

# „Dziecko przed telewizorem”

*„Poprzez szybki przepływ informacji telewizja sprawia, że świat wydaje się mniejszy i przybliża ludzi z różnych stron świata, ale – co jest swoistym paradoksem – czasem oddala ludzi żyjących obok siebie”.*

Małgorzata Więczkowska

## Spis treści:

1. Jakie kreskówki ogląda Twoje dziecko?
2. Reklama a młody odbiorca.
3. Dlaczego dziecko powinno słuchać radia?
4. Jak rozmawiać z dziećmi o mediach. Przykłady pytań do prowadzenia rozmów z dziećmi.
5. Jakich treści w przekazach medialnych należy unikać, mając na uwadze prawidłowy rozwój dzieci?

Telewizja w niektórych rodzinach jest dostępna o każdej porze dnia i nocy. Wielu domownikom towarzyszy podczas wykonywania różnorodnych czynności i obowiązków. Niektórzy są tak zżyci z telewizorem, że nie wyłączają go nawet podczas wspólnych posiłków czy rodzinnych spotkań. W centrum uwagi znajduje się świat zza szklanego ekranu i rzadko które wydarzenia mające miejsce w domu mogą z nim konkurować. Nieracjonalne korzystanie z telewizji redukuje czas, który można by poświęcić na rozmowę, opowiadanie bajek, grę dydaktyczną, czytanie książek. Szczególnie niebezpieczne jest traktowanie telewizji jako „elektronicznej niańki” – rodzice mają wtedy „święty spokój” i świadomie lub nieświadomie poddają dzieci wpływowi wychowawczemu mediów. Multimedia wyręczają rodziców w przekazywaniu wiedzy o świecie, określonych norm moralnych, wzorów zachowań. Zastępują także tradycyjne formy wypoczyniania w domu i poza domem, zwalniając rodziców z konieczności organizowania czasu wolnego. Tymczasem spożywanie posiłków bez telewizora pozwala na bliższe poznanie siebie i swoich potrzeb, dowiedzenie się o dręczących dzieci problemach, przeżywanych radościach, co powoduje pogłębianie więzi. Wspólny posiłek oraz rozmowy przy nim mogą stać się centrum kultury domowej. To także okazja do tworzenia i kultywowania tradycji rodzinnych, które dostarczają wspomnień na całe życie.

## **1. Jakie kreskówki ogląda Twoje dziecko?**

W ciągu ostatnich kilku lat ogromną popularność wśród dzieci i młodzieży zdobyły anime – japońskie filmy animowane (*Naruto, Pokemon, Samuraj 7, Yattaman, Król Szamanów, Megaman, Pucca* ). Niestety, wiele filmów anime prezentowanych w telewizji polskiej nie jest przeznaczonych dla dzieci i młodzieży i brakuje dla nich właściwego oznakowania grup wiekowych. W części japońskich anime świat wartości jest wyraźnie zachwiany, nie istnieje w nim podział na dobrych i złych bohaterów. Opowieści są zlepkiem różnych tradycji kulturowych i religijnych, często deprecjonujących czy wartościujących religie. Rozsądne podejście do filmów anime może nauczyć zrozumienia dla różnic kulturowych, akceptacji innej mentalności, może być źródłem poznawczym kultury i obyczajów ludzi z Japonii. Jednak odbiorcy często nie są przygotowani do właściwego odbioru treści zawartych w tego typu filmach.

## 2. Reklama a młody odbiorca.

Badania mówią, iż dzieci i młodzież miesięcznie mają kontakt z około 900 reklamami. Dzieci i młodzież między 6 a 17 r.ż. są bardzo podatnymi odbiorcami reklam. Według licznych badań ta grupa konsumentów przyczynia się do najwyższych zysków z reklam. Dzieci są traktowane przez specjalistów od marketingu jako narzędzie wpływu na rodziców. Mają one wpływ na decyzje dorosłych dotyczące zakupu nie tylko zabawek, słodyczy, ale także telefonu komórkowego, odtwarzacza muzyki, sprzętu sportowego, a nawet wyposażenia domu czy samochodu.

Już przedszkolaki bardzo lubią oglądać reklamy, które kojarzą im się z czymś pozytywnym. Dzieci podkreślają, że reklamy pokazują „ładne rzeczy”, że „są w nich ładne piosenki”, że pokazują piękny świat...Większość dzieci w swoich zabawach wykorzystuje motywy i wątki reklamowe – powtarzają i śpiewają piosenki oraz slogany. Przekaz reklamowy jest im bliski, ponieważ ukazuje on dziecko w szkole, które na przerwach jada jogurty i pije soki. W czasie zabawy uwielbia jeść cukierki z witaminami, lizaki, lody, batoniki i chipsy. Jest sobą i jest na luzie, bo pije dużo napojów gazowanych. W ten sposób reklama ukazuje, że dobra zabawa, rodzinne szczęście może istnieć tylko za sprawą spożywania reklamowanych produktów.

Reklamy tego typu wywołują u dzieci dysonans poznawczy związany z rozbieżnością pomiędzy reklamowanymi właściwościami produktu, a jego właściwościami rzeczywistymi (zabawki w rzeczywistości nie poruszają się, napój nie ma tylu wartości smakowych itp.)

Reklama zmierza do wyrobienia przekonania, że głównym celem jest nabycie danego produktu. W przypadku pokolenia najmłodszego reklama kształtuje w nich model życia oparty na „mieć”, a nie „być”. Reklamowana zabawka może być przyczyną frustracji dziecka, ponieważ „wszyscy ją mają, a ja nie”.

U części dzieci rodzi się zazdrość, bo kolega ma luksusową zabawkę. Producenci zdają sobie sprawę, że największą publicznością dla reklam są dzieci i młodzież, która w przyszłości będzie dysponować pieniędzmi i jeżeli już teraz da się przekonać do danej marki, to może stać się lojalnym konsumentem.

Ważnym zadaniem rodziców staje się wychowywanie do odbioru reklam. Nie możemy jej całkowicie potępiać – ale jeśli nie chcemy za kilka lat zbierać negatywnych owoców jej wpływu na psychikę dziecka w postaci konsumpcjonizmu, trzeba już teraz podjąć trud edukacji. Wychowanie do świadomego odbioru reklam wymaga skupienia, refleksji, bycia przy dziecku i uważnego słuchania tego, co mówi lub śpiewa w czasie zabawy. Każda okazja jest dobra. Uczmy ich jak rozumieć język reklamy i jak go odczytywać. Rodzice mogą ustalić limit wydatków na zabawki i inne zakupy, a później konsekwentnie go przestrzegać. A może warto poprzedzać każdy zakup rozmową z dzieckiem ”Dlaczego chcesz tę, a nie inną rzecz?”

### **3. Dlaczego dziecko powinno słuchać radia?**

A. Rozwija wyobraźnię.

Muzyka zawarta w audycjach pobudza i podtrzymuje wyobraźnię dziecka. Słuchacz tworzy odpowiednie tło akcji i poczucie uczestnictwa w niej. Dużą rolę przypisuje się efektom akustycznym, które wzmacniają niezwykłość zdarzeń. Pod ich wpływem powstają liczne skojarzenia, wyobrażenia, emocje. Słuchowiska radiowe uaktywniają wyobraźnię. Dzięki twórczym oddziaływaniom słuchowisk rozwija się wyobraźnia przestrzenna, plastyczna, ruchowa a także muzyczna.

B. Rozwija myślenie, pamięć, uwagę.

Awizualność radia ma wpływ na rozwój myślenia u dzieci. Kluczowy jest tutaj język – pełen skrótów myślowych, uogólnień, symboli, porównań. Treści słowne są krótkie, logiczne, powszechnie zrozumiałe. Pomaga to rozwojowi mowy i poszerzaniu słownictwa o nowe zwroty językowe (wzbogacanie czynnego i biernego języka).

C. Sprzyja kształtowaniu postaw społecznych i moralnych.

Audycje i słuchowiska dostarczają przeżyć emocjonalnych, ukazują pozytywne bohaterów, zabawę. Pod tym względem są dla dzieci przykładem dobrych wzorów do naśladowania. Uczą zasad zachowania i form grzecznościowych, których czasem brakuje w bajkach telewizyjnych.

## **Rady mające na celu polepszenie słuchania i rozumienia audycji radiowych:**

- Przygotowujemy program radiowy w formie „Wiadomości” o najważniejszych wydarzeniach w naszej rodzinie lub szkole.
- Robimy wywiad z ciekawymi osobami, rodzicami, dziadkami nt. wspomnień, opinii na dany temat.
- Odtwarzamy i omawiamy fragment nagranych słuchowiska, audycji, wywiadu.
- Zadajemy pytania:
  - „Czy warto było tego słuchać?”
  - „Jaki był ogólny cel audycji – inspirował, pouczał, bawił, zaspokajał jakieś potrzeby, ukierunkował myślenie?”
  - „Czy i w jakim stopniu program nas wzbogacił?”
  - „Do czego wykorzystamy usłyszane treści, porady, informacje?”

## **4. Jak rozmawiać z dziećmi o mediach. Przykłady pytań do prowadzenia rozmów z dziećmi.**

Nauczenie dzieci rozsądnego korzystania z mediów jest jednym z najważniejszych zadań wychowawczych w rodzinie. Ważne jest, by przygotować dzieci do krytycznego i selektywnego odbioru mediów. Powinniśmy nauczyć dzieci odróżniania rzeczywistości od fikcji, wydarzeń ważnych od nieważnych. Należy nauczyć dzieci odczytywać ich język, ukazywać im sposoby manipulacji, rozmawiać o tym, z czym stykają się w mediach. Jest to proces długotrwały i nie można sobie go zaplanować jako jedną czy dwie rozmowy.

Dla części dzieci media są jedynym i podstawowym źródłem informacji o świecie. Coraz częściej jest to także główna forma spędzania wolnego czasu. Jak pokazują badania, nowoczesne media stanowią silny czynnik kształtowania wzorów zachowań, określonych postaw i systemu wartości, wyznawanych poglądów oraz opinii. Treści zawarte w przekazach medialnych oddziałują na myśli, wolę, uczucia i wyobraźnię, przekształcając dziecięcą wizję świata.

Dziecko nie ma jeszcze do końca ukształtowanej sfery poznawczej i uczuciowej. Jest więc odbiorcą mało krytycznym i silnie angażującym się

emocjonalnie. Wszystkie prezentowane przez media treści: ważne, błahe, zabawne, tragiczne, płytkie, głębokie, mają w odbiorze dziecka charakter równorzędny. Dziecko w wieku 7-9 lat często przyjmuje treść np. filmu jako absolutną prawdę, a swoje przeżycia odtwarza w zabawach i rysunkach. Dzieci w wieku 10-12 lat wyraźnie zaczynają szukać wzorców dla swojej formującej się osobowości; utożsamiają się z telewizyjnym bohaterem, przyjmują jego motywy postępowania i preferowane wartości.

Właściwego stosunku do mediów można nauczyć poprzez różnego rodzaju dyskusje, ćwiczenia, zajęcia z mediami.

### **A. Dzieci do lat 9.**

- Jeżeli dziecko potrafi podać tematykę filmu, niech o nim wyrazi jakąś opinię. W rozmowie należy wyprowadzić ogólne wnioski, pytać, czy film mu się podobał, dlaczego oglądało dany film lub program. Należy uświadamiać dziecku potrzebę selekcji, wyboru programów.
- Niech dziecko wymieni imiona, nazwy postaci. Jakie są to postaci – dobre czy złe? Niech wymieni dobre czyny bohaterów. Jakie były ich skutki? Kto był głównym bohaterem? Czym postacie się różniły? Jak się do siebie odnosiły? Czy było to właściwe zachowanie?
- Czy to są prawdziwi ludzie? Kto to jest aktor? Kto wymyślił tę historię i po co? Jaka jest różnica między aktorem, narysowanym człowiekiem w kreskówce, „ludzikiem”, a żywymi, rzeczywistymi ludźmi?
- Co w filmie je rozbawiło, a co przerażyło? Czy któraś z postaci je przestraszyła?
- Kim chciałoby być, kogo naśladować? Kim nie chciałoby być?
- Dlaczego dziecko ogląda telewizję? Jakie zajęcia, zabawy lubi najbardziej? Dlaczego? Co jest lepsze: oglądać telewizję czy się bawić?
- Jak długo można oglądać telewizję? Jak długo jego koledzy i koleżanki oglądają telewizyjne programy? Czy to jest dobre dla ich rozwoju?
- Niech twoje dziecko opowie o oglądanym programie telewizyjnym – należy podsunąć mu refleksję wychowawczą, moralną. Spisać na kartce w dwóch kolumnach postaci i programy. Które lubi oraz te, których nie lubi.
- Zapytać dziecko, co wczoraj było interesującego w telewizji? Dlaczego tak uważa? Czego się dowiedziało w tym programie? Co było w nim najciekawsze?

- Z jakich programów najwięcej się dowie, nauczy? Jak telewizja mogłaby mu pomóc w szkole, w rodzinie, w życiu...?
- Jakie było zadanie, trudność, problem, przed którymi stanął bohater filmu? Niech dziecko spróbuje omówić możliwe rozwiązania, w tym według niego najtrafniejsze.
- Niech dziecko spróbuje ułożyć swój program telewizyjny – taki, jaki samo chciałoby oglądać. Jaki program przydałby się jego bratu, siostrze, koledze? Dlaczego?

## **B. Dzieci od lat 9.**

Oglądanie programów telewizyjnych (filmów, reportaży, kreskówek) daje wiele okazji do rozwoju myślenia, kształtowania sumienia, głównie poprzez wspólną z dzieckiem analizę, refleksję w czasie programu – czy raczej po programie.

- Po odkryciu głównych etapów akcji należy zadać pytania: co mogło się stać później? Dlaczego? Jest to okazja do budzenia refleksji moralnej.
- Należy zebrać więcej informacji o osobach i miejscach wydarzeń, które zostały przedstawione w mediach – uzupełnienie aspektów moralnych (źródła historyczne, encyklopedia, komentarz osób dorosłych, rodziców).
- Niech dziecko przygotuje krótką informację dla telewizji (tekst słowny, obrazy, muzyka, krótkie filmiki nagrane telefonem czy kamerą) o wydarzeniu w rodzinie, na osiedlu, w mieście, w kraju.
- Zwróćcie uwagę na programy o kulturze naszego kraju, jego historii.
- Zapytać dziecko, w jaki sposób zostali ukazani ludzie, społeczność? Czy spotyka się ich w codziennym życiu? Czy postępowali zgodnie z naszym systemem wartości?
- Zapytać o ludzkie relacje. Czy postąpiłoby podobnie? Czy ten program cieszył, dawał nadzieję, smucił? Co myśli o objawach przemocy? Jak na nie reagowano? Jak ono by zareagowało?
- Filmy dokumentalne przekazują wiedzę o ludziach i świecie. Co nowego ukazały te filmy? Jaki to będzie miało wpływ na jego wiedzę, postępowanie..?
- Zestawić programy, które mają na celu coś więcej niż rozrywkę.

## 5. Jakich treści w przekazach medialnych należy unikać, mając na uwadze prawidłowy rozwój dzieci?

Dzieci do lat 3 nie powinny w ogóle oglądać telewizji. W ciągu pierwszych dwóch lat życia dziecko przeważnie nie jest w stanie ująć oglądanego przekazu w całość, co wyklucza odczytywanie zawartych tam treści. W trzecim roku życia dziecko potrzebuje dużo czasu, aby się przyjrzeć jednej scenie, tymczasem sceny w programach telewizyjnych następują szybko, jedna po drugiej - nie są więc komunikatywne. Małe dziecko musi poznawać wszystkimi zmysłami – zabawy z rodzicami i rówieśnikami stymulują ich rozwój, zachęcają do powtarzania słów i całych zdań. Jest to niezmiernie ważny okres dla prawidłowego kształtowania się rozwoju mowy.

W okresie od 3 do 7 lat u dziecka bardzo silne jest naśladowanie osób z otoczenia i bohaterów fikcyjnych. Emocjonalność jest chwiejna, a system nerwowy łatwo ulega przeciążeniu. Prezentowane modele postępowania wywołują w odbiorcach pragnienie naśladowania, czyli upodobnienia się do nich pod względem wyglądu, zachowania, sposobu wyrażania się, przekonań. Z wielu filmów i programów dzieci uczą się „pozytywnej przemocy”. Pozytywne bohater walczy z negatywnym, bo przecież dobro musi zwyciężyć zło. Niestety posługuje się on tymi samymi środkami przemocy. Następnie dziecko przenosi w różny sposób ideę usprawiedliwionej przemocy do rodziny, szkoły, na podwórko. Oglądanie obrazów nasyconych przemocą może pobudzać dzieci do agresywnych zachowań lub przynajmniej znieczulać na szeroko rozumianą krzywdę.

### A. Dziecko do lat 7 nie powinno oglądać:

- Programów prezentujących obraz świata budzący lęk lub odrazę oraz wywołujących negatywne nastawienie do innych osób z otoczenia (np. niszczenie, znęcanie się, przemoc, poniżanie) – także wtedy, gdy ma to miejsce w filmach animowanych lub sposób przedstawiania jest nierealistyczny, względnie humorystyczny. Zniekształca to wizję rzeczywistości i relacji międzyludzkich (np. poprzez ignorowanie bólu, cierpienia, usprawiedliwianie lub idealizowanie zła).
- Programów, w których ocena moralna zachowania bohaterów wymaga wnikliwości i analizowania zachowania, intencji, co jest niemożliwe w



wypadku dziecka w tym wieku. Dziecko nie powinno oglądać programów ukazujących treści seksualne, których istoty nie może jeszcze zrozumieć.

- Programów, w których bohaterowie, zachowują się w taki sposób, w jaki nie chcemy, aby postępowały dzieci.  
(np. bohaterowie wrzeszczą, używają wulgaryzmów, kłamią, stosują agresję werbalną i fizyczną, lekceważą innych, są złośliwi...).
- Programów budzących silne emocje, zwłaszcza negatywne (strach, agresja, obrzydzenie, obojętność na cierpienia innych), co wywołuje rozchwianie emocjonalne. Dodatkowo na skutek przeciążenia układu nerwowego mogą powodować rozkojarzenie, nadruchliwość, impulsywność.

Dzieci **od 7 do 12 lat** mają tendencję do dosłownego rozumienia treści, przyswajają sobie sposoby zachowania na wzór tego, co widzą w otoczeniu i w mediach.

#### **Dziecko w tym okresie nie powinno oglądać:**

- Programów zawierających nagromadzenie negatywnych obrazów, faktów i zdarzeń (przemoc, zagrożenie, walka, wulgarność), które tworzą wizję świata wrogiego i zagrażającego oraz pokazujących zachowania z dziedziny przemocy i seksu. Z tego rodzaju programów dziecko zapamiętuje nie ogólne przesłanie, lecz tylko sceny agresji, seksu, wulgarności.
- Programów posługujących się metaforą, którą dziecko mogłoby traktować dosłownie, gdyż nie potrafi zrozumieć jej głębszego sensu.
- Programów ukazujących przemoc bez konsekwencji (np. osoba bita nie czuje bólu ani nie doznaje żadnej krzywdy), przemoc w imię jakiegoś dobra, przemoc spowodowaną do konwencji zabawy.
- Programów pokazujących negatywne formy zachowania w postaci atrakcyjnej dla widza (np. u bohatera sprawnego fizycznie, przystojnego, niezwyciężonego, ładnie ubranego) oraz programów ukazujących stosowanie przemocy w sposób skuteczny, pozwalający osiągnąć cel, zwłaszcza instrumentalny.
- Programów rozbudzających zainteresowanie erotyką (poprzez obrazy nagości, zbliżeń intymnych, a zwłaszcza takich, które ukazują wadliwe wzorce zachowań seksualnych, np. przemocy seksualnej).

**Literatura: „Co wciąga twoje dziecko?” Małgorzata Więczkowska**

**Przygotowała**

***Martyna Ozych***

**nauczyciel terapii pedagogicznej**