

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ЛІНГВОДИДАКТИКИ**

**Кваліфікаційна робота
магістра**

на тему **ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ
КОМІКСІВ**

Виконав: студент 2 курсу,
групи 8.0350-а
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.041 Германські мови
та літератури (переклад включно),
перша – англійська
освітньо-професійної програми
Мова і література (англійська)
Гудков Вадим Олександрович

Керівник к.філ.н., доц Голуб Ю.І.

Рецензент к.пед.н., доц. Надточій Н. О.

Запоріжжя – 2021

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет іноземної філології

Кафедра англійської філології та лінгводидактики

Освітній рівень магістр

Спеціальність 035 Філологія

Спеціалізація 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно),
перша – англійська

Освітня програма Мова і література (англійська)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

«____» _____ 2021 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

ГУДКОВУ ВАДИМУ ОЛЕКСАНДРОВИЧУ

1. Тема кваліфікаційної роботи магістра (проєкту) «Лінгвостилістичні особливості англійськомовних коміксів»

керівник кваліфікаційної роботи (проєкту): Голуб Юлія Іванівна, к.філ.н., доцент

затверджені наказом ЗНУ від 08 «квітня» 2021 року № 566-с

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи (проєкту): 7 грудня 2021 року

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (проєкту): теоретико-методологічні засади вивчення креолізованих текстів; англійськомовні комікси.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) комікс як різновид креолізованого тексту; 2) вербальні та невербальні компоненти у структурі коміксу 3) особливості мови коміксів на різних рівнях мови.

5. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи (проєкту)

| Розділ | Прізвище, ініціали та посада консультанта | Підпис, дата | |
|----------|---|----------------|------------------|
| | | завдання видав | завдання прийняв |
| Вступ | Голуб Ю. І., к.філ.н., доц. | 05.05.2021 | 05.05.2021 |
| Розділ 1 | Голуб Ю. І., к.філ.н., доц. | 24.06.2021 | 24.06.2021 |
| Розділ 2 | Голуб Ю. І., к.філ.н., доц. | 07.09.2021 | 07.09.2021 |
| Висновки | Голуб Ю. І., к.філ.н., доц. | 19.11.2021 | 19.11.2021 |

6. Дата видачі завдання: 05.05.2021 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| з/п | Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи магістра | Строк виконання етапів роботи (проєкту) | Примітка |
|-----|--|---|----------|
| 1. | Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх вивчення та аналіз; | травень 2021 | виконано |
| 2. | Добір фактичного матеріалу | червень 2021 | виконано |
| 3. | Написання вступу | червень 2021 | виконано |
| 4. | Написання теоретичного розділу | липень 2021 | виконано |
| 5. | Написання практичного розділу | серпень 2021 | виконано |
| 6. | Формулювання висновків | жовтень 2021 | виконано |
| 7. | Проходження нормоконтролю | листопад 2021 | виконано |
| 8. | Одержання відгуку та рецензії | листопад 2021 | виконано |
| 9. | Захист | грудень 2021 | виконано |

Автор роботи несе персональну відповідальність за відсутність в роботі несанкціонованих текстових запозичень (академічного плагіату)

Магістрант

_____ (підпис)

Гудков В.О.

Керівник роботи (проєкту)

_____ (підпис)

Голуб Ю.І.

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер

_____ (підпис)

Бережний В.А.

РЕФЕРАТ

Дипломна робота – 50 стор., 67 джерел.

Об'єкт дослідження – креолізовані англомовні тексти.

Предмет дослідження – лінгвістичні та стилістичні особливості англомовних коміксів.

Мета даного дослідження – виявлення та комплексний аналіз мовних та позамовних засобів в англомовному коміксі як візуально-графічному тексті.

Теоретико-методологічні засади: дослідження коміксу як літературного жанру (С. Андреас, Р. В. Вороніна, М. В. Захарова, А. В. Коларькова); з проблем стилістики (І.Р. Гальперін, А. С. Попов, С. V. Garcés,) та питань ролі паралінгвістичних засобів (А. В. Міхеєв, С. І. Дубінін, Л. Макарук, М. Г. Швецова).

Отримані результати. З'ясовано, що мовний компонент в англомовному коміксі представлений на фонетичному (характеризується передачею варіативності звуків за допомогою своєрідної графіки через фоносемантичний модус або звукопис), лексичному (окреслюється відповідним добором лексем, їх поєднанням, загальною тональністю викладу, образними засобами), синтаксичному (перевага простих, складносурядних і нечленованих речень) та текстовому рівнях (діалог переважає над монологом завдяки динамічності розгортання подій у фрагментах).

Екстралінгвальний інвентар охоплює шрифтову гарнітуру, колір та графічний знак. Шрифтова гарнітура має лінгвістичну цінність у тексті коміксу, оскільки вона є зовнішньою оболонкою вербальної комунікації. Виявлено, що шрифтовою гарнітурою чи курсивом можуть виокремлюватися: ключові ідеї фрагмента, імена персонажів, елементи з особливим емотивним забарвленням, знаки інших алфавітів, зображені рукописні повідомлення.

Ключові слова: жанр, екстралінгвістичні засоби, комікс, креолізований текст, лінгвістичні засоби, рівні мови, стилістичні прийоми

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| ВСТУП | 3 |
| РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ КОМІКСУ ЯК СУЧАСНОГО ЯВИЩА ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ | 6 |
| 1.1 Поняття «креолізованого тексту»..... | 6 |
| 1.2 Комікс як різновид креолізованого тексту..... | 14 |
| 1.3 Історія розвитку коміксів..... | 20 |
| 1.4 Вербальні та невербальні компоненти у структурі коміксу..... | 26 |
| РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ КОМІКСІВ: МОВНИЙ КОМПОНЕНТ ТА ЕКСТРАЛІНГВІСТИЧНИЙ ІНВЕНТАР | 31 |
| 2.1 Лексичний рівень | 31 |
| 2.2 Синтаксичний рівень | 37 |
| 2.3 Екстралінгвістичні засоби | 43 |
| ВИСНОВКИ | 46 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | 49 |

ВСТУП

У сучасному світі креолізовані тексти є одним з важливих способів подання інформації, так як вони дозволяють легко виділити основні теми повідомлення і швидше сприйняти текст.

Світ креолізованого текстів дуже різноманітний. Він охоплює тексти газетно-публіцистичні, науково-технічні, тексти-інструкції, ілюстровані художні тексти, тексти реклами, афіші, комікси, плакати, листівки та ін. Роль креолізованих текстів стрімко зростає в міру «ескалації зображення», що знаменує собою якісно новий процес розвитку мовної комунікації, який відповідає потребам сучасного суспільства [Абу Бакр].

Комікси, будучи прикладом креолізованого тексту, швидко набирають популярність у масовій культурі в усьому світі. Їх тиражі обчислюються сотнями тисяч примірників, а вік цільової аудиторії варіюється від дітей до пенсіонерів. У зв'язку зі зростаючою популярністю коміксів в різних культурах виникає необхідність вивчення їх особливостей.

Історія виникнення коміксу свідчить про те, що спочатку єдиним жанром у коміксі був комічний жанр, звідси і виникла назва *comic*. На сьогоднішній день спостерігаємо стрімкий розвиток жанрової диференціації коміксів: від оповідань про супергероїв до коміксів на соціально-політичні та психологічні теми.

Комікс як вид креолізованого тексту виступав об'єктом різнопланових досліджень: структурні особливості та особливості декодування інформації в коміксі зустрічаються в роботах О. Анісімової, С. Андреаса, Д. А. Усольцевої, М. Г. Швецової; співвідношення графічних і словесних компонентів досліджено в роботах Л. Г. Столярова, Н. Циркун, С. МакКлауд; текстовим категоріям коміксів та засобам їхньої реалізації присвячено дослідження Є. Козлова, А. Соніна, М. В. Захарової; когнітивні проблеми, пов'язані із креолізованим текстом розглядали А. С. Попов, О. С. Колесник.

Дисертаційні дослідження були присвячені дослідженням лінгвістичним особливостям франкомовних коміксів, а також можливостям застосування коміксів в освітніх цілях [Космацька 2011; Ольшанський 2002; Гадомська 2017]. Але досліджень лінгвістичних особливостей англomовних коміксів нами не було виявлено, що й обумовило актуальність дослідження.

Об'єкт дослідження – креолізовані англomовні тексти.

Предмет дослідження – лінгвістичні та стилістичні особливості англomовних коміксів.

Мета даного дослідження – виявлення та комплексний аналіз мовних та позамовних засобів в англomовному коміксі як візуально-графічному тексті.

Для досягнення даної мети були поставлені наступні **завдання**:

- 1) розглянути креолізований текст як лінгвовізуальний феномен;
- 2) систематизувати інформацію про комікс як тип креолізованого тексту;
- 3) проаналізувати правила побудови коміксів;
- 4) виявити лінгвостилістичні особливості коміксів.

Обсяг поставлених завдань обумовив застосування загальнонаукових **методів** (спостереження, опис, систематизація, індукція, дедукція), емпірико-теоретичних методів (аналіз, синтез) і спеціальних методів лінгвістики (контекстологічний та стилістичний аналіз).

Теоретичне значення виконаної роботи полягає в тому, що дане дослідження вносить певний внесок у розвиток лінгвостилістики англійської мови, лінгвокультурології та прагмалінгвістики в сфері структури, семантики і прагматики креолізованого повідомлення, актуалізованого в тексті англomовного коміксу.

Практична цінність дослідження визначається можливістю використання матеріалу дослідження і отриманих в ньому результатів у практиці викладання англійської мови, а також в теоретичних курсах зі стилістики та літературознавства.

Структура роботи. Дана дипломна робота складається з вступу, двох

розділів, висновків та списку використаних джерел. Перший розділ присвячений теоретичним аспектам дослідження. У ньому вивчається поняття коміксу як креолізованного тексту, історія виникнення та розвитку коміксу, розглядаються особливості його побудови. Другий розділ роботи включає результати практичного дослідження структури і стилістичних особливостей тексту коміксу. У висновках підводяться підсумки проведеного дослідження.

Загальна кількість сторінок 50. Кількість використаних джерел 67.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ КОМІКСУ ЯК СУЧАСНОГО ЯВИЩА ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

1.1. Поняття «креолізованого тексту»

Перш ніж перейти до докладного розгляду коміксів, зупинимося на понятті «креолізованого тексту». Креолізовані тексти довгий час не вивчалися лінгвістами, так як традиційно підхід до тексту зосереджувався тільки на вербальних засобах, і це призводило до того, що дослідження креолізованих текстів обмежувалися окремими нарисами про використання зображення в рекламі, афіші, про роль підпису під фотографіями в пресі і карикатурами [Анисимова 2003, с. 3].

Первісне значення слова «креолізації» – «процес утворення нових етнічних груп шляхом змішання крові декількох етносів, що контактують» [Косьмацька 2011, с. 45]. Як відомо, спочатку креолами (від фр. *Créole*; ісп. *Criollo* і порт. *Crioulo*; лат. *Creare* – «створювати, плекати») називали дітей змішаних шлюбів іспанських і португальських поселенців і місцевих жителів, які народилися в Латинській Америці. Пізніше креолами стали називати всіх нащадків європейських переселенців на територіях колоній в Північній і Південній Америках. Процес взаємодії кількох етносів на одній території неминуче веде до взаємодії їхніх національних мов. Звідси походить друге, вузьколінгвістичне значення терміну: креолізації – «процес формування нової мови (змішаного як на лексичному, так і на граматичному рівнях) в результаті взаємодії кількох мов» [Чигаєв 2010, с. 24], процес, наступний за піджинізацією.

Відповідно, креолізованими називають мови, що виникли в результаті змішування декількох мов. Вітчизняні психолінгвісти Ю. О. Сорокін і

Є. Ф. Тарасов в 1990 р запропонували термін «креолізований текст». На їхню думку, це «тексти, фактура яких складається з двох негомогенних частин: вербальної (мовної) і невербальної (що належить до інших знакових систем, ніж природна мова)» [Сорокін 1990, с. 180]. Прикладом креолізованого тексту вони вважають кінотексти, тексти радіомовлення і телебачення, засоби наглядної агітації і пропаганди, плакати, рекламні тексти, комікси.

Кількома десятиліттями раніше Р. О. Якобсон також писав про синкретичні повідомлення, що ґрунтуються на комбінації або об'єднанні різних знакових систем [Якобсон 1985, с. 327]. Для позначення синтезу вербальної і зображувально-графічної знакових систем А. О. Бернацька використовує схожий термін «ізовербальний комплекс» [Бернацкая 1987, с. 105], а А. В. Міхеєв іменує подібні системи словом «ізоверб» [Михеев 1987, с. 32].

У прагненні дати визначення таким утворенням Г. В. Ейгер і В. Л. Юхт виділили моно- і полікодові тексти. До полікодових текстів вчені відносять «випадки поєднання природного мовного коду з кодом будь-якої іншої семіотичної системи (зображення, музика і т. п.)» [цит.за: Мороз 2020, с. 556]. Термін «полікодовий текст» застосовує в своїх роботах і Л. Г. Столярова, розглядаючи в якості різновиду полікодових текстів «лінгвовізуальний комплекс» – газетний текст, який супроводжується фотозображенням [Столярова 2010, с. 394].

Креолізованого або полікодовий текст являє собою з'єднання вербальних і образотворчих засобів передачі інформації і з'єднуючись один з одним, вербальний та іконічний (невербальний) тексти гарантують цілісність і зв'язність тексту, його комунікативний ефект [Сорокін 1990, с. 180].

Полікодові тексти належать як до усного, так і письмового мовлення. Малюнки, фотографії, схеми, реальні предмети навколишнього світу, що становлять предмет спілкування, а також специфічні, характерні лише для усного спілкування міміка і деякі види жестів виступають в ролі іконічних знаків. І в той же час наявність невербальних (або, як часто називають

стосовно письмового тексту, паралінгвістичних) знаків в тексті ще не говорить про полікодовість тексту. Текст є полікодовим лише в тому випадку, якщо це паралінгвістично активний текст, тобто текст, в якому паралінгвістичні засоби є носіями інформації або, у всякому разі, додають додаткові відтінки змісту. Полікодовість тексту характерна тим, що вона визначена ситуацією спілкування, комунікативним задумом, предметом мовлення і сприяє ефективному спілкуванню. Одним із прикладів креолізованного тексту може бути вербально-фотографічна єдність, де вербальний і образотворчий компоненти створюють одне візуальне, смислове та функціональне ціле, яке забезпечує його комплексний прагматичний вплив на адресата [Драган-Іванець 2014, с. 40].

Полікодові тексти можуть бути з частковою креолізацією і повною креолізацією. У текстах з частковою креолізацією вербальні та іконічні компоненти вступають в автосемантичні відносини, коли вербальна частина відносно автономна, а образотворчі елементи тексту є факультативними. Тексти з частковою креолізацією зазвичай зустрічаються в газетних, науково-популярних і художніх текстах [Завадська 2013, с. 164].

У текстах з повною креолізацією між вербальним та іконічним компонентами встановлюються сінсемантичні відносини. В цьому випадку вербальний текст повністю залежить від образотворчого ряду, а ілюстрація при цьому виконує роль обов'язкового елемента тексту. Такий зв'язок зазвичай зустрічається в рекламі (плакат, карикатура, оголошення та ін.), А також в наукових, частіше за все – в науково-технічних текстах. В цілому образотворчий ряд у вигляді ілюстрацій (художньо-образних, декоративних, пізнавальних) і вербальний компонент формують цілий образ відеовербального тексту. При цьому відеовербальний текст виступає як об'єкт вербальної та візуальної комунікації [Ильина 2013, с. 8].

У сучасній міжкультурній комунікації постійно зростає роль полікодових текстів. У них іконічні разом з вербальними засобами створюють картину світу, шкалу цінностей, естетичні ідеали та інші. Дослідження образів

культурних світів, які створюють особливий стиль світосприйняття, реалізовується на основі різних дискурсивних умов, на матеріалі різних мовних і немовних форм, однією з яких, як ми вважаємо, найбільш цікавою і в плані теоретичного, і в плані практичного опису, може бути комікс.

У психолінгвістичних дослідженнях вважається, що інформація, яка сприймається по різних каналах – вербальний текст та зображення – інтегрується в мислення людини і переробляється в єдиному універсально-предметному коді мислення. У зв'язку з цим фахівці вважають ілюстрування не тільки доречним, а й бажаним в творах з наявністю мовних і немовних форм. Статистика, наведена Н. В. Космацькою, підтверджує раціональне використання креолізованих текстів. Вона вважає, що інформація, яка міститься безпосередньо в текстовому повідомленні, засвоюється читачами лише на 7%, в свою чергу голосові характеристики сприяють засвоєнню 38% інформації, тоді як наявність візуального образу в текстах помітно підвищує сприйняття – до 55%. При цьому важливо не забувати, що якщо вербально представлена інформація впливає на свідомість публіки раціональним шляхом, то використання різних лінгвістичних засобів мимоволі переводить сприйняття на підсвідомий рівень [Космацька 2012, с. 4].

У порівнянні з вербальною комунікацією, яка ґрунтується на лексично виділених одиницях, відповідних реаліям світу, візуальна комунікація не несе в собі набір заздалегідь встановлених одиниць. Це дає можливість зробити процес візуальної комунікації універсальним і доступним, так як для цього не потрібно знати попередній список одиниць для розуміння інформації. Для сприйняття ілюстрацій в креолізованому тексті, наприклад, в коміксі, читачеві не потрібно витрачати багато зусиль і часу, в порівнянні з вербальним текстом [Лях 2014, с. 5].

Виділяють ряд функцій, які виконують полікодові (креолізовані) тексти:

- атрактивна – привертати увагу читача, брати участь в організації візуального сприйняття тексту;
- інформативна – надавати певну інформацію; брати участь у

розвитку змісту тексту;

- функцію ілюстрації вербального компонента;
- волюнтативна – керувати пізнавальною діяльністю адресата;
- метакомунікативна – образотворчі (графічні) засоби складають частину комунікації, тематично або функціонально спрямовану на саму себе;
- експресивна – впливати на емоції публіки;
- естетична – впливати на естетичні почуття публіки;
- фатична і контактну функцію (зазвичай характерна для мультимедійних текстів) – формувати ситуацію живого спілкування;
- технічна – формувати візуальне сприйняття тексту, наприклад зорове визначення рамок висловлювання, та інше [Макарук 2015, с. 139].

Креолізований текст, завдяки застосуванню графічних і вербальних компонентів уявлення смислової домінанти, робить інформацію більш повною і концентрованою. Образотворчий ряд і вербальна частина взаємодіють в ньому, створюючи текстові одиниці, які, в свою чергу, впливають на механізми обробки інформації, що міститься в тексті [Анищенко 2009, с. 117].

Поняття креолізованого тексту має широке значення, і до його складу можуть входити не тільки образотворчі, а й «слухові» (звуки, що використовуються в мовленні, а також звукові сигнали, які виробляються за допомогою дзвінка, дзвона, свистка, гудка, сирени), «нюхові» (наприклад, зареєстрована Патентним відомством США ще в 1990 р. пряжа з особливим ароматом або знамениті в Європі тенісні м'ячики, що мають «запах свіжоскошеної трави») та інші знаки. Сучасна реклама створюється з метою впливу на всі органи почуттів людини, тому часто наповнена різними символами і знаками [Гальперин]. Картинки і тексти сприймаються реципієнтом візуально, але в слух діють як теле- і радіотрансляції реклами, так й деякі особливі слухові образи. Наприклад, на одній з паризьких вулиць біля щита, що рекламує вино, електронний прилад відтворював гучний звук пробки, що витягується з пляшки, і звук вина, що наливається [Сонин 1999,

с. 45].

Згідно з французьким лінгвістом Р. Бартом, в семантиці зображення, так само як і в семантиці слова, можна виділити денотативні та конотативні значення. Дослідник вважає, що іконічний комплекс включає два типи позначаючих: ті, що означають конкретні предмети, і, що означають абстрактні поняття та ідеї. Інформацію першого типу Р. Барт називає денотативною, тобто буквальною, зрозумілою для реципієнта без спеціальних знань. Інформація другого типу називається конотативною. Спираючись на асоціативні зв'язки, така інформація допускає безліч варіантів тлумачення, а її розуміння передбачає наявність у реципієнта різних знань, включаючи культурний код, соціальні зв'язки, національну специфіку тощо [Барт 1989, с. 298]. Залежно від наявності зображення та характеру його зв'язку з вербальною частиною виділяються три основні групи текстів: тексти з нульовою креолізацією, тексти з частковою креолізацією та тексти з повною креолізацією. [Космацька 2011, с. 46].

У текстах з нульовою креолізацією зображення не має ніякого значення і будь-якої інформації, тому зображення може бути і не представлене. Типовими прикладами є рядок, що біжить, і малі рекламні оголошення в друкованих виданнях.

У текстах з частковою креолізацією вербальні та іконічні елементи незалежні один від одного, образотворчий елемент лише супроводжує вербальну частину. У рекламі лікарських засобів візуальний компонент зображує упаковку, що у даному випадку допомагає відрізнити його від інших препаратів.

У текстах з повною креолізацією спостерігається злиття компонентів, вербальний елемент залежить від образотворчого ряду, зображення є обов'язковим елементом тексту. Іконічний елемент може бути представлений ілюстраціями (фотографіями, малюнками), формулами, схемами, таблицями, символічними зображеннями тощо. Комікс є яскравим прикладом даного тексту, тому що вербальний і невербальний компонент пов'язані один з одним

та супроводжують один одного.

О. В. Пойманова пропонує розрізняти креолізовані (відеовербальні тексти) за цілою низкою ознак, що поширюються як на письмові, так і на усні тексти:

За гетерогенністю:

- нульовий ступінь (тільки вербальний або лише іконічний текст);
- ненульовий ступінь (поєднання вербальних та образотворчих компонентів).

За характером іконічного компонента:

- статичний (наприклад, реклама у журналі, плакат);
- двовимірний (відеовербальний текст у книзі, кіно та ін.);
- тривимірний (відеовербальний текст у театральній п'єсі).

За характером вербального компонента:

- усний, що містить або живу мову, або запис цієї мови за допомогою спеціальних технічних засобів;
- письмовий, представлений рукописним або друкованим варіантами, друкований варіант може бути статичним або динамічним (наприклад, рядок, що біжить в рекламному тексті);
- той, що містить знаки однієї природної мови;
- той, що містить знаки кількох природних мов.

За співвідношенням обсягу інформації, переданої різними знаками, і ролі зображення:

- репетиційні (зображення в основному повторює вербальний текст, повного повторення бути не може через специфіку знаків тієї чи іншої знакової системи);
- адитивні (зображення несе у собі значну додаткову інформацію);
- виділяючі (зображення «підкреслює» якийсь аспект вербальної інформації, яка за своїм обсягом значно перевершує іконічну);
- апозитивні (зміст, переданий картинкою, входить у суперечність із

вербальною інформацією, на основі цього часто виникає комічний ефект);

- інтегративні (зображення вбудоване у вербальний текст або вербальний текст доповнює зображення на користь спільної передачі);
- образотворчо-центричні (зображення грає головну роль, вербальна частина лише пояснює та конкретизує його).

За характером зв'язків, що поєднують вербальний та образотворчий компоненти:

- експліцитно виражені;
- експліцитно невиражені (імпліцитні зв'язки) [Пойманова 1997, с. 57].

Чим абстрактніший і менш реалістичний малюнок, тим більше він наближений до тексту, і, тим складніше його сприймати. І навпаки, що простіший і прямолінійніший текст, то більше за швидкістю і легкістю сприйняття він нагадує зображення [McCloud 1993, p. 49].

Загалом образотворчий ряд у вигляді художньо-образних, декоративних, пізнавальних ілюстрацій та вербальний компонент створюють єдиний цілісний компонент креолізованого тексту як об'єкта вербальної та візуальної комунікації. Аніщенко А.В. зазначає, що завдяки взаємодії вербальних та невербальних компонентів креолізованого тексту, автор здатний не лише передати свій ідейний задум, досягти комічного ефекту, а й досягти вираження етнокультурних стереотипів [Аніщенко 2009, с. 114].

З позиції учасників комунікації креолізований текст не відрізняється від вербального тексту, оскільки йому притаманні ті ж текстові категорії, основними з яких є цілісність та зв'язність. Цілісність є єдністю тексту; це - його здатність існувати в комунікації, як внутрішньо, так і зовні організоване ціле. Зв'язність полягає у змістовному та формальному зв'язку частин тексту. Обидві категорії пов'язані одна з одною та взаємообумовлюють одна одну. Зображення, будучи найважливішим компонентом креолізованого тексту, як і текст, має функціональну значимість. Засоби візуальної комунікації сприяють реалізації основних функцій зображення: атрактивної,

інформативної, експресивної та естетичної [Нефьодова 2010, с. 8]. У. Айснер справедливо зазначає, що текст часто є частиною зображення, передаючи настрій розмовляючого або слугуючи підтримкою повідомлення, що передається зображенням [Eisner 1985, p. 103].

Цілісність креолізованого тексту задається комунікативно-когнітивною установкою адресанта (автора тексту, його «співавторів» в особі художника, фотографа, редактора та ін.), єдиною темою, що розкривається вербальними, іконічними та іншими паралінгвістичними засобами. У мовному спілкуванні креолізований текст представляється складною текстовою освітою, в якій вербальні та іконічні елементи утворюють одне візуальне, структурне, смислове та функціональне ціле, що сприяє комплексному впливу на адресата.

Роль вербальних та іконічних засобів у реалізації задуму автора є неоднозначною. Мей К. пропонує розрізнити чотири типи ілюстрацій у тексті:

1) домінуючу ілюстрацію, яка детермінує текст – грає провідну роль розкритті теми, утворюючи ніби «інформаційну основу» тексту;

2) рівноцінну ілюстрацію, яка використовується в текстах, де певна частина інформації передається через іконічні засоби;

3) супроводжуючу ілюстрацію, що є у тексті доповненням, поясненням вербальної частини;

4) декоративну ілюстрацію, що є окрасою тексту, служить для естетичних цілей спілкування – інформаційна значимість невелика, і їй відводиться другорядна роль у змістовній структурі тексту [Meu 2009, p. 80]. Зв'язність креолізованого тексту проявляється у тісній взаємодії вербальних та іконічних компонентів, вона виявляється на різних рівнях: змістовному, змістовно-мовному, змістовно-композиційному.

1.2 Комікс як різновид креолізованого тексту

З визначення креолізованого тексту, виходить, що комікс є типом креолізованого тексту, оскільки він відповідає всім його критеріям.

При аналізі різних джерел було виявлено, що визначення коміксу залежить від галузі знань, об'єктом дослідження якої є комікс. В даний час дослідження ведуться в соціології, психології, культурології, мистецтвознавстві, літературознавстві, лінгвістиці, теорії комунікації та в нейролінгвістичному програмуванні (НЛП).

Але на сьогоднішній день саме в лінгвістиці проводяться найгрунтовніші дослідження коміксу. Лінгвісти провели дослідження коміксів у таких напрямках як психолінгвістика, теорія комунікації, нейролінгвістичне програмування, лінгвістика тексту. Всі ці напрями в лінгвістиці дозволяють об'єктивно розкрити структуру явища коміксу, та уникнути упередженості та суб'єктивного відношення [Саудов 2013, с. 222].

Визначення коміксу залежить від конкретної галузі, в якій проводяться дослідження. Щоб виробити визначення поняття «комікс», необхідно враховувати всі найбільш значущі його дефініції. Загальновідомим є поняття коміксу як – послідовного ряду малюнків у супроводі коротких текстів (філактів), обрамлених у форму хмари, що передають думку або мову персонажа, що в сукупності являє собою зв'язкову історію. Слово «комікс» походить від англійської *comic*, або «гумористичний», яке, своєю чергою, почало використовуватися на початку ХХ ст. при описі щоденних або щотижневих газетних оповідань у картинках; найчастіше вони носили гумористичний характер і називалися *funnies*. Згідно з Бартом Біті, «термін пережив своє вихідне значення» і вийшов за межі гумористичних оповідань: «може виникнути когнітивний дисонанс у випадках, коли термін «комікс» використовується при описі робіт таких жанрів, як трагедія, романс чи повість» [Барт 1989, с. 299]. Більше того, автор наголошує на невідповідності терміну *comic book* – «книга коміксів» – його значенню: «термін відсилає нас до колекції кумедних історій, але насправді описує всі види видань та публікацій, що містять комікси, та частіше у журнальному, ніж книжковому

форматі» [Барт 1989, с. 300].

Очевидно, термін «комікс» потребує визначення, що відповідає його сучасному використанню. Автори пропонують різне тлумачення у рамках двох основних підходів до визначення поняття: одні теоретики базують свої дослідження на розгляді відносин, в які вступають текст та зображення у коміксі, інші – на розгляді відносин між панелями – окремими малюнками з текстом або без нього, укладеними у рамку чіткої форми або з розмитими межами, структурними одиницями коміксу.

Прихильники першого підходу звертаються до робіт Роланда Барта. Так, Дж. А. Бейтман у своїй книзі “Text and Image. A Critical Introduction to the Visual/Verbal Divide” посилається на статтю французького семіолога «Риторика образу», у якій автор задається такими питаннями: як сенс з'єднується із зображенням; де закінчується зміст; якщо в нього є межі, то що знаходиться по той бік сенсу [Барт 1989, с. 301]. Базуючись на цьому дослідженні, Дж. А. Бейтман склав класифікацію відносин тексту та зображення, які можна розділити на рівнозначні та нерівнозначні, де останні характеризуються як розширенням, так і звуженням значення зображення. Говорячи про рівнозначні відносини, Р. Барт наводить комікси в якості прикладу, проте така інтерпретація недостатня. Специфіка коміксів у цьому випадку полягає в тому, що при аналізі подібних відносин за об'єкт дослідження береться не вся робота, а окрема панель: таким чином, усередині одного коміксу може траплятися кілька різних видів відносин [цит.за: Дубинин 2017, с. 34].

Одну з класифікацій комбінацій тексту та зображення у коміксі пропонує Скотт Макклауд, підкреслюючи, що «комбінація слів та картинок не є визначенням коміксу, але саме вона мала величезний вплив на їх розвиток» [Макклауд]. Автор, на думку дослідника А. Мескіна, орієнтується те, який із елементів «несе у собі більше інформації» [Meskin 2007, р. 369]. Ще одну класифікацію представив Ніл Кон, ґрунтуючись на «злиття тексту та зображення різного ступеня у візуально-графічному модусі» [Cohn 2013,

р. 415]. Таким чином, відносини між текстом та зображенням у коміксі можна систематизувати за різними критеріями.

Існують визначення, що відзначають наявність та поєднання тексту і зображення як ідентифікуючу властивість коміксу. Так, К.-А. Л. Мей у своїй роботі “Pragmatic Aspects of Comics” визначає комікс як «нарративну форму, що поєднує в собі письмовий текст і образотворчі елементи» [Meu 2009, p. 80]. Спираючись на це визначення, у статті «Прецедентні вербальні, візуальні та вербально-візуальні феномени креолізованому тексті» Р. Т. Саудов, слідом за Є. Є. Анісімовою, відносить комікси до креолізованих текстів [Саудов 2013, с. 223; Анисимова 2003, с. 128]. Останній термін належить Ю. А. Сорокіну та Є. Ф. Тарасову: «Креолізовані тексти – це тексти, фактура яких складається з двох негомогенних частин: вербальної (мовленнєвої) і невербальної (що належить до інших знакових систем, ніж природна мова)» [Сорокин 1990, с. 183]. Є. Є. Анісімова розглядає проблему відносин тексту та зображення, виділяючи поряд з лінгвістичними паралінгвістичні засоби у тексті. Якщо такі засоби формують як план висловлювання, так і план змісту повідомлення, і таким чином є важливою типотворчою ознакою тексту, то вони називаються паралінгвістично активними текстами. Одним із видів паралінгвістично активних текстів і є креолізовані тексти, «у структуруванні яких задіяні коди різних семіотичних систем» [Анисимова 2003, с. 8]. Серед креолізованих текстів дослідниця зазначає «тексти газетно-публіцистичні, науково-технічні, тексти-інструкції, ілюстровані художні тексти, тексти реклами, афіші, комікси, плакати, листівки та ін.

Проте опора лише на поєднання тексту та зображення як ознаку коміксу при його визначенні не може вважатися достатньою. По перше, розгляд коміксу лише як креолізованого тексту значно звужує його сутність. По-друге, наявність тексту та зображення притаманне не лише коміксові. Таким чином, визначення, сформульоване саме для цього способу передачі інформації має включати інші ознаки, які зможуть дозволити ідентифікувати комікс.

Аналіз робіт прихильників другого підходу до визначення коміксу

дозволив зазначити, що за своєю структурою комікс складається із зв'язаних між собою панелей, що знаходяться в особливій послідовності. На це одним із перших звернув увагу дослідник Вілл Айснер: у своїй роботі «Комікс та послідовне мистецтво» (1985) він пропонує синонім терміну – словосполучення «Послідовне Мистецтво». Обидва слова автор пише з великих літер: Sequential Art [Eisner 1985, p. 23].

Ідею Айснера розвиває Скотт Макклауд, зазначаючи, що термін Айснера відмінно підходить «для початку»: очевидно, «послідовне мистецтво», на думку Макклауда, не може вважатися повноцінним визначенням або терміном. Тому далі в роботі автор формулює власне трактування: «Комікс – це зіставлені ілюстративні та інші зображення у продуманій послідовності передачі інформації та отримання естетичного відгуку від глядача» [Макклауд]. Як видно з дефініції, Макклауд не відзначає поєднання тексту та зображення як властивість коміксу.

У той самий час він свідчить про наявність «ілюстративних та інших зображень». Під «іншими зображеннями» С. Макклауд має на увазі в тому числі літери, які, будучи «розташовані у продуманій послідовності, утворюють слова». З позиції автора слова у коміксі є «граничною абстракцією», сукупністю ліній. Специфіка послідовності панелей у коміксах полягає в тому, що в коміксі вона представлена у просторі, у той час як в анімації та кінематографі – у часі: якщо кожен наступний кадр фільму проєкується на те саме місце (екран), то в коміксі кадри займають різні положення на сторінці, перебуваючи у просторовій послідовності, через яку читач сприймає також час.

Ніл Кон пропонує свою інтерпретацію коміксу [Cohn 2013]. Він порівнює використання зображень у послідовності з використанням слів у реченнях. Таким чином, автор виділяє особливу візуальну мову, якою написані комікси. У своїх роботах Н. Кон акцентує увагу на когнітивному механізмі сприйняття послідовних панелей коміксу, яке виявляється багато в чому схожим на сприйняття людиною синтаксичних структур мови.

Нарешті, французький вчений Т. Гронстін проводить аналіз коміксів у своїй фундаментальній роботі «Система коміксів». «Багато взаємозалежних зображень» він називає «унікальною онтологічною основою коміксів». Автор розглядає простір сторінки, що ділиться на панелі, відносини між якими породжують оповідання та значення. Зв'язок між панелями дослідник позначає словом «артрологія» (від грец. *arthron* – зв'язування). Т. Гронстін структурує свою роботу на трьох концептуальних рівнях: просторово-місцевому рівні (*spatio-topical*), рівні обмеженої артрології та рівні загальної артрології [Groensteen 2009, p. 67].

На першому рівні автор говорить про три головні фізичні параметри панелей (формі, площі та місцезнаходження на сторінці) та організації їх на сторінці. Проте «комікси – це мистецтво як фрагментування, розсіювання, розподілу, а й сполуки, повторів, зв'язування» [Groensteen 2009, p. 69].

У розділах обмеженої та загальної артрології Т. Гронстін пояснює тимчасовий зв'язок між панелями. Після інтерпретації читачем форми (відповідно запропонованих функцій) та змісту панелі, він співвідносить її з наступною. Відносини між панелями можуть бути синхронічними (якщо панелі знаходяться на одній сторінці та сприймаються читачами «одночасно», синхронно) та діахронічними (якщо панелі знаходяться на різних сторінках). В обох випадках, зазначає Дж. Бейтман, читач «конструює мости між окремими елементами» [Bateman 2014]. Цю дію Т. Гронстін позначає терміном «плетіння» (*braiding*).

На наш погляд, найбільш вдалим є визначення коміксу С. Макклауда («порівняні ілюстративні та інші зображення в продуманій послідовності для передачі інформації та отримання естетичного відгуку від глядача»), яке ми пропонуємо доповнити положеннями, сформульованими Т. Гронстіном: комікс – це система взаємозалежних послідовних панелей із зображеннями або комбінаціями іконічного та вербального кодів для передачі інформації та отримання естетичного відгуку від читача. Це визначення, безумовно, може бути уточнене у майбутньому, оскільки дослідження коміксів, що розпочалися

у першій половині ХХ ст., продовжуються.

Виходячи з цих визначень, ми можемо стверджувати, що суть даного жанру полягає в серії зображень та пов'язаних з ними текстів, за допомогою якої розповідається будь-яка історія.

У різних країнах комікс набув своєї специфіки, а також назви, ґрунтуючись на культурній спадщині регіону: Японія – манґа, Італія – фаметті (мальовані історії), Франція – мальовані стрічки або ж ВД (*bande dessinée* – розмальована смужка). Також на видову приналежність коміксу впливають його обсяги: масштабні мальовані історії – графічні романи або графічні новели, а короткі історії мають назву стріпи. Існують комікси без словесного супроводу, так звані «німі комікси», у яких розповідь ведеться лише з допомогою малюнка.

1.3 Історія розвитку коміксів

Батьківщиною коміксу є США: саме там цей жанр набув масового характеру. Комікс з'явився за часів Великої депресії ХХ століття у вигляді врізок у недільних номерах газет, а першопрохідниками стали безробітні мультиплікатори, яких наймали газетні редактори: вони створювали невеликі карикатурні гумористичні малюнки з мінімальною палітрою кольорів, в яких переважали теплі відтінки жовтого. Наприклад, карикатура У. Маккейна «Маленький Семмі чхає» (рис. 1.1). Карикатурні історії стали приводом народження величезної промисловості.

Рисунок 1.1



Перший комікс був виданий у 1933 році під назвою *The Funny Pictures* у форматі 17х26 сантиметрів, який на сьогоднішній день є золотим стандартом [Вишнеvsька 2014, с. 96]. У коміксі були детективні розслідування Д. Трейсі, створені Ч. Гулдом, а також історії про космічні пригоди Б. Роджерса, написані Ф. Ноланом під назвою *Armageddon 2419*. Текст і картинки перестали розташовуватись у хаотичному порядку; квадрати, що містять у собі картинку і текст, йшли зліва направо, утворюючи пов'язану нитку розповіді.

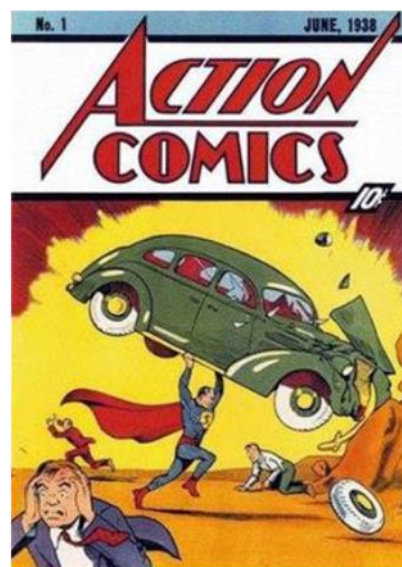
Виділяють чотири історичні століття коміксів [Завьялова]:

1. Золоте століття (*Golden Age of Comic Books*).
2. Срібний вік (*Silver Age of Comic Books*).
3. Бронзове століття (*Bronze Age of Comic Books*).
4. Сучасне століття.

Рисунок 1.2

Superman. Action Comics

Період золотого віку припав на 1830-1950 роки ХХ століття. Золоте століття, або ж «Епоха героїв», стало розквітом коміксів як жанру та набуття світової популярності. У цей період був створений один із найпопулярніших героїв коміксів – Супермен (*Superman*), а також новий жанр – супергеройські комікси. Вперше образ Супермена був показаний у першому номері «*Action Comics*» 1938 (рис. 1.2). Цей номер коміксу вважається дуже рідкісним, загалом у світі налічується 50 екземплярів, він був проданий за 3,2 млн. доларів [Воронина 2014].



Комікс про Супермена відрізняється від усіх раніше виданих коміксів не лише новим героєм, а й різноманітністю у палітрі кольорів. Колірна гама була насиченою, гра контрастів стала більш виразною. Комікс перестав нести концепцію карикатурних персонажів, комічний сюжет переріс у серйозні історії про боротьбу із внутрішньою загрозою у вигляді кримінальної злочинності, шпигунів, радикалів, які загрожували традиційному американському укладу [Вишневіська 2014, с. 95-97].

У 1939 році з'являється ще один популярний супергерой – Бетмен (*Batman*). Комікс за участю Бетмена запозичив риси фільмів нуар. Нуар – кінематографічний термін, що застосовується до голлівудських кримінальних драмах, в яких відображена атмосфера песимізму, недовіри, розчарування та цинізму, характерна для американського суспільства під час Другої світової війни та в перші роки холодної війни [Juddery]. У стилістиці коміксу переважають чорні та сірі тони, використовуються більш чіткі та прямі лінії для підкреслення серйозності історії. Дії коміксу відбуваються в похмурому, туманному мегаполісі Готем, що занурився в корупції. Бетмен кардинально відрізняється від Супермена. Його костюм складається з темних тонів, головною різницею із Суперменом є те, що у нього не було надздібностей. Всі

справи він вирішував гострим розумом та бойовими навичками. Він був ближчий до образу реальної людини, за що й набув такої популярності серед читачів. Усього за період золотого віку було вигадано близько 400 супергероїв, таких як Флеш, Чудо-Жінка, Капітан Америка та інші. Видані за цей період комікси мають загальні характеристики та ознаки:

1) поява образу супергероя наділеної нелюдською силою, людини, яка береться захищати місто від зла поодинці. У період Золотого століття, саме історії про супергероїв потіснили інші коміксні жанри, вестерни, гумор та ін.;

2) поява пригодницьких, детективних та науково-фантастичних мотивів у коміксах. У коміксах стали висвітлювати наукові та технічні досягнення, їх вплив на довкілля та людину. Наприклад, винахід ядерної зброї у світі, яка вплинула на створення багатьох персонажів коміксів, таких як Атомна людина або Атомний Громовержець;

3) персоніфікація зла у злих персонажів. Лиходії, як і супергерої були наділені нелюдською силою, найчастіше мали великий інтелект і чарівну харизму. У роки війни реальні світові особистості, такі як Муссоліні, Адольф Гітлер та інші виступали у ролі суперлиходіїв;

4) підняття серйозних соціальних проблем та світових явищ. У коміксах часто відбиваються війни, насильство, корупція, безмежна влада державних діячів. У коміксах Золотої доби була чітка мораль, що показує неминучу перемогу добра над злом [Цыркун 2012, с. 125].

В останні роки Золотого віку популярність супергероїв пішла на спад. Сюжет перестав привносити новизну, стилістика залишалася незайманою протягом 20 років. Багато супергероїв перестали цікавити читачів, Зелений Ліхтар, Капітан Америка, Флеш втратили свою популярність. У спробі утримати аудиторію, видавничі компанії починають використовувати свіжі жанри, додавши вестерни, жахи та науково-фантастичні видання [Вишневська 2014, с. 95-97].

Період з 1956 по 1970 рік XX століття прийнято вважати Срібним віком.

Нове століття почалося з появи талановитих людей, серед яких був редактор Д. Шварц та художник К. Інфантіно. Двоє людей, які кардинально змінили не лише образи героїв, а й привнесли нові деталі до концепції коміксів. Видавці змінили напрямок, який отримав назву «Новий погляд». У коміксах почав змінюватися дизайн персонажів, запровадили сторінку листування з читачами, в якій редакція читала та прислухалася до побажань фанатів, залучалися нові талановиті сценаристи та художники, заслуги яких ніхто більше не замовчував. З цього моменту імена авторів почали вказувати на перших сторінках коміксів.

Стилістичними особливостями коміксів Срібного віку в першу чергу були серйозність розповіді та неймовірне прагнення реалістичності в малюнку. Художники намагалися промальовувати максимально детально кожен предмет та героїв, у ті часи це була копітка праця, комікси розмальовували маркерами та кольоровими олівцями. Картинки стали чіткішими, набагато чистішими. Срібний вік часто називають епохою Відродження світу коміксів [Гінзбург 1985, с. 45].

Під керівництвом редактора та автора коміксів Стіна Лі у 1961 році проявляє себе видавництво *Marvel Comics* випуском нового коміксу під назвою «Фантастична четвірка» (*Fantastic Four*). Стен Лі працюючи спільно з легендою комікс-індустрії Джеком Кірбі створюють знаменитих персонажів, таких як Людина-павук у серії “*Amazing Fantasy*”, Халк у “*Incredible Hulk*”, Залізна людина в серії “*Iron Man*”, Месники у “*The Avengers*” та Тор у “*Journey Into Misery*”. У серіях нових коміксів простежується зміна у композиції, малюванні та сюжеті. Малюнок став домінувати над текстом, привнесли різноманітність у побудову кадрів на сторінках, з'явилися малюнки на розворот, а також вступний та заключний малюнки на всю сторінку. Зміни торкнулися багатоплановості зображень, вони стали об'ємнішими, з'явилися перспективні зображення. Художники стали приділяти увагу промальовуванню світлотіньових моментів, що також додає об'єму зображенням. Наприклад, перша сторінка першого номера «Фантастичної

четвірки» (рис. 1.3) у якому наочно продемонстровано всі особливості індустрії коміксів Срібного віку.

Рисунок 1.3

Fantastic four



Закінчилася «епоха Відродження» у квітні 1970 року, коли людина, яка почала її, Ю. Шварц, передала Зелений Ліхтар — одного з перших персонажів цього століття — новій команді в особі Д. О'Ніла та Н. Адамса.

Розширення аудиторії у бік дорослої читацької аудиторії спричинило нове століття. Через появу цензури та кодексів багато компаній змінили свою політику у виданні коміксів і стали орієнтуватися на зовсім маленьких читачів, наприклад, випускаючи комікси про «Чарівника країни Оз», що на той час стало фатальною помилкою [Коларькова].

Початок Бронзового століття прийнято вважати з початку 1970-х років, коли у випуску №121-122 коміксу *“The Amazing Spider-Man”* кохана Людина-паука Гвен Стейсі гине з його вини, коли той намагається врятувати її від злих рук Зеленого Гобліна. У дитячому виданні такі події просто не могли б статися, тому саме з цього випуску вважається початок нового століття. У нових коміксах були присутні естетичні категорії: прекрасне виступало в ролі супергероїв з їхнім прагненням зробити світ ще кращим та безпечнішим. Потворним же були лиходії, в яких зображували зовнішні порушення внутрішнього світу. Наприклад, 1971 року, з головним редактором *“Marvel”*

Стеном Лі зв'язався департамент охорони здоров'я та соціальних служб США та попросили зробити комікс про зловживання наркотиками. Лі погодився і невдовзі з'явилася історія, в якій Гаррі Озборн, син Зеленого Гобліна із всесвіту Людини-павука, став наркозалежним. У новому столітті безлічі комічних ситуацій також протистоять трагічні події [Захарова].

У напрямку малювання, як і раніше, йде розвиток тенденції до реалістичності зображень, об'ємності. Дедалі більше проявляється світлотінь, а контрастність і перехід фарб поволі зникає. Контраст досягається за допомогою чорного кольору, який контрастує з рештою кольорів. Колірна гама стає різноманітнішою. Художники намагаються зображувати більше відтінків колірної спектру та відблисків, що також надає об'ємності та реалістичності зображенням.

В середині 70-х років “*Marvel*” представляє перших антигероїв. У коміксі “*Incredible Hulk*” митці створили антигероя Росомаху (*Wolverine*). Читачі вперше побачили героя методи боротьби якого відрізняються від «супергеройських». Росомаха не соромиться злословити і поводитися вульгарно, але основною рисою героя є його жорстока розправа з противниками, що часто призводило до смерті. Цей сміливий хід сподобається читачам і незабаром з'явилися ще антигерої такі як «Каратель» (*The Punisher*) і «Примарний гонщик» (*Ghost Rider*). Щоб впоратися з конкуренцією DC йде на сміливий крок і випускає в 1986 році два монументальні графічні романи: “*Batman – The Dark Knight Returns*” Френка Міллера і “*Watchmen*” Алана Мура і Дейва Гіббонса, що призводить до нової ери в історії коміксів, узагальнено названої Сучасним віком коміксів [История комиксов; Воронина].

У сучасному столітті покращився процес книговидання, з'явилися нові технології. З класичного підходу художники починають освоювати розфарбовування коміксів на комп'ютері, згодом ця технологія стає основною. Реалізм у коміксах підходить до піку своєї популярності, ринок перевантажений великою кількістю історій про пригоди супергероїв в «реальному світі», і читачі починають шукати містичні та міфологічні історії.

У історіях коміксів відбулася зміна орієнтирів, додаючи замість наукового підходу містику. З цього часу не було жодних обмежень у сюжетах, малюнку та оформленні. Історії перейшли від супергеройських до магічних та фентезійних серій [Сычев 2011, с. 99].

Спочатку комікси були лише феноменом масової культури як індустрії розваг, з 1960-х років їхня художня форма та зміст мають цілісну художню систему, унікальну у своєму роді, а також певні художні критерії, але згодом це переросло в масову індустрію, яка на сьогоднішній день має величезну аудиторію фанатів.

1.4 Вербальні та невербальні компоненти у структурі коміксу

Завдяки взаємодії вербальних і невербальних компонентів комікс вміщує великий обсяг інформації, розрахованої на максимальну простоту сприйняття.

Під вербальними компонентами розуміється літерний текст, вся мовленнєва єдність у межах коміксу. Сюди входять мова персонажів та авторська мова (включає титри, заголовки, авторське резюме, коментарі до всього комікса або до окремих епізодів) (рис. 1.4) [Козлов 2002, с. 183].

Рисунок 1.4

King T. Heroes in Crisis



Мова персонажів поміщена в спеціальний простір, який називається «хмарою», що виходить від голови персонажа і містить його репліку. У дослідженнях коміксів цей простір називається філактером (у французькій мові термін «*phylactère*» має кілька синонімів – *bulle*, *boule*, *ballon*, які можна перекласти як «куля»). Зазначений елемент є найпомітнішим у зв'язку з його постійним використанням як ідеографічного знаку у коміксі.

Невербальні компоненти включають графіку коміксу (послідовність малюнків, кожен з яких обрамлений рамкою і утворює кадр) і параграфіку, що транслює переважно фонову, додаткову інформацію, яка виступає в ролі субститута буквеного тексту і бере участь у створенні експресивності та емотивності коміксу, а також утворює графічну частину [Козлов 2002, с. 185].

Приклад параграфіки на малюнку:

1. Текст поділено на кілька філактерів.
2. Використання розділових знаків як самостійного мовного акта.

Графічний компонент займає не меншу частину сигніфікативного простору коміксу, ніж вербальний. Спектр можливостей, які надає комікс для взаємодії вербальних творів з елементами малюнка всередині кадру або їх узгодження із загальною композицією кадрів на сторінці дуже широкий. Відповідно до досліджень О. Г. Соніна, малюнки, які є обов'язковим

елементом коміксу, легко справляються з розповіддю без тексту. О. Г. Сонін виділяє внутрішні та зовнішні засоби графіки. До зовнішніх засобів він відносить зміни руху та поз персонажів, кут зору малюнка, який зазвичай задає динаміку того, що відбувається. Внутрішні засоби показують емоційність того, що відбувається, довкілля, особливості ліній, які виконують роль рухів об'єктів усередині кадрів [Сонін, 1999, с. 111].

Важливо брати до уваги колірну гаму, вибрану для ілюстрацій у коміксі. Вона є зв'язком з емоціями читачів. Дослідники звертають увагу на значущість кольору в коміксах і вказують, що використання переважно синього та зеленого кольору надає малюнку загадковість, теплі кольори використовують для неприємних дій, червоний колір – для передачі негативних емоцій, агресії, а пастельні тони – для романтичних сцен [Сонін, 1999, с. 112].

Як зазначає О. Г. Сонін, слід виділити дві ролі кольору в графічних романах: смислопороджувальну і структуруючу роль. Перша полягає в тому, що окремий кадр є самостійною одиницею коміксу. Якщо ж брати до уваги більші одиниці, такі як розворот, цілісні сторінки або цілий комікс, має місце структуруюча функція кольору.

Є. В. Козлов виділяє три функції кольору в коміксах:

1. Естетична роль кольору в коміксах полягає у приверненні уваги читача оригінальністю у виборі кольорової гами, у виділенні певних деталей у коміксах. Найчастіше манера вибору палітри для коміксу стає авторською родзинкою.

2. Реалістична функція полягає в тому, щоб передавати кольори якомога ближче до предметів дійсності.

3. Символічна функція полягає у передачі кольору залежно від філософії автора чи художньої концепції певного твору [Козлов 2002, с. 183].

Внаслідок різноманіття комунікативних прийомів, що використовуються в коміксі, реципієнт сприймає вербальну та невербальну складові лише в їхньому синтезі, завдяки чому формується цілісне повідомлення. Оскільки при сприйнятті повідомлення коміксу реципієнт задіює лише одне з п'яти почуттів

– зір, зображення грає головну роль реалізації естетичної функції. У зв'язку з цим зупинимося дещо докладніше на ролі зображення у коміксах та графічній літературі.

Зображення, будучи найважливішим компонентом креолізованого тексту, має функціональну значущість. Засоби візуальної комунікації сприяють реалізації основних функцій зображення: атрактивної, інформативної, експресивної та естетичної [Нефедова 2010, с. 4].

1. Атрактивна функція зображення полягає в організації візуального сприйняття тексту з метою привернення реципієнта. Ю. О. Сорокін та Є. Ф. Тарасов вважають атрактивність властивістю залучення уваги, «сигналом взаємодії та узгодження смислових та емоційних полів комунікатора та реципієнта». Зображення є ефективним зоровим збудником, привертаючи до себе увагу реципієнта, здатне викликати в ньому бажання ознайомитися з подальшим змістом твору.

2. Інформативна функція зображення полягає у можливості передавати точне повідомлення автора семантично ускладненого тексту лише у взаємодії з вербальною складовою тексту. У. Айснер справедливо відзначає, що текст часто є частиною зображення, передаючи настрій мовця або слугуючи підтримкою повідомлення, що передається зображенням [Eisner 1985, p. 164]. При цьому автори коміксів прагнуть уникати ситуацій, у яких текст копіює зображення, вибудовуючи взаємодоповнюючі гармонійні відносини тексту та зображення.

3. Експресивна функція проявляється у передачі зображенням емоційного стану героя і вплив у цьому на реципієнта. У коміксі герої завжди зображені перебільшено. Так, про задумливість героя свідчить рука на підборідді, гнів буде виражений різким зламом брів, переляк – широко розкритими очима і ротом тощо.

4. Естетична функція зображення полягає в задоволенні естетичної потреби реципієнта за допомогою наочних образів, що чуттєво сприймаються. Невипадково герої коміксів – це завжди привабливі м'язисті молоді чоловіки

та жінки, одягнені в ефектні латексні костюми, з позиції естетики такі образи привабливі для читача [Сорокин 1990, с. 180].

Крім зображення, слід приділяти увагу графічній організації тексту коміксу за допомогою різних шрифтів, що являють собою наочний приклад з'єднання вербального та невербального компонентів креолізованого тексту, а також є самостійною художньою формою. Шрифт, як і зображення, здатний нести функціональне навантаження:

1. Атрактивна функція полягає у здібності графічної організації тексту, величини букв, їх накреслення і т. ін. привертати увагу реципієнта. Так, текст, написаний більшим шрифтом, призначений для прочитання, перш ніж текст, написаний більш дрібним шрифтом.

2. Функція виділення смислу націлена на акцентування найважливіших за змістом частин тексту. Для виконання цієї функції автори коміксів вдаються до виділення тексту курсивом, жирним шрифтом або створюють спеціальний шрифт залежно від контексту.

3. Експресивна функція полягає в тому, що накреслення шрифту може бути джерелом експресії. Інтонаційно та емоційно напружені репліки героїв можуть маркуватися шрифтом іншого розміру та форми: великі та жирні літери показують, що репліка вимовляється голосно, тремтячі літери свідчать про страх персонажа, а нерівне розташування літер – про хвилювання [Анисимова 2003, с. 128].

Таким чином, комікс і графічний роман – це складний, структурований твір, який містить у собі вербальну та візуальну складову, які взаємопов'язані в аспекті відображення загального змісту.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ КОМІКСІВ: МОВНИЙ КОМПОНЕНТ ТА ЕКСТРАЛІНГВІСТИЧНИЙ ІНВЕНТАР

Як вже зазначалось у Розділі 1 нашого дослідження, під вербальними компонентами коміксу розуміється літерний текст, що включає в себе мову персонажів та авторський коментар. Вкладаючи репліки в уста персонажів, автор такого виду художнього дискурсу, як комікс, переслідує особливу мету, яка полягає у транслюванні усного мовлення на письмі. У зв'язку з цим, незважаючи на те, що комікс займає певне місце серед письмових літературних жанрів, за рядом ознак, він наближений до усної форми комунікації. Це пов'язано з обмеженістю кадрового простору, всередині якого функціонують репліки персонажів. Необхідність розмістити в одному кадрі зображення героїв, їх оточення (декорації), а також філактер («мовний пузир») з текстом, накладає обмеження на довжину реплік, в результаті чого в мові персонажів коміксу виключаються громіздкі фрази і складний синтаксис. І якщо в таких суміжних типах дискурсу, як мультфільм і кінофільм, де обмежуючим фактором стає час, то в коміксі це – простір.

Ми розглянемо мовні засоби англomовного коміксу, які функціонують на лексичному, синтаксичному рівнях мови, а також екстралінгвістичні засоби.

2.1 Лексичний рівень

Аналізуючи в цілому лексику мови коміксів, варто, перш за все, відзначити її широкий діапазон: у коміксі зустрічаються слова, що відносяться до всіх стилів і до різних галузей, в залежності від сюжету і задуму автора.

Незважаючи на це, у коміксах практично відсутня абстрактна лексика, тому що в них майже не зустрічаються абстрактно-філософські роздуми. Використовувана лексика завжди пов'язана з конкретною подією та спрямована на опис дій, що ілюструються відповідним малюнком кадру. Важливим моментом є власні назви, які застосовуються у коміксах.

Імена персонажів можуть промовистими, як у коміксі “*Monsters University*”: *Dean Hardscrabble*, *Johnny Worthington*, *Ms.Squibbles*, *Archie* [Monsters].

Dean Hardscrabble – декан корпорації *Monsters University* дуже роботяща, відповідальна, вона вивчила всі програми, які викладають в академії (буквально це ім'я означає «старанно дертися»).

Johnny Worthington – найкращий студент корпорації, поважає традиції та цінує спадщину корпорації. У той же час його поважають та прислухаються до його думки.

Ms.Squibbles та *Scott Squibbles* утворено від слова *squishy* – топкий, в'язкий. І справді вигляд цих героїв говорить сам за себе.

Говорячи про вербальну частину коміксу, окрім реплік героїв твору, можна виявити особливий клас лексики, без якого не обходиться жодна графічна новела – це ономотопея (звуконаслідування). Ономотопея – це особливий вид лексики, який безпосередньо за допомогою звукових асоціацій передає образ об'єкта чи явища. Ономотопея може позначати звуки, що видаються живими та неживими об'єктами, явищами живої та неживої природи, а також атрибути об'єктів, фізіологічні та емоційні стани. Ця лексика особливо частотна в коміксах і крім виконання емпатичної функції демонструє візуальну взаємодію вербальної та невербальної частин коміксу.

Наприклад, поєднання *[fl]* означає динаміку світлового явища – *flash* (спалах, блиск); рух у повітрі, переважно різкий – *flap* (рух крил пtiці); *flick* - раптовий різкий рух; *flac-flac-flac* - звук грінтокрила; *[kr]* означає звук гучного удару: *crash* (сильне зіткнення, як правило, одного об'єкта, що рухається, з іншим або з перешкодою), *crack* (розкол предмета, внаслідок якого він не

втривав свою цілісність), *crunch* (гучний приглушений звук, що виникає при роздавлюванні, переміщенні або ударі об щось); *[mp]* позначає ненавмисний незграбний рух – *slump* (падіння або утоплення предмета), *flumppf* (звук стоси конвертів, що випадають з поштової скриньки), *bump* (стукнутися або натрапити на когось або на щось)); *[sn]* позначає звук переважно вчинений носом: *sniff* (звук втягування повітря через ніс), *snore* (видавати фиркаючий або хрюкаючий звук під час сну), *snuffle* (гучно дихати через застуду або плачу).

В англійській мові термін «ономатопея» консолідує всю звуконаслідувальну лексику, як правило, не поділяючись на окремі класи, однак деяким лінгвістам вдалося класифікувати англійські ономатопи, чого ми хотіли б досягти в цьому дослідженні.

До першого класу належить так звана первинна ономатопея – звукові прояви, що імітують фізіологію людини. Прикладами таких проявів можуть бути ономатопи, що імітують кашель *cough-cough*, хрипіння *snore* та ін.

До другого типу, відповідно, належить вторинна ономатопея – звукові прояви, що з звуконаслідувань, які імітують звуки довкілля, такі як звуки тварин *ribbit*, *bow-wow*; звуки, що відтворюються під впливом людини *knock-knock*.

Таблиця 2.1

Класифікація ономатопеї

| Первинна ономатопея | Вторинна ономатопея |
|--|---|
| <i>Aaugh</i> Вигук з метою налякати будь-кого | <i>Beep</i> звук клаксону автомобіля |
| <i>Achoo</i> Звук чхання | <i>Klunk</i> звук металевих об'єктів, що стикаються |
| <i>Bleh</i> Звук наслідування блювоти | <i>Slam</i> звук захлопування із силою дверей або вікна |
| <i>Argh</i> Звук роздратування чи розчарування | <i>Smash</i> звук розбивання вщент |
| <i>Heh</i> Звук привертання уваги або розчарування | <i>Clink</i> звук з'єднання чогось з легким стуком |
| <i>Punch</i> Звук нанесення ударів | <i>Vree</i> Звук гелікоптера |
| <i>OOMPFI</i> Звук, який передає | <i>Zwoosh</i> звук розсіканого повітря |

| | |
|--------------------------|--------------------|
| жвавість, ентузіазм | |
| <i>CRR</i> роздратування | <i>Drip</i> капати |

Ономатопоетична лексика є невід'ємною частиною коміксу, оскільки вона демонструє динаміку статичних нерухомих зображень за допомогою додавання до них акустичної палітри. Таким чином, адресат здатний визначити фізичний та емоційний стан персонажа сцени, не фокусуючись на вербальній складовій. Ономатопоетичні складові коміксу створюють акустичний антураж подій, отже, вписані в графічне зображення ономатопи також стають її елементом, оскільки атрибути шрифту, яким зображено ономатоп, такі як стиль/розмір/колір/становище у просторі, дозволяють адресату визначити гучність звуку, його походження та характер. Один і той самий ономатоп у різних сценах коміксу залежно від своїх атрибутів може виражати різні значення. Наприклад, ономатоп *eww* може позначати як огиду, і крайнє несхвалення чи осуд думки чи вчинку. У проаналізованих коміксах ми виявили, що у першому випадку автор, використовує простий шрифт чорного кольору. У другому випадку зазвичай використовується специфічний шрифт, як правило, червоного кольору.

Рисунок 2.1

Фрагмент коміксу "Captain America"



Нами було виявлено 89 звуконаслідувальних одиниць у текстах коміксів, але певні одинице використовуються більш частотно.

Так, у коміксі *Captain America* усього використано 45 ономатопов, з них прикладів первинної ономатопеї – 24, вторинної – 21 [Kirby].

У коміксі *Wonder Woman* усього – 44 ономатопи, з них прикладів

первиної ономапеї – 26, та вторинної – 18 [Marston].

Ономапеїчна лексика в англійській, як і в багатьох інших мовах, має деякі стійкі характеристики: відсутність граматичних форм, часта наявність редуплікації – *knock-knock*; та гемінати – *splatter*. Майже всі звуконаслідування складаються з одного кореня. В коміксі більше звуконаслідувань, утворених від дієслів, що допомагає «озвучити» дії героїв. Через скорочення або конверсію виникають звуконаслідування як похідні від існуючих лексем. Знайдено більше звуконаслідувань, вироблених людьми, оскільки головними персонажами обох коміксів є люди. Трохи менше звуконаслідувань, вироблених неживими предметами, майже відсутні звуки природи.

З отриманих даних можна дійти висновку про те, що ономапеїчна лексика однаковою мірою корелює з вербальною і невербальною складовими вивчених полікодових текстів. Ономапея поживляє графічну частину коміксу, додаючи до неї акустичні ефекти, що супроводжують репліки героїв.

Аналізуючи мову коміксів, слід зазначити її експресивність, емоційно-забарвлений характер. Так, характерною особливістю коміксів є, наприклад, вживання слів фамільярно-розмовного стилю та фразеологізмів. Наприклад:

Just kidding!

Don't beat yourself up

Let's freak out!

I'll be a joke.

Are you kidding me?

Your luck will run out eventually.

Get ready to eat my dust!

Look at him in a new light.

Let the animal out!

I'm going to wipe the floor with that little know-it-all. Вираз *wipe the floor* використаний у переносному значенні, щоб показати перевагу персонажа, його браваду перед друзями, що він з легкістю здобуде перемогу у змаганні.

В аналізованому матеріалі, зустрічаються наступні характерні для мови

повсякденної комунікації слова й вирази:

Whatcha doing? – What are you doing?

Gimme a sec – Give me a second,

Wanna make out? – Do you want to make out?

We are gonna be. – We are going to be;

Stay outta my way. – Stay out of my way.

C'mon, buddy. We're celebrating. – Come on, buddy;

I'm gonna carry the whole team. – I'm going to carry the whole team.

Відмінною рисою коміксів є досить висока кількість порушень орфографії в текстах. Нерідко це звичайні помилки і прояви некомпетентності учасників комунікації. Один із прикладів – «мова покидьків», головна особливість якої, полягає в навмисному спотворенні нормативного написання слів (ерратів), а також в надмірному вживанні ненормативної лексики. Це явище породило величезну кількість коміксів, які в свою чергу, отримали широке розповсюдження у мережі. Наприклад: *Man, I suck at picking up girls, Check out that piece of ass* тощо.

Однією із особливостей коміксу є скорочення загальноновживаних слів. У проаналізованих коміксах ми знайшли такі скорочення:

roomie – roommate;

fellas – fellow.

Ця особливість надає висловлюванням великої експресивності, жвавості та відтінку розмовності. Слід зазначити, що такі скорочення можуть використовуватися носіями англійської мови у разі економії часу. Основна функція даного прийому – створення емоційного фону оповідання та надання тексту реалістичності та динамічності.

Вербальна частина коміксів задіює велику кількість мовних засобів вираження, таких як іронія, риторичні питання, емоційні звернення, епітети, метафори, гіперболи, еліпсиси та багато інших. Широко застосовуються також жаргонізми та вирази з вуличного сленгу. Таким чином, виконується кілька функцій: розповіді надається і підтримується певна динаміка – скажімо, у

кульмінаційних моментах, герої коміксів широко використовують вигуки та гіперболи, що підсилюють емоційне напруження, а в спокійніших частинах сюжету застосовують замовчування, художні применшення, що роблять хід історії більш розміреним; підвищується виразність мови головних героїв, формується їх індивідуальність, характер, настрій у певний момент часу, що посилює включеність читача до сюжету та його захоплення подіями, що відбуваються в коміксі.

Доволі багато речень, в яких використовується іронія і сарказм.

- *I'm gonna carry the whole team.*
- *Really? And who's gonna carry you?* [David]

Досліджувані нами комікси багаті на епітети, які конкретизують опис, доповнюючи створювану уявою читача картину новими деталями, і посилюють емоційний ефект тексту.

They are crazy dangerous. You can totally die. [Azzarello]

2.3 Синтаксичний рівень

Синтаксична структура текстів коміксів характеризується відносною простотою і максимальною наближеністю до розмовної мови як найбільш легкої для сприйняття у зв'язку з тим, що комікси є розважальним жанром. Мова героїв діалогічна, і автор прагне зробити їх висловлювання найбільш короткими і ємними. Малюнок також допомагає досягти цього ефекту, тому що в ньому міститься велика кількість інформації, що залишається невербалізованою. Таким чином, синтаксис мови персонажів коміксу наближається до синтаксису усного мовлення.

Синтаксична специфіка розмовної мови визначається його емоційно-забарвленим, невимушеним характером, певною ситуативністю, спонтанністю, а також тим, що вона найчастіше виступає в діалогічній формі

спілкування, за якої мова характеризується порівняно швидким темпом. Зазначені стильові риси ведуть до економії мовних характеристик, мовної компресії, під якою розуміється скорочення кількості мовних одиниць в розмовно-повсякденній мові порівняно з літературною мовою в тому ж самому контексті. Використовуються прості короткі речення.

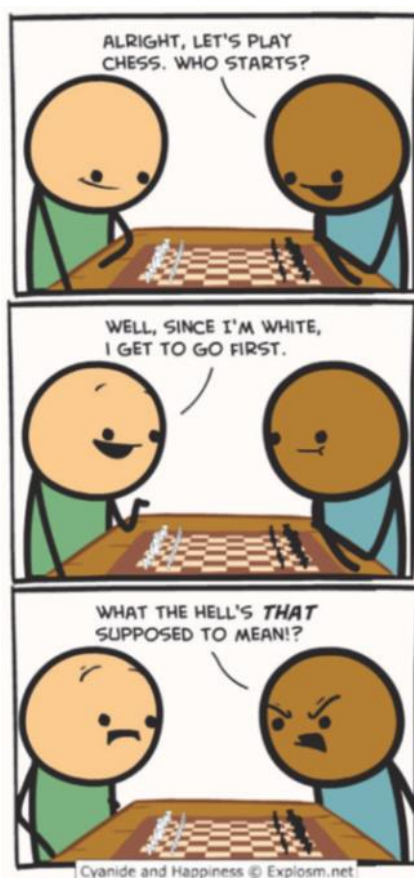
За нашими підрахунками, середня довжина речення у розглянутих коміксах складає 7-8 слів, що навіть трохи менша за середню довжину речення в розмовній мові, яка за даними різних досліджень складає 8,5 слів. Цей факт може бути пояснений окрім вищезазначених причин багаторазовим вживанням неповних і односкладових речень, а також слів-речень (комунікативів), причому серед останніх розрізняють велику кількість вигуків: *Yikes!*, *Ouch*, *Yuck*, *Meh*, *Jeez*, *Oops*, *Ugh!* Такі речення-вигуки використовуються для посилення емоційної насиченості. Часте вживання вигуків і різних звуконаслідувань є відмінною рисою коміксів, тому що завдяки їм автору вдається передати більший обсяг інформації, а також висловити почуття героїв, наприклад: *Wow! Whoa!* – вираження здивування, неочікуваності розвитку дії; *Whoops! Whoopie!* – використовується коли персонаж опиняється у незручному становищі, внаслідок незграбності тощо; *Shoot!* – евфемізований вигук, котрий застосовується для вираження розчарування, провалу тощо; *Oh dear! Oh boy!* – промовляється персонажем у момент раптового подиву, коли він розуміє що вступив у якусь халепу тощо; *DAAAMN!* – виражає неабиякий подив персонажа, тощо.

Сюжети коміксів передбачають вживання в них виключно прямої мови. Всі герої говорять від першої особи, використовуючи усі характерні синтаксичні особливості живої розмовної мови. У тексті коміксу, що відтворює усну діалогічну мову, закономірним є часте використання еліптичних («неповних») речень. Значення таких еліптичних речень може бути визначено за їх співвіднесеністю із попередніми репліками. Термін «неповні» вживається для підкреслення смислового та синтаксичного

об'єднання реплік діалогу. Тобто специфіка еліптичних речень полягає в тому, що вони семантично повні, а структурно – неповні. О. Г. Сонін [Сонин 1999, с. 34] розрізняє синтаксичний і семантичний еліпсис. Синтаксичний еліпсис заснований на аналогії: особливій побудові частини-еліпсису, що дозволяє точно визначити те, що не виражається автором. Синтаксичний еліпсис здійснюється опущенням одного або декількох членів речення.

Рисунок. 2.2

Dave McElfatrick. Cyanide and happiness



У реченнях із синтаксичним еліпсисом існує тільки одна можливість відновити невиражений компонент. При семантичному еліпсисі мовна форма невираженого члена не визначена однозначно і допускаються кілька варіантів для позначення «невисловленого» змісту. Відновити зміст при семантичному еліпсисі допомагають пунктуаційні знаки, лексико-граматичне наповнення фраз і контекст. Прикладом семантичного еліпсису є наступний діалог, мовна форма якого не може бути визначена однозначно, і відновити зміст якого може допомогти лише контекст. Так, незрозумілою читачеві буде сатира

вирваних зі графічного контексту реплік (рис. 2.2): *Alright! Let's play chess. Who starts? – Well, since I'm white, I get to go first. – What the hell's that supposed to mean!?*

Хоч і використання семантичного еліпсису не є доречним у коміксах, адже тоді читач не має змоги повноцінно зрозуміти, про що саме йде мова у тексті, проте у веб-коміксах приховані смисли постають однією з головних ідей при генеруванні нових стріпів. Так у багатьох випадках розкриття семантичного еліпсису залежить безпосередньо від графічного контексту коміксу.

За наявності фонових знань, читач може здогадатись, що комічність ситуації полягає у тому, що на малюнку у шахи грають два герої, один з яких є афро-американцем (*black*), а інший – «білою» (*white*) людиною, та оскільки у самій грі є так само як білі, так і чорні фігури, то другий персонаж коміксу мав необачність образити свого товариша елементарною грою слів. Проте, без графічної складової спершу важко зрозуміти обурення людини в останній репліці, адже начебто все правильно: у шахах білими фігурами завжди ходять першими.

Часте використання незакінчених речень, сенс яких легко вгадується за допомогою зображення на малюнку є однією з провідних рис веб-коміксів. Наприклад у одній із серій веб-коміксу “*Cyanide and happiness*” [McElfatrick] з вуст персонажа вилітає наступна репліка: *I'm freaking out, man. I unplugged your radio but it's still playing!!*(рис. 2.3):

Рисунок 2.3

Dave McElfatrick. Cyanide and happiness



Без графічного контексту читачеві взагалі незрозумілий гумор ситуації в якій опинився персонаж та його друг, якому адресовані ці рядки. Проте, на малюнку зображена подія, що відбувається у лікарні, один з чоловіків є підключеним до апарату життєзабезпечення та поряд із апаратом стоїть те злочасне радіо. Отже, гротескною видається ситуація того, що той чоловік, який вирішив зробити приємно своєму другові, виключивши з розетки радіо, ненавмисно висмикнув шнур апарату життєзабезпечення та не може зрозуміти, чому ж радіо продовжує грати.

Крім того, у тексті коміксу часто зустрічається парцеляція. Парцеляція – розподіл речення на окремі смислові блоки, коли інформація подається вроздріб: при цьому кожна частина відділяється інтонацією (в усній мові) та розділовими знаками (точкою або комою в письмовій мові). Використання прийому парцеляції у побудові тексту та ланцюговий зв'язок між реченнями дозволяють зробити інтонаційне виділення головного. У коміксі, як правило, розподіл речень відбувається не за допомогою розділових знаків, а за допомогою розбиття репліки по кількох «хмарках» або навіть по сусідніх кадрах.

У тексті коміксу, який відтворює усно діалогічне мовлення, пряме чи безпосереднє спілкування, спостерігається регулярно використання еліпсису та апозіопезису (незакінчених з різних причин речень, що демонструють

перервану думку). Наприклад, один співрозмовник перебиває іншого, обриваючи фразу, як у коміксі. Апозіопезіс у цьому випадку позначено за допомогою двох тире:

I'm worried about your- - [Watterson].

Excuse me - - [Carey].

Специфіка синтаксичних конструкцій коміксів полягає у використанні діалогічного мовлення, основу якого, здебільшого, становлять усічені речення. Діалогічне єдність найчастіше складається з двох речень – реплік, тісно пов'язаних між собою за змістом та структурно, при цьому зміст та форма першої репліки визначає зміст та форму другої.

Авторський відступ від синтаксичних норм англійської мови привертає увагу читачів, які розуміють, наприклад, яку величезну роль грає рятівник у житті цього народу. Даний відступ реалізується за допомогою усіченого речення – обраної синтаксичної конструкції, в якій відсутні формальний підмет та присудок.

Класифікувати діалогічні єдності коміксів можна за змістом виконуваних ними функцій: спонукальні (ініціюючі); реактивні (реагуючі); реактивно-спонукальні (реагуючі) ініціюючі комбінованого характеру. Зв'язуючи репліки, автори коміксів використовують:

- 1) підхоплення, за допомогою якого діалог розвивається далі або містить нове повідомлення, яке іноді іронічно заперечує перше;
- 2) повторення, яке не продовжує думку, а дає оцінку почутому;
- 3) надмірність, яка пов'язана зі спонтанністю, іноді з емоційністю розмовного мовлення, з наявністю слів-паразитів.

У текстах англійськомовних коміксів яскраво виражений прагматичний аспект, що виражається у використанні мотиваційних фраз (персонаж прагне вплинути на слухача і говорить безпосередньо з ним). Спонукальні речення у таких випадках виражають різні ступені волевиявлення від наказів до вимоги чи до прохання: “*Stay awake, Scott!*”; “*Shut up! Shut up!*”. Тексти коміксів також мають велику кількість питальних речень через те, що мова коміксів є

діалогічною. Наприклад:

“Wait... What did you say?”

“Has the Riddler solved the mystery of world hunger?”

“Okay what just happened?” [Wells]

Зустрічається, також, поєднання питального, окличного речень і ономапопеї.

Отже, під час аналізу вербальної складової англomовних коміксів було виявлено такі мовні особливості, як: широке та часте використання вигуків та звуконаслідувань, застосування виразів, притаманних усному мовленню, поданих у специфічній письмовій формі з урахуванням усіх його принципів, використання синтаксичного та семантичного еліпсису, надання експресивності лексичним одиницям тексту. Крім того, встановлено, що іконічний знак також може виступати як синтаксичний еквівалент слова або речення. У поєднанні з графічними елементами вербальні категорії дають змогу читачеві зрозуміти контекст, конкретизувати певні події, розкрити характери персонажів та визначити атмосферу події завдяки застосуванню речень або слів-вигуків тощо.

2.3 Екстралінгвістичні засоби

Наочність коміксів – це їхня перевага над іншими літературними мистецтвами, що відкриває різноманітність виразних засобів, чим автори видавництва неодмінно користуються. Часто текстові повідомлення коміксу носять комедійний характер, у коміксах практично немає будь-яких графічних та мовних кордонів. Різні вставки та знаки є особливістю кожного коміксу.

Паралінгвістичні засоби відіграють важливу роль у наочно графічному тексті, оскільки розкривають методи взаємодії вербальних та невербальних засобів та їх головні функції. Вербальні та невербальні компоненти є

невід'ємною частиною креолізованого тексту, оскільки вони збагачують зміст тексту.

*The **ROR** would like to congratulate all the teams that have made it this far. **RORRoarOmegaRoar**.* Найпоширеніший засіб графічного висловлювання тексту – виділення слів жикладним шрифтом. Зазвичай цей прийом використовується для підкреслення головного змісту.

*You're not **scary**, you're not even a little. But you are **fearless!*** Це речення є епіграфом до всього комікса і містить основну думку, дає характеристику головному герою коміксу Mike Wazowski [Monsters].

*They are **adults!** I can't do this.* Слово *adults* виділено для того, щоб показати, що сила головних героїв коміксу спрямована лише на залякування дітей, а не дорослих.

Жирний шрифт використовується також для звернення уваги на особливі слова: власні імена, слова, що особливо виділяють героя або просто слова, придумані персонажем або автором коміксу. Наприклад: *3rd place **EEKS**...4th place **PNKS**...5th place **HSS**....* – у цьому прикладі позначено скорочені варіанти назв команд.

У філактерах, що містять пряму мову персонажів, нерідко зустрічаються математичні символи, автономні знаки пунктуації, або ж будь-які інші знаки, які можна знайти на клавіатурі комп'ютера. Знаки, які несуть в собі закодований сенс, хоч і не являються абсолютно вербальними, але все ще мають місце у креолізованому тексті. Художник має більшу свободу та може навіть заповнювати розмовні бульбашки не тільки звичними словами, а й певними зображеннями, які в свою чергу виконують функцію передачі асоціативних думок героя коміксів, як зображено на рисунку (рис. 2.4).

Рисунок 2.4



На окрему увагу заслуговує аналіз обраної колірної гама в коміксі як засобу прямого впливу на емоції читача, а також одного зі способів фіксації смислової домінанти. Наприклад, переважання синього, зеленого та сірого надають малюнку таємничість, достаток теплих кольорів (коричневий, охра) сигналізує про наближення чогось неприємного; сварка або бурхлива сцена з киплячою пристрастю супроводжується зазвичай помаранчевими та червоними тонами, тоді як спокійне, романтичне пов'язані з пастельними тонами. Говорячи про роль кольору в коміксі, необхідно розглядати його змістоформуючу та структуруючу функцію. Змістоформуюча функція кольору проявляється під час аналізу окремих кадрів як самостійних одиниць коміксу, а структуруюча – під час розгляду кадру як компонента більших одиниць: сторінки, розвороту, коміксу загалом.

Наступна функція кольору полягає в ідентифікації персонажів та створенні відмінностей між ними. Автор застосовує певний колір чи їхню комбінацію для ототожнення персонажа в коміксі. Наприклад, костюм Капітана Америки зображується в кольорах прапора США.

Колір може поєднувати кадри на сторінці в єдине ціле або підкреслювати момент переходу від одного плану розповіді до іншого. Використання кольору в розглянутих коміксах виконує такі функції: 1) реалістичну (або функцію аналогії), що полягає у встановленні аналогії між забарвленням зображень і кольором предметів, що зображуються насправді. Чим більш реалістична колірна гама твору, тим краще читач розуміє

навколишню дійсність. Переважання цієї функції у коміксі можна розглядати як засіб зняття труднощів у процесі інтерпретації; 2) символічну, яка полягає у варіюванні кольору залежно від індивідуальної авторської філософії або художньої концепції конкретного твору відповідно до прийнятої в даній культурі сигніфікації (наприклад, білий – колір свята в Європі та жалоба в Індії); 3) естетичну функцію, внаслідок реалізації якої малюнок може привернути погляд поціновувача своїми перевагами. Певна манера фарбування всіх творів стає маркою авторського почерку.

ВИСНОВКИ

Креолізованим текстом у лінгвістичній науці називається надрукований текст, який прийнято вважати сукупністю чужорідних знаків, задля інтерпретації повного змісту якого необхідно встановити відношення між його вербальними і невербальними компонентами. У сучасному світі роль креолізованих текстів розширюється у зв'язку зі збільшенням потоку інформації та переходом до дистанційного виду комунікації за допомогою Інтернету. Дослідження коміксу можливо лише за умови інтегрування його текстового та графічного елементів, які разом створюють ускладнений текст, де між вербальною і невербальною складовими встановлюються нерозривний зв'язок. Вказані факти надають змогу наукового обґрунтування приналежності коміксів до видів креолізованого тексту.

В нашій роботі під коміксом ми розуміємо графічно оповідний жанр, у якому поєднано малярство (карикатуру, послідовність малюнків) і літературу (короткі тексти у вигляді «розмовної бульбашки» чи «хмарки»); серія зображень із короткими текстами, що становлять історію; книжка з такими малюнками.

Комікси мають чіткий розподіл за жанрами: наукова фантастика, трилери, жахи, пригоди, дитячі тощо; а також за формою: щорічники та щомісячні журнали. За своєю структурою текст коміксу нагадує драматичний, оскільки в ньому, як правило, переважає діалогічне мовлення.

Комікс є складним твором, що формується у взаємодії двох вихідних систем – вербальної та піктографічної. Незважаючи на гетерогенність його складових, він характеризується високим ступенем їхньої узгодженості та цілеспрямованості у поданні інформації.

Комікс має свої характерні структурні мовні та позамовні особливості. Фрагменти англомовного коміксу (нарративні блоки, текстові хмари та візуальні елементи) розташовані в послідовності, яка створює єдину картинку

дій та формує уявлення читача про них. Незважаючи на особливість організації текстового простору та форми прояву лінгвальної та екстралінгвальної частини, цілісність контексту є ключовим аспектом англomовного коміксу. Комікс є візуальним текстом, в якому лінгвальні та екстралінгвальні елементи відбираються автором та художником-ілюстратором для реалізації авторського наміру.

З'ясовано, що вербальний компонент в англomовному коміксі представлений на фонетичному (характеризується передачею варіативності звуків за допомогою своєрідної графіки через фоносемантичний модус або звукопис), лексичному (окреслюється відповідним добром лексем, їх поєднанням, загальною тональністю викладу, образними засобами), синтаксичному (перевага простих, складносурядних і нечленованих речень) та текстовому рівнях (діалог переважає над монологом завдяки динамічності розгортання подій у фрагментах).

Найчастотнішими стилістичними явищами фонографічного рівня виявився графон (відхилення від нормативного написання тих чи інших слів), а лексичним явищем – ономапопея (звуконаслідування).

Синтаксична структура текстової частини коміксів відбиває ознаки розмовного мовлення та характеризується використанням усіх комунікативних типів речень (розповідних, питальних і спонукальних). Виразні засоби синтаксичного рівня, що є характерними для текстової частини коміксів, характеризуються редукацією структури речення і включають еліпсис та апозіопезис; також зафіксовано вживання вигуків.

Екстралінгвальний інвентар охоплює шрифтову гарнітуру, колір та графічний знак. Шрифтова гарнітура має лінгвістичну цінність у тексті коміксу, оскільки вона є зовнішньою оболонкою вербальної комунікації. Виявлено, що шрифтовою гарнітурою чи курсивом можуть виокремлюватися: ключові ідеї фрагмента, імена персонажів, елементи з особливим емотивним забарвленням, знаки інших алфавітів, зображені рукописні повідомлення.

Важливість шрифтової гарнітури для англomовного коміксу обумовлена

додатковою акцентуалізацією автором вибраних вербальних елементів, які передають контент у текстовій хмарі чи наративному блоці фрагмента. Автор коміксу використовує різний розмір або стиль гарнітури. Варіативність шрифтової гарнітури в англомовному коміксі репрезентована типографічним засобом розширення, виокремлення, похилості, викривленості, ефектної демонстрації, з'єднаності та рівномірності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

СПИСОК ТЕОРЕТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абу Бакр Д. З., Березовская Е. А. Проблема определения комикса. URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/56333/1/kd_2017_01.pdf (дата звернення: 23.04.2021).
2. Андреас С. Понимание комиксов: невидимое искусство. URL: <https://codenlp.ru/stati/stiv-andreas-ponimanie-komiksov.html> (дата звернення: 25.01.2021).
3. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) : учеб. пособие для студ. фак-та. иностр. яз. вузов. Москва : Издательский центр «Академия», 2003. 128 с.
4. Анищенко А. В. Комикс как тип видеовербального дискурса. *Вестник Московского государственного лингвистического университета*. 2009. №559. С. 116–122.
5. Барт Р. Риторика образа. *Избранные работы. Семиотика. Поэтика*. Москва : Прогресс, 1989. С. 297–319.
6. Бернацкая А. А. К проблеме «креолизации» текста: история и современное состояние. Речевое общение. *Специализированный вестник*. 2000. №3(11). С. 104–110.
7. Вишневская О., Фатеев М. Художественный мир комиксов как отражение инновационной формы искусства XX-XXI вв. *Культурное наследие Сибири*. 2015. №18. С. 94–102.
8. Воронина Р. В. Комикс как особый жанр детской литературы. URL: <http://repo.knmu.edu.ua/bitstream/123456789/13958/7/Воронина.pdf> (дата звернення: 4.08.2021).

9. Гадамська А. А. Методика мовленнєво-культурної адаптації іноземних студентів засобами креолізованих рекламних текстів : автореф. дис. ...канд.пед.наук : 13.00.02. Одеса, 2017. 22 с.
10. Гальперин И. Р. Очерки по стилистике английского языка. URL: <http://www.helpforlinguist.narod.ru/GalperinIR/GalperinIR.pdf> (дата звернення: 13.09.2021).
11. Гинзбург И. В. Методика работы искусствоведа. URL: <https://www.livelib.ru/book/1005602107-metodika-raboty-iskusstvoveda-iv-ginzburg> (дата звернення: 5.09.2021).
12. Драган-Іванець Н. Паралінгвістичні засоби креолізованого інтернет-тексту. *Мова. Суспільство. Журналістика : матер. наук.-практ. конф.*, (Київ, 11 квітня 2014 р). Київ, 2014. С. 40–43.
13. Дубинин С. И. Вербальный и иконический компоненты современного немецкоязычного комикса : автореф.дис. ...фил..наук : 10.02.04. Самара, 2017. 173 с.
14. Завадська О. Феномен креолізованого тексту: актуальна проблема сучасних лінгвістичних досліджень. *Лінгвістичні дослідження. Зб. наук. праць ХНПУ ім. Г. Сковороди*. 2016. Вип. 43. С. 163–169.
15. Завьялова Д. История комикса. Электронный журнал «Циркуль». URL: www.cirkul.info/culture/527 (дата звернення: 20.03.2020).
16. Захарова М. В., Тимченко Е. М. Комикс как способ передачи смыслового контента в историко-культурном аспекте. *Культурология и искусствоведение : материалы II Международной научной конференции* (Казань, 20–23 мая 2016 г). Казань : Бук, 2016. С. 3–10.
17. Ильина А. А. Комиксы как объект визуальной социологии. *Российское общество: история и современность: сборник научных работ студентов и аспирантов*. 2013. №7. С. 8–10.
18. История комиксов: рождения супергероев. URL: <http://diletant.media/articles/26254609/> (дата звернення: 20.09.2021).
19. Козлов Е. В. Комикс как явление лингвокультуры: знак – текст –

миф. Волгоград : ВолГУ, 2002. 183 с.

20. Козлова Т. І. Особливості перекладу англомовних коміксів URL: https://vkr.pspu.ru/uploads/953/Kozlova_vkr.pdf (дата звернення: 21.03.2020).

21. Коларькова А.В. Комикс как передовое направление развития современной фантастической литературы. URL: <http://philology.snauka.ru/2014/05/815> (дата звернення: 18.04.2020).

22. Колесник О. С. Поетика графічного роману: синтез мистецтв та транспозиції. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури*. 2013. Вип. 31. С. 301–306.

23. Космацька Н. В. Нариси з історії виникнення і становлення жанру коміксу. *Вісник Луганського національного університету ім. Т. Шевченка. Сер. Філологічні науки*. 2011. № 9 (220). Ч. 2. С. 45–51.

24. Космацька Н. В. Структурно-функціональні особливості мови французьких коміксів (на матеріалі серії «Asterix») : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.05. Київ, 2012. 19 с.

25. Лях Т. Комікси у профілактичних програмах. *Соціальний педагог*. 2014. № 1. С. 4–11.

26. Кузнецова М. О., Багнюк С. Ю. Специфіка вербальної складової веб-коміксів як полікодових утворень у сучасному англомовному кіберпросторі. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/409480.pdf> (дата звернення: 7.05.2021).

27. Макарук Л. Синтез вербальних та невербальних засобів у сучасній англійськомовній комунікації. *Актуальні питання іноземної філології*. 2015. № 2. С. 138–142.

28. МакКлауд С. Понимание комикса. Невидимое искусство. URL: <http://understanding-comics.ru> (дата звернення: 15.11.2021).

29. Михеев А. В. О некоторых типах взаимодействия изображения и текста. *Типы коммуникации и содержательный аспект языка: сб. научн. тр.* Москва : ИЯ, 1987. С. 191–199.

30. Мороз О. Д. Когнітивна метафора в англомовних коміксах на прикладі концепту SUPERMAN. Priority directions of science and technology development. *Abstracts of the 1st International scientific and practical conference : матер. міжнар. наук. конф.* (Київ, 27– 28 вересня 2020). Київ, 2020. С. 555–560.
31. Нефедова Л. А. Когнитивные особенности комикса как креолизованного текста. *Вестник ЮУрГУ. Серия Лингвистика.* Челябинск. Вып.10. 2010. С. 4–9.
32. Ольшанський Д. В. Дидактичні умови використання коміксів у навчанні іноземних мов молодших школярів : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.09. Київ, 2002. 20 с. URL: <http://disser.com.ua/contents/p-2/3441.html> (дата звернення: 20.09.2021).
33. Пойманова О. В. Семантическое пространство видеовербального текста: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Москва, 1997. 237 с. URL: https://new-disser.ru/product_info.php?products_id=949290 (дата звернення: 11.12.2020).
34. Попов А. С. Аллюзии в текстах комиксов как элемент жанра. *Молодой ученый.* 2016. № 7.5. С. 14-15.
35. Саудов Р. Т. Прецедентные вербальные, визуальные и вербально-визуальные феномены в креолизованном тексте. *Политическая лингвистика.* 2013. № 4. С. 221–229.
36. Сонин А. Г. Комикс : психолингвистический анализ. Барнаул : Издательство Алтайского госуниверситета, 1999. 111 с.
37. Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция. *Оптимизация речевого воздействия.* Москва : Высшая школа, 1990. С. 180–186.
38. Столярова Л. Г. Анализ структурных элементов комикса. *Известия ТулГУ. Гуманитарные науки.* 2010. № 4. С. 383–388.
39. Сычев И. Ю. Герой комикса и герой комикс-культуры. *Челябинский гуманитарий.* 2011. №4. 99–103 с.

40. Усольцева Д. А. Проблема научной классификации художественных произведений в жанре «комикс». *Молодой ученый*. 2016. № 4.1 (108.1). С. 51–53. URL: <https://moluch.ru/archive/108/26393/> (дата звернения: 10.11.2021).
41. Цыркун Н. Комикс : героический эпос как жанровый гибрид. *Искусство кино*. 2012. № 2. С. 124–135.
42. Цыркун Н. Логос, пафос и этос. *Искусство кино*. 2010. № 5. С. 131–137.
43. Чигаев Д. П. Способы креолизации современного рекламного текста : автореф. дис. ... канд. фи-лол. наук : 10.02.01. Москва, 2010. 24 с.
44. Швецова М. Г. Паралингвистические средства в лингвистике текста. URL: <http://www.lingvomaster.ru/files/210.pdf>.10. (дата звернения; 04.12.2020).
45. Якобсон Р. О. Язык в отношении к другим системам коммуникации. Избранные работы. Москва : Прогресс, 1985. 460 с.
46. Bateman J. A. Text and Image, A Critical Introduction to the Visual Verbal Divide. New York : Routledge, 2014. 292 p.
47. Celotti N. The Translator of Comics as a Semiotic Investigator. *Comics in Translation*. Manchester : St. Jerome Publishing, 2008. P.33–49.
48. Cohn N. Visual Narrative Structure. *Cognitive Science*. 2013. Vol. 34. P. 413–452.
49. Eisner W. Theory of Comics and Sequential Art. Tamarac, Florida : Poorhouse Press, 1985. 164 p.
50. Garcés C. V. Onomatopoeia and Unarticulated Language in the Translation of Comic Books. The Case of Comics in Spanish. *Comics in Translation*. Manchester : St. Jerome Publishing, 2008. 237–250 p.
51. Groensteen T. The System of Comics. Jackson : University Press of Mississippi, 2009. 188 p.
52. Juddery M. 5 Comic Superheroes Who Made a Real-World Difference. URL: www.blogs.static.mentalfloss.com/blogs/archives/20794.html (accessed:

10.01.2021).

53. Kaindl K. Thump, Whizz M., Poom B. A Framework for the Study of Comics under Translation. *Target*. 1999. Vol.11 №2. P. 263–288.

54. Manker R. Barack Obama comic books: “Barack the Barbarian” and “Drafted: One Hundred Days”. Chicago Tribune. URL: <http://www.chicagotribune.com/news/nationworld/chi-talk-barbarian-04apr04,0,6684937.story> (accessed: 18.04.2020).

55. McCloud S. Understanding comics. New York : Harper Collins Publishers, 1994. 245 p.

56. Meskin A. Defining Comics? *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*. 2007. Vol. 65. № 4. P. 369–379.

57. Mey K.-A. L. Pragmatic Aspects of Comics. *Concise Encyclopedia of Pragmatics*. Oxford : Elsevier Ltd., 2009. P. 80–85.

58. Rota V. Aspects of Adaptation. The Translation of Comics Formats. *Comics in Translation*. Manchester: St. Jerome Publishing, 2008. P. 79–98.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

59. Azzarello B. Flashpoint: Batman Knight of Vengeance. URL: <http://www.thenewstrant.com/2011/07/crazy-dark-flashpoint-batman-knight-of.html> (accessed: 3.09.2021).

60. Carey M. X-Men: Endangered Species. URL: https://www.goodreads.com/book/show/2302907.X_Men (accessed: 17.11.2021).

61. David P. The Incredible Hulk. URL: https://www.marvel.com/comics/series/2021/incredible_hulk_1962_-_1999 (accessed: 19.10.2021).

62. Kirby J., Simon J. Captain America. URL: <https://www.marvel.com/comics/issue> (accessed: 25.12.2021).

63. Marston W. Wonder Woman. URL: <https://www.dccomics.com/graphic-novels/wonder-woman-the-golden-age-2017/wonder-woman-the-golden-age-vol-1> (accessed: 9.06.2021).
64. McElfrick D. Cyanide and Happiness. URL: <https://explosm.net> (accessed: 23.09.2021).
65. Monsters Inc. and Monsters University: the Story of the Movies in Comics. URL: <https://www.abebooks.com/DisneyPIXAR-Monsters-University-Story-Movies-Comics/31024431388/bd> (accessed: 14.11.2021).
66. Watterson B. Calvin and Hobbes. URL: <https://www.gocomics.com/calvinandhobbes> (accessed: 4.06.2021).
67. Wells Z. The Amazing Spider-Man. Marvel. URL: https://marvel.fandom.com/wiki/Amazing_Spider-Man (accessed: 7.07.2021).

SUMMARY

The presented paper is dedicated to the creolized English texts.

Subject of research can be defined as linguo-stylistic peculiarities of comics as the genre of modern literature.

The main aim of the paper consists in identifying and comprehensively analyzing linguistic and extralinguistic means in English comics as a visual-graphic text.

It determined the accomplishment of such objectives as:

- 1) consider the creolized text as a linguo-visual phenomenon;
- 2) consider comics as a type of creolized text;
- 3) consider the rules of comics construction;
- 4) identify the linguistic features of comics.

Comics is a complex work that is formed with the interaction of two source systems – verbal and pictographic. Despite the heterogeneity of its components, it is characterized by a high degree of consistency and purposefulness in presenting information. It was found out that the verbal component in English comics is represented by phonetic (characterized by the transfer of variability of sounds through a kind of graphics through phonosemantic mode or sound recording), lexical (defined by the appropriate selection of tokens, their combination, general tone, figurative means), syntax (simple, complex and inarticulate sentences) and textual levels (dialogue prevails over monologue due to the dynamic unfolding of events in fragments). Extralingual inventory includes font, color, and graphics. The font has linguistic value in the text of the comic, because it is the outer shell of verbal communication. It was found that the typeface or italics can highlight: key ideas of the fragment, the names of the characters, elements with a special emotional color, signs of other alphabets, depicted handwritten messages.

Keywords: *genre, extralinguistic means, comics, creolized text, linguistic means, levels of language, stylistic devices*

**Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я, Гудков Вадим Олександрович, студент 2 курсу, денної форми здобуття освіти факультету іноземної філології спеціальності 035 філологія германські мови та літератури (переклад включно) перша – англійська освітньої програми мова і література (англійська), адреса електронної пошти warmhearted404@gmail.com

– підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Лінгвостилістичні особливості англomовних коміксів» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

– заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

– згоден на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою Інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (студент) _____