

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені В. Н. КАРАЗІНА

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

ІВЧЕНКО НАТАЛЯ СЕРГІЇВНА

УДК: 811.111'42-119


ДИСЕРТАЦІЯ

КАРНАВАЛІЗОВАНИЙ ЕКОДИСКУРС
(на матеріалі англомовних анімаційних фільмів)

Спеціальність 035 – філологія
(Галузь знань 03 - Гуманітарні науки)

Подається на здобуття ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

 Н. С. Івченко

Науковий керівник: Самохіна Вікторія Опанасівна, доктор філологічних наук,
професор

Харків – 2021

АНОТАЦІЯ

Івченко Н. С. Карнавалізований екодискурс (на матеріалі англomовних анімаційних фільмів). – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 035 – Філологія (Галузь знань 03 – Гуманітарні науки). – Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна Міністерства освіти і науки України, Харків, 2021.

Дисертаційну роботу присвячено вивченню карнавалізованого анімаційного екодискурсу в сучасному англomовному комунікативному просторі, який являє собою цілісну концепцію, що характеризується експансією екологічної проблематики, пов'язаною з експресивністю, емотивністю, інтертекстуальністю в контексті комічної спрямованості. Екоцентрична модель теоретизування в роботі пов'язується з мовленнєвою діяльністю персонажів карнавалізованого анімаційного екодискурсу і виявленням прийомів створення комічного, побудованих на когнітивному механізмі інконгруентності. Карнавалізований екодискурс, представлений в анімаційних фільмах, розглядається як складна креативна мультимодальна семіотична система, оскільки значення у ній формується за допомогою різних каналів передачі інформації – модусів: вербального, який утворює лінгвістичну систему фільму та поділяється на усний та письмовий, а також невербального, який складає нелінгвістичну систему та включає візуальні та аудіальні засоби. Вербальний та невербальний модуси у визначеному типі дискурсу організовані відповідно до задуму автора, чи групи авторів, й запрограмовано на створення єдиного логічного змісту, що сприяє усебічному відображенню екологічних проблем сучасного світу. Матеріалом дослідження слугують популярні англomовні анімаційні фільми про природу («Zootopia» (2016 р.), «The Secret Life of Pets» (2016) та «The Secret Life of Pets2» (2019), «Sing» (2016), «Queen's Corgi» (2019), «Finding Dory»(2016)), головними персонажами яких виступають тварини наділені

людськими рисами й характерами, які перебувають в екологічному середовищі – мегаполісі, де “перегортають” усе догори дригом, і комізм виникає за рахунок тотальної ненормативності, завдяки якій реалізується базова функція карнавалізованого анімаційного екодискурсу – змусити адресата розсміятися.

Методологія дослідження спирається на еколінгвістичний підхід у вивченні карнавалізованого екодискурсу, який уможливорює виявлення його специфіки, що ґрунтується на порушенні норм – онтологічних, логіко-поняттєвих, валоративних, стереотипних, мовних, мовленнєвих та прогнозування інференції: порушення норм у гуморі є нормою, яка створює комічний ефект.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що в ньому вперше розроблено теоретико-методологічні засади системного еколінгвістичного підходу до аналізу англomовного карнавалізованого екодискурсу на матеріалі англomовних анімаційних фільмів. Зокрема, вперше виявлено специфічні функції цього типу дискурсу в залежності від комунікативної мети комунікантів; описано анімаційні карнавалізовані оніми й онімічні стереотипи у просторі карнавальної англomовної лінгвокультури; охарактеризовано карнавальні перекручування соціокультурних феноменів у карнавалізованому екодискурсі; досліджено мовно-естетичні знаки, доведено карнавалізованість позитивних, негативних й нейтральних емоцій та інтертекстуальних асоціацій, а також екологічність їх експлікації. Охарактеризовано карнавальні інтертекстуальні асоціації соціокультурних феноменів; досліджено мовно-естетичні знаки, які створюють комічний ефект, що впливає на екологічне середовище позитиву у карнавалізованому анімаційному екодискурсі.

У роботі розроблено лінгво-екоестетичний підхід, в основі якого перебуває критичний аналіз досліджуваного виду дискурсу, який аналізується з погляду на його лінгвістичні особливості, які можуть бути закріплені: в еко-естетичній інформації, що передається засобами мови; у словниковому

значенні слова; у мовних формах, тобто логічних, гармонійних, милозвучних та доречних граматичних, стилістичних й фонетичних виразних засобах мови. Характерною рисою визначеного типу дискурсу є естетичні мовні знаки, які слугують маркерами зв'язку реального світу та екологічного простору анімації та сприяють формуванню еко-естетичної свідомості реципієнта (глядача), емоційного інтелекту, естетичного смаку, дбайливого ставлення до навколишнього світу.

Дисертація складається зі вступу, трьох розділів із висновками до кожного з них, загальних висновків, списку наукових та довідкових джерел, списку ілюстративного матеріалу.

У першому розділі «Карнавалізований анімаційний екологічний екодискурс» обґрунтовуються теоретичні засади дослідження: уточнюються лінгвістичні дефініції дискурсу. Окрім того, у цьому розділі вибудовується методологія та методика аналізу карнавалізованого екодискурсу, викладаються методологічні й методичні засади: з'ясовуються методи аналізу англomовного карнавалізованого екодискурсу, описуються етапи роботи. А також, визначаються основні риси, функції й жанрові характеристики карнавалізованого анімаційного екодискурсу; описується парадоксальна природа порушення різноманітних норм, що є нормою для описаного різновиду дискурсу; пропонується категоризація змішаних емоцій на амбівалентні, полівалентні, оцінні, кластерні, контрадикторні, дифузійні, склеєні; виявляється наявність емотивних засобів мови (номінативної, дескриптивної та експресивної лексики, а також афективних, конотативних та потенціативних засобів мови). Доводиться, що карнавалізований анімаційний екодискурс є емоційною інтерпретацією наявного світу.

Другий розділ «Відображення соціокультурного середовища існування мови у карнавалізованому анімаційному дискурсі» присвячено дослідженню порушення норм у карнавалізованому анімаційному екодискурсі як джерело екологізації (стереотипних, онтологічних,

валоративних, логіко-поняттєвих, мовних та мовленнєвих); вивчено оніми, онімічні стереотипи, їхні комічні функції, а також соціокультурні феномени у карнавалізованому анімаційному екодискурсі. Виявлено мовно-естетичні (приказки, метафори, ідіоми та меми) знаки карнавалізаційного екодискурсу, його суспільні проблеми у ракурсі комічного; інтертекстуальні асоціації, виражені словами, словосполученнями, аббревіатурами та фразеологічними виразами.

У третьому розділі «Карнавалізація емоцій: екологічність імплікації» вивчено типи стереотипних емоцій, що лежать в основі карнавалізованого анімаційного екодискурсу: позитивні, нейтральні, негативні. Доведено, що карнавалізований анімаційний екодискурс, завдяки своїй інконгруентній природі, занурює ці стереотипні уявлення про емоції у незвичний, яскравий, багаторівневий світ, у такий спосіб викриваючи екологічність або неекологічність їхнього впливу на глядача. Встановлено, що досліджуваний тип дискурсу активно вдається до карнавалізації всіх видів емоцій, афектів та почуттів, особливо яскраво це проявляється у випадку негативних переживань. Виявлено емоції першого порядку – фундаментальні, які відрізняються силою та насиченістю перебігу і, як наслідок, виражені більш емотивно-насиченими засобами, а також другорядні емоції – другого порядку. Розглянуто гендерні емоції: жіночі, чоловічі, дитячі та їх відмінності, зокрема, охарактеризовано мовні та немовні засоби інтенсифікації, заниження та приховування емотивної насиченості.

Теоретична значущість дисертації зумовлена запровадженням нового типу дискурсу – карнавалізованого анімаційного екодискурсу – і визначається внеском в теорію дискурсу, еколінгвістику, теорію інтертекстуальності, емотіологію, лінгвостилістику.

Результати наукового дослідження узагальнюються у висновках, які підтверджують гіпотезу роботи.

Практичне значення отриманих результатів визначається можливістю їхнього використання у курсах із лексикології англійської мови

(теми «Семасіологія», «Фразеологія»), стилістики англійської мови (теми «Стилістична семасіологія», «Стилістичний синтаксис»), теоретичної граматики англійської мови (теми «Словосполучення», «Речення»), загального мовознавства (теми «Мова і мислення», «Семантика»), а також спецкурсів з когнітивної дискурсології, функціонально-комунікативної лінгвістики, емотіології.

Перспективи подальшого дослідження вбачаємо у застосуванні розробленої методики еколінгвістичного аналізу для вивчення різних жанрів карнавалізованого екодискурсу, поглибленого дослідження вербальних, невербальних, візуальних засобів.

Ключові слова: анімаційний фільм, екодискурс, еколінгвістичний підхід, інтертекстуальна асоціація, карнавалізація, комічний ефект, мовно-естетичний знак, модус, мультимодальність, порушення норм.

ABSTRACT

Ivchenko N. S. Carnivalized ecodiscourse (a case study of English animated films). – Qualification scholarly paper: a manuscript.

Thesis submitted for obtaining the Doctor of Philosophy degree in Humanities, Speciality 035 – Philology. – V. N. Karazin Kharkiv National University, Ministry of Education and Science of Ukraine, Kharkiv, 2021.

This study offers an analysis of carnivalized animated ecodiscourse in modern English communicative space. Carnivalized animated ecodiscourse is an integrative conception placing environmental issues, which are associated with expressiveness, emotivity and intertextuality, into the comic context. In this thesis, the ecocentric theorizing model is associated with the language and speech activity of carnivalized animated ecodiscourse characters and identification of techniques of producing a comic effect, underpinned with the cognitive mechanism of incongruence. Carnivalized ecodiscourse of animated films is considered here as a complex creative multimodal semiotic system within which senses emerge in a combination of means of transmitting information which

belong to different modes, namely, verbal means, which form the linguistic scaffolding of an animated film and are divided into oral and written ones, and nonverbal means, which constitute the non-linguistic system and include visual and auditory means. In carnivalized ecodiscourse of animated films, semiotic means of verbal and nonverbal modes are organized according to the idea of the author or a group of authors and are aimed at creating a unified logical content, thus contributing to an all-round coverage of present-day environmental problems. The thesis is a case study of popular animated films in English about nature: "Zootopia" (2016), "The Secret Life of Pets" (2016) and "The Secret Life of Pets 2" (2019), "Sing" (2016), "Queen's Corgi" (2019), "Finding Dory"(2016). Their main characters are animals endowed with human traits and characters, who live in a specific ecological environment of a megalopolis, where they turn everything upside down, and comic situations occur as a result of violation of all norms. It contributes to realization of the basic function of carnivalized animated eco-discourse, which is to make the addressee laugh.

The research **methodology** is based on the ecolinguistic approach to the study of carnivalized ecodiscourse. It allows to identify its specific features grounded on violation of norms – ontological, logical-conceptual, valorative, stereotypical, language and speech norms as well as inference prediction: violation of norms in humour is itself a norm, which contributes to producing a comic effect.

The scientific novelty of the study is accounted for by the fact that it is the first one to lay theoretical and methodological foundations of a systematic ecolinguistic approach to analyzing carnivalized ecodiscourse represented in English animated films. In particular, the research is the first one to identify specific functions of ecodiscourse which depend on communicative aims of the interlocutors. Animated carnivalized onyms and onymic stereotypes functioning in the space of carnivalized English linguoculture are described; carnival alterations of socio-cultural phenomena in carnivalized ecodiscourse are characterized; lingo-aesthetic signs are studied; carnivalization of positive,

negative and neutral emotions and intertextual associations is demonstrated, as well as environmental friendliness of their explication. The study characterizes the carnival intertextual associations of socio-cultural phenomena as well as lingo-aesthetic signs which create a comic effect, contributing to positive ecological environment of carnivalized animated eco-discourse.

The thesis suggests a linguistic-ecoesthetic approach based on critical analysis of the discourse under study, which is analyzed from the perspective of its linguistic features. Eco-aesthetic information transmitted by linguistic means can be contained in the dictionary meaning of a word; in linguistic forms, i.e., logical, harmonic, euphonic and appropriate grammatical, stylistic and phonetic expressive means of the English language. A characteristic feature of the discourse under analysis is aesthetic speech signs which serve as markers of the connection between the real world and the ecological environment of animation and contribute to the fostering eco-aesthetic consciousness of the recipient (the viewer), their emotional intelligence, aesthetic taste, and respectful attitude to the environment.

The thesis consists of the introduction, three chapters with conclusions, the general conclusion, the list of bibliography, the list of sources of illustrative material.

The first chapter "Carnivalized Animated Ecological Discourse" substantiates the theoretical foundations of the study: it gives the linguistic definition of discourse used in this study. Besides, this chapter presents the methodology and methods of the research of carnivalized ecodiscourse, sets out its methodological principles by characterizing the methods applied in the analysis of English carnivalized ecodiscourse and describes the stages of the research. The study identifies the main features, functions and genre characteristics of carnivalized animated ecodiscourse; the paradoxical nature of violation of various norms, which is the norm for the discourse under consideration. It also proposes categorization of mixed emotions into ambivalent, multivalent, evaluative, cluster, contradictory, diffuse, blended; the presence of emotional linguistic means (nominative, descriptive and expressive vocabulary

as well as affective, connotative and potentiative means of language). Carnival animated ecodiscourse is proved to be an emotional interpretation of the existing world.

The second chapter "Reflection of the Socio-Cultural Environment of Language in Carnivalized Animated Discourse" deals with the study of the violation of norms in carnivalized animated discourse as a source of ecologization (stereotypical, ontological, valorative, logical-conceptual, linguistic and speech norms), as well as onyms, onymic stereotypes, their comic functions and socio-cultural phenomena in carnivalized animated ecodiscourse. Linguistic-aesthetic signs (proverbs, metaphors, idioms and memes) of carnivalized ecodiscourse are studied, social problems which it addresses in a comic perspective, as well as intertextual associations represented by words, phrases, abbreviations and phraseological expressions are singled out.

The third chapter "Carnivalization of Emotions: The Ecological Nature of Implication" identifies the types of stereotypical emotions actualized in carnivalized animated eco-discourse: positive, neutral, and negative ones. It is proved that carnivalized animated ecodiscourse, due to its incongruent nature, immerses stereotypical ideas about emotions into an unusual, bright, multi-level world, thus exposing environmental friendliness or unecological nature of their impact on the viewer. It is proved that ecodiscourse under study actively carnivalizes all types of emotions, affects and feelings, especially negative ones. The study identifies basic emotions – the fundamental ones, which are respresented as particularly strong and concentrated; hence, they are rendered with the help of more emotively coloured linguistic means; the sudy also considers secondary emotions – of the second order. The study brings to light gender emotions: feminine, masculine, and children's ones, as well as the difference between them. In particular, verbal and non-verbal means of intensification, reduction and obsuring emotional colouring are characterized.

The theoretical value of the thesis is accounted for by introducing a new type of discourse – carnival ecodiscourse, which contributes to the theory of discourse, ecolinguistics, intertextuality theory, emotiology, linguostylistics.

The results of the research, which confirm the hypothesis of the work, are summarized in the conclusion.

The applied value of the work depends on the prospects of using its results in the courses on lexicology of the English language (themes "Semasiology", "Phraseology"), stylistics of the English language (themes "Stylistic Semasiology", "Stylistic syntax"), theoretical grammar of the English language (themes "Phrases", "Sentences"), general linguistics (themes "Language and Thinking", "Semantics"), as well as in elective courses on cognitive discursology, functional and communicative linguistics, emotiology.

The prospects of further research lie in the sphere of applying the methodology of ecolinguistic analysis, which is developed in this thesis, in the study of various genres of carnival ecodiscourse, which presupposes in-depth study of verbal, auditory and visual means.

Keywords: animated film, ecodiscourse, ecolinguistic approach, intertextual association, carnivalization, comic effect, language-aesthetic sign, mode, multimodality, violation of norms.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації

Публікація у періодичному науковому виданні, проіндексованому у базі даних Scopus, держави, яка входить до Організації економічного співробітництва та розвитку (Велика Британія):

1. Ivchenko N. Comic Functions in the Animated Ecodiscourse (Case Study of “Zootopia”) // Theory and Practice in Language Studies, 2021.Vol. 11, Iss. 9. P. 1080–1086. (Scopus). URL: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85114362831&origin=AuthorNamesList&txGid=18cdc9c739ef8c605486797e17e6a971>

Публікації у виданнях, включених до переліку фахових видань України з присвоєнням категорії «Б»:

2. Самохіна В. О., Івченко Н. С. Карнавальне порушення стереотипних норм як шлях до екологізації свідомості (на матеріалі англomовного анімаційного дискурсу «Zootopia») // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов». 2021. Вип. 92. С. 37–44. DOI: <https://doi.org/10.26565/2227-8877-2020-92-05>

(Особистий внесок здобувачки полягає в опрацюванні та систематизації фактичного та ілюстративного матеріалів)

3. Івченко Н. С. Інтертекстуальні асоціації в карнавалізованому анімаційному екодискурсі “Zootopia” // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія». 2021. Вип. 50. С. 46–54. DOI: <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2021.50-1.16>

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

4. Івченко Н. С. Комічна екологізація оніма // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : XVII наукова конференція з міжнародною участю, 2 лютого 2018 р. : тези доп. Харків, 2018. С. 54–56.

5. Івченко Н. С. Екологія гумору // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : XVIII наукова конференція з міжнародною участю, 1 лютого 2019 р. : тези доп. Харків, 2019. С. 42–44.

6. **Ivchenko N., Vermenych Y.** Multimodal metaphorization of ecological problems in documentary and animation films: theoretical and applied aspects // The 4-th International Conference on Ecolinguistics (ICE-4). Language and eco-civilizations: Towards Consilience with the Life Sciences, 12–15 August 2019 : abstr. Odense: University of Southern Denmark, 2019. P. 26.

(Особистий внесок здобувачки полягає в зборі та аналізі фактичного та ілюстративного матеріалів)

7. Івченко Н. С. The Comic Component of Ecologically Oriented Stereotypes in Animated Films // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : XIX наукова конференція з міжнародною участю, 7 лютого 2020 р. : тези доп. Харків, 2020. С. 37–39.

8. Івченко Н. С. Карнавалізація анімаційного фільму // Сучасна германістика: наукові дискусії : IX Міжнародний науковий форум, 21 жовтня 2020 р. : тези доп. Харків, 2020. С. 31–33.

ЗМІСТ

ВСТУП	16
РОЗДІЛ 1. КАРНАВАЛІЗОВАНИЙ АНІМАЦІЙНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ ДИСКУРС.....	28
1.1. Екологічний підхід до вивчення мови	28
1.1.1. Мова як інструмент екологізму	28
1.1.2. Екологія як наука, що формує здорову свідомість	32
1.1.3. Екологія мовної свідомості	36
1.2. Екологічний дискурс.....	39
1.2.1. Дискурс	39
1.2.2. Екологія дискурсу	41
1.3. Анімаційний екодискурс	43
1.3.1. Анімаційний твір	43
1.3.2. Особливості анімаційного екодискурсу	46
1.4. Карнавалізований анімаційний екодискурс.....	48
1.4.1. Карнавал та карнавалізація анімаційного екодискурсу.....	48
1.4.2. Комічна інтертекстуальність та функції комічного.....	52
1.4.3. Парадоксальність норми у карнавалізованому анімаційному екодискурсі	59
1.5. Емотивна лінгвоекоекологія карнавалізованого анімаційного екодискурсу	63
1.5.1. Емоційна складова карнавалізованого світу. Емоції у карнавалізованому анімаційному екодискурсі	63
1.5.2. Екологічний параметр емотивності	69
1.6. Методологічне підґрунтя та процедура дослідження карнавалізованого екодискурсу	73
1.6.1. Теоретичні засади вивчення карнавалізованого екодискурсу	73
1.6.2. Загальнометодологічні засади вивчення карнавалізованого анімаційного екодискурсу.....	81

1.6.3. Методика аналізу карнавалізованого анімаційного екодискурсу	84
Висновки до розділу 1.....	88
РОЗДІЛ 2. ВІДОБРАЖЕННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА ІСНУВАННЯ МОВИ У КАРНАВАЛІЗОВАНОМУ АНІМАЦІЙНОМУ ЕКОДИСКУРСІ.....	91
2.1. Порухення норм у карнавалізованому анімаційному екодискурсі як джерело екологізації	91
2.1.1. Порухення стереотипних норм.....	91
2.1.2. Порухення онтологічних норм у карнавалізованому анімаційному екодискурсі	101
2.2. Оніми у просторі карнавалізованого анімаційного екодискурсу	111
2.2.1. Комічні функції антропонімів.....	111
2.2.2. Онімічні стереотипи	118
2.3. Карнавальне перекручування соціокультурних феноменів у карнавалізованому анімаційному екодискурсі.....	122
2.3.1. Мовно-естетичні знаки.....	122
2.3.2. Мовна репрезентація суспільних проблеми у фокусі комічного	125
2.4. Інтертекстуальні асоціації у карнавалізованому анімаційному екодискурсі.....	134
2.4.1. Інтертекстуальні асоціації, виражені словами та словосполученнями	134
2.4.2. Інтертекстуальні асоціації, представлені аббревіатурами та фразеологічними виразами	143
Висновки до розділу 2.....	145
РОЗДІЛ 3. КАРНАВАЛІЗАЦІЯ ЕМОЦІЙ: ЕКОЛОГІЧНІСТЬ ЕКСПЛІКАЦІЇ	148
3.1. Стереотипні емоції в основі карнавалізованого анімаційного екодискурсу	148

3.2. Екологічна карнавалізаційна експлікація позитивних емоцій	155
3.3. Екологічна карнавалізаційна експлікація нейтральних емоцій.....	161
3.4. Екологічна карнавалізаційна експлікація негативних емоцій.....	167
3.5. Гендерні емоції у карнавалізованому анімаційному екодискурсі.....	177
3.5.1. Жіночі емоції	177
3.5.2. Чоловічі емоції.....	183
3.5.3. Дитячі емоції.....	190
Висновки до розділу 3.....	195
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	198
СПИСОК ТЕОРЕТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ.....	201
СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ	225
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	226
Додаток А. СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИССЕРТАЦІЇ	227

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми дослідження. В останнє десятиріччя значний розвиток отримали міждисциплінарні та комплексні дослідження. Одним із сучасних напрямків у сфері мовознавства, яке сформувалось на стику соціальних, психологічних, філософських напрямів у лінгвістиці, є еколінгвістика. Як новий науковий напрям у вивченні мовної сфери буття людини і суспільства, еколінгвістика націлена на виявлення законів і принципів, загальних як для екології, так і для розвитку мови, на аналізі ролі мови в можливому вирішенні проблем довкілля, що є актуальним у зв'язку з погіршенням екологічного середовища на всій планеті. Дисертаційне дослідження присвячене розгляду карнавалізованого екологічного дискурсу, форм лінгвістичної рефлексії в межах комічних ситуацій англomовного соціуму.

Усебічне вивчення карнавалізованого екодискурсу набуває особливої актуальності у зв'язку з його потенціалом поліпшувати екологічний стан довкілля мовними засобами і спирається на наукові праці, пов'язані з екоцентричним підходом, сучасними традиціями в розвитку еколінгвістики (А. В. Суховерхов [136], Н. А. Красильнікова [62]); основними напрямками еколінгвістичних досліджень (Дж. М. Джейкобс [207], С. В. Стеффенсен [231], С. Коули [231], А. Філл [185–186], П. Фінке [189]), на підґрунті яких вивчаються такі аспекти: дискусійні питання в еколінгвістиці (А. А. Громорушкіна [28; 29]); змістова динаміка еколінгвістики: розглядаються питання про сучасний стан наукового поля в міждисциплінарному аспекті (М. В. Загидуліна [41; 40]); цілі, задачі та проблеми еколінгвістики, прагматичні, комунікативні аспекти (О. В. Іванова [45–46]); методи дослідження еколінгвістики (Н. Н. Белозерова [12], Н. В. Лабунець [12]); лінгвофілософські основи еколінгвістики (В. Ф. Нечипоренко [88]); питання про еколінгвістику в світлі сучасних еколого-еволюційних досліджень (О. К. Пилаєва [100]); місце

еколінгвістики в постекологічній науковій парадигмі (Н. А. Курашкіна [68]); проблеми термінологічного апарату еколінгвістики (Н. А. Курашкіна [69]); екологія перекладу: сучасні тенденції та підходи (О. М. Пилаєва [101]). Також вивчаються проблеми екології мови та екології мовлення як розділ еколінгвістики (Г. А. Копніна [61]); роль метафори в описі екологічних проблем (О. В. Іванова [45–48]). Фундаментальні питання еколінгвістики представлені в роботах українських лінгвістів (Н. С. Гошилик [27; 195]) і, зокрема, вчених Харківської школи лінгвістики (Л. Р. Безуглої [11; 12], А. П. Мартинюк [74; 75], О. І. Морозової [81; 82; 214; 215], Н. А. Оніщенко [91; 92], В. О. Самохіної [93; 95; 117; 118], І. С. Шевченко [8; 150; 151], О. В. Шпак [116; 151; 152; 153]). У межах еколінгвістичної теорії еколінгвісти досліджують принципи “екологічності використання мови в різних сферах суспільства: в сучасній електронній комунікації, в політичному і медійному дискурсах” (С. В. Іонова [55]) тощо.

Екодискурс і його номологічні кореляти в соціо- та гуманітаристиці вивчаються О. А. Верещагіним [21], Ю. С. Степановим [135]. Медіа-дискурс займає значне місце в роботах Б. Н. Головка [26], М. Дьорінг [181], М. В. Загидуліної [41], І. І. Морозової [78; 79; 80], Е. А. Попова [96; 97], а також українських учених (О. О. Жихарева [39], С. А. Жаботинської [37]) та науковців Харківської лінгвістичної школи (А. В. Легейди [70; 209], А. П. Мартинюк [74; 75], О. І. Морозової [81; 214; 215], А. М. Пшеничних [223], В. О. Самохіної [107–114]). Проте подальше дослідження феномену екодискурсу сьогодні набуває особливої актуальності й всебічного вивчення.

Новизна цієї дисертаційної роботи зумовлена впливом карнавалізованої культури (Дж. Боскін [168], В. О. Самохіна [107–114], С. В. Сандлер [119], Е. Шанті [229]), зокрема специфікою феномену карнавалізації (М. А. Загібалова [40], Н. В. Кондратенко [60], О. В. Кузнєцова [66; 67]). В орбіту нашого дослідження вводиться поняття карнавалізованого екодискурсу, аналіз якого поглиблюється роботами з теорії

інтертекстуальності (І. В. Арнольд [4], І. П. Ільїн [54], Ю. Кристева [64], Г. Б. Мілнер [213], В. П. Москвін [83; 84], О. Д. Нефьодова [86; 87], Н. Норрік [218; 219], Н. Пьєге-Гро [99], В. В. Рижкова [105; 110], Н. О. Фатєєва [139; 140], А. Ходж [202]), теорії емотіології (М. Бурке [172], А. Вежбицька [242], В. І. Шаховський [147; 148; 149], М. Н. Шіота [230]), креолізованого тексту (О. Є. Анісімова [2], А. О. Бернацька [14; 15], М. Б. Ворошилова [23], О. В. Михальська [77], Ю. О. Сорокін [132], Є. Ф. Тарасов [132]), у тому числі, креолізованого художнього тексту (Н. А. Серебрянська [133], А. О. Цапів [142; 143]), а також теорії мультимодальності (С. Абдуллахі [166], С. В. Асенін [6], Д. Беземер [199], О. І. Морозова [81; 214; 215], Л. В. Солощук [128–131], Ю. Ю. Шамаєва [144; 145; 146]).

Уперше досліджується **карнавалізований екодискурс**, що характеризується широкою експлікацією екологічної проблематики, зокрема, інтертекстуальності, експресивності, емотивності в анімаційному контексті комічної спрямованості. Таким чином, екодискурсивна модель, теоретизована в роботі, пов'язується з мовною і мовленнєвою діяльністю комунікантів і виявленням прийомів створення комічного в карнавалізованому екодискурсі.

Актуальність наукової розвідки підсилюється зверненням до мультимодального аспекту, а саме, контрастивного аналізу вербальних та невербальних компонентів, в основі якого закладено принципи комунікативно-доцільного відбору мовних і немовних одиниць та їх комбінування в залежності від комунікативної мети, функцій цих одиниць (В. О. Самохіна [107–114]) у певних типах дискурсу, а, отже, в екодискурсі.

Зв'язок з науковими темами. Проблематика дисертації відповідає профілю досліджень, що проводяться на факультеті іноземних мов Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна в рамках теми «Еколінгвістичний підхід до аналізу іноземних мов та процесу їх навчання в закладах вищої освіти України» (2019–2021 рр., номер державної реєстрації 0119U002534) та наукової теми кафедри англійської філології

«Лінгвокогнітивні, функціонально-комунікативні та соціолінгвістичні аспекти дослідження англомовного дискурсу», затверджених вченою радою факультету іноземних мов Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, протокол № 3 від 27 лютого 2019 р.

Мета дослідження полягає у комплексному аналізі специфіки англомовного карнавалізованого екодискурсу з огляду на взаємодію текстово-дискурсивних складових, емотивних експресивних вербальних та невербальних засобів.

Поставлена мета передбачає вирішення таких пріоритетних **завдань**:

- обґрунтувати теоретико-методологічні засади вивчення карнавалізованого анімаційного екодискурсу в межах екоцентричної мета-парадигми, в якій спостерігається процес фрагментації наукових практик, таких як феномен екодискурсу;
- визначити інгерентні властивості англомовного екодискурсу, зокрема, його рис як карнавалізованого;
- довести важливість порушення норм у карнавалізованому екодискурсі, як таких, що підвищують екологію спілкування;
- установити функціонально-комунікативні характеристики, специфіку вербальних та невербальних модусів у межах карнавалізованого екодискурсу;
- вивчити вплив позитивної та негативної направленості емотивності вербального та невербального модусів під час їх взаємодії та протиставлення на екологічність комунікації;
- виявити у межах англомовного карнавалізованого анімаційного екодискурсу інтертекстуальні асоціації, які сприяють інтелектуальному зв'язку уявного та реального екологічних просторів.

Об'єктом дослідження є карнавалізований анімаційний екодискурс (далі – КАЕД), а його **предметом** – вербальні (усні та письмові), а також невербальні (аудіальні та візуальні) емотивно-експресивні модуси, які

виявлено в англomовних анімаційних фільмах у їх узаємозв'язку з функціями та мовленнєвими засобами.

Матеріал дослідження складає 1867 дискурсивних фрагментів з 6 повнометражних анімаційних фільмів, отриманих у результаті суцільної вибірки з найбільш популярних сучасних комічних англomовних мультфільмів про тварин 2016–2019 років («Zootopia», «The Secret Life of Pets» (частини 1 та 2), «Sing», «Queen's Corgi», «Finding Dory») загальною тривалістю 577 хвилин.

Гіпотеза дослідження ґрунтується на гумбольдтианському принципі єдності мови і культури, тобто положенні про те, що сполучною ланкою між мовою і культурою є культурна складова мовних одиниць, які в екологічному карнавалізованому середовищі порушують норми, але парадоксально є нормою в карнавалізованому екологічному дискурсі, а також естетична та емотивна складові карнавалізованого анімаційного екодискурсу відіграють в ньому провідну роль.

Теоретико-методологічним підґрунтям дисертації слугують загальні положення еколінгвістики (Е. Гелідей [198], Д. Коуто [177], О. І. Морозова [81; 82; 214; 215], П. Мюльхаузер [216], В. Г. Пасинок [93; 94; 220], В. О. Самохіна [112–115; 227], А. Філл [185–188], Е. Хауген [200], А. Штіббе [233]), які конкретизуються у межах культурно-емотивного підходу до аналізу карнавалізованого анімаційного екодискурсу, ґрунтуючись на еколінгвістичному підході.

Методологічна база дослідження базується на загальній теорії еколінгвістики (Дж. Н. Вендель [241], Е. Гелідей [198], Д. Коуто [177], А. Філл [185–188], Х. Хаарман [196], Е. Холл [197], Е. Хауген [200], А. Штіббе [233]), теорії карнавальної культури (М. М. Бахтін [9], Т. М. Рюміна [106], В. О. Самохіна [107–111], О. М. Фрейденберг [141]), теорії карнавалізації (М. А. Загібалова [40], Н. В. Кондратенко [60], О. В. Кузнєцова [66; 67; 113; 114], С. О. Тарасова [137; 138]), концепції емотіології (Є. М. Галкіна-Федорук [24], В. О. Маслова [76],

Н. Н. Панченко [154], В. І. Шаховський [147–149]), теорії інтертекстуальності (І. В. Арнольд [4], І. П. Ільїн [54], Ю. Кристева [64], Г. Б. Мілнер [212], В. П. Москвін [83–84], О. Д. Нефьодова [86–87], Н. Норрік [218; 219], Н. Пьєге-Гро [99]), походженні тексту і комунікації (О. Д. Данілевська [32], О. О. Домашнєв [35], В. І. Жельвіс [38], В. В. Крячко [65], Л. О. Ставицька [134], І. І. Морозова [78–80]), лінгвістиці емоцій (А. Вержбицька [242], Н. В. Гуйванюк [30], В. І. Шаховський [147–149]) та фундаментальних працях провідних представників світової філологічної думки (М. М. Бахтін [9], М. Блумфілд [167], В. Гумбольдт [31], О. О. Потебня [98]). Виконане в межах антропоцентричної еко-методології, дослідження є дотичним і до новітніх еколінгвістичних досліджень мови (Д. Коуто [177], О. І. Морозова [81; 82; 214; 215], Н. А. Оніщенко [91; 92; 163], В. Г. Пасинок [93; 94; 220]) з огляду на порушення проблем, пов'язаних з чистотою мовного середовища.

Для досягнення мети та вирішення завдань у дослідженні застосовано такі **методи**: *дискурс-типологічний аналіз* – для виявлення основних складових карнавалізованого анімаційного екодискурсу, його соціального контексту, особистостей адресата та адресанта й особливостей їх комунікації; *гіпотетико-дедуктивний* – для узагальнення фактів формулювання й верифікації гіпотези; *дефінітивний* – для пояснення релевантних понять; *описовий* – для характеристики основних аспектів дослідження карнавалізованого анімаційного екодискурсу; *інтертекстуальний* – для інтерпретації релевантних фрагментів текстів, інтертекстуальних асоціацій; *лінгво-культурологічний аналіз* – для характеристики англomовного карнавалізованого анімаційного екодискурсу; *прагматичний метод* – для виявлення авторської інтенції щодо реалізації карнавалізованого анімаційного екодискурсу; *метод інтроспекції* – для виявлення рівня емотивності досліджуваних одиниць.

Наукова новизна отриманих результатів. У роботі **вперше** виокремлено карнавалізований анімаційний екодискурс в англomовному

лінгвокультурному просторі з опертям на комічні лінгвокультурні, емотивні, інтертекстуальні чинники.

Зокрема, вперше:

1. доведено, що парадоксальне порушення норм (стереотипних, онтологічних, валоративних, логіко-поняттєвих, а також мовних та мовленнєвих), є нормою, що створює комічний ефект в карнавалізованому екодискурсі;
2. з'ясовано, що карнавалізований анімаційний екодискурс ґрунтується на карнавальній свідомості комунікантів, яка експлікується у карнавальних образах, темах, сюжетах, порушеннях норм як джерело екологізації;
3. виявлено специфічні функції карнавалізованого анімаційного екодискурсу, у залежності від комунікативної мети комунікантів (розважити, розкритикувати, висміяти, викрити соціальні, культурні, політичні вади персонажів або анімаційного простору фільму взагалі);
4. описано анімаційні карнавалізовані оніми та онімічні стереотипи, охарактеризовано карнавальні інтертекстуальні асоціації соціокультурних феноменів у карнавалізованому анімаційному екодискурсі;
5. досліджено мовно-естетичні знаки, екологічність їх експлікації вербальними і невербальними засобами, які створюють комічний ефект, що впливає на екологічне середовище позитиву у карнавалізованому анімаційному екодискурсі;
6. розроблено лінгво-екоестетичний підхід дослідження карнавалізації емоцій в карнавалізованому анімаційному екодискурсі.

Наукову новизну отриманих результатів підсумовано в **положеннях, що виносяться на захист:**

1. Карнавалізований екологічний дискурс є лінгво-когнітивним утворенням, в основі якого перебуває парадоксальна нормативність: порушення норми в цьому типі дискурсу є нормою комічного світовідчуття. Карнавалізований екодискурс ґрунтується на

карнавальних асоціаціях та когнітивному механізмі інконгруентності. Карнавалізований анімаційний екодискурс є його різновидом, у центрі якого перебуває тварина як антропоморфна істота, що реалізує себе у комунікативному просторі, визначаючи головну мету – розважити адресата, спрямовану на гедоністичну реакцію.

2. Англомовний карнавалізований анімаційний екодискурс виражається карнавалізованою символікою: маскою, карнавальною мовою (в основному, мовною грою), аудіальними та візуальними модусами комічного спілкування, метою яких є порушення мовних, мовленнєвих, онтологічних, логіко-поняттєвих, валоративних та стереотипних норм; тяжінням до створення широкого діапазону сміхових ситуацій, сцен, сюжетів – зануренням адресата в двоїстий карнавалізований контекст. Карнавалізованість наділяє тварин людяністю, занурює їх у соціальний контекст, таким чином карнавалізуючи його, і залишає балансувати на межі соціального й природного світу, роблячи їх гротескними.
3. Англомовному карнавалізованому анімаційному екодискурсу властиві постмодерністські карнавальні елементи: пародійна інтерпретація, стилізація, інтертекстуальність, травестійні перекручування, які виражені вербально (словами та словосполученнями, аббревіатурами та фразеологічними виразами), а також – невербально (аудіально: просодії голосів, звуки, музика; візуально: міміка, жести, побудова кадру). Вони створюють інтертекстуальний каркас і сприяють інтерпретації комічного тексту досвідченим реципієнтом, надаючи йому естетичну насолоду. Карнавальні елементи дозволяють авторам карнавалізованого анімаційного екодискурсу замаскувати важливі проблеми сучасного буття (расизм, дискримінацію, гендерну нерівність, бажання досягти більшого): у легкій комічній манері виявляється амбівалентність мовних та немовних форм.
4. Невід'ємною частиною англомовного карнавалізованого анімаційного екодискурсу є оніми, які є основою для створення комічного, мають

екологічний потенціал, перебуваючи в основі процесу відхилення від стандартних норм. Антропоніми та онімічні стереотипи виконують такі функції: комунікативну, функцію створення комічного образу, дидактичну, культурологічну, атрактивну, орієнтуючу, алюзивну, регулятивну, критичну, маскувальну функції, які розкривають призначення персонажу в екологічному просторі анімації.

5. Характерною рисою карнавалізованого анімаційного екодискурсу є естетичні мовні знаки – вислови, приказки, метафори, сталі фразеологічні вислови, іншомовні вкраплення, вигуки, які сприяють формуванню еко-естетичної свідомості реципієнта, впливають на формування естетичного смаку, раціонального ставлення до навколишнього світу. Лінгвістичний репозитарій карнавалізованого анімаційного екодискурсу ґрунтується на емотивно-словесній грі, експлікуючи, таким чином, лінгво-креативний характер комічної дискурсивної особистості, в мовленні якої превалює карнавальна іронія, алюзія, сатира та сарказм. При цьому, екологічність виявляється у знятті напруженості та сміховій реакції.
6. Провідною характеристикою карнавалізованого анімаційного екодискурсу є позитивне та негативне та нейтральне вираження емоцій, яка проявляється у лексичних, граматичних, стилістичних та синтаксичних засобах жіночого, чоловічого та дитячого мовлення, яке набуває афективності, конотативності та потенціативності: невербально – у побудові кадру, особливостях мовлення, звуків, мінорності та мажорності музичного супроводу анімаційного фільму. Емотивність будь-якого модусу сприяє як екологічності, так і неекологічності, залежно від змістовної форми карнавалізованого анімаційного екодискурсу.

Теоретична значущість роботи зумовлена запровадженням нового типу дискурсу – карнавалізованого екодискурсу і визначається тим, що її результати роблять внесок у теорію дискурсу (визначено статус

карнавалізованого анімаційного екодискурсу, виявлено його характеристики, які ґрунтуються на порушенні норм та його функціях. Положення роботи слід розглядати як внесок в еколінгвістику (залучення когнітивного механізму інконгруентності); теорію інтертекстуальності (виявлення креативних комічних інтертекстуальних асоціацій (пародіювання, травестіювання, стилізації); лінгвостилістику (аналіз прагматистичного потенціалу англomовного карнавалізованого анімаційного екодискурсу).

Практична цінність отриманих результатів зумовлена можливістю їх застосування у викладанні лекційних курсів із стилістики англійської мови (розділи «Стилiстика тексту», «Функціональні стилі», «Стилiстична семасiологiя»), лiнгвокраїнознавства (розділ «США та Велика Британія): Країна й люди»), теоретичної граматики англійської мови (розділ «Аналіз дискурсу»), у спецкурсах («Основи лiнгвістичної теорії тексту та комунікації», «Інтерпретація тексту», при написанні дисертаційних досліджень, магістерських і курсових робіт, а також при укладанні підручників та навчальних посібників.

Апробація результатів дисертації. Основні теоретичні положення і висновки дисертації обговорювалися на засіданнях кафедри англійської філології Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна (2017 – 2021 рр.) і представлені на 5 наукових конференціях:

- Каразінські читання: «Людина. Мова. Комунікація»: XVII наукової конференції з міжнародною участю (2018 р.);
- Каразінські читання: «Людина. Мова. Комунікація»: Тези доповідей XVIII наукової конференції з міжнародною участю (2019 р.);
- The 4-th International Conference on Ecolinguistics (ICE-4). Language and eco-civilizations: Towards Consilience with the Life Sciences. University of Southern Denmark (Odense Campus), 12 – 15 August 2019;
- Каразінські читання: «Людина. Мова. Комунікація»: Тези доповідей XIX наукової конференції з міжнародною участю (2020 р.);

- IX Міжнародний науковий Форум «Сучасна германістика: наукові дискусії» (2020 р.).

Публікації. Основні положення і результати дисертаційного дослідження повністю викладено у 3 статтях автора, з них – 2 статті надруковано у фаховому виданні України [53; 118], 1 – науковому зарубіжному виданні держави, яка входить до Організації економічного співробітництва та розвитку (Велика Британія), що включена до наукометричної бази Scopus [205] , а також у 5 тезах міжнародних наукових конференцій [49–52].

Обсяг і структура роботи. Дисертація складається із вступу, трьох розділів із висновками до кожного з них, загальних висновків, списку використаної теоретичної літератури (244 позицій), довідкової літератури (17 позицій), ілюстративного матеріалу (6 позицій) і одного додатку. Текст дисертації містить 56 рисунків. Загальний обсяг роботи становить 228 сторінок (13.9 авт. арк.), з них основний текст – 188 сторінок (11.5 авт. арк.).

У **вступі** визначено предмет, мету й завдання дослідження, обґрунтовано актуальність і наукову новизну дисертаційного дослідження, її теоретичну і практичну значущість, охарактеризовано матеріал і методи дослідження, сформульовано положення, що винесені на захист.

У **першому розділі** “Карнавалізований анімаційний екологічний дискурс” узагальнено підходи до вивчення екодискурсу та суміжних дискурсивних феноменів, виведено власні дефініції релевантних термінів, охарактеризовано об’єкт і предмет дослідження, а також обґрунтовано теоретико-методологічні засади дослідження і висвітлено його процедуру аналізу.

У **другому розділі** “Відображення соціокультурного середовища існування мови у карнавалізованому анімаційному екодискурсі” встановлено функції, розглянуто порушення норм у карнавалізованому анімаційному екодискурсі як джерело екологізації, виявлено оніми і онімічні стереотипи, а

також карнавальні прояви соціокультурних феноменів, мовно-естетичних знаків, інтертекстуальних асоціацій.

У **третьому розділі** “Карнавалізація емоцій: екологічність експлікації” досліджено позитивну, негативну та нейтральну емотивність карнавалізованого анімаційного екодискурсу, яка вербально виражається лексичними засобами мови при описі та вираженні емоцій, а також у граматичних, синтаксичних, стилістичних мовних засобах, уживаних у жіночому, чоловічому та дитячому мовленні, які набувають афективності, конотативності та потенціативності; невербально – у візуальному та аудіальному модусах, створюючи комічний ефект.

У **загальних висновках** підсумовано результати й визначено перспективи подальших досліджень.

РОЗДІЛ 1

КАРНАВАЛІЗОВАНИЙ АНІМАЦІЙНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ ДИСКУРС

1.1 Екологічний підхід до вивчення мови

1.1.1 Мова як інструмент екологізму. За останні сторіччя взаємодія людини з природою призвела до екологічної кризи: забруднення атмосфери, гідросфери та літосфери, нераціональне використання ресурсів, виснаження земель, вирубки лісів, втрати середовища існування тваринами, зменшення їх популяції та навіть вимирання цілих видів, неконтрольованого вилову риби, браконьєрства. Стало зрозуміло, що екологічні проблеми неможливо вирішити тільки технічними та науково-технічними засобами. Щоб забезпечити стійке співіснування необхідно докорінно переосмислити та радикально змінити стосунки людей (соціальної екосистеми) з природою та всіма її явищами (біологічною екосистемою). Отже, провідною ідеологією ХХІ сторіччя, у цілій низці не тільки точних та природничих наук, але й гуманітарних (філософія, екологія, психологія, соціологія, культурологія, політологія та лінгвістика) стає принцип екологізму «який базується на позиції, що нелюдський світ гідний морального розгляду» [212, с. 489], цю тезу необхідно враховувати в соціальних, освітніх та наукових системах. Іншими словами, слід виховувати, підтримувати та розвивати екологічне освоєння, розуміння та ставлення до нелюдського світу усіма можливими способами, зокрема мовними засобами.

«Екологізм є загальнонауковою методологічною настановою, що становить сучасну альтернативу антропоцентризму. Згідно з цією настановою, людина є органічною клітинкою життя на землі в цілому й не має пріоритету стосовно середовища свого існування» [81, с. 259], тобто людина є такою ж рівноправною частиною природи, як і тварини, рослини та інші явища. Екологізм є особливим типом світогляду, який ґрунтується на взаємозв'язку

людини та природи, при цьому, наукова обґрунтованість є головною засадою у виробленні механізмів «здорової» та «екологічної» взаємодії людини та природи.

Існує тісний зв'язок між поняттями «екологізму» та «екології», проте вони не тотожні. Екологія – це наука, яка вивчає взаємодії людей, рослин, тварин, грибів, мікроорганізмів і вірусів між собою та з довкіллям. Сучасна екологія досліджує також дію процесів цивілізації на довкілля з метою запобігання негативним наслідкам техногенної діяльності людини. Екологізм є принципом, в основі якого перебувають екологічні поняття, принципи та підходи, які він застосовує до всіх галузей наук. Зокрема, у рамках лінгвістики «засобами наукового опису стають поняття екології, що найбільш яскраво демонструють можливість вивчення мови як будь-якого іншого організму, який взаємодіє із середовищем» [117, с. 12]. Мова ж є не просто способом взаємодії з природою, але ще й відображенням результатів та наслідків такої взаємодії.

Відповідно до цього принципу, мова тлумачиться не як засіб, чи інструмент, – це, імовірно, взаємодія або комунікативна взаємодія, всередині природної (соціальної та біологічної) екосистеми мови (між фізичним мовцем та слухачем у фізичному просторі, всередині екосистеми мови та між соціальними істотами, які несуть найрізноманітніші соціальні ролі всередині соціальної екосистеми мови. Це комунікація з метою організації суспільства й розумового освоєння дійсності, сполучна ланка між матеріальним, соціокультурним і когнітивним середовищами існування людини.

Е. Хауген зазначає, що мова існує в природному, психологічному та соціальному середовищах [200, с. 320]. Під *природним середовищем* розуміється фізичне середовище, включно з географічними, топографічними, кліматичними особливостями середовища існування мови і її користувачів, та те, що Е. Сепір [228, с. 230] називає економічним складником: флора, фауна та природні ресурси цього середовища. Ці особливості впливають на формування

мови, а мова, зі свого боку, відображає їх на різних рівнях: лексичних, семантичних, граматичних тощо, а також упливає на формування ставлення до них у свідомості різних мовців, які нею користуються, окремо та у взаємодії.

Під *психологічним середовищем* розуміється свідомість людини, оскільки мова «існує лише у свідомості її користувачів, і функціонує лише при взаємодії цих користувачів один з одним та з довкіллям, тобто їхнім соціальним та природним середовищем» [200, с. 325]. Мова є матеріальним утіленням узаємодії людей між собою, а також з тваринами, птахами, рослинами, грибами, горами долинами та всіма іншими явищами природного світу.

На думку В. О. Самохіної, «екологічний аспект можна застосувати не тільки до біологічних екосистем, але й до системи соціуму, який є скупченням екосистем і функціонує за тими ж правилами» [118, с. 12]. Тобто, соціум розглядається як різновид, або частина біологічної екосистеми, а значить, так само як біологічна система потребує захисту природного світу, так і соціальна екосистема потребує захисту культури (культури екологічної взаємодії, культури екологічного мовлення, культури екологічної життєдіяльності тощо). *Соціальне середовище мови* – це взаємодія із суспільством, в якому вона існує як осередок спілкування (сфера збереження та передачі інформації). Соціальне оточення мови включає різні елементи суспільства: культуру, релігію, політику, мистецтво, етнічні, естетичні, екологічні норми та інші ідеології на настанови, які впливають на формування думки та свідомості кожної людини, її взаємодію з іншими людьми та навколишнім середовищем, його явищами і проблемами [200, с. 326].

Мова не просто існує та функціонує в трьох вищеназваних середовищах одночасно. Вона відображає стан, проблеми, переваги та недоліки кожного з них у лексичних одиницях, граматичних структурах, стилістичних формах, семантичних, естетичних і емоційних забарвленнях. З огляду на це, мова потребує такого ж екологічного захисту, як кожна з цих екосистем та, навіть,

більше, адже вона здатна не просто відображати, але і спроможна зробити вагомий внесок у вирішення екологічних проблем сьогодення.

Х. Коуто виділяє «integral ecosystem of language», тобто цілісну екосистему мови, яка «складається з групи індивідів або людей (P-people) разом із взаємозв'язками, які мають місце між будь-якою особою та місцем чи територією (T-territory), де вони живуть, а також між будь-якими двома особами. Ці взаємозв'язки – це їхня мова (L-language)» [177, с. 155]. Інтегративне розуміння середовища мови містить усі три вищезазначених середовища існування мови.

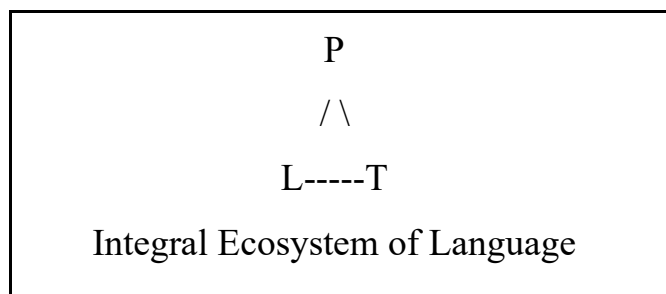


Рис. 1.1 Інтегративна екосистема мови

Запропонована Х. Коуто схема демонструє, що відповідно до його підходу, мова не має прямого зв'язку з територією, цей зв'язок завжди відбувається через людину (її свідомість). З огляду на це, для розв'язання сучасних проблем, пов'язаних із порушенням екологічного стану навколишнього середовища, є важливим формувати екологічну свідомість людини, щоб зв'язок між мовою та середовищем був економічним. Свідомість, зі свого боку, виникає через необхідність комунікації і є нерозривно пов'язаною із мовою та мовленням, у яких вона об'єктивується, фіксується, відображається та передає свій зміст. Виникає потреба екологізації мови, у загальному розумінні, – це поняття, яке описує «процес проникнення екологічного підходу, екологічних принципів у різні типи і сфери життєдіяльності людей» [34, с. 28].

А. Філл стверджує, що екологізація мови – це довготривалий процес, під час якого відбуваються зміни в мові під впливом процесів у свідомості та

навколишньому середовищі та який рано чи пізно приведе до уповільнення деструктивних процесів у згаданому середовищі. Це досягається шляхом використання екологічної лексики, граматики, стилістики тощо, і, як наслідок, є проявом «екологічної коректності» та веде до збереження «чистоти» мови та навколишнього середовища [185, с. 44].

Мова пов'язана з усіма сферами життя та діяльності людини та є відображенням навколишнього світу. Екологізація мови розглядається як процес поширення екологічної тематики і проблематики на всіх рівнях мови, що обумовлює виникнення еколінгвістики як науки, що, з одного боку, досліджує цей процес, а з іншого боку, є результатом – його використання в різних сферах освіти й виховання з метою досягнення екологічності та спроби змінити спосіб життя людини, сформувати екологічну свідомість та звички.

1.1.2 Еколінгвістика як наука, що формує свідомість.

Поштовхом до появи нового напрямку, що застосовує принцип екологізму до мови – *екологічної лінгвістики*, – стала доповідь М. Геллідея на конференції Міжнародної асоціації прикладної лінгвістики в Салоніках 1990 року. М. Геллідей зазначав, що екологія стосовно мови розуміється в її біологічному сенсі, тобто досліджується роль мови у розвитку та загостренні екологічних та інших суспільних проблем. Учений вдавався в роздуми, як у мовних структурах і одиницях мови відбиваються питання, пов'язані з проблемами навколишнього середовища та чи можуть лінгвістичні дослідження виступати як фактор можливого вирішення цих проблем [198, с. 179].

Сам же термін отримав найширше розповсюдження завдяки Е. Хаугену в його доповіді «The Ecology of Language» у 1972 році, в якій він тлумачив екологію мови в психологічному («взаємодія мови з іншими мовами в розумі двомовних та багатомовних мовців» [там само, с. 183]) та соціологічному («взаємодія мови із суспільством, у якому вона функціонує як середовище спілкування» [там само]) аспектах. Тобто, екологія мови, у його розумінні, має на меті сприяти мирному співіснуванню людей із їх навколишнім світом, а

еколінгвістика досліджує стан національних мов та їх роль у підтримці спільності.

Отже, наслідуючи одночасно висновки Е. Хаугена та М. Геллідея, А. Філл у книзі *The Ecolinguistics Reader: Language, Ecology and Environment* виділяє два підходи до еколінгвістики [185, с. 45]:

- *екологія мови*, яка ґрунтується на базових положеннях екології й метафорично переносить на мову екологічні терміни, принципи, поняття й методи дослідження екології як науки (Е. Хауген, А. Філл, В. Трампе, П. Фінке, У. Маккей);
- *мовна екологія*, яка розглядає вираження в мові екологічних тем, спираючись на основні положення та методологію мовознавства. Мова й тексти розуміються з погляду їхньої «екологічності» для людини й суспільства (М. Хеллідей, П. Мюльхойслер, М. Дьорінг, А. Штіббе) [там само].

У межах цих підходів існують розбіжності щодо визначення самого терміну «еколінгвістика». Тому А. Філл пропонує чітке розмежування понять стосовно різних напрямків досліджень:

- еколінгвістика (Ecolinguistics) – загальний термін для всіх областей досліджень, які об’єднують екологію та лінгвістику;
- екологія мови або мов (Ecology of language (s)) досліджує взаємодію між мовами з метою збереження мовного різноманіття;
- екологічна лінгвістика (Ecological linguistics) накладає терміни і принципи екології на мову;
- лінгвістична (мовна) екологія (Language ecology, linguistic ecology) вивчає взаємозв’язок між мовою і «екологічними» питаннями [там само].

У цій роботі ми будемо керуватися визначенням, яке було сформульовано А. Штіббе в його книзі «*Ecolinguistics: Language, Ecology and the Stories We Live By*»: «Еколінгвістика — це критика форм мови, які сприяють екологічному знищенню та заклик до пошуку нових форм мови, які надихають людей на захист природного світу. Вона досліджує закономірності мови, які

впливають на те, як люди думають про світ та сприймають його. Вона може досліджувати історії, які ми проживаємо, за допомогою мовних моделей, які впливають на поведінку й лежать в основі екологічних проблем, з якими ми стикаємося» [233, с. 7]. Нерозривний зв'язок між екологією й мовою відбивається не тільки в тому, як люди ставляться один до одного, але й у тому, що природний світ перебуває під впливом наших думок, ідей, ідеологій, світогляду тощо, а вони, зі свого боку, формуються через мову.

Головним **принципом** екології є принцип системності, який означає, що в природі немає жодного незалежного складника та жодного складника, який би не чинив вплив. Д. А. Нурушева пише, що «еколінгвістика не зводить складні явища й системи до дуалізму, а описує всі явища як: 1) взаємопов'язані (кожна одиниця цілого пов'язана з усіма іншими одиницями і з цілим); 2) взаємозалежні (іпостась існування мовного явища змінюється, якщо інше явище перестає існувати); 3) взаємодіючі (жодна одиниця не впливає на інші одиниці, якщо сама не знаходиться під впливом, не існує односпрямованої взаємодії; тільки двостороння, яка, однак, не означає симетрії, оскільки одна частина може домінувати над іншими)» [90, с. 891]. Тобто, користуючись мовою, люди впливають не тільки один на одного, але й на те, про що йде мова. Більш того, мовці також впливають на саму мову, а мова впливає на їх ментальні уявлення про світ, його явища й саму себе.

Отже, багато учених вважають, що мова — це поведінка, дія або взаємодія, яка відіграє ключову роль у розвитку та підтримці функціонування як соціальної, так і біологічної екосистем. Ще В. фон Гумбольдт підкреслював, що «відбившись у людині, світ стає мовою, яка пов'язує світ із людиною й дає їй змогу плідно впливати на світ» [31, с. 286].

Наслідуючи ідеї М. Хеллідея, наш світ не є готовим явищем, його треба створювати, сприймати та розуміти. Мова тісно пов'язана з цими процесами, бо відображає їх та в них еволюціонує. Вона одночасно є частиною світу, його формувачем і метафорою; є продуктом свідомості людини й результатом матеріального впливу, а також одночасно явищем, що впливає як на ментальні

процеси, так і на свідоме життя, й на протиріччя між ними як різними сферами досвіду. «Мова має силу формувати нашу свідомість; вона робить це для кожної людини, а особливо, для кожної дитини, надаючи теорію, яку він або вона використовує для інтерпретації та керування (маніпулювання) своїм оточенням» [198, с. 176]. Отже, навколишній світ та мова є нероздільними частинами, що впливають одна на одну. Мова пропонує людині теорію або теорії для сприйняття, осмислення та розуміння світу, А. Штіббе називає це «історіями якими ми живемо» [233, с. 5]. Їх можна розділити на ті, що досліджують макроеколінгвістичні проблеми: суспільні, релігійні, державні та світові взагалі, та мікроеколінгвістичні: дослідження мовних та мовленнєвих, соціолінгвістичних та соціокультурних, психолінгвістичних та філософських аспектів.

Як бачимо, сфера досліджень еколінгвістики дуже широка та виходить далеко за рамки самої лінгвістики, але пропонує перспективи ґрунтовних досліджень на всіх її рівнях, А. Філл виділяє такі її **завдання**:

- знаходження відповідних теорій мови;
- вивчення мовних систем (таких, як тексти);
- вивчення універсальних ознак мови, що мають відношення до екологічних проблем;
- вивчення окремих мов з урахуванням таких особливостей (з можливістю контрастних підходів);
- вивчення ролі мови в досягненні «ecoliteracy» [174, с. 3], тобто у викладанні екологічного мислення дітям і дорослим [186, с. 25].

Підсумовуючи вищесказане, еколінгвістика – це наука, що досліджує мову як процес та результат узаємодії людей, спрямований на (1) виявлення форм мови, що перешкоджають формуванню екологічної свідомості та (2) пошук нових форм, що заохочують до здорової взаємодії людей один з одним та гармонійного співіснування з довкіллям в усіх його проявах. Розглядаючи мову як відображення світу, еколінгвістика вивчає функції лінгвістичних засобів у виявленні мовних механізмів загострення проблем і конфліктів та

досліджує їхній потенціал у припиненні деструктивних процесів у природі та розв'язанні екологічної кризи сьогодення мирним шляхом. Одним з найголовніших завдань еколінгвістики, на нашу думку, є сприяти формуванню лінгвоекоекологічної освіченості людей та соціуму в цілому з метою сприяння екологічності стосунків, думок, збереженню різноманіття тварин, рослин, птахів та довкілля взагалі засобами мови.

1.1.3 Екологія мовної свідомості. Свідомість є основною рисою, що відрізняє людину від тварини, – це її уявлення про саму себе (мислення, ставлення, емоції), світ (біологічний та соціальний) і своє місце в ньому. Її здатністю є відображати й конструювати навколишній світ у наукових законах, словесних поняттях, чуттєвих уявленнях та емоційних образах.

Свідомість – це одночасно універсальний, ідеальний, об'єктивний, предметний, цілеспрямований, активний та суспільний процес й результат поєднання всіх найпростіших форм відображення (уявлень, понять, почуттів), вивчення (сприйняття, усвідомлення і розуміння) реальності й взаємодії (діяльності, ставлення) з нею, яким властиве узагальнення. Оскільки цей процес та результат не завжди є екологічними, виникає потреба сприяти еко-освіченості людей («ecoliteracy»). За визначенням Ф. Карпа [174, с. 3] «ecoliteracy» – це екологічне пізнання на всіх його рівнях, адже «свідомість» на найвищому рівні притаманна лише людям, більше того, ми знаємо не лише про світ, ми знаємо про себе й навіть про те, що ми знаємо. Ми можемо свідомо змінювати своє ставлення до оточуючого нас світу й за допомогою мовлення, впливати на ставлення інших. Це особлива форма свідомості людини, що тісно пов'язана з мовою, не просто як із засобом збереження та передавання інформації, а як із засобом координації поведінки. Ф. Карпа зазначає, що ми маємо стати екологічно освіченими та свідомими, що, у свою чергу, означає знати про принципи та методи формування екологічної комунікації у всіх сферах життя людини: соціальній, політичній, економічній, освітній тощо.

О. В. Іванова [47, с. 16] розрізняє «екологічну свідомість» та «екологізацію свідомості». Перший термін, на її думку, включає в себе «сукупність ідей, теорій, поглядів, мотивацій, що відбивають практику відносин між людиною і природою, принципи й норми поведінки, спрямовані на досягнення оптимального співвідношення і взаємодії суспільства і природи» [там само, 17]. А другий – як процес проникнення принципу екологізму в усі сфери життя: «розвиток екологічної освіти, просвіти і виховання з метою перебудови екологічної свідомості, зміни способу життя людини, його моральності тощо» [там само, 20]. Також дослідниця визначає «основні компоненти екологічної свідомості – раціональні, чуттєво-емоційні й поведінкові. Основна функція екологічної свідомості – регулятивна, це регулювання людської діяльності, від нормативно-стимулюючої до ціннісно-орієнтованої» [там само, 20].

Екологічна свідомість – це загальна структура знань про екологічну взаємодію з природою й усіма її явищами, яка формується в результаті пізнання людиною світу, в якому вона існує, за допомогою органів почуттів, мислення та емоцій; знаходить своє відображення в семантичних структурах мови. А мовлення та мова є матеріальним утіленням свідомості. Отже, виникає таке поняття, як мовна свідомість – це, по-перше, мовна картина світу (світ, що відбився у свідомості, а потім матеріалізувався у мовних знаках), по-друге, механізм управління мовною поведінкою, який визначає, моделює та створює мовні знаки та правила їх уживання, по-третє, це ставлення людини до мови, її елементів та мовної дійсності [123, с. 15].

Український лінгвіст Г. В. Ейгер [36, с. 14] виділив п'ять функцій мовної свідомості: відображувальну, оцінну, орієнтувально-селективну, інтерпретаційну та регулятивно-керівну. Спираючись на них, визначаємо функції екологічної мовної свідомості:

- **відображувальну**, яка створює екологізовану мовну картину світу й об'єктивується в мовних значеннях та мовних формах, які сприяють екологічній рефлексії світу;
- **оцінну**, що вивчає, чи шкодять елементи мовної свідомості здоровим стосункам людей між собою та ті зі світом;
- **орієнтувально-селективну**, що забезпечує орієнтування в ситуації з метою вибору екологічно-доречних мовних засобів;
- **інтерпретаційну**, що відповідає за визначення вектору екологічності мовних явищ;
- **регулятивно-керівну**, що здійснює контроль за мовленнєвими операціями і забезпечує екологічність висловлення з погляду відповідності соціальним нормам.

Варто підкреслити, що мовна свідомість тісно взаємодіє з соціумом: певною мірою залежить від нього та одночасно сама зумовлює його існування, впливає на розвиненість та скерованість мовленнєвої взаємодії у суспільстві та світі в цілому. П. О. Селігей виділяє індивідуальну, тобто належну одній особі, та групову (суспільну) мовну свідомість – яка належить окремій спільноті, або навіть усьому людству. Вчений зазначає, що «індивідуальна мовна свідомість формується переважно під впливом мовних знань, світогляду й особистого досвіду, а групова — більше залежить від культурних традицій, умов життя, панівних ідеологічних і ціннісних орієнтацій. Групова мовна свідомість виражає найтипівіше ставлення до мови й виявляється не інакше, як через індивідуальну» [там само]. З огляду на це визначення, основними елементами мовної свідомості є мовні компетенції, почуття, емоції, оцінність, мотиви та настанови. Групова мовна свідомість, на нашу думку, не лише виражає найтипівіше ставлення до мови, але й відображає панівне у суспільстві ставлення до світу та його проявів у різноманітних засобах та одиницях мови.

Отже, щоб сприяти екологізації довкілля, потрібно заохочувати до формування екологічної мовної свідомості, як індивідуальної, так і суспільної.

А значить, треба дослідити екологічність та неекологічність матеріального втілення мовної свідомості – дискурс. Саме він є яскравим відображенням як індивідуальної свідомості його автора, або групи авторів, мовної свідомості суспільства, так і мовним утіленням взаємодії людей зі світом.

1.2 Екологічний дискурс

1.2.1 Дискурс. Одним із центральних понять сучасної лінгвістики є дискурс – (лат.) *discurrere* – бігати, *discursus* — убігати, у прямому значенні та бесіда, розмова, мовлення, у похідному значенні. На думку А. О. Кібріка, за цим значенням стоїть метафора швидкого мислення або переходу інформації між свідомістю людей [58, с. 11].

На сучасному етапі існує два панівних розуміння цього терміну: Перше, запропоноване французькими постструктуралістами (П. Серію, М. Пеше, Г. Парре, Е. Б'юїссанс, Е. Бенвеніст, А. Греймас, Ж. Курте та ін.), Мішель Фуко трактував його як: «частину дискурсивної практики, сукупність анонімних, історичних, детермінованих простором та часом правил, які в певну епоху та для певного соціального, економічного, географічного або мовного оточення визначили умови впливу висловлення» [184, с. 170]. М. Фуко наголошував, що для аналізу дискурсу важливо знати не просто назви предметів та явищ, а володіти соціально-історичною інформацією, розуміти культурно-історичний фон, що пов'язує події навколишнього світу з дискурсом [там само, с. 42–43]. Тобто дискурс у цьому розумінні означає певний спосіб мислення, ідеологію. Дослідники за такого підходу намагаються визначити, що думає мовець на основі того, як він каже, чому сказано було саме це й саме так.

Другий підхід спирається на афористичне висловлення Н. Д. Арутюнової: «Дискурс – це текст, занурений у життя» [5, с. 136]. Іншими словами, дискурс – це єдність тексту та комунікативної ситуації в сукупності

з екстралінгвістичними, прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими факторами, як мовлення, що є зануреним у дійсність.

На думку А. О. Кібрика, бажаним є визначення дискурсу, «яке включає одночасно два компоненти: динамічний процес мовної діяльності і його результат (тобто текст – статичний об'єкт, результат мовної діяльності)» [58, с. 11].

Учені Харківської лінгвістичної школи поєднують два вищезазначених розуміння дискурсу, а також дослухаються до позиції А. О. Кібрика. Так, І. С. Шевченко та О. І. Морозова визначають дискурс як «інтегральний феномен, мисленнєво-комунікативну діяльність, яка є сукупністю процесу й результату і включає як позалінгвальний, так і власне лінгвальний аспект; в останньому крім тексту виділяється пресупозиція й контекст (прагматичний, соціальний, когнітивний), які зумовлюють вибір мовних засобів» [150, с. 38]. Варто додати, що на підбір мовних засобів великий вплив має екологічний контекст, тобто природне навколишнє середовище, в якому існує людина, оскільки «дискурс є вербальним утіленням продукту осягнення світу певним рівнем свідомості» [7, с. 30]. А. П. Мартинюк підкреслює, що дискурс є «ситуативно зумовленою інтерсуб'єктивною мовленнєво-розумовою діяльністю, що спрямована на взаємну орієнтацію в життєвому (а, значить, екологічному – уточнено нами Н. І.) просторі на основі надання мовній формі семіотичної значущості» [74, с. 11].

Важливим є твердження про те, що дискурс має інтерактивну сутність, тобто він є взаємодією автора і його твору з глядачем, в процесі якої відбувається спільне конструювання змістів. І. С. Шевченко пише, що «дискурс є багатоаспектною когнітивно-комунікативно-мовною системою-гешталтом, яка визначається сукупністю трьох аспектів: формуванням ідей і переконань (когнітивний аспект), узаємодією комунікантів у певних соціально-культурних контекстах / ситуаціях (соціально-прагматичний аспект) і використанням знаків, вербальних і паравербальних (мовний аспект)» [8, с. 115]. Іншими словами, дискурс є спілкуванням (сукупністю

мовленнєвої діяльності людини), яке за своєю природою є когнітивно-комунікативним [10, с. 8]. Фігури адресата і адресанта виступають базисними елементами комунікації в силу того, що вони забезпечують породження і використання текстів [107, с. 22].

Спираючись на вищезазначені тлумачення, у роботі дискурс розуміється як складний процес мисле-комунікативної взаємодії, який відбувається одночасно в прагматичному, когнітивному, соціальному та екологічному просторі. Метою цього процесу є взаємна орієнтація комунікантів у життєвому просторі та інтелектуальне освоєння світу.

1.2.2 Екологія дискурсу. З позиції еколінгвістики, дискурс розглядається як процес формування соціальних стосунків і ставлення соціуму до явищ природи та результат цього процесу. На сучасному етапі існує ціла низка тлумачень екологічного дискурсу, або екодискурсу. За тематичним критерієм він визначається як сукупність усних і писемних текстів, які є присвяченими темі екологічних проблем, що стосуються взаємодії людини з її природним довкіллям, природі взагалі та стану навколишнього середовища [45, с. 22–23]. За буттєвим критерієм екодискурс визначають як “мовлення, занурене в політичне життя екологічних рухів” [521, с. 17; 39, с. 68]. А за функціональним – як такий що «використовується для вербалізації знань про довкілля з метою впливу на суспільну думку» [104, с. 5].

Як уважає Л. В. Сологуб, на екодискурс мають вплив «позамовні чинники ідеологічного змісту (ідеологія, пропаганда, ідеологічне осмислення мовних одиниць), макросоціальні (масова комунікація) та соціальні (проблемні екологічні ситуації у суспільстві) фактори. Це означає, що екологічний дискурс як спосіб екологічного мислення і мовносоціальної поведінки впливає на суспільство, чим сприяє збереженню чи зміні соціальних інститутів і екологічної ситуації» [123, с. 36].

О. В. Іванова виділяє вузький та широкий підходи до слідження екологічного дискурсу. В першому – об’єктом наукових досліджень постають

роботи, створені безпосередньо екологами, до яких відносять наукові статті, доповіді, презентації, монографії, посібники тощо. А в другому – матеріалом дослідження стають будь-які роботи, що висвітлюють екологічні проблеми. Таким чином, екологічний дискурс є «сукупністю висловлювань і текстів про існування і взаємодії людини й інших живих організмів між собою і навколишнім середовищем» [48, с. 84].

Наслідуючи тлумачення О. В. Іванової, ми розуміємо екологічний дискурс як комунікацію на тему екологічних проблем, взаємодії людей (як рівноправних складових природного світу) між собою, так і з природним світом та про нього. А також до екодискурсу відносимо усі тексти про живу (людей, тварин, комах) та неживу (рослинний світ, моря, океани, гори тощо) природу.

Екологічний дискурс бере активну участь у формуванні екологічної мовної свідомості та свідомості взагалі на основі аналізу безлічі понять, поглядів та мовленнєвих явищ. У межах його інтересу знаходяться далеко не тільки дослідження, здійснювані на матеріалі екологічної тематики, у зв'язку з цим виокремлюють «різновиди екологічного дискурсу, які, в свою чергу, мають певний набір мовленнєвих жанрів» [48, с. 84]:

- науковий дискурс, до якого відносяться тексти, створені екологами (наукові статті, дослідження та ін.);
- медійний дискурс, в рамках якого досліджуються переважно екологічні тексти, створені журналістами та поширювані за допомогою преси, телебачення, радіо, Інтернету;
- релігійно-проповідницький дискурс — сукупність екологічних складових релігійного спілкування усних і письмових текстів;
- художній дискурс, представлений творами художньої літератури, які розглядають екологічні проблеми.

Задля дослідження жанрів екодискурсу доцільним є визначити поняття «мовленнєвого жанру». В. О. Самохіна тлумачить його як «відносно стійкі тематичні, композиційні та стилістичні типи тексту, які характеризуються

такими основними властивостями: вони є об'єктивними по відношенню до індивіда і нормативними, історичними: створюються людьми в певну епоху у відповідності з конкретними умовами соціального життя; характеризуються особливим оціночним ставленням до дійсності; виконують функцію інтеграції індивідів у соціум; різноманітними і різнорідними, диференційованими за сферами людської діяльності і суспільства; є опорою для творчості» [107, с. 38].

1.3 Анімаційний екодискурс

1.3.1 Анімаційний твір. Сучасна анімація (анімаційний фільм) у загальному розумінні є різновидом медіа-мистецтва, яке створюється за допомогою швидкої послідовності комп'ютерних зображень, які мінімально відрізняються один від одного [171, с. 286]. Американський кінознавець Айзек Керлоу надає більш розгорнуте визначення анімації як «синтетичного тимчасового різновиду мистецтва, яке з низки статичних зображень створює динамічний образ, який під час перегляду може набувати певного змісту та особливостей, таких як «душа», «інтелект», «емоції» та «почуття» [208, с. 356]. Проте, для більш ґрунтовного розуміння явища, варто звернутися до висловлювань творців-аніматорів. Уолт Дісней, вважав, що анімація здатна втілити все, що тільки вигадає людський розум [239; 240]. Аніматори Загребської школи відзначали, що анімація «здатна наділяти малюнок життям, а її персонажів – характерами та емоціями» [102, с. 15].

Відомий учений-лінгвіст Ю. Лотман писав: «Анімаційний фільм не є різновидом художнього фільму, він презентує незалежну форму мистецтва зі власною мистецькою мовою, яка може значною мірою відрізнитись від мови художніх чи документальних фільмів» [72, с. 16–17].

З огляду на вищезазначене, доходимо висновку, що анімація є різновидом медіа-мистецтва, сприйняття якого передбачає споглядання візуального мистецтва, прослуховування музики, переживання вистави, що

імітує реальне життя та вивчення навколишнього природного світу. Її частиною є не лише персонажі, але й анімаційний простір, який не є тільки фоном, він утворює складний естетичний світ відповідно до авторського задуму. Ю. Норштейн відзначає, що анімаційний простір, це «не просто характерний пейзаж» [там само, с. 107], а радше «живий організм, пронизаний нервовими закінченнями та судинами» [89, с. 162]. Однією з найголовніших завдань митця-аніматора є створення складного, структурованого анімаційного світу з своїми акцентами, глибиною, кольором та фактурою [22, с. 211–212]. Ж. Телотте доводить, що природа анімаційного простору є динамічною та тісно пов'язаною з соціокультурним та екологічним простором, та підкреслює, що «одночасно з кризою у реальному світі існує певна криза і в анімаційному просторі» [238, с. 200]. Таким чином, анімаційний простір не є лише виразом видимого, це пластичне середовище з драматургічними, образними, карнавальними та екологічними функціями.

Варто зазначити, що в основі створення змісту в сучасній анімації лежить критерій глядача, що є орієнтованим одночасно на **дитину та дорослого**. Анімація насичена пізнавальними, освітніми, суспільними та навіть політичними, економічними та іншими елементами дорослого життя також. Вона інформує людину, формує емоційні та екологічні компетенції розширює її кругозір та є джерелом конструювання картини світу, програмує спосіб життя, мораль і систему цінностей, оскільки в анімації їй пропонується модель навколишнього світу і способи поведінки в ньому. Дорослий з, одного боку, формує та виховує дитину, а з іншого, спочатку підбирає для дитини анімації, а потім впливає на її самостійний вибір. Автори висвітлюють різноманітні соціальні, культурні, екологічні проблеми та вдаються до складного багаторівневого гумору для того щоб задовольнити вибагливих дорослих, зацікавити та розважити їх.

У сучасній англomовній анімації відображаються явища та проблеми як англomовного світу, так і усього людського світу загалом. М. М. Юрковська вважає, що сучасна анімація є, з одного боку засобом пізнання дійсності, а з

іншого, відображенням «найбільш актуальних процесів у суспільстві» [156, с. 273], іншими словами «відтворенням домінуючої картину світу з усіма її індивідуально-своєрідними варіаціями» [там само, с. 552]. «Більшість майстрів анімації пов'язує її перш за все з фантазією, але, діючи на перехресті двох світів – вигадки та дійсності, відображаючи нереальне та неможливе, це все ж таки мистецтво, за яким стоїть дійсність, і фантазія у будь-якому випадку спирається на реальність та виходить з неї» [6, с. 27].

З лінгвістичної точки зору анімаційний фільм визначено як складну семіотичну структуру, що є різновидом дискурсу в цілому та зокрема медіа-дискурсу. Анімаційний дискурс – це складна дворівнева комунікативна система, що складається з: (1) зовнішнього дискурсу – взаємодії адресанта (колективного автора) та адресата (глядача) у реальному світі; та (2) внутрішній – взаємодія персонажів в уявному світі. Значення внутрішнього дискурсу організоване у відповідності із задумом автора чи авторської групи, зафіксоване на матеріальному носії та призначене для відтворення на екрані та аудіовізуального сприйняття глядачами. Персональний дискурс анімаційного фільму постає повідомленням авторів до глядачів у зовнішньому дискурсі.

Сьогодні продюсери кінокомпаній дотримуються універсального правила: «анімаційні фільми мають бути зроблені для двох аудиторій – дитячої й дорослої, щоби вигадливою картинкою могли насолоджуватися діти, а жарти сприймали батьки» [158, с. 7].

Ми у свою чергу, виділяємо анімаційний екодискурс як різновид медійного дискурсу. Анімаційний екодискурс має усі жанрові ознаки за Д. Свейлзом [235, с. 45–58] (1) він є класом комунікативних подій; (2) його комунікативною метою є викрити та висвітлити різноманітні екологічні проблеми сьогодення та шукати шляхи їх вирішення мовними засобами; (3) анімаційний екодискурс розрахований одночасно на дитячу (за допомогою цікавого сюжету, яскравої картинки та простої форми подання інформації) та дорослу аудиторію (оскільки вдається до складного гумору та висвітлює

серйозні проблеми); (4) дослідження анімаційного екодискурсу набувають популярності у сучасній лінгвістиці; (5) він є складним динамічним явищем. Таким чином, анімаційний дискурс має впізнаваний стиль, є цілеспрямованим та має широку цільову аудиторію, чим викликає інтерес до своїх досліджень.

1.3.2 Особливості анімаційного екодискурсу. Світ екологічної анімації є, з одного боку, уявним та нереальним, тому що з глядачем можуть заговорити тварини, рослини, комахи або інші природні явища, хижаки можуть стати ліпшими друзями з трав'яними, або останні самі можуть стати хижаками, будь які явища природи можуть мати людські риси, попадати в нереальні для них ситуації тощо. А з іншого боку, — реальним, адже «сучасна анімація черпає матеріал із виру дійсності, пронизана її інтересами, ідеями і фактами. Зокрема, англomовний анімаційний дискурс відтворює якщо не прямо, то метафорично, гіперболізовано чи пародійно різноманітні культурні явища та стереотипи соціуму» [157, с. 308].

Наслідуючи принцип **екологізму**, анімація є простою та впізнаваною, у такий спосіб вона створює казку, яка переплітається з реальністю. Адже за простотою стоїть глибокий філософський зміст та естетичні принципи. На думку М. М. Юрковської, «анімаційний фільм має бути легким, захоплюючим, цікавим і смішним для різних цільових аудиторій» [158, с. 7]. Тобто сучасні анімації не перестають цікавити дитину, коли вона дорослішає та супроводжують людей протягом всього життя охоплюючи дорослий світ також.

Екологічність анімаційного дискурсу полягає, з одного боку, в тому, що зазначений вид дискурсу в легкій, простій та зрозумілій манері відображає та розкриває екологічні проблем сьогодення. А з іншого, — тому що діючими особами анімаційного екодискурсу часто стають тварини, рослини та явища природи взагалі. Відтак, екологічна анімація є одночасно дискурсом про природу та дискурсом, що висвітлює екологічні вади сучасного світу. Метою такого дискурсу є диференційований вплив на свідомість суспільства взагалі

та індивідуальну – зокрема, за допомогою висвітлення та оцінки інформації про проблеми соціального та природного довкілля.

Анімаційний екодискурс має розглядатися у контексті мультимодальності, тому що зміст у ньому формується за допомогою різних ресурсів, або модусів (тобто каналів передачі інформації [58, с. 3]): вербального, який утворює лінгвістичну систему фільму, та поділяється на усний (персональне, авторське, закадрове мовлення, слова пісень) та письмовий (титри, заголовки, написи, назви вулиць, міст тощо, які є частиною світу речей фільму) та невербального, який складають нелінгвістичну систему анімаційного фільму: візуальні (візуальні образи, рухи персонажів, відстань між ними, анімаційний простір, місце події) та аудіальні, або звукові (те, як розмовляють, тобто просодії персонажів, закадрових голосів, природні шуми, музика тощо) [158, с. 15]. Вербальна та невербальна складові анімаційного дискурсу організовані відповідно до задуму автора чи групи авторів і запрограмовані на створення єдиного логічного змісту та передачі глобальної ідеї автора.

Провідну роль у створенні вербального модусу екологічного анімаційного дискурсу складає усне мовлення персонажів фільму. Варто зазначити, що персональне мовлення може чинити різний вплив на глядача: **опосередкований**, коли герої спрямовують своє мовлення на інших дійових осіб фільму, а глядач сприймає таке повідомлення як сторонній спостерігач. У таких випадках екологічне повідомлення передається нативно, глядач може навіть не усвідомлювати його та сприймати підсвідомо. А також **прямий** – коли персонажі або закадровий голос “ламають четверту стіну” та звертаються напряду до глядача, таке екологічне повідомлення різко привертає увагу глядача, дозволяє відчувати себе учасником сцени або усього фільму та сприймається радше свідомо.

Невербальні компоненти анімаційного фільму є обмеженими просторово: екраном та екологічним простором внутрішнього світу анімації. Сам простір виконує дві основні функції: забезпечує віртуальне середовище

розвитку сюжету, що служить полігоном для взаємодії персонажів між собою, і є самостійним засобом для створення анімаційних художніх, естетичних образів [97, с. 21]. Іншими словами, просторові характеристики кадру, такі як кут огляду, освітленість, яскравість, віддаленість або наближеність до об'єкту, поряд з просодичними (аудіальний модус), проксемічними (візуальний модус: відстань між персонажами та оточуючими предметами, композиційна побудова кадру та ракурсу) та кінесичними (візуальний модус: міміка та мова тіла героїв твору) компонентами слугують підсилюючими засобами створення естетичного екологічного змісту та викриття неекологічності в анімаційному дискурсі. Проте вони можуть, як підтримувати зміст вербального модусу, заперечувати йому, так і мати свій власний відмінний зміст.

Анімаційний екодискурс є особливою формою комунікативно-соціального процесу, який відображає цінності суспільства, у якому він створюється. Будучи одним із перших друзів дитини, він починає закладати у її свідомість культуру, цінності, зразки поведінки, ставлення, надає перший емоційний та екологічний досвід, знайомить зі звичаями, традиціями, історією, тваринним, рослинним, природним світом та всесвітом взагалі, таким чином охоплюючи майже всі фактори, з якими дитина зіштовхується в житті та навіть більше. Анімаційний фільм здатен не тільки передавати дитині важливу інформацію про середовище її існування у вузькому й широкому розумінні, але також здатен будувати у її свідомості певну ідеологію, систему цінностей та картину світу в цілому – з однієї сторони, а, з іншої, – спроможний запобігати утворенню стереотипів, хибних ідеалів, штампів, неекологічних цінностей тощо.

1.4 Карнавалізований анімаційний екодискурс

1.4.1 Карнавал та карнавалізація анімаційного екодискурсу. Сучасному англomовному анімаційному екодискурсу у високій мірі притаманна карнавальність, оскільки «карнавал – це відпочинок,

відволікання від «сірих» буднів» [112, с. 120]; це внутрішня свобода, коли «всі закони, табу та рамки, що характеризують суспільство, ламаються... правила, на яких базується устрій суспільства, перехрещуються» [107, с. 138], кожен його учасник забуває проблеми і негаразди. Карнавал, за словами В. О. Самохіної, «базується на порушенні незмінних правил (лінгвальних, прагматичних та суспільних), які є невід'ємною частиною світосприйняття людини» [там само]. З цього виводимо, що екологічна сутність карнавалу полягає у порушенні норм, стереотипів, кліше, тощо, оскільки вони перешкоджають всебічному (повному), а значить екологічному та естетичному сприйняттю світу, але порушення норми є нормою у карнавалі тому що «відхилення від норми створює в комічному анімаційному дискурсі нову норму і є нормою сміхового сприйняття світу» [112, с. 27].

Проте карнавал охоплює не лише розважальну сферу життя. Як зазначає М. М. Бахтін, «карнавал не спостерігають – у ньому живуть усі та проживають усе. Від нього нікуди не подітися, адже він не має просторових обмежень, – це особливий стан усього світу, його відродження та оновлення, до якого усі причетні» [9, с. 14]. Тобто елементи карнавалу не просто постійно присутні в усіх сферах життя, але й відображають їх, у такий спосіб допомагаючи осмислити. Соціальна, політична, економічна, релігійна, наукова та освітня сфери на рівні з розважальною набувають рис святковості, театральності, видовищності, комічності, гротескності, а значить постійно перебувають під впливом карнавалізації. Карнавал – це унікальне явище соціального простору, а також свідомості кожного окремого індивіда (карнавал думок, емоцій), який є частиною цього соціуму.

На думку В. О. Самохіної, «карнавалізація й буденна діяльність протиставляються, адже свято і карнавал – це відпочинок, відволікання від «сірих» буднів. З іншого боку, це і є діяльність у карнавальному просторі різних жанрів; діяльність, у результаті якої порушуються норми, і ці порушення є “звичними” в карнавальному просторі святковості» [116, с. 29]. Тобто, карнавальні елементи вже глибоко проникли у свідомість кожного

індивіда всі сфери життя, жанри текстів тощо, а останні, у свою чергу, перебрали на себе ознаки карнавалу. Рамки між карнавалізованим буттям та повсякденністю стають ще більш розмитими, що приводить до виникнення феномену карнавалізації. В. О. Самохіна визначає цей феномен як «контекст сміхової культури, процес поширення карнавального діалогізму в карнавальній свідомості індивіда, який ґрунтується на карнавальних подіях, певних діях у карнавальній діалогічній взаємодії її учасників у соціальній сфері, де креативна функція виступає її основою» [там само, с. 28]. Терміни «карнавал» та «карнавалізація» є тісно пов'язаними, оскільки карнавалізація є процесом проникнення ідей, принципів та елементів карнавалу, а карнавал є окремим випадком цього процесу.

Варто підкреслити, що карнавал є не лише комедією, але й трагедією в залежності від емоційного тону і культурного рівня, може бути як веселим, добродушним, дружнім, так і грубим, жорстоким, зворушливим і навіть печальним. І все ж таки, карнавалізація здебільшого передбачає контекст еко-естетичної насолоди, культурного спілкування, необразливих курйозів, легкого сміху [111, с. 28–29].

Анімаційний екодискурс є значною мірою карнавалізованим, оскільки, втілюючи всі риси карнавалу, визначені М. М. Бахтіним [9, с. 236], він усебічно та дуже точно відображає карнавальну модель світу – постійну реальність специфічної картини експресивно-емоційного світу:

амбівалентність – діючими персонажами часто є тварини, які у той самий час наділені людськими рисами та взаємодіють у природному але соціальному світі;

універсальність – анімаційний дискурс, як було зазначено вище, простий зрозумілий та впізнаваний, що робить його доступним й цікавим для кожного, а також екологічним;

символічність – наповненість символами, нормами, стереотипами, спрощеннями та узагальненнями;

тілесність – увага до персонажів та візуальної складової є підвищеною у анімаційному дискурсі;

гротескність – фантастичність та перебільшення, як героїв так і ситуацій, направлене на увиразнення, висміювання вад людей, та хибних символів [118, с. 39–40].

Завдяки цим рисам анімаційний екодискурс і є карнавалізованим, тому що стереотипні норми викриваються, висміюються та порушуються, він «дозволяє людям вийти за рамки буденності, рутини» [116, с. 30], розширити кругозір та побачити більше, ніж просто показано. Карнавалізація найчастіше виявляється в комічності, гротескності, сатиричності, ексцентричності, баламутстві, панібратстві, профанації (карнавальні блюзнірства, непристойності, пародії, травестії та бурлески), навмисному контрастному зображенні життєвих реалій.

Різноманітні мовні карнавальні засоби особливо яскраво проявляють себе у вербальному модусі анімаційного дискурсу, такі як: «мовна гра, пародія, інтертекстуальність, стилістично маргінальна лексика (жаргонна, лайлива лексика), злиття і контрастування літературної та нелітературної мови, синкретичні тропи, лексико-семантична група «карнавал», карнавальні образи та символіка, ігри з орфографією та структурно-графічним оформленням тексту» [33, с. 11]. А невербальний модус підкреслює вербальний за допомогою карнавальних образів, яким притаманна карикатурність, гротескність, пародійність, що усебічно охоплює різноманітність людської поведінки, комічність невербальної поведінки персонажів тощо.

Отже, карнавал охоплює все, розмиває межі між реальним та уявним, порушує усталі норми та закони що перешкоджають екологічності, таким чином сприяючи їй. Під час карнавалу усі рівні, а значить наявність карнавальних елементів у анімаційному екодискурсі за допомогою сміху та комічного урівнює (немає бідних і багатих, поганих і хороших тощо; всі рівні і всі мають шанси бути, ким забажають), зближує (розмиваються усі рамки, зникають табу та заборони) та об'єднує всіх, незалежно від віку, статі,

соціального статусу тощо. Тут в основі – інтерес до комічності, незвичності, несумісності, контрастів, парадоксів, безглуздостей, несподіванок, когнітивних дисонансів.

1.4.2. Комічна інконгруентність та функції комічного.

Згідно зі словниковими дефініціями, інконгруентність – це невідповідність, несумісність, недоречність, (від лат. *incongruentia* «невідповідність, неузгодженість») – стан, що виникає, коли індивід позитивно ставиться до повідомлення, але негативно – до його джерела або навпаки; це впливає на його ставлення до повідомлення [71, с.138].

В. О. Самохіна визначає комічне в усіх його проявах як гру зі змістом, когнітивним механізмом якої є інконгруентність. На її думку, саме несподіваність суперечності та відхилення від норми і є базовим інструментом породження комічного ефекту, адже усілякі аспекти соціального життя, наявні у комічному, відрізняються двозначністю і включають несумісні та невідповідні явища, але усвідомлюються єдиним цілим у комічному [107, с. 171].

Саме поняття «інконгруентність» уперше з'явилося завдяки Д. Бітті [165, с. 402], який використав це слово для аналізу комічного. Він розглядає сміх як результат несподіваного об'єднання ідей, тобто смішне є дисонансом явищ одного порядку. Вчений вважає що, комічний «сміх виникає з двох або більше несумісних частин, що розглядаються як єдине ціле в певному складному об'єкті, або як щось, що потребує взаємних відношень від особливої манери, у якій розум помічає їх» [165, с. 402]. З іншого боку, В. О. Самохіна наголошує, що Д. Бітті не пояснив, що він розуміє під «особливою манерою», але зазначає що «він підкреслював важливість загального *емоційного фону* (виділено нами – Н. І.), без якого смішне виявляється несмішним» [207, с. 78]. Під емоційним фоном ми розуміємо, з одного боку, емоційне забарвлення ментальної діяльності людини, тобто його емоційний стан, оскільки емоції не лише супроводжують, але і впливають на

будь-яку діяльність людини, особливо, якщо ця діяльність пов'язана з карнавальним світосприйняттям, яке не можливе без емоцій, адже карнавал – це одночасно комедія (скупчення позитивних емоцій) та трагедія (скупчення негативних емоцій). А з іншого боку, – зовнішні емоційні реакції та карнавалізований світ, а також їх вербальний прояв (емотиви).

Завдяки **механізму інконгруентності в комічному актуалізуються** дві самостійні незалежні ідеї, які є невідповідними, несумісними або недоречними та можуть бути пов'язані тільки двозначністю комічного, «примушуючи слухача / читача відслідковувати та переосмислювати текст, або змушуючи його / її створювати новий та несумісний смисл» [161, с. 83]. Іншими словами, цей дисонанс викликає сміх та змушує зазирнути за межі наявного та очевидного значення, щоб знайти рішення (відповідність) невідповідності на іншому рівні, тим самим досягнувши щось більше (що мається на увазі, чи читається «між рядків») підштовхує читача до розуміння правильного, нормативного, екологічного [161, с. 85].

Створення комічного, як і розуміння його інконгруентності, вимагає навіть більше таланту та знань, ніж більш серйозні жанри, тому що воно «передбачає глибоке знання людської натури, чудово виражає сучасний стан мислення та мови. «При всій своїй “легковажності” комічне — серйозна умова нормальної життєдіяльності людського суспільства» [107, с. 56]. Людина не народжується з відчуттям комічного, воно розвивається разом з особистістю та стає показником людського розуму, фантазії та розвинутої свідомості. Усі види комічного, такі як гумор, іронія, сатира, сарказм та інші, за визначенням «Філософського енциклопедичного словника», — «є знаряддям подолання вад у людині та в соціальних процесах, руйнації хибних ілюзій людини про себе, засобом ствердження ідеалу через заперечення старого, того, що віджило» [250]. Але, на нашу думку, комічне та його види мають значно ширший вплив, вони є не знаряддям, а цілим арсеналом засобів, що здатні подолати не лише вади людини, а також вади навколишнього природного та соціального світу,

як у свідомості людей (те, як люди думають про них), так і буквально подолати зростаючі темпи погіршення екологічного стану на нашій планеті.

Комічне – є одночасно способом життя та способом мислити, відчувати, почуватися та діяти по відношенню до самих себе й навколишнього світу. «Йому в усіх його проявах властиве емоційне спілкування, й емотивно-емоційний настрій часто є вирішальним для розуміння» [107, с. 57]. У такий спосіб, комічне, ґрунтується на емотивно-емоційній складовій, викриває й відображає проблеми, вади та неекологічність думок і дій, як пересічних людей, так і впливових мислителів, політиків, діячів сучасного суспільства у карнавалізованих ситуаціях.

Карнавалізація та комічне є унікальними явищами, чії екологічні компетенції найяскравіше функціонують саме у карнавалізованому анімаційному екодискурсі, оскільки яскравий та вигадливий світ дає можливість автору, або авторам утілити найсміливіші ідеї. Карнавалізований анімаційний екодискурс (далі – КАЕД) є складною креативною мультимодальною семіотичною системою, яка за допомогою вербального та невербального модусів різнобічно розглядає екологічні проблеми сучасного світу, оскільки його діючими особами часто стають антропоморфні тварини, що балансують на межі соціального та природного світу, відображаючи екологічні проблеми обох.

В. О. Самохіна визначає комічне як карнавал мови, через те, що він «базується на порушенні незмінних правил (лінгвальних, прагматичних та суспільних), які є невід’ємною частиною світосприйняття людини» [107, с. 83]. Відтак, комічне є змістовним, адже воно спирається на конкретний зміст, який об’єктивується у комунікативній ситуації. Воно є суспільною цінністю, є знайомим та легко впізнаваним, оскільки “його найбільш поширеним сигналом і разом з тим очевидним результатом є сміх, що неминуче базується на аналізі, оцінці, критиці, відбитті алогічності явищ життя” [там само, с.70]. «Комічне – від грецького слова «комікос» – смішне. У сучасному вжитку цей термін є родовим поняттям для позначення

різноманітних відтінків смішного, усе, що може викликати сміх, – об’єкт комічного. Комічне – це немовби формула смішного, а смішне – конкретний випадок комічного», зазначає Л. О. Сморг [126, с. 48]. Іншими словами, комічне є поривом у суть самого себе та світоглядною концепцією пізнання – це виявлені та відкриті невідповідності, протиріччя, порушення, алогізми маркером (орієнтиром), викриття яких слугує сміх. У комічній ситуації людина інтуїтивно осягає невідповідність між неповноцінним, недосконалим та неекологічним змістом явища і його формою, яка претендує на повноцінність, значущість та екологічність, між високою метою й негідними засобами її досягнення [там само].

Дон та Аллін Нільсен у своїй книзі *The Language of Humor* відзначають, що в житті все смішне, усе присвячене комічному, оскільки воно є єдиною історією, що має сміливість говорити про всі сфери буття. Тому його предметом може бути навіть табу, тобто те, про що ми не часто насмілюємося говорити сердечно; або навіть політичні табу, за жарти, про які можна опинитися за ґратами. Життя віддане комічному і як наслідок у комічному можна знайти все [217, с. 9]. Неможливо уявити світ, а особливо, сучасний світ без комічного, тому що це «прорив у суть, в істину, це – вічна, людська властивість» [107, с. 7] не тільки спосіб життя, а і спосіб вижити.

Що стосується термінології, у західних дослідженнях спостерігається тенденція використовувати термін “гумор” на позначення (1) усіх видів комічного (сатира, сарказм тощо), а також для (2) одного з видів комічного (гумор – добродушний сміх). У нашому дослідженні, наслідуючи В. О. Самохіну, ми будемо користуватися терміном “комізм” у першому випадку та “гумор” – у другому.

Екологічність КАЕД також проявляється у видах комічного, які мають різноманітні градації емоційного та форми мовного реагування, мовленнєвого та змістовного проявів. Таким чином, кожен із них на різних рівнях та різними способами намагається здолати вади, а також актуалізує та розкриває екологічність чи неекологічність дискурсу:

- гумор (від англ. Humour – причуда, норов) – зображує життя в беззлобно-добродушному, жартівливому тоні; «означає «сміятися один з одним», але не «один з одного». В. О. Самохіна [107, с. 56] виокремлює два типи: (1) «гумор солідарності» та «гумор конкуренції». Перший різновид заохочує та привертає увагу до екологічної поведінки або явища, погоджуючись, підтримуючи та підбадьорюючи дружнім сміхом [222]. Другий – вказує на незгоду та піддає добродушному осміянню лише певні, (ненормативні, невідповідні, недосконалі та неекологічні) сторони життя, тим само закликаючи до пошуку нормативності, відповідності, досконалості та екологічності;

- іронія (від гр. Εἰροπεία – глузування, удаваність) – прихована насмішка та сарказм (від гр. Sarkasmos – терзання) – зла й в'їдлива іронія, прямий вияв ненависті та презирства до висвітлених осіб чи явищ. Вони є соціальним способом карнавалізувати свої негативні емоції та агресію, що уможливорює їх вираження. Таким чином, одночасно зберігається зовнішня доречність, серйозність та екологічність спілкування, а, з іншого боку, за цією поверхневою емоційністю, може ховатися критика, засудження та насмішка явищ чи осіб. У такий спосіб іронія та сарказм зберігають поверхневу екологічність (дозволяють не порушувати моральні та соціальні норми комунікації), але одночасно вказують на недоречність та неекологічність змісту сказаного;

- сатира (від лат. Saturatio – суміш) це вид комічного [183], що має на увазі жартівливість, однак її великою метою часто є конструктивна соціальна критика вад та проблем суспільства та навколишнього світу. Вона глузує з недоліків, дурацтв та зловживань, з метою ганьби людей, соціальних груп, компаній та корпорацій, урядів [там само], дій та слів, що мають неекологічні цілі, використовуючи кмітливість (інтелектуальний гумор), щоб привернути увагу до глобальних проблем суспільства, підказуючи шляхи покращення та вимагаючи вдосконалення. Сатира часто співпрацює із сарказмом, надаючи йому особливо войовничого забарвлення [191, с. 22], який часто сповідує,

гіперболізоване схвалення саме того, на що автор хоче поскаржитися [175, с. 57];

- інвектива (від. лат. *Invehī* – кидатися, нападати) – це їдка, образлива, отруйна форма грубої виразності вербального, письмового повідомлення або дискурсу, метою якого є дискредитація особи або групи осіб, у ході якої відбувається опис порушень культурних, соціальних або екологічних вимог особою або групою осіб, які висміюються, у спрощеному вигляді вербальне повідомлення може бути замінено промовистими жестами, які вважаються образливо-непристойними;

- гротеск (від фр. *Grotesque* – смішний, незвичайний; іт. *Grotta* – грот, печера) – тип художньої образності, головними прийомами якої є подвійність, гібридність та метаморфоза. Для гротеску характерне навмисне карикатурне спотворення форм і сутності предметів, поєднання реального і фантастичного [232, с. 244], трагічного й комічного, нормального й абсурдного, таким чином, він гіперболізує масштаби сучасних екологічних проблем та вад суспільства, що робить їх очевиднішими і простішими для розуміння. Р. Аструк [160] визначає гротеск як вирішальний і потенційно універсальний антропологічний пристрій, який суспільство використовує для концептуалізації змін, а також проблем, вад, недоліків тощо.

Таким чином, спираючись на екологічність різних видів комічного та класифікацію функцій комічного В. О. Самохіною, яка виділяє: розважальну, фатичну (регулятивну), перемикальну, аттрактивну, мовотворчу, критичну, орнаментально-ілюстративну, маскувальну, соціальну, «терапевтичну» функції, а також функції самоствердження та детабуїзації, у цій роботі виокремлюються суто екологічні функції КАЕД:

- **розважальна функція** направлена те, щоб розсмішити адресата, розслабити, відволікти від буденності та підготувати до занурення у екологічний простір КАЕД;
- **аттрактивна функція**, метою якої є привернути увагу глядача до екологічних проблем;

- **регулятивна** – комічне в усіх його проявах є різновидом оцінювання поведінки членів соціуму (добрий сміх заохочує, а недобрий показує, що особа щось робить невірно), таким чином він регулює екологічність поведінки;
- **критична функція** – заохочує до критичного мислення та ставлення до фактів, освітлених у карнавалізованому анімаційному екодискурсі;
- **функція детабуїзації**, надає можливість авторам більш розкуто висловлювати свої думки і почуття стосовно екологічних питань (зокрема, за допомогою персонажів анімаційного дискурсу);
- **маскувальна функція**, коли комічне дозволяє замаскувати (але не приховати, оскільки метою комічного є викрити вади) повідомлення, тобто сказати про те, про що відкрито казати не можна, таким чином зберігаючи екологічність спілкування;
- **викриваюча** – комічне здатне порушувати норми, стереотипи тощо, тим само викриваючи їх застарілість, недоречність та неекологічність;
- **прагнення до самоствердження** – комічне уможливорює екологічний креативний розвиток як авторів, так і глядачів;
- **адаптивна** – комічне допомагає людині легше адаптуватися до умов екологічного світу, таким чином, щоб не нашкодити йому;
- **відволікаюча функція** – це відволікаючий маневр, який заважає людям витрачати енергію на речі, які того не варті або не є екологічними.

Упливаючи на свідомість глядача, комічний елемент анімаційного дискурсу в будь-якій комунікативній ситуації виконує принаймні одну або декілька функцій і є дієвим засобом екологічного впливу, тобто сприяє формуванню екологічної мовної свідомості. Вивчення екологічності карнавального анімаційного дискурсу дозволяє визначити особливості використання прийомів комічного, з метою екологічної мотивації глядача.

Серед основних **прийомів створення комічного ефекту** у КАЕД виділяємо: зміну та деформацію явищ (перебільшення, пародія, гротеск),

незвичайні ефекти й зіставлення (персоніфікація, антропоморфізм, абсурд), невідповідність у зв'язках і відносинах між явищами (ахронізм, каламбур тощо), уявне об'єднання різнорідних явищ (іронія, сарказм, гротеск, полісемія, омонімія), створення явищ, що відхиляються від норми (алогічність, абсурд) та виявлення брехні.

Комічне в КАЕД виникає завдяки порушенню різноманітних норм, стереотипів тощо, що є нормою для самого явища. Проте метою екологічного порушення є екологічний вплив, його основними функціями є підняти настрій, відволікти від поганого і непотрібного, допомогти адаптуватися і розслабитися, а потім у легкій та веселій формі повідомити про вади, недоліки, невідповідності, двозначності та заохотити до критичного мислення та аналізу.

1.4.3. Парадоксальність норми у карнавалізованому анімаційному екодискурсі. Порушення норми в карнавальному екологічному анімаційному дискурсі (КАЕД) створює додаткові конотації оцінки, емоційності, експресивності стилістичного забарвлення, виявляє те, що раніше було не очевидним або прихованим. Таким чином, інконгруентність вважають головним інструментом створення комічного такі вчені, як А. Гоатлі [194], С. Аттардо [161; 162], Д. Раскин [225], Г. Рітхе [226], В. О. Самохіна [107] та інші. На думку М. М. Бахтіна, комічність «базується на закоренілих та постійних правилах, які не підлягають питанням» [9, с. 48], а точніше, на порушенні таких правил, або норм.

Норма, у загальному розумінні – це правило або закон, що діє у певній сфері та вимагає свого виконання, узаконений обов'язок; це еталон, взірець або певне ідеальне або загальноприйняте уявлення про щось; це допустимий діапазон, усереднена або середньостатистична величина; зразок, або правило поведінки людей у суспільстві.

З лінгвістичної точки зору, норми – це «закріплені в практиці зразкового використання мовні варіанти (в галузі вимови, слововживання, граматичних

та інших мовних засобів), які найчастіше і найповніше з числа співіснуючих виконують свою суспільну роль» [229, с. 156].

На думку В. О. Самохіної, норма — «це стандарт, спосіб вираження, прийнятий колективом» [107, с. 96], це правило, що схвалюється не тільки соціумом, але воно також відображає закономірності соціальної та мовної систем, підтверджується авторитетними членами суспільства та дискурсами масового вживання: дискурс новин, газет, журналів, розважальний дискурс телебачення та інтернету, кіно, анімаційних фільмів. В.О. Самохіна виділяє такі норми: онтологічні, логіко-поняттєві, валоративні (ціннісні), жанрові, дискурсивні, мовні та мовленнєві [там само, с. 13].

Для карнавалізованого анімаційного екодискурсу притаманні такі прояви норми як **стереотипні норми, кліше, штампи, трюїзми**.

Стереотип є одним з особливо яскравих мовних проявів спільної свідомості, він далеко не завжди базується безпосередньо на об'єктивній інформації, але виникає на основі стандартизованих суджень про людей, тварин та навколишній світ та описується як зміст суспільної свідомості. Стереотипні норми виникають у результаті взаємодії двох процесів людської свідомості: «стереотипізації – універсальної категоризації, яка обумовлена потребою особистості в створенні тих уявлень, які були б проекцією цінностей» [73, с. 191], тобто звуження абстрактних понять до конкретних образів; а також завдяки жазі людської свідомості до спрощення, «суть якої полягає у виділенні декількох ознак в якості головних для позначення складних явищ» [20, с. 253]. Як бачимо, стереотип є дуже спрощеним і не завжди справедливим відображенням реальності, а значить, часто перешкоджає формуванню екологічної свідомості. Стереотип – це, з одного боку, ментальний образ у свідомості людини, а з іншого, – це «прийняті в суспільстві норми сприйняття, фільтрації, інтерпретації інформації при розпізнаванні й розумінні навколишнього світу, засновані на попередньому соціальному досвіді. А стереотипна норма – це вербальна оболонка таких ментальних уявлень, заздалегідь сформована в соціумі, мовна оцінка певних

явищ, якій притаманне емотивне значення. Система стереотипів являє собою соціальну реальність» [210, с. 48]. На думку В. Ліппмана, стереотипи призводять до спотворення сприйняття навколишньої дійсності, заважають формуванню об'єктивної оцінки, вони обмежують поведінку людини та перешкоджають правильному сприйняттю дійсності. За допомогою стереотипів можна легко маніпулювати, оскільки «в більшості випадків процесом сприйняття керують стереотипні норми – упереджені думки» [там само, с. 50].

Поняття “кліше” та “штампу” часто плутають, або ототожнюють у сучасній лінгвістиці, хоча вони дійсно пов'язані, адже кліше можуть породжувати штампи, вони зовсім не є тотожними. Найбільш точним, на нашу думку, є визначення О. О. Селіванової: «**Кліше** – це стандартні відтворювані засоби мови, які регулярно повторюються в певних контекстах і служать ознаками певного стилю або акту комунікації. Мовні кліше функціонують переважно в інформаційних жанрах засобів масової інформації й часто відтворюються у мові. Вони виконують роль стандарту, забезпечують найповнішу інформацію і економлять мовлення. Такі мовні звороти вживаються у функції готових формул» [122, с.29]. Тобто, це сталі комбінації слів або мовні стереотипи, які є незалежними лінгвістичними знаками, що мають загальноприйнятну форму, традиційні значення, виразність, що легко виражаються у певних умовах та відповідають стандартам жанру. Вони своєю природою можуть бути притаманними різним типам дискурсу, є поширеними у КАЕД, де слугують для відображення та опису реальних подій в уявному світі анімації та часто мають екологічний підтекст або ж прихований сенс.

Штамп – закріплений у свідомості носіїв певної мови, стійкий, готовий до вживання вираз, ідея, або елемент художнього твору, що має експресивне та образне навантаження, що був перевантажений на межі втрати свого первинного сенсу. Штамп у сферах анімації стосується ставлення до ідеї минулого або виразу, та часто утворює негативний стилістико-смісловий ефект [там само].

Трюїзм (англ. truism) — загальновідома істина; банальне твердження; загальник. Трюїзмом вважається дещо безсумнівне, настільки очевидне, що використовується лише як нагадування, риторичний або літературний вислів, проте він містить достатньо умов для того, щоб вважатися істинним [260] (наприклад, жіноча логіка), іншими словами, трюїзм – це явище що виникло і функціонує у соціумі на правах безсумнівно істинного, не маючи змістовних доказів, щоб таким бути.

Простір екологічного анімаційного англomовного дискурсу наповнений різноманітними культурними явищами які, з одного боку, є позитивними, адже вони спрощують складність життя, роблять уявний світ простим, упізнаваним й доступним як для дітей, так і для дорослих, а з іншого, – норма та її різновиди (норми, стереотипи, кліше, штампи, трюїзми) не завжди є екологічними у цьому типі дискурсу. Вони є результатом сприйняття, фільтрації та інтерпретації попереднього соціального досвіду, а, значить, вони часто є застарілими, призводять до спотворення, спрощення та узагальнення складних ситуацій та явищ реального світу, у такий спосіб перешкоджаючи формуванню об'єктивного естетичного світосприйняття, усебічному повному, тобто екологічному розвитку. Таким чином, порушення норм у комічному, покликане відновлювати екологічність.

Порушення норм у комічному є нормою для карнавального світу. На думку В. О. Самохіної, «комічне – це таке відхилення від норми, яке не веде до деструкції, це нормальний світопорядок» [112, с. 129], який «передбачає фіксацію певної аномальності» [там само], метою якої є відновлення екологічності, викриття проблем сьогодення, пов'язаних з екологічним станом довкілля та пошуки шляхів їх вирішення. Механізмом комічного є інконгруентність – протиріччя, протиставлення та несумісності значення вербального і невербального модусів, що «ґрунтується на здатності до творчої інтерпретації, тобто до порушення норм» [там само]. Комічна інконгруентність, змушує зазирнути за межі наявного та очевидного значення, щоб знайти рішення (відповідність) невідповідності на іншому (незвичному та

неочевидному) рівні, тим самим досягнувши щось більше, що мається на увазі, чи читається між рядків [194, с. 83] та підштовхує глядача до розуміння правильного, нормативного, екологічного.

1.5 Емотивна лінгвоекоекологія карнавалізованого анімаційного екодискурсу

1.5.1 Емоційна складова карнавалізованого світу. Емоції у карнавалізованому анімаційному екодискурсу. Визначаючи особливості карнавалу, В. О. Самохіна ставить емоційну насиченість на перше місце, передуючи таким важливим аспектам як «суб’єктивно-оцінний характер, конкретну спрямованість на створення комізму, тяжіння до масового сприйняття, заразливість, активність сприйняття адресатом, асоціативний характер, важливість несподіваних порівнянь, перебільшення та інконгруентність» [107, с. 73]. Це свідчить про те, що комічний елемент здатний, по-перше, викривати приховані, імітовані та симульовані емоції, а по-друге, – викликати бурхливу емоційну реакцію. Найяскравіше ця здатність проявляється у КАЕД, оскільки внутрішній дискурс містить емоційну ситуацію й емоційних персонажів, які сприймають та висловлюють емоції, у той час, як зовнішній дискурс покликаний викликати у глядача цілий вир емоцій від ейфорійного щастя до глибокої депресії, оскільки карнавал є комедією та трагедією одночасно.

В. І. Шаховський вважає, що спочатку була саме емоція, а не слово, «тому що в основі первинних і вторинних номінацій завжди лежала емоція людини. Жодного слова не народилося без неї» [149, с. 10]. Це свідчить про те, що саме мова та її засоби є ключем до вивчення емоцій, розуміння цього привело до виникнення міждисциплінарної науки – емотіології – яка формується на стику психології та лінгвістики, вивчає роль емоцій у діяльності людини. У вузькому розумінні — це лінгвістика емоцій, наука, яка вивчає зв’язок емоцій, мови та мовлення з навколишнім світом.

Центральним поняттям емотіології є емотивність – «іманентна властивість мови виражати психологічний (емоційний) стан і переживання людини, через особливі одиниці мови й мовлення – емотиви» [там само, с. 5], які є різними емоційними проявами в словах і висловлюваннях та інших мовних засобах, що є зрозумілими всім, хто говорить цією мовою, адже вони є соціалізованим, психологізованим та узагальненим національним досвідом народу, вони не тільки є формою оцінювання, а значним фрагментом навколишнього середовища, свідомості та картини світу [там само, с. 5]. Деякі вчені також виокремлюють «експресивність» – «вплив на реципієнта за допомогою виразного вислову, а також його сили» [1, с. 4] або «це – фонетичні, лексичні, морфологічні та синтаксичні одиниці мови; це – авторські неологізми, введення просторечної або жаргонної лексики, стилістичні фігури; паралельні конструкції, зевгма, наростання, всілякі повтори, інверсія, алітерація і т. ін.» [там само, с. 6]. Також Н. В. Аванесова доходить висновку, що «експресивність включає в себе наступні поняття: а) емоційність, б) оцінка, в) інтенсивність (експресивність)» [там само, с. 8]. Ми в своїй роботі, у слід за В. І. Шаховським вважаємо, що «емоційність» та «емотивність» співвідносяться як психологічна характеристика особистості та лінгвістична характеристика засобів мови, здатних передати емоцію, а експресивність відносимо до функцій емотивності.

Емотиви – спеціальні засоби мови, що реалізують емотивність та виконують дві основні функції: (1) емоційне самовираження (експресивна функція) – «використання одиниць мови для вираження, виплеску емоцій без цільової спрямованості на певного адресата» [148, с. 5] та (2) емоційний вплив (імпресивна функція) – «вираз спрямованих емоцій» [там само, с. 208], «свідомий намір впливати на одержувача в потрібному автору напрямку, змусити його щось зробити, виконати прохання, викликати в ньому певні почуття» [там само, с. 208–209]. Проте розмежування цих двох функцій є дуже умовним, бо навіть якщо адресант не бажає вплинути, усе одно несвідомо чинить певний (у такому випадку неконтрольований) вплив на адресанта.

Емоції «є центром будь-якої мовної особистості» [148, с. 53], чуттєвою реакцією організму на подразники, з якими людина стикається в середовищі свого існування. Також, сучасна наука виокремлює поняття емоційності, що, з одного боку є властивістю людини, що характеризує зміст, якість і динаміку емоцій людини, а з іншого, – це характеристика, що проявляється у частоті виникнення різноманітних емоцій та почуттів [245; 246]. З точки зору лінгвістичних досліджень, емоційність – це одна з найголовніших рушійних сил у розвитку мови взагалі, оскільки вона сприяє створенню нових мовних засобів, які служать для більш чіткої та яскравої передачі думок [1, с. 4].

Емоція – це почуття, пережите свідоме хвилювання, яке в дискурсі набуває мовленнєвої форми або «може бути втілено жестами, мімікою обличчя та іншими несловесними засобами» [24, с. 105]. Почуття та афекти розглядаються, як особливий різновид емоційних переживань. **Почуття** – є більш стійкими та тривалими емоціями, що «пов'язані з уявленнями про певний або загальний об'єкт та можуть не співпадати з емоційними реакціями у конкретний момент часу» [121, с.109–110]. А. П. Сєдих підкреслює, що «почуття можуть розвиватися від безпосередніх почуттів до найвищих почуттів, що стосуються духовних цінностей» [там само]. **Афекти** відрізняються бурхливістю протікання, яскраво вираженими симптомами (наприклад, страх, лють). «На відміну від емоцій та почуттів, афекти протікають дуже бурхливо, швидко та проявляються різко вираженими органічними змінами й невербальними реакціями» [там само].

Емоції є формою оцінки людиною навколишнього світу. Як уже було зазначено вище: є людина і всесвіт, який вона відображає в мові. «Емоції цей процес регулюють у ролі посередника між світом та його відображенням у мові (а значить і свідомості) людини: вони виражають значення об'єктів навколишнього світу для кожної особи. Емоції як психічне явище відтворюють у свідомості людини його емоційне ставлення до навколишнього світу» [там само, с. 6], адже людина сприймає не увесь світ одразу, а лише ту частину, що їй потрібна, цікава або релевантна для неї.

Емоції є ядром свідомості людини, а мова – її найважливішою характеристикою. Вони розглядаються як мотиваційна та когнітивна база мови. Разом із тим, мова є природним середовищем виникнення комічного, причому його природа – це завжди аномальність мови у широкому сенсі [102, с. 687–688; 107, с. 72], метою якої є викликати емоцію або цілу низку різноманітних емоцій одночасно. Більш того, факт існування змішаних емоцій свідчить про високий рівень розвиненості свідомості. Таким чином, КАЕД, викликаючи вир емоцій, сприяє усвідомленню багатогранності світу та конструює «більш коректне двоїсте (або більше) емоційне переживання» [149, с. 106], яке, у свою чергу, уможливорює коректне висловлювання емоційного стану, адже «коректний аналіз емотивної складової спілкування дозволяє отримати доступ до наміру співрозмовників» [там само, с. 106] що сприяє кооперативному спілкуванню, яке, на думку вченого, а пріорі екологічне [там само, с. 106].

Розглядаючи змішані емоції, В. І. Шаховський указує на їх «флуктуативну природу, тобто гнучкість і рухливість» [149, с. 101]. Наслідуючи вченого, пропонуємо категоризацію притаманних КАЕД змішаних емоцій:

амбівалентні – протилежні за своєю природою емоції, які у мові часто виражаються антонімами;

полівалентні – різні за своєю валентністю емоції: позитивні, негативні, нейтральні, невизначені тощо;

оцінні – такі, що виражають характер емоцій вони розподіляються на **однооцінні**, які у мовленні постають синонімами та **різнооцінні**, які не є протилежними (не плутати з амбівалентними), проте відрізняються вектором емоційності. Оцінні емоції можуть також відрізнятися насиченістю та інтенсивністю відчуття і вираження;

кластерні – емоції, що мають схожу валентність. У мовленні будуть виражатися словами належними до одного семантичного поля;

контрадикторні – належні до різних кластерів;

дифузні – емоції, яким притаманна взаємозалежність, тобто відчуття однієї емоції свідчить про присутність іншої, та навпаки;

склеєні емоції – що виникають у результаті підлашчування під передбачувану емоційну реакцію співрозмовника.

Так, у КАЕД автори, за допомогою цих емоцій чинять свідомий вплив на глядача, тому вербальний модус наповнений емотивами, які найбільш широко представлені на лексичному рівні. В. І. Шаховський виділяє емотивну лексику, яку розподіляє на три групи [148, с. 231]: 1) лексика, що позначає емоції (номінація); 2) лексика, що виражає емоції (експресія); 3) лексика, що описує емоції (дискрипція), та неемотивну лексику, яка є «емотивно нейтральною у словниковому значенні» [там само], але може втілювати емотивний смисл, адже в процесі комунікації набуває певного змісту та емоційного навантаження, оскільки вона пов'язана з індивідуальною свідомістю людини [там само]. Цей процес і є проявом семантичної емотивності, з огляду на який В. І. Шаховський визначає категорії емотивної семантики слова: афективи, конотативи та потенціативи.

У дослідженні ми доходимо висновку, що ці три категорії характерні не тільки для лексичних засобів мови, але також для граматики, стилістики, синтаксису тощо. Отже, афективність, власне, і є емотивністю, тобто свідчить про емоційний стан або ставлення; конотативність – емотивність, як один із проявів семантики слова або виразу, додаткове або асоціативне значення слова, виразної граматичної, синтаксичної, стилістичної конструкції, які в контексті анімації набули певної позитивної або негативної забарвленості; та потенціативність – ситуативна емотивність, яка притаманна засобам мови, що за своєю природою, не мають емотивної забарвленості, проте можуть набувати емотивності в контексті ситуації на надавати їй певної емоційної забарвленості.

Емотивним підходом і фактором емоційного фокусування є *культура*, фактор якої необхідно враховувати при аналізі КАЕД. Культура накладає відбиток на формування певних емоційних стилів поведінки та дій

персонажів. Подальший аналіз свідчить про специфіку емоційної складової у поведінці представників англomовного соціуму, якими є тварини як антропоморфні істоти. Культурний компонент, пов'язаний з емоціями, дає ключ до розуміння відношень між емоцією та знанням певної культурної спільноти [8, с. 261].

Вивчення емоцій та емотивності не тільки дозволяє нам вивчити культурні особливості КАЕД, але й більш глибоко зануритися в розуміння тих чи інших емоцій. У КАЕД спостерігається власна емотивна лексика англійської мови, виражена вербально емоціями тваринного світу, які є антропоморфним. Завдяки культурним особливостям емотивної лексики в англomовній лінгвокультурі створюється своєрідна емоційність висловлювань героїв КАЕД, а разом з тим, специфічна комічність (персонажі експліцитно виділяються серед мультфільмів інших культур) (дет. в 3 розділі дисертації).

Не менш цікавим дослідженням є аналіз емотивності граматики КАЕД: тут часто вживаються інверсії, еліптичні речення, складні речення з повторюваними сполучниками, єднальні конструкції, парцеляція. Радість, а разом з цим і комічний ефект, наприклад, виникає за рахунок порушення однієї з норм, яку герой розпізнає, і виражає свою радість вищезазначеними емоційними граматичними конструкціями.

У культурі виявляється емотивна складова, яка націлює емотивний її представники на певні траєкторії прояву (див. наприклад [227]). В карнавалізованому анімаційному екодискурсі емотивна лексика і граматика вживаються також у використанні фразеологізмів, загадок, прислів'їв, жартів, які є дуже емоційними лінгвістичними засобами, що створюють комізм.

Не менш важливим є також ситуативний гумор – гумористичні надфразові єдності, в яких переважає комічна тематика, що створює також емоційний фон КАЕД. Тобто, англomовна культура накладає свій відбиток на процес карнавалізованості КАЕД, активізацію в ньому позитивних емоцій, пов'язаних з фокусуванням на комічні дії, які ґрунтуються на порушеннях

норм, а разом з тим, на емоційній інтерпретації гумору, завдяки розшифруванню інконгруентності, закладеної в них. Парадоксально, але така “нормативна” ясність виключає будь-які неоднозначності, забезпечує адресату точність оцінки, розуміння комічного дискурсу.

Комунікативна ціль в КАЕД досліджується: результатом мовленнєвого стимулювання є сміхова реакція. Отже, емоційність є провідною рисою КАЕД та характеризується специфічним планом вмісту, регулярними емотивними мовними і мовленнєвими засобами й полягає у тому, що карнавалізація та комічне не є лише змістом та значенням, це – яскравий вир різноманітних емоцій, часто неоднорідних (амбівалентних, полівалентних, дифузних, кластерних, одно- та різнооцінних тощо), який виникає в результаті їх сприйняття та виражається емотивними мовними засобами, які у КАЕД виражені не лише лексичними, а також граматичними, стилістичними, синтаксичними мовними засобами, які в карнавалізованому типі дискурсу набувають особливої емотивності.

1.5.2 Екологічний параметр емотивності. Оскільки рамки екологічних досліджень розширюються, вчені стали говорити не тільки про охорону мови та людини, як рівноправних частин природи, але і про екологію емоцій, які виникають у соціальних стосунках та виступають їх формувачем. Але, на нашу думку, емоції є більш лінгвоекоекологічним явищем, аніж лінгвосоціальним, оскільки вони виникають, у першу чергу, в екологічних стосунках, тобто вони реалізуються у стосунках окремих організмів із їх середовищем та виникають, коли ці організми взаємодіють з об’єктами цього середовища. Для більшості людей основна частина екологічного середовища є соціальною та пов’язаною з взаємодією з іншими людьми, але і вони є, у першу чергу, частиною екологічного середовища.

Емоції супроводжують будь яку взаємодію з організмами та об’єктами природного середовища, наприклад у КАЕД. Найяскравіше вони відображаються в мовленнєвій діяльності, визначаючи вибір як вербальних

засобів: лексичних, граматичних, стилістичних, синтаксичних, так і невербальних – фонаційних, просодичних, кінесичних та інших. Таким чином, емотиви здатні впливати/ зберігати/ охороняти здоров'я людини, добробут тварин, чистоту природного середовища та мови або, навпаки – псувати, руйнувати та знищувати.

В. І. Шаховський [147; 148; 149; 154] звернув увагу на те, що залежність **екологічності** (екологічна vs. неекологічна комунікація) спілкування та його емоційного параметру (позитивні / негативні емоції), типу емоційних семіотичних знаків не завжди є прямо пропорційною. Тобто, екологічність може бути висловлена за допомогою як позитивних, так і негативних емотивів, так само, як і неекологічність. Про це свідчить те, що емоції поза межами конкретної ситуації не несуть певної інформації: «Хто?», «Чому?», «Коли?» та «Як?» відчуває цю емоцію, а також «на кого?» або «що саме?», «чому?» та «як?» вона впливає або не впливає. Емоція, яка є негативною у своєму словниковому значенні, у контексті певної ситуації може нести як позитивний, так і негативний характер. Наприклад, емоція гніву, яка вважається негативною, може мати також і позитивний характер «благородний гнів» та бути направлена на засудження неекологічності, та підтримувати екологічність. Ненормативна лексика така, як мат, що є неекологічною по своїй суті, може викликати амбівалентні емоції і, як наслідок, амбівалентну екологічність. Іншими словами, певна емоція може мати позитивне й негативне забарвлення та чинити екологічний та неекологічний вплив, тобто їх взаємозалежність може бути прямою та оберненою.

З огляду на це, виникає необхідність формування екологічної компетенції, у яку В. І. Шаховський включає: знання про екологічну валентність слів, перш за все, емотивних; про емоційний тюнінг (уміння адаптуватися до умов спілкування та мовного стилю партнера); про емотивність як стартовий механізм процесу смислотворення висловлення і його екологічного статусу [154, с. 77]. Але для **екологічного спілкування** важливо не лише знання, а і вміння їх використовувати та мати стійкі навички

у використанні знань про залежність екологічності від ситуативних миттєвих емоцій. Вчений вважає, що спостерігаючи за політичними діячами, він помітив, що вони зазвичай реагують не на смисловий зміст висловлення, а на емоційний фон, у той самий час не усвідомлюючи своєї негативної афективності, але гостро реагуючи на чужу. Таке явище збільшує руйнівний вплив не тільки на комунікантів та слухачів, але й на об'єкти спілкування, якими можуть виступати люди, тварини, природа, екологічний стан та інші явища та об'єкти природного світу. На жаль, це є притаманним не тільки політичним діячам, але й усьому медійному простору, включаючи карнавалізований анімаційний екодискурс, адже головною метою авторів часто є викликати емоцію.

Таким чином, учений виділяє в кожному емотиві дві сторони: сторону мовця (вираз емоцій) та сторону слухача (сприйняття, відчуття емоцій), які потенційно можуть співпадати або протистояти. Але оскільки далі він зазначає, що однією з найважливіших аспектів діяльності людини є «емоційна інтерпретація світу і його відображення в мовній свідомості за допомогою емотивів і емотивного значення» [там само, с.87]. У цьому зв'язку виділяємо третю сторону, якою може виступати об'єкт або явище навколишнього світу, про який йдеться мова, і до якого під час комунікації формується екологічне або неекологічне ставлення. Тобто, комуніканти не просто обмінюються емоціями, вони обмінюються емоціями про щось.

КАЕД є емоційною інтерпретацією світу, оскільки, по-перше, він містить емоційний вираз мовця, по-друге, емотивний вираз світу, або його феноменів, про які йде мова, а, по-третє, – емоційний стан слухача, оскільки його перегляд включає в себе передчуття та надію відчутти вже знайомий широкий спектр емоцій карнавалу. З огляду на це, **карнавалізм** може розглядатися як **метод еко-деконструктивного аналізу** емоцій, який передбачає розгляд певного об'єкту, або через руйнування наявного до нього стереотипу, або занурення цього об'єкту в новий контекст, що, власне, й робить карнавалізований анімаційний екодискурс, оскільки «обов'язкова

умова комічного – це виникнення «двоїстого світу»: на фоні «звичайного», очікуваного, стереотипного світу виникає інший, зі зміщеними орієнтирами. Тому природа комічного передбачає фіксацію певної аномальності» [107, с. 71]. Також порушення міри — перебільшення, на думку А. Бергсона, є дуже яскравою формою комічного, особливо якщо вдаватися до неї систематично [13, с. 80].

Емотивність КАЕД є дуже високою, як зазначено у розділі 1.5.1. – на вербальному рівні (за допомогою емотивної лексики, граматики тощо), а також на невербальному: аудіальному та візуальному. Однак, «як невербальні особливості мовлення та анімаційного світу не є мимовільними або випадковими, хоч і видаються такими. Вони, так само, як і вербальний модус, формуються відповідно до авторського задуму» [118, с. 39]. Серед невербальних засобів карнавалізованого анімаційного екодискурсу виділено:

Кінесичні: жести, міміку, рухи тіла діючих осіб анімації.

Просодичні: тембр, інтонацію, темп, паузи, висоту тону, гучність голосів, звуків, а також мінорність або мажорність музичного супроводу анімаційного світу.

Проксемічні: використання простору уявного світу, дистанція між персонажами.

Візуальні / графічні: візуальний компонент, використання простору кадру персонажами, кольори анімаційного світу, кут огляду, яскравість та кольоровість кадру.

А. П. Сєдих вважає, що «невербальні засоби комунікації (поза, жести, міміка, інтонації, погляди, матеріальні об'єкти предмети, явища тощо) частіше за все використовується для встановлення емоційного контакту з співрозмовником та для його підтримки» [121, с. 112]. Однак у випадку карнавалізованого анімаційного екодискурсу, невербальний модус, як аудіальний, так і візуальний можуть упливати на емотивність вербального та навіть передавати свою власну. «Аудіальні особливості мовлення, міміка та рухи тіла можуть свідчити як про правдивість, так і про брехливість слів, а

значить, сприяти або суперечити екологічності. Звуки анімаційного простору та музика надають ситуаціям певного емоційного фону, який може співпадати чи не співпадати з емотивним значенням, сформованим вербальним модусом. А спосіб побудови кадру та розміщення об'єктів у ньому може розкривати прихований зміст емотивних мовних конструкцій, створювати іншу емотивність та змушувати глядача симпатизувати певним персонажам анімації» [118, с. 40]

Отже, за допомогою невербальних засобів комунікації автори можуть, з одного боку, передавати схоже емотивне значення, тобто підсилювати, регулювати або доповнювати емотивність вербального модусу, а з іншого, – передавати інконгруентне значення – суперечити або замінювати емотивне значення вербального, у такий спосіб сприяючи або не сприяючи екологічності ситуацій або дискурсу в цілому.

Підбиваючи підсумки, зазначаємо, що розуміння емотивності карнавалізованого анімаційного екодискурсу має інтерпретаційний характер, його когнітивна специфіка пов'язана з діалогічністю, яка часто вимагає певних фонових знань та прецедентів для декодування відкритої і прихованої емотивної інформації. Оскільки емоції є мотиваційною основою будь якої взаємодії, вони мають потенціал регулювати екологічність спілкування. Однак, екологічність у карнавалізованому анімаційному екодискурсі не залежить від позитивної або негативної спрямованості емотивності вербального або невербального модусів, а також від їх узаємодії або інконгруентності. Екологічність у визначеному типі дискурсу формується у контексті певної окремої ситуації відповідно до авторського задуму.

1.6 Методологічне підґрунтя та процедура дослідження карнавалізованого екодискурсу.

Методичні засади, підходи та конкретні методи дослідження КАЕД обумовлені метою та завданнями дослідження, характером ілюстративного

матеріалу, відповідно до яких визначено процедуру, етапи та їх послідовність, тобто інструменти наукової розвідки.

1.6.1 Теоретичні засади вивчення карнавалізованого екодискурсу. Дослідження карнавалізованого екодискурсу проводиться в межах еколінгвістики і розглядається в рамках екоцентричної моделі теоретизування.

Загальний принцип екологізму проникає на сучасному етапі розвитку науки у різноманітні галузі досліджень: природничу, соціальну, історичну, культурологічну, філософську. Цей принцип утілює концепцію світогляду, що протиставляється антропоцентризму, в якому людина займає головну та виняткову роль і використовує ресурси задля втілення своїх цілей, тоді як за принципом екологізму людина визначається як гармонійна частина природи.

З початку XXI століття вчені різних галузей науки все частіше порушують питання екологічності, проблеми навколишнього середовища, збереження зникаючих видів, екології життя. Важливим є поняття екологічної свідомості, що відображає природу як частину життя, взаємодію особистості та суспільства з природою та динаміку цього процесу, в результаті якого виконуються певні дії, вчинки та формується поведінка. Ця свідомість знаходить вираження через мову, яка є посередником між нею та культурою, які впливають одна на одну.

Екоцентрична метапарадигма включає процес фрагментації наукових практик: виникає ряд наукових напрямів, які експлуатують екопроблематику і екометодологію для обґрунтування власних оригінальних поглядів – створюються альтернативні сфери знань, такі як еколінгвістика, лінгвоекотологія, візуальна екологія, медіаекотологія тощо. Можна констатувати наявність у гуманітарних науках особливого середовища – екодискурсивного середовища.

Продуктування ідей, пов'язаного із загальними методологічними принципами й критеріями.

Еколінгвістика є сучасним напрямком мовознавства. Ця наука сформувалася на стику соціо-, психо- філософського напрямів у лінгвістиці. Еколінгвістика вивчає мовну сферу існування людини і суспільства, формується на виявленні законів, принципів правил, які є спільними як для екології, так і для розвитку мови, й досліджує роль мови при можливому рішенні проблем оточуючого середовища [260].

Еколінгвістика, фундована еволюційно універсалістськими уявленнями і категоріями, розвивається в широкому діапазоні інтердисциплінарних зав'язків з теорією інтертекстуальності, лінгвістикою тексту, функціонально-комунікативною стилістикою тексту (В. О. Самохіна), реалізуючи ідею міждисциплінарного діалогу з метою роз'яснення порядку речей у природі і суспільстві.

Еколінгвістика розглядає мову в аспекті взаємодії [90, с. 890]. Так само, як в екології вивчається взаємодія живих організмів між собою й з оточуючим їх світом, еколінгвістика розглядає взаємодію між мовами, а також мовами та їх "оточенням", тобто суспільством, в якому вони використовуються [там само, с. 892]. Якщо структурна лінгвістика розділяє мову на окремі елементи, вивчає опозиції цих одиниць, розрізняє синхронію та діакронію, мову і мовлення, то екологічна лінгвістика підкреслює замість розділення, зв'язок елементів, замість опозицій – їх відношення [там само]. В структуралізмі значення елементу визначається його положенням в системі. Система – це, скоріше, щось статичне, де кожне значення тягне за собою змінення рівноваги всієї системи. Проте, екосистема – це відкрита, жива, динамічна структура. Головний об'єкт дослідження еколінгвістики – ні стан або розвиток, ні відношення між елементами, а самі процеси, їх взаємодія, яка приводить до змін елементів [там само].

Екологізація – це поняття, яке описує «процес проникнення екологічного підходу, екологічних принципів у різні види і сфери життєдіяльності людей. Суть цього феномену – у виявленні і дослідженні зв'язків, які існують між тією чи іншою природознавчою або соціально-

економічною наукою, об'єктом і середовищем, що його оточує [34, с. 30–33]. Тобто під екологізацією розуміється поступове впровадження комплексу заходів, які націлені на збереження живої та неживої природи, турботу про середовище. Метод екологізації, який можна розглядати як прояв загальноекологічного підходу до всіх без винятку явищ суспільно буття, як проникнення задачі охорони довкілля у всі сфери суспільних відносин, як спрямований на гармонізацію стосунків суспільства з оточуючим середовищем [19].

Людина сприймає оточуючу дійсність, перш за все, за допомогою мови, створює уявлення про оточуючу дійсність, яка не просто відображає мовну сутність, але й конструює її. Через слова, які відносяться до природи, легше усього пізнати менталітет народу [48, с. 112].

Мова та її різноманітні структурні елементи (фонеми, морфеми, лексеми тощо) представляються еколінгвістам не в якості самозамкнених утворень лінгвістичного простору, але як система одиничних структур, які тісно взаємодіють з оточуючим світом. Мова в цьому сенсі завжди інтерактивна й інтертекстуальна, тому що існує в логіці активно-міжмовної взаємодії, а також знаходить в собі самій внутрішній діалог текстів і лінгвістичних знаків.

Вербальна й невербальна екологія як окремий напрямок орієнтується на дослідження мовного (вербального), немовного (невербального, візуального, аудіального) середовища, а також їх впливу на процеси динамічних трансформацій в культурному екосередовищі, тобто веде до «оздоровлення» мови, зокрема, мови гумору (екології гумору).

Сьогодні екологія досліджує також стосунки між суспільством і природою, які детерміновані не тільки силами природних процесів, але й впливом з боку суспільства, антропогенними факторами [25, с. 58], тому що порушення рівноваги в природі відбувається в результаті порушення взаємовідносин у суспільстві.

У дисертації послідовно відстоюється авторська позиція стосовно норм, їх порушення в гуморі в межах екоцентричної парадигми, які знаходять в екопроблематиці конкретне теоретичне й практичне втілення.

В. І. Карасик вважає, що «комунікативна норма являє собою стандарт вербального і невербального спілкування в його жанровому різноманітті. В дескриптивному плані норма – це поширення в мовній свідомості установки прийнятої в певному суспільстві поведінки, розуміння того, кому, коли і як варто чи не варто себе поводити відповідним чином в процесі спілкування в прескриптивному плані. Це правила та вимоги до відповідної поведінки [56, с. 33].

Комунікативна норма включає мовну норму (прийняті фонетичні, лексичні, граматичні особливості використання певного мовного засобу), жанрово-ситуативну норму (доречність відповідного засобу в певній ситуації, можливість його варіювання). До мовних норм примикають парамовні норми – міміка, жестикуляція, комунікативно значуще мовчання тощо [там само, с. 33–34].

Еколінгвістика не завжди розглядає тільки лінгвістично коректні мовні одиниці, але також мовленнєві зразки, які суперечать вимогам мовної норми, для яких характерна висока соціальна значущість, і, як наслідок, стійкість в узусі.

Однією з задач еколінгвістики є визначення рівня забрудненості мови, вивчення механізмів цього процесу та формування шляхів покращення стану мови. Вчені-еколінгвісти вирішують проблему того, що є нормативним у певній мові, а що – ні.

Ріст екологічної свідомості населення ХХІ століття спричинив тенденцію до очищення мови. Неєкологічними є всі елементи мови, що не відповідають нормі. Норма захищає мову від деградації, збіднення її засобів, у крайньому випадку, від видозміни й зникнення. Нормування та стандартизація є основними напрямками роботи еколінгвістів.

Проте, мовлення індивіда завжди системна, але не завжди нормативне. «Мовна надмірність та саморегуляція мови легко справляються з процесами підтримки реальної мовної норми у відомому стані нестійкої рівноваги, яка є для мови найбільш сприятливою та корисною» [85, с. 8].

Саме комічне підготовлене порушенням життєвих процесів, явищ та паралельно – потребами та здібностями людей, їх творчою фантазією критично осмислювати та моделювати навколишню дійсність.

Комічне виникає у ситуації несерйозної, сміхової комунікації (як правило, письмової), яка ґрунтується на взаємному бажанні комунікантів прийняти участь у мовній грі з метою розваги, отримати задоволення. Ця комунікативна ситуація відзначається у цілому позитивним ставленням комунікантів одне до одного та об'єкту їхнього сміху.

Комічний текст або комічна ситуація створюють у адресата певне очікування з приводу якоїсь події. Несподівано ця подія переноситься в інший контекст, очікування адресата не виправдовується, він змушений розв'язати невідповідність, ретроспективно зробивши когнітивну заміну контексту. Заміна контексту повинна бути для реципієнта несподіваною, але при цьому надавати естетичне задоволення.

Комічне виникає тільки з певної констеляції суб'єкт / об'єкт, із ставлення сприймального суб'єкта до об'єкта, на який перший з них реагує сміхом. Сміхову реакцію викликає об'єкт, який є, по суті, певним відхиленням від норми (норм логіки, соціальних чи моральних норм, мовної норми тощо), але таким відхиленням, яке сприймається суб'єктом як досить безпечне, не загрозливе для нього.

Об'єкт комічного, у свою чергу, являє собою також біполярний феномен (необхідні як мінімум два полюси, щоб між ними міг виникнути контраст чи невідповідність). Двополюсна структура виражається в очевидній невідповідності двох сторін одного і того ж об'єкта, результатом чого стає виникнення двох змістовних планів, між якими існує динамічне, інтерактивне співвідношення. З різкою зміною цих планів адресат має можливість думкою

об'єднати обидва полюси в єдине ціле, і ця незвична перспектива для нього приваблива і радісна сама по собі (у тому числі, завдяки усвідомленню своїх інтелектуальних здібностей).

Поняття добровільної дії або усвідомлення «іншого буття» співвідносяться з творчим актом, у процесі якого продовжується ігровий комічний текст, і зі сприйняттям цього тексту адресатом, оскільки ці дії усвідомлюються адресантом та адресатом комічного тексту допускають певну свободу.

У реальних комунікативних ситуаціях відбувається усвідомлене руйнування мовного стереотипу, що викликане наміром привернути увагу співбесідника до нестандартності власної мови, тим самим, здійснити передачу інформації. Своєрідність живого розмовного спілкування полягає саме в тому, що в силу неофіційності, безпосередності – трафарети і стандарти поєднуються в ньому з чітко вираженою установкою на творчість.

Комічне будується на порушенні норм. У ситуативному гуморі порушуються онтологічні, логіко-поняттєві, валоративні (ціннісні), дискурсивні норми. Вербальний гумор ґрунтується на порушенні мовних, мовленнєвих, мовно-мовленнєвих, текстово-жанрових норм [107, с 75]. Порушення норми у гуморі – це гуманітарна норма, яка створює інконгруентність, що веде до комічного ефекту. Відхилення від норми створює у комічному нову норму із прирошенням додаткового значення [там само].

В. О. Самохіна визначає інконгруентність як протиріччя, несумісність, дисбаланс, невідповідність, спричинені раптовою появою іншого змістовного плану, який різко контрастує з першим, знаходить безпосереднє відображення як у семантичній, так і у поверхневій структурі жарту [там само, с 75].

Основні прийоми, що порушують норму і створюють комічний ефект:

1. Прийоми лінгвоситуативного гумору: поєднання несумісного, інтертекстуальність, антитеза, пародіювання, стилізація, реалії, збій у логіці мислення, змішування стилів, несумісні персонажі.

2. Прийоми лінгвального гумору: каламбур, побудований на омонімії, полісемія; повтор, гіпербола, спунеризм, онома-topія, подвійне значення, зевгма, алюзія, оксиморон тощо.

Одним із найуживаніших засобів створення комічного є мовна гра. З системно-мовної точки зору мовна гра розглядається як аномалія – явище, яке порушує правила чи інтуїтивно вбачені закономірності у зв'язку з тим, що запрограмоване мовною грою відхилення від стереотипу сприйняття, формування та використання мовних одиниць порушує комунікативну норму у її прийнятому розумінні.

Здатність до гри – важливий показник рівня розвитку людини. Сам принцип мовної гри припускає відхилення від стандарту, вимагає оволодіння певними прийомами породження та вживання мовних одиниць у невластивій їм функції.

Різновидом мовної гри є каламбур, який виконує не лише розважальну і самостверджувальну функції, звичайні для більшості ігор: гуморист змінює правило розмовної кооперації, уводячи слухача до «неправильної» інтерпретації.

Розглянемо «екологічний» жарт про тварин:

A man was seated in the movie house with his arm around a large dog sitting in the seat next to him. The dog was clearly enjoying the picture, even yelping at funny parts. A man sitting behind them leaned over and said:

«Excuse me, sir, but I can't get over your dog's behavior!»

The man with the dog turned around and said, «Frankly, it surprises me too. He hated the book» [107, с.76].

Гумор жарту полягає у двозначності розуміння полісемічної фрази «dog's behavior», яка звичайно пов'язується із звичками тварин. Але тут собаці приписують людські здібності й кінцівка жарту стає абсурдною. Екологія тут певно порушена, тому що в реальному житті тварини не володіють мовою людей. Отже, еколінгвістика покликана вивчати роль й функції мови як

інструмента підтримки спільності, функціювання цього інструменту в певних ситуаціях спілкування, зокрема, у ситуаціях комічного напрямку.

1.6.2 Загальнометодологічні засади вивчення карнавалізованого анімаційного екодискурсу. Одним із завдань еколінгвістики, в межах якої проводиться дослідження, є вивчення карнавалізованого екологічного дискурсу. Цей феномен є об'єктом дослідження і його властивості вперше стають предметом аналізу. У зв'язку з поставленою метою, визначимось з розумінням дискурсу. К. Ф. Седов визначає дискурс як «об'єктивно існуючу вербальну-знакову побудову, яка супроводжує процес соціально-значущої взаємодії людей» [120, с. 56]. Дослідник підкреслює інтерактивну природу дискурсу. Семантичне поле дискурсу характеризується такими значеннями: дискурсивна діяльність, дискурсивне мислення, дискурсивна поведінка, дискурсивна компетенція. Т. А. ван Дейк визначає дискурс як складну комунікативну подію, що обумовлюється взаємозв'язками між мовцем та слухачем та їх мовленнєвою поведінкою; до нього залучені не лише мова в її актуальному вживанні, а й ті ментальні процеси, які мають місце в процесі комунікації [179, с.1–3].

Ми поділяємо точку зору цих лінгвістів, їх розуміння, трактовки дискурсу, які доповнюють одна одну. Дискурс є соціальним явищем, яке передбачає знання про світ, цілі адресанта, актуальну мовленнєву діяльність, яка інформує про суб'єктивні, соціокультурні, національно-специфічні, а також прецедентні, стереотипні ситуації.

Оскільки дискурс має лінгвальні та екстралінгвальні складові, є комунікативним утворенням, то для аналізу дискурсу важливим є не вивчення абстрактного дискурсу, а дискурсу конкретного, включаючого сферу діяльності, учасників дискурсу, спеціальної термінології, тематики, тональності тощо. Приймаючи до уваги ці критерії, ми виділили **карнавалізований екологічний дискурс**, який розглядається в межах екоцентричної моделі теоретизування.

По-перше, говорячи про тенденції розвитку сучасного розвитку спілкування у його різноманітних дискурсивних типах та мовних жанрах, звертають увагу, перш за все, на сучасне зниження реєстрів, примітивізацію понять, ріст ігрового компоненту в різних типах дискурсу.

Типологія дискурсу як і будь-яка інша типологія, базується на різноманітних підставах (функціях дискурсу, специфіці мови, змістовій організації, каналі його репрезентації, комунікативній цілі, особливостях комунікантів тощо). У зв'язку з цим ми вважаємо можливим виділити карнавалізований екодискурс як такий, що є вираженням в мові екологічних тем і проблем з комічною направленістю.

Ключовою ідеєю і темою екодискурсу є природа, його тональністю – комічність і карнавалізація в світлі лінгвокреативної діяльності його учасників. Дослідження карнавалізованого екодискурсу можливо з точки зору таких аспектів: порушень різноманітних норм – що є парадоксальним, але є нормою в гуморі (без порушень не буде комічного ефекту; з точки зору естетичних позицій вивчається сприймання екологічних відносин; з позицій емотіології, теорії експресивності розкривається емоційний потенціал комічного.

У роботі послідовно розглядаються питання карнавальної взаємодії учасників карнавалізованої діяльності, механізми карнавальності, карнавалізовані форми і жанри.

Одним із різновидів англомовного карнавалізованого екодискурсу є анімаційний дискурс, який характеризується підвищеною комічністю і екологічністю: учасниками карнавалізованого анімаційного екодискурсу є тварини в якості антропоморфних людей як представників флори і фауни. Вони мають професії, читають книжки, відвідують вистави і концерти, дивляться телепередачі, ходять по магазинам – живуть у мегаполісах у комфортабельних квартирах, що є хронотопом цього дискурсу.

Ці істоти розмовляють англійською мовою, сваряться, спілкуються в офіційних й неофіційних ситуаціях тощо. Порушення онтологічних,

валоративних, логіко-поняттєвих, стереотипних тощо норм – очевидно, але екологічність у гуморі базується саме на порушеннях, інакше гумор зникає: адресат повинен розпізнати інконгруентність, інакше він не зрозуміє «пастки», в яку його “загоняє” адресант. Ціль КАЕД – створити комічну ситуацію і донести її до адресата засобами вербального та невербального, а також надвербального елементів. Тобто КАЕД – це ситуативно-вербальний тип жартівливої комунікації, інгерентними ознаками якої є ігровий елемент комічного, обмануте очікування та принцип інконгруентності, які мають наскрізний характер й реалізуються на всіх рівнях його структурної організації.

Таким чином, актуальність роботи зумовлено нагальною потребою системного вивчення його об’єкту – карнавалізаційного екодискурсу як текстово-дискурсивного утворення в контексті взаємодії базового механізму інконгруентності й прийомів створення в ньому комічного ефекту.

Одним з найбільш уживаних прийомів комічного в КАЕД є омонімія. Гуморист змінює правила розмовної кооперації, змушуючи слухача зробити «неправильну» інтерпретацію [107, с. 252]. Омонімія – мовне явище, яке становить основу в каламбурах. Основною стилістичною функцією омонімів в каламбурах є досягнення жартівливого, іронічного ефекту на основі словесної гри пародійного спрямування. Наприклад:

(1) **Eddie:** Yeah, my folks want me to be more, you know, independent, I guess. They even hooked me up with this life coach, dude.

Buster: Life coach?

Eddie: Yeah. I guess it's gonna help me find my purpose in life [SNG].

У представленому прикладі омонімія проявляється у тому, що контекст КАЕД натякає одразу на два значення фразового дієслова «hooked me up». По-перше, воно означає – «to meet or begin to work with another person or other people» [251], що є логічним по відношенню до «life coach» та певно допоможе «find my purpose in life». По-друге, – «to begin a romantic or sexual relationship

with someone» [251], тобто можливо батьки хотіли познайомити сина з кимось, що також може допомогти знайти ціль у житті.

Омоніми вводяться в контекст КАЕД із спеціальною метою створення дотепності, гострослів'я. Еколінгвістика саме вивчає функції комічного мовлення як інструмента функціонування в певних ситуаціях спілкування, а в КАЕД – у ситуаціях комічної спрямованості.

1.6.3 Методика аналізу карнавалізованого анімаційного екодискурсу. Визначені у дисертаційній роботі завдання дослідження потребують застосування конкретних взаємопов'язаних *методів*, які ієрархічно розподіляються на чотири базові етапи, представлені логічною послідовністю виявлення ознак КАЕД.

На *першому етапі* використані загальнонаукові методи лінгвістичного аналізу: *гіпотетико-дедуктивний метод* – для встановлення гіпотези про те, що КАЕД ґрунтується на глибоко осмислених проблемах трьох взаємопов'язаних напрямків лінгвістики – еколінгвістики, антрополінгвістики, теорії дискурсу та перевірки її істинності; *методи інформаційного добору та суцільної вибірки*, які передбачали створення корпусу фактичного матеріалу шляхом його систематизації; *дефінітивний метод* – використаний для пояснення базових понять дисертації, КАЕД; *прагматичний метод* – для виявлення інтенцій адресанта щодо реалізації КАЕД.

На *другому етапі* дискурс-типологічний аналіз дозволив виділити основні складові карнавалізованого анімаційного дискурсу, його соціального контексту, особистості адресанта і адресата, особливостей їх комунікації, а також специфічні функції: емоційно-експресивну, створення комічного ефекту, функцію детабуїзації, а також мовні та мовленнєві засоби їх реалізації.

(2) **Dawn Bellwether:** Oh, no, but sir, you do have a meeting with Herds and Grazing, sir, if I can just...! Oh, mutton chops [ZT].

Наведений приклад демонструє одразу дві функції, по перше, функція детабуїзації дозволяє авторам вжити лайку «mutton chops» – баранячі відбивні. А по-друге, значення лайки є суперечливим, оскільки має на увазі жорстоке ставлення до баранів, однак набуває карнавалізованості вживаючись їх представником – вівцею, що свідчить про другу функцію – створення комічного ефекту.

На **третьому етапі** застосовано описовий метод, який включав елементи інтертекстуального методу – для інтерпретації релевантних фрагментів тексту та інтертекстуальних асоціацій; аналіз комічних онімів та онімічних стереотипів, їх функцій у КАЕД, розкриття його суспільних проблем у фокусі комічного. Наприклад ім'я пітбультер'єра з анімації «The Queen's Corgi» – «Tyson» – є онімічним стереотипом, оскільки воно асоціюється з чимось, або кимось, великим, сильним й хвилюючим, що підтримує його етимологічне походження, від французького «tison» – «firebrand» [251] та значення у сучасній англійській мові «a person who causes unrest or is very energetic» [там само].

У роботі також запропоновано лінгво-екоестетичний підхід до дослідження карнавалізованого анімаційного екодискурсу, в основі якого лежить критичний аналіз. Лінгво-екоестетичний підхід досліджує дискурс як різновид мистецтва, який має вплив на процес естетико-емоційного пізнання людиною світу та процес формування ставлення людини до інших людей, природи та її явищ. Дискурс аналізується з погляду на його лінгвістичні особливості, які можуть бути закріплені, по-перше, в еко-естетичній інформації, що передається засобами мови (тобто, у повідомленні), по-друге, у словниковому значенні слова, по-третє, у мовних формах, тобто логічних, гармонійних, милозвучних та доречних граматичних, стилістичних й фонетичних виразних засобах мови. Цей підхід має на меті, з одного боку, виявити та привернути увагу до естетичних форм мови, які сприяють або призводять до знищення екологічного світу, а з іншого, – заохочує до пошуків та підтримки форм мови, які можуть викликати переживання прекрасного,

піднесеного, гармонійного та екологічного, а значить заохотити подолання екологічних проблем сьогодення. Естетичну мову можна уявити як діалектичну єдність естетичного змісту інформації в гармонійній емоційно-виразній формі мови та естетично виразної форми мовлення, яка включає художні засоби мови, тобто сукупність таких мовних засобів, які впливають на людину та заохочують її до переживання прекрасного, піднесеного, гармонійного та екологічного.

Четвертий етап зосереджено на розкритті **лінгво-культурологічного методу** – для характеристики англomовного карнавалізованого анімаційного екодискурсу, який ґрунтується на виявленні специфіки менталітету англomовного соціуму, у зв'язку з його відображенням у КАЕД. З англomовним гумором асоціюються інтелектуальні гумористичні форми: дотепність, ексцентричність, нонсенс, в основі яких перебуває інкогруентність – тобто це когнітивний процес утримання морального задоволення від усвідомлення своєї власної значущості.

Розглянемо приклад інкогруентності на матеріалі анімації «Sing»:

(3) **Eddie:** You ok?

Buster: Yep, never better [SNG].

Інкогруентність у наведеному епізоді проявляється за рахунок тотальної контрадикції вербального та невербального модусів. Вербальний – свідчить про те, що усе чудово за допомогою стилістичного засобу – висхідної градації «ok» – «never better», а візуальний – демонструє, що мовців викинули з ресторану. Більш того, наведений приклад інкогруентності є екологічним, оскільки заохочує до позитивного мислення та має на меті розсмішити глядача.

У сучасній англomовній лінгвокультурі також відзначається тенденція до зниження формальності у спілкуванні, що виявляється у використанні зниженої, розмовної лексики «Yep», «ok» (див. приклад 3).

П'ятий етап спирається на **лінгвостилістичний метод**, що передбачав виявлення специфіки вербального, невербального, візуального модусів

спілкування в КАЕД. Цей метод дозволив зосередити увагу на таких особливостях комічних мовно-естетичних та емоційних засобах, як перебільшення, двозначність, трикстерська травестійна поведінка, пародійність, комізм логічно безглузлого, спадна градація, ексцентричність, лайлива лексика, нонсенс, анологічність, парадокс.

Розглянемо емоційні засоби мови на прикладі з анімації «The Secret Life of Pets»

(4) **Gidget:** Oh! You tried to eat me!

Tiberius: *I'm sorry.*

Gidget: You should be sorry! *You deserve to be locked up! You're a bad, bad bird!*

Tiberius: *I can't help it. I was born with killer instincts.*

Gidget: That is just no excuse! [SLP].

У цьому прикладі емоцією жалю – «певний ступень розпачу з приводу якоїсь дії або події» [71, с. 333] наділяється великий хижий птах. Жаль передається через емотивну лексику, що описує стан мовця – дескриптив «sorry». Багаторазовий синтаксичний повтор цієї лексеми, а також вигуки «oh» підсилюють інтенсивність визначеної емоції. Карнавалізованість полягає в протиставленні описаного емотивного стану птаха та маленької собачки, яка поводить себе сміливо, підсилюючи таку емотивність окличними реченнями (див. приклад 4, підкреслено), конотативами «deserve» та конотативною граматичною конструкцією «That is just no excuse!», які у контексті набувають відтінку сміливості.

За структурними ознаками КАЕД виділено такі форми: діалогічну, монологічну, змішану (діалог і монолог), які можуть мати згорнутий або розгорнутий формати.

Інтертекстуальні асоціації у КАЕД виражаються переважно словами, словосполученнями, аббревіатурами та виразами. Наприклад лексема «keɪrɪsəke» – є яскравим представником інтертекстуальних асоціацій, що виражені словами. Вона своїм фонетичним звучанням нагадує пестливе

звертання «surcake», однак перша частина слова «sur» дотепно замінена на «kelp» – ламінарія (різновид водорості), що є дуже доречним у екологічному просторі анімації про риб – «Finging dory». У КАЕД спостерігається емоційно-експресивний синтаксис (парцеляція, сегментація, повтори з синтаксичним поширенням, питально-відповідні побудови, номінативні речення, інверсія). Серед фонетичних особливостей – паузи, швидке або уповільнене мовлення, специфічна інтонація, ритм. Використання цього методу сприяло осмисленню стилістичних прийомів в англomовному КАЕД.

(5) **Rex:** Listen, Okay, I'll get my people to speak to your people and your people can speak to my people and my people can tell your people to... get lost! [QG].

Наведений приклад демонструє мовлення собаки коргі Рекса, який намагаючись втекти від небажаної залицяльниці вживає багаторазовий стилістичний повтор лексеми «people», яка поєднуючись із займенниками «my» та «your» набуває одночасно комічного (натякає на “прикриття”) та екологічного значення, оскільки собаки зазвичай належать людям, а тут пес вважає своїми саму Королеву Англії та Принца Філіпа. Для того, щоб підкреслити швидкість окреслених подій, автори аудіально пришвидшують темп мовлення Рекса і вербально використовують синтаксичний прийом хіазм «my people to speak to your people and your people can speak to my people», завдяки чому мовлення переходить у швидке бубоніння.

Загальнонаукові методи спостереження, дедукції та індукції сприяли верифікації, узагальненню та викладенню положень дисертаційного дослідження. Методи аналізу та синтезу застосовувались під час формування висновків.

Висновки до розділу 1

1. Дисертаційну роботу проведено в контексті ідей лінгвістичної екології, науки, що досліджує мову як процес і результат узаємодії людей,

спрямований на виявлення форм мови, які перешкоджають формуванню еко-свідомості та заохочують людей до здорової взаємодії. Визначено загальнонаукову методологію цієї дисципліни – екологізм, який розглядається як особливий тип свідомості, що ґрунтується на взаємозв'язку людини та природи. Екологізм пов'язується з лінгвістикою, яка використовує поняття екології: ці поняття яскраво демонструють можливість вивчення мови, яка взаємодіє з довкіллям і є відображенням результатів такої взаємодії в межах екологічного дискурсу.

2. Екологічний дискурс – це процес формування соціальних стосунків і ставлення соціуму до явищ природи, а також результат цього процесу. Як спосіб екологічного мислення й мовно-соціальної поведінки, екодискурс впливає на суспільство й сприяє збереженню чи зміні соціальних інститутів та екологічної ситуації. На підґрунті екодискурсу в дослідженні виділено карнавалізований екодискурс як його різновид, а також його підвид карнавалізований анімаційний екодискурс (КАЕД).

3. Головними рисами КАЕД є карнавалізація та екологічність. Перший феномен пов'язується з діалогічною карнавальною взаємодією її учасників, сприяє наповненню ненормативної фокусності мовних одиниць у контексті карнавалізованих дій, що є нормою в карнавалізованій свідомості сучасної людини (за В. О. Самохіною). Карнавалізація в КАЕД передбачає контекст еко-естетичної насолоди, відображаючи карнавальну модель світу за допомогою амбівалентності, універсальності, символічності, тілесності, гротескності, ексцентричності, баламутства, профанації. Другий феномен – в простій і зрозумілій манері розкриває екологічні проблеми сьогодення; його предметом є явища природи – тварини, рослини тощо. Зміст КАЕД за допомогою вербального (усного та письмового), невербального (візуального та аудіального) модусів, які реалізуються в логічному просторі анімації. Суто екологічними функціями КАЕД є: розважальна, атрактивна, регулятивна, критична, маскувальна, викривальна, відволікальна, адаптивна і функції детабуїзації та прагнення до самоствердження.

4. КАЕД притаманна парадоксальність норм. Норма – це правило або закон, що діє у певній сфері, – порушується в карнавалізованому типі екодискурсу, в результаті чого створюється комічний ефект, тобто порушення норми є нормою для карнавального світу. Для КАЕД притаманні такі прояви норми, як стереотипні норми, кліше, штампи, трюїзми. Традиційні норми, які також порушуються в карнавальному екодискурсі – екологічні, логіко-поняттєві, валоративні, жанрові, дискурсивні, мовні та мовленнєві. Комічна інконгруентність таким чином, змушує зазирнути за межі невідповідності, що доводить розуміння правильного, нормативного, екологічного.

5. Емоційна складова КАЕД виявляє емоційний фон ситуації й емоційних персонажів. У роботі пропонується така категоризація змішаних емоцій: амбівалентні, полівалентні, оцінні, кластерні, контрадикторні, дифузійні, склеєні. Поряд з емоційною складовою КАЕД, виділено і емотивну: вербальний модус наповнюється емотивами. Доведено, що емотивним підходом і фактором емоційного фокусування є культура, фактор якої урахований при вивченні КАЕД: англомовна лінгвокультура є базисом аналізу цього типу дискурсу. В першу чергу виявлено наявність емотивної лексики англійської мови (у США, переважно) емотивної граматики, емотивів-фразеологізмів, прислів'їв, загадок, жартів, а також у ситуативному гуморі.

6. Доведено, що КАЕД є емоційною інтерпретацією світу: 1) він містить емоційний вираз мовця; 2) емотивний вираз світу або його феноменів; 3) емоційний стан слухача. Таким чином, карнавалізм може розглядатися як метод еко-деконструктивного аналізу емоцій, тобто природа комічного передбачає фіксацію певної аномальності та має інтерпретативний характер, пов'язаний з діалогічністю.

РОЗДІЛ 2

ВІДОБРАЖЕННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА ІСНУВАННЯ МОВИ У КАРНАВАЛІЗОВАНОМУ АНІМАЦІЙНОМУ ЕКОДИСКУРСІ

2.1 **Порушення норм у карнавалізованому анімаційному екодискурсі як джерело екологізації**

2.1.1 Порушення стереотипних норм. Казковий, кольоровий, веселий та багатогранний карнавалізований анімаційний дискурс слугує «полотном» для занурення норм у двоїстий карнавалізований контекст. Він одночасно є відображенням знайомої нормальної об'єктивної дійсності й новим, незвичним, уявним, карнавальним, гротескним контекстом, що робить вади та недоліки дійсності помітними, викриває їх та навіть руйнує, дозволяючи глядачеві подивитися на них з іншої точки зору та переосмислити. У результаті цього процесу утворюється нова перероблена екологічна норма, яка підвищує екологічну освіченість глядача, інформуючи його про засоби мови, що можуть захищати та знищувати світ. За допомогою карнавального мовлення та комічних дій, КАЕД чинить емоційний, естетичний вплив на процес «здорового» реагування та оцінювання адресатом навколишнього світу.

Американська анімаційна комедія 2016 року – «Zootopia» розповідає про однойменне місто, жителями якого є цивілізовані та соціальні антропоморфні тварини, яких було створено на основі стереотипів про них: зайці – трусливі, лисиці – хитрі, бики – тупі, слони – зверхні та багато інших. Проте, анімаційний простір занурює ці стереотипи у незвичайний для них, двоїстий та карнавалізований вербальний і невербальний контекст, у такий спосіб показуючи їх у незвичному світлі, викриваючи їх вади, недоліки та викликані ними проблеми. Така презентація стереотипних норм інформує глядача про естетичні форми мовлення, які сприяють екологічному пізнанню

світу, заохочують до його захисту та збереження, більш того, виступає проти використання мовних форм, які сприяють екологічному знищенню природного та соціального світу шляхом карнавального заниження та розкриття їх наївної сутності, оскільки карнавалізований світ руйнує стару неекологічну норму та сприяє осмисленню проблеми та появі нової екологічної естетичної норми.

Розглянемо на прикладах з анімації «Zootopia» порушення стереотипних норм.

У першій сцені фільму «The Carrot Days Talent Show» [ZT, time step: 00:00:59] карнавальному заниженню піддається стереотип про трусливість та тупість зайців. Головна героїня фільму – зайчиха на ім'я Джуді, виступаючи на дитячому талант-шоу, каже:

(6) **Young Judy Hopps:** And I can make the world a better place, I am going to be... a police officer! [ZT].

Вербальний модус анімації різко контрастує з окресленим стереотипом, оскільки обрана зайчихою професія зазвичай асоціюється зі сміливими та кмітливими чоловіками. Натомість головна героїня використовує екологічну гендерно-нейтральну лексику (див. приклад 6, підкреслено), що не містить категорію роду, наголошуючи, що будь-хто незалежно від статі чи виду може стати поліцейським. Аудіальний модус також протиставляється стереотипу, по-перше, голос Джуді є гучним та



Рис. 2.1 Zootopia [ZT], time step: 00:02:35

сміливим, що свідчить про її впевненість та невідповідність стереотипу про трусливість, по-друге, на фоні грає поліцейська музика. Візуальний модус

співпрацює з іншими, показуючи зайчення, що сміливо зриває з себе мантию і залишається у поліцейській формі (див. рис. 2.1).

Таким чином, у цьому прикладі автори піддають сумнівам екологічність стереотипу про зайців, а також натякають на гендерну упередженість, використовуючи (див. приклад 6, підкреслено) гендерно-немарковану лексику «*officer*» замість «*man*» або «*woman*». Однак стереотип карнавалізовано висвітлюється американською сленговою ідіомою «*dumb bunny*», що у поблажливій, зверхній манері характеризує особу як дурну, тупу або наївну [251]. На цю ідіому натякає лис Гідеон Грей, звертаючись до зайчихи:

(7) **Young Gideon Grey:** Bunny cop! That is the most stupidest thing I ever heard [ZT].

Автори карнавально обмінюють упередженнями Гідеона та Джуді. Лиси, на відміну від зайців, стереотипно вважаються розумними, але вербальний модус свідчить про протилежне – Гідеон допускає граматичну помилку (див. приклад 7, підкреслено) та пропускає допоміжне дієслово *have* – «I ever heard» замість «I have ever heard». У наступній сцені Лис використовує нестандартну лексику «*gimme*»[gimi] замість «*give me*», «*lotta*» ['lɒtə] замість «*a lot of*»; помилково каже «*dunnah*» [dʌnə] на позначення ДНК (DNA). Аудіально – фонетичне звучання його слів схоже на південно-американський акцент: «*right*» [ra:t], «I» [a:], «*my*» [ma:], носіїв якого «часто стереотипно вважають "тупуватими" та "неосвіченими"», про що стверджують учені Волфрам та Шілінг-Естес [244, с. 84]. Зайчиха на протигагу вживає досить складні слова та граматичні конструкції без помилок: «It may seem impossible to small minds» [ZT], та у наступній сцені «Kindly return my friend's tickets» [ZT], також обрана зайчихою лексема «*small mind*» – вузьколобий, егоїстичний – є кмітливим та екоестетичним способом сказати Лису «сам дурний».

Цікавою є поведінка батьків героїні у наступній сцені «*Judy Confronts Gideon*» [ZT, time step: 00:03:10]. Зайці намагаються відмовити свою доньку

від її вибору, використовуючи гіперболізовані оксюмори (підкреслено), які протиставляються реальності, проте абсурдно підтримують стереотип про трусливість зайців: «*to be so darn happy – gave up on our dreams and we settled*» [ZT], «*the beauty of complacency — don't try anything new, you'll never fail*» [ZT], «*it's great to have dreams — as long as you don't believe in them*» [ZT] та вживають багато заперечень і слів з негативним значенням, щоб сформувати негативне ставлення до обраної професії (див. приклад 8, підкреслено):

(8) **Bonnie Hopps:** What your father means, hun, is that it's gonna be difficult, impossible even, for you to become a police officer.

Stu Hopps: Right! There's never been a bunny cop.

Bonnie Hopps: No.

Stu Hopps: Bunnies don't do that.

Bonnie Hopps: Never!

Stu Hopps: Never [ZT].

Як бачимо, вербальний модус карнавально перевертає упередження й доводить його до абсурду, спонукаючи глядачів переосмислити проблему стосунків батьків та дітей та знайти екологічне вирішення. Автори шляхом гіперболізації стереотипів про родючість і любов до моркви зайців естетично зауважують, що навіть якщо «*your two-hundred seventy-five brothers and sisters*»



Рис. 2.2 Zootopia [ZT], time step: 00:04:12

[ZT] займаються сімейним бізнесом «**Stu Hopps**: Amen to that. Carrot farming is a noble profession» [ZT], це не значить, що ти теж маєш це робити. Це екологічне повідомлення підтримується візуальним модусом. По-перше, маленька Джуді не дослуховує батьків, а біжить рятувати своїх друзів від лиса. По-друге, навколо жодного з прилавків інших зайців не бігає стільки дітей, скільки навколо «Hoops Family Farm» та більше ніхто з них не займається морквою (див. рис. 2.2), що заохочує глядача замислитися над висвітленою проблемою та правдивістю стереотипів про зайців взагалі. Упередження, згадані у цій сцені, подаються у карнавально несмішливій та гіперболізованій манері, що підкреслює їх невірність та неекологічність. Зайці живуть у лісі, де морква не росте, а стереотип про їх родючість пов'язаний з фізіологічною здатністю їх організму, проте цією особливістю вони не користуються не тільки у природі, але й навіть в умовах ферми.

Сьома сцена фільму, починаючи з самої назви – «The Bullpen» [ZT, time step: 00:13:33], що у світі анімації означає загальну кімнату для робітників, карнавалізовано викликає дисонанс у глядача, оскільки лексема «the bull pen» має значення «стайня для биків», що різко контрастує з серйозним початком сцени. Візуальний модус усупереч стереотипу про те, що бики люті, вперті\жорсткі (англ. tough) та дурні [232], демонструє досить спокійного, одягненого в охайну поліцейську форму африканського буйвола (що є різновидом биків), який є начальником поліцейського відділку Зутопії (див. рис. 3).

Вербальний модус також суперечить стереотипу та підкреслює високий статус та рівень інтелекту Шефа



Рис. 2.3 Zootopia [ZT], time step: 00:16:19]

Бого. Незважаючи на ледь помітний африканський акцент, Буйвол витончено володіє англійською, використовує складну лексику «inciting a scurry»,

«reckless endangerment of rodents», «master criminal», «insipid» й правильно будує складні граматичні конструкції «there are some new recruits with us I should introduce» [ZT], «I've got three items on the docket» [ZT]. У своїй прямій мові Бобо демонструє, що він зовсім не є агресивним, а радше комічно демонструє свою байдужість (підкреслено): «**Chief Bogo:** Number two; there are some new recruits with us I should introduce, but I'm not going to because I don't care» [ZT], «**Chief Bogo:** Didn't forget. Just don't care» [ZT]. Проте він дійсно є досить жорстким, чого певно вимагає його робота й робить його заручником стереотипів. Шеф не помічає безмежний потенціал Джуді (яка є кращою випускницею поліцейської академії) та довіряє їй лише пакувальні штрафи. Візуальний модус карнавалізовано підкреслює його упереджено неекологічне ставлення до головної героїні: він надягає окуляри для розмови з нею, оскільки на його фоні вона виглядає дуже маленькою (див. рис. 2.3).

Мова зайчихи є простою та розмовною на відміну від мови Шефа, вона використовує сленг «popped» замість «arrested», неправильні граматичні конструкції «You ready to make the world a better place?» [ZT], «I was top of my class at the academy» [ZT]. Також особливо цікавим є естетичний вираз (оскільки він максимально точно, логічно і ввічливо відображає її положення) «token bunny», лексема «token someone» означає «когось, хто включений у групу, щоб люди повірили, що група намагається бути справедливою й має включати всі типи людей, коли це насправді не так» [251], у такий спосіб Джуді натякає на неекологічність поведінки Буйвола. Проте вона приймає наказ шефа та, використовуючи кульмінацію «*hundred tickets* → two-hundred tickets → *Before noon!*», карнавально закладається, що

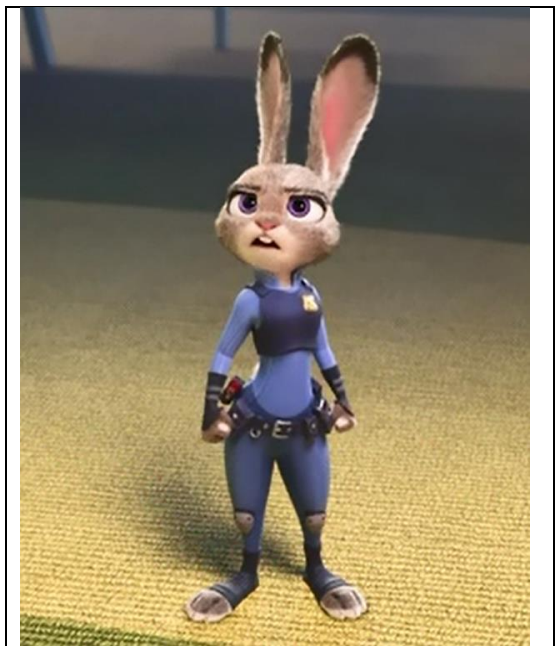


Рис. 2.4 Zootopia [ZT], time step: 00:16:40

зможє виконати подвійну роботу. Карнавалізована відповідь зайчихи на упереджене ставлення Шефа є екологічною, оскільки вона ввічливим словом та справою доводить, що зайці можуть бути такими ж впертими\жорсткими як бики, що карнавалізовано підкреслено у візуальному модусі: маленька зайчиха має героїчний вигляд у останньому кадрі сцени (див. рис. 2.4).

У п'ятнадцятій сцені фільму: «Judy's Hustle» [ZT, time step: 00:34:44], Офіцер Хоппс занурює стереотипи про зайців та розум й кмітливість лисиць у карнавалізований контекст, оскільки звіри у ньому міняються стереотипами. Лис Нік намагається принизити зайчиху, використовуючи алюзивні комічні прізвиська: «Officer Toot-toot» та «Carrots» замість «Hopps», зневажливо називає її «Fluff», уживає комічну алюзію до її прізвища, коли просить її не заважати йому «hop along» та намагається засмутити та принизити її статус жартами «What happened, meter maid? Did someone steal a traffic cone? It wasn't me» [ZT], «there's a toy store missing its stuffed animal. So why don't you get back to your box?» [ZT], та усе марно, прикидаючись дурною, вона сміється з жартів лиса, залишається підкреслено ввічливою, використовуючи повні граматичні конструкції та ввічливі слова (див. приклад 9. підкреслено), та робить вигляд, що не бачить образ. Такою поведінкою, розслабляє Ніка, перш, ніж удавано невлучним жартом принизити його можливості та змусити його видати самого себе:

(9) **Judy Hopps:** This is important, sir. I think your ten dollars worth of pawpsicles can wait.

Nick Wilde: Ha! I make two hundred bucks a day, Fluff. Three hundred and sixty-five days a year since I was twelve. And time is money. Hop along.

Judy Hopps: Please, just look at the picture. You sold Mr. Otterton that pawpsicle, right? Do you know him? [ZT].

Карнавальність прикладу полягає у перевертанні стереотипів: дурна зайчиха, перехитрувала розумного лиса, вдало відбиває його нахабство та ставить на місце: «**Nick Wilde:** It's not exactly a place for a cute little bunny; **Judy Hopps:** Don't call me cute! Get in the car!» [ZT], оскільки раніше вона казала,

що «*a bunny can call another bunny cute, but when other animals do it, it's a little...*» що є алюзією на відомий вислів афроамериканців «only nigger can call another nigger – nigger». Підраховуючи несплачені Ніком податки, офіцер вдало та самоіронічно жартує про здатність зайців до розмноження «*I mean I am just a dumb bunny, but we are good at multiplying*» [ZT]. Екологічність цієї сцени полягає у тому, що автори, карнавалізовано обмінюючи зайця та лисицю стереотипами, спростовують їх, показуючи, що вони не відображають дійсний стан речей ні стосовно тварин, ні стосовно людей, яких через цих тварин характеризують, а також демонструють, що Лиси можуть бути дурними та обдуреними, а зайці – кмітливими, що підкреслено вербальним модусом, у прямій мові напарника Лиса – Фініка та самої героїні:

(10) **Judy Hopps:** It's called a hustle, sweetheart.

Finnick: She hustled you. She hustled you good! You're a cop now, Nick! You're gonna need one of these. Have fun working with the fuzz! [ZT].

Цей приклад вербально підкреслює, що Джуді не просто перехитрувала Лиса (підкреслено прямою), але і змусила його співпрацювати (підкреслено хвилястою), допомагаючи їй у розслідуванні. Крім того, цю значущість доповнено візуально, оскільки Фінік наклеює на сорочку ошелешеного Ніка наліпку-поліцейський значок (див. рис. 2.5).



Рис. 2.5 Zootopia [ZT], time step: 00:36:44

Особливо цікавим є вибір лексичних засобів. Наприклад, слово «the fuzz» має два значення (1) старе стегове «коп» [261], та (2) пряме значення «пухнастість», що окреслюють Офіцера Хоппс з різних сторін, також уживання зайчихою пестливого слова «*sweetheart*» є алюзією на те, що незаконна діяльність лиса пов'язана з льодяниками.

Багатий на стереотипи шістнадцятий епізод — «The Mystic Spring Oasis» [ZT, time step: 00:37:07], в якому з'являється індійський слон – сильний, благородний, мудрий, має добру пам'ять, але дещо незграбний через великі розміри.

Саме до представниці слонів звертається головна героїня фільму Джуді по допомогу у справі. Слониха Nangi сама комічно суперечить декільком упередженням, кажучи: «I have no memory of this beaver» [ZT], де підбір такої промовистої лексики (підкреслено) є алюзією на відомий стереотип про феноменальну пам'ять слонів, а її поведінка та ставлення до гостей заперечують стереотип про їх благородство. Натомість Як, що також є різновидом биків, упередження про яких згадувалися раніше, надає офіцеру потрібну інформацію, рясно використовуючи синонімію (підкреслено хвилястою) та уточнення (підкреслено прямою): «green cable-knit sweater vest and a new pair of corduroy slack» [ZT], «he got into this big old white car with a silver trim. Needed a tune-up, the third cylinder wasn't firing» [ZT], чим



Рис. 2.6 Zootopia[ZT], time step: 00:37:22

викриває, хто насправді нічого не забуває, є дуже уважним, чудово знається на автомобілях та бізнесі – він є хазяїном клубу натуристів. Карнавальність порушення стереотипів про Яка полягає в інконгруентності, а зазначене вище суперечить стереотипу та свідчить про гарний інтелект Яка. Але він приписує усе, що сам сказав, слонисі Нангі та кожного разу питає «Remember that, Nangi?», на що отримує відповідь «No» або «Nore», що черговий раз комічно суперечить стереотипу про пам'ять слонів, особливо, коли Як зазначив, що той про кого її питають «Been coming to your yoga class for, like, six years» [ZT]. Автори закликають глядача задуматися, чи стосується стереотип про тупість

биків цього персонажу, оскільки, з одного боку, він використовує просту розмовну мову: «Been coming» замість «He has been coming», «Told you» – «I have told you», вживає слово паразит «like», символізує стиль хіпі та стереотипи, які мас-медіа створили про них у минулому сторіччі – дурні, смердючі (останнє підкреслено візуально його зовнішнім виглядом (див. рис. 2.6)): навколо нього літають мухи, його волосся виглядає брудним та неохайним. Більш того, аудіально – в англійській мові стиль хіпі фонетично характеризується повільною мовою з тривалими голосними звуками та частим уживанням таких слів, як «man» та «dude», щоб посилатися на інших [180, с. 3]. З іншого боку, автори надають стереотипні можливості слонів: уражаючу пам'ять, розбирається у автомобілях та бізнесі, оскільки у клубі багато відвідувачів – таким чином демонструючи, що стереотипи не відображають дійсність.

Згадана сцена анімації занурює стереотипи у незвичний карнавалізований суперечливий контекст, у якому слон, що нічого не пам'ятає та поводить себе зневажливо, натомість, є дуже гнучким інструктором з йоги (див. рис. 2.7), а Як, попри те, що є розумним та успішним, не розуміє цього, бо не вірить у себе, довіряючи стереотипам.



Рис. 2.7 Zootopia [ZT], time step: 00:38:55 – 00:39:58

Отже, стереотипи про тварин широко та дуже яскраво використовуються в англомовному карнавалізованому анімаційному екодискурсі. Карнавалізованість наділяє тварин людяністю, занурює їх у соціальний контекст та ніби залишає балансувати на межі соціального і природнього світу. Це свідчить про те, що КАЕД є контрастним та гротескним відображенням людей через призму тварин та їхньої взаємодії як у соціальному, так і у природньому середовищі, завдяки чому він є простим, зрозумілим, упізнаваним, цікавим дітям та дорослим. За допомогою карнавальних порушень він викриває прихований зміст стереотипів та відновлює інформацію, що зазнала спрощення при його формуванні, у такий спосіб демонструючи, що стереотипи про тварин не є правильними чи справедливими ні стосовно людей, ні відносно тварин, а їх карнавальне порушення створює нову екологічну норму, що сприяє екологічній освіченості глядача.

2.1.2 Порушення онтологічних норм у карнавалізованому анімаційному екодискурсі. Для анімаційного дискурсу порушення онтологічних норм є дуже поширеним явищем, оскільки діючими особами часто виступають людиноподібні тварини, комахи, риби, явища природи та істоти, що є неможливим у сучасному світі. Крім того, автори часто занурюють їх у нетипові, абсурдні, фантастичні ситуації, які суперечать онтологічним, культурним, стереотипним уявленням про реальний світ. Порушення онтологічні норми, з одного боку, спрощують рефлексію складних, прихованих, замаскованих проблем сучасного буття, а, з іншого, – провокують інконгруентність, що веде до комічного ефекту, карнавалізації дискурсу та заниження сталих норм, що спонукає глядача замислитися, переосмислити та зробити ще один крок до вирішення нагальних проблем сучасного буття. В. О. Самохіна стверджує, що «онтологічні норми характеризують устрій світу і об'єднані однією ознакою – стереотипізованим ставленням людини до очікуваного об'єкту, що свідчить про нормальний

розвиток ситуації» [107, с. 79]. В анімаційних фільмах звичний розвиток подій та стан речей часто порушується, адже об'єкти природного світу набувають людських рис, вони розмовляють людською мовою, відчують характерні людям емоції і потрапляють у непритаманний їм соціальний контекст, що найчастіше викликає широкий діапазон сміхових реакцій від доброзичливого, дружнього висміювання – до дошкульного висміювання з метою заперечення самого існування ситуацій чи речей.

Яскравим прикладом порушення онтологічних норм є початок сьомої сцени «**The Bullpen**» [ZT, time step: 00:13:33], який до того ж підіймає декілька соціальних проблем. Головна героїня анімації вперше приходить до поліцейського відділку Зутопії, де її зустрічає Гепард Бенджемін Клохаузер:

(11) **Benjamin Clawhauser**: O. M. Goodness... They really did hire a bunny. What!? I gotta tell you, you are even cuter than I thought you'd be!

Judy Hopps: Ooh, uh, you probably didn't know, but a bunny can call another bunny cute, but when other animals do it, it's a little... [ZT].

Цей приклад демонструє, як гепард дивується, що у відділок найняли «а bunny». Використовуючи цю лексему, автори натякають на сленгове значення – зневажливе та образливе, гарна приваблива молода жінка [261]. Саме це значення підкреслюється такою реплікою гепарда, де він наголошує на її привабливості за допомогою порівняльного ступеня «even cuter than I thought». Відповідь зайчихи підіймає одразу дві проблеми: расизму, адже фраза «а bunny can call another bunny cute» є алюзією на відомий вислів афроамериканців «only nigger can call another nigger – nigger», а використання апосіопези наприкінці репліки натякає на ще одну проблему – дискримінацію жінок. Проблема дискримінації жінок у цьому уривку прихована за масками маленьких та великих тварин. На перших секундах візуальний модус демонструє головний холл поліцейського відділку Зутопії та його відвідувачів, працівників та затриманих, серед яких немає жодної маленької тварини та жодної жінки.

Отже, прутку та енергійну зайчиху не сприймають серйозно через онтологічні упередження про те, що заєць (жінка) не може бути поліцейським, що підтримується вербально останньою реплікою гепарда: «Aww... That poor little bunny's gonna get eaten alive» [ZT], у якій він застосовує до неї епітети «poor» та «little» та каже: «її буде переможено тим, хто набагато сильніший» [251], що лише черговий раз указує на стереотип про упередженість поліцейських. Неекологічність онтологічної норми у ставленні до зайчихи полягає у карнавалізованому зображенні гепарда, який мав би бути ідеальним поліцейським, оскільки є найшвидшою наземною твариною у світі, але автори створили його товстим копом (див. рис. 2.8), який навряд чи зможе обігнати зайчиху.



Рис. 2.8 Zootopia [ZT], time step: 00:14:25

(12) **Benjamin Clawhauser:** I am so sorry! Me, Benjamin Clawhauser, the guy everyone thinks is just a flabby, donut-loving cop stereotyping you, oh... [ZT].

У цьому уривку гепард сам окреслює усі стереотипи про себе; лексема «flabby», крім основного значення – товстий – також має значення «такий, якому не вистачає сили та рішучості» [254], що підказує глядачеві, чому він стоїть за радіостійкою, а не розслідує справи та «donut-loving», що є дуже поширеним стереотипом про американських поліцейських. Візуальний модус демонструє, що у нього у складках застряг пончик (див. рис. 2.8). Отже, гепард не є таким спритним та міцним, як у реальному світі: він відображає загальноприйняті вади поліцейських: стереотипне мислення, расизм, надмірна любов до пончиків та те, що поліцейські дещо товсті [204; 176, с. 37].

На комічно-гротескному контрасті між Зайчихою та Гепардом автори Зутопії натякають на те, що обирати працівників та зустрічати людей за

упередженнями є дуже неекологічним, оскільки такий спосіб погіршує якість життя великої кількості людей – обмежує їх у професійному та особистому розвитку. Це означає, що суспільство позбавляє себе додаткових можливостей, цінних кадрів і, як наслідок, – якісного розвитку. Іншими словами, обмежуючи доступ певним категоріям людей до певної сфери, ми обмежуємо її.

У восьмій сцені анімаційного фільму Zootopia – «**Enter Nick Wilde**» [ZT, time step: 00:16:40] автори порушують закономірності буття, натякаючи на расизм, адже Лис намагається купити морозиво у магазині для слонів:

(13) **Jerry Jumbeaux, Jr.:** Listen, I don't know what you're doing skulking around during daylight hours, but I don't want any trouble in here, so hit the road!

Nick Wilde: I'm not looking for any trouble either, sir. I simply wanna buy a Jumbo-pop for my little boy. You want the red or the blue, pal?

Judy Hopps: Ugh, I'm such a – ...

Jerry Jumbeaux, Jr.: Okay, come on, kid, back up. Listen, buddy, what? There aren't any fox ice cream joints in your part of town? [ZT].

Цей приклад висвітлює цікавий набір двозначної промовистої ключової лексики, по-перше, лексема «skulking», яку використовує Слон, означає «to lie or keep in hiding, as for some evil reason» [254], та вираз «trouble in here» – створювати неприємності, підкреслюють поведінку лиса на початку сцени та стереотипізовану онтологічну норму, а ідіоматичний вираз «hit the road» наголошує на упередженому й зневажливому ставленні до лисів, що є неекологічним. Також працівник, питаючи Ніка про магазин, використовує слово «joints», яке також має значення «суглоб», саме цю частину кістки особливо любляють хижаки. Крім того, особливо значущою є обставина часу «daylight hours», яка викликає дві асоціації: (1) злочини відбуваються, головним чином, уночі, (2) існує упередження, що лиси – нічні мисливці, однак, це не є неправдою про лисиць у дикій природі, але є правильним твердженням стосовно міських лисиць [198, р. 586], які змушені жити у містах

через утрату середовища існування, що звертає увагу глядача на одну з екологічних проблем.

Таке зневажливе, стереотипізоване ставлення слона дуже контрастує з мовою Лиса, який поводить себе підкреслено ввічливо, використовуючи поширені речення «I'm not looking for any trouble either», ввічливе звертання «*sir*», повтори «*There are, there are*», риторичне питання з підсиленням (виділено жирним) та одночасно заниженням (підкреслено): «Who the **heck** am I to crush his little dreams, huh? **Right?**», що робить його промову особливо м'якою та навіть злегка боязкою. Таким чином, автори карнавально порушують онтологічну норму про стосунки хижаків і травоядних, змушуючи лиса поводитися як здобич та змальовуючи слона справжнім хижаком, що також підкреслено візуальним модусом (див. рис. 2.9), слон суворо нависає над рудим лисом. Також у цій сцені за масками ворожнечі хижаків та рослиноїдних автори сховали проблему дискримінації національних меншин. Як зазначається пізніше у фільмі, рослиноїдних у 10 разів більше, ніж хижаків.



Рис. 2.9 Zootopia [ZT], time step: 00:18:45

Вартий уваги маленький Лис, який, перш за все, не є сином Ніка, адже він – фенек, а його «батько» є рудим лисом. По-друге, його бажання стати слоном викликає дисонанс та карнавалізує фундаментальні принципи буття: «he loves all things elephant, he wants to be one when he grows up. Is that adorable?», що підкреслюється візуально: лис у костюмі слона та аудіально — ономаіопея на звуки слона у природному світі «Toot toot!», хоча у світі мультфільму слони розмовляють людською мовою. Ця ситуація, безсумнівно, є абсурдом та підкреслюється візуально, коли у кінці сцени він бере велике

морозиво для слонів, яке має промовисту назву «Jumbo-pop», лексема «Jumbo» означає щось гігантське.

Ще одне карнавальне порушення онтологічної норми, пов'язане з цим персонажем, відбувається на початку десятої сцени фільму «Judy Attempts to Arrest Nick» [ZT, time step: 00:23:25], де головна героїня бачить, як Нік платить частку «сину»:

(14) **Nick Wilde:** Thirty-nine, forty. There you go. Way to work that diaper, big guy! Hey! No kiss ⁽¹⁾ bye-bye for daddy?

Finnick: You kiss ⁽¹⁾ me tomorrow, I'll bite your face off ⁽²⁾! Ciao! [ZT].

Вербальний модус побудований за допомогою анадиплосису (див. приклад 14⁽¹⁾) та містить розмовну ідіому (див приклад 14⁽²⁾), яка свідчить, що мовець погрожує зробити щось жахливе, бо йому дуже не подобається сказане [261]. Таку значущість підкреслено аудіально — Фіннік розмовляє грубим голосом, мов гангстер, до того ж, в його машині грає гангстерська музика. Візуально: маленький лис одягає темні окуляри та стрибає за кермо свого фургона.

Як бачимо, порушуючи закономірності та фундаментальні принципи буття, автори занурюють тварин у притаманний людям соціальний контекст, у такий спосіб карнавалізуючи його, проте не позбавляють їх тваринних рис. Цей карнавальний прийом дозволяє авторам замаскувати важливі проблеми сучасного буття (такі, як расизм, бажання досягти більшого, знайти своє місце у світі) у легкій та комічній манері, таким чином, щоб вони стали зрозумілими навіть маленьким дітям. Карнавально занижуючи та навіть руйнуючи очікування глядача, вдаючись до невідповідності зовнішнього і внутрішнього стану персонажів (маленький лис розмовляє грубим голосом) та заперечуючи онтологічні призначення (лис хоче стати слоном), автори викликають у глядача амбівалентні емоції. У такий спосіб вони за допомогою мовних і немовних форм висвітлюють проблеми, підкреслюючи їх неекологічну сутність.

Онтологічні порушення шістнадцятої сцени фільму «The Mystic Spring Oasis» [ZT, time step: 00:37:07] протиставляються явищам та ситуаціям дійсного світу. Офіцер Хоппс, продовжуючи розслідувати справу, приходить до клубу натуристів, де її дуже дивують голі тварини:

(15) **Judy Hopps:** ОНННН, you are naked!

Yax: *Huh? Oh, for sure, we're a naturalist club! [...]*

Nick Wilde: Oh boy. Does this make you uncomfortable? Because if so, there's no shame in calling it quits.

Judy Hopps: Yes, there is.

Nick Wilde: Boy, that's the spirit.

Yax: Yeah, some mammals say the naturalist life is weird, but you know what I say is weird? Clothes on animals! [ZT].

Лексема «naked», що має словникове визначення «bare of any clothing or covering» [254], створює карнавальний ефект, оскільки протиставляє реальний світ, де «голі» – без одягу тварини – є нормальним, соціальному світу КАЕД, де тварини без одягу змушують головну героїню почуватися дуже незручно, що демонструє візуальний модус, головна героїня ошелешено відскакує та затуляє очі руками (див. рис. 2.10). Таким чином, автори карнавалізують дискурс, створюючи дисонанс (голі тварини – одягнені тварини), та змушуючи глядача замислитися над екологічною проблемою, що є екологічною нормою, тварини в одязі, чи ні.



Рис. 2.10 Zootopia [ZT], time step: 00:38:10

Хазяїн клубу натуралістів наголошує на екологічній нормі реального світу, ставлячи риторичне запитання та відповідаючи на нього (див. приклад 15, підкреслено). Дуже доречно підібраним є вираз «*some mammals say*», оскільки є алюзією на

розмовний вираз «some people say». Алюзія черговий раз демонструє карнавальну сутність анімації, оскільки тварини балансують на межі природного та соціального світів, іншими словами, вони залишаються тваринами, що живуть за людськими соціальними законами. Цю ідею підтримує інтертекстуальна асоціація, заснована на словосполученні «*naturalist club*», яким володар клубу «The Mystic Spring Oasis» описує його. Лексема «*naturalist*» означає того, хто вивчає та захищає природу та її історію, а у цій сцені розповідається про тих, хто не носить одяг, а вони називаються «*naturist*». Ця асоціація маніфестує протиставлення реального та уявного світів у цьому епізоді та навіть у фільмі взагалі, оскільки у сюжеті фільму Як є натуристом, адже інші герої бачать його голим. Проте у спілкуванні автора з глядачем Як постає натуралістом – захисником природи. Він натякає на те, що одягати тварин та забирати з природного середовища є абсурдним та неекологічним. Убачаємо, що інтертекстуальна асоціація закликає до захисту «одягнених тварин» тобто тих, хто опинився у цирку, зоопарку або у будь-якій неволі взагалі.

Порушення онтологічної норми у наступній вісімнадцятій сцені «The DMV» [ZT, time step: 00:40:40] стосується того, що у відділі транспортних засобів ссавців, де мав би працювати хтось швидкий, – працюють повільні лінивці. «Wait, they're all... sloths? You said this was gonna be quick!», така реакція головної героїні є дуже грубою, та нагадує расизм, адже вона зневажає певний вид тварин та вважає їх негідними цієї роботи. Хоча така реакція Джуді здається логічною: лінивці насправді є



Рис. 2.11 Zootopia [ZT], time step: 00:38:10, 00: 44:29

найповільнішими тваринами у світі [169], що підкреслено візуально – коли Джуді з Ніком прийшли до відділку, був день, а коли вийшли, настала ніч (див. рис. 2.11), висловлення можливо було замінити більш увічливим, наприклад: «Are they the DMV employees?» [159, с. 54]. Однак, повільний – не значить поганий працівник, про що свідчить вербальний модус:

(16) **Judy Hopps:** Hmmm. Officer Judy Hopps, ZPD. How are you?

Flash Slothmore: I am... doing... just...

Judy Hopps: Fine?

Flash Slothmore: ...as well... as... I can... be.

Judy Hopps: Hmm.

Flash Slothmore: What...

Nick Wilde: Hang in there.

Flash Slothmore: ...can I... do...

Judy Hopps: Well, I was hoping you could run a plate...

Flash Slothmore: ...for you...

Judy Hopps: Well, I was hoping you could...

Flash Slothmore: ...today?

Judy Hopps: Well, I was hoping you could run a plate for us. We are in a really big hurry [ZT].

Лінивець будує складні граматичні конструкції, використовуючи вставні слова та уникає скорочень (див. приклад 16, підкреслено), він поводить себе дуже екологічно – є дуже ввічливим, привітним, не помічає неввічливості зайчихи, що свідчить про його професійність. Головна героїня навпроти, поводить себе неекологічно, є дуже нетерплячою, недослуховує та перебиває (див. приклад 16), а фрази Лінивця перервані здогадками зайчихи. Її стиль мови різко контрастує з мовою працівника відділу. Поспішаючи, вона розмовляє навіть швидше, ніж зазвичай. Через це репліки лінивця є перерваними та утворюють набір апосіопез, підкреслюючи недбале ставлення та нетерплячість офіцера. Утворення такої карнавальної контрастності між зайчихою та лінивцем указує на спільну рису між ними, яку Джуді не

усвідомлює – вони обидва працюють там, де їм не місце, за онтологічною нормою: трусливий заєць – сміливий офіцер поліції та повільний лінивець – хороший працівник державної установи. У такий спосіб, автори, з одного боку, наголошують на проблемі дискримінації та рівноправ'я, а, з іншого, – лінивець, що повільно розмовляє, може бути сприйнятий як людина з вадами мови чи з обмеженими можливостями, спілкування, з якими потребує терпіння та ввічливості. Таким чином, убачаємо, що автори висвітлюють невміння суспільства екологічно ставитися до таких людей.

У цьому контексті особливої значущості набуває назва організації DMV – «*Department of Mammal Vehicles*», що є естетичною інтертекстуальною асоціацією, яка посиляється на реально існуючі організації більшості штатів США – «*Department of Motor Vehicles*» [178]. Зберігаючи однакове скорочення, замінюючи слово «*Motor*» на слово «*Mammal*», автори акцентують увагу глядача на тому, що анімація є не цілковитою вигадкою, а відображенням реального світу. У цьому вбачаємо, що автори висміюють повільну систему обслуговування реальних установ. В офіційному довіднику анімації написано, що «середній час очікування в DMV становить 7,5 годин, а призначення зустрічі заощадить вам приблизно 3 – 10 хвилин» [234, с. 7].

Таким чином, порушення онтологічних норм лежить в основі КАЕД, адже головні герої – тварини балансують на межі природного та соціального світів. З одного боку, вони залишаються тваринами зовнішньо, проте набувають рис людяності: ходять на задніх лапах, розмовляють, живуть у максимально наближеному до природного, але соціальному середовищі. Більш того, окрім людських рис, тварини набувають рис, що зазвичай приписуються їм людьми з різних соціальних міркувань, очікувань та асоціацій, що дуже часто не є вірним. А анімаційний дискурс висвітлює такі онтологічні очікування та порушує їх (швидкий гепард – товстий незграбний, труслива зайчиха – сміливий поліцейський, маленький пухнастий лис – гангстер з грубим голосом тощо), у такий спосіб карнавалізуючи дискурс, а також підвищуючи освіченість людей про соціальні та природні екологічні

проблеми, такі як, дискримінація на робочому місці, гендерна нерівність, проблема пошуку свого місця у житті, рівність, тварини у цирках та зоопарках, знищення природного середовища тощо.

2.2 Оніми у просторі карнавалізованого анімаційного екодискурсу

2.2.1 Комічні функції антропонімів. Антропоніми є невід’ємною частиною будь-якого дискурсу, а особливо, анімаційного, оскільки в анімації вони не просто називають персонажа, а можуть характеризувати, описувати, натякати на його призначення, надавати ключ для розгадки авторського задуму. По-перше, персонаж може отримати певне ім’я через семантику слова (зокрема, словниковому, етимологічному або культурному значенню). По-друге, завдяки соціальному значенню слова, коли ім’я «вказує на соціальну, групову чи національну приналежність персонажа» [193, с. 46], коли воно окреслює (підказує) соціальну неповноцінність або перевагу персонажа. По-третє, через конотативне значення – коли ім’я персонажа формує емоції та ставлення до позначуваного персонажа, або «відображає культурне ставлення до нього» [193, с. 9].

Більш того, антропоніми, будучи яскравими вербальними компонентами, сприяють вертикальній зв'язності карнавалізованого анімаційного екодискурсу. Вони утворюють каркас для комічного порушення, метою якого є виявлення неекологічності, вад, невідповідностей, спрощень, проблем. Спираючись на класифікацію В. О. Самохіної [107] (у якій вона виділяє такі комічні функції антропонімів: комунікативну, емоційно експресивну, дейктичну, культурологічну, функцію створення комічного образу, а також орієнтуючу, видільну, фатичну, алюзивну), визначаємо такі функції, які також мають суто екологічні комічні компетенції у карнавалізованому анімаційному екодискурсі:

- **комунікативна**, коли відоме ім’я комічно розкриває неекологічну сутність ситуації;

- **створення комічного образу**, коли промовисте ім'я не відповідає сутності персонажу у КАЕД, таким чином порушуючи неекологічне стереотипне уявлення про нього;
- **дейктична**, в основі якої лежать образні характеристики, що розкривають призначення персонажа в екологічному просторі анімації;
- **культурологічна** функція є особливо розповсюдженою у КАЕД, оскільки вона, з одного боку, описує походження персонажу, його історію, та соціальне положення, а з іншого, – описує персонажа з огляду на культурні стереотипи, упередження та очікування, що сприяє визначенню екологічності чи неекологічності цих культурних формувань;
- **викривальна функція**, в основі якої перебуває використання антропоніму, який допомагає глядачеві знайти та викрити вади, порушення, невідповідності як анімаційного світу, так і реального, який він відображає;
- **атрактивна** – антропонім робить вади та порушення, про які йде мова, більш помітними, зрозумілими та очевидними, у такий спосіб привертаючи до них увагу;
- **орієнтуюча** – метою якої є зорієнтувати, навчити та показати глядачеві екологічний шлях, сформувати екологічні компетенції та сприяти екологічному спілкуванню авторів анімації з глядачами;
- **алюзивна**, коли ім'я персонажа має певні асоціації або референта в медіа чи реальному просторі, що сприяє чи не сприяє екологічності;
- **регулятивна** – антропонім може виступати різновидом оцінювання ситуацій що висвітлюються, таким чином, він регулює екологічність повідомлення;
- **критична функція** – заохочує до критичного мислення та ставлення до фактів, висвітлених у дискурсі;

- **маскувальна функція** – ім'я дозволяє замаскувати повідомлення, сказати те, про що відкрито сказати не можна [там само].

Проте антропоніми дуже часто виконують не одну, а цілий комплекс вищеназваних функцій. Дуже яскравим прикладом є ім'я головної героїні анімації «Zootopia» – «**Judy Hopps**»: воно виконує цілу низку функцій, експресивну – «Judy» є пестливою, короткою формою, що сприяє позитивному ставленню до героїні. Алюзивну – саме використання пестливої форми робить ім'я омофоном слова «judicial», що, у свою чергу, натякає на сленгове значення «a woman police officer», яке характеризує героїню та виконує зазначену функцією [253, с. 127]. Наступною є орієнтуюча функція, адже повна форма імені головної героїні – «Judith» має значення «та, що дає надію», таке ж значення прослідковується у прізвищі – «Hopps», яке нагадує англійське слово «Hope» – надія, та висвітлює те, що головна героїня дає надію на створення кращого світу, «I going to make the world a better place» – є її гаслом. А, з іншого боку, прізвище «Hopps» походить від слова «hop» – стрибати, що несе дейктичну функцію, наголошуючи, що головна героїня попри все залишається зайчихою.

Отже, ім'я головної героїні виконує цілу низку функцій, воно сприяє позитивному ставленню глядача до неї, допомагає краще розуміти зайчиху, підказує її місце та призначення в екологічному просторі анімації та дозволяє забути, що попри усі пригоди та досягнення, вона залишається зайчихою. Таким чином, ім'я заохочує глядача до екологічного, тобто рівного та поважливого ставлення до тварин, попри стереотипи про них.

Прізвище напарника головної героїні – «Wilde», виконує, головним чином, функцію створення комічного образу, оскільки воно є алюзією до лексеми «wild» – дикий. Таке значення імені є інконгруентним, адже Лис живе у місті з дитинства, а, значить, він не дикий, а соціальний тип. Проте, візуальний модус демонструє, що він часто носить сонячні окуляри, у такий спосіб автори адаптують особливість нічних тварин до соціального світу анімації, у той самий час, навчаючи глядача про те, що у реальному житті лиси

– нічні тварини і перебування під прямими сонячними проміннями може пошкодити їх зір.

Ім'я слониhi – інструкторки з йоги у клубі натуристів – Nangi – виконує культурологічну функцію, оскільки лексема «nangi» запозичена з мови Урду (одна з офіційних мов Індії), що підкреслює національну приналежність персонажу. А також ця лексема перекладається як «гола жінка», розкриваючи призначення головної героїні у фільмі, що виконує дейктичну функцію та атрактивну, оскільки привертає увагу до проблеми, пов'язаної з одягненими тваринами (див. пункт 2.1.2).

Прізвище боса головної героїні – африканського буйвола – «Chief Bogo» також виконує культурологічну функцію, підкреслюючи його походження, адже лексема «*bogo*» є алюзією на слово «*mbogo*», що є в перекладі з мови Суахілі (мова материкових країн Східної Африки) означає «бівон».

Наступним варто розглянути ім'я лінивця Flash Slothmore. Воно викликає особливу зацікавленість, оскільки представляє собою оксюморон. Його ім'я виконує дві основні функції – комунікативну, так само звучить надшвидкого супер-героя з популярних коміксів. А також створення комічного образу, значення його імені – Flash – швидкий спалах світла та його римування у комічний віршик “Flash, Flash, hundred yard dash!”, який підтримує значення

швидкості, протиставляється аудіальному та візуальному модусам ліновець повільно рухається та розмовляє. А його повільність підкреслюється дейктичною функцією, значуще прізвище Slothmore є алюзією на slo-mo (slow motion) – режим



Рис. 2.12 Zootopia [ZT], time step: 01:35:54

уповільненої зйомки. Суперечливість його імені також підкреслюється візуально в останній сцені анімації. По-перше, його зупиняє поліція за

перевищення швидкості, а по-друге, – на його номерах написано «FST NML», що за своїм фонетичним звучанням дуже нагадує «fast animal». Таким суперечливим іменем автори не просто створюють йому комічний образ та характеризують його з різко протилежних сторін, але й намагаються навчити глядача, що не все є тим, чим здається, і що варто формувати ставлення до екологічного світу, враховуючи усі його розбіжності та особливості.

Ім'я помічниці – мера Дон Беллуэтер – теж неоднозначне, як її роль у анімації. Особливо значущим є прізвище – Bellwether. По-перше, воно виконує алюзивну функцію, лексема «wether» є історизмом, раніше так називали кастрованого баранчика, якого вирощували на м'ясо. На таке знецінення натякає сама Дон, звертаючись до головної героїні:

(17) **Dawn Bellwether:** I never get to do⁽¹⁾ anything this important.

Judy Hopps: But you're the assistant mayor of Zootopia.

Dawn Bellwether: Oh, I'm more of a glorified secretary⁽²⁾. I think Mayor Lionheart just wanted the sheep vote⁽³⁾ [ZT].

За допомогою пасивного стану (див. приклад 17⁽¹⁾) вона наголошує, що їй нічого не довіряють. Лексема «glorified»⁽²⁾ є гіперболою та сарказмом, оскільки вона сама розуміє, що її звеличують, лише щоб отримати голоси овець. Убачаємо, що висловлення (див. приклад 17⁽³⁾) та ситуація в цілому, є алюзією на відомий американський політичний вислів «Democracy is two wolves and a sheep voting on what to have for dinner», який висвітлює вади демократії. По-друге, її прізвище, також виконує комунікативну функцію – лексема «bellwether» – називає барана або вівцю, що веде стадо, у такий спосіб ще раз підкреслюючи, чому саме мер її найняв. Варто зазначити, що існує більш сучасне значення цієї лексеми – лідер або творець тенденцій [257], що задовго до кінця анімації допомагає глядачеві зорієнтуватися та натякає на розвиток сюжету – вівця маніпулює соціальними тенденціями, так би мовити, «очолює стадо» та стає мером міста. Крім того, її прізвище виконує орієнтуючу функцію, даючи ключ для розгадки її стосунків з мером міста, фонетичне звучання «wether» нагадує «weather», яке натякає на відому

англійську приказку «March comes in like a lion and goes out like a lamb», адже помічник мера поводитьсь дуже м'яко та слухняно. Отже, за допомогою цього прізвища, автори допомагають глядачеві зорієнтуватися у просторі анімації, підказують, яким чином сюжет буде розвиватися, а також у простій та невимушеній манері висвітлюють політичні та соціальні проблеми реального світу, наприклад, проблеми системи виборів, маніпуляції виборцями та державного устрою.

Duke Weaselton – другорядний негативний герой анімації «Zootopia», що займається незаконним продажем піратських копій фільмів та дрібним шахрайством. Його прізвище викликає особливу зацікавленість, адже повна форма є омофоном до імені антагоніста з анімації Холодне Серце – «Duke of Weselton», у чому вбачаємо алюзивну функцію. Окрім зазначеного, лексема «weasel» означає маленьку тварину ласку, у той час, як Дюк розміром майже з лисицю має довгий хвіст, що є більш типовою рисою для тхорів (ferrel), у чому вбачаємо функцію критичного мислення.

Певно найяскравішим героєм другого плану є голова світу мафії – Mr. Big. Перш за все, його ім'я виконує функцію створення комічного образу, що підтримується візуально (див. рис. 2.13): до кімнати входять усе більші та більші ведмеді, а останній – настільки великий, що йому доводиться пригнутися, щоб влізти у двері. Ця градація також повторюється у вербальному модусі, репліками головної героїні (підкреслено):

(18) **Judy Hopps:** Is that Mr. Big?

Nick Wilde: No.

Judy Hopps: What about him? Is that him?

Nick Wilde: No!

Judy Hopps: That's gotta be him.

Nick Wilde: Stop talking, stop talking, stop talking! [ZT].

Лексема «big» має значення «великий», проте носієм цього прізвища є зовсім не ведмідь, а маленький гризун – арктична землерийка. Також абсурдність цієї ситуації підтримуються аудіально: голос Лиса, коли він

відповідає головній героїні, тремтить, а також візуально: Лис виглядає дуже переляканим, розмовляючи з маленьким гризуном.



Рис. 2.13 Zootopia [ZT], time step: 00:47:54, 00:47:58, 00:48:00

Окрім вищезазначеного, карнавалізовану значущість імені «Mr. Big» підкреслює його власне мовлення. Аудіально – він розмовляє хриплим голосом з італійським акцентом та на фоні грає музика з фільму «Хрещений Батько»; а вербально – за допомогою повторів, «Ahh! All right, all right, please! I'll talk! I'll talk!» та виразу «*They offered me what I couldn't refuse – money*»; а також візуально, він одягнений у смокінг з трояндною. Усе це є відсилками до Дон Вито Корлеоне, більш відомого, як Хрещений Батько, з однойменного фільму. Цим іменем автори демонструють, що імена, назви та ярлики не завжди відображають суть речей так, як нам здається, зокрема, Mr. Big – маленька землерийка, проте він великий у своєму положенні в екологічному просторі анімації.

Варто відмітити, що прізвище найбільшого ведмеда – Koslov, що дуже нагадує російське прізвище «Козлов». Відповідаючи на питання фанатів, автори зізналися, що у ранніх версіях фільму фігурувало його ім'я «Boris», та він розмовляв з сильним російським акцентом. Таку значущість підкреслено візуально, адже він – ведмідь, саме з цими тваринами жителі англомовних країн зазвичай асоціюють росіян. Також у нього на шиї золотий ланцюг та краєчки його рота сильно опущені донизу, що символізує те, що жителям англомовних країн росіяни здаються дуже суворими та сумними. Таким чином, автори знову вдаються до проблеми расизму та стереотипного ставлення до людей і тварин.

Більшість антропонімів у карнавалізованому анімаційному екодискурсі одночасно є основою для створення комічності та ключем до інтелектуального осмислення авторського задуму. У ході дослідження ми дійшли висновку, що деякі комічні функції антропонімів, виділені В. О. Самохіною [107, с. 46], мають екологічний потенціал, оскільки вони, як засіб створення комічного ефекту, перебувають в основі процесу відхилення від стандартних норм, викриття вад, оцінювання реального світу через призму діючих осіб та ситуацій анімації. До того ж, вони допомагають маленькому читачу дізнатися про світ, його вади, пристосуватися до нього та сформувати екологічні компетенції (зокрема, неупереджене ставлення до людей та тварин незалежно від стереотипів, нерозділення людей за расою, розміром чи кольором шкіри тощо). А дорослому глядачеві вони допомагають поглянути на знайомі їм проблеми та вади реального світу в незвичному контексті, розгледіти їхню приховану сутність та критично переосмислити. Також за допомогою асоціативних зв'язків з феноменами світу глядача, антропоніми слугують маркерами зв'язку реального світу та світу карнавалізованого анімаційного дискурсу.

2.2.2 Онімичні стереотипи. Дослідження виявило, також онімичні стереотипи в КАЕД. Онімичні стереотипи – це феномен, коли ім'я або власна назва стала використовуватися на позначення типового представника певної соціальної або етнічної групи (напр., *Тарас* – типовий українець; *Karen* – в американській культурі зневажливий термін на позначення невдоволеної білої жінки, яка постійно кличе менеджера; *Chad* – типовий чоловік альфа-самець [257]). Проте такий різновид онімів не обмежується позначенням певної групи людей, він містить особливий стереотипний потенціал, викликає упереджене емоційне ставлення та оцінні судження.

Яскравим прикладом такого онімичного стереотипу в КАЕД є ім'я «Leonard» – типове аристократичне ім'я. Воно дуже яскраво проявляє себе у взаємодії з стереотипом про пуделів, які вважаються дуже вибагливими та

пихатими, оскільки раніше тільки багаті аристократи могли дозволити собі таку дорогу породу:

(19) *Poodle's owner*: You be a good boy, Leonard [SLP].

Як показано у прикладі, онімічний стереотип «Leonard» підтримує лексема «good», що у контексті ситуації є емотивним афективом, а візуальний

модус (див. рис. 2.14) показує, що пудель, який поведився чемно при власнику, як тільки той пішов, увімкнув гучно музику та почав крутити головою під неї, і разом з аудіальним модусом (лунає важкий рок) – саркастично протистоїть



Рис. 2.14 The Secret Life of Pets [SLP], time step: 00:07:04

стереотипному значенню оніма та одночасно стереотипу про визначену породу. Таким чином, автори екологічно підкреслюють, що стереотипи про імена та породи мають мало зв'язку з дійсністю.

Яскравим прикладом онімічного стереотипу є також ім'я головної героїні «Judy», яке у Британській сленговій англійській є синонімом «a girl or a woman» [269]. У такий спосіб автори натякають, що головна героїня – це збірний образ сучасної жінки. Більш того, за визначенням Ліверпульського словника, ім'я має стереотипне дещо принизливе значення «a woman police officer» [253]. У цьому вбачаємо, що вживання такого значущого імені, покликане допомогти авторам більш різнобічно розкрити соціальні проблеми жінок у сучасному світі.

Не менш яскравими прикладами онімічних стереотипів є імена батьків головної героїні. Ім'я її батька «Stu» – походить від «**Stewart** –*stigeward*», де «*stige*» значить «hall» або «house», а «*ward*» «guardian» [251], проте автори використовують саме першу частину імені, підкреслюючи його професію (він морквяний фермер). Окрім вищезазначеного, саме форма «stu» може бути

короткою розмовною формою слова «stupid» [255], а також фонетично нагадує страву «stew» – рагу, яке зазвичай готують з жорстких видів м'яса, зокрема, крільчатини. Таким чином, ім'я викликає упереджене емоційно- оцінне ставлення, ніби підказуючи глядачеві, що цього персонажа не варто

слухати. А ім'я його дружини «Bonnie» є прикметником, що означає «гарний» та «привабливий». Отже, за допомогою онімічних стереотипів, автори натякають, що це типові батьки, що також підкреслено візуально (див. рис. 2.15), які, зокрема, дуже просто та типово одягнені.



Рис. 2.15 Zootopia [ZT], time step: 00:03:52

Найяскравішим онімічним стереотипом анімації «The Secret Life of Pets» є ім'я білого пухнастого кролика – «Snowball», яке, здавалося б, повністю пасує йому (див. рис. 2.16). Однак вербальний модус карнавалізовано свідчить про ґрунтовно протилежні характеристики:

- (20) **Snowball:** We are THE FLUSHED PETS! Thrown away by our owners, *and now we are out for revenge! It's like a club, but with biting and scratching* [SLP].
- (21) **Snowball:** Go ahead, tell them the WHOLE story about how you took out your owner! *Don't leave out nothing. We love gory detail here* [SLP].
- (22) **Snowball:** *I'm not talking about hipster real estate trends. I'm talking about vengeance, Tattoo! Death is coming to Brooklyn and it's got buck teeth and a cotton tail* [SLP].
- (23) **Snowball:** I feel HEROIC. And HANDSOME. A little wet, but I still look good. I look good [SLP].

Сноуболл є головою банди «The Flushed Pets». Варто зазначити, що у сленговій англійській слово «Flushed» значить «state of being drunk, between

feeling buzzed and tipsy» [254]. Також у його мові домінують негативні лексеми «*revenge*», «*biting and scratching*», «*gory detail*», «*vengeance*». Зокрема лексема «*Death*» карнавально описується, як така, що має «buck teeth and a cotton tail», що певно є оксюмором. З іншого боку,



Рис. 2.16. The Secret Life of Pets [SLP], time step: 00:27:19

голова банди описує себе як «heroic», «handsome» – що певно не є типовою характеристикою для кролика. У вищеописаному прикладі порушення онімічного стереотипу вербальними засобами і полягає екологічність, оскільки КАЕД запобігає побудові стереотипів у свідомості маленьких глядачів.

Доходимо висновку, що онімічні стереотипи викликають певне емоційне ставлення та оціночні судження про тих, кого називають, таким чином допомагаючи авторам утілити всі свої ідеї, а глядачам краще орієнтуватися у просторі КАЕД. Більш того, занурюючи типові онімічні стереотипи у карнавалізований контекст автори розкривають їх невідповідність реальному стану речей, а, значить, їх неекологічність.

2.3. Карнавальне перекручування соціокультурних феноменів у карнавалізованому анімаційному екодискурсі

2.3.1 Мовно-естетичні знаки. Карнавалізований анімаційний екодискурс відображає не лише соціальну та екологічну дійсність, він також доволі чітко наслідує і мовну дійсність. У його фокус потрапляють мовно-естетичні знаки, що є «стійкими, регулярно повторюваними словесно-образним одиницями різної структури» [16, с. 123]: *вислови* – «сполучення слів, що виражають закінчену думку або становлять певну єдність; фрази,

мовні звороти» [250], *приказки* – «часто римовані вислови, близькі до прислів'я, але без властивого прислів'ю повчального змісту» [249], *метафори* – «слова або вирази, що вживаються у переносному значенні, заснованому на аналогії, схожості або порівняння» [там само], *ідіоми* – «притаманні тільки певній мові стійкі звороти, що виражають єдине поняття» [там само].

КАЕД доволі прямо відображає низку культурних мовно-естетичних знаків. Відома англомовна ідіома «elephant in the room» набула дуже інконгруентного значення у анімації:

(14) **Chief Bogo**: Alright. Alright! Everybody sit. I've got three items on the docket. First... we need to acknowledge the elephant in the room. Francine – happy birthday [ZT].

Пряме значення цієї ідіоми свідчить про наявність проблеми, чи складної ситуації, про яку не хочуть говорити, що, власне, і відбуваються у Зутопії. Однак, у вищенаведеному прикладі бачимо, що в анімації вона набула незвичного прямого значення. Шеф поліції вітає слона з днем народження. Отже, використовуючи ідіому у прямому значенні, автори карнавалізували доволі серйозний епізод фільму.

Приказка про зайців «breed like rabbits», на яку натякає приклад 15, набула у анімації дещо перебільшених масштабів:

(15) **Bonnie Hopps**: Yes! Your dad, me, your two-hundred seventy-five brothers and sisters, we're changing the world [ZT].

За допомогою числівника (підкреслено) автори дещо гіпербазізовано відображають цю приказку, а також підкреслюють його візуально (див. рис. 2.17), коли головну героїню її родина проводить на залізничний станції, там і справді стоїть багато зайців, певно братів та сестер, що підкріплює карнавалізованість відображеного виразу.



Рис. 2.17 Zootopia [ZT], time step: 00:08:15

Візуально анімація доволі прямо обіграє вираз «king of beasts» або «king of the jungle», адже мером міста є саме лев, а також вербально проявляється у підборі лексичних засобів (підкреслено):

- (16) **Leodore Lionheart:** As mayor of Zootopia, I am proud to announce that my mammal inclusion initiative has produced its first police academy graduate. Valedictorian of her class, ZPD's very first rabbit officer, Judy Hopps! [ZT].

Вищенаведений приклад демонструє, що Лев у першу свою промову у фільмі починає з нагадування про свою посаду «as mayor of Zootopia», у чому вбачаємо перший натяк на вираз. Також він використовує сталий вираз «I am proud to announce», у якому підбір лексеми «proud» також підкреслює його роль у фільмі, оскільки гордість – це часто приписувана Левам якість.

Також, за допомогою цього персонажа, автори висвітлюють вислів «doing the wrong thing for the right reason».

- (17) **Leodore Lionheart:** Did I falsely imprison those animals? Well, yes. Yes⁽¹⁾ I did. It was a classic "doing the wrong thing for the right reason"⁽²⁾ kind of a deal [ZT].

Приклад демонструє, що лев, сидячи за ґратами, маніпулює висловом (див. приклад 17⁽²⁾, підкреслено), спочатку він собі задає питання. Потім сам, двічі відповідає на ці питання, використовуючи стик (див. приклад 17⁽¹⁾, підкреслено), що карнавалізує його слова. А потім уводить вираз, називаючи його класичним. У такий спосіб автори показують вади цієї приказки, підказуючи, що лева все одно ув'язнили за такі дії.

(18) **Snowball:** Wooo-hooo! Ha! We make a great team, Tiny Dog! Well, *mainly I'm doing all the hard work, but you're helping!*

Max: Yes, yes, fine, just keep your eyes on the road, *you're driving like an animal!*

Snowball: Woohoo!

Max: What was that?

Snowball: Oh, that was a pothole.

Max: *You're hitting things on purpose!*

Snowball: Heh, you know, you know me too well, TD! Always keeping me in check.

Max: Do you see the van? Snowball looks...

Snowball: *Yeah, I see it. We're about to hit it* [SLP].

Яскравий мовний знак представлений у анімації «The Secret Life of Pets» (див. приклад 18, підкреслено), що представлений частиною відомого англomовного мема «Got off the road! You are driving like an animal!» – що за своєю природою є одиницею значимої для культури інформації. У вищенаведеному прикладі мем карнавалізується відображається, з одного боку, буквально, візуальний модус демонструє, що комунікантами є тварини (див. рис. 2.18). По-друге, вербальний модус підкреслює семантичне навантаження мему – критика безвідповідального водіння – лексемами «pothole» – вибоїна на дорозі, «*hitting things*» та радісним вигукom «Woohoo!». Кульмінація



Рис. 2.18 The Secret Life of Pets [SLP], time step: 01:08:37

прикладу покладена в ефект обманутих очікувань: «Do you see the van?» – «*We're about to hit it*», що сатирично підкреслює неекологічність поведінки та карнавально засуждує небезпечне водіння.

Естетичні мовні знаки, такі як вислови, приказки, метафори та ідіоми та меми [236], є своєрідним відображенням мовної дійсності. Проте, вони є частково або повністю застарілими або укороченими та вже не відображають навколишній простір чітко та яскраво. Гіперболізовано та прямо (а значить, комічно) відображаючи ці образні мовні знаки, карнавалізований анімаційний екодискурс інформує про їх екологічність та неекологічність і, як наслідок, сприяє формуванню еко-естетичної свідомості глядача.

2.3.2 Мовна репрезентація суспільних проблеми у фокусі комічного. Анімаційний дискурс дуже точно та неупереджено відображає процеси та феномени суспільного життя, реконструює систему цінностей, характерні особливості та культуру не тільки того суспільства, в якому існує, але і людства у цілому, адже англomовна анімація користується популярністю у всьому світі [211]. Як зазначав Ю. М. Лотман, «мультфільми проєктують у свідомості людей культурно-задані сценарії, структуруючи їх відносини з соціальним світом і містять певні приписи для соціалізації, впливаючи на формування ідентичності» [72, с. 17].

Анімаційний дискурс одним з найперших знайомить маленького глядача з найширшим спектром соціальних та природних явищ й шляхом карнавалізації робить їх максимально простими та зрозумілими навіть для найменших глядачів. Більш того, карнавальна складова впливає на формування естетичного смаку, екологічної системи переконань і цінностей, а також здорового раціонального ставлення до навколишнього світу, в якому він є рівноправною частиною. Анімаційний дискурс дуже часто висвітлює недитячі теми та вдається до складного гумору, що має на меті зацікавити дорослого, занурити його у карнавалізований світ анімаційного екодискурсу, зробити вади його навколишнього світу більш очевидними та навчити еко-естетичному ставленню до нього.

Проблеми дискримінації дуже яскраво та різнобічно окреслюються у тринадцятій сцені «Judy Takes the Otterton Case» [ZT, time step: 00:30:55].

Шефу поліції, великому африканському буйволіві, протиставляються три маленькі жінки. Першою є головна героїня анімації – офіцер Хоппс, яка відгукнулася на прохання про допомогу, упіймала крадія та вислуховує звинувачення свого боса:

(19) **Chief Bogo:** Abandoning your post, inciting a scurry, reckless endangerment of rodents but – to be fair – you did stop a master criminal from stealing two-dozen moldy onions.

Judy Hopps: Mmm, hate to disagree with you, sir, but those aren't onions. Those are a crocus variety called mendicampum holicithius. They're a *Class C* botanical, sir. Well, I grew up in a family where plant husbandry⁽¹⁾ was kind of a thing...

Chief Bogo: Shut your tiny mouth now!⁽²⁾

Judy Hopps: Sir, I got the bad guy. That's my job!

Chief Bogo: Your job is putting tickets on parked cars! [ZT].

У цьому прикладі шеф замість того, щоб похвалити зайчиху, звинувачує її, використовує гіперболізовану лексику «*abandoning your post*», «*inciting a scurry*», більш того, слово «*scurry*» [257] означає «швидко пересуватися, маленькими короткими кроками, метушитися», що є образливим натяком на те, що зайчиха маленька. Це слово може бути розцінене як дискримінація за розміром, «*reckless endangerment*» і є значною мірою гіперболізованим, адже зайчиха нікому не зашкодила, навіть урятувала мишу. Вдаючись до спадної градації, бос принижує заслуги офіцера Хоппс, саркастично та гіперболізовано називає його «*master criminal*», а потім обзиває сажанці крокусів «*moldy onions*» – гнилою цибулею. Більш того, за визначенням Кембриджського словнику, лексема «*moldy*» має значення: «те, що має низьку цінність» [там само], що знову принижує заслуги офіцера. Коли зайчиха намагається захиститися, він грубо перебиває її (див. приклад 19⁽²⁾), використовуючи прикметник «*tiny*». Бик черговий раз підкреслює, чому саме не довіряє їй такі ж справи, як великим тваринам та зазначає «*Your job is putting tickets on parked cars!*», аудіально наголошуючи на словах, що підкреслені. Візуальний модус

підкріплює слова шефа, адже Джуді виглядає особливо маленькою у відділку на фоні величезних меблів та боса (див. рис. 2.19).

Зайчиха ж зберігає екологію спілкування, використовуючи ввічливий еліптичний граматичний вираз «*hate to disagree with you*» та захищаючись уживає лексему «*husbandry*» (див. приклад 19⁽¹⁾), яка вживається лише один раз за всю анімацію та є архаїчним синонімом «*farming*», який зазвичай вживається в анімації. Тому вбачаємо, що слово «*husbandry*» вжито навмисне, за допомогою кореня «*husband*» – чоловік, зайчиха натякає, що вона і раніше займалася «чоловічою справою», працювала на фермі.



Рис. 2.19 Zootopia [ZT], time step: 00:31:05, 00:31:50, 00:32:08

Варто зазначити, що відділок має ще одну нерозкриту справу, якою ніхто не займається. Офіцер Хоппс викликається добровольцем на її розслідування. Натомість бос звинувачує її у «*insubordination*» – «непокори» [251] через її бажання виконувати роботу, звільняє її та ставить їй діагноз «*delusions of grandeur*» — манія величч, що є дуже неекологічною, навіть, токсичною поведінкою для шефа поліції. Коли неочікуване втручання помічниці мера Дон Белвезер змушує Буйвола віддати Зайчисі справу, він дає їй лише 48 годин та погрожує звільнити, якщо вона не впорається.

Другою жінкою, яка протиставляється шефу поліції, є Видра. У вищезазначеній сцені вона черговий раз звертається по допомогу, про що свідчать слова працівника «*I just didn't know if you wanted to take it this time, she seems really upset...*». Приклад висвітлює підлеглого, який залишається

ввічливим та дотримується субординації, вживаючи непряме питання та умовне речення у минулому часі, що сприяє екологічності спілкування з його боку. А автори, вживаючи негативні конструкції на початку речення та обставини часу (підкреслено), а також візуального модуса (підлеглий – гепард боїться свого боса буйвола), комічно натякають, що останній не хотів і не хоче спілкуватися з Видрою. Більш того, відповідь Шефа Бого «**Chief Bogo: NOT! NOW!**» підкріплюється аудіальним модусом – Буйвол уперше кричить у анімації, що не є екологічним та підіймає проблему морального приниження на роботі. Така поведінка дуже сильно контрастує з його ввічливим та спокійним тоном, коли міссіс Отертон прослизає до нього у кабінет:

(20) **Chief Bogo:** Ma'am, as I've told you, we're doing everything we can.

Mrs. Otterton: My husband has been missing for ten days. His name is Emmitt Otterton.

Chief Bogo: Yes, I know.

Mrs. Otterton: He's a florist. We have two beautiful children. He would never just disappear.

Chief Bogo: Ma'am, our detectives are very busy.

Mrs. Otterton: Please! There's gotta be somebody to find my Emmitt [ZT].

Як бачимо, у прикладі, тон Шефа швидко пом'якшується, Шеф стає дуже дружнім, використовує ввічливу форму звертання «Ma'am». Попри те, що справи про зникнення інших тварин шеф поліції розподілив між слідчими, пошуками її чоловіка ніхто не займається, про що свідчить суперечливе висловлювання: «as I've told you, we're doing everything we can», проте поліцейські нічого не роблять, щоб знайти її чоловіка, а значить усе, що вони можуть зробити для неї, – нічого та «our detectives are **very** busy», що не є правдою, адже Джуді не отримала своєї справи. Таким чином, приклад саркастично демонструє, що ввічливі конструкції які свідчать про упередженість поліції та неефективність їх системи.

Маленькі тварини, які у цій сцені представлені тільки жінками, розуміють упереджене ставлення та, зберігаючи екологічність комунікації, протидіють дискримінації:

(21) **Dawn Bellwether:** I just heard Officer Hopps is taking the case!

Chief Bogo: Assistant Mayor Bellwether!

Dawn Bellwether: The mammal inclusion initiative is really starting to pay off. Mayor Lionheart is just gonna be so jazzed!

Chief Bogo: No, no. Let's not tell the mayor just yet!

Dawn Bellwether: And sent it⁽¹⁾. And it is done⁽²⁾. So I did do that⁽³⁾. All right, well, I'd say the case is in good hands!⁽⁴⁾ Us little guys really need to... stick together, right?

Judy Hopps: Like glue.

Dawn Bellwether: Good one. Yeah. Just call me if you ever need anything, okay? You've always got a friend at City Hall, Judy. Alright. Bye-bye! [ZT].

Ще одна жінка – Дон Белвезер жодного разу не спілкується на пряму з шефом поліції, вона ігнорує та навіть комічно ставить його на місце, використовуючи три плеоназми (див. приклад 21^{(1),(2),(3)}), наче він не достатньо розумний, щоб зрозуміти з першого разу. Плеоназми утворюють висхідну градацію, у якій останнє висловлювання йде з стилістичним



Рис. 2.20 Zootopia [ZT], time step: 00:33:23

підсиленням «I did do that» та риторичне висловлювання «so I did do that» не залишають буйволу жодного шансу. Як бачимо, Вівця не просто ігнорує шефа поліції, вона екологічно (адже не свариться не принижує його) протистоїть йому. Белвезер зберігає екологічність спілкування, з першої репліки у сцені,

впевнено називаючи головну героїню її званням «Officer Hopps». А у останній, вживаючи звертання на ім'я «Judy», – заохочує до співпраці [170], а також підкреслює пропозицію, використовуючи займенник «us» у родовому відмінку, замість називного, та уточнення «little guys», яке підкреслено візуально (див. рис. 2.20). Вівця, зайчиха та видра – однакового зросту, що суперечить нормам реального світу.

За таких обставин особливої значущості набуває ініціатива, згадана помічницею мера, кажучи про яку, вона зазначає, що мер міста — лев – буде «jazzed», у чому вбачаємо ономапоєю на звук, який створюють леви у природі. «The mammal inclusion initiative» є інтертекстуальною асоціацією до організації, яка теоретично надає всім видам ссавців рівні можливості у кожній сфері суспільного життя у місті. Її назва є алюзією на «The Social Inclusion initiative», яка стартувала у Америці 2010го року.

Усі тварини у місті є ссавцями, тому можна припустити, що лексема «mammal» є толерантною метонімією, замість слова «prey». Проте, працівниками відділу поліції, наприклад, на рівні з хижаками є травоядні тварини, такі як слони, носороги, бегемоти, а сам шеф поліції – африканський буйвол. Тому у слові «mammal» убачаємо евфемізм до «small-mammal», що підкреслено візуальним модусом (див. рис. 2.21), адже меблі у поліцейському відділку занадто великі для таких маленьких тварин як зайчиха та



Рис. 2.21 Zootopia [ZT], time step: 00:31:03

припускаємо, що, таким чином, автори маскують проблему дискримінації національних меншин. Або, можливо, це було спробою пошуку толерантного евфемізму до «female», оскільки зайчиха – єдина жінка, що працює у відділку, що підіймає проблему сучасного суспільства, пов'язану з обмеженням прав жінок.

Центральною темою анімації автори зробили проблему стосунків хижаків та рослиноїдних. Варто звернути увагу, що останніх протягом усієї анімації називають саме лексемою «prey» – здобич або жертва – замість більш нейтральної – «herbivore». Саму тему висвітлюють через штамп «*it is one one's biology*» та її варіаціями, які часто використовуються для виправдання чийхось дій, замість того, щоб знайти справжню причину. З одного боку, мер міста – Лев, звертаючись до лікаря, каже: «Enough! I don't want excuses, Doctor, I want answers». Не зважаючи на складну ситуацію (15 ссавців сказалися) у місті, є екологічною поведінкою, він звертається до лікаря за званням «Doctor», та вживаючи синтаксичний паралелізм, зазначає, що йому потрібні причини, а не виправдання. У той час Лікар відповідає йому штампом:

(22) **Dr. Madge Honey Badger:** Sir, it may be time to consider their biology⁽¹⁾.

Leodore Lionheart: What? What do you mean "biology"?

Dr. Madge Honey Badger: The only animals going savage are predators. We cannot keep it a secret; we need to come forward!

Leodore Lionheart: Hm, great idea. Tell the public. And how do you think they're gonna feel about their mayor... WHO IS A LION?!⁽²⁾ I'll be ruined! [ZT].

Лікар не дає пояснення, він пропонує меру штамп (див. приклад 22⁽¹⁾), що є вкрай неекологічним, адже зовсім не висвітлює причини інциденту, а також підкріплює своє бачення двома модальними дієсловами «can», «need», які аудіально виділяє фразовим наголосом. Проте ці модальні слова відображають лише інтенції мовця, а не істину. Лев карнавалізовано робить вигляд, що задумується, а потім саркастично зауважує, що це чудова ідея та ставить саркастичне риторичне питання (див. приклад 22⁽²⁾).

Цей самий штамп використовується і на прес-конференції, коли головну героїну питають про причини, чому хижаки казяться:

(23) **Judy Hopps:** We still don't know. But it may have something to do with biology⁽¹⁾.

Male offscreen reporter 1: What do you mean by that?

Judy Hopps: A biological component⁽²⁾. You know, something in their DNA⁽³⁾.

Oryx reporter: In their DNA, can you elaborate on that, please?

Judy Hopps: Yes. What I mean is, thousands of years ago, uh, predators survived through their... aggressive hunting instincts. For whatever reason, they seem to be reverting back to their primitive, savage ways [ZT].

У цьому прикладі, Джуді, замість того, щоб оперувати фактами, надає репортерам штамп – готовий до вживання вираз «have something to do with biology» (див. приклад 23⁽¹⁾) хоча і вживає модальне дієслово «may», яке свідчить про її невпевненість. Вона навіть розширює штамп синонімами (див. приклад 23^{(2),(3)}), та підсилює негативний стилістично-семантичний ефект, згадуючи про минуле «thousands of years ago» та припускає, що воно повертається «they seem to be reverting back to their primitive, savage ways».

Автори розповідають глядачеві про «Правило десяти» (у природі на кожного хижака приходить 10 рослиноїдних) та розкривають його неекологічність:

(24) **Dawn Bellwether:** We're on the same team, Judy! Underestimated, underappreciated... Aren't you **sick of it?** Predators – they may be strong and loud⁽¹⁾, but prey outnumber predators ten-to-one⁽²⁾. Think of it – 90% of the population united against a common enemy⁽³⁾. We'll be unstoppable [ZT].

Дон маніпулює «Правилом 10» й удається до антитези, з одного боку, вона занижує уміння хижаків, вживає модальне дієслово «may», яким підкреслює свої сумніви щодо них (див. приклад 24⁽¹⁾), а з іншого, – вона підкреслює, що рослиноїдних більше та нагадує про зазначене правило (див. приклад 24⁽²⁾).

Використовуючи перифраз та гіперболу одночасно «90%», замість «ten-to-one» та «a common enemy» – «predators», вона підсилює свою точку зору (див. приклад 24⁽³⁾) та повністю розкриває значення свого прізвища (баран або вівця, що веде стадо, див. дет. розділ 2.2.1.) та намагається об'єднати рослиноїдних проти хижаків. Вівця вистрілює в Лиса кулею, що має сказати

його, щоб він убив зайчиху, яка намагається зруйнувати її плати, вівця іронічно використовує зазначений штамп (див. приклад 24⁽¹⁾):

(25) **Dawn Bellwether:** Oh, but he can't help it, can he? Since preds are just "biologically predisposed"⁽¹⁾ to be savages.

Dawn Bellwether: Gosh, think of the headlines! "Hero Cop Killed by Savage Fox!"

Judy Hopps: So that's it? Prey fears predators⁽²⁾ and you stay in power?

Dawn Bellwether: Yeah, pretty much.

Judy Hopps: It won't work!

Dawn Bellwether: Fear always works!⁽³⁾ And I'll dart every predator in Zootopia to keep it that way [ZT].

Окремої уваги у цьому контексті заслуговує лексема «savages», оскільки вона має два значення. По-перше, вона означає жорстокий та брутальний напад, а по-друге, називає особу, що знаходиться на дуже низькому щаблі розвитку [251]. Автори також розповідають глядачеві про неекологічність політичних маніпуляцій, порушуючи біологічну норму (див приклад 25⁽²⁾). Вівця використовує цю норму на свою користь й підкреслює це ще одним штампом (див приклад 25⁽³⁾). Також цікавим є підбір лексичних засобів вівці: «*dart every predator*», дієслово «*dart*» значить різко та неочікувано рухатися, що у цьому контексті є метафорою до стрільби. У використанні зазначеного дієслова вбачаємо алюзію на відому гру «darts» та нагадування про те, що політика – це гра та маніпуляція.

Доходимо висновку, що у цю сюжетну лінію карнавалізовано, на основі відомої приказки «вовк в овечій шкурі», що підкреслено візуально, вівця поводить себе хижо (див. рис. 2.22). Зазначене яскравими мовними засобами –



Рис. 2.22 Zootopia [ZT], time step: 01:30:45

порушенням штамтів, викриває складну проблему про те, що намагаючись боротися з дискримінацією, ми часто стаємо її причиною. Іншими словами, коли певні категорії людей мають необмежені права – це обмежує усіх інших. Також приказка допомагає авторам показати проблеми, пов'язані з політикою, де страхи виборців часто використовують проти них самих.

Аналіз показав, що карнавалізований анімаційний екодискурс завдяки різноманіттю мовних та стилістичних засобів, дає авторам можливість відобразити та усебічно розкрити різноманітні соціальні проблеми, такі, як дискримінація національних меншин та жінок, моральне приниження на робочому місці, зловживання службовим положенням, маніпулювання виборцями тощо. Автори широко використовують гіперболу, метонімію, спадну та висхідну градацію, модальні дієслова, промовисту лексику, паралельні семантичні конструкції, риторичні запитання, непрямі питання, негативні граматичні конструкції, штампи, чия значущість підсилюється промовистими засобами аудіального та візуального модусів. У той самий час, автори навчають протистояти цим проблемам, не порушуючи екологічності спілкування: ввічливого звертання, дотримання субординації у підборі мовних явищ, уникання мовних ярликів та швидких суджень тощо.

2.4 Інтертекстуальні асоціації у карнавалізованому анімаційному екодискурсі

2.4.1 Інтертекстуальні асоціації, виражені словами та словосполученнями. Теорія інтертекстуальності виникла, головним чином, у ході дослідження інтертекстуальних зв'язків у художній літературі [107, с. 371]. Проте сфери її існування є набагато ширшими: інтертекстуальність як вираження відкритості в широкому дискурсивному просторі притаманна всім жанрам словесного мистецтва [там само], у тому числі, і медійним. КАЄД як вид медійного мистецтва, існує на межі вигадки та реальності, його частиною часто стають факти, стереотипи, ідеології,

проблеми та феномени реального світу, переплетені з карнавалізованим вигаданим світом. А значить, цей тип дискурсу активно використовує інтертекстуальні елементи. В. П. Москвін виділяє такі типи інтертекстуальності: парціальний, міметичний, дериваційний та силовий [83, с. 17–27]. Як показує дослідження, можна виділити асоціативний структурний тип інтертекстуальності, який ґрунтується на асоціаціях слів, словосполучень, аббревіатур та виразів [53, с. 48].

Інтертекстуальні асоціації, притаманні карнавалізованому анімаційному екодискурсу, є результатом лінгвоестетичного процесу модифікації та інтерпретації креативних мовних одиниць реального світу. Такий процес надає інтертекстуальним асоціаціям особливого еко-естетичного забарвлення й підтримує у такий спосіб авторський задум та гармонійно додає їх до екологічного простору анімації. Інтертекстуальні асоціації є маркерами зв'язку уявного та реального світу, які натякають глядачеві на зв'язок об'єктів, феноменів та ситуацій анімації з відповідними явищами реального світу та пов'язані з ними проблемами. Вони здатні привертати увагу глядача до певних сцен, ситуацій та феноменів анімації. Інтертекстуальні асоціації наповнюють екологічний простір анімації та спрощують процес адаптації та занурення глядача у сюжет, а також роблять процес інтелектуального осмислення більш ефективним, шляхом вживання вже знайомої для глядача інформації. Таким чином, КАЕД занурює звичні речі у незвичний двоїстий карнавалізований контекст, дозволяючи глядачеві поглянути на них з незвичного ракурсу, свіжим неупередженим поглядом, побачити, чим вони насправді є, що приховують, переосмислити їх та наблизитися до вирішення спричинених ними або пов'язаних з ними проблем. Отже, в роботі вперше визначено естетичну функцію інтертекстуальності, в основі якої перебувають такі карнавалізовані елементи, як креативне травестійне перетворення та пародійна інтерпретація.

Назва анімації «Zootopia» та однойменного міста є яскравим прикладом інтертекстуальної асоціації, яка є естетичною алюзією, створеною

травестіюванням – карнавального перетворення назви «Utopia». Сама лексема «Utopia» є неологізмом, створеним Томасом Мором на основі давньогрецької, де «u» – «ou» – має значення «not», а «topia» – «topos» означає «place». Тобто, є містом з ідеальним або максимально наближеним до нього соціальним устроєм [243, с. 30], якого насправді не існує. А перетворення «Zootopia» є естетичним, адже цілковито пасує задуму автора та відображає сутність анімації в цілому. Тваринне суспільство, представлене у КАЄД, як і Утопічне, є екологічним суспільством, яке описує нові особливі способи ставлення людини (у випадку анімації на прикладі антропоморфної тварини) до природи, більш того, екологічні утопії можуть стати джерелом насаги для рухів, метою яких є вирішення екологічних проблем та захист соціального та природного середовища [221, с. 217]. Тобто, автори вживають значущу назву, чим привертають увагу глядача до проблем реального світу висвітлених у анімації та до способів їх вирішення.

У КАЄД 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». Відтак Google Photos стало Zoogle Photos, що дуже доречно та естетично відображає призначення сервісу в анімації – зоологічні фото, проте залишаються знайомим глядачеві. Канал CNN перетворився на ZNN, ймовірно, Zootopia News Network. Zootopia Times уособлює The Times на всі інші газети зі схожими назвами. YouTube — «ти на телебаченні» перекрутилося у ZooTube – «тварини на телебаченні». Відома марка авто Toyota у світі анімації стала Zooyota. Таким чином, заміна частини назви на «Zoo» є цілковито карнавалізованою естетичною модифікацією, оскільки вона пристосувала бренд до анімаційного світу, залишивши його впізнаваним.

Доволі частотними є перекручування, які беруть за основу заміну частини відомої назви на назву виду тварин, зберігаючи алітерацію: Burberry – Bearberry, Gordmans – Gordmoose, *Coca Cola стала Cowca Cowla* та багато інших. Останнє є дуже логічним, оскільки тут використаний прийом метонімії

(корова замість молока), оскільки тварини дуже люблять молоко, а не солодкі напої. Дві асоціації присвячені лемінгам, які в світі анімації представлені як типові банківські клерки, перше – Lehman Brothers – фінансова організація стала



Рис. 2.23 Zootopia [ZT], time step: 00:22:51

Lemming Brothers, така значущість підкреслена візуально (див. рис. 2.23), друге – Lululemon – бренд спортивного одягу в анімації став називатися – Lululememming. Певно тут автори згадали про любов гризунів до спорту, що підкреслено візуально (див. рис. 2.26), оскільки утримання будь-яких гризунів вимагає наявності спеціального спортивного знаряддя (бігового колеса, лабіринту тощо). Синтезатор фірми Casio став у анімації – Catsio, так що перша частина слова «cat» підкреслена візуально (див. рис. 2.24), адже грає на ній член сімейства кошачих. Магазин одягу Masy's автори розмістили у районі для гризунів та дуже дотепно інтерпретували назву на основі фонетичної співзвучності як Mousy's, це підкреслено візуально (див. рис. 2.25) – з магазину виходять саме миші. Окрім пакетів з цього магазину, вони також тримають пакети Targoat, що є пародією на один з найбільших американських магазинів Target. Лексема «targoat» має в основі слово «goat» – козел та наслідує фонетичне звучання оригінальної назви, проте заохочує глядача до критичного мислення через те, що ці тварині значно більші за гризунів, але їх магазин має товари для останніх. Особливої уваги варта служба таксі цієї ж частини міста – Thigmo-Taxis, яка названа на честь процесу



Рис. 2.24 Zootopia [ZT], time step: 00:03:06

тігмотаксису, який описує схильність щурів, зокрема, знаходитись біля краю лабіринту [182]. Отже, можна дійти висновку, що автори не просто беруть за основу назви тварин при модифікації чи інтерпретації інтертекстуальних асоціацій, вони дотримуються фонетичної подібності та логічності, оскільки їх метою є не лише гармонійно занурити бренд у анімаційний світ, але й розкрити його особливості або приналежність до певних частин анімаційного простору.

Частотними є також інтертекстуальні асоціації, які беруть за основу слова, пов'язані з тваринами: Subway – Cubway де sub (під) та cub (дитинча) означають щось маленьке. Дві марки машин зазнали інтерпретації на основі асоціації з групами тварин: Ford перетворилося на Herd – табун (horse herd), адже швидкість машин зазвичай вимірюють у кінських силах. А Cadillac став Cattlelac, оскільки лексема Cattle означає велику рогату худобу, а візитівкою бренду є великі автомобілі. Foot Locker став Hoof Locker, базуючись на асоціації, що люди носять взуття, а тварини підкови. Цікавими асоціаціями є назви двох відомих фаст-фудів: Burger Chef перетворився на Blubber Chef. У розмовній англійській мові лексемою Blubber називають жир на тілі людини,



Рис. 2.25 Zootopia [ZT], time step: 00:30:22

тож автори висвітлюють проблему переїдання та ожиріння в результаті споживання некорисної їжі [190; 192]. А ось 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. Відома американська пекарня Cinnabon у світі анімації перетворилася на Cinnabone, оскільки поїдання кісток (bone) для тварин є таким само важливим, як для людей – злаків. Декілька пародійних інтерпретацій створені на основі лексеми «fur» – хутро: First National Bank став Furs National Bank та Vanity Fair

– Vanity Fur, гра слів у цих перетвореннях має на меті розсмішити та розслабити глядача, ще глибше занурюючи його у світ анімаційної комедії. Beats Headphones перетворилися на Beast Headphones, де Beast є анаграмою слова Beats, та, з одного боку, означає велику дику тварину, а з іншого, означає людину, яка дуже талановита у чомусь [254]. Дуже схожою є модифікація Savage Bistro на Savage Beastro, фонетичне звучання якого зовсім не змінилося, проте інше написання перетворило назву на «дикий звір». Дуже доречною є інтерпретація FaceTime на MuzzleTime – лексема «muzzle» цілковито відображає значення лексеми «face» стосовно тварин, проте перша також має значення – намордник, що дещо критично описує програму відеозв'язку й відображає те, що люди стали менше спілкуватися у живу. Схожою за значенням є модифікація Urban Outfitters на Urban Snoutfitters, де «snout» має значення морда, та «fitter» – те, що одягають, у такий спосіб автори нагадують глядачеві, про єдиний одяг, який тварина може носити у місті – намордник. Проблему надмірного споживання через моду автори висвітили на прикладі одного з найвідоміших брендів одягу Tommy Hilfiger, у якому саркастично перетворили назву на Tommy Swillfigure. Дієслово «swill» – жадібно надмірно їсти, а «figure» – особа, разом – особа, що надмірно споживає, у такий спосіб вони розкритикували усю індустрію моди. Особливою комічністю відрізняється інтертекстуальна асоціація назви компанії, що виготовляє напівфабрикати – Hungry-Man, яка в анімації стала Hungry Maw, де «Maw» – ономатопея на нявкання котів. Асоціація, з одного боку, має на меті розсмішити нагадуванням про вічно голодних котиків, а, з іншого, – проводить дуже важливу паралель між тим, що самі люди не хочуть їсти напівфабрикати, а тварини часто змушують це робити. Як бачимо, автори різними способами асоціюють назви, зберігають їх естетичність та милозвучність, проте розкривають їх особливості та вади.

Варто також згадати такі всесвітньо відомі бренди, як Prada, що шляхом використання спунеризму стала Preyda, що підкреслено візуально – їх обличчям є газель (див. рис. 2.26). Nike, чий слоган «Just Do It» змінився на

«Just Zoo it» (див. рис. 2.26). Єдиним дієсловом, що починається с «zoo» є «zoologize», що має значення «вивчати зоологію», таким чином, автори заохочують глядача дізнатися більше про тварин та середовище їх існування. Uber перетворився на Zuber та змінив свій слоган на «Migration at your fingertips»,



Рис. 2.26 Zootopia [ZT] official poster

що більше пасує тваринам? аніж звичайний слоган компанії. Цікавим є перетворення назви відомої компанії *Chanel* на *Coco Camel*, тут автори доповнюють назву – іменем засновниці бренду, у такий спосіб зберігаючи його пізнаваність, оскільки друга частина набула б іншого значення та фонетичного звучання «C`amel – Cam`el».

Окремої уваги заслуговують внутрішні інтертекстуальні асоціації світу Disney. Кінокорпорація славиться умінням пов'язувати світи своїх анімацій та створювати перехресні посилання. Відтак, у світі КАЕД «Zootopia» присутні



Рис. 2.27 Zootopia [ZT] time step: 01:22:14



Рис. 2.28 Zootopia [ZT] time step: 01:22:16

відсилки до інших популярних продуктів компанії: *Pig Hero 6* є комічною пародією, що заснована на фонетичній подібності звуків «b» та «p», – на анімацію 2014 року *Big Hero 6*. *Wrangled* є трагестійною інтерпретацією *Tangled* (2010), диснейвської екранізації німецької казки «Рапунцель». Лексема «*Wrangled*» походить від дієслова «*Wrangle*» – «пасти коней або іншу худобу» [259],

про що свідчить візуальний модус, на обкладинці диску намальовано кобилу (див. рис. 2.27). Wreck-It Rhino є травестіюванням назви анімації Wreck-It Ralph (2016), на основі алітерації, збереження початкової «r» та асоціації за розміром, головний герой Ralph є гігантом, так само як і носоріг у тваринному світі, що висвітлено візуально (див. рис. 2.27). Також у анімації присутні відсилки до картин, що лише створювалися на момент виходу Zootopia (13.02.2016). Meowana є пародією на Moana (14.11.2016). Лексема «meo» та візуальний модус (див. рис. 2.30) показують нам, що головною героїнею у світлі анімації стала дика кішка, що має викликати у глядача дисонанс, адже більша частина фільму відбувається у відкритому океані, що не властиво котам, але, з іншого боку, вищезазначене, а також допис унизу обкладинки фільму: «Adventure to the South Pursific», за допомогою ще однієї інтертекстуальної інтерпретації на основі лексеми, пов'язаної з котами «pur» – Pursific на Pasific, – чудово підтримує головне гасло Зутопії: «in Zootopia anyone can be anything». Floatzen 2 є інтертекстуальною асоціацією на фільм Frozen 2 (2019), що створена на основі алітерації та співзвучності та є досить комічною, жартуючи, що заморожені «frozen» розтанули та плавають «float». А також у КАЄД присутнє посилання на відмінену екранізацію – Gigantic, яку інтерпретують як Giraffic, засновуючись на тому, що жираф є найвищою твариною Зутопії, про що свідчить і візуальний модус (див. рис. 2.28): білка знаходиться на довгій шиї жирафа. З огляду на вищезазначене, робимо висновок, що автори, таким чином, привертають увагу до картин, які вже вийшли та рекламують ті, що мають надійти до кінотеатрів пізніше, а також, пов'язуючи анімаційні світи між собою, автори утворюють складний, захопливий всесвіт, що заохочує глядачеві бути креативним, уважним до деталей та готовим пізнавати нове.

Автори адаптують імена всесвітньо відомих виконавців до світу анімації (див. рис. 2.29, 2.30) Почесне місце серед співаків, займає Shakira, яка озвучує поп-діву Gazelle. Та не зважаючи на те, що її ім'я фонетично більше нагадує псевдонім іншої співачки Adele, Газель є єдиним персонажем що розмовляє

іспанською, що є рисою саме Шакіри. Серед поп-зірок у фільмі є Katy Perry – Catty Perry, чиє ім'я фонетично не змінилося, проте автори натякнули, що вона була з сімейства кошачих у анімації. Відомий гурт Destiny's Child засобами алітерації на асоціації дітей з кошенятами перетворилася на Destiny's Cub, а Selena Gomez в результаті фонетичної – Нуена



Рис. 2.29 Zootopia [ZT], time step: 00:10:06

Gomez. Автори особливу увагу приділили рок-класиці, чиї травестіювання, головним чином, засновані на фонетичній співзвучності та алітерації: The Beatles – The Beagles (крім того, бігли відрізаються високою активністю, що відображає жвавість музики гурту), Black Sabbath – Black Sable, Foo Fighters – Fur Fighters, Guns n' Roses – Guns n' Rodents, U2 – Ewe 2 вирізняється повним фонетичним співпадінням та особливою значущістю. Ewe-2 є різновидом наркотичної речовини, а фронтмен групи є відомим борцем проти наркотиків, отже у такий спосіб автори нагадують про їх шкідливість. Дуже комічним та



Рис. 2.30 Zootopia [ZT], time step: 00:10:05

доречним є перетворення Mick Jagger – Mick Jaguar, що не лише фонетично відтворює оригінальне ім'я, але і семантично пасує образу соліста The Rolling Stones, які у світі анімації перетворилися на The Roaring Stones, а лексема «roaring» – чудово відтворює стиль групи та інтерпретацію імені соліста. Остання інтертекстуальна асоціація пов'язана з Kanye West – Kanine

West, де прикметник «kanine» – в американській англійській описує людину, «що є прихильником собак, собачником» [251].

Таким чином, при травестійному перетворенні імен відомих людей та назв популярних гуртів, автори, головним чином, намагаються зберегти фонетичну пізнаваність та вдаються до співзвучності та алітерації. Проте, це не є єдиною метою авторів, можливо, автори відтворили характер оригіналу та звичайно ж висвітлили важливі соціальні питання та проблеми.

2.4.2 Інтертекстуальні асоціації, представлені аббревіатурами та фразеологічними виразами. Інтертекстуальні асоціації, виражені аббревіатурами, є значною мірою менш уживаними, проте їх можна зустріти в анімації. Так, відомий американський будинок моди DKNY, шляхом ігнорування змісту аббревіатури та анаграмування, став DNKY, що є лексемою «donkey» без голосних і чудово вписується у простір анімації. Автори також ігнорують походження аббревіатури відомого магазину IKEA та перетворюють його на ITREEA, беручи да основу лексему «tree» та наслідуючи ритм назви. Перетворення звертає увагу глядача на слоган компанії в екологічному просторі КАЕД, де він став більш лаконічним «fur nature», що з одного боку, є комічним, оскільки слово «for» замінено на «fur», таким чином, слоган сприймається як «хутряна натура». А, з іншого боку, заклик «for nature» є дуже важливим, нагадуючи, що магазин займається переробкою своєї продукції, він закликає глядачів користуватися цією послугою та зберігати дерева, про що свідчить перероблена назва бренду. Інтерпретація назви американської телекомунікаційної компанії AT&T набула комічної інтерпретації, що заснована на синтаксичній подібності – PB&J. Остання аббревіатура є популярним скороченням «peanut butter and jelly (or jam) sandwich», що певно має на меті підняти глядачеві настрій. Останньою інтертекстуальною асоціацією, заснованою на аббревіатурі в анімації, є перетворення UPS на PUPS на основі фонетичної подібності. З огляду на вищезазначене, можна зробити висновок, що модифікація аббревіатур є у

високій мірі карнавалізованою. Автори не звертають увагу на їх значення, а більше орієнтуються на фонетичне звучання, відповідність анімаційному простору та комічність.

Інтертекстуальні асоціації, що є виразами, видаються менш частотними, проте не менш яскравими та важливими. У просторі анімаційного фільму «Zootopia» вони є, головним чином, внутрішніми, тобто посиляються на продукти однієї студії й нагадують глядачеві про саундтреки з фільмів Disney, що власне, демонструє



Рис. 2.31 Zootopia [ZT], time step: 00:10:07

візуальний модус на плеєрі головної героїні (див. рис. 2.31). Перш за все, автори знову натякають про анімацію-мюзикл Frozen за допомогою пародії на її саундтрек «Let It Go», комічно замінюючи слово «go» на «goat» – «Let It Goat». Убачаємо, що під лексемою «goat» вони мають на увазі аббревіатуру «Greatest of All Time», оскільки «Frozen» був найкасовішим фільмом компанії до виходу Короля Лева у 2019 році. Також назва саундтреку згадується, коли шеф поліції намагається звільнити головну героїню з роботи і каже їй: «**Chief Bogo:** Life isn't some cartoon musical where you sing a little song and your insipid dreams magically come true! So let-it-go». Вирази «cartoon musical» та «sing a little song» підкреслюють, що фраза «let-it-go» є посиланням на мюзикл «Холодне серце». Наступною автори згадають Русалоньку з її саундтреком «Part of Your World», який у світі анімації став називатися «Part of Your Wool». Замінюючи «world» на «wool», автори дотримуються алітерації та роблять назву більш комічною. Не забувають автори і про Короля лева «Can You Feel the Love Tonight» – «Can You Feel the Fluff Tonight» [ZT]. Лексема «Fluff» цілковито відтворює значення лексеми «Love» у цьому контексті, адже має американське сленгове значення «мати романтичні стосунки» [261] і нагадують глядачеві про Аладдіна

з його саундтреком «Arabian Nights», який у світі анімації, використовуючи алітерацію та спунеризм, присвятили зайцям «Ara-bunny Nights».

Отже, інтертекстуальні асоціації, що представлені фразеологічними виразами, є менш частотними, однак їх функціонування у просторі КАЕД є не менш важливим. Їх метою є не тільки прорекламувати інші анімаційні фільми кінокомпанії, а також створити яскравий багатогранний простір, що відтворює світ глядача у найменших деталях, у такий спосіб, занурюючи його та заохочуючи до мовно-інтелектуального осмислення.

Висновки до розділу 2

1. У цьому розділі надано аналіз порушення норм у КАЕД як джерела екологізації.

1.1. Розгляд порушення стереотипних норм уперше стає предметом дослідження. Прикладом слугують американські анімаційні комедії 2016 р., у яких ламаються стереотипи щодо антропоморфних тварин: анімаційний простір занурює ці стереотипи у двоїстий карнавалізований вербальний та невербальний контекст, у такий спосіб надає їм зовсім інші, комічні риси, які не є властивими для них (наприклад, зайчиха стає поліцейським). Порушення різноманітних норм створює комізм, що відновлює екологічність у КАЕД.

1.2. Порушення онтологічних норм, відбувається коли діючими особами виступають людиноподібні тварини, комахи, риби тощо, що є нереальним у сучасному світі. Автори занурюють їх в абсурдні, нетипові, комічні, ситуації провокуючи інконгруентність, що веде до комічного ефекту. Комічність, у свою чергу, робить проблеми, відображені у просторі КАЕД, промитими та інтуїтивно зрозумілими навіть найменшим глядачам.

2.

2.1. В екологічному просторі вивчено комічні функції антропонімів, які є невід'ємною частиною КАЕД. Вони утворюють каркас для комічних порушень, метою яких є виявлення неекологічності та невідповідностей.

Визначено функції антропонімів, які мають суто екологічні комічні компетенції: комунікативну, створення комічного образу, дейктичну, культурологічну, викривальну, атрактивну, орієнтуючу. Дослідження показало, що більшість антропонімів у КАЕД є основою для створення комічного та ключем до інтелектуального осмислення авторського задуму і мають екологічний потенціал (відхилення від стандартних норм, допомагають дізнатися про світ та сформувати екологічні компетенції, зокрема, неупереджене ставлення до людей та тварин, нерозділення людей за расою, гендером.

2.2. Онімічні стереотипи, які містять повний стереотипний потенціал, викликають упереджене емоційне ставлення та оцінні судження про тих, кого називають, таким чином, допомагаючи авторам утілити свої ідеї, а глядачеві краще орієнтуватися в екологічному просторі англomовного комічного дискурсу.

3. 3.1. В КАЕД мовно-естетичні знаки є регулярно повторюваними словесно-образними одиницями. Сюди відносяться вислови, приказки, метафори, ідіоми тощо. Вони характеризуються карнавальними перекручуваннями соціальних феноменів в англomовній анімації і набувають інконгруентних значень.

3.2. КАЕД точно та неупереджено відображає феномени і процеси суспільного життя, культури і транслює глядачам спектр соціальних та природних явищ, удаючись до складного гумору, занурюючи глядача у карнавалізований світ мультиплікації, таким чином навчаючи його еко-естетичному ставленню до світу уцілому та його феноменів. Слід відзначити використання гіперболізованої лексики, спадної градації, а також засобів візуального та аузіального модусів. Автори навчають протистояти цим проблемам не порушуючи екологічності спілкування, ввічливе звертання, дотримання субординації у підборі мовних явищ, уникнення мовних ярликів тощо.

4. 4.1. КАЕД активно використовує інтертекстуальні елементи. В дисертації виділено інтертекстуальні асоціації, що виражені словами, словосполученнями, аббревіатурами та фразеологічними виразами. Інтертекстуальність асоціації притаманні КАЕД і є результатом лінгвістичного процесу модифікації та інтерпретації креативних мовних одиниць реального світу. Такий процес надає інтертекстуальним асоціаціям особливого еко-естетичного забарвлення, гармонійно додаючи їх до екологічного простору анімації. В роботі вперше визначено естетичну функцію інтертекстуальності, в основі якої перебувають такі карнавалізовані елементи як креативне травестійне перетворення та пародійна інтерпретація.

4.2. Інтертекстуальні асоціації, виражені аббревіатурами, являють собою продуктивний аналіз: перетворення звичайних, знайомих аббревіатур у площину комічного, є дуже перспективним і викликає підвищений ефект комічного, мета цих інтертекстуальних асоціацій – створити яскравий та багатогранний простір, що відтворює світ глядача, у такий спосіб занурюючи його та заохочуючи до мовно-інтелектуального осмислення.

Результати досліджень даного розділу наведено в публікаціях автора: [49; 50; 51; 53].

РОЗДІЛ 3

КАРНАВАЛІЗАЦІЯ ЕМОЦІЙ: ЕКОЛОГІЧНІСТЬ ЕКСПЛІКАЦІЇ

3.1 Стереотипні емоції в основі карнавалізованого анімаційного екодискурсу

Спрощення та узагальнення – це інструменти людського розуму, які допомагають розуміти складний світ. Більше того, це необхідні когнітивні стратегії, що є властивими КАЕД, у якому стереотипне зображення персонажів, анімаційного світу та його явищ є неминучим. Автори часто вживають стереотипні норми (див. розділ 2.1.), онімічні стереотипи (див. розділ 2.2.) та стереотипні емоції, для того щоб зробити сюжет більш складним, наповненим і як наслідок, наближеним до реального світу. Довгу та заплутану сюжетну лінію авторам часто доводиться розповідати усього за декілька хвилин, а стереотипи дозволяють додатково вкласти цілий пласт інформації [224, с. 6] (певне уявлення та ставлення) в сюжет.

Стереотипні емоції – це власне емоції, почуття та афективи, які історично, або культурно приписуються певним народам, соціальним групам, окремим людям, тваринам тощо. Мовні прояви цих емоцій часто виступають для інтенсифікації персонажів та допомагають глядачеві легше орієнтуватися у анімаційному просторі. Однак, стереотипні емоції часто перебувають основі побудови упередженого та однобокого ставлення, їм властиве надмірне скорочення та типізація різноманітних, складних персонажів та комплексних багатогранних ситуацій, явищ та анімаційного світу у цілому.

Карнавалізований анімаційний екодискурс, завдяки своїй інконгруентній природі, занурює ці стереотипні уявлення про емоції у незвичний, яскравий, багаторівневий світ, у такий спосіб викриваючи екологічність або неекологічність їх впливу на глядача. Розглянемо декілька прикладів на матеріалі англomовного карнавалізованого анімаційного екодискурсу *The Secret Life of Pets*:

(26) **Max:** Hey, Chloe. Do you ever wonder where they go during the day?

Chloe: Do you know what? I just...I don't really caaare ... [SLP].

(27) **Chloe:** *Because she's a dog person, Max.* And dog people do weird, inexplicable things like,...they get dogs instead of cats.

Max: *Okay, please don't start now,* Chloe. That is NOT helping.

Chloe: *Max, come on I'm your friend, okay.* And as your friend, I gotta be honest with you, I don't care about you or your problems. But if you *don't do* something about this guy, AND SOON, your perfect little life with your dumb--bleh--human is gonna be OVER, forever [SLP].

Приклади демонструють, що почуття байдужості – «байдуже ставлення до когось, або чогось» [71, с. 35] стереотипно присвоюється саме котам. Емоція представлена афективними граматичними конструкціями (див. приклад 26 та 27, підкреслено), в основі яких лежить дескрипція емоції «*don't care*», яку у першому прикладі підсилено прислівником «*really*». Окрім зазначеного, емоція байдужості набуває карнавалізованості у комічному виразі «*Because she's a dog person, Max. And dog people do weird, inexplicable things like,...they get dogs instead of cat*», який містить



Рис. 3.1 The Secret Life of Pets [SLP],
time step: 00:14:14

стик (підкреслено) – стилістичний мовний засіб та конотативні емотивні лексеми «*weird*» і «*inexplicable*», що одночасно підтримують емоцію байдужості й карнавальність виразу. Однак позитивні афективи «*perfect*», «*honest*» та конотатив «*little*» стосовно її друга, дуже промовистий негативний афектив «*dumb-bleh-human*» стосовно його власниці – протистоять визначеному почуттю, натякаючи у такий спосіб на екологічність, адже байдужість не сприяє налагодженню комунікації. Він свідчить, що стереотип підтримується візуально (див. рис. 3.1, кішка – продовжує гратися з

іграшковою мишею, розмовляючи з другом), відображає лише одну сторону персонажа, який також здатен співчувати.

(28) **Max & Mel:** Ball! Ball, ball, ball!!

Max: *Katie's gonna be so excited! This is exactly like the one she lost! I mean, look at it, it's round. It fits in my mouth...!*

Max, Mel, & Buddy: Ball! Ball, Ball!

Max: There is NO OTHER BALL in the CITY like this one ball, guaranteed. This is the ball [SLP].

Вищенаведений приклад пов'язаний з упередженням про те, що собакам притаманне почуття радості – «насолоди, почуття задоволення в наслідок бажаного випадку, що часто супроводжується сміхом, підвищенням тону голосу, стрибанням тощо» [71, с. 287]. Перш за все, почуття радості вербалізується через багаторазовий стилістичний повтор лексеми «ball», що у контексті набуває позитивної потенціативності та аудіально виділений гучністю. По-друге, емоція репрезентована за допомогою прямої номінації «excited», та нейтрального прикметника «round», нейтральної граматичної конструкції «*it fits in my mouth*», які, описуючи переваги м'яча, набувають позитивної потенціативності.

Також, задану емотивність карнавально підкреслюють афективна граматична «NO OTHER BALL *like this*» та стилістична конструкції, вживання артикля (підкреслено) з метою стилістичного



Рис. 3.2 The Secret Life of Pets [SLP],
time step: 00:08:55

підсилення позитивного значення «the ball». Карнавалізованість прикладу полягає у змішуванні емоційних реакцій, притаманних людям, що є мовними засобами, описаними вище та невербальних реакцій (див. рис. 3.2), собаки активно махають хвостами.

Негативні стереотипні емоції – це емоції, почуття та афекти, які є спрощеними та узагальненим уявленням, що історично, соціально або культурно приписуються народам, соціальним групам, людям, тваринам. У світі карнавалізованого екодискурсу вони служать для швидкого опису певних схильностей персонажів. Однак карнавалізований контекст часто показує їх з незвичного боку, у такий спосіб викриваючи їх екологічні та неекологічні сторони:

- (29) **Meena's Mom:** Oh, honey, please don't cry. You are not a failure. There'll be other chances, you just--
Grandpa: Bah! The heck, there will!
Meena's Mom: Dad, please.
Grandpa: Come on! Don't you want this?
Meena: Well, sure, but I messed it up [SNG].

Негативна емоція сором'язливості – «почуття соціальної тривоги, боязкості, ніяковості» [71, с. 347], у наведеному прикладі з анімації «Sing», експлікується через негативні афективи «cry», «failure», негативний ідіоматичний вираз «messed it up» та інтенсифікується вигуками «Oh», «Bah». До того ж, пом'якшується прислівником «just», граматичними виразами «Come on!» й «There'll be other chances», які в контексті ситуації набувають позитивної афективності. Карнавалізованість зазначеної емоції полягає у взаємодії модусів, оскільки описаний вище вербальний модус різко контрастує з невербальним



Рис. 3.3 Sing [SNG], time code: 00:25:25

(див. рис. 3.3), який зображає сором'язливу слониху. У цьому, власне, і полягає екологічність, оскільки соромливість стереотипно приписуються маленьким тваринам, а приклад порушує цей стереотип.

(30) **Max:** Ah, kids. Everybody loves them, right? You probably love kids. I gotta admit...I don't. That's me, by the way. I'm Max. I'm the little dog right there, grateful I'm not being piled on by a horde of children.

Max: [disgusted] Ugh, can you believe that? [SLP2].

В основу наведеного прикладу покладено стереотип про те, що всі люблять дітей, про що прямо сказано (див. приклад 30). Любов або кохання – «почуття сердешної, гарячої прихильності» [71, с. 175], що репрезентоване прямою номінацією «love», однак емотивність є дещо знижено за допомогою прислівника «probably». Екологічність репрезентації стереотипу про почуття полягає у тому, що мовець займає протилежну позицію, вживаючи заперечні емотивні конструкції



Рис. 3.4 The Secret Life of Pets 2 [SLP2], time step: 00:01:31

«I don't» та негативні потенціативні граматичні конструкції «being piled on» – «be attacked by a large group» [251], які набувають емотивного значення у контексті та підсилюються виразом «a horde of children». Негативне ставлення виділяється вигуком «ugh», що символізує відразу, риторичним питанням (див. приклад 30, підкреслено) та візуально (див. рис. 3.4), головний герой виглядає невдоволеним.

(31) **Max:** And suddenly my own home wasn't safe anymore. There was a tiny monster taking it over. Now, I did my best to keep a safe distance... Then one day, Liam did something I never expected.

Liam: Max! I love you, Max.

Max: And from then on, everything was different. Duke and I, we became like role models to him. And what can I say, the kid's a fan. We'd try to be a good influence. And we'd help him out whenever we can. This kid gets us. Bubble... Yeah,

we have fun. And, by the way... I'm still, not a kid person. I'm talking about this kid. This is my kid. He is perfect [SLP2].

На думку К. Ізарда [44, с. 411], існують почуття першого та другого гатунку, кохання як сильне почуття відноситься до першого, а емоція веселості, у такому випадку, що часто супроводжує кохання, відноситься до другого, оскільки є за своєю природою більш слабким. Веселість – «безтурботно-радісний настрій, що характеризується бажанням сміятися, бавитися» [71, с. 58] вводиться номінацією «fan» підсилюється емотивною граматичною конструкцією «good influence» та емотивом «perfect». Однак наведений приклад карнавалізовано демонструє, що кохання може супроводжуватися почуттям тривоги – «реакції на загрозливу небезпеку; занепокоєння» [71, с. 58], яке введено заперечною граматичною конструкцією «wasn't safe» та підсилено прислівником «anymore», який у контексті набуває негативного значення. Більш того, емоцію тривоги підсилено негативним емотивом «monster», потенціатиом «tiny», що в контексті КАЕД набуває позитивного емотивного значення, та візуальним модусом (див. рис. 3.5), кадр демонструє маленьку дитину.

Карнавалізованість почуття відбувається за рахунок негативного граматичного виразу «to keep a safe distance...», який набуває комічності, стосуючись дитини. Екологічність полягає у карнавалізованій репрезентації



Рис. 3.5 The Secret Life of Pets 2 [SLP2],
time step: 00:03:04

негативної та позитивної сторони визначеного емотивного стереотипу та маніфестується в емотивному екологічному протиставленні «not a kid person» – «my kid is perfect».

(32) **Gidget:** Oh! Ughhhh, eww, uhh... Chloe... Chloe, are you, okay?

Chloe: Shhh...

Gidget: Sorry, ahhh... I'm, I'm just, I'm... Real quick. Why is there a lampshade on your head?

Chloe: Huh, ha... Listen, Gidget, baby... I gotta be honest with you, my owner might have given me a liiiittle bit of catnip.

Gidget: Oh, Ok. Gotcha. That's great, um, listen...

Chloe: It is great, Gidget... Everything is greeeeeeeat... [SLP2].

(33) **Chloe:** Oh, I wonder what other sounds I can make? Meeeeeeow

Gidget: It's just Max trusted me to look after his Busy Bee, - And then...

Chloe: Puuuuuurrrrrr

Gidget: Ugh. Why weren't you listening?

Chloe: Meeeeeeowwwrrruurrr

Gidget: Wow, please stop.

Chloe: Meooooooooowwwrrrrrrrrrr [SLP2].

Наведені приклади демонструють емоцію, що вважається притаманною котам – медитацію, «особливий стан свідомості, коли вона відходить від сприйняття зовнішнього світу, розширюється і стає дещо 'космічною'» [71, с.185], що, перш за все, підкреслено аудіально – на фоні тихо лунає музика для медитації. Такий «стан може буди спричинений наркотичним сп'янінням» [там само], про що натякає сама кішка, вживаючи лексему «catnip», яка набуває потенціативної емотивності, поєднуючись з протяжним вимовлянням потенціативу «*liiiiittle*» конотативною граматичною конструкцією «*might have given*», яка символізує невпевненість та відходження від реального світу, а також з вербальним модусом (див. рис. 3.6). Автори використовують багато дуже крупних планів кішки, звертаючи увагу на виразу й дивну міміку: скажений погляд, посмішку тощо. Медитація є дуже сильним почуттям, яке може викликати цілий вир різних емоцій, вербалізованих емотивами: «*honest*», що позначає відвертість, «*wonder*» – цікавість, «*great*» – почуття насолоди. Натомість, у оточуючих медитація може викликати відразу, яка представлена вигуками «*oh!*», «*ugh*», «*uhh*» й нерозуміння – «*eww*», «*wow*». Екологічність репрезентації емоції полягає у її карнавалізованому висвітленні, кульмінацією

якого є протиставлення людського мовлення собаки та тваринних звуків кішки (мурчання й нявкання), що комічно підсилюється вербальним модусом, описаним вище.



Рис. 3.6 The Secret Life of Pets 2 [SLP2], time step: 00:27:07; 00:27:21; 00:27:27; 00:27:38; 00:27:47; 00:27:57

Доходимо висновку, що емоційні стереотипи є емотивними мовними засобами репрезентації загального емоційного стану (почуттів) або ситуативного стану персонажів (власне емоційного та афектного). З одного боку, вони покликані наповнювати екологічний простір КАЕД, урізноманітнювати його й сприяти налагодженню контакту між автором і глядачем завдяки карнавальній репрезентації емоційних стереотипів, у чому й полягає їх екологічність. А з іншого боку, карнавалізована репрезентація таких негативних та позитивних спрощень та узагальнень, завдяки гіперболізації, їх комічній, гумористичній репрезентації вербальними і невербальними засобами створення емотивності розкриває їх екологічність або неекологічність.

3.2 Екологічна карнавалізаційна експлікація позитивних емоцій

Визначення позитивних емоцій гуртується на екологічній взаємодії людини з природою та її явищами, що знаходить своє відображення в мовних засобах, метою яких є виключно конструктивний, а не деструктивний намір мовця, пов'язаний з його емоційною сферою.

У карнавалізованому анімаційному екодискурсі превалюють позитивні емоції, оскільки головним завданням авторів є позитивний вплив на свідомість глядача, тобто прагнення викликати сміх, розслабити, відволікти від проблем буденного життя й занурити його у яскравий, веселий, казковий світ анімаційної комедії. За допомогою позитивних емоцій анімація вдається до висвітлення не лише веселої та розважальної сторони буття, а й також окреслює різноманітні особливості, вади та проблеми реального світу.

За допомогою позитивних емотивів з карнавалізованого анімаційного екодискурсу *The Secret Life of Pets* розглянемо, як головний персонаж представляє себе:

(34) **Max:** *I've lived in this city all my life. I'm Max, and I'm the luckiest dog in New York...because of her. That's Katie. Katie and I...well, we have the perfect relationship. We met a few years ago and, boy, let me tell you, we got along right away. You know, it was..it was one of those relationships where – where you just know. A-And get this – she was looking for a roommate...and so was I! So I just moved in that same day. It was perfect. We've been together ever since. Katie would do anything for me. And I'm her loyal protector. Our love is...our love is, how do I put this...our love is stronger than words. Or shoes⁽¹⁾. *It's me and Katie. Katie and me. Us against the world. I wouldn't go so far as to call us soul mates...even though any sane person who saw us would... [SLP].**

Найбільш фундаментальною та основною серед усіх емоцій, безсумнівно, є почуття кохання – «почуття сердешної, гарячої прихильності», яке відрізняється силою, яскравістю, інтенсивністю протікання. Головний герой – пес на ім'я Макс – розповідає свою історію прямо номінуючи це позитивне почуття – «love», що підсилюється багаторазовим використанням стилістичного повтору вислову «our love is», карнавалізується еліптичною синтаксичною конструкцією (див. приклад 34⁽¹⁾), стилістичним засобом – зевгмою, що передбачає співставлення образного «love is stronger than words» і прямого використання граматичної конструкції «love is stronger than shoes» – іронічно підсилює вказану емоцію.

Образне значення зевгми підкреслюється візуальним модусом (див. рис. 3.7) з висоти людського зросту кадр демонструє Макса, який сидить у купі взуття та жує його. Також емоція кохання підтримується мовною грою – повтором з інверсією особових іменників та займенників «*It's me and Katie. Katie and me*».



Рис. 3.7 The Secret Life of Pets [SLP], time step: 00:02:22

Як було зазначено у попередньому підрозділі, кохання є почуттям першого гатунку, яке часто супроводжується радістю – «насолодою, внутрішнім почуттям задоволення в наслідок везіння» [71, с. 287], що, у такому випадку, є почуттям другого гатунку та відображається оцінними емотивами «*lucky*» та «*perfect*».

Екологічність вищенаведеного прикладу виявляється у тому, як пес описує себе, з одного боку, вживаючи позитивну афективну граматичну конструкцію, яка підсилюється прикметником у найвищому ступені порівняння «*the luckiest dog*» та є цілком притаманною собакам, як і позитивний конотативний вислів – «*loyal protector*», що свідчить про позитивну емоцію сміливості, яка також є стереотипною емоцією собаки.

Однак, останньому конотативу карнавалізовано протистоїть вербальний модус (див. рис. 3.8), пес злякався голуба. А з іншого боку, Макс описує себе за допомогою притаманної людям лексики, як «*roommate*» і «*soul mate*» своєї власниці Кейті й каже,

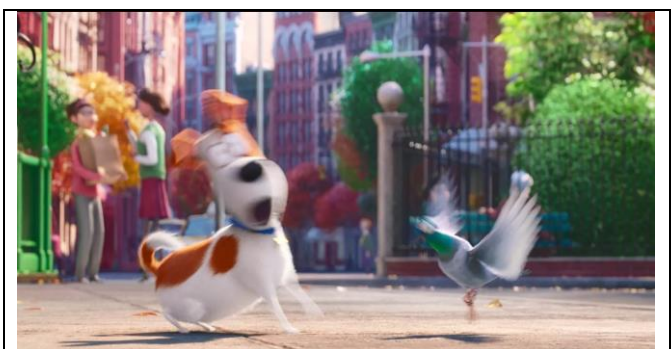


Рис. 3.8 The Secret Life of Pets [SLP], time step: 00:02:12

«*moved in*» – в'їхав до неї, що є екологічними емотивними мовними засобами, які набувають позитивної потенціативності у ситуації, оскільки описують

тварину рівною до людини. Позитивний афектив «perfect», конотативні граматичні конструкції «together ever since», «*we got along right away*» та «*where you just know*» проявляють позитивну конотативність та підтримують загальний емоційний тон любові та радості у ситуації.

(35) **Mike:** Oh, Great. Hey, by the way, I love your act. Seriously, the part where you fall flat on your face, that cracks me up every time. See ya round, Porky! [SNG].

У наведеному прикладі з анімації «Sing» афект веселості – «безтурботного радісного настрою, який характеризується бажанням сміятися та веселитися» [71, с. 58] впроваджується інтенсивним емотивним граматичним засобом – фразовим дієсловом «crack (sb) up» – to make someone suddenly laugh a lot» [251] та супроводжується позитивними афективами «love», «great». Карнавалізованість афекту поглядає у його негативному стимулі «fall flat on your face», який містить промовисту емотивну ідіому у її буквальному значенні (висвітлено візуально, див. рис. 3.9, порося розпласталось на сцені), а образне значення «fall flat» – «to not be funny or entertaining» [251], вказує на екологічність карнавалізації,



Рис. 3.9 Sing [SNG], time step: 00:53:51

підказуючи, що падіння насправді не є смішним, а невдала реакція – смішна.

(36) **Rex:** Whoa... this must be heaven!

Rex: Oh yes, fluff me – that feels real good!

Nurse: Breathing fine. No injury to internal organs.

Rex: Ha, the belly rub – you really are spoiling me, Ma'am! [QC].

В основу прикладу покладено задоволення – «почуття радості та приємності» [71, с. 373], що вербалізується емотивною граматичною конструкцією «this must be heaven!», в основі якої емотивна конотативна лексема «heaven» набуває значення «a situation that gives you great pleasure»

[251], чию емотивність підкреслено окликом. А амбівалентний емотив «spoiling» демонструє негативну сторону визначеної емоції – «to treat someone very or too well» [251] і надає прикладу карнавалізованості.

(37) **Rex:** Forgive my importunate manner. But I admit to being rather seduced by your exquisite canine charms.

(38) **Wanda:** You know I find you very attractive, Rex. You've got noble bearing. Strong... teeth. Fluffy belly.

Rex: I try to look after myself.

Wanda: The kind of dog, a girl would stray for.

Rex: Really?

Wanda: Isn't it obvious? I've been crazy about you since I first saw you!
[QC].

Основою наведених прикладів є дуже сильне почуття кохання – «сердешної, гарячої прихильності» [71, с. 175], однак воно не називається прямо, а репрезентується через емотивні лексеми «seduced» – «like someone because it seems attractive» [251] та граматичну конструкцію «to be crazy about somebody» – «to love someone very much» [там само]. Більш того, воно інтенсифікується оцінними афективами «attractive», «exquisite» – «very beautiful and delicate» [там само], останній з яких покладено в основу конотативної граматичної конструкції «exquisite canine charms», а також карнавалізовано оцінними конотативами «noble bearing», «strong... teeth», «fluffy belly», які звучали б дуже дивно стосовно людини, але певно важливі для собак. Описане вище є екологічним, оскільки сприяє налагодженню комунікації мовців й людей з тваринами взагалі.

(39) **Max:** Really? We're going in the car?

Duke: We're going in the car!

Max & Duke: Car... Cars... Cars... Cars...

Max: You know, life is funny. One minute, you're getting fitted for a cone, and the next, you get to go in a car!

Duke: I feel like that's very specific to you! But, golly! Yeah!

Max: This is incredible! [SLP2].

Описана вище емоція веселості репрезентується у цьому прикладі за допомогою прикметника «funny» – похідного від іменника «fun», який є прямою номінацією, при цьому у Collins English Dictionary воно трактується як «you refer to an activity or



Рис. 3.10 The Secret Life of Pets 2 [SLP2], time step: 00:14:29

situation as fun if you think it is pleasant and enjoyable and it causes you to feel happy» [252]. Наведена емоція інтенсифікується окличними реченнями (див. приклад 39, підкреслено), аудіально – підвищенням гучності голосу, а також вигуками «golly!», «Yeah!», «This is incredible!» та виразними граматичними конструкціями «get to go» та «that's very specific». Карнавалізованість закладена у тому, що нейтральний іменник «car» стає позитивним потенціативом, набуваючи високого рівня виразності за допомогою багаторазових повторів, емотивного контексту й візуального модусу (див. рис. 3.10), собаки крутять хвостиками та радісно стрибають по колу. Описана карнавалізованість є екологічною, оскільки навчає радіти простим речам.

Позитивні емоції у карнавалізованому анімаційному екодискурсі представлені, головним чином найважливішими базовими емоціями, такими як кохання, веселість, радість задоволення. При цьому, кохання завжди виступає фундаментальною, головною емоцією, що вербалізується лексемами-номінативами, підсилюється емотивними стилістичними (мовна гра, інверсія), синтаксичними (повтори, еліпсис, зевгма) та граматичними мовними засобами (емотивними конструкціями, фразовими дієсловами, що відрізняються виразністю). Веселість, задоволення й радість, супроводжуючи кохання, наприклад, можуть виступати емоціями другого гатунку та висвітлюватися оцінними емотивами, афективами, конотативами та

потенціативами, підсилюючи своє значення засобами аудіального та візуального модусів. А також можуть бути фундаментальними емоціями, афектами та почуттями, проявляючись у дескриптивній лексиці, оцінних афективах та конотативах, а також у виразних граматичних конструкціях. Інтенсифікація відбувається за рахунок вибору виразних синонімів, стилістичних повторів, окличних речень, засобів невербального модусу тощо. Екологічність позитивних емоцій полягає у конструктивному намірі мовців, бажанні розсмішити, підняти настрій, у легкій й невимушеній манері розкрити екологічні та неекологічні сторони позитивних емоцій та їх мовну репрезентацію.

3.3 Екологічна карнавалізаційна експлікація нейтральних емоцій

Нейтральні емоції є менш частотними у карнавалізованому анімаційному екодискурсі, адже головною метою авторів є викликати цілий вир яскравих емоцій та почуттів, щоб зацікавити мовця. Незважаючи на те, що нейтральні емоції у реальному житті не мають особливого впливу на настрій, здоров'я та емоційний стан, як мовця, так і слухача, у досліджуваному дискурсі, завдяки його карнавалізованій природі, нейтральні емоції можуть спонукати до екологічних думок, дій, ставлень тощо. До нейтральних емоцій визначеного типу дискурсу відносяться: цікавість, здивування, байдужість, споглядання та спантеличеність.

(40) **Gidget:** Hey, Max.

Max: Hey, Gidget.

Gidget: Any plans today?

Max: Yes. Big, big stuff today, Gidget. I got big plans. I'm gonna sit here and I'm gonna wait for Katie to come back.

Gidget: Oh, that sounds exciting! Well, I won't interrupt. I've got a very busy day, too [SLP].

Цей приклад заснований на нейтральній емоції, що вказує на високу зайнятість важливими справами – «абсорбацію, поглинення у якусь діяльність» [71, с. 7]. Вербально емоція вводиться семантичним повтором «big stuff» та «big plans», який у

контексті ситуації набуває потенціативності, а також спадної градації (див. приклад 40, підкреслено), що починається з анафори «I'm gonna», які комічно підсилюють важливість справи. Подруга головного героя – Гіджет



Рис. 3.11 The Secret Life of Pets [SLP], time step: 00:04:14

підтримує комічність ситуації, вживаючи афектив «exciting» та потенціативний граматичний вираз «a very busy day» – який інтенсифікує визначену емоцію. Вербальний модус (див. рис. 3.11), демонструючи анімаційний світ з зросту тварини, показує улюбленців, поглинених у нічого неробіння. Приклад є екологічним, оскільки, гротескно підтримуючи емотивне значення вербального модусу невербальним, автори пояснюють, що є важливим для домашніх тварин.

(41) **Gidget:** Guys, seriously, where is Max?

Buddy: Calm down, girl, he's right... huh, he is gone.

Mel: Oh it's fine, I heard him screamin' after he disappeared into those bushes [SLP].

Приклад побудований на почутті байдужості – «індиферентного ставлення до когось або чогось» [71, с. 136], яке проявляється дескриптивною лексемою «calm down» та невербальним модусом, собаки навіть не помітили, що їх друг зник. Автори карнавалізують визначену емоцію протиставленням позитивного афективу «fine» та негативних конотативів «gone», «disappeared» й афективу «screamin'» у такий спосіб викриваючи її неекологічність.

(42) **Buster:** You got it. Eddie, please show your Nana to the royal box.

Nana: Oh for heaven's sake! I'm perfectly capable of walking.

Eddie: You nervous?

Buster: Are you kidding? I'm absolutely terrified [SNG].

Схвильованість є нейтральною по своїй природі емоцією, однак у контексті може набувати як позитивного, так і негативного емотивного забарвлення. У наведеному прикладі афект схвильованості – «занепокоєння, переживання про когось або щось» [71, с. 61] репрезентований лексемою, що описує стан «*nervous*» та інтенсифікується вигуком «Oh» й «for heaven's sake!». Визначений афект набуває амбівалентного забарвлення завдяки позитивним афективам «*kidding*», «*perfectly*», які підкреслено аудіально – чутно сміх, а також, а також негативному оцінному афективу «*terrified*», який інтенсифікується прислівником «*absolutely*». У такій амбівалентній репрезентації, яка також висвітлена візуально (див. рис. 3.12), комуніканти виглядають радісно й перелякано одночасно, полягає екологічна карнавалізація афекту, що повністю розкриває її потенціал



Рис. 3.12 Sing [SNG], time step: 01:03:37

– здатність набувати позитивного та негативного значення.

(43) **The Queen:** Oh Rexy... What a fluffy tummy!

Rex: Oh yes! Just here.

Nelson: Blasted mutt!

Margaret: Dreadful no manners!

Nelson: Will he never learn?

Rex: What can I say? That's what you get, when you're Top Dog.

Margaret: Oh Rex, you are incorrigible! [QC].

Емоція поблажливості – «поступлива милостива поведінка стосовно когось» [71, с. 332] є нейтральною за своєю природою, однак може супроводжуватися, як позитивними емотивами-конотативами «*fluffy*»,

«tummy», «Rexy» використання зменшувального суфікса у останньому надає йому особливо позитивного забарвлення й вигуками «oh», що символізують ставлення до об'єкта. Визначена емоція у наведеному прикладі є емоцією першого гатунку, що може викликати негативні реакції у спостерігачів, таким чином, супроводжуючись емоцією другого гатунку – несхваленням – «емоційною незгодою або нерозумінням» [71, с. 210], що яскраво продемонстрована оцінними емотивами: «mutt» – «a person who behaves in a silly or careless way» [258], який підкреслюється прикметником «blasted» – «annoying» [251], а також «dreadful» – «unpleasant», «incorrigible» – «having particular faults and impossible to change». Карнавалізаційна експлікація полягає у розкритті амбівалентності визначеної емоції, що сприяє екологічності.

(44) **Max:** It's a big deal. I was wondering... Could you watch my Busy Bee while I'm gone?

Gidget: He is so cute!

Max: I know, it's my favorite toy in the whole world.

Gidget: And that little face... Oh, that little face...

Max: Oh, and, and, ready?

♪ *Squeeeek* ♪

Gidget: Oh wow, I love him! Oh, I just... I just love him immediately!

[SLP2].

Основою прикладу є емоція зацікавленості – «бажання щось знати» [71, с. 180], репрезентована називним-емотивом «wondering». Визначена емоція супроводжується почуттям другого гатунку – прихильності – «ніжного, теплого почуття, викликаного чимось зворушливим» [71, с. 375], – що представлене позитивними оцінними емотивами «cute», «favorite», «love», виразність останнього підсилено прислівником «immediately», вигуками «oh» та «wow», повтором конотативу «little face», аудіальним модусом (м'ячик мило пищить), які усі разом утворюють неочікувану гіперболізовану реакцію на цікавість.

(45) **Daisy:** That was weird.

Chloe: Oh sister, it's gonna get way weirder.

Snowball: It's Snowtime, baby.

Daisy: Uh, is he okay?

Chloe: Not in any way, no! [SLP2].

Спантеличеність – «стан нерозуміння у наслідок приємного або неприємного здивування» [71, с. 234], за своєю природою є нейтральною емоцією. У наведеному прикладі вона вербалізується лексемою-номінативом «weird» – «very strange and unusual, unexpected, or not natural» [251], інтенсифікується у порівняльному ступені «weirder» та вигуками «Oh», «Uh». Карнавалізованість укладено в ошукані очікування: «Is he okay?» – «Not in any way, no!», оскільки відповідь є неочікувано негативною, містить заперечні частки «not» й «no», контрастуючи за карнавалізованістю ситуації.

(46) **Gidget:** What are you doing in Max's apartment?

Snowbal: Nothing. Why are you... hanging out with every cat in the Universe?

Gidget: Oh, you know, just because?

Snowbal: Mmmm, Okaaaay...

Gidget: Okaaaay...

Snowbal: Okaaaay... [SLP2].

Недовіра – «відсутність довіри, сумнів у правдивості й істинності, підозрілість» [71, с. 201] – є за своєю природою нейтральною емоцією, однак виникати може як від нейтрального стимулу, так і від позитивного або негативного. У наведеному прикладі емоція вербалізується спеціальними питаннями (див, приклад 45, підкреслено), які залишаючись без конкретної відповіді, набувають потенціативності. Більш того, визначена емоція ескплікується вигуками «Mmmm» та «Окау...», емотивне значення підозрілості яких інтенсифікується еліпсисом, аудіально – протяжністю вимовляння та вербально (див. рис. 3.13) – комуніканти дивляться один на одного, примруживши очі. У карнавалізованому збереженні нейтральності емоції і полягає екологічність, оскільки її основною метою є розсмішити глядача.

Екологічність

нейтральних емоцій полягає у карнавалізованому висвітленні їх амбівалентної поведінки у КАЕД, оскільки нейтральні за своїм визначенням емоції, можуть залишатися, власне, нейтральними, або ставати негативними та позитивними, супроводжуючись відповідними емоціями другого гатунку. Нейтральні емоції представлені, як базовими (байдужість, схвильованість, цікавість,

недовіра), так і більш складними (абсорбція, поблажливість, спантеличеність). На відміну від позитивних емоцій, нейтральні вербалізуються, в першу чергу, дескриптивами та конотативними граматичними та стилістичними засобами, лише потім номінативами. Інтенсифікація нейтральних емоцій відбувається як за рахунок нейтральних вербальних (емотивних граматичних конструкцій, лексики та стилістики) та невербальних (міміка, жести гучність голосів звуки), а також позитивних та негативних мовних (вигуки, суфікси, прислівники, повтори, виразні граматичні та стилістичні засоби) та немовних засобів (кут огляду, положення, міміка та жести мовців, особливості голосу, звуки анімаційного простору).



Рис. 3.13 The Secret Life of Pets 2 [SLP2],
time step: 01:00:12; 01:00:15

3.4 Екологічна карнавалізаційна експлікація негативних емоцій

Негативні емоції – це форма емоційного стану, яка суб'єктивно відчувається як неприємні переживання. В словнику «Психологія. Ілюстрований словник» зазначено, що зазвичай вони приводять до реалізації адаптивної поведінки, спрямованої на усунення джерела фізичної або психологічної небезпеки [247, с. 232]. З огляду на філософію та психологію, негативні емоції є однаково шкідливими, як для фізичного, так і для психічного здоров'я людини, вони мають потенціал негативно впливати на людину, її оточуюче середовище та формувати негативне ставлення до екологічного світу. Однак, від того вони не є менш важливими, оскільки без них неможливо було б оцінити весь потенціал позитивних почуттів, афектів та емоцій. Загальновідомим є «сумний факт, що люди частіше та яскравіше переживають негативні емоції» [125, с. 160], у наслідок чого, мовних засобів для вираження негативних емоцій у англійській мові дуже багато, навіть позитивні – можуть слугувати для негативної мети. Такі емоції, почуття та афекти є такими ж частотними, як і позитивні у карнавалізованому анімаційному дискурсі. Серед негативних емоцій можна виокремити: відразу, відчай, гнів, горе, жах, недовіру, ненависть, переляк, печаль, сум, тривогу та багато інших.

В. І. Шаховський, досліджуючи негативні емоції, дійшов висновку, що «немає прямого зв'язку, між негативними емоціями та неекологічністю» [149, с. 47], іншими словами, негативні емоції не обов'язково призводять до неекологічних наслідків, вони також можуть сприяти екологічності, наприклад, коли негативні емотиви направлені проти неекологічної за своєю природою ситуації, або «коли агресія, викликана емпатією та співчуттям» [там само].

КАЕД нівелює шкідливий та руйнівний вплив негативних емоцій завдяки своїй парадоксальній карнавалізованій природі, навчаючи глядачів запобігати та позбуватися негативного впливу, у чому власне і полягає

екологічність. Карнавалізовані негативні емоції, передають закладену у них інформацію, однак не мають руйнівного впливу ані на персонажів анімації, ані на глядачів. До того ж, у такому вигляді, вони можуть слугувати поштовхом для подолання труднощів, мотивувати досягнення поставлених цілей і, як наслідок, приводити до позитивних результатів та емоцій.

(47) **Duke:** Are you trying to get rid of me?

Max: *Before I answer that...I'd like to know how much you heard.*

Duke: *So that's how it's gonna be, huh? Oh man, are you making me ANGRY! And when I get angry, I do this—(He GROWLS)—and I don't wanna do that! I need this place. And if it's gonna come down to YOU or ME, it's gonna be ME [SLP].*

Основою цього прикладу є негативний афект злості, який пес Дюк номінує лексемою «angry» – «роздратування або обурення, що часто супроводжується бажанням зробити щось неприємне об'єкту цього почуття» [71, с. 129]. Також ця емоція підтримується негативною конотативною ідіомою «to get rid of» та стилістичними протиставленнями



Рис. 3.14 The Secret Life of Pets [SLP],
time step: 00:12:52

«I do this and I don't wanna do that!», «YOU or ME», які у прикладі набувають негативної потенціативності. Карнавальність прикладу полягає, по-перше, у тому, що Дюк погрожує за допомогою вищенаведених негативних потенціативів, що притаманні людям та одночасно аудіально за допомогою ричання «growls», що притаманно тваринам, а особливо собакам. По-друге, карнавальність проявляється у взаємодії з візуальним модусом (див. рис. 3.14), який демонструє, що пес, який розізлив Дюка, злякався його та кумедно впав на спину.

(48) **Max:** Chloe! Chloe, Chloe! I got a bad situation. Katie brought home a new dog from the pound! She said he's my brother, I don't WANT a brother! And I don't even have a bed now. I'm sleeping on the floor, like a dog. Why would Katie DO THIS TO ME? [SLP].

В основу прикладу покладено негативну емоцію тривоги, оскільки собакою оволоділа негативно забарвлена емоція, що «супроводжується почуттям невизначеності, перебуванням у стані очікування негативних наслідків або їх передчуття». [71, с. 253, 345].



Рис. 3.15 The Secret Life of Pets [SLP],
time step: 00:14:06

Визначена емоція є афектом – бурхливість її протікання підкреслюється стилістичним повтором «Chloe! Chloe, Chloe!» та виражається вживанням емотивної афективної лексеми «bad», негативного потенціативу «pound», що в американській англійській має значення «притулок для безхатніх тварин» та негативних повторів «don't» (див. приклад 48, підкреслено). Також, визначена емоція карнавально есплікується у дуже виразній конотативній граматичній конструкції «*I'm sleeping on the floor, like a dog*», що містить негативний афективний афористичний вираз «to do something like a dog», який набуває абсурдності, оскільки його вживає саме пес. Візуальний модус підтримує емоцію тривоги (див. рис. 3.15), пес виходить уперед кадру, відвертаючись від співрозмовниці, та наче скаржиться глядачеві напрому. Екологічність цього прикладу полягає у карнавалізованому висвітленні негативної емоції – її метою є не погіршення настрою глядача, а покращення.

(49) **Gidget:** I'm DONE playing nice! WHERE. IS. MAX?

Ozone: Whu--? I--OOF!

Gidget: TELL ME.

Ozone: Wuh-I, I...let me finish--ow!

Ozone: *Help me...*

Gidget: *Don't look at him, look at me. NOBODY CAN HELP YOU.*

WHERE. IS. MAX?

Ozone: *Okay! Okay! He's in the sewers! He got taken, please! Have mercy, adorable puffy dog! [SLP].*

Основою прикладу є афект агресії – «бажання або спроба нанести шкоди моральної та фізичної» [71, с. 10], ця емоція, головним чином, превалює у візуальному модусі (див. рис. 3.16), пухнаста собака напала на кота, й аудіально підтримується ричанням собаки та вигуками жертви «Whu--?», «I-- OOF!», «Help me». Карнавалізованість полягає у протиставленні невербального модусу, що має негативний фон та вербального, у якому превалюють позитивні афективи «nice», «adorable» та «puffy», останній певно створений за допомогою спунеризму від «fluffy», однак лексема «puffy» – має



Рис. 3.16 The Secret Life of Pets [SLP], time step: 00:37:44

значення «swollen to a size slightly larger than usual», що власне описує те, що відбувається коли собака поводить себе агресивно. Однак, негативно забарвлені конотативні конструкції також присутні у вербальному модусі «nobody can help» та «Don't look at him». Убачаємо, що застосування негативної емоції у цьому прикладі є екологічним – вона викликана бажанням урятувати та викликає сміх.

(50) **Max:** Duke is ruining our lives! He's ruining – it's an emergency that you get rid of this dog! He stole my — (CUT TO BUCKING).

Max...and he's scary and he's frightening and he's the death of all good things.

KATIE: *Oh, you little cutie pie. We'll play tomorrow, buddy, okay? Okay, sleep well! [SLP].*

В основі прикладу перебуває негативна емоція страху – «сильного переляку, емоції, що виникає через близьку або уявну небезпеку» [71, с. 350], яка підкріплюється дескриптивом емоції – «scary», яку відчуває пес, розповідаючи власниці, що йому не подобається інший пес, якого вона взяла з притулку. Також емоцію підтримують негативні емотивні афективи «ruining», «emergency». Головний герой використовує негативні афективні конструкції, що утворюють висхідну градацію, описуючи нового улюбленця Кейті «he's scary», «he's frightening», «he's the death of all good things». Однак візуальній (див. рис. 3.17) та аудіальний модуси протистоять такій емотивній значущості, зображаючи світ з куту огляду людини, який свідчить, що власниця не розуміє песика, для неї він просто весело гавкає та хоче трішки уваги. Таким чином, позитивні конотативи «little», «cutie» та «buddy», які вживає Кейті, іронічно набувають негативного значення для її улюбленця. Отже, карнавалізовано протиставляючи емотивне значення вербального та невербального модусу, автори мають на меті окреслити проблему порозуміння людей та їх домашніх улюбленців.

(51) **Max:** *Oh, Duke, Duke, Katie is not...Katie's gonna be so upset when she sees that... Katie's...gonna flip out when she sees how you trashed her whole place.*

Duke: *Oh, it's just, it's just one vase.*

Max: *Is it, Duke. Is it? Awww, that's a shame!*

Duke: *What are you doing?*

Max: *Whoa, what am I doing? Nothing, I'm a cute little doggie, I...Katie knows I wouldn't do anything like...this.*

Duke: *Oh no--whoa--*

Max: *This could only be the work of a dangerous stray who hasn't laid down a foundation of trust. You're the new dog. And hey, Duke, what'd you go and do this for?*

Duke: *Ohhh, I'm gonna--*

Max: *What? Oh, what? Bite me? Rip my face off? Perfect!*⁽¹⁾ *Wait till Katie finds out. Ohhhh ho, Katie! Thank goodness you're here! I tried to stop him, but...he's... crazy!* [SLP].

Основою прикладу є ціла низка карнавалізованих негативних емоцій, по-перше, це – пряма номінація афекту «upset» – «засмученість у наслідок непередбачуваних, неприємних подій, ситуацій і часто супроводжується злістю» [71, с. 294], що підсилюється



Рис. 3.17 The Secret Life of Pets [SLP], time step: 00:14:06

прислівником «so». Злість у такому випадку виступає емоцією другого гатунку й проявляється через номінацію за допомогою фразового дієслова «flip out». Ці лексеми, а також афективна граматична конструкція «how you trashed her whole place», що містить афективне дієслово «trashed» – «destroy, or severely damage something» [251], разом утворюють висхідну градацію. Також різко контрастують емотиви, що описують головного героя анімації «The Secret Life of Pets» – Макса та нового улюбленця їх власниці. Дюк – новий пес, описується емотивом, що номінує емоцію «shame» – «емоційний стан який супроводжується страхом перед засудженням або позором» [71, с. 353], а також емотивом, що називає емоцію небезпеки – «dangerous» – «передчуття небезпеки стосовно чогось, або когось» [71, с. 237]. Остання емоція підсилюється конотативом «stray», який крім основного значення «a person or animal that strays» [257] також означає «not serving any useful purpose» [257], тобто – когось здичавілого та непотрібного, а також афективом «crazy». А пес Макс описаний позитивними афективами «cute» і «doggie», а також потенціативом «little», які набувають негативної забарвленості, оскільки вербальний модус демонструє, що саме він трощить речі (див. рис. 3.17). Пік

карнавалізованості прикладу припадає на комічну репліку головного героя (див. приклад 51⁽¹⁾), який використовує два негативні конотативи: дієслово «bite» та фразове дієслово «rip my face off», одним з проявів семантики яких є вираження негативного стимулу, таким чином, вони підсилюють емоцію небезпеки, а позитивний афектив стосовно них «perfect», який підсилюється візуально, невербальним проявом радості – вертіння хвостом. Таким чином, позитивні емоції, які набули негативного значення та негативні емоції карнавалізуються за допомогою комічного невербального модусу, який свідчить, що пес Дюк, стосовно якого застосовані негативні емотиви, є жертвою у ситуації.

(52) **Snowball:** *I don't think so, pets. Yeah, you got the stench of domestication all over you. You *chose your side*. And now you're gonna burn.*

Max: *No! Stop! Who you calling pets? I ain't no pet! You got it all wrong! We're, we're just like you guys. We hate humans. Hate them!*

Duke: *Uh yeah, that's right!*

Max: *Oh man, don't get me started on people, amiright, Duke?*

Duke: *Yeah, that's why we burned our collars, man!*

Max: *We burned 'em to the ground!*

Duke: *and...killed our owners! [SLP].*

Snowball: *Ooooo woo! Aw, y'all cold blooded. Aw man, you remind me of my boy, Ricky. He died though. RIP Ricky! You know, the truth is, the struggle could use some more muscle [SLP].*

Пануюче почуття наведених прикладів проявляється через номінацію «hate» – ненависть – «глибока та протяжна ненависть, яка часто супроводжується злістю та ворожістю до когось або чогось» [71, с. 124]. Почуття інтенсифікується негативними афективами «no», «stop» та схвальними вигуками «yeah», «uh», «oh man», «that's right», «oooo woo», «aw». Також – іменниками, що мають негативну емотивну забарвленість, «died», «struggle», «burned», негативними конотативними граматичним виразами «burn somebody to the ground» й аббревіатурою «RIP», які мають

семантичну асоціативну негативну забарвленість. Карнавалізованість прикладу маніфестується тим, що нейтральні іменники «pets» і «domestication» у наведеному контексті набули негативного афективного значення на рівні ненормативної лексики. Останній – набув інтенсивного негативного забарвлення у поєднанні з емотивним негативним виразом «stench of something» – «a strong, unpleasant smell» [251].

У наступному прикладі з анімації «Finding Dory» в основу закладено афект тривоги – «реакція на загрожуючу небезпеку» [71, с. 366]:

(53) **Marlin:** You might wake up something dangerous.

Dory: Are you talking about like something with one big eye, tentacles, and a snappy thing?

Marlin: Well, that's very specific, but something like that, yes. You just in general don't want to...Oh my goodness. Okay. There's a mistake. We're backing away. Let us live and we will...We'll worship you. We'll build a...Do you like a monument? Oh! Ooh! Whoa! Swim for your life! Nemo! [FN].

Вищеназвана емоція експлікується через емотивний афективний прикметник «dangerous» та карнавалізується за допомогою детального опису небезпечного стимулу «something with one big eye, tentacles, and a snappy thing», що містить негативні потенціативи «tentacles» – «a long, thin, arm of some sea animals» [251] та «snappy» – швидкий та неочікуваний. Емоція тривоги інтенсифікується емотивними виразами «Oh my goodness», «Swim for your life!», вигуками «Oh!», «Ooh!», Whoa!» а також високою концентрацією окличних речень.

(54) **Nana:** Oh, lucky me. A visit from my useless grandson and his ghastly little theater friend.

Buster: Look at that, she remembers me! [SNG].

Основою прикладу є почуття надмірності – «велика гордість, пихатість» [71, с. 198], яка розкривається емотивними афективами з високим ступенем емотивної насиченості, що є притаманним жіночому мовленню, «useless», «ghastly» – «unpleasant and shocking» [251], значення останнього підсилюється

конотативним лексичним засобом «little», який набуває негативного забарвлення. Більш того, надмірність інтенсифікується саркастичним виразом «Oh, lucky me», та візуально (див. рис. 3.18), у центрі кадру богемно одягнена лама спускається до гостей. Екологічність визначеної

емоції у прикладі полягає у карнавалізованій реакції (див. приклад 54, підкреслено), позитивність якої наголошується окличним реченням та аудіально підвищенням гучності голосу та повністю знищує негативний вплив.



Рис. 3.18 Sing [SNG], time code: 00:48:34

Цікавий приклад карнавалізаційної експлікації негативних емоцій представлений у послідовних випусках новин у анімації «Sing»:

(55) **Bob:** Some say he's the worst showman this city's ever seen. Some say he's a walking disaster. A loose cannon. Well, tomorrow night, the name Buster Moon will go down in entertainment history once and for all, as he and this bunch of bumbling amateurs attempt to re-stage the show that brought down his theater [SNG].

Розчарування – «неприємне переживання у зв'язку з виявленням у комусь або чомусь улюбленому, приємному поганих сторін чи меншого, ніж очікувалося, передбачалося» [71, с. 291] – репрезентоване негативними оцінними лексемами «the worst», «*bumbling*» – «confused and showing no skill» [251] емотивно насиченими негативними стилістичними афективними виразами «a walking disaster», «a loose cannon» та граматичними – «go down in smth» – «to lose or be defeated» [251], які підсилюються негативним потенціативним виразом «once and for all». Негативність нарощується у такому прикладі:

(56) **Bob:** Well, John, I've covered many disasters for this network, but this is sure to... Oh, they're about to start [SNG].

Ведучий вдається до порівняння, вживаючи негативну конотативну граматичну конструкцію «I've covered many disasters» та стилістичну – еліпсис «but this is sure to...», який, набуваючи у контексті негативного забарвлення, дозволяє глядачеві додумати найгірше. Карнавалізованість усіх випусків новин (див. приклад 55, 56, 57) розкривається у такому фрагменті анімації:

(57) **Bob:** Well, it seems I'm not the only one who actually enjoyed that. Crowds are beginning to arrive at the scene [SNG].

Мовець дуже різко переключається на позитивний тон насолоди – «найвищого ступеня задоволення» [71, с. 203], який введено емотивом, що номінує емоцію «enjoyed» та підсилено прислівником «actually». Карнавалізаційна природа КАЕД нівелює негативний вплив емоцій різким переключенням на позитивну емотивність, що підсилює екологічність комунікації.

Доходимо висновку, що негативні емоції не менш важливі, ніж нейтральні та позитивні, вони допомагають у повній мірі відобразити різноманіття реального світу. Однак, на відміну від останніх двох, негативні емоції виступають частіше афектами та емоціями, ніж почуттями й вербалізуються, головним чином, прямою номінацією або дескрипцією. А от засоби їх інтенсифікації є дуже різноманітними: афективні – власне, емотивні, конотативні – емотивність яких проявляється у додатковому або асоціативному значенні та потенціативна лексика (фразові дієслова, ідіоми, вигуки, негативні частки, прислівники тощо), виразні граматичні (наказові, питальні, окличні речення), синтаксичні (повтори, еліпсиси, замовчання тощо) та стилістичні засоби (градація, виразні синоніми, описи тощо), чия емотивна виразність актуалізуються у контексті КАЕД. Екологічна карнавалізованість, метою якої є нівелювання руйнівного впливу негативних емоцій та побудова позитивної комунікації, створюється за рахунок різкої зміни емотивної валентності (негатив на позитив), абсурдного, саркастичного або гумористично

протиставлення або неспівпадіння емотивного значення різних модусів й комічного перетворення нейтральної та позитивної лексики на ненормативну.

3.5 Гендерні емоції у карнавалізованому анімаційному екодискурсі

3.5.1 Жіночі емоції. Сфера емоцій людини та мовні способи їх вираження є соціально та культурно обумовленими, адже у процесі екоестетичного освоєння світу у людини формується знання про емоційний інтелект, тобто емоції, почуття та афекти, вміння їх контролювати, а також у соціумі закладаються можливі та допустимі способи їх вираження. Мова є найважливішим каналом демонстрації емоцій, а гендерні стереотипи, установки та упередження відображаються в емотивних засобах мови. Німецький вчений В. фон Гумбольдт [31, с. 253] помітив, що жінки вживають зовсім іншу від чоловіків мову. Жінки, як правило, виражаються більш природньо, екологічно, та м'яко ніж чоловіки, однак, від того не менш сильно. Мова жінок у більшій мірі відображає їх думки та емоційний стан. Учений підкреслював, що жінки по своїй сутті є більш пов'язаними з природою, вони прикрашають та покращують екологічну природу мови, не віднімаючи нічого та не наносячи шкоди [там само].

Як зазначає В. І. Шаховський, «процес комунікації у жінок, на відміну від чоловіків, завжди є проявом почуттів, саме з цієї причини у них дуже високий рівень вербалізації емоцій та порівняно з чоловіками, низький рівень емоційного самоконтролю» [173; 148, с. 286]. Тобто, в процесі комунікації, жінка отримує більш широкий емоційний досвід, формує різноманітніший та яскравіший запас емоційних переживань та «будує адекватну систему емоційного сприйняття співрозмовника» [43, с. 47], а також світу в цілому.

Л. В. Колпакова, досліджуючи гендерні емоції, дійшла висновку, що жінки у повсякденному житті більше говорять про свої емоції та переживання, ніж чоловіки. Через те, що процес переживання емоційного стану та його

вербалізація є тісно пов'язаними, емотивний тезаурус жінок є значно ширшим, ніж у чоловіків. Жінки у два рази частіше вживають емотивні мовні засоби та інтенсифікують (підсилюють) їх прислівниками, сполучниками, частками та вигуками. Під інтенсифікацією, услід за Ш. Баллі, ми розуміємо «всі відмінності, що зводяться до категорій кількості, величини, цінності, сили та важливості» [164, с. 202–203].

(58) **Announcer (V.O.):** La passion de la passion.

Gidget: Yes!

Maria (on TV): Why? Whyyyy?

Gidget: *What's the matter, Maria?*

Fernando (ON TV): Maria, your face, it wears a thousand sorrows. What is wrong?

Maria (on TV): I have come face to face with the worst thing in the world.

Gidget: What? Oh, tell me Maria! Tell me now I CANNOT BEAR ANOTHER MOMENT WITHOUT KNOWING!

Maria (on TV): Loneliness [SLP].

В основі прикладу лежить емоція зацікавленості – «інтересу до будь-чого, часто без мети та користі, схильність до пізнання нового», що у великій мірі притаманна жінкам, у цьому прикладі репрезентована дівчиною-шпідцем [71, с. 180]. Вербально вона проявляється за допомогою афективної граматичної конструкції – поширеного речення: «I cannot bear another moment without knowing», що описує емоцію та афективні стилістичні конструкції: риторичного питання «*What's the matter, Maria?*» та риторичної екскламації з повтором «tell me Maria! Tell me now». Також неведений приклад багатий на засоби інтенсифікації емоцій: вигуки «yes» та «oh» та окличні речення (див. приклад 58, підкреслено), які не лише гіперболізовано підкреслюють бурхливість емоційного переживання, але також надають прикладу карнавалізованої забарвленості.

(59) **Gidget:** Friends! I am afraid that I have some TERRIBLE news.

Mel: The squirrels are gonna take over the world. I KNEW IT. I always said, squirrels are little shifty little guys.

Gidget: *No, we're not doing the squirrel thing right now, that's not--no. Max is missing. He's out there somewhere. Lost. Scared. So, so handsome. We've got to find him and BRING HIM HOME [SLP].*

(60) **Gidget:** *We're wasting time! Max needs us!*

Buddy: *Come on, girl, Max doesn't even know you're alive!*

Gidget: *Well I don't care! I love him! I love him with all of my heart! And I'm gonna go look for Max, no matter who's with me. So...who's with me? [SLP].*

Як, власне, і притаманно жінкам, мова Гіджет наповнена емотивами, що називають емоції, по-перше, – негативні: «afraid», «terrible» (аудіально виділено підвищенням гучності), «lost», «scared», значення двох останніх підкреслено аудіально градацією. Задане значення підсилюється повторенням часток «not» та «no», конотативами «missing» й оцінним афективом «shifty» – «looking or seeming dishonest» [251], а також візуально, усі тварини виглядають перелякано (див. рис. 3.19). По-друге, – позитивними, що карнавалізовано контрастують з



Рис. 3.19 The Secret Life of Pets [SLP], time step: 00:42:58

негативним фоном ситуації, – «love», підсилене окличними реченням, що утворюють висхідну градацію «I love him! I love him with all of my heart!», остання частина якого підсилена емотивною ідіомою, підкреслено, й оцінним афективом «handsome». Амбівалентна емоційна наповненість жіночої мови у цьому прикладі, мотивує на екологічні вчинки – порятунок друга, а також руйнує гендерні упередження, оскільки ініціатором виступає жінка, підкреслено візуально (див. рис. 3.19), вона виступає на «трибуні».

(61) **Gidget:** *We are not just GIVING UP! We're dedicated. We're loyal.*

We are easily the greatest pet ever! We're DOGS!

Chloe: Cat.

Tiberius: Hawk.

Gidget: Well congratulations, *today you're dogs whether you like it or not* [SLP].

Шпів Гіджет використовує позитивні оцінні афективи, які відрізняються високим ступенем виразу емоційності, «dedicated», «loyal» та «the greatest pet», останній додатково підсилено прислівником «easily». Карнавалізованість полягає у тому, що емотивна інтенсивність жіночого мовлення є настільки високою, що нейтральна лексема «dog» набуває високої позитивної оцінної забарвленості, що гумористично підкреслюється спадною градацією – «congratulations» – «whether you like it or not» та візуально, вербальний модус демонструє собак, кішку, пташку (див. рис. 3.19), які отримали карнавалізовану високу позитивну оцінку «dog».

(62) **Nana:** Your pathetic shows are the reason that theater no longer has an audience.

Buster: Oh, but this show is gonna pack them in like it did in the good old days.

Nana: They were not good old days, Mr. Moon. They were magnificent. And that theater of yours, it was a palace of wonder and magic.

Buster: But, Nana, it still is.

Nana: I can recall the uslers in their velvet suits. Queues a mile long just to get a ticket. The curtain rising over that glorious stage [SNG].

Емотивна насиченість жіночого мовлення у вищенаведеному прикладі з анімації Sing, досягається шляхом уживання негативного афективу «pathetic» – жалюгідний та різноманітних позитивних «good», «magnificent», «wonder», «magic», «glorious» афективних лексем, які відрізняються високим ступенем вираження емотивності. Перші два позитивні афективи додатково підсилюються афективною стилістичною конструкцією, а саме

протиставленням «not good» – «*magnificent*». Екологічність продиктована тим, що підбір насичених емотивних засобів є дещо гіперболізованим, однак відповідним ситуації та різноманітним, що робить внесок у виховну функцію КАЕД.

(63) **Daisy:** Now, I don't speak wild animal... But from what I gathered, he was a scared, adorable tiger cub named Hu. This poor baby kitty was bein held against his will.

Chloe: Aww... That is unbelievable.

Snowball: I know, right?

Chloe: No, I mean I literally don't believe a word of it, no offense. Or, do take offense, I'm good either way.

Daisy: Um, pardon me. Offense is very much taken. That story happened, and it gets worse... After the plane landed, I saw him again. He was bein packed in with his new owner. And this guy, This guy, was pure, concentrated, circus, evil! [SLP2].

У наведеному прикладі протиставляється емотивність двох «жінок»: собаки Дейзі та кішки Хлої. Собаки, як відомо, є більш емоційними створіннями ніж коти, що у рамках КАЕД представлене оцінними емотивами «scared», «adorable», «poor», що підсилюють значення іменників «cub» та «baby kitty», які у контексті



Рис. 3.20 The Secret Life of Pets [SLP2], time step: 00:23:53

набувають позитивної емотивності та викликають співчуття. Також емотивність її мовлення підсилюється афективними граматичними конструкціями: «held against his will» та «Offense is very much taken», остання містить номінативний емотив «offense». Також Дейзі вживає емотивно насичене слово «evil», виразність якого гіперболізується конотативними

прислівниками «pure» та «concentrated», які мають позитивне емотивне асоціативне значення. У той час, як комічність ситуації відбувається у неочікуваній реакції кішки, емотивна насиченість вигуку «unbelievable» миттєво знищується за допомогою гри слів «literally don't believe a word of it», де Хлої оперує до почуття довіри та підсилює карнавалізованість ситуації стилістичним засобом – стик, «*no offense. Or, do take offense*», в основі якого лежить номінатив «offense» – «образ – почуття, що виникає у індивіда при порушенні справедливості по відношенню до нього, із заподіянням йому шкоди» [71, с. 227], значення якої нівелюється байдужістю емотивного граматичного виразу «I'm good either way» та вербальним модусом (див. рис. 3.20), кішка поводить байдуже, особливо на фоні інших тварин. Отже, емотивність обох «жінок» є дуже високою, адже мовлення є насиченим емотивними засобами, а стереотип про байдужість котів (див. дет. пункт 3.1.) карнавалізовано обігрується нівелюванням та частковим знищенням емотивності.

У жіночому мовленні превалюють позитивні емоції, однак негативні також присутні. Вони вербалізуються, головним чином, прямою номінацією емоцій, що вирізняється різноманіттям синонімів та їх поширеною дескрипцією, як лексичною (слова, ідіоми що називають емоції), так і граматичними засобами (поширені конструкції та речення) й стилістичними засобами (риторичні питання, екскламація тощо). Серед засобів інтенсифікації емотивності виділяються: вигуки, висока концентрація окличних речень, синоніми, що відрізняються високим ступенем емотивної виразності, оцінні афективи, висока вживаність стилістичних засобів (мовної гри, градації, протиставлення, стик тощо). Екологічність жіночого мовлення полягає у гіперболізованій емотивній насиченості, яка дуже майстерно та дотепно розкриває задум автора.

3.5.2 Чоловічі емоції. Емоційна комунікативність проявляється і у чоловіків також, однак вони є значно стриманішими за жінок. «Чоловіки найчастіше уявляють себе частиною об'єктивного світу, в якому діють механізми реальних ситуацій та логічних рішень» [43, с. 61], таким чином, «аналітичний підхід до ситуацій, абстрактні судження, заважають чоловікам визнати первинність емоційних переживань» [там само]. Емоційне сприйняття чоловіків, на думку Ш. Берна, значною мірою направлене на їх життєві потреби, їм нехарактере заглиблення у емоційні переживання. Більш того, їм притаманне приховування своїх справжніх емоцій з метою досягнення якоїсь більшої мети або приховання слабкостей.

Наприклад, пес Дюк з анімації *The Secret Life of Pets* приховує свої істинні емоції, щоб надурити та позбутися іншого улюбленця:

(64) **Duke:** Hey, Max... Boy, oh wow, there are a ton of sticks over here
Max! *You should come over and look at 'em. Yeah, I wanna make sure I grab you*
the right one.

Max: *Oh that's very uh...that's very thoughtful.*

Duke: Look at all these sticks!

Max: Aaaah! Help! Help! Aaaah! [SLP].

У прикладі можна побачити, що пес, приховуючи власний емоційний стан, імітує емоцію зацікавленості – «інтересу до будь-чого» [73, с. 180] та карнавально намагається викликати її у суперника, вживаючи конотативну граматичну конструкцію з гіперболою «a ton of sticks», яка певно має позитивне забарвлення для собак, підсилюючи її вигуками «hey», «oh», «wow» та окличними реченнями (див. приклад 64, підкреслено). Однак, використання таких мовних засобів не є екологічним у прикладі, оскільки комунікативною метою є помста, а не конструктивна екологічна бесіда.

На думку Л. В. Колпакової, чоловіки, частіше за все, використовують метафору, грубі емотиви, для того щоб замаскувати свої істинні емоції, таким чином, негативні емоції превалюють у чоловічій мові [59, с. 64].

(65) **Duke:** Ooooh-ho-ho! You wanna start with me, little raisin? Okay, get your umbrellas out, kitties! Because here they come! The THUNDER... and the LIIIIIGHTNING! Right down on your FACE!

Duke: *Gosh there are a lot of you up there. I'm talking about the thunder and the lightning that is coming down on ALL of your collective faces! Attack on 3!...2... Aaaaaaaaah! [SLP].*

У наведеному прикладі пес намагається приховати негативний афект – страх – «сильний переляк в результаті небезпечного стимулу» [71, с. 350], про який свідчать вигуки «Ooooh-ho-ho!», «Gosh», «Aaaaaaaaah!», які є особливими засобами вираження емоцій – «чистими знаками емоцій» [59, с. 64]. Пес карнавально маскує свої почуття за допомогою метафори, що впроваджується окличними еліптичними конструкціями (див. приклад 65, підкреслено) і свідчить про протилежний афект – сміливість – «впевненість, мужність».

Вона підтримується зневажливою конотативною лексикою «kitties», «raisin» – родзинка (на позначення дикого кота), остання доповнюється прикметником «little», а також конотативами, що метафорично описують



Рис. 3.21 The Secret Life of Pets [SLP], time step: 00:20:55

визначені емоцію: «thunder», «liiiiightning» та конотативними метафоричними граматичними конструкціями «Right down on your FACE!», «coming down on *ALL of your collective faces!*». Карнавалізованість прихованих емоцій маніфестується в інконгруентній взаємодії модусів, вербально пес погрожує атакувати «Attack on 3!...2...», а візуальний модус демонструє, як пес тікає й карикатурно врізається у смітник (див. рис. 3.21).

(66) **Max:** You know what, I mean, this may be the sausage talking, but *you're okay.*

Duke: Right back at ya, man. You know, when I met you, I was all like “*I don't if I like him*” but now that I know you, I'm like “I like him”. *Hahaha* [SLP].

Карнавалізованість наведеного прикладу полягає у тому, що він висвітлює небагатий чоловічий тезаурус на позначення почуттів. Описуючи один одного, вони використовують лише один позитивний оцінний емотив «*okay*» та багаторазовий повтор позитивної емотивної конструкції, що описує почуття «*I like + subject*», які не мають високого ступеня вираження емотивності та розбавлені нейтральними вставними конструкціями «*I mean*», «*I'm like*» та «*You know*». Така сама тенденція спостерігається у таких прикладі:

(67) **Duke:** Well, it was a...it was *a long time ago*, *I don't want to talk* about it.

Max: Yes you do, come on...

Duke: *I don't know*. But you know what? He was so cool.

Max: Yeah?

Duke: Yeah, he was the best. Man, we had fun [SLP].

Основою прикладу є ностальгія – «сум за кимось або чимось» [71, с. 224], яка викликає позитивні радісні спогади, що відображаються оцінною лексикою «*cool*», «*the best*» та афективом «*fun*», однак задана емотивність знижується нейтральними стилістичними повторами «*it was a...it was*», риторичним питанням «But you know what?», вставними словами «*well*» й конструкціями «*I don't know*». Для підсилення позитивного емотивного значення вжито лише один вигук «*Man*». Емотивна інтенсивність чоловічого мовлення є «розбавленою» у двох вищенаведених прикладах, що в контексті карнавалізованого анімаційного екодискурсу додає комічності ситуації та є екологічним, адже за допомогою сміху, показує важливість емотивної грамотності.

(68) **Marlin:** All right, I don't want to hear the whole story again. I was just asking about the one part because, look, if I said that...I'm not positive I did. It's actually a compliment because...I asked her to wait and I said, "it's what you do

best." So I...Oh, it's my fault! It's all my fault she got kidnapped and taken into whatever this place is. What if it's a restaurant? [FD].

Вищенаведений приклад з анімації «Finding Dory» викликає особливу зацікавленість, оскільки вербальний модус за допомогою евфемізму «not positive» описує загальний негативний емотивний фон ситуації, який підкреслюється повтором негативних афективів «fault». Також цікаво, що чоловік намагається приховати помилку за позитивним вищенаведеним евфемізмом, позитивним конотативом «compliment», який має позитивну асоціативну емотивність та підсилюється прислівником «actually» й афективом «best». Екологічність цього прикладу полягає у тому, що карнавальне маскування негативного фону ситуації викриває його.

Окремої уваги вартий приклад з анімаційної комедії Sing, у якому головний герой сам репрезентує себе:

(69) **Buster Moon:** The moment an ordinary little guy fell in love with theater. Everything about it: the lights, the way the scenery moved, even the smell. He was only six-year old, but his plans to become the first koala bear in space were suddenly... toast. Some folks may have said he grew up to be the greatest showman the city has ever seen. Some called him a visionary. A maverick. Sure some folks said he was as crazy as he was stubborn, but I say wonder and magic don't come easy, pal [SNG].

Одразу впадає до ока, що Коала Бастер, описуючи себе, будує емотивну висхідну градацію, спочатку використовуючи нейтральні конотативи «ordinary», «little», «guy», «only six-year old», таким чином викликаючи емпатію



Рис. 3.22 Sing [SNG], time step: 00:02:44

глядача, а потім, вживаючи промовистий позитивний афектив «greatest showman». Також він висвітлює негативне ставлення, будуючи висхідну

градацію: спочатку нейтральний конотатив «visionary» – провидець, потім негативні «maverick» – біла ворона, «crazy» – скажений, «stubborn» – упертий. Однак, інтенсивність негативних засобів навіюється карнавалізованим дистанціюванням нейтральними емотивними засобами «some folks may have said», «some folks said», «some called», а також вербальним модусом, що демонструє головного героя у центрі та натовпі прихильників, що аплодують йому (див. рис. 3.22). Таким чином, екологічність чоловічого мовлення цього прикладу полягає у тому, що автори різнобічно репрезентують головного героя, однак нівелюють шкідливий вплив негативних емотивних засобів – позитивним візуальним модусом.

(70) **Buster:** Okay, listen. we both know that my theater has been going through some pretty tough times lately. But as the saying goes, "For every cloud, a silver lining." We've got... [SNG].

У наведеному вище прикладі, чоловік приховує великі проблеми за емотивом, що виражає менш негативний ступень емоцій ніж більшість його синонімів – «through», який додатково пом'якшується прислівником «pretty», а також приказкою (див. приклад 70, підкреслено). Отже, негативний емотивний фон ситуації у чоловічому мовленні нівелюється та карнавально приховується приказкою.

(71) **Buster:** Okay, everybody. Don't panic, don't panic.

Mike: What's going on?

Buster: Talk to me, Crawly.

Miss Crawly: When did we last pay the power company, Mr. Moon?

Buster: Oh, for Pete's sake. Okay, don't worry, everybody. I will take care of this. In the meantime, you will continue to rehearse in the dark [SNG].

Приклад демонструє, як чоловік намагається приховати афект роздратування – «стан невдоволення або розчарування через те, що щось йде не так, як планувалося» [71, с. 290], який описується афективним стилістичним засобом – розмовною ідіомою – «for Pete's sake». На думку Т. В. Летягової, ця емоція може бути «приховуваною (поєднуючись, наприклад, з іронією) та

пригніченою (у поєднанні з іншою емоцією)» [там само]. У наведеному прикладі афект карнавалізовано маскується за спокоєм – «урівноваженим станом без тривоги та переживань» [71, с. 345], який відображається у використанні негативних часток «don't», які заперечують негативні емотиви, що інтенсифікують афект роздратування «panic» та «worry» (див. приклад 71, підкреслено). Також емоція спокою підсилюється повтором позитивного афективу «okay» та конотативним граматичним засобом «take care». Екологічність маскування емоцій полягає у тому, що вони не мають впливу на тих, кого вони не стосуються.

(72) **Rex:** United we stand, divided we fall. Our real battle isn't with Tyson, it's fear. We conquer it, we set ourselves free. Together we can beat that tyrant.

Jack: Bravo!

Rex: So you're in?

Jack: Oh no, but that was a great speech!

Bernard: Fantastic performance. I'm quite moved. You've really touched me... tears and everything [QC].

Основою прикладу є натхнення – «стан своєрідної напруги та піднесення духовних сил, що веде до виникнення або реалізації задуму та ідеї» [71, с. 55], яка у чоловічому мовленні реалізується приказкою «United we stand, divided we fall», а також інтенсифікується емотивно насиченими позитивними

«conquer», «free» та негативними «beat», «tyrant» конотативами.

Також позитивний емотивний фон гіперболізовано підсилюється вигуками «bravo», «fantastic» й карнавалізовано занижується емотивним еліпсисом та замовчуванням «you've really

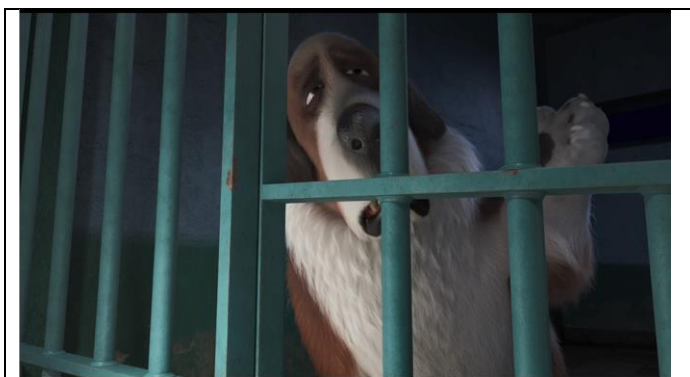


Рис. 3.23 The Queens Corgi [QC], time step: 00:56:48

touched me... tears and everything», оскільки пес імітує дуже бурхливу реакцію,

що підкреслено візуально (див. рис. 3.23), пес гіперболізовано відіграє емоції. Екологічність полягає у карнавалізованій репрезентації удаваних емоцій, що має на меті розсмішити глядача.

(73) **Max:** Oh boy...

Rooster: Come on!

Max: Super.

Duke: Goodbye!

Max: Ungh... [SLP2].

(74) **Max:** Alright, just... Don't panic. Oh man... [SLP2].

(75) **Max:** No, no, no, it's too high. And I'm, too afraid.

Rooster: Max, here's the trick. The first step of not being afraid is acting like you're not afraid.

Max: Ah huh...

Rooster: So, are you scared? [SLP2].

Емоція страху – «сильного переляку, емоції, що виникає через близьку або уявну небезпеку» [71, с. 350], у наведених прикладах чоловічого мовлення вербалізується багаторазовим повтором прямої номінації емоційного стану «to be afraid», «to be scared» й інтенсифікується виразним емотивом «panic», вигуками «Oh boy», «Oh man», «Ungh...», а також карнавалізується у саркастичному вживанні позитивного емотву «Super». Крім того, визначена емоція представлена у приказці (див. приклад 75, підкреслено), що є типовим для чоловічого мовлення. Таким чином, емотивність прикладів є високою за рахунок неконтрольованих вигуків і сарказму, а не емотивних синонімів, як це відбувається у жіночому мовленні.

(76) **Pops:** Oh, you know, just returning your giant tiger. Ooh, fun fact, he trashed my apartment! This thing ate a flat screen like it was a potato chip.

Pickles: We could shame!

Pops: Oh, now you've done it. Pickles is peeved [SLP2].

В основі наведеного прикладу перебуває емоція роздратування – «стан прикrostі гніву, невдоволення» [71, с. 290], виражена номінативом «peeved» –

«to be annoyed irritated, upset» [252] та підсилена саркастичним вживанням емотивної лексеми «fun», повторами вигуку «oh», який аудіально звучить особливо невдоволено. Також емоція приховується засобами саркастичного протиставлення прислівника «just», що знижує емотивність та дуже яскравих емотивних конотативів «trashed» та «giant», які набувають інтенсивного негативного забарвлення невдоволення, аудіально виділяючись фразовим наголосом.

Чоловічому мовленню на відміну від жіночого, у більшій мірі притаманна негативна емотивність та імітація позитивних емоцій. Чоловічий емотивний тезаурус не є дуже розвиненим, тому вербалізація відбувається за рахунок прямої та метафоричної дескрипції, емотивних засобів мови, що не відрізняються емотивною насиченістю, а також приказок та прислів'їв. Засобами підсилення емотивного значення виступають вигуки, окличні речення, повтори емотивних засобів, позитивна та негативна конотативна лексика. Однак інтенсифікуються у чоловічому мовленні частіше удавані емоції. Чоловікам характерні мовні процеси приховування емоцій, за рахунок удаваної позитивної емотивності, евфемізмів, сарказму, іронії, та зниження емотивної насиченості (розбавлення емотивності) шляхом вживання повторів нейтральних вставних слів та конструкцій, нейтральних вигуків або вигуків з протилежною емотивністю, емотивно ненасичених синонімів, риторичних питань тощо. А в основу екологічності лягає карнавальна репрезентація емотивності чоловічого мовлення, яка відбувається за рахунок інконгруентної взаємодії модусів, що дозволяє авторам у повній мірі розкрити задум та впровадити виховну функцію КАЕД.

3.5.3 Дитячі емоції. Емотивне мовлення дитини відрізняється особливою насиченістю, оскільки «в філогенезі емоція передуює інтелектові. Оцінюючи ситуацію, діти звертаються насамперед до емоційної сфери [147, с. 112]. Тому «емоційне мислення дитини сильніше за раціональне впливає на формування мовної картини світу» [103, с. 94]. «Співвідношення

когніції та емоцій перебуває у нестійкому стані» [там само], а значить вибір мовних засобів вираження обумовлений, головним чином, конкретною ситуацією. Іншими словами, культурні, національні, соціальні та гендерні норми емоційної поведінки знаходяться у процесі формування, таким чином, дітям притаманна дуже висока інтенсивність емоцій, яка, насамперед, залежить від ситуації, у яку потрапила дитина.

Розглянемо декілька прикладах на матеріалі дитячого мовлення комунікантів у анімаційних фільмах:

(77) **Dory:** Please. All I know is that I miss them. I really, really miss them. I didn't know what that felt like. Do you know what that feels like?

Marlin: Yes, I know what that feels like.

Dory: I don't want to forget this. Somewhere out there is my family. Please, Marlin, I can't find them on my own. I'll forget. Please help me find my family [FD].

В основі прикладу перебуває емоція туги – «душевна тривога, смуток, скорбота за кимось, або чимось» [71, с. 364], – яка вербалізується повтором емотивної лексеми, що прямо називає почуття «miss» та підсилюється подвійним уживанням частки «really». Почуття туги інтенсифікується риторичним питанням, яке набуває емотивної забарвленості зазначеної емоції «Do you know what that feels like?». Карнавалізованість полягає у тому, що почуття належить рибі, яка має коротку пам'ять і підсилюється багаторазовим повтором лексеми «forget» й набуває негативного конотативного значення.

Тенденція інтенсифікації емотивності дитячого мовлення повтором спостерігається у такому прикладі:

(78) **Dory:** Oh, Nemo. I'm sorry. Okay. I'm sorry. Oh my goodness! Nemo, are you okay?

Marlin: I said, "not now." You've done enough.

Dory: I have? Oh no. But I can fix it. I can. I'll go get help.

Marlin: You know what you can do, Dory? You can go wait over there. Go wait over there and forget. It's what you do best.

Dory: You're right. I don't know why I thought I could do this. Find my family. I can't do this. I'm so sorry. I'll fix it [FD].

Базова емоція жалю – «прикрість, смуток з привозу неприємностей в інших; почуття у зв'язку з роздумом про те, що усе б могло бути інакше, якщо б мовець поведився по-іншому» [71, с. 334], вводиться багаторазовим повтором прямої номінації зазначеної емоції «sorry», інтенсифікується вигуками «oh», «oh no», а також повторами афективної «Oh my goodness!» та конотативних граматичних конструкцій «I can fix it», «I'll fix it», надаючи у такий спосіб прикладу певної гіперболізованості, що притаманна дітям.

(79) **Dory:** Oh boy. Okay. This is... I'll be fine, I just need to find a way out and... If I could just... get a hold of yourself, get a hold of yourself. You'll be fine, everything's fine, think positively [FD].

Вищенаведений приклад дитячого мовлення викликає особливу зацікавленість, оскільки у ньому комунікант-«дитина»-риба намагається викликати певний загальний емотивний фон, номінуючи його «positively», з одного боку, доповнюючи його багаторазовим повтором позитивного афективу «fine». А з іншого – знижуючи негативну інтенсивність конотативу «to find a way out» часткою «just», у чому власне і полягає екологічність, оскільки приклад пропагує позитивне мислення [FD].

(80) **Nemo:** I miss Dory.

Marlin: Me too. The truth is, I'm just so worried about her.

Nemo: She's the one who should be worried about us [FD].

Меланхолія – «болісно-пригнічений стан, задумлива туга, нудьга; тихий відчай, депресія з поганими передчуттями» [71, с. 185], що у наведеному прикладі дитячого мовлення демонструється емотивами «miss» та «worried», останній дещо гіперболізується модальним дієсловом «should». У такому чіткому вираженні емоцій і полягає екологічність дитячого мовлення у визначеному прикладі.

(81) **Max:** Yes, yes, yes! How we doing, Liam?

Liam: Woo Hoo!

Duke: Woo Hoo is right!

Katty: Okay...

Max: Yes!

Duke: Here we go!

Liam: Oh wow! Woo Hoo! [SLP2].

В основі прикладу перебуває емоція веселості – «безтурботного радісного настрою, який характеризується бажанням сміятися та веселитися» [71, с. 58], що є притаманним дітям у великій мірі. Однак, як бачимо, у дитячому мовленні вона, головним чином, гіперболізовано виражена

вербально вигуками «Woo Hoo!», «Yes!», «Oh wow!» та підсилюється емотивними граматичними конструкціями дорослих «Here we go!» та «Woo Hoo is right!», а також аудіально (підвищенням гучності) та візуально (див. рис. 3.24),



Рис. 3.24 The Secret Life of Pets 2 [SLP2],
time step: 00:16:54

дитина підняла угору руки та кричить. Екологічність прикладу полягає у тому, що таке карнавалізоване вираження емоцій вигуками є чистим, природнім інтуїтивно зрозумілим кожному не залежно від мови, культури тощо, а значить, легко налаштовує глядача на позитив.

(82) **Rooster:** He already ate grandma. And then he assumed the old lady's identity.

Liam: Oooh, noo...

Max: What, hey... Don't freak out my kid.

Liam: You bad, Mr Wolfy. Pfffft!

Rooster: Kid seems fine to me. You're the one who's scared of everything.

Max: I am not. I'm, I'm... Tell him, Duke.

Duke: Yeah, yeah. Max isn't scared of everything. I, I... I can think of, um... Yeah, yeah well there's a few, there's a few things [SLP2].

Переляк – «невеликий тимчасовий страх» [71, с. 147] вербалізується прямою номінацією емоції – «scared», а також потенціативним фразовим дієсловом «freak out» – «feel extremely surprised, upset, angry, or confused» [251]. Саме у дитячому мовленні визначена емоція представлена вигуками «оооо», «поо» й карнавалізована неочікуваною сміливою реакцією (див. приклад 82, підкреслено), в якій вживається емотивно-оцінне слово «bad», лексема з пестливим закінченням (підкреслено) «Mr Wolfy» та ввічливим звертанням «Mr», що підсилює карнавалізованість й комічного типового для дітей вигуку «Pfffft!», який виділено аудіально на візуально (див. рис. 3.25). Хлопчик поводить себе комічно-сміливо, показуючи язик вовку з книжки), що є екологічним, оскільки одночасно смішить та навчає сміливості глядача.

«Mr», що підсилює карнавалізованість й комічного типового для дітей вигуку «Pfffft!», який виділено аудіально на візуально (див. рис. 3.25). Хлопчик поводить себе комічно-сміливо, показуючи язик вовку з книжки), що є

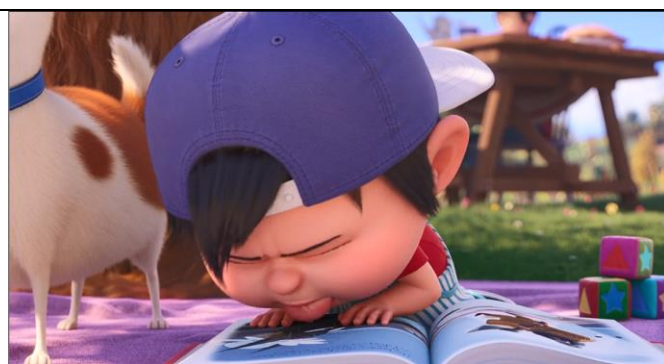


Рис. 3.25 The Secret Life of Pets 2, time step: 00:46:57

(83) **Max:** Huh, what do you think?

Liam: Oh! That's so cool!

Duke: Hey, where'd Max go? And who let their super cool cowboy in the car?

Liam: Woohoo! [The Secret Life of Pets 2].

Наведений приклад демонструє емоцію захоплення – «схвалення дій, вигляду, талантів або перевершення очікувань» [71, с. 73], яка у дитячому мовленні вербалізується оцінною лексемою «cool» й карнавалізовано інтенсифікується прислівником «so», а також вигуками «Oh!» та «Woohoo!», що є дуже характерним для дитячого мовлення. Визначена емоція підтримується та підсилюється у мовленні дорослих «super cool».

Отже, емотивний словник дитини є не дуже багатим та розвиненим, тому емоції, головним чином, вербалізуються простою номінативною лексикою, вигуками та простими оцінними афективами. З метою інтенсифікації своїх

емоційних переживань діти часто вдаються до повторів, уживання прислівників, риторичних запитань та вигуків, у такий спосіб дещо гіперболізуючи емотивну складові й привертаючи до неї увагу. Визначеному типу мовлення також притаманне зниження емотивності. Діти схильні занижувати саме негативні переживання нейтральними частками, зменшувальними суфіксами, увічливими звертаннями та комічною невербальною реакцією. Екологічність дитячого мовлення полягає у простому, гіперболізованому та інтуїтивно зрозумілому кожному, вербальному та невербальному вираженні емоцій, а також у карнавальному заниженні негативної емотивності.

Висновки до розділу 3

Цей розділ присвячено аналізу емотивної сфери карнавалізованого анімаційного дискурсу, оскільки визначений вид дискурсу відрізняється особливою емотивною насиченістю.

1. Дослідження стереотипних емоцій, що є когнітивними стратегіями в екологічному просторі КАЕД, уперше стають предметом дослідження. Анімаційний простір висвітлює ці стереотипи у незвичній гіперболізованій манері, використовуючи вербальні (емотивні мові засоби, що номінують, описують та виражають емоції; а також емотивні засоби, що виражають стан та ставлення – афективи, емотивність як додаткове або асоціативне значення – конотативи, ситуативну емотивність – потенціативи) та невербальні засоби (аудіальні – гучність, протяжність тону мовлення тощо; вербальні – кут огляду кадру, крупність й віддаленість, мова тіла, жести і міміка персонажів тощо).

2. КАЕД активно вдається до карнавалізації всіх видів емоцій. Визначено, що емоції можуть бути фундаментальними – першого гатунку, та другорядними – другого гатунку. Емоції першого гатунку відрізняються силою та насиченістю протікання, а, значить, виражені й інтенсифіковані більш емотивно насиченими засобами (номінація, поширені граматичні,

стилістичні та синтаксичні конструкції, що відрізняються виразністю тощо). Емоції другого гатунку, зазвичай, супроводжують фундаментальні емоції та використовуються для підсилення пануючого емотивного фону, тому вони вводяться (оцінними емотивами, конотативами – асоціативною емотивністю, потенціативами – ситуативною емотивністю, вигуками, виразними синонімами тощо).

2.1. Екологічність позитивних емоцій, які представлені, головним чином, базовими емоціями та почуттями, полягає в емотивній насиченості й виразності їх карнавалізованої репрезентації за рахунок узаємодії вербального та невербального модусів.

2.2. Нейтральні емоції є емоціями, афектами та почуттями першого гатунку, тому можуть залишатися нейтральними, або набувати позитивного й негативного забарвлення, супроводжуючись відповідними емоціями другого гатунку. На відміну від позитивних, вони представлені не лише базовими, але й більш складними емоціями, вони вербалізуються, переважно, дескрипцією, конотативними граматичними та стилістичними засобами. Їх інтенсифікація відбувається нейтральними, позитивними та негативними засобами вербального та невербального модусу.

2.3. Негативні емоції є найбільш частотними в КАЕД. На відміну від позитивних та нейтральних, частіше виступають власне емоціями та афектами, вербалізуються прямою номінацією та дескрипцією. Засоби їх інтенсифікації є особливо різноманітними, серед вербальних виділяємо: афективну (власне, емотивну), конотативну (що містить додаткове асоціативне емотивне значення) та потенціативну (що виражає ситуативну емотивність) лексику, виразні граматичні, синтаксичні та стилістичні засоби, серед невербальних: аудіальні та візуальні засоби, що протиставляються або не співпадають з вербальними, створюючи карнавальність, яка є екологічною, оскільки нівелює негативний вплив. Навіть мовні засоби вираження позитивних емоцій, за допомогою видів комічного, можуть слугувати для підсилення та карнавалізації негативних емоцій. Однак завдяки

карнавалізований природі досліджуваного дискурсу не мають негативного впливу на глядача.

3. Емоційна сфера людини та засоби її мовної репрезентації є соціально обумовленими, а, значить, гендерні стереотипи, установки та упередження визначають вибір емотивних засобів та їх інтенсифікації.

3.1. Жіноче мовлення є більш різноманітним та емотивно насиченим. Вербалізація відбувається переважно прямою номінацією, причому жінки схильні обирати засоби мови, що вирізняються емотивною насиченістю (напр., *adore* замість *like*). Інтенсивність досягається великою кількістю синонімів, високою концентрацією окличних речень (підкреслюється гучністю аудіального модусу), вигуками, поширеними реченнями тощо.

3.2. Емотивність чоловічого мовлення є значно нижчою, ніж у жіночого, тому емоції вербалізуються рахунок прямої та метафоричної дескрипції (причому перевага надається менш насиченим засобам), а також приказок та прислів'їв. Емотивний словник у чоловіків не є дуже багатим, тому інтенсифікація відбувається повторами, позитивними та негативними афективами. Чоловічому мовленню притаманне зниження емотивної насиченості або приховування емоцій взагалі мовними та немовними засобами. Екологічність репрезентації чоловічого мовлення у КАЕД полягає в інконгруентній взаємодії вербального та невербального модусів.

3.3. Дитяче мовлення відрізняється особливою емотивною насиченістю, простотою та інтуїтивною зрозумілістю, оскільки вербалізація відбувається за допомогою номінації та афективів, причому перевага надається простим мовним засобам, у чому і полягає екологічність. Засоби інтенсифікації не є різноманітними: повтори, прислівники, риторичні запитання, вигуки, а також виразні невербальні засоби: активна жестикуляція, міміка та просодії мовлення. Карнавалізація мовлення дітей відбувається у комічній взаємодії мовних та немовних засобів.

Результати досліджень даного розділу наведено в публікаціях автора: [51; 52; 118; 205].

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Застосування в дисертаційному дослідженні еколінгвістичного підходу, а також розгляд аспектів карнавалізації в світлі лінгвокреативної діяльності Homo Artifex як комічної дискурсивної особистості дозволили виділити новий різновид дискурсу – карнавалізований екодискурс. Методологією еколінгвістичного підходу обрано екологізм як тип свідомості, що базується на взаємозв'язках людини та природи. В межах еколінгвістики екологізм пов'язаний з мовою, її вивченням і взаємодією з середовищем.

У роботі карнавалізований екодискурс досліджено на матеріалі англomовних анімаційних фільмів про природу, головними персонажами яких виступають тварини як дискурсивні особистості, які наділені людськими рисами і характерами й перебувають в екологічному середовищі – мегаполісі. Парадоксальність їх дій та вчинків створюється за рахунок регулярних порушень норм, які закріплюються в карнавалізованому екодискурсі та стають нормою. Норма мови – це діалектично суперечливе складне явище, яке включає взаємовиключні ознаки; двоїстий характер; її призначенням є задовольняти комунікативні потреби. Норма закріплюється поширеністю вживання та різноманіттям джерел – отже, у цьому типі дискурсу, зокрема, порушення норм – мовних, мовленнєвих, онтологічних, логіко-поняттєвих, стереотипних – є нормою, при якій створюється комічний ефект.

Карнавалізований анімаційний екодискурс являє собою зразок парадоксального погляду на описані в ньому екологічні комічні ситуації: тварини “перегортають” усе догори дригом, і комізм виникає за рахунок тотальної ненормативності, завдяки якій реалізується його базова функція – змусити адресата розсміятися. Цей кінцевий інтенційний вплив на адресата експлікується багатьма мовними засобами, головними з яких є мовна гра, інтертекстуальні асоціації, мовно-естетичні знаки. Таким чином, доведено, що карнавалізація в карнавалізованому анімаційному екодискурсі передбачає контекст екоестетичної насолоди, відображаючи карнавальну модель світу за

допомогою амбівалентності, символічності, тілесності, гротескності, ексцентричності, баламутства, профанації.

У підґрунті карнавалізованого анімаційного екодискурсу перебуває когнітивний механізм інконгруентності, який реалізує ігрову органіку завдяки порушенням норм, які в комічних ситуаціях створюють карнавалізовану атмосферу спектаклю протиріч, контрастів, невинуватених очікувань. Зміст карнавалізованого анімаційного екодискурсу при цьому формується за допомогою вербального (усного та письмового) та невербального (аудіального та візуального) модусів.

Суто екологічними функціями карнавалізованого анімаційного екодискурсу виступають розважальна, функція створення комічного ефекту в екологічно порушених ситуаціях, а також атрактивна, регулятивна, маскувальна тощо. Його емоційна складова виявляє аналогічні ситуації й емоційних персонажів, реалізуючи амбівалентні, полівалентні, оцінні, контрадикторні емоції. Вербальний та невербальний модуси наповнюються емотивами, які підвищують комічність ситуацій, в яких перебувають персонажі, тобто природа комічного передбачає певну аномальність в емоційно-експресивних ситуаціях карнавалізованого анімаційного екодискурсу. Емоції, що в ньому розглядаються, виражені духовним тваринним світом, у чому полягає певна суб'єктивність інтерпретації навколишньої дійсності, що, безумовно, створює карнавалізовану ситуацію, і, таким чином, ефект комічного. Вербальне вираження емоцій досягається вживанням емоційно-експресивного синтаксису (парцеляції, інверсії), лексичних засобів (оцінних фразеологізмів, кліше), мовної гри (омонімії, полісемії), фонетичних засобів (пауз, ритму, інтонації, швидкості або повільності мовлення тощо).

У контексті карнавалізованого анімаційного екодискурсу простежується значна кількість інтертекстуальних асоціацій, пародійні інтерпретації, стилізація, естетична інтертекстуальність, які виражені вербально – словами та словосполученнями, аббревіатурами та фразеологічними виразами, які

створюють інтелектуальний каркас і сприяють екологічній інтерпретації комічного тексту досвідченим адресатом, надаючи йому естетичну насолоду. Невід'ємною частиною визначеного типу дискурсу є оніми (антропоніми та онімічні стереотипи), функції яких – створення комічного образу, комунікативна, культурологічна, атрактивна, орієнтуюча. Інтертекстуальні асоціації в карнавалізованому анімаційному екодискурсі представлені різними типами взаємодій текстів: інтертекстуальністю (цитатою, алюзією); гіпертекстуальністю (пародіюванням, стилізацією); архітекстуальністю (жанровий зв'язок комічних текстів). За культурною приналежністю інтертекстуальні асоціації поділено на зовнішньо-культурні та міжкультурні; вербальні та невербальні – на образотворчі, кінематографічні та музичні; за формою – анімаційні.

Екологічність експлікації продемонстровано типами стереотипних емоцій в основі карнавалізованого анімаційного екодискурсу: позитивними, нейтральними і, навіть, негативними. Завдяки своїй інконгруентній природі він занурює ці стереотипні уявлення про емоції у незвичний, яскравий світ, у такий спосіб викриваючи екологічність або неекологічність їх впливу на глядача.

Перспективи подальших досліджень убачаємо у застосуванні розробленої екоцентричної парадигми для вивчення різних типів і жанрів карнавалізованого екодискурсу, поглиблених аналізом вербального (усного та письмового) та невербального (аудіального та візуального) модусів. Уважаємо, що перспективним також є систематизація та уточнення положень еколінгвістики з урахуванням фольклорних комічних текстів; в ідіостилях письменників-гумористів; в аналізі вербального гумору з його іконічними знаками в інтернет-дискурсі; у виявленні функціонування гумористичних текстів в інституційних типах дискурсу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аванесова Н. В. Эмоциональность и экспрессивность-категории коммуникативной лингвистики // Вестник Югорского государственного университета, 2010. Т. 2, Вип. 17. С. 5–9.
2. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). Москва : Издательский центр «Академия», 2003. 128 с.
3. Анолли Л. Психология культуры //перевод с итальянского Ю. С. Вовк. Харьков : Гуманитарный центр, 2016. 480 с.
4. Арнольд И. В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность. Москва: Либроком, 2010. 448 с.
5. Арутюнова Н. Д. Дискурс. Лингвистический энциклопедический словарь. Москва : Советская энциклопедия, 1990. 247 с.
6. Арсенин С. В. Мир мультфильма: Идеи и образы мультипликации социалистических стран. Москва : Искусство, 1986. 288 с.
7. Бондаренко Е. В. Дискурс как объект когнитивной лингвистики // Записки з романо-германської філології. 2013. Вип. 1. С. 25–32.
8. Бондаренко Е. В., Мартынюк А. П., Фролова И. Е., Шевченко И. С. Как нарисовать портрет птицы: методология когнитивно-коммуникативного анализа языка : кол. монография. Харьков : ХНУ имени В.Н. Каразина, 2017. 246 с.
9. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. Москва : Художественная литература. 1965. 545 с.
10. Безугла Л. Р. Діалог, діалогічний текст та діалогічний дискур // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Романо-германська філологія». 2009. Вип. 60. С. 6–11.
11. Безугла Л. Р. Естетика поетичного дискурсу // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Методика викладання іноземних мов». 2020. Вип. 91. С. 7–13.

12. Белозерова Н. Н., Лабунец Н. В. Эколингвистика: в поисках методов исследования: монография. Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2012. 256 с.
13. Бергсон А. Смех. Москва : Искусство, 1992. 127 с.
14. Бернацкая А. А. К проблеме «креолизации» текста: история и современное состояние. Речевое общение: специализированный вестник. 2000. Вып. 3(11). С. 104–110.
15. Бернацкая А. А. К проблеме «креолизации» текста: история и современное состояние // Речевое общение: специализированный вестник. 2000. Вып. 3(11). С. 104–110.
16. Беценко Т., Михно Л. Народнописенні універсалії як мовнокультурний феномен у прозі Михайла Стельмаха // Світогляд – Філософія – Релігія. 2012. Вип. 3. С. 123–132.
17. Беляєва О. Ю. Функції вербальних і невербальних засобів спілкування в пісенно-драматичному дискурсі // Методичні та психолого-педагогічні проблеми викладання іноземних мов на сучасному етапі: шляхи інтеграції школи та ВНЗ : матеріали IX Міжнародної науково-методичної конференції., Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. С. 24–25.
18. Беляєва О. Ю. Імпліцитне вираження емоційної оцінки у британському пісенно-драматичному дискурсі // Сучасна германістика: наукові дискусії : матеріали VIII Міжнародного наукового форуму., Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2018. С. 20–23.
19. Боголюбов С. А. Экологичное право : учебник для вузов. Москва : Норма, 2001. 448 с.
20. Бронникова Д. А. Подходы к изучению понятия «стереотипов» современной лингвистике // Актуальные проблемы современной лингвистики глазами молодых ученых : материалы IX Всероссийского научного семинара Уфа : РИЦ БашГУ, 2017. 284 с.

21. Верещагин О. А. Экодискурс и его номологические корреляты в социогуманитаристике // Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л. Н. Толстого, 2018, Вип. 3-2. 27 с.
22. Воронова А. В. Информационная насыщенность анимационного пространства // Анимация в эпоху инновационных трансформаций: Материалы IV межд. науч.-практ. конф. «Анимация как феномен культуры». Москва : ВГИК, 2008. С. 211–216.
23. Ворошилова М. Б. Политический креолизированный текст: ключи к прочтению : монография. Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет, 2013. 194 с.
24. Галкина-Федорук Е. М. Об экспрессивности и эмоциональности в языке // Сборник статей по языкознанию. Москва : Наука, 1958. С. 103–124.
25. Гимазетдинова А. Х., Солодухо Н. М. Экологичное сознание и экологичный архетип : монография. Казань: издательство технического университета, 2008. 140 с.
26. Головкин Б. Н. Интертекст в массмедийном дискурсе. Москва : Наука, 2018. 264 с.
27. Гошилик Н. С. Прототипна когнітивна модель предметної ситуації сталості (sustainability) // Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки. 2020. № 2. С. 59–64.
28. Громорушкина А. А. Спорные вопросы в эколлингвистике // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018. Вип. 14. С. 132–142.
29. Громорушкина А. А. Экологический дискурс как комплексное явление // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2020. Вип. 3 (832). С. 36–46.
30. Гуйванюк Н. Емоційно-оцінна лексика у «Словнику буковинських говірок» // Мовознавчий вісник Черкаського національного університету імені Б. Хмельницького. 2011. Вип. 12–13. С. 88–95

31. Гумбольдт В. фон Избранные труды по языкознанию: перевод с немецкого. Москва : ОАО ИГ «Прогресс», 2000. 400 с.
32. Данилевская Н. В. Интеллектуальная оценка в свете речевых техник вербализации нового научного знания // Наука в общественном диалоге: ценности, коммуникации, организация: материалы международной научной конференции. Санкт-Петербург : ПУ Петра Великого, 2017. С. 64–66.
33. Дегтярєва І. О. Стилїстичний потенціал української постмодерністської прози : автореф. дис. ... наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.01. Київ : Інститут української мови НАН України, 2009. 20 с.
34. Дзятковская Е. Н. Экологизация как взаимодействие предметного и аспектного содержания образования // Педагогика. 2013. № 4. С. 24–33.
35. Домашнев А. И. Немецкие поселения на Неве (из истории развития "островной" диалектологии) // Вопросы языкознания. 1996. № 1. С. 24–32.
36. Ейгер Г. В. Механизмы контроля языковой правильности высказывания. Харків : Основа, 1990. 184 с.
37. Жаботинская С. А. Имя как текст: концептуальная сеть лексического значения (анализ имени эмоции) // Когниция, коммуникация, дискурс. 2013. № 6. С. 47–76.
38. Жельвис В. І. Лингвокультурологический анализ дихотомии «прилично-неприлично» в англоязычных и русской культурах // Russian Journal of Linguistics. 2014. Вип. 4. С. 101–118.
39. Жихарєва О. О. Екологічний дискурс: когнітивний підхід. Взаємодія одиниць мови та мовлення: комунікативно-когнітивний, соціокультурний, перекладознавчий і методичний аспекти // Міжнародна науково-практична конференція. Київ : НТУУ «КПІ». 2014. С. 68–71.
40. Загибалова М. А. Феномен карнавализации современной культуры: автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.13. Тула : ТГПУ имени Л. П. Толстого, 2008. 23 с.

41. Загидуллина М. В. Эколингвистическая концепция медиапространства // Медиасреда. 2016. Вип. 11. С. 8–13.
42. Загидуллина М. В. Современное состояние проблемы (обзор исследовательских мнений). Лингвоэкологический подход // Ментально-языковые трансформации русской лингвокультурной личности. Москва, 2018. С. 32–40.
43. Зайцева В. Особенности мужской и женской речи в русском языке в аспекте лингвистической теории эмоций В. И. Шаховского. Дипл. работа на соиск. ученой степени магистра философии. 2013. 64 с.
44. Изард, К. Э. Психология эмоций. Санкт-Петербург : Издательство «Питер», 1999. 464 с.
45. Иванова Е. В. Метафорическая концептуализация природных катастроф в экологическом дискурсе: на материале медийных текстов: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Челябинск : ВОУ ГПУ «ЧГУ», 2007. 219 с.
46. Иванова Е. В. К проблеме исследования экологического дискурса. // Политическая лингвистика. 2007. No. 23. С. 134–138.
47. Иванова Е. В. Лингвокогнитивное моделирование экологичного дискурса : монография. Москва : Флинта : Наука, 2015. 176 с.
48. Иванова Е. В. Лингвокогнитивное моделирование экологического дискурса : монография. 2-е изд., стер. Москва: Флинта, 2016. 176 с.
49. Івченко Н. С. Комічна екологізація оніма // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : XVII наукова конференція з міжнародною участю, 2 лютого 2018 р. : тези доп. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2018. С. 54–56.
50. Івченко Н. С. Екологія гумору // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : XVIII наукова конференція з міжнародною участю, 1 лютого 2019 р. : тези доп. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2019. С. 42–44.
51. Івченко Н. С. The Comic Component of Ecologically Oriented Stereotypes in Animated Films // Каразінські читання: Людина. Мова.

Комунікація : ХІХ наукова конференція з міжнародною участю, 7 лютого 2020 р. : тези доп. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2020. С. 37–39.

52. Івченко Н. С. Карнавалізація анімаційного фільму // Сучасна германістика: наукові дискусії : ІХ Міжнародний науковий форум, 21 жовтня 2020 р. : тези доп. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2020. С. 31–33.

53. Івченко Н. С. Інтертекстуальні асоціації в карнавалізованому анімаційному екодискурсі “Zootopia” // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія». 2021. Вип. 50. С. 46–54.

54. Ильин И. П. Интертекстуальность. Современное зарубежное литературоведение (страны Западной Европы и США): концепции, школы, термины: Энциклопедический справочник. Москва : Интрада, 1996. С. 215–221.

55. ИONOBA C. B. Эколингвистика в системе экологического знания // Термины в коммуникативном пространстве. 2017. № 1. С. 29-38.

56. Карасик В. И. Язык. Матрица культуры. Москва : Гнозис, 2013. 320 с.

57. Кибрик А. А. Анализ дискурса в когнитивной перспективе : дис. в виде науч. докл. ... д-ра филол. наук. 10.02.19. Москва : Институт языкознания, 2003. 90 с.

58. Кибрик А. А. Модус, жанр и другие параметры классификации дискурсов // Вопросы языкознания. 2009. № 2. С. 3–21.

59. Колпакова Л. В. Проявление гендерной специфики эмоциональной сферы личности в языке // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2018. Т. 6, Вип. 195. С. 62–67.

60. Кондратенко Н. В. Карнавалізація як вияв мовної гри в художньому дискурсі // Лінгвістичні дослідження: збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. 2012. Вип. 33. С. 61–65.

61. Копнина Г. А., Сковородников А. П. Стилистика креатива и эколингвистика: точки соприкосновения // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. Вип. 8-1. С. 101–104.
62. Красильникова Н. А. Метафорическая репрезентация лингвокультурологической категории СВОИ-ЧУЖИЕ в экологическом дискурсе США, России и Англии: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 Екатеринбург : УГПУ, 2005. 207 с.
63. Крейдлин Г. Е., Григорьева С. А., Григорьев Н. В. Словарь языка русских жестов // Языки русской культуры; Венский славистический альманах. 2001. С. 166 – 248.
64. Кристева Ю. Бахтин, диалог и роман // Французская семиотика: отструктурализма к постструктурализму. 2000. С. 427–457.
65. Крячко В. Б. Концептосфера "война" в английской и русской лингвокультурах: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20. Волгоград : ВГПУ, 2007. 224 с.
66. Кузнецова О. В. Тема-рематична прогресія як когнітивний механізм комічного // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов». 2017. Вип. 86. С. 118–124.
67. Кузнецова О. В. Тема-рематична прогресія як когнітивний механізм комічного // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов». 2017. Вип. 86. С. 118–124.
68. Курашкина Н. А. Эколингвистика или лингвоэкология? Терминологическая дилемма междисциплинарной научной области // Экология языка и коммуникативная практика. 2015. № 2. С. 143–156.
69. Курашкина Н. А. О необходимости натурлингвистики как подотрасли эколингвистики // Доклады Башкирского университета. 2021. Т. 6, № 2. С. 111–116.

70. Легейда А. В. Метатекстуальність у кінодискурсі // Мовні та концептуальні картини світу : збірник наукових праць. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2018. Т. 64, Вип. 2. С. 152–164.
71. Летягова Т. В., Романова Н. Н., Филиппов А. В. Тысяча состояний души: краткий психолого-филологический словарь, 3-е изд., стереотип. Москва : Флинта: Наука, 2016. 424 с.
72. Лотман Ю. М. Двойственная природа текста (связный текст каксемантическое и коммуникативное образование) // Текст и культура: общие и частные проблемы. 1985. Т. 1, № 1. С. 13–20.
73. Любимова С. А. Соціокультурні стереотипи в лінгвокогнітивній парадигмі // Вісник Маріупольського державного університету. Серія «Філологія». 2019. №. 20. С. 190–197.
74. Мартинюк А. П. Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики. Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна. 2011. 196 с.
75. Мартинюк А. П. Проблема смислотворення в комунікації // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов». 2020. Вип. 91. С. 27–41.
76. Маслова В. А. Лингвистический анализ экспрессивности художественного текста. Минск: Высшая школа, 1997. 156 с.
77. Михальская О. В. Разграничение креолизированных и поликодовых текстов (проблемы таксономии) // Мовні і концептуальні картини світу. 2014. Вип. 47(2). С. 30–37.
78. Морозова І. І. Моно- й кросгендерні комунікативні ситуації англomовного жіночого дискурсу ХІХ та ХХІ століть // Одеський лінгвістичний вісник. 2017. Т. 1, Вип. 9. С. 161–165.
79. Морозова І. І. Стереотипізація персонажного мовлення // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія

«Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов». 2018. Вип. 87. С. 77–84.

80. Морозова І. І. Гендерна й культурологічна обумовленість small talk вікторіанської доби // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов». 2019. Вип. 89. С. 12–17.

81. Морозова О. І. Екологічний підхід до аналізу неправдивих висловлень // Мовні і концептуальні картини світу. Вип. 55. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2015. С. 258–166.

82. Морозова Е. И. Экологизм как альтернатива антропоцентризму в лингвистических исследованиях // Doctrina multiplex, veritas una / Учень багато, істина одна: 36. праць до ювілею І. Р. Буніятової. Київ: університет імені Б. Грінченка, 2018. С.219–230.

83. Москвин В. П. Методы и приемы лингвистического анализа. Москва : Флинта, 2015. 222 с.

84. Москвин В. П. Эвфемизмы в лексической системе современного русского языка. Москва : Стереотип, 2017. 262 с.

85. Наумов В. В. Лингвистика интеркультурной коммуникации // Общество. Коммуникация. Образование. 2010. №105. С. 178–185.

86. Нефьодова О. Д. Засоби та наслідки актуалізації прецедентного імені в комунікації // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов». 2016. Вип. 84. С. 108–114.

87. Нефьодова О. Д. Реалізація інтертекстуального потенціалу прецедентного феномену “HUMPTY DUMPTY” в англomовних текстах різних функціональних стилів // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Іноземна філологія. Серія «Методика викладання іноземних мов». 2017. Вип. 86. С. 110–117.

88. Нечипоренко В. Ф. Лингвофилософские основы эколлингвистики. Калуга : Калужская облорганизация Союза журналистов России, 1998. 210 с.

89. Норштейн Ю. Б. Снег на траве. Фрагменты книги. Лекции по искусству анимации. Москва : ВГИК, 2005. 256 с.
90. Нурушева Д. А. Эколингвистика как раздел языкознания // Фундаментальные исследования. 2014. № 5(4). С. 890–893
91. Оніщенко Н. А. Ептоніми О. Вайлда в німецькій мові: еколінгвістичний підхід // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов». 2017. № 86. С. 144–151.
92. Оніщенко Н. А. Концептосфера цитат з британської літератури в німецькій мові: еколінгвістичний аспект (на матеріалі ептонімів О. Вайлда та Дж. Б. Шоу) // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов». 2019. № 88. С. 112–120.
93. Пасинок В. Г., Самохіна В. О. Суб'єктивний антропоцентризм vs оціночність у комунікативній діяльності // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2017. № 27. С. 116–120.
94. Пасинок В. Г., Морозова О. І., Самохіна В. О. Еколінгвістичний підхід до аналізу іноземних мов та педагогічного процесу їх навчання в українських вишах // Якісна мовна освіта в сучасному глобалізованому світі: тенденції, виклики, перспективи: матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції. Суми : СумДУ, 2017. С. 128–132.
95. Пасинок В. Г., Самохіна В. О. Екологічні методи діяльності педагога // Issues Of Modern Philology in the Context of the Interaction of Languages: materials if international scientific and practical conference. Venice, Italy, 2019. P. 27–28.
96. Попов Е. А. Анимация как вид искусства XX века: к проблеме дефиниции понятия и классификации типов // Мир науки, культуры, образования, 2011. Т. 26, № 1. С. 12–15.

97. Попов Е. А. Анимационное произведение: типология и эволюция образных средств : автореф. дис. ... канд. искусствовед. наук: 17.00.09. Санкт-Петербург : ГУП, 2011. 24 с.
98. Потебня О. О. Эстетика і поетика слова. Київ: Мистецтво, 1985, 174 с.
99. Пьеге-Гро Н. Введение в теорию интертекстуальности. Москва : ЛКИ, 2008. 240 с.
100. Пылаева Е. М. Эколингвистика как новое направление в языкознании XXI века // Вестник ПНИПУ. Проблемы языкознания и педагогики. 2011. № 5. С. 106–113.
101. Пылаева Е. М. Актуализация ключевых концептов текста перевода: эколингвистический подход (на материале романа А. В. Иванова “Географ глобус пропил” и его перевода на французский язык) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20. Пермь : ПНИПУ, 2015. 215 с.
102. Радбиль Т. Б. Природа комического sub specie языковой аномальности // Логический анализ языка. Языковые механизмы комизма. Москва : Изд-во «Индрик», 2007. С. 686–698.
103. Рибалко М. М. Засоби візуалізації емоційного стану дитини в ситуації обману (на матеріалі романів Дж. К. Ролінг) // Іноземна філологія. 2007. Вип. 119. С. 94–99.
104. Розмаріца І. О. Лінгвокогнітивні особливості комунікації у сфері екології (на матеріалі сучасної англійської мови): автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.04. Київ : КНУ імені Т. Шевченка, 2004. 20 с.
105. Рыжкова В. В. Категория интертекстуальности: подходы к исследованию и новые перспективы с позиции лингвосинергетики // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2016. Вип. 21(2). С. 107–110.
106. Рюмина М. Т. Эстетика смеха: смех как виртуальная реальность. Москва : Комкнига, 2006. 320 с.

107. Самохіна В. О. Жарт у сучасному комунікативному просторі Великої Британії та США : монографія. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. 360 с.
108. Самохіна В. А. Карнавальний діалог(изм) // Шостий міжнародний форум. Серія «Сучасна англістика: до 85-річчя кафедри англійської філології». 2015. С. 123-125.
109. Самохіна В. А. Креативная личность *linguisticus*-шутника, или ученые-лингвисты смеются // Когниция, коммуникация, дискурс. 2016. № 12. С. 84–97.
110. Самохіна В. А., Рыжкова В. В. Интертекстуальность в диалогическом пространстве англоязычного художественного текста: монографія. Харьков : ХАИ, 2017. 168 с.
111. Самохіна В. О. Діалогізм у межах карнавальної рефлексії // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика». 2017. Вип. 30. С. 83–90.
112. Самохіна В. О. Карнавальне світовідчуття у сучасному номосі. Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація: тези доп. XVI наукової конференції з міжнародною участю. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2017. С. 119–120.
113. Самохіна В. О., Кузнєцова О. В. Ідіодискурс як прояв лінгвокреативного мислення автора в карнавальній свідомості (на матеріалі художніх текстів американського письменника Дейва Баррі). Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. 2017. Вип. 16. С. 207–217.
114. Самохіна В. О., Кузнєцова О. В. Лінгвокреативність автора в карнавальній свідомості // Світ мови – світ у мові: матеріали Четвертої міжнародної наукової конференції. Київ: НТУ ім. М. П. Драгоманова. 2017. С. 161–163.

115. Самохіна В.О. Карнавальне світовідчуття у сучасному номосі // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : тези доп. XVI наук. конф. з міжнар. участю. Харків. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. С. 119–120.
116. Самохіна В. О. Карнавалізація у фокусі лінгвокреативної діяльності Номо Artifex. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2018. Вип. 88. С. 26–34.
117. Самохіна В. О., Шпак О. В. Екологія контакту в англomовному дискурсі : монографія. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2019. 186 с.
118. Самохіна В. О., Івченко Н. С. Карнавальне порушення стереотипних норм як шлях до екологізації свідомості (на матеріалі англomовного анімаційного дискурсу «Zootopia») // Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов. 2021. № 92. С. 37–44.
119. Сандлер С. В. Тема карнавала в контексте філософії М. М. Бахтина // *Studia Litterarum*. 2016. № 3-4. С. 10–18.
120. Седов К. Ф. Дискурс и личность: эволюция коммуникативной компетенции. Москва : Лабиринт, 2004. 320 с.
121. Седых А. П. Природа эмоций и их классификация в гуманитарных науках и языкознании // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2012. №6 (125). С. 108–115.
122. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями і проблеми : Підручник. Полтава : Довкілля-К, 2008. 711 с.
123. Селігей П. О. Мовна свідомість: Структура, типологія, виховання. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2012. 120 с.
124. Сковородников А. П., Копнина Г. А. Лингвотоксичные явления в речи и языке // Мир русского слова. 2017. Вип.3. С. 28–32.
125. Сліпецька В. Д. Засоби вираження негативної оцінки та негативних емоцій в українській та російській лінгвокультурах (на матеріалі

повісті М. Гоголя Вечори на хуторі біля Диканьки та її україномовного перекладу) // *Studia Ukrainica Posnaniensia*. 2018. Т. 6, Вип. 6. С. 159–165.

126. Сморг Л. О. Естетика: навчальний посібник / Л. О. Сморг; Київський міжнародний університет. Київ : Кондор, 2009. 334 с.

127. Сологуб Л. В. Комунікативні стратегії фахової соціалізації адресата у науково-дидактичному дискурсі (на матеріалі сучасних англomовних підручників з екології) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Львів, 2015. 20 с.

128. Солощук Л. В. Семіотика комунікативної взаємодії в англomовному діалогічному дискурсі // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов». 2014. № 1102. Вип. 77. С. 11–18.

129. Солощук Л. В. Вербальні і невербальні компоненти комунікації в англomовному дискурсі. Харків : Константа, 2006. 300 с.

130. Солощук Л. В. Вербальні та невербальні аспекти дискурсивної взаємодії як відображення полікодової природи комунікативного процесу // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2013. № 19 (268). С. 233–237.

131. Солощук Л. В. Дискурсивна особистість у світлі теорії полікодовості комунікативного процесу // Записки з романо-германської філології. 2015. Вип. 34. С. 167–174.

132. Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция. Оптимизация речевого воздействия. Москва : Наука, 1990. 240 с.

133. Сребрянская Н. А. Креолизованные художественные тексты разных типов знаковых систем // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2013. № 2 (261). С. 213–216.

134. Ставицька Л. О. Гендерні виміри невербальної комунікації у художньому тексті // Культура народів Причорномор'я. 2004. Т. 1, № 49. С. 146–148.

135. Степанов Ю. С. Париж — Москва, весной и утром... // Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса. Москва : Прогресс, 1999. 416 с.
136. Суховерхов А. В. Современные тенденции в развитии эколингвистики // Язык и культура. 2014. №. 3. С. 166–175.
137. Тарасова С. О. Історичний діалектизм англомовного дурня-сміхача. // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації» Т. 30(69), № 2. 2019. С. 124–129.
138. Тарасова С. О. Асоціативні трансформації комічного малих форм англомовного гумору // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : Тези доповідей XVII наукової конференції з міжнародною участю. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. С. 83–86.
139. Фатеева Н. А. Интертекстуальность и ее функции в художественном дискурсе // Известия Российской академии наук. 1997. Т. 56, № 5. С. 12–21.
140. Фатеева Н. А. Интертекст в мире текстов : Контрапункт интертекстуальности. Изд. 3-е. Москва: Ком Книга, 2007. 280 с.
141. Фрейденберг О. М. Поэтика сюжета и жанра. Москва : Лабиринт, 1936. 450 с.
142. Цапів А. О. Поетика простоти у художніх текстах для дітей // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації». 2019. Т. 30 (69), № 1, Ч. 1. С. 106–110.
143. Цапів А. О. Сучасні казкові кінонаративи під мікроскопом наратолога: критичний огляд та дискусії // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Германістика та міжкультурна комунікація». 2019. Вип. 2. С. 89–95.
144. Шамаєва Ю. Ю., Уткина Г. Ф. Лінгвокогнітивні механізми маніпулювання емоціями у медіадискурсі США та Франції // Сьомий міжнар.

науковий форум: Сучасна іноземна філологія: дослідницький потенціал: Тези доп. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна. 2016. С. 82–84.

145. Шамаєва Ю. Ю., Уткина Г. Ф. Концептуальна композиція дискурсивного фрагменту як інтерсеміотичне утворення: лінгводидактичний вимір // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : XVI наук. конференція з міжнародною участю : тези доп. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна. 2017. С. 133–134.

146. Шамаєва Ю. Ю. Мультиmodalність концептів базових емоцій в англomовному фентезійному дискурсі А. Сапковського «Відьмак» // Вісник ХНУ імені ВН Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов, 2020, Вип. 92. С. 59–65.

147. Шаховский В. И. О роли эмоций в речи // Вопросы психологии. 1991. Вип. 6. С. 111–116.

148. Шаховский В. И. Лингвистическая теория эмоций: монография. Москва : Гнозис, 2008. 416 с.

149. Шаховский В. И. Диссонанс экологичности в коммуникативном круге: человек, язык, эмоции. Волгоград : Изд-во ИП Поликарпов И. Л., 2016. 512 с.

150. Шевченко И. С., Морозова Е. И. Дискурс как мыслекоммуникативное образование // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. 2003. № 586. С. 33–38.

151. Шевченко І. С., Морозова О. І. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен : монографія. Харків : Константа, 2006. С. 21–28.

152. Шпак О. В. Еколінгвістична специфіка англomовного військового дискурсу // Сучасна германістика: наукові дискусії : Тези доповідей Восьмого міжнародного наукового форуму. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2018. С. 160-162.

153. Шпак О. В. Екологічність англomовного жіночого контакту // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : Тези доповідей XVIII

наукової конференції з міжнародною участю. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2019. С. 182–184.

154. Эмотивная лингвоэкология в современном коммуникативном пространстве: коллективная монография / науч. Ред. Проф. В. И. Шаховский; отв. ред. Н. Н. Панченко, редкол.: Я. А. Волкова, А. А. Штеба, Н. И. Коробкина. Волгоград : Изд-во ВГСПУ «Перемена», 2013. 450 с.

155. Эмотивный код языка и его реализация: коллективная монография / Н. С. Болотнова, А. А. Водяха, П. С. Волкова и др. ; редкол. : Шаховский В. И. (науч. ред.) и др. Волгоград: Перемена, 2003. 174 с.

156. Юрковська М. М. Культурні явища у гуморі сучасних англomовних анімаційних фільмів // Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. 2009. № 3. С. 273–281.

157. Юрковська М. М. Комічне серед вербальних і невербальних реалій анімаційного світу (на матеріалі сучасних англomовних анімаційних фільмів) // Проблеми семантики слова, речення та тексту. 2010. Вип. 24. С. 307–316.

158. Юрковська М. М. Дискурс англomовної анімаційної комедії : автореф. дис. ... канд. філол. наук, спец. : 10.02.04. Київ : КНУ імені Т. Шевченка, 2011. 20 с.

159. Aida R. N. A critical discourse Analysis of derogation in Zootopia Movie: dis. ... PhD. Kota Malang : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2021. 103 p.

160. Astruc R. Le Renouveau du grotesque dans le roman du XXe siècle. Essai d'anthropologie littéraire. Paris: Éditions Classiques Garnier, coll. Perspectives comparatistes, 2010. №7. 279 p.

161. Attardo S. Linguistic Theories of Humor / S. Attardo. Berlin : Mouton do Gruyter, 1994. 426 p.

162. Attardo S. The semantic foundations of cognitive theories of humor / S. Attardo // Humor. 1997. Vol. 4, Iss.10. P. 395–420.

163. Badan A., Onishchenko N. Multimedia technologies in foreign language learning under pandemic // CEUR Workshop Proceedings. 2021. Vol. 2870. P. 642–656.
164. Bally Sh. French stylistics. Moscow : Publishing house of foreign literature, 1961. 270 p.
165. Beattie J. An essay on laughter, and ludicrous composition // Essays. William Creech, Edinburgh, 1776. New York : Reprinted by Garland, 1971. P. 414–456.
166. Bezemer J., Abdullahi S. Multimodality. In: The Routledge Handbook of Linguistic Ethnography. Routledge, 2019. P. 125–137.
167. Bloomfield L. Language. New York : Routledge, 1973. 566 p.
168. Boskin J. Rebellious Laughter: People's Humor in American Culture. Syracuse, New York : Syracuse University Press, 1997. 245 p.
169. Bradford A. Sloths: The World's Slowest Mammals // Live Science, 26 Nov. 2018. URL: www.livescience.com/27612-sloths.html (дата звернення: 25.03.2020).
170. Brown M. H. Nonhuman Animals and the Relative Pronoun 'Who' in English an Additional Language Coursebooks. Language & Ecology. 2016. P. 1–9. URL: <http://ecolinguistics-association.org/articles/4593204474> (дата звернення: 23.01.2020).
171. Buchan S. Pervasive Animation. New York and London: Routledge, 2013. 392 p.
172. Burke M. Iconicity and literary emotion // European Journal of English Studies. 2001. Vol. 5, № 1. P. 31–46.
173. Burn S. M. The Social Psychology of Gender. New York : McGraw-Hill Education, 1996. 320 p.
174. Capra F. Ecology and community // Center for Ecoliteracy. 1994. P. 1–10.
175. Claridge C. Hyperbole in English: A Corpus-based Study of Exaggeration. Cambridge : Cambridge University Press, 2010. 257 p.

176. Courpasson D., Monties V. "I am my body". Physical selves of police officers in a changing institution // *Journal of Management Studies*. 2017. Vol. 54, № 1. P. 32–57.
177. Couto H. H. do, *Ecosystemic Linguistics // Eco Systemic Linguistics The Routledge handbook of ecolinguistics*. Description: New York : Routledge, 2018. P. 149–161.
178. Department of Motor Vehicles [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: https://en.wikipedia.org/wiki/Department_of_motor_vehicles. (дата звернення: 02.03.2021).
179. Dijk T. A. van. The Study of discourse // *Discourse as structure and process // Discourse Studies: a multidisciplinary Introduction*. London : SAGE Publications, 1997. Vol. 1. P. 1–34.
180. Dore M., Gueyer, K. Revoicing otherness and stereotypes via dialects and accents in Disney's Zootopia and its Italian dubbed version' // *New Perspectives in Dialects and Multimedia*. Special issue of InTRAlinea. 2020. P. 1–9.
181. Doring M. Media reports about natural disasters. An ecolinguistic perspective // *The Routledge handbook of ecolinguistics*. New York, London : Routledge, 2018. P. 293–307.
182. Dusenbery D. B. A simple animal can use a complex stimulus pattern to find a location: nematode thermotaxis in soil // *Biological Cybernetics*. 1989. Vol. 6, № 60. P. 431–437.
183. Elliott R. C. The nature of satire [Electronic resource] // *Encyclopedia Britannica*. URL: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/524958/satire> (дата звернення: 26.01.2021).
184. Fauconnier G. *Espaces mentaux. Aspects de la construction du sens dans les langues naturelles*. Paris : Sémantique et recherches cognitives, 1984. 216 p.
185. Fill A. *Ecolinguistics: State of the art 1998. The Ecolinguistics Reader: Language, Ecology and Environment*. London, New York: Continuum, 2001. P. 43–53.

186. Fill A., Muhlhausler P. (ed.). *Ecolinguistics reader: Language, ecology and environment: continuum*. London: Bloomsbury Publishing, 2006. 306 p.
187. Fill A. F., Penz H. *Ecolinguistics in the 21st Century: New Orientations and perspective* // *The Routledge handbook of ecolinguistics*. New York, London : Routledge, 2018. P. 437–443.
188. Fill A. *Introduction* // *The Routledge handbook of ecolinguistics*. New York, London : Routledge, 2018. P. 1–7.
189. Finke P. *Transdisciplinary Linguistics. Ecolinguistics as a Pacemaker into a New Scientific Age perspective* // *The Routledge handbook of ecolinguistics*. New York, London : Routledge, 2018. P. 406–419.
190. Fritz A. M. “Buy everything”: the model consumer-citizen of Disney’s *Zootopia* // *Journal of Children and Media*. 2020. Vol. 14, №. 4. P. 475–491.
191. Frye N. *Anatomy of Criticism*. Princeton, NJ : Princeton UP, 1957. 222 p.
192. Fusari S. *Changing Representations of Animals in Canadian English (1920s – 2010s)*. *Language & Ecology*. 2018. URL: <http://ecolinguistics-association.org/journal/4563035324> (дата звернення: 22.01.2019).
193. Gibka M. *Permanent functions of characters’ proper names in Harry Potter* // *Journal of Literary Onomastics*. 2019. Iss. 7. P. 45–52.
194. Goatly A. *Meaning and Humour (Key Topics in Semantics and Pragmatics)*. Cambridge : Cambridge University Press, 2012. 350 p.
195. Goshylyk N. “Small is Beautiful” in the English Mass Media Texts on Sustainable Development // *AAA – Arbeiten aus Anglistik und Amerikanistik*. 2017. Vol. 42. Iss. 1. P. 141–158.
196. Haarmann H. *Language in Ethnicity: A View of Basic Ecological Relations: Harald Haarman*. Berlin : Mouton de Gruyete. 1986. 286 p.
197. Hall E. *The Hidden Dimension*: Garden City, N.Y., Doubleday : Anchorbooks, 1966. 201 p.

198. Halliday M. A. K. New ways of meaning: the challenge to applied linguistics // *The Ecolinguistics Reader: Language, Ecology and Environment*. London, New York: Continuum, 2001. P. 175–202.
199. Harris S., Rayner J. M. V. . Urban fox (*Vulpes vulpes*) population estimates and habitat requirements in several British cities // *The Journal of Animal Ecology*. 1986. Iss. 55. P. 575–591.
200. Haugen E. *The Ecology of Language. Essays by Einar Haugen*. Stanford, California : Stanford University Press, 1972. 366 p.
201. Hjelmslev L. *Prolegomena to a Theory of Language*. Madison, 1969. 144 p.
202. Hodges A. Intertextuality in Discourse. *The Handbook of Discourse Analysis. Second Edition*. 2015. Vol. 1. P. 42–60. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781118584194.ch2> (дата звернення: 24.05.2018).
203. Holloway R. “Z” is for Zagreb. London: The Tantivy Press, 1972. 182 p.
204. How many cops does it take to change a light bulb? Why we love laughing at the Police. URL: <https://www.bbc.co.uk/programmes/articles/5mbQTMfSKWq35dyxrtcYKhY/how-many-cops-does-it-take-to-change-a-light-bulb-why-we-love-laughing-at-the-police>. (дата звернення: 02.03.2021).
205. Ivchenko N. Comic Functions in the Animated Ecodiscourse (Case Study of “Zootopia”) // *Theory and Practice in Language Studies*, 2021. Vol. 11, Iss. 9. P. 1080–1086.
206. Jacobs G. M. Ecolinguistics and education // *The Routledge Handbook of Ecolinguistics*. New York, London : Routledge, 2017. P. 378–392.
207. Jacobs G. M., Jiexin T., Michael J. J. The Presentation of Animals in English as Learner’s Dictionaries and Graded Readers. *Language & Ecology*, 2017. P. 1–19.

208. Kerlow I. Art of 3D Animation and Special Effects. Moscow : Vershina, 2004. 451 p.
209. Legeyda A., Legeyda D. "Flash-of-Lightning" Internet-Based Effect in Adaptation Manipulation in Post-Truth Society // Association of Adaptation Studies Annual Conference. Facts: True, Alternative, Evolving with a special focus on Entertainment Franchises. Amsterdam : The University of Amsterdam. 2018. P. 56–59.
210. Lippmann W. Public Opinion. New York : Macmillan, 1922. 427 p.
211. Lotman Yu. On the language of animated cartoons. In O'Toole, Lawrence Michael. Oxford : Holdan Books, 1981. 137 p.
212. Luke T. W. An Apparatus of Answers? Ecologism as Ideology in the 21st Century // New Political Science. 2009. Vol. 4, Iss. 31, P. 487–498.
213. Milner G. B. Homo Ridens: Towards a Semiotic Theory of Humor and Laughter // Semiotica. 1972. № 5. P. 1–30.
214. Morozova O. Transparency Across Semiotic Modes: An Ecological Stance // Language – Literature – the Arts: A Cognitive-Semiotic Interface. Frankfurt am Main : Peter Lang, 2017. P. 49–68.
215. Morozova O. Linguoecological approach to capturing concepts: a case study of transparency // Accents and Paradoxes of Modern Philology. 2018. Iss. 2. P. 32–51.
216. Mühlhäusler P. Linguistic Ecology. London, New York: Routledge, 1996. 396 p.
217. Nilsen D. L. F., Nilsen A. P. The language of humor: An introduction. Cambridge : Cambridge University Press, 2018. 400 p.
218. Norrick N. Intertextuality in Humour // Humor. 1989. Vol. 2, Iss. 2. P. 117–139.
219. Norrick N. R. Non-verbal Humor and Joke Performance // Humor. 2004. Vol. 4, Iss. 17. P. 23–48.

220. Pasynok V., Samokhina V. The anthroponymic world in the text of the anglophone joke // *LEGE ARTIS: language yesterday, today, tomorrow*. 2017. № 2. P. 284–355.
221. Perný L. Utopisti. Vizionári sveta budúcnosti: Dejiny utópií a utopizmu. Martin : Matica slovenská, 2020. 390 p.
222. Pocheptsov G. G. Language and Humour. Kiev : Vysca skola Publishes. Head Publishing House, 1982. 325 p.
223. Pshenychnykh A. N. Memories of Big City from Soviet and Post-Soviet Perspectives // *Film and Cultures of Memory international monograph* : Saarland, Germany : Saravi Pontes, Saarland University Press, 2015. P. 29–49.
224. Radtke A. Linguistic Ideologies in Children's Animated Movies // *Freie Universität Berlin*. Berlin, 2016. 12 p. URL: https://www.academia.edu/27308638/Linguistic_Ideologies_in_Childrens_Animated_Movies (дата звернення: 07.06.2021).
225. Raskin V. Semantic Mechanisms of Humor. Dordrecht, Boston, Lancaster : D. Reidel Publishing Company, 1985. 284 p.
226. Ritchie G. The Linguistic Analysis of Jokes. London, New York : Routledge, 2014. 256 p.
227. Samokhina V. O. Carnivalization in the light of linguocreative activity of Homo Artiflex // *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series «Foreign Philology. Methods of Foreign Language Teaching»*. 2019. Iss. 88. P. 26–34.
228. Sapir E. Language and environment // *American anthropologist*. 1912. Iss. 14. P. 226–242.
229. Shanti E. Carnival and Dialogue in Bakhtin's Poetics of Folklore. *Folklore Forum*. 1999. Iss. 30(1/2). P. 129–139. URL: <http://hdl.handle.net/2022/2327> (дата звернення: 18.04.2018).
230. Shiota M. N. Positive Emotion and the Regulation of Interpersonal Relationships. *The Regulation of Emotion*. 2004. P. 127–155.

231. Steffensen S. V., Cowley S. J. Thinking on behalf of the world: radical embodied ecolinguistics // *The Routledge Handbook of Ecolinguistics*. New York, London : Routledge, 2021. P. 723–736.
232. Stereotypes of animals. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Stereotypes_of_animals. (дата звернення: 02.02.2021)
233. Stibbe A. *Ecolinguistics Language, Ecology and the Stories We Live By*: 2nd Edition. London : Routledge, 2020. 260 p.
234. Suzanne F. *The Official Zootopia Handbook*. USA: RHCБ, 2016. 64 p.
235. Swales J. *Genre Analysis : English in academic and research setting*. Cambridge : CUP, 1998. 260 p.
236. Szerszunowicz J. Typowy Janusz and Bad Luck Brian: On meme characters from a cross-linguistic and cross-cultural perspective // *The European Journal of Humour Research*, 2018, Vol. 2, Iss. 6. P. 3–22.
237. Tait A. Karen, Sharon, Becky, and Chad: How it feels when your name becomes a meme. *New Statesman*. 2018. URL: <https://www.newstatesman.com/science-tech/2018/01/karen-sharon-becky-and-chad-how-it-feels-when-your-name-becomes-meme> (дата звернення: 12.06.2021).
238. Telotte J. P. *Animating space: from Mickey to Wall-e*. Lexington, KY : The University Press of Kentucky, 2010. 296 p.
239. Trim J. L. M.. Historical, descriptive and dynamic linguistics // *Language and Speech*. 1959. Iss. 2. P. 9–25.
240. Walt Disney Quotes // Just Disney: [Website]. URL: http://www.justdisney.com/walt_disney/quotes/index.html (дата звернення: 12.06.2021).
241. Wendel J. N. Notes on the ecology of language // *Bunkyo Gakuin University Academic Journal*. 2005. No. 5. P. 51–76.
242. Wierzbicka A. *Emotions across Languages and Cultures. Diversity and Universals*. Cambridge : Cambridge University Press, 1999. 349 p.

243. Wissenburg M. L. J. Ecologische Utopieën: Ecotopia's en het milieudebat // Acta Politica. 1997. No. 2 Vol. 32. P. 213–217.

244. Wolfram W., Schilling-Estes N. American English : Dialects and Variation, 2nd Edition. Malden : Blackwell Publishing. 2006. 472 p.

СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ

245. Головин С. Ю. Словарь практического психолога. Минск : Харвест, 1998. 301 с.

246. Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів: словник. Київ : Вища школа, 1985. 360 с.

247. Кондаков Н. И. Логический словарь-справочник. Москва, Книга по требованию, 2013. 720 с.

248. Кондаков Н. И. Психология. Иллюстрированный словарь. Санкт-Петербург, Прайм-еврознак, 2007. 783с.

249. Словник української мови : Академічний тлумачний словник (1970—1980). URL: <http://sum.in.ua>

250. Філософський енциклопедичний словник / В. І. Шинкарук (гол. редкол.) та ін. Київ : Інститут філософії імені Григорія Сковороди НАН України : Абрис, 2002. 742 с.

251. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org>.

252. Collins English Dictionary. Complete and Unbridged, 12th edition, HarperCollins Publishers [Електронний ресурс]. 2019. URL: <https://www.collinsdictionary.com>.

253. Crowley T. The Liverpool English Dictionary. Liverpool : Liverpool University Press, 2017. 276 p.

254. Dictionary.com. URL: <https://www.dictionary.com>.

255. Hanks P. A Dictionary of First Names (2 ed.) [Електронний ресурс] / P. Hanks, K. Hardcastle, F. Hodges // Oxford University Press. 2019. – URL:

<https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780198610601.001.0001/acref-9780198610601>.

256. Longman Dictionary of Contemporary English Online. URL: <https://www.ldoceonline.com>.

257. Merriam Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com>.

258. Oxford Learner's Dictionary. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com>.

259. The Free Dictionary. URL: <https://www.thefreedictionary.com>.

260. Wikipedia. URL: <https://en.wikipedia.org>.

261. Urban Dictionary. URL: <http://www.urbandictionary.com>.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. ZT: Howard B., Moore R. (Directors) Zootopia [Motion Picture]. United States: Walt Disney Studios, 2016.

2. SNG: Jennings G. (Director) Sing [Motion Picture]. United States: Illumination Entertainment, 2016.

3. SLP: Renaud C. (Director) The Secret Life of Pets [Motion Picture]. United States: Illumination Entertainment, 2016.

4. SLP2: Renaud C. (Director) The Secret Life of Pets 2 [Motion Picture]. United States: Illumination Entertainment, 2019.

5. FD: Stanton A. (Director) Finding Dory [Motion Picture]. United States: Walt Disney Pictures/Pixar Animation Studios, 2016.

6. QC: Stassen B. (Director) Queen's corgy [Motion Picture]. Belgium: Belga Productions, 2019.

ДОДАТОК А

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації

Публікація у періодичному науковому виданні, проіндексованому у базі даних Scopus, держави, яка входить до Організації економічного співробітництва та розвитку (Велика Британія):

1. Ivchenko N. Comic Functions in the Animated Ecodiscourse (Case Study of “Zootopia”) // Theory and Practice in Language Studies, 2021.Vol. 11, Iss. 9. P. 1080–1086. (Scopus). URL: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85114362831&origin=AuthorNamesList&txGid=18cdc9c739ef8c605486797e17e6a971>

Публікації у виданнях, включених до переліку фахових видань України з присвоєнням категорії «Б»:

2. Самохіна В. О., Івченко Н. С. Карнавальне порушення стереотипних норм як шлях до екологізації свідомості (на матеріалі англomовного анімаційного дискурсу «Zootopia») // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов». 2021. Вип. 92. С. 37–44. DOI: <https://doi.org/10.26565/2227-8877-2020-92-05>

(Особистий внесок здобувачки полягає в опрацюванні та систематизації фактичного та ілюстративного матеріалів)

3. Івченко Н. С. Інтертекстуальні асоціації в карнавалізованому анімаційному екодискурсі “Zootopia” // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія». 2021. Вип. 50. С. 46–54. DOI: <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2021.50-1.16>

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

4. Івченко Н. С. Комічна екологізація оніма // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : XVII наукова конференція з міжнародною участю, 2 лютого 2018 р. : тези доп. Харків, 2018. С. 54–56.

5. Івченко Н. С. Екологія гумору // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : XVIII наукова конференція з міжнародною участю, 1 лютого 2019 р. : тези доп. Харків, 2019. С. 42–44.

6. **Ivchenko N.**, Vermenych Y. Multimodal metaphorization of ecological problems in documentary and animation films: theoretical and applied aspects // The 4-th International Conference on Ecolinguistics (ICE-4). Language and eco-civilizations: Towards Consilience with the Life Sciences, 12–15 August 2019 : abstr. Odense: University of Southern Denmark, 2019. P. 26.

(Особистий внесок здобувачки полягає в зборі та аналізі фактичного та ілюстративного матеріалів)

7. Івченко Н. С. The Comic Component of Ecologically Oriented Stereotypes in Animated Films // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : XIX наукова конференція з міжнародною участю, 7 лютого 2020 р. : тези доп. Харків, 2020. С. 37–39.

8. Івченко Н. С. Карнавалізація анімаційного фільму // Сучасна германістика: наукові дискусії : IX Міжнародний науковий форум, 21 жовтня 2020 р. : тези доп. Харків, 2020. С. 31–33.