



筑紫女学園大学リポジット

乳幼児期の子育てで使用されているデジタルコンテンツについて

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 公開日: 2016-11-25 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 原, 陽一郎, HARA, Yoichiro メールアドレス: 所属:
URL	https://chikushi-u.repo.nii.ac.jp/records/539

【研究ノート】

乳幼児期の子育てで使用されているデジタル コンテンツについて

原 陽一郎

Digital Contents in Early Childhood Education and Care

Yoichiro HARA

1. はじめに

2013年に日本小児科医会は「スマホに子守をさせないで」というポスターを発行し、啓発を始めた。これは、乳幼児期からスマホ、タブレットを子育てに使用することによって、愛着形成不全や言葉の発達の遅れなど子どもの育ちに様々な悪影響を与えている状況が見られたからである。

しかし、乳幼児期から、スマホ・タブレットをどのように子育てに使用しているのかに関して、そのコンテンツを具体的に示した研究はみられない。そこで、本稿では、非営利特定法人子どもとメディアが2015年におこなった、4カ月健診、1歳半健診、3歳健診のアンケート調査にあらわれたコンテンツについて整理し、その問題について検討することを目的とする。

2. 調査について

本調査は、非営利特定法人子どもとメディアが2015年9月～11月に、福岡市、北九州市、福津市、古賀市の4市の健診時に、各機関に協力を得てアンケート調査を行ったものである。調査数は表1の通りである。なお、コンテンツについて

表1 調査地域、調査時期、調査数について

地域	(調査時期)	4ヶ月健診	1歳半健診	3歳健診
福岡市	(9月)	1208	1095	842
北九州市	(9～11月)	452	435	445
福津市	(10、11月)	126	107	117
古賀市	(10、11月)	58	110	122
		1844	1747	1526

はアンケート調査項目で「使っているアプリを教えてください。」という問いに対し、自由記述されたものである。よって、ここでは数量的な分析はおこなわないが、複数の記載があったものについて取り上げた。そして、これらを実際にダウンロードして使用してみることによって問題点を検討した。

3. 記述の多かったコンテンツの具体的内容

1) 養育テクニックを補うことを期待していると考えられるコンテンツ

a. Benesse Corporation 「たまひよの泣きやませ 泣きピタ！」など

これらは、寝かせる、泣き止ませることを期待しているアプリである。内容は、いわゆる「胎内音」やレジ袋をクシャクシャさせる音、オルゴール音などが録音されており、それらを聞かせてみて泣き止んだものをプレイリストに登録するようになっている。つまり、これを使えば泣き止むことを保障しているのではなく、泣き止むと言われている音を集約しただけのものである。しかし、アプリストアではジャンルが「メディカル」「ヘルスケア」に分類されているので、おとなの期待値は大きいと考えられる。

b. 「いないいないばあ」「百万回生きた猫」など

これらは、実際の絵本をデジタル化し、自動的に読み聞かせの音声の流れ、画面をタッチすれば次のページに進む様にできているものである。とくに「いないいないばあ」は数種類あり、作者自身や声優の声で、画面にタッチしている間は「いない、いない～」と流れ、離すと画面の変化と共に「ばあ」という声が出るようになっていく。絵本を読むこともそうだが、「いないいないばあ」のような単純な働きかけであっても、恥ずかしい、どうやったら良いかわからないなどのおとなの表現することに対する心理的抵抗がうかがわれる。

c. 「鬼から電話」

これは、「しつけ」アプリとして使用されているものである。「言うことを聞かない時」をタッチすると「鬼」から電話がかかってきて、おうちの場所を聞いた後、鬼が怖い形相をして「こらあ！言うこと聞かないと、辛い辛い鍋に入れて食べちゃうぞ！言うことしっかり聞きなさい！わかったか！言うこと聞かないと鬼の仲間をいっぱい連れておうちに行くからな！」と言う声が出る。

これには Apple 「App Store」では、「以下の理由により 9 + のレーティングがついています。まれ／軽度なホラーまたは恐怖に関するテーマ」と記載されており、対象年齢は 9 歳以上である。しかし、アプリのレーティングは実際には何の拘束力も無いため、乳幼児に使用されているのが実状である。これは危険なことであり、特に「寝ないとき」には「ゆうれい」「お化けのおちよ」が出てくるため、却って一人では寝られなくなったという事例を聞くことが多く、これなどは子どもにトラウマを持たせてしまったといえよう。レーティングに配慮するように知らせていくことが求められている。

d. 「タケモトピアノのCM」「ふかふかカフカ」

「タケモトピアノのCM」は、乳児がこれを聞かせると泣き止むとテレビ番組などで扱われ、広まったものである。

「ふかふかカフカ」はロッテのお菓子の宣伝動画であるが、日本音協研究所監修の「泣き止み動画」としてホームページに掲載されている。ただし、次のような注意点が記載されている。

「泣きやみ動画」のご注意点

体調が悪い、おなかがすいている、オムツが汚れているなどの生理的な要因があつて泣いている場合は効果がありません。泣いている理由がわからない、ママ・パパに自分の希望を聞いてもらえないなどぐずり泣きしている場合に動画を見せてください。(http://lotte-cafca.jp/movie/)

つまり、使用するおとながなぜ泣いているのかを判断して使用しなければ効果が無いということであろうが、おとなはその判断ができなくて困っているのだから、「泣き止み動画」をみせても泣き止まない子どもに対し、不安やいらだちを感じてしまうことになりかねない。

また、これらがYouTubeでは30分近く繰り返して流れるように改変されており、泣いている間ずっと見せ続けられる可能性もある。

これらは、おとなが子どもが泣いている理由を慮って対応することができない、子守歌など寝かせるテクニックを知らない、歌を歌ったり絵本を読むのが自信がない・恥ずかしい、どうやって行動を抑制したら良いかわからないなど、おとな全体の養育力が低下してきているため、これを補うことを期待して使用していると考えられる。よって、コンテンツの使用を単に否定するだけではなく、養育力を高めるような取り組みをセットでおこなうことが求められる。

2) 子ども自身が遊ぶもの

a. 「bab bab」

これはデジタルガラガラであり、スマホを振ればそれに応じて画面のアイテムが揺れて「ガラガラ」の音が流れ、画面にタッチするとそのアイテム自体を操作することもできる。乳児でも操作可能な単純な双方向性を意識した作りとなっている。

b. 「Ride! Ride!」

これは、絵本を基礎にしながらかゲーム的要素をさらに付加したものである。音や音楽が流れながら画面が変化するだけでなく、画面をタッチすると絵が動いたり木の実などのアイテムが現れるようになっている。

c. 「やったね!できたね!アンパンマン」「タッチ!あそべビー 赤ちゃんから楽しめる感覚遊びアプリ」など

これらは、知育・感覚遊びというジャンルに属し、子どもがやり取りをするコンテンツである。

しかし、分類名から期待されるものがアプリから得られるとは考えにくい。

例として、「タッチ！あそべビー」では、画面に子どものイラストが出てきて「ケーキ」（タッチ）「モグモグ」（タッチ）「おいしいね！」、「とうがらし」（タッチ）「モグモグ」（タッチ）「くらい！」というやり取りがおこなわれるだけであり、ここで刺激される感覚は、視覚と聴覚であり、触覚に関しては常に画面の同一な刺激でしかなく、実際の味覚経験を動画によってラベリングすることも期待できるとは考えにくい。

そのためか、インストールする際の利用規約において、

「第7条2. 当社は、本アプリで提供されるコンテンツの安全性・有用性・正確性等について、明示または黙示にも一切保障をするものではなく、本アプリの変更、中止もしくは廃止、本アプリを通じて登録、提供されるコンテンツ等の消失、その他本アプリに関連して発生したお客さまの損害について、当社に故意又は重大な過失がある場合を除いて、当社は一切責任を負わないものとします。」

と書かれている。安全性・有用性・正確性を保障しないのであれば、製作者は何を意図しているのだろうか。

一方で、応答性が高いため、子どもはやり始めるとやり続ける危険性も高い。しかし、製造物責任法（PL法）では、ゲーム・アプリ等は無形物なので製造物とは見なされないため製造者の責任を追及することはできない状況である。

d. 「あの企業のおしごとを体験！ファミリーアップス！無料で学習できる親子向け知育アプリ」 「なりきり!! ごっこランド」

これらは、様々な仕事を体験できる、ごっこ遊びの要素が高いコンテンツである。特に前者は企業と連携し、例えば日本航空は、「ひこうきをとばそう」というコンテンツを提供しており、そこでは「整備士」「キャビンアテンダント」「グランドスタッフ」を選んで、その業務内容をゲーム感覚で「体験」することができるとなっている。しかし、ストーリーは固定されており、しかも幼児向けに簡略化されているため、「体験できる」という表示は誇大ではないと思われる。

e. 「tap*rap しりとり」「tap*rap へんしん」「ばらばらばらら」など

これらは、石戸奈々子が社長を務める「株式会社デジタルえほん」が、大日本印刷と協働で作成したもの、良いデジタルえほんとして紹介しているものである。石戸（2014）は、「デジタルえほん」を、「タブレット、電子書籍リーダー、電子黒板・サイネージ(電子看板)、スマートフォンなど、テレビやパソコン以外の新しい端末を含む子ども向けデジタル表現の総称」と定義している。そして、

「タブレットでしりとり遊びをすることで、言葉を覚える。しかも、言葉と絵と指が一体となって現れるデジタルならではの教材です。」(p. 36)

「タブレットの画面をタップすると、そのたびに、『り、りん、りんご』という音が発せられます。それに合わせ、自分の指がまるで磁石になったように、画面いっぱい散らばっていたカラフルな砂鉄のような粒子が集まって、絵が完成します。音と絵と一緒に

なって言葉が完成するのです。

もう一度タップすると、完成した『りんご』の絵は爆発、再び粒子となって飛び散ってしまいます。」(p. 37)

と記述している。

また、2012年に「デジタルえほんアワード」を立ち上げ、審査、表彰をしている。また、ここに出席した精神科医の香山リカや脳科学者の茂木健一郎は、おおむね肯定的な評価であったことが記されている。そして、そこで取り上げられたもののひとつが「ばらばらばらら」である。これは、子どもの頃にノートの隅に書いて遊んだパラパラマンガのアプリである。

これらはいずれも、提供されているコンテンツについては変化することはなく、タッチした時の反応・内容は常に一定でしかない。しかし、常に反応がある、つまり「応答性」が高いので、子どもが継続的に関わり続け、接触時間が長くなる可能性が考えられる。

3) ストリーミング映像配信

ストリーミング映像配信とは、デジタルデバイス自体に動画ファイルを保存しなくても、インターネットにつながっていれば常にダウンロードしながら新しい映像を見ることができるサービスである。今回、使用しているアプリについて質問したのだが、アプリの1つとしてこのサービスを使用していることがわかった。

a. Hulu、U-NEXT、dTV(ドコモ)、Geoチャンネルのキッズ、アマゾンプライムビデオ、NHKオンデマンドなど

これらのサービスは、テレビ番組や映画など、本来デジタルコンテンツとして制作されたものではないが、時間や場所に縛られずにこれらのコンテンツを視聴したいという消費者のニーズと、ネット環境の進展によって発展しているものである。

これらは有料なので、契約しないと視聴することはできない。また、コンテンツも通常のテレビ放送で流されたりDVDとして販売されているものなので、子どもにとって不適切な動画に接することは、おとなが選択しない限りは無いと考えられる。

b. YouTube、ニコニコ動画、Instagram など

これらは、通常「動画サイト」と呼ばれる、SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)である。これらの動画は基本的に無料で視聴することができる。

SNSとは「社会的つながりを作ることができる」というサービスであり、そこにある動画は、個人がその判断で投稿し、動画を投稿することによって自己表現し、他者とのつながりを構築しようとするものである。このため、芸術的表現や有用な情報もあるが、音楽やテレビ番組などの著作権を無視したものや、グロテスクなもの、エロチックなもの、暴力的なものなども存在する。よって、視聴する場合には選択能力が必要である。

このような子どもには不適切な情報は、おとなが選ばなければ良いと考えることは、危険である。例えば YouTube は、動画の視聴傾向に基づいてサイトにリンクが張られている。このため、目的の動画が終わるとそこには様々な動画のリンクが並んでおり、その中には子どもにとって不適切な動画も出てくることもあり、それをタップしてしまう危険性がある。実際に、子どもに視聴させているときに、おとなが知らない間に不適切な動画を視聴してしまっていたという事例が報告されている。

4) まとめ

今回、アンケート調査に記載されたコンテンツをまとめ、実際にダウンロードして使用してみたことによって、これらのコンテンツの多くが乳幼児期の育ちを支援するとは考えにくく、むしろ育ちを阻害する可能性が高いことが改めてわかった。おそらく、使用している保護者自身も、これらのコンテンツの接触によって子どもが豊かに育つとは考えていないのではないだろうか。にもかかわらず使用しているというのが実状なのではないかと考えられる。

よって、今後は、これらのコンテンツの保護者の使用意図を明らかにするような調査研究をおこない、保護者支援のあり方やその一環としての啓発活動のポイントについて検討を深めていきたいと考えている。

引用文献

石戸奈々子 (2014) 「デジタル教育宣言 スマホで遊ぶ子ども、学ぶ子どもの未来」 KADOKAWA

(はら よういちろう：人間形成専攻 准教授)

乳幼児期の子育てで使用されているデジタル コンテンツについて

原 陽一郎

Digital Contents in Early Childhood Education and Care

Yoichiro HARA

筑紫女学園大学
人間文化研究所年報
第27号
2016年

ANNUAL REPORT
of
THE HUMANITIES RESEARCH INSTITUTE
Chikushi Jogakuen University
No. 27
2016