

*Івченко Н. С.,**аспірант кафедри англійської філології**Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*

ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІ АСОЦІАЦІЇ В КАРНАВАЛІЗОВАНОМУ АНІМАЦІЙНОМУ ЕКОДИСКУРСІ «ZOOTORIA»

Анотація. Статтю присвячено дослідженню інтертекстуальних асоціацій, виражених структурними засобами слів і словосполучень, що пов'язують реальний світ з екологічним простором карнавалізованого анімаційного дискурсу «Zootoria». Уперше запропоновано лінгво-екоестетичний підхід до дослідження карнавалізованого екодискурсу як виду мистецтва з огляду на його естетичні лінгвістичні особливості. У роботі визначено естетичну функцію інтертекстуальності, яка пов'язується з травестуванням та пародіюванням, оскільки естетичні мовні засоби карнавалізованого дискурсу мають потенціал викликати переживання як прекрасного, піднесеного, гармонійного, комічного, екологічного, так і потворного, низького, безладного, трагічного, що в карнавалізованому світі може бути як екологічним, так і неекологічним.

У статті послідовно надано тлумачення карнавалізованого анімаційного екодискурсу з огляду на його мультимодальність і креативність, які відображені за допомогою вербального та невербального модусів. Доведено, що інтертекстуальні асоціації в зазначеному типі дискурсу запозичені з першоджерел та модифіковані таким чином, щоб естетично вписуватися в екологічний простір анімації. На матеріалі американської анімаційної комедії «Zootoria» висвітлюються актуальні соціоекологічні проблеми сьогодення, такі як дискримінація, расизм, ожиріння, жорстоке ставлення до тварин, знищення природного світу тощо. Інтертекстуальні асоціації привертають увагу до зазначених проблем та спрощують процес їх інтелектуального пізнання й переосмислення. Інтертекстуальні асоціації в аналізованому мультфільмі здебільшого пов'язані з характеристиками тварин, які надаються переважно людині та фактично є негативними й не відповідають дійсності ні стосовно людей, ні стосовно тварин. Лексема «Zootoria», зокрема, – це інтертекстуальне посилання на слово «Utopia» що є естетичною алюзією на вигадане екологічне суспільство, яке пропонує нове ставлення до природного світу. Створення карнавалізаційного простору в анімаційному екодискурсі сприяє креативному, естетичному та екологічному розвитку глядацької аудиторії.

Ключові слова: естетика мови, естетична функція, інтертекстуальні асоціації, карнавалізований анімаційний екодискурс, креативність, лінгво-екоестетичний підхід, мультимодальність.

Постановка проблеми. Теорія інтертекстуальності виникла здебільшого в ході дослідження інтертекстуальних зв'язків у художній літературі [1; 2]. Насправді сфери її існування набагато ширші: інтертекстуальність як вираження текстової відкритості в широкому дискурсивному просторі притаманна всім словесним жанрам, у тому числі медійним, та всім словам і відрізкам дискурсу [1].

Анімація як вид медійного мистецтва існує на межі вигадки й реальності та активно використовує інтертекстуальні асоці-

ації, які здебільшого пов'язані з карнавалізованим вигаданим світом, що заохочує глядача до перегляду за допомогою яскравих кадрів, захоплюючих героїв, музики та цікавих сюжетів. Анімація черпає матеріал із виру подій дійсності. Її частиною часто стають факти, стереотипи, ідеологія, проблеми та феномени реального світу.

Як своєрідне віддзеркалення найактуальніших культурних явищ суспільства, англійська анімація користується популярністю в усьому світі. Ю.М. Лотман зазначав: «Анімація проєктує у свідомості людей культурно задані сценарії, структуруючи їхні відносини із соціальним світом, і містить певні приписи для соціалізації, впливаючи на формування ідентичності» [3, с. 17]. Анімаційний дискурс першим знайомить маленького глядача з дуже широким спектром соціальних і природних явищ, проте не тільки знайомить, а й за допомогою карнавалізованого складника впливає на формування естетичного смаку, екологічної позиції та здорового раціонального ставлення до світу. Анімаційний дискурс також часто вдається до недитячих тем і складного гумору, що мають на меті зацікавити дорослого та навчити його екоестетичного ставлення до світу.

У зв'язку із цим виникає необхідність дослідити, яким чином анімація впливає на формування екоестетичних компетенцій глядача.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття естетики мови розглядали такі вчені, як Т.П. Беценко, С.Я. Єрмоленко, К. Vossler, R. Hughes; карнавалізований дискурс висвітлювали Н.В. Кондратенко, В.О. Самохіна; екодискурс вивчали Н.Н. Couto, A. Fill, P. Mühlhäusler, A. Stibbe; анімаційний дискурс досліджували М.М. Юрковська, В.О. Самохіна, Д.В. Гайданка та інші вчені.

Метою роботи є визначення понять «карнавалізований анімаційний екодискурс» та «інтертекстуальні асоціації», а також надання тлумачення лінгво-екоестетичного підходу.

Виклад основного матеріалу. Естетика – це філософська наука, що вивчає прекрасне як особливу форму суспільної ідеології, яка присвячена дослідженню ідейної суті та форм прекрасного в мистецтві, природі й житті. Тобто вона охоплює як природні, так і штучні джерела естетичного досвіду та суджень. Естетика є загальною сферою, у якій відбувається будь-яке мистецтво, зокрема й анімація як різновид медіамистецтва [4, с. 35]. Це сфера практики, яка досліджує та оцінює образний, сенсорно-емоційний досвід інтелектуальних думок, зв'язків і мовних виразів, які цей досвід уможливають [5, с. 43]. З одного боку, естетика вивчає те, що відбувається у свідомості під час і в результаті взаємодії з естетичними об'єктами чи середовищами (наприклад, під час перегляду візуального мистецтва, прослуховування музики, переживання вистави або вивчення природи). З іншого боку, вона розглядає те, як творці/автори

увяляють, створюють і втілюють художні твори, а також те, як люди використовують мистецтво, насолоджуються ним і критикують його. Естетика шукає відповіді на запитання про те, чому людям подобаються деякі твори мистецтва, натомість інші не до вподоби, а також з'ясує, як мистецтво може впливати на ідеї, переконання, вибір мовних засобів чи світосприйняття загалом.

Естетика тісно пов'язана з мовою. Німецький лінгвіст Карл Фосслер вважав, що саме естетичний смак та інтуїція визначають структуру мови, і зробив такий висновок: «Естетика – це наука про вираження духу, інтуїції, а мова є духовним вираженням» [6, с. 160]. На думку Т.П. Беценко, мова за своєю природою – категорія естетична. Різномірним мовним одиницям притаманний естетичний зміст, що засвідчений безпосередньо чи опосередковано (приховано) [7, с. 8]. Естетичну мову можна уявити як діалектичну єдність естетичного змісту інформації в гармонійній емоційно-виразній формі мови та естетично-виразній формі мовлення, яка включає художні засоби мови, тобто сукупність таких мовних засобів, які впливають на людину та заохочують її до переживання прекрасного, піднесеного, гармонійного й екологічного.

Також естетика тісно пов'язана з природою, екологічна естетика заохочує чуттєві зв'язки з природними та культурними явищами [4, с. 36]. Такі зв'язки підвищують обізнаність про соціально-екологічні взаємозв'язки в нашому оточенні та на основі цих знань допомагають адаптуватися до змін.

Таким чином, у статті запропоновано *лінгво-екоестетичний підхід* до дослідження екодискурсу, в основі якого лежить критичний аналіз мистецтва як відображення культури, суспільства та природи. Лінгво-екоестетичний підхід має певні риси, зокрема:

1) досліджує екодискурс як різновид мистецтва, що має вплив на процес естетико-емоційного пізнання людиною світу та процес формування ставлення людини до інших людей, природи і її явищ;

2) з одного боку, має на меті виявити естетичні форми мови, які сприяють або призводять до знищення екологічного світу, та привертати увагу до них, а з іншого – заохочує до пошуків і підтримки форм мови, які можуть викликати переживання прекрасного, піднесеного, гармонійного й екологічного, а отже, заохотити до подолання екологічних проблем сьогодення;

3) аналізує екодискурс із погляду на його лінгвістичні особливості, які можуть бути закріплені, по-перше, в екоестетичній інформації, що передається засобами мови (тобто в повідомленні); по-друге, у словниковому значенні слова; по-третє, у мовних формах, тобто логічних, гармонійних, милозвучних і доречних граматичних, стилістичних та фонетичних виразних засобах мови;

4) досліджує, яким чином вербальний та невербальний модули привертють увагу, виявляють чи інтенсифікують екоестетичні лінгвістичні особливості екодискурсу.

Варто підтримати думку О.В. Іванової, яка тлумачить екодискурс як сукупність висловлювань і текстів про існування та взаємодію людини й інших живих організмів між собою та з навколишнім середовищем [8, с. 84]. Інакше кажучи, екологічним дискурсом можна вважати не тільки роботи, створені вченими-екологами, а й усі роботи, які так чи інакше висвітлюють екологічні проблеми та потенційно можуть впливати на їх вирішення чи загострення. З огляду на це екологічним є й анімаційний дискурс, оскільки різноманітні екологічні проблеми дуже часто потрапляють у його фокус.

Анімаційний екодискурс є складною семіотичною структурою, значення в якій формуються за допомогою вербального (пряма мова персонажів і написи в анімаційному світі) та невербального (візуального й аудіального) модусів [9, с. 40]. Отже, він має ресурси для найбільш точного та різнобічного відображення реального світу, його проблем і явищ. З іншого боку, він дає автору або авторам «полотна» для креативного розвитку, утілення їхніх ідей, фантазій і задумів, а отже, створює карнавальний світ, що проявляється в карнавальних характерах, сюжетах, жанрах, особливих мовних карнавальних формах, мотивах, образах карнавального свята, творчому началі. Карнавалізовано відтворюючи дійсність та переплітаючи її з вигадкою, анімаційний дискурс формує карнавально-маскарadne середовище самореалізації дискурсивної особистості, її комунікативних умінь, вирішення стресових проблем [10, с. 30]. Він допомагає глядачеві розслабитися, пізнати нове та переосмислити старе, адаптуватися до мінливого світу. Із цієї причини він має величезний потенціал і здатність впливати на формування систем цінностей, екологічних компетенцій, естетичних смаків, а також може руйнувати стереотипи, шкідливі ідеали та неекологічні цінності або запобігати їх створенню.

Таким чином, об'єктом дослідження є *карнавалізований анімаційний екодискурс* (далі – КАЕД), що є складною креативною мультимодальною семіотичною системою, яка за допомогою вербального й невербального модусів різнобічно розглядає екологічні проблеми сучасного світу, оскільки його діючими особами часто стають антропоморфні тварини, які балансують на межі соціального і природного світу та відображають екологічні проблеми обох. У цьому типі дискурсу широко використовуються інтертекстуальні елементи. У роботі вперше визначено естетичну функцію інтертекстуальності, в основі якої лежать такі карнавалізовані елементи, як креативне травестійне перетворення та пародійна інтерпретація.

В.П. Москвін виділяє такі типи інтертекстуальності: парціальний, міметичний, дериваційний і силовий [11, с. 17–27]. Як показує дослідження, можна виділити структурний тип інтертекстуальності, який ґрунтується на асоціаціях слів і словосполучень. КАЕД притаманні інтертекстуальні асоціації, які є результатом лінгво-естетичного процесу модифікації та інтерпретації креативних мовних одиниць реального світу, що надають їм особливого забарвлення та в такий спосіб підтримують авторський задум і гармонійно додають їх до екологічного простору анімації. Інтертекстуальні асоціації є маркерами зв'язку уявного та реального світу, які натякають глядачеві на зв'язок об'єктів, феноменів і ситуацій анімації з відповідними явищами реального світу та на пов'язані з ними проблеми. Вони здатні привертати увагу глядача до певних сцен, ситуацій і феноменів анімації. Інтертекстуальні асоціації наповнюють екологічний простір анімації, спрощують процес адаптації та занурення глядача в сюжет, а також роблять процес інтелектуального осмислення більш ефективним за допомогою вже знайомої для глядача інформації. Таким чином, КАЕД занурює звичні речі в незвичний двоїстий карнавалізований контекст та дає глядачеві змогу поглянути на них із незвичного ракурсу, свіжим неупередженим поглядом, побачити, чим вони є насправді, що приховують, переосмислити їх і наблизитися до вирішення спричинених ними або пов'язаних із ними проблем.

Інтертекстуальні асоціації широко представлені в КАЕД «Zootopia». «Zootopia» – це американська комедійно-

пригодницька анімація виробництва Walt Disney Animation Studios, випущена Walt Disney Pictures. Вона була створена режисерами Байроном Говардом та Річем Муром, співрежисер – Джаред Буш [12]. Анімація розповідає про сучасне місто Zootopia, населене різними тваринами: від величезних слонів до крихітних землерийок. Воно розділене на райони, які повністю повторюють природне середовище існування тварин, що дуже нагадує те, як міста в реальному світі можуть поділятися на райони для різних людей залежно від типу зайнятості, достатку, національності тощо. Місто наповнене феноменами з реального світу: там працюють організації зі світу глядача, на білбордах майорять реклами, які глядач, певно, уже зустрічав у житті, тварини впроваджують ініціативи та дотримуються соціально-тваринних законів, які є знайомими глядачеві.

Найяскравішою інтертекстуальною асоціацією анімації є її назва та назва однойменного міста – *Zootopia*. Відразу ж упадає у вічі, що назва є естетичною алюзією на *Utopia* (місто з ідеальним або максимально наближеним до нього соціальним устроєм [13, с. 30], якого насправді немає), адже назва цілком пасує задуму автора та відображає сутність анімації загалом. Утопія є екологічним суспільством, яке описує нові особливі способи ставлення людини до природи (те саме робить і сама анімація), більше того, екологічні утопії можуть стати джерелом насаги для рухів, метою яких є вирішення екологічних проблем та захист соціального й природного середовища [14, с. 217]. Лексема «*Utopia*» є неологізмом, створеним сером Томасом Мором на основі давньогрецької мови, де «*υ*» – «*ου*» – має значення «*not*», а «*τοπία*» – «*topos*» означає «*place*». Тобто місце, якого немає, перетворилося на зоологічне місто, яке точно не є ідеальним, незважаючи на алюзію в гаслі міста «*In Zootopia, anyone can be anything!*», що червоною ниткою пронизує весь фільм, починаючи з першої сцени.

Young Judy Hopps: Just two-hundred and eleven miles away stands the great city of Zootopia, where our ancestors first joined together in peace and declared that anyone can be anything! [15].

Як бачимо, у цьому прикладі розповідається, як виникло місто, що, певно, є алюзією, з одного боку, на історію здобуття незалежності США, а з іншого – на прийняття Загальної декларації прав людини. Проте як рівність, так і права у фільмі є сумнівними, оскільки мер міста розробив проєкт «*Mammal Inclusion Initiative*», який теоретично надає всім видам ссавців рівні можливості в кожній сфері суспільного життя в місті. Інтертекстуальна асоціація «*The mammal inclusion initiative*» є алюзією на «*The Social Inclusion initiative*», яка стартувала в Америці 2010 року. Однак усі тварини в місті є ссавцями, а отже, назва зовсім не має сенсу. Автори анімації зазначають, що вони не включили до персонажів амфібій, риб та майже не додали комах, щоб сконцентрувати всю увагу на хижаках і рослиноїдних [12]. Проте на позначення останніх в анімації використовується лексема «*греу*» (здобич або жертва) замість більш нейтральної «*herbivore*». Таким чином, автори ніби намагаються натякнути, що проблема полягає в чомусь іншому. Можна припустити, що лексема «*mammal*» є толерантною метонімією замість слова «*греу*». Проте працівниками відділу поліції, наприклад, нарівні з хижаками є трав'яїдні тварини, такі як слони, носороги, бегемоти, а сам шеф поліції – африканський буйвол. Тому у слові «*mammal*» вбачаємо евфемізм до «*small-mammal*», що підкреслено візуальним модусом (див. рис. 1),

оскільки меблі в поліцейському відділку занадто великі для таких маленьких тварин, як зайчиха. Або, можливо, це було спробою пошуку толерантного евфемізму до «*female*», оскільки зайчиха – єдина жінка, яка працює у відділку, що також висвітлено візуальним модусом раніше у фільмі. У відділку працюють лише великі хижаки та рослиноїдні (див. рис. 2).



Рис. 1. *Zootopia* [15], time step: 00:31:03



Рис. 2. *Zootopia* [15], time step: 00:14:58

Цікавим є той факт, що не всі ссавці були включені до фільму, немає там, наприклад, дельфінів, китів, морських котиків, моржів, кажанів та навіть приматів. Автори включили до анімації тільки тих тварин, яких можна було би зобразити рівними, адже кажани були би єдиними мешканцями, що вміють літати, морські ссавці були би повністю або частково обмежені в пересуванні суходолом, а примати, за словами творців, – «*too human*» [12].

В анімації є декілька державних і приватних установ, які нагадують заклади зі світу глядача, проте гармонійно вписуються у світ анімації. Одна з них схожа на міністерство транспорту та має назву DMV (*Department of Mammal Vehicles*), це, певно, алюзія на реальні організації, які в більшості штатів США мають назву «*Department of Motor Vehicles*» [16]. Автори зберігають однакове скорочення, замінюючи слово «*Motor*» словом «*Mammal*», та акцентують увагу глядача на тому, що працівниками цієї установи є лінивці, що підкреслює візуальний модус: панорамний кадр захоплює більшу частину працівників (див. рис. 3). З одного боку, це викликає дисонанс, оскільки транспорт є швидким, а лінивці – повільні. А з іншого боку, за допомогою такої естетичної інтерпретації автори мають на меті висміяти працівників DMV та навіть працівників державних установ взагалі. В офіційному довіднику анімації написано: «Середній час очікування в DMV становить 7,5 години, а призначення зустрічі заощадить вам приблизно 3–10 хвилин» [17]. Таким чином, автори критикують порядок у державних установах та закликають до їх реформування.



Рис. 3. Zootopia [15], time step: 00:40:54

Ще однією цікавою інтертекстуальною асоціацією є характеристика клубу «*The Mystic Spring Oasis*», яка надана його володарем: «*naturalist club*». Слово «*naturalist*» означає особу, яка вивчає й захищає природу та її історію. Проте відвідувачами клубу є ті, хто не носить одяг, – «*naturist*». Таким чином, правильно було би назвати заклад «*naturist club*», проте саме таке естетичне перетворення висвітлює та підказує, що «одягнені тварини», яких забрали з природного середовища існування в цирки і зоопарки, потребують допомоги натуралістів – захисників природи. Вважаємо, що інтертекстуальна асоціація закликає до захисту тварин, які опинилися в неволі.

У фільмі також присутня велика кількість брендів, пристосованих до світу анімації шляхом інтертекстуальної асоціації. Найяскравішими є назви відомих компаній, у яких частину назви замінили на *Zoo* (скорочення від «zoological»). Так, Google Photos стало Zoogoo Photos, що дуже доречно й естетично відображає призначення сервісу в анімації (зоологічні фото), проте залишається знайомим глядачеві. Канал CNN перетворився на ZNN – імовірно, Zootopia News Network. Zootopia Times уособлює The Times та всі інші газети зі схожими назвами. YouTube («ти на телебаченні») перетворився на ZooTube – «тварини на телебаченні». А відома марка авто Toyota у світі анімації стала Zooyota. Таким чином, заміна частини назви на «Zoo» є цілком карнавалізованою естетичною модифікацією, оскільки вона пристосувала бренд до анімаційного світу, залишивши його впізнаваним.

Досить частотними є переключення, які беруть за основу заміну частини відомої назви назвою виду тварин за допомогою збереження алітерації: *Burberry* – *Bearberry*, *Gordmans* – *Gordmoose*, *Coca Cola* – *Cowca Cowla* та багато інших. Останній приклад дуже логічний, оскільки тут використаний прийом метонімії (корова замість молока), адже тварини дуже люблять молоко, а не солодкі напої. Дві асоціації присвячені лемінгам, які в анімації представлені як типові банківські клерки: а) *Lehman Brothers* – фінансова організація – стала *Lemming Brothers*; така значущість підкреслена візуально (див. рис. 4); б) *Lululemon* – бренд спортивного одягу – в анімації отримав назву *Lululemming*; певно, тут автори згадали про любов гризунів до спорту, оскільки утримання будь-яких гризунів вимагає наявності спеціального спортивного знаряддя (бігового колеса, лабіринту тощо), що підкреслено візуально (див. рис. 5).

Також частотними є інтертекстуальні асоціації, які беруть за основу слова, пов'язані з тваринами, на основі асоціації, наприклад: *Subway* – *Cubway*, де *Sub* (під) та *Cub* (дитинча) означають щось маленьке; *Ford* перетворився на *Herd* – табун (horse herd), оскільки швидкість машин зазвичай вимірюють у кінських силах; *Foot Locker* став *Hoof Locker* з огляду на асоціацію, що люди носять взуття, а тварини – підкови. Цікавими

асоціаціями є назви двох відомих фаст-фудів: *Burger Chef* перетворився на *Blubber Chef*; у розмовній англійській лексема *Blubber* називають жир на тілі людини, тож автори висвітлюють проблему переїдання та ожиріння в результаті споживання некорисної їжі. Натомість до другого закладу вони ставляться більш шанобливо: *Burger King* – *Burger Pride*; тут використовується асоціація про те, що лев – король звірів, та метонімія – замість лева вживається лексема «*Pride*», яка називає групи, у яких живуть леви. Як бачимо, автори різними способами асоціюють назви, зберігаючи їх естетичність і милозвучність, проте розкривають їхні особливості й вади.



Рис. 4. Zootopia [15], time step: 00:22:51

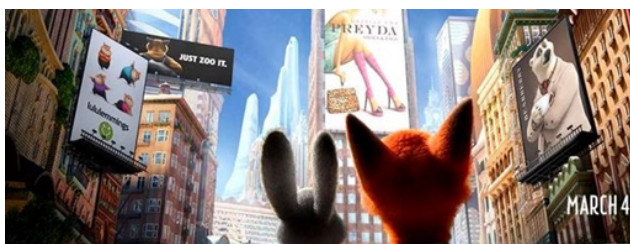


Рис. 5. Zootopia [15], official poster

Варто також згадати такі всесвітньо відомі бренди, як *Prada*, що за допомогою спунеризму стала *Preyda* (що підкреслено візуально – їх обличчям є газель (див. рис. 5)). *Nike*, чий слоган «*Just Do It*» змінився на «*Just Zoo it*» (див. рис. 5), та *Uber*, який перетворився на *Zuber* та змінив свій слоган на «*Migration at your fingertips*», що більше пасує тваринам. Усі вищенаведені інтертекстуальні асоціації є естетичними, оскільки вони побудовані на основі естетичних принципів, зокрема: 1) логічності, добору засобів інтерпретації, які не є випадковими, адже перетворення відбувається таким чином, щоб воно відповідало задуму автора, його було легко співвідносити з явищем реального світу, проте водночас інтертекстуальна асоціація має кореспондувати з екологічним простором анімації та розкривати сутність референта; 2) гармонійності: інтертекстуальна асоціація гармонійно доповнює та наповнює світ анімації, роблячи його більш яскравим, різноманітним і схожим на світ, що оточує глядача; 3) милозвучності: усі інтертекстуальні асоціації зберігають свою милозвучність та легкість їх слухового сприйняття.

Висновки. У статті запропоновано лінгво-екоестетичний підхід до дослідження, який вивчає дискурс як витвір мистецтва. Він аналізує лінгвістичні засоби у взаємодії з невербальними модусами, що чинять вплив на процес екоестетичного позитивного сприйняття світу; висвітлює вербальні й невербальні феномени, які сприяють збереженню світу, та феномени,

що заохочують його знищення. Актуальність роботи полягає в тому, що вперше досліджується карнавалізований анімаційний екодискурс. Він являє собою діалектичну єдність реального світу, усебічно відображеного за допомогою вербального й невербального модусів, та уявного світу, який є результатом креативної діяльності авторів. Проте він не лише відображає світ, у якому живе глядач, і допомагає автору втілити його задум. Цей тип дискурсу за допомогою мовних засобів і модусів піднімає важливі питання та різнобічно висвітлює екологічні проблеми, дає глядачеві змогу подивитися на них із комічного ракурсу та підтримувати екоестетичну комунікацію із соціальним і природним світом. Юному глядачеві він допомагає в легкій і веселій формі пізнати світ, адаптуватися до нього, формувати естетичні компетенції та екологічне ставлення до світу. Проведений аналіз свідчить про те, що карнавалізований анімаційний екодискурс є комплексним витвором мистецтва, оскільки його сприйняття включає перегляд візуального мистецтва, прослуховування музики, переживання «вистави» та вивчення природи.

Інтертекстуальні асоціації, які широко вживаються в карнавалізованому анімаційному екодискурсі, – це структурні мовні засоби (слова та словосполучення), що наповнюють його простір і роблять цей дискурс більш вагомим, яскравим, виразним, природним та комічним. Таким чином, інтертекстуальні асоціації маркують зв'язок анімаційного простору зі світом глядача, висвітлюють екологічні й соціальні проблеми як уявного, так і реального світів, а також заохочують глядача до їх переосмислення й вирішення.

Перспективним є застосування лінгво-екоестетичного підходу в аналізі інституційних і неінституційних дискурсів в екологічному, естетичному та мовному пізнанні світу, а також усвідомленні форм мови, що сприяють знищенню природи й людства як її рівноправної складової частини. Також вартим уваги є дослідження інтертекстуальних асоціацій у різних жанрах карнавалізованого дискурсу.

Література:

1. Самохіна В.О. Жарт у сучасному комунікативному просторі Великої Британії та США : монографія. 2-е вид. Харків : ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2012. 360 с.
2. Genette G. *Palimpsestes. La littérature au second degré*. Paris : Seuil, 1982. 467 p.
3. Лотман Ю.М. Двойственная природа текста (связный текст как семантическое и коммуникативное образование). *Текст и культура: общие и частные проблемы* : сборник статей АН СССР. Москва : Наука, 1985. С. 13–20.
4. Steiner F. Toward an ecological aesthetic. *Socio-Ecological Practice Research*. 2019. № 1. P. 33–37.
5. Hoogland C. An Aesthetics of Language. *Journal of the Canadian Association for Curriculum Studies*. 2004. № 2. Vol. 2. P. 41–59.
6. Vossler K. Grammar and history of language (the question of the relation between the “correct” and the “true” in linguistics). *Logos*. 1910. Vol. 1. P. 157–170.
7. Беценко Т.П. До питання про поняття естетики мови. *Вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія»*. 2019. Вип. 42. Т. 1. С. 4–9.
8. Иванова Е.В. Лингвокогнитивное моделирование экологического дискурса : монография. Москва : ФЛИНТА ; Наука, 2015. 176 с.
9. Самохіна В.О., Івченко Н.С. Карнавальне порушення стереотипних норм як шлях до екологізації свідомості (на матеріалі англійського анімаційного дискурсу «Zootopia»). *Вісник Харківського*

- національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов»*. 2020. № 92. С. 37–44.
10. Самохіна В.О. Карнавалізація у фокусі лінгвокреативної діяльності Homo Artifex. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов»*. 2019. № 88. С. 26–34.
 11. Москвин В.П. Интертекстуальность: понятийный аппарат. Фигуры, жанры, стили : монография. Москва : Либроком, 2015. 168 с.
 12. Zootopia: Trivia. *IMBD* : website. URL: https://www.imdb.com/title/tt2948356/trivia/?ref_=tt_ql_trv (access date: 21.07.2021).
 13. Perný L. Utopisti. *Vizionári sveta budúcnosti: Dejiny utópiei a utopizmu*. Martin : Matica slovenská, 2020. 390 p.
 14. Wissenburg M.L.J. Ecologische Utopieën: Ecotopia's en het milieudebat. *Acta Politica*. 1997. Vol. 32. № 2. P. 213–217.
 15. Howard B., Moore R. *Zootopia* : Motion Picture. United States : Walt Disney Studios, 2016. URL: <https://www.disneyinternational.com> (access date: 27.07.2021).
 16. Department of motor vehicles. *Wikipedia* : website. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Department_of_motor_vehicles (access date: 27.07.2021).
 17. Suzanne F. *The Official Zootopia Handbook*. USA : RHCБ, 2016. 64 p.

Ivchenko N. Intertextual associations in the carnivalized animation ecodiscourse “Zootopia”

Summary. The article focuses on the study of intertextual associations expressed by structural means of words and phrases that connect the real world with the environment of the carnivalized animated discourse “Zootopia”. A linguistic-ecoaesthetic approach is suggested for the first time. It studies carnivalized ecodiscourse as an art form, taking into account its aesthetic linguistic features. The paper defines the aesthetic function of intertextuality, which is associated with travesty and parody since the aesthetic linguistic means of carnivalized discourse can cause a sense of beauty, sublimity, harmony, comic, environmental friendliness as well as ugliness, foulness, incongruity that in carnivalized world can be both ecological and non-ecological.

The article consistently provides an interpretation of the carnivalized animated ecodiscourse, taking into account its multimodality and creativity, which are reflected in verbal and non-verbal modes. Proved that intertextual associations in this type of discourse are borrowed from original sources and modified so as to fit aesthetically into the environment of animation. The material of the American animated comedy “Zootopia” highlights current socio-ecological problems, such as discrimination, racism, obesity, animal abuse, natural world destruction, etc. The intertextual associations draw attention to described problems and simplify the process of their intellectual cognition and rethinking. Intertextual associations in this cartoon are mainly related to the characteristics of animals, which are given to humans and are mainly negative, and correspond to neither humans nor animals. The lexeme “Zootopia”, in particular, is an intertextual reference to the word “Utopia”, which is an aesthetic allusion to a fictional ecological society that offers a new attitude to the natural world. Creation of a carnival environment in an animated ecodiscourse contributes to the creative, aesthetic and ecological development of the audience.

Key words: language aesthetics, aesthetic function, intertextual associations, carnivalized animation ecodiscourse, creativity, linguistic-ecoaesthetic approach, multimodality.