

第3節

メディアへの抵抗感、気がかり

子どもにデジタルメディアを使わせることへの抵抗感は、テレビ番組やビデオ・DVDは比較的小さく、ゲーム機は大きい傾向がある。新しいメディアはその中間にある。具体的な気がかりの内容は、多い順に「長時間の視聴や使用」「視力の低下」「夢中になり過ぎる」であった。保護者は馴染みのあるメディアへの抵抗感は小さく、若い世代ほど新しいメディアに対する抵抗感が小さい傾向にある。

●デジタルメディアへの抵抗感は、ゲーム機について大きく、テレビ番組やビデオ・DVDについては小さい

子どもにメディアをみせる（使わせる）ことについてどれぐらい抵抗感があるのだろうか。使っていないメディアも含め、メディアごとの抵抗感についてたずねた。結果をみると（図2-3-1）、「とても抵抗感がある」の回答は、「テレビ番組」が1.8%、「ビデオ・DVD」が1.6%と低かった。「まあ抵抗感がある」を合わせても3割以下で、子どもが使用することに対する抵抗感が小さい様子が見える。

一方、ゲーム機に関する抵抗感は大きく、「とても抵抗感がある」は「据え置き型ゲーム機」は42.1%、「携帯型ゲーム機」は45.5%で、「まあ抵抗感がある」を合わせると7割を超えている。

そのほかのメディアについては、「とても抵抗感がある」のは、「パソコン」が21.0%、「タブレット端末」が25.6%、「スマートフォン」は27.5%、「携帯電話」は26.1%と上記2種類の中間にある。しかし、「まあ抵抗感がある」を合わせると、いずれも6割を超えており、抵抗感を感じている傾向にあるととらえることができる。

図には掲載していないが、「とても抵抗感がある」と回答した母親を年代別にみると、年齢があがるにつれ、差がみられるメ

ディアが3つあった。まず、「スマートフォン」では29歳以下は20.3%、40歳以上は32.1%、「据え置き型ゲーム機」では29歳以下は33.0%、40歳以上は47.5%、「携帯型ゲーム機」では29歳以下は36.7%、40歳以上は50.2%と、いずれも年齢が高いほうの抵抗感の割合が10ポイント以上も高くなっている。新しいメディアに対しては、年齢が若いほうが、抵抗感が小さい状況である。この状況は、母親の年齢があがるにつれ抵抗感が大きくなるというよりは、テレビやビデオ・DVDのように、馴染みのあるメディアに対する抵抗感が小さいように、若い世代ほど新しいメディアに頻繁に接することに起因するととらえることができる。今後はスマートフォンやタブレット端末などの新たなメディアも抵抗感が小さくなる可能性があると考えられる。

●具体的に気がかりになっていることは、視力の低下や、インターネットの不適切なサイトへのアクセス、デジタルメディアへの依存があげられる

デジタルメディアに対して気がかりに考える点はどのような項目なのだろうか。デジタルメディアをみせる（使わせる）ことでどれぐらい気になるかについてたずねた。結果については（図2-3-2）、「とても気になる」を多い順にみると、「長時間の視聴や使用」が63.7%と一番多く、次に「視力の低下」

が62.9%、「夢中になり過ぎる」が51.3%であった。「大きくなったときのデジタルメディアへの依存」の46.4%も含め、デジタルメディアが子どもを惹きつけ、長時間視聴や使用することにより、視力が低下したり、夢中になって依存が大きくなったりすることを懸念している様子が見える。このことは、「生活リズムの乱れ」33.9%、「体を動かす遊びとのバランス」33.7%、「次のことに切り替えしづらい」28.6%に関連するものと考えられる。使用する時間がのびることで、次のこ

とに切り替えることができなったり、外遊びなどのほかの時間が減ってしまったりすることにつながると考えられる。

デジタルメディア使用の内容に関する気がかりとしては、「インターネットでの有料サイトや危ないサイトへのアクセス」が48.5%であった。また、「行動や言葉づかいの乱れ」も25.5%あり、子ども向けに適したコンテンツ以外の内容に接する可能性のあるデジタルメディアについて不安を感じている様子が見える。

図2-3-1 メディアへの抵抗感

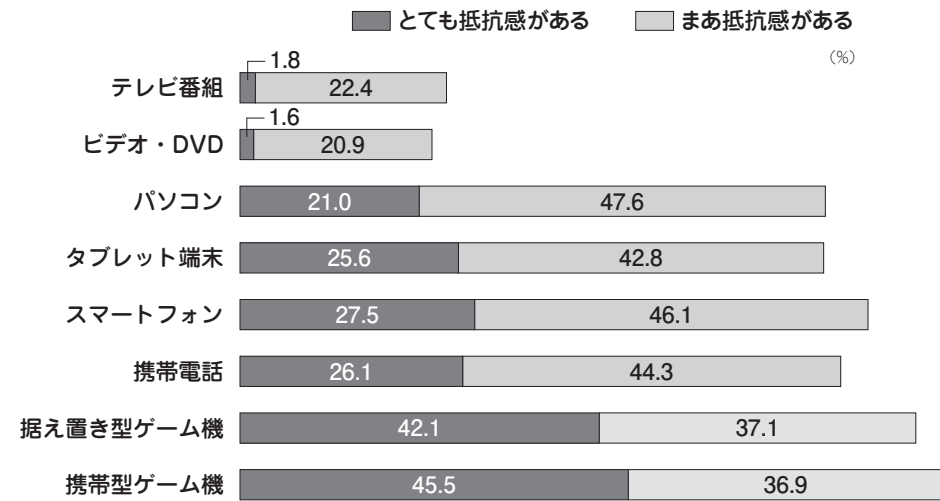


図2-3-2 デジタルメディア使用による気がかり

