

Ссылка для цитирования: Писаренко И.А. КРИТЕРИИ ОТБОРА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ВИДЕОРЕСУРСОВ/ Информационное пространство и дети: образовательные возможности и манипулятивные воздействия Сборник научных трудов. главный редактор К. В. Султанов, члены редколлегии : В. А. Рабош, Л. Н. Летягин, А. А. Грякалов, И. Б. Романенко, В. И. Стрельченко. Санкт-Петербург, 2016. С. 228-231.

И.А.Писаренко

## КРИТЕРИИ ОТБОРА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ВИДЕОРЕСУРСОВ

Современная информационная среда наполнена многообразием обучающих и развлекательных материалов, которые с разными целями используются на разных ступенях образования. К таким материалам можно отнести не только книги, музыкальные произведения и изобразительное творчество, но и *видеоресурсы*, под которыми, в контексте образовательной деятельности, понимается *визуальный или аудиовизуальный материал, записанный на физических или цифровых носителях и имеющий образовательную ценность* (фильмы, мультипликационные фильмы, рекламные и социальные видеоролики) (И.А.Хоменко, Т.П.Дерманская).

Видеоресурсы сегодня могут стать важным инструментом в формировании системы ценностей у детей, поскольку их сюжеты демонстрируют типизированные образцы поведения и, по данным исследований, становятся для ребенка одним из основных источников получения им представлений о мире, об отношениях между людьми, нормах их поведения (М.В.Соколова).[3]

Кроме того, в период дошкольного детства у детей формируется один из значимых познавательных процессов – восприятие. Восприятие выполняет объединяющую функцию: объединяет свойства предметов в целый образ предмета; все познавательные процессы в совместной согласованной работе по переработке и получению информации и весь полученный опыт об окружающем мире. Сущность процесса восприятия заключается в том, что оно обеспечивает получение и первичную переработку информации из внешнего мира: узнавание и различение отдельных свойств предметов, самих предметов,

их особенностей и назначения. Именно поэтому просмотр видеопродукции может быть наиболее эффективным средством формирования у ребенка не только определенных ценностей, но и различных качеств. Это особенно актуально в современной ситуации, когда образовательные запросы современных родителей отличаются большим разнообразием и ориентацией на цели конкретной семьи [4, С.6-13].

Современные педагоги и родители зачастую не могут оценить психолого-педагогический потенциал предлагаемых видеоресурсов, а также выбрать их для детей разного возраста. Сегодня среди взрослых встречаются две полярные позиции: одна группа придерживается мнения, что телевидение и кинопроизводство несут, в основном, негативную информацию, а потому ребенка лучше всего ограждать от неё. Другая группа считает, что в современном мире ребенка невозможно изолировать от всех внешних воздействий, и лучший способ защитить его – это предложить позитивные идеи, модели поведения, сформировать «социальный иммунитет» в отношении негативного информационного влияния, обеспечив тем самым психологическую безопасность ребенка [1, С. 66-71].

Автор статьи давно придерживается второй позиции, которая сформировалась ещё в начале двухтысячных годов [5] .

Своеобразным вкладом в решение проблемы развития ребенка в информационно-медийной среде стало исследование, проведенное в 2012 году на кафедре педагогики и психологии семьи РГПУ им.А.И.Герцена (И.А.Хоменко (Писаренко), Т.П.Дерманская). Предметом исследования выступало формирование семейных ценностей у дошкольников с помощью видеоресурсов.

По итогам исследования были разработаны рекомендации для специалистов и родителей по педагогической оценке и отбору видеоресурсов.

При общей *оценке видеоресурсов* необходимо опираться на следующие критерии:

-наличие ведущей идеи (в чем она? какова «мораль», главный вывод, который может сделать ребенок из просмотренного сюжета? насколько сюжет соответствует формированию общечеловеческих и семейных ценностей? Что пропагандирует данный продукт?);

-определенность целевой группы (на какой возраст рассчитан этот продукт? какую проблему он может решить?);

-четкая определенность сюжета (может ли ребенок понять действия персонажей без помощи взрослого? может ли пересказать данный сюжет?);

-ролевая определенность (может ли ребенок без помощи взрослого определить, какой герой является положительным, а какой – отрицательным? какого пола действующие персонажи? соответствует ли поведение персонажей их полу, возрасту и статусу?);

-понятность диалогов (соответствует ли употребляемая героями лексика возрасту ребенка? присутствует ли в диалогах слэнг, непонятные термины?);

-согласованность сюжета и используемых художественных средств (соответствие музыки эмоциональному состоянию героев; интонационное отображение чувств персонажей; соответствие визуального изображения сюжету и др.);

-соблюдение персонажами этических и правовых норм (отсутствие агрессивных действий (драк, оскорблений, унижений), посягательств на чужую территорию и собственность, уничтожение или повреждение результатов чужого труда, нарушения общественного порядка, правил дорожного движения и т.д.);

-соблюдение персонажами правил безопасности (отображение травмоопасных действий (прыжки с большой высоты, лазание по высоким деревьям), беспечного отношения к своему и чужому здоровью и т.д.);

-развивающий потенциал (наличие новой для ребенка информации, слов, понятий, смыслов; присутствие обучающих моделей поведения; развитие чувства юмора; расширение спектра эмоциональных переживаний (эмпатии, гордости, жалости) и т.д.);

-культурно-художественный уровень произведения (грамотность языка, качество используемой музыки (песен), качество визуального представления).

Естественно, что видеопродукции, идеально соответствующей вышеперечисленным критериям, меньше, чем хотелось бы. Поэтому воспитателям и родителям, которые увидели какой-либо «изъян» в мультике или социальном ролике, можно просто обратить на него внимание ребенка. (Обычно это касается норм безопасности и/или противоправных действий персонажей.)

**Отбор видеоресурсов** для педагогической работы с детьми целесообразно производить по следующим критериям:

-соответствие видеопродукта возрастным и индивидуальным особенностям детей (насколько полезен/вреден может быть данный ресурс конкретному ребенку/группе детей?);

-максимальное соответствие критериям качества видеоресурса;

-релевантность (соответствие) видеопродукта целям занятия (какую проблему можно решить с его помощью?);

-новизна использования (насколько знаком детям это ресурс? какую «прибавку» может получить ребенок, просматривая предлагаемый видеопродукт в очередной раз?);

-техническая возможность полноценного использования (есть ли все необходимые условия для его трансляции?);

-временная возможность полноценного использования (если необходимые условия для его обсуждения?);

-наличие экспертной оценки (профессиональной рекомендации) видеоресурса (по возможности).

Современный ребенок рождается и развивается в чрезвычайно насыщенной информационной среде, а потому его развитие детерминируется не только явными, но и скрытыми, «неосоздаемыми» факторами, к числу которых можно отнести и визуально-смысловую нагрузку видеопродукции. Дети «нового времени» гораздо быстрее взрослых распознают эти неосоздаемые

навигаторы развития, а потому, при переходе к постфигуративному типу культуры (М.Мид) [2], взрослым необходимо войти в информационную среду и расставить для детей нужные навигационные «флажки» первыми.

Литература:

- 1.Костина Л.М. Стратегические направления формирования психологической безопасности личности дошкольника. // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2013. № 155.
- 2.Мид М. Культура и мир детства. М: Наука. 1983.
- 3.Соколова М.В. Персонажи современных мультфильмов в играх и игрушках детей // Психологическая наука и образование. – 2011. - № 2.
- 4.Хоменко И.А. Образовательные запросы современной семьи //Образование и семья: проблемы индивидуализации. Материалы Международной научно-практической конференции 20-21 апреля 2006 года, Санкт-Петербург. Под общей редакцией И.А.Хоменко — СПб, Изд.:«Борей АРТ».– 2006.
- 5.Хоменко И.А. СМИ-рение? // “Педология. Новый век” N5 / 2002. М. 2002.