

2.1 コミュニケーションとエンタテインメント

関西学院大学 / (株) ニルバーナテクノロジー
 中津 良平
 nakatsu@ksc.kwansei.ac.jp

ている。このように、産業面ですでにエンタテインメントが工学の対象となっているにもかかわらず、従来はエンタテインメントが工学研究の対象として取り上げられることは少なかった。これは、エンタテインメントは「遊び」であり、不真面目なものであるとの認識があったためと考えられる。

★エンタテインメントの位置付け

エンタテインメントの定義

エンタテインメントを定義することはなかなか困難である。辞書を引いてみると、「人を楽しませるもの」「娯楽」などの解釈が記述されている。では娯楽の定義はというと、広辞苑には「人の心を楽しませ、慰めるもの」という記述にとどまっている。しかしながら、テーマパークなどにある、ほとんど恐怖に近い感覚を味わせてくれるジェットコースターなどの乗り物もエンタテインメントとして認知されている。このことは、技術の発展により新しいエンタテインメントが出現してきており、それらの領域そのものも変化しつつあること、そしてそのため厳密な定義をすること自身が困難であることを示している。そこでここでは、「人の心を楽しませ、慰めるもの」あるいは「遊び」という定義にとどめておき、本来エンタテインメントがどうあるべきなのか、そして今後どのような方向に進むのかなどについて、特にコミュニケーションとの関連に基づき考察したい。

最近のエンタテインメント

IT やマルチメディア技術を用いた新しいエンタテインメントが私たちの身の回りに現れている。その代表的なものとしては、コンピュータグラフィックス技術を駆使した映画がある。また、私たちにより身近なものとして、子供を中心として多くの人に浸透しているテレビゲームがある。最近のテレビゲームは、ネットワークを通して複数人が参加するネットワークゲームへと進化しつつある。また、最近の若い人たちは、携帯電話を友達との会話を楽しむためのエンタテインメントツールとして使っ

エンタテインメントと人間の生活

エンタテインメントの位置付けを明確にするために、私たちの生活とエンタテインメントの関係を考察する。私たちの生活は、物質的な面と精神的な面を持っている。このように考えると、技術はこれまで人間の生活の物質面を豊かにすることを目的としてきたと理解することができる。そして、技術が与えてくれる豊かさに対し私たちは対価を支払うという、give and take の関係が成立している。一方、エンタテインメントに対しても私たちはかなりの対価を支払っているが、残念ながら従来のエンタテインメントは単なる娯楽・暇つぶしとして評価されることが多かった。しかしながら、エンタテインメントは人間の本質にきわめて深くかかわるものである。エンタテインメントを「遊び」ととらえると、遊びはそれらを通して幼児が種々のスキルを身に付けていくための重要な手段として児童心理学・発達心理学の分野ではとらえられている。また、社会全般にとっても、自由な遊びの中から新しい演劇・哲学・法律などが生み出されてくる、言い換えれば遊びは文化の基本であるという考えもある¹⁾。すなわち、エンタテインメントは人間の心を豊かにしてくれるものであり、アートをも含めたきわめて広い範囲をカバーするものと理解することが可能である。このことから、エンタテインメントを工学の研究対象とすることは、これまで人間生活の物質面のみを対象としてきた工学が、人間生活の精神面をも豊かにすることもめざすという意味で、きわめて大きな意義を持つことになる(図-1)。「エンタテインメントコンピューティング」を新しい研究領域として提案することの意味はここにあるといっても過言ではない。

Entertainment Computing

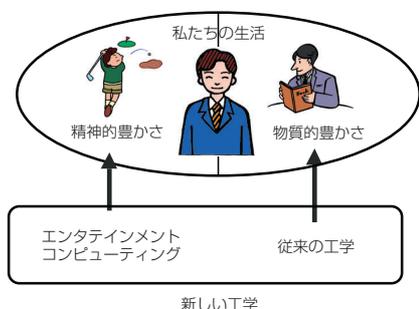


図-1 エンタテインメントコンピューティングと私たちの生活

★コミュニケーションに関する考察

コミュニケーションの特徴

携帯電話は基本的にはコミュニケーションツールである。それがエンタテインメントツールとして使われているということは、エンタテインメントとコミュニケーションの間に深い関係があることを示唆している。特に、言語的な情報の送受を行うコミュニケーションではなく、非言語的な情報の送受を行うコミュニケーションと深い関係を持つと考えられる。それを示すために、ここではコミュニケーションを従来と異なった観点から定義付けてみたい。コミュニケーションは以下のような特徴を持つものとして定義される。

(1) 体験の共有

シャノン流の定義によれば、コミュニケーションとは情報を送って送り手と受け手の間で共有することであるが、非言語コミュニケーションにおける情報は、いわゆる数学的な「情報量」では定義できない。携帯でのコミュニケーションや友達とのゲームに興じている子供や若者などを観察すると、彼らは体験を他者と共有し、それによって相手と感覚を共有しているという感覚を抱いていると思われる。したがって、情報の共有から進んで、体験を伝達し相手と共有することによる相手との気持ちの共有（共感）が非言語コミュニケーションの役割であると考えることが可能である。

(2) 身体的体験と精神的体験 (図-2)

次に体験の内容を考えてみると、体験は「体で感じる体験」と「心で感じる体験」の2種類があることが分かる。前者を身体的体験、後者を精神的体験と呼ぶことにする。

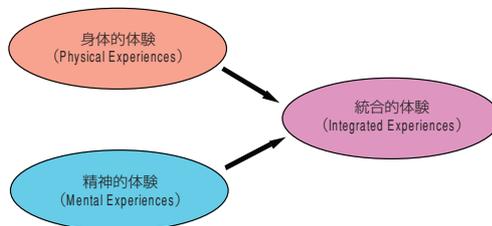


図-2 身体的体験と精神的体験

身体的体験は体を動かすことにより体験するもので、その代表例はスポーツである。声を出すことなども身体的体験の1つである。身体的体験に特徴的なのは、体を動かすことによる「爽快感」を味わうことである。一方、精神的体験は、本を読んだり、映画や絵画を鑑賞したりする体験を意味している。精神的体験に特徴的なのは、高度な精神的体験にはいわゆる「感動」が伴うことである。

一方、多くの体験は身体的体験と精神的体験のそれぞれを含んでいる。たとえば、ゴルフは代表的なスポーツであり身体的体験であるが、同時にきわめてメンタルなスポーツであるといわれている。身体的体験と精神的体験の両者がバランスした体験を統合的体験と呼ぶことにする。その代表的なものは芸術創作活動である。絵画・彫刻などの芸術を創作する過程はきわめて精神的なものであると同時に、体を動かすことによって創作活動を行う。このことから、統合的体験はきわめてレベルの高い体験であり、コミュニケーションであるといえることができる。

(3) 没入 (図-3)

多くの体験に共通することは、その体験が高度なものであるほど、人々がそれに夢中になり、「没入」するということである。したがって、非言語的なコミュニケーションに特有の現象として没入を挙げることができよう。このことは、若い人たちが、携帯電話を用いた友達などとのコミュニケーションを楽しみ夢中になっていることから納得できる。これは従来のビジネスを対象としたコミュニケーションとはまったく異なるコミュニケーションである。コミュニケーションにおける没入に関してさらに考察すると、没入には2種類あることが分

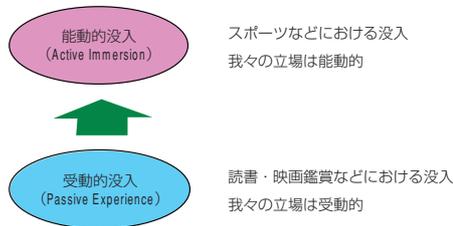


図-3 受動的没入と能動的没入

かる。1つは、人々の役割が情報の受け手として受動的な立場におかれるものである。これを「受動的没入」と呼ぶことにする。スポーツ鑑賞・映画鑑賞などがこれにあたる。もう1つは、人々が能動的にかかわりながら没入するものである。これを「能動的没入」と呼ぶことにする。当然のことではあるが、芸術創造活動などの統合的体験に伴って感じる感覚は能動的没入である。テレビゲームは、本来人々がゲームに主体的にかかわるため能動的没入を生むものであるが、長時間情性的にプレイすると、ゲームをさせられているという感覚、つまり受動的没入になることが多い。

コミュニケーションとエンタテインメント

上記のようにコミュニケーションを定義付けると、これはほぼそのままエンタテインメントや遊びの定義にもあてはまる。友達などと一緒にする遊びの醍醐味は、まさに同じ時間・空間の中で特定のルールに基づいた体験をすることにより同じ感覚を共有することにある。また、エンタテインメントには、スポーツなどの体を動かすエンタテインメントと、スポーツ鑑賞・映画鑑賞などの精神的体験に基づくエンタテインメントがある。さらにはそれらを統合した統合的体験としてのエンタテインメントもある。たとえば、登山は身体的体験であるが、同時に美しい風景を觀賞することにより統合的体験になり得る。芸術創作活動も、本当にそれを楽しんで行う時にはきわめて高度の「遊び」と解釈することも可能である。そして、そのような高度の遊びには必然的に「没入」という感覚が付随する。人々が遊びに魅せられるのは、まさにこの没入感を味わうことができるためといっても過言ではない。また、そのような観点か

ら遊びを解釈すると、遊びと仕事の境界は消えることになる。遊びをこのような観点からとらえた考察として、M. Csikszentmihalyiの「フローの社会学」²⁾がある。彼は没入を「フロー」と呼び、その観点から遊びを定義付けている。しかしながら、受動的没入・能動的没入の区別までは考察は及んでいない。

★コミュニケーションの観点から見たエンタテインメントの分類

エンタテインメントを工学の対象とするためには、まず、エンタテインメントを分類することが必要である。エンタテインメントの分類については、有名なR. Cailloisの「遊びと人間」³⁾がある。彼は、遊びを以下の4種類に分類している。

- (1) アゴーン（競争）：陸上競技・野球などのスポーツや、チェス・将棋などのゲームのような、相手と能力を競う遊び。
- (2) アレア（偶然）：ルーレット・サイコロのような、偶然性に身をゆだねる遊び。
- (3) ミミクリー（模倣）：ままごと・〇〇ごっこ、さらには演劇のように、自分とは異なる誰かの役割を演じる遊び。
- (4) イリンクス（目眩）：ブランコやテーマパークの遊戯マシンなどのように、普段味わうことのない目眩のような感覚を伴う遊び。

上記の分類の問題点は、スポーツ鑑賞や、また読書や映画鑑賞などの鑑賞型の遊びが抜け落ちていることである。また、すべての遊びに共通する没入感を、イリンクスとして1つの分類にすることによる混乱が生じている。したがって、前述のコミュニケーションの考察に基づいて、以下のような2つの観点から遊びを分類することが適切と考えられる。

- (1) 身体的か、精神的か、さらにはそれらの要素を統合したものか、で遊びを分類する。
- (2) 受動的な没入感を与える遊びか、能動的な没入感を与える遊びか、で分類する。

上記の2つの軸で遊びを分類した結果を表-1に示す。

★エンタテインメントコンピューティングの研究課題

新しいエンタテインメントが着実に一般の人々に受け入れられている反面、時としてそれらが持つ負の面が現れ、またそれに対し人々が不安感を持っていること

Entertainment Computing

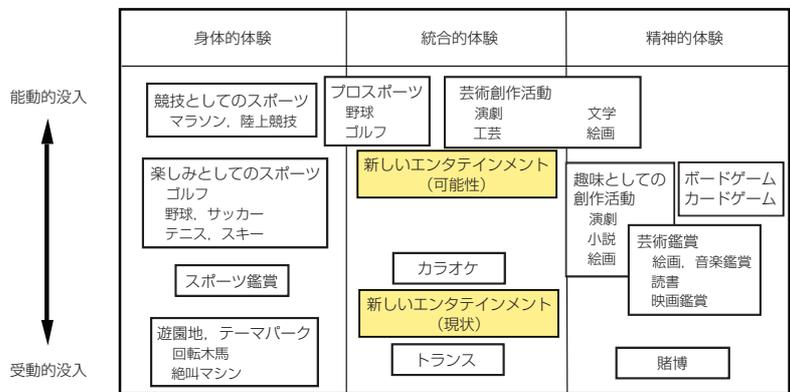


表-1 エンタテインメントの分類

も事実である。その最近の代表例としては、テレビゲームを長時間プレイすると痴呆症に似た症状が生じるといふ、いわゆる「ゲーム脳」の問題がある⁴⁾。また、若者が携帯電話を用いた友達との雑談などに長時間興じることや、その際周囲の状況に無頓着に雑談に没入することも、一種の反社会的行為として指摘されることが多い。はたして実際にゲーム脳という現象が生じるのか否か、また、それにもましてなぜ人々はテレビゲームや携帯電話に長時間没入するのかについては今後の研究に待つところが大きい。問題そのものは先に述べた「能動的没入」と「受動的没入」の点から説明できるものと思われる。すなわち、テレビゲームや携帯電話は、本来それを用いるユーザに能動的なかわりを要求するものである。またそれ故にそれらの新しいメディアが従来の受動型没入を与えてくれるメディアに比較して新しい可能性を持っているのであるが、現在のところ新しいメディアが生み出しているものはまだ「受動的没入」に過ぎないと考えられる。映画・小説などの「受動的没入」を作り出すメディアについては、いかにして良質の没入を作り出すかについて長時間かけてノウハウが積み上げられるとともに、「質の良さ」に関するコンセンサスが作り上げられている。これに対し、テレビゲーム・携帯電話などが

かにして良質の能動的没入を作り出すか、また良質の能動的没入とは何かについてまだ明確にされていないことが問題と考えられる。

先に述べたように、「体験の共有」「身体的体験と精神的体験」「能動的没入と受動的没入」という点からみると、コミュニケーションとエンタテインメントはこれらの要素を共有しており、きわめて深い関係にある。したがって、今後エンタテインメントの工学的研究を進めるにあたっては、常にコミュニケーションという観点から問題を整理しつつ研究を進めることが、研究の進展に有効と考えられる。また、本稿で示した「能動的没入」と「受動的没入」の区別は、テレビゲームを「ゲーム脳」を生み出すとして悪者扱いするだけではなく、2つの没入のいずれも生み出す可能性を持ったエンタテインメントメディアとして扱い、能動的没入を生み出す条件を明確化するなどの観点から研究することが必要であることも示唆している。

参考文献

- 1) Huizinga, J.: ホモ・ルーデンス、高橋英夫訳、中央公論社 (1963).
- 2) Csikszentmihalyi, M.: 楽しみの社会学、新思案社 (2000).
- 3) Caillois, R.: 遊びと人間、岩波書店 (1970).
- 4) 森 昭雄: ゲーム脳の恐怖、生活人新書、日本放送出版協会 (2002). (平成 15 年 5 月 26 日受付)