

DZIECKO PRZED TELEWIZOREM

„Telewizja i gry komputerowe to największa strata czasu, jaką wymyślono. Doskonała recepta na bezczynność i przeciekanie czasu przez palce. Nie masz pojęcia, ile pasji życia i nieodkrytej siły czarodziejskiej jest marnotrawione w tych dwóch wynalazkach. Na twoim miejscu skasowałbym z komputera wszystkie gry, które nie wnoszą nic nowego do twojego życia. Oglądaj tylko te programy telewizyjne, które są dla ciebie wartościowe, i wybieraj je bardzo starannie”

Dariusz Chwiejczak



Telewizja odrywa w dzisiejszym świecie dużą rolę. Wielu rodzicom towarzyszy podczas wykonywania różnorodnych czynności i obowiązków – mamy potrzebę, by w tle coś się działo. Niektórzy nie wyłączają telewizora

nawet podczas wspólnych posiłków oraz rodzinnych spotkań. Spożywanie posiłków bez telewizora pozwala na bliższe poznanie siebie i swoich potrzeb, dowiedzenie się o problemach naszych dzieci, sprawach budzących niepokój, przeżywanych radościach, co powoduje pogłębianie więzi. Nieracjonalne korzystanie z telewizji ogranicza czas, który można by poświęcić na konwersację, rozwijanie pasji, grę dydaktyczną, czytanie książek czy spędzanie czasu na powietrzu.

Oglądanie bajek przez dzieci – ograniczenia.

Światowa Organizacja Zdrowia (WHO) oraz Amerykańska Akademia Pediatria (AAP) wydały oficjalne przewodniki dla rodziców, w których zawarto ogólne zalecenia maksymalnego czasu przed ekranem, który jest bezpieczny dla rozwoju dziecka. Warto pamiętać, że rekomendacje powinny być przez każdego rodzica rozpatrywane indywidualnie, ponieważ każde dziecko rozwija się w innych warunkach, ma inne tempo rozwoju, inne predyspozycje i ograniczenia.

WHO zaleca:

- Brak czasu ekranowego dla dzieci w wieku poniżej dwóch lat (nie wliczając rozmów przez komunikatory)
- Nie więcej niż godzinę dziennie w przypadku dzieci w wieku 2–5 lat
- Nie więcej niż dwie godziny dziennie przed ekranem w przypadku dzieci i młodzieży w wieku 5–17 lat.

AAP zaleca:

- Do 18 miesiąca życia ekran może być używany do rozmów wideo z osobą dorosłą (na przykład z rodzicem, który jest poza miastem).
- Czas spędzony przed ekranem w okresie od 18 do 24 miesięcy powinien ograniczać się do oglądania programów edukacyjnych z rodzicem/opiekunem.
- W przypadku dzieci w wieku 2–5 lat ogranicz czas spędzany przed ekranem do około 1 godziny w dni powszednie i 3 godzin w weekendy.
- W przypadku dzieci w wieku 6 lat i starszych zachęcaj do zdrowych nawyków i ograniczaj aktywność związaną z ekranami.

Należy zwracać szczególną uwagę zwłaszcza na najmłodsze dzieci. Stopień ich rozwoju sprawia, że nie potrafią jeszcze przenieść tego, co widzą na ekranie do swojego życia - nie umieją odróżnić fikcji dziejącej się na ekranie od realnego życia. Dzieci od 2 roku życia mogą zacząć oglądać bajki, ale oglądanie odpowiednio dobranej bajki powinno odbywać się pod opieką dorosłych - warto sprawdzić wcześniej, czy bajka będzie właściwa dla naszego dziecka. W trakcie jej trwania dobrze od czasu do czasu obserwować dziecko, a po zakończeniu oglądania zachęcać je do rozmowy o tym, co zobaczyło.

Reklama a młody odbiorca.

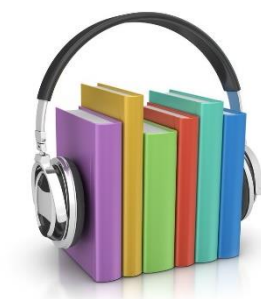
Reklama kierowana do dzieci za pomocą mediów cyfrowych oddziałuje na ich mózgi (a więc i decyzje) mimo ich woli i bez pełnego udziału świadomości. Dzieci są łatwym celem dla reklamodawców. Małe dziecko nie potrafi rozróżnić, co w reklamie jest rzeczywistością, a co zabiegiem marketingowym.

Taka prezentacja wzmaga potrzebę posiadania jak największej ilości najnowszych i najlepszych rzeczy. Badania pokazują, iż dzieci i młodzież miesięcznie mają kontakt z około 900 reklamami i przyczyniają się do najwyższych zysków z reklam. Są traktowane przez specjalistów od marketingu jako narzędzie wpływu na rodziców. Mają one wpływ na decyzje dorosłych dotyczące zakupu zabawek, słodyczy, 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”. 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/koleżanka ma luksusową zabawkę.

Ważnym zadaniem rodziców staje się zatem wychowywanie do odbioru reklam. Uczmy dzieci 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?”

Słuchowiska i audiobooki dla dzieci.



Korzyści płynące ze słuchania:

- Są towarzyszem w podróży.
- Nie męczą wzroku.
- Słuchowisko dla dzieci przyda się także, kiedy maluch długo nie może zasnąć i wymaga ciągłego czytania książeczek. Pamiętajmy jednak, że żaden audiobook nie zastąpi rodzica, który powinien czytać dziecku codziennie...

Dzieci, którym czyta się jedną książkę dziennie słyszą do 5. roku życia o około 290 tys. więcej słów niż dzieci, którym nie czyta się regularnie. Różnica ta wpływa, na to jak szybko dzieci przyswajają nowe słowa i opanowują umiejętność samodzielnego czytania w przedszkolu i szkole.

- Są idealne dla dzieci, które jeszcze nie czytają.
- Bajki do słuchania dla dzieci uczą skupienia i wzbogacają słownictwo.
- Mogą przekonać do sięgnięcia po papierowe egzemplarze lektur.

- Rozwijają myślenie, pamięć, uwagę - treści słowne są krótkie, logiczne, powszechnie zrozumiałe.

Pomaga to rozwojowi mowy i poszerzaniu słownictwa o nowe zwroty językowe: wzbogacanie czynnego i biernego języka.

- Sprzyjają kształtowaniu postaw społecznych i moralnych - audycje i słuchowiska dostarczają przeżyć emocjonalnych, ukazują pozytywnych bohaterów, zabawę.

Pod tym względem są dla dzieci przykładem dobrych wzorów do naśladowania. Uczą zasad zachowania i form grzecznościowych.

Zwracajmy uwagę na to, by słuchowiska i audiobooki były przez dzieci słuchane bezpośrednio z głośników urządzenia. Dokanałowa konstrukcja słuchawek dousznych powoduje zwiększenie ciśnienia w uchu na skutek głośnych dźwięków. Taka kumulacja może powodować złe samopoczucie i bóle głowy. Ciągłe używanie słuchawek dousznych i głośne dźwięki mogą spowodować uszkodzenie błony bębenkowej.

Nauka właściwego stosunku do mediów poprzez dyskusje, ćwiczenia, zajęcia z mediami.

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...

Przykłady pytań do prowadzenia rozmów:

- Kto to jest aktor? Czy to są prawdziwi ludzie? Kto wymyślił tę historię i po co? Jaka jest różnica między aktorem, narysowanym człowiekiem w kreskówce, „ludzikiem”, a żywymi, rzeczywistymi ludźmi?
- 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?
- Co w filmie/bajce je rozbawiło, a co przerażyło? Czy któraś z postaci je przestraszyła?
- Kim chciałoby być, kogo naśladować? Kim nie chciałoby być? Dlaczego?
- Dlaczego dzieci oglądają telewizję? Co jest lepsze: oglądać telewizji czy zabawa?
- 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.
- 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.

Rolą rodzica jest czuwanie nad bezpieczeństwem dziecka w świecie medialnym – uczenie dziecka rozsądnego korzystania z mediów. Pamiętajmy, że dziecko stale obserwuje nasze funkcjonowanie i naśladuje postawy / zachowania wobec telewizji, które my sami preferujemy.

Główne źródło informacji: „*Co wciąga twoje dziecko?*” Małgorzata Więczkowska

Przygotowały

Martyna Ozych

Karolina Rosa - Krupińska