

ВИХОВАННЯ У ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ КУЛЬТУРИ СПОЖИВАННЯ МЕДІАПРОДУКЦІЇ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Семеняко Ю.Б.

Бердянський державний педагогічний університет

У статті розкривається актуальна проблема сучасності – виховання медіаспоживання у дітей дошкільного віку. Автор указує на основні надбання в педагогічній теорії та зазначає практичні недоліки визначеної проблеми. Визначені наукові здобутки з проблеми культури медіаспоживання в різних галузях науки (економіка, соціологія, психологія, педагогіка). Відзначено необхідність виховання культури споживання медіапродукції у дітей дошкільного віку, як найбільш сензитивному періоді для зовнішніх впливів, що забезпечить збереження фізичного та психічного здоров'я, озброїть підростаюче покоління навичками безпечного використання медіа засобів.

Ключові слова: культура споживання, медіаосвіта, медіакультура, дошкільна медіаосвіта, медіапростір.

Постановка проблеми. В умовах стрімкого розвитку медіапростору, який характеризується постійним збільшенням обсягу інформації, підростаюче покоління коли не в змозі адекватно реагувати на лавиноподібний ріст інформаційних потоків. Ринковий характер виробництва і розповсюдження медіа-продукту створює умови для формування нерозбірливого споживача інформації, піддатливого маніпулятивному впливові. Відтак, постає гостра потреба в розвитку медіаосвіти як складової освітнього процесу в цілому та медіакультури – як важливого компоненту загальної культури суспільства й окремої особистості.

Значної уваги набуває проблема інформаційної безпеки дітей дошкільного віку як найбільш сприйнятливої до медіавпливів вікової групи. На сьогодні назріла необхідність розробки методичних рекомендацій, що забезпечать ефективне формування компетенцій медіа-безпечної поведінки. Розвиток умінь і навичок в області усвідомленого медіаспоживання, знання елементарних правил критичного й ефективного відбору, використання медіаінформації сприятиме збереженню здоров'я і гармонійному особистісному розвитку дошкільника.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Медіакультура визначається у двох аспектах: соціокультурному та психологічному. Насамперед, медіакультура – це суспільний феномен виробництва та споживання медіапродукції [6, с. 114]. Утім, медіакультура має й інший, психологічний вимір – як медіакультура особистості. Особистісна медіакультура становить набуті людиною психологічні способи споживання медіапродукції: мотиви споживання, уміння пошуку, сприймання, аналізу, оцінювання, опрацювання, зберігання інформації, отриманої з медіа, а також застосування корисної, дистанціювання від непотрібної, опановувати способи спілкування на основі невербальних форм комунікації за допомогою технічних засобів [1, с. 48].

Необхідність впровадження споживчих знань в освітній процес визначається соціологічною, психологічною та педагогічною науками. Цей процес обумовлений сьогоденними умовами життя та діяльності людини в суспільстві. Він повинен бути безперервним і проходити через усю систему освіти – від дошкільної до післядипломної. Споживачем людина стає від дня свого народження. Тому споживчі знання повинні стати однією з

умов набуття важливих життєвих компетентностей, формування яких починається з дитинства.

Теоретичні основи аналізу споживання були закладені передусім передставниками економічної науки, зокрема В. Джемсом, К. Менгером, І. Фішером, М. Фрідманом та ін. У дослідженнях А. Бандури, Дж. Роттера, Дж. Келлі визначено психологічні особливості поведінки споживачів, притаманні їм риси, мотиви та потреби. Серед сучасних соціологів, які займаються проблематикою споживання та споживчої поведінки, слід відзначити таких дослідників як Я. Рошину, В. Радаєва, В. Ільїна, А. Овсяннікова, К. Тимченко та ін. Комплексно вивчають процес споживання та його поведінкові особливості в сучасному українському суспільстві Ю. Пачковський, В. Пилипенко, Т. Петрушина, В. Резнік, Р. Савчинський, В. Тарасенко та інші. Так, особливості споживацької поведінки студентської молоді висвітлено в роботі Г. Сорокіної; типологію кіноспоживання досліджувала Д. Виставкіна; чинники споживання та соціальні детермінанти споживчої поведінки проаналізували у своїх працях О. Підлужна та М. Мастинець. Вивченню впливу реклами на поведінку споживачів присвячено дослідження Н. Лисиці та І. Чудовська-Кандиби. Очевидною є недостатність досліджень діяльнісно-поведінкових особливостей споживання дітей дошкільного віку. Виникає нагальна потреба у вивченні особливостей сприймання дошкільниками медіапродукції, визначенні педагогічних умов формування культури споживання медіапродукції, добір педагогічного інструментарію для формування у дітей навичок безпечної взаємодії з медіа.

Комплекс питань, пов'язаних із визначенням завдань, методів, прийомів ознайомлення дошкільників з основами споживацьких знань розглянуто в сучасних дослідженнях і свідчать про необхідність їх упровадження з дошкільного віку (Є. Курак, Л. Лохвицька, І. Сасова, А. Сазонова, А. Смоленцева, А. Шатова та інші). Як підкреслює Л. Лохвицька, надання дошкільникам споживчих знань є складовою повноцінного і всебічного їх виховання та успішного входження в соціальне середовище, яке необхідне реалізовувати як в умовах роботи дошкільних навчальних закладів, так і в родинному колі [3, с. 88].

В умовах сучасної медіа-реальності спостерігається широке запровадження медіаосвітньої практики у дошкільних навчальних закладах.

Але важливо вже з дошкільного віку не тільки стимулювати розвиток спеціальних знань, умінь, навичок у сфері медіа, а й, в першу чергу, виховувати свідомого, компетентного споживача медіапродукції, тобто закласти основи культури споживання мас-медіа. Проте вивчення практики роботи сучасних ДНЗ свідчить, що в цілому робота в даному напрямку проводиться епізодично й зводиться лише до розгляду окремих понять. Складність такого становища полягає в тому, що виховання основ культури споживання медіапродукції в дошкільних навчальних закладах майже методично не забезпечено.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Стан заявленої проблеми є свідченням особливого інтересу до вивчення особливостей взаємодії дитини з мас-медіа, необхідності формування навичок критичного сприймання медіаінформації, створення безпечних умов в роботі з інформаційно-комунікаційними технологіями. Проте, на сьогоднішній день практично відсутня цілісна педагогічна система роботи з дітьми старшого дошкільного віку щодо виховання у них культури споживання медіапродукції.

Метою публікації є визначення теоретичних засад проблеми виховання культури споживання медіапродукції дітьми старшого дошкільного віку.

Виклад основного матеріалу. Потреба в дослідженнях з цієї теми пов'язана, насамперед, із незворотними процесами входження України в глобальну систему інформаційного суспільства з його жорсткими вимогами щодо медіакультури особистості.

Проблема ролі ЗМІ у навчанні і вихованні підростаючого покоління знаходить широку підтримку у світової громадськості (Грюнвальдська декларація з медіа-освіти (1982), резолюція ЮНЕСКО (1989) щодо розвитку критичної медіа-освіти, Віденська конференція «Освіта для медіа та цифрового століття» (1999), Севільська конференція «Медіа-освіта молоді» (2002). У зазначених документах наголошується, що медіа-грамотність є базовим елементом політики у сфері споживання аудіовізуальної інформації, необхідною умовою задля залучення громадян до участі у демократичному житті, дієвим фактором міжкультурного діалогу.

Теорія і практика медіа-освіти в сучасному педагогічному дискурсі є предметом наукового інтересу багатьох учених, активізує увагу до широкого кола проблем. Так, досліджено систему підготовки майбутніх учителів до виховання школярів на матеріалі екранних мистецтв (О. Федоров); формування медіа-культури старшокласників на матеріалі кінопреси (О. Мурюкіна); роль розважальних програм телебачення України як чинника морального виховання підлітків (О. Невмержицька); зміст медіа-освіти в контексті опанування курсу світової художньої культури в школі (М. Фомінова); розвиток критичного сприйняття реклами студентами педагогічного ВНЗ (О. Столбнікова); організацію медіа-освіти майбутніх учителів на матеріалі англійських екранних мистецтв (Н. Рижих); педагогічні умови підготовки студентів до реалізації медіа-освіти в загальноосвітніх закладах (Н. Леготіна).

Незважаючи на різноаспектність дослідження означеної проблеми, нині фактично не існує ці-

лісної концепції медіа-освіти підростаючого покоління. І, в першу чергу, не розкриваються питання культури споживання медіа-продукції. Так, підкреслюючи потенційні можливості впливу ресурсів інформаційного простору на мотиваційну, емоційно-вольову, практико-дієву сфери особистості, вчені І. Захарова, Н. Коновалова, О. Кутькіна, Г. Максимова, В. Мантуленко, М. Огольцова тільки розкривають принципи і організаційно-змістовні механізми формування медіа-виховного середовища і висвітлюють питання формування мотивів культури споживання інформації.

Окремі питання, які опосередковано торкаються обраної нами проблеми, знаходимо у наукових працях вітчизняних педагогів (О. Баранов, І. Вайсфельд, С. Пензин, Ю. Рабінович, Ю. Усов, О. Макаренко, С. Френе та інші); розроблено теоретичні та методичні основи формування виборчого підходу школяра до масової кінопродукції на основі виділених критеріїв оцінки її художньої цінності; висвітлено виховний потенціал сім'ї у формуванні культури сприйняття аудіовізуальних мистецтв дитиною; у загальній формі окреслено форми взаємодії педагога і батьків у вирішенні питання медіа-освіти [2, с. 116].

Слід зазначити, що сучасною наукою зроблено деякі спроби більш детально вивчити аспект виховання основ культури споживання медіапродукції. Зокрема, науковці Інституту соціальної та політичної психології НАПН України Л. Найдьорова, О. Баришполець, Н. Череповська розробили Концепцію провадження медіаосвіти, що розглядається ними як важлива складова модернізації освіти, здатна сприяти розбудові інформаційного суспільства й підвищенню його медійної культури. Базовим елементом Концепції є формування в школярів критичного ставлення до медіа-насилства, яке слугує основою формування в них медіакультури [5, с. 79].

Змістовного аналізу способів розвитку споживачої культури старших школярів присвячені дослідження А. Аменда, Г. Беккер, Б. Берман, Ю. Васильєва, Л. Куракова, Ф. Котлер, К. Макконел, М. Малишева, В. Попова).

Між тим, проблема становлення особистісної культури споживання медіапродукції дошкільниками, як відносно цілісної підсистеми загальної культури людини, залишається мало дослідженою. І це незважаючи на те, що в сучасній практиці дошкільної освіти спостерігається стійкий інтерес до проблем формування медіакомпетентної особистості.

До теперішнього моменту в сучасній науці склалося декілька основних підходів до проблеми безпечного медіаспоживання. Представники першого підходу (Р. Грачов, А. Брушлинський, В. Лепський, С. Решетнікова, Г. Смолян та інші) під безпечним медіаспоживанням розуміють споживання, що забезпечує захищеність психіки від дії негативних інформаційних факторів. Представники даного підходу вважають особистість захищеною від негативних інформаційно-психологічних впливів, якщо вона знає про загрози для особистісного розвитку; володіє способами і прийомами захисту від негативного інформаційного контенту в різних комунікативних ситуаціях; володіє навичками інформаційно-аналітичної роботи. Деякі особистісні якості, наприклад, проникливість, та

психічні процеси (пам'ять, мислення та інші) авторами розглядаються як фактори забезпечення інформаційно-психологічної безпеки в медіа-просторі. Таким чином, розвиваючи визначені якості можна забезпечити успішне виховання культури медіаспоживання у дітей [6, с. 13-37].

Дослідники другого напрямку в якості основи та засоби для формування безпечного медіаспоживання розглядають медіаосвіту, в рамках якої розробляються різні теорії, концепції, моделі і методи медіаосвіти (Д. Бекінгем, Л. Мастерман, С. Пензін, А. Спичкин, Ю. Усов, А. Федоровта інші); проводяться диференціальні дослідження сприйняття медіаінформації різними соціальними віковими групами (А. Карон, В. Левшина, К. Тарасов, Е. Харт та інші); пропонуються конкретні методики медіаосвіти (Л. Баженова, О. Баранов, К. Ворноп, Л. Зазнобина, Р. Поличко, І. Челишева та інші). Проте, слід зазначити що значна увага до проблеми медіаспоживання залишається на сьогодні тільки в теоретичному аспекті, оскільки проведене нами анкетування вихователів дошкільних навчальних закладів Запорізької, Дніпропетровської областей підтвердило цей інтерес і, в той же час, дало змогу виявити необізнаність педагогів у змісті, формах, методах та прийомах впливу на дитину з метою

виховання культури споживання медіа-продукції. Утруднюються вони й в доборі форм роботи з батьками з цього питання. Тож, вбачаємо перспективами нашого дослідження розробку практичних рекомендацій щодо виховання у дошкільників культури споживання медіапродукції.

Висновок. Аналіз теоретичної літератури та практики роботи сучасних закладів освіти дозволив нам визначити низку суперечностей між:

– об'єктивною потребою суспільства в особистості, яка здатна вільно орієнтуватися в сучасному медійному просторі і реальним рівнем сформованості медіакультури у підростаючого покоління, починаючи з дошкільного віку;

– стрімким поширенням медіа-продукції та не сформованістю в дітей дошкільного віку основ культури її критичного сприйняття та споживання;

– необхідністю професійної підготовки педагогів дошкільних навчальних закладів до організації процесу виховання основ культури споживання медіа-продукції старшими дошкільниками та недостатньою розробленістю змісту, форм і методів впливу на цей процес.

Вирішення цих суперечностей можливе за умови проведення наукового дослідження, об'єктом якого буде виховання у дітей старшого дошкільного віку основ культури споживання медіапродукції.

Список літератури:

1. Гончаренко С. У. Український педагогічний словник / С. У. Гончаренко; [голов. ред. С. Головки]. – К.: Либідь, 1997. – С. 274.
2. Жижина М. В. Медиакультура: культурно-психологические аспекты / М. В. Жижина. – М.: Вузовская книга, 2009. – С. 138-155.
3. Задорожна Н. Т., Кузнецова Т. В. Медиа-освіта: енциклопедія освіти / акад. пед. наук України; головний ред. В. Г. Кремень / Н. Т. Задорожна, Т. В. Кузнецова. – К.: Юрінком Інтер, 2008. – С. 103-140.
4. Онкович Г. В. Медиаосвітні технології і компетентнісний підхід / Г. В. Онкович // Реалізація європейського досвіду компетентнісного підходу у вищій колі України: матеріали методологічного семінару. – К.: Педагогічна думка, 2009. – С. 206-217.
5. Смирнов В. М. Психология медиа-безопасности: учебное пособие / В. М. Смирнов, А. С. Коповой. – Саратов: Издательство «Саратовский источник», 2012. – 93 с.
6. Фатеева И. А. Медиаобразование: теоретические основы и практика реализации: монография / И. А. Фатеева. – Челябинск: Челяб. гос. ун-т, 2007. – С. 213-146.

Семеняко Ю.Б.

Бердянский государственный педагогический университет

ВОСПИТАНИЕ У ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА КУЛЬТУРЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ МЕДИАПРОДУКЦИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Аннотация

В статье раскрывается актуальная проблема современности – воспитание медиапотребления у детей дошкольного возраста. Автор указывает на основные достижения в педагогической теории и отмечает практические недостатки изучаемой проблемы. Раскрыты научные достижения по проблеме культуры медиапотребления в различных областях науки (экономика, социология, психология, педагогика). Отмечена необходимость воспитания культуры потребления медиапродукции у детей дошкольного возраста, как наиболее сензитивного периода для внешних воздействий, что обеспечит сохранение физического и психического здоровья, вооружит подрастающее поколение навыками безопасного использования медиа средств.

Ключевые слова: культура потребления, медиаобразование, медиакультура, дошкольное медиаобразование, медиaprостранство.

Semenyako Yu.B.

Berdiansk State Pedagogical University

THE EDUCATION OF CHILDREN OF PRESCHOOL AGE THE CULTURE OF CONSUMPTION OF MEDIA PRODUCTS: A THEORETICAL ASPECT

Summary

In the article the actual problem of the present – is education of media consumption among preschool children. The author highlights the main achievements in pedagogical theory and notes the practical shortcomings of the studied problem. It's disclosed scientific advances on the culture of media consumption in different scientific fields (Economics, sociology, psychology, pedagogy). Noted the need to cultivate the culture of consumption of media products for children of preschool age as the most sensitive period for external influences that will ensure the preservation of physical and mental health would equip the younger generation with skills for the safe use of media tools.

Keywords: culture of consumption, media education, media culture, media education pre-school, in the media space.