

婴幼儿对“人物”感兴趣——解析婴幼儿对电视产生的反应

谷村 雅子

从实验报告中我们了解到，人类在新生儿期就会对朝他们笑的人产生兴趣，如果对方视线转移的话，他们对对方的兴趣就会下降。可是婴幼儿到底是对什么最感兴趣呢？

我们在游戏室，播放了为时 12 分钟的由几段电视节目接成的录像。将 12 组 11~24 个月的婴儿和家长看录像的一举一动，用录像记录了，然后来解析行为和全部呈现的 66 个场面的属性的关系。结果发现，当节目中的登场人物笑着面向观众出现时，孩子们会很关注地看，但登场人物侧转身后，孩子就不看了。还发现，孩子们会模仿登场人物的动作或言语，之后转向父母看他们的脸。此结果启示我们，孩子对画面中的登场人物有兴趣，会模仿登场人物，会朝父母寻求共感。

我们将 1600 名 3~24 个月的婴儿看电视情况录了下来，并进行了实态调查。将受到婴儿们喜爱的广告记下来，然后和此前后播放的广告的内容作比较。结果发现，婴幼儿喜欢的广告，登场人物都是笑着面向观众的，孩子一看就会发出声音来反应。看来，在电视画面中播放的大量信息中，婴幼儿对朝自己笑的人最感兴趣。

把给婴幼儿看的录像给 10 个大人看，并用 NIRS 测量他们前头前野的脑血流，结果发现，当登场人物面向观众时，脑开始产生活性化反应。由此可以推知，无论是婴幼儿还是成人，朝向本人的行为都是具有重要意义的。

在日本，随着小家庭、少子化、父亲回家晚等问题深入化，在物理条件上亲子间的接触时间减少。另外，电视、录像以外，网络、手机等影像载体也不断普及，孩子们的人际交流经验也在减少。也许正是因为如此，近年来在日本，言语等社会性发展开始变慢。在全球 IT 化的现代社会，家族和社会都应该要意识到，孩子们是喜欢那些朝着自己微笑的人的。