

**Развивающие возможности мультипликационной продукции для детей:
ожидание и реальность**

Научный руководитель – Швецова Майя Николаевна

Стрюкова Елена Александровна

Студент (магистр)

Московский педагогический государственный университет, Москва, Россия

E-mail: Elenka1403@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается психолого-педагогическая проблема ранней киберсоциализации детей от рождения до трех лет. Проводится анализ влияния развивающей мультипликационной продукции на развитие ребенка. Обсуждаются вопросы психолого-педагогического качества предлагаемой продукции для организации досуга детей младенческого и раннего возраста. Проводится экспертная оценка развивающего мультфильма "Tiny Love рекомендованного для просмотра детей 0+. Ключевые слова: игрушка, игра, анимационная продукция, мультфильм, экспертная оценка, развитие, детская психология. В современной реальности Мультфильмы зачастую выступают главным «помощником» родителей в воспитании детей. Благодаря яркому, интенсивному и музыкальному содержанию, динамичности мультфильма дети готовы сидеть часами у экранов телевизоров. При этом родители могут спокойно заниматься собственными делами, а дети в это время не мешают им. Вопрос о соответствии мультфильма возрасту перед родителями вообще не стоит – если малыш смотрит, значит ему интересно. Об актуальности соответствия мультфильмов возрасту ребенка свидетельствует не только многочисленные публикации психологов, педагогов, культурологов [1; 3; 4], но и недавно принятый Федеральный закон от 29.12.2010 N 436-ФЗ (ред. от 29.06.2015) «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» [2]. Широкой аудитории новый закон стал известен в связи с появлением в радио - и телепрограммах так называемой возрастной пометки: 0+ , 6+ , 12+ , 16+ , 18+ (глава 2, статья 7, 8, 9, 10, 12). Закон вводит обязанность для производителей или разработчиков маркировать выпускаемую продукцию (глава 3, статья 12). Следует отметить, что глава 4 данного закона посвящена экспертизе информационной продукции, в статье 17 обозначены общие требования к экспертизе информационной продукции, в статье 18 - требованиям к экспертному заключению. Хочется отметить, что экспертиза информационной продукции проводится по инициативе органов государственной власти, органов местного самоуправления, юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, общественных объединений, граждан на договорной основе (глава 4, статья 18). Таким образом, это свидетельствует о том, что экспертиза выпускаемой продукции является не обязательной для разработчика или производителя, что повышает риск выпуска недоброкачественной продукции. Задавшись вопросом, сколько же находится мультфильмов в открытом доступе с маркировкой «0+», нами было проведено мини-исследование, предполагающее экспертную оценку отдельных экземпляров подобной анимационной продукции. На первом этапе исследования были определены наиболее популярные поисковые системы в сети интернет, к которым относятся, прежде всего, такие как Yandex, Google, а также видеохостинг YouTube. Так, на запрос «мультфильмы 0+» поисковая система «Yandex» выдает более 1 млн. ответов, при этом раздел «Видео» насчитывает более 4 тыс. мультфильмов. Поисковая система «Google» на тот же самый запрос – примерно 298 000 ответов, а раздел «Видео» предлагает 87 200 сюжетов. При этом, видеохостинг «YouTube» значительно опережает систему «Yandex» и по запросу «видео» предоставляет информацию о наличии 4 800 сюжетов. В целом система «Google» с большим отрывом лидирует по

доступности и количеству предлагаемых для просмотра мультфильмов. На втором этапе нами был выбран один из популярных мультфильмов, расположенный на всех трех сайтах – «Tiny Love», рекомендованный к просмотру для детей в возрасте от 0 до 2 лет. На «Yandex» данный «развивающий» мультфильм насчитывает 5 335 просмотров, «Google» направляет к просмотру мультфильма «Tiny Love» на сайте видеохостинга «YouTube», который насчитывает 8 млн. 237 тыс. просмотров. Заметим, что имеется еще более популярная ссылка на тот же мультфильм все на том же видеохостинге, которая насчитывает 39 млн. 952 тыс. просмотров. В общей сложности можно говорить о том, что обобщенно данный мультфильм был просмотрен 48 млн. 194 тыс. за последние 3 года, в среднем – 44 тысячи раз в день. Третий этап исследования был посвящен психолого-педагогической экспертной оценке развивающего мультфильма «Tiny Love», рекомендованного с 0+. При проведении экспертизы в целях классификации информационной продукции оценке подлежали: ее тематика, жанр, содержание и художественное оформление; особенности восприятия информации детьми определенной возрастной категории; вероятность причинения содержащейся в ней информацией вреда здоровью и (или) развитию детей.

Источники и литература

- 1) Анимация в эпоху инновационных трансформаций : материалы IV междунар. науч.-практ. конф. «Анимация как феномен культуры», 21-23 мая 2008 г., Москва / сост. и науч. ред. Н. Г. Кривуля. – М.: ВГИК, 2008. – 358 с.
- 2) О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию: Федеральный закон от 29.12.2010 № 436-ФЗ (ред. от 29.06.2015) [Электронный ресурс] //КонсультантПлюс» [сайт]: – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10880
- 3) Пацлаф Р. Застывший взгляд. Физиологическое воздействие телевидения на развитие детей. – М.: Evidentis 2003. – 224 с.
- 4) Смирнова Е.О. Мультфильмы для дошкольников – как правильно выбирать [Электронный ресурс] // Центр игры и игрушки [сайт]. – URL: <http://www.psytoys.ru/articles/multfilmy-dlya-doshkolnikov-kak-pravilno-vybirat-0> (Дата обращения 29.10.2016).