

ОБЕРЕЖНО: сучасне МІДІАСЕРЕДОВИЩЕ



Інформаційно-комунікаційні технології стрімко входять у наше життя. Майже щодня людство віднаходить нові надсучасні гаджети для користування. Інформація, яка лине звідусіль, має очевидний вплив на сучасну людину, дитину. Чи контролюють батьки, яку медіапродукцію споживають їхні діти? Чи "вмикають фільтр", який би "відсіював" далеко не корисну, не добру, руйнівну інформацію? І які наслідки недбалого ставлення дорослих до медіасередовища дитини? Поміркуємо про це разом.



Ірина **ТЕРЕЩЕНКО**, методист з дошкільної освіти, Славутицький міський методичний центр відділу освіти, Київська обл.

Сьогодні медіа дає про себе знати всюди — навіть у підземці метрополітену. Проїзд у потягу метро тепер теж має ознаки надсучасності. Телекрани у потягах та на платформах, найрізноманітніша реклама всюди блимає вогнями, відлякує і водночас приваблює, спантеличує, зацікавлює, вводить у стан агресивності, а інколи має і протилежний ефект — викликає млявість, пригніченість, апатію.

На свідомість дітей та дорослих одночасно діє безліч джерел інформації. Це призводить до того, що мозок починає працювати в навантаженому режимі, стає "зомбованим".

Телебачення, радіо, інтернет — це те повсякденне тло, від якого ми стаємо психологічно залежними.

Блокування захисних механізмів відкриває інформаційному потоку вхід до святої святих людського розуму — підсвідомості. Так виникають передумови для кодування свідомості й "зомбування" особистості. При цьому система внутрішнього захисту ("внутрішньої цензури") практично вимикається. Етичні бар'єри — сором, воля, совість, увага — виявляються заблокованими.

У такому медіасередовищі, створеному засобами масової інформації, зростають сучасні діти. Поняття **медіасередовища** включає дві складові: *медіа* і *середовище*.

Характерні ознаки **медіа** — технічні засоби створення, копіювання, тиражування, запису, поширення інформації та обміну між суб'єктом (автором) та об'єктом (масовою аудиторією).

Поняття **середовища** науковці визначають по-різному, зокрема як сукупність впливів, що змінюють і визначають розвиток життя; або як

усе те, що оточує, пронизує, залучає до орбіти діяльності суб'єкта; або як предмет, або як засіб, або як умови. Найчастіше під середовищем мається на увазі сукупність умов і впливів (Д. Ж. Маркович).

Таким чином, сучасна дитина перебуває під постійним впливом аудіовізуалізованої інформації. У медіасередовищі діти отримують можливість пізнавати життя через образи, репрезентовані аудіовізуальними (екранними) медіями, передусім — телебаченням. Для значної кількості сучасних дітей це замінює традиційні джерела соціалізації і пізнання.

Помічено, що з часом "теледіти" втрачають природний інтерес до реального життя. Психологи стверджують, що **телекран (інтернет) для сучасної дитини — не тільки інформатор, а конструктор картини світу**. В свідомості малюка відбувається процес переорієнтації традиційної системи цінностей. І це зумовлює небезпечні духовні підміни — виникає агресія до живих істот, формуються цинізм, байдужість до чужих переживань. Особливо небезпечно те, що діти під впливом того, що бачать, починають вважати насильство нормальною моделлю поведінки. Дитина ніби "відходить" від реального світу, занурюючись у фантастичний.

В останні роки стає дедалі більше дітей, які не можуть у дитсадку, а згодом і в школі, сприймати інформацію на слух. Учені вважають, що причина в тому, що цих дітей з раннього дитинства "виховував телевізор", тож вони сприймають переважно тільки зорову інформацію. Словесно, логічно, зв'язно відтворити події не можуть. Пізніше ці діти погано читають у школі, їм важко переказувати тексти, творче мислення в таких малюків

Батьківська сторінка

ДАЙТЕ ПРОЧИТАТИ БАТЬКАМ!

недостатньо розвинуте, вони схильні до агресії, проявів негативізму.

Отже, як бачимо, продукція "медіаринку" має перебувати під пильною батьківською цензурою. Пам'ятаймо: дитина майже всю інформацію сприймає у вигляді образів. З них, як з кубиків, вона і будує свою модель світу.

ЯКУ МІДІАПРОДУКЦІЮ МОЖНА ПРОПОНУВАТИ ДІТЯМ?

З десяти років тому головним заняттям дошкільнят було різноманітні ігри, малювання, ліплення, слухання казок, відвідування гуртків за інтересами, заняття спортом. Звісно ж, вечорами діти дивилися мультфільми у передачі "На добраніч, діти!". Це був своєрідний ритуал підготовки до сну. А у вихідні дні "В гостях у казки" з улюбленою ведучою Валентиною Леонтьєвою, "Будильник", "Катрусин кінозал", "АБВГДейка". Які незабутні приємні спогади: на ці дитячі передачі чекали з нетерпінням, бо їх було небагато.

Сьогодні індустрія медіапродукції для дітей дуже швидко розвивається: мультиплікація, телепередачі, дитяча преса, комп'ютерні ігри, відеоігри, фотографія, інтернет-сайти, радіопередачі, документальні фільми, сканографія (новий напрям у сучасному фотомистецтві), книги, фільми-казки, документальні фільми про флору, фауну, дитяча література, в тому числі й комікси.

Лікарі зазначають: середня тривалість перегляду мультфільмів, дитячих передач становила у 80-ті роки ХХст. 3-5 годин на тиждень, тобто 5% вільного часу, або ж ті самі **30 хвилин на день**, які офіційно дозволені дошкільнятам Всесвітньою Організацією Охорони Здоров'я.

Сьогодні ситуація різко змінилася. За даними ЮНЕСКО, сучасні дошкільники віком 3-6 років присвячують перегляду телепередач, мультфільмів у середньому 3-4 години на день, тобто близько 23-24 години на тиждень. Уявімо, ціла доба у

розпорядженні дитини-дошкільника і це лише на віртуальне спілкування! Чи не забагато? Психологи стурбовані тим, що на пасивну розвагу витрачається цінний час, який би варто було присвятити істинно потрібній і важливій діяльності — провідній у дошкільному віці — грі. Перегляд телепередач забирає час на читання книжок, при цьому втрачається живе спілкування з однолітками й дорослими. **Дитина, таким чином, опиняється поза реальністю звичайного життя**. Звідки ж тут вироблятиметься життєва компетентність?

Діти засвоюють інформацію набагато ефективніше, ніж дорослі, по-перше, запам'ятовують усе набагато швидше, а по-друге, сприймають її безпосередньо (без внутрішньої критики). Переглядаючи фільми, дитина малює за ними свою картину світу, "будує свою особистість". Тож надзвичайно важливо, щоб діти отримували якісний медіапродукт.

Діти різного віку дуже люблять мультиплікаційні та художні фільми-казки. Яскраві, образні, із захопливим сюжетом, дібрані за віком, вони формують у малих уявлення про добро і зло, еталони гарного і поганого.

Пригадаймо: яку незрівнянну радість, естетичне задоволення мали від перегляду фільмів-казок відомих режисерів-казкарів Олександра Роу, Олександра Птушка, Леоніда Нецаєва. Після перегляду відчувався позитив, радість, чистота і тверда впевненість у тому, що добро завжди перемаже зло. А ще з'являлося палке бажання бути схожим на позитивних персонажів. Саме так і мають почуватися діти після перегляду анімаційної продукції, розрахованої на них.

Добрий, якісний мультфільм — конче потрібний матеріал для розвитку ігрових сюжетів, для малювання, ліплення та й загалом особистісного становлення дитини. Адже він формує в дитячій свідомості модель навколишнього світу, образи мами і тата, друга і ворога, всього того, на що він орієнтуватиметься все життя як на духовний компас.

Діти завжди асоціюють себе з головним персонажем твору, чи то книжки, чи то мультфільму. Зазвичай дівчаток ваблять жіночі образи, а хлопчиків — чоловічі, що цілком закономірно. Переглянувши фільми про принца, добрих фей і працюючих героїнь, дівчатка і самі хочуть бути такими, причому не тільки зовні, а й наслідуючи їхню душевну якість. Візьємо, наприклад, Попелюшку. Гарна, скромна, добра, працелюбна, весела, незаздрісна. Хочете бачити ці риси в дитині? Сміливо демонструйте їй саме цей мультфільм про цю чудову дівчину.

З хлопчиками справа дещо інакше. Сьогодні дуже багато художніх і мультиплікаційних фільмів, у яких демонструється агресія, війна, яка ініціюється саме сильною половиною людства. І, на жаль, агресивна поведінка стає взірцем для хлопчиків. Зрозуміло, класичний образ справжнього чоловіка — воїн, лицар, герой. Тож, демонструвати малим "жителям" фільми про боротьбу, героїзм, звісно,



Робочою настановою «Намій дітям»
З комп'ютером корисно працювати, якщо при цьому міру знати! (Надіслала Світлана Лещенко, ясла-садок "Ромашка", м. Березань, Київська обл.)

Про використання мультиків у роботі з дітьми — в осінніх випусках "ДВ"!

Батьківська сторінка

треба, але дуже вдумливо відбираючи їх із того нестримного потоку, який пропонується телебаченням. Є чудові мультфільми: "Іван Царевич і Сірий Вовк", "Добрина Микитич і Змії Горинич", "Альоша Попович і Тугарин Змій" та інші. Вибирайте фільми про мужність, у яких головний герой бореться за правду, але не вдається до невиправданих жорстокостей, убивства.

Повірте, у фільмах про холодокровних роботів-убивць немає нічого корисного для вашої дитини.

На жаль, не всі фільми з мультфільмів відповідають наведеним вимогам. Більшість з них притаманні певні ознаки, які роблять їх небажаними для перегляду дошкільнятами. Тож, перш ніж пропонувати дитині переглянути мультфільм, обов'язково перегляньте його самі, зверніть увагу, чи нема у ньому наведених ознак, небезпечних моментів.

НЕБЕЗПЕКИ СУЧАСНИХ МУЛЬТФІЛЬМІВ

- 1. Сюжети мультфільмів надто легкі, розважальні.**
Після перегляду сюжет майже відразу забувається, отже, не дає "поживи" для осмислення. Некорисність посилює багатосерійність, через яку виникає *екранна залежність*. Дітям важко відтворити сюжет мультфільму, хоча він нескладний. Вони мають його переглянути кілька разів.
- 2. Персонажам притаманні якісь особливі надможливості — вони "супер" у різних варіаціях.**
Це породжує в дитині відчуття власної неповноцінності. Існує навіть такий термін "каучуковий" персонаж. Під дією афектів — радості, гніву, любові — його тіло може "розширюватися" чи "зужуватися". У таких персонажів неправдоподібно витягуються руки й сплюснюється голова, вони можуть закручуватися й розкручуватися, немов спіралі. Зна таке педагога: спстерігаючи цих персонажів, можна дійти висновку, що вони не відчувають болю. А як же тоді вчити малих жаліти когось, співчувати, пропонувати допомогу?
- 3. Демонструється і не засуджується дев'янтна поведінка персонажів.**
Персонажі, які порушують загальноприйняті правила, ніхто не виховує і не каже їм, що так робити не можна. Демонструється небезпечні для життя, безглузді форми поведінки, сцени негрічного ставлення до людей, тварин, рослин. "Виховний ефект" від таких переглядів, проширих відчують близькі дорослі у формі цинічних висловлювань, негарних жестів, непристойної поведінки, грубості, навіть білки з боку дітей. З давніх-давен малюків виховували на позитивних прикладах. Негативні не демонстрували, якщо вже так траплялося, це завжди супроводжувалося належним коментарем, моральною оцінкою.
- 4. Багато сучасних мультфільмів мають чітко виражену статеву адресацію: для дівчаток, для хлопчиків.**
У дошкільному віці такий поділ не має розвільного значення і лише стає перепорою для

спілкування і спільних ігор хлопчиків та дівчаток. І дівчаткам, і хлопцям будуть корисні твори про дружбу, співність, любов, гарні вчинки, спільні справи.

5. Зарубіжні мультфільми адресовані старшій віковій аудиторії. Однак батьки пропонують їх малюкам, починаючи з 2-3 років.
Висновок про шкідливість — очевидний.

6. Мовний супровід — надмірний, позбавлений художності.
Персонажі постійно промовляють довгі монологи, коментують найдрібніші події чи поворот сюжету, свої думки та обговорюють вчинки інших. Мова сучасних супергероїв та їхнього оточення в цілому примітивна, рясні жаргонізмами, сленговими словами та вигукми. Озвучення зарубіжних мультфільмів часто буває надто манічним із гротескними інтонаціями та голосами. Крім того, дуже втомлює текст, який звучить синхронно з мовою персонажа. Це дратує, не сприймається, втомлює слух.

7. Музичний супровід — примітивний, відповідний загальному емоційному настрою, перебігу подій.
Якщо мелодія, що супроводжує сюжет, бідна, то вона її не запам'ятовується дітям, не виконує своєї прямої функції — підсилює сюжет, сприяє розвитку емоційного сприймання дитини. Якщо, до всього ж, вона й не відповідає подіям на екрані, перебиває слова персонажа, це негативно впливає на нервову систему, перешкоджає адекватному сприйманню.

ЯК ВПЛИВАЄ РЕКЛАМА?

Окрім небезпек неякісних мультфільмів, на дитину чатають й інші загрози, створені сучасним медіасередовищем.

Чи помічати ви таке застереження: "Не відтворювати у реальному житті". Можливо, й не помічали, бо шрифт дрібний, важко читається, він не привертає до себе уваги. А от сам сюжет реклами! Переважно захопливий, феєричний! спортивної статури красень зістрибує з висоти хмарочоса, в нього виростають за спиною крила, він починає вільно літати і не розбивається. Завтра ми його знову побачимо на екрані. А тепер спробуємо перекопати нашої Сашка чи Дмитрика, що так робити не можна, що життя одне, що стрибати з дахів у жодному разі не можна!

Дошкільнятам же важко відрізнити реальне від вигаданого. Реклама ж видається їм реаліями дійшою, аніж просто зоб'єктом розмова з батьками про небезпечність тієї чи іншої ситуації.

Вплив реклами має магичну силу. Діти дивляться її, як заворожених. Через рекламу знущаються важливі етичні категорії. Мрії про щастя починають здаватися легкодоступними.

Дорослі мають раз по раз пояснювати дитині, що реклами треба сприймати вибірково і що відсутність певної речі, навіть дуже гарної, зовсім не означає, що життя від цього стане гіршим.

ДАЙТЕ ПРОЧИТАТИ БАТЬКАМ!

Батьківська сторінка

ДАЙТЕ ПРОЧИТАТИ БАТЬКАМ!

ЩО РОБИТИ БАТЬКАМ?
Отже, щоб ефект впливу медіаполя був позитивним, батьки мають вчитися слухати й чути свою дитину, бути толерантними і терплячими, розуміти її, часно помічати в ній небажані зміни. Любов до дитини має виражатися не лише в підарунках — іграшках, солодощах, а ще й у частішому спілкуванні із сином чи донькою.

Важливі й розвивальні мультфільми, телепередачі, відеоігри. Обов'язково обговорювати з малечю переглянутий сюжет, персонажів, аналізувати образи, привертати увагу малюка до того, що залишилося невпізнаним, спонукати творчо осмислювати побачене.

Знайте дитину з добрими дитячими журналами, спрямованими на особистий розвиток малюка, його моральне становлення, позбавленими агресивності. Таким станням, зокрема, є журнал "ДЖМІЛЬ", який подає зразки мудрої конструктивної поведінки й розвивальної діяльності, форми світле позитивне світобачення, дає в руки дитині інструменти для творчого самовираження. У процесі читання журналу, пошуку відповідей на його запитання, варіантів розв'язання задач і способів виконання завдань і дорослий, і дитина разом розмірковують, обговорюють, висловлюють думки і почуття, разом творять красу, що дає їм спільну

радість і краще розуміння одне одного, а дорослому іще важелі позитивного впливу на малюка.

Пам'ятаймо: існує безліч окрім тих, що пов'язані з інтернетом або телебаченням.

Наприклад, можна разом зібрати альбом з ілюстрацій, розгляньте ілюстрації, сімейні улюблені книжки, розгляньте ілюстрації, сімейні фотографії. Побувайте в музеї, театрі, на виставці або просто погуляйте. Разом пікуйтеся про хатню тваринку, доручивши дитині посилити для неї справу (малюк може мити посуд для тваринки, нализипати корм). Спільні прогулянки з тваринкою зближуватимуть дитину й батьків. Єдине, що треба обговорити з дитиною, це правила, за якими варто діяти, вигулюючи домашнього улюбленця.

Ми розуміємо: те, про що ми говорили в цій статті, вимагає від батьків певних зусиль, часу. Однак, докладавши їх, ви зможете захистити дитину від інформаційних потоків, які не дають доброї поживи їй розуму, ні серцю, руйнують душевне здоров'я.

Будемо реалістами: зовсім уникнути медіасередовища сьогодні неможливо. Тож давайте разом виховувати у дитини культуру користування інформацією. ■

"ДЖМІЛЬ" ПРО НЕБЕЗПЕКУ комп'ютерних ігор

- ✓ Не можете відірвати малюка від комп'ютера чи мобільного телефону?
- ✓ Не знаєте, як виконати вибіркові дії і постійного перебування перед екраном?
- ✓ Суворі заборони, відбирання "іграшок" не допомагають, а жодні пояснення малюка і слухати не хоче?

У пригоді стане літній випуск «Джміль» журналу "Джміль" за 2013 рік!

Захопливий яскравий комікс привере увагу малечі, змусить замислитися, а поради фахівців допоможуть вам побудувати довірчу, повчальну бесіду.

Об'єднайтеся з батьками вихованців і передплатіть журнал "Джміль" на групу: **5 примірників за ціною 4-х!** Вартість на квартал — **71,55 грн!** Індекс **99691**



Корисна інформація для батьків

Оформити передплату можна на пошту або на сайті **www.pesbo.ua** Вартість на півріччя — **35,76 грн!** Індекс **40295**