

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

**ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА НІМЕЦЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ПЕРЕКЛАДУ**

**Кваліфікаційна робота
магістра**

на тему **МОВНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ КАТЕГОРІЇ КОМІЧНОГО У
НІМЕЦЬКОМОВНИХ КОМІКСАХ**

Виконала: студентка 6 курсу, групи 8.035
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.043 Германські мови та
літератури (переклад включно), перша –
німецька
освітньо-професійної програми
Мова і література(німецька)
А.Є.Кутахіна
Керівник к.ф.н., доц. Вапіров Ю.С.
Рецензент к.ф.н., доктор Прохоров В.Ф.

Запоріжжя

2021

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет іноземної філології

Кафедра німецької філології та перекладу

Рівень вищої освіти магістр

Спеціальність 035 Філологія

Спеціалізація 035.043 Германські мови та література (переклад включно)

Освітня програма Мова і література (німецька)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

« _____ » _____ 20 ____ року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

Кутахіної Анастасії Євгеніївни

- 1. Тема роботи (проєкту) Мовна репрезентація категорії комічного у німецькомовних коміксах**
- 2. Керівник роботи к.ф.н., доц. Вапіров С.Ю.,**
затверджені наказом ЗНУ від «08» квітня 2021 року №666-с
- 3. Строк подання студентом роботи 14.12.2021**
- 4. Вихідні дані до роботи:** науково-теоретичні засади комічного, тексти художніх творів
- 5. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):**
 - 1) Огляд теоретичних джерел
 - 2) Розглянути специфіку коміксу вікінга Хегера як лінгвопрагматичний феномен
 - 3) Охарактеризувати вербалізацію комічного та її місце в структурі коміксу
- 6. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) Немає**
- 7. Дата видачі завдання 27.04.2021**

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Пошук наукових джерел за темою	Травень 2020	виконано
2.	Селекція фактичного матеріалу	Травень 2020	виконано
3.	Написання теоретичного розділу	Червень 2020	виконано
4.	Підготовка дослідницької частини	Вересень – жовтень 2020	виконано
5.	Написання вступу та висновку	Листопад 2020	виконано
6.	Проходження нормоконтролю	Листопад 2020	виконано
7.	Захист	Грудень 2020	виконано

Студент _____ А.Є.Кутахіна

(підпис)

(ініціали та прізвище)

Керівник роботи _____ С.Ю.Вапіров

(підпис)

(ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ С.Ю.Вапіров

(підпис)

(ініціали та прізвище)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. КОМІКС ЯК ОБЄКТ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛІНГВІСТИКИ.....	6
1.1 Становлення та передумови вивчення коміксу.....	6
1.2 Комікс на етапі лінгвістично-дискурсивних досліджень	10
РОЗДІЛ 2. КАТЕГОРІЯ КОМІЧНОГО В СУЧАНИХ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ.....	23
2.1 Категорія та ефект комічного, структура комічного в комунікації.....	23
2.2 Лінгвостилістичні засоби створення комічної тональності.....	31
РОЗДІЛ 3. СЕМАНТИКО-ПРАГМАТИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ НІМЕЦЬКОМОВНИХ КОМІКСІВ ПРО ВІКІНГА ХЕГЕРА	42
3.1 Комікси про вікінга Хегера як лінгвопрагматичний феномен.....	42
3.2 Семантико-прагматична організація німецькомовних коміксів про вікінга Хегера:.....	51
3.2.1 Вербалізація комічного та її місце в структурі коміксу.....	51
3.2.2 Семантико-прагматичне наповнення графічного компонента коміксів про вікінга Хегера.....	66
3.2.3 Продуктивність паритетної моделі розподілу змістового навантаження.....	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	82
ДОДАТКИ.....	88

РЕФЕРАТ

Загальна кількість сторінок - 87, кількість використаних джерел – 68 позицій.

Об'єктом дослідження є виступає комікс, як мас-медійний комунікативний феномен сучасної культури. **Предмет** дослідження – є стилістичні засоби репрезентації категорії комічного у німецькомовних коміксах про вікінга Хегера.

Мета роботи – вивчення засобів мовної репрезентації комічного у німецькомовних коміксах про вікінга Хегера.

Теоретико-методологічні засади: наукові праці Н. Н. Панченко, В. Л. Наер (категорія комічного), Козлова Е. В., Желтухіної М. Р. (комікс як текстотип), М.П. Михлиної, С.И. Походні (засоби створення комічного ефекту)

Отримані результати:

Комікси про вікінга Хегера є частиною розважального комічного дискурсу, де головним прагматичним завдання є створення комічного ефекту. Реалізація комічного відбувається у трьох просторах: у вербальному із допоміжними графічними конотатами, у графічному із вербальним компонентом, як допоміжним, та на стику графічного та вербального компонентів, де частини комічного змісту розподілені паритетно. Серед мовностилістичних засобів які використовуються для вербалізації комічного автор віддає перевагу парадоксу, грі слів, каламбуру, метафорі, комічному порівнянню, використанню стереотипних словосполучень та деформації ідіом.

Ключові слова: метеорологічна лексика, семантичний компонент, метафора, просторіччя, фразеологізм, перекладацький прийом, перекладацька трансформація.

ВСТУП

Важливе місце в сучасному світі займають різні види мас-медіа. Вони є засобом отримання інформації про навколишній світ, формування думки про те чи інше явище та навіть освіти і комунікації. Саме через них людина реалізує спілкування із навколишнім світом, із оточуючими її феноменами. Значне місце в такому спілкуванні відведено й розважальній комунікації, яка позитивно впливає на психічні емоційні стани людини. Однак, засоби комунікативних мас-медіа значно різняться між собою.

В останній час, як на вітчизняному, так і на загальноєвропейському просторі значного поширення здобуває досить новий мас-медійний засіб – комікси. З самого початку комікси були недооцінені та сприймалися дослідниками як непоширене явище із низькою негативною оцінкою, яке не отримає широкого визнання та популярності. Але із плином часу комікси заявили про себе не лише як про розважальний засіб, але й як про серйозний здобуток мас-медіа, який може використовуватись і в дидактичних цілях, а його глибоке образне наповнення дає змогу підіймати важливі соціальні та політичні питання, зокрема реалізовувати конструктивну критику суспільства.

Із ростом популярності комікси останнім часом почали отримувати й наукове визнання, як об'єкт досліджень. Комунікативні дослідження коміксів мають на даний момент значне поширення у першу чергу на заході – в Європі та Північній Америці. Однак, ще й досі не сформовано чіткого підходу до визначення коміксів та їх місця як феномену культури. Цій проблематиці й присвячені більшість робіт, що з'явилися останнім часом (S. Ditschke, K. Kroucheva, D. Stein [Ditschke, Kroucheva, Stein 2009], O. Frahm [Frahm2002, S. 201.], S. Packard [Packard 2006.], J.F. Dittmar [Dittmar 2008], M. Schüwer [Schüwer 2008]).

Серед вітчизняних дослідників феномену коміксу та його місця в канві сучасних лінгвістичних досліджень треба відзначити роботи Є.В. Козлова [Козлов 2002], А.В. Аніщенко [Аніщенко 2009], К.В. Полякова [Полчкова 2004]. Але більшість робіт стосуються саме становлення коміксу як культурного феномену, його віднесеності тому чи іншому розділу науки, у той час як питання про принципи внутрішньої організації змісту коміксу та реалізації його прагматичного потенціалу ніколи не ставиться.

Цим обумовлена і **актуальність роботи**, яка полягає у новому підході до вивчення коміксу як комунікативного феномену та засобів реалізації його провідної прагматичної мети. Дослідницьких робіт у даній галузі лінгвістичних знань немає.

Об'єктом дослідження даної роботи виступає комікс, як мас-медійний комунікативний феномен сучасної культури.

Предметом дослідження є стилістичні засоби репрезентації категорії комічного у німецькомовних коміксах про вікінга Хегера.

Метою дослідження є вивчення засобів мовної репрезентації комічного у німецькомовних коміксах про вікінга Хегера.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

- уточнити визначення коміксу та його місце в сучасних дискурсивних дослідженнях;
- дати визначення категорії та ефекту комічного, проаналізувати структуру комічного в комунікації;
- описати лінгвостилістичні засоби створення комічної тональності;
- встановити місце вербалізації комічного в структурі коміксу;
- визначити продуктивність паритетної моделі розподілу змістового навантаження.

Для досягнення поставленої мети даної дипломної роботи були використані наступні **методи**: дискурсивний, системно-функціональний, інтерпретаційний та зіставного аналізу, які дозволяють визначити,

систематизувати та описати типи семантико-прагматичної організації коміксів та особливості їх функціонування.

Матеріал дослідження склали понад 250 серій німецькомовних коміксів про вікінга Хегера.

Наукова новизна дослідницької роботи полягає у тому, що комікс як тип гумористичного дискурсу вперше розглядався із точки зору його семантико-прагматичної організації, було визначено мовностилістичні особливості гумористичної репрезентації його змісту.

Практична цінність роботи полягає в можливості застосування її результатів і положень у курсі стилістики німецької мови, лінгвопрагматики та теорії комунікації, у спецкурсі когнітивної лінгвістики, а також у підготовці курсових та дипломних проектів студентами гуманітарних спеціальностей.

Структура дипломної роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (68 найменувань). Загальний обсяг роботи складає 87 сторінок.

РОЗДІЛ 1

КОМІКС ЯК ОБ'ЄКТ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛІНГВІСТИКИ

1.1 Становлення та передумови вивчення коміксу

Сучасний світ характеризується процесами загальної інтеграції та масовості культури, що в свою чергу провокує виникнення нових соціально-культурних явищ та їх швидке розповсюдження й великий ступінь проникнення в людське життя. Одним з таких сучасних феноменів видається й комікс. Довгий час комікси, зокрема на пострадянському просторі, розглядались лише у розважальному аспекті, а саме як неповноцінний та низькосортний доробок сучасної культури поп-арту. В останній час тенденція такого зневажливого відношення до коміксів у корні змінилась. Цьому не в останню чергу посприяло міжнародне визнання графічного роману Арта Шпігельмана «Maus», який отримав престижну пуліцерівську премію, що стало переломним моментом та змінило подальше відношення до коміксів у всьому соціумі. Цей комікс є автобіографічним та в свою чергу інтерпретує історичну дійсність через оригінальний авторський підхід, що дає змогу говорити не лише про розважальну сутність коміксів але й про можливість передачі історичних та біографічних фактів, доводити до читача певну політичну, культурно-змістову та дидактичну інформацію.

У книзі Ш. Дічке, К. Кручевой та Д. Штайна «Комікс. К історії та теорії популярно-культурних медіа» автори відзначають, що й раніше історії в картинках різноманітними засобами передавали політичну інформацію, втілювали комплексні змісти та передавали абстрактні ідеї [Ditschke, Kroucheva, Stein 2009, S. 12].

В свою чергу це викликало певну хвилю дослідницьких робіт, щодо сутності коміксів, як з точки зору лінгвістики та дискурсу, так і з точки зору

психології та прагматики. Значним поштовхом також стало широке розповсюдження коміксів, які почали користуватись все більшою популярністю за межами регіонів свого початкового визнання, та тепер носять мультикультурний характер. Через це доцільним видається питання про систематичність та комплексність лінгвістичних досліджень коміксів. На даний момент лінгвістичні дослідження коміксів досягли тієї точки, коли постає потреба у переході від поодиноких, електичних дослідницьких робіт, до повної, комплексної та усвідомленої наукової системи, яка б ґрунтувалась на лінгвістичних та суміжних дослідженнях. В 2002 році О. Фрам вірно зазначив, що дисципліни, яка б досліджувала комікси не існує, хоча комікси визнають важливою частиною культури 20-го сторіччя, але належного місця поряд із літературою, образотворчим мистецтвом та фільмами, так і не було підготовлено [Frahm 2002, S. 201.] Але майже за десятиріччя, що минуло з того моменту, все ж таки були зроблені певні кроки, щодо систематизації, узагальнення, та розширення меж вивчення нового культурного феномену.

Так, зокрема Ш. Пакардом, [Packard 2006.], Я. Ф. Дитмаром [Dittmar 2008] та М. Шювером [Schüwer 2008] були розроблені широкі теорії передачі та викладення інформації у коміксах. Однак, і ці вчені вказують на недостатній інтерес та наукову розробку даного феномену. Так, М. Шювер, відзначає, що в Німеччині ще й досі наука про комікси знаходиться «у формі зародку», вона є «островом активності» на межі різних наукових дисциплін» [Schüwer 2008, S. 12]. Однією з головних цілей даної публікації є намагання підійти до вивчення коміксів із літературної, медійної, культурологічної перспектив і цим самим перейти до міждисциплінарного розгляду наукового поля.

Про недостатню увагу до коміксів зокрема із боку літературо- та мистецтвознавства говорять також і М. Хейн, М. Хюнерс та Т. Міхаельсен [Hein, Hüners, Michaelsen 2002]. Це викликано не лише тим, що комікс досить довгий час не сприймали як значиме та відносно серйозне явище в культурному житті тієї чи іншої національної групи, але й його

особливостями, де серед інших виділяється інтегративна складова, коли слово не сприймається без зображення, а зображення без слова. Отже, й сам комікс як феномен сучасного життя стоїть на межі двох різних за формою культурологічних дисциплін: літератури та образотворчого мистецтва. У цьому відношенні А. Платтхаус зазначає: «В історії мистецтва для коміксу здається так само мало місця, як і в історії літератури – і по праву, так як він створив новий жанр, який неможливо усвідомити традиційними методами» [Platthaus 2000, S. 9].

В німецькомовному дослідницькому середовищі також відмічається значне зміщення характеру підходів від суто критичного до структурного, психолінгвістичного, стилістичного тощо. Із появою таких публікацій, як «SzenariendesComics. Helden und Historien im Medium der Schriftbildlichkeit» [Diekmann, Schneider 2005], «Bilderwelten – Textwelten – Comicwelten. Romanistische Begegnungen mit der Neunten Kunst» [Leinen, Rings 2007] та «Comics, Mangas, GraphicNovels» [Arnold, Knigge 2009] німецькомовні дослідження коміксів майже повністю позбавились оцінного дискурсу, який мав місце в попередні десятиріччя. Оцінний дискурс зокрема критикував комікс, як один із засобів масової комунікації, де основними темами є секс та насилля, що веде до деградації суспільства, а саме молоді. Але разом з тим все ж з'являлись наукові доробки соціологічного та педагогічного характеру (наприклад, про доцільність використання коміксів як одного із сучасних засобів навчання мові).

Лише в 70-ті роки ХХ сторіччя з'явилися перші суто дескриптивні, систематичні статті, які були створені у вузьких наукових межах та представляли собою протилежні до критично-суспільних дослідницькі роботи. Так можна відзначити суто дескриптивну структуралістську роботу В. Хюніга «StrukturendesComicStrip. AnsätzeinertextlinguistischßsemiotischenAnalysennarrativerComics» [Hünig 1974] та педагогічно-дидактичне дослідження Д. Грюневальда «Comics.

Kitsch oder Kunst? Die Bildgeschichte in Analyse und Unterricht. Ein Handbuch zur Comic-Didaktik» [Grünwald 1982]

На хвилі підвищеного інтересу до коміксів як нового медіа із боку західних лінгвістів, велику цікавість до цієї теми почали проявляти й вітчизняні дослідники. Останнім часом з'явилась чимала кількість наукових публікацій, які розглядають комікси із різних точок зору й пропонують свої підходи до систематизації та узагальнення дослідження коміксів. Серед інших можна виділити роботу Е.В. Козлова «Комунікативність коміксу (в текстуальному та семіотичному аспектах)», який зокрема дослідив морфологію коміксу, розбивши його на три рівні, та визначив й охарактеризував його внутрішні та зовнішні зв'язки [Козлов 1999]; публікацію А.В. Аніщенко «Комікс як вид відео-вербального дискурсу», в якій розглядаються дискурсивні характеристики коміксу та закономірності індивідуального сприйняття [Аніщенко 2009]; дослідження К.В. Полякової «Становлення семіотичної системи американського коміксу та японського манга», в якому зокрема були визначені універсальні особливості коміксу, виявлені стилістичні закономірності та описані семіотичні ознаки коміксів [Полякова 2004].

Отже історія дослідження коміксів не була однозначною та відійшла від критичного розгляду коміксів, як низькопробного соціально-негативного медіа, до суто науково-систематичного дослідження. Хоча на даний момент ще не існує однозначних систематизуючих робіт щодо природи коміксів, які б в повній мірі описували новий культурний феномен, але тенденція міждисциплінарного дослідження коміксів дає змогу говорити про значні позитивні зрушення у сфері наукового освоєння коміксів, та й прогнозувати подальший не менш жвавий інтерес до коміксів, як нового універсального вербально-візуального медіа, та його використання у різних сферах життєдіяльності суспільства, розкриваючи механізми взаємодії із іншими суміжними жанрами та безпосередньо реципієнтами даного продукту сучасного поп-арту.

1.2 Комікс на етапі лінгвістично-дискурсивних досліджень

Однією із головних проблем, що й досі стоїть перед всіма дослідниками коміксів, та зокрема лінгвістами, залишається питання дефініції коміксу. Однак, на перший погляд проста задача визначення коміксів стосується не лише формально-описового виокремлення коміксу з поміж інших жанрів та феноменів культури на основі зовнішніх ознак, а торкається більш складних та комплексних факторів, які потребують й комплексного інтегративного підходу. Так, наприклад, й досі спірним залишається питання про приналежність коміксу до того чи іншого виду мистецтва чи науки, оскільки комікс оперує безпосередньо із мовою та мальованими образами, де новий добуток не представляє собою суму змістів кожної із складових, а проваджує єдність нового семантичного рівня. Отже, комікс представляє собою особливий вид креолізованого тексту. Через це доцільним видається розгляд коміксів у комплексному підході, використовуючи інтегративний принцип.

Як правило під коміксом розуміють серію малюнків із короткими супроводжувальними текстами, інтегрованими у окремі малюнки (так звані кадри), які таким чином створюють зв'язне оповідання. Існує багато визначень коміксу, але всі вони зводяться до того, що комікс – це серія зображень, в якій розповідається певна історія. Комікс – це єдність наративної та візуальної дії. С. МакКлауд у книзі «Суть коміксу» пропонує коротке визначення «послідовні зображення», та більш повне - «суміжні малюнки та інші зображення у змістовій послідовності» [Mccloud 2000, p. 27]. Разом з тим кількість людей, які використовують коміксну продукцію в сучасному світі дуже велика, через що постає питання про доцільність визначення коміксу як одного із масових засобів комунікації. Для багатьох

він є одним із альтернативних засобів пізнання навколишнього світу та джерелом інформації про нього.

Комікси представляють собою таку форму, яка не може розглядатись без урахування її матеріальних та медійних властивостей [J. Fuchs, S. Reitberger 1982, S.43]. Це в свою чергу ускладнює надання однозначної дефініції коміксу. Він повинен розглядатись у першу чергу через призму його основних властивостей та зв'язків. У своїй роботі Ш. Дічке, К. Кручева та Д. Штайн пропонують також не розглядати комікс з точки зору нормативної дефініції, а натомість виділяють чотири найбільш визначних та впливових елементи коміксу як популярно-культурного медіа [Ditschke, Kroucheva, Stein, S. 18]. Такий підхід видається досить справедливим, тому що він в більшій мірі відображає сутність коміксу, та характеризує його властивості у нероздільній єдності, але разом з тим дослідники звертаються лише до формальних визначень властивостей коміксу.

По-перше, комікс є поєднанням написаних або намальованих слів та нерухомих мальованих зображень, які виходять за межі звичайних підписів до малюнків та розповідної прози. Як правило текст на таких малюнках подається через іконічний знак - певний «пузир» або «хмаринку» - із текстом діалогічного, монологічного характеру, або ж процесів мислення. Тобто текст є невід'ємною частиною малюнку, а малюнок не може розглядатись без тексту. В цьому відношенні А. Платхауз зазначає, що саме це й можна назвати «одночасно й рівноцінно розповідати зображенням та словом» [Platthaus 2000, S. 8.].

По-друге, комікс у більшості випадків представляє собою розповідь у певній послідовності, тобто череду «кадрів» (внесених у рамку зображень), відокремлених один від одного білими порожніми смугами. Однак, треба зазначити, що ця послідовність кадрів як і будь який літературний розповідний жанр об'єднані загальною тематикою та представляють собою окремі візуально-розповідні частинки цілого, а отже й не представляють собою комплексності змісту, якщо розглядати виокремлено без контексту.

Однак, «це не означає, що окремі картинки або безмовні комікси виходять за межі медійного визначення коміксу, де окремі зображення називають «карикатурами», а комікси без діалогів та тексту – пантомімічними коміксами» [Ditschke, Kroucheva, Stein 2009, S. 23]. Але як правило це поодинокі випадки, що виходять за межі стандартного сприйняття коміксів та потребують індивідуального підходу.

По-третє, комікси представляють собою серійний медіа продукт, адже як газетні комікси, окремі видання, так і книги-комікси у більшості випадків розповідають епізодичні історії або варіації певної головної дії, яка повторюється. Тобто існує певний дійовий стержень, на який «нанизуються» окремі історії, розповіді, епізоди коміксів. Навіть комікси, які не мають серійного продовження сприймаються у загальному серійному контексті, оскільки «також й ці комікси з'являються на фоні серійних розповідних та публікаційних форм, до яких у своїх творах звертаються й автори несерійних коміксів та які прочитуються в процесі рецепції» [Ditschke, Kroucheva, Stein 2009, S. 24].

По-четверте, комікси визначаються культурним досвідом, тобто певні культурні артефакти сприймаються як комікси, та таким чином й створюються у цьому усвідомленому просторі на основі родової схожості із подібними до них культурними доробками [Meskin 2007, S. 369]. Отже, ці чотири основні формальні ознаки коміксів і визначають їх як окрему групу феноменів сучасної культури. Однак, зовнішні фактори, хоча й окреслюють певний фундамент дослідження коміксів, але не дають повного представлення про комікс як комплексний продукт.

Інтермедійність коміксу (поєднання двох видів медіа), про яку говорилося вище, становить собою складну багатопланову проблему. Так, й досі невирішеним питанням залишається виокремлення коміксу як цілісного гібридного типу медіа, або лише як мистецької форми, яка не може бути визнана окремим медіа засобом. Історично склалось, що комікси зародились як недооцінена, низькопробна продукція за часту у складі інших медійних

ресурсів. На даний момент комікси все частіше стають основою для фільмів, що говорить про значний ступінь їх самобутності та вплив на масову культуру. Разом з тим діахронічна вісь демонструє поступовий перехід від частково друкованого продукту (частина інших видань, зокрема газет) до мистецтва іншого сорту та рівня – кіно. Отже, комікси займають саме проміжну позицію між літературою та кіно, такий історичний перехід напряду залежить і від форми самого коміксу, який складається як з «літературного» тексту, так і із візуальної частини – кадрів, як у кіно, але в статичній формі.

Інтермедійність коміксу з одного боку «намагається використати символічний добуток інших форм мистецтва для підвищення собівартості як медіа засобу, з іншого ж таке присвоєння викликане необхідністю визначення відмінностей від інших мистецьких форм та засобів комунікації» [Eder, Klar, Reichert 2011. S. 12]. Однак, таке твердження видається недостатньо глибоким, адже навіть запозичення символічних форм іншого мистецтва та їх інтерпретація у коміксі продукує власну знакову систему із значеннями іншого порядку, які засновуються не лише на загальноприйнятому розумінні системи символів та прийомів інших видів мистецтв (літератури та кіно), але й використовує загальнозрозумілі образи мислення, оперує скоріш із загальною картиною світу індивіда та психологією сприйняття, ніж із окремими прийомами. Таким чином, можна говорити про своєрідну інтерпретацію тих загальновизнаних та зрозумілих прийомів передачі змісту та емоцій, які сприймаються суспільством як такі. Кожна із формальних частин коміксу будується за певними принципами та передає певну категорію інформації, де поєднання різних видів інформації створює цілісне повідомлення нового рівня.

Текст, представлений звичайним друкованими літерами слугує для передачі предметно-логічної інформації, що поступає до реципієнта. Під таким текстом прийнято розуміти «всю мовленнєву єдність в рамках коміксу: авторське мовлення та мовлення персонажів» [Козлов 1999, с. 12]. До

першого типу можна віднести титри, заголовки, короткі авторські резюме, коментарі до коміксу та його окремих епізодів або кадрів. Частотність авторського тексту залежить від індивідуальних вподобань творця коміксу. Зазвичай авторський коментар розміщується у лівому верхньому куті (іноді нижньому) кадру, іноді він займає місце за кадром, що в певному сенсі дає словам автора додаткової об'єктивності та авторитетності, іноді це робиться із метою підкреслити яскравість графічного зображення, а не закривати його текстовими формами. Досить часто авторський текст зустрічається в релігійних та дидактичних коміксах, де існує об'єктивна потреба в дистанціюванні від малюнка, авторській критиці тощо [Masson 1985, p.27].

Авторський коментар може виконувати різноманітні функції, та як правило має індивідуально-контекстуальне значення. Серед інших можна виділити використання авторських коментарів з метою управління читацьким сприйняттям, підсилення когезії тексту, реалізації естетичної, стилістичної та діалогічної функцій [Козлов 1999, с. 14].

Мовлення персонажів, як правило, розміщується в рамках кадрів коміксу та стратифіковане у спеціальних мальованих просторах білого кольору – філактерах. Якщо такий філактер виходить із роту персонажу, то на увазі мається монологічне або діалогічне мовлення персонажу, якщо ж такий філактер завершується серією білих хамринок, то реципієнт має справу із ментальним світом герою. Діалогічне або монологічне мовлення обмежене філактером забезпечує поступовий розвиток оповідання та інформує не тільки учасників діалогу, але й читача.

Іншим невід'ємним компонентом побудови коміксу є графічна складова. Вона представляє собою послідовність малюнків, кожен із яких замкнутий у рамку, утворюючи таким чином так би мовити кадр. Кадрування зображень дає змогу автору вибрати певний епізод із континуального відрізка часу: «змістом малюнку в рамках кадру є резюме або репрезентативний та когерентний синтез реальності, даної в тому чи іншому відрізка часу» [Fresnault-Deruelle 1977, p.19]. Оскільки малюнок є

комплексною системою, а отже й комікс має такі ж властивості, то це дає певним вченим можливість ставити питання про тотожність або ж однорідність іконічних та вербальних феноменів, зусилля яких направлені на досягнення засобів, що дозволяють розділити та керувати звуками та оптичним враженнями, наділяючи їх сигніфікативністю за допомогою створення арбітрарної системи [Fresnault-Deruelle, 1977, p.12].

Однак, хоча в цих доводах прослідковується певна схожість двох систем, але вона не є настільки значною, щоб давати право ототожнювати дві системи різної природи, натомість ці дві системи мають набагато більше розбіжностей. Так, як запевняє Е.В. Козлов кількість графічних «фонем» занадто мала у порівнянні із фонологічними, характер утворення зображення та вербальних конструкцій має інші принципи і основи творення, зображення має комплексний або глобальний характер перцепції [Козлов 1999, с. 15]. Так, у межах лінії або форми неможливо виділити менші одиниці, «в континуумі іконічного знаку не можливо виділити дискретні змістороздільні частки ... знаки малюнку не є одиницями поділу, які можна співставити із фонемами, адже вони позбавлені попередньо заданого позиціонального та опозиціонального значення, сам факт їх наявності або відсутності ще не визначає однозначного змісту повідомлення, вони отримують значення лише в контексті ...» [Еко 1998, с. 136].

Таким чином, глобальна перцепція нероздільної на менші одиниці фігури (кадр коміксу) припускає, що в межах ікони денотат та конотат носять характер єдиного цілого та одночасного.

Всі комікси, мається на увазі їх невербальна частина, використовують певний набір інструментів, як і будь-яке образотворче мистецтво, для наближення зображуваного предмету до реального, адже зображення предмета припускає зміну його природи, де зображений предмет не тотожний реальному. Серед цих прийомів можна виділити перспективу, яка надає глибину малюнку, де кадр коміксу як правило є об'ємним (наближення зображуваного до реальності), а, наприклад, сні героїв коміксів мають

плоске відображення, що свідчить про їх ірреальність. Колір також відіграє значну роль у коміксах, більшість з яких на сучасному етапі є кольоровими. Так колір також є засобом наближення та споріднення предметів мальованого світу із реальним кольорами предметів об'єктивної дійсності. Разом з тим колір може відігравати й символічну функції, коли використовуються кольори із значним символічним навантаженням, як, наприклад, кольори певних релігійних чи культурних ритуалів. Значне поширення в коміксах отримали так звані «елементи кінематографічного коду» [Козлов 1999, с. 18]. У першу чергу це прийоми, які імітують рух камери оператора, та відображають сім спектральних планів: панорамний (демонструє пейзаж в його просторовій данності), загальний (охоплює всю повноту зображуваної сцени), середній (дозволяє зобразити всю фігуру персонажу та представити всі його дії), американський (пов'язаний із появою філактера в кадрі та зменшення мальованого простору), ближній та перший (як правило поясний портрет персонажу для акцентуації на зміні виразу обличчя та збереження місця для тексту), крупний (концентрування уваги на голові персонажу для демонстрації експресивного компонента), детальний (в кадрі залишається невелика частина тіла або обличчя персонажу, підкреслюючи експресивну емоційність моменту).

Що ж стосується зображення конкретних деталей, зокрема міміки, то для передачі тієї чи іншої інформації автор використовує конвенційні прийоми зрозумілі будь-якому члену соціуму. Це пов'язано із тенденцією до універсалізації засобами масової інформації зображення емоційних станів. Пантоміміка та міміка в коміксах прямує до спрощення: «Саме розуміння коду, в принципі, передбачає абстрагування від будь-яких незвичайних жестів (здатних кардинально змінювати сигніфікацію при зміні контексту), щоб зображення було зрозумілим самій широкій публіці» [Fresnault-DeRuelle 1977, p.25].

Однак, навіть при зрозумілості невербального ряду може виникати подвійне трактування, в цьому випадку на допомогу читачу приходять не

тільки графіка, а й вербальна частина коміксу. Отже, вербальний ряд є невід'ємною частиною невербального, уточнюючи його та нівелюючи багатозначність трактування. Разом з тим, як зазначається в певних джерелах на ряду із графікою та текстом в коміксах можна також виявити й так би мовити проміжну сполучну тканину, яка має різне походження та як правило поєднує вербальний компонент із графікою, або ж спрощує графіку до меж символу.

Звісно ж графіка та текст є інтерпретаційними домінантами, оскільки передають важливу для розуміння вербально-іконічного повідомлення інформацію. Третій інформаційний ряд можна умовно визначити як «параграфіку» [Козлов 1999, с. 19]. Вона стоїть поруч із графікою, та охоплює проміжні складенні феномени частково графічної сутності, надаючи додаткову інформації, та виконуючи функцію додаткових конотатів. Отже, на відміну від тексту та графіки, які в однаковій мірі виконують як денотативну функцію, так і конотативну, то у параграфіці превалує саме другий компонент. Однак, параграфіка не обмежується відображенням якостей, що передаються графікою невербальної поведінки, створенням своєрідної звукової доріжки твору або демонстрації просодичних явищ, які супроводжують мовлення. Завдяки створеному у рамках жанру коміксу набору ідеограм, які згодом були запозичені й іншими суміжними жанрами, параграфіка не тільки оформлює усе вербально-іконічне повідомлення, але й здатна передавати самостійну інформацію, виступаючи у ролі субституту формального тексту.

Параграфіка охоплює цілий ряд прийомів, які створюють анімацію графічної частини. Серед них також виділяються й такі, частотність яких дозволяє говорити про нормативність та регулярність їх вживання, що в свою чергу виводить їх на рівень складової частини коміксу, на проміжку між графікою та вербальною частиною. Найбільш релевантним видається виділити три основні прийоми параграфіки, а саме оноματοпею (звуконаслідування), кадр та філактер.

В сучасних коміксах звуконаслідування представлене дуже широке, найчастіше воно зустрічається в сатиричних творах і відповідно його використання зменшується в педагогічних та релігійних доробках. Велика кількість прикладів звуконаслідування у коміксів дає змогу говорити про оноματοпею як відмінну, або характерологічну рису коміксів. Оскільки саме графіка у коміксах передає дію, динаміку через статичне зображення, то як правило найбільш динамічні дії втрачають певну виразність за відсутності звукового супроводу, характеристик цієї дії. Тому в першу чергу звуконаслідування у коміксах має на меті відображення певного шумового фону графічної дії. Для цього як правило використовуються певні конвенціональні форми оноματοпеї, але значне місце займають й суто авторські новоутворення, які у першу чергу підкреслюють автономність та суб'єктивність авторської перцепції. Звісно звуконаслідування в коміксах має своє мовне відображення, адже для передачі звуків використовується одна й та ж знакова система, але разом з тим наслідування звуків має свої правила та форми відображення у коміксах, що виводить їх за межі суто вербальної складової частини коміксу. У зв'язку із цим можна навести слова Н.В. Месхишвілі, який вважав що «шрифт – поняття не тільки типографічне, але й лінгвістичне» [Месхишвили 1990, с.17], а отже також може нести певне забарвлення та впливати на реципієнта.

Таким чином, важлива не тільки сама оноματοпея, але й форми її передачі, так в коміксах звуконаслідування є й частиною графіки, тобто не використовує філактів та не вводиться в зображення як авторське мовлення. Мальований шрифт є частиною коміксу, і як правило несе додаткове семантичне навантаження на основі взаємодії психо-зорового та психо-лінгвістичного сприйняття. Це певний синтез вербаліки та графіки, який перетворює графему у справжній малюнок, створюючи невідемний елемент коміксу – однорідність двох його основних компонентів, їх цілісність та нероздільність.

Ономатопея у коміксах має у першу чергу емотивно-експресивний характер, де «естетична функція грає домінуючу роль» [Мукаржовский 1994, с.47], і саме через це надає коміксам додаткового ступеню впливу на реципієнта, торкається його внутрішнього світу – світу емоцій. І дійсно в коміксах існує такий спосіб написання літер, який перетворює слово в об'єкт не тільки читання, але й в носія візуальної інформації. Треба відмітити, що шум в коміксах знаходить своє вираження в тому, що «звукові» потоки ономатопеї іноді навіть перекривають або витісняють графіку із кадра. Графічний характер ономатопеї дозволяє розглядати її як сорт ідеограми, оскільки шрифт, кольорове забарвлення, інтервали між літерами та місце у кадрі конотують додаткові значення. Так, наприклад, для передачі різких та досить потужних звуків використовуються графічні літери великого розміру із гострими краями, а шиплячі, протяжні звуки зображуються «пливучими» літерами. Все це дає змогу наповнювати комікси новими семантичними та прагматичними можливостями, надавати їм певної динаміки, що в свою чергу дозволяє говорити про комікси як повноцінний медіа продукт, а не як жанровий різновид тощо.

Ще одним важливим моментом параграфіки є використання кадру. Він представляє собою «внутрішнє вікно, яке людина відкриває у нескінченний світ» [Masson 1985, р.7], кадр може провокувати глядацький інтерес, так як кадрований простір апріорно представляється сигніфікативним. Різні об'єкти у межах кадру наділяються метонімічним або метафоричним значенням, таким чином відсилаючи не лише до самого предмету об'єктивної реальності але й його широких зв'язків як в об'єктивному світі, так і в картині світу реципієнта. Отже, лімітований кадр має відсилку до всього універсуму, цілісної моделі світу, створеної свідомістю реципієнта. В коміксах кадр, продовжуючи традиції використання в мистецтві, отримує й нові додаткові функції. Так, зокрема кадр надає єдності усьому гетерогенному знаковому масиву, що розміщується у його межах, а саме графіка, параграфіка та друкований текст. Інша функція кадру у коміксах - це чіткий поділ етапів

вербально-іконічного оповідання. На думку Е.В. Козлова кадр навіть більше «служує створенню найменшої одиниці текстового членування, яке представляє собою сигніфікативну єдність тексту графіки та параграфіки й приймаючи участь у послідовності собі подібних, що у сумі складає текст коміксу» [Козлов 1999, с. 23].

Мистецька образотворча традиція виробила канонічну форму кадру, яка змінюється від квадратної до прямокутної. Кадрована форма коміксу представляє свого роду екран, тому можливим видається віднесення коміксу до екранних видів мистецтва, але разом з тим комікс є єдиним із них, де можливе модифікування формату екрану (кадру). При цьому «будь-яка девіація канонічної форми наділена семантичним навантаженням та, відповідно, потребує інтерпретації» [Там само]. Так, збільшений горизонтально кадр підсилює лінійну послідовність коміксу, збільшений по вертикалі кадр навпаки «гальмує» нарративний процес, притягуючи додаткову увагу, рідкі круглі кадри імітують об'єкти, побачені через круглі отвори, або сигналізують про менший ступінь реальності зображуваного тощо. Досить рідким феноменом є відсутність кадру, або його розрив із виходом зображуваного за його межі, однак, не зважаючи на загальні риси трактування цих явищ, кожне повинне трактуватись індивідуально із урахування узусу.

Одним із найважливіших елементів параграфіки коміксу є філактер – лінія, яка замикає прямокутний або овальний простір, в якому розміщується мова персонажів. Філактер вказує на автора повідомлення, на зовнішній (філактер закінчується клином біля рота персонажу) або внутрішній характер мовлення (філактер закінчується послідовністю мікроскопічних хмаринок). Окрім вище наведених прикладів в коміксах досить часто зустрічаються філактери із значним емоційно-експресивним компонентом, де форма філактеру несе додаткову семантику. Так, наприклад, афективно марковане мовлення може з'являтися у філактерах із рваними краями, що представляє собою графічну інтерпретацію метафоричної якості сказаного. Таким чином,

філактер може відігравати свого роду роль «осцилографу» мовлення персонажів, передавати додаткові інтонації, коливання голосу.

Крім цього філактер приймає участь в реалізації композиційної функції коміксу: при наявності декількох філактерів в одному кадрі, їх просторове розміщення вказує на хронологічну послідовність сказаного. Першим я правило вважає філактер у верхньому лівому куті, а останнім – нижній правий. В цьому випадку філактери також виконують функцію компресії тексту, адже сконцентровані в одному кадрі, а не розподіляються між декількома, тим самим підвищуючи динаміку подій. Філаткери також підвищують текстову когезію та приймають участь в композиції коміксу, виступаючи у якості анафоричного або епіфоричного засобу.

Однак, зміст філактеру не завжди складають одиниці тексту. Разом із останніми або замість них, сигніфікативний простір філактера займають ідеограми. Серед них можна виділити два основних знаки пунктуації – знак питання та знак оклику, які зустрічаються разом або нарізно, та виказують великий ступінь здивування або нерозуміння. Досить часто використовують також знаки нотного стану, для створення «музикального» супроводу, нібито персонаж коміксу наспівує або насвистує певну мелодію.

У разі повної відсутності вербальної інформації, коли ідеограми виступають єдиним змістом філактеру, що виходить із голови персонажу, вони є результатом іконічного представлення ментальних образів героя. Наприклад, графіка зображає персонаж, а малюнки в філактері – зміст його снів. Разом з тим частим прийомом передачі сну, коли акцент зміщується від змістової часті до формальної, є використання літери «Z», яка символізує розміряний сон, посопування персонажу.

Окрім передачі змісту думок або заміщення вербальних форм, ідеограми супроводжують графіку коміксу, надаючи додаткову інформацію зокрема про психологічні стани герою. Конвенціональність подібних ідеограматичних форм або заснована на сприйнятті реальних фізіологічних реакцій на той чи інший стан, або ж базуються на їх зв'язках із мовними

метафорами, що існують у мовленні у вигляді фразеологічних єдностей тощо. Наприклад, використання символічного зображення блискавки для передачі психологічного стану гніву. Подібні іконічні знаки можуть мати й більш глибоку складну семантику, де використовуються не лише прямі лінійні зв'язки, але й імпліцитні історичні, метафоричній й інші типи зв'язків.

Таким чином, комікс будучи спочатку частиною інших медійних засобів поступово сформувався у новий цілісний феномен культури, де його початкова недооцінена форма перейшла в самобутню частину масової культури та знайшла своє застосування не лише у сфері розваг, але й далеко за її межами, торкаючись як релігійної, так і освітньої сфер буття. Визначення ж коміксу представляє собою неоднозначне явище, що скоріше формується як опис його формальних характеристик. Так, комікс можна представити як сталу послідовність малюнків або зображень (кадрів), де у нерозривній єдності перебувають графіка та вербаліка. Такий синтез продукує змістовий згусток іншого порядку. Домінантними для інтерпретації залишаються графічна та вербальна складові, додаткову ж конотативну інформацію несе в собі параграфіка, яка є проміжним прошарком, та використовує власний набір конвенційних прийомів, створюючи додатковий емоційний фон.

РОЗДІЛ 2

КАТЕГОРІЯ КОМІЧНОГО В СУЧАСНИХ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

2.1 Категорія та ефект комічного, структура комічного в комунікації

Комікс як нова форма масової комунікації бере свій початок зокрема і від такого жанру як карикатура. В коміксах, як вже зазначалось раніше існує тенденція до спрощення, переосмислення та карикатуризації зображуваної реальності з метою спрощення сприйняття та передачі певної інформації, яка досить часто отримує не лише додатковий акцент але й приймає гіперболічне відображення. Одним із важливих елементів композиції коміксу є його карикатурність, тобто відображення певного явища дійсності в смішному, безглуздому вигляді шляхом навмисного викривлення відтворюваного матеріалу, підкреслене порушення звичних співвідношень. Отже доцільно говорити про комічне відображення дійсності, використання певних елементів, для створення ефекту комічного відношення до зображуваного та до всієї реальності.

В цьому аспекті важливим та доцільним для подальшого дослідження виявляється розгляд комічності як категорії та засобів створення комічного ефекту. Наукове осмислення комічного має давню традицію, яка бере свій початок від Аристотеля. Поняття комічного постало із його протиставлення сміху. Сміх як фізіологічна реакція радості, прояв людського організму, зорового та задоволеного життям. Цей фізіологічний сміх протиставляється рефлексивному сміху, який є проявом ментальних процесів людини, тобто усвідомлення нею певного явища як такого, що викликає радість, посмішку, сміх. «Рефлексивний сміх виявляє подвійність характеру, відкриваючи у

високому - низьке, в прекрасному - потворне, у доброму - зле, у хорошому - погане, в серйозному – несерйозне тощо.

Одним із найважливіших й досі залишається питання про віднесеність категорії комічного до тієї чи іншої сфери наукової думки. Однак, чіткої відповіді на це питання досі не існує і навряд колись буде вироблено уніфікований підхід до вивчення комічного. Проблема полягає в тому, що як і комікс комічне знаходиться на периферії різних наук та торкається багатьох сфер наукової думки різного характеру, починаючи від фізіології, та закінчуючи категоріями естетики. Так до комічного звертались велика кількість філософів, психологів та філологів. В літературознавстві виділено та описано багато різних видів комічного: гумор, сатира, сарказм, чорний гумор; а також багато різновидів жанру комічного, таких як анекдот, жарт, комедія, каламбур, карикатура, шарж, пародія та й зокрема комікс.

Разом з тим комічне відноситься до культурно специфічних феноменів, де кожна культура та епоха мають особливо відчуття комічного, яке може бути незрозумілим для представників інших епох і культур, якщо відсутні точки збігу в сфері ментального сприйняття світу та процесів у ньому, як правило все ж таки існують певні універсальні коди, які дають розвиток й універсальному комічному [Пропп В.Я. 1999, с. 57]. Що ж стосується лінгвістики, та «дослідження комічного традиційно рухається у руслі розгляду лінгвістичних аспектів його різних видів та жанрів, виділених у літературознавстві; традиційно також вивчається мовна гра – різність стилістичних прийомів, за допомогою яких виражається комічний зміст» [Плотникова С.Н. 2011, с.9].

Однак, в лінгвістиці помітні значні зрушення в бік когнітивно-дискурсивних та семантичних досліджень комічного, так зокрема розглядається семантична природа комічного [Санников 1995; Карасик 2003], досліджується використання комічного в дискурсах різних типів, наприклад науковому [Плотникова 2003], політичному [Желтухина 2000], новостному [Панченко 2005], формуються нові комунікативні підходи, які торкаються й

проблематики суб'єкту мовлення, прагматики та стратегій побудови комічної комунікації [Козлов 1999, Мироненко 2005, Агтардо 2003, Палкевич 2003].

Оскільки комікс є, як зазначалось раніше, комунікативним засобом та в його межах оформлюється комунікація не лише із референційними персонажами, але й «читачами» шляхом використання специфічних прийомів та форм передачі інформації, то й дослідження категорії комічного слід розглядати у руслі наукового пізнання акту комунікації, його семантики та основ побудови.

В цьому контексті важливо визначитись чи існує формальний апріорі комічний об'єкт, який би міг слугувати ядром комунікаційного акту. Засновуючись на вищезгаданих дослідженнях можна із певністю сказати, що такого об'єкту не існує: «оточуюча нас дійсність сама по собі не є смішною; комічне не відноситься до внутрішніх властивостей об'єктів дійсності, оскільки воно не існує у відриві від людського фактору – поза суб'єктом пізнання комічного» [Плотникова С.Н. 2011, с.8]. Однак, хоча комічне і не існує поза межами людського пізнання як явище об'єктивної дійсності, але саме дійсність поставляє комічне. Разом з тим лише людина та її сприйняття дійсності може розглядати ту чи іншу ситуацію як комічну, і оскільки тільки людина є суб'єктом такої специфічної діяльності, то й ефект комічного сприймається нею лише на основі співставлення із самою собою. Коли людина сміється над неживим предметом, то насправді ми сміємося над самими собою, оскільки наділяємо цей предмет певними характеристиками та властивостями. А. Бергсон справедливо зауважив: «коли ми сміємося над твариною, то лише тому, що вона нагадує нам людину та її рухи» [Бергсон 1992, с. 11].

Таким чином комічний референт виникає не сам собою як частина об'єктивної реальності, а лише через її суб'єктивне ментальне переосмислення людиною, тобто комічне не існує саме по собі, а є лише продуктом людського пізнання, переосмислення та зіставлення. Референтом комічного може бути людина, колективний референт – суспільство та навіть

автореферент, коли людина сміється над самою собою. Разом з тим комічне носить ситуативний характер, адже референт комічного виникає лише у певній ситуації та у певного суб'єкта, що дає змогу говорити комічне має значне тяжіння до суб'єкту, який його породжує, а не до самого референту. Вибір комічного об'єкту залежить від світогляду людини, епохи, в яку вона живе, від його культури. Але разом з тим комічний референт залишається незмінним: це такий референт, пізнання якого викликає реакцію сміху, що свідчить про його негативну оцінку пізнаного об'єкту.

Іншим важливим фактором для розуміння створення комічного ефекту в коміксах є осмислення основ комунікації, а саме комунікативного акту. Згідно загальноприйнятій моделі Р.О. Якобсона комунікативний акт складається із шести компонентів: адресанта, повідомлення, адресата, комунікативного каналу, коду та референту. Отже комунікативний акт полягає в тому, що адресант відправляє повідомлення адресату та для того, щоб повідомлення могло виконати свої функції необхідний відносно загальний для відправника та отримувача код, фізичний канал передачі повідомлення та контекст [Якобсон 1975]. Найбільш широким для тлумачення ще й досі залишається контекст, або референт. Однак, для розуміння місця виникнення комічного в комунікації важливим є як раз цей компонент. Як запевняє С.Н. Плотнікова комічний референт може мати різний просторовий розподіл в межах комунікативного акту, а саме: співпадати з адресатом, якщо об'єктом комічного є сама людина; зміщатись в сторону адресанта, коли людина сміється сама над собою; та співвідноситись із двома, декількома та багатьма референтами, у якості яких виступають комуніканти, що знаходяться в інтерактивній взаємодії, коли кожний із них поперемінно стає то адресантом, то адресатом [Плотнікова 2011, с.10].

Цікавим також видається й другий випадок, коли людина сміється сама над собою, адже виникають моменти, коли дія людини направлена саме на створення комічного ефекту шляхом само перетворення, наприклад, клоунади. В такому випадку ефект комічного має схоже із першим випадком

розміщення референту, коли людина сміється над собою, але разом з тим це інша перевтілення людина, що дає змогу говорити про відсилання повідомлення суб'єкту до самого себе.

Референтом або контекстом може виступати вся ситуація в цілому, все її наповнення. Повідомлення циркулює між адресантом та адресатом по комунікаційному каналу, воно заповнює собою увесь оточуючий простір та включає в себе не тільки вербальний дискурс, але й самих комунікантів, їх тіла, дії, оточуючи предмети, які також є частиною комічного повідомлення. Такий просторовий розподіл комічного повідомлення має екзистенціальну форму – форму життя, яка проходить на певному відрізку та у певному конкретному місці – тут і зараз. Дане розуміння комунікативного акту є найбільш релевантним для дослідження коміксів. Комікс як раз є таким засобом комунікації, де комунікативний акт представляє транзакцією між умовним адресантом (автором комікс) та конкретним реципієнтом – читачем в даному конкретному соціумі у певний час. Повідомлення ж такого коміксу має широкий розмитий характер. За відсутності конкретного адресанта-автору, його авторська ідея присутня на складових рівнях коміксу, а реципієнт в свою чергу сприймаючи повідомлення шляхом переживання комунікативної ситуації також частково асимілює із коміксом та його вигаданими героями. Отже, комічне в коміксі знаходить своє місце на рівні єдності вербального та невербального оповідання, змальовуючи комунікативну ситуацію та втягуючи реципієнта в акт комунікації через експліцитні та імпліцитні зв'язки конвенціональних ідеограм із об'єктами об'єктивної дійсності.

В цьому ж аспекті доцільно зауважити, що комічне може мати також і не концентрований характер, тобто створюється ситуація, емотивний фон якої є вже комічним, піднесеним, як, наприклад, карнавал [Бахтин 1965]. Д.С. Ліхачев поглиблює це розуміння, глобалізуючи та розширюючи комічний референт до меж «сміхового або комічного світу: він включає в себе ряд таких ситуацій та багато об'єктів, які сміються, вони виконують сміхову

роботу по створенню даного світу» [Ліхачев 1999, с.197]. Комічний світ перевершує за своєю організацією окремий комунікативний акт, оскільки в ньому одночасно проходить багато комунікативних актів. Однак за формальними параметрами він заснований на тому ж принципі, що й комічна ситуація: на всеохоплюючій контекстно-референтній приналежності всього, що відбувається в цьому світі у комічне повідомлення. Світ коміксу може також бути представлений як комічний світ, але оскільки цей світ існує лише як доробок творчого мислення автора, то він повинен мати комічну інтенцію, тобто світ коміксу має бути побудований таким чином, щоб через ряд комічних ситуацій, персонажів, оточення створювався стабільний комічний ефект.

І звісно комічний референт може прикріплятись в структурі комунікативного акту лише до вербального повідомлення, але разом з тим комуніканти мають оперувати не лише однаковим мовним кодом, але й мати такі картини світу, або такий контекст, в якому б комічний референт віднаходив тотожні відображення в обох реципієнтів. Стосовно коміксів це положення також залишається релевантним, адже комічне знаходить своє відображення не лише в формальному змалюванні засобами створення комічного в образотворчому мистецтві, але й засобами вербальними, використовуючи стилістику. В цьому контексті треба зауважити, що створення комічного ефекту в коміксах має як правило подвійний характер, адже комікс розглядається як синтез вербального та невербального, тож комічне вербальне підкріплюється статичним невербальним і навпаки. Релевантним також видається використовувати той самий підхід, що й для вивчення комічного ефекту засобами комічного в художній літературі: мовні засоби – фонетичні, лексичні, фразеологічні, граматик та позамовні засоби, в результаті поєднання яких виникає сміх [Кошелев 2007, с. 281].

Отже, комічний референт в структурі комунікативного акту (яким і є комікс в його функціонуванні) може бути як вербалізованим, тобто дискурсивним, так і невербалізованим, тобто представляти собою сутність

іншого порядку, як в першому так і другому випадках референт може бути одиничним, або множинним чи дисперсним, які охоплюють всю референтну ситуацію або увесь референтний простір в цілому.

Разом з тим оточуюча нас об'єктивна дійсність хоча і не може вважатись смішною, але ж пізнання комічного не є суто суб'єктивним, воно базується на певних об'єктивних принципах, тому поряд із терміном «комічне» використовується також і термін «комізм». Він позначає певну початкову наявність комічного в структурі певних ситуацій, в яких є комізм, та які відрізняються від ситуацій, в яких його бути не може. В першу чергу комічний зміст виникає на основі відхилення від норми: «Смішним є відхилення від існуючої моди, від звичної мови, від логічних норм, від прийнятих понять, від звичаїв, від правил гарного тону, смішними є в кінці кінців відхилення від того, що прийнято вважати нормою по відношенню до людського характеру» [Дземидок 1974, с.34]. Будь-який комічний ефект повинен містити в собі протиріччя в якомусь відношенні: «Нас заставляє сміятись безглуздість, втілена у конкретну форму, - «видима безглуздість», або удава безглуздість, спочатку допущена, а потім виправлена, або нарешті, те, що безглуздо з одної сторони, але природне з іншої, і т.д.» [Бергсон 2000, с.101—102]. Разом з тим треба розуміти, що не будь-яке відхилення від норми породжує сміх, а лише таке, що викликає виникнення «додаткового змісту» [Трач 2007, с. 176], «другого плану, який різко контрастує із першим» [Санников 1999, с. 21].

На думку А. Бергсона універсальна причина комізму – це «розкриття різниці між «живим» та «неживим» у людині, та викритті «неживого» - автоматизму, догматизму, косності» [Бергсон 1992, с.79]. Згідно його теорії комічне треба протиставити не стільки прекрасному, скільки досконалому, адже комічне скоріш недосконале, аніж бридке [Там само]. У свідомості суб'єкту, який пізнає комічне, відхилення об'єкту від норми фіксується як участь цього об'єкту одночасно у двох когнітивних сценаріях, які проходять одночасно, але при цьому суперечать один одному та є несумісними по своїй

ситуативній приналежності [Кестлер 1993, с.38]. Цю думку продовжує й В. Раскін, який визначає текст смішним (тобто як комічне повідомлення) за наявності двох умов: по-перше, якщо когнітивною основою тексту є два різних сценарії; по-друге, якщо ці два різних сценарії опозиційні в тому плані, в якому діє принцип опозиційності в усіх смішних текстах [Raskin 1985, p. 99].

Ще одним важливим, але й досі невизначеним питання залишається класифікація комічного. У першу чергу це пов'язане із тим, що навіть поняття комічного має широкий синонімічний ряд. Досі не визначено чіткі межі комічного, гумору, смішного і т.п. Як правило в різних джерелах вони використовуються як синоніми або ж поняття схожого чи суміжного ряду. Така розрізненість трактувань породила також і різність класифікацій. Не в останню чергу це пов'язане із високим ступенем абстракції дослідницької теми, але разом з тим коли мова заходить про типологізацію комічного, то в першу чергу виділяють види комічного за принципом їх практичного виникнення та застосування в літературі, образотворчому мистецтві тощо. Шляхом порівняння багатьох дослідницьких робіт [Баландина 2006], [Бутенко 1997], [Лимантов 1959], [Пропп 1999] можна зробити висновок, що незважаючи на відсутність чіткої типологізації, двома основними класами комічного в цих роботах вважаються гумор та сатира. Перший визначається як комічне, що характеризується добрим відношенням до протиріч, має м'який характер та направлене на удосконалення об'єкту або явища. Сатира натомість має жорсткий характер, є по суті критикою пороків, безглуздості, протиріч соціальної дійсності. Ці два класи комічного можна визначити як точки екстремуми від позитивного до негативного, а між ними вже розташовуються більш конкретні підвиди, такі як жарт, каламбур, іронія, сарказм, гротеск і т.д.

Отже розуміння комічного пов'язане із розуміння сміху, але не як фізіологічного, а як рефлекторного, який засновується на когнітивних процесах реципієнта. Як правило комічне виникає в рамках комунікативного

акту, який може розширюватись до меж комічної ситуації або навіть комічного світу. В будь-якому разі комічне є антропоцентричним феноменом, тобто без людини не існує, і на неї ж направлено. Разом з тим, існує також поняття комізму, тобто наявність в комунікативному акті або ситуації певної об'єктивної причини виникнення комічного ефекту. В основі комізму та створення комічного ефекту стоїть протиставлення двох планів вираження будь-якого явища чи ситуації, де протиставляються опозиційні пари різних аксіологічних шарів, тобто таких що оцінюються позитивно та негативно. Це викликає певний когнітивний дисонанс та реакцію сміху. Таким чином, по відношенню до коміксів комічне може проявлятися в обох планах інтерпретації – вербальному та невербальному, адже проходячи через призму людського сприйняття вони розуміються як комічні чи ні. Протиставлення для створення комічного ефекту може також застосовуватись на різних рівнях коміксу та навіть у різних планах вираження, як у межах кадру, так і в межах кількох кадрів та навіть всього коміксу.

2.2 Лінгвостилістичні засоби створення комічної тональності

Велике значення для подальшого дослідження комічної тональності коміксів відіграють стилістичні засоби та фігури, які створюють відповідний ефект. Однак, у жанрі коміксу все видається не так просто, як на перший погляд. По-перше, комікс не є суто вербальною формою представлення інформації, по-друге, як правило текстовий компонент є досить малим у порівнянні із невербальним. Отже, розгляд стилістичних засобів комічного у коміксах не може торкатись суто вербальних засобів, але й враховувати увесь комплекс вербально-невербальних засобів, тобто досліджувати створення ефекту комічного на трьох рівнях: тексті, графіці та параграфіці, разом з тим

на мовному рівні існують лексико-семантичні, стилістичні та ін. засоби створення комічного, видається занадто розгалуженим.

В цьому випадку розгляд стилістичних засобів видається занадто розгалуженим і не релевантним. Таким чином, оскільки ефект комічного досягається шляхом неспівпадіння двох когнітивних ситуацій (реальної та очікуваної), то й засоби досягнення комічного базуються на цьому принципі. В свою чергу це дає змогу певним чином зводити засоби створення комічного ефекту на різних планах вираження до узагальнених. Окрім того, як вже зазначалось раніше, текстовий компонент уточнює та доповнює зображуване, нівелюючи різність можливих трактовок, та актуалізуючи саме референційну семантику. Отже, доцільно у першу чергу охарактеризувати саме лінгвістичні стилістичні засоби, адже як правило вони задають комічну тональність.

Разом з тим треба відзначити, що хоча й більшість стилістичних засобів несуть певну аксіологічну та емотивну інформацію, а отже можуть бути засобами створення ефекту комічного, існує певна частотність використання для певних жанрів та мистецьких доробків, що свідчить про закономірність використання відповідних стилістичних засобів й у коміксах. Такі стилістичні засоби повинні розглядатись у першу чергу, адже вони характеризуються не тільки окремий авторський текст (у широкому розумінні і як вербальний, і як невербальний), але й цілий ряд схожих текстів, зокрема прошарок сучасного мистецтва – комікс.

Що стосується безпосередньо лінгвостилістичних засобів творення комічної тональності, то їх варіативність співпадає із пластами мови: лексичним, морфологічним та синтаксичним, що в свою чергу дає можливість згрупувати лінгвостилістичні засоби у три групи: лексико-семантичні, морфологічні та синтаксичні. В межах лексико-семантичних засобів виділяють лексику із зниженою конотацією та ряд тропів, серед яких переважають метафора, гіпербола, іронія, а також низка менш поширених засобів, зокрема використання омонімії, антропоніміки тощо [Степанов 2009,

с. 41]. В цю ж групу можна також віднести використання ідіоматичних словосполучень із зміною структурних компонентів семантичного рівня. Серед морфологічних засобів виділяються пейоративні суфікси та словоскладення, серед синтаксичних фігур – каламбур, порівняння, ампліфікацію, синонімічні перерахування, паралелізми. Окремою групою можна винести також засоби творення комічного на рівні тексту, який доцільно розглядати не як об'ємний синтаксичний феномен, а на більш глибокому рівні, включаючи семантику та прагматику.

Виокремлення таких стилістичних засобів як самобутніх можливе лише із значною долею умовності, адже як правило на практиці вони вживаються у комбінації із іншими стилістичними засобами, та й взагалі виділення деяких з них лише як синтаксичних або лексико-семантичних видається складним і майже неможливим. Таким чином, значна кількість стилістичних засобів творення комічного ефекту мають комплексний характер та залежать у першу чергу від контексту, у випадку із коміксами контексту не лише вербального, але й невербального.

Найбільш значну групу засобів реалізації комічної модальності представляють собою лексико-семантичні утворення. Комічний ефект звичайних загальноживаних слів у першу чергу пов'язаний із метафоризацією та багатозначністю. Комізм посилюється за рахунок використання окремих слів, які в процесі їх узуального використання набувають комічних рис, зокрема у випадках непорозумінь в діалогах персонажів та у ході авторського оповідання. Метафоризація відіграє в цьому процесі одну із головних ролей. Під метафорою слід розуміти троп, сутність якого полягає у перенесенні властивостей одного предмету (явища) на інший на основі загальної або схожої для обох співставленнях членів ознаки [Степанова 2009, с. 40]. Слова та фрази вирвані із звичного контексту починають працювати в нових, незвичних комунікативних ситуаціях. Але таке їх використання при детальному аналізі видається досить логічним, адже автор лише розкриває інші сторони та грані певного предмету чи

явища, актуалізуючи їх у новому зрівнянні, новому контексті, що в свою чергу створює когнітивний дисонанс між звичними узусом вживання та новим, незвичним [Цикушева 2009, с. 172]. Таким чином комічна метафора руйнує стереотипне сприйняття об'єкту шляхом конфронтації очікуваного та реального вживання, що в свою чергу сприймається реципієнтом як комічне. Іноді у якості подібних комічних метафор використовуються не окремі слова, а цілі клішовані словосполучення та вирази.

В цьому ж контексті доцільно розглянути й комічну багатозначність, тобто таке використання багатозначних слів, коли їх актуалізоване значення розходиться із звичним (найбільш поширеним), або у разі порушення ситуативності комунікативного акту, коли, наприклад, контекст адресанту відрізняється від контексту адресату, та інтенція першого стає незрозумілою другому [Панченко 2005, с. 87]. Таким чином виникає певна абсурдність ситуації, де продовження комунікації між персонажами створює дві різні когнітивно-комунікативні ситуації, відмінні від реальної (інтенціональної). З цією ж метою досить часто використовують слова-омоніми. Метафори та комічну багатозначність можна охарактеризувати як певного роду мікромодель, яка є вираженням індивідуально-авторського бачення світу [Цикушева 2009, с. 173].

Авторське світосприйняття накладає певний відтінок на весь ряд засобів створення комічного, адже є прямим проявом індивідуального відчуття комічного. До найбільш специфічних індивідуальних засобів творення комічної тональності можна віднести авторські оказіональні новоутворення. Вони цілком залежать від багатства фантазії та своєрідності світовідчуття автора, вони реалізують значну кількість найнеймовірніших асоціацій [Киселева 1970, с. 45]. Такі новоутворення будується на основі характерних для даної мови словотвірних моделей, що значно ускладнює їх переклад на інші мови, але в свою чергу передає національний колорит та світогляд даної етнічної групи. Авторські новоутворення є своєрідним згустком світобачення та відношення до світу самого автору, вони

представляють собою власне мікротексти, що розкриваються шляхом асоціацій. За допомогою таких новоутворених лексичних одиниць легше досягнути комічного ефекту або виразити іронію, адже таке гумористичне забарвлення помітне навіть без знання оточуючого контексту або ситуації.

Ще одним лексико-семантичним прийомом творення комічної модальності є перифраз – у стилістиці є заміною прямої назви описовим виразом, в якому вказані ознаки не названого прямо предмету. Він полягає в тому, що назва предмету, людини, явища замінюється актуалізацією, як правило, найбільш характерних ознак, які підсилюють образність та виразність мовлення. Потенціальні можливості перифразу у створенні іронії досить значні (особливо в номінативних словосполученнях, близьких до функцій прізвиськ) [Борев 2002, с. 116]. Серед перифразів можна виділити певні клішовані фрази, які застосовуються у комічному контексті, та самі стають частиною комічного, однак значно більшої виразності автор досягає, використовуючи власні метафоричні перифрази [Михлина 1962, с.7]. Отже, перифраз в своїй основі може мати як метафору, так і оказіональне новоутворення, що в кілька разів підвищує образність комунікативної ситуації, тим самим ефект комічного на новий рівень.

Таким чином, комічне на лексико-семантичному рівні охоплює не лише окремі слова але й словосполучення, а отже творення комічного ефекту стосується зокрема й стереотипних словосполучень. До складу стереотипних сполучень можуть входити як фразеологічні одиниці (фразові штампи, кліше, типові для різних літературних стилів, крилаті вирази, прислів'я та приказки), так і словосполучення, так і словосполучення, які за своїми зовнішніми характеристиками класифікуються як змінні та вільні. [Болдирева 1979, с.6].

З точки зору етимології всі ці словосполучення раніше були метафорами, які колись прикрашали мовлення, виникли як яркі образи, вони втратили із часом образність та перетворились на кліше. Саме тому вони можуть використовуватись у нових контекстах, отримуючи нову образність,

хоча й іншого характеру. На перший план у таких словосполучень виходить узагальнене сприйняття їх, як колись утворених, книжкових та таких, що викликають, хоч і не завжди конкретні, історико-культурні асоціації [Походня 1989, с. 19]. Оскільки стереотипні словосполучення зберегли у своїй семантичній структурі сліди минулих контекстів використання, то вони представляють собою значний фонд для творення комічного ефекту. Отримуючи в актуальному контексті нове значення, вони відсилають реципієнта до звичайного історично прийнято контексту, що й створює когнітивний дисонанс та продукує комічний ефект.

Як зазначає Л.М. Болдирева «важко переоцінити роль метафоричних словосполучень, які перетворились в кліше, для актуалізації іронії» [Болдирева 1979, с.55]. В кількісному та якісному планах стереотипні словосполучення займають одне із провідних місць для створення комічного ефекту. Вони можуть надавати комічності як самій ситуації, так і бути характерологічними, надаючи комічності певному персонажу.

Деформація ідіом давно стала звичною практикою створення різних okazіональних структурно-семантичних перетворень стереотипних словосполучень та фразеологічних одиниць [Борев 2002, с. 121]. Вона включає в себе різноманітні види перетворень, які залежать у першу чергу від інтенції автора. Так досить часто використовується прийом заміни одного із компонентів ідіоми іншим словом, або ж зміна місць компонентів у межах самої ідіоми, що кардинально змінює її розпізнання та усвідомлення. Крім того ідіома може лише матися на увазі. В цьому випадку автор лише натякає на певний її компонент. Ще одним цікавим способом деформації ідіом є її використання у прямому значенні. Оскільки клішоване словосполучення має метафоричну основу, то розрив загальноприйнятого денотативного значення ідіоми із тим, що актуалізується, створює новий яскравий елемент комічного оповідання. Така конфронтація має великий ступінь образності та значний вплив на реципієнта, адже порушує його сподівання новоутворення, яке потребує додаткової уваги, а іноді навіть додаткового прочитання. У

поєднанні із образотворчим компонентом коміксу, який досить часто відображає пряме значення ідіоми, створюється додатковий комічний ефект із значним ступенем репрезентації вербальної інформації. У всіх цих випадках використовується один і той же принцип – зневаження нормами мови з метою досягнення комічного ефекту.

На синтаксичному ж рівні творення комічного ефекту відбувається як правило двома шляхами, а саме за допомогою увідних елементів та синтаксичних конвергенцій. Увідні конструкції дають можливість створювати різні в тому числі гумористичні ефекти, виражати емоційні відношення автора та героїв до явищ та подій – жалю, сумніву, впевненості [Красикова 1979, с. 138]. У якості увідних елементів можуть використовуватись різні частини мови та навіть словосполучення. Разом з тим комічності надають як правило словосполучення, які мають більшу семантичну самотність та можуть виражати комічну тональність як самого автору, так і персонажів твору. Вони надають мовленню живого характеру та наближають його до реципієнта, тим самим доповнюючи ефект комічного його життєвістю та полегшуючи сприйняття.

Досить поширеним засобом створення комічного ефекту виступає синтаксична конвергенція. Це поняття було введено І.В. Арнольдом, як під синтаксичною конвергенцією розуміє «особливу синтаксичну конструкцію, яка складається із підпорядкованого слова та двох або більше однопорядкових елементів, які знаходяться у відношенні підпорядкування до підпорядкованого слову» [Арнольд 1973, с.232]. Синтаксичні конвергенції можуть бути умовно односкладними, складаючись із додатків, означень, обставин і т.п. та мати розгорнутий характер шляхом додавання все нових та нових блоків із додатковою інформацією [Панченко 2005, с. 89]. Як правило синтаксична конвергенція засновується на використанні ефекту обманутих сподівань.

Ще більш яскравим проявом синтаксичної конвергенції, коли суб'єктивно-оцінна інформація набуває додаткової яскравості, є зевгма –

неоднорідний зв'язок підпорядкованих елементів із підпорядковуючим словом. Для неї характерно випадіння, тобто підпорядковуючий елемент стоїть лише на початку періоду, а потім він лише мається на увазі. При використанні зевгми форма стає змістовною та комунікативно значимою, виконуючи роль елемента, який несе додаткову інформацію модального характеру.

Іншим рівнем створення комічного ефекту є текстовий. На ньому стилістичні засоби комізму мають не конкретно виділений характер, а торкають елементів більш високого ступеню організації. Однак це не означає, що той чи інший елемент текстового рівня відноситься лише до семантики всього тексту, а не творить комічний ефект в даний конкретний момент на певному етапі оповідання. Просто їх актуалізація проходить у більш широких межах та може мати системний характер, тобто задана в певний момент конструкція повторюється час від часу, тим самим підкреслюючи та виводячи комічне на новий рівень. Серед інших треба виділити такі засоби створення комічної тональності як парадокс, повтор, алюзії, цитації та пародії.

Під парадоксом прийнято розуміти вирази або судження, які різко розходяться із загальноприйнятим традиційним змістом або (іноді тільки зовні) здоровим глуздом. Досить часто парадокс втілюється у дотепну форму та набуває властивостей комічного [Ивин 1990, с. 191]. Разом з тим парадокс може доводити до читача досить таки глибоку, обґрунтовану думку, втілену у комічній формі або іронії. Отже, парадокс у якості стилістичної фігури стосується у першу чергу саме семантичного текстового рівня, адже не має формальних ознак та правил його побудови, так само як і певної стереотипічності, він повністю залежить від авторської думки та світосприйняття.

Іншим досить значним та важливим засобом творення комічного є повтор, оскільки із кожним новим разом у наслідок повтору слово може отримувати виразність та додаткове значення [Походня 1989, с. 74]. На

текстовому рівні повтор зовсім не стосується синонімічних або антонімічних повторів, а виходить на міжфразовий рівень, де у потоці кількох послідовних реплік використовується одне й те саме слово, словосполучення або ж навіть вираз чи думка, та переходить на рівень всього тексту, повторюючись із певною періодичністю, або в певні моменти оповідання за задумом автору твору. Так, наприклад, автор може використовувати ретроспекцію увесь час повертаючись до певної думки, яка із кожним новим разом осмислюється в нових умовах із врахуванням того, що було сказано до ретроспективної частини.

Таким чином, прийом повтору на різних мовних рівнях (від лексичного та текстового) на протязі розгортання всього твору допомагає досягнути максимальної цілісності тексту. Саме переплетіння та взаємодія асоціацій створюють певну тематичну єдність, а шляхом набуття все нових значень та асоціацій відбувається створення комічного ефекту.

Ще одним не менш важливим засобом створення комічного є алюзії. Вони представляють собою певні відсилання реципієнта до інших творів, фактів культурної або історичної дійсності тощо. У свою чергу використання алюзій потребує наявності у читача певного знання, адже досить часто вони відсилають до певних епізодів, імен, назв, міфологічного, історичного або власне літературного характеру [Гюббенет 1981, с. 48]. Алюзія розглядається як форма для нового значення, тобто первинне значення слова або фрази, яке попередньо відоме реципієнту, слугує певного роду жбаном, в який вливається нове значення [Гальперин 1977, с. 57].

У межах розгляду створення комічного ефекту алюзії сприймаються не як прості відсилання до певних джерел інформації, яка у процесі переосмислення набуває додаткового асоціативного навантаження, а як конкретні прояви протиставлення фонових знань реципієнта із дійсною описуваною ситуацією. На межі неспівпадиння цих двох шарів і створюється комічний ефект. Цей лінгвістичний прийом досить неоднорідний. З одного боку створюється вертикальний контекст, який наповню художній контекст

додатковим змістом та глибиною. А з іншого він може використовуватись у зниженому вигляді, зміщуючись у сторону комічного.

Так, наприклад, контраст біблейських та міфологічних алюзій із зниженим побутовим контекстом створює досить прямий комічний авторський підтекст. Використання ж алюзій літературного характеру досить часто пов'язане із протиставлення двох образів: того, до якого відсилає читача алюзія та створюваного в даний момент [Панченко 2005, с. 91].

Отже, комічний ефект досягається шляхом переміщення структури, що належить певному контексту (наприклад, біблейському, міфологічному, історичному чи літературному), до контексту структури іншого характеру (наприклад побутового або контексту іншої епохи чи соціуму), де протиставляється цій новій структурі та таким чином отримує новий зміст.

Алюзією більш складного порядку можна назвати цитацію, яка безпосередньо пов'язана із інтертекстуальністю, тобто використовує присутність в тексті доробків, що були створені раніше та які створюють точки перетину із новими текстами [Ахманова 1977, с. 53]. Використання цитат як засіб створення комічного ефекту засновується на загальній для мистецьких доробків тенденції до «застигання», перетворення в штампи, переходу із області змісту в область коду. А для створення комічного ефекту продуктивне певне «перекодування коду», тобто «здатність одних текстів передавати свої ознаки іншим, створюючи тим самим новий зміст» [Степанова 2009, с. 43].

Зазвичай комічний ефект досягається не лише контрастом між контекстом та цитатою, але й шляхом «невпізнання» та іноді навіть деформацією цитати. Як і у випадку з алюзіями використання цитат завжди переслідує мету досягти найбільшого комічного ефекту, який засновується на протиставленні між побутовим змістом та високою поетичною формою. В цьому ж контексті варто згадати змішання різних стилів із метою створення комічного ефекту, коли поетичний стиль вривається у текст зниженого

характеру, чи використовується суто термінологічна лексика для опису буденних явищ тощо.

При змішуванні стилів відбувається деформація старого коду. Він переробляється, перерозподіляє певні елементи, які складають його структуру, тобто узагальнюючи, старий код використовується для виконання нової комунікативної задачі [Походня 1989, с. 101]. Сполучення в одному контексті слів та виразів, які належать до різних стилістичних рівнів дає яскраво виражений комічний ефект [Наер 1992, с. 12].

Зміщення реєстрів мовлення – сильний експресивний засіб, де неспівпадіння стилю висловлювання та його контексту створює сприятливе підґрунтя для комічного ефекту. Оскільки саме стиль висловлювання оголює протиріччя між поверхневим та глибинним змістом.

Між використанням змішування стилів мовлення, як засобу досягнення комічного ефекту та використання з цією ж метою пародії практично немає чіткої границі, а якщо і є, то у більшості випадків визначити її досить складно. Пародія фактично переносить характерні риси з одного предмету на інший, що в свою чергу створює ефект наслідування. Як правило комічний ефект в таких випадках досягається синтезом та одночасно протиставленням текстуальних елементів, які існували раніше, та нового контексту.

Таким чином, стилістичні засоби творення комічного ефекту можна умовно поділити на лексико-семантичні, синтаксичні та текстуальні. Разом з тим їх використання має як правило комбінаторний характер, що у першу чергу пов'язане із суміжністю більшості понять та проблематикою їх визначення як суто лексичних, семантичних, синтаксичних чи текстуальних. В будь якому випадку комічний ефект всіх стилістичних засобів засновується на контрасті контекстів використання, де певний елемент має конвенціонально утверджений узус використання, визначену семантику та асоціативний ряд та цей же елемент переміщується в інший контекст та

набуває нових значень та контекстуальних відтінків, наповнюється новим змістом, викликаючи комічне відношення до себе.

РОЗДІЛ 3

СЕМАНТИКО-ПРАГМАТИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ НІМЕЦЬКОМОВНИХ КОМІКСІВ ПРО ВІКІНГА ХЕГЕРА

3.1 Комікси про вікінга Хегера як лінгвопрагматичний феномен.

Вперше комікси про вікінга Хегера (HägetheHorrible, HägerderSchreckliche) з'явилися у 1973 році у США. Їх автором був Дік Браун, який працював ілюстратором для декількох газет. Згодом комікс став настільки популярним, що його й досі публікують більше 2000 газет на 13 мовах у 58 країнах світу. Разом з тим було випущено декілька збірників коміксів про вікінга Хегера, були спроби також і створити мультиплікаційні фільми на основі коміксів. На даний момент комікси про вікінга Хегера, або Хегера Жахливого й досі продовжують випускатися сином автора – Крісом Брауном.

Комікс розповідає про життя вигаданого вікінга, який живе у середньовіччі. Як справжній герой того часу він є ватажком невеликої групи вікінгів, які постійно здійснюють набіги на землі Англії та Франції, борються із лицарями та штурмують замки. Звісно це лише умовний сюжет, адже кожен новий комікс розповідає про окремі сцени із життя Хегера. Так, автор проводить своєрідну сюжетну паралель із сьогоденням: його герої, ситуації та проблеми видаються дуже знайомими та сучасними. Дома на Хегера чекає дружина Хельга та двоє дітей. Хельга має завжди прибирати, готувати їсти та слідкувати за дітьми, попираючи чоловіка за кожен зайвий випитий ним келих пива. Вона справжній хазяїн в домі. Дочка Хоні вже досить доросла і стоїть на межі вибору, як їй далі жити, ким бути, та чого вона хоче від життя. А її хлопець (поет та співак) зводить з глузду Хегера, тому що представляється йому слабким неробою. Гамлет – син Хегера також є

батьківським клопотом, адже замість того, щоб проводити час за заняттями володіння мечем, він займається наукою й не хоче йти по стопах батька.

Крім того сюжет наповнений й іншими персонажами, списаними з самого життя, які доповнюють загальну комічну картину. Так, у Хегера є Теща, і завжди коли вона намагається навідатись у гості до подружжя, він збирається вирушити у новий завойовницький похід та його завжди зупиняє дружина. Є в коміксі і свій дурень – найкращий друг та права рука Хегера, який є його повною протилежністю. Він завжди потрапляє у комічні ситуації і з ним трапляються всілякі дурниці. Є у Хегера і свій домашній лікар, який ще й займається окультизмом та любить грати у гольф, та адвокат, який завжди виражає свої думки за допомогою професійної лексики, що робить розуміння майже неможливим. В коміксі присутні й інші герої, які повністю відображають стандартне оточення сучасної західноєвропейської або американської родини.

Таким чином, автор переносить сучасні стереотипні ситуації й героїв в світ середньовіччя, що дає змогу завдяки гіперболізації висвітлити окремі проблеми сучасного соціуму, суспільних відносин тощо. Так, зокрема неодноразове згадування проблеми податків, які постійно зростають, та які доводиться виплачувати вікінгові Хегеру. Коло проблем охоплює значний прошарок сучасного суспільного життя, як від молодіжного життя, становлення вибору професії, так і до проблем кар'єрного характеру, відносин жінки та чоловіка, відносин усередині родини, між окремими членами суспільства, проблеми держави, захисту навколишнього середовища та інші. Тобто майже увесь спектр суспільного життя.

Важливим елементом структури комічного в серіях про вікінга Хегера є використання власних імен головних персонажів для створення відповідного комічного забарвлення. ХегерЖакхливий (HägerderSchreckliche) представляє собою досить доброго та м'якого чоловіка, яким вдома керую дружина. Його друга звать СвенГлюкпільц (SvenGlückspilz), або Щасливчик, як можна інтерпретувати його ім'я українською. Але насправді з ним

постійно трапляються неприємності, що повністю суперечить його імені. Дочку Хегера звать Хоні (Honi), що дуже співзвучно із англійським «honeу» (мила, люба, солодка), адже спочатку комікс був саме англломовним та деякі імена так і не були перекладені або адоптовані до німецькомовної аудиторії. Натомість гарна та тендітна дівчина постійно з'являється на сторінках коміксу у протилежному амплуа, то вона із мечем у руках б'ється з ворогом, супроводжуючі свого батька у походах, то змагається в боротьбі на руках та завжди не може визначитись чи бути їй тендітною заміжною домогосподаркою, чи стати справжньою войовничою жінкою-вікінгом.

Сина Хельги та Хегера звать Гамлет. За легендою, яку батьки йому розповіли, він був названий так на честь одного далекого знайомого принца датського (пряма алюзія на твір У. Шекспіра.), але насправді його так назвали лише через те, що малою дитиною він був схожий на котлету з баранини (Hammelkotelett). Комізм підкреслюється також і тим фактом, що син Хегера представляє собою повну протилежність шекспірівському Гамлету. Він зациклений на науці, та для нього розрахунок набагато кращий за ліричність.

Таким чином, комічний ефект в коміксах про вікінга Хегера створюється також і шляхом використання особливих імен і протиставлення їх прямого значення тим ситуаціям, в які герої з цими іменами потрапляють. Отже, автор використовує ономастику як стилістичний засіб створення комічного ефекту. Окрім цього, для реалізації прагматичного ефекту окремих серій коміксів реципієнт повинен мати й певні відомості про «оточуючі» серії, тобто те що відбувалось із героями раніше. Це викликано зокрема і значною популярністю та великою кількістю публікацій, що представляє комікс про вікінга Хегера як суцільну стрічку епізодів, що змінюються.

Лінгвопрагматичний підхід до дослідження коміксів про вікінга Хегера видається досить продуктивним, адже він характеризує не лише тематичне розшарування та даного типу комічного дискурсу, але й дає можливість дослідити даний культурний феномен із точки зору співвіднесеності

вербальних та невербальних одиниць. Комікс представляє собою своєрідний засіб комунікації та впливу на реципієнта, прагматичні цілі якого залежать як правило від його тематики. В загальному сенсі головною метою комікса є розвага, а саме комічний вплив на реципієнта, апелювання до таких моделей та тем, які б викликали у читача відчуття комічного, смішного. Разом з тим комікси також виконують інформативну, оцінну та інші функції. Як правило це залежить від тематики та віднесеності коміксу до того чи іншого типу соціально-побутового дискурсу. Так, політичні комікси висміють того чи іншого політичного персонажа чи політичні рішення цих персонажів.

Що ж стосується коміксів про вікінга Хегера, то вони є частиною соціально-побутового дискурсу. Їх основна тематика, як вже зазначалось раніше, стосується в основному взаємовідносин в суспільстві, де серед головних тем можна виділити наступні: людина та родина, людина та держава, людина та суспільство із умовним поділом на відносини між людиною і представниками різних професій та соціальних установ (лікарі, адвокати тощо) та відносини між людиною та людиною (друзі, сусіди тощо).

Ще однією особливістю коміксів є наявність в них аксіологічного компоненту, тобто критичного ставлення до того чи іншого явища, предмета, феномена. Цей компонент особливо чітко проявляється в тих видах коміксів, де існує певна прагматична задача – висміювання когось або чогось, створення негативного відношення до нього, заниження його культурної, моральної або іншої цінності. Головна ж мета коміксів про вікінга Хегера – це розвага. Аксіологічний компонент в даних творчих доробках майже відсутній, адже висміювання всього суспільства та взаємовідносин в ньому – це сміх над особо самими. Так, наприклад, можна взяти серію коміксів під загальною тематикою «людина та лікар», де комічному переосмисленню піддається питання про те, як люди (власне ми самі) дослухаємось до лікарів і майже ніколи чи то повністю, чи частково не виконуємо їх вказівок.

Отже, в основі коміксів про вікінга Хегера лежать стереотипні ситуації, стереотипні взаємовідносини між людьми, де осміянню піддаються не самі

люди, та їх окремі представники, а суспільство загалом, при цьому це висміювання не є засобом критики, заниження цінності суспільних відносин, а лише дає змогу кожному окремому представнику соціуму побачити себе або ситуації, в яких він і сам бував. Сміх над собою не є жорстким, він не критикує, в певній мірі заставляє задуматись над тим, чому і навіщо люди так поступають, але це вже питання другорядне. Таким чином можна зробити висновок, що головним прагматичним завданням коміксів про вікінга Хегер є саме розвага, створення комічної тональності, яка дає змогу людині розслабитись, посміятись від душі та часом задуматись над самим собою і нашим життям.

Якщо за основу взяти положення про те, що основним комунікативним прагматичним завданням коміксів про вікінга Хегера є створення комічного ефекту, то й їх аналіз логічно брати у співвіднесеності до засобів досягнення прагматичних цілей. Як вже було розглянуто у попередніх розділах, комікси представляють собою єдність двох аспектів: вербального та невербального. Звісно є і третій аспект коміксів – параграфіка, але оскільки її акцент зміщений в сторону надання додаткових конотацій, тобто вона не несе в собі смислової домінанти, то й розглядати її треба як додатковий уточнюючий елемент. Таким чином, основні змістові домінанти в коміксах передаються через текст та графіку.

Однак, постає питання, чи можуть ці два елементи нести змістове навантаження однакового рівня значущості, а отже й мати однаковий ступінь реалізації комунікативної прагматичної задачі. Як відомо із попередніх розділів створення комічного ефекту відбувається шляхом явища рефреймінгу, коли один фрейм несподівано змінюється новим із протилежним або несуміжним попередньому змістом. Також комізм присутній не лише у літературі, де головним інструментом є мова, але й в інших культурних феноменах, зокрема в образотворчому мистецтві. Отже, обидва компоненти можуть нести в собі змістову домінанту створення комічного ефекту.

Якщо, розглянути один із прикладів (див. рисунок 3.1), то можна побачити, що текст в даному випадку превалює над графікою. Серія зображень демонструє вікінга Хегера, який сидить у своєму улюбленому барі та випиває пиво, роздумуючи над своїм життям. Філактер, який виходить від його голови заключає в собі наступний текст: «ManchmalhatsogareinWikingersattzuKämpfen! – JedenTagdasselbe – Kampf, Kampf, Kampf! – Naja, soistebendasEheleben». Комізм даної серії засновується на використанні в тексті комічного парадоксу із порушенням причино-наслідкового зв'язку. Так, лексичні одиниці одного когнітивного поля «Wiking» та «Kampf» (оскільки вікінги були войовничим народом, які проводили більшість свого життя у походах) пробуджують в реципієнта певні асоціації із полями битв, захопленими країнами, осадженими замками тощо. На даному асоціативному ряді робиться додатковий акцент шляхом стилістичного прийому повтору, де слово «Kampf» у насупному реченні використовується тричі. Однак, розв'язка даного висловлювання зовсім неочікувана і повертає реципієнта від очікуваного зовсім до протилежного, де стає зрозумілим, що «битва» - це лише метафора для описання подружнього життя. Тобто комічний парадокс твориться на основі неспівпадіння, суміщення двох фреймів різного семантичного складу, що порушує логіку сприйняття та приводить до зовсім неочікуваного нового змісту.

Що ж стосується зображення даного коміксу, то воно несе лише додаткові конотації у той час, коли вся змістова домінанта належ рівню мови. Відображення місця, де відбувається «внутрішній» монолог – бару та повного келиху пива – лише підкреслює типовість ситуації. Лише після повного прочитання тексту стає зрозумілим, що вікінг може випив зайвого, та вдома його чекає нова «битва» із дружиною, але він не як не нарікає на свої «робочі будні» як вікінга.

Таким чином, можемо зробити висновок, що семантичний та прагматичний денотати (змістоутворюючі елементи) зміщуються в сторону

текстової, тобто суто вербальної реалізації, у той час як графіка є лише засобом надання додаткових конотації та підсилення створюваного комічного ефекту.

Для отримання повної картини зміщення семантико-прагматичного ядра в сторону текстового або графічного компоненту доцільно розглянути ще два приклади. В наступному коміксі (див. Рисунок 3.2) зображені вікінг Хегер та його найкращий друг Свен Глюкпільц, які будують міст над прірвою. Свен стоїть на краю моста та прибиває нові дошки, у той час як Хегер несе йому нові. Комічність зображення полягає в тому, що міст починається на одній стороні досить великої прірви і складається з одних викладених по горизонтальній прямій дошках без будь-якої підтримки знизу. Тобто графічний компонент даного коміксу представляє собою парадокс, виражений порушенням, запереченням фактичних законів фізики та практичного досвіду, що власне і створює комічний ефект. Можна зробити висновок, що комічність ситуації не потребує уточнення через додаткові текстові пояснення. Їх наявність є скоріше варіативною ніж обов'язковою.

Що ж стосується текстового супроводження, то воно представляється фразою, яку говорить Хегер: «Denk nicht drüber nach warum sie hält! Nämmmerweiter!». З точки зору стилістики засобів створення комічного ефекту, дане висловлювання є нейтральним, тобто само по собі воно не викликає реакції сміху або іншої реакції, пов'язаної із категорією комічного. Комізму дане висловлювання набуває лише при його розгляді у нерозривній єдності з малюнком. Разом з тим, все ж таки видається, що зміст зображення превалює над змістом текстового компоненту, тобто семантичне та прагматичне ядро даного коміксу зміщується в сторону графіки, а не вербального компоненту.

На ряду із цим треба зазначити, що даний приклад складається із одного зображення, а не їх серії, що є нетиповим для коміксу, а радше відноситься до карикатур. Однак, даний графічний доробок є частиною загальної комікс-історії про вікінга Хегера, використовує відомий персонаж

із відомої серії, що в своє чергу робить його частиною даного дискурсу. А отже, і цей приклад відноситься до розряду коміксів, хоча і не типових.

Третій приклад зміщення комічного акценту представляє собою серія, що зображує сцену із подружнього життя вікінга Хегера та його дружини Хельги (Рисунок 3.3). У трьох кадрах зображується сцена, коли дружина кличе свого чоловіка до столу. Перші два кадри серії зображають вікінга Хегера, стіл із продуктами та табурет перед ним. За допомогою графіки, а також параграфіки (зміна кадру, яка виражає переміщення – поступове зміщення об'єктів початкового кадру з права на ліво, графема «PLOP!», яка є прикладом звуконаслідування – важке приземлення на стілець) автор відображає швидке переміщення головного героя від точки за кадром, до точки в центрі третього кадру за столом. Наперших двох кадрах автор не зображує Хельгу – дружину Хегера, яка власне і накриває на стіл, натомість філактер, який йде з-за кадру, правої його межі (на перших двох кадрах) та включає в себе висловлювання дружини: «Häger» - «Essen...» (послідовно із зміною кадру). На третьому кадрі вже зображується сама Хельга, і філактер, який виходить від її рота із словом: «serviert», у той час як за столом вже сидить Хегер та поспішно їсть, що позначається пара графічним звуконаслідуванням – графема: «Hamprf», яка використовується тричі.

Три крапки в кінці першого та другого висловлювань позначають незавершеність думки або фрази: «HägerEssenserviert» - «Хегер, їжа на столі». Комічний ефект виникає внаслідок неспівпадіння фрейму зображення та фрейму текстового ряду, де розходяться час та дія, тобто Хегер вже їсть за столом, коли Хельга лише завершує свою фразу про те, що вона накриває на стіл.

Таким чином, комічний ефект виникає як раз на місці зіткнення графічного та текстового компонентів, що в свою чергу дає змогу говорити про паритет між графічним та текстовим компонентами. Додаткових комічних конотацій малюнку надає параграфіка, яка реалізується через зміщення кадру та використання звуконаслідування з метою підкреслення

швидкості пересування Хегеру, коли мова йде про їжу, тобто висміюється його прожерливість.

Як видно із наведених вище прикладів семантико-прагматичне ядро коміксу може зміщуватись від суто текстового компоненту до графічного. У першому випадку фактично йдеться про графічну актуалізацію або ж супровід вербального жарту із використанням типових стилістичних засобів. У другому – про карикатуру вписану у загальну канву серійного коміксу із вербальним засобом акцентуації уваги на графічні засоби створення комічного ефекту, в третьому – про випадок паритетного семантико-прагматичного функціонування зображення та тексту. Такий поділ дає змогу розглянути комікси про вікінга Хегера із урахуванням як змістового, прагматичного так і суто фактологічного компонентів, тобто шляхи реалізації комічного ефекту в нерозривній єдності з особливостями функціонування окремих елементів коміксу.

Отже, комікси про вікінга Хегера засновуються на соціально-побутовій тематиці, зокрема відносин між людиною як індивідом та родиною, між людиною та окремими представниками і суспільними групами, людиною і державою. Комікси про вікінга Хегера є частиною розважального дискурсу, де головним прагматичним завданням є створення комічного ефекту. Головні герої даних серій – це середньостатистичні представники сучасного суспільства, замасковані під представників середньовічної культури із актуальними проблемами сьогодення. Реалізація комічного відбувається у трьох просторах: у вербальному із допоміжними графічними конотатами, у графічному із вербальним компонентом, як допоміжним, та на стику графічного та вербального компонентів, де частини комічного змісту розподілені паритетно. Значну роль в актуалізації комічного відіграє серійність коміксу, що іноді унеможливорює адекватне сприйняття без наявності узагальнених знань про попередні серії.

3.2 Семантико-прагматична організація німецькомовних коміксів про вікінга Хегера:

3.2.1 Вербалізація комічного та її місце в структурі коміксів

В основі семантико-прагматичної організації коміксів про вікінга Хегера лежить зміщення змістового ядра в бік вербального або графічного компоненту. Адже саме засоби, якими створюється комічний ефект, визначають за якими правилами буде структурована та зорганізована та чи інша серія коміксу. Поділ коміксів на три семантико-прагматичні типи дає можливість зупинитись на кожному із засобів (вербальному чи графічному) окремо та проаналізувати їх більш детально. При цьому використовується положення про те, що інші засоби є лише допоміжними та створюють додаткові семантико-емоційні конотації, функції яких відрізняються в залежності їх організації.

Зміщення змістового ядра в сторону вербального компонента дозволяє говорити про те, що саме в ньому зосереджені основні засоби та прийоми прагматичного впливу – створення комічного ефекту. Інші ж невербальні компоненти як графіка та параграфіка виконують лише другорядні функції. Отже, необхідно розглянути вербальні, або іншими словами мовностилістичні, засоби та прийоми творення комічного ефекту.

Треба відмітити, що не завжди серії коміксів мають чітке віднесення прийомів комічного до того чи іншого компоненту. Мова йде у першу чергу про змістове ядро, однак навіть конотати відіграють також важливу роль, доповнюючи та підвищуючи створюваний ефект, що робить типологізацію досить умовною, адже комікс є нероздільною синтетичною сутністю.

Існують зокрема комікси, через які актуалізуються власне відомі мовні жарти, не потребують додаткової графічної реалізації. Прикладом такої серії

про вікінга Хегера слугує Рисунок 3.4. На ньому у трьох кадрах Хегер ділиться із сином своєю мудрістю. У кожному кадрі присутні по одному філактору, висловлювання в яких представляють собою окремі фрази одного тематично завершеного цілого: «DerFeiglingstirbttausendmal» - «DerTapferestirbtneinmal» - «AberderSuperschlauestirbt überhauptnicht». Комічний ефект реалізується шляхом використання цитати із трагедії У. Шекспіра: «DerFeiglingstirbttausendTode, derHeldabernuneinen», яка була перефразована для потреб коміксу та поділу на два окремих кадри. В третьому ж кадрі Хегер із хитруватим виразом обличчя та жестом, який ідіоматично зображає, що він ділиться із сином тайною, повідомляє сину нову істину, яка є власним продовженням стереотипно словосполучення. Таки чином, протиставлення піднесеного тону цитати із трагедії «Юлій Цезар», та заниженого хитруватого тону останнього повідомлення, який деформує попереднє стереотипне словосполучення, створює відповідний комічний ефект.

Отже, основне змістове навантаження припадає саме на вербальну частину і може зокрема обігруватись як окремий жарт без графічного супроводу. Однак, графіка також відіграє важливу роль – вона надає додаткових комічних відтінків вербальному виразу. Так, на першому кадрі Хегер із досить таки розумним виразом обличчя чоловіка, який знає, що таке честь та чесний бій (оскільки сам він не один раз ходив у загарбницькі походи), повчає сина. В другому кадрі продовження повчання та серйозність повідомлення підкреслюються піднятим угору вказівним пальцем. Останній же кадр повністю порушує створену тональність. Використаний прийом зображення відомих реципієнту емоцій та їх протиставлення створює додаткове семантико-прагматичне навантаження, посилюючи ефект комічного. Додаткових конотацій коміксу надає також зображення саме вікінга, який є своєрідним уособленням войовничості, сили духу та честі скандинавських народів.

До такого типу візуалізованих жартів можна віднести й Рисунок 3.5. В цьому коміксі, який складається всього лише із двох кадрів зображений прихід збирача податків до вікінга Хегера. Діалог, який розгортається між ними не потребує додаткового візуального підкріплення, адже всі семантичні домінанти знаходяться саме у тексті: «DerKönighatbeschlossen, dassjederseineKopfsteuerbezahlenmuss» - «IchbinkeineKopfsteuerschuldig!» - «Ochdoch – schließlichhatjedereinenKopf!». По-перше, діалог має досить узагальнений характер і може мати місце із різними дійовими особами, про що йдеться мова і хто може приймати участь в такому діалозі стає зрозумілим ще із змісту першої репліки, по-друге, комічний ефект даного коміксу створюється за допомогою стилістичного прийому гри слів, а отже графічне наповнення даного жарту лише надає йому додаткової яскравості. Комічний ефект засновується на протиставленні двох змістів складеного іменника «Kopfsteuer», де в першому випадку денотат є літературно закріпленим, та фактично означає податок на душу населення (коли будь-який член суспільства сплачує однакову суму податку в незалежності від його статків та доходів), а в другій репліці реалізується значення кожної лексичної одиниці окремо, тобто податок за голову, що є фактичним порушення мовних норм.

Що ж стосується графічного ряду даного коміксу, то він лише підкреслює комізм ситуації, де в першому кадрі Хегер виглядає спантеличеним, а в другому кадрі його обличчя виражає подив від абсурдності такої ситуації. Комічними виглядають також й інші учасники даної серії. Представник короля (збирач податків) зображений як маленький худий чоловік із надмірно поважним лицем, а його помічник – великий громила у балахоні із дубиною. В даному коміксі, як і в цілому ряді інших серій висміюється постійне підняття податків державою, та відповідно скарги із боку представників середнього класу на них.

До цієї серії про збирача податків належить також й наступний приклад (Рисунок 3.6). Діалог відбувається між збирачем податків та вікінгом

Хегером: «Tut mir leid, ich habe jetzt kein Geld um meine Steuern zu zahlen...» - «Vielleicht möchten Sie den Teilzahlungsplan des Königs nutzen...» - «Wie sieht der Teilzahlungsplan aus?» - «Sie zahlen jetzt die Hälfte ... und die andere Hälfte heute Nachmittag!». Знову ж таки семантико-прагматичне ядро зміщується в сторону вербального компоненту, адже для розуміння діалогу, зокрема його комічного наповнення, реципієнт не потребує графічної складової.

Комічний ефект створюється стилістичним прийомом парадоксу, де очікуване завершення висловлювання підміняється протилежним неочікуваним, що порушує логічні асоціативні зв'язки із загальним досвідом, повністю нівелюючи його. Так, кожен реципієнт представляє собі план часткового погашення податкового боргу як спеціальну програму, яка дозволяє частинами сплачувати певний податок, але план короля такий, що першу частину треба сплатити зараз, а другу – в другій половині дня. Це суперечить загальному життєвому досвіду та є протилежним очікуваному. Отже фреймова структура повністю належить рівню мови, а не зображення.

В даному випадку графічний компонент виконує лише функцію інтенсифікації комічного ефекту. Головними акцентами даного графічного компонента є обличчя персонажів та їх змінна від кадру до кадру. Так, на першому кадрі обличчя Хегера виражає справжню схвильованість тим, що в нього немає грошей на оплату, в останньому ж кадрі, де власне і відбувається рефреймінг, обличчя Хегера виражає здивування абсурдністю ситуації. Що ж стосується збирача податків, то із кожним кадром його обличчя стає все більш суворим. В останньому кадрі мова збирача податків не вписана у філактер, а приналежність репліки визначається лише невеликою смужкою, що веде від тексту до персонажу. Редукція одного із головних елементів параграфіки – відсутність рамки, яка б заключала текст, створює ефект додаткової імперативності висловлювання. Воно стирає кордони приналежності одному персонажу, що власне і демонструє відсутність рамки філактеру, та стає своєрідним загальним законом, який не підлягає оскарженню.

Серед інших прикладів зміщення семантико-прагматичного центру в бік вербальної частини коміксу можна виділити і наступний (Рисунок 3.7). Даний комікс відносить до тематики відносин в родині, а саме між чоловіком і дружиною. Комікс представляє собою монолог Хельги, звернений до доньки

Хоні:

«NachdeinerHochzeitwirstdubestimmtmanchmalzumTanzengehenwollen...» -
 «aberdenMannwillnurseineHausschuheanziehenundzuHausebleiben!» -
 «MacheinenKompromiss!» - «Sagihm, erdarfzumTanzenseineHausschuhetragen!»,
 який також може розглядатись як окремий жарт без прив'язки до графіки.

Комічний ефект засновується на парадоксі із порушенням причино-наслідкових зв'язків, де результат компромісу, запропонованого Хельгою, звісно, не може розглядатись як компроміс в звичайних реальних умовах існування. Таке алогічне протиставлення створює ефект ошуканого сподівання, адже ж Хельга ділиться із донькою секретами подружнього життя, та дає раду, яка могла би бути корисною не лише її донці але й багатьом середньостатистичним дружинам. Протиставлений «важливості» повідомлення абсурдний висновок викликає комічне сприйняття повідомлення реципієнтом.

В графічному ж супроводі відсутні прямі засоби реалізації комізму. Як і в попередніх прикладах, ряд із трьох кадрів представляє собою додатковий інструмент, який в даному випадку виконує подвійну функцію: по-перше, є засобом ретардації - навмисного затягування дії перед кульмінацією, по-друге, підвищує комічний ефект через репрезентацію емоцій персонажів. На першому кадрі, якому відповідає фраза «NachdeinerHochzeitwirstdubestimmtmanchmalzumTanzengehenwollen...», зображена Хельга із дочкою. Мати стоїть біля плити та кухуварить, говорячи свою фразу із серйозним обличчям. Побутова сцена із приготуванням їжі та серйозний вираз обличчя створюють ефект значущості: Хельга представляє собою образ поважної жінки, яка не перший рік прожила у шлюбі та знає про що говорить. Обличчя ж доньки виражає неписаний інтерес та готовність

сприймати будь-яку інформацію. На останньому кадрі обидві жінки повернуті обличчями одна до одної та на їх обличчях сяє глузлива посмішка.

Таке навмисне піднесення образу Хельги у першому кадрі та глузливий вираз обличчя в останньому створює додатковий дисонанс між семантикою двох кадрів, що дозволяє автору збільшити ефект несподіваності, і тим самим підвищити ефективність комічного парадоксу.

Центральний кадр коміксу виконує своєрідну функцію ретардації – навмисного затягування дії перед розв’язкою. На цьому кадрі зображений дім Хельги та Хегера у віддалені. Фраза у другому кадрі («*aber den Mann will nur seine Hausschuhe anziehen und zu Hause bleiben!*») не замкнута у філактер як і у попередньому прикладі та просто вписана у кадр, що також дозволяє зробити висновок про її узагальненість по відношенню до зображуваного автором світу та екстраполяцію через нього в реальність. Повна тематична невідповідність зображень другого кадру по відношенню до інших двох створює ефект ретардації та дозволяє автору акцентувати увагу на змінах які відбулись між зав’язкою (перший кадр) та кульмінацією (останній кадр).

Інший приклад (Рисунок 3.8) має аналогічну семантико-прагматичну структуру. Комікс зображує ще одну сцену із подружнього життя. Хегер та Хельга лежать у ліжку та Хегер не може заснути. Графічний ряд супроводжується наступним діалогом: «*Ich kann nicht schlafen!*» - «*Und was soll ich dagegen tun?!*» - «*Ich hasse es, hier rum zu liegen und nichts zu tun...*» - «*Wie wär’s, wenn du aufstehst und mir ein Käse-Schinken-Brötchen machst?*». Комічний ефект створюється за допомогою прийому комічного парадоксу, що базується на подвійному порушенні причинно-наслідкового зв’язку.

Остання репліка Хегера протиставляється репліці Хельги, яка задає йому риторичне питання, яке не потребує відповіді. Комізм підвищується також і завдяки використанню дієслів одного семантичного поля, які власне є синонімами - «*tun*» та «*machen*». Такий унісон надає протиставленню риторичного запитання та фактичної відповіді додаткового відчуття

порушення формального (на рівні мовних норм) причинно-наслідкового зв'язку. З іншого боку фраза Хегера із останнього кадру протиставляється його ж фразі із другого кадру, але це протиставлення активізує семантичний алогізм, який також засновується на використанні синонімічних дієслів але у протилежних стверджувальній та заперечній формах. В другому кадрі проходить внутрішній монолог, де Хегер каже, що ненавидить просто так лежати і нічого не робити, а в наступний момент в наступному кадрі він пропонує дружині піднятися та зробити йому бутерброд, що повністю суперечить попередньому висловлюванню.

Оскільки, семантика комічного актуалізується через вербальний ряд, то графічний створює додаткові конотації. Всі три кадри залишаються незмінними, вони зображають ліжко, Хегера, який лежить обличчя вгору, та Хельгу, яка повернути спиною до чоловіка та читачів, змінюються лише філактери із текстом. Середній кадр представляє собою «урізане» зображення, яке представляє собою ефект наближення, акцентуючи увагу лише на Хегері та залишаючи його дружину поза кадром. Такиц акцент притягує додаткову увагу до внутрішнього монологу персонажу. Однак, даний кадр також є своєрідним засобом ретардації та нагнітання, оскільки подвою ефект, використовуючи ті самі засоби протиставлення, що і в першому кадрі.

Треба відзначити, наявність такої своєрідної єдиної ланки є скоріше проявом авторського творчого методу, аніж об'єктивно-обумовленою даністю, адже зміст жарту є зрозумілим і без єдиного внутрішнього монологу Хегера. В свою чергу середній кадр надається автором без одного із найважливіших елементів параграфіки – кадрової рамки, що створює додатковий ефект перехідності та єдності першого кадру із третім, що в свою чергу применшує його функціональну значимість.

Рисунок 3.9 також представляє собою приклад зміщення семантичного акценту в сторону текстового компоненту, та навіть його представлення як максимально можливої текстової домінанти в коміксі. Комікс складається із

двох кадрів та демонструє Хегера і його сина, які сидять та дивляться на зорі на нічному небі. Між ними відбувається короткий діалог, який починається із слів сина: «Wenn man die Sterne ansieht, kommt man ins Grübeln, stimmt's Papi?» - «Ja, das stimmt ... Sie sind so klein und mickrig und wir sind so groß!».

Комічний ефект досягається шляхом використання прийому парадоксу де порушується логіка загального життєвого досвіду, відомим фактам протиставляється неправильні судження. Всім, зокрема і Гамлету сину Хегера, відомо, що зірки знаходяться на великій відстані від Землі та є дуже великими, натомість судження Хегера протиставляється цьому положенню, адже він говорить прямо протилежну річ. Отже, комічний ефект повністю належить області мови – використовується певний стилістичний прийом. Текст може використовуватись як жарт і зовсім відокремлено від графіки.

Графіка даного прикладу представляє два однакових кадри, які лише обумовлюють загальне ситуативне забарвлення, візуалізуючи зіркове небо та дійових осіб. Додатковий комічний ефект твориться за допомогою загальнозрозумілих прийомів передачі емоцій. На першому кадрі, коли Гамлет говорить свою репліку, його обличчя повернуто до батька (у профіль до глядачів) та май скоріше питальний вираз, у другому ж кадрі все крім обличчя Гамлета залишається незмінним. Тепер персонаж повернутий обличчям до глядачів і виражає скоріше здивування. Таким чином, графічний компонент даного прикладу виконує незначну функцію збільшення ефекту ошуканого сподівання шляхом передачі відповідних емоцій через обличчя персонажів.

Ще одним прикладом візуалізації відомого жарту є Рисунок 3.10, який у першому кадрі розповідає про відвідини лікаря Хегером, а другий кадр зображає діалог між Хегером та його дружиною, де він розповідає про похід до лікаря. Текстовий супровід представлений наступними репліками: «Wenn du nicht deine Esslust, Trinkerei und Sauferei reduzierst, kann ich dir nicht helfen!» - «Was hat der Doktor gesagt?» - «Ich muss wohl den Arzt wechseln ... Er sagte er könne mir nicht helfen». Жарт засновується на комічному парадоксі,

де порушуються причино-наслідкові зв'язки. Рекомендації лікаря є причиною, наслідок – це їх виконання, натомість Хегер каже, що треба змінити лікаря, оскільки за логікою він не збирається виконувати ці вказівки.

Треба зазначити, що відбувається певне зміщення змістового прагматичного ядра із максимально-текстової точки попередніх прикладів в сторону паритету між текстом та графікою. Але така зміна не є значною: графіка в даному випадку лише зображає загальні обставини, в яких проходять діалоги, без її допомоги можливе незначне порушення сприйняття. Так, наприклад реципієнт без підтримки візуального графічного ряду не одразу розуміє, хто дає рекомендації Хегеру. В текстовому компоненті це стає відомим лише із репліки Хельги, але якщо реципієнт не знайомий із серіями коміксів про вікінга Хегера, то і графічний компонент не допоможе йому в розуміння дії, що відбувається, адже домашній лікар Хегера не зовсім схожий на лікаря. Другий кадр також змальовує обставини, в який відбувається діалог – це дім Хегера, де його зустрічає дружина та питає про результати відвідин лікаря.

Таким чином, текстовий компонент даного коміксу все ще превалює над графічним. Його комічне сприйняття, тобто головне прагматичне завдання, виконується із незначними порушеннями, які не впливають на основну семантично значиму частину. Візуальний ряд представляє собою скоріше авторські особливості розуміння даної ситуації по відношенню до головних героїв коміксу. Графічні кадри стають засобами структуризації та збереження логічності послідовності повідомлення, комічного конотату вони не передають.

Продовжуючи тему віднесеності прагматичного навантаження до одного чи іншого рівня коміксу та його градації, за доцільно вважаємо розглянути і наступний приклад. На Рисунку 3.11 представлений комікс, який складається із двох кадрів, що зображають монолог Хегера, звернений до його дружини: «Helga, ichseh´sgarnichtgern, wenduschonamfrühenmorgensohartarbeitest!» - «Warumlegstdunicht

‘nePauseeinundmachstmirmeinFrühstück?!».

Семантико-прагматичне навантаження зосереджене у текстовому компоненті коміксу. Комічний ефект створюється шляхом використання парадоксу із порушення логіки причино-наслідкових зв'язків, а також шляхом використання стереотипного словосполучення «einePausemachen», семантика якого протиставляється подальшому змісту висловлювання, тобто актуалізуються їх антонімічні зв'язки.

Зміст жарту зрозумілий і лише із текстового компоненту без використання графіки, але разом з тим в тексті присутні певні якорі, які відправляють реципієнта до графічного компоненту коміксу. В першому висловлюванні вікінга Хегера присутні два якорі, представлені дієсловом «sehen» та підсилювальною часткою «so». Семантика дієслова напряду стосується зорової дії спостереження, і хоча в даному контексті актуалізується інший конотат із переносним значенням (подобатись, сприймати щось як належне), але асоціативні зв'язки із денотатом та основним значенням лексичної одиниці створюють відчуття, що Хегер дивиться на те, як працює Хельга. Це підкреслюється і використанням частки «so», яка є підсилюючим компонентом, але логічно викликає питання «як?». Обидва якорі відсилають таким чином до зображення: на першому кадрі Хегер як раз дивиться на те, як Хельга працює, а працює вона досить-таки важко – вона стоїть навколішках та із щіткою миє підлогу. Отже, зображення функціонує як уточнення зовнішніх обставин вербальної дії.

Разом з тим через зображення реалізуються й додаткові комічні елементи, які підсилюють створюваний прагматичний ефект. На першому кадрі вираз обличчя Хельги розуміється як задоволення та радість від того, що її чоловік помітив як важко вона працює з самого ранку, йому це не подобається, а отже логічно припустити, що він хоче запропонувати їй відпочити. На другому ж кадрі обличчя Хельги виражає повне розчарування пропозицією Хегера зробити паузу та приготувати йому сніданок. Комічність ситуації підкреслюється через зображення проявів діаметрально

протилежних емоцій. У другому кадрі Хегер також підіймає руку із вказівним пальцем вгору, що у рамках даної ситуації означає підкреслення «геніальності» його пропозиції, отже, підкреслюється парадоксальність текстового ряду.

Таким чином, взаємодія тексту та графіки набуває нового рівня взаємовідносин, де текст продовжує привалювати над зображенням і може бути зрозумілим і без графічного уточнення, але реалізовані через графіку додаткові конотації дозволяють уточнити обставини вербальної комунікації, що надає ситуації підвищеного комізму, а отже в більшій мірі відповідає прагматичній задачі коміксу.

Прикладами, які за своєю семантико-прагматичною організацією відносин між текстовим та графічним компонентами можна записати до одного ряду із попереднім, представляються й Рисунок 3.12 та 3.13. Перший із них представляє собою комікс із двох кадрів, на якому зображується ситуація, коли Хегер повертається до дому із походу та привозить дружині дарунки. Перший кадр супроводжуються реплікою чоловіка, зверненої до дружини: «Siemal, wasichdirausParismitgebracht habe – einWaschbrett, EinButterfass, einSpinnradundeinenneuenBesen!», на другому кадрі присутня лише відповідь дружини: «Juhuuu...».

Комічність ситуації засновується у першу чергу через семантичне наповнення текстової частини коміксу. Парадокс, представлений у висловлюванні репрезентує деформацію очікуваного змісту та підміни його неочікуваним, таким що суперечить досвіду. Так, у реципієнта коміксу, як власне і в Хельги, Париж перед усім асоціюється із модою (парфумами, гарними платтями тощо), а не із побутовими речами – мітлою, дошкою для прання та ін. Когнітивний дисонанс, що виникає в результаті такої розбіжності очікуваного із реальним, власне і викликає відчуття комізму ситуації.

Однак, як відомо із літературної практики та власне із попередніх проаналізованих прикладів, кульмінаційний момент коміксу припадає на

останній кадр. Якщо взяти за основу те ще головною комунікативною метою коміксу є створення комічного ефекту, то одного кадру було б достатньо. Автор вводить другий кадр як доповнення, як засіб реалізації комічного. В першому кадрі зображений Хегер крупним планом, в кадр також вміщено філактер із жартом. Другий же кадр відображає повну картину, де Хегер стоїть поряд і привезеними подарунками, а на стільці сидить Хельга із нудьгуючим обличчям та розміщений філактер із її реплікою, яка власне виражає фальшиву радість, що зокрема підкреслюється використанною пунктуацією.

Така незвичайна організація коміксу не переносить прагматичного ядра із вербального до графічного, комічне й досі залишається у сфері мови, це мовний жарт і він також не потребує додаткової візуалізації. Однак, відповідний графічний ряд додає комізму ситуації, розбивка ж на два кадри зміщує акцент реалізації комізму в емоційну сторону, через зображення реакції Хельги та емоційного стану Хегера, які протиставлені один одному. Отже, основне змістове навантаження приходить на перший кадр, введення якого допомагає автору задати додаткового комічного тону, розтягнувши увесь комікс та разом з тим акцентувати увагу реципієнта на другому кадрі - на планах емоційного вираження радощів та незадоволення і їх комічного протиставлення.

Ще одним прикладом подібної побудови взаємовідносин між текстом та графікою слугує й наступний (Рисунок 3.12). Комікс представляє собою аналогічну ситуацію, коли Хегер повертається із чергового походу, його зустрічає дружина та між ними відбувається наступний діалог: «HastdueinpaarPulloverausSchottlandmitgebracht» - «Nein, warallesausverkauft – aberichhabedasBestedrausgemacht» - «HiersindzweiStricknadelnundeinSchaf». Як видно із діалогу семантико-прагматичне наповнення коміксу знову знаходиться на рівні мови. Комічний ефект знову засновується на парадоксі із порушення причинно-наслідкових зв'язків, де замість шерстяних светрів Хегер привіз вівцю та спиці для в'язання.

Перший кадр зображає Хельгу та Хегера крупним планом, обличчя Хельги виражає радість, натомість Хегер скоріше стурбований. Другий же кадр віддаляє «камеру» від облич персонажів, та переходить на загальний план, де видно не лише діючих героїв, але й оточуючу обстановку, та зокрема вівцю. Емоції персонажів також змінились: Хегер радий (мабуть через свою кмітливість), а Хельга навпаки засмучена. Антонімічне протиставлення графічного вираження емоційних станів діючих персонажів підкреслює комічний ефект текстового компоненту. Цьому сприяють і ракурси зображення, де крупний план акцентує увагу на емоціях персонажів та підкреслює радісність моменту, у той час коли загальний план є елементом кульмінації, зводячи акцент із емоцій на зміст.

Прикладами подібних взаємовідносин між зображенням та текстом слугують також комікси, представлені на Рисунках 3.14 та 3.15. В них також комічний ефект реалізується через вербальний ряд. У першому прикладі використовується комічне порівняння, де загальні абстрактні значення екстраполюються на окремого персонажа, та приписуються йому як індивідуальні. У другому ж використаний прийом деформації ідіом, а саме власної назви, де одна частина підмінена іншою із протилежною семантикою.

Окремо варто зупинитись ще на одному прикладі, який поступово перетягує змістове ядро із області вербального в область графічного (Рисунок 3.16). Цей комікс складається із шести кадрів, які зображають розмову між трьома персонажами – Хельгою, Хегером та Свенном: Хельга: «MeinGrößterFehlerwareinenLöwenzuheiraten! Löwen sind herrschsüchtig, laut, blöd und kommen nicht nach Hause, wie es sich gehört. Jungfrauen sind das Gegenteil! Jungfrauen sind ordentlich, fleißig, intelligent und gutaussehend! Und die Sterne lügen nicht!» - Свен: «Bravo! Ausgezeichnet!» - Хельга: «Siehst du! Selbst Sven Glückpils begreift das!» - Свен: «Natürlich – ich bin ja eine Jungfrau!» - Хегер: «Hier, alter Freund, nimm einen Schluck!».

Як видно із текстового ряду комізм ситуації полягає у протиставленні характеристик одного персонажу, характеристикам іншого. Так, Хельга

наділяє себе тими характерологічними рисами, які властиві діві як зодіакальному знаку. Наявність же в неї цих рис також підтверджується й відомостями із інших серій коміксів про вікінга Хегера. В свою чергу їй протиставляється СвенГлюкпільц, який заявляє, що він повністю згодний із тим, що зірки не брешуть і в якості підтвердження заявляє, що і сам є дівою, а отже і йому властиві згадувані характеристики. Натомість, як відомо із тих самих коміксів СвенГлюкспільц є повною протилежністю і не має жодної із згадуваних рис характеру.

Отже комізм ситуації реалізується на вербальному рівні через протиставлення семантичних одиниць, однак другий компонент парадоксу фактично відноситься до поза вербальної сутності – до області фонових знань реципієнта, без яких фактичне декодування неможливе. В цьому випадку графічний ряд надає реципієнтові змогу вірно зрозуміти комізм ситуації. Графічний образ СвенаГлюкспільца є кумедним, він зображений досить таки незграбним персонажем із довгою шиєю, маленькою головою, майже без плечей та із дурним виразом обличчя. Отже, графічний образ персонажу може бути фактично протиставлений словесному опису іншого персонажу, що є антонімічною протилежністю. Таке неспівпадіння і викликає комічний ефект.

Інша сторона комічного – це протиставлення фактичної дії її результату: парадокс із порушенням причино-наслідкових зв'язків. З одного боку монолог Хельги – це є критика Хегера через протиставлення його, як уособлення поганих рис характеру, та себе, як уособлення гарних рис характеру. На думку Хельги із цим погоджується й найкращий друг Хегера – Свен, який каже «Bravo! Ausgezeichnet!», але кульмінація відбувається, коли Свен заявляє, що фактично сам наділений цими рисами, що повністю суперечить фактам та розчаровує Хельгу, що в свою чергу змінює акцент комунікації і Хельга із домінуючого комуніканта переходить у категорію перцептивного.

Актуалізація комічного в цьому прикладі також напряму пов'язана із графічним компоненту коміксу, хоча семантичний акцент все ж таки залишається в межах текстологічного компоненту. Так, перші чотири кадри зображають Хельгу із серйозним повчальним виразом обличчя, саме у той час коли вона дає позитивну характеристику собі та негативну Хегеру. Наступний кадр зображає Хельгу задоволеною тим, що найкращий друг чоловіка погоджується із нею, а останній кадр показує її повне розчарування. Емоційні ж стани Хегера змінюються прямо пропорційно, що підкреслює комізм ситуації. Особливої уваги заслуговує також і другий кадр, де крупним планом зображені Хельга та Хегер, та дружина має дуже серйозний та навіть злий вираз обличчя. Таким способом підкреслюється зміст тексту у філактері, який повністю стосується критичних зауважень у адрес Хегера.

Додаткових емоційних відтінків додає також зображення Свен, який як раз в перед кульмінаційному та кульмінаційному кадрах має найдурніші вирази обличчя.

Таким чином, створюваний прагматичний ефект все ще є частиною текстової сфери, але акцент зміщується в сторону зображення, оскільки за відсутності загальних знань про даний комікс та його персонажів, комізм цієї окремо в'язтої серії актуалізується у реципієнта лише через зіставлення вербального ряду із графічним. Окрім того, графічний ряд власне і передає загальний комічний тон ситуації, оскільки без нього текст не мав би такої яскраво вираженої емоційної тональності, а отже із допоміжного засобу реалізації комічного графіка переходить поступово у паритетні із текстом відносини. Однак, приналежність прагматики текстовому рівню ще на дає змогу говорити про їх рівноправність, адже саме реалізації прагматичної задачі є принциповим для визначення еквівалентності двох основних компонентів коміксу.

Підсумовуючи треба зазначити, що семантико-прагматична структура проаналізованих коміксів базується на домінуючій позиції тексту, де змістовий акцент та прагматичний потенціал більшою частиною належать до

рівня мови і реалізуються через вербальні засоби. Серед мовностилістичних засобів треба виділити використання парадоксу для реалізації прагматичного впливу на реципієнта – створення комічного ефекту. Окрім того, автор також використовує гру слів, каламбур, метафору, комічні порівняння, стереотипні словосполучення та ідіоми для реалізації комічного наповнення коміксу.

Графіка в таких типах коміксів має другорядне значення і як правило її функціонування обмежується засобами інтенсифікації гумористичного ефекту, зокрема зображення емоцій та їх комічне протиставлення, ретардація для підвищення комунікативної значимості кульмінації, уточнення обставин дії. Серед іншого графіка виконує і структурну функцію, розділяючи вербальний ряд, надаючи мові послідовності та зберігаючи логічність наративу.

3.2.2 Семантико-прагматичне наповнення графічного компоненту коміксів про вікінга Хегер

Протилежними до проаналізованих у попередньому підпункті коміксів є комікси де головний комічний зміст, а отже і справлений ним вплив на реципієнта, належить області графічного, а не вербального. На практиці такі серії кадрів або моно кадрові комікси стають зрозумілими навіть за відсутності тексту, хоча, що стосується власне коміксів про вікінга Хегера, то серед проаналізованого матеріалу не було жодної серії без використання вербального компоненту.

Прикладом коміксів із найбільш обособленим графічним компонентом можуть слугувати серії, зображені на Рисунках 3.20, 3.21 та 3.22. В даних коміксах окрім графічного компоненту, представлений також і вербальний, але у випадку його відсутності, комічний зміст не буде втрачений, а отже прагматичне ядро зміщене в сторону графічного компоненту, адже гловна комунікативна задача коміксу буде виконуватись навіть за відсутності формального акту комунікації через мову.

Так, у коміксі на Рисунку 3.22 зображена баліста із неправильно зарядженою стрілою, яка направлено прямо на Хегера, а той дає відмах рукою. Це й створює відповідний комічний ефект, що зрозумілий без подальшого уточнення. Вербальний же ряд представлений єдиним висловлюванням Свена: «Ehh... DarficheinenVorschlagmachen?», який лише надає додаткового відтінку комізму змальованій ситуації, одна не є ні кульмінаційним моментом на засобом його реалізації. Комізм залишається на рівні абсурдності зображуваного.

Двокадрові комікси на малюнках 3.20 та 3.21 також мають справу із створенням комічного ефекту засобами доведення графічно зображуваної дії до максимально можливої абсурдності. Так, перший із прикладів зображає Свена, який тримає лук та хоче вистрілити вгору і Хегера, який намагається його зупинити. Другий кадр – кульмінаційний, він схематично зображує дощ, мокрого невдоволеного, злого Хегера, та також мокрого але приголомшеного Свена. Абсурд засновується на використанні відомого факту, коли за допомогою зенітних гармат викликають дощ, розстрілюючи із них хмари. Але в даному випадку використовується гіпербола, де Свен за допомогою стріли та луку досягає такого самого ефекту, що фактично неможливе. Текст, що супроводжує перший та другий кадри замкнутий у філактери та належить Хегеру: «He! Pass auf wo du das Ding hinschießt!» - «Du hast ‘ne Wolke getroffen!».

В цьому прикладі вербальний ряд не несе в собі змістової домінанти, вона повністю належить графічному рівню коміксу, семантика цих висловлювань лише підкреслює абсурдність зображуваної ситуації, а отже і її комізм.

Комікс, представлений на Рисунку 3.21, також має свою змістову домінанті на рівні зображення. На першому кадрі зображений СвенГлюкспільц, який стрибає на якійсь кам'яній поверхні, динамічність дії на статичному зображенні передається через використання відповідних ідіограм та пара графіки. Перший кадр є редукованим за своєю суттю та

показує персонажа крупним планом так, що не видно оточення. Другий кадр представляє собою загальний віддалений план із вузьким арочним мостом, де центральна точка акри дуже тонка і на ній стоїть малорозбірлива фігура. Як можна зрозуміти із попереднього кадру, то ця фігура і є СвенГлюкспільц, адже з нижньої частини мосту, як раз там де стрибає персонаж, відвалюються маленькі камінці. В лівій частині кадру схематично зображується ціла армія вікінгів із величезними облоговими знаряддями. Комізм даної серії реалізується через абсурдність зображуваної картинки, де із самого виду конструкції мосту стає зрозумілим, що він не витримає великого навантаження, натомість худий та маленький персонаж перевіряє його міцність.

Комізм ситуації підкреслюється фразою, яку каже Свен: «Okaу... Siehält!», що повністю суперечить логіці зображуваного. Таким чином створюється додатково семантичне навантаження, яке через актуалізацію окремих змістів підкреслює комічну абсурдність графічного ряду.

Серед інших виділяються також і приклади, коли змістове ядро все ще належить до рівня графіки, але актуалізація прагматичного ефекту потребує незначного використання вербального рівня. До таких можна віднести і комікс, презентований на Рисунку 3.23, який описує ситуацію під час обіду Хегера. Вікінг сидить за столом із тарілкою, як натяк на те що, він або приймав їжу, або збирається, або був перерваний під час процесу. Потурбувала його Хельга, яка повідомляє йому «Esistfürdich...», вказуючи рукою на двері. Двері ж, які знаходяться за Хельгою зігнуті майже вдвоє, із-під них стирчать частини різної зброї – наконечники списів тощо.

Комізм ситуації реалізується через неспівпадіння оточуючих обставин (хтось озброєний виламає двері) та спокійність і незворушність Хельги та Хегера. Вербальний компонент лише допомагає актуалізувати комічний зміст через використання буденною лексико-синтаксичної конструкції, яка не відповідає надзвичайності ситуації. Отже, прагматичний вплив на реципієнта актуалізується через перцепцію графічного ряду, там же зберігається й

семантика коміксу, але вербальний компонент представляє собою допоміжний засіб актуалізації комічного, направляє реципієнта вірним когнітивним шляхом.

Приклади коміксів із зміщенням семантико-прагматичного ядра в сторону графічного компоненту дуже не чисельні. У першу чергу це пов'язане із структурною сутністю коміксу, який представляється як єдність графічного та вербального. Окрім того мова, як засіб виразності має більший арсенал можливостей створення комічного ефекту, на відміну від графіки, адже вона дозволяє у стислому короткому повідомленні актуалізувати алогічні парадоксальні зв'язки, які фактично і є основою комізму повідомлення. Графічний же елемент скоріше виконує функцію доповнення зображення ситуативно обумовлених обставин, що дає змогу зекономити на мовному описі, та вмістити у малих формах значне за змістом повідомлення. Однак використання статичного зображення для створення комічного ефекту не є досить продуктивним та доцільним. Досить часто задумку автора створеного комічного зображення доводиться доповнювати вербальними уточненнями, щоб запустити механізм актуалізації окремих комічних змістів.

Образність графічного зображення дає великий простір та когнітивну волю, де реципієнт може піти хибним шляхом, якщо зображення не досить чітко висловлює задумку автора, через що авторам коміксів раз від разу доводить звертатись до мовних засобів уточнення у тих випадках, коли семантика коміксу виражається через графічний компонент.

Прикладом такої прив'язки автора до тексту слугує Рисунок 3.24. Цей комікс складається із двох кадрів, перший з яких крупним планом зображає вікінга Хегера, а другий кадр бере загальним планом всі супутні обставини, де Хегер фактично витягає неприємного СвенаГлюкцпільца із під райдуги. Графічний ряд доносить до реципієнта абсурдність ситуації, коли персонаж був оглушений райдугою, що в дійсності неможливо, але комічність ситуації в більшому ступені актуалізується через зовнішні асоціативні зв'язки. Реципієнт, який знайомий із творчістю Діка Брауна та його еріями коміксів

про вікінга Хегера знає, що Щасливчик Свен тому й має так прізвисько, адже із його вдачею, з ним завжди трапляються такі випадки, які насправді б не могли відбутись із будь-ким іншим окрім нього.

Отже, актуалізація комічного змісту даної серії відбувається через графічний компонент та його зовнішні асоціативні зв'язки. Вербальний ряд у свою чергу є засобом констатації та затвердження такого сприйняття зображуваного: «Mann! Sve Glückpilz! Du bist ein Pechvogel! Ich hab noch nie gehört, dass jemand von einem Regenbogen erschlagen wurde!». Цей засіб вербальної констатації дозволяє реципієнту піти вірним когнітивним шляхом та уточнити для себе місце виникнення комічного.

Схожу схему актуалізації прагматичного компоненту має й приклад коміксу зображеного на Рисунку 3.25, де комічне реалізується через графічний компонент, а мовний супровід є лише засобом уточнення, щоб віно скерувати реципієнта коміксу. Якщо припустити, що в даному прикладі коміксу використовується лише саме зображення без вербальної складової, то його зміст залишався би зрозумілим. Питання залишається про те, чи був би так само зрозумілим і прагматичний компонент, тобто чи здійснював комікс без вербального уточнення такий самий прагматичний ефект на реципієнта – викликав би відчуття комізму ситуації.

Якщо роздивитись три кадри коміксу, то на них зображується як вікінг Хегер у ресторані захоплює офіціанта за допомогою ласо та тягне до свого столику. Комізм ситуації реалізується через її абсурдність, тобто порушення норм та правил реального життя, якому протиставляється комічний світ. Така ситуація неможлива в реальному світі, але оскільки всі комікси про вікінга Хегера засновуються на типових та узагальнених явищах, то саме через гіперболізацію зображення автор висвітлює ситуацію, в яку більшість із людей потрапляли – коли не можливо докликатись офіціанта у закладі харчування. Таким чином, комічний зміст повністю розташовується в області графічного. Вербальний же компонент підкреслює типовість ситуації шляхом

стимуляції у реципієнта асоціативних зв'язків із дійсністю через певні лексеми.

Проаналізувавши наведені вище приклади можна зробити висновок, що зміщення семантично-прагматичного ядра в сторону суто графічної складової є не релевантним для коміксів про вікінга Хегера. Приклади стійкої домінації графіки не чисельні. Комічний ефект в даних випадках засновується на зображення абсурдної ситуації. Оскільки комікс є єдністю двох компонентів, то практично у всіх серіях присутнє вербальне доповнення. В одних випадках воно не несе важливої змістоорганізовуючої інформації та слугує лише засобом продукування додаткових комічних конотацій. В більшості ж випадків вербальний компонент уточнює графіку, спрямовуючи хід думок реципієнта, а отже приймає безпосередню участь в структуруванні змісту. Але основне семантико-прагматичне наповнення все ж таки залишається в області графічного.

3.2.3 Продуктивність паритетної моделі розподілу змістового навантаження

Зосередження семантико-прагматичного ядра в області графічного або вербального компонентів дає автору змогу повною мірою використовувати засоби лише однією складової частини коміксу. В таких прикладах комічне завжди зміщується або в область стилістики, де використовуються лише мовні засоби створення відповідного ефекту через певні тропи та стилістичні фігури, або ж реалізується через абсурдні зображення, де інколи не залишається місця для більш глибокого асоціативного аналізу.

Найбільш продуктивним в коміксах про вікінга Хегера залишається така семантико-прагматична організація, коли не порушується єдність коміксу як композитної сутності, що складається із двох змістонаповнених компонентів: графіки та мови. Однак, така організація коміксу ускладнює можливість виділення місця виникнення комічного ефекту. Як правило він виникає на місці стику графічного та вербального, при цьому обидва

компоненти є семантично наповненими та відіграють рівноправні ролі в процесі актуалізації їх змістів.

Важливим для аналізу особливості коміксів із паритетною системою організації змісту є розуміння механізмів створення комічного ефекту шляхом синтезу значень двох різних рівнів організації. Як графіка так і текст мають набір ключових та фонових елементів. Фон представлений несуттєвими другорядними елементами на рівні зображення та тексту. Як правило цей фон має певний емоційний відтінок – проспективне бачення комізму, що виражається у загальній комічній тональності фону.

Ключові елементи представлені важливими змістовими об'єктами графіки та семантично-значущими лексемами або лексико-синтаксичними утвореннями текстового рівня. Реципієнт паралельно сприймає дві складові: семантичну складову зображення та семантичну складову тексту. Запуск ефекту комічного відбувається через використання ключової фрази або зображення, яка провокує процес розрізнення синтетичної єдності, де кожна із складових частин наповнюється додатковими терміналами із когнітивної області людини і отримує інше відмінне від попереднього значення.

Перед тим як перейти до аналізу особливостей функціонування даної моделі актуалізації комічного треба відзначити, що реципієнт коміксу під час процесу перцепції охоплює зором більш ніж один кадр на відміну від, наприклад, кіно, де кожен кадр показується послідовно і в глядача не має можливості забігти наперед. Якщо комічний ефект лежить в області графічного, то охоплення зором всього коротко кадрового коміксу може порушити ефект неочікуваності, що в свою чергу зменшує створюваний комічний ефект. У випадках коли змістове ядро знаходиться в області вербального та реципієнт позбавлений можливості візуального передбачення знижується цікавість реципієнта, адже графіка такого коміксу як правило не виражає яскравих емоцій та парадоксальних ситуацій.

Найбільш продуктивним в цьому плані є комікси із рівномірним розподілом фреймової структури між двома складовими, тому що вони

виражаються як через яскраву мову, так і через яскраву графіку, а розуміння їх змістового наповнення видається адекватним лише в нерозривній єдності, де кожен окремий компонент видається цікавим але не створює відповідного прагматичного ефекту.

Розглянемо декілька прикладів створення комічного ефекту шляхом поєднання двох компонентів. Так, Рисунок 3.26 представляє собою комікс, що складається із двох кадрів. Крупним планом зображає Хегера в оточення дітей, текст в філактері повідомляє наступне: «EsgibtkeinFeuerwerkfürdieKinder - deshalbmusstduran, SvenGlückspilz...». На перший погляд в даному кадрі немає змістонаповненого компоненту. Другий кадр зображає всю картину загальним планом, де видно що Хегер стоїть в оточенні дітей поряд із катапультаю, в якій власне і сидить свен із підпаленим факелом в руках, а Хегер збирається перерубати мотузку та запустити його в небо. Текст у філактері повідомляє наступне: «Vergissnicht „WUMM“ zuschreien!!».

Графічний фон представлений зображеннями дітей та нічного неба, ключовими елементами зображення є катапульта із зарядженим у неї персонажем із факелом. Вербальний рівень першого кадру представлений фоновими елементами, які не несуть змістоутворюючих денотатів, та ключовими елементами: «EsgibtkeinFeuerwerk, deshalbmusstduran». Дана фраза власне і є ключовою, та запускає механізм комічного ефекту. У функціональному оточенні першого кадру дана фраза не представляє собою особливої прагматичної цінності, оскільки її семантика зберігає логічність причино-наслідкового зв'язку: немає феєрверків, значить хтось мусить за ними сходити («musstduran»). Вона також обростає новими терміналами із досвіду реципієнта: оскільки дія відбувається в оточенні дітей, для них немає феєрверків, то за логікою проходить певне свято, і щоб не порушувати загального святкового настрою, хтось повинен принести фейєрверки.

Вербальне наповнення другого кадру є фоновим та несе лише додаткові конотації, графіка натомість отримує ключові елементи. Комічний

ефект засновується на протиставленні ключового елемента вербального наповнення першого кадру та ключових елементів графіки другого кадру. Ці елементи із новими актуалізованими терміналами в процесі їх поєднання порушують логіку причино-наслідкового зв'язку та повною мірою використовують ефект ошуканого сподівання.

Таким чином, бачимо, що проаналізований вище приклад має відмінну від попередніх структуру побудови та розміщення семантико-прагматичного наповнення. Тут в повній мірі використовуються як графічна так і текстова складова коміксу. Створюваний комічний ефект розміщується в місці синтезу двох компонентів без їх зміщення в будь-яку сторону. Висока комічна продуктивність даного типу семантико-прагматичної організації коміксу визначається також і збереження високого ступеню несподіваності, який зберігається завдяки неможливості проспективної реалізації комічного. Комічний ефект не відтворюється ні в вербальному, ні в графічному компоненті взятому поодиноці. Зображуване підвищує цікавість реципієнта до тексту, тільки після ознайомлення з яким він розуміє суть зображуваного, так і реалізується головне прагматичне завдання коміксу.

Ще одним прикладом коміксів із рівномірним розподілом семантико-прагматичного навантаження виступає серія, представлена на Рисунку 3.27. Комікс складається із двох кадрів, на першому із них крупним планом зображений Хегер, який каже: «IchgehjetztzurArbeit! Helga!». На цьому ж кадрі присутній і другий філактер, який виходить за межі кадрової рамки, тобто голос доноситься десь віддалено від головного героя: «Wartenoch!». Другий кадр представляє собою загальний план, на котрому зображені Хегер, який майже виходить із дверей дому на вулицю, та Хельга, яка із трудом тягне величезний мішок, наповнений якимись речами. До неї звертається Хегер із словами: «Ups! HättedochbeinahemeinLunchpaketvergessen!».

Отже, фоновими елементами графічного ряду представляються усі частини зображення окрім мішка, який тягне Хельга. Значимим же елементом вербального рівня є фраза

«HättedochbeinahemeinLunchpaketvergessen», із акцентуацією на лексемі «Lunchpaket». Таким чином, термінали ключового елемента наповнюються додатковими значеннями із когнітивної картини реципієнта, де як правило пакет для ланчів асоціюється із невеликим пакетом, в якому лежить кулька бутербродів, або запакований салат тощо. Натомість ключовий елемент зображення представлений величезним пакетом, який важко тягнути навіть кремезній жінці-вікінгу. Це створює відповідний когнітивний дисонанс шляхом наповнення терміналів новими значенням через візуальне співвіднесення лексеми «Lunchpaket» із її гіперболізованою графічною проекцією.

Отже, реалізація прагматичного завдання даного коміксу засновується на нерозривному синтезі двох його складових частин із симетричним розміщенням значимих елементів. Семантичне протиставлення цих елементів через актуалізацію нових конотатів за допомоги прийому гіперболізації створює певну несподівану парадоксальну єдність, яке й виступає засобом творення комічного ефекту.

Аналогічними прикладами слугують і комікси, представлені на Рисунках 3.28 та 3.29. І в першому, і в другому випадках значимі елементи присутні, як у вербальному ряді, так і в графічному. Через їх протиставлення і реалізується комічний ефект, який як правило має в своїй структурі парадокс або гіперболізацію. Нові конотати, які отримують значимі елементи обох рівнів, підкреслюють алогічність зіставлення та підвищують комічну значимість денотатів.

Однак, якщо взяти до уваги інші приклади, то говорити про стовідсоткову паритетність майже неможливо. Так в деяких прикладах ключових елементів більше в вербальній частині, ніж в графічній, а іноді навпаки. Отже, паритетність структурних елементів всередині коміксу залишається категорією умовною, і її скоріше слід розглядати за наявності семантико-прагматичного компоненту на обох рівнях, без урахування їх інтенсифікації або розповсюдженості в ключових елементах рівня.

У якості ілюстрації розглянемо Рисунок 3.30, який представляє собою серію із п'яти кадрів. Графічне наповнення представлено зображенням Хегера та невеликої групи вікінгів на фоні нічного неба. В кожному із кадрів Хегер звертається до своїх вікінгів: 1. «Wassindwir?» - «Wikinger!», 2. «Lauter!» - «Wikinger!», 3. «Ich versteh euch nicht!» - «Wikinger», 4. «Ichkanneuchimmernochnichtverstehen!». В останньому п'ятому кадрі із загальним планом зображений переляканий вікінг Хегер, який стоїть перед своєю групою, а за ним чоловік у нічній сорочці із ковпаком, плюшевим ведмедиком під рукою та свічкою, до якого і переходить слово: «SiesindWikinger, duIdiot!».

Таким чином, фон графічного ряду представлений нічним небом та групою вікінгів, ключові ж моменти представлені Хеггером та невідомим у нічній сорочці. В області вербального наповнення ключовими елементами стають фрази: «Ichversteheeuchnicht» та «SiesindWikinger, duIdiot». Ключовою фразою запуску механізму створення комічного ефекту також виступає фраза «SiesindWikinger, duIdiot».

Терміналі, що наповнюють зміст даного коміксу створюють наступне враження. Хегер посеред ночі муштрує свою армійську трупку з метою підняття їх бойового духу. Кожен наступний кадр у послідовності зображає вікінгів із більш відкритими ротами, що дає змогу говорити про те, що кожного разу вони кричать ще дужче, так само і обличчя Хегера стає все суворішим. Підсилюється створене враження і за допомогою пара графіки: кожен наступний кадр із першого по четвертий наближує зображення до Хегера. Останній же кадр зображує зовсім переляканого Хегера, на якого, судячи із широко відкритого рота, кричить незнайомиць із свічкою, що дає змогу говорити про те, що крик вікінгів розбудив невдоволеного чоловіка. На рівні мови ключовими елементами залишаються дієслово «verstehen» та іменник «Idiot», які протиставляються одне одному, оскільки Хегер використовує дієслово у переносному сенсі із метою підвищити мотивацію армійців та заставити їх кричати дужче, незнайомиць же сприймає слово

зміст дієслова буквально, та вийшов власноруч роз'яснити Хегеру, хто вони такі, якщо той не розуміє, звідси й відповідне звертання до Хегеру «duIdiot».

Отже бачимо, що реалізований комічний ефект створюється на двох рівнях одночасно: нові термінали – комічні конотації, актуалізуються на вербальному рівні через залучення ключових елементів графічного і навпаки, графічні елементи отримують логіку застосування через ключові елементи вербального рівня. Однак, як вже зазначалось раніше, комічні конотати розподілені між структурними частинами нерівномірно. В даному прикладі графічний рівень наділений більшою кількістю вагомих елементів, та їх продуктивність значно вища за елементи вербального рівня.

Якщо взяти графічний ряд окремо від текстового, то в певній мірі можна виявити закономірності протікання дії та причини комізму ситуації, але як би там не було без вербального наповнення неможлива адекватна інтерпретація коміксу, а отже й неможлива повна реалізація прагматичної задачі.

Аналогічним прикладом є також і Рисунок 3.31, де зберігається умовна паритетність складових компонентів коміксу. Кульмінаційний момент, а отже й ключовий елемент запуску комічного належить до області графіки, а не тексту. Комікс зображає Хегера, який збирається в присутності в похід, та вже збирається виходити, коли повертається і починає шукати щось в кімнаті. Через деякий час безрезультатних пошуків дружина протягує йому іграшку – ведмедика, до якого він тягнеться. Однак комікс не був би таким смішним без текстового супроводу. В даному прикладі відбувається чітке протиставлення текстового наповнення першого кадру: «Ichzieheaus, gerüstetnurmitmeinemSchildundSchwert» та графічного компоненту останнього, де дружина протягує йому іграшку-ведмедика.

Важливим видається також процес наповнення змістом терміналів. Так, наприклад кадри з першого по третій надають додаткових асоціативних відтінків образу головного героя. В цих кадрах текстове наповнення представлене наступними репліками героя: «Ichzieheaus,

gerüstet nur mit meinem Schild und Schwert» - «und natürlich -
 mit einem Tapperen wirklichen Herzen!» - «Lieb wohl! Ich eile, um den Feind zu
 schlagen. Dorthin wo Blut und Feuerströme fließen». Така урочиста промова
 Хегера, яка зокрема підкріплена відповідним зображенням (Хегер озброєний
 щитом та мечем), створює враження про нього як про безстрашного воїна,
 сильного та відважного. Після ключового елемента активізації комічного
 ефекту, термінали наповнюються новими протилежними змістами, де Хегер
 представ як доросла дитина, яка не може спати без своєї улюбленої іграшки.

Відсутня також і можливість передбачення комізму ситуації на основі
 використання одного із компонентів відокремлено від іншого. Звісно
 графічний ряд передає більшість комічної інформації і за ним реципієнт
 може здогадуватись про причини, що лежать в основі комізму. Але даний
 комікс умовно ділиться на дві семантичні частини, в першій і яких превалює
 текстовий компонент: реципієнт не в змозі вірно роз'яснити перші три-
 чотири кадри, оскільки дія в них майже не змінюється та графічний
 компонент не несе в собі значимих елементів, натомість змістове наповнення
 цих кадрів повністю лежить в області вербального. В наступних чотирьох
 кадрах змістовий компонент навпаки зміщується в область графічного, що в
 свою чергу на дає зрозуміти жарт, використовуючи лише вербальний ряд.
 Таким чином, порушення адекватності змісту внаслідок перцепції одного
 компоненту відокремленого від іншого виступає показником паритетності
 двох планів вираження комічного у межах нероздільної сутності коміксу.

Отже, найбільш продуктивним та поширеним типом організації
 семантико-прагматичного наповнення коміксів про вікінга Хегера є умовно
 паритетне використання вербальних та графічних засобів. В окремих
 випадках можливе несуттєве зміщення змістової частини внаслідок
 нерівномірного розподілу ключових елементів між двома рівнями коміксу.
 Аналіз даного типу структурної організації коміксу свідчить про його високу
 продуктивність в реалізації прагматичної задачі завдяки актуалізації

комічного ефекту як на рівні мови, так і на вербальному рівні із використанням параграфіки як додаткового компонента інтенсифікації.

ВИСНОВКИ

Комікс представляє собою окремий медійний комунікативний жанр, зорганізований як стала послідовність кадрів, де у нерозривній єдності перебувають мова та графіка. Проміжним елементом коміксу називають параграфіку, яка використовуючи власний набір конвенційних прийомів створює додатковий емоційний фон.

Комічне є антропоцентричним феноменом, яке характеризує особливе сприйняття людиною дійсності. В основі комізму та створення комічного ефекту стоїть протиставлення двох планів вираження будь-якого явища чи ситуації, де актуалізації реальних та набутих інтерпретованих характеристик викликає когнітивний дисонанс. Несумісність зіставлених елементів на основі деформації або розриву логічних причино-наслідкових зв'язків є основою будь-якого комізму.

Під стилістичними засобами створення комічного розуміють стилістичні тропи та фігури, головною функцією яких є створення комічного ефекту. Їх можна умовно поділити на лексико-семантичні, синтаксичні та текстуальні. Разом з тим їх використання має як правило комбінаторний характер, що у першу чергу пов'язане із суміжністю більшості понять та проблематикою їх визначення. Серед них треба відмітити такі продуктивні засоби як парадокс, повтор, вставну конструкцію, каламбур, метафора, комічне порівняння, гіпербола, літота та ін.

В будь-якому випадку комічний ефект всіх стилістичних засобів засновується на контрасті контекстів використання, де певний елемент має конвенціонально утверджений узус використання, визначену семантику та асоціативний ряд та цей же елемент переміщується в інший контекст та набуває нових значень та контекстуальних відтінків, наповнюється новим змістом, викликаючи комічне відношення до себе.

Серед сучасних комічних медійних засобів виділяється комікс. Окреме місце серед них займають й серії про вікінга Хегера, які набули широкої популярності в різних країнах світу, зокрема й в Німеччині. В їх основі лежать соціально-побутові теми, зокрема відносини між людьми, між людиною та державою, соціальними установами. Комікси про вікінга Хегера є частиною розважального комічного дискурсу, де головним прагматичним завданням є створення комічного ефекту. Головні герої даних серій – це середньостатистичні представники сучасного суспільства, замасковані під представників середньовічної культури із актуальними проблемами сьогодення. Реалізація комічного відбувається у трьох просторах: у вербальному із допоміжними графічними конотатами, у графічному із вербальним компонентом, як допоміжним, та на стику графічного та вербального компонентів, де частини комічного змісту розподілені паритетно. Значну роль в актуалізації комічного відіграє серійність коміксу, що іноді унеможлиблює адекватне сприйняття без наявності узагальнених знань про попередні серії.

Окрему групу коміксів про вікінга Хегера створюють серії, семантико-прагматична структура яких базується на домінуючій позиції тексту, де змістовий акцент та прагматичний потенціал більшою частиною належать до рівня мови і реалізуються через вербальні засоби. Серед мовностилістичних засобів які використовуються для вербалізації комічного автор віддає перевагу парадоксу, грі слів, каламбуру, метафорі, комічному порівнянню, використанню стереотипних словосполучень та деформації ідіом. Графіка в таких типах коміксів обмежується функціями інтенсифікації гумористичного ефекту, ретардація з метою підвищення комунікативної значимості кульмінації, уточнення обставин дії та структурною функцією.

Протилежним типом коміксів є серії із зміщенням семантично-прагматичного ядра в сторону графічної складової. Такий засіб актуалізації комічного є не релевантним для коміксів про вікінга Хегера. Комічний метод в таких прикладах як правило обмежується зображення абсурдної ситуації, із

вербальним доповненням, яке спрямовує хід думок реципієнта та приймає безпосередню участь в структуруванні змісту.

Завершуючи аналіз треба відзначити, що найбільш продуктивним та поширеним типом організації семантико-прагматичного наповнення коміксів про вікінга Хегера є умовно паритетне використання вербальних та графічних засобів. В окремих випадках можливе несуттєве зміщення змістової частини внаслідок нерівномірного розподілу ключових елементів між двома рівнями коміксу. Аналіз даного типу структурної організації коміксу свідчить про його високу продуктивність в реалізації прагматичної задачі завдяки актуалізації комічного ефекту як на рівні мови, так і на вербальному рівні із використанням параграфіки як додаткового компоненту інтенсифікації. Це в черговий раз доводить, що комікс є синтетичною нероздільною сутністю із рівноправним положенням його окремих компонентів у внутрішній структурі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Архипова, А.С. Анекдот в зарубежных исследованиях XX века // Живая старина, 2001. № 4. С. 30-31.
2. Аттардо С. Миф о непреднамеренном юморе // Аксиологическая лингвистика: игровое и комическое в общении: сб. науч. тр. Волгоград: Перемена, 2003. С. 4–14.
3. Барышников П.Н. Когнитивный аспект комического // Университетские чтения 2003. Материалы научно-методических чтений ПГЛУ. Пятигорск: ПГЛУ, 2003. Ч. II. С. 99-101.
4. Бацевич Ф.С. Нариси з комунікативної лінгвістики. – Львів: Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2003. 281 с.
5. Бергсон А. Смех. М.: Искусство, 1992. 128 с.
6. Болдырева Л.М. Стилистические потенции фразеологических единиц в области юмора, иронии и сатиры// Вопросы лексикологии германских языков. М., 1979. Вып. 139. С. 48-62.
7. Борев Ю.Б. О комическом. М.: Искусство, 1957. 232 с.
8. Бревдо И.Ф. Механизмы разрешения неоднозначности в шутке. // Психолингвистические исследования: слово, текст. Тверь, 1999. С. 127-130.
9. Бутенко И.А. Черный юмор в подростковом фольклоре // Педагогика, 1997. № 1. С. 123-126.
10. Володина Е.А. Нестандартная сочетаемость как средство создания юмористического эффекта (на мат.англоязычной прозы: автореф. дис. . канд. филол. наук / Е.А. Володина. М., 1998. 16 с.
11. Гальперин И.Р. Стилистика английского языка. – М.:Высш. шк., 1977. – 332 с.

12. Гюббенет И.В. К проблеме понимания литературно-художественного текста (на английском материале). М.: изд-во Моск. ун-та., 1981. 110 с.
13. Дземидок, Б.О. О комическом. М.: Прогресс, 1974. 223 с.
14. Желтухина М. Р. Комическое в политическом дискурсе: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Волгоград, 2000. 242 с.
15. Ивин А.А. Искусство правильно мыслить. – М.: Просвещение, 1990. 240 с.
16. Карасик А.В. Лингвокультурные характеристики английского юмора Текст.: автореф. дис. . канд. филол. наук. – Волгоград: ВГУ, 2001. 23 с.
17. Карасик В.И. Анекдот как предмет лингвистического изучения / В.И. Карасик // Жанры речи. Саратов: Колледж, 1997. С. 144-153.
18. Карасик В.И. Языковой круг: Личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
19. Кестлер, А. Дух в машине // Вопросы философии, 1993. № 10. С. 93-122.
20. Козлов Е. В. Коммуникативность комикса: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Волгоград: ВГУ, 1999. 27с.
21. Космеда Т.А. Аксиологічні аспекти прагмалінгвістики: засоби вираження категорії оцінки. Харків, 2001. 32с
22. Лимантов Ф.С. О гносеологической природе комического: автореф. дис. канд. филол. наук . Л.: Наука, 1964. 22 с.
23. Лихачев Д. С. Историческая поэтика русской литературы. Смех как мировоззрение и др. работы. СПб.: Алетейя, 1999. 267с.
24. Мироненко М. В. Шутник как коммуникативная личность: автореф. дис.... канд. филол. наук: 10.02.19. Волгоград, 2005. 29с.
25. Михлина М.П. О некоторых языковых приемах создания комического эффекта // Учен. зап. пед. ин-та. – Душанбе, 1962. Т.31. – Вып. 14. С. 3-14.

26. Наер В. Л. Продукционные стратегии текстовой реализации категории комического // Стратегии текстообразования: сб. науч. тр. М.:МГЛУ, 1992. Вып. 339. С. 86–94.
27. Палкевич О. Я. Человек ироничный: ирония как один из феноменов эгоцентрической направленности // Антропологическая лингвистика: Концепты. Категории: коллективная монография. Москва-Иркутск: ИГЛУ, 2003. С. 168–194.
28. Панченко Н. Н. Лингвистическая реализация комического в английском новостном дискурсе: дис. ...канд. филол. наук. Иркутск, 2005. – 273с.
29. Плотникова С. Н. Комический дискурс // Аксиологическая лингвистика: игровое и комическое в общении: сб. науч. тр. Волгоград: Перемена, 2003. С. 162–172.
30. Полюжин М.М. Сучасні парадигми лінгвістичних досліджень // Проблеми романо-германської філології. Ужгород: УДУ, 1998. С. 10-18
31. Поперечна О. Проблема тексту і текстових категорій у сучасній лінгвістиці // Лінгвістичні студії. – Донецьк, 2006. В.14. С. 226 - 231.
32. Походня, С.И. Языковые виды и средства реализации иронии. Киев: Наукова думка, 1989. 126 с.
33. Пропп В. Я. Проблемы комизма и смеха. М.: Лабиринт, 1999. 189с.
34. Санников В. З. Каламбур как семантический феномен // Вопр. языкознания, 1995. № 3. С. 56–89.
35. Сахарчук Л.І. Методологія комунікативних досліджень. Івано-Франківськ: ВДВ ЦІТ Прикарпатського нац. ун-ту ім. В. Стефаника, 2006. 214 с.
36. Соболева С. М. Перспективы лингвистической прагматики // Актуальные проблемы русского языка: материалы региональной конференции, посвящённой 70-летию ЧГПУ / Под общей ред. Л. П. Гашевой. Челябинск: Юж.-Урал. книж. изд-во, 2005. С. 244 – 260.

37. Терешенкова А.А. Лингвосемиотическая природа каламбура (означающее каламбура) // Стилистический анализ художественного текста. Смоленск, 1988. С. 87-100.
38. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация Текст. / С.Г. Тер-Минасова. М.: Слово, 2000. 264 с.
39. Трemasова Г.Г. Языковые средства выражения сатирического смысла: автореф. дис. . канд. филол. наук. М.: МГТТИИЯ. 1979.18 с.
40. Троянов В.И. Личностные стратегии обоснования в дискурсе // Личностные аспекты языкового общения. Калинин, 1989. №1. С. 37-44.
41. Чубарян Т.Ю. Семантика и прагматика речевых жанров юмора.: автореф. дис. канд. филол. наук. М., 1994. 25 с.
42. Шаховский В.И. Языковая личность и семантика. Волгоград: Перемена, 1994. 142с.
43. Шестак Л. А. Фреймовая семантика языка и текста // Проблемы вербализации концептов в семантике языка и текста. Волгоград, 2003. Ч. 1. С. 163-171.
44. Шехтман, Н. Лингво-культурные аспекты понимания // Филологические науки, 2002. № 3. С. 50-58.
45. Шмелев А.Г. Болдырева, В.С. Психосемантика юмора и диагностика мотивов // Мотивация личности. М., 1982. С. 108-119
46. Шмелева Е.Я., Шмелев А.Д. Рассказывание анекдота как жанр современной русской речи: проблемы вариативности / Жанры речи: Сб. науч. статей. - Саратов: Колледж, 1999. С. 133-145.
47. Шпетный К.М. Лингвостилистические и структурнокомпозиционные особенности текста короткого рассказа. Текст.: автореф. дис. . канд. филол. наук. М., 1980. 25 с.
48. Эко У. Открытое произведение. - М.: Академический проект, 2004. 384 с.

49. Якименко Н.В. Каламбур как лингвистический прием в английском языке и пути его воссоздания в переводе.: автореф. дис. . канд. филол. наук. Киев, 1984. 23 с
50. Якобсон Р. О. Лингвистика и поэтика // Структурализм: «за» и «против». М.: Прогресс, 1975. С. 193–230
51. Arnold L. H. Knigge C. A. Comics, Mangas, Graphic Novels, München: Meidenbauer, 2009. 296S.
52. Fuchs W. Reitberger J.R. Das große Buch der Comics. Anatomie eines Massenmediums, Dreieich: MeCo, 1982. 307S.
53. Grünwald D. Comics. Kitsch oder Kunst? Die Bildgeschichte in Analyse und Unterricht. Ein Handbuch zur Comic-Didaktik. Weinheim, Basel: Beltz, 1982. 218S.
54. Davies Chr. Taking jokes (apart) seriously // Semiotica. Amsterdam, 1987. Vol. 66. № 4. Pp. 451-454.
55. Dolle-Weinkauff B. Comics. Geschichte einer populären Literaturform in Deutschland seit 1945. Weinheim, Basel: Beltz, 1990. 182 S.
56. Diekmann S., Schneider M. Szenarien des Comic. Helden und Historien im Medium der Schriftbildlichkeit. – Berlin: SuKuLTuR, 2005. 153S.
57. Ditschke S., Kroucheva K., Stein D. Comics. Zur Geschichte und Theorien eines populärkulturellen Mediums. – München: Fink, 2009. – 366 S.
58. Dittmar J. F. Comic-Analyse. - Konstanz: UVK, 2008. 118S.
59. Frahm O. Weir Signs. Zur parodistischen Ästhetik der Comics // Ästhetik des Comic / hrsg. von M. Hein, M. Höners, T. Michaelson. Berlin: Schmidt 2002, S. 201-216.
60. Leinen F., Rings G. Bilderwelten – Textwelten – Comicwelten. Romanistische Begegnungen mit der neunten Kunst, München: Meidenbauer 2007.
61. Meskin A. Defining Comics? // Journal of Aesthetics and Art Criticism. - Oxford Oxford University Press, 2007. №65. - P. 369-379.

62. McCloud S. Reinventing Comics. How Imagination and Technology are Revolutionizing an Art Form. - New York: HarperCollins, 2000. 181p.
63. Oring E. Between jokes and tales: on the nature of punch lines // HUMOR. – Berlin: Mouton de Gruyter, 1986. - № 2 (4). - P. 349-364.
64. Packard S. Anatomie des Comics. Psychosemiotische Medienanalyse. Göttingen: Wallstein, 2006. 157S.
65. Raskin V. Semantic Mechanisms of Humor. - Dordrecht; Boston; Lancaster: D. Reidel Publishing Company, 1985. 312p.
66. Raskin V. The sense of humor and truth // W. Ruch (ed.). The Sense of Humor: Explorations of a Personality Characteristic. - Berlin, N.Y.: Mouton de Gruyter, 1998. P. 95–108.
67. Schüwer M. Wie Comics erzählen. Grundriss einer intermedialen Erzähltheorie der grafischen Literatur. Trier: Wissenschaftlicher Verlag Trier, 2008. – 211S.
68. Ziv A. Personality and the Sense of Humor Text. New York: Springer, 1984. 189 p.

Рисунок 3.1



Рисунок 3.2



Рисунок 3.3



Рисунок 3.4



Рисунок 3.5



Рисунок 3.6



Рисунок 3.7



Рисунок 3.8



Рисунок 3.9



Рисунок 3.10



Рисунок 3.11



Рисунок 3.12

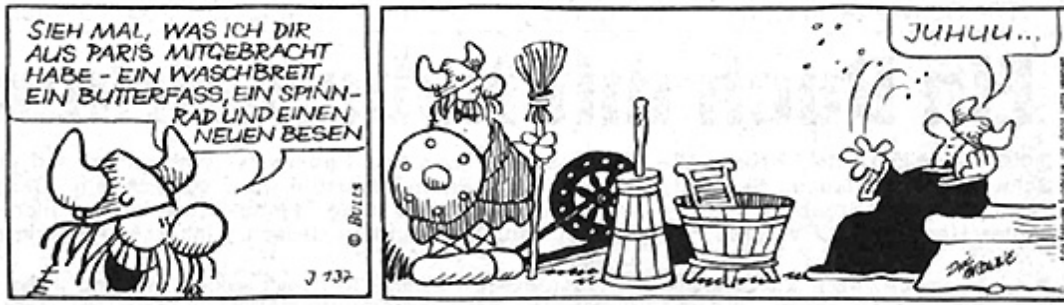


Рисунок 3.13



Рисунок 3.14



Рисунок 3.15



Рисунок 3.16



Рисунок 3.20

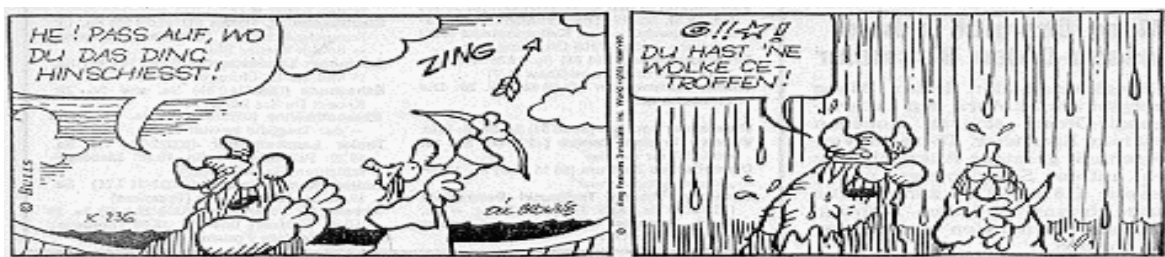


Рисунок 3.21

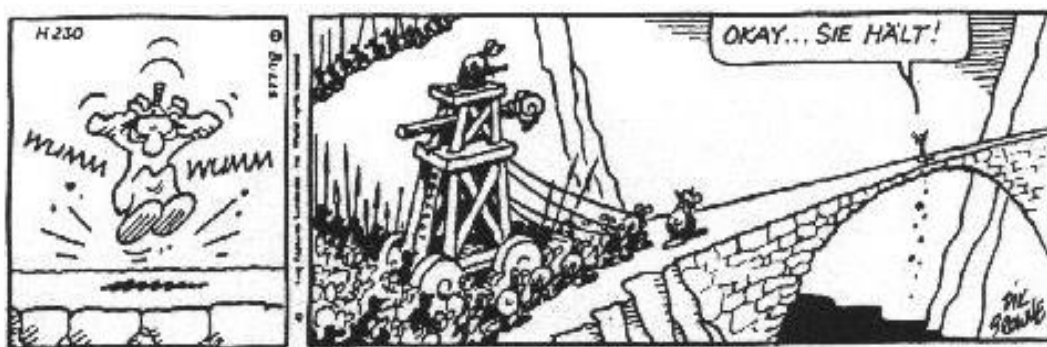


Рисунок 3.22

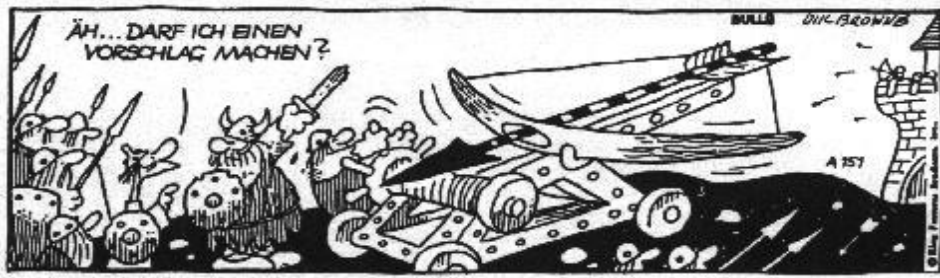


Рисунок 3.23

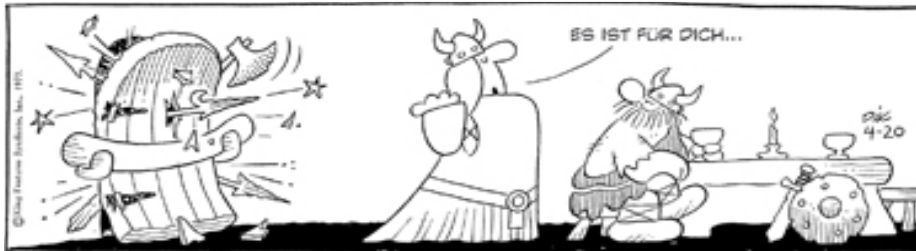


Рисунок 3.24



Рисунок 3.25



Рисунок 3.26



Рисунок 3.27



Рисунок 3.28



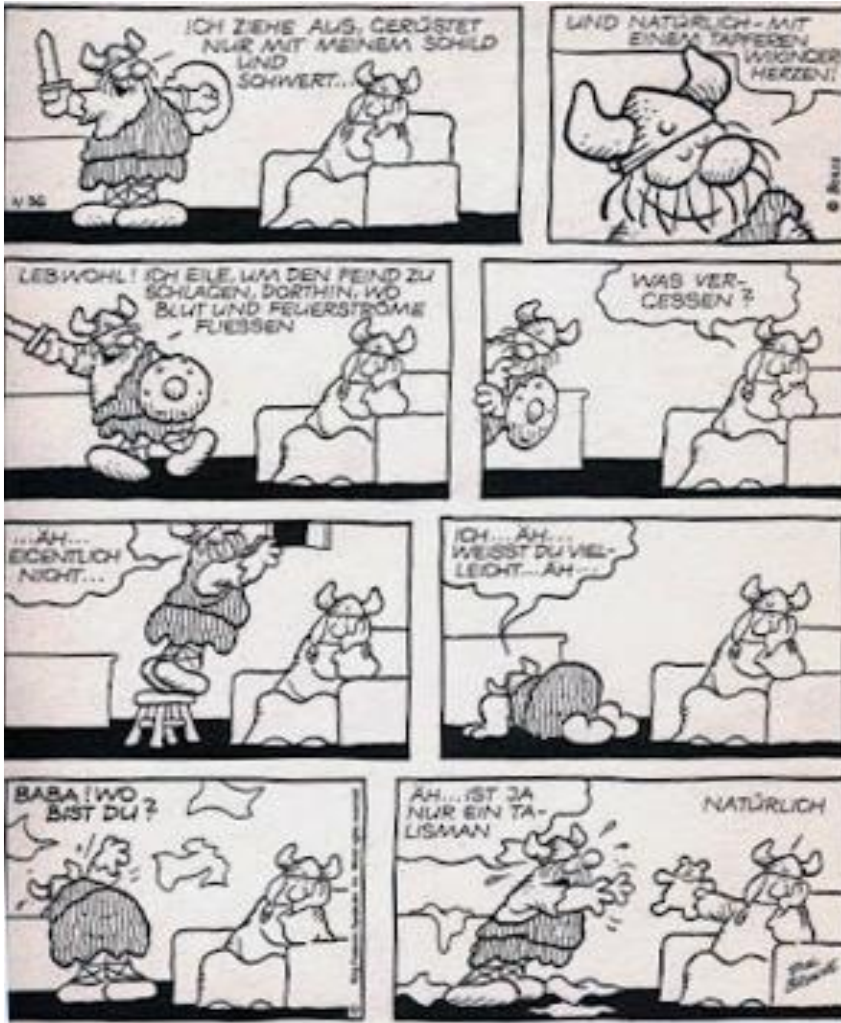
Рисунок 3.29



Рисунок 3.30



Рисунок 3.31



ZUSAMMENFASSUNG

Die vorliegende Forschung ist der linguostilistischen Charakteristik des deutschen Comicstrips über den Wikinger Häger gewidmet.

Das Objekt der Forschung ist der Comicstrip über den Wikinger Häger als ein kommunikativeres Massenmedienphänomen der deutschen Kultur. Der Gegenstand sind stilistische Mittel der Repräsentation des Komischen in den deutschsprachigen Comicstrips über den Wikinger Häger.

Das Ziel der Schrift ist die Mittel der sprachlichen Repräsentation des Komischen in den Comicstrips über den Wikinger Häger zu analysieren.

Theoretisch-methodologische Grundlagen der Forschung sind sprachwissenschaftliche Schriften von N. Pantschenko, W. Naer (Kategorie des Komischen категория комічного), E. Kozlova., M. Scheltuchina (Comicstrip als Textsorte), M. Mychilina, S. Pochodnja (Mittel des komischen Effekts).

Die Comicstrip über den Wikinger Häger sind ein Teil des komischen Diskurses, wodie Hauptaufgabe in der Erreichung des komischen Effektes besteht. Die Realisierung des Komischen ist in drei Dimensionen möglich: in der verbalen Dimension in der Begleitung der graphischen Hilfskonnotat, in der graphischen Dimension mit der verbalen Hilfskomponente und als eine Sequenz der graphischen und verbalen Komponenten. Unter den stilistischen Mitteln, die an der Verbalisierung des Komischen teilnehmen, lassen sich die Paradoxe, Wortspiel, Metapher, Vergleich, Modifikationen in der Idiomenstruktur usw. nennen.

Schlüsselwörter: Comicstrips, der komische Effekt, das Wortspiel, die Paradoxe, die graphische Dimension.