**Проблема музыкальных ассоциаций**

**и первого музыкального восприятия.**

Мы живем во время, когда дети имеют мало возможности воспринимать классическую музыку. А когда воспринимают ее с экранов телевизоров, то воспринимают её не в *«чистом»*, а в искаженном варианте: музыка широко используется в кино, мультфильмах и, что самое ужасное, рекламе. Таким образом, музыка великих классиков: Э. Грига, П. И. Чайковского, С. Рахманинова, С. Прокофьева и проч., прочно связывается в головах детей уже не с широко известными произведениями, операми и балетами, а с рекламируемыми товарами: шоколадками, чаями, жевательными резинками и т.д. Как известно из психологии, первое восприятие – самое важное и прочное, именно оно закладывает *«фундамент»* мировосприятия человека, а при многократном повторении *(например, многократном просматривании рекламы)* – оно становится нерушимым. И какой же фундамент закладываем мы, давая детям слушать классическую музыку, подкрепляя ее видеорядом всевозможных товаров? При этом многие дети не знают истинного названия музыкальных произведений. Становится сложнее знакомить детей с классической музыкой на музыкальном занятии, если дети уже слышали ее по телевизору и имеют свои сформировавшиеся ассоциации. Музыкальный руководитель, рассказывая об истинном содержании и предназначении, казалось бы, знакомой детям музыки, открывает перед детьми большую тайну, которую скрыли от них СМИ.

Что же происходит в головах детей, когда на музыкальных занятиях они слушают музыку и определяют, что это музыка из мультфильма *«Маша и медведь»*? Как объяснять музыкальному руководителю в детском саду, что музыка не про чай, масло и шоколадки? Порой приходится оправдывать авторов мультфильмов и рекламных роликов, по какой именно причине они выбрали именно эту музыку для иллюстрирования своего товара или мультипликационного образа.

Я призываю всех к более бережному обращению с классической музыкой, дабы не создавать новое поколение детей с искаженными музыкальными ассоциациями. Выключайте звук в телевизоре, если идет реклама с использованием классической музыки, или переключайте на время рекламы на другой канал. А еще лучше слушайте больше классическую музыку дома с детьми, без видеорядов. Пусть работает детское воображение!