

ナイト・エンタテインメント概説(3) 〈エロス〉

— 東京五輪至上主義の規制強化と反権力・先駆的な自由表現 —

植田 康 孝*

要 約

日本のメディアは権力に隷属し批評する力を失ったと言われて久しいが、エロスはその自由さと不穏さを増して、一段と注目を集めるようになってきている。特に日本では、2011年の東日本大震災以降、「絆」という言葉で同調圧力が膨張し、東京五輪に向けて「倫理」が権力に都合良く利用される状況下、エロスは政治や社会に隷属しないことを敢えて表明しているかのように映る。エロスは権力が絶対的な存在として位置付けようとする東京五輪を相対化することに成功する。東京五輪の前に、「五輪至上主義」とも言えるナショナリズムが急速に高まっており、その礎に再び学校教育とマスメディアが位置する。日本選手を「皆で応援しよう」として「絆」や「一丸」を求める政治や教育スタンスは、リテラシーが弱い有権者や学生・生徒には正当性を持って受け入れられ易く、ナショナリズムの拡大を図りたい権力側に好都合な土壌を供与する。プロスポーツは国や民族の壁を越えて競争するところに良さがあるが、五輪ではその競い合いが国や民族間の違いを際立たせてしまう。極端な愛国主義や他者への偏見、差別を生み易い土壌を醸成し強化している。このような同調圧力の高まりは現代の日本社会にも暗い影を落としている。在日韓国・朝鮮人へのヘイトスピーチ（憎悪表現）、生活保護受給者へのパッシング、小中学校での様々な形でのいじめ、福島県の被害者が避難先でいじめや差別を受ける事件、有名大学学生による女性集団暴行事件、モンゴル人飲み会における貴ノ岩に対する暴力事件など、集団による同調意識とそれに伴う異質な人や弱い立場の人に対する不寛容な空気が現代の日本社会に広まっている。同調的に排他的な社会において、人々は幸せになれない。「右へ倣え」の風潮は「合成の誤謬」を生じさせる。

学校教育で行う他律的なエンタテインメントを「子供向けエンタテインメント」とするならば、「ナイト・エンタテインメント」は自律的に楽しむ「大人向けエンタテインメント」と捉えられる。「子供向けエンタテインメント」が「倫理的」「隷属的」「抑制的」「権力迎合」「受容」「集団規律的」「保守的」であるのに対し、「ナイト・エンタテインメント」は「快楽的」「開放的」「反権力」「自己表現」「反集团的」「革新的」という特徴の違いがある。いつの時代も、「愛」「恋」「性愛」を意味するギリシャ語「エロス」を表現する芸術家たちは、権力と戦うことを自分の矜持と考えて来た。エロスは、大衆文化を規制する政治の圧力から逃れる「個人の自由」を意味した。エロスには、音楽や映画など他のエンタテインメント、新聞やラジオ、テレビなどマスメディアと異なり、前衛的表現として芸術を牽引して社会に影響を及ぼして来た過去の歴史を有する。プロパガンダ（政治宣伝）など権力に都合良く利用される危険性が極めて低いことが、他のエンタテインメントやマスメディアにない特徴を有する。しかも、時に「アート・パワー」として政治や社会に働き掛け、緩やかに変容させる作用も兼有する。分かり易く即物的な価値観が重視される現代においては、エロスは社会に対して閉ざされた場所で提供されるエンタテインメントであるからこそ、反権力的、反集团的な要素が蓄積され、新しい発想に繋げることが出来る。

キーワード：パノプティコン、フーコー、コーネル、カイヨワ、フロイト、莊子、乃木坂46・櫻坂46写真集、白石麻衣と長濱ねる、メディアのセクハラ戦争、VR、インスタグラム、不協和音「僕は嫌だ」

2017年11月30日受付

* 江戸川大学 マス・コミュニケーション学科教授
計量経済学、国際情報通信学（博士）

I. はじめに

政府により推進される、学校教育で行う他律的なエンタテインメントを「子供向けエンタテインメント」とするならば、「ナイト・エンタテインメント」は自律的に楽しむ「大人向けエンタテインメント」に位置付けられる。教育的効用を狙った「子供向けエンタテインメント」はむしろ「レクリエーション」と言うべき存在である。「子供向けエンタテインメント」が「倫理的」「隷属的」「抑制的」「権力迎合」「受容」「集団規律的」「保守的」であるのに対して、「ナイト・エンタテインメント」は「快楽的」「開放的」「反権力」「自己表現」「反集团的」「革新的」という特徴の違いがある。

本稿は、「子供向けエンタテインメント」に対する抑制された「遊び」に対する反発として、「遊び」の原点として、「快楽」を求める「ナイト・エンタテインメント」の「エロス」を取り上げる。時に「ナイト・エンタテインメント」には有用性が認められず、その享受者は後ろめたささえ感じることがある。実際、大衆が楽しむ多くの「ナイト・エンタテインメント」は低俗なものとして捉えられ、高級文化に対置する存在として、一段低く見なされて来た歴史を有する。なお且つ、大学教育や研究対象からも排除されて来た。時に低級なものとして揶揄の対象となった。特に日本人はエロスに対する考えが非常に貧困なところがあり、現在は更に寛容性を大幅に劣化させ、窮屈に陥っている。

エロスは政治を持ち込まないどころか、すべてが五輪に結び付けられて進められる現在の日本社会において、権力が絶対的な存在として位置付けする東京五輪を相対化することに成功する。既に他の先進国では、病気予防や医療費削減につながる「スポーツをする」ことが重視され、スポーツの対象を「見る」から「する」に変換している。「スポーツをする」敷居を下げ、子供から高齢者まで誰もができる生涯スポーツを推進している。しかし、日本では、政治やマスメディアがそのシ

フトを許さず、周回遅れのスポーツ観を国民に強要している。平昌五輪で南北融和をアピールした韓国や北朝鮮、国家ぐるみのドーピングを行なったロシアと同水準にある。つまり、五輪がナショナリズムを高揚させ、日本人の一体感をあおるような政治空間を作り出している。マスメディアは日本人選手が勝ったことに対してではなく、どの国の選手であろうが見事な技で勝ったことに対して拍手を送るべきである。

五輪を招致する2013年のIOC総会で安倍首相は「福島第一原発の汚染水は完全に管理できている（アンダーコントロールである）」とスピーチして、海外の人々に向けて「皆さん、安心して来てください」としたが、事故が完全に収まっていないフェイク（嘘）に過ぎないことを直ぐに露呈してしまった。安倍首相は、2017年1月衆議院本会議で「国内法（共謀罪）を整備し国際組織犯罪防止条約を締結できなければ東京五輪・パラリンピックを開けないと言っても過言ではない」と述べ、五輪開催には共謀罪法が必要であると主張した。更に、憲法改正でも2017年5月に「新しく生まれ変わった日本がしっかりと動き出す年、2020年を新しい憲法が施行される年にしたいと強く願っています」というメディアメッセージを発信し、憲法に自衛隊を明記して2020年の施行を目指すとした。五輪開催と日本を応援する国民の愛国心を重ね、日本を内的に優先する「ジャパンファースト（日本第一主義）」で愛国的風潮を高め、国民を上手く乗せたいという政治利用が垣間見える。

すっかり政治利用された五輪は、もはや知的で理性的な国民には楽しみな存在ではなくなっている。カヌー競技で自らが五輪代表に選出されるよう、ライバル選手のドリンクボトルに薬物を混入させる問題が発覚したが、元テニス選手の沢松奈生子氏は「東京オリンピックが悪い意味でのきっかけ」と断罪した。水泳・元五輪選手の萩原智子氏の「五輪は人の心を変えてしまう」に表わされる通り、水泳五輪合宿でも、小関也朱篤選手が後輩の天井翼選手に暴力を振るったことが発覚した。このような不祥事は個人問題に矮小化されるが、

日本のスポーツ界を覆う「勝利至上主義」が背景にある。スポーツを始めた瞬間から「勝たないといけない」と指導される。勝利を追い求め、小中学年代で酷使し、将来を棒に振る選手が少なくない。1つの業界にいと、世の中の常識からかけ離れたことが合理的に見え、誰も疑問を差し挟まなくなる。オリンピックが大きくなればなるほど、こういうことが出て来る。樺坂46が「不協和音」で歌う「僕は嫌だ」と叫ぶ自由が選手にも与えられなければならない。

国立競技場の建て替え問題に始まってゴタゴタが絶えない状態や、五輪後に訪れる社会保障費不足や財政問題が必至の状況に、五輪を楽しみにする一般市民やメディアと対峙する形で、知識層には五輪に対する嫌悪感すら漂う。東京五輪を前にして、テロ対策を名目にして国民は政府が監視する「パノプティコン」の住民に位置付けされつつある。パノプティコンとは、もともとは監視者がいなくても囚人が監視を意識する監獄施設を指したが、転じて20世紀にフランスの哲学者フーコーが、権力による社会の管理・統制システム概念として用いた言葉である。

いつの時代も、エロスは表現の最先端に位置する。新しいメディアが登場した場合、発展を後押しする要因として「エロスが新メディアの火を点けること」が絶えず挙げられる。既に欧米では、以前より気軽に女性がおしゃれにエロスを楽しむ世の中に突入しており、新メディアの登場と不可分になっている。電子書籍やネット通販が普及していない当時、女性がエロス作品を書店やコンビニエンスストアのレジに差し出すことは相当な勇気が必要としたが、現在は、女性が簡単にインターネットでエロス作品に接することが出来る時代になっている。

また、インスタグラムやツイッターなどSNSの普及により、女性も自らの欲望を何ら恥じることなく、オープンにすることが許される時代になっている。遅ればせながら日本においても、「エロスは、男性ではなく女性が支える」時代が到来しつつある。メディアの中に挟み込まれるエロス表現の断片群は壮絶なメタファーの蓄積となって見

る者の想像力を切り裂く。それは人間の身体に溢れるアナキーなエロスのエネルギーの封印を解くためのメディアの実験場のように映る。そこではエロスとメディアが新しい形でまぐわい始める。「アナキー」とは、「誰からも支配されない」状態・社会を目指して行こうとするスタンスを指す。誰かに褒められたいとか、他人に評価されたいといった卑しい根性がまったく存在せず、ありのままに生きている状況を指す。そこに、エロスの自由性が発揮される。

エロスは、時としてその「革新性」を内包する性格上、新しいメディアと結び付き易く、批判を受け易い。新たなメディアが登場する段階においては、無知がなせる業として、新メディアを「現代の病」と位置付け批判する思考停止型の人間が必ず登場する。今日の科学・技術の展開は、イノベーション速度の高度化というだけでなく、根本的に新たな段階に突入しようとしている。イノベーションを自らの頭脳が理解できないが故に「悪いこと」と排除し始めたら、それは思考停止が始まった証左になるが、思考停止が怖いのは思考停止していることに本人がまったく気付かないことにある。現在の日本社会においても、とにかく「ネット」や「スマホ」のせいにする思考停止型の日本人はかなり多く、あと5年か10年経てば、何でもかんでも「それは人工知能のせい」とする思考停止型が更に増え日本社会の停滞をどん底にまで落とし込もうとする。しかし、そのような思考停止タイプを周回遅れへと置き去りにしながら、エロスの最前線は、次々に投げ掛けられて来る批判と闘いながら日々進歩している。その熾烈な闘いを経て、エロスは人工知能やVRという新しいメディアを切り拓いている。

米国では、テレビや雑誌に取って代わり、人々が情報を得るための主役となったスマートフォンが早くも「つまらないものだ」と飽きられ始めている。多くのメディアはスマホに合わせたコンテンツ配信に力を注いで来たが、今後、スマホの次に来るメディアが何かをいち早く探り当てることが非常に重要となる段階に到達している。VR（仮想現実）や現実空間にコンピューター映像を

合わせるAR（拡張現実）、2つを包含した概念であるMR（複合現実）の技術は着実に進歩している。話し掛けるだけで操作することができる人工知能（AI）内蔵のスピーカーは、近未来社会の可能性を提示する。いずれにせよ、ここ数年でメディアは更に大きな変化を余儀なくされることは確実である。

人工知能やVRなどテクノロジーが急速に変化して行く現在、エロス・エンタテインメントがどう変わって行くのかを正確に見通すことはますます難しくなっている。もはや数年後の未来でさえ、予測することは不可能である。しかし、ナイト・エンタテインメントが、少子化に伴う「子供向けエンタテインメント」の衰退に代替する形で、先端技術を援用しながら新たな領域へ向けて発展し続けて行くことは間違いない。「低迷する子供向けエンタテインメント」と「興隆するナイト・エンタテインメント」という新時代の構図を明確に見通すことが出来る。その中で、時として行き過ぎる恐れを内包する、このエンタテインメントをどう管理して行けば良いのか。それを検討する上でも、変革するエンタテインメントの経済的・社会的について分析することは、ともすれば、目を逸らしがちなテーマであるからこそ、大きな意味を有する。

II. 先行研究

エロスについては、専門家の研究では、学問が扱うべき対象ではないと避けられ続けて来た。加藤（2013）は、このような傾向に対して「ジェンダー研究に身を置く大学教員に猛省を促す。『ジェンダー』『セクシュアリティ』という学術用語の陰に隠れて、教員は『セックス（性行為）』～接触、挿入、快感、不快、喜び、心や身体の痛みなどから伴う生々しい生としてのぶちかり合いの行為～を教室から、大学から排除して来なかっただろうか。学生と真剣に向き合う覚悟はあっただろうか」と指摘する〔加藤13〕。「ジェンダー」とは、生物学的な性差のことではなく、社会的、文化的な性差を指す。「性」が人間にとって持つ意

味と言え、まず「生殖」を挙げることが多い。「種」として存続し続ける上で当然なことであるが、私たちの日常の「性」は生殖を目的としている訳ではない。むしろ生殖を回避しながら営んでいる。生殖を回避してセックスに近付く目的は「快感・快楽」にある。それにも拘わらず、性の快感・快楽を意識的に追求することをせずに軽視・蔑視する傾向が依然として存在することは、日本のエロスの最大の問題の一つである。

「生殖」＝「生命という新しい価値を生み出す生産的な行為」、 「快楽」＝「エネルギーの浪費、何も産み出さない無駄な行為」、 と言うように、快楽を価値なきものとする捉え方を乗り越える意識を育てることが重要である〔村瀬13〕。日本社会では、未だ、女性が公の場でセックスやセクシュアリティやポルノまがいの単語を口にすることが憚られる状況にある〔田中17〕。アメリカの哲学者コーネル（2006）が問い掛けた「どのようにしたら私たちは、女性が自分自身のセクシュアリティを自由に追求する必要性を肯定できるだろうか」という目標に、日本人は迫ることが果たして可能であるか、と再び問い掛ける状況になっている〔コーネル06〕。

白田（2017）は、猥褻なメディアが規制の対象となることを、性表現規制と階級を結び付けて分析する。純潔が美德とされるのは、あくまでも財産継承を前提とする上層階級での話であり、血なまぐさい跡継ぎ争いは、一族の繁栄にとっては最大のタブーとして捉えられる、と指摘する。性表現規制は、上層階級が庶民に自分たちのルールを押し付けて来た歴史であったと捉える大胆な主張である。更には、社会における規制と自由という重要なテーマにも接続されることを付加する〔白田17〕。

木曾（2017）は、著書『『夜遊び』の経済学』で、夜から翌朝までの間に行われる経済活動の総称である「ナイトタイムエコノミー」は従来必ずしも正当な評価を受けて来なかったと言い、ナイトタイムエコノミーの下で動く産業は昼の産業と比べて「格式」が低い者と評価されることが多く、夜の一部の労働者は「水商売」と呼ばれ未だ揶揄

の対象にされがちである、と指摘する〔木曾 17〕。江戸時代の思想家・石田梅岩は「職業に貴賤なし」という有名な格言を残したが、現代社会においてもナイトタイムエコノミーに従事する者は「賤しいもの」としての扱いを受けており、日本社会には未だ「職業の貴賤」が根強く残っている、と付加する〔木曾 17〕。米国の社会学者であるヴェンカテッシュ (2017) は、著書「社会学者がニューヨークの地下経済に潜入してみた」で、「社会的な意味でも」「セックスで人びとは一つにある」と語り、地下経済は現実に活動しており、私たちが目にする「表の経済」と密接であることを指摘している〔ヴェンカテッシュ 17〕。

社会心理学者であるハーバード大学 Justin Lehmler (ジャスティン・レミラー) 博士 (2014, 2017) は、エロス・エンタテインメントに関わる実証研究に基づき、エロス・エンタテインメントは総じてポジティブなものであると評価する一方、今後も更なるエロス・エンタテインメント接触の影響を明瞭にする研究が必要であると主張する〔Lehmler 14〕〔Lehmler 17〕。時に性犯罪との因果関係の存在から、エロス・エンタテインメントに対しネガティブな面を強調する向きが存在するが、冷静に心と身体の関係を定量的に分析する学術的研究による解明が求められる。東京五輪前に、「五輪至上主義」とも言えるナショナリズムの高まりに呼応する形で、エロス・エンタテインメントに対する規制が強化されるが、その挙げられる理由の信憑性については冷静に確認されなければならない。

ロジェ・カイヨワ (R. Caillois) に拠れば、人類の歴史は「ミミクリ (模倣) とイリンクス (眩暈) の時代」と「アゴン (競争) とアレア (偶然) の時代」の2つの時代に分けることを可能とする。「ミミクリ (模倣) とイリンクス (眩暈) の時代」と呼ばれた、人類が呪術と幻覚に支配された文明から、徐々に法律による規制や市場での競争を通じて社会を作り上げようとする時代に移った。つまり、「ミミクリ (模倣) とイリンクス (眩暈)」が支配する社会から「アゴン (競争) とアレア (偶然)」の支配する社会へと人類は移行した。し

かし、ミミクリ (模倣) とイリンクス (眩暈) は完全に人類社会から消失した訳ではない。ミミクリ (模倣) は演劇という形で、イリンクス (眩暈) はエロスといった形で現在も生き残っている。時にこのような「遊び」は、反社会的な行動へと変化して、社会の片隅で人間を魅惑する。カイヨワは、「遊び」の分析を出発点として、人類文化を研究することが出来ると考えた。本稿で扱うイリンクス (眩暈) であるエロスがもともと反社会的な「遊び」であることは、カイヨワの理論からも確認することが出来る。

中津 (2007) は、カイヨワによる「遊びと人間」に照合し、「遊びとは(1)虚構的 (現実とは別の意味で) な空間、虚構的な時間を設定する、(2)そこで人は自由で非生産的な活動を行い結果として楽しみを得る」と捉えた〔中津 07〕。中国の古典「荘子」の一節に「楽は虚に出づ」とあるが、笛や太鼓、鐘といった楽器が美しい音を奏でるのは、空洞の部分が合ったこそであることと意味付けする。教育的効用が強調される「レクリエーション (子供向けエンタテインメント)」と異なる一見無用な「エロス」の時間が消えれば、空洞部分がなくなり、人間の生活は美しくなくなる恐れが高い。フロイトが人間性を規定しているものは、心の底に潜む見えない無意識であることを発見したように、エロスが悪影響を与える表面的な論評をするだけでなく、底流にある無意識としてのエロスに対する欲望をきちんと理解する必要がある。

レビューやストリップのようなエロス・エンタテインメントにおいては、演者のスキルに左右される部分が大きく、カイヨワ (1958) 自身が指摘した通り、「イリンクス (眩暈)」的要素を持つ。一方、女優が AV で演技を見せたり、イベントのコスプレにおいてキャラクターに自分を重ね合わせたり、VR 動画で動画内の女優が実際に置き換わるように錯覚したりする行為は「ミミクリ (模倣)」であると捉えられる。例えば、エロティシズムの代名詞のように扱われている壇蜜は、撮影に際しては、おのれを完全に無にして、カメラマンなり監督から指示された通りに動く人形になる、と自らの行動について、インタビューで語っ

ている。自分自身が考えるエロティシズムは恐らく男性の求めるエロスとは異なり、それゆえ男性を十分に刺激することが出来ないため、一切、表に出さないようにしている、と言う〔伊藤 13〕。そして、すべてのエロスは「イリンクス（眩暈）」に内包される。

Ⅲ. 研究の方法

本稿は、「生殖」から離脱した「性の快感・快楽性」を表現する「エロス・エンタテインメント」を研究対象とした。ともすれば、エロスは社会風俗として扱われがちであるが、歴史、メディア、科学技術、法律、政治、経済、宗教、人権などと性を結び付けて深く捉え直すことを試みる。本稿の研究にあたっては、「クロスラボ」のホモ・サピエンスとしての人間本能から読み解く「サピエンス消費」の先行研究を用いた。社会はお互いが利他的に助け合うことにより成立している。家族や友人に限らず、見ず知らずの相手にも思わず親切にしてしまうことが頻繁に起こる。「利他」とは、自分が何らかの損をして他者への利益を与えることを指す。生物進化の見方に拠れば、人間が利他的に振舞うのは心の進化の過程で環境適応をして来た結果であり、生物進化の過程でホモ・サピエンスは互いに助け合う「利他的な性質」によって生存に成功して来た〔クロスラボ 17〕。

分析では、「利他スペクトラム」を用いた。図 1 に示す縦軸は利他志向の強さ、横軸は所属社会への嗜好への強さを示す。利他志向とは、人付き合いへの関与の強さであり、強いほど「利他」、弱

いほど「非利他」と識別した。ここで言う「共同社会」とは家族や地域などの共同体のことを指し、「利益社会」とは、企業・職場などの利益社会を指す〔クロスラボ 17〕。

図 1 で挙げる通り、まず、娯楽者が関心を持つカテゴリーについて検討した。利他ゾーンとなる A と C には、他者の存在を前提とした娯楽傾向が見られる。A はコスプレイベントやインスタグラム、C はストリップ劇場、レビューなどが挙げられる。他者と一緒を楽しむエンタテインメントとしての特徴が読み取れる。ストリップ劇場では、女優にリボンを投げられる客は決められるなど、ジャニーズや女性アイドルのコンサートのようにファンの中で規律が出来ており、ある種の「文化」に昇華されている。

一方、非利他ゾーンとなる B と D には、単独でも娯楽することを可能とする娯楽行動が見られる。B では動画配信やロマンポルノ、D ではヘアヌード写真やアダルトビデオ（AV）などが挙げられる。単独での自己完結的なエンタテインメントと捉えることが出来る。B では一人でリーズナブルに楽しむ娯楽場面、D には比較的高価なエンタテインメントを一人で楽しむ娯楽場面が読み取れる。

江戸時代や戦後直ぐの時代には浮世絵やストリップ劇場のような利他ゾーンの娯楽を人々は楽しんでいたが、孤立化に伴って娯楽が「個」に向かい、非利他のゾーンのエンタテインメントが拡大、ヘアヌード写真やアダルトビデオ（AV）のような他者を必要としない自己完結的な娯楽行動が徐々に普及した。

しかし、近年、インターネットの普及に拠り他者とのつながりが起きるようになり、サピエンスが本来、他者と利他を基盤に生存して来たことへ回帰する志向が目立つようになっている。ソーシャルネットワークが普及し、ほぼすべての人に写真や映像、テキストを自作し、世界に向けて発表する手段と場をもたらすに至っている。コスプレイベントや撮影会の開催やインスタグラムの普及、ストリップ劇場の復権に見られる。エロスを「個」で楽しむものから、「他者」と一緒楽しむもの、

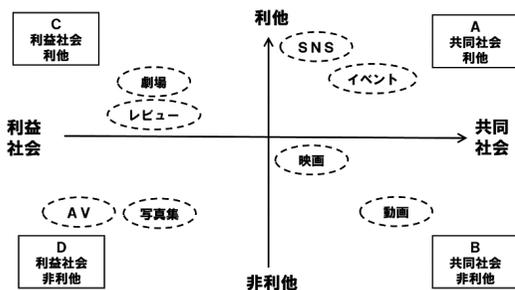


図 1 ナイト・エンタテインメント（エロス）分布

他者へ公表するものと、ある種の利他価値として再定義できるようになった。このような再定義には、個と個を結ぶインスタグラムのような、ヴァーチャル空間におけるエンタテインメントをも含む。娯楽者は意識的に自らの利他本能に気付いている訳ではないが、サピエンスとしての人間本能に働き掛けた娯楽喚起にこそ、本質的なエンタテインメントが内包されることも分かっている。

企業もこのような「エロスを他者に見せたい、他者と楽しみたい」価値が向上するに伴い、新たな商品戦略を示す。例えば、下着メーカーのワコールホールディングスは、女性が他人に見せる下着を発売強化している。一方、欧米では、有色人種のキャラクターや性的マイノリティーに加え、女性の描き方の改善を求める声が高まり、配慮することが求められるようになっていく。ライフスタイルや価値観が多様化し、社会で自分らしく活躍できる場を求める女性が着実に増えている。時代に合わせ、エロスの描き方も男性目線ではなく、男性には媚びない「女性が憧れるエロス」を自らが表現する機会も増えている。日本でも、欧米に追随する形で、エロスを題材にしたエンタテインメントが人気を集めるようになった。30代以下の若者世代は、中高年世代が行うような「エロス＝隠すべきモノ」「エロス作品出演＝人生崩壊」というイメージで拒絶せず、新鮮でカッコいい、美しいモノと考えている。マイナーであったエロスに光が当たりヒットする現象は好み分散した現代の潮流の一つであると捉えることが出来る。

IV. 「エンタテインメント（娯楽）」か 「アート（芸術）」か

エロスは「エンタテインメント（娯楽）」か、「芸術（アート）」か。一つの表現形式の中には、エンタテインメント作品と言えるものと、アート作品と言えるものが併存する。また、一つの作品がエンタテインメントとして楽しまれることも、アートとして受容されることもある。更に、ある一つの経験がエンタテインメント的な受容の側面を持つこともアートの受容の側面を持つことも

ある。それゆえ、エンタテインメントとアートの排他的な区別は、表現形式レベルでも、作品レベルでも、経験レベルでも、付けられることを容易としない。

エンタテインメントとアートの区別は、文化の違い、受容と慣習の違いの問題と捉えることが出来る。エンタテインメントでは、対象の評価は個人的な好き嫌い以上のものではない。端的に分かり易く好ましいモノに留まる傾向がある。エンタテインメントにおいては「見る人に認めてもらえてこそ価値がある」というベンチマーク（物差し）が明確に存在するため、時に「アート」が持つ「分かる人にだけ分かれば」という傲慢さを戒めることになる。世にその価値を問うことにより、対象の評価が定まり、見た人から改善点の指摘も得ることが可能である。発信があるから、受信が生まれる。

それに対して、「アート」では、対象の評価は善し悪しの判断であり、理由付けされ、正当化される。例えば、江戸時代に花開いた性風俗をテーマとする浮世絵である「春画」は、淫靡を感じられる「エロス」として捉えられ、明治以降は規制が強化され、欧州ではピカソらに影響を与えた「アート」と捉えられた。また、もともとエンタテインメントの中で成立したAVは、時代を経るにつれ、アートへの指向を持ちつつある。アートは、本来、社会に共通する諸見解を片っ端から否定するものであるため、時間を経ないか否定的な評価を受ける傾向が高い。「アート」にとって最も恥ずべき墮落は「無難さ」に逃げることであり、世間の空気におもねく基準を取ってはいけないとされる。美術館で展示される高尚な「アート」とは異なる面を持つ「現代アート」の表現に芸術性や思想性を理解できる人はまだまだ限定的である。「アート」の定義は時代や地域により、絶えず変化するものである。テレビや出版などオールメディアがコンテンツに対して「革新性」や「新規性」を打ち出すことはかなり難しくなっており、「閉塞感」や「既視感」が強く漂うため、先進性や革新性に憧れる都会の若者世代が離れる傾向を招いている。それらの代替的存在として、メ

ディアが「アート」の範囲外とする「エロス」が、その新規性をもって、刺激を求める人々の注目を集めるのは当然の流れと言える。

「フィルタリング」という事勿れ主義の門前払い基準を採用した瞬間に「アート」は死滅する。実際、「世間」に驚きやショックを与えないために創作される「アート」があるとすれば、そのような「アート」に一体何の価値があると言うか、はなはだ疑問である。現在のマスメディアで用いられる「コンプライアンス」は、ある種の「エロス・エンタテインメント」を一律に排除するが、「アート」の文法では「萎縮」と翻訳される行為を取っているに過ぎない。現在、VRという先進的技術は、没入感を提供してくれる分かり易いエンタテインメントとして新たに登場しているが、後年にアートの表現のために利用されることは、芸術史的な観点から言えば不可避である[松永 17]。

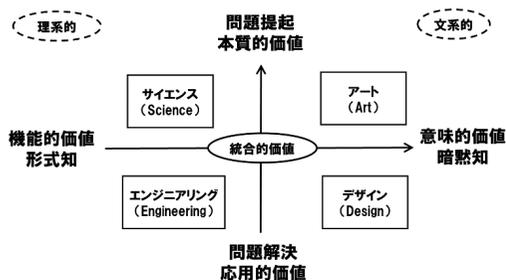
男性が考えるエロスと、女性が実際に楽しんでいるエロスは異なるとの指摘がある。女性のセクシャリティは男性の理解の外にあることと同時にエロス作品が顕在化することが頻繁に起こる。[田中 17]。ベルギー出身のフランスの哲学者リュース・イリガライ (1987) は「女のセクシャリティは、常に男を基準として考えられて来た」と言う[イリガライ 87]。カナダの生物学者であるキャサリン・サーモン (2004) は、女性たちの好むロマンス小説の世界を「ロマントピア」と名付け、「ポルノグラフィ」とはまったく異なる手法で女性たちの欲望を解放するための空間であるとして、

区別している。男性の理想とする「ポルノグラフィ」とは、セックスが肉体的満足に過ぎず、女性は見知らぬ者とも喜んでセックスし、いとも簡単に性的に興奮し、いつも絶頂に達する「ポルノトピア」だと捉えている [サーモン他 04]。

性別の違いに基づき、男性と女性ではエロス表現に相違があると言えるが、エロスに対する興味があるかないとか区別することは間違いと位置付けられる。男性が求めるエロスと女性が求めるエロスは確実に異なる。しかし、エロスのルーツは、人間そのものの生命力、生体と結び付いているため、エロスは広義の意味においては「共通言語」であると捉えることが出来る。

延岡 (2017) は、機能的価値と意味的価値の統合的価値を考えるためのフレームワークとして、図2のような「SEDA (シーダ) モデル」を提示した。「機能的価値」とは、商品の技術的な数字や仕様によって表せる価値のことである。「意味的価値」とは、カタログに書かれた仕様や機能を超え、顧客が実際に使用する際に生まれる価値である。使い易さやデザインなど、感性や情緒に訴える価値である。機能的価値が数字や仕様で客観的に表せる価値 (形式知) であるのに対して、意味的価値は顧客が主観的に意味づける価値 (暗黙知) である [延岡 17]。

延岡 (2017) は、図2のように、サイエンス (Science)、エンジニアリング (Engineering)、デザイン (Design)、アート (Art) の4つの視点から構想する。横軸は機能的価値と意味的価値の対比で、縦軸は問題解決と問題提起で分類する。問題解決が既存の知識を活用・深化させることであるのに対して、問題提起は新たな価値を探索することである。デザインとアートの違いは、顧客の主観的な要望までも理解し、商品に反映させるのが「デザイン」であり、顧客が意味づける内容の新たな提案が「アート」である、と捉える [延岡 17]。エロス消費の場合、「アート」価値が極めて高い本質的な効用や満足感を示す。例えば、エロスと親和性が高いと言われる映画は「言葉に頼らず、イメージと音で作り出す」ことに芸術的価値を見出す傾向があり、エロスが「アート」と



【出典】 延岡 (2017)

図2 「SEDA」モデル

しての価値を醸出し易い「場」となり得る。例えば、ヘアヌードをあえてモノクロームにすることにより、これはエロスではなく、あくまでも「アート」であると主張する手法が採用される。

グッドマン (2017) は、著書「芸術の言語」で「芸術にまつわる人間の営みの本質は、巧みな模倣や内面的な表現ではなく、対象を記号として扱う際の認知的な経験に関わる」と指摘した。もしそうであれば、「アート」と「サイエンス」や「デザイン」との間の違いは程度の差でしかなくなる [グッドマン 17]。

米田 (2017) は「人間の身体をそれほど美しいものとは捉えていない」と言い、「どんなにプロモーションが良いモデルでも、ヌードになると意外にいびつだったりする」と指摘する。「世の中、ヌードというものに対して、過剰に反応し過ぎている。美しいとか美しくないと価値判断したり、性的な目線で見たりするのではなく、もっと自然に捉える」ことを求め、「ヌード表現にはアートからポルノまで種類があるが、裸はそもそも日常的なものであり、ニュートラルな意識でいい」と指摘する [米田 17]。一方、ハヤト (2017) は「ヌードは、人間の生命力を強く感じさせるツールであり、一方で、人間の数だけ違うシェイプがあるデザインとしての面白さがある」と賞賛する [ハヤト 17]。

海外、特に欧州では、ファッション写真はヌード表現が必須と考えられる。突き詰めれば、着飾ることとセックスアピールすることは同義という扱いをしている。イタリアでは、大人の女性に対し、「セクシー」と表現することが最高の褒め言葉になり得る。どのようなセクシーな表現が出来るかが求められ、現代表現も突き詰めると、絵画を辿り、ギリシャの裸体彫刻に行き着く。2000年以上前の古代ギリシャ彫刻は豊満なお尻と胸が際立ち最も美しい女性のポイントとなって、鑑賞する人の視線を誘導する。古代ギリシャ時代以来、裸体像は西欧芸術の大きなテーマとなって来た。古代文化の復興が叫ばれた15~16世紀のルネサンス期には、裸体像の傑作が次々と生み出されている。

5世紀から15世紀半ばに至るヨーロッパ中世においては、キリスト教の禁欲的世界観から、宗教画における裸体表現は、キリストの磔刑や罪を背負った人間を描く場合などに限定されていたが、15世紀を通じて古代ギリシャ、ローマの生命感溢れる文化の再発見が建築・彫刻の分野で進展し、絵画でも裸体が描かれるようになった。15世紀末のルネサンス絵画に現れたローマ神話の女神「ヴィーナス (Venus)」は16世紀に入ると、次第に官能性が強調されて行く。裸体画は、禁欲的なキリスト教文化から人間性を解放したルネサンスの春を象徴する作品であった [宮川 17a]。

ルネサンス絵画で描かれた「ヴィーナス」は、女性の裸身にはほのかな赤みが加えられ、柔らかな輪郭と自然な階調を伴い肌が表現され、従来の彫刻的な陰影が施されたヴィーナス像とは違った表現が施された。明るい色彩のほのかな濃淡でなめらかな肌を描き出すデリケートな色彩表現はまるで対象の女性を愛撫する筆遣いであり、ミケランジェロに代表されるフィレンチェの線描写体の描写の対局にある。その豊かなエロス性は、ふくよかな身体と水に濡れた髪質感に生身の女性に近い現実感をもって再現された [宮川 17b]。

太古の昔から、人間の体をいかに美しく描くかは、アートの世界の普遍的なテーマとなって来た。時代ごとに新しい表現が生まれても、結局エロスに回帰することになる。19世紀以降、絵画でも多くの裸婦画が描かれ、新古典主義と呼ばれる、均整の取れた体を正確なデッサンに基づいて描く表現が主流となった。

このようにアートに向けられた作品は、それ自体が批評的・反省的で、高度に複雑化・ハイコンテクスト化して行く傾向がある。日本でも、江戸時代に最もハイカルチャーとされたのが狩野派であり、浮世絵を描く町絵師は社会的には下層に位置付けられたが、葛飾北斎は日本の中で最も世界的な知名度を誇る絵描きとなった。20世紀日本を代表する画家である藤田嗣治 (1886~1968) が描いた「乳白色の裸婦像」は、むしろ今世紀に入って「アート」としての評価を一段と高めている。藤田は1913年に渡仏し、1921年に「乳白色の裸

婦像」で有名となり、晩年、フランスに帰化しレオナルド・フジタとして没するに至った画家である [佐野 17]。

どの時代においても「アート」のルールを変えて来た変革者たちはエロスを表現して、当初は非難される経験をした。人工知能時代に人間に求められる能力は、表現者の「感性」であり、アートに触れることによって「感性」が育つことに成功する。奥村 (2017) は「美術作品と豊かなコミュニケーションが出来れば、論理的に考える力や直観的にメッセージを捉える力を伸ばせる」と指摘する [奥村 17]。「アート」に触れることが求められている時代である。

V. 女性向けナイト・エンタテインメント

性欲は脳内の視床下部という部位に存在するが、男性と女性では視床下部の大きさが異なり、男性の視床下部の大きさは女性の約 2 倍であるため、男性用エロス市場が女性用エロス市場の 2 倍となることは、合理的とされる。一方で、実際の女性用エロス市場は男性用市場の半分の規模に達していない。しかし、近年、確実に女性用エロス市場は拡大している。関連企業は、ダウンロード販売、インターネット通販チャンネルで、女性の顧客を取り込む戦略を強化し、売り上げを伸ばしている。大手事業者は女性向けアダルトサイトを立ち上げ、過激な表現を排除し上品な言い回しにする等、「女性に優しい動画」を制作し、多くの女性ユーザーを取り込むことに成功している。

国内のエロス・エンタテインメント市場は、従来、「男性」が主たるユーザーであり、男性の嗜好・欲望に応じる形でビジネスが発達して来た。本市場のマーケティング戦略は概ね、「男性による、男性のため」に考えられた戦略でしかなかった。現時点でもそのフレームが踏襲されている部分が一部残るが、男性の嗜好・欲望を満たすサービスに対して、「草食化」「セックスレス」と形容されるように、若年男性の消費力や関心が全般的に変化していることを受け、男性に向けたマーケティングでは、市場が立ち行かなくなって来てい

る。それは、エンタテインメント市場についても同様のことが言え、女性の社会進出が進み社会的な慣習が変化する中で、エロス・エンタテインメント市場も、重要なターゲットとして女性に焦点を強く当て始める方向に戦略を変えている。

エロス・エンタテインメント市場は、近年、女性を取り込む戦略を急速に進めることが奏功して、縮小する市場を下支えするようになっている。従来、嗜好・欲望を満たすサービス・モノが男性に占有されて来た経緯が、女性ユーザーの拡大を阻んで来た。エロスに金を使う観客は、従来は男性主体であったため、男性消費者を意識した作品製作がなされていたが、映画作品では女性監督による女性目線的な製作姿勢を試みるようになっていく [大高 17]。例えば、ヒロインたちの愛を男性たちの好色に対する反逆として描くこととして、いかに解放の喜びを表現できるかが、型に嵌まった性描写とは異なる独創性を獲得できることに結び付く。ヒロインが惜し気もなく身体を見せ計算し尽くされた絡みを演じるシーンが増えている。結果、男性の押し付けイメージに迎合しなくても成功を収める女優が登場している。日本のエンタテインメントでは、官能的なものやセクシーなものが、瞬時に「卑猥だ」「はしたない」と評されてしまうことが多かったが、セクシーさが自己表現の延長線上にあると考える女性が増えている。

1990 年代のガリーフォート・ブームを牽引した HIROMIX、長島友里枝、蜷川実花ら女性写真家が活躍し、撮る側と撮られる側の関係性の変化がエロス欲望の形も大きく変えた。女性が過激に「撮られる」よりも、過激に「撮らせている」方がエロく、女性写真家たちの活躍により、女性の欲望が露わになった [麦倉 16]。近年、女性誌「an・an」は定期的に SEX 特集を組むようになっている。グラビアにおけるエロティシズムは、長年、男性向け雑誌のグラビアを中心に展開されていたが、「an・an」の「セックス特集」に見られるように、女性向けグラビアも珍しいものではなく、男性向けグラビアが、色々な妄想をするためのものに位置付けられ、1 枚の写真で終わるものではなく、その先にあるストーリーを

表1 エンタテインメント市場規模 (2016)

項目	金額	割合
エロス	4兆5,629億円	5.7%
ギャンブル	30兆7,580億円	38.2%
飲酒	7兆6,419億円	9.5%
ナイト・エンタテインメント	42兆9,628億円	53.4%
観光・行楽	10兆5,910億円	13.2%
食事	14兆7,825億円	18.4%
スポーツ	4兆240億円	5.0%
ポップカルチャー	8兆1,170億円	10.1%
レクリエーション	37兆5,145億円	46.6%
総計	80兆4,773億円	

【出典】「レジャー白書2016」を植田が加筆修正

楽しむものである誌面作りがされる一方、女性誌グラビアは全体的にオシャレな雰囲気に包まれるという明確な違いが存在する。女性は雑誌を眺める時、ページ全体を見るため、「水着もかわいいし、メイクもかわいいし、アクセサリーもかわいい」というように、色々なところを楽しんでいる。男性向けグラビアでやると過激すぎるポーズでも、女性誌の「オシャレな」的な雰囲気で撮ると、それほどいやらしく映らなくなる。女性向けグラビアに表現されるエロスは、女性が憧れるエロティシズムであり、「こういう体形になりたい」という気持ちで、自分を投影しながらグラビアを見る特徴を有す。

女性の社会進出が進み社会的な慣習が変化する中で、もはや「エロス」が女性に焦点を強く当て作られることは珍しくない。前述の女性誌「an・an」は、「セックスで、きれいになる。」という特集タイトルを出したり、ジャニーズアイドルがヌードになったり、アダルトDVDが付録になったりと、常にエロスに対し積極的なスタンスを見せている。若い女性たちのエロスに対する欲求を肯定し先取る存在となっている。「an・an」が最初にエロスを特集したのは1982年7月であったが、1991年、同誌は更なる衝撃を生むこととなった。著名な写真家である篠山紀信氏の、樋口

表2 エロス・エンタテインメント市場推移 (億円)

年	2010	2011	2012	2013	2014
デジタルコンテンツ (ゲーム、動画)	815	782	731	720	703
出版	502	487	465	431	418
施設・サービス	28,861	33,099	34,235	35,037	35,775
ショップ・グッズ	2,091	2,016	2,009	2,078	2,093
アパレル	6,595	6,720	6,715	6,635	6,640

【出典】 矢野経済研究所 (2016)

可南子に続く「ヘア第2弾」として本木雅弘のヘアヌードを掲載した。マガジンハウスには若い女性からの問い合わせが殺到し、予約だけで20万部を突破し、企画としての成功を収めた。この成功体験は、それ以降の男性ヌード路線の先駆けとなった。2017年の特集は、タイトルは「愛とSEX」で、関ジャニ∞の横山裕がヌードで表紙になった。

更に、「an・an」に留まらず、「with」「MORE」など他の20代向け女性ファッション誌もエロスの大型特集を組むことが近年では当たり前になっている。男性目線のように、エロスを手段としてだけでなく目的として捉える傾向が新たに出現して、男性が読んでも面白い内容になっているのが最近の女性誌の傾向である。更にダイビング専門誌である「DIVER」(2018年1月号)の表紙にKis-My-Ft2の北山宏光が青い海をバックに上半身裸を披露した形で登場すると、増刷する人気となった。ジャニーズアイドルが上半身を鍛え上げ筋肉美を女性ファンにアピールする時代である。テレビでも、NHK大河ドラマ「おんな城主 直虎」、TBSドラマ「陸王」、フジテレビドラマ「民衆の敵」などで、男性俳優の裸シーンが頻出している。若者世代のテレビ離れが顕著で、50代以上の女性目線のエロスに活路を見出しつつあるテレビドラマの世界では、エロス表現の軸足を女性向けに移している。テレビドラマの中の「エロス」は現在、独自の進化を遂げている。

表2にある通り、エロス・エンタテインメント市場は約4.5兆円にのぼり、かなりの規模を有す

る巨大産業である。製菓、化粧品、ブライダル、スポーツ、テレビ市場をはるかに上回り、出版や新聞の2倍以上の市場規模を誇る。例えば、現代女性の「セクシー」表現に対する意識高揚は、女性下着ブランド「ヴィクトリアズ・シークレット」で、ボンテージ風、極小の生地面積、透け透けレースなど、多様なテール部分のセクシー・ランジェリーの売り上げを伸ばしている。大人の女性が表現する汎用性の高い「エロス」を目指す需要に対応した数値は最終項の「アパレル」に含まれる。女性用下着については、上野（1989）が詳しい。

エロスは、たいてい日常的な生活から切り出された一定の時空間の中で表現される。エロスはある決められた時間と場所でだけ生じる出来事である。もしも日常生活でエロスを表現しようとした場合、規制対象となり、しばしば違法行為とされる。このようなエロス表象空間と日常空間の時空間的な境界を指すのに、しばしば「マジックサークル」という言葉が用いられる。マジックサークルは、エロスのルールがその内部でのみ効力を持つ魔法の領域である。マジックサークルは、現実の時空間の中の、エロスの意味付けが与えられている部分として捉えられる。

大高（2017）は、「本来の女性目線とは、登場人物の生き方や性のあるようではなく、エレクト＝興奮度を視野に入れた彼女らの総体的な肉体と目線のことでないだろうか」と指摘して、「女性が興奮するポルノとは何なのか」を現時点で把握して映画化している映画人の存在を疑問視する。そして、「興行的に成功するかどうかは分からない。女性は、映画にそのような目線が濃厚であったとして、その映画を観に来るかどうかは、まるでわからない。この点が、難しいし重要だ。ここから総体としての女性目線とは、そもそも虚構の産物となりかねないのではないかという結論に至る。果たして、女性にとって、ポルノとは何なのか。永遠の謎である」と言う [大高 17]。

近年、エロスを伝えるメディアやエンタテインメントに、男性だけでなく、女性が多く訪れており、エロスを再定義する段階となっている。若者を中心に「表現されているものと現実とは別」と

いう割り切った意識が広がり、淫靡さや背徳的な雰囲気急速に薄らいでいる。エロスを表現する側もストレートな性表現を避け、明るくライトな感じとなるように工夫している。男性が考える理想的な女性像や、その移り変わりを観察したり、美しいメイクや身体に感嘆したりする女性が存在する。このような表現方法の変化を受けて、NPO 法人「SEAN」の中学生を対象とした調査では、「雑誌や広告に女性のヌードや水着姿がたくさん登場することについて、どのように思いますか？」の問いに対して、「嫌な気持ちになる」と答える女性の割合が2006年は約38%であったが、2013年は約13%と大幅に減少し、若い女性であったとしても、エロス表現に対して解放的となって来ている時流を示す [木村 17]。いかにセクシーに、キュートに、コミカルに、そして誰よりも前衛的に魅せるか、友人や女性同士で鑑賞しても楽しんでもらえるかを考えながら、インスタグラムに投稿している。

女性の間で急速に人気が高まるエロスのトレンドとして、「オシャレ」で「ポップ」であることが重要要素として挙げられる。女性に人気の猫やインスタグラムをエロスと絡ませ、女性が気軽にエロスを楽しむ方法も採られている。女性が考える「エロス」を映像やイラストで表現する「東京女子エロ画祭」が2018年3月に開催されるなど、女性向けエロス・エンタテインメントの高まりを受け、その需要に応えるメディアやイベントが登場するようになっている。女性が女性で作ったエロス作品を鑑賞するだけに留らず、自らが表現する側に回る時代である（なおインスタグラムについては、植田（2016）と植田（2018）が詳しい）。

VI. エロスと規制の戦い

政権は具体的な暴力、道徳、宗教のいずれかをもって統治を行う。このうち、長期的に安定であるのは、道徳を巧みに利用した政権である。しかし、人間の奥深くまで描いてしまう際どいエロス描写はこれを覆してしまう。エロスが自由表現である以上、古くから権力から与えられる規制との

戦いが繰り返され続けて来た。エロスにまつわる事物の描写をする芸術家はいつの世も体制とは馴染まないものであった。また、権力の意向を受け易い教育者からも道徳という建前の下、規制が加えられ続けている。明治から終戦までは条例や法律により、すべての出版物が政府への納本を義務付けられ、検閲が行われた。法に基づく発禁（発売頒布禁止）の他、法に規定されない削除や次版での改定などの措置も存在した。

2020年の東京五輪開催を前に、外国への体面を少しでも良くしようと考える政府は、エロスに対する規制を強化している。コンビニエンスストアには性表現が氾濫しているとして、アダルト雑誌は表紙を目隠しする状態で販売するようになっている。青少年健全条例で有害図書に指定された大半が中央部分を緑色のビニールファイルで包まれ、陳列されるように変わった。コンビニエンスストアでは、この処置に先んじて、「エロス雑誌」の陳列棚を設け、子供らの視線を遮るための目隠し板を設置している。出版社には小口をテープで留めさせ、立ち読みを不可能にする処置を施してから納品させている。千葉市は、市内の一部コンビニで販売している成人向け雑誌をフィルムで包み、表紙を見えなくすることを求めた。千葉県青少年健全育成条例で、販売時に一般雑誌と分けて陳列するよう求めている雑誌が対象で、雑誌名は見える状態にすることが必要とした。2017年度予算案にはフィルムの購入費など39万円が盛り込まれた。これに対し、日本雑誌協会は「公費を使った過剰な規制で、表現の自由が妨げられる」と反対した。コンビニエンスストア業界も、このような流れを受けて、雑誌コーナーで成人雑誌と他の雑誌を分けて対応することとした。結局、2017年8月から9月に実施するはずだった千葉市の施策は、関係者の同意を得られずに、頓挫した。

まず、社会は五輪前の規制のない状態、すなわち図3のPPF1とIC1の点aで生産を行っているとする。ここに規制を導入すると、規制を防ぐための動機が出来る。これはモデルにおいて実質エロス・エンタテインメントの製造から、エロス・

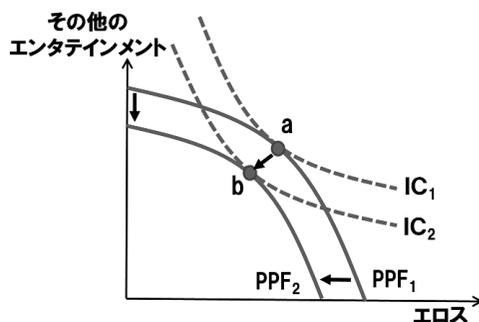


図3 エロス規制の社会的コスト

エンタテインメントの抑制に移行していることを意味している。この変化は、PPFの縮小（PPF2へ）と、点aから点bのような場所への移動によって表すことが出来る。規制が掛けられると、PPFが交わる場所が座標の原点に近付き、規制がない場合（点a）と比べて効率性が低下する（点b）。この場合の社会的コストは、規制のために提供されなくなったエロス・エンタテインメントである。リスクを回避するために何かをなくすという方法は、「テロの恐れがあるためゴミ箱を撤去する」と同様、政府が採用する頻出規制である。

VII. ナショナリズムに対するアンチテーゼ

いつの時代も、エロスを表現する芸術家たちが権力と戦うことを自分の矜持と考えて来た。1980年の最高裁で有罪になった作家の野坂昭如は「世の中には、はたから見ると卑屈で、人でなしで、やっちゃんいけないとされることがある。それを取ってやる。弱い人間が強い人間に立ち向かうには、それしかないんじゃないですか」と述べた。

エロスは、音楽や映画など他のエンタテインメント、新聞やラジオ、テレビなどマスメディアと異なり、市場の価値を持つ「商品」、あるいは政治的メッセージが込められた「プロパガンダ」でもない前衛的表現として芸術を牽引して社会に影響を及ぼして来た。プロパガンダ（政治宣伝）など権力に都合良く利用される危険性が低いことが、他のメディアやマスメディアにない積極的な意味

でのポジティブな側面を有する。しかも、時には「アート・パワー」として、時の政治や社会に働き掛け、緩やかに変容させる作用をも有する。分かり易く即物的な価値観が重視される現代社会において、エロスは社会に対して閉ざされた場所で提供されるエンタテインメントであるからこそ、反時代的、反権力的で価値の分からないものが蓄積され、新しい発想に繋げることを可能にして、芸術性や思想性を有することに成功している。

日本のマスメディアは批評する力を失ったと言われて久しいが、エロスはその自由さと不穏さを増して、権力側の統制が強化される日本において、一段と注目を集めるようになってきている。特に、2011年の東日本大震災以降、「絆」という言葉で同調圧力が膨張し、東京五輪に向けて更なる「一体化」を国民に求められ、「倫理」が権力に都合良く利用される現代においては、エロスは政治や社会に隷属しないことを敢えて表明しているかのように映る。権力が絶対的な存在として位置付ける震災復興や東京五輪を相対化することが出来る。既製品を大量生産するマスメディアは目の前の問題にだけ対処する他ないが、浮世絵の春画が近年再評価されたり、アグネス・ラムや河合奈保子の水着写真集復刻版が売れたり、日活ロマンポルノが新たに製作され復活したり、エロスは長い歴史を背負い、それに従い新たな答えを出すことを求められるようになってきている。

結果、近年、エロスが新しい形で復活しつつある。性的な欲望が高い若年世代の減少、出版社の構造的な凋落、などエロスを取り巻く環境が厳しさを増す一方、世界的に進展する同調主義や保護主義、ナショナリズムの高まりに対する反発は、民衆にナイト・エンタテインメントを指向する「本能」を喚起させる。古来、生物の進化は生存適用、異性の獲得競争の進化が促して来た。人間の場合、異性を誘惑する役割は、女性の身体が担っていた。女性は豊穡な出産力をアピールすることにより、男性を誘惑するエロスに昇華させた。女性に対してエロスを感じるものは、生殖と出産の代替的な能力誇示に位置付けられた。しかし、現代社会は、性的情報や性的誇示を抑制するように

構成されている。理性的な人間が本能に負けて容易に性的誘惑に乗れば、社会的信用を得ることは出来ない。本来、性欲は食欲や知識欲のように個人差が認められるはずでありながら、性欲の抑制はハーレムのような異性の独占的獲得を防ぐための禁圧要素を持ち、現代社会における政府は規制を一層、強化する。自由を束縛され規制が強化されると、エロスは市民の内面に潜む病理を照射する形で発展することが、しばしば起こることは過去の歴史が証明する。

日本においては、エロチックな絵と文章を満載した江戸文化から、エロスを文化として消費して来ており、様々な性の悦楽を賛美した歴史を有する。「する」ものではなく、「見る」「読む」対象としてエロスが市場に出回っていた。この文化的風潮は「のぞき見趣味」と呼ばれ、この流れで一儲けしようとする人々と、押し留めようとする保守派の間で、絶えず「文化戦争」が起きた。エンタテインメントにおいては、日陰のサブカルチャーに光を当てることに抛り、エロスを主流の文化にしようと努力する人が絶えず存在した。革命的なエンタテインメントは、時としてエロチック且つ挑発的なパフォーマンスや奇抜なファッションにより、女優やモデル、アーティストなどをセックスシンボルに留まらせず、「女性」の殻をいち早く破って世間に認めさせることに成功した。好みや性的な欲望は人によって異なり、他人が自分と違うからと言ってその人を非難したり、ある決められた倫理観に照らし合わせたりして、善悪の判断を下すことに対して、抵抗し続け、古い倫理観に縛られ続ける人間を周回遅れへと置き去りにする。

民主社会とは、自由が善であることを前提として、すべての価値観が平等であり、どのような生き方も称揚される社会である〔豊永17〕。基本となる価値観は一人ひとりがそれぞれの「幸福を追求する自由」を保障することにある。自律を貫こうとすると、他者の自律を制限することがしばしば起こる。「共生」するためには、バランスを必要とする〔印南17〕。

エロスやグロは厳しく弾圧されればされるほど、

本能を発露させて行く民衆のパワーを内包する性格がある [毛利 17]。「エロス表現」は明確に「反権力の位置付けを貫いて来た。ポルノ映画は、表社会からだけでは見えない、人間の皮剥いた本音が顔を覗かせることを醍醐味としていた。女性が強くなったと言われる現在、同性の視点を意識し、大人のエロスを具現化してくれる新たなセックスシンボル像が幅広い支持を集めるようになっている。AKB48 や乃木坂 46・欅坂 46 などアイドルがグラビアを席卷している時代に、一方で、壇蜜、橋本マナミ、園都、森咲智美などが大人のエロスを醸し出し人気を集めるようになっている。彼女たちはグラビアに留まらず、映画やテレビドラマ、バラエティ番組に引っ張りだこの状態である。

人気女優となった石原さとみや深田恭子は、大人の色気を増して、記録的な写真集の売り上げへと繋げた。2017年5月に来日した韓国人ゴルファーのアン・シネは、膝上30センチのミニスカート姿と美脚でもてはやされた。日本の芸能界は「17歳最強説」と呼ばれるように10代アイドルを中心としたロリコン志向に支えられ、可愛く幼くキャピキャピしていることが異常なほどに重宝されるため、その範疇から外れる女性にはチャンスが訪れない、とされて来た。メンバー全員が同じ制服を着て同じ振り付けを踊るアイドルグループは、エロスとは真逆の価値観である。若い女性には処女性を求められることが多いそのような土壌の中で、大人のエロスをアピールすることに活路を見出す女性が異性に留まらず同性からも認められる新たな時代が到来している。「大人の女性も魅力的」と世間に納得させ、時として「ロリコン趣味」と揶揄された日本のエンタテインメントを「大人化」した彼女たちの貢献は大きい。

大人の女性に留まらず、一般的な若者世代の女性もわざと股上の浅いジーパンを穿き、腰から下着を見せる「見せパン」をファッションとして意識的に行うようになっている。ブラジャーのひもをわざと見せる「見せブラひも」も流行している。今や、露出をファッションにする時代である。

代表的な女性アイドルグループに成長した乃木

坂 46 は露出過多な他アイドルの衣装と異なり、上品な膝丈でスカートは揃えられ、2012年のデビュー以来、清楚なイメージを前面に出し、男性誌のグラビアでも露出は控えめであった。しかし、2017年2月7日に発売されたメンバー白石麻衣の写真集「パスポート」には、ファッション誌モデルとしても活躍する白石らしく、「おしゃれてセクシー」をテーマに、身体のラインが強調される下着姿や水着姿が数多く含まれ、従来イメージを崩す過激さが話題となり、累計26万部を突破する大ヒットとなった。出版元の講談社は、創業108年の歴史の中でソロ写真集としては史上最高の部数を記録した。女性タレント写真集の購買層は通常男性が9割とされて来たが、「パスポート」は女性が3割を占めるなど、女性からも大きな支持を受け、写真集の売り上げを押し上げた。

白石麻衣と並ぶ人気メンバーの西野七瀬はグラビアとしては華奢であるにも関わらず、ネットでは「なぜ西野のグラビアはエロいのか」という論議がいまだに繰り返されている。2人に留まらず、斎藤飛鳥や衛藤美彩など他のメンバーの写真集もいずれも爆発的な売り上げを記録してランキング上位を独占した背景として、普段から清楚で上品なイメージで水着もほとんど着ない乃木坂 46 が、写真集ではビキニや下着姿を見せてファンの購買意欲を刺激したことが挙げられる。

また、乃木坂 46 の姉妹グループである欅坂 46 のメンバーである渡辺梨加と長濱ねるの写真集も発売され、好調な売り上げを記録した（長濱ねるの写真集は初版で12万部となった）。長濱ねるの写真集「ここから」では、初公開となる水着カットの他、バスタオル1枚の大胆ショットが披露された。バスタオル越しに身体のシルエットが浮き上がる刺激的なショットは、ファンの間で話題となった。彼女の写真集の購買層も1/4が女性であった。

欅坂 46 のグループコンセプトは「反権力」であり、デビュー曲「サイレントマジョリティー」では、「大人たちに支配されるな」と挑発的な言葉を歌い、写真集で魅せた健康的なエロスと共に訴える「レジスタンス（抵抗）」の世界観は、権

力迎合のマスメディアや「体育」基盤のスポーツに辟易していたデジタルネイティブ世代との間で見事にチューニングした。樺坂 46 の最大ヒット曲「不協和音」で歌う「僕は嫌だ」と訴える自由は五輪前の窮屈となりつつある日本において、より心に響くようになっている。

アイドルのグラビア写真集もかつての男性ファンの視点を意識し欲望を具現化させる露骨なものから、大自然をバックにして爽やかな形で自らの身体美を表現する、女性が憧れるスタイルに変容している。写真のテイストや装丁など、女性が気に入る要素に溢れ、書店で購入する際、手に取り易い工夫も施された。写真集の発売記念イベントでは、「他のメンバーは何か言っていましたか」とメディアが質問すると、「まいやん（白石麻衣）が最初のページを見て『エロいって言っていました』と楽屋話を漏らす。これがニュースになり、人気がらせん階段を昇るように上がって行く。

「エロス」は、規制と表現がぶちかち合う場である。エロスは、歴史上、権力と戦って勝ち取るものとして位置付けられて来た。米女優スカレット・バーンは、米国で始まった、公共の場で授乳する法的権利の獲得を目指す解放運動について、女性が胸をはだけることについて、女性が自分にとってのエロスのあり方を主張する重要性を主張した。更に、メディア界における著名人の女性に対するセクシャルハラスメント（セクハラ）や性的虐待・暴行が暴露・告発される時代が到来している。ハリウッドの敏腕プロデューサー（ハービー・ワインスティーン）、FOX ニュース社長（ロジャー・エールズ）、FOX 人気キャスター（ビル・オライリー）など、メディア界で権力を持つ男性の蛮行を女性たちが告発する動きは、女優やアナウンサー、広告会社が男性の押し付けるイメージに迎合する時代が終焉したことを意味する。

日本でも、「元祖 SNS の女王」、ブロガーで作家の「はあちゅう」さんが電通の先輩社員だったクリエイターの岸勇希氏からセクハラを受けていたことをフェイスブックで告発した。またジャーナリストの伊藤詩織さんは、TBS ワシントン支局長の山口敬之氏を準強姦で訴えると共に手記を

まとめた「Black Box」を著した。日本では、告発した女性が「シャツのボタンを開け過ぎだ」と批判する報道がなされたこともあり、海外では「勇気を振り絞って沈黙を破った女性を日本のマスコミは支えないのか」と大きな反響を呼んだ。時代遅れの価値観から脱却できない日本が「人権後進国」のレッテルを国際社会から貼られてしまった代償は大きい。欧米に留まらず日本でも、メディアのブラックボックスに光が照射されたことにより、SNS を舞台に新しいフェミニズムの波が生まれつつあり、議論はますます複雑化している。

欧米では、以前より気軽に女性がおしゃれにエロスを楽しめる時代にアジア地区より一早く突入している。「エロスは、男性ではなく女性が支える」という時代が既に欧米社会では到来している。女性の立場から、抑圧的ではないエロスの追求が女性の性的な自立の前提になるという考えが浸透しつつある。新たなエロスの枠組みを再構築することで、真の性解放に到達できると説く主張も広がりつつある。人間のセックスは他の大方の動物の交尾とは異なり、性器と性器を急いで交わらせ射精によって終わるだけに留まらず、裸になって見つめ合ったり肌を触れ合ったりなどのコミュニケーションを伴う行為は、触れ合いがもたらす安心感や快感を味わうことを目的とする。この快感は「心理的快感」と呼ばれ、「生理的快感」と合わせ、性の快感・快楽性の二大要素を成す [村瀬 13]。そして、メディアの中に挟み込まれる二大要素から成るエロス表現の断片群は壮絶なメタファーの蓄積となって見る者の想像力を切り裂く。それは人間の身体に溢れるアナーキーなエロスのエネルギーの封印を解くためのメディアの実験場となり、エンタテインメントに昇華する。そこでは、エロスとメディアが新しい形でまぐわい始める。

VIII. メディア進化の先頭に立つエロス

いつの時代も、エロスは表現の最先端に位置した。エロスはいつの時代も規範やモラルを壊すような自由さを見せ、メディアの新しい可能性を切り拓いた。新しいメディアが登場した場合、発展

を後押しする要因として「エロスが新メディアの火を点けること」が挙げられる。ユーザー自身が気付いていない潜在的なニーズを探る斬新性をエロスは絶えず内包する。2000年代後半から女性向けエロマンガがモバイルサイトで人気となったが、若い女性にとって、書店で堂々と買うには抵抗があったエロスを含むマンガがケータイならこっそり読めるということが大きな要因とされた。その後、2010年頃からスマートフォンの普及に伴い、エロス電子コミック市場の活況へと繋がった。同様に、近年、AV動画視聴が女性の間で人気となっている。

2010年代になると、自らのセクシー画像をスマートフォンで自撮りしてSNSに投稿することが急増した。雑誌やDVDなどのメディアを介することなく、ファンに直接、自らのエロスをアピールするようになった。女優や歌手、モデル、海外セレブたちが、インスタグラムにテレビや雑誌では見せない水着やビスチュ（下着）に加え、フルヌードの写真など、プライベートの姿を惜しげもなく披露することが増えるようになり、フォロワーを急増させている。一般にインスタグラムに投稿される写真は友人の多さや恋人の存在をアピールする投稿が目立つのに対して、エロスをアピールする写真は一人で映るものが多い。芸能美女たちがセクシーなオフショットをネット上で公開する、「インスタグラム」や「タンブラー」といった画像投稿型のSNSが人気となっている。ジム通いで鍛え上げたボディーを惜し気もなく自慢するバラドル、湯上りの火照った肌を見せつける元アイドルまで、内容こそ様々であるが、どの投稿にも「色っぽい」「セクシーだね」という男性ファンからの熱いコメントが止まらないため、女性がセクシーショットを投稿する意欲が更に掻き立てられる。

若い女性に支持される一方で、男性フォロワーが極端に少ないことが数年前までの画像投稿型SNSの弱点であったが、多くの女性芸能人が露出度の高い写真を公開するようになり、ここ数年間で男性閲覧者が急増するようになった。フォロワー数が増えるにつれ、数年前までの美味しそう

な料理フォトや愛犬とのツーショット、共演者との番宣写真ばかりであった閲覧画面に、「たまにはビーチでリフレッシュ」というコメントと共に水着姿が掲載されたり、胸の谷間も露わな寝起きショットが加わったりしている。水着や下着という外部テクノロジーの選択にはセクシアピールが含まれている。キュッと締まったお尻やバキバキに割れた腹筋などの自己身体を見せることは、男性視線を意識している証拠である。

インスタグラムが火を点けた、女性が自らのエロスを公表する流れは、近年、エロスを伝えるメディアやエンタテインメントに、男性だけでなく、女性が多く訪れる傾向につながっている。ソーシャルメディア、特にインスタグラムが発達し、若い女性の承認欲求は急速に高まった（インスタグラムについては植田（2016）や植田（2018）が詳しい）。自身の写真を投稿し、「いいね！」をもらうことが今や生活のモチベーションになっている女性も多い。若者を中心に「表現されているものと現実とは別」という割り切った意識が広がり、淫靡さや背徳的な雰囲気が薄らいでいる。表現側もストレートな性表現を避け、明るくライトな感じに仕上げている。男性が考える理想的な女性像や、その移り変わりを観察したり、美しいメイクや身体に感嘆したりする女性が増加している。女性が受け身ではなく、エロス・エンタテインメントを見て、語り、楽しむ状況が広がり、一般化した。

特に、社会をデジタルで変容させる可能性を持つ「ミレニアル世代」と呼ばれる20代は、リアルやネットの友人とスマホで情報を交換する手法が採られる。欧米では、以前より気軽に女性がおしゃれにエロスを楽しめる世の中に突入していた。「エロスは、男性ではなく女性が支える」という時代が既に到来している。インスタグラムを中心に美しい女性によるセクシーな写真が広まっており、男性だけでなく女性ファンが付き易くなっている。美人タレントがSNS上で美尻を自慢する「ベルフィー（belfie）」は今や当たり前となった。Butt（お尻）を自撮り（セルフイー）することから、「ベルフィー」と呼ばれたブームは流行語にもなるほど、一般化された。「男性だけがトッ

プレスを許されるのはおかしい」として、ハリウッド女優たちは「フルー・ザ・ニップル（乳首を解放しよう）」運動を展開する。社会的に自立したい女性の増加に伴い、美への憧れ、「誰かに見せたい」という欲求が、際どいコスチュームやエロチックなポーズへと女性を掻き立てる。スマートフォンの普及、伴う写真や動画の人气が女性を過激なエロチックな方向に向かわせている。中高年世代からは、不特定多数に私生活を公開することの危うさが指摘されるが、中学生の頃から SNS があつたデジタルネイティブ世代からは、息しているみたいなので、全然気にならないとされる。

IX. 人工知能と VR が革新するエロス

デジタル革命の一つとして人工知能が注目されるが、デジタル革命は変化が激しく、今後、もっと注目すべき新たな技術が登場して来る。それをもエロスは取り込んで革新して行く予想される。エロスとは、「日常から切り離された別世界」などでは全くなく、その時々々の社会状況やメディア環境の波間を進む船のような存在である。デジタル技術の進歩は、「見る」時代から「体感する」時代へと急激に変化させつつある。一般化した「ライブチャット」は、女性が視聴者とチャットでやり取りして、リアルタイムで動画を配信する。「ライブチャット」とは、ウェブカメラでライブ動画をネット配信しながら、マイクで話したり、リタイピングでコメントしたりするサービスであり、臨場感が高いことを特徴とするメディアである。

また、「VR（バーチャルリアリティ）」は、専用のゴーグルやグローブなどを装着した機器を通して、視覚や聴覚などを刺激することにより、迫力ある 3D 空間を体感することが出来る。既にテーマパークや映画、ゲームなどエンタテインメントの世界では、VR を駆使した様々なチャレンジが行われており、その市場規模は 2022 年には 10 兆円を超えると試算される。「VR」は臨場感において、かつての常識を覆したと言われるが、この新たなメディアが普及するかどうかは再びエロス

に掛かっていると捉えられる [前島 16]。特に 3D 映像との親和性は「臨場感」を高める上で非常に高いと指摘され、VR の魅力と位置付けられる。活かす形で既に VR のアダルトゲームや AV が数多く発売されたり、ネット配信されたりしている。「VR ゲーム」は、基本的には 3D ゲームと同じ構造であるが、ヘッドマウントディスプレイの動きとゲーム内のカメラが連動しているため、まるでゲーム内空間にいるかのような「没入感」をプレイヤーに与える。日本初の VR 専用ゲーム「VR カノジョ」は VR の特徴であるヘッドマウントディスプレイを装着し、両手に一つずつコントローラーを持った状態となり、コントローラーが VR 空間上に自分の手として表示され、ボタン操作を行うシステム設計である。

更に人工知能の普及が進展するに伴い、エロス分野における人工知能活用も広がる。VR ゲームに人工知能を搭載して、女優がより个性的に演じるようになれば、「実在感」が増すことに成功する。人工知能の凄いところは、文章という定性データを読むことによって、蓄積したデータに基づき、エクスポネンシャル（指数関数的）に進化して行くことにある。小説では、淫靡な言葉で紡がれる定型的な小説である「官能小説」は人工知能が容易に作ることが出来るとされ、今後、人工知能の活用が非常に進む分野であると期待されている [松田 14]。映像がない分、艶めかしい表現が読み手の想像力と妄想を掻き立て深い興奮へ誘うことがポイントとなるが、どのような表現が高い興奮に影響するかを人工知能は容易に導出できるとされる。

新鮮さを持って登場する自由であったメディアも時間が経つにつれ、いつの間にか権威主義的になって行くことは、長い歴史が証明して来た。例えば、地上波テレビはコンプライアンスの時代となり、やってはいけない縛りが多く、制限された範囲内でどれだけエロスを作るかに、テレビ番組制作者も腐心している。現在のテレビは既にあまりにクラシックである。制限範囲内でどれだけエロスを醸し出すかという創造性は存在するが、このような手法自体は視聴者満足の観点からは既に



図4 エロス表現メディアの時代変遷

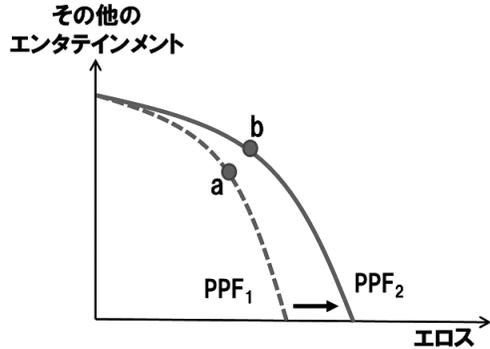


図5 エロス・エンタテインメントに技術進歩があった場合

限界に到達しており、エロスの本来の姿とは異なる点で、多くの不満を供出している。言い換えれば、市民はもはやテレビメディアに対してドキドキもワクワクもしないということである。テレビの視聴者層が高齢化し、10年前、20年前と比較して50代以上の女性の比率が圧倒的に多い。そのようなターゲット層に向けると、若い男性向けのエロスというテーマはまったく合わなくなる。その後、登場したネットメディアの最大の功績は、文化や国の壁を取り払ったことにある。ネットメディアを介する形で、日本のAV女優が海外で人気となっている。

時代の変化と共にメディアは大きく変遷して来たが、いつの時代も、エロスは表現の最先端に位置した。エロスはいつの時代においても規範やモラルを壊す自由さを示し、メディアの新しい可能性を切り拓いた。エロスを巡る物語は旧来の常識に捉われた視点では、未来が見通し難いことを教えてくれる。ディスラプション（創造的破壊）の時代、つまり破壊的イノベーションが起こる時代にあっては、過去の延長線上の考え方は、自己崩壊することに繋がる。今や、人工知能はあらゆるソリューションに欠かせなくなっており、身近にあるのが当たり前となっている、10代の「AIネイティブ」は日本でも頭角を現しており、新たな歴史は新たな世代が作り始めている。

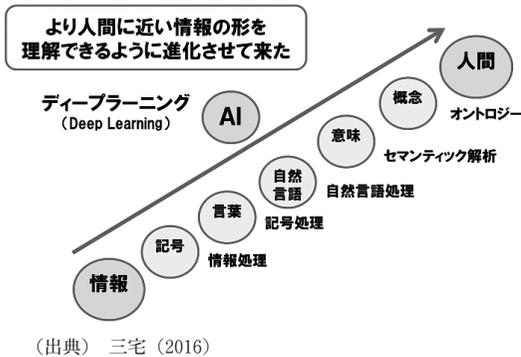
新しいメディアが新しい体験をもたらし、時として認識する方法を再編し人々の生活あるいは人生のあり方を変えることは、メディア史研究の源

流の一つであるハロルド・イニス、エリック・ハヴロック、マーシャル・マクルーハンらの第一世代、ウォルター・オングやジョシュア・メイロウィッツら第二世代のトロント学派によって提起されて来た。エロスを表現するメディアも図4に見られるように時代変化に伴い大きく変容したが、伴い人の生活あるいは人生をも変え得る可能性を包含して来た。図5において、VRや人工知能のような技術進歩があると、PPF（生産可能曲線）は外側に膨らむ。この技術進歩により、点aは点bに移動し、エンタテインメントとエロス・エンタテインメントでより多く生産・消費することが可能になる [Walker13]。3DとVRの組み合わせは、臨場感を一気に増すため、新たなエンタテインメントの魅力を提供する。

エロスが示す表現方法もまた多様化しつつある。幅広い視点からの見直しが進み、自然科学や人文科学と結びつきながら展開を広範囲に広げている。日本の現代エロスは「東と西」の艶さを融合させる試み（和魂洋才）を重ねて図5において点aから点bに移行しつつある。

X. 最後に

人間と動物を分けるものは何か。動物と区別される「人間」の存在として、知恵がある「英知人」、道具を作る「工作人」、情報で生きる「情報人」、趣味に生きる「遊戯人」という捉え方が知られる。特に、「工作人」として人間と動物を分けるもの



(出典) 三宅 (2016)

図6 人工知能 (AI) の発展

は「技術 (テクノロジー)」である。「動物」に技術を加えたものが「人間」という存在であると言える。道具を使う猿が人間であれば、技術を使わなければ、その生命体は猿でしかない。人工知能やロボットな新たな技術 (テクノロジー) に対して受容できないタイプは、猿からの進化を拒んでいることに相当する。現代社会に棲む人間は何か行動をする場合、90%以上は技術に依存しており、技術 (テクノロジー) が人間の脳力を拡張してくれる。この世に生き残るという使命を帯びた人間は、技術を使って人間の能力を拡張し続けなければならない。

次に、人間と人工知能を分けるものは何か。人工知能の研究は、「人間と人工知能はどこが違うのか?」という「チューリング・テスト (Turing test)」から始まった。「チューリング・テスト」とは、アラン・チューリングによって考案された、ある機械が知的かどうか (人工知能であるかどうか) を判定するためのテストを指す。人工知能が深層学習により図6のように進化するにつれ人間に近い情報の形を理解できるようになり、チューリング・テストをパスするようになると、人間との境界線が次第に曖昧になって行く。最後に、人間と人工知能との境界線で残るのは「身体」の違いのみであるところまで行き着く。人工知能が、人間が持つ機能の大半を代替できるようになると、身体性の価値は更に高まる (人工知能は植田 (2017) が詳しい)。

人工知能が男女の分担を消滅させた場合、最後

に、女性と男性を分ける明確な境界線は何か。現代社会において、男性と女性の差として残るのは「身体」の差のみに限定される。では、男性と女性における「身体」の違いは、どこに存在するか。身体における性差は「丸み」にあり、女性の象徴の一つであるバストやお尻は、すべて曲線で成立しており、どこにも角張ったところが存在しない。男性の身体にはこのような「丸み」特徴が与えられていない。人間は人工知能に「違和感」を持つことに「価値」を見出す。女性は男性に身体的「違い」、男性は女性に身体的「違い」が存在することに「価値」を見出す。意識的、社会的な違いが縮小化されている現代社会において、女性が女性であることを楽しみながら見せることがカッコいいという風潮が急速に広まりつつある。

女性が自由、パワー、威厳を獲得した現在、女性が「エロス」に求めることは、男性社会のシステムに埋没しないことを自らが強く意思表明することにある。自然な「女性らしさ」も含めた、より高次の「人間力」の表明である。「身体性」は、誰かの模倣ではない個性の上に成立する。そのような「人間力」を伺わせるためでもある。男性社会は、同じようなスーツを着ることにより、出自や身分に煩わされることなく、仕事や社交を進めることができることを求める社会であり、女性の「身体性」や「エロス」と対峙する文化の中で生きることを常としている。

しかし、人工知能の深層学習における進化は顕著であり、大量の画像解析、自動運転が深層学習によって一気に可能となりつつある現在、技術革新に裏付けされた新たな時代は従来の男性社会に対して「身体性」や「エロス」が求められる社会へと大きく変容することを差し迫る。5年前には深層学習が実現するとは誰も予測しなかったが、人工知能が進化して「シンギュラリティ (技術的特異点)」に到達し、人間をはるかに超える「超知能」が誕生する可能性が高まる現在、美しい身体を見て、ああ綺麗だなあと感動する行為や情動は人間にしか出来ない感動項目として残り得る。つまり、人間の最も人間らしい部分として「エロス」が残り、人工知能社会の到来がその価値を急

速に高めている。

「恋愛が多様であるように、エロスもまた多様である」ということが必ずしもそうっていないのは、恋愛が多様である一方、生き延びるという目的の基、恒常性を目指し標準化するからである。恋愛は一つの文化であり、生得的なものというより、多分に学習によって獲得されるものであることは随分と知られるが、エロスは人間が持つ本能であり、期待的自然に基づく。それが故に、頭脳由来で表現しようとするパターンが単一化して、世に不思議な溢れ返る単調なエロス表象の表現に留まってしまう。しかし、身体性をダイレクトにリアルに表現することにより、多様性が生まれて来る。クリス・アンダーソン (2006) が提唱した「ロングテール」理論は、人々の趣味が細分化し、「みんなに売れる」大ヒットが生まれ難くなっている時代においては、どれだけ多くの「少数派の欲望」に対応できるかが鍵となることを示した [アンダーソン 06] が、エロスの世界にも適用される。特に身体の差に価値を置く「エロス」に対する欲望は細分化し易いため、エロス・エンタテインメントは新メディアの登場と相俟って急速に多様化させることに成功している。

参考文献

- [Colliois 70] R. Colliois [1970] 清水幾多郎訳, 「遊びと人間」, 岩波書店
- [Lehmiller 14] Justin Lehmiller (2014) "The Psychology of Human Sexuality", Wiley-Blackwell
- [Lehmiller 17] Justin Lehmiller (2017) "Sex and Psychology" <http://www.lehmiller.com/>
- [Walker 13] Douglas M. Walker (2013) "Casinonomics: The Socioeconomic Impacts of the Casino Industry", Springer New York
- [アンダーソン 06] クリス・アンダーソン (2006) 「ロングテール 『売れない商品』を宝の山に帰る戦略」(篠森ゆりこ訳), 早川書房
- [イリガライ 87] リュース・イリガライ (1987) 「ひとつではない女の性」, 勁草書房
- [ヴェンカティッシュ 17] スティール・ヴェンカティッシュ (2017) 『社会学者がニューヨークの地下経済に潜入してみた』, 東洋経済新報社
- [グッドマン 17] ネルソン・グッドマン (2017) 『芸術の言語』(戸澤義夫・松永伸司訳), 慶應義塾大

学出版会

- [コーネル 06] ドウシラ・コーネル (2006) 「イメージリーな領域 中絶, ポルノグラフィティ, セクシュアル・ハラスメント」, 御茶ノ水書房
- [サーモン & サイモンズ 04] キャサリン・サーモン & ドナルド・サイモンズ (2004) 「女だけが楽しむ『ポルノ』の世界」, 新潮社
- [伊藤 13] 伊藤氏貴 (2013) 「女子官能教育, その教科書としての小説」『ユリイカ (2013.7月号) 第45巻9号 (通巻630号)』, 青土社, 61p.
- [印南 17] 印南一路 (2017), 2017年2月12日付け日本経済新聞 13面
- [植田 16] 植田康孝 (2016) 「ファッション・コーディネートメディアの進化～若者の Instagram 利用急拡大」『江戸川大学紀要 (No. 26)』 pp. 141-158.
- [植田 17] 植田康孝 (2017) 「人工知能の進化がもたらすおそ松さんの価値観と生き方」『江戸川大学紀要 (No. 27)』 pp. 1-34
- [植田 18] 植田康孝 (2018) 「インスタグラムの登場による表現の変化～プライベートを発信する時代～」『慶應塾生新聞 (2018年1月号)』
- [上野 89] 上野千鶴子 (1989) 『スカートの下の劇場』河出書房新社
- [大高 17] 大高宏雄 (2017) 「日活ロマンポルノ復活」『キネマ旬報 (2017.3)』 pp. 122-123
- [奥村 17] 奥村高明 (2017) 『エグゼクティブは美術館に集う』, 光村図書
- [加藤 13] 加藤恵津子 (2013), ICU ジェンダー研究センター・ジャーナル
- [木曾 17] 木曾崇 (2017) 「『夜遊び』の経済学 世界が目にする『ナイトタイムエコノミー』」, 光文社
- [木村 17] 木村尚貴 (2017) 「精巧ラブドール展 目立つ女性」, 2017年6月7日付け朝日新聞 27面
- [クロスラボ 17] クロスラボ (2017), 2017年2月6日付け日経MJ
- [佐野 17] 佐野勝也 (2017) 『フジタの白鳥』, 新宿書房
- [白田 17] 白田秀彰 (2017) 『性表現規制の文化史』, 亜紀書房
- [田中 17] 田中東子 (2017) 「AVと女性の性欲, そしてポルノグラフィティ」『CYZO (2017.3)』, サイゾー, 136p., 141p.
- [豊永 17] 豊永郁子 (2017) 「政治季評」, 2017年5月27日付け朝日新聞 17面
- [中津 07] 中津良平 [2007] 「バーチャルリアリティとエンタテインメント」『日本バーチャルリアリティ学会誌』第9巻1号, 2004, 7p.
- [延岡 17] 延岡健太郎 (2017) 「機能的価値と意味的価値の統合」, 『PRESIDENT (2017.3.6)』 pp. 94-95
- [ハヤト 17] ハヤト (2017) 「NUDEとは畏敬の念を感じる特別な存在」『コマーシャルフォト (2017.4)』, 玄光社, 54p.

- [前島 16] 前島賢 (2016) 「アダルト VR 突撃レポート」『SF マガジン (2016.12) No. 718』, 早川書房, 52p.
- [松田 14] 松田卓也 [2014] 「人工知能とロボット」, 『生活協同組合研究 (2014.6)』, 24p.
- [松永 17] 松永伸司 (2017) 「ソーシャルとゲームの接続をめぐるキーワードガイド」『ユリイカ (2017.2)』, 青土社, pp.215-216
- [宮川 17a] 宮川匡司 (2017) 「裸体画の変容 女神の楽園 解き放たれた人間性」, 2017年5月7日付け日本経済新聞 16-17面
- [宮川 17b] 宮川匡司 (2017) 「柔らかな肌に官能宿る」, 2017年5月14日付け日本経済新聞 16-17面
- [三宅 16] 三宅陽二郎 (2016) 「人間と人工知能 (前編)」(2016.10.20)
- [麦倉 16] 麦倉正樹 (2016) 「『エロの価値』はどこに!? セクシー写真の最前線」『サイゾー (2016.10)』 pp.128-129
- [村瀬 13] 村瀬幸浩 (2013), 「性教育の可能性～セックスとジェンダーをつなぐ学習の創造」, ICU ジェンダー研究センター・ジャーナル
- [毛利 17] 毛利真人 (2017) 「ニッポン・エロ・グロ・ナンセンス」, 講談社
- [米田 17] 米田渉 (2017) 「NUDE とはファッションパーツの一部」『コマーシャルフォト (2017.4)』, 玄光社, 53p.