

## Филологические науки

УДК 81

**А.В. АСАДУЛЛАЕВА, Ю.В. ВЛАСОВА**  
(Волгоград)

### ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕЧИ МУЛЬТПерсонажей Киностудии PIXAR

*Статья представляет собой практический анализ языковых особенностей мультфильмов Pixar. Исследование выявляет лексические и грамматические особенности, используемые для создания уникальных миров, речевых портретов персонажей. Результаты могут быть применены для совершенствования локализации анимационных фильмов на русский язык.*

**Ключевые слова:** лингвокультурология, дискурс, мультипликационный дискурс, лексико-грамматические особенности, речевой портрет.

---

**ARZU ASADULLAEVA, YULIYA VLASOVA**  
(Volgograd)

### LINGUISTIC FEATURES OF SPEECH OF ANIMATED CHARACTERS OF PIXAR ANIMATION STUDIOS

*The practical analysis of linguistic features of animated cartoons of Pixar is introduced. The study reveals the lexical and grammatical peculiarities, used to create the unique worlds and speech portraits of characters. The results can be used for the improvement of localization of animated films in Russian.*

**Keywords:** Linguoculturology, discourse, animated discourse, lexical and grammatical specific features, speech portrait.

В настоящей статье представлен практический анализ языковых особенностей реплик героев мультипликационных фильмов Pixar. Дискурс как комплексное лингвокультурное, в частности коммуникативное явление, выходящее за рамки текста и включающее социальные, культурные и прагматические аспекты, занимает центральное место в современной лингвистике. В соответствии с подходом В.И. Карасика, дискурс представляет собой «текст, погруженный в ситуацию реального общения» [1, с. 198], требующий анализа с прагмалингвистической, социолингвистической, психолингвистической и лингвокультурной позиций. Особый интерес в этой области представляет мультипликационный дискурс, который служит каналом трансляции ценностей и формирования языковой картины мира, особенно у молодой аудитории.

Лексические и грамматические особенности речи в мультфильмах выступают ключевыми механизмами для решения комплексных художественных и коммуникативных задач. Вместе они формируют уникальную стилистику произведений и обеспечивают глубокое эмоциональное вовлечение разновозрастной аудитории.

Для практического анализа обратимся к репликам героев фильмов мультипликационной студии Pixar “Cars”, “Monsters, Inc.”, “Inside Out” и “Coco” [2–5].

В фильме “Cars” словарный запас героев фильма преимущественно состоит из слов семантического поля «Автомобиль и гонки». Это объясняется сюжетом фильма – действие происходит в мире машин во время гоночного заезда. Например, в репликах героев можно услышать следующие слова: *oil, to tow, be pitting, the pits, tires, gas, a full lap, racer, tie-breaker race, to park, a bumper, one-lap race, oil slicking, the engines, the road, rusty cars, the garage, a bulldozer, a racecar, fuel, the throttle* и т.д. [2].

Показательно, что слова, связанные с частями автомобиля, используются как функциональный перенос для описания частей тела, одежды и еды: *“Lightning McQueen told me this was the best place*

*in the world to get tires*” [2]. В данном случае слово *tires* употреблено в значении спортивной «обуви» для машины, как спортивные кроссовки для атлета – дающие преимущество в соревнованиях.

Не выходя за рамки семантического поля, используются также неологизмы, образованные путем сложения двух слов: *gas-and-go, road-hogging, tractor-tipping, backwards driver* и др. [Там же]. Основываясь на целевой аудитории мультипликационного дискурса, можно сделать заключение, что словосложение является самым эффективным вариантом образования новых слов, т.к. ясная мотивировка слова помогает детям и подросткам легко понять значение слова.

Кроме того, широко распространена разговорная лексика, включая идиомы: *buddy, lollygagging, gloat, fella, rookie, loverboy, old-timer, take it easy, gol-durn, kid, a heapof, creep* и т.д. [Там же]. Следует также отметить разнообразие эмоционально-оценочной лексики: *fabulous, incredible, spectacular, yapping, delinquent, hazard, torot, unbelievable, amazing, exciting, glorious* и др. [Там же]. Использование сниженной лексики и коннотации может быть обусловлено спецификой дискурсивных формул, которые воссоздают реальную разговорную речь персонажей.

В фильме “Monsters, Inc.” основная часть лексики представлена семантическим полем «Работа в корпорации». Можно выделить следующие наиболее популярные слова: *work, employee, factory, power, simulation, dependable energy, energy techniques, duty, to file, paperwork, assistants, stations, boss, purchase, card key* и др. [5]. Представляется интересным выделить тематическую лексику, используемую для описания рабочей обстановки в мире монстров: *children, decon, doors, scream, human kids, monster*. Данная лексика также представлена неологизмами: *scarefloor, scareleader, scarer* [Там же].

В репликах героев можно заметить разговорную лексику, часто используемую для эмфатизации разговора: *sweetie, baby, fella, get lost, sweetheart, nut, be on a roll, slumber party, fleb, shut up, dear* и др. [Там же]. В фильме распространены окказионализмы, построенные на игре слов, для обращения к собеседнику: *googly bear, schmoopsie-poooh, googly-woogly, sully-wulley, celia-whellia, butterball* [Там же]. Причины использования могут быть также обусловлены эмоциональностью персонажей в разговорной речи.

Важно отметить, что эмоционально-оценочная лексика представлена в основном прилагательными: *confident, tenacious, tough, toxic, deadly, affectionate* и др. [Там же]. Встречались также оценочные высказывания, выражающие иронию по отношению к собеседнику: “*Good morning, Roz, my succulent garden snail*”, “*Roz, my tenderoozing blossom*” [Там же]. По лексической наполненности такие предложения не содержат эмоциональной лексики, однако экстралингвистический фактор – собеседник противный, склизкий монстр-улитка – влияет на коннотацию данных высказываний.

В свою очередь, словарный запас фильма “Inside Out” преимущественно состоит из лексики семантического поля «Психика, сознание и память». Например, в диалогах и нарративе постоянно встречаются слова: *memory, core memory, personality islands, train of thought, abstract thought, dream production, subconscious, forgetters, recall, imagination, emotions, consciousness* и т. д. [4].

Представляется интересным, что абстрактные психологические понятия визуализируются и функционируют как физические объекты и локации: “*We need to get this core memory back to Headquarters!*” [Там же]. В данном случае *core memory* в фильме представлено в виде шара, который физически можно переносить и который обладает реальной силой, формируя личность.

Неологизмами также представлены локации в разуме Райли, представляющие собой словосочетания: *Dream Production, Personality Islands, Memory Dump, Train of Thought, Abstract Thought, Facts-of-Life File, Imagination Land* [Там же]. Такой пласт лексики создает образность фильма, что помогает зрителям любого возраста легко ориентироваться в сложном устройстве человеческой психики. Эти неологизмы также выполняют не только объяснительную, но и сюжетную функцию.

В репликах главных героев можно заметить обильное использование эмоционально-оценочной лексики, которая усиливает характер каждого героя-эмоции: *amazing, silly, unqualified success, disappointment, terrified, smellycar, to overreact, cool, envy, solitary confinement, awful, annoying, withering* и др [4]. Необходимо отметить, что разговорная лексика не сильно распространена

в фильме. Можно найти следующие слова и выражения: *sweetie, hon, droopy, for pete's sake, get out, whoops-a-daisy, goofball, be toast, this is a total bummer* [4]

Концепция фильма “Coco” предполагает три ключевых семантических поля:

1) национальный праздник “День Мёртвых”: *Dia de los Muertos, the Day of the Dead, ofrenda, spirits, alive, alebrije, sacrifice* и др. [3];

2) семья: *daughter, son-in-law, mama, grankids, family, great-great-grandmother, great-grandmother, tamales, abuelita, grandson, family's blessing* и др. [Там же];

3) музыка: *guitar, musician, music, song, play out, music competition, audience, mariachi* и др. [Там же].

Необходимо уточнить, что в фильме активно используются заимствования из мексиканского варианта испанского языка, которые становятся неотъемлемой частью лексикона: *angelito, pobrecito, perfecto, mijo, gracias, hola, denada, muchacho, mariachi, tamales, abuelita, fiesta* и т. д. [Там же]. Они создают аутентичную атмосферу праздника Дня Мёртвых и являются культурными кодами, которые точнее английских аналогов передают ключевые смыслы.

Неологизмы и разговорная лексика также частично представлена заимствованиями. Однако можно выделить английские слова и выражения сниженного регистра: *lousy, torot, comeon, to freak, fall in love, darling, noway, shake off those nerves, beltitout* и т.д. [Там же]. В данном фильме они не ярко выражены и используются, скорее всего, для поддержания динамичности и спонтанности разговорной речи, понятной английскому слушателю.

Показательно, что эмоционально-оценочная лексика часто выражена прилагательным в превосходной степени: *the greatest musician, the coolest guitar, the best song* [Там же]. Превосходная степень отражает максимализм Мигеля, создавая идеализированный образ его кумира. Этот намеренный прием создает контраст с позже раскрывающейся правдой, подчеркивая разрыв между мифом и реальностью.

Таким образом, лексика в каждом фильме “Pixar” строго организована вокруг доминирующих семантических полей, заданных художественным миром. Неологизмы, разговорная и эмоционально-оценочная лексика служат ключевыми инструментами для создания уникальных вселенных, индивидуализации персонажей и эмоционального вовлечения зрителя.

Рассмотрим грамматические особенности речи героев данных фильмов. В фильме “Cars” используется эллипсис и неполные предложения, характерные для бытового диалога: “*Gotit!*” (вместо “*I've got it!*”), “*New tires? On your bill*” (вместо “*These are new tires, put them on your bill*”) [2]. Могут быть выделены следующие типы предложений, допускающие использование эллипсиса:

1) утвердительные предложения: “*His chance to finally emerge from The King's shadow*”, “*Huge crash behind the leaders!*”, “*What a ride!*”, “*What do you think? A thing of beauty*”, “*The rookie fired his crew chief. The third this season!*”, “*Yeah, you in the red!*” и др. [Там же];

2) вопросительные предложения: “*You ready?*”, “*Understand?*”, “*To you? For what? Parking?*” и т. д. [Там же].

Представляется интересным проанализировать использование императивных конструкций в фильме. Данный прием выполняет две функции. С одной стороны, побудительные предложения определяют иерархию между персонажами, например между Молнией Маккуин, новичком в мире гонок, и Доком, опытным гонщиком: “*Ignore him*”, “*Look at me*”, “*Understand? Now, get out*”, “*Get off the road*”, “*Use your head!*” [Там же]. С другой стороны, через императив показывается атмосфера мира, в котором находятся персонажи. Гонки требуют скорости, точности и немедленной реакции, поэтому в особо кризисных ситуациях реплики героев редуцируются до кратких побудительных высказываний: “*Pit now!*”, “*Go get them, McQueen!*”, “*Go get them!*”, “*No, no, no, stay focused*”, “*Don't forget the spare*”, “*Now, get back out there!*” и др. [Там же].

Следует отметить, что употребление вопросов прямого порядка служит индикатором неформального уровня коммуникации. Подобные вопросы доминируют в общении жителей Радиатор-Спрингс, моделируя атмосферу провинциального сообщества, где статусные различия минимизированы, а ком-

муникация протекает в режиме прямой, нецеремонной близости: “*You hurt your what?*”, “*You are a famous racecar? A real racecar?*”, “*You think I quit?*” [2].

Необходимо также рассмотреть такой прием как эпифора. Повторение последнего слова фразы создаёт резонанс в восприятии слушателя, что приводит к удлинению и усилению вызванной этим словом эмоциональной реакции: “*Speed. I am speed*”, “*You are a famous racecar? A real racecar?*”, “*Doc Hudson? The Fabulous Hudson Hornet?*”, “*Bessie? Who’s Bessie?*” и др. [Там же].

Диалоги персонажей в фильме “*Monsters, Inc.*” изобилуют разговорными оборотами, что способствует созданию реалистичной атмосферы корпоративной жизни и усилению комического эффекта.

Эллиптические утвердительные конструкции используются для передачи информации в сжатой форме, характерной для делового общения, оперативных сообщений и ситуаций, требующих немедленной реакции. Такие фразы понятны исключительно в рамках определённой системы: “*2319!*”, “*Contagion mode!*”, “*Kid safe. Door destroyed. Case closed.*”, “*Door on the loose!*» “*Problem solved*” [5]. Следует отметить важность использования эллиптических конструкций в речи маленькой девочки Воо. Использование неполных грамматических структур служит для подчёркивания её детского возраста и придания речи естественности и непосредственности: “*Kitty!*”, “*Me go!*”, “*Again*” и др. [Там же].

Показательно, что императивные конструкции не сильно распространены в фильме как инструмент создания контекста делового общения: “*Wazowski. My office. Now.*”, “*Send in the next scarer!*”, “*Process her paperwork and get her out of here*” [Там же]. Чаще можно заметить императив в ситуациях паники и хаоса, когда требуются быстрые действия для решения ситуации: “*Hide her!*”, “*Go, go, go!*”, “*Put that thing back!*”, “*Get it off me!*”, “*Don’t let it touch anything!*” и др. [Там же].

Необходимо также обратить внимание на использование вопросов в речи героев. Прямые и риторические вопросы служат не столько для получения информации, сколько становятся основным грамматическим инструментом выражения внутреннего мира персонажей, оценки событий и создания комедийного эффекта. Например, в качестве сарказма вопросительные конструкции можно часто услышать в диалоге двух главных героев-друзей: “*You’re gonna die, you know that?*”, “*So, we’re what? Friends with a little girl?*”, “*You sent a one-eyed monster after a kid?*” [Там же].

Еще одним средством выражения сарказма являются условные предложения. Комический эффект достигается за счет употребления грамматически безупречных, даже слегка формальных условных конструкций в ситуации тотального хаоса: “*I have no idea, but it would be really great if it didn’t do it again*”, “*If witnesses are to be believed, there has been a child security breach*”, “*If I’m not at the restaurant in five minutes they’ll give our table away*” [Там же].

В фильме “*Inside Out*” реплики героев в большинстве случаев являются предложениями с полными грамматическими конструкциями. Такой прием показывает, что в сознании человека все процессы структурированы, сложны и однозначны: “*A Core Memory has been formed*” [4]. Однако с помощью эллиптических конструкций маркируется состояние кризиса: “*Long-term memory, quick!*”, “*Track gone*”, “*Stop her!*” и др. [Там же].

Представляется интересным, что грамматические конструкции являются показателем эмоции. Например, в репликах Anger можно часто услышать императивные конструкции: “*Make a show of force!*”, “*Come and get it!*”, “*Let’s get back to Minnesota and make more*” и др. [Там же] Anger воспринимает мир как серию препятствий, которые нужно немедленно решить силой. Другие эмоции также используют императив с помощью конструкции Let’s: “*Let’s see*”, “*Let’s go talk to them!*”, “*Let’s review the top five day dreams*” и др. [Там же]. Данные конструкции предлагают коллективное действие, что отражает взаимодействие эмоции внутри сознания человека.

Следует также обратить внимание на использование Preset Continuous в репликах героев эмоций. Данное время показывает, что решения эмоций внутри Riley происходят одновременно с действиями, которые девочка совершает на самом деле, и теми чувствами, которые она испытывает: “*You’re*

*overreacting. Nobody is dying...”, “We’re abstracting!”*, “*You are ruining this dream! You’re scaring her!*”, “*The islands are crumbling!*” [4].

Далее обратимся к анализу грамматических особенностей фильма “Coco”. Императивные конструкции в фильме выражают семейную иерархию, поэтому именно побудительными предложениями наполнены реплики старшего поколения: “*Miguel, come here!*”, “*You go home*”, “*Finish your breakfast*”, “*Come back! Miguel!*”, “*No more music!*” [3]. Даже проявление заботы выражается императивом, показывая опытность старших: “*Stay close to me*”, “*Be careful*” [Там же].

Следует отметить, что эллиптические конструкции используются для усиления эмоциональности и выделения главного смысла диалога: “*But it’s not my fault! It’s his!*”, “*Ofrenda room. Vamonos*”, “*De la Cruz’s guitar?*”, “*There. No guitar. No music*”, “*And from the darkness, a giant papaya*” [Там же]. Таким образом, эллипсис в данной ситуации не просто стилистический приём, а инструмент выразительности, управляющий вниманием зрителя, ритмом повествования и эмоциональным тоном сцены.

Интересным для анализа также представляется прямой перенос испанских грамматических структур в английскую речь персонажей. Это особенно ярко проявляется в характерной для испанского языка конструкции, когда сначала называется существительное (подлежащее), а затем в том же предложении оно немедленно повторяется местоимением: “*The papa, he was a musician*”, “*My abuelita, she’s Mama Coco’s daughter*”, “*Our memories, they have to be passed down*” [Там же]. Таким образом, зритель на структурном уровне чувствует, что герои мыслят и чувствуют на испанском, даже когда говорят по-английски. Это один из самых тонких инструментов для создания лингвистического портрета семьи главного героя.

Таким образом, грамматические конструкции в фильмах Pixar являются гибким инструментом для создания речевых портретов, передачи атмосферы, усиления комического или драматического эффекта и выражения культурной специфики.

### Литература

1. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002.
2. Cars. The US. 2006, dir. John Lasseter.
3. Coco. The US. 2017, dir. Lee Unkrich, Adrian Molina.
4. Inside Out. The US. 2015, dir. Pete Docter.
5. Monsters, Inc. The US. 2001, dir. Pete Docter, David Silverman, Lee Unkrich.