

Долгушина Ангелина Евгеньевна

студентка

Клюшникова Елена Анатольевна

канд. пед. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет»

г. Тюмень, Тюменская область

МУЛЬТФИЛЬМЫ КАК СРЕДСТВО СОЦИАЛЬНОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ НА САМООТРАВЛЕНИЕ АЛКОГОЛЕМ

Аннотация: в статье рассматриваются примеры пропаганды алкоголя в мультипликационных фильмах, дан аналитический обзор сцен с изображением алкоголя в мультфильмах, разъясняется механизм формирования социальной установки на терпимое отношение к алкоголю.

Ключевые слова: самоотравление алкоголем, психологическое влияние, мультфильмы, социальная установка, социальное программирование, средства массовой информации, информационная среда.

Педагоги и психологи бьют тревогу – дети за телевизором проводят очень много времени. По данным статистики 93% детей в возрасте 3–5 лет проводят перед экраном 4 часа в день. А 75% школьников проводят у телевизора всё свободное время.

Современных родителей тоже волнуют эти проблемы. И спектр вопросов, которые неравнодушные родители задают педагогам и психологам широк: от «Сколько можно смотреть телевизор?» до «На каком расстоянии должен сидеть ребёнок от телевизора?». Рекомендации, в основном, одинаковые: ограничивать по времени просмотра, показывать мультфильмы, передачи о животных, все то, что соответствует возрасту ребенка.

И следуя этим советам, многие родители включают своим детям мультики. Само слово «мультфильм» вызывает доверие и улыбку. И родители, помня своё детство и добрые советские мультики, включают фильмы, погружающие детей в сказку. Многие родители в этот момент и не осознают, что мультипликационные

фильмы для ребёнка – это не развлечение. Это способ познания мира, который помогает формированию мировоззрения. Дети впитывают то, что видят в окружении, усваивают стереотипы и модели поведения главного героя. И с этой точки зрения мультфильмы не столько описывают действительность, а сколько *формируют* реальность. Изображая в мультике определённых героев и их действия, ребёнка можно запрограммировать на что угодно. Особенность детской психики – желание подражать. Другая особенность – малыш не способен отличить экран от действительности, а сказку от жизни. Есть ещё один серьёзный нюанс. Если персонаж мультфильма наделён положительными или отрицательными чертами, ребёнок сознательно понимает разницу между добром и злом. А если в кадре постоянно находится, например, бутылка спиртного, пусть и в мультяшном виде, то вскоре она воспринимается юным зрителем как нормальный предмет домашнего обихода. Таким образом, идёт формирование установки на терпимое отношение к алкоголю, восприятие его как чего-то привычного и традиционного. Именно с этой точки зрения необходимо обращать внимание родителей на то, что смотрят их дети [1].

Надо понимать, что мультипликация на сегодняшний день – это высокодоходный бизнес, ориентированный, прежде всего, на получение прибыли. Поэтому часто этическая сторона вопроса людей, управляющих этим бизнесом, особо не волнует.

Алкогольная мафия давно поняла, что процесс формирования терпимого отношения к алкоголю, необходимо начинать как можно раньше. Чтобы подготовить армию потребителей своей продукции. Общеизвестно, что изначально человек рождается трезвым и детям чужд алкоголь, в любом его виде. Но определённая информационная среда закладывает в сознание ребёнка социальную установку на отравление алкоголем. А информационную среду формируют средства массовой информации [6; 7].

Сегодня по данным статистики, в нашей стране около 12,5 млн человек являются алкоголе зависимыми. Приобщение к спиртным напиткам приходится на 14–15 лет [5].

Это значит, что до 14 лет у ребёнка сформировался положительный образ алкоголя, который воспринимается уже как привычная часть жизни общества.

И наши исследования подтверждают этот неприятный факт.

В декабре 2017 года мы провели экспресс-опрос среди студентов. В анкетировании приняли участие 25 человек. Выводы неутешительные: 72% респондентов впервые попробовали алкоголь до 16 лет, а 32% с 10–12 лет. Дети, подростки, молодёжь – это целевая аудитория для производителей и продавцов алкоголя. Ведь ребёнок, видевший алкоголь в мультиках, скоро превращается в подростка, усвоившего, что алкоголь – это норма. А затем подросток вырастает в молодого человека, убеждённого, что алкоголь полезен и это часть нашей традиции.

Поэтому алкогольные компании после запрета прямой рекламы продукции алкоголя и табака на телевидении, стали вкладывать миллиарды в скрытую рекламу в фильмах, сериалах, телепередачах. Не миновало это и мультфильмов. Надо осознавать, что сцены отравления алкоголем или появление алкогольного бренда в кадре – это не прихоть режиссёра. За это заплачены огромные деньги.

Специалисты по рекламе отлично знают и используют основные виды психологического влияния – информирование, убеждение, внушение и побуждение. Конечно, чем выше уровень знаний человека, богаче его жизненный опыт, компетентность, тем сложнее ему что-то внушить и заставить употребить. Но речь идёт о детях и подростках, у которых психика не сформировалась, а мировоззрение только формируется [11].

Поэтому реклама алкоголя, в том числе и скрытая, влияет на формирование установки у молодёжи как на терпимое отношение к алкоголю, так и на само алкоголепотребление. Причём скрытая реклама, как утверждают психологи, имеет более сильные механизмы воздействия на подсознание людей. Тем более, такое воздействие идёт регулярно со страниц журналов, в передачах, кинокартинах, сериалах и мультфильмах.

Мы провели исследование мультфильмов: советских, российских, зарубежных, на предмет содержания сцен отравления алкоголем или его изображение. Надо заметить, что в последние годы сплошным потоком к нам из-за океана

хлынули детские мультфильмы, чтобы помочь нам встроиться в «цивилизационное русло». И эти «произведения искусства» отнюдь не сеют «разумное, доброе, вечное».

Не претендуя на полноту списка, напомним некоторые, особенно яркие.

Мадагаскар. Пингвины отмечают захват корабля торжественным открытием бутылки шампанского. *Том и Джерри*. Кот Том упал в бочку сидра, опьянел и на некоторое время стал дружелюбным к мышонку Джерри. *Рататуй*. Этот мультфильм просто ода винам. Здесь вина помогают «развязать» язык новому повару, являются секретным ингредиентом блюд, а также постоянным атрибутом накрытого стола. *Дамбо*. Принявший на грудь слоненок с другом-мышонком чего-то очень крепкого и зеленоватого, видит поющие пьяные гюлки в виде розовых слонов и просыпается на дереве. «Розовые слоны» – это английская идиома, аналогичная нашей «белочке». *Пиноккио*. Яркое изображение употребления табачной продукции, алкоголя и азартных игр.

В наших мультиках оказались такие сцены не редкость. *Ну, погоди!* В 14 выпуске Волк приходит в гости к Зайцу с букетом цветов и бутылкой сидра и устраивает целое шоу из его открытия. *Котенок по имени Гав*. В мультфильме «Котенок по имени Гав» черный кот сидит возле бутылки вермута Cinzano. *Приключения Капитана Врунгеля*. В этом известном мультфильме мы постоянно наблюдаем алкоголь: скорость яхте «Беда» придало шампанское, шеф мафии и его верные помощники употребляют шерри-бренди, портвейн и коньяк; главарь гангстеров сидит возле столика, на котором стоят бутылки спиртного; гангстеры поют «Постоянно пьем Cinzano, постоянно сыто-пьяно, oh yes!». *Маша и Медведь*. В одной из частей этого мультсериала в кадре полностью появляется бутылка с этикеткой украинской водки «Медовуха. *Жил-был пес*. В этом культовом мультфильме обильные возлияния показаны с явно положительным подтекстом. *Приключения Буратино*. Завязка происходит на фоне распития вина, Джузеппе изображён пьяницей, Карло хочет заработать на бокальчик вина [8; 9].

В процессе исследования материала и подготовки его результатов, мы изучили много статей, посмотрели видеоролики, анализирующие фильмы,

передачи, мультфильмы на предмет алкогольных сцен. И обратили внимание на комментарии к этим статьям и роликам.

Результаты исследования комментариев привели нас к выводу: большинство комментаторов считают, что дети не замечают алкоголя в мультиках и считают такие сцены вполне допустимыми. То есть угрозу для ребёнка родители не видят. Потому что сами считают, что присутствие алкоголя в жизни – это норма.

Поэтому необходимо проводить образовательные лекции для родителей детей дошкольного возраста, которые будут направлены на информирование о рисках, связанных с просмотром детьми мультфильмов, содержащих сцены с демонстрацией интоксикантов (алкоголя, табака и других) или процесса самоотравления ими. Активнее включать родителей в образовательный процесс в дошкольных образовательных учреждениях.

Детальное изучение процесса формирования установки на самоотравление алкоголем, поможет родителям оградить своих детей и, себя в том числе, от внедрения социальной программы на терпимое отношение к интоксикантам.

Список литературы

1. Ребенок и телевизор [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.babyblog.ru/community/post> (дата обращения: 21.03.2018).

2. Трезвый образ жизни»: Учебное пособие: Гл. 4. Трезвенное воспитание детей на ранних ступенях развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grinchenko.tvereza.info/2/2-4.html> (дата обращения: 19.03.2018).

3. Что пьют в мультфильмах – Вино в кино [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vinokino.livejournal.com/3457.html> (дата обращения: 26.01.2018).

4. Башова М.В. Педагогика и практическая психология: Учебное пособие. – Ростов н/Д: Феникс, 2000. – 416 с.

5. Бородкин Ю.С. Алкоголизм: причины, следствия, профилактика / Ю.С. Бородкин, Т.И. Грекова. – Л.: Наука, 1987. – 159 с.

6. Гришеева Н.П. Социально-психологические аспекты влияния телевидения на дошкольника // Начальная школа, Плюс до и после. – 2001. – №8.

7. Гундарева И. О последствиях восприятия телевизионной информации // Восп. школа. – 2005. – №9.

8. В детстве смотрели, но не замечали // Информационный портал Tlum.Ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tlum.ru/news/v-detstve-smotrelino-ne-zamecali/> (дата обращения: 26.01.2018).

9. Смотрели, но не замечали. Ч. 2 // Информационный портал Tlum.Ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tlum.ru/news/smotrelino-ne-zamecali-cast-2/> (дата обращения: 26.01.2018).

10. Информационный портал «Россия без наркотиков»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.stopnark.com> (дата обращения: 26.02.2018).

11. Макспарк – социальная сеть [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://maxpark.com> (дата обращения: 26.01.2018).

12. Немцов А.В. Алкогольная история России: новейший период / А.В. Немцов. – М.: URSS, 2009. – 318 с.

13. Подлазов А.В. Демографическая демодернизация и алкоголизация России. Синергетика: Будущее мира и России / Под ред. Г.Г. Малинецкого. – М.: Издательство ЛКИ, 2016. – 384 с.

14. Савчеко И.В. Влияние социальной среды современного вуза на отношение студентов к употреблению алкоголя / И.В. Савчеко, В.Н. Мельниченко // Россия и мир: вчера, сегодня, завтра: Проблемы социологии и психологии. – М.: МГИИм.Е.Р.Дашковой, 2011. – 264 с.

15. Электронная библиотека RuLit. – М., 2011–2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rulit.me> (дата обращения: 18.02.2018).