

Проблема социально-психологических и возрастных особенностей восприятия подростками и молодежью мультсериалов пародийного содержания

А. Д. Хусид
аспирантка ПИ РАО

Задачей исследования стало сравнительное описание особенностей восприятия мультипликационных сериалов различными аудиториями. С этой целью нами был разработан опросник и проведен опрос 155 респондентов. Участники опроса представляли две возрастные группы: старшие подростки и молодежь. Результаты опроса показали, что мультсериалы являются значимой составляющей повседневной жизни для обеих групп респондентов, а следовательно, знание о них является intersubъективным. Подростковая аудитория не переосмысливает сюжет мультсериалов, а просто считает картинку. Мультсериалы для подростков являются скорее маркером принадлежности к группе, а не основанием для осмысления. Молодежная аудитория выделяет в содержании мультсериалов ряд идей, среди которых семья, общество, политика, религия, образование, стереотипы, культура.

Ключевые слова: мультсериалы, социальное познание, ограничения по возрасту, подростки, молодежь.

В жизни каждого человека в той или иной степени присутствует или когда-то присутствовала анимация. Мультфильмы, традиционно воспринимаемые как «искусство для детей», на определенных возрастных этапах становятся важным источником информации, воспитания нравственных качеств ребенка, присвоения некоторых моделей поведения. Но можно ли с уверенностью говорить, что все мультфильмы «одинаково полезны» для детей?

Несмотря на то что ограничения должны быть обоснованы с позиций возрастной и социальной психологии, масштабных социально-психологических исследований мультсериалов проведено не было.

В 2008 г. в РФ критике со стороны властей, а также общественных и религиозных организаций подверглись в общей сложности 12 мультсериалов, среди которых два наиболее популярных анимационных телешоу «Южный Парк» и «Симпсоны». Конфликт повлек за собой волну обсуждений о введении жестких ограничивающих просмотр мер, вплоть до закрытия телеканала 2 × 2, специализирующегося на трансляции мультсериалов [4]. И хотя вполне очевидно, что задаваясь вопросом о правомерности установления тех или иных ограничений на просмотр мультсериалов, мы оказываемся на пересечении, по крайней мере, двух областей психологического знания — возрастной и социальной психологии, — сколь либо значимых психологических исследований, посвященных этой теме, проведено не было.

Конечно же, в сфере телевидения и мультсериалов как частного примера существует государственная политика по установлению возрастных ограничений. Так, в США сериалу «Симпсоны» присвоен

рейтинг PG (Parental guidance suggested), т. е. при просмотре рекомендуется присутствие родителей, поскольку материал, возможно, не подходит для детей (часть серий выходит с более жесткими ограничениями). «Южный парк» в США транслируется с еще более жесткими ограничениями: он идет по кабельным телеканалам, в позднее время и имеет рейтинг TV-MA, что означает, что программа предусмотрена только для взрослой аудитории старше 17 лет [6]. На первый взгляд, схожая государственная политика принята и в РФ, однако возрастные границы и рекомендации по их соблюдению оказываются менее детальными [5], а мультсериалы транслируются по общедоступным каналам.

Таким образом, вполне законными зрителями некоторых мультсериалов становятся уже старшие подростки. При установлении данной границы системы возрастной классификации эксперты наряду с другими предпосылками руководствовались положениями возрастной психологии [там же]. Но также важно отметить, что мультсериалы и телевидение в целом — это область, в которой действуют принципы психологии социального познания. Г. М. Андреева, ссылаясь на выводы С. Фиске и Ш. Тэйлор, описывает три наиболее значимые характеристики, определяющие социальное познание. Во-первых, социальное познание имеет социальное происхождение, оно возникает и поддерживается социальным взаимодействием, решающую роль в котором играет коммуникация. Во-вторых, социальное познание имеет дело с социальными объектами. И, в-третьих, оно социально разделяемо, т. е. результаты являются общими для членов определенного общества или груп-

пы [1]. Все три характеристики в полной мере применимы к теоретическому обоснованию социально-психологических исследований особенностей восприятия и понимания сообщений средств массовой коммуникации и мультсериалов как конкретного их выражения.

Экспериментальные исследования в РФ показывают, что уже в младшем школьном возрасте наблюдается высокое влияние образов массовой культуры, воздействующих через телевидение на сознание детей [6].

Целью нашего исследования стало сравнительное описание особенностей понимания мультипликационных сериалов аудиторией разных возрастов. Поскольку самой младшей закономерно обусловленной аудиторией выступают подростки, и они же, согласно рейтингам телеканалов, являются наиболее активными зрителями, то одна из групп, участвовавших в исследовании, была сформирована из представителей старшего подросткового возраста (15–17 лет). Вторая группа была представлена молодежной аудиторией (18–25 лет). Задачи исследования заключались в том, чтобы описать особенности понимания содержания мультсериалов подростковой и молодежной аудиториями, а также сделать выводы относительно применения социально-психологических исследований при формулировании возрастных ограничений. Отметим, что данное исследование носит прикладной характер и представляет собой первый этап в более масштабном изучении особенностей восприятия различными аудиториями мультипликации как сферы смысловой коммуникации.

Для решения поставленных задач нами был разработан опросник, включающий как закрытые, так и открытые вопросы, и проведен опрос с участием 155 респондентов в возрасте от 15 до 25 лет.

Для более четкого обозначения проблемы, а также практической значимости исследования коротко охарактеризуем его объект, а именно два упоминавшихся выше мультсериала «Симпсоны» и «Южный парк».

Первая серия самого длинного мультсериала в истории телевидения — «Симпсоны» — вышла на экраны США в начале 1980-х гг. Главные герои сериала — члены обычной американской семьи — глава семейства Гомер Симпсон, его жена Мардж и их дети Барт, Лиза и маленькая Мэгги. В целом «Симпсоны» — это насыщенное сатирой (в том числе социальной) шоу, высмеивающее многие клише и стереотипы из жизни «среднестатистического американца». Характерной особенностью сериала стала его актуальность, которая достигается авторами при помощи пародийного отображения реальных предметов и явлений американской жизни, а также мировых культурных, политических, этнографических и религиозных особенностей. Автор сериала, Мэтт Гроунинг, в интервью сказал, что «Симпсоны» — это шоу, которое вознаграждает зрителя за внимательный просмотр». Одной из многих причин для подобного заявления стало ши-

рокое использование в сериале аллюзий: от почтенного имени «Гомер» до пародий на произведения элитарной и популярной культуры [8]. Собственно, уже этот факт говорит о том, что шоу рассчитано не просто на взрослого зрителя, но на зрителя с определенным набором знаний. Помимо довольно интеллектуальных аллюзий (например, один из эпизодов «Симпсонов» создан в стихах и полностью копирует стилистику стихотворения Э. А. По «Ворон»), авторы мультсериала используют также и пародии на популярную культуру (например, американских звезд шоу-бизнеса), понятные и доступные большинству зрителей.

Что касается мультсериала «Южный парк», то его трансляция началась в 1997 г. на телеканале Comedy Central. За основу сюжета авторы сериала Мэтт Стоун и Трей Паркер взяли приключения четырех мальчиков и их друзей, живущих в маленьком городке Саут Парк, штат Колорадо. В целом шоу, как и «Симпсоны», высмеивает недостатки американской культуры и текущие мировые события, а также подвергает критике множество глубоких убеждений и табу посредством пародии и «черного юмора». По мнению американского исследователя современной экранной культуры Р. Арпа, «Южный парк», как и философия, понимают далеко не все. Многие считают, что «Южный парк» — это разрушение ценностей ради разрушения ценностей, так же как и философия — это размышление о бесполезных идеях ради размышления о бесполезных идеях. «Ничто не может быть настолько далеко от правды. Верите вы этому или нет, но цель и «Южного парка», и философии заключается в поиске истины» [9].

Таким образом, и в «Симпсонах», и в «Южном парке» «детское искусство» получает совсем не детское наполнение, но, тем не менее, остается наиболее популярным среди подростков, что подтвердили также и результаты нашего опроса.

Отметим, что в части закрытых вопросов, направленных на описание приверженности и традиций аудитории в связи с просмотром мультфильмов вообще и мультсериалов в частности, все респонденты, независимо от возраста, были довольно единодушны.

В целом по выборке абсолютное большинство респондентов, а именно 84 %, отметили, что любят смотреть мультфильмы, при этом 33 % смотрят мультфильмы часто, а 64 — иногда, что означает, что зрителями оказываются также и те, кто нейтрально либо негативно относятся к данному формату. Также важными представляются нам результаты ответов на вопрос, связанный с обсуждением мультфильмов с друзьями. По полученным данным, 78 % респондентов говорят о мультфильмах или ссылаются на них в общении с друзьями. Таким образом, мультипликация выступает для респондентов значимой составляющей социальной реальности, частью повседневной жизни. Тогда в ситуации просмотра мультипликационных телешоу мы можем говорить об обыденном познании в том

смысле, в котором его описывали П. Бергер и Т. Лукман. Для нас в данном случае крайне важной становится такая характеристика обыденного знания, как его интерсубъективность — такими знаниями обладает не отдельный субъект, а некоторая группа, это знание разделяемое, а следовательно, и объединяющее, служащее знаком принадлежности к некоторой общности [2]. В повседневной жизни подтверждением этому становится заимствование аудиторией наиболее часто используемых героями мультсериалов фраз и наполнение их некоторым разделяемым смыслом (короткое и выразительное восклицание Гомера Симпсона — «D'oh!», фраза, присутствующая в большинстве эпизодов «Южного парка» — «Они убили Кенни!» и т. д.).

Вопрос о частоте просмотра мультсериалов напрямую подтверждает их популярность среди опрошенной возрастной группы. Так, 87 % смотрят сериалы часто либо время от времени. При этом, как отмечалось выше, по популярности у участников опроса лидируют «Симпсоны» и «Южный парк».

Статистика мест просмотра мультфильмов показала, что две трети опрошенных предпочитают смотреть мультфильмы дома по телевизору либо через интернет. На наш взгляд, этот показатель является косвенным подтверждением популярности у подростков и молодежи мультипликационных сериалов, поскольку они чаще всего транслируются по телевидению, а новые серии выкладываются в интернете и совершенно отсутствуют в кинотеатрах.

Весьма значимые различия в ответах подростков и молодежной аудитории выявились лишь в открытых вопросах. И здесь мы вплотную подходим к вопросу, связанному с особенностями понимания мультсериалов зрителями разных возрастных групп. Так, на вопросы об основных идеях перечисленных в анкетах мультсериалов в группе старших подростков в основном встречались варианты пересказа сюжета, «тупо поржать», указание на отсутствие идеи либо ее незнание. Подростки практически не переосмысливают сюжет, не сравнивают его с текущей политической или экономической ситуацией, не ищут скрытых смыслов, а просто напрямую считывают картинку, а потому и смешными для них оказываются не смыслы, не идеи, а только лишь инструменты выражения этих идей. Такое содержание не может не настораживать, но объяснение ему мы видим в ведущей деятельности подросткового возраста, каковой, по мнению большинства исследователей, является общение со сверстниками. Для подростка важны не только контакты со сверстниками, но и их признание. Ориентация на нормы группы и стремление им соответствовать повышают конформность, желание приобрести уважение и высокое статусное положение в своей группе становится одним из ведущих мотивов деятельности подростка [3].

В свою очередь, мультсериалы, будучи весьма популярными среди тинейджеров, представляются не столько материалом для осмысления, сколько показателем, маркером принадлежности к группе. Таким образом, для подростков просмотр мультсериалов — это не вопрос понимания, а вопрос определения своей групповой принадлежности, подтверждения общности с группой сверстников.

Следует заметить, что молодежная аудитория говорит уже о пародии на что-то, и в качестве основных идей выделяет не саму пародию, а то, что за этим стоит. Качественный контент-анализ ответов позволил описать ряд основных идей, выделяемых молодежной аудиторией в мультсериалах, к ним относятся общественные и политические проблемы, темы семьи, образования, религии, культуры, телевидения, стереотипов. Таким образом, в интерпретации молодежной аудитории и «Симпсоны», и «Южный парк» — это юмор, но в их заявлениях это юмор осмысленный, остросоциальный и общественно значимый. Социальная ситуация развития в молодости определяет для аудитории иные показатели статуса — образование, семья, положение на работе. Мультсериалы утрачивают значимость группового маркера (если мы не говорим о субкультурах), а становление самостоятельности способствует переосмыслению социальной информации и критической оценке телевизионных анимационных шоу.

Наше дальнейшее исследование направлено на более детальное описание понимания мультсериалов. Возвращаясь же к предпосылкам описанного выше этапа, отметим, что вопросы просмотра телепрограмм детской аудиторией, несомненно, не могут не волновать общественных деятелей. Очевидно также и то, что телевидение в сумме с интернетом занимают сегодня тотальную позицию в информационном и культурном пространстве детей, подростков и молодежи. При этом прямые и однозначные запреты на просмотр несоответствующих возрасту мультсериалов, а также простое закрытие телеканалов вряд ли дадут какие-либо значимые результаты, поскольку всегда будут доступны иные информационные каналы. Поэтому в сложившейся ситуации столь же значимой, как и ответственная политика телеканалов, основанная на официальных возрастных ограничениях, будет и воспитательная деятельность родителей, учителей, общественных организаций и т. д. Основываясь на результатах первого этапа нашего исследования, мы можем говорить о важности учета экспертами, формулирующими возрастные ограничения и рекомендации по их исполнению, особенностей понимания мультсериалов различными возрастными аудиториями. Именно это направление, на наш взгляд, позволит выработать обоснованные воспитательные программы в отношении ответственного просмотра телевизионных шоу.

Литература

1. *Андреева Г. М.* Психология социального познания. М., 2000.
2. *Бергер П., Лукман Т.* Социальное конструирование реальности. М., 1995.
3. *Марцинковская Т. Д., Марютина Т. М., Стефаненко Т. Г.* Психология развития. М., 2007.
4. *Мельман А.* Чувство юмора отказало прокуратуре? // Московский комсомолец. 2008.

5. Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». www.kremlin.ru/acts/9996.
6. *Янгирова Г. Ф.* Влияние образов массовой культуры на формирование у детей 6–7 лет предпочитаемого образа учительницы // Культурно-историческая психология. 2007. № 4.
7. Television content rating systems. en.wikipedia.org/wiki/Television_content_rating_systems.
8. *William Irwin, Mark T. Conrad, Aeon J. Skoble.* The Simpsons and Philosophy. Peru, 2001.
9. *Robert Arp.* South Park and Philosophy. Blackwell Publishing, 2007.

The Issue of Socio-Psychological and Age Differences in Representations of Mock Cartoon Series in Adolescents and Youths

A. D. Khusid

Ph.D. student in social psychology at the Psychological institute of the Russian Academy of Education

The aim of the provided research was comparative description of peculiarities of representations of cartoon series in different auditoria. The questionnaire was developed and the investigation was carried out at the sample of 155 respondents. The sample included two age groups: older adolescents and youths. The results displayed that cartoon series are a significant part of daily life for both respondents groups and thus knowledge about them is intersubjective. The group of adolescents does not re-interpret the plot of cartoon series but just perceives the picture. For adolescents cartoon series are a marker of group affiliation rather than food for thought. The youths audience marks out in the contents of cartoon series a range of ideas such as family, society, policy, religion, education, stereotypes, culture.

Keywords: cartoon series, social cognition, age limits, adolescents, youths.

References

1. *Andreeva G. M.* Psihologiya social'nogo poznaniya. M., 2000.
2. *Berger P., Lukman T.* Social'noe konstruirovaniye real'nosti. M., 1995.
3. *Marcinkovskaya T. D., Maryutina T. M., Stefanenko T. G.* Psihologiya razvitiya. M., 2007.
4. *Mel'man A.* Chuvstvo yumora otkazalo prokurature? // Moskovskii komsomolec. 2008.
5. Federal'nyi zakon «O zashite detei ot informacii, prichinyayushei vred ih zdorov'yu i razvitiyu». www.kremlin.ru/acts/9996

6. *Yangirova G. F.* Vliyanie obrazov massovoi kul'tury na formirovaniye u detei 6–7 let predpochitaemogo obraza uchitel'nicy // Kul'turno-istoricheskaya psihologiya. 2007. № 4.
7. Television content rating systems. en.wikipedia.org/wiki/Television_content_rating_systems.
8. *William Irwin, Mark T. Conrad, Aeon J. Skoble.* The Simpsons and Philosophy. Peru, 2001.
9. *Robert Arp.* South Park and Philosophy. Blackwell Publishing, 2007.