

ŚWIAT FIKCJI A RZECZYWISTOŚĆ W REKLAMACH I BAJKACH ANIMOWANYCH DLA DZIECI

Telewizor jest obecny niemal w każdym domu, warto więc zadać sobie pytanie czy rodzice zdają sobie sprawę z tego, jaki wpływ wywiera telewizja na młodego widza, który spędza przed odbiornikiem wiele godzin oglądając „co popadnie”

Dziecko w świecie reklam

Reklama jest efektem postępującej komercjalizacji otaczającej nas rzeczywistości. Stała się ona trwałym elementem naszego życia, jako żywo funkcjonujący stereotyp intensywnie wpływa na podejmowanie decyzji w życiu codziennym, nieustannie kreuje określone wizerunki i tym samym wzbudza niejednokrotnie emocjonalny stosunek potencjalnego klienta do oferowanych produktów.

Kampanie reklamowe przyjęły rozmiar gigantycznych przetargów na niezwykle konkurencyjnym rynku towarów napędzają żywotność telewizji, Internetu, radia. Siła i potęga reklamy w miarę apetytu społeczeństwa, które łaknie coraz to nowych informacji, potrzebuje ogólnie nadanych wzorów, wyznaczników mody, narzuconych modeli zachowań.

Reklamy telewizyjne są obecnie najsilniejszym i podstawowym nośnikiem informacji. Problem relacji dziecko- reklama był przedmiotem wielu badań pedagogicznych, psychologicznych jak i socjologicznych.

Siła i potęga reklamy rośnie w miarę apetytu społeczeństwa, które łaknie coraz to nowych informacji.

O ile „świat” dorosłych jest skłonny do swobodnego interpretowania przedstawionych w reklamach propozycji i ma zdolność do racjonalnego oddzielenia rzeczywistości od fikcyjnych przesłanek, o tyle świat dzieci pozostaje pod ciągłym wpływem telewizyjnej komercji, która na co dzień kształtuje ich osobowość, sugestywnie wpływa na psychikę, sposób zachowania i wzajemne relacje między rówieśnikami oraz dorosłymi.

Obecnie dzieci mają kontakt z telewizją praktycznie od momentu, kiedy ich poziom rozwojowy umożliwia skupienie uwagi na ekranie przez krótki czas. W marę doskonalenia tej umiejętności czas spędzony przed telewizorem wzrasta. Dzieci w wieku przedszkolnym nie są jeszcze w stanie prawidłowo zinterpretować wszystkiego, co zobaczą w telewizji. Programy, które przyciągają ich uwagę są elementem nawyku, stąd często sprawiają wrażenie nieobecnych, silnie zaangażowanych w akcję przy czym rzadko potrafią umiejętnie odczytać przesłanie wynikające z danych audycji. Według moich obserwacji, zdecydowanie niekorzystną liczbę godzin spędzonych przed telewizorem wykazują dzieci z grup pięcio- i sześcioletnich. Nierzadko, jak zwracają uwagę sami rodzice ważny staje się specyficzny sposób nadawania bloków reklamowych przez większość stacji telewizyjnych, polegający na przerywaniu programów i filmów kilkakrotnie w trakcie ich trwania. Oczywisty zatem staje się fakt, że reklamy zdobyły sobie ogromną popularność wśród tej grupy odniesienia.

Reklamy niezwykle silnie kształtują dziecięce pragnienia, które są potęgowane przez wielokierunkową i masową promocję określonych produktów.

Takiego rodzaju manipulacje prowadzą do rozbudzenia u dzieci dyskomfortu związanego z tym, czego nie posiadają. Silna dziecięca zazdrość pomiędzy rówieśnikami z powodu luksusowych, modnych zabawek, jest według moich obserwacji główną przyczyną zaistnienia między nimi wyraźnych dysproporcji. Te zaś są podstawą do kształtowania się materialistycznego stylu, u którego podstaw tkwi

orientacja na posiadanie jak największej ilości dóbr powszechnie pożądaných. Wydaje się, że wadliwy wpływ reklam na psychikę dziecięcą jest tak duży, że należałoby zabronić przedszkolakom przesiadywania przed telewizorem, albo bacznie kontrolować, to co oglądają. Prowadzone badania wykazały ciekawą kwestię, jaka wynika z wpływu reklam na dzieci, mianowicie kształtowanie dziecięcego folkloru. W podkulturze dziecięcej często zauważyć można funkcjonowanie treści zaczerpniętych z mass mediów. Owe teksty najczęściej przekazywane są ustnie w sposób niezmienny lub noszą wyraźny ślad wpływu własnej lub zbiorowej twórczości. Reklamy niezwykle silnie kształtują dziecięce pragnienia, które są potęgowane przez wielokierunkową i masową promocję określonych produktów. Szkody wyrządzone na skutek uzależnienia się od narkotyków są jedynie ułamkiem szkód wyrządzonych przez metody prania mózgu.

Świat fikcji, a rzeczywistość w bajkach animowanych

Z badań przeprowadzonych wśród rodziców dzieci 3-6 lat w jednym z przedszkoli wynika, że przeciętne dziecko spędza przed telewizorem 1 godzinę 20 minut dziennie, mimo że jak podkreślają psychologowie, nie jest w stanie oglądać telewizji dłużej niż 20 minut dziennie.

Dzieci w wieku przedszkolnym, oglądając bajkę nie potrafią w pełni ocenić, co w niej jest fikcją, a co rzeczywistością. Akcja filmu dzieje się bardzo szybko, dziecko nie ma więc czasu na zastanowienie się nad treścią całej bajki. W takiej sytuacji często dochodzi do zafalszowania rzeczywistości- mały widz przenosi elementy fikcji do świata realnego. Dzieje się tak, gdy dziecko chce latać jak „Bathman”, znikać w podziemnych otworach, czy rozwiązywać konflikty z rówieśnikami, naśladując walki wschodu. Zachowania najmłodszych oparte na naśladownictwie swoich ulubionych bohaterów, mogą stać się bardzo niebezpieczne, zarówno dla nich samych, jak i dla zdrowia ich kolegów.

Codzienna obserwacja zabaw dzieci pozwala wysunąć pewne wnioski. Są to:

- dzieci podczas zabaw bardzo często naśladują bohaterów bajek animowanych
- ich ulubionymi postaciami są bohaterowie silni, o nadprzyrodzonych zdolnościach
- najczęściej naśladują one słownictwo, ruchy- zwłaszcza chwyt karate, sposoby uderzeń, itp
- Oglądanie telewizji ma wyraźny wpływ na wzrost agresywności u dzieci . Programy adresowane do młodych widzów zawierają bardzo wiele scen agresywnych, które jak stwierdzono: modelują zachowanie antyspołeczne
- wywołują agresję (przyglądanie się agresji na ekranie prowokuje do zachowań agresywnych)
- powodują zubożenie i znieczulenie na agresywne bodźce, zwiększają tolerancję dzieci na agresję
- osłabiają mechanizmy kontrolne
- tworzą niejasny obraz świata- dziecko nie wie, co jest dobre, a co złe, co czynić można, a czego nie
- podnoszą poziom lęku przed światem rzeczywistym
- niszczą pozytywne wzorce dziewczęce i chłopięce.

W następstwie długiego i częstego oglądania bajek u dziecka wystąpić mogą charakterystyczne zachowania, które ujawniają się w postaci nadmiernego pobudzenia psychoruchowego (krzyków, ogólnego "szaleństwa" agresji kierowanej na osoby z najbliższego otoczenia),

Jak chronić dzieci przed szkodliwym wpływem telewizji?

- rodzice powinni wiedzieć, co oglądają ich dzieci
 - rodzice powinni ustalić zasady, jakie programy mogą oglądać dzieci, a co jest dla nich zabronione
 - dziecko powinno oglądać telewizję, tylko wówczas, gdy rodzice są w domu
 - rodzice powinni bezwzględnie ograniczyć czas spędzony przez dziecko przed ekranem
 - konsekwentnie stosować zasadę, najpierw obowiązki, potem telewizor
 - pokazywać inne sposoby spędzania wolnego czasu, więcej czasu spędzać z dzieckiem, zapraszać do domu kolegów i koleżanki dziecka.
- Program telewizyjny, choćby najciekawszy nie zastąpi dziecku rodziców. Dlatego znacznie cenniejsza jest wspólna rozmowa, przytulenie, zabawa, spacer, jednym słowem- „bycie z dzieckiem”. To zaspokaja najważniejsze dla prawidłowego rozwoju dziecka potrzeby psychiczne: bezpieczeństwa, miłości i bliskości.

mgr Anetta Golonko
mgr Małgorzata Emiljańczyk
mgr Magdalena Pełszyńska

BIBLIOGRAFIA:

- „Blżej przedszkola” nr 4/ 2008
- „Blżej przedszkola” nr 1/ 2007
- „Blżej przedszkola” nr 12/ 2006