持たない。価格は23万円強。加えて、ドール用には様々なパーツがある。

可動 EX タイプ／パーツ旧可動 [大]／パーツ固定タイプ／パーツ旧可動 [小]／パーツカツラ [大]／カツラ [小]／衣装 [大]／衣装 [小]

「衣装 [大]」のうち、例えばあるメイド服のセットは50,400円。カツラの価格は一つ約3～4万円である。大／小で、衣装やカツラの価格に差はない。メーカーのサイトでドールが注文できる。注文ページにはカスタマイズの項目が設定されている。つまり、きゃらめりぼんシリーズは、パーツを組み合わせることでカスタマイズすることが前提となった商品群である。等身大ドールの所有者になるためには、多くの手間や金銭面の負担が必要

となる。では、等身大ドールは、何を目的として購入されているのだろうか。堀田純司の取材から、等身大ドールの所有者である青年のインタビュー部分を参照しておく。彼は、複数の等身大ドールの所有者である。彼が購入するドールは、アニメ『新世紀エヴァンゲリオン』に登場するキャラクターである惣流・アスカ・ラングレー（以下アスカ）にはじまり、元になるキャラクターのないオリジナルドールに移行していく。

元になるキャラクターを持つドールとオリジナルのドールにはどのような差異があるのかは、当人の言葉によると次の通りである。

アスカは結局、どこまで行ってもガイナックスが作ったキャラクターであって、自分のものではないんですよ。自分だけのものとしてカスタマイズするにしても、それは髪型や服の着せ替えなど、できることは限られているんですよ。しかしオリジナルのものであれば、自分が注いだ思い入れがそのまま自分だけのものになる。自分と娘だけの物語になるんです。[堀田, 2005: 122]

付け加えるならば、堀田は「その魅力を一言で表現すると『声が聞こえてくる』のだそうだ。ドールの声である」[堀田, 2005: 121-122]と述べている。

では、「ドールの声」が聞こえ、自分の「思い入れ」が「自分だけのものになる」という状態は、何を意味するのだろうか。

理解の助けとして、ここではハイパー・リアリティという概念について考えてみたい。ただし、ハイパー・リアリティに言及する前に、まずリアリティとは何かを明らかにしておかなければならない。

リアリティとは、いわゆる「現実」ではなく、わたしたちそれぞれの認知を経てそれぞれが認識する「現実らしさ」である。だから、ある同一の現象に接したときに、リアリティは人それぞれに異なったものとして認識される。

筆者も含め、わたしたちの多くは、電車に乗るという経験をしたことがあるだろう。車両の多くには「優先席」が設定されている。「優先席」は車

両に乗り合わせた人のそれぞれが、自己の判断に基づいて利用するか否かを定めるものである。さて、車内の空席が「優先席」のみという状況に遭遇した場合、わたしたちはそこに躊躇わず座ることを選択するだろうか。あるいは、そこに「元気な」若者が座っているのを目の当たりにしたときに、それをどう受け止めるだろうか。筆者はここで「元気な」という表現を使用した。この「元気な」という要素もまた、「元気な」状態が外見としてどのように現れるかという、わたしたちそれぞれが共有するリアリティに依存する。

そして、リアリティが共有されるもの、つまり、意味づけという作用を経た結果、立ち現れてくるものであるからには、意味づけの基準を人がそれぞれ持っていなければならない。その基準が異なるからこそ、同一の経験に対してわたしたちは、それぞれ異なるリアリティを持つ。基準は、生まれながらにして有しているものではない。それは社会的に身につけていくものである。

かつて、「おたく」が「よくわからない存在」として評価されていたのも、評価をするひとりひとりが、おたくに対するリアリティの基準を探しあぐねていたからだろう。リアリティが現実を元に構成された認識であるからには、リアリティはわたしたちが、特定の現実が付与する「意味」である。それがどのような意味であるのかは、自分自身で身につけるしかない。多くの場合、それは自らの経験に基づくものになる。

電車車両で傍若無人な振る舞いを見せる「若者」がいたとしよう。そして、その若者が優先席に座るのを目撃する経験をしたと仮定してみる。たまたま、その若者が不快感を与える要素を持っていたかもしれない。それでも、その経験によって、わたしたちは、優先席に座っている若者を見ると、そこに「傍若無人さ」というリアリティを持つかもしれない。

このように、人がリアリティを持つときに基準となる意味は、——現実になされた経験はもちろん——虚構からも構成されうる。

一時期、いわゆる「マニュアル本」がもてはやされた。たとえば、そこ

では異性の人気を得る為のノウハウが語られる。そこに書かれているノウハウは、誰かの実体験に基づくのかもしれない。しかし、それを購入した個人にとっては、それは自分が行う現実の体験ではない。マニュアル本に書かれているのは、誰かが体験した「かも知れない」虚構である。そしてマニュアル本の記述を基準として「モテル／モテない」というリアリティを、自分が現実を経験する事物に対して認識するとしても、それは、とりたてて珍しいことではないだろう。

リアリティは、いわゆる「現実」から自己へ、もたらされるものである。どのようなリアリティを持つかという基準は、現実からも虚構からも構成しうる。一方、ハイパー・リアリティとは、虚構をモデルとして虚構によって作られたリアリティを指す。

ハイパー・リアリティのもっとも顕著な例は、「二次創作」と呼ばれる行為である。

二次創作は、あらかじめ存在する創作物からキャラクターや設定を借用して、元になった創作物では描かれていない、借用した人独自の創作物を作り上げることをいう。ここで、リアリティの元になっているのは、創作物という虚構である。それを元に作られた創作物もまた、虚構に属する。このように、虚構から生みだされた別の虚構がハイパー・リアリティである。ハイパー・リアリティは、「二次創作」のように目に見える形で表現されなくとも成立する。端的に言えば、虚構を元に、頭の中で自分なりの虚構を構成したとき、その構成された虚構がハイパー・リアリティに相当するものである。

等身大ドールの「声が聞こえ」、「自分だけの物語」を得るという経験は、ハイパー・リアリティを体現している。

ドールの「声がきこえ」、それが自分の「娘」であるとするドール所有者が描く〈物語〉は、ハイパー・リアリティによって説明されうる。問題は、ここでリアリティを構成する基準になっているのが現実の経験かどうかである。「娘」を持ったこともなければ、人形が声を発しているのを聞いたこ

ともない（なぜなら、ドールは喋らない）ときに、どのような「声がきこえ」、そのドールがどのような「娘」であるのかは、リアリティの問題である。ドールがアニメに登場するキャラクターの持つ特徴をふまえた「虚構」である以上、リアリティを構成する基準になっているのは、それに相応しい、アニメ等の虚構の他にない。

等身大ドールは虚構に属する。ドールが持つ姿形の元になるのは、アニメの登場人物である場合はもちろん、オリジナルの場合もまた、実在する人間ではない。ドールの外見はアニメなどに描かれる二次元の創作物＝虚構の特徴を捉え、ドールという三次元に置き換えたものだからである。

オリジナルのドールには、アニメに特徴的な顔つきや体つきを三次元化したものという以外に、ハイパー・リアリティを構成する際の制約が何もない。つまり、「オリジナル」のドールは匿名性の高い存在である。そもそも、オリジナルのドールにはアニメに登場するキャラクターのように、元々持たされている背景が存在しない。オリジナルであるドールの場合、「背景」に当たる部分から、所有者は虚構を付与することが可能になる。自ら作り出した虚構を元に、虚構として作り上げられた〈物語〉（たとえば、ドールは自分の「娘」というハイパー・リアリティを否定する要素を、オリジナルの等身大ドールは持たない。むしろ、ユーザーとなる個人が作り上げた「虚構」を三次元化したのが、「オリジナル」の等身大ドールである。その、虚構であるドールを元に新たな虚構を作り上げるという、ハイパー・リアリティを構成するという行為こそが、ドールの「声がきこえ」、自分の作り上げた〈物語〉が「そのまま自分だけのもの」となるという現象である。

このように、ドールの匿名性が高ければ高いほど、所有者自身が構成したハイパー・リアリティは所有者自身によって「そのまま自分だけのもの」として認識される。等身大ドールにおいて、オリジナルのものの人気が高い理由は、そこにある。

等身大ドールがその所有者にとって魅力的である理由は、所有者が自分

にとってこちよく、オリジナルのドールが持つ絶対的な匿名性によって誰にも否定されない「自分だけの」ハイパー・リアリティの構成を可能にするところにある。

しかし、なぜドールの所有者はドールの外見的な魅力では飽きたらず、わざわざハイパー・リアリティを構成しなければならないのだろうか。それは、所有者が持つある種の後ろめたさに基づいている。

手に入れたドールは、所有者にとってただのモノではない。所有者がドールとの間に築くのは「娘」との「自分だけのものになる」〈物語〉である。すなわちそれは、所有者が一方的にドールから読み込む「親密性」の形である。しかし、ドールは所有者にとって〈物語〉を阻害する要素をもつ。そもそも、所有者の元にドールが存在するのは何故か。ドールが所有者の元に存在するのは、所有者がドールを「金を出して買った」からに他ならない。

金を媒介に結ばれるのは、対価さえ払えば誰にとっても手に入れることの可能なモノにすぎない。その単純な事実に向き合った途端、それは「自分だけのもの」である親密性ではなく「誰でも」金で買える単なる商品となってしまう。誰でも買えるもの、誰のものでもありうるものに対して読み込まれる親密性は、「自分だけのもの」というよりも、「誰でも」受け取れるモノでしかない。

だから、ドールから読み込まれる親密性が「自分だけのもの」であると思ひこむために、所有者は自分がドールを「金で買った」という事実を、他ならぬ自分自身に対して隠蔽しなければならない。わかりやすくいえば、ドールを金で買ったという事実を所有者自身が「無かったこと」に出来るならば、ドールは所有者にとって「誰にでも」手に入れうるモノではなく「自分だけのもの」として、所有者の前に立ち現れることになる。

金で買ったという事実を、まさに無かったことにするため、ドールの所有者は、自分だけがドールから読み込みうるハイパー・リアリティ、換言すれば〈物語〉を構成する。〈物語〉が、より「自分だけのもの」であれ

ばあるほど、その〈物語〉を読み込む対象となっているドールは、「誰にでも」買える単なるモノから遠ざかっていく。そして、所有者自身にとって「自分だけのもの」である親密性を確認することが可能になる。だから、ドールにおいては、「金で買った」という事実を、自らの目にみえないものにしなければならない。

その際、自分自身が読み込む〈物語〉を、より「自分だけのもの」にする助けとなるのが、ドールがもつ匿名性の高さである。

アスカに、どんな〈物語〉を付与したところで、アスカがガイナックスによってつくられたキャラであることに変わりはない。つまり、所有者は、ガイナックスが提供した商品に対して金を払っているに過ぎないという事実を、ドールがアスカであるという、動かしようのない現実によって突きつけられることになる。その現実には、所有者がドールから読み込む「自分だけのもの」である〈物語〉を、「自分だけのもの」として認識することを阻害する。したがって、所有者がドールに対する「自分だけのもの」という〈物語〉に支えられた親密性を保持するためには、ドールの匿名性が高ければ高いほど好都合である。そこに、アスカのような既存のアニメから三次元化されたモデルより、「きゃらめりほん」シリーズに代表される「オリジナルドール」への需要が生まれる。オリジナルドールは、外見以外にどのようなプロフィールももたない。所有者自身によって読み込むことが可能、かつ、読み込んだ〈物語〉を否定する要素のない匿名性の高い存在が、オリジナルドールである

「再帰性とは、どこか他について向けられたはずの指向が、実際には自己に向けられた指向になっているという、自己言及的なあり方」[鈴木、2005: 116]であると、既に述べた。つまり、等身大ドールでは、ドールに向けられている指向（親密性というハイパー・リアリティに基づく〈物語〉）は、実はドール所有者の後ろめたさを埋めるために構成されるものである。つまり、等身大ドールに対して構成されているのは、ハイパー・リアリティに基づく「再帰的親密性」であるといえる。そして、この種の

「再帰的親密性」は、拡大傾向にある。『エヴァンゲリオン』のアスカというキャラクターから始まる等身大ドールは、オリジナルという形で種類を次第に増やしているのだから。

5. むすびにかえて

本稿では現代日本における親密性のあり方をみてきた。

第 1 章では、メディアを媒介にしたコミュニケーションのあり方と、親密性の変化について論じた。従来の親密性は対人的であるとみなされていた。現代日本にみられる新しい親密性は、ギデンスが指摘した再帰的な親密性を手掛かりとして考察可能であるといえる。

第 2 章では、ベル友／メル友と呼ばれる、メディアを媒介にしたコミュニケーションの一般化と、そこで形成される親密性のあり方を検討した。ベル友／メル友といったコミュニケーションの形態が可能になる背景には、親密性の変化が挙げられる。親密性はコミュニケーションの対象となる相手を持つ意図とは無関係に、メッセージを受け取った側が意味を読み込み、形成していくものであるといえる。

第 3 章は、非出会い系チャットとしてなりきりチャット（本稿では PBC と表記した）を題材に、親密性のあり方をみた。PBC では、C を媒介にしたコミュニケーションと関係性が指向される。PBC における C の機能は、意志を持った相手である PL の痕跡を消す為の手段として機能している。匿名性の高さは親密性の形成を左右する要素である。

第 4 章は、等身大ドールというモノに対する親密性の形成を指摘した。等身大ドールは単なるモノではない。ドールの所有者はアニメ等の虚構をモデルにしたドールから、別の虚構を作り出すというハイパー・リアリティを構成する。それは、ドールを所有する本人にとっては大切なものを金で買ったという後ろめたさを隠蔽する、再帰的親密性の現れである。

これらの親密性は、従来考えられていた親密性とは大きく異なるものだろう。

従来の親密性を理解するために、ここではギデンスの論を参照したい。ギデンスが想定している従来の親密性は、以下の2点を特徴とする。

- ① 親密性は、「何よりもまず平等な対人関係のもとで他の人びとや自分自身とおこなう気持ちの通じ合いの問題である。」[Giddens, 1992 = 1995: 194]
- ② 上記の親密性は、「関係の持続が当然視できるおのずと生じていく状態」であり、「自然の法則にもとづく」とされてきたことがらである。例としては、親族関係、婚姻関係がこれに該当する。

これらの変容をもたらしたのは、女性の活動であるとギデンスは考える。親密性の変容において、男性が取り残され女性が主になった要素として、ギデンスは「感情的自立」[Giddens, 1992 = 1995: 187]と「気持ちの通じ合いと自己開発の媒体として（中略）愛情を形作っていくことが課題」[Giddens, 1992 = 1995: 262]であり、「女性による性的快楽の権利要求が、親密な関係性を再構築していく為の、基本的要素となっていく」[Giddens, 1992 = 1995: 262]と述べている。

つまり、ギデンスの想定に見られるような対人的コミュニケーションが前提となっていた従来とは異なり、現在において親密性を形成するための手掛かりは、相手から発せられるものではない。メッセージを受け取った側が、意味を読み込むという所作は端的にそれを示している。なぜ、メッセージに含まれていない、相手が発していないものを勝手に受け手が読み込めるのだろうか。それは、親密性を形成するための手掛かりが、あらかじめ自己の中に存在している要素に依存するからに他ならない。だから、メールの頻度、返信の速さや、本文に含まれる絵文字から、相手との距離の計測は可能であるという考えが、非難されることもなく認証される。その極北にあるのが、決して自己を否定しない<モノ>に対する親密性である。

相手の存在や意図を隠蔽し、相手の匿名性に依拠することで、受け手が一方的に形成する親密性のあり方は、不気味な現象として人の目には映る

だろうか。

しかし、親密性とは、そもそもメッセージを受け取る側が勝手に意味を読み込んだ結果、形成されるものである。对人的な繋がりと言ってみたところで、結局、相手の意図は相手が発したメッセージから受け手の基準に従って読み込む他に認知しようがないのだから。本稿で検討した親密性のあり方は、受け手の側が読み込む自由を拡大していくプロセスである。それらが目に見えやすい形で現れたのが、ベル友／メル友であり、なりきりチャットに見られるキャラクター間の親密性であり、ドールに対して親密性を構成する人たち、といった現象である。

親密性は、今や自己の基準に従って自己が読み込み既定するものである。自己は、メッセージの受け手であると同時に、メッセージの送り手でもある。つまり、誰もが、自分の発したメッセージは受け手から自分の意図とは無関係に、勝手な意味を読み込まれるものとなっている。メッセージを受け取った相手にとっては、送り手の人格だとか意図はむしろ意味の読み込みにとって邪魔なものでしかない。親密性の形成を指向する場合、自己は匿名の存在であることを求められている。コミュニケーションは溢れている。メッセージの意味は受け手から勝手に読み込まれる。発信者の意図は親密性の形成を疎外するものでしかない。親密性の形成は、発信者の痕跡をなるべく除去する方向に向かっている。しかし、「再帰的親密性」を含め、再帰的なもの行き着く先は閉塞しかない。メッセージの意味を読み込む対象は、匿名かつメッセージの送り手としての意図を持たない存在である等身大ドールにまで及んでいる。

親密性とはもともとわたしたちの誰もがなしている意味づけのひとつである。意味づけである以上、それはもともと主観的なものである。だから、何に対して親密性を抱くかに対する制約は存在しえない。人間であれペットのような生き物であれ、モノであれ、何に対して親密性を抱くか／抱かないかは、メッセージを受ける側の主観にゆだねられている。だから、親密性において人間とモノという区別は、そもそも無意味である。

大手玩具メーカーバンダイが発売しているプリモプエルは、「プリモプエルは家族の一員になっている」として、発売以来累計出荷数100万体を突破する人気商品となっている。(http://www.bandai.co.jp/releases/J2004101801.html)

また、留守用ロボットの展示会で、ロボットが持つ本来の機能である留守番・防犯の面に言及せず、「(ロボットと)おしゃべりできたらいいのに」と、テレビの取材に答えて感想を述べる年配の女性の姿もあった。モノはそもそも親密性の対象となりうる。現在のあり方は、親密性の対象となるモノが次々と商品化されているという点である。つまり、わたしたちの主観にゆだねられている親密性さえ、産業化される社会にわたしたちは在るといえる。

親密性の対象となる<モノ>が有する匿名性の高さが引き上げられるにつれて、わたしたちが親密性を読み込む「自由」は拡大していく。それが現在の日本に現れている「再帰的親密性」の現状である。こうした「再帰的親密性」の対象となりうる<モノ>が、次々とわたしたちの目の前に現れ、どれでも選択可能となっていくとすれば、その延長上には何が浮かび上がってくるのだろうか。再帰的親密性の特徴は受け手が送り手の思惑とは無関係に意味を読み込み構成することにある。親密性の対象を見てみると送り手が思惑を持つ可能性は縮小されていく傾向がある。換言すれば、親密性の対象が、思惑を確実に持つと思われるメル友／ベル友から、思惑の存在を隠蔽するために C と PL の区別を導入した PBC へ、また、意図をまったく持たないドールへと変遷している。受け手としてメッセージから読み込んだ意味が、読み込みを行った自分自身の作り上げたものに過ぎず、送り手の思惑とは無関係だという可能性を自分自身から隠蔽する為、わたしたちは親密性の対象を変えてきているのである。思惑をはじめからもたない存在へと親密性の対象を変えることで、わたしたちが、送り手のメッセージから思惑を構成する自由、そして、それを否定されない可能性は拡大する。ドールにおいてさえ、何らかの背景を持つアニメ出自のもの

よりも、あらかじめ〈物語〉を一切持たないオリジナルがより指向されるようになっている。この態度は、わたしたちが、メッセージの意味を読み込む自由を拡大し、かつ、読み込んだ内容が否定される可能性を回避する態度を反映している。再帰的親密性における対象の変容は、わたしたちにとって、親密性における読み込みの自由度を増すという傾向をみせている。

ただ、この自由はわたしたちに何をもたらすのだろうか。

結局、再帰的親密性はハイパー・リアリティにおいて端的に表出するように、わたしたちが自身の内部に持つ基準に左右されるものである。だから、この自由はわたしたちが持つ基準を超えたものになりようがない。再帰性にもとづく自由は、いずれわたしたちが持つ基準という自分自身をもつ限界へと突き当たることになる。そこが、自らが拡大してきた自由の限界である。

問題はその先に何が立ち現れるのかにある。

現実と現実らしさが異なるものであるように閉塞と閉塞感は違うものである。

現在あるような再帰的親密性が閉塞へと向かっているにしても、わたしたちがそれによって閉塞感へと至るとは限らない。仮に、閉塞感に至らないまま、わたしたちの親密性が自己のうちに閉塞するという状況が現出されるとすれば、わたしたちの親密性は現在の再帰的親密性とは異なる形をとらざるをえない。それは、もはや対象を必要としない親密性であるかもしれない。「自己実現」という言葉が示すように、それは再帰的なものですらくひたすらに自己への言及という形をとるのかもしれない。

PBCにおいて、他 PL の操る C を必要とせず、自分自身が複数の C を使用して、自作自演による C のドラマを繰り広げるといふ風景は、まだ稀とはいえ PBC の世界には出現している。わたしたちが親密性であると考えていたものは、もともと自己のうちに閉塞していたのかもしれない。

わたしたちは、自己とは、一貫性を持つ統一的なものであると思いがちである。一方でわたしたちがドールの愛好について違和感を抱くとすれば、

相田：再帰的親密性の登場

それはわたしたちが思う自己のあり方が、実際はもはや別の形をとるようになってきていることを、見せつけられる気がするからかもしれない。つまり、再帰的親密性の背景には、今の社会における自己が、わたしたちが思いこんでいる統一的な自己ではなく、再帰的親密性を反映した自己の存在が見え隠れしている。

参 考 文 献

- 相田美穂, 2004, 「近代日本におけるコミュニケーションの変容——おたくという社会現象を通して——」, 広島修大論集人文編第45巻第1号, 広島修道大学人文学会
- Giddens, Anthony, 1992, *The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love and Eroticism in Modern Society*, Policy Press (=1995, 松尾精文・松川昭子訳『親密性の変容——近代社会におけるセクシュアリティ, 愛情, エロティシズム』而立書房
- 鈴木健介, 2005, 『カーニヴァル化する社会』講談社現代新書
- 富田秀典, 1997, 『ポケベル・ケータイ主義!』ジャストシステム
- 中根光敏, 1997, 『社会学者は二度ベルを鳴らす——閉塞する社会空間／溶解する自己——』松籟社
- 堀田純司, 2005, 『萌え萌えジャパン』講談社

参 考 URL

- 2ちゃんねる <http://www.2ch.net/>
- ペーパームーン等身大フィギュアホームページ
<https://secure.pmoon.co.jp/TOUSHINDAI/index.html>
- プリモプエル・はーとねっと <http://primopuel.net/>
- デパートで留守番ロボットはいかが? お値段は30万円
<http://www.asahi.com/special/robot/TKY200508180487.html>

Summary

The Emergence of Reflexive Intimacy

——Considering the Transformation of Communication——

Miho Aida

This article attempts to interpret sociologically the “transformation of intimacy” in the contemporary Japan. This transformation is characterized as emergence of a new type of intimacy, that is, the “reflexive intimacy.” The “reflexive intimacy” is established in the communication through the reading of message meaning and the narrative constitution by receivers irrelevant to sender’s intentions.

Here I will show that the modern form of communication, which has been changed through new media and hyper-reality, caused the “reflexive intimacy.”