

УДК 316.733

Е. А. Фостачук

канд. соц. наук, доц. кафедры социологии Института социальных наук
Одесского национального университета им. И. И. Мечникова,
к. 40, Французский бул. 24/26, г. Одесса-58, 65058, Украина,
тел. (0482)68-60-92, e-mail: elfiora@te.net.ua

А. В. Кравченко

магистрант кафедры социологии Института социальных наук
Одесского национального университета им. И. И. Мечникова
к. 40, Французский бульвар 24/26, г. Одесса, 65058, Украина.
Тел. 8(048)7612171

МИФОПОЭЙЗИС ДЕТСКОГО ТЕЛЕВИЗИОННОГО МУЛЬТФИЛЬМА

В статье делается попытка теоретического и эмпирического анализа мифологичности современного телемультфильма и ее взаимосвязи с мифологичностью детского сознания.

Ключевые слова: миф, мифопоэзис, образные средства телевизионных мультфильмов.

Анимация как новый вид искусства, появившийся на рубеже XIX — XX веков, и постепенно осваивавший новые технологии, изобразительные средства и жанры, на сегодняшний день получила практически глобальное распространение и обладает колоссальным коммерческим потенциалом. Анимация активно используется в рекламе, разнообразных компьютерных программах, и, конечно же, на телевидении; и при этом совсем не теряет изначальной семантики “продукта для детей”: яркости, четкости, ясности. Поэтому появление в конце 80-х годов специализированных детских телеканалов, транслирующих исключительно мультфильмы, было прямо таки обречено на успех: оно отвечало потребности многомиллионной детской аудитории смотреть столько мультфильмов, сколько душе угодно. Анимация изменила телевидение, но, с другой стороны, и телевидение изменило анимацию: появились мультипликационные телесериалы, изменились технологии производства, изобразительный канон; мультфильмы стали легко доступными, способными явиться взору в любое время суток — достаточно только запомнить номер и логотип канала и нажать кнопку.

Телевидение играет важную роль в социализации и является мощным фактором формирования системы ценностей современных детей, оно становится важнейшим агентом социализации. Телевизионные анимационные программы и мультфильмы, которые дети начинают смотреть, как правило, очень рано, до знакомства с книгами и игровым кино (в возрасте 2-3 лет), приобретают вследствие этого совершенно особое значение в воспитательном процессе. И не случайно, сюжеты мультфильмов, их образы, специфические художественные средства являются предметом оживленных (а иногда прямо таки бурных) дискуссий среди родителей и педагогов и часто

появляются на страницах печатных СМИ, на телевидении, в сети Интернет [1; 2; 3; 4].

Сам факт существования специализированных анимационных каналов, аудиторией которых являются исключительно дети, говорит о существовании “большого мира для маленьких”. Мира, в котором ребенку должно быть “все понятно”, в котором существуют свои правила, и герои выглядят такими, какими их мог бы нарисовать ребенок, разговаривают на понятном детям языке, попадают в ситуации, с которыми они сталкиваются ежедневно.

Мультипликация, в особенности ее современные художественные формы и социальные смыслы, сравнительно мало изучены в научной литературе по эстетике, педагогике, психологии и социологии.

Поэтому исследование современных мультфильмов, по нашему мнению, требует совершенно новых подходов.

Со времен первых опытов в жанре анимации до конца XX в. мультфильмы, как правило, были своеобразной визуализацией волшебных сказок и поэтических фантазий художников-аниматоров, и отличались ярко выраженным эстетическим каноном, основанным еще У. Диснеем, и значительно усовершенствованным японскими и советскими (российскими и украинскими) мультипликаторами.

Естественно, что в представлениях нынешних родителей и старшего поколения на постсоветском пространстве, мультфильмы в первую очередь ассоциируются с добрыми, красивыми сказочными сюжетами и персонажами, “на которых” они выросли, современные анимационные формы могут вызывать резкую критику [5; 6; 7; 8], непонимание, стремление ограничить просмотр “американских” мультфильмов или заменить их “проверенным” культурным наследием.

Современные мультфильмы и мультсериалы, производящиеся на больших коммерческих студиях США, и в самом деле, испытали значительное влияние комиксов (всегда бывших чуждыми “нашей” культуре). Кроме того, научно-технический прогресс необычайно расширил технические возможности художников-аниматоров: появилась компьютерная анимация, полнометражные работы, мультфильмы — сериалы, создаваемые специально для детских каналов, с детьми в роли главных героев; освоены новые жанры и сюжетные схемы, новые изобразительные средства. Сегодня существуют анимационные драмы и мелодрамы, комедии и эпос и не только для взрослых, а *именно* для детей. Мультфильмы давно перестали быть *сказками*: они одновременно и “приблизились” повседневности, и “отдалились” от нее, став скорее *мифом*, в том понимании, которое прослеживается в работах Р. Барта [9].

В связи последним замечанием вводится понятие “мифопоэзис” (поэтика мифа). Под поэзисом (в переводе с греческого это означает собственно поэзию как способ “извлечения” образов из мира) — мы понимаем совокупность художественных средств, при помощи которых миф конструируется, воспроизводится, “живет и побеждает”. Миф всегда включает в себе социальные смыслы, “скрывая” их за метафорами и аллегориями, и несет в себе “беспределенную суггестивную силу” (Р. Барт), появляясь всегда там,

где есть “рассказ”. *Критика, ниспровержение, игнорирование мифа способны только усилить его воздействие.*

Цель исследования: выяснить влияние детского телевизионного мультфильма и его художественных средств на детское восприятие, на формирование эстетического вкуса, ценностного сознания детей.

Объект — детские телевизионные анимационные программы.

Предмет — мифопоэзис детского телевизионного мультфильма, с точки зрения представленности в нем с одной стороны, важнейших жизненных ценностей, с другой стороны — насилия и агрессивного поведения.

Итак, мифы — это реакция на переживания, выраженные в различных формах мысли и действия в зависимости от конкретной ситуации. Сущность мифа не определяется ни тем, о чем он повествует, ни его материальным носителем, так как любой предмет может быть произвольно наделен значением. Речь идет не о теоретическом способе репрезентации, а о конкретном изображении, имеющем данное значение, мифическое сообщение формируется из некоторого материала, уже обработанного для целей определенной коммуникации; поскольку любые материальные носители мифа, изобразительные или графические, предполагают наличие сознания, наделяющего их значением, то можно рассуждать о них независимо от их материи. Миф представляет собой такое слово, в оправдание которого приведены слишком сильные доводы [9].

Миф сам по себе не имеет синтагматической развертки, представляя собой чистую парадигматику мотивов. Мифы Барта по своей природе таковы, что их невозможно рассказывать — их можно только анализировать.

Миф для Барта является не только критическим, но и эстетическим объектом, его анализ функционально аналогичен художественному синтезу, то есть критика неспособна ниспровергнуть миф, она наоборот, способствует расширению его смысловых границ, буквально творит его — иначе говоря, критика мифа есть часть мифопоэзиса, его (как ни парадоксально) художественное средство [9].

Как целостная дорефлективная форма мифологическая система отвечает на обыденном уровне сознания на все вопросы и удовлетворяет все его потребности; носит характер полифункциональности — целостности и взаимосвязанности всех его функций. Мифу присущи следующие функции: социально-практическая, идеолого-прагматическая, мнемотически-ориентировочная, познавательная мировоззренческая, социализующая, эстетическая, коммуникативная, нормативная, социально-компенсаторная.

Современный ребенок живет среди взрослых, которым вечно не хватает времени. В семьях, в которых работают и мать и отец, и даже бабушки и бабушки, которые традиционно занимались воспитанием внуков, не всегда могут или хотят уделить все свое внимание подрастающему поколению. Если раньше дети воспитывались и перенимали способы поведения исключительно от “значимых взрослых”: родителей, бабушек и дедушек, воспитателей, учителей, в процессе постоянного взаимодействия, составлявшего их повседневность, то в настоящее время такой же неотъемлемой частью повседневности стал телевизор и компьютер, который

предлагает ребенку гораздо больший ролевой репертуар. Мультфильмы в некотором смысле “облегчают” жизнь родителей, когда у них нет времени заниматься детьми, отвечать на их вечные “почему?”, и “зачем?”. Детей отсылают к телевизору, где возможно получить ответы практически на все вопросы (и с избытком). Мультфильмы для современных детей от 3 до 15 — это не только развлечение. Ребенок, смотря мультфильм, не только наблюдает за яркими движущимися картинками, но и сопереживает героям, как-то к ним относится, примеряет ситуацию к себе, размышляет, как бы он поступил. Поведение мультипликационных героев, истории, разыгранные в них, становятся мотивами для игр и предметом общения между сверстниками. Детям, которые смотрят мультфильмы, всегда есть о чем поговорить, они находятся в одном контексте, что значительно облегчает процесс коммуникации между ними; при этом те же самые сюжеты и образы из мультфильмов могут стать причиной проблем в общении детей и взрослых.

Социальный мир ребенка — группы взрослых и сверстников, в которые он включен, — “встроен” в окружающий предметный мир, представленный в детском сознании как образ мира, смысловое поле.

Картина мира открывается перед нами как система “пространств”, включающая основные стороны взаимодействия субъекта с миром. Эти составляющие у ребенка имеют не столько понятийную, сколько образно-визуальную представленность, они испытывают на себе влияния тех или иных изобразительных форм и элементов культуры. Визуализация детской картины мира — освоение ребенком первичных символов, знаков, универсальных форм бытия (характерных, кстати, для большинства культур мира), которые непосредственно присутствуют в детском творчестве.

Телевизионный мультфильм действительно становится частью повседневности ребенка, вторгается в его жизненный ритм: его смотрят и пересматривают (повторов достаточно и пропустить невозможно). Он создает мир, воображаемый, но *значимый* не менее реального мира. Мультфильм, простирающийся до размеров мира, уже сложно сопоставить с традиционным законченным произведением, например, *анимированной сказкой* или *поэмой* — это уже *миф*, разворачивающийся в реальном времени и воображаемом пространстве. Мифологичность современного телемультфильма встречается с мифологичностью детского сознания (фактом, установленным многими исследователями).

Корпус контент-анализа разработан на основе данных анализа рисунков, то есть в выборочную совокупность вошли только те мультфильмы, героев которых нарисовали дети — участники рисуночного теста, соответственно в качестве главных единиц анализа выступали герои и образы из телевизионных мультфильмов, а в качестве единиц счета — эпизоды, соответствующие ключевым событиям фабулы (наличие последней — характерная особенность).

В целом, выборочная совокупность контент-анализа демонстрирует разнообразие жанров и сюжетных типов, что можно увидеть в приведенной ниже таблице 1.

Таблица 1

Корпус контент-анализа

Название	Кол-во серий	Жанр	Тип сюжета	Характеристика фабулы (развития действия)
<i>SpongeBob Square Pants</i>	140	Комедия	аллегорический	по сериям и блокам
<i>Jimmy Neutron: the Boy Genius</i>	50	Комедия	фантастический	по сериям и блокам
<i>Spiderman</i>	50	мелодрама	фантастический	по сериям и блокам
<i>Totally Spies</i>	52	комедия	фантастический	по сериям и блокам
<i>Hey, Arnold!</i>	104	драма	реалистический	по сериям и блокам
<i>Shaman King</i>	64	эпос	“магический реализм”(fantasy)	“сквозная”
<i>Avatar: The Last Airbender</i>	48	комический эпос	“магический реализм”(fantasy)	“сквозная”

Для всех мультипликационных сериалов как в стиле телешоу, так и для “эпосов” характерно, что в них всегда есть победители и побежденные, в все стадии фабулы четко видны. Каждая серия заканчивается победой добра над злом, и что немаловажно, зло в итоге высмеивается как ничтожное. Не смотря на то, что в проанализированных нами мультфильмах имеют место сцены насилия (если понимать насилие в самом широком смысле — как принуждение, господство, оскорбление, унижение человеческого достоинства). Если исходить из приведенной нами типологии жанров и сюжетов мультфильмов, можно предположить, что сцены насилия (морального и физического) присутствуют в них, так сказать, по законам жанра, как вызов зла, “привнесенный для активизации добра”. Также нет оснований назвать их жестокими или пропагандирующими агрессивное поведение, ибо в них не представлены кровопролития, избиения, пытки и т. п. — чего достаточно в компьютерных играх. Ни в одной серии по выборочной совокупности не было зафиксировано факта смерти персонажа, как отрицательного, так и положительного. Отрицательные герои в итоге либо страдают от собственного оружия, (Хао в “Короле-Шамане”, зловещий профессор и его дочь в “Джимми Нейтроне”, множество разного рода злодеев в “Шпионках”); либо побеждают в себе зло (инопланетные пришельцы в “Джимми Нейтроне”, волшебники в “Аватаре”); в крайнем случае, некоторые отправляются за решетку или в подобие небытия (“безвременье — для духов”). В “Арнольде” есть серия, где герой симулирует собственные похороны, но, в конце концов, правда открывается — конечно же, самим добродетельным Арнольдом. Также следует отметить, что в двух из четырех мультфильмов сцены физического насилия или применения любого оружия отсутствуют вовсе (см. табл. 2).

Таблица 2

Экспозиция агрессивного поведения персонажей мультфильмов

Название	Применение физической силы без оружия	Применение “технологического” оружия	Применение магической силы (сверхспособностей) без оружия	Применение магического оружия (духи талисманы, предметы)
<i>SpongeBob Square Pants</i>	–	–	–	–
<i>Jimmy Neutron: the Boy Genius</i>	–	+	–	–
<i>Spiderman</i>	–	–	+	–
<i>Totally Spies</i>	–	+	–	–
<i>Hey, Arnold!</i>	+	–	–	–
<i>Shaman King</i>	–	–	+	+
<i>Avatar: The Last Airbender</i>	–	–	+	+

Из приведенной таблицы видно, что наиболее “отличившимися” в плане агрессии являются герои эпических сериалов со “средневековым” антуражем, духами и магическими артефактами. В современных фантастических и реалистических сюжетах “вооруженные” конфликты не являются основным действием, а конфликт между персонажами проявляется как столкновение ценностей. Исключение может составить разве что единственная мелодрама, вошедшая в нашу выборку — “Спайдермен”, где герой сталкивается с насилием буквально каждый день в своей жизни, а для зрителей — в каждой серии, противопоставляя свои сверхспособности целым арсеналам высокотехнологического оружия врагов.

Таблица 3

Отражение ценностных оппозиций в событиях (эпизодах)

Ценностные оппозиции	Эпические		Комические, драматические, мелодраматические					%	Ранг
	<i>Shaman King</i>	<i>Avatar: The Last Airbender</i>	<i>SpongeBob Square Pants</i>	<i>Jimmy Neutron: the Boy Genius</i>	<i>Totally Spies</i>	<i>Spiderman</i>	<i>Hey Arnold</i>		
Храбрость против трусости	108	95	50	22	70	102	48	13.2	2
Активность против пассивности	61	38	130	31	53	41	97	12.0	3
Соппротивление против насилия взрослых и старших по возрасту	64	42		16	54		67	6.5	7
Ответственность против безответственности	55	49	53	44	53	57	81	10.5	5

Ценностные оппозиции	Эпические		Комические, драматические, мелодраматические					%	Ранг
	<i>Shaman King</i>	<i>Avatar: The Last Airbender</i>	<i>SpongeBob Square Pants</i>	<i>Jimmy Neutron: the Boy Genius</i>	<i>Totally Spies</i>	<i>Spiderman</i>	<i>Hey Arnold</i>		
Благородство против малодушия	62	34	26	14	15	51	74	7.4	6
Искренность против лицемерия	47	35	152	26	18	19	112	10.9	4
Самовыражение против стереотипов	9		134	53	8		72	7.4	6
Жизнерадостность против уныния	187	131	425	47	57	38	211	29.2	1
Истина против заблуждения	8	3		47	13	17	24	3.0	8

В рамках контент-анализа нами были выделены и проанализированы ценности, транслируемые детскими мультфильмами (см. табл. 3). Естественно, ряд ценностей очень сильно обусловлен спецификой мультипрограмм, попавших в квоты выборочной совокупности (т. е. ни в коем случае не следует утверждать, что именно такие ценности представляют авторский замысел создателей каналов Nickelodeon и Jetix). В качестве единиц счета в нашем анализе выступали эпизоды, являющиеся т. н. “ключевыми” событиями фабулы (кульминационными) внутри отдельных серий. Характерно, что в мультфильмах (как и в классическом мифе) ценности не просто “показываются”, экспонируются в связи с поступками, высказываниями определенных героев-носителей; они “проявляются” постепенно в динамике действия, в борьбе позитивного и негативного. Поэтому в результате у нас выделились не просто ценности, а бинарные ценностные оппозиции, и между указанными оппозициями можно попытаться выделить связи “терминальных” и “инструментальных” ценностей.

Поведение персонажей демонстрирует ценности в доступной для детей форме через столкновение характеров и интересов “героев” и “антигероев”. Таким образом, за счет контраста и наличия выраженного ритма ценности транслируются четко и однозначно.

Как видно из таблицы 3, наиболее часто транслируемой ценностью является жизнерадостность, то есть то, чего не хватает детям в общении с взрослыми, этот факт мы установили на первом этапе исследования, выявив противоположность двух наиболее значимых мифов: мифа об идеальном взрослом и мифа о взрослой серьезности. Приоритет данной ценности чаще всего демонстрируется в следующих мультфильмах: *Hey Arnold*, *SpongeBob Square Pants*, *Avatar: The Last Airbender*, *Shaman King*. Применительно, что все мультфильмы относятся к разным жанрам, следова-

тельно, используются различные художественные средства, чтобы научить детей оптимизму и позитивному отношению к себе и к другим, невзирая ни на какие жизненные трудности.

Второй по значимости ценностью является храбрость, ведь ребенок должен обладать этим качеством, для того чтобы отстаивать свои интересы во взаимоотношениях как с взрослыми, так и со сверстниками. О чем, несомненно, свидетельствует и распространенность, и устойчивость мифа о детском всемогуществе, как противоположности родительскому мифу о детской несамостоятельности, неотделимости родителя и ребенка. Ведь требуется большое мужество, чтобы сказать “нет” взрослому, да еще и в ситуации зависимости от него.

Интересен тот факт, что приоритет данной ценности транслируется в мультфильмах с яркой гендерной маркировкой: *Spiderman* и *Totally Spies*, так называемых мультфильмах “для девочек” и “для мальчиков”, в которых демонстрируются чисто женские и чисто мужские модели поведения, и конечно же отношения между ними, что весьма важно для подростков, сталкивающихся с проблемой первого признания в симпатии к представителям другого пола, что также требует храбрости и уверенности в себе.

Следующей по значимости ценностью является активность, собственно свойственная каждому ребенку, которая соотносится с жизнерадостностью и храбростью, видимо поэтому ни в одном мультфильме она не приоритетна, а находится в фоне, как опора для двух вышеописанных ценностей; можно предположить, что она носит инструментальный характер по отношению к терминальным — храбрости и жизнерадостности.

На четвертой позиции находится ценность искренности, и проявляется в самых добрых и необычных (имеется в виду “новый канон” мультипликации”) мультфильмах от Nickelodeon: *Hey Arnold* и *SpongeBob Square Pants*, основной тематикой которых являются межличностные отношения, герои которых очень эмоциональны и просто “не выносят” лицемерия и всеми способами пытаются его разоблачить.

На пятой позиции находится ответственность, и не удивительно, что тема ответственности фигурирует в таких “спасательских”, с ярко выраженной “миссией” главных героев мультфильмах, как *Avatar: The Last Airbender*, *Totally Spies*, *Spiderman* и *Jimmy Neutron: the Boy Genius*, она хоть и не приоритетна, однако немаловажна. Ведь тот, кто в состоянии спасти мир, непременно берет на себя огромную ответственность. Примечательно, что по ходу действия выясняется: именно детская ответственность зачастую противопоставлена безответственности взрослых.

Следующими по значимости ценностями являются благородство и самовыражение, эти темы проявляются во всех мультфильмах, но не являются основами сюжетов, а разворачиваются на втором плане, за исключением мультфильма *Jimmy Neutron: the Boy Genius*, для главного героя которого самовыражение является приоритетной ценностью. Как же без самовыражения гению?

Седьмую позицию по значимости занимает сопротивление против на-

сияния взрослых. Во всех мультфильмах, за исключением тех, в которых действующими лицами являются исключительно взрослые, прослеживается такое противостояние, но это противостояние не просто против взрослых, а взрослых, наделенных негативными качествами, и герой, как правило, борется именно со злом, выразителем которого является взрослый.

И последняя зафиксированная нами ценность — истина, занимает важное место только в мультфильме *Jimmy Neutron: the Boy Genius*, так как по нашему мнению дети в силу рефлексивных способностей не мыслят такими глобальными категориями.

Выводы. Проведенный нами анализ показывает, что наиболее значимыми для детского восприятия являются мультфильмы, представляющие новый, нарочно угловатый и “некрасивый” канон современной мультипликации и японскую традицию “манги”; юные зрители всех возрастов (и их родители) предпочитают всегда актуальное сочетание комедии и аллегории, комедии и фантастики, эпоса и магии. Особое воздействие на детей оказывает юмор и ирония в отношении взрослого мира (что хорошо видно на примере огромной популярности *Спанч Боба*). Мультфильмы в яркой и образной форме представляют детям самые высокие моральные ценности; ритмичность, узнаваемость, логика действия, способствуют, по нашему мнению, эффективному усвоению транслируемых ценностей. Гипотезы относительно целенаправленной пропаганды насилия и агрессивного поведения каналами Nickelodeon и Jetix в нашем исследовании не подтвердились.

Так же в результате исследования мы выявили социально значимые мифы, создаваемые телевидением, такие как миф о детском всемогуществе и миф об идеальном взрослом. Распространенность и устойчивость их связаны с социально-компенсаторной функцией мифа — важнейшей функцией в сфере психически-чувственного развития личности, снимающая через мифы в воображении, накопившиеся через многочисленные стрессы и опасности — эмоциональные переживания, создающие отрицательный фон при их накоплении.

Литература.

1. Шишова Т. Л. Как стать моральным уродом? <http://www.portal-slovo.ru>
2. Головина А. Не просто мультяш // <http://www.materinstvo.ru/>
3. Медведева И. Телеэксперимент над детьми. <http://www.contr-tv.ru/common/1899/>
4. Кащук А. А. Телевизионные мифы — один из способов манипуляции сознанием аудитории // Вестник электронных и печатных СМИ. — 2007. — № 2.
5. Шахова А. Влияние телевидения и компьютерных игр на психологическое здоровье дошкольников Движение “Тигель” — Сайт факультета психолого-педагогического Менеджмента ВШК. [mail:tigell@rambler.ru](mailto:tigell@rambler.ru)
6. Краснов А. После мультфильма в реанимацию// “ЭХО планеты” ИТАР-ТАСС.
7. Ампутация сознания, или немного воска для ослиных ушей. Остановим заэкранных наркоманов! <http://skaramurza.chat.ru/>
8. Поколение Doom. Телевидение и видеоигры превращают детей в агрессоров. <http://www.nalogi.net/kriminal.htm>
9. Барт Р. Мифологии. М.: Изд-во им. Сабашниковы, 1996.
10. Пирс Ч. Закрепление верования // Вопр. филос. — 1997. — № 1.

11. Кассирер Э Опыт о человеке: Введение в философию человеческой культуры. Что такое человек? Проблемы человека в западной философии. — М., 1988.
12. Чудинова В. П, Российская государственная детская библиотека Фрагмент кн. В. П. Чудиновой “Дети: меняющаяся медиасреда”, изданной в приложении к “ШБ”, сер. 1. (Продолжение. Начало см. “ШБ”, № 4, 2004)

О. О. Фостачук, О. В. Кравченко

кафедра соціології Інституту соціальних наук
Одеського національного університету ім. І. І. Мечникова,
к. 40, Французький бул. 24/26, м. Одеса-58, 65058, Україна

МІФОПОЕЙЗІС ДИТЯЧОГО ТЕЛЕВІЗІЙНОГО МУЛЬТФІЛЬМУ

У статті робиться спроба теоретичного і емпіричного аналізу міфологічності сучасного телемультфільма і її взаємозв'язку з міфологічністю дитячої свідомості.

Ключові слова: Міф, міфопоейзис, образні засоби телевізійних мультфільмів.

E. Fostachuk, A. Kravchenko

Sociology Department of Social Sciences Institute of Odessa Mechnikov National University, r. 40, 24/26 Frantsuzsky Boulevard, Odessa-58, 65058, Ukraine

MYTHOPOETICS OF THE CHILDREN'S TV ANIMATION.

The article is an attempt of theoretical and empirical analysis of the TV animation mythology and its relations to childhood's myths.

Keywords: myth, mythopoetics, TV animation's figures and meanings.