

組織キャンプ体験が参加者の感性に及ぼす影響

Influence of Group Camping Experiences on Kansei

破田野智己¹ 竹澤智美^{1,2} 長田典子¹
 Tomomi Hatano Tomomi Takezawa Noriko Nagata

関西学院大¹
 Kwansseigakuin Univ.

大手前大²
 Otemae Univ.

1. まえがき

キャンプは一般に余暇活動とされるが、教育効果への期待から、組織キャンプ (organized camp) 体験が注目されている。たとえば大学でのキャンプが高校からの移行を円滑化し[1]、環境適応力を養う[2]などの効果が報告されている。このため初年次教育の一貫として実施されるほか、関西学院大学のCamping Campusのように、キャンプ体験を継続的に大学生活に採り入れている例もある。

教育効果の作用機序は未解明だが、先行研究からは参加者の感性の様相が変化したことが推察される。たとえば楽しさや充実感が組織キャンプによるメンタルヘルスの変化を媒介し[3]、キャンプ空間の感じ方が創造性に影響することは[4]、教育効果に先立って参加者の印象・感情・価値といった感性の様相が変化した可能性を示唆している。その変化は比較的短時間で起こると考えられるため、キャンプを構成する様々なアクティビティの評価を即応的に測る指標となることが期待される。

そこで本研究では、組織キャンプ体験による参加者の感性の様相を探索的に測定する。併せて、アクティビティによる差も確認する。

2. 方法

参加者 大学生 90 名 (男性 31 名, 女性 58 名, 無回答 1 名, 平均 18.7 歳) が任意で参加した。

手続き 大学内で実施した日帰りキャンプで、体験前後の感性の

様相を測定した。キャンプは 4 月・5 月に各 2 日、計 4 日開催し、参加者はいずれか 1 日に参加した。体験内容はカレー作り、集団討論、焚き火での談話などであった。キャンプは 2 日連続で実施し、1 日目の計 47 名がテントを設営 (設営群)、2 日目の計 43 名は設営済みのテントを利用した (利用群)。なお、利用群では設営終了と同時刻までアイスブレイクを延長した。調査はキャンプの前後 (アイスブレイク・設営後と焚き火での談話中) に実施し、先行研究[4]に基づきキャンプの印象・感情・価値を尋ねた。

3. 結果と考察

図 1~3 は、調査前後および利用群・設営群での価値・感情・印象を比較したものである。因子分析の結果、価値 (魅力的・よい等) は 1 因子、感情・印象は 3 因子となったため、各図は因子ごとに示した。価値の平均は体験の前より後、利用群より設営群で高かった ($p < .01$)。これらは感情・印象でも同様で、感情の覚醒因子 (たのしい・興奮する等) や印象の開放性因子 (開放的・明るい等) は体験後と設営群で高かった (図 2a, 図 3a)。一方、感情の不安因子 (不安・緊張等) は体験後に低下した (図 2b)。

これらの結果は、組織キャンプ体験が大学生の感性の様相を変化させることや、アクティビティによって差があることを示唆している。すなわち、キャンプ体験が開放的な印象を与え、覚醒が高まる一方、不安が低下すること、全体的な価値が高まること、それらはテントを共同で設営したことで強まることなどが示された。

このような変化は、日帰りキャンプのような短期間でも認められたため、長期の参加を前提としない様々なアクティビティの感性の様相も測定可能と考えられる。一方で、本研究の結果だけでは教育効果との関連を十分に検討できないため、引き続き検証を重ねる必要がある。

参考文献

[1] Austin, M. L. et al., Outdoor orientation program effects: Sense of place and social benefits. JEE, 31, 435-439, 2009.
 [2] 林綾子ほか, 初年次教育としてのキャンプ体験が大学適応感に及ぼす影響についての探索的研究: Social Provisionに着目して. 野外教育研究, 21, 1-13, 2018.
 [3] 西田順一ほか, 組織キャンプ体験に伴うメンタルヘルス変容の因果モデル エンジョイメントを媒介とした検討. 教育心理学研究, 53, 196-208, 2005.
 [4] 大塚栄輔ほか, キャンパス内のテント空間が創造性に及ぼす影響. 第 17 回日本感性工学会春季大会, 1B1-04, 2022.

