

ЗАГОЛОВОК КАК СРЕДСТВО ОТРАЖЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ МУЛЬТИПЛИКАЦИОННОГО ФИЛЬМА

Е. Н. Подтележникова

Воронежский государственный университет

THE TITLE AS A REFLECTION OF THE CONTENT OF AN ANIMATED FILM

E. N. Podtelezhnikova

Voronezh State University

Аннотация: осмысление функционального потенциала мультипликационного фильма на естественно-научную тему как средства формирования, структурирования и переструктурирования картины мира субъектов в конкретном культурном пространстве позволяет описать поэтапное освоение детьми научно-значимой информации, выражаемой терминологическими способами, характерными для конкретной языковой культуры. Комплексный содержательный, формальный и функциональный анализ способов языкового выражения сведений, которые впоследствии неизбежно востребованы каждым реципиентом в своей будущей жизнедеятельности, выявляет закономерный характер выбора способов объективации сведений средствами культурных кодов – вербального и невербальных, – а также показывает динамику количественных и качественных изменений в картине мира субъекта познания и коммуникации определенной возрастной категории. Это касается, прежде всего, выбора синтаксической структуры, коммуникативного типа предложения, выступающего в качестве заголовка к мультфильму, и первичного либо вторичного средства номинации некоторого понятия, ключевого для содержания соответствующего фильма. При изучении соотношения способа вербализации того или иного сообщения в качестве заголовка принимаются во внимание психо-когнитивные и социо-когнитивные особенности определенной возрастной категории детей, что дает возможность проследить довольно устойчивые корреляции между средствами объективации новых для субъекта познания сведений характером решаемых коммуникативных и когнитивных задач и переконfigurацией сведений в картине мира как результата пополнения, обогащения и дифференциации структур знания, образующих картину мира субъекта. Выявляются причины предпочтения вторичных номинативных средств (слов с переносным значением, фразеологических словосочетаний, прецедентных феноменов и др.) в мультфильмах для детей младшего школьного возраста. Отмечается стремление гармонизировать способы получения знаний о некотором физическом явлении субъектом из личного опыта, с одной стороны, и знаний, сообщаемых в мультфильме целенаправленно согласно логике соответствующей научной области, – с другой.

Ключевые слова: мультфильм как креализованный текст, вербальные и невербальные средства объективации сведений о мире, научно-популярный текст как феномен, компьютерно-опосредованная коммуникация, картина мира, синтаксическая структура заголовка, термины.

Abstract: analyzing the functional potential of an animated film on a natural science topic as a means of forming, structuring and re-structuring a picture of the world of subjects in a specific cultural space allows us to describe the step-by-step development of scientifically significant information by children, expressed in terminological ways adopted in a specific linguistic culture. A comprehensive meaningful, formal and functional analysis of the ways of linguistic expression of information, which are subsequently inevitably in demand by each recipient in his future life, reveals the natural nature of the choice of ways of objectification of information by means of cultural codes – verbal and non-verbal – and also shows the dynamics of quantitative and qualitative changes in the



worldview of the subject of cognition and communication of a certain age category. This primarily concerns the choice of syntactic structure, the communicative type of sentence serving as the title to the cartoon, and the primary or secondary means of nominating a certain concept that is key to the content of the corresponding film. When studying the relationship between the way a message is verbalized, the psycho-cognitive and socio-cognitive features of a certain age group of children are taken into account as the headline, which makes it possible to trace fairly stable correlations between the means of objectifying information new to the subject of cognition, the nature of the communicative and cognitive tasks being solved, and the reconfiguration of information in the worldview as a result of replenishment, enrichment and differentiation of knowledge structures that form a picture of the subject's world. The reasons for the preference for secondary nominative means (words with figurative meanings, phraseological phrases, precedent phenomena, etc.) in cartoons for primary school children are revealed. There is a desire to harmonize the ways in which a subject obtains knowledge about a certain physical phenomenon from personal experience, on the one hand, and knowledge conveyed in a cartoon purposefully according to the logic of the relevant scientific field, on the other.

Key words: a cartoon as a creolized text, verbal and non-verbal means of objectifying information about the world, popular science text as a phenomenon, computer-mediated communication, worldview, syntactic structure of the title, terms.

Введение

Все более глубокие и целенаправленные наблюдения за особенностями современного общества и способами взаимодействия носителей языка и культуры побуждают лингвистов обращать внимание на процессы и результаты социализации, а также на вклад разнородных языковых средств и новых форматов общения в соответствующие процессы. В обозначенном контексте в фокус исследовательского интереса не может не попасть такой продукт деятельности, как мультфильм, играющий особую роль при социализации новых молодых членов языкового общества.

Интерес к многоаспектному изучению мультипликационного фильма обусловлен рядом обстоятельств. Так, мультфильмы представляют собой поликодовое образование, и в силу своей поликодовой природы эти тексты, по всей видимости, облегчают новым носителям культуры «вращение» в ту или иную конфигурацию социально значимых сведений о мире, которые объективируются с помощью вербальных и невербальных средств как элементов культурных кодов (см. подробнее в [1–6]).

Подобные особенности, свойственные любому мультфильму как креолизованному тексту, обеспечивают более или менее успешную реализацию не только развлекательной, но и воспитательной функции мультфильмов, которые, как считают О. А. Немова и А. Ф. Бурухина, в доступной ребенку форме знакомят его с духовно-нравственными ценностями и моделями поведения, принятыми в обществе, формируют эстетический вкус и чувство юмора [7]. Не вызывает сомнения и познавательная ценность мультипликационных фильмов, в процессе просмотра которых ребенок расширяет представления об окружающем мире, знакомится с новыми понятиями.

В настоящее время происходит непрерывный рост научно-технического знания, который М. Н. Володи-

на характеризует как «информационно-терминологический взрыв, вызванный к жизни социальным заказом – потребностью в именовании (номинации) огромного числа новых понятий» [8, с. 25]. Вследствие этого современный человек не может существовать без владения основными понятиями из разных областей знаний, поскольку, по мнению М. Н. Володиной, терминологически кодируемая информация отражает накопленный коллективный опыт и является основой современного профессионально-научного знания [9]. В этой связи, думается, не менее важной задачей мультипликации, чем социализация и рекреация, является поэтапное освоение детьми терминологической информации, которая впоследствии неизбежно будет востребована каждым носителем языка в своей будущей жизнедеятельности, учитывая постоянное проникновение научной лексики в повседневный обиход¹.

Мультипликационный фильм научно-популярной направленности исследователи справедливо признают средством распространения научного знания от специалистов к массовой детской аудитории. Однако в связи с этим возникает ряд вопросов, нуждающихся в специальном рассмотрении.

Каким образом авторы мультипликационных фильмов для детей отбирают терминологическую информацию, которую они включают или исключают из текста мультфильма?

Как обеспечивается целенаправленное пополнение уже существующих у детей ментальных структур, которые сформировались к моменту восприятия того или иного мультфильма?

Как меняется, если вообще меняется, конфигурация терминологической информации в ментальной структуре из некоторой определенной понятийной

¹ Данная тенденция характеризуется Г. Дроздовским как одна из наиболее ярких для современного использования языковых средств в различных культурных пространствах [10].

сферы и/или в картине мира в целом у того или иного субъекта?

Что важнее: количественный или качественный аспект пополнения/обогащения картины мира?

Не исключено, что приблизиться к ответам на эти и другие вопросы поможет анализ структурного и семантического взаимодействия заголовка и вербальных² и невербальных³ средств, объективирующих разнообразные отношения между объектами реального и/или фикционального либо виртуального мира как составляющих мультипликационного фильма.

В условиях компьютерно-опосредованной коммуникации, как подчеркивает В. Ю. Варзапова, заголовок медиатекста берет на себя роль ключевого узла гипертекста сети Интернет, создаваемого реципиентом в процессе выбора из информационного потока того, что интересует его в первую очередь [11]. Заголовок к тексту вообще в теории текста трактуется Э. А. Лазаревой, А. А. Лютой, Ю. В. Трубниковой и другими исследователями как занимающий сильную позицию в тексте [12–14]. Поэтому не удивляет, что заголовок медиатекста характеризуется Э. А. Лазаревой как витрина текста, как способ привлечь и удерживать внимание читателя, воздействовать на адресата [15]. Н. С. Болотнова также считает заголовок регулятивным средством мотивации адресата, служащим его приобщению к содержанию медиатекста и интенции автора [16].

Сетевое же пространство, по мнению В. Ю. Варзаповой, предъявляет особые требования к заголовкам, так как большая часть из них превращаются в гиперссылки, в инструменты быстрого поиска контента [11]. При этом Ю. В. Трубникова отмечает, что содержательно заголовок является смысловым эквивалентом текста в сети Интернет, определяет стратегию его восприятия, влияет на дальнейшее восприятие или игнорирование текста реципиентом [14]. Все это не может не оправдывать устойчивый интерес исследователей к изучению заголовка вообще и заголовка к тексту определенного типа в частности.

Синтаксический статус заголовка любого текста трактуется неоднозначно. Так, М. Ю. Доценко пишет, что, с одной стороны, заглавие выступает в роли высказывания и «как самостоятельная коммуникативная единица стремится к структуре предложения с грамматической предикацией» [17, с. 48]. В то же время заглавие, будучи номинативной единицей,

стремится быть выраженным различными способами, в частности различными именными структурами, представляющими собой синтаксически вторичные способы обозначения пропозиции (см. примеры ниже).

Особую роль в предпочтении вторичных способов выражения пропозиции в качестве номинативного средства, по мнению Н. С. Валгиной, играет синтаксическая компрессия заголовка «путем эллиптирования, синтаксической асимметрии (пропуска логических звеньев высказывания)» [18, с. 242].

Таким образом, заголовок, являясь важной коммуникативно-номинативной единицей и вызывая по-прежнему неизменный исследовательский интерес, по-разному описывается с текстосемантических, текстосинтаксических и функциональных позиций. Однако следует отметить, что, несмотря на детальное описание общей природы заголовка [12–14], его синтаксического статуса и функций [11; 19–21], лингвисты чаще обращаются к изучению заголовков текстов определенных типов: газетных заголовков, заголовков текстов интернет-изданий [11; 12; 17; 22–25] и др., т. е. текстов, бытующих в медиaprостранстве, трактуемом широко и включающем традиционную прессу, телевидение, радио, разные виды компьютерно-опосредованного общения [26].

В этом контексте обращает на себя внимание тот факт, что заголовок мультипликационного фильма как относительно автономный компонент текстовой (синтаксической, семантической, функциональной) структуры, по нашим наблюдениям, еще не становился объектом лингвистического анализа, что обуславливает **актуальность** предпринятого исследования.

Целью исследования является выявление степени закономерности вероятных корреляций между семантикой, синтаксисом и функцией структуры, оформляющей заголовок к мультфильму.

В качестве **источника эмпирического материала** выступают мультфильмы для детей как средства и способы, облегчающие процессы социализации, способствующие формированию картины мира, адекватной физическому, природному миру, и влияющие на формирование личностной и коллективной идентичности единичных субъектов – детей до четырнадцати лет.

Гипотеза исследования заключается в том, что продуценты креолизованного текста «мультфильм для детей до четырнадцати лет на естественно-научную тему» создают заголовки, которые семантически, синтаксически и функционально должны по определению способствовать формированию картины мира, адекватной физическому, природному миру. Заголовки мультфильмов предопределяют структурирование сведений о естественной среде, закодированных вербально и невербально средствами различных

² Изучение вербальных средств предполагает рассмотрение устного и/или письменного текста, порожденного тем или иным персонажем мультфильма.

³ Анализ невербальных средств означает изучение изображения живых и неживых объектов естественного (природы) и искусственного (культуры) мира, различных артефактов, звуков, расстояния между объектами, временной дистанции между отдельными фазами некоторого процесса и/или событиями и др.

культурных кодов. Соответствующая структура сведений о мире должна вписываться в актуальные научные представления о естественной для человека среде, адаптированной к особенностям соответствующей искусственной, т. е. культурной, среды.

Материалы и методы исследования

С целью изучения связи между заголовком и вербальными («традиционный» текст) и невербальными (звук, изображение, линейная последовательность кадров) составляющими мультипликационного фильма проанализированы следующие российские мультфильмы, направленные на формирование у детей научных понятий⁴:

1) мультфильмы с возрастным ограничением 0+⁵: «Профессор Почемучкин» (36 серий), «Аркадий Паровозов спешит на помощь!» (140 серий), «Смешарики. Азбука безопасности» (32 серии), «Уроки тетюшки Совы. Уроки осторожности» (13 серий); «КОАП» (20 серий), «Планета Ай» (14 серий);

2) мультфильмы 6+: «Новаторы» (52 серии), «Фиксики» (217 серий), «Микрополис» (7 серий);

3) мультфильмы 7–14 лет: «Почемучка» (130 серий), «Смешарики. Пинкод» (104 серии).

Тематически мультфильмы можно разделить на ряд групп: 1) те, которые охватывают научные понятия из разных областей («Смешарики. Азбука безопасности» – серии «Светофор», «Игры с огнем», «Опасные сосульки»; «Новаторы» – серии «Колесо», «Прививки», «Лампочка», «Японская кухня»); 2) те, которые посвящены одной теме («КОАП» – животные, «Микрополис» – микромир и др.). Анализ показал, что условно называемые «универсальные» (т. е. охватывающие разные научные области) мультфильмы составляют большинство (9 из 11), поэтому основное внимание мы сосредоточили на них.

Наряду с такими темами, как правила дорожного движения, основы гигиены, путешествия, изобретения, в анализируемых мультфильмах идет речь в том числе об электричестве как физическом явлении. Электричество рассматривается в мультфильмах для всех возрастных групп, так как с электрическими приборами дети знакомятся в самом раннем возрасте – как из наблюдения за действиями старших членов своей семьи, так и из личного опыта работы с некоторыми приборами, в частности с зарядкой гаджетов. Если такие темы, как правила дорожного движения

и основы гигиены, актуальны для младшего возраста, то знакомство с электричеством продолжается и в старшем, при этом сведения об обсуждаемом явлении детализируются, моделируя научные представления о естественной для человека среде.

Основными методами стали текстограмматический анализ, синтаксический на микро- и макроуровне, лексико-семантический, морфологический, функциональный, а также количественный и т. д.

Результаты анализа

Анализ синтаксической структуры заголовков мультипликационных фильмов, в которых детей знакомят с различными свойствами и проявлениями электричества, показал, что большая часть заголовков (81 %) являются субстантивными⁶ (как полноструктурными, так и эллиптическими) монорематическими: «N⁷» («Электричество»); «N + N₂» («Тушение электроприборов»); «Adj + N» («Короткое замыкание»); «N + Adj + N₂» («Энергия морских приливов»); «Adj + N + Adj + N₂» («Волшебная сила бурной воды»); «N + Conj + N + N₂» («Сверхпроводимость и капелька любви») (табл. 1).

Основным коммуникативным типом предложения⁸ является повествовательное (80 % от общего количества, табл. 2). По синтаксической структуре все заголовки повествовательного типа являются эллиптическими («Электричество», «Короткое замыкание», «Фен») и составляют большинство (80 %). Заголовки вопросительного и побудительного типа имеют полную структуру («Почему гром всегда гремит после вспышки молнии?», «Никогда не включайте много электроприборов в одну розетку!»).

Очевидно, что одним из факторов выбора продуцентами определенной синтаксической структуры заголовка мультипликационного фильма является возрастная группа реципиентов. Как следует из анализа данных в табл. 1, заголовки мультфильмов для детей до шести лет оформляются в виде побудительных («Никогда не включайте много электроприборов

⁴ При анализе исходим из того, что знание/незнание научного понятия зависит от возрастной группы детей. Очевидно, дети до шести лет имеют лишь бытовые представления о явлениях окружающего мира.

⁵ Возрастные ограничения определены создателями мультипликационных фильмов. Длительность анализируемых серий указана в табл. 1.

⁶ В таких структурах предикатив выражен существительным. Выделение глагольных, субстантивных и адъективных структур основывается на мнении Х. Бринкманна, который подчеркивает принципиальные различия в синтаксической семантике при обозначении одной и той же пропозиции [27].

⁷ Условные обозначения: Vf – verbum finitum (спрягаемая форма глагола); N – nomen (существительное); Adv – adverbium (наречие); Adj – adjectivum (прилагательное); Neg – negatio (отрицание).

⁸ При определении коммуникативного типа предложения мы опираемся на точку зрения Н. Ю. Шведовой, которая в первую очередь разграничивает вопросительные и невопросительные предложения и далее среди невопросительных выделяет повествовательные, побудительные и предложения со значением желания [28] (в терминологии О. Б. Сиротининой – оптативные [29]).

Т а б л и ц а 1

Синтаксическая структура заголовков мультипликационных фильмов

Заголовок мультфильма	Возраст	Время	Заголовок серии	Синтаксическая структура
Аркадий Паровозов спешит на помощь!	0	2:49	Никогда не включайте много электроприборов в одну розетку!	$N_2 + N_4_{quant} + Neg + Vf_{pl} + Adv_{quant}$
Аркадий Паровозов спешит на помощь!	0	2:25	Не сушите вещи на электрообогревателях!	$Neg + Vf_{pl} + N_{4pl} + N_{6pl}$
Аркадий Паровозов спешит на помощь!	0	2:49	Не касайтесь электроприборов мокрыми руками!	$Neg + Vf_{pl} + N_{2pl} + Adj + N_{5pl}$
Профессор Почемушкин	0	1:04	Почему гром всегда гремит после вспышки молнии?	$Pочему + N_1 + Adv + Vf + N_2 + N_2$
Смешарики. Азбука безопасности	0	1:36	Тушение электроприборов	$N + N_2$
Уроки тетюшки Совы	0	5:09	Электричество	N
Новаторы	6	6:47	Волшебная сила бурной воды	$Adj + N + Adj + N_2$
Новаторы	6	6:47	Энергия морских приливов	$N + Adj + N_2$
Фиксики	6	6:07	Гирлянда	N
Фиксики	6	6:09	Фен	N
Фиксики	6	6:03	Ночник	N
Фиксики	6	6:00	Сигнализация	N
Фиксики	6	6:00	Электрочайник	N
Фиксики	6	5:57	Короткое замыкание	$Adj + N$
Фиксики	6	6:00	Железная дорога	$Adj + N$
Фиксики	6	5:54	Солнечная батарея	$Adj + N$
Почемучка	7–12	12:30	Электрический ток	$Adj + N$
Смешарики. Пин-код	6–14	13:00	Электробитва ⁹	N
Смешарики. Пин-код	6–14	11:57	Сверхпроводимость и капля любви	$N + Conj + N + N_2$
Смешарики. Пин-код	6–14	11:40	Вальс Кабанюши	$N + N_2$

Т а б л и ц а 2

Коммуникативный тип заголовка

Коммуникативный тип предложения	Тип синтаксической структуры					
	полное предложение			эллиптическое предложение		
	простое	сложное		объект	обстоятельство	предикатив
		паратакисис	гипотаксис			
Повествовательный	—	—	—	—	—	80 %
Вопросительный	5 %	—	—	—	—	—
Побудительный	15 %	—	—	—	—	—
Оптативный	—	—	—	—	—	—

в одну розетку!», «Не сушите вещи на электрообогревателях!», «Не касайтесь электроприборов мокрыми руками!») или вопросительных полных предложений («Почему гром всегда гремит после вспышки молнии?»).

Следует заметить, что глагольные конструкции являются первичными, так как развитие семантической стороны речи начинается с предложения [30–33].

⁹ Именно *электробитва*, а не узуальное *электробритва*.

Кроме того, по мнению психологов (Л. С. Выготского, Т. В. Черниговской и др.), ребенок раньше овладевает структурой в первую очередь придаточного предложения с союзом *потому что* и др., а не семантическим ее наполнением, т. е. развитие речи идет от предложения как смысловой единицы к значению отдельных слов [30; 33]. Однако вопрос «почему» задается ребенком не просто из любопытства. Как пишет Н. Б. Шумакова, это способ изучения проблемной ситуации, разрешения противоречия между

имеющимися у ребенка представлениями и новыми условиями их осмысления [34].

Императивная структура предложения также играет важную роль в познании ребенком до шести лет окружающего мира, так как, по мнению Ж. Пиаже, ценно умение действовать в соответствии с полученными знаниями в определенной ситуации [31]. Доминирование в этом возрасте наглядно-образного мышления [35; 36] эффективно используется создателями мультипликационных фильмов при совмещении вербальных и невербальных средств. Так, например, в мультфильме «*Не касайтесь электроприборов мокрыми руками!*» слова Аркадия Паровозова «*И ударил Машу тотчас электрический разряд. И по Маше побежали искры синей чередой. И от судороги Маша отключить не может свет*» подкрепляются соответствующим зрительным рядом, наглядно показывающим, что будет, если запрет нарушить.

Однако следует отметить, что усиление предупреждающей функции с помощью невербальных средств используется в мультфильмах для всех возрастных категорий (ср. «*Фиксики*» (6+) – «*Фен*», «*Смешарики. Пин-Код*» (6–14) – «*Электробитва*»). Предполагаем, что для детей более старшего возраста она играет роль не столько предупреждения, сколько напоминания об угрозе, так как первичные навыки распознавания опасного/неопасного уже сформированы ранее на бытовом уровне как элемент наглядно-действенного мышления [35; 36]. Об этом может косвенно свидетельствовать эллиптическая структура заголовка («*Фен*», «*Электробитва*»), которая показывает, что мультфильм для детей от шести лет выполняет в первую очередь информативную функцию, повествуя об электрических приборах, и в меньшей степени предупреждает об опасности.

Авторы мультипликационных фильмов для следующей возрастной категории детей, от шести лет и старше, используют только субстантивные эллиптические конструкции в заголовках (см. табл. 1), цель которых – идентификация с последующей классификацией объекта или явления: «*N*» – «*Гирлянда*», «*Фен*», «*Ночник*», «*Сигнализация*», «*Электрочайник*»; «*Adj + N*» – «*Короткое замыкание*», «*Железная дорога*», «*Солнечная батарея*»; «*Adj + N + Adj + N₂*» – «*Волшебная сила бурной воды*»; «*N + Adj + N₂*» – «*Энергия морских приливов*». По мнению В. В. Давыдова, это соответствует первичному рассудочному (эмпирическому) мышлению, направленному на расчленение и сравнение свойств явлений и предметов. На основе формальной общности предметов внешнего мира строятся частные обобщения, служащие основой классификации [37]. При этом важную роль играет идея поэтапности в освоении понятий для обеспечения интериоризации, перехода внешней речи во внутреннюю [36; 37].

Переходя к анализу соответствия заголовка содержанию мультипликационного фильма, следует отметить, что большая их часть отвечает возрастным особенностям реципиентов. Так, для детей до шести лет важным является опора на имеющийся или приобретаемый жизненный опыт (электрический разряд – это искры и, следовательно, боль, слезы, страх), поэтому наиболее продуктивными, на наш взгляд, являются заголовки в виде императивных конструкций (несмотря на то, что сходные функции выполняют и повествовательные, и вопросительные структуры).

Для детей дошкольного и младшего школьного возраста существенное значение имеет образование, используя выражение М. Н. Володиной, «правильно ориентирующего» термина с прозрачной внутренней формой, так как сознательное воздействие терминологической информации на реципиента имеет особую прагматическую ценность, способствует ее правильному дальнейшему восприятию, узнаванию и интерпретации [38]. В силу этого заголовки мультипликационных фильмов для детей от шести лет содержат термины, описывающие физические явления («*Энергия морских приливов*», «*Короткое замыкание*») или названия электрических устройств («*Гирлянда*», «*Фен*», «*Ночник*», «*Сигнализация*», «*Электрочайник*», «*Железная дорога*», «*Солнечная батарея*»). Мультипликационные фильмы при этом содержат «вставки», разъясняющие природу физических явлений или принципы работы устройств.

Следующий этап развития ребенка (младший и средний школьный возраст) Д. Б. Эльконин характеризует переходом от наглядно-образного к понятийному мышлению, от эмпирического к научно-теоретическому типу познания [36]. В этот период формируются умения последовательно мыслить, выдвигать гипотезы, доказывать свою точку зрения, опровергать неправильные выводы. Значимыми становятся не отдельные понятия, а их системное представление.

Иллюстрацией сказанному выше могут служить заголовки мультфильма «*Смешарики*» разной тематики для разных возрастных групп. Сравнение показало, что для детей до шести лет в цикле «*Смешарики. Азбука безопасности*» в качестве заголовков используется преимущественно стилистически нейтральная лексика («*Светофор*», «*Метро*», «*Место для купания*») и лишь в единичных присутствует экспрессивность («*Самая страшная машина*» – усиление) и языковая игра («*Некультурные автомобили*» – нарушение семантической сочетаемости; «*Недетский знак*» – многозначность).

В заголовках цикла «*Смешарики. Пин-Код*», который направлен на формирование научных понятий и предназначен для детей до четырнадцати лет, термины составляют всего 9 % от общего количества («*Золотое сечение*», «*ДНК*», «*Рефлексия*», «*Кремень*»,

«Супербактерия», «Двигатель прогресса», «Перемотка»), образные средства – 17 %.

Среди последних были выделены прецедентные феномены – 8 % («Горшочек, не вари!») (из сказки братьев Гримм «Горшочек каши»), «Комарилья» (от «камарилья» – группа придворных, влияющих на ход событий интригами, доносами и т. д.), «Жажда скорости» (название фильма), «Рога и копыта» (название американского мультфильма), «Петя Юрского периода» (трансформация названия американского фильма «Парк Юрского периода»); языковая игра – 7 % («Электробитва», «Прививка от Кроша», «Пресный подвиг», «Уши для Ушарика», «Исправительное питание», «Светосила искусства», «У медведя на уме»), окказионализмы – 5 % («Наноняни» (префиксация), «Метатыква» (префиксация), «Дружебин» (суффиксальное образование)).

Рассмотренный материал позволяет предположить, что продуценты мультипликационных фильмов для детей младшего и среднего школьного возраста отдают предпочтение вторичным номинативным средствам (словам с переносным значением, фразеологическим словосочетаниям, прецедентным феноменам и др.). Это в полной мере соотносится с развитием и трансформацией концептуальной системы человека в процессе его взаимодействия с окружающим миром.

При рассмотрении других мультфильмов можно наблюдать схожую ситуацию. Так, например, мультфильм «Почемучка» состоит из шести сезонов, первый из которых предназначен для детей до семи лет. При этом 69 % заголовков в этой серии представляют собой полные вопросительные предложения («Из чего состоит воздух?», «Чему равна скорость света?», «Как работает электрическая лампочка?»), половина из которых начинается со слова почему («Почему корабль не тонет?», «Почему дует ветер?», «Почему Луна в разное время выглядит по-разному?»). Остальные 31 % заголовков состоят из терминов и терминосокращений («Сила трения», «Гроза», «Астероиды»).

Заголовки последующих сезонов содержат не более 5 % вопросительных конструкций («Как работает монитор?», «Где находится Интернет?»). Однако, будучи предназначенными для той же возрастной категории, что и «Смешарики», заголовки мультфильмов «Почемучка» не содержат образные средства. Это, с одной стороны, может рассматриваться как игнорирование аттрактивной и развлекательной функции (так как не содержат образных средств), с другой – как средство концентрирования внимания на сущности описываемого явления.

И наконец, рассмотрим, как обеспечивается пополнение терминологической информацией уже существующих у детей знаний о мире. Первый этап

знакомства с терминами начинается с опоры на то, что окружает ребенка в повседневной жизни: во всех проанализированных мультфильмах упоминаются названия электроприборов, что подкрепляется визуальной информацией. Опасность при неправильном использовании электроприборов описывается через понятия «электрический разряд», «искры», «провода».

Для следующей возрастной категории (дошкольники и младшие школьники) также актуально обращение к электроприборам, однако расширяется их диапазон (гирлянда, фен, ночник, сигнализация, электрочайник, железная дорога, солнечная батарея; динамо-машина, генератор), описывается принцип их действия (гидроэлектростанция); упоминаются термины электричество, электрический ток, электроэнергия.

В мультфильмах для детей от шести до четырнадцати лет система понятий усложняется и включает термины, соответствующие структуре понятийного поля в физике: электрический ток, электрическое поле, скорость света, движение электронов, электромагнит [39].

Так происходит постепенное приращение знания, начиная с бытовых понятий и предупреждения об опасности до объяснения природы физических явлений и устройства сложных механизмов.

Выводы

Обобщая наблюдения над семантикой, синтаксисом и функциями заголовков мультфильмов для детей до четырнадцати лет на естественно-научную тему, следует акцентировать следующие положения.

Основным критерием отбора определенной синтаксической структуры заголовков и коммуникативного типа предложения, оформляющего заголовок, является возраст детей. Так, заголовки мультфильмов для детей до шести лет оформляются в виде полных побудительных или вопросительных предложений (преимущественно начинающихся с единицы каузальной семантики почему), что соответствует доказанной психологами особенности развития семантической стороны речи. Императивные конструкции в качестве заголовков выполняют предупреждающую функцию и помогают сформировать умение действовать в соответствии с полученными знаниями в определенной ситуации.

Для следующей возрастной категории субъектов познания, детей дошкольного и младшего школьного возраста, структура заголовка меняется и представляет собой субстантивные эллиптические монорематические конструкции. Их цель – идентификация с последующей классификацией объекта или явления, что обеспечивает поэтапность в освоении понятий для дальнейшей интериоризации, перехода внешней речи во внутреннюю.

Младший и средний школьный возраст характеризуется переходом от наглядно-образного к понятийному мышлению, развитием и трансформацией концептуальной системы человека в процессе его взаимодействия с окружающим миром, чему способствует в том числе понимание образных средств языка. По этой причине авторы мультипликационных фильмов для детей от семи лет и старше отдают предпочтение вторичным номинативным средствам (словам с переносным значением, фразеологическим словосочетаниям, прецедентным феноменам и др.).

Формирование картины мира, адекватной физическому, природному миру, происходит поэтапно, от бытовых представлений к знаниям о физических явлениях, что последовательно отражается в заголовках мультфильмов для детей до четырнадцати лет на естественно-научную тему. Мультфильм выступает средством формирования, структурирования и пере-структурирования картины мира субъектов в конкретном культурном пространстве, в полной мере соответствующая ориентационной функции культуры.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анисимова Е. Е. Креолизованные тексты – тексты XXI века? Взаимодействие вербального и паралингвистического в тексте. Воронеж : ЦЧКИ, 1999. 148 с.
2. Анисимова Е. Е. Лингвистика текстов и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). М. : Academia, 2013. 122 с.
3. Гришаева Л. И. Мультиmodalность, гибридикация, карнавализация в организации текста и уплотнение информационного потока // Немецкая филология в Санкт-Петербургском государственном университете. 2022. Вып. 12. С. 66–101.
4. Schmitz U. Kohärenzin Text-Bild-Sorten : Grammatik&Design // Субъект познания и коммуникации : языковые и межкультурные аспекты. Воронеж : НАУКА-ЮНИПРЕСС, 2014. С. 226–244.
5. Stöckl H. Linguistic Multimodality – Multimodal Linguistics. A State-of-the-Art Sketch // Multimodality. Disciplinary Thoughts and the Challenge of Diversity. Berlin ; Boston : de Gruyter, 2019. Pp. 41–68.
6. Weber W., Burmester M., Tille R. Interaktive Infografiken. Berlin ; Heidelberg : Springer Vieweg, 2013. 263 S.
7. Немов О. А., Бурухина А. Ф. Мультипликационные фильмы как средство формирования семейных духовно-нравственных ценностей // Вестник Моск. ун-та. Сер. 18. Социология и политология. 2014. № 1. С. 152–173.
8. Володина М. Н. О стихийном и системном характере терминологической номинации // Stephanos. 2017. № 6 (26). С. 24–36.
9. Володина М. Н. Знание сквозь призму терминологической информации // Вестник Моск. ун-та. Сер. 9: Филология. 2011. № 3. С. 136–145.
10. Drosdowski G. Ist unsere Sprache noch zu retten? Mannheim ; Wien ; Zürich : Dudenverlag, 1988. 24 S.
11. Варзапова В. Ю. Заголовок англоязычного медиатекста как объект лингвосомиотического исследования (на материале заголовков сетевых версий изданий The Telegraph и The Independent) : дис. ... канд. филол. наук. М., 2020. 203 с.
12. Лазарева Э. А. Заголовок в газете. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2004. 86 с.
13. Лютая А. А. Современный газетный заголовок : структура, семантика, прагматика : дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2008. 164 с.
14. Трубникова Ю. В. Текст и его заголовок : проблема структурного и семантического взаимодействия // Изв. Алтай. гос. ун-та. 2010. № 2-2 (66). С. 121–126.
15. Лазарева Э. А. Заголовочный комплекс текста – средство организации и оптимизации восприятия // Изв. Урал. гос. ун-та. 2006. № 40. С. 158–166.
16. Болотнова Н. С. О регулятивном потенциале заглавий медиатекстов (на материале статей «Российской газеты») // Вестник Том. гос. пед. ун-та. 2021. № 4 (216). С. 7–14.
17. Доценко М. Ю. Синтаксис газетного заголовка : структура, семантика, прогнозирование смыслового развития текста : дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2009. 243 с.
18. Валгина Н. С. Теория текста. М. : Логос, 2004. 280 с.
19. Гришаева Л. И. Парадоксы медиалингвистики. Воронеж : НАУКА-ЮНИПРЕСС, 2014. 295 с.
20. Гришаева Л. И. Варьирование текста в коммуникации. Воронеж : НАУКА-ЮНИПРЕСС, 2020. 291 с.
21. Пешкова Ю. В. Взаимосвязь синтаксической структуры и функций заголовков немецких новостных текстов // Вестник Воронеж. гос. ун-та. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2011. № 1. С. 147–150.
22. Засорина М. Е. Прагма-интертекстуальные характеристики заголовочного дискурса СМИ (на материале журналов «Коммерсант власть» и «The Economist») : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тобольск, 2009. 21 с.
23. Аганова А. Н. Заголовок в современной русской прессе : эпистемический и прагматический аспекты : дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2011. 185 с.
24. Исаева А. Ю. Коммуникативно-прагматические особенности газетного заголовка (на материале англоязычных интернет-изданий) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2017. 22 с.
25. Корнилова К. Е. Функции заголовков современных журналистских текстов // Изв. высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. 2007. № S1. С. 118–119.
26. Щипицина Л. Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация. Лингвистический аспект анализа. М. : Красанд, 2010. 294 с.
27. Brinkmann H. Die deutsche Sprache. Gestalt und Leistung. Düsseldorf : Schwann, 1971. XXXI, 939 S.
28. Русская грамматика / под ред. Н. Ю. Шведовой. М. : Наука, 1980. Т. 2. Синтаксис. 709 с.

29. Сиротина О. Б. Лекции по синтаксису русского языка : учеб. пособие для филол. спец. ун-тов. М. : Высшая школа, 1980. 141 с.
30. Выготский Л. С. Мышление и речь. М. : Лабиринт, 1999. 352 с.
31. Пиаже Ж. Психогенез знаний и его эпистемологическое значение. М., 1983. 101 с.
32. Уфимцева Н. В. Языковое сознание : динамика и вариативность. М. ; Калуга : Ин-т языкознания РАН, 2011. 252 с.
33. Черниговская Т. В. Чеширская улыбка кота Шрёдингера : язык и сознание. М. : Языки славянской культуры, 2013. 448 с.
34. Шумакова Н. Б. Возраст вопросов. М., 1990. 78 с.
35. Тихомиров О. К. Психология мышления : учеб. пособие. М. : Изд-во Моск. ун-та, 1984. С. 81–82.
36. Эльконин Д. Б. Психическое развитие детей дошкольного возраста : избр. психол. труды. М. : Ин-т практ. психологии ; Воронеж : МОДЭК, 1997. 115 с.
37. Давыдов В. В. Проблемы развивающего обучения : опыт теоретического и экспериментального психологического исследования. М. : Педагогика, 1986. 240 с.
38. Володина М. Н. Когнитивно-информационная природа термина и терминологическая номинация : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1998. 59 с.
39. Прохоров А. М. Физическая энциклопедия : в 5 т. М. : Большая Российская энциклопедия, 1998. Т. 5. Стробоскопические приборы – Яркость. 687 с.
7. Nemova O. A. Mul'tiplikacionny'e fil'my' kak sredstvo formirovaniya semejny'x duxovno-nravstvenny'x cennostej [Animated films as a means of forming family spiritual and moral values]. In: *Vestnik Moskovskogo universiteta. Series 18. Sociology and Political Science*. 2014. No. 1. Pp. 152–173.
8. Volodina M. N. O stixijnom i sistemnom xaraktere terminologicheskoy nominacii [On the spontaneous and systemic nature of terminological nomination]. In: *Stephanos*. 2017. No. 6 (26). Pp. 24–36.
9. Volodina M. N. Znanie skvoz' prizmu terminologicheskoy informacii [Knowledge through the prism of terminological information]. In: *Vestnik Moskovskogo universiteta. Episode 9: Philology*. 2011. No. 3. Pp. 136–145.
10. Drosdowski G. Ist unsere Sprache noch zu retten? Mannheim ; Wien ; Zürich: Dudenverlag, 1988. 24 p.
11. Varzapova V. Yu. Zagolovok angloyazy'chnogo mediateksta kak ob'ekt lingvosemioticheskogo issledovaniya (na materiale zagolovkov setevy'x versij izdaniy The Telegraph i The Independent) [The title of the English-language media text as an object of linguistic semiotic research (based on the headlines of the online versions of The Telegraph and The Independent)]. PhD Dissertation. Moscow, 2020. 203 p.
12. Lazareva E. A. Zagolovok v gazete [The headline in the newspaper]. Yekaterinburg: Ed. The Urals. University, 2004. 86 p.
13. Lyutaya A. A. Sovremenny'j gazetny'j zagolovok: struktura, semantika, pragmatika [Modern newspaper headline: structure, semantics, pragmatics]. PhD Dissertation. Volgograd, 2008. 164 p.
14. Trubnikova Yu. V. Tekst i ego zagolovok: problema strukturnogo i semanticheskogo vzaimodejstviya [Text and its title: the problem of structural and semantic interaction]. In: *Izvestiya Altajskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2010. No. 2-2 (66). Pp. 121–126.
15. Lazareva E. A. Zagolovochny'j kompleks teksta – sredstvo organizacii i optimizacii vospriyatiya [The heading complex of the text is a means of organizing and optimizing perception]. In: *Izvestiya Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta*. 2006. No. 40. Pp. 158–166.
16. Bolotnova N. S. O regulativnom potenciale zaglavij mediatekstv (na materiale statej “Rossijskoj gazety”) [On the regulatory potential of media text titles (based on the articles of Rossiyskaya Gazeta)]. In: *Vestnik Tom. gos. ped. un-ta*. 2021. No. 4 (216). Pp. 7–14.
17. Dotsenko M. Yu. Sintaksis gazetnogo zagolovka: struktura, semantika, prognozirovanie smy'slovogo razvitiya teksta [The syntax of a newspaper headline: structure, semantics, forecasting the semantic development of a text]. PhD Dissertation. St. Petersburg, 2009. 243 p.
18. Valgina N. S. Teoriya teksta [Text Theory]. Moscow: Logos, 2004. 280 p.
19. Grishaeva L. I. Paradoksy' medialingvistiki [Paradoxes of media linguistics]. Voronezh: NAUKA-UNIPRESS, 2014. 295 p.
20. Grishaeva L. I. Varjirovanie teksta v kommunikatsii [Variability of texts in communication]. Voronezh: Nauka-Unipress, 2020. 291 p.

REFERENCES

1. Anisimova E. E. Kreolizovanny'e teksty' – teksty' XXI veka? Vzaimodejstvie verbal'nogo i paralingvisticheskogo v tekste [Creolized texts – texts of the XXI century? The interaction of verbal and paralinguistic in the text]. Voronezh: CzChKI, 1999. 148 p.
2. Anisimova E. E. Lingvistika tekstov i mezhkul'turnaya kommunikaciya (na materiale kreolizovanny'x tekstov) [Linguistics of text and intercultural communication (based on the material of creolized texts)]. Moscow: Academia, 2013. 122 p.
3. Grishaeva L. I. Mul'timodal'nost', gibridizaciya, karnavalizaciya v organizacii teksta i uplotnenie informacionnogo potoka [Multimodality, hybridization, carnivalization in the organization of text and information flow consolidation]. In: *Nemeczskaya filologiya v Sankt-Peterburgskom gosudarstvennom universitete*. 2022. Vol. 12. Pp. 66–101.
4. Schmitz U. Kohrenz in Tech-Build-Grade: Grammar&Design. In: *Sub'`ekt poznaniya i kommunikacii : yazykovy'e i mezhkul'turny'e aspekty'*. Voronezh: NAUKA-UNIPRESS, 2014. Pp. 226–244.
5. Stöckl H. Linguistic Multimodality – Multimodal Linguistics. A State-of-the-Art Sketch. In: *Multimodality. Disciplinary Thoughts and the Challenge of Diversity*. Berlin ; Boston: de Gruyter, 2019. Pp. 41–68.
6. Weber W. Interaktive Infografiken. Berlin ; Heidelberg: Springer Vieweg, 2013. 263 p.

21. Peshkova Yu. V. Vzaimosvyaz' sintaksicheskoy struktury i funkciy zagolovkov nemeczkix novostny'x tekstov [Interrelation of syntactic structure and functions of headlines of German news texts]. In: *Vestnik Voronezh. gos. un-ta. Seriya: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikaciya*. 2011. No. 1. Pp. 147–150.

22. Zasorina M. E. Pragma-intertekstual'ny'e xarakteristiki zagolovochnogo diskursa SMI (na materiale zhurnalov «Kommersant vlast'» i «The Economist») [Pragma-intertextual characteristics of the media's headline discourse (based on the material of the magazines Kommersant Vlast and The Economist)]. PhD Dissertation Abstract. Tobolsk, 2009. 21 p.

23. Agapova A. N. Zagolovok v sovremennoj russkoj presse: e'pistemicheskij i pragmaticheskij aspekty' [The headline in the modern Russian press: Epistemic and pragmatic aspects]. PhD Dissertation. Volgograd, 2011. 185 p.

24. Isaeva A. Yu. Kommunikativno-pragmaticheskie osobennosti gazetnogo zagolovka (na materiale angloyazy'chny'x internet-izdaniy) [Communicative and pragmatic features of newspaper headlines (based on the material of English-language online publications)]. PhD Dissertation abstract. Moscow, 2017. 22 p.

25. Kornilova K. E. Funkcii zagolovkov sovremenny'x zhurnalistskix tekstov [Headline functions of modern journalistic texts]. In: *Izvestiya vy'sshix uchebny'x zavedenij. Severo-Kavkazskij region. Obshhestvenny'e nauki*. 2007. No. S1. Pp. 118–119.

26. Shchipsina L. Yu. Komp'yuterno-oposredovannaya kommunikaciya. Lingvisticheskij aspekt analiza [Computer-mediated communication. The linguistic aspect of analysis]. Moscow : Krasand, 2010. 294 p.

27. Brinkmann H. Die deutsche Sprache. Gestalt und Leistung. Düsseldorf: Schwann, 1971. XXXI, 939 p.

28. Russkaya grammatika. [Russian grammar]. Ed. by N. Yu. Shvedova. Moscow: Nauka Publ., 1980. T. 2. Sintaksis. 709 p.

29. Sirotinina O. B. Lekcii po sintaksisu russkogo yazy'ka: uchebnoe posobie dlya filologicheskix special'nostej

universitetov [Lectures on the syntax of the Russian language: A textbook for philological specialties of universities]. Moscow: Higher School Publishing House, 1980. 141 p.

30. Vygotsky L. S. My'shlenie i rech' [Thinking and speech]. Moscow: Labyrinth, 1999. 352 p.

31. Piaget J. Psixogenez znaniy i ego e'pistemologicheskoe znachenie [The psychogenesis of knowledge and its epistemological significance]. Moscow, 1983. 101 p.

32. Ufimtseva N. V. Yazy'kovoe soznanie: dinamika i variativnost' [Linguistic consciousness: dynamics and variability]. Kaluga: Institute of Linguistics of the Russian Academy of Sciences, 2011. 252 p.

33. Chernigovskaya T. V. Cheshirskaya uly'bka kota Shryodingera: yazy'k i soznanie [The Cheshire smile of Schrodinger's cat: language and consciousness]. M.: Languages of Slavic culture, 2013. 448 p.

34. Shumakova N. B. Vozrast voprosov [Age of questions]. Moscow, 1990. 78 p.

35. Tikhomirov O. K. Psixologiya my'shleniya: uchebnoe posobie [Psychology of thinking: a textbook]. Moscow : Publishing House of Moscow. University, 1984. Pp. 81–82.

36. Elkonin D. B. Psixicheskoe razvitie detej doshkol'nogo vozrasta [Mental development of preschool children]. M.: In-t prakt. psyhologii; Voronezh: MODEK, 1997. 115 p.

37. Davydov V. V. Problemy' razvivayushhego obucheniya: Opy't teoreticheskogo i e'ksperimental'nogo psixologicheskogo issledovaniya [Problems of developmental learning: The experience of theoretical and experimental psychological research]. M.: Pedagogika, 1986. 240 p.

38. Volodina M. N. Kognitivno-informacionnaya priroda termina i terminologicheskaya nominaciya [Cognitive-informational nature of the term and terminological nomination]. PhD Dissertation abstract. Moscow, 1998. 59 p.

39. Prokhorov A. M. Fizicheskaya e'nciklopediya : v 5 t. [Physical encyclopedia : in 5 vol.]. M.: Great Russian Encyclopedia, 1998. Vol. 5. Stroboscopic devices – Brightness. 687 p.

Воронежский государственный университет

Подтележникова Е. Н., кандидат филологических наук, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики

E-mail: podtelezchnikova@yandex.ru

Поступила в редакцию 16 февраля 2025 г.

Принята к публикации 26 мая 2025 г.

Для цитирования:

Подтележникова Е. Н. Заголовок как средство отражения содержания мультипликационного фильма // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2025. № 3. С. 36–45. DOI: <https://doi.org/10.17308/lic/1680-5755/2025/3/36-45>

Voronezh State University

Podtelezchnikova E. N., Candidate of Philology, Associate Professor of the Theoretical and Applied Linguistics Department

E-mail: podtelezchnikova@yandex.ru

Received: 16 February 2025

Accepted: 26 May 2025

For citation:

Podtelezchnikova E. N. The title as a reflection of the content of an animated film. Proceedings of Voronezh State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication. 2025. No. 3. Pp. 36–45. DOI: <https://doi.org/10.17308/lic/1680-5755/2025/3/36-45>