

分解し、バーチャル化する恋愛

——家族社会学の観点から——

中央大学 山田昌弘

1 恋愛という主題

ルーマン、ギデنز、ベック、バウマンといった後期近代社会を代表する理論家には「愛」をテーマにした著作がある。近代が深化するにつれ、愛情が自立（ルーマン）、純粋化もしくはアディクション化（ギデنز）、液状化（バウマン）、カオス化（ベック）することが論じられている。日本でも、社会学では、主に理論研究（大澤真幸、加藤秀一など）もしくは文化社会学（谷本菜穂、草柳千早など）の中で、愛情、恋愛分析がなされている。

しかし、家族研究の中での「恋愛」への関心は高くない。特に実証研究における業績は、量的研究であれ質的研究であれ少ない。未婚者の恋愛関係は、家族形成の一つのきっかけという扱いであり（「見合いから恋愛へ」というテーゼなど）、夫婦間の愛情は夫婦関係満足度という概念で置き換えられることが多い。

日本社会においても、恋愛、夫婦の愛情関係の中身についての変容が起きている今、本報告では、今後の恋愛、夫婦の愛情関係分析のための一つの見取り図を提供したい。

2 恋愛結婚イデオロギーとその変容

出発点として、近代社会になって「恋愛結婚イデオロギー」もしくは「三位一体イデオロギー」から始めたい。これは、近代ヨーロッパ社会成立とともに広がったもので、結婚、恋愛感情（愛情）、性関係の三者の強い結びつきを要請する規範である。「結婚は恋愛感情に基づき、性関係はその中でのみ認められる」という考え方である。これは、前近代社会では一般的であった「愛なき結婚」「結婚なき恋愛」「愛なき性関係」などを逸脱とみなすことによって支えられていた。

これは、ギデنزのいう「実存的不安」と関係している。個人主義化が進む近代は、実存的不安が広がる社会であり、その中で、基本的信頼をもたらす関係—親密関係への欲求が生じる（Giddens 1991=2005、『モダニティと自己アイデンティティ』）。そして、親密欲求は、性的関係を含むパートナー関係（夫婦、恋人など）によって満足させることが議論の前提にある（Giddens 1992=1995、『親密性の変容』）。

そして、近代社会の構造転換とともに、恋愛結婚イデオロギーによる規制が減退し、結婚、恋愛感情、性関係の結びつきが弱体化する。純粋な親密性が自立して追求されたり（ギデنز）、性関係と愛情が切り離されたり、「愛情で結ばれた関係」が固定的なものではなくなる、つまり、カオス化（ベック）、液状化（バウマン）が起きるとされている。

その結果、欧米では、結婚など制度的なものに縛られない「恋愛関係」が追求され、同棲関係が増えるという結果が起きている。

3 日本の恋愛状況と親密性の充足

日本では、欧米と違い、恋愛の衰退が起きている。21世紀に入ってから、配偶者も恋人もいない独身者が増大し（国勢調査、出生動向調査）、恋愛や性関係に関心をもたない若者が増えている。

しかし、谷本らの雑誌記事分析によると、ロマンティック・ラブ・イデオロギーは衰退してるが、ロマンティック・マリッジイデオロギー（結婚には恋愛が必要）は強く残っていることが指摘されており、「婚活」概念が広まるなど、結婚への志向性は未だ強い。

では、このような状況下で、日本人は恋愛、夫婦の愛情、広く言えば親密性に対して、どのような態度を取っているのだろうか。

報告者は、配偶者（恋人）によって充足されると見なされる親密性の中身を、次の3種類に分類する。①コミュニケーション（体験を聞いて貰う—できれば共感して貰うなど）②ロマンティック感情（対象への接近、承認欲求）③性的満足の種類に分類する。その上で、ベックのいう存在論的安心感は、①②③を通じて体験されるものと仮定する。

近代社会では、これらの親密性、そして、存在的安心感全てを一人（配偶者、恋人）によって充足させるのが理想とされてきた。親密性と存在的安心感に動機づけられて、恋人や配偶者獲得を目指すのが一般的である。欧米の恋愛に対する態度は、この近代的な親密性の観念を追求していると解釈することができる。

しかし、日本では、恋人や配偶者を得られる見込みがない人、セックスレス夫婦が増えている。彼らは、親密性、存在的安心感をどのように得ているのか（もしくは得られていないのか）を分析する事が必要になっている。

4 恋愛の分解とバーチャル化

「恋愛の分解とバーチャル化」という現象が起きていると考えている。恋愛の要素を分解して、様々な関係から別々にそれを調達することである。

調達先としては、1. 親やきょうだいからの調達、2. 友人や近隣関係からの無償での調達、3. 市場からの購入、4. 政府など公的機関からの調達がある。福祉の分野で、本来家族が行うはずであった「ケア」をさまざまな所から調達するように、親密性もさまざまな所から調達することが可能である。

そして、親密性を分解し、①コミュニケーション欲求は、親、友人、キャバクラのキャスト、レンタルフレンド、傾聴ボランティアなどで満たし、②ロマンティック感情は、アイドル、スター、アニメのキャラクターなどで満たし、③性的満足は、性サービス産業の利用やポルノなどで満たすことが出来る。そして、存在的安心感（「自分が必要とされ、大切にされているという感覚」）は、同居の親やペット、ネット上の交流で満たすことも可能だ。

これらの関係は、配偶者や恋人などのパートナーとから得られる親密性と異なるのであろうか。例えば、ホックシールドは、*The Outsourced Self: Intimate Life in Market Times* で、ケアのアウトソーシング化が進むように、親密性のアウトソーシングが進む事を問題視した（Hochschild 2012）。また、イスラエルの社会学者エヴァ・イラウザは、資本主義社会が深化する中で、ロマンティック感情さえも消費するという現実を「冷たい親密性（cold intimacy）」と表現した（Illouz 2007）。

報告では、調査データと共に恋愛の分解とバーチャル化の様相を描きたい。

文献

Giddens Anthony, 1991, *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*, Polity Press. (秋吉美都・安藤太郎・筒井淳也訳、2005、『モダニティと自己アイデンティティ——後期近代における自己と社会』ハーベスト社。)

——, 1992, *The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love, and Eroticism in Modern Societies*, Polity Press. (松尾精文・松川昭子訳、1995、『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。)

Hochschild, 2012, *The Outsourced Self: Intimate Life in Market Times*, Metropolitan Books.

Illouz, Eva, 2007, *Cold Intimacies: The Making of Emotional Capitalism*, Polity Press.