

УДК 316.733

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МУЛЬТФІЛЬМІВ ДЛЯ ДІТЕЙ

Марина Сітцева

Київ

Стаття виокремлює провідні критерії, що висувуються до мультфільму як кінопродукту для дітей. Аналізуються особливості дитячого сприйняття у зв'язку з віковими можливостями маленьких глядачів. Визначаються основні характеристики мультфільмів, призначених для дитячого перегляду.

Ключові слова: мультиплікаційний фільм, мультиплікація, анімація, дитяча глядацька аудиторія, мультиплікаційний образ.

Постановка проблеми. Вже більш ніж півстоліття мультфільми органічно увійшли у наше життя і мисляться невід'ємною складовою дитинства. Мультиплікаційний фільм у рамках буденної свідомості пересічного глядача сприймається як виключно продукт для дітей, покликаний розважати та повчати дитячу глядацьку аудиторію. В якості мультфільмів для розваг сприймаються славнозвісні «Том і Джері», «Ну, постривай!» та інші, де присутній динамічний захоплюючий сюжет з комічним змістом. Розмірковуючи про повчальні мультики, згадуються «Пригоди kota Леопольда» (з його девізом «Давайте жити дружно!»), «Крокодил Гена», де перевиховання старої Шапокляк відбувається в атмосфері дружби та взаємної допомоги.

Скарбниця світової мультиплікації невпинно поповнюється новими яскравими стрічками з використанням сучасних засобів та можливостей комп'ютерної анімації. Шаленою популярністю серед дитячої та навіть дорослої аудиторії володіють сьогодні повнометражні мультфільми «Шрек», «Мадагаскар», «Льодовиковий період» тощо.

Головне питання, яке постає при аналізі мультфільмів з психологічної точки зору, полягає у тому, чи відповідають ті чи інші мультиплікаційні продукти реальним віковим можливостям сприйняття, потребам та запитам наймолодших глядачів. У тому числі мова йде і про психологічну безпеку трансляції дітям різноманітних мультиплікаційних образів та сюжетів. Таке питання і визначає необхідність виокремлення провідних психологічних особливостей та вимог, що повинні пред'являтися до мультиплікаційного фільму як продукту саме для дитячої глядацької аудиторії.

Аналіз досліджень і публікацій з теми. Сутність мультиплікації та деякі психологічні особливості мультфільмів досліджуються у працях вітчизняних дослідників Н. М. Капельгородської, Б. М. Крижанівського та О. Б. Шупик. Психологічні особливості сприйняття дітьми кіно- і телевізійної продукції аналізуються у працях Л. Баженової, Є. Захарової, Б. Степанцева. Прикладні аспекти застосування мультиплікаційного мистецтва у роботі з дітьми описано у спільних дослідженнях Ю. Красного і Л. Курдюкової. Специфіка мультиплікації як виду кіномистецтва якнайкраще розкривається у працях провідних режисерів вітчизняної мультиплікації: І. Іванова-Вано, Р. Качанова, Ю. Норштейна, В. Старевича, Ф. Хитрука, А. Хржановського тощо.

Проте, питання впливу екранних мистецтв загалом та мультиплікаційних фільмів зокрема на розвиток підростаючої особистості у психологічній науці залишається відкритим. Дана стаття відображає спробу автора розкрити один з багатьох аспектів впливу мультиплікаційного кіно на маленького глядача.

Мета статті – визначити психологічні особливості мультфільмів для дітей, а також – критерії придатності мультфільму для дитячого перегляду.

Виклад основного матеріалу. Мультиплікаційний фільм – це вид кіномистецтва, твори якого створюються шляхом зйомки послідовних фаз руху мальованих (графічна мультиплікація) або об'ємних (об'ємна мультиплікація) об'єктів [5, 14-15].

Мультиплікацію дійсно можна назвати складовою кіномистецтва, адже мультиплікаційний продукт, маючи специфічний арсенал зображальних засобів, відповідає основним критеріям кінопродукту: має сценарій, персонажів (героїв), широко використовує асоціативний монтаж, дикторський текст, художні та пластичні образи, а також виразні плани, своєрідне застосування світлотіней, кольорів, звуків, добір і групування окремих кадрів, різноманітні типи зйомок та ін.

Місце мультиплікаційних фільмів у структурі кіномистецтва найбільш чітко визначає Н. Капельгородська [4], яка поділяє кіномистецтво на три види: хронікально-документальне,

науково-популярне та художнє, до складу якого і входить мультиплікація. Поділ кіномистецтва на види, зазначає автор, пояснюється тією метою, в ім'я якої зображено життя, і засобами, за допомогою яких це зроблено. Зображальними засобами мультиплікації зазвичай виступають мальовані чи лялькові персонажі.

Специфіка мистецтва мультиплікації полягає у застосуванні виключно образної манери подачі сюжету: «Мультиплікація вимагає особливої образності: гранично умовної, але в той же час і гранично переконливої в цій умовності» [7, 138].

На думку класика радянської анімації І. Іванова-Вано, сила мультиплікаційного мистецтва в тому, що «воно не вимагає перекладу на інші мови, сміливо прокладає найкоротшу відстань від думки до образу» [2, 239].

Образний стиль викладу породжує деяку особливу умовність мультфільму. Мультиплікаційний образ, таким чином, є синтетичним, породженим поєднанням візуальних, звукових та рухових елементів. «Якщо кінематограф створює ілюзію реальності, то мультиплікація до цього не прагне. Вона з самого початку метафорична» [3, 50].

Таким чином, умовність та образність є основними характеристиками мультфільму для дітей. Проте, аналіз сучасних мультфільмів приводить нас до висновку, що ці вимоги дотримуються не завжди. Маскуючись мальованими яскравими персонажами, режисери та сценаристи подібних мультфільмів трансплюють маленьким глядачам «дорослий» спосіб життя та стиль поведінки. Даний феномен фактично є «штучним одоросленням» молодого покоління, що чинить деструктивний вплив на дитячу психіку.

Звідси витікає перша вимога до мультфільмів, призначених саме для дитячого віку: спрямованість на маленького глядача, розмова «на його мові», на мові дитинства. Діти 5-8 років повинні бачити в мультфільмах «дитяче» життя, а не доросле. Така властивість дитячого сприйняття, як «наївний реалізм», виражає здатність маленького глядача «сприймати умовність мистецтва, однак, стихійно, не усвідомлюючи цього, на інтуїтивному та емоційному рівнях, як реальність» [8, 17]. Завдяки цій особливій будові візуального сприйняття дитина здатна співпереживати персонажам, тобто емоційно реагувати на них, ототожнюючи себе з улюбленим героєм, засвоюючи таким чином ціннісні орієнтири та поведінкові паттерни, необхідні для подальшої соціалізації.

Друга вимога до дитячого мультиплікаційного продукту передбачає урахування вікових можливостей сприйняття дитини. Особливості сприйняття маленьким глядачем сюжету та зображень мультфільму відрізняються відповідно до психофізіологічних можливостей віку.

Діти 6-7 років (першокласники), у яких ще не сформована довільна увага, здатні повноцінно сприймати короткі мультфільми нескладного змісту з динамічним сюжетом. У другому класі (7-8 років) дитина вже здатна більш осмислено обговорювати побачене на екрані, тобто розширюються її можливості у сприйняття змісту та моралі мультфільму.

Проблематика сприйняття мультфільмів дітьми дошкільного та молодшого шкільного віку заключається у тому, що маленьким глядачам не вистачає ані художнього, ані життєвого досвіду, щоб сприйняти сюжетну лінію мультфільму. Діти «не бачать тих прихованих смислів, які зазвичай містяться у словах і діях героїв» [1, 9].

Діти старшого віку (9-11 років) вже здатні сприймати повнометражні мультфільми, зокрема диснейські «Бембі», «Русалонька», «Король Лев» та інші. Однак ми все ж рекомендуємо з обережністю ставитися до показу повнометражних мультфільмів дітям цього віку, адже обговорюваний вище феномен «одорослення» у більшій мірі характерний саме для мультфільмів У. Диснея та сучасної американської мультиплікаційної продукції.

Фактично лише у віці 10-11 років дитина здатна повноцінно сприймати будь-який мультфільм. Хоча дослідження показують парадоксальну ситуацію: учні четвертих класів уже мало цікавляться мультфільмами, їх більше приваблюють науково-популярні та документальні фільми (у цьому віці загострюється потреба розширення кругозору та загальної ерудиції), телевізійні передачі та мультфільми про ровесників.

Уже згадувані нами американські мультфільми, особливо сучасні мультиплікаційні продукти («Льодовиковий період», «Мадагаскар» та ін.), незважаючи на те, що вони віддають перевагу описаним вище телевізійним та кіножанрам, все ж привертають увагу молодших підлітків. Однак, на наш погляд, такі мультиплікаційні продукти мають виключно розважальний характер і спрямовані скоріше на задоволення комерційних потреб їхніх виробників, аніж на розвиток та виховання підростаючої особистості.

Тож, можемо назвати деякі мультфільми, що можуть бути рекомендовані дітям молодшого шкільного віку як такі, що відповідають їх можливостям сприйняття, розуміння та засвоєння трансльованого змісту та смислів. Для вікового періоду 6-8 років для перегляду рекомендовано такі мультфільми, як «Вовк і семеро козенят», «Гуси-лебеді», «Мийдодир», «Муха-Цокотуха», «Пиріжок», «Снігуронька», «Солом'яний бичок», «Юля-капризуля» тощо. На віковому етапі 9-11 років для дитячого перегляду рекомендовано мультфільми: «Гидке каченя», «Лев і заєць», «Снігова королева», «Фарбований лис», «Царівна-жаба» та ін. [6, 44-45].

Третньою важливою вимогою, що пред'являється до мультфільмів, призначених для дитячого перегляду, є простота та ясність сюжету. Це пов'язано з тим, що діти здатні зрозуміти лише фабулу мультфільму, тобто послідовність подій, що розгортаються на екрані. Маленькі глядачі «не здатні ще осягнути асоціативно-образні зв'язки у творах екранного мистецтва, не помічають ті виразні прийоми, які використовує автор для створення поліфонії почуттів і тлумачень подій» [1, 10].

Простота і зрозумілість у жодному разі не означають примітивність сюжету. Дитячий мультфільм повинен мати високу змістову наповненість, сюжетно-сміслову «щільність», адже специфіка мультиплікаційного мистецтва полягає саме у необхідності вкладати значний смисл у короткий за часом екранний продукт. Таку характеристику сюжету мультиплікаційного фільму можна позначити як концентрованість або змістова насиченість.

Отже, мова йде не про змістову, а про сюжетну простоту мультфільму. Значна кількість сюжетних ліній, складна й заплутана історія навряд чи будуть зрозумілими маленькому глядачеві, навряд чи викличуть у нього інтерес до перегляду. Таким чином, відображаючи явища об'єктивної дійсності, почуття й емоції, які відповідають дитячому сприйняттю, «хороші фільми для підростаючого покоління мають відзначатися конкретністю сюжету, чіткістю і рельєфністю форми» [4, 11-12].

Четверта вимога до дитячого мультфільму визначає необхідну присутність у структурі мультиплікаційної оповіді міцного морально-ціннісного стрижня. Як відомо, діти часто наслідують улюблених персонажів мультфільмів, відтворюючи таким чином не лише поведінку героїв, а й ті цінності, норми, ідеали та морально-етичні конструкти, які вони транслюють. Невипадково герої дитячих мультфільмів представляють виключно один із полюсів континууму «поганий – хороший персонаж», адже вловити усі відтінки ціннісно-морального образу мультиплікаційного героя дитина ще не здатна. Тому якісний дитячий мультиплікаційний продукт прагне якнайповніше представити образи «хорошого» і «поганого» героїв, показати мотиви їх вчинків та риси характеру, якими вони володіють.

Модель представлення позитивного/негативного персонажів з акцентом на полюсності цих понять не означає примітивізації мультиплікаційних образів. На екрані дитина повинна бачити якісне різноманіття поведінкових паттернів, розуміючи при цьому, за якими критеріями той чи інший персонаж є позитивним або негативним. До прикладу, мультсеріал «Том і Джері», у якому домінують одноманітні примітивні рухи персонажів, не дає уявлення маленькому глядачеві, хто з героїв є хорошим, а хто поганим. Вважається, що кіт Том символізує негативного персонажа, а мишеня Джері – позитивного, однак це твердження базується лише на тому, що кіт ганяється за беззахисним мишеням і постійно потрапляє у неприємні ситуації. Фактично дитина засвоює хибний або ж необґрунтований, безпідставний поведінковий стереотип, і в подальшому застосовує подібну модель поведінки у реальному житті.

У зв'язку з поляризацією мультиплікаційних образів виникає питання про формування у дітей обмежених уявлень про способи міжособистісної взаємодії. Така загроза у повній мірі нейтралізується специфікою мультиплікаційного кіно, а саме його умовністю, метафоричністю, що, до речі, не може бути подолано у класичному кіно: мультфільм початково виступає як вигадка, кіно ж часто претендує на статус правдивості історії.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Очевидно, що мультфільми відіграють важливу роль у становленні особистості маленького глядача, небезпідставно вважаючись саме дитячим кіножанром. Мультиплікаційний продукт покликаний сприяти вирішенню завдання формування картини світу малюка, що органічно включає в себе і когнітивну, і поведінкову, і морально-ціннісну складові. Забезпечити гармонійну взаємодію дитини з екраном здатний лише той мультиплікаційний продукт, який відповідає віковим психологічним та фізіологічним особливостям і можливостям дитячого сприйняття і розуміння. Подальші розробки можуть бути спрямовані на аналіз сучасної

мультиплікаційної продукції, що є найбільш популярною серед дитячої глядацької, в тому числі і телевізійної, аудиторії, а також такого виду дитячих мультфільмів, як мультсеріали.

Література:

1. Баженова Л. М. Психологические особенности восприятия фильмов и телевизионных передач младшими школьниками / Л. М. Баженова // Начальная школа. – 1995. – № 11. – С. 8–11.
2. Иванов-Вано И. П. Кадр за кадром / И. П. Иванов-Вано. – М. : Искусство, 1980. – 240 с.
3. Иткин В. Что делает мультипликационный фильм интересным? / В. Иткин // Искусство в школе. – 2006. – № 1. – С. 50–54.
4. Капельгородська Н. Сучасний дитячий фільм / Н. Капельгородська. – К. : Мистецтво, 1965. – 106 с.
5. Кино : Энциклопедический словарь / [гл. ред. С. И. Юткевич.] – М. : Советская энциклопедия, 1987. – 640 с.
6. Строева А. С. Дети, кино и телевидение / А. С. Строева. – М. : Знание, 1962. – 48 с.
7. Халатов Н. В. Мы снимаем мультфильмы / Н. В. Халатов. – М. : Мол. гвардия, 1989. – 142 с.
8. Шупик О. Б. Фільми для дітей і підлітків (ідейно-виховна та естетична функція) / О. Б. Шупик. – К. : Наукова думка, 1987. – 152 с.

Статья выделяет основные критерии, которые выдвигаются к мультфильму как кинопродукту для детей. Анализируются особенности детского восприятия в связи с возрастными возможностями маленьких зрителей. Определяются основные характеристики мультфильмов, предназначенных для детского просмотра.

Ключевые слова: мультипликационный фильм, мультипликация, анимация, детская зрительская аудитория, мультипликационный образ.

The article selects leading criteria, that are pulled out to animated cartoon as to child's cinema product. The features of child's perception in connection with age-old possibilities of little audience are analysed. Basic descriptions of the animated films intended for child's revision are determined.

Key words: animated film, making of animated cartoon, animation, child's spectator audience, animated appearance.

УДК 159.92.27

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ДИТЯЧО-БАТЬКІВСЬКИХ СТОСУНКІВ ЯК ФАКТОРА СТАНОВЛЕННЯ ОБРАЗУ СІМ'Ї ДОШКІЛЬНИКІВ

Марія Терещенко

Київ

Стаття присвячена емпіричному дослідженню ставлення батьків до дітей дошкільного віку та сімейної ролі. Обґрунтовано, що дитячо-батьківські стосунки визначальним чином впливають на становлення образу сім'ї дошкільників. Розкрито позитивний та негативний вплив батьківського ставлення на образ сім'ї дітей. Визначені вагомі фактори ставлення батьків до дитини та сім'ї, які впливають на становлення образу сім'ї дітей дошкільного віку.

Ключові слова: дитячо-батьківські стосунки, ставлення батьків до дитини, сімейної ролі, образ сім'ї.

Постановка проблеми. Поділяємо думку дослідників з приводу того, що сучасній українській сім'ї притаманні кризові характеристики: криза сімейних традицій, розпадання шлюбів, зростання кількості неповних сімей, сімей з нерідними батьками, невиконання сім'єю однієї з функцій тягне за собою проблеми з виконанням усіх інших, девальвація сенсу сімейного життя тощо. Поряд з окресленими негативними тенденціями, сім'я – це первинне середовище, в якому відбувається розвиток дитини.