

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>
World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2022, №1, Том 13 / 2022, No 1, Vol 13 <https://sfk-mn.ru/issue-1-2022.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/05FLSK122.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Елагина, Ю. С. Институциональные характеристики мультипликационного дискурса / Ю. С. Елагина // Мир науки. Социология, филология, культурология. — 2022. — Т. 13. — № 1. — URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/05FLSK122.pdf>

For citation:

Elagina Yu.S. Institutional characteristics of multiplication discourse. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, 1(13): 05FLSK122. Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/05FLSK122.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.)

Елагина Юлия Сергеевна

ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет», Оренбург, Россия

Доцент кафедры «Теории и практики перевода»

Кандидат филологических наук

E-mail: dymok_july@mail.ru

РИНЦ: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=631550

Институциональные характеристики мультипликационного дискурса

Аннотация. В статье рассматривается мультипликационный дискурс как объект лингвистических исследований. Отсутствие единого мнения относительно определения данного явления, а также описания его системообразующих характеристик делает данную тему актуальной. Используя приемы сопоставительного и категориального анализа, автор предпринимает попытку выполнить комплексный анализ мультипликационного дискурса, основанный на изучении его институциональных характеристик.

Анализ типовых участников дискурса показал ориентированность на массового адресата, что, как следствие, показывает на отсутствие таких характеристик, как возрастные рамки адресата, его пол, образование, профессиональная деятельность и хобби. Описание хронотопа позволило определить ряд следующих признаков: отсроченная форма коммуникации между ее участниками, удаленность в пространственно-временных рамках. Развитие современных технологий создали условия для возможности многократного просмотра, а также обратной связи. Развлекательная цель мультипликационного дискурса является доминирующей. Также выделяют развивающую, образовательную, обучающую, а также воспитательную цели. Кроме того, была выявлена взаимосвязь между целями и ценностями исследуемой дискурсивной практики. Для обучающей и развивающей целей присущ следующий набор ценностей: утилитарные, моральные, духовные, а также идеологические. Для развлекательной цели характерны утилитарные, социальные и гедонистические ценности. Основной коммуникативной стратегией мультипликационного дискурса выступает нарративная стратегия. Помимо нее можно выделить вспомогательные стратегии: эмотивная стратегия, стратегия формирования оценки, а также стратегия провоцирования необходимой ответной реакции. Тематика мультипликационного дискурса не имеет четко заданного тематического диапазона и зависит напрямую от адресата и целей. В соответствии с классификацией жанров, отвечающей интересам лингвистических исследований, мультипликационный дискурс подразделяется на политическую и социальную сатиру, памфлет, народную и классическую сказку, басню, а также музыкальную комедию. Прецедентными текстами для мультипликационного дискурса, по мотивам которых создается

сценарий мультипликации, могут быть сказки, легенды мифы, стихотворения, комиксы, а также песни. Для мультипликационного дискурса характерен следующий ряд дискурсивных формул: дискурсивные формулы образности, дискурсивные формулы эмоциональности, дискурсивные формулы динамичности.

На основе полученных в ходе анализа результатов можно сделать вывод, что мультипликационный дискурс представляет собой отсроченную форму коммуникации, в которой создатель мультфильма передает определенное сообщение зрителю посредством акустического и визуального канала (акустический канал не является облигаторным) с возможностью его многократного просмотра. Кроме того, можно утверждать, что исследуемый тип дискурса отражает социокультурную картину мира, а также менталитет народа.

Ключевые слова: мультипликационный дискурс; дискурс-анализ; участники дискурса; хронотоп; цели; ценности; стратегии; тематика; прецедентные тексты; дискурсивные формулы

В современном мире просмотр телевидения и кино — один из самых популярных способов времяпрепровождения, и следствием этого стало развитие мультипликационного искусства. В нашей стране мультипликационное искусство появилось и активно развивалось во времена Советского Союза, завоевав симпатию как отечественных, так и иностранных зрителей. Мультипликационные фильмы актуальны и для детей, и для взрослых, при этом анимация для взрослых затрагивает соответственно недетские темы. Анимация является инструментом воздействия на зрителя, средством манипуляции и скрытого управления, что вызвало наш интерес к данному типу дискурса.

Мультипликационный дискурс представляет собой сложное явление, исследование которого представлено в работах таких лингвистов, как В.О. Безрукова, И.П. Черкасова [1], Д.А. Кухаренко [2], Е.Г. Нешкова [3] и других.

В работе Д.А. Тихоновой мультипликационный дискурс трактуется с позиции текста, взятого в событийном аспекте мультипликационного фильма, таким образом, в фокусе исследования находятся языковые особенности, продуцируемые мультипликационными героями, которые отражают характерные черты своей эпохи¹.

Е.Г. Нешкова определяет данный тип дискурса несколько шире, принимая во внимание помимо текста анимационного произведения такие экстралингвистические аспекты, как интенция автора и предполагаемый эффект, произведенный на адресата, то есть зрителя [3].

В дефиниции мультипликационного дискурса В.О. Безруковой и И.П. Черкасовой выделяется такой аспект, как способ передачи информации, а именно — визуальный и аудио [1].

Таким образом, обязательными составляющими мультипликационного дискурса являются создатель мультфильма, зритель, определенный видео- и аудиоканал для передачи текста анимационного произведения. Для того, чтобы сформулировать более точное определение, на наш взгляд, необходимо описать данную дискурсивную практику.

Таким образом, объектом настоящего исследования является мультипликационный дискурс. В качестве предмета исследования рассматриваются его институциональные характеристики. Выявление и систематизация характеристик мультипликационного дискурса

¹ Тихонова Д.А. Стилистические особенности англоязычного мультипликационного дискурса: выпускная квалификационная работа по специальности 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки). Иностранный язык (английский) М: Башкирский государственный университет, 2017, с. 54.

позволит сформулировать определение данной дискурсивной практики, что и является целью данного исследования.

Данная работа построена на следующих методах исследования: метод теоретического анализа научной литературы, метод логического сопоставления, а также приемы сопоставительного и категориального анализа.

Для описания дискурса было создано множество классификаций, основанных на различных критериях, они представлены в работах Г.Г. Почепцова, Г.М. Яворской, П.В. Зернецкина, В.И. Карасика, Н.Н. Мироновой и других [4].

В нашем исследовании используется классификация, разработанная в работе В.И. Карасика, в которой описание институционального дискурса включает такие параметры, как его типовые участники, хронотоп, цели, ценности, стратегии, материал (тематика), жанры, прецедентные тексты и дискурсивные формулы [5].

Участниками дискурса являются его представители (адресанты), и те, кто обращается (адресаты). Адресанты мультипликационного дискурса — лица, которые принимают участие в создании картины. Самое общее разделение на роли в процессе: сценарист, режиссёр, аниматоры, иллюстраторы, звукорежиссёр, дикторы. Один человек в состоянии совместить данные роли и выполнить всю работу самостоятельно, но такие случаи скорее исключение, чем правило. Подобное распределение ролей определяет агента изучаемого дискурса как множественного.

Адресатами мультипликационного дискурса выступают зрители. В России в соответствии с законом «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» вся анимационная продукция имеет классификацию по возрастным ограничениям, которая позволяет определить целевую аудиторию. Она подразделяется на следующие категории: «0+» (к ней относятся мультфильмы, разрешенные для показа в любой зрительской аудитории), «6+», «12+», «14+», «16+», «18+»².

Данные возрастные рамки влияют на выбор художественных средств, которые допустимо использовать. Кроме того, целевая аудитория определяет жанр мультипликационного дискурса.

Таким образом, невозможно обозначить четкие возрастные рамки адресата мультипликационного дискурса в целом, не поддаются разграничению и другие характеристики (пол, образование, профессиональная деятельность, хобби и т. д.), что позволяет говорить о его социокультурной неоднородности. Ориентированность на массового адресата делает схожим мультипликационный и медийный дискурсы.

Кроме того, анимация, ориентированная непосредственно на детей, имеет двойственный характер, поскольку отвечает требованиям создающего ее взрослого, по его критериям.

Мультипликационный дискурс представляет собой открытую систему. Сообщение, представленное в мультфильме, направлено на зрителя в целом, и интерпретация, и оценка данного сообщения могут варьироваться в зависимости от социально обусловленных, а также личностных факторов [6]. Характер интерпретации, а также глубина прочтения дискурса зависят, в частности, от культурных особенностей аудитории» [7].

² В соответствии с приказом Роскультуры от 15.03.2005 n 112 (ред. от 01.07.2005) об утверждении руководства по возрастной классификации аудиовизуальных произведений, положения и состава экспертного совета по возрастной классификации аудиовизуальных произведений // зонаЗакона.ру — <https://www.zonazakona.ru/law/ukaz/9184/>.

Хронотоп является еще одной категорией условий общения, описание которого подразумевает описание пространственно-временных параметров рассматриваемого нами дискурса.

Развитие технических средств в последние десятилетия привело к расширению пространственных границ мультипликационного дискурса. С появлением смартфона и планшета местом просмотра мультфильма может стать любое пространство, выбранное адресатом. Каналы коммуникации мультипликационного дискурса подразделяются на акустический и визуальный. Акустический канал передает диалоги и песни, представленные в дискурсе, визуальный канал репрезентирует письменную речь, а также графические знаки, адресованные зрителю. Характерной особенностью мультипликационного дискурса является отсроченная форма коммуникации между ее участниками, что объясняется их удаленностью в пространственно-временных рамках. Кроме того, существует возможность многократного просмотра, так как содержание остается неизменным.

Обсуждение просмотренного мультфильма, а также написанный отзыв могут быть примерами обратной связи, реакцией адресата на представленное сообщение.

Все мультфильмы по продолжительности подразделяются на короткометражные, длительность которых составляет до 45 минут («Когда зажигаются елки», «Дед Мороз и лето»), и полнометражные, длительностью более 45 минут («Приключения Буратино», «Дикие лебеди»). Ряд короткометражных мультфильмов могут составлять мультсериал («Ну, погоди!», «38 попугаев» и другие). Длительность мультфильма определяет объем киносценария.

Цели мультипликационного дискурса напрямую зависят от адресата. С одной стороны, адресатом выступает родитель, который использует мультфильм для демонстрации ребенку с *развивающей целью*, так как исторически мультипликационные фильмы были направлены на становление самосознания и мировоззрение ребенка. С другой стороны, конечным адресатом выступает непосредственно ребенок, для которого доминирующей целью просмотра мультфильма является *развлекательная*. Данная цель характеризует сообщение дискурса, которое представлено в его тексте, и определяет набор языковых средств в зависимости от адресата [3].

Кроме того, можно выделить следующие цели:

- *образовательная* («Смешарики», «Уроки тетушки Совы»), направленная на освоение основ научных знаний, ценностных ориентаций и отношений;
- *обучающая* («Кисточка Петти», «Мальшарики»), направленная на формирование и систематизацию знаний, умений и навыков у адресата;
- *воспитательная* («Мой друг зонтик», «Замок лгунов»). Данная цель направлена на формирование нравственных и эстетических представлений, системы взглядов на мир, способности следовать нормам поведения в обществе, исполнять принятые в нем законы, т. е. формирует определенную модель поведения.

Таким образом, анимация репрезентирует различные модели действительности посредством создания в сознании адресата (в частности ребенка) заданных сценариев, направленных на структурирование его отношения с социальным миром, а также формирование его идентичности.

Цели данной дискурсивной практики определяют ценности, которые в ней представлены.

Мультипликационный дискурс, как и любой дискурсивный формат, направлен на выражение определенных ценностей посредством оценочных суждений, имеющих вербальную и невербальную форму.

Мультфильмы, направленные на развитие и обучение адресата, содержат в себе:

- *утилитарные ценности*, направленные на освоение адресатами естественнонаучных знаний, необходимых им для жизни и практической деятельности в будущем (полезно есть фрукты, опасно переходить дорогу на красный свет);
- *моральные ценности*, представляющие собой совокупность принципов и норм, определяющих межличностные отношения, дающие понятия о добре и зле, хорошем и плохом (например, нужно уважать родителей, плохо быть жадным и др.);
- *духовные ценности*, репрезентирующие адресату набор важных нравственных, этических и религиозных понятий, таких как любовь, дружба, четность, преданность;
- *идеологические ценности*, являющие собой явления идеологической сферы общества. Это могут быть цели, программы, лозунги (например, в мультфильме «Чебурашка и Крокодил Гена» представлена концепция пионеров, их задачи и обязанности).

Стоит отметить, что отражение идеологических ценностей связано также с сатирической целью мультипликационного дискурса, которая отражает реалии действительности при помощи различных комических средств. Данная цель в большей мере свойственна мультипликации советского периода, а также современной американской анимации.

Чаще всего определение ценностей происходит через осмысление аксиогенных ситуаций, представляющих различные жизненные истории, иллюстрирующие нравственные ценности. Например, мультфильм «Мешок яблок» учит таким ценностям, как щедрость, доброта, а также воспитывает умение делиться, показывая перипетии, в которые попадает заяц, отправившийся в лес за едой для своей семьи.

Двойственный характер адресата определяет еще одну особенность мультипликационного дискурса, а именно ступенчатый характер послания, так как некоторые идеи лежат на поверхности и доступны каждому реципиенту, другие идеи могут воспринять не все.

В мультфильмах, имеющих единственно развлекательную цель, могут преобладать другие ценности:

- *утилитарные ценности*, отражающие представление о материальных благах, извлекаемых из эксплуатации природы для удовлетворения различных человеческих потребностей и желаний;
- *социальные ценности*, представляющие жизненные идеалы и цели, которые, по мнению большинства в данном обществе следует достигнуть;
- *гедонистические ценности*, усматривающие высшую цель человеческого существования в наслаждении.

Данный набор ценностей представлен в таких мультфильмах, как «Gravity Falls», «Winx Club», «Madagascar» и другие.

Таким образом, мультипликационный дискурс является сильным средством создания базовых ценностей для адресата, в частности, для детей.

Достижение поставленных в мультипликационном дискурсе целей осуществляется посредством определенного набора вербальных и невербальных средств, определяемых стратегиями, которые представляют собой совокупность речевых действий, направленных на решение общей коммуникативной задачи говорящего [8]. Ведущими стратегиями мультипликационного дискурса, как и любого другого, выступают коммуникативные стратегии, так как именно они направлены на инициирование собственно дискурса [9, с. 109].

С нашей точки зрения *основной коммуникативной стратегией* мультипликационного дискурса выступает нарративная стратегия, направленная на отражение точки зрения автора, на его интерпретацию действительности. Отличительной особенностью нарратива мультипликационного дискурса является комплексный характер его формы (визуальный, вербальный, шумово-музыкальный, а также композиционный), оказывающий влияние сразу на несколько способов восприятия адресата, один из которых в любом случае будет эффективен, что приведет к достижению цели коммуникации.

Кроме того, можно выделить *вспомогательные стратегии*, направленные на формирование эффективного речевого взаимодействия. К ним относятся:

- эмотивная стратегия, направленная на заражение адресата определенными идеями и чувствами;
- провоцирование необходимой ответной реакции;
- стратегия формирования оценки.

Тематика мультипликационного дискурса охватывает практически всё, что происходит в мире, не имея четко заданного тематического диапазона, и зависит напрямую от адресата и целей. Она отражает национально-специфические особенности народа, его традиции, бытовую культуру, повседневное поведение, а также проблемы и интересы того или иного этноса.

Исследуя вопрос разновидностей и жанрового разнообразия мультипликационного дискурса, следует отметить, что до начала 1990-х годов мультипликация не считалась отдельной самостоятельной разновидностью искусства и трактовалась жанром кинематографа как жанр для детей, определяя целевую аудиторию.

В настоящее время существует несколько основных критериев классификации жанров мультипликационного дискурса. Один из них основывается на технике создания, в соответствии с которой можно выделить следующие типы анимации: рисованная мультипликация («Трое из Простоквашино»), объемная (кукольная) мультипликация («Чебурашка»), перекладная мультипликация («Ежик в тумане»), другие техники мультипликации: теневая; графическая; игольчатый экран; компьютерная анимация («Масяня»). Стоит отметить, что данный подход не отвечает интересам лингвистических исследований.

Наиболее часто применяемой для большинства анимационных работ является классификация, основанная на системе классических искусств, что позволяет выделить в мультипликации следующие типы: политическая и социальная сатира, памфлет, народная и классическая сказка, басня, музыкальная комедия. Данная классификация образует последовательность: вид — род — жанр — поджанр. Ее особенностью является тот факт, что категории в рамках данной классификации заимствуются из разных источников: литературы (например, басня), музыки (музыкальная комедия), эстрадно-циркового искусства (памфлет).

Еще одна классификация мультипликационных фильмов основана на общности эмоционально-смысловых структур, примерами групп являются басни, комедийные мультфильмы, исторические мультфильмы, фантастические мультфильмы, детективные мультфильмы и другие [10].

Следующим параметром, характеризующим дискурс, выступают прецедентные тексты, которые представляют собой «осознанные или неосознанные, точные или преобразованные цитаты или иного рода отсылки к более или менее известным ранее произведенным текстам в составе более позднего текста» [11].

Одной из форм прецедентных текстов, присущих мультипликационному дискурсу, являются сказки, легенды и мифы, по мотивам которых создается сценарий мультипликации. Например, мультипликационные фильмы «Колобок», «Гуси-лебеди», «Беовульф» и другие. Кроме того, могут быть отсылки к данным источникам, например, в мультипликации «Вовка в Тридевятом царстве» происходит встреча с героиней из сказки А.С. Пушкина, атрибуты в виде разбитого корыта, а также старого дома являются ссылкой на произведение «Золотая рыбка», отсылки к этой же сказке есть и в речи главного героя: «Ха-ха-ха, она ещё мне будет рассказывать, как будто что ль я не читал. Так ведь я-то — не ты! Я-то ведь совсем не хочу быть владычицей морскою».

Еще одной формой прецедентных текстов является мультипликация, созданная на основе стихотворения. Например, анимация «Мойдодыр» репрезентирует стихотворение К.И. Чуковского, цитируя его в полном объеме.

Следующей формой прецедентных текстов мультипликационного дискурса являются комиксы, сюжет которых вместе с визуальной формой выступает основой для сценария анимации. Например, мультипликационные фильмы о Бэтмене, Супермене, Человеке-пауке и других героях.

Применение в мультипликации аудиоэффекта дает возможность использования еще одной формы прецедентного текста — песен. Например, в одной из серий «Ну, погоди!» герой исполняет песню «Айсберг». Вкупе с визуальным эффектом, достигающимся с помощью костюма и парика (образ певицы), создается отсылка к оригинальному исполнителю данной песни [12].

Следует отметить, что степень интерпретации адресатом смысла, заложенного в анимацию посредством прецедентных текстов, напрямую зависит от его фоновых знаний, а также уровня языковой компетенции.

Дискурсивные формулы также относятся к конститутивным признакам, определяющим дискурс, и представляют собой набор лексических и фразеологических единиц, присущих соответствующему социальному институту [13; 14].

Для мультипликационного дискурса характерен следующий ряд дискурсивных формул:

- *дискурсивные формулы образности*, представленные в тексте анимационного фильма стилистическими фигурами и тропами;
- *дискурсивные формулы эмоциональности*, передающиеся следующим набором языковых средств: междометия, слова, называющие эмоции и ассоциирующиеся с ними, интонация и особые синтаксические структуры (повтор, эллипсис, инверсия и т. д.);
- *дискурсивные формулы динамичности*, которые могут быть представлены в тексте мультипликационного фильма, например, посредством устарелой лексики, применяемой в современной интерпретации, а также современных лексических

единиц, используемых в тот временной период, когда таких понятий еще не существовало [15].

Таким образом, мультипликационный дискурс представляет собой отсроченную форму коммуникации, в которой создатель мультфильма передает определенное сообщение зрителю посредством акустического и визуального канала (акустический канал не является обязательным) с возможностью его многократного просмотра. Данный тип дискурса отражает социокультурную картину мира, а также менталитет народа. Актуальность изучения мультипликационного дискурса обусловлена не только лингвистическим аспектом, но и его прагматическим потенциалом и его ролью в становлении самосознания и мировоззрения индивидуума. Вышесказанное определяет необходимость дальнейших разносторонних исследований мультипликационного дискурса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Безрукова, В.О. Кристаллизация как техника понимания процессов смыслообразования в анимационном дискурсе / В.О. Безрукова, И.П. Черкасова // В мире научных открытий. — 2013. — № 5–3(41). — С. 282–300. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=20264859> (дата обращения: 13.01.2022).
2. Кухаренко, Д.А. Особенности перевода стилистических приемов англоязычного мультипликационного дискурса (на материале мультфильма "Madagascar") / Д.А. Кухаренко // Перспективы лингвистического знания: молодёжь и наука: Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции аспирантов, магистрантов, студентов и школьников, Стерлитамак, 14–15 марта 2019 года / Ответственный редактор Н.В. Матвеева. — Стерлитамак: Стерлитамакский филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования "Башкирский государственный университет", 2019. — С. 64–67. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41393511> (дата обращения: 13.01.2022).
3. Нешкова, Е.Г. Функциональные особенности мультипликационного дискурса / Е.Г. Нешкова // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. — 2017. — № 4. — С. 152–155. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=30648294> (дата обращения: 13.01.2022).
4. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. К: Реф-бук.: Ваклер, 1999. С. 656.
5. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Перемена, 2002. С. 209.
6. Зарецкая, А.Н. Особенности реализации подтекста в кинодискурсе / А.Н. Зарецкая // Вестник Челябинского государственного университета. — 2008. — № 16. — С. 70–74. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=15181548> (дата обращения: 13.01.2022).
7. Сургай Ю.В. Проблема ингертекстуальности в современной лингвистике // Актуальные вопросы обучения иностранным языкам в школе и вузе: опыт, стратегии, перспективы. Сборник материалов межвузовской научно-практической конференции 3 марта 2007 года: Сургут: РИО СурГУ, 2007. — С. 133–135.

8. Хомутова, Т.Н. Стратегии научного дискурса: интегральный подход / Т.Н. Хомутова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. — 2015. — Т. 12. — № 3. — С 5–22. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=24099751> (дата обращения: 13.01.2022).
9. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 4-е, стер. М.: КомКнига, 2006. С. 109.
10. Кривуля, Н.Г. Проблемы типологии в анимации / Н.Г. Кривуля // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. — 2008. — № 4. — С. 68–72. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=12291965> (дата обращения: 13.01.2022).
11. Супрун А.Е. Текстовые реминисценции как языковое явление // Вопросы языкознания. — М., 1995. — № 6. — С. 17–29.
12. Петрова, М.Г. Фреймовая репрезентация как метод структурного описания прецедентного знака в англоязычном дискурсе / М.Г. Петрова // Вестник Самарского государственного университета. — 2008. — № 4(63). — С. 5–12. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=10436878> (дата обращения: 13.01.2022).
13. Лутовинова, О.В. Прецедентные феномены виртуального дискурса / О.В. Лутовинова // Знание. Понимание. Умение. — 2008. — № 2. — С. 131–136. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=11621043> (дата обращения: 13.01.2022).
14. Плехова, О.Г. Исторический дискурс: институциональные характеристики / О.Г. Плехова // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. — 2016. — № 2(106). — С. 99–105. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26021587> (дата обращения: 13.01.2022).
15. Кабылкина, Н.С. Анимационный текст как речевой жанр и способы его языковой реализации / Н.С. Кабылкина, Т.Н. Ломтева // Гуманитарные и юридические исследования. — 2016. — № 3. — С. 229–234. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=27199675> (дата обращения: 13.01.2022).

Elagina Yuliya Sergeevna

Orenburg State University, Orenburg, Russia

E-mail: dymok_july@mail.ru

RSCI: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=631550

Institutional characteristics of multiplication discourse

Abstract. This article deals with the concept "multiplication discourse" as an object of the linguistic research. Absence of consensus regarding the definition of this phenomenon, as well as the description of its system-forming characteristics, make this study relevant. By means of comparative and categorical analysis, the author makes an attempt to carry out a comprehensive analysis of the multiplication discourse based on the study of its institutional characteristics.

The analysis of the typical discourse participants showed its focus on the mass addressee, which, as a result, indicates the absence of such characteristics as their age range, gender, education, professional activity and hobby. The chronotope description resulted in the definition of the following features: a postponed form of communication between its participants, remoteness in the space-time framework. The development of modern technologies made possible such options as multiple viewing, as well as feedback. The dominant purpose of multiplication discourse is entertainment. There are also developmental, educational, training, as well as educational purposes. Besides, the review highlighted the relationship between the purposes and values of multiplication discourse. Utilitarian, moral, spiritual and ideological values are inherent in the educational and developmental purposes. The entertainment purpose is characterized by utilitarian, social and hedonistic values. The main communicative strategy of the multiplication discourse is the narrative one. There is also a set of subsidiary strategies: an emotive strategy, a strategy for forming an assessment, as well as a strategy for provoking the response. The multiplication discourse subject does not have a well-defined thematic range, and depends directly on its addressee and purposes. In accordance with the classification of genres that responds to the interests of linguistic research, the multiplication discourse is divided into political and social satire, pamphlet, folk and classical fairy tale, fable and musical comedy. The multiplication discourse precedent texts, which form the base for the animation script, can be fairy tales, legends, myths, poems, comics, as well as songs. The multiplication discourse is characterized by the following series of discursive formulas: discursive formulas of imagery, discursive formulas of emotionality, discursive formulas of dynamism.

It can be concluded that the cartoon discourse is a delayed form of communication in which the creator of the cartoon transmits a certain message to the viewer through an acoustic and visual channel (the acoustic channel is not obligatory) with the possibility of its multiple viewing. The study of multiplication discourse has shown that this discourse reflects sociocultural worldview, as well as the mentality of people.

Keywords: multiplication discourse; discourse analysis; discourse participants; chronotop; purposes; values; strategies; themes; precedent text; discursive formulas