

**ВПЛИВ МУЛЬТИПЛІКАЦІЙНИХ ФІЛЬМІВ
НА ПСИХІЧНИЙ РОЗВИТОК ДИТИНИ**

Значний вплив на дитину мають мультиплікаційні фільми, з якими її познайомили батьки ще в перші роки життя. На даний час кількість мультфільмів кожного року збільшується, проте це не означає, що вони є якісним продуктом, придатним для випуску на екрани телевізорів. Основною метою кінокомпаній, які займаються виготовленням анімацій, стало поповнення свого бюджету за рахунок продажу прав на трансляцію результатів їх роботи, а не психічний розвиток дошкільнят. Переглядаючи мультфільми, дитина повинна усвідомити, як можна вчиняти, а що є поганим прикладом для наслідування. Натомість вона закарбовує в своїй пам'яті здебільшого негативні моменти, які потім відображає в реальному житті. Цю проблему описували у своїх працях І. Я. Медведєва та Т. Л. Шишова.

Яскравим прикладом впливу на розвиток психіки дитини є сучасний мультсеріал «Маша та ведмідь». Спостерігаючи за поведінкою головної героїні – Маші, діти стають більш тривожними, неврівноваженими, егоїстичними, нестримними, так як їх «кумир» доволі часто проявляє ці риси в окремих ситуаціях по відношенню до інших персонажів. Дівчинка впадає в істеріку, коли хоче досягти свого або ж в неї виникає істеричний сміх, що супроводжується падінням на підлогу і стукотінням по ній кулаками. Вона ніколи не слухає дорослих, не думає про наслідки своїх дій, а, тим паче, не збирається нести за щось відповідальність. Діти копіюють поведінку Маші та починають маніпулювати так оточенням, головним чином, батьками. Вони приміряють образ героїні на себе та стають залежними від неї.

На протигагу цьому мультфільмові можна протиставити його тезку «Маша і ведмідь», який був випущений набагато раніше кіностудією «Союзмультфільм». Прихильники цієї версії будуть вести себе значно краще, адже в ній не простежується така кількість негативних рис та вчинків або ж вони являють собою смішний, але зрозумілий зміст. Після перегляду дитина стає більш комунікабельною, відкритою до зовнішнього світу. В героїв можна навчитися витримці, співчуттю, вмінню знаходити вихід із скрутних ситуацій та не падати духом, поважати старших і не ображати менших. Також ще одним новим надбанням може стати хитрість, яка, в залежності від обставин, в майбутньому буде як позитивною, так і негативною рисою характеру.

Отже, порівнюючи два мультиплікаційні фільми, стає очевидним, що їх вплив на розвиток психіки дитини доволі значний. Така вікова група глядачів дуже швидко починає переймати звички та манери улюблених

героїв й відтворювати їх в повсякденному житті. Діти не розуміють добре чи погано вчиняють персонажі, вони вважають, що така поведінка є нормальною, тому що їм дозволили дивитись ці мультфільми батьки, які являються для них авторитетом.

Який вплив, негативний чи позитивний, справить на дітей перегляд анімаційних фільмів, часто залежить від якості продукту кіностудій, а також кількості годин, проведених перед екраном телевізора.

Список літератури

1. Медведева І. Я., Шишова Т. Л. Дети нашего времени. – М.: Изд-во храма Трех Святителей на Кулишках. – 2003. – С. 100 – 103.
2. Северенчук Н. Вплив анімаційних фільмів на розвиток психічних процесів дитини / Н. Северенчук // Психолог. – 2007 – № 4. – С. 17 – 21.

*Науковий керівник: Хоменко-Семенова Л.О.,
канд. пед. наук*

УДК 159.922 (043.2)

Геворгян К.А.

Національний авіаційний університет, Київ

ПСИХОЛОГІЧНЕ ДОЗРІВАННЯ ЛЮДИНИ В СУСПІЛЬСТВІ СПОЖИВАННЯ

Зріла особистість – це втілення цілей і бажань в одній людині [1]. Це поняття у науковій літературі тісно пов'язане з поняттям психічного здоров'я (Е. Берн, А. Лоуен, Г. Олпорт, К. Роджерс). Зростання чи психологічне дозрівання людини – це шлях творення своєї особистості, це процес, у якому постійним є рух до щастя, задоволення, досконалості, що викликає певну напругу. За К.Роджерсом, для цього необхідні гарні життєві умови [2].

На думку Е. Фромма, сучасні люди втягуються в постійний ланцюг споживання і заробітку на це споживання, залишаючи нерозвиненою свою духовну сферу [3]. Основні принципи сучасного суспільства – Суспільства Масового Споживання, як іронічно формулюють у соціальних мережах, такі: «О, Може, Перекусимо?». За визначенням маркетологів, це таке суспільство, в якому зовнішнє стимулювання споживання товарів стає головною умовою зростання економіки (С. Мочерний). Проблема психологічного дозрівання окремої людини стає проблемою суспільства: «В суспільстві споживання відбувається підміна цінностей, критеріїв дійсно людського в людині, на штучне. Людина в суспільстві споживання відчуває себе цінною, самодостатньою, гідною самоповаги, якщо вона має цілком