

## テレビゲームと 対人コミュニケーション

◎関西大学教授 田中 俊也

テレビゲームの代名詞とまで言われた任天堂の「ファミコン」が市場に登場したのが1983年。その後爆発的な人気とゲーム機の機能の飛躍的な向上が相乗効果を起こして、テレビゲームは子どもたちの生活の一部をなす、大きな存在となってきた。コンピュータ技術の進展と相まって、ハード部門では飛躍的に高速化・大容量化が実現され、それに合わせてゲームソフトも当初とは較べものにならないほど高度化してきた。果てはソフトの発売日に、努力して買ったソフトを別の子どもが暴力をふるって奪い、新聞沙汰になることもあった。まるで子どもの遊びはテレビゲームにすべて奪われてしまった、というような報道がしばらく続いたが、最近ではどうであろうか。

確かにIT技術の向上に伴い、きわめてリアリティの高い、また、ファンタジー性やストーリー性のあるソフトが次々に出ている。ゲームソフトのテーマ曲がベストヒット曲になる事態まで生じている。このようなことから、子どもの生活時間に占めるテレビゲームとのかかわりの時間も増え、子どもたちはますます内閉化し、他者とのコミュニケーションがますますとれなくなるのでは、と懸念されている。

### 1 テレビゲーム離れ

しかしながら、テレビゲームに費やす時間は、小学生高学年男子で平日は1日あたり約1時間、休日で約100分と、数年前に比べて減っている（読売オンライン、2001.12.1）。1999年の国際比較調査でも、「テレビゲームをほとんどしない」と答えたわが国の小学校5年生、中学校2年生は、アメリカ、韓国、イギリス、ドイツの同じ年齢層の子どもに比べ、全体の31%と、もっとも多かった（「子どもの体験活動研究会調査」（平野吉直信州大助教授）結

果)。また、民間の調査でも、学年があがるごとに「テレビゲームをしない」子どもの割合が増えていることを明らかにしている（小学生で31.0%、中学生で44.9%、高校生では60.0%：くもん子ども研究所による2000年5月のFAX調査結果。残念ながら同時にこれは、読書をしない子どもの増加にも対応しているのではあるが…）。

ゲームの高性能・高機能化に伴って、増えてくるはずのゲーム人口がなぜ減っていくのか。この答えは、体験するメディアの持つ抽象性のレベルとコミュニケーション可能性の問題と大いに関わってくる。

## 2 メディアの身体化

メディアの抽象性が増すと、当然のことながら五感を通して感じるリアリティはどんどんそがれていく。

たとえば卓球のゲームを考えてみよう。そもそもこのゲームは、自ら体を動かし、ボールをラケットに当て、相手から返ってきた玉を再び打ち返し、双方のどちらかが受け取れない場合、あるいは打球が卓球台を出た場合は負け、ということになっている。当然のことながら、もっともリアリティのあるゲームは卓球台を挟んでの、直接の対決の状況でのゲームである。

ここで相手方からの打球をテレビゲーム機側に置き換えてみよう。ゲーム場面は当然、テレビモニタの中で展開される。もっとも初期のゲーム機では、画面の下方に自分のラケットを示す棒があり、左右のカーソルでそれを動かし、相手からの打球を延々と、打てなくなるまで続ける。次に高次になると、自分の打球の早さや角度を、工夫されたキーやジョイスティックを用いることで調整できるようになる。ラケットの位置も画面の下に固定ではなく、「自分」のキャラクターがそれを持ち、画面上を自由に動けるようになっている。さらに技術が進むと、ゲーム機とラケットがワイヤレスでつながれており、あたかも現実のゲームを行うかのごとく自在にラケットをあやつることができ、それが正確に画面上の玉や自分の位置に反映される。いわゆる仮想現実（バーチャル・リアリティ）の世界である。

このレベルにくると、ゲームはもとの「卓球」そのものであり、嗅覚・味覚をのぞいた感覚はほぼ現実のそれに近くなる。それをもっとも先鋭化したものが、宇宙飛行士やパイロットのシミュレータであろう。そこでは「ゲーム」を逸脱した「現実」世界が背後にあり、「ゲーム」が「余暇・娯楽」と

してのゲームを越える性格を持っている。

これは感覚のモードを増やしてリアリティを増大させる例であるが、視覚や聴覚の内容をよりリアルにしてそれを確保しようとするのが、昨今のIT技術を応用したテレビゲームの高度化の実情である。

### 3 子どもが「ゲーム」に望むもの

メディアにリアリティが増すと、その体験はきわめて「個人的な所有物」となり、ゲームを通して得られるものは、感覚の世界にとどまってしまう可能性が大きい。「怖い」「すごい」「どきどきした」といった、個人的な体験しか語れなくなってしまう。これは現実場面での体験の特徴であり、他者との話題の共有性が極端に低くなる。

しかしながら、子どもたちがテレビゲームをする際に望んでいるのは、大人が考えるようなリアリティとかスリルとかいったものではなく、(すなわち、それそのものが目的なのではなく)、それを「介して」、「向こう」の人物とのコミュニケーションができること、なのである。

NHKと民間放送が協力して設置している「放送番組向上協議会」の調査でも、テレビゲームの楽しい理由として「友だちとの共通の話題がもてること」が最も多く(該当者の49%)、『『やったぞ』という気持ちを味わえること』(40%)、「何度もやり直せること」(33%)がそれに次ぐことを示している(放送番組向上協議会, 2001. 2 調査)。

すなわち、子どもたちの生活空間の大きな部分に「学校」「学級」という集団があり、そこに「友人」がいるという前提で考えたとき、テレビゲームの最大の魅力は、それを介して友人とのコミュニケーションが楽しめる、ということにある、ということが言えよう。かつて、人気テレビ番組を子どもたちが共通の話題としたのと全く同じ構造であり、さらに言えば、子どもの文化は常にこうした、他者と共有可能な体験・ことばを持つことで成立している、とも言えよう。その内容が時代によって異なるだけの話である。

このようにみていくと、発達段階が進むにつれてテレビゲーム離れしていくことの必然性が理解できる。すなわち、年齢があがるにつれてテレビゲームのなかで展開されるシーンや「ことば」はつまらない体験の一つになり、友人と本気で「共有」しようなどという気が起こらなくなるのである。本当に共有したい体験や話題はもっと他にたくさん出てくる。したがって「ゲー

ム」からは次第に遠のいていくことになる。このように発想が変わってくることは、きわめて正常な発達の変遷といえる。

#### 4 ゲームと「学び」のはざままで

ゲームには外に広がっていく「娯楽・気晴らし」としての意味（ダイバージョン）と、特定の目的を達成するための手順や方略を示す、ある種収束的な行為を示す意味（コンバージョン）がある。多くの場合、ダイバージョンのみをゲームの特徴と考えがちであるが、実はコンバージョンもたくさんのゲームソフトでは用いられている。「救出」もののロールプレイング・ゲームなどはそれにあたる。

後者は、完全に「問題解決」事態の要件を満たしている。すなわち、ある「問題」状況が生じ、想定される「解決」状況（「無事救出」、など）がある。そのための手段の選択と実行が「ゲーム」の大部分である。こうしたゲームは、きわめて「社会的」なものであり、他者とのコミュニケーションによってその「手」を選択したり戦略を変えたりする性格を持っている。すなわち、ゲームそのものがある種の「課題」であり、それは他者との協同作業（コラボレーション）を前提としている、ともいえる。子どもたちがゲームに「友だちとの共通の話題がもてること」を求めるのも、こうした、コンバージョン作業における協同性を求めている証左である。

「解決」状況を工夫すれば、エデュテイメントと呼ばれるジャンルの教育的なゲームソフトとなるが、こうしたソフトがなかなか定着しないのは、「ゲーム」＝「バーチャル・リアリティ」＝「オタク」といった神話を崩せないところに大きな原因がある。

コンバージェントなゲームは本来、他者との協力・協同関係を促進するものであることを考えると、今後、子どもたちのコミュニケーション不全を払拭するようなゲームソフトが出てくることを期待するものである。それには、何よりも「生きる力」を標榜する昨今の教育界の流れのなかで、真の「学び」を育てる、また、「楽しい学び」を育てるソフトを本気になってつくっていく方策を教育行政レベルでも考えるべきであろう。

楽しい学びは、学びのコンテンツが「おまけ」のようにくっついてくるエデュテイメントなどというソフトで考えるのではなく、教育におけるコンピュータ利用という確かな視点を全面に出して実現すべきものである。