

© 1998 г. А.В. Шариков, Ю.Н. Кузнецова

ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ТЕЛЕСЕРИАЛА "ЭЛЕН И РЕБЯТА" МОСКОВСКИМИ ШКОЛЬНИКАМИ

Исследовались аспекты восприятия московскими школьниками 13 и 16 лет популярного французского телесериала "Элен и ребята", прошедшего в России по первому каналу ТВ в 1994-96 гг.; мотивы обращения к ленте, привлекательность персонажей; выделяемые школьниками черты характера героев, степень близости персонажей школьникам, их родителям и сверстникам; структура психосемантического пространства личностных характеристик основных персонажей и др. Частотный и корреляционный анализ позволил выявить ряд особенностей восприятия сериала (напр., ведущий мотив – нормативная регуляция поведения) и взаимосвязи между выбранными параметрами. При обработке репертуарных решеток методом факторного анализа были обнаружены три фактора, интерпретируемые как: 1) социабельность персонажей сериала; 2) активность персонажей и 3) характеристики отрицательного героя.

Ключевые слова: восприятие телесериала, психосемантическое пространство, подростковый возраст, юношеский возраст, идентификация, факторный анализ, факторы "Социабельность", "Активность персонажа", "Характеристики отрицательного героя" (ХОГ).

Исследование восприятия любого произведения искусства – высокого или "низкого" – всегда проникновение в сферу уникально-изменчивого. Найти универсальную формулу, позволяющую предсказать во всех деталях, как будет восприниматься, скажем, тот или иной фильм или телепередача, оказалось невозможным. Тем не менее, исследователи пытаются через изучение художественного восприятия в его единичном проявлении постичь это явление и в качестве особенного, и в качестве общего. Данная проблема всякий раз встает с новой остротой, когда мы сталкиваемся с феноменом сверхпопулярности.

Именно необыкновенный интерес в подростковой и юношеской среде к французскому телесериалу "Элен и ребята" (в дальнейшем, сокращенно "Элен"), транслировавшемуся в России по первому каналу ТВ в 1994-96 гг., заставил нас в очередной раз попытаться исследовать "секреты популярности" телепрограмм. В самом деле, "Элен" собирала рекордную аудиторию. По данным социологической службы "Russian Research", опрашивавшей ежедневно в 1995-96 гг. около 500 юных зрителей-горожан в возрасте 11-17 лет в европейской части страны, в момент выхода сериала в эфир в среднем более трети представителей этой возрастной группы находились у телеэкрана. Эти показатели не только больше, чем у любого другого сериала, но и любой другой телепередачи для данной аудитории.

Более точно возрастные границы наибольшего интереса школьников к "Элен" (12-16 лет) удалось установить по результатам анкетного опроса, проведенного в июне 1995 г. отделом социологических исследований Всероссийской государственной телерадиокомпании (телеканал "Россия") среди 2026 школьников в 20 городах

Российской Федерации. Обнаруженный в опросе скачок популярности молодежного сериала на границе 11–12 лет хорошо согласуется с данными, полученными ранее [1, 16]. Ни в какой другой возрастной группе не наблюдалось столь сильной тяги к просмотру этой ленты. В том же опросе определялись и наиболее популярные герои кинофильмов, видеофильмов и телесериалов. Самой любимой героиней оказалась Элен, а кроме нее в десятке наиболее популярных находим еще двух персонажей ленты: Джоану и Кристиана. На менее значимом уровне упоминаются также почти все основные действующие лица сериала. Сказанное свидетельствует о том, что речь идет о неординарном явлении, способном в значительной мере влиять на чувства и мысли юных зрителей, их поведение и отношение к окружающему миру.

Столь значимый факт социокультурной жизни в подростково-юношеской среде ставит целый ряд вопросов, среди которых мы выделили следующие: 1. Каковы ведущие мотивы обращения юных зрителей к сериалу? 2. Чем привлекательны для ребят те или иные персонажи? На какие личностные характеристики этих персонажей нацелено восприятие "Элен" в рассматриваемой возрастной группе? Кого из них ребята считают схожими по характеру с самими собой, своими родителями и сверстниками? 3. Каковы основные "оси" условного пространства характеристик персонажей в восприятии школьников?

Эти три блока вопросов соответствуют трем неразрывно связанным социально-психологическим аспектам. Первый из них – *целевой*, затрагивающий мотивационно-потребностную сферу человека. В исследовании он играл вспомогательную роль и объективировался лишь через изучение мотивов обращения школьников к сериалу.

Второй аспект мы обозначаем как *инструментальный*, рассматривающий способы достижения вышеупомянутых целей, – напомним хрестоматийное утверждение о том, что категории цели и средства являются неразрывной диалектической парой. В данном случае средством для достижения цели (удовлетворения потребностей) телесмотрения с позиций зрителя является механизм "вхождения" в условное микросоциальное пространство фильма. В его основе лежит явление идентификации зрителя с персонажем, построенной на комплексе эмоционально-оценочных действий, в частности, на выявлении привлекательности персонажей, их личностных характеристик, на установлении степени близости/удаленности зрительского "Я" с тем или иным героем фильма, передачи.

Не менее важным представляется и соотнесение персонажей со значимыми другими из ближайшего социального окружения зрителя. Это позволяет человеку выстроить сложную и устойчивую структуру отношений реального и вымышленного.

Наконец, третий, *результативный* аспект символизирует итог погружения в условное микросоциальное пространство фильма. Оказавшись через ряд идентификационных эмоционально-оценочных актов как бы среди персонажей, зритель вырабатывает для себя психосемантические направления, оси, относительно которых происходит оценка героев ленты и событийности в целом внутри произведения.

В исследовании мы не затрагивали чисто эстетические категории. Дело в том, что авторы практических всех критических статей об "Элен" как во Франции, так и в России были единодушны во мнении, что сериал не несет в себе высоких эстетических ценностей, вызывая тем не менее сильнейший социальный резонанс [5, 8, 19]. В то же время, при оценке позитивных сторон почти все критики отмечали, что сериал содержит огромный педагогический потенциал, являясь чем-то вроде учебника по "технологии первого романа" [8, 13, 17]. Мы же в данной работе решили не акцентировать внимание на аспекте взаимоотношений между полами, а сосредоточиться на проблеме восприятия школьниками "Элен" в контексте взаимоотношений между поколениями и соотнесения зрительского "Я" с поколением его сверстников.

Итак, *объектом исследования* стало восприятие московскими школьниками 13 и 16 лет телесериала "Элен и ребята". *Предмет исследования* представлял собой совокупность трех аспектов восприятия "Элен": *целевого* (мотивы обращения к

сериалу), инструментального (привлекательность персонажей, выделяемые черты их характеров, близость персонажей самим юным зрителям, родителям и сверстникам испытуемых) и резульмативного, затрагивающего в рассматриваемом контексте психосемантическое пространство личностных характеристик персонажей сериала.

Цель работы – определить перечисленные элементы в структуре восприятия сериала и связи между ними в выборке московских школьников 13 и 16 лет.

Задачи исследования:

1) в указанных возрастных группах определить основные мотивы обращения к сериалу;

2) выявить наиболее значимых для школьников персонажей сериала, модус отношения к ним и личностные характеристики, приписываемые этим персонажам; степень близости/удаленности персонажей самим испытуемым, их родителям и сверстникам.

3) на основе полученных данных провести процедуры статистического анализа для определения структуры искомого психосемантического пространства и дать интерпретацию результатам.

МЕТОДИКА

Для реализации поставленных цели и задач использовалось сочетание методов. Среди них центральный – метод репертуарных решеток [14], который, как показывает целый ряд работ, очень удобен для исследования структуры восприятия художественных произведений и других медиатекстов¹ [9–12]. При обработке данных использовались методы статистического анализа – частотный, корреляционный, факторный.

Эксперимент осуществлялся в два этапа. На первом (апрель 1996 г.) был проведен пилотажный опрос 29 московских старшеклассников. Специально разработанная анкета позволила выявить ведущие мотивы обращения ребят к сериалу, наиболее значимых действующих лиц сериала, личностные характеристики, приписываемые тем или иным персонажам, и др. Мотивационная направленность выявлялась прямым закрытым вопросом: "Почему Вы смотрите этот сериал?" Респондентам на выбор предлагались варианты ответов, которые соответствовали мотивам обращения школьников к ТВ, выявленным ранее [6, 18, 20]. Среди них "классические" мотивы телесмотрения, такие, как когнитивный, рекреативный, эстетический, а также мотив нормативной регуляции поведения, аксиологический, прогностический и другие мотивы.

Значимые действующие лица ленты определялись с помощью открытых вопросов: а) "Какие герои (героини) сериала вызывают у Вас симпатию?" и б) "Кто из героев (героинь) Вам неприятен?" Далее респондентов просили описать для отмеченных персонажей: а) наиболее характерные манеры поведения, поступки и б) основные черты характера. На этой основе в дальнейшем была сформирована матрица для второго этапа – репертуарная решетка, где элементами выступали названные школьниками персонажи, а конструктами – личностные характеристики этих персонажей.

Также с помощью открытого вопроса опрошенным предлагалось определить степень психологической близости/удаленности персонажей относительно реального микросоциального окружения испытуемых: "Назовите героев (героинь) сериала, которые более всего похожи по характеру: а) на Вас самих; б) на Ваших родителей или других значимых для Вас взрослых людей; в) на Ваших сверстников". Кроме того, испытуемых просили кратко описать наиболее ярко запомнившуюся сцену из сериала.

На втором этапе (октябрь 1996 г.) 150 школьникам 13 и 16 лет была предложена анкета, куда частично вошли вопросы, отработанные на первом этапе, а также сформированная матрица для заполнения. Квотная выборка презентировала половозрастную структуру

¹ Под медиатекстом мы понимаем здесь любое массовокоммуникационное послание, сообщение – например, передачи ТВ или радио, газетные или журнальные материалы, литературные опусы, кинофильмы, мультфильмы и т.п. – А.Ш. и Ю.К.

аудитории "Элен" по данным измерения аудитории, проведенного социологической службой "Russian Research" в первом полугодии 1996 г. в Москве: обе возрастные группы были представлены поровну, в каждой из них 40% испытуемых составляли мальчики, 60% – девочки. Отбирались лишь те ребята, которые хотя бы изредка смотрели "Элен".

Отличие анкеты второго этапа по сравнению с первоначальной состояло также и в том, что открытые вопросы были в основном переведены в закрытые. Например, вопрос о близости/удаленности персонажей себе, родителям и сверстникам был представлен в виде таблицы, где надо было выбрать лишь один ответ для каждого из 19 персонажей, отобранных по результатам первого этапа. Прямой вопрос о симпатии был дополнен еще одним: "Отметьте Ваше отношение к каждому герою сериала". Испытуемые должны были выразить свое отношение с помощью семантической шкалы со значениями от +2 (персонаж очень нравится) до -2 (совсем не нравится). Часть вопросов, использованных на первом этапе, была исключена.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

1. Ведущие мотивы обращения к сериалу. Значимость персонажей. Их личностные характеристики. Близость персонажей самим школьникам, родителям и сверстникам. Уже на первом этапе исследования² подтвердились наблюдения телевизионных критиков о том, что эстетическая функция "Элен" выражена слабо. Эстетический мотив оказался менее значимым, чем другие. Наиболее же значимы были мотив нормативной регуляции поведения ("мне интересно видеть, как ведут себя герои сериала в различных ситуациях, как общаются между собой") и рекреационный ("смотрю, чтобы отдохнуть, развлечься"). Результаты второго этапа подтвердили эту тенденцию.

Ведущие мотивы в данном контексте можно интерпретировать как основную цель обращения к сериалу. И оказалось, что юные зрители обращаются к ленте, в основном, чтобы, отдохнув, наблюдать за поведением и общением персонажей. На кого же из них было нацелено внимание испытуемых?

По результатам первого анкетирования был составлен список из 19 персонажей, куда вошли как "симпатичные", так и те, кто не нравится: Элен, Николя, Лали, Жозе, Бене, Себ, Джоана, Кристиан, Линда, Мануэла, Синтия, Джимми, Оливье, Кристофф, Натали, Кати, Такси, Бруно, Фабриций. Среди них лишь Натали вызывала почти однозначно отрицательное отношение к себе, в то время как отношение школьников к остальным в целом было либо положительным, либо положительно-нейтральным. Список привлекательных персонажей оказался довольно симметричным: в него вошли 10 женских и 9 мужских действующих лиц, указанных выше. Общее число личностных характеристик, присваиваемых этим персонажам, после исключения бесспорных синонимов и артефактов составило 49. В этом наборе преобладали позитивные качества – доброта, честность, уравновешенность, здравый ум и др. Несколько меньшим числом были представлены отрицательные характеристики: эгоизм, злость, лживость, вспыльчивость и др. Следовательно, определенная симметрия выбора просматривается и здесь: уравновешенность позитивных и негативных качеств. Хотя часть из них носила менее определенный характер (например, хитрость, любопытство, раскрепощенность) – в зависимости от обстоятельств они могли принимать как положительный, так и отрицательный модус отношения.

Попытка выявить наиболее запомнившиеся эпизоды в сериале к успеху не привела. Почти все респонденты ответили, что не могут вспомнить какой-либо яркой сцены. На наш взгляд, это свидетельствует о том, что восприятие юных зрителей в этой ленте направлено не на фабульно-сюжетное построение, а на особенности характера персонажей и их взаимоотношения.

Повторное анкетирование позволило более выпукло проследить отношение

² О результатах первого этапа см. также [4]. – А.Ш. и Ю.К.

респондентов к персонажам. Тенденция, выявленная на первом этапе, подтвердилась: лишь Натали неизменно получала преимущественно отрицательные оценки. Второй этап совпал с завершением сериала. За полгода несколько изменился состав действующих лиц. Например, главная героиня уехала в Австралию к бабушке, изменив своему партнеру Николя, и практически перестала появляться на экране. Видимо, этим объясняется тот факт, что позитивный модус отношения к Элен несколько снизился – по оценкам шкалы "нравится/не нравится" она оказалась уже далеко не на первом месте. Кстати, эффект снижения популярности Элен после ее изменения был также зафиксирован и французскими исследователями [19]. Отсюда напрашивается вывод о том, что восприятие такого развернутого во времени медиатекста, как телесериал, очень динамично.

Ответы на вопрос о близости персонажей себе, родителям и сверстникам выявили следующее. Чаще всего респонденты устанавливали близость персонажей своим сверстникам, друзьям – 60,8% всех ответов на этот вопрос. Почти втрое реже выявлялась близость с родителями – 22,1%. И лишь в 17,1% случаев ребята соотносили именно себя с тем или иным персонажем. Значит, лишь 17% персонажей (т.е. те 3–4 из списка, что в среднем выбирали испытуемые) могут бесспорно рассматриваться как легко идентифицируемые со зрителем с позиций самих школьников. Чаще всего выбирали Лали, Бене, Жозе и Себа. Хотя, заметим, на том или ином уровне каждый из персонажей оказался близким испытуемым, даже вроде бы неподходящая для этой цели отрицательная героиня Натали.

С родителями, если следовать той же логике, бесспорно связано также небольшое число персонажей. Это Элен, Николя, Линда и Джимми. Сверстникам же наиболее близки Натали, Кристиан, Синтия и уже упоминавшийся Жозе.

Между значениями четырех выделенных переменных (шкалированное "отношение к персонажу", "близость персонажа себе", "близость персонажа родителям", "близость персонажа сверстникам") был проведен интеркорреляционный анализ. Сильная связь отмечена между переменными "отношение к персонажу" и "близость персонажа себе" ($r = 0,83$). В обеих возрастных группах она ярче выражена у девочек, чем у мальчиков. Слабая обратная связь зафиксирована, с одной стороны, между "близостью персонажа родителям" и "близостью его сверстникам" ($r = -0,31$); с возрастом эта оппозиция заметно усиливается и становится значимой ($r < -0,5$ как для мальчиков, так и для девочек 16 лет). С другой стороны, наблюдается слабая обратная связь между "близостью персонажа сверстникам" и "отношением к персонажу" ($r = -0,30$), сильнее всего выраженная у 16-летних девочек. Таким образом, в сознании испытуемых существует связка "персонаж мне нравится – он близок мне" и двойное противопоставление: с одной стороны, как бы двух ролевых "поколений" – персонажей, близких сверстникам, и персонажей – "взрослых", а с другой, – отношения к персонажу и его близостью сверстникам. В обеих подвыборках мальчиков значимой также оказалась отрицательная связь между параметрами "близость персонажа себе" и "близость персонажа сверстникам".

Частотный анализ значений "параметров близости" в половозрастных группах приводит к следующим результатам. Близкими себе испытуемые чаще всего называли персонажей своего пола: для мальчиков – Жозе, Себ, Джимми, Оливье, Кристиан, Кристоф; для девочек – Лали, Бене, Джоана, Мануэла, Линда, Синтия. Наиболее близкими родителям ребята чаще называли персонажей противоположного пола: мальчики – Элен, девочки – Николя. Близость сверстникам (как и в случае близости родителям) связывалась, в основном, с персонажами другого пола. Мальчики 13 лет считают наиболее близкими сверстникам Лали, Линду, Синтию; мальчики 16 лет – Мануэлу, Натали, Джоану; девочки 13 лет – Жозе, Себа, Кристиана; девочки 16 лет – Кристиана, Жозе, Оливье. Правда, в девичьих подвыборках обеих возрастных групп в этот же список попадает и "злыдня" Натали. Отсюда напрашивается вывод: близость персонажа сверстникам вызвана чаще всего либо "притяжением", интересом к противоположному полу, либо "отталкиванием",

отторжением отрицательного героя. В первом случае, видимо, испытуемые идентифицируют персонажи со своими собственными "симпатиями" (влюблёнными), во втором – с "врагами" или "соперниками" из круга сверстников.

Сопоставление параметра "отношение к персонажу" в половозрастных подвыборках приводит к следующим выводам. Тринадцатилетние в целом дают более высокие положительные оценки и почти не присваивают персонажам оценки отрицательные. На этом фоне старшие выглядят намного критичнее.

И еще одно наблюдение. Разброс значений каждого параметра в юношеской группе сильнее. Отсюда следует, что 16-летние в целом избирательнее оценивают действующих лиц ленты.

2. Психосемантическое пространство личностных характеристик персонажей сериала. Матрица частот упоминаний "характеристики – персонажи" была подвергнута процедуре факторного анализа методом главных компонент. Процедура была проведена многократно, в более чем десяти подвыборках, прежде всего для выявления устойчивости полученных результатов. Во всех случаях выделилось три значимых фактора. Их состав был идентичен, на что указывают высокие значения коэффициентов корреляции Пирсона, полученные на множестве из 49 факторных нагрузок – конструктов матрицы. Три фактора по всей выборке составили в сумме 87,6% общей дисперсии. Первый из них биполярный (49,5%), второй и третий – униполярные (соответственно, 33,3 и 4,8%).

Фактор F1 содержит на одном (математически положительном) полюсе личностные качества, которые можно оценить двояко. С одной стороны, это те черты характера, которые проявляют люди неуживчивые, склонные к конфликту, вносящие разлад в нормальное состояние микросоциума: несерьезность, неумение слушать других, бесшабашность, ветреность, взбалмошность, непостоянство, непредсказуемость, нетерпимость, своенравие, вспыльчивость и т.п. В этом смысле эти характеристики можно было бы назвать "недружественными", "социально нежелательными". С другой стороны, часто такие черты присущи избалованным, капризным детям. Противоположный же полюс образован качествами, которые каждый из нормальных людей хотел бы видеть в своем ближайшем социальном окружении: скромность, уравновешенность, терпеливость, тактичность, умение выслушать и т.п. Их можно охарактеризовать как "дружественные", "социально одобляемые". Мы назвали их *социабельными* (от лат. *sociabilis* – общительный, дружелюбный, уживчивый).

Таким образом, фактор **F1** достаточно выпукло выражает качество *социабельности – способности к нормальному конструктивному бесконфликтному межличностному взаимодействию с окружающими людьми*. Данный фактор оказался нагруженным на социабельном полюсе такими персонажами, как Элен, Николя, Бене, Линда, Себ. На антисоциабельном полюсе оказались "дети" – Лали, Жозе, Натали, Джоана, Кристиан. В предлагавшейся вниманию испытуемых матрице была также предусмотрена позиция "Я сам(а)". Она расположилась где-то в середине между полюсами, несколько ближе к социабельным персонажам. В дальнейшем, упоминая фактор "Социабельность", мы будем считать, что значения его факторных нагрузок взяты со знаком "-" по отношению к фактору **F1**.

Через нагруженность полюсов этого фактора угадывается связь между социабельностью персонажей и близостью их характера родителям. Мы убедились в этом, рассчитав коэффициент корреляции Пирсона между значениями координат персонажей по фактору "Социабельность" и параметра "близость родителям". Коэффициент оказался равным $r = 0,70$. Следовательно, социабельные характеристики испытуемые приписывают намного чаще персонажам-*"взрослым"*, чем персонажам-*"детям"*. Сказанное иллюстрирует рис. 1. Эта тенденция сильнее выражена у девочек в обеих возрастных группах.

Также обнаружена слабая обратная связь между фактором "Социабельность" и, с одной стороны, близостью персонажей сверстникам ($r = -0,48$), а с другой – бли-



Рис. 1. Двумерное пространство переменных: фактора "Социабельность" и параметра "близость персонажа родителям, другим значимым взрослым". Четко просматривается привязка персонажей, близких родителям (Элен, Николя, Линда, Джимми, Себ), к понятию "социабельность" (правая часть пространства), а персонажей – "детей" (Лали, Жозе, Натали, Кристиан, Джоана) к понятию "антисоциабельность" (левая часть пространства)

зостью персонажа самим испытуемым ($r = -0,28$). Эти связи также сильнее проявляются в девичьих подвыборках. Первая из них усиливается с возрастом.

Фактор F2, на наш взгляд, выражает свойство *активности персонажа*. В самом деле, он преимущественно сформирован на основе таких качеств, как общительность, решительность, твердость, веселость, находчивость, остроумие, а также доброта и любовь к ближнему. Основная факторная нагрузка F2 приходится на следующих персонажей: Лали, Элен, Жозе, Николя, Бене, Линда, Себ. На противоположном конце шкалы мы находим сравнительно "пассивных" Бруно и Фабриция, Кати и Такси, появившихся на короткий период, и которых испытуемые помнили хуже. Этот факт можно трактовать как выражение слабой сценической активности данных действующих лиц. Сами школьники располагают себя по этому фактору в группе "активных" персонажей – между Жозе и Николя, что можно интерпретировать как активную "включенность" зрителя в действие. Заметим также, что этот фактор вбирает в себя многочисленные черты характера классического положительного героя, хотя и не сводится к ним.

Так же как и в предыдущем случае, активные характеристики математически выражались факторными нагрузками со знаком "-". Поэтому при интерпретации мы будем считать фактор **"Активность персонажа"** противоположным по знаку фактору F2.

Расчет коэффициентов корреляции Пирсона между значениями координат действующих лиц по фактору "Активность персонажа" и значениями параметров близости обнаружил сравнительно сильную связь с "близостью себе" ($r = 0,55$). Эта связь ярче выражена у девочек в обеих возрастных группах. Довольно значима связь этого фактора также с переменными "близость персонажа родителям" ($r = 0,50$) и "отношение к персонажу" ($r = 0,46$). Вторая из них носит ярко выраженный фемининный характер. Расположение действующих лиц в пространстве факторов "Социабельность" и "Активность персонажа" приведено на рис. 2.

Слабый монополярный фактор F3 выделяет группу резко негативных качеств: предательство, лживость, коварство, злость, зависть. Это набор, традиционно присущий отрицательным героям, и потому было решено назвать его "*Характеристики отрицательного героя*" или "*XOG*". По данному фактору ярко выделяется лишь один



Рис. 2. Пространство факторов "Социабельность" и "Активность персонажа". Положительные значения по оси абсцисс соответствуют социабельным персонажам, отрицательные – антисоциабельным. По оси ординат в положительной части расположены активные персонажи, в отрицательной – пассивные. Обращает на себя внимание позиция "Я" – равноудаленная как от социабельных персонажей – "взрослых", так и от антисоциабельных персонажей – "детей", но в зоне наиболее активных действующих лиц

персонаж – Натали. По сути дела, лишь ей можно приписать данную роль и весь набор негативных характеристик. Все остальные действующие лица и позиция "Я сам(а)" образуют довольно "кучную", труднодифференцируемую группу. Структура факторов "Социабельность", "Активность персонажа" и "ХОГ" приведена в таблице.

Расчет коэффициентов корреляции Пирсона между значениями факторных нагрузок F3 и ранее рассмотренных переменных позволил зафиксировать, с одной стороны, сильную обратную связь с параметром "отношение к персонажу" ($r = -0,60$), более ярко выраженную в юношеской группе. С другой стороны, обнаружилась связь с двумя "переменными близости": слабая прямая с "близостью персонажа сверстникам" ($r = 0,39$) и слабая обратная с "близостью персонажа себе" ($r = -0,38$). И та и другая связи сильнее проявляются в девичьих подвыборках, первая из них усиливается с возрастом. Выделившиеся связи можно интерпретировать фразами: "мне не нравятся персонажи-злодеи", "отрицательные персонажи скорее ближе по характеру моим сверстникам, чем мне и моим родителям", "я ближе к положительным героям".

Факторный анализ был также применен для каждой половозрастной подвыборки. В трех из четырех случаев выделились те же три фактора и лишь среди мальчиков 16 лет обнаружился еще один очень слабый, незначимый фактор весом 2,2% от общей дисперсии, который, на наш взгляд, не заслуживает рассмотрения. Подсчет коэффициентов корреляции между матрицами значений факторных нагрузок по трем факторам на всем множестве характеристик (размер 49×3) во всех подвыборках приводит к следующим результатам. Все связи очень сильны – коэффициенты Пирсона колеблются в пределах от 0,78 до 0,97. Следовательно, можно уверенно утверждать, что в сознании школьников всех четырех половозрастных групп структура восприятия личностных характеристик персонажей более или менее однородна. В то же время согласованность по разным факторам различна. Наиболее согласован фактор "Социабельность" (все коэффициенты интеркорреляции превышают 0,94). Он задает генеральную универсальную ось восприятия сериала. Фактор "Активность персонажа" менее согласован. Различие проявляется прежде всего в разных возрастных группах. И если в сознании 13-летних он связывается сильнее с такими личностными чертами, как веселость, находчивость, остроумие, решительность, то

Факторные нагрузки факторов "Социабельность персонажа", "Активность персонажа" и "ХОГ" по всей выборке (150 чел.)

Фактор "Социабельность"	49,5%	Фактор "Активность персонажа"	33,3%
Сдержанность	0,7908	Общительность	0,93466
Скромность	0,78689	Решительность	0,92051
Уравновешенность	0,78488	Твердость	0,90477
Спокойствие	0,78415	Веселость	0,86133
Терпеливость	0,7801	Находчивость	0,85591
Тактичность	0,75207	Доброта	0,8403
Здравый ум	0,75075	Любовь к ближнему	0,8394
Уважает взгляды других	0,72556	Остроумие	0,8163
Умеет выслушать	0,71323	Чрезмерная чувствительность	0,80524
Честность	0,70687	Отстаивает свое мнение	0,7878
Справедливость	0,70478	Отзывчивость	0,76539
Преданность	0,68917	Искренность	0,69191
Устойчивые взгляды на жизнь	0,6867	Верность	0,67211
Верность	0,65004	Плынет по течению	0,66034
Искренность	0,63069	Преданность	0,63963
Отзывчивость	0,55238	Устойчивые взгляды на жизнь	0,635
Плынет по течению	-0,505712	Справедливость	0,63024
Легко предает	-0,637166	Честность	0,62954
Лживость	-0,734446	Умеет выслушать	0,60759
Злость	-0,758042	Уважает взгляды других	0,6026
Непосредственность	-0,761637	Тактичность	0,56832
Зависть	-0,779782	Здравый ум	0,56671
Эмоциональная жестикуляция	-0,780606	Терпеливость	0,53555
Коварство	-0,795464	Спокойствие	0,51037
Любопытство	-0,799534	Скромность	0,50558
Ворчливость	-0,809006	Сдержанность	0,50209
Раскрепощенность	-0,818221	Уравновешенность	0,50019
Вспыльчивость	-0,81845	Фактор "ХОГ" ("Характеристики отрицательного героя")	4,8%
Эгоизм	-0,827079	Легко предает	0,658979
Своенравие	-0,847753	Лживость	0,566516
Нетерпимость	-0,849086	Коварство	0,462741
Хитрость	-0,85676	Злость	0,441375
Непредсказуемость	-0,85796	Зависть	0,431214
Непостоянство	-0,872202	Плынет по течению	0,419
Взбалмошность	-0,873265		
Ветреность	-0,875398		
Бесшабашность	-0,875675		
Не умеет слушать	-0,883287		
Несерьезность	-0,899189		

Примечание. Для факторов "Социабельность" и "Активность персонажа" приведены значения тех факторных нагрузок, для которых $r > 0,5$ для всей выборки. В случае фактора "ХОГ" указаны также те факторные нагрузки, для которых $r > 0,5$ хотя бы в одной половозрастной группе.

среди 16-летних – с такими качествами, как любовь к ближнему, доброта, умение отстоять свое мнение. Однако связь между значениями факторных нагрузок на множество из 49 личностных характеристик достаточно велика: $r = 0,79$. На этом фоне факторные структуры в подвыборках мальчиков и девочек в целом выглядят гораздо более согласованными: $r = 0,94$.

Сходная тенденция наблюдается и для фактора "ХОГ". Различий по признаку пола практически нет ($r = 0,96$). Связь между значениями 49-ти факторных нагрузок в двух возрастных группах – сильная прямая ($r = 0,88$). А это значит, что 13-летние и 16-летние воспринимают отрицательных героев лишь с небольшими различиями. Если подростки "резонируют" фактически на одно негативное качество – предательство, то в юношеском возрасте герои-злодеи воспринимаются объемнее, и юные зрители выделяют на значимом уровне другие черты, кроме предательства: коварство, лживость, злость, зависть.

Итак, по результатам данного исследования складывается следующая картина. Телесериал "Элен и ребята", не имеющий высоких художественных достоинств, необыкновенно популярен среди российских зрителей подросткового и юношеского возраста. Основная цель обращения к нему юных – отыгхая, развлекаясь, "увидеть, как ведут себя герои сериала в различных ситуациях, как общаются между собой", – лежит вне эстетической плоскости и отражает обостренную потребность ребят в освоении поведенческих норм. Отсюда акцент в их восприятии: привлекательны не столько фабульно-сюжетная линия ленты, игра актеров или постановочные изыски, сколько просто "характеры", действующие лица, точнее, активно действующие лица, их поведение, образцы общения, демонстрируемые ими.

Цель эта достигается через комплекс идентификационных эмоционально-оценочных действий. Мы обнаруживаем признаки того, что идентификация происходит не только по оси "сам зритель – герой". Идентификационное поле шире. Оно включает в себя многочисленные сопоставления характеров реальных людей, окружающих зрителя, с характерами действующих лиц сериала. Собственно идентификация зрителя с персонажем занимает сравнительно небольшую часть этого поля. Если в первом приближении принять за меру такой идентификации акт определения близости персонажа себе, то в нашем исследовании ее вероятность составила всего лишь 17% (от 14% до 20% в четырех половозрастных группах). Вероятность же остальных идентификационных актов (соотнесение зрителя персонажей сериала с другими людьми) намного больше – 83%. Этот факт заслуживает особого внимания для дальнейшего развития представлений об идентификации в массовокоммуникационных процессах. Но пока мы ограничимся лишь его фиксацией.

Критические статьи об "Элен и ребятах" были переполнены наблюдениями о взаимоотношениях между полами, но никто не обратил внимание на то, что в сериале мастерски разыграна и другая карта – классическая проблема "отцов и детей", хотя казалось бы среди основных героев мы не находим ни одного представителя более старшего поколения. Идентификация зрителями персонажей с другими реальными людьми идет здесь по двум основным направлениям, которые можно обозначить как *интергенеративное* (между поколениями) и *интрагенеративное* (внутри своего поколения): с персонажами, принадлежащими как бы поколению зрителей, идентифицируются, с одной стороны, близкие взрослые, в первую очередь, родители, а с другой, – сверстники. Этот факт и был достаточно надежно установлен в нашем исследовании. В самом деле, главный выделившийся фактор "Социабельность" сильнейшим образом связан именно с противопоставлением персонажей "взрослых" и персонажей "детей".

Ряд полученных нами данных согласуется с представлениями теорий, построенных в психоаналитических традициях, прежде всего, собственно фрейдовского психоанализа и трансакционного анализа Э. Берна. Такое соотнесение представляется правомерным, поскольку именно в рамках психоанализа возникло ключевое для нас понятие "идентификация" (см. напр., [15]), хотя мы и используем его в ином

контексте, чем З. Фрейд. Ограничимся здесь лишь предельно кратким рассмотрением двух фактов.

Факт 1. В перекрестной половой симметрии выборов персонажей, близких родителям, угадываются следы "эдипова комплекса". Идентифицируя какого-либо героя противоположного пола со своим родителем, юный зритель, видимо, начинает, в терминах Фрейда, относиться к персонажу как "объекту опорного типа", перенося на этот объект скрытое, бессознательное сексуальное влечение. В "Элен и ребятах" мальчики-зрители искали как бы материнскую опору в Элен, девочки – в Николя. Правда, объект здесь мнимый, заэкранный, и прямое межличностное взаимодействие с ним исключено. Однако он играет важнейшую роль репера в общей картине восприятия сериала.

Факт 2. В расположении персонажей "Элен" и позиция "Я сам(а)" по оси фактора "Социабельность" просматривается аналогия с концептуальной триадой, лежащей в основе трансакционного анализа Э. Берна [2]. По Берну, в структуре "Я" каждого человека постоянно присутствуют три эго-компоненты: нормативный "Родитель" (функция "надо"); капризный "Ребенок" (функция "хочу"); рациональный "Взрослый" (уравновешивающий "хочу" и "надо"). Вдоль оси выявленного нами фактора "Социабельность" располагаются, с одной ее стороны, нормативные персонажи – "взрослые", близкие родителям испытуемых; на противоположной стороне – антисоциабельные, "капризные" персонажи – "дети", близкие сверстникам; в средней части – позиция "Я сам(а)", как бы уравновешивающая их (см. рис. 2). Складывается впечатление, что берновские эго-компоненты и конструируют главную ось восприятия сериала испытуемыми.

Эти два факта позволяют выдвинуть гипотезу о том, что "вхождение" юного зрителя в художественное пространство "Элен и ребят" (а может быть и в случае других, сходных по структуре медиатекстов) реализуется, по меньшей мере, в два этапа: 1) на первом происходит "реперная" идентификация, позволяющая выстроить в сознании фактор "Социабельность" и соотнести эго-компоненты "Родитель" и "Ребенок" с конкретными персонажами; эта идентификация осуществляется на основе переноса сексуального влечения (осознаваемого или бессознательного) с реальных "объектов опорного типа" на персонажи; 2) когда первый этап завершен и ось "Социабельность" выстроена, относительно нее определяется позиция "Я сам(а)", уравновешивающая восприятие по оси главного фактора и обеспечивающая зрителю дислокацию как бы "внутриэкранного наблюдателя".

Проверить эту гипотезу на "Элен" мы уже не сможем, однако оставляем возможность ее проверки в других сходных ситуациях. Интрагенеративная идентификация у юных зрителей окрашена негативизмом, конфликтностью, отчуждением, если угодно, отторжением своего "Я" от сверстников. В самом деле, мы установили, что в сознании испытуемых:

- отрицательные герои чаще связаны именно со сверстниками;
- персонажам, близким сверстникам, чаще выставляются низкие оценки по шкале отношения;
- эти персонажи чаще всего антисоциабельны;
- они отгорожены "барьером" отрицательной корреляции как от героев, близких себе, так и от персонажей – "взрослых".

Общая формула отношения к ним испытуемых примерно такова: они плохие, с ними трудно ужиться, они психологически далеки и от меня и от моих родителей. И эта тенденция усиливается с возрастом. Причины такого отношения мы видим не столько в особенностях поэтики сериала, сколько в особенностях подросткового и юношеского возраста. В подростковом возрасте происходит осознание причастности себя к обществу, прежде всего, к своему поколению. Диалектически такой процесс предполагает противопоставление генерации сверстников поколению родителей. Наблюданная нами обратная связь между близостью персонажей родителям и их близостью сверстникам испытуемых, видимо, и отражает эту общую тенденцию.

Параллельно развивается и процесс личностного самоопределения, частным проявлением которого является выделение себя среди своих сверстников. Его зачатки просматриваются уже в 13 лет, однако наиболее ярко он начинает проявлять себя в 15 лет – возраст, который принято считать началом юношеского периода в жизни человека. И.С. Кон называет этот возраст моментом "открытия Я" [3]. Но осознание самого себя возможно лишь через отрицание, осознание "не-Я", т.е. противопоставление себя другим, прежде всего своим ровесникам. А значит, открытие "Я" может произойти только одним путем – через "растождествоение" себя и себе подобных, установление дистанции между собой и ими.

Дистанцирование от сверстников своего "Я" предполагает дистанцирование от них и родительской позиции. Мы же имеем дело с проекцией этих процессов на пространство персонажей сериала. Этим и объясняется усиление с возрастом двойного противопоставления действующих лиц, близких сверстникам: с одной стороны, персонажам – "взрослым"; с другой, – героям, близким самим испытуемым. Наши данные позволяют предположить, что механизм отчуждения связан, в частности, с расширением в сознании юношей и девушек семантического наполнения фактора "Характеристики отрицательного героя" (хотя, очевидно, и не сводятся только к нему). А если так, то одна из линий "открытия Я" связана, образно выражаясь, с познанием зла в других. И моделирование этого процесса через постановочные сюжеты в средствах массовой коммуникации играет чрезвычайно важную роль в общем процессе социализации. Экран поставляет "концентраты" добра и зла, не столь очевидные в обыденной жизни, "растворенные" в ней.

"Растождествоение" себя и себе подобных происходит и через более яркое осознание половой принадлежности. Противопоставление себя сверстникам, "отталкивание" происходит, прежде всего, относительно однополых сверстников ("врагов", "соперников" или "соперниц"). В то же время усиливается притяжение к противоположному полу. В нашем эксперименте эта тенденция проявилась особенно ярко в различии ответов мальчиков и девочек по всей группе "параметров близости" для персонажей разного пола.

В целом факторная структура психосемантического пространства личностных характеристик персонажей сериала оказалась удивительно устойчивой, инвариантной для изучаемых четырех половозрастных групп. Мы обнаружили, пользуясь термином гештальтпсихологии, "хороший гештальт", центрированный относительно фактора "Социабельность". Выявленная структура отражает некий апперцептивный, если угодно, "кумулятивный" эффект восприятия, полученный к тому же после многократного обсуждения "Элен" в кругу сверстников на фазе завершения трансляции сериала.

Согласно полученным данным три аспекта исследования – целевой, инструментальный и результативный – хорошо соотносятся между собой. В самом деле, желая видеть, "как ведут себя герои сериала в различных ситуациях, как общаются между собой", юные зрители выстраивают в своем сознании фактор "Социабельность", по сути дела, выражающий нормативно-регулятивную функцию сериала, используя при этом механизмы идентификации, устанавливая отношения близости/удаленности между персонажами, самими собой и людьми из своего ближайшего социального окружения. Кроме того, "концентрат" негативных качеств в факторе "ХОГ" также представляется чрезвычайно важным результатом восприятия, хорошо согласующимся с основной целью обращения к "Элен".

Несколько сложнее соотнести с целевым аспектом полученный фактор "Активность персонажа". Он вызывает ассоциации с осуждовским фактором "Активность" в методике семантического дифференциала [7]. Не исключено, что здесь мы имеем дело с конкретным проявлением универсального динамического фактора человеческого восприятия, отражающего глубинное ожидание и фиксацию изменений в объекте. Однако, ассоциации еще не доказательства, и мы не склонны без более глубокого изучения отождествлять их между собой, так же как и не пытаемся свести

полученные нами "Социабельность" и "ХОГ" к двум другим осудовским факторам – "Оценке" и "Силе".

Приведенные данные позволяют заключить, что у подростков и юношей сильна потребность в особом, глубоко педагогичном по своей природе, виде медиатекстов, дальней предшественницей которого в старину, "до аудиовизуальной эры", была т.н. "назидательная литература" – обычно эстетически незатейливые рассказы и повести о поведенческих ситуациях, сомнительных действиях, возможных последствиях оных и способах их преодоления. Единственное условие, продиктованное временем: эти произведения должны быть по сути "назидательными", но по форме ненавязчивыми. Именно это удалось авторам сериала "Элен и ребята". И можно присоединиться к единодушной оценке критиков, присвоивших "Элен" такие характеристики, как: "современная педагогическая поэма" (К. Степанов), "невинный учебник этикета для подростков" (К. Щербакова), "учебное пособие по воспитанию чувств" (Д. Паскье). Мы же добавим к ним свою – "драматизированная теленциклопедия норм поведения".

ВЫВОДЫ

1. Основные мотивы (основная цель) обращения московских школьников 13 и 16 лет к сериалу "Элен и ребята" – нормативная регуляция поведения и рекреация.

2. Достижение основной цели обращения к сериалу происходит посредством много-плановой идентификации, в структуре которой собственно идентификация зрителя с персонажем сравнительно невелика. Полученное экспериментальное значение вероятности последней (17%) может стать репером для последующих экспериментов.

3. Структура психосемантического пространства личностных характеристик персонажей сериала инвариантна относительно как четырех половозрастных групп испытуемых, так и выборки в целом. Восприятие "Элен и ребята" в группе школьников-зрителей и подросткового, и юношеского возраста ориентировано относительно трех факторных осей. Это:

а) биполярный фактор "Социабельность", отражающий на уровне индивидуального психического противопоставления между собой эго-компонент зрительского "Я", а на социально-психологическом уровне скрытое интергенеративное противопоставление родителей сверстникам испытуемых; в то же время данный фактор воплощает достижение основной цели обращения к сериалу – установление/подкрепление реперов нормативно-поведенческого регулирования;

б) униполярный фактор "Активность персонажа", связанный сильнее всего с параметрами "близость персонажа себе" и "отношение к персонажу", образующих единый паттерн;

в) униполярный фактор "ХОГ" – комплекс характеристик отрицательного героя, воплощающий, как и первый фактор, результативный аспект восприятия через акцентуацию крайне негативных черт личности, концентрируемых в обобщенном образе "отрицательного героя"; в сознании испытуемых данный фактор противопоставлен позитивному отношению к персонажу и связывается со сверстниками испытуемых. Позиция "Я" во всех подвыборках оказывается слабо социабельной, очень активной и далекой от отрицательных героев.

4. Общая конфигурация связей между рассмотренными переменными и факторами отражает особенности процесса социализации в подростковом и юношеском возрастах, что, в частности, проявляется через противопоставление в различных аспектах: поколения родителей поколению сверстников; себя, своего "Я" сверстникам.

5. Картина восприятия при общем мотиве обращения к сериалу и общей структуре психосемантического пространства личностных характеристик персонажей несколько отличается в зависимости от пола и возраста испытуемых. Половые различия касаются в основном величины значений рассмотренных переменных (параметров и факторов) и интенсивности связей между ними. Возрастные изменения происходят

преимущественно в направлении большей избирательности, критичности дифференцированности восприятия, а также его семантического обогащения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баженова Л.М., Собкин В.С., Шариков А.В. Возрастная типология телевизионных ориентаций школьников // Телевидение и школа: опыт социокультурного и педагогического анализа. М.: АПН СССР, 1989. С. 6–37.
2. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. Л.: Лениздат, 1992.
3. Кон И.С. Открытие "Я". М.: Политиздат, 1978.
4. Кузнецова Ю.Н. Отношение московских старшеклассниц к персонажам телесериала "Элен и ребята" // Журналистика в 1996 году. Средства массовой информации в постсоветском пространстве. М.: Изд-во Москв. ун-та, 1997. Ч. 2. С. 56–58.
5. Лицкевич О. Черный квадрат Элен и ОНИ – (математическая формула к фильму) // Имя. 1996. № 7.
6. Мудрик А.В. К вопросу о взаимосвязи массовых коммуникаций и межличностного общения школьников // Место и функции массовой коммуникации (радио, телевидение, кино, пресса) в процессе педагогического воздействия. М.: Пед. общество РСФСР, 1975. С. 28–29.
7. Осгуд Ч., Суси Дж., Танненбаум П. Приложение методики семантического дифференциала и исследование по эстетике и смежным проблемам // Семиотика и искусствоведение. М.: Мир, 1972. С. 278–297.
8. Польская Л. Правильный французский бутерброд. Московские новости. 1996. № 6.
9. Петренко В.Ф. Психосемантика сознания. М.: Изд-во Моск. ун-та. 1988.
10. Петренко В.Ф., Пронина Е.Е. Человек на телеэкране: опыт психосемантического исследования // Психол. журн. 1986. Т. 7. № 3.
11. Петренко В.Ф., Собкин В.С., Нистратов А.А., Грачева А.В. Психосемантический анализ зрительного восприятия персонажей личности. М.; 1988.
12. Собкин В.С., Шмелев А.Г. Психосемантическое исследование актуализации социально-ролевых стереотипов // Вопросы психологии. 1986. № 1.
13. Степанов К. Современная "Педагогическая поэма" // Невское время. 1996. № 42.
14. Франселла Ф., Банистер Д. Новый метод исследования личности: Руководство по репертуарным личностным методикам. М.: Прогресс, 1987.
15. Фрейд З. Массовая психология и анализ человеческого "Я": Труды разных лет. Кн. 1. Тбилиси, 1991. С. 74–138.
16. Шариков А.В. Возрастные особенности телевизионных ориентаций школьников (по материалам обследования московских школьников). Дисс. канд. пед. наук. М., 1989.
17. Шариков А. Воспитание чувств после сексуальной революции // Итоги. 1996. Ноябрь. С. 78.
18. Шариков А.В. Почему дети смотрят телевизор? // Магистр I. 1992, апрель. С. 20–25; 1992, май. С. 41–45.
19. Pasquier D. Helene et les garçons: éducation sentimentale// Esprit. Juin. 1994. P. 125–144.
20. Sharikov A. TV Viewing Motivation of Moscow School Students, Paper presented at the 4th International Television Studies Conference. London, 1991. 24–26 July.