**Роль индустрии развлечений в формировании инфантильности личности**

**Оглавление**

[Введение 3](#_Toc185265250)

[Глава 1. Индустрия развлечений и дофаминовая культура 5](#_Toc185265251)

[1.1. Изменение индустрии развлечений и постразвлекательная культура 5](#_Toc185265252)

[1.2. Дешёвый дофамин и дофаминовая петля: как развлечения создают зависимость 7](#_Toc185265253)

[1.3. Психологические последствия потребления развлекательного контента 9](#_Toc185265254)

[Вывод по первой главе 11](#_Toc185265255)

[Глава 2. Теоретические аспекты инфантильности личности 12](#_Toc185265256)

[2.1. Понятие инфантильности: определение и основные характеристики 12](#_Toc185265257)

[2.2. Психологические и социальные причины инфантильности 14](#_Toc185265258)

[2.3. Влияние дофаминовой культуры на формирование инфантильности 16](#_Toc185265259)

[Вывод по второй главе 18](#_Toc185265260)

[Глава 3. Рекомендации по минимизации развлекательного контента в целях профилактики развития инфантильности личности 19](#_Toc185265261)

[3.1. Создание здоровой среды потребления контента 19](#_Toc185265262)

[3.2. Примеры успешных медиапроектов, ориентированных на формирование ответственности и социальной активности личности 21](#_Toc185265263)

[Вывод по третей главы 23](#_Toc185265264)

[Заключение 25](#_Toc185265265)

[Список использованных источников 27](#_Toc185265266)

# **Введение**

Современная индустрия развлечений оказывает значительное влияние на образ жизни людей, формируя новые формы досуга и взаимодействия. Развлекательный контент становится доступным в любое время благодаря цифровым технологиям, что способствует изменению поведения, мотивации и личностных качеств. Однако такой доступный и часто интенсивный формат потребления создает определённые риски для личностного развития. Одной из значимых проблем в этом контексте является усиление инфантильности, которая выражается в стремлении к лёгким удовольствиям, избегании ответственности и неспособности принимать важные решения. Данная проблема становится особенно актуальной в условиях распространения так называемой "дофаминовой культуры", нацеленной на мгновенное удовлетворение запросов. Исследование этих явлений позволит понять, как современный человек адаптируется к условиям развлекательной среды и что необходимо для предотвращения негативных последствий.

Инфантильность как личностный феномен активно изучалась на протяжении многих лет. Вклад в её понимание внесли такие учёные, как Л.С. Выготский и Э. Эриксон, которые рассматривали этот аспект в контексте кризисов развития личности. Индустрия развлечений и её влияние на психику исследуются в трудах современных специалистов, однако взаимосвязь между культурой развлечений и инфантильностью остаётся недостаточно изученной. В частности, недостаточно внимания уделяется нейропсихологическим аспектам воздействия развлекательного контента и его связи с формированием привычек. Кроме того, публикации в интернете и научной периодике, посвящённые данной теме, дают разрозненные данные, что затрудняет систематизацию знаний.

**Объектом исследования** являются индустрия развлечений и инфантильность личности.

**Предметом выступают** особенности влияния развлекательной культуры на формирование инфантильности.

**Целью данной работы** является выявление особенностей влияния индустрии развлечений на формирование инфантильности личности и разработка рекомендаций по минимизации данного эффекта.

Задачи исследования

1. Провести анализ трансформации индустрии развлечений и её влияния на поведение людей.
2. Определить ключевые характеристики инфантильности и её основные причины.
3. Изучить взаимосвязь между «дофаминовой культурой» и личностным развитием.
4. Разработать предложения для формирования здоровых паттернов потребления развлекательного контента.

Для достижения поставленных целей были использованы методы анализа научной литературы, обработка статистических данных, изучение тематических публикаций в интернет-ресурсах, а также контент-анализ современных медиа-платформ.

Выводы и рекомендации, сформулированные в данной работе, могут быть использованы в образовательной и воспитательной практике, при разработке социальных и культурных проектов, а также для повышения осведомлённости широкой аудитории о рисках избыточного потребления развлекательного контента.

Курсовая работа состоит из введения, трёх глав, заключения и списка использованных источников. В первой главе рассматриваются ключевые аспекты индустрии развлечений, включая её влияние на формирование зависимостей. Вторая глава посвящена теоретическому осмыслению феномена инфантильности, её причин и характеристик. В третьей главе представлены практические рекомендации, направленные на минимизацию инфантильности и создание среды, способствующей личностному росту.

# **Глава 1. Индустрия развлечений и дофаминовая культура**

## **1.1. Изменение индустрии развлечений и постразвлекательная культура**

Индустрия развлечений переживает кардинальные изменения, что, в свою очередь, оказывает влияние на поведение и восприятие современного человека. Если ещё несколько десятилетий назад досуг был связан с посещением театров, кино или концертных залов, то в настоящее время развлечения стали гораздо более персонализированными и доступными в любое время и в любом месте. Стремительное развитие цифровых технологий, создание онлайн-платформ и стриминговых сервисов, таких как Netflix, YouTube, TikTok, привели к возникновению феномена, который можно охарактеризовать как постразвлекательную культуру. Эта культура отличается не столько созданием глубоких, многозначных переживаний, сколько стремлением к мгновенному удовлетворению потребностей. Развлечения стали способом «снятия стресса», «погружения в эмоции» без особого вовлечения в процесс. На платформах, таких как TikTok, контент представляется в виде коротких видео, которые можно просматривать бесконечно, переходя от одного ролика к другому. Всё это способствует тому, что человек перестаёт искать что-то более глубокое и значимое, вместо этого он находит удовлетворение в непрерывном потоке «лёгких» эмоций.

Современная индустрия развлечений сделала досуг доступным буквально на кончиках пальцев, и это изменило сам подход к восприятию информации. Теперь всё чаще происходит отказ от традиционных форм досуга, требующих концентрации внимания и времени. Например, многие предпочитают короткие видеоролики или сериалы с несколькими сериями, которые можно «проглотить» за один вечер. Ранее обычное посещение театра или просмотр полнометражного фильма отнимали значительное время и требовали от зрителя больше усилий для анализа и осмысления. Сегодня же индустрия развлечений диктует быстрые, непрерывные и зачастую поверхностные удовольствия.

Ранее различные формы досуга — будь то кино, театр или чтение — были каналами для самовыражения, стимулировали умственные процессы и побуждали к рефлексии. Современные же развлечения ориентированы на «быстрое» удовлетворение: просмотр трёхминутного видео на YouTube или бесконечное пролистывание ленты Instagram может подарить мгновенные эмоции, но без создания долгосрочного воздействия. Это приводит к тому, что человек всё реже обращается к глубоким и значимым формам искусства, предпочитая поверхностное потребление. Примером такого изменения является даже популярность так называемых «влогов» или «лайфхаков» в Интернете, где контент создаётся для того, чтобы максимально быстро донести информацию, часто без углубления в детали или смыслы. Контент становится не только доступным, но и максимально адаптированным под скорость жизни современного человека. Ожидание получения мгновенных удовольствий постепенно формирует привычку к отказу от сложных и продолжительных активностей. Ситуация усугубляется тем, что такие развлечения как правило не требуют активного участия человека, что лишь усиливает склонность к инфантильности. Человек привыкает к тому, что ему подают информацию в наиболее удобной, не требующей усилий, форме. Это приводит к снижению уровня концентрации и способности к глубокому осмыслению.

Современная постразвлекательная культура — это не только изменения в сфере досуга, но и трансформация социальных отношений, ценностей и восприятия мира. К примеру, успех в социальных сетях или на платформе YouTube теперь измеряется количеством подписчиков, лайков и просмотров, что ставит акцент на внешнюю аттестацию, а не на внутренние переживания или достижения. Таким образом, с развитием индустрии развлечений происходит смещение фокуса с формирования зрелой личности на внешние показатели и быстрые удовольствия. В этой связи важно понимать, что индустрия развлечений не просто создаёт новый контент, но и определяет новые нормы и ценности, ориентированные на сиюминутное наслаждение, что в свою очередь оказывает влияние на личностное развитие, формируя склонность к инфантильности.

## **1.2. Дешёвый дофамин и дофаминовая петля: как развлечения создают зависимость**

В последние десятилетия индустрия развлечений, стремясь максимизировать внимание аудитории, активно использует принципы, которые формируют так называемую «дофаминовую петлю». Этот процесс напрямую связан с нейробиологическими механизмами мозга, где дофамин, нейромедиатор удовольствия и мотивации, играет ключевую роль. Простой способ формирования зависимостей от контента заключается в манипулировании этими химическими процессами, что приводит к тому, что человек начинает искать постоянное подтверждение своей ценности и удовольствия, часто через лёгкие и быстрые источники.

Дофамин — это химическое вещество, которое выделяется в мозге, когда человек испытывает удовольствие или удовлетворение. Эмоциональные реакции на такие явления, как еда, секс, успех, а также те, что связаны с развлечениями (например, просмотр нового видео или лайки на социальной сети), связаны с выбросом дофамина. Однако, как и в случае с наркотическими веществами, удовольствие от дофамина является кратковременным, и для того, чтобы его повторно испытать, человеку приходится искать новые стимулы.

Когда мы сталкиваемся с контентом, который привлекает наше внимание (например, мемы, вирусные видео, фотографии, игры), мозг начинает выделять дофамин, и человек испытывает чувство удовлетворения. Однако из-за быстрого обновления контента, которое характерно для современных платформ, таких как Instagram, TikTok или YouTube, дофаминовая «петля» быстро активируется. Всё больше новых видеороликов, мемов или сообщений приводят к новым выбросам дофамина, что укрепляет желание продолжать просмотр. В результате человек оказывается в бесконечном цикле, где поиск нового контента становится целью сам по себе.

Этот процесс формирования зависимости от контента, который не требует значительных усилий и времени для получения удовольствия, можно охарактеризовать как "дешёвый дофамин". Подобно тому как игромания развивается за счёт чрезмерных стимулаций мозга с использованием простых и быстрых удовольствий, развлечения, доступные через смартфоны и другие устройства, формируют привычку к краткосрочным, сиюминутным радостям.

Особенность современного контента заключается в том, что он предназначен для того, чтобы создать как можно больше таких импульсов дофамина. Алгоритмы социальных сетей и стриминговых платформ подстраиваются под предпочтения пользователей, предлагая контент, который вызывает наибольший отклик, основанный на алгоритмических принципах. Пользователь постоянно находится в состоянии ожидания чего-то нового, что даст ему очередную дозу удовольствия. Это создаёт своего рода «петлю», где каждая новая информация или эмоция подкрепляется повторяющимся выбросом дофамина, тем самым поддерживая зависимость от развлечений.

Как это работает на практике? Когда человек просматривает видеоролик или получает сообщение, выброс дофамина возникает как награда за совершённое действие. Однако, поскольку выброс дофамина в таком контексте является кратковременным, для его повторного получения человеку необходимо вернуться к тому же контенту или найти что-то новое. Это приводит к постоянному поиску новых источников удовольствия, что становится цикличным процессом.

Зависимость от «дешёвого дофамина» часто приводит к снижению способности к концентрации и глубокой переработке информации. Невозможность удержать внимание на одном деле и постоянное переключение между задачами, присущее современным пользователям социальных сетей, становятся следствием именно этой зависимости. Люди становятся всё менее способны сосредотачиваться на долгосрочных целях или развивать навыки, требующие усилий и времени. Современный человек, привыкший к быстрому получению удовольствия, вряд ли захочет тратить часы на изучение сложной темы или работу над долгосрочным проектом.

**1.3. Психологические последствия потребления развлекательного контента**

Скоростной рост цифровых платформ и доступность развлечений через мобильные устройства неизбежно ведут к изменениям в психическом состоянии пользователей. Постоянное потребление развлекательного контента оказывает влияние на психологическое здоровье, ментальные процессы и личностное развитие. Психологические последствия, связанные с этим явлением, варьируются от временного снижения уровня стресса до долгосрочных изменений в восприятии реальности и социальных отношений. Развлекательный контент, особенно в виде коротких видео или «пассивных» развлечений, таких как социальные сети, влияет на несколько важных аспектов психики человека, включая внимание, эмоции и даже личностные особенности.

Одним из первых и наиболее очевидных последствий является снижение способности к концентрации и глубокой переработке информации. Постоянное переключение между короткими видеороликами, мемами или лентами в социальных сетях снижает способность концентрироваться на одном объекте или задаче. Это явление часто называют «рассеянным вниманием» или «клиповым сознанием». В условиях, когда нужно «перевести» внимание с одной задачи на другую за считанные секунды, у человека снижается способность работать с большими объемами информации и принимать осознанные, долгосрочные решения. Всё больше людей сталкиваются с трудностями в выполнении задач, требующих высокой концентрации и продолжительного времени на выполнение.

Кроме того, постоянное потребление развлекательного контента приводит к эмоциональной насыщенности, но кратковременной по своей природе. Эмоциональный отклик на контент в социальных сетях или на платформах, таких как TikTok или Instagram, часто сводится к кратковременным переживаниям — смеху, удивлению или радости.

Такой режим потребления контента также оказывает серьёзное воздействие на чувство удовлетворенности и счастья. В условиях постоянного сравнения себя с другими пользователями социальных сетей человек склонен к «комплексу неполноценности». Зачастую люди начинают думать, что их жизнь не столь яркая или успешная, как у тех, кого они видят в лентах новостей. Это приводит к ухудшению самооценки и депрессивным состояниям. Алгоритмы социальных платформ специально нацелены на создание у пользователя чувства недостаточности, подталкивая его к постоянному поиску признания и признания внешней среды (лайки, подписчики, комментарии). Такие усилия создают иллюзию, что ценность человека определяется количеством этих внешних показателей.

Особое внимание стоит уделить эффекту социальной изоляции, который часто сопровождает потребление развлекательного контента. Постоянный доступ к цифровым развлечениям создает ложное чувство «социального присутствия», когда человек ощущает себя частью большого виртуального мира, но в то же время теряет реальное взаимодействие с людьми в своей жизни (Салихова, 2024). Со временем это может привести к отчуждению и депрессии, поскольку виртуальные отношения не могут заменить настоящие, живые контакты и поддержку. Люди, поглощённые миром цифровых развлечений, зачастую теряют способность строить полноценные отношения, что ведет к социальной изоляции и усилению чувства одиночества.

Таким образом, потребление развлекательного контента, особенно в избыточных количествах, ведет к многочисленным психологическим последствиям, включая снижение концентрации, эмоциональную зависимость, ухудшение самооценки, инфантильность и депрессию. Эти изменения затрудняют личностный рост и могут привести к снижению качества жизни, если не быть осведомлённым о таких рисках и не научиться управлять собственными привычками потребления медиа.

## **Вывод по первой главе**

Первая глава работы раскрывает важные изменения в индустрии развлечений и их влияние на психику и поведение человека. Основное внимание уделено постразвлекательной культуре, которая сформировалась благодаря цифровым технологиям и стриминговым платформам, таким как Netflix, YouTube и TikTok. В этой новой культуре развлечения ориентированы на мгновенное удовлетворение потребностей и кратковременные эмоции, что приводит к поверхностному восприятию контента. В отличие от традиционных форм досуга, требующих концентрации и глубокого осмысления, современные развлечения не способствуют развитию критического мышления и самовыражения.

Глава также подробно описывает явление «дешевого дофамина» и дофаминовую петлю, где человек, взаимодействуя с контентом, постоянно ищет новые источники удовольствия. Этот процесс становится зависимостью, что снижает способность к длительной концентрации и глубокому восприятию информации.

В психологическом контексте постоянное потребление развлекательного контента приводит к негативным последствиям, таким как снижение концентрации, ухудшение самооценки, эмоциональная зависимость и социальная изоляция. Люди, поглощенные цифровыми развлечениями, часто теряют способность строить реальные отношения, что может привести к депрессии и одиночествуТаким образом, индустрия развлечений и её развитие создают как новые формы досуга, так и важные вызовы для личностного роста и психического здоровья.

# **Глава 2. Теоретические аспекты инфантильности личности**

## **2.1. Понятие инфантильности: определение и основные характеристики**

Инфантильность личности – это многогранное и довольно сложное явление, которое затрагивает различные аспекты человеческого поведения, мышления и эмоционального развития. Этот термин обычно используют для описания тех особенностей и моделей поведения, которые характерны для детей или подростков, но сохраняются и у взрослых людей. Основная проблема инфантильности заключается в разрыве между психологическим возрастом человека и его биологическим возрастом.

Наиболее часто инфантильность определяется как форма психологической незрелости, которая проявляется через неспособность к самостоятельности, низкую адаптивность и сильную зависимость от внешней поддержки. В основе этого состояния часто лежит задержка развития таких ключевых психологических структур, как эмоциональная регуляция, ответственность и способность к саморефлексии.

Интерес к инфантильности как научному понятию особенно вырос в рамках психологии развития. Исследователи обратили внимание на то, что некоторые взрослые продолжают демонстрировать поведение, типичное для детей. В психоаналитической теории, например, Фрейд связывал инфантильность с незрелостью стадий эго и сверх-я, что препятствует формированию зрелой личности. В то же время когнитивная психология, представителем которой является Жан Пиаже, рассматривает этот феномен через незрелые когнитивные схемы, которые ограничивают способность адекватно оценивать реальность (**Челомбицкая, 2022)**.

#### Основные характеристики инфантильности:

**1. Эмоциональная незрелость.**

Люди с инфантильными чертами личности часто демонстрируют неспособность управлять своими эмоциями. Они могут бурно реагировать на критику, обижаться без видимых причин и проявлять капризы. Важную роль здесь играет ожидание эмоциональной поддержки со стороны окружающих, часто напоминающее поведение ребенка, полагающегося на родителей.

**2. Зависимость от внешней поддержки.**

Такие люди часто испытывают трудности в принятии самостоятельных решений. Они предпочитают, чтобы ответственность за их жизнь брали на себя другие – это могут быть близкие, коллеги или даже случайные знакомые. Эта зависимость ограничивает их способность эффективно решать жизненные задачи.

**3. Слабая устойчивость к трудностям.**

Инфантильные личности стремятся избегать сложностей, откладывать решение проблем или искать пути наименьшего сопротивления. Это затрудняет планирование и достижение долгосрочных целей.

**4. Стремление к мгновенному удовлетворению.**

Такие люди чаще ориентированы на то, чтобы получать удовольствие здесь и сейчас. Они редко задумываются о будущем или избегают брать на себя ответственность за последствия своих действий.

**5. Идеализация и склонность к конфликтам.**

Инфантильные личности склонны создавать идеализированные образы окружающих, ожидая от них повышенного внимания или поддержки. Однако реальность редко совпадает с этими ожиданиями, что приводит к разочарованию и конфликтным ситуациям.

Современная культура часто способствует поддержанию инфантильных черт. Реклама, социальные сети и медиа акцентируют внимание на быстром удовлетворении желаний и избегании трудностей. Это формирует у многих взрослых установки, характерные для подросткового возраста, такие как стремление к потреблению, эмоциональная импульсивность и нежелание брать на себя ответственность.

Изучение инфантильности важно не только для специалистов в области психологии, но и для общества в целом. Это явление напрямую влияет на качество межличностных отношений, карьерный рост и личностное развитие. В условиях современных вызовов, требующих гибкости, ответственности и умения справляться с трудностями, инфантильность становится препятствием к достижению успеха и гармонии. Понимание этого феномена помогает лучше разобраться в механизмах, которые удерживают взрослых в состоянии психологической незрелости, и разработать подходы для их преодоления.

## **2.2. Психологические и социальные причины инфантильности**

Инфантильность личности формируется под влиянием множества факторов, связанных как с особенностями внутреннего развития человека, так и с условиями окружающей среды. Это явление нельзя объяснить одной единственной причиной, поскольку оно является результатом сложного взаимодействия психологических и социальных условий, влияющих на личность на протяжении её жизни.

Психологические причины инфантильности часто коренятся в особенностях воспитания в детстве. Родительский стиль играет решающую роль в становлении самостоятельности и зрелости. Например, чрезмерная опека лишает ребёнка возможности принимать самостоятельные решения и развивать ответственность за свои поступки. Постоянный контроль и вмешательство родителей формируют у ребёнка привычку полагаться на других в решении любых вопросов. Напротив, недостаток внимания и эмоциональной поддержки также может стать причиной инфантильности, так как в условиях одиночества ребёнок часто сталкивается с повышенной тревожностью и страхом перед трудностями.

Не менее важным фактором является эмоциональная незрелость, которая проявляется в неспособности управлять своими чувствами, избегании сложностей и быстрой демотивации при столкновении с проблемами. Эмоциональная нестабильность может быть результатом как особенностей темперамента, так и последствий травматических событий в раннем возрасте. Такие дети нередко растут с низкой самооценкой, тревожностью или склонностью к избеганию любых ситуаций, требующих активных решений.

Социальные факторы инфантильности проявляются в первую очередь в влиянии современной культуры и общества. В популярной культуре активно пропагандируются идеи быстрого успеха, комфорта и мгновенного удовлетворения потребностей, что формирует у многих людей иллюзию лёгкости жизни. Социальные сети, реклама и медиа создают идеализированный образ жизни, в котором усилия и ответственность кажутся необязательными. Это особенно заметно в молодом возрасте, когда формируется восприятие того, как "должна" быть устроена жизнь.

Продление периода социализации в современном обществе также играет свою роль. Сегодня молодёжь чаще откладывает получение финансовой независимости, создание семьи и карьерный рост, что позволяет дольше оставаться в зависимом положении. Этот процесс усиливается социально-экономической нестабильностью, когда многие люди, сталкиваясь с неопределённостью и вызовами, предпочитают избегать ответственности, надеясь на помощь извне.

Дополнительным фактором является технологическая зависимость. Современные технологии значительно упростили многие аспекты жизни, снижая необходимость прикладывать значительные усилия или развивать навыки самостоятельного решения проблем. Например, возможность мгновенного удовлетворения потребностей через интернет-платформы или приложения делает менее значимым развитие долгосрочного планирования и ответственности.

Таким образом, инфантильность личности — это результат совокупного влияния ряда психологических и социальных факторов. Ошибки в воспитании, отсутствие навыков саморегуляции, зависимость от технологий и влияние медиа создают условия, при которых человек остаётся психологически незрелым, несмотря на биологическое взросление. Осознание этих причин важно для разработки методов профилактики инфантильности и формирования зрелых личностей, способных адаптироваться к сложным условиям современного мира.

## **2.3. Влияние дофаминовой культуры на формирование инфантильности**

Современное общество всё больше поглощает нас в культуру мгновенного удовлетворения, где важную роль играет дофамин — нейромедиатор, который регулирует чувства удовольствия и награды в мозге. С развитием технологий и массовой культуры внимание смещается на сиюминутные радости, что оказывает значительное влияние на психику и способствует формированию инфантильных черт личности. Важным аспектом является то, что культура, ориентированная на быстроту удовольствия, изменяет наши привычки, восприятие и отношение к ответственности.

Дофаминовая культура может быть охарактеризована как общее стремление общества к мгновенному удовлетворению потребностей, которое охватывает многие аспекты повседневной жизни. Это можно наблюдать в повсеместном распространении социальных сетей, видеоигр, фастфуда и других форм быстрого потребления. Человек привыкает к ситуации, когда для удовлетворения потребности достаточно нескольких кликов или нажатий. В условиях постоянной дофаминовой стимуляции человек теряет способность к долгосрочному планированию и развитию. В такой среде мозг не находит нужды в усилиях для достижения более значительных и отложенных целей, поскольку быстрые удовольствия становятся доступными на каждом шагу (**Михайлова, 2021)**.

Особенность дофамина как нейромедиатора заключается в том, что он не только активирует систему вознаграждения, но и укрепляет желание повторить определённое поведение. Это приводит к формированию зависимости, когда человек постоянно ищет новые источники мгновенного удовольствия. Множество современных технологий и платформ, от социальных сетей до видеоигр, проектируются с учётом этого механизма, что заставляет людей всё больше ориентироваться на краткосрочные цели и избегать тех усилий, которые требуют долгосрочных инвестиций в их успех. Роль социальных сетей и медиа в дофаминовой культуре трудно переоценить. Постоянное получение лайков, уведомлений и комментариев активирует дофаминовую систему, создавая психологический эффект, схожий с зависимостью. Личность начинает жить в постоянном ожидании нового вознаграждения, что снижает способность к самоконтролю и делает невозможным эффективное планирование. В ответ на это человек теряет связь с реальными целями и ценностями, что выражается в стремлении к поверхностному восприятию и избеганию серьезных вопросов. Снижение способности к саморегуляции и откладыванию удовлетворения приводит к тому, что человек становится неспособен справляться с трудностями и испытывает трудности в принятии сложных решений. Психологические исследования, такие как работы Стенли Милграма и Джордана Петерсона, подчёркивают, как важна способность выстраивать долгосрочные цели и сдерживать импульсивные желания (**Кобзева, 2020)**. В условиях дофаминовой культуры, напротив, эту способность подавляют в пользу немедленного удовлетворения.

Привычка к мгновенным удовольствиям также влияет на эмоциональное развитие личности. Важным моментом является то, что человек, постоянно получающий быстрое удовлетворение, не развивает умение справляться с временным дискомфортом, что является важной частью взрослой жизни. В результате такого подхода возникает зависимость от внешних стимулов: социальные сети, видеоигры, реклама, постоянно подталкивающие человека к поиску нового источника радости (**Кашина, 2017)**. С другой стороны, влияние дофаминовой культуры на личностное развитие можно рассматривать как следствие изменений в социальной среде, где внимание к статусу и быстрому успеху превалирует над уважением к трудовым усилиям и саморазвитию. Современная культура, ориентированная на быстроту и удобство, часто исключает необходимость в глубоких размышлениях, стратегическом планировании или эмоциональном самоконтроле.

Влияние дофаминовой культуры на личность формирует специфическую психологическую установку, при которой человек теряет способность к зрелым решениям, долгосрочным усилиям и устойчивости к трудностям. Постоянное стремление к немедленному удовлетворению ослабляет важнейшие качества взрослой личности — способность к ответственности, самоконтролю и планированию будущего. В условиях высокоскоростного информационного потока и культуры удовольствия важно осознавать эти изменения и стремиться к развитию более зрелых моделей поведения.

## **Вывод по второй главе**

Во второй главе разобрали что инфантильность личности является сложным и многогранным явлением, которое затрагивает различные аспекты психического и социального развития. Это состояние психологической незрелости, характеризующееся неспособностью к самостоятельности, низкой адаптивностью, эмоциональной незрелостью и зависимостью от внешней поддержки, а также стремлением к мгновенному удовлетворению.

Основные причины инфантильности включают как психологические, так и социальные факторы. Психологические причины часто связаны с особенностями воспитания в детстве, например, чрезмерной опекой или недостаточной эмоциональной поддержкой. Социальные факторы, такие как влияние современной культуры, массовые медиа и социальные сети, а также продолжение периода социализации, играют ключевую роль в поддержании инфантильных черт в зрелом возрасте.

Влияние дофаминовой культуры, основанной на быстром удовлетворении потребностей, усугубляет инфантильность. Постоянная стимуляция мозга дофамином через технологии и медиа приводит к зависимости от немедленного удовольствия и снижению способности к долгосрочному планированию, саморегуляции и решению сложных проблем. Таким образом, инфантильность является результатом взаимодействия психологических и социальных факторов, усиливающихся под воздействием современной культуры и технологий.

# **Глава 3. Рекомендации по минимизации развлекательного контента в целях профилактики развития инфантильности личности**

## **3.1. Создание здоровой среды потребления контента**

Современная индустрия развлечений оказывает значительное влияние на формирование личности, особенно на молодежь, что делает крайне важным создание среды, способствующей развитию зрелых и ответственных людей. Чтобы избежать негативных последствий, таких как инфантильность и эмоциональная незрелость, необходимо внедрять подходы, которые активно вовлекают как создателей контента, так и саму аудиторию. Вот несколько ключевых элементов для формирования такой среды (Друкер, 2024).

1. Ответственность создателей контента

Создатели медиаконтента — будь то кино, телевидение или видеоигры — несут большую ответственность за влияние своих работ на зрителей. Контент, ориентированный исключительно на развлечение, может отнять у людей способность к глубоким размышлениям и увековечивать негативные стереотипы. Важно помнить, что медиа не только развлекают, но и формируют мировоззрение зрителей, особенно у молодежной аудитории.

Создание материалов, которые затрагивают важные социальные, моральные и философские вопросы, может не только обогатить восприятие зрителей, но и побудить их к рефлексии о собственных ценностях и поступках. Например, фильмы и сериалы, которые обращаются к таким темам, как ответственность, взаимодействие с окружающим миром или влияние технологий на общество, могут стать мощным инструментом формирования зрелых и осознанных личностей. В идеале создатели контента должны стремиться к балансу между коммерческим успехом и социальной ответственностью, предлагая зрителям продукцию, способствующую их интеллектуальному и моральному росту.

#### 2. Роль образования и просвещения

#### Создание и продвижение образовательных программ является неотъемлемой частью формирования здоровой среды потребления контента. Современные медиаплатформы должны предоставлять зрителям возможность доступа к контенту, который не только информирует, но и развивает критическое мышление. Это может включать в себя документальные фильмы, образовательные программы, лекции, а также игры и сериалы, которые поднимают философские и этические вопросы.

Такие проекты, как TED Talks или научно-популярные передачи, становятся важными источниками знаний и стимулируют зрителей к размышлениям о важнейших проблемах нашего времени. Важно, чтобы такие программы не только доносили информацию, но и побуждали зрителей к анализу, поиску альтернативных точек зрения и формированию собственного мнения. Это поможет развить у зрителей навыки самостоятельного мышления и способности оценивать информацию с разных сторон.

#### 3. Современные технологии фильтрации контента

#### Одним из наиболее эффективных инструментов для минимизации инфантильности является грамотная фильтрация контента. Это необходимо не только для детей, но и для взрослых пользователей, чтобы избежать разрушительного воздействия примитивных, агрессивных или опасных материалов. Важно, чтобы пользователи, особенно молодежь, не были вынуждены сталкиваться с контентом, который может негативно повлиять на их развитие.

Современные технологии фильтрации, такие как системы родительского контроля, возрастные рейтинги и автоматические рекомендации, позволяют оградить зрителей от контента, который не соответствует их возрасту или интересам. Платформы могут внедрять эти инструменты для создания безопасного пространства, в котором зрители могут найти материалы, соответствующие их ценностям и мировоззрению, и избежать попадания в «петли» инфантильных развлечений.

#### 4. Создание инклюзивных платформ для осознанного выбора контента

#### Кроме того, важно создавать инклюзивные платформы, которые способствуют осознанному выбору контента. Такие платформы должны предоставлять зрителям широкий спектр материалов, учитывающих различные интересы, культурные особенности и возрастные предпочтения, одновременно помогая избежать влияния поверхностных и бессмысленных программ.

Это подразумевает создание интерфейсов, которые бы легко ориентировали зрителей и помогали им выбирать контент, соответствующий их интересам и ценностям. Инклюзивные платформы обеспечивают зрителям возможность выбора между развлекательным контентом и материалами, которые способствуют развитию, таким образом стимулируя их к более осознанному и ответственному потреблению медиа.

Создание здоровой среды потребления контента требует участия всех сторон: создателей, платформ и самих зрителей. Это возможно только через внедрение ответственного подхода со стороны медиа-продуцентов, использование образовательных инициатив, эффективных инструментов фильтрации и создание инклюзивных платформ для осознанного выбора (Кузьмина, 2020). При правильной организации этой среды медиа могут не только развлекать, но и способствовать интеллектуальному и эмоциональному развитию, помогая формировать зрелую, осознанную личность.

## **3.2. Примеры успешных медиапроектов, ориентированных на формирование ответственности и социальной активности личности**

В последние десятилетия было создано множество медиапроектов, которые активно способствуют развитию зрелости и самосознания у зрителей. Эти проекты не только развлекают, но и помогают людям развивать критическое мышление, эмоциональный интеллект и понимание окружающего мира. Рассмотрим несколько таких успешных примеров:

1. Телеканал National Geographic является ярким примером медиа-платформы, которая сочетает развлечение с образовательными ценностями. Программы этого канала способствуют глубокому пониманию природы, культуры и истории, а также помогают развивать критическое отношение к окружающему миру. Документальные фильмы, исследовательские проекты и познавательные программы позволяют зрителям осваивать более сложные темы экологии, социума и человеческой природы. Например, программы, посвященные изменению климата, правам животных или культурным различиям, стимулируют зрителей не только к обучению, но и к активному осмыслению своей роли в глобальных процессах.
2. TED Talks — это международная платформа для распространения идей, на которой выступают эксперты в самых различных областях, от науки до личной эффективности. Программы TED отличаются высоким уровнем вдохновения и образования, предоставляя зрителям ценные знания и возможности для самосовершенствования. Спикеры затрагивают актуальные темы, такие как инновации, психология, образование, философия и личная развитие. TED Talks не просто информируют, но и побуждают к размышлениям, расширяя горизонты и способствуя формированию более зрелой личности. Идеи, поднимаемые на этой платформе, стимулируют к саморефлексии и действиям, которые могут повлиять на развитие самого человека и общества в целом.
3. Фильмы студии Pixar, такие как «Головоломка» или «В поисках Немо», служат ярким примером того, как развлекательное искусство может быть одновременно умным, глубоким и развивающим. Эти мультфильмы затрагивают важные жизненные темы, такие как взросление, семейные отношения, утраты и преодоление страхов. Например, в «Головоломке» зрители сталкиваются с темой эмоциональной зрелости и процесса принятия решений, а «В поисках Немо» учит ценности семейных связей и преодоления трудностей. Эти фильмы показывают, как важно понимать свои чувства и эмоции, что способствует развитию эмоционального интеллекта и психологической зрелости.
4. Игры серии The Witcher известны своими сложными моральными выборами, которые оказывают влияние на развитие сюжета и на восприятие мира игроком. В этих играх пользователи сталкиваются с глубокими этическими дилеммами, которые требуют от них не только принятия решений, но и размышлений о последствиях своих поступков. Каждый выбор имеет далеко идущие последствия, что помогает игрокам развивать способность анализировать ситуацию, принимать решения в условиях неопределенности и понимать сложность моральных вопросов. Эти игры учат ответственности, самосознанию и важности правильного выбора, что способствует формированию зрелой личности.

Примеры успешных медиапроектов, таких как **National Geographic**, **TED**, **Pixar** и **The Witcher**, показывают, как медиа могут не только развлекать, но и развивать зрителей. Эти проекты затрагивают важные философские и моральные вопросы, способствуют эмоциональному и интеллектуальному развитию, а также помогают формировать зрелую личность (Автаева, 2024). В будущем медиапроекты должны продолжать раздвигать границы традиционного развлекательного контента, создавая пространство для глубоких размышлений и самосовершенствования.

## **Вывод по третей главы**

Глава 3 посвящена рекомендациям по минимизации развлекательного контента с целью профилактики инфантильности личности. Важным аспектом является создание здоровой среды потребления контента, которая включает несколько ключевых направлений.

Во-первых, создатели контента, включая кино, телевидение и видеоигры, должны осознавать свою ответственность за влияние на зрителей, особенно молодежь. Создание материалов, которые затрагивают социальные, моральные и философские вопросы, способствует развитию зрелых личностей, способных к рефлексии и анализу.

Во-вторых, важную роль играет образование и просвещение. Современные медиаплатформы должны предоставлять контент, развивающий критическое мышление, такие как документальные фильмы, образовательные программы и лекции. Это поможет зрителям анализировать важные вопросы и формировать собственное мнение.

Технологии фильтрации контента, такие как родительский контроль и возрастные рейтинги, являются эффективным инструментом для защиты зрителей от примитивных и агрессивных материалов. Это позволяет создать безопасное пространство для потребления контента, соответствующего возрастным и культурным предпочтениям. Кроме того, создание инклюзивных платформ, которые помогают зрителям осознанно выбирать контент, способствует более ответственному потреблению медиа. Платформы должны предлагать разнообразие материалов, стимулируя зрителей к интеллектуальному и эмоциональному развитию.

Примеры успешных медиапроектов, таких как National Geographic, TED Talks, фильмы Pixar и игры серии The Witcher, показывают, как медиа могут не только развлекать, но и развивать зрителей, затрагивая важные философские и моральные вопросы, способствуя эмоциональному и интеллектуальному росту.

Таким образом, создание здоровой среды потребления контента требует активного участия создателей, платформ и зрителей. Это поможет минимизировать инфантильность личности и способствовать формированию зрелой и осознанной личности.

# **Заключение**

Современная индустрия развлечений претерпела значительные изменения, что отразилось в переходе к постразвлекательной культуре. Вместо того чтобы искать глубокие смыслы и эмоции, зрители все чаще выбирают контент, который мгновенно удовлетворяет их потребности и привлекает внимание за счет ярких, но поверхностных элементов. Это явление связано с феноменом «дешевого дофамина», когда развлекательный контент создает краткосрочное удовольствие, но при этом затрудняет осознание долгосрочных последствий. Со временем это ведет к ослаблению способности к глубокому восприятию и осмыслению, что формирует инфантильные черты личности: эмоциональную незрелость, зависимость от внешних стимулов и неспособность к концентрации на важных жизненных задачах.

Слишком интенсивное потребление развлекательного контента имеет свои риски, особенно когда он заменяет реальные усилия на короткие порции удовольствий. Потребность в мгновенных эмоциях становится привычкой, а настоящие, трудные моменты начинают восприниматься как нечто ненужное. Эмоциональная и интеллектуальная зрелость человека постепенно утрачиваются, что влияет не только на личное восприятие, но и на способность принимать осознанные решения в жизни.

Для того чтобы минимизировать эти негативные последствия, необходимо создавать здоровую среду потребления контента. Мы, как зрители, должны научиться осознанно выбирать, что мы смотрим и как это влияет на наше восприятие. Ответственность за содержание контента ложится на его создателей, но и мы, как потребители, можем и должны делать выбор в пользу развивающих, а не только развлекательных программ. Важно, чтобы контент не только развлекал, но и побуждал к размышлениям и осознанным действиям.

Примеры успешных проектов, таких как National Geographic, TED, Pixar и игры вроде The Witcher, доказывают, что медиа могут не только развлекать, но и воспитывать, развивать критическое мышление и эмоциональную зрелость. Эти проекты помогают зрителям не только понимать мир, но и видеть себя в нем, формировать собственные ценности и взгляды.

Однако перед нами еще стоит задача — как дальше развивать индустрию развлечений, чтобы она не только приносила удовольствие, но и способствовала формированию зрелых, ответственных личностей? Нужно ли нам в будущем вообще говорить о том, что развлечение и образование могут сосуществовать? Это вопросы, которые требуют дальнейшего осмысления.

Дальнейшие исследования должны сосредоточиться на поиске эффективных способов фильтрации контента, особенно для молодых зрителей. Это поможет избежать вредного влияния пустого, поверхностного контента, который не способствует развитию. Также следует учитывать влияние контента на различные возрастные группы, ведь восприятие информации меняется с возрастом. Важно создать такие платформы, которые позволяли бы делать осознанный выбор — между развлечением и образованием.

Таким образом, для того чтобы индустрия развлечений сыграла свою роль в формировании зрелой личности, необходимо переходить от модели потребления, основанной на быстром удовольствии, к модели, которая учитывает эмоциональное и интеллектуальное развитие. Мы должны научиться ценить контент, который не только развлекает, но и обогащает, формируя зрелую, осознанную личность.

# **Список использованных источников**

1. Андросова М.И., Тимофеева Я.А. Инфантилизм как проблема развития личности // Проблемы современного педагогического образования. 2020. № 69-1. С. 33-36. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44626059> (дата обращения: 05.12.2024).
2. Ардельянова Я.А., Саидов Б.Ш. Факторы и условия инфантилизма современной молодежи // Теория и практика общественного развития. 2018. № 4 (122). С. 32-36. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32783084> (дата обращения: 05.12.2024).
3. Автаева Н. О. Роль социальных медиапроектов в популяризации ценностей традиционной семьи и родительства // CyberLeninka. – 2024. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-sotsialnyh-mediaproektov-v-populyarizatsii-tsennostey-traditsionnoy-semi-i-roditelstva> (дата обращения: 05.12.2024).
4. Басина Н.И., Куншенко И.А. Консьюмеристский дискурс детства как свидетельство институционального кризиса // В сборнике: Современные тенденции развития системы образования. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. 2019. С. 37-40. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37601902> (дата обращения: 05.12.2024).
5. Бернацкий В.О., Мосиенко Л.И. Концепт "инфантильная молодежь" в контексте диалога семьи и общества // Вестник Омского университета. 2019. Т. 24. № 1. С. 56-63. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37523039> (дата обращения: 05.12.2024).
6. Батуева А.Ц. Человек в мире гедонизма // В сборнике: Учиться быть человеком. По итогам XXIV Всемирного философского конгресса: материалы научно-философского семинара, посвященного Всемирному Дню Философии. 2018. С. 65-76. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37623500> (дата обращения: 05.12.2024).
7. Дофаминовая культура // Setters. – 2023. – URL: <https://www.setters.media/post/dopamine-culture> (дата обращения: 05.12.2024).
8. Дофаминовая петля // Eq-ap. – 2022. – URL: https://eq-ap.com/ru/2022/06/15/дофаминовая-петля (дата обращения: 05.12.2024).
9. Друкер М. М. Создание положительного контента социальных медиа как инструмент формирования ценностных ориентиров современных подростков // CyberLeninka. – 2024. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sozdanie-polozhitelnogo-kontenta-sotsialnyh-media-kak-instrument-formirovaniya-tsennostnyh-orientirov-sovremennyh-podrostkov> (дата обращения: 05.12.2024).
10. Инфантильность: что это такое и когда пора повзрослеть // Tinkoff Journal. – 2024. – URL: <https://journal.tinkoff.ru/guide/childish> (дата обращения: 05.12.2024).
11. Кашина О.П. Проблема инфантилизма людей зрелого возраста в современном обществе // В сборнике: Ключевые проблемы и передовые разработки в современной науке. Сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции. 2017. С. 100-102. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=30696216> (дата обращения: 05.12.2024).
12. Кобзева Д.А. Роль СМИ в формировании инфантильной направленности личности // В сборнике: Generation Ψ. материалы VI Всероссийского научно-практического студенческого фестиваля. 2020. С. 262-264. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44798986> (дата обращения: 05.12.2024).
13. Кострова Ю.Б. Особенности потребительского поведения молодежи // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. 2022. № 4. С. 122-127. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=53767737> (дата обращения: 05.12.2024).
14. Кузьмина М. В. Медиаобразование как ресурс профессиональной ориентации детей и молодежи: Методические рекомендации по реализации медиаобразования в образовательных организациях региона // ИРО Кировской области. – Киров, 2020. – 55 с. – URL: <https://kirovipk.ru/wp-content/uploads/2020/07/mediaobrazovanie-kak-resurs-professionalnoj-orientaczii-detej-i-molodezhi.pdf> (дата обращения: 05.12.2024).
15. Микляева А.В. Зрелость и инфантилизм личности в социальных представлениях различных поколений // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2016. Т. 5. № 4 (17). С. 473-476. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=28139635> (дата обращения: 05.12.2024).
16. Михайлова О.Б. Инфантилизм молодежи как проблема современного общества // В сборнике: Профилактика девиантного поведения детей и молодёжи: региональные модели и технологии. Симферополь, 2021. С. 195-199. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47450542> (дата обращения: 05.12.2024).
17. Михайлова О.Б., Гутвайн Н. Growing infantilism in modern adolescents and young people: Symptoms and causes // RUDN Journal of Psychology and Pedagogics. 2022. Т. 19. № 1. С. 39-53. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48281832> (дата обращения: 05.12.2024).
18. Степанищенко О.В. Политический инфантилизм современной молодежи как фактор искажения системы ценностных ориентаций // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2015. № 110. С. 168-176. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=24114648> (дата обращения: 05.12.2024).
19. Челомбицкая М.П. Эпоха гедонизма и инфантилизма: побочные эффекты чрезмерного стремления к получению удовольствий в молодежной среде // Вестник Ессентукского института управления, бизнеса и права. 2022. № 19. С. 171-185. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=50416550> (дата обращения: 05.12.2024).
20. Челомбицкая М.П. Гедонизм в молодежной среде как результат новой системы ценностей общества потребления // Мировые исследования в области социально-гуманитарных наук. Материалы III Международной научно-практической конференции. Рязань, 2023. С. 172-177. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=52692556> (дата обращения: 05.12.2024).
21. Культура потребления и молодежь в современном мире // Liberal Journal. – 2024. – URL: <https://liberal-journal.ru/PDF/03KLLD224.pdf> (дата обращения: 05.12.2024).
22. Зарубина Н.Н. Между этикой убеждения и этикой ответственности: трансформации нравственной позиции российской молодежи // Социологическая наука и социальная практика. 2013. № 3 (03). С. 92-108. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=20882345> (дата обращения: 05.12.2024).
23. Зарубина Н.Н. Этика ответственности современной российской молодежи // Вестник МГИМО-Университета. 2012. № 6 (27). С. 250-258. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=33824635> (дата обращения: 05.12.2024).
24. Развитие индустрии развлечений: направление, перспективы и вызовы // Hello Park. – 2024. – URL: <https://hello-park.io/ru/articles/razvitie-industrii-razvlecheni> (дата обращения: 05.12.2024).
25. Салихова Е. А. Игровой контент в медиапотреблении «учащейся молодежи»: результаты опроса // CyberLeninka. – 2024. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/igrovoy-kontent-v-mediapotreblenii-uchascheysya-molodezhi-rezultaty-oprosa> (дата обращения: 05.12.2024).
26. Чем опасна инфантильность, и как помочь ее преодолеть // Zen. – 2024. – URL: <https://dzen.ru/a/ZGxWlPvvzHAG2PgV> (дата обращения: 05.12.2024).
27. Калистратидис Е.В. Адъектив инфантильный как средство конструирования образа неэталонной маскулинности в текстах русскоязычных электронных СМИ // Российский лингвистический бюллетень. 2023. № 1 (37). С. 17-23. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=50104800> (дата обращения: 05.12.2024).