

ДИТЯЧІ ЗМІ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ

Коваленко Анастасія

Київ

Засоби масової інформації – це одна з категорій суспільства, що змінилася найбільше з часів незалежності нашої країни і змінюється надалі. Удосконалення зазнало телебачення, радіомовлення, друкована інформація стала різноманітнішою. Але, дитяча аудиторія залишається без якісного національного продукту, на заміну йому приходять зарубіжний. Чому наші діти повинні наслідувати героїв, поведінку та принципи інших націй? І це не головна проблема сучасних ЗМІ. Проблеми виражаються і в недостатньому змістовому, інформаційному, тематичному наповненні інформації для дітей; державному невтручанні і не зацікавленні життям підростаючого покоління.

Безсистемний характер роботи телебачення для дітей викликає негативні наслідки: діти стикаються з дефіцитом тематики телепередач, які не викликають жодних емоцій, зникнення передач для наймолодших, дуже мізерна кількість передач навчального та культурно-освітнього напрямку. Вивчення потребує жанрова структура телепередач, специфічні особливості для кожної вікової категорії, а також функціонування всього спектру телепростору. Без цього вивчення не можливе повноцінне функціонування і просування такого потужного і масового виду ЗМІ, як телебачення.

Діти від одного до трьох років – найменш досліджена вікова група, інтересам якої українське телебачення не приділяє належної уваги, проте в цьому віці дитина стає «глядачем мимоволі», бо часто батьки використовують телевізор як «теленяню». У цьому віці надзвичайно важливим фактором виховання є гра. Ще Я. Коменський пропонував «усі школи-каторги, школи-майстерні перетворити на місця ігор», де б діти розвивалися у природному напрямі. У віці від чотирьох до п'яти років настає апогей казкового мислення, дитина може вірити в те, що багато незнайомих предметів, істот є монстрами;

часто не може відрізнити фантазію від реальності, але потім це руйнується. У віці від п'яти до шести років сприйняття казки – особлива форма діяльності дитини. У телепередачах для молодших школярів важливо брати до уваги перехід від ігрової до навчальної діяльності. Молодші школярі з інтересом переглядають передачі змагального типу. Після семи років діти набувають здатності співвідносити телевізійні образи та сюжети з реальністю. І тільки з семи – восьми років дитина здатна зрозуміти особливі завдання й механізми впливу, наприклад, рекламних роликів. Ці здатності формуються до десяти – одинадцяти років, коли найважливішим стає зміст побаченого. Дітям середнього шкільного віку (старші підлітки від 12 до 15 років) властива криза 13 років, що спричинює зниження продуктивності розумової роботи глядача, пов'язане зі зміною установки від наочності до розуміння. Інформаційність, емоційність, образність мови, різноманітність тематики – ознаки телепередач для юнацтва. [3]

Телепростір насичений різноманітною інформацією, але дитяча аудиторія для себе там майже нічого не знайде. Для наймолодшого головним продуктом є реклама. Діти від 3 до 7 років для себе на телеекранах не можуть нічого знайти, окрім мультфільмів. З 8 років діти цікавляться оточуючим більше, тому зможуть знайти передачі природного, історичного характеру, хоча і їх занадто мало. Для підлітків це різноманітні серіали, передачі, але зміст їх хоче бажати кращого.

Значна роль у формуванні світоглядних та духовних позицій дитини відводиться читанню. Саме в процесі осмислення прочитаного, вироблення власних суджень щодо описаних подій та ставлення до літературних героїв формується система ціннісних пріоритетів дитини, які знаходять своє місце в її поведінці. [5]

Преса для дітей з одного боку найбагатша на жанри, види, структурні підрозділи, а з іншого має свої і недоліки. Одним з недоліків є елементи реклами на шпальтах журналів для дошкільників та наймолодших школярів, чого в радянські часи не було зовсім. Ще одним мінусом є відсутня державна

політика, малоефективна конкуренція і збільшення інтересу суспільства до телебачення та Інтернету. Дуже мала кількість тематичних журналів для дітей, окремо для дівчаток і хлопчиків. Зміст цих журналів повинен розвивати дитячі інтереси, допомагати у навчанні. Одним із мінусів сучасних видань є один напрям роботи, тобто тільки навчальної, чи тільки про народні традиції і творчість, хоча напрям журналу різноплановий. Це говорить про недостатню роботу над інформацією редакцій.

Своєму функціональному призначенню відповідають лише пізнавальні типи дитячої преси, у яких пізнавальна інформація становить 36% обсягу матеріалу. У розважальних періодичних виданнях домінують, займаючи більшу частину площі всього матеріалу, теми агресії та еротики, а безпосередньо розважальній тематиці присвячено лише 0,8% матеріалу. У навчальних періодичних виданнях тема навчання, поступаючись місцем ігровому матеріалові, складає лише 32,2% обсягу матеріалу. Домінування ігор над основною інформацією прослідковуємо й у культурологічних періодичних виданнях: тема культури займає тут 19,9%, а тема гри – 22% обсягу матеріалу. У науково-популярних періодичних виданнях найбільша кількість загально-пізнавальної інформації – 22,5% матеріалу, в той час як власне тема науки не є провідною, хоч і мала б домінувати. За результатами дослідження у всіх типах преси для дітей домінуючими є теми: гра, пізнавальна інформація та агресія. Саме ці елементи і створюють основне тематичне тло всієї преси для дітей.[2]

В сучасному інформаційному просторі плив радіо поступово зменшується, оскільки порівняно з радянським союзом зменшується кількість ефірного часу навчального, пізнавального та науково-популярного характеру. Натомість зростає роль розважальних передач. Радіоефір переважно має спрямування на підлітковий вік та на дорослих. Так, не завжди можемо зустріти передачі навчально-розважального характеру або вони мають обмеження регіонального мовлення. На загальнодержавних каналах є передачі пов'язані з розвитком мовлення, але вони спрямовані на різні вікові категорії. Для дітей доступніше і важливіше стає телебачення. Крім, того значна відповідальність

лежить і на батьках, які переважно користуються новими технологіями, залучаючи до цього процесу й дітей.

Сьогодні ми можемо говорити, що втрачено багато жанрів, використовуваних раніше в дитячих радіопрограмах. Поряд із міфічними героями, сьогодні з дітьми з радіоприймачів розмовляють такі самі діти, які не соромляться бути самими собою перед мікрофоном, а тому пряма мова кожного з них легка, невимушена та природна. Мабуть, найважливішою проблемою дитячих програм є неприбутковість, а дозволити собі збиткове виробництво може лише державне радіомовлення. Тому завданням будь-якої радіостанції має стати бажання створювати хоч одну, але якісну дитячу радіопрограму, яка б не лише відповідала концептуальному наповненню, а й була цікава дітям, що звикли сприймати інформацію з екрану телевізора та комп'ютера.[1]

Сьогодні проблема дитини й комп'ютера є однією з актуальних. За допомогою комп'ютера діти слухають музику, дивляться фільми, грають в ігри, виконують різноманітні текстові завдання, і звичайно відвідують сайти Інтернету. Таким чином, дитину поглинає віртуальний світ. Позитивні моменти поглинаються великою кількістю негативних, таких як фізичні та психологічні відхилення, агресивність, конфліктність та інші. Дитина у віртуальному світі може розслабитися й абстрагуватися від психологічних проблем у реальному світі. Проблема Інтернету в тому, що дитину оточує багато небезпеки: реклама, яка постійно з'являється під час перегляду інтернет-сторінок, соціальні мережі, недостатня кількість спеціалізованих сайтів для дітей та ігор, які привертати б увагу дітей. Через не контрольованість зі сторони батьків дитина наслідуює неправильні стилі поведінки, слова, погляди на життя. Для самоствердження дитині вже не треба показувати витривалість і фізичну силу звичними методами. В даний час саме компетентність у комп'ютерній сфері визначає статус, визнання й безсумнівний авторитет у середовищі однолітків.

«Майкрософт Україна» презентувала дослідження активності дітей в Україні: 24% - переглядають пошту, 15% - завантажують фільми, 52% - відвідують соціальні мережі, і тільки 9% - шукають інформацію. [4]

Дитяча залежність від телевізору, Інтернету, недостатня кількість інформації для дітей на радіо та одноплановість друкованої продукції призводить до втрати культурних, духовних та соціальних цінностей, призводить до агресивності, конфліктності, наркоманії та алкоголізму, а також обмеження у спілкування з однолітками та рідними. І ці наслідки не позитивні, і викликані не повноцінним функціонуванням ЗМІ для дітей, обмеженнями зі сторони держави і спонсорів, пріоритетність інтересів всіх, окрім дітей.

Література:

1. Гиріна Т. Типологічна характеристика дитячих радіопрограм: тематичний та віковий аспекти дискурсу в Україні. – Запоріжжя. ТЕЛЕ- ТА РАДІОЖУРНАЛІСТИКА. 2012. Випуск 11. С. 197–202
2. Давидченко Т.С. Структурно-функціональні особливості преси для дітей періоду незалежності України. – Київ : КНУ ім. Т.Шевченка, 2009.
3. Пенчук І.Л. Телебачення для дітей в Україні: інформаційно-емоційний і змістовно-тематичний потенціал. – Запоріжжя : КПУ, 2012.
4. Сайт віртуального прес-центру «Майкрософт Україна» [Електронний ресурс] : Більше половини дітей, які користуються Інтернетом, нічого не знають про ризики в мережі. 2011 – Режим доступу до сайту: <http://microsoftua.wordpress.com/2011/02/08/onlandia-sid2011/>
5. Семчук С. Вплив засобів масової інформації на духовний розвиток особистості. - Умань, 2010.