

電話・手紙

目次

要約	2
1. 子どもと電話	4
●子どもにとって身近な電話	4
●高学年女子に多い長電話	5
●いつ・誰と・どんな話を	7
●女の子の電話	9
●長電話をしても電話料金は気にならない	11
●よく知られているNTT・ニューメディア	12
●先進的な子どもたち	13
●いたずら電話もしている	16
●テレホンカード集め	17
●電話をもらったときのうれしさ	18
2. 子どもと郵便 美しい手紙	21
●目につく郵便離れ	21
●身近な人への年賀状が中心	23
●郵便についての知識と経験	24
●手紙をもらえばやはりうれしい	28
地球社会の子どもたち ⑩ ニュージーランドーその2 調査票作りの中で	32
資料1 調査票見本	38
資料2 学年・性別集計表	46

※おことわり：本文中に使用した写真は、本文・テーマとはいっさい関係ありません。

 調査レポート 電話・手紙 要約

東京学芸大学教授 深谷和子

千葉市立平山小学校教諭 広森 滋

1. 身近な電話

電話を毎日のようにかける子は22%、週に何回かを含めると、73%の子が電話をよく利用している(図1)。男子より女子のほうがより利用し、また学年が上がるにつれてより利用の頻度が増す。(図2)



2. 学校から帰ってすぐ

子どもが電話をかける時間帯は、学校から帰ってすぐが多く(図5)、しかも相手は同クラスの友人で(図6)、内容は遊びの約束が主である。(図7)



3. 電話やニューメディアについての知識

電話に関連した各種の知識(図13)やニューメディア関係の知識(図14)を、子どもはけっこうよく知っている。

●調査概要

1. 調査主題 電話・手紙
2. 調査視点 電話と手紙という、通信の二大メディアをとり上げ、子どもたちの生活の中での両者、活用度、影響の実態について

探る。

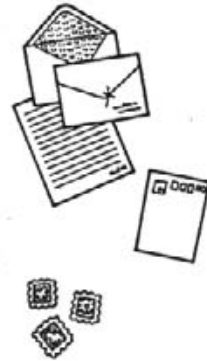
3. 調査項目 電話を使った経験、電話についての知識、電話の相手、電話を使う回数、電話の内容、郵便を使った経験、郵便についての知識、郵便をもらったときのうれしさ、いたずら電話・郵便。

4. いたずら電話

いたずら電話をかけた経験は、1～2回を含めると7割の子が持っている（ただし、その内容はおとなの場合とはちがうと思われるが）。（図17）

5. 手紙

この1年ではがきを10通以上出した子は28%、封書を10通以上出した子は22%にすぎず、年賀状以外に子どもが郵便を利用することは非常に限られているようだ（図22）。そして、その相手は年賀状を除くと、祖父母、転校した友人、以前の担任、が主である。（図25）



6. 切手集め

切手を現在集めている子は18%にすぎず、以前集めていた子を含めても30%でしかない（図31）。この点からも子どもの郵便離れは顕著なようである。

7. もらうとうれしい手紙

子どもの郵便離れは顕著なようだが、しかしもらうとうれしいとは、どの子も言っている（図32）。そうした意味では、心を伝え合う手段として、もう少し郵便を利用することを教えてもよいのではないか。

- 4. 調査時期 1989年5月～7月
- 5. 調査対象 千葉県の小学4・5・6年生
- 6. 調査方法 学校通しによる質問紙調査

7. サンプル数 (人)

学年/性	男子	女子	計
4年	169	154	323
5年	206	198	404
6年	208	229	437
計	583	581	1,164

1. 子どもと電話



高度情報化社会とよばれる現代、子どもたちの生活の中にも情報化の波は及んできている。かつて子どもたち相互の情報伝達は、口コミによるところが大きかった。しかし情報化の影響は、電話をはじめとする各種の通信を、子どもたちの身近なものとした。実際に、

教室でも「じゃあ、今晚、電話するね」とか「あとで電話でね」とかといった会話を多く耳にするようになった。この章では、こういった子どもたちと電話との関係を明らかにしていきたい。

◆◆ 子どもにとって身近な電話 ◆◆

子どもにとって電話がどれくらい身近なものになっているのかは、その使用頻度を調べてみればわかる。図1は「電話を使う回数」をみたものであるが、①自分がかかる回数も②相手からくる回数もほぼ同じになっているので、代表して①の数値をとりあげてみる。「ほとんど毎日電話をかける」のが22%。「週に何回かかける」のが51%。ここまでの数値

を合計すると73%となる。半数以上の子どもが、日常的に電話をコミュニケーションの手段として使っているのがわかる。さらに「月に何回かかける」を含めると94%と、ほとんどの子どもが電話を生活の中に深く組み入れていることがわかる。

図2は、電話を使う回数についての性差と学年差をみたものである。図から女の子のほ

図1 電話を使う回数

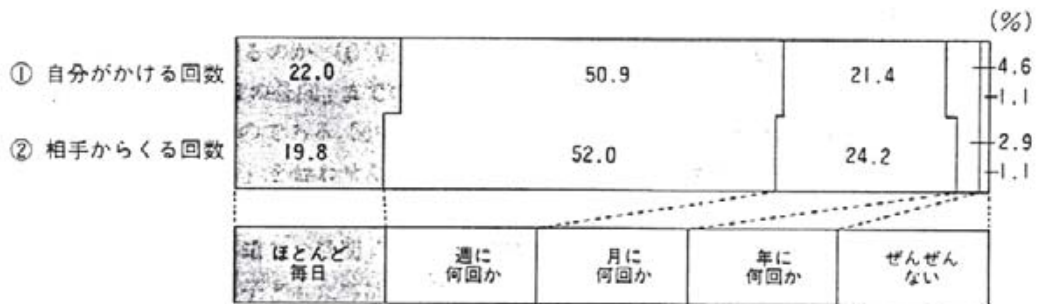
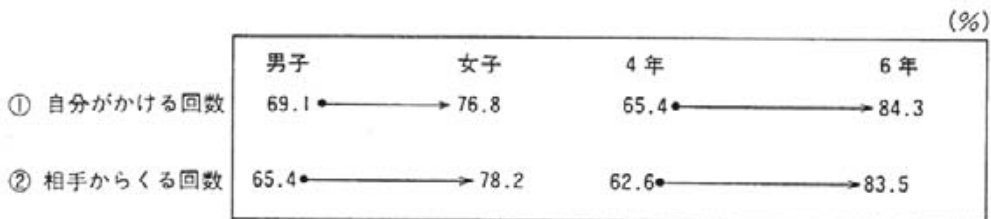


図2 電話を使う回数×性・学年差



※数値は「ほとんど毎日」+「週に何回か」を加えたもの

うが、また4年生より6年生のほうが、よく電話を使っていることがわかる。高学年にな

るにしたがって、多忙で直接の接触がむずかしくなるのだろうか。

◆ 高学年女子に多い長電話 ◆

次に、1回の電話にかかる時間をみてみよう。図3は、仲の良い友だちの場合、どのくらいの時間、話をするのか尋ねた結果である。最も多いのが「5分くらい」の44%、次いで「10分くらい」の29%となる。いくら身近なコミュニケーションの手段となったとはいえ、小学生の電話の長さは、ふつう数分か10分くらいのもらしい。ところが、図4をみてみる

と、かなりの長電話派もみられる。数値は10分以上についてみたものだが、女子は55%と男子の約2倍の数値となっているのが目につく。また、6年生は52%と4年生よりおよそ20%も高くなっている。高学年の女子に長電話派が多いようである。さらに、30分以上の長電話派を取り出してみると、6年生の女子では27%にもなっている。

図3 仲の良い友だちと電話をする時間

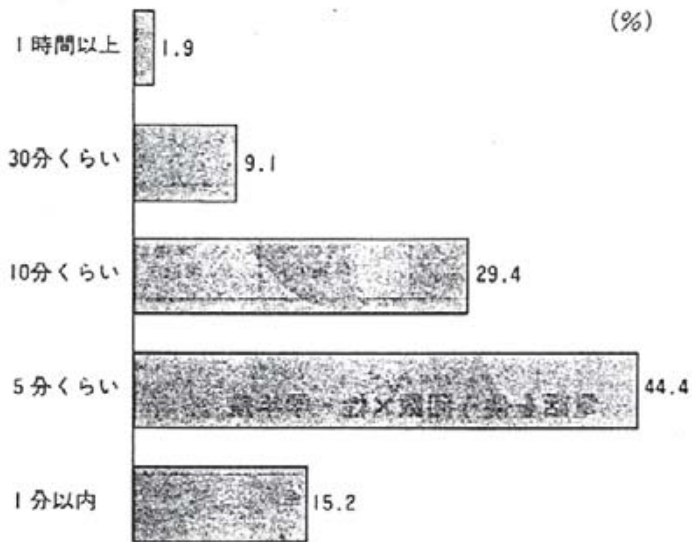
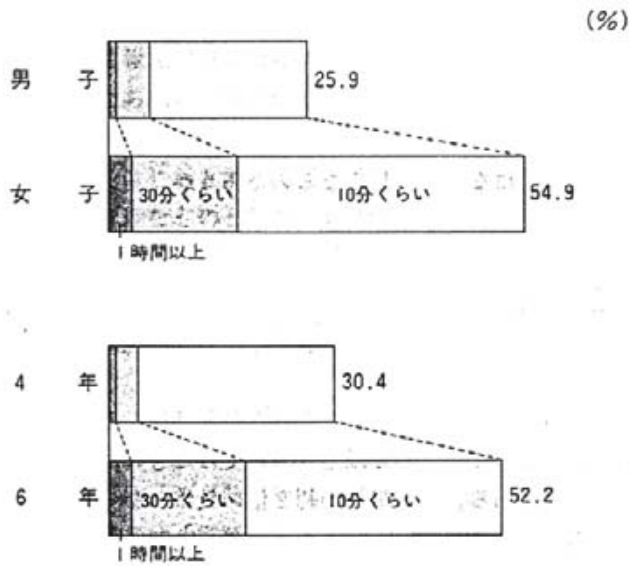


図4 仲の良い友だちと電話をする時間×性・学年差



いつ・誰と・どんな話を

図5は、いつ電話をするのか、①「朝、学校へ行く前」から⑤「日曜日の昼間」までの5つの時間帯ごとに尋ねたものである。図中の「よくする」と「わりとする」を合わせた数値をみると、②「学校から帰ってきて」が最も高く51%。次いで、⑤「日曜日の昼間」の31%となっている。どうやら子どもたちは、学校から帰ってきてすぐに電話のやりとりをするらしい。

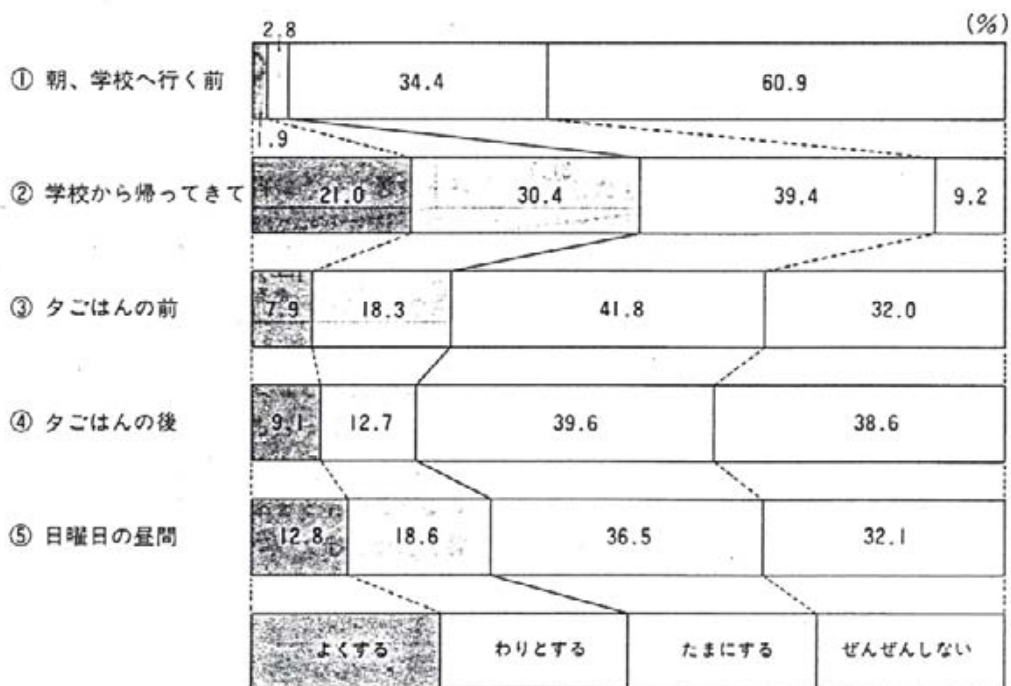
ではその相手は誰で、どんな話をしているのか、まず図6の電話の相手を見てみよう。図は、「数えきれないほどある」と「何回かある」を加えて数値の高い順に整理してあるが、第1位には同じクラスの友だちがきている。しかも数値は、93%とかなり高い。以下、②家の人の79%、③クラス以外の学校の友だ

ちの69%と続く。ここで気になるのは⑩学校の先生がわずか9%と、最下位に位置していることだ。⑧塾の先生ですら27%なのに、その3分の1でしかない。それほどまでに、学校の先生は子どもにとって縁遠い存在なのか。教師としては気になるところである。

話を戻して、子どもたちは、家に帰ってすぐに、今まで会っていたクラスの友だちに電話をする。では一体、どんな話をしているのだろうか。それをみたものが図7の電話の内容である。

数値は、「とてもよくする」と「わりとする」を加えて高い順に整理してあるが、①遊びの約束が74%と断然トップ、次いで②あしたの予定の41%、③宿題のことの40%と続く。家に帰って、あしたの準備をはじめたら、ま

図5 いつ電話をするか



たは宿題をやり始めたならわからない部分があったので、というのならわかるのだが、しかも1位にランクされた遊びの約束などは、何もわざわざ家に帰ってから電話しなくても、学校で約束すればよいのにと感じてしまう。直接的コミュニケーションより間接的なコミュ

ニケーションのほうがしやすいというのは一体どこからくるのか。ともあれ、放課後、まず家に帰り、電話でクラスの友だちを呼び出して遊びのアポイントメントを取るのが、現代の子どもたちのライフスタイルらしい。

図6 電話の相手

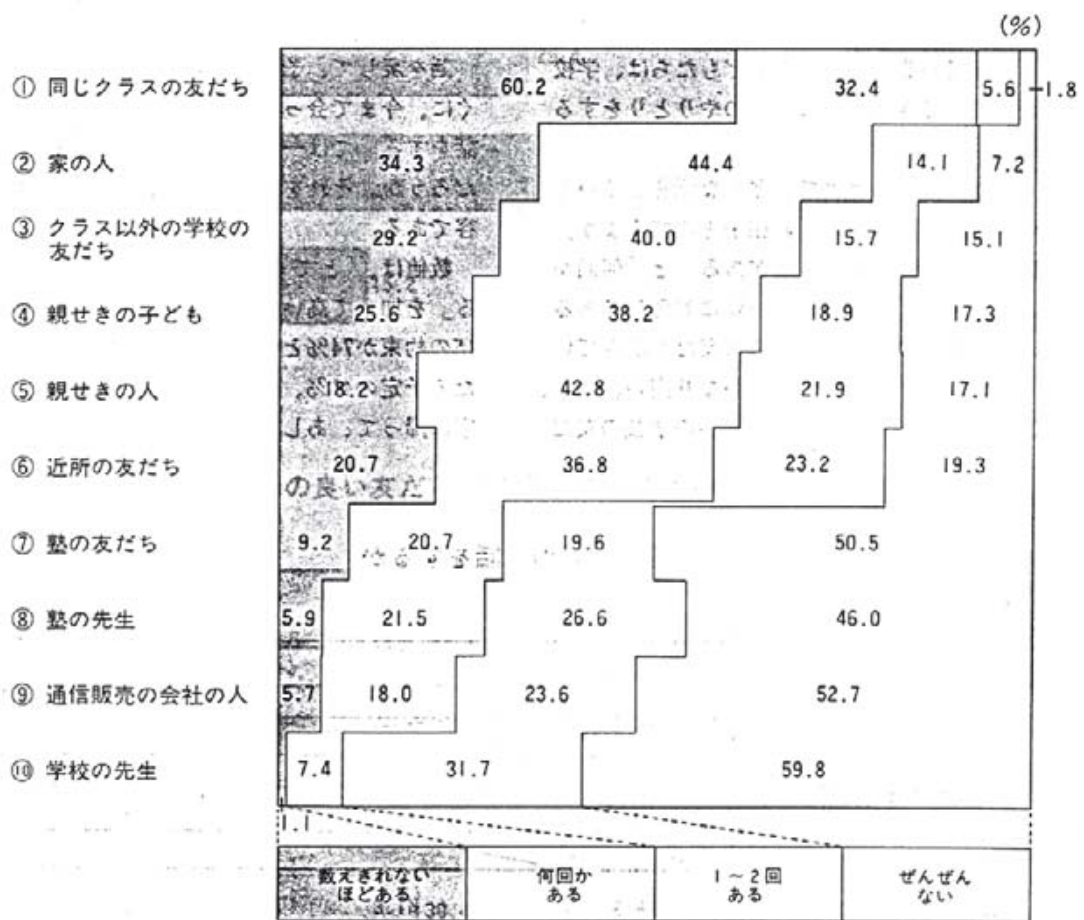
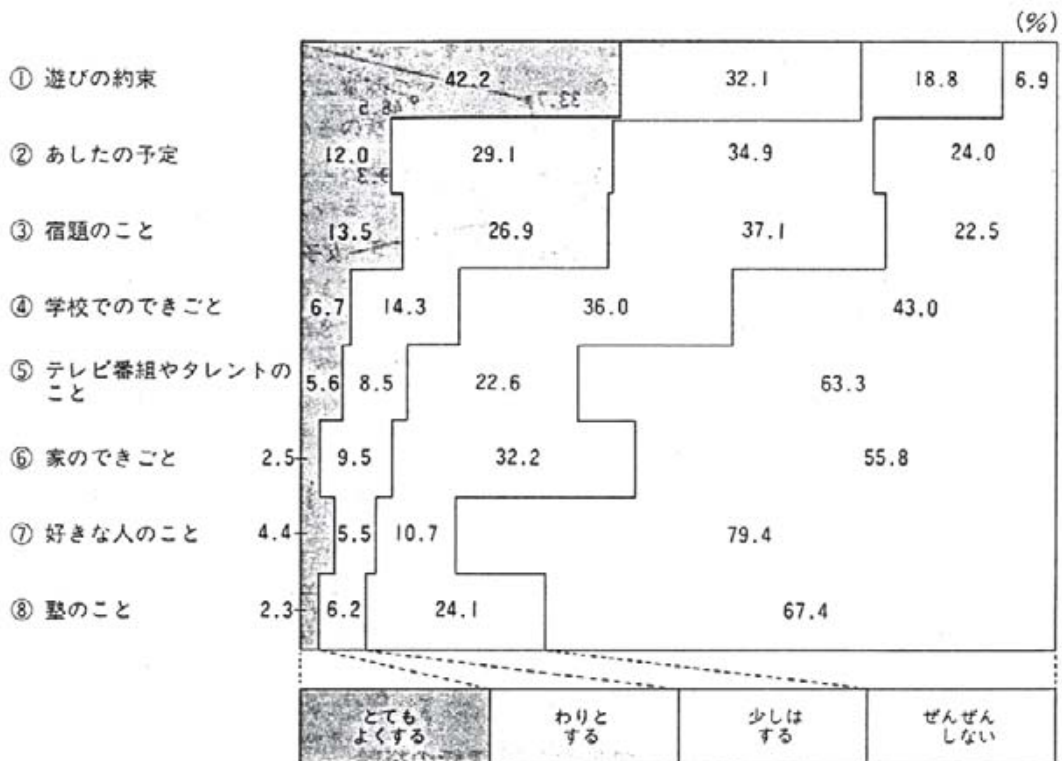


図7 電話の内容



◆◆ 女の子の電話 ◆◆

さて、図8の電話の内容について性差をみると、遊びの約束や塾のことでは、差は見られないが、その他の項目では女子のほうが高いことがわかる。ここで④学校でのできごとや⑤テレビ番組やタレントのこと、⑥家のできごと、⑦好きな人のことなどは会って話せばよいのにと、またしても思ってしまう。こういった感覚は、旧人類的な感覚と言われそうだが、何とも無用な電話をと言いたくなくなる。この種の電話について形をかえて質

問したものが図9で、①友だちの声が聞きたくて用事もないのに電話したことは「数えきれないほどある」から「少しはある」まで加えても31%と、さほど高くはない。しかし図10をみると、男子21%に対して女子40%と2倍近く高くなっており、やはり女子にこの種の電話が多いことがわかる。逆に、②「めんどくさくてしなかった」電話ぶしょうな子は、やはり女子(35%)よりも男子(42%)に多い。

図8 電話の内容×性差

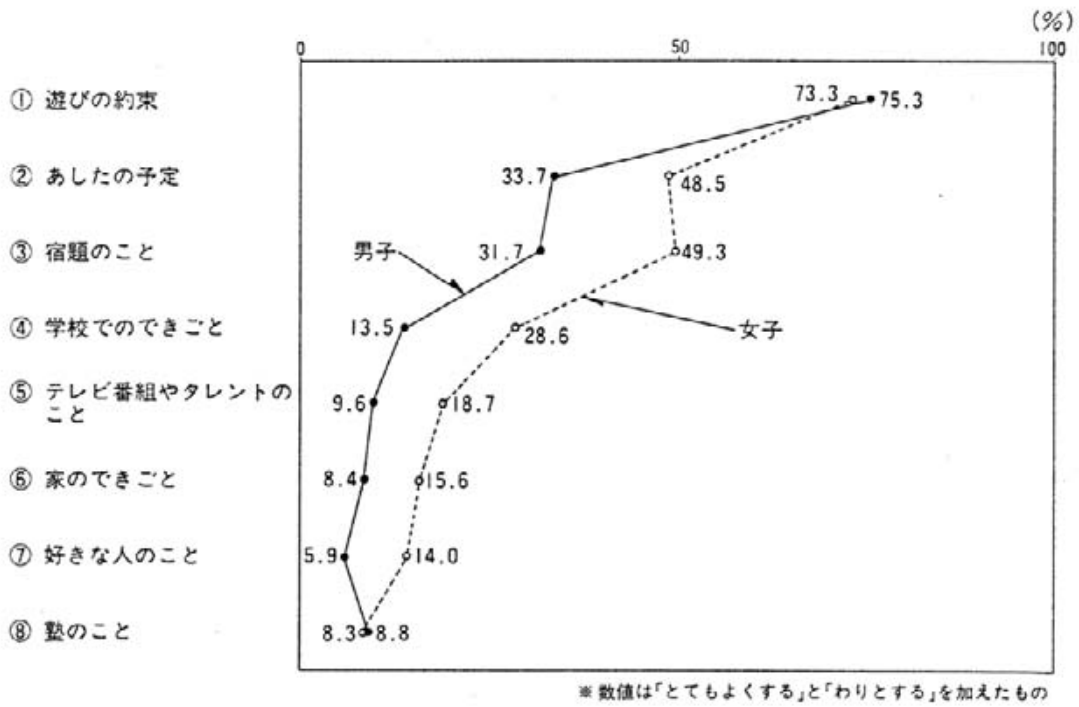


図9 無用な(?)電話の経験

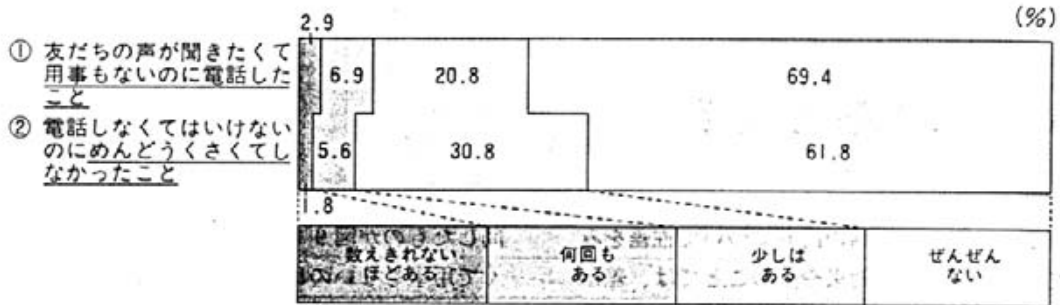
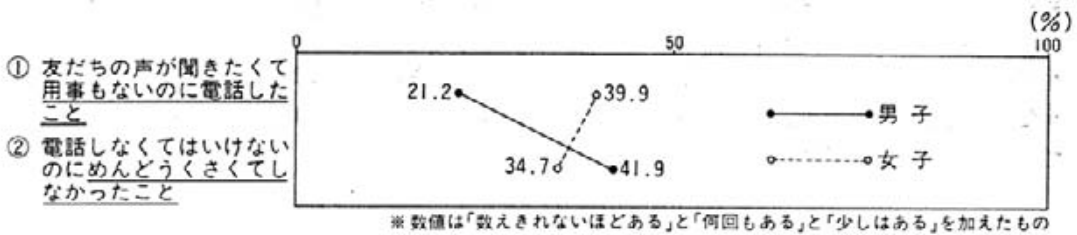


図10 無用な(?)電話の経験×性差



◆◆ 長電話をしても電話料金は気にならない ◆◆

長電話や無用な(?)電話が女子に多いということがわかったが、では電話のマナーにそれなりに気をつけているのだろうか。図11をみると、あまり気にしているようすはみられない。最も気をつけている「相手に迷惑な時間ではないかということ」でも「とても考えている」と「わりと考えている」を加えて半数でしかない。長電話をすると気になるはずの③電話料金(33%)や④他からの電話

(23%)に至っては一層低い割合だ。かつてのテレビがそうであったように、電話が子どもたちにとって身近なものになりすぎたため、子どもたちが自由気ままに使ってしまっているのだろう。家庭で、使い方のルールを決めておく「電話のしつけ」の必要がでてきているのだろう。

なお図12によれば、女子のほうが気を配っていると答えている。

図11 電話をするときに気をつけていること

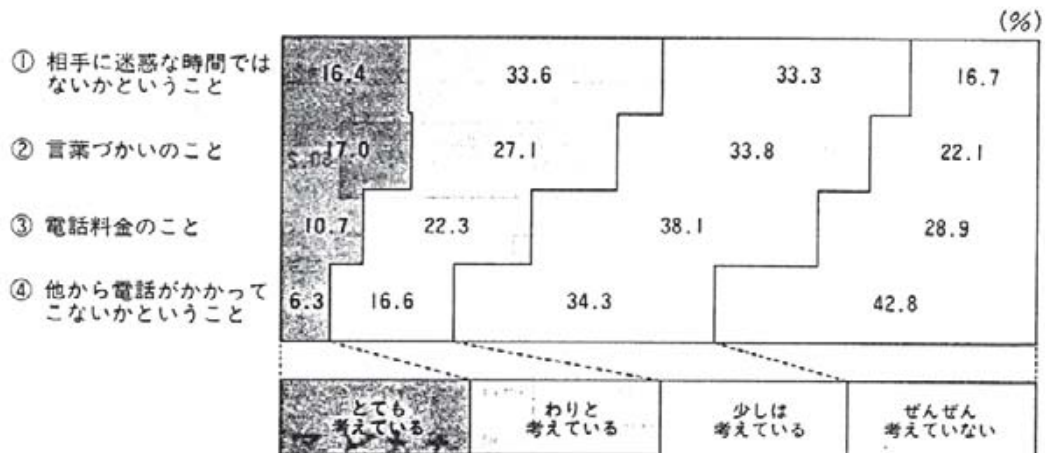
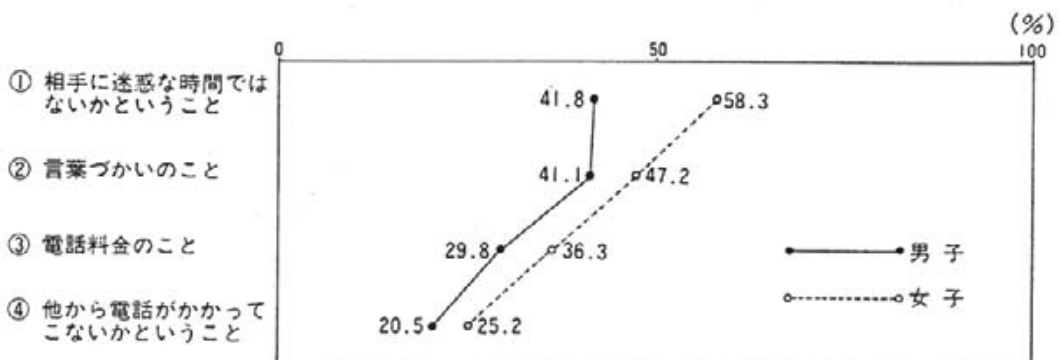


図12 電話をするときに気をつけていること×性差



*数値は「とても考えている」と「わりと考えている」を加えたもの

よく知られているNTT・ニューメディア

この辺で視点をかえて、電話についての知識や経験を取り上げてみよう。

図13は、電話用語の知識をみたものであるが、さすがにテレビのCMによくでてくるNTT (71%) やフリーダイヤル (60%) といった言葉はよく知られている。それに対して、やや時代遅れの感のある電報となると、祝電の25%、弔電の10%と低下する。

次いでに図14はニューメディアに属する言葉についてである。①テレビ電話や②自動車電話では「どんなものか知っている」という数値だけでも50%を超えている。さらに「名前くらい聞いたことがある」まで加えると、①テレビ電話では88%、最下位の⑦キャプテンシステムでも47%となる。さすがに、子どもたちは新しいものに敏感な生き物だ。

図13 電話についての知識

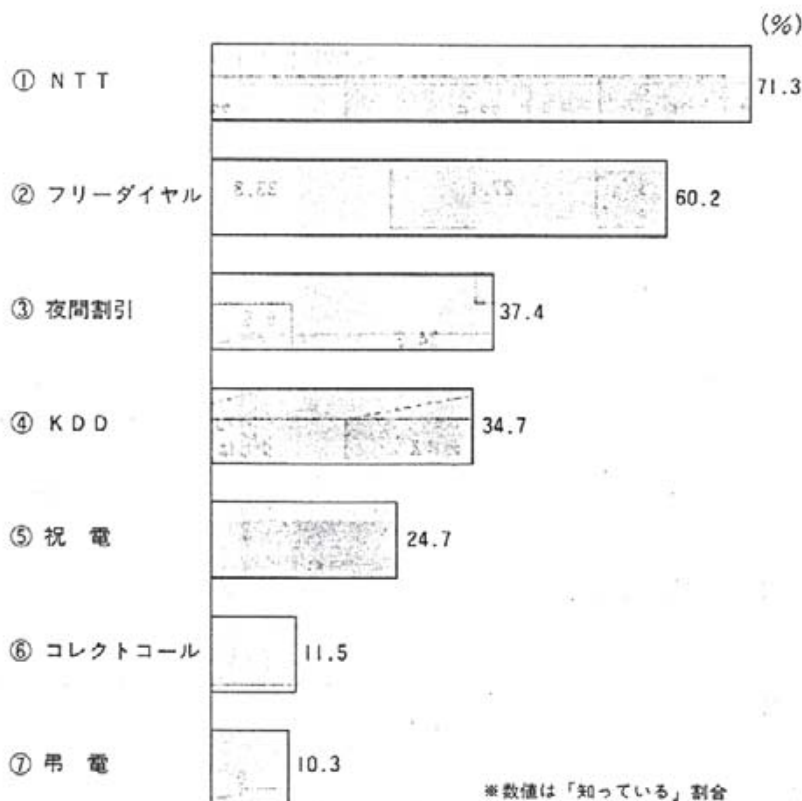
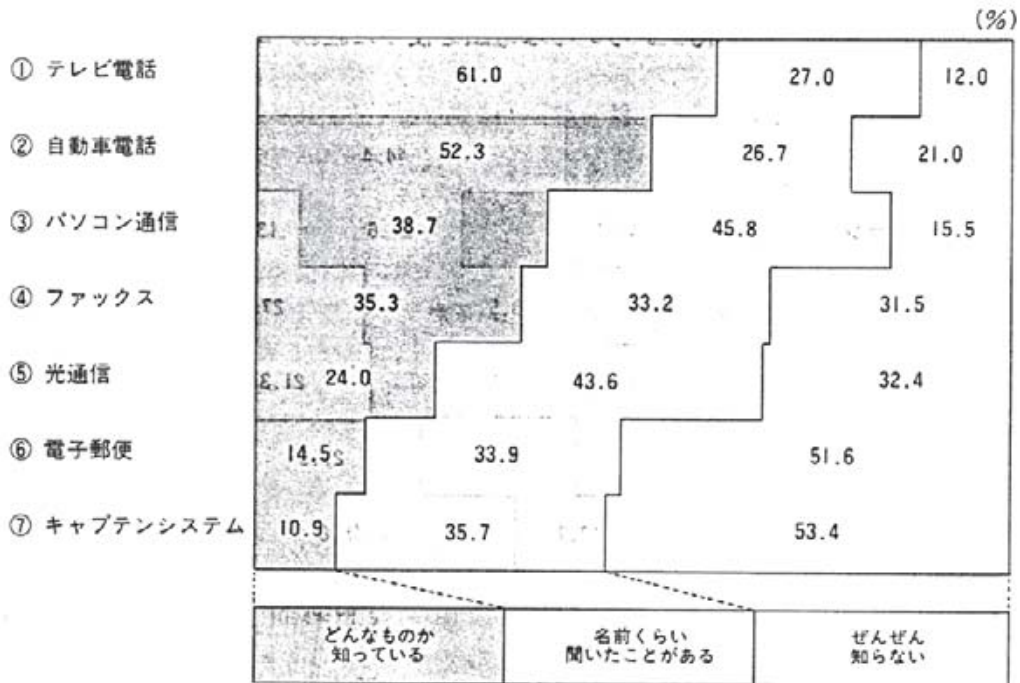


図14 ニューメディアの知識



◆◆ 先進的な子どもたち ◆◆

では、実際に様々なタイプの電話をどのくらい使ったことがあるのか尋ねてみた。図15をみると、「数えきれないほどある」と「何回かある」を合わせて50%を超えている項目は、①電話ボックスの72%、②プッシュホン63%、③電話サービスの54%、④テレホンカードの53%の4項目である。また小学生という段階を考えると、天気予報や時報などの電話

サービスやテレホンカードを何回も使った経験があるのは、それなりにすごいことだと思われる。先のフリーダイヤルやニューメディアに対する知識が高かったことと合わせて、今の子どもたちの情報メディア・通信メディアに対する先進性がうかがわれる。

なお図16によると、これらの点に関して性差はわずかである。

図15 いろいろな電話を使った経験

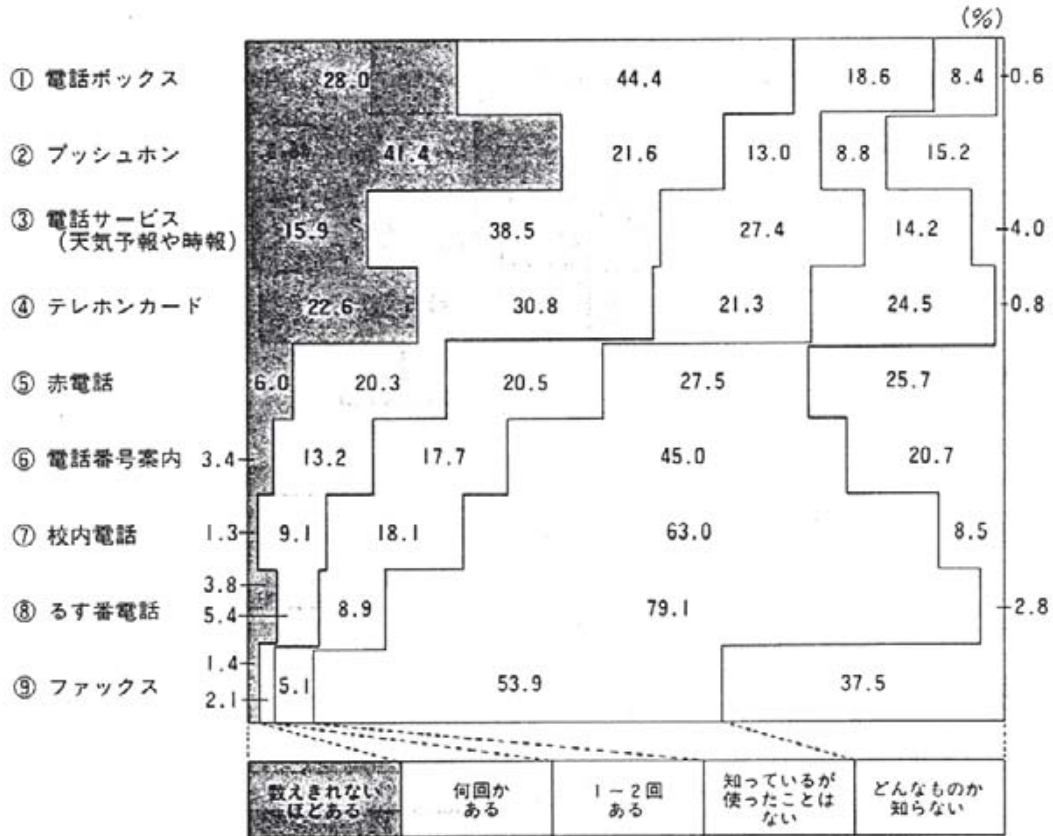
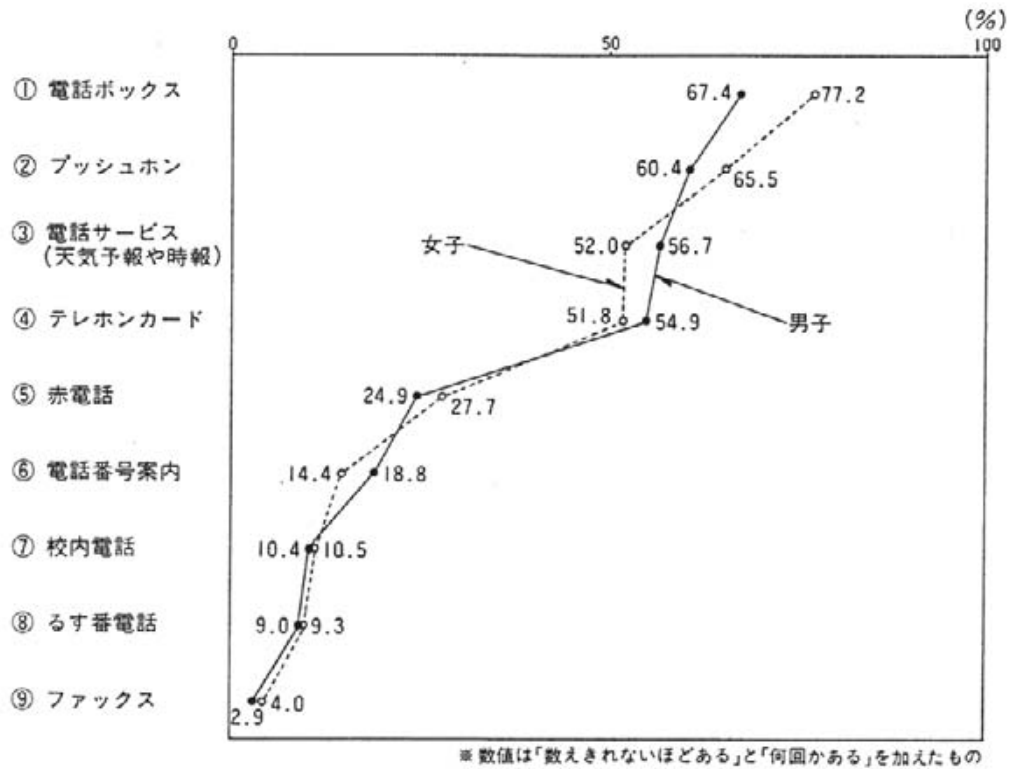


図16 いろいろな電話を使った経験×性差



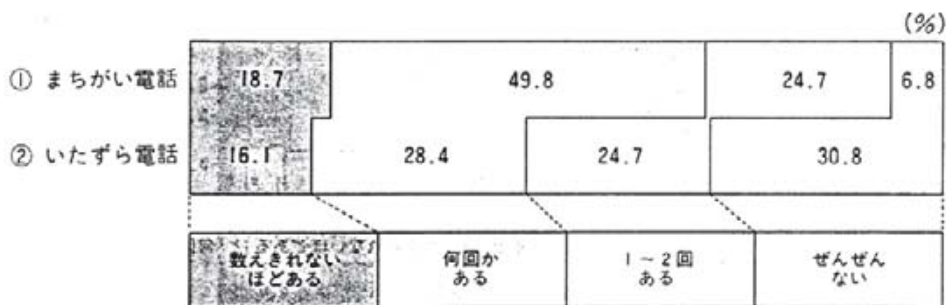
◆◆ いたずら電話もしている ◆◆

電話についての経験をみてきたところで、その周辺に位置するものとして、いたずら電話等の経験や、テレホンカード集めの経験についても簡単にふれておきたい。

まず図17のいたずら電話やまちがい電話の経験が、意外に多いことに驚かされる。数値は、自分がしたこととされたことの両方を含めているが、①まちがい電話では69%がかなりの回数あるとしている。「数えきれないほどある」と「何回かある」を加えて)とりわ

け、②いたずら電話をしたことが45%というのはかなり高い数値のように思う。実際、「きのう無言電話がかかってきたけれど、誰のしわざだろう」といった子どもの話を耳にすることがある。電話が、子どもにとって身近なものになるほど、こういった数値も高くなるのであろう。高度情報化社会を迎えて、お互いのプライバシーを大切にするための教育の必要性が増してきたのではなかろうか。

図17 いたずら電話・まちがい電話

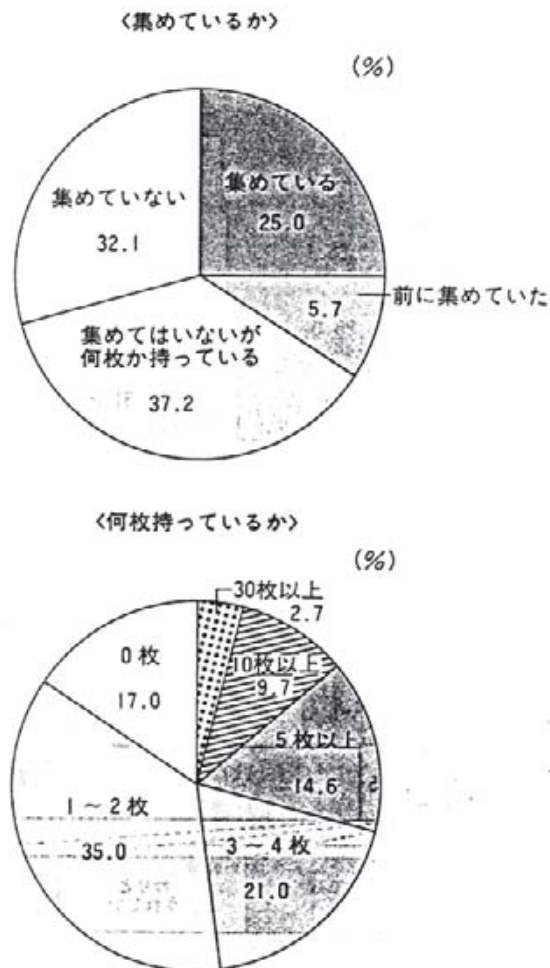


◆◆ テレホンカード集め ◆◆

さて図18によると、今人気のテレホンカードを集めた経験のある子は、31%（「集めている」と「前に集めていた」を合わせて）と多くはない。しかし、「集めてはいないが、何枚か持っている」という数値まで含めると68%にもなる。実際、今持っているテレホンカードの枚数を尋ねてみると、0枚という数値

はわずか17%にすぎない。ここでテレホンカードを使ったことが何回かある子どもが53%だったことを思いおこせば、これらのテレホンカードを持っている子どもの多くは、収集のためというよりも、実際に使うために持っていることがわかる。

図18 テレホンカードについて

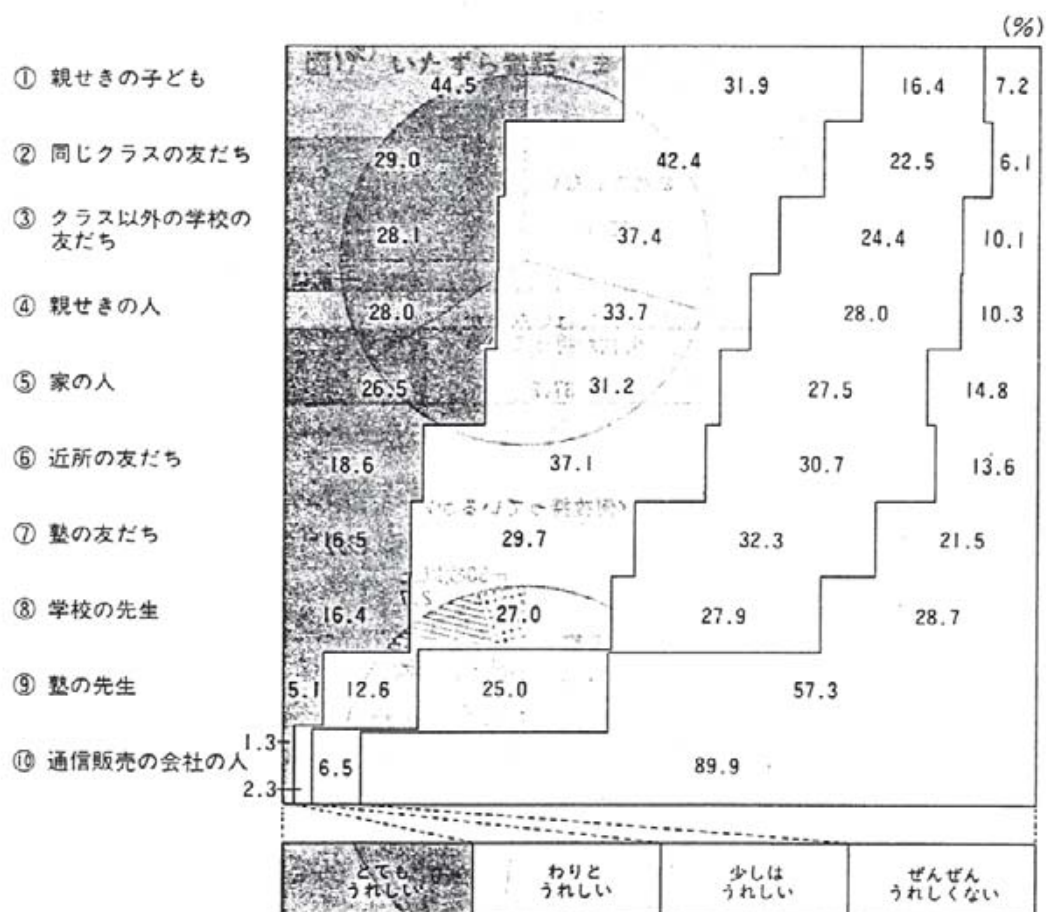


◆◆ 電話をもらったときのうれしさ ◆◆

電話についての実態、知識、経験についてみてきたが、子どもたちがこれほどまでに電話を使う背景には、単に便利さだけではなく、電話をもらったときのうれしさ、楽しさがあるように思う。そこで、本章の最後に、電話をもらったときのうれしさについてみてみたい。

図19は、①親せきの子どもから⑩通信販売の会社の人まで、電話をもらって「とてもうれしい」・「わりとうれしい」と答えた数値の高い順に整理してある。⑥近所の友だちまでの6項目が50%を超えており、こういった友だちや親せきの人、家の人などからのたいていの電話は子どもたちをうれしがらせている。

図19 電話をもらったときのうれしさ



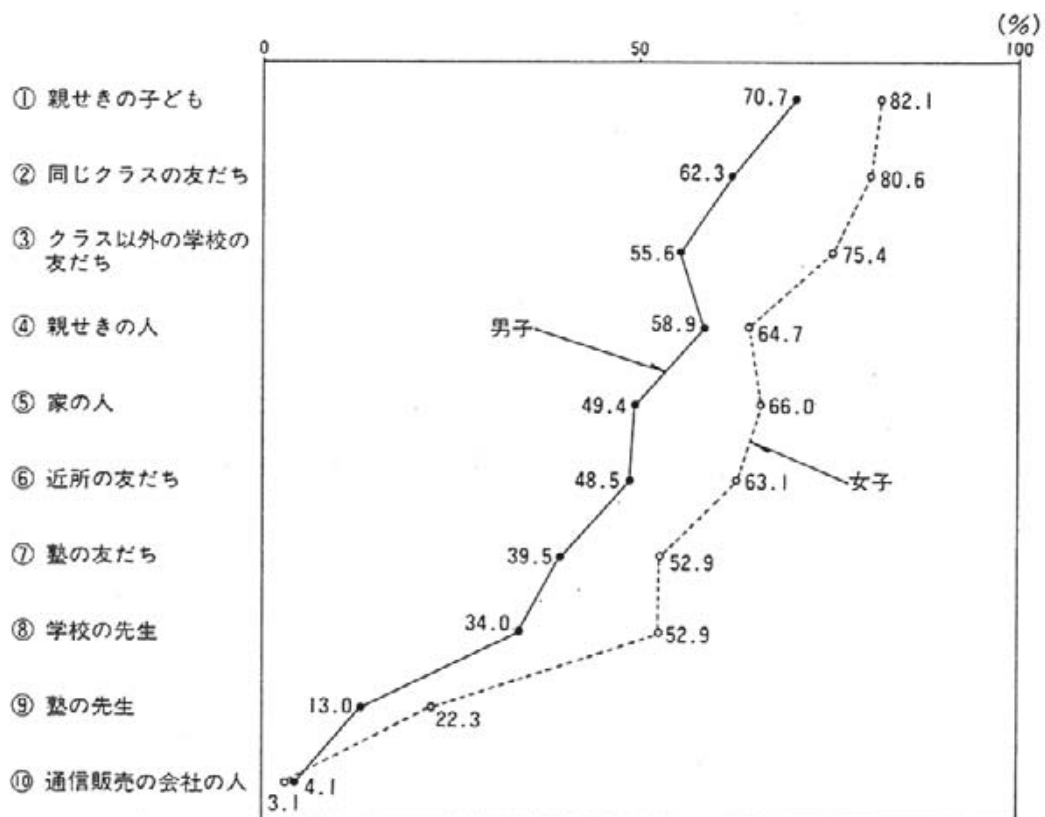
また図20は性差をみたものであるが、⑩通信販売の会社の人を除いて、他の全ての項目で女子の数値のほうが高く、これまでにみてきた女子の電話好きとも相通ずる数値であろう。

さらに図21は、先の図6の電話の相手と比較したものである。この図をみると、もらったときのうれしさが、実際にもらった頻度（図中では電話の相手としてある）を大きく上回っているのは、④親せきの子ども（差が13%）、⑦塾の友だち（16%）、⑩学校の先生（35%）の3項目である。特に学校の先生の差が大き

いのが気にかかる。担任はもっと何かにつけて子どもに電話してやったらどうだろう。

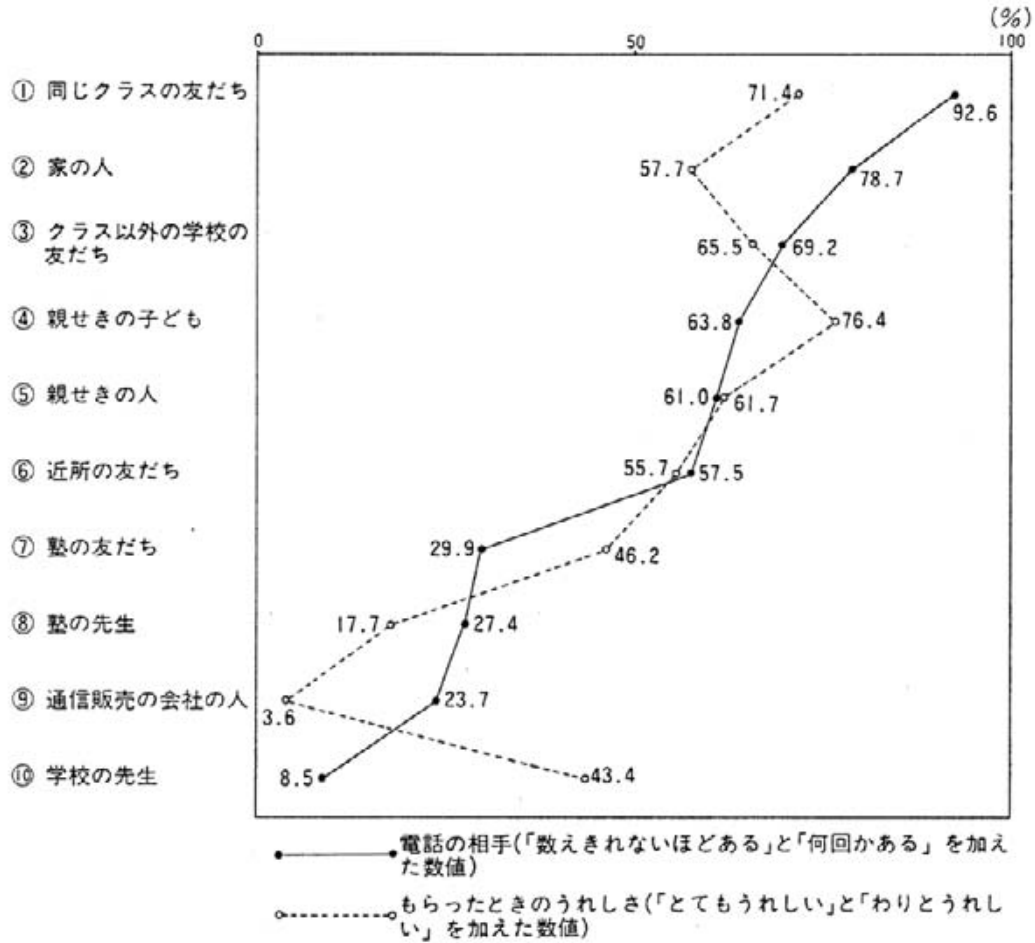
これまで何度も述べてきたように、子どもにとって、電話はテレビや「ファミコン」と同じくらい身近なメディアとなっている。しかし、それゆえ、今考えなくてはならないのは、その使い方のルールやマナーについてである。テレビや「ファミコン」が子どもに大きな問題を投じたのと同じことが、電話にもあてはまらないようにしたいものである。

図20 電話をもらったときのうれしさ×性差



※ 数値は「とてもうれしい」と「わりとうれしい」を加えたもの

図21 電話の相手と電話をもらったときのうれしさ



2. 子どもと郵便



電話と並んで通信の中心となっているのが郵便である。しかし、子どもたちの活字離れ、文字離れがいわれている現在、電話に比べるとやや影が薄い感がある。果たして、子ども

たちはどのくらい郵便を使っているのだろうか興味があるところである。郵便についての知識やもらったときのうれしさなども含めて、その実態を探ってみようと思う。

◆◆ 目につく郵便離れ ◆◆

まず手始めに、この1年間に郵便を使った回数を尋ねてみた。図22は出した回数を、図23はもらった回数を図示したものである。どちらにも圧倒的に多いのが年賀はがきで、10通以上と答えた数値が、出した回数(図22)で56%、もらった回数(図23)でも52%と半数を超している。これに対して、ふつうのはがきや封書は、どちらの図でも20%台にすぎない。子どもたちに最も身近な郵便は年1度の年賀状ということになる。

ここで、「ぜんぜんない」と「年間に1～2通」の数字をみてもみると、図22のふつうのはがきで29%、封書で42%。図23のふつうのはがきで37%、封書で45%となり、やはり電話に比べると、郵便離れの感が強い。

さらに図24は、郵便を出した回数の性差だが、女子より男子が郵便離れしていることがわかる。特に、封書での男子と女子の開きが31%と大きいことが目につく。

図22 郵便を出した回数

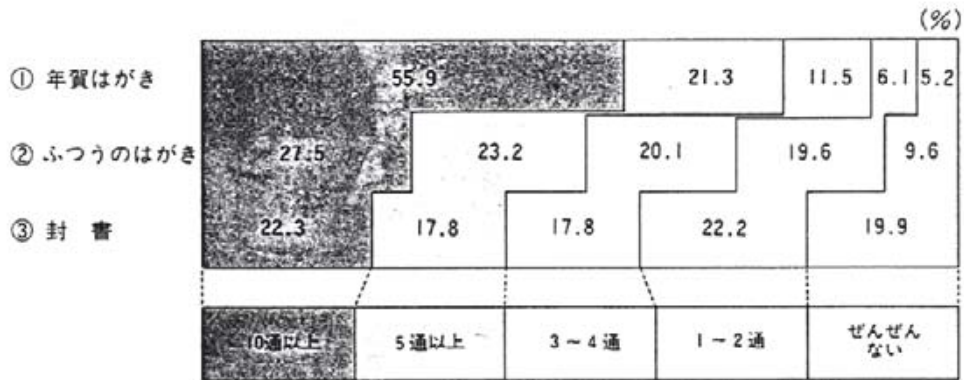


図23 郵便をもらった回数

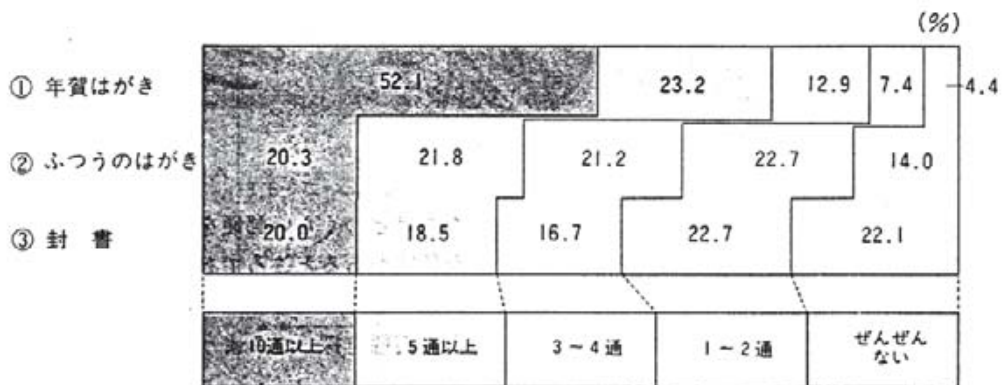
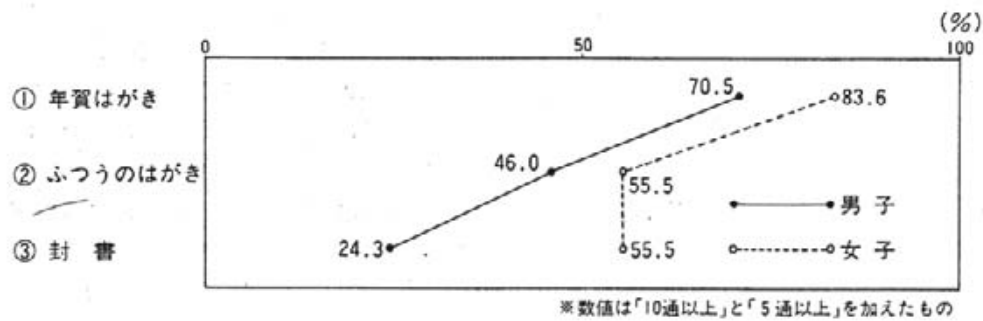


図24 郵便を出した回数×性差



◆◆ 身近な人への年賀状が中心 ◆◆

ではその限られた手紙やはがきのやりとりの相手は誰だろうか。図25によると、①友だちへ(から)の年賀状が最も多くて95%。次いで②親せきの人へ(から)の年賀状の76%、③学校の先生へ(から)の年賀状の72%となる。年賀状以外では、④おじいさん・おばあ

さんへ(から)の手紙の66%が最も多く、以下、⑤転校した友だちの48%、⑥前に教えてもらった先生の43%と続く。心の交流の相手はこの三者だけでもいえそうだ。なお図26によると、ここでも女の子のほうが万事筆まめなようである。

図25 郵便の相手

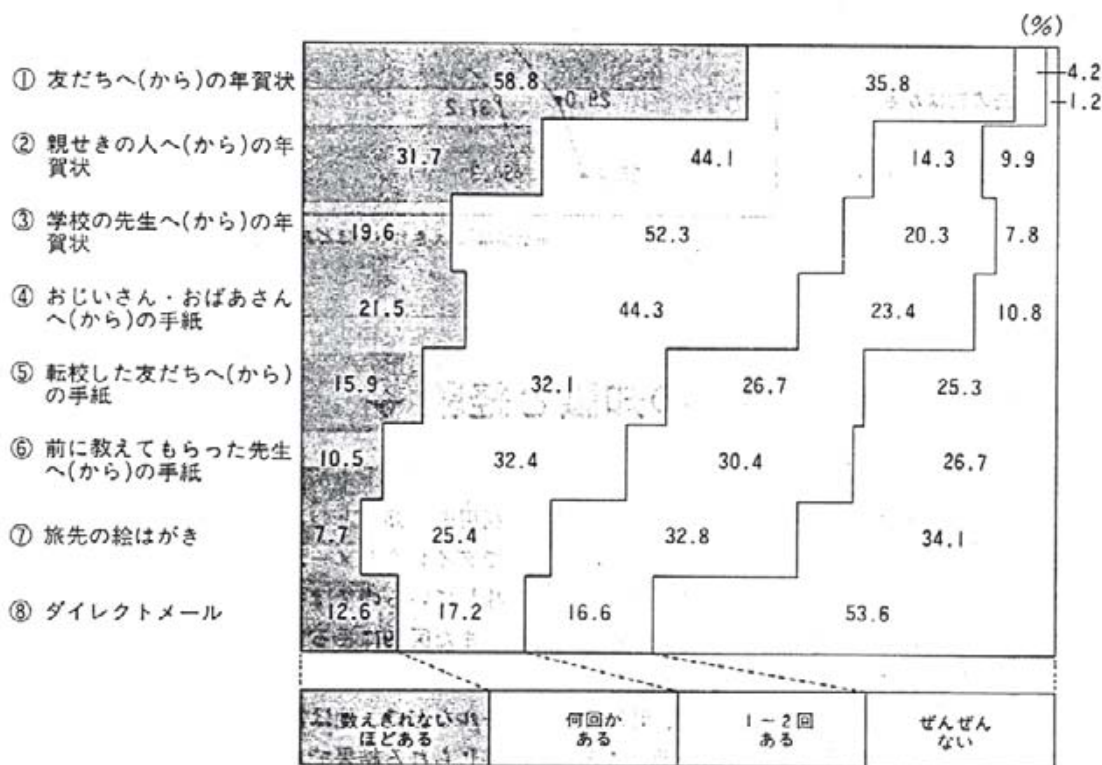
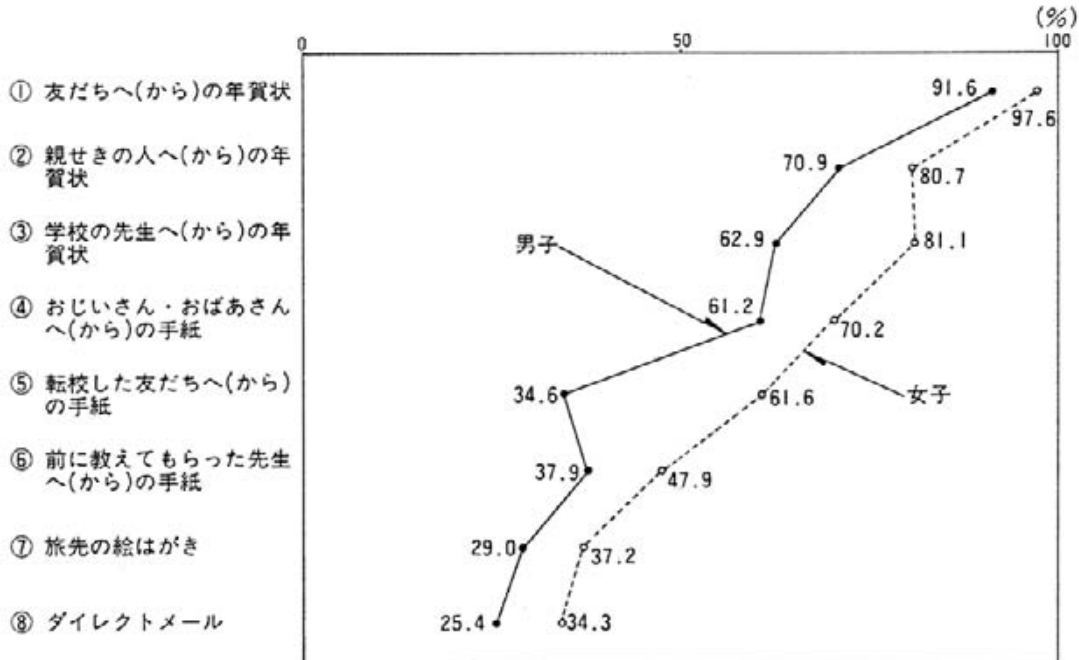


図26 郵便の相手×性差



※数値は「数えきれないほどある」と「何回かある」を加えたもの

◆ 郵便についての知識と経験 ◆

図27は郵便用語をどのくらい知っているか、その知識をみたものである。さすがに、①郵便番号は90%が知っていると答えており、また懸賞やリクエストのときによく使われる③私書箱も51%。これに対して、④拝啓の34%、⑥御中の22%、⑧かしこの13%など、昔は手紙を書くときの常識とされた言葉が低いことが目につく。

次に、図28はいろいろな郵便を使った経験である。数値は「数えきれないほどある」と「何回かある」を加えて、高い順に整理してある。ここでも、①年賀はがきが93%と突出しており、以下の②着払いのはがきの35%、③暑中見舞いのはがきの33%などを大きく引き離している。なおここで②着払いのはがきの

利用率の35%という数値は、子どもたちの間でダイレクトメールの利用が盛んなことを意味しているのではなかろうか。

また図29によると、性差のみられる項目は、暑中見舞いのはがき、小包や宅配便、サクラメールなどで、他は差がない。女子の「心」が感じられる結果である。

また図30はいたずらやまちがい郵便の経験だが、電話と比べて数値はいちじるしく低い。不幸の手紙などもよく流行が伝えられるが、この図では7%でしかない。電話の場合と比べると、郵便がここでも子どもの生活の外にあることがわかる。

次に記念切手であるが、図31をみると、集めた経験のある子どもは30%と、テレホンカ

ード集め(31%)とはほぼ同様な数値を示している。持っている枚数は、5枚以上が合わせて38%とテレホンカード(27%)よりやや高くなっている。しかし1枚あたりの値段を考えると、昔の切手集めは今テレカ集めにとっ

て代えられたといえそうだ。また巻末の集計表によれば、今集めている子は男子20%女子17%と多少の差があり、持っている数も多少男子のほうが多い。

図27 郵便についての知識

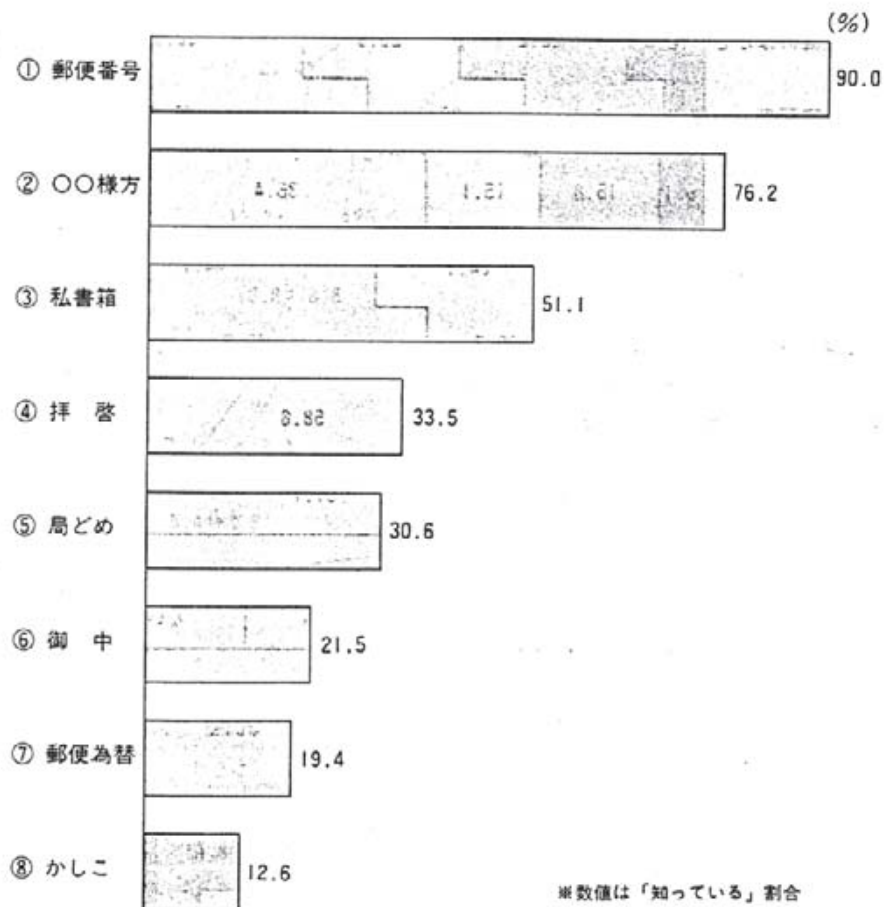


図28 いろいろな郵便を使った経験

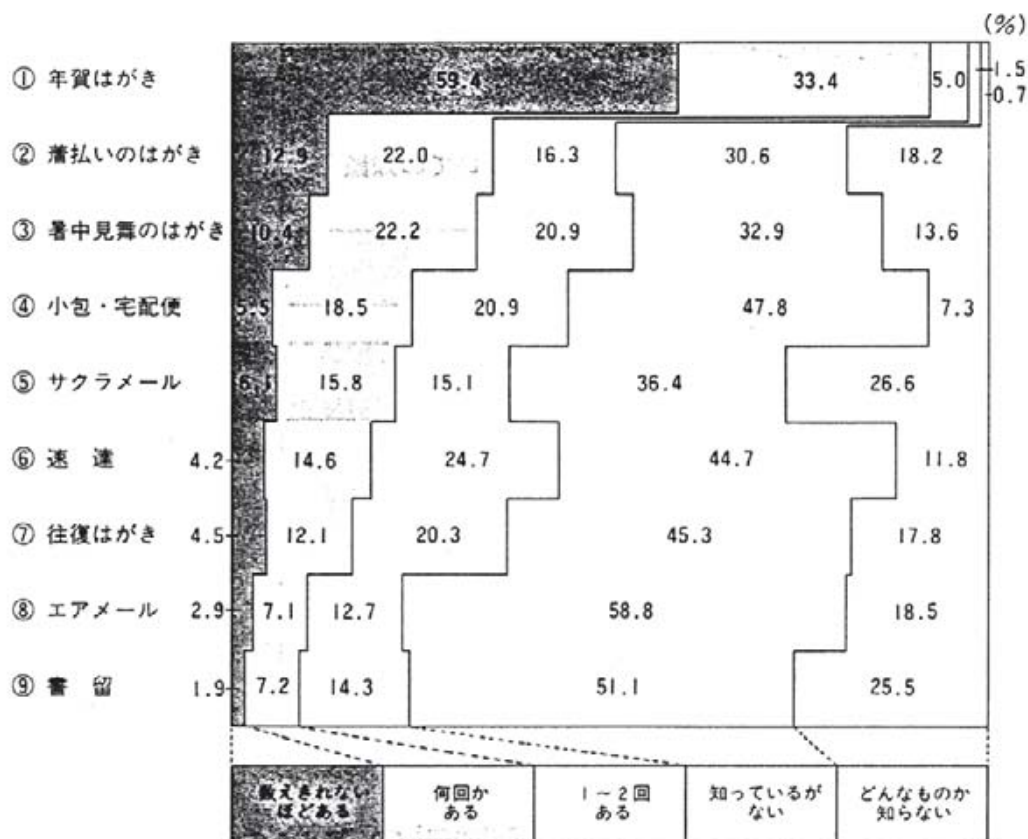
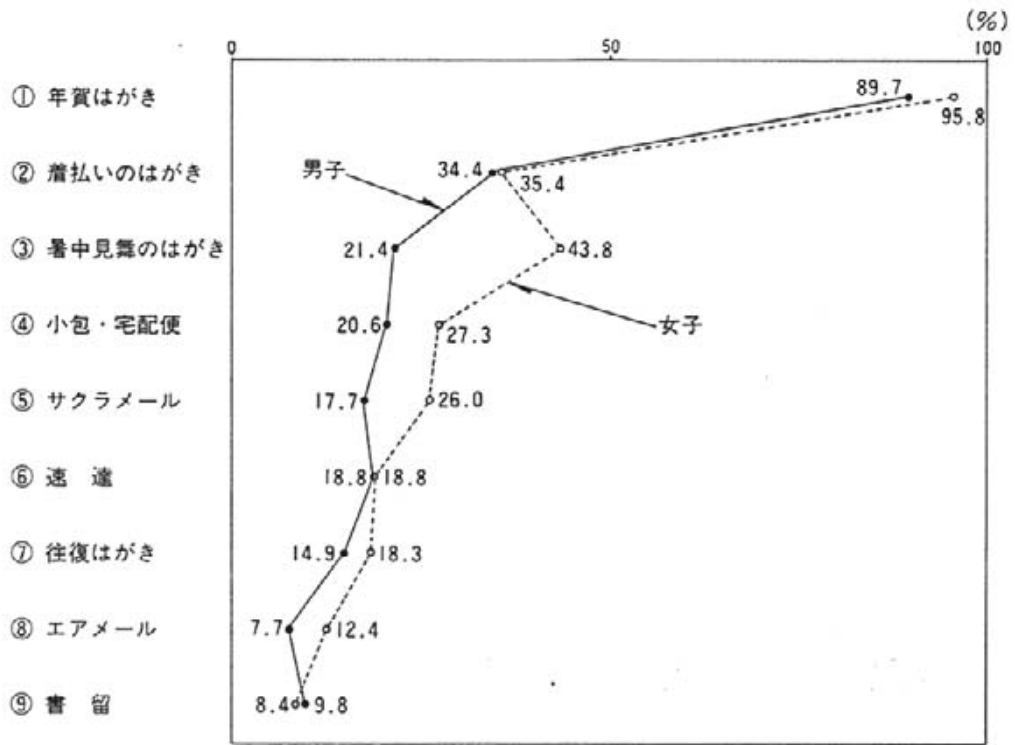


図29 いろいろな郵便を使った経験×性差



※数値は「数えきれないほどある」と「何回かある」を加えたもの

図30 いたずらやまちがいの郵便

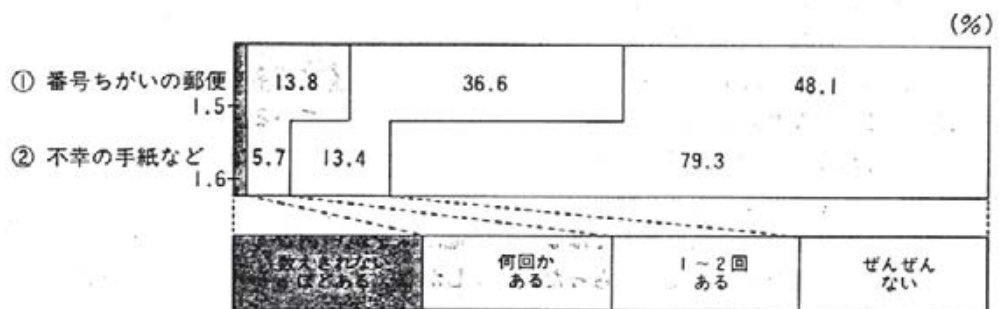
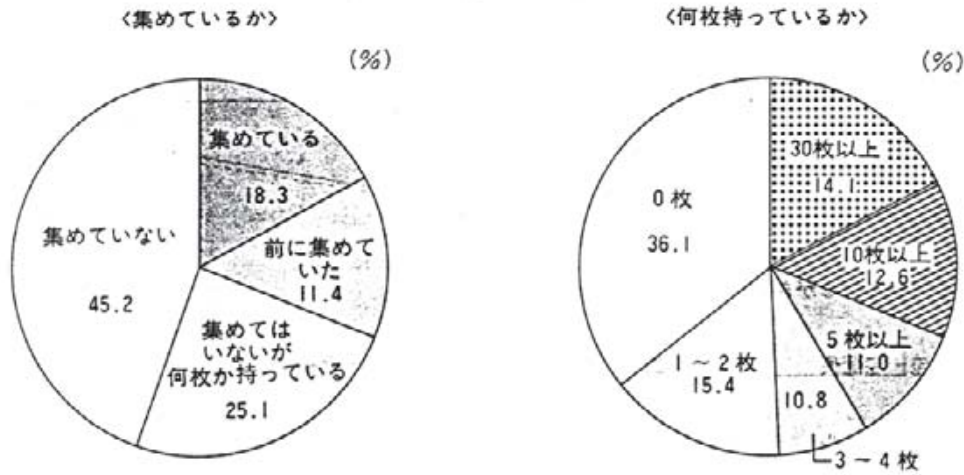


図31 記念切手について



◆◆ 手紙をもらえばやはりうれしい ◆◆

電話に比べて手紙メディアの衰退ぶりをみてきたのだが、では手紙というものはそんなにも子どもにとって意味のないものと化してしまっただろうか。

図32は、手紙をもらったときのうれしさを、数値の高い順に整理してみた。①友だちからの年賀状の92%をトップに⑦旅先からの絵はがきの67%まで、かなり高い数値になっていることが読みとれる。図19の電話をもらったときのうれしさ(①親せきの子供からの電話で76%)と比べても決して低い数値ではない。子どもたちは、意外にも郵便をもらったときにけっこううれしいと思っているのである。また図33によると、その傾向はここでもやはり女子に顕著である。

また図34は、手紙をもらう頻度とももらったときのうれしさを併記してみたものだ。ここでみられるのは、年賀状をはじめとして手紙はどれもうれしいが、しかしその割にはもら

う回数の少ないものがあることだ。旅先の絵はがき、以前の先生の手紙、転校した友人からの手紙などが、その距離が開いている。

これは図35にも表れている。思いもよらない人から手紙をもらってうれしかった経験は、けっこう多くの子がもっている。しかし、めんどくさくて返事を書かなかった経験も少なからずもっている。人間が楽なほうに流されやすいということはいつの時代も変わりがないし、またスピードという点では、確かに電話は手紙の何歩も先を行くメディアである。しかし、手紙をもらってうれしい子の数値をみていると、やはりこうした「心」の伝達の方法を、子どもに教え習慣化させてゆくことも大切ではなからうか。

そしてまた、ここまで電話が身近なものとなると、電話の使い方についての家庭でのルールの確立が必要となってこよう。少なくとも、学校で話せばすむような遊びの約束をわ

わざわざ家に帰ってから電話をするようなことはやめさせたいものである。何とんでも人と人が直接ふれ合うことができれば、それ以上にいいコミュニケーションはないのだから。

高度情報化社会にこれから果立っていく子どもたちが、新しい通信メディアを積極的に

使いこなせるようになるのは、素晴らしいことである。しかし、そこには諸刃の剣がかくされている。知識や心をより十分に伝えるために人間の開発したメディアが主客転倒して、逆にいちばんいい伝達的手段や機会を見失ってしまうことのないようにしたいものである。

図32 郵便をもらったときのうれしさ

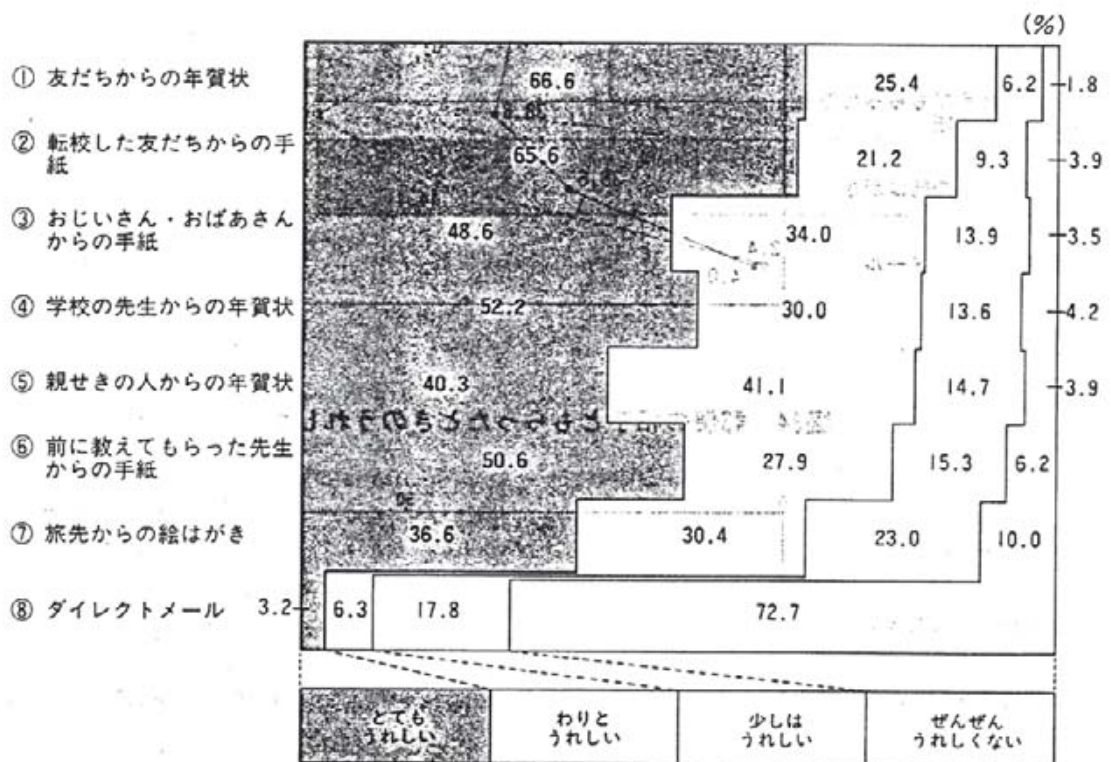


図33 郵便をもらったときのうれしさ×性差

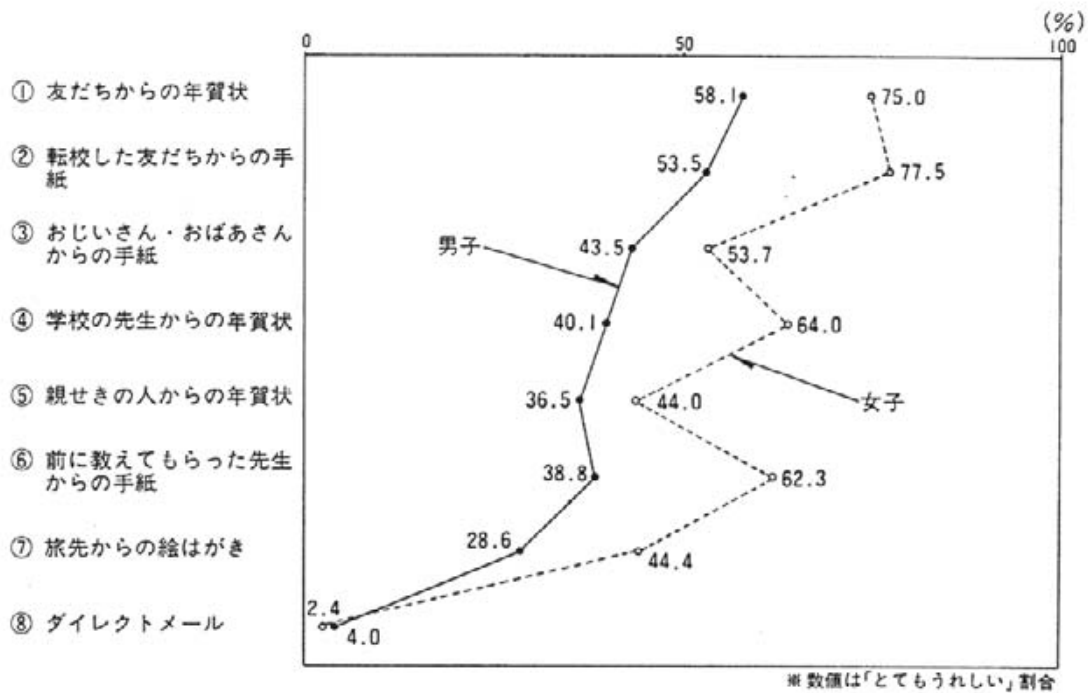


図34 郵便の相手とももらったときのうれしさ

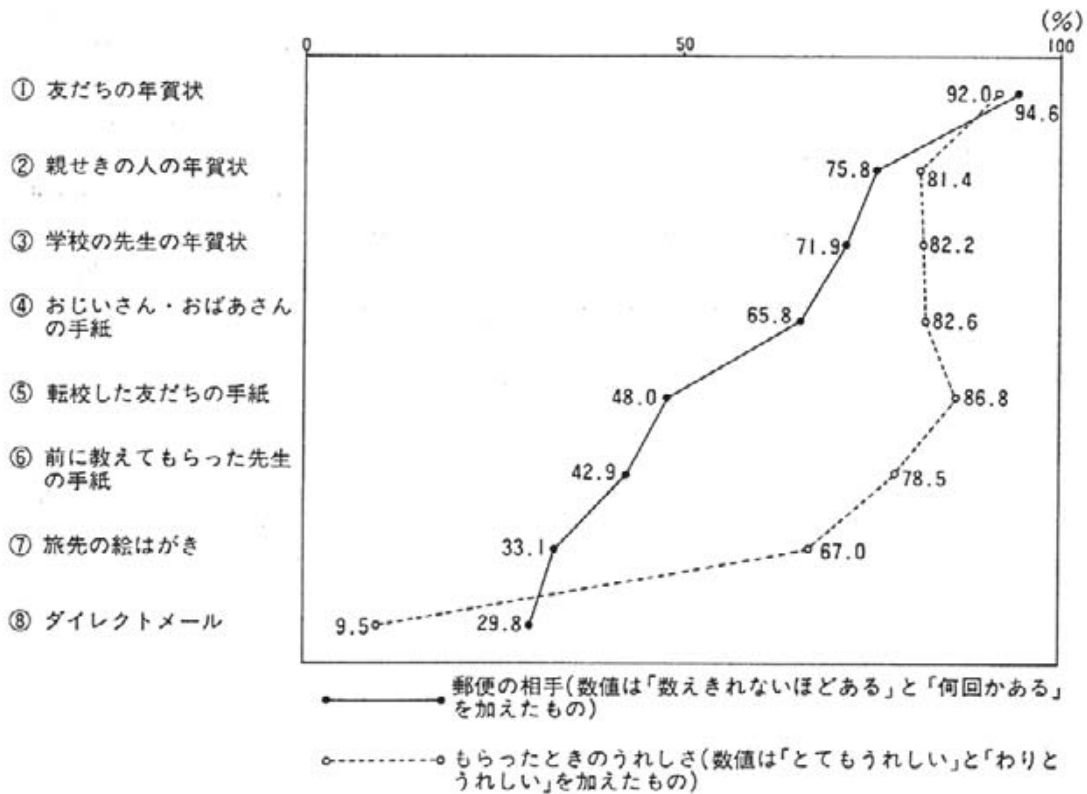


図35 筆ぶしょうなどの経験

