

いわて児童館テキスト Vol. 3

平成 19 年発行

監修

(財) 児童健全育成推進財団 野中賢治氏

取材協力

江刺児童センター

城西児童センター

仁王児童センター

真滝児童館

矢巾東児童館

湯本学童保育クラブ

製作

県立児童館いわて子どもの森


〒 028-5134

岩手県一戸町奥中山字西田子1468-2

TEL:019-35-3888 FAX:0195-35-3889

いわて児童館 テキスト vol.3

子育て・子育て支援Q&A



豊かな子育て支援。
子どもと向き合う、
子どもの声を聞くために。

| | |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| I 児童館の原点はどこに？ （Ⅰ～Ⅲ いわて子どもの森 吉成信夫） | |
| 1) 昔、私達が子どもだった頃原風景 | 3 |
| 2) 遊び場の条件 | 4 |
| II これからの児童館に求められるもの | |
| 1) 児童館を取り巻く状況 | 5 |
| 2) マーケティング手法とは | 5 |
| 3) サービスと顧客第一主義 | 8 |
| 4) 子どもファースト、すべては子どもたちのために | 8 |
| III 今、児童館スタッフとして全員で共有すべきこと | |
| ○いわて子どもの森 10 則 | 9 |
| IV 子育て・子育て支援 Q & A | 13 |
| Q1. 子ども同士のけんかに対応する？ | 14 |
| Q2. 友達をたたき、大人にも乱暴する子に対応する？ | 16 |
| Q3. 子ども達の「うそ」や「盗み」にどう向き合う？ （奥州市水沢青少年育成市民会議 主任事務局員 大村千恵） | 18 |
| Q4. 忙しすぎる子ども達にどう接する？（時間が取れない、関係が作れない） | 21 |
| Q5. 言葉遣いの悪さについて | 23 |
| Q6. いじめにどう対応したらよいですか | 24 |
| ～コラム①：NGO 盛岡・マニラ育英会 代表理事 村田知己～ | 26 |
| Q7. 「発達障がい」がある子どもたちと関わる上で、気にかけておくことはありますか （カナンの園ヒソブ工房 施設長 佐藤真名） | 28 |
| Q8. 宿題どうする？ | 31 |
| Q9. 地域の資源をどう活用する？ | 33 |
| ～コラム②～ | 34 |
| Q10. 先生、学校とどう連携する？ | 36 |
| Q11. 親御さんとのコミュニケーションを円滑にするには？親御さんの要求をどう受け止める？ | 37 |
| Q12. 長期休みなど児童館・学童保育で過ごす時間が長いときに、遊びのプログラムや行事などで工夫していることはありますか？ | 39 |
| ～コラム③～ | 41 |
| Q13. 遊びが続かない子（ルールを変える、遊びが膨らまない）について （岩手県立大学社会福祉学部 准教授 山本克彦） | 43 |
| Q14. 後片付けをやらずに帰る子どもへの対応はどうしていますか？ | 46 |
| Q15. 子どもさんの支援に困った時、誰か（どこか）相談できる場所はありますか？ それは誰（どこ）ですか？ | 49 |
| ～コラム④ あそび ma・senka 代表 西里真澄～ | 50 |
| V 今、職員に求められるもの （吉成信夫） | |
| 1) 心とからだの防波堤に | 52 |
| 2) 見守ること、見張ることの違い | 52 |
| 3) 子ども話を聞くことの大切さ | 53 |
| VI 困ったときの連絡先リスト | 54 |
| あとがき | 58 |

I. 児童館の原点はどこに？

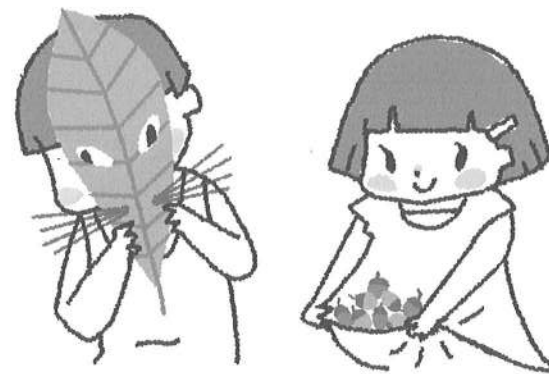


1) 昔、私達が子どもだった頃原風景

子どもだった頃とはいつのことまでを言うのでしょうか。今も子どもだ？というひともいるかもしれませんね。あらためて言うまでもなく、私たちはもう子どもではなく社会的責任をもつ大人です。しかし、児童館で働くスタッフとしてはそれだけでは何か足りないように私には思えるのです。ひとによっては、専門性とか学問的バックボーンによって子どもに対してという側面もあると思います。でも私には、児童館のスタッフは、子どもの頃遊んだ記憶のリアリティを頼りに、皮膚感覚のような感性に近いところで子どもと日々ともに在ろうとする仕事をしているような気がしてならないのです。私たちは、日々、自分の中の「子ども性」を唯一の手がかりとして子どもと対しているのだと。

子どもの頃って、あなたはどんな遊びをしていましたか？

野山をかけめぐっていた。原っぱの土管に入って漫画を読んでいた。駄菓子やさんで買い食いするのが楽しかった。川で（海で）一日遊んでいた。秘密基地を作ってその中で遊んでいた。神社の境内やひとの家の塀の上だって遊び場だった…とか。思い出せばいくらでも思い出すことができるはず。そう、私たちの暮らしの周りには、すべて遊び場＝ワンダーランドだったのです。遊び道具やゲーム機なんかなくても、遊びは自分たちで自由に、自発的に、「創造」することができたのです。



2) 遊び場の条件

では、そういう遊び場を成立させている条件とは?どんなものなのでしょうか、というグループワークを学生たちとやってみました。もちろんグループによって違うところもあるのですが、ほぼ似通った指摘がなされました。それらをまとめてみると、

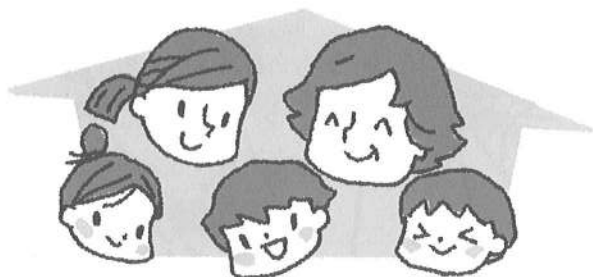
1. 近くにおとながいないこと(おとなの視線から隠れられる)
2. 自分の家の近くであること(歩いて行ける)
3. 遊べる友だちがいること
4. 自分で遊びを選択できること(やらされることではない)
5. 自然があること(ちょっと危険なところもあること)
6. 大声を出してもいいこと

といったところでしょうか。

これは、別の言葉で言えば、子ども自身が心とからだを解放できる場所(遊び場)が、生活圏の中にあったことを表しているのだと私は思います。私たちは無意識のうちに、遊びを通して、ケンカや仲直りの仕方、社会に出て行くためのありとあらゆるコミュニケーションの取り方をここでまなんでいたのです。

今の子どもたちの周りにこのような遊び場があるでしょうか。学校の校庭や公園を除いて、子どもたちの遊ぶ姿がめっきり減ってしまいました。遊び場の存在は、空間としての価値だけではありません。心とからだの抑圧をほぐすためのかけがえのない場所でもあったのです。子どもの心とからだの発達という観点から見れば、児童館は、実は私たちが子どもの頃に存在していた遊び場の持つ機能を代替する場所であると私は考えています。

児童館職員は子どもたちから見て、安心できる存在として、手助けや相談にのってほしいと子どもたちがそのことを求めることができる存在になることが求められています。



児童館=子どもの心とからだの抑圧を解放場所

II. これからの児童館に求められるもの



では、児童館は、どのような考え方で運営していけばいいのでしょうか。個人の責任感だけではいい児童館は作れません。あの児童厚生員は本当によくがんばるひとだねえと周囲から評価されたとしても、それは個人のモラルや資質に帰するものである以上、そのひとが他へ異動してしまえばその評価も組織の留まることなく消えてしまうものなのです。だからこそ、個々の児童館らしさがどこにあるのかということスタッフ全員が共有しておく必要があるのです。

1) 児童館を取り巻く状況

児童館は地域の中の児童健全育成に関わる拠点施設として、戦後長い間、重要な役割を果たしてきました。一方、外部からの厳しい評価にさらされることもなく、現場での子どもとの対応や提供するサービスの質の如何を問われることがあまりなかったのも事実です。

しかし今や、地域の中で、健全育成に関わる施設は児童館だけではなくなりました。文部科学省が推進する放課後子ども教室、公民館や図書館、ミュージアムの子ども〇〇教室、民間企業の経営する遊び塾など、子どもに関わる事業に多くの方面から乗り出しています。言い方を換えれば、擬似児童館的な施設が増えてきたともいえるのです。その中で、児童館は他とどこが違うのか。これを利用者に明快に説明し、理解と共感を得る必要が出てきたのです。昨年からは指定管理者制度への移行とともに、NPOや民間企業に対して児童館経営の門戸が開かれ始めたこともあって、それぞれの児童館らしさが問われるサバイバル時代に入ったのだと思います。

2) マーケティング手法とは

マーケティングという言葉が皆さんは聞いたことがあるでしょうか。企業の専売特許のような言葉ですが、商品やサービスをどうすれば消費者が買ってくれるかをよく考えて、他社と差別化できるポイントを探してそれをメッセージする、一連のコミュニケーション活動のプロセスのことをマーケティングと言います。でも、児童福祉の世界と商売は違うんじゃないかと思われるかもしれませんが、もう少し説明を加えてみたいと思います。

確かに児童館を利用する子どもたちや親の方々を顧客と呼ぶにはかなり抵抗があ

るかもしれません。利用者とはここでは呼んでみます。どのようなサービスを提供すれば利用者のニーズ（期待）を満たせるのか。それを考え、実行するのがマーケティングです。つまり、利用者が望んでいることをいち早く察知して、それに柔軟に応えるかたちに児童館のサービスの質を向上させていくわけです。

モノを売る商売とはもちろん違いますが、利用する子どももおとなも児童館を好きになってほしい。愛してほしい。継続的な信頼関係を利用者との間に築きたい。そういう良好な関係性を利用者や地域住民、学校等と結べれば、児童館の安定的な基盤は確立するのです。そのためにはマーケティングという考え方が有効なのです。

①目標（ゴール）を設定する

時間が有限なものである以上、何事にも始まりも終わりもあります。何をを目指すのか。どういう児童館でありたいのか、どうなりたいのか、という目標（ゴール）を具体的に創ることからすべてが始まります。年間活動予定はあっても、その先の到達点を示す目標を言語化できている児童館は少ないかもしれません。でもこの目標を明示することはそこで働く職員にとってもとても大切なこと。職員の間での共有化が図られていけば、日常業務の意思疎通がぐんと円滑になるのです。実際私の児童館では、職員だけでなく、ボランティア、清掃さんや警備員さんに至るまで同様の考え方を理解していただいて日々の仕事に取り組んでもらっています。

※子どもの森の例

〈みんなで目指すべきゴール〉

誕生したのは昨年なので最後発だけれど、最後発だからこそ最前線に立つ全国一ユニークな大型児童館と呼ばれたい。

（他の施設がやれない、やらないことにこだわりたい。提供したい）

なにがユニークなのか？（と呼ばれたいのか）

○職員それぞれがそれぞれのやり方で、サービスの受け手である子どもたちの心からの満足を考えながら、暖かいムードを醸している。（こんな公共施設どこにもない）

○声高ではない、いつ来てもさりげない場所。障害があってもなくても、構えず、さりげない気配りがなされている。（かたちでないユニバーサルデザイン）

○健全育成の観点から、子どもに関わることを専門としているおとなを対象として、研修プログラムを開発し、導入している。（ひとつづくりに真剣に関わろう）

○すべての提供すべきプログラムの原点には、「からだ」で感じて、「からだ」で気づく、遊びを通して子どもたちの無意識の部分に耕す考え方を据えている。

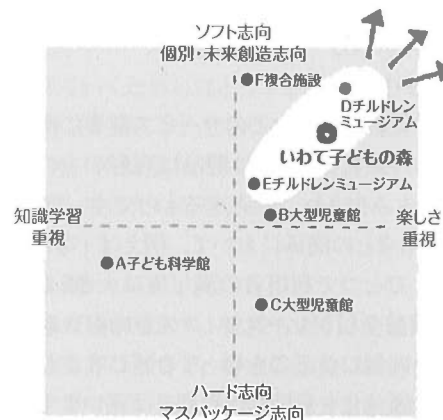
（脱学校、脱教室、脱効率。その象徴がのんびり、ゆっくり、ぼけー）

②ポジショニングとターゲティング

マーケティングの中で、一番大切なポイントとなるのがこの二つの言葉です。利用者の心の中に児童館のイメージを明確に位置づけるためには、他の子どもに関わる施設や事業とを比較して、自分たちの児童館がどこに位置するかを考えてみるとよくわかります。日常の中では毎日が子どもたちとの対応で精一杯で比較なんてしたことないかもしれません。でも、そこで冷静に位置づけてみると自分の児童館の進むべき方向性が浮かんでくるから不思議です。

位置づけができれば、今度は児童館を利用して欲しい利用者をさらに具体的に想定してみます。現状では、主たる利用者は誰なのか。サブ的な利用者は誰なのか。さらに開拓すべき利用者層はどこなのかを明確にしていくわけです。

※子どもの森の例



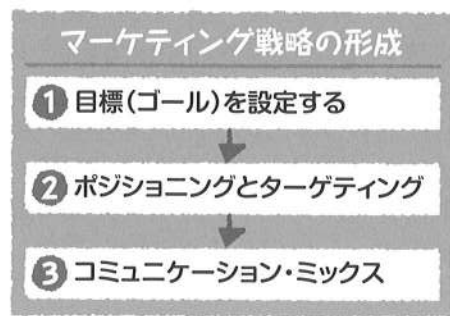
子どもの森のポジショニング

全国を視野に入れた競合比較をすることで、大型児童館のジャンルにある子どもの森の方向性を明示するために作ったものです。（X軸Y軸にどのような切り口を持つてくるかがポイントです）

③コミュニケーション・ミックス

到達すべき目標、ポジショニングとターゲットが描けたら、利用者にとって効果的なコミュニケーションを働きかけることができるかを考えてみましょう。児童館ならではのメッセージを、利用者を取り巻く様々な環境に積極的に働きかけていくことを、コ

コミュニケーション・ミックスと言います。例えば、児童館の定期的なお知らせ、職員の服装やお互いの呼称、サービス対応の姿勢、遊びのプログラム編成、マスコミ広報、に至るまですべてに及びます。



①②③を総称してマーケティング戦略と呼びます。



さまざまなかたちで児童館のメッセージは発信されていく。

3) サービスと顧客第一主義

よく企業、とりわけ百貨店や旅行などのサービス産業に関わる話の中でこの言葉を聞いたことがあると思います。ここでは製品は有形のものではなく、顧客との関係性を通じて価値として生み出され、存在するものです。では、児童館の場合はどうでしょう。やはり、利用者との関係において、例えば「電話での対応の仕方」「来館者への声がけの仕方」ひとつで利用者の満足度は大きく変わります。

だからこそ、児童館職員全員がマーケティング志向を持たなければならないのです。金太郎アメと同様に、どこを切っても同じ考え方に貫かれていなければならないのです。これは画一化を意図した管理とは違います。子どもファースト、まず主たる利用者である子どもたちを優先したサービスをしているか。子どもたちの声を低い目線で聴き取る努力がなされているか、といった館の姿勢の柔軟さが問われるのだということです。

4) 子どもファースト すべては子どもたちのために

何のための、誰のためのマーケティングなのか。私たち児童館に関わるものが肝に銘じておかなければならないのはこの一点に尽きます。児童館を利用する、もしくは利用する可能性を持つ子どもたち、親、さらには子育てに関わるすべての人々の数を増加させ、かつ利用者満足度を高めるためのマーケティングです。利用者ニーズに応える不断の努力が、結果として私たち児童館職員のサービスの質の向上をも

たらしてくれるのです。

冒頭に述べたように、児童館は生き残りを賭けて他の類似施設との「差別化」(他施設と異なる独自ポイント)を明確なものにしていかなければなりません。歴史的に言っても、経験ノウハウ的に言っても、子どもたちの健やかな成長を見守りながら、子どもたちの心とからだをいきいきとひらいていく地域の総合的センター＝子どもの居場所は、児童館こそが担うべきだと私は考えています。児童館が、さらなる時代の要請に応えられるかどうか、その鍵は、マーケティング戦略の立案にあると言っても過言ではないのです。

Ⅲ. 今、児童館スタッフとして全員で共有すべきこと



児童館の利用者の視点やニーズを起点にして、私たちが提供しているサービスのひとつひとつを向上させていくためにはどうすればよいのでしょうか。

子どもの森の場合、開館2年目に「子どもの森10則」という行動指針をまとめました(派遣会社、警備会社、清掃会社等に所属するスタッフも含めて全員を対象)。これをひとつの例に説明してみたいと思います。

いわて子どもの森 10則

1. 朝の第一声から仕事が始まります。気持ちよく、元気に入ってこよう。

(自分の気持ちの持ち方ひとつで、ひとの印象は大きく変わります)

まず、いつでも、どこでも、見られている自分を意識するようにしようという意味です。館のスタッフルームの出口の内側には鏡が貼ってあるのですが、これは朝、活動が始まる前に自分の顔を鏡で見てから子どもたちの前に立つことを習慣にするために生まれたものです。

2. しぜんに生まれる私たちの笑顔が子どもの森の原点です。

(つくり笑顔ではなく、自分の内側から湧いてくるもの)

コンビニの店員がいくら笑顔で明るく言葉を発しても、相手の目を見ないで空で言っていることがよくあります。これでは気持ちは利用者には伝わるわけがない。だから私たちは子どもの目を見て相手に言葉を届けるようにしようよ、ということです。

3. 意識して自分が思うよりも一歩前に。お客様に近い距離で対応しよう。

受け答えは、大きく、明るく、ていねいに。想像以上に声は人をあらわします。

(電話対応、受付対応、遊具対応、ぜんぶ)

学校に電話しても電話に出た先生が名乗らないのでちょっと不安になった、声の感じも暗かったのですます不安になった、なんてことはありませんか。電話を受け取るときに、私たちは必ずはい、〇〇〇児童館の△△です。」と名前を名乗ります。こんな小さなことが電話の相手に安心感を与えることにつながると思うからです。

4. すべてのサービスの受け手は、こどもたちであることを忘れずに。

(おとなではない。肩書きではない。理屈ではない。)

子どももおとなも同じに大切に対応します。受付はホテルで言えばフロントですので、子どもたちの目線で対応を。

5. わかったつもりでも、念には念を。コミュニケーションは密に取り合おう。

(何度でも繰り返し、直接、当事者同士でことばで確認を。文字でのメモも)

シフト勤務ですれ違う職員に日誌の存在が重要な情報ツールになっています。その日の課題や来客、クレームなどはできるだけ詳しく記入します。

6. ここは変わり続けていくミュージアムです。私たちのまなびや成長がなければ館の成長もあり得ません。

そのために全スタッフ研修があり、日々個々の研鑽があると位置づけています。自己の専門性とキャリアを高めることを何にましても大事にしてほしいという願いを込めて。

7. 失敗は成功のもと。完璧を求めず、失敗の中から小さな成功を積み上げていこう。

(頭ではわかっているつもりでも、意外にかたちに縛られているものです)

若手スタッフがよく陥るのはこのところ。失敗したことがないから恐れて思い切ったことができないというひとが多いように思います。意欲的な失敗は児童厚生員の勲章にしてほしいのです。

8. 子どもの森は「健全育成」を通して、「子どもたちの生きる力」を育む児童館です。

すべてのプログラムにはそのための意図や狙いがあります。そこが遊園地との根本的な違いだと心してください。

私たちの仕事は単なる遊ばせ屋ではありません。遊びは子どもたちの心とからだの抑圧を減じるための方法であり、ツールであるということを常に自覚してほしいのです。そうでなければ自分のプライドは生まれません。

9. ユニフォームを着たら、派遣も、ボランティアも、警備やお掃除の仕事も、レストランの仕事も、みんな同じ子どもの森のサービス・スタッフとして見られています。全員で支えあっています。

私が一番大切にしているのがここです。子どもの森の人気 No. 1 は意外にも警備員さんです。お掃除さんも好感度抜群 (デイズニーランドのキャストに負けていません!)。みんなで同じ気持ちで支えあう気持ちを持てるかどうか。常に日々の勝負どころです。

10. 常に、どんな時でも好奇心を忘れないこと。あきらめないこと。これがすべてです。結果はあとからついてきます。

個々のスタッフのモチベーションを上げるのは、自分の好奇心がいつでもどこでも自在に動く身体と心を常に用意して置けるかどうかということ。

以上に述べたのは、児童館全スタッフの行動規範 (ビヘイビア) についてです。10 則だけでは絵に描いた餅ですので、これを基に子どもの森では、毎日、朝礼夕礼を活用して、日々の確認を行うようにしています。

朝礼と夕礼へのこだわり

朝礼では、今日全員で共通に理解しておかなければならないことのポイントを話します。子どもと関わる児童厚生員の身体がこわばっていたり固まったままでは、子どもたちと良好な関係を築くことはできません。心とからだのリラクセーションのために、ほぼ年間を通して毎日、朝礼の中で、簡単なストレッチ体操を入れたり、全員で歌を歌ったりしてから、仕事に入ります。顔色を見てスタッフの体調や感情のテンションのチェックをするのが館長である私の重要な仕事になっています。そして、夕礼時になると、事務室に引き上げてきたスタッフとその日起きた問題やクレーム、破損箇所、怪我等についての確認と情報共有をします。

グッドジョブ、バッドジョブは、一枚のコインの裏表を成していて、状況によって変化します。サービス業の難しさはまさに、ここにこそあるということを私自身、強く思います。

サービスはコインの裏表



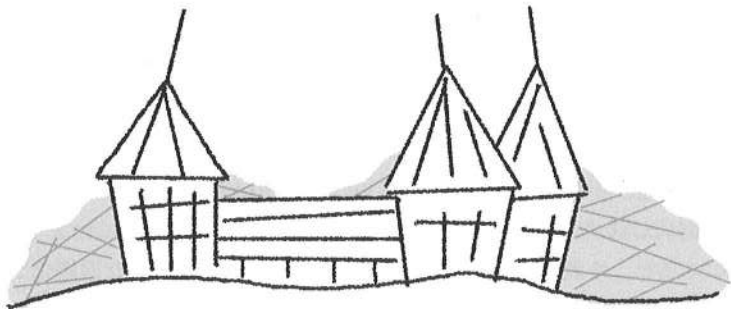
あやういバランスの中で私たちのサービスは成立する。
だから毎日楽しい。
だから、毎日にやりがいがある。

多くの児童館の場合、勤務シフトの関係から全員が揃うことは不可能ですので、日誌の内容記述をいかに利用者サービスの観点からするかも重要となります。

スタッフの意識

どうしたら児童館で働く人々すべてのふるまいや意識を向上させることができるか。これはマネジメント上の最も重要な課題だと思います。児童館が何を指すのかを明示することができても、肝心の職員、スタッフが目標を共有するための個々の気づきを誘発しやすいしつけやシステムづくりがなければそれぞれの職員の行動を変えることはできません。職員から率直かつ本質的な問題や課題が出てきた時こそが変革のチャンスなのです。何が良くて、何がまずいかを判断するためのサービスの基本的な考え方をみんなで再確認し共有化することを徹底する習慣をつけたいものです。

(「児童館のマーケティング」吉成信夫 じどうかん2007春号、夏号)



IV. 子育て・子育て Q&A



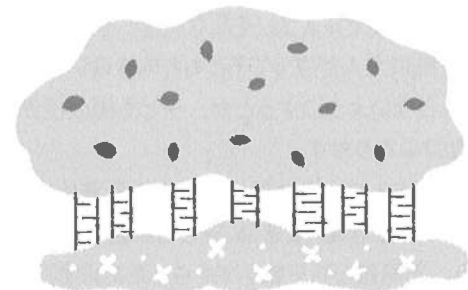
Q & A について

ここからは、子育て・子育て Q & A として、いわて子どもの森地域巡回事業の情報交換会で出された、子どもの育ちに関わる支援者の皆さんの普段疑問に思っていることや、感じていることを取り上げてみました。

それぞれの質問を見ていただくと、いろいろな支援の仕方、声のかけ方が思い浮かびますよね。子どもたちそれぞれに、個性があって、昔から「誉めて伸びるタイプ?」、「負けん気の強いタイプ?」なんて言ったりしますが、そんな風に一人一人が違うことを考えると、本当は、子どもと関わる、子どもを育てるのに、一般的なマニュアル、100点満点の答えなんて無いのかもしれませんが。ですから、このQ&Aは答えが書いてあるマニュアルではありません。子育て・子育て支援の現場から多く寄せられる、「こんな時、どう対応したらよいの?」という質問を一緒に考えて、読んでくださった皆さんが、「なるほど、そういう考えもあるのか」とか、「今まで通りの関わり方で良かったんだ」ということを、それぞれに感じてもらえたらと思って作りました。子どもたちに接する姿勢を振り返る機会にして欲しいと思います。

先にも述べたとおり、目の前の子どもたちそれぞれに寄り添った対応ができれば良いのですが、少ない職員で沢山のお子さんに関わる子育て・子育て支援の現場では、「それは理想だけど、そうしたいと思っても、実際にはなかなか一人一人にじっくり向き合う時間はとれないな」と思ってしまう。それでも、子供たちの為に、何とか時間を作りたいと思ってしまう。

ただ、なかなか思うようにできていないと思っても、皆さんが、子どもたちにまっすぐ向き合って、一生懸命子どもたちのことを考えている姿は、子どもたちにしっかり伝わるのだということは忘れずにいて欲しいと思います。



子どもたちは、大人がどんなに「ケンカしないで仲良く遊ぼうね」なんて声をかけたところで、遊びに夢中になればなるほど、ちょっとしたことでケンカしてしまいます。自分の思いと相手の思いとがぶつかったときに起こるのがケンカ。その時、子どもたちには、たとえ相手とぶつかっても、言いたいことや、わかって欲しい気持ちがあるのでしょうね。ケンカばかりも困るけど、ケンカは子どもたちが相手に自分の気持ちをどう伝えるか、ぶつかった時にどうやって乗り越えるかということを経験するとても良いチャンスと考えられます。昔と違って、大勢の兄弟や近所の子どもの中でケンカや仲直りを繰り返して、コミュニケーションの力を磨く機会が少なくなったと言われる今の子どもたちにとっては、児童館や放課後児童クラブのように異年齢の子どもたちと関わることができる貴重な機会かもしれません。

子どものけんかの理由を、大きく分けてみると

- A. 遊びの中でわがままのぶつかり合い
- B. 夢中になりすぎて度を越してしまう
- C. (自分だけが楽しむために) いじわるやズルをする、いじわるやズルをされることへの反発

A、Bは感情が理性でコントロールできなくなった例ですので、感情が落ち着けば仲直りできます。しばらく原因となるものから離れる、ケンカになった相手と距離を置いて落ち着くのを待つことが先決でしょう。静かな部屋や、外野に刺激されないようなところに移動できれば良いのですが、沢山の子どもたちが過ごす場所では、それが難しい時もあるでしょう。そんな時は、例えば、部屋の中でちょっと立ち位置を変える、壁側に大人が立って子どもと向き合い、周りの子どもの動きなどが子どもの視線に入らないようにするとか、子ども側の視界を変化させると、気持ちを切り替える手助けになります。

それでも気持ちがおさまらない場合は、気持ちを言葉にしてもらいましょう。ケンカするほどの大きな「思い」を聞くときは、子どもの話を遮らずに、とにかく聴いて、受け止めてみましょう。不思議と話を聴いてもらっただけで、落ち着くこともありま

すよ。

Cには、少し継続的なケアが必要な場合があります。

ただし、小学校低・中学年のうちは、いじめへの反発がけんかになって爆発する場合がありますので、前に挙げたA、B、Cとは見分けて対処することが必要です。先に述べたように、子どものコミュニケーションの力を伸ばす役割があることを考えると、大人は手を出しすぎず、心配しすぎず、自分たちでなんとかして解決するのを待つという忍耐の姿勢も求められそうです。ただし、相手や自分の心とからだを傷つけるようなこと、相手の人格を傷つけるようなことが起こりそうな時には、毅然とした態度で止めるなど、職員は子どもたちの状態を見極めて、様子を見ながら、臨機応変な対応できるような目を養っておくことが必要です。



子どもたちと関わっていると「何もしていないのに叩かれた!」と訴えられることが結構ありますが、よくよく話を聴いてみると、叩いた子にも言い分はありそうです。同じ「叩く」という行動でも、理由は「遊びを邪魔された」、「相手が怒るのが面白い」、「言い合いになったけど、言い返せなかった」、「遊んで欲しかった」、などなど、ほかにもいろいろと考えられそうですね。同じ行動でも、理由や背景があるという視点に立つと、「何もしていないのに」と相手に受け取られる場合には、行動を起こす引き金になった気持ちの流れが、他の人にはわかりにくい形で表現されていることも考えられますね。相手に伝わってなくても、子どもにとっては大問題だったりするので、そのときの気持ちは、なかなかおろそかにはできません。

もちろん、理由があるから叩いても良いとか、叩かれる方が悪いと言いたいのはありませんよ。まずは、とにかく行動をすぐにストップさせましょう。その時に沢山のことを言う必要はありません。ただ、行動をやめて欲しいことを伝えましょう。

どんな場合でも、悪いのは「暴力」や「相手を傷つける言葉」という行動であって、その子どもの全てではないので(悪い子と悪いことをした子は大きく違いますよね)、落ち着いたら、まずは子どもの話を聞きましょう。

子どもの気持ちの準備ができていない時に叱っても、子どもからすれば「何で叱られるの?ま、今だけ我慢すればいいや」という気持ちになりそうです。また、気持ちが顔や態度に出てしまい、「あの子は、何度言っても聞かせても分からない」と受け取られ、それを繰り返すうちに子どもが「誰も自分の気持ちをわかってくれない」と他者への信頼感を失うという悪循環に陥ってしまいそうです。

大人は「なぜそういう行動をするのか?」という視点で子どもの話を聞きますが、「どうしてなの?」と子どもにストレートにぶつけてしまうと、ともすれば尋問のようになってしまいかねませんし、上手く理由が説明できなくて余計に頑なになるかもしれません。まずは、子ども自身の解決する力を信じ、子どもの気持ちを受け止める姿勢で接することで、ありのままの自分でいいんだと感じる力(自己肯定感)や自分もできると信じる力(自己効力感)を育むことにつながります。自己肯定感や自己効力感は、子どもたちが成長するうえで、いろんな壁にぶつかったときに、子どもたちのこころを支え、壁に立ち向かうためのエネルギーの源になるものの一

つです。

子どもの話を聞いてみて、なんだか分からない、漠然とした不安やイライラが募って、たたいたり、乱暴したりしている場合には、発散が必要かもしれませんので、暴力ではなく、思い切り身体を動かすような遊びに誘って様子を見ましょう。

また、小学校低学年の頃は、幼児期の延長で、大人が嫌がることをすることで大人が大騒ぎするのを楽しんでいることもあります。暴力の矛先が大人に向かう場合は、冷静に嫌な気持ちを伝え、許されないことははっきり伝えましょう。

◎子どもの大人への乱暴がエスカレートする例



叱ることではなく、大人も子どもも、他者からの乱暴、暴力は心もからだも傷つけられることで、してはいけないことを伝えることが大切です。

また、時々、執拗に相手の本当に嫌なことや怒りそうなことを狙って繰り返したり、べたべたと甘えてきたと思ったら別人のようにひどく拒否的な態度をとるといった行動が見られることがあります。そんな時は、子ども自身が他者と関わることに不安が強く、相手と仲良くしてみたいけど、まだ怖いので信頼できる相手かどうか繰り返し試しているという場合があります。信頼できる気持ちが持てるまで非常に時間がかかったり、気持ちが不安定な状態が長く続いたりすることがあります。

そういった状態の時は、特定の相手にだけ矛先が向けられ、子ども自身も感情のコントロールが難しい場合があります。ひとりで抱えきれない場合や対応に戸惑うときには、子どもの心の状態を確認しながら長い目で関わる必要がある場合も考えられます。県や市町村の保健師、児童精神科や学校に配置されているスクールカウンセラー、児童相談所等の専門家にアドバイスを聞いてみると、支援のヒントが得られるかもしれません。

