

Педагогические науки

УДК 373.2

Я. О. БОГИНСКАЯ

(zyjxrf1810@mail.ru)

Волгоградский государственный социально-педагогический университет

СОВРЕМЕННЫЕ ИГРОВЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА*

Рассматриваются игровые предпочтения детей дошкольного возраста в современном мире. Выявляется роль СМИ в формировании игровых предпочтений детей дошкольного возраста. Характеризуются основные игрушки современного дошкольника и их роль в развитии личности ребенка.

Ключевые слова: *дошкольный возраст, игрушки, дошкольник, игровые предпочтения, современные игрушки.*

Игровая деятельность лежит в основе формирования всех психических процессов в организме ребёнка. В дошкольном возрасте игровая деятельность берет верх над другими видами деятельности, выступая основным средством познания окружающего мира. Ребенок более продуктивно усваивает информацию в игровой форме, потому что она является наиболее легкой и доступной для усвоения и, прежде всего, увлекает ребенка, развивает его воображение. Именно в игре ребенок реализует себя.

Проблема роли игрушек в развитии и воспитании ребенка в педагогическом процессе является темой, которая освещается и исследуется как в отечественных, так и зарубежных исследованиях.

Актуальной работой является исследования В.С. Собкина и К.Н. Скобельщиной, которые рассматривают представления родителей об игровых предпочтениях детей, а также активность родителей в совместной игровой деятельности с ребёнком [7]. В работе К.Н. Скобельщиной говорится о гендерных и возрастных особенностях изменения игровых предпочтений дошкольников по мере их взросления [5]. Е.О. Смирнова и М.В. Соколова рассматривают своеобразие современных игрушек по материалам выставки разнообразных видов игрушек в Нюрнберге, определяют основные тенденции развития рынка современных игрушек. Данная выставка отражает типологию игровых материалов, а также возрастающие требования к экологичности игрушек [6].

Однако, в данных работах уделено достаточно мало внимания проблеме роли СМИ в процессе выбора игровых предпочтений детьми дошкольного возраста, а также влияние современных игрушек на развитие дошкольника.

Реклама на телевидении – один из самых эффективных инструментов продвижения детских брендов. Согласно статистике [3], дети в России проводят до трёх часов в день за телевизорами, телефонами и компьютерами. Это значит, что, приходя домой, они первым делом включают телевизор и проводят несколько часов за просмотром любимой передачи или мультфильма. Как правило, успешные детские бренды, в том числе бренды развивающих игрушек, никогда не упустят возможности разместить свой рекламный блок, который транслируется в популярных детских передачах, т. к. это отличный способ напомнить о себе. Для телевизионных роликов важной частью является яркая, красивая и запоминающаяся реклама.

Дети не захотят игрушку, которую будет рекламировать взрослый человек с монотонным голосом, дошкольники запомнят ту рекламу, в которой в качестве героя будет анимационный персонаж, герой мультфильма, а также ровесники.

Также для продвижения детских брендов «предлагают» участвовать в различных конкурсах, лотереях, в которых заявляют о возможности участия в розыгрыше в надежде на выигрыш, который решает случай. В связи с тем, что это очень похоже на игру, дети охотно откликаются на такие акции.

* Работа выполнена под руководством Шатровой С.А., кандидата педагогических наук, доцента кафедры педагогики дошкольного образования ФГБОУ ВО «ВГСПУ».

Такого рода деятельность осуществляла брендовая детская косметика «Маленькая фея». В условиях акции говорилось, что если отправить три штрих-кода с упаковки на указанный адрес, то можно выиграть поездку в один из лучших парков развлечений в Европе.

Говоря о продвижении детских брендов, нельзя не упомянуть о таком инструменте, как Интернет. Дети гораздо быстрее взрослых осваивают новые технологии и легко справляются с компьютером. Интернет дает рекламодателям большие возможности как с точки зрения визуализации, так и интерактивности. Практически у всех брендов сейчас есть свой сайт, и детские не исключение. Превосходство официальных сайтов заключается в том, что возможно расположить интересные мини-игры, осуществить состязания или же конкурс, расположить информацию, рисунки и ролики.

Все подобные технологии отлично воспринимаются детьми и иницируют их на уговаривание родителей приобрести им ту или иную игрушку. Однако, при рассмотрении технологий на конкретных примерах, можно заметить, что многие бренды активно используют мультипликацию в рекламных роликах, а некоторые даже имеют свой собственный мультфильм. Из этого можно сделать вывод, что создание мультфильма также является эффективной технологией продвижения детского бренда [3].

В современном мире отмечается появление новых тенденций развития игрушек, например, в последние годы у детей пользуются популярностью игрушки, приуроченные к мультфильмам. Показав мультфильм, индустрия игрушек начинает производство героев, а затем идёт трансляция в СМИ об их продаже. Ребёнку трудно оставаться равнодушным при такой активной рекламе. Существует двойное мнение о таких игрушках, с одной стороны опора на популярные сюжеты современной мультипликации, использование игрушек-персонажей позволяет ребёнку самостоятельно организовать игру на основе увиденного или видоизменить выученные сюжеты и создать общее игровое пространство с другими детьми или взрослыми. С другой стороны, игрушка не всегда оказывает благоприятное воздействие на ребёнка. Существует немало «страшных» игрушек, которые могут вызывать страхи у детей, которые в дальнейшем могут оказать отрицательное воздействие на психику ребенка.

Примером активного влияния мультфильмов и индустрии игрушек идет смещение ценностей и идеалов о женском теле. Девочки по-прежнему играют в куклы, но в современные, у которых другой внешний вид, значительно отличающийся от старых кукол. Например, популярная игрушка Барби, у которой худое тело, длинные волосы, смуглая кожа и не естественный цвет глаз. Через такие игрушки у девочек меняется отношение к женскому телу [9].

Главный тренд последних лет – «гаджетализация» игрушек, говорят эксперты. По мнению Елизаветы Земцовой, идёт внедрение технологий в детские игрушки [8]. И они становятся всё более доступными. Если раньше радиоуправляемые игрушки были роскошью, то сегодня их цена снизилась на порядок. Есть игрушки, которые общаются на двух – трех языках, хотя ранее просто игрушка, поющая песни на русском языке и при этом не хрипящая, была редкостью.

Производители мягких игрушек стали адаптировать товары к спросу, добавляет Антонина Цицулина [Там же]. Теперь обычные плюшевые мишки могут говорить на иностранных языках и воспитывают малыша. Обычные мягкие игрушки, не попадают на полки с развивающими игрушками, которые на данный момент на пике моды [Там же].

Согласно исследованиям Н.С. Денисенковой и Т.Н. Счастной, начало XXI в. – нашествие электронных игрушек и компьютерных игр. Сейчас ребёнок дошкольник проводит очень много времени за компьютером, планшетом и перед телевизором. Современные технологии часто мешают физическому развитию, развитию творческих способностей, произвольности, а самое главное могут прерывать общение со сверстниками.

Однако такого рода игрушки убрать из жизни ребёнка невозможно, важно разумно и осознанно пользоваться такими играми и устройствами, ограничивать время пребывания за компьютером, выбирать развивающие игры и игрушки, соответствующие возрасту и учитывать особенности самого ре-

бёнка, его потребности и возможности. Иными словами, родители обязаны воспринимать компьютер как лекарство, которое может быть полезным, а может и навредить [9].

Существует довольно много мобильных игрушек для детей дошкольного возраста. Все они яркие, запоминающиеся и интересные для детей. Такого рода игры делятся на три типа: учебные, развивающие и развлекательные. Рассмотрим каждый тип более подробно.

Учебные мобильные игрушки. Например, развивающая мобильная игра «Бини Супер Алфавит для Детей» (автор Vini Bambini) предлагает в игровой форме пополнить знания о буквах русского алфавита и их соответствии произносимым звукам русского языка, а также приобрести навык чтения по слогам.

Развивающая мобильная игра «Читатель. Учимся читать по слогам» автор (от Ольги Ермоленко) предлагает формировать навык чтения у старшего дошкольника. В игре используются два метода слогового деления – по методу Н. Зайцева [4] и классический метод [1].

Развивающие мобильные игрушки. Например, мобильная игра «Звуки животных» (автор Family Kids Studio) предполагает развивающие карточки с фотографиями, где малыш может ознакомиться не только с животными, но и с транспортными средствами, также ребёнок может слушать и запоминать звуки. Ещё одна развивающая мобильная игра «Фиксики. Математика для детей» данная игра основана на героях развивающего мультфильма «Фиксики» где дети учат цифры, фигуры и монеты, сложение, вычитание, а также время по часам.

Развлекательные мобильные игрушки. Целью всех этих игр является достижение положительных эмоций, снятие накопившегося напряжения и эмоциональной разрядки, а также интеллектуальная разрядка. Например, развлекательная мобильная игра «Мой говорящий Том» данная игра создана для детей, где они могут взять себе виртуального питомца на воспитание, следить, кормить и купать его. Также этот питомец может повторять слова за ребёнком.

Развлекательная мобильная игра «Subway Surfers» данная игра построена на гонке от злого инспектора, и суть этой игры заключается в том, чтобы ускоряться, уворачиваться и запрыгивать на поезд дабы тебя не догнал инспектор с собакой.

Каждый тип мобильной игрушки имеет важное педагогическое значение для ребёнка, т. к. способствуют усвоению учебного материала, развитию мышления, памяти и пространственных представлений, регулируют нагрузку детей и обеспечивают минуту отдыха [2].

Проанализировав три интернет-ресурса [10–12] были выявлены категории наиболее популярных детских игрушек.

Их можно классифицировать следующими образом:

1. Куклы

а. Кукла LOL. Данная игрушка спрятана в яйце, которое нужно распечатать и в самом процессе открытия ребёнок находит различные элементы. Также каждая куколка LOL обладает рядом возможностей – она может плакать, плевать, менять цвет при контакте с водой.

б. Кукла BabyBorn. Сама по себе кукла очень похожа на настоящего ребёнка, он может пить из бутылочки, кушать кашу, ходить в туалет, спать и даже плакать. Причём все комплектующие уже идут в комплекте с самой куклой.

в. Кукла Barbie. Хотя и эта кукла появились давно, она до сих пор популярна у детей. У куклы много разнообразных вариаций, также у нее гнутся руки, ноги. Говоря об аксессуарах, то их огромное количество и украшения, одежда, бижутерия, обувь.

2. Мягкие игрушки

а. Хаги Ваги и Киси Миси. Очаровательные, но довольно страшные персонажи инди-игрушки. Игрушки с этими персонажами мягкие, пушистые, а узнать их легко по «фирменной» улыбке, полной острых зубов.

б. Уточка Лалафанфан. Плюшевая уточка выполненная из приятного на ощупь материала, также у нее присутствуют различные аксессуары.

3. Игрушки антистресс

а. Поп-ит и симпл-дипл. Это кнопочная силиконовая игрушка различных форм и цветов, как правило, она состоит из 30 «кнопочек». По аналогии с поп-ит существует игрушка симпл-димплон состоит из 2–4 пузырьков, которые могут быть разных размеров, а ещё обычно снабжён карабином, чтобы его можно было использовать как брелок.

б. Сквиш. Это небольшая игрушка, которую можно всячески мять и сдавливать, но потом она примет прежнюю форму.

в. Поп трубы. Данная игрушка сделана в виду трубки, по виду напоминает гофру небольшого диаметра. Поп Туб можно сворачивать, гнуть, складывать из него фигуры, он отлично держит заданную форму, при этом издавая звуки [10–12].

Можно отметить, что в данной классификации игрушек имеется очень большое разнообразие, оно основано на широком использовании мультипликации, на огромном количестве разнообразных материалов, с помощью которых создаются эти игрушки и функции, которые они могут выполнять.

На основе вышеизложенного можно сделать следующие выводы.

Во-первых, продвижение детских брендов посредством СМИ является наиболее выгодной, т. к. современные дети достаточно много времени проводят за телевизором и гаджетами, этим и пользуются производители игрушек. Дети запоминают яркую и интересную рекламу и тут же хотят такую игрушку. Во-вторых, одним из самых успешных СМИ по распространению игрушек среди детей являются мультфильмы. Герои мультфильмов популярны среди детей в последующем используются для создания игрушек. Данные игрушки имеют как положительный, так и отрицательный эффект, с одной стороны, дети могут обыгрывать сюжет уже на основе знакомого, а, с другой стороны, существует очень много мультфильмов-«страшилок» которые могут вызывать страхи у детей, что в последующем оказывает негативное влияние на психику ребёнка.

Кроме классических игрушек существуют мобильные игрушки, которые несут в себе различные функции такие, как учебные, развивающие и развлекательные. Эти игрушки нельзя убрать из жизни ребёнка, т. к. они несут в себе не только развлечение, но и посредством таких игрушек ребёнок может обучаться, потому что дети дошкольного возраста лучше усваивают материал в игровой форме. В-третьих, можно увидеть, что помимо новых видов игрушек (мобильные игрушки) большую актуальность и популярность имеют традиционные виды игрушек, такие как куклы, мягкие, игрушки-антистресс и т. д. Однако традиционные виды игрушек, благодаря СМИ, имеют большее разнообразие, чем раньше как по внутреннему содержанию, так и по внешним характеристикам.

Литература

1. Алексеева М.М., Яшина В.И. Методика развития речи и обучения родному языку дошкольников. 3-е изд., стереотип. М.: Издат. центр «Академия», 2000.
2. Батенова Ю.В. Компьютерная игра дошкольника и ее психодиагностический потенциал // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Психология. 2011. № 29 (246). С. 12–14.
3. Глинская И.Ю., Кириллова Е.А. Использование средств маркетинговых коммуникаций для продвижения детских развивающих брендов // Коммуникология. 2017. Т. 5. № 1. С. 165–177.
4. Зайцев Н.Е. Кубики Зайцева. Комплект для дома, группы, класса. СПб., 1989.
5. Скобельщина К.Н. Возрастная динамика игровых предпочтений дошкольников // Воспитание и обучение детей младшего возраста. 2014. № 2. С. 137.
6. Смирнова О.Е. Соколова М.В. Тенденции развития современных игрушек // Культурно-историческая психология. 2019. Т. 15. № 2. С. 99–104.
7. Собкин В.С. Скобельщина К.Н. Игровые предпочтения современных дошкольников (по материалам опроса родителей) // Психологическая наука и образование. 2011. Т. 16. № 2. С. 56–67.
8. Степанова А. Мишки пылятся на полках: какие игрушки предпочитают современные дети // ТАСС. [Электронный ресурс]. URL: https://tass.ru/obschestvo/5024216?utm_source=yandex.ru&utm_medium=organic&utm_campaign=yandex.ru&utm_referrer=yandex.ru (дата обращения: 27.09.2022).
9. Счастливая Т.Н., Денисенкова Н.С. Современная игрушка: бедствие или культурная реальность // Современное дошкольное образование: теория и практика. 2016. № 3(65). С. 60–66.

10. Топ-25 популярных игрушек 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://gidgood.ru/%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%BA-%D1%80%D0%B5%D0%B1%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D1%83-%D0%BE%D0%B1%D0%B7%D0%BE%D1%80-%D0%BF%D0%BE%D0%BF%D1%83%D0%BB%D1%8F%D1%80%D0%BD%D1%8B%D1%85-%D0%B8%D0%B3%D1%80/> (дата обращения: 27.09.2022).

11. ТОП-45 Популярных игрушек в подарок ребенку к Новогоднему празднику 2022 год. [Электронный ресурс]. URL: <https://tekhnotop.ru/top-45-populyarnyh-igrushek-v-podarok-rebenku-2021-god> (дата обращения: 27.09.2022).

12. Трендовые игрушки 2022 – во что играют дети сегодня? [Электронный ресурс]. URL: <https://toys-likekids.by/blog/trendovye-igrushki-2022/> (дата обращения: 27.09.2022).

YANA BOGINSKAYA

Volgograd State Socio-Pedagogical University

MODERN GAME PREFERENCES OF PRESCHOOL CHILDREN

The article deals with the game preferences of the preschool children in the modern world. There is revealed the role of the mass media in the development of the game preferences of the preschool children. There are characterized the basic toys of the modern preschool child and their role in the development of the child's personality.

Key words: preschool age, toys, preschool child, game preferences, modern toys.