**ГЕРМЕНЕВТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КУЛЬТУРНОГО КОНТЕКСТА**

**\_\_\_\_мультфильм «Скорая помощь»\_\_\_\_**

название медиатекста

1. **Исторический контекст**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Место действия медиатекста | Формально события происходят в некоем лесу, где живут разные звери. Метафорически имеются в виду преимущественно страны Западной Европы (Англия, Франция, Голландия, ФРГ) |
| 1. Время создания медиатекста | Мультфильм создан на киностудии «Союзмультфильм» в 1949 году. Это первые годы Холодной войны (начавшейся в 1946 году). |
| 1. Какие события происходили во время создания медиатекстов? Как события периода создания влияли на медиатексты? | История, рассказанная в мультфильме, очевидно, представляет собой аллюзию на план Маршалла (начат в 1948 году после провала плана Моргентау), когда в обмен на экономическую помощь со стороны США странам (преимущественно) Западной Европы, последние фактически встраивались в создаваемый антикоммунистический блок – в противовес также создаваемому социалистическому блоку.  Данный период характеризуется, прежде всего, острым идеологическим и экономическим противостоянием двух систем (США и СССР), не доходившем пока до прямых военных столкновений (Корейская война началась в 1950 году). В обоих лагерях, осуществлялась программа массированной пропаганды (направленной и на своих собственных граждан и на население противника). Данный мультфильм является образцом такой пропаганды, созданной советскими людьми для советских же людей. |
| 1. Как знание исторических событий помогает пониманию медиатекстов? | Понимание данного медиатекста просто невозможно без оценки исторического контекста. В отрыве от последнего первый представляет собой просто сказку со странным (невозможным) поведением персонажей. И наоборот, их поступки становятся логичными, если понять, что они отражают поведение основных противоборствующих в тот момент сил. В определённом смысле данный мультфильм – попытка руководства СССР донести до его граждан некие представления о происходящих в мире процессах. Причём интересны как прямые параллели с происходящим в мире, так и моменты, когда подобие нарушается (например, план Маршалла не имел целью последующее массовое ограбление населения Западной Европы). |

**В. Идеологический, политический контекст**

Каким образом медиатексты отражают, укрепляют, внушают или формируют ту или иную идеологию?

Идеология и политический контекст мировоззрения,

изображенного в антизападных советских мультфильмах эпохи «холодной войны»

| Ключевые вопросы | Изображение мира западных персонажей, принадлежащих к правящим кругам или персонажей, находящихся под западным влиянием | Изображение мира простых персонажей |
| --- | --- | --- |
| Какова идеология мира, представленного в  медиатексте? | «Мир чистогана», погоня за прибылью, причём явно указано, что за большой. При этом допустимы и даже желательны прямой обман и насилие | «Простая» жизнь, выживание в существующих условиях |
| Какова степень оптимизма /пессимизма мировоззрения персонажей данного медиатекста? | Уверены в своём праве и ожидают, что всё будет как они хотят | Скорее пессимистичны («Ничего не сделаешь»), ожидание помощи со стороны |
| Какова иерархия ценностей, мировоззрение персонажей данного медиатекста? | Прежде всего, богатство, материальное благополучие, комфорт, власть, сила, решительность, расчёт | Достойное положение в обществе, уважение и самоуважение, взаимопомощь, доверие |
| Что означает иметь успех для персонажей данного медиатекста? Каким образом достигается этот успех? Какое поведение персонажей медиатекста вознаграждается? Насколько оно стереотипно? | У двух групп персонажей разное представление об успехе: для Удава он прежде всего измеряется доходом, однако есть ещё компонент интеллектуального превосходства над окружающими. Волкам прежде всего важна власть, основанная более на насилии, а также вероятно страхе. Обе группы проактивны, настойчивы и в общем достигают своих целей | Семья, минимальный (средний?) уровень достатка, «простая» жизнь. Для успеха не требуется никаких «больших» дел, свершений, он просто сам собой достигается в процессе жизни. Однако, такая стратегия оказывается не очень работоспособной, в конце фильма предлагается более решительная позиция. |

**С. Культурный контекст**

Каким образом медиатекст отражает, укрепляет, внушает или формирует культурные отношения, ценности, мифы

С одной стороны, медиатекст опирается на широко представленный в русской культуре противопоставление зайца и волка (от «В лесу родилась ёлочка» до «Ну, погоди!») как «добрых» и «злых» существ. При этом зритель автоматически ассоциируется с добрым и противопоставляется злому. С другой стороны, активно эксплуатируется не менее распространённый образ «дяди Сэма», бесцеремонного, себе на уме, стремящегося только к собственной выгоде за счёт окружающих. Подобные представления были очень развиты в 1920-30 годы и, значит, вполне понятны зрителям фильма.

Обе этих репрезентации прямо смешиваются, что практически неизбежно приводит к подкреплению образа США и шире – Западного мира – как непримиримого врага простых советских людей, причём врага коварного и жестокого, почти бесчеловечного.

При этом, однако, в медиатексте намеренно не создаётся образ настоящего противника условного «Запада» – Восточного (Советского) блока, то есть противостояние двух мощных сил изображено искаженно. Получается, что противодействие Западу является личным делом простых людей.

**D. Жанровые модификации:**

Медиатекст определённо опирается на хорошо понятные зрителю басенные традиции («Басни Крылова»), однако не использует стихотворную форму (хотя мы знаем, что в те годы она активно применялась именно в мультипликации), при этом усиливая сатирический и даже местами гротескный компонент (в духе Салтыкова-Щедрина). Активно применяются визуальные и аудиальные (музыка и звуки) приёмы.

**F. Базовые драматургические стереотипы медиатекстов:**

1. *Фабула*

*Жизнь обитателей леса идёт в общем по налаженной колее, однако их преследует бедность (причины её появления не ясны). Ситуацией решает воспользоваться Мистер Удав, ему начинают активно помогать волки. Он обманом заманивает зайцев в свои сети, обещая им в будущем большой доход, однако получив желаемое, отказывается от своих обещаний. Звери понимают, что никто другой не будет им помогать, и решают взять свою жизнь в собственные руки.*

1. *Приемы изображения действительности (иконография)- обстановка, предметы быта и т.д.*

*Скромный (местами – бедный) облик и быт простых персонажей («Бедненько, но чистенько») противопоставлен показному богатству Удава, с предметами роскоши (котелок, сигара) и научно-техническим прогрессом (танк-трансформер).*

*Данное изобразительное решение отлично объясняется контекстом эпохи, поскольку в это время экономика Европы и СССР была сильно разрушена в ходе Второй мировой войны, а экономика США наоборот, благодаря войне преодолела Великую Депрессию и бурно развивалась.*

1. *Типология персонажей (их ценности, идеи, этика, одежда, телосложение, лексика, мимика, жесты)*

|  |  |
| --- | --- |
| Возраст персонажей | В общем не определён. Скорее все персонажи – молодые люди, так как заяц, например, собирается жениться. Мистер Удав, возможно, старше, а возможно просто более опытен (как один из персонажей Джека Лондона) |
| Внешний вид, одежда, телосложение персонажей | Внешний вид определяется социальным статусом, заяц демонстративно показан в заплатах, Удав – в дорогой одежде и обстановке. При этом физически отрицательные персонажи отталкивающие, уродливые, а положительные – скорее симпатичные. |
| Уровень образования | Простые персонажи скорее среднего образования, так как умеют читать, но не понимают мотивации Удава. Образование Удава непонятно, он вполне мог окончить какой-то университет, а возможно просто опытен. |
| Социальное положение, профессия персонажей | Профессия персонажей не очень понятна. Это преимущественно обыватели, возможно жители деревни или небольших городов.  Мистер Удав – очевидно, крупный бизнесмен, понимающий, как делаются дела, имеет связи в правительстве и СМИ. |
| Семейное положение персонажей | Не акцентировано. Мы видим, что заяц собирается жениться, однако не может это сделать из-за бедности. |
| Черты характера | Со стороны «западных» персонажей – алчность, самоуверенность, цинизм, жестокость, решительность.  У «простых» персонажей – доверчивость, открытость, непосредственность, но и способность понять свои ошибки и взяться за ум. |
| Ценностные ориентации (идейные, религиозные и др.) персонажей | Религиозные установки не представлены в медиатексте, но на уровне ценностных ориентаций отчётливо показан конфликт капиталистической и социалистической систем. С одной стороны поиск прибыли в любой ситуации с опорой на обман и насилие, с другой – скорее традиционные ценности семьи, взаимопомощи и доверия. |
| Поступки персонажей, его способы разрешения конфликтов | Антагонисты действуют решительно, быстро, чётко, продумано (на несколько шагов вперёд). Основной способ разрешения конфликтов – подавлени, навязывание своей точки зрения.  Протагонисты наоборот действуют импульсивно, ситуативно, в значительной степени реактивно. Фактически единственным способом решения конфликта для них является избегать отношений с противоположной стороной. |

1. *Существенное изменение в фабуле медиатекста и жизни персонажей, возникшая проблема, поиски решения проблемы*

*Отрицательные персонажи, обнаружив подходящий повод, по своей собственной инициативе, активно и целеустремлённо начинают вмешиваться в жизнь «простых» зверей. Их вмешательство быстро приводит к появлению у тех гораздо более серьёзных проблем (одежда с заплатами всё таки лучше, чем никакой вообще). Само выживание положительных персонажей оказывается под угрозой. И хотя они не могут вернуть потери, им следует взять свою жизнь в собственные лапы и больше не попадаться на заманчивые предложения, особенно исходящие с «той» стороны.*

**Вывод (задачи, функции, типичность целевая аудитория медиатекста)**:

Медиатекст решает одну из важных задач идеологического аппарата СССР (как одной из сторон Холодной войны) – внедрения в сознание собственного населения (прежде всего детской аудитории в данном случае) представлений о США и всём западном, капиталистическом блоке как непримиримом, безжалостном, бесчеловечном враге. Внушение подаётся в «безобидной», приятной манере («сказка») для того, чтобы оно закреплялось в психике не подвергаясь отторжению. Используются многие художественные и технические приёмы усиления воздействия.

Интересно, что вопреки распространённому антисоветскому мифу, населению предлагается в качестве успешной модели поведения не беспрекословное подчинение «своему» авторитету, а наоборот – самостоятельное принятие решений и активная жизненная позиция.