***Роль семьи в профилактике психологической зависимости детей от телевизионной рекламы.***

Для многих семей просмотр телепередач стал, к сожалению, основным видом семейного досуга. Оставляя ребёнка одного перед телевизором, родители зачастую не отслеживают, что он смотрит. Кроме того, некоторые взрослые поощряют цитирование ребёнком рекламных роликов, считая это проявлением артистизма.

Неслучайно всё чаще специалисты говорят о манипуляционном воздействии рекламы, проблеме психологической зависимости детей от телевизионной рекламы и о роли семьи в её решении. Поскольку критическое отношение к рекламе у человека формируется с возрастом, необходимо повышать педагогическую грамотность родителей в понимании отрицательного влияния рекламы.

ДОУ может оказывать семье помощь в профилактике психологической зависимости дошкольников от телевизионной рекламы, но отсутствует практика раскрытия социокультурного потенциала семьи как фактора профилактики в рамках совместной деятельности.

Социокультурный потенциал семьи как один из важнейших факторов в решении данной проблемы не используется специалистами дошкольных образовательных учреждений в полной мере. Причинами этого могут быть:

* Педагогическая неграмотность специалистов ДОУ в области использования социокультурного потенциала семьи в профилактике психологической зависимости дошкольника от телевизионной рекламы;
* Отсутствие информации о формах и методах работы по профилактике психологической зависимости детей от телевизионной рекламы;
* Отсутствие базового проекта по использованию социокультурного потенциала семьи в профилактике психологической зависимости детей от телевизионной рекламы.

С целью изучения социокультурного потенциала семей воспитанников ДОУ родителям можно предложить анкеты, по организации семейного досуга и отношению рекламы в семье. Ведь многие родители испытывают трудности при организации совместного досуга с детьми, наблюдается снижение общей нравственно-этической культуры семьи.

С воспитанниками также можно провести беседы, используя различные методики по исследованию психологической зависимости дошкольников от телевизионной рекламы. Не секрет, что самым распространённым видом свободного времяпрепровождения среди дошкольников является просмотр телевизора, дети отдают предпочтение той или иной рекламе, дошкольники запоминают рекламу непроизвольно.

***Задачи по профилактике психологической зависимости детей от телевизионной рекламы:***

1. Совершенствование форм взаимодействия в системе «детский сад – семья»;
2. Создание условий для профилактики психологической зависимости детей от телевизионной рекламы;
3. Определение направлений деятельности воспитательной работы и создание развивающей среды для родителей и воспитанников;
4. Повышение педагогической и психологической грамотности и культурно-образовательного уровня родителей с учётом различного социального положения семей;
5. Активное вовлечение родителей и детей в совместную социокультурную жизнь ДОУ, создание педагогически целесообразной семейной среды.

Целевой аудиторией могут быть дети младшего, среднего и старшего дошкольного возраста, а также их родители. Реализацию должны обеспечить: администрация ДОУ, старший воспитатель, музыкальный работник, воспитатели, учитель-логопед, педагог-психолог.

Основными формами реализации могут быть: непосредственно образовательная деятельность в индивидуальной и групповой формах, игры, беседы, упражнения, круглые столы, тренинги, родительские собрания, выставки, посиделки, конкурсы, праздники, прогулки.

***Реализация может предусматривать четыре направления:***

* Просветительское (повышение психолого-педагогической грамотности семьи);
* Социокультурное (включение родителей и детей в совместную социокультурную среду как средство повышения социокультурного потенциала семьи);
* Рекреационное (развитие у детей и родителей навыков саморегуляции, как основы профилактики психологической зависимости от телевизионной рекламы);
* Ценностно-ориентационное (формирование семейных ценностных ориентаций).

На прогностическом этапе могут быть сделаны прогнозы, согласно которым дети могут выработать критическое отношение к рекламе, овладеть навыками саморегуляции, создать систему семейных ценностей, сформировать готовность быть участником социокультурных событий, наладить внутрисемейные отношения, стать более самостоятельными.

Родители воспитанников смогут повысить педагогическую и психологическую грамотность, культурно-образовательный уровень, наладить внутрисемейные отношения, овладеть техниками саморегуляции, участвовать в совместной с детьми социокультурной деятельности.

Специалистам ДОУ это позволит расширить знания в области использования социокультурного потенциала семьи как фактора профилактики психологической зависимости детей от телевизионной рекламы, наладить взаимодействие в системе «ребёнок – родитель – воспитатель», профессионально самореализоваться.

Таким образом, формирование ценностных ориентаций родителей и детей, повышение общей культуры семьи и включение родителей и дошкольников в совместную деятельность будут способствовать раскрытию социокультурного потенциала семьи и профилактике психологической зависимости детей от телевизионной рекламы.

На проектно-плановом этапе содержание деятельности специалистов ДОУ и родителей может быть представлено в системе педагогического пространства социокультурного развития дошкольников в профилактике зависимого поведения от телевизионной рекламы. Данная система предусматривает взаимодействие зон развития субъективных качеств ребёнка, обеспечивающих удовлетворение материальных, социальных и духовных потребностей дошкольника, и накопление им индивидуального социокультурного опыта.

Наряду с этим на данном этапе были определены уровни социокультурного потенциала семьи, имеющего большое значение для профилактики зависимого поведения детей от телевизионной рекламы.

Так, высокий уровень характеризуется высоким уровнем семейной культуры и демократическим стилем воспитания, высокой педагогической и психологической грамотностью родителей, обладающих навыками саморегуляции, их заинтересованностью и умением проведения совместной досуговой деятельности с ребёнком, который также обладает навыками саморегуляции и развивающейся системой семейных и общечеловеческих ценностей.

Средний уровень характеризуется средним уровнем семейной культуры и демократическим стилем воспитания, наличием у родителей основных знаний в области воспитания и развития детей, их заинтересованностью в совместной досуговой деятельности с ребёнком, но неумением её организовать.

Низкий уровень характеризуется общей педагогической и психологической неграмотностью родителей, отсутствием системы семейных ценностей и нежеланием проводить совместный досуг, неправильным стилем воспитания (авторитарный, попустительский) и отсутствием навыков саморегуляции как у детей, так и родителей.

Главным результатом развития социокультурного потенциала семьи с целью профилактики психологической зависимости дошкольника от телевизионной рекламы является высокий уровень педагогической грамотности родителей, их способность и готовность участвовать с ребёнком в совместной деятельности, сформированная система ценностных ориентаций и высокая семейная культура, взаимоуважение и поддержка друг друга, диалогическое и субъект-субъектное общение, ответственность за развитие ребёнка, критическое отношение к рекламе (в том числе и у детей), способность и готовность к выбору.

На этапе внедрения изучались научная и методическая литература по теме проекта и условия функционирования ДОУ, осуществлялся мониторинг целевой аудитории, проводилась диагностика по возрастным особенностям.

Эффективность внедрения данного проекта, как и любого другого, предусматривала ряд условий. В первую очередь это заинтересованность педагогов ДОУ и родителей в достижении целей и решении задач проекта. Также большое значение имеют высокая педагогическая и психологическая грамотность работников ДОУ, творческий подход к организации и проведению мероприятия.

В качестве критериев эффективности проекта были определены:

1. Наличие необходимой материально-технической базы, информационно-методического и кадрового обеспечения;
2. Составление плана мероприятий проекта с учётом индивидуальных возрастных и психологических особенностей участников;
3. Системность и логическая последовательность проводимых мероприятий по принципу от общего к частному;
4. Составление сценариев культурно-массовых мероприятий с соблюдением законов драматургии;
5. Системное информирование родителей, воспитателей и других участников проекта о времени, месте и цели проводимого мероприятия;
6. Задействованность всех каналов восприятия информации;
7. Выдержка во времени.

При этом одним из главных критериев эффективности проекта является повышение уровня саморегуляции дошкольников, формирование у них критического отношения к рекламе, налаживание отношений как в группе, так и в семье, эмоциональный комфорт и защищённость, радость от участия в совместной с родителями социокультурной деятельности.

Заключительным этапом проекта стал оценочный. Его результативность определялась в соответствии с диагностической программой, включающей количественный и качественный анализ (анкеты, опросники, тесты, рисуночные тесты).

Для изучения уровня развития социокультурного потенциала семьи в вопросе профилактики зависимого поведения от телевизионной рекламы использовались диагностические методики для детей и родителей.

Опытно-экспериментальное исследование проблемы социокультурного потенциала семьи как фактора профилактики психологической зависимости дошкольника от телевизионной рекламы позволило сделать ряд выводов.

Для решения данной проблемы необходимо выстроить систему педагогического взаимодействия воспитателей, родителей и дошкольников, направленную на социокультурное развитие всех его участников, включающую в себя нравственный, коммуникативный, психологический и педагогический аспекты. Повышение социокультурного потенциала семьи позволит усилить е воспитательное воздействие на ребёнка.

Реализованный проект использования социокультурного потенциала семьи для профилактики психологической зависимости дошкольников от телевизионной рекламы не только разнообразил воспитательный процесс ДОУ, но и способствовал улучшению взаимоотношений родителей и детей, формированию у них готовности к совместной досуговой деятельности, повышению педагогической и психологической грамотности родителей. Кроме того, был создан районный банк методик и технологий использования социокультурного потенциала семьи для профилактики психологической зависимости дошкольников от телевизионной рекламы.