

АНДРЕЙ КОЛОМИЦКИЙ

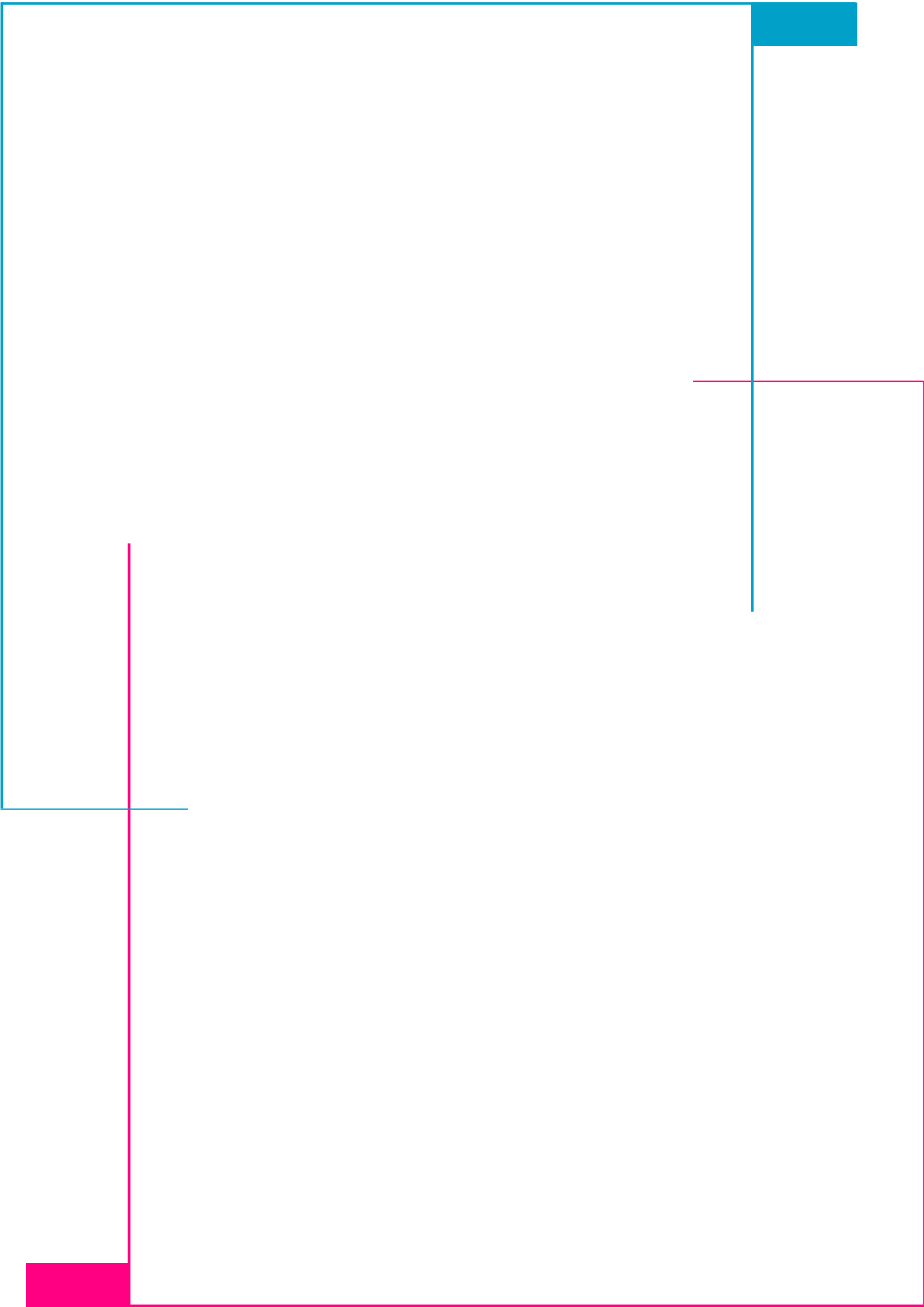
2

# ГОЛАЯ ПРАВДА ОБ АНИМЕ

или



КАК НАМ ПОНЯТИ АНИМЕ



АНДРЕЙ КОЛОМИЦКИЙ

# ГОЛАЯ ПРАВДА ОБ АНИМЕ

ИЛИ

*Издание 2-е, исправленное и дополненное*



КАК НАМ ПОНЯТЬ АНИМЕ

*Электронный вариант*

# Голая правда об аниме, или Как нами манипулируют

*Скажи, какие фильмы ты смотришь,  
и я скажу, кто ты.*

**Андрей Коломицкий. Голая правда об аниме, или Как нами манипулируют.** Издание второе, исправленное и дополненное. - Краснодарский край, 2010 г. - 40 с.

*Автор попытался с психологической точки зрения рассмотреть принципы, заложенные в аниме, и объяснить, на чем основана всенародная любовь к японским анимационным фильмам.*

# OT ABTOPA

Данная работа – попытка на основе психологического анализа объяснить, почему японские анимационные фильмы так популярны во всем мире и на чем эта любовь основана. Определить природу этой всенародной любви и степень влияния на массовое сознание. Автор ни в коем случае не стремился к тенденциозности и уж тем более не ставил перед собой цель кого-то оскорбить. Речь пойдет именно о психологических приемах, к которым часто прибегают японские художники. Моя цель – показать эти приемы и объяснить, как, по какому принципу они работают. Мы должны понимать, что в самих методах нет ничего противоестественного, все дело в особенностях нашей психофизиологии. Но главное, о чем не должен забывать зритель – о причине и результате такого воздействия. Что создатели вкладывают в свои творения, сознательно или неосознанно – это уже морально-этическая сторона вопроса, в которую мы не будем углубляться. Имеющаяся в материале критика касается тех фильмов и жанров, которые содержат примеры «нижепоясных» трюков. Речь пойдет о так называемом фансервисе. Я не намерен критиковать аниме в целом. Все понимают, что любое явление имеет как положительные, так и отрицательные стороны. В первом издании четкого разграничения сделано не было, из-за чего многим показалось, будто автор заклеил все фильмы без исключения. В связи с этим считаю необходимым уточнить: мы будем рассматривать фансервис и нежелательные элементы. Искать истоки популярности аниме и разбирать часто используемые психологические техники.

Резонанс, вызванный первым изданием «Правды об аниме», лишний раз свидетельствует об актуальности проблемы. Он получился во многом эмоциональным, из-за чего для него характерна некоторая категоричность в оценках и наличие ошибок. Второе издание дает возможность учесть некоторые замечания, которые показались мне справедливыми. Скорей всего, это не последний вариант. Третье издание, если оно будет написано, станет более «научным» и более «комплексным», как того хотели бы видеть некоторые анонимные критики.



*«Я покажу вам, как вся направленность вашего предыдущего образования и все привычное ваше мышление будут неизбежно делать вас противниками психоанализа, и сколько нужно будет вам преодолеть, чтобы совладать с этим инстинктивным сопротивлением».*

Зигмунд Фрейд. Введение в психоанализ.

## 1. АНИМЕ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КОРЗИНЕ. НАЧАЛО БРОЖЕНИЯ

На вопрос, почему аниме прижилось в России, есть два ответа. Две причины. Одна из них лежит в общественно-культурной плоскости, другая имеет сугубо психологический фактор. Мы не будем долго останавливаться на общественной подоплеке явления. Скажем так: если бы аниме как культура родилась в России, у нее не было бы столько фанатов. Немаловажное значение имеет происхождение. В Японии манга, аниме – это целый культурный пласт. И там все это тоже пользуется большим спросом. Но они хотя бы любят свое, доморощенное. А что в этом находим мы?

Аниме в какой-то степени заполняет вакуум, образовавшийся в российском культурном пространстве. Можно долго спорить о наличии, отсутствии либо качестве современной российской массовой культуры. Но нельзя забывать, что она во многом представляет собой слепок американской. Причем не самый удачный. Мы копируем их молодежные комедии, ситкомы, телешоу, причем выбор, как правило, останавливаем не на самых лучших вариантах. Хотя в тех же США производят неплохие сериалы для массового зрителя, которые остаются незамеченными нашими кинопроизводителями, снимают хорошие фильмы, которые не доходят до широкой российской аудитории, получая ярлык «неформата». Почему так происходит?

Процесс во многом закономерный. Попробуем разобраться.

Сегодня Россия претерпевает культурную экспансию двух крупных держав – США и Японии. Однако если американский образ жизни и американские стандарты уже уверенно прижи-



лись на почве российской действительности, то японская культура – явление пока новое. Здесь можно, конечно, вспомнить, что на протяжении всей истории мы испытывали на себе влияние Запада с одной стороны, и с другой – Востока, а также говорить о некоей евразийской цельности. Можно приводить в качестве примера волну «онемечивания» и «офранцузивания» в царские времена, которая, благополучно отхлынув, оставила в русском обиходе множество иностранных терминов и слов – и на этом чуждое нашему менталитету инородное влияние закончилось. Все это справедливо. Но не применительно к сегодняшнему времени.

Ступив на капиталистический путь развития, Россия вошла в общее экономическое пространство мирового общества потребления. Российский обыватель, воспитанный на советской системе ценностей, почувствовал это по рекламе на телевидении. В тот момент в нем зрело четкое внутреннее понимание: в стране начинается новая эпоха. Сегодня мы все живем в эту эпоху, и многие не представляют себе, что может быть как-то иначе. Да, потребление – естественная эволюционная стадия развития и одна из черт современного общества. По К. Марксу, «человек отличается от всех остальных животных безграничностью своих потребностей и их способностью к расширению». Процесс хоть и закономерный, но в нем много неорганичного. Еще в конце 60-х годов прошлого века французский социолог Жан Бодрийяр подметил, что «обществом потребления является то, где не только есть предметы и товары, которые желают купить, но где само потребление потреблено в форме мифа». Бодрийяр рассматривает не столько потребности «естественные», сколько именно те, благодаря которым мы и делаемся людьми. И эти потребности имеют природу социальную. Собственно, они присущи не нам, а обществу, которое нам властно, и порою исподтишка, навязывает их. Следует учитывать и другое: общество потребления – лакмусовая бумажка глобализационных процессов планетарного масштаба, мировая господствующая идея, ведущая к планомерному созданию унитарного социума с унифицированной системой ценностей, в котором постепенно стираются геополитические границы и размывается культурная самобытность народов. Глобализа-

長天長

天  
 天  
 天  
 天

天不假年

ция – амбивалентный процесс, имеющий как позитивные, так и негативные последствия. Сегодня можно наблюдать, как процесс потребления стягивает общество в некую хаотичную культурную смесь, в которой, по выражению Ф. Джеймисона, «провести границу между высоким искусством и коммерческими формами стало все труднее и труднее».

«Если подняться над планом бытия, то мы увидим, что этому обществу требуется человек эмоциональный, причем его эмоциональность должна преобладать над разумностью. Намного проще продать что-либо человеку, руководствующемуся в первую очередь эмоциями, а не разумом... Поэтому общество потребления культивирует эмоциональность, возвращает ее на любой пригодной для этого почве. Делается это по большей части опосредованно, через потребление «культурного продукта»: литературы, музыки, живописи, фильмов и сериалов, а также через материалы, даваемые в СМИ. Какая литература пользуется наибольшим спросом? Сентиментальные и любовные романы, детективы и книги в стиле «экшн» с лихо закрученным сюжетом, держащие читателя в постоянном эмоциональном напряжении и дающие сильную эмоциональную разрядку в финале. Фильмы? То же самое» (Д. Захаров. *Идеальный потребитель*).

«На основе общества потребления сформирован американский образ жизни, который стал доходной статьёй экспорта во все страны глобального «человейника». Центральная идея – реализация американской мечты: дом, машина. Голливуд – фабрика грёз, комиксы, массовая культура (китч), отличный растворитель обычаев, традиционных устоев и разжижитель мозговой массы» (*udcl.ru. Общество потребления*).

Массовая культура – топливо для двигателя такого общества. Смысл термина «потребление» предполагает, по Бодрийяру, потребление знаков и символов, а не просто вещей и материальных объектов. Потребителю важно чувство приобщения к чему-либо, когда удовлетворение приносит сам процесс достижения, а не вещь, которую получаешь в итоге.

Общество потребления породило понятие негласного стандарта. Эта стандартизация затронула все сферы жизни. Основным критерием ее служат поточное производство, значительно



сокращающее сроки изготовления, и удешевление себестоимости продукта. Причем удешевление любыми доступными средствами. Двадцать первый век – эпоха суррогатов и полуфабрикатов. Причем это коснулось, как можно заметить, не только пищевой отрасли. Современное общество подразумевает экспорт и импорт не только товаров и услуг. Это и интеллектуальный продукт. И даже духовные ценности.

Характерная черта массовой культуры – увеличение количества в ущерб качеству. И, надо признать, аниме не является редким исключением из общего правила. Частое использование одних и тех же приемов приводит к возникновению штампов. Их наличие свидетельствует как раз о массовом производстве, поставленном на широкую ногу. Что, кстати, может в какой-то степени объяснять причину увеличившегося в последние годы наплыва аниме с фансервисом. Это большой бизнес, где глубина авторской мысли, творческая индивидуальность творца как бы отходят на второй план. Та же «фабрика грез», выпускающая продукт широкого потребления. Ни у кого не возникает сомнения и внутреннего противления, когда слово «ширпотреб» употребляется по отношению к голливудским боевикам и комедиям, скроенным на один манер. Но кто сказал, что подобное явление не наблюдается и в японской киноиндустрии? Утверждать, что японцы в этом смысле невинны и безупречны, было бы несправедливым по отношению ко всему остальному миру. Почему же тогда западные веяния вызывают общее стойкое неприятие, а японские воспринимаются многими как источник разумного, доброго, мудрого и иногда как противовес американскому образу мышления? Дело не только в подпорченном имидже США. По своему менталитету и внутреннему укладу мы больше азиаты, чем европейцы. И философский созерцательный Восток всегда был нам ближе, чем прагматичный Запад. Однако не будем идеалистами. Сегодня Япония так же подвержена влиянию ползучих американских стандартов, как и Россия.

Сегодня можно говорить о возникновении, наряду с «американской мечтой», новой идеи – «японская» или «восточноазиатская мечта». Явление еще новое, только пробующее свои первые шаги в массовом сознании и возникающее как альтернатива американскому стилю жизни. Это проявляется в кратком

K  
A  
KH  
A  
M  
UM  
A  
H  
O  
U  
A  
L  
A  
T  
A

образе миловидных восточных девушек, в традициях и философии Востока, его тонком психологизме, музыкальной культуре, тесно примыкающей к аниме, в боевой и самурайской атрибутике, в любви к японскому языку и многом другом. Культура как экспортный товар. Аниме в этом случае – далеко не проба пера. Кто-нибудь помнит нэцкэ и тамагоччи?

Давно замечено, что все пенки, которые поднимаются там, за бугром, неизбежно затем перетекают и к нам. И сейчас аниме – это по большей части мода. Примерно то же самое, что происходит с эмо и готами. Но все это преходяще. И однажды канет в Лету, как сгнули хиппи и панки. Или на смену придет другая мода, продиктованная новыми требованиями времени.

Однако есть все основания предполагать, что аниме будет жить долго. Или, во всяком случае, не исчезнет так быстро. Потому что популярность аниме имеет не только культурологические, но и психологические корни, а это тоже немаловажно.

Вот ее, эту причину, мы и рассмотрим.

Я выделил семь аспектов, которые «одушевляют» многие аниме. Семь ключевых моментов, которые и «цепляют» зрителя, заставляя его полностью погружаться в рисованный, зачастую очень небрежно, мир и возвращаться в него вновь и вновь. Перечислим их.

1. **Сверхидея. Использование архетипических образов.**
2. **Апеллирование к внутреннему ребенку в каждом из нас.**
3. **Подчеркнутая исключительность и героическое амплуа героев. Бегство от реальности.**
4. **Чувственный позыв, имеющий сексуальную подоплеку. Эротические игры.**
5. **Милый образ, или кавайность.**
6. **Использование цветовой гаммы.**
7. **Философия извращенного сознания. Погружение в иное Я.**
  - I. **Способ самовыражения.**
  - II. **Художественный метод.**

Жирным выделены два самых сильнейших аспекта, на которые человеческое сознание отзывается наиболее живо. Один из них апеллирует к нашему внутреннему, духовному (назовем

это так) миру, другой – к нашей физиологии, нашей материальности. Остальные можно назвать вспомогательными. «Двумя своими положениями анализ оскорбляет весь мир и вызывает к себе его неприязнь; одно из них наталкивается на интеллектуальные, другое на морально-эстетические предрассудки... Согласно первому коробящему утверждению психоанализа, психические процессы сами по себе бессознательны, сознательны лишь отдельные акты и стороны душевной жизни... Второе положение, которое психоанализ считает одним из своих достижений, утверждает, что влечения, которые можно назвать сексуальными в узком и широком смыслах слова, играют невероятно большую и до сих пор непризнанную роль в возникновении нервных и психических заболеваний...» (*Зигмунд Фрейд. Введение в психоанализ*).

Все это может действовать по одной причине – наша психика работает на определенных, жестко прописанных механизмах восприятия. Вкусы, предпочтения, пристрастия, мотивация, стереотипы и прочее – все регламентируется психическими процессами, происходящими внутри нас.

А теперь подробно рассмотрим каждый из принципов.

## 2. ПРИВЫЧКА ВЕРИТЬ

*Сверхидея. Использование архетипических образов.*

Это самое главное, что есть не только в аниме, но и вообще в мире. Основа основ. Краеугольный камень любой идеологии. На нем построены все мировые религии, общественные процессы и секты. Секты в особенности, так действие их сверхидеи более агрессивное, узко- и целенаправленное. Их адепты ставят своей задачей оболванить и вытянуть из прозелита все деньги. Пример сверхидеи как прикладного искусства.

Согласно этому принципу нет неверующих людей. Если человек не верит в бога, он верит во что-то другое – в суеверия, потусторонние силы, заговор и сглаз, в домовых, астрологические прогнозы, в судьбу, в капитал, в дело партии... Социализм – это тоже религия. Только веру в бога заменила вера в человека. «Мы наш, мы новый мир построим...».



Чем сверхидея привлекает людей? Истина. Цель и назначение любой религии – получение неких сокровенных знаний, духовное искательство, поиски ответов и решений. Люди жаждут и ищут откровений. Откровений о мире, обществе, боге, людях. О себе. Хуже всего, когда носители сверхидеи дают эти ответы. Или некую видимость ответов. Так возникает привязанность и зависимость от источника. Индивид обречен остаться внутри этой замкнутой системы, в которой он пытается найти новые откровения, не замечая вокруг себя совокупность других систем или принижая их достоинства. Так работают все тоталитарные секты и конфессии. Так же на людей действует и сверхидея аниме. Ее принцип везде одинаков. В самой по себе сверхидее нет ничего плохого, так как она – главная и неотъемлемая часть человеческого мира, основа любого мировоззрения. Опасность кроется в крайних проявлениях, в ее самых реакционных формах. В этом смысле религиозный фанатик и фанат – равнозначные понятия. Ни того, ни другого невозможно убедить в том, что зачастую его вера – лишь созерцание радужных мыльных пузырей. Тем самым вы вызовете ответную ярость, так как топчите систему ценностей, что составляет сокровенный смысл их жизни. Вы грубо вторгаетесь в их грезы и ломаете замок из песка.

Говорят, что японский язык один из самых сложных в мире. Однако тот язык, на котором они говорят в своих аниме, универсален и понятен для каждого. Он вне национальности, культуры и вероисповедания. Это язык архаичных символов сознания. Он передается посредством аудиовизуального ряда, несущего ту или иную смысловую нагрузку. Употребив выражение «понятен для каждого», сам себя поймал на неточности. Эти символы, как правило, ускользают от поверхностного внимания человека, оставаясь непонятыми, но вот наше подсознание схватывает их на лету.

Архетип – это прообраз, идея. Обращение к ним – очень диковинная, а порой и пугающая вещь. И они, эти архетипы, по большей части архаичны. Что это значит? Человечество вышло из первобытнообщинного строя и язычества, отголоски которого до сих пор сохраняются в сознании в виде определенных понятийных символов. И порой они страшными монстрами вы-

ползают из темных глубин подсознания на свет божий. Из-за этого всех людей, невзирая на традиционную форму исповедания, которой они придерживаются, можно смело назвать язычниками. На бытовом уровне это проявляется в виде различных суеверий, культурных традиций, обрядности. И страха перед всем сверхъестественным.

Швейцарский психолог и философ Карл Юнг, основатель аналитической психологии, развил учение о коллективном бессознательном, под которым понимал психологически оформленный общечеловеческий опыт, интегрированный личностью наряду с индивидуальным бессознательным, отражающим опыт индивида. Коллективное бессознательное порождает некие элементарные идеи, которые Юнг называет архетипами. Согласно Юнгу архетип – изначальные, врожденные психические структуры, образы (мотивы), составляющие содержание коллективного бессознательного и лежащие в основе общечеловеческой символики сновидений, мифов, сказок и других созданий фантазии, в том числе и художественной.

«...Бессознательное, - объясняет он, - можно определить как общую сумму всех тех психических событий, которые не воспринимаются (не апперцепируются), а потому остаются бессознательными. Бессознательное содержит все те психические явления, которые, не достигая необходимой интенсивности функционирования, не в состоянии переступить порога, отделяющего сознание, мелькают перед нами в виде сублимированных призрачных образов».

Существованием архетипов объясняются повторяющиеся, универсальные мифологические мотивы, возникающие в разных местах и в разное время, сходные религиозно-мифологические символы. Наше сознание мифологизировано. И Юнг полагает, что процесс мифообразования не прекратился, он продолжается и в настоящем и является характерной чертой современного общественного сознания. История человечества – история возникновения, а затем интерпретации и реинтерпретации архетипов коллективного бессознательного. Аниме исключительны тем, что в них используется рекордное количество подобных архетипов. Вспомним, о чем они повествуют. Как правило, это сюжеты о необычайных возможностях и силе, кото-

K  
A  
KH  
A  
M  
UM  
A  
H  
O  
U  
A  
L  
A  
C  
H  
O  
T

рыми обладают герои, перевоплощениях, изобилие необычных сказочных существ и многое другое. В основном такие фрагменты и дают возможность применить этот принцип по назначению. Архетипы обитают в пограничной области сознания между миром вымышленным и настоящим, выступая в качестве проводников иррационального. Образы могут быть показаны как в виде статической картинки, так и в некоем действии. С развитием телевидения и киноиндустрии человеческая культура стала аудиовизуальной, благодаря чему управлять нами стало намного проще. Когда некое понятие подкрепляется визуальным изображением, оно лучше доходит до понимания.

Каким способом авторы доносят до нас свои идеи, заставляя прикипать к ним всей душой? Что за образы?

Ниже рассмотрим несколько наглядных примеров. Здесь и в дальнейшем я часто буду обращаться к «Эльфийской песне». «ЭП» - уникальный в своем роде пример, так как содержит в себе все семь аспектов приведенной выше схемы.

Итак, первый образец (рис. 1).



рис. 1

Мы видим маленькую плачущую девочку в окружении страных антропоморфных существ, пугающих своей серой одинаковостью. Кто-то из этих существ смотрит на нее, кому-то до нее



нет дела. Это архаичный архетип, очень страшный, я бы даже сказал жуткий, по своему смыслу. Серые фигуры олицетворяют социум, бездушный мир взрослых людей, ничем друг от друга не отличающихся. Маленькая личность осознает, что, по сути, она одна во всей вселенной со своими переживаниями и про-



рис. 2



**рис. 3**

長天長

今天

天不假年

блемами. Образ символизирует чувство пронзительного, почти мистического, одиночества и может негативно воздействовать на чрезмерно чувствительные и склонные к депрессиям натуры. Человек, восприимчивый к такому воздействию, отождествляясь с героем, впоследствии может так же воспринимать окружающих и в реальной жизни. И все глубже уходит в себя, теряя связь с внешним миром. Есть только он со своим глубоким внутренним миром – и вся остальная серая масса.

Следующие картинки не менее интересные. Еще одна архаика, но более глубокая по содержанию (рис. 2, 3).

Обнаженная рыжеволосая девушка в обрамлении таинственных писмен – это по-настоящему сильно. Первобытное естество человечества. Матриархальный символ, несущий в себе мощный заряд скрытого мистицизма, который обладает огромной притягательной силой. Тяга к мистическим формам творчества – отголоски языческого прошлого. Та же девушка,



свернувшаяся в позе эмбриона на фоне абстракционистского пейзажа – чуть ли не персонификация Эроса, женская его ипостась. Символизирует начало начал, праматерь всего человечества. Но наросты на голове вызывают некоторое сомнение, что речь идет о человечестве. Образ затрагивает самые глубины человеческой психики. Нас, в особенности мужскую часть, призывают любить рыжеволосую бестию, чуть ли не поклоняться ей, как богине.

Напоследок еще один пример. В этот раз не архаика, а легкий и совсем молодой архетип (рис. 4).

Этот образ больше напоминает психологический трюк, призванный вызвать сострадание и зрительское сочувствие к героине. Кого она вам напоминает? Правильно – несчастную куклу, которой злая несмышленная хозяйка оторвала ручки и ножки. Жестокий и бесшабашный способ заставить нас проникнуться любовью к рисованным куколкам. Но архетип вкупе с другими приемами срабатывает. Настрадавшаяся Наночка – персонаж в фильме, который вызывает у всех наиболее глубокую симпатию.

### 3. ГОРОД ПОТЕРЯННЫХ ДЕТЕЙ

*Апеллирование к внутреннему ребенку в каждом из нас.*

Никогда не задумывались, почему в аниме главные герои – это почти всегда дети? Взрослые фигурируют лишь в отдельных жанрах, в остальных случаях, если и появляются, играют вспомогательную функцию. В них даже совершеннолетние выглядят как-то по-детски, и очень затруднительно определить их истинный возраст. Можно сказать, конечно, что аниме адресовано в первую очередь детям. Но тогда почему возраст тех, кто их смотрит, порой переваливает за тридцать? Секрет в том, что дети в аниме живут и действуют совсем не по-детски. Невольно возникает предположение, что родители героев либо давно вымерли при невыясненных обстоятельствах, либо настолько демократичны в методах воспитания, что никоим образом не вмешиваются в личную жизнь своих детей. Например, в драме «Школьные дни» школьники живут в гражданском браке,

K  
A  
KH  
A  
M  
UM  
A  
H  
O  
U  
A  
L  
A  
T  
A  
T

白入元

回天不白且天

白 古

天  
地  
人  
三  
才

#### 4. В КОРОЛЕВСТВЕ КРИВЫХ ЗЕРКАЛ

Тесно связан с предыдущим аспектом. Сказочные герои тем и хороши, что непохожи на персонажей реальной жизни. Исключительные герои, исключительные обстоятельства... В нашей

повседневной рутине, ограниченной маленькими возможностями, на самом деле мало места для подвигов. Не таких, чтоб перевести бабушку через дорогу, а чтобы показать всю мощь нереализованных талантов. Мультфильмы дают возможность перевоплотиться и получить психологическую разгрузку. Сознание таким образом находит выход. Строит башню из слоновой кости, в которой и замыкается. Маленький ребенок внутри нас ликов.

Самые притягательные сказки – о Любви. Все на свете хотят любить и быть любимыми. В реальной жизни часто не хватает такой исключительности и красоты, как в фильмах. Слишком пресно и неярко, нелепо обрывается или же вообще никогда не начинается. Нам всегда чего-то не хватает. И то, чего не хватает, с лихвой восполняют аниме. Дают богатую пищу для ума, души и тела. Возможность ощутить то самое внутреннее содрогание, хотя бы в качестве сопереживания, которого так не хватает в нашей обыденности.

Зритель аниме почти всегда один и тот же – это люди, внутренне остро переживающие собственное одиночество и по разным причинам замкнувшиеся в себе. Когда человек не находит источник положительных эмоций в реальной жизни, он ищет их в японских фильмах (и не только в них), где все это преподносится в намеренно гипертрофированном виде. Создает таким образом свой иллюзорный мир, в котором все красиво и исключительно.

Хотелось бы, чтобы сопереживание распространялось не только на выдуманных киношных героев. В противном случае бегство от реальности становится буквальным.

## 5. OH + OHA = ФАНСЕРВИС

*Чувственный позыв, имеющий сексуальную подоплеку. Эротические игры.*

Щекотание ниже пояса, которым грешит аниме – пожалуй, самый серьезный упрек, который можно бросить в лицо его создателям. Потому что обращение к естеству всегда срывает без сбоя.



Человек по своей сути – сексуальное животное. Он изначально рождается таковым. И инстинкт размножения – один из самых сильных. Природа знает не один случай, когда взрослые особи жертвовали собой ради спасения своего потомства. Так что японцы знают, на что давить...

Иногда при просмотре некоторых аниме невольно возникает мысль: или у них вообще нет цензуры, или просто какая-то иная культура, для которой подобные явления – норма. Причем речь идет вовсе не о хентае и прочей анимационной порнографии, которая наряду с немецкой прославилась на весь мир. Ее мы даже касаться не будем. Имеются в виду вполне приличные, по идее, фильмы.

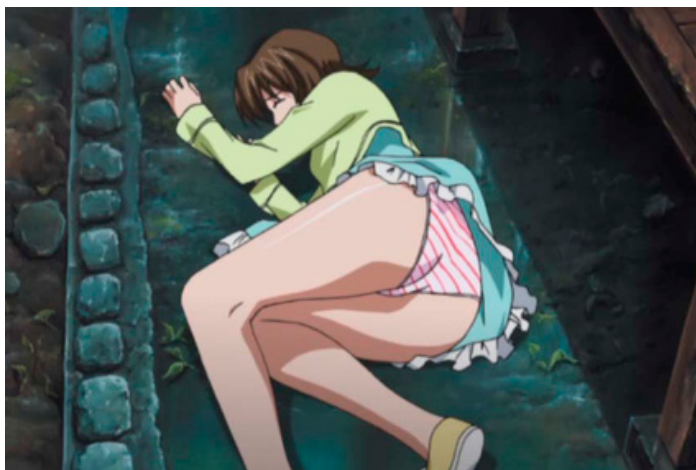
Сексуальность, явная или скрытая – главная черта аниме. Даже когда нет отчетливых раздражителей, всегда присутствует легкий, как бы ненавязчивый флер эротичности, который действует наверняка. Особенность аниме в том, что оно обезоруживает и подкупает своей сусальной непосредственностью. И под этой оболочкой можно пропихнуть все, что угодно – разум не заподозрит провокацию.

Хорошо, если аниме, содержащие фансервис, начинают смотреть лет с восемнадцати, когда успевают сформироваться жизненные приоритеты и вырабатывается здоровое критическое восприятие всей поступающей информации. А теперь представим, что происходит с неокрепшей психикой ребенка, у которого еще нет такого полезного фильтра. Его мозг, как губка, впитывает в себя всю информацию, воспринимая ее как непреложную истину и даже не пытаясь подвергнуть критическому анализу. А значит, и жестко прописанные символы, бьющие по чувственным стрункам, будут восприниматься им как данность и подспудно влиять в дальнейшем на вкусы, предпочтения и мотивацию. Так устроена наша психофизиология. При неоднократном просмотре подобных фильмов первое, что произойдет – подросток неосознанно сделает для себя «правильные» выводы: все происходящее на экране, вплоть до самых разнузданных вещей – это норма.

«...В отличие от хентая, эти не показывает сексуальные отношения напрямую, демонстрируя, в зависимости от возраста целевой аудитории, различные по степени откровенности эротические сцены с намеком на такие отношения. Основным



творческим приёмом в этти является фансервис – использование различных намёков на эротику. Например, показ персонажей (как правило женского пола, поскольку целевой аудиторией этти являются юноши) в двусмысленных позах, использование таких ракурсов обзора при которых зритель видит нижнее бельё персонажа (панцушот), акцент на груди и ягодицах, которые часто изображаются в преувеличенном виде, различные неловкие ситуации, в которые попадает мужской персонаж (случайное появление в женской бане или раздевалке, падение на девушку и т. п.)» (из Википедии).



**рис. 5**



рис. 6

長天長

天  
 天  
 天  
 天

天不假年

Переходим непосредственно к скриншотам.

Первые сексуальные впечатления мальчишки получают, тайным взором проникая под юбки своим одноклассникам. Японские аниматоры беззастенчиво эксплуатируют эту фантазию, как бы ненароком давая возможность поглазеть на девчачьи трусики.

*Рис. 5.* Бессмысленно гадать, удачно или неудачно упала Юка. Так же, как и бессмысленно сравнивать героиню с мульти-



рис. 7



рис. 8

пликационными персонажами советского периода – маленькими девочками в коротких юбочках, подбрасывающими мячик или воздушный шарик. В советскую эпоху ничего не знали о фансервисе, в то время как каждый понимает, что Юка упала не согласно линии стройного сюжета, а только для того, чтобы продемонстрировать нам трусы в красную полоску.

*Рис. 6. Чулки до бедер и краешек трусов – магическая формула привлекательности по-японски. К тому же показанная крупным планом, чтобы ни у кого не возникало сомнений, насколько это действительно важно для режиссера-аниматора.*

*Рис. 7. Целуя парня, девушка немного наклоняется и незначай «засвечивает» трусики. Опять же, не стоит в этот момент вспоминать девчонок из «Союзмультфильма» в коротких юбках, подбрасывающих шарик или кувыркающихся через голову. Они точно не целовали при этом мальчиков. Следует напомнить, что в мультфильмах советского периода никогда не демонстрировались взаимоотношения полов. Не стоит забывать, что фансервис все-таки придумали японцы.*

Рис. 8. Аскуру хвастается девчонкам своими новенькими трусиками-шортами. В этот момент мы отчетливо понимаем, что главный зритель этого действия – именно мы, а не подруги.

Но у них хотя бы трусы есть. Не то, что у следующего персонажа (рис. 9). Это не хентай. Типичный пример этти.



**рис. 9**



стью он становится чуть ли не воплощением чистой непорочности, которая всегда будет притягательной для романтических натур.

*Рис. 10. Почему бы и нам в России не ввести такую же школьную форму для девочек? Чтобы обрушить отечественную систему образования, совсем не обязательно придумывать дорогостоящие эксперименты в виде ЕГЭ и всякие модернизации.*

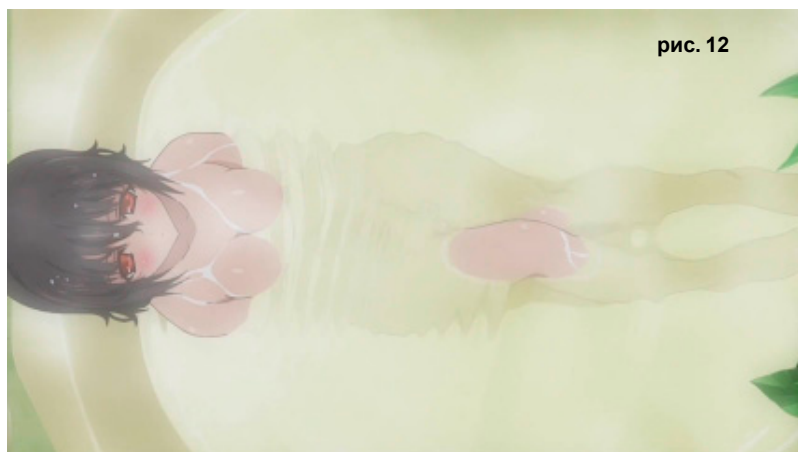


рис. 13

長天長

天  
 天  
 天  
 天

天不假年



Мальчишки и без них не смогут думать ни о чем другом, кроме как о размножении. На другой картинке (рис. 11) – ножки на фоне простыни. Девушка всего-навсего разговаривает по телефону, непринужденно развалившись на кровати. Обязательно показывать, как сексуально она при этом выглядит?

Рис. 12. Девушка принимает ванну – есть повод для фансервиса.

Вместо «доброго утра» - крепкий «дружеский» поцелуй в губы рис. 13). Взасос, с прикрытыми от удовольствия глазами. Для людей, которые не усматривают в этом ничего предосудительного и считают, что именно такой поцелуй дарят друг другу сестры и дочь – матери, имеет смысл повторить – *взасос, с прикрытыми от удовольствия глазами*. Глаза второй девочки при этом широко раскрыты от изумления. Эта картинка на самом деле – замаскированная адресация одновременно и девушкам, имеющим лесбийские наклонности, и парням с педофильскими тараканами в голове (через скрытый сексуальный подтекст в поведении маленькой девочки).

Советую обратить самое пристальное внимание на следующий скриншот рис. 14).

Несмотря на явную эротичность, по сюжету все выглядит



вполне невинно. На самом деле Кота всего лишь хотел сменить промокшей Нью штанишки, но в самый неподходящий момент на пороге появляется его подружка и... возникает неловкая ситуация, проникнутая потаенным эросом. В фильме Нью – трогательно-миленькая дурочка, взрослая девушка с умственным развитием маленького ребенка, и эта сцена – скрытая реализация одной из самых распространенных сексуальных фантазий.

Если не все, то, во всяком случае, многие мечтают хотя бы разок найти для сексуальных утех такую вот девушку с мировосприятием ребенка и доверчивостью щенка. Не нужно долго уговаривать, подстраиваться, ухаживать, угождать. Не нужны прелюдии – сразу к делу. Помимо экономии времени, другой плюс такой партнерши – она не сможет ничем тебя обидеть, зацепив за живое, не высмеет за скромные размеры и... много чего не сделает плохого. Будет живой послушной сексуальной куклой в твоих руках. Быстро, легко и доступно. Также обращает на себя внимание как бы невзначай задранный майка, обнажающая грудь. Это помогает быстрее ориентировать фантазию в нужном направлении.

Еще одна симпатичная реализация распространенной сексуальной фантазии, почерпнутая из этого же фильма рис. 15). В твою жизнь врывается юная особа с обезоруживающей непосредственностью и прекрасным телом (в данном случае по-



рис. 15

K  
A  
KH  
A  
M  
UM  
A  
H  
O  
U  
A  
N  
T  
O  
U  
T

крытым мыльной пенкой), жаждущая твоего пристального внимания. И ты радостно приветствуешь ее...

После этого становится понятна причина многожанровости в аниме-культуре – хентай, этти, яой, юри и прочее. Прагматичные японцы постарались охватить весь спектр зрительской аудитории.

## 6. СЛАДКИЙ ЯД.

*Милый образ или кавайность.*

Кавайи в том или ином виде можно найти и в фильмах другого производства, но в чистом виде присущ аниме. Это изобретение и находка японцев. Отличительная черта и своего рода визитная карточка. Образ героя намеренно наделяется чертами гипертрофированной детскости и кукольности, что автоматически делает его очаровательным, привлекательным и миленьким. Прием работает исправно.

В кавайности всегда присутствует элемент Эроса. Детская простота сразу вызывает расположение и положительные эмоции, потому что вызывает к материнским и отцовским чувствам. Поэтому кавайные девочки так привлекательны.

Именно такой реакции и добиваются создатели аниме. Кавайность – еще и ходовой товар в японском шоу-бизнесе. Это то, чем увлекают мужскую аудиторию. В связке со вторым и третьим принципами (апеллирование к ребенку и исключительность героя), даже когда нет ни одного архетипа сверхидеи, она дает сногшибательный эффект.

## 7. МИР СКВОЗЬ РОЗОВЫЕ ОЧКИ.

*Использование цветовой гаммы.*

Цвет играет немаловажную роль в восприятии информации. И японские аниматоры часто обращаются к этому приему. Работать он может по одной причине: символика цвета опирается на объективные особенности психики, на всевозможные ассоциации, нередко довольно простые. Например: зеленое – вес-



давший, что художник сильнее, чем литератор, раскрывает себя в своих творениях. С позиций философии идеализма рассматривают проблему цвета В. Шеллинг («Философия искусства») и А. Шопенгауэр («О зрении и цветах»).

Из отечественных современных работ, посвященных значению цветовой символики в жизни человека, можно выделить монографию Б. Базымы «Цвет и психика» (2001). В частности в ней автор дает цветам следующие психофизические и психофизиологические характеристики, сделанные на основе клинических наблюдений цветового воздействия на человека и данных психологии цвета.

1. Красный – возбуждающий, согревающий, активный, энергичный, проникающий, тепловой, активизирует все функции организма. Используется для лечения ветряной оспы, скарлатины, кори и ряда кожных заболеваний; на короткое время увеличивает мускульное напряжение, повышает кровяное давление, ускоряет ритм дыхания.

2. Желтый – тонизирующий, бодрящий, согревающий, увеличивающий мышечную активность, стимулирующий деятельность ЦНС. Оказывает лечебное воздействие при заболеваниях пищеварительного тракта, печени, почек, ревматизме и др.

3. Зеленый – уменьшает кровяное давление и расширяет капилляры, успокаивает, снимает напряжение, облегчает невралгии и мигрени. Используется при лечении астмы, ларингита и др.

4. Синий – замедляет сердечную активность, действует седативно, успокаивающее действие может перейти в тормозящее, депрессию. Синие лучи применяют при лечении воспалительных заболеваний глаз, ветрянке, скарлатине и др.

(По данным Г. Фрилинга и К. Ауэра – 1973; Л.Н. Мироновой – 1984; И.В. Андрианова и Г.И. Демидова – 1991 г.)

Приведенные результаты, комментирует Базыма, позволяют сделать вывод, что взрослыми воспринимается, как более желательное, чем красного и желтого. Их цветовые выборы можно рассматривать как отражение превалирования потребности в стабильном, уравновешенном состоянии, сохранении достигнутого и даже релаксации над потребностью в активности, росте и развитии, которая доминирует

нирует у детей. Молодые, в свою очередь, предпочитают яркие цвета – красный и желтый, которые символизируют энергию и динамичность возраста. Простые, чистые, яркие цвета действуют на человека как сильные, активные раздражители. Они соответствуют потребностям людей со здоровой, неутомленной нервной системой – детей, подростков, молодежи, людей физического труда.

Идентичное прочтение цветового влияния находим у М. Платоновой в статье «Воздействие цвета на человека и его психику». Имеет смысл привести дословный текст.

«Объективное воздействие цвета подтверждено экспериментальным путем и зависит от количества цвета, качества цвета, время воздействия, особенностей нервной системы, возраста, пола и других факторов. Непосредственным физиологическим действием на весь организм человека объясняются явления, вызываемые красным и синим цветами, в особенности при максимальной их насыщенности. Красный цвет возбуждает нервную систему, вызывает учащение дыхания и пульса и активизирует работу мускульной системы. Синий цвет оказывает тормозящее действие на нервную систему. Красный, желтый, оранжевые цвета являются цветами экстраверсии, т.е. импульса, обращенного наружу. Группа синего, фиолетового, зеленого, напротив, – для пассивной интроверсии и импульсов обращенных внутрь. Оранжевый и красный цвета, возбуждая попутно со зрительным и слуховой центр мозга, что вызывает кажущееся увеличение громкости шумов. Не лишено основания, что эти активные цвета часто называют «кричащими». Зеленый и синий, успокаивающие цвета, ослабляют возбуждение слухового центра, т.е. как бы ослабляют или компенсируют громкость шумов».

Платонова предлагает следующие характеристики основных цветов, приводя их в таблице (рис. 16).

Это действие цвета, утверждает Платонова, нельзя объяснить ассоциациями. Оно вызвано синестезией, то есть возбуждением одного органа чувств при раздражении другого.

А теперь давайте вспомним, какие цвета преобладают в аниме. Как правило, яркие, бросающиеся в глаза – красный, желтый и их оттенки. Цвета, на которые наиболее живо реагирует психика юного зри-



рис. 16

Цвета	Возбуждающие	Угнетающие	Успокаивающие
Красный	+		
Оранжевый	+		
Желтый	+		
Зеленый			+
Голубой			+
Фиолетовый		+	
Темно-серый		+	
Черный		+	

теля. В кавайных аниме можно заметить также изобилие розового цвета. Розовый – нежный и приятный оттенок, исключительно у всех вызывающий положительные ассоциации. У кавайных персонажей могут быть даже волосы розовой (или желтой) расцветки, что делает их похожими на хорошеньких кукол и лишний раз подчеркивает их положительность и нежность. Вместе с розовым в связке идут желтый, оранжевый, малиновый или нежно-красный. Это цвета кавайности.

Встречающиеся в аниме примеры отсутствия яркой цветовой гаммы, вызывающие ощущение некой монохромности – тоже прием, художественный способ, намеренно нагнетающий мрачную атмосферу какой-то таинственности и подавляющей неопределенности. Он может использоваться в триллерах, детективах и мистике. Таким нехитрым способом авторы настраивают зрителя на серьезное отношение к повествованию, как бы говоря: весело не будет. Просмотр таких фильмов может вызвать депрессию у наиболее чувствительных натур – как раз из-за соотношения черного и серого цветов, угнетающих психику. Ярко-красочные аниме все же предпочтительней.

Кстати, упражнения в цветоразличении – обязательный элемент образовательной программы в японских школах. Возможно, тонкое различение цветов помогает японцам по-новому взглянуть на привычные вещи.



## 8. ХУДОЖЕСТВЕННАЯ АЛХИМИЯ ГРЕХА.

*Философия извращенного сознания. Погружение в иное Я.*

Как сделать собственное уродство привлекательным для остальных? Для этого достаточно описать его яркими красками и выразительными средствами, используя красивые аудиовизуальные и смысловые образы. Владая этим приемом, можно даже маньяка-извращенца преподнести как привлекательного романтического героя. Нужно просто раскрыть его душу, показать глубокий внутренний мир, надежды и чаяния, удивительную харизму, сложные хитросплетения его необычной натуры.

Японские аниматоры в этом смысле – непревзойденные мастера. Не потому что целенаправленно изучают теорию и практику психологического воздействия на целевую аудиторию. Все намного прозаичнее. Аниме потому и получаются такими необычно притягательными, что делают их по большей части необычные люди, нестандартно мыслящие либо имеющие те или иные болезненные пристрастия.

Нормального человека с первой же минуты должно насторожить море крови на экране и постоянные попытки вовлечь в некий извращенный мир вывернутой наизнанку морали. В этом прослеживается авторская попытка самоопределения. Так самоутверждаются растлившиеся творцы. По творению можно судить о его творце.

Ненормальность, поданная художественными изобразительными средствами, всегда притягательна. Способ, позволяющий этого добиться, очень распространенный. Зрителя (или читателя) как бы протаскивают через всю жизнь героя или определенный период его жизни, благодаря чему он предстает перед нами особенно выразительно. Объемно. Всестороннее, более полное раскрытие необычного характера персонажа (например, такого, как доктор Хаус из одноименного сериала) вызывает зрительское расположение и участие. Как минимум, интерес. Даже если персонаж отрицателен по сути, с помощью художественного метода его можно превратить в ангела. Самый яркий пример, который в первую очередь приходит на ум – фильм Люка Бессона «Леон». Наемный убийца, которого бы в реальной жизни иначе как негодяем не назвали, превращается

K

A

K

H

A

M

G

M

A

H

G

G

G

G

A

G

G

G

G

A

в замечательного парня, с большой теплотой заботящегося о цветах и маленькой девочке. И его смерть в финале вызывает у всех горькое сожаление.

Этот прием часто используется в фильмах и литературе, и, выполняя полезную функцию, он помогает выразительнее представить зрителю или читателю главного героя. И на этом же методе зиждутся все реалити-шоу. Уродливое явление с невыразительными персонажами, которых собрали в одном замкнутом пространстве, у многих вызывает нездоровый интерес. Понятно почему. Вся жизнь жителей миниатюрного мирка – любовь, ненависть, интриги, потасовки и даже секс – разворачивается перед глазами любопытного зрителя. Все равно, что в замочную скважину подглядывать. То же самое кино, только реальное, а не высосанное сценаристом из пальца. Чужое грязное белье всегда будет ходовым товаром.

Художественный метод объясняет, на чем основана любовь фанатов к своим кумирам. Правильно созданный имидж, грамотно подобранные факты из биографии – и икона для поцелуев готова. Звездой стать нетрудно. Трудно попасть на телевидение.

## 9. ЗЛОКЛЮЧЕНИЕ

Все описанные принципы тем и хороши, что посредством их в продукт своего творчества можно вложить все, что угодно. Обелить черное, выдать ложь за правду и наоборот, развить цинизм или чрезмерную инфантильность и сузить рамки мировоззрения до размеров ореховой скорлупы. Или совсем уж радикально – заставить послать все к чертям и махнуть вниз из окна небоскреба, что в последнее время происходит часто. Все это работает. Что именно массовая культура в себе несет, мы не можем знать до конца. Речь не только об аниме. Любители японского творчества утверждают, что после просмотра аниме, наоборот, хочется жить, так как оно несет в себе положительные эмоции, вызывает добрые чувства и открывает философское понимание отдельных сторон жизни. Не стану спорить. Изначально не было намерения что-то оспаривать и ос-

корблять чувства анимешников. Но ради справедливости необходимо отметить, что ни одна из зрелищных индустрий мира не вызывает такого ажиотажа, как аниме-культура. И над этим стоит задуматься. Хотя бы задать вопрос: почему? Что и сделал автор этих строк. Возможно, причину удалось осветить не полностью, но это то, что я смог увидеть. Этого хватает, чтобы понять, почему японская анимация в большинстве случаев так примитивна по рисовке. Зачем стараться, когда и так все работает? Быстрый результат за меньшие деньги – основной критерий капиталистической идеологии потребления.

И последнее. Один из главных законов психотехники по промывке мозгов: действует то, что скрыто. И защитить себя от такого воздействия можно только в одном случае – если вы способны разглядеть начинку. Тайное, ставшее явным, теряет первоначальный эффект.

Иногда достаточно включить свет и топнуть ногой, чтобы тараканы в голове разбежались по углам.

Хороших вам фильмов.

## БИБЛИОГРАФИЯ

1. Базыма Б.А. Цвет и психика. 2001.
2. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. – М.: Культурная революция, Республика, 2006. – 269 с. – (Мыслители 20 века).
3. Бэкон Ф. Новый Органон.//Библиотека Кирилла и Мефодия. 2008. – 291 с.
4. Джеймисон Ф. Постмодернизм и общество потребления.
5. Захаров Д. Идеальный потребитель.//Новый Акрополь, N4(42), 2004
6. Кабо В. Происхождение религии.
7. Мечников И.И. Этюды о природе человека.//Библиотека Кирилла и Мефодия. 2008. – 335 с.
8. Платонова М. Воздействие цвета на человека и его психику.
9. Тэрнер В. Символ и ритуал. – М.: Наука, 1983. – 277 с.
10. Уилсон Р.А. Психология эволюции. – Киев: София, 2006. – 304 с.

K  
A  
KH  
A  
M  
UM  
A  
H  
U  
O  
U  
L  
A  
N  
T

- [illegible]

Эльфийская песнь (Elfen lied)  
Kiddy Girl-And  
Школьные дни (School days)  
Леди против дворецких (Ladies versus butlers)  
Боевой дворецкий Хаятэ (Hayate the combat butler)  
Трудности первой любви (Hatsukoi Limited)

## ХАРАКТЕРНЫЕ фансервисные штампы в аниме

**1. Падение.** Спотыкаясь и падая, герои всегда принимают одну и ту же позу – стоя на коленях, лицом в пол, задом кверху. Для чего это делается, нетрудно понять.



長天長

天  
天  
天  
天

天  
地  
人  
物  
事  
理

**2. Переодевание.** Часто персонажа мужского пола по сюжету, а зачастую и просто так, безо всякого основания, норовят переодеть в женскую одежду. Для кого это делается, тоже не секрет.



Эта симпатичная кошечка - вовсе не девочка, как вы могли подумать, а настоящий боевой дворецкий Аясаки Хаятэ.

Кошачьи наряды, в которые облачаются персонажи - не редкость в аниме. Такие метаморфозы содержат сексуальный подтекст. Намек на кошачьи уши - не редкость. Даже бантики у девочек часто напоминают кошачьи ушки и служат своеобразным маяком для зрительского внимания.

**3. Падение на девушку.** Падение – целая философия у японских аниматоров. Создание щекотливой ситуации, когда парень оказывается верхом на девушке – один из распространенных штампов в аниме. Главный герой теряет равновесие и падает на женский персонаж. Случается, что его рука при этом, как бы ненароком, оказывается на груди девушки. Возникает неловкая ситуация, и школьница от смущения заливается краской. Вам тоже кажется, что они как-то слишком долго пребывают в такой позе?





Иногда такие случайности принимают совсем уж разнузданный характер.

**4. Панцушот.** Еще один из самых ходовых и часто встречаемых в аниме разновидностей фансервиса, упомянутый нами выше.

𠂇 𠂈 𠂉 𠂊 𠂋 𠂌 𠂍 𠂎 𠂏 𠂐 𠂑 𠂒 𠂓 𠂔 𠂕 𠂖 𠂗 𠂘 𠂙 𠂚 𠂛 𠂜 𠂝 𠂞 𠂟 𠂠 𠂡 𠂢 𠂣 𠂤 𠂥 𠂦 𠂧 𠂨 𠂩 𠂪 𠂫 𠂬 𠂭 𠂮 𠂯 𠂰 𠂱 𠂲 𠂳 𠂴 𠂵 𠂶 𠂷 𠂸 𠂹 𠂺 𠂻 𠂼 𠂽 𠂾 𠂿 𠃀 𠃁 𠃂 𠃃 𠃄 𠃅 𠃆 𠃇 𠃈 𠃉 𠃊 𠃋 𠃌 𠃍 𠃎 𠃏 𠃐 𠃑 𠃒 𠃓 𠃔 𠃕 𠃖 𠃗 𠃘 𠃙 𠃚 𠃛 𠃜 𠃝 𠃞 𠃟 𠃠 𠃡 𠃢 𠃣 𠃤 𠃥 𠃦 𠃧 𠃨 𠃩 𠃪 𠃫 𠃬 𠃭 𠃮 𠃯 𠃰 𠃱 𠃲 𠃳 𠃴 𠃵 𠃶 𠃷 𠃸 𠃹 𠃺 𠃻 𠃼 𠃽 𠃾 𠃿 𠄀 𠄁 𠄂 𠄃 𠄄 𠄅 𠄆 𠄇 𠄈 𠄉 𠄊 𠄋 𠄌 𠄍 𠄎 𠄏 𠄐 𠄑 𠄒 𠄓 𠄔 𠄕 𠄖 𠄗 𠄘 𠄙 𠄚 𠄛 𠄜 𠄝 𠄞 𠄟 𠄠 𠄡 𠄢 𠄣 𠄤 𠄥 𠄦 𠄧 𠄨 𠄩 𠄪 𠄫 𠄬 𠄭 𠄮 𠄯 𠄰 𠄱 𠄲 𠄳 𠄴 𠄵 𠄶 𠄷 𠄸 𠄹 𠄺 𠄻 𠄼 𠄽 𠄾 𠄿 𠅀 𠅁 𠅂 𠅃 𠅄 𠅅 𠅆 𠅇 𠅈 𠅉 𠅊 𠅋 𠅌 𠅍 𠅎 𠅏 𠅐 𠅑 𠅒 𠅓 𠅔 𠅕 𠅖 𠅗 𠅘 𠅙 𠅚 𠅛 𠅜 𠅝 𠅞 𠅟 𠅠 𠅡 𠅢 𠅣 𠅤 𠅥 𠅦 𠅧 𠅨 𠅩 𠅪 𠅫 𠅬 𠅭 𠅮 𠅯 𠅰 𠅱 𠅲 𠅳 𠅴 𠅵 𠅶 𠅷 𠅸 𠅹 𠅺 𠅻 𠅼 𠅽 𠅾 𠅿 𠆀 𠆁 𠆂 𠆃 𠆄 𠆅 𠆆 𠆇 𠆈 𠆉 𠆊 𠆋 𠆌 𠆍 𠆎 𠆏 𠆐 𠆑 𠆒 𠆓 𠆔 𠆕 𠆖 𠆗 𠆘 𠆙 𠆚 𠆛 𠆜 𠆝 𠆞 𠆟 𠆠 𠆡 𠆢 𠆣 𠆤 𠆥 𠆦 𠆧 𠆨 𠆩 𠆪 𠆫 𠆬 𠆭 𠆮 𠆯 𠆰 𠆱 𠆲 𠆳 𠆴 𠆵 𠆶 𠆷 𠆸 𠆹 𠆺 𠆻 𠆼 𠆽 𠆾 𠆿 𠇀 𠇁 𠇂 𠇃 𠇄 𠇅 𠇆 𠇇 𠇈 𠇉 𠇊 𠇋 𠇌 𠇍 𠇎 𠇏 𠇐 𠇑 𠇒 𠇓 𠇔 𠇕 𠇖 𠇗 𠇘 𠇙 𠇚 𠇛 𠇜 𠇝 𠇞 𠇟 𠇠 𠇡 𠇢 𠇣 𠇤 𠇥 𠇦 𠇧 𠇨 𠇩 𠇪 𠇫 𠇬 𠇭 𠇮 𠇯 𠇰 𠇱 𠇲 𠇳 𠇴 𠇵 𠇶 𠇷 𠇸 𠇹 𠇺 𠇻 𠇼 𠇽 𠇾 𠇿 𠈀 𠈁 𠈂 𠈃 𠈄 𠈅 𠈆 𠈇 𠈈 𠈉 𠈊 𠈋 𠈌 𠈍 𠈎 𠈏 𠈐 𠈑 𠈒 𠈓 𠈔 𠈕 𠈖 𠈗 𠈘 𠈙 𠈚 𠈛 𠈜 𠈝 𠈞 𠈟 𠈠 𠈡 𠈢 𠈣 𠈤 𠈥 𠈦 𠈧 𠈨 𠈩 𠈪 𠈫 𠈬 𠈭 𠈮 𠈯 𠈰 𠈱 𠈲 𠈳 𠈴 𠈵 𠈶 𠈷 𠈸 𠈹 𠈺 𠈻 𠈼 𠈽 𠈾 𠈿 𠉀 𠉁 𠉂 𠉃 𠉄 𠉅 𠉆 𠉇 𠉈 𠉉 𠉊 𠉋 𠉌 𠉍 𠉎 𠉏 𠉐 𠉑 𠉒 𠉓 𠉔 𠉕 𠉖 𠉗 𠉘 𠉙 𠉚 𠉛 𠉜 𠉝 𠉞 𠉟 𠉠 𠉡 𠉢 𠉣 𠉤 𠉥 𠉦 𠉧 𠉨 𠉩 𠉪 𠉫 𠉬 𠉭 𠉮 𠉯 𠉰 𠉱 𠉲 𠉳 𠉴 𠉵 𠉶 𠉷 𠉸 𠉹 𠉺 𠉻 𠉼 𠉽 𠉾 𠉿 𠊀 𠊁 𠊂 𠊃 𠊄 𠊅 𠊆 𠊇 𠊈 𠊉 𠊊 𠊋 𠊌 𠊍 𠊎 𠊏 𠊐 𠊑 𠊒 𠊓 𠊔 𠊕 𠊖 𠊗 𠊘 𠊙 𠊚 𠊛 𠊜 𠊝 𠊞 𠊟 𠊠 𠊡 𠊢 𠊣 𠊤 𠊥 𠊦 𠊧 𠊨 𠊩 𠊪 𠊫 𠊬 𠊭 𠊮 𠊯 𠊰 𠊱 𠊲 𠊳 𠊴 𠊵 𠊶 𠊷 𠊸 𠊹 𠊺 𠊻 𠊼 𠊽 𠊾 𠊿 𠋀 𠋁 𠋂 𠋃 𠋄 𠋅 𠋆 𠋇 𠋈 𠋉 𠋊 𠋋 𠋌 𠋍 𠋎 𠋏 𠋐 𠋑 𠋒 𠋓 𠋔 𠋕 𠋖 𠋗 𠋘 𠋙 𠋚 𠋛 𠋜 𠋝 𠋞 𠋟 𠋠 𠋡 𠋢 𠋣 𠋤 𠋥 𠋦 𠋧 𠋨 𠋩 𠋪 𠋫 𠋬 𠋭 𠋮 𠋯 𠋰 𠋱 𠋲 𠋳 𠋴 𠋵 𠋶 𠋷 𠋸 𠋹 𠋺 𠋻 𠋼 𠋽 𠋾 𠋿 𠌀 𠌁 𠌂 𠌃 𠌄 𠌅 𠌆 𠌇 𠌈 𠌉 𠌊 𠌋 𠌌 𠌍 𠌎 𠌏 𠌐 𠌑 𠌒 𠌓 𠌔 𠌕 𠌖 𠌗 𠌘 𠌙 𠌚 𠌛 𠌜 𠌝 𠌞 𠌟 𠌠 𠌡 𠌢 𠌣 𠌤 𠌥 𠌦 𠌧 𠌨 𠌩 𠌪 𠌫 𠌬 𠌭 𠌮 𠌯 𠌰 𠌱 𠌲 𠌳 𠌴 𠌵 𠌶 𠌷 𠌸 𠌹 𠌺 𠌻 𠌼 𠌽 𠌾 𠌿 𠍀 𠍁 𠍂 𠍃 𠍄 𠍅 𠍆 𠍇 𠍈 𠍉 𠍊 𠍋 𠍌 𠍍 𠍎 𠍏 𠍐 𠍑 𠍒 𠍓 𠍔 𠍕 𠍖 𠍗 𠍘 𠍙 𠍚 𠍛 𠍜 𠍝 𠍞 𠍟 𠍠 𠍡 𠍢 𠍣 𠍤 𠍥 𠍦 𠍧 𠍨 𠍩 𠍪 𠍫 𠍬 𠍭 𠍮 𠍯 𠍰 𠍱 𠍲 𠍳 𠍴 𠍵 𠍶 𠍷 𠍸 𠍹 𠍺 𠍻 𠍼 𠍽 𠍾 𠍿 𠎀 𠎁 𠎂 𠎃 𠎄 𠎅 𠎆 𠎇 𠎈 𠎉 𠎊 𠎋 𠎌 𠎍 𠎎 𠎏 𠎐 𠎑 𠎒 𠎓 𠎔 𠎕 𠎖 𠎗 𠎘 𠎙 𠎚 𠎛 𠎜 𠎝 𠎞 𠎟 𠎠 𠎡 𠎢 𠎣 𠎤 𠎥 𠎦 𠎧 𠎨 𠎩 𠎪 𠎫 𠎬 𠎭 𠎮 𠎯 𠎰 𠎱 𠎲 𠎳 𠎴 𠎵 𠎶 𠎷 𠎸



**5. Спонтанное обнажение.** Незапланированное лицезрение обнаженных частей тела главных действующих лиц. Например, у девушки может неожиданно отстегнуться лифчик или упасть платье. Или кто-то заходит в ванную, не предполагая там кого-то увидеть, и застает героиню в момент, когда она переодевается или купается.



**6. «Прозрачный» намек.** Прием рисовки, когда та или иная часть тела персонажа проступает через белье, простынь, полотенце и т.д., благодаря чему создается тонкий флер эротичности. Или особая поза, подчеркивающая сексуальность героини, акцентирование внимания на ее стройных ножках, груди, животе, тесьме платья, спавшей с плеча и многое другое.



長天長

今天

天不假年

ГОЛАЯ ПРАВДА  
ОБ АНИМЕ

ИЛИ КАК НАМИ  
МАНИПУЛИРУЮТ

ИЗДАНИЕ  
2-е

ИСПРАВЛЕННОЕ  
И ДОПОЛНЕННОЕ

Андрей Коломицкий

ГОЛАЯ ПРАВДА ОБ АНИМЕ,  
или КАК НАМИ МАНИПУЛИРУЮТ

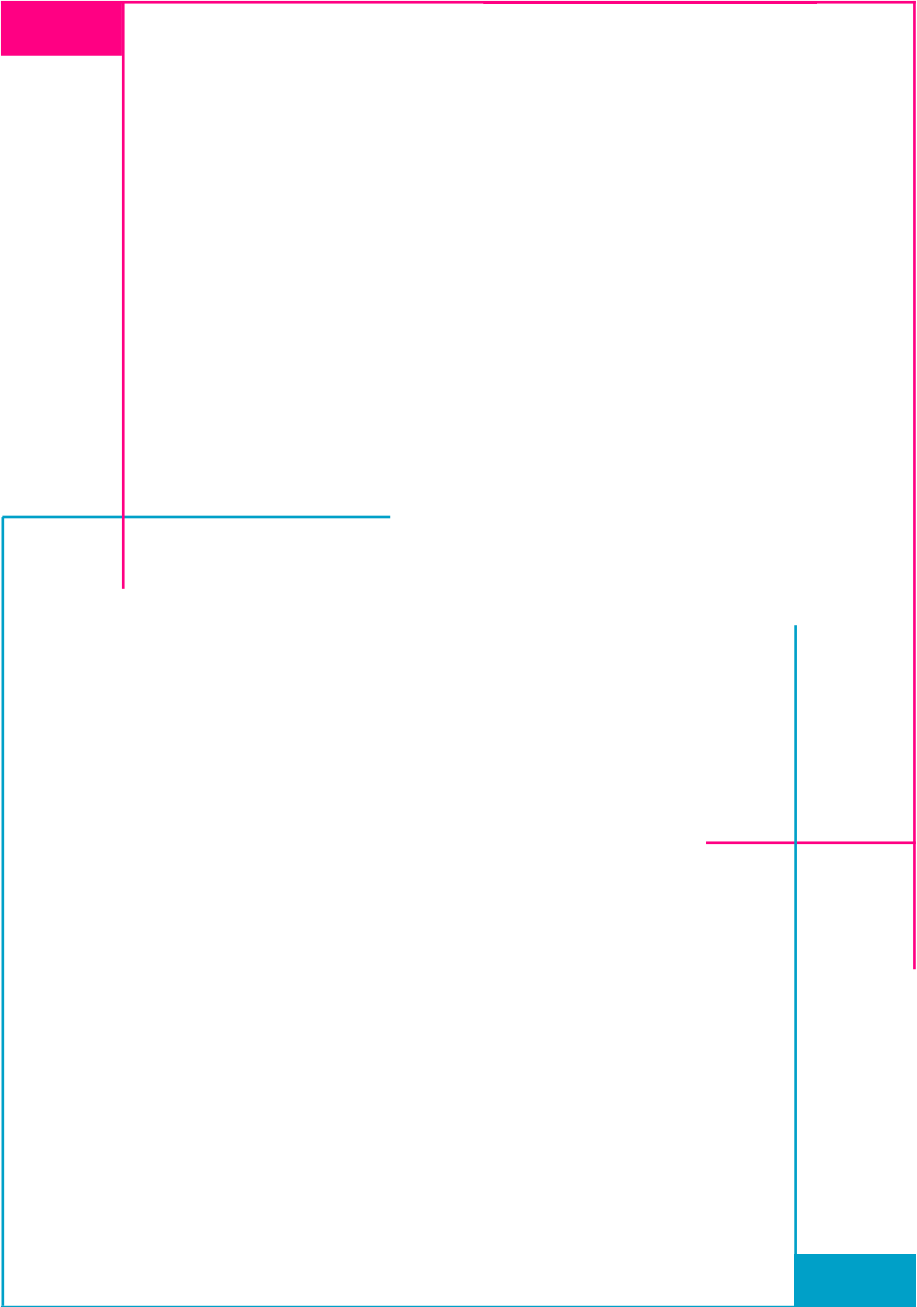
*Издание 2-е,  
исправленное и дополненное*

Набор и верстка - cReaktor  
Печатается в редакции автора

**Оформление обложки  
cReaktor**

Электронный вариант издания  
Формат 210x148 (A5)  
40 стр.





2010 г.