

УДК 159.922:004.928

Е. С. Кыштымова*Байкальский государственный университет,
г. Иркутск, Российская Федерация***Е. Л. Трофимова***Иркутский государственный университет,
г. Иркутск, Российская Федерация*

МУЛЬТИПЛИКАЦИОННАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ ТЕМЫ ВЗРОСЛЕНИЯ И ВОЗРАСТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЕЕ ВОСПРИЯТИЯ

АННОТАЦИЯ. В статье обоснована актуальность психологического исследования мультипликационных фильмов как медиа средств, с точки зрения их воздействия на социализацию детей. Тема взросления приобретает особую значимость для старших дошкольников и младших школьников, поскольку расширяется сфера социального взаимодействия, формируются мотивы социального поведения, осознается новая социальная роль — роль ученика. Представлен сравнительный психологический анализ мультипликационных фильмов на тему взросления «Как стать большим» (1967 г.) и «Хочу быть взрослой» из серии Ми-ми-мишки (2015 г.). Показано, что первый медиапродукт соответствует возрастным особенностям восприятия детей дошкольного и младшего школьного возраста и может выполнять созидательную роль в развитии ребенка, формируя его волевые и ценностные установки, второй содержит признаки нарушения психологической безопасности развивающего медиапространства. Описаны результаты сравнительного эмпирического исследования особенностей семантической оценки этих мультфильмов в группах младших и старших школьников. Выявлено, что семантическая оценка героев мультфильмов осуществляется по факторам жизнерадостности, эмоциональной близости, силы и напряженности. Результаты исследования подтверждают, что младшие школьники воспринимают героев мультфильмов не дифференцированно, некритично, при этом степень их идентификации с героем выше, что обуславливает уязвимость детей к воздействию медиатекстов.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Социализация, психологическая безопасность, медиатекст, семантическая оценка, мультфильм, младшие школьники.

ИНФОРМАЦИЯ О СТАТЬЕ. Дата поступления 22 марта 2018 г.; дата принятия к печати 28 сентября 2018 г.; дата онлайн-размещения 25 октября 2018 г.

E. S. Kyshtymova*Baikal State University
Irkutsk, Russian Federation***E. L. Trofimova***Irkutsk State University,
Irkutsk, Russian Federation*

ANIMATED PRESENTATION OF TOPIC OF ADULTING AND AGE-SPECIFIC FEATURES OF ITS PERCEPTION

ABSTRACT. The article substantiates topicality of psychological study of animated cartoons as a mass media from the point of view of their influence on children's socialization. The topic of moving into adulthood acquires a specific significance for senior preschoolers and junior pupils as the sphere of social interaction is expanding, the motives of social behavior are being developed and a new role — a role of a pupil — is being realized. The article presents a comparative psychological analysis of animated cartoons in terms of the topic of adulting "How to grow big" (1967) and "I want to be an adult" from the series of Mi-Mi-Bear (2015). It shows that the first media product corresponds to the age-specific features of

© Е. С. Кыштымова, Е. Л. Трофимова, 2018

perception by the preschoolers and junior pupils and can perform a creative role in the child's development, forming his/her conative and value-based guidelines, while the second one contains attributes of violating psychological security of the developing media space. The article describes the results of a comparative empiric study of the features of the semantic assessment of these cartoons in groups of junior and senior pupils. It identifies that the semantic assessment of the cartoons' characters is performed in terms of factors of cheerfulness, emotional nearness, strength and intensity. The results of the investigation prove that the junior school children perceive the cartoon characters not differentially, not critically, with that the degree of their identification with the hero is higher, which determines the children's vulnerability to impact of the media texts.

KEYWORDS. Socialization, psychological security, media text, semantic assessment, cartoon, junior schoolchildren.

ARTICLE INFO. Received March 22, 2018; accepted September 28, 2018; available online October 25, 2018.

Актуальность исследования особенностей восприятия мультипликационных фильмов определяется, во-первых, необходимостью понимания механизмов их воздействия на социализацию в детском возрасте, на процессы нравственного и интеллектуального развития детей, во-вторых, недостаточной изученностью психологического значения используемых при создании этого типа медиапродукции художественных приемов, в-третьих, той ролью, которую играют мультфильмы в жизни современного ребенка.

Согласно данным Mediascope, телевидение в России в 2016 году хотя бы раз в месяц смотрело 99 % населения, ежедневно его смотрит 70 % жителей, а недельный охват этого медиа составляет 91 %¹. При этом важно понимать, как предлагаемые медиапродукты влияют на потребителя произведений экранной культуры, прежде всего, детей.

По данным MOMRI, российские дошкольники смотрят телевизор больше двух часов в день (в группе 4–7 лет — 138 минут). В возрасте 4–12 лет «свой» телевизор есть у половины детей². Приобщаются дети и к популярным социальным сетям, хотя психологические особенности детской аудитории учитываются не всегда [1, с. 103]. Оценивая значение мультфильмов в воспитании современного ребенка, А. И. Баркан характеризует их как «своеобразные монстрофильмы» [2, с. 107]. Сложно не согласиться с суждением о том, что «в настоящее время мультфильм как наиболее популярная форма художественного произведения может выступать психологическим орудием развития. Мультфильмы могут способствовать становлению мировоззрения, самосознания ребенка; понимаю своих переживаний, смыслов» [3, с. 28]. При этом для определения развивающего потенциала мультипликационных фильмов важна разработка инструмента их комплексного анализа, позволяющего выявлять как очевидные, так и неявные трансляторы психически значимых содержаний, через сюжет мультфильма и образы персонажей ребенок метафорически знакомится с нравственными идеалами и ценностями [4–6]. В представляемом исследовании мы осуществили попытку такого сравнительного анализа, используя имманентный анализ, основанный на междисциплинарном подходе к анализу медиатекстов [7–9].

На основе изучения форумов для родителей нами был составлен список наиболее популярных мультсериалов, которые смотрят дети. Используя данные канала

¹ Телесмотрение в 2016 году // Total View : медийное агентство. URL: <https://www.totalview.ru/telesmotrenie-v-2016-godu/>.

² Как дети в России потребляют медиа: телевидение, YouTube-каналы, мобильные приложения // AdIndex. URL: <https://adindex.ru/news/researches/2018/01/31/168893>.

YouTube, мы составили рейтинг мультфильмов, вошедших в этот список (составлен 14.02.2018):

Таблица 1

Рейтинг популярных мультсериалов

Название мультфильма	Кол-во просмотров на канале YouTube	Дата выхода мультсериала на экраны
Маша и медведь серия "Маша плюс каша"	2 819 710 425	2009
Барбоскины (сборник серий)	159 114 702	2011
Свинка Пеппа (3 сезон)	111 205 543	2004
Лунтик (3 сезон)	82 837 945	2006
Фиксики (сборник серий)	61 659 409	2010
Щенячий патруль (сезон 1 серия 3)	42 748 990	2013
Ми-ми-мишки	10 963 315	2015

Для решения задачи выявления особенностей влияния детского мультипликационного контента на психику детей, мы определили в качестве объектного стимула исследования мультфильм «Хочу быть взрослой» (реж. А. Миронов) из мультсериала «Ми-ми-мишки» в силу его новизны и активной включенности в телевизионный контент (мультсериал транслируется с 2015 года на телеканалах «МУЛЬТ», «Карусель», «ТЛУМ HD» и «Россия-Культура»). Кроме того, тема взросления, которой посвящен этот медиатекст, актуальна для детей, ее художественная интерпретация может способствовать формированию той или иной направленности вектора развития у детей, провоцировать его нарушения.

В качестве сравниваемого медиатекста, адресованного детской аудитории, в котором также актуализирована тема взросления, нами был выбран мультфильм «Как стать большим» (1967 г., «Союзмультфильм», реж. В. Дегтярев). Выбор этого мультфильма обусловлен, кроме общности темы, принципиальным отличием использованных художественных средств, определивших различия психологического воздействия сравниваемых мультфильмов.

Аргументация гипотетического суждения о том, что мультфильмы со сходным сюжетом оказывают различное влияние на зрителей при их восприятии в силу не только их явных, содержательных, особенностей, но и неявных, художественных, — предполагает использование имманентного анализа медиапродуктов, представляющего собой «закрытый» (не выходящий за пределы текста) разбор их формальных и содержательных особенностей: образных, композиционных; речевых музыкальных; хронотопических и динамических [8]. Такой анализ основан на семиотической методологии и предполагает интеграцию методов, разработанных в рамках разных дисциплин: литературоведения, эстетики, психологии, лингвистики — в силу сложной интегративной природы кинотекста.

Исследуемые мультфильмы тематически однородны: они посвящены «взрослению» героя. Тема «роста», конечно, интересна детям — оба фильма точно попадают в значимое для потребителя смысловое пространство, что способствует активизации процессов идентификации зрителя с «взрослеющим» героем, и, следовательно, усиливает влияние транслируемых этими мультфильмами смыслов на детей.

Психологический анализ мультфильмов, согласно используемой методологии, предполагает исследование их синтаксических (формальных) и семантических особенностей, поэтому предметом анализа являлись образная система мультфиль-

мов, их архитектура, тип конфликта, особенности хромота, вербальной презентации смыслов, а также динамизм транслируемой информации.

1. Анализ динамических особенностей фильмов необходим для понимания механизмов их воздействия на зрителей: частотность смены эпизодов, количество передаваемой в единицу времени информации должны соответствовать перерабатывающей способности сознания, превышение его ресурсов может стать причиной нарушения психологической безопасности и провоцировать невротические реакции [10].

Мультфильм «Как стать большим» длится 9 минут, за это время на экране сменяются 9 эпизодов. Развитие действия неторопливое, повторение сюжетных и интонационных мотивов темы усиливает доступность информации для ребенка.

За пять минут развития действия в мультфильме «Хочу быть взрослой» сменяются 19 эпизодов, причем каждый из них характеризуется повышенной динамикой: двигательной, звуковой и речевой. Такая смена раздражителей, конечно, привлекает внимание детей, но не предусматривает возможность осмысления информации, формирует «клиповое» мышление.

2. Анализ вербальной презентации смыслов показал, что в мультфильме «Как стать большим» на протяжении его действия герои произносят 42 слова, включая повторяющиеся (например, 8 раз употреблено слово «маленький», 8 раз — «большой», 4 раза — «расти»), причем речевой темп невелик, речевые конструкции просты, интонирование выразительно. Фонические характеристики соответствуют речи детей дошкольного возраста и адекватны их восприятию.

Вербальная нагруженность мультфильма «Хочу стать взрослой» значительно выше: объем словника 112, причем больше число неповторяющихся слов, включая такие, как сленговое «зацени», «тученция», «сплошная химия»; используются сложные предложения — переработка такой информации требует больших усилий, что не отвечает возрастным возможностям ребенка (мультфильм маркирован знаком 0+). При этом текст нагружен множественными императивами («иди ешь», «играй», «дайте», «хватит болтать», «не бегайте», «не сидите без дела», «учите уроки», «тебе нельзя!», «мне отдайте куклу и конфетки», «пошли!»), составляющими основу речевой коммуникации героев. Фонические: низкие и быстрые — характеристики речи соответствуют возрастным особенностям подростков.

Тема взросления в мультфильме «Хочу быть взрослой» отражена смысловыми трансформациями, последовательно выраженными в высказываниях героини: «Раз я взрослая, мне можно все» — «Как хорошо быть взрослой» — «Надоело быть взрослой». Причем звучащее в развязке нежелание взрослеть оправдывается тем, что это обременительно (например, взрослые вкручивают лампочку в чулане) и связано с ответственностью (будучи «взрослой» Лисичка предупреждает друзей об опасном трамплине, а перестав быть «взрослой», она рада, что ее берут участвовать в подготовке этого развлечения).

Нарушение логики презентации информации проявлено в отношении к опасности: вначале друзья не разрешают Лисичке кататься на скейтборде, потому что «это опасно, это для взрослых, а ты еще маленькая», затем, став «взрослой», она предупреждает их об опасности строительства трамплина через реку, а завершается развитие мультипликационного действия радостным отказом героини от взрослости и, как следствие этого отказа, — друзья принимают ее в свою компанию для участия в опасном предприятии, уточняя «А ты для этого не слишком взрослая?». Такая логическая путаница представлений, противоречивость транслируемой информации не соответствуют психологической готовности детей к ее переработке.

Избыточность информации, передаваемой в единицу времени, как и нарушение логики доказательств являются известными манипуляционными приемами, снижающими критичность при восприятии информации, формирующими бессознательную готовность к провоцируемому медиатекстом типу поведения. Нарру end, в котором счастливая Лисичка участвует в сомнительном (опасном) предпрятии, можно расценить как психологически деструктивный, если речь идет о восприятии детей, у которых процесс идентификации с героем, с одной стороны, естественен, с другой — усилен использованными при моделировании медиапродукта приемами.

Анализ смысловых маркеров, презентуемых вербальными средствами, показал, что в советском мультфильме «Как стать большим» последовательно реализуется мысль о том, что взросление — это обретение ответственности, и оно связано с положительной оценкой окружающих: «Ты у меня совсем большой!».

3. Анализ образной системы мультфильма «Как стать большим» показал соответствие мультипликационных образов возрастным особенностям детей. Главного героя «исполняет» мягкая игрушка — нежный белый котенок с голубыми глазами и шелковой ленточкой на шее, как бы подчеркивающей, что родители его любят и заботятся о нем. Все другие персонажи — расположенные к Котенку и дружелюбные, включая солнышко, которое улыбается малышу и указывает ему своим лучиком путь к ответу на вопрос: «Как стать большим?». При этом в тексте нет императивов, Котенок сам вербализует, актуализирует ответ: «Вот это убрать? И это? Понял! Понял! Сейчас!». Предметные образы: домик, деревья и цветы, солнце — тоже выполнены в стилистике яркой развивающей игрушки, что обуславливает доступность мультипликационного мира восприятию детей.

Образы мультфильма «Хочу стать взрослой» более виртуализированы, игрушки подчеркнута не реалистичны. Подвижным элементом «лица» героя является линия рта, которая в процессе речи сдвигается на сторону, на щеку, что, если выявлять соответствие реальным мимическим знакам, может соответствовать «кривой улыбке». Основные персонажи — два медвежонка, любящих экстремальные виды развлечений, Лисичка, которая хочет участвовать в них, и молчаливая маленькая птичка, которая удивленно и восхищенно сопровождает происходящее действие, являясь психологическим фоном — маркером, выражающим внешнюю оценку происходящих событий.

4. Конфликт, являющийся движущей силой развивающегося действия, в анализируемых мультфильмах принципиально различен. В фильме «Как стать большим» это внутренний конфликт, который кроется в душе котенка, так как все видят в нем маленького, а он очень хочет стать большим, но не знает, как это сделать. Этот конфликт соответствует развитию ребенка в дошкольном возрасте, когда «интересы ребенка перемещаются от мира предметов к миру взрослых людей. Взрослый начинает выступать не только как конкретное лицо, но и как образ. Социальная ситуация развития в дошкольном детстве: «ребенок — взрослый (обобщенный, общественный)» [11, с. 201]. В конце мультипликационной истории котенок достигает своей цели, его признают большим. Мультфильм несет в себе воспитательный потенциал, так как в доступной форме объясняет маленькому зрителю, что нужно быть ответственным, чтобы стать большим, а именно хотя бы следить за порядком, убирать свои игрушки.

На протяжении всего действия в мультфильме «Хочу быть взрослой» Лисичка конфликтует с медвежатами, причем истоком конфликта является определение

того, кто «главный» и, несмотря на изменение самих конфликтных ситуаций, конфликт остается внешним, интересубъективным.

5. Композиционное решение мультфильма «Хочу быть взрослой» таково, что акцентируется внимание на экстремальных типах поведения: уже в первом эпизоде *мишки с восторгом катаются с крутой рампы на скейтборде и роликах, но это не удается Лисичке* — и неудача становится мотивом ее желания «взрослости».

Во втором эпизоде предлагается «взросломер» как критерий взрослости и обозначаются ее привилегии: *«Мы тут старшие и нас надо слушаться»*

Следующий эпизод, в котором Лисичка *из нескольких брусочков дерева и полосок ткани мастерит себе босоножки на высокой платформе, а чтобы ее хитрость не была видна, шьет длинное платье*, ставит под сомнение то, что лисичка ребенок. Она самостоятельно (без помощи взрослых) управляет с пилой, шьет платье на швейной машинке. Все эти действия не свойственны поведению ребенка дошкольника, такие навыки приобретаются гораздо позже и не отражают его зону ближайшего развития, демонстрируется легкость и примитивность данных трудовых навыков, что искажает представление о трудовых функциях. При этом в художественном мире мультфильма они не являются знаком «взрослости».

Эпизод 4: *Лисичка, обманув медвежат, получает преференции от «взрослости»: «Ну раз теперь я взрослая мне можно все»*. Трансформация причинных (рост и обман) и следственных («можно все») связей со взрослостью, вероятно, по замыслу авторов, носит иронический характер, но дети (мультфильм маркирован 0+) не способны понимать такую неочевидную иронию.

В следующем эпизоде герои обсуждают еще более рискованное развлечение: *«Трампл это что! Вот зацени, Тучка, — говорит Кеша, достав карту, — тут у нас река, а тут мы такие строим трамплин, а тут такую высоченную горку, разгоняемся на скейте, заезжаем на трамплин и ...»* Лисичка делает попытку реализовать «взрослый» сценарий и справедливо предостеречь друзей от опасности. Но такое поведение не получает положительного подкрепления в реальности медиатекста.

Прочитанное обращение Кешы, согласно проведенному нами анализу, определяет «гармонический центр» медиатекста, который был определен по формуле «золотого сечения»: количество всех произнесенных на протяжении текста слов умножено на 0,618. Гармонический центр представляет собой пространственно определенный отрезок на линейной протяженности текста, выражающий его содержательную доминанту [7]. Действительно, образ трамплина является центральным в анализируемом мультфильме. Он презентуется изобразительными и вербальными средствами, связывает настоящее и будущее и обнаруживается в самых сильных позициях медиатекста: в его начале, конце и «гармоническом центре».

Действие начинается с трамплина, эмоциональные пики связаны с удовольствием катающихся с трамплина героев; «взрослый» поступок Лисички, предупреждающей друзей об опасности строительства трамплина над рекой, пресекается — трамплин выполняет функцию символа независимости, смелости и радости. Путь к строительству еще более опасного трамплина завершает мультипликационную историю о взрослении. Такие сложные художественные ходы, реализующие представление о взрослости как независимости и готовности к риску, не оправданы в медиатексте, рассчитанном на восприятие детей.

Став еще «больше», Лисичка реализует другой, командный сценарий взросло-го поведения в следующих эпизодах:

а) — Так, хватит болтать, — говорит Лисичка, — тихий час! Пора спать.

Она кладет медвежат спать.

б) — Закружили глазки, уснули — командует Лисичка (эпизод 7).

в) Медвежата бегают, играют. Лисичка делает замечание: «не бегайте».

г) Медвежата спят под деревом. «Не сидите без дела» — снова слышат они замечание Лисички.

д) Медвежата играют в компьютерную игру, где медвежонок дерется с драконом. Лисичка выдергивает провод компьютера: «Учите уроки».

е) Медвежата загорают на шезлонгах, едят сладости, которые Лисичка отбирает: «сладкое после обеда! Это сплошная химия!».

ж) Медвежата играют мячом, Лиса отбирает его: «закругляемся».

з) Летящий змей зацепился за дерево. Кеша пытается его достать и падает. Лиса вешает знак «опасно» на деревьях.

Несколько последовательных эпизодов, реализующих неприятные для мишек, ограничивающие их свободу действия, провоцируют возникновение и усиление чувства раздражения от «взрослости». Развитие действия, таким образом, подводит зрителя к эмоциональному неприятию «взрослого» поведения.

Далее мишки находчиво избавляются от надоевшей опеки «взрослой» Лисички:

— Привет, Лисичка. Ну, подаришь мне своих кукол? — говорит Кеша.

— Нет, это мои, — отвечает Лисичка.

— Ну ты же взрослая, а взрослые не играют в куклы.

— А хочешь конфетку? — спрашивает Тучка.

— Да, конечно хочу, — Лисичка тянется за конфетой.

— Нет! Тебе нельзя! Взрослые не едят сладкого.

— Неправда, — возмущена Лисичка.

— Ах да, Лисичка, я зачем пришел то, — говорит Кеша, — у меня в чулане лампочка перегорела, там темно и страшно. Починишь?

— Нет, я боюсь темноты.

— Как боишься, ты же взрослая! — говорит Кеша.

В этом эпизоде Лисичка демонстрирует детское поведение, и ее эмоциональное кульминационное решение поддержано всей логикой развития действия: «Все! Надоело быть взрослой!... Сами идите в темноту в свой чулан, а мне отдайте куклы и конфетку»).

Развязка действия: Лисичку, переставшую быть «взрослой», берут строить опасный трамплин, уточнив:

— А ты для этого не слишком взрослая?»

— Нисколько, — отвечает Лисичка.

— Тогда пошли!

Композиционное решение мультфильма «Хочу быть взрослой», таким образом, выполняет функцию усиления транслируемых смыслов, связанных с отрицательной оценкой взросления и положительной — неограниченной свободы, которой в тексте маркировано детство.

Анализ архитектоники мультфильма «Хочу стать большим» показывает ориентированность действия на восприятие детей:

В первом эпизоде *перед зрителем предстает место действия — домик, который, благодаря подвижной камере, начинает вращаться, поворачиваясь окошком к зрителю. На окне занавеска с изображением котенка и надписью «Малыш».* Вращение позволяет ребенку рассмотреть домик со всех сторон, его крыша сделана в форме знакомой ребенку с детства сборной пирамидки из кругов разной формы. Пространство изображаемой реальности, таким образом, близко и понятно детям.

В следующем эпизоде в комнате появляется *белый котенок с бантиком на шее в окружении знакомых каждому ребенку игрушек. Котенок раскладывает кубики, но у него никак не получается собрать картинку. «Опять ничего не получается, — вздыхает Котенок, — и так тоже не получается».* Трудности в осуществлении действия, которые, действительно, обусловлены тем, что он «еще маленький», расстраивают Котенка, и он, *вполне по-детски реагируя, разбрасывает кубики:*

— Ну и пожалуйста! Ну и не нужно! Ну и очень-то мне нужно! Подумаешь! И вот вам!

Дошкольнику свойственно такое поведение, а «в том случае, если фильм соответствует возрасту ребенка, киноэкран приобретает функцию зеркала, которое отображает и усиливает самоощущение ребенка, что способствует развитию его сознания и самосознания» [3, с. 34].

Коммуникация персонажей не императивна даже в случае нарушения одним из них правил. Бабушка мягко пеняет Котенку: *«Ой, какой ты у меня еще маленький. Все разбросал, а кто убирать будет?».* Котенок опускает голову.

Таким образом, логикой развития действия обозначается оппозиция: маленький — большой, равная по смыслу оппозиции «ответственный — безответственный». И такие смысловые акценты адекватны и возрасту ребенка и развивающему, воспитательному потенциалу мультфильма.

Модель общения ребенка со взрослым, реализованная в мультфильме, продуктивна. Бабушка разговаривает с малышом нежно, с любовью. А Котенок стыдливо опускает глаза на замечание бабушки, его эмоции легко угадываются зрителем и вызывают понимание.

В следующих нескольких эпизодах последовательно меняются топографические характеристики действия — архетип дороги реализован в нескольких эпизодах, связанных с усилием Котенка стать большим: играть со старшими зайцами, строить плотину с бобрами, стать выше, забравшись на дерево; вырасти, как гриб, намокнув под дождем. В процессе коммуникации с другими персонажами: бобрами, медвежонком, грибом, елочкой — Котенок узнает, что он по-прежнему маленький, то есть идет неверным путем. И в каждом случае он расстраивается: зритель видит скатывающуюся слезинку, трогательно опущенную головку. При этом общение персонажей всегда очень доброжелательное, вежливое, Котенок всегда говорит «пожалуйста» и «спасибо», даже давшему неверный совет медвежонку. Речевая культура персонажей является несомненным достоинством мультфильма, обуславливающим его развивающий эффект.

В кульминационном эпизоде Котенок обращается к «высшей инстанции», которая выбрана авторами с высокой степенью художественной и психологической точности: *«Солнышко, как мне стать большим, а? — спрашивает котенок. Лучик солнышко спускается в комнату котенка и указывает на разбросанные игрушки и вещи».* Символичность образа солнца и, с другой стороны, его близость «образу мира» детей, усиливают значимость мудрого совета, при этом важно, что совет не императивен, а, скорее, намек, выраженный доступным ребенку способом, и герой ликует: *«Понял! Понял! Сейчас!» — и начинает уборку, а солнышко ему кивает, давая «положительное подкрепление» поступку малыша.*

Это подкрепление усиливает оценка бабушки в последнем эпизоде: *«Ах! Кто же это все убрал?».* Ответ Котенка трогателен и повторение в нем личного местоимения подчеркивает значимость события, становление «Я», которое получает заслуженную оценку:

— Бабушка это же я! — отвечает котенок, — это же я все убрал.

— Так ты у меня совсем большой! — с нежностью в голосе произносит бабушка.

— *Большой?! — котенок не верит своим ушам и смотрит на солнышко. Солнышко кивает.*

Архитектоника мультфильма «Как стать большим» позволяет авторам убедительно, понятно для маленьких детей передать мысль о том, что стать большим — это стать ответственным за свои поступки, в частности, самому убирать за собой игрушки. Использованный для передачи сложного для детей морального конструкта «ответственности» материал — уборка игрушек — адекватен решаемой задаче и, что чрезвычайно важно, отвечает возрастным особенностям развития детей дошкольного и младшего школьного возраста.

Анализ мультфильмов, таким образом, показал их принципиальное различие на всех уровнях анализа. Сходные по теме и героям, которыми в обоих случаях являются антропоморфные животные (что обуславливает их близость детям и легкость идентификации), фильмы принципиально различаются своими художественными и психологическими характеристиками, что обуславливает их различное влияние на маленьких зрителей. Обладающим высокой степенью развивающего потенциала можно считать мультфильм «Как стать большим».

На следующем этапе исследования было проведено исследование особенностей восприятия и семантической оценки этих мультфильмов [5–8].

В процессе эмпирического исследования мы изучали особенности семантической оценки младшими школьниками героев анализируемых мультфильмов: Котенка и Лисички. Для выявления особенностей идентификации с героем использовали сравнение семантики мультипликационных героев с семантикой «Я» у испытуемых. В исследовании участвовали школьники вторых классов (45 человек) и старшеклассники (учащиеся 9 и 11 классов — 44 человека).

Гипотетическим предположением, верифицируемым в процессе исследования, было суждение о том, что смыслы, транслируемые фильмами и выявленные в процессе экспертного анализа, обуславливают особенности семантической оценки мультфильмов старшеклассниками, но не влияют на оценку младших школьников в силу их не критичности, слабой способности к анализу воспринимаемых медиатекстов и большей подверженности эмоциональному воздействию и более выраженными процессами идентификации с героями.

В процессе наблюдения за проявлением эмоциональных реакций младших школьников во время просмотра мультфильмов мы обнаружили яркие эмоциональные проявления на изображаемое в фильме «Как стать большим»: когда на экране появился Котенок, заметно оживились девочки с комментарием «ой, какой милый», «какой хорошенький». Когда Котенок баловался, раскидывал вещи, ребята смеялись, оживленно комментировали, кто — то даже узнавал себя. Выбираясь из дома на улицу, герой неуклюже упал, и это вызвало смех. Интересно, что в мультфильме «Хочу быть взрослой» есть похожий эпизод: катаясь на велосипеде, Лисичка и ее друзья падают. Но при просмотре этот эпизод прошел незамеченным для испытуемых, не вызвав никакой эмоциональной реакции.

Эпизод, в котором котенок плачет от того, что бобрята не дают поучаствовать в строительстве плотины, дети комментировали словами: «бедненький», «маленький». Это значимо, ведь «через сопереживание происходит узнавание своих переживаний, своего опыта в действиях героев фильма; ребенок начинает осознавать себя и по-новому переживать свой собственный опыт. Сопереживание персонажам сказки, мультфильма, спектакля является ярким феноменом детства» [3, с. 29]. В серии «Ми-ми-мишки» была похожая ситуация, когда медвежата не позволяли Лисичке кататься, аргументируя тем, что она еще маленькая, но эмоциональных реакций на этот эпизод у детей не было. Таким образом, в первом случае, наблю-

дается идентификация в форме сочувствия, что, по мнению В. С. Мухиной, является необходимым механизмом социализации дошкольника [12, с. 170].

Когда на экране намокший под дождем Котенок приговаривал: «Расти, расти ушко, расти, расти, хвостик», — дети улыбались и некоторые из них повторяли за котенком его слова.

В процессе наблюдения выявлено, что анализ эмоциональных реакций на мультфильмы различен. Герой советского мультфильма вызывал реакцию радости, умиление, сопереживание, в то время как Лисичка не вызвала никаких видимых эмоций. Во время просмотра «Ми-ми-мишек» дети словно замерли, не комментировали, не смеялись, были мимически неподвижны.

В процессе беседы с детьми после просмотра мультфильмов мы выявляли их запоминание и понимание увиденного (в процессе ответов на вопросы: «Кто сможет пересказать произошедшее?»), эмоциональные предпочтения («Кто из героев вам понравился больше: Лисичка или Котенок? Чем понравился?», «Какой из мультфильмов понравился больше?»), понимание основной идеи («Кто такие взрослые?» «Стала ли Лисичка взрослой?»). Ответы записывались на диктофон и анализировались.

Предлагая пересказ текста, мы предполагали, что в силу информационной насыщенности и проявляющейся нелогичности в развитии действия мультфильма «Хочу быть взрослой» дети будут испытывать затруднения при его пересказе. Действительно, всего 2 человека захотели и смогли пересказать сюжет. Остальные ответили, что не смогут. Мультфильм о Котенке никаких затруднений при пересказе не вызвал.

На вопрос о понравившемся герое большая часть детей (78 %) ответила, что больше понравилась Лисичка, объясняя это тем, что «она веселая» (других аргументов не было), и только 22 % младших школьников больше понравился Котенок, потому что он «белый», «стремительный», «стремится вырасти», «котенок все убрал, он молодец». Эмоциональная и информационная насыщенность мультфильма про Лисичку, его суггестивный эффект обусловили некритическое принятие героини детьми и при этом неспособность объяснить свое предпочтение.

Важным в обеих историях является то, какое решение герои находят для своей задачи — стать большим. Котенок убирает игрушки, Лисичка выходит из ситуации хитростью, что для ее персонажа ожидаемо. В первом мультфильме ответ непротиворечив и взросление связано с ответственностью. Во втором — взрослость представлена как навязчивая императивность.

На вопрос о том, что значит быть взрослым, дети отвечали: «это тот, кто ставит цель и добивается ее», «это тот, кто высокий», «это тот, кто должен отдавать приказы младшим», «это выросшие люди, которые должны заботиться о своих детях». Образ Лисички оказал несомненное влияние на представление второклассников, которые связали взрослого человека с его ростом и способностью приказывать.

Согласно ответам детей, Ми-ми-мишки понравились большей их части (82 %) из-за того, что Лисичка «веселая». Других аргументов дети не смогли привести.

Для выявления факторов, определяющих оценку героев мультфильмов, а также сравнения оценки разных героев, одного героя в испытуемыми разных возрастов и выявления общности семантики героев мультфильмов и «Я» испытуемый был использован метод семантического дифференциала Ч. Осгуда, классический вариант которого был дополнен шкалами: «жизнерадостный — унылый», «приятный — противный», «большой — маленький», «дорогой — дешевый», «добрый — злой», «родной — чужой», «любимый — ненавистный», «напряженный — расслабленный», «холодный — горячий».

До начала просмотра мультфильма испытуемым группе было предложено оценить себя по данным шкалам. После просмотра каждого мультфильма испытуемые оценивали его героя.

Математическая обработка полученных данных осуществлялась с использованием статистического пакета SPSS-20. Для выявления основных оценочных маркеров была использована процедура факторного анализа. ФА осуществлялся методом максимального правдоподобия. Вращение факторов производилось методом варимакс. Для оценки надежности вычисления элементов корреляционной матрицы и возможности ее описания с помощью факторного анализа использовался тест Кайзера-Мейера-Олкина (КМО) и коэффициент сферичности Бартлетта. Уровень достоверности различий определялся с помощью непараметрического критерия Манна — Уитни.

При этом значение теста КМО составило 0,841, то есть может оцениваться как «достойное». Коэффициент сферичности Бартлетта достаточно большой, а соответствующий ему уровень значимости составил 0,000, что свидетельствует о надежности вычисления корреляционной матрицы и о том, что данные приемлемы для проведения факторного анализа.

Учитывая оценки величины значения каждого фактора, мы выделили четыре фактора, объясняющих после варимакс вращения 66,643 % суммарной дисперсии переменных. Первый фактор объясняет 22,928 %, второй — 20,272 %, третий — 12,331 %, четвертый — 11,111 % дисперсии переменных.

Первый фактор обозначен нами «фактором жизнерадостности», в него с большой нагрузкой вошли шкалы «жизнерадостный — унылый» (0,807), «активный — пассивный» (0,762), «приятный — противный» (0,740), «хороший — плохой» (0,717), «добрый — злой» (0,697). Второй фактор назван «фактором эмоциональной близости», в него вошли шкалы «свой — чужой» (0,841), «родной — чужой» (0,796), «любимый — ненавистный» (0,692), «дорогой — дешевый» (0,697). Третий фактор — «силы» составили шкалы «большой — маленький» (0,903), «сильный — слабый» (0,883). Четвертый фактор обозначен как «фактор напряженности», в него вошли шкалы «напряженный — расслабленный» (0,692), «влажный — сухой» (0,688), «холодный — горячий» (0,671).

Таким образом, семантика героев мультфильмов определяется, исходя из их «жизнерадостности», «эмоциональной близости», «силы» и «напряженности».

Сравнение семантики героев мультфильмов показало, что младшие школьники воспринимают героев не дифференцированно: статистически различий не обнаружено ни по одному оценочному фактору. При этом сравнение семантической оценки их «Я» и героев мультфильмов показало значимые различия между семантической самооценкой младших школьников и их оценкой Котенка: дети воспринимают Котенка более слабым, чем себя (средние значения по фактору силы (-0,537) и (0,9), соответственно, при $p = 0,00$) и более «напряженным» (среднее значение семантики Котенка по фактору напряженности (0,505), семантики «Я» — (-0,149)). Степень идентификации с Лисичкой у младших школьников выше: только по фактору силы обнаружены значимые различия: дети оценивают ее как более слабую, чем себя ((-0,353) — (0,9) при $p = 0,000$), но такую же жизнерадостную, близкую и расслабленную.

Сравнение семантики героев мультфильма показало, что для старшеклассников Котенок значительно более «свой», «родной», «любимый» и «дорогой», чем Лисичка. Его оценки по фактору эмоциональной близости достоверно выше (при $p=0,000$). При этом Котенок «слабее» Лисички ((-0,456) — (-0,64)).

Таким образом, предположение о более критичном восприятии информации, транслируемой средствами медиатекста, обладающего свойствами художественно-

го, старшими подростками и юношами, по сравнению с младшими школьниками, оказалось достоверным. Важно понимать, что отсутствие способности к смысловой дифференциации обуславливает повышенную психическую уязвимость детей к воздействиям, реализуемым в медиапространстве.

Интересно, что у старшеклассников семантика Котенка и «Я» имеет значимые отличия по факторам «силы» ((-0,466) — (0,493) при $p = 0,000$) и «жизнерадостности» ((0,09) — (-0,814) при $p = 0,000$). Котенок в их глазах слабее, но при этом жизнерадостнее, приятнее, активнее и лучше. По факторам эмоциональной близости и напряженности различий в семантической самооценке и оценке Котенка не выявлено: он такой же любимый, свой, родной и дорогой».

Сравнение семантики Лисички с семантикой «Я» показало, что старшеклассники не идентифицируют себя с героиней мультфильма ни по одному фактору, кроме «напряженности», причем обе оценки свидетельствуют о «расслабленности» (-0,232) — (-0,17), степень которой у Лисички даже выше (-0,232), чем у оценивающих ее ребят (-0,17).

Выводы

Целью проведенного исследования было выявление особенностей мультипликационной презентации значимого для детей мотива взросления и их взаимосвязь с восприятием мультфильмов младшими школьниками и старшеклассниками.

В процессе анализа мультфильмов, адресованных детской аудитории, выявлено, что в мультфильме «Как стать большим» взросление получает художественную интерпретацию, связанную не с внешними признаками взрослости, а с ответственностью, проявляющейся в умении и готовности убирать игрушки. Модели поведения, реализуемые в фильме, конструктивны, как и решение внутреннего конфликта, связанное с радостью и личностным становлением ребенка, укреплением его «Я». Используемые художественные и психологические приемы точно «попадают» в целевую аудиторию, соответствуя возрастным особенностям дошкольников и младших школьников, основным новообразованиям возраста: произвольность, способность к рефлексии, внутренний план действия и др. Представляется неправомерной маркировка (6+), в фильме нет никаких признаков, позволяющих судить о недоступности его позитивных смыслов детям более раннего возраста, как и признаков деструкции — фильм обладает хорошим развивающим потенциалом.

В мультфильме «Хочу быть взрослой», как показал анализ, взрослость интерпретируется условие вседозволенности и императивности, ограничивающей свободу. Модели поведения, реализованные в художественном пространстве, непродуктивны. Формальные характеристики текста позволяют судить о его суггестивности. Выявленные особенности не дают нам оснований согласиться с маркировкой (0+).

Исследование восприятия мультфильмов показало, что младшие школьники воспринимают их содержание не критично, не дифференцированно — их идентификация с маленькими антропоморфными героями абсолютна. Старшие школьники, оценка которыми мультфильмов использовалась для сравнения, показали вполне осознанный аналитический подход к оценке рассматриваемых медиапродуктов.

Суждение о том, что неявные, формальные признаки медиатекста, такие, как его композиция, хронологические признаки, особенности образной системы и речевая динамика — оказывают значительное влияние его на психологический потенциал: развивающий или деструктивный — также представляется аргументированным в результате проведенного исследования.

Список использованной литературы

1. Смеюха В. В. Социальные сети: функционально-типологический аспект / В. В. Смеюха // Вопросы теории и практики журналистики. — 2013. — № 2. — С. 100–105.
2. Баркан А. И. Ультрасовременный ребенок / А. И. Баркан. — М. : Дрофа-Плюс, 2007. — 699 с.
3. Исследование возрастной адресации мультфильмов / Смирнова Е. О. [и др.] // Культурноисторическая психология. — 2014. — № 4. — С. 27–36.
4. Моисеева Л. А. Технология «игра-погружение в сказку» в литературно-творческом развитии дошкольников / Л. А. Моисеева // Филологическое образование в период детства. — 2016. — № 23. — С. 128–131.
5. Терехова Т. А. Нарративное интервью как методологический конструкт междисциплинарного качественного исследования / Т. А. Терехова, С. К. Малхаева // Психология в экономике и управлении. — 2013. — № 1. — С. 91–95.
6. Трофимова Е. Л. Возможности использования метафоры в формировании межкультурной компетентности / Е. Л. Трофимова, Т. А. Терехова // Известия Иркутской государственной экономической академии. — 2015. — Т. 25, № 4. — С. 708–716. — DOI : 10.17150/1993-3541.2015.25(4).708-716.
7. Кыштымова И. М. Диагностика креативности старшеклассников методом психосемиотического анализа их сочинений: «гармонический центр» текста как психодиагностический критерий / И. М. Кыштымова // Образование и наука. — 2006. — № 6 (42). — С. 83–92.
8. Кыштымова И. М. Образ клоуна в медийном нарративе: имманентный анализ медиатекста и его восприятие молодежью / И. М. Кыштымова // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Психология. — 2017. — Т. 22. — С. 21–29.
9. Кыштымова И. М. Психологическая безопасность в информационном пространстве: имманентный анализ текста и его семантика / И. М. Кыштымова // Психология в экономике и управлении. — 2017. — Т. 9, № 1. — С. 17–23. — DOI: 10.17150/2225-7845.2016.8(1).17-23.
10. Пронина Е. Е. Психологическая экспертиза рекламы / Е. Е. Пронина. — М. : РИП-холдинг, 2003. — 100 с.
11. Шаповаленко И. В. Возрастная психология: (психология развития и возрастная психология) : учебник / И. В. Шаповаленко. — М. : Гардарики, 2005. — 349 с.
12. Мухина В. С. Возрастная психология: феноменология развития, детство, отрочество / В. С. Мухина. — 7-е изд-е. — М. : Академия, 2002. — 452 с.

References

1. Smeyukha V. V. Social networks: functionally-typology aspect. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2013, no. 2, pp. 100–105. (In Russian).
2. Barkan A. I. *Ul'trasovremennyi rebenok* [The ultramodern child]. Moscow, Drofa-Plyus Publ., 2007. 699 p.
3. Smirnova E. O., Sokolova M. V., Matushkina N. Yu., Smirnova S. Yu. Research on Age Ratings of Animated Films. *Kul'turnoistoricheskaya psikhologiya = Cultural-Historical Psychology*, 2014, no. 4, pp. 27–36. (In Russian).
4. Moiseeva L. A. Moiseyeva L. A. Technology “playing for diving in fairy tale” in the literary and creative development of preschool children. *Filologicheskoe obrazovanie v period detstva = Philological education in the period of Childhood*, 2016, no. 23, pp. 128–131. (In Russian).
5. Terekhova T. A., Malkhaeva S. K. Narrative interview as methodological constructive unit of interdisciplinary qualitative. *Psikhologiya v ekonomike i upravlenii = Psychology in Economics and Management*, 2013, no. 1, pp. 91–95. (In Russian).
6. Trofimova E. L., Terekhova T. A. The metaphor as a way of cross-cultural competence formation. *Izvestiya Irkutskoy gosudarstvennoy ekonomicheskoy akademii = Izvestiya of Irkutsk State Economics Academy*, 2015, vol. 25, no. 4, pp. 708–716. DOI: 10.17150/1993-3541.2015.25(4).708-716. (In Russian).

7. Kyshtymova I. M. Diagnosis of senior pupils' creativity by method of psycho-semantic analysis of their compositions: "harmonic center" of the text as a psycho-diagnostic criteria. *Obrazovanie i nauka = The Education and science journal*, 2006, 6 (42), pp. 83–92. (In Russian).

8. Kyshtymova I. M. Image of a Clown in the Media Narrative: Immanent Analysis of the Media-Text and Its Perception by the Youth. *Izvestiya Irkutskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Psikhologiya = The Bulletin of Irkutsk State University. Series: Psychology*, 2017, vol. 22, pp. 21–29. (In Russian).

9. Kyshtymova I. M. Psychological security in the information space: an immanent analysis of the text and its semantics. *Psikhologiya v ekonomike i upravlenii = Psychology in Economics and Management*, 2017, vol. 9, no. 1, pp. 17–23. DOI: 10.17150/2225-7845.2017.9(1).17-23. (In Russian).

10. Pronina E. E. *Psikhologicheskaya ekspertiza reklamy* [Psychological expert evaluation of advertising]. Moscow, RIP-kholding Publ., 2003. 100 p.

11. Shapovalenko I. V. *Vozrastnaya psikhologiya: (psikhologiya razvitiya i vozrastnaya psikhologiya)* [Age psychology: developmental psychology and age psychology]. Moscow, Gardariki Publ., 2005. 349 p.

12. Mukhina V. S. *Vozrastnaya psikhologiya: fenomenologiya razvitiya, detstvo, otrochestvo* [Age Psychology: Phenomenology Development, Childhood, Adolescence]. 7th ed. Moscow, Academy Publ., 2002. 452 p.

Информация об авторах

Кыштымова Екатерина Сергеевна — аспирант, кафедра социологии и психологии, Байкальский государственный университет, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: lread@mail.ru.

Трофимова Елена Леонидовна — кандидат психологических наук, доцент, кафедра педагогической и возрастной психологии, Иркутский государственный университет, 664003, г. Иркутск, ул. К. Маркса, 1, e-mail: trofimova-bgy@mail.ru.

Authors

Ekaterina S. Kyshtymova — PhD Student, Chair of Sociology and Psychology, Baikal State University, 11 Lenin St., 664003, Irkutsk, e-mail: lread@mail.ru.

Elena L. Trofimova — PhD in Psychology, Associate Professor, Chair of Educational and Child Psychology, Irkutsk State University, 1 K. Marx St., 664003, Irkutsk, e-mail: trofimova-bgy@mail.ru.

Для цитирования

Кыштымова Е. С. Мультипликационная презентация темы взросления и возрастные особенности ее восприятия / Е. С. Кыштымова, Е. Л. Трофимова // *Baikal Research Journal*. — 2018. — Т. 9, № 3. — DOI: 10.17150/2411-6262.2018.9(3).6.

For Citation

Kyshtymova E. S., Trofimova E. L. Animated Presentation of Topic of Adulthood and Age-Specific Features of Its Perception. *Baikal Research Journal*, 2018, vol. 9, no. 3. DOI: 10.17150/2411-6262.2018.9(3).6. (In Russian).