О влиянии кино, мультфильмов и рекламы на формирование личности

Начнем с того, что сравним два известных мультфильма: «Ну, погоди!» и «Том и Джерри». Разница между ними в том, что сюжет советского сериала соответствует тому, что происходит в природе: волк догоняет зайца, при этом сам попадает в смешные ситуации. Такое зрелище веселит зрителей и несет добро.

В американском фильме – все наоборот: мышь гоняется за котом, чтобы убить! Именно такое зрелище вызывает в детях и подростках подсознательную агрессию, а это не безопасно для подрастающего поколения. Такое же воздействие оказывает к/ф «Один дома», где ребенок, защищая дом от грабителей, пытается всевозможными способами убить взрослых людей. Это тоже идет против природы: дети не должны поднимать руку на взрослых. Стоит ли удивляться, что подобные зрелища вызывают негативные чувства?

Российские ученые создали приборы, определяющие уровень подсознательной агрессии, которые несут некоторые мультфильмы и кинофильмы. В Японии был зафиксирован случай массового психоза среди детей, которые посмотрели один казалось бы безобидный мультфильм… Нам нужно знать об этом!

Реклама, как известно – двигатель торговли. Нам – потребителям рекламных роликов предлагают образ жизни, а не преимущества одного товара перед другим. Результаты могут быть плачевными, например, пивной алкоголизм!..

Советские мультфильмы несли добрые чувства, воспитывали лучшие качества, а в современных - действуют герои, лишенные эмоций, не похожие на наших детей. А что будет с нашими детьми, когда они вырастут, как они будут поступать? Останутся ли в них добрые чувства и эмоции?

Нам взрослым пора задуматься над этим.

Герасимова Т.М.