

Ростислав РУДЕНСЬКИЙ

аспірант,

Тернопільський національний педагогічний університет

імені Володимира Гнатюка,

Тернопіль, Україна

rost.rudenskiy@tnpu.edu.ua

АКСІОЛОГІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ДИТЯЧИХ НАСТІЛЬНО-ДРУКОВАНИХ ІГОР ТА ІГРАШОК МІЛІТАРНОЇ ТЕМАТИКИ

Новонароджена дитина, від найдавніших часів і до сьогодні, приходить у цей світ без усвідомлення категорії цінності. З ростом та розвитком, її становленням як особистості, яка бажає увійти в життя дорослих через гру, вона засвоює цінності спільноти людей у найдоступніший її віковий спосіб. Так, батьки говорять, що можна робити, а чого не варто, пояснюють чому в сім'ї дотримуються певних правил, демонструють поведінку, яка вважається суспільством красивою, гідною. Себто, для дитини будь-яка цінність акумульована в правилах та нормах поведінки виступає для дитини кантіанським категоричним імперативом, апріорною структурою, яку дитина має прийняти в своє життя. Ми вважаємо, що у найзагальніший спосіб трансляцію цінностей дітям можна подати двома способами: безпосередньо та опосередковано.

Під *безпосереднім впливом* ми розуміємо взаємодію дорослих, насамперед батьків, з дитиною. Батьки зобов'язуються виховувати дітей відповідно до законів моралі, честі й гідності людського співжиття. Значний обов'язок покладає держава на батьків, стимулюючи останніх формувати в дітей етнічну, національну свідомість українців, цінувати культуру й надбання своєї держави. За безпосереднього впливу батьки розповідають дитині правила поведінки, демонструють особистим прикладом найпростіші базові ціннісні орієнтири: повага до людини – ровесника, старшого, незнайомого; особистий простору та часу, приватної власності тощо. Все це культивується через спілкування, співжиття з найріднішими авторитетними для дитини людьми.

Під *опосередкованим впливом* на дитину ми розуміємо предмети, речі, продукти людської діяльності з якими дитина взаємодіє сама, дорослий не вступає у розгортання передачі цінностей, або ж його роль є мінімізованою, прихованою для дитини. Наприклад, цінності можуть транслювати мультфільми, дитячі твори та література, ігри й іграшки, дитячі майданчики, події, які дошкільники можуть спостерігати в різних місцях тощо. Розглянемо такий вплив для формування ціннісний орієнтацій дітей на прикладі історії розвитку настільно-друкованих ігор.

Історично масова поява настільно-друкованих ігор сягає середини XVIII ст. Найпоширеніші ігри в карти, квартет, бридж, лото та ін. Здебільшого унікально розмальовані комплекти виготовлялися на замовлення багатой верстви населення. Згодом, із зародженням педологічної науки ситуація дещо змінюється, адже на дитину як важливого учасника суспільного життя звертають увагу не лише митці, а й педагоги, етнографи, фізіологи, філософи, психологи тощо. Виникають теорії походження дитячої гри (В. Вундт, Ф. Шиллер, Г. Спенсер та ін.), етнографи збирають зразки народних ігор, іграшки, забавки (М. Грушевський, П. Чубинський, Є. Покровський, В. Всеволодський-Гернгрот), педагоги розробляють методики навчання й виховання дітей, віддаючи належне місце грі для їх розвитку (Г. Песталоцці, Ф. Фребель, О. Декролі, С. Русова, Н. Лубенець, Т. Лубенець, М. Монтесорі тощо) [1]. Настільно-друковані ігри цього періоду мають здебільшого характер дозвілля, відпочинку та розваги. Змістом таких ігор виступали правила на формування відчуття спільної перемоги, підтримки духу гри, поваги до гравця-суперника та своєї команди. Ситуація змінюється вже з початком Першої світової війни.

Під час натурального аналізу комплектів та фотоматеріалів простежується проєвропейський вектор походження воєнних настільно-друкованих ігор, починаючи з середини 20-х років. За даними Національного архіву настільних ігор в Німеччині, одна з найбільших європейських фабрик Джейкоба Вольфа Спайєра почала виготовляти настільні комплекти ще задовго до політики аріїзації А. Гітлера [2]. Події Першої світової війни динамічно відображалися у поліграфічній мануфактурі. Дж. Спайєр, розуміючи силу актуальності війни, зробив маркетингову політику компанії у мілітарному руслі, чим і забезпечив успіх фабрики. З приходом А. Гітлера до влади власника змусили продати компанію, адже він був євреєм. Локалізації ігор Дж. Спайєра вже до 1933 року були на ринку усієї Європи, а згодом – СРСР.

Ретроспективний аналіз поліграфічних комплектів настільно-друкованих ігор для дітей дошкільного віку свідчить про значну ідеологізацію, штучне наповнення цією темою дитячих ігор. Така тенденція простежилася не лише в комплектах Радянського Союзу, а й в іграх Німеччини, США та ін. Наприклад, «Зустрічний бій» (1986) для дітей 7-9 років, «Танки йдуть», «Повітряний бій», «Тактика», «Стратего», «Морські маневри» (1977), «Морська гра» (1981), «Хімічна війна», «Червоні проти білих», «Зелені й сині», «Революція», «Вторгнення», «Шлях до перемоги: військова гра», «Артілла», «Воєнна гра Вікторія» та

ін. Ідея мілітаризації дозвілля проникала не лише в ігри дітей дошкільного віку, й для середнього і старшого шкільного віку. Основними механіками було захоплення територій та нарощування військової потужності: живої та технічної. Культивується розуміння того, що «перемога будь-яким чином» є важливішою за моральні норми, етос гри тощо.

У країні Рад мілітарною тематикою поліграфічних ігор зазвичай займалися два великих видавництва «Малюк» (Мальш) та Ленінградське промислове об'єднання. Для українських видавництв ігри цієї тематики не є властивими. Київська, Львівська, Харківська, Одеська фабрики випускали настільно-друковані ігри на теми казок, мультфільмів, природи, спорту тощо.

Педагогічний аспект відображення ідеологічної мілітаризації ігор стосується й іншого вектора – образної іграшкової збройної техніки. Ставлення педагогів до неї є дещо неоднозначним.

Розглядаючи військову іграшку, сформувалася думка в педагогів, що тема війни є неприпустимою в іграх дітей, її всіляко треба уникати, адже ігри на таку тематику сприяють вихованню жорстокості, культу сили, зміщення вектора з цінності збереження людського життя у пріоритет перемоги, оборони та сили. Цим же поглядом педагогів відкидається позитивна педагогічна й виховна цінність технічної військової іграшки. Дослідження Л. Герус демонструють, що для українських майстрів взагалі не властиво виготовлення іграшок-зброї, військової техніки [3]. У період Радянського Союзу ці іграшки ввозилися у крамниці України. Вітчизняні фабрики виготовляли ляльки, тварин, героїв мультфільмів, дерев'яні та поліграфічні кубики, швейні машинки, іграшкові меблі, посуд, окремі види транспорту (легкові автомобілі, вантажівки, літаки). До утворення СРСР українські майстри самостійно (згодом і в артілях) виготовляли іграшкові меблі, посуд, коників, птахів, вершників на конях, музичні інструменти. Тема війни не була в пріоритеті і прийшла із промисловим переворотом із Західної Європи наприкінці XIX – початку XX століть.

Таким чином, простежуємо особливість дитячих ігор на тему війни: настільно-друковані ігри є предметом ідеологічного відображення та впливу різних історичних епох з механіками захоплення територій держав та гонки озброєнь; відбувається девальвація загальнолюдських та загальнонаціональних цінностей; культивується розуміння того, що «перемога за будь-яку ціну» є важливішою за процес гри, повагу до гравця-суперника; закріплюється психологічна установка, що в іграх мілітарної тематики моральні норми не є чинними.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Улюкаєва І. Г. Історія дошкільної педагогіки: підручник / І. Г. Улюкаєва. К.: Видавничий Дім «Слово», 2016. 424.
2. German Games Archive, Nuremberg Municipal Museums. Spear's Game. A family history of games. Virtual exhibition. URL: <https://museums.nuernberg.de/visitor-services/virtual-exhibitions>.
3. Герус Л. Українська народна іграшка / Людмила Герус. Львів: Інститут народознавства НАН України, 2004. 266 с.

Василь КОГУТ

*магістрант,
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка,
Тернопіль, Україна
vp227473@gmail.com*

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПІД ЧАС ФОРМУВАННЯ ГЕОГРАФІЧНИХ ПОНЯТЬ

Реформа Нової української школи передбачає модернізацію освітнього процесу з метою формування ключових та предметних компетентностей. Відповідно актуальним є перехід до нових освітніх трендів, використання інноваційних технологій під час формування географічних понять.

До питань впровадження інноваційних технологій в освітній процес долучилося багато вчених та педагогів-методистів, зокрема: О. Варакута, Г.Довгань, С. Кобернік, Т. Назаренко, О. Супричов, А. Яськова, В.Самойленко, В. Корнеєв та ін.

«Інноваційні технології - це цілеспрямований системний набір прийомів, засобів організації навчальної діяльності, що охоплює весь процес навчання від визначення мети до одержання результатів» [2]. Основними формами інноваційних технологій у навчанні географії є інтегроване навчання, групова навчальна діяльність, інформаційні та інтерактивні технології, а також проектні технології й нестандартні форми уроків. . [5, с. 12]

Інноваційні технології покликані розв'язувати традиційні завдання, потавлені на уроці у новий спосіб, що має новаторське підґрунтя. Тому, як визначає О. Сиротенко «інноваційний процес являє собою вмотивований та цілеспрямований свідомий процес створення, освоєння, використання та поширення сучасних ідей, зокрема інноваційних технологій та методик, які доцільно застосовувати при формуванні знань. Інновації – це нововведення у змісті, методах, прийомах і формах навчання. Виділяють такі основні інноваційні методи навчання: інтерактивне навчання, інформаційно-