

УДК 37.013.42:372

*Світлана Семчук,  
аспірант, викладач кафедри  
дошкільної педагогіки і психології  
Уманського державного педагогічного  
університету імені Павла Тичини*

## **ОСОБЛИВОСТІ МЕДІАСОЦІАЛІЗАЦІЇ ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ**

*У статті розкриваються особливості медіасоціалізації дітей дошкільного віку.*

*Ключові слова: медіасоціалізація, діти дошкільного віку.*

*В статье раскрываются особенности медиасоциализации детей дошкольного возраста.*

*Ключевые слова: медиасоциализация, дети дошкольного возраста.*

*The article deals especially mediasotsialzatsiyi preschoolers.*

*Key words: media socialization, children under school age.*

Сучасна культурна реальність в Україні характеризується зростанням впливу засобів масової інформації, особливо телебачення, що хоч і є проявом поступу модернізаційних процесів, однак супроводжується й поширенням масової культури невисокого і зовсім низького рівня, масовізацією свідомості дітей, поширенням гірших зразків західної культури, що веде до зміни соціалізуючого процесу та пониження рівня соціального становлення дітей дошкільного віку.

Соціалізація – це процес входження індивіда в соціальне середовище, оволодіння навичками практичної та теоретичної діяльності. Перетворення реально існуючих відносин в якості особистості. Цей процес передбачає як цілеспрямований вплив на особистість у процесі виховання, так і стихійний вплив різних умов і обставин життя на формування особистості.

Психосоціальна система «соціум – особистість» поступово набула принципово нової структури і якості. У неї активно включився такий впливовий посередник як мас-медіа, і відтепер діада «соціум – особистість» виглядає як тріада «соціум – мас-медіа – особистість». Отже, процес соціалізації відбувається як медіа соціалізація [5, 6].

Саме тому останнім часом багато вчених – соціологів, культурологів, педагогів, психологів, медичних працівників – цікавляться цією проблемою та аналізують вплив засобів масової інформації на становлення особистості дитини в дошкільному віці.

Сьогодні на теоретико-методичному рівні інтенсивно досліджуються

проблеми оновлення змісту освіти, створення належних умов для формування особистості дитини дошкільного віку, її оптимального розвитку й виховання. Помітний доробок у галузі аналізу соціально-психологічних та педагогічних аспектів цієї проблеми належить таким дослідникам, як Л. Артемова, І. Бех, А. Богуш, В. Болгаріна, І. Зверева, В. Іванов, А. Капська, Л. Коваль, О. Кононко, В. Кремень, В. Кузь, Н. Лавриченко, В. Оржеховська, І. Печенко, Т. Поніманська, Р. Пріма, О. Савченко, І. Фельдштейн.

Педагоги Т. Дейнегіна, О. Невмержицька, досліджуючи вплив телебачення та комп'ютерних технологій на свідомість, розвиток і здоров'я дитини вказують на те, що існують навіть поради й «посібники», що розглядають правила «пиття горілки».

Психолого-педагогічна наука б'є на сполох, усвідомлюючи ті жахливі, непередбачувані наслідки у вигляді негативного трансформування свідомості, травмування психіки, які може дати така інформація дитині-дошкільнику, свідомість якої формується. Водночас ніхто поки що не поставив на державному рівні питання про те, у якому віці й на який час доцільно вперше підпускати дитину до екрану телевізора [1, 2].

Тому мета нашого дослідження зумовлюється потребою в обґрунтуванні ролі мезофакторів у процесі соціалізації дітей дошкільного віку загалом та впливу мас-медіа на цей процес зокрема.

У сучасному світі особистість дитини з раннього дитинства виявляється в оточенні техносфери, істотною частиною якої є засоби масової інформації та комунікації.

Причому на першому місці стоять електронні засоби, які значно витіснили писемні. Вони відіграють, передусім, інформаційну роль у розвитку дітей, завдяки чому вони здобувають різноманітні суперечливі, несистематизовані відомості про типи поведінки людей і способи життя в різних соціальних стратах, регіонах, країнах, відтак, дитина здобуває інформацію, яка істотно відрізняється від навчально-виховної в дошкільному закладі.

Однією з форм впливу ЗМІ на соціалізацію дітей дошкільного віку є трансляція інформації про культуру та її репродукція. Другою – власні творчі, продуктивні можливості ЗМІ. І третьою формою впливу ЗМІ є їхня естетична функція. Окремі спеціалісти вважають, що принаймні половина людства формує свої погляди під впливом медіа впливу.

Аналіз нових наукових джерел з питань впливу ЗМІ на дітей дошкільного віку, дозволив нам визначити психологічні закономірності та особливості формування дитячої свідомості:

- гострий сюжет викликає й підтримує увагу та зацікавленість дітей;
- підвищена увага до перегляду коротких сюжетних роликів;
- можливість залучення дитини до участі в процесі перегляду реклами;

- захоплення дитини рекламним сюжетом базується на психологічних механізмах;
- легкість запам'ятовування короткого, цікавого та близького дитині сюжету;
- можливість формування в дитинстві етичних та моральних норм, цінностей за допомогою цікавого та доступного дитині сюжету.

Під кінець ХХ ст. види і можливості ЗМІ значно розширилися. До сфери мас-медіа належать тепер усі види телебачення разом з такими його новими технологіями, як супутникове і кабельне, радіомовлення, всі різновиди звукозапису та його розповсюдження. А комп'ютери та їхні програмне забезпечення, відео, кіно, друковані видання надали людству величезні можливості для отримання різнобічної інформації в найкоротші строки. Винахід комп'ютера знаменував собою перехід людства від моделювання і посилення фізичних можливостей і функцій людини до моделювання і посилення її інтелектуальних можливостей [2, 290].

Створена телебаченням та Інтернетом віртуальна реальність (медіа реальність) є цілком конкурентоспроможною альтернативною дійсності, і разом вона утворює середовище існування сучасної дитини (медіасередовище). Сучасний медіа простір став не лише середовищем інформаційного обміну, а й середовищем, де здійснюється соціальна комунікація, обмін поглядами й почуттями тощо [5, 6].

У сучасних наукових джерелах широко висвітлюються переваги поширення телевізійних і комп'ютерних технологій – віртуальна освіта, мобільні телефони-радіоприймачі, Інтернет-аукціони, нові субкультури, що виникли в Мережі Інтернет. Водночас широко обговорюються й негативні наслідки розвитку Мережі Інтернет:

- страхи перед інформаційною війною, втрата державного суверенітету, засилля порнографії та її згубна дія на розум і почуття юних відвідувачів Мережі Інтернет;
- страшні історії про захоплення найбільших банків, всебічну поінформованість терористів у справах своїх майбутніх жертв [3, 10].

На сьогоднішній день вітчизняні засоби масової інформації стали не тільки головою рушійною силою прогресу, засобом спілкування світового масштабу, а й потенційним джерелом насилля та агресії. Жорстока і агресивна поведінка – це одна із найактуальніших проблем, що пов'язана із взаємодією дітей дошкільного віку та телебачення. ЗМІ, в свою чергу, дуже активно пропонують все нові і нові можливості для підкріплення такого стану занепокоєння. Телевізійне насилля: бойовики, трилери, фільми жаків, жорстокі мультфільми – зараховуються зазвичай до окремої групи і кваліфікуються як «соціально небезпечні», бо саме вони пропагують культ насилля, жорстокості, розпусти, істотно деформують дитячу психіку.

З цього приводу С.Лемсон висловив таку переконливу думку: «діти привчаються до думки, що страхи та насилля – це норма, побоюються ста-

ти жертвою злочинця і найменше спроможні допомогти жертві злочину. Вони зростають більш агресивними і жорстокими» [7, 25].

Слушною з цього приводу є думка А. Федорова, який погоджується з думкою С. Лемсона, що: «багатообразні медіа показують дітям велику кількість лякливих і викликаючих страх образів, більшість з яких вони, ймовірно, ніколи б не побачили в реальному житті» [6, 47].

Соціалізаційні можливості мас-медіа полягають передусім в їхній здатності до поширення знань, формування способів їхнього сприйняття та оцінювання, утвердження того чи іншого ставлення до подій. Тобто фактично вони конструюють суб'єктивну реальність і «занурюють» у неї молоде покоління [4, 166].

Сьогодні утверджується думка про те, що кожна дитина дошкільного віку, незалежно від статі, має право на розкриття власного таланту і здібностей, використання їх для саморозвитку й загального поступу. Реклама відіграє одну із важливих ролей у цьому процесі. Як у всьому світі, так і в Україні, будь-яка реклама є провідником, медіатором позитивного і негативного, вона виносить на зовні, робить публічними думки, погляди, образи і поведінкові моделі; вона є «вчителем» актуальної культури, формує і транслює нові суспільні зв'язки, даючи власні «уроки життя» і, що важливо, має потужний інформаційний вплив на соціалізацію дітей дошкільного віку.

Сучасним дошкільникам необхідна не лише ґрунтовна інформаційна підготовка. Не менш важливою є естетична готовність сприйняти, відчутти соціально-психологічну атмосферу епохи, оцінити її здобутки. У цьому вбачається розуміння необхідності створення належного базису, пов'язаного з удосконаленням культури почуттів, взаємин, потреб, без яких не можна соціалізувати особистість, здатну усвідомити цінності людського буття, красу природи, мистецтва, суспільних відносин, нарешті самої людини. Будучи специфічним видом ЗМІ та культури, радіоефір наближає до дитячої аудиторії художні цінності, сприяє розширенню галузі активного середовища, що впливає на виховання.

Процеси сьогоденного суспільного життя відкрили широкий доступ до надбань світової художньої культури, але, водночас, посилили й сферу впливу псевдомистецтва на дітей дошкільного віку. Це особливо виявляється в естрадній музиці, де не лише виникають нові стилі, спрямування, жанри, а й під тенетами шоу-бізнесу ефір заповнюють зразки низькопробної музики.

Будь-яка інформація, що транслюється теле-, радіо-, відео-, аудіо каналами тощо, так чи інше несе заряд естетичного або антиестетичного впливу, оскільки спрямована на максимальне збудження почуттів, емоцій.

Для багатьох дітей перегляд телебачення, прослуховування музичних записів, робота з комп'ютером, а для когось і читання є своєрідною компенсацією дефіциту міжособистісних стосунків, засобом відволікання

від проблем. Велику роль в розвитку дитини відіграють ЗМІ, хоча це спірна проблема.

Американські вчені (Шрам, Лайл і Паркер) прийшли до висновку, що перегляд телепрограм прискорює розвиток дитини на рік, особливо до того часу, коли вона має йти до школи. Сутність їхньої теорії полягає в тому, що молоде покоління на «телевізійних» зразках навчається міркувати, отримує знання, розширює кругозір. Робота з комп'ютером, з однієї сторони, призводить до розширення контактів, можливості обміну соціокультурними цінностями, набуття символічного досвіду, розвитку процесів навіювання. Але з іншого, вона може призвести до «синдрому залежності» від комп'ютерних мереж, який сприяє звуженню інтересів, відлученню від реальності, залежності від комп'ютерних ігор, соціальної ізольованості, ослабленню емоційних реакцій та може призвести до багатьох негативних наслідків. Оскільки «Я – концепція» зароджується і формується під впливом багатьох інституцій і головною інституцією для нашого дослідження є ЗМІ, які в наш час займають провідне місце серед багатьох інституцій.

Дослідники медіапростору стверджують, що найбільш артикульованими проблемами, перебуванням у ньому дітей, є «згорання» пізнавальних інтересів, зниження тону і якості інтелектуальної діяльності, «лінивість» психіки (уваги, пам'яті, уяви); наслідування дітьми асоціальної поведінки віртуальних героїв; «віртуалізація» життєвого світу дітей (руйнування соціальних зв'язків, відволікання від дитячих обов'язків у межах своєї родини, і як найважчий вияв цього – Інтернет-залежність); захоплення іграми з медіанасильством («ігроманія»); порушення соматичного і психічного здоров'я [5, 6].

Саме засоби масової інформації (телебачення, комп'ютер, реклама, друк, кінематограф, радіо) генерують соціальну пам'ять, надають соціального змісту подіям, що відбуваються. Справді, небезпека інформації полягає в тому, що вона впливає на соціалізацію дітей дошкільного віку безпосередньо, укорінюючись в ній як органічний елемент, здатний доповнити і навіть замінити функції відчуттів, сприйняття, уяви тощо. Тобто безконтрольний інформаційний потік може як завгодно глибоко проникати в суть дитини і деформувати її свідомість.

Отже, як бачимо, особистість дитини-дошкільника знаходиться в системі суспільних відносин, бере участь в їхньому творенні, тобто є уособленням суспільних відносин у окремо взятого індивіда, завдяки яким відбувається його соціалізація. Тому, з усією впевненістю ми можемо сказати, що соціальна поведінка і спілкування особистості мають бути інформаційно забезпечені. Отже, на нашу думку, інформування (ЗМІ) є фактором соціалізації особистості оскільки:

– соціалізація є результатом орієнтаційних проявів в реаліях сьогодення, який задовольняється за рахунок засвоєння різнобічної інформації про неї;

– інформування (ЗМІ) є організованою формою отримання інформації від суспільства до особистості дитини;

– інформування (ЗМІ) є необхідністю в розвитку, існуванні, самовираженні особистості, оскільки здійснює змістовно-діяльнісний зв'язок між суспільством і особистістю дитини. Інформаційна достатність дозволяє особистості не тільки засвоювати попередній досвід, але і розвивати, коригувати;

– інформування (ЗМІ) стає фактором соціалізації, якщо він усвідомлюється дітьми дошкільного віку, як необхідність.

Отже, у статті розкриваються особливості медіасоціалізації дітей дошкільного віку, проаналізовано сучасні погляди науковців на специфіку сприйняття дітьми екранних образів, трансформацію дитячої картини світу, що призвело до необхідності вивчення особливостей впливу засобів масової інформації на особистість дитини з метою запобігання їх негативного впливу на дитячу аудиторію.

При подальшому дослідженні окресленої проблеми планується розробити й експериментально перевірити методику формування соціальної компетентності засобами масової інформації.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Апостолова Г.В. Про наслідки використання електронної техніки для розвитку здібностей дитини // Практична психологія та соціальна робота. – 2003. – № 9–10. – С. 1–3.
2. Багацкий В.В., Кормич Л.І. Культурологія: історія і теорія світової культури ХХ століття: Навч. посібник. – К.: Кондор, 2004. – 304 с.
3. Бондаровська В.М., Пов'якель Н.І. У мережі Інтернет: психологічні, етичні, культурологічні проблеми // Психолог. – 2005. – № 25(169). – С. 10–15.
4. Лавриченко Н.М. Педагогіка соціалізації: європейські абрисы. – К.: ВІРА ІНСАЙТ, 2000. – 444 с.
5. Петрунько О. Сучасна дитина в медіапросторі // Педагогічна газета. – липень. – 2009. – № 7(180).
6. Федоров А.В. Школьники и компьютерные игры с «экраным насилием» // Педагогика. – 2004. – № 6. – С. 45–49.
7. Lamson S.R. Media Violence Has Increased the Murder Rate // C. Wekesser (ed.), Violence in the Media. San Diego, 1995. – P. 25.