

СОВРЕМЕННАЯ РОССИЙСКАЯ
МУЛЬТИПЛИКАЦИЯ КАК
ИНСТРУМЕНТ ВОСПИТАНИЯ
ТРАДИЦИОННЫХ ДУХОВНО-
НРАВСТВЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ

Антон Жигунов

HUM/2026

HUMANITIES



HSE
UNIVERSITY

NATIONAL RESEARCH UNIVERSITY
HIGHER SCHOOL OF ECONOMICS

СОВРЕМЕННАЯ РОССИЙСКАЯ МУЛЬТИПЛИКАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ВОСПИТАНИЯ ТРАДИЦИОННЫХ ДУХОВНО-ПРАВСТВЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ

В статье предпринимается попытка описания образовательного и воспитательного потенциала современной российской анимации в аспекте формирования представлений молодого поколения о традиционных российских ценностях. С опорой на медиа- и семиотический анализ, метод культурно-исторической интерпретации рассмотрены анимационные российские проекты, созданные с 2000 года по 2025 гг., находившиеся в прокате в эфире телевизионных каналов либо стриминговых сервисов с большой аудиторией. Важной особенностью аналитической оптики является представление о мультфильмах как разновидности массовой коммуникации. Сделан вывод об особенностях репрезентации семейных, патриотических и национально-культурных ценностей, а также возможностях использования указанного материала в образовательном и воспитательном процессе.

Ключевые слова: традиционные ценности, воспитание, анимация, мультипликация, массовая коммуникация.

Вводные замечания

Формирование ценностных установок с раннего детства – наиболее очевидный способ взрастить аксиологически корректное поколение. Проведенный ВЦИОМ опрос об ожидаемых и реальных позициях традиционных ценностей демонстрирует, что представления граждан в этом контексте сконцентрированы прежде всего вокруг семьи. Следующим по значимости блоком ценностей являются патриотические установки: любовь к Родине, историческая память, единство народов, а также гуманистические ориентиры —

¹ НИУ ВШЭ, школа философии и культурологии, научный сотрудник, кандидат филологических наук. E-mail: ayzhigunov@hse.ru

человеколюбие, взаимопомощь, дружба. Третье место за культурно-религиозными и национальными ценностями (религия, искусство, трудолюбие, суверенитет)².

Очевидно, что указанные ценности имеют статус аксиологических доминант массового дискурса, становятся частотной темой для рефлексии медиа и выступления политиков, появляются в кинематографе, в том числе в детских анимационных фильмах. Последнее – короткий и эффективный путь, по которому традиционные ценностные установки способны достичь сознания самых юных граждан.

Цель настоящего исследования – охарактеризовать особенности реализации традиционных ценностей на примерах популярных аудиовизуальных материалов. Отметим, что наибольший интерес вызывают способы демонстрации установок, которые, вне всяких сомнений, обладают осязаемым суггестивным потенциалом и формируют представление юной аудитории о мире, стране, социальных и культурных особенностях нации, отвечают на вопросы детей, связанные с их самоидентификацией.

Методологическую основу исследования составили ряд общенаучных методов, медиа- и семиотический анализ, метод культурно-исторической интерпретации. В рамках исследования базовым является представление о мультфильмах как разновидности массовой коммуникации, медиатекста, направленного на детскую аудиторию и транслируемого посредством телевидения и конвергентных интернет-медиа. В развитие этой точки зрения рядом ученых осмыслен феномен детской анимации с позиции ее уникальности, в том числе с позиции транслируемых смыслов и формируемых аксиологических установок.

Воспитание ценностей с детства: поиск формы

Теоретик педагогики К.Д. Ушинский в собрании педагогических сочинений отмечает, что нравственность эксплицируется в культурном тексте эпохи. Воспитание, по мнению ученого, рождается именно из идеи человека, развитой в обществе в определенный исторический момент. *«В основе особой идеи воспитания у каждого народа лежит, конечно, особая идея о человеке – о том, каким должен быть человек согласно представлениям народа в определённый период его развития.»*

Каждый народ имеет свой особый идеал человека и требует от своего воспитания воплощения этого идеала в отдельных личностях.

² Смак Т. Традиционные ценности: ожидание и реальность // Всероссийский центр исследования общественного мнения. 2025. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskiy-obzor/tradicionnye-cennosti-ozhidanie-i-realnost> (дата обращения: .01.12.2025).

Любой народ в своей литературе — начиная с песни, пословицы, сказки и заканчивая драмой и романом — выражает свои убеждения о том, каким должен быть человек по его представлению. Он наделяет этого идеального человека всеми лучшими качествами своей души»³. Ушинский отводит особую роль трансляции этого нравственного идеала литературе как господствующему на тот момент способу передачи информации. Именно культурные тексты, по мнению ученого, способствуют формированию нравственности, являются неотъемлемой частью воспитательного процесса.

Сегодня тексты культуры выходят далеко за рамки классической литературы. Одной из продуктивных форм воспитательных культурных текстов признается анимация. Исследователи, анализирующие функциональный, культуuroобразующий потенциал анимационных текстов на различном материале (Е.Г. Нешкова⁴, О.С. Бурибеков, С.Е. Нурмуратов и др.⁵, Ю.А. Симакова⁶) признают этот факт. Специфика анимации в этом смысле выходит далеко за рамки развлечений для особой детской аудитории.

Так, Ю.М. Лотман – один из первых российских ученых, который описал многоуровневую текстовую специфику анимации, подчеркивал ее неповторимый визуальный и семантический характер: «... исходное свойство мультипликации состоит в том, что она оперирует знаками знаков: то, что проплывает перед зрителем на экране, представляет собой изображение изображения <...> зрителю предлагается не какой-то образ внешнего мира, а образ внешнего мира на языке, например, детского рисунка в переводе на язык мультипликации»⁷.

Вторит этой точки зрения гипотеза культивации, предложенная Джорджем Гербнером и Ларри Гроссом, постулирующая социализацию через телекоммуникационное воздействие⁸.

Идея многоуровневого «изображения в изображении», значительно воздействующего на умы детей, позволяет увериться в многоуровневой структуре смыслов, среди прочего содержащих аксиологически маркированные установки и характеристики, необходимые для выработки у аудитории значимых в социальном и культурном отношении представлений. По принципу кальки допустимо перенести точку зрения ученого на

³ Ушинский К.Д. Собрание педагогических сочинений. СПб: Типография А.М.Котомина, 1875. С. 74.

⁴ Нешкова Е.Г. Лингвокультурологический аспект интертекстуальности в мультипликационном дискурсе (на материале английского, русского и французского языков): дис...к.филол.н. Челябинск, 2020. 192 с.

⁵ Бурибеков О., Нурмуратов С., Гёкбен Салук Р., Большаев Д. Философский аспект комплексного изучения искусства анимации с точки зрения культурологии // Journal of Philosophy Culture and Political Science. 2024. Vol. 87(1). P. 34–44.

⁶ Симакова Ю.А. Герменевтический потенциал анимации в исследовании культуры: автореф. дис... к. культур. Екатеринбург, 2014. 21 с.

⁷ Лотман Ю.М. О языке мультипликационных фильмов // Об искусстве. СПб.: Искусство, 1998. С. 673.

⁸ Gerbner G., Gross L., Jackson-Beeck M., Jeffries-Fox S., Signorielli N. «Cultural indicators violence profile no. 9» // Journal of Communication. 1978. Vol. 28(3). P. 176–207.

полицодовый медиатекст, который встречается в Интернет-медиа и является популярным у маленьких детей.

С развитием искусственного интеллекта всё востребованнее становятся видеоролики, созданные по запросу (промту) к искусственному интеллекту. Недавно исследовательский центр Пью опубликовал результаты исследования, которые демонстрируют стремительный рост детской аудитории YouTube за последние пять лет (исходя из опросов родителей детей разных возрастов): *«показатель возрастает до 84% в возрасте от 2 до 4 лет и несколько выше в возрасте от 5 до 12 лет»*⁹. При этом всё больше роликов в этой сети являются сгенерированными по запросу – ИИ режиссирует, придумывает незамысловатые песенки, разрабатывает запоминающиеся образы, планирует и создает многосерийный аудиовизуальный контент, объемы потребления которого растут в геометрической прогрессии¹⁰.

Очевидно, что образ на языке *«детского рисунка»* (в терминологии Ю.М. Лотмана) становится образом в видении детского рисунка искусственным интеллектом, что, как представляется, создает эффект *«изображения в изображении изображения»*.

Визуализация ИИ отличается от уже привычных digital art: анализируя текущие приемы нейросети в технике рисунка большинство пользователей легко отличает ее от иллюстраций, созданных людьми (не только по симптоматичным взглядам героев «не туда» или шести пальцам на руках). Однако и этот процент становится всё ниже. Так экспериментальное исследование, выполненное командой ученых в 2025 году на материале 287 000 оценок изображений, проведенных более чем 12 500 глобальными участниками, показало, что *«общий показатель успеха составил всего 62%, что указывает на скромные способности, что немного выше шанса»*¹¹. Представляется, что в детском сознании «рукотворные» образы могут вполне быть замещены образами ИИ, которые хоть и становятся более привычными человеческому глазу, но сохраняют специфику и конструируют иное представление детской аудитории, внося свои форматные и эстетические коррективы в картину мира массового адресата младшего возраста.

Становясь частью среды, эти образы все менее отвратимы и на разных этапах становления личности определяют мировоззренческие взгляды. Об этом пишет Л.С. Выготский: *«Мне представляется, что за всяким переживанием стоит реальное*

⁹ McClain C., Sidoti O., Faverio M., Lama S. How Parents Manage Screen Time for Kids // Pew Research Center (report). 2025. P. 7. URL: https://www.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/20/2025/10/PI_2025.10.08_Parents-Kids-Screens_REPORT.pdf (дата обращения 01.12.2025).

¹⁰ Levine A.S. YouTube Creators Find a New Consumer for AI Slop: Babies // Bloomberg. 2025. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2025-12-03/ai-slop-youtube-videos-for-kids-pretend-to-be-educational> (дата обращения 10.12.2025).

¹¹ Roca T., Roman A.C., Vega J.T., Duarte M., Wang P., White K., Misra A., Ferres J.L. How good are humans at detecting AI-generated images? Learnings from an experiment // arXiv. 2025. URL: <https://arxiv.org/abs/2507.18640> (дата обращения 01.12.2025).

динамическое воздействие среды в отношении к ребенку. ... Рост и изменение потребностей и побуждений представляет собой наименее осознанную и наименее произвольную часть личности, и при переходе от возраста к возрасту у ребенка возникают новые побуждения, новые мотивы, иначе говоря, двигатели его деятельности претерпевают переоценку ценностей»¹².

Дополняя ученого, отметим, что каждый этап изменения, очевидно, требует вновь и вновь повторяемых трансляций аксиологических установок, в форматах, адекватных особенностям воспринимаемого поколением контента. Исследователь В.П. Козырьков метафорически представил построение мировоззрения у детей как конструкцию дома, где фундамент, этажи, подвалы и чердаки – слагаемые «*обыденного сознания*»¹³.

Таким образом очевидно пересечение инструментов формирования мировоззрения (в особенности вербализованного и аудиовизуального их проявления) и влияние окружающей действительности, что подтверждает мысль Генриха Риккерта о тесной взаимосвязи ценностей и действительности, наиболее репрезентативное отражение которой наблюдается в продуктах массовой культуры.

«Для теории ценностей интерес представляют именно такие ценности, которые возбуждают притязание на значимость, а только в сфере культуры можно непосредственно встретиться с действительностью, связанной с такого рода значащими ценностями»¹⁴.

Центральным в настоящем исследовании становится феномен «реализации ценностей» – явление, осмысленное Н. Гернетом в работе «Этика». *«Реализация ценностей в жизни, если она не «случайна», происходит через ценностное сознание, умонастроение, волю и поступок. Творчески реализоваться зримая ценность может лишь там, где со своим стремлением к ней вступает в действие некое личностное существо. ... Поскольку ценности вообще имеют тенденцию к реализации, то эта тенденция заключается в том, чтобы мир, уже оформленный категориально, формировать дальше, в направлении его высших реальных образований — личностных существ, образовывать его по их образу, образу идеальных существ»¹⁵.*

Итак, «личное существо», вступающее во взаимодействие с ценностью, преподносит ее как воспринимаемую и усваиваемую аудиторией, творчески адаптируемую для включения в ценностное сознание. Анимационные материалы представляют собой

¹² Выготский Л.С. Собрание сочинений в 6 томах. Том 4. Детская психология / Под ред. Д. Б. Эльконина. М.: Педагогика, 1984. С. 385.

¹³ Козырьков В.П. Освоение обыденного мира. Социокультурный анализ: Монография. Н. Новгород: Издательство Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, 1998. С. 275.

¹⁴ Риккерт Г. О понятии философии // Логосъ. 1910. С. 26.

¹⁵ Гартман Н. Этика / Перевод А.В. Глаголева. СПб.: Владимир Даль, 2002. С. 213.

примеры творческого самовыражения авторов, снабженные наиболее востребованными аудиторией аксиологическими маркерами и квалифицируемые как продуктивный воспитательный инструмент, способ формирования и реформирования сознания молодого поколения. Репрезентация этих маркеров, связанные с ней особенности сюжета и формата стали ключевым в оценке реализации ценностных установок.

Дополнительно отметим, что в пространстве научного поиска осмысление репрезентации традиционных ценностей в российской детской анимации представляется спорадическим и нерегулярным, несмотря на возрастающее количество адекватным исследовательской потребности проектов. Представителями разных дисциплинарных направлений рассматривается эволюция фольклорных мотивов в мультфильмах¹⁶, понятия «доброты»¹⁷, особенности конструирования национальной культуры в разных типах дискурса¹⁸. На контрасте с российской мультипликацией осмысливается иностранная¹⁹. Разноплановость подхода к визуализации в рамках проекта нередко становится предметом исследования российских ученых, анализирующих как особенности формата²⁰, так и использование материала в различных, в том числе педагогических целях²¹. Наиболее ярко это заметно в анимации, постулирующей патриотические ценности и транслирующей важность сохранения национальных традиций.

При отборе материала настоящего исследования применен социологический метод фокус-группы. Опрошены 10 родителей детей в возрасте от 3 до 16 лет. Каждому родителю задан вопрос: «*Какие мультфильмы смотрят Ваши дети?*». К результатам опроса применены критерии происхождения анимации (анализировались российские проекты) и времени (с 2000 года по н.в.), а также требование к обязательному прокату в эфире телевизионных каналов либо стриминговых сервисов с большой аудиторией. По итогам ответов сформирован перечень анимационных проектов, которые стали материалом исследования. Рассмотрены мультфильмы эфира телеканалов «Карусель» и «Мультиландия»: «Про Миру и Гошу. Просто о важном», «Три кота», «Мартышкины», «Барбоскины», а также «Первого канала», «России 1» и «России К»: «Мульты-Россия» и

¹⁶ Гордиенко Я.С. Трансформации фольклора в современной анимации России // Театр. Живопись. Кино. Музыка. 2017. № 3 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsii-folklor-a-v-sovremennoy-animatsii-rossii> (дата обращения 01.12.2025).

¹⁷ Садовский Я. Доброта и озорство: аксиология восприятия советской мультипликации // Quaestio Rossica. 2022. Т. 10. № 2. С. 558–576.

¹⁸ Солтани С.Х. Традиции национальной культуры и современные компьютерные технологии в анимационном искусстве (на материале кинематографа Ирана и России): дис...к.ис. Москва, 2003. 176 с.

¹⁹ Немова О.А., Бурухина А.Ф. Мультипликационные фильмы как средство формирования семейных духовно-нравственных ценностей // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2014. № 1. С. 152–173.

²⁰ Зайцев А.Я. К вопросу о развитии российской анимации XXI века: проект «Гора Самоцветов» // Человек и культура. 2019. № 4. С. 71–77.

²¹ Симбирцева Н.А. Интерпретация мультипликации в курсе преподавания «Основы религиозных культур и светской этики» (на примере проекта «Гора самоцветов») // Теория и методика преподавания курса «Основы религиозных культур и светской этики»: материалы Всероссийской научно-практической конференции, Екатеринбург, 14 декабря 2021 г. / Рос. гос. проф.-пед. ун-т. Екатеринбург: РГППУ, 2021. С. 126–130.

«Гора Самоцветов». Приведенные в качестве иллюстрации выводов фрагменты серий определены методом случайной выборки.

В рамках исследования описаны особенности репрезентации ценностей, а также сделан вывод о воспитательном потенциале указанного анимационного материала и возможности его использования в образовательных целях.

Образ идеальной семьи

Российские художники-мультипликаторы популяризируют традиционные ценности посредством обращения к классическим сюжетам: семья переживает трудности благодаря любви и сплоченности, гармония, коллективизм и доброжелательность побеждают эгоизм.

«Семья всегда была и остается одной из главных ценностей российской анимации – так было десятилетия назад, так остается и сегодня. Более того – в настоящее время в российской анимации наблюдается устойчивый тренд: большинство новых проектов сосредоточены именно на теме семейных взаимоотношений», – отмечает председатель Совета директоров киностудии «Союзмультфильм» Юлиана Слащева²².

Например, в мультфильмах «Три кота», «Мартышкины», «Барбоскины», «Про Миру и Гошу», сюжет которых полностью сконцентрирован на взаимоотношениях внутри семьи, моделируются вполне классические жизненные ситуации: семейные праздники, традиции, обстоятельства, которые могут произойти в каждой семье. При этом «Три кота» ориентированы на более юную аудиторию: хронометраж меньше, в рамках одной серии развивается один смысл (например, годовщина свадьбы родителей предстает как общесемейное событие, дети стремятся организовать торжество и придумать оригинальное поздравление в ресторане, но в финале серии доказывается, что самое лучшее торжество – семейный праздник в теплой домашней атмосфере).

Сюжетное ядро объективировано нарративом о жизни младшего поколения семьи – котят, каждый из которых помимо прочего маркирует особенности детства: неусидчивость Коржика, затейливость Компота, кокетство и наивность Карамельки (отсюда – номинация).

В сериях мультфильмов «Барбоскины» и «Мартышкины» фокус внимания рассеян между членами семьи (родителями и детьми), что позволяет детальнее интерпретировать характеры, а также сделать выводы о поведенческих особенностях, моральных принципах каждого персонажа. Призмой, сквозь которую героев видит аудитория, является тематика серии.

²² Слащева назвала отечественные мультфильмы, пропагандирующие традиционные ценности // ТАСС. 2025. URL: <https://tass.ru/kultura/24098217> (дата обращения 01.12.2025).

Отметим некоторые интегрирующие особенности рассматриваемых мультипликационных проектов. Истории рассказывают о жизни многодетных семей, во всех сериях, помимо родителей, присутствуют несколько детей. В мультфильме «Три кота» – их трое, в «Барбоскиных» и «Мартышкиных» – пятеро.

Неотъемлемой частью семьи является старшее поколение: дедушки и бабушки обоих родителей присутствуют в сюжете, влияют на персонажей. Традиционно они представляют более взвешенную, опытную позицию, транслируют жизненную мудрость.

Эксплуатируемые авторами социальные роли роднят старших членов семьи: мамы за редким исключением домохозяйки. Домовитые и энергичные, они либо занимаются только домашними делами (мама Миры и Гоши), либо успешно сочетают работу и быт (мама Барбоскиных, мама-дизайнер из «Трех котов»), а мама из сериала «Мартышкины» – креативная труженица эко-лавки, уделяющая большое внимание воспитанию детей.

Кстати говоря, квалифицируемый как ремейк мультсериала «Обезьянки», вышедшего с 1983 по 1997 годы, сериал «Мартышкины» сохраняет образы энергичных и озорных детей, но кардинально перерабатывает образ матери. В отличие от советского оригинала, где мама-одиночка вынуждена проявлять изобретательность и выносливость для поддержания хозяйства и воспитания детей, в современном продукте мама справляется с задачами играючи и всегда может положиться на крепкое плечо отца детей.

Образ отца также является собирательным: он непременно работает, носит очки и ходит с ноутбуком, либо сидит за компьютером с графиками и таблицами. Правомерным будет предположить, что отцы, как правило, заняты в IT-сфере либо связанной с высокими технологиями отраслью экономики.

Оформление мультфильмов также сформировано в соответствии с ключевой концепцией семьи, эксплицируемой в фильмах. Так, в начальной заставке мультфильма «Барбоскины» звучит короткая незамысловатая песня, слова которой: *«Знаешь и ты, знаю и я, в жизни важнее всего – семья»*.

Сценаристы-мультипликаторы при этом осмыслиют и сложные, на первый взгляд, противоречивые проблемы семьи и брака. Так, в серии «Наша семья» мультфильма «Про Миру и Гошу. Просто о важном» репрезентирована проблема неполной семьи. Ева, двоюродная сестра Миры и Гоши, испытывает дискомфорт, видя теплые взаимоотношения родителей своих кузенов и бабушки с дедушкой. Причина тому – развод родителей, который мешает девочке ощутить себя полноценно любимым ребенком. Такую мысль она транслирует членам семьи: *«У меня нет семьи, потому что вы с папой развелись. И в семью я играть никогда не буду»*. *«Иногда близкие живут в разных домах, но они навсегда остаются семьей»*, – отмечает папа Миры и Гоши. Идея единства поколений и неразрывных

родственных связей, по задумке авторов, призвана компенсировать огорчение ребенка, ощущение одиночества и оторванности от семьи. В целом мультфильм изобилует сложными коллизиями, которые далеко не всегда истолковываются авторами достаточно исчерпывающе.

Поднимается проблема уважения к старшему поколению (серия «Бабушка злится») или психоэмоциональное состояние детей, которое при отсутствии должного контроля может выражаться в жестокости и агрессии (серии «Разозлились», «Ссора»). Практически всегда в эпилоге серии с пропедевтическим нарративом выступает один из взрослых, который гармонизирует семейную атмосферу и транслирует понятные детям сентенции.

Взаимоотношение поколений эксплицировано в серии под симптоматичным названием «Отцы и дети» мультсериала «Барбоскины». Дачная идиллия семьи Барбоскиных, направленная на сплочение и поддержание гармоничной атмосферы, подрывается занятостью всех членов семьи. После обеда дети расходятся по комнатам, а взрослые принимаются каждый за свою работу. Дружок, один из сыновей, находит записку со словами: «Сын, помни свое обещание!». Последовательно записку с аналогичным текстом находят еще двое детей: Гоша и Малыш. В результате каждый из них занимается делом, которое пообещал своему отцу: дети помогают дедушке с работой на участке. Однако из процесса выбивается папа, который не отвлекаясь сидит перед ноутбуком. В финале серии дедушка раскрывает интригу: записка предназначалась именно отцу, который обещал не работать во время семейного отдыха.

Понятие и моральный облик героя осмыслен в серии «Герой в блестящих доспехах». На первый взгляд, классический героический облик складывается из амуниции – шлема, нагрудника, меча, наличие которых само по себе определяет роль. Персонаж Дружок демонстрирует всем стереотипное представление о герое: показательное бесстрашие, заносчивость, восклицания о подвигах. Однако ничего из этого не имеет воздействия на других членов семьи, не порождает уважение и благоговение перед «героем». В процессе развития сюжета серии персонаж выясняет, что недостаточно выглядеть героически. Истинный героизм проявляется в нравственных установках – умении признать ошибки, смелости справиться со стыдом, скромности. Получая замечание в дневник о некорректном «героическом» поведении в школе, Дружок пытается скрыть это. Но самый младший из детей Барбоскиных отмечает, что так герои не поступают. В результате Дружок осознает, что заблуждался и признается родителям в том, что получил замечание, но скрыл его. Этим он достигает заветной цели – семья признаёт его героический статус и даже сочиняет балладу в его честь.

Все идеи, традиционные ценностные установки транслируются с позиции семейной апроприации: молодое поколение ищет одобрение старшего, в случае ошибок или конфликтов медиаторами выступают братья/сестры либо родители, важность консолидации семьи и теплоты отношений постулируются вне зависимости от того, какова ключевая тематика серии, а компромиссы, как правило, используются как инструмент достижения внутрисемейной гармонии.

Ценность национально-культурных особенностей России

Наиболее содержательным современным мультипликационным проектом, апеллирующим к культурно-религиозным и национальным ценностям России, является цикл роликов «Мульти-Россия». Проект, реализуемый с 2006 года, и сегодня в увлекательной форме рассказывает о регионах Российской Федерации. Ориентированный на разноплановую аудиторию и достаточно красочный цикл мультфильмов привлекает как юных зрителей, так и их родителей. В течение некоторого времени серии «Мульти-России» демонстрировались на федеральных каналах.

Стартовая реплика, начинающаяся словами: *«А знаете, люди, где...»* формирует интригу у аудитории, провоцирует интерес к повествованию и является первым фактом о регионе, которому посвящена серия. Например, *«А знаете, люди, где добыт первый алмаз?»* в серии о Пермском крае или *«А знаете, люди, где есть село с названием из двух букв?»* в серии о Республике Коми, *«А знаете, люди, где находится самый большой город Европы?»* в серии о Москве, *«А знаете, люди, где скрестили бобра и тигра?»* в серии об Иркутской области. Сюжет каждого выпуска насыщен культурно-историческими и экономическими фактами о городах и регионах. С учетом сжатого хронометража (каждый ролик – 1 мин.) включенный в серию материал избирателен, но позволяет максимально разнопланово представить региональную специфику.

Для упрощения визуализации авторами охватываются «визитные карточки» городов. В серии о Москве это изображение Кремля и Красной площади, а также рассказ о самобытной архитектуре и темпах урбанизации, эстетических особенностях и прагматической значимости метрополитена. Петропавловский собор, Зимний дворец, Дворцовая площадь и разведенные мосты маркируют серию о Санкт-Петербурге.

Вербальная часть аудиовизуального материала также изобилует реминисценциями, цитацией классических и популярных произведений: *«Москва не сразу строилась...»* (из песни «Александра», музыка С.Никитина, слова Ю.Визбора и Д.Сухарева), *«Мой край задумчивый и нежный»* (стихотворение С.Есенина о Рязани).

Героем сериала выступает медведь-рассказчик, репрезентирующий своим образом сразу несколько традиционных национальных представлений. Сам по себе медведь – универсальный неформальный символ России, один из наиболее узнаваемых и почитаемых представителей отечественной фауны. При этом медведь появляется в кадре в одежде, дифференцированной в зависимости от национально-культурных особенностей представляемых регионов, наиболее востребованных профессий, ключевых региональных промышленно-экономических отраслей, популярных в регионах занятий или ремеслах, исторической специфики городов и территорий.

Так, в серии о Новосибирске медведь в костюме ученого (апелляция к академгородку), о Ростовской области – в шахтерской спецодежде (в рамках рассказа о геологической разведке в Таганроге). При описании национальных республик использованы традиционные костюмы народов, проживающих на территории субъектов (например, серии о Татарстане, Тыве, Дагестане и т.д.). В сериях, посвященных сибирским городам, медведь носит традиционную шапку-ушанку, шубу и валенки.

Общая стилистика визуализации – классическая пластилиновая анимация, покадровая смена и переходы придают динамику, позволяют сбалансировать содержательную и визуальную части. Выбранная авторами техника визуализации в определенной степени обеспечивает преемственность мультипликационной традиции и в целом представляется привычной для российской аудитории.

Финалом каждого ролика и неофициальным лозунгом мультсериала является фраза: «*Люди разные, а страна одна*» (и ее многочисленные вариации: «*Россия разная, а Москва одна*», «*Музеи разные, а страна одна*», «*Поезда разные, а страна одна*»), которой рассказчик подводит итог серии. За спиной медведя – карта России, синхронно со словами окрашиваемая в бело-сине-красный государственный флаг. Интегрированная визуализация и вербализация, полученные смыслы оформляют ключевую идею единства страны в ее национально-культурном разнообразии, богатстве и уникальности каждого уголка, крепко связанных государственностью, историей и языком.

В 2024 году проект получил продолжение: спин-офф из 6 серий «Мульти-Россия. Путешествия на поезде». При поддержке ОАО «РЖД» созданы короткометражные ролики, раскрывающие ключевые туристические маршруты компании, реализуемые в России. Сюжет по-прежнему посвящен самобытности городов и регионов, однако главным связующим звеном выступает железнодорожная сеть, открывающая возможность познакомиться с уникальными природными и культурными достопримечательностями.

Аналогичную цель – познакомить с национальной историко-культурной спецификой регионов преследует цикл программ, экранизирующих народный эпос России – «Гора

Самоцветов». Проект создан в различной технике мультипликации, в том числе уже описанной пластилиновой, свойственной российской анимационной традиции.

Наибольший интерес с точки зрения реализации ценностей, в особенности репрезентации национального единства и культурно-религиозных особенностей народов России, представляет начало мультфильмов. Первые минуты серии посвящены общей информации о стране, а также этническом источнике предлагаемой к просмотру сказки. В рамках фрагмента кратко эксплицируются факты о географическом и историко-культурном положении этноса, имена исторических личностей, прославивших регион, языковая самобытность.

*«По Волге можно приплыть на юг России, на реку Дон. С давних времен здесь селились вольные люди и называли себя «казаками» ... А сколько знаменитых людей пошло с Дона: атаман **Ермак**, покоритель Сибири, народный герой **Степан Разин** и, конечно, великий писатель **Михаил Шолохов**»* («Гора Самоцветов», Про Степана Кузнеца (казацья сказка), 2008).

*«Мы живем в России – самой большой стране на Земле. В России больше 150 народов, и у каждого – свой язык и обычаи. **В степях между реками Доном, Волгой и Каспийским морем живут калмыки – единственный народ в Европе, говорящий на монгольском языке**»* (Гора Самоцветов, Рогатый Хан (калмыцкая сказка), 2009).

*«Мы живем в России – самой большой стране мира. И всё у нас большое! Вот **Кавказские горы – они протянулись от Черного и Азовского моря до Каспийского** ... А еще на Кавказе больше всего долгожителей, многим из них больше ста лет. Это, наверное, потому, что здесь самая вкусная и полезная еда. А еще **Северный Кавказ – самая многонациональная территория в России. Тут живут более 40 горских народностей. В одном только Дагестане – 14 государственных языков!** И на каждом из них рассказывают сказки. И каждая – как драгоценный камень-самоцвет»* («Гора самоцветов», Бессмертный (Татская сказка), 2012).

Скрупулезно авторами раскрыты особенности духовных представлений народов, религии и быта, ремесленные и промышленно-экономические характеристики территорий.

*«Самая разнообразная и богатая река России – Амур, она течет в Хабаровском крае. А по ее берегам нанайцы... **Домашняя утварь украшали сложным орнаментом, который служил защитой от духов. А чтобы защитить своих детей, родители вешали на колыбельки обереги**»* (Гора Самоцветов, Мэргэн (нанайская сказка), 2013).

*«**Есть у нас реки, горы, степи и пустыни. И, конечно, леса. Леса занимают чуть ли не половину России. И, конечно, дерево знакомо каждому из нас с колыбели. Когда-то в***

древние времена первыми игрушками детей были деревянные щепочки или небольшие поленья...» («Гора самоцветов», Терешечка (русская народная сказка), 2018).

Помимо собственно сказки в закадровый текст интегрированы народные пословицы и поговорки, известные цитаты, иллюстрирующие национальный колорит.

«Каждый казак готов верно и храбро служить Родине. Не даром здесь говорят: «Казак рождается, чтобы на службе сгодиться». («Гора Самоцветов», Про Степана Кузнеца (казачья сказка), 2008).

«В дереве всё есть, только в нём это увидеть надо», – говорят мастера резной игрушки из села Богородское... Деревянные игрушки в народной сказке оживают» («Гора самоцветов», Терешечка (русская народная сказка), 2018).

Объединяющей характеристикой всех начальных фрагментов является их связь с содержанием мультфильма по мотивам сказки. Так, рассуждения о продолжительности жизни кавказских народов связаны с содержанием татской сказки «Бессмертный», сюжет которой раскрывает проблему поиска главным героем вечной жизни, которая, по представлениям этноса, недоступна. Во вступительном фрагменте перед экранизацией русской народной сказки «Терешка», содержание которой связано с чудесным оживанием высеченного из полена мальчика, оговаривается особенность деревянных игрушек, которые в фольклоре одухотворены, поскольку произошли от живых деревьев. Заметим, что каждая сюжетная деталь эксплицирует важный историко-культурный факт, усиливая просветительскую функцию медиатекста.

Рассмотренные примеры также позволяют идентифицировать общий дискурсивный маркер вступительного фрагмента. В его завершении обязательно используется сравнение сказки и камней-самоцветов, что отсылает к названию цикла мультфильмов и метафорически определяет ценность народного эпоса, стилизует особенности сказки как драгоценного элемента культуры, каждый из которых – уникален, как разноцветные камни. В некоторых случаях в финальной фразе вербализуются распространенные представления о сказках либо модифицированные цитаты о них. Например, в серии «Потемкинские деревни»: *«Душа народа живет в сказках. Прекрасная, как камень-самоцвет»* («Гора самоцветов», Потемкинские деревни, 2017). Первая фраза о душе народа может отсылать к точкам зрения А.Н. Толстого²³ и А.Н. Афанасьева²⁴, маркирующим великую духовную культуру народа, заключенную в сказках, и эксплицирующим когнитивную значимость народного творчества в коллективном сознании.

²³ Толстой А.Н. Русские сказки. М.: Детиздат ЦК ВЛКСМ, 1940. С. 3–4.

²⁴ Афанасьев А.Н. Народные русские сказки. М.: Наука, 1984. С. 6–10.

Вообще экранизация народной сказки представляется продуктивным способом формирования национального самосознания и интереса к другим народам. В основном благодаря глубине мотивов, сюжетов и образов, многие из которых в силу общности истории «резонируют» в сознании аудитории. В.Я. Пропп размышляет по поводу сходства сюжетов волшебных сказок и делает вывод о комплексности этого феномена, безусловно, являющегося в определенной степени преемственным для общества: *«сказка переняла от более ранних эпох их социальную и идеологическую культуру»*²⁵.

В целом проект в достаточной простой и доступной манере репрезентирует ценностные представления, развивает идею национального разнообразия и единства народов России. Представляется, что рассмотренный мультсериал – самый масштабный консолидирующий аудиовизуальный материал, рассчитанный на детскую и подростковую аудиторию и созданный в русле традиционных духовно-нравственных ценностей задолго до принятия регламентирующих нормативных правовых актов.

Выводы

Рассмотренная в рамках исследования репрезентация некоторых традиционных духовно-нравственных ценностей позволяет сделать следующие выводы.

Популярные российские мультфильмы изобилуют образами, репрезентирующими традиционные духовно-нравственные ценности. Наиболее частотные и детально проработанные авторами анимационного текста – семейные ценности и национально-патриотические установки, что, в целом, подтверждает приведенный в начале статьи социологический срез относительно наиболее популярных ценностей для россиян.

Анимация представляется продуктивным способом формирования традиционных духовно-нравственных ценностей, использующим доступные и понятные образы, легко считываемые смыслы и установки, а также глубокие просветительские сведения, идеально подходящие для детской аудитории. Благодаря аудиовизуальной составляющей этот метод трансляции ценностей упрощает их реализацию.

Представляется целесообразным использование указанных анимационных сериалов в образовательных целях, в рамках выполнения воспитательных задач. Востребованным видится интеграция содержательных и эстетичных мультипликационных проектов в курс «Разговор о важном» для иллюстрации тем, связанных с ключевыми аспектами жизни человека в современной России, в понятном формате на примере любимых героев.

²⁵ Пропп В.Я. Исторические корни волшебной сказки. М.: Издательство «Лабиринт», 2000. С. 315.

Очевидна потребность в расширении перечня охватываемых аксиологических установок и диверсификации медиатекстуальных подходов к визуализации – в настоящий момент анимационные проекты, транслирующие, например, ценности патриотизма единичны.

Подтверждается гипотеза о разноплановом типе подачи материала для разной аудитории: семейные ценности в целом характерны для анимации, рассчитанной на любой возраст, национально-патриотические и культурно-исторические ценности являются предметом рефлексии мультипликаторов в проектах, рассчитанных в том числе на более зрелую аудиторию.

Авторами использованы характерные для восприятия аудитории визуальные решения. В рассчитанных на детский возраст – стилизация рисунков («Три кота») или 3D-визуализация (про «Миру и Гошу»), для более зрелой возрастной группы – традиционный для российского зрителя пластилиновый мультфильм. В некоторых случаях (как, например, в сериале «Мартышкины») – прямая содержательная аллегория к более ранней, советской мультипликации, но в переработанном и более адаптированном для детей виде.

Библиография

1. Бурибеков О., Нурмуратов С., Гёкбен Салук Р., Болысбаев Д. Философский аспект комплексного изучения искусства анимации с точки зрения культурологии // *Journal of Philosophy Culture and Political Science*. 2024. Vol. 87(1). P. 34–44.
2. Выготский Л.С. *Собрание сочинений в 6 томах. Том 4. Детская психология* / Под ред. Д. Б. Эльконина. М.: Педагогика, 1984. 432 с.
3. Гартман Н. *Этика* / Перевод А.В. Глаголева. СПб.: Владимир Даль, 2002. 712 с.
4. Гордиенко Я.С. Трансформации фольклора в современной анимации России // *Театр. Живопись. Кино. Музыка*. 2017. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsii-folklor-a-v-sovremennoy-animatsii-rossii> (дата обращения: 01.12.2025).
5. Зайцев А.Я. К вопросу о развитии российской анимации XXI века: проект «Гора Самоцветов» // *Человек и культура*. 2019. № 4. С. 71–77.
6. Козырьков В.П. *Освоение обыденного мира. Социокультурный анализ: Монография*. Нижний Новгород: Издательство Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, 1998. 340 с.
7. Лотман Ю.М. О языке мультипликационных фильмов // *Об искусстве*. СПб.: Искусство, 1998. С. 671–674.

8. Немова О.А., Бурухина А.Ф. Мультипликационные фильмы как средство формирования семейных духовно-нравственных ценностей // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2014. № 1. С. 152–173.
9. Нешкова Е.Г. Лингвокультурологический аспект интертекстуальности в мультипликационном дискурсе (на материале английского, русского и французского языков): дис...к.филол.н. Челябинск, 2020. 192 с.
10. Пропп В.Я. Исторические корни волшебной сказки. М.: Издательство «Лабиринт», 2000. 336 с.
11. Риккерт Г. О понятии философии // Логосъ. 1910. С. 24–66.
12. Садовский Я. Доброта и озорство: аксиология восприятия советской мультипликации // Quaestio Rossica. 2022. Т. 10. № 2. С. 558–576.
13. Симакова Ю.А. Герменевтический потенциал анимации в исследовании культуры: автореф. дис... к. культур. Екатеринбург, 2014. 21 с.
14. Симбирцева Н.А. Интерпретация мультипликации в курсе преподавания «Основы религиозных культур и светской этики» (на примере проекта «Гора самоцветов») // Теория и методика преподавания курса «Основы религиозных культур и светской этики»: материалы Всероссийской научно-практической конференции, Екатеринбург, 14 декабря 2021 / Рос. гос. проф.-пед. ун-т. Екатеринбург: РГППУ, 2021. С. 126–130.
15. Солтани С.Х. Традиции национальной культуры и современные компьютерные технологии в анимационном искусстве (на материале кинематографа Ирана и России): дис...к.ис. Москва, 2003. 176 с.
16. Ушинский К.Д. Собрание педагогических сочинений. СПб: Типография А.М.Котомина, 1875. 626 с.
17. Gerbner G., Gross L., Jackson-Beeck M., Jeffries-Fox S., Signorielli N. «Cultural indicators violence profile no. 9» // Journal of Communication. 1978. Vol. 28(3). P. 176–207.
18. Levine A.S. YouTube Creators Find a New Consumer for AI Slop: Babies // Bloomberg. 2025. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2025-12-03/ai-slop-youtube-videos-for-kids-pretend-to-be-educational> (дата обращения: 01.12.2025).
19. McClain C., Sidoti O., Faverio M., Lama S. How Parents Manage Screen Time for Kids // Pew Research Center (report). 2025. P. 7. URL: https://www.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/20/2025/10/PI_2025.10.08_Parents-Kids-Screens_REPORT.pdf (дата обращения: 01.12.2025).

20. Roca T., Roman A.C., Vega J.T., Duarte M., Wang P., White K., Misra A., Ferres J.L. How good are humans at detecting AI-generated images? Learnings from an experiment // arXiv. 2025. URL: <https://arxiv.org/abs/2507.18640> (дата обращения: 01.12.2025).

Контактные данные и дисклеймер:

Жигунов А.Ю.

НИУ ВШЭ, школа философии и культурологии, научный сотрудник, кандидат филологических наук.

E-mail: ayzhigunov@hse.ru

Any opinions or claims contained in this Working Paper do not necessarily reflect the views of HSE.

© Zhigunov, 2026