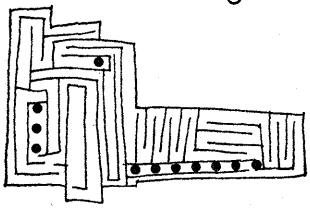
おとな・おもちゃ・子ども



友定　啓子

親という立場になると子どもとのかかわりに、ものを買って与えるということが加わって、保育者とは違う新たな悩みを抱えることになる。二才と五才の二人の娘を抱える私にとって、クリスマスと誕生日前夜はいつも商店街をさまよい歩くハメに陥ってしまう。子どもがまだ小さいので、本人も欲しいものがよくわからないようでもあるし、結局は私が品選びをすることになる。そうなると私の要求水準と実際に並んでいる品物とのギャップにこちらが混乱状態になるというわけだ。

一九八二年十二月十七日

M（五才）が新聞の折り込み広告の中から、特大判おもちゃ広告をみつけた。「あっ」と言い、裏表返し、しげしげとながめ、そのうち人形の写真に気をひかれ、その下の文字を拾い読みする。「おちゅうしゃめめち

ゃん、おちゅうしゃめめちゃんだって！　M、これがほしい！」私は「ふうん」と聞いている。

妹のH（二才九ヵ月）は、サンタさんにもらいたいものをたずねられても答えられず、そばからMが「H、アメにしたら？ドラエモンのアメ」と助言。一も二もなく「アメ！　どらえもんのアメ！」とそれに乗ってしまった。この子はアメに目がない。

十二月二十日

M、保育園から帰ってきて「Mね、ニンキーモモのペペるまペペるまくりりんぱ（ミンキーステッキのこと・魔法の杖）がほしい。それとネックレス」と言い出す。

十二月二十一日

「サンタさんにお手紙書いたら？」という私の誘いにのってMは紙片に書き始めた。夜、この紙片が落ちているのをみつける。「にんきいもものペペるまペペるまくりりんぱ」と書いてあった。

十二月二十二日

夜、Mが画用紙に2センチ径の円を描き、青と緑に塗り分け、切り抜いている。それに毛糸をつけて首に下げようとしている。「ミンキーモモのネックレス」とのこと。自分でも気に入ったらしく、夜眠る時も、うれしそうに首にかけて寝た。

十二月二十三日

昨夜作ったネックレスを大事そうに保育園に持って行った。帰ってきて「あれ、Nちゃんにあげた。ミンキーモモはもっと大きくなってからでいい。字が書けるようになってから。M、何でもいい、何でもいいよ。」ときっぱりと宣言。

かくして、サンタ代理人は今年もまたイブの夕方、商

店街に出る。私ははじめから「おちゅうしゃめめちゃん」など買うつもりはない。すでに抱き人形を持っているのでそれで十分である。それにこの種のメカニズム人形は、はじめは珍しく欲しくなるが、実際にはすぐ飽きてほとんど遊ばないことをきいている。何よりも、これは当人が欲しいものではなく、広告によって作られた欲求であるので、そんな消費行動（？）は子どもにはさせたくないという思いが大きい。ミンキーステッキなるものがおもちゃ屋で売られていることは知っていた。Mは、ミンキーモモにあこがれていて、時折、腕をふって「ぺぺるまぺぺるま……」と唱えて遊んでいた。ミンキーステッキがあれば、その遊びがもっと満足のいくものになるかも知れない。しかし私は「魔法の杖」ということが気になった。おもちゃ屋で粉飾を凝らした既成品を買ってきて、それで「ぺぺるま……」とやって何にも起こらず、がっくりするのではないか、それくらいなら、はじめから子どもの目の前で虚構を共有しながら作った方がいいのではないかと思うのである。もっとも、子どもの方は魔法なんか起こらないよと了解しているかも知れないから考えすぎなのかも知れない。ともあれ、ミンキーステッキをやめてくれてホッとしたのだけれど、何でもいいというのがまた困ってしまう。

私はこれまで何度おもちゃ屋で失望させられたかわからない。見当はずれのことを要求しているのだろうとは思うけれど、ものとして良いものがほとんどないのである。まがいものというか見せかけだけのものばかりで、すぐに使用価値を考えるケチな私には耐えられないのである。おもちゃは消耗品で、本物のイメージだけ型どりしたものなのだとは思っていても、ひとつひとつ手にとるたびに、底の浅さが見えてきて欲求不満が昂じてたいがい店を出て、そこで過ごした時間の長さに一人憤慨するのである。私の友人はおもちゃ屋でなかなか決まらず、最後にヤケになって「もぐらたたきゲーム」を買ったというから、こういう気分になるのは私だけではないらしい。

そんなわけで、今回私は賢くもはじめから手工芸品店

に入った。めざすはオルゴール。オルゴールには私の思い入れがたっぷりある。ひとつはわが貧しき少女時代の無念さである。パリの凱旋門を型どったいとこのオルゴールが今でも脳裏に焼きついている。欲しくても買ってもらえなかった宿題を今度は与える側になって達成しようというわけだ。今一つは、ものとしてしっかりしているので、ひとつの文化価値というのが伝わる。大人として子どもに与えても恥ずかしくないものである。願わくば、娘達がこの思い入れ、価値がわかる年令であれば良いのだが、私はそれが待てない。その分は、凱旋門ではなく愛らしい人形のオルゴールということで補う。そして、これだとメロディ部分がこわれても人形で遊べるなどと胸算用する。私はどこまでいっても使用価値にとらわれる。この人形オルゴールにアメなど添えて、やっと今年のクリスマスはやりすごした。娘達の反応は、書き出すとゴタゴタと長くなるので、現在のところの総合判定は、オルゴールというものを楽しんでいるという意味で良ないし可ということで、とどめておく。

さてここで、おとなにとって、子どもにものを与えるということはどういう意味を持つかについて考えてみたい。ふつう大人は子どもにものやお金を与えることを簡単には認めない。無思慮に与えてはいけないという警戒心を持っている。ものやお金の悪魔的魅力にわが子をさらしてはいけないのだ。

そこでとりあえずは、ものの使用価値を教える。つまり、必要がないのにねだってはいけないこと、外観にとらわれず機能性に優れているものを選ぶことなどを禁欲的に教える。そして最後に、「これは○○が買ってくれたのだ」と人間関係の中に位置づけ、言い含めて子どもに手渡す。全世界がこぞって「サンタ」などという贈り主を支持するのはそのせいだ。よい子にという引き換え条件付のプレゼントが横行する。サンタはどうも神様の親戚か何かで、いい子かどうかすぐわかるらしい。まかり間違ってもおもちゃ会社の社長だったり、怪盗ルパンではいけないのだ。そんな人からの贈り物は悪魔の使いである。つまり、子どもに与えられるものは、その子の

人間関係を象徴するものとしてやってくる。手作りのものが礼賛されるのはそのことがよりはっきりとするからである。

ボードリヤール流に言えば、「物には用いられることと、所有されることという二つの機能があり、現代は、物が使用価値よりも、記号的価値・象徴的価値をもつようになりつつある」ということになる。おとなは子どもに使用価値を教えながら、記号的価値を加えてそのものを子どもに手渡す。子どもの方は使用価値についてはあまり発言できず、伝えられる立場にいるが、記号的価値については自らの文脈を持っている。つまり、これはお父さんが買ってくれたもので、○○ちゃんが持っているのと同じかそれ以上にカッコよく、明日、幼稚園で友だちに自慢できるというように、自分なりの価値体系を持つ。

私達大人は、このものの第二の価値については、その魅力故に警戒心を持っている。特に子どもの被社会化的性格と相俟って強く働く。ところが、親子関係は逆の面をもっていて、同一視・共生・共感関係でもある。そこでこの記号的価値にコロリと狂うことがある。高価でファッショナブルな服、豪華な文房具やおもちゃ、子どものためにと称して購入してしまう大型消費材など、使用価値・機能的価値をとびこえて買い与えたくなってしまうのだ。その時のおとなの論理は「私が小さかった時、買ってもらえなかった」である。それなら自分のために買ってもいいわけだがそれはなぜかできない。

ところで、ものが「おもちゃ」の場合は話が少し複雑になる。おもちゃの「使用価値」については、おとなは基本的には判断するのが難しい。おもちゃの使用価値は遊び手である子どもの裁量に任されている。おとなにとっておもちゃは使用価値ではなく記号的価値において意味がある。売られているおもちゃのほとんどはそれによって生きのびている。おもちゃの使用価値は「教育的価値」ではない。おとなにおもちゃの価値を納得させるにはこの価値は有効だが、子どもにとって意味があるのは「遊戯価値」である。ところが、この「遊戯価値」とい

うものがはなはだやっかいで、その遊具と遊び手との関係の問題になってくる。そのもののどの部分がその子どもの遊戯精神と響き合うかということが予測不能なのだ。だから、極論を言えばどんなものでも遊具になれる。遊戯精神が変幻自在で合目的性をもたないとなると、それに対応するものは多種多様にわたり、必然的に多義性を持っている。

このことに関連して興味深いデータがある。関東地区四五〇人の「子ども（幼児・児童）が一番大切にしているもの」のベストテンは、①よだれかけ、肌かけぶとん、②石ころ、③チラシ、包み紙など、④昆虫、昆虫の卵、ザリガニなど、⑤紙や発泡スチロールの空き箱、⑥くず鉄、古くぎ、⑦ぬいぐるみ、⑧折り紙、切り紙、⑨ガチャガチャの怪獣、⑩ドングリや草、ということである。

「最も大切にしているもの」＝「遊具」とみなしてよいか多少のズレはあるにしても、このデータからは様々のことが読みとれる。その一、ぬいぐるみを除いて、いわゆる大人の与えたおもちゃが入っていないこと、その二、役にも立たないガラクタ類であること、その三、しかしながら、これらを手にした子どもが生き生きとイメージできること、すなわち、大人にも共感できる何かがあることなどである。ここにあげられたものの大部分は、そのものがもの自体として（素材の性質によって）子どもに語りかけているものである。布の手ざわり、石ころやくず鉄の重み、プラスチックの柔かさと軽さ、紙の可変性、自然物など、様々ではあるが素材そのものと子どもの出会いが基調となっている。素材であるが故に、物質そのものの多義性を維持しているとでも言えようか。そして、ガラクタであることで、使用価値を免れた自由さがある。このことは、幼稚園や保育所での遊びの中で市販の遊具・玩具よりも、より素材に近いもの、砂・水・草・紙・段ボール・空缶などの廃材で遊ぶ子ども達の方がずっと生き生きしていることで経験ずみである。素材を相手にする時、私達の精神は、もの自体にかちめとられずに自分の思いを実現することができる。

しかし、こんなものでは「おもちゃ」としては売れない。いくつかの古典的遊具以外は遊戯価値ではなく商品的価値によって店頭にならんでいる。今や一個の産業として地歩を確保したおもちゃ業界は、子どもに購買力をつけるためにあらゆる手段を用いる。おもちゃがTVCMに登場する度合を業界では「露出度」と言い、子どもが欲しがる度合を「欲求度」と言う。見せれば欲しがるというわけだ。まさに条件反射レベルの欲求刺激をやっているのである。見せかけの遊戯イメージを子どもに与えて購入させ、すぐに飽きて次の商品を欲しがってくれるのが彼らには最も理想的な子どもである。買い与えるおとな側は、どんなおもちゃがいいのか並んでいる商品の中から選択できないので、子どもの指示に従わざるを得ない。そんな訳で使いもしないおもちゃで押入れがふさがってしまう。

現代のおもちゃの犯罪性は、おもちゃによって遊びを規定し、それによって遊戯精神を怠惰におとしめてしまうということであろう。また、ものは人間関係を象徴することができるけれども、それにとって代わることはできないということも銘記すべきであろう。

私には大人と子どもの遊戯精神の共有はそう難しいこととは思われない。あたり前に子どもと共に生活し、子どもの遊びをみつめる、ものと徹底的にわたり合うところから可能であると思う。その力があれば、条件反射刺激の送り手に打撃を与えることができると思う。

（山口大学）

参考文献

○宇波彰「ベンヤミンからボードリヤールへ」『現代思想』青土社、一九八一年二月号
○ジャン・ボードリヤール著、今村仁司・塚原史訳『消費社会の神話と構造』紀伊國屋書店、一九七九
○関根伸「おもちゃを考える」『ジュリスト』総合特集16「日本の子ども」有斐閣、一九七九