

婴幼儿对“人物”感兴趣

——解析婴幼儿面对电视时的行动

① 从脑的三位一体学说
来考虑情绪的作用

谷村雅子

Tanimura Masako

国立成长医疗中心研究所、成长社会医学研究部部长

② 在中国内地首次大规模
推行幼儿心理健康教育
的实践及研究

③ 引人注目的
身体交流技术

④ 有关“所有”行为的
日中文化比较

⑤ 抚触与婴儿的母婴依恋
及情感调控的关联研究

⑥ 1~6岁儿童父母的
期待与育儿关注的调查

⑦ 幼儿园教育视野中的
游戏之辩

⑧ 婴幼儿对“人物”感兴趣

我正在研究电视对孩子的影响。今天将在介绍婴儿面对电视时的反应以及婴儿们喜爱的广告的特征的基础上，谈谈婴儿对“人”最感兴趣的地方。然后还想和大家共同思考这样一个问题：在现代社会婴儿与人接触的机会越来越少的情况下，我们应该怎么做。

● 婴儿对画面中的“人”显示出兴趣，并试图寻求父母的共鸣——从集体调查、行为观察中看到的——

通过集体调查和行为观察就婴儿面对电视时的反应进行了调查。在调查过程中，我们以1600名3个月至24个月大的婴幼儿为对象做了问卷调查。结果显示，3至4个月的婴儿只对电视的光和声音有反应，会坐起来后会盯着电视看或合着音乐节拍扭动身体，到开始会爬后则会主动靠近电视，看到喜欢的形象出现在电视上时还会露出喜悦的神情或发出声音，能站立后更会模仿出场人物的动作和表情。而1岁半以后就会指着电视画面向父母提问，和父母一起欣赏电视节目。

除了问卷调查，我们还在游戏室播放一段12分钟的录像，用以观察游戏室内0到1岁婴儿及其家长的自然状态。电视开着的时候，孩子们会做出各种反应。看到喜爱的形象出现在电视上，他们会欣喜地看着父母的脸，手指画面问这问那。我们发现和父母一起看电视不失为一个沟通的契机。通过这样的行为观察还可以看到，孩子们爱看的场面、不看的场面、愿意模仿或兴奋出声的场面基本

相同，这说明有些画面和内容具有易于激发孩子反应、促进沟通的特征。

我们播放的录像是用孩子们喜爱的节目（有婴儿或长毛绒玩具出场的电视广告、幼儿节目的开场、木偶剧、体操）和不太感兴趣的节目（棒球、风景、电视大学）剪接而成的。我们将这段录像切分为66个场面并评判每个场面的属性后对比了具有属性的场面和不具有属性的场面的平均收视率。结果显示，孩子们爱看出场人物笑着面对观众的场面，相反却不太看侧着脸、斜对着观众或脸朝后的场面。

孩子们看电视时频繁地模仿电视里的动作和声音。模仿动作的对象往往是出现在电视上的人物或漫画人物形象，但是他们并没有模仿动物的动作。另外，他们模仿的对象都是面带笑容脸朝着观众的。孩子们经常模仿的声音则是电视人物或其他形象说的话或唱的歌。调查证明，婴儿喜欢模仿笑着和自己说话、打招呼的“人”。

孩子们对电视做出反应包括提问、模仿动作或语言、合着音乐节拍扭动身体、对着电视画面微笑后最常见的行为便是去看父母的脸。于是他们的父母就会点点头、表扬一下孩子或和他们一起模仿或唱歌。

可见婴儿就是这样对电视上笑着要与自己沟通的“人”感兴趣的，他们模仿电视画面上的“人”的动作或语言，并试图取得父母的共鸣。

● 婴儿对笑着面对自己的“人”最感兴趣——解析婴儿喜爱的广告的特征——

电视广告中包含着丰富的信息，考虑到调查婴儿喜爱的广告的特征也许可以弄清婴儿究竟对什么最感兴趣，因此我们录制了以1600名0至1岁婴儿为对象进行的问卷调查中记载的婴儿喜爱的44条广告和在这些广告前后播放的42条广告，并对其属性进行了比较分析。结果证明，婴儿喜爱的广告主人公多为婴儿或儿童，他们往往一脸笑容地面对观众或招呼或倾诉着什么，或者跳着舞，广告基调十分可爱、明朗、愉快。多变量解析的结果则显示婴儿喜爱的广告具有如下特征：出场人物脸带笑容面对观众，广告开头可听见孩子的声音。我们认为，在电视画面传递的大量信息中，婴儿对以笑脸面对自己的“人”最感兴趣。

事实上，婴儿对以笑脸面对自己的“人”最感兴趣这一观点已在很多实验研究中得到了证实。新生儿不仅会长时间注视非常像脸的画，而且比起视线落在别处的照片，他们注视视线面对自己照片的时间更长。4个月的婴儿只有在看凝望自己的脸部照片时其大脑中与脸部认知有关的部分才会被激活。而对4至5个月的婴儿来说，母亲一边与之保持眼神交流一边哄他们时，中途视线旁移时婴儿对母亲的注视和孩子的微笑都会减少。9至13个月大的孩子在看到母亲的笑脸时其前头部易于被激活。而成年人看到人的笑脸时他们的眼窝前头部也会被激活。我们还曾让

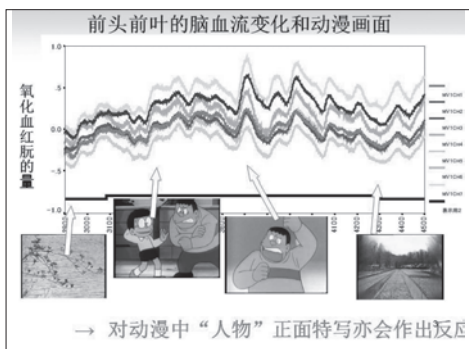
成年人观看过很多婴幼儿常看的录像带，并用近红外线分光测定装置测定了他们观看录像时前头部脑血流的数值。结果发现，当看到出场人物面对观众欲向观众发出讯息时前头部被激活了。动漫节目中能够激活前头前野的也都是人物或其他形象的特写镜头面对观众的场面——见图①。研究证明了“人”自新生儿时期开始就已具备了对脸的认知能力，即便成年后仍然对笑着面对自己的视线感兴趣并会做出反应。

那么，黑猩猩的情况怎么样呢？在动物园饲养着19头黑猩猩的猩猩村我们第一次给黑猩猩看了电视。黑猩猩们一开始大闹着聚集到电视机前，但它们很快就适应了，好奇心强的较年轻的猩猩还非常积极地一直看到最后。给黑猩猩看的录像是有关自己的同类——黑猩猩、敌人——狮子和既非同类又非敌人的斑马的影像，结果黑猩猩对自己的同类最感兴趣。这样看来，似乎“人”总是对“人”最感兴趣，而黑猩猩也总是对黑猩猩最感兴趣。

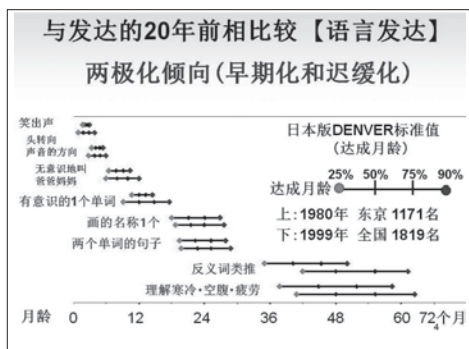
综上所述，可以得出这样的结论，即“人”从生物学的角度看还是对“人”最感兴趣。而人在新生儿时期已经具备了认知脸的能力，长大以后仍然对投向自己的视线最为关注。

● 现代社会婴幼儿与人接触机会的减少

但是，在现代社会，婴幼儿与人接触的机会却在减少。对日本版DENVER 1980年



图①



图②

和1999年的语言发展标准值进行比较的结果显示，与20年前相比，婴幼儿开始说出有含义的词语的时期和开始说两个词汇以上句子的时期都更晚了一见图②，语言的发展出现了迟缓的倾向。语言发展迟缓的原因有很多，首先是因为这20年来日本的家庭越来越趋于小型化，大家庭则越来越少。同样是1岁6个月的孩子，晚上入睡前父亲还未回家的小家庭的孩子和三代同堂或入睡前父亲已经回家的家庭的孩子相比，大家庭的孩子与其他人一起度过的时间要长1小时42分钟，而且他们有更多机会和各种各样的人一起玩。在日本，由于小家庭越来越多，而且父亲回家的时间也比以前更晚，所以婴幼儿与人接触的机会无论是质还是量都在下降——见图③。

语言发展迟缓的另一个重要原因则是现代社会电视、录像、因特网、手机等影像传媒大为普及，这也导致了婴幼儿时期与人接触机会的减少。以1900名1岁6个月的幼儿为对象的问卷调查显示，身边的电视机长时间开着并且看电视时间较长的孩子中尚未能说出有含义的词语的孩子所占比例是身边电视开的时间较短、看电视时间也较短的孩子的2.1倍。由此可见，长时间看电视和语言发展迟缓有一定的因果关系——见图④。

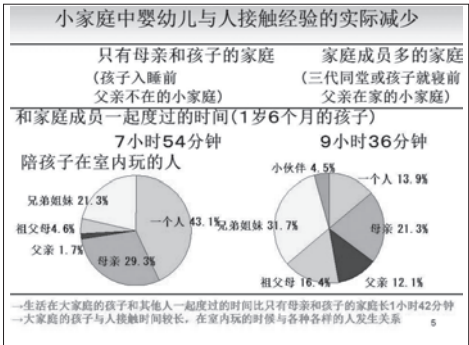
为了弄清长时间看电视和语言发展迟缓之间的关联性的理由，我们调查了家长发话的状况。事实上，电视开着的时候，尽管一起哼歌的机会增加了，但是会话却减少了，而且会话时句子很短，通常只说画面上出现的东西的名称，很少使用动词或形容词进行解释。这说明家长和孩子一起看电视虽然可

以成为情绪沟通的契机，但语言沟通却减少了。如果养成长时间观看电视的习惯，语言和社会性的发展就可能变得迟缓。

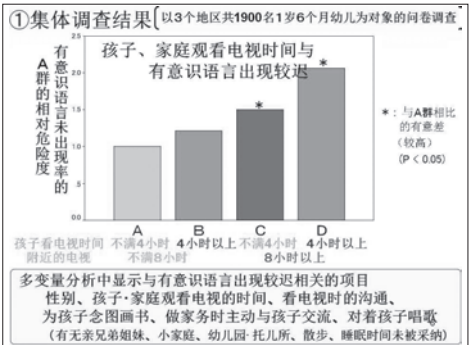
由于观看电视时的反应和沟通的形成因电视的内容而异，因此我们收集了孩子们爱看的录像，就影像、声音、内容和语言发展的关系进行了调查。1岁半仍未能说出有含义的词语的孩子喜欢的录像多为出场人物很少向观众发出讯息的节目，因此不易做出反应或产生沟通。但是估计这些节目因为画面连贯，变化也多，所以即使大人把声音关掉也不太影像观看，所以孩子们也会一直看下去。与此相反，能够说出有含义的词语的孩子喜欢看的节目大人看了也有益于促进前头前野的活动。而尚未能说出有含义的词语的孩子喜欢看的节目即使是大人看了也基本无法促进前头前野的活动，这可能是看这些节目时通常抱着旁观者的态度。

影像传媒的普及亦会影响到喂奶时的母子关系。对于这一点，我们还在进行调查。现在，喂奶时有时看电视的母亲占到了72%，有时使用手机的母亲也多达46%。在那些喂奶时有时或经常看电视或使用手机的家庭，喂奶时母子眼神没有交流、孩子在空无一人的地方也不会哭泣的现象屡有发生，母子关系有趋于淡薄的趋势。

总之，婴儿对面带笑容欲想要自己沟通的人最感兴趣，会做出反应，也有益于其身心发达。但是，现代社会中，由于种种外界因素的影响，婴儿与人接触的机会正在减少。我们认为家庭和社会都必须意识到主动与婴儿沟通的重要性。



图③



图④