

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
Кафедра стилістики та мовної комунікації

МУЛЬТИПЛІКАЦІЙНИЙ ФІЛЬМ
У ПСИХО- ТА МЕДІАЛІНГВІСТИЧНОМУ АСПЕКТАХ

Кваліфікаційна робота
освітнього ступеня «магістр»
студента II курсу магістратури,
галузь знань 03 Гуманітарні науки,
спеціальність – 035 Філологія / 035.01,
освітня програма «*Українська філологія*
та західноєвропейська мова»
Бабенко Андрій Сергійович

Науковий керівник:
к.філол.н., доц. Сизонов Дмитро Юрійович

Рецензент:
к.філол.н., доц. П'ятецька Ольга Василівна

«Допущено до захисту»
Протокол засідання
кафедри *стилістики та мовної комунікації*
протокол №__ від «__» _____ 2024 року
завідувач кафедри _____ (підпис)
д.філол.н., проф. Лариса ШЕВЧЕНКО

КИЇВ
2024

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ / ABSTRACT.....	3
ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. МУЛЬТИПЛІКАЦІЙНИЙ ФІЛЬМ У ЖАНРОВОМУ СИНКРЕТИЗМІ МЕДІА	10
1.1. Фільм / мультфільм: дефінітивне наповнення	10
1.2. Типологічний аналіз сучасних мультиплікаційних фільмів в Україні	19
1.3. Мовно-стилістичні особливості мультиплікаційного фільму	22
Висновки до Розділу 1.....	29
РОЗДІЛ 2. СТИЛІСТИКА СИМВОЛІЗАЦІЇ СУЧАСНИХ МУЛЬТФІЛЬМІВ.....	31
2.1. Домінантні символи в мультфільмах «Котигорошко...», «Говоримо..», «Моя Україна», «Буба», «Микита Кожум'яка»	31
2.2. Інтертекстуальність як стилістичний прийом у мультиплікації	37
2.3. Естетичні та деестетичні параметри сучасних мультфільмів	43
Висновок до Розділу 2	52
РОЗДІЛ 3. ПСИХОЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ АНАЛІЗУ МУЛЬТИПЛІКАЦІЙНИХ ФІЛЬМІВ.....	54
3.1. Специфіка сприйняття мультиплікації дитячою аудиторією: результати опитування	54
3.2. Позитивний та деструктивний психологічний вплив мультфільмів на дітей.....	61
3.3. Пейоративність як психолінгвістична проблема в сучасній мультиплікації.....	66
Висновок до Розділу 3.....	74
ВИСНОВКИ.....	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	80
ДОДАТКИ	87
Додаток А. Опитування. Сприйняття мультиплікації дитячою аудиторією.....	87
Додаток Б. Словник пейоративної лексики в сучасних мультфільмах...	89
Додаток В. Символьний простір сучасної мультиплікації.....	95

АНОТАЦІЯ

Робота представляє комплексне дослідження впливу анімації на розвиток мовленнєвих навичок та психоемоційного стану дитячої аудиторії. Мультфільм розглянуто в межах синкретичного (медіа- та психолінгвістичний) підходу. Важливість теми обумовлена глибоким впливом мультфільмів на формування особистості дітей, їхні мовні та когнітивні здібності, а також на культурні й соціальні аспекти суспільства.

Об'єктом дослідження є сучасні українськомовні анімаційні фільми, які транслюються на території України, а предметом — мовно-стилістичні особливості цих фільмів як маніпулятивного ресурсу у мультиплікаційній індустрії.

Дослідження базується на застосуванні комплексу теоретичних та емпіричних методів, включно з опитуванням дитячої аудиторії та дистрибутивним аналізом мовностилістичних одиниць, що дозволило виявити маніпулятивні та сугестивні аспекти анімаційних текстів. Особлива увага приділялася інтертекстуальності та символізації як ключовим стилістичним прийомам, що впливають на сприйняття та інтерпретацію мультиплікаційного контенту молодшими глядачами.

Результати дослідження демонструють, що сучасні мультфільми не лише створюються з розважальною метою, але й виконують важливу освітню та соціалізуючу роль у житті дітей. Аналіз пейоративності в мультиплікації підкреслив потенційно негативний вплив деяких елементів на формування стереотипів та моральних орієнтирів молодшої аудиторії.

Основні висновки роботи вказують на необхідність критичного підходу до контенту мультиплікаційних фільмів і підкреслюють роль медіаосвіти у формуванні здатності молоді аналізувати та оцінювати візуальну інформацію. Дослідження відкриває нові перспективи для подальших наукових розвідок у сфері медіа- та психолінгвістики, спрямованих на оптимізацію впливу мультиплікаційного контенту на розвиток особистості.

Ключові слова: мультиплікаційний фільм, інтертекстуальність, символізація, мовно-стилістичні засоби, дитяча аудиторія, соціалізація, культурна адаптація, медіалінгвістика, психолінгвістика.

ABSTRACT

The master's thesis presents a comprehensive study of the impact of animated films on the development of speech skills and the psycho-emotional state of the children's audience. The importance of the topic is due to the profound influence of cartoons on the formation of children's personality, their language and cognitive abilities, as well as on the cultural and social aspects of society.

The object of the research is modern Ukrainian-language animated films that are broadcast on the territory of Ukraine, and the subject is the linguistic and stylistic features of these films as a manipulative resource in the animation industry.

The research is based on the application of a complex of theoretical and empirical methods, including a survey of the children's audience and a distributive analysis of linguistic stylistic units, which made it possible to reveal the manipulative and suggestive aspects of animated texts. Special attention was paid to intertextuality and symbolization as key stylistic techniques affecting the perception and interpretation of content by younger viewers.

The results of the study demonstrate that modern cartoons not only serve an entertainment function, but also play an important educational and socializing role in children's lives. The analysis of pejorativeness in cartoons emphasized the potentially negative impact of some elements on the formation of stereotypes and moral guidelines of a young audience.

The main conclusions of the work indicate the need for a critical approach to the content of animated films and emphasize the role of media education in forming the ability of young people to analyze and evaluate visual information. The research opens up new perspectives for further research in the field of media linguistics and

psycholinguistics aimed at optimizing the impact of cartoon content on personality development.

Keywords: animated films, intertextuality, symbolism, linguistic and stylistic means, children's audience, socialization, cultural adaptation, media linguistics, psycholinguistics.

ВСТУП

Актуальність дослідження мультиплікаційних фільмів у психолінгвістичному та медіалінгвістичному аспектах зумовлена їх величезним впливом на різні вікові та культурні аудиторії. Мультиплікація як жанр відіграє значущу роль у формуванні соціальних норм, культурної свідомості та ідентичності, особливо серед молодшої аудиторії. Вона не лише розважає, але й слугує важливим інструментом освіти, соціалізації, а також культурної та мовної адаптації.

Психолінгвістичний аспект мультиплікаційних фільмів полягає у вивченні того, як мовленнєві засоби впливають на сприйняття, розуміння та емоційну реакцію глядачів. Через використання специфічних мовних конструкцій, символіки та архетипів мультиплікація формує мовні навички та когнітивні структури, зокрема у дітей. Вивчення цих аспектів може дати ключ до розуміння більш глибоких процесів мислення, які відбуваються під час перегляду мультиплікаційних фільмів, і як ці процеси впливають на довготривале мовленнєвий та психічний розвиток людини.

Медіалінгвістичний аспект дослідження мультиплікаційних фільмів полягає в аналізі мовних інтенцій, які обираються та модифікується для досягнення максимальної ефективності комунікації у медіа. Мультиплікація, яка часто включає переклад та локалізацію для міжнародних ринків, стає ідеальним об'єктом для дослідження мовних варіантів, їх впливу на культурну ідентичність та сприйняття. Таке комплексне дослідження може показати, як мовні елементи та їх варіативність впливають на популярність та прийняття фільмів у різних культурах, а також як ці адаптації сприяють глобальному культурному обміну.

Рівень та якість мультиплікації на сьогодні катастрофічно падає, а разом з ним зникає моральне здоров'я юного глядача. Таке наповнення прививає хибні життєві цінності, неусвідомлене підштовхування дитини до суїциду, немає чіткої межі між добром і злом та ін., що деестетизує світ дитини.

Сучасна електронізація світу та вплив гаджетів на освіту дитини також має активно вивчатися та аналізуватися, адже технічний (екстралінгвальний фактор) та мовно-стилістичний (інтралінгвальний фактор) бік сучасної мультиплікаційної індустрії може стати важливим імпульсом до виховання дитини, її розвитку та саморозвитку.

Психолінгвістичним впливом мультфільмів на дитину займались ряд учених, серед яких Л. Білоконенко, С. Бузько, І. Гундарева, О. Кульчицька, Д. Леміш, М. Мамич, М. Навальна, О. Полякова, Є. Прилипко, Л. Ставицька, О. Таран, М. Юрковська та інші.

До числа науковців-медіалінгвістів, які досліджують різні типи медіатекстів, зокрема і в їх інтерекстуальному, мовосимвольному, сугестивному аспектах можна віднести дослідження Д. Баранника, Д. Дергача, Т. Ковалевської, Л. Компанцевої, О. Селіваної, Д. Сизонова, Н. Слухай, С. Чемеркіна, Л. Шевченко, Н. Шумарової, М. Штельмах та ін.

Зазначимо, що окремих праць із дослідження мови мультиплікаційної індустрії в контексті медіалінгвістики майже немає (точкові праці стосуються загалом психолінгвістичного аналізу медійного контенту). Тому можемо говорити про **новизну роботи** в контексті сучасних синкретичних наук – медіа- та психолінгвістики, зокрема в аспекті аналізу різних типів впливу мультиплікаційного простору на дитячу аудиторію. Таким чином, дослідження мультиплікаційних фільмів у цих аспектах відкриває можливості для глибшого розуміння взаємодії між мовою, культурою та медіа, їхнього впливу на індивідуальну свідомість та соціум в цілому.

Метою дослідження є аналіз впливу мультиплікаційних фільмів на розвиток мовних навичок та на психоемоційний стан дитячої аудиторії.

Об'єктом дослідження є мультиплікаційні фільми, що транслюються в українському медіапросторі.

Предметом – мовно-стилістичні засоби як маніпулятивний ресурс в сучасній мультиплікації.

Мета формує такі **завдання дослідження:**

1. Дослідити історію мультиплікаційних фільмів з увагою до їх сучасної генеалогії.
2. Провести типологічний аналіз сучасних мультиплікаційних фільмів в українському медіапросторі.
3. Проаналізувати мовно-стилістичні особливості мультиплікаційних фільмів.
4. Ідентифікувати та оцінити домінантні мовосимволи у вибраних мультфільмах.
5. Дослідити використання інтертекстуальності як стилістичного прийому в мультиплікації.
6. Оцінити естетичні та деестетичні параметри сучасних мультфільмів.
7. Зібрати та проаналізувати дані опитувань серед дитячої аудиторії для визначення особливостей сприйняття мультиплікації.
8. Дослідити позитивний та деструктивний психологічний вплив мультфільмів на дітей.
9. Проаналізувати пейоративність як психолінгвістичну проблему в сучасній мультиплікації.

Джерела дослідження – тексти дитячих українськомовних мультиплікаційних фільмів (серіалів), а саме: **українські:** «Говоримо українською», «Котигорошко», «Моя Україна», «Буба», «Микита Кожум'яка»; **зарубіжні:** «Аладін», «Бетман», «Ваяна», «Губка Боб», «Льодовиковий період», «Людина-павук», «Мадагаскар», «Панда кунг-фу», «Рік та Морті», «Смурфики», «Тачки», «Футурама», «Черепашки ніндзя», «Шрек».

Методи дослідження. Основними методами дослідження є: *теоретичний аналіз* наукових праць, статей, доповідей, літератури з обраної проблематики (медіа- та психолінгвістики); *метод опитування та анкетування*, що дозволило отримати актуальну інформацію щодо аналізованого контенту; *дистрибутивний аналіз*, що дозволило виокремити мовностилістичні одиниці

висловлювання деструктивного характеру із досліджуваних текстів; *контекстуально-семантичний аналіз* для визначення функціонально-семантичних і комунікативно-прагматичних ознак виділених одиниць висловлювання; *метод систематизації та узагальнення* (це допомогло сформулювати коректні висновки); елементи *емпіричних методів дослідження, психолінгвістичного методу*.

Практична цінність. Робота може становити внесок у психолінгвістику, особливо в контексті використання в практичній діяльності психологів, соціологів, кінематографістів проведеного опитування серед глядачів. У *додатку А* вміщено результати опитування щодо сприйняття мультфільмів дитячою аудиторією, що допоможе сценаристам у майбутньому створювати потенційно «екологічні» мультиплікації для певних вікових груп реципієнтів. Аналіз пейоративної лексики та складений словник може бути цікавим для медіалінгвістів, які аналізують мовну комунікацію масмедіа з позиції впливу на реципієнтів.

Апробація. Аналіз пейоративної лексики ліг в основу наукової статті «*Стилістичні маркери пейоративної лексики в українськомовних мультфільмах*» у фаховому журналі «Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика» (вип. 48; у друці). Журнал входить до світових наукометричних баз BRILL, DOAJ (Directory of Open Access Journals, ERIH Plus (European Reference Index for the Humanities and Social Sciences), Index Copernicus International (ICI), UlrichsWEB та ін.

Структура роботи. Бакалаврська робота містить вступ, три розділи з висновками до кожного з них, загальні висновки, список використаної літератури та додатки.

РОЗДІЛ 1. МУЛЬТИПЛІКАЦІЙНИЙ ФІЛЬМ У ЖАНРОВОМУ СИНКРЕТИЗМІ МЕДІА

1.1. Фільм / мультфільм: дефінітивне наповнення

У сучасній українській лінгвостилістиці активно розвиваються комунікативно-діяльнісний, комунікативно-прагматичний напрямки, пов'язані із вивченням жанрово-стильових реалізацій функціональних різновидів усної і писемної літературної мови. Це, у свою чергу, формує цілий пласт сучасних проблем стилістики, що корелюють з актуальними проблемами жанрової генеалогії.

Динамічні процеси, що відбуваються останнім часом у мовній, жанровій, функціональній і структурно-типологічній парадигмах медіа, як бачимо, сприяють їх перетворенню на невід'ємний компонент розвитку соціуму. Медіа не просто відіграють роль джерела постійної інформації, але й визначають формування переконань, світоглядних і ціннісних орієнтирів людини чи суспільства. Це, у свою чергу, впливає на функціонування індивідуальної та масової мовної свідомості.

На нашу думку, одним із важливих джерел вивчення мови в дії є *кінотекст*, зокрема такий аудіовізуальний медіажанр художньої мовної практики, як *мультиплікаційний фільм* для дітей. Мультиплікаційні фільми, які вже багато років є невід'ємною складовою дитинства, виконують різноманітні функції. Серед них – розважальна функція, яка допомагає дітям розслабитися та відволіктися, когнітивна, яка залучає малечу до пізнання світу навколо, допомагає розвивати мовленнєві та мислительні здібності, формувати світогляд. Крім того, мультиплікаційні фільми відіграють лінгводидактичну роль, навчаючи дітей нормам соціальної та мовної поведінки [14].

Мова мультфільмів відрізняється своєю доступністю та зрозумілістю, що робить її ефективним інструментом для виховання молодшого покоління.

Використання яскравих образів, повторюваність фраз та інтонування, притаманні мультиплікації, сприяють кращому запам'ятовуванню та розумінню матеріалу. Так, мультфільми можуть слугувати майданчиком для вивчення мовних структур, нової лексики та граматичних конструкцій, що надзвичайно важливо в контексті формування лінгвістичних навичок у дітей.

Крім мовних аспектів, мультфільми часто залучають дітей до обговорення моральних дилем та етичних питань, що сприяє розвитку критичного мислення та емоційної інтелігенції. Навчальний потенціал мультиплікаційних фільмів, їх здатність впливати на особистісний розвиток дітей не можна недооцінювати. Вони не тільки допомагають дітям краще зрозуміти світ дорослих, але й формують уявлення про добро і зло, справедливість та відповідальність [30].

У зв'язку з цим, мультиплікація як медіажанр вимагає детального аналізу й критичного осмислення. Розуміння мовних та культурних процесів, що відбуваються у мультиплікаційних фільмах, дозволяє не лише виявити потенційні можливості для освітнього використання цього жанру, але й виявити та вирішити можливі проблеми, пов'язані з впливом медіа на дитячу аудиторію.

Мультфільми, чи анімація, є невід'ємною частиною сучасної культури. Термін «анімація» походить від латинського слова «anima», що означає «душа», і французького «animation», що перекладається як «оживлення». Саме відтворення руху та створення враження живих об'єктів є основною метою анімації [26].

Мультфільми можуть бути створені різними методами, включаючи мальовані, пластилінові, лялькові та комп'ютерні (це один із підходів до класифікації мультфільмів за методами створення). У мальованих мультфільмах кожен кадр малюється вручну, тоді як у пластилінових або лялькових вони можуть бути створені шляхом моделювання об'єктів і переміщення їх по кадру. Комп'ютерна анімація стала особливо популярною

в останні роки, оскільки вона дозволяє створювати складні ілюзії руху та візуальні ефекти з використанням спеціального програмного забезпечення.

За тривалістю мультфільми поділяються на повнометражні та короткометражні. Повнометражні мультфільми часто мають більш складні сюжети та тривалість, яка може сягати кількох годин. Короткометражні мультфільми, навпаки, зазвичай тривають від декількох хвилин до десятків хвилин і можуть бути використані як самостійні розважальні фільми або як частина більшого проєкту [32].

Щодо призначення, мультфільми можуть бути створені як для кінотеатрального показу, так і для телевізійного ефіру. Театральні мультфільми зазвичай мають більшу увагу до деталей і якості анімації, оскільки їх демонструють на великих екранах перед аудиторією. Телевізійні мультфільми можуть бути більш економічними виробляти, оскільки вони часто мають менший бюджет та меншу тривалість. Є. Попов, у цьому контексті, правильно зауважує, що терміни «анімація» і «мультиплікація» часто ототожнюються, хоча вони не є повністю синонімами. Обидва терміни використовуються для опису рухомих зображень, але вони мають свої відмінності історично, культурно і технічно [32].

Погоджуємося, що термін «мультиплікація» більш поширений в радянській та інших східноєвропейських країнах, тоді як «анімація» більш характерна для західних країн, зокрема Європи та США. Це виникає з історичних та культурних особливостей кожного регіону. Однак, ця історична перевага одного терміну не повинна перешкоджати розумінню їхнього справжнього значення і використання у відповідному контексті.

Технічно, обидва терміни описують процес створення рухомих зображень шляхом послідовного відтворення окремих кадрів або фаз руху. Проте, «мультиплікація» зазвичай асоціюється з класичними методами, такими як малюнок за малюнком або використання об'ємних фігур. У той час як «анімація» може охоплювати більший спектр технік, включаючи комп'ютерну графіку та спеціальні ефекти [23].

На сучасному етапі розвитку анімація породжує нові форми художньої творчості. Її художні моделі, мова і засоби продовжують розвиватися, вона змінюється сама і при цьому змінює те середовище, в якому існує, змінює саму телевізійну культуру [22]. Анімаційний текст відтак розглядається як дискурсивна практика, що знаходиться в динамічно діалогічних відносинах з іншими практиками, які створюють загальний континуум [31].

У виданні «Медіалінгвістика. Словник термінів та понять» (2013 р.) Л. Шевченко, Д. Дергач, Д. Сизонов [68] терміни кінематографування використані в контексті аудіовізуального контенту, що сьогодні прийнято відносити до екранних медіа (див. «Теорію медіалінгвістики» Л. Шевченко та Д. Сизонова). Оскільки, стрімке зростання інформації в сучасному соціумі, переформатування наявних джерел і способів передачі інформації, а також поява нових носіїв інформації й, відповідно, жанрів, їх композиційної та архітектонічної специфіки – все це вимагає фахового структурування термінопонять, яке ми легко можемо знайти в межах цього словника. Також у межах роботи будемо використовувати терміни «*анімація*» та «*мультиплікація*» у сучасному їх розумінні як синоніми.

Дискурс мультиплікації представляє собою складну і багатошарову сутність, що включає в себе інтердискурс та полідискурс. Інтердискурс визначається задумом автора і може мати відносно спонтанний і непередбачуваний характер, тоді як полідискурс відображає ідеологію, спільну для даного надтексту, і зазвичай виявляється в стабільних та відтворюваних елементах.

Особливо важливою є орієнтованість на різні аудиторії, що характеризує полідискурс сучасної дитячої анімації. Це означає, що мультфільми зазвичай мають подвійну аудиторію – дітей і дорослих, що впливають на дітей. Автори мультфільмів часто уважно підбирають контент таким чином, щоб він був зрозумілий та цікавий як дітям, так і дорослим глядачам.

Але дійсно, існують стереотипи щодо цільової аудиторії анімаційного жанру, який часто сприймається як виключно дитячий продукт. Проте багато

мультфільмів мають потенціал для аудиторії будь-якого віку (напр., анімація для дорослих, аніме та ін.). Сучасні анімаційні фільми все частіше містять глибокі сюжети, характери з багатогранними особистостями та моральними ділемами, які привертають увагу дорослих глядачів. Багато анімаційних студій намагаються створювати контент, який би був цікавим для різних вікових груп, і це дозволяє розширювати аудиторію та залучати більше глядачів [70].

М. Юрковська стверджує, що сучасні анімаційні фільми повинні бути захопливими і цікавими для широкої аудиторії. Вона підкреслює, що виробники кіно дотримуються принципу універсальності, роблячи фільми, які приваблюють як дітей, так і дорослих. Цільова аудиторія анімаційних фільмів, за словами А. Хусида, охоплює дітей та підлітків [60].

Але наша точка зору полягає в тому, що анімаційний фільм, у першу чергу, адресований дітям як потенційній аудиторії віком від 2 до 14 років (таке міркування висловлюють психологи, які наголошують на високій ролі мультфільмів у вихованні дітей). Для них анімація виконує низку важливих функцій, серед яких виховна, освітня, розвивальна та розважальна. У той же час, для дорослої аудиторії вона зазвичай має лише розважальну функцію.

Вплив мультиплікаційних фільмів на дітей є очевидним і потребує уважної уваги з боку спеціалістів. Лінгвістичні аспекти цього впливу слід розглядати в контексті конкретних категоріальних та методичних підходів. Важливо визначити, про що саме розповідається у мультфільмі та як саме мультиплікаційний образ впливає на розвиток мовлення дитини [56].

Мультиплікаційний образ, як важлива складова частина анімаційного фільму, представляє собою персонажа або об'єкт, який має власні характеристики, включаючи форму, колір, звукове супроводження та емоційні прояви. Цей образ відіграє визначену роль у сюжеті та має власну мовну стилістику, яка відображається у способі спілкування та взаємодії з іншими персонажами.

О. Васильєва зазначає, що мова персонажа в літературних творах може відігравати ключову роль у формуванні їхнього зовнішнього вигляду,

психологічного портрета, динаміки розвитку, а також відобразити ставлення автора до персонажа, його соціальне оточення та епоху. Рівень освіти та культурне середовище персонажа, його взаємодія з іншими людьми та об'єктами, світогляд та сприйняття світу також проявляються через мовні особливості. Зокрема, використання унікальної лексики, фразеологічних оборотів та особливостей фонетики мови сприяє створенню унікального образу та характеристики кожного героя, з урахуванням їх віку, характеру та професії [80].

Мова, використана в українських мультфільмах, відображає не лише функціональний аспект спілкування, але й культурні особливості та історичний контекст. Кожен персонаж може мати власну унікальну мовну манеру, що відображає його характер та роль у фільмі. Наприклад, герої народних казок можуть використовувати архаїчну українську мову, що додає аутентичності та занурює глядача у світ минулих епох.

Мова кожного персонажа у творі має унікальні мовні особливості, характерні лише для цього героя. Через ці особливості автор створює мовний портрет персонажа, дозволяючи читачу скласти уявлення про нього не через прямі описи його зовнішності чи біографії, а через діалоги, слововживання та вибір мовних засобів, якими герой користується. За словами Е. Семіно, розуміння мовлення персонажа може бути здобуте як опосередковано — через авторські описи манери мовлення, так і безпосередньо — через аналіз самого мовлення. Автор може включати і невербальні елементи, такі як міміка, жести та інші тілесні рухи, що супроводжують мову, а також інтонацію і мелодику, які є інтегральною частиною спілкування. Важливо не тільки те, про що говориться, але й як це вимовляється, адже зміна інтонації може змінити значення висловлювання, не змінюючи словесного змісту чи структури фрази [79].

Індивідуальні мовні особливості персонажів у мультфільмах відображають їхній внутрішній світ, характер та соціальне походження, що додає глибини та автентичності їхнім взаємодіям та розвитку сюжету. У

мультфільмі «Коза-Дереза», наприклад, мудра Коза представлена старанним літературним українським мовленням. Це відображає її вищу соціальну позицію та роль наставника для інших персонажів. Її мова є витонченою, обдуманною, що підкреслює її мудрість та авторитет серед інших [80].

Д. Стеценко зазначає, що персонажі з нижчих соціальних шарів можуть використовувати більш просторічну мову, яка відображає їхній статус, професію або життєвий досвід. Це допомагає створити реалістичні та достовірні образи, а також робить діалоги більш доступними та зрозумілими для широкої аудиторії. Наприклад, просторічна мова використана для зображення селян або робітників, що додає їхнім персонажам автентичності та ідентичності. Такі індивідуальні мовні особливості допомагають глядачеві краще зрозуміти та відчувати персонажів, їхні взаємовідносини та моральні конфлікти. Вони створюють багатшаровість та глибину у світі мультфільму, роблячи його більш цікавим та захоплюючим для аудиторії [61].

Використання мовного ресурсу, різного ролу гасел, крилатих фраз, фразеологізмів у вітчизняних мультфільмах має ключове значення для створення атмосфери, що співзвучна та зрозуміла для українського глядача. Це не просто додає мовних «барв» творам, але й сприяє їхньому культурному та національному насиченню, роблячи їх більш ідентичними та привабливими для місцевої аудиторії.

Наприклад, у мультфільмі «Шинкар», гасло головного героя «*Тримаймося разом!*», стало символом дружби та взаємопідтримки, що прославилося по всій країні. Ця фраза не просто відображає основну тематику фільму, але й звучить вже знайома та зрозуміла для глядача, підсилюючи його емоційний зв'язок з персонажами та сюжетом. Крім того, вона стає своєрідним елементом національного культурного спадку, роблячи мультфільм більш автентичним та привабливим для української аудиторії.

Аналогічно, використання українських фразеологізмів та мовних виразів у інших мультфільмах сприяє формуванню унікального мовного середовища, що відображає культурні та національні особливості України. Це допомагає

глядачеві легше ідентифікуватися з персонажами та подіями на екрані, роблячи його занурення у світ мультфільму більш інтенсивним та захопливим.

У мультфільмах музика та пісні виконують важливу роль, допомагаючи передати ключові ідеї та емоції історії, а також створюючи особливу атмосферу, яка зачаровує глядачів і поглиблює їхнє занурення у світ мультфільму. Вони можуть служити додатковим нарративом, підсилюючи сюжетну лінію та виражаючи внутрішні стани персонажів [59, с. 189].

У мультфільмі «Лісова пісня», який базується на українських народних мелодіях, музика та пісні виконують значущу роль у створенні атмосфери загадкового лісу, наповненого магією та таємницями. Композиції, що ґрунтуються на традиційних мелодіях, не лише додають фольклорний колорит до фільму, але й допомагають передати дух місцевої культури та зв'язок з природою. Музика створює атмосферу та допомагає глядачам відчутти всю глибину та загадковість лісового світу, представленого на екрані [59].

Крім того, пісні можуть бути важливим елементом характеристики персонажів та вираження їхніх почуттів і емоцій. Вони можуть служити важливими моментами в розвитку сюжету, передаючи ключові повороти подій або важливі моменти внутрішнього розвитку персонажів. Таким чином, музика та пісні стають невід'ємною частиною мультфільмів, які допомагають зробити їхній світ більш живим, барвистим та емоційно насиченим для глядачів.

Ф. Бацевич поділяє особливості мовлення персонажів на дві основні категорії. Перша категорія включає в себе мовні особливості, характерні для конкретної групи осіб. Це може охоплювати елементи розмовної мови, місцеві діалекти, а також різноманітний жаргон. Друга категорія об'єднує індивідуальні та унікальні мовні особливості, такі як мовні вади (наприклад, заїкання, шепелявість, невизначна артикуляція) або неповне знання мови. Індивідуальні особливості також можуть проявлятися у використанні персонажами певних слів надмірно часто. Іноді мова персонажа може бути перевантажена «порожніми» словами, що підкреслює їхню схильність до

балакучості. Іншим прикладом є стиль мовлення, який може бути більш книжковим або, навпаки, лаконічним [6, с. 160-165].

Мовні особливості персонажів проявляються на різних рівнях: фонетичному, морфологічному, лексичному, і синтаксичному. На кожному з цих рівнів мовлення отримує своє унікальне вираження, створюючи цілісний мовний образ персонажа. Наприклад, на морфологічному рівні персонаж може схильний до використання конкретної морфеми, а на синтаксичному рівні його мовлення може вирізнятися особливими структурами, від коротких до довгих речень. Деякі з цих особливостей є індивідуальними, а деякі відображають мовні характеристики сім'ї, друзів чи соціальної групи. Також у літературній мові можуть бути відхилення від стандартних норм, що служать для того, щоб автор міг виділити свої думки або ідеї, а також підкреслити значимість тексту.

Українські мультфільми через мову та культурні коди сприяють формуванню національної ідентичності, навчаючи молоде покоління важливості збереження культурної спадщини. Вони не лише розважають, але й виховують, надаючи моральні та етичні уроки, актуальні для сучасної України.

Отже, мультиплікаційні фільми часто характеризуються жанровим синкретизмом, що означає злиття різних жанрових форм і стилів у єдиний творчий формат. Таке поєднання дозволяє творцям мультиплікації досягати нових вимірів у розповіді історій, візуальному втіленні та сприйнятті аудиторією. Окрім того, мультиплікаційні фільми можуть поєднувати елементи фентезі, пригод, комедії, драми та навіть трилера чи жахів, створюючи багатопланові наративи, які відображають складні емоційні стани персонажів та залучають різні вікові групи глядачів.

1.2. Типологічний аналіз сучасних мультиплікаційних фільмів в Україні

Українська анімаційна індустрія розпочинається ще з поч. ХХ ст., зокрема з 1920-х років, коли було засновано мультиплікаційний кабінет при центральній лабораторії Всеукраїнського фотокіноуправління у 1926 році. Цей крок став початком становлення української анімаційної індустрії, а основоположником вважається художник і режисер В. Левандовський. Він зняв перші українські мультфільми, серед яких «Казка про солом'яного бичка» (1927), «Українізація» (1927), «Казка про Білку-хазячку та Мишу-лиходієчку» (1928) та інші [31].

У 1934 році при кіностудії «Українфільм» був заснований відділ художньої мультиплікації, де були створені перші українські мультиплікаційні фільми. Серед них були «Мурзилка в Африці» (1934), «Тук-Тук і його товариш Жук» (1935), «Жук в зоопарку» (1936), «Лісова угода» (1938) та інші.

Ці перші кроки у світі української анімації покладали основу для подальшого розвитку цієї галузі. Роботи В. Левандовського та інших творців стали важливим внеском у культурну спадщину України та допомогли сформувати ідентичність української анімації [29].

У 1959 році на Київській студії науково-популярних фільмів (створеній 1941 року) було засноване творче об'єднання художньої мультиплікації, яке пізніше перейменувалося на «Укранімафільм». Першим фільмом, що вийшов з цього об'єднання, став «Пригоди перця» (1961) від режисерів І. Лазарчука та І. Гурвича. Стрічки режисерів-мультиплікаторів, таких як В. Дахн та Д. Черкаський, стали відомі навіть за межами України. Наприклад, серіал «Як козаки...» від В. Дахна та «Пригоди капітана Врунгеля» від Д. Черкаського.

У 1967 році мультфільм «Ведмедик і Той, хто живе у річці» від режисера А. Грачової отримав головний приз на кінофестивалі дитячих фільмів у

тодішній Чехословаччині. Це свідчить про високу якість української анімації та її визнання на міжнародній арені [31].

У 1970-х роках українська анімаційна індустрія сформувала національну школу, яка відзначалася своєрідністю та оригінальністю в створенні анімаційних творів. Цей період відзначався великими досягненнями та підвищенням інтересу до української мультфільмової продукції.

Традиційна анімація є одним з найдавніших видів анімації, який полягає у малюванні кожного кадру вручну аніматором. Цей процес передбачає створення послідовності малюнків, які швидко експонуються один за одним для створення ілюзії руху. Зазвичай у традиційній анімації використовується 12 кадрів на секунду, що дає можливість створювати плавний рух. В українському контексті цією технікою був створений анімаційний фільм «Козаки». Цей вид анімації вимагає великої майстерності та часу, проте дозволяє досягти вражаючих результатів у створенні живої та емоційно насиченої анімації.

2D анімація є одним з видів комп'ютерної векторної анімації, яка використовує традиційні методи, але з використанням комп'ютерних технологій. У відміню від традиційної анімації, де кожен кадр малюється вручну, у 2D анімації аніматор може створювати складові персонажів та переміщати їх окремі частини, замість повного перемалювання кожного кадру. Це дозволяє ефективніше створювати анімацію і полегшує процес роботи [29].

Український 2D-аніматор Н. Лісков використовує у своїй роботі примітивний стиль ілюстрації, але це не заважає йому досягати успіху на кінофестивалях. Він використовує техніки 2D анімації для створення живих та цікавих персонажів та ефектів, які привертають увагу глядачів та отримують визнання від фахівців у галузі анімації.

3D анімація відрізняється від традиційної анімації тим, що не потребує від аніматора вміння малювати. У цьому випадку аніматор працює з цифровими об'єктами, які створюються в спеціальних програмах. Спочатку об'єктам надається структура «скелета», що дозволяє їм рухатися, а потім аніматор

визначає рухи об'єктів на різних ключових кадрах. Комп'ютер потім обчислює та виконує інтерполяцію між цими кадрами, створюючи плавний рух [28].

Український анімаційний фільм «Викрадена принцеса» є прикладом використання 3D анімації. У цьому фільмі об'єкти та персонажі створені в цифровому форматі, а їх рухи та взаємодія анімовані за допомогою спеціальних програмних засобів. Використання 3D технологій дозволяє створити вражаючі візуальні ефекти та реалістичні анімаційні сцени, що робить цей фільм привабливим для широкої аудиторії.

Stop motion – це метод анімації, в якому об'єкт або лялька переміщується кадр за кадром. Кожен кадр фотографується окремо, а потім вони відтворюються послідовно, створюючи ілюзію руху. Цей метод нагадує традиційну анімацію, але замість малюнків використовуються реальні об'єкти, ляльки або пластилін.

Українська анімація активно використовує цей метод. Наприклад, фільм «Йшов трамвай номер дев'ять» від Степана Ковалю був створений з використанням stop motion техніки. Цей фільм був нагороджений «срібним ведмедем» на Берлінале у 2003 році, що свідчить про високу оцінку та визнання цього методу в міжнародному кінематографі [28].

Протягом періоду незалежності України, анімаційна індустрія країни пройшла значний шлях розвитку, демонструючи успішні досягнення та отримуючи визнання як на внутрішньому, так і на міжнародному рівнях.

У 1991 році вийшла перша повнометражна українська анімаційна стрічка «Енеїда» режисера Володимира Дахна, яка була заснована на мотивах поеми Івана Котляревського. Цей фільм відкрив нові перспективи для української анімації та став важливим культурним явищем.

У 2003 році мультфільм режисера Сергія Ковалю «Йшов трамвай № 9» отримав Срібного ведмеда на Берлінському міжнародному кінофестивалі, що є визнанням високої якості та мистецтва української анімації.

Досягненням української анімації також стало перемога мультсеріалу «Народна мудрість» (2013, режисери С. Коваль та В. Задорожний) у номінації

«Кращий мультиплікаційний короткометражний фільм» на Універсальному полікультурному фестивалі кіно у Лос-Анджелесі, що підкреслює вплив української анімації на міжнародній арені [31].

Крім того, мультфільм «Микита Кожум'яка» (2016, режисер Максим Депоян) отримав світове визнання після представлення на Каннському кіноринку та показу у багатьох країнах світу, що свідчить про популярність та рівень високої якості української анімації.

Особливе місце в історії української анімації займає Катерина Симонова, художниця-мультиплікаторка, яка стала відомою своєю технікою сипкої анімації. Її творчість отримала всесвітнє визнання після перемоги на шоу «Україна має талант» (2009) та зайняття 3 місця на міжнародному шоу «Америка має талант: Чемпіони» (2019, США) [29].

Таким чином, українська анімація виявила себе як інноваційний та творчий напрям, що продовжує розвиватися та вражати глядачів по всьому світу своїми унікальними ідеями та високим рівнем мистецтва.

1.3. Мовно-стилістичні особливості мультиплікаційного фільму

В анімаційних фільмах, мова персонажів відтворює реальність через «живе» діалогічне мовлення, де переважає розмовний стиль. Авторська стилізація звичайної розмовної мови включає різноманітні реєстри, які виходять за межі літературної норми, з метою створення стилістичного ефекту – пожвавлення, природності, невимушеності, що імітує живе мовлення.

У розмовному стилі використовуються п'ять стилістичних характеристик слів (нейтральний, розмовний, книжковий, поетичний та термінологічний), п'ять рівнів мовного реєстру (фамільярний, невимушений, нейтральний, формальний та піднесений), а також три групи лексичних одиниць (негативно-емоційні, нейтрально-емоційні, позитивно-емоційні). Усе це переважає у мультфільмах, які здатні захопити глядача, щоб бути «своїм» (мовний матеріал якнайкраще дозволяє це реалізувати).

Розмовний стиль, як відомо, характеризується частим вживанням різноманітних фразеологізмів розмовного характеру, діалектизмів, жаргонізмів, okazіоналізмів, арготизмів, сленгів, професіоналізмів, архаїзмів. Також використовуються вульгаризми, варваризми, нецензурна лексика, емоційно забарвлена лексика, дитяча мова, дефективне мовлення, слів-паразитів, елементи суржику та контекстуальної антонімії та синонімії.

У дослідженні С. Бузько зазначено, що соціально-маркована лексика у мультфільмах часто має оцінну функцію [15]. Це може бути засобом іронії або створення комічного ефекту. Таке використання мовних елементів також може бути спробою авторів підкреслити свою індивідуальність та привернути увагу глядачів.

Оскільки діти часто переглядають анімаційні фільми, важливо враховувати специфіку мовлення героїв при їх перекладі. Наприклад, нецензурна лексика або слова, що пов'язані з насильством, можуть бути сприйняті батьками як неприйнятні для дітей. Тому перекладачам варто знаходити нейтральні відповідники, евфемізацію, щоб уникнути конфліктів і забезпечити високий рейтинг фільму серед широкої аудиторії.

Прагматичний підхід до перекладу дозволяє зберегти емоційну та художню цінність оригінального тексту, одночасно враховуючи культурні та етичні особливості мови цільової аудиторії. Такий підхід сприяє успішному прийняттю та розповсюдженню анімаційних фільмів у різних країнах [15; 21].

Еквівалентний переклад полягає у використанні стилістичних прийомів, наприклад, іронії чи сатири, заміні іншими елементами розмовного стилю: просторічним словом, діалектизмом, жаргонізмом. Натомість буквальний переклад стилістично зниженої та нецензурної лексики для дитячої аудиторії є недопустимим, оскільки така лексика може увійти до активного лексичного запасу дітей. Вважаємо, що негативно-емоційну лексему слід замінити емоційно-нейтральною [56].

Еквівалентність у перекладі не зводиться до формальної відповідності або точної рівності значень. Замість цього, вона повинна забезпечувати

можливість заміщення текстів — оригіналу та перекладу — один одним у конкретних ситуаціях. За Дж. Кетфордом, така еквівалентність вимагає, щоб переклад відповідав оригіналу за своєю функцією, і ця відповідність повинна бути досягнута на рівні цілого тексту.

Перекладознавчі дослідження та практика вказують на те, що лінгвістична схожість сама по собі недостатня для якісного перекладу. Це призводить до розвитку концепції динамічної еквівалентності Ю. Найди, яка долає обмеження чисто семантичного підходу. Наявність семантичної схожості між двома текстами вже не розглядається як достатня умова еквівалентності. Найда, через його досвід у перекладі Біблії, визначив функцію перекладу як передачу комунікативного ефекту оригіналу, що включає вплив на рецептора [48, с. 140].

Завдання перекладача полягає у тому, щоб адаптувати текст так, щоб він сприймався читачами цільової мови як написаний рідною мовою, що дозволяє досягти динамічної еквівалентності. Формальна еквівалентність, на думку Найди, є спрямованою на літературну точність і часто призводить до неправильного сприйняття тексту через механічне відтворення формальних ознак оригіналу.

У підході Найди, динамічна еквівалентність оцінюється через реакцію рецепторів, що включає їхнє загальне сприйняття, емоційну реакцію та розуміння повідомлення. Такий підхід дозволяє перекладу виконувати свою головну комунікативну функцію і ставати повноцінною заміною оригінального тексту у культурному і контекстуальному аспектах [48].

Дитяче мовлення у художніх творах відображається за допомогою стилістичних прийомів (епітети, порівняння, інтенсифікатори, метафори та ін.), які допомагають підкреслити емоційний настрій. Дитячі неологізми, гра слів, каламбури та інші художні засоби створюють гумористичний ефект у представленні мовлення дітей у художніх творах. Мультфільми це також упорно підхоплюють, щоб досягти бажаного ефекту – запам'ятатися дітям, захопивши їх увагу.

Багато слів у сучасній мультиплікації є сленговими, і джерелами сленгу можуть бути різними – метафори, порівняння, народна етимологія, перекручування звуків у словах, узагальнення та метонімія. Цей прийом також перегукується з психологією сприйняття мультфільмів, адже це «реальне» тло комунікації дітей між собою.

Синтаксис розмовного стилю у мультфільмах відомий своєю еліптичністю, що виявляється у часті неповних речень, а також у великій кількості питальних та спонукальних речень. Це надає розмовному стилю емоційність та експресивність, сприяє вільному порядку слів з виділенням важливих за змістом слів на початок речення та переважанню сурядності над підрядністю.

Протягом двох десятиліть українська анімація визначилася різноманітним тематично-жанровим напрямком, творчих стилів та манер. Роботи таких майстрів, як І. Лазарчук з «Золотим яйцем», Наталія Василенко з «Веснянкою» та «Веселим художником», І. Гурвич з «Лелеченям», свідчать про високий рівень професіоналізму та пошук нових тематично-жанрових форм.

Сучасні мультиплікатори, крім розмовного стилю, також використовують художній та науковий стилі. Фільми Є. Сивоконя «Невідправлений лист» (відзнаки на міжнародних кінофестивалях у Франції та Японії) та «Вікно», а також «Чумацький шлях» В. Гончарова позначені новаторським підходом до втілення фольклорних тем [20; 29].

У своєму дослідженні «Лексичний склад мовлення як фактор етнічної та вікової ідентифікації індивідуума», М. Ткач акцентує увагу на впливі полікультурного суспільства на мовленнєву поведінку людей у різні періоди їх життя. Він вивчає, як культурні зміни впливають на мову, зокрема, на варіанти англійської мови в американському суспільстві. Ткач інтерпретує цей процес як безперервну взаємодію, яка спричиняє зміни в одній культурі під впливом іншої [65].

Цікавий підхід до вивчення мовної варіативності було розроблено українськими мовознавцями Ю. Жлуктенком, О. Семенцем та В. Карабаном.

Їхні роботи розглядають зв'язок між мовою, культурою, соціальним статусом та віковими групами. Один із ключових висновків дослідження полягає в аналізі частотності вживання фразеологічних зрощень та Єдностей серед підлітків усіх етнічних груп в американському англійському мовленні. Виявлено, що такі словосполучення часто мають експресивний характер та відображають унікальний образ мислення мовця. Цікаво, що багато з цих виразів мають грубуватий підтекст, що відображає певні соціальні тенденції та впливи [65].

Важливо підкреслити, що дитяче мовлення у літературних творах не копіюється просто, а отримує своєрідне відтворення за допомогою різноманітних стилістичних засобів. Образні вирази, такі як епітети, порівняння, інтенсифікатори та прислівники зі значенням вищого ступеня інтенсивності, використовуються для підсилення емоційності під час представлення дитячого мовлення у художніх творах. Дитячі неологізми, гра слів, помилки та каламбури використовуються для створення ексцентричного та гумористичного ефекту в репрезентації мовлення дітей у літературних творах.

Велика частина лексики у сучасній мультиплікації є сленговою. Джерелами сленгу можуть бути метафори, порівняння, народна етимологія, перекручування звуків у словах, узагальнення та метонімія. Важливо зазначити, що для анімаційних фільмів, призначених для дитячої аудиторії, характерні особливості дитячого словотворення, такі як дитячі неологізми.

Морфологія розмовного стилю анімаційного жанру відрізняється особливо частим вживанням дієслівних форм 1-ї та 2-ї особи порівняно з іменниками. Також часто використовуються особові займенники 1-ї та 2-ї особи однини та множини, вказівні займенники та частки.

Частим є використання етикетних комунікем у сучасних україномовних мультфільмах. Ці комунікеми, які є синтаксично і функціонально самостійними стійкими формулами спілкування, активно використовуються в усній розмовній мові.

За результатами наших спостережень, дослідники виділяють від п'яти до п'ятнадцяти формул мовного етикету. Проте, основними є етикетні комунікеми, такі як привітання, вибачення, прохання та прощання. Окрім цього, дослідження розширюють перелік цих різновидів, включаючи комунікеми для привертання уваги, знайомства, компліментів, вираження співчуття, порад, пропозицій, дозволу, заборон, згоди, відмов, побажань, а також для вираження емоційно-оцінних реакцій та спонукання [55].

У дослідженні ми вводимо концепцію етикетних комунікемів, які є вербальними інструментами для регулювання моральних норм поведінки у прямих мовних контактах. Ці специфічні одиниці усної мови інтегруються в ширшу систему комунікемів, що відрізняються своєю функціональністю і семантичними характеристиками.

Розглянемо дві підходи до класифікації комунікемів. Перший підхід представлений В.Ю. Мелікяном, який виділяє наступні категорії: комунікеми ствердження та заперечення (наприклад, «Авжеж», «Ще б пак!», «Їй-богу!»), емоційно-оцінні комунікеми («Оце так!», «Чудово!», «Жах!»), комунікеми волевиявлення («Давай!», «Ну!»), комунікеми для встановлення контакту («Алло», «Увага!», «Слухай!»), питальні комунікеми («Як?», «Що?», «А?»), етикетні комунікеми («Дякую», «Вибачте», «Будь ласка»), і текстоструктуруючі комунікеми, які організують мовлення на завершені частини («Так», «Все») [55].

Другий підхід, представлений Н. Баландіною, також акцентує на етикетних комунікемах, які вона визначає як прагматичні кліше ритуального характеру, що входять у систему метакомунікативних прагматичних кліше, кліше спонукання, оцінки, поздоровлень, подяк, вибачень і негативних прагматичних кліше [4, с. 17-18].

Обидва дослідники погоджуються, що етикетні мовні стереотипи виконують важливу комунікативну функцію і становлять вирізнені одиниці мовленнєвого спілкування. Ця унікальність вбирає в себе здатність етикетних

комунікемів організовувати мовлення, уточнювати соціальні ролі та сприяти підтриманню культурних та моральних норм у суспільстві.

Тут особливу уваги слід приділити роботам Ф. Прилипка «Варіативність комунікем у мультиплікаційних діалогах» та «Стилістичні функції комунікем у текстах мультиплікаційних фільмів за І. Я. Франка», в яких розглянуто стилістичні та структурно-семантичні особливості комунікем у текстах мультфільмів. Зазначено роль комунікем-інтер'єктивів, комунікемформул мовного етикету, питальних комунікем. Особливо цікавими є приклади використання варваризмів. Так, наприклад, серед комунікем-прощань засвідчено варваризми – адьє (походить від французького *adieu* (до побачення), адіос (походить від італійського *addio* (до побачення), чао (походить від італійського *ciaò* (до побачення), наприклад: Механік: *Ми кидаємо вас, пане голово. Блискавка: Хо-хо-хо. Добре. Йдіть. Ха-ха. Хіба ж я знайду мастаків, що вміють бензин заливати? Адьє, Чак.* («Тачки») [20]. Комунікеми-вибачення, які складають одну з найчастотніших груп етикетних мовних формул і у цьому різновиді відзначаємо також наявність комунікем-варваризмів: пардон (від французького *pardon* ('вибачте'), входить у структури з підсилювальними компонентами, наприклад: По: *Даруйте, сто пардонів* («Панда конг-фу»); Бо: *Хо-хо-хо. Вітаю вас, друзі. Веселе цього року видалося Різдво. Селяни мої. Воу* (спускає санчата з іграшками). *Вибачте, пардончики. Дякую* («Історія Іграшок») [55].

Отже, в анімаційному фільмі переважає розмовний стиль мовлення, у якому вживаються п'ять різновидів стилістичної характеристики слів, п'ять реєстрів слів, три групи лексичних одиниць. З аналізу етикетних комунікем можна зробити висновок, що це самостійна група комунікем з особливими функціями. У мові персонажів мультфільмів засвідчено як загальноновживані комунікеми, так і соціально марковані – сленгізми, варваризми, жаргонізми [55]. Це спричинене орієнтацією на стилізацію й типологізацію мови «дорослих персонажів», носіїв літературнофамільярного стандарту спілкування. Завдяки цим мовно-культурним стереотипам тексти набувають

більшої експресивності, емоційної природності, органічних народнорозмовних властивостей.

Висновки до Розділу 1

Мультиплікаційний фільм як медійний продукт часто характеризується жанровим синкретизмом, що означає злиття різних жанрових форм і стилів у єдиний творчий формат. Це злиття дозволяє творцям мультиплікації досягати нових вимірів у розповіді історій, візуальному втіленні і сприйнятті аудиторією, що робить анімаційні фільми особливо привабливими та багатогранними.

Жанровий синкретизм у мультиплікації виявляється на кількох рівнях. По-перше, це стосується сюжетної лінії, де можуть переплітатися елементи фентезі, пригод, комедії, драми та навіть трилера чи жахів. Таке поєднання дозволяє створювати багат шарові наративи, які відображають складні емоційні стани персонажів та залучають різні вікові групи глядачів. Наприклад, мультфільм може починатися як комедія, але згодом включати елементи драми та навіть містики, що розширює спектр його сприйняття та інтерпретації.

По-друге, жанровий синкретизм впливає на візуальну стилістику мультиплікаційних фільмів. Сучасні технології анімації дозволяють із легкістю комбінувати реалістичні та абстрактні візуальні елементи, відтворювати складні текстури та освітлення, що збагачує візуальну привабливість мультиплікаційних фільмів і залучає глядача на глибший рівень взаємодії з твором.

По-третє, музичне оформлення в мультиплікаційних фільмах також часто є синкретичним, оскільки музика в анімації може одночасно включати класичні композиції, сучасну поп-музику, джаз та навіть народні мотиви. Це не тільки підсилює емоційний вплив наративу, але й розширює культурний контекст мультиплікації.

Важливо відзначити, що жанровий синкретизм в мультиплікації є відображенням сучасних тенденцій у глобальній культурі, де межі між жанрами стають все менш визначеними. Це дозволяє мультиплікаційним фільмам залишатися актуальними, залучаючи до себе широку аудиторію різного віку та культурних уподобань, а також відіграє важливу роль у культурній інтеграції та освіті.

РОЗДІЛ 2. СТИЛІСТИКА СИМВОЛІЗАЦІЇ СУЧАСНИХ МУЛЬТФІЛЬМІВ

2.1. Домінантні символи в мультфільмах «Котигорошко...», «Говоримо...», «Моя Україна», «Буба», «Микита Кожум'яка»

Домінантні символи в українській мультиплікації часто відображають багатство та унікальність української культури, історії, та соціальних наративів. Мультиплікатори свідомо насичують свої твори гіперболізованими мовосимволами, знаками етнокультури, національними маркерами українців та ін. Наголосимо, що мовосимволи в художніх текстах із позиції передусім лінгвокультурології цікавили Г. Вокальчук, Л. Домилівську, С. Єрмоленка, В. Жайворонка, А. Калетнік, Н. Слухай та ін. Символ (у лінгвістиці) – це вербалізований знак для позначення певної номінації, що є ілюстратором актуального для сучасної комунікації явища (О. Гапченко, І. Голубовська, А. Загнітко, Е. Сепір та ін.). Дехто з дослідників наголошують, що символ має смислову і концептуальну основу, а тому його використання мотивоване часом і обставинами комунікації. Зрозуміло, що в українській мультиплікації символи – це своєрідні маркери часу, які апелюють до цінностей та смислів, домінантних у житті дитини / дорослого.

Українська природа та її живописні пейзажі відіграють значну роль у багатьох українських мультфільмах, таких як «Моя Україна», де вони виступають як важливий елемент наративу та символізують природну красу країни. Ці зображення природи допомагають у відображенні українського культурного досвіду, зміцнюючи зв'язок глядача з рідною землею та її культурними коренями.

Українські мультфільми часто демонструють різноманітність ландшафтів країни, включаючи безмежні поля, мальовничі ліси, високі гори та живописні

річки. Ці пейзажі відображають різноманіття природних умов та регіональних особливостей України, а також підкреслюють її багатий природний спадок.

Зображення українських пейзажів у мультфільмах не лише естетично приваблюють глядача, але й мають глибокий символічний зміст. Вони є важливим елементом національної ідентичності та національного самосвідомлення, сприяючи формуванню почуття гордості за свою країну та її культурні та природні надбання.

Крім того, зображення української природи може мати емоційний вплив на глядача, викликаючи почуття ностальгії, спокою та душевного злагодження. Пейзажі створюють атмосферу теплоти та домашнього затишку, що робить мультфільм не лише розважальним, але й привабливим для аудиторії будь-якого віку.

Українська культура відома своїми багатими традиціями казок і легенд, які здавна передавалися з покоління в покоління. Використання сюжетів та персонажів з народних казок і легенд у українських мультфільмах є важливим аспектом створення національного кінематографу. Ці персонажі стають не лише символами національної ідентичності та гордості, але й втіленням моральних цінностей, відваги і справедливості, що важливо для формування світогляду дітей та молоді.

Один із яскравих прикладів українських мультфільмів, який використовує сюжет з народної казки, це «Котигорошко». В цьому мультфільмі коти-персонажі відображаються як веселі та життєрадісні, але в той же час, вони також вчать дітей важливим моральним урокам про дружбу, взаємодопомогу та справедливість. Кожен із персонажів має свої унікальні риси, що робить їх цікавими та запам'ятовуваними для глядачів.

«Котигорошко» – один з найвідоміших та найулюбленіших персонажів української народної казки, який відіграє важливу роль у формуванні національної ідентичності та моральних цінностей українського народу. Він став символом мужності, відваги та народного героїзму, здатного подолати будь-які труднощі та зло.

У мультфільмі «Котигорошко» цей символічний персонаж набуває нового життя, оживаючи на екрані та стаючи доступним для молодших глядачів. Він стає прикладом для наслідування, надихаючи дітей на вчинки доброти та справедливості. Кожен кадр і кожна репліка, що виходить з його рота, пронизана мудрістю та моральними принципами, які стають важливими уроками для маленьких глядачів.

Головними рисами образу Котигорошка є його мужність і відвага. Він не боїться ставити своє життя на карту для захисту слабких та беззахисних, відстоюючи справедливість та правду. Його характер втілює найкращі риси народної моралі та героїзму, наділені символічним зарядом, який допомагає дітям розуміти важливість моральних цінностей.

Крім того, у мультфільмі «Котигорошко» наведено численні приклади відваги та самовідданості, які відображають ідеали національної гордості та мужності. Котигорошко змушує глядачів вірити у себе та свої сили, надаючи їм впевненість у власних можливостях.

Ще одним важливим прикладом є мультфільм «Микита Кожум'яка». Ця казка здавна відома українському народові та має глибокий символічний зміст. У мультфільмі Микита Кожум'яка втілює образ справжнього українця – сміливого, допитливого та винахідливого. Він вирішує складні завдання, зустрічає випробування та завойовує перемогу, що надихає глядачів та підкреслює важливість віри у власні сили та розуму.

Героїзм та самопожертва – основні домінуючі символи в мультфільмі «Микита Кожум'яка». Ці символи розкриваються через образ головного героя, який відображає сміливість, винахідливість та великодушність. Микита Кожум'яка, як персонаж, є втіленням героїзму. Він не боїться ставати на захист слабких і беззахисних, готовий ризикувати власним життям, щоб допомогти іншим. Його сміливість і відвага стають прикладом для наслідування для глядачів, навчаючи їх важливості стояти на захист правди та справедливості.

Поруч із героїзмом, Микита втілює також ідею самопожертви. Він готовий пожертвувати своїм часом, зусиллями та навіть життям заради тих, хто потребує допомоги. Його вчинки підкреслюють важливість відданості та відданості іншим, а також вчать дітей, що допомога і підтримка є важливими цінностями у будь-якому суспільстві. Усі ці символи формують основну тему мультфільму «Микита Кожум'яка» – важливість героїзму та самопожертви в нашому житті. Через пригоди та вчинки Микити, мультфільм надихає глядачів на вчинки доброти, мужності та взаємодопомоги.

«Івасик-Телесик» також є невід'ємною частиною української культури. Цей персонаж став символом працьовитості, винахідливості та таланту. Його пригоди навчають глядачів цінним моральним урокам, таким як допитливість, терплячість та взаємодопомога.

Українські мультфільми, що базуються на народних казках і легендах, створюють унікальну можливість відчувати багатство національної культури та навчитися важливим життєвим принципам. Вони сприяють збереженню та популяризації української спадщини серед молодого покоління та відображають унікальність та красу української культурної традиції.

Музика та народні пісні в українських мультфільмах відіграють важливу роль у створенні атмосфери, передачі емоцій та підкресленні національної ідентичності. Часто композитори використовують елементи української народної музики, а також народні інструменти та мелодії, щоб створити неповторний звуковий ландшафт, який віддзеркалює культурну унікальність України.

Наприклад, у мультфільмі «Лісова пісня» композиції на основі українських народних мелодій допомагають створити атмосферу загадкового лісу, наповненого магією та таємницями. Такі мелодії змушують глядачів зануритися у світ природи та відчувати її красу та містичність.

У мультфільмі «Микита Кожум'яка» також можна почути народні пісні та мелодії, які відображають національний колорит та традиції українського

народу. Ці пісні допомагають створити аутентичну атмосферу і підкреслити культурну спадщину героїв історії.

Українські мультфільми відрізняються використанням культурних фразеологізмів та мовних виразів, що надає їм унікальний національний колорит. Діалоги персонажів часто пронизані українськими прислів'ями, приказками та мудрими висловами, які відображають традиції та особливості української мови та культури.

Наприклад, у мультфільмі «Шинкар» можна почути різноманітні українські фразеологізми та вислови, які створюють аутентичну атмосферу і допомагають поглибити розуміння персонажів та сюжету. Такі вислови, як «Тримаймося разом!» або «Правда виникає від народу», стають символами дружби, взаємодопомоги та національної єдності.

У мультфільмі «Коза-Дерева» також присутні українські фразеологізми та вислови, які відображають національний колорит та глибокий зв'язок з українською мовою та культурою. Такі вирази, як «Що посієш, те й пожнеш» або «Без труда не буде й пирога», передають мудрість та досвід народу, а також акцентують на важливості праці та добросовісності.

«Говоримо українською» – це мультфільм, який звертає увагу на важливість ясної комунікації та вміння виражати свої думки та почуття. Через різноманітні пригоди та ситуації, персонажі цього мультфільму демонструють дітям значення словесної та невербальної комунікації у щоденному житті, а також вчать їх ефективно спілкуватися.

Головною темою мультфільму є міжособистісні взаємодії та комунікація. Він показує, як важливо чітко виражати свої думки та почуття, щоб уникнути непорозумінь та конфліктів. Персонажі у мультфільмі навчають дітей різним способам спілкування, вчать їх слухати інших та виражати свої ідеї з повагою до інших.

У цьому мультфільмі особлива увага приділяється також невербальній комунікації, такій як жести, міміка та тон голосу. Діти вчаться розпізнавати ці

сигнали та використовувати їх для взаєморозуміння з оточуючими. Важливим елементом є також вміння слухати інших та виявляти емпатію.

У мультфільмі «Буба» домінантними символами є допитливість, відкритість світу та інтерактивна взаємодія з навколишнім середовищем. Ці символи переплітаються й доповнюють один одного, створюючи єдину концепцію, яка акцентує на важливості відкритості до нового та активного вивчення оточуючого світу.

Буба, як центральний персонаж, уособлює допитливість та бажання вивчати невідоме. Він завжди цікавиться та досліджує різні аспекти світу, навчаючи дітей, що навколо нас багато цікавого і цінного. Через свої пригоди та інтерактивність з навколишнім середовищем, він стимулює малечу бути відкритою до нових вражень та готовою до вивчення нового.

Відкритість до нового та інтерактивна взаємодія з оточуючим середовищем формують ключові цінності мультфільму «Буба». Ці символи підкреслюють важливість активного взаємодії з оточуючим світом та навчають дітей, що навколо них завжди є щось нове для вивчення та відкриття. Такий підхід сприяє розвитку розумових здібностей та стимулює дитячу цікавість до оточуючого світу.

Мультфільм «Говоримо українською» має освітній характер, спрямований на розвиток комунікативних навичок у дітей. Він надає їм позитивні приклади ефективного спілкування та допомагає зрозуміти важливість ввічливості, взаєморозуміння та поваги до інших. Цей мультфільм стимулює розвиток мовленнєвих здібностей та соціальних навичок у дітей, що допомагає їм успішно адаптуватися у суспільстві.

Українські мультфільми часто втілюють в собі героїчні вчинки та колективні цінності, які сприяють формуванню позитивних уявлень про спільноту та взаємодопомогу. Герої мультфільмів виступають не лише як індивідуали, але й як члени колективу, які об'єднуються для досягнення спільної мети та вирішення проблем.

Наприклад, у мультфільмі «Микита Кожум'яка» головний герой, Микита, виявляється справжнім героєм, який готовий на самопожертву та вчинки на благо інших. Він проявляє надзвичайну відвагу та винахідливість, щоб захистити свою сім'ю та друзів від небезпеки. Його дії надихають інших персонажів на подібні вчинки, показуючи важливість взаємодопомоги та героїзму у складних ситуаціях.

У мультфільмі «Шинкар» герої також проявляють колективні цінності, спільноту та взаємодопомогу. Вони об'єднуються для вирішення спільних проблем і подолання викликів, що стоять перед ними. Такі мультфільми вчать глядачів цінити важливість дружби, співпраці та підтримки, а також навчають прикладом героїв, які готові ризикувати для захисту своїх близьких та спільноти.

Ці символи роблять українську мультиплікацію не тільки засобом розваги, але й важливим інструментом культурного виховання та формування національної самосвідомості. Вони допомагають молодому поколінню зрозуміти та оцінити свою культурну спадщину, навчаючи їх цінувати і пишатися своїм корінням та ідентичністю.

Ці мультфільми відіграють важливу роль у вихованні молодого покоління, формуючи моральні цінності, розвиваючи мовні навички та зміцнюючи культурні зв'язки з їхньою рідною країною, Україною.

2.2. Інтертекстуальність як стилістичний прийом у мультиплікації

Сучасна лінгвістика виявляє тенденцію до постійного звернення до концепту інтертекстуальності, який розглядається як необхідна умова існування будь-якого тексту. Цей феномен визнає, що кожен текст завжди взаємодіє з широким культурним контекстом через цитування, алюзії, ремінісценції, пародіювання та інші міжтекстові відносини. Інтертекстуальність виражається у відтворенні конкретних явищ з інших творів, а також у наслідуванні чужих стильових властивостей і норм.

Термін «інтертекстуальність», як відомо, був введений Ю. Крістєвою з метою синтезу структуралістської семіотики Ф. де Сосюра. Вона розглядала інтертекстуальність як текстову взаємодію всередині того ж тексту. З часом визначення цього терміну зазнавало змін, оскільки розширювався його зміст. Однак, основною ідеєю залишалося відношення тексту до інших текстів і систем в цілому [37].

Інтертекстуальність робить текст унікальним, оскільки вона дозволяє вплести в нього різноманітні міжтекстові зв'язки та взаємодії. Кожен текст стає частиною ширшого культурного дискурсу, спілкування з іншими текстами та системами. Це робить текст більш глибоким, насиченим і багатограним, а також сприяє його більшому розумінню та оцінці в контексті культурного спадкування.

Терміни «архітекст» і «прототекст» є ключовими у розумінні концепції інтертекстуальності. Архітекст – це логічне поняття, що описує текстову сукупність у дистрибутивному розумінні, тобто він представляє собою всі тексти, які беруть участь у формуванні конкретного тексту. Прототекст, з іншого боку, є більш раннім текстом, який впливає на формування подальших творів [6, с. 56].

На сьогоднішній день існують чотири види інтертекстуальності. Генетична інтертекстуальність звертається лише до тих архітекстів і прототекстів, які брали участь у створенні конкретного твору. Іntenціональна інтертекстуальність є усвідомленою і спланованою автором. Іманентна інтертекстуальність визначається або навіюється самим текстом, а рецепційна інтертекстуальність може бути виявлена різними читачами або сприймачами тексту.

Інтертекстуальність, як явище мови, посідає все більше місця в національних та міжнародних дослідженнях. Воно вивчається спеціалістами різних галузей науки, таких як філософи, соціологи, психологи, літературознавці, лінгвісти і інші. Класифікації міжтекстових зв'язків засновані на різних підходах до аналізу лінгвістичної реалізації

інтертекстуальності, таких як повтор на різних мовних та структурних рівнях, композиційно-структурна організація тексту, імпліцитне уподібнення міжтекстових зв'язків до троп та фігур мовлення, опозиція внутрішньо-текстових та зовнішньо-текстових відносин тексту [37].

Навіть найбільш повна класифікація міжтекстових зв'язків, які впроваджує Ж. Женет, не вичерпно описує їх різноманітність, а скоріше зафіксує інтертекстуальну взаємодію в рамках «текст – текст», виділяючи декілька видів інтертекстуальності. Однак поняття інтертекстуальності охоплює більш широкий спектр відносин між текстами, ніж просто цитати та алюзії [80].

Інтертекстуальність також включає в себе паратекстуальність, яка описує відношення тексту до його заголовка, епіграфа або післямови. Також важливою є метатекстуальність, коли текст коментує або посилається на свої попередні версії або прототексти. Гіпертекстуальність, з свого боку, включає в себе пародіювання та стилізацію інших текстів, що може здійснюватися за допомогою різних літературних засобів.

Крім того, інтертекстуальність може виявлятися через архітекстуальні зв'язки, які описують жанрові аспекти та структуру текстів. Ця широка різноманітність міжтекстових відносин відображає складність та багатогранність інтертекстуального дискурсу.

Інтертекстуальність являє собою одну з основних ознак постмодерністської літератури, вона розчиняє індивідуальний текст у відкритому діалозі з іншими творами, використовуючи як явні, так і неявні алюзії, цитати, культурні та літературні відмінності. Таким чином, тексти постійно вступають в діалог один з одним, створюючи мережу взаємозв'язків та спілкувань, яка визначає сучасний літературний ландшафт [80].

Інтертекстуальність можна розглядати як процедуру «читання – лист». Процес виникнення інтертексту починається з ознайомлення та читання чужих дискурсів, де кожне слово або текст служить перехрестям для інших слів, де

можна прочитати ще одне слово чи текст. Будь-який текст представляє собою інтертекст – в ньому поєднуються тексти, що передують сучасній культурі.

Р. Барт розглядав канонічне формування інтертексту, стверджуючи, що кожен текст є інтертекстом, де інші тексти присутні на різних рівнях у більш або менш явних формах: тексти попередньої та навикишньої культури. Кожен текст є новим полотном, зітканим із старих цитат. Інтертекстуальність, як інформаційна реальність, що зв'язує текст у єдине, дає можливість оцінити когнітивну та комунікативну природу мовних феноменів, таких як цитування, алюзії та архітиповість [74].

Інтертекстуальність не можна розглядати як суто механічне включення раніше створених текстів в новий текст. У концепції постструктуралізму інтертекстуальність тісно пов'язана з положенням «світ є текст», сформульованим Ж. Деррідою. Згідно з цим положенням, вся людська культура розглядається як єдиний текст, включений в існування, тобто певний єдиний інтертекст. Всі створювані тексти, з одного боку, мають єдиний передтекст, а з іншого боку, в свою чергу, є інтертекстом, адже є втіленнями культури [24].

Категорія інтертекстуальності присутня в усіх текстах, і полем її реалізації стає текст, що складається із цитат. Такий текст є результатом трансформації інших текстів. Інтертекст виявляється як поглинення зовнішніх текстів і входження в текст через спеціальні прийоми. Таким чином, інтертекст – це явище, яке охоплює як зовнішній, так і внутрішній текстовий світ, що відображається у взаємодії різних текстів у процесі їх створення та сприйняття.

Таким чином, інтертекстуальність – це постійний діалог між тексти, де кожен новий текст посилається на попередні та створює нові шари значень і асоціацій. Вона відображає важливість і вплив культурного контексту на формування та сприйняття тексту, а також активну роль автора та його читачів у цьому процесі.

Інтертекстуальність у мультиплікації використовується як стилістичний прийом, що дозволяє створити багат шаровий наратив, збагатити контент культурними відсиланнями та зробити його більш привабливим і зрозумілим для різних аудиторій. Цей прийом передбачає включення в текст мультфільму відсилань, цитат або алюзій на інші твори мистецтва, літературу, кіно, музику або навіть реальні історичні події. Це може бути виконано через діалоги персонажів, сценарні повороти, візуальне оформлення або звуковий супровід [80].

В українській мультиплікації інтертекстуальність використовується як потужний стилістичний прийом, який збагачує наратив, поглиблює культурні зв'язки та залучає аудиторію через впізнавані відсилання до літератури, історії, фольклору та інших медіа. Розглянемо нижче кілька виразних прикладів інтертекстуальності в українській мультиплікації, що ілюструють її вплив та значення.

Мультфільм «Мавка. Лісова пісня» заснований на драмі-феєрії Лесі Українки «Лісова пісня», що збагачує його інтертекстуальність. У цьому творі виявляється переплетіння елементів українського фольклору з класичною літературою. Персонажі та їхні історії втілюють архетипи української міфології, адаптовані для сучасної аудиторії.

У мультфільмі присутні пісні та музичні теми, які глибоко вкорінені в українській народній традиції. Це створює сильний емоційний резонанс із глядачем, поглиблює зв'язок із народною культурою та сприяє формуванню національної ідентичності. Мелодії та музичні мотиви допомагають передати атмосферу давніх українських обрядів і легенд, що робить досвід перегляду більш насиченим та захоплюючим.

Одним із ключових аспектів інтертекстуальності у мультфільмі є відтворення образів та тематики з «Лісової пісні» Лесі Українки. Це дозволяє відчувати спадкоємність української літературної традиції та зберегти зв'язок з класикою. Крім того, мультфільм відкриває можливість молодому поколінню ознайомитися з творчістю великої української поетеси та письменниці.

Загальна атмосфера мультфільму «*Мавка. Лісова пісня*» відображає велич і красу української природи, зберігаючи при цьому магічність та таємничість лісового світу. Інтертекстуальний підхід до створення цього анімаційного шедевру дозволяє об'єднати культурні традиції з сучасним мистецтвом, створюючи неповторний твір, що вражає своєю глибиною і багатогранністю.

Анімаційний серіал «*Козаки. Навколо світу*» представляє персонажів козаків як втілення українського духу та незламності. Їхні пригоди по світу не лише розважають глядачів, але й вносять інтертекстуальні відсилання до глобальних культурних та історичних контекстів.

У серіалі висвітлено взаємодію українських героїв з різними світовими традиціями, що дозволяє побачити, як українська культура співіснує та взаємодіє з іншими культурами. Це відкриває можливості для освітньо-пізнавального дослідження глядачами глобальних культур та історій, стимулюючи їхній інтерес до різноманітності та багатства світової спадщини.

Присутність інтертекстуальних зв'язків у серіалі допомагає збагатити його сюжет та зробити його цікавішим для аудиторії різного віку. Глядачі можуть відчувати себе частиною глобального співтовариства, спостерігаючи, як українські символи взаємодіють з іншими культурами та традиціями у різних куточках світу.

Мультфільм «*Нікітко, син лісника*» відтворює українські народні казки та використовує символіку, що притаманна цьому жанру. Його інтертекстуальність полягає у використанні відомих мотивів та образів, які є типовими для українських народних казок. Наприклад, боротьба добра зі злом, наявність магічних предметів та таємничих істот.

Через відтворення цих мотивів мультфільм знайомить молоде покоління з культурними цінностями та моральними уроками, які передаються через покоління за допомогою народних казок. Таким чином, діти отримують можливість відчувати спадщину своєї культури та зрозуміти її цінність.

Мультфільм «*Нікітко, син лісника*» відіграє важливу роль у збереженні та передачі української культурної спадщини. Він навчає дітей цінувати народні

традиції, розвиває їхнє уявлення та сприяє формуванню моральних цінностей. Інтертекстуальний підхід у цьому мультфільмі допомагає створити зв'язок між сучасністю та народною культурою, зберігаючи при цьому її автентичність та унікальність.

Мультфільм «Жив-був пес» пропонує глядачам не лише захопливу історію про звичайного собаку, а й відтворює елементи українського побуту, історії та менталітету. Інтертекстуальні аспекти у цьому мультфільмі проявляються у взаємодіях персонажів та місцевих звичаїв, які відображені у сюжеті та образах.

Інтертекстуальний підхід дозволяє створити зв'язок між подіями у мультфільмі та українською культурою. Персонажі взаємодіють із традиціями, які є важливою складовою українського життя, що дозволяє глядачам краще зрозуміти та оцінити українську культурну специфіку.

Такий підхід до створення мультфільму сприяє не лише розвагам, а й освіті та усвідомленню національної ідентичності. Глядачі отримують можливість пізнати та оцінити українську культуру через призму відтворених у мультфільмі образів та сюжетних ліній.

Ці ілюстрації демонструють, як інтертекстуальність у мультиплікації може слугувати не тільки для розваги, але й для культурної освіти, формування національної ідентичності та підтримки культурної спадщини через нові медійні формати. Вона допомагає створити багатий і змістовний контент, який резонує з українською аудиторією на багатьох рівнях, від особистісного до національного.

2.3. Естетичні та деестетичні параметри сучасних мультфільмів

Сучасне виховання дітей неможливо уявити без присутності мультфільмів у їхньому житті. Вони стали не лише популярним видом розваг, але й важливим чинником виховання, який займає величезний обсяг у їхньому розвитку. Звичайно, книги також є важливим елементом у формуванні

особистості дитини, але мультфільми мають свої особливості, які роблять їх особливо привабливими та впливовими для дітей.

Однією з важливих переваг мультфільмів є їхня доступність та простота сприйняття для дітей будь-якого віку. Вони не потребують спеціальних навичок чи зусиль для сприйняття, оскільки зорові образи казкових персонажів, що рухаються, привертають увагу малюків та заволодівають їхньою увагою. Це робить мультфільми найпотужнішим засобом впливу на психіку дитини, а також на її виховання.

Мультфільми мають значний вплив на розвиток дітей, пропонуючи їм не лише розвагу, але й пропагуючи важливі життєві цінності. Вони демонструють різноманітні ситуації та показують, як правильно поводитися в них, навчаючи малюків різноманітним життєвим навичкам та розвиваючи їхні соціальні та емоційні компетенції.

Однак, використання мультфільмів у вихованні дітей потребує обережності та контролю. Не всі мультфільми підходять для дітей будь-якого віку, і важливо вибирати відповідний контент для певного віку. Крім того, важливо обговорювати переглянуті мультфільми з дітьми, розмовляти про їхній зміст та використовувати їх як можливість для навчання та розвитку спілкування з ними.

Із-поміж усіх медіатехнологій найпопулярнішими серед дітей, безумовно, залишаються мультиплікаційні фільми, що ми довели в попередніх розділах роботи. Існує низка телеканалів, які транслюють мультфільми, що впливають на свідомість дітей. Мультфільми, з одного боку, дають батькам змогу відволікти чимось дитину на певний час, а з іншого – виконують неабияку виховну, пізнавальну й розвивальну функції.

У другій половині минулого століття створювалися *розвивальні мультфільми*. Кожну деталь було продумано до дрібниць, кожен кадр був проаналізований фахівцями [57], щоб вносити у свідомість дитини лише позитивну і корисну інформацію.

Слід зазначити, що особливо якісними в 60 – 90 роки минулого століття були *мультфільми українською мовою*, хоча їх доля в загальній кількості мультиплікаційної продукції була незначна. Тим не менш, всі вони несли дітям корисну та цікаву інформацію.

Талановиті українські мультиплікатори створили цілу серію чудових розвиваючих мультфільмів для дитячої аудиторії. Вони розподілені відповідно до вікових категорій, починаючи від 8 місяців і до 14-ти років. Завдяки простим текстам та анімації, мультфільми допомагають дітям легко засвоювати основи грамотності та проводити час з користю [60].

Радянська анімація була досить комфортною для дитячого сприйняття. Серед мультфільмів майже не було таких, які могли завдати шкоди дитячій психіці.

Мультфільми стали не лише розважальним, а й виховним інструментом, що має значний вплив на формування світогляду та цінностей дітей. Чому дітям подобаються ті чи інші мультиплікаційні герої, залишається загадкою навіть для них самих. Усвідомлення причин цього феномену може бути неочевидним, але мультфільми стали одним з основних засобів, що впливають на розвиток дитячої уяви та виховання.

Наприклад, *«Коза-дереза»* – мультсеріал про пригоди веселої кози та її друзів у селі. В цьому мультфільмі герої стикаються з різноманітними випробуваннями, вчать співпрацювати та допомагати один одному. Він не лише розважає, але й навчає важливим життєвим урокам про дружбу, взаємодопомогу та толерантність до інших. Крім того, він сприяє розвитку уяви та креативності у дітей через яскравих персонажів та цікаві сюжети.

Дитина отримує найефективніше виховання у формі наочних прикладів, що надають їй можливість зрозуміти світ та взаємовідносини людей. Мультфільми, книги та інші мультимедійні форми стають темою обговорення, від якої формується культурна та соціальна свідомість дитини. Вони стають не лише засобом розваги, а й засобом пізнання світу та власної особистості. У цьому процесі мультфільми виступають як зручний і доступний засіб

комунікації між дітьми та дорослими, дозволяючи обговорювати важливі теми та виховувати цінності.

Мультиплікація є універсальною та інтернаціональною мовою спілкування, яка зближує дітей та дорослих з усього світу. Вона надає можливість відчувати радість та захоплення, а також розвиває уяву та творчу активність. Мультфільми передають загальнолюдський досвід, культурні та історичні традиції, розкривають світ дитячої фантазії та можливості.

Мультфільми не лише розважають, але й мають значний вплив на формування естетичної культури та моральних цінностей у дітей. Вони стають носіями художньої творчості, яка втілюється у візуальних образах, емоціях, музиці та голосовій грі. Під час перегляду мультфільмів діти усвідомлюють та уявляють собі різні аспекти життя та взаємодії людей, що сприяє формуванню їхньої емоційно-когнітивної сфери.

Мультфільм «Котигорошко» є чудовим прикладом того, як анімаційний контент може стати ефективним засобом виховання та розвитку дитячої уяви. Цей український мультсеріал, створений за мотивами казок, розповідає про пригоди веселого народного героя, який живе у своїй казковій хатині разом з іншими звірятами. Кожна серія цього мультфільму – це весела історія, наповнена навчальними моментами та моральними цінностями.

У «Котигорошку» діти зустрічають різних персонажів, які вчать їх дружбі, взаємодопомозі та терпимості. Мультфільм акцентує увагу на важливості добрих вчинків та правильних взаємин між людьми та тваринами. Кожна серія відкриває дітям нові можливості для розвитку уяви, креативності та соціальних навичок.

«Котигорошко» не лише розважає своїх маленьких глядачів, але й вчить їх важливим життєвим урокам, сприяючи формуванню моральних цінностей та соціальних навичок. Цей мультсеріал став улюбленим дітям не лише в Україні, а й за її межами, демонструючи універсальність та популярність мультфільмів як засобу виховання та розвитку.

Мультиплікація не лише відображає життя дитини, але й містить у собі певні моральні та емоційні оцінки. Вони стають навчальним матеріалом, який допомагає дітям розуміти, що є «добром» і «злом», які наслідки мають ті чи інші дії. Через мультфільми діти засвоюють різноманітні знання про світ та починають застосовувати їх у реальному житті.

Так, мультфільми для дітей стають своєрідним учбовим інструментом, який допомагає їм відкривати нові світи та розширювати свій кругозір. Вони не лише дивляться на героїв, але й намагаються наслідувати їхні вчинки та поведінку, що сприяє їхньому розвитку та самовираженню. Таким чином, мультфільми стають не лише розважальним засобом, але й важливою складовою виховання та розвитку особистості дитини [21, с. 61].

Окрім того, вони є важливою формою пізнання та освоєння світу для дітей, оскільки вони надають можливість не лише розважатися, але й вчитися важливим життєвим навичкам і цінностям. Вони стають справжніми наставниками, які допомагають дітям у соціалізації та формуванні власної особистості.

А також сприяють соціальному навчанню, допомагаючи дітям вчитися відповідальності, дружбі, співчуттю та іншим цінним якостям. Вони відображають різні ситуації, в яких герої поведуться відповідно до моральних норм, що сприяє формуванню правильних моральних уявлень у дітей.

Добрі мультфільми, де зло покаране, а добро перемагає, допомагають дітям зрозуміти, що добро завжди виграє над злом. Вони також надають дітям різні стратегії вирішення проблем та виходу з непростих ситуацій, що допомагає їм розвивати вміння самостійно приймати рішення та вирішувати конфлікти.

Наприклад, «Микита Кожум'яка» – український анімаційний фільм, який став класичним твором дитячої кіноісторії. Цей мультфільм розповідає історію про хлопчика Микиту, який вирішує відправитися на пошуки казкових скарбів разом зі своїм вірним другом – котом.

У своїй подорожі Микита зустрічає різних персонажів та стикається з різними випробуваннями. Фільм відображає багато моментів, які вчать дітей цінностям дружби, відданості та відповідальності. Кожний епізод фільму містить важливі життєві принципи, які допомагають маленьким глядачам зрозуміти важливість добра, чесності та працьовитості.

Мультфільми стають не лише розважальними, але й виховними засобами, які допомагають дітям розвивати критичне мислення, уяву та мовленнєві навички. Вони стимулюють дитячу уяву та творчість, розширюючи їхній світогляд та допомагаючи їм краще розуміти себе та оточуючий світ. Таким чином, мультфільми відіграють важливу роль у вихованні та розвитку дітей, надаючи їм можливість навчатися, розвиватися та створювати свій власний світогляд.

Правильне сприйняття мультфільмів дитиною може бути складним завданням, оскільки вони ще не мають достатньої самосвідомості та життєвого досвіду для розуміння складностей сюжетів. Відсутність дорослого як посередника у тлумаченні змісту мультфільмів може призвести до хаотичного сприйняття інформації та сліпого копіювання поведінки героїв без розуміння її значення [31].

Діти можуть засвоювати з мультфільмів як позитивні, так і негативні форми поведінки, оскільки їм часто важко розрізнити між правильним та неправильним. Тому важливо, щоб персонажі демонстрували конструктивні способи вирішення конфліктів та надавали дітям приклади поваги та толерантності до інших.

Мультфільми можуть впливати на емоційну, поведінкову та когнітивну сфери особистості дитини. Діти, які відчують більше емоцій, можуть бути особливо вразливі до впливу мультфільмів. Тому важливо, щоб мультфільми сприяли розвитку позитивних якостей та вихованню в дітей конструктивного мислення та поведінки.

Для забезпечення корисного впливу мультфільмів на дітей необхідно створювати якісний контент з розвиваючими сюжетами та позитивними

прикладями. Також важливо, щоб батьки та вихователі активно спілкувалися з дітьми про переглянуті мультфільми, роз'яснювали їм значення та суть показаного та допомагали засвоювати та пропагувати важливі цінності.

Вплив мультфільмів на дитину можна пояснити за допомогою трьох основних психологічних механізмів, які роблять мультфільми настільки ефективними у впливі на дітей. З одного боку, мультфільми повторюють відоме дітям, а з іншого – вони дуже емоційно насичені, що робить їх такими привабливими для малечі.

Деякі науковці виділяють два напрями впливу мультфільмів на формування особистості: оптимістичний або позитивний та песимістичний або негативний. З точки зору оптимістичної концепції, мультфільми формують у дітей первинні уявлення про зло і добро, еталони гарної та поганої поведінки. «Правильні» мультфільми можуть виконувати різноманітні функції, такі як:

1. Зараження – цей процес полягає у передачі емоційного стану від одного індивіда до іншого. У випадку з мультфільмами, діти можуть занурюватися в емоційний світ персонажів та переймати їхні емоції.
2. Навіювання – цей механізм впливу полягає в створенні певних станів та уявлень за допомогою вербальних або невербальних засобів. Мультфільми не лише насичують дитину емоціями, але й формують її сприйняття світу та стереотипну поведінку.
3. Наслідування – це форма поведінки, коли людина наслідує дії інших осіб. Мультфільми можуть стати зразком для дітей, які починають копіювати поведінку героїв [21, с. 58-60].

Важливо розуміти, що вплив мультфільмів може бути як позитивним, так і негативним, залежно від контенту та якості фільму. Оптимальною стратегією є обирання якісних мультфільмів, які відповідають віковим потребам та цінностям дитини, а також активна спільна обговорення переглянутих фільмів з батьками чи вихователями.

Дуже часто спостерігається, як діти наслідують поведінку та вчинки героїв мультфільмів, вважаючи їх абсолютно правильними. Це може мати як позитивний, так і негативний вплив на їхнє формування та розвиток.

Позитивний вплив мультфільмів може включати:

- розвиток пам'яті і мислення: діти вчаться аналізувати зміст мультфільмів, порівнювати ситуації, узагальнювати і встановлювати причинно-наслідкові зв'язки;
- розвиток мови: слухаючи мову персонажів мультфільмів, діти поповнюють свій словниковий запас і можуть вражати батьків новими словами та висловлюваннями;
- навчання: мультфільми можуть бути корисним засобом для навчання дітей читати, рахувати, вивчати кольори, геометричні фігури та інші енциклопедичні знання;
- розвиток уяви та творчих здібностей: мультфільми стимулюють фантазію дітей і можуть стати джерелом для їхньої творчості;
- виховання: персонажі мультфільмів демонструють дітям різні можливості взаємодії зі світом, вчать співпереживанню, уявленню про зло та добро, справляння зі страхами та труднощами [57].

Однак необхідно розуміти, що існує й негативна сторона впливу мультфільмів. Сучасна інформаційна мережа може демонструвати негативний вплив західної культури на вітчизняну. Тому важливо відбирати якісні мультфільми, які відповідають віковим потребам та цінностям дітей, і активно обговорювати їх з батьками чи вихователями, надаючи дітям можливість розуміти та аналізувати те, що вони бачать.

Наголошується на негативному впливі мультфільмів на психічні процеси, стани та здатності дітей. Ось деякі з цих негативних наслідків:

1. увага – після перегляду мультфільмів діти можуть мати труднощі з концентрацією уваги протягом певного часу;
2. сприйняття: зображення на екрані телевізора не сприяє формуванню кольорового та просторового зору;

3. психомоторика – тривале сидіння перед екраном телевізора може призвести до стану неприродного збудження дитини, як компенсацію недостатку руху;
4. уявлення – сприймання готових образів на екрані може знизити рівень творчості та індивідуальності у внутрішніх образах дитини;
5. мова та мовлення – постійний перегляд мультфільмів може вплинути на стиль мовлення дітей, змінюючи його на менш чіткий та зрозумілий;
6. пам'ять – яскраві емоційні образи з екрану можуть витіснити іншу словесну інформацію з пам'яті дитини;
7. фантазія, уява та творчі здібності – перешкоди на шляху розвитку творчої особистості можуть виникати через спрощення та поверховість інформації в мультфільмах;
8. емоційна сфера – перегляд сцен насильства може викликати нервові зриви та підвищену чутливість до несправедливості у дітей [21, с. 59-60].

Розуміння цих негативних наслідків може допомогти батькам та вихователям вибирати якісний та відповідний контент для дітей та встановлювати розумні обмеження на час перегляду мультфільмів.

Мультфільми відіграють значну роль у формуванні особистості дитини через різноманітні психологічні механізми. Науковці визначають кілька функцій психологічного впливу мультфільмів на дитину.

Мультфільми сприяють пристосуванню та включенню дитини в суспільство, допомагаючи їй адаптуватися до змін в економічному та культурному житті. Також вони виконують рекреаційну функцію, надаючи можливість розвитку особистості в практичній діяльності під час вільного часу. Однак їхня основна функція – виховна. Мультфільми служать катализатором пошуку нових відносин між особистістю та групами, а також сприяють формуванню якісніших способів життя [50].

Аналізуючи вплив мультфільмів на дитину, Д. Гордієнко наголошує на позитивних та негативних аспектах цього впливу. Мультфільми, завдяки своїй яскравості та образності, стають улюбленими дітьми ще з раннього дитинства. Вони надають можливість дітям уявляти картини світу та формувати свою особистість, переймаючи якості персонажів. Особливу увагу слід приділити впливу мультфільмів на уявлення дітей про гендерні ролі. Образи героїнь мультфільмів формують у дівчат та хлопців різні ідеали жіночої поведінки, що може призвести до перенесення стереотипів та негативних уявлень про гендер [21].

Далі, мультфільми можуть наділяти деяких героїв цинічною поведінкою та неповагою до сім'ї, що дитина може сприймати як норму чи взірець. Ці негативні аспекти вбираються в дитячу свідомість через позитивних героїв, яких діти намагаються наслідувати.

Отже, враховуючи різноманітні психологічні механізми та функції психологічного впливу мультфільмів на дитину, важливо збалансувати їх використання, надаючи перевагу якісним та виховним аспектам цього виду розваги.

Висновок до Розділу 2

Стилістика символізації у сучасних мультфільмах є ключовим елементом, який не тільки збагачує візуальний досвід глядачів, але й глибоко впливає на інтерпретацію та сприйняття контенту. Символізм у мультиплікації дозволяє творцям передавати складні ідеї та емоції через зорові образи, кольори, форми та рух, роблячи повідомлення фільму доступнішим та впізнаваним для аудиторії різного віку.

Один з найважливіших аспектів символізації у мультиплікації – це використання кольору. Колір може відігравати ключову роль у формуванні емоційного тону сцени або персонажа. Наприклад, холодні кольори часто асоціюються з відчуженістю, самотністю або смутком, тоді як теплі кольори

можуть викликати відчуття радості, енергії та тепла. Цей метод особливо ефективний у мультиплікаційних фільмах, де візуальне сприйняття є основним засобом передачі сюжету.

Форми та силуети також мають значення у символічному вираженні. Гострі, кутасті форми можуть бути використані для демонстрації конфлікту, небезпеки або зла, у той час як м'які, круглі форми сприймаються як безпечні та доброзичливі. Це дозволяє аніматорам викликати певні асоціації та емоційні реакції у глядачів, навіть перш ніж персонажі вимовлять жодного слова.

Метафора є ще одним важливим інструментом у символізації мультфільмів. Метафоричне зображення допомагає втілювати абстрактні поняття у конкретні образи, що робить мультиплікацію не тільки розважальною, але й освітньою. Наприклад, боротьба персонажа з внутрішнім драконом може символізувати його внутрішні конфлікти або страхи.

Анімація також дозволяє інтегрувати символізм через рух. Швидкість, ритм, амплітуда рухів персонажів можуть передавати їхній настрій, характер або емоційний стан. Динамічні, швидкі рухи часто асоціюються з енергією та агресією, тоді як повільні, плавні – з спокоєм, розмірковуванням або сумом.

Завершуючи, стилістика символізації в сучасних мультфільмах відіграє критично важливу роль у передачі повідомлень, вихованні естетичного смаку та культурного розуміння аудиторії. Синкретизм жанрів і технік дозволяє творцям мультфільмів ефективно взаємодіяти з глядачами, залучаючи їх до глибшого розуміння тем і образів, які можуть бути інтерпретовані на багатьох рівнях.

РОЗДІЛ 3. ПСИХОЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ АНАЛІЗУ МУЛЬТИПЛІКАЦІЙНИХ ФІЛЬМІВ

3.1. Специфіка сприйняття мультиплікації дитячою аудиторією: результати опитування

Сьогодні ніхто не сумнівається в тому, що засоби масової інформації майстерно використовуються для маніпулювання людською свідомістю, особливо коли правильно підібрана потенційна аудиторія, звернена увага на її сприйняття нею інформації та ін. На нашу думку, найбільш ефективним засобом такого маніпулювання є телебачення і підтвердженням цьому є події чисельні дослідження аналітичних центрів, напр., Інституту масової інформації, ГО «Детектор медіа» та ін.

Окремі дослідження стосуються дитячої аудиторії та її схильності до впливу засобами сучасних технологій/ Саме маленькі телеглядачі є надзвичайно уразливими перед впливом продуктів засобів масової інформації [22]. На відміну від дорослих, діти часто сприймають інформацію за прописну істину і не усвідомлюють, який вплив надає на них перегляд сумнівних програм і телепередач. До того ж дитині складно відсіяти непотрібну інформацію, в неї ще не розвинені навички критичного мислення, немає досвіду володіння медійною грамотністю [50, с. 85].

Із-поміж усіх медіатехнологій найпопулярнішими серед дошкільників, безумовно, залишаються мультиплікаційні фільми. Мультфільми, з одного боку, дають батькам змогу відволікти чимось дитину на певний час, а з іншого – виконують неабияку виховну, пізнавальну й розвивальну функції. Як відомо, мультфільми за рахунок своєї барвистості, яскравості, візуальної та звукової привабливості дуже подобаються дітям. При перегляді мультиплікаційного твору у дитини формуються первинні поняття про те, що добре, а що погано [31].

Сюжети мультфільмів стандартні ситуації, в які потрапляють діти у повсякденному житті, в процесі спілкування з іншими членами суспільства. Фахівці виокремлюють кілька принципів дії механізму формування в дітей соціальних установок і цінностей під впливом мультиплікаційних фільмів, зокрема: інформування підвищення обізнаності дітей про довкілля, формування первинних уявлень про добро і зло, мовні еталони, еталони хорошої і поганої поведінки; ідентифікація засвоєння соціальних установок та мовних еталонів шляхом зіставлення себе з персонажами мультфільмів; імітація – копіювання поведінки, наслідування героїв мультфільмів [22].

Більшість медіалінгвістів не рекомендують проглядати телевізор дітям до двох або навіть трьох років [5; 38]. Спочатку діти звертають не так багато уваги на працюючий телевізор. Монотонні звуки заколисують їх; іноді вони реагують на знайому заставку. У віці від шести до вісімнадцяти місяців дитячу увагу притягають рухомі різнокольорові картинки, що з'являються та рухаються на екрані телевізора. Дітям від півтора до трьох років важко висловити емоції, що переповнюють їх при перегляді мультфільмів. Тому потрібно давати їм необхідні пояснення, наприклад: *«Це ведмедик. Ми бачили такого в зоопарку, пам'ятаєш?»* [38].

Усе, що дивляться наші діти на екрані телевізора, несе елемент виховання та формування особистості. Мультфільми є потужним світоглядотворчим засобом впливу, оскільки саме через них, нарівні з вихованням, дитиною засвоюються стереотипи поведінки в соціальних взаєминах, основні поняття про добро і зло, що потім має вирішальний вплив на все подальше життя дорослої особистості.

Особистість дитини формується з перших днів її життя, однак найшвидше цей процес проходить, як стверджують фахівці, у віці від 3 до 7 років [5, с. 216]. Тому подальший розвиток дитини буде загалом залежати від того, яка основа була закладена саме в ці роки. Діти цього віку приміряють на себе різні ролі – казкового принца, попелюшки, злого вовка або людини-павука. А критичного мислення щодо сприйняття цих образів у них немає (про

закономірності сприймання символів та образів у мультфільмах ми розглядали у розділі 2).

Для об'єктивації даних у дослідженні нам був проведений соціологічний аналіз. Так, в опитуванні взяли участь 150 дітей віком від 3 до 12 років (Додаток А). Результати дослідження свідчать про зацікавленість дітьми мультиплікацією як формою відпочинку та явищем, що прямо впливає на розвиток дітей. Такі дані допомогли нам оцінити рівень впливу мультфільмів на дитячу психіку та визначити ступінь маніпуляції мультиплікації на дітей.

Серед опитаних було визначено, що більша частина дітей легко розуміє діалоги у мультфільмах (рис. 3.1)

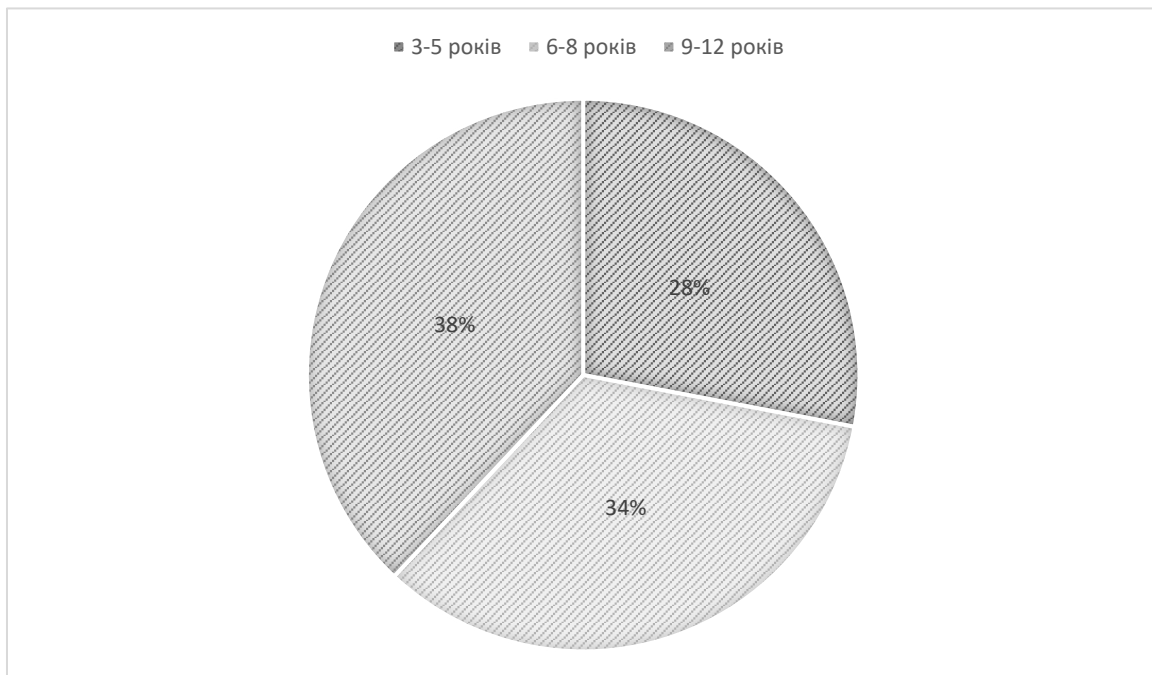


Рис. 3.1. Результат опитування «Чи легко тобі зрозуміти, про що говорять персонажі у твоєму улюбленому мультфільмі?»

Результати опитування щодо розуміння діалогів у мультфільмах показують, що мультиплікація має значний вплив на розвиток мовленнєвих навичок дітей. Аналіз відповідей респондентів вікових груп 3-5, 6-8 та 9-12 років виявив, що з віком діти краще розуміють мову мультфільмів, що свідчить про їхнє зростаюче мовленнєве та когнітивне розвиток.

Зокрема, у молодшій віковій групі (3-5 років) 70% дітей заявили, що вони легко розуміють діалоги, що вказує на те, що мультфільми цієї категорії зазвичай адаптовані до рівня розуміння молодших дітей, використовуючи прості слова та чіткі фрази. Це сприяє освоєнню базової лексики та розвитку мовленнєвих навичок у молодшому віці.

У віковій групі 6-8 років, де 85% дітей стверджують, що вони легко розуміють діалоги, мультфільми починають включати більш складні мовні конструкції та вирази, що відображає їхнє збільшене мовне розуміння. Це сприяє подальшому розвитку лексичних навичок, граматичного розуміння та здатності слідкувати за складнішими сюжетами.

Старша вікова група (9-12 років) показала найвищий рівень розуміння діалогів, досягаючи 95%. Це свідчить про те, що до цього віку діти мають вже добре розвинені мовленнєві здібності, що дозволяє їм легко сприймати складні мовні структури та сюжетні повороти, що часто зустрічаються у мультфільмах для старших дітей. Такий рівень розуміння сприяє не тільки мовленнєвому розвитку, але й поглибленому когнітивному аналізу та критичному мисленню.

Ці результати демонструють, що мультиплікація є потужним засобом мовленнєвого та когнітивного розвитку дітей, що допомагає формувати їхні мовленнєві навички від простого до складного рівня.

У межах аналізу впливу мультиплікації на розвиток дитини мовними засобами було опитано дітей щодо пріоритетного елемента в мультиплікації (рис. 3.2)

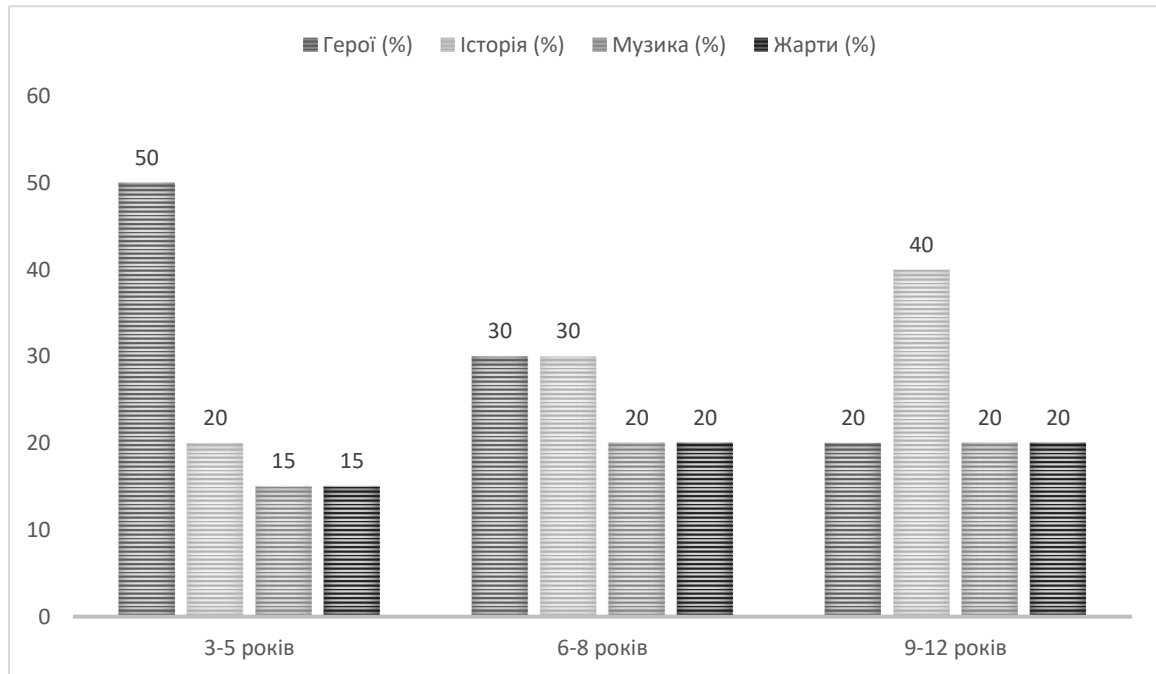


Рис. 3.2. Результат уподобань у мультфільмах за категоріями

Результати опитування демонструють, як різні аспекти мультиплікаційних фільмів впливають на дітей різного віку та їхній мовленнєвий та когнітивний розвиток. З результатів видно, що молодші діти (3-5 років) більше привернуті до героїв мультфільмів. Це вказує на те, що вони відчують сильну емоційну прихильність та ідентифікацію з персонажами, яка сприяє розвитку емпатії та базових соціальних навичок. Герої мультфільмів часто використовують просту мову та повторювані фрази, що допомагає дітям краще розуміти та запам'ятовувати нові слова.

У віковій категорії 6-8 років діти починають більше цікавитись сюжетом та історією, що свідчить про їхню зростаючу здатність до логічного мислення та розуміння послідовностей подій. Розвиток мовленнєвих навичок у цьому віці також підкріплюється складнішими діалогами та розгорнутими наративами, що сприяє поліпшенню граматичних знань та розширенню словникового запасу.

Старші діти (9-12 років) показують збільшену увагу до історії та жартів, що вимагає від них глибшого розуміння мови і здатності сприймати більш складні мовні жарти та гумор. Це сприяє розвитку вищих когнітивних функцій, таких як критичне мислення та абстрактне розуміння. Музика залишається стабільним інтересом у всіх вікових групах, підкреслюючи її роль у формуванні аудіативних навичок та відчуття ритму.

Ці результати підкреслюють значення мультиплікації у мовному та емоційному розвитку дітей, демонструючи, як візуальні та аудіальні елементи фільмів взаємодіють з розвиваючими потребами дітей на різних етапах їхнього зростання.

Наявність іграшок, одягу або інших предметів із зображенням персонажів улюблених мультфільмів у дітей відіграє значну роль у їхньому соціальному та мовному розвитку. Це також свідчить про глибокий вплив мультфільмів на формування дитячих переконань та поведінки. Діти, які мають іграшки чи одяг з улюбленими персонажами, зазвичай демонструють сильну емоційну прив'язаність до цих персонажів. Вони вважають їх не просто героями на екрані, а реальними фігурами, з якими можна ідентифікувати себе, імітувати їхні вчинки, повторювати фрази та навіть навчатися новим речам.

Емоційна взаємодія з персонажами через мерчендайзинг також спонукає дітей до рольових ігор, які є фундаментальними для соціального розвитку. Вони не тільки навчаються спілкуватися та вирішувати конфлікти, але й розвивають емпатію та уяву. Подібні ігри сприяють засвоєнню мовних структур та обговоренню моральних питань, що розгортаються у мультфільмах.

Водночас, мерчендайзинг відіграє важливу роль у маркетинговій стратегії, впливаючи на вибір та переваги дитини, що іноді може призвести до комерціалізації дитинства. Однак, найбільш позитивний аспект мерчендайзингу полягає в його здатності підтримувати інтерес дитини до певних ідей та концепцій, виявлених у мультфільмах, що може стимулювати освітній процес (рис. 3.3).

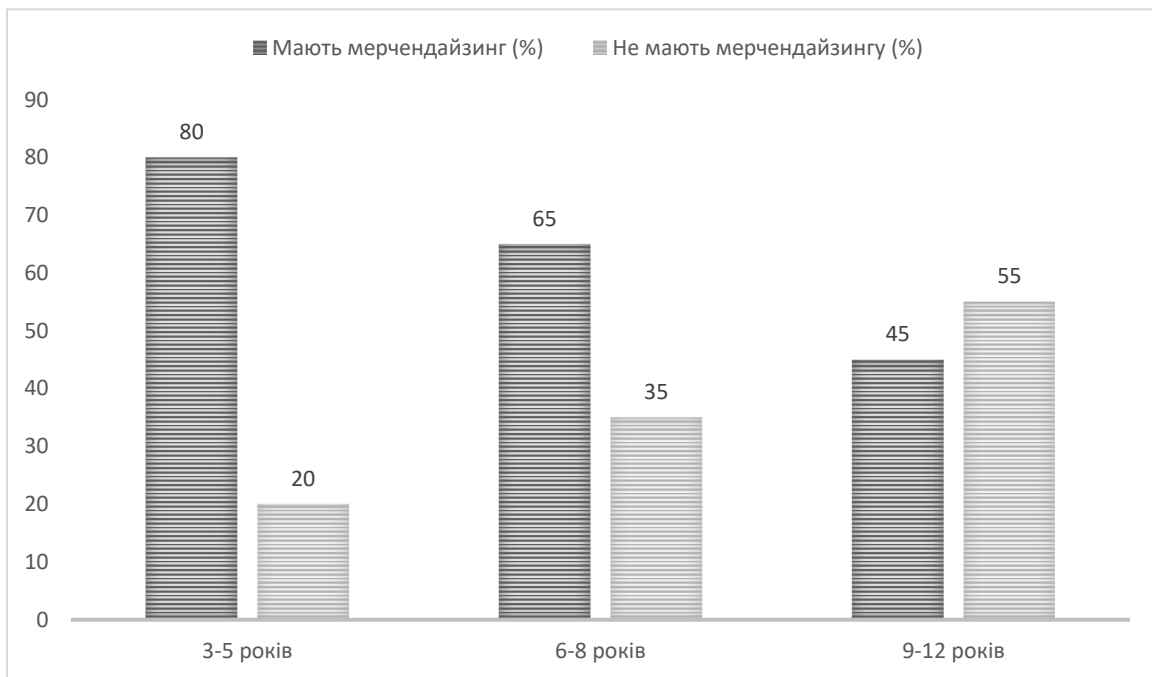


Рис. 3.3. Результати опитування «Чи маєш ти іграшки, одяг або інші речі спільні з персонажами твого улюбленого мультфільму?»

З результатів видно, що молодша вікова група (3-5 років) має найвищий відсоток дітей, які володіють мерчендайзингом своїх улюблених мультфільмів (80%). Це вказує на те, що мультиплікаційні персонажі мають велике значення для цієї вікової групи, оскільки вони часто служать як об'єкти для наслідування та емоційної взаємодії. Мерчендайзинг стимулює дітей до рольової гри, де вони імітують мову і поведінку своїх героїв, що сприяє розвитку мовленнєвих навичок та соціалізації.

У віковій категорії 6-8 років відсоток дітей, що володіють мерчендайзингом, знижується до 65%. У цьому віці діти все ще активно використовують персонажів мультфільмів для рольових ігор, але вже більше уваги приділяють розвитку власної ідентичності та інтересів, що може зменшувати їхню залежність від зовнішніх атрибутів.

Старші діти (9-12 років) володіють мерчендайзингом значно рідше (45%), що свідчить про зміну інтересів з віком. У цей період діти вже розвивають критичне мислення та більш складні мовні здібності, що дозволяє їм

аналізувати і критикувати контент, що споживають, і вони менше залежать від символічної прив'язки до персонажів.

Ці дані підкреслюють важливість мерчендайзингу мультфільмів як інструменту взаємодії з культурним контентом і як засобу розвитку мовленнєвих та соціальних навичок у дітей, зокрема через імітацію та рольові ігри. Це також вказує на те, що мультиплікація має різний вплив на дітей залежно від їх віку, що має враховуватися при створенні освітніх та розважальних програм для дитячої аудиторії.

3.2. Позитивний та деструктивний психологічний вплив мультфільмів на дітей

Проведені нами дослідження показали, що дітям подобаються анімаційні та мультиплікаційні фільми не лише зарубіжного, а й українського виробництва. Тут варто згадати мультфільм «Говоримо українською», який, на наш погляд, є «перлиною» сучасної розвивальної мультиплікації. Але дуже прикро, що за результатами опитування він менш популярний, ніж західні мультфільми. Як відомо, згідно з концепцією Нової української школи (2016 р.), компетентнісний підхід передбачає реалізацію десяти ключових компетентностей і наскрізних умінь. Із-поміж зазначених компетентностей виділимо «спілкування державною мовою (і рідною у разі відмінності), що передбачає вміння усно і письмово висловлюватися й тлумачити поняття, думки, почуття, факти та погляди через слухання, говоріння, читання, письмо, застосування мультимедійних засобів» [18].

Результати ґрунтовного аналізу теоретичних і практичних доробок науковців і практиків дають підстави стверджувати, що сучасне мультимедійне забезпечення освітнього процесу в навчальних закладах – недосконале. Пропонуємо авторську технологію застосування відеосюжетів із мультфільмів як засіб навчання мови й розвитку зв'язного мовлення школярів, для якої розроблено систему тематичного планування.

Коротко схарактеризуємо концептуальні підходи до реалізації технології та певні рекомендації щодо її втілення. Найсприятливіша технологія роботи з мультфільмами передбачає формування у дітей таких умінь:

- організовано й усвідомлено сприймати інформацію;
- спостерігати, класифікувати, обирати;
- аналізувати й резюмувати отриману інформацію;
- усно висловлювати думки щодо побаченого [17].

Це зумовлено певними причинами. По-перше, тому що екранні засоби для сучасної дитини є звичайними й улюбленими, зустріч із ними приносить їй радість. По-друге, використання відео в навчанні мови та розвитку мовлення допомагає й дорослому розкривати свої творчі здібності. По-третє, використання екранних засобів дає змогу дорослому розширити варіативність ситуацій у межах відпрацьованої лексико-граматичної теми, привносячи щоразу щось нове, що викликає інтерес у дитини і дає імпульс для вербального висловлювання. А отже, дає змогу повніше здійснювати комунікативну спрямованість процесу навчання мови й розвитку мовлення [7].

Розвиток мовлення неможливий без опори на принцип наочності. Наочність є засобом навчання, що забезпечує оптимальне засвоєння освітнього матеріалу, виявляється ефективним прийомом розвитку пам'яті, утворює основу розвитку творчої уяви та мислення і є джерелом набуття знань. Мовна наочність охоплює мовленнєву діяльність дорослого й дитини.

Анімаційний проєкт «Говоримо українською» – серія коротких мультфільмів, покликаних допомогти дітям навчитися говорити українською мовою без помилок. Батькам мультфільм теж буде цікавий, і стимулюватиме їх говорити українською.

Мультфільм «Говоримо українською» складається з 24 серій, в яких у легкій ігровій формі дають поради про норми сучасної української мови. У трихвилинних серіях згадують лексичні, граматичні і орфографічні правила. Про правила мови розповідають геометричні персонажі: Трикутя,

Квадрик і Кружко. Вони потрапляють у смішні ситуації, до яких можуть призвести поширені мовні помилки.

Мультфільм розробили на основі експрес-уроків О. Авраменка.

Оскільки книга «100 експрес-уроків української мови» призначена для дорослих, то такі уроки адаптували для дітей. Поради для мультфільму розробляв О. Авраменко. За його словами, ідей для анімованих порад ще багато, тому серій у мультфільму буде більше, ніж уже знято. З наведених у книзі варіантів обрали типову для молодших школярів лексику, зрозумілі та цікаві ситуації, які можна побудувати довкола мовних помилок. Для того, щоб діти не сприйняли це як черговий урок, мовні правила у мультфільмі представлені не на першому, а на другому плані [1].

Проект базується саме на сучасній українській мові, якою послуговуються у побуті, а не лише в казках чи традиційній шкільній літературі. В анімації пояснюють, як вірно говорити під час заправки авто на заправці – *пальне* чи *паливо* (правильно – «*пальне*»), як правильно і у яких випадках говорити: «*на протягу*» та «*на протязі*», «*вдача*» та «*удача*». Герої мультфільмів потрапляють в різні халепи, а виходити з них їм допомагає знання української мови. Такий прийом, на нашу думку, сприяє кращому розумінню дітьми того, як вірно говорити, і що говорити без помилок.

Як діти, так і дорослі, часто не знають українських відповідників фразеологізмам, які ми звикли чути тільки російською мовою. Це зумовлено тривалим впливом на нашу мову російського контексту. Українці не знають своїх фразеологізмів або погано їх пам'ятають. Наприклад, «*на вкус и цвет товарищей нет*» українською звучить як «*на колір та смак товариш не всяк*», а «*первый блин комом*» – «*перший млинець нанівець*» [1]. Як книги, так і мультфільми, допомогатимуть усім ставати красномовнішими.

Мультфільм «Говоримо українською» рекомендований для перегляду в школах Міністерством освіти і науки України [19].

На нашу думку, проєкт «Говоримо українською» присвячений не тільки правильній українській мові, а й національним символам і факторам, які

ідентифікують нас як українців, а саме цей фактор – самоідентифікації сьогодні є над важливим для кожної дитини й нашої нації сьогодні.

В останні роки чималу популярність серед аудиторії віком 7-13 років здобув мультсеріал *«Пригоди Котигорошка та його друзів»*. Шлях Котигорошка в анімацію розпочався 1970 року, коли на студії «Київнаукфільм» було створено однойменний мультиплікаційний фільм (режисер – Борис Храневич). За двадцять років на екрани вийшов мультфільм *«Покатигорошек»* (кіностудія «Беларусьфільм», режисер – Євген Ларченко), знятий за мотивами білоруської казки. 2008 року студія «Україмафільм» репрезентувала фільм *«Чарівний горох»* (режисер – Ярослава Руденко-Шведова), а 2013-го випустила серіал *«Пригоди Котигорошка та його друзів»* (режисер – Я. Руденко-Шведова, прем'єрний показ відбувся 24 серпня 2014 року). Нині в ньому 4 серії, загалом же заплановано 13 [2].

Усі мультиплікаційні фільми, за винятком серіалу, переповідають більш чи менш трансформовано першу частину народного сюжету про Котигорошка (до зустрічі з дідком). А *«Пригоди Котигорошка та його друзів»* – своєрідний художній розвиток цього сюжету: Котигорошко з Вернидубом, Крутивусом і Вернигорою діють в інших казкових обставинах, рятуючи Солом'яного Бичка (серія 1), борючись із Лісовиком (серія 2), чарами чортівки Пеклі (серія 3) та її батька, головного чорта Хмирі (серія 4). Є ще один образ, що об'єднує серії, – відомий із *«Чарівного гороху»* балакучий Одуд, який усіляко допомагає в боротьбі проти зла й несправедливості. Задумкою творців серіалу й було показати те, «що розум сильніше магії. Установка «якості вище фантастичних» людські готує дитину до дорослого життя і показує, що людина з кмітливістю в змозі впоратися з будь-яким завданням.

На наш погляд, цей мультфільм можна характеризувати особливо низьким рівнем мовленнєвої культури. Він містять грубі, жаргонні слова, неприпустимі для слуху дитини. Наприклад: *«Ну що Бовдури? Сидте? Невдахи!»* – Лісовик. Серія 2, *«Ну бувай, Сморчок.»* – Вернидуб. Серія 2. Діти, як не прикро, використовують цю лексику, вважаючи її справжньою, живою,

«прикольною». Саме вона може стати для них ґрунтом акультурення мовлення у подальшому.

Важливою особливістю використання пейоративної лексики є можливість негативно «оцінювати» співрозмовника, перетворюючи процес спілкування на конфліктну взаємодію, якою наповнена кожна серія мультфільму. У процесі використання лексем з емотивно-оцінною конотацією своє місце посідає й інвективна лексика, яка є мовою лайок, лихослів'я та образ [30]. Наприклад, вживання лексеми «дурні» в 2 серії: *«От же дурні! Лісовика в лісі зловити хочуть! -Три сосни для дурнів коло! З лісу не вийдете більше ніколи!»* – Лісовик, *«Круглі дурні!»* – сова Лісовика, *«От дурники!»* – Лісовик. Це вербальні замітники тактики фізичного насильства, що викликають образу, зачіпають самолюбство, гідність і честь. Ненормативна лексика привертає увагу дитячої аудиторії, робить мовлення негативно емоційним.

Таку саму різко негативну психоемоційну ситуацію трансформують вульгарні вигуківі одиниці: *«Ууу кляті дітлахи!»* – Лісовик. 2 серія, *«Йомайо!»* – чортеня Куцик. 3 серія, *«Щоб вас підняло та геннуло!»* – Лісовик. 2 серія, *«Щоб навкруги повиздыхало все!»* – чорт Хмиря, 3 серія.

Цікавою в мультфільмі є номінація яка відіграє важливу роль у дериваційних процесах сучасної української мови мультиплікації. Семантика словникового складу мовної системи дітей постійно розширюється, а сам лексикон поповнюється новими одиницями і дуже важливо, щоб ці одиниці були доречними. Так ми зустрічаємо такі номінації: чорт Хмиря, дочка чорта Пекля, які є співзвучними з словами рос. «хмырь», та укр. «пекло».

Котигорошко – праобраз українського героя, переможця над злом. Його риси характеру цінні для дітей і сьогодні: стійкість, кмітливість, вірність, сімейні цінності. Головний герой вчить пробачати, попри всі незгоди. Мультфільм тим і цікавий, що він спонукає дітей до пошуку додаткової інформації, аналогій в історії і причіпляє дітям любов до вивчення історії та народної міфології. Але проблему мультфільму знаходимо в тому, що діти, ідентифікуючи себе з цими героями, наслідуючи їх, поступово засвоюють

агресивні моделі спілкування, приймаючи їх як норму. Тому, на нашу думку, цей мультфільм може мати небезпечний саме психолінгвістичний вплив на дітей, тому його варто дивитись з дорослими.

3.3. Пейоративність як психолінгвістична проблема в сучасній мультиплікації

Як відомо, в останнє десятиліття минулого століття українська індустрія мультфільмів переживала важкі часи. В ці роки відбулись кардинальні зміни і в світовій кіноіндустрії, причому назвати ці зміни позитивними неможна. В цей період розвиваючі мультфільми для дітей практично не виготовлялись, тому мультфільми українською мовою були практично витіснені з екранів імпортованими продуктами, як правило, американського і японського виробництва.

Однак, ці анімаційні фільми не розраховані на менталітет українських дітей, вони є продуктами чужої культури і підсвідомо нав'язують дітям цінності, нетипові для української культури. Напр., зарубіжні багатосерійні аніме не враховують культурні, мовні та національні особливості українців, тому, на нашу думку, дивитися їх протягом тривалого часу не рекомендується.

Мова анімації подекуди буває буденною, життєвою, розповідною; буває повчальною, навчальною, а частіше – складною метафоричною, коли показано одне, а мається на увазі зовсім інше. Кожен мультфільм несе в собі інформацію, що міститься: 1) в зоровому образі персонажів або героїв мультфільму; 2) у вчинках героїв [22].

Інформація може нести емоційний характер і мати раціональний і пізнавальний елемент.

Таким чином, володіючи всіма привілеями ігрового кіно, анімація надає більше можливостей для вираження порівнянь, антитез, метафор.

Саме тому такі звичні для казки образи, як образ-символ і образ-метафора можуть бути найбільш повно реалізовані в мультиплікації, де «і

мультиплікаційного героя, і його поведінку, і середовище, в якому він діє, як би знову створює художник, фантазія якого не пов'язана з реальним матеріалом» [32], де «художник може так, як йому потрібно, узагальнювати художній тип і середовище, яке з ним взаємодіє» [32], може висловити матеріал у метафоричній, алегоричній, фантастичній формі.

Розмовне мовлення в сучасному анімаційному кіномистецтві є найбагатшим джерелом сленгів, неологізмів, фразеологізмів, ідіом.

Проблемі визначення та вживання сленгу присвячена велика кількість робіт як у вітчизняній, так і зарубіжній лінгвістиці. Вивченню сленгу присвячені наукові дослідження таких видатних лінгвістів, як А. Бо, Г. Бредлі, О. Джесперсена, Дж. Гринок і К. Киттриджа, Г. Менкена, Дж. Маррей, У. Лабова, Л. Соудек, М. Ленерта, Дж. Лайтера, А. Швейцера та ін. Окремі дослідження стосуються субкультурної комунікації – Б. Ажнюка, Л. Ставицької, О. Стишова, О. Тараненка та ін.

Зазначимо, що пейоративами називають лексеми з конотативним аспектом «негативної емотивної семи», за допомогою якої виражається ставлення мовця до адресата [10].

Характеризуючи пейоративну лексику, варто відзначити, що вона належить до лексичного шару з вузьким стилістичним призначенням, формуючи виразний та емоційно забарвлений пласт мови. Часто пейоративи знаходять своє застосування в художньому стилі, де вони служать для вираження негативних почуттів, оцінок чи емоцій. Зі стилістичного погляду важливо враховувати класифікацію оцінного компонента, розрізняючи пейоративну (негативну), нейтральну (нульову) та меліоративну (позитивну) лексику.

Лексика негативного спрямування часто переважає над позитивною, оскільки людська увага, на психологічному рівні, звертається переважно до негативних якостей. Тому загальнонегативна оцінка ситуацій або предметів є більш поширеною, ніж загальнопозитивна.

Поняття пейорації в лінгвістичному дискурсі є предметом неоднозначного трактування. Філософські аспекти пейорації розглядали такі вчені, як В. Гумбольдт, У. Джеймс, О. Потебня, вказуючи на глибинний зв'язок з морально-етичними питаннями. Соціально-суспільні та емоційні аспекти пейорації досліджувались Е. Ізардом, Е. Ільїном, Е. Хомською та іншими, що відобразило різноманіття підходів до розуміння цього явища.

У лінгвістиці існують три основні підходи до трактування пейорації. Перший, представники якого – В. Карасик, Л. Сафонова, зосереджується на оцінному аспекті, розглядаючи пейоративність через призму відношення комуніканта до об'єкта денотації. Другий підхід, що представлений Р. Конрадом, А. Мюллером, ставить у відношення пейоративність із формальним зниженням цінності об'єкта денотації. Третій підхід, представлений О. Ахмановою, В. Девкіним, Н. Савінкіною, синтезує думки попередніх груп дослідників, розрізняючи сигнікативний та конотативний підходи до аналізу пейоративної лексики.

Конотативний підхід покладає акцент на експресивну функцію пейоративів, визначаючи їх універсальність, тоді як сигнікативний підхід більше відображає оцінний аспект, вказуючи на негативне ставлення мовця до адресата.

За визначенням Є. Карпенка, пейоративність — це потужне мовне явище, що зводиться до зниженої якісної характеристики значення слова через критичне ставлення мовця до певного предмета. Ця концепція базується на сучасному аналізі семантико-синтаксичної структури та стилістичного використання цього шару маркованої лексики [30].

Загалом, пейорацію можна визначити як категорію негативності. Пейоративними вважаються лексичні одиниці, що виражають негативне ставлення мовця до об'єкта навколишнього світу. Це може бути як розмовно-просторічна, так і жаргонна лексика. Пейоративна лексика змінює забарвлення мовлення й додає різноманітні почуття, такі як гнів, розчарування, сарказм, іронія, глузування, обурення. Розгляд цього шару лексики вимагає

неупередженості та об'єктивності, оскільки відсутній єдиний підхід до опису семантичного поля в лінгвістиці.

Семантичне поле є важливою структурно-системною одиницею мови, яка характеризується наявністю в ньому віддалених периферій, зафіксованих фонетичними або графічними засобами. Пейоративна лексика відзначається складною структурою на поняттєвому рівні та наявністю контекстуальної й конотативної семантики.

У семантичному аспекті пейоративів важливе значення має конотація, що дозволяє мовцю виразити своє негативне ставлення до адресата. Тому наявність у структурі пейоративних лексем негативної емотивно-оцінної семантики створює передумови для виділення лексико-семантичного поля пейоративів як ключової домінанти в їхній семантичній структурі.

Важливою особливістю використання пейоративної лексики є можливість негативно «оцінювати» співрозмовника, перетворюючи процес спілкування на конфліктну взаємодію. У процесі використання лексем з емотивно-оцінною конотацією своє місце посідає й інвективна лексика, яка є мовою лайок, лихослів'я та образ [40]. Це вербальні заміники тактики фізичного насильства, що викликають образу, зачіпають самолюбство, гідність і честь. Ненормативна лексика привертає увагу дитячої аудиторії, робить мовлення негативно емоційним.

Аналіз мовлення популярної мультиплікаційної стрічки *Shrek* довів, що найбільш частотним у мовленні персонажів є використання сленгу. Наприклад:

1. У реченні: *Новини погані: Тільки не заводься!* – віслюк попереджує Шрека. Номінативна одиниця *заводься* набуває значення «випускати пар, виходити з себе».

2. Слово *драпонує* в ситуації «*Вайон драпонує?*» має значення – «тікати».

3. Вислів *chew the fat* у контексті фрази: *Мій милий, я люблю просто з тобою і погамушити* – означає «базікати», Фіона шепоче своєму коханому Шреку.

Слід зазначити, що крім низької культури мовлення, мультсеріал »Шрек«, на нашу думку, може підштовхувати дітей до садизму і збочення. Наприклад, заради розваги головна героїня, вбиває тварин, висміюється традиційна сім'я.

Досліджуючи мовлення у мультфільмі «Мадагаскар», ми виявили, що найбільш частим є вживання сленгу та його компонентів (сленгових слів, виразів, неологізмів, колоквіалізмів та ін.), які допомагають персонажам імітувати мовлення американців. Так, вираз «Класна шапка, жевжуку» у даному контексті має значення – «задавака».

Номінативна одиниця *облом* – у значенні – «невдача», вживається у реченні «*Це облом, чуваче*».

Лексема *гайки* набуває значення – біда у контексті «Нам всім гайки».

Вираз «*Лясим-трясим!*» – позначає «чорт забирай!» .

Сценарист зображує пінгвінів найрозумнішими істотами. У мовленні самого молодшого з них спостерігаємо вживання великої кількості неологізмів:

У фразі «*До зустрічі ніколи*» вислів має значення «скобзайся звідси», «відвали» [33].

На наш погляд, сучасні зарубіжні мультфільми характеризуються особливо низьким рівнем мовленнєвої культури. Вони містять грубі, жаргонні слова, неприпустимі для слуху дитини. Наприклад: шмаркач, тупий, гальмо, бовдур, дебіл, кретин тощо. Крім того, різні герої багатьох сучасних зарубіжних мультфільмів говорять однаковими голосами, однаково сміються, видають однакові звуки. Діти, як не прикро, використовують цю лексику, вважаючи її справжньою, живою, «прикольною». Саме вона може стати для них ґрунтом культури мовлення у подальшому.

Низка мультфільмів відверто пропагують антисоціальну поведінку, неповагу, цинізм, вульгарність, жорстокість до людей, дискредитують статус дорослих, спонукають до здійснення протиправних дій тощо. Дітям подобаються спецефекти, сюжети з бійками, «рутими» словами. Дійові герої

цих мультфільмів нарочито грубі та вульгарні. Діти, ідентифікуючи себе з цими героями, наслідуючи їх, поступово засвоюють агресивні моделі поведінки, приймаючи їх як норму. Тому, на нашу думку, більшість сучасних мультфільмів можуть мати небезпечні для дітей та суспільства наслідки.

За нашим власним опитуванням (було проведене в 2021 році, більш актуальні данні визначити не вдалось через війну), участь в якому взяли 50 дітей віком від 4-6 років, яке було проведене у дитячому навчальному закладі «Родзинка», діти обирали свої улюблені мультфільми:

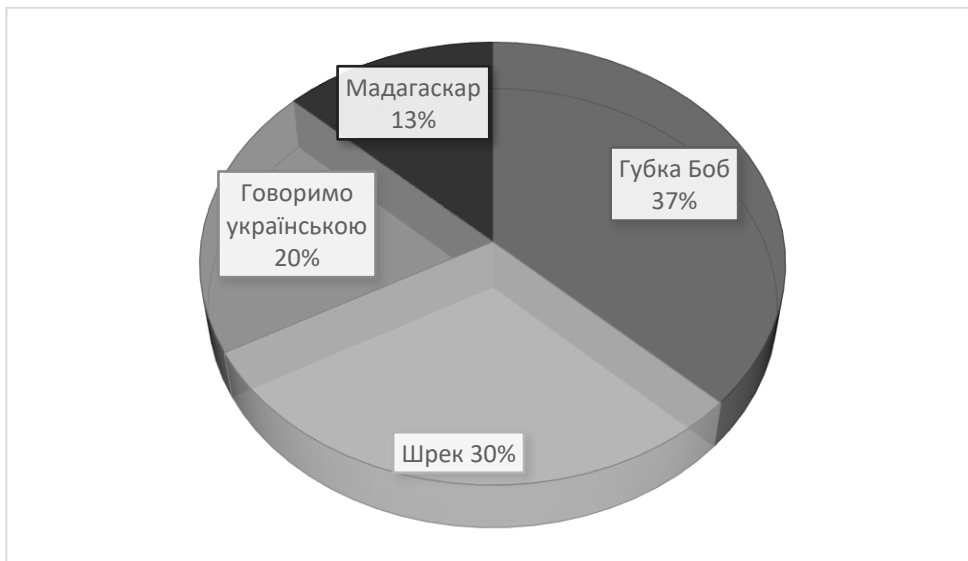


Рис. 3.4 Улюблені мультфільми дошкільнят.

Для більшої достовірності інформації, ми вирішили провести опитування в гімназії № 34 «Либідь» ім. В Максименка серед сотні учнів 1-6 класів, оскільки цільова аудиторія анімаційних і мультиплікаційних фільмів-це діти віком до 12 років. Там ми отримали такі результати:

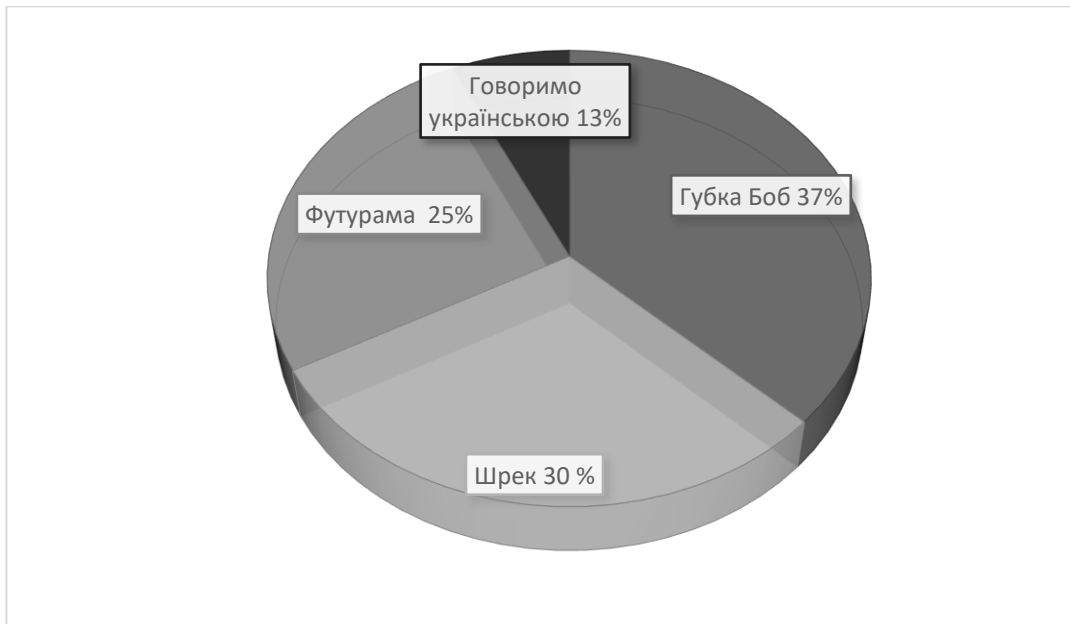


Рис. 3.5. Улюблені мультфільми школярів молодших класів.

У результаті цього дослідження найпопулярнішими виявились «Губка Боб», «Мадагаскар», «Говоримо українською». В результаті цього дослідження найпопулярнішими виявились «Губка Боб», «Тачки», «Говоримо українською». Саме з цих мультфільмів наведено більшість прикладів деструктивної лексики. Проте, варто згадати й мультфільм «Говоримо українською», який на нашу думку, є перлиною сучасної розвиваючої мультиплікації.

У мультсеріалі «Губка Боб» є серії з назвами: «Ласкаво просимо в помийницю», «Маньяк-душогуб» та інші. Також у мультсеріалі показані епізоди, в яких головні персонажі Губка Боб і його друг – морська зірка Патрік тримаються за руки як хлопець та дівчина, фліртують, сплять в одному ліжку, а також є відверті сцени та натяки на гомосексуальні статеві відносини між ними та між іншими персонажами. Наприклад, один із персонажів – Сквіварт приймає душ у жіночій шапочці, захоплюється косметикою, оточує себе «жіночими» речами в побуті... Пропагандою гомосексуалізму є епізод, в якому Патрік і Губка Боб всиновлюють маленьку устрицю і разом доглядають за малюком. При цьому, Губка Боб одягнутий в жіночий одяг та є так званою «мамою», а Патрік – «татом».

За кількісним вираженням, жаргонізми превалюють у ряду вульгаризованого лексикону. Насамперед, у мультиплікаційних діалогах відзначаємо велику частку кримінальних жаргонізмів, що здебільшого увійшли в молодіжне комунікативне середовище. Це не випадково, адже за сценаріями цитованих кінотекстів деякі події пов'язані з тими, хто відбував покарання в тюрмі. Серед таких жаргонізмів, наприклад, оцінні слова (*Пиво! Халявне пиво!*). У перекладах мультфільмів широко використовують жаргонну лексику, як от: *прикольно, пофігу, шизове містечко* [33].

Характерним є вживання лексем із відтінком згрубілості, зокрема, з характерними суфіксами згрубілості -ак, -ух, -ос. Наприклад, Крабс: *«Замовлення було простеньке»*. Боб: *«Опануй себе, Юджене. Спокуха!»*. Як засвідчують лексикографічні джерела – це жаргонізми (*спокуха, крутяк*) [29].

Таку саму різко негативну психоемоційну ситуацію трансформують вульгарні вигуківі одиниці (їхніми відповідниками в літературному стандарті спілкування можуть бути *«це ж треба», «ого, оце так»* відповідно): *«Йолки, ти не можеш мене звільнити»*. Пірат: (відкриває книгу) *«Ні фіга собі!»* (Кондратюк 2006: 305: Фіг, вульг. Нічого. *Ні фіга* – Ого, оце так [16]). Сквідвард: *«Ой, не зачіпай цю тему. Заткніться!»* (Кондратюк, 2005: 427: *Затикатися*, тільки док., перен., вульг. – перестати говорити; замовкнути) [34].

Вульгарна, розмовно-просторічна та жаргонна лексика з негативним емотивно-оцінним аспектом, яка використовується у мультиплікації для створення колориту мовлення персонажів, є складовими пейоративної лексики.

Отже, ми дослідили найбільш вживану деструктивну пейоративну лексику з улюблених дитячих мультфільмів, які визначені за опитуванням різновікової дитячої аудиторії, та зібрали найяскравіші приклади слів у словник пейоративної лексики (Додаток Б. «Словник-мінімум пейоративної лексики в сучасній мультиплікації»).

Висновок до Розділу 3

Дослідження впливу українського сучасного дитячого телебачення на молодшу аудиторію, за спостереженнями соціологів, виявило значну роль мультимедійних форматів, зокрема мультфільмів та анімаційних фільмів, у формуванні мовної розвитку у дітей дошкільного та молодшого шкільного віку. Аналіз результатів вказує на те, що медіа простір відіграє позитивну роль у навчальному процесі, сприяючи підвищенню мовної та інтелектуальної компетенції дітей, а також розвитку їхньої загальної обізнаності та культурної свідомості.

З одного боку, важливим аспектом позитивного впливу є можливість використання мультфільмів для підвищення грамотності та формування мовленнєвих навичок у дітей. Однак, вибір контенту має велике значення, оскільки результати досліджень показали, що значна частина дітей віддає перевагу мультфільмам з деструктивним змістом, які можуть містити елементи насильства та грубу лексику.

Особливу увагу також слід приділити аналізу медіа текстів обраних мультфільмів з точки зору їхньої придатності для використання у навчальних цілях. Це включає вивчення стилістичних та лінгвістичних маркерів, а також аналіз пейоративної лексики, яка може міститися в мультимедійних продуктах. На основі цього проведено структуроване дослідження, яке дозволило визначити критерії добору анімаційних і мультиплікаційних фільмів з точки зору їхньої придатності для використання як засобу навчання мови та розвитку мовлення у дітей.

Мультфільми, за нашим спостереженням, мають значний вплив на мовленнєвий та когнітивний розвиток дітей різного віку. Молодші діти виявляють сильну емоційну зв'язаність з персонажами та використанням простої мови, що сприяє розвитку емпатії та соціальних навичок. У старших вікових групах спостерігається зростаючий інтерес до сюжету та глибше розуміння мовної конструкції, що свідчить про їхнє підвищене когнітивне

розвиток. Музика залишається важливим елементом у всіх вікових групах, підкреслюючи її роль у формуванні аудіативних навичок та відчуття ритму. Таким чином, мультфільми відіграють значну роль у загальному розвитку дитини та сприяють її навчанню та вихованню.

Таким чином, дослідження показують, що використання сучасного дитячого телебачення може мати як позитивні, так і негативні наслідки для розвитку дітей. Важливою є обізнаність батьків та педагогів щодо вміння аналізувати контент та спілкуватися з дітьми про те, що вони бачать на екрані, щоб максимально використовувати позитивний потенціал дитячого телебачення для навчання та виховання.

ВИСНОВКИ

1. Дослідження історії мультиплікаційних фільмів показує, що жанр еволюціонував від простих малюнкових анімацій до складних цифрових виробів, які використовують передові технології для створення захопливих і візуально привабливих світів. Сучасні мультиплікаційні фільми використовують інтертекстуальність, символізм та комплексну сюжетну побудову, що відображає їхнє розмаїття та глибину.

2. Сучасна українська мультиплікація відрізняється значною різноманітністю стилів та жанрів. Вона охоплює широкий спектр тем, від традиційних народних казок, переосмислених з сучасним підходом, до інноваційних пригодницьких історій, які включають складні технологічні елементи. Це дозволяє українським анімаційним фільмам відповідати міжнародним стандартам, водночас зберігаючи національну культурну ідентичність. Персонажі в сучасних українських мультфільмах часто мають складні характери, що дозволяє глядачам більш глибоко співпереживати і занурюватись в переживання героїв.

3. Мультиплікаційні фільми застосовують широкий спектр мовно-стилістичних засобів, які значно впливають на емоційне сприйняття та глибше розуміння сюжету. Вони використовують символіку, що допомагає втілювати складні ідеї в зрозумілі образи, та метафори, які збагачують текст, надаючи йому багатозначність. Ідіоматичні вирази в мультиплікації створюють колорит і автентичність, допомагають відтворити національний та культурний контекст. Такі мовні техніки не тільки сприяють кращому зануренню в атмосферу фільму, але й виховують естетичні смаки молодшого покоління, формують їх мовну компетентність та креативне мислення.

4. Домінантні мовосимволи у мультиплікаційних фільмах, особливо в українському контексті, часто включають архетипічні образи та символи добра і зла, які служать засобом для посилення тематичного змісту та

підкреслення моральних дилем. Ці символи дозволяють глядачам на інтуїтивному рівні впізнавати ключові моменти сюжету і сприймати етичні конфлікти, розгорнуті у фільмі. Використання таких символів не тільки додає глибину наративу, але й сприяє емоційному залученню глядачів. Через архетипи, що відображають універсальні теми та персонажі, які борються зі злом або протистоять випробуванням, мультиплікаційні фільми формують моральну оцінку та виховання молодшої аудиторії. Таким чином, мультиплікація стає не просто розвагою, а засобом передачі культурних цінностей та соціально значущих уроків.

5. Інтертекстуальність у мультиплікаційних фільмах використовується як потужний інструмент для збагачення наративу, вплітаючи літературні, історичні та культурні посилання в основу сюжету. Це дозволяє створювати багатопланові та значущі історії, які резонують з широкою аудиторією. За допомогою інтертекстуальності, мультиплікаційні фільми не тільки розважають, але й виконують освітню та виховну функції, сприяючи кращому розумінню культурної спадщини та історичних подій. Використання відомих символів та образів з інших творів залучає глядачів до активного співставлення та аналізу, поглиблюючи їхнє сприйняття інформації та стимулюючи критичне мислення.

6. Естетичні параметри мультиплікаційних фільмів відіграють ключову роль у створенні іммерсивного візуального досвіду, що залучає глядачів до світу анімації. Використання деталізованих арт-стилів, ретельно пророблених персонажів та ефектних візуальних ефектів сприяє створенню захоплюючої атмосфери та естетичної насолоди. Такі елементи, як колірна палітра, освітлення та композиція сцени, відіграють важливу роль у формуванні настрою та тону фільму. З іншого боку, деестетичні моменти у мультиплікації, такі як перебільшення негативних образів або агресивної поведінки, можуть негативно вплинути на сприйняття контенту молодшими глядачами. Це може призвести до непорозумінь або навіть страху, особливо у випадках, коли такі образи не збалансовані позитивними прикладами або не відповідають віковим

особливостям аудиторії. Надмірне використання деестетичних елементів може також спотворити загальне враження від фільму, знижуючи його освітню та розважальну вартість.

7. Опитування серед дитячої аудиторії підтверджують, що мультиплікаційні фільми виконують значно більше функцій, ніж просто розважальні. Діти сприймають мультфільми як засіб навчання та моделювання поведінки. Це свідчить про значний психолінгвістичний вплив мультфільмів, оскільки вони впливають на розвиток мовленнєвих здібностей дітей, формування їхнього світогляду та соціальних норм. Мультиплікаційні фільми використовують повторення, підкріплення, музичний супровід, що не лише полегшує запам'ятовування матеріалу, але й сприяє кращому розумінню емоційного контексту історій. Вони також залучають дітей до обговорення моральних дилем та етичних питань, що сприяє розвитку критичного мислення та емоційної інтелігенції. Таким чином, мультфільми відіграють важливу роль у освітньому процесі, навчаючи дітей через розваги та ігри.

8. Мультфільми мають значний психологічний вплив на дітей, що обумовлено їх змістом, тематикою та способом подачі матеріалу. Цей вплив може бути як позитивним, так і негативним. Позитивний вплив виявляється у стимуляції розвитку мовленнєвих навичок, креативного мислення та соціальних навичок через позитивні приклади, подані в історіях. З іншого боку, негативний вплив може проявлятися через агресивний контент, стереотипи або пейоративну лексику, що може спричинити розвиток агресивної поведінки або спотворене сприйняття соціальних норм.

9. Пейоративні елементи в мультиплікаційних фільмах можуть мати значний вплив на формування стереотипів та соціальних установок у дітей. Часто використання негативно забарвленої лексики або образів може ненароком закріпити певні негативні переконання чи поведінкові моделі. Мультфільми, як засіб масової інформації, мають потужний вплив на молоду аудиторію, що вимагає уважного аналізу та критичного осмислення змісту, який вони подають. Пейоративність може виступати як засіб для висміювання

або критики, але в контексті дитячих програм вона вимагає обережного використання, щоб не спричинити негативного впливу на формування особистості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авраменко О. 100 експрес-уроків української мови. Київ: Книголаб, 2016.
2. Ананьєв А. М. Візуальна психодіагностика емоційних проявів у учнів: автореф. дис.. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.07 *Педагогічна та вікова психологія*. Одеса, 1996. 23 с.
3. Ахрамович Е. «Котигорошко»: від фольклору до анімації. Блог продюсера URL: <https://nv.ua/ukr/style/blogs/kotigoroshko-vid-folklorudo-animatsiji-blog-prodjusera-1204525.html>
4. Баландіна Н. Ф. Функції і значення чеських прагматичних кліше в комунікативному контексті. Київ : АСМІ. 330 с.
5. Баран Е. Мультиплікація як медіа у формуванні особистості в епоху інформаційного суспільства. *Evropsky politicky a pravni diskurz*. 2017. Vol. 4. Is. 3. С. 213–221.
6. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : Видавничий центр «Академія», 2009. 376 с.
7. Бех І. Д. Від волі до особистості. Київ: Україна-Віта, 1995. 207 с
8. Биби́к С. Оновлена стильова норма засобів масової інформації. *Українська мова*. 2016. Вип № 2. С. 72-81.
9. Бричанський А. О. Український мультиплікаційний кінематограф як вид мистецтва. [Електронний ресурс] / А. О. Бричанський, О. В. Гречановська. *Матеріали XLV Науково-технічної конференції ВНТУ, Вінниця, 23-24 березня 2016 р.* Режим доступу : <http://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-hum/all-hum-2016/paper/view/505>
10. Білоконенко Л. Пейоративна й інвективна лексика в міжособистісному конфлікті. *Лінгвістика і поетика тексту. Філологічні студії*. 2012, вип. 7. ч. 2.
11. Білоноженко В. (Ред.) Фразеологічний словник української мови. Київ,

- Наукова думка, 1993.
12. Богдан С.К. Мовний етикет українців: традиції і сучасність. Київ: Рідна мова, 1998. 475 с.
 13. Бричанський А. Український мультиплікаційний кінематограф як вид мистецтва. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-hum/all-hum2016/paper/viewFile/505/365>
 14. Брюховецька Л., Канівець А. Українська анімація. Київ : Фенікс, 2018. 264 с.
 15. Бузько С. Поняття стилістичної маркованості мовних одиниць (загальнотеоретичний аспект). *Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. 2018. Вип. 17. С. 110-124. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PhSt_2018_17_12
 16. Варій М. Й. Психологія особистості: Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2008. 592 с.
 17. Вікова та педагогічна психологія: Навч. посібник О. В. Скрипченко, Л. В. Долинська, З. В. Огороднійчук та ін. Київ: Просвіта, 2001. 416 с.
 18. Вовчик-Блакитна О. О. Сучасний дошкільник: особливості емоційного розвитку. *Обдарована дитина*. 2007. № 4. С. 23-28
 19. Гнаткович Т. Д. Мовленнєва діяльність учнів: психолінгвістичний аспект. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/gasuk_2013_8-9_45
 20. Гончарова К. «Телеканал «ПлюсПлюс» з допомогою мультфільму вчитиме дітей говорити українською правильно» 2019. URL: <http://ms.detector.media/telebachennya/post/23419/2019-08-30-telekanal-plyusplyus-z-dopomogoyu-multfilmu-vchitime-ditei-govoriti-ukrainskoju-pravilno>
 21. Гордієнко Д., Коваленко В. Вплив анімаційних фільмів на рівень тривожності дітей молодшого шкільного віку. Дніпропетровськ. *Вісник ДНУ імені Олеся Гончара. Педагогіка і психологія*. 2012. Вип.18. т. 20. № 9/1. С. 57-65.
 22. Городиська В. Використання мультфільмів для реалізації морального

- виховання старших дошкільників. *Наукові записки НДУ ім. Гоголя. Психологічно-педагогічні науки*. 2015. № 4. С.146-150.
- 23.Гундарева І. Про наслідки сприйняття телевізійної інформації. *Виховання школяра*. 2015. № 9. С.45-54.
- 24.Дерріда Ж. Письмо та відмінність. Київ: Основи, 2004. 602 с.
- 25.Дудкіна К. А. Мультфільм як засіб психологічного впливу на особистість дитини. *Наука і освіта*. 2012. № 3. С. 55-59
- 26.Дуткевич Т. В. , Яцюк В. А. Вікова і педагогічна психологія (курс лекцій та практикум): Навч. посібник. Кам'янець-Подільський, 2005,С. 45–47.
- 27.Занюк С. С. Психологія мотивації та емоцій. Луцьк: ВДУ, 1977. 180 с.
- 28.Згадати Все. Історія української анімації. Частина 1. 24 Канал. URL: https://web.archive.org/web/20171009150131/http://24tv.ua/zgadati_vse_istoriya_ukrayinskoji_animatsiyi_chastina_1_n843836
- 29.З чого починалась українська анімація. URL: amnesia.in.ua.
- 30.Карпенко Є. В. Пейоративна лексика як маркер емоційноінтелектуальної дисфункції особистості. *Соціокультурні та психологічні виміри становлення особистості : зб. наук. праць*. Херсон : ФОП Вишемирський В. С., 2019. 117 с.
- 31.Квашук О. В. Психологічні чинники впливу телебачення на становлення моральної свідомості молодшого школяра : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07. Івано-Франківськ, 2008. 250 с.
- 32.Климова Л.В. Українське анімаційне кіномистецтво. Український ігровий, документальний і науково-популярний кінематограф Кіномистецтво. Художня культура України ХХ ст. Художня культура 10 клас
- 33.Колодко А. Українська мультиплікація як самобутній вид образотворчого мистецтва. *Народознавчі зошити. Серія мистецтвознавча*. 2014. № 5 (119). С. 1027-1034.
- 34.Кондратюк Т. Словник сучасного українського сленгу. Харків. Фоміо. 2016.

35. Кононко О. Л. Соціально-емоційний розвиток особистості. Київ: Рад. школа, 1998. 255 с.
36. Костюк Г. С. Навчально-виховний процес і психічний розвиток особистості. Київ: Радянська школа, 1989. 608 с.
37. Крістева Ю. Полілог / Пер. з фр. Петра Таращука. Київ: Юніверс, 2005. 480 с.
38. Крутій К. Л. Медіа-дидактичні особливості використання мультфільмів як засобу навчання мови і розвитку зв'язного мовлення дошкільників. *Наукові записки ТНПУ імені Володимира Гнатюка. Сер.: Педагогіка.* 2013. № 3. С. 85–90
39. Кульчицька О. В. Про деякі критерії та методи визначення пейоративної лексики. *Вісник Житомирського державного університету.* Житомир, 2014. № 8. С. 242–245.
40. Кульчицька О. В. Теоретичні підходи до пейоративної лексики у сучасній лінгвістиці. *Нова філологія.* 2012. № 53. С. 102–106.
41. Кульчицька О. Про деякі критерії та методи визначення пейоративної лексики. *Вісник Житомирського державного університету. Філологічні науки.* Вип. 4. 2014. С. 242-245.
42. Лапченко І.О. Особливості емоційного розвитку дитини. *Психологія. Збірник наукових праць.* 1998. Вип. 3. С. 104-108.
43. М'ясоїд П. А. Загальна психологія: навчальний посібник. Київ: Вища школа, 1998. 479 с.
44. Максименко С. Д. Психологія в соціальній та педагогічній практиці. Київ: Наукова думка, 1988. 441 с.
45. Мамич М. Вульгаризація мови дитячого мультиплікаційного тексту як психолінгвістична проблема. *Psycholinguistics.* 2019, 26(2). С. 260-277.
46. Миронюк О.М. Історія мовного етикету . Київ : Логос, 2006. – 167с.
47. Міненко О. О. Психологічний аналіз сучасної мультиплікаційної продукції та її вплив на психічний розвиток дитини. *Збірник наукових праць К-ПНУ імені Івана Огієнка.* 2018. Вип. 41. С. 188-205.

- 48.Найда А. М. Переклад як засіб творчого самовираження В. Підмогильного. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія.* 2017. Вип. 31(3). С. 139-141.
- 49.Ніколенко Д. Ф. Індивідуально-психологічні особливості особистості : Навчальний посібник. Київ: Рад. школа, 1987. 43 с.
- 50.Олексюк Н. В. Актуальність використання мультимедійних засобів у попередженні агресивної поведінки молодших школярів. *Інформаційні технології і засоби навчання.* 2014. Т. 43, Вип. 5. С. 128-139.
- 51.Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія: Посібник. Київ: Академвидав, 2003. 448 с.
- 52.Парсяк К., Овчаренко К.Ю. Особливості дитячих телевізійних телепередач на українському телебаченні. *Збірник матеріалів I Міжвузівської студентської науково-практичної конференції.* 2009. Вип. 1. С. 100-105.
- 53.Плющ Н.П. Формули ввічливості в системі українського мовного етикету. *Українська мова і сучасність* URL: http://www.philology.kiev.ua/Lingur/art_64.htm.
- 54.Полякова О. Структура добору ліпсінк – відповідників в українському дубляжі англomовних анімаційних фільмів: дис... канд. філол. н. Одеса. 2015
- 55.Прилипко Ф. Лексико-фразеологічні комунікеми в сучасному дитячому анімаційному фільмі. *Автореф. дис. канд. філолог. наук.* Київ. 2018
- 56.Рябова П. Перекладацький аналіз дитячого мовлення в американських комедіях. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка.* 2011. №16 (227). Ч I. С.65-69.
- 57.Северенчук Н. Вплив анімаційних фільмів на розвиток психічних процесів дитини. *Психолог.* 2007 № 4. С. 17-21.
- 58.Сизонов Д. Психолінгвістичні основи медіаграмотності: до проблеми інтерпретації медіа текстів. *Science and education.* 2017. № 7. С. 82-88.
- 59.Силко Р. М. Мульт-терапія як технологія виховання дітей. Активна

- мульти-терапія. *Вісник ЧНПУ*. Серія: Педагогічні науки. 2014. Вип. 120. С. 188-190
60. Сітцева М. Психологічні аспекти впливу мультиплікаційних образів на моральний розвиток дітей молодшого шкільного віку. URL : http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=Tippp_2016_3_22
61. Ставицька Л. Арго, жаргон, сленг. Київ. Критика. 2005.
62. Стеценко Д. Лексичні особливості анімаційного дискурсу. Київ. 2014 с. 65-70.
63. Таран О. Психолінгвальні чинники функціонування сленгових одиниць. *Studia Ukrainica Posnaniensia* 3. С. 337-343.
64. Титаренко І. Використання мультфільмів як засобу розвитку зв'язного мовлення у дітей дошкільного віку. URL: https://kovraupiznayki.blogspot.com/2020/10/blog-post_78.html – 08.10.2020.
65. Ткач М. В. Лексичний склад мовлення як фактор етнічної та вікової ідентифікації індивідуума. URL: <https://lib.chmnu.edu.ua/pdf/novitfilolog/20/6.pdf>
66. Хахановська Т. А. Мультиплікаційні образи як чинник негативних емоційних переживань дітей дошкільного віку. *Актуальні проблеми психології*. 2016. Вип. 22. С. 317–324.
67. Цільмак О. М. Складові дефініції «установка». *Соціальна психологія*. 2011. № 3 (47). С. 29-35 с.
68. Шевченко Л. Медіалінгвістика в сучасній Україні: аналіз ситуації. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2013. Вип. 26. С. 3-12.
69. Шевченко Л., Дергач Д., Сизонов Д. Медіалінгвістика: Словник термінів і понять. За ред. Л. Шевченко. Київ. ВПЦ «Київський

- університет». 2013.
- 70.Юрковська М. Дискурс англомовної анімаційної комедії. Київ. *КНУ імені Т. Шевченка*, 2011. Вип. 29. С. 388-396.
- 71.Яновський М.І. Механізми психологічного впливу кінематографічного відеоряду на глядача. Дисертація. Харк. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. Харків, 2005. 290с.
- 72.Яценко Т. С. Основи глибинної психокорекції: Навчальний посібник. Київ: Вища шк. , 2006. 382 с.
- 73.Bandura A. Exercise of personal and collective efficacy in changing societies
Self-efficacy in Changing Societies. *Cambridge University Press*, 2002. P. 1–45.
- 74.Barthes R. *Le Grain de la Voix : Entretiens, 1962-1980*, Éditions du Seuil, Paris, 1981
- 75.Beck J. *Animation Art. From Pencil to Pixel, the History of Cartoon, Anime & CGI*. London : Flame Tree, 2004. 384 p.
- 76.Bruner J. S. *The Process of Education*. Harvard University Press, 2003. 98 p.
- 77.Cattell, R. B. *Structured personality learning theory*. New York: Praeger. 1983
- 78.Clarke D. *Pro-Social and Anti-Social Behaviour*. London; New York: Routledge, 2003. 172 p.
- 79.Dong Yul Lee, Chul Hee Kang, Jee Yun Lee, Sung Hee Park. *Characteristics of exemplary altruists Journal of Humanistic Psychology*. Vol. 45. № 2, Spring. 2005. P. 146–155.
- 80.Genette G. *Le monde de la littérature en deuil: Gérard Genette est décédé à l'âge de 87 ans*. 2018. URL: <http://www.sudinfo.be/id53497/article/2018-05-11/le-monde-de-la-litterature-en-deuil-gerard-genette-est-decede-lage-de-87-ans>
- 81.Semino E. A cognitive stylistic approach to mind style in narrative fiction. *In Cognitive Stylistics: Language and Cognition in Text Analysis*. Philadelphia: John Benjamins, 2002. P.95-122
- 82.Vasylieva O. Peculiarities of Language Personality Structuring International

Electronic Scientific Journal. 2016. №2. C. 15-16. URL:
<https://pathofscience.org/index.php/ps/article/view/256>

83. White T. Animation from Pencils to Pixels: Classical Techniques for the Digital Animator. London : Routledge, 2017. 520 p.

ДОДАТКИ

Додаток А

Опитування

Сприйняття мультиплікації дитячою аудиторією

Вік респондента:

1. 3-5 років
2. 6-8 років
3. 9-12 років

Стать респондента:

1. Хлопчик
2. Дівчинка

1. Який твій улюблений мультфільм? (Відкрите питання)

2. Чому ти любиш цей мультфільм? Що тобі в ньому найбільше подобається?

- a) Герої
- b) Історія
- c) Музика
- d) Жарти
- e) Інше (вказіть)

3. Чи легко тобі зрозуміти, про що говорять персонажі у твоєму улюбленому мультфільмі?

- a) Так
- b) Ні
- c) Інколи

4. Чи дивишся ти мультфільми з батьками або друзями?

- a) З батьками
- b) З друзями
- c) Самостійно

d) З братами чи сестрами

5. Як ти зазвичай відчуваєш себе під час перегляду мультфільмів?

a) Весело

b) Цікаво

c) Боюсь інколи

d) Сумно

e) Інші емоції (вказіть)

6. Чи вчиш ти щось нове, дивлячись мультфільми? Якщо так, то що саме?

(Відкрите питання)

7. Чи обговорюєш ти переглянуті мультфільми з кимось?

a) Так, з батьками

b) Так, з друзями

c) Так, з учителями

d) Ні, не обговорюю

8. Чи маєш ти іграшки, одяг або інші речі з персонажами твого улюбленого мультфільму?

a) Так

b) Ні

Додаток Б

**«Словник-мінімум пейоративної лексики в сучасній
мультиплікації»**

№ з/п	Слова з деструктивним впливом	Тлумачення	Вживання в мультфільмі
1	Абалдеть	Вживається для вираження здивування, схвалення, позитивну оцінку.	Блискавка: «Ти поїдеш зі мною. Це ти мене в це втягнув!» Сирник: «Абалдеть!» («Тачки 3. 2017»)
2	Без базару	Базар, мол., жрм, крим. Бесіда, розмова. Базару (базарів) не має. Уживається на знак згоди)	Починайте [виводити машини з ладу]. Злодій 2: «Без базару» («Тачки 2. 2006»)
3	В'їхати	Крим. в'їду, в'їдеш, док., (у що); мол., Зрозуміти, осмислити щось	Аїд: «Я в курсі, що ви в курсі. Я в'їхав» («Алладін» 1996)
4	Врубатись	Жарг. врубився Врубився, -аюся, -аєшся, недок. у що, мол., Розуміти щось	«Все, все врубаюсь в цю тему, до мене дійшло!» («Аладдін» 1996)
5	Втикати	Жарг. Втикати. Дивитись у нікуди, абстрагуватись від дійсності);	Блискавка: «Тут усе безкоштовно. Обалдеть. А чого ж я тут втикаю?» («Тачки 3» 2017) Пінгвін: «Галька-шмалька, пацани, ми і без того круті, що хай. Чого втикаєш, кудлатий?» («Роби ноги» 2010)

6	Гайки	Гайки- безвихідна ситуація, кінець.	«Викопайте могилку на двох, бо нам тепер гайки» («Алладин» 1996)
7	Диявол	Диявол. Уживається як лайливе слово те саме, що біс чорт, сатана.	«Диявол! Як я маю знати, у якому будинку?» («Спайдермен» 2012).
8	Єдрьон батон	Позасловникове. Те саме, що чорт забирай.	Сирник: «Єдрьон батон. У когось є серветка?» («Тачки 2. 2006»).
9	Заткнутися	Затикатися, тільки док., перен., вульг. Перестати говорити; замовкнути)!	Орел 2: «Ой, не зачіпай цю тему». Орел: «Заткніться!» («Футурама» 2006).
10	Йолки	Йолки, виг., вульг. Незадоволення)	Пітер: Йолки, ти не можеш мене звільнити («Грифіни» 1999).
11	Капець	Капець, зниж. Кінець; дуже погано.	«Товариш полковник, там внизу! Тепер нам точно капець!» («Діти проти чаклунів» 2015).
12	Кидалово	Кидалово-а, с.; мол. Підлість, обман, видурювання грошей	Бендер: «Чисте кидалово!» («Футурама» 2006).
13	На фіг треба	Фіг, вульг. Нічого. Ні фіга – Ого, оце так)! На фіг, груб. варіант. Та ну його)	Вонг: «З цією зброєю ми зможемо врятувати тварин». Бендер: «На фіг треба!» («Футурама» 2009).
14	Неа, не	Фонетичні анормативи «Ні»	Девід: Привіт, нані! Нані: це ті знову все спалив? Девід: Неа, тільки дах. («Ліло і Стіч» 2002) Чоловік: Я мілонер! (торнадо руйнує будинок) Не, я бідний і безхалупний («Рік і Морті» 2013).
15	Не парся	Паритись. Хвилюватися, перейматися чимось).	Чоловік: Та не парся Пітер: Хм. Про це я і не подумав («Грифіни» 1999)
16	Ні фіга собі	Фіг, вульг. Нічого. Ні фіга – Ого, оце так)!	Пірат: (відкриває книгу) «Ні фіга собі! Бібліотечна заборгованість» («Футурама» 2010).

17	Облажався	Облажавсякрим., мол., Помилково потрапити у незручне становище	Панда: «Я сьогодні облажався, як ніхто в історії кунг-фу.» («Панда Кунг-фу 2» 2011).
18	Спокуха	Жарг. Те саме, що спокійно. Відноситься до лексем із відтінком згрубілості як це засвідчують і лексикографічні джерела, це жаргонізм спокуха з характерними суфіксами згрубілості -ак, -ух, -ос.	Крабс: «Замовлення було простеньке». Боб: «Опануй себе, Юджене. <u>Спокуха!</u> ». («Губка Боб» 2004)
19	Трясьця!	Трясця. Уживається як лайливе слово	Маман (обурена невдачею): «Трясьця!» («Футурама» 2009)
20	Хай їм чорт	Хай їм чорт. Уживається для вираження сильного незадоволення)	Грю: Так, та вона ж не нормальна. Хай їм чорт («Нікчемний Я»)
21	Цьомни мене у дупу	Дупа – ж. мол. 1. Зад	Рік: Цьомни мене у дупу («Рік та Морті»). («Рік і Морті» 2013)
22	Чорт забирай!	Чорт забирай. Уживається для висловлення невдоволення, обурення, досади чи захоплення, здивування і т. ін.	Продавець: «Добрий день. Останній аромат від «Келвін клон». Вонг: «Чорт забирай!» («Рік і Морті» 2013)
23	Шариш	Шарити – розуміти.	Самер: Це називають карпедія, Морті. Ти не шариш («Рік та Морті» 2013);
24	Якого дідька!	Якого дідька. – Навіщо, нащо, для чого	Браєн: Якого дідька! («Футурама» 2009)

25	Нудьга	Нудно, без зацікавленості.	«Чому ми маємо сидіти і слухати? Це така нудьга!» («Шрек 2. 2004»)
26	Тормоз	Вживається для опису повільної або неефективної особи.	«Ти що, тормоз? Швидше!» («Ріо. 2011»)
27	Лузер	Невдаха, той, хто постійно програє.	«Я не хочу бути лузером, як ти!» («Гравіті Фолз. 2012»)
28	Жлоб	Скнара, жадібна або неприємна особа.	«Не будь жлобом, поділися!» («Спанч Боб. 1999»)
29	Бридко	Викликає відразу, неприємно.	«Як ти можеш їсти це? Це ж бридко!» («Рататуй. 2007»)
30	Брехун	Хто бреше або часто бреше.	«Ти брехун, і ти завжди був ним!» («Кунг-фу Панда. 2008»)
31	Паскуда	Дуже погана або неприємна особа або річ.	«Це правда, він паскуда, але це наша паскуда.» («Льодовиковий період. 2002»)
32	Мерзотник	Особа, яка поводить погано, негідно.	«Не дозволяйте цьому мерзотнику втекти!» («Фіксікі. 2010»)
33	Дурень	Не дуже розумна особа.	«Замовкни, дурень!» («Том і Джеррі. 1940»)
34	Тупиця	Дуже нерозумна особа.	«Ти така тупиця, чому ти це зробила?» («Монстри на канікулах. 2012»)
35	Зануда	Особа, яка нудьгує або змушує інших нудьгувати.	«Старий зануда знову читає свої правила.» («Аватар: Останній Захисник. 2005»)
36	Фрік	Дивак, особа, яка веде себе дивно або виглядає незвично.	«Дивись на цього фріка! Ха-ха!» («Губка Боб квадратні штани. 1999»)

37	Смітник	Особа, яка поводить себе як сміття або засмічує.	«Цей смітник знову залишив бруд у мене вдома!» («Острів скарбів. 1988»)
38	Чудак	Особа, яка діє дивно або нестандартно.	«Цей чудак завжди робить дивні речі!» («Ведмедики Буні. 2017»)
39	Виродок	Особа або річ, яка має вади або не відповідає стандартам.	«Цей виродок ніколи не зможе стати чемпіоном!» («Залізна людина. 2008»)
40	Підступник	Хто підступно поводить себе або зраджує.	«Я знав, що він підступник!» («Шерлок Гномс. 2018»)
41	Злодій	Хто краде або має намір вкрати.	«Заткнись, злодій!» («Ральф-руйнівник. 2012»)
42	Кретин	Дуже глупа або безвідповідальна особа.	«Ну і кретин! Не вмій навіть простих речей робити!» («Суперсімейка. 2004»)
43	Бездар	Хто не має талантів або здібностей.	«Ти просто бездар, не здатний ні на що!» («Покемон. 1997»)
44	Шахрай	Хто обманює інших для власної вигоди.	«Не вір йому, він шахрай!» («Ведмідь Брат. 2003»)
45	Брикун	Людина, яка поводить себе агресивно або норовливо	«Та ти ж брикун, не можеш спокійно сидіти!» («Козаки. Наука»)
46	Ледащо	Лінива людина, яка уникає роботи	«Не будь ледащо, допоможи мені тут!» («Лісова пісня»)
47	Чванько	Хвалько, людина, яка занадто багато хвалиться	«Оцей Чванько завжди мусить похизуватись!» («Микита Кожум'яка»)

48	Пліткар	Людина, яка любить розпускати плітки	«Не слухайте його, він звичайний пліткар!» («Незламна»)
49	Брехунець	Людина, яка бреше	«Ти що, брехунець, навіщо нам твої вигадки?» («Шляхетні волоцюги»)
50	Невіглас	Неосвічена, неінтелігентна людина	«Такий невіглас, а вже командувати хоче!» («Жив був пес»)
51	Тюхтій	Незграбна, неспритна людина	«Цей тюхтій нічого зробити не може правильно!» («Ведмедики Буні»)
52	Забіяка	Агресивна людина, яка б'є інших	«Не грай з ним, він забіяка!» («Пригоди капітана Врунгеля»)
53	Дурисвіт	Людина, яка не має серйозного ставлення до життя	«Цей дурисвіт знову забув про обіцянку!» («Кришталевий черевик»)
54	Шарлатан	Людина, яка обманює інших, представляючись кимось іншим	«Не довіряй йому, це шарлатан!» («Веселі бусики»)

Додаток В

Символьний простір сучасної мультиплікації

№ з/п	Символ / Тема	Опис використання	Приклад з українського мультфільму	Цитата / Сцена
1	Народні казки	Використання елементів народних казок	«Микита Кожум'яка»	«А хто великий, як гора, і сильний, як буревій? То наш Микита!»
2	Героїзм і самопожертва	Мотиви відваги і жертвності	«Цар Плаксій і Лоскотон»	«Тільки сміливість і відвага можуть здолати темряву.»
3	Українська історія	Подання історичних подій	«Князь» (про Київську Русь)	«Князю, наші землі сповнені героїв, готових захистити Русь.»
4	Літературні персонажі	Використання персонажів української літератури	«Мавка. Лісова пісня» (на основі драми Лесі Українки)	«Лісовик: Мавко, ти дух лісу, і твоє серце належить природі.»
5	Культурні символи	Відображення українських культурних знаків	«Викрадена принцеса»	«Дивись, як вона вишиває! Кожен стібок – частина нашої історії.»
6	Етичні дилеми	Обговорення моральних виборів	«Шляхетні волоцюги»	«Чи правильно красти у багатих, аби допомогти бідним?»

7	Фантастичні істоти	Використання міфологічних і фантастичних істот	«Легенда про Карпати»	«Ці істоти – частина наших легенд, вони охороняють гори.»
8	Сучасність і технології	Порушення теми впливу сучасних технологій	«Микита Кожум'яка» (сучасна версія)	«Використовуючи цю магію, ми можемо змінити світ на краще!»
№ з/п	Символ / Тема	Опис використання	Приклад з українського мультфільму	Цитата / Сцена
9	Конфлікт поколінь	Відображення конфлікту між старшим і молодшим поколінням	«Джим Кнопка і Лукас машиніст» (адаптація)	«Ти ніколи не розумітимеш сучасні винаходи!»
10	Міське та сільське життя	Порівняння міського і сільського стилів життя	«Кришталевий черевик»	«У місті все не так, як у нашому селі, все куди складніше.»
11	Захист довкілля	Висвітлення важливості охорони природи	«Пригоди Паддінгтона» (українська версія)	«Ми повинні піклуватися про наші ліси, вони – наш дім.»
12	Глобалізація	Обговорення впливу глобалізації на культуру	«Ведмежа служба порятунку»	«Через ці глобальні зміни ми втрачаємо наші традиції.»
13	Стародавні цивілізації	Введення елементів	«Таємниця трьох океанів»	«Ці стародавні руїни розповідають історію,

		стародавніх цивілізацій		яку ми повинні зберегти.»
14	Відкриття та пригоди	Подання пригод як способу саморозвитку	«Мавка. Лісова пісня»	«Кожна пригода дає нам уроки, які ми носимо у серцях.»
15	Легенди та міфи	Використання народних легенд і міфів	«Легенда про Соловейка»	«Ця легенда навчила наших предків бути сміливими.»
16	Військові історії	Дослідження військових конфліктів і їх наслідків	«Історія героїв»	«Війна залишає сліди на землі, але мир – в наших серцях.»
17	Подорожі в часі	Використання подорожей в часі для розповіді	«Часові пригоди»	«Час – це не просто послідовність моментів, це наші спогади.»
18	Культурні зіткнення	Порушення теми культурних відмінностей	«Світ Дикого Заходу» (українська адаптація)	«Коли культури зустрічаються, ми маємо шанс вчитися один у одного.»
19	Традиції та інновації	Баланс між збереженням традицій та прийняттям нового	«Старий ліс»	«Традиції нашого народу ведуть нас вперед, навіть коли ми зустрічаємо нове.»
20	Свобода вираження	Відстоювання права на свободу слова та вираження	«Голос вітру»	«Тільки свобода говорити може дати нам свободу думати.»

21	Стосунки з природою	Повага до природи та її захист	«Зелений ліс»	«Ми живемо у гармонії з лісом, і він відповідає нам тим же.»
22	Внутрішній світ персонажів	Розвиток внутрішньої психології персонажів	«Секрети маленького міста»	«Кожен герой має свою таємницю, яка робить його сильнішим.»
23	Відповідальність	Наголос на необхідності нести відповідальність	«Вартові галактики» (українська версія)	«Справжній герой завжди несе відповідальність за свої вчинки.»
№ з/п	Символ / Тема	Опис використання	Приклад з українського мультфільму	Цитата / Сцена
24	Фольклор і легенди	Використання народних історій та легенд	«Моя країна Україна»	«Легенди нашого народу живуть у кожному з нас.»
25	Українські герої	Портретування історичних та культурних героїв	«Іван Сила»	«Справжня сила не в м'язах, а в серці.»
26	Патріотизм	Вираження любові до батьківщини	«Захар Беркут» (анімаційний фільм)	«За свободу, за нашу Землю!»
27	Дитячі ігри	Відображення традиційних дитячих ігор	«Козацькі розваги»	«Ігри наших дідів передаються з покоління в покоління.»

28	Сімейні цінності	Подання важливості сім'ї	«Мама для мамонтеняти»	«Найголовніше – це сім'я, яка завжди поруч.»
29	Українська міфологія	Використання образів з української міфології	«Таємниці лісового озера»	«Ці міфічні істоти охороняють наші ліси.»
30	Зв'язок з природою	Важливість гармонії з природним світом	«Лісові пригоди»	«Ми повинні жити в гармонії з природою, щоб вона зберігалася.»
31	Відповідальне споживання	Обговорення важливості сталого споживання	«Маленькі герої великої планети»	«Кожен з нас може зробити щось для порятунку планети.»
32	Історичне минуле	Дослідження історичних подій та їх вплив	«Спадок нації»	«Наша історія – це скарб, який вчить нас бути міцними.»
33	Фентезі	Використання фентезійних елементів для створення захопливих історій	«Чарівники з нечисті»	«У цьому фентезійному світі кожен може стати героєм.»