

テーマ 3

人文学

心理学

教育学

言語学

テーマ 3. 人文学 タイトル一覧

心理学		ページ
33	認知心理学	91
34	芸術心理学	93
35	効果的な広告とは何か	96
36	HSP の人が生きやすくなるために	98
教育学		
37	桃太郎の変遷	101
38	子ども食堂を楽しく	105
39	子供たちの科学への興味と理解を引き出すには？	108
言語学		
40	方言の将来性	112
41	コーパスで読み解く英語	114

認知心理学 ～色と記憶～

研究者2年3組01番石田直
2年3組02番色部知寿
2年3組18番田中洸汰

1. 研究目的(問題意識)

「見えないゴリラの実験」と呼ばれる非常に有名な先行実験を知り、その先行研究を参考にして、「人間の記憶力」特に「認知心理学」を選びその中で色と記憶の相関関係について理解するため。人間の先入観による一つのことに集中(着眼)すると周りの他の物事に気づかなくなるという習性を確認するために、先行研究を参考に独自の動画をゴリラの実験に基づく実験を参考にして作った。

また、背景の色と瞬間的に出る文字に対する人間の記憶の能力の相関関係を理解するため、色に対する先行研究を元に動画を作り実験を行い結論を導くことでどの背景の色が最も人間の記憶に残りやすいのかを知りたかったため。

これら二つの実験を関連付け、人間の気づきににくい部分に何色を用いれば人間の特性である注意散漫な部分を少しでも克服できるのかという結論まで持っていきたいと考えこのようなテーマ設定にした。

2. 現状(先行研究の分析)

(1)〈見えないゴリラの実験〉

人間は視界に入っているものすべてを見ているわけではない・むしろ見ようと思っているものは目に入るが、そう思っていない(予期していない・注意していない)ものは目に入らない。いわゆる「選択的注意」。



〈ゴリラ現象への対策〉

1. 気づいてもらえる表現に言い換える
2. 気づいてもらえるように声をかける

(2) (原因・現状2)

〈スパーリングの視知覚実験〉

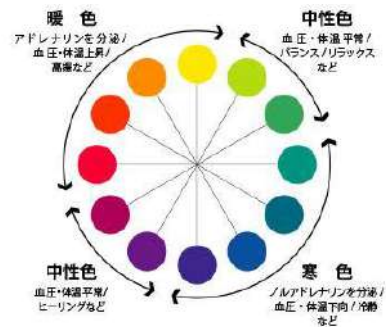
「全報告法」

スパーリングの実験はアイコニックメモリ(視覚情報の感覚記憶)の接続時間に関する実験で、スパーリングはアイコニックメモリにおいて網膜に映ったイメージがどれくらい保持されているかについて調査した。その結果網膜瞬間的に映った情報は感覚器官に保たれていることがわかり、スパーリングはこれを視覚情報保存と呼んだ。

A 5 L
Q 2 J
1 E B

〈色〉

青色は人を冷静にする効果がありそれが記憶に影響している。また色の濃度を一段階変えただけで覚えやすさに大きな差が生まれる。赤色は脈拍や血圧を上げる効果や精神の興奮作用があるため、多様すると気が散りやすくなってしまい一説「赤いものを見続けるとストレスを感じやすくなり、勉強に対する意欲を奪ってしまう」強調させたい場所などへ部分的使用するのであれば良い。暖色系カラーは多用しすぎると気が散ってしまう原因になる可能性がある。青色は、鎮静効果が得られる色で気持ちが落ち着き、集中しやすい。様々な研究から「青色のものを勉強に取り入れることで、脳の集中時やリラックス時に出る"アルファ波"が増えること」が判明している。



3. 研究方法(研究手法)

研究①: 日常生活でよく目にする黄色、白色、青色、赤色で書かれる文字を数秒のあいだ表示されるようにした動画を色ごと作り、被験者に見てもらう。その後被験者が意識したことで記憶に残った文字を色ごと数を数えその数を集計する。集計したものをグラフにまとめて、その傾向から色と記憶の関係性を調べる。被験者に直接聞いたりInstagramのDMを聞いたりして男女約30名ほどの実験データを集めた。

研究②: 白い服を着た人と色の暗い服を着た人が混ざり合い、1つのボールでパス回しを行う動画を作成する。被験者には、この動画の中で白い服を着た人がボールを投げる数を数えてもらう。この時、被験者が注目している作成した動画内では、数える時に必ず確認するであろうボールの色が途中で変わっている。その変化に気づくか否かで人の認知心理学についての結果を得る。被験者に直接聞いたり、InstagramのDMで聞いたりして男女約30名ほどの実験データを集めた。

4. 結果・考察

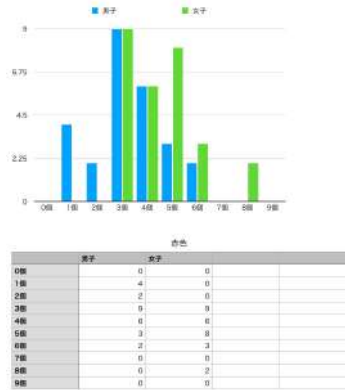
今回の実験は被験者として男女ともに20人ずつ見えないゴリラの実験・「スパーリング実験」を行った。まず、「見えないゴリラの実験」では男女ともに「気づかない」と回答する人が多かったが予想よりも気付く人が多かった。(注1)次に、「スパーリングの実験」では、色によって覚えらる文字数がかなり変わったことも分かった。

(注2) (注3) (注4) (注5)

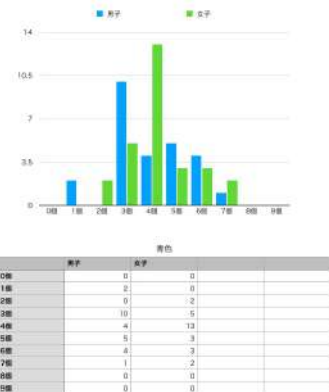
注1 見えないゴリラの実験を参考に作った実験内で起こる変化に気づいた人の男女それぞれの数

見えないゴリラの実験			
	男子	女子	
気づいた人	11	8	
気づかなかった人	17	22	

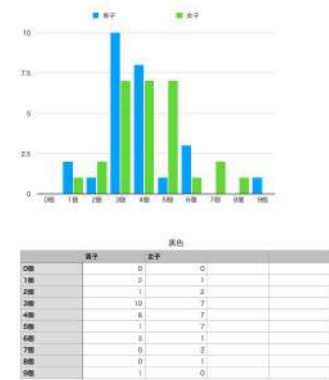
注2 赤色の文字を用いたスパーリングの実験の記憶した文字数



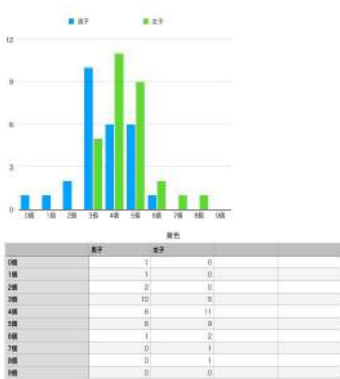
注3 青色の文字を用いたスパーリングの実験の記憶した文字数



注4 黒色の文字を用いたスパーリングの実験の記憶した文字数



注5 黄色の文字を用いたスパーリングの実験の記憶した文字数



5. 自分の提案(答え)

(1) 提案1

今回2つの実験を行ったが「見えないゴリラの実験」では、男子は気づいた人が11人、女子は8人と気づかない人が多かった。一つの要因として、「選択的注意」が挙げられる。被験者には白い服を着た人のボールをパスした回数を数えるよう求めたため、ボールの変化への意識が向きづらくなつたと考えられる。人は意識したいものを見る。しかし、意識が他のものに向かった場合には、目で見ることが出来たとしても頭で認識することができず、記憶に残らないと考えられる。「スパーリングの実験」では、3・4・5・6個覚えた人が多かったが色によって、微妙に覚ええられる個数が異なつたことが分かった。その要因として色による「記憶への残りやすさ」が挙げられる。それぞれの色の覚えた平均個数は 黄色「約3.9個」黒色「約3.9個」青色「約4個」赤色「約3.3個」となつた。わずかな違いではあるものの、青色が1番覚えやすい色となつた。この結果から日常生活(例:スライド内の伝えたいポイントなどに利用する)にも生かしていけばさらに効率的に進められると考えた。意識が向きづらく、変化に気づきにくい青色は重要な事を引き立たせる部分に使用する色として利用すれば、より重要な部分に閲覧者の意識を向け理解の促進を促すことが出来る。

6. 今後の課題

今回の実験では被験者が高校生だけになつてしまったので、もっと様々な年齢層や人数をもっと増やして母数を多くしてより正確な実験にしたいと思つた。実験の集計や被験者数にばらつきが出てしまつた。またこの色と記憶の関係から得られたものを活用法をさらに見いだしていきたいと思つた。

7. 引用・参考文献

1) <https://www.google.co.jp/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwj2ZnqifKAAXYdvUHHWYbBKcQtwJ6BAgrEAI&url=https%3A%2F%2Fwww.youtube.com%2Fwatch%3Fv%3DDP-PP35A0vHw&usg=AOvVaw0hU1Bijv-YIupzse8XgMTP&opi=89978449>
2© 2015 心理学の教科書・基礎からの心理学
3) Copyright © 2024 SSAITS All Rights Reserved.

芸術心理学 —色と心の関係性—

研究者 2年3組39番 吉沢夏奈

2年2組18番 谷地璃子

2年3組25番 林穂乃香

2年3組33番 毛受実来

1. 研究目的(問題意識)

班活動や趣味で音楽や芸術に関わる中での芸術作品と心情の関係性を知るため。
作品が人の心に与える影響を調べて今後のそれぞれの活動に活かしていきたい。

2. 研究方法(研究手法)

研究1

長野県立美術館にて企画展の「葛飾北斎と3つの信濃」に展示されてるうち3つの作品を葛飾北斎についての予備知識ありとなしに分かれて

鑑賞する

研究2

絵画を見てもらいどう感じるか、ポジティブ、ネガティブ、その他(具体的にどう感じたか)を答えてもらうアンケートをとる。

3. 結果・考察

結果1

画像1



画像2



画像3



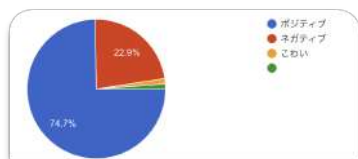
	予備知識あり	予備知識なし
画像(1)	・波が大げさ ・富士山より手前の波の方がインパクト強め	・迫力がある ・雲がないから波が際立っている
画像(2)	・山の下の方にいくほど色が深い ・背景の配色はなぜあの順番なのか	・背景の空はなぜこの順番なのか ・富士山が暗い印象
画像(3)	・下の方だけ動物がいる ・崇拝を可視化したように怖い	・舞台は天界かも ・なぜ鬼がいるのか

考察1

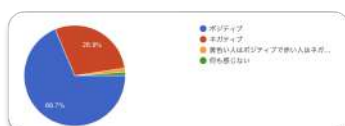
今回の鑑賞の結果として、予備知識ありと予備知識なしでどちらも画像1では波と富士山を比較している点、画像2では富士山や背景の色に注目している点から、**作者に関する予備知識があるかないかで作品に対して感じることに大きな違いは生じない**ということがわかった。

結果2 ポジティブ→■ ネガティブ→■

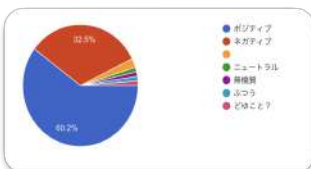
①



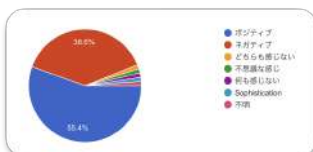
②



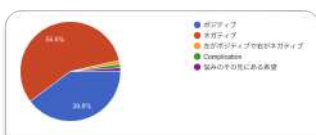
③



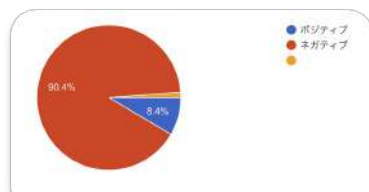
④



⑤



⑥



考察2

・基本的に絵画に使われる色の数が関係しているのではない。

「色しらべ」によると

①140色②94色③133色④58色⑤235色⑥54色

であることからほとんど使われている色が多いほどポジティブに感じると言える。

・色が人に与える影響がポジティブと感じるかネガティブと感じるかに関係しているのではない。

一般的に、色は人の神経や感情に影響を与えられているとされていて、A明度・彩度ともに高い色が使われているB赤みのある色(興奮色)が使われている、などの絵は交感神経を活発にし陽気だと感じさせると言われていて、逆にA明度・彩度ともに低い色が使われているB青みの強い色(鎮静色)が使われている、などの絵は副交感神経を活発にし陰気だと感じさせると言われている。

また、色相以外にもそれまでの人生や人を取り巻く文化で、色によって感じるものが変わるとも言われている。例えば、赤は興奮や怒り、情熱、危険を感じさせ、緑は安心感を与えるなどが挙げられる。

以上を参考にアンケート結果を分析すると、

①②③

などポジティブと感じるという回答が多かった絵では明度・彩度が高くカラーセラピーの観点でもマイナスな印象を与えにくい色が目立つ。

④⑤⑥

などネガティブと感じるという回答が多かった絵では明度・彩度が低くマイナスな印象を与えやすい色が目立つ。

などアンケートの結果にも結びつくと言える。

4. 反省

・アンケートに使用した絵画の枚数が少なくなってしまった。

今回は回答時間を短くするために枚数を減らしたが、さらに枚数が多ければ色彩以外との関係もわかったかもしれない。

次回は枚数をより多くして研究したい。

5. 引用・参考文献

画像1 葛飾北斎〈富嶽三十六景 神奈川沖浪裏〉

画像2 葛飾北斎〈富嶽三十六景 山下白雨〉

画像3 葛飾北斎〈紙本著色釈迦涅槃図〉

①クロード・モネ〈La Japonaise〉1876年

ボストン美術館

②キース・ヘリング〈Pop shop IV〉1989年

③ワシリー・カンディンスキー

〈Transverse Line 横線〉1923年

④マーク・ブラッドフォード

〈Daddy, Daddy, Daddy〉2001年

グッゲンハイム美術館

⑤ワシリー・カンディンスキー

〈黄・赤・青〉1925年

⑥フランシスコ・デ・ゴヤ 〈魔女飛行〉1797年

アプリ:色調べ

<https://apps.apple.com/jp/app/%E8%89%B2%E3%81%97%E3%82%89%E3%81%B9-%E3%82%AB%E3%83%A1%E3%83%A9%E3%81%A7%E8%89%B2%E3%81%AE%E6%83%85%E5%A0%B1%E3%82%92%E6%8A>

[%BD%E5%87%BA-%E9%85%8D%E8%89%B2%E3%81%AE%E8%A7%A3%E6%9E%90/id1160206848](https://www.c-c-j.com/course/psychology/colorthrapy/column/column02/)

資格のキャリアカレ「カラーセラピーにおける色の意味を解説！意味を構成する3要素や効果まで」

<https://www.c-c-j.com/course/psychology/colorthrapy/column/column02/>

資格のキャリアカレ「色彩心理学における色の意味・効果／色が与える影響も解説」

<https://www.c-c-j.com/course/psychology/colorthrapy/column/column07/>

Categories 「【こんなにも凄い】色が人の心理と行動に与える影響とは」

<https://blog.btrax.com/jp/color/>

効果的な広告とは何か

～ターゲット層の欲求を見抜け！～

2年1組 6番 木村悠
2年1組 23番 丸山大輝
2年1組 27番 本山首里

↑食べたそうにしているように見える

1. 研究目的

中学生の頃の一人一研究で効果的な動画CMの制作に関する研究を行い、そのときに他の媒体や方法についても興味を持ち、よりよい広告制作に生かすためにはどうすれば良いか考えるためにも研究してみたいと思った。そのため、この研究の最終目標は「実際に自分たちで広告を制作すること」に設定した。

2. 事前調査

(1) 広告制作の前段階について

始めに、各媒体に関わらず効果的な広告はどのように作られているのかをインターネットを用いて調査した。その結果、広告を制作する前段階として・コンテンツのアピールポイントを発見・設定する・魅力に合ったターゲティングを行うの2点が必要だとわかった。

どのような媒体においても、このように宣伝したいコンテンツが持つ魅力を発見し、それがどんなターゲット層に響くのか分析することが不可欠であることがわかった。

ターゲティングとは、目標となるユーザーや宣伝するコンテンツを分析し届けるユーザーを特定することである。それによって不特定多数にアプローチするよりも無駄なく効果的にユーザーにアプローチすることができる。

(2) 広告のデザインについて

○色

それぞれの色は、色ごとに異なるイメージを持っていて、配色についても、そのコンテンツが持つイメージに応じて配色を変えるとよりユーザーを惹きつけることができる。

○レイアウト

広告のレイアウトについては、見やすさ・視認性とデザイン性のバランスにおいて、年齢や特徴を考慮したターゲット層の意識が必要である。

インパクトのあるキャッチコピーも有効で、ターゲット層に合わせて見る人の不安を煽ったり、見る人の具体的な利益を明示するなどの方法がある。

○認知性バイアス(昨年の研究より)

レイアウトについて、並んでいる2枚の画像に関連性があるように見せることができるクレショフ効果という認知バイアスを利用したレイアウトなども利用されている。

▶クレショフ効果



(3) 広告の媒体について

広告には、大きく分けてオフライン広告とオンライン広告の2つがある。

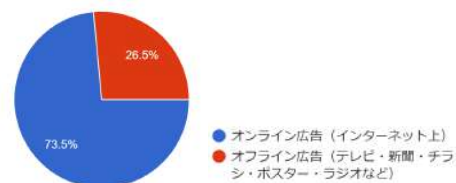
それぞれの違いを分析してまとめた結果、次の図のようになり、

	オンライン広告	オフライン広告
ターゲティング方法	様々	エリアターゲティング
情報量	少ない	多い
結果の測定	可能	難しい
費用	安い	高い

私たちが課題探究に利用すべき広告としてオンライン広告を設定した。

(4) アンケート結果について

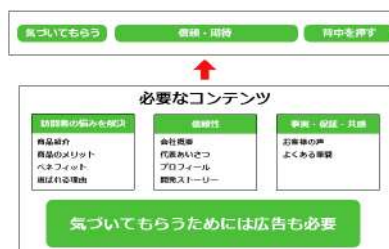
「普段の生活においてよく見るのはオンライン広告かオフライン広告のどちらか」



この結果から、若い世代をターゲティングするときはオンライン広告を用いたほうが客層にヒットすることがわかった。

(5) Webサイトで重視すべき点

Webサイトのデザインにおいて重視する点はコンテンツの充実である。



(<http://mousai.biz/kiji/web-site-design-focuses-on-the-content-that-is-important/>より引用)

理想とする顧客像をターゲティングし、その顧客に期待を与え、その背中を押すことがWebサイト内のコンテンツに求められる。背中を押す手順は、顧客の利益を示す→会社(広告元)の沿革などを示

し、信頼感を与える→お客さんの声を入れる
などが考えられる。

(6)信州千曲観光局の方のお話から

広告の利用の例として、身近な千曲市ではどんな戦略を持って広告を作っているのか調べるため、信州千曲観光局の多田空太さんにお話をうかがった。インタビューを通じてわかったことは次の通りである。
・観光局ではWordpressという無料のソフトを使ってホームページを作り、主にそこで情報発信をしている。
→ホームページは他の市町村と比べてシンプルで簡単な構造で作ることによって、デザイナーではなく自分たちで操作できるようにし、必要な情報をすぐに反映できるようにしている。
→大切なのは奇抜なデザイン性よりも内容が詰まっているかどうか。

・チラシやポスターなどの紙媒体は主に千曲市の外部の人が千曲市の活動に気づいてもらえるためのもの。それに対してホームページは主に内部の市民が情報を手に入れるためのものである。
→ターゲット層の明確化

(7)事前調査のまとめ

事前調査を通して広告を効果的にする方法について、以下のことがわかった。

- ①魅力に合わせたターゲティングを行う。
- ②色やレイアウトなどを考慮した広告が目を引く。
- ③若い世代をターゲットにした広告はオンラインにするのが効果的である。

②については、観光局の方からは下のようなことを教えていただいた。

・デザイン性を重視するよりも見る人の興味にそのような内容になっているか重視した方がよい。

そのため、デザイン性と内容のどちらを見る人が重視しているのか調べるためにも、実証が大切になると考えた。

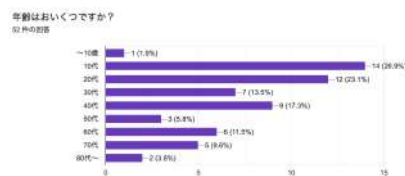
3. 研究方法

事前調査で調査した内容を実証するために、実際にWeb広告を制作して実証する。

実際に制作する広告では、事前調査で調べた内容を生かし、主に中学生を対象に屋代高校に進学したいと思えるような、屋代高校生にしか書けない魅力を発信するWebページを制作し、どんな影響を与えたのかWebページ内に設置したアンケートで実証するという方法をとる。

個人情報などには注意を払い屋代高校のホームページに掲載されている情報のみを掲載し、公開したところ、150件以上の閲覧数だった。

○結果



全世代に属する回答者から56件の回答を得た。
年齢の内訳に関しては上の通りで、10代が少し多くなっている。



普段広告を見る際に気にするポイントとして最も多く選ばれていたのは、「内容の充実性」だった。
この回答は比較的年齢の高い層に見られた。



Webページで印象に残った点を記述式で答えてもらったところ、上のテキストマイニングの結果のようになった。「フォント」などデザイン性に関する答えも多かったが、「SSH」「文化祭」など内容に深く関係する言葉が多く見られた。

これらの回答もやはり中高年層から見られ、印象に残った理由として挙げられていたのが「子供と結びつけて考えてしまう」というものだった。

○考察

このことから、若者層に比べ中高年層はデザイン性（一時的な視覚効果）よりも内容に深く影響を受ける傾向にあり、その内容は利益を感じる内容（子供に関してなど）であるということがわかった。

6. 研究を終えて

今回は実証を行い、一定の結論を得ることができたが、この結果を元にした再検討ができなかった。今後、年齢ごとの興味の対象や、居住地域による傾向なども調べてみたい。

7. 引用・参考文献

- ・効果的な広告とは (Yahoo!広告)
<https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/start-articles/basic/effective-ads/>
- <https://ads-promo.yahoo.co.jp/service/start-articles/basic/what-is-retargeting/>
- ・「組織システムとしてのアカウント・プランニング」伊吹勇介
chrome-extension://efaidnbmnnnlpcapclofndmkai/https://www.istage.ist.go.jp/article/advertisingscience/47/0/47_1017.pdf
- ・広告のデザインを理解する・レイアウト
<https://spc.askul.co.jp/print/flyer/column/clm5>
- ・令和4年版情報通信白書
- ・Mousai Web解析製作所
<http://mousai.biz/kiji/web-site-design-focuses-on-the-content-that-is-important/>
- ・千曲市観光局ホームページ
<https://chikuma-kanko.com>

アドバイスを下さった多田空太様並びに信州千曲観光局の皆様、ありがとうございました。

HSPの人が生きやすくなるために

ー 対処法は個人によって違うー

研究者 2年2組38番 氏名 湯本伺音
2年6組36番 氏名 宮澤一喜
指導者 山寺智子 先生

1. 研究目的(問題意識)

HSPとは、アメリカの心理学者エレン・アーロン博士によって提唱された。

周囲の環境に対して高い感受性を持つ、つまり繊細な人のことである。

HSPの人達が生きやすくなるためには、どうすればいいのかわかると考えた。

またHSPの人とそうでない人が共に生きやすい社会の実現を目指してみたいと思った。

2. 現状(先行研究の分析)

①「繊細すぎてしんどいあなたへ HSP相談室」 著:串崎真志 岩波ジュニア新書

繊細さとは、「多感力」(多くのことを感じ取る力)「繊細=多感」であり、多感力は「力」である。

②「気がつきすぎて疲れる」が驚くほどなくなる「繊細さん」の本 著:武田友紀 飛鳥新社

・繊細とは、生まれ持った気質である。

・繊細な人にとって、「そんなに気にしなくてもいいんじゃない?」「鈍感力が大事」といった言葉はあまり役に立たない。なぜなら、繊細さんは「気にしないってどうしたらいいの?」と思うばかりであり、自分自身を否定することになってしまうためである。

・繊細な人は繊細な感性を大切にすることで生きていける。

HSPの対処法には個人で出来るものがある

個人の対処法

刺激を物理的に防ぐ

1)視覚

メガネやコンタクトレンズの度を落とす

☞見えるものを必要最低限に抑える

2)聴覚

耳栓イヤホンで音楽を聞く

3)触覚

服の素材を心地いいと思うものにする。

例4)嗅覚

マスクをする

好きな香りのハンドクリーム、ヘアワックスを使う

例5)刺激の強い食べ物を避ける

これらは刺激を少なくしてストレスを和らげることを目的としたものだが個人差があり、これらを実践しても必ず効果が出るとは限らないだろう。

しかし、これらの解決法を知ることによって日常生活のストレスの原因を見直しより良い環境を作ることができるのではないかと考える。

③「繊細すぎて生きづらい」HSPの人にとって働きやすい環境は?

<https://miraiwork.co.jp/column/3038> より

生きやすい環境づくりが大切

生きやすい環境とは?

→自身がHSPだと自覚する。

一人の時間が取れる。

周囲の理解がある

HSPの人々が生きやすくなるには③の内容が大切だと分かった。これらを踏まえて目標達成を目指していく。

○HSPと自覚することで生きづらさの原因が分かり気持ち楽になるのではないかな。

○一人の時間を取ることによって周囲からの刺激を受けにくくなることで精神が安定するのではないかな。

○「周囲の理解とはどのようなものか、どのようにして理解を広げていくのか考えていきたい。」

3. 研究方法(研究手法)

論文や著書、校内アンケートなどでHSPの情報を集める。

情報を整理してHSPの人々が生きやすくなる方法を考える。

結論を出し、再度まとめる。

アンケートについて

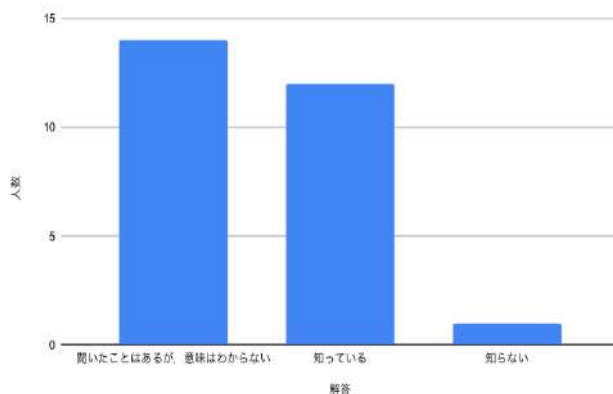
HSPの認知度を調査し、HSPの人とそうでない人の 特性の違いを比較することでHSPの人の傾向を実証する。

4. 結果・考察

アンケート結果

2年生を対象にアンケート調査を行った結果、以下ようになった。(アンケート総数:27)

1.あなたは「HSP」という言葉を知っていますか?



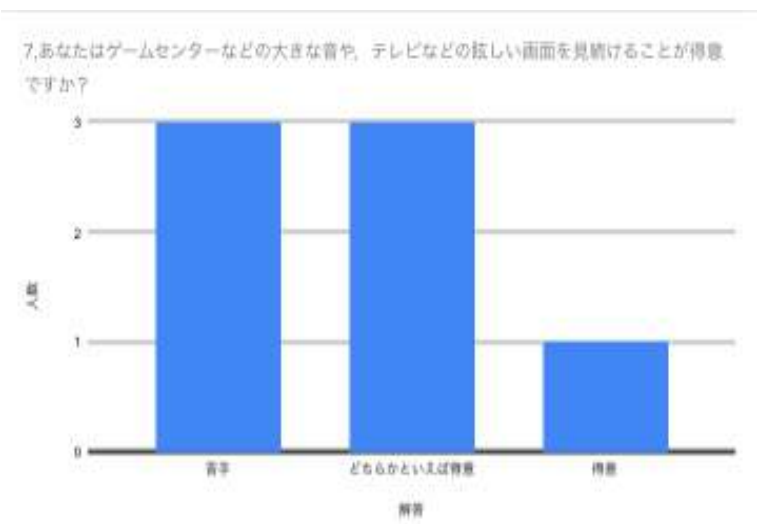
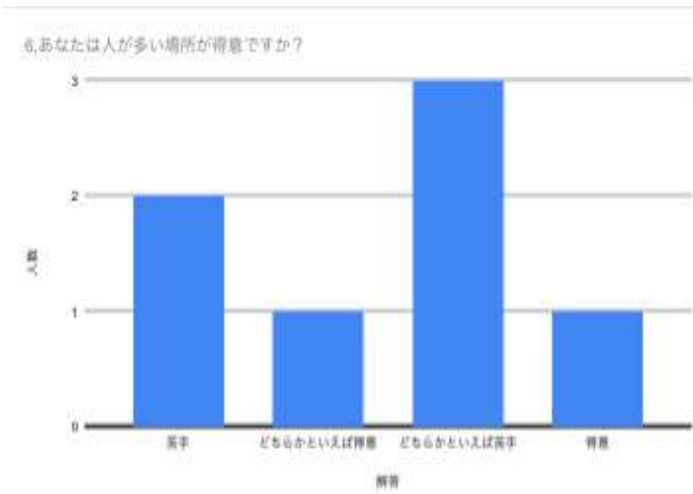
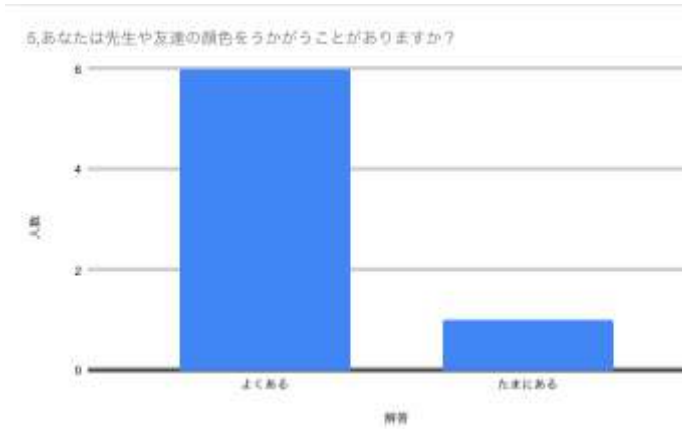
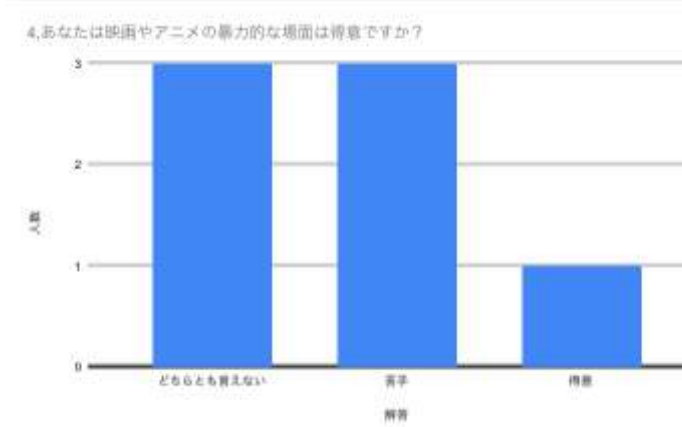
知っている:42%(12人)

聞いたことはあるが、意味はわからない:50%(14人)

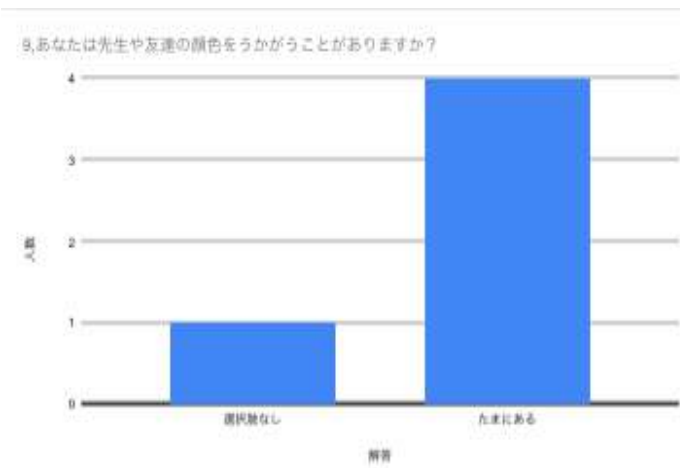
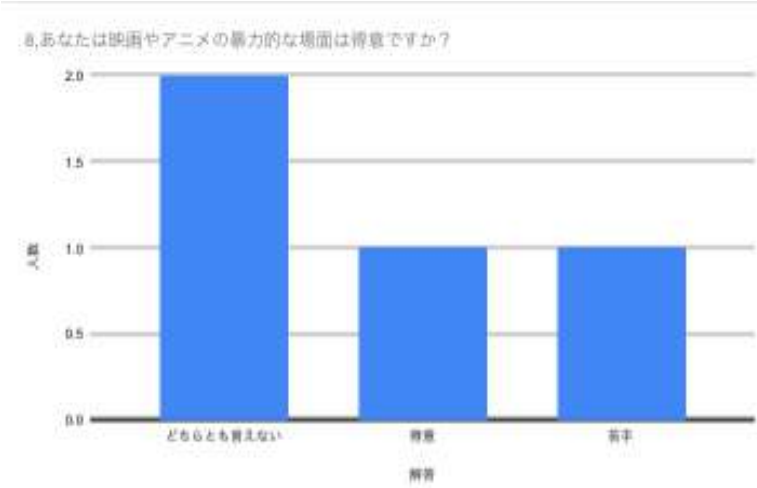
知らない:3%(1人)

認知度:92%(26人)

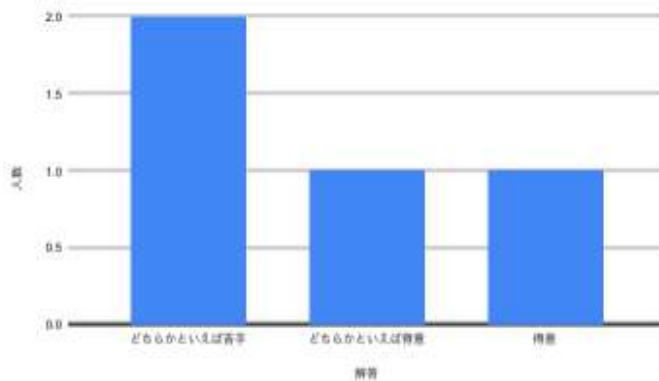
以下1,の質問で自分がHSPだと思う人の解答



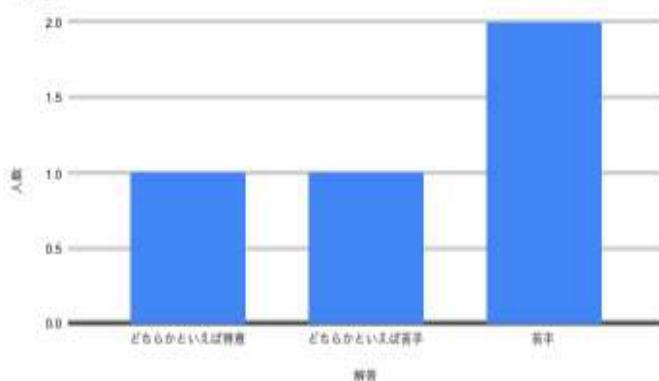
以下1,の質問で自分がHSPだと思わない人の解答



10.あなたは人が多い場所が得意ですか？



11.あなたはゲームセンターなどの大きな音や、テレビなどの眩しい画面を見続けることが得意ですか？



～アンケート結果の考察～

- ・自分がHSPだと思う人と思わない人での差は回答数が少なく傾向を見ることはできなかった。しかしHSPだと思う人も苦手なことは個人差があった。HSPだと思わない人も繊細さを抱えていることが分かった。
- ・1の質問から認知度が92%(27人中26人)であり、2年生の中でそれなりにHSPが認知されていることがわかる。
- ・HSPを知っている理由について「音や光に対してかなり敏感になる時があり、人付き合いが苦手だと感じるから」、「周りを気にすることが多いから」、「ネットのチェックテストでHSPと診断されたから」と、知ったきっかけをはっきりと覚えている人も多く見られた。
- ・HSPを知っている人も知らない人もHSPの特性に当てはまる人が多く見られた。
- ・HSPを知っている人にも、聞いたことがある人と知らない人にも、顔色を伺う傾向が強かったが、その他は、あまり傾向は見られなかった。

～全体の考察～

HSPだからといって人によってストレスを感じることは異なる。例えば、暴力的なシーンが得意でも、人が多い場所が苦手だったり、大きな音や眩しい画面が得意でも、先生や友達の顔色を伺うことがあったりする人もいた。アンケートからHSPの認知度も高くなっているのも個人が

HSPを自覚し自分を考え直す機会が増えていると考える。それに乗じて周囲の人間も協力し合うことによって生きやすい社会につながるのではないかな。

5. 自分の提案(答え)

(1)個人がストレスを感じることを気軽に言えるようにする。また、そのような環境作りも行う。
ストレスを感じることは人によって違う。よって周囲の人間は当人が辛そうだと感じていたら積極的に相談に乗り共に解決していくことが大切である。

(2) 理解を深める

周囲の人にしてみれば、HSPの当人が何を感じているのか分からない時があるだろう。逆に、HSPの人の視点から見ると、周囲の人が何を感じ、なぜそのような行動をするのか分からないだろう。
当人と周囲の人との関わりを通じて少しずつ互いの理解を深めていくことが必要である。
ネットなどで挙がっているHSPの特徴に囚われず当人の特徴を尊重することが大切だ。

6. 今後の課題

- ・アンケートの対象を学年全体から全校にし、総数を増やす。
- ・信憑性のある論文やインターネットサイトなどから、引き続きHSPについて調査し、より根拠のある研究にする。

7. 引用・参考文献

- ・「気がつきすぎて疲れる」が驚くほどなくなる「繊細さん」著：武田友紀 飛鳥新社
- ・「感じやすく傷つきやすい」「HSP」「生きづらさ」感じるケースも(十勝むつみのクリニック 長沼睦雄院長)
<https://medical.jiji.com/topics/1805>
- ・「繊細すぎて生きづらい」HSPの人にとって働きやすい環境は？
<https://miraiwork.co.jp/column/3038>

桃太郎の変遷

一桃太郎の内容の変化と細部の変化一

研究者 2年1組 9番 菅沼芽南夢
 2年1組 1番 飯島 由衣
 2年1組28番 矢島 由楽
 2年1組36番 和田葉由奈

1. 研究動機

新聞で、昔話がマイルドな内容になるように改変されているという記事を見た。その記事によると、そのような改変が行われているのは、昔話の内容が残酷なものであったりすることが理由であるようだった。しかし、私達は昔話に残酷さを感じたことがなく、さらにマイルドな結末になった昔話も、読んだことはない。そのため、本当に昔話の内容は変化しているのか、また、内容を変えたのは残酷さが原因なのか調べたいと感じた。

2. 研究目的

- (1) 本当に昔話の内容は変化しているのか。
- (2) 昔話の内容が変化していた場合、それは残酷さが原因なのか。

3. 先行研究

まず今回は、調査する物語を「桃太郎」に限定し、絵本の内容を読んで確かめることとする。

・桃太郎の内容が改変されているかを調べる

【目的】実際の絵本において、昔話がどのくらい改変されているかを調べる。

【方法】長野市立長野図書館で当日閲覧可能だった絵本桃太郎の蔵書(39冊)を全て読み、各項目に従って評価を付けた。項目は、インターネット上で「内容が変化している」と言われている情報を参考に、以下の通りに設定した。

- ①鬼が桃太郎・村に危害を加えているか。
- ②きびだんごを主従関係を築く代わりに与えているか。
- ③動物が自発的にのお供すると言うか。
- ④持ち主に宝を返したか。
- ⑤大事なところが隠れているか。
- ⑥桃太郎がしっかり者か。

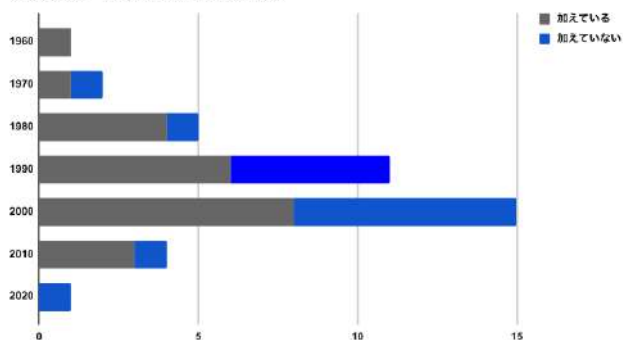
タイトル	作者	発行年月日	出版社	①	②	③	④	⑤	⑥
ももたろう	松居直	1965.2.20	株式会社福音館書店	○	○	○	×	×	○
ももたろう	こわせ・たまみ	2004.6.01	株式会社チャイルド本社	×	○	○	×	○	○
子どもに語る日本昔ばなし	—	2000.7.30	株式会社主婦と生活社	○	○	○	×	○	○
大型立体絵本ももたろう	佐竹玲	2001.5.01	株式会社メイト	×	○	○	×	×	○
よみかせおはなし絵本①	—	2002.8.20	成美堂出版	×	○	○	×	○	○
ももたろう	水谷章三	2003.5.31	につけん教育出版社	○	○	○	×	×	×
子どもと読みたいおはなし①ももたろう	松岡節	2002	ひかりのくに株式会社	×	○	○	×	×	○
読みがたり 岡山のむかし話	—	2004.11.01	株式会社日本標準	×	○	○	×	○	×

読み聞かせ『ふるさと再生 日本の昔ばなし』	—	2016.6.25	株式会社宝島社	○	-	-	-	○	○
語りつぎたい日本の昔話3	—	2011.3.03	小峰書店	○	-	○	×	×	○
名作よんでよんで日本の昔ばなし20話	—	2011.9.07	株式会社学研教育出版	×	○	○	×	×	○
むかしむかし⑧ももたろう ばけくらべほか	松谷みよ子	1998.1.20	株式会社講談社	○	○	○	×	○	×
ももたろう	松谷みよ子	2006.12.10	株式会社童心社	○	○	○	×	×	×
むかしむかしIV	内田麟太郎	2022.8	株式会社文溪堂	×	○	×	×	○	×
あかちゃんめいさく ももたろう	わらべきみか	1995.1	株式会社ひさかたチャイルド	×	×	×	×	×	○
たのしいかけえほん ももたろう	舟崎克彦	1997.9	株式会社金の星社	×	○	○	×	×	○
チャイルド絵本館日本のむかしむかしももたろう	今西祐行	1987.4.01	株式会社チャイルド本社	×	○	○	×	×	○
ももたろう	山下明生	2009.10.2	株式会社あかね書房	○	○	○	×	×	○
ももたろう	松谷みよ子	1991.5.25	株式会社国土社	×	○	○	×	-	×
ももたろう	西本鶏介	1990.1	株式会社ポプラ社	○	○	○	○	×	○
ももたろう	松谷みよ子	2002.12	株式会社フレーベル館	○	○	○	×	×	×
ももたろう	岩崎京子	1984.4	株式会社フレーベル館	○	○	○	○	○	○
まんが日本昔ばなし ももたろう	—	1999.11.1	株式会社 講談社	○	○	○	×	×	○
ももたろう	川崎洋	1987.11.20	三起商工株式会社	○	○	○	×	×	×
ももたろう	赤座憲久	1991.4.20	小峰書店	○	○	○	×	○	○
はじめての読み聞かせ絵本 日本むかしばなし	原英	2001.7.10	主婦と生活者	○	○	○	×	○	○
小学館版日本むかし話 絵本シリーズ⑦ ももたろう	筒井敬介	1977.5.1	株式会社小学館	×	○	○	×	×	○
ももたろう	こわせ・たまみ	2012.1.20	鈴木出版株式会社	○	○	○	×	○	○
講談社の新作絵本 Best Selection 新装版 ももたろう	代田昇	2005.1.20	株式会社 講談社	○	○	○	×	○	×
ももたろう	代田昇	1978.9.10	株式会社 講談社	○	○	○	×	×	×
ももたろう せかいの名作ぶんど43	大蔵宏之	1985.3	株式会社金の星社	○	○	○	×	○	○
てのひらむかしばなし ももたろう	長谷川摂子	2004.7.15	株式会社岩波書店	○	○	○	×	×	○
はじめてのえいご むかしばなし1 ももたろう	桑畑絹子	2004.3	キープ株式会社	×	○	○	×	×	○
新講談社の絵本③ 桃太郎	千葉幹夫	2001.5.20	株式会社講談社	×	○	○	×	○	○
ももたろう	馬場のぼる	1999.12.05	株式会社こぐま社	×	○	○	×	○	×
デラックス版 まんが日本昔ばなし① 桃太郎	—	1984.10.15	株式会社講談社	○	○	○	×	×	○
さる きじ いぬと おともだち ももたろう	弦川琢司	1995.2.22	株式会社学習研究社	○	○	○	×	×	○
ももたろう	竹崎有斐	1990.7	株式会社偕成社	×	○	○	×	○	×
日本の昔話3 ももたろう	おざわ としお	1995.10.1	福音館書店	○	○	○	×	○	×

判断ができないものに関しては-と表記した。

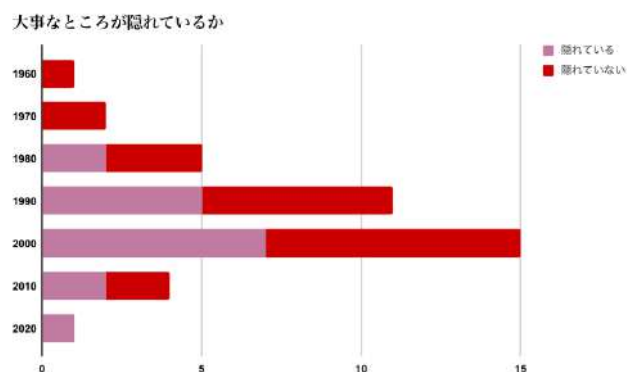
(図1) 上記6項目に満たすか

鬼が桃太郎・村に危害を加えているか



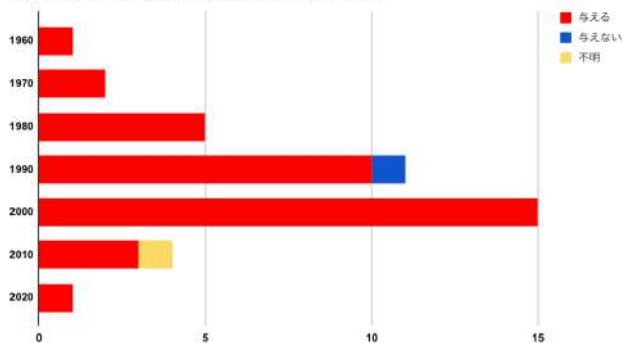
(図2) ①鬼が桃太郎・村に危害を加えているか

(図5) ④持ち主に宝を返したか



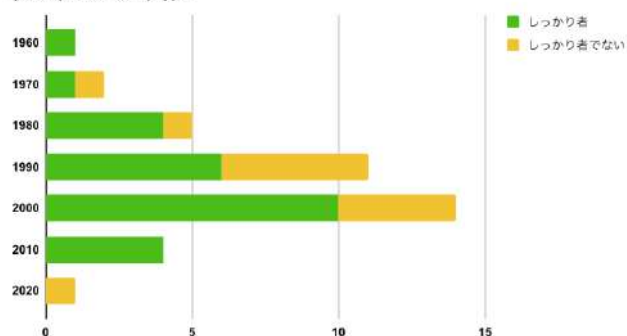
(図6) ⑤大事なところが隠れているか

きびだんごを主従関係を築く代わりに与えているか



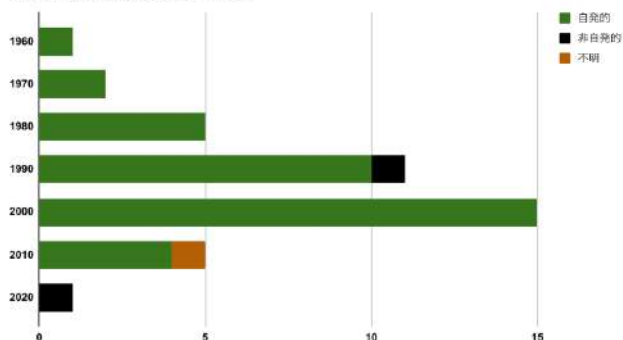
(図3) ②きびだんごを主従関係を築く代わりに与えているか

桃太郎がしっかり者か



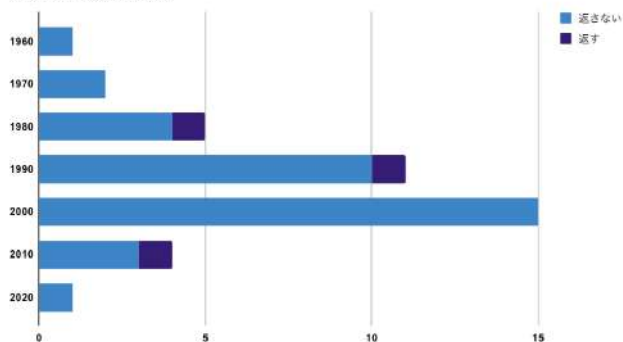
(図7) ⑥桃太郎がしっかり者か

動物が自発的にお供すると言うか



(図4) ③動物が自発的にお供すると言うか

持ち主に宝を返したか



【結果】

桃太郎において内容が変化したと言われている箇所は複数あり、今回は上記の6項目について該当箇所を調べたが、どの項目においても、桃太郎の内容と年代との相関はあまり見られなかった。

【結論】

桃太郎においては、年代によってその内容が変化している訳ではなく、改変されているとは言いがたい。

4. 先行研究の分析とその後の課題

先行研究から、時代の変化による物語の内容の改変が見られなかったため、このままのテーマ・内容で研究を進めることは、難しいと判断した。

そこで、国語科の先生に今後の研究の方針について相談した際に、桃太郎の物語が明治時代以降、尋常小学校の教科書「尋常小学讀本」に掲載されていたことを知った。また諸説あるが、桃太郎のモチーフとなっているのは「温羅伝説」という岡山県に伝わるものであること、この伝説を基にした桃太郎の原型の物語が広まったのは、鎌倉時代初期まで遡り、軍記物語「保元物語」が原作だと言われていること、私達に馴染みのある桃太郎の物語は、江戸時代に子ども向けに出版されていた娯楽絵本「草双子」で出てきたとされていることも知った。また先程述べたように、その後明治時代に尋常小学讀本に採用されるにあたって、教育的な要素を含んで書き直され、現代の桃太郎が出来上がったという説が有力であることを教わった。そして絵本の文化は、経済が発達して比較的裕福な時代、子供が多い時代に発展することが多く、戦後ではべ

ビーブームがそれにあたると、考えられることが分かった。
これらの情報を基に、絵本に限定せず、調査する桃太郎の年代を明治時代まで広げること、各時代の経済的背景や子供の数に着目することで、新たな発見が見込まれると判断し、研究テーマ・内容を変えることにした。

5. 本研究の方針

物語の改変された理由や子供への影響を探ることを断念し、「桃太郎」の変化に着眼点を置く。
そのため、本の種類に限定せず、調査する時代の幅を広げ、現代に精通する尋常小学讀本(明治20年度)に掲載された桃太郎から、現在刊行されている最新絵本の桃太郎について、調査することとした。
また、内容の変化についてではなく、文字数や擬音語・擬態語といった言語学的観点から見た桃太郎の変化について調査する。

6. 本研究の目的

内容ではなく言語学的観点で見て、桃太郎の内容は変化しているのか。

7. 研究方法

年代の違う八冊の桃太郎を読み、ページ数、文字数、擬音語・擬態語の数、助詞の数を調べる。

8. 結果

【1887年】

文字数:96
ページ数:11ページ
助詞:159
擬音・擬態:0(無し)

【1909年】

文字数:80
ページ数:3
助詞:10
擬音・擬態:3(エンヤラヤ×3)

【1918年】

文字数:576文字
ページ数:11ページ
助詞:85
擬音・擬態:3(エンヤラヤ×3)

【1933年】

文字数:1412
ページ数:23
助詞:193
擬音・擬態:5(どんぶらこ×2, するする, えんやらや×2)

【1941年】

文字数:1339
ページ数:17
擬音・擬態:5(どんぶりこ×2, スルスル, エンヤラヤ×2) 助詞:157

【1965年】

文字数:2924

ページ数:38

助詞:335

擬音・擬態:16(ぼろぼろ, どんどん, けーんけーん, じゃくつ, きゃっきゃ, わんわん, どっさり, わりわりと, があーがあー×3, どっさり×2, ほおげえほおげあつ, つんぶくかんぶく×2)

【1991年】

文字数:2271

ページ数:30

助詞:345

擬音・擬態:16(ゆうらりこ×5, もりもり, のっしのっし, ごしょごしょ, するするっと, ばたば. たって, さあっと, えんやらや×5)

【2023年】

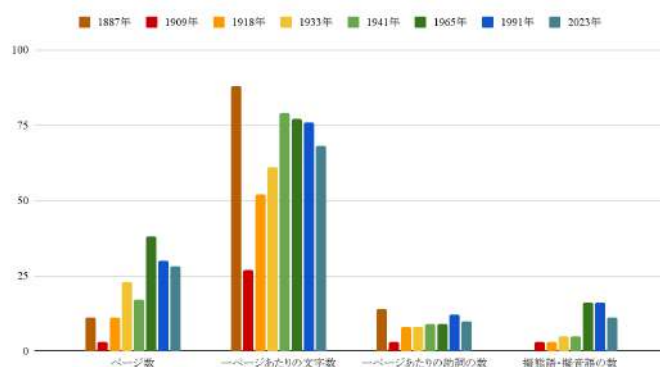
文字数:1911

ページ数:28

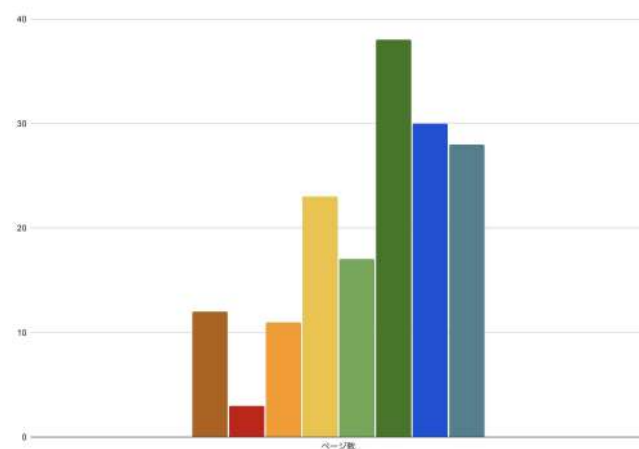
助詞:269

擬音・擬態:11(どんぶらこ×4, ぱかん, ごろごろ×2, どんどん×2, ぐんぐん×2)

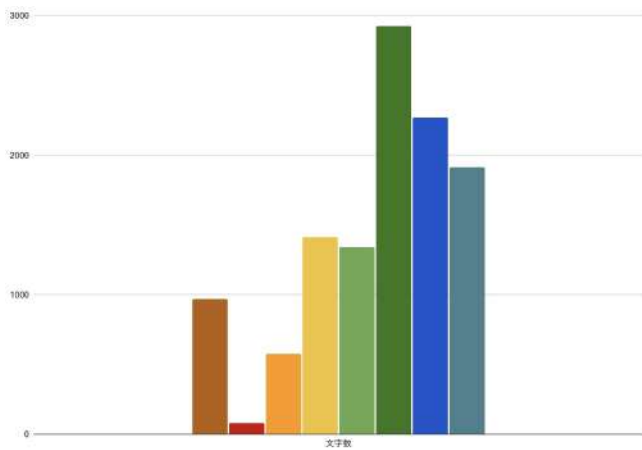
年代による桃太郎の比較



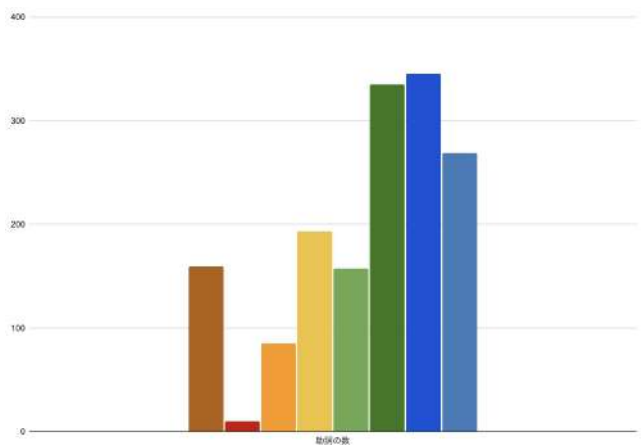
(図8) 年代による桃太郎の比較



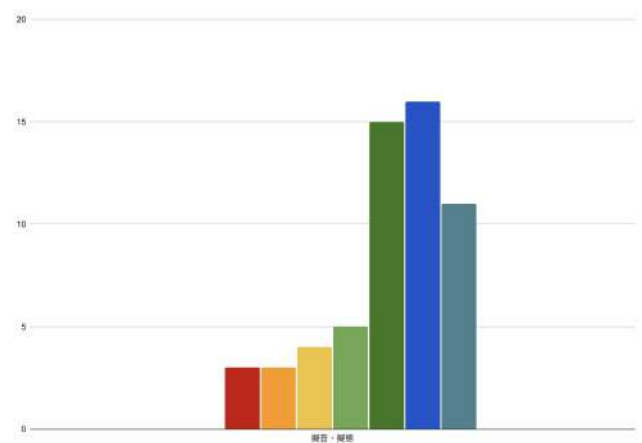
(図9) 年代による桃太郎の比較 ページ数



(図10)年代による桃太郎の比較 文字数



(図11) 年代による桃太郎の比較 助詞



(図12)年代による桃太郎の比較 擬音語・擬態語

【結果】

ページ数は年代が上がるごとに増加している。
1ページあたりの文字数、1ページあたりの助詞の数は1887年を除き、年代が上がるごとに増加している。擬音の数は1965年以降のものから大幅に増えている。

9.考察

結果より、内容ではなく、言語学的観点から見て、ページ数、文字数、助詞の数、擬音語、擬態語が増え、より複雑で工夫された文章になったとわかった。

それは全体的に見ると、1965年以降のものであり、1946年から1949年にかけて起こった第二次ベビーブームなどが関係しており、当時の絵本文化の発展が影響を及ぼしたのではないかという考えに当てはまった。

10.今後の課題

1887年、1909年、1918年、1933年、1941年の五冊は当時の教科書に載っていた桃太郎であり、1965年、1991年、2023年の三冊は一般販売されている書籍であるため、次はその違いも考慮して研究したい。
また、残っている文献が少なく、年代の間隔が均等でないため、その点の対策も考えたい。

11.謝辞・参考文献

1年間研究にご助言してくださった金井先生、そして担当の成田先生に、この場をお借りして感謝申し上げます。ありがとうございました。

テレビのまとめ 月曜から夜ふかし 昔話の内容がどんどん変化している件 <https://tvmatome.net/archives/5915>
桃太郎の絵本ってたくさんある！どれをえらべばいいの？
【オススメ】https://kajimonogatari.com/momotarou_basic/
絵本スペース【桃太郎】日本一有名な昔話「桃太郎」は本当の話？あらすじや原作、起源も！その後の続編は？
<https://ehon.space/?p=11726>
レファレンス協同データベース
https://crd.ndl.go.jp/reference/modules/d3ndlcrdentry/index.php?page=ref_view&id=1000296180
絵本「ももたろう」(図1参照)

子ども食堂を楽しく

ー冬のお楽しみ会開催！ー

研究者2年1組17番 樋口百香

2年1組21番前山ゆきの

2年1組35番 脇本理沙

2年4組13番 小林美瑛

2年1組33番 村上桃南

1. 研究目的(問題意識)

この研究の1番の目的は、かみとくま食堂で食堂を一層楽しくすることで、子ども食堂の強みである貧困家庭の子どもだけでなく居場所に困っている子どもへのさらなる支援につなげて行くことである。訪れた子どもに楽しいと思ってもらうことで子どものコミュニティの中での知名度を上げることができれば、経済的に困っている子を含めより多くの子どもの居場所を作ることができると考えた。一年次に先輩方の研究のボランティアとして初めて子ども食堂に行き、多くの子どもが食堂での食事や遊びを楽しみにしているのだとわかった。そこで自分たちの手で子どもたちを楽しませてみたいと思った。また、子ども食堂でボランティアを主に行っているのは祖父母世代の方々なので、私達が参加することで特に遊びや学習支援の面で他の世代とは違ったお手伝いができるのではないかと考える。さらに普段関わる機会の少ない祖父母世代、子ども達と関わることで自分たちの視野を広げることにもつながることができるだろう。

2. 現状(先行研究の分析)

(1) 子ども食堂とは

子ども食堂とは子どもが1人で行くことができ、無料または低額で食事ができる場所のことだ。活動形態は様々であるが、主なものは以下のとおりである。活動資金は市町村からの寄付、支援や企業からの支援金で賄われる。また、食材はフードバンク、地元の農家、農林水産省による米の寄付の政策等を通じて調達される。ボランティアスタッフは地域の有志が担うところが多い。

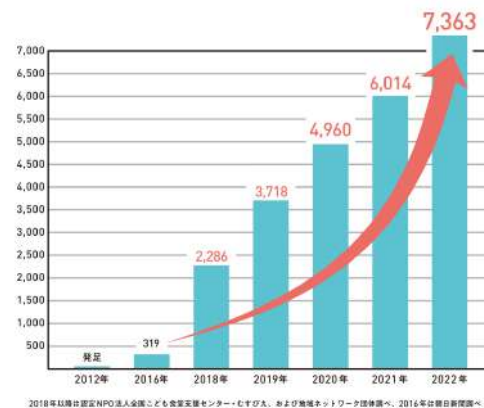
子ども食堂の大きな意義は、子どもの孤食を解消できることだ。下記のグラフは厚生労働省の調査による相対的貧困率を世帯構造別に表している。その中の1番上のグラフは、子供がいる現役世代のうち大人が1人の家庭の貧困率が非常に高くなっていることを示している。つまり、ひとり親の家庭の子どもが十分な食事を取れていない可能性が高いことを示唆する。このような家庭の子どもが子ども食堂で食事をとることで、人と一緒に十分な食事を取る機会を得ることができる。これが、一般的に挙げられる子ども食堂の意義、子どもの居場所を守ることに繋がっている。



一方で課題もある。例えば、活動資金やボランティアの不足、知名度を得るまでに参加者が集まらないことなどがある。また、先述した子ども食堂の意義のターゲットとなる、貧困層等の子どもに知ってもらうことや、参加してもらうことができるかも課題となっている。

以上のように行われる子ども食堂は、現在長野県北信地域に約50ヶ所ある。また、全国でもその存在は急速に広まっており(下記グラフ)、子ども食堂の需要の大きさが分かる。

〔子ども食堂の全国箇所数〕



(2) かみとくま食堂とは

今回協力していただいたのは、千曲市上徳間区にあるかみとくま食堂。毎月第2・4水曜日の15:00～17:00に開催していて、通常時は各回20～30人の小中学生が利用している。長期休み中は頻度を増やして開催され、1日に60～70人の子供たちが訪れることもある。かみとくま食堂で提供される食事はうどんやカレーが多く、その麺は隣の製麺所からの寄付である。

〔世帯別相対貧困率の推移〕

3. 調査

① ボランティアに参加

夏休み前と夏休み中に計4回のボランティアに参加し、こども食堂の実態を調査した。ボランティア活動の中で、子供達へのお土産としてきのこを袋詰めすることがあった。このきのこはどうやって手に入れているのかお話を伺ったところ、こども食堂ネットワークという団体で行なっている、「フードバンクに寄付された食材の配布」によって届けられたものだということがわかった。このことから、こども食堂は行き場のない食べ物に困っている人たちの助けにもなっていること、地域や人の支えによって成り立っていることがわかった。



〔ボランティアの様子〕



②おもちゃの回収

何度かボランティアに参加して、こどもたちの遊びの種類が限られているように感じた。また、子ども食堂がおもちゃの募集をしていることを知り、学校に2つのおもちゃ回収箱を設置した。おもちゃ回収を呼びかけるポスターを作り、先生方や生徒会の方々からかたるたやぬいぐるみ、水鉄砲、絵本などをたくさん回収することができた。

〔実際のポスターと回収したおもちゃ〕



③ボランティアの募集

夏休み中に一緒にボランティアに参加してくれる人を屋代高校、附属中学校で募集した。「中高生にも子ども食堂がどんな場所か知ってもらいたい！」という思いと、「たくさんの中高校生がお手伝いに来たら、子供たちももっと楽しいはず！」という考えから、ポスターを作成して呼びかけた。その結果、17人の中学生が応募してくれた。彼らと共に参加した夏休み中のボランティアでは、60～70人のこどもが参加し、それぞれがたくさんこども達と触れ合って、活発的に活動できた。食事の準備のお手伝い、宿題を教える学習支援、一緒にゲームをする相手の役割などをしてもらった。かみとくま食堂では夏休み中のイベントとして、マジックショーやバーベキュー、かき氷、食育、みんなで宿題の会が行われていた。

〔募集のポスターとフォーム〕

4. 結果・考察

ボランティアに参加させていただく前、私たちの子ども食堂に対するイメージは、「貧困家庭への支援」だった。おそらく多くの方が同じイメージを持っていると思う。しかし実際は、誰でも受け入れてくれるみんなのための居場所だ。友達グループや兄弟で訪れて、ご飯を食べ、宿題をして遊んで帰る、という、児童館やプラザに近い雰囲気のある場所である。かみとくま食堂を運営する方に貧困家庭の支援について伺ったところ、困っている子を個々に把握することはできないので、誰でも来ていいよと迎えることが自分たちにできることだとおっしゃっていた。こども達にとって食事だけでなく様々な面で大切なつながりの場だとわかった。

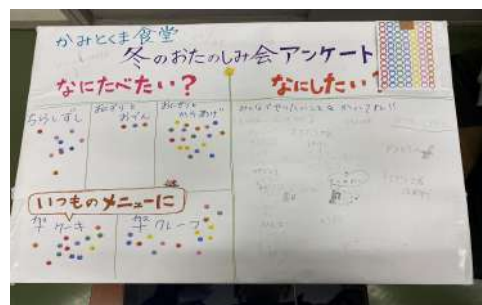
さらに分かったことは、子ども食堂が大人のための役割担っているということだ。かみとくま食堂のボランティアスタッフの多くは、近隣の祖父母世代の方々である。一人暮らしや子供が自立していなくなってしまう生活は寂しくても、2週間に1回の子ども食堂の活動で元気をもらっているとのことだ。スタッフ同士のつながりも強く、大人にとっても大切な居場所だとわかった。

5. 自分の提案(答え)

(1) 冬のお楽しみ会開催

これらの子ども食堂の実態、考察を踏まえ私たちにできることは子ども食堂をより楽しい場所にするということだこどもたちが行きたいと思える場所にするということだと考えた。そこで、かみとくま食堂冬のお楽しみ会としてお楽しみ会を企画、開催することにした。食堂で提供されるに食事にいつもとは違った特別さを持たせるために、リクエストメニューのアンケートをとった。

〔アンケートの結果〕



アンケートをとった結果、唐揚げとクレープが多かったので、この二つを提供する準備を始めた。まず、クレープの試作を行った。

〔試作の様子〕



どでも研究していきたい。

7. 引用・参考文献

1)かみとくま食堂HP

<https://www.kamitokuma-syokudou.com/>

2)かみとくま食堂ブログ

<https://kamitokumashokudou.naganoblog.jp/>

3)全国こども食堂支援センターむすびえ

<https://musubie.org/news/6264/>

[お楽しみ会の告知ポスター]



(2) 長期休みのボランティア募集の継続

夏休みのボランティア活動を通して、たくさんの中高生がいることで子供達にも活気を与えることができたと感じた。食堂のスタッフの方からも、引き続き募集をお願いしたいと言っていたので、これからも続けていきたいと思う。

夏休みに募集した際には高校生の応募がなかった反省から、中学生は勿論、高校生にも参加してもらえよう、早くから募集を呼びかける。

[冬休みの募集ポスター]



6. 今後の課題

子ども食堂へのボランティアを続けながらより多くのこどもたちに楽しんでもらえるように遊びや食事以外の面な

子供たちの科学への興味と理解を引き出すには？

－体験学習から原理を学ぶことの有効性－

研究者 2年1組30番 山浦遙人 2年1組19番 堀祐輔 2年1組33番 山本拓生

1. 研究目的(問題意識)

私たちが科学を学ぶ中で気づいたこと、例えば一見不思議と感じる身の回りの現象について、それらは酸性/塩基性などの科学的原則に従っているということを多くの子供達に理解してもらいたい。そして、科学に興味を持ってほしいと思ったため屋代高校のSSH事業や、関係を持つ小学校との連携を活用し、科学好きの子供を増やそうと考えた。その延長として、それらの子供たちが将来理系に進学することで理系の進学率が上がることを期待した。

子供たちに科学に興味を持ってもらうには、『科学の楽しさ』を知ってもらうことが必要だと考えた。『科学の楽しさ』とは日常の現象と異なる点を発見して、自らその原理を理解することで得られるものである。しかし、小学生という早いうちから興味を持ってもらうためには長期間の段階的な教育が必要不可欠であり、それを一回の科学実験教室で実行するのは無謀とも思える。それでも、身近な例を挙げたりスライド上のアニメーションなどの視覚的サポートを用いたりすることで自分たちだからこその形で「遊びの楽しさ」を超えた『科学の楽しさ』に気づききっかけを作りたいと思った。

特に最近では理系に進学する女子が少ないなどの社会的な課題がある中で、男女問わずたくさんの人に興味を持ってほしいと感じていた。その中で、男子も女子も楽しめるような実験を組み入れた。

小学生などの子供たちにとっては『科学の楽しさ』に触れる機会が少なく、科学は難しいと思われる部分がある。その一方で、子供たちは好奇心が旺盛であるため、わかりやすく『科学の楽しさ』に触れる機会があれば良いイメージを持ってくれるのではという期待もあった。

このような考えから、今回の研究の目標として「科学への興味」と「知識の理解」を両立するための方法を考えることと、アンケート調査を通じて男女や学年ごとに好まれる実験の傾向を探ることを定めた。



2. 研究の方法の概観

小学校と連携して活動を行う上で、以下のような仮説を立てた。

【仮説】

科学の現象で感動する経験や、科学を学ぶ上で基礎となる知識は、工夫をして体験してもらうことで、小学生でも得ることができる。そして、それは将来理系に進学してもらうのにとっても有効ではないか。

この仮説を立てた上で、まず、自分たちでどうすれば子供たちに科学の全体像を理解してもらえるのか考えて、小学生に向けて実験教室を開催した。

次に、そこで集まったアンケートをもとに、小学生に原理の理解を伴った科学への関心を持ってもらうことは可能なのかを考察した。そのうえでどのような方法がより有効なのかを考え直し、子供達が科学に興味を持って学んでいき、得意になったとして将来その道に進む上で問題になりうる社会的な課題についても考えた。



2a. 科学に親しむ教室の実施

8月下旬、千曲市の創造館にて「科学に親しむ教室」として小学生(学年の内訳は3(方法2a)参照)対象のイベントを開催した。

(1)選考した実験とその理由

小学生に科学の全体像につながる知識を得てもらうのに有効な実験をピックアップし、その中で視覚や味覚などの五感を通じて楽しめる実験なら小学生に楽しんで学んでもらえると考えて選考した。さらに、科学をより身近に感じてもらうために、なるべく身近なものを実験に使用するようにした。

・お花の色が変わるよ

紫キャベツの煮汁で染めたる紙で作った花に、酢や洗剤をつけて、酸性と塩基性について体感してもらう実験。

物質の酸性と塩基性という科学を学ぶにあたり非常に重要な知識について知ってもらうために選択した。紫キャベツの汁を指示薬として使用することで身近なものにある科学を感じてくれるのではないかと考えた。

・炭酸水を作ろう

重曹、クエン酸を用いて子供達自身の手で炭酸水を作ってもらう実験。手順が簡単で子供でも簡単に行えるという点と、基礎的な化学反応について知ってもらえるということから選択した。

・割れにくいシャボン玉を作ろう

シャボン液に親水性をもつガムシロップを混ぜて粘性を上げ、割れにくいシャボン玉を作る実験。どの家庭にもある砂糖を実験に用いることで科学は身近なところにもあるということを感じてもらい、科学に親しみを覚えてもらう目的で選択した。

(2)予備実験・イベントの準備

イベントで行う実験を決めた後予備実験を行い、実験の手順や一回の実験に必要な薬品の量や実験の手順を確認した。予備実験を行う中で子供達に自分で薬品の量をはからせるのは技量的にも時間的にも難しいと気づき、イベント当日は事前に量をはかって小分けした薬品を使ってもらうことにした。

また、イベント開催前に創造館にて職員の方と打ち合わせを行った。イベント当日にGoogleスライドを使った説明ができるようスクリーンがある部屋を用意していただいた。また、自分たちだけで参加者を集めるのは難しいと考え、自分たちで作ったチラシを創造館様から近隣の小学校に配布していただいた。

発表の準備については、実験の内容を小学生にも分かるよう難しい用語などを簡単な言葉に置き換えたり、漢字を減らす、スライドの大半を図や写真にするなどの工夫で、分かりやすさに重点を置いたスライドを作った。

参加者の実験への理解度や科学に対する意識の変化について調査するためにアンケートを作成した。アンケートでは『実験の内容がわかったか』『どの実験が楽しかったか』『今日の実験で科学に興味を持ったか』『他にどんな実験をしたいか』『またこのようなイベントに参加したいか』『イベントで良い所悪い所』を問う計6つの質問を行った。

2b. 千曲市立上山田小学校での実験教室実施

科学に親しむ教室での反省を生かして小学校4年生を対象に午後の時間をお借りして実験教室を計画・実施した。今回は事前に理科の先生との事前打ち合わせを行い、子供たちが今までやったことがない実験を選んだ。

また、小学四年生で理科の授業も始まっていたことから前回の実験教室よりも少し難しい実験、自分で行う動作が多い実験を採用した。

・カルメ焼きを作ろう

カルメ焼きを作る際に入れる炭酸水素ナトリウムが炭酸ナトリウム・二酸化炭素・水に分解されることから、

加熱によって起こる化学反応を説明するのに最適と判断し採用

した。また、実験に明確な成功と失敗があることから考察がしやすいことも決め手の一つになった。

火を使う実験であるため、小学校側でガスコンロを用意していただき小学校の先生の協力も得て行った。やはり火から出すタイミングが難しく失敗も多かったが、何回かやる中で成功した人も多く出てきて楽しんでもらった。



・スライム

化学反応だけでなく物質の分子構造の変化による現象について説明するために実施した。また、スライムは知名度のわりにあまりその仕組みを知られていないため子供たちにスライムが固まる原因について興味を持ってもらえると考えた。

洗濯のりとホウ砂によって、洗濯のりに含まれるPVA(ポリビニルアルコール)という成分が水を閉じ込め動きを制限するという仕組みを説明した。

3. 結果と反省

方法2a「科学に親しむ教室」の結果

参加人数:

幼稚園生 年中 1名

小学生

1年生 1名、2年生 5名、3年生 2名

4年生 4名、5年生 3名

計16人の参加者を集めることができた。

実施した実験より以下のような反省が得られた。

・お花の色が変わるよ

酸性と塩基性は科学の中で物質の性質を表す大切な指標であり、小さい頃から知っておくことは科学を勉強するのにあたり大きな意味がある。ただ、水素イオン濃度などの概念は難しく、「苦い」と「酸っぱい」という感覚的な部分でしか伝えることができなかった。

・炭酸水を作ろう

化学変化について視覚、味覚を通して体験してもらうことが目的であった。しかし、こちらの準備が不十分になってしまい小学生たちに水を多く注がせてしまったことから、『おいしくない』といった感想が多かったのが失敗点だった。予備実験の段階で、飲料用でない重曹で予備実験を行ったときには激しく反応したため、当日も前で実演するべきだったと考える。

・割れにくいシャボン玉を作ろう

シャボン玉の膜を作る物質の「粘りっぱさ」を混ぜる前に感じてもらう機会も必要だった。また、実際に感じることでできたと言えるほどの強度は得ることが出来なかった。原因は、予備実験の時間が少なく、下調べが不十分であったことが原因として考えられる。



・イベント全体の反省

イベントの進行は概ね想定通りにスムーズに行うことができた。子供達の実験をするときには高校生が教えて回っていたため、子供達が手順を間違え失敗することはなかった。

しかし、子供達の質問に対する具体的な回答を考えていなかったため、子供たちの疑問に対する明快な回答ができなかった。



◎『科学に親しむ教室』の分析と次への構想

(1) アンケート結果の分析

アンケートの結果から肯定的な意見が多く、科学を楽しんでもらうという一つの目的は達成することができた。

しかし、化学実験を通して科学の楽しさを知り理解してもらうという研究本来の目的は達成することができなかった。

・個々の実験について理解できているかを問うことができなかった。

・アンケートの中で保護者が、『子供が理解するには難しかったようです』といった主旨のことを書いているケースが多く、小さな子供には理解しにくかったのだとわかった。小さな子供にも難しい内容を理解してもらうには、スライドをよりわかりやすく改善する必要があると感じた。

(2) 参加者の年齢

参加者の平均年齢は8.9歳となった。

生方に心から感謝致します。

方言の将来性

～方言を広めていくためには～

研究者

2年2組6番 氏名 長田真奈

2年6組21番 氏名 竹内琴星

2年6組37番 氏名 宮本あすか

2年6組39番 氏名 渡邊菜月

1. 研究目的(問題意識)

最近ではテレビやSNSなどの影響により、共通語を話す人が増え、方言を使う人が少なくなっている。方言を使う人が少なくなったとしても、知識として知っている人を絶やさないと、方言というその地域の特色を表し、伝統ある文化を次の世代にも残していきたいと思い、この研究を行うことにした。

2. 先行研究

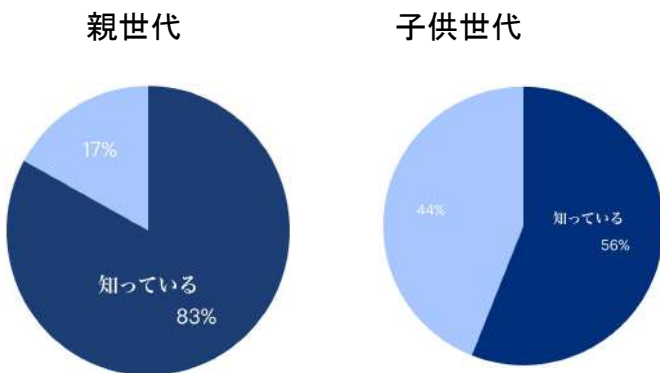
(1) 方言の認知度

親世代と子供世代に分けて方言を知っているかアンケートをとった。

(表1) 方言のそれぞれの認知度

	大人	子供
水くれ	100%	81%
野菜がこわい	86%	56%
ごむさい	47%	12%
やだくて	100%	76%

(図2) (表1)の方言全体の認知度

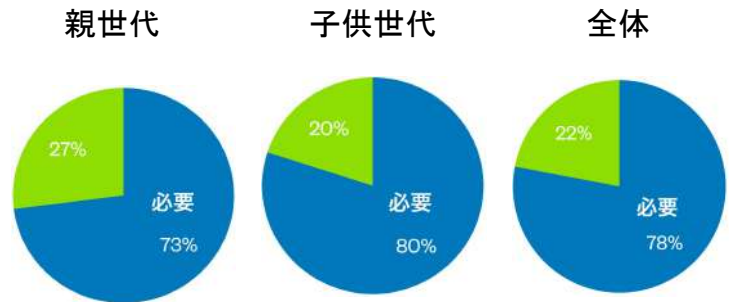


<考察>

・親世代は方言の認知度が高いのに対し、子供世代は認知度が低く、親世代と比べて約30%の差がある。子供世代の認知度をあ上げることで、より方言を広めていくことができると考えられる。このまま日常生活の中で方言に触れる機会が減ってしまったら、方言の認知度はさらに低下していくと考えられる。
・親世代が方言を使用するからといって、子供世代が方言を認知するとは考え難いと思われる。

(2) 方言の必要性

方言は必要であるか、必要でないかアンケートをとった。
(図3) 方言を必要だと考える人とそうでない人の割合



<考察>

方言を必要だと考える割合は親世代、子供世代とも高く、世代に関わらず方言を残していきたいと考える人が多いとわかる。

3. 研究方法(研究手法)

(1) 長野県の方言を調べる

図書館で長野県の方言の歴史やどんな方言があるか調べる

(2) 4つの世代に分けてアンケートをとる

Googleフォームにて調査する

昨年度→「大人／子供」 計85人

年代別に細かく分け対象人数を増やせば、さらに詳しい認知度を知ることができるのではないかと

今年度→「～10代／20～30代／

40～50代／60代～」計260人

「知っている 知っているが使わない 知らない」の3つで調査する。

日本の方言の中から長野県の方言に絞りアンケートをとった。

(3) 近隣の中学校にポスターを掲示する

アンケート結果を踏まえると、他の世代に比べ10代の認知度が全体的に約25%も低かった。方言を将来に残していくために、まずは子供たちに方言に興味を持ってもらうことが大切だと考え実施した。

子供の認知度が低く、かつ日常生活で使う方言に関するポスターを作成した。より方言に興味を持ってもらえるように、まずは日常生活で使われている方言を取り上げ、見ていて楽しめるようクイズ形式にした。

4. 結果・考察

(1) <方言の分類>

日本の方言は本土方言と琉球方言に分けられ、長野県の方言は本土方言である。

また長野県の中でも次の5つの地域に分けられる。

1. 南信地方
2. 中信地方
3. 東信地方
4. 北信地方
5. 奥信州地方

<長野県の方言> (表4)

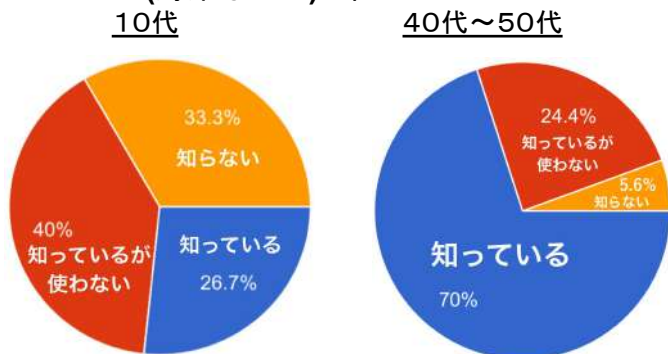
方言	意味
いただきました	ごちそうさま
水をくれる	水をやる、水を与える
ぼける	保存してある果物が柔らかく、しまりがなくなること
(野菜などが)こわい	固い
とんでいく	駆けつける
(寒さなどが)しみる	凍りつく、気温が下がる
ずく	根気、やる気

(2)今年度のアンケート結果

(表2)アンケートをとった方言のうち5つを取り上げた
—「知っている」と答えた人の割合—

	～10代	40代～50代
いただきました	38%	41%
しみる	34%	62%
へら	59%	64%
ぼける	81%	88%
まえで	40%	69%

(図6)10代と40代～50代で特に差があったもの
(野菜などが)こわい



<考察>

「野菜がこわい」「寒さがしみる」など、大人は日常生活の中で使う方言も、10代では認知度が低く使う人も少ないとわかった。また、どの方言も大人の方が認知度が高い。

→子供世代にもまずは日常生活で使う身近な方言について興味を持ってもらう。そうすることで、方言の存在を知ってもらうことができ、地域の伝統が受け継がれていくのではないだろうか。

5. 自分の提案(答え)

長野県にはどんな方言があるのか少しでも興味を持って次の世代へ繋げていけるといいと思う。

世の中が日々変化する中で使用される言葉も変化していくが、地域の伝統として、個性として方言を使わなくても、方言の存在を一人ひとりが意識することが大切だと考える。

また、方言を広めていくためには、皆が方言を知る機会があることが重要だと思う。方言に触れる機会があることで新しい発見ができ、地域社会を豊かにしていくと考える。方言を受け継いでいくことは、将来私たちの文化や伝統を継承していくことに大きな役割を果たすと思う。

6. 今後の課題

今回はアンケートの結果を踏まえて中学生向けにポスターを制作したが、今後は方言をさらに多くの人に知ってもらうため、小学生など幅広い世代に方言のことを伝えていきたい。また今回は長野県の方言、特に北信などの、自分たちに近い環境の方言しか調べなかった。これは長野県は南北にとっても広く方言にも様々な種類があり、またアンケートの対象を屋代高校生とその保護者などの家族に限定したためである。今後は長野県全域の方言はもちろん、その周辺の地域や全国の方言を調べ、ある特定の方言がその地域の文化とどのように関わってきたのか研究していきたい。

また、私たちはこれから大学などへの進学や就職などで今住んでいる地域から別の地域に引っ越すという可能性が高い。その際、今まで育ってきた環境が全く違う人たちと共に勉強や仕事など生活をとみにしていくことになる。相手の育ってきた文化を尊重し、互いに互いの文化をリスペクトし合うことが大切だと多くの人に伝えていきたい。これは方言のことだけでなく、私たちが生きる多文化社会のことについても大切なことだと考える。

7. 引用・参考文献

- (1)長野県方言辞典 2010年3月31日初版第1刷発行 編集代表 馬瀬良雄 発行所 信濃毎日新聞社
- (2)信州の方言 昭和48年12月10日4版発行 著者 馬瀬良雄 発行所 第一法規出版株式会社
- (3)長野県方言辞典[特別版] 2013年10月1日特別版第1刷発行 編集代表 馬瀬良雄 発行所 信濃毎日新聞社
- (4)ポプラディア情報館 方言 2011年4月第4刷発行 発行所 株式会社ポプラ社

コーパスで読み解く英語

2年4組19番 高橋壮典

1、コーパスとは/当初の研究の目標

ある言語の文章を構造化し大規模に集積したデータベース。その語が使用されている文脈・出典が紐付けられている。

当初、単語・語法の微妙なニュアンスの違いを理解するのに有用かと考えた。

しかし、多くの英語辞書は、コーパスを参考に作られており

(ex . 英語の意味・用法を、使われる頻度が多い順に立項する)

単語の使用状況については極端なものは辞書に表示されているし(exf. 【法】【書】等)、使い分けはグラデーション的で明確な結論がでないものも多い。

辞書を読めば分かる内容を上回る研究にならないのではないかと思い直した。

→新規性が得られない。特殊な環境の単語の分析を行うべきと考え、以下のテーマを設定した。

2、キング牧師演説/具体的な研究目標

...This momentous decree came as a great beacon light of hope to millions **Negro** slaves who have been seared in the withering injustice.

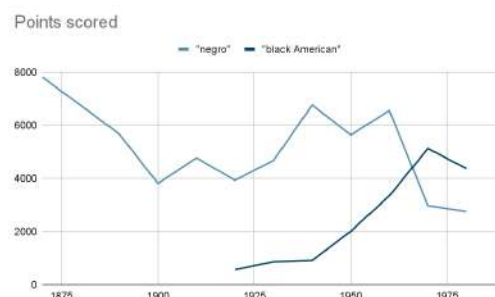
訳)この非常に重要な法令は容赦ない不正の炎に焼かれていた何百万の黒人奴隷にとって大きなかり火となった 1963年ワシントン大行進時の演説

negro とは、黒人を指す蔑称であり、現在では語の使用自体を禁止している場合もある。オックスフォード大辞典によると16世紀に、スペイン語もしくはポルトガル語から借用された時点で侮蔑的なニュアンスを含ん

でいた。なぜキング牧師は自らのアイデンティティを negro と表現したのか疑問を持ち、これについて考察しようと考えた。

3、コーパスを用いて分析

1870~1990にかえての”negro” “black american”の単語の使用頻度をグラフ化



・60年代公民権運動の伸長とともに、用語に対する問題意識が高まったと思われる。

→ ”negro”の使用頻度が減少

その後においては、用例は歴史的な文脈に限られる

→今回の引用もこのカテゴリに含まれるか？

(演説の後半で、未来への希望を述べる場面では、”black” という表現をしている)

・場合によっては、抑圧されてきた黒人の立場を表現するためにあえて使用している場合も散見される。

→19世紀末に用例は既に存在／キング牧師の時代的特徴とは言えない？

4、結論

実際にコーパスを利用して各時代の文章を比較する中で、単語や表現が時代的な思潮以上に、個人的な思想を反映していることが理解できた。その含意を正確に理解しようと思えば、本人のテキストの分析が必要となるのだった。今回のテーマに関しては更なる調査が必要である。

5、参考文献

- [Corpus of Historical American English](#)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....