

ТЕЛЕВИДЕНИЕ КАК УСЛОВИЕ ФОРМИРОВАНИЯ СУБКУЛЬТУРЫ ДЕТСТВА

О.Н. ВАСИЛЕНКО, магистрант,
ФДО БГПУ им. М.Танка, Минск
Научный руководитель: кандидат
психологических наук, доцент
Л.В. Финькевич

Телевидение занимает особое место среди многочисленных видов средств массовой информации в силу его возможного наглядно-образного восприятия и, как следствие, более сильного эмоционального влияния на ребенка. Именно оно является мощным средством формирования познавательной активности у детей дошкольного возраста. В связи с этим возникает проблема взаимовлияния информационной среды (в частности, телевидения как ее важнейшего компонента) и субкультуры детства.

Экран для современного ребенка является не столько информатором и источником построения картины мира, сколько ее конструктором. Как пишет Н.А. Горлова, в целом, интерес детей дошкольного возраста к телевидению объясняется тем, что для них характерна высокая степень востребованности в новой информации, что в свою очередь обусловлено новым типом сознания – системно-смысловым, а не системно-структурным [1]. Результаты социально-психологических исследований показывают чрезвычайно сильное влияние телевидения на формирование у детей дошкольного возраста познавательных интересов, любознательности, детской картины мира, нравственных качеств, эстетических чувств. Содержание ТВ-вещания выступает источником формирования практически всех компонентов детской субкультуры: коммуниктивных форм общения, мифотворчества, эстетических увлечений, игр и др.

В результате изучения телевизионных каналов и программ ТВ было установлено, что в них представлены специальные детские телеканалы («Карусель», «Мульт», «2x2», «Nickelodeon», «Детский», «Бибигон»), и передачи – «Калыханка», «В гостях у сказки», «Смешарики. Пин-код», «Мастершеф. Дети», «АзбукаВкуса», «Вечарніца» и др. Однако время просмотра передач не соответствует реальному возрастному биоритму жизнедеятельности ребёнка: раннее утро – например, 06.00 - «Смешарики» или поздний вечер и ночь – 21.40 - «Спокойной ночи, малыши», 23.05 - «Мульткалендарь». Наряду с увеличением ТВ-времени кардинально изменилось и содержание того, что смотрят дети дошкольного возраста.

Как показал опрос воспитанников старшей группы, самыми популярными являются телепередачи развлекательно-игрового характера, например, «Поле чудес», «Азбука вкуса», «Ледниковый период», которые привлекают внимание ребёнка в силу того, что их смотрят, затем обсуждают взрослые члены семьи. Зрительный образ действует на уровне первой сигнальной системы. Пример телегероя дает конкретные образцы для подражания и тем самым активно формирует у ребёнка чувства, убеждения, активизирует деятельность [2]. Особенно сильное воздействие

на ребенка оказывают сегодня визуальные образы из мультфильмов, телепередач, фильмов и рекламы. Беседы с детьми показали, что восприятие экранных передач формирует у них клиповое сознание, так как оно не является по сути своей аналитическим восприятием. Ребёнок не может пересказать связно сюжет мультфильма, а ограничивается названием самого яркого образа – супер-машина, красивое платье, «так бабахнуло!».

Большинство детей любят смотреть рекламу, воспринимая веселый, яркий рекламный ролик как мультфильм. Примерно половина опрошенных воспитанников воспринимают рекламу буквально, доверяют её содержанию. В ходе бесед с детьми старшего дошкольного возраста выявлено, что воспитанники помнят и называют много различных рекламных роликов (сок «Сочный», шоколадные батончики «Snickers», «Bounty», «Twix», «Kit-Kat», карамели «Чупа-Чупс», «Киндер сюрприз», «M&M's», бисквиты «Медвежонок Барни», йогурт «Растишка», игрушки «Говорящий хомяк», «Летающий Миньон»), узнают их по звуковому сопровождению, повторяют в общении друг с другом отдельные речевые обороты персонажей, пантомимические движения. Однако дети затрудняются в установлении причины и следствия воспринимаемых явлений, в оценке поступков героев, иными словами, дошкольники не размышляют об увиденном, оно не становится для ребёнка его индивидуальным опытом. Здесь очевидна необходимость содействия взрослого посредством включения не только в отбор и просмотр передач, но и их последующий совместный анализ.

Проанализировав результаты анкетирования родителей о влиянии телевидения на детей дошкольного возраста, выявили следующее: родители понимают, что телевидение может оказывать как позитивное, так и негативное влияние на детей; заинтересованы, чтобы ребенок провел с пользой время у экрана; соглашаются с тем, что получили регулируемую пультом домашнюю «свободу» от ребенка. Большинство родителей не владеют культурой просмотра телепрограмм. Лишь в 48% семей планирует телесмотрение. По оценкам родителей дети смотрят телевизор - каждый день 80% семей, 1-2 раза в неделю - 12%, только по выходным - всего 8%.

Таким образом, телевидение влияет на личностное развитие ребёнка, на детскую субкультуру, формирование представлений о мире и себе, развитие игровой деятельности, детского языка. Но при этом очень важен осознанный отбор программ для детей дошкольного возраста, сопровождение ребёнка в процессе осмысления и переживания, им увиденного содержания, помощь в правильном суждении и оценке. Взрослые должны осуществлять психологическое сопровождение и оказывать содействие ребёнку в его общении с экраном как генерализованным агентом современной социализации личности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Горлова, Н.А. Современные дошкольники: какие они? // Обруч: образование, ребенок, ученик. – 2009. – № 1. – С. 3–6.
2. Шишова, Т.Л. Как стать моральным уродом? URL: <http://www.portal-slovo.ru/pedagogy/>