

© Е.В. Каргаполова, П.А. Березина, А.А. Лютик, М.С. Мишин, М.Ю. Шумяцкая

Научная статья
УДК 37.034

ДЕТСКАЯ МУЛЬТИПЛИКАЦИЯ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ДУХОВНО-НРАВСТВЕННЫХ КАЧЕСТВ ЛИЧНОСТИ

Е.В. Каргаполова, П.А. Березина, А.А. Лютик, М.С. Мишин, М.Ю. Шумяцкая

Каргаполова Екатерина Владимировна,
доктор социологических наук, доцент, профессор
кафедры политического анализа и социально-
психологических процессов, Российский
экономический университет им. Г.В. Плеханова,
Москва, Россия.
ORCID: 0000-0002-2892-3953
k474671@list.ru

Березина Полина Андреевна,
студент, Российский экономический университет
им. Г.В. Плеханова, Москва, Россия.
polinab2005@yandex.ru

Лютик Анастасия Алексеевна,
студент, Российский экономический университет
им. Г.В. Плеханова, Москва, Россия.
alutikk@yandex.ru

Мишин Максим Сергеевич,
студент, Российский экономический университет
им. Г.В. Плеханова, Москва, Россия.
89629549027@mail.ru

Шумяцкая Мария Юрьевна,
студент, Российский экономический университет
им. Г.В. Плеханова, Москва, Россия.
shoomik156@gmail.com

Аннотация. *Детская мультипликация оказывает огромное воздействие на социализацию подрастающего поколения. Это мощное средство воспитания, формирования духовно-нравственных ориентиров развития личности. При этом самым значительным идентификационным потенциалом обладает образ главного героя. Цель данной работы – проанализировать морально-нравственные качества главных героев популярных среди*

современной зрительской аудитории зарубежных, советских и российских мультипликационных фильмов. Процедура отбора эмпирических объектов по популярности позволила проанализировать детские мультипликационные фильмы, выпущенные с 1937 по 2024 гг. Основной исследовательский метод – контент-анализ. По результатам исследования показано преобладание у персонажей положительных качеств над отрицательными. Зафиксировано, что чаще всего главные герои проявляют дружелюбие, отзывчивость, целеустремленность, смелость, вежливость, любознательность, эмпатичность. Но при этом выявлено, что честность, ответственность не являются константами поведения. Упрямство демонстрируется чаще, чем желание учиться, интеллектуальная образованность, щедрость. Определено, что такие отрицательные качества как эгоистичность и агрессивность постоянно или ситуативно проявляет практически треть персонажей, обидчивость – около 40% персонажей. Показано, что авторитет чаще всего демонстрируют антагонисты. Авторитетность положительных персонажей зачастую нивелируется иллюзорной установкой на отсутствие иерархии и социального неравенства. Выявлены противоречия в трансляции образа представителей старшего поколения: чем старше герой, тем он авторитетнее, но также он менее дружелюбен, отзывчив и вежлив. Это приводит к дальнейшей деградации фундаментальной основы социальной системы – уважения к старшим как носителям мудрости, опыта, образцового поведения и примеров для подражания младшими. Любознательность в большей степени проявлена среди женских персонажей. С годом выпуска мультфильма повышается доля целеустремленных, упрямых и агрессивных персонажей при снижении доли эмпатичных. Целеустремленность, ответственность, интеллектуальность, эмпатичность, веселость, смелость, обидчивость в большей степени характеризует героев современных российских и зарубежных фильмов, честность – российских и советских, упрямство – зарубежных.

Ключевые слова: мультипликация, детская мультипликация, нравственное воспитание, главный герой, контент-анализ.

Библиографическая ссылка: Каргаполова Е.В., Березина П.А., Люттик А.А., Мишин М.С., Шумяцкая М.Ю. Детская мультипликация как средство формирования духовно-нравственных качеств личности // ЦИТИСЭ. 2025. № 2. С. 715-728.

Research Full Article

UDC 37.034

CHILDREN'S ANIMATION AS A MEANS OF FORMING SPIRITUAL AND MORAL QUALITIES OF A PERSON

E.V. Kargapolova, P.A. Berezina, A.A. Lutik, M.S. Mishin, M.Yu. Shumyatskaya

Ekaterina V. Kargapolova,

Doctor of Sociological Sciences, Associate Professor, Department of Political Analysis and Socio-Psychological Processes, Plekhanov Russian

University of Economics, Moscow, Russian Federation.

ORCID: 0000-0002-2892-3953

k474671@list.ru

Polina A. Berezina,

Student, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russian Federation.

polinab2005@yandex.ru

Anastasia A. Lutik,

Student, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russian Federation.

alutikk@yandex.ru

Maksim S. Mishin,

Student, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russian Federation.

89629549027@mail.ru

Maria Yu. Shumyatskaya,

Student, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russian Federation.

shoomik156@gmail.com

Abstract. *Children's animation has a huge impact on the socialization of the younger generation. It is a powerful means of education, the formation of spiritual and moral guidelines for personal development. At the same time, the image of the main character has the most significant identification potential. The purpose of this work is to analyze the moral qualities of the main characters of foreign, Soviet and Russian animated films popular among the modern audience. The procedure for selecting empirical objects by popularity allowed us to analyze children's animated films released from 1937 to 2024. The main research method is content analysis. According to the results of the study, the predominance of positive qualities in the characters over negative ones is shown. It is recorded that most often the main characters show friendliness, responsiveness, determination, courage, politeness, curiosity, empathy. But at the same time, it was revealed that honesty and responsibility are not constants of behavior. Stubbornness is demonstrated more often than the desire to learn, intellectual education, generosity. It was determined that such negative qualities as selfishness and aggressiveness are constantly or situationally manifested by almost a third of the characters, touchiness – about 40% of the characters. It has been shown that antagonists most often show authority. The authority of positive characters is often offset by an illusory attitude towards the absence of hierarchy and social inequality. Contradictions in the translation of the image of representatives of the older generation are revealed: the older the hero, the more authoritative he is, but he is also less friendly, responsive and polite. This leads to further degradation of the fundamental basis of the social system – respect for elders as bearers of wisdom, experience, exemplary behavior and role models for younger people. Curiosity is more pronounced among female characters. With the year of the cartoon's release, the proportion of purposeful, stubborn and aggressive characters increases, while the proportion of*

empathic ones decreases. Determination, responsibility, intelligence, empathy, gaiety, courage, and touchiness are more characteristic of the heroes of modern Russian and foreign films, honesty – Russian and Soviet, stubbornness – foreign.

Keywords: *animation, children's animation, moral education, main character, content analysis.*

For citation: *Kargapolova E.V., Berezina P.A., Lutik A.A., Mishin M.S., Shumyatskaya M.Y. Children's animation as a means of forming spiritual and moral qualities of a person. CITISE, 2025, no. 2, pp. 715-728.*

Введение.

Просмотр мультфильмов - наиболее распространенное занятие детей, начиная с раннего возраста. Согласно данным опросов [18], от 20 до 40% всего свободного времени дошкольник проводит у экрана телевизора или компьютера. «Мультфильмы составляют неотъемлемую часть жизни современного ребенка» [11], оказывая огромное влияние на его психику и социализацию [16], художественно-эстетическое, нравственно-эмоциональное развитие¹. В современном мире именно мультфильмы, наряду с компьютерными играми, являются мощным инструментом воспитательного воздействия как один из основных источников информации о мире, отношениях в социуме и к природному миру, нормах поведения, о добре и зле, плохом и хорошем, достойных и недостойных способах достижения успеха, приемлемости/недопустимости вредных привычек и т.д. [1; 3; 4; 5; 10; 12; 14]².

Наиболее значительное воздействие на ребенка оказывает главный герой мультфильма. Главный герой – наиболее заметный образ человека или животного в художественном произведении, тот, кто находится в центре сюжета. Главный герой характеризуется осевым положением в системе происходящих событий, верховенством в иерархии образов, полнотой и индивидуальной обособленностью характера [13]³. Это персонаж, совершающий «активно-ответственный поступок», независимо от того, как этот поступок оценивается автором, читателем, другими героями, независимо от количества окружающих его в произведении подобных ему «поступающих» героев и масштабов их поступков. В этом смысле позиция «не-героя» (второстепенного персонажа) в художественном мире литературного произведения

¹ Кот Т.А., Бабаян А.А. Мультипликация как инструмент духовно-нравственного развития детей дошкольного возраста // Образовательный подход «Обучение служением»: развитие гражданской активности и социальной ответственности подрастающего поколения. Сборник научных статей Международной научно-практической конференции. Херсон, 2025. - С. 40-47.

² Вагина О.А., Шенгелия К.М. Советская мультипликация - как средство воспитания младших школьников // Музыкально-эстетическое и художественное образование: опыт, традиции, инновации. Сборник студенческих публикаций по материалам III Международной научно-практической конференции. Елец, 2024. - С. 11-14; Местникова Л.Н., Михайлова Л.Е. Мультипликация как инструмент развития творческих способностей у детей старшего дошкольного возраста // Эффективные практики профориентационной работы в образовательных организациях. Сборник материалов IV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Киров, 2025. - С. 475-484.; Ши Ц. Мультипликация как способ формирования социокультурной идентичности у детей в КНР // Журналістыка - 2023: стан, праблемы і перспектывы. Матэрыялы 25-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі. Мінск, 2023. - С. 278-283.

³ Стахорский С.В. Литературный герой и его историческая судьба // Энциклопедия литературных героев. М., 1999. С. 9.

качественно характеризуется его причастностью к событию поступка не как его «центра исхождения» [2], а как условия, средства, объекта.

Дети, особенно дошкольного и младшего школьного возраста, активно идентифицируют себя с главными персонажами мультфильмов. Они подражают им, усваивают их модели поведения и, что особенно важно, переносят на себя их характеристики [11, 17]. Можно определенно утверждать, что такие персонажи детской мультипликации обладают значительным архетипическим и идентификационным потенциалом, являются источником морально-нравственных ценностей, формируют нравственные ориентиры [6]⁴.

Методы исследования.

Цель нашего исследования – определить векторы воздействия мультипликации как инструмента формирования духовно-нравственных качеств личности. Метод эмпирического исследования - контент-анализ. Объектами контент-анализа стали триста персонажей детской советской, российской и зарубежной мультипликации, выпущенные в период с 1937 по 2024 гг. Подбор и анализ мультфильмов для исследования был основан на рейтинге крупнейших баз данных о кинематографе, таких как Кинопоиск для советской и российской мультипликации и IMDb для зарубежной (средний рейтинг составил 7,3 балла). Доля иностранных мультфильмов преобладает (52%) в связи с широким ассортиментом, популярностью определенных франшиз, в особенности The Walt Disney Company. Советские мультфильмы составляют 23%, современные российские – 25%. Отметим, что основная часть мультфильмов, вышедших в конце 80-х - начале 90-х годов XX в. выпущена в таких странах, как США, Франция, Великобритания, СССР и Германия. СССР в основном создавал новые проекты, в то время как западные страны экранизировали уже популярные произведения, тем самым увеличивая охват аудитории юных зрителей. После распада СССР российская анимация переживала трудные времена, что позволило иностранным мультфильмам занять большую долю рынка [8].

Результаты.

Авторитет — это влияние, оказываемое на убеждения и деятельность людей определённой личностью, группой или организацией. Наличие авторитета у главного героя мультфильма важно для детей, так как персонажи зачастую служат примером для подражания и оказывают влияние на воспитание у ребенка определенных качеств. Однако важно учитывать, что персонаж должен использовать свой авторитет только во благо, иначе ребенок научится негативным качествам⁵. 66% главных героев исследованных нами мультфильмов не обладают авторитетом среди своего мультипликационного окружения, обладают авторитетом 28%, у 6% персонажей выявить наличие авторитета не представляется возможным. Одним из объяснений полученных результатов является то, что большинство главных героев являются представителями обычного народа, детьми, «простыми смертными», которые не стремятся добиться авторитета в своих кругах. Для детей, которые смотрят мультфильмы, намного легче даётся понимание персонажа, когда он похож на них самих. Также в мультфильмах зачастую акцентируется отсутствие иерархии и неравенства, создавая иллюзию того, что каждый способен чего-то добиться благодаря равным возможностям. Во многих мультфильмах авторитетом обладают в основном антагонисты, которые пользуются своим положением и возможностями не на благо. Поэтому у главных героев это качество отсутствует, опять же

⁴ Серебренникова А.Ю., Хусаинова А.И. Главный герой как форма визуального нарратива в социальном анимационном ролике // Мультимедиа: современные тенденции. Материалы IX Международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 2023. - С. 223-229.

⁵ Гаранина А.С. Роль и место мультфильмов в становлении личности ребенка. Дзержинск, 2019.

подчеркивается, что всего можно добиться своими усилиями, которые не предусматривают наличие авторитета как формы проявления социальной связи, нормативного человеческого взаимодействия. Анализ непараметрических критериев позволяет сделать вывод, что между наличием авторитета и страной производства, а также годом производства мультфильма связи нет. Чем старше персонаж, тем большим авторитетом он обладает.

В бланк контент анализа был также включен блок категорий, позволяющих выявить наличие или отсутствие определенных положительных черт у главного героя, таких как вежливость, веселость, дружелюбность, любознательность, интеллектуальная образованность (желание учиться), ответственность, отзывчивость, смелость, целеустремленность, честность, щедрость, эмпатичность. Перечень положительных характеристик определен и переработан на основе исследований Л.В. Матвеевой, Т.Я. Аникеевой, Ю.В. Мочаловой, А.Г. Макалатия [11], а также шестифакторной модель личности НЕХАСО⁶.

По результатам контент-анализа выяснилось, что главный герой чаще всего проявляет такие качества как дружелюбность, отзывчивость и целеустремленность (таблица 1).

Таблица 1

Морально-нравственные качества главного героя популярных детских мультипликационных фильмов (%)

Качества	Проявляет постоянно	Проявляет ситуативно	Не проявляет	Невозможно идентифицировать
<i>Положительные</i>				
Дружелюбие	75	19	4	2
Отзывчивость	73	15	3	9
Целеустремленность	72	10	1	17
Смелость	69	17	5	9
Вежливость	67	24	6	3
Любознательность	64	11	4	21
Эмпатичность	62	20	5	13
Веселость	55	30	5	10
Честность	55	28	6	11
Ответственность	49	28	9	14
Щедрость	32	9	5	54
Интеллектуальная образованность (желание учиться)	27	13	11	49
<i>Среднее арифметическое</i>	<i>58</i>	<i>19</i>	<i>5</i>	<i>18</i>
<i>Отрицательные</i>				
Упрямство	45	23	21	11
Обидчивость	12	26	47	15
Эгоистичность	12	18	69	1

⁶ Большая российская энциклопедия [Электронный ресурс]. URL: <https://bigenc.ru/c/shestifaktornaia-model-lichnosti-hexaco-b1fba> (Дата обращения: 15.04.2025).

Агрессивность	6	24	69	1
<i>Среднее арифметическое</i>	<i>19</i>	<i>23</i>	<i>51</i>	<i>7</i>

Под дружелюбием понимается доброжелательное отношение к другим⁷. Три четверти персонажей можно назвать дружелюбными. Практически каждый пятый главный герой проявляет это качество ситуативно. Дружелюбный персонаж учит ребенка устанавливать и поддерживать социальные связи, быть открытым и доброжелательным. Анализ непараметрических критериев показал, что проявление дружелюбия не зависит от страны и года производства. Интересно также, что чем младше персонаж, тем чаще он проявляет это качество, то есть чаще всего – младенцы, а реже всего – долгожители.

Под отзывчивостью понимается сочувственное отношение к другим и готовность помочь⁸. 73% главных героев обладают данным качеством, 15% - проявляют лишь в некоторых ситуациях, у 9% это качество не проявлено. В итоге, можно сказать, что персонажи, в основном, воспринимаются как отзывчивые. Отзывчивость как качество главного героя мультфильма способствует развитию у ребенка эмпатии, альтруизма, умения проявлять заботу о других. Между отзывчивостью персонажа и страной, а также годом производства мультфильма связи нет. Но чем моложе персонаж, тем больше он проявляет данное качество.

Целеустремленный человек – это тот, кто имеет ясную и определенную цель и стремится к ее достижению⁹. 72% главных персонажей обладают данным качеством. У 17% не прослеживается четкое его наличие или отсутствие, а 10% героев проявляют целеустремленность ситуативно. Можно сказать, что, в основном, главные герои воспринимаются как целеустремленные. Целеустремленный персонаж демонстрирует важность постановки целей и настойчивости в их достижении, учит ребенка не сдаваться перед препятствиями. В современных российских и иностранных мультфильмах доля главных героев, обладающих данным качеством, превосходит долю таких персонажей в советской мультипликации (75% против 63%). Доля целеустремленных главных героев повышается с течением времени, то есть персонажи из мультфильмов 2011-2024 гг. почти в два раза чаще обладают этой чертой характера при сравнении с персонажами 1930-1950 гг. (85% против 44%).

Следующую группу положительных качеств, обнаруженных у 60-70% главных персонажей, составили смелость, вежливость, любознательность, эмпатичность.

Смелый героем можно назвать того, кто проявляет храбрость и отважность, не боится трудностей и проблем. Смелость персонажа вдохновляет ребенка преодолевать страхи, не бояться трудностей, отстаивать свои убеждения. Большинство (69%) главных героев обладают данной чертой характера. Заметная (17%) часть из них проявляют смелость лишь в определенных ситуациях. В 9% случаев невозможно точно сказать об этой характеристике, а 5% персонажей не обладают смелостью вовсе. Среди главных героев современной российской и зарубежной мультипликации смелость выражена в гораздо большей степени, чем советской (75 против 48%). Вероятно, что представление о счастливом советском детстве в меньшей степени

⁷ Ефремова Т.Ф. Современный толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. Электрон. Текстовые данные. М.: АСТ, 2005. Т. 1 А-Л. 1168 с. Режим доступа: <https://gufo.me/dict/efremova> (Дата обращения: 11.04.2025).

⁸ Ефремова Т.Ф. Современный толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. Электрон. Текстовые данные. М.: АСТ, 2005. Т. 1 А-Л. 1168 с. Режим доступа: <https://gufo.me/dict/efremova> (Дата обращения: 11.04.2025).

⁹ Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс] Электрон. Текстовые данные. М.: Мир и образование, 2024. Режим доступа: <https://gufo.me/dict/ozhegov> (Дата обращения: 11.04.2025).

предусматривало трансляцию средствами мультипликации юному поколению трудностей и проблем «взрослой» жизни, которые преодолевает герой.

Под вежливостью понимается качество человека, которое подразумевает воспитанность, учтивость, а также соблюдение правил приличия¹⁰. 67% персонажей можно назвать вежливыми. Чуть менее четверти персонажей проявляют вежливость время от времени. Незначительная часть совсем не обладает данным качеством. В целом, преобладающее количество главных героев можно считать вежливыми, хотя значительная часть проявляет вежливость лишь иногда. Наличие данного качества у персонажа может научить ребенка быть более учтивым в общении с другими, проявлять уважение к окружающим, сформировать хорошие манеры. Чаще всего данное качество встречается у героев пожилого возраста и детей. Наименее вежливыми оказались долгожители.

Любознательность – это стремление к приобретению новых знаний¹¹. Любознательность героя мультфильма может стимулировать интерес ребенка к познанию мира и стремление к знаниям. По итогам контент-анализа большую часть (64%) главных героев можно назвать любознательными. Однако в каждом пятом мультфильме невозможно определить является ли персонаж любознательным. Небольшая доля главных героев проявляют любознательность лишь иногда. Среди женских героев данным качеством обладают 78%, а среди мужских – 58%. При этом почти в три раза чаще у мужских персонажей, нежели чем у женских, это качество вообще невозможно идентифицировать.

Эмпатия – это способность входить в чужое эмоциональное состояние, сопереживать¹². 62% персонажей можно назвать эмпатичными. Пятая часть проявляет данное качество лишь иногда. В 13% мультфильмов невозможно точно сказать обладает ли главный герой этой чертой характера, а в 5% он вообще не является эмпатичным. Главные герои современной отечественной, а также зарубежной мультипликации проявляют эмпатию несколько чаще, чем советской (67 и 64% соответственно против 54%). Наиболее эмпатичные персонажи встречаются в мультипликации 1930-1950 гг. (78%), далее доля эмпатичных снижается и составляет 69% в 1951-1970 гг. и 50% в 1971-1990 гг. В конце XX – начале XXI вв. наблюдается рост доли данных персонажей: в 1991-2010 гг. она составляет уже 65%, а в 2011-2024 гг. – 66%.

Веселый герой — это позитивный и жизнерадостный персонаж. Более половины главных героев могут считаться веселыми. Почти треть персонажей весела лишь иногда, что указывает на ситуативный характер этой черты. Только 5% главных героев нельзя назвать веселыми. В каждом десятом мультфильме невозможно точно сказать об этой особенности характера персонажа. В итоге, хотя большинство персонажей можно назвать веселыми, у значительной части эта черта является непостоянной и зависит от обстоятельств. А ведь позитивное мышление и общая веселость главного героя могут помочь ребенку научиться находить радость в простых вещах, развить чувство юмора и даже повысить уверенность в себе. Данная черта характера чаще всего встречается у персонажей современных российских и зарубежных мультфильмов, чем советских (63 и 54% соответственно против 49%).

¹⁰ Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь русского языка. Современная редакция [Электронный ресурс]. Электрон. Текстовые данные. М.: Славянский книги, 2014. 960 с. Режим доступа: <https://slovar.cc/> (Дата обращения: 11.04.2025).

¹¹ Ефремова Т.Ф. Современный толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. Электрон. Текстовые данные. М.: АСТ, 2005. Т. 1 А-Л. 1168 с. Режим доступа: <https://gufo.me/dict/efremova> (Дата обращения: 11.04.2025).

¹² Ефремова Т.Ф. Современный толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. Электрон. Текстовые данные. М.: АСТ, 2005 Т. 1 А-Л. 1168 с. Режим доступа: <https://gufo.me/dict/efremova> (Дата обращения: 11.04.2025).

Также, как и веселость, честность проявляется у 55% персонажей. Под честностью понимается искренность, прямота и добросовестность¹³. Однако значительная (28%) часть проявляет честность только в некоторых ситуациях. В 11% мультфильмов невозможно точно сказать о наличии или отсутствии этой черты у главного героя, а 6% персонажей совсем не обладает данным качеством. В итоге, хотя честность и встречается у многих персонажей, примерно в трети мультфильмов она проявляется ситуативно. А ведь честность как качество главного героя формирует моральные принципы ребенка, учит быть искренним и ценить доверие. Чаще всего данное качество встречается в российских и советских мультфильмах, несколько реже – в иностранных.

Ответственность – это осознание человеком своей обязанности отвечать за последствия осуществляемых им действий¹⁴. Почти половина (49%) персонажей обладают данным качеством. Однако, значительная (28%) часть проявляет эту черту ситуативно. В 14% случаев невозможно точно сказать о наличии или отсутствии ответственности у героя, а в 9% случаев она вообще не наблюдается. В целом, хотя ответственность и встречается у главных героев половины мультфильмов, она также довольно часто может зависеть от обстоятельств. Напомним, что ответственный персонаж может способствовать формированию у ребенка чувства долга, учит выполнять свои обещания и заботиться о других. В зарубежных мультфильмах главный герой проявляет данное качество несколько чаще, чем в советских (53% против 48%), а меньше всего – в современных российских (43%).

Щедрый герой – это тот, кто охотно оказывает помощь другим¹⁵. Формирование данного качества учит ребенка быть не жадным и помогать нуждающимся. Но более чем в половине случаев нельзя дать однозначный ответ, обладает ли герой этим качеством. Около трети главных героев можно назвать щедрыми, а 9% проявляют это качество иногда. В 5% мультфильмов персонажи не обладают данной характеристикой. Чаще всего щедростью обладают главные персонажи - люди, реже – животные и мифические существа.

Интеллектуальность – это уровень развития интеллекта человека, способность мыслить логически, анализировать информацию, находить решения для различных задач. А под желанием учиться понимается стремление получать новые знания и интеллектуально образовываться. Говоря об интеллектуальной образованности героя или его желании учиться, отметим, что у половины персонажей эта черта не прослеживается. Чуть более четверти персонажей обладают знаниями или стремятся к обучению. В 13% случаев это качество проявляется эпизодически, а в 11% случаев оно совсем отсутствует. Таким образом, результаты не дают четкого ответа об интеллектуальных качествах персонажа, так как преобладает неопределенность. Однако интеллектуальная образованность главного героя или его желание учиться демонстрируют ценность образования и саморазвития, мотивируют ребенка к учебе, чтению, поиску новой информации. В современной российской и зарубежной мультипликации это качество выражено в большей степени, чем в советской (31 против 13%). Вероятно, потому,

¹³ Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. Электрон. Текстовые данные. М.: Мир и образование, 2024. Режим доступа: <https://gufo.me/dict/ozhegov> (Дата обращения: 11.04.2025).

¹⁴ Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь русского языка. Современная редакция [Электронный ресурс]. Электрон. Текстовые данные. М.: Славянский книги, 2014. 960 с. Режим доступа: <https://slovar.cc/> (Дата обращения: 11.04.2025).

¹⁵ Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь русского языка. Современная редакция [Электронный ресурс]. Электрон. Текстовые данные. М.: Славянский книги, 2014. 960 с. Режим доступа: <https://slovar.cc/> (Дата обращения: 11.04.2025).

что интеллектуальная образованность и желание учиться в СССР были если не культом, то социальной нормой, в мультипликации высмеивались необразованность и лень.

Практически половина (45%) главных героев являются, по сути своей, упрямыми. Упрямство может быть как позитивным (настойчивость, целеустремленность, упорство), так и негативным (негибкость, нежелание слушать других, конфликтность) качеством¹⁶. Данное качество главного героя может научить ребенка уметь отстаивать свои права и интересы, либо наоборот неумению идти на компромиссы. Почти четверть (23%) персонажей проявляют упрямство периодически. Это говорит о том, что упрямство может быть ситуативной чертой, проявляющейся в определенных обстоятельствах, но не являющейся доминирующей в характере. У каждого пятого персонажа упрямство отсутствует, то есть данные персонажи могут быть более гибкими, компромиссными или восприимчивыми к внешним факторам. В 11% случаев нельзя определить данную черту характера у основных героев. Таким образом, упрямство является достаточно распространенной чертой среди основных персонажей и это качество в мультфильмах зачастую проявляется в конфликтах с близкими людьми, семьей. Персонажи зарубежных мультфильмов демонстрируют упрямство чаще всего, в российских это качество проявляется в меньшей степени и меньше всего – в советских (54% против 40 и 31% соответственно). Меньше всего упрямство проявлено в мультфильмах 1930-1950-х гг. – в данный период данное качество характеризует 25% персонажей. В 1951-1970 гг. доля упрямых персонажей почти удваивается и составляет 47%. В 1971-1990 гг. тенденция усиливается, и уже 59% персонажей проявляют упрямство. В период 1991-2010 гг. доля упрямых достигает максимума, составляя 80%. В 2011-2024 гг. наблюдается небольшое снижение доли упрямых персонажей до 73%. Возможно, это связано с возвращением к более позитивным и компромиссным персонажам. Таким образом, упрямство как черта характера становится все более распространенной в мультфильмах с течением времени. Это может быть связано с изменением культурных норм или представлений о «героическом» персонаже.

Мультфильмы представляют собой модели социальных ситуаций и межличностных отношений. То, как персонажи реагируют на обиды, критику, насмешки и другие потенциально травмирующие события, может влиять на то, как дети будут воспринимать и реагировать на подобные ситуации в реальной жизни [15]. Если персонажи часто демонстрируют чрезмерную обидчивость, игнорируют чувства других, это может негативно повлиять на развитие эмоционального интеллекта зрительской аудитории. По результатам контент-анализа практически половина (47%) персонажей не обладают таким качеством характера. Но более четверти персонажей иногда проявляют обидчивость в своем поведении, 12% - постоянно, при чем в зарубежных мультфильмах несколько чаще, чем в российских.

Культура поведения включает в себя умение учитывать интересы других людей, делиться, помогать и проявлять заботу. Эгоизм, напротив, проявляется в сосредоточенности на собственных интересах в ущерб интересам окружающих [7]. Современные мультфильмы, демонстрируя эгоистичное поведение персонажей, могут оказывать влияние на формирование представлений дошкольников о нормах морали и нравственности. Если в мультфильмах персонажи достигают своих целей, проявляя эгоизм, обманывая других или используя их в своих интересах, дошкольники могут усвоить эту модель поведения и начать применять ее в реальной жизни. По данным контент-анализа можно отметить, что большинство (69%) персонажей не проявляют эгоизма. Практически каждый пятый персонаж проявляет эгоизм

¹⁶ Рахимова А. Е. Типы характеров и семейных отношений в искусстве мультипликации // Современные исследования социальных проблем. 2015. № 5 (49). С. 178-187.

иногда. Это указывает на то, что в отдельных ситуациях персонажи могут демонстрировать эгоистичные черты, но это не является их доминирующей характеристикой. Проявляет эгоизм постоянно небольшая (12%) часть персонажей. Зафиксирована статистически значимая, но не абсолютная связь между упрямством и эгоистичностью персонажей. То есть упрямство само по себе не является залогом эгоизма, но оно увеличивает его вероятность. Отсутствие упрямства, напротив, сильно коррелирует с отсутствием эгоистичности. Также выявлена связь между эгоистичностью персонажа и проявлением асоциального поведения, то есть чем больше проявлен эгоизм, тем в большей степени проявлено и асоциальное поведение. Это подтверждает то, что отсутствие эгоизма является типичным для социально адаптивных персонажей. А обидчивость статистически не связана с эгоистичностью. Эгоистичность и обидчивость главных персонажей мультфильмов – относительно независимые черты.

Современные мультфильмы зачастую содержат сцены драк, словесной агрессии, примеры антисоциального поведения, такие как воровство, обман, нарушение правил, игнорирование чувств окружающих и других форм поведения, которые могут быть классифицированы как агрессивные. Дети, которые часто наблюдают агрессивное поведение в мультфильмах, могут сами проявлять агрессию по отношению к сверстникам, родителям, учителям [9]. Эти примеры могут выступать как модели для подражания, особенно для детей младшего школьного возраста, которые еще не полностью сформировали моральные принципы и критическое мышление. Если персонаж, проявляющий асоциальное поведение, изображается как герой, это может укрепить убеждение, что такое поведение приемлемо или даже выгодно. По результатам контент-анализа можно сказать, что большинство (69%) основных действующих персонажей нельзя назвать агрессивными. Около четверти персонажей проявляют агрессию эпизодически, в определенных ситуациях. И лишь 6% персонажей являются агрессивными личностями по отношению к окружающим их людям. Доля агрессивных персонажей растет с годом производства. То есть, если в мультфильмах 1930-1950 гг. таких персонажей не было вообще (причем демонстрирующих агрессию как постоянно, так и ситуативно), то в 2011-2024 гг. доля персонажей, проявляющих агрессию постоянно, составила 8%. В мультфильмах 1951-1990 гг. периодически выражает агрессию уже практически каждый пятый главный персонаж, 1991-2010 гг. – уже каждый третий, в 2011-2024 гг. – каждый четвертый.

Выводы.

Проведенное исследование позволило проанализировать потенциал детской мультипликации как инструмента формирования морально-нравственных качеств личности представителей подрастающего поколения и сформулировать следующие выводы:

1. Морально-нравственные характеристики главного героя, занимающего осевое положение в мультипликационной продукции и обладающего самым значительным воспитательным потенциалом, противоречивы. У данных персонажей преобладают положительные качества, но значительна также доля проявлений отрицательных качеств. Это затрудняет не только социализацию подрастающего поколения, но и идентификацию векторов развития современной России как общественной системы.

2. Размыто представление об авторитете (в том числе старшего поколения) как основы иерархии. Напомним, что иерархичность является характеристикой и индикатором любой системы, в том числе и социальной.

3. Эволюция образа главного героя, который становится все более целеустремленным, упрямым и агрессивным при снижении способности к эмпатии, на наш взгляд, проявляет сохраняющиеся в масс-медиа векторы индивидуализма, нарастающей атомизации, распада социальных связей, базирующихся на сопереживании; утраты не только морально-

нравственных принципов, но и элементарной социальной нормативности, которая еще недавно относилась даже не к сфере этики, а этикета.

4. Целеустремленность, ответственность, интеллектуальность, эмпатичность, веселость, смелость, обидчивость в большей степени характеризует героев современных российских и зарубежных фильмов, честность – российских и советских, упрямство – зарубежных. Данные результаты отражают социокультурный контекст и приоритеты воспитания подрастающего поколения за рубежом, в СССР и современной России. Можно предположить, что формирование качеств, не столь проявленных в советской мультипликации, в СССР было «вшито» в деятельность других агентов и инструментов воспитания и было задачей не столько детского, сколько других возрастных периодов развития личности. А честность, как и представления о добре и зле, формировались с самого юного возраста.

5. Полученные данные имеют практическое значение для создателей мультипликационного контента, а также для специалистов в области педагогики и детской психологии, поскольку образ главного героя играет важную роль в формировании системы ценностей и поведенческих моделей у детей.

Список источников:

1. Алешкин Н.И., Щукина И.А. Влияние мультипликационных фильмов агрессивного содержания на поведение детей дошкольного возраста // Сибирский психологический журнал. 2002. № 16-17. С. 56-61. URL: <https://elibrary.ru/vubxaj>
2. Бахтин М.М. К философии поступка // Человек в мире слова. - М.: Российский открытый университет, 1995. - С. 22-67. URL: <https://elibrary.ru/yfkbxb>
3. Глухова М. Е. Стереотипы внешности в современной детской российской анимации // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2018. Т. 11, № 1. С. 128-141. URL: <https://elibrary.ru/ywegyx>
4. Головкина Е.М. Влияние современных российских мультфильмов на формирование гендерных стереотипов поведения у детей // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2014. Т. 20. С. 3316-3320. URL: <https://elibrary.ru/sjezcb>
5. Зубова А. Сравнительный анализ репрезентации культурных ценностей России и Японии на примере мультипликационного фильма «Кот в сапогах» // Исследователь/Researcher. 2012. №1-2. URL: <https://elibrary.ru/ionrjr>
6. Козлов Е.В. Главный герой развлекательного нарратива (архетип и идентификационный потенциал) // Вопросы культурологии. 2007. № 12. С. 21-25. URL: <https://elibrary.ru/kuyzob>
7. Корешкова М. Н. Влияние современных мультфильмов на культуру поведения дошкольников // Молодой ученый. 2014. № 21 (80). С. 179-182. URL: <https://elibrary.ru/tcvdxb>
8. Кривуля Н. Г. Основные тенденции авторской анимации России 60-90-х годов. Диссертация кандидата искусствоведения: 17.00.03. - М., 2001. - 150 с. URL: <https://elibrary.ru/qdlcjd>
9. Кривцова Е. В. Влияние современных мультфильмов на развитие агрессивности у детей младшего школьного возраста // Вестник науки и образования. 2021. № 21-3(124). С. 80-84. URL: <https://elibrary.ru/aplffg>
10. Кузьмина А. С. Речевая репрезентация социотипических особенностей волка в русских народных сказках // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 5-2 (83). С. 281-285. URL: <https://elibrary.ru/pdbykv>

11. Матвеева Л.В., Анисеева Т.Я., Мочалова Ю.В. Восприятие детьми дошкольного и младшего школьного возраста образов героев отечественных и зарубежных мультфильмов // Вестник Московского университета. Серия 14 Психология. 2019. № 3 С. 105-123. URL: <https://elibrary.ru/modbcw>
12. Немова О.А., Бурухина А.Ф. Мультипликационные фильмы как средство формирования семейных духовно-нравственных ценностей // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология. 2014. № 1. С. 152-173. URL: <https://elibrary.ru/rzjaip>
13. Николаев Н.И. К вопросу об уточнении понятия «литературный герой» // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2012. № 3. URL: <https://elibrary.ru/pfzpcr>
14. Петухова Е. С. Связь мультипликации и пищевого поведения у детей младшего школьного возраста // Молодой ученый. 2019. № 51 (289). С. 33-35. URL: <https://elibrary.ru/lrwvop>
15. Колосова Т.А., Мезенцева А.Р. Мультипликационные фильмы как социально-психологический феномен (на примере динамики сцен агрессии) // Вестник Челябинского государственного университета. 2012. № 36 (290). С. 165-169. URL: <https://elibrary.ru/tehcd>
16. Сигаев С.Ю., Колосова Е.В. Психологический анализ влияния современной мультимедиа-продукции на психику ребенка // Вестник научных конференций. 2015. № 1-4 (1). С. 120-125. URL: <https://elibrary.ru/wmjbpf>
17. Собкин В.С., Рябкова И.А., Антуфьева Н.Е. Отношение к персонажам мультфильма у старших дошкольников в зависимости от идентификации детей с основными героями // Национальный психологический журнал. 2024. № 4(19). URL: <https://elibrary.ru/skwpao>
18. Шариков А.В., Айгистова Ю.В. Место анимации в жизни младших дошкольников // Культурно историческая психология. 2014. Т. 10, № 4. С. 72–79. URL: <https://elibrary.ru/tdvkor>

References:

1. Aleshkin N.I., Shchukina I.A. The influence of animated films with aggressive content on the behavior of preschool children *Siberian Psychological Journal*, 2002, no. 16-17, pp. 56-61. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/vubxaj>
2. Bakhtin M.M. Towards the philosophy of action *A man in the world of words*, Moscow, Russian Open University Publ., 1995, pp. 22-67. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/yfkbxb>
3. Glukhova M.E. Stereotypes of appearance in modern Russian children's animation *Bulletin of the Saint Petersburg University. Sociology*, 2018, vol. 11, no. 1, pp. 128-141. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/ywegyx>
4. Golovkina E.M. The influence of modern Russian cartoons on the formation of gender stereotypes of behavior in children *Scientific and methodological electronic journal "Concept"*, 2014, vol. 20, pp. 3316-3320. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/sjezcb>
5. Zubova A. Comparative analysis of the representation of cultural values of Russia and Japan on the example of the animated film "Puss in Boots". *Researcher*, 2012, no. 1-2. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/ionrjr>
6. Kozlov E.V. The main character of the entertainment narrative (archetype and identification potential) *Questions of cultural studies*, 2007, no. 12, pp. 21-25. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/kuyzob>

7. Koreshkova M.N. The influence of modern cartoons on the culture of preschool children's behavior *Young Scientist*, 2014, no. 21 (80), pp. 179-182. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/tcvdxb>
8. Krivulya N.G. *The main trends of author's animation in Russia in the 60-90s*. Doct. Diss. Moscow, 2001, 150 p. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/qdlcjd>
9. Krivtsova E.V. The influence of modern cartoons on the development of aggressiveness in primary school children *Bulletin of Science and Education*, 2021, no. 21-3(124), pp. 80-84. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/aplffg>
10. Kuzmina, A. S. Speech representation of sociotypic features of the wolf in Russian folk tales *Philological sciences. Questions of theory and practice*, 2018, no. 5-2 (83), pp. 281-285. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/pdbykv>
11. Matveeva L.V., Anikeeva T.Ya., Mochalova Yu.V. Perception by children of preschool and primary school age of images of heroes of domestic and foreign cartoons *Bulletin of the Moscow University. Series 14 Psychology*, 2019, no. 3, pp. 105-123. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/modbcw>
12. Nemova O.A., Burukhina A.F. Animated films as a means of forming family spiritual and moral values *Bulletin of the Moscow University. Series 18: Sociology and Political Science*, 2014, no. 1, pp. 152-173. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/rzjaip>
13. Nikolaev N.I. On the issue of clarifying the concept of "Literary hero". *Bulletin of the Northern (Arctic) Federal University, Series: Humanities and Social Sciences*, 2012, no. 3. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/pfzpcr>
14. Petukhova E. S. The connection between animation and eating behavior in children of primary school age. *Young Scientist*, 2019, no. 51 (289), pp. 33-35. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/lrwvop>
15. Kolosova T.A., Mezentseva A.R. Animated films as a socio-psychological phenomenon (using the dynamics of aggression scenes as an example). *Bulletin of the Chelyabinsk State University*, 2012, no. 36 (290), pp. 165-169. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/tehcd>
16. Sigaev S.Yu., Kolosova E.V. Psychological analysis of the influence of modern multimedia products on the child's psyche. *Bulletin of scientific conferences*, 2015, no. 1-4 (1), pp. 120-125. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/wmjbpf>
17. Sobkin V.S., Ryabkova I.A., Antufyeva N.E. The attitude towards cartoon characters in older preschoolers, depending on the identification of children with the main characters. *National Psychological Journal*, 2024, no. 4 (19). (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/skwpao>
18. Sharikov A.V., Aigistova Yu.V. The place of animation in the life of younger preschoolers. *Cultural and historical psychology*, 2014, vol. 10, no. 4, pp. 72-79. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/tdvkor>

Submitted: 22 May 2025

Accepted: 22 June 2025

Published: 22 June 2025

