

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Исторический Факультет
Кафедра международных отношений и внешней политики

Направление подготовки 41.03.05 Международные
отношения

К защите допустить:

И.о. зав. кафедрой международных отношений
и внешней политики

к.и.н., доц. Р.Н. Морозов

_____ (подпись)

« ____ » _____ 2020 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

**На тему: «Социально-идеологическая направленность
мультипликации в условиях российско-американского
информационного противостояния»**

Студент: **Лещева Ирина Анатольевна**

_____ (подпись)

Научный руководитель: **к.и.н., доц. Медовкина Л.Ю.**

_____ (подпись)

Работа представлена на кафедру « ____ » _____ 2020 г. рег. № _____

_____ (подпись
принявшего)

Донецк 2020

СОДЕРЖАНИЕ

СПИСОК УСЛОВНЫХ СОКРАЩЕНИЙ.....	3
ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. СОЦИАЛЬНО-ИДЕОЛОГИЧЕСКАЯ ОРИЕНТИРОВАННОСТЬ ГОСУДАРСТВА В КОНТЕКСТЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОТИВОСТОЯНИЯ РФ И США	11
1.1. Истоки информационного противостояния в условиях формирования идеологического базиса государства	11
1.2. Понятие политической коммуникации и пропаганды в формировании идеологических взглядов государства.....	17
1.3. Формирование идеологии посредством пропаганды как культурного феномена.....	23
ГЛАВА 2. СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ АМЕРИКАНСКОЙ И СОВЕТСКОЙ МУЛЬТИПЛИКАЦИИ	29
2.1. Формирование американской и советской мультипликации в довоенный период.....	29
2.2. Культурный фронт в годы Второй Мировой войны. .	38
2.3. Антисоветская пропаганда и образ «западного врага» в мультфильмах в период «холодной войны».....	44
ГЛАВА 3. ПРОПАГАНДА КАК СРЕДСТВО ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ АМЕРИКАНСКОЙ И РОССИЙСКОЙ МУЛЬТИПЛИКАЦИИ.....	54
3.1. Идеологическое восприятие американской мультипликации «Нового века» мировым сообществом.....	54
3.2. Современная российская мультипликация как основа информационного противостояния мировому сообществу.....	61

3.3. Особенности российско-американского информационного противостояния в мультипликации.....	70
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	79
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....	83
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	90

СПИСОК УСЛОВНЫХ СОКРАЩЕНИЙ

ВМВ - Вторая мировая война;

ВЦИОМ - Всероссийский центр изучения общественного мнения;

ГлавПУР РККА - Главное политическое управление Рабоче-крестьянской Красной армии;

ГУМ - Государственный универсальный магазин;

ЕС - Европейский Союз;

ИКТ - Информационно-коммуникационные технологии;

КНР - Китайская Народная Республика;

МРРА - Американская ассоциация кинокомпаний;

Мультфильм - мультипликационный фильм;

ОМУ - оружие массового уничтожения;

РФ - Российская Федерация;

СМИ - средства массовой информации;

СССР - Союз Советских Социалистических Республик;

США - Соединенные Штаты Америки;

ТВ - телевидение;

PR - связи с общественностью.

ВВЕДЕНИЕ

В условиях глобализации использование информации выходит на существенно новый уровень. Масштаб информационного потока достиг общемирового уровня. В связи с этим возникло понятие «информационная война», предполагающая использование и управление информационно-коммуникационными технологиями в погоне за конкурентным преимуществом над противником. Информационная война может включать в себя сбор тактической информации, обеспечение достоверности своей собственной информации, распространение пропаганды или дезинформации с целью деморализации или манипулирования противником и общественностью, подрыв качества информации противоборствующих сил и отказ в предоставлении возможностей для сбора информации противоборствующим силам.

На современном этапе информационная война проходит во множестве государств, однако с наибольшей силой она реализуется у двух сверхдержав – Соединенных Штатов Америки и Российской Федерации. Истоки этого противоборства существовали еще во времена Советского Союза, причем на идеологическом уровне, однако в годы «холодной войны» и уже в XXI веке достигли своего апогея. Государства осуществляют свою политику и выстраивают идеологию в условиях данного противоборства, что не могло найти и своего отражения в культуре. Индоктринация происходит путем внедрения пропаганды в социально

важные объекты. Такими являются, в частности, и продукты мультипликации.

Мультфильм – это уникальный носитель, который воспроизводит образы, движение и звук в реалистичной манере, поскольку он сливает смысл развития с течением времени в изображенной истории. Мультипликация является эффективным инструментом пропаганды, она создает визуальные образы исторической реальности и сознания, определяет общественное отношение того времени, которое они изображают, или того, в котором они были сняты, мобилизуют людей на общее дело или привлекает внимание к неизвестной причине. Политические и исторические мультфильмы представляют, влияют и создают историческое сознание и способны исказить события, делая их убедительными и, возможно, ненадежными средствами восприятия, так как построенная картина мира не всегда соответствует объективной реальности.

Именно поэтому мультипликация выступает в качестве средства распространения идеологии, навязываемого государством. Она внедряется в сознание масс, делая анимацию одним из важнейших объектов информационного противоборства США и РФ, что и обуславливает высокую **актуальность** данной темы **исследования**.

Объект исследования – российская и американская мультипликация как средство информационного противостояния РФ и США.

Предмет исследования – влияние социально-идеологической направленности мультипликации на российско-американское информационное противостояние.

Хронологические рамки исследования представлены верхней и нижней датой, с 1906 года по 2020 год. Нижняя дата обозначена 1906 годом, что обуславливает зарождение американской и советской мультипликации и анимации в целом. Так как Россия выступает правопреемницей СССР, то вся мультипликация данного периода считается российской. Верхняя дата – 21 января 2020 года ознаменована выпуском американской концепции информационного превосходства «Одна перспектива – 2020», утверждающая американское превосходство в информационных войнах и выделяющая двух основных соперников в противоборстве – Россию и Китай.

Географические рамки исследования представлены следующими государствами: США и Россией, а также некоторыми странами Европы, Азии и Африки, роль которых является определяющей в вовлеченности в российско-американское информационное противостояние.

Целью дипломной работы является анализ характерных особенностей социально-идеологической направленности мультипликации в условиях российско-американского информационного противостояния.

Для достижения поставленной цели работы были определены следующие **задачи исследования**:

1. Изучение истоков информационного противостояния в условиях формирования идеологического базиса государства.

2. Определение понятия политической коммуникации и пропаганды в формировании идеологических взглядов государства.

3. Анализ формирования идеологии посредством пропаганды как культурного феномена.

4. Изучение становления американской и советской мультипликации в довоенный период.

5. Установление особенностей мультипликации в годы Второй мировой войны.

6. Изучение и анализ антисоветской пропаганды и образа «западного врага» в мультфильмах в период «холодной войны».

7. Выявление характерного идеологического восприятия американской мультипликации «Нового века» мировым сообществом.

8. Раскрытие современной российской мультипликации как основы информационного противостояния мировому сообществу.

9. Определение ключевых характерных особенностей российско-американского информационного противостояния в мультипликации.

При проведении исследования применялись следующие **методы исследования**, а именно:

- исторический. Выбор данного метода основывается на наличии исторических событий и процессов касающихся выбранной проблематики;

- описательный. Использовался для описания особенностей российской и американской мультипликации в вышеуказанный период времени;

- сравнительный. Применялся для сравнения социально-идеологической направленности российской и американской мультипликации в условиях российско-американского информационного противостояния;

- классификационный. Применялся для структурирования материала.

Характеристика источниковой базы исследования.

Во время проведения исследования, использовалось множество видов источников, которые можно поделить на группы.

К первой группе источников – художественно-изобразительным и изобразительно-натуральным – относятся анимационные мультфильмы и фотокадры. Отчетливо это прослеживается в мультфильмах анимационной компании Уолта Диснея: «Лик Фюрера»¹, «Еда выигрывает войну»², «У меня нет шляпы»³.

Ко второй группе источников следует отнести нормативно-правовые акты государств: «Кодекс Хейса»⁴, «Народное образование в СССР: Сб. док. 1917-1973 гг.»⁵ и «План мероприятий по усилению антиамериканской пропаганды на ближайшее время»⁶, «Федеральный закон от 29.12.2010 N 436-ФЗ (ред. от 29.07.2018) «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»⁷.

К третьей группе источников относятся данные информационных ресурсов: РИА Новости, ADME,

¹ The Walt Disney Company. Der Fuehrer's Face. Donald Duck «Der Fuehrer's Face» | Дональд Дак «Лик Фюрера» 1942 / YouTube. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=0KZA54ubzk4> (дата обращения: 27.01.2020).

² The Walt Disney Company. Food will win the war. 1943 / YouTube. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=HeTqKKCm3Tg> (дата обращения: 27.01.2020).

³ Warner Brothers. Loony Tunes: I Haven't Got a Hat. 1935 / YouTube. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=LCrg18OYhIQ> (дата обращения: 27.01.2020).

⁴ Кодекс Хейса. – Вашингтон: Сеанс, 1930. – №151. – С. 33

⁵ Народное образование в СССР: Сб. док. 1917-1973 гг. – М., 1974. – 141 с.

⁶ План мероприятий по усилению антиамериканской пропаганды на ближайшее время. М., 1949. РЦХИДНИ. Ф. 17. Оп. 132. Д. 224. Л. – С. 48-52.

⁷ Федеральный закон от 29.12.2010 N 436-ФЗ (ред. от 27.03.2018) «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» / Кодексы и законы. – URL: <https://www.zakonrf.info/doc-32063739/> (дата обращения: 29.03.2020).

Hellishamerica, BBC News, Первый Канал, Rambler.ru, Helsingin Sanomat.

Историография вопроса заключается в анализе литературы и других научных работ, непосредственно относящихся к теме исследования.

Для тщательного и полного анализа историографии вопроса, стоит разделить научно-исследовательские работы на две группы: отечественную и зарубежную. Так, отечественная группа авторов представлена, в первую очередь, Федоровым А.В. «Технология герменевтического анализа советских анимационных медиатекстов второй половины 1940-х годов на тему «холодной войны»⁸, Туровской М.И. «Фильмы «холодной войны»⁹, Фатеевым А.В. «Образ врага в советской пропаганде»¹⁰ и Лалетиной А.Ф. «Культурообразующее значение мультипликации»¹¹. В указанных работах уделяется внимание роли мультипликации в формировании представления об государстве-сопернике, а также описывается значение анимации для культуры страны в целом.

В научно-исследовательских работах американской анимации отведена малая значимость, поэтому достаточно ценным материалом являются работы Кривули Н.Г. Автор не только освещает хронологические рамки развития американской анимации, но и проводит исследование в ракурсе социального влияния внешних событий. В первую

⁸ Федоров А.В. Технология герменевтического анализа советских анимационных медиатекстов второй половины 1940-х годов на тему «холодной войны». – М.: Медиаобразование, 2015. – № 1. – С. 102-104.

⁹ Туровская М.И. Фильмы «холодной войны» // Искусство кино, 1996. – № 9. – С. 106-107.

¹⁰ Фатеев А.В. Образ врага в советской пропаганде, 1945-1954. М.: Изд-во РАН, 1999. – 265 с.

¹¹ Лалетина А.Ф. Культурообразующее значение мультипликации // Лингвокультурология, 2009. – №3. – С. 143-146.

очередь, велико значение историко-биографического труда Кривули Н.Г. «В зеркале времени: анимация двух Америк»¹², где автор подробно описывает жизнь и путь к анимации видных художников, например таких, как У. Дисней. Помимо этого, Кривуля Н.Г. рассматривает вопросы эволюции художественных моделей и историю развития американской анимации. В своем пособии «Эволюция мировых аниматологий»¹³ она анализирует теории и терминологическое возникновение самой анимации, её техническое развитие и эволюцию образа персонажа. Другие исследователи уделяют внимание формированию советской мультипликации и анализу анимации на разных этапах существования СССР. Здесь речь идет, прежде всего, о Шульгине П.М., который доказал, что наследие в области культуры влияет на социально-экономическое развитие государства. Необходимо отметить важность коллективной работы Голенпольского Т.Г. и Шестакова В.П. «Американская мечта и американская действительность»¹⁴. Авторы исследуют происходящие в 1910-1970-гг. события с точки зрения кинематографа, так как кинематограф и анимация во многом схожи в техническом исполнении и структуре постановки фильма. Работа авторского коллектива докторов философских наук Акопяна К.З., Захаровой А.В. и Кагарлицкой С.Я. посвященная феномену массовой культуры, «Учебное пособие: массовая культура»¹⁵, исследователи

¹² Кривуля Н.Г. В зеркале времени: анимация двух Америк. – М.: Аметист, 2007. – 620 с.

¹³ Кривуля Н. Эволюция художественных моделей в процессе развития мировых аниматографий. – М.: ВГИК, 2009. – 495 с.

¹⁴ Голенпольский Т.Г., Шестакова В.П. «Американская мечта и американская действительность». – М., 1981. – 259 с.

¹⁵ Акопян К.З. Массовая культура: Учебное пособие / – М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2004. – 104 с.

рассматривает возникновение и проявление элементов массовой культуры, сравнивает последнюю с национальной.

Среди зарубежных авторов, следует выделить работу по формированию идеологий посредством пропаганды ведущего зарубежного специалиста Гарольда Лассуэлла «Пропаганда и коммуникация в мировой истории»¹⁶. В монографии преобладает теоретический описательный характер с изложением исчерпывающего фактологического материала, но не хватает анализа влияния идеологии именно на культуру государства.

Отдельные аспекты взаимосвязи политической коммуникации и становлением ценностных ориентиров государства получили широкое освещение в работах исследователей Аронсона Э., Пратканиса Э. «Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения»¹⁷ и Березина В.М. «Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия»¹⁸, которые в своих работах рассматривали взаимосвязь пропаганды с политической коммуникацией, а также основные средства для внушения нужной информации народу.

Несмотря на то, что существует множество работ по отдельным направлениям данной тематики и на достаточно высокую степень разработанности общих и частных проблем по формированию идеологии посредством пропаганды, об ценностных ориентирах в мультипликации, комплексное исследование взаимосвязи идеологии и пропаганды в

¹⁶Лассуэлл Гарольд. Пропаганда и коммуникация в мировой истории. - М., 1929. - 522 с.

¹⁷Аронсон Э., Пратканис Э. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения. - СПб.: Прайм-еврознак, 2001. - 384 с.

¹⁸Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. - М.: Рип-Холдинг, 2003. - 174 с.

анимации, которые служат инструментами в информационном противоборстве, исследователями проведено не было.

Новизна данной работы заключается в том, что впервые рассмотрен мультфильм как готовый продукт мультипликации. Посредством мультипликации выявлены и социально-идеологические особенности, влияющие на российско-американское информационное противоборство. В работе показано влияние, оказываемое мультфильмами на общество и на формирование образов соперника посредством передачи их в героях анимации. Данный процесс имеет важное значение для формирования социального мнения не только в своем государстве, но и в государстве противника.

Материалы дипломной работы имеют **практическое значение** и являются апробированными:

1. Лещева И.А. Формирование идеологии в США посредством пропаганды в американской мультипликации в годы Второй мировой войны и в период «холодной войны» / Вестник студенческого научного общества ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет». – Донецк: ДонНУ, 2020. – Вып. 12, том 2: социально-гуманитарные науки. – С. 142-145.

Структура работы определена целью и задачами исследования. Работа состоит из списка условных сокращений, введения, трех глав, заключения, списка источников и литературы, приложений.

ГЛАВА 1. СОЦИАЛЬНО-ИДЕОЛОГИЧЕСКАЯ ОРИЕНТИРОВАННОСТЬ ГОСУДАРСТВА В КОНТЕКСТЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОТИВОСТОЯНИЯ РФ И США

1.1. Истоки информационного противостояния в условиях формирования идеологического базиса государства

В современном информационном мире наблюдается обнадёживающее и форсирующее развитие инструментов коммуникации, которые обладают существенно иными результатами, ранее казавшимися нереальными. Вне государственного контроля объем информации, получаемый реальным человеком, значительно вырос. Процесс распространения информации выходит на качественно новый уровень, сочетающий в себе эффекты деструктивного и созидательного, но гораздо больше, нежели это было раньше. Изменился контекст ее использования. В то же время возросло значение средств массовой информации в решении политических проблем, в результате такой политики в мире открытость для аудитории стала более необходимой.

С возрастанием значимости информации возникает исторический факт, основанный на идее информационного общества. Информация и связанное с ней противоборство является продолжением той или иной государственной политики. Поэтому информационная война приходит к нам только в начале XX технологического века. Но проблемы в информационной кампании и деятельности в политическом дискурсе существовали намного раньше.

Одним из первых проявлений использования информационно-психологических методов управления известно примерно в V веке до нашей эры, где персидский царь Ксеркс I, распространяя слухи о небывалом количестве своей армии, желал напугать греков. Согласно «законам Ману», армию врага следует привести к мятежу, который толкает к различению людей, склонных к нему. Другой стороной информационно-психологической войны было завоевание симпатий сторонников, и одним из первых практиков такого рода был Александр Македонский, который успешно завоевал большую часть Европы и Ближнего Востока и удерживал свои территориальные завоевания, кооптируя местные элиты в греческую администрацию и культуру. Александр оставил часть своих людей в каждом завоеванном городе, чтобы внедрить греческую культуру и подавить диссидентские взгляды¹⁹. Этим принципом пользовались многие стратеги античности, средневековья и нового времени²⁰.

Начало современных информационно-психологических операций на войне, как правило, датируется Первой Мировой Войной. К этому моменту западные общества стали все более образованными и урбанизированными, а средства массовой информации стали доступны в виде большого тиража газеты и плакаты. Кроме того, можно было передавать агитацию противнику посредством использования летучие листовки или через взрывные системы доставки как доработанная

¹⁹ Lance B. Curke PH. The Wisdom of Alexander The Great: Enduring Leadership Lessons From the Man Who Created an Empire, 2004. - 66 p.

²⁰ Волковский Н. Л. История информационных войн: т. 1 (с древнейших времен по XIX век) / под ред. И. Петрова. СПб.: Полигон, 2003. - 21-29 с.; 50-67с.

артиллерия. Так, в 1917 г. в разведывательном штабе Вооруженных сил США была создана кафедра психологии²¹.

После Первой мировой войны интерес к этому важному событию возрос. Во многих странах мира началась работа по изучению психических состояний этой угрозы. Английский исследователь психологической войны П. Г. Уорбертон писал: «В наше время главной задачей в бою является не ликвидация врагов вооруженных сил, как раньше, но подрыв энтузиазма людей до такого уровня, который заставлял бы идти против собственного правительства для заключения мира. Вооруженный конфликт - это лишь средство достижения этой цели»²². Таким образом, теория информационной и психологической войны стала разрабатываться уже во времена и после Первой Мировой войны.

Во время Второй мировой войны существовали агентства правительственных средств массовой информации и пропаганды²³. В СССР это были Бюро военно-политической пропаганды и 7-е управление Политического управления (ГлавПУР) РККА. Агентства были и в США. Способы воздействия на сознание, часто используемые на войне, были очень эффективны. Радиовещание также активно использовалось на языке противника²⁴.

После Второй мировой войны понятие информационно-психологического противоборства стало широко распространено среди разных стран. В условиях «холодной

²¹ Там же. - 120 с.

²² Фролов Д. Б. Информационная война: эволюция форм, средств и методов // Социология власти. М.: РАНХиГС при Президенте РФ, 2005. № 5. - С. 132-333.

²³ Зульцман Р. Пропаганда как оружие в войне. // Итоги второй мировой войны. М.: Изд-во иностр. лит. 1957. - 516-545 с.

²⁴ Гордиенко А. Н. Войны второй половины XX века. Мн.: Современная литература, 1999. - 69-84 с.

войны» противостояние между Советским Союзом и США, а также информационная война в войне стали приобретать в это время новый облик. Так, в 1950-е годы в США было создано десятилетнее военное управление (в том числе и с помощью «пропагандистской оболочки»), которое вело мощную пропагандистскую кампанию в период Корейской войны²⁵.

В результате Корейской войны в точках критического обзора в США в 1955 году был издан указ о разработке «Ведение психологической войны» FM-33-5. Он проводился в соответствии с объявленной политикой контроля и предотвращения действий, нарушающих моральный дух противника, по приказу командования²⁶. Отдел психологической войны также был призван вести особые условия войны для процесса «уничтожения противника изнутри»²⁷.

Улучшенное функционирование американского пропагандистского центра было применено и во Вьетнамской войне²⁸. Однако проигрыш США дал толчок к реформированию стратегии по применению СМИ в информационной войне²⁹, хотя уже в то время трансляции по телевидению стали использоваться как средство пропаганды³⁰.

²⁵ Колесов Э. Е. Информационная война в военных конфликтах второй половины 20 столетия: исторический аспект. К.: Национал. акад. обороны Украины, 2007. – 98-109 с.

²⁶ Там же. – 149-151 с.

²⁷ Там же. – 151-152 с.

²⁸ Гордиенко А. Н. Войны второй половины XX века. Мн.: Современная литература, 1999. – 145-147 с.

²⁹ Фролов Д. Б. Информационная война: эволюция форм, средств и методов // Социология власти. М.: РАНХиГС при Президенте РФ, 2005. № 5. – 137-138 с.

³⁰ Волковский Н. Л. История информационных войн: т. 1 (с древнейших времен по XIX век) / под ред. И. Петрова. СПб.: Полигон, 2003. – 319-331 с.

Война в Афганистане в 1979-1989 годах была еще одним из шансов для США использовать свои технологии для распространения ложных слухов о преступлениях, совершенных против афганских детей. Пропаганда СССР в Афганистане была отражена в политических анекдотах о лидерах оппозиции. Основным же методом советских солдат было оказание материальной поддержки афганцам, а также предотвращение провокаций и определение их позиций. Была оказана медицинская помощь и раздача керосина совершенно бесплатно³¹.

В современном же мире политика является неотъемлемой частью динамических процессов, происходящих в окружающей среде, быстро трансформирующийся в направлении изменения окружающей среды в обществе. Напротив, глобальное управление масштабирует и совершенствует новую техническую информацию, становившуюся приоритетом в политической борьбе.

Ключевой фактор в захвате и поддержании контроля над потоком информации привел к появлению термина «информационная война».

Новые информационные системы и технологии (электронные СМИ, Интернет, мобильная связь, глобальная навигация) расширяют возможности получения информации и в условиях войны, что позволяет этим отраслям быть лидерами в области диалога, реально говорить о политических, экономических и военных преимуществах, а также о работе мировой официальной информации в других

³¹ Колесов Э. Е. Информационная война в военных конфликтах второй половины 20 столетия: исторический аспект. К.: Национал. акад. обороны Украины, 2007. – 301-304 с.

странах мира, что дает право определять и диктовать свои собственные правила в современном мире.

В информационной войне главной задачей противоборствующей стороны является не физическое уничтожение противника, а его перепрограммирование за счет средств массовой информации, которое выступает как оружие массового поражения. Конкретная статья и работа, проделанная в СМИ является похожим на формирование ресурсов для ОМУ. Это означает, что целью этих данных является объект с максимально возможным количеством элементов информационной системы и связей между ними, на которые оказывают влияние средства массовой информации, максимально охватывающие уровень его целевой аудитории.

Анализируя вышеизложенное, следует обратить внимание на то, что главной целью информационной войны в политической сфере является дискредитация политических оппонентов и политических сил в составе государства, посредством формирования «нужного» общественного мнения. Хотя правительство ведет информационную войну, оно продолжает концентрироваться на психологическом преимуществе противника. В обоих случаях важную роль играет информационная война.

Только управление военной информацией может привести страну к победе и недооценивать мощь противника – к поражению. Вспомните советскую пропаганду перед Великой Отечественной войной и то, как она повлияла на последующие события. Современная информационная война существенно отличается от недавних войн. Любой

технический инструмент используется для управления современной военной информацией: телевидение, радио, газеты, интернет и мобильная техника. Победа не всегда гарантирована, но цель состоит в том, чтобы сильно навредить имиджевой политике противника.

Новые технологии - это целая наука, которая существует в роли врага цели мира до, во время и после войны. Для этого необходимо представить «нужный» образ врага, чтобы показать «ужасающие» видео, фильмы, мультфильмы по телевизору с целью получения требуемой реакции, потому что большинство людей смотрят телевизор.

Информационно-психологическое воздействие на население является неоспоримым фактом, поэтому власть может контролировать некоторую информацию и препятствовать мероприятиям по увеличению числа сторонников своих идей и уменьшению числа врагов. Это необходимо, потому что сегодня есть инструменты, которые могут убедить в чем угодно. Это серьезный риск для общества, который обязывает людей принимать правильные, эффективные решения, однако в пользу противника.

Можно сказать, что XXI век стал новым масштабом для информационных войн. Формирование «управления конфликтами», которое позволит быстрее и эффективнее достигать своих целей вместо вооруженного вторжения, кибератаки и доступные информационные средства в виде Интернета, СМИ и ТВ также способствовали усилению напряжения в мире, которое может вылиться в крупномасштабное военное столкновение лицом к лицу государств.

Таким образом, новые информационные технологии увеличили потенциал воздействия информации во всем мире. В XXI веке война стала не физической, а информационной, причем более глобального масштаба. Каждое правительство организывает информационные кампании, ставя целью овладеть разумом врагов, обретя психологическое преимущество. Те, кто владеют информацией – владеют миром. Но даже при всем могуществе, государство может понести поражение. Для реализации поставленных целей государства используют все возможные средства связи, включая средства массовой информации, Интернет и телевидение. Государства отказываются от применения грубой силы и отрицают возможность военного столкновения, потому что приоритетной задачей является трансформация взглядов общества соперника, которые нарушат политический имидж государства-противника.

1.2. Понятие политической коммуникации и пропаганды в формировании идеологических взглядов государства

В настоящее время государство использует все больше средств для манипулирования человеческим сознанием и внушением нужных установок и целей. Пропагандируется все то, что необходимо как конкретным политическим персоналиям, так и стране в целом. Это не является удивительным, так как пропаганда принадлежит к области общественно-политической коммуникации – процедуре передачи общественно-политических данных, которые

циркулирует среди элементов политической концепции, между политическим и социальным режимами³².

Так как общественно-политическая коммуникация тесно связана и с формированием идеологии в государстве, и с пропагандой, то следует разобраться и с этим понятием.

В первый раз термин «политическая коммуникация» был применен в стыке 40-х годов XX ст., что уже тогда стало подтверждением увеличения значимости информации в жизни общества. На сегодняшний день ученые общественно-политической коммуникации уделяют интерес основным условиям в данной области:

- непосредственно коммуникативные аспекты;
- деятельность и значимость СМИ;
- избирательная система;
- связь правительства с населением.

Все эти условия способствуют наиболее полной политической коммуникации между властью и народом, однако данную теорию поддерживают не все исследователи.

Большинство ученых протестуют против полной идентичности общественно-политической коммуникации с пропагандой, которая приобрела негативный окрас. Однако система формирования взглядов и средства для ее выполнения имеют много общего между пропагандой и политической коммуникацией. Но различие все же есть: пропаганда представляется односторонним коммуникативным ходом. Основным различием общественно-политической коммуникации и пропаганды представлены их функционированием, как передача данных, предоставление

³² Аронсон Э., Пратканис Э. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения. - СПб.: Прайм-еврознак, 2001. - 384 с.

одинакового доступа к данным, побуждение людей при помощи сообщений к участию в общественно-политической и социальной области жизни государства³³.

Ученые, изучающие пропаганду, представляли различные способы ее понимания, но пришли к общему выводу, что функционирование пропаганды возможно при взаимосвязи идеологий с внутренними рефлексамии индивида.

Исследованием пропаганды занималось множество ученых. Среди всех следует выделить ученого Чахотина С.С., который акцентировал четыре рефлексии индивида, в которых обязана существовать пропаганда: враждебный, сексуальный, оборонительный и пищевой. С.С. Чахотин считал пропаганду повторением девизов, которые могли повлиять на инстинкты и эмоции любого человека. Коммуникативная процедура, подобным способом, сближалась к одновекторности и ориентированности на крупные категории – общества под видом «нужной публики» методом передачи данных в нужной дозировке и навязыванием идейных содержаний, что обосновывались актуальными рефлексамии человека³⁴.

Американский политолог и исследователь пропаганды Лассуэлл Гарольд осознает процедуру общения как документ, что складывается с 5 ключевых элементов: «Кто заявляет, что, как, к кому и с каковым итогом?» Модель Лассуэлла затрагивает общение, в период которого коммуникант точно определяет коммуникативную задачу, понимает, что именно он желает от иного коммуниканта.

Модель многофункциональна и может помочь изучить пропаганду, как коммуникацию, которая при помощи

³³ Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. – М.: Рип-Холдинг, 2003. – 174 с.

³⁴ Шейнов В.П. Психология влияния. – М.: Харвест, 2007. – 448 с.

комплекса условий, воздает определенный результат. Таким образом, можно исследовать модель пропаганды:

1. Ресурс - передающий механизм. Основные мысли адресанта, миссии пропаганды. Control research (Анализ ключа). Анализ партии, руководителя либо учреждения, провоцирующего пропаганду.

2. Адресат, коммуникант-получатель. Какая аудитория пропаганды, Audience research (анализ аудитории). Достигают ли сведения вплоть до адресата.

3. Путь. Что из себе предполагают ресурсы пропаганды, Medium research (анализ сферы метода пропаганды). Словесные либо невербальные ресурсы.

4. Сведения. Что хотят донести к адресату, Content research (анализ нахождения уведомления). Образцы удачных компаний пропаганды.

5. Результат, итог. Какой результат необходимо ожидать, Effects research (анализ итога). Согласно каким аспектам оцениваются перемены в общественном действии³⁵.

Данная форма, бесспорно, упрощена, однако пропаганда – ограниченное информативное течение, в котором не имеет место двухсторонний разговор, а важен только итог.

Данная модель может рассматриваться и с точки зрения мультипликации и кинематографа. Веди пропаганда наиболее часто используется для создания необходимой идеологии, благодаря средствам, которыми наиболее часто пользуется общество. А такими на современном этапе является телекоммуникация и сеть Интернет, а наиболее

³⁵ Braddock R. An Extension of the «Lasswell Formula». Journal of Communication, 8, 1958. – 93 p.

просматриваемыми объектами являются именно продукты мультипликации и киноиндустрии.

Пропаганда – необходимый элемент идеологии, политической системы и культуры каждого сообщества.

Для наиболее точного определения причинно-следственных взаимосвязей среди идеологии и пропаганды следует анализ идеологии. Цуладзе А.М. считает, что идеология – это совокупность ценностей, выступающая в роли общественно-политического миропонимания, обладающая силой веры, владеющая, в особенности, огромным ориентационным потенциалом и благодаря этому может удерживать сопряженные с упадком движения общественного существования³⁶.

Следовательно, что в представлении об идеологии учитывается и совокупность ценностей, с помощью которых она может функционировать. Глобальное общественно-политическое влияние невозможно без применения подобного рода средства распространения идейного воздействия как пропаганда, предназначением которой является развитие концепции общественно-политических взглядов для устремления их в сознания народа и формирования понимания требуемой ориентации. Значение пропаганды состоит в направленном сочетании абстрактного и реального политического рассудка, в насыщении общественного сознания необходимыми идеями, ориентациями и понятиями о политической системе, сформировавшейся вследствие особой работы.

Таким образом, идеология предполагает собою общетеоретический спектр общества, а пропаганда – способ

³⁶ Цуладзе А.М. Большая манипулятивная игра. - М.: Алгоритм, 2000. - 336 с.

распространения данной установки в многочисленном сознании. Следовательно, ни идеология, ни пропаганда, не могут существовать и функционировать друг без друга.

В то же время, для передачи пропагандистских сообщений используется широкий спектр материалов и средств массовой информации, которые меняются по мере появления новых технологий, включая картины, карикатуры, плакаты, брошюры, фильмы, радиoprogramмы, телевизионные программы и веб-сайты. В последнее время цифровая эпоха породила новые способы распространения пропаганды, такие как использование ботов и алгоритмов для создания вычислительной пропаганды и распространения ложных или предвзятых новостей с помощью социальных сетей.

После Второй мировой войны использование слова «пропаганда» чаще всего относится к политическому или националистическому использованию этих методов или к пропаганде целого ряда идей.

Пропаганда – это мощное оружие на войне. Она используется для дегуманизации и создания ненависти к предполагаемому врагу, будь то внутренний или внешний, путем создания ложного образа в сознании солдат и граждан.

Пропаганда также является одним из методов, используемых в психологической войне, которая может также включать операции под ложным флагом, в которых личность агентов представляется как личность вражеской нации. Термин «пропаганда» может также относиться к ложной информации, предназначенной для укрепления менталитета людей, которые уже верят в то, чего хочет

пропагандист. Предполагается, что если люди верят во что-то ложное, то их постоянно будут одолевать сомнения. Поскольку эти сомнения неприятны, люди будут стремиться погасить их и, следовательно, будут восприимчивы к заверениям тех, кто находится у власти. По этой причине пропаганда часто направлена на людей, которые уже симпатизируют повестке дня или представленной точке зрения. Этот процесс подкрепления использует предрасположенность индивида к самостоятельному выбору «приемлемых» источников информации в качестве механизма поддержания контроля над популяциями.

Пропаганда может вестись коварными путями. Например, пренебрежительная дезинформация перерабатывается в средствах массовой информации. Такая проникающая пропаганда может быть использована в политических целях: создавая у граждан ложное впечатление о качестве или политике своей страны, они могут быть подстрекаемы к отклонению определенных предложений или определенных замечаний или игнорированию опыта других.

Пропаганда стала более распространенной в политических контекстах, в частности для обозначения определенных усилий, спонсируемых правительствами, политическими группами, но также и часто скрытых интересов. Распространенными средствами передачи пропагандистских сообщений являются новостные сообщения, правительственные отчеты, исторические ревизии, мусорная наука, книги, брошюры, фильмы и мультфильмы, радио, телевидение и плакаты. Некоторые

рекламные кампании следуют стратегическому образцу передачи информации, чтобы вдохновить рабочую группу³⁷. Стратегия направлена на то, чтобы инициировать индивида от получателя информации к искателю информации через усиление, а затем от искателя информации к лидеру общественного мнения через индоктринацию³⁸.

Анализируя изложенное, можно сделать вывод, что главы стран либо партий ощущают необходимость в устранении самодеятельности населения, внося свои коррективы в это. В сознании народа создаются мысли и конструкции, проскандированные общественным нуждам. Итогом пропаганды является нужное для правительства поведение своих людей. В случае, если оно согласно собственным главным аспектам удовлетворяет пропагандиста, коммуникативная задача достигнута. В противоположном случае наступает другой коммуникативный период, пропаганда не прекращается. Эффект будет продолжаться до тех пор, пока требуемая идеология не достигнет сознания большей часть населения, так как государству важнее всего, чтобы их цели были завершены до конца.

1.3. Формирование идеологии посредством пропаганды как культурного феномена

В любой период существования общество оперировали пропагандой, задававшей принципы равно как личного, так и

³⁷ Garth S. Jowett and Victoria J.: O'Donnell, Propaganda & Persuasion, 5th ed., 2011. - 68 p.

³⁸ Индоктринация – деятельность по убеждению аудитории в истинности каких-либо идей (прим. автора).

совместного выражения поведения. Пропаганда всегда являлась средством для достижения необходимого государством результата в обществе. Несомненно, для пропаганды характерны свои методы и действия, именно поэтому следует разобраться, что такое пропаганда и каким образом она влияет на культуру и формирование идеологии в ней.

В политологическом энциклопедическом словаре пропаганда обуславливается последующим способом – «систематически исполняемые старания оказать воздействие в понимание индивидов, компаний, образований с целью свершения установленного, предварительно запланированного итога в сферы общественно-политического действия». Учебный микросоциологический глоссарий оценивает пропаганду равно как «целенаправленную популяризацию общественной данных об установленном виде жизни»³⁹. В целом, пропаганда – необходимый элемент идеологии, политики и культуры каждого сообщества. Однако для наиболее точной проверки причинно-следственных взаимосвязей между идеологией и пропагандой следует дать определение и анализ термину «идеология».

Идеология – концепция ценностей этого сообщества⁴⁰. Идеология – совокупность ценностей, выступая в роли общественно-политического миропонимания, обладающего силой религии, владеет, в особенности, огромным ориентационным потенциалом и благодаря этому может удерживать в состоянии равновесия все общество⁴¹.

³⁹ Уледов А.К. Общественная психология и идеология. – М.: Мысль, 1985. – 48 с.

⁴⁰ Талкотт Парсонс. Система современных обществ. – М.: Аспект Пресс, 1997. –166 с.

⁴¹ Матц У. Идеологии как детерминанта политики в эпоху модерна. Идеология и ее исторический контекст // Полис, 1992, № 1. – С. 89-92.

Следовательно, можно заметить, что идеология и система ценностей, формирующаяся при помощи пропаганды, две части одного целого, без которых невозможно существование стабильного общества. Однако и у системы ценностей есть своя роль в формировании пропаганды. Так, пропаганда в мультипликации отображает то, что необходимо государству и какая идеология важна для власти.

Советский и российский социолог Здравомыслов А.Г. подмечал, что «система ценностей – нечто значимое для общества, вследствие которого индивид присоединяется к чему-то более высочайшему и вечному, нежели его экспериментальное существование; собственно, вследствие приобщения к окружению ценностей жизнедеятельность физического лица обретает смысл»⁴². Исходя из этого, отметим, что система ценностей важна для любого человека, именно поэтому это используется для формирования идеологии. Идеология представляется абстрактным объяснением ценностей некоторых общественных субъектов, однако именно она определяет их смысл и значение, доносящее до всех людей. Идеология равно как абстрактное объяснения концепции ценностей направлено не только лишь к уму, но и к эмоциям и чувствам. Как отметил австрийский и британский философ и социолог К. Поппер, донести народам, что все они одинаковы – следовательно, коснуться и унижить их состояние. Тем не менее, с данным ощущением никак не подходит сопоставление в таком случае, что же индивид

⁴² Здравомыслов А.Г. Потребности, интересы, ценности. М.: Политиздат, 1986. — 145 с.

ощущает, если пропаганда вселяет ему, что он превышает других, тогда как те – ему подчинены⁴³.

В теории идеология одолевает неминуемую парадоксальность общественной реальности, объединяя разнообразие абсолютно всех трудностей и нюансов существования общественной категории в целый проект, концепцию действия, нацеленных на реализацию ее основных потребностей и решение значимых вопросов ее исторического хода.

Массовое общественно-политическое влияние невозможно без применения прибора распространения идейного воздействия равно как и пропаганда, предназначение которой состоит в том, чтобы при помощи развития концепции общественно-политических взглядов устремлять общественно-политические воздействия крупных групп общества, формировать в их сознании требуемые ориентации, выражающиеся в готовности к установленному виду общественно-политического воздействия. Значение пропаганды состоит в направленном сочетании абстрактного и повседневного общественно-политического рассудка, в насыщении его мишенями, ориентациями и понятиями о политике, сформировавшимися вследствие особой работы, обеспечивающей целостность разумного и психологического факторов в общественно-политическом действии.

Таким способом, допускается отметить, что идеология предполагает под собой некий общетеоретический дизайн сообщества, а пропаганда – способ распространения данной

⁴³ Карл Поппер. Открытое общество и его враги. – М.: Феникс, Международный фонд «КУЛЬТУРНАЯ ИНИЦИАТИВА», 1992. – 201 с.

установки в многочисленном сознании. Фактически в абсолютно всех сообществах один не существует без иного.

Специалист по PR, рекламному делу и маркетингу Френк Джефкинс акцентировал внимание, что работа в сфере пропаганды не ориентирована на единую публику, акцент сделан на «тщательно выделенные категории людей, представленных сложными элементами высокой совокупной публики»⁴⁴. Это весьма спорный момент, так как любой человек может попасть под влияние данного процесса и чем больше аудитория, тем выше вероятность зомбирования общества.

Важным в осознании сущности и смысла пропаганды представляется исследование аудитории. В социологическом энциклопедическом словаре предоставляется следующее определение «аудитории» – «совокупность индивидов, представляющих адресатом с целью доставки необходимого абсолютно всем членам общественной коммуникации при наименьшем либо совершенно отсутствующем содействии людей друг с другом.

Фактически, любой индивид представляется либо имеет возможность являться слушателем, чтецом либо посетителем. И в данных вариантах общественность допускается анализировать равно как и огромную макроаудиторию, так и предмет многостороннего влияния.

Следует наиболее выделить, что же пропаганда направлена как и на наружную аудиторию, так и на внутреннюю, перед какой понимаются свои работники⁴⁵.

⁴⁴ Фрэнк Джефкинс, Дэниэл Ядин. Паблик рилейшнз. Учебное пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 87 с.

⁴⁵ Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. – К.: Орияни, 2000. – 448 с.

Теоретик по связям с общественностью Джеймс Грунич внес предложение разделить всю аудиторию на непублику, латентную публику (скрытую), осознающую публику и интенсивную (активную) публику. Непублика по минимуму интегрирована в обстановку. Скрытая – никак не отмечает собственной взаимосвязи с иными людьми и организациями в любой ситуации. Осознающая аудитория понимает зависимость от других в данных условиях, однако никак не заявляет об этом. Интенсивная аудитория вводится в коммуникативные и координационные текстуры с целью корректирования ситуации⁴⁶.

Другой исследователь Д. Рисмен заявляет, что «традиционно-направленный индивид принимает сигналы от другого, однако они считываются как цивилизованное и культурное однообразие; у него отсутствуют потребности в трудной инструментальной среде, для того чтобы осознать их». Т.е. человек получает информацию, однако анализировать ее он не успевает, усваивая то, что ему было предоставлено.

Основным успехом Д. Рисмена стало то, что он заметил модификацию в концепции западной культуры, что центр интереса сместился не фаворитов и лидеров изготовления, как существовало прежде, а на фаворитов пользования, специалистов области досуга, а не работы. На это повлиял ряд факторов, среди которых и смена приоритетов в культуре, рост неопределенности в планировании долгосрочных целей⁴⁷.

⁴⁶ Grunig, J. E. (Ed.). Excellence in public relations and communication management. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1992. – 366 p.

⁴⁷ Руткевич Е. Д. Типология социального характера Д. Рисмена. // Социологические исследования. 1993. № 3. – С. 118-121.

Во все времена манипулятивные средства информационного воздействия, в том числе информационно-психологические операции и пропаганда, активно использовали разнообразные культурные формы. Можно смело утверждать, что вторая половина 20 века отмечена доминированием визуальной культуры, что обусловлено научно-техническим прогрессом: возникновением и развитием телевидения, появлением новых форм коммуникативного воздействия – электровизуальных технологий. При этом особенности данных коммуникационных каналов определяются не столько их технологическими характеристиками, сколько тем, что они образуют особый социальный институт. Указанные инструменты, являясь, в том числе, и средством политического влияния, способствуют социализации пользователя. Анимация перестала служить передачей информации, она превратилась в мощное средство управления людьми.

Анимация – один из способов пропаганды, который оказывает сильное эмоциональное воздействие на массовую аудиторию. Оно имеет свойство генерировать воображение и восприятие человека на уровне иллюзорного представления. Анимация также как и кинематограф способна создавать ощущение справедливости, героизма, моральной правоты, когда есть все условия этой необходимости⁴⁸.

Анимационное искусство формировало идеологию общества, свидетельствовало об истории своего времени, являлась социальным разоблачителем. Она самыми доступными методами и способами достоверно передает

⁴⁸ Костина А. В. Массовая культура: аспекты понимания. – М., 2006.- № 1. – С. 27-29.

событийность окружающей стороны: повседневную жизнь, привычки, традиции, стереотипы. Природа анимационного искусства социализирует общество, исполняя «социальный заказ». Анимационные фильмы позволяют выявить эту тенденцию, проследить ход и развитие социальных проблем⁴⁹.

Исходя из вышеперечисленного, можно сделать вывод, что, несмотря на сложность и многоступенчатости механизма распространения пропаганды, воздействие на человека осуществляется при помощи нее. Заключение в ней идеология порождает новую систему ценностей, влияющих на трансформацию сознания человека и культуру народа в целом. Это и является основой для культурного феномена. Анимация, как благоприятная почва для массовой культуры, обусловила развитие общества, нацеленное на успех и красивую жизнь. Она стала одной из эффективных платформ манипулирования зрителем. Трагичность массовой культуры, как отмечает большинство исследователей, заключается в том, что она создаётся не массами, а для масс.

⁴⁹ Голенпольский Т.Г., Шестакова В.П. «Американская мечта и американская действительность». – М., 1981. – 259 с.

ГЛАВА 2. СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ АМЕРИКАНСКОЙ И СОВЕТСКОЙ МУЛЬТИПЛИКАЦИИ

2.1. Формирование американской и советской мультипликации в довоенный период

Вопрос установления и изучения культурного наследия представляется в настоящий период, вероятно, одним из минимально изученных в России. Свободно применяя «культурное наследие», «культурные ценности» в публицистическом, а в последнее время в академической области, авторы избегают точной терминологии, лишь особо отмечая фразы «наследие», «ценности», как бы полагая, что их многократный повтор дает им определенную важность, который явно не нуждается в уточнении.

Однако отрицать важность советского культурного наследия для современного мира нельзя. Именно поэтому для начала следует дать определение.

Культурное наследие – комплекс итогов вещественного и внутреннего (материального и духовного соответственно) производства ушедших веков, а в наиболее узком значении – сумма перепавших людям с предыдущих веков цивилизованных ценностей, доступных к оцениванию и пересмотру, формированию и применению в контексте исторических вопросов нашего времени, в согласовании с аспектами общественного прогресса⁵⁰ Культурное наследие СССР – это целая эпоха, подарившая миру незабываемые

⁵⁰ Максаковский В.П. Всемирное культурное наследие. – М.: Просвещение, 2003. – 608 с.

фильмы, литературу, картины, без которых нельзя представить существование в настоящее время. Она складывалась на протяжении многих годов, имела свои особенности и ценности, в зависимости от исторических, социальных и государственных обстоятельств.

Характеризовать XX век можно сложностью и двойственностью. Если углубляться, то с одной стороны в данный период миновала «культурная революция». «Государственная комиссия по просвещению» 16 октября 1918 года опубликовано заявление, где провозглашалось, что «высшей ценностью и в социалистической культуре остается индивидуальность. Однако данная индивидуальность имеет возможность достичь пика только в слаженном и согласном мире равных»⁵¹. В то же время первый комиссар просвещения А.В. Луначарский говорил: «Нам необходим уровень культуры, от грамоты и до науки, уровень культуры в сферы идеи и уровень культуры в сферы чувства»⁵². Последующий процесс выявил, что эти мечтательные, жизнеутверждающие фразы воплотились в правдивую жизнедеятельность советского человека.

В то время Союз брал на себя опеку, надзор и субсидирование, в первую очередь, высококлассную культуру, что дало немалую независимость дельцам культуры, освободившимся от экономической связи от выпуска собственных творений. СССР национализировал крупнейшие музеи и брал обязательство охранять огромное число монументов культуры. Уровень культуры начал быть более легкодоступным большинству жителей.

⁵¹ Народное образование в СССР: Сб. док. 1917-1973 гг. - М., 1974. - 141 с.

⁵² Луначарский А.В. О народном образовании. - М., 1958. - 273 с.

Однако с иной стороны увеличились направленности централизации, командование в области культуры, введены довольно строгие идейные границы и пределы. Часть интеллигенции, не поддерживающая идеологию своей страны, в первые годы после победы Великой Октябрьской революции, уезжала в другие государства. Другая часть в 30-40-е годы поддалась репрессиям, что негативно отразилось в формировании цивилизованного существования, когда уничтожались монументы культуры, олицетворявшие прежнюю Российскую империю, а кроме того, и духовные ценности.

Успехи в различных сферах жизни общества, огромная общедоступность высококлассного преподавания представились посылом с целью роста в абсолютно всех областях государственного существования. Идеологизирование культуры и искусства, бесспорно, оставила свой собственный след в формировании культурных ценностей, однако никак не повергла к падению общей культуры.

Безусловно, советский кинематограф внес огромный вклад в формирование ценностной системы в жизни современного человека, однако не следует пренебрегать и роль советских мультфильмов. Именно с них начинается познание ребенка мира, его формирование взглядов на разные аспекты. Не было это исключение и в СССР. Однако для начала стоит рассмотреть, как и в каких условиях произошло становление анимационной сферы.

Хроника советской и иностранной анимации стартовала в 1906 году, в период, когда постановщик Мариинского

театра Ширяев Александр снял простой игрушечный мультфильм с пляшущими фигурами на заднем фоне.

Ещё один первооткрывателем в сфере анимации является Старевич Владислав, сотворивший в периоды царской России некоторое количество мультиков о похождениях насекомых («Стрекоза и муравей», «Прекрасная Люканида, либо Битва усачей с рогаками»). Первый мультипликационный фильм «Прекрасная Люканида или война усачей с рогаками» – кукольная анимация про несчастную любовь насекомых – был показан в Российской империи 8 апреля 1912 года и теперь эта дата считается днем российской анимации⁵³. Его деятельность приобрела восхищенные рецензии не только у отечественной, но и у иностранной публики, что, находясь в неведомости о покадровой анимации, поражались, как дрессуре насекомых. Однако известному аниматору после Октябрьской революции в 1917 году пришлось переехать в Италию, однако он и там продолжил свое мастерство.

Русская анимация в течение многочисленных лет впоследствии революции остановила свое развитие, лишь некоторое количество студий, преимущественно экспериментального характера, продолжало функционировать в конце 20-х годов, чья работа приобретала пропагандистский настрой.

Начало бума русской анимации приходится на 1924 год, когда в студии «Культкино» сформировались мультипликационные кинофильмы «Советские игрушки», «Каток», «Почта» и «Органчик», заложившие крепкий

⁵³ Российская анимация отмечает день рождения / РИА Новости. – URL: <https://ria.ru/20200408/1569754797.html> (дата обращения: 09.01. 2020).

плацдарм с целью последующего формирования нашей анимации. Мультипликаторы этого времени придумали новую технологию, при которой за счёт плоских марионеток создавалось большее число мультфильмов в сжатые сроки. Таким образом, архитектор Птушко Александр, став работать в Мосфильме, выпустил полнометражный кинофильм «Новый Гулливер», в котором объединил актёрскую игру с мультипликацией. Данная практика нашла отклик в человеческих рядах.

По инициативе руководителя СССР Иосифа Сталина в 1936 г. был подписан Приказ о создании киностудии мультипликационных фильмов⁵⁴, а Птушко А.Л. начал возглавлять студию «Союздетмультфильм», которая впоследствии переименована в «Союзмультфильм».

Датой рождения студии принято считать 10 июня 1936 года, как противовес заграничной анимационной компании Disney, которая уже тогда создавал передвигающиеся иллюстрации. Советское руководство понимало, что таким образом можно осуществить на экране все, что нужно им самим, поэтому предстояло принять решение, чтобы и отечественные мастера применяли такую технологию, что сделало бы их анимацию не только равнозначной западной, но и еще лучше.

Первый мультфильм, произведенным студией, «В Африке жарко» (1936 г.), был черно-белым, сценарий к которому был написан Михалковым Сергеем – детским поэтом. В нём сообщается о том, как знойно зверятам,

⁵⁴ Черепнина Александра. «Союзмультфильм» — исчезающая легенда? — У советских мультиков большой юбилей — 75 лет. В 1936 году по личному приказу Сталина была создана студия «Союзмультфильм» / Vesti.ru. - URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=474644> (дата обращения: 09.01.2020).

проживающим в Африке, и как им очень не терпится покушать мороженого.

Почти мгновенно впоследствии успеха мультфильма об Африке мастерская начала реализацию разноцветных мультфильмов.

Первые из них были короткометражными, и в диснеевской манере говорили ребятам о животных и их путешествиях. Тем не менее, мастера стремительно оттачивали профессионализм, выдумывали новые технические процессы — и в начале 1938 г. советские дети смогли наслаждаться такими мультфильмами, как «Лимпопо», «Бармалей», «Мойдодыр» и прочих, разработанных в технике «эклер». Согласно данной технологии прототипами реальные люди и звери, а впоследствии они покадрово прорисовывались. Подобным методом мастера достигли немислимой живости собственных героев⁵⁵.

Такой путь развития прошла студия, на которой выросли не только наши родители, но и мы сами. Однако не стоит упускать и тот факт, что в мультфильмы уже с самого момента их создания вкладывался более глубокий смысл, чем может показаться на первый взгляд, пропаганда, которая менялась в зависимости от времени, которое было в СССР и мире.

Почти одновременно с советской мультипликацией стартовала и хроника американской анимации в 1906 г., когда был выпущен записанный мультфильм — «Humorous Phases of Funny Faces» («Смешные переходы интересных

⁵⁵ Слободян Елена. История «Союзмультфильма». Справка / Aif.ru. - URL: <http://www.aif.ru/dontknows/file/1133954> (дата обращения: 09.01.2020)

лиц»). С этих времен технологические процессы и устои американской анимации миновали длительный путь с черно-белых безмолвных короткометражек до сверхтехнологичных полнометражек и телесериалов нашего времени.

Уже в 1906-1907 г. Стюарт Блэктон создал анимационный фильм «Волшебная механическая ручка». На экране возникала магическая ручка, которая представляла образ курящего, издающего смог из папиросы. С другой стороны курильщика рукоятка чертила контур дамской формы, а дым разносился по всему кадру. Это и все, что происходило на экране, однако, невзирая на это, мультфильм пользовался огромным триумфом не только лишь в Америке, но и в иных государствах. Однако Стюарт Блэктон, обнаруживший способ покадровой анимационной съемки, не сформировал искусства мультипликации, как таковой⁵⁶.

Следующим шагом в истории мультипликации Америки стал 1911 год. Художник комиксов Уинзор Маккей, трудившийся в печатном издании «Нью-Город Геральд», создал мультфильм «Маленький немо» («Little nemo») согласно журналистскому комиксу. Другой его кинофильм «Динозавр Герти»⁵⁷ («Gertie the dinosaur») был представлен 8 февраля 1914 лета в чикагском «Ковер-театре» для очень большой аудитории. Герти отплясывала на экране, выворачивала с корнем дерева, держала мяч на носу. Героиня мультфильма «Динозавр Герти» названа многими кинематографистами первой мультипликационной звездой, поскольку уже была наделена личностными качествами,

⁵⁶ Кривуля Н. Эволюция художественных моделей в процессе развития мировых аниматографий. – М.: ВГИК, 2009. – 495 с.

⁵⁷ Асенин С. Волшебники экрана. Эстетические проблемы современной мультипликации. – М.: Искусство, 1974. – 289 с.

характером и вызывала сочувствие у зрителей, заставляла их переживать за нее⁵⁸.

Первые анимационные студии появились в 1919-1920 годах. Конечно, в то время мультфильмы были короткими и длились всего около 10 минут. Но работа стала легче, когда появилась возможность рисовать на целлулоидных пленках. На них можно было переводить рисунки, поэтому не было необходимости перерисовывать каждую картинку. Это не только упростило процесс создания мультфильмов, но и ускорило его. Одной из первых больших мультяшных звезд стал кот Феликс, созданный Пэтом Салливаном, а затем его сменил Микки Маус, созданный Уолтом Диснеем. Большую часть времени мультфильмы с этими героями были короткометражными фильмами. Персонажи короткометражных анимаций попадали в какие-то нелепые или нелепые ситуации, которые заставляли зрителей смеяться над ними, а затем рисовать вместе с ними и экспериментировать с ними.

Следует отметить, что анимация 1910-х годов. до сих пор не привлек к себе внимания общественности⁵⁹. Сообщения прессы о событиях, происходивших в анимационных студиях или о премьерах новых фильмов, очень разрозненны и скудны. Говоря о развитии анимации в этот период, следует отметить, что она развивалась в разных ритмах в Америке, что обусловлено рядом социально-исторических, экономических и культурно-эстетических причин. После закрытия Европейских исследований во время войны многие

⁵⁸ История жанра: мультипликация / Кино Мое. - URL: <http://kinomoe.com/zhanry-kino-filmov/istoriya-zhanra-multiplikaciya.html> (дата обращения: 09.01.2020)

⁵⁹ Акопян К.З. Массовая культура: Учебное пособие / - М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2004. - 126 с.

европейские художники эмигрировали в Соединенные Штаты. Там они поселились в анимационных студиях или наладили собственное производство. Во время Первой мировой войны импорт американских фильмов был более выгоден, чем аренда европейских продуктов. Несмотря на то, что рекламные щиты европейских кинотеатров пестрели плакатами патриотических лент, зрители увидели американские вестерны. С 1917 года количество американских фильмов, импортируемых в Европу, увеличилось, и с этого момента окончательно сформировалось мнение, что любая попытка конкурировать с американской анимацией будет напрасной. Почти все анимационные сериалы и фильмы, снятые в США, были в европейском прокате. Это положение на европейском рынке сохранялось и в 1930-е гг., и в последующие десятилетия.

К началу 1920-х гг. американская анимационная промышленность стала одной из самых прогрессивных и активно развивающихся сфер. Расцвет американской мультипликации связан с именем Уолта Диснея. Дисней переселился в Лос-Анджелес, в котором совместно с братом создал студию в 1923 г. С поддержкой прежних работников он создает серию об Алисе в стране анимации, в которой мультипликационные части совмещались с артистическими моментами. В студии Уолта Диснея сформированы первоначальные кинофильмы с кроликом Освальдом. Тем не менее, Дисней в скором времени утратил полномочия на данного персонажа из-за плохо составленного договора. Однако, несмотря на это, его именовали некоронованным королем анимации. Его работа в области мультипликации

имела основную значимость в постановлении множества проблем и решений: в исследованию нрава образа мультипликационного кинофильма, в декорациях и реквизите, промышленных нововведений – первоначально в сфере звука – и, в конечном итоге, в дистрибуции мультипликационных кинофильмов, их рекламы и рыночного применения популярности кинофильмов с помощью торговли различными журналами, книгами и записями мелодий, имевших непосредственное отношение к картине⁶⁰.

Еще одно знаменательное событие в анимационной сфере произошло в 1928 г. Оно связано с появлением Мышонка Микки – Микки Мауса, самого известного нарисованного персонажа в истории мультипликационного кинематографа. Третий кинофильм данной серии, «Пароходик Вилли» («Steamboat Willie», 1928) – первая оставшаяся голосовая лента. Затем Уолт Дисней создал Танец скелетов» («Skeleton Dance»), в котором обобщение музыки и рисунков стало реальным⁶¹.

Однако все мультфильмы все еще оставались в черно-белых тонах. Изменилось это лишь в 1932 году, когда состоялась премьера цветного анимационного фильма, созданного студией Уолта Дисней, – «Цветы и деревья» («Flowers and Trees»).

В тридцатых годах также появились такие серии «Looney Tunes» и «Marrie Melodies», положившие начало деятельности студии Warner Bros под руководством Текса Эйвери. В 1937 вышел первый полнометражный мультфильм – диснеевская «Белоснежка». Несмотря на ожидания Уолта

⁶⁰ Арнольди. Э.М. Жизнь и сказки Уолта Диснея. – М., 1994. – 211 с.

⁶¹ Гвон Г.Г. Художественно - эстетическая специфика звука в анимации: Дис. канд. искусствоведения. – М., 2005. – 123 с.

Диснея, что фильм станет финансовым крахом всей студии, он имел большой успех и стал флагманом всех аниматоров своего времени. В 1940-х годах анимационные спецэффекты стали активно использоваться в игровом кино, а студия United Productions of America (UPA) изобрела методы «ограниченной анимации», которые резко сократили производственные затраты с небольшой потерей качества⁶².

Золотой век американской анимации пережил свой расцвет на стыке 30-х и 40-х годов, а затем медленно угас под давлением нового формата-телевидения. Кинопоказы больше не приносили таких гонораров, и аниматорам приходилось переключаться на телесериалы или иметь небольшие бюджеты. Пионерами первой версии стали Уильям Ханна и Джозеф Барбера, а вторую с успехом использовали Дэвид Департи и Фрэнк Флерен, создав серию короткометражных фильмов о розовой пантере.

В 1930 году был принят Кодекс кинопроизводства, также известный как «Кодекс Хейса» по имени ведущего автора. Кодекс Хейса установил цензуру в киноиндустрии и анимации. Это помогло в анализе анимационных изображений, позволило выявить нарушения и несоблюдение правовых норм и правил. Основные положения документа:

1. Картины, подрывающие моральные устои зрителей, недопустимы. Поэтому преступления, зверства, пороки и падения не могут быть представлены таким образом, чтобы вызвать общественное сочувствие.

2. Должны быть представлены нравственно правильные модели жизни.

⁶² Американская мультипликация / За рубежом. Интеллектуальный источник новостей. - URL: <http://zarubezhom.info/stati/amerikanskaya-multiplikaciya.html> (Дата обращения: 09.01.2020).

3. Недопустимо издеваться над писанным или неписанным законом. Недопустимо склонять симпатии зрителей на сторону преступников и грешников.

Исходя из вышеизложенного, средства, используемые не только в области анимации, но и вообще в информационном противостоянии, выявили запретные темы, а также ввели цензуру мультипликационных картин.

Эти положения повлекли за собой и другие, например, запрет на демонстрацию внебрачных связей, «чрезмерную страсть», запрет упоминания нетрадиционной ориентации. Кодекс Хейса существовал до 1968 года, после чего он был заменен системой классификации МРАА. Многочисленные ограничения, наложенные Кодексом Хейса, повлияли на всю последующую историю анимации и кинематографии⁶³.

Анализируя изложенное, следует сделать вывод, что успешному развитию американской анимации способствовали внутренние национальные интересы в области культуры. Именно в Америке создание анимационных фильмов воспринималось не только как вид творчества, но и как производство. В то же время в советской анимации акцент делается на пропаганду рабочего человека, который в период НЭП всячески поможет Родине своим трудом и упорством. Коллективная работа способствует продуктивности на всем производстве. Что касается детей, то их стимулируют быть смелыми, но при этом не отступать от моральных принципов. Также уже тогда видны черты нарастающей угрозы со стороны Германии, что в свою очередь отражается и на мультипликационной сфере. Создание мультфильмов превратилось в самостоятельный вид

⁶³ Кодекс Хейса. - Вашингтон: Сеанс, 1930. - №151. - С. 33

кинопромышленности, ставший довольно успешным и выгодным производством уже к концу второго десятилетия XX века.

2.2. Культурный фронт в годы Второй Мировой войны

В годы Второй Мировой войны анимация подвергалась серьезным изменениям. Руководство США при президенте Ф. Рузвельте активно усилило меры по использованию пропаганды в мультипликации уже начиная с 1939 г., чтобы подготовить американцев к участию в войне. Пропаганда действовала для укрепления национального духа страны. Мультипликация в своей сценарной основе делала упор на силу, оружие и культ великой нации ещё в довоенный период. Одним из знаменитых персонажей выступает моряк Попай студии братьев Флешеров, который открыто заявлял в каждой ленте о лидирующей роле США на международной арене. Персонаж был наделён своим собственным неповторимым характером, что выделяло его на фоне других персонажей-масок. В одной из серий на международной конференции в качестве дипломатического аргумента для гарантии «мира во всем мире» Попай заявил, что заслугой этому является само его существование и существование его сверхсилы. Это не единственный пример в анимации, в котором преувеличиваются заслуги американской нации. Персонаж Порки Пиг в серии «У меня нет шляпы» 1935 г. без

преуменьшения говорил о превосходстве не только своей нации, но и об огромном величии его истории⁶⁴.

Когда Америка вступила войну, главными врагами в лентах были обозначены А. Гитлер, Б. Муссолини, Т. Хидэки. Благодаря мультипликации была отправлена мысль для массового сознания, где именно эти государства выступали мировыми врагами. Таким образом, в анимационных картинах было противостояние непохожих друг на друга биполярных полюса. Анимация создавала не только идеологическую подоплеку, но и вызывала развитие стереотипов: например, Гитлер всегда имел образ психически нездорового эпилептика, у которого часто возникают панические нервные припадки. Картина с говорящим названием «Bury the Axis» («Закопаем Ось») 1942 г. посвящена лидерам стран Оси. Лидеры этих стран представлены далеко не самыми адекватными и уравновешенными людьми. Например, Адольф Гитлер, будучи брошен аистом в дом своего отца, намеревался немедленно застрелить своего курьера, после чего он отправился с безумной идеей завоевания Европы. Аморально было то, что в конце анимационной картины происходит торжественное уничтожение Японии, бросив на нее атомную бомбу. Карикатурные изображения персонажей лидеров стран оси не случайно были включены в картину и поставлены на первый план⁶⁵. Своеобразная американская анимационная студия использовала прием драматургического воздействия на зрителя, показывая человеческие пороки. Поэтому, фильмы посвященные

⁶⁴ Warner Brothers. Loony Tunes: I Haven't Got a Hat. 1935 / YouTube. - URL: <https://www.youtube.com/watch?v=LCrg18OYhIQ> (дата обращения: 27.01.2020).

⁶⁵ Костина А. В. Массовая культура: аспекты понимания. - М., 2006.- № 1. - С. 27.

странам Оси имели одинаковую сценарную структуру и набор гэгов⁶⁶. Гитлер выступал как центральная фигура и главный «зачинщиком» войны, Муссолини и Тодзио – как его «ручные собачки». В серии «The Ducktators» («Дактаторы») 1942 г. студии Warner Brosers утенок с усами появляется из яйца черного цвета, произнося «Зик Хайль». Свастика и протяжные крики «Зик Хайль» Адольфа Гитлера в образе утки присутствуют на протяжении всего фильма. Попытки утёнка-Гитлера создать империю Третьего рейха выставляются как неудачное исполнение воли своих желаний. Уродливые и податливые в своём мнении Муссолини и Тодзио следуют за Гитлером во всём, в результате чего остаются осмеянные всей мировой общественностью. Так У.Дисней выражал скрытую политическую позицию Америки⁶⁷.

Безграничная сила Америки – основная идея мультипликации, подтверждающая американскую исключительность – возник устойчивый облик об США в роли «последней надежде человечества». Именно с таким стереотипом были созданы и все благоприятные факторы для распространения американской идеологии по всему миру. Данный стереотип удачно трансформировался в «американский героизм», благодаря культу силы, имевшемуся только у США.

Однако не только демонстрация безграничной силы ставилась в основу создания мультфильмов. Например, картина студии У. Диснея «Donald Duck: The Spirit of 43»

⁶⁶ Главный герой (сокр.)

⁶⁷ The Walt Disney Company. Der Fuehrer's Face. Donald Duck «Der Fuehrer's Face» | Дональд Дак «Лик Фюрера» 1942 / YouTube. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=OKZA54ubzk4> (дата обращения: 27.01.2020).

(«Дух 43») 1943 г., ставило целью пробуждение патриотического чувства в американцах честно платить свои налоги для того, чтобы помочь военным усилиям в расходах на ведение войны. Серия с персонажем Даффи Даком «The Commando» («Командор») 1943 г. студии ярко демонстрирует крайне агрессивное отношение общества, которое было готово применить «физическую» силу против Третьего Рейха. Фильм полон саркастических трюков и самоиронии. Даффи Дак не только шутил с главнокомандующими, но иногда и откровенно издевался над немецкой нацией. Фильм предполагал прием физического гэгга, где главный герой буквально бьет молотком по надоевшим ему немцам. Таким образом, подчёркивалось скрытое отношение американцев к немецкой нации – «от великого политика, до маленького и простого человека, каждый глуп в своей политической одержимости»⁶⁸.

Другая картина, «Blitz Wolf» («Блиц Волк») 1942 г., студии Metro-Goldwyn-Mayer аниматора Текса Эйвери базировалась на пародийной истории трёх поросят в антураже Второй мировой войны: два поросёнка заключили пакт о ненападении с Волком, в то время как третий готовился к вооружённой обороне. Само название картины является прямым намёком на планы Гитлера о скоротечной войне Блицкриг⁶⁹.

Следует отметить, что каждая анимационная лента будто твердила об исключительности Америки, у которой была благородная и миротворческая миссия, отчего мировое

⁶⁸ The Walt Disney Company. Food will win the war. 1943 / YouTube. - URL: <https://www.youtube.com/watch?v=HeTqKKcm3Tg> (дата обращения: 27.01.2020).

⁶⁹ Metro Goldwyn Mayer. Blitz Wolf. 1942 / MGM Cartoons Wiki. - URL: https://metro-goldwyn-mayer-cartoons.fandom.com/wiki/File:BLITZ_WOLF_1942 (дата обращения: 27.01.2020).

сообщество должно было сочувствовать такой трудной роли США. После начала ВМВ военная мультипликация пополнилась сериями о Попаи, однако его внешний вид кардинально меняется – герой становится моряком.

Вся продукция известной студии У.Диснея перешла на конвейерное производство военных анимационных фильмов с 1942 г. Почти в каждой картине содержались саркастические и насильственные элементы с ярко прорисованным образом врага.

Образ врага узрели немецкие цензоры в еще одном американском герое и кумире для всего мира – мышонке Микки Маусе. Ещё в 1930 г. он был запрещён в Германии, а несколькими годами позже в одной из немецких газет появилась статья, где Микки Маус назывался «самым мерзким идеалом Америки». Выпады в адрес мышонка заканчивались призывами: «Долой Микки Мауса! Даёшь свастику!». Вся жизнь героя была основана на противоборстве добра и зла, причем и второстепенные персонажи были разделены на два типа: если герой нравился Микки, то он являлся добрым персонажем, а если же нет – то был на стороне зла. Фактически, внутренняя мотивация второстепенных персонажей отсутствовала, принадлежность к тому или другому противоположным лагерям определялось лишь отношением к главному герою⁷⁰.

Фактически, данная установка наблюдается во всех картинах американских анимационных картинах. Информационное противостояние было таким же сильным, как и военное. Образы врагов вписаны в каждый мультфильм

⁷⁰ Кривуля Н.Г. В зеркале времени: анимация двух Америк. – М.: Аметист, 2007. – 620 с.

военного времени, только на данном этапе США и СССР сражаются на одной стороне.

В тоже время для Советского Союза Великая Отечественная война принесла немало трудностей в развитие анимационной индустрии. В первые военные годы студии были переключены на съёмку пропагандистских киноплакатов и мультшаржей. Многочисленные работники «Союзмультфильма» вступили в ряды бойцов на фронтах ВОВ либо их стали привлекать к съёмкам кинофильмов-инструкций с целью обучения и мотивирования воинов Красной Армии.

В военное время, когда был дефицит, как профессиональных работников, так и средств для деятельности студий, изготовление мультфильмов существенно сократилось. Однако те, что были выпущены, они популярны вплоть до наших времен: Носова Петра и Цехановского Михаила «Ёлка» (1942), «Телефон» (1944), Ходатаевой Ольги «Лиса, зайчик и петух» (1942), Ивана Иванова-Вано «Краденое солнце» (1944), «Сказка о короле Салтане» (1943) и сестёр Валентины и Зинаиды Брумберг «Синдбад-мореход» (1944), Пантелеймона Сазонова и Ламиса Бредиса «Орёл и крот» (1944).

Мультипликация этого времени имеет свои особенности. В сороковые годы почти все пропагандистские мультипликационные работы были посвящены Второй мировой. В Голливуде диснеевский Дональд Дак вскидывает руку в фашистском приветствии артиллерийскому снаряду, советские мультфильмы пускают в ответ самолёты, гонящиеся за стервятником со свастикой на крыле.

Популярны короткие агитплакаты с лозунгом «Наше дело правое, победа будет за нами!». К 1942 году посыл меняется на прямую сатиру внешнеполитической обстановки и персоны Адольфа Гитлера. Эталоном можно считать памфлет «Кино цирк».

Адольф Гитлер кидает со стола кости для собак Бенито Муссолини, Миклошу Хорти и Йону Антонеску, которые рвут друг другу глотку за подачку, затем Наполеон предлагает фюреру сразу прилечь рядом с ним и умереть, а сам Адольф жонглирует факелами над странами — порохowymi бочками, своего рода опасный идеологический аттракцион.

Из всего вышперечисленного, следует сделать вывод, что пропаганда в мультфильмах была построена еще в довоенное время, однако наиболее активно она проявилась в военное. Оба государства показывали то, что нужно было им для мотивации и стимулирования народа. Создавался и образ «всемирного врага», который мог нанести вред всему обществу. Тогда как в советской мультипликации важным было поддержание национального духа внутри Красной Армии, а также привлечение добровольцев на фронт, то американская анимация всячески показывалась как «единственный шанс на всемирное спасение» и свое превосходство над другими нациями. На этом фоне происходило внедрение «мягкой силы» в мультипликационные студии.

2.3. Антисоветская пропаганда и образ «западного врага» в мультфильмах в период «холодной войны»

Период «холодной войны» стал времен создания как антисоветских, так и антизападных мультипликационных картин. Большая часть медиатекстов СССР формировалась с целью разоблачения и предъявление обвинения миру буржуазии и империализма.

В этом плане крайне любопытно освещение действительных событий по разным краям «железного занавеса». Несомненно, следует согласиться с советским киноведом М.И. Туровской в том, что присутствует «атмосфера обоюдной недоверчивости, хамства, цинизма, боязни, соучастия и разобщенности, окрасившая минувшие года сталинизма и целиком удаленная с нашей «темы», имела возможность осуществиться только в установки «образа врага»⁷¹. Термин «холодная война» несомненно сопряжен и с такими терминами, как «информационно-психологическая война», «пропаганда» и «образ врага».

«Образ врага» согласно мнению исследователя А.В. Фатеева – идейное отражение социального антагонизма, знак агрессивных стране и уроженцу сил, механизм политических деятелей управления категориями общества. Однако он сложился в СССР не сразу, так как в 1940-1950 гг. стали проходить под эгидой восстановления страны и воспитания молодёжи. Мультфильм «Тебе, Москва» прославляет историю столицы, так и не павшей под вражеской пятой. Правда, советские штампы никуда не деваются — Святая Русь времён Владимира зовётся здесь Русским национальным государством, а польские шляхтичи — «паршивыми интервентами».

⁷¹ Туровская М.И. Фильмы «холодной войны» // Искусство кино. 1996. № 9. – С. 107.

Война закончилась и перед правительством, а после и перед мультипликационными студиями были поставлены новые задачи.

Мультипликаторы предпочли отказ от стиля «Disney», начали издавать творения, заполоненные своими неповторимыми приёмами, и мастерская ввела другой эталон того, каковым обязан являться истинный мультфильм для детей.

«Конёк-Горбунок», «Цветик-Семицветик» и «Серая шейка» стали самыми яркими образцами мультипликационных картин того времени, а картина «Песенка радости» удостоилась бронзовой медали на Венецианском кинофестивале 1947 года. Это был первый шаг к международному признанию и к противоборству между СССР и США за лидерство не только в анимационной сфере, но и полностью в информационной области.

Поиски новых конфигураций начались в 50-е годы XX века, когда художники отrekliсь от натурализованных героев. Возникла масса новых манер, немало мультфильмов с необыкновенной прорисовкой — «Снежная королева» и «Необыкновенный матч», а в 1953 г. наступает производство еще и мультфильмов с использованием кукол. Триумфом цеха такого типа производства стала работа Мигунова Евгения «Карандаш и Кляксочка — радостные охотники».

В Программе КПСС 1961 года было заявлено, что «в стране осуществлена культурная революция», поэтому в 1960-е наступает другой и, вероятно, наиболее насыщенный этап в жизни «Союзмультфильма», полный сатирических кинолент, в основе которых не только выдуманные истории,

но и реальные сюжеты. Мультипликаторы оставляют путь реализма, переходя к смешным изображениям, появляются культовые мультфильмы: «Винни-Пух», «Ну, погоди!», «Трое с Простоквашино», «Жил-был пёс», «Крокодил Гена» и множество других.

Один с исключительных режиссёров-мультипликаторов этого времени был Хитрук Федор. Им была выпущена экранная картина «История одного преступления», в которой высмеиваются непочтительные отношения одного товарища к другому. Тут Хитрук Ф.С. в первый раз отдалился от диснеевской анимации и установил формирование шаржевых героев. Большая часть трудов живописца осмеивала общество того времени, являясь сатирическим изображением действительности («Остров»).

Однако основными мультфильмами в этот период остаются «Винни-Пух» (1969) Фёдора Савельевича, сделавшийся классикой советской анимации наряду с культовым телесериалом «Ну, погоди!» (1969) Вячеслава Котёночкина.

Мало кто понимает, что рассказ о хулигане Волке, который всячески старается словить паиньку Зайку, был госзаказом и своего рода был создан в противовес американскому мультфильму «Том и Джерри». Однако Котёночкину удалось наполнить советский мультипликационный сериал с особым остроумием и музыкой, которая выделяет этот мультфильм среди других, что сделало «Ну, погоди!» родным и ясным для всех граждан СССР, не зависимо от возраста и пола.

Уникальные мультфильмы были созданы Норштейном Юрием, который и по сей день не желает работать с применением компьютерной анимации. В самом начале собственной деятельности в «Союзмультфильме» Юрий Борисович изобрёл самодельный трехъярусный станок, что вследствие перекладки дает возможность формировать уникальную иллюстрацию, в результате которой выходит объёмный рисунок. В таком стиле выполнен мультфильм «Ёжик в тумане», приобретший примерно 35 международных премий. Именно он в 2003 г. взял гран-при в номинации «Анимационный кинофильм №1 абсолютно всех времён». Иосиф Боярский после просмотра мультипликационного фильма сообщил: «В «Ёжике в тумане» Ю. Норштейна заявляется о самом первом соприкосновении с таинствами существования, о загадочности лишь настоящего, о вздорной трагичности, имеющейся в обществе, и об окончательной его доброте. Данный кинофильм, абсолютный в плане психологического аспекта».

Эрой расцвета анимационной студии «Союзмультфильм» считается период 70-80-х гг. XX века. За это время было выпущено более тысячи пленок, за которые было получено больше 150 кубков и дипломов международных и советских фестивалей. Произошло формирование около двадцати различных жанров и манер, а самым большим достижением студии стал мультсборник «Весёлая карусель» (1980).

Благодаря трудам аниматоров, значительно расширилась возрастная категория студийных трудов. Мастерская пускает в изготовление полный цикл

полномасштабных проектов: «Шинель» Юрия Норштейна, «Геракл у Адмета» А. Петрова и иные.

Как замечала нынешний председатель правления киностудии «Союзмультфильм» Юлиана Слащёва: «Последние коммерчески удачные планы сделаны в студии в 1984 г. По большому счету, данное время было весьма продуктивным у студии («Попугай Кеша», «Сказка о царе Салтане»). После таких картин то, что есть я на сегодняшний день известной анимацией и что имело бы право покорить сердца аудитории, не сможет побороть советскую анимацию». И, несмотря на растущее значение информационного противостояния с США в годы «холодной войны», анимационные картины отличались особым качеством, вплоть до творческого упадка «Союзмультфильма». Конец 80-х годов стал для студии весьма нелегким: нехватка денег и помощи страны. В студии стартовал профессиональный и креативный упадок – многие из специалистов оставили «Союзмультфильм». Вскоре сама студия лишилась собственного элитного положения в Европе и в мире.

Однако наряду с культурным расцветом, «холодная война» не могла обойти стороной и художественную жизнь Союза. В связи с этим, в апреле-мае 1949 года был сконструирован специально предназначенный «План мероприятий по усилению антиамериканской пропаганды на ближайшее время», предполагавший «систематическую печать заметок, памфлетов, разоблачающих враждебные проекты американского империализма, антинародный вид социального и правительственного режима Штатов,

развенчивающих сказки западной пропаганды о «процветании» Америки, представляющих углубленные противоречия экономики, лицемерие буржуазной демократии, вырождение буржуазной культуры и характеров нынешней Америки»⁷².

И необходимо заметить, что три антизападных мультипликационного фильма, разработанные в 1949 г., — «Скорая помощь», «Мистер Уолк» и «Чужой голос» — целиком соответствовали задачам этого проекта.

В этих мультфильмах видится точная агитационная предпосылка, ориентированная, в таком случае, для того чтобы доказать аудитории, что:

— План Маршалла создан в хитром умысле американских империалистов для маскирования финансовой поддержки с целью обокрасть и привести к бедности жители европейских государств («Скорая помощь»);

— в том числе и прикидываясь в какой-то период пацифистом, богач преждевременно либо запоздало увидит собственную враждебную, жадную суть («Мистер Уолк»);

— навязываемая Западом негармоничная и фамильярная «музыка толстых» (фри-джаз и т.п.) обязана являться не признанной подлинными знатоками классики и общепринятых мелодий («Чужой голос»).

Созданный информационный образ противника в лице США, не оставил равнодушным ни одного советского гражданина. Враждебность по отношению к Америки, внушаемая человеку в Советском Союзе, сыграло роль не

⁷² План мероприятий по усилению антиамериканской пропаганды на ближайшее время. М., 1949. РЦХИДНИ. Ф. 17. Оп. 132. Д. 224. Л. - С. 48-52.

только в манипулировании сознанием простого народа, но и во всей информационной политике СССР.

В 1949 году советские мультипликаторы сняли десятиминутную сатирическую ленту на актуальную политическую тему – «Скорая помощь». По сюжету, в стране, где живут нищие и оборванные зайцы, с невиданной скоростью распространяется газетное сообщение: благодаря щедрости бизнесмена Удава каждому косому будет выдано «по семь новых шкур». Это вызывает ликование среди длинноухих. Однако их радость была недолгой. Повсюду появляются странные плакаты, гласящие «Курите сигареты!», «Каждому зайчонку – морковную тушёнку!», а сам «план мистера Удава» на деле оказывается хитроумной ловушкой, лишаящей зайцев последних пожитков. Как рассказал в статье в «Киноведческих записках» сотрудник НИИ киноискусства ВГИКа Георгий Бородин, картина, высмеивающая американский план Маршалла по оказанию помощи послевоенной Европе, была запрещена лично министром кинематографии Иваном Большаковым. Мультфильм был назван «идейно порочным» и «антихудожественным». В бумаге за подписью Большакова подчёркивалось, что авторы «грубо исказили» и «вульгаризировали» тему «реакционной империалистической политики».

Для общественной культуры, советская мультипликация 1949 года основывалась на сказках и фольклор, внедряя в сознание, что волки – отрицательные и враждебные создания, сороки – балаболки, зайцы – постоянно потерпевшие и невинные существа. Подобным способом, в

«Скорой помощи» и «Чужом голосе» фольклорно-сказочные образы животных и птиц переносились на советские и западные ценностные понятия, подсобляя укреплению имиджа Запада как неприятельского и чуждого СССР⁷³.

Главной идеей любого мультфильма является снятие маски с противника и показ его настоящего лица. Видны и расхождения в жизнях и обстановках в доме «простого борца» и представителя западного империализма. Их внешность также расхожа: зайца показывают симпатичным и привлекательным персонажем, который внушает доверие лишь одним своим видом, тогда как страшный волк всегда отталкивает не только своими поступками, но и внешним видом.

Ценности героев абсолютно во всех трех «конфронтационных» картинах соответствуют их образу: у негативных героев точно выражены низкие, империалистические, модернистские приоритеты, а беззаконие – способ решения любых трудностей. Нравы у позитивных героев схожи с «традиционно народными».

Обыкновенная жизнедеятельность позитивных героев останавливается интенсивными деяниями негативных героев. Решение этой проблемы окончится только при соперничестве с негативными персонажами, их нейтрализацией и уничтожением.

На фоне Карибского кризиса и противостояния с США пропагандистская анимация переживает огромный подъём, при этом окончательно забывая про существование собственного Отечества. Почти вся идеологическая машина

⁷³ Федоров А.В. Технология герменевтического анализа советских анимационных медиатекстов второй половины 1940-х годов на тему «холодной войны». – М.: Медиаобразование, 2015. № 1. – С. 104.

направляется в сторону соперника, клеймят пороки западного общества.

Мультфильм «Акционеры» бичует принципы «народного капитализма», напрямую говоря, что простой человек на Западе — всегда эксплуатируемый, безвольный, обманутый. Рабочий, ставший акционером, предан своим предприятием и становится несчастным инвалидом.

Мультфильм «Миллионер» рассказывает о порочности сознания западных масс, готовых пресмыкаться перед каждым, у кого набит кошелек: богатая хозяйка оставляет в наследство своему бульдогу огромную сумму, и он благодаря финансовой протекции в итоге становится столпом общества и сенатором.

Картина «Мистер Твистер», снята по мотивам поэмы Маршака, оказывается лучшей агиткой против западного расизма, где богатей из США не хочет заселяться в номер рядом с чернокожим. Фразы «Владелец заводов, больниц, пароходов» и «А у вас там негров бьют!» уходят в народ⁷⁴.

Именно на мультфильмы была ориентированная информационная политика периода «холодной войны». Запрет анимационных фильмов, в отличие от игрового кино, в СССР был редкостью: обычно «сомнительные» проекты «Союзмультфильма» сворачивались ещё на стадии производства. Несколько всё же попавших на полку после завершения съёмок мультфильмов нельзя считать полностью запрещёнными – они были показаны через несколько лет. Такая ситуация была основана на мнении, что фильмы,

⁷⁴Юрьев Денис. Рисованная пропаганда. Как в СССР промывали мозги / Life.ru. - URL: https://life.ru/t/культура/989845/risovannaia_propaghanda_kak_v_sssr_promyvali_mozghi (дата обращения: 15.12.2020)

вырисовавшие образ «американского врага» были более критичны, нежели «безвредная» анимация, которой уделяется меньше внимания цензоров США. Именно с этой точки зрения, противоборство в информационной сфере набирало невообразимую силу благодаря мультипликации.

Политические неурядицы сказались и на судьбе мультфильма-притчи «Стеклянная гармоника», снятого режиссёром Андреем Хржановским на студии «Союзмультфильм» по сказке Лазаря Лагина. Перед глазами кинематографического руководства анимационный фильм предстал 21 августа 1968 года – в день ввода советских войск в Чехословакию. В результате он был запрещён: в ленте увидели намёк на советскую бюрократию. Не помогла даже сделанная авторами по требованию цензуры приписка, что сюжет разворачивается «в буржуазном обществе», где царит «разобщённость и озверение людей». Запрет «Стеклянной гармоники» ознаменовал завершение эпохи оттепели в советской мультипликации. В центре сюжета – судьба мастера-музыканта со стеклянной гармоникой, который попадает в город «Жёлтого дьявола», населённый ожившими персонажами таких художников, как Питер Брейгель, Иероним Босх и Сандро Боттичелли. Музыкант пытается освободить жителей города от диктаторской «власти денег», растлевающей, по мнению авторов, человеческие души. Один из главных персонажей – «человек в котелке» – был позаимствован с картины бельгийского художника-сюрреалиста Рене Магритта, скончавшегося за год до съёмки мультфильма.

Во многих источниках утверждается, что под запрет попал «взрослый» сатирический мультфильм художника и режиссера Ивана Аксенчука «Ваше здоровье» (1965). В действительности ничего противоречащего социалистической морали в нём не было – наряду с широкой торговлей алкоголем в СССР велась и пропаганда здорового образа жизни. Мультфильм демонстрировался в прокате и даже получил в 1966 году почётный диплом XXII международного фестиваля спортивных фильмов, проходившего в Италии⁷⁵.

В годы «холодной войны» активно действовала пропаганда и в Америке: в кинематографе, журналах и плакатах. В мультипликационном искусстве следует выделить одну картину – «Сделай меня свободным», 1948 года, в которой непонятный мужчина пытается продать для американцев некое снадобье «Изм»⁷⁶. Он обещает, что после его действия произойдет избавление от всех насущных проблем. Идеологическая основа мультфильма показывает, что может случиться, если народ великой Америки поведется на такое шарлатанство. В ленте также идет особое возвеличивание образа жизни «уникального народа»⁷⁷.

Особую роль в то время в мультипликации отдается жизни молодёжи в США и советскому рабочему. Надпись на лбу «Член государственного союза номер 1313» подразумевает, что в СССР не существуют профсоюзы, а

⁷⁵ Рудич Кристина Какие советские мультфильмы были запрещены / Русская Семерка. – URL: <http://russian7.ru/post/kakie-sovetskie-multfilmy-byli-zap/> (дата обращения: 15.02.2020)

⁷⁶ Отсылка к «коммунизму»

⁷⁷ Пропагандистские мультики союзников и Германии времён Второй Мировой / Пикабу.PY. – URL: https://pikabu.ru/story/propagandistskie_multiki_soyuznikov_i_germanii_vremyon_vtoroy_mirovoy_ch_1_4214999 (дата обращения: 15.02.2020).

вместо них представляющие из себя нечто необъяснимое и ужасное «государственные союзы». Благодаря частной собственности и предприимчивости на месте гаража Джо он отстроил огромный завод. После проведения национализации промышленности в Советском Союзе несчастный Джо подвергается изгнанию. Конечно, о последствиях национализации для роста индустрии за всю историю не говорится вообще.

В данной картине все построено на показе различий между США и СССР. Так, в Америке действует свобода вероисповедания, тогда как в СССР бедные капиталисты выгоняются на улицу. В Америке существует защита прав человека – полицейские не имеют права проводить обыск без ордера (на самом деле это делалось постоянно, особенно в эпоху маккартизма). В США хорошо живется даже заключённым, тогда как плохо в СССР свободному человеку⁷⁸. Такой прием отлично выстраивает образ, выгодный американскому государству. Противоборство в мультипликации призывает и к противостоянию в обыденной жизни. Материалы, доносимые до зрителя, являлись именно тем важнейшим средством, необходимым в информационном советско-американском противостоянии.

В заключение отметим, что период «холодной войны», породивший двустороннюю идейную конфронтацию революционных и капиталистических стран, охватывал группу медиатекстов, в том числе мультипликационные/анимационные. Мультфильмы применялись государством как связь донесения требуемых

⁷⁸ Тайны Америки: факты о настоящей Империи Зла / Hellishamerica. – URL: <http://hellishamerica.ru/competitionandoil.html> (дата обращения: 15.02.2020).

конфронтационных, чтобы оказывать воздействие не только на старую аудиторию, но и на младших граждан, а именно детей. Наряду с этим необходимо отметить, что после Второй Мировой войны наблюдается существенный застой в сфере мультипликации. Однако все время до и после периода «холодной войны» анимация показывает величество и превосходство своей нации над другими. Анимация, как и весь кинематограф, подстраивалась под агитационную политику правительства, так как каждый, кто отказывал в сотрудничестве, считался немецким шпионом. К XX в. Америкой овладела идея прирожденного превосходства, что с восходом на мировую политическую арену после Второй мировой войны окончательно закрепились в сознании массы.

ГЛАВА 3. ПРОПАГАНДА КАК СРЕДСТВО ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ АМЕРИКАНСКОЙ И РОССИЙСКОЙ МУЛЬТИПЛИКАЦИИ

3.1. Идеологическое восприятие американской мультипликации «Нового века» мировым сообществом

Современная анимация США с конца 1980-х до середины 2000-х годов именуется «эпохой возрождения американской анимации». В этот период многие крупные американские развлекательные компании реформировали и активизировали свои анимационные отделы после общего спада в 1960-1980 гг. Соединенные Штаты оказали глубокое влияние на анимацию во всем мире. С середины 2000-х годов традиционная анимация потеряла бы интерес к цифровой и флэш-анимации, назвав этот текущий период «тысячелетним веком американской анимации».

Восприятие американской мультипликации мировым сообществом весьма своеобразно. Некоторые мультфильмы, причем не из века новых технологий, запрещены во многих странах. Действующая власть во всех картинах ищет пропаганду, видимо, иногда находит. Различия в поведении людей или культурные различия обретают смысл, только когда рассматриваются через основные убеждения, представления и ценности этой специфической группы.

Конечно, система ценностей у каждой страны различна, именно поэтому возникают сомнения в просмотре

художественных картин. То, что считается нормальным для одних, противоположно оценено для других.

Например, известный американский мультфильм «Винни-Пух» запрещен в Китае, так как, по мнению власти, главный герой имеет сходство с лидером страны. Мультфильм и мультсериал запрещены к показу в стране.

Все началось с невинных мемов⁷⁹ из интернет-пространства, где медведя сравнивали с председателем КНР Си Цзиньпином. Этот милый медовый едок до боли похож на него на фотографиях и, по словам самих китайских пользователей, даже в характере.

Еще один мультфильм, известный всем, а потом запрещенный сначала в США и Японии, а потом и во всем мире – «Чудеса на виражах». Причиной стали неверные представления о законе, способствующие стереотипному мышлению об азиатских странах. В одном эпизоде Балу пришлось перевозить подарочную коробку, содержащую спрятанную бомбу. И медведь вышел сухим из воды благодаря незнанию содержимого пакета. Поэтому здесь детям демонстрируют прямо противоположное действие нормы «незнание закона не освобождает от ответственности». Вторая спорная серия, которая была временно снята с эфира, называется «Город за горизонтом». На протяжении всего сюжета панды-воины используют шар, чтобы определить местоположение скрытого города для последующего нападения. Многие узрели здесь аналогию с реальными историческими событиями⁸⁰.

⁷⁹ Мем - единица значимой для культуры информации. Мемом является любая идея, символ, манера или образ действия, осознанно или неосознанно передаваемые от человека к человеку посредством речи, письма, видео и других средств связи

⁸⁰ 16 любимых детских мультфильмов, которые запрещены к показу в других странах / ADME. - URL: <https://www.adme.ru/tvorchestvo-kino/16-lyubimyh-detskikh->

Мультфильм «Том и Джерри» также запрещен в большинстве стран мира, ему приписывают курение, употребление вредных веществ и алкоголя, насилие. В связи с этим был наложен частичный запрет на некоторые сериалы, исключение сцен, замена персонажей. В течение полувека передачи многие сцены, считавшиеся оскорбительными, были вырезаны, преувеличены или сняты с эфира, поскольку они показывали специфическую жизнь Америки в 40-х годах 20-го века.

Но, по мнению многих, главная проблема мультфильма – это безнаказанное насилие. Если кот Том периодически получает за свои шутки, то Джерри может бесконечно мучиться над голубым котом и не получать никакого негативного отношения от зрителей, так как изначально он считается положительным героем.

За пропаганду ложных ценностей, порнографию в Финляндии получила запрет мультипликационная лента с Дональдом Даком. В 70-х годах прошлого века комикс с забавной диснеевской уткой исчез с финских прилавков, и все из-за отказа Дональда носить брюки. Хельсинкский Молодежный комитет считает, что эти карикатуры искажают семейные ценности, угрожают моральному духу и способствуют нездоровому влечению к деньгам⁸¹.

Еще одним мультфильмом, выпущенным в 20 веке, стал «Бакс Бани» («Заколдованный кролик»). В 1998 году жалобы женщины на короткометражку 1954 года Чака Джонса привели к официальному расследованию канадским советом

multifilmov-kotorye-zaprescheny-k-pokazu-v-drugih-stranah-1583115/ (дата обращения: 25.02.2020).

⁸¹ Детство под угрозой: Вредные мультфильмы / Научи хорошему. – URL: <https://whatisgood.ru/tv/cartoons/detstvo-pod-ugrozoy-vrednye-multfilmy/> (дата обращения: 01.03.2020).

по стандартам вещания. Возражение было против короткой кульминации, где после того, как колдунья Хейзел случайно превращается в привлекательного кролика женского пола, Бакс падает на нее и роняет линию: «Ах да, я знаю. Но разве они не все ведьмы внутри?».

В ходе расследования неотредактированная короткометражка была временно запрещена, и была подготовлена отредактированная версия. В конце концов, совет постановил, что мультфильм был слишком безобидным, чтобы оставаться запрещенным⁸².

Не обошел стороной запрет на мультфильм «Микки Маус». Движущиеся скелеты в серии «Безумный доктор» считались «живой нежитью» и, таким образом, были запрещены в Англии. Атмосфера мультфильма впечатляюще жуткая, так как картина была снята еще до времен Второй Мировой войны и существенно отличается от привычного нынешнего Мышонка.

Более поздний мультсериал, существовавший до 2000 года, «Корова и Курица», имел весьма «черный» юмор и был достаточно спорным для американского детского телевидения, поэтому два эпизода были вытаснены из повторных показов в Cartoon Network. Тем не менее, это ничто по сравнению с тем, насколько оскорбительным было шоу для цензоров в Индии. Возражения не имели ничего общего с грубыми шутками или сексуальными намеками (хотя, по всей вероятности, это не помогло его делу), но противоречивой была сама концепция шоу.

⁸² 15 популярных мультфильмов, запрещенных в других странах / CRB. – URL: <https://www.cbr.com/internationally-banned-cartoons/> (дата обращения: 01.03.2020).

Характер коровы в мультфильме часто связывается с насилием и фарсом. Картина «Корова и Курица» считалась издевательством над священным животным, и поэтому оно было запрещено в Индии⁸³.

Однако и мультфильмы конца 20-начала 21 века стали подвергаться запрету в разных странах. Исключением не стал «Спанч Боб» с его сценами насилия и сквернословия. Предполагается, что мультфильмы носят образовательный характер и должны пропагандировать позитивные стороны личности. В Бикини-Боттом каждый персонаж наделен собственной отрицательной особенностью. И при этом нет явного наказания за проступки, мышление или позиции персонажей: им многое сходит с рук⁸⁴. Следовательно, это и есть основной причиной табу – многие страны не хотят учить этому свои будущие поколения.

Помимо мультфильмов, цензуре подвергаются и многие мультсериалы. Исключением не стал мультфильм «Вселенная Стивена». Большое оправдание Голливуда для избегания представительства ЛГБТ заключается в том, что они пытаются продать странам, где такое представительство незаконно. Это оправдание не остановило Стивена Юниверса, но когда очень инклюзивный мультфильм выходит в эфир в других странах, цензура неизбежна. Согласно русскому дубляжу, одного из главных персонажей – девушку нетрадиционной ориентации Рубин, превращают в мужчину. Даже с этим изменением были запрещены эпизоды «Ответ» и «Удар по бриллианту», ориентированные на отношения

⁸³ Корову в Индии считают священным животным и матерью всего живого.

⁸⁴ Мультфильмы, запрещенные к показу в США / Стена. – URL: <http://www.stena.ee/blog/multfilmy-zapreshchennye-k-pokazu-v-ssha> (дата обращения: 01.03.2020).

Рубина и Сапфира, а также «Мистер Грег» и «Последний из Бич-Сити», где изучению сексуальности подвергается еще один герой – Перл.

Многие мультфильмы были запрещены в Кении в июне 2017 года из-за пропаганды гомосексуализма. Однако картина «Эй, Арнольд» была запрещена по другой причине. По словам кенийских цензоров, у дедушки Арнольда вместо головы изображен мужской половой орган. Кроме того, они утверждают, что в шоу «Арнольд учится чудесам сексуальной выносливости и дает истории о сексе». Данная версия мультфильма определенно не то, что транслировалось в Соединенных Штатах.

Множеством стран был запрещен мультсериал «Гриффины». Его острое чувство юмора и готовностью оскорбить практически всех не нашли поддержки в Индонезии, Иране, Вьетнаме, Египте, Южной Африке, России, Тайване, Индии, Филиппинах и Венесуэле среди других стран. Он даже запрещен в Южной Корее, где шоу анимировано. Есть, конечно, и те, кто хотел бы видеть шоу, запрещенным в Соединенных Штатах, по крайней мере, от FCC – регулируемого вещательного телевидения. Группа защиты цензуры Parents Television Council неоднократно выражала желание, чтобы шоу было снято с Fox, и подала несколько жалоб на непристойность в различных эпизодах в FCC. их усилия в конечном счете были тщетны⁸⁵.

Еще одним мультсериалом, одержавшим клеймо запрета сначала в США и Бразилии, а после и в большинстве стран мира, стали «Симпсоны». Причина: насилие, подрыв семейных ценностей, хулиганство, оскорбление

⁸⁵ Reuben Baron 15 Popular Cartoons Banned In Other Countries, 2017. – 8 p.

общественных деятелей стран. Даже в самой стране-производители очень много споров по поводу провокационного мультсериала, в основном на почве разложения семейных ценностей и неадекватного примера поведения для детей (на примере Барта – главного героя мультфильма).

Одна из серий мультфильма была оценена департаментом туризма Бразилии невероятно оскорбительной, который пригрозил создателям иском. По сюжету, герои попадают в бразильский город, который представлен в виде джунглей, где скачут мартышки. Эту серию так и не показывают в Бразилии.

Несмотря на жажду свободы выражения мнений, авторы сериала весьма лояльны к отдельным странам. Гомер не пьет пиво и не ест бекон в трансляциях ОАЭ. И сам Ватикан признает мультсериал «реалистичным и умным», благодаря чему взрослые вновь могут смотреть мультфильмы⁸⁶.

Помимо этого, ажиотаж вокруг данного мультфильма разразился после событий в России 3 сентября 2016 года, когда российский ютубер Руслан Соколовский был арестован по обвинению в «публичных действиях, выражающих явное неуважение к обществу с целью оскорбления религиозных чувств верующих, совершенных в местах религиозного поклонения» за размещение видеоролика, на котором он играет в Pokemon Go в церкви. Согласно законам страны о богохульстве, он был приговорен к трем с половиной годам тюремного заключения. В ответ на это судебное разбирательство российская кабельная станция

⁸⁶ Известные мультфильмы, запрещенные в других странах / WuzzUp. – URL: <https://wuzzup.ru/izvestnyie-multfilmyi-zapreshhennyie-v-drugih-stranah.html> (дата обращения: 25.03.2020).

3x3 отказалась транслировать новый эпизод «Симпсонов» «В поисках мистера Гудбарта». В этом эпизоде Гомер становится зависимым от «Peekimon Get» и играет в игру в церкви. Международная амнистия осудила эту самоцензуру.

Бывают спорные картины, но мультфильм «Бивис и Баттхед» не вошел в данную категорию. Он запрещен на всей планете, так как зрители, после просмотра, причиняют тяжкий вред своему здоровью. Этот мультсериал пропагандировал мало полезного, но одна из серий вышла за рамки. В эпизоде под названием «Комедианты» показали, насколько бывают забавными горящие вещи. Это повлияло на одного 5-летнего малыша в США: пытаясь повторить шалости персонажей, ребенок сжег свой дом с запертой внутри сестренкой.

Еще одним мультфильмом, не устроившим общественность Израиля, стал «Шрек-2». Причина: сексуальный подтекст, оскорбление общественного деятеля. В скандальном фрагменте в оригинальной озвучке говорят «to bobbit», предлагая лишить одного персонажа важных биологических органов. Глагол появился после нашумевшего в США случая в семье Джона Боббита, которого супруга лишила «достоинства» при помощи ножниц. Авторы дубляжа решили заменить сей пикантный момент на шутку про израильского певца с необычайно высоким голосом, понятную местной аудитории. Певец Давид Д'Ор такой юмор не оценил и подал в суд на создателей картины.

Не менее скандальным мультсериалом стал «Гравити Фолз», запрещенный в России. Причин очень много: пропаганда вредных привычек, насилие, порнография. Сам

мультфильм можно увидеть на российских телеэкранах, но не в полноценном виде. Градус шуток снижен, сцены вырезаны и установлен возрастной ценз 12+. Так, например, во 2-ом эпизоде Диппер случайно ложится на лифчик Венди (15-летней героини). Этот фрагмент оказался слишком откровенным для аудитории. Но его удаление не слишком повлияло на сюжет⁸⁷.

Это далеко не весь список мультфильмов и мультсериалов, которые подверглись критике мирового сообщества. Далеко не всегда качество и смысловое содержание художественных картин соответствует возможностям понимания и задачам развития не только ребенка, но и взрослого человека, поэтому и возникает потребность в экспертизе детских мультфильмов.

Анализируя изложенное, можно сделать вывод, что во второй половине XX века направление прямой идеологической пропаганды превратилось в очевидно тупиковое. Первыми на смену изменившимся условиям откликнулись США, как представляется, переломным моментом можно назвать решение правящей и информирующей элиты США о необходимости более гибкой пропагандистской политики. Такая политика, по мнению ее создателей, призвана оправдать постоянное американское «присутствие» на других континентах товаров, систем управления. В настоящее время наблюдается тенденция «психологизации пропаганды», но главным средством выступает именно мультипликационная сфера.

⁸⁷ Известные мультфильмы, запрещенные в других странах / WuzzUp. – URL: <https://wuzzup.ru/izvestnyie-multfilmyi-zapreshhennyie-v-drugih-stranah.html> (дата обращения: 27.03.2020).

3.2. Современная российская мультипликация как основа информационного противостояния мировому сообществу

После распада Советского Союза ситуация для российских аниматоров резко изменилась. Из-за нового руководства и отсутствия государственного финансирования многие из них покинули Союзмультфильм, который был превращен в арендованное предприятие. В 1993 году Юрий Норштейн, Федор Хитрук, Андрей Хржановский и Эдуард Назаров основали студию «ШАР», предназначенную для подготовки аниматоров и производства фильмов.

Сам же Союзмультфильм получил статус унитарного предприятия лишь в 1999 году, после разбирательств с американской компанией «Юве», которая имела эксклюзивные права на дистрибуцию и монтаж большей части коллекции студии. Однако аниматоры ничего не получили за свои прошлые работы, а сама компания судилась с российскими мультипликаторами вплоть до 2001 года, когда Высший Арбитражный суд России вернул права на всю коллекцию обратно «Союзмультфильму».

Тем не менее, было несколько очень успешных международных совместных постановок, например «Шекспир: анимационные сказки» и оscarоносный мультфильм Александра Петрова «Старик и море» (1999). Амбициозный проект из 12 серий «Незнайка на Луне» был выпущен в период с 1997 по 1999 год. По мотивам одноименного советского научно-фантастического романа его выпустил Алексей Гуськов в лучших традициях советской

ручной анимации. Несмотря на все трудности, Наталья Лукиных подсчитала, что российские анимационные фильмы в 1990-е годы получили примерно в два раза больше престижных международных наград, чем российские фильмы живого действия⁸⁸.

В 2007 году был запущен проект Моревна, направленный на создание научно-фантастического пересказа народной сказки о Марье Моревне как аниме. В это же время выпускаются другие популярные русские интернет-мультфильмы: «Масяня» и «Мистер Фримен». Корпоративное сотрудничество между японской студией 4°C и российской компанией Molot Entertainment также привело к созданию аниме-мультфильма «Первый отряд: Момент истины» (2009), который получил приз газеты «Коммерсантъ»⁸⁹.

Начиная с 2009 года, анимация вошла в новый кризис, так как Госкино на неопределенный срок отложило финансирование всех проектов, а для бюджета 2010 года государство сократило финансирование анимации вдвое. Анимационное сообщество отреагировало обращением к президенту и общественности⁹⁰. В 2010 году многие крупные студии, включая Pilot, были либо закрыты, либо находились на грани закрытия. Подавляющее большинство киностудий в той или иной степени опирались на господдержку, и Госкино не выполняло ни одного из своих договорных обязательств по

⁸⁸ Лукиных Н. Великолепие и невзгоды российской анимации / Animator.ru. - URL: <http://animator.ru/articles/article.phtml?id=186> (дата обращения: 27.03.2020).

⁸⁹ 4°C первый отряд выигрывает награду на Moscow Int'L Fim Fest / Аниме-Новостная Сеть. - URL: <https://www.animenewsnetwork.com/news/2009-06-30/4c-first-squad-wins-award-at-moscow-intl-fim-fest> (дата обращения: 27.03.2020).

⁹⁰ Открытое письмо президенту Российской Федерации Дмитрию Анатольевичу Медведеву и председателю правительства Российской Федерации Владимиру Владимировичу Путину / Аниматор.ру. - URL: http://animator.ru/index.phtml?p=show_news&nid=1167 (дата обращения: 27.03.2020).

оплате заказанных ими фильмов, которые киностудии уже выпускали. Кроме того, Disney обвинили в использовании антиконкурентной практики, чтобы отодвинуть на второй план внутреннюю российскую конкуренцию на телеканалах⁹¹.

Однако существуют российские мультипликационные фильмы, полюбившиеся мировому сообществу. Одной из таких является «Смешарики». Когда в 2003 году в Санкт-Петербургской студии анимации «Петербург» началась работа над первыми сериями детского мультсериала, создатели вряд ли могли ожидать такого эффекта. Более чем через 10 лет сериал был адаптирован в полудюжине стран, включая США и Германию, а его персонажи известны детям по всему миру. Первые 6-минутные эпизоды были показаны на популярном российском Первом канале летом 2004 года. Идея заключалась в том, что округлость персонажей передаст их доброту очень маленьким детям, и им будет легко рисовать, что оказалось очень эффективным. Сейчас снято уже более 450 серий «Смешариков», и еще больше находятся в производстве. Сериал также породил несколько спин-оффов, в том числе Крош и Панда и PIN-код, а также два полнометражных фильма «Смешарики» и «Легенда о Золотом Драконе и Смешариках». «Смешарики» стали первым российским мультсериалом, адаптированным в зарубежных странах. В США сериал был переделан под «GoGoRiki» и впервые вышел в эфир в 2008 году, а немецкая версия, «Kikoriki», дебютировала годом позже. В 2005 году «Смешарики» получили Гран-при Международного фестиваля в Гуанчжоу и Приз зрительских симпатий на

⁹¹ Старейшая в России частная анимационная студия (Пилот) закрывает свои двери, денег больше нет / Livejournal. - URL: <https://niffiwan.livejournal.com/35080.html> (дата обращения: 27.03.2020).

фестивале в Италии Cartoons on the Bay. Аудитория сериала составляет более 50 миллионов человек в 60 странах мира, где он показывается на 15 языках⁹².

Не менее популярным мультсериалом считается «Фиксики» (с 2010 года), созданный студией «Аэроплан» по мотивам повести Эдуарда Успенского «Гарантийные человечки». Сериал был показан в 80 странах. Полнометражный фильм «Фиксики. Большой секрет» в ходе летнего проката собрал более 1 миллиона долларов, причем более 50% — в Латинской Америке. Огромной популярностью он пользуется и у старшего поколения, которые видят его весьма познавательным не только для детей, но и для самих себя.

Однако настоящую мировую славу получил трехмерный анимационный сериал студии «Анимаккорд» «Маша и Медведь». Первая серия «Первая встреча» вышла в январе 2009 года и в том же году завоевала ряд наград на международных конкурсах и фестивалях в Литве, Германии, Великобритании, Боснии и Герцеговине. По мнению редакторов американского журнала Animation Magazine, сериалу суждено стать классикой.

Сегодня сериал доступен iTunes, Google Play и Amazone, а также на платформе потокового мультимедиа Netflix. В 2013 году у сериала «Маша и Медведь» появился официальный YouTube-канал. По состоянию на середину августа 2018 года у канала 16,2 миллиона подписчиков и более 16 миллиардов просмотров⁹³.

⁹² Филин О. Советские и российские мультфильмы будоражат Запад / Rubaltic. – URL: <https://www.rubaltic.ru/article/kultura-i-istoriya/20082018-sovetskie-i-rossiyskie-multfilmy-budorazhat-zapad/> (дата обращения: 27.03.2020).

Семнадцатая серия «Маша плюс каша» набрала 3,2 миллиарда просмотров на платформе YouTube. Мультфильм занял четвертую строчку в рейтинге самых просматриваемых видео на YouTube, уступив место клипам Despacito, See You Again и Shape of You и опередив по просмотрам «вирусный» клип исполнителя PSY Gangnam Style.

Сериал «Маша и Медведь» стал настоящим мировым феноменом. «Это самый популярный продукт российского производства в мире. Популярнее водки, газа, Достоевского, балета и икры. На данный момент доходы от него составляют немногим менее, но Bloomberg уже оценивает его в 300 миллионов долларов, и перспективы развития бесконечны, в отличие от нефти», — писала о мультсериале в 2016 году итальянская газета La Stampa.

Большую популярность сериал «Маша и Медведь» приобрел и в Прибалтийских странах. Преподаватель Института коммуникаций Таллинского университета Приит Хыбемяги признался финской прессе, что считает российский мультфильм частью гибридной войны, которую Россия ведет против Запада. По мнению депутата Сейма Литвы Лауринаса Кашюнаса, «Маша и Медведь» — это кремлевская пропаганда, призванная показать Медведя, то есть Россию, как хорошее, мирное и заботливое существо.

«Маша бросила вызов Западу, о чем годами мечтала Москва и чего она так и не добилась. Она сделала это не с помощью жестких мер, тяжелой военной техники, ракет, а мягко, создав национальный образ, оказавшийся сильнее реальности, сопоставимый с техасскими ковбоями и учителями кунг-фу из Шаолиня», — констатировала

журналист La Stampa. Данная картина является наиболее удачной в информационном противостоянии США и РФ, продемонстрировавшая силу мультипликации как средства «информационных войн».

Однако не все государства так положительно оценили данную картину. Британские журналисты представили репортаж из финской газеты Helsingin Sanomat⁹⁴, который был основан на интервью с эстонским профессором, который утверждал, что «Маша и Медведь» был призван создать положительный образ России в сознании детей и был опасен для национальной безопасности Эстонии.

The Times сообщила, что подобные опасения были высказаны в соседней Литве и процитировала профессора Букингемского университета Энтони Глиса, который считает, что: «Маша вспыльчива, даже довольно противная, но также и отважная. Она бьет выше своего небольшого веса. Это не так уж неправдоподобно – видеть ее похожей на Путина»⁹⁵. Подобная позиция предсказуема, так как многие страны ЕС занимают схожую позицию с политикой США по отношению к РФ, поэтому и ведут свое информационное противоборство против России.

Сами же британцы в своем годовом отчете описали мультфильм «Маша и Медведь» как кремлевскую пропаганду для детей. «Детское шоу – это пропаганда Путина, говорят критики», – гласит заголовок в выходном издании The Times,

⁹⁴ Прибалтийские государства обеспокоены: мир покорила комическая российская анимация «Маша и медведь», которая может быть частью гибридной войны России / Helsingin Sanomat. – URL: <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000005232029.html> (дата обращения: 27.03.2020).

⁹⁵ Times назвала «Машу и Медведя» путинской пропагандой. Зрители удивились / BBC News. – URL: <https://www.bbc.com/russian/news-46249178> (дата обращения: 27.03.2020).

изданный в ноябре 2018 года⁹⁶. Отметим, что Великобритания является наиболее преданным сторонником США, поэтому такой союз не мог не найти отражения и в информационной сфере, посредством противоборства уже Королевства Британии и Российской Федерации.

Современная российская анимация пережила и взлеты, и падения. «Нельзя сказать, что последние несколько лет кардинально изменили ситуацию, но мы замечаем, что она существенно меняется в лучшую сторону, даже несмотря на кризис в стране. Мы наблюдаем развитие индустрии, которое особенно заметно в двух сегментах — полный метр и анимационные сериалы», — рассказал глава Открытого российского фестиваля анимационного кино в Суздале Александр Герасимов в 2016 году⁹⁷.

В том же году на Суздальском фестивале, который является крупнейшим смотром отечественной анимации, было представлено шесть полнометражных мультфильмов. Еще несколько лет назад о таком количестве проектов даже не думали. Определенную лепту в это внесли студия «Мельница» и компания «СТВ», своей «богатырской» франшизой вернувшие российскому зрителю надежду на отечественную мультипликацию и добившиеся хороших кассовых сборов. Без богатырского мультфильма теперь не обходится ни один Новый год. Вслед за богатырями на большие экраны прорвалась «Снежная королева» от воронежской студии Wizart. В 2015 году в прокат вышел

⁹⁶ В Британии увидели «кремлевскую пропаганду» в мультфильме «Маша и медведь» / Первый Канал. - URL: https://www.1tv.ru/news/2018-11-19/355908-v_britanii_uvideli_kremlevskuyu_propagandu_v_multfilme_masha_i_medved (дата обращения: 27.03.2020).

⁹⁷ Российская анимация: От кризиса до индустрии / КиноПоиск. - URL: <https://www.kinopoisk.ru/media/article/2754187/> (дата обращения: 27.03.2020).

уже второй фильм этой франшизы. Причем показали его не только в России, но и еще в 70 странах мира, включая Бразилию, Великобританию и Южную Корею.

Помимо второй «Снежной королевы», сборы которой в России и СНГ составили 300,2 млн рублей, в 2015 году в прокат вышло еще пять российских полнометражных мультфильмов: «Три богатыря. Ход конем», «Савва. Сердце воина», «Необыкновенное путешествие Серафимы», «Крепость: Щитом и мечом» и «Чародей равновесия». Таким образом, по сборам, сопоставимым с американскими мультфильмами (даже не с «Миньонами», получившими 1,9 млрд рублей, а хотя бы со скромным «Домом» с его 900 млн рублей), конкурирует только продукция студии «Мельница». Остальные отечественные мультфильмы могут соревноваться разве что с европейской анимацией (например, французский «Маленький принц» получил в России и СНГ 197,1 млн рублей)⁹⁸. Однако даже очевидный факт, что РФ не может быть лидером в анимационной индустрии, не означает того, что мультфильм не перестанет быть средством информационного противоборства с США.

Неудивительно, что именно мультипликация стала одним из средств в «информационных войнах». Мультфильм сопровождает нас всю жизнь: от самого рождения и до глубокой старости. Это неотъемлемая часть человеческой жизни, которая формирует наши предпочтения и взгляды. Все же большую поддержку находят советские мультфильмы, поэтому неудивительно, что компания «Союзмультфильм» с

⁹⁸ Российская анимация: От кризиса до индустрии / КиноПоиск. – URL: <https://www.kinopoisk.ru/media/article/2754187/> (дата обращения: 27.03.2020).

2018 года стала все чаще переснимать их и выпускать новые серии с любимыми героями.

По данным соцопроса, проведенного в июне 2016 года, для граждан РФ несомненным лидером является «Ну, погоди!» (68% всех опрошенных), «Винни Пух» (6%), «Простоквашино» (5%), «Морозко» (4%) и «Крокодил Гена и Чебурашка» (3%). Как сказали опрошенные: «Они выросли на этих мультфильмах, и именно данные картины являются эталон мультипликационного искусства всех времен», – свидетельствуют результаты Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ)⁹⁹.

Именно поэтому для большинства населения РФ шоком стал закон, принятый в 2010 году, «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»¹⁰⁰, подвергшийся изменениям в 2019 году. Современное правительство решило пойти по примеру СССР и закрыть мультфильмы, в которых якобы ведется всяческая пропаганда. С 1 сентября 2010 мультфильмы, попавшие в список запрещенных, не допускаются к экранизации в дневное время, их трансляция возможна лишь с 23.00 ночи и до 06.00 утра (см. Приложение А).

Каждый из запрещенных мультфильмов был прокомментирован по поводу причин занесения в «черный список». Среди которых оказались: «Ну, погоди!», «Чебурашка и Крокодил Гена», «Карлсон, который живет на крыше», «Ежик в тумане», «Винни-пух и все-все-все»,

⁹⁹ Россияне считают, что детей нужно воспитывать на советских мультфильмах / РИА Новости. – URL: <https://ria.ru/20160610/1445442571.html> (дата обращения: 29.03.2020).

¹⁰⁰ Федеральный закон от 29.12.2010 N 436-ФЗ (ред. от 27.03.2018) «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» / Кодексы и законы. – URL: <https://www.zakonrf.info/doc-32063739/> (дата обращения: 29.03.2020).

«Бременские музыканты», «Приключения поросенка Фунтика», «Трое из Простоквашино», «Возвращение блудного попугая», «Жил-был пес», «Обезьянки». Причины для их запрета разные, например, пропаганда нездорового образа жизни, хулиганства, а также издевательства над животными, мошенничества, чревоугодия, развращение малолетних, аморальное поведение¹⁰¹.

Под цензурой находится все достояние советской мультипликации, а так как РФ – правопреемница СССР, то можно сказать, что и все культурное достояние России. Удивительно, что не запретили ту мультипликацию, которая не прошла цензуру в СССР (см. Приложение Б). Если такое логике придерживается собственное государство, тогда нет ничего удивительного, что советские мультфильмы запрещены и в других странах. Так, например, «Приключение пингвиненка Лоло» (1986) запрещен в США по причине несоответствия менталитета и характера в сюжете их аудитории. В связи с этим были приняты меры по удалению некоторых сцен, замене реплик и реакции героев и была трансформирована сюжетная линия. В итоге, из трех полноценных серий вышла всего одна с весьма нелогичной задумкой¹⁰².

С непониманием советских мультфильмов столкнулась и Великобритания, которая уверяет, что жители РФ, смотревшие анимацию с самого детства, имеют склонность к расизму. Английское издательство Guardian приводит

¹⁰¹ Невероятно! Эти 10 советских мультфильмов под запретов! / Мир идей. – URL: https://miridei.com/idei-dosuga/kakoi-film-posmotret/neveroyatno_eti_10_sovetskih_multfilmov_pod_zapretom/ (дата обращения: 01.04.2020).

¹⁰² 16 любимых детских мультфильмов, которые запрещены к показу в других странах / ADME. – URL: <https://www.adme.ru/tvorchestvo-kino/16-lyubimyh-detskih-multfilmov-kotorye-zaprescheny-k-pokazu-v-drugih-stranah-1583115/> (дата обращения: 01.04.2020).

мультфильм «Мистер-Твистер», где изображён афроамериканец с весьма тёмной кожей и ярко-красными губами. Ещё одним образцом является мультфильм «Катерок», в котором чернокожие ребята контактировали со зверями, где цензоры увидели очевидный намёк, что у африканских ребят гораздо больше общего с представителями животного мира, нежели у русских¹⁰³.

Любимый мультфильм всех советских детей «Ну, погоди!» был запрещен в Финляндии. Там решили, что заяц слишком жесток и волк по его вине постоянно попадает в неприятные ситуации.

Подводя итоги перечисленному, можно сделать вывод, что современная российская мультипликация подвергается меньшей критике и запрету в мировом сообществе, нежели советская. Тем не менее, мультфильм «Маша и Медведь» имел широкий резонанс в британском сообществе, которое увидело «путинскую пропаганду». Другое дело, что интерес к анимации на государственном уровне проявляется по-прежнему слабо. Отношение к анимации как к несерьезному ответвлению большого кино все еще существует в индустрии и нуждается в изменении.

3.3. Особенности российско-американского информационного противостояния в мультипликации

Хотя Россия и США имеют разную историю, культуру и традиции, у них также есть много общего: обширные

¹⁰³ Белояр Ал Guardian: советские мультки сделали из россиян расистов / Newsland. - URL: <https://newsland.com/community/5879/content/guardian-sovetskie-multiki-sdelali-iz-rossiian-rasistov/5233283> (дата обращения: 01.04.2020).

территории и природные ресурсы, человеческий и научно-технический потенциал. За последние два столетия российско-американские отношения претерпели немало изменений, порой становясь серьезно напряженными.

После победы во Второй мировой войне военный альянс перерос в идеологическую конфронтацию и изнурительную гонку вооружений, которая поставила США и СССР на грань катастрофы во время Кубинского кризиса 1962 года.

Распад СССР и начало демократических реформ в России окончательно сняли идеологический барьер на пути сотрудничества двух стран, однако лишь на первый взгляд. Несмотря на то, что в последние несколько лет наблюдается рост сотрудничества в урегулировании сложных международных и региональных конфликтов, решении энергетических проблем, обеспечении безопасности мира от терроризма и организованной преступности. Расширяются контакты между людьми, парламентами, деятелями культуры, учеными и студентами. Однако пока еще не реализован весь потенциал двустороннего сотрудничества.

В начале XXI века много говорится об ухудшении российско-американских отношений. И у России, и у США есть свои национальные интересы, которые не всегда совпадают. В российско-американских отношениях сложилась своеобразная картина. Каждые пять-шесть лет лидеры обеих стран торжественно объявляют о завершении «холодной войны». Однако уже через короткое время обе стороны – Москва и Вашингтон – вновь оказываются в состоянии кризиса, будь то политического или военного. Например, российские и американские переговорщики

начали процессы контроля над вооружениями заново, но затем цикл сближения или расхождения вновь повторился. Но одна закономерность все же присутствует – США и РФ ведут информационную войну все время и непрерывно.

Информационная война является истинным вариантом для США, чтобы использовать для продвижения своей внешнеполитический интерес. Как ведущее информационное общество, Соединенные Штаты Америки обладает технологическими знаниями для ведения эффективной информационной войны.

Анализ международной военно-политической ситуации и информации показывает, что в современном мире ряд развитых стран активно наращивают свои усилия по достижению глобального доминирования в информационном поле. Наиболее активную роль в этом процессе играют Соединенные Штаты и их союзники. Согласно концепции «информационного превосходства», отраженной в документе о разработке военной стратегии США «Одна перспектива – 2020», преимущество в информационном поле является одним из ключевых факторов успешного ведения международных отношений.

В то же время, Российская Федерация также выделила ряд ключевых факторов, необходимых для доминирования государственной политики в области информационного противоборства, вытекающего из национальных интересов, являются: обеспечение внутреннего обновления РФ, удерживание и улучшение высоконравственных ценностей общества, традиций патриотизма и гуманизма, цивилизационного и академического потенциала

государства, информативное обеспечение общегосударственной политики России¹⁰⁴.

Таким образом, информационное превосходство, как и в РФ, так и в США основано на общественных ценностях, которое проявлялось с самого начала развития мультипликации.

Удивительно, что становление и американской, и российской мультипликации произошло почти в один и тот же период. Так, в 1906 году были созданы первые анимационные картины с обеих сторон, хотя официальной датой начала российской мультипликации считается 1912 год. В довоенный период мультфильмы создавались и с учетом аудитории, на которую необходимо воздействовать. Первоначальные четверть века формирования Советского Союза приоритетным зрителем государства был обыкновенный человек. Посредством мультипликации ему доносили, почему должно преподносить государству долю урожая, быть участником коопераций, например, непродолжительная лента «Результат 12-го съезда партии кооперации» — ослепительный пример. Сюжет прост: два мужчины завидуют другу по соседству Пахомычу, у которого, якобы, «всё есть». А у них вечная беда, то «лошадь пала», то «плуг изломается». «А почему бы нам не объединиться, тут и дело на лад пойдёт!» — восклицают рабочие. Именно объединение в кооперации должно стать залогом успеха для простого человека, поэтому мультипликация 20-х гг. XX века нацелена на донесения такой информации народу.

¹⁰⁴ Димлевич Николай. Национальные интересы России в информационном противостоянии / International Affairs. - URL: <http://en.interaffairs.ru/events/102-national-interests-of-russia-in-information-confrontation.html> (дата обращения: 05.04.2020).

В 30-е годы пропагандируется величие СССР. Мультипликационная картина «Победный маршрут» оборачивает локомотив, который стремительно мчится вперед и именуется в честь русского строя, а Сталин И.В. – бесспорный вдохновитель неразрушимого поезда.

Другой значительный мультфильм этого времени — «Самоедский мальчик», отснятый сестрами Зинаидой и Валентиной Брумберг и Ольгой и Николаем Ходатаевыми в 1928 г. Это семиминутная история о жизни безупречного советского гражданина — мальчика Чу со смелой душой, который вначале разоблачает злобного шамана, а после идет учиться на рабочий факультет в Ленинграде для того, чтобы изменить жизнедеятельность к лучшему.

В то же время необходимо заметить, что противостояние с Западом начинается задолго до «холодной войны». Так, команде Н.П. Ходатаева приписывается мультфильм «Будем зорки» 1927 г. о растущей военной угрозе, – в этом, во всяком случае, были убеждены Советы, – исходившей от вампироподобных капиталистов Западной Европы.

В кинотеатрах в конце десятилетия популярны «Боевые страницы» о великом подвиге Красной армии. «Великая социалистическая держава» готовится к Великой Отечественной, и фраза «Мы готовы ответить ударом на провокации поджигателей войны!» – оказывается пророчеством к началу Второй мировой войны.

Целесообразно с полной уверенностью заявлять, что медийный характер западного противника сложился в СССР еще в 1920-х-1930-х годах и в последующем продуктивно эксплуатировался: был образ захватчика/агрессора,

чужого/иноверца, шпиона/преступника, варвара/дегенерата, а в случае если и интеллектуала, действительно недоброжелательного, злого и безжалостного.

В американской анимации, в то же время, акцент делается на социальные проблемы. Любая социальная проблема концептуализировалась в рамках определенного жанра, например, проблема преступности через анимационные образы гангстеров, проблема расизма и образа врага через пропагандистские фильмы, феномен «американской мечты» через комедию. Пропаганда была отражением обострившихся социальных проблем: роста расовых предрассудков, влияния массовой культуры и распространения расизма. Объективно говоря, 1930-1950 годы. на пике своего развития искусство анимации приблизилось к обществу. Достаточно большой в анимационных фильмах получила тема межрасовых отношений¹⁰⁵.

Расовое разделение американского общества на цветных и белых вызвало конфликт в обществе. Афроамериканцы считались людьми второго сорта, способными только подчиняться и выполнять грязную работу. В 1930-1950 годах не было создано ни одного фильма, который бы сочувствовал позиции чернокожего американца. Анимационный фильм не только демонстрировал сложившиеся на экране стереотипы, но и благоприятствовал их существованию¹⁰⁶.

Мультипликационные компании заняли более схожую позицию в военные годы. Каждая картина того времени была

¹⁰⁵ Костина А. В. Массовая культура: аспекты понимания. – М., 2006.- № 1. – С. 28-29.

¹⁰⁶ Согрин В.В. Идеология в американской истории: от отцов-основателей до конца XX века. – М.: Наука, 1995. – 138 с.

направлена на сохранение национального духа, а также на показ слабостей соперников.

Во время Второй мировой войны для правительства Франклина Рузвельта личность Адольфа Гитлера стала объектом избиений, издевательств и издевательств. Его действия были продемонстрированы как преступление и открытый вызов всему миру. Уже в начале войны, когда Соединенные Штаты еще не участвовали в ней, американская анимация стала свидетельствовать о деятельности своей страны на этой мировой горе. Население пыталось донести, что это тоже их война, что американцы могут спасти Европу от кровопролития и безжалостного врага. Некоторые анимированные изображения свидетельствовали о сотрудничестве между США и социалистической Россией, которое пугало демократический Запад своей идеологией. Но в большинстве случаев анимационные фильмы распространяют идею исключительной нации, согласно которой только Соединенные Штаты способны восстановить мир во всем мире и сохранить его в будущем. Немецкую политическую элиту обвинили в развязывании нового мирового конфликта. Однако когда немецкие войска захватили Австрию и Чехословакию, вторглись на территорию Польши, объявили войну Советскому Союзу, ни одно из этих событий не привело к вступлению в войну Соединенных Штатов. Несмотря на такой исход событий в 1940 г. американская анимация переключилась на производство военно-пропагандистских фильмов. Однако расовая сегрегация продолжала присутствовать даже в картинах военной структуры.

Американское правительство не видело цели опровержения гитлеровской теории превосходства белых над «низшими расами»¹⁰⁷.

Советская мультипликация в данный период не видела никакого соперничества с США, так как главной целью СССР было сразить противника делом, а не показывать этого на словах. Государство показывало то, что нужно было им для мотивации и стимулирования народа. Создавался и образ «всемирного врага», который мог нанести вред всему обществу. На этом фоне происходило внедрение «мягкой силы» в мультипликационные студии.

Мультипликация, начиная с 1949 года и все дальнейшее время, представляется главным компонентом «психологической войны», являющей собою направленное и комплексное применение общественно-политическими соперниками пропаганды с целью непосредственного либо непрямого влияния в мнения, эмоциях и действиях соперника, сторонников и собственных жителей для убеждения их функционировать в надобных правительству направлениях».

Наибольшее развитие информационное противоборство в мультипликации получило в период «холодной войны». Именно в этой сфере, благодаря анимационным картинам, были созданы и «антисоветская пропаганда» и образ «западного врага». Помимо того, что война велась за расширение мирового влияния, целью также было нанести как можно больший урон имиджу государству-противнику. Ленты того времени посвящены показу хорошей жизни в своей стране и ужасной в другой.

¹⁰⁷ Иванян Э.А. «Учебное пособие: история США». – М.: Дрофа, 2004. – 576 с.

После распада Советского Союза конфронтация в области мультипликации существенно сбавила обороты. Американская анимация находилась на пике своего развития, тогда как российская потеряла все, вплоть до 2001 года. Примечательным становится тот факт, что американские компании выкупали права на советские картины у России, пока анимация была не самой главной сферой, интересующей власть преемницы СССР. Уже в более поздний период, когда российская мультипликация уже более уверенно заявила о себе, Disney обвинили в использовании антиконкурентной практики, чтобы отодвинуть на второй план внутреннюю российскую конкуренцию на телеканалах, и таким образом подорвать позиции РФ в информационном противостоянии с США.

Российско-американское информационное противостояние реализуется на построении «подходящий» образов противников. Так, более значительным является воплощение России в мультфильмах США. «Американский папаша» – это американский комедийный мультсериал с элементами сюрреализма и гиперболы. Пользуется особой популярностью за безбашенные действия героев и черный юмор. Один из образов России транслируется в тот момент, когда бывший агент КГБ – Сергей переезжает после развала СССР в Америку. И так случилось, что селится он прямо напротив дома агента ЦРУ. В итоге он вербует соседского ребенка и тот становится поборником американской идеологии, а в дальнейшем и коммунистом. Комната юного американца становится похожа на музей СССР или на партком – сплошь бюсты Маркса и Ленина,

антиимпериалистические плакаты и все прочее. Первый раз мы видим Сергея среди людей стоящих в шеренгу во время праздника на Красной площади. Супруга - типичная колхозница, коих никогда доселе не видели в Америке, а сын - в своей шапке-ушанке смотрит вдаль, словно замышляет что-то не очень хорошее.

В другом мультфильме «Гриффины» в числе героев мультфильма российского президента Владимира Путина. Он показывается как бы суперчеловеком, с акцентом на то, что долгие годы он являлся агентом КГБ. Так, он достает арбалет и делает из него вешалку, затем стреляет дротиком в стену, чтобы повесить пиджак, а затем достает автомат, которые оказывается зажигалкой, чтобы прикурить. Герои мультфильма обосрались со страха во время этого визита. К слову, кабинет российского лидера решили украсить портретами Ленина и Сталина.

Иронический взгляд на Россию - медведи на велосипедах, которые вроде как ассоциируются у американцев с нашей страной. И их полно уже в аэропорту, куда прилетели герои Брайн и Стьюи. В новом сезоне Гриффинов снова много внимания уделено России. Но Владимир Путин уже нарисован по-другому. Итак, вначале панорама Красной площади. Но какая-то странная - все перепутано местами, а ГУМа вообще нет. Затем президентский кортеж, который едет по улицам Москвы. И, наконец, сцена в лимузине, где Питер Гриффин общается с российским лидером без переводчика. Судя по умственным способностям Питера, Владимир Путин знает в совершенстве не только немецкий. Еще в одном из эпизодов «Гриффинов»

впервые в американских мультфильмах показали Сибирь. Но показали как всегда с юмором и оксюмороном. В холодной избе усталая, но суровая женщина заставляет Стьюи пить волчье молоко и смотреть русские мультики. А затем и показывают эти самые мультики про Ботинок и шнурок. И играет гимн «Союз нерушимых Республик свободных...».

Не отставать от красиво нарисованных «Гриффинов» решили и пластилиновые герои «Южного парка». Режиссеры тоже решили отправить их в Москву, да и просто, говоря о мировых процессах, не раз показывали Владимира Путина в своем рабочем кабинете. Образ Путина здесь разный. То злой, то добрый. Но больше внимания на себя привлекают члены правительства, которые толпятся в дверях. Особенно бородатый казак.

Дальше всех в аналогии Россия-СССР пошли создатели всемирно известных «Симпсонов». Им принадлежит эпизод о том, как Россия перевооружается. На обычной мирной демонстрации на Красной площади вдруг Российская Федерация сбрасывает маску демократии и вновь становится оплотом тоталитаризма – Советским Союзом. Из лебедей и медвежат выезжают танки и БТРы, Ленин выходит из мавзолея, и все прочее.

Был также эпизод, когда Лиза заблудилась в Спринфилде и искала дорогу домой, а попала в русский квартал. Тут ее встретил медведь, который что-то продавал, а также два русских мужика, которые объяснили ей, как дойти домой, тем самым окончательно напугав, а потом один из них ударил по доске с шахматами, крикнув «Хорошая игра».

Есть также сцена в баре, где Мо показывает Гомеру шкалу измерения степени опьянения, где наивысшая фаза - первый президент России «Борис Ельцин»¹⁰⁸.

А вот говоря о современной российской мультипликации, мировое сообщество видит лишь образ самой РФ в своих же картинах. Об Америке нет никакого упоминания, что доказывает, что Россия считает незначимым образ США, чтобы включать его в свою анимацию. Информационное противоборство больше затрагивает другие сферы, тогда как российские мультфильмы ориентированы на показ государственных и моральных ценностей для людей любого возраста. Примечательно, что сами Штаты выкупают права на показ многих мультипликационных картин РФ.

Анализ особенностей российско-американского информационного противоборства в мультипликации позволяет сделать вывод о том, что конфронтация в анимации имеет глубокие корни и начинается с момента становления данного вида искусства. Хотя первоначальные картины не так пестры борьбой, однако предпосылки очевидны. Пик противоборства в мультипликации приходится на период «холодной войны», однако и в современных условиях выстраивается образ «несмышленной и опасной» России в американской мультипликации. РФ же ведет свою информационную политику более сдержанно, не выставляя Америку врагом и соперником в своих мультфильмах.

¹⁰⁸ Как американские мультфильмы показывают Россию / Rambler.ru. - URL: https://kino.rambler.ru/movies/38123498/?utm_content=kino_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink (дата обращения: 05.04.2020).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведя исследование по теме «Социально-идеологическая направленность мультипликации в условиях российско-американского информационного противостояния», были сделаны следующие выводы:

1. Информационное противостояние возникло намного раньше, нежели начался технический век, однако с развитием новых информационных технологий увеличился потенциал воздействия информации во всем мире. В XXI веке война стала не физической, а информационной, причем более глобального масштаба. Каждое правительство организует информационные кампании, ставя целью овладеть разумом врагов, обретя психологическое преимущество. Те, кто владеют информацией – владеют миром. Но даже при всем могуществе, государство может понести поражение. Для реализации поставленных целей государства используют все возможные средства связи, включая средства массовой информации, Интернет и телевидение. Приоритетной задачей является не причинение грубой силы путем военного столкновения, а трансформация взглядов общества соперника, которые нарушат политический имидж государства-противника.

2. Главы стран либо партий ощущают необходимость в устранении самодеятельности населения, внося свои коррективы в это. В сознании народа создаются мысли и конструкции, проскандированные общественным нуждам. Итогом пропаганды является нужное для правительства поведение своих людей. В случае, если оно согласно

собственным главным аспектам удовлетворяет пропагандиста, коммуникативная задача достигнута. В противоположном случае наступает другой коммуникативный период, пропаганда не прекращается. Эффект будет продолжаться до тех пор, пока требуемая идеология не достигнет сознания большей часть населения, так как государству важнее всего, чтобы их цели были завершены до конца.

3. Несмотря на сложность и многоступенчатости механизма распространения пропаганды, воздействие на человека осуществляется при помощи нее. Заключенная в ней идеология порождает новую систему ценностей, влияющих на трансформацию сознания человека и культуру народа в целом. Это и является основой для культурного феномена. Анимация, как благоприятная почва для массовой культуры, обусловила развитие общества, нацеленное на успех и красивую жизнь. Она стала одной из эффективных платформ манипулирования зрителем. Трагичность массовой культуры, как отмечает большинство исследователей, заключается в том, что она создаётся не массами, а для масс.

4. Успешному развитию американской анимации способствовали внутренние национальные интересы в области культуры. Именно в Америке создание анимационных фильмов воспринималось не только как вид творчества, но и как производство. В то же время в советской анимации акцент делается на пропаганду рабочего человека, который в период НЭП всячески поможет Родине своим трудом и упорством. Коллективная работа способствует продуктивности на всем производстве. Что касается детей, то

их стимулируют быть смелыми, но при этом не отступать от моральных принципов. Также уже тогда видны черты нарастающей угрозы со стороны Германии, что в свою очередь отражается и на мультипликационной сфере. Создание мультфильмов превратилось в самостоятельный вид кинопромышленности, ставший довольно успешным и выгодным производством уже к концу второго десятилетия XX века.

5. Пропаганда в мультфильмах была построена еще в довоенное время, однако наиболее активно она проявилась в военное. Оба государства показывали то, что нужно было им для мотивации и стимулирования народа. Создавался и образ «всемирного врага», который мог нанести вред всему обществу. Тогда как в советской мультипликации важным было поддержание национального духа внутри Красной Армии, а также привлечение добровольцев на фронт, то американская анимация всячески показывалась как «единственный шанс на всемирное спасение» и свое превосходство над другими нациями. На этом фоне происходило внедрение «мягкой силы» в мультипликационные студии.

6. Период «холодной войны», породивший двустороннюю идейную конфронтацию революционных и капиталистических стран, обхватывал группу медиатекстов, в том числе мультипликационные/анимационные. Мультфильмы применялись государством как связь донесения требуемых конфронтационных, чтобы оказывать воздействие не только на старую аудиторию, но и на младших граждан, а именно детей. Наряду с этим необходимо

отметить, что после Второй Мировой войны наблюдается существенный застой в сфере мультипликации. Однако все время до и после периода «холодной войны» анимация показывает величество и превосходство своей нации над другими. Анимация, как и весь кинематограф, подстраивалась под агитационную политику правительства, так как каждый, кто отказывал в сотрудничестве, считался немецким шпионом. К XX в. Америкой овладела идея прирожденного превосходства, что с восходом на мировую политическую арену после Второй мировой войны окончательно закрепилось в сознании массы.

7. Во второй половине XX века направление прямой идеологической пропаганды превратилось в очевидно тупиковое. Первыми на смену изменившихся условий откликнулись США, как представляется, переломным моментом можно назвать решение правящей и информирующей элиты США о необходимости более гибкой пропагандистской политики. Такая политика, по мнению ее создателей, призвана оправдать постоянное американское «присутствие» на других континентах товаров, систем управления. В настоящее время наблюдается тенденция «психологизации пропаганды», но главным средством выступает именно мультипликационная сфера.

8. Современная российская мультипликация подвергается меньшей критике и запрету в мировом сообществе, нежели советская. Тем не менее, мультфильм «Маша и Медведь» имел широкий резонанс в британском сообществе, которое увидело «путинскую пропаганду». Другое дело, что интерес к анимации на государственном

уровне проявляется по-прежнему слабо. Отношение к анимации как к несерьезному ответвлению большого кино все еще существует в индустрии и нуждается в изменении.

9. Российско-американское противоборство в анимации имеет глубокие корни и начинается с момента становления данного вида искусства. Хотя первоначальные картины не так пестры борьбой, однако предпосылки очевидны. Пик противоборства в мультипликации приходится на период «холодной войны», однако и в современных условиях выстраивается образ «несмышленной и опасной» России в американской мультипликации. РФ же ведет свою информационную политику более сдержанно, не выставляя Америку врагом и соперником в своих мультфильмах.

В результате изучения источников и литературы по теме исследования, анализ которых позволил заключить, что формирование идеологии посредством пропаганды всегда будет иметь место в политике любого государства. Пропаганда – это внушение, распространение взглядов или идей с определенной целью. Такое манипулирование проводится в США и РФ посредством мультфильмов. С их помощью населению преподносилась идеология, выгодная правительству. Для этого используется вся культура, но более всего, кинематограф и мультипликация, так как они являются главным инструментом влияния на широкие массы. Особенно это удобно делать с мультипликацией, так как она воспринимается не только детьми, но и взрослым населением.

На основании вышеизложенного, можно сделать вывод, что цель дипломной работы была достигнута, был

осуществлен комплексный анализ материала по выбранной тематике, а также решены все поставленные задачи.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

ИСТОЧНИКИ

1. 15 популярных мультфильмов, запрещенных в других странах / СРВ. – URL: <https://www.cbr.com/internationally-banned-cartoons/> (дата обращения: 01.03.2020).

2. 16 любимых детских мультфильмов, которые запрещены к показу в других странах / АДМЕ. – URL: <https://www.adme.ru/tvorchestvo-kino/16-lyubimyh-detskih-multfilmov-kotorye-zaprescheny-k-pokazu-v-drugih-stranah-1583115/> (дата обращения: 01.04.2020).

3. 4°C первый отряд выигрывает награду на Moscow Int'L Fim Fest / Аниме-Новостная Сеть. – URL: <https://www.animenewsnetwork.com/news/2009-06-30/4c-first-squad-wins-award-at-moscow-intl-fim-fest> (дата обращения: 27.03.2020).

4. Американская мультипликация / За рубежом. Интеллектуальный источник новостей. – URL: <http://zarubezhom.info/stati/amerikanskaya-multiplikaciya.html> (Дата обращения: 09.01.2020).

5. Белояр А. Guardian: советские мультики сделали из россиян расистов / Newsland. – URL: <https://newsland.com/community/5879/content/guardian-sovetskie-multiki-sdelali-iz-rossiian-rasistov/5233283> (дата обращения: 01.04.2020).

6. В Британии увидели «кремлевскую пропаганду» в мультфильме «Маша и медведь» / Первый Канал. – URL:

https://www.1tv.ru/news/2018-11-19/355908-v_britanii_uvideli_kremlevskuyu_propagandu_v_multfilme_masha_i_medved (дата обращения: 27.03.2020).

7. Детство под угрозой: Вредные мультфильмы / Научи хорошему. – URL: <https://whatisgood.ru/tv/cartoons/detstvo-pod-ugrozoj-vrednye-multfilmy/> (дата обращения: 01.03.2020).

8. Димлевич Н. Национальные интересы России в информационном противостоянии / International Affairs. – URL: <http://en.interaffairs.ru/events/102-national-interests-of-russia-in-information-confrontation.html> (дата обращения: 05.04.2020).

9. Известные мультфильмы, запрещенные в других странах / WuzzUp. – URL: <https://wuzzup.ru/izvestnyie-multfilmyi-zapreshhennyie-v-drugih-stranah.html> (дата обращения: 25.03.2020).

10. История жанра: мультипликация / Кино Мое. – URL: <http://kinomoe.com/zhanry-kino-filmov/istoriya-zhanra-multiplikaciya.html> (дата обращения: 09.01.2020)

11. Как американские мультфильмы показывают Россию / ————— Rambler.ru. – URL: https://kino.rambler.ru/movies/38123498/?utm_content=kino_media&utm_medium=read_more&utm_source=sourlink (дата обращения: 05.04.2020).

12. Кодекс Хейса. – Вашингтон: Сеанс, 1930. – №151. – С. 33

13. Лукиных Н. Великолепие и невзгоды российской анимации / Animator.ru. – URL: <http://animator.ru/articles/article.phtml?id=186> (дата обращения: 27.03.2020).

14. Мультфильмы, запрещенные к показу в США / Стена. - URL: <http://www.stena.ee/blog/multfilmy-zapreschennye-k-pokazu-v-ssha> (дата обращения: 01.03.2020).

15. Народное образование в СССР: Сб. док. 1917-1973 гг. - М., 1974. - 141 с.

16. Невероятно! Эти 10 советских мультфильмов под запретов! / Мир идей. - URL: https://miridei.com/idei-dosuga/kakoi-film-posmotret/neveroyatno_eti_10_sovetskih_multfilmov_pod_zapretom/ (дата обращения: 01.04.2020).

17. Открытое письмо президенту Российской Федерации Дмитрию Анатольевичу Медведеву и председателю правительства Российской Федерации Владимиру Владимировичу Путину / Аниматор.ру. - URL: http://animator.ru/index.phtml?p=show_news&nid=1167 (дата обращения: 27.03.2020).

18. План мероприятий по усилению антиамериканской пропаганды на ближайшее время. М., 1949. РЦХИДНИ. Ф. 17. Оп. 132. Д. 224. Л. 48-52.

19. Прибалтийские государства обеспокоены: мир покорила комическая российская анимация «Маша и медведь», которая может быть частью гибридной войны России / Helsingin Sanomat. - URL: <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000005232029.html> (дата обращения: 27.03.2020).

20. Пропагандистские мультики союзников и Германии времён Второй Мировой / Пикабу.РУ. - URL: https://pikabu.ru/story/propagandistskie_multiki_soyuznikov_i_ge

gmanii_vremyon_vtoroy_mirovoy_ch_1_4214999 (дата обращения: 15.02.2020).

21. Российская анимация отмечает день рождения / РИА Новости. - URL: <https://ria.ru/20200408/1569754797.html> (дата обращения: 09.01. 2020).

22. Российская анимация: От кризиса до индустрии / КиноПоиск. - URL: <https://www.kinopoisk.ru/media/article/2754187/> (дата обращения: 27.03.2020).

23. Россияне считают, что детей нужно воспитывать на советских мультфильмах / РИА Новости. - URL: <https://ria.ru/20160610/1445442571.html> (дата обращения: 29.03.2020).

24. Рудич К. Какие советские мультфильмы были запрещены / Русская Семерка. - URL: <http://russian7.ru/post/kakie-sovetskie-multfilmy-byli-zap/> (дата обращения: 15.02.2020)

25. Слободян Е. История «Союзмультфильма». Справка / Aif.ru. - URL: <http://www.aif.ru/dontknows/file/1133954> (дата обращения: 09.01.2020)

26. Старейшая в России частная анимационная студия (Пилот) закрывает свои двери, денег больше нет / Livejournal. - URL: <https://niffiwan.livejournal.com/35080.html> (дата обращения: 27.03.2020).

27. Таймс назвала «Машу и Медведя» путинской пропагандой. Зрители удивились / BBC News. - URL: <https://www.bbc.com/russian/news-46249178> (дата обращения: 27.03.2020).

28. Тайны Америки: факты о настоящей Империи Зла / Hellishamerica. - URL: <http://hellishamerica.ru/competitionandoil.html> (дата обращения: 15.02.2020).

29. Федеральный закон от 29.12.2010 N 436-ФЗ (ред. от 27.03.2018) «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» / Кодексы и законы. - URL: <https://www.zakonrf.info/doc-32063739/> (дата обращения: 29.03.2020).

30. Филин О. Советские и российские мультфильмы будоражат Запад / Rubaltic. - URL: <https://www.rubaltic.ru/article/kultura-i-istoriya/20082018-sovetskie-i-rossiyskie-multfilmy-budorazhat-zapad/> (дата обращения: 27.03.2020).

31. Черепнина А. «Союзмультфильм» — исчезающая легенда? — У советских мультиков большой юбилей — 75 лет. В 1936 году по личному приказу Сталина была создана студия «Союзмультфильм» / Vesti.ru. - URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=474644> (дата обращения: 09.01.2020).

32. Юрьев Д. Рисованная пропаганда. Как в СССР промывали мозги / Life.ru. - URL: https://life.ru/t/культура/989845/risovannaia_propaghanda_kak_v_rossr_promyvali_mozghi (дата обращения: 15.12.2020)

33. Metro Goldwyn Mayer. Blitz Wolf. 1942 / MGM Cartoons Wiki. - URL: https://metro-goldwyn-mayer-cartoons.fandom.com/wiki/File:BLITZ_WOLF_1942 (дата обращения: 27.01.2020).

34. The Walt Disney Company. Der Fuehrer's Face. Donald Duck «Der Fuehrer's Face» | Дональд Дак «Лик Фюрера» 1942 / YouTube. - URL: <https://www.youtube.com/watch?v=0KZA54ubzk4> (дата обращения: 27.01.2020).

35. The Walt Disney Company. Food will win the war. 1943 / YouTube. - URL: <https://www.youtube.com/watch?v=HeTqKKcm3Tg> (дата обращения: 27.01.2020).

36. Warner Brothers. Loony Tunes: I Haven't Got a Hat. 1935 / YouTube. - URL: <https://www.youtube.com/watch?v=LCrg18OYhIQ> (дата обращения: 27.01.2020).

ЛИТЕРАТУРА

37. Акопян К.З. Массовая культура: Учебное пособие. - М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2004. - 366 с.

38. Арнольди. Э.М. Жизнь и сказки Уолта Диснея. - М., 1994. - 211 с.

39. Аронсон Э., Пратканис Э. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения. - СПб.: Прайм-еврознак, 2001. - 384 с.

40. Асенин С. Волшебники экрана. Эстетические проблемы современной мультипликации. - М.: Искусство, 1974. - 289 с.

41. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. - М.: Рип-Холдинг, 2003. - 463 с.

42. Волковский Н. Л. История информационных войн: т.1 (с древнейших времен по XIX век) / под ред. И. Петрова. СПб.: Полигон, 2003. - 350 с.

43. Лассуэлл Г. Пропаганда и коммуникация в мировой истории. – М., 1929. – 522 с.
44. Гвон Г.Г. Художественно - эстетическая специфика звука в анимации: Дис. канд. искусствоведения. – М., 2005. – 323 с.
45. Голенпольский Т.Г., Шестакова В.П. «Американская мечта и американская действительность». – М., 1981. – 259 с.
46. Гордиенко А. Н. Войны второй половины XX века. - Мн.: Современная литература, 1999. – 369 с.
47. Здравомыслов А.Г. Потребности, интересы, ценности. - М.: Политиздат, 1986. — 445 с.
48. Зульцман Р. Пропаганда как оружие в войне. // Итоги второй мировой войны. - М.: Изд-во иностр. лит. 1957. - 545 с.
49. Иванян Э.А. «Учебное пособие: история США». – М.: Дрофа, 2004. – 576 с.
50. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. – К.: Орияни, 2000. – 448 с.
51. Карл Поппер. Открытое общество и его враги. – М.: Феникс, Международный фонд «КУЛЬТУРНАЯ ИНИЦИАТИВА», 1992. – 201 с.
52. Колесов Э. Е. Информационная война в военных конфликтах второй половины 20 столетия: исторический аспект. - К.: Национал. акад. обороны Украины, 2007. – 304 с.
53. Костина А. В. Массовая культура: аспекты понимания. – М., 2006.- № 1. – С. 27-29
54. Кривуля Н. Эволюция художественных моделей в процессе развития мировых аниматографий. – М.: ВГИК, 2009. – 495 с.

55. Кривуля Н.Г. В зеркале времени: анимация двух Америк. – М.: Аметист, 2007. – 620 с.
56. Лалетина А.Ф. Культурообразующее значение мультипликации // Лингвокультурология, 2009. - №3. – С. 143.
57. Луначарский А.В. О народном образовании. – М., 1958. – 273 с.
58. Максаковский В.П. Всемирное культурное наследие. – М.: Просвещение, 2003. – 608 с.
59. Матц У. Идеологии как детерминанта политики в эпоху модерна. Идеология и ее исторический контекст // Полис, 1992. -№ 1. – С. 89-92.
60. Руткевич Е. Д. Типология социального характера Д. Рисмена. // Социологические исследования. - 1993. - № 3. – С. 118-121.
61. Согрин В.В. Идеология в американской истории: от отцов-основателей до конца XX века. – М.: Наука, 1995. – 299 с.
62. Талкотт Парсонс. Система современных обществ. – М.: Аспект Пресс, 1997. –326 с.
63. Туровская М.И. Фильмы «холодной войны» // Искусство кино. 1996. – № 9. – С. 106-107.
64. Уледов А.К. Общественная психология и идеология. – М.: Мысль, 1985. – 48 с.
65. Фатеев А.В. Образ врага в советской пропаганде, 1945-1954. - М.: Изд-во РАН, 1999. – 265 с.
66. Федоров А.В. Технология герменевтического анализа советских анимационных медиатекстов второй половины 1940-х годов на тему «холодной войны». – М.: Медиаобразование, 2015. - № 1. – С. 102-104

67. Фролов Д. Б. Информационная война: эволюция форм, средств и методов // Социология власти. - М.: РАНХиГС при Президенте РФ, 2005. - №5. - С. 132-333.

68. Фрэнк Джефкинс, Дэниэл Ядин. Паблик рилейшнз. Учебное пособие для вузов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 87 с.

69. Цуладзе А.М. Большая манипулятивная игра. - М.: Алгоритм, 2000. - 336 с.

70. Шейнов В.П. Психология влияния. - М.: Харвест, 2007. - 448 с.

71. Braddock R. An Extension of the «Lasswell Formula». Journal of Communication, 1958. - 93 p.

72. Garth S. Jowett and Victoria J.: O'Donnell, Propaganda & Persuasion, 5th ed., 2011. - 68 p.

73. Grunig, J. E. (Ed.). Excellence in public relations and communication management. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1992. - 366 p.

74. Lance B. Curke PH. D., The Wisdom of Alexander The Great: Enduring Leadership Lessons From the Man Who Created an Empire, 2004. - 66 p.

75. Reuben Baron 15 Popular Cartoons Banned In Other Countries, 2017. - 296 p.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А. «Список запрещенных к показу советских мультфильмов»

1. «Ну, погоди!» (1969 г.) В связи с мощной пропагандой курения, ведения нездорового образа жизни, гомосексуализма, хулиганства, а также издевательства над

животными (п.2, ч.2, ст.5 Федерального закона РФ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»).

2. «Чебурашка и Крокодил Гена» (1969, 1971 гг.) Аналогично: пропаганда курения, негуманного обращения с животными, мошенничество (п.2, ч.2, ст.5 Федерального закона РФ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»).

3. «Карлсон, который живет на крыше» (1955 г.) Один из тех мультфильмов, который отмечен как «особо неблагоприятный для просмотра малолетними» и пропагандирует, как оказалось, на самом деле курение, жестокое обращение с животными, хулиганство, чревоугодие, развращение малолетних (п.4, ч.2, ст.5 Федерального закона РФ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»).

4. «Ежик в тумане» (1975 г.) С виду безобидный мультфильм, более успокаивающий, нежели побуждающий к криминальному поведению, был осужден по причинам «трансляция информации, которая вызывает у детей подлинный ужас и кошмар»

5. «Винни-пух и все-все-все» (1969 г.) Такой себе аналог «Карлсона», где персонажи также культивируют чревоугодие, аморальное поведение, двусмысленные намеки. Особенно отмечают фразу ослика «входит и выходит» и тот эпизод, когда он без смущения демонстрирует свой бесхвостый зад.

6. «Бременские музыканты» (1969 г.) Также чрезвычайно вредный мультфильм, который пропагандирует

не только нездоровый образ жизни (злоупотребление королем яйцами, что может привести к заболеванию сальмонеллезом), хулиганство, а и бродяжничество, проституцию, легкодоступность девушек. Цензоров еще очень смущает короче всякого коктейльного платья наряд принцессы, а в дополнение ее прическа – два милых хвостика – создают образ такой себе доступной пикантной девушки. И, конечно же, песни, звучащие за кадром, всячески воспевают терроризм, разгульный образ жизни (п.2, ч.2, ст.5 Федерального закона РФ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»).

7. «Приключения поросенка Фунтика» (1986 г.) Также опасная для детского незамутненного сознания мультипликация, которая открыто показывает безнаказанность эксплуатации детского труда, использование огнестрельного оружия.

8. «Трое из Простоквашино» (1978 г.) Демонстрация типичного неуважения и несоблюдения прав на частную собственность. Конечно же, бродяжничество, несанкционированное ношение оружия (п.4, ч.2, ст.5 Федерального закона РФ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»).

9. «Возвращение блудного попугая» (1984 г.) Пропаганда хулиганства, курения, мошенничества, жестокого обращения с животными.

10. «Жил-был пес» (1982 г.) Признан особо нежелательным к показу из-за воспитания хулиганского поведения, жестокого обращения с животными, чревоугодия.

Также пропаганда спиртного, наркотиков, оргий, похищение младенцев с корыстной целью .

11. «Обезьянки» (1987 г.) Эти маленькие провокаторы явно научат детей плохому. А еще песня из мультфильма со строчками: «в каждом маленьком ребенке, и мальчишке, и девчонке есть по двести грамм взрывчатки или даже полкило» – как минимум пропаганда терроризма.

Приложение Б. «Мультипликация, непрошедшая цензуру в СССР»

Примером такой анимаций являются «Приключения кота Леопольда» (1975-1987). Режиссер Анатолий Резников, вдохновленный невероятным зрительским успехом мультфильма «Ну, погоди!» (1969), решил снять нечто подобное. Он придумал доброго, интеллигентного и дружелюбного кота, которого «достают» вредные мелкие мыши.

Была снята первая часть мультфильма – «Мечь кота Леопольда», но комиссия худсовета ее категорически «зарубила»: слишком «кровоавое» оформление титров и названия могло, по мнению чиновников, нанести вред детской психике.

Однако они сами себе противоречили: содержание мультфильма им показалось чрезмерно миролюбивым, «пацифистским»: мол, разъяренный кот, чтобы довести дело до логического конца, должен был съесть противных мышей, а он зачем-то их уговаривает. Это не соответствовало советскому виденью. Режиссера обвинили даже в дискредитации компартии!

Режиссер не собирался сдаваться так просто: он немедленно представил комиссии вторую серию «Леопольда» – про Золотую рыбку. Эту часть, к его удивлению, разрешили к показу, за ней последовали другие, а первую серию – злосчастную «Мечь...» – зрители смогли увидеть только в 1981 году.

«Ограбление по...» был создан в 1978 году и состоял из четырех частей. Принимая ленту к показу, худсовет наложил запрет на последнюю часть. Причина была названа серьезная: один из героев выглядел в точности как Савелий Крамаров, к тому времени уже эмигрировавший в Америку, «предатель», лишенный советского гражданства.

Режиссера Гарри Бардина, создавшего любимым многими мультфильм «Летучий корабль» (1979), обвинили в диссидентстве. Комиссию худсовета больше всего возмутили слова песенки Водяного: «Живу я, как поганка». Он ведь положительный герой – как же он может жить, как поганка? Ведь в СССР все живут хорошо, а Водяной не может жить иначе.

Режиссер Александр Татарский придумал гениальный новаторский ход – персонажи мультфильма вылеплены из пластилина, они видоизменяются с головокружительной скоростью. Однако это новшество не пришлось по душе худсовету — на фильм быстро налепили ярлык «безыдейной белиберды». Добили авторов приговором: «Мюллер не может озвучивать детский мультфильм, гестапо и дети несовместимы», – это потому что один из голосов, озвучивающих «Пластилиновую ворону» (1981), принадлежал Леониду Броневому, сыгравшему шефа гестапо Мюллера в «Семнадцати мгновениях весны».

В то время на центральном телевидении шла популярная передача «Кинопанорама», и ее автор и режиссер Ксения Маринина отважилась практически полностью показать «Ворону» в этой программе. Мультик мгновенно сделался популярным. Чиновникам некуда было деваться – пришлось

разрешить, и детище Татарского А.М. быстро завоевало на разных конкурсах и фестивалях аж 25 наград. Режиссеру дали поручение снять в таком же стиле заставку для передачи «Спокойной ночи, малыши!» Заставка используется в программе и сегодня.

Но на этом проблемы у А.М. Татарского не закончились. «Падал прошлогодний снег» (1983) стал еще одной скандальной картиной. «В мультфильме всего один герой — русский мужик, да и тот настоящий идиот!» — сказали ему с возмущением. Режиссера обвинили в том, что он без уважения отнесся к русскому человеку. Словом, с мультфильмом пришлось повозиться — его долго переозвучивали, переделывали, перемонтировали. Но дело того стоило — мы и сегодня с удовольствием смеемся над приключениями незадачливого мужичка в смешной ушанке, которого жена послала в лес за елкой.