

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ГРЕЦЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ПЕРЕКЛАДУ
КАФЕДРА ГРЕЦЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ПЕРЕКЛАДУ**

До захисту допустити:
В.о.завідувача кафедри
_____Юлія ЛАБЕЦЬКА
«__» _____ 20__р.

**«ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВЛЕННЯ ПЕРСОНАЖІВ
ГРЕКОМОВНИХ МУЛЬТИПЛІКАЦІЙНИХ ФІЛЬМІВ»**

Кваліфікаційна робота
здобувача вищої освіти другого
(магістерського) рівня вищої освіти
освітньо-професійної програми
«Філологія. Мова та література
(новогрецька)
Соляник Лілії Валеріївни
Науковий керівник:
Жарікова Юлія Валентинівна,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри грецької
філології та перекладу
Рецензент:
Артьомова Євгенія Олександрівна,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри іноземних мов
за професійним спрямуванням
Національного педагогічного
університету ім. М.П. Драгоманова

Кваліфікаційна робота захищена
з оцінкою _____
Секретар ЕК _____
«__» 20__ р. Маріуполь – 20__

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. РОЗВИТОК МУЛЬТИПЛІКАЦІЙНИХ ФІЛЬМІВ ЯК ВИДУ ГРЕЦЬКОГО КІНЕМАТОГРАФУ	7
1.1.Розвиток грецького мультиплікаційного фільму. Поняття «кінотекст», «мультиплікаційний фільм», «художній переклад», «кінопереклад».....	7
1.2.Мультиплікація як один із засобів впливу на свідомість і поведінку...	18
1.3.Мова дитячого мультиплікаційного тексту та вплив мультиплікаційної лексики на дитячу психіку	33
Висновки до розділу 1.....	41
РОЗДІЛ 2. ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВЛЕННЯ ПЕРСОНАЖІВ ТА НАЗВ ГРЕКОМОВНИХ МУЛЬТИПЛІКАЦІЙНИХ ФІЛЬМІВ.....	45
2.1.Лінгвістичні особливості назв грецьких мультиплікаційних фільмів.....	45
2.2.Комунікеми-фразеосхеми в грецьких мультиплікаційних фільмах.....	55
2.3.Лексико-фразеологічні комунікеми в грецьких мультиплікаційних фільмах	63
Висновки до розділу 2.....	71
ВИСНОВКИ.....	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	81
ДОДАТКИ.....	90

ВСТУП

Анімаційні фільми є невід'ємною частиною сучасного мистецтва. З моменту їх появи анімація стала об'єктом спостереження як для звичайної аудиторії, так і для кінокритиків, кінознавців. Таку пильну увагу до анімації можна пояснити тим, що в анімаційних фільмах завжди піднімався глибинний пласт злободенних проблем, завуальованих в барвисту, ігрову форму, зрозумілу не тільки фахівцям, а й обивателю. Психологи ще на початку ХХ століття дійшли до висновку і науково обґрунтували більш легке сприйняття повсякденності за допомогою анімаційних фільмів. Більш того, анімація сприяє формуванню особистості з раннього віку, концентрації уваги, поняття і прийняття реальності, формує мислення і здатність міркувати.

У житті кожної дитини присутні мультфільми. У повсякденній свідомості вони сприймаються як невід'ємна складова дитинства, засіб розваги і розвитку підростаючої особистості. З психолого-педагогічної точки зору мультиплікація є жанром екранних мистецтв, де аудіовізуальний ряд змінено саме для дитячого сприйняття: дитячі мультфільми яскраві, образні, емоційно збагачені. Саме через те, що діти не володіють необхідним рівнем знань і, відповідно, не мають життєвого досвіду, навколишню дійсність вони сприймають за допомогою аудіовізуальних образів і відчуттів.

У сучасному світі не викликає сумніву той факт, що через мультфільми та кіно здійснюється маніпулювання людиною. Різноманітні маніпуляції над особистістю засобами масової інформації в майбутньому можуть перетворитись в проблему третього тисячоліття. Сучасні технології та новітні прийоми маніпулювання свідомістю вважаються найбільшою небезпекою саме для маленьких телеглядачів. Багато вчених та дослідників вважають, що саме діти є найбільш незахищеною групою, особливо у ранньому віці, коли відбувається зміна провідної діяльності, засвоєння моральних норм, формується статеві ідентифікація, і дитина активно

поглинає всю інформацію, яку бачить. Тому у сучасному світі ця тема є дуже **актуальною**.

Тема впливу мультиплікації на дітей цікавила багатьох вчених, психологів, педагогів, але переважна більшість науковців робили акцент на психологічному впливі мультфільмів на дитину: С.Кара-Мурзи досліджувала вплив на свідомість, І.Медведева – виховання підростаючого покоління засобами мультфільмів, В.Мухіна – розвиток особистості, Є.Глушкова, В.Абраменко, А.Богатирьова розглядали вплив мультиплікаційних фільмів на психіку дитини. Тема лінгвістичних особливостей мультиплікаційних фільмів досліджена недостатньо. Наприклад, є роботи Р.Аюпової, Н.Мігманова, О. Гарас, Н. Євтугової, З. Міхелевої, Ф.Пилипка, в яких автори розглядали питання мовленнєвих особливостей окремих мультфільмів.

Новизна нашої роботи полягає в тому, що в результаті аналізу грекомовних анімаційних фільмів ми визначили їх позитивні та негативні сторони, лінгвістичні особливості назв та мови персонажів, розробили рекомендації батькам щодо доцільного перегляду мультфільмів дітьми та визначили лінгвістичну модель сучасного анімаційного фільму.

Об'єктом дослідження є грецькі мультиплікаційні фільми («Η βασίλισσα του χιονιού», «Περιπέτειες στην χώρα του Οζ», «Ο Ασπρόδόντης», «Άγια Νύχτα», «Αναστασία», «Η Χριστουγεννιάτικη ευχή της Άντζελα» та «Το πρώτο πηγάδι του κόσμου»).

Предметом дослідження є мовлення персонажів грекомовних мультиплікаційних фільмів.

Мета: дослідити лінгвістичні особливості мови персонажів та назв грекомовних анімаційних фільмів, розробити лінгвістичну модель сучасного мультфільму.

Відповідно до мети дослідження нами поставлено такі **основні завдання:**

1. Проаналізувати розвиток грецького мультиплікаційного фільму.

2. Розглянути теоретичні аспекти мультфільмів, поняття «кінотекст», «мультиплікаційний фільм», «художній переклад», «кінопереклад».

3. Визначити вплив мультиплікаційної лексики на дитячу психіку, свідомість і поведінку.

4. Зробити лінгвістичний аналіз мови персонажів і назв грекомовних мультиплікаційних фільмів.

5. Визначити лінгвістичну модель сучасного мультфільму.

Під час роботи ми використовували такі методи дослідження: метод теоретичного аналізу вітчизняних та зарубіжних праць за даною тематикою, метод спостереження й лінгвістичного опису, описовий та статистичний методи, елементи типологічного методу, метод компонентного аналізу, узагальнення результатів.

Теоретичне значення роботи полягає в тому, що узагальнено теоретичні основи, які розкривають основні лінгвістичні та лексичні особливості та соціально-психологічні аспекти впливу мультфільмів на маленьких телеглядачів.

Практичне значення. Результати дослідження та рекомендації можуть бути корисними для батьків, які піклуються про психічний розвиток своїх дітей, можуть використовуватись вчителями молодших класів (в тому числі на батьківських зборах). Також дана робота може бути використана психологами та зацікавленими в цій темі особами, студентами відповідних спеціальностей.

Результати апробаційних досліджень:

10.03.21 – Круглий стіл в рамках декади науки. Секція «Актуальні проблеми грецької філології». Тема: «Лінгвістичні особливості грекомовних персонажів мультиплікаційних фільмів».

12.05.21 – Круглий стіл «Актуальні питання грецької філології та перекладу». Тема: «Мультиплікації як один із засобів впливу на свідомість, психіку і поведінку дитини. Лінгвістичні особливості мультиплікації».

24.06.21 – Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні проблеми педагогіки, філології та економіки». Тема: «Лінгвістичні особливості назв новогрецьких мультиплікаційних фільмів».

Структура роботи включає вступ, два розділи, висновки, список використаних джерел, додатки.

У вступі розкрито сутність і стан наукової проблеми, обґрунтовано тему, вказано об'єкт і предмет дослідження, визначено його актуальність та новизну, сформульовано мету та завдання роботи, визначено теоретичне та практичне значення.

У першому розділі подано основні теоретичні аспекти, визначений вплив мультиплікаційної лексики на дитячу психіку, свідомість і поведінку та розроблені рекомендації батькам щодо доцільного перегляду мультфільмів дітьми.

У другому розділі проведено спостереження та дослідження грецьких мультиплікаційних фільмів, зроблений лінгвістичний аналіз мови персонажів і назв грекомовних мультиплікаційних фільмів та визначена лінгвістична модель сучасного мультфільму.

У загальних висновках підведені підсумки проведеного дослідження, викладені його наукові результати, досліджені лінгвістичні особливості мультиплікаційних фільмів та окреслені перспективи подальшої роботи за обраною проблематикою.

РОЗДІЛ 1. РОЗВИТОК МУЛЬТИПЛІКАЦІЙНИХ ФІЛЬМІВ ЯК ВИДУ ГРЕЦЬКОГО КІНЕМАТОГРАФУ

1.1. Розвиток грецького мультиплікаційного фільму. Поняття «кінотекст», «мультиплікаційний фільм», «художній переклад», «кінопереклад»

Розвиток грецького мультиплікаційного фільму має багату історію. Мультфільм прийнято вважати провідним розважальним засобом для дітей раннього, дошкільного та молодшого шкільного віку та навіть для дорослих людей. І хоча сьогодні мультиплікація значно розширила глядацьку аудиторію, головним об'єктом її призначення залишається дитяча особистість та вплив на неї. Сучасна дитина знаходиться в ситуації зростаючого інформаційного потоку, під впливом якого формуються духовно-етичні, художньо-естетичні, інтелектуальні, соціальні цінності та інтереси, а також відбувається розвиток обдарованості.

Історичний шлях грецького кінематографу починається з першого чорно-білого грецького мультфільма під назвою «Ο Ντούτσε Αφηρείται» («Герцогиня каже»), який був створений грецьким карикатуристом Стаматісом Поленакісом. Цей мультфільм займав лише 3,5 хвилини. Виробництво почалося під час німецької окупації взимку 1942 року на острові Сіфнос у Греції. Фільм був знятий кілька років потому, в 1945 році, за допомогою Продромоса Меравідіса і Танасіса Пападукаса, які знімали його на кіностудії. Це була сатира на події італійського вторгнення в Грецію 28 жовтня 1940 року, коли Беніто Муссоліні марно намагався змінити історію і замінити свою поразку греками перемогою. Фільм був загублений під час громадянської війни, а в 1980 році був знайдений і відновлений. Через два роки після завершення фільму Янніс Руссопулос створив фільм «Στῦά τους Κεραυνούς» («Уповільнити блискавку»), в якому комічним чином розгортаються дії і конфлікти богів Олімпу. Незважаючи на розквіт грецького кіно в 50-60-і роки, створення мультфільмів на протязі приблизно

40 років залишалося справою індивідуальних зусиль різних художників. З боку продюсерів була байдужість до створення організованих анімаційних компаній, таких як Φίλος Φίλμ та Καραγιάννης – Καρατζόπουλος Α.Ε., при цьому більшість творців закінчували роботу в рекламі, де вони навчалися анімації, режисурі і продюсуванню, але не могли розвиватися. Треті після кількох спроб звернулися до ілюстрації, живопису або ігровим фільмам.

Грецький кінематограф почав стикатися з технічними проблемами, які перешкоджали появі нових мультиплікаційних фільмів. Основною причиною відсутності розвитку техніки для грецької анімації протягом багатьох років була нездатність грецьких творців співпрацювати у великих групах, а також відсутність шкіл анімації високого рівня. Наступною причиною можна вважати відсутність необхідних коштів.

У 60-і роки 19 століття на перевипуск анімаційного фільму пішло 18 років. Першою грецькою роботою в складному жанрі підкадрової анімації вважається фільм Георгія Дізікірікіса, який був знятий в 1964 році. Це був фільм з рухомими ляльками під назвою «Весілля Василиса Георгіадіса по-грецьки». Це чорно-біле кіно, в якому з гумором демонструються труднощі шлюбу двох молодят. А вже в 1967 році був знятий ще один фільм з рухомими ляльками під назвою «Друг з космосу» Христоса Діатсініса. У фільмі розповідається про прибуття на Землю космічного корабля з інопланетянами, у яких добрі наміри.

У 1969 році Яннопулос і Діахінтос представляють фільм під назвою «Ο Καραγιόζης και ο Δράκος» («Карагіозії і Дракон»), націлений на іммігрантів в Сполучених Штатах. Потім на екрани вийшов фільм режисера Теодороса Марангоса під назвою «Τσούφ». Фільм отримав першу нагороду за короткометражний фільм і був опублікований в «Урядовій газеті». У тому ж році була створена продюсерська компанія «Αρώνης–Ευθυμιάδης», перша по суті організована компанія, яка займалася анімаційною рекламою, а також об'єднала багато талантів того часу, такі як Г.Вамвурас, Г.Георгаріу, Г.Кутсуріс, Н.Мірмілідіс та інші.

У 1970 році Крістіан Сурлос в своєму чорно-білому фільмі під назвою «Τα Μαλλιά» («Волосся») демонструє кошмар людини, яка стурбована та налякана жахами війни. У 1971 році Теодорос Марангос зняв короткометражний кольоровий фільм під назвою «Σσστ», який був опублікований в тому ж році в «Урядовій газеті». Фільм отримав першу премію за короткометражний фільм. У 1973 році проводиться перша міжнародна нагорода за грецький анімаційний фільм. Насос Мірмілідіс і Янніс Кутсуріс зняли короткометражний кольоровий фільм під назвою «Γραμμή». Саме цей фільм отримав перший приз на знаменитому фестивалі.

Інформація про цей фільм була опублікована в «Урядовій газеті» за 1973 рік. Так само одними із значних робіт були короткометражні кольорові фільми Теодороса Вамвуреліса, Марії Захур і Кейт Папаніколау.

Теодорос Вамвуреліс створив короткометражний фільм під назвою «Ανθρωπος και Ευτυχία» («Людина і щастя»), де персонаж марнує своє життя в гонитві за багатством і врешті-решт здійснює самогубство, усвідомлюючи, що він втратив своє щастя. Наступний короткометражний фільм був знятий Марією Захур і Кейт Папаніколау під назвою «Μηχανικό Χαμόγελο» («Механічна посмішка»). У 1974 році починається новий творчий курс іншої студії анімаційного виробництва під назвою «Κουνούλι», заснованої творцями «Γραμμή» Нассосом Мірмілідісом і Яннісом Кутсурісом. Компанія працювала протягом 15 років виключно в області реклами, створюючи важливі творіння з використанням інноваційних методів і естетики. У 1975 році Акіс Псілас представляє свій мультфільм під назвою «Τερμίτες» («Терміти»). У 1977 році Акіс Псілас повертається з фільмом «Το Ρολόι» («Годинник»), щоб прокоментувати занепокоєння сучасного суспільства з приводу перебігу часу, а Нікос Біліліс знімає фільм «Εδώ Γέλανε».

Ще одним етапом, який вплинув на історію розвитку кинематографства та анімації це короткометражний фільм Танасіса Нетаса з назвою «Βοήθεια», фільм мав екологічну та соціальну проблематику, був присвячений сміттю, яке тоне в Афінах. Наступною людиною, яка вплинула на розвиток грецької

анімації є Іорданіс Ананіадіс, який зняв фільм під назвою «Κύκλος» («Коло»). Сценарист коментує одночасно з гумором та серйозністю цикл життя людини від народження до смерті. Його творчість характеризує відмова від техніки і малювання персонажів і пейзажів на папері. Його фільм отримав першу премію за короткометражну анімацію в «Урядовій газеті» за 1981 року, а також нагороду за кращий короткометражний фільм Всегрецької асоціації кінокритиків.

У 1982 році продюсерська компанія Αρώνης–Ευθυμιάδης намагається зняти пілотну серію першого грецького мультсеріалу, який містить 6 епізодів з тривалістю 25 хвилин. Під назвою «Παντεχνής» («Пантехніс»). За допомогою техніки фільм переносить нас до Візантії в роки її слави і розповідає про життя чотирьох друзів. У 1982 році фільм «Εργαστήρι 82» Стратоса Стасіноса отримав премію «Юридичний вісник» за кращий короткометражний фільм. У тому ж році Маркос Холевас представляє свою третю постановку «Πράσινο Φως – Κόκκινο Φως» «Зелений світ – червоний світ». В історії грецького кінематографства, 1985 рік був присвячений анімації в усьому світі. Афіни, як культурна столиця Європи з 1985 року, організовують в кінотеатрі «Παλλάς» Міжнародний тиждень анімації під назвою Animation «85» («Анімація '85») з представниками з 15 країн. Творці мультфільмів розповіли про теми, які їх цікавили або надихали: ядерна катастрофа, пошуки любові, проблема самотності, а також про мотиви, які привели їх до творчості. Грецію, яка також відзначила 40-річчя художньої творчості в анімації, представляли І.Ананіадіс, Т.Марагос, Стасінос, Н.Мірмілідіс, Г.Кутсуріс, А.Псілас, Г.Сіфіанос, М.Кассос, К.Капакас, А.Кіріцопулос, Т.Вамвуреліс, Т.Ретзіс. Всього було показано 150 фільмів з країн Східної та Західної Європи, США, Канади, Японії та інших країн. Цей рік супроводжувався ще одним важливим творінням грецької анімації. Це був фільм «Του Κολυμπητή» Стасіноса і Насос Мірмілідіса за сценарієм Костаса Папагеоргіу. Фільм, на створення якого пішло 3,5 року, був заснований на віршах народної пісні і

алегорично оповідає про драму людських взаємин. Фільм отримав державну премію.

У 1986 році найпродуктивніший грецький сценаріст Йорданіс Ананіадіс представляє фільм про Адама, дотепну сатиру на руйнівну лють людського виду. На реалізацію знадобилося 3 роки. Події розгортаються після ядерної катастрофи. Перша премія за кращий короткометражний фільм в Урядовій газеті 1986 року і Державна премія за якість короткометражного фільму в тому ж році. Він також отримав нагороду на фестивалі. Костас Капакас завершує свій курс анімації фільмом «θα Περάσει», в якому він представляє п'ять невеликих тем, натхнених важким повсякденним життям. 1990-ті роки були відзначені створенням безлічі нових компаній, які прагнули використовувати фінансову допомогу програм Європейського Союзу (MEDIA) для створення серіалів, телефільмів та мультфільмів, а в 2000-і роки з'явилися перші великі виробництва з новими технологіями і 3D-анімацією. У 1995 році з'являється Вассіліс Мазоменос зі своїм першим цифровим фільмом і першим грецьким художнім фільмом «Μέρες Οργής» («Дні гніву»), в якому використовується техніка комп'ютерної анімації для створення особливого та оригінального кінематографічного тексту. Далі йдуть ще два фільми В.Мазоменоса «Ο θρίαμβος του Χρόνου» «Тріумф часу» в 1996 році та «Το Χρήμα – μια μυθολογία του Σκότους» («Гроші – міфологія темряви»). Останній також є першим 3D-анімаційним художнім фільмом в Європі в 1998 році. Завдяки цим трьом фільмам Мазоменос став одним з найважливіших представників цифрової анімації 90-х років на міжнародному рівні [85].

Грецькі мультиплікаційні фільми завжди відображали найважливіші політичні події і соціальні явища свого часу, такі як Друга світова війна, диктатура, руйнування навколишнього середовища або самотність жителів сучасних великих міст.

Одним з новітніх явищ в історії культури ХХ століття, окрім появи кінематографу, можна впевнено назвати жанр анімаційного мистецтва в усіх

його проявах та різновидах. На сьогоднішній день є чотири види мультиплікації: 1) мальована мультиплікація (показ намальованого середовища та персонажів на екрані за допомогою кольорових та графічних замальовок на целулоїдних форматах); 2) об'ємна мультиплікація (створена за допомогою скульптурних елементів, де персонажі приводяться в рух за допомогою акторів перед знімальною камерою); 3) силуетна мультиплікація (театр тіней, або графічна заливка силуетів на целулоїдних форматах); 4) комп'ютерна анімація (створення анімаційних стрічок за допомогою комп'ютерних 3-D технологій).

Усі мультиплікаційні чи художні фільми складаються із аудіовізуальних та вербальних компонентів, тому вони вважаються предметом міждисциплінарного вивчення. Кандидат філологічних наук Р.Матасов в одній із своїх праць наголошує на необхідності опанування майбутніми перекладачами навичками аналізу цільової аудиторії з подальшим вибором релевантної перекладацької стратегії, вміння виявляти важливі з точки зору розвитку сюжету елементи відеоряду, а також особливості художнього стилю авторів кінофільму, оскільки кінотекст потребує врахування лінгвоетнічних комунікативних компетенцій носіїв мови перекладу. Р.Матасов трактує термін «кінотекст» як «технічно диференційовану динамічну знакову ситуацію, що є сукупністю структурних елементів кіномови у рамках кінематографічного твору, яка відправляє, відповідно до жанрової специфіки, певне інформаційно-емоційне повідомлення реципієнтові (глядачеві). Це повідомлення має вигляд синергетичної комбінації семіотичних кодів (вербальної мови, музики, кінесики, іконіки і т. ін.), що характеризується змістовою довершеністю, інтертекстуальністю, поліавторською модальністю та наявністю різноманітних стилістичних фігур мови кіно (кінометафори, кіноепіфори, паралелізм, еліпс і т. ін.), записаної на матеріальному носії і призначена для аудіовізуального сприйняття» [48, с.156]. Кінотекст – це складний текст і фактор, який впливає на формування емоційного стану за допомогою одного

багаторівневого планового змісту, створеного за допомогою вербальних та невербальних засобів вираження, а змістове навантаження може змінюватися залежно від цілей, завдань та художніх намірів сценаристів. Кінопереклад вимагає від перекладача відтворення не тільки синтаксичної та семантичної структури та фразеології, а й функціональних та прагматичних аспектів [22]. Структурною одиницею кінотексту є кадр, який містить значення кіномови. Кадр наближає кінотекст до мовлення, оскільки вносить у мову дискретність. Кадри поєднуються за допомогою монтажу, який вважають ідентичним до поєднання морфем у слова, а слів – у речення [45].

Лінгвістична система кінотексту як предмет кіно/відеоперекладу містить:

1) Титри і надписи, що є складовою частиною світу речей мультиплікаційного фільму.

2) Усна складову (вербальне мовлення акторів, закадровий текст, пісня і т. ін.) [48, с.155–166].

А.Горних зазначає, що термін «кінотекст» був введений у вжиток у першій половині ХХ століття [68]. У свою чергу даний термін також розглядали такі дослідники, як Г. Слишкін та М.Єфремова. На їх думку, «кінотекст складається з рухомих та статичних образів, усної та письмової мови, шумів та музики, особливим чином організованих та перебуваючих у неподільній єдності. У кінотексті присутні дві семіотичні системи – лінгвістична та нелінгвістична, які оперують символами різного виду [69]. У кінотексті існує лінгвістична та нелінгвістична система. До лінгвістичної системи належать дві складові: письмова (титри і написи, які є частиною світу речей фільму) і усна (звучить мова акторів, закадровий текст, пісня). У свою чергу, нелінгвістична система включає звукову складову (природничі та технічні шуми, музика) і відеогляд (образи персонажів, їхні рухи, пейзаж, інтер'єр, реквізит, спецефекти).

Всі ці компоненти знаходяться в нерозривній єдності і виробляють кумулятивний ефект на адресата.

Часто спосіб взаємодії письмових та усних елементів лінгвістичної системи кінематографічного тексту зумовлений перекладом оригінального тексту фільму на іншу мову. Наприклад, елементи письмового компонента, такі як написи, що вказують на конкретні ключові моменти фільму/мультфільму (дати, назви міст, часові інтервали тощо), як правило, не озвучуються в оригінальному мультфільмі, але під час перекладацької роботи відбувається додавання закадрового голосу, що озвучує певний напис мовою перекладу.

Так, у першому чорно-білому грецькому мультфільмі під назвою «Ο Ντούτσας Αφηρείται», який був створений грецьким карикатуристом Стаматисом Поленакісом, на початку короткометражного мультфільму є текстовий напис (уривок тексту), який є своєрідним орієнтиром і вказує, про що буде йти мова у даному мультфільмі. Якщо ви дивитесь мультфільм мовою оригіналу, існує лише взаємодія письмового та лінгвістичного елементів та нелінгвістичного компонента – музики. Однак під час перегляду мультфільму з українським перекладом ми бачимо, що додається усний компонент мовної системи, тобто фоновий текст, тобто звучить переклад уривку, який глядачі бачать перед собою на екранах. Те саме стосується різних текстових матеріалів, які з'являються у фільмі відповідно до графічних рядків: листи, календарі, нотатки, фрески тощо. Проте бувають випадки, коли переклад та озвучування письмових компонентів не здійснюється, що залишає глядача у здогадках, або ж взагалі зумовлює ніби «випадіння» цієї художньої деталі з концептуальної картини фільму, що формується у свідомості глядача.

Мультфільм прийнято вважати провідним розважальним засобом для дітей раннього, дошкільного та молодшого шкільного віку. І хоча сьогодні мультиплікація значно розширила глядацьку аудиторію, головним об'єктом її призначення залишається дитяча особистість та вплив на неї. Якість цього впливу залежить не тільки від змістового наповнення мультфільму, а й від способу, умов та напряму його представлення. В основі сучасних медіа-

технологій лежить ідея комплексної реалізації принципу наочності. Для кожної людини домінуючим є певний вид сенсорної модальності; таким чином, одні діти легше сприймають візуальну інформацію (візуали), інші – слухову (аудіали), для третіх – провідним каналом запам'ятовування є м'язово-рухова активність (кінестетики). Для того, щоб забезпечити максимальний ефект від сприйняття інформації, необхідно представляти її у різних формах. Медіа-технології спрямовані на об'єднання кількох типів представлення інформації в одній системі. Мультиплікаційна продукція, як засіб розвитку людини, є доступною формою впливу, а в руках фахівця має значний розвивальний потенціал. Ми переконані, що цілеспрямоване та організоване застосування засобів мультиплікації у розвитку людини призводить до більш якіснішого засвоєння дитиною або дорослою людиною трансльованих орієнтирів, цінностей та норм, а також повноцінного її особистісного та пізнавального розвитку. Можемо виокремити такі чинники впливу мультиплікації на особистість молодого глядача:

- цілісність впливу інформації, що досягається за єдності змісту і форми;
- структура, побудова сюжету, його зв'язок з важливими проблемами дитячого віку;
- значення мультфільму, тобто важливість інформації, яку він несе;
- емоційне звучання і емоційна насиченість мультфільму [31, с.78–82].

Мультиплікаційний фільм (мультфільм) – це вид кіномистецтва, який створюється шляхом зйомки та відеомонтажу послідовних фаз руху графічних або об'ємних об'єктів [82, с.14–15]. Мультиплікаційний образ виступає у поєднанні візуальних, звукових і рухових елементів. Мультиплікація є більш метафоричною, коли кінематограф створює лише ілюзію реальності. Згідно з історією, у кінематографі існують декілька видів анімації: графічна (мальована) анімація – класичний вид анімації, де об'єкти малюються вручну (сьогодні часто переносять малюнки на комп'ютер); об'ємна (матеріальна) анімація – об'єкти є окремими елементами

матеріального світу (лялька, пластилін, витинанка, сіль, голки тощо); пластилінова анімація; лялькова анімація; сипка анімація; комп'ютерна анімація – вид анімації в якому об'єкти створюються з допомогою комп'ютерних засобів; 3-d анімація; 2-d анімація (flash-анімація тощо).

Також існують багато технологій та методів анімування, наприклад покадрова технологія – це технологія, за якою кожен кадр малюється окремо. Ця технологія вважається найбільш складною та тривалою, вимагає високої майстерності та досвіду. Проте покадрова технологія дозволяє здійснити практично будь-які зміни об'єкта, реалізувати будь-які задуми. Наступна відома технологія називається «ключові кадри». Ця технологія полягає в тому, що створюються не всі кадри, а лише «ключові», між ними «проміжні кадри» малюються автоматично. До цієї технології можна віднести й некомп'ютерний тип анімації, коли головний аніматор займається «ключовими кадрами», а підрядні аніматори малюють «проміжні». Ще існує один вид технології під назвою «захоплення руху» («Motion capture»). Це відносно молода технологія, де об'єкти рухаються або змінюють форму внаслідок аналогічних дій реальних істот або неживих об'єктів, до яких прикріпленні датчики, що фіксуються в просторі та передають дані до комп'ютера. Ця технологія допомагає захопити найскладніші реалістичні рухи. Також розрізняються за типом змінюваних параметрів об'єктів: технології руху – технології, що дозволяють передати рух об'єкта або його частин; технології форми «Морфінг» («Morphing») – технології зміни форми. Часто використовуються для перетворення одного об'єкта в інший. Зазвичай виконується з допомогою технології «ключових кадрів». Анімація кольору – технології трансформації забарвлення об'єкта.

Наступне поняття в анімаційному кіно, яке має бути розглянуто, це художній переклад, який охоплює такий вид перекладацької діяльності, за якого текст відтворюється засобами іншої лінгвістичної системи. Також художній переклад є засобом міжлітературної міжмовної комунікації і важливою частиною культурологічної інформації, яка може зумовлювати й

визначати напрями міжкультурного спілкування. Причому переклад – це, передусім, «процес постійної взаємної інтерпретації знаків» [38, с.78]. Художній переклад вимагає великої майстерності адже особливостей художнього перекладу багато. Написи в мультиплікаційних фільмах мають бути грамотно перекладені, та відповідати оригінальному змісту даного фільму. Такий спосіб перекладу вимагає творчого підходу і навичок перекладу.

Переклад мультиплікаційного фільму є складним завданням, навіть для професійного перекладача. Існують такі написи в мультиплікаційних фільмах, котрі описують традиції, що належать до будь-якої нації або певної території в світі. Крім того, слова або терміни, що належать певній нації або території, можуть не мати еквівалента на іншій мові. У подібних випадках перекладач повинен дати визначення цим словам. Як видно, синтаксичні способи двох мов не завжди можуть узгоджуватися один з одним. При дослівному перекладі тексту порушуються синтаксичні норми мови і тут потрібна фантазія. Внаслідок цього значення вихідного і перекладеного текстів іноді відрізняються один від одного. Мова автора і його мета визначені, але спосіб вираження невідомий для мови, що вивчається. Перекладач повинен передати почуття і емоції автора і персонажів, використовуючи необхідні літературні прийоми. У процесі редагування текстів художнього перекладу використовуються різноманітні методи:

- Епітети перекладаються з урахуванням описаного слова і його використання за структурою і семантичними особливостями;
- Порівняння, перекладені з урахуванням стилістичного розмаїття тексту;
- Метафори перекладаються семантично з урахуванням взаємодії персонажів;
- Неологізми перекладаються з використанням нових сучасних слів, зберігаючи первісний зміст;
- Іронія перекладається шляхом порівняння слів і контрасту;

- Топологія і розумні назви – назви місць і людей перекладаються зі збереженням сенсу, щоб справити враження на читача/слухача.

Переклад кінофільмів на іноземні мови виник практично одночасно з появою кінематографа. Незважаючи на те, що кінопереклад існує з моменту виникнення кінематографа, дотепер він не одержав достатнього наукового висвітлення як особливий вид перекладацької діяльності.

Кінопереклад – це окремий вид перекладацької діяльності, який виник унаслідок становлення та популярності кіноіндустрії; переклад кіно та мультфільмів потребує особливої підготовки від фахівця та індивідуального підходу. Аудіовізуальний переклад, зокрема переклад за допомогою субтитрів, являє собою переклад багатомодальних і мультимедійних текстів на іншу мову і їх перенесення в іншу культуру. Керівник школи аудіовізуального перекладу зазначає, що аудіовізуальний переклад визначають як галузь самостійного дослідження. Причина цього полягає в очевидності кардинальних відмінностей аудіовізуального перекладу від інших видів перекладацької діяльності. У теорії та практиці перекладу термін «аудіовізуальний переклад» не отримав широкого поширення. Найчастіше цей вид діяльності зводиться до кіноперекладу.

1.2. Мультиплікації як один із засобів впливу на свідомість і поведінку

Сучасне суспільство, яке називається «інформаційним», є суспільством нових технічних можливостей, реалізації «ідеальних» ідей та втілення у реальність нових проектів [84, с.9–14]. Аналізуючи та порівнюючи дітей нового покоління з їхніми однолітками в минулому столітті, помічаємо відмінності, які пов'язані з підготовкою або рівнем знань дітей, з спілкуванням з однолітками, з інакшою поведінкою та думками, зі здатністю працювати і реалізовувати задумане.

Зазвичай дорослі люди дивуються знанням чи поведінці дитини, думаючи про джерело цього досвіду. Перш за все, починають думати про оточення, школу, друзів та батьків. Проте дуже часто дорослі люди забувають про дозвілля дітей. Та чи не найбільшим захопленням молодого покоління є перегляд мультфільмів.

Мультиплікація є особливим жанром екранних мистецтв, де аудіовізуальний ряд підлаштований саме для дитячого сприйняття. Як зазначає Р.Силко, «мультиплікація – це універсальна та інтернаціональна мова спілкування дітей та дорослих усього світу. Мультиплікація є дуже близькою до світу дитинства, бо в ній завжди присутня гра, злет фантазії й немає нічого неможливого. Мультиплікація є універсальним багатограним засобом розвитку дитини у сучасному візуально насиченому світі. Виразні засоби мультиплікації є найбільш природними для дитячого віку стимуляторами творчої активності та розкритості мислення» [63, с.188–190].

Використання навчальних інформаційних технологій слугує засобом підвищення мотивації навчально-пізнавальної діяльності, урізноманітнення педагогічного процесу, розвитку розумових здібностей, самостійної творчої активності дітей [13, с.84–88]. Дитина ще з раннього віку починає ознайомлюватися з дещо новим способом пізнання світу – мультфільмами. Дуже часто підбираючи «меню перегляду», батьки, перш за все, звертають увагу на яскравість, якість, сучасність, ну і, так званий, розвивальний аспект. За словами М. Сітцевої, «у буденній свідомості мультиплікації сприймаються як невід’ємний складник дитинства, засіб розважання та розвитку підростаючої особистості» [66, с.35–38]. В.Сухомлинський слушно акцентував увагу на тому, що «у малюків своє бачення світу, своя мова художніх зображувальних засобів» [72, с.27]. За словами Ю. Хомської, «проблематика сприйняття мультфільмів дітьми полягає у тому, що маленьким глядачам не вистачає ані художнього, ані життєвого досвіду, щоб сприйняти сюжетну лінію мультфільму. Діти не бачать тих прихованих смислів, які зазвичай містяться у словах і діях героїв» [78, с.191]. При

обранні мультиплікаційного фільму батьки мають враховувати принципи дії цих анімацій на свідомість дитини та слідкувати за тим, щоб обраний мультиплікаційний продукт давав різноманітну пізнавальну та навчальну інформацію дитині. Аналізуючи мультиплікаційний фільм, можна зробити висновок про те, що дорослі люди сприймають саме сюжет обраного мультфільма, у той час як діти сприймають деталі.

Існують певні вимоги до створення правильного мультфільму, який має здійснювати певний позитивний вплив на підростаюче покоління. Наприклад, спрямованість на молодого глядача: персонажі мультфільмів мають розмовляти мовою дітей, мовою дитинства, бути на одній хвилі з дитиною, її розвитком, інтересами та захопленнями. Діти повинні бачити в анімаційному кіно «дитяче» життя, а не доросле. Така властивість дитячого сприйняття, як «наївний реалізм», виражає здатність маленького глядача «сприймати умовність мистецтва, однак, стихійно, не усвідомлюючи цього, на інтуїтивному та емоційному рівнях, як реальність» [81, с.17]. Завдяки цій особливій будові візуального сприйняття дитина здатна співпереживати персонажам, тобто емоційно реагувати на них, ототожнюючи себе з улюбленим героєм, засвоюючи таким чином ціннісні орієнтири та поведінкові паттерни, необхідні для подальшої соціалізації, тобто перейняти ту поведінку та манеру спілкування, яка є необхідною у сучасному світі. Також висувається друга вимога до дитячого мультиплікаційного продукту, яка передбачає урахування вікових можливостей сприйняття дитини. Особливості сприйняття маленьким глядачем сюжету та зображень мультфільму відрізняються відповідно до психофізіологічних можливостей віку.

Діти 6–7 років (першокласники), у яких ще не сформована довільна увага, здатні повноцінно сприймати короткі мультфільми нескладного змісту з динамічним сюжетом. Цей вік є дуже важливим для дитини у розвитку пізнавальної, інтелектуальної та особистісної сфери. Його можна назвати базовим, коли в дитині закладаються багато особистісних аспектів,

опрацьовуються всі моменти становлення позиції «Я». У більшості дітей цього віку непогано розвинена безпосередня й механічна пам'ять. Тому діти порівняно легко запам'ятовують і без особливих зусиль відтворюють побачене, почуте, але тільки за умови, якщо це викликало в них інтерес і самі діти були зацікавлені в тому, щоб щось запам'ятати або пригадати. Часто діти відтворюють образи персонажів з мультфільмів, що не завжди позитивно впливає на їх психіку та поведінку. У дітей віком 7–8 років розширюються можливості до сприйняття змісту та моралі в мультиплікаційних фільмах, тому вони здатні до більш осмисленого обговорення побаченого на екрані. Діти віком приблизно 9–11 років вже здатні сприймати повнометражні мультфільми, зокрема диснейвські «Бембі», «Русалонька», «Король Лев» та інші.

Через те, що молоде покоління ще не здатне досягнути асоціативні образні зв'язки у творах екранного мистецтва, не помічають ті виразні прийоми, які використовує автор для створення поліфонії почуттів і тлумачень подій, мультфільм для дитячої аудиторії повинен мати простий та ясний сюжет, якусь легку для запам'ятовування послідовність подій. Дитячий мультфільм повинен мати високу змістову наповненість, сюжетно-сміслову «щільність», адже специфіка кіномистецтва полягає саме у необхідності вкладати вагомий сенс у короткометражні мультиплікаційні продукції. Таку характеристику сюжету мультиплікаційного фільму можна позначити як концентрованість або змістову насиченість. Отже, мова йде не про змістову, а про сюжетну простоту мультфільму. Значна кількість сюжетних ліній, складна й заплутана історія навряд чи будуть зрозумілими маленькому глядачеві, навряд чи викличуть у нього інтерес до перегляду. Таким чином, відображаючи явища об'єктивної дійсності, почуття й емоції, які відповідають дитячому сприйняттю, «хороші фільми для підростаючого покоління мають відзначатися конкретністю сюжету, чіткістю і рельєфністю форми» [29, с.11–12].

Ще однією вимогою до створення мультфільмів є наявність конкретних героїв (хороший персонаж – поганий персонаж). Діти ще не здатні розрізняти дії інших та поділяти їх на погані та хороші, тобто дитина ще не здатна вловити усі відтінки ціннісно-морального образу, тому треба дуже чітко створювати персонажів та ретельно промальовувати їхні дії, щоб молоді глядачі мали змогу якісно розтлумачити дії персонажів. Зазвичай діти наслідують поведінку, цінності та ідеали своїх улюблених мультиплікаційних персонажів. Тому якісний дитячий мультиплікаційний продукт прагне якнайповніше представити образи «хорошого» і «поганого» героїв, показати мотиви їх вчинків та риси характеру, якими вони володіють. На екрані дитина повинна бачити якісне різноманіття поведінкових паттернів, розуміючи при цьому, за якими критеріями той чи інший персонаж є позитивним або негативним.

Персонажі мультфільмів демонструють дитині різні способи взаємодії з навколишнім середовищем. Вони формують в неї первинні уявлення про добро і зло, поняття позитивної та негативної поведінки. Порівнюючи себе з улюбленими героями, дитина має можливість навчитися позитивно сприймати себе, справлятися зі своїми страхами і труднощами, шанобливо ставитися до інших. Події, що відбуваються в мультфільмі, дозволяють підвищувати обізнаність, розвивати мислення і уяву, формувати світогляд дитини.

Багато сучасних мультфільмів побудовані психологічно, педагогічно чи етично безграмотно і можуть мати небезпечні для дитини наслідки. В.Д.Абраменкова, М.В.Аромаштам, І.Я.Медведєва визначили ознаки «шкідливого мультфільму», від перегляду якого варто захистити дитину: головні герої мультфільму агресивні, вони прагнуть завдати шкоди оточуючим, нерідко нівечать або вбивають інших персонажів; поведінка героїв, що відхиляється від норми суспільства, ніким не карається. В результаті в дитини закріплюється уявлення про допустимість подібних форм

поведінки; демонструються небезпечні для життя дитини форми поведінки, повторювати які в реальному житті небезпечно.

Також ще однією помилкою «неправильного мультфільму» є зображення несимпатичних чи негарних героїв анімаційного фільму поганими, а гарних на зовнішній вигляд персонажів – хорошими людьми [1, с.28–31]. На думку В.С.Мухіної, для дитини зовнішність героя мультфільму має особливе значення. Позитивні персонажі мають бути симпатичними або навіть красивими, а негативні - навпаки. У тому випадку, коли усі персонажі негарні, незалежно від їх ролі, у дитини немає чітких орієнтирів для оцінки їх вчинків. Крім того, коли дитина вимушена наслідувати, ідентифікувати себе з несимпатичним головним героєм – це неминуче відображається на самооцінці дитини [57]. Таким чином, мультфільм – це ефективний засіб виховання дитини. Очевидно, що мультфільми відіграють важливу роль у становленні особистості маленького глядача.

Мультиплікаційний продукт покликаний сприяти вирішенню завдання формування картини світу дитини, що органічно включає в себе і когнітивну, і поведінкову, і морально-ціннісну складові. Забезпечити гармонійну взаємодію дитини з екраном здатний лише той мультиплікаційний продукт, який відповідає віковим психологічним та фізіологічним особливостям і можливостям дитячого сприйняття і розуміння. Таким чином, умовність та образність є основними характеристиками мультфільму для молодого покоління. Проте аналіз сучасних мультфільмів приводить нас до висновку, що ці вимоги дотримуються не завжди. Режисери демонструють маленьким глядачам спосіб життя та стиль поведінки, які притаманні дорослим людям, через яскравий образ головних героїв мультиплікаційного фільму. Даний феномен фактично є «штучним одоросленням» молодого покоління, що чинить деструктивний вплив на дитячу психіку.

Важливим аспектом формування у дитини «моделі світу» є не тільки отримання базових уявлень про основні життєві цінності світу, в якому живе дитина, а й формування загального ставлення до нього та інтерпретація світу

як «позитивного» чи «негативного», як «дружелюбного» чи «ворожого» до дитини. В основі даних моделей лежать провідні життєві цінності, які дитина раннього віку отримує з різних джерел інформації: спілкування з батьками і спостереження за ними, спілкування з іншими дорослими та однолітками, засоби масової інформації, література, театр тощо. Процес формування особистості дошкільника є досить активним та багатовекторним, і одним з провідних факторів, який впливає на даний процес, є засоби масової інформації, зокрема мультфільми. Неодноразово психологічні дослідження доводили негативний вплив більшості сучасних мультфільмів на психіку дітей (В.Абраменкова та А.Богатирьова, І.Мєдведева та Т.Шишова, І.Тимошина та А.Морозова, М.Аромаштам, Н.Шикирова, Strasburger & Hogan). Дослідники стверджують, що більшість сучасних мультфільмів формують деструктивні цінності та асоціальні форми поведінки: агресивність, неповагу до старших, вседозволеність, егоїзм, руйнування цінностей дружби та любові тощо [49]. В дослідженні Д.Гордієнко, В.Коваленко експериментально доведено, що сучасні мультфільми підвищують рівень тривожності дітей [19, с.57–65.]. І.М.Тимошина, А.В.Морозова, аналізуючи сучасні мультфільми, звертають увагу на те, що більшість з них викликає у дітей гіперактивність, агресію по відношенню до однолітків, неслухняність по відношенню до батьків та вихователів [74, с. 49–58].

З психолого-педагогічної точки зору, мультиплікація – є особливим жанром екранних мистецтв, де аудіовізуальний ряд підлаштований саме для дитячого сприйняття: дитячі мультфільми яскраві, образні, емоційно збагачені. Саме з причини, що діти не володіють необхідним рівнем знань, і відповідно не мають життєвого досвіду, – оточуючу дійсність вони сприймають за допомогою аудіовізуальних образів та відчуттів [58, с.10].

Можливості мультиплікації щодо її інформаційного впливу на маленького глядача реалізуються завдяки психологічному механізму навіювання. Навіювання – це вплив на людину з метою створення у неї

певного стану або спонукання певних дій, що розраховані на недостатньо усвідомлюване та некритичне сприймання [40, с.205]. Навіювання є одним із провідних механізмів впливу на дитячу психіку, який базується на психологічних особливостях віку; воно є найбільш уживаним, зокрема і в інформаційному середовищі. Сформовані у дитячому віці стереотипи і моделі поведінки чинять беззаперечний вплив на подальший розвиток особистості дитини, і скоригувати ці стереотипи зазвичай не видається можливим. Тому дорослим, які взаємодіють із дитиною, важливо дбати про відносну «чистоту» та «правильність» отримуваної зовні інформації, у тому числі й такої, яку транслює мультиплікаційних продукт.

Ще одним з провідних механізмів формування особистості дошкільників є наслідування. Перш за все дошкільники наслідують особистісні риси та поведінку близьких людей – батьків, братів і сестер, прабатьків. Але значущими зразками для наслідування стають і герої мультфільмів, особливо у сучасному суспільстві.

Спостерігаючи за улюбленим мультиплікаційним героєм, дитина наслідує його особистісні риси, на його прикладі вчиться моральним нормам, переживає моральні почуття, наслідує зразки поведінки. Як стверджують спеціалісти в галузі дитячої психології, дошкільникам для правильного формування моральної свідомості необхідно навчитись мислити альтернативно: «добро» і «зло», «добре» і «погане». Саме категоричність моральних імперативів лежить в основі формування моральності дитини. Тому дуже важливо, щоб улюблений герой був абсолютно позитивним, а його вчинки абсолютно позитивними завжди і всюди. Відповідно, якщо герой може в одних ситуаціях чинити позитивно, а в інших негативно, якщо може бути і добрим, і злим одночасно, то у дошкільника не сформується система особистісних моральних уявлень і переконань, а отже, і не формується позитивно спрямована особистість дитини.

Існують декілька принципів впливу на свідомість і поведінку мультиплікаційних фільмів. До таких принципів належать: інформатизація,

імітація, ідентифікація. Під час перегляду мультиплікаційного продукту дитина зустрічається не просто з новим знанням, як про це думають батьки, а з цілим потоком нового й непізнаного, за розуміння та сприйняття якого відповідає вона сама. Вчені зазначають, що треба допомагати дитині зрозуміти інформацію, яка подається у мультфільмі, коментувати кожну деталь, поведінку, думки героїв, щоб дитина краще усвідомлювала побачене нею. Для дитини, це не просто перегляд яскравого мультфільму, це сотні деталей, які потрібно пояснити, про які потрібно поговорити, а також проаналізувати та зробити правильні висновки.

На думку вчених та психологів, принцип ідентифікації полягає в тому, що кожна дитина ідентифікує персонажів, стилі їхньої поведінки, предмети побуту тощо. У процесі ідентифікації дитина може наслідувати та засвоювати моделі поведінки персонажів. А.Бандура говорив про те, що одна телевізійна модель може бути предметом наслідування для мільйонів. А.Бандура описує три способи проходження підкріпленого зразка для наслідування: у випадку, якщо за допомогою спостереження моделі можуть виникати нові реакції; у випадку, коли наслідування моделі поведінки за винагородою або покаранням може посилювати чи послаблювати стримування цієї поведінки; у випадку, коли наслідування моделі може сприяти актуалізації тих зразків поведінки, які й раніше відомі дитині [83].

Принцип імітації проявляється одразу. Адже, переглядаючи мультфільм, дитина хоче бути схожою на своїх героїв і тому з радістю наслідує улюблених персонажів.

Для того щоб відбувався всебічний розвиток дитини, треба уникати неконтрольованого перегляду мультиплікаційних фільмів. Саме такий перегляд руйнує та спотворює сприйняття дитиною реальності, оточення та стилів поведінки. Саме для активізації навчально-пізнавальної активності молодших школярів треба правильно організувати перегляд мультиплікаційного фільму та коментувати сеанс перегляду для більш кращого засвоєння мультимедійної інформації. Батьки мають урахувати усі

важливі аспекти. Кожен анімаційний продукт повинен бути не тільки якісним, але і розважальним, пізнавальним, виховним та навчальним.

На нашу думку, аби уникнути негативного впливу на дитину та неправильного сприйняття нею тієї чи іншої мультиплікації, батькам потрібно дотримуватися декількох правил:

- перш ніж пропонувати переглядати мультфільм дітям, перегляньте його самостійно та проаналізуйте, чи відповідає він критеріям правильного підбору мультиплікації (відповідність віковим особливостям дітей, їхнім уподобанням і характеру, розумовим здібностям тощо);

- виділіть окремі епізоди, на які ви б хотіли звернути увагу;

- обов'язково з'ясуйте виховний аспект мультфільму, продумавши висновки;

- переглядаючи мультфільми, проговорюйте з дитиною окремі епізоди, вчіть дитину аналізувати побачене, співставляти та робити висновки (діти повинні усвідомлювати різницю між мультфільмами, які є втіленням чиєїсь фантазії та реальністю);

- встановіть чітко регламентований час перегляду і контролюйте його дотримання;

- краще не залишати дітей переглядати мультфільм самостійно, більш корисним буде спільний перегляд з дитиною з наступним обговоренням;

- навчіть диференціювати мультфільми відповідно до розвивального, виховного, навчального та розважального аспектів.

Досліджуючи дану проблему, Г.М.Гензур вказує на те, що у процесі перегляду мультфільмів у дітей формуються моральні еталони-зразки як емоційно-когнітивні уявлення щодо способів поведінки. Ці еталони, з одного боку, зображують певну сферу життя дитини, а з іншого – містять суспільну оцінку й емоційне ставлення. Діти слухають і дивляться все, оскільки їхні смаки і погляди ще не сформовані, не розвинені критерії оцінки. Вони пасивно поглинають усе те, що впливає на них з екрана, не можуть захистити себе від інформації, відмовитися від перегляду сумнівних мультфільмів. Діти

схильні вірити всьому, про що йде мова, вони не можуть розрізнити, де закінчується фантазія, а де починається реальне життя [18, с.71]. Зазначено, що психолого-педагогічні та соціологічні дослідження показують, що в дітей розвивається своєрідний «імунітет» до сприйняття насильства, вони не замислюючись копіюють жорстокі дії героїв мультфільмів у повсякденному житті.

Дослідники розглянули та проаналізували вплив мультиплікації на деформацію особистості дитини, які спостерігаються у них після перегляду мультфільмів. Нинішнє анімаційне кіно для дітей нерідко справляє подвійне враження. З одного боку, сучасні мультиплікаційні фільми базуються на новітніх комп'ютерних досягненнях. У них зустрічаємо чимало оригінальних, дотепних ситуацій і колізій. З іншого – мультфільми помежів'я ХХ–ХХІ століть, як і переважна більшість кінематографічної продукції цього періоду, пропонують жорстокі лінії сюжету та експансивну стилістику. Сюжети сучасних мультфільмів зазвичай будуються на проявах жорстокості, агресивності та насилля. Такі мультсеріали як «Мікі-Маус», «Том і Джеррі» (у перекладі на новогрецьку мову).

Сучасне молоде покоління приваблює динамічність, емоційна насиченість, яскравість, певна феєричність та екзотичність сюжетів, локальних ситуацій, дійових осіб, що цілком узгоджується з ментальністю сучасної доби. Водночас вектор поведінки і свідомості такого анімаційного кіно спрямований на формування у свідомості дітей уявлення про те, що конфліктність, брутальність, агресивність і навіть жорстокість можуть бути етичною нормою. Це може призвести до розвитку антигуманістичних переконань у тому, що сучасна особистість може бути носієм болю, жорстокості, зла і в цьому полягає покликання сучасної людини.

Вивчаючи історію впливу кінопродукції на дитячу психіку, ми звернули увагу на те, що було проведено декілька досліджень на цю тему. У 1928 році У.Шорт (директор Національного центру вивчення кіно у США) займався проблемою впливу кінематографа на дитячу психіку. Він створив

авторитетну дослідницьку групу з 19 психологів, педагогів і соціологів, котра протягом чотирьох років (1929–1933) проводила систематичне дослідження. Результатом цієї роботи став висновок: на поведінку та ціннісні орієнтації дітей анімація з елементами насильства здійснює негативний вплив. З цією точкою зору не погоджувались Г.Блумер, П.Хаузер, переконані у тому, що демонстрація злочинності та насильства особливо відчутна тільки у тому середовищі, де послаблений вплив інститутів сім'ї, школи, церкви та сусідства.

Пізніше вчений Х.Хіммельвейт провів дослідження з даної теми, яке не виявило ніяких негативних наслідків впливу анімації зі стилістикою насильства та агресії на поведінку дітей. Велика кількість сцен насилля у сучасних анімаційних фільмах приводить до викривлення поняття моралі у дітей, що в подальшому змінює їх поведінку. Дитина втрачає відчуття реального світу та навколишнього середовища, усвідомлення того, що будь-який вчинок має свій наслідок, адже у мультфільмах демонструється лише виправдання немотивованої агресії, але її наслідки є дуже розмитими, а відповідне покарання взагалі відсутнє. Діти приймають ті правила поведінки та вчинки, які демонструються їм з екранів телевізорів та комп'ютерів, приймаючи їх за належне.

Дослідники провели багато досліджень для того, щоб встановити як само мультиплікаційні фільми впливають на психіку дитини. І виявили, що діти можуть як переживати гнів та тривогу, так і отримувати від певних мультфільмів радість та натхнення. Тому дослідники зробили висновок, що мультфільми мають інтенсивний вплив на психіку та свідомість дитини.

Сучасна іноземна мультиплікація, яка представлена як перекладений кінотекст, втрачає важливу функцію бути медіадидактичним джерелом, тобто середовищем продукування зразків індивідуальної і колективної мовної поведінки, поширення певного соціального досвіду.

Аналізуючи дослідження вчених та психологів з впливу анімаційних фільмів на розвиток психічних процесів та формування особистісних рис

молодого покоління, можна зробити висновок, що мультфільми значно впливають на особистість і поведінку дитини. Вони розважають, інформують, навчають, розширюють кругозір дитини, демонструють юним глядачам різні способи взаємодії з навколишнім світом, формують первинні уявлення про добро і зло, правила поведінки, підвищують обізнаність, розвивають мислення, формують світогляд. Тобто, з одного боку – це ефективний засіб виховання дитини, а з іншого – маніпулювання нею. Багато сучасних мультфільмів часто побудовані педагогічно та психологічно неграмотно. Сцени мультиплікаційного насильства, які часто спостерігають діти, дивлячись улюблений мультфільм, негативно впливають на формування особистості. Проте, на нашу думку, розвиток дитини більше залежить не від самої мультиплікації, а від батьків, які дозволяють своїй дитині дивитися кіно та мультфільми, не фільтруючи їх. Саме тому дорослі мають більше проявляти інтерес до мультфільмів і підбирати для перегляду тільки ті, що відповідають психолого-педагогічним вимогам.

Вплив мультиплікації на психічний розвиток дитини, становлення її емоційних та поведінкових паттернів, формування ставлення до себе та навколишнього світу хвилює наразі багатьох сучасних вчених, педагогів та психологів. Так, на думку М.В.Сітцевої, мультиплікація, балансує між розважальними, розвивальними та комерційними складовими, не завжди є психологічно корисною та навіть безпечною для підростаючої особистості [65, с.32–38]. Вчена зазначає, що існує така властивість дитячого сприйняття, як безпосередність. Дитина фактично не відрізняє художньо-вигаданий сюжет мультфільму від реального життя, тобто не розуміє несправжності подій, зображених у мультфільмі. Тому батьки мають враховувати при перегляді дитиною мультиплікації різкого, агресивного або навіть насильницького змісту, всіляко відділяти її від подібного мультиплікаційного продукту [37].

За думкою таких вчених, як Ю.С.Інякін і В.О.Горський, процес формування медійної культури особистості включає декілька компонентів

культури особистості, таких як пізнання, ціннісно-цільову орієнтацію, інформаційно-пізнавальний досвід, творчу діяльність, комунікаційні та медійні технології [27, с.10].

Вчені, педагоги та психологи виділяють основні характеристики мультиплікації, які дають можливість застосовувати її для подальшого розвитку дитини в медійному суспільстві:

- казковий сюжет, доступний для розуміння;
- насиченість яскравими образами, кольорова виразність;
- лаконічність подачі та динамічність розгортання сюжету;
- простота та легкість сприйняття дитиною тощо.

Мультиплікаційні герої демонструють дітям різноманітні форми та способи взаємодії з оточуючим світом, різноманітні форми поведінки, які у більшості випадків є еталонними для молодого покоління глядачів. Активне використання зазначеної структурної особливості анімаційного продукту має на меті свідоме керування процесом розвитку дитини.

З віком сприйняття мультиплікаційних програм зазнає змін, зокрема значно збагачується сприйняття молодшого покоління змісту мультфільму, його інформаційного складника. Призначення та мета мультфільму для дошкільнят – викликати певні емоції: радість, сміх або сум, співчуття героям. Для досягнення розвивального ефекту цього вже достатньо. При роботі з молодшими школярами можна попросити дитину не лише розповісти про переглянутий мультфільм, а й поділитися враженнями, які він у неї викликав, а також висловити власні коментарі щодо побаченого.

Однак, незважаючи на те, що діти охоче діляться своїми враженнями від мультфільму, зазвичай вони не здатні осягнути його зміст: головний сенс побаченого, а отже і інформація, яка демонструється на екранах, зазвичай залишається незрозумілим маленькому глядачеві. Тому дітей, особливо дошкільників і молодших школярів, варто заздалегідь націлювати на майбутній перегляд мультфільму, створювати у них певний настрій, спрямовувати їхні думки у потрібному напрямі. Така попередня робота

допомагає повніше розкрити для дитини зміст побаченого та почутого. Адже улюблені персонажі виступають для дитини носієм певної сукупності рис та якостей, а тому образ знайомого героя є символічним, є таким образом, який можна наслідувати та копіювати.

У дитини існує певне емоційне поле, в результаті перегляду мультиплікаційних фільмів, яке є сприятливим для психолого-педагогічного впливу на розвиток молодого покоління. Це можливо завдяки розумінню дитиною художньої мови мультиплікації, її гнучкості до пропонованих аудіовізуальних образів [58, с.11].

Завдяки високій схильності дитини до аудіовізуальної інформації, яку передає анімаційний фільм, а також відсутності життєвого досвіду та критичного сприйняття оточуючої дійсності, діти легко засвоюють пропоновану з екрану інформацію [71].

Таким чином, якість та спрямованість інформаційного та медійного впливу безпосередньо залежить від того анімаційного продукту, який «споживає» дитина. Ставлячи за мету формування цілісної гармонійної всебічно-розвиненої особистості, що має міцні світоглядні та моральні орієнтири, слід ретельно контролювати мультиплікаційні вподобання дитини, створюючи сприятливе середовище для становлення розвиненої особистості. Цілеспрямоване та організоване застосування засобів мультиплікації призводить до більш якісного засвоєння дитиною трансльованої інформації: орієнтирів, цінностей та норм, а також повноцінного особистісного та пізнавального розвитку дитини.

Отже, можемо підсумувати, що мультфільми можуть стати вагомим джерелом інформації, що впливає на морально-етичний, пізнавальний та соціальний розвиток дитини в інформаційному суспільстві.

1.3. Мова дитячого мультиплікаційного тексту та вплив мультиплікаційної лексики на дитячу психіку

Надбання світового мультиплікаційного кіно невинно поповнюється новими яскравими стрічками з використанням новітніх технологій та можливостей комп'ютерної анімації. Великою популярністю серед дитячої та навіть дорослої аудиторії користуються повнометражні американські, англійські мультфільми, які були переведені і на новогрецьку мову. Вже більш ніж півстоліття мультфільми органічно увійшли у життя кожної людини і є невід'ємною складовою дитинства у сучасному світі. Анімаційне кіно у рамках буденної свідомості глядача сприймається як виключно продукт для дітей, покликаний розважати та навчати молоде покоління телеглядачів. Сутність мультиплікації та деякі психологічні особливості мультфільмів досліджуються у працях багатьох дослідників, наприклад, Н.М.Капельгородської, Б.М.Крижанівського, О.Б.Шупик. Психологічні особливості сприйняття дітьми анімаційної продукції аналізуються у працях Л.Баженової, Є.Захарової, Б.Степанцева. Мультиплікацію дійсно можна назвати складовою кіномистецтва, адже мультиплікаційний продукт, маючи особливу базу зображувальних засобів, відповідає основним критеріям кінопродукту: має сценарій, персонажів, широко використовує асоціативний монтаж, дикторський текст, художні та пластичні образи, а також виразні плани, своєрідне застосування світлотіней, кольорів, звуків, добір і групування окремих кадрів, різноманітні типи зйомок та ін. Особливості мистецтва мультиплікації полягають у застосуванні виключно образної манери подачі сюжету: «Мультиплікація вимагає специфічної образності: гранично умовної, але в той же час і гранично переконливої в цій умовності» [77, с.138]. На думку відомого класика анімації І.Іванова-Вано, сила анімаційного мистецтва в тому, що «воно не вимагає перекладу на інші мови, сміливо прокладає найкоротшу відстань від думки до образу» [26, с.239]. Мультиплікаційний образ, таким чином, є синтетичним, породженим поєднанням візуальних, звукових та рухових елементів. «Якщо кінематограф

створює ілюзію реальності, то мультиплікація до цього не прагне. Вона з самого початку метафорична» [28, с.50].

У сучасному світі не викликає сумніву той факт, що через мультфільми та кіно здійснюється маніпулювання людиною. Для маленьких телеглядачів новітні технології та прийоми в маніпулюванні свідомістю є надзвичайно небезпечними. За даними С.Г.Кара-Мурзи, Н.П.Гришеєвої, діти – найбільш незахищена група. Вони пасивно поглинають все, що бачать на екрані телевізора [30]. На відміну від дорослих, вони не можуть захистити себе: ігнорувати інформацію, яка потрапляє до них, критично до неї ставитись, відмовитися від перегляду сумнівних програм і мультфільмів [20].

Також дослідники спостерігають вплив мультиплікаційних фільмів на мову спілкування дітей та наголошують на тому, що знайомство з телевізором має статися якомога пізніше.

Мова – спосіб пізнання дійсності. З одного боку, багатство мови в більшій мірі залежить від збагачення дитини новими уявленнями і поняттями; з іншого – добре володіння мовою сприяє пізнанню складних зв'язків в природі і в житті суспільства.

Власна мова дитини розвивається на базі розуміння мови. Іншими словами, щоб активний словник малюка добре розвивався (регулярно з'являлися нові слова, закріплювалися, а не зникали через час вже наявні), важливо, щоб дитина не тільки була готова до того, щоб вимовити слово або фразу, але і розуміла їх значення. І допомогти дитині в цьому можуть тільки дорослі: пояснити, що означає це слово, разом намалювати картинку і тим самим створити образ цього слова, через ігри ближче з ним познайомити, задати питання та багато іншого. Саме з анімаційних фільмів діти найчастіше переймають окремі слова і фрази і намагаються їх застосувати в схожій ситуації, часто абсолютно не розуміючи їхнього змісту. Темп тієї мови, яку дитина чує з екрана телевізора, сильно прискорений. А для того, щоб малюк мав можливість розвивати власну мову, необхідно говорити з ним неспішно і чітко, ретельно промовляючи кожне слово, щоб в потоці

вашої мови він міг виділяти окремі звуки і слова. Зазвичай, переглядаючи мультфільм, дитина настільки захоплена активними процесами, що відбуваються на екрані телевізора, що просто не здатна думати і аналізувати. А для успішного розвитку мови необхідно вчити дитину свідомо перемикатися з одного об'єкта на інший, тобто розвивати довільну увагу.

Змінюється і мова анімаційного кіно для молодого покоління. Вона втрачає поетичність, ліричність, джерельну чистоту і орієнтується на занижену лексику, яка активно представлена в сучасному кінематографі. Мова сучасного мультимедійного кіно відзначена маркерами вульгарності та впливає на естетичне сприймання людини, на формування у молодого покоління згрубілого ставлення до оточуючих, на ослаблення відчуття прекрасного, на відсутність позитивного сприймання відповідної естетики повсякдення. Мова персонажів у будь-яких анімаційних фільмах сприймається як норма для будь-яких ситуацій, а згрубілість, зневажливість, психоемоційна неврівноваженість – як їх «органічне» забарвлення. Усе це необхідно враховувати у процесі розгляду проблеми впливу сучасного мультиплікаційного кіно на свідомість і поведінку дітей.

Журналістка американського видання «The Atlantic» визначила, що використання в анімаційних фільмах різних мовних діалектів для зображення характеру героїв/персонажів впливає на сприйняття інших національностей. Дослідження соціолінгвіста Келвіна Гідлі показує, що для зображення антагоністів у мультфільмах найчастіше використовується британський, німецький та слов'янський акцент. Помічники головного злодія, як правило, мають мовні особливості Східної Європи чи американізованих європейців.

Більшість інформації, яку діти отримують про етнічні групи та їх особливості, надходить до них через телебачення, така тенденція до використання чужомовних акцентів здатна негативно вплинути на толерантність та адекватне сприйняття інших.

Мова персонажів є важливим засобом типізації та індивідуалізації, тобто характеристики героїв. Людям різних епох, соціального стану,

місцевості, віку і т.д. властиві певні особливості. Вони виявляються і в складі лексики, і у фразеологічних зворотах, і у характері інтонації, і у вимові слів, звуків і т.п. Тому дослідники велику увагу приділяють саме мовленню персонажів. Якщо мультиплікаційний продукт підібран правильно, з урахуванням кожного аспекта, тоді, під час перегляду анімаційного продукту у дитини може збагачуватися словниковий запас, формуватися вміння відповідати у тій чи іншій ситуації, реагувати на мовця, відтворюючи моделі побаченого. А якщо батьки все ж таки обирають неконтрольований перегляд, не відбирають анімацію перед переглядом, тоді дитина не має змоги розвиватися та засвоювати щось нове, та навіть може обрати поганих персонажів для наслідування поведінки.

Кожен персонаж мультиплікаційного фільму характеризується також і особливостями своєї лексики, а саме: загальнонародними словами, діалектизмами, професіоналізмами, характерними фразеологічними зворотами, улюбленими висловами, приказками тощо.

Слухаючи грамотну і красиву мову героїв анімаційного фільму, діти поповнюють свій лексичний запас і можуть навіть здивувати батьків деякими висловами та афоризмами. Також завдяки мультиплікаційним фільмам у дітей розвивається мислення і пам'ять. Дитина вчиться аналізувати зміст мультфільму, порівнювати, узагальнювати, встановлювати причинно-наслідкові зв'язки. Мультфільми розповідають про оточуючий світ, з їх допомогою дитина може навчитися думати, читати, говорити іноземною мовою, вивчати геометричні фігури, кольори і отримувати різні енциклопедичні знання. Мультфільм живить фантазію дитини, залишає яскраві враження і може стати джерелом для дитячої художньої і словесної творчості. Персонажі мультфільмів показують дітям різні можливості взаємодії зі світом, еталони поведінки (хорошого і поганого), формують у них здатність до емпатії (співпереживання), уявлення про добро і зло, вчать справлятися з труднощами і страхами.

В основі кінотексту мультиплікаційного фільму лежить розмовна мова, що є його характерною жанровою особливістю. За визначенням І.Арнольда, розмовна лексика являє собою повсякденну мову побутового та ділового спілкування, найбільш близьку до норм книжкової мови [4, с.276]. Щоб залучити глядача і зробити мультфільм цікавим, сценаристи прагнуть максимально наблизити анімаційне дійство до реальності, зробити його правдоподібним. У репліках герої часто використовують розмовну лексику, завдяки чому персонажі стають схожими на реальних героїв. Також широко використовується загальноживана лексика, яка не має будь-яких екстралінгвістичних причин, обмежувачих її функціонування.

Невід'ємною частиною будь-якого анімаційного сценарію є гумор. С.В.Асеніна лаконічно пояснює взаємозв'язок комічного і мультиплікації: «Світ комедійно-сатиричних образів – це сфера, яка близька мультиплікації. Загострення, згущення, перебільшення, уподібнення, які є характерними для сатири та знаходять в мультиплікації надзвичайно повне і різноманітне вираження. Комічне в тій чи іншій формі проникає в усі жанри мультиплікації» [7, с.34]. Основним засобом передачі комічного в мультиплікаційному фільмі є каламбур, особлива гра слів.

Пісні також є важливою складовою анімаційного кінотексту [6, с.152]. Вони надають фільму належну динаміку і образність. Необхідно відзначити, що пісні персонажів, як правило, нескладні і легко запам'ятовуються. В анімаційних фільмах також часто зустрічаються фразеологізми і прислів'я. Фразеологічні одиниці відрізняються як образністю, так і емоційної і стилістичним забарвленням, вони виконують не тільки номінативну, а й оцінну функцію, висловлюючи ставлення мовця до предмета мовлення [4, с.202].

Ще однією важливою рисою дитячого анімаційного фільму є вживання повторів, які виконують ряд функцій: сприяють запам'ятовуванню імен персонажів, пісень, епізодів, а також задають особливий ритм – надають легкість і динамічність сценарію [47, с.175]. Зі стилістичної точки зору

особливу увагу в сценарії мультфільму приділяється засобам художньої виразності. Слід зазначити, що для мультиплікаційного діалогу не характерно використання різноманіття стилістичних тропів і фігур. Дана особливість безпосередньо пов'язана з психокогнітивними особливостями розвитку дитини і специфікою його пізнання світу.

Для дітей молодшого віку велика кількість засобів емоційно-образної виразності лише ускладнює сприйняття. Без особливих труднощів дітьми сприймаються такі стилістичні прийоми, як епітети, порівняння і уособлення [47, с.177]. Епітети є лексико-семантичні стежки, відрізняються не обов'язково метафоричним характером семантики, але обов'язковою присутністю емотивних, експресивних та інших конотацій, завдяки яким висловлюється ставлення автора до об'єкта [5, с.68]. У свою чергу, порівняння визначається як фігура мови. Епітети та порівняння допомагають створити більш точний образ героя або об'єкту.

Наведемо декілька прикладів мовленнєвих особливостей. Наприклад, мультиплікаційний фільм, перекладений на новогрецьку мову під назвою «Μάσα και η αρκούδα». В основі лежить сюжет народної казки. В цьому звичайному мультфільмі цікаво звернути увагу на мову персонажів. По-перше, Μάσα – головна героїня анімаційного фільму, дівчинка віком приблизно 4-6 років, як стверджують творці мультфільму. Звідси випливає, що мова у неї дитяча. У ній присутні граматичні та фонетичні помилки, велика кількість димінутивів (ведмедик, зайчик, мобільнічек, добресенький ранок і.т.д.), просторічна та розмовна лексика. Більш того, автори дуже активно використовують ці особливості для створення комічного ефекту. По-друге, головна героїня використовує безліч фраз, посилається або цитує відомі фільми і пісні, вирази і крилаті фрази. Більш того, прецедентні вислови можуть зустрічатися в зміненому вигляді. Все це використовується авторами для створення комічного ефекту. Ще одним аспектом є унікальні каламбури та гра слів.

Наступним анімаційним прикладом може слугувати грецький мультфільм під назвою «Το ποντικάκι που ήθελε να αγγέξει ένα αστεράκι». У головного героя даної мультиплікаційної картини в мові присутня просторічна та розмовна лексика. Багато димінутивів. Акцент робиться на поведінці головних героїв та на їх емоційному стані.

На прикладі ще одного грецького мультфільму «Η Κοκκινόσκουφίτσα» можемо бачити, що мова дитячого мультиплікаційного фільму насичена пестливими словами, саме димінутиви характерні для розмовної, експресивно забарвленої мови. Зменшувально-пестливі форми часто використовуються для передачі близьких відносин, особливо при спілкуванні з малими дітьми. Димінутиви в мультиплікації використовуються насамперед для позначення людини. Характеристика людини – це одна з основних категорій в діалозі, а термін «людина» – одна з основних культурних концепцій. Використання димінутивів пов'язано з описом різних психічних якостей, відносин, почуттів, станів - всього того, що характеризує людину як особистість. Категорія димінутивів відноситься до оціночних номінацій і при позначенні особи може виконувати як номінативні, так і прагматичні функції, тобто виступати в якості як позитивної, так і іронічної оцінки. В анімаційному мультфільмі «Η Κοκκινόσκουφίτσα» в мові головних героїв використовується велика кількість пестливих слів, тобто тих самих димінутивів. Наприклад, κορίτσακι, βαζάκι, μπουτίλακι, πουλάκια, αρνάκι, βουτούρακι та ін. Також слід зазначити, що мультиплікаційний фільм насичений прямою мовою, оборотами та емоційно-забарвленими словами. Існують справжні, емоційні та оцінні димінутиви. У цих словах, як ми можемо бачити, використовується суфікс -ακι-. Емоційні зменшувальні слова з таким суфіксом функціонують у якості носіїв інформації для емоційного відношення співрозмовника до вихідного слова. Ці зменшувальні слова звичайні в флективних формах звернення і вказують на психічну близькість. Зазвичай суфіксальні закінчення висловлюють позитивну або негативну думку тієї особи, яка говорить.

Відносно жанрово-стилістичних особливостей світової мультиплікації велике значення має пошук індивідуального образу при створенні зовнішнього вигляду персонажа, стилю його мови, поведінки і світогляду. Мультиплікаційний персонаж – це представник своєї країни, який не може існувати поза тієї культурної спадщини, яке створювалося її народом. В контексті дитячого анімаційного фільму ономапопея є невід’ємною частиною мови персонажа, що відображає мовну свідомість маленького глядача. Перед появою на екрані мультфільм проходить складний процес перекладу і дубляжу. Сучасні стандарти якості перекладу ставлять нові завдання перед перекладачем: повинен бути врахований цілий ряд обмежень, таких як питання моралі і етики, освітні зразки і багато іншого.

Незважаючи на велику кількість робіт, присвячених загальним проблемам перекладу художнього тексту, в сучасному кіномистецтві недостатньо розкрита проблема текстів дитячого анімаційного фільму. Звукова структура дитячих текстів – колискових, дитячих пісеньок, віршів і казок - має величезну важливість для дитини, яка ще знаходиться в процесі розкриття таємниць і глибин фонології своєї рідної мови. Саме тому повторення, рима, звуконаслідування, гра слів, неологізми і відтворення тваринних звуків є типовими рисами текстів для дітей, які потребують лінгвістичної креативності з боку перекладача [75].

У зв’язку з цим необхідно відзначити особливу роль звуконаслідування, без яких неможливо уявити жоден художній текст, адресований дитячій аудиторії. Звуконаслідування відносяться до фонетичним засобів, які в тексті служать для більш художньої виразності і стилістичної експресивності. В аспекті стилістики мови звуконаслідування служать прийомом посилення художньої виразності в тексті [44, с.335].

Багато вчених та дослідників вважають, що репліки і вирази перекладу повинні збігатися з артикуляцією героїв твору. В результаті укладання багато слів можуть замінюватися близькими за змістом, репліки можуть мінятися місцями або навіть опускатися.

Інтерес представляє стаття С.А.Скороходько і М.А.Коган «Мультиплікаційний фільм як перекладацька проблема», в якій автори розглядають особливості перекладу мультфільмів і роблять висновок про те, що перед перекладачем постає завдання адекватно відтворити культурний фон оригіналу (історичні та культурні події, морально-етичні погляди і т.п.). Особливої уваги потребують реалії, імена власні та інші прецедентні феномени, які можуть бути незнайомі перекладачу [67, с.94].

Таким чином, до основних проблем перекладу мультиплікаційної продукції входять: сувора необхідність врахування вікових, ментальних, психологічних і культурних особливостей реципієнта, проблеми адаптації гумору оригіналу, необхідність співвідношення візуальної і звукової складової аудіовізуального тексту.

Висновки до розділу 1

Розвиток мультиплікаційного фільму має багату історію в усьому світі. Звичайно існують певні відмінності та особливості стосовно кіно та мультфільмів, які притаманні певній країні світу.

У сучасному світі кіно та мультиплікаційні фільми вважаються розважальними засобами для дітей раннього, дошкільного та молодшого шкільного віку та навіть для дорослих людей. І хоча сьогодні мультиплікація значно розширила глядацьку аудиторію, головним об'єктом її призначення залишається дитяча особистість та вплив на неї.

У даному розділі був розглянутий історичний шлях грецького кінематографу, мультиплікаційних фільмів, а саме був здійснений акцент на розвитку грецької мультиплікації. Спочатку цей розвиток відбувався повільно, але час за часом ми можемо спостерігати прискорення розвитку у всіх сферах кінематографу.

Також були розглянуті основні поняття в кінематографі, такі як «кінотекст», «мультиплікаційний фільм», «художній переклад» та «кінопереклад».

Одним з складних факторів кінематографу вважається кінотекст, завдяки якому відбувається формування емоційного стану за допомогою багаторівневого планового змісту, створеного за допомогою вербальних та невербальних засобів вираження. Наступними факторами вважаються кінопереклад та художній переклад. Кінопереклад вимагає від перекладача відтворення не тільки синтаксичної та семантичної структури та фразеології, а й функціональних та прагматичних аспектів. Переклад кіно та мультфільмів потребує особливої підготовки від фахівця та індивідуального підходу. Аудіовізуальний переклад, зокрема переклад за допомогою субтитрів, являє собою переклад багатомодальних і мультимедійних текстів на іншу мову і їх перенесення в іншу культуру. Художній переклад є засобом міжлітературної міжмовної комунікації і важливою частиною культурологічної інформації, яка може зумовлювати й визначати напрями міжкультурного спілкування.

На сьогоднішній день телебачення – це ефективний спосіб маніпулювання людиною. Сучасні технології, нові прийоми в маніпулюванні свідомістю найбільшою небезпекою є для маленьких телеглядачів. Тому наступною розглядається дуже важлива тема «Мультиплікації як один із засобів впливу на свідомість і поведінку». Під час перегляду мультфільмів для дитини об'єктом наслідування стають головні герої, їх поведінка, вчинки, їх характер та навіть їх зовнішній вигляд. Персонажі мультфільмів демонструють дитині різні способи взаємодії з навколишнім середовищем. Вони формують в неї первинні уявлення про добро і зло, поняття позитивної та негативної поведінки. Порівнюючи себе з улюбленими героями, дитина має можливість навчитися позитивно сприймати себе, справлятися зі своїми страхами і труднощами, шанобливо відноситися до інших. Події, що

відбуваються в мультфільмі, дозволяють підвищувати обізнаність, розвивати мислення і уяву, формувати світогляд дитини.

Діти мають певну специфіку як глядачі і слухачі: вони слухають і дивляться все, оскільки їхні смаки і погляди ще не сформовані, не розвинені критерії оцінки. Вони пасивно поглинають усе те, що впливає на них з екрана, не можуть захистити себе від інформації, відмовитися від перегляду сумнівних мультфільмів. Діти схильні вірити всьому, про що йде мова, вони не можуть розрізнити, де закінчується фантазія, а де починається реальне життя.

Дитина у маленькому віці ще не здатна об'єктивно оцінювати мультфільми, тому саме головні герої виступають у вигляді провідників, та демонструють дитині ті цінності та ідеї, якими наділив їх режисер. Тому буде доречним підбирати такі мультфільми, які будуть розвивати дитину, розширяти її мислення та прищеплювати правильні цінності та любов до оточуючих.

У процесі перегляду виокремлюють три принципи впливу на свідомість і поведінку дітей: інформатизація, імітація, ідентифікація. Характеризуючи їх, варто розпочинати з принципу інформатизації. Під час перегляду мультфільму дитина зустрічається не просто з новим знанням, як про це думають батьки, а з цілим потоком нового й непізнаного, за розуміння та сприйняття якого відповідає вона сама.

Тому батькам треба дуже уважно ставитися до підбору мультфільмів, та звертати увагу саме на деталі, пояснювати усі вчинки дитині та звертати увагу саме на позитивних героїв.

Наступною була розглянута дуже важлива тема, а саме вплив мультиплікаційної лексики та взагалі мультиплікаційних фільмів на дитячу психологію. Мова персонажів є важливим засобом типізації та індивідуалізації, тобто характеристики героїв. Слухаючи грамотну і красиву мову героїв анімаційного фільму, діти поповнюють свій лексичний запас і можуть навіть здивувати батьків деякими висловами та афоризмами. В основі

кінотексту мультиплікаційного фільму лежить розмовна мова, що є його характерною жанровою особливістю. У репліках герої часто використовують розмовну лексику, завдяки чому персонажі стають схожими на реальних героїв. Також широко використовується загальноживана лексика. Далі розкриваються мовленнєві особливості на прикладі мультиплікаційних фільмів «Μάσα και η αρκούδα», «Το ποντικάκι που ήθελε να αγγέξει ένα αστεράκι» та «Η Κокκινοσκουφίτσα».

РОЗДІЛ 2. ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВЛЕННЯ ПЕРСОНАЖІВ ГРЕКОМОВНИХ МУЛЬТИПЛІКАЦІЙНИХ ФІЛЬМІВ

2.1. Лінгвістичні особливості назв грецьких мультиплікаційних фільмів

У сучасному світі кінематограф є однією з найбільш затребуваних сфер нашого життя. Популярність мультиплікаційних фільмів багато в чому визначається його заголовком, адже ефектним заголовком набагато легше залучити глядача, ніж описом змісту цього фільму чи мультфільму. Психологи вважають, що близько вісімдесяти відсотків глядачів приділяють увагу саме заголовкам. Глядач за назвою визначає своє ставлення до анімаційного фільму, вирішує, чи варто його дивитися.

Серед молоді та дорослого населення досить популярними є американські та англійські мультиплікаційні фільми, які переведені на різні мови світу, зокрема і на новогрецьку мову. Назви анімаційних фільмів представляють великий інтерес для лінгвістичного дослідження, оскільки вони є абсолютно непередбачуваними як за своїм структурним оформленням, так і в лексичному і граматичному планах. Дана тема цікавила таких дослідників, як Н.Кожина, Е.Книш, М.Йовановік, Е.Бальжинімаєва та інші.

Заголовки мультиплікаційних фільмів завжди привертали увагу телеглядачів. Для більшості людей фільмоніми є дуже важливими, бо роз'яснюють деякі суттєві особливості анімаційних фільмів, будь-то назва місцевості або головного героя. Анімаційний фільм – це аудіо-візуальне середовище, де молодь та дорослі звертають увагу не лише на розмовну мову, а й на те, щоб оцінити сам зміст, візуальні елементи, які з'являються на екрані, щоб показати глядачам іноземні культури [11, с.18].

Фільмонім нерозривно пов'язаний і співвідноситься з поняттям заголовка. Хоча фільмоніми і заголовки мають спільні риси (вони називають об'єкт), це не означає, що вони однакові за своєю природою, так як у кожній номінації існує своя специфічна область використання [32, с.6]. Згідно з

визначенням, запропонованим Є.В.Книш, «фільмонім – це висловлювання, що репрезентує ситуацію, змодельовану фільмом, її вербально закодованим чином» [32, с.8].

Дослідниця Н.А.Кожина стверджує, що за своєю лінгвістичною природою усі заголовки багато в чому близькі до назв творів художньої літератури. І ті, й інші є складовими частинами тексту (для анімаційного фільму текстом виступає сценарій і його втілення в покадровому зображенні), тобто, між назвами художньої літератури та фільмонімами не існує розмежування на особливій галузі використання [35, с.17].

В деяких працях заголовки виступає як окремий елемент, який володіє семантичними, граматичними та композиційними особливостями і представляє собою основний текст.

Згідно з В.М. Ронгінським, заголовок – це речення або комплекс речень, який виконує функцію назви твору чи фільму або його частини, знаходиться перед текстом твору і демонструє певну сторону його ідейно-тематичного змісту [53, с.39]. В даному визначенні автор не вважає назву значущим елементом тексту, а лише його складовою частиною.

А.С.Алісултанов дотримується іншої думки, зазначає, що назва не є складовою частиною цілого тексту, проте між назвою і самим сюжетом можуть мати місце деякі взаємини. Також вчений пише, що читання будь-якого тексту або перегляд кіно чи мультфільму завжди починається з заголовка, немов випереджаючи його загальний зміст [2, с.73–79].

І.А.Сиров згоден з цим визначенням, розуміючи назву як комунікативну одиницю, що знаходиться перед текстом, синтаксично оформлюється як речення, при цьому вказуючи на зміст тексту за допомогою різних мовних засобів [73, с.59].

Також сформувалася протилежна думка, згідно з якою заголовки має суперечливу природу, виступаючи таким собі прикордонним елементом, який не є структурним компонентом тексту як єдиного цілого, але нерозривно пов'язаний з текстом різноманітними зв'язками [34, с.22].

Н.А.Кожина визначає назву як мінімальну формальну конструкцію, яка представляє і завершує художній твір або анімаційний фільм як ціле, при цьому далі автор стверджує наявність авторської позиції в назві [34].

Такі вчені як Л.С. Виготський та Л.А. Ноздріна розглядають назву в якості невід'ємної частини всього сюжету і підтверджують це тим, що всі ознаки і категорії тексту знаходять своє відображення в певній мірі як в заголовках творів, так і в назвах анімаційних фільмів.

Назва являє собою частину сюжету, нерозривно пов'язану з усіма іншими його елементами. Найважливішим значенням назви є привернути увагу глядача, справити на нього перше враження. Виходячи з цього факту, визначаються основні завдання і функції, які виконуються назвою. Висуваючи на передній план ту чи іншу функцію назви, автор сюжету орієнтується на функціональний стиль і жанр фільму.

Основними функціями назв мультиплікаційних фільмів є номінативна функція (назва виступає в якості «імені» тексту, його найменування), естетична, інформативна і рекламна функції, остання має на увазі оформлення рекламної афіші та обкладинки диска з метою привернути увагу глядача.

Номінативна функція є провідною функцією назви. Г.Вінокур і В.Ронгінський були першими, які написали про наявність у назви номінативної функції. Г.Вінокур відзначав, що назва служить для того, щоб вказати на подію і позначити її, також вчений писав про демонстративну функцію заголовків, яка близька до простої номінації [16].

В.Мужев зазначає, що завдяки номінативній функції, відбувається зближення заголовка з власними іменами, однак, на відміну від власних назв, вони не тільки називають текст, а й тісно пов'язані з його змістом [56, с.88]. Н.Бахарєв писав, що номінативна функція «характерна для будь-якого заголовка, так як будь-який заголовок може розумітися як найменування» [12, с.4]. Назва несе в собі інформативну функцію. Інформація може бути

передена за допомогою одного слова або розгорнутої фрази та навіть крилатого вислову.

Найважливішим завданням рекламної функції назви є викликати у глядача інтерес і бажання подивитися мультиплікаційний фільм; в даному випадку назва має оціночний компонент, який відповідає за привабливість анімації в очах читача чи глядача.

Згідно з Г.Вінокуром, рекламна функція є однією з найголовніших, оскільки назва служить «не просто вказівкою на подію і називанню її, але ще і вирішенню проблеми зовнішньої цікавості, захоплюючи глядача, заінтриговуючи привабливою сюжетністю і т.д.» [16, с.88–89].

Естетична функція полягає в тому, що в назви мультиплікаційних фільмів вкладено естетичне ставлення до дійсності, тобто фільмонім відображає життєво-естетичну позицію автора, його бачення і сприйняття прекрасного в житті.

Назва кожного мультиплікаційного фільму має відповідати наступним вимогам:

- здатність нести деяку інформацію про суть картини, тобто бути інформативною;
- здатність привернути увагу, що досягається за допомогою двох способів: графічно (так як глядач вперше бачить найменування анімаційного фільму) та через цікаве поєднання слів або ж якогось яскравого слова в назві.

В основу класифікації А.Ламзіної покладено співвідношення заголовка з традиційно відокремленими компонентами змісту: тематичним складом і проблематикою, сюжетом, системою персонажів, деталями часу і місцем дії (описи). У всіх цих типах заголовків можуть зустрічатися конструкції з ускладненою семантикою: це можуть бути символічні, метафоричні, приказкові, цитатні заголовки.

А.Ламзіна виділяє наступні типи заголовків:

1. Заголовки, що представляють основну тему або проблему, відображену автором. Розуміння теми, заявленої в заголовку твору або кінокартини, може істотно розширюватися в міру розгортання сюжету, а сама назва отримувати символічне значення.

2. Заголовки, що задають сюжетні перспективи. Їх можна умовно поділити на дві групи: ті, що представляють весь сюжетний ряд (фабульні), і ті, які виділяють найважливіший з точки зору розвитку дії момент (кульмінаційні).

3. Персональні заголовки, значна частина яких - антропоніми, повідомляють про національність, родову приналежність, соціальний статус головного героя.

4. Заголовки, що позначають час і простір. Крім назв часу, доби, днів тижня, місяців, час дії може бути позначений і датою, яка має співвідношення з історичною подією.

Назви мультиплікаційних фільмів мають особливу знакову природу і складають особливий розряд власних назв – «фільмоніми» [76, с.2].

Проаналізувавши фільмоніми обраних мультиплікаційних фільмів, ми можемо класифікувати їх за синтаксичною структурою на:

1. Заголовки, виражені простим реченням:

Заголовки, виражені односкладними реченнями і поширені:

а) доповненням: «Το βιβλίο της ζούγκλας», «Το βιβλίο της ζωής», «Ο άνθρωπος των σπηλαίων».

б) визначенням: «Ο Τεμπέλης Δράκος», «Εγώ ο απαισιότατος», «Το μαγικό σπίτι», «Το μαγικό χαλί».

2. Заголовки з уточненням: «Ταντ, ο χαμένος ερευνητής», «Μάρνι, μια τρελή συμμορία», «Μιούν, ο φρουρός του φεγγαριού».

3. Заголовки, виражені спонукальними реченнями: «Τρεχάτε Ποδαράκια Μου!».

4. Заголовки, виражені складним реченням: «Το ποντικάκι που ήθελε να αγγίξει ένα αστεράκι».

5. Заголовки, виражені кількома реченнями: «Οι Κρουντς 2: Νέα Εποχή», «Ο Ήρωας του Βυθού 2: Η Παλίρροια», «Τομ και Τζέρι: Αποστολή κατασκοπείας», «Η εποχή των παγετώνων 3: Η αυγή των δεινοσαύρων», «Μπομπ Σφουγγαράκης: Έξω απ' τα νερά του», «Ο Βασιλιάς των Λιονταριών 2: Το Βασίλειο του Σίμπα».

Головним членом односкладного фільмоніма можуть бути: [33, с.13].

1. Власні назви: «Γάτος σπιруνάτος», «Γουϊνι το αρκουδάκι», «Ζουμπαίος και Ιουλιέτα», «Ο Μικροπόδαρος»; «Ο Ποντικο-μικρούλης», «Ζουζούνια», «Ο Όλιβερ και η παρέα του», «Το Φελαντάκι και η μεγάλη παρέα του Γουϊνι», «Γιοσέπ», «Οικογένεια Γουίλομπι», «Ο Ανδροκλής και το Λιοντάρι», «Η Κοκκινোসκουφίτσα», «Τα Στρομφάκια», «Ζωούπολη», «Αλαντίν», «Λόραξ», «Γκριντς», «Χόρτον», «Ροβινσώνας Κρούσος», «Ταρζάν».

α) з однорідними членами: «Ζουμπαίος και Ιουλιέτα», «Ο Όλιβερ και η παρέα του», «Το Φελαντάκι και η μεγάλη παρέα του Γουϊνι», «Ραλφ εναντίον ίντερνετ», «Ο Ανδροκλής και το Λιοντάρι», «Ο Τζάστιν και οι γενναίοι ιππότες», «Τα Κόκκινα Παπούτσια Και οι 7 Νάνοι».

б) назви з числівниками: «Τα Κόκκινα Παπούτσια Και οι 7 Νάνοι», «Οι πέντε θρύλοι», «Οι 12 μήνες», «Οι δύο φίλοι και ο Ασβούλης», «Τα τρία γουρουνάκια».

2. Дієслова: «Ζήσαμε εμείς καλά κι αυτοί... χειρότερα», «Άρης καλεί μαμά», «Φύγαμε», «Φεγγάρι, σου 'ρχομαι», « Ο χρόνος σταμάτησε», «Επιτέλους φτάσαμε σπίτι».

Інфінітивна конструкція: «Πως να εκπαιδεύσετε το δράκο σας»

Імперативна конструкція: «Τρεχάτε Ποδαράκια Μου», «Φύγαμε».

Конструкція зі зверненням: «Φεγγάρι, σου 'ρχομαι»

Заголовок мультиплікаційного фільму грає велику роль в розумінні кінострічки і інформації, яка в ній міститься. Виходячи з цього, слідує очевидний висновок, що перекладач повинен бути вкрай уважним, виконуючи переклад назви фільму, щоб зробити її такою же гучною, привабливою і легкою для запам'ятовування, як оригінальну. Безліч

кінострічок перекладається на новогрецьку мову. Слід зазначити, що досить часто неможливо буквально або дослівно перекласти назву мультфільму, не втративши стислості, ємності або сенсу. Назва дуже часто відрізняється різними замінами і змінами. Заголовок ж є способом дати глядачеві можливість з першого разу зорієнтуватися і зрозуміти, чи варто дивитися цей фільм чи ні. Тому назва анімаційного фільму має бути зрозумілою будь-якому глядачеві. Крім того, привертаючи увагу глядачів, будь-який заголовок фільму повинен сприйматися без труднощів.

Дослідник Л.Ліцюнь виділяє кілька причин, які обумовлюють труднощі перекладу заголовків мультиплікаційних фільмів:

- Використання в назвах слів, які пов'язані з релігією.
- Наявність в кожній з мов безеквівалентної лексики.
- Використання в назвах слів, які відображають історію країни.
- Наявність в мовах лексичних одиниць з різним обсягом значень.
- Наявність в мовах слів з різним конотативним значенням або з

неповно збіганням конотативних значень [43, с.21–24].

Л.Г.Бабенко розподіляє заголовки за когнітивно-тематичним принципом, характерним для складання словників-тезаурусів: наприклад, заголовки розподіляються за категоріями «людина» («Ταρχάν»), «подія» («Το ποντικάκι που ήθελε να αγγέξει ένα αστέρακι»), «предмети», «час» і «простір» («Περιπέτεια στον νότιο πόλο»), представляються в даній класифікації як універсальна тріада [9]. Розподіл назв за категоріями «людина», «час», «простір», «події», «предмети» дозволяє виявити не тільки загальні тенденції вибору назви мультиплікаційного фільму, а й провести концептуальний аналіз підстав вибору заголовка авторами. Вчені зазначають, що позначення людини в назвах фільмів превалює. Далі по частотності співвіднесення слідує категорія «подія», «простір», «предмети» і «час».

Так як ім'я головного героя зустрічається дуже часто в назвах анімаційних фільмів, вчені зазначають, що це можна пояснити наміром авторів залучити увагу до особистості героя і показати його центральну роль

в подіях. Назва може вказувати на головного героя («Ο Ανδροκλής και το Λιοντάρι», «Η Κокκινოსκουφίτσα», «Τα Στρουμφάκια», «Αλαντίν», «Λόραξ», «Γκρινтς», «Χόρτον», «Ροβινσώνας Κρούσος», «Ταρζάν») або на інших дійових осіб, бути повним ім'ям героя. Головна дійова особа завжди є основним учасником подій, і в назвах анімаційних фільмів досить часто зустрічаються імена вищих представників влади, тобто принців, королів, осіб королівської крові або аристократії. Більш того, герої, наділені високим соціальним статусом, можуть бути представлені в назвах і відомими історичними особистостями, і вигаданими персонажами. При цьому важливо відзначити, що назви, побудовані на згадці історичних особистостей, мають більш конкретний характер, тоді як заголовок, який містить імена вигаданих героїв, не завжди веде до однозначного трактування, тобто є поліасоціативним.

За назвою мультфільму іноді можна передбачити суть, наприклад «Το ποντικάκι που ήθελε να αγγέξει ένα αστεράκι», «Ο Ανδροκλής και το Λιοντάρι», «Τρωικός Πόλεμος», «Ο Τεμπέλης Δράκος». Також нерідко за назвою мультфільму можна не зрозуміти його зміст, тільки лише після перегляду, наприклад «Η Κокκινοςκουφίτσα», «Τα Στρουμφάκια», «Η Μπλούι και η Μπίνγκο», «Ουκ αν λάβοις παρά του μη έχοντος».

Графічне оформлення назви новогрецького мультфільму має характерні особливості: воно не записується в лапках, всі смислові одиниці пишуться з великої літери. [24, с.41–42]. У структурному плані ми виділяємо однокомпонентні (однослівні) і багатоконпонентні (багатослівні) назви, наприклад: «Ελεφαντάκι» (однокомпонентні), «Χάρτινο το φεγγαράκι», «Οι 12 μήνες», «Ηταν ένας ποντικός», «Η ωραία κοιμωμένη» (багатоконпонентні). Серед лексичних особливостей ми відзначаємо створення вигаданих лексичних одиниць (неологізмів): «Η Κокκινοςκουφίτσα», «Τα Στρουμφάκια», «Ζωούπολη». Типовими граматичними особливостями ми вважаємо використання власних назв «Αλαντίν», «Λόραξ», «Γκρινтς», «Χόρτον».

В анімаційних кінострічках використовуються різні лексичні та фонетичні засоби виразності мови для надання більшої експресії назві,

посилення її атрактивної функції. Дані аналізу надаються в таблиці (Додаток 1).

Новогрецькі мультиплікаційні фільми характеризуються наявністю складних слів у назвах, тобто поєднаннями двох слів. Наприклад, «Ο Ασπροδόντης», «Το γατοξόρκι», «Τα τερατοκουτάκια», «Ονειρομπελάδες», «Η Κокκινοςκουφίτσα», «Η ζουγκλοπαρέα», «Ζωούπολη».

Американські та англійські кінострічки мають в назвах багато метафор, аббревіатур, скорочень, повторів тощо, але для назв грецьких мультиплікаційних фільмів це не дуже характерно. Хоча, наприклад, епітети зустрічаються: «Μια χαρούμενη οικογένεια», «Η μεγάλη κακιά αλεπού και άλλες ιστορίες», «Τρωικός Πόλεμος», «Ο Τεμπέλης Δράκος», «Το μαγικό σπίτι», «Το μαγικό χαλί», «Το Μαύρο Καζάνι», «Ο Μαγικός Κήπος», «Το Πολικό Εξπρές», «Το άγριο άλογο». Епітети у назвах підкреслюють барвистість, образність, змушують задуматися про зміст, тому що часто заголовки, що містять епітети, є поліасоціативними. Також можна привести приклади мультфільмів, в назвах яких присутні метафори: «Ευτυχία είναι μία ζεστή κουβέρτα», «Το Κινούμενο Κάστρο», «Άγια Νύχτα». Використання метафор в заголовках анімаційних фільмів посилює виразність самої назви, привертає увагу глядачів, а також передає ставлення автора кінострічки до своєї роботи. Також можемо спостерігати наявність аббревіатури, що посилює увагу до конкретного мультиплікаційного продукту. Наприклад, анімаційний фільм під назвою «Μπαμπούλας Α.Ε.». Α.Ε – Ανώτατο Εκπαιδευτικό Ίδρυμα – це скорочення вищого навчального закладу. Назва у формі риторичного запитання завжди є більш забарвленою, і тому вона повніше розкриває ставлення самого автора. Риторичне питання (наприклад, Πώς να Εκπαιδεύσετε το Δράκο σας) є більш навантаженим емоційно, ніж ствердження чи заперечення. Більш того, відповіді на нього немає, він залишається відкритим, що дозволяє до кінця мультиплікаційного фільму утримувати увагу глядача, спонукати його самого знаходити відповідь в сюжеті. Також в грецьких анімаційних фільмах зустрічається невелика

кількість повторів у назвах. Наприклад, «Μια πάπια μα ποια πάπια», «Μια τρελή τρελή φάρμα», «Μπαγκς Μπάνι και Μπιλ Μπιλ». Повтори підсилюють значення образу, що також є одним із способів залучення уваги глядача. До структурного аналізу грецьких мультиплікаційних фільмів можна віднести назви:

– однослівні найменування: «Αναστασία», «Ποκαχόντας», «Μικροπόδαρος», «Ζουζούνια», «Φύγαμε», «Αλαντίν», «Ασπροδόντης», «Γατοξόρκι», «Τερατοκουτάκια», «Ονειρομπελάδες», «Κοκκινοσκουφίτσα», «ζουγκλοπαρέα», «Ζωούπολη».

– поєднання двох і більше слів, включаючи поєднання артикля і іменника: «Ζήσαμε εμείς καλά κι αυτοί... χειρότερα», «Ο Αλαντίν και ο Βασιλιάς των κλεφτών», «Ο Τζίμης και το γιγαντοροδάκινο», «Απόδραση από τον πλανήτη Γη», «Ο ήρωας του βυθού», «Ο Ποντικο-μικρούλης», «Η Τίνκερμπελ και οι Πειρατές», «Τα Κόκκινα Παπούτσια Και οι 7 Νάνοι», «Ο Όλιβερ και η παρέα του», «Ο Βασιλιάς των Λιονταριών 2: Το Βασίλειο του Σίμπα», «Το Φελαντάκι και η μεγάλη παρέα του Γουίνι», «Τρεχάτε Ποδαράκια Μου».

Також слід зазначити, що в грецьких мультиплікаційних фільмах зустрічається велика кількість назв, які містить назви тварин. Наприклад, «Σπίριτ: Το άγριο άλογο», «Ο Ποντικο-μικρούλης», «Το Σκυλάκι της Βασίλισσας», «Γάτος σπιρουνάτος», «Η μεγάλη κακιά αλεπού και άλλες ιστορίες», «Μια ζέβρα και μισή», «Ελεφαντάκι», «Ηταν ένας ποντικός», «Το ποντικάκι που ήθελε να αγγέξει ένα αστεράκι».

У назвах, де фігурують імена власні в поєднанні з іншими мовними одиницями, імена несуть смислове значення, незважаючи на те, що з граматичної точки зору ядерним елементом словосполучень є ім'я загальне. Наприклад, «Ο Αλαντίν και ο Βασιλιάς των κλεφτών», «Ο Όλιβερ και η παρέα του», « Η παγωμένη περιπέτεια του Όλαφ», «Ο απίθανος κύριος Φοξ».

У назвах фільмів, де власна назва доповнена характеристикою персонажа, пунктуаційно оформлена двокрапкою, смисловий акцент знову ж залишається на антропонімах. Наприклад, «Ηρακλής: Πέρα από τον μύθο»,

«Λεό Ντα Βίντσι: Αποστολή Μόνα Λίζα», «Ο περίεργος Γιωργάκης: Καλά μαϊμουδένια χριστούγεννα», «Οι Κρουντς 2: Νέα Εποχή», «Том και Тζέри: Αποστολή κατασκοπείας», «Μπομπ Σφουγγαράκης: Έξω απ' τα νερά του».

2.2. Κомунікеми-фразеосхеми в грецьких мультиплікаційних фільмах

Одним з найбільш специфічних класів синтаксичних фразеологічних одиниць є комунікеми, які складають ядро етикетних ресурсів людської комунікації. Комунікема – це комунікативна одиниця синтаксису, що представляє собою слово або поєднання слів, граматично нерозривних, комунікема виражає певний емоційний або волю-смісловий зміст, а тому не володіє образністю, виконує в тексті реактивну, волевиявельну, емоційно-оцінну, естетичну та інформативну функції [53].

Взаємодія потребує від персонажів застосування лексико-фразеологічних, етикетних, стверджувальних і заперечних комунікем, а також граматичних одиниць.

Мовленню персонажів мультиплікаційних фільмів притаманна наявність комунікем-фразеосхем, лексико-фразеологічних та етикетних комунікем. Комунікема – це слово або сполучення слів із граматично нерозрізненими знаками, неподільним виразом незрозумілого змісту висловлювання. У тексті комунікеми можуть бути поєднуваними з іншими висловлювання й такими, що виконують у ньому певну функцію (реактивну, емоційно-оцінну, естетичну та інформативну).

Термін «фразеосхема» був запропонований Д.М.Шмельовим [80, с.8], і використовується на позначення «комунікативної предикативної одиниці синтаксису, яка становить відтворювану, невідільну схему, виражає судження чи спонування, характеризується граматичною, лексичною нечленованістю, непроникністю і виконує у мові естетичну функцію».

В.Ю.Мелікян вважає, що поява в мові комунікем-фразеосхем зумовлена певними причинами, тому пропонує виділити такі фактори: [51].

а) соціальні, тобто фактор адресата (його вік, стать та ін.), комунікативні умови (місце, час, тривалість спілкування), характер взаємин між співрозмовниками тощо;

б) ситуативні;

в) прагнення до стереотипності;

г) збільшення різноманітності, що призводить до продукування великої кількості фразеологічних одиниць;

д) прагнення героїв до актуалізації комунікативного змісту висловлення;

е) економії мовних засобів.

В.Ю.Мелікян виділяє наступні функціонально-семантичні групи комунікем:

1) ствердження/заперечення в мові персонажів анімаційного фільму (βεβαίως, μάλιστα, φυσικά, βέβαια, ασφαλώς, ωχ όχι, σίγουρα κ.τ.λ.)

2) емоційно-оцінні комунікеми (ω, Θεέ μου!, Με τίποτα! (нізащо!));

3) волевиявлення, виражаючи через імперативні вигуки, команди (- Έλα!, - Εμπρός, - Άσε!, Άντε! - Μα!);

4) контактостановлюючі (Άκου!);

5) етикетні, що представляють собою виявлення подяки (- ευχαριστώ, - ευχαριστώ πάρα πολύ!, - περάστε!, - παρακαλώ, - ορίστε, - τίποτα! та інше), вибачення (- Συγγνώμη!, - Με συγχωρείς, - είναι δικό μου λάθος), привітання (- Καλημέρα!, - Καλησπέρα!, - Καληνύχτα!, - Αντίο, - Γεια σας!, - Γεια σου!, - Τα λέμε, - Χαίρετε та інше);

6) питальні (- Πραγματικά; - Δεν είναι; - Τι συμβαίνει; та інше);

7) текстовідтворювальні, які виконують в тексті композиційно-організаційну роль, визначають кордони тексту, зв'язують окремі його частини та елементи. (- Ναι, - Έτσι, - Όχι, - Να!, та інше).

Структурну основу комунікем складають:

1) слова так/ні (- Ναι, - Έτσι, - Όχι, - φυσικά όχι, δυστυχώς όχι)

2) модальні частки (- Πραγματικά; - Δεν είναι; Ίσως; - Τι συμβαίνει;)

3) модальні слова (αληθινά, πραγματικά, βεβαίως, μάλιστα, φυσικά, βέβαια);

4) фразеологічні звороти (κρατάς τη γλώσσα σου);

5) вигуки (ωχ όχι, αχ, σουτ!, ζητώ, μπράβο!).

М.І.Лічук та Г.В.Сітар у своїх працях зазначають, що у будь-якій мові можна виділити дві групи речень. Основну й найбільшу частину складають традиційні (нефразеологізовані речення), будова яких підпорядкована синтаксичним правилам. Меншу групу становлять синтаксичні фразеологізми (або фразеологізовані речення). Такі речення не позначають об'єктивної дійсності, а лише передають ставлення мовця до певної ситуації. Вчені зазначають, що комунікативне призначення фразеологічного речення полягає в оцінці ситуації та втіленні ставлення мультиплікаційного героя до неї [42, с.139]. Синтаксична схема таких комунікем-фразеосхем має два і більше компоненти. Одні елементи фразеологізованих конструкцій постійні, інші – змінні, наприклад: Що + особовий займенник (Що ти!; Що ви!) [64, с.178].

На думку В.Ю.Мелікяна, чітко визначена позиція сталого й змінного компонентів у складі фразеосхем забезпечує закріплення за ними і за подібними моделями значення оцінки, ствердження, заперечення, а також спонування до дії [50, с.231]. Такі комунікеми-фразеосхеми вважаються напівфразеологізованими структурами [41, с.285].

Комунікемам-фразеосхемам характерні такі ознаки: відтворюваність, стійкість, структурно-семантична цілісність, ідіоматичність та експресивність. Відомі різні класифікації комунікем-фразеосхем за функціонально-семантичними ознаками. М.І.Лічук за функціонально-семантичною характеристикою виділяє п'ять різновидів фразеологізмів:

1) стверджувальні;

2) заперечні;

3) зі значенням вірогідності;

4) питальні;

5) емоційно-оцінні.

М.В.Всеволодова зазначає, що до комунікем-фразеосхем із значенням оцінки відносяться: слова зі значенням цінносної оцінки; зі значенням відсутності основної якості, що відповідає його назві; зі значенням незгоди; зі значенням співчуття; зі значенням жалю; зі значенням примирення; зі значенням невдоволення; зі значенням виклику; зі значенням здивування [17, с.62–63].

Етикетні мовні одиниці займають особливе місце в спілкуванні персонажів анімаційних фільмів. Вони функціонують переважно в розмовній формі спілкування, висловлюють різноманітні вольові та емоційні наміри комунікантів. Етикетні комунікеми представляють собою окрему групу, яка характеризується наявністю певних специфічних структурних, семантичних, етимологічних, парадигматических і функціонально-комунікативних ознак. Етикетні комунікеми поділяються на такі групи: комунікеми вітання, реакції, спонування, емоційно-оціночні, згоди/незгоди, подяки та вибачення. Етикетні мовні одиниці різноманітні по своїй мовній природі. Особливу значущість в системі етикетних засобів комунікації мають нероздільні, фразеологізовані і інші стійкі типи пропозицій.

Також існують спонукальні комунікеми:

- спонукальні накази (Εμπρός!, Άντε!);
- спонукальні прохання (επιτρέψτε μου!, Με συγχωρείς!);
- спонукальні заборони (πες μου!, Κοίτα!, Ελάτε,πάμε!);

У лінгвістиці досі йде суперечка стосовно приналежності етикетних одиниць мови до класу комунікем. Ті лінгвісти, які не включають «етикетні фразеологічні сполучення» до складу комунікем (Г.В.Дагура, Т.Н.Колокольцева, Е.А.Земська), звертають увагу на те, що етикетні формули в більшості своїй розповсюджені і можуть виявитися будь-якими членами речення. Етикетні комунікеми можуть виявитися комунікемою лише в тому випадку, якщо вони безпосередньо актуалізуються в мовній ситуації, виконують функцію реакції. Лінгвісти, які відносять етикетні формули до

класу комунікем (В.Ю.Мелікян, І.І.Зиск, С.В.Андрєєва), відзначають, що дані мовні одиниці виконують особливу функцію контактостворення, вони мають багато спільних властивостей з іншими різновидами комунікем.

Ми вважаємо, що етикетні формули доцільно відносити до класу комунікем. Як зазначає В.Ю.Мелікян, етикетні комунікеми «обслуговують сферу діяльності суб'єкта мовлення з точки зору морально-етичних норм поведінки» [52, с.25]. Етикетними комунікемами користуються носії мови різного віку і соціальних статусів.

Наше дослідження було проведено на основі дитячих грецьких мультиплікаційних фільмів, переведених на новогрецьку мову. До аналізу увійшли такі анімаційні фільми, як «Η βασίλισσα του χιονιού», «Περιπέτειες στην χώρα του Οζ», «Ο Ασπρόδόντης», «Άγια Νύχτα», «Αναστασία», «Η Χριστουγεννιάτικη ευχή της Άντζελα», «Το πρώτο πηγάδι του κόσμου».

Так, на початку процесу комунікації функціонують етикетні комунікеми-вітання: -Καλημέρα!, -Καλησπέρα!, -Καληνύχτα!, - Γειά σας!, -Γειά σου!, - Χαίρετε, - Χαίρω πολύ, - περάστε! та ін. Середина процесу комунікації є найтривалішою і найбільш інформативно насиченою частиною комунікативної ситуації, тому тут функціонують відразу кілька видів етикетних комунікем:

- подяки (ευχαριστώ, -ευχαριστώ πάρα πολύ!, - παρακαλώ, - ορίστε, - τίποτα!);
- вибачення (-Συγγνώμη!, -Με συγχωρείς);
- побажання (Καλή τύχη! та ін.).

Завершення процесу комунікації характеризується використанням комунікем-прощань: - Τα λέμε! - Χαίρετε! -Αντίο! - Θα τα πούμε! та ін.

Варто відмітити, що використання етикетних комунікем в різних комунікативних ситуаціях також вказує і на взаємини співбесідників, підкреслюючи віковий або соціальний статус співрозмовників.

Також слід зазначити, що в мультиплікаційних фільмах дуже багато звертань до персонажів, вигуків до них. Наприклад, μπαιλά, Αντζέλα, μικρέ

Χριστούλη, αντί Ιωσήφ, πρόσεχε, Άγκι, κύριε Μαγκίντι! Παλιέ μου φίλε! Καλέ μου άνθρωπε, νεαρέ μου, μαμά, οι φίλοι μου, αντί φίλοι μου. (Додаток 2)

Під час дослідження анімаційних фільмів було виявлено велику кількість окличних та питальних речень, які роблять мову персонажів більш виразною та емоційно насиченою. Наприклад, ο πατέρας Θα έχει χρόνο να παίζει μαζί μου! Πρέπει να δούμε τον χάρτη! Και μην αργήσετε! Θα είμαστε! Δεν θα τη γλιτώσετε! Σκάβουμε ως την Αυστραλία για να φέρουμε τον μπαμπά та Χριστούγεννα! Μαμά! Θέλω όλο το χρυσάφι του κόσμου! Πατ! Βασίλισσά μου! Παραμύθι! Απομακρυνθείτε από την πριγκίπισσα! Παναγία μου! Μην τον ακούς τον βλάκα! Η Άγκι θα είναι η πριγκίπισσα! Θα ξετρελαθεί απο τη χαρά της! Αντίο, πρόβατο και γαϊδούρι! Η μαμά θα μου κάνει μια μεγάλη χριστουγεννιάτικη έκπληξη! Παλιέ μου φίλε, πάλι μαζί! Φύγε! Το μουσικό κουτί μου! Γυρνά πίσω! Το νανούρισμά μας! Άσε με! Τερμά το κόλπο! Ας είναι αυτός ο δρόμος μου! (прикладι з мультфільмів «Η βασίλισσα του χιονιού», «Περιπέτειες στην χώρα του Οζ», «Ο Ασπροδόντης», «Άγια Νύχτα», «Αναστασία», «Η Χριστουγεννιάτικη ευχή της Άντζελα» та «Το πρώτο πηγάδι του κόσμου»).

Також дуже часто в мультиплікаційних фільмах під час розмов персонажів зустрічаються речення-вигуки, які спонукають до певної дії іншого героя. Наприклад, Άσε τις χαζομάρες σου! Και μην αργήσετε! Μην τον ακούς τον βλάκα! Ηρεμήστε, κύριε! Φύγε! Μην ανησυχείς! Αναστασία, γυρνά πίσω! Άσε με ήσυχη! Άσε με! Κάτσε'δω! (прикладι з мультфільмів «Η βασίλισσα του χιονιού», «Περιπέτειες στην χώρα του Οζ», «Ο Ασπροδόντης», «Άγια Νύχτα», «Αναστασία», «Η Χριστουγεννιάτικη ευχή της Άντζελα» та «Το πρώτο πηγάδι του κόσμου»).

Наведемо деякі приклади питальних речень, якими забарвлені розмови анімаційних персонажів. Μπαμπά; Θες να ακούσεις το τραγούδι μου; Αν δεν σκάβουμε προς τα κάτω, πώς θα ξέρουμε πού να πάμε; Τι έγινε πάλι; Τι κάνετε στην αυλή μου; Ξέρετε πόσο θα πάρει αυτό; Τι σου λείπει; Σου φαίνεται καλά η μαμά; Τι ευχήθηκε ο φτωχός; Τι στο καλό είχε ευχηθεί ο φτωχός; Έτοιμοι; Ο καθένας μία ευχή; Στην Αυστραλία; Γιατί είμαι πάντα ο γελοτοποιός; Είδα ένα

αδιάκριτο κοτσιδάκι να ξαναπαίει στα κλεφτά στο σπίτι; Έρχεσαι; Θα πάμε με τα πόδια; Ποιος τολμάει και ταραάζει τη μοναξιά μου; Ποιος σε χτύπησε; Μυστικοσύμβουλος; Που είναι το αστείο; Έχεις δει ποτέ αρκούδες; Γιατί δεν της είπες το σχέδιό μας; κ.τ.λ. (приклади з мультфільмів «Η βασίλισσα του χιονιού», «Περιπέτειες στην χώρα του Οζ», «Ο Ασπροδόντης», «Άγια Νύχτα», «Αναστασία», «Η Χριστουγεννιάτικη ευχή της Άντζελα» та «Το πρώτο πηγάδι του κόσμου»).

Слід зазначити, що мультиплікаційні фільми характеризуються наявністю великої кількості прикметників в повсякденних розмовах між персонажами. Завдяки цьому відбувається емоційна насиченість при розмові. Прикметники доповнюють, описують та прикрашають іменник. Без прикметників було б дуже важко зрозуміти зміст мови персонажів. В обраних нами мультиплікаційних фільмах були виявлені такі прикметники, як карамелωμένο μήλο, μακρινή χώρα, αδιάκριτο κοτσιδάκι, μεγάλη έκπληξη, το μουσικό κουτί, άσχημος, άχρηστος, όμορφος, γρήγορος, δυνατός, καλός ύπνος, ανόητη μέρα, ευτυχηζόμενη μέρα, παλιά χωριά, τεμπέλης, φοβερή καταγίδα, καλός κυνηγός, επικίνδυνα ζώα, μεγάλα δόντια, κουρασμένη αρκούδα, ανόητο σκυλί, αληθινός φίλος, πραγματικός λύκος, κανονικός άνθρωπος, καταπληκτική ιδέα, δυνατός άνεμος, μαγικό καπέλο, μαγικό μέρος, γρήγορο άλογο, μαγικά παπούτσια, τεράστιος βράχος, καυτερό καλοκαίρι, ζεστό σπιτάκι, ζεστή καρδιά, πυκνή ομίχλη, κρυα νύχτα, παγωμένη καρδιά, πειστή καρδιά, επικίνδυνο ταξίδι, χειμωνιάτικα βράδια, μαγικό παλάτι, όμορφες παπαρούνες, περίεργη περίπτωση, παλιά ντουλάπια, υπέροχα σπίτια, κίτρινος δρόμος, υπέροχα λουλούδια (приклади з мультфільмів «Η βασίλισσα του χιονιού», «Περιπέτειες στην χώρα του Οζ», «Ο Ασπροδόντης», «Άγια Νύχτα», «Αναστασία», «Η Χριστουγεννιάτικη ευχή της Άντζελα» та «Το πρώτο πηγάδι του κόσμου»).

В анімаційних фільмах у мові персонажів зустрічаються повтори. Наприклад, βρε,βρε,βρε, або κοίτα!κοίτα! у мультиплікаційному фільмі «Ο Ασπροδόντης».Також зустрічаються звя'зки в реченнях, за допомогою «ούτε...ούτε...». Наприклад, **ούτε** απο την πόρτα, **ούτε** απο το παράθυρο у

мультифільмі «Περιπέτειες στην χώρα του Οζ», **ούτε χαρούμενος ούτε** λυπημένος у мультифільмі «Η βασίλισσα του χιονιού».

В мультиплікаційних фільмах часто зустрічаються приклади утворення вищих та найвищих ступенів прикметників з додавання прислівника «πιο» та частки «απο+Зн.в». Наприклад, «είναι η πιο όμορφη...», «είναι καλύτερα απο έναν», «ο πιο διάσημος σκύλος», «η δεύτερη μέθοδος είναι πιο καλή από την πρώτη», «είναι πιο εργατικός από μένα».

Зустрічаються слова з префіксами παν-, ευ-, δυσ-, κατα-, υπερ-, παρα-, περί-, κακό-. Наприклад, слово з префіксом -δυσ- (**δυστυχώς, δυστυχισμένος**) позначає заперечення, надає слову негативне та протилежне значення. Протилежний до нього префікс -ευ- (**ευχαριστημένος, ευτυχισμένος**). Зустрічаються у мові персонажів слова з префіксом παν-. Такий префікс використовується для творення складних слів. Префікс παν- збільшує значення. Наприклад, слово **πανέμορφος** означає найкрасивіший, тому що – παν позначає (весь, цілий). Слова з префіксом κατα-, наприклад (**καταπληκτικός**), позначають посилення дії, найвищу ступінь.

Також слід відзначити, що у мові дитячого мультиплікаційного кіно зустрічаються зменшувально-пестливі слова. Такі слова найчастіше утворюються за допомогою суфікса **-άκι, -άκα, -ούλα**. Зменшувально-пестливі слова допомагають ввічливо звертатися до оточуючих або описувати щось або когось. Саме в дитячих анімаційних фільмах налічується велика кількість таких пестливих слів. Наприклад, **κοτσιδάκι, αλογάκι, μπαμπάκα, γαϊδουράκι, σιγουράκι, σκυλάκι, αδερφάκι, τραγουδάκι, σπιτάκι, αγοράκι, μπουκάκι, λυκάκι, ζωάκια, πουλάρια, κοριτσάκι, πραγματάκι, μαξιλαράκι, ποταμάκι, λιγουλάκι, καημενάκι** (приклади з мультифільмів «Η βασίλισσα του χιονιού», «Περιπέτειες στην χώρα του Οζ», «Ο Ασπροδόντης», «Άγια Νύχτα», «Αναστασία», «Η Χριστουγεννιάτικη ευχή της Άντζελα» та «Το πρώτο πηγάδι του κόσμου»).

Суфікс **-ούλα** відтворює слова жіночого роду та має декілька значень, наприклад:

1) відтворює слова з іменами загальними з обмеженим розміром:

- βεργούλα> βέργα (прутик > прут)
- στιγμούλα > στιγμή (хвилинка > хвилина)

2) відтворює імена професійні з нищівним значенням:

- εργατριούλα > εργάτρια (неважлива працівниця > працівниця)

3) відтворює власні назви з пестливим значенням:

- Κατερινούλα> Κατερίνα (Катюша > Катерина)
- γλυκούλα> γλυκιά (миленька > мила)
- καημενούλα> καημένη (бідолаха > бідна)

2.3. Лексико-фразеологічні комунікеми в грецьких мультиплікаційних фільмах

Популярність анімаційних кінотекстів серед телеглядачів вимагає посилення уваги до культури масмедійної продукції та до усного літературного спілкування, вимагає дуже пильної уваги до витоків історії певної культури. Зокрема йдеться про використання лексико-фразеологічних комунікем в грецьких мультиплікаційних фільмах. Оптимальними методами дослідження лексико-фразеологічних комунікем у мультиплікаційних текстах вважається описово-інтерпретативний (аналіз функцій, семантики та стилістики лексико-фразеологічних комунікем з прийомами класифікації), дистрибутивний аналіз – для виокремлення лексико-фразеологічних комунікем з досліджуваних діалогічних текстів; контекстуально-семантичний аналіз – для вияву функціонально-семантичних та комунікативно-прагматичних ознак розглянутих одиниць висловлення; компонентний аналіз – для виділення значенневих груп лексико-фразеологічних комунікем та їхніх структурних різновидів.

Дослідники вважають, що лексико-фразеологічні комунікеми як дискретні одиниці висловлення – це слова або поєднання слів, що мають ознаки граматичної неподільності, нерозчленованого вираження змісту комунікативної ситуації. У тексті лексико-фразеологічні комунікеми

виконують реактивну, волюнтативну, емоційно-оцінну, етикетну та інформативну функції.

Лексико-фразеологічні комунікеми відкритої структури у мультиплікаційних кінотекстах представлені одиницями лише трьох функціонально-семантичних різновидів – із значенням ствердження, заперечення, із емоційно-оцінною семантикою. З'ясовано, що за морфологічними ознаками лексико-фразеологічні комунікеми співвіднесені з різними частиномовними класами, насамперед – вигуками, частками та їх сполученнями, комбінаціями, у яких жоден зі складників не може вживатися відокремлено.

Стилізовані діалоги анімаційних кінотекстів виявили функції і семантико-стилістичні особливості лексико-фразеологічних комунікем у мові різних за соціальним статусом, освітнім рівнем, професією, віком і національностями персонажів. При цьому відзначено активність сленгізмів, жаргонізмів, вульгаризмів, варваризмів, що знижують реєстри літературної екранної мови до вульгарно-згрубілої, просторічно-фамільярної. Це занижує загальну культуру мови масмедіа, впливає на формування мовних звичок підростаючого покоління мовців, на яких насамперед і розрахований мистецький продукт. Одні й ті самі комунікативні одиниці тексту можуть вживатися в різних функціях, з різним функціонально-семантичним навантаженням, а деякі з них набувають нових значень. Вирішальну роль при цьому відіграє інтонація та контекст.

Складений перелік лексико-фразеологічних комунікем в грецьких мультиплікаційних текстах ліг в основу словника-дodatка до кваліфікаційної роботи. (Додаток 3)

Існує декілька функціонально-семантичних класифікацій синтаксичних одиниць, що можуть бути покладені в основу класифікації лексико-фразеологічних комунікем. Узагальнюючи їх, пропонуємо за функціонально-семантичним критерієм розрізняти:

1) Лексико-фразеологічні комунікеми із значенням ствердження (-βεβαίως, -μάλιστα, -φυσικά, -βέβαια, -ασφαλώς, -ωχ όχι, -σίγουρα).

2) Лексико-фразеологічні комунікеми із значенням заперечення (- Όχι, -δυστυχώς όχι, -φυσικά όχι).

3) Лексико-фразеологічні комунікеми із значенням спонукання (-Έλα!, -Εμπρός, - Άσε!, Άντε! - Άκου! - Άσε με! -Κάτσε´δω!).

4) Питальні лексико-фразеологічні комунікеми (-Πραγματικά; -Δεν είναι; - Τι συμβαίνει;).

5) Емоційно-оцінні лексико-фразеологічні комунікеми, наприклад: (ω,Θεέ μου!, Με τίποτα! (нізащо!)).

Категорія ствердження є однією з найскладніших логіко-філософських та психолінгвальних категорій, яку ще осмислюють сучасні дослідники. Ці труднощі пов'язані з тим, що є широке філософське розуміння явища «ствердження», адже це констатація, наявність у кого-небудь чи чого-небудь певної ознаки [3].

Дослідник О.В.Гурко відносить до лексикограматичних засобів експлікації ствердження в розмовному стилі: 1) іменники-згоди (αλήθεια); 2) прислівники (-βεβαίως, -μάλιστα, -φυσικά, -βέβαια, -ασφαλώς, -ωχ όχι, -σίγουρα); 3) оцінні лексеми (σωστό, εκκληκτικά, καταπληκτικά); 4) повтори кількох часток чи прислівників (βρε,βρε,βρε, або коίτα!коίτα! у мультиплікаційному фільмі «Ο Ασπρόδόντης»); 5) фразеологізми (κρατάς τη γλώσσα σου або θα σας βγάλω τα μάτια) [21, с.213].

Книгознавець О.П.Куш вважає, що стверджувальні та заперечні лексико-фразеологічні комунікеми – взаємозумовлені, отже, можуть бути об'ємно осмислені й схарактеризовані тільки компактно і на основі порівняння-зіставлення [39, с.18]. На нашу думку, ствердження та заперечення перебувають у тісному взаємозв'язку, але водночас є єдністю протилежностей.

Категорія заперечення привертала увагу філософів, логіків, мовознавців, психологів. На наш погляд, слухним є визначення

О.М.Пешковського, який зазначав: «Заперечення з синтаксичної точки зору зводиться до того, що зв'язок між тими чи іншими двома уявленнями за допомогою цієї категорії усвідомлюється заперечно, тобто усвідомлюється, що певний зв'язок, виражений певними формами слова і словосполучень, реально не існує» [59, с.386].

Вичерпне визначення заперечення знаходимо у М.П.Баган, яка кваліфікує його як засадничу операцію «когнітивної та комунікативної діяльності людини, що унеможлиблює диференціювання об'єктів пізнання, корегування думок та намірів, дискутивне витлумачення світу, мовленнєвий вияв актів негативної реакції» [10, с.313]. На нашу думку, заперечення в мові варто трактувати як констатацію відсутності предмета, ознаки, явища, як негативну емоційно-оцінну відповідь на питання співрозмовника.

Пропонуємо розрізнити лексико-фразеологічні комунікеми із значенням спонукання: 1) наказу-вимоги (Και μην αργήσετε! Μην τον ακούς τον βλάκα! Ηρεμήστε, κύριε! Φύγε! Μην ανησυχείς! Αναστασία, γυρνά πίσω! Άσε με ήσυχη! Άσε με! Κάτσε'δω!); 2) прохання (μην αργήσεις παρακαλώ! Ηρεμήστε, κύριε! Σας παρακαλώ!). Наказ – одна із найпоширеніших комунікативних ситуацій у мультиплікаційних фільмах. Він являє собою офіційне розпорядження людини, яка наділена владою. Ситуація наказу характерна для випадків, коли один із мовців має вищий соціальний статус, ставить себе вище за слухача, а тому очікує від нього беззаперечного підкорення. Беручи до уваги своє становище, мовець розраховує на беззаперечне виконання наказу, ніяк не обґрунтовуючи його. Як правило, лексико-фразеологічні комунікеми із значенням спонукання-наказу характерні для персонажів, що мають типаж керівника, посадовця. Від лексико-фразеологічних комунікем із значенням спонукання-наказу та лексико-фразеологічних комунікем із значенням спонукання-вимоги відрізняє неофіційність ситуацій, коли вони вживаються. Мовець може тиснути авторитетом на адресата, бути фізично сильнішим за нього.

Завдяки лексико-фразеологічним комунікемам здійснюється емоційність мультиплікаційних діалогів, а також експресивність кінотекстів, інтенсивність перебігу подій на екрані.

Лексико-фразеологічні комунікеми із значенням прохання. Прохання – це різновид спонукання слухача задовольнити потреби й бажання мовця, орієнтований на співрозмовника, щоб він виконав ту чи іншу дію, яку слухач може, але не зобов'язаний виконувати. Отже, це ввічливе звертання до когонебудь з метою домогтися чогось, щось зробити, виконати щось [14, с.1178]. Для прохання так наказу-вимоги характерна зацікавленість персонажа у виконанні дії.. Прохання, як правило, адресоване співрозмовникові, який має вищий або такий самий соціальний статус. Тобто, мовець не може віддавати накази або вимагати щось.

Вживання фразеологізмів у мові персонажів робить її сильною, яскравою, міткою, переконливою. Використання в мовленні фразеологізмів сприяє розвитку почуття мови, розширює знання про мову, збагачує її, робить експресивною. Наявність великої кількості фразеологізмів у мовленні демонструє її багатство, і не можна вивчити мову, не вивчивши її культуру. Кожне слово, кожний фразеологізм і зворот має вікову культурну історію - факти побуту уявлень і вірувань предків, реальні події далекого минулого. В мультиплікаційних фільмах саме через мову персонажів, які використовують фразеологізми, телеглядачі можуть поєднатися з історією та культурою народу.

Вивчення мови в анімаційних фільмах в основному полягає у вивченні кінодіалогу даного жанру кіномистецтва. У нашому випадку це вивчення одного з його лінгвістичних характеристик - вживання фразеологічних одиниць або порівнянь в ньому. У суспільстві нерідко виражаються сумніви про відповідність лексичного змісту багатьох сучасних дитячих анімаційних фільмів виховним і освітнім завданням, які природним чином покладені на них. Існує думка про те, що мультиплікаційні фільми часто мають низький рівень мовної культури: деякі грубі, жаргонні слова не відповідають віку

дітей та рівню їх розвитку. Будь-який автор прагне до яскравого емоційного впливу на свого слухача. Одним з найбільш успішних способів досягнення цього є образна, експресивна мова персонажів, що характеризується досить частим вживанням фразеологічних одиниць, які в мові «виконують більше прагматичну функцію, ніж номинативную» [8, с.152]. Дослідники та лінгвісти відзначають використання фразеологічних одиниць в текстах мультфільмів як одне з їхніх переваг. У текстах проаналізованих нами кінодіалогів з грецьких анімаційних фільмів, таких як «Η βασίλισσα του χιονιού», «Περιπέτειες στην χώρα του Οζ», «Ο Ασπρόδόντης», «Άγια Νύχτα», «Αναστασία», «Η Χριστουγεννιάτικη ευχή της Άντζελα» та «Το πρώτο πηγάδι του κόσμου» також спостерігається вживання фразеологізмів.

Проведене дослідження кінотекстів мультиплікаційних фільмів, переведених на новогрецьку мову, свідчить про те, що творці подібних кінотворів добре розуміють особливість своєї аудиторії, тому стежать за доступністю мови своєї продукції. В даному випадку мова йде про характер вживання фразеологічних одиниць. Серед вжитих одиниць в обраних анімаційних фільмах немає жодної фрази або фразеологізма з затемненою внутрішньою формою, що представляло б складність для розуміння.

В результаті аналізу мультиплікаційних фільмів можемо зробити висновок, що автори текстів анімаційних фільмів намагаються уникати вживання складних за розумінням фразеологізмів, значення яких зазвичай вимагає наявності певних фонових знань, які у дитячій аудиторії відсутні. Основні свої знання діти дошкільного та молодшого шкільного віку отримують в процесі повсякденного спілкування, тому їх лексикон в основному складається з розмовної і нейтральної лексики, оволодіння ж складною лексикою відбувається в процесі навчання в старших класах. Тому в обраних мультиплікаційних фільмах спостерігається невелика наявність фразеологічних одиниць, зазвичай є присутньою порівняння або прикметники, що забарвлюють мову дитячих анімаційних фільмів. (Додаток 4)

В обраних нами мультиплікаційних фільмах зустрічалися такі фразеологічні одиниці та стійкі словосполучення, як:

Δεν έχεις κανένα φραγμό – це словосполучення. (δεν σε εμποδίζει, δεν σε κρατά τίποτε), означає, що це не зупиняє вас, це не утримує вас. Словосполучення було використано у мультиплікаційному фільмі «Αναστασία».

Δεν έχω καιρό – це стійке словосполучення означає, що у людини немає часу (було використано у мультиплікаційному фільмі «Αναστασία»).

Κάνοντας ένα-ένα βήμα: це стійке словосполучення, що означає робити крок за кроком (з мультиплікаційного фільму «Αναστασία»).

Κρατάς τη γλώσσα σου – цей фразеологізм (δεν μιλάς καθαρά, κάτι μου κρύβεις, κάτι δεν θέλεις να μου πει ανοικτά) означає певний наказ, що треба тримати «язик за зубами», тобто мовчати. Фразеологізм був використаний у мультиплікаційному фільмі «Η Χριστουγεννιάτικη ευχή της Άντζελα».

Γεμάτος κόμπους – цей фразеологізм означає щось запутане (з мультиплікаційного фільму «Η Χριστουγεννιάτικη ευχή της Άντζελα»).

Έχω μία άκρη – фразеологізм (έχω κάποιους γνωστούς, κάποιους φίλους που θα βοηθήσουν), що означає якусь перевагу/підтримку в чомусь (мультиплікаційний фільм «Αναστασία»).

Θα σας βγάλω τα μάτια – фразеологізм (θα σου κάνω μεγάλο κακό, θα σε εκδικηθώ κλπ), що означає робити щось погане. Саме у мультиплікаційному фільмі «Περιπέτειες στην χώρα του Οζ» це означало «я видряпаю вам очі».

Να σας δώσω το χέρι – це стійке словосполучення, що означає «потиснути руку», наприклад, при знайомстві (використано у мультиплікаційному фільмі «Περιπέτειες στην χώρα του Οζ»).

Μια φορά και έναν καιρό – це стійке словосполучення, що означає «одного разу/колись дуже-дуже давно». Зазвичай використовується у казках або коли розпочинають казки (мультиплікаційний фільм «Άγια Νύχτα»). Також у мультиплікаційних фільмах зустрічалися такі фразеологічні одиниці: τη έκανα ταράτσα – з'їв дуже багато, έκλασα μέντες – дуже перелякався, κάνω

την πάπια – прикидатися що мені байдуже, κάνει μλάμ – це кидається у вічі, дуже помітно, κάνω τα στραβά μάτια – прикидаюсь, що нічого не помічаю.

В обраних мультиплікаційних фільмах також були проаналізовані порівняння, які часто зустрічаються у дитячій мові. Порівняння – троп, в якому відбувається уподібнення одного предмета або явища іншому за якою-небудь спільною для них ознакою. Мета порівняння – виявити в об'єкті порівняння нові, важливі, переважні для суб'єкта властивості. Порівняння надають тексту або мові персонажів особливу виразність та з їх допомогою яскравіше створюється художній образ того, про що йде мова. Приклади порівнянь в анімаційних фільмах: «η Αυστραλία μοιάζει με ανάποδο σκύλο» «καραμελωμένο μήλο, μεγάλο σαν το κεφάλι μου» «μύριζε σαν άλογο» «μάτια πράσινα σαν τον ποταμό Σάνον» «είναι γλυκούλα σαν εσένα» (із мультиплікаційного фільму Η Χριστουγεννιάτικη ευχή της Άντζελα), «διατάζει σαν βασίλισσα», «έκανες σαν βασίλισσα», «είναι σαν ανάμνηση απο ένα όνειρο» (із мультиплікаційного фільму «Αναστασία»), «θα γίνεις σαν τον πατέρα σου» (із мультиплікаційного фільму «Ο Ασπρόδόντης»), «φαίνεσαι σαν καινούργιος» (із мультиплікаційного фільму «Περιπέτειες στην χώρα του Οζ»), «τα μάτια της λάμπουν σαν παγωμένες λίμνες» (із мультиплікаційного фільму «Η βασίλισσα του χιονιού»). Також у мові персонажів використовувалася частка σαν-, яка вважається порівняльною часткою, але, наприклад, у фразах «Θ'ακολουθήσουμε το σχέδιο σαν να μην άλλαξε τίποτα», «Ξαφνικά νιώθω σαν να γεννήθηκα ξανά» вона є не порівняльною, а лише зв'язною частиною речення.

Підсумовуючи усе вищезазначене, можна зробити висновок, що у дитячих мультиплікаційних фільмах фразеологізмів небагато, але такі анімаційні фільми насичені пестливо-зменшувальними словами, порівняннями, прикметниками, окличними та питальними реченнями, складними словами з префіксами, що посилюють значення слів, використовуються ступені порівняння прикметників. Також слід зазначити, що дитяча мова дуже багата на етикетні комунікеми, що робить мову

персонажів більш правильною, чіткою та ввічливою. Завдяки використанню різноманітних засобів мова персонажів в анімаційних фільмах стає більш забарвленою та яскравою, робиться більш насиченою та цікавою, а також спонукає маленьких телеглядачів до наслідування даних фраз та застосуванню їх у власному лексиконі.

Висновки до розділу 2

Кінематограф відіграє визначну роль у сучасному світі. Популярність мультиплікаційних фільмів багато в чому визначається його заголовком, адже ефектним заголовком набагато легше залучити глядача, ніж описом змісту цього фільму чи мультфільму. Назви анімаційних фільмів представляють величезний інтерес для лінгвістичного дослідження, так як вони є абсолютно непередбачуваними в лексичному і граматичному плані.

Перегляд мультиплікаційних фільмів завжди починається з заголовка, немов випереджаючи його загальний зміст. Назва являє собою частину сюжету, нерозривно пов'язану з усіма іншими його елементами. Найважливішим значенням назви є формування першого враження глядача. Дослідники виділяють різні функції заголовків: номінативну, естетичну, інформативну, рекламну функції.

Існує певна класифікація, за якою здійснюється аналіз заголовків мультиплікаційних фільмів. Є назви, виражені односкладними реченнями і поширені доповненням, визначенням або містять уточнення. Є заголовки з підрядними та сурядними зв'язками. Заголовки, виражені кількома реченнями. Також було визначено, що існують багато анімаційних фільмів, які містять в заголовках власні назви (імена головних героїв, міст тощо), вигадані назви предметів або істот. Існують назви з однорідними членами, назви, які містять числівники, назви з дієсловами та зі звертаннями.

Заголовок мультиплікаційного фільму грає велику роль в розумінні анімаційної стрічки і інформації, яка в ній міститься. Тому перекладач

повинен бути вкрай уважним, виконуючи переклад назви фільму, щоб зробити її такою ж гучною, привабливою і легкою для запам'ятовування, як оригінальну. Дослідник Л.Ліцонь виділяє кілька причин, які обумовлюють труднощі перекладу заголовків мультиплікаційних фільмів: використання в назвах слів, які пов'язані з релігією; наявність в кожній з мов безеквівалентної лексики; використання в назвах слів, які відображають історію країни; наявність в мовах лексичних одиниць з різним обсягом значень; наявність в мовах слів з різним конотативним значенням.

Досліджуючи лінгвістичні особливості назв мультиплікаційних фільмів, можемо зробити висновок, що часто в назвах анімаційних фільмів зустрічаються власні назви, наприклад, імена головних героїв. Вчені зазначають, що це можна пояснити наміром авторів залучити увагу до особистості героя і показати його центральну роль в подіях. Існують такі назви, за якими можна передбачити суть усього анімаційного фільму (зазвичай це довгі речення з описом дії), або навпаки, можна зрозуміти зміст лише після перегляду. У структурному плані ми виділяємо однокомпонентні (однослівні) і багатоконпонентні (багатослівні) назви. Також можемо зустріти назви з вигаданими лексичними одиницями. Слід зазначити, що новогрецькі мультиплікаційні фільми характеризуються наявністю складних слів у назвах, тобто поєднань двох слів.

В назвах грецьких анімаційних фільмів є багато епітетів, метафор, аббревіатур, риторичних запитань та великих речень. Використання метафор та епітетів в заголовках анімаційних фільмів посилює виразність самої назви, привертає увагу глядачів, а також передає ставлення автора кінострічки до своєї роботи. Також слід зазначити, що в заголовках грецьких мультиплікаційних фільмів часто зустрічаються назви тварин.

Слід зазначити, що в дитячих анімаційних фільмах існує велика кількість лексико-фразеологічних, етикетних, стверджувальних та заперечних комунікем. Під комунікемою розуміємо дискретні одиниці висловлення – слова або поєднання слів, які мають ознаки граматичної

неподільності, нерозчленованого вираження непоняттєвого змісту висловлювання. На думку В.Ю.Мелікяна, існують стверджувальні та заперечувальні комунікеми, емоційно-оцінні комунікеми, волевиявлення, виражені через імперативні вигуки, команди, контактовстановлюючі, етикетні, спонукальні, питальні та текстовідтворювальні комунікеми. Структурну основу комунікем складають слова так чи ні; модальні частки; модальні слова; фразеологічні звороти; вигуки.

Наше дослідження було проведено на основі дитячих грецьких мультиплікаційних фільмів, переведених на новогрецьку мову. До аналізу увійшли такі анімаційні фільми, як «Η βασίλισσα του χιονιού», «Περίπέτειες στην χώρα του Οζ», «Ο Ασπρόδόντης», «Άγια Νύχτα», «Αναστασία», «Η Χριστουγεννιάτικη ευχή της Άντζελα», «Το πρώτο πηγάδι του κόσμου».

На основі цього дослідження можна зробити висновок, що в даних мультиплікаційних фільмах існує велика кількість етикетних комунікем-вітань, комунікем-прощань. Також слід зазначити, що в мультиплікаційних фільмах дуже багато звертань до персонажі, часто використовуються вигуки. Під час дослідження анімаційних фільмів виявлено наявність великої кількості окличних та питальних речень, які роблять мову персонажів більш виразною та емоційно насиченою. Також дуже часто в мультиплікаційних фільмах під час розмов персонажів зустрічаються речення-вигуки, питальні речення, які спонукають до певної дії іншого героя. Слід зазначити, що мультиплікаційні фільми характеризуються наявністю великої кількості прикметників в повсякденних розмовах між персонажами, що надає емоційної насиченості розмові. В анімаційних фільмах у мові персонажів зустрічаються повтори, присутні приклади утворення вищих та найвищих ступенів прикметників з додавання прислівника «πιο» та частки «απο+3н.в», слова з префіксами παν-, ευ-, δυσ-, -ката-, υπερ-, παρα-, περί-, καθό-. Також слід відзначити, що у мові дитячого мультиплікаційного кіно зустрічаються зменшувально-пестливі слова та велика кількість порівнянь.

В результаті аналізу використання в анімаційних фільмах лексико-фразеологічних комунікем встановлено, що вони мають ознаки граматичної неподільності, нерозчленованого вираження змісту комунікативної ситуації. У тексті лексико-фразеологічні комунікеми виконують реактивну, волюнтативну, емоційно-оцінну, етикетну та інформативну функції. Існує декілька функціонально-семантичних класифікацій синтаксичних одиниць, що можуть бути покладені в основу класифікації лексико-фразеологічних комунікем. Узагальнюючи їх, пропонуємо за функціонально-семантичним критерієм розрізняти лексико-фразеологічні комунікеми із значенням ствердження; лексико-фразеологічні комунікеми із значенням заперечення; лексико-фразеологічні комунікеми із значенням спонукання; питальні лексико-фразеологічні комунікеми та емоційно-оцінні лексико-фразеологічні комунікеми.

Проведене дослідження кінотекстів мультиплікаційних фільмів, переведених на новогрецьку мову, свідчить про те, що творці подібних кінотворів добре розуміють особливість своєї аудиторії, тому стежать за доступністю мови своєї продукції. В даному випадку мова йде про характер вживання фразеологічних одиниць. Серед вжитих одиниць в розглянутих анімаційних фільмах немає жодної фрази або фразеологізма з затемненою внутрішньою формою, що представляло б складність для розуміння.

В результаті аналізу мультиплікаційних фільмів можемо зробити висновок, що автори текстів анімаційних фільмів намагаються уникати вживання складних за розумінням фразеологізмів, значення яких зазвичай вимагає наявності певних фонових знань, які у дитячій аудиторії відсутні.

Отже, все сказане дає змогу зробити висновок, що мультиплікаційні фільми насичені лінгвістичними особливостями, такими як прикметники, порівняння, фразеологізми, повтори, зменшувально-пестливі слова. В анімаційних фільмах використовуються окличні та питальні речення, складні словами, ступені порівняння прикметників. Мова персонажів стає більш чистою, шанобливою та привітною завдяки етикетним та лексико-

фразеологічним комунікемам. За допомогою цих лінгвістичних особливостей мовлення мультиплікаційних героїв стає більш насиченим та яскравим та спонукає маленьких телеглядачів до наслідування даних фраз у власній мові свого повсякденного життя.

ВИСНОВКИ

Анімаційне кіно є невід'ємною складовою нашого життя та сучасного мистецтва. В інтернеті, кінотеатрах, телевізорах можна у будь-який час подивитися кіно або мультиплікаційний фільм, наповнювати свій день позитивними враженнями та новими знаннями, які можна отримати при правильному підборі та перегляді фільму.

В нашій кваліфікаційній роботі ми проаналізували розвиток грецького мультиплікаційного фільму, розглянули теоретичні аспекти мультфільмів, кінематографічні терміни, вплив мультиплікації на особистість молодого телеглядача.

Особлива увага була приділена вияву лінгвістичних особливостей мовлення персонажів грекомовних мультфільмів та заголовків мультиплікаційної продукції. Також були сформовані відповідні вимоги щодо безпечного перегляду анімаційних фільмів глядачами, критерії правильного підбору мультиплікаційних фільмів та ознаки «шкідливого мультфільму».

Нами був проаналізований зв'язок між мультиплікаційною лексикою та впливом мультфільмів на дитячу психіку, адже анімаційні фільми, за словами багатьох психологів та педагогів, здійснюють дуже значний вплив на молодого телеглядача, а саме маніпулюють ще не сформованою психікою дитини. Це відбувається тому, що саме молодші телеглядачі вважаються незахищеною групою і пасивно поглинають все, що бачать та чують на телеекранах. Деякі вчені в своїх дослідженнях навіть пропонували заборонити переглядати дітям всі сучасні мультфільми. Але, на нашу думку, заборона – це не найкращий метод боротьби з небажаною інформацією, оскільки в дитини може виникнути реакція супротиву. Більш доречно батькам слідкувати за переглядом мультиплікаційної продукції та розтлумачувати дитині побачене. Тому ми запропонували рекомендації для батьків щодо забезпечення «правильного» кіноперегляду дітьми, серед яких

важливими є підбір мультфільму, його виховний аспект, відповідність розвитку дитини, час перегляду, обов'язкове обговорення побаченого з дитиною.

У другому розділі кваліфікаційної роботи були розглянуті лінгвістичні особливості назв грецьких мультиплікаційних фільмів, комунікеми-фразеосхеми та лексико-фразеологічні комунікеми в грецьких мультиплікаційних фільмах. Слід зазначити, що на популярність мультиплікаційного фільму впливає заголовок, адже ефектним заголовком набагато легше залучити глядача, ніж описом змісту цього фільму чи мультфільму. Тому перекладач повинен бути вкрай уважним, виконуючи переклад назви фільму, щоб зробити її такою ж гучною, привабливою і легкою для запам'ятовування, як оригінальну. Назви анімаційних фільмів представляють величезний інтерес, так як вони є абсолютно непередбачуваними як за своїм структурним оформленням, так і в лексичному та граматичному плані.

У структурному плані ми виділяємо однокомпонентні (однослівні) і багатоконпонентні (багатослівні) назви.

Нами було визначено, що за синтаксичною структурою переважають заголовки, виражені простими реченнями, в тому числі які містять односкладні речення та поширені однорідними членами, звертаннями, доповненням, визначенням або містять уточнення. Але є і заголовки, виражені складними реченнями з сурядним або підрядним зв'язком, заголовки, виражені кількома реченнями. Також велику кількість грекомовних заголовків анімаційних фільмів складають власні назви. Це можна пояснити наміром авторів залучити увагу до особистості героя і показати його центральну роль в подіях. З морфологічної точки зору переважають іменники та іменники з прикметниками, але зустрічаються також числівники, дієслова, інфінітивні, імперативні та безособові конструкції. Новогрецькі мультиплікаційні фільми характеризуються наявністю складних слів у назвах, тобто поєднань двох слів.

Серед лексичних особливостей ми відзначаємо створення вигаданих лексичних одиниць. Нами було зазначено, що в назвах грецьких мультиплікаційних фільмів спостерігається невелика кількість метафор, аббревіатур, риторичних запитань та повторів, але є багато епітетів.

Нами було досліджено живу та динамічну мову персонажів мультиплікаційних фільмів. Їй притаманна наявність комунікем-фразеосхем, лексико-фразеологічних та етикетних комунікем. У проаналізованих нами текстах з кінодіалогів грецьких анімаційних фільмів, таких як «Η βασίλισσα του χιονιού», «Περιπέτειες στην χώρα του Οζ», «Ο Ασπρόδόντης», «Άγια Νύχτα», «Αναστασία», «Η Χριστουγεννιάτικη ευχή της Αντζελα» та «Το πρώτο πηγάδι του κόσμου» спостерігається не часто, але доречне вживання фразеологізмів. Це свідчить про те, що автори текстів анімаційних фільмів намагаються прикрасити усне спілкування, добре розуміють особливість своєї аудиторії, стежать за доступністю мови своєї продукції, намагаються уникати вживання складних за розумінням фразеологізмів, значення яких зазвичай вимагає наявності певних фонових знань, які у дитячій аудиторії відсутні. В даному випадку мова йде про характер вживання фразеологічних одиниць. Серед них в обраних анімаційних фільмах немає жодної фрази або фразеологізма з затемненою внутрішньою формою, що представляло б складність для розуміння. Тому в обраних мультиплікаційних фільмах спостерігається невелика наявність фразеологічних одиниць, зазвичай переважають порівняння або прикметники, що забарвлюють мову дитячих анімаційних фільмів.

Під час дослідження мови персонажів анімаційних фільмів було виявлено велику кількість окличних та питальних речень, які роблять її більш виразною та емоційно насиченою. Також слід зазначити, що в мультиплікаційних фільмах дуже багато звертань до персонажів, часто зустрічаються речення-вигуки, які спонукають до певної дії іншого героя, повтори. В повсякденних розмовах між персонажами спостерігається

наявність великої кількості прикметників, які доповнюють, описують та прикрашають іменник, і це також додає емоційної насиченості при розмові.

В анімаційних фільмах були присутні приклади утворення вищих та найвищих ступенів прикметників з додавання прислівника «πιο» та частки «απο+Зн.в». Зустрічаються слова з префіксами πав-, ευ-, δυσ-, ката-, υπερ-, παρά-, περί-, κάκó-. Також слід відзначити, що у мові дитячого мультиплікаційного кіно зустрічаються зменшувально-пестливі слова. Такі слова найчастіше утворюються за допомогою суфікса -άκι, -άκα, -ούλα. Зменшувально-пестливі слова допомагають ввічливо звертатися до оточуючих або описувати щось або когось.

На основі проаналізованої літератури, досліджень педагогів та психологів, проведеного нами лінгвістичного аналізу мовлення персонажів та назв грекомовних мультиплікаційних фільмів були виділені основні характеристики мультиплікації, які дають можливість застосовувати її для подальшого розвитку дитини в медійному суспільстві, розроблена лінгвістична модель сучасного мультфільму та створена діаграма результатів.

За даними аналізу проаналізованих мультиплікаційних фільмів було зазначено, що у обраних анімаційних фільмах використовується 26% прикметників, 33% питальних, окличних та спонукальних речень, 7% звертань, 19% словотворень (зменшувально-пестливі слова, префікси, утворення вищих та найвищих ступенів прикметників з додавання прислівників «πιο», повтори), 7% порівнянь, 8% фразеологізмів. (Додаток 5)

На нашу думку, модель сучасного анімаційного фільму зазначає, що перш за все увагу привертає саме заголовок, який створює перше враження на глядача, тому він має бути лаконічним, змістовним, зрозумілим, має зацікавлювати молодших глядачів. За структурою заголовок не повинен бути ускладненим підрядним зв'язком, зворотами. Добре, якщо назва буде містити яскраві прикметники (епітети), метафори. Також діти позитивно сприймають мультфільми з власними назвами героїв у заголовку.

З точки зору лексики, мова персонажів анімаційних фільмів має бути простою і зрозумілою дітям, в ній повинні переважати загальноживані слова, але також мають використовуватися пестливо-зменшувальні слова (димінутиви), фразеологічні одиниці, етикетні комунікеми, що роблять мову персонажів більш правильною, чіткою та ввічливою, різноманітні засоби художньої виразності (епітети, порівняння тощо).

Речення в мові персонажів мають бути переважно простими (для дітей старшої вікової категорії це не обов'язково), але можуть містити звертання, вставні слова, однорідні члени речення. Для більшої виразності та емоційної насиченості мови персонажів доречно використовувати окличні та питальні речення, повтори, вигуки, ступені порівняння прикметників, пестливі слова.

Слід пам'ятати, що яскрава, емоційно забарвлена мова спонукає маленьких глядачів до наслідування даних фраз у власній мові свого повсякденного життя. Тому важливо, щоб діти з анімаційних фільмів отримували приклад правильного і культурного мовлення.

Слухаючи грамотну і красиву мову героїв мультфільмів, діти поповнюють свій лексичний запас і можуть навіть здивувати батьків деякими висловами та афоризмами. Також завдяки мультиплікаційним фільмам у дітей розвивається мислення і пам'ять, увага та творчі здібності, дитина починає всебічно вдосконалювати свою особистість.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абраменкова В., Богатырева А. Дети и телевизионный экран. Воспитание школьников, 2006. №6. С. 28–31.
2. Алисултанов А.С. Именованіе текста как ключевое слово. Вестник МГУ. Сер. 9. Филология, 1985. № 4. С. 73–79.
3. Аристотель. Собрание сочинений в 4-х тт. Т. 2. Москва, 1978. 108 с.
4. Арнольд, И.В. Лексикология современного английского языка: учеб. пособие; 2-е изд., перераб. Москва: Флинта: Наука, 2012. 376 с.
5. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык: учеб. для вузов; 5-е изд., испр. и доп. Москва: Флинта: Наука, 2002. 384 с.
6. Асенин С.В. Волшебники экрана: эстетические проблемы современной мультипликации. Москва: Искусство, 1974. 288 с.
7. Асенин С.В. Мир мультфильма: идеи и образы мультипликационного кино социалистических стран. Москва: Искусство, 1986. 288 с.
8. Аюпова Р. А. Фразеология и фразеография английского и русского языков. Казань: Казан. гос. ун-т, 2013. 269 с.
9. Бабенко Л.Г., Казарин Ю.В., Васильева И.Е., Лингвистический анализ художественного текста: Учебник для вузов. Екатеринбург: Юрайт, 2000. 534 с.
10. Баган М. П. Категорія заперечення в українській мові: функціонально-семантичні та етнолінгвістичні вияви : монографія. Київ : Вид. дім Дмитра Бураго, 2012. 376 с.
11. Бальжінімаева Е.Ж. Стратегії перекладу назв фільмів. Улан-Уде, 2009. 123 с.
12. Бахарев Н.Е. Структурно-функціональне розвитие заголовков (на матеріалі заголовков из газет и журналів за 1903-1907, 1935-1939,

1965-1970 гг.): автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. Алма-Ата, 1971. 26 с.

13. Будник О., Минай Ю. Інформаційно-комунікаційні технології в сучасній початковій школі: реалії та перспективи. Гірська школа Українських Карпат, 2016. № 14. С. 84–88.

14. Бусел В.Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови. Київ: ВТФ «Перун», 2005. 1728 с.

15. Быбина З.И. Стилистические особенности диминутивов немецкого языка : автореф. дис. канд. филол. наук. Москва : Б.И., 1998. 22 с.

16. Винокур Г.О. Дієслово або ім'я. Російська мова. Київ: Академія, 2004. С. 60–95.

17. Всеволодова М. В. Принципы лингвистического описания синтаксических фразеологизмов. На материале фразеологизмов со значением оценки. Москва, 2002. С. 62–63.

18. Гензур Г. М. Вплив мультфільмів на формування моральних якостей старших дошкільників. Вісник ЛНУ ім. Т. Шевченка. 2013. № 13. С. 69–75.

19. Гордієнко Д.О., Коваленко В.В. Вплив анімаційних фільмів на рівень тривожності дітей молодшого шкільного віку. Вісник ДНУ. Серія «Педагогіка і психологія». Вип. 18. Т. 20. Дніпропетровськ, 2012. С. 57–65.

20. Гришеева Н.П. Социально-психологические аспекты влияния телевидения на дошкольника. Весник Начальная школа плюс до и после. 2001. № 8. 75 с.

21. Гурко О.В. Категорія ствердження та її вираження в українській літературній мові. Дніпро: Ліра, 2007. 314 с.

22. Демецька В., Федорченко О. До проблеми перекладу кінотекстів. Актуальні проблеми філології та перекладознавства. Вип.10. 2016. С.1–6.

23. Демченко Н.С. Тенденції перекладу сучасних англомовних фільмів на українську мову. Молодий вчений. №12.1. (52.1.). 2017. С. 25–29.

24. Зябирова О.Ю., Иванова Е.В., Пономаренко М.Р. Лингвистический анализ названий мультипликационных фильмов. Филологические науки, литературоведение и журналистика. Кафедра теории и практики перевода (ИПРиМ). Молодая наука. Москва: издание ПГУ, 2017. С. 41–42.
25. Иванова П.В. О моделях перевода художественных фильмов. Учен. зап. Ленингр. гос. обл. ун-та им. А. С. Пушкина. СПб, 2005. Т. 14. №. 3. С. 189–194.
26. Иванов-Вано И.П. Кадр за кадром. Москва: Искусство, 1980. 240 с.
27. Инякин Ю. С. От информационной культуры к культуре личности. Дополнительное образование. 2000. № 10. С. 6–10.
28. Иткин В.Д. Что делает мультипликационный фильм интересным. Искусство в школе. 2006. № 1. С. 50–54.
29. Капельгородська Н.М. Сучасний дитячий фільм. Київ: Мистецтво, 1965. 106 с.
30. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. Москва: ЮНИКИ, 2010. 375 с.
31. Кияница Л. А. Эстетические критерии оценки передач. Телевидение и дети. По материалам первой научной конференции, проходившей в Москве 26–27 февраля 1973 года. Москва: Искусство, 1976. С. 78–82.
32. Книш Є. В. Найменування кінофільмів як об'єкт ономастики. Актуальні питання російської ономастики. Київ, 1988. С. 106–111.
33. Книш Е.В. Лингвистический анализ названий кинофильмов в русском языке: автореф. дис. канд. филол. наук. Одесса, 1992. 17 с.
34. Кожина Н.А. Заглавие художественного произведения: онтология, функции, параметры типологии. Проблемы структурной лингвистики. Москва: Наука, 1987. С. 167–183.

35. Кожина Н.А. Заглавие художественного произведения: структура, функции, типология (на материале русской прозы XIX-XX вв.): автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. фил. наук. Москва, 1987. 22 с.
36. Кожина М. В. Назва художнього твору: структура, функція, типологія (на матеріалі російських творів XIX-XX століть). Дис. к.ф.н. Москва, 1986. 229 с.
37. Козырева Л. Г. О социально-психологических особенностях детской киноаудитории. Юный зритель. Проблемы социологии кино. Москва: Искусство, 1981. 71 с.
38. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение: учеб. пособие. Москва: ЭТС, 2001. 424 с.
39. Куц О. П. Ствердження і заперечення в українській мові : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.01. Вінниця, 2002. 156 с.
40. Лазарев М. О. Основи педагогічної творчості: Навчальний посібник для пед. ін-тів. Суми: ВВП «Мрія»-ЛТД, 1995. 212 с.
41. Личук М.І. Структура та семантика синтаксично нечленованих одиниць в українській мові [монографія]. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2017. 386 с.
42. Личук М.І. Фразеологізовані речення в системі простого речення: монографія. Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. Київ: Лисенко М.М., 2015. 223 с.
43. Ліцюнь Л. Трудности перевода заглавий, вызванные различиями культур. Русский язык за рубежом. 2004. №4. С. 21–24.
44. Лукьянова В.С., Колоскова О.А. Специфика перевода английских звукоподражаний на русский язык в детском анимационном фильме. Филологические науки. Вопросы теории и практики. Грамота, №2(80) 2018. Часть 2. С. 334–336.
45. Лукьянова Т. Г. Теоретичні аспекти кіноперекладу з англійської на українську. Вісник Харківського національного університету ім. В.Н.

Каразіна. № 973. Сер. Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. Вип. 68. 2011. С. 183–187.

46. Луцинська О. Мультиплікації як один із засобів впливу на свідомість та поведінку молодших школярів. Гірська школа українських Карпат. № 15. Львів, 2016. С. 190–193.

47. Макарова Я.П. Особенности детской литературы как воплощение детской языковой картины мира. Мировое культурно-языковое и политическое пространство: взгляд через столетия: сб. материалов V Всерос. научн.-практ. конф.; под ред. Е.В. Тихонова, М.С. Степанов. Вып. 5. Москва: ТрансАрт, 2013. С. 173–178.

48. Матасов Р. А. Методические аспекты преподавания кино/видеоперевода. Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. РГПУ им. А. И. Герцена. Москва, 2009. С. 155–166.

49. Медведева И., Шишова Т. «Кто соблазнит малых сих...»: СМИ против детей. Москва : Изд-во «Христианская жизнь», 2006. 320 с.

50. Меликян В.Ю. О лексической членимости и вариативности нечлененых предложений. Русский язык в школе. 2004. № 2. 231 с.

51. Меликян, В.Ю. Основы теории синтаксической фразеологии: монографія. LAP, 2011. 159 с.

52. Меликян В.Ю. Проблема статуса и функционирования коммуникем: Язык и речь. автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук. Краснодар, 1999. 391 с.

53. Меликян В.Ю. Этикетные коммуникемы в системе русского языка. Лингвистика. Речевой этикет. Русский язык за рубежом. № 6. Ростов-на-Дону, 2012. С. 57–62.

54. Михелева З.В. Некоторые языковые особенности немецкой диминутивной лексики (на материале сказок Братьев Гримм). Актуальные проблемы лингвистики и методики преподавания иностранных языков: материалы междунар. науч.-практ.конф. Омск, 2019. С. 198–201.

55. Михелева З.В. Особенности диминутивной лексики в немецких и английских мультипликационных дискурсах. Актуальные проблемы лингвистики и методики преподавания иностранных языков: материалы междунар. науч.-практ. конф. Омск, 2020. С. 88–94.
56. Мужев В.С. О функциях заголовков. Ученые записки МГПИИЯ им. М. Тореца. 1970. Т. 55. С. 86–94.
57. Мухина В.С, Хвостов А.А. Возрастная психология: Детство, отрочество: хрестоматія. Москва: Академия, 2003. 624 с.
58. Немирич А. А. Дошкольники и современное мультипликационное кино: проблемы и пути их решения. Дошкольная педагогика. 2012. № 2. С. 9–11.
59. Пешковский А. М. Русский синтаксис в научном освещении. Москва, 1956. 511 с.
60. Прилипко Ф. Лексико-фразеологічні комунікеми в сучасному дитячому мультиплікаційному фільмі. Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук зі спеціальності 10.02.01 Українська мова. Інститут української мови НАН України. Київ, 2018. 239 с.
61. Ройзензон Л. И. Фразеологизация как лингвистическое явление. Труды Самаркандского государственного университета. Новая серия. Самарканд, 1961. № 119. 113с.
62. Ронгинский В.М. Синтаксические модели заголовков и их использование в различных стилях речи: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук. Киев, 1965. № 20. 39 с.
63. Силко Р. М. Мульт-терапія як технологія виховання дітей. Активна мульт-терапія. Вісник. Серія : Педагогічні науки. 2014. № 120. С. 188–190.
64. Ситар Г.В. Структурні й семантичні типи синтаксичних фразеологізмів в українській мові. Мовознавчий вісник. 2016. Вип. №12–13. С. 178–181.

65. Сітцева М.В. Моральний розвиток дитини засобами мультиплікації в умовах агресивного медіа-простору. Вісник ЛНУ ім. Т. Шевченка. 2013. № 13. С. 32–38.

66. Сітцева М.В. Роль мультиплікації у розвитку дитини в умовах інформаційного суспільства. Перша міжнародна науково-практична інтернет конференція. Особистість і суспільство: методологія та практика сучасної психології. Секція 2. Особистість у умовах інформаційного суспільства. Київ, 2014. С. 35–38.

67. Скороходько С.А. Мультипликационный фильм как переводческая проблема. Актуальные проблемы современного переводоведения. Мировая литература на перекрестье культур и цивилизаций. 2015. № 2(10). С. 90–96.

68. Слышкин Г.Г. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа). Москва: Водолей, 2004. 16 с.

69. Сорокин Ю. А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция. Оптимизация речевого воздействия. Журналистика и массовые коммуникации. Москва, 1990. С. 180–186.

70. Суворов С.П. Особенности стиля английских заголовков. Язык и стиль. Москва: Мысль, 1965. С. 179–192.

71. Сухомлинський В.О.Методика виховання колективу. Вибр. твори : в 5 т. Т. 1. Київ: Радянська школа, 1976. С. 507–515.

72. Сухомлинський В.О.Серце віддаю дітям. Мн.: Народна освіта, 1982. 288 с.

73. Сыров И.А. Функционально-семантическая классификация заглавий и их роль в организации текста. Филологические науки. Москва, 2002. №3. С. 59–68 .

74. Тимошина И.Н., Морозова А.В. Влияние мультфильмов на психическое развитие ребёнка. Справочник педагога-психолога. Детский сад. 2013. № 5. С. 49–58.

75. Ушакова Е.В. Звукоподражательная лексика как особый класс речи. Секция «Филологические науки». №2. URL: http://www.rusnauka.com/4._SVMN_2007/Philologia/19839.doc.htm (дата звернення 20.11.2021).
76. Фролова Н.А. Фильмонимы как особый тип имён собственных. Научная студенческая конференция по топонимике. 2010. С. 1–3.
77. Халатов Н.В. Мы снимаем мультфильмы. Москва : Мол. гвардия, 1989. 142 с.
78. Хомська Ю. Вплив мультиплікаційних фільмів на формування гендерних стереотипів у дітей молодшого шкільного віку. Національний університет «Острозька академія». Острог, 2014. URL: <http://naub.oa.edu.ua/2014/vplyv-mulyplikatsijnyh-filmiv-na-formuvannya-hendernyh-stereotypiv-u-ditej-molodshoho-shkilnoho-viku/> (дата звернення 10.11.2021).
79. Цыркун Д.И. Лингвистические особенности наименований английских и американских кинофильмов. Идеи. Поиски. Решения : сборник статей и тезисов XIV Международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов. №5. Т. 1. БГУ, Филологический фак., каф. английского языкознания. Минск : БГУ, 2020. С.146–152.
80. Шмелёв Д.Н. Синтаксически связанные конструкции фразеосхемы. Синтаксическая членимость высказывания в современном русском языке. Москва, 1976. 8 с.
81. Шупик О.Б. Фільми для дітей і підлітків (ідейно-виховна та естетична функція). Київ : Наукова думка, 1987. 17 с.
82. Юткевич С.И. Кино: Энциклопедический словарь. Москва : Советская энциклопедия, 1987. 640 с.
83. Bandura A. Influence of models reinforcement contingencies on the acquisition of imitative responses. A. Bandura. Journal of personality and Social Psychology. № 1. P. 589–595.

84. Budnyk O. Educational Model of a Modern Student: European Scope. O. Budnyk. Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University. Scientific Edition : Series of Social and Human Sciences. Vol. 3, № 2–3. 2016. P. 9–14.

85. Καστάνια Α. Μα καλά, τα ελληνικά κινούμενα σχέδια υπάρχουν εδώ και 70 χρόνια. 2017. URL: <https://propaganda.gr/art/70-xronia-ellinika-kinoumena-sxedia/> (дата звернення 20.11.2021).

ΔΟΔΑΤΟΚ 1

Στιλιςτιχνί φίγυρι/ τροπι	Πρικλαδι назв
Λεξιχνί засоби виразности:	
Επιτετι	«Μια χαρούμενη οικογένεια» (2017), «Η μεγάλη κακιά αλεπού και άλλες ιστορίες» (2017), «Τρωικός Πόλεμος», «Ο Τεμπέλης Δράκος», «Το μαγικό σπίτι»(2013), «Το μαγικό χαλί»(2018), «Το Μαύρο Καζάνι»(1985), «Ο Μαγικός Κήπος»(2007), «Το Πολικό Εξπρές»(2004), «Το άγριο άλογο»(2002).
Μεταφορα	«Ευτυχία είναι μία ζεστή κουβέρτα»(2011), «Το Κινούμενο Κάστρο»(2004), «Άγια Νύχτα»
Πовтори	«Μια πάπια μα ποια πάπια», «Μια τρελή τρελή φάρμα»(2004), «Μπαγκς Μπάνι και Μπιπ Μπιπ»(1979)
Синтаксичνί засоби виразности:	
Скорочення, абрєвиатури	«Μπαμπούλας Α.Ε.»(2001)
Риторичнί запитання	Πώς να Εκπαιδεύσετε το Δράκο σας(2010)

ΔΟΔΑΤΟΚ 2

Синтаксичні, словотворні та лексичні особливості

<p>Звертання до персонажів, вигуків до них.</p>	<p>Μπαμπά, Αντζέλα, μικρέ Χριστούλη, αντίο Ιωσήφ, πρόσεχε, Άγκι, κύριε Μαγκίντι! Παλιέ μου φίλε! Καλέ μου άνθρωπε, νεαρέ μου, μαμά,οι φίλοι μου, αντίο φίλοι μου.</p>
<p>Οκλιχні речення</p>	<p>ο πατέρας Θα έχει χρόνο να παίζει μαζί μου! Πρέπει να δούμε τον χάρτη! Και μην αργήσετε! Θα είμαστε! Δεν θα τη γλιτώσετε! Σκάβουμε ως την Αυστραλία για να φέρουμε τον μπαμπά τα Χριστούγεννα! Μαμά! Θέλω όλο το χρυσάφι του κόσμου! Πατ! Βασίλισσά μου! Παραμύθι! Απομακρυνθείτε από την πριγκίπισσα! Παναγία μου! Μην τον ακούς τον βλάκα! Η Άγκι θα είναι η πριγκίπισσα! Θα ξετρελαθεί απο τη χαρά της! Αντίο, πρόβατο και γαϊδούρι! Η μαμά θα μου κάνει μια μεγάλη χριστουγεννιάτικη έκπληξη! Παλιέ μου φίλε, πάλι μαζί!Φύγε! Το μουσικό κουτί μου! Γυρνά πίσω! Το νανούρισμά μας! Άσε με! Τερμά το κόλλπο! Ας είναι αυτός ο δρόμος μου!</p>
<p>Спонукальні речення</p>	<p>Άσε τις χαζομάρες σου! Και μην αργήσετε! Μην τον ακούς τον βλάκα! Ηρεμήστε, κύριε! Φύγε! Μην ανησυχείς! Αναστασία, γυρνά πίσω! Άσε με ήσυχη! Άσε με! Κάτσε´δω!</p>
<p>Πιταλньні речення</p>	<p>Μπαμπά; Θες να ακούσεις το τραγούδι μου; Αν δεν σκάβουμε προς τα κάτω, πώς θα ξέρουμε πού να πάμε; Τι</p>

	<p>έγινε πάλι; Τι κάνετε στην αυλή μου; Ξέρετε πόσο θα πάρει αυτό; Τι σου λείπει; Σου φαίνεται καλά η μαμά; Τι ευχήθηκε ο φτωχός; Τι στο καλό είχε ευχηθεί ο φτωχός; Έτοιμοι; Ο καθένας μία ευχή; Στην Αυστραλία; Γιατί είμαι πάντα ο γελωτοποιός; Είδα ένα αδιάκριτο κοτσιδάκι να ξαναμπαίνει στα κλεφτά στο σπίτι; Έρχεσαι; Θα πάμε με τα πόδια; Ποιος τολμάει και ταραάζει τη μοναξιά μου; Ποιος σε χτύπησε; Μυστικοσύμβουλος; Που είναι το αστείο; Έχεις δει ποτέ αρκούδες; Γιατί δεν της είπες το σχέδιό μας; κ.τ.λ.</p>
<p>Прикметники в повсякденних розмовах</p>	<p>Καραμελωμένο μήλο, μακρινή χώρα, αδιάκριτο κοτσιδάκι, μεγάλη έκπληξη, το μουσικό κουτί, άσχημος, άχρηστος, όμορφος, γρήγορος, δυνατός, καλός ύπνος, ανόητη μέρα, ευτυχηζόμενη μέρα, παλιά χωριά, τεμπέλης, φοβερή καταγίδα, καλός κυνηγός, επικίνδυνα ζώα, μεγάλα δόντια, κουρασμένη αρκούδα, ανόητο σκυλί, αληθινός φίλος, πραγματικός λύκος, κανονικός άνθρωπος, καταπληκτική ιδέα, δυνατός άνεμος, μαγικό καπέλο, μαγικό μέρος, γρήγορο άλογο, μαγικά παπούτσια, τεράστιος βράχος, καυτερό καλοκαίρι, ζεστό σπιτάκι, ζεστή καρδιά, πυκνή ομίχλη, κρυα νύχτα, παγωμένη καρδιά, πειστή καρδιά, επικίνδυνο ταξίδι, χειμωνιάτικα βράδια, μαγικό παλάτι, όμορφες παπαρούνες, περίεργη περίπτωση, παλιά ντουλάπια, υπέροχα σπίτια, κίτρινος δρόμος, υπέροχα λουλούδια.</p>
<p>Повтори. Зв'язки в реченнях,</p>	<p>βρε,βρε,βρε, αβο κοίτα!κοίτα! ούτε απο την πόρτα, ούτε απο το παράθυρο y</p>

<p>за допомогою «ούτε...ούτε...».</p>	<p>μυλτφίλμi «Περιπέτειες στην χώρα του Οζ», ούτε χαρούμενος ούτε λυπημένος y μυλτφίλμi «Η βασίλισσα του χιονιού».</p>
<p>Утворення вищих та найвищих ступенів прикметників з додавання прислівника «πιο» та частки «απο+3η.β».</p>	<p>«Είναι η πιο όμορφη...», «είναι καλύτερα απο έναν», «ο πιο διάσημος σκύλος», «η δεύτερη μέθοδος είναι πιο καλή από την πρώτη», «είναι πιο εργατικός από μένα».</p>
<p>Зустрічаються слова з префіксами –пан, -ευ, - δυσ, -κατα,-υπερ, - παρα, -περί, -κακό.</p>	<p>Δυστυχώς, δυστυχισμένος, ευχαριστημένος, ευτυχισμένος, καταπληκτικός.</p>
<p>Зменшувально-пестливі слова.</p>	<p>Κοτσιδάκι, αλογάκι, μπαμπάκα, γαϊδουράκι, σιγουράκι, σκυλάκι, αδερφάκι, τραγουδάκι, σπιτάκι, αγοράκι, μπουκάκι, λυκάκι, ζωάκια, πουλάρια, κοριτσάκι, πραγματάκι, μαξιλαράκι, ποταμάκι, λιγουλάκι, καημενάκι.</p>

Додаток 3
Лексико-фразеологічні комунікеми

Лексико-фразеологічні комунікеми із значенням ствердження	βεβαίως, -μάλιστα, -φυσικά, -βέβαια, -ασφαλώς, -ωχ όχι, -σίγουρα
Лексико-фразеологічні комунікеми із значенням заперечення	Όχι, -δυστυχώς όχι, -φυσικά όχι
Лексико-фразеологічні комунікеми із значенням спонукання	Έλα!, -Εμπρός, - Άσε!, Άντε! - Άκου! - Άσε με! -Κάτσε´δω!
Питальні лексико-фразеологічні комунікеми	Πραγματικά; -Δεν είναι; - Τι συμβαίνει;
Лексико-фразеологічні комунікеми із значенням спонукання	ω,Θεέ μου!, Με τίποτα! (нізащо!).
Лексико-фразеологічні комунікеми із значенням наказу-вимоги	Και μην αργήσετε! Μην τον ακούς τον βλάκα! Ηρεμήστε, κύριε! Φύγε! Μην ανησυχείς! Αναστασία, γυρνά πίσω! Άσε με ήσυχη! Άσε με! Κάτσε´δω!
Лексико-фразеологічні комунікеми із значенням прохання	μην αργήσεις παρακαλώ! Ηρεμήστε, κύριε! Σας παρακαλώ!

Додаток 4

Фразеолоγιчні одиниці та порівняння в мультиπλικάційних
 новогрецьких фільмах

Фразеолоγιζμια	Πορίβνια
Δεν έχεις κανένα φραγμό	«η Αυστραλία μοιάζει με ανάποδο
Δεν έχω καιρό	σκύλο»
Κάνοντας ένα-ένα βήμα	«καραμελώμενο μήλο, μεγάλο σαν το
Κρατάς τη γλώσσα σου	κεφάλι μου»
Γεμάτος κόμπους	«μύριζε σαν άλογο» «μάτια πράσινα
Έχω μία άκρη	σαν τον ποταμό Σάνον»
Θα σας βγάλω τα μάτια	«είναι γλυκούλα σαν εσένα»
Να σας δώσω το χέρι	«διατάζει σαν βασίλισσα»
Μια φορά και έναν καιρό	«έκανες σαν βασίλισσα»
Τη έκανα ταρατσα	«είναι σαν ανάμνηση απο ένα όνειρο»
Έκλασα μέντες	«θα γίνεις σαν τον πατέρα σου»
Κάνω την πάπια	«φαίνεσαι σαν καινούργιος»
Κάνει μπάμ	«τα μάτια της λάμπουν σαν παγωμένες
Κάνω τα στραβά μάτια	λίμνες»
	«Θ' ακολουθήσουμε το σχέδιο σαν να
	μην άλλαξε τίποτα»
	«Ξαφνικά νιώθω σαν να γεννήθηκα
	ξανά»

Додаток 5
Лінгвістичні особливості

