

# レクリエーションおよびゲームに対するイメージの分析

—とくにH労組レクリエーション・リーダーの事例を中心に—

東海大学 高橋 和 敏

## I 研究の目的

レクリエーションが、地域・企業あるいは、いろいろな団体で取りあげられ、われわれの生活に定着してきたかのように見える。しかし、現実にはどれだけ生活化され、実践されているかということになると、なかなかその実態を把握することがむずかしい。レクリエーション活動を、現場で普及し、指導する立場にあるものにとっては、参加者が果してどの程度にレクリエーションを認識し、どれだけ実践経験があるのだろうか、ということが常に気になる場所である。

その実態を把握する方法として、レクリエーション意識に関する各種の調査や研究が、従来まで数多く行なわれてきた。しかし実践することに意義があるレクリエーション活動においては、単にレクリエーション意識が高いからといって、必ずしも実践度が高いということにはならない。すなわち、人が行動を起す場合は、客観的な事実や環境、あるいは論理的に秩序だてて行動するというよりも、その人自身が、主観的に抱いているイメージに影響されて行動することが多いといわれているからであろう。<sup>(1)</sup>したがって、人の行動には、イメージの把握が、かなり重要なものとなってくる。

このようなことから考えあわせると、レクリエーション活動において、参加する人たちが、直観的にどんなイメージを抱いているかということによって、活動そのものの受けとり方や行動様式が、大きく変わってくるものと考えられる。とくにグループゲームなどの指導場面においては、ゲームの客観的意義の認識以上に、個々が抱いているゲー

ムに対するイメージによって、ゲームに対する参加の程度が違ってくるものと思われる。

上記のような前提から、この研究は、個人の意識というよりも、その個人の意識下にある要因を探り出そうとして、イメージを分析することをねらいとしている。そこで、その手がかりのひとつとして、わが国のようにグループ・レクリエーション活動が、大きな役割りをこなしている現在、多くのレクリエーション・リーダーが養成されていることから、レクリエーション・リーダー自身が抱いているイメージが、果してどんなものであるかを知ろうとすることに焦点をあわせた。つまり、リーダーが抱いているイメージによっても、その指導内容や方法が異なってくること、さらにそれによるレクリエーション活動の普及・生活化が、大いに影響されるであろうことが容易に推測されるからである。

今回は、労働組合の文化活動のひとつとして、レクリエーション・リーダー養成講習会に、はじめて参加し、リーダーとしての教育を受けようというものに対して、レクリエーションおよびゲームのイメージを調査し、どんなイメージを抱いているかということを知ると共に、男女差などの分析をしようとしている。

## II 研究の対象

H労働組合青年婦人部主催のレクリエーション・リーダー養成講習会の参加者119名を対象とした。参加者は全国から集まり、年齢は、19才から26才までの男女である。

イメージの分析にあたっては、この中から無作為に男女各30名を抽出し、これら60名を分析

の対象とした。

表1は、対象の年齢構成をあらわしたものであり、男子の平均年齢は22.2才、女子の平均年齢は20.3才となっている。また対象者のすべてが、独身男女である。

表1 年齢構成および平均年齢

性別 年齢	男 例	女 例	計 例
19才	—	12	12
20才	4	7	11
21才	8	5	13
22才	6	3	9
23才	5	2	7
24才	4	1	5
25才	3	—	3
計	30	30	60
平均年齢	22.2才	20.3才	

### Ⅲ 研究の方法と内容

#### 1 実施方法

各種イメージ測定法のある中で「自由連想法」を採用した。以下はその方法である。

- (1) 刺激語 レクリエーション，ゲーム
- (2) 時間 各2分
- (3) 解答方法 用紙記入法
- (4) 制限 反応語を名詞および形容詞の単語とした。
- (5) 期日 1972年2月

養成講習会初日のオリエンテーション終了後ただちに記入用紙を配布し、テスト方法を説明し実施した。はじめに「レクリエーション」を刺激語として黒板に書き、「このことばについて、浮かんでくることばを、できるだけ多く書くこと」および「連想を次々と発展させるのではなく、いつも刺激語についての連想をすること」について特に注意した。

第1のテスト終了後は約3分くらいの間をとってから第2のテストに移った。

イメージ測定法のうち「自由連想法」は、もっとも素朴な方法であり、結果の分析には、手間と客観的側面では問題があるにせよ、複雑なイメージ現象が、単的に生き生きと描き出せるという観点から、あえて採用した。(2)(3)(4)

#### 2 分析内容

##### (1) 反応語の傾向分析

Rapaport.D, 石川, 倉石<sup>(5)</sup>などによる反応分類を参考として、次の5項目の反応に分類した。これを第3反応語までについて検討した。すなわち、(a)感情反応、(b)叙述反応、(c)種目反応、(d)共在反応、(e)印象反応とした。これらにあらわれる反応傾向について、レクリエーションとゲームの違い、男女の違いを検討することによって、一般に直観的どのようなものが、印象として残るかを知り、指導においての重要度のある留意点を見出す手がかりを得ようとした。

##### (2) イメージの一般傾向

単純に、どんなイメージを抱いているかを知ることから、レクリエーションおよびゲームについて、一定の分類傾向が見出せるかを検討した。

##### (3) ふたつのイメージの比較

レクリエーションのイメージから、個人が、ゲームについてどのようなイメージをもっているかを、クロスさせ、その関連性を検討した。とくにゲームを指導する場合、同じゲームといっても、その内容はすこぶる多岐にわたるので、ゲームの受けとり方によって、導入方法の違いを明らかにさせる必要のあること、またレクリエーション活動の種目の選択にあたっての指導などへの留意点、方法などを導き出す手がかりを得ようとしたことをねらっている。

## N 結果および考察

表2, 表3, 表4および表5は, それぞれ個人が反応したものをあらわしたものである。

表2 レクリエーションのイメージ(男)

	第1反応	第2反応	第3反応
1	キャンプ	なわとび	ボーリング
2	集 会	う た	あ そ び
3	あ そ び	友 だ ち	ダ ン ス
4	あ そ び	ボーリング	キ ャ ン プ
5	休 養	旅 行	キ ャ ン プ
6	ハイキング	体育大会	バレーボール
7	ダ ン ス	ハイキング	男 女
8	あ そ び	ボーリング	交 流
9	車	山	あ そ び
10	あ そ び	運 動	ボーリング
11	あ そ び	ス キ ー	ド ラ イ ブ
12	ゲ ー ム	余 暇	休 暇
13	ハイキング	ボーリング	ダ ン ス
14	あ そ び	ス キ ー	キ ャ ン プ
15	あ そ び	楽 し み	野 原
16	あ そ び	金	野 原
17	フォークダンス	サークル	ハイキング
18	ハイキング	交 際	ダ ン ス
19	あ そ び	パチンコ	競 馬
20	ク ラ ブ	ハイキング	ボーリング
21	あ そ び	行 動	楽 し み
22	ハイキング	ボーリング	ド ラ イ ブ
23	ハイキング	う た	ダ ン ス
24	ゲ ー ム	ダ ン ス	う た
25	山	海	楽 し み
26	女	あ そ び	楽 し み
27	楽 し み	ゲ ー ム	グ ル ー プ
28	あ そ び	男 女	グ ル ー プ
29	あ そ び	親 睦	仲 間
30	雑 談	ゲ ー ム	—

表3 レクリエーションのイメージ(女)

	第1反応	第2反応	第3反応
1	話 し	ゲ ー ム	う た
2	あ そ び	ボーリング	卓 球
3	あ そ び	キ ャ ン プ	リ ー ダ ー
4	楽 し み	愉 快	ゲ ー ム
5	楽 し み	あ そ び	勉 強
6	あ そ び	ハイキング	楽 し み
7	自 由	和	交 流
8	ダ ン ス	楽 し み	あ そ び
9	あ そ び	ピクニック	交 流 会
10	活 動	リズム	集 会
11	楽 し み	あ そ び	ゲ ー ム
12	山	海	ハイキング
13	う た	笑 い	楽 し み
14	あ そ び	友 だ ち	ゲ ー ム
15	あ そ び	トランプ	友 だ ち
16	あ そ び	おもちゃ	ハイキング
17	ゲ ー ム	体 操	グ ル ー プ
18	サークル	あ そ び	友 だ ち
19	あ そ び	楽 し み	仲 よ し
20	友	輪	仲 間
21	楽 し み	愉 快	笑 い
22	あ そ び	健 康	フォークダンス
23	あ そ び	ダ ン ス	ハイキング
24	運 動	フォークダンス	友 だ ち
25	楽 し み	ダ ン ス	ボーリング
26	あ そ び	仲 間	友 情
27	あ そ び	娛 楽	笑 い
28	ハイキング	ボーリング	人
29	あ そ び	リ ー ダ ー	ダ ン ス
30	う た	フォークダンス	リズム

表4 ゲームのイメージ(男)

	第1反応	第2反応	第3反応
1	楽しみ	あそび	金
2	野球	ダンス	ボーリング
3	トランプ	花札	ボーリング
4	野球	ボーリング	バレーボール
5	あそび	ギャンブル	トランプ
6	トランプ	花札	チェス
7	罰	金	あそび
8	あそび	勝負	楽しみ
9	和	金	勝負
10	楽しみ	参加	勝負
11	双六	囲碁	将棋
12	室内	カルタ	マーじゃん
13	ボーリング	卓球	————
14	あそび	ボーリング	野球
15	あそび	楽しみ	勝負
16	花札	スロットマシン	男女
17	ボーリング	ハンドボール	トランプ
18	パチンコ	トランプ	ギャンブル
19	パチンコ	競馬	運動会
20	トランプ	マーじゃん	パチンコ
21	あそび	楽しみ	友だち
22	ジャンケン	お手玉	トランプ
23	ボーリング	パチンコ	トランプ
24	トランプ	カルタ	双六
25	野球	ルール	スポーツ
26	勝負	金	騒音
27	双六	ダンス	ボーリング
28	友だち	楽しみ	リーダー
29	あそび	親睦	行動
30	ダンス	トランプ	————

表5 ゲームのイメージ(女)

	第1反応	第2反応	第3反応
1	輪投げ	鬼ごっこ	かくれんぼ
2	パチンコ	仲間	人間
3	手拭	手	運動着
4	楽しみ	顔	めかくし
5	あそび	東京	体操
6	あそび	グループ	————
7	1位	リレー	罰
8	バズル	カルタ	トランプ
9	ボーリング	レクリエーション	スポーツ
10	あそび	つながり	楽しみ
11	楽しみ	トランプ	走
12	勝負	罰	フォークダンス
13	仲間	あそび	トランプ
14	あそび	友だち	楽しみ
15	楽しみ	友だち	勉強
16	乗物	機会	笑い
17	笑い	男女	部屋
18	あそび	人々	友だち
19	楽しみ	仲よし	フォークダンス
20	あそび	トランプ	カルタ
21	ドキドキ	音	楽しみ
22	トランプ	うた	ファイヤー
23	カルタ	トランプ	正月
24	鬼ごっこ	椅子とり	トランプ
25	笑い	騒ぎ	あそび
26	時間	金	閉つぶし
27	勝負	競争	罰
28	ジャンケン	足	ボール
29	鬼ごっこ	グループ	楽しみ
30	トランプ	花札	ジャンケン

### 1 反応語の傾向

表2から表5までのなかから分類すると次の表(表6)のようになる。

表6 反応語の傾向

項目 性別	レクリエーション		ゲーム	
	男(%)	女(%)	男(%)	女(%)
感情 反応	6 (6.7)	10 (11.1)	6 (6.8)	7 (8.0)
叙述 反応	19 (22.5)	20 (22.2)	9 (10.3)	11 (12.6)
種目 反応	44 (49.4)	31 (34.4)	50 (57.5)	29 (33.4)
共在 反応	17 (22.4)	17 (18.8)	18 (20.6)	30 (34.5)
印象 反応	3 (1.3)	12 (13.5)	4 (4.8)	10 (11.5)
計	89 (100)	90 (100)	87 (100)	87 (100)

している。とくに種目については、男子は、ゲームのなかでの種目がすぐ浮んでくることに対して、女子では、むしろゲームという活動を通して、それに伴った環境の方が心にあることと解してよからう。

こんどは、別な角度から、反応の傾向を眺めてみよう。表7は、実際にどれくらいの人たちがどんな反応を示したかをあらわしたものである。第3反応語までにおいて、ひとつでも反応を示したものの数である。

<注>感情反応とは楽しみ、愉快、明るいなどの反応語とし

てあらわしたもの

叙述反応とは休養、健康、あそびなどのように説明的反応をあらわしたもの

種目反応とはキャンプ、卓球などのように、活動の種目をあげたもの

共在反応とは山、海、手拭など、活動と共にあるもの

印象反応とは笑い、輪、和などと活動に伴なり印象を反応語としてあげたもの

表6で明らかなように、レクリエーションでは、種目、叙述、共在反応の順が、男女とも一致している。感情反応と印象反応においては、男子が少ないのに反し、かなりの反応が女子にみられることは、一般的な男女差としていわれるとおり、レクリエーションということばをきいたとき、女子の方が、より感情・印象的な反応を示すようである。

ゲームでは、男子が種目、共在、叙述反応の順に対し、女子では共在、種目、叙述反応を示

表7 各反応を示した人数

項目 性別	レクリエーション		ゲーム	
	男(人)	女(人)	男(人)	女(人)
感情 反応	4	7	6	9
叙述 反応	17	18	9	10
種目 反応	22	21	20	17
共在 反応	14	14	14	15
印象 反応	3	8	3	5

表7でわかるように、レクリエーションおよびゲーム共、約半は種目反応を示しており、約半数のものが共在反応を示している。叙述反応については、レクリエーションとゲームでは、かなりの差がある。これは、レクリエーションについて、より知的な体験が多いことを物語っ

ているといえよう。

## 2 イメージの一般的傾向

第3 反応語までを、多いものからまとめてみると、表8のようになる。

表8 第3 反応語までのイメージ

項目 順性	レクリエーション		ゲーム	
	男 併	女 併	男 併	女 併
1	あそび (15)	あそび (17)	トランプ (10)	トランプ (8)
2	ハイキング (8)	ダンス (9)	ボーリング (8)	あそび (8)
3	ボーリング (7)	楽しみ (9)	あそび (8)	楽しみ (8)
4	楽しみ (5)	友だち (7)	楽しみ (6)	友だち (5)
5	キャンプ (4)	ゲーム (5)	勝負 (5)	(以下省略)
6	ゲーム (4)	(以下省略)	(以下省略)	
	(以下省略)			

<注> 数字は反応語数をあらわす

### (1) レクリエーションに対するイメージ

男女とも、レクリエーションときいてすぐ“あそび”を連想することは容易に予想されるところである。しかし、あそびにつづくものでは、男子は概してハイキング、ボーリングなどの活動種目に対し、女子では、ダンス、友だちなどの反応にみられるように、かなりの種目的ひらきが感じられる。これは、イメージが過去の経験に影響されているということから考えると、男子が、より活動的な種目経験が多いのに反し女子は、社交的種目の経験が多いということがいえそうである。

ともあれ、“楽しみ”などのことばからみられるように、レクリエーションに対しては、明るいイメージをもっていることが、男女において感じられるところである。

### (2) ゲームに対するイメージ

ゲームときいて“トランプ”と反応するも

のが意外に多い。これはトランプがいかにか定着しているかが伺われる。それと共にボーリングが、活動種目のひとつとして（とくに男子において）大きなウエイトを占めていることも注目されよう。

男子においては、ゲームの印象としては勝負ごとのイメージが強く、女子は、むしろ友だちと一緒に楽しむといった意味あいを、多くもっているようである。

## 3 レクリエーションのイメージ分類

レクリエーションのイメージが、レクリエーション活動の分類と照らしあわせた場合に、どのような活動が、とっさに頭に浮んでくるかを検討したのが表9である。すなわち、レクリエーション活動を、Anderson, J.M. の分類<sup>(6)</sup>に従って、ひとつでもイメージをもったものを抽出してみた。

<注> イメージの中で、あてはまらないと思われるもの

(話し、あそび、楽しみなど)は、この対象としなかった。

表9 レクリエーション・イメージの分類

	男 (人)	女 (人)
身体的活動	8	5
野外活動	17	7
社交的活動	14	21
趣味文化活動	2	3

表8にみられるように、男子は野外活動に半数以上が反応を示し、社交的活動には半数、身体的な活動に対しては $\frac{1}{2}$ に止まっている。さらに趣味文化活動には殆ど反応を示していない。

これに対して女子では、圧倒的に社交的活動に反応を示している。野外活動をはじめ他の活動に対しては、あまり反応がない。

これを通して考えられることは、レクリエーションといえは、グループ・レクリエーションに対するイメージが強く、とくに男子では、野外活動、社交的活動に、女子では、社交的活動を連想している。若者にとって必要といわれる身体的な活動への反応が少ないことも一考を要する。

#### 4 ゲームのイメージ分類

ゲームのイメージを、次のような分類にあてはめてみることによって、ゲームの傾向が、一般的イメージよりも、さらにはっきり浮びあがってくる。(表10)

表10 ゲームのイメージ分類

	男 (人)	女 (人)
身体活動を主とするゲーム	7	6
知能・家庭的なゲーム	6	5
射伴性を主とするゲーム	11	2
親睦を主とするゲーム	6	17

表10では、かなり男女差があらわれてくる。すなわち男子にあつては、分散的な傾向を示しているが、強いていうならば射伴的なゲーム、いわゆる商業的なものあるいはギャンブル的なものに多くの反応がある。

女子では、ここでも圧倒的に親睦を主としたゲームに反応を示している。

#### 5 レクリエーションの分類とゲームの分類との関連性

レクリエーションのイメージ分類をもとに、それぞれの分類の中で、いったいゲームの分類によると、どのような反応を示しているかを知るために、レクリエーションの分類を縦軸に、ゲームの分類を横軸にかみあわせたものが表11である。

表11 レクリエーションとゲームの関連性

レクリエーション \ ゲーム	性別	男 (人)	女 (人)
身体活動	A	2	1
	B	2	—
	C	3	—
	D	1	4
野外活動	A	5	2
	B	3	1
	C	8	—
	D	1	4
社交活動	A	4	4
	B	3	5
	C	5	1
	D	2	11
趣味・文楽	A	—	—
	B	—	—
	C	2	1
	D	—	2

〈注〉 A…身体活動を主とするゲーム  
B…知能・家庭的なゲーム  
C…射伴的なゲーム  
D…親睦的なゲーム

この表から一般的傾向を述べるわけにはいかないが、男子においては野外活動のイメージの強いものの中で射伴的なゲーム反応を示したものが多く、社交的レクリエーション活動の中で、親睦的なゲームに反応を示したものが、14名中わずか2名にとどまっていることは、注目してよいと思われる。

また女子においてはいずれも社交的な親睦を深めるゲームのイメージが強く、レクリエーションに対するイメージとゲームに対するイメージの特徴はでていないようである。

#### 6 ゲームのイメージと反応分類との関連性

ゲームのイメージの中で、どのような反応傾向があるかを調べたものが表12である。すなわち、ここではゲームの分類を縦にとり、反応傾向を横にとってクロスさせたもので、ゲームの分類と反応の間に、何らかの特徴的な差を比較しようとした。

表12からよみとれることは、一般的に種目反応が多いことは、前述の結果と一致しているが、それも身体的、家庭的、射伴的なゲームにはっきりあらわれている。しかし社交的なゲームにおいては、もっと分散された形になってい

表 1 2 ゲームの分類と反応の関連性

ゲーム	性別 反応	性別	
		男 件	女 件
身体的 ゲーム	①	—	—
	②	2	3
	③	17	9
	④	1	5
	⑤	—	1
家庭的 ゲーム	①	—	1
	②	—	1
	③	17	12
	④	1	1
	⑤	—	—
射的 ゲーム	①	2	—
	②	4	1
	③	14	—
	④	11	5
	⑤	2	—
社交的 ゲーム	①	4	7
	②	3	6
	③	2	9
	④	5	19
	⑤	3	9

＜注＞①……感情反応  
 ②……叙述反応  
 ③……種目反応  
 ④……共在反応  
 ⑤……印象反応

る。このことは、社交的なゲームにおいては、種目そのものよりも、もつと他のたくさんの要素によってイメージが形づくられるものと解してよからう。

また家庭的なゲームにあつては、男女とも、種目そのもののイメージが強く、他の要因については、あまり反応を示していないことも、家庭的なゲームを特徴づけている。

射的ゲーム、社交的ゲームでは、共に共在反応が強いようである。これは、身体的ゲームや家庭的なゲームとの大きな差と考えられよう。すなわち前者にあつては、種目そのものよりも、それに伴った諸条件が大きく影響を与えているのに対し、後者においては、種目そのものの興味性に大いに関係があるものと考えられるのではなからうか。

## V 要 約

レクリエーション・リーダーにならうとする人

たちを対象に、それらの人たちがもっているイメージを、ひとつの事例として分析してきたが、この結果だけで多くのものを推論することはできない。しかしこの団体の中ではじめてリーダーにならうとするもののイメージの概要は把握できたことと思われる。また、実際のリーダー養成に対しても、いくつかの指導指針が得られるようでもある。以下そのいくつかをまとめてみよう。

① レクリエーションに対するイメージは、圧倒的に種目反応が多い。このことは、反応語数および反応人数についていえる。レクリエーションが、実践として具現されるとき、その活動自体が、非常にたいせつであることを意味することであり、活動の選択あるいはプログラムの中での活動の配列が、参加者に与える影響の大きいことを示唆させられる。

② ゲームに対するイメージは、一般的には種目反応が多いが、とくに女子にあつては、ゲーム種目よりも、それらを実施するときに伴う環境（物的・心的環境ともいえよう）が、たいせつな条件になっている。

③ ゲームの類別から考えると、身体的、家庭的なゲーム群と、射的、社交的ゲーム群にひらきがみられる。すなわち前者は種目に、後者は全般的なイメージが強く作用している。これはとくに社交的なゲームを指導する機会の多いレクリエーション・リーダーが、ゲーム指導についての諸条件を十分考慮し、単にゲーム種目だけに関心を寄せるだけではいけないことを意味していよう。

④ レクリエーションに対するイメージは、殆どがグループ・レクリエーションをさしている。これはグループ・レクリエーションの在り方や、広くレクリエーション活動を推進する上に、いわゆる個人的レクリエーション活動をどのように普及するかということがらを含んでいる。

⑤ ゲームに対するイメージは、男女差がはっきりあらわれており、男性は活動的でギャング性の強いもの、女性は社交的なゲームに強い

イメージがある。これは従来までの経験に影響されているものと考えられることから、単に指導者がゲームといったときでも、その意味する内容に違いがあることを、十分認識しなければならないようである。

以上いくつかの点をあげてみたが、レクリエーション指導あるいはゲーム指導においては、単にこれだけのことからその方向性を見出すことはできないが、問題のあるものについては、今後のより深い探索によって導き出すことができるものと思われる。

#### 参考文献

- (1) 飽 戸 イメージの心理学 潮新書  
1970.10 258 ~ 265
- (2) 吉田 他 消費者行動の調査技法 丸善KK  
44.7 45 ~ 50

- (3) 名 東 消費者行動の研究 東洋経済新報社  
42.9 30 ~ 34
- (4) 飽 戸 前掲 18 ~ 20
- (5) 吉田 他 前掲 66 ~ 69
- (6) Anderson, M.J. Industrial Recreation  
Mc Grow-Hi 11  
1955 113 ~ 147

#### (その他)

- 高 橋 レクリエーションに対するイメージの研究  
1968 第4回レクリエーション研究  
大会資料  
ポウルディング 大川訳 ザ・イメージ 誠信書房  
45.9
- 林 編 イメージと近代経営 ダイヤモンド社  
38.4
- 戸川編 連想検査法 白亜書房  
1959