

韓国デジタルネイティブのメディア利用の特徴

韓国青少年政策研究所青少年メディア研究センター ベ・サンリユル

メディアをめぐる環境は急変し続けているなか、デジタル時代における子どものメディア政策の新しいパラダイムへの社会的な要求が大きくなっている。韓国青少年政策研究所では、子どもが利用しているメディアの特性を考慮した政策立案と、メディアの機能を理解し積極的に活用できる力を育てるための実効性のある政策の策定に向け、2020年から3年間にわたって子どものメディア利用に関する研究（2020年度は小学生対象、2021年度は中・高生対象、2022年度は学校外青少年対象）を進めている。2020年1年目の研究では、メディアへの露出と利用が本格化される小学生とその保護者を対象に、メディア利用現状を把握するための実態調査（全国の小学校4～6年2,723名、保護者2,530名）の実施を含めた調査研究が進められた。本稿では、その実態調査の結果を中心に子どものメディア利用の特徴を紹介するとともにメディアリテラシー教育政策に対する示唆について述べる。

1 デジタルネイティブとメディア利用の変化

生まれた頃からデジタル技術に慣れ、使いこなせる人をデジタルネイティブ（digital native）と呼んでいる。ニューメディアとともに成長し、思考方式と生活様式において前世代と大きく異なる子ども世代は、今までの教育体系による教授—学習法とは合わない（Mark Prensky (2001), “Digital Natives, Digital Immigrants”, p.1）と指摘されている。

韓国においてもその傾向は強くなり、スマートフォンを中心としたメディア利用は低年齢化や個人化が見られる。放送通信委員会のメディア利用形態調査（2017年、2019年）をみると、10代の子どもが日常生活で頻繁に使っているメディア1位は、スマートフォンであり、その使用率も増加

している。

スマートフォンへの依存に関しても国民全体的に毎年増加の傾向（国民の5人のうち1人が過依存危険群）になっている。そして10代の子ども期の約30%が過依存危険群であり、幼児童期の過依存危険群の増加率（2017年19.1%→2019年22.9%）も目立つ（科学技術情報通信部・韓国情報化振興院「2019年スマートフォン過依存実態調査」）。また、スマートフォンゲームの普及に合わせて青少年のゲーム利用率と利用時間の増加（韓国コンテンツ振興院（2016、2018、2020）、「ゲーム利用者実態調査」）も著しく目立つ。こうした結果から、スマートフォンなどを子どもが自由に使うようにするか、ある程度の制限が必要かについて社会的に議論する必要があるという声も少なくない。

2015年、日本、アメリカ、中国、韓国の青少年を対象にした「人生の目標に影響を及ぼした要因」についての調査（下記の表参照）では、日本と韓国は、中国やアメリカに比べ、親や祖父母からの影響は少なく、マスメディアやネットからの影響が大きいという結果が出ている。人とのつながりが弱くなり、メディアによる影響力が強くなっていることがわかる。メディアとそのコンテンツは、子どもの価値観の形成にも影響を与えているといえる。

2 メディア利用の実態調査から

今回の実態調査では、小学生4～6年生のスマートフォン保有率が87.7%で、10人のうち9人が持っていることが明らかになった。スマートフォンを保有している小学生5人のうち3人の割合で1日に2時間以上であり、1日平均利用時間が4時間以上と回答した割合も22%になっている。利用率に関しては、家庭の経済状況、親や家庭の指導の有無、住んでいる地域によって差が見

		父	母	教師	友達	先輩 後輩	祖父母	兄弟 姉妹	親戚	マスメ ディア	本、 雑誌	ネット	その他	なし
全体		41.1	50.3	17.2	20.5	3.4	7.2	7.9	5.1	8.8	9.8	7.9	7.0	10.0
性別	男	45.5	44.0	16.9	21.1	4.0	7.7	6.8	5.5	7.4	8.9	9.1	7.0	11.9
	女	37.2	55.7	17.4	20.0	3.0	6.8	8.9	4.8	10.1	10.6	6.8	7.0	8.4
国別	日本	25.8	37.0	16.6	23.0	8.7	4.0	8.6	3.5	12.3	15.1	11.0	8.4	20.2
	米国	37.1	53.2	11.4	18.8	1.6	10.6	11.2	14.1	4.9	4.2	5.8	14.0	13.0
	中国	58.1	60.4	22.3	18.8	0.8	10.7	5.0	1.8	1.5	10.4	5.1	2.8	1.9
	韓国	36.8	47.4	15.8	21.5	3.2	2.8	8.4	3.6	18.6	8.3	10.3	5.4	8.3

（韓国青少年活動振興院・韓国青少年政策研究院主催「2015 青少年の文化と安全国際フォーラム」から）

られた。生活水準が高いほど保有率と利用率が少し低い結果が出ており、親や家庭内での指導がある場合も同様の結果が出た。そして、市町村に比べ大都市の方が保有率と利用率が少し低いという結果が示された。それは、地域によって遊びや休息の場や機会の差とも関連していると思われる。また、ノートパソコンやデスクトップパソコン、タブレットの保有率と利用率は市町村に比べ大都市の方が高く、ソフトウェアを使用する力量にも差がみられることから、地域間、経済状況間の格差が生じていることがわかる。

スマートフォンが自分に欠かせないメディアとして認識している小学生の割合も学年が上がるにつれて高くなっている（4年 22.8%、5年 35.4%、6年 43.0%）。スマートフォンで最も多くおこなっている活動として、YouTube 視聴（1位）とモバイルゲーム（2位）があげられた。小学生4人に1人以上が、1日平均2時間、YouTube を視聴することが示され、学年が上になるほど、YouTube の利用率が増加している。YouTube で利用するコンテンツとしては、ゲーム関連の動画を最も見ており、その後が続いてコメディ・芸能TV番組や音楽・ダンスのコンテンツの順になっている。「不適切なコンテンツに漏出されている」と危惧している子どもが29%、「将来 YouTuber になりたい」子どもが13%という結果も出ている。また、12%の子どもが「家族と旅行するより YouTube が好き」と答えており、家族のなかでの親密さや絆が弱まっていることが予想された。

保護者の半分程度が特定のアプリやプログラムを介して子どものスマートフォン利用を管理して

いるとの結果が出た。制限モードを設定し子どもが不適切なコンテンツを利用することを事前に防止していると答えた割合が46%と、回答者の半分に及ばなかった。そして、ゲーム利用に無関心で、放置する割合も10%となっている。

とりわけ小学生のメディア利用には、保護者の影響力が大きいことが明らかになった。保護者がメディアを過度に利用すると子どものメディア利用形態もそれと類似していることが示された。子どものメディア利用を適切に指導している家庭の場合、子どものメディア利用時間が減り、スマートフォン、YouTube、ゲームなどの特定のメディアへの執着傾向も低くなっている。また、家庭の経済状況によって、子どものデジタルメディア利用の格差が生じ、その結果、教育格差が生じることが確認された。具体的には、居住地域の規模と保護者の経済水準に応じて、子どものソフトウェア活用能力の差が表れた。最近のコロナ禍において遠隔授業がおこなわれているが、保護者の経済力によって遠隔授業ができる施設、設備、スペースやデジタル機器の保有などにおいて大きな差が出ている。

保護者は、子どもの過度のメディア利用による依存、有害コンテンツによる精神的健康に及ぼす悪影響に相当の懸念を表し、ほとんどの保護者は、子どものメディア利用の指導のための、保護者向けの教育が必要であると答えた。

さらに、実態調査と並行し、小学生20人と保護者20人を対象に3日間のメディアダイアリーの作成を通して利用実態についてより詳しくインタビュー調査をおこなった。そこでは、保護者の

場合、メディアによる肯定的な影響より否定的な影響をより大きく認識しており、さまざまな方法で子どものメディア利用をコントロールしようとしていることが明らかになった。また、メディア教育の経験のない親が多く、子どもにどのようなメディア利用が適切なのか、どうすればメディア利用を制御可能かなどについての教育を希望していることが分かった。

一方、子どもは決められた時間よりもっとメディアを利用したいと思っており、自分のメディア利用に対する保護者の統制に不満を持っていた。そして、小学生はメディア利用を通して友達とコミュニケーションしながらストレスを解消していること、メディアを楽しく面白い存在であり欠かせない存在として認識していることが明らかになった。

子どものメディア利用時間と利用形態は、保護者と子どもの親密な関係、子どものオフラインでの活動レベルに大きく影響を受けていることも調査結果で示された。新型コロナウイルス感染状況により、子どものオフラインの活動が制約されている状況が続いており、小学生のメディア依存も進んでいるしゲームや YouTube に熱中している子どもも増えている。このように、メディア利用時間が増え、子どもが虚偽の情報やコロナと関連したヘイトの表現に無批判にさらされる可能性も十分考えられる。メディアリテラシー教育は緊急かつ重要な社会的な課題であるともいえる。

3 メディアリテラシーと政策方向について

前述した実態調査等の結果をもとに、「小学生の健全なメディア利用とメディアリテラシー育成のための制度的基盤の構築およびメディア教育の強化」という政策目標が設定され、推進方向や課題が提案されたが、いくつかを取り上げて以下で紹介する。

まず、デジタルメディアの社会的影響力の強さに比べメディアリテラシー教育のための法的根拠がない状況を踏まえて、子どものメディアリテラシー教育の活性化のための制度的な基盤をつくる必要がある。そのための法令を整備していくことや教育課程に積極的に反映することがもめられ

る。

デジタルメディアリテラシーの主な教育内容として、従来のデジタルメディア活用を中心とした内容から脱して、デジタルメディアの批判的な利用、創造的なコンテンツの生産、デジタルメディアモラルなどがあげられる。

今まで国の子どもに対するメディア関連政策は、スマートフォンとゲーム等への依存や中毒、有害媒体の露出等への予防と被害の解消など、規制中心の保護主義的傾向が強かった。しかし、デジタル市民性が強調され、子どもがデジタル時代に備えるべき能力の向上に力を入れている世界的な傾向を視野に入れることが重要である。

デジタル市民性の育成のためには、オンライン上のコミュニケーション方法、オンライン上のアイデンティティを維持し管理していくことができる能力、オンライン上で個人情報や安全に管理する能力などを向上させる教育が必要となる。とりわけ、最近問題になっているヘイト発言をめぐって、その効果や拡散の背景、対応策を含むこと、また虚偽の情報を広めるフェイクニュースが氾濫する現状のなかで偽情報を見抜くためのスキルを身につけることが非常に大切になっているといえる。

今、実行されている国の教育課程（2015年教育課程）のコアコンピタンスは、自己管理能力、知識情報処理能力、創造的思考能力、美的感性能力、コミュニケーション能力、コミュニティの6つである。デジタルネイティブである子どもにメディアが大きな影響を及ぼしている状況を考えると、メディアリテラシーが知能情報社会に備えたコアコンピタンスに含まれる必要がある。現在2022年の改訂に向けて新たな教育課程が準備中であるがメディアリテラシーを学校教育課程に積極的に反映し将来の社会を備えたコアコンピタンスとして設定することが求められる。

次に、保護者の教育と保護者と子どもの間の親密な関係、絆を強化するためのプログラムを有効にする必要がある。調査結果で親のほとんど（80.9%）は、小学生の子どもの適切なメディア利用の指導のため、親向けの教育が必要であると答えていた。しかし、現在、親が参加できるメディア関連のプログラムは、インターネットやス

スマートフォンの依存、中毒関連の相談プログラムや治療キャンプが大多数を占めている状況であるため、内容や方法の改善が求められる。

調査では、家族と一緒に屋外活動をしている場合、メディアの利用時間が減少する傾向がみられている一方で、子どもが家で多くの時間を過ごしている場合、メディアへの依存傾向が高くなる結果が示された。新型コロナの感染状況は続いているが、子ども向けの施設や学校を中心に、保護者と子どもと一緒に活動しコミュニケーションできる小規模のプログラムを設けることは大切であるといえる。または、家族が自宅で一緒に体験できる遊びキット等を支援する案も考えられる。

また、各家庭で子どものメディア利用に対する保護者のかかわりについては、子どものメディア利用を一方向的に統制するのではなく、子どもが自らメディア利用に対し省察するように促す指導が望ましい。メディアダイアリースマートフォンアプリ等を活用し子ども自身がメディア利用の機能的または心理的な満足度を記録し振りかえることも提案できる。

最後に、子どもの健全なメディア利用やメディ

アリテラシー形成のため「親の健全なメディア利用」とともに「教師のメディア教育への関心と指導力」が指摘されている。しかし学校ではまだ体系的なメディア教育がおこなわれていない。学校現場では、まだメディア教育をメディア活用教育と誤認する教師が多く、メディアリテラシー教育のコアである批判的分析や情報の取捨選択能力を育てるための内容はたりない。こうした状況を改善するためにも、メディア教育の再概念化と教師の指導力を向上するための研修が定期的におこなわれることが重要である。

以上のような課題に対して、短・中・長期的な計画を策定し政策的に推進することは、子どもが批判的にそして適切にメディアを利用し、デジタル市民性を備えた主体的・創造的なメディアプロシューマー（prosumer）として成長することにつながるだろう。

参考文献

韓国青少年政策研究院（2020）『青少年メディア利用実態と対象別政策対応策の研究Ⅰ：小学生』

（翻訳・構成：安 璵鏡）