

●モノグラフ小学生ナウ



メカ

vol.3-11

©1984(株)福武書店 教育研究所/加藤智穂
放送大学教授 深谷昌志
三井情報開発研究員 田中雅文



目次

特集／子どもにとってのメカ	2
調査レポート／メカ	
要約	6
1.メカとの接触	8
●メカの保有状況	8
●メカによる行動	10
2.ゲームウォッチとテレビゲーム	14
●ゲームウォッチ遊びの風景	14
●テレビゲーム遊びの風景	19
●大衆化するゲームウォッチとテレビゲーム	21
3.コンピューターと子どもたち	23
●コンピューターのイメージ	23
●コンピューターとの接触	26
●マイコンと子ども	27
4.未来社会と子ども	29
●現実を下回る子どもたちの想像力	29
●創造力の衰えと想像力	31
まとめに代えて	32
シリーズ／子ども考現学	
子どもの姿・昔と今(21) 言語文化	33
資料1 調査票見本	38
資料2 学年・性別集計表	45

特集

子どもにとってのメカ

放送大学教授 深谷昌志



メカに挑戦して30年

パソコンを買おうといい始めてから1年になる。活字の数やら文字の形など、あれやこれやと調べているうちに、1年が過ぎてしまった。いずれ近いうちに、購入を予定しているが、ワープロで原稿を作るのはかなり先になりそうな状況下にある。

このワープロに限らず、このところ、メカ

への適応が遅くなっているような気がする。つい先日も、ステレオを新しいものにとりかえたのはよいのだが、つまみの数が倍増したため、どこをいじったらよいやら、とまどっている。これでは、せっかく、音質を良くしようとしたのに、宝の持ちぐされという感じがしないでもない。もちろん、説明書を読めばよいのであろうが、小さい文字がぎっしりつまっていて、なんとなく、読む気になれない。

もっとも、説明書を読まなければならないようでは困ったもので、若いころは、そんなものに目を通さなくとも、カンでいじっても、だいたい大丈夫だったような気がする。

そういえば、大学院へ入ったころ、テープレコーダーが研究室へ登場したことを思い出します。今では、子どもでもラジカセを持っている時代だが、そのころのテープレコーダーは、15キロもする重たいものの上に、値段も、当時の価格で40万円という貴重品であった。

大学院生の特権で、何度かいじっているうちに操作をおぼえた。しかし、わが恩師は、テープレコーダーを遠まきにしているだけで、結局、それから数年間、私が研究室でテープ番をすることになった。

テープ番といっても、今から考えれば、スイッチをひねって録音をし、ボリューム調整をする程度の単純な作業だが、そうした器具操作は若い者の天下だった。

なにしろ、恩師をはじめ研究面では名だたる先輩たちが、新しいメカにはたじろぎを見せる。大学院生のわれわれにはたいしたことではないだけに、どうして恩師たちがメカを敬遠するのかわからなかった。

しかも、幸か不幸か、教育社会学という研究分野は、社会学の名が示す通り、調査などを実施するので、新しいメカがとびこんでくるし、メカを使いこなすことも不可欠である。

大学院生のころのテープレコーダーに続いて、博士課程へ入るとほどなく、電動の計算機が登場した。コンパクトで性能の秀れた電卓が千円台で売られている現代では想像もできないことだが、初期のころ——といっても、昭和30年代も後半に入ってから——の電卓は、一人で持てないほど重い上に、値段も百万円に近い高級品であった。

さらに、40年代へ入ると、コンピューターを研究用に利用できるようになり、そのためのメカへの挑戦が始まった。

こう考えてみると、教育社会学の研究者と

しての30年近い歩みは、見方によれば、テープレコーダーや電卓、そして、コンピューターといった新しいメカと遭遇し、それを手中におさめ、そして克服する歴史だったように思える。

そして、たかがパソコンひとつに手こずり始めた現在は、かつての恩師と同じように、新しいメカへの適応に手間どるようになり、そして、研究面でも遅れを示し始めた兆候なのかもしれない。

子どもはメカに強い

こうした個人的な回想にふれるまでもなく、新しいメカを担うのは、常に若い世代なのであろう。

数年前の夏休み、中・高校生とともに、ヨーロッパをバスで縦断したことがあった。ローマをふりだしに、フィレンツェ、ジュネーブ、ボンと北上し、パリからアムステルダムへいたる行程である。バスであっても、当然のことながら、国境を越える。そのたびに、通関のための簡単な検問がある。

そこでバスをとめて小休止し、トイレへ行ったり、通貨の交換をしたりして、一時を過ごすのだが、そのうちに、奇妙な現象に気づいた。通貨の交換所やトイレを最初に見つけるのは、中学生、その中でも中学一年生で、高校生たちはいつも遅れをとるのである。

どの生徒にとっても、初めての国境なのであるから、条件は同じである。それにもかかわらず、中1の生徒たちは、あらかじめわかっていたかのように、国境へつくと、トイレへ直行する。しかも、そうした現象は、一回だけでなく、旅行が終わるまで続いた。

中1の生徒たちは、匂いで通貨の交換所を見つけるらしいと笑っていたが、そうした場面に限らず、旅を通して新しい変化への適応は、つねに、高校生より中学生のほうがすばやかだった。

もっとも、子どもがメカに強いを知るために外国へ行く必要はないのかもしれない。デパートなどへ行くと、テレビゲームに興じている子どもの姿を見かけることが多い。彼らの動きを見ていると、メカは知っていないが、カンだけで操作をしているのに気づく。しかも、そうしたカンを失ったわれわれおとなたちからすると、子どもたちは本能でももっているのではと思うほど、メカの扱いがうまく、つぎつぎと新しい機種にチャレンジしている。

メカに限らず、子どもたちは新しいものに強い。そのこと自体は望ましい傾向なのであろうが、それだけに、放っておくと、子どもたちが、新しいものをつぎつぎと吸収するのはよいとしても、節度を見失う場合がありうる。

考えてみると、われわれの身近にあるさまざまなメカが、生活を快適にしたのはたしかであろう。しかし、そうした快適さは、おとなにとって望ましいものであっても、子どもたちの成長にとって望ましいものであるかどうかは、かなりの疑問を残している。



具体例をあげるなら、電卓が普及したからといって、子どもたちは計算する力をつけなくてよいのであろうか。あるいは、パソコンが導入されれば、子どもたちは漢字を覚えなくてよいのか。

メカの発達が便利さや快適さをもたらすだけに、子どもたちにとっては、そうしたメカに頼らない生活に慣れさせることが必要なのであろう。のちの調査結果が示すように、子どもたちは、外遊びをすることなく、家の中にもったままで、ゲームウォッチやラジカセなどのメカを友とした生活を送っている。

しかし、子どもたちのすこやかな成長を考えれば、ゲームウォッチやラジカセはなくても、友だちとかくれんぼや鬼ごっこのできる環境のほうが望ましかろう。そう考えてくると、子どもの回りをさまざまなメカがとりまく状況は、多くの問題をはらんでいるように思えてくる。少なくとも、メカの発達が著しいだけに、メカの接し方に節度を設ける必要があろう。

なお、冒頭でふれた研究面の変化について補足するなら、コンピューターやコピー、パソコンなどの発達によって、研究に求められる労力は考えられないほど省力化されると同時に、経費的にも、何十分の1ですむようになった。そうした意味で、メカの発達が研究を飛躍的に発展させたのは否定しがたい。しかし、そうした傾向は、研究を容易にしたというより、雑事が減った分だけ、純粋に、研究の質が問われるようになり、そうした意味では、研究のむずかしさを増加させたように思える。

メカが便利なことはたしかだし、メカを使えないようでも困る。しかし、メカにふりまわされたのでは、なんのためのメカなのかわからなくなる。子どもの成長過程に応じて、メカとのつき合い方を考えるプログラムが、これから先、求められるように思われてならない。

調査レポート

メカ

放送大学教授 深谷昌志

三井情報開発研究員 田中雅文

昭和57年の夏、ハワイのセカンドスクールに、子どもたちのリーダーとしてつきそったときのことである。飛行機、バスの中、あるいは説明会や食事中と、場所やタイミングにかかわらずゲームウォッチのボタンを押し続ける彼らの姿に、言い知れない衝撃を受けた。さして楽しそうな顔もせず、無表情に、あの小さな四角い画面をみつめている子どもたちが奇妙にも見えた。

いったいゲームウォッチの何が、子どもをあのようにひきつけるのだろうか。そうした疑問が、今回の調査票ができて上がる最初のきっかけであった。

一方、社会を見渡せば、マイコンショップに群がる子どもたち、優秀なコンピューターゲームのプログラムを作り上げてコンテス

トの王者になった小学生、とまったくあいに、子ども社会の中にコンピューターがはいりこんでゆくようすが目前に表れている。

「このようにエレクトロニクスの発達によって新しく生み出された“メカ”を、子どもたちが意識や生活の面でどのように受けとめているか」これを調べ、新たな問題を見いだすことをねらいとして、今回の調査を行った。

この調査は、子どもとメカの関係について、ほんのある断面を見ることができたにすぎない。技術進歩の中で子どもたちが置かれている状況を、よりクリアーにするべく、今後も機会があればさらに発展的なサーベイを試みたいと思っている。

要約

① ゲームウォッチの進出

ゲームウォッチの保有率は78%、「よく(ときどき)する」は80%と高い。逆に機械油やはんだごてを使った機械いじりは、あまり行われていない(図1、表1)。



② メカなし生活には自信なし



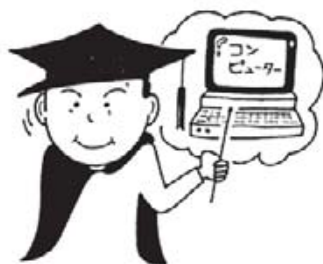
下着の手洗い、正確な手計算、ほうき掃除、ナイフによる鉛筆削りは、いずれも「自信なし」が4割。扇風機、クーラー、テレビのない生活には、6~7割が1週間もがまんできない(図2)。

③ ゲームウォッチ遊びの風景

家の中で1~2人で遊ぶケースが多い。頻度は週2~3日(27%)、種類は10種類以上(36%)が最も多い。テレビやマンガに比べて楽しさは劣り、熱中することはあまりない(表2、図3)。



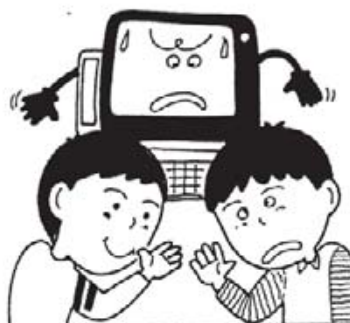
④ コンピューターのイメージ



コンピューターを「だいたい知っている」は53%、「ぜんぜん知らない」は2%。「ぜひ使ってみたい」(69%)、「社会に役立つ」(58%)と、プラスイメージを抱く子どもが多い(図7、8、表5)。

⑤ コンピューターとの接触

マスコミの広告や、販売店の展示などで見かけることが多いのに対し、家の人やクラスの友だちとコンピューターについて話をするのは、ほとんどない(図9、10)。



⑥ 未来社会のイメージ

全体として夢のある未来を描いていない。たとえば「とても(まあ)思う」子どもの割合は、「授業でマイコンを教える」が33%、「給食はロボットが運ぶ」が18%、「テレビ電話」が53%、「動く歩道」が19%である(図13、14)。



サンプル数 (人)

学年/性	男子	女子	計
4年	195	182	377
5年	299	262	561
6年	279	244	523
計	773	688	1,461

調査概要

対象●東京都(区部、市部)の

小学4・5・6年生

時期●昭和58年9月

方法●学校通しによる質問紙調査

1.メカとの接触



メカの保有状況

はじめに、子どもたちがメカをどの程度持っているかをながめてみよう。図1は「自分用として持っているもの」をたずねた結果を、保有率の高いものから順に並べたグラフである。

まず目をひくのは、腕時計82%、ゲームウォッチ78%と、この両者が他の持ち物に比べて非常に高い保有率を示していることであろう。3番目の電気鉛筆削り(37%)以下がいずれも4割に満たないだけに、普及率の高さが印象に残る。

その他のメカ類のうち、最近一般家庭によくはいりこんでいるものについて保有状況を見ると、ラジカセ18%、電卓17%、テレビゲーム14%、ウォークマンなど9%、マイコン2%といったぐあいである。これらの多くは

「子ども用」としてよりは、家庭全体の持ち物になる場合が多く、ここでの保有率が低いのは当然といえよう。

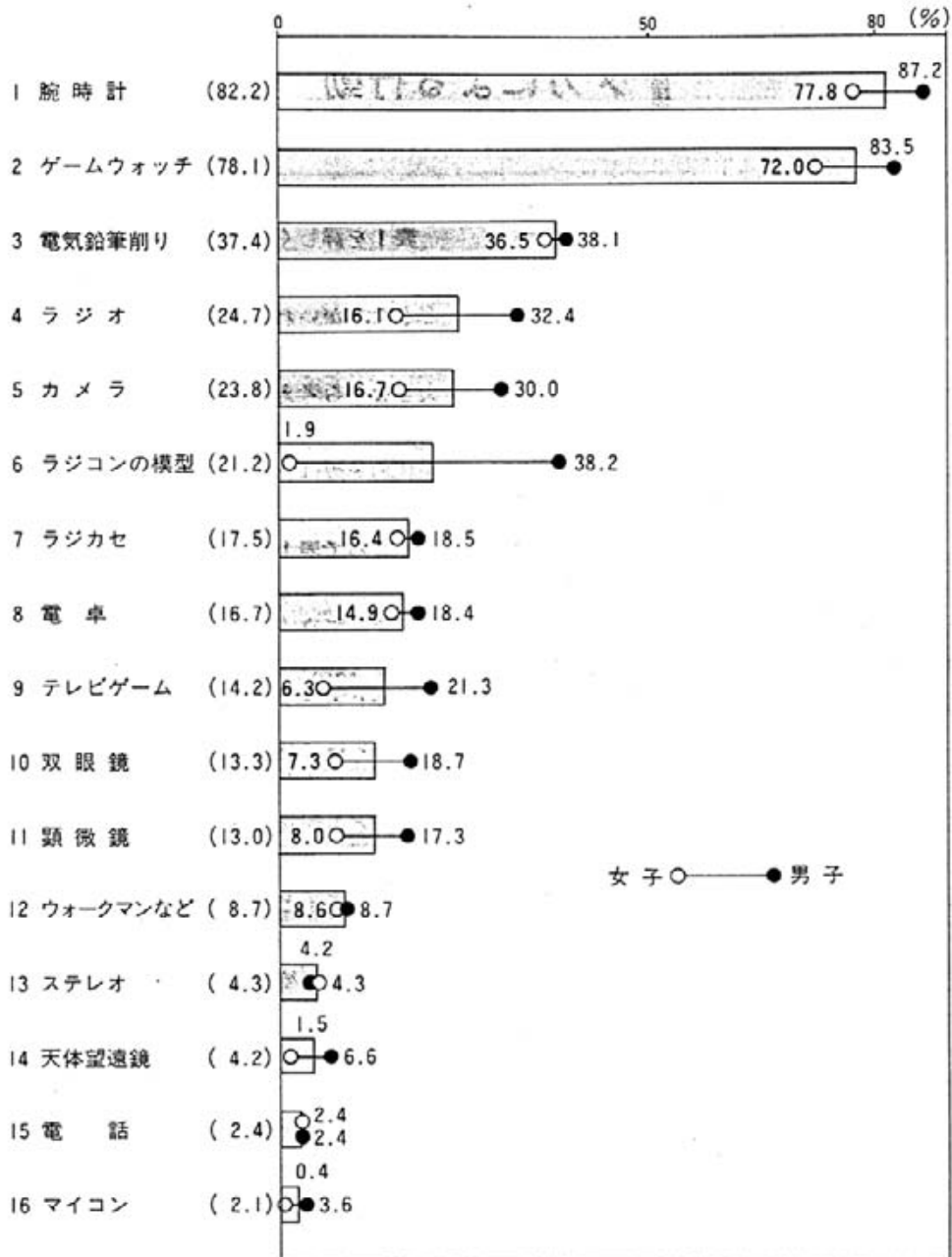
ところで、このシリーズで以前行った調査でも子どもの持ち物を調べている。今回と同様東京都内の小学生(4-6年生)を対象としたこの調査では、メカ類の保有率がどれも図1に示した結果と似たような値を示している(モノグラフ小学生ナウ Vol.1-10「子どもの持ち物」)。したがって図1は、大都市圏に住む小学生のメカ類の保有状況として、ほぼ一般的な傾向を示したものとみなすことができよう。

なお、腕時計とゲームウォッチがこのように高い回答率を得ているのは、これらが子ども社会にいかに深く浸透しているかを物語る

証拠といえよう。とくにゲームウォッチは、つい最近出回りはじめたと思っていたのに、かなりの勢いで子どもの世界に広まっているようである。
かつてテレビが急速に普及したとき、テレ

ビの影響とみられる生活変化が生じ、そうした変化に子どもたちがついていけないことが問題になったことがあった。そして、その課題が今でも解決されてはいないのが現状であろう。

図1・メカ類の保有率



※()内の数字は平均保有率(単位・パーセント)

ゲームウォッチやテレビゲーム、あるいはエレクトロニクスの発達に伴って派生してくると見られる他の新しい遊び道具などは、今後ますます子どもの生活の中にはいりこんでくると思われる。それだけに、われわれはテレビが普及したときの経験を生かし、これらの新しい遊び道具たちが子どもの成長や生活にどのような影響を及ぼすのか、早急に考え

はじめるときではなかろうか。

メカ類の保有率を男女別にみると、ラジコンの模型（2%対38%）を筆頭に、ステレオと電話を除くすべての項目で男子のほうが上まわっている。この傾向は、次にのべるメカによる行動でも同様である。メカについては、今も昔も男子のほうが関心をもちやすいのだろうか。

メカによる行動

メカを用いた遊びを中心に日常の行動をたずねた結果が表1である。頻度の高いものから順に並べたこの表によると、「ゲームウォッチ遊び」を「よくする」、あるいは「ときどきする」と答えた子どもの割合が80%でトップを占め、2番目の「映画を見に行く」(25%)などを大きく引き離している。8割の子どもが保有し、かつ高い頻度で遊んでいるゲームウォッチ。その強い新興勢力ぶりに驚かされるとともに、子どもの成長への影響が心配になってくる。

一方、表1の下の方に目を移すと、「手が油でべとべと」、「自転車パンク」、「接続の悪いものを直す」、「はんだごて」といった、昔ながらの機械いじりが並んでいる。これらの項目に対し、「したことがない」と答えた子どもがいずれも7割を超える。

ゲームウォッチ遊びとこれらの機械いじりの違いは、たんに素材や道具の新旧のみではない。前者が単純にボタンを押すだけの遊びにすぎないのに対し、後者は「何かを作り上げる」という創造的な色彩の強い行動である

のを特色とする。

表1を詳しく見ると、上位にゲームウォッチや、映画、ディスクジョッキーといった子どもたちがいわば「消費者」として利用するものが並んでいる。従来の機械いじりには工夫しながら考え、自分で組み立てる、といった創造性を刺激する要素が含まれていたが、現代のメカは、他人があらかじめ用意したものを受け身的に楽しむ形へ移行している。

ところで表1の10番目「マイコンをいじる」にも注目する必要がある。行動頻度そのものは決して高くないが、先ほどから問題にしている「機械いじり」項目よりは高く、一度でも経験したことのある子どもは3割を超える。マイコンは、技術の進歩に伴って今後ますます利用人口や利用範囲が広がることが予想され、子どもが接触する機会も急速に拡大すると予想されよう。そのときまでに、マイコン操作を通して子どもの創造性が刺激されるというような、マイコン利用の形態が開発されていることを期待したい。

表1・日常の行動——メカ遊びを中心に——

日常の行動	全 体			性 別	
	よくする ときどき する	したことは あるがあまり しない	したことが ない	よくする ときどきする	
				男子	女子
1 ゲームウォッチで遊ぶ	79.9	18.7	1.4	83.9	75.4
2 友だちといっしょに映画を見に行く	25.4	27.9	46.7	27.9	22.7
3 ラジオのディスクジョッキーをきく	24.3	25.7	50.0	22.7	26.0
4 電卓を使って計算をする	24.1	47.2	28.7	26.9	20.9
5 モーターで動くプラモデルを作る	23.8	25.8	50.4	42.6	2.3
6 テレビゲームで遊ぶ	23.7	44.6	31.7	34.8	11.5
7 ラジコンの自動車や飛行機で遊ぶ	15.8	33.4	50.8	26.9	3.4
8 テレビのアンテナをつけたり位置をなおしたりする	14.6	18.4	67.0	18.2	10.7
9 ゲームセンターで遊ぶ	13.4	39.7	46.9	20.9	5.0
10 マイコンをいじる	12.6	19.9	67.5	19.7	4.8
11 手が油でべとべとになるほど機械いじりをする	10.6	18.3	71.1	18.4	1.6
12 自転車のパンクを自分で修理する	10.0	18.0	72.0	13.7	6.0
13 コンセントや電気などの接続の悪いものを直す	9.3	16.4	74.3	16.0	1.7
14 はんだごてを使う	7.9	11.7	80.4	13.3	1.9

もしも文明の利器がなくなったら

子どもに限らず、われわれ現代人は文明の発達をもたらしたさまざまな設備や道具の恩恵に浴して生活している。こうしたメカ類との接触は、子どもたちの日常生活の中でどの程度不可欠なものになっているのであろうか。

図2は、「もしも文明の利器がなくなったら……」という想定で、子どもの生活とメカ類との結びつきの強さの度合いを調べた結果である。

「とても」と「まあ」を合わせると、「階段で5階まで」が82%、「下着を手でごしごし」が60%といったぐあいに、わりと多くの子どもが「自信あり」と答えている。

しかしよく考えてみると、休みながらゆっくり昇れば階段はそれほど疲れるものでもないし、時間をかけてごしごし洗えば汚れた下着だってきれいになりそうな気がする。同様に、計算、掃除、鉛筆削りなども、方法がまったくわからない場合は別として、手間や時間をかけていねいに行いさえすれば、いずれもできそうに思えて不思議はない。したがって、見方によれば、図中の数値の高さは、子どもたちがそうしたことをしたことがないから、手を使っただけの洗たくを簡単だと思

う気持ちのあらわれであろう。実際に文明の利器がなくなったら、子どもたちはどうやって暮らしていくのだろうか。

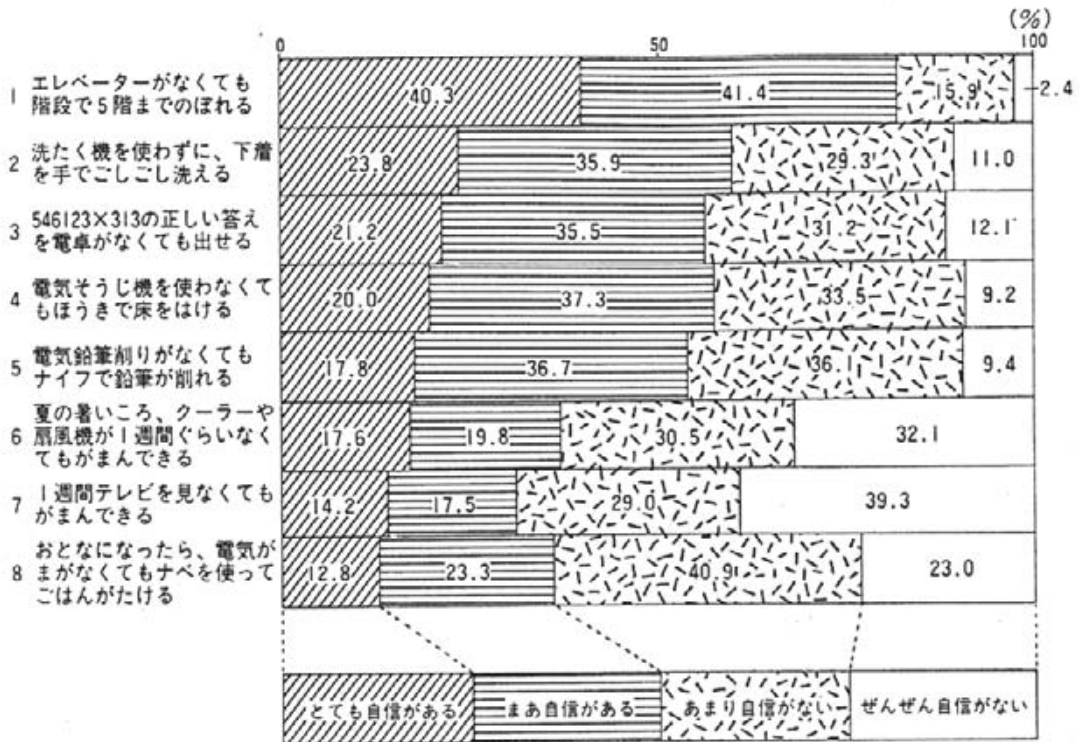
したがって、階段昇りを除く、下着の手洗いからナイフによる鉛筆削りまでの4項目に対し、「自信がない」と答えた子どもがそれぞれ4割前後もいることのほうが問題なのかもしれない。

ところでこれまで説明してきた結果は、便利な道具としてのメカに関する子どもの意識であった。しかし、メカ類にはこの他にもさまざまな効用がある。たとえば生活を快適にするということもそのひとつである。冷暖房によって部屋を住み良くするとか、テレビ、ステレオなどの視聴覚機器で快楽や教養を得るなどがそれである。

図2の6番目と7番目の項目は、そうした快適性を満たすメカがない場合の忍耐力について質問した結果である。これによると、クーラー、扇風機、テレビのない生活に1週間耐えることに自信のない子どもは、「あまり」と「ぜんぜん」を合わせると全体の3分の2前後にも達している。それだけ、子どもたちは、メカのある暮らしになれ親しんだのであろう。



図2・もしも文明の利器がなくなったら



2. ゲームウォッチとテレビゲーム



ゲームウォッチ遊びの風景

子どもの遊びの中に急速に広まったゲームウォッチについて、少し詳しく調べてみよう。

先に示した表1によれば、ゲームウォッチ遊びは、「したことがない」と答えた1%の子どものみを除くと、すべての子どもが1度は経験していた。表2は、それらの子どものみを取り出し、ゲームウォッチ遊びの実態を質問した結果である（概況をのべると以下のとおり）。

① 頻度

「ほとんど毎日」9%、「1週間に2～3日」27%となっており、経験者の3人に1人は週2～3日以上ボタンを押して楽しんでいることになる。性別では男子のほうがやや頻繁に遊んでいる。

② 経験した種類

「10種類以上」36%、「6～9種類」20

%と、さまざまな種類のゲームウォッチで遊んでいる子どもが多い。とくに男子にその傾向が強く、約半数の子が10種類以上を経験している。

③ 場所

最も多いのは「自分の家の中」(57%)、ついで「友だちの家の中」(28%)である。ゲームの性質上学校や屋外では遊ばれることが少なく、家の中が中心となっている。

最近では外で遊ぶ子どもが減っている、と各方面で指摘されている。ゲームウォッチという新しい遊び道具の出現により、この傾向が助長されているのではないかと心配である。

④ 人数

表2・ゲームウォッチ遊びの実態

1. 頻度 (％)

	ほとんど毎日	1週間に2-3日	1週間に1日くらい	2-3週間に1日くらい	あまりやらない
全 体	8.5	26.5	12.3	16.9	35.8
男 子	11.0	29.6	13.1	16.0	30.3
女 子	5.6	23.0	11.4	17.8	42.2

2. 経験した種類

	1 種 類	2-3種類	4-5種類	6-9種類	10種類以上
全 体	5.3	17.3	21.8	20.0	35.6
男 子	5.4	13.4	14.6	19.4	47.2
女 子	5.2	21.7	29.8	20.7	22.6

3. 場 所

	学 校	自分の家の中	友だちの家の中	道路や公園 など家の外	そ の 他
全 体	2.4	56.9	27.8	1.6	11.3
男 子	1.3	55.5	28.3	1.6	13.3
女 子	3.6	58.5	27.2	1.6	9.1

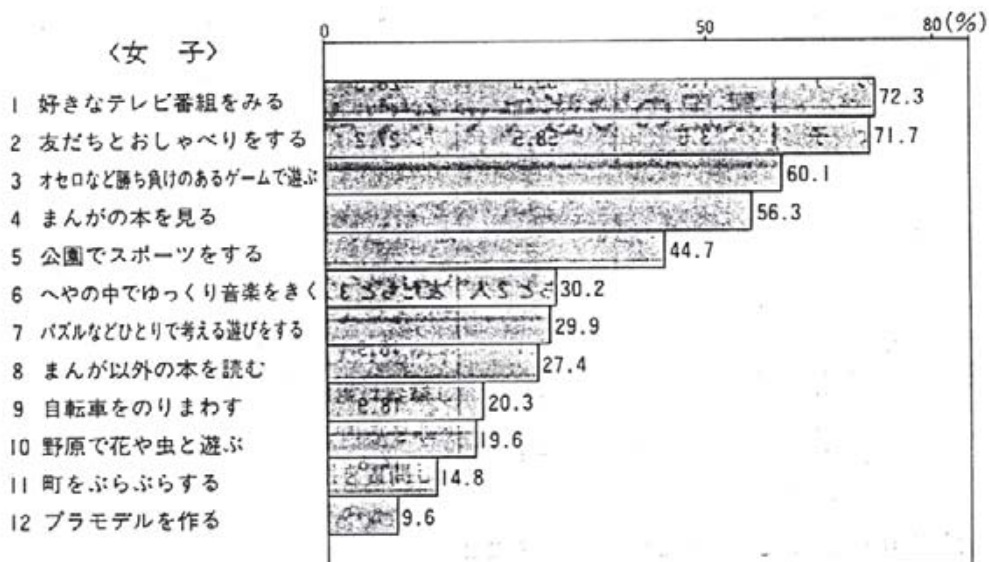
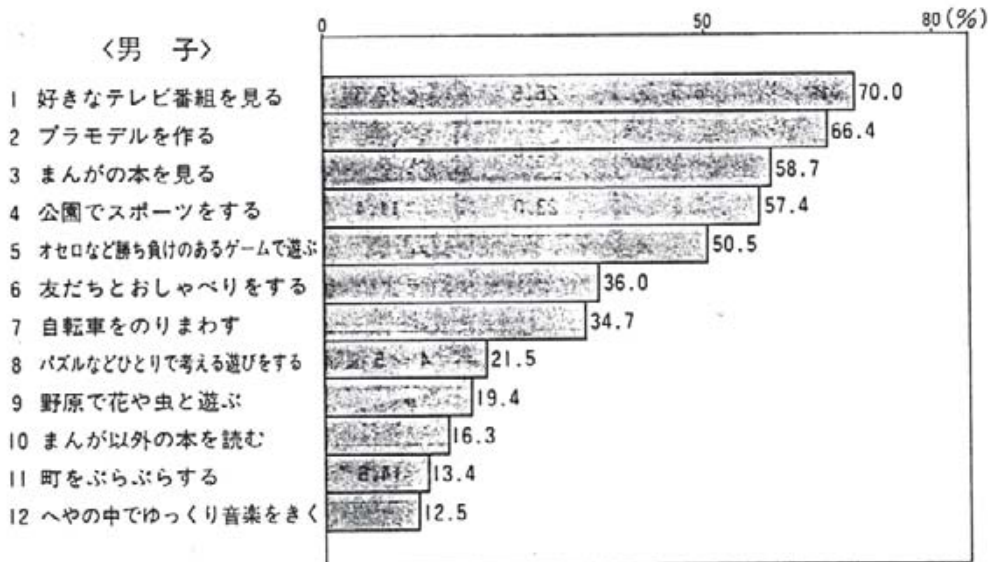
4. 人 数

	自分ひとり	友だちと2人	友だちと3人	友だちと4-5人	友だちと6人以上
全 体	47.1	26.1	16.9	7.8	2.1
男 子	43.3	24.7	18.9	10.2	2.9
女 子	51.6	27.5	14.6	5.1	1.2

5. 熱中して他のことが手につかなくなること

	しょっちゅうある	わりとある	ときどきある	あまりない	ほとんどない
全 体	8.9	14.3	26.5	28.4	21.9
男 子	13.1	14.4	25.6	25.3	21.6
女 子	4.2	14.1	27.5	31.9	22.3

図3・ゲームウォッチより楽しい遊び



比較的少数で遊ぶケースが多い。たとえば「自分ひとり」47%、「友だちとふたり」26%といったぐあいである。この傾向は女子にやや強くみられる。ただし、基本的にはひとり遊びの道具であるから、ふたり以上で遊ぶ場合でも、お互いのコミュニケーションがはかられているというよりは、ただ同じ場所にいるだけ、というケースが多かろう。

互いに孤立した子どもたちが家の中にこもり、黙々と画面に向かってボタンを押し続ける、そんな姿が目につく。

⑤ 過度の熱中

ゲームウォッチに「熱中して他のことが手につかなくなること」が、「あまり」あるいは「ほとんど」ない子どもは、合わせて5割を超える。したがって、興奮をかきたてられてのめりこむほどではないように見うけられる。

ただし、「しょっちゅう」あるいは「わりと」あるという熱中派も2割程度おり、根強い人気を支えているようである。

以上がゲームウォッチ遊びの実態である。それでは子どもたちは、この新しい遊び道具をどのように評価しているのだろうか。他のさまざまな遊びと楽しさを比較してもらうことにより、そのあたりを少し探してみよう。

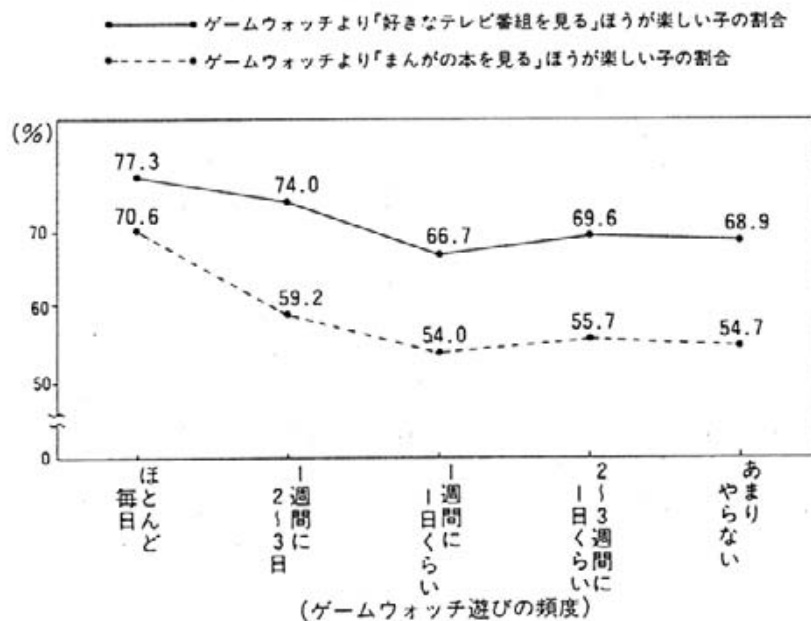
図3は、12種類の遊びを挙げて、ゲームウォッチより楽しいものにすべて○をつけてもらった結果である。グラフは男女別に回答率の高いものから順に並べてある。

これによると、男女ともトップは「好きなテレビ番組を見る」(男子70%、女子72%)である。7割の子どもが、楽しさの点でゲームウォッチはテレビより劣る、と考えていることになる。

この他、まんがの本、公園でのスポーツ、オセロなどの勝負ごとといった遊びが、楽しいという評価を受けている。性別では、男子はブラモデル、女子はおしゃべりの回答率が高く、それぞれの特徴が表れている。

ゲームウォッチより楽しい遊びとして半数以上の子が挙げたものは、男子では5項目、女子でも4項目ある。多くの子どもは、ゲームウ

図4・ゲームウォッチ遊びの頻度とテレビ・まんが本の楽しさ



ウォッチにとくにのめりこむわけではなく、ほどほどに楽しんでいる、というところなのであろう。

考えてみれば、図3で上位に並ぶ遊びにはある種の共通性がみられる。たとえば、テレビは、つぎつぎと楽しい番組を繰り出して来る。そして、プラモデルもマンガも、室内でひとりで体を動かさずに時間を過ごす遊びのスタイルである。そうしたいわば孤独型の遊びが好まれ、その下にゲームウォッチが並ぶあたりに、現代の子どもたちの遊びの貧しきを見る思いがする。

このように、「好きなテレビ番組を見る」、「まんがの本を見る」は、一般に受け身的快楽とみることができる。ところがこの2項目に限って、ゲームウォッチ遊びの頻度と関係がある。それは、テレビやマンガ本がゲームウォッチより楽しいと思う子どもの割合が、ゲームウォッチ遊びをよく行う子どもほど高いのである(図4)。

しかも表3に示すように、ゲームウォッチ遊びは、頻度が高い子どもほど熱中しやすい。つ

まり図4と表3を合わせて考察するなら、ゲームウォッチに熱中して頻繁に遊ぶ子どもほど、テレビも好きだし、マンガ本も好きだということになる。このように、テレビ、マンガ本に没頭した上まだあきたらず、ゲームウォッチにも熱中する、という形がみられる。受け身型遊びの一部をゲームウォッチが形づくっているのであろう。

現代学生の特徴を表すことばに、スチューデント・コンシューマリズムというものがある。つまり、自分の生活をクリエイティブに、自らの関心にもとづいて人生を切り開いてゆく、というのではなく、勉学にしろレジャーにしろ、用意されたものをただ受け身的に消費するだけ、というわけである。

ゲームウォッチ、テレビ、マンガ本の楽しみ方というのは、非常に受け身的である。この3種の遊びに過度に興じる特定の子どもたちの中に、スチューデント・コンシューマリズムならぬビュービル(児童)・コンシューマリズムを見る思いがする。

表3・ゲームウォッチ遊びの頻度と熱中

(%)

熱中して他のことが手に つかなくなること 頻度	しょっ ちゅう ある	わりと ある	ときどき ある	あまり ない	ほとんど ない
ほとんど毎日	32.3	23.1	22.3	14.9	7.4
1週間に2-3日	14.5	20.3	32.5	23.5	9.2
1週間に1日くらい	2.9	15.5	34.5	35.6	11.5
2-3週間に1日くらい	5.4	11.2	27.8	34.9	20.7
あまりやらない	2.9	8.8	19.9	29.7	38.7

テレビゲーム遊びの風景

ゲームウォッチを、しくみや操作の点で複雑にすると、テレビゲームになる。価格がやや高価で、特別な装置も必要であるため、手軽なゲームウォッチに比べて普及率が低いとはいえ、表1に示したように経験者は7割に迫る。そこで、テレビゲームについても、遊びの風景を描いてみることにしよう。

表4はテレビゲーム遊びの実態を表したものである（概況をのべると以下のとおり）。

① 頻度

「あまりやらない」が55%と、ゲームウォッチに比べて頻度は低い。しかし毎週遊ぶ子どもも5人に1人くらいいる。

② 経験した種類

「2～3種類」が最も多く32%である。5割の子どもが3種類以下しか経験しておらず、10種類以上の子どもは17%と、ゲームウォッチに比べてかなり低い。

③ 場所

やはり「友だちの家」と「自分の家」

表4・テレビゲーム遊びの実態

1. 頻度

(%)

	1週間に2日以上	1週間に1日くらい	2～3週間に1日くらい	1か月に1日くらい	あまりやらない
全 体	12.9	7.8	9.6	14.5	55.2
男 子	17.4	9.4	11.5	16.7	45.0
女 子	6.1	5.4	6.7	11.2	70.6

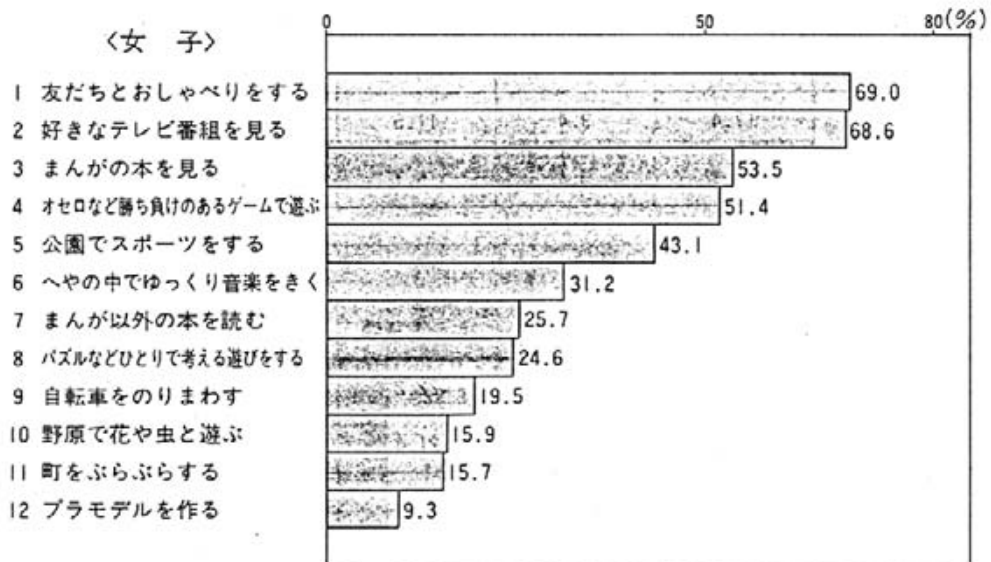
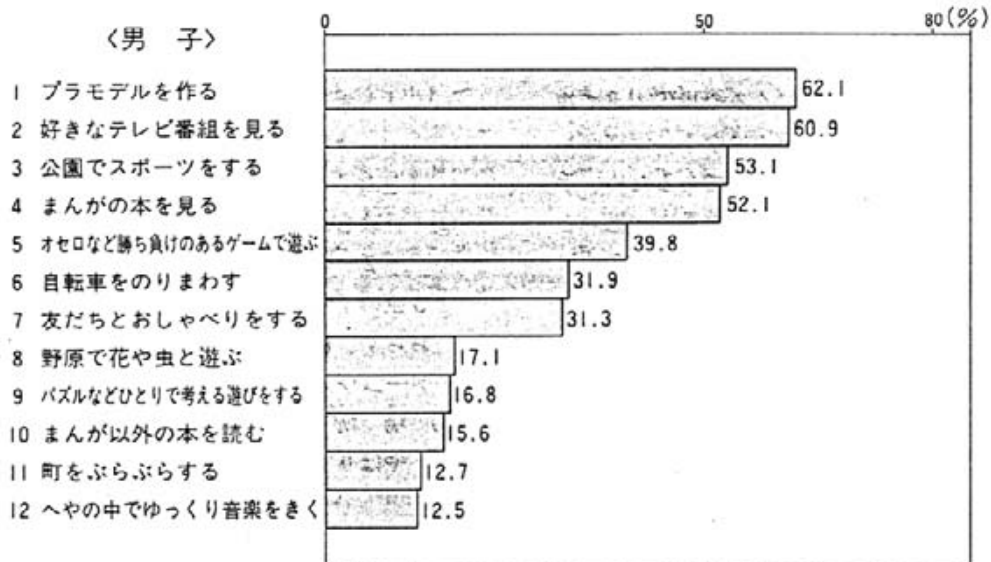
2. 経験した種類

	1 種 類	2～3種類	4～5種類	6～9種類	10種類以上
全 体	19.1	31.5	22.2	10.2	17.0
男 子	13.7	28.1	21.4	11.1	25.7
女 子	27.5	36.8	23.4	8.9	3.4

3. 場 所

	自分の家	友だちの家	ゲームセンター	パソコンショップ	そ の 他
全 体	25.8	38.4	10.8	7.9	17.1
男 子	24.4	34.5	13.7	10.8	16.6
女 子	27.8	44.6	6.4	3.4	17.8

図5・テレビゲームより楽しい遊び



が多く、合わせて6割を超える。ただし、ゲームウォッチでは「自分の家」が圧倒的に多かったのに対し、テレビゲームでは「友だちの家」のほうが多い。高価なことに加えて、借りても装置がなければ自分の家でできないという制約から、持っている子どもの家に行き使わせてもらう、というパターンが中心なのだろう。

ところでゲームセンターやパソコンショップで使う子どもも2割程度おり、とくに男子に多い。ことテレビゲームに関しては、女子に比べて活発に動き回っているようである。

以上がテレビゲーム遊びの実態である。続いて、他の遊びの楽しさとの比較に移ろう(図5)。

比較対象として挙げた項目はゲームウォッ

チの場合と同様であるが、回答結果は次の2点において相違がみられる。第1は全体的に回答率が低い(これは、テレビゲームより楽しい遊びが少ない。つまり、それだけ、テレビゲームは子どもにとって楽しいゲームなのであろう)、第2に若干順位が入れ替わっていることも目につく。しかし、大幅に異なるわけではなく、相変わらずテレビ、マンガ、オセロ、スポーツなどが上位を占める傾向はゲームウォッチの場合と基本的には一致している。

こうして眺めてみると、手軽でない、遊びの内容がやや複雑であるなどの理由から、いくぶん回答率に相違があるとはいえ、ゲームウォッチの場合とほぼ同様の風景が、テレビゲーム遊びの中にも認められるような印象を受ける。

大衆化するゲームウォッチとテレビゲーム

それでは、これらの新しい遊び道具に熱中し、そして使っているのは、どのような子どもたちなのであろうか。図6は、子どものパーソナリティと、マイコンも含めた新しい遊びの関係を示している。

まず目につくのは、公園やまんが、ゲームなどの遊びを楽しく思う子どもほど、ゲームウォッチやテレビゲームでよく遊んでいることであろう。遊び好きの子どもほど、これらの新しい遊び道具をよく使うということで、これは当然といえよう。

しかし、好きな教科や自己評価との相関は、ほとんど見られない。算数や図工が好きかどうか、根気や熱心さがあるか否かにかかわらず、ゲームウォッチは8割、テレビゲームは2割程度の子どもが遊んでいるのである。マイコンにしても、図鑑の利用以外には他の項目との相関は認められなかった。

従来のメカ行動であれば、たとえばプラモデル作りは図工が好きで熱心な子ども、コンセント直しは理科が好きで子どもといったぐあいに、そうした属性の背後にその子どもの特徴が見えているのが通例であった。しかし、ゲームウォッチやテレビゲームには、そうした傾向が認められない。そこに大衆化した遊び道具の姿がある。だからこそ、こうまでも急速に広まったともいえよう。

しかし、この大衆化したメカ遊びの風景は、これまでのべてきたように、決して明るく生き生きとしたものとはいえない。外遊びから遠ざかる、友だちとのコミュニケーションが不足するなど、いくつかの問題点が出てきている。テレビゲーム、マイコンまで含め、われわれはこれら子どもの新しいパートナーがどのような影響力を持ちうるか、しっかり見定めてゆかねばならないと思う。

図6・メカ遊びをする子どものパーソナリティ

(%)

メカ遊び		ゲームウォッチで遊ぶ	テレビゲームで遊ぶ	マイコンをいじる	
パーソナリティ					
楽しい遊び	友だちといっしょに公園で遊んでいる時	楽しい	81	24	13
		楽しくない	74	28	12
	ひとりで本やまんがを読んでいる時	楽しい	81	26	14
		楽しくない	78	19	11
	へやの中でみんなとゲームをしている時	楽しい	82	26	13
		楽しくない	70	15	9
好きな教科	算 数	好き	80	25	14
		好きではない	79	22	11
	図 工	好き	79	23	13
		好きではない	82	24	12
自己評価	根気づよい	思う	81	22	13
		思わない	79	24	12
	なにごとにも熱心にとりくむ	思う	78	24	15
思わない		81	23	11	
価値観	わからないことがあれば、すぐに図鑑や事典でしらべる	思う	80	26	18
		思わない	80	22	10

注) 数字は、各パーソナリティに該当する子どものうち、それぞれのメカ遊びを「よくする」あるいは「ときどきする」と答えた者の割合

3. コンピューターと子どもたち



コンピューターのイメージ

ゲームウォッチやテレビゲームの普及は、近年発達がめざましいエレクトロニクス関連の素材や技術の影響が、子どもの遊びにも及んできたことを表している。それでは、これらの現象の背後にあるコンピューター社会の発達そのものを、子どもたちはどのように受けとめているのだろうか。

まずはじめに、子どもたちがコンピューターをどの程度知っているかを見てみよう(図7)。「どのようなものかだいたい知っている」と答えた子どもは53%で、約半数の子どもはコンピューターについてある程度の知識があると見てよさそうに思える。また、「ぜんぜん知らない」は2%にすぎず、ほぼ全員が「コンピューター」ということばぐらいは知っているのも、コンピューター・エイジを象徴す

る数値である。

性別では男子のほうが「……だいたい知っている」の回答率が高く、女子に比べてよく知っている子どもが多い。

次に、コンピューターに対してどのようなイメージを持っているかを見てみよう。表5によると、「おもしろそうなのでぜひ使ってみたい」という興味を示している子どもが7割いる半面で、「なんだかとてもむずかしそうだ」というとまどいをもつ子どもが5割。「将来の社会をよくするのに役立ちそうだ」とその効用を6割の子どもが認め、一方で「あまり暖かみがなく冷たい感じがする」と否定的な子どもが3割に達している。

このようにプラスイメージをもつ子どもの割合がやや優勢とはいいつつも、マイナスイメー

ジを抱いている子どもも無視できないほど存在している。こうして両派拮抗する中で、「おとなになったらコンピューターの仕事をしてみたい」と、すでに将来の職業に向けて意欲を示している子どもも3割程度おり、子どもの意識の中に「コンピューター」ということばは、かなり定着してきているようすがうかがうことができた。

ただし、コンピューター社会の現状についての認識はやや弱いように見える。というのは、生産や各種サービスの場にとどまらず、町なかや家庭の電気製品の中にまでコンピューターがはいりこみ、その是非はともかくとして、コンピューターは生活になくてはならないものになりつつある。にもかかわらず、そのように思う子どもは27%にとどまってい

図7・コンピューターの知識

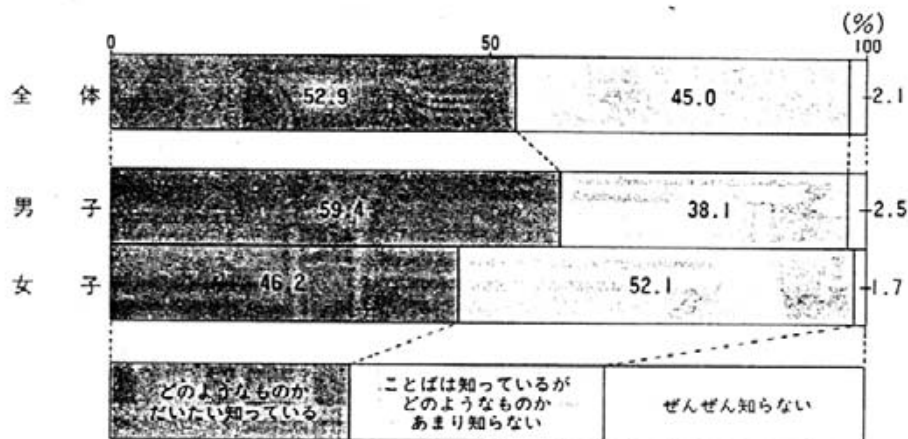


表5・コンピューターのイメージ

イメージ項目	イメージ (%)				よくわからない (%)
	とても思う	まあ思う	あまり思わない	ぜんぜん思わない	
1 おもしろそうなのでぜひ使ってみたい	42.3	27.1	18.5	9.4	2.7
	69.4		27.9		
2 将来の社会をよくするのに役立ちそう	22.5	35.5	25.1	7.6	9.3
	58.0		32.7		
3 なんだかとてもむずかしそう	14.5	38.3	32.0	8.5	6.7
	52.8		40.5		
4 おとなになったらコンピューターを使う仕事をしてみたい	15.5	18.2	34.7	24.8	6.8
	33.7		59.5		
5 あまり暖かみがなく、冷たい感じがする	11.9	20.4	32.2	18.1	17.4
	32.3		50.3		
6 もう私たちの生活の中にはいりこんでいて、なくてはならないものだ	6.2	20.6	42.3	22.1	8.8
	26.8		64.4		

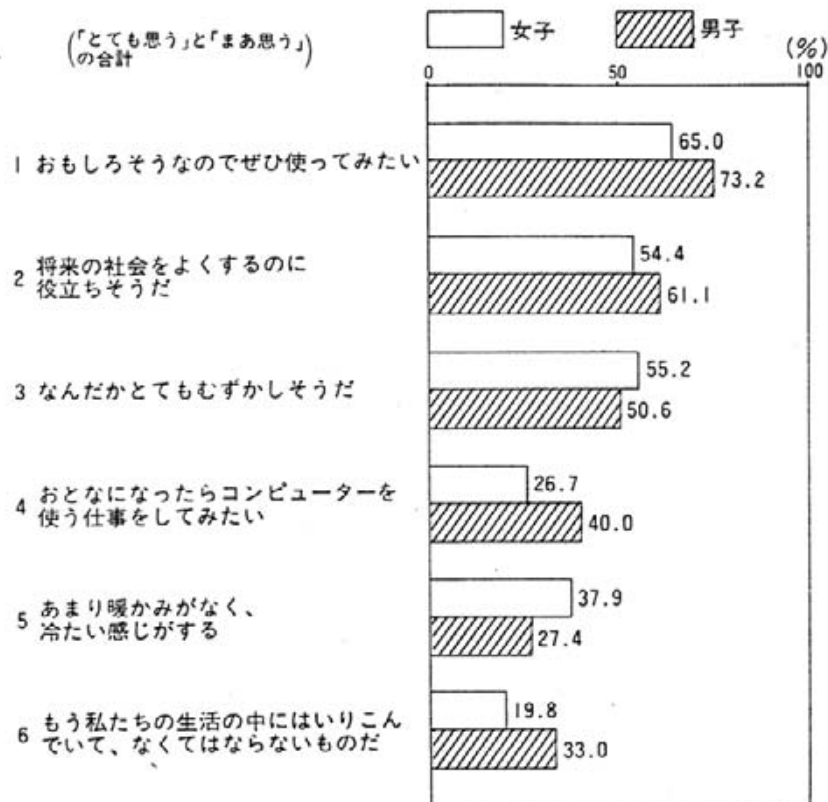
る。もっとも、コンピューターのしくみを詳しく知らず、現実の社会にもあまり触れていない子どもたちに、そこまで詳しい認識を求めるのは酷なのかもしれない。

図8は、コンピューターのイメージを性別に示したものである。ここで特徴的なことは、「むずかしそうだ」、「冷たい感じがする」と

いうマイナスイメージを抱く子どもが、女子に多いことである。

メカ類の保有や接触は男子優勢であることをすでにのべてきたが、コンピューターのような先進的なメカについても、やはり男子のほうが接近しやすいイメージを抱いている。

図8・コンピューターのイメージ(性別)



コンピューターとの接触

コンピューターに関して以上のような意識をもっている子どもたちは、実際にどの程度接触しているのだろうか。

図9によれば、「よくある」、「ときどきある」を合わせると、テレビ、本、町の中などで7割程度の子どもがマイコンを見ている。見たことが「ぜんぜんない」子どもは、ほんの1割しかいない。

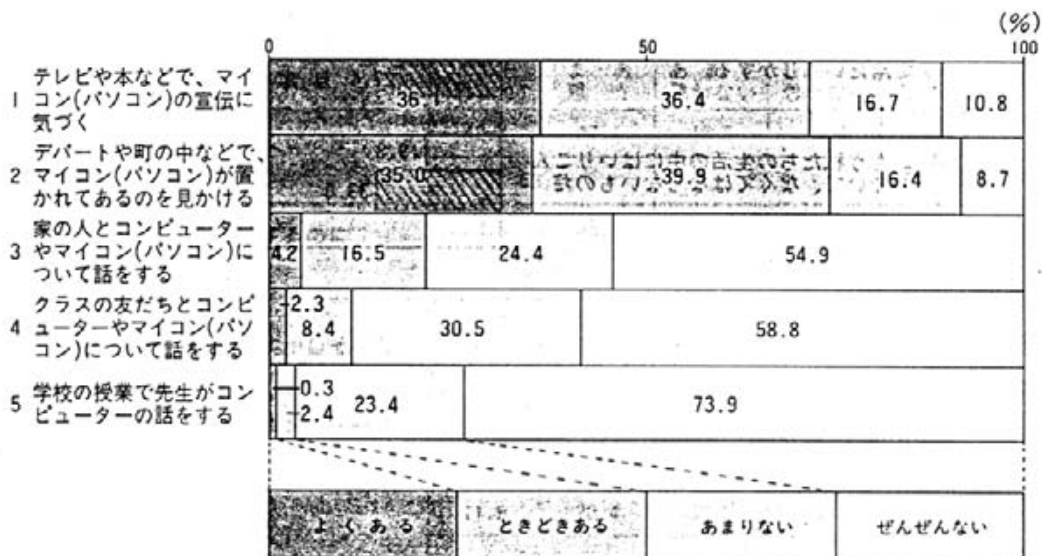
ところが、これほど多くの子どもがマイコンを自分の目で見ているにもかかわらず、日常の会話では、コンピューターに関する話題はほとんど出ないようである。家の人やクラスの友だちと、コンピューターやマイコンについて話をするのが「ぜんぜん」ない子どもが5割を超えている。「あまりない」まで含めると8割前後にもものぼる。

さらに、学校の授業でも、ほとんどの子どもが、先生の話の中にコンピューターの話が出てこないと答えている。

このように、子どもにとってコンピューターという存在は、目にははいるけれども、日常のコミュニケーションの中で、共通の話題としてしっかり位置づけられているわけではないらしい。したがって、先にのべたコンピューターの知識やイメージにしても、確かな認識の上に立ったものではないと思われる。

エレクトロニクスの発達は、ゲームウォッチやテレビゲームという姿を借りて、子どもの遊び道具の中に着実に枝葉を広げつつある。しかし、まだまだ彼らの意識の中にまでは、十分にはいりこんでいないのが現状なのであろう。ただし、表5が示すように、コンピュ

図9・コンピューターとの接触

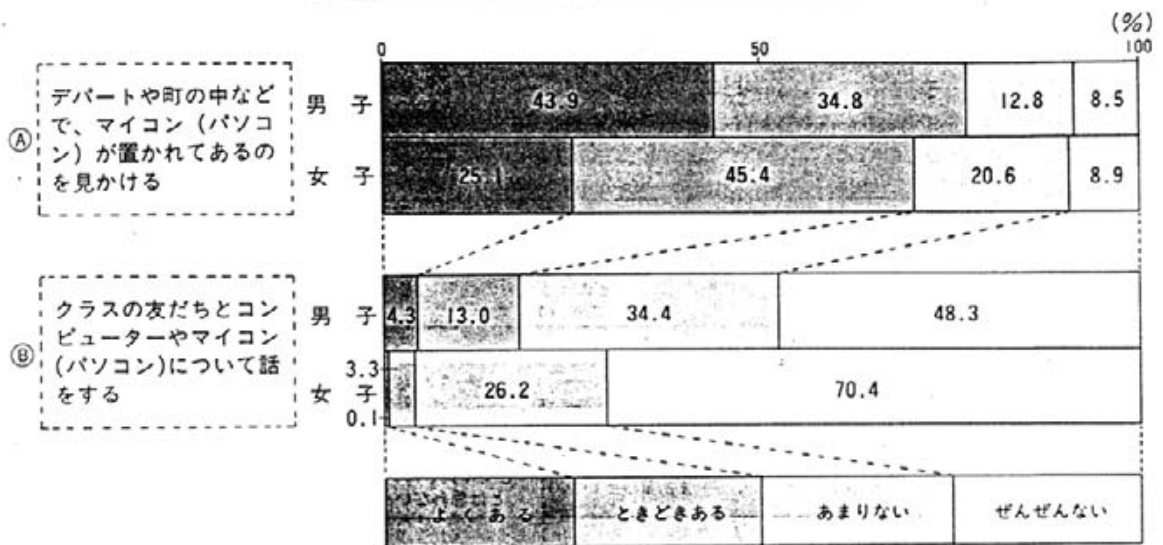


ーターについてプラスイメージで関心をもつ子どもが多く、次世代を担う子どもたちが、コンピューター社会の進展を前向きに受けとめていることは確かといえよう。

ところで図10は、コンピューターとの接触に関して性差の顕著な項目を取り出したもの

である。これによると、男子のほうがよく接触している。コンピューターの存在によく気がつき、会話の話題にも取りあげ、プラスのイメージをもって接する、したがって知識も豊富になる、といったことが、これまでの調査結果から示唆される男子の傾向である。

図10・コンピューターとの接触(性別)



マイコンと子ども

コンピューターの中でも、子どもたちが実際に接する機会があるものは、せいぜいマイコンどまりであろう。そして実際にも、ゲームや学習プログラムなどの利用によって、マイコンは子どもにとって重要な存在となる可能性も高い。

そこで、今回の調査ではマイコンについての意識をとくに調べてみた。図11、図12がその調査結果である。

図11によれば、マイコンについてだいたい知っている子どもは4割程度、まったく知らない子どもも1割いる。図7で示したコンピューターの知識に比べて知っている子どもの割合が低いのは、その名称が「コンピュータ

ー」ということばほどポピュラーでないためと解釈してよからう。

購買欲求については、「ぜひ買いたい」と強い欲求を表明している子どもが22%、「まあ買いたい」まで含めると5割の子どもが買いたいと答えている。ただし具体的に何をやりたいから買う、というよりは、未知のものへの魅力、珍しさへの期待がその中身の大半のように見受けられる。買いたい理由として、「とにかくいろいろやってみる」(50%)が最も多いことが、そのことを裏づけている。

こうして、具体的な目的意識がないにしても、現時点ですでにマイコンを買ってみたい子どもが約半数いるということは、子どもたちが

抵抗なく関心を示していることの表れといえよう。子どもにとってのエレクトロニクス機器が、ゲームウォッチ、テレビゲームという

遊びの段階を超えて、より広い生活分野に浸透しつつあるきざしを感じる思いがする。

図11・マイコンの知識

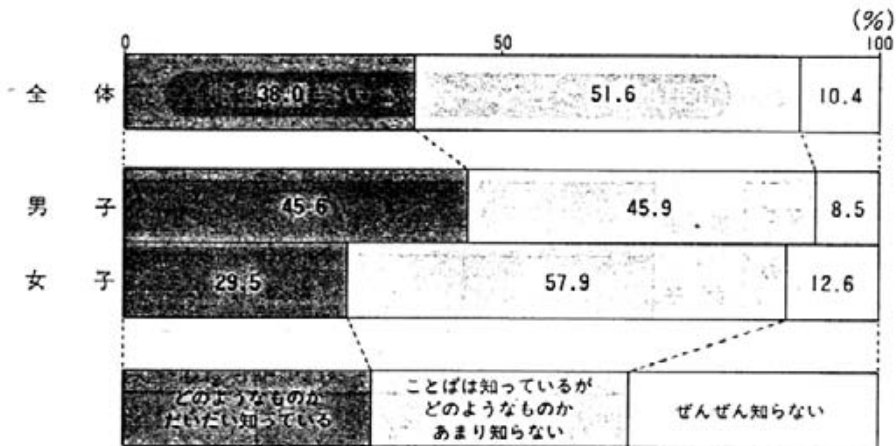
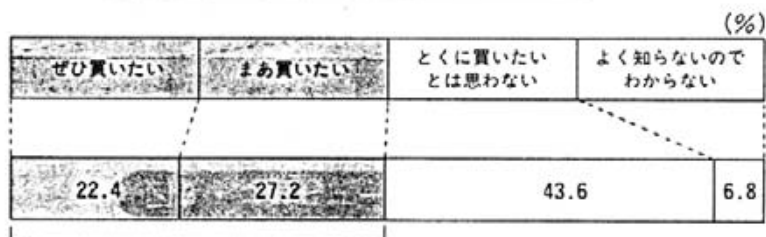


図12・マイコンを買ってみたいか



(とくに何に使いたいと思うか——1つだけ選択)

