

ВОЗДЕЙСТВИЕ МУЛЬТИПЛИКАЦИОННОГО СЕРИАЛА "СИМПСОНЫ" НА МОРАЛЬНЫЕ УСТАНОВКИ ПОДРОСТКОВ

В статье рассматривается подход к изучению эффекта психологического воздействия мультфильмов. Предлагается использовать для анализа механизмов такого воздействия теорию поля К. Левина. Приводятся результаты эмпирического исследования воздействия мультфильма "Симпсоны" на моральные установки зрителя. Выявлено усиление установок на власть, деньги, акцентирование "негативного личного опыта" и др.

Ключевые слова: мультфильм, воздействие, моральные установки, теория поля К. Левина.

Актуальность исследования. Воздействие современных западных мультфильмов на детей и подростков – предмет довольно "жарких" дискуссий в нашем постсоветском обществе. Среди обсуждаемых, и часто – осуждаемых, следует назвать знаменитый американский сериал "Симпсоны". Вот уже более 20 лет он удерживает популярность как в США, так и в множестве других стран мира. Среди зрителей много восторженных почитателей этого сериала (показателем этого является, в частности, наличие многочисленных сайтов поклонников: www.simpsoncrazy.com; www.simpsonsfun.ru; www.simpsons.myl.ru; www.ua-simpsons.ru и т.д.). В 2009 г. "за" "Симпсонов" высказался сам Ватикан, охарактеризовав сюжеты мультфильма как "реалистичные и умные" [4]. Многочисленны и критики мультфильма (см., например: [5; 11]). В России против сериала даже подавался судебный иск, правда, безуспешный [21; 22; 23].

"Симпсоны" удачно совмещают два противоположных свойства: критику американского образа жизни с его пропагандой, что позволяет и провоцировать критические реакции на мультфильм, и в то же время быть защищенными от них. Безусловно данный сериал – успешный коммерческий проект, и это, по видимому, также одна из причин "неразрешимости" споров вокруг него. Однако право знать о пользе-вреде продукта, дающего прибыль, не должно зависеть от получения-неполучения кем-то прибыли. Поэтому исследование возможного психологического воздействия данного мультфильма является актуальным и правомерным.

Следует сказать, что научно аргументированные психологические экспертизы "Симпсонов" предпринимались [17]. Однако, учитывая мультипарадигмальность психологической науки, выбор той или иной психологической теории в качестве опоры для такой экспертизы требует обоснованности. Кроме того адекватность такого выбора должна иметь и эмпирические подтверждения. Этому посвящена наша статья.

Объектом нашего исследования является восприятие мультфильма "Симпсоны" зрителем. Предмет – воздействие данного мультфильма на моральные установки подростков.

Анализ теоретических подходов и исследований по проблеме. Рассмотрение научных публикаций, реализующих какие-либо формы объяснения и про-

гнозирования возможных эффектов психологического воздействия мультфильмов и шире – кинофильмов, показывает, что многие авторы избегают опоры на какие-либо научно-психологические парадигмы, исходя из предположения очевидности, что фильм посредством идентификации зрителя с главными героями, сопереживания им, транслирует зрителю соответствующие ценности (социальные, духовные и т.п.) (см., например: [8; 11]). Такая позиция бывает характерна иногда даже для серьезных эмпирических исследований [9]. Однако мы должны обратить внимание на гипотетичность такой трансляции, неизученность условий ее возможности и того, насколько она действительно происходит. По крайней мере со времен Г. Фехнера нам известно, что между характером воздействия и характером психической реакции на него зачастую нет прямого, "линейного" соответствия ("закон Вебера-Фехнера").

Многие авторы опираются в анализе психологического воздействия мультфильмов на идеи психоаналитического или бихевиористского подходов. При использовании психоаналитических идей суть воздействия трактуется как воспроизведение на экране системой персонажей, их поведением, механизмов подавления либидозных и т.п. импульсов и создание условий для их безопасного освобождения из сферы бессознательного зрителя [13; 20] (конкретные примеры психоанализа мультфильмов см.: [15; 16]). При бихевиористском подходе воздействие понимается как научение зрителя определенным формам поведения посредством демонстрации ему образцов такого поведения, которые при определенных условиях (подкрепление и т.п.) могут воспроизводиться зрителем в реальной жизни (А. Бандура [1; 2]).

Однако, несмотря на распространенность, оба подхода сталкиваются с серьезными затруднениями. Так, психоанализ позволяет предсказывать снижение агрессивности зрителя при просмотре сцен насилия на экране, вследствие катарсиса-разрядки подавленных агрессивных импульсов. Эмпирические исследования этого не подтверждают [3; 7]. Чаще подтверждается обратный эффект, который вписывается в бихевиористские объяснительные схемы: персонажи выступают как носители моделей поведения, которые перенимаются зрителем и, хотя чаще становятся имплицитными, при определенных условиях могут реализовы-

ваться. Бихевиористский подход достаточно широко применяется для прогнозирования воздействия фильмов. В частности, применялся он и для экспертного исследования мультсериала "Симпсоны" во время судебного разбирательства в 2005 г. в России [17].

Тем не менее, и данный подход, при всей своей эмпирической верифицированности, также сталкивается с проблемами. Так, с бихевиористских позиций не очень понятно, почему во многих случаях зрители, несмотря на демонстрацию в фильмах "подкрепления" действий положительных героев и "наказания" отрицательных, часто склонны предпочитать именно отрицательных и воспроизводить их формы поведения. Недавний пример – случай насилия в США летом 2012 г. под влиянием фильмов о Бэтмене; на премьере их очередной серии поклонник этого фильма открыл стрельбу по зрителям, *отождествив себя с отрицательным персонажем Джокером*, а не с "супергероем" Бэтменом [24]. После этого инцидента последовала серия подобных случаев в других кинотеатрах Америки.

По нашему мнению, затруднения двух вышеназванных подходов возникают в силу упрощенного взгляда на кино, присущего им. Дело в том, что кино как искусство, более полно, чем другие, имитирует жизненные ситуации, жизненный процесс, и поэтому *погружает* зрителя в воссоздаваемый фильмом "живой" мир. Если с физической точки зрения зритель – *перед* экраном, то с психологической – он *внутри* фильмового "мира". Тем самым кино дает не только образцы для наблюдения и подражания, но и опыт "проживания" ситуаций. Это значит, что фильм можно толковать как определенным образом структурированное "психологическое пространство", в которое на время просмотра фильма вовлекается зритель. Но тогда "полевой" подход, предлагавшийся гештальт-психологией и, в частности, К.Левиним, был бы адекватен для анализа киновоздействия. Попробуем развить эту идею.

Можно предположить, что по мере восприятия фильма (особенно – последовательности серий) зритель формирует все более структурированный образ внутрифильмовой среды. Персонажи для него – не только личности, типажи, но и "места", "регионы" этого психологического пространства. Тогда процесс восприятия – это "вхождение" в данное пространство. Приоритетным местом "вхождения" зрителя в пространство фильма является главный персонаж, благодаря естественной идентификации зрителя с ним. При "вхождении" в среду фильма данный персонаж может постепенно превращаться из объекта восприятия в проводника зрителя в фильмовом пространстве. Но тогда главным объектом восприятия становится то, что составляет основную проблему для главного персонажа. Основной же проблемой в большинстве современных мультфильмов (и кинофильмов) является "плохой", т.е. отрицательный персонаж, антагонист главного героя. Значит, парадоксальным образом именно этот, последний, становится главным персонажем. Рядом факторов ему может быть придана оп-

ределенная валентность, т.е. привлекательность, что приведет, в конце концов, к переключению на идентификацию именно с ним.

Чем может быть сформирована такая валентность-привлекательность?

Конечно, это может происходить посредством определенной романтизации образа отрицательного героя [14]. Однако возможны и другие механизмы.

Притягательность "плохого" героя может быть обусловлена, во-первых, возможностью упростить, редуцировать ту мерку, которая из серии в серию используется для различения, оценки "хороших" и "плохих" персонажей. Вообще такая оценка эффективна, если и те и другие оцениваются по какой-то общей мерке. Но когнитивная структура, лежащая в основе такого оценивания, требует от оценщика "держания" себя в стороне и от "хороших" и "плохих", в некоторой нейтральной ("нулевой") точке. В силу валентной нагруженности "хороших" и "плохих" удержание в нейтралитете по отношению к ним требует усилия. Более простым, не требующим напряжения, является оценка, в которой оценщик соскальзывает в "хорошие", т.е. – оценка "*хорошими*" "*плохими*". Здесь в качестве "мерки" используются "хорошие", а объект оценивания один: "плохие". Тогда работа оценивания редуцируется к подтверждению, что "плохие" – "плохие". Однако "хорошие", становясь меркой, делают образцом, "иконной", но при этом как бы и безжизненными; а в воспринимаемое пространство активного действия, попадают в основном "плохие". Именно последние становятся интересными, непредсказуемыми, "живыми", и тем приобретают положительную валентность.

Это – своего рода "оптическая" иллюзия, вызванная нахождением персонажа в определенном регионе функциональной структуры пространства персонажей, и тем, что зритель, не видя этой структуры, но подчиняясь ей, объясняет свое восприятие активности персонажа качествами самого персонажа. (Возможность истолкования иллюзии разной величины объектов в "эффекте Узнадзе" трансформацией перцептивного поля рассмотрена нами в [25].)

Во-вторых, психологическое поле фильма – это система сил, напряжений. Зритель, попадая в нее, "движется" по траектории, позволяющей редуцировать их, "сбросить". Сюжет большинства фильмов (или мультфильмов) строится на создании для главного героя фрустрирующих ситуаций, чаще всего действиями отрицательного героя. И один из регрессивных (т.е. более легких) способов редукиции фрустрационного напряжения – отождествление с фрустратором (с агрессором – в психоанализе). Чем сильнее отрицательный герой, и при этом чем однозначнее и проще он внутренне, тем привлекательнее он как та позиция в психологическом поле, которая позволяет беспрепятственно сбрасывать напряжение.

Если говорить непосредственно о мультфильме "Симпсоны", то персонажи здесь разделяются, в целом, на две основные группы: члены семьи Симпсо-

нов (Гомер, Мардж, Барт и т.д.) и их антагонисты (директор атомной электростанции Монтгомери, директор школы Скиннер, мальчик из Албании Адиль, психиатр Фостер, инопланетяне и т.д.). Коллизии разных серий мультфильма возникают как результат поляризации этих двух групп, которые характеризуются следующими противоположными качествами:

1) простодушные и добрые, но неуспешные, неорганизованные и наивные Симпсоны – с одной стороны;

2) успешные, организованные, "умничающие", но лицемерные и коварные персонажи – с другой стороны.

В роли антагонистов Симпсонов в разных сериях выступают разные персонажи, но данные их характеристики в целом остаются неизменными.

Высказанные нами выше соображения позволяют прогнозировать возможность деформации оценки этих двух групп персонажей. Вопреки подаче семьи Симпсонов в мультфильме как в конечном счете положительных персонажей, обладать большей "живостью", привлекательностью, притягательностью будут представители второй группы персонажей – группы функционально "плохих", и, соответственно, их качества: успешность, организованность, лицемерие и коварство (см. выше). Также можно отметить, что поскольку в роли "плохих" в данном мультфильме как правило выступают представители власти, каких-либо официальных структур, "социума", или люди, как-либо этому причастные (директор школы, директор электростанции, мэр города и т.д.), то причастность власти, обладание властью будет становиться более предпочтительным для зрителей этого мультфильма. Кроме того, сочетание "лицемерия и коварства", с одной стороны, и причастности власти, с другой стороны (и то и то характерно для второй группы), создает в психологическом поле границу, непроницаемую в одну сторону: лицемер непроницаем для других, но другие для него остаются проницаемыми, т.е. контролируруемыми. В итоге складывается ситуация, когда себе позволено делать то, что в целом осуждается. Т.е. себе дается право на аморальное поведение.

В целом можно говорить о возможном негативном влиянии сериала "Симпсоны" на моральные установки зрителей.

Организация и методы исследования. Предметом нашего исследования является выявление воздействия многосерийных мультфильмов на формирование (негативных) моральных установок у подростков.

Испытуемыми были учащиеся 7-8 классов (13-14 лет) общеобразовательной школы г. Донецка. Общее число испытуемых – 60 человек. Из них 30 человек – экспериментальная группа (17 девочек, 13 мальчиков), 30 человек – контрольная группа (12 девочек, 18 мальчиков).

В экспериментальной группе основу исследования составляла демонстрация видеоматериала – серий мультипликационного фильма "Симпсоны" – в течение 15-ти дней, по одной серии в день. Отметим, предварительный опрос испытуемых и экспериментальной, и контрольной групп показал, что все они многократно смотрели его по

телеканалам или в видеозаписи.

Диагностический аппарат исследования составили методики на определение моральных установок личности. Выбирая их, мы руководствовались обоснованным российским психологом А.А.Девяткиным представлением, что "соединительным звеном" между личностью и ситуацией, или шире – жизненной средой являются установки (в т.ч. социальные, и, в частности, моральные) [6]. Таким образом, по нашему мнению, "вхождение" зрителя в среду, в психологическое пространство фильма будет отражаться в соответствующих трансформациях в системе установок личности.

Для определения установок были выбраны следующие методики.

- Методика диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере О.Ф.Потемкиной [19]. Методика включает такие шкалы, как: *ориентация на деньги, на труд, на эгоизм* и т.д.

- Методика определения коммуникативных (деструктивных) установок в межличностных отношениях В.В. Бойко [18]. Ее шкалами являются: *завуалированная жестокость, открытая жестокость* и т.д.

- Методика диагностики склонности к преодолению социальных норм и правил Ю.А. Клейберга (три уровня склонности: низкий, средний или высокий) [12].

Диагностика с использованием данных методик проводилась до и после серии демонстраций.

Поскольку просмотр большого числа серий, как показало исследование, оказал определенное негативное влияние на моральные установки испытуемых, после эксперимента с ними **были проведены коррекционные беседы для снятия данного негативного психологического эффекта**. Возможной эффективной коррекционной работы в подобной ситуации показана в исследовании А.С. Злобиной [9].

В контрольной группе исследование проводилось в два этапа:

1) проведение первичной диагностики теми же методиками, что и в экспериментальной группе; 2) по истечении 15-ти календарных дней, диагностика повторилась.

Исследования проводились во время, удобное для испытуемых, небольшими группами учащихся. На проведение каждого сеанса исследования затрачивалось примерно 30 минут.

Исследование было проведено совместно с И.Д. Ивановой [10].

Результаты исследования. Результаты по методике диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере О.Ф.Потемкиной представлены в табл. 1.

Из таблицы видно, что в результате просмотра 15 серий мультипликационного мультфильма "Симпсоны" статистически значимо понизилась ориентация на процесс (с 5,57 балла до 4,73 балла), усилились ориентация на власть (с 4,93 до 6,33) и ориентация на деньги (с 6,53 – до 7,63). На уровне тенденции понизилась ориентация на альтруизм (с 3,93 до 3,07).

В контрольной группе при первом и втором диагностировании значимых различий показателей не обнаружилось.

Результаты по методике определения деструктивных установок в межличностных отношениях В.В. Бойко представлены в табл. 2.

Таблица 1

Средние уровни социально-психологических установок испытуемых до и после эксперимента

		Ориентация на:															
		процесс		результат		альтруизм		эгоизм		труд		свободу		власть		деньги	
		эсп.	контр.	эсп.	контр.	эсп.	контр.	эсп.	контр.	эсп.	контр.	эсп.	контр.	эсп.	контр.	эсп.	контр.
\bar{X}	до эксперимента	5,57	5,2	5,57	3,6	3,93	3,77	5,07	4,7	4,3	4,7	6,37	4,63	4,93	4,87	6,53	5
	после эксперимента	4,73	5,1	5,7	3,77	3,07	4,3	5,5	4,47	4,93	5,13	6,33	4,8	6,33	4,67	7,63	4,77
P		≤0,05				≤0,06								≤0,01			≤0,05

Таблица 2

Уровень деструктивных установок в межличностных отношениях до и после эксперимента

		Завуалированная жестокость		Открытая жестокость		Обоснованный негативизм		Брюзжание		Негативный личный опыт	
		эсп.	контр.	эсп.	контр.	эсп.	контр.	эсп.	контр.	эсп.	контр.
\bar{X}	до эксперимента	9,67	8,27	22,27	12,73	2,27	1,9	3,8	4,93	8,3	9,57
	после эксперимента	12,77	7,83	21,7	11,53	2,1	2	3,8	5,33	10,1	9,4
P		≤0,01								(рост числа испытуемых с показателем выше среднего – ≤0,05)	

По табл. 2 видно, что по шкале *завуалированная жестокость* наблюдается значимый рост среднего показателя – с 9,67 до 12,77 балла. Также мы видим существенное увеличение среднего показателя *негативный личный опыт*, которое, тем не менее, оказалось ниже уровня статистической значимости. Однако использование ϕ^* -критерия Фишера подтвердило наличие значимого роста этого показателя. Так, общее \bar{X} по этому показателю ("до" и "после") составило 9,2. Количество испытуемых с уровнем этого показателя выше 9,2 составило 12 человек до просмотров мультфильма и 19 человек – после. Такое возрастание значимо ($\phi^*=1,824$;

$p \leq 0,05$). Существенного изменения всех показателей установок у испытуемых контрольной группы обнаружено не было.

По методике диагностики склонности к преодолению социальных норм и правил Ю.А. Клейберга наблюдалось существенное различие (в сторону роста) между средними показателями до и после эксперимента. Однако примерно такие же различия были и в контрольной группе. Единственное существенное отличие экспериментальной группы – в значимом росте количества испытуемых с высоким уровнем показателя (чего не наблюдается в контрольной группе) (табл. 3).

Таблица 3

Распределение количества испытуемых экспериментальной и контрольной групп по уровням выраженности склонности к преодолению социальных норм и правил до и после эксперимента

Уровни	экспериментальная группа		контрольная группа	
	до эксперимента	после эксперимента	до эксперимента	после эксперимента
низкий и средний уровни	27	21	28	26
высокий уровень	3	9	2	4
P	p ≤ 0,03			

Для статистического анализа мы применили ϕ^* -критерий Фишера. Возрастание количества испытуемых с высоким уровнем показателя значимо ($\phi^*=1,994$; $p \leq 0,03$). В контрольной группе возрастание незначимо ($\phi^*=0,864$).

Обсуждение и интерпретация результатов. Представленные результаты подтверждают наши

предположения о том, что при длительном восприятии фильма с однозначным делением персонажей на "положительных" и "отрицательных" возникает парадоксальный эффект принятия зрителем качеств и моральных установок "отрицательных" персонажей. Так, усиление *ориентаций на власть и деньги* в экспериментальной группе (табл. 1) невозможно объяснить

подражанием "положительным" героям мультфильма – Симпсонам. Власть и деньги, ориентация на них (обратим внимание на особенно большой рост *ориентации на власть*) – это в данном мультфильме, как правило, атрибуты антагонистов Симпсонов – социально успешных и причастных власти директоров, бизнесменов и т.д., но, во всяком случае, не членов семьи Симпсонов. Тенденцию к снижению *ориентации на альтруизм* можно рассматривать как результат того же процесса.

Снижение *ориентации на процесс* стоит несколько особняком. На наш взгляд оно означает появление установки на упрощение, на неподдержание тех психологических напряжений, которые требуются для удержания каких-либо длящихся процессов, например, деятельности. Если так, то это соответствует нашему предположению о формировании фильмом такого "психологического поля", которое настраивает зрителя на редукцию напряжений (в частности, за счет "защитной" идентификации с "плохими" персонажами).

Завуалированная жестокость совпадает с "лицемерием и коварством" антагонистов Симпсонов (см. выше нашу их характеристику), и ее рост, на наш взгляд, еще раз подтверждает идентификацию зрителей не с Симпсонами, а с их антагонистами (впрочем, данный показатель может быть истолкован и как результат "заражения" общим сатирическим настроением мультфильма). Напомним, выше говорилось, что "лицемерие" и прича-

стность власти вместе создают одностороннюю непроницаемость границы в психологическом пространстве: "я контролирую, меня не контролируют". То же самое в другом аспекте: "мне можно то, что другим нельзя", – это, вероятно, обуславливает также и увеличение количества случаев высокой *склонности к преодолению социальных норм и правил* (табл. 3).

Рост показателя *негативного личного опыта* (табл. 2) подтверждает нашу идею, изложенную в теоретической части, что психологическое воздействие фильма происходит через воссоздание виртуальной среды, в которой зритель *как бы проживает* определенные жизненные ситуации, т.е. имитируется получение им жизненного опыта. Или создается образ жизненного опыта, который принимается зрителем как свой. Поэтому мы и можем говорить, что изменение установок здесь сопряжено с "движением" внутри переживаемого жизненного пространства.

Выводы. Таким образом, опора на теорию поля К.Левина позволяет дать обобщающую трактовку эмпирическим результатам исследования психологического воздействия мультфильмов. Эта трактовка дополняет, а в некоторых случаях корректирует те представления о воздействии мультфильмов, которые сложились на основе идей психоанализа или бихевиористского подхода.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бандура А. Подростковая агрессия / А. Бандура. – М.: Апрель Пресс, Эксмо-Пресс, 2000. – 510 с.
2. Бандура А. Теория социального научения / Бандура А. – СПб.: Евразия, 2000. – 320 с.
3. Берковиц Л. Влияние сцен насилия на зрителя / Берковиц Л. // Общественное животное. Исследования / Под ред. Э.Аронсона. – Т. 2. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. – С. 11-28.
4. Ватикан назвал сюжеты Симпсонов "реалистичными и умными" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://sd.net.ua/2009/12/24/vatikan_simpsons.html
5. Глобальный эксперимент над детьми [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://9ema.ru/forum/index.php?topic=78.0>
6. Девяткин А.А. Явление социальной установки в психологии XX века [Текст]: [монография] / Девяткин А.А. – Калининград: Калинингр. ун-т, 1999. – 309 с.
7. Джин Р.Г. Агрессия способствует агрессии: данные против гипотезы катарсиса / Джин Р.Г., Стоннер Д., Шоуп Г.Л. // Общественное животное. Исследования / Под ред. Э.Аронсона. – Т. 2. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. – С. 29-43.
8. Жмырова Е.Ю. Киноискусство как средство воспитания толерантности / Жмырова Е.Ю. // Вестник Тамбовского университета. Серия: гуманитарные науки. – 2008. – №3. – С. 303-306.
9. Злобина А.С. Влияние морально-инверсированных видеосюжетов на социально-психологические качества личности подростка : дис. на соиск. уч. ст. канд.

психол. наук. / А.С. Злобина. – Самара, 2003. – 131 с.

10. Иванова И.Д. Влияние многосерийных мультипликационных фильмов на моральные установки подростков / Иванова И.Д. – Донецк, 2011. – 98 с.
11. Каночкин Л. Влияние американских мультфильмов на сознание детей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.foru.ru/slovo.17705.1.html>
12. Клейберг Ю.А. Социальная психология девиантного поведения: [учебное пособие для вузов] / Клейберг Ю.А. – М.: Сфера, 2004. – 240 с.
13. Корбут К.П. Психоанализ о кино и кино о психоанализе / Корбут К.П. // Журнал практической психологии и психоанализа. – 2005. – №2. – С.13-16 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psyjournal.ru/j3p/pap.php?id=20050204>
14. Корнеева Т.В. Ребенок в информационном пространстве / Корнеева Т.В. // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия "Педагогика и психология". – 2008. – № 3 (26) 2008. – С. 70-78.
15. Красникова А. Звери Трубадура. Анализ мультфильма Бременские музыканты [Электронный ресурс] / Красникова А. – Режим доступа: http://www.popsy.ru/articles/full/stati/zveri_trubadura_analiz_multfilma_bremenskie_muzykanty
16. Лорензини Л. Воздействие мультфильмов на детей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sunhome.ru/psychology/11218>
17. Маркова Н.Е. Экспертное исследование со-

держания некоторых серий мультсериала "Гриффины и Симпсоны" [Электронный ресурс] / Маркова Н.Е. – Режим доступа: <http://www.r-komitet.ru/media/rights/rentv/razdel/expert>

18. Методика диагностики коммуникативной установки В.В. Бойко // Практическая психодиагностика. Методики и тесты. Учебное пособие. / Ред. и сост. Райгородский Д.Я. – Самара, 2001. – С.297-303.

19. Методика диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере О.Ф.Потемкиной // Практическая психодиагностика. Методики и тесты. Учебное пособие. / Ред. и сост. Райгородский Д.Я. – Самара, 2001. – С. 641-648.

20. Метц К. Воображаемое означающее. Психологический анализ и кино / Метц К. – СПб.: Изд-во Европейского ун-та, 2010. – 336 с.

21. Насилие и жестокость – товар. Интервью ад-

воката Л. Павловой [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.r-komitet.ru/media/rights/rentv/razdel/15072005>

22. Родители против "Симпсонов" и "Гриффинов" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.r-komitet.ru/media/rights/rentv>

23. Смыков И.А. Исковое заявление [Электронный ресурс] / Смыков И.А. – Режим доступа: http://www.r-komitet.ru/smi/isk_REN-TV.htm

24. Темный рыцарь. Возрождение легенды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Тёмный_рыцарь:_Возрождение_легенды

25. Яновский М.И. О возможности интерпретации "эффекта Узнадзе" с позиции теории поля // Тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції "Харківська школа психології: спадщина і сучасна наука" (19-20 жовтня 2012 року). – Харків: ХНПУ, 2012. – С.301-302.

Подано до редакції 11.02.13