

原 著

遊びの構造に見られるニューメディアの影響

杉 谷 修 一

〈要 旨〉

この論文では、双方向性や重層性といったニューメディアの主要な特徴が遊びの構造に与える影響について論じている。遊びの構造とは参加者、道具、ルールなどの要素の結びつきのパターンを意味している。

日本では20世紀の後半にニューメディアが登場した。任天堂のファミリーコンピュータやソニーのプレイステーション、その後継次世代機は子どもたちの生活の一部となっている。携帯電話やスマートフォンは通信端末にとどまらず、娯楽の道具として人々の間に広まった。

ニューメディアにおける子どもの遊び経験には二種類ある。ひとつはデジタルゲームのようなニューメディア機器を使うことである。彼らはデジタル機器を我々の予想を超えた新しい方法で活用する。そこには遊びの参加者の間に一定の秩序を形成する双方向性の影響を認めることができる。

もうひとつの特徴はオンラインコミュニティ、特にソーシャルメディアにおける経験の重層性である。若者は家族、友人、地域などいくつもの社会集団に所属し、異なった経験を元にそれぞれの人間関係を構築する。彼らにとって直接経験と間接経験の区別はほとんど意味を持たない。ソーシャルメディアは現実の人間関係の調整を強いる存在である一方、ソーシャルメディアのコミュニティへとつないでくれる携帯電話やスマートフォンは遊び道具だと見なされている。

ニューメディアの特質は遊びの様式を変えただけでなく、参加者の実践を通じて遊びの秩序を形成しているということは重要な問題である。

キーワード：遊び、ニューメディア、双方向性、重層性、ソーシャルメディア

1. はじめに

日本におけるニューメディアという概念は1980年代に登場したが、子どもの社会化環境としてはファミコンやパソコンなどが一般家庭に普及したことが大きな意味を持っていた。特に初期のヒット作「ドラゴンクエスト」で社会現象となったファミコンブームについては、多くの論者が子どもへの影響を指摘してきた⁽¹⁾。これらの批判や議論は主としてテレビゲームと呼ばれる独立した環境で構成される遊びを対象としてなされたが、実際にはより多様なニューメディアの形態が子どもを取り囲むことになった。

1990年代以降に若年層にまで広がったポケットベルサービスは、現在の携帯電話やスマートフォンに先行する双方向メディアとなった。本来は電話番号を意味

する数字列の送受信は、やがて女子高校生を中心に数字の語呂合わせによるコミュニケーション（ベル語、ポケコトバ）を生み出した。後には数字の組み合わせでカナ文字やアルファベット、簡単な絵文字が使えるようになると、二つの数字により母音と子音を組み合わせるポケベル打ち（23で「ク」が表示など）のような入力作業が注目を集めた。

1990年代半ばにはPHS、さらに携帯電話と個人が所有する情報端末は発展を続けた。これと同時期にはNTTのテレホーダイサービスとネットワーク機能を強化したWindows95の普及によってインターネット時代が本格化していった。据え置き型ゲーム機のネットワーク機能はインターネットに限ればパソコンに大きく遅れたが、ユーザー間の通信機能を活用する「ポケットモンスター」をヒットさせたゲームボーイなど

携帯型ゲーム機は1990年代半ば以降、子どもたちに指示され続けている。

パソコンを中心に進展してきたインターネットの世界、携帯電話の普及による個人間コミュニケーションの活発化、ゲーム機を中心とするデジタルゲームの広がり、それぞれ個別の発展を遂げながら、今日では急激に相互のつながりを深めている。特にスマートフォンが従来のパソコンの機能を担うことにより、多機能なインターネット端末として受け入れられたこと。また同時に、ネットワークに依存した新しいゲーム機としての役割を生み出したことにより、ニューメディアの境界はより混沌としてきたのが現状であろう。

そのようなニューメディアは子どもの社会化環境としてどのような意味を持つのか。この大きな問題を考える手がかりとして、本稿ではニューメディアが遊びに与える影響について考察する。ゲーム遊びそのものの分析はこれまでもなされてきたが、ここではゲームも含めて、ニューメディアと遊びの構造との関連を探りたい。遊びの構造とはルールや道具で説明される遊びのことではなく、参加者、道具、ルールのような要素がどのような結びつきのパターンを持っているのかを意味している。すなわちどのように遊ばれているのかという観点から分析を行う。まず、ニューメディアの特徴を整理し、それがどのような形で遊びに影響を与えているかを検討する。

2. ニューメディアの特徴

(1) 双方向性

ニューメディアの特徴のひとつに双方向性が挙げられる。新聞やテレビといった従来のメディアが大衆への効率的な情報伝達という近代化に不可欠な機能を担ってきたのはいうまでもない。それは情報の送り手から受け手への一方向への流れを特徴としていた。ここでは、元となるデータをできるだけ劣化させることなく相手に伝えることが最も重要となる。

これに対し、ニューメディアは双方向コミュニケーションを可能にする技術を前提として成立している。インターネットはその典型であり、個人と社会に関わる多様な組み合わせで情報の送受信が可能となる。テレビゲームと呼ばれてきた据え置き型のゲーム機が提供する遊びも双方向性を強めているが、その歴史は浅い⁽²⁾。インターネットを通じて外部のプレーヤーと

遊べるという形態は、インターネット端末としてのパソコン上で動くゲームが牽引してきたが、現在ではパソコンとゲーム機のいずれでも利用可能なゲームが少なくない。

キーボードやゲームコントローラーの入力以外にも、互いの姿を映像で確認しながらの音声チャットのように、情報の種類や伝達経路は多様化している。文字や記号のような従来の出入力デバイスに依存した情報表現だけでなく、スマートフォンを利用した動画の送受信やビデオチャットでは音楽や映像などより豊富な情報伝達が可能となり、情報伝達だけでなくある種の表現手段として認知されている。つまり、ニューメディアの双方向性とは「何が伝わるか」を実現する形式であると共に、「なぜ伝えるのか」というコミュニケーションの動機を生み出すものだといえる。

(2) デジタル性

ニューメディアが扱う情報はデジタル化されたものが中心である。情報量が大きくなるのに伴い、伝達速度、復元性、保存性、安定性が重視され、さらには編集性といったオリジナルの伝達という本来的目的以上の役割が求められていった。例えば、GIFやJPEGといった画像の圧縮技術やMPEG-4のような動画圧縮技術がニューメディアで利用されてきた。編集作業はこのようなデータ送信のトラフィック問題を解消するためだけではなく、素材としての画像や動画を自分の作品とする手段としても注目されている。また、パソコン、携帯電話、ゲーム機のような異なる機器相互のやりとりを可能にすべしとの要請もデータのデジタル化を後押ししてきた。

慣用的にテレビゲーム (video game) と呼ばれてきた据え置き型家庭用ゲーム機は、携帯型ゲーム機や携帯電話・スマートフォンなどとの連携を強めていくと予想されるが、その意味では「デジタルゲーム (digital game)」という呼称がふさわしいかもしれない。

デジタル性は素材としての情報に関わる性質であり、遊び領域において重要な意味を持つと考えられる。特に相互編集といった協同を行う場合、デジタルデータの利便性は非常に高い。

(3) 重層性

特定のプラットフォームに依存せず、状況や関係性のあり方により柔軟で多様な形を取りうる性質こそニューメディアが意味するものだという指摘は重要で

ある⁽³⁾。ニューメディアはデジタルデータが双方向に通信可能な情報技術にとどまらない。ひとつには複数の異なった特徴をもつプラットフォームが結びつくことで成立するという意味で重層性を備えている。例えばカーナビシステムとゲーム機が連動するサービス（富士通テンの「車でDS」）を例にすると、カーナビと携帯ゲーム機がワイヤレスで接続され、車に乗っている家族がゲーム機を通じて(1)カーナビ情報を操作する (2)カーナビ情報を利用したゲームができる (3)車を降りてポータブルのナビゲーションとして活用できる (4)旅行の後で旅の記録を楽しむことができる (5)ゲーム機の中に登録した自分のキャラクターと他のユーザーのキャラクターが相互に交流できる、といった活用方法が可能となる。本来独立したプラットフォームでありながら、それぞれの機能で構成された世界をレイヤーのように重ね合わせて新しい遊びの世界を作り上げている。

もうひとつの重層性は、ニューメディアに参加する個人の経験における重層性である。ゲームはリアルな遊びではないという言説は、人間や自然との身体に基づく直接的接触こそが体験の本質的であるという自明化された信念に依っている⁽⁴⁾。水越⁽⁵⁾が指摘するように、電子的メディアに媒介された環境と物理的自然や事実を区分することが現代の子どもたちにとって意味のある前提となり得ないとすれば、現実と仮想—このような区分が適切かは別として—を一元的にとらえるのか、あるいは別個の経験としてとらえるのかという問題へと進むことになる。

(4) 子どもの遊びにおけるニューメディアの特徴

ここでは一旦、子どもの遊びにおいて、複数の経験がある関係を持って結びついて存在しているという仮定から出発したい。直接体験に基づく現実経験とニューメディアに媒介された間接経験の違いを強調するのではなく、直接・間接を問わず様々な経験が個人において、あるときは使い分けられ、またあるときは結びつけられている様を把握するためである。そしてニューメディアというコミュニケーションツールが個人の経験のあり方—特にその重層的なあり方—を規定しているのではないかという問題を検討したい。複数のメディアが結びつくことで重層化したシステムとして経験を提供し、ゲームのストーリーや世界観を疑似体験としてではあっても無数のバリエーションの中で経験できるニューメディアが、個人の経験をひとつにまとめる方向で影響するのか、個別の経験は区画化さ

れたままであり続けるのか。本稿ではニューメディアの持つ重層性と個人の経験に関する重層性の関連を、特に遊び経験に焦点を当てて検討する。

3. ニューメディアによる遊び経験

(1) 遊びとしてのデジタルゲーム

1970年代末に業務用アーケード機としてブームになったインベーダーゲーム、1980年にはファミリーコンピュータの土台を作ったゲーム&ウォッチなどが、主としてモニターに映し出される映像で遊ぶビデオゲームとして登場した。現在に続くデジタルゲームの流行を黎明期から牽引した任天堂のファミリーコンピュータが登場したのは1983年であるが、子どもたちの生活にあこがれの存在として入り込むのは1985年ごろだと考えられる⁽⁶⁾。

これ以降、ゲーム機は据え置き型でいえば、スーパーファミコン（任天堂：1990）、プレイステーション（ソニー：1994）、プレイステーション2（ソニー：2000）、プレイステーション3（ソニー：2006）、Wii（任天堂：2006）などが、携帯型では、ゲームボーイ（任天堂：1989）ニンテンドーDS（任天堂：2004）、PSP（ソニー：2004）ニンテンドーDSi（任天堂：2008）などがヒットした。

これらのゲームは物語やごっこ遊びの中でのみ可能であったファンタジーやアクションやスポーツといった要素を映像と音声によって体感できる新しい遊びを提供した。想像において個人的に経験されてきたものを可視化された形で友人と共有できる点で、従来のテレビ番組と同じ特徴を備えている。しかし、ゲームにはコントローラーと呼ばれる入力デバイスを通じて、個人の意志や選択をゲームの中に反映させることができるという新しさがあった。遊び手の決定がゲームの進行に影響するという意味で、双方向性を認めることができるだろう。

深谷（1989）新井（1989）他、多くの論者がファミコンの問題点を指摘した背景には、ゲームにおける主体的選択は見せかけのものに過ぎないのではないかという疑念が存在していた。つまり、ゲーム中の主人公は襲いかかる怪物を倒してストーリーを進め、あるいはスクロールする複雑な地形に応じてジャンプやダッシュを繰り返すという選択しか許されていない。その選択に成功するか失敗するかがプログラムによって判定され、その結果が表示されるということである。

ゲームプログラムが送り出す情報と子どもたちが入力する情報の双方向性は、友人同士で遊ぶ際の双方向性とは根本的に違っているのではないかという疑念は、先述した直接体験と間接あるいは仮想の体験と別物であるという感覚と通底している。

ゲームにおける主体性の問題に対し、簡単に答えを出すことはできない。サッカーや野球のようなスポーツであれ、鬼ごっこやかくれんぼのような伝統的集団遊戯であれ、特定のルールによって遊びの境界線が規定されているものは全て設定された勝利の条件に向けた行動選択を強いるからである。

では、環境の中に自分の身体を没入させてコントロールするのか、モニター上の視覚情報と音声情報を元にコントロールするのかという違いを直接体験—仮想体験の違いに帰着させることはできるのだろうか。これもやはり困難だと言わざるを得ない。視覚、聴覚、コントローラーの振動、遊戯施設の大型筐体では傾斜角度による平衡感覚などが組み合わされ、カイヨワの分類に当てはめればイリンクスの要素まで楽しむことができる⁽⁷⁾。ゲーム中ではどれだけ走っても疲れないから仮想なのだ考えるのではなく、親指でスティックを倒して走るという選択を遊びの中にフィードバックするのか、筋疲労を伴う身体動作を通じて選択を行うのかという相違と理解すべきではないだろうか。すなわち、それぞれの遊びによって選択できる要素（個人が複数か、全身を使うのか身体の特定位部のみを使うのか、フィールドが広いのか狭いのかなど）とその組み合わせ次第で多様な遊びが存在しているのだ。

(2) 遊びとしての携帯電話

本来、携帯電話やスマートフォンは玩具ではない。しかし、子どもにとってはゲームや音楽、動画、マンガなどを楽しむ遊びのコンテンツに簡単にアクセスできる存在である⁽⁸⁾。遊びの道具としての携帯電話は現在も急速に多様化している。モバイルコンテンツの内訳を見ても、単独のゲームアプリサービスであるモバイルゲーム、SNSを基盤として成立するソーシャルゲームといった純粋な遊戯コンテンツだけで全体の4割を占めている。動画、芸能／エンタテインメント、占い、きせかえ、待ち受け、マンガを含む電子書籍といった娯楽分野まで含めると、大半が遊びに関連するものだといえる⁽⁹⁾。

携帯電話が遊びの道具であるもうひとつの側面は、メールやブログといったコミュニケーション機能にお

いて見られる。情報通信端末は旧来の電話の延長にある音声通話と、文字・画像・動画をメールで直接交換したりウェブサイトを経介として間接的に交換したりする2種類のコミュニケーション手段を持っているが、子どもにとって遊びのツールとして活用されているのは後者の機能である。最初はデジタルの手紙であるメールとして出発したが、現在ではソーシャルメディアで流通する情報へと広がっている⁽¹⁰⁾。

仕事上のコミュニケーションが目的志向であるのに対し、遊びのコミュニケーションはもう少し複雑である。情報の正確な送受信よりも、メッセージの送り手自身の印象操作（自分をどのような人物と相手が受け取るかをコントロールしようとするなど）や冗談や悪ふざけを行うなど「何が」よりも「どのように」伝わるかに関心が集中する。旧来のHP作成が担ってきたデータベース性は希薄化し、より一過性のメッセージが中心であり、日常会話に近い。Skype (Microsoft) やFaceTime (Apple) といったビデオチャットは遠隔での日常会話を再現するものであるが、メールやLINE (NHN Japan) のようなテキストベースの通信は対面的会話を志向していない⁽¹¹⁾。

「絡む」というネットスラングで始められる若年層のコミュニケーションはmixi (ミクシィ) のようにプロフィール機能を備えたSNSではプロフィールや日記のような参加者の基盤を中心に行われる。それに対してLINEは知り合いを中心にやりとりが行われる⁽¹²⁾。そのため外部の電子掲示板などで「LINEで絡みましょう」といったマッチングを行うこともある。このような複数のソーシャルメディアをつなげて利用する—それは不特定の相手に対してコミュニケーションを行う可能性を増加させることになる—やり方は特に子どもたちに多く見られるものである⁽¹³⁾。

他にも専用ゲーム機でのオンラインゲームのコミュニティが携帯電話やスマートフォンを中心に形成されたり、ゲームの攻略方法がパソコンや携帯電話で利用されたりといった例は多い⁽¹⁴⁾。このようなプラットフォームの重層性はニューメディアに典型的なものだといえる。

遊びとしてのコミュニケーションは(1)自分のイメージを発信する (2)意見や価値観を発信する (3)知識や技能を発信する、といったユーザーからの発信が大きな動機のひとつとなっている。特に自己イメージの発信はアバターやスタンプ (LINEのスタンプなど) の選択によりファッションと同様の自己表現—かわいいキャラクターを選ぶ自分、おもしろいキャラクターを

選ぶ自分など一の重要な手段となっている。また、特定キャラクターに自己メッセージを乗せるだけでなく、文面全体を色やデザインで彩ることで相手に与える雰囲気も重要なメッセージとなる。スタンプは絵文字の延長線上にあり、本文のメールメッセージを補完し、本文とは別のメッセージを同時に発信するなどコミュニケーションの密度を高める手段である。どのような表情で話し、どのような身振りを行うのがその人の印象を形成するように、メールの文体以外の付加的記号に何を添えるかで自己イメージを操作するのである。メッセージを受け取る側もそれを通じて相手を認識し、そこで形成された印象が次のコミュニケーションのパターンの予測を促す。この期待があるときは満たされ、あるときは裏切られといった潜在的／顕在的相互行為としてのコミュニケーションを一種の遊びへと変えていく。

対面的会話場面では困難な、大胆な自己提示やお笑い芸人のクリシェを用いた悪ふざけなど、知り合いに限定されない—もしくは知り合いでないからこそ可能な—自由な遊びの余地が存在する。普段会うときにはおとなしい友人が、メールやSNSでは非常にユニークな一面を見せるなど、もうひとつの「キャラ」を認め合う機会ともなる。ただし、このような場面やサービスによって重層的なイメージを交換するやり方は全ての人々に受け入れられているわけではない。年齢層によって、またソーシャルメディア経験によって大きく変わってくるだろう。中高年はメールであっても旧来の手紙文化で確立された礼儀を適用し、その結果彼らのメールは文字ばかりで若者に「冷たい」印象を与えることがある。それに対し、若者たちは対面的場面ではおとなしい者でも、絵文字やネットスラング（「w=笑い」、「○○なう=今○○しているところ」など）を多用し、別人が書いた文章のように感じられることも少なくない。また、ネットワークの向こう側にいる他者は、信頼できる人かできない人か、知り合いかそうでないかで二分されるという認識は安全対策という意味では重要であるが、遊び領域ではそれを使い分け、意図的に混乱させ曖昧にさせることが積極的な役割を果たしている。

4. 遊びの実例にみるニューメディアの特徴

次に、子どもたちの具体的な遊びの様子を通じて、ニューメディアがどのように受け入れられているのか

を検討する。ここで取り上げるのはニューメディアに属する遊びそのものではなく、子ども自身がニューメディアの要素を取り入れながら遊びを工夫しているものである。

(1) 事例1：ピクトチャットを利用した鬼ごっこ

この事例は任天堂の携帯型ゲーム機であるニンテンドーDSを利用した鬼ごっこである。

DSのピクトチャットは30m範囲でDS同士を無線でつなぎ、タッチパネルに書き込んだ文字や絵を送受信することができる。この機能を利用し、鬼ごっこを行う小学生が紹介された⁽¹⁵⁾。

通常の鬼ごっこは比較的開けた場所で目視しながら鬼が子を追いかける追いかけっことなる。DS鬼ごっこは各自DSを持ち無線でつながった状態で行う。

この遊びの発祥は東京都世田谷区太子堂の神社周辺で、そこでは鬼役はDSを持たず、子役が鬼の動向を教え合いながらゲームを続ける。この遊びを知った大人の紹介で世田谷区池尻の小学生たちに伝わったという。池尻では、親も子もDSを持ち、子は親に自分の居場所のヒントを出す。また、誰が鬼になったか、今どのあたりにいるのかといった情報を交換して逃げる。チャット自体は匿名のため、鬼が子のふりをして偽の情報を流して攪乱することもある。池尻の路地の込み入った住宅地で遊ぶため、鬼がいつまでも子を見つけられない状況を防ぐためにルールが変化したと考えられる。このように子どもたちは遊び場環境に適応した形で無線機能を使いながら、伝統的な鬼ごっこあるいはかくれんぼを楽しんでいる。

DS鬼ごっこ似た遊びは「トランシーバーかくれんぼ」などの名称で以前から存在していた。1960年代にスパイごっこと共に流行したトランシーバーは、現在に至るまで玩具として発売されている。現在では入手しやすい価格になっているが、全ての子どもが利用できないため、かくれんぼのルールを変えるものではなかった。

(2) 事例2：ワイヤレス通信を利用したかくれんぼ

DS鬼ごっこは2008年に紹介された後、大きなブームになってはいない。インターネット上でもこの記事を引用したものが散見されるのみである。しかし、同じDSのワイヤレス機能を利用しながら、全く違ったやり方で遊ぶ小学生の事例を確認することができた⁽¹⁶⁾。

かくれんぼは家の中で行われ、様々な場所に子が隠

れる。親も子も全員DSを持ち、ワイヤレス送受信可能な状態でゲームを始める。

DS鬼ごっこはピクトチャットで文字や絵を送受信することで情報交換を行うものであった。それに対し、この事例では無線送受信可能な状態で表示されるアンテナ表示を利用している。モニター上にはアンテナが0本から3本まで4段階で表示される。取扱説明書に記載されている遊び方では、10mで2本のアンテナが安定した無線通信の距離とされている。事例では、このアンテナアイコンの数、すなわち受信電波の強さにより相手との距離を測っている。アンテナの数が少なければ遠くにいる。多くなれば近づいていると判断するのだ。隠れ場所はさまざまであるので、どこに隠れている子の電波を拾っているのかはわからない。親はDSを探知機として活用している。

この遊びを仮にDSかくれんぼと呼ぼう。DSかくれんぼはDS鬼ごっこのように積極的な発信—子から親へ、子から子へ、親から子へ—によって、いわば話し合いながら展開する遊びとは反対に、静かに隠れ一方的にそれを探すという旧来のかくれんぼの性質を残している。そこでは目視と推理で、時には「見つけた」という嘘の情報への反応を探ることで遊ばれたかくれんぼとは異なり、別の感覚器官を備えた鬼が自分を探しているという興奮が見られた。

DSかくれんぼは狭い室内でかくれんぼをするための工夫から生まれた。元々この仲間集団（小学5年の女兒4人）は室内のかくれんぼで遊んできたが、隠れる場所はそれほど多くなく、単調になりがちであった。DSを活用する状況を観察すると、目視や言葉といった要素は排除され、モニター上のアンテナだけをじっと見ながら子を探す様子が明確に確認できた。これは限定的な場所でのかくれんぼにおいて、視角や聴覚といった感覚をあえて制限し、モニターの反応という情報だけに限定することで、遊びの密度を高める効果をもたらしていると考えられる。

事例には見られなかったが、ピクトチャット画面から相手にデータを送ると受信側で着信音が鳴る。これを利用すれば同様の探索型かくれんぼが可能となる。このように双方向につながる機能を活用すれば様々な遊びのバリエーションが生まれる。

以上の例に見られるのは、子どもたちが単にニューメディア機器で遊ぶ様子ではなく、彼らの遊び方が双方向性のコミュニケーションを契機とする秩序を作りあげているという事態である。自分視点での認識ではなく、特定の情報を共同の視点として組織し、遊びの

全体的な環境を構成している。想定を越えた遊び方がニューメディアの特質と対応関係にある点が興味深い。

(3) 事例3：逃走中

マスメディアとの関連でいえば、2004年度から深夜枠で放送され、2007年度以降は放送時間が早まり小中学生にも人気のテレビ番組「run for money逃走中」(フジテレビ)が注目される。これはテーマパーク、ショッピングモールなど大型施設を舞台に複数の鬼（ハンター）と子（逃走者）によって行われる鬼ごっこである。正確にはドロケイと呼ばれる助け鬼の一種である⁽¹⁷⁾。この番組の流行により、各地の小中学校で逃走中を真似た遊びが流行している。ミッションの設定は子どもだけでは難しいことから、実際には省略されて普通のケイドロになったり、昼休みの時間制限内での捕虜の参加度を上げるため、子が捕まると捕虜ではなくハンターになる—これは増殖鬼と同じ—といった工夫が凝らされている。また、保護者を中心に大人が企画した逃走中も全国で行われている。

逃走中は男女を問わず人気の番組であるため、大きな集団で遊びやすいことも流行の一因であろう。重要な点はこのようなマスコミで流通するイメージが子どもたちの間で共有されていることだ。小学生への聞き取りでは「ハンターに対する恐怖」「逃走者への共感」「逃走者たちの連携や裏切りのドラマへの反応」といった要素が見られた⁽¹⁸⁾。

この番組はリアルタイムドラマの演出により逃走者への一体感を高め、その中で自分のお気に入りの逃走者への支持と、それを裏切り利己的な行動に出る逃走者への反発を煽る構成になっている。ハンターは映画「ターミネーター」のモチーフを踏襲し、相互理解不可能な純粋な敵役である。

この明確なイメージがあるために、子どもたちの「逃走中ごっこ」はたとえ昔ながらのケイドロと変わらないものであっても、新しい興奮の中で遊ぶことが可能となる。追いかけてくる鬼は友だちではなくハンターであり、子役の友人達は同士であり、裏切り者である。みな同じ子ではなく、みんなに指示をするリーダーや冷静な参謀や無謀な行動家といったキャラクターが派生するのだ。つまり、明確なイメージを持って共有されることで、ケイドロはミミクリの要素を強め、ドラマチックなゲームになり得るのである⁽¹⁹⁾。

5. ソーシャルメディアにおける経験の重層性

(1) ソーシャルメディアと人間関係

人々がソーシャルメディアに求めるものは端的に言ってコミュニケーションである。mixiやfacebookに代表されるSNS、ブログ、Twitterなどのソーシャルメディアの利用目的に関する調査を見てもその傾向は明白である。「オフラインコミュニケーションの補完」(知人とのコミュニケーション)「ソーシャルメディアを契機とする新たなコミュニケーション」(同じ趣味嗜好を持つ人を探す、自分の交友関係を広げる)といったコミュニケーションにかかわる項目が圧倒的に多く、「情報探索」がそれに続いている。またソーシャルメディアの利用により実現した項目は「オフラインコミュニケーションの補完」(旧知の人間関係の再開)ものと「ソーシャルメディアを契機とする新たなコミュニケーション」(同じ趣味嗜好の相手を探す、不特定多数とのコミュニケーション、自分の周囲にいないタイプと知り合う、ソーシャルメディアで知り合った人と実際に会う、新たな絆が生まれた)が最も多く、「情報の受発信」や「身近な不安・問題の解決」が続く⁽²⁰⁾。SNSは知人をベースに活用する場合が多く、ブログは同好の士を見つけるために活用されているなど、各種メディアを使い分けている様子が見える。

土井が主張するようにプロフのようなソーシャルメディアが人間関係マップにおける自己確認のツールであるとすれば、現実の一というよりニューメディア外部の一人間関係の再確認と未知の他者への拡大に二分することは適切ではない⁽²¹⁾。常に不安定な「優しい関係」を強いられ、それを可能にする自分である以外の指針を見いだせないのなら、若者にとってのソーシャルメディア経験は拡張された「友だち地獄」となる他ない⁽²²⁾。

そのような自我から出発することのできない人間関係志向という現状を認めながら、ここで遊び論を展開するのは、プロフによる自己イメージの発信やリアルやブログを通じたテキストベースのメッセージが、想像された他者の視線への回答にとどまらず、意図しないズレとそれが生み出す結果を楽しむ余地が残されているからだ。発信する情報に込める意味は幾重にも重ねられ、デコード作法と共に独自の文化を成している。それらは特定のキャラクターイメージを土台としており、ブログやプロフでイメージできる像と本人の間にはかなりの乖離がある場合も珍しくない⁽²³⁾。プロフの定型質問や自己紹介画像などはイメージの飛躍やデ

フォルメを助ける役割を果たしているし、ユーザーがそれを楽しむことがソーシャルメディア接触の動機のひとつである。ソーシャルメディアを目的合理的な活動でのみ理解することはできない。

(2) 経験の重層性の意味

ソーシャルメディアは現実的な人間関係の上に重ね合わせるように使われる場合もあれば、新しい人間関係を求めて—あるいは現実からの離脱を求めて—現実の関係をもち込まない場合もある。若年層のブログは不特定多数の人間に公開されるものよりも、よく知っている友だちに限定され、パスワードが漏れるなど想定しない他者が入ってきた場合にはすぐに閉鎖するなど比較的保守的な運営をしていることも多い。このような仲間集団をソーシャルメディア上に移し替えたものは、知り合い同士で安心して交流が図れるが、現実の人間関係の難しさをそのまま持ち込むことにもなる。

誰を選び、誰を選ばないかという問題は、誰に選ばれ、誰に選ばれないかという恐れと表裏の関係にある。現実の関係では破綻することなく営まれてきた人間関係が、ソーシャルメディアへの参加によって人間関係の組織化という形で明示されてしまう。さらに、自分からソーシャルメディアに接触しなくても、友人達が参加すれば自分がどのような立ち位置にあるのかを思い知らされる危険が出てくる⁽²⁴⁾。実際、「ミクシィ疲れ」「フェイスブック疲れ」と呼ばれる他者との交流に過度に依存したり、プライバシーと引き替えにコミュニティを維持して疲弊するなどの問題が指摘されている⁽²⁵⁾。

ソーシャルメディアからの撤退が問題を根本的に解決しない理由は、自分以外の者がソーシャルメディアによって組織されればそれに巻き込まれてしまうことだけではない。我々の社会経験はいくつもの基盤の上に積み重なることで構成されている。家族、地域、友人、職場などの実態を伴った人間関係、今後参加する予定の集団や組織など。それらは影響力や意味合いの濃淡はあるが、互いに結びつき影響しあっている。ソーシャルメディアはその中のひとつに位置づけられる。現状では選択することで参加する領域であるが、今後ともそうであるとは断言できない。据え置き型のゲーム機で遊んでいた時代には存在しなかった、ソーシャルメディア上でのコミュニティの持つ意味は大きくなっている。そこへの参加が事実上強制される場合もあり得る。

ソーシャルメディアに限らず、ニューメディアが社会のあらゆる領域に浸透しつつある現在、我々はつながりを求められている。それは私個人があなた個人とつながるのではなく、様々な領域で生き、多様な顔を持つ私が、同じように多様な顔を持つあなたとつながるという意味なのだ。いくつもの私を重ね合わせ、時には整合性の取れない複数の領域とつながる時代になりつつあるとっていいだろう。家族や親密な友人との関係は強固な土台となる経験の源泉であるが、ソーシャルメディアはキャラクター化された不安定な自己と結びついた経験の領域である。しかしそれらはどちらも私の一部である。不安定な自己がやがて安定した自己へと回収され少しずつでも前進していく、といった楽天的な見通しが立つわけではない。諸外国との相互理解は、直接的な体験や人間関係だけでなく、多くの嘘やステレオタイプにあふれたインターネットやツイッターなどニューメディア経由での情報発信と受信というプロセスを抜きには進まない。そのような状況下では、自己と他者の重層的な経験のあり方とどう付き合うかが大きな課題と成るだろう。

6. おわりに：ニューメディアは遊びを変えるのか

これまで見てきたように、ソーシャルメディアは人間関係のマネジメントと深く関わっている。それは遊びに対しても直接的な影響を与える。住田は子どもの仲間集団を「活動集団」と「交友集団」に類型化した。交友集団における遊びは親密な仲間との相互活動や相互交渉そのものを目的としている⁽²⁶⁾。ニューメディア以前の社会であれば、「何かして遊ぼう」という目的を設定しない段階で求心力を持つ仲間集団に適応するスキルを身につける必要があった。それに対し、ニューメディア社会では全領域ではないにせよ、自分から積極的に情報なりイメージなりを発信する力が求められるようになり、少なくともその力は発信した結果によって測られる可能性が高いのである。

遊びの魅力は現在でも子どもの行動の強力な動機である。誰かとつながる結果遊べる。あるいは誰かと遊ぶことによってつながる。そして誰かとつながることが遊びであるといった遊びの社会性は、人々のつながりの形式を複雑にするニューメディアのあり方に影響を受けると予測される。伝統的なかくれんぼでは、五感を活用して鬼が子を見つけようとするが、DSかくれんぼでは視角による探索をあえて制限し、モニター

上の情報を通じて「見る」ことがおもしろさの中核となっている。それは目隠し鬼のもたらず興奮に似ているかもしれない。この事例は遊びが特定の道具やその道具を媒介とした情報の整理の方法によって、通常とは異なる認識パターンを経由した遊び世界を出現させていることを示している。現実世界における直接体験としての友人間の遊びでありながら、そこで展開される遊び世界はニューメディアによって組織された別の世界と重ね合わされている。このような重層性の強化にニューメディアが重要な関わりを持っていると考えて良いだろう⁽²⁷⁾。

子どもたち自身により工夫され、発見される遊びの様式にもニューメディアの影響が見られた。それはニューメディアに分類される新しい玩具が新しい遊び方を要求したことと無関係ではないが、大人が想定していない遊び方や楽しみ方も現れている。重要なのは、双方向性はニューメディアの特質であるだけでなく、それを利用する子どもたちの遊び秩序の形成そのものに関わっている点である。その意味でニューメディアを遊びの経験自体を規制する存在としてとらえる必要があるだろう。ニューメディアの影響は遊びの参加者の実践を変え、それによってあらたな遊びの秩序—参加者、道具、ルールなどの組み合わせにより構成される—が生まれてくるといえる点が重要である。そのような特質に応じた意欲や能力がニューメディア経験を通して子どもの内部に生まれるのか、ニューメディアと離れた領域でもその特質を反映した行為パターンを見せるのか。いずれも今後の課題である。

この問題に関連して補足すれば、ニューメディアだけでなく、従来のマスメディアも大きく関わっている。遊びコンテンツの発信源としてテレビ等の役割は今も大きい。ニューメディアを活用した双方向性の遊びはそれに対応した玩具・ツールを準備する必要がある。事例で見たDSのように一人一台に近い普及率を持つものは例外であり、それ以外の場合は簡略化した遊びへと組み替えることがある。興味深いのは、簡略化の結果昔のドロケイになってしまっても、イメージはテレビ番組に重ね合わせている点である。DSかくれんぼの事例でも同様に雰囲気にかかわりが見られた。ニューメディアを活用した遊びは、参加者のキャラクター化や枠組みとしての物語性など、ミミクリの要素と親和性があるのかもしれない。

以上検討してきたように、ニューメディアは各領域の人間関係に基盤を持つ経験を統合するのではなく、重層的にマネジメントする機会を増加させるのではな

いかと考えられる。子どもや青少年は経験の重層性とシリアスに付き合うだけでなく、遊びを通じて馴染んでいく。その結果、大人が区別したがる直接経験と間接経験の差異は子どもにとって大きな意味を持たなくなる。

また、個別の遊びにおいては上手くニューメディアを使いこなし、ある時は本来の使い方を越えた遊びを生み出すこともあるが、道具としてのニューメディアに対するリテラシーを身につけるだけでなく、伝統的な遊びの中に興味を向ける可能性もあるだろう。ニューメディアが生み出した遊びの様式が、新しい遊び方や楽しみ方を子どものなかに育て、やがてそれがニューメディアとのつきあい方を変えていくこともあり得る。

具体的な遊びの領域と楽しみとしての社交にかかわる人間関係のマネジメント領域をそれぞれ検討したが、今後は両者のつながりを時間的な変化を含んだ共通の事例として分析する必要があるだろう。小学生の交友集団の中で展開する遊びが、仲間の外側に多様に存在するニューメディアとどのようにつながっていくのかは今後の課題である。

<注>

- (1) 社会化との関連に限っても齊藤 (1986)、深谷 (1989) などの否定的な論調がその中心であったが、水越 (1990) のようにファミコン世代が電子メディアの内外を区別しないという、いわば社会化の結果を受け入れた論究も現れた。
- (2) ソニーのプレイステーション2は2003年にネットワーク接続を目的とした拡張機器 (BB Unit) を発売したが普及せず、本格的なネットワーク対応は2006年のプレイステーション3と、同じく2006年の任天堂Wii以降となる。
- (3) Ito (2010) p.10
- (4) 例えば中教審答申「次代を担う自立した青少年の育成に向けて」(2007) では、スポーツ体験や自然体験を「直接体験」とし、情報メディア上でのコミュニケーションを「バーチャルコミュニケーション」と位置づけ、後者の悪影響を指摘している。
- (5) 水越 (1990) p.321 「…電子メディアに媒介された情報環境と物理的自然や事実といったものを区別することには本来的に無理がある。…すなわちリアリティを、環境に内在的なものとして求めるのではなく、その環境への、私たちの投与と働きかけの十全さの度合いとみなくてはならないのではないだろうか。」
- (6) 小学生男子を中心に支持されてきた雑誌『コロコロコミック』には、マンガを中心に子どもの玩具や遊びのあらゆる要素が雑多に集められている。1978年末にはアーケードゲームを題材とする人気マンガ『ゲームセンターあらし』(作:すがやみつる) が連載されているが、ファミリーコンピュータの特集が初めて登場するのは1985年であり、その後瞬く間にかなりの頻度で取り上げられる人気企画となった。
- (7) カイヨワ (1971)
- (8) インターネットを遊び目的で活用する割合は、小学6年生で7割、中学2年生で8割、高校3年生で8割を超えている。また、そのために利用する情報端末として携帯電話を選択する割合は学年とともに上昇している。文部科学省 (2009)
- (9) 総務省 (2012) 「モバイルコンテンツ (フィーチャーフォン) 市場の内訳」
- (10) 日本でソーシャルメディアという用語が定着したのは2010年以降と考えられる (Google Insights for Searchによる。対象地域「日本」検索語「ソーシャルメディア」) が、ここにはポッドキャストのように音声、動画なども含まれている。今後データ通信量を増大させるインフラ整備が進めば、動画を中心としたコミュニケーションが活発化するかもしれない。
- (11) LINEはインターネット電話機能もあるが、利用の中心はメールチャットである。
- (12) ただしLINEは電話帳の情報を元に「知り合い」が表示されるため、設定や相手側の電話帳情報によっては、無関係の者や接触したくない相手が表示されるケースも出てくる。
- (13) 特にLINEは若年層 (15 ~ 19歳) の利用率が高く、ネット上では中学生に限定したLINEでの出会いを求める掲示板なども多数存在する。ジャストシステム (2012)。
- (14) ゲームの攻略サイトは個人がHP型のデータベースとして公開するものだけでなく、複数のユーザーが協力して作りあげるもの (加除訂正ができる) も少なくない。
- (15) 東京新聞 (2008) トレンドGyaO編集部 (2008)
- (16) 杉谷による調査より (2011年度実施。福岡市。小学校5年生対象)。この遊びはある小学校で遊ばれていたものが、友人を介して近隣の別の小学校に伝えられた。
- (17) 「逃走中」は子が鬼に接触されると捕虜になり、捕まっていない子が捕虜を助けるという助け鬼のルールを基本とする。それに加えてミッションと呼ばれる鬼ごつ

この外側に設定された目標の達成によりゲーム進行が変化する。その他テレビ番組発の鬼ごっこで子どもに人気が出たものとして、「ピラメキョ (テレビ東京)」内の企画「Pドロ」などがある。Pドロは鬼グループと子グループがそれぞれに通信しながら行うケイドロの一種である。

- (18) 杉谷による調査より (2012年実施。福岡市。小学校4～6年生対象)。
- (19) 昔のケイドロ (警察と泥棒)、悪漢探偵が持っていた具体的な役割以上に、ロールプレイの特徴を備えている。
- (20) 総務省 (2011)
- (21) 土井 (2008)
- (22) 日本の代表的なプロフである「前略プロフィール」の関連機能「前略アルバム」には「心友」「愛方」といった過剰な人間関係を織り込んだ造語が並ぶ。
- (23) 例えば前略プロフィールの画像は「ギャル系」「姫系」「部活系」「普通系」などにカテゴリー化されている。これは若者が日常的に自分や周囲をファッション、趣味、話し方などを手がかりに分類しているものをデフォルトしたものである。「基本、普通系でちょっとギャル系が入ってる」のように細かく使い分ける。アイデンティティの枠組みとして強固なわけではなく、血液型のように人間関係を整理するツールというべきだろう。
- (24) 杉谷 (2011) pp.136-137
- (25) 武田 (2012)
- (26) 住田 (1995)
- (27) 遊びの重層性がニューメディアのみに起因するとは結論づけられない。なぜなら、鬼ごっこであれかくれんぼであれ、ごっこ遊びの要素やルールを共有することで日常とは異なる秩序を出現させ、そこに没入するという重層性をしてき得るからである。その意味で、ニューメディアが遊び本来の重層性を強化し、これまでの遊び方にはなかった領域に遊び世界を出現させる側面も検討する必要があるだろう。

引用・参考文献

- 逢沢 明 1991,『情報新人類の挑戦: コンピューター社会の成熟へ向けて』 光文社
- 新井 誠 1989,『仲間集団の中で』『ファミコンシンドローム』 同朋舎出版
- Ito, M.et al.,2010, Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out.MIT Press.
- Caillois, R. 1958, 多田道太郎、塚本幹生訳, 1971『遊びと人

間』 講談社

- Google Insights for Search <http://www.google.com/insights/search/>
- 斉藤次郎 1986,『ファミコンに友だちは必要か『ファミコンの輪!』の意図するもの』『児童心理40 (8)』 pp.153-158
- 渋谷直角編 2009,『底本コロコロ爆伝 1977-2009』 飛鳥新社
- ジャストシステム 2012,『最新のSNS / コミュニケーションアプリの利用状況調査』 Fastask
- 杉谷修一 2011,『ニューメディアと子ども』 住田正樹・高島秀樹編『子どもの発達社会学』 北樹出版, pp.121-138
- 住田正樹 1995,『子どもの仲間集団の研究』 九州大学出版会
- 総務省 2011,『平成23年番情報通信白書』
- 総務省 2012,『モバイルコンテンツの産業構造実態に関する調査結果』
- 武田隆 2012,『国際調査報告 欧米『フェイスブック疲れ』の全貌』 <http://diamond.jp/articles/-/24739>
- 中央教育審議会 2007,『次代を担う自立した青少年の育成に向けて～青少年の意欲を高め、心と体の相伴った成長を促す方策について～ (答申)』
- 土井隆之 2008,『友だち地獄―「空気を読む」世代のサバイバル』 筑摩書房
- 東京新聞 2008,『DS (携帯ゲーム機) 鬼ごっこで遊ばせ 世田谷の子どもたち『楽しいよ』狭い遊び場逆手に 無線通信で“情報戦”』 2008. 07. 12, 夕刊, p.11
- トレンドGyaO編集部 2008,『『DS鬼ごっこ』は本当に流行っているのか?』 <http://web.archive.org/web/20090122153814/http://trend.gyao.jp/life/entry-1149.html>
- 深谷昌志・深谷和子編 1989,『ファミコン・シンドローム』 同朋舎出版
- 水越 伸 1990,『エレクトロニック遊具とメディアの生成発展』 東京大学新聞研究所編『高度情報社会のコミュニケーション: 構造と行動』 東京大学新聞研究所
- 文部科学省 2009,『子どもの携帯電話等の利用に関する調査』

Effects of New Media on the Structure of Play

Shuichi Sugitani

<Abstract>

This paper discusses the effects of new media on the structure of play in the light of the main features of this new media, such as its interactivity and the plurality. The structure of play means the patterns of combination among different elements, such as participants, gears, rules, and so on.

New media emerged in the latter part of the 20th century in Japan. Digital games such as Nintendo Family Computer, Sony Play Station, and subsequent next generation game machines have become an important part of childrens'lives these days. Mobile-phones and smartphones have been put into general use as amusement tools rather than just for communication.

There are two features of play experience in new media for children. One is the use and application of new media devices, such as digital game machines. They play games by use of such devices in a new and unexpected way. There are effects from the interactivity which organize social order among players.

The other is the plurality of online communities, particularly through social media experiences. Young people belong to several social groups, such as a family, friends, and community. In addition, they construct their social relationships of these different group-based experiences. A differentiation between direct experience and indirect experience has little meaning for them. Social media inflict pressure on the participants because they have to adjust to real-life social relationships. However, participants regard mobile-phones and smartphones which take them to a social media community as a play tool.

It is important to understand that these features of new media have not only effects on the play style of children and young people, but form an order of play through the practices of the participants.

Keywords: play, new media, interactivity, plurality, social media