

## Медіапродукти для дітей у вимірі культури

**Баран Е. О.,**  
аспірантка

*Процес формування зв'язків дитини зі світом, його пізнання та освоєння головних систем, структур і цінностей соціуму проходить завдяки посередникам, зокрема таким, як медіа. Вони як продукти людської діяльності є також і відображенням культурної епохи, у якій творилися, у цьому аспекті дане дослідження стосується взаємозв'язків продуктів медіа для дітей у площині культури.*

**Ключові слова:** медіа, культура, медіа для дітей.

## Media products for children in the context of culture

**Baran Ella,**  
PhD Student

*A process of formation of child's relations with the world, its knowledge and development of global systems, structures and values of the society are caused by intermediaries such as mass media. These products of human activities are also reflection of cultural era where they were founded; in this case the given study deals with interrelation of media products for children in the context of culture.*

**Keywords:** mass media, culture, media for children.

## Медиа Продукты для детей в измерении культуры

**Баран Е. О.,**  
аспірантка

*Процесс формирования связей ребенка с миром, его познания и освоения главных систем, структур и ценностей социума проходит благодаря посредникам, в частности таким, как медиа. Они как продукты человеческой деятельности также и отражением культурной эпохи, в которой создавались, в этом аспекте данное исследование касается взаимосвязей продуктов медиа для детей в плоскости культуры.*

**Ключевые слова:** медиа, культура, медиа для детей.



**І.** Кон у своїй роботі «Детство как социальный феномен» аналізує роботу Ф. Ар'еса 1960 року, де, на думку І. Кона вперше конкретно показано, що дитинство розглянуто не просто як природна універсальна фаза людського розвитку, а як поняття, що має складний, неоднаковий в різні епохи соціальний і культурний зміст. Те, як суспільство сприймає і виховує своїх дітей за Ар'есом, - одна із головних характеристик культури в цілому [1].

Як зазначено власне в роботі Ф. Ар'еса, наприклад, у середньовіччі не було чіткого поділу на дорослих та дітей, як соціальної та психологічної категорій, із притаманними їм особливостями. Він на прикладах доводить, що дорослим вважався кожен, хто вийшов з віку із загрозою смерті й навпаки, дитиною могли назвати будь-кого. Щодо XVI–XVII ст., то тут автор описує деякі зміни в культурному житті тодішнього суспільства, зазначаючи, що до дитини не лише змінилось ставлення – почали розглядати, як джерело радості та «панькалися» з ними або ж протилежно цьому діти викликали велике роздратування (на прикладах, описаних Монтеня, Куланжа і мадам де Севін'є), а й виділяти візуально, наприклад з'явився дитячий костюм, що для тих часів мало велике значення. В аналізі підходів до дитинства в XVIII ст. автор додає до цих «аспектів» дитини та дитинства, ще піклування суспільства про внутрішнє та зовнішнє фізичне здоров'я та гігієну, виняткового задля виховання здорового духу, що не має схильності до ліні, м'якості тощо[1]. Як зазначено в роботі І. Кона деякі ствердження та висновки Ф. Ар'еса були піддані критиці.

Щодо сучасних поглядів на дитинство, то І. Кон, наприклад, вважає, що вивчення світу дитинства є багатим і міждисциплінарним. Звідси його предметно-тематичне та методологічне різноманіття. Нам цікавий другий (із описаних науковцем) предметно-тематичний напрям, орієнтований на соціологію і вивчає переважно процеси соціалізації, інститути й методи долучення дітей до культури. Сучасні дослідження охоплюють досить широке коло тем, серед них і вивчення того, як саме діти засвоюють культуру свого народу, які специфічні механізми й процеси «інкультурації», а також вивчення взаємозв'язку між вихованням дітей та іншими аспектами соціальної культури і культури даного суспільства [11].

Видатний філософ-екзистенціаліст К. Ясперс уважав, що мас-медіа є форма буття індустрії культури. Історія культури знає два великих кроки в засобах передання художньої комунікації, кроки, які змінили парадигму художньої культури. Перший – перехід від усного висловлювання образної думки до її письмової фіксації, а другий – перехід від письмового тексту до зображально-звукового виявлення художнього образу. У порівнянні з

попередніми комунікативними формами мас-медіа мають значно більше можливостей консервування та поширення творів культури, можуть практично моментально доставляти їх великій аудиторії. З критичного аналізу концепції А. Моля про «мозаїчність культури» можна зробити висновки про пізнавальні можливості мас-медіа [10].

Отже, у статті вивчатимемо дві площини, що мають спільні точки сходження в аспекті репрезентаційних об'єктів соціалізації особистостей. Для початку варто зосередити увагу на понятті та концепті культури. У праці В. Болотової аналізуються різні підходи до розуміння поняття культури, також вона наводить класифікацію теоретика культури Л. Кертмана, який стверджує, що існує понад 400 визначень культури, і, на його думку, є три основні підходи до визначення культури: антропологічний, філософський та соціологічний (зосередимось на ньому). В його розумінні соціологічний, це той, в якому культура трактується як чинник організації і створення життя будь-якого суспільства. Мається на увазі, що в кожному суспільстві є певні культуруотворювальні «сили», що спрямовують його життя по організованому, а не хаотичному шляху розвитку. Культурні цінності створюються самим суспільством, але вони ж потім і визначають розвиток цього суспільства, життя якого починає все більше залежати від вироблених ним цінностей.

Приклади визначень даного підходу: культура – це успадковані винаходи, речі, технічні процеси, ідеї, звичаї і цінності (Б. Маліновський).

Культура – це міцні вірування, цінності й норми поведінки, які організують соціальні зв'язки і роблять можливою загальну інтерпретацію життєвого досвіду (У. Беккет).

Культура – це мова, вірування, естетичні смаки, знання, професійна майстерність і всякого роду звичаї (А. Радкліфф-Браун).

В. Болотова дала інше визначення культури. Це спосіб освоєння дійсності на основі цінностей, що втілені в зразках діяльності й об'єктивувалися в речово-наочних і символічно-знакових формах, які передаються від покоління до покоління в процесі соціалізації [3]. Можна сказати, що соціальні форми життя людини – продукт культури. Але й культура – продукт суспільства, продукт людської діяльності. Саме індивіди, які складають ту або іншу людську спільність, створюють і відтворюють культурні зразки. Розділення «соціального» і «культурного» аспектів людського існування можливе лише в теорії. На практиці вони існують у нерозривній єдності. Культуру не можна розглядати як «частину» суспільства, або суспільство як «частину» культури [3].

Культура й всі складові аспекти функціонування суспільства в той чи інший період відображаються в продуктах, створених у цей період. Далі мова здебільшого піде про інший вимір людської



діяльності, що нерозривно пов'язаний з вищезазначеним, а саме світу медіа.

Дитина пізнає світ через медійні засоби великою мірою – книжки, мультиплікацію, ігри (іграшки), вони скорочують шлях дитини до того, що їй варто побачити та про що дізнатися, наближують далеке (іграшки звірів, модель космосу).

Від початку дитина не обирає собі медійне оточення, однак на основі того, що її оточує, формуються її подальші потреби та вподобання, а вже згодом вона дає зрозуміти та обирає, що їй подобається більше з того списку, що їй пропонує найближче оточення, а також із набагато більшого списку того, що пропонує їй світ. Подальший вибір вона робить на основі сформованого в неї першим оточенням смаку.

Будь-які враження, особливо художні, впливають на становлення основ особистості дитини [20]. Треба зазначити, що з кінця XIX ст. і особливо в останні десятиліття людство виявляє пекучий інтерес до дитячого життя – у літературі, живописі, дослідженнях з дитячих ігор, мові, малюнків і інших продуктів дитячої субкультури [Виноградов, 1930; Григор'єв, 1994; Мещерякова, 1997; Осорина, 1999; Покровський, 1994 й ін.]. Здатність змінювати свою поведінку залежно від нових соціальних умов – результат успішної соціальної адаптації, у процесі якої дитині необхідно засвоїти правила, норми та культурні традиції свого народу, а також своїх соціальних груп (сім'я, група дитячого садка та ін.). Кожен народ від покоління до покоління передає свій громадський і соціальний досвід, духовне багатство як спадок старшого покоління молодшому [4].

Е. Еріксон простежив цілісний життєвий шлях особистості, від народження до глибокої старості. У першій частині періоду розвитку проходить процес ідентичності особистості. Особистість розвивається завдяки включенню в різні соціальні спільності (націю, соціальний клас, професійну групу тощо) і переживанню свого нерозривного зв'язку з ними [13].

Є безліч підходів до поділу на вікові групи (за психологічними, фізіологічними, соціальними категоріями) за різними критеріями.

У поданій нижче таблиці наведена соціально-педагогічна точка зору на вікову періодизацію А. Мудрика [16]. Та характеристики цього віку з позиції взаємозв'язків із медіа (Л. Найд'юнова) [15].

*Аакцентуємо увагу на таких етапах розвитку:*

Від народження до 3-х років (розвиток словникового запасу дитини, звичок, формування характеру).

Такий вид медіа, як реклама починає впливати на дитину приблизно з 9 місяців, малюк поки не може фіксувати увагу тривалий час на якомусь об'єкті. Рекламні ролики йдуть всього 20–30

секунд (порівнюючи навіть з дуже короткими мультфільмами це набагато менше). Оскільки змінюється картинка, то й переключається увага й дитина не втомлюється від реклами, а навпаки динамічність, кольоровість, звукова палітра її приваблюють. Американський соціолог Дж. Шор вважає, що «звичайна американська дитина занурена в ринок, який пригнічує весь людський досвід. Однорічна дитина вже дивиться програму «Телепузики» і їсть їжу спонсорів цього серіалу Burger King і McDonald's. У півтора року діти вже впізнають логотипи відомих брендів, а до дворічного віку вже просять купити їм товари цих марок [14].

Від трьох до шести років – розрізнення реальності та фантазії.

Діти віком до семи років дуже візуально зорієнтовані, їх можуть злякати окремі зображення: образи гротескних істот із жанру фентезі чи тварин, які погрозливо поведуться або міняють свою форму. Ці персонажі дуже схожі на страшні фантазії, легко переміщаються у таємний дитячий «паралельний світ». Зображення тварин і дітей, що зазнають фізичної загрози або насильства, також здатні сильно вразити малу дитину [15]. Брак у дошкільнят понять чітко виявилось в експериментах швейцарського психолога Ж. Піаже [17]. Також він наголошував, що, починаючи з другого року життя і до семи років, дитина сприймає світ через образи, концентруючись на теперішньому моменті [12]. Це так звана стадія доопераціонального уявлення; поняття на цій стадії образні й конкретні, вони не належать ні до індивідуальних об'єктів, ні до класів речей. Тобто дитині до шести – семи років важко розрізнити реальність і свої враження про неї, вона не може визначати, що є видумка, а що реальність у медіапродукції [15].

Кожна вікова сходинка має свої «взаємозалежності» з медіапродуктами та характеризується наявністю окремих поняттєвих орієнтирів. Тобто засвоєння матеріалу того ж мультфільму залежить і від віку дитини, у різні вікові періоди вона знаходитиме в одному й тому ж мультфільмі/казці, грі щось нове, оскільки процес пізнання залежить від бекграунду на момент перегляду.

У монографії В. Іванова у розділі про глобалізацію аналізуються також глобалізаційні процеси в медіа. Досліджуючи нові форми в площині медійної продукції для дітей для нашого аналізу є важливою дана тема, оскільки медіа відіграють значну роль у процесі глобалізації. З одного боку, вони є інструментом її розвитку, з іншого – самі підпадають під потужний вплив інших чинників глобалізації [10]. Глобалізаційні процеси зумовили деяку трансформацію/розвиток (появу нового й зміну старого) у медіа. Однією з найпоширеніших форм пізнання дитиною світу



через медіа є книжка (як фізичний об'єкт і дитяча література як концептуальна складова книжки). Першими творами, складеними для дітей, можна вважати казки, народні перекази, епічні твори. У такий спосіб люди кодували знання про систему виникнення та існування космосу, сонячної системи, людської цивілізації. Такі твори передавалися від покоління до покоління, не занотовувалися та були однаково цікавими для дорослих і для дітей, адже уособлювали в собі єдине джерело найбільш повної інформації про навколишній світ (історичний, політичний та соціокультурний аспекти його функціонування). О. Рудич у своєму дослідженні зазначає, що сьогодні літературний твір, написаний для дитини, є симбіозом певних рис, притаманних літературному жанру та архаїчному переказу, що зумовлює необхідність дослідження дитячої літератури не лише в контексті сучасного, а й історичного розвитку. У роботі аналізуються різні етапи розвитку дитячої літератури в різних народів в історичному контексті [18].

Що ж до інших медійних об'єктів для розгляду, то, наприклад, М. Соколова вважає, що саме мультфільм став сьогодні для дитини одним з основних носіїв і трансляторів уявлень про світ, про відносини між людьми й норми їх поведінки. Новий продукт цього жанру дивляться практично всі й відразу в один час, у кінотеатрах і по телевізору, на дисках або в інтернеті. Таким чином, більшість дітей дошкільного віку виявляється включеною в перегляд нового мультфільму, обговорення, гру, покупки іграшок тощо [19]. За даними соціологів, час, проведений біля телевізора або комп'ютера, становить від 20 до 40 % усього вільного часу дитини, і здебільшого він присвячений перегляду сучасних мультфільмів. За даними ЮНЕСКО, сучасні дошкільнята трьох – шести зайняті переглядом телевізора і зокрема мультфільмів у середньому три – чотири години на день, близько 25 годин на тиждень. Це значно перевищує час їхнього спілкування з однолітками і дорослими [20]. Для прикладу зосередимо увагу на знайомих кожному персонажах, що прийшли до нас з літератури (казок) наповнених новим змістом у XX-XXI ст.:

**Попелюшка.** Літературні джерела образу у творах: Дзамбатіста Базіле, Шарль Перо, брати Грімм; сучасна інтерпретація літературної форми втілена в мультиплікації: «*Cinderella*» («Walt Disney Productions», 1950), «*Happily N'Ever After*» (Lionsgate, 2007 р.);

**Білосніжка.** Літературні джерела образу у творах: казки братів Грімм; сучасна інтерпретація літературної форми втілена в мультиплікації: «*Нова історія Білосніжки*» (Lionsgate, 2009), «*Білосніжка і сім гномів*» («Walt Disney Productions» й випущений кінокомпанією «RKO Radio Pictures», 1937);

**Червоний капелюшок.** Літературні джерела образу у творах: казки братів Грімм, Шарль Перо; сучасна інтерпретація літературної форми втілена в мультиплікації: «*Нова історія червоного капелюшка*» (Hoodwinked) (The Weinstein Company, 2005);

**Рапунцель.** Літературні джерела образу у творах: казки братів Грімм; сучасна інтерпретація літературної форми втілена в мультиплікації: «*Tangled*» («Walt Disney Pictures», 2010)

**Русалонька.** Літературні джерела образу у творах: «*Den Lille Havfrue*» Ганс Христіан Андерсон; сучасна інтерпретація літературної форми втілена в мультиплікації: «*The Little Mermaid*» («Walt Disney Pictures», 1989);

**Джим Хокінс (пірати).** Літературні джерела образу у творах: за романом Л. Стівенсона «Острів скарбів»; сучасна інтерпретація літературної форми втілена в мультиплікації: «*Планета скарбів*» (стиль аеротанк, наукова фантастика) («Walt Disney Pictures», 2002).

Також варто виділити такі інтерпретації стереотипних образів у персонажах:

**Фей,** наприклад, Tinker Bell, від початку образ із твору Дж. Баррі «Пітер Пен», в-во DisneyToon Studios, Prana Studios (окремий цикл творів про фею був створений пізніше – автор американська казкарка Гейл Карсон Левін)

**Принцес** – Фіона «Шрек» в-во DreamWorks Animation.

Тобто звичні образи наповнені сучасним змістом й відповідно поводяться згідно з сьогоднішніми нормами поведінки і моралі (зовнішній вигляд, мова, вчинки).

Однак у XXI ст. теж з'явилися нові герої та нові історії:

Повнометражна мультиплікація: «Відважна» (Pixar Animation Studios, дистриб'ютор Walt Disney Pictures, 2012), «UP» (Pixar Animation Studios, 2009), «Астробой» (Imagi Animation Studios, 2009), «ВАЛЛ-І» (WALL-E, Pixar Animation Studios, 2008) «Мегамозок» («DreamWorks Animation», дистриб'ютор «Paramount Pictures»), «Корпорація монстрів» («Disney Enterprises Inc» і «Pixar Animation Studios», 2001), «Крижане серце» («Walt Disney Animation Studios» та випущений «Walt Disney Pictures», 2013)

Питання, пов'язані з дослідженням взаємозалежностей культури з усіма ланками соціальних виявів людської діяльності, є відкритими для наукових досліджень, окремим аспектом для аналізу, що входить до загального кола наших наукових інтересів, є вивчення питань зв'язків певних медіапродуктів для дітей у різні історичні періоди, їх порівняння та співвідношення із продуктами XX-XXI ст. (трансформація іграшок/ігор, книжки як видавничого продукту, нові медійні продукти).

**Список літератури:**

1. *Арьес Ф.* Ребенок и семейная жизнь при Старом порядке // Ф. Арьес; [пер. с франц. Я. Ю. Старцева при участии В. А. Бабинцева. – Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 1999. – 416 с.
2. *Баран Е. О.* Особливості сучасної мультиплікації для дітей / Елла Олександрівна Баран // Інформаційне суспільство. – 2014. – № 20. – С. 15–18.
3. *Болотова В. О.* Навчально-методичний посібник «Конспект лекцій з дисципліни «Соціологія культури» для студентів денного відділення, що навчаються за напрямом «Соціологія» / В. О. Болотова – Х.: НТУ«ХПІ», 2014.
4. *Бунятова А. Р.* Роль сказки в формировании духовно-нравственных ценностей у детей дошкольного возраста [Електронний ресурс] / А. Р. Бунятова // успехи современного естествознания. – 2010. – № 6. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.rae.ru/use/pdf/2010/6/25.pdf>.
5. *Википедия.* Покемон [Електронний ресурс] // Википедия–свободная энциклопедия. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.dk-vdomike.ru/multifilmy-dlya-sovremennykh-doshkolnikov/>.
6. *Википедия.* Смурфы [Електронний ресурс] // Википедия–свободная энциклопедия. – Режим доступу до ресурсу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BC%D1%83%D1%80%D1%84%D1%8B>.
7. *Википедия.* Злые птички [Електронний ресурс] // Википедия–свободная энциклопедия. – Режим доступу до ресурсу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%BB%D1%8B%D0%B5%D0%BF%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BA%D0%B8>.
8. *Википедия.* Симпсоны [Електронний ресурс] // Википедия–свободная энциклопедия. – Режим доступу до ресурсу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B8%D0%BC%D0%BF%D1%81%D0%BE%D0%BD%D1%8B>.
9. *Википедия.* Фиксики [Електронний ресурс] // Википедия–свободная энциклопедия. – Режим доступу до ресурсу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%B8%D0%BA%D1%81%D0%B8%D0%BA%D0%B8>.
10. *Иванов В. Ф.* Массовая коммуникация :

монография / Валерий Феликсович Иванов. – К.: Академия Украинской Прессы, Центр Свободной Прессы, 2013. – 902 с.

11. *Кон И. С.* Детство как социальный феномен [Електронний ресурс] / Игорь Семенович Кон // Журнал исследований социальной политики. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: [http://ecsocman.hse.ru/hseidata/2013/11/18/1333908713/Kon\\_2004\\_2\\_JSPS.pdf](http://ecsocman.hse.ru/hseidata/2013/11/18/1333908713/Kon_2004_2_JSPS.pdf).

12. *Конспект экономиста.* Реклама для детей [Електронний ресурс] // Конспект экономиста. – URL: <http://konspekts.ru/marketing/reklama-dlya-detej/>.

13. *Кулагина И. Ю.* периодизация развития личности по Э. Эриксону [Електронний ресурс] / И. Ю. Кулагина // Возрастная психология (Развитие ребенка от рождения до 17 лет). – 1999. – Режим доступу до ресурсу: [http://medic.social/voznrastnaya-psihologiya\\_783/periodizatsiya-razvitiya-lichnosti-40165.html](http://medic.social/voznrastnaya-psihologiya_783/periodizatsiya-razvitiya-lichnosti-40165.html).

14. *Левицкая А. А.* Ваш ребенок и реклама. / А. А. Левицкая. – М.: МОО «Информация для всех», 2011. – 98 с.

15. *Медиаосвіта та медіаграмотність : підручн. / ред.-упор. В. Ф. Иванов, О. В. Волошенко; за науковою редакцією В. В. Різуна.* – Київ: Центр Вільної Преси, 2013. – 352 с.

16. *Мудрик А. В.* Социальная педагогика : учеб. для студ. пед. Вузов / А. В. Мудрик ; / под ред. В. А. Слостенина. – [3-е изд., испр. и доп.]. – М.: Издательский центр «Академия», 2000. – 200 с.

17. *Пиаже Ж.* Речь и мышление ребенка / Ж. Пиаже – Римис, 2008.

18. *Рудич О.* Розвиток дитячої літератури в історичній [Електронний ресурс] / Оксана Рудич. – 2009. – Режим доступу до ресурсу: <http://book.net/index.php?p=chapter&bid=4280&chapter=1>.

19. *Смирнова Е. О.* Психологическая экспертиза художественных произведений для детей // Е. О. Смирнова, М. В. Соколова // Вопросы психологии. – 2012. – № 6.

20. *Соколова М. В.* Психологический анализ мультфильмов для детей дошкольного возраста / М. В. Соколова, М. В. Мазурова // Психолог в детском саду. – 2011. – № 1. – С. 91–99.

Додатки

Таблиця 1.

Вікові етапи	Характеристики вікових змін (переходів)
<i>Немовляцтво (дитинство) – від народження до року, раннє дитинство – 1–3 років; дошкільне дитинство – 3–6 років</i>	(за Л. Найдьоною межа 6 років) Розрізнення реальності й фантазії; самоусвідомлення своїх переживань; висока візуальна чутливість
<i>Молодший шкільний вік – 6–10 років</i>	Розуміння мотивів дій і наслідків; самоконтроль і спокуса наслідування
<i>Молодший підлітковий вік – 10–12 років; старший підлітковий вік – 12–14 років</i>	Соціальний інтелект; розуміння гумору абстрактне мислення; емоційний розвиток і критичність; розширення досвіду
<i>Ранній юнацький вік – 15–17 років</i>	Ідеалізація кумирів; моральний розвиток, профілактика кримінальних проблем; перевірка своїх обмежень; стосунки і сексуальність розвиток і критичність; розширення досвіду

Таблиця 2

Герої	Випуск	Історія
<b>Покемони</b> («Покемон» означає вигадану істоту, що володіє надприродними здібностями)	Товарний знак «Покемон» належить Nintendo, студія Game Freak	«Покемон» – вигадана істота, що володіє надприродними здібностями. Вперше з'явився як пара ігор, розроблених студією Game Freak, і після цього став другою у світі за популярністю серією комп'ютерних ігор. За мотивами ігор існує аніме (власне мультсеріал) [6]
<b>Angry Birds Toons</b> (злі пташки)	Студія «Rovio Entertainment», 2013 р.	Мультсеріал за мотивами популярної гри компанії Rovio Entertainment - Angry Birds. Пташки об'єднують зусилля, щоб захистити свої яйця. Живуть на острові свиней [7]
<b>Сімпсони.</b> Люди з жовтою шкірою, вираченими очима і чотирма пальцями на руках	«Gracie Films» для кінокомпанії «20th Century Fox», 1987 р.	Найдовший мультсеріал в історії американського телебачення. Перша міні-серія «Good night» була показана в «Шоу Трейсі Ульман» 19 квітня 1987 р. [8]
<b>Фіксики.</b> Маленькі чоловічки, що живуть всередині техніки та ремонтують її невірності.	Студія «Аероплан». Ідея серіалу належить Олександрю Татарському, 2010 р.	Російський анімаційний мультсеріал для всієї родини. Створено за мотивами повісті Едуарда Успенського «Гарантійні чоловічки». Мультсеріал розповідає про сім'ю Фіксиків [9]

