

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ  
СТУСА

ШЕВЧУК СЕРГІЙ СЕРГІЙОВИЧ

Допускається до захисту:  
к.філол.н., доцент, завідувач  
кафедри англійської філології  
Ольга ЗАЛУЖНА

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 р.

КРЕОЛІЗОВАНІ ТЕКСТИ АНГЛОМОВНИХ КОМІКСІВ У  
ЛІНГВІСТИЧНОМУ АСПЕКТІ

Спеціальність 035 Філологія  
Спеціалізація 035.041 «Германські мови та літератури (переклад включно),  
перша – англійська»  
Освітня програма «Англійська та друга іноземна мови та літератури  
(переклад включно)»

Магістерська робота

Науковий керівник:  
Юрковська Майя Миколаївна  
к.філол.н., доцент кафедри  
англійської філології

Оцінка: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_  
(бали/за шкалою ЄКТ5/за національною шкалою)

Голова ЕК: \_\_\_\_\_  
(підпис)

Вінниця 2022

## АНОТАЦІЯ

**Шевчук С. С. Креолізовані тексти англомовних коміксів у лінгвістичному аспекті.** Спеціалізація «Германські мови та літератури (переклад включно), перша англійська». Освітня програма «Англійська та друга іноземна мови та літератури (переклад включно)». Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2022.

Магістерську роботу присвячено дослідженню текстів англомовних коміксів, їх структури та лінгво-стилістичних особливостей.

Матеріалом дослідження слугували креолізовані тексти англомовних коміксів, які було обрано методом суцільної вибірки з сайтів мережі Інтернет. Обсяг вибірки становить понад 100 текстових одиниць.

Текст коміксів розглядався як приклад складного текстового утворення, в якому вербальні і невербальні елементи утворюють одне візуальне, структурне, смислове і функціональне ціле, спрямоване на комплексний прагматичний вплив на реципієнта. Креолізований текст, який поєднує в собі знаки різних систем: мовних (вербальних) і невербальних знаків, тобто знаків, що належать до інших семіотичних систем. Вони пов'язані між собою і утворюють одне структурне, смислове і функціональне ціле, що допомагає вплинути на адресата. Було з'ясовано, що зв'язність креолізованого тексту коміксів проявляється в тісній взаємодії вербальних і іконічних компонентів, воно виявляється на різних рівнях: змістовному, змістовно-мовному, змістовно-композиційному.

**Ключові слова:** креолізовані тексти, комікси, вербальні та невербальні засоби, лінгвістичні засоби, візуальний, паралінгвістичний.

## SUMMARY

**Shevchuk S. S. Creolized texts of English-speaking comics in linguistic aspect.** Specialty 035 “Philology”. Specialization “Germanic languages and literatures (including translation), first English”. Educational program “English and second foreign languages and literature (including translation)”. Vasyl' Stus Donetsk National University, 2022.

The Master's research paper is devoted the study of creolized texts of English- language comics, their structure, and linguistic and stylistic features.

The empiric material contains creolized texts of English-speaking comics selected by the method of continuous sampling from Internet sites. The sample size is over 100 text units.

The text of comics was considered as an example of a complex text formation in which verbal and non-verbal elements form one visual, structural, meaningful and functional whole, aimed at a complex pragmatic impact on the recipient. A creolized text that combines signs of different systems: linguistic (verbal) and non-verbal signs, i.e. signs belonging to other semiotic systems. They are interconnected and form one structural, meaningful and functional whole, which helps to influence the addressee. It was found that the coherence of the creolized text of comics is manifested in the close interaction of verbal and iconic components, it is manifested at different levels: substantive, substantive-linguistic, substantive-compositional.

**Key words:** creolized texts, comics, verbal and non-verbal means, linguistic means, visual, paralinguistic.



## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>5</b>
<b>РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ КРЕОЛІЗОВАНИХ ТЕКСТІВ У СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ.....</b>	<b>8</b>
1.1 Поняття та визначення креолізованого тексту.....	8
1.2 Зв'язність компонентів у креолізованому тексті.....	11
1.3 Текстові категорії у креолізованому тексті.....	14
1.4 Типи креолізованого тексту.....	18
<b>РОЗДІЛ 2 ЛІНГВІСТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМІКСУ ЯК ОСОБЛИВОГО ТИПУ ТЕКСТУ.....</b>	<b>24</b>
2.1 Комікс як креолізований текст.....	24
2.2 Функції паралінгвістичних засобів у коміксах.....	34
2.3 Функції лінгвістичних засобів у коміксах.....	38
<b>РОЗДІЛ 3 ЛІНГВІСТИЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЗНОСТІ КРЕОЛІЗОВАНИХ ТЕКСТІВ АНГЛОМОВНИХ КОМІКСІВ.....</b>	<b>42</b>
3.1 Характеристика матеріалу дослідження.....	42
3.2. Лексичні засоби виразності.....	45
3.3. Лексико-семантичні засоби виразності.....	60
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>76</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....</b>	<b>79</b>
<b>СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>82</b>

## ВСТУП

Актуальність дослідження обумовлена зростаючою популярністю коміксів за кордоном і в Україні, а також у потребі більш ґрунтовного дослідження даної області. Комікс, як різновид креолізованого тексту, тим чи іншим чином, виникає в нашому житті: в рекламі, в газетах, в журналах, в Інтернеті. Комікс викликає широкий дослідницький інтерес. Такий вид художнього дискурсу, як комікс, можна віднести до одного з різновидів арт-дискурсу, зважаючи на вторинність його природи потреби як у творчості, так і в комунікації. Підтвердженням цьому є той факт, що в коміксі автор намагається вкласти репліки в уста намальованих персонажів, і передати особливості усного мовлення на письмі. У зв'язку з цим, незважаючи на те, що комікс займає певне місце серед письмових жанрів, по ряду він наближається до усної форми комунікації. Це пов'язано і з обмеженістю простору кадру, всередині якого розташовуються репліки персонажів.

Підтвердженням сказаному служить цілий ряд досліджень, статей, посібників, що з'явилися за останні десятиліття (Анісімова Е. Е., Засшнікова Н. Ю., Рингевич В.В.).

В даний час креолізовані тексти є однією з переважаючих форм подання інформації, тобто, тексти, в яких використовуються візуальний і вербальний коди. Проте, дана проблема вимагає подальшого вирішення, оскільки сучасні вимоги до коміксів – раціональне співвідношення між вербальним і візуальним елементами – не завжди і в повній мірі виконуються.

Виходячи з актуальності проблеми, визначена тема даного дослідження.

Об'єкт дослідження – сучасні англійськомовні комікси як тип креолізованого тексту.

Предметом дослідження є функційні, структурні та лінгвостилістичні лінгвістичні особливості коміксів.

Метою дослідження є - виявити, дослідити і описати креолізовані тексти англомовних коміксів у лінгвістичному аспекті

Для досягнення поставленої мети були поставлені наступні завдання:

- дослідити та описати теоретико-методологічні засади вивчення креолізованих текстів;
- розглянути комікс як креолізований текст;
- розглянути особливості лексичних засобів для створення коміксу;
- провести аналіз креолізованого тексту коміксу на фонетичному, морфологічному, лексичному та синтаксичному рівні.

Методи дослідження:

- 1) вивчення літератури та аналіз досліджуваної проблеми;
- 2) дефініційний та компонентний аналіз;
- 3) дистрибутивний та контекстологічний аналіз;
- 4) описовий метод;
- 5) емпіричний: порівняльний і стилістичний аналіз.

Теоретична значимість виконаної роботи полягає в тому, що дане дослідження вносить певний внесок у розвиток лінгвостилістики англійської мови, лінгвокультурології, прагмалінгвістики і теорії дискурсу в області структури, семантики і прагматики креолізованого повідомлення, актуалізованого в тексті англомовного коміксу.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що вперше запроваджено використання креолізованих текстів англомовних коміксів у лінгвістичному аспекті; з'ясовано сутність феномена «мовленнєво-культурна адаптація засобами креолізованих текстів» як одного з видів міжмовного й крос-культурного посередництва, що має на меті накопичення фоново-культурологічних знань, розвиток мовно-мовленнєвих умінь і навичок, необхідних для ефективної взаємодії з



представниками відповідної лінгвокультурної спільноти; визначено критерії мовленнєво-культурної адаптації засобами креолізованих текстів (лексико-асоціативний, мовно-нормативний, культурознавчий, класифікаційно-конструктивний) з відповідними показниками, схарактеризовано рівні сформованості мовленнєво-культурної адаптації засобами креолізованих текстів (рубіжний, просунутий, основний, елементарний).

Практична значущість дослідження полягає у створенні інтерактивного мовленнєво-адаптивного комплексу креолізованих текстів англomовних коміксів у лінгвістичному аспекті, визначення рівнів сформованості мовленнєво-культурної адаптації й експериментальної методики мовленнєво-культурної адаптації засобами креолізованих текстів, що ґрунтується на компонентах інтерактивного мовленнєво-адаптивного комплексу.

Структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновку та списку використаної літератури.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ КРЕОЛІЗОВАНИХ ТЕКСТІВ У СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

### 1.1 Поняття та визначення креолізованого тексту

Первісне значення слова «креолізація» – «процес утворення нових етнічних груп шляхом змішання кровей кількох контактуючих етносів» [25, с. 78]. Як відомо, спочатку креолами (від фр. Creole; Ісп. criollo і порт, crioulo; лат. creare – "створювати, вирощувати") називали дітей змішаних шлюбів іспанських і португальських поселенців і місцевих жителів, що народилися в Латинській Америці.

Пізніше креолами стали називати всіх нащадків європейських переселенців на територіях колоній в Північній і Південній Америках. Процес взаємодії декількох етносів на одній території неминуче веде до взаємодії їх національних мов. Звідси походить друге, вузьколінгвістичне значення терміна: креолізація - «процес формування нової мови (змішаної за лексикою і граматикою) в результаті взаємодії декількох мов» [25, с 43], процес, наступний за піджинізацією.

Відповідно, креолізованими (креольськими) називають мови, що виникли в результаті змішання декількох мов. У 1990 році Ю.А. Сорокін і Є. Ф. Тарасов[4] запропонували термін «креолізовані тексти» для позначення текстів, «фактура яких складається з двох негомогенних частин». У підсумку, існує три розуміння терміна "креолізація": «загальне», «лінгвістичне» і «текстуальне».

В даний час проблемами тексту займаються фахівці в різних областях, тому що текст досліджується як складна поліфункціональна знакова освіта.

При дослідженні комунікації необхідно проводити чітку грань між гомогенними повідомленнями, що ґрунтуються на одній семіотичній



системі, і креолізованими повідомленнями, що ґрунтуються на комбінації або об'єднанні різних знакових систем [1, с 65].

Глибоке наукове вивчення неможливе без спроб класифікації знакових систем і відповідних типів повідомлень з урахуванням мови і мовних повідомлень.

Розвиток комунікативної лінгвістики та лінгвістики тексту зумовив необхідність у дослідженні паралінгвістичних засобів у тексті як основної одиниці мовної комунікації.

Креолізовані або семіотично ускладнені тексти стали невід'ємною частиною сучасного життя. Вони оточують нас всюди - в громадських місцях, вдома, на роботі, в транспорті і їх значення неможливо недооцінювати. Ними прийнято вважати «тексти, породжувані в комунікативних актах» [4, с 21], їх також називають полікодовими [5, с. 65].

Креолізований текст – це текст, що складається зі знаків різних систем: вербальної (мовної) і невербальної (що належить іншій знаковій системі, ніж природна мова) [6, с 89].

У сучасному суспільстві поряд з вербальними все частіше використовуються іконічні знаки. Прикладом використання вербальних і іконічних знаків в єдиному плані тексту можуть послужити тексти політичних плакатів, друковану рекламу, тексти телебачення, комікси, кінотексти, Web-сайти в Інтернеті і т. п.

Поняття креолізованного тексту має широке значення, і до його складу можуть входити не тільки образотворчий, але і «слухові» (звуки, що використовуються в усному мовленні, а також звукові сигнали, які виробляються за допомогою дзвінка, дзвони, свистка, гудка, сирени), «нюхові» (наприклад, зареєстрована Патентним відомством США ще в 1990 році пряжа з особливим ароматом або гучні в Європі тенісні м'ячики, що мають «запах свіжоскошеної трави») та інші знаки.

Сучасна реклама створюється з метою впливу на всі органи чуття людини, тому вона часто наповнена різними символами і знаками [7, с 32]. Картинки і тексти сприймаються рецептом візуально, а на слух діють не тільки теле- і радіотрансляції реклами, а й деякі особливі слухові образи.

Спільними для лінгвістики тексту, в тому числі креолізованого, положеннями можна вважати наступні твердження:

- 1) прагматичний характер тексту є загальноприйнятим в лінгвістиці твердженням;
- 2) когерентність тексту передбачає розгляд тексту як об'єднання надфразових елементів, які пов'язані логіко-семантичними, граматичними та стилістичними характеристиками;
- 3) інтенціональний характер тексту пов'язаний з реалізацією авторської інтенції і має виражену спрямованість і суб'єктивність;
- 4) ситуативний характер тексту є результатом когнітивної діяльності людини в певній ситуації;
- 5) комунікативний характер тексту пов'язаний з його комунікативною функцією як засіб передачі накопиченої інформації. Текст повинен співвідноситися і відповідати намірам адресанта;
- 6) інтертекстуальний характер тексту є практично постійною його характеристикою.

Текст як продукт дискурсивної діяльності людини відображає один з «можливих світів», для «об'єктивації якого адресат використовує різні мовні засоби, що активізують певні особливості мови» [12, с 54]. У сучасній науці про мову опис мовних явищ спирається на їх оцінку як сприяють реалізації комунікативної функції мови.

Для комунікативної точки зору характерний аналіз мовних засобів у вербальній поведінці людей і оцінки комунікативних завдань і установок.

Для когнітивного аналізу важлива роль мовних засобів у процесах пізнання світу, знання, досвіду суспільства.

Таким чином, одним з різновидів текстів є креолізований текст, який поєднує в собі знаки різних систем: мовних (вербальних) і невербальних знаків, тобто знаків, що належать до інших семіотичних систем. Вони пов'язані між собою і утворюють одне структурне, смислове і функціональне ціле, що допомагає вплинути на адресата.

### **1.2 Зв'язність компонентів у креолізованому тексті**

Паралінгвістичні засоби, властиві креолізованим текстам в рамках письмової комунікації, представлені іконічними (образотворчими) засобами. Е. Е. Анісімова наводить класифікацію креолізованих текстів, спираючись на такі параметри, як наявність або відсутність зображення, а також характер його зв'язку з вербальною частиною. Дослідниця виділяє три основні групи текстів: тексти з нульовою креолізацією, тексти з частковою креолізацією і тексти з повною креолізацією.

У текстах з нульовою креолізацією зображення відсутнє і не бере участі в організації тексту. Різниця між двома іншими групами полягає в ступені зв'язку вербальних і образотворчих елементів тексту. У текстах з частковою креолізацією вербальна складова не залежить від зображення, вербальні та ізовербальні компоненти тексту знаходяться в автосемантичних відносинах. У таких текстах образотворчий компонент служить лише супроводом вербальної частини і не є обов'язковим елементом в організації тексту.

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



За гетерогенності: нульова ступінь (тільки вербальний або тільки іконічний текст); ненульова ступінь (поєднання вербальних і образотворчих компонентів).

За характером іконічного компонента: статичний (наприклад, реклама в журналі, плакат); двомірний (відеовербальний текст в книзі, кіно та ін.); тривимірний (відеовербальний текст в театральній п'єсі).

За характером вербального компонента: Усний, що включає або живу мову, або запис цієї мови за допомогою спеціальних технічних засобів; письмовий, представлений рукописним або друкованим варіантами, друкований же варіант може бути статичним або динамічним (наприклад, рядок, що біжить в рекламному тексті); включає знаки однієї природної мови; включає знаки декількох природних мов [11, с. 54].

За співвідношенням обсягу інформації, переданої різними знаками, і за роллю зображення:

- репетиційні (зображення в основному повторює вербальний текст, повного повторення бути не може через специфіку знаків тієї чи іншої знакової системи);
- адитивні (зображення несе в собі значну додаткову інформацію);
- видільні (зображення «підкреслює» якийсь аспект вербальної інформації, яка за своїм обсягом значно перевершує іконічну);
- оппозитивні (зміст, переданий картинкою, вступає в протиріччя з вербальною інформацією, на основі цього часто виникає комічний ефект);
- інтегративні (зображення вбудовано в вербальний текст або вербальний текст доповнює зображення в інтересах спільної передачі інформації);
- образотворчо-центричні (зображення грає головну роль, вербальна частина лише пояснює і конкретизує його).

За характером зв'язків, що об'єднують вербальний і образотворчий компоненти: експліцитно виражені; експліцитно невиражені (імпліцитні зв'язки) [24, с. 78].

Загалом образотворчий ряд у вигляді художньо-образних, декоративних, пізнавальних ілюстрацій та вербальний компонент створюють єдиний цілісний компонент креолізованого тексту як об'єкта вербальної та візуальної комунікації.

При дослідженні коміксів, нас, перш за все, цікавлять тексти з повною креолізацією. У подібних текстах вербальна частина не може існувати незалежно від образотворчої частини між обома компонентами встановлюються синсемантичні відносини.

Вербальна частина орієнтована на зображення або відсилає до нього, а зображення виступає в якості облігаторного елемента тексту.

Головною особливістю коміксу як креолізованого тексту є його актуальність в умовах сучасної комп'ютер-орієнтованої комунікації, спілкування через текст в рамці, важливою частиною якого є різноманіття піктографічних елементів спілкування. У креолізованих текстах зображення і вербальний компонент сприймаються взаємопов'язано і в разі коміксу, часто припускають творчий підхід до інтерпретації авторського повідомлення.

В такому випадку доречно говорити про формування нової семіотичної системи, в якій вербальний і невербальний компонент не тільки знаходяться у взаємодії, а служать створенню особливих одиниць специфічного ідеографічного коду. Завдяки формуванню такого коду, комікс як особливий тип тексту близький своїм кадруванням, ритмом і мовою духу нашого часу.

Таким чином, креолізований текст є складним текстовим утворенням, в якому вербальні і невербальні елементи утворюють одне візуальне, структурне, смислове і функціональне ціле, спрямоване на комплексний прагматичний вплив на реципієнта.

### **1.3 Текстові категорії у креолізованому тексті**

Світ креолізованих текстів дуже різноманітний. Роль креолізованих текстів стрімко зростає в міру «ескалації зображення», що знаменує собою якісно новий процес розвитку мовної комунікації, що відповідає потребам сучасного суспільства [10, с 87].

Однією з найважливіших текстових категорій є категорія модальності. Стосовно до тексту поняття "модальність" досі не отримало свого загальновизнаного тлумачення і його межі в лінгвістичній літературі залишаються досить розпливчастими.

Зазвичай під модальністю розуміється текстова категорія, що виражає ставлення мовця до повідомлення. І. Р. Гальперін ототожнює текстову модальність з суб'єктивно-оціночною характеристикою предмета мови в тексті.

При цьому до текстів, що володіє модальністю, дослідник відносить поетичні, публіцистичні тексти. Наукові тексти, навпаки, характеризуються безпристрасністю, логічністю, аргументованістю, їх розглядають, як тексти з нульовою модальністю.

Більш правомірною, як ми думаємо, є розширене тлумачення модальності як категорії, що включає різні види кваліфікації сообщаємого, в тому числі поряд з суб'єктивною (емоційною, позитивною, негативною та ін) об'єктивну (логічну, інтелектуальну) оцінку змісту тексту.

Текстова модальність при цьому проявляється по-різному: в одних текстах домінує або є як єдино можлива об'єктивна оцінчість (перш за



все в наукових, ділових текстах), в інших, навпаки, превалює особистісна, Індивідуальна оціночність (особливо в художніх, рекламних, політичних текстах).

Текстова модальність може стосуватися як окремих відрізків тексту, так і всього тексту в цілому. Реалізація текстової модальності відбувається за допомогою арсеналу мовних засобів, що використовуються в тексті: граматичних, лексичних, фразеологічних, інтонаційних і стилістичних.

У паралінгвістично активних текстах значну частку модальної інформації несуть невербальні засоби. За словами Г. П. Немеца: «відомі лінгвістичній науці так звані традиційні засоби модальності в процесі мовного розвитку, збагачення людського суспільства все новими формами як мови, так і неязиковими (екстралінгвістичними і паралінгвістичними) можливостями, значно розширюють свої межі...» [12, с. 43].

Витяг модального компонента сенсу креолізованого тексту, визначення його "модального ключа" відбувається на основі сприйняття інформації, укладеної в вербальних і невербальних знаках. Особливу роль при цьому відіграють фонові знання, світовідчуття, емоції, бажання. Роль іконічних засобів у модальній характеристиці креолізованого тексту не можна вважати однозначною. Так, одні іконічні знаки можуть виступати в якості самостійного носія певної модальності, наприклад спонукальної (в попереджувальних, що забороняють дорожніх знаках).

Суб'єктивна оціночність значною мірою притаманна картинам. Цікавою в даному відношенні представляється точка зору А.К. Варга, який вважає, що в живописі можуть бути виділені наративні і аргументуючі картини [10, с 76]. У той час як завдання перших полягає в тому, щоб розповісти адресату про ті чи інші події, показати їх у розвитку (в рамках однієї або серії картин), завдання других полягає в тому, щоб переконати адресата в чому-небудь.

При цьому зображення виступає в якості афективного, емоційного аргументу, що виражає найширший спектр авторських оцінок, часто буває складно визначити межу між наративними і аргументують картинами буває важко. Особиста оціночність яскраво проявляється в таких жанрах живопису, як карикатура, шарж (заперечення, іронія, насмішка та ін.). У більшості ж випадків іконічні засоби в силу своєї розпливчастості, меншої визначеності своєї семантики в порівнянні з вербальними засобами «потребують додаткового знання, тобто в кінцевому рахунку в допомозі слова» [12, с. 39].

При цьому в креолізованому тексті як переважно колективно-авторському тексті відбувається "узгодження" комунікативних компетенцій декількох авторів вербальної частини тексту, художника-оформлювача, редактора та ін., корекція їх оцінок змісту тексту. Залежно від невербального контексту один і той же іконічний знак може набувати різну модальність.

Наприклад, зображення знаменитої церкви Покрова на Нерлі служить для науково пізнавальних цілей в "історії мистецтва", сприяє вираженню об'єктивної оцінки змісту тексту, в молитовному тексті цей же знак створює модальність прекрасного (піднесеного ставлення до переданої інформації), в рекламних цілях за допомогою даного зображення виражається спонукальна модальність тексту.

Модальна інформація між частинами креолізованого тексту може розподілятися по-різному: в той час як в одних текстах основними носіями оціночної інформації є вербальні засоби, а іконічні засоби лише «підтримують» останні, в інших текстах модальність задається іконічними засобами, що передають експресію, емоційний заряд тексту (наприклад, фотохроніка, репортаж з місця подій, тощо).

Позитивна оціночність одного компонента (вербального/ іконічного) «перекривається» і йде на задній план завдяки негативній оцінності іншого компонента (іконічного/вербального).

Виникає в результаті цього дисонанс створює ефект "обдуреного очікування", що використовується в комічних і сатиричних цілях. З'єднання, злиття модальних ключів вербальних і іконічних засобів в креолізованому тексті визначають його модальність в цілому, обумовлюють особливості його впливу на адресата.

З позиції учасників комунікації, креолізований текст не відрізняється від вербального тексту, оскільки йому притаманні ті ж текстові категорії, основними з яких є цілісність і зв'язність.

Цілісність являє собою єдність тексту, його здатність існувати в комунікації, як внутрішньо, так і зовні організоване ціле.

Зв'язність полягає у змістовному та формальному зв'язку частин тексту. Обидві категорії пов'язані один з одним і взаємообумовлюють один одного.

Цілісність креолізованого тексту задається комунікативно-когнітивною установкою адресанта (автора тексту, його «співавторів» в особі художника, фотографа, редактора та ін.), єдиною темою, що розкривається вербальними, іконічними та іншими паралінгвістичними засобами.

У мовному спілкуванні креолізований текст представляється складним текстовим утворенням, в якому вербальні та іконічні елементи утворюють одне візуальне, структурне, смислове і функціональне ціле, що сприяє комплексному впливу на адресата.

Роль вербальних та іконічних засобів у реалізації задуму автора є неоднозначною. Б. Карлаваріс пропонує розрізняти чотири типи ілюстрацій у тексті:



1) домінуючу ілюстрацію, яка є основною в тексті і відіграє провідну роль в розкритті теми, утворюючи як би "інформаційну основу" тексту;

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

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

4) декоративну ілюстрацію, яка є окрасою тексту, служить для естетичних цілей спілкування - інформаційна значимість відносно невелика, і їй відводиться другорядна роль у змістовній структурі тексту [12, с. 43]

Таким чином, зв'язність креолізованого тексту проявляється в тісній взаємодії вербальних і іконічних компонентів, воно виявляється на різних рівнях: змістовному, змістовно-мовному, змістовно-композиційному.

#### **1.4 Типи креолізованого тексту**

Креолізований текст являє собою складне текстове утворення, в якому вербальні і невербальні елементи утворюють одне візуальне, структурне, смислове і функціональне ціле.

Згідно Е. Е. Анісімової, до креолізованих текстів слід віднести газетнопубліцистичні, науково-технічні, тексти-інструкції, ілюстровані художні тексти, тексти реклами, афіші, комікси, плакати [10, с 54].

Для кожного з наведених вище типів креолізованих текстів характерне різне поєднання і співвідношення вербальних і невербальних компонентів. Кожному типу властиві свої особливості функції. Наприклад, в газетно-публіцистичному стилі реалізується мовна функція впливу (агітації і пропаганди) в комбінації з інформативною функцією (повідомлення новин).

У публіцистичних текстах зачіпаються проблеми широкої тематики-політичні, економічні, моральні, філософські, питання культури, виховання, побутові теми.

Науково-технічні тексти часто вимагають зображення для виконання пізнавальної функції. Основне завдання науково-технічного тексту полягає в гранично ясному і точному доведенні до читача фактичного матеріалу без експліцитно вираженої емоційності.

Величезну допомогу в цьому надає візуальний компонент таких текстів (графіки, формули, таблиці, малюнки). Вони виконують тільки когнітивну функцію і відзначаються беземоційністю. З лінгвістичної точки зору, класифікація креолізованих текстів залежить від сфери їх застосування і типів кореляції, існуючих між вербальними і невербальними (іконічними, звуковими, відеокадровими та ін.) складовими.

Незважаючи на очевидну наочність існуючих критеріїв поділу, представляється доцільним угруповання даних текстів з таких підстав:

1. За ступенем креолізації виділяють: тексти з нульовою креолізацією. У даних текстах один з компонентів відсутній, а текст є чисто вербальним або чисто візуальним. Тексти з повною креолізацією. У тексті присутні обидва компоненти, утворюючи складно побудований сенс. Інтерпретація тексту можлива тільки з урахуванням значень обох компонентів. Прикладом можуть служити науково-технічні та технічні тексти.

2. За соціокультурної орієнтованості виділяють: Інтеркультурно орієнтовані тексти – це тексти, що призначаються для використання тільки в рамках їх рідної культури.

У даних текстах використовуються традиційні для цієї культури вербальні та іконічні знаки.

Транскультурно орієнтовані тексти – це тексти, призначені до використання в декількох культурах, або несучі в собі знаки чужої культури.

На вербальному рівні: використання іноземних слів, графічних засобів іноземної мови, пряма вказівка на чужу культуру. На візуальному рівні: використання зображень реалій чужої країни.

На обох рівнях відразу: і вербальні, і іконічні засоби вказують на чужу культуру.

Прикладом даного типу креолізованих текстів може служити наступне рекламне оголошення:

3. За типом комунікації виділяють:

Тексти усної комунікації. У даних текстах вербальний компонент представлений живою мовою або записом цієї мови на різні носії інформації, наприклад, на диктофон.

Тексти письмової комунікації. У них вербальний компонент представлений рукописним або друкованим варіантом

Тексти змішаного типу поєднують в собі перераховані вище типи вербальних компонентів. Прикладом може служити випуск новин для глухонімих людей з біжучим рядком: частина переданої усно інформації дублюється письмово.

4. За кількістю компонентів виділяють:

Тексти з двома компонентами (вербальний + іконічний); Тексти з трьома компонентами (вербальний, іконічний і, наприклад, тактильний).

5. За гіпертекстової ускладненості виділяють:

Тексти з гіперкодом: у складі креолізованого тексту є код, прочитавши який можна перейти за гіперпосиланням до іншого тексту. Тексти без гіперкоду: об'єктної гіперсвязи не спостерігається.

6. За ступенем передбачуваної залученості читача виділяють: тексти з мінімальною залученістю читача.



Прикладом подібного тексту може служити публіцистична стаття, приклад наведено нижче:

Peter Mutharika has been sworn in as the new president of Malawi. The 74-year-old-leader of the Democratic Progressive Party was sworn in Saturday in the commercial capital, Blantyre. Mutharika said in a brief address that his main task would be uniting Malawians after the protracted wrangling over electoral issues. He invited his competitors to help him rebuild the country.

До таких текстів відносяться, як правило, тексти інформативного характеру, які не передбачають відповідної реакції або будь-яких дій з боку реципієнта [14, с. 78].

У наведеному прикладі – це інтернет-стаття. Читачеві просто надається певна інформація. Що він має намір / не має наміру робити з даною інформацією, творців тексту не турбує. Тексти з середньою залученістю читача:

Це тексти апелятивного характеру, що закликають читача зробити будь-яку дію у відповідь. До таких текстів відноситься, зокрема, рекламне оголошення. Текст створюється для впливу на адресата і певною мірою маніпуляції його свідомістю / вчинками. Реклама, наприклад, не просто інформує адресата про нові товари, що з'явилися на ринку, але і закликає його вчинити певні дії, пов'язані з придбанням цих товарів.

Читач вже не просто особа, яка отримує будь-яку абстрактну інформацію, а особа, що реагує на неї як позитивно (у випадку з рекламою покупка товару), так і негативно (відсутність купівельної активності).

Тексти з істотною залученістю читача: Тексти інтерактивного характеру, що вимагають безпосередньої участі читача в процесі їх «прочитання».

Одним з найбільш яскравих прикладів є креолізовані тексти з гіперкодом:

Читачеві пропонується інформація, виражена не тільки на вербальному і візуальному рівнях, але і укладена в QR-коді.

Даний матричний код (QR від англ. quick response - Швидка відповідь) або гіперкод, спочатку створювався для логістичних цілей, є свого роду джерелом інформації, доступної власникам сучасних мобільних телефонів з фотокамерою. Сфотографувавши гіперкод, адресат отримує доступ до всіх необхідних даних. Він може потрапити на сайт рекламодавця, побачити на екрані телефону відео, картинку або просто текст.

Прочитання / неміцнення закованої таким чином інформації цілком залежить від волі читача. Як пише Л. В. Дубовицька, гіперкоди можуть використовуватися як на іконічному, так і на вербальному рівнях креолізованого тексту. Існують також приклад кодів, які виступають в якості креолізованого тексту і включають в себе обидва традиційних компонента даного семіотично ускладненого феномена [13, с 76].

7. За ступенем композиційної складності виділяють:

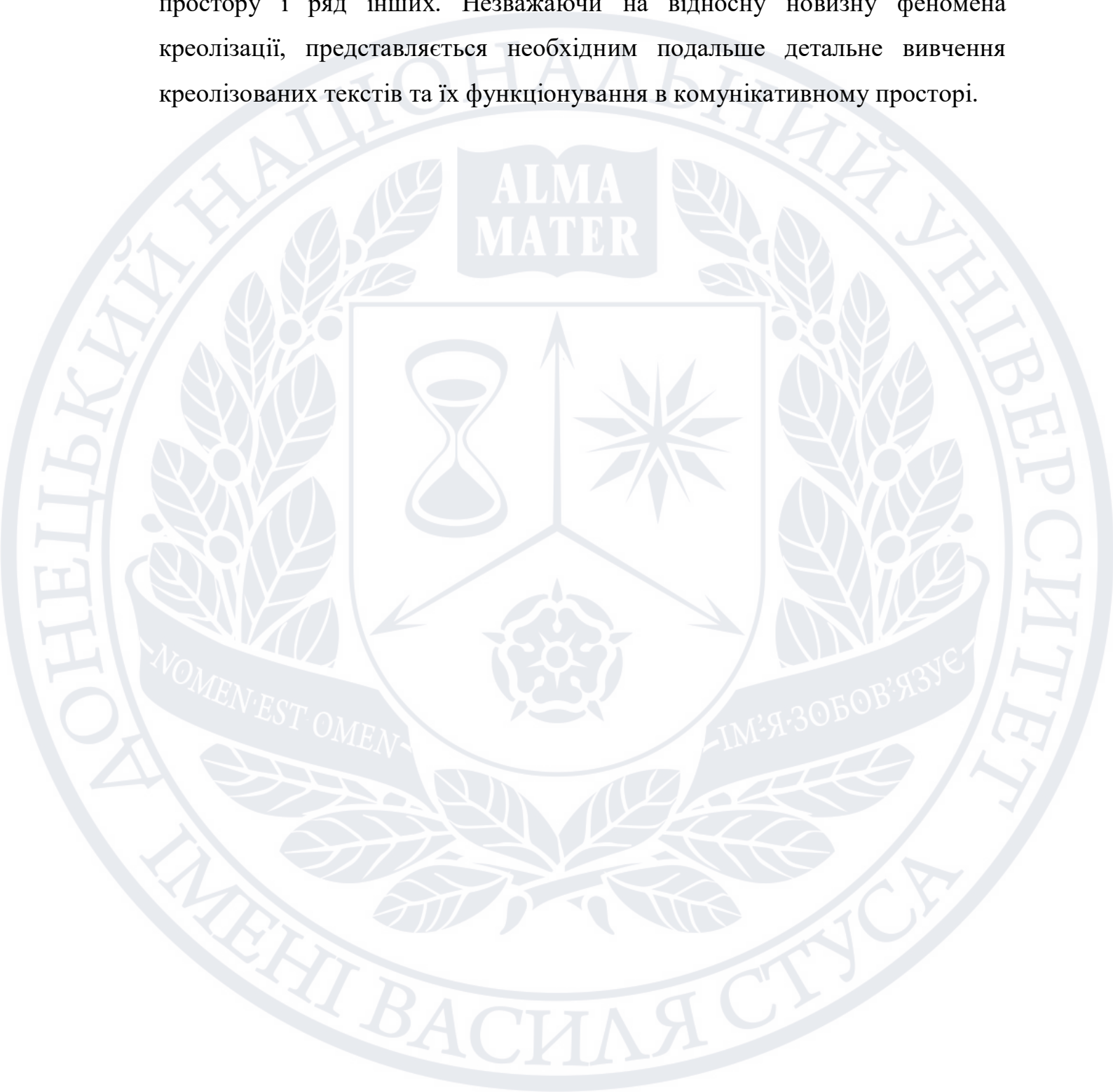
Прості тексти: тексти, що складаються з одного "модуля" і не мають продовжень.

Складні тексти: тексти, що складаються з двох або більше модулів, пов'язаних між собою за змістом.

Перший модуль відрізняється незавершеністю, відкритістю до самих різних варіантів інтерпретації. Адресат часто не розуміє значення першого модуля. Автори тексту роблять ставку на елемент таємничості, намагаються зацікавити і заінтригувати реципієнта, не розкриваючи сенсу повідомлення в першому інформаційному блоці. Наступні модулі проливають світло на проблему інтерпретації першого і несуть в собі смислове ядро тексту.

Таким чином, ми можемо констатувати різноманіття креолізованих текстів в інформаційно-комунікативному середовищі сучасного

суспільства. Дані Тексти виконують різні функції, серед яких слід виділити атрактивну, естетичну, інформативну, функцію організації текстового простору і ряд інших. Незважаючи на відносну новизну феномена креолізації, представляється необхідним подальше детальне вивчення креолізованих текстів та їх функціонування в комунікативному просторі.





## РОЗДІЛ 2 ЛІНГВІСТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМІКСУ ЯК ОСОБЛИВОГО ТИПУ ТЕКСТУ

### 2.1 Комікс як креолізований текст

У лінгвістиці існує велика кількість визначень поняття коміксу. Комікс – невелика, наповнена ілюстраціями книжка легкого, зазвичай пригодницького змісту, а також серія малюнків з відповідними підписами.

Скотт МакКлауд, автор книги «Суть коміксу» (англ. Understanding comics), пропонує коротке визначення «послідовні зображення», і більш повне «суміжні малюнки та інші зображення в смисловій послідовності». Жорж Садуль визначає комікси, як «розповіді в картинках».

З точки зору лінгвістики комікс (від англ. comic - смішний) — серія малюнків з короткими текстами, що утворює зв'язне оповідання. З'явилися в кінці 19 століття в газетах США. У середині 20 століття комікс - один з найпопулярніших жанрів масової культури. Сучасні комікси в основному втратили комічний характер, їх змінили комікси "жахів" — про злочини, війну, а також комікси, спрощено перекладають твори класиків.

З точки зору культурології, комікс - вид друкованої продукції, що представляє собою розповідь в картинках, які забезпечені коротким супровідним текстом або репліками дійових осіб. Комікси випускаються для дітей і дорослих у вигляді окремих книжок і журналів, поміщаються в пресі, іноді займаючи цілі смуги. Вони нерідко виступають як засоби наочної агітації, реклами [24, с 76].

Біля витоків коміксу стояли відомі художники У. Хогарт, В. Буш, Ж. Еффель, Х. Бідstrup, (культурологічний словник 1998-2004). На основі вище сказаного можна зробити висновок, що суть даного жанру полягає в серії зображень, за допомогою якої розповідається будь-яка історія.

Є. В. Харитонов у своїй роботі «Дев'яте мистецтво. Історикокритичний огляд фантастичного коміксу» [6, с. 89], говорячи про походження коміксів, вказує, що справжнім батьком газетного коміксу є англійський карикатурист, офортист і живописець Томас Роулендсон (1756-1827).

Його серія про пригоди доктора Синтаксису – «Подорож доктора Синтаксису в пошуках мальовничого» - публікувалася в газетах в 1812-1821 рр. і є хронологічно першим зразком цієї графічної прози.

Однак в цьому жанрі починає працювати Швейцарський педагог, графік і новеліст Родольф Тапфер. Тапфер викладав в пансіоні і, щоб учні краще запам'ятали матеріал, розробив літературу в естампах-забавні розповіді з картинками і текстом. У 1814 році японський майстер кольорової ксилографії Кацусіка Хокусай створив першу серію робіт, названих ним «мангою» (японські комікси).

Справжній коміксний бум почався в США на рубежі 1920-1930-х років і був спровокований епохою Великої Депресії. У ХХ столітті комікс став одним з популярних жанрів масової культури. До цього часу комікси втратили комічність, за яку отримали назву. Основним жанром коміксів стали пригоди: бойовики, детективи, жахи, фантастика, історії про супер героїв.

В кінці минулого століття велику популярність набувають азіатські жанри коміксу: японська манга і, менш відомі, як китайська маньхуа і корейська манхва. На початку ХХІ століття комікси отримали нове втілення за рахунок нових комп'ютерних технологій, використовуваних при розфарбовуванні коміксів, а також цілого ряду талановитих художників, таких як Ешлі Вуд, Тодд Макфарлейн, Сем Кіт, Паоло Рівера, Грег Капулло, Умберто Рамос, Джузеппе Камунколі та інші. Комікси стали не тільки малювати олівцем, але і писати маслом, а також комбінувати

перше і друге в поєднанні з графічними цифровими технологіями [11, с. 54].

За десятиліття свого існування комікс виробив усталені вербальні і невербальні засоби візуалізації звуку, руху та емоцій. Перше, що звертає на себе увагу при читанні коміксу – це організація вербальної складової, тобто тексту, що представляє, головним чином, репліки персонажів.

Текст в коміксі, як правило, поміщається в балони, що зображують мову, або думки героя, а також в окремі вставки в кутку панелі, що передають авторський текст з додатковою інформацією.

Примітно, що форма балонів може відрізнятися в залежності від наміру автора зробити акцент на думках персонажа (тоді балон буде за формою нагадувати хмара), або на його словах (в цьому випадку балон, як правило, має овальні обриси).

Форма панелей також може змінюватися від класичної прямокутної до овальної і навіть зубчастої і здатна передавати настрій і характер ситуації, а також емоційний стан вимовляє репліку персонажа. Цим же цілям служить колір, що передає напругу, небезпеку, або навпаки, розслабленість ситуації.

Візуалізація звукової складової або оноματοпея відіграє важливу роль у коміксі, і описана іспанським лінгвістом і перекладачкою К.

Валеро-Гарсес як «слово, що імітує, відтворює або представляє природний звук» [28, с. 33]. В одній зі своїх робіт Ш. А. Гінес наводить подібне визначення, називаючи оноματοпею «мовним відтворенням або імітацією звуків природного світу» [34, с. 58].

Широке використання авторами коміксів звуконаслідувань обумовлено тематичною специфікою коміксів, в яких пригодам героїв часто супроводжують бійки, конфлікти, удари і крики, а також служить цілям мовної компресії, дозволяючи передати більший обсяг інформації.



Прикладами ономапопеи можуть служити наступні слова: GASP; MOAN; GROAN; BAWWWWW!.

Звукова складова коміксу також широко візуалізується за допомогою засобів фонографічної стилізації (ФГС), що спостерігається в основному у вигуків і звуконаслідувань. Як правило, засоби ФГС застосовуються з метою відображення гучного мовлення і крику, а також можуть виступати провідним компонентом при відображенні соціолектів і просторіч і проявляються в кількісному і якісному зміні літерного складу слова.

У сучасному світі комікс став невід'ємною частиною масової культури і набув популярності у самих різних вікових і соціальних групах. Незважаючи на це, не всі дослідники визнають значимість коміксу як лінгвокультурного феномена. Так у статті «комікс як тип відеовербального дискурсу» А. В. Аніщенко наводить думку про те, що комікс «часто піддається критиці і викликає зневажливе ставлення», при цьому автор справедливо вважає неможливим для сучасного суспільства заперечувати зростаючу роль будь-яких типів відеовербальних дискурсів, до яких в тому числі відноситься комікс [22, с. 116]. Думки, подібні до того, що оскаржує А. В. Аніщенко, частково зумовили відсутність великої кількості теоретичних робіт, присвячених питанням вивчення і визначення коміксу.

У статті «комікс в перекладі» (Comics in Translation) К. Кайндл також називає передбачувані причини відсутності чітко сформульованого визначення поняття комікс в науковому світі.

Автор вважає, що різноманіття жанрів – від гумористичних, пригодницьких, науково-фантастичних коміксів до фільмів жахів та навчальних коміксів; широта цільової аудиторії, яка охоплює самі різні вікові та соціальні категорії, а також безліч форматів публікації (газети, журнали коміксів, Інтернет) зумовили виникнення труднощів при спробах дати вичерпне визначення поняттю комікс [10, с. 36].

У своїй роботі «комікси і послідовне мистецтво» (Comics and Sequential Art) один з «батьків» сучасного коміксу, художник і сценарист У. Айснер визначає комікс як «особливу організацію зображень і слів для вираження будь-якої ідеї або оповідання» [24, с. 65]. При цьому автор підкреслює найважливішу особливість коміксу, яка полягає в поєднанні тексту і зображень, а також зазначає, що в коміксі «правила характерні для мистецтва (перспектива, симетрія, мазки пензля) і правила характерні для літератури (граматика, сюжет, синтаксис) накладаються один на одного». При читанні коміксу реципієнт сам бере активну участь у створенні історії, задіюючи навик інтерпретації при поєднанні традиційної розшифровки текстового повідомлення і естетичного занурення в графічну складову. Таким чином, «читання коміксу поєднує в собі естетичне сприйняття та інтелектуальну діяльність» [28, с. 78]. Більш вузьке визначення було запропоновано американським художником і дослідником коміксу С. МакКлаудом в роботі «розуміння коміксу» (Understanding Comics), який використовував визначення У. Айснера в якості відправної точки, називаючи комікс «графічними та іншими зображеннями, поміщеними поруч в продуманій послідовності з метою передачі інформації та / або отримання естетичного відгуку від глядача» [24, с. 9].

Причому зображення автор називає «прийнятою інформацією», тобто зрозумілою миттєво і не вимагає спеціальних знань для розшифровки повідомлення, а текст – «сприйнятої», тобто інформацією, для декодування якої потрібен деякий час і спеціальні знання. Чим більш абстрактний і менш реалістичний малюнок, тим більше він наближений до тексту, і відповідно, тим складніше його сприймати. І навпаки, чим простіше і прямолінійніше текст, тим більше він за швидкістю і легкості сприйняття нагадує зображення [15, с. 49]. К. Кайндл також запропонував власне визначення, вважаючи комікс «формою оповідання, що складається, принаймні, з двох зображень» [19, с. 264]. Ще одне



визначення було запропоновано художником-карикатуристом р. Харві в есе «комічне на стику слова і зображення» (Comedy At The Juncture Of Word And Image). Згідно Р. Харві комікс-церозповідь або виклад у формі зображень, в якому слова (часто вставлені в балонах в зону малюнка) зазвичай доповнюють сенс зображень і навпаки» [10, с. 76]. У вітчизняній лінгвістиці вивчення коміксу представлено зовсім малою кількістю імен, і, тим не менш, вітчизняний дослідник А. Г. Сонін, який приділяв у своїх роботах чимало уваги вивченню коміксу в психолінгвістичному аспекті, дає наступне визначення «комікс-текст, що представляє собою послідовність кадрів, що містить малюнок і вербальний твір, де малюнок і укладений в нього вербальний текст утворюють органічну смислову єдність» [16, с. 51]. Всі запропоновані визначення справедливі, однак, на наш погляд саме спираючись на досвід У. Айснера і відзначаючи важливість естетичної складової коміксу, наблизився до трактування коміксу ближче інших дослідників.

Дати вичерпну дефініцію поняттю комікс непросто також через те, що, на думку деяких дослідників, комікс знаходиться на перетині таких видів мистецтва як література, образотворче мистецтво і кіномистецтво і поєднує в собі елементи кожного з них. Так С. МакКлауд проводить паралель між коміксом і кінематографом, помічаючи, що фільм на плівці схожий на дуже повільний комікс. На його думку, категорія часу у фільмі відповідає в коміксі категорії простору [28, с. 56]. Кожен фрейм (окремий малюнок, оточений рамкою) являє собою кадр, схожий на кадр кіноплівки. Кінематографічна складова коміксу також простежується в умілому використанні художниками перспективи кадру, що нагадує кути нахилу камери у фільмі.

Що стосується образотворчого мистецтва, графічна складова коміксу є, мабуть, найбільш значущою, або, у всякому разі, не менш важливою, ніж текстова. Деякі комікси по праву вважаються творами образотворчого



мистецтва і задовольняють естетичним потребам вимогливого читача. На підтвердження цієї думки варто відзначити виникнення такого напрямку в образотворчому мистецтві, як поп-арт, на яке комікси мали безпосередній вплив.

На думку А.В. Аніщенка, «різноманітність жанрів і тем, наративність, неоднозначність і варіативність сенсу, складність і неоднозначність інтерпретації дозволяють вважати комікс художнім текстом». Автор вважає, що коміксу, як художньому тексту, «притаманні образність, емоційність, багаторівнева смислова організація, багатоплановість викладу» [2, с. 118].

Для коміксу, як і для художнього тексту, характерні тема-рематичні відносини. А. В. Аніщенко зазначає, що при аналізі коміксу з точки зору логіко-комунікативної пов'язаності в рамках актуального членування висловлювання, «кожен попередній кадр є темою по відношенню до подальшого, який в свою чергу грає роль Реми». На думку дослідника, темою також можна вважати ряд зображень в межах однієї панелі коміксу.

Категорії модальності, темпоральності і локативності, характерні для коміксу, також зближують його з художнім текстом. Модальність коміксу представлена його емотивністю, яку можна простежити на всіх рівнях структури коміксу. У коміксі поряд з вигуками і вигуками функцію вираження емоційних реакцій виконують графічні засоби: розділові знаки, штрихи і лінії, шрифти, ідеограми, колір і т.д. Так категорія емотивності в коміксі широко реалізується за допомогою графічних вигуків. Як вважає А. В. Аніщенко «візуалізація безпосередніх емоційних реакцій дозволяє створити у реципієнта емоційне напруження і надає на нього такий же вплив, що і опис тих же емоцій за допомогою асоціативно-емотивної лексики».

Що стосується категорії темпоральності, для коміксу, як і для художнього тексту, характерне з'єднання двох тимчасових планів —

фабульного розташування подій в хронологічній послідовності і сюжетного розташування подій, яке бачить читач.

Категорія локативності в коміксі реалізується в основному за рахунок невербальних засобів, що дозволяє «представити просторовий континуум тексту найбільш експресивно» [2, с. 121].

Складна структура коміксу, як креолізованого тексту, що знаходиться, до того ж, на перетині декількох видів мистецтва, привело деяких дослідників до висновку про те, вірного визначення коміксу зовсім не існує.

Проблему також представляє той факт, що комікс-індустрія знаходиться в постійному розвитку, що викликає труднощі в побудові теоретичних положень.

Однак, виходячи з різноманіття трактувань, можна зробити загальний висновок про те, що для коміксу справедливі наступні положення: 1) це ілюстрований твір; 2) містить розповідь; 3) в основі якого лежить статичний виклад подій; 4) містить піктографічні елементи; 5) містить елементи неграфічного характеру.

Поєднання цих особливостей робить комікс відмінним від літератури, кінематографа і графіки видом мистецтва, і тим самим підтверджує унікальність коміксу як явища.

Варто також відзначити, що, не прийшовши до спільної думки у визначенні того, що вважати коміксом, сьогодні дослідники, тим не менш, сходяться на думці, що особливість коміксу як «суспільного феномена» полягає в унікальному поєднанні високої інформативності і максимальної простоти.

Популярність коміксу обумовлена розважальною формою подачі інформації, яка дозволяє швидко і ефективно передавати повідомлення.

Поєднання виразної графічної складової і мінімального текстового супроводу, вираженого простою і загальнодоступною мовою, а також

захоплюючий зміст, простота і зрозумілість почуттів і переживань героїв роблять комікс широкодоступним і популярним твором.

Крім того, на думку А. В. Аніщенка «виконуючи розважальну функцію, комікс задовольняє потреби читача в різноманітності, активній дії, збагаченні фантазії, і при цьому в ненав'язливій формі бере участь у вихованні соціокультурної особистості».

Розважальна функція коміксу реалізується головним чином за допомогою акцентуалізації найбільш привабливих для читача моментів, пов'язаних з передачею емоційних компонентів дії.

Динамічні, яскраві зображення, представлена в діалогах мова, прискорене сприйняття інформації, що забезпечується синтезом графічного і текстового компонентів, а також орієнтація на найширшу аудиторію задовольняють вимогам сучасного суспільства [2, с. 175].

У коміксі диференціація сенсу авторського повідомлення відбувається через індивідуальну інтуїтивну інтерпретацію реципієнтом і залежить не тільки від індивідуальних особливостей читача, але і від соціальних характеристик, таких як вік, тендерна приналежність і ступінь соціалізації.

Р. Барт виділив характерні особливості коміксу як семантично ускладненого тексту:

1. Персонажі, що представляють ту чи іншу модель поведінки, знаходяться в життєво-світоглядному конфлікті. Слід зазначити, що ця модель може не бути представлена вербально, при цьому образ дій героя зрозумілий читачеві завдяки виразній графічній складовій коміксу.

2. Кожне зображення в коміксі, будучи інформаційно і естетично самодостатнім, проте, існує лише в контексті цілого твору, і їм визначається.



3. Зображення і текст коміксу перебільшені, лаконічні і прості для розуміння, при цьому не слід ставитися до читання коміксу неухважно, бо зображення часто містять важливі фрагменти у вигляді підказок або так званих «великодніх яєць» - різновидів алюзій, що залишаються в комп'ютерних іграх, фільмах, коміксах і т. д. Р. Барт наводить приклад маленьку табличку на стіні з написом «Не читай цю напис» або вставлені в зону зображення вигадані і діючі номери телефонів.

4. Динамічність коміксу, призначеного для дорослої аудиторії, обумовлена розважальною функцією твору, що читається для відпочинку і розслаблення після робочого дня і при цьому не провокує сонливість.

5. Яскравість в коміксі служить цілям залучення уваги і включає в себе нарівні з яскравістю колірного супроводу помітність кадру і організації тексту. Серед яскравих монтажних прийомів-використання художниками великих планів в емоційно і сюжетно значущих епізодах, а також виділення обличчя і очей за допомогою різких, помітних ліній, або велике зображення одних лише очей персонажа. У авторів коміксу користується популярністю ефект «летить перспективи», що досягається за рахунок безлічі ліній проведених до єдиної точки на яскравому тлі. Точка при цьому прихована за головним об'єктом кадру. У кіноіндустрії подібний ефект досягається різким наїздом камери на обличчя персонажа. Ефект «летить фону» створює відчуття руху персонажа, або різко виділяє предмет.

6. Експресивність графічної складової кожного фрейма, особливо фреймів, в яких акцентується емоційний стан персонажа, обумовлена практичною неможливістю зображення в повній мірі висловити емоцію намальованого персонажа.

7. Об'єднання головної інформації в одному зображенні є унікальною особливістю коміксу. При читанні коміксу у реципієнта немає

необхідності уявляти собі зовнішній вигляд персонажів, обстановку приміщення або пейзаж, тому що всі елементи одночасно представлені в рамках одного фрейму.

Таким чином, перевага і особливість коміксу як креолізованого тексту полягає в тому, що він значно спрощує і прискорює процес пізнання. Сприймаючи комікс в органічній єдності яскравих зорових образів і текстової складової, реципієнт формує більш глибоке розуміння повідомлення автора.

## 2.2 Функції паралінгвістичних засобів у коміксах

Комікс – це насичений креолізований текст, в якому характеристики героїв, їх соціокультурна і мовна самобутність представлені надзвичайно яскраво і часом перебільшено. ФГС є невід'ємним елементом коміксу і, виконуючи цілий ряд функцій, від репрезентації розмовної мови до соціокультурної і стилістичної функцій, відіграє важливу роль у створенні прагматичного потенціалу тексту коміксу.

В даний час паралінгвістичні засоби інтенсивно досліджуються в руслі параграфеміки особливому розділі лінгвістики, присвяченому письмовій мові. Однак коло засобів, які можуть бути віднесені до параграфемних, залишається досить невизначеним.

Одна з можливих класифікацій була представлена А. Г. Барановим і Л. Б. Паршиним, які пропонують розрізняти три групи параграфемних засобів в залежності від механізмів їх створення:

- синграфемні засоби (художньо-стилістичне варіювання пунктуаційних знаків);
- супраграфемные кошти (шрифтове варіювання);
- топографемні засоби (площинне варіювання тексту) [1, с. 38].

Згідно І. В. Вашуніної, параграфемними засобами можуть вважатися будь-які графічні засоби, що вживаються не за правилами орфографії, наприклад використання лапок, дефісу, вставки, закреслення та ін. з метою досягнення оригінальності, образності тощо.

Одночасно набуває поширення більш широке тлумачення параграфемних засобів, де вони представлені у вигляді найрізноманітніших невербальних засобів писемного мовлення, що беруть участь у передачі інформації [3, с. 22]. Визначаючи зовнішню організацію тексту, паралінгвістичні засоби утворюють так зване поле паралінгвістичних засобів. В дане поле входять: графічна сегментація тексту і його розташування на папері, довжина рядка, прогалини, шрифт, колір, курсив, розрядка, втяжка, що підкреслюють і отчеркиваючі лінійки, друкарські знаки, графічні символи, цифри, допоміжні знаки, засоби іконического мови (малюнок, фотографія, карикатура, таблиця, схема, креслення та ін), незвичайна орфографія слів і розстановка пунктуаційних знаків, формат паперу, ширина полів і т. п.

Набір паралінгвістичних коштів не є жорстко фіксованим і варіюється в залежності від характеру конкретного тексту. Поряд із засобами, що мають мовну основу, існують невербальні засоби, що взаємодіють з вербальними засобами тексту опосередковано (наприклад, просторова, барвіста аранжування тексту).

Слід так само врахувати, що паралінгвістичні засоби є не тільки допоміжним джерелом інформації, що вносить додаткове семантичне значення або експресивні відтінки його змісту, але можуть бути цілком самодостатні для розкриття змісту тексту. Так, наприклад, шрифт або написання слова великими літерами можуть додати тексту емоційність або етнічне забарвлення, а малюнок, фотографія або карикатура здатні повністю передати його зміст. Частина паралінгвістичних засобів не має



прямого відношення до змісту тексту, але створює оптимальні умови для його сприйняття (наприклад: формат аркуша, відтінок і якість паперу).

Функціональне навантаження паралінгвістичних засобів різне. Так, наприклад, курсив і підкреслення служать для акцентування думки автора, прогалини задають ритм прочитання тексту і створюють зорову паузу, а за допомогою зірочки обмежують абзаци при рубрикації тексту.

Залежно від характеру тексту функціональне навантаження окремих паралінгвістичних засобів може змінюватися, розширюватися. У драматургічних текстах курсив, крім наведеного вище призначення, застосовується для позначення авторських ремарок і передачі фоноакустичних особливостей мови дійових осіб, якщо звертатися до малюнків-ілюстрацій, то їх функція так само різниться в залежності від характеру тексту. У науково-технічному патенті ілюстрація служить науково-пізнавальним цілям, а малюнок в рекламі покликаний зацікавити адресата, продемонструвати споживчі якості товару і тим самим спонукати покупця до його придбання.

Роль паралінгвістичних засобів у тексті не є однозначною. У ряді випадків паралінгвістичні засоби беруть участь лише в зовнішньому його оформленні, охоплюють план його вираження, не надаючи істотного впливу на план його змісту. Ці кошти, як правило, не помічаються адресатом. До текстів цього типу відносяться, наприклад, тексти рецензій, анотацій, заяв, тощо. Інакше справа йде в тих випадках, коли невербальні засоби набувають особливої значущості і не тільки привертають увагу адресата, а й стають важливим носієм якоїсь інформації, і повне вилучення інформації з тексту стає неможливим без їх декодування або вірної інтерпретації.

Варто зазначити, що все ще не існує єдиного термінологічного поняття для такого явища, як текст, організований комбінацією природної мови з елементами інших знакових систем. Широко відомий

метафоричний термін "креолізовані тексти", який належить Ю. А. Сорокіну і Є. Ф. Тарасову (1990): це «тексти, фактура яких складається з двох негомогенних частин (вербальної мовної (мовної) і невербальної (що належить до інших знакових систем, ніж природна мова)» [18, с. 181]. Дослідники, які беруть у своїх працях в якості робочого даний термін, наприклад, Анісімова і Бойко, відзначають, що креолізований текст постає складним текстовим утворенням, в якому вербальні і невербальні елементи утворюють одне візуальне, структурне, смислове і функціональне ціле, націлене на комплексний вплив на адресата.

Однак, незважаючи на відмінності в поглядах на проблему визначення креолізованого тексту, всі вчені сходяться в одному: домінанту поля паралінгвістичних засобів креолізованих текстів утворюють іконічні (образотворчі) засоби, інтегровані у вербальне повідомлення в змістовному, змістовно-композиційному і змістовно-мовному аспектах. Функціонуючи в єдиному семантичному просторі, взаємодіючи один з одним, вербальний і іконічний компоненти повідомлення забезпечують цілісність і зв'язність креолізованого тексту, його комунікативний ефект. Таким чином, в процесі сприйняття реципієнтом креолізованого тексту відбувається подвійне декодування закладеної в ньому інформації, в результаті чого створюється єдиний загальний концепт (сєнс) креолізованого тексту.

Отже, креолізований текст являє собою тест, що складається з двох різнорідних частин: вербальної і невербальної. До вербальної частини креолізованого тексту відноситься його мовна складова, в той час як невербальна частина представлена елементами, що належать до інших знакових систем, ніж природна мова.

### 2.3 Функції лінгвістичних засобів у коміксах

Лінгвістичний аспект дуже різноманітний і являє собою певний комплекс, що складається з декількох рівнів, кожен який може досліджуватися окремо.

На лексичному рівні: у коміксі важливо правильно подати інформацію, розраховуючи на цільову аудиторію і жанр. І тому перекладач повинен правильно передати, інтерпретувати лексику, використовувану в коміксі, будь то піднесена лексика або сленгові вирази. Жаргонну, ненормативну і сленгову лексику найкраще пом'якшувати, робити більш нейтральною.

На морфологічному і синтаксичному рівнях: емоції героїв передаються не тільки за допомогою звуконаслідувань, але і за допомогою частинок, вигуків і оклику пропозицій. Важливо зберігати емоційність пропозицій, структуру і синтаксис - адже, це така ж мова як і в реальному житті.

Лексичні засоби І. Р. Гальперін підрозділяє на три підгрупи. В основі першої підгрупи лежить принцип взаємодії різних рівнів значення слова: словникового, контекстного, похідного, номінативного і емотивного. Стилiстичний ефект досягається за допомогою бінарної опозиції словникового значення і будь-якого іншого з перерахованих. Принцип другої підгрупи полягає у взаємодії двох лексичних значень, одночасно реалізованих в контексті. Третя підгрупа включає стійкі словосполучення та їх взаємодію в контексті [7, с. 65].

Відповідно до даної класифікації синтаксичні засоби є не парадигматичними, а синтагматичними, тобто структурні елементи володіють власним значенням, що впливає на лексичне значення. І. Р. Гальперін класифікує синтаксичні засоби за такими критеріями:



1. Зіставлення окремих частин висловлювання (інверсія, відокремлені конструкції, паралельні конструкції, хіазм, повтор, перерахування, напруга, градація, антитеза).

2. Тип зв'язку окремих частин (асиндетон, полісиндетон, парцеляція).

3. Характерне використання розмовних конструкцій (еліпсис, апозіопеза, авторські питання в оповіданні, непряма мова).

4. Передача структурного значення (риторичні питання, літота). Незважаючи на те, що класифікація І. Р. Гальперіна отримала широке визнання, деякі дослідники відзначають її недоліки. Так, на думку Т. А. Знаменської, існує багато виразних засобів, які можна віднести як до лексичних, так і до синтаксичних засобів, таких як антитеза, перифраз, іронія та ін. також складно провести чітку межу між використанням розмовних конструкцій (синтаксичні засоби) і використанням стійких виразів (лексичні засоби) [7, с. 57].

В. А. Кухаренко, як і І. Р. Гальперін, дотримується рівневого підходу і виділяє наступні мовні рівні:

1) фонографічний (включає засоби інструментування, а також звуконаслідування, графони і графічні засоби - курсив, великі літери і т. д.) і морфологічний рівні (префікси і суфікси з емотивним і оцінним значенням);

2) лексичний (включає конотативні значення, літературну стратифікацію лексики, а також лексичні стилістичні засоби: метафору, метонімію, синекдоху і т. д.);

3) синтаксичний (включає різні типи речень, еліпсис та ін.; За типом зв'язку: багатосоюзність, бессоюзіє, приєднання, а також лексико-синтаксичні стилістичні прийоми такі, як антитеза, порівняння, літота, перифраз і т. д. [12, с. 49]

Перш ніж перейти до розгляду лексико-синтаксичних особливостей коміксів, потрібно відзначити, що на відміну від візуального елемента, текст - факультативний, він прагне до самоскорочення, іноді обмежується вигуками. Те, що в житті і в кіно передається звуками, в коміксі передається звуконаслідуванням. Комікс створює цілу колекцію звуконаслідувальних неологізмів. Звуконаслідування - це умовне відтворення звуків природи і звучання, що супроводжують деякі процеси (тремтіння, сміх, свист і т.п.), а також криків тварин. Вони не володіють лексичним значенням, але в коміксах вони виконують особливу функцію. Вони використовуються як засоби спілкування, так як є носієм інформації. Крім того, звуконаслідування несуть в текстах коміксів певне смислове навантаження.

Слід зазначити, що в коміксах зустрічається багато вигуків, що відображають емоції. Часто вигуки, що зустрічаються в коміксах, багатозначні або ж володіють різними відтінками і єдине загальне значення, яке вони несуть, може бути з них не виведено. Так, можна зустріти емоційний вигук зі значенням подиву і захоплення, емоційний вигук, в залежності від інтонації - приреченості або обурення. У різних ситуаціях вони можуть висловлювати біль, страх або неприємне здивування.

З точки зору синтаксису вербальна частина коміксів являє собою велику кількість неповних і односкладних пропозицій. Повідомлення в коміксах інтерпретується у вигляді миттєвої комунікації.

Таким чином, щодо лексико-стилістичних засобів коміксу, як креолізованого тексту, доречно спиратися на класифікацію Ю. М. Скребнева. Головною перевагою зазначеної класифікації є можливість віднесення різноманітних експресивних засобів відразу до декількох структурних груп, що вирішує проблему проведення жорстких меж між виразними і образотворчими засобами. Багато особливостей

коміксів (вживання вигуків, звуконаслідувань, використання неповних і односкладних пропозицій, вживання три крапки, оклику і питального знаків) пов'язані з тим, що в коміксах інформація, почуття і переживання героїв повинні бути викладені коротко, без зайвого багатослів'я. Важливо створити лаконічний образ, який замінює складається з декількох слів опису звучання або дії (процесу), пов'язаного з цим звучанням.





### РОЗДІЛ 3

## ЛІНГВІСТИЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЗНОСТІ КРЕОЛІЗОВАНИХ ТЕКСТІВ АНГЛОМОВНИХ КОМІКСІВ

### 3.1. Характеристика матеріалу дослідження

Матеріал дослідження представлений оригінальними англомовними коміксами про супергероїв - Бетмен (Batman), Спайдермен (Spiderman), Капітан Америка (Captain America), Залізна людина (Ironman) і Супермен (Superman); графічним романом «Хоббіт» (The Hobbit) в адаптації Чака Діксона та Шона Демінга (Chuck Dixon and Sean Deming) з ілюстраціями Девіда Венцеля (David Wenzel) за твором Дж.Р. Толкієна та оригінальною, авторською версією даного роману (Дж.Р. Толкієн, «The Hobbit»).

У процесі дослідження застосовувалися описовий, системний, контекстно-інтерпретаційний, порівняльний методи, а також якісно кількісний з метою визначення функціональної ролі різних знакових систем у процесі передачі повідомлення.

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

Різні вставки та знаки є особливістю кожного коміксу. Найпоширеніший засіб графічного вираження тексту

- Це виділення слів жирним шрифтом. Зазвичай це використовується для підкреслення головного змісту (Simpsons Comics № 206, 2013):

– *Sorry!Fm no good until my first morning beer!* («Ви вибачте, але без ранкового келиха пива - котелок не варить»)

– *But it's two in the afternoon!* («Але вже дві години дня!»)

– *What? I gotta get to Moe's!* («Що? Мені терміново потрібно до Мо!»)

У цьому прикладі бачимо вказівку на час, що занадто пізно пити пиво, але оскільки герой п'є пиво тільки в Мо, необхідно підкреслити, що герой піде саме до нього, а не до іншого. Важливо передати важливість цього компонента, підібравши правильний еквівалент.

Або в коміксі «Gen 13 № 1»:

– *My name is special agent Barker. I'm with the National Security Committee.*

(«Це спецагент Баркер. Я з комітету національної безпеки.»)

– *Sorry to bother you at this hour, Ms. Fairchild, but it was vital that we reach you today to inform you that you've been accepted into our Gen-13 program.* («Вибачте, що потурбували в таку годину, але нам наказали сьогодні ж повідомити про те, що ви прийняті до програми Ген-13.»)

Тут підкреслюється статус людини, її важливість та назва програми, яка теж є дуже важливою. Тому важливо зберегти всі ці компоненти, оскільки вони мають сенсову функцію.

Також виділення шрифту означає підвищений тон голосу героя, показує емоційність речення («Futurama Comics № 1»):

– *You guys! Come quick! You gotta see this!* («Хлопці! Швидше! Ви повинні це бачити!»)

– *Oh my God!* ("О Боже!")

– *How did it happened?* («Як це сталося?»)

– *Woo! Who needs ethics? Not us!* («Так! Кому потрібна ця мораль? Не нам!»)

– *Never had'em, never will!* («Ніколи не було і ніколи не буде!»)

– *We're boned.* («Ми влипли»)

У наведених прикладах бачимо і здивування, і радість, і розчарування, всі ці емоції підкреслюються за рахунок виділення шрифтом.

Іноді жирний шрифт використовується для звернення уваги на особливі слова: власні імена, слова, що особливо виділяють героя або просто слова, придумані персонажем або автором коміксу, також часто виділяються реалії, еквівалент яких рідко можна зустріти в іншій мові («Futurama Comics № 1») :

– *Nah, I just wanted to let you know that you're an **idiot** ans Leela's a **sappy know-it-all!*** (Хах, я просто хочу, щоб ви знали, що ти **ідіот**, а Ліла **занудна всезнайка!**) - У цьому прикладі позначено те, як характеризує герой інших, їх особливості.

Проблему перекладу виділених реалій прийнято вирішувати за допомогою транскрипції та транслітерації, що дозволяє дізнатися, як ця реалія звучить мовою оригіналу:

– *To see if I can hide the **Galactic Terminatrix 3000** from the police!* («Перевіримо, чи зможу я сховати **Галактичний Термінатрікс 3000** від поліції.»)

– *Oh no! A **Dingo attack!*** («О ні! Дінго атакують!») - Автор зберіг усі реалії, характерні для даного коміксу.

У коміксі «Simpsons Comics № 206» (ел. ресурс: <http://view-comic.com/simpsons-comics-206-2013/>) ми можемо спостерігати особливий знак (=), який використовується для передачі тихих звуків, або як у прикладі - нашіптування:

- *Whisper!Whisper!= Hunger games =Whisper!Whisper!= Lawsuit =Whisper! Whisper!=*

- *Шенім! Шенім! = Голодні ігри = Шенім! Шенім! = У суді = Шенім! Шенім! =*



У коміксах можна передати будь-який звук та почуття. Роблять це зазвичай за допомогою слів-звуконаслідувачів. Їх малюють як від руки, так і наносять пізніше у комп'ютері. Для тих, хто малює комікси рідною мовою тут великих проблем не виникає, будь-який з нас, не знаючи загальноприйнятої ониматопії, може придумати якесь слово, яке видає будь-який предмет. А при передачі звуків з однієї мови іншою можуть виникнути труднощі. Часто перекладачі використовують транслітерацію або транскрипцію для передачі звуків (*bang* – «бенг», *crash* – «креш»), але зараз існують певні списки звуків, які можна використовувати для перекладу звуконаслідувань, щоб не виникали помилки.

Комікси припускають пряму мову, тому в них мовний зміст коміксів відрізняється наявністю звуконаслідувань, таких як *Ligh* (Ох...), *Gulp-Gulp* (Глоть-глоть), *Pssshhh* (Шшшш), *Hey* (Гей), *Eh?* («Е?»), *Wha?* ("Що?"), *Hmm..* ("Хмм") (дані взяті з коміксу "Naruto Side Story - The Path Shone By The Full Moon's Light"). Крім цього, для знакового вираження звуків, що видають предмети, використовуються поєднання літер, вимова яких дозволяє максимально точно передати звукову сповненість світу коміксів. Наприклад, у коміксі "Naruto Side Story - The Path Shone By The Full Moon's Light" ми бачимо велику кількість предметних звуконаслідувань, таких як *Drop* - "Бряк" (кухоль падає на підлогу), *Slide* - "Ковзання" (звук дверей, що відсуваються), *Click* - "Клацання" (клацання запальничкою), *Clinch* - "Жим" (хапають за руку), *Thud* - "Вхик" (удар).

### 3.2 Лексичні засоби виразності

На початковому етапі існування комікси вважалися дитячою літературою, оскільки створювалися спеціально легкими для сприйняття. Але за деякий час стало зрозуміло, що найбільше коміксами захоплені студенти. Ситуація наразі змінилася.

Існують комікси, призначені винятково для молоді. Дітям подібна література не тільки буде незрозуміла, а й шкідлива. Але все ж таки комікси без обмеження за віком існують і поширені по всьому світу, де більшість видань орієнтована на школярів. Саме від цільової аудиторії та жанру коміксу залежить, яка лексика може утримуватися на його сторінках.

До дитячих коміксів ми можемо віднести "Naruto", "Garfield". Перший комікс розповідає нам про пригоди хлопчика, який захищає своїх друзів та свої ідеали, намагається досягти певних цілей, також тут містяться бойові сцени і тому лексичне наповнення подібних видань завжди піднесене, багато заплутаних фраз та глибоких роздумів, що змушує читача замислитись.

– *You were captured by a certain man, and had your memories erased while being held in town.* («Тебе схопили і стерли спогади, доки тримали у місті в полоні»)

– *But I'd rather get my memory erased than my life, if you ask me. So let's chalk this one up as a win.* («Особисто я хотів би розлучитися з пам'яттю, ніж із життям. Тому вважатимемо, що тобі пощастило»)

У цих коміксах нам важливо зберегти високий стиль і немає необхідності перекладати кожне слово. У першому реченні був використаний прийом опущення, ми опустили *by a certain man*, так як це не несе певне смислове навантаження. Тут головним є передача сенсу всього речення.

Комікс про кота Гарфілда також розрахований на дитячу аудиторію, незважаючи на те, що там містяться сатиричні та іронічні моменти, збережені в україномовному варіанті коміксу, гумор буде зрозумілий кожному.

– *Instead of making a list of things I want for my birthday... I made a list of things I don't want.* («І що я мучитимуся і виводити гору *nanery* і *nucami*

список, чого я хочу на день народження?! Простіше написати, чого я не хочу!»)

– *Raisins?* («Ізюм?»)

– *Garfield! Get out of that bed! Where's your sense of wonder? Where's your sense of adventure!* («Досить спати, Гарфілде! Хоч би подивився на світ! Де твоє почуття прекрасного!»)

– *They ran off with my sense of humor* («Там же де і почуття гумору!»)

Що ж до коміксів для підлітків, то в них міститься і ненормативна лексика, і жаргон, і сленг. Вони застосовуються для позначення великої кількості слів і понять, щоб показати зневагу чи байдужість до предмета висловлювання, пом'якшити чи навпаки посилити неприємне враження від повідомлення, що передається, уникнути побитих або пишномовних виразів.

Тому на перекладачеві лежить велика відповідальність з'ясувати значення слова в контексті і тому остаточний варіант повинен не тільки передавати зміст, але зберегти експресивно-стилістичне забарвлення слова. Наприклад, "Futurama Comics № 1":

– *Way to go, blood bag!* («Молодець, шматок м'яса!»)

– *What the hell are we doing down there, anyway?* («Якого біса ми тут робимо?»)

Або в "Simpsons Comics № 206":

– *Grrr! To get that lousy kite down from that tree!* («Гррр! Зняти цього чортового змія з дерева!»)

– *Oh, no! Water is full of disgusting fish and air is filled with filthy birds!* («О, ні! У воді плаває ця гидка риба, а у повітрі повно брудких птахів») - *Scram!* («Котись!»)



У процесі перекладу перекладач використовував трансформації, намагаючись підібрати відповідність українською мовою, для досягнення адекватності, щоб максимально наблизити переклад до оригіналу.

Аналізуючи в цілому лексику мови коміксів, варто, перш за все, відзначити її широкий діапазон: у коміксі зустрічаються слова, що стосуються всіх стилів і різних галузей, залежно від сюжету і задуму автора. Незважаючи на це, у коміксах практично відсутня абстрактна лексика, тому що в них майже не зустрічаються абстрактно-філософські роздуми. Використана лексика завжди пов'язана з конкретною подією і спрямована на опис дій, ілюстрованих відповідним малюнком кадру.

Також важливим моментом є переведення імен героїв коміксів. Існують різні способи передачі іноземних імен. Метод транскрибування – передача звукового вигляду – найбільш поширений на даний момент. Використовується метод транслітерації – графічна передача слова. Метод калькування – побудова лексичних одиниць відповідно до зразка даних слів англomовної культури – застосовується при перекладі прізвищ. Також при перекладі прізвищ найбільш адекватний спосіб перекладу – це розкриття значення, щоб було виконано комунікативну функцію. Імена персонажів можуть говорити. Однак якщо комікс має сильний місцевий колорит, то навіть імена, що говорять, не повинні перекладатися. Адже імена іноземних громадян не перекладаються та зберігаються вихідними, використовуючи транслітерацію («Simpsons Comics № 206», 2013): Marge – Мардж, Homer – Гомер, Moe – Мо, Simpson – Сімпсон, Mr. Burns – містер Бернс, Mr. Smithers – містер Смітерс.

Переклад імен можна побачити і в іншому коміксі (V for Vendetta № 1, 1988): Mr. Karel – містер Карел, Queen Zara – королева Зара, Mr. Heyer – містер Хейєр, Mr. Etheridge – містер Етерідж, Mr. Almond – містер Олмонд, Lewis – Льюїс. Але буває ще одна проблема: ім'я або назва стилізована під мову, що відрізняється від мови коміксу. Наприклад,

комікс англійською, але в ньому персонажі з японськими іменами, тому якщо персонаж має відношення до Японії, то ім'я потрібно перекладати як японське. Подібний переклад ми можемо побачити в коміксі («Naruto Side Story – The Path Shone By The Full Moon's Light»): *Mitsuki* – *Міцукі*, *Orochimaru* – *Орочімару*, *Sannin* – *Саннін*, *Naruto* – *Наруто*.

Проводячи дослідження, можна виявити закономірність, що самі назви коміксів не перекладаються, назви залишаються такими ж, як у мові оригіналу. У назві вже говориться про що або про кого йтиметься в коміксі, вона містить головне смислове навантаження. Тому щоб читачі сприймали комікс так само, як його сприйняли носії мови-оригіналу, необхідно лише підібрати потрібні еквіваленти. Досліджувані мною комікси перекладаються таким чином: *The Simpsons* – *Сімпсони*, *Futurama* – *Футурама*, *Garfield* – *Гарфілд*, *Sin City* – *Місто гріхів*, *Gen 13* – *Ген 13*, *V for Vendetta* – *V означає Вендетта*, *Age of Ultron* – *Ера Альтрона*, *Naruto* – *Наруто*. Це можна назвати однією з особливостей коміксів.

У мові оригіналу ми можемо побачити елементи, які мають граматичні відповідності у мові перекладу, у даному випадку це наявність певного і невизначеного артикля. Смислова роль невизначеного артикля може бути відображена у підстановці таких слів «такий», «один» («Simpsons Comics № 206», 2013):

- *You know, you just can't stay mad at a guy who enjoys life so much!*  
(«Ну як можна довго злитися на такого життєрадісного хлопця!»)

- *And as a better newsman than me once said, "And that's the way it is!"*  
(«І як одного разу сказав один колега, що перевершує мене: «Такі ось справи!») Певний артикль можна передати як «той самий»:

- *Get back here with the news van!* («Повернися з цим фургоном!»)

- *Are you still trying to get the kite down?* («Ти досі намагаєшся зняти цього змія?»)



Незважаючи на широку популярність коміксів як літератури масового читання та захоплення, у лінгвістиці досі не існує чіткого визначення поняття «комікс». Так, відомий дослідник Уїлл Айснер [11] розуміє «комікси» як серію малюнків з текстом, що утворюють зв'язне оповідання, завдяки секвенції, що існує між ними. Скот МакКлауд конкретизував визначення «коміксу» і виклав теоретичні основи його системи [9]. А. Г. Сонін визначає комікс як «особливий текст, який є послідовністю кадрів, що містять, крім малюнка, вербальний твір, що передає переважно діалог персонажів і укладений в особливу рамку. Малюнок та укладений у нього вербальний текст утворюють органічну смислову єдність» [17, с. 67]. Т. Гроєнстин розглядає жанр коміксу як одну з найсучасніших форм спрямованого повідомлення [13]. Автор визначає комікси «як особливу мову», як «систему, що складається з комбінації кодів...» або «іконічну солідарність» [17, с. 121]. Погоджуючись із Т. Гроєнстином щодо системності інформаційної подачі у коміксі, ми, водночас, не можемо погодитися з його інтерпретацією останньої як «особливої мови». Таке визначення можна сприймати лише фігурально. Так в коміксах йдеться швидше про креолізований текст, тобто. відповідно до традиційного його розуміння у роботах М. А. Бойка [1], Т. С. Магери [4], Н. М. Дивакової [7] та ін., де під «креолізованими» маються на увазі семіотично ускладнені тексти, у формуванні яких задіяні коди різних семіотичних систем. У свою чергу, ми розуміємо під коміксами полікодове повідомлення, що є послідовністю вербальних і невербальних знаків (картинок), пов'язаних загальним змістом або сюжетною лінією.

Розглядати комікс лише у параметрах тексту бачиться нам виключно вузько. У роботі ми поділяємо думку В. І. Карасика у тому, що «з позицій лінгвістики промови дискурс – це процес живого вербалізованого спілкування, характеризується безліччю відхилень від канонічного



писемного мовлення. ... Йдеться про рівень спонтанності, завершеності, тематичної зв'язності, зрозумілості розмови іншим людям» [2, с.45].

Таким чином, вважаємо, що комікси є видом спеціального дискурсу, народженого на перетині усного, літературного газетного дискурсів з включенням графічного малюнка, що функціонує не як ілюстративний матеріал, а в ролі повноцінного носія інформації.

Згадка про газетний дискурс потребує звернення до історії створення коміксів. Так, перші комікси почали публікуватися саме в газетах для розваг читачів карикатурними малюнками. Батьком газетного коміксу вважають англійського карикатуриста Томаса Роулендсона (Thomas Rowlandson), чий історії в малюнках про доктора Синтаксиса (Dr. Syntax) публікувалися з 1812 до 1821 року. («Tour of Dr. Syntax in Search of the Picturesque», 1812; «The Second Tour of Dr. Syntax in Search of the Consolation», 1820; «The Third Tour of Dr. Syntax in Search of a Wife», 1821)

Далі естафету популярності перехоплюють комікси «Hogan's Alley» Річарда Ф. Аутколта (Richard F. Outcault) про Жовте Маля (The Yellow Kid), маленького китайця, що прибув до Європи. Зазначимо, що згодом ця серія коміксів, видана окремою книгою, аналізувалась як графічний роман

Саме поняття «коміксу» вперше з'явилося 1897 р., коли згаданий художник Річард Ф. Аутколт вперше використав термін «комікс» у газеті «New York American». Короткі історії про Матта і Джеффа ("Mutt and Jeff" Бада Фішера (Bud Fisher)), Факса Гранда (Fax Grand), Бастера Брауна ("Buster Brown" Р. Аутколта) і Барні Гуглі ("Barney Google and Snuffy Smith" Біллі ДеБека (Billy DeBeck)) дали поштовх до видання в 1922 журналу «Comic Monthly», який регулярно виділяє колонку спеціально для коміксів. З 1933 по 1940 р. комікси почали друкуватись у різних газетах постійно та видаватися окремими книжками.

Незважаючи на свою назву, комікси – далеко не завжди гумористичне читання. З моменту зародження коміксів як жанру вони завжди співвідносилися зі злободенними політичними чи соціальними проблемами суспільства.

Вже в 1938 р. з'являються комікси про першого супергероя - Супермена (Superman), а до середини шістдесятих - початку сімдесятих років двадцятого століття на «арену» коміксів виходять вже майже всі основні супергерої: Халк (Hulk), Доктор Стрендж (Doctor Strange) Бетмен (Batman), Спайдермен / Людина-павук (Spiderman) та інші. Виступаючи в якості головних героїв у різних коміксах, вони іноді об'єднуються (причому, у різний час у різному складі) у Лігу справедливості (The Justice League), де дружно захищають людство від всесвітньої катастрофи.

Зазначимо, що з 1941 до 1971 року під редакцією Альберта Льюїса Кантера (Albert Lewis Kanter) у США також публікується серія книг «Класика в ілюстраціях» («Classics Illustrated»), що налічує зрештою 169 випусків і включила романи «Три мушкетери» («Three Muskete») Дюма, "Мобі Дік" ("Moby Dick") Г. Мелвілля, "Великі надії" ("Great Expectations") Ч. Діккенса, "Аліса в Задзеркаллі" ("Through the Looking Glass") Льюїса Керролла, поему Едгара По "Ворон" ("The Raven and Other Poems") та ін. "Класичні" твори тут подаються в традиційній для коміксів формі. Зауважимо, що це адаптовані книги для дітей. Зараз, хоча сама серія більше не випускається, вже видані її книги мають широкий попит в інтернеті, доступні в усіх режимах і форматах для електронних «читалок». Разом з тим, на наш погляд, дані твори до коміксів у строгому сенсі слова віднести все ж таки не представляється можливим з наступних міркувань.

За визначенням «Словника літературних термінів», «графічний роман - самостійний художній твір, у якому головне смислове і оповідне навантаження лягає на малюнок, а не на текст» [20]. Отже, основну відмінність графічного роману від коміксу ми бачимо, по-перше, у



своєчасності та «співзвучності» останнього сучасним сподіванням людей (так званої тематики оповідання), а по-друге, в особливій лінгвальній об'єктивації повідомлення в інформаційному просторі коміксу. Так, у коміксах були відображені події, що відбулися в Перській затоці в 1990 році, які на той час дуже хвилювали та торкалися інтересів американців, а авторський комікс Арта Шпігельмана (Art Spiegelman) "Maus" ("The Complete Maus" [16]) є автобіографічною сповіддю, своєрідним інтерв'ю батька автора, польського єврея, про жахіття його життя в період фашизму та голокосту. Усі персонажі у ньому зображені як тварини, де євреї - це миші, німці - кішки, поляки - свині, американці - собаки, а французи - жаби. Комікс був удостоєний Пулітцерівської премії 1992 р. і став першим романом даного жанру, який отримав цю високу нагороду.

У графічному романі (особливо під час спроб передати класичний твір вербально-графічними засобами) нами помічено тенденцію збереження оригінальних фраз героїв «повної» версії твору. При цьому сам текст у рамці ускладнюється, його шрифт подрібнюється через просторову обмеженість «кадру» (рис. 3.1).

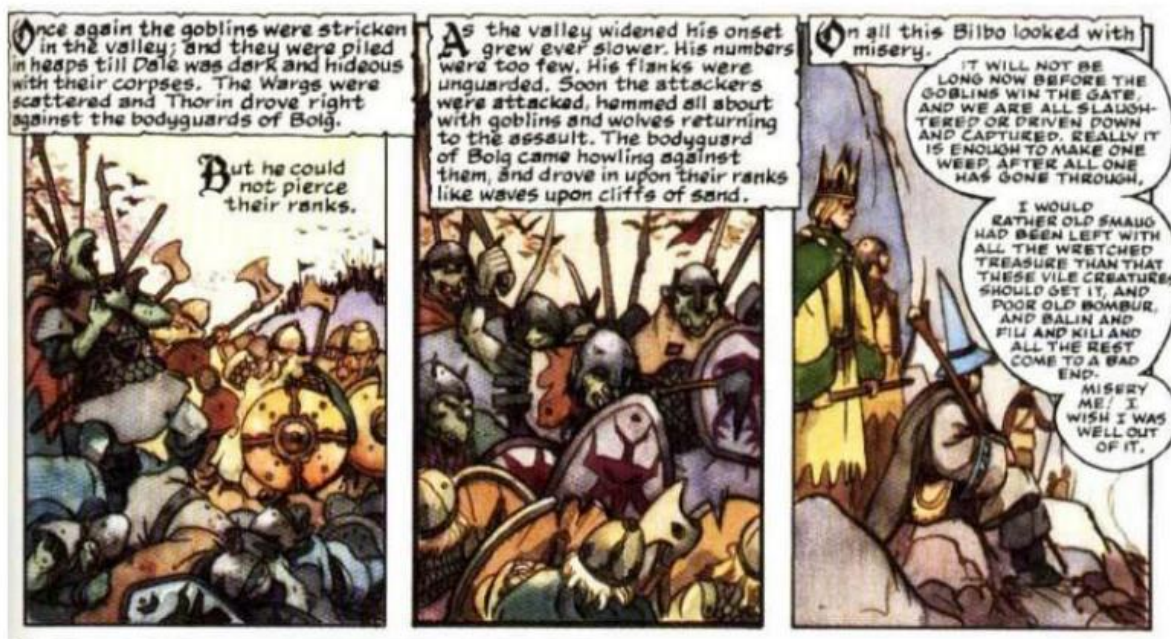


Рис. 3.1. "Комікс"-версія роману Дж.Р. Толкієна «Хоббіт».



Порівняння коміксу за романом Дж.Р. Толкієна «Хоббіт» («The Hobbit»), адаптований у «комікс»-формат Д. Венцелем, Ч. Діксоном та Ш. Демінгом) та його «класичної» версії без картинок переконує, що майже 50% як авторського нарратива, так і діалогу персонажів оригіналу потрапили на сторінки коміксу без змін зовсім, будучи просто розподілені відповідно до своєї функціональної спрямованості та комунікативної сутності – у підпису панелей або в «балуни». Додатково вони були супроводжені графічними елементами – картинками, покликаними полегшити прочитання та розуміння досить важкого за своєю мовною організацією тексту. Як приклад наведемо на рис. 3.2 той самий епізод, що у «комікс» - версії роману на рис. 3.1, тільки цього разу у традиційному, виключно вербальному коді. Фрази, що перекочували зі сторінок "класичної" версії "Хоббіта" Дж. Р. Толкієна в оточення картинок і "балунів" коміксу підкреслені.

Down, heedless of order, rushed all the dwarves of Dain to his help. Down too came many of the Lake-men, for Bard could not restrain them; and out upon the other side came many of the spearmen of the elves. Once again the goblins were stricken in the valley; and they were piled in heaps till Dale was dark and hideous with their corpses. The Wargs were scattered and Thorin drove right against the bodyguard of Bolg. But he could not pierce their ranks.

Already behind him among the goblin dead lay many men and many dwarves, and many a fair elf that should have lived yet long ages merrily in the wood. And as the valley widened his onset grew ever slower. His numbers were too few. His flanks were unguarded. Soon the attackers were attacked, and they were forced into a great ring, facing every way, hemmed all about with goblins and wolves returning to the assault. The bodyguard of Bolg came howling against them, and drove in upon their ranks like waves upon cliffs of sand. Their friends could not help them, for the assault from the Mountain was renewed with redoubled force, and upon either side men and elves were being slowly beaten down.

On all this Bilbo looked with misery. He had taken his stand on Ravenhill among the Elves—partly because there was more chance of escape from that point, and partly (with the more Tookish part of his mind) because if he was going to be in a last desperate stand, he preferred on the whole to defend the Elvenking. Gandalf, too, I may say, was there, sitting on the ground as if in deep thought, preparing, I suppose, some last blast of magic before the end.

That did not seem far off. "It will not be long now," thought Bilbo, "before the

goblins win the Gate, and we are all slaughtered or driven down and captured. Really it is enough to make one weep, after all one has gone through. I would rather old Smaug had been left with all the wretched treasure, than that these vile creatures should get it, and poor old Bombur, and Balin and Fili and Kili and all the rest come to a bad end; and Bard too, and the Lake-men and the merry elves. Misery me! I have heard songs of many battles, and I have always understood that defeat may be glorious. It seems very uncomfortable, not to say distressing. I wish I was well out of it."

Рис. 3. 2. «Класична» версія роману Дж.Р. Толкієна «Хоббіт»

Синтаксична ж структура, зокрема, англомовних коміксів, на відміну від «графічних романів», за нашими спостереженнями, досить проста, а самі висловлювання персонажів, поміщені в «балуни» – «speech balloons» – хмаринки з текстом, що вказують на пряму мову персонажа або думки, що його відбивають, - цілком співставні з персонажним діалогом за своїм стилем і лінгвальною організацією, будучи також максимально наближеними до розмовної мови. Лінійна довжина речень у «баллунах» коміксів, за нашими підрахунками, не перевищує, як правило, 6-7 словоформ. (Порівняємо, що, за даними І. Б. Морозової, середня довжина усного висловлювання в англомовному художньому діалозі



дорівнює 8-9 словоформ [5]). Очевидно, що просторові рамки та відсутність необхідності особливо індивідуалізувати мову персонажів коміксів за наявності постійної візуальної опори на графічний компонент його образу - малюнок - часто нівелює синтаксичні, а часто й лексичні відмінності в організації їхньої мови, внаслідок чого їхні мовні портрети стають досить розмиті, а художній образ розпізнається за «іконкою» у кадрі чи «коронній фразі» («catchphrase»). Наприклад, Бетмен (Batman) часом повторює знамениту "*I'm vengeance, I'm night, I'm Batman*" - повністю або обмежуючись її частинами (рис. 3.3).



Рис. 3.3. Бетмен та його «коронна фраза», використана в діалозі персонажів



Людина-павук Спайдермен (Spiderman) відчуває «павучим почуттям» небезпеку: «*My spidey sense is tingling*» (або «*My spidey senses are tingling*») (рис. 3.4).



Рис. 3.4. Спайдермен реалізує свою «коронну фразу» у внутрішній промові

Войовнича та руйнівна натура Халка (Hulk) підкреслюється його «фірмовим» криком: «*HULK SMASH!*» (рис. 3.5).



Рис. 3.5. Халк із грізним криком починає бій.

Таким чином, можна зробити висновок, що «комікс» – це крайня точка в розвитку друкованої літератури, еволюційний розвиток якої в плані подачі інформації виглядає, на наш погляд, таким чином: твір з ілюстраціями – книга-картинка – графічний роман – комікс.

Відповідно до Є. В. Козлова, комікс відрізняють такі категорії, як цілісність), зв'язність (когерентність), членність та ізолюваність (замкнутість) тексту [3, с. 20]. Вербальні компоненти коміксу – це мова персонажів, представлена в «баллунах» (рис. 3.6, елементи С) та авторський наратив, який більше схожий на ремарку в п'єсі і міститься над або під «кадром»-картинкою коміксу, яку також називають його «панеллю» («panel») (рис. 3.6, елементи А). Окремо відзначимо задіяння вербального рівня передачі звуконаслідування (рис. 3.6, елементи У). Зауважимо, що тип розповіді який завжди є «знеособленим», від імені «всезнаючого автора» (omniscient author). У деяких випадках, хоч і значно рідше, ніж голосом автора-оповідача, оповідання ведеться від імені наратора, що бере участь в подіях, що описуються, за допомогою чого в



коміксі реалізується режим дорученої розповіді, як відбувається і в коміксі «Джокер» («Joker») (2008), написаного Браяном Аззарелло (Brian Azzarello) та проілюстрованому Лі Бермехо (Lee Bermejo), де наратором виступає Джонні Фрост (Jonny Frost) – один із підручних Джокера. (рис. 3.6, елементи А та використання в них особистого займенника «І» («я»)). Незважаючи на те, що фактично описується відвідування Джокером і Джонні таємного притону, крім самого факту їх візиту, підписи вгорі панелі показують і особисте сприйняття Джонні цього місця-*"the stopping place"* (*"остання зупинка"*), *"the end of the road"* (*"кінець дороги"*), тобто наводить ту інформацію, яка, зазвичай, подається в «баллунах» з думками персонажів). Наголосимо, що подібний тип оповіді не є в коміксах основним (що опосередковано доводиться навіть сюжетом згаданого коміксу, де дія відбувається в альтернативній реальності), проте доводить важливість та багатофункціональність вербального плану реалізації повідомлення у коміксах.



Рис. 3.6. Вербальні елементи коміксу, де:

А – авторський наратив у підписі вгорі «панелі»,

В – звуконаслідування, С – персонажний діалог у «баллунах».



Невербальні компоненти представлені графікою, що представляє «покадровий» супровід тексту, створення декорацій та вибудовування мовних ситуацій.

До параграфіки віднесемо широке використання графіки, великих і малих літер, спеціальних шрифтів виділення необхідної автору інформації. Знову звертаючись до рис.6 як ілюстрації даної тези, вкажемо на використання напівжирного шрифту, що акцентує слово «*stopping*» у першій панелі (А), курсив у підписах з наративом (А) і прямий шрифт у діалозі в «баллунах» (С), відсутність відмінностей у великих і малих літерах і зовсім нове зображення букв при передачі звуконаслідування «*knock knock*» і «*sshuuck*» (В).

Імплікативність реплік і графіки, що є в коміксі, наявність «свої аудиторії», демократичність і злободенність у найширшому сенсі – ось ті комунікативні особливості коміксів, які їх так люблять. Застигла динаміка графічних зображень, з'єднуючись з вербальним повідомленням, утворюють атрактивно-експресивний інструмент передачі смислової інформації.

Таким чином, можна зробити висновок про комікс як особливий вид літератури, що є перехідним щаблем від роману до фільму і комп'ютерної гри. В останній, проте, на відміну від заданої в коміксі авторської інтенційної перспективи розвитку сюжету, герою-гравцеві надається ілюзорна можливість здійснювати вільний вибір.

### 3.3 Лексико-семантичні засоби виразності

Скотт та його друзі – герої-підлітки, тому їхня мова, відповідно до віку та інтелектуальних здібностей, а також короткого формату коміксу, наближена до сучасної розмовної англійської. Їх мова сповнена молодіжного сленгу та посилань до сучасності, що створює одну з головних проблем для перекладачів.

Слова чи висловлювання у мові героїв взяті із сучасного світу. Наприклад, вступати у відносини звучить як *"make out"* або *"go out"*, зовнішній вигляд – *"outfit"*. Злий колишній Рамони Метью Пател справді виглядає злим в костюмі пірата. Скотт насмішкливо запитує, що не так з його «прикидом» (*outfit*), на що противник відповідає: «*P... Pirates are in this year!*», використовуючи сучасний вислів «*in this year*», тобто «в цьому сезоні» або «в моді».

Друзі засуджують Скотта за зв'язок із сімнадцятирічної дівчинкою. Кім запитує його: «*How old are you now now Scott, like 28?*» Слово *like* у цьому контексті має сленговий відтінок: «щось на зразок», «типу». Насправді герою 23, але автор вдається до гіперболи, щоб показати глузливонегативне ставлення персонажів до цього факту. У першому перекладі використано граматичну заміну: «Скотт, тобі скільки років? Усі 28?» При цьому збереглося навмисне перебільшення. У другому варіанті перекладу: «Скотт, тобі вже скільки років? Типу 28» зберігся сленговий характер висловлювання, окрім того рахунок компенсації внаслідок вживання додаткового слова «вже» відновлено смисловий посил. На що Скотт самовдоволено відповідає: *"I am not playing your little games, kids"*, що становить фразеологічний оборот з грою слів на тему віку. Це випадок, що важко перекладається, при якому обидва перекладачі не скористалися прийомами перекладу фразеологізмів та ідіом, а зберегли відповідь, наближену до оригіналу, тому при перекладі в обох варіантах вся суть даної відповіді втрачається: «Ні вже, дітки, я у ваші ігри не граю» або «Я не беру участі у ваших іграх, хлопці». Кім парирує Скотту: *"So, you have been out of high school for like, 13 years, and..."* В обох варіантах перекладено як: «Ну, ти ж закінчив школу років 13 тому, і ...» Черговий випадок подвійності фрази, при якому *"out of"* відсилає за змістом більше до *"вилетів з"* ніж *"закінчив"*, проте не позначає цього безпосередньо, але знову смислова двоїстість губиться при перекладі.



Окремою кастою у світі Скотта є музичний гурт, у якого, як і у будь-якого замкнутого угруповання, сформовано свій жаргон. В оригіналі один із музикантів перед початком каже: *"Okey, let`s star with Launchpad Mcquack"*. Launchpad Mcquack це персонаж «Качиних історій», улюбленого мультфільму диснейвського покоління 90-х. У разі перекладу №2 відсилання в назві пісні враховується, і герой вимовляє: «Гаразд, для початку «Зигзаг Маккряк»». Але двоїстість висловлювання полягає в тому, що в оригіналі коміксу ім'я Launchpad Mcquack не взято в лапки, що не відповідає правилам оформлення назв. В іншому варіанті перекладач відніс це до жаргонного виразу, а не до позначення конкретної пісні: «Гаразд, стартуємо з космодрому маккряк». Збереглися слова оригінальної мови, але в семантичному плані перекладач звів вираз не до позначення пісні, а до позначення зачину, такої особливої фрази, що майже ритуальний зміст несе для музичного гурту. Після репетиції Стівен звертається до Кім, яка задавала ритм на барабанах: *Man, that was way too fast*. Стівен певним чином звертається до Кім – "man", хоча вона дівчина. Таке звернення є скоріше гендерно-нейтральним, оскільки існує у рамках дружніх, «братських» відносин між учасниками групи. При перекладі це звернення не враховується: «Якось було надто швидко». Внаслідок чого втрачається характеристика зв'язку між персонажами. Зв'язок безперечно брутальний, оскільки Кім відповідає йому в агресивній манері: «*Oh, boo-hoo, pussy boy*». Іронія у обох варіантах перекладу зберігається, а ось хльосткий образ замінюється м'якшим варіантом «які ми ніжні» або «заплач ще». Оскільки текст коміксів креолізований, сленгові висловлювання в англійській нерідко за своїми смислово-синтаксичними характеристиками нагадують україномовні вислови розмовної мови. Наприклад, вираз «*Don`t you whatever me*» перекладається як «Не треба мені твоїх "так добре"», що схоже на логіку побудови англійського висловлювання.



Коли Скотт каже, що його нова дівчина китаянка, його друг відповідає: *That is wicked!* з явною інтонацією захоплення, і незважаючи на те, що «wicked» має скоріше негативне забарвлення, поси́л цього висловлювання у промові героя протилежний. Мовні портрети персонажів відповідають тінейджерам, тому найчастіше подібні вигуки перекладаються як «охриніти». *"That is so awesome"* зустрічається в перекладі або *"як здорово"*, або *"як кльово"*, та інші подібні сленгові слівця. Оригінальна мова героїв також містить неформальні, сленгові вирази. Наприклад, фраза про героя фільму *"На голці"* в оригіналі звучить: *"...He was freaking out and all worried"*. До неформального виразу на кшталт «*freaking out*» підбирається сленговий аналог українською. Перекладач вдається до яскравої, експресивної лексики: *«Його у фільмі найбільше ковбасило та прагнуло»*.

Коли Скотт вперше бачить Рамону, що проїжджає в підпросторовій магістралі, він одразу закохується в неї. Їхній невеликий діалог звучить як:

*Scott: Oh God, I am so alone!*

*Ramona: O, shut up! You are not alone. You are just having some idiotic dream.*

*Scott: I am dreaming? Can we make out, then?*

Остання фраза Скотта у обох перекладах звучить як: *«Я сплю? Може, тоді поцілуємось?»* Хоча вираз «make out» буквально не несе такого смислового навантаження, але переклад склався у зв'язку з контекстом взаємин Скотта і Рамони та його закоханості до неї з першого погляду.

Варто зазначити, що автор, зображуючи один культурний прошарок, надає йому багатоголосся. Мова з використанням сленгу різноманітна, у кожного персонажа свої слівця та висловлювання. Те саме за змістом вираз звучить по-різному залежно від того, хто його вимовляє. Найвз каже

has a crush, а Комо каже got the hots. При перекладі враховується це різноманіття сленгової культури: «закохався», «запав».

Таким чином, вдалося встановити, що зважаючи на тематику коміксу, сленгові вирази значно переважають над виразами нейтральної лексики, при цьому переважаючою стратегією при перекладі сленгових слів і виразів є підбір функціонального еквівалента. Слід зазначити, що здебільшого втрати стилістичного і прагматичного ефектів немає.

Друзі Скотта обговорюють школярку, кохану свого друга. Уоллес запитує: *"Is she hot?"* Що буквально перекладається як: «Вона гаряча?». Питання з явним сексуальним підтекстом неприпустимо, якщо йдеться про неповнолітню дівчину, тому автори перекладів вдаються до різних методів. Автор першої версії залишає: «Так? І як вона?», вдаючись до генералізації, скасувавши уточнюючу характеристику як «гаряча». У перекладі №2 бачимо членування речення з генералізацією: «Так? І як вона? Нічого?». «Нічого» у разі є визначенням, як і «гаряча», але не несе у собі настільки яскравої характеристики.

Те саме стосується питань, пов'язаних із сексуальним зв'язком. В англійському варіанті він звучить як: *Yeah, like, did you guys do it yet?* У англійській вираз «do it» нерідко є евфемізмом. Подібні вирази, що обходять слово «секс», є і в україномовному варіанті, і один з них застосований у варіанті перекладу №2: «Так, типу ви вже цим займалися?». У перекладі №1 неточність питання посилено: «Так, ви вже типу того чи що?».

Друзів Скотта дивує його зв'язок з неповнолітньою, і Кім з одного боку завуальовано, з іншого з явним саркастичним посилом, запитує у Скотта: «Are you evil, or are you really happy?» Головний герой розуміє підтекст, тому перепитує: «What, like, do I have ulterior motives, or something? Are you asking me, if I am a user?» Виділене шрифтом слово розкриває сенс питання Кім, хоча що вона, що Скотт, пояснюються не



прямо. Цю ж манеру зберігають перекладачі, намагаючись зберегти сенс. Стосовно питання Кім, переклад №2 семантично більш схожий з оригіналом: «Ти козел чи ти справді щасливий?» У перекладі №1 "evil" – "потвора". В обох випадках використана граматична заміна прикметника на іменники, проте «козел» за смисловим навантаженням ближче до того, що має на увазі Кім, ніж «чудовисько». Також звучить і питання Скотта: "Ти маєш на увазі, чи не хочу я її використовувати?" Та ж граматична заміна іменника на дієслово за змістом виявляється вірніше і точніше, ніж у варіанті №1: Ти хочеш знати, чи не споживач я? Експресивна реакція Скотта на запитання Кім передана за допомогою членування фрази, чергування планів та виділення шрифту. Спочатку йде середній план Скотта, який переглядається зі Стівеном, діалог на цій ілюстрації відсутній. Потім той самий план і слова Скотта: "*I am offended, Kim*". Слідом – крупний план Скота: «HURT, Kim». Одна думка поділена на два кадри з фінальним укрупненням персонажа і таким чином передано саркастичний характер сцени. В одному випадку перекладач зберігає логіку автора коміксу – те ж членування, та ж робота зі шрифтами, конкретизація при перекладі "hurt" як "поранений". У другому випадку перекладач посилює сарказм героя, використовуючи виділений шрифт на середньому плані: "Кім, я скривджений" і на великому: "*Мені боляче, Кім!*" Додається знак оклику, якого немає в оригіналі, для посилення експресії та робота зі шрифтом.

Нетрадиційна сексуальна орієнтація є забороненою темою у просторі. Більшість діалогів Уоллеса Уелса з іншими персонажами вибудовується на обіграванні теми гомосексуалізму, що в українських випадках зазнає змін. Наприклад, коли Скотт повідомляє Уоллесу про свою дівчину, Уоллес, як би ревнуючи, вимовляє двозначну хльостку фразу: «*You are totally my bitch forever, Scott*». При перекладі довелося користуватися лексико-семантичними замінами. У версії №1 зберігається



гра з любовними уподобаннями персонажа, при цьому знижується «температура» фрази при заміні її на більш романтично-узагальнену: *«Ти мій навіки, Скотт!»* У версії №2 перекладач вдається до модуляції, прибираючи і сенс, і емоційне забарвлення оригінального виразу: *«Ти в мене, Скотт, у боргу по життю»*.

Представляючи свого друга Найвз, Скотт говорить про нього "cool gay". Це гра слів, оскільки в англійській мові існує поширений вираз "cool guy", що означає "кльовий хлопець". Коли Скотт каже "cool guy", він, очевидно, використовує цю двоїстість, щоб іронізувати про друга. В україномовному перекладі передати гру слів неможливе, тому перекладачі використовують компенсацію: *«Це мій кльовий блакитний сусід»*. При цьому в англійському варіанті Найвз вловлює сенс і продовжує розвивати тему: *«Хочеш, я скажу тобі, хто в моєму класі теж гей?»* У перекладі не використано слово «гей», а, виходячи з логіки діалогу, замінено на «блакитний».

У «Скотті Пілігримі» лайка завжди замінюється при перекладі менш різкими висловлюваннями. Сестра Скотта розгнівана на нього через його зв'язок із неповнолітньою. Скотт запитує, звідки Стейсі дізналася про його дівчину. Та зазначає, що їй все розповів Уоллес, на що Скотт випалює: *That gossipy bitch!* Перекладачі замінюють висловлювання на несуче негативне забарвлення, але не таке грубе: *«ось балакучий гад!»* або *«ось трепло!»*. "Балакучий" і "трепло" є смисловими еквівалентами "gossipy", а лайливе "bitch" або прибрано, або замінено на менш лайливе "гад". Образа you suck при перекладі звучить занадто грубо. Перекладач використовує модуляцію замість лайки: *«Ну і хто ти після цього?»*.

Взагалі, персонажі коміксу не втілюють із себе етичного ідеалу. Вони часто лаються, і вирази з лайливими словами, на кшталт «bitch», під час перекладу піддаються трансформаціям. Скотт вперше привів Найвз на репетицію їхнього музичного гурту. Перед тим, як зайти до друзів, Скотт

просить Найвз «бути гарною дівчинкою», тобто поводитися особливим чином. Цю сцену застає його друг і запитує: "*What the hell are you making this poor girl say, Scott?*" При перекладі частина з лайкою навмисно опускається, залишається тільки «*Скотт, навіщо ти мучиш цю бідну дівчинку?*» (модуляція) і «*Що ти змушуєш цю бідну дівчинку говорити, Скотт?*» (Генералізація).

У коміксі також присутні жарти, ходові серед сучасного покоління тінейджерів. Такими, наприклад, є так звані «жарти про маму», оригінал яких з'явився в англomовній культурі та перейшов в україномовні соціальні мережі. Це жарт-образ опонента, автор згадує її у промові героїв під час поєдинку Скотта з колишнім хлопцем Рамони. Між ними розгортається як фізична, і словесна бійка:

*Scott: C`mon man, dish! Got any embarrassing stories?*

*Pirate: Y... Your mom is embarrassing story.*

Згідно з формою цього жарту, вона прямо перекладається: «*Твоя мама – ганебна історія*». Постіронія – це завжди проблеми етики. Насправді в подібних жартах прийнято говорити не «мама», а «мамка» для посилення зневажливого аспекту, але з етичних міркувань перекладачі не використовують такий варіант.

Опинившись удома в Рамони, молоді люди вирішили зігратися під ковдрою її ліжка. Несподівано Рамона змінює рішення і каже, що хоче просто полежати обійнявшись. Скотт каже їй: "*Yeah and i... I mean I didn` t want to have sex*". На що Рамона відповідає: *Yeah, right*. У першому варіанті перекладу слово «секс» опущене в мові Скотта: «Так, і я... Знаєш, я і не хотів», оскільки картинка підлітків, що лежать під ковдрою, і без того досить промовиста. У відповіді Рамони чуються саркастичні нотки, які передані в обох варіантах при використанні заміни: «Ну, звичайно» або «ага, як же».



Зазначені спостереження дозволяють зробити висновок про те, що евфемістична лексика, поряд зі сленговою, є найбільш частотною і становить певні труднощі для перекладача. При цьому спостерігається тенденція пом'якшення перекладу, згладжування гострих кутів при торканні заборонених для україномовного простору тем.

Головні герої, строго кажучи, не вражають інтелектом, чого не приховують як автор, так і перекладачі. Це виявляється у тому, як будується їхня мова. Речення найчастіше односкладові з використанням крапки наприкінці – свідчення про нездатність висловити закінчену думку. Ця особливість мови героїв передано у перекладі. Наприклад, Стейсі, сестра Скотта, запитує його, навіщо він зв'язався зі школяркою. Скотт відповідає їй: «*I ... I don't know. It's just nice. Do you know? It's just simple*». Його репліка несе у собі мало сенсу, вона показує, наскільки герой сам заплутався у думках і почуттях. Виникає потреба скористатися компенсацією: «*Я...Я не знаю. З нею добре, розумієш? Все так просто*». У варіанті перекладу №2 за рахунок компенсації фраза Скотта вбудовується у перебіг діалогу, хоча у оригіналі до неї вкладено інший сенс.

Єдина репліка Скотта, яка складається більше, ніж із одного речення, звучить у момент їхньої розмови з Рамоною, коли вона доставляє йому додому посилку, замовлену в інтернеті. Він намагається запросити її на побачення, при цьому слова ніяк не хочуть складатися у зв'язкову думку. Речення розбиваються трьома крапками (ця пунктуаційна особливість враховується при перекладі) і виразами паразитами: «*Can we go out something? Or I mean... I mean can we maybe just hang out? I lived there forever, I mean... You are new in town, I mean... there are....*». При перекладі враховується пунктуаційна побудова речення, проте невизначені висловлювання Скотта не одноманітні, як у оригіналі. Перекладачі



вдаються до замін: «у сенсі...», «може, ми на кшталт ...ну сходимо кудись?».

Розмовна мова не має на увазі відповідності суворим правилам англійської мови. Наприклад, питання може задаватися завдяки інтонації, а не синтаксичній структури: *You feel ok?* В українській мові немає строгих правил побудови запитань, тому перекладачі слідує логіці англійського варіанта: «*Тобі норм?*». Для промови персонажів характерні лагідні, нерозгорнуті речення, в силу прагнення автора наблизитися до розмовної мови підлітків і показати їх неглибокий внутрішній світ. Представляючи Найвз свого друга Стіва, Скотт говорить про нього: «*He`s the talent*». В даному випадку необхідна експлікація, але й вона не перевищує за кількістю слів оригіналу, відповідаючи заданій лаконічності фрази: "*У нього талант*" в одному варіанті та "*Він наша зірка*" в іншому.

Герої іноді пропускають артиклі, не дотримуються правил використання дієслів у різних англійських часах – все це в англійському варіанті відображає загальне тло і розмовної мови, і безграмотності героїв. У перекладі №2 перекладач вдається до методу компенсації, забезпечуючи промову головного героя неправильними словами: «їхній», «красив» і т.д. у тих місцях, де англійська мова цього не передбачає. Але за рахунок цього компенсується неможливість в українській мові передати неписьменну побудову речень. Автор прикрашає промову героїв грою слів та різними цікавими мовними зворотами.

Наприклад, Найвз говорить про одного з учнів: *Bobby is kind of fobby*. Йдеться про хлопця з Кореї, чиє особисте життя обговорює жіноча частина класу. В одному випадку перекладач слідує синтаксичній побудові і зберігає риму: «*Боб такий сноб*». Сенс оригінальної фрази невизначений, тому при перекладі важливіше передати форму, ніж дотримуватися семантичної складової. В іншому варіанті перекладач вирішив слідувати за змістом і скористався смисловим розвитком: «До

того ж Боб ще тут не освоївся». Збереження вихідного вигляду фраз персонажів у перекладі дозволяє здійснити функцію мовної характеристики героїв. При перекладі враховується пунктуаційна побудова речень, а збереження стилістичного та прагматичного ефекту досягається за рахунок компенсації.

Характеристика персонажів складається з мовного портрета. У коміксі є і сам автор, який описує своїх героїв короткими характеристиками. У візуальному плані така експозиція нагадує досє: щойно з'являється новий герой, поряд виникає його ім'я та коротка, безпосередньо від автора, його характеристика. В англійській ця характеристика позначена словом *rating*. У перекладі підібрано слово «статус» - воно збігається зі словом «*rating*» за належністю до сфери соціальних мереж та їх законів і більш поширене серед соціальних мереж, ніж слово «*rating*». Наприклад, для Скотта вказано «*awesome*», що перекладено як «потрясний», «прекрасний». Про сестру Скотта, Стейсі Пілігрим, автор пише: "T" for teen ("teen" в розмовній англійській скорочено від "teenager"). Така характеристика є посиланням до серії коміксів «V» for vendetta. Обидва перекладачі врахували відсилання і скористалися компенсацією: "Т - дітям від тринадцяти", замінивши "teen" не на "підліток", а на слово, що починається з тієї ж літери, що вказана на початку. На сторінці з'являються відразу два герої: Найвз та її подруга Тамара. У кожній вказано: "*Knives, totally crazy*" і "*Tamara, totally scared*". При описі їхнього «статусу» автор використовує паралелізм, щоб зіставити настрої однієї героїні з іншою. Для перекладу цього моменту збережено паралелізм, обрані однакові форми дієслів (нині однина) зі сленговим відтінком: «*Найвз, шизе*» і «*Тамара, прагне*».

Перша розмова Скотта і Рамони насправді відбулася на вечірці у Джулії. Він не задався, оскільки Скотт запитав у Рамони, чи не спить вона, а вона не зрозуміла його питання і вважала юнака дивним. Після невдалої



розмови вони розійшлися, і слідує своєрідна ремарка від автора: "*And then he stalked her until she left the party*". У варіанті №1 фраза перекладена дослівно, у значенні «stalked» - переслідувати. "Stalking" явище, що відноситься до прояву нездорового інтересу однієї людини до іншої, автор іронічно описує цією ремаркою поведінку Скотта. У перекладі №2 обрано не зовсім відповідний за змістом, але, який точно описує стан Скотта «тягався».

Скотт дізналася, що Рамона працює кур'єром в одному інтернет магазині. Він замовляє на їхньому сайті річ, очікуючи, що вона йому привезе посилку. Так і відбувається, і Скотт, зустрівши її на порозі, намагається домовитись про побачення. Рамона погоджується, і він відразу висловлює свої емоції: «*Yes! Certainly! Ramona Flowers! Awesome!*» Рамона спантеличена такою реакцією, вона відповідає: *So yeah ... eight o'clock?* І на наступному кадрі слідує титр: «*SO YEAH*». Автор одразу переміщає читача на побачення, перегукуючись із промовою героїв. Іронічний автор використовує паралелізм, але у перекладі №2 цей прийом не враховується. Перекладач наголосив на зміні місця дії та часу, оскільки в коміксі ці переходи від однієї сцени до іншої часто не коментуються. Наприклад, перші кілька кадрів – Скотт репетирує, думаючи про Рамону, другі кілька кадрів – Скотт опинився уві сні і зустрів там кохану, що роз'їжджає на роликах, наступні кілька кадрів – він уже йде з друзями на вечірку, і весь ланцюжок кадрів не супроводжується смисловими переходами чи коментарями автора. Тому перекладачам доводиться компенсувати втрачені переходи, щоб читач не заплутався у розповіді. Так і в цьому варіанті Рамона відповідає йому: «Ну, значить ... о восьмій?». А коментар автора до наступної сцени перекладено як: «Ну і ось», говорячи про момент зустрічі, що настав.

Коли, після важкої битви між Скоттом і злим колишнім Рамони Меттью Пателом, Скотт і Рамона, нарешті, з'єднуються в солодкому



поцілунку, автор коміксу на малюнку з їхнім поцілунком малює стрілку, що вказує на бік, де написано «studio audience». Це загравання з читачем успішно переведено у варіанті №2. Напис свідчить «зоровий зал», тим самим автор ніби виставляє читача з кадру, щоб той не дивився на закоханих, що цілуються. У варіанті №1 напис перекладено як «жива аудиторія», що менш можна порівняти з авторською грою.

Таким чином, коментарі від автора не є частотними для тексту коміксу і є певними труднощами для перекладача, при цьому для збереження прагматичного ефекту при перекладі найчастіше використовується компенсація.

У коміксах переважає розмовний стиль, який настільки наближений до реальності, що відтворює практично всі звуки типового мовлення підлітків. Тому в коміксах, крім звуконаслідувань, зустрічається дуже багато частинок і вигуків, які також викликають труднощі при перекладі («Gen 13 № 1», 1993): «*Really?*» («*Правда?*»), «*Ha!Ha!Ha!*» («*Ха-ха-ха!*»), «*Oh no!*» («*Hi!*»), «*Whoa!*» («*Ой!*»). Зазвичай у коміксах використовують лексикалізовані та індивідуальні вигуки, які перекладаються за допомогою еквівалентних відповідностей, але вибір еквівалента ускладнюється омонімією вигуків, яка зустрічається насамперед серед емоційних вигуків, тому необхідне залучення контексту. Тому наприкінці коміксу "Gen 13 № 1" "Whoa" перекладається як "Ого!", "Oh Geez!" як «Чорт!». Тут необхідно відзначити, що таке значення вигуків і частинок безпосередньо залежить від самого контексту, тому що в інших контекстах ми можемо побачити інше значення. У коміксі "Simpsons Comics № 206" ми бачимо такий переклад: "Aw, nuts!" – "От чорт!", "Hey!" – "Гей!", "Er, ah ..." – "Ем, а ...", "Gawsh!" – "Божечки!".

У коміксах практично кожна сторінка насичена діями. У повідомленнях містяться всі основні ідеї та думки героїв. Простір для тексту обмежений, тому немає можливості висловлювати докладніші

думки і докладно описувати дії. Тому речення в коміксах короткі, лаконічні, часто обриваються, неповні, тому важливо зберегти речення такими, якими вони є («Gen 13 № 1, 1993):

– *At this hour? But what about school and my fam.* («Зараз? А як же навчання і сім.?»)

– *So, anyone else want to teach me a lesson? Didn't think so.* («Ну, ще хтось хоче викласти мені урок? Не думаю»)

– *He.he's a demon! Run!* («Він ... демон! Біжимо!»)

Часто допоміжні дієслова відсутні. Дуже багато наказових речень із знаками оклику та питаннями, риторичні питання. Все це пояснюється високою емоційністю діалогів, тому необхідно зберігати сенс, використовуючи наказовий спосіб, безособові та узагальнено-особові речення («Simpsons Comics № 206», 2013):

– *Marge! The alarm clock won't turn off!* («Мардж! Будильник не вимикається!»)

– *Simpson! This is the last straw! Clean yourself up and report to Mr. Burns office!* («Сімпсон! Це було останньою краплею! Відмийте себе і йдіть в офіс містера Бернса!»)

– *Mr. Smithers? Are you okay? Where's Mr. Burns? Did he...go to his final rewards? You know. down there?* («Містер Смітерс? Ви гаразд? Де містер Бернс? Він. залишив нас? Ну типу. прямо тут?»)

Однією із стилістичних особливостей коміксу є скорочення загальноновживаних слів. Наприклад, у коміксі "Simpsons Comics № 206":

– *I's makin' a slingshot out of my children. They's all rubbery cuz'a lack o'calcium due to their roadkill and moonshine diet!* («Я зібрав розатку з дітей. Через брак кальцію вони гнучкі як очерет! Дякую місячній дієті, та бродяжництву!»)

– *Brandine, I done said all my bye-byes to 'em before the contest, jest in case.* («Брендін, я вже жартома попрощався з ними перед конкурсом.»)



І в коміксі «Futurama Comics №1»:

– *A little dabs'll do 'em. (To робиться просто)*

– *Whiles you're waitin', feel frees to browse around. («Поки ви чекаєте, можете вільно озирнутися навколо»)*

– *Never had'em, never will! («Ніколи не було і ніколи не буде!»)*

Ця особливість надає висловлюванню великої експресивності, жвавості та відтінку розмовності. Слід зазначити, що такі скорочення можуть використовуватися носіями англomовної культури у разі економії часу. Але все ж таки перекладачеві необхідно відтворити форму оригіналу за допомогою мови перекладу, тому важливо насамперед вивчити подібні скорочення.

Основна функція даного прийому - створення емоційного тла оповідання та надання тексту реалістичності та динамічності.

1. Лінгвістичний аспект дуже різноманітний і є певний комплекс, що з кількох рівнів, кожен може досліджуватися окремо.

2. Основними особливостями перекладу англomовних коміксів було виявлено наступних рівнях.

На графічному та фонетичному рівні:

Підкреслення смислових домінант є важливим елементом коміксів, а саме виділення їх жирним шрифтом, тому ці одиниці необхідно залишати еквівалентними. Наявність звуконаслідувань характерна для коміксів, тому що вони показують реальне життя, тому необхідно передавати дії такими, якими вони є. Тому найчастіше на цих рівнях використовують такі прийоми перекладу як транслітерація, транскрибування, калькування.

На лексичному рівні:

У коміксі важливо правильно подати інформацію, розраховуючи на цільову аудиторію та жанр. І тому перекладач повинен правильно передати, інтерпретувати лексику, що використовується в коміксі, чи то



піднесена лексика, чи сленгові вирази. Жаргонну, ненормативну та сленгову лексику найкраще пом'якшувати, робити нейтральнішою.

Емоції героїв передаються не тільки за допомогою звуконаслідувань, а й за допомогою частинок, вигуків і оклику речень. Важливо зберігати емоційність речень, структуру та синтаксис – адже це така сама мова, як і в реальному житті.

3. При перекладі коміксів слід враховувати етичні, психологічні та особисті якості аудиторії, а також специфіку культури для якої призначений комікс.

4. Комікс відноситься до художнього жанру і тому для нього є природним використання різних засобів виразності. Найчастіше переклад художніх засобів виразності залежить від рішення перекладача, оскільки важливо розпізнати сенс і правильно адаптувати той чи інший засіб для аудиторії.

## ВИСНОВКИ

Креолізований текст є складним текстовим утворенням, в якому вербальні і невербальні елементи утворюють одне візуальне, структурне, смислове і функціональне ціле, спрямоване на комплексний прагматичний вплив на реципієнта.

Креолізований текст, який поєднує в собі знаки різних систем: мовних (вербальних) і невербальних знаків, тобто знаків, що належать до інших семіотичних систем. Вони пов'язані між собою і утворюють одне структурне, смислове і функціональне ціле, що допомагає вплинути на адресата.

Зв'язність креолізованого тексту проявляється в тісній взаємодії вербальних і іконічних компонентів, воно виявляється на різних рівнях: змістовному, змістовно-мовному, змістовно-композиційному.

Аналіз основних типів текстів показав, що існує різноманіття креолізованих текстів в інформаційно-комунікативному середовищі сучасного суспільства. Дані тексти виконують різні функції, серед яких слід виділити атрактивну, естетичну, інформативну, функцію організації текстового простору і ряд інших. Незважаючи на відносну новизну феномена креолізації, представляється необхідним подальше детальне вивчення креолізованих текстів та їх функціонування в комунікативному просторі.

Перевага і особливість коміксу як креолізованого тексту полягає в тому, що він значно спрощує і прискорює процес пізнання. Сприймаючи комікс в органічній єдності яскравих зорових образів і текстової складової, реципієнт формує більш глибоке розуміння повідомлення автора.

Креолізований текст являє собою текст, що складається з двох різнорідних частин: вербальної і невербальної. До вербальної частини креолізованого тексту відноситься його мовна складова, в той час як

невербальна частина представлена елементами, що належать до інших знакових систем, ніж природна мова.

Відносно лексико-стилістичних засобів коміксу, як креолізованого тексту, доречно спиратися на класифікацію Ю.М. Скребнева. Головною перевагою зазначеної класифікації є можливість віднесення різноманітних експресивних засобів відразу до декількох структурних груп, що вирішує проблему проведення жорстких меж між виразними і образотворчими засобами. Багато особливостей коміксів (вживання вигуків, звуконаслідувань, використання неповних і односкладних пропозицій, вживання три крапки, оклику і питального знаків) пов'язані з тим, що в коміксах інформація, почуття і переживання героїв повинні бути викладені коротко, без зайвого багатослів'я. Важливо створити лаконічний образ, який замінює складається з декількох слів опису звучання або дії (процесу), пов'язаного з цим звучанням.

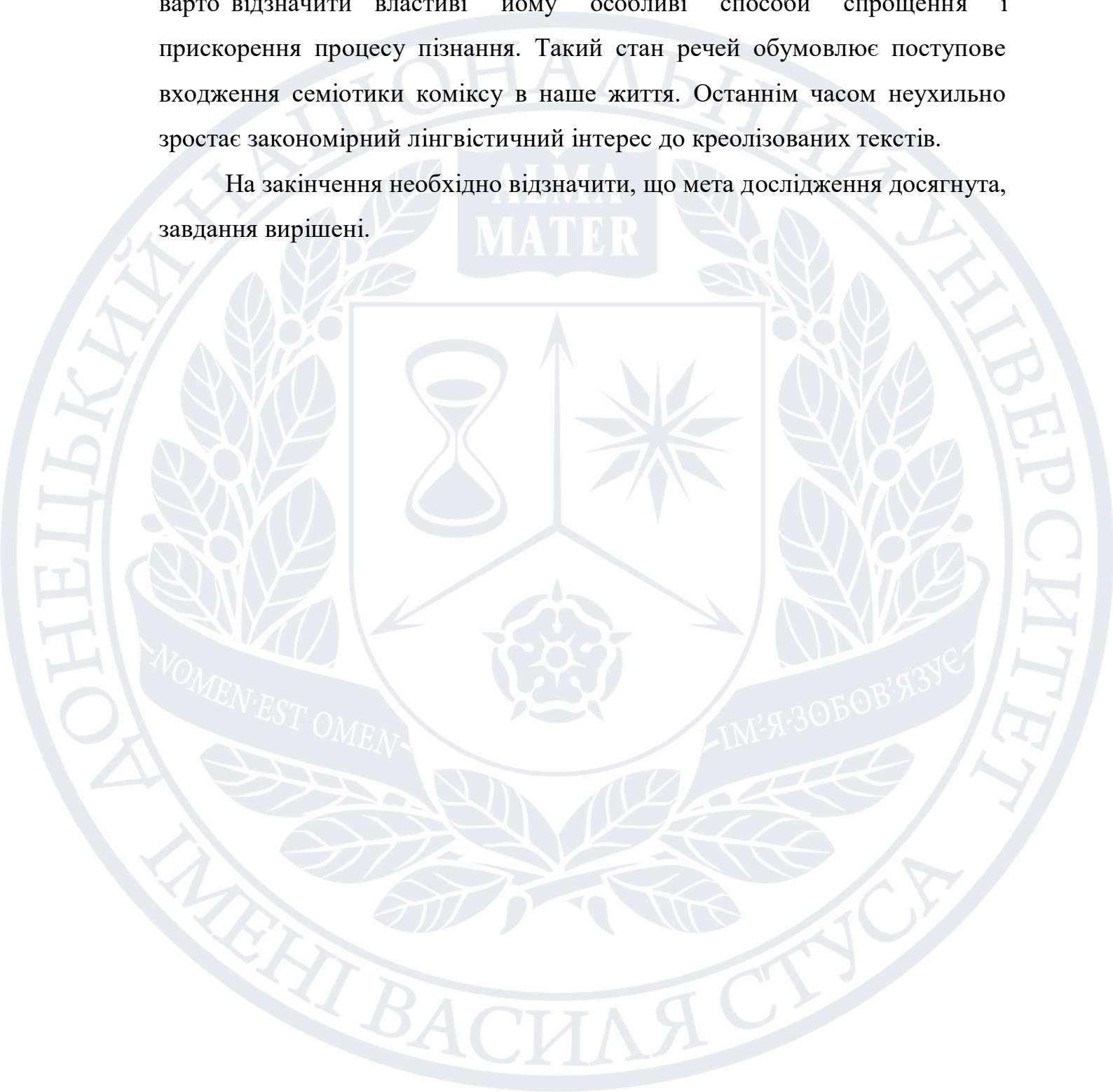
Проведений аналіз показав, що в коміксах зустрічаються такі типи звуконаслідувань: власне звуконаслідувальні слова і вирази, модифіковані звуконаслідування і звуконаслідування-окказіоналізми. Перші дві групи представлені в словниках, з однією лише відмінністю: модифіковані звуконаслідування змінені на графічному рівні з метою передачі індивідуалізуючої функції за допомогою фонографічної стилізації. Звуконаслідування - окказіоналізми в словниках не представлені і, тим не менш, можуть широко зустрічатися, наприклад, в мережі Інтернет.

Лексика, що відноситься до високого стилістичного тону, не є частотною для тексту коміксу. В результаті аналізу лексики коміксу, що відноситься до зниженого стилістичного тону, було відзначено його значне переважання над лексикою високого стилістичного тону від загального числа прикладів. При цьому відзначається велика кількість розмовної лексики, що володіє негативною оціночністю, а також лексики Містить семи дурості і божевілля.



Стилістичне багатство укупі з недостатньою вивченістю коміксу як тексту обумовлює актуальність подальших глибших досліджень. Також варто відзначити властиві йому особливі способи спрощення і прискорення процесу пізнання. Такий стан речей обумовлює поступове входження семіотики коміксу в наше життя. Останнім часом неухильно зростає закономірний лінгвістичний інтерес до креолізованих текстів.

На закінчення необхідно відзначити, що мета дослідження досягнута, завдання вирішені.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Анісімова, Е. Е. Лінгвістика тексту і міжкультурна комунікація (на матеріалі креолізованих текстів): Навч. посібник для студ. фак. іноземним грома, яз. вузів: Видавничий центр "Академія", 2003. 128 с.
2. Аніщенко, А. В. Комікс як тип відеовербального дискурсу/ А. В. Аніщенко: Вісник Московського державного лінгвістичного університету. 2009. №559. с 116-122.
3. Барт, Р. Міфології / Ролан Барт Пер. з фр., вступ, ст. і комент. С. Н. Зенкіна. М.: Вид-во ім. Сабашниковых, 1996. 312 с.
4. Бернацька, А. А. До проблеми "креолізації" тексту: історія та сучасний стан / А. А. Бернацька: мовне спілкування: спеціалізований Вісник / Краснояр. держ. ун-т; Під ред. А. П.Сковороднікова. Вип. 3(11). Красноярськ, 2000. С 104-110.
5. Бернацька, А.А. Підпис як тип тексту / Проблеми лінгвістичного аналізу тексту і комунікації. Іркутськ, 1987. 315 с.
6. Большіянова, Л.М. Зовнішня організація газетного тексту полікодового характеру / типи комунікації та змістовний аспект мови: 36. наук. тр. М.: Ін-т мовознавства, 1987. С. 167-172.
7. Гальперін, І.Р. Нариси зі стилістики англійської мови. М.: видавництво літератури іноземними мовами, 1958. 462 с
8. Ейгер, Г.В. до побудови типології текстів / Г. В. Ейгер, В. Л. Юхт Лінгвістика тексту: матеріали науч. конф. при МГШІА ім. М. Тореца. М., 1974. Ч. I.
9. Знам'янська, Т. А. Стилiстика англiйської мови. Основи курсу. М.: Едіторіал УРСС, 2004. 208 с, с 46-47.
10. Іванова, І. П. Теоретична граматика сучасної англійської мови /і. п. Іванова, В. В. Бурлакова, Г. Г. Почепцов. М.: Высш. школа, 1981. 285 с

11. Кулікова М. М. Фонографічна стилізація мови: на матеріалі перекладу англomовної літератури на російську мову: автореферат дис. кандидата філологічних наук: 10.02.04; [місце захисту: С.-Петербург. держ. ун-т]. Санкт-Петербург, 2011. 20 С.
12. Кухаренко, В.А. Практикум зі стилістики англійської мови. *Seminars in Stylistics*: учеб. посібник. М.: Флінта: Наука, 2009. 184 с.
13. Міхєєв, А. І. Про деякі тайни взаємодії зображення і тексту/ Типи комунікації і змістовний аспект мови. М., 1987.
14. Нефьодова, Л.А. Когнітивні особливості комікса як креолізованого тексту: Вісник ЮУрГУ. Серія Лінгвістика. Вип.10, №1 (177), 2010. С 4-9.
15. Скребнєв, Ю. М. Основи стилістики англійської мови: Підручник для ін-тов і фак. іноземним грома, яз.(на англ. яз.): 2-е вид., випр. М.: Астрель, 2003. 221 с
16. Сонін, А. Г. Комікс як нова форма художнього оповідання.: Алт, 1996. 56 с
17. Сонін, А. Г. Комікс: психолінгвістичний аналіз. Барнаул: Вид-во Алтайського держ. ун-ту, 1999. 111с.
18. Сорокін, Ю. А. Креолізовані тексти і їх комунікативна функція / Ю. А. Сорокін, Є. Ф. Тарасов Оптимізація мовного впливу. М., 1990. С 180-186.
19. Якобсон, Р. О. Мова у ставленні до інших систем комунікації М.: Прогрес, 1985. 460 с.
20. Bassnett, S. *Translation Studies*. London: Routledge, 1991., 176 p.
21. Celotti, N. *The Translator of Comics as a Semiotic Investigator / Comics in Translation*. Manchester: St. Jerome Publishing, 2008., pp. 33
22. Eisner, W. *Theory of Comics and Sequential Art*. Florida: Poorhouse Press, 1985., 164 p



23. Garces, C. V. Onomatopoeia and Unarticulated Language in the Translation of Comic Books. The Case of Comics in Spanish / Comics in Translation. Manchester: St. Jerome Publishing, 2008., pp. 237-250.
24. Guynes, S.A. Four-Color Sound: A Peircean Semiotics of Comic Book Onomatopoeia/ The Public Journal of Semiotics 6.1, Boston: University of Massachusetts, 2014., pp. 58-72.
25. Harvey, R. Comedy At The Juncture Of Word And Image / The Language of Comics: Word and Image. Jackson, Mississippi: University Press of Mississippi, 2001., pp. 75-96.
26. Kaindl, K. Comics In Translation / Handbook of translation studies. Vol. 1 / edited by Yves Gambier, Luc van Doorslaer. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2010., pp. 36-40.
27. Kaindl, K. Thump, Whizz, Poom: A Framework for the Study of Comics under Translation. Target. 1999. voll 1 №2. pp. 263-288.
28. McCloud, S. Understanding Comics. New York: Harper Paperback, 1993., 216 p.
29. Rota, V. Aspects of Adaptation. The Translation of Comics Formats / Comics in Translation. Manchester: St. Jerome Publishing, 2008., pp. 79-98.
30. Titford, C. Sub-titling: Constrained Translation. / Lebende Sprachen №3, 1992., pp. 113-116.
31. Zanettin, F. Comics in Translation Studies. An Overview / Comics in Translation. Manchester: St. Jerome Publishing, 2008., pp. 1-32.
32. Zanettin, F. Comics. / Routledge encyclopedia of translation studies / edited by Mona Baker and Gabriela Saldanha. 2nd ed. Abingdon: Taylor & Francis e-Library, 2009., pp. 37.

**СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ**

- 33.Allwood J. A bird's-eye view of pragmatics / Papers from the Fourth Scandinavian Conference of Linguistics. Odense: Odense University Press, 1978. P. 145-159.
- 34.Allwood J. On the distinction between semantics and pragmatics // Crossing the boundaries in linguistics / ed. by W. Klein and W. Levelt. Dordrecht: Reidel, 1981. P. 177-189.
- 35.Apostel L. Further remarks on the pragmatics of natural languages // Pragmatics of natural languages / ed. by Y. Bar-hillel. Dordrecht: Reidel, 1971. P. 1-33.
- 36.Auwers J. Van der. What do we talk about when we talk? — Speculative grammar and the semantics and pragmatics of focus. Amsterdam: John Benjamins B. V., 1981. 121 p.
- 37.Bar Tlillel Y. Indexikalische Ausdrücke Pragmatik I: Interdisziplinäre Beiträge zur Erforschung der sprachlichen Kommunikation /Hrsg. S.J. Schmidt. München: Wilhelm Fink, 1974. S. 166-186.
- 38.Bierwisch M. Semantics New horizons in linguistics / ed. by J. Lyons. Harmondsworth: Penguin Books, 1970. P. 166-184.
- 39.Bierwisch M. Sprache als kognitives System: Thesen zur theoretischen Linguistik: Deutsch als Fremdsprache. 1982. Nr. 3. S. 139-144.
- 40.Biggs C. In a word, meaning Linguistic controversies: Essays in linguistic theory and practice in honour of F.R. Palmer /ed. by D. Crystal. London: Edward Arnold. P. 108-121.
- 41.Bolinger D. Fire in a wooden stove: on being aware in language The state of the language / ed. by I. Michaels and C. Ricks. Berkeley: University of California Press. 1980. P. 379-388.
- 42.Bühler K. Sprachtheorie: Die Darstellungsfunktion der Sprache. Jena: Gustav Fischer, 1934. 434 S.

43. Carnap R. Meaning and necessity: A study in semantics and modal logic. Chicago: University of Chicago Press, 1948. 210 p.
44. Cohen T. Figurative speech and figurative acts. Philosophical perspectives on metaphor / ed. by M. Johnson. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1981. P. 182-199.
45. Cutler A. On saying what you mean without meaning what you say. Papers from the Tenth Regional Meeting. Chicago Linguistic Society. Chicago: University of Chicago, 1974. P. 117-127.
46. Dijk T.A. van. Pragmatics and poetics. Pragmatics of language and literature / ed. by T. A. van Dijk. Amsterdam: North Holland Publishing Company, 1976. P. 23-37.
47. Dijk T.A. van. Text and context: Explorations in the semantics and pragmatics of discourse. London. New York: Longman, 1977. 261 p.
48. Dijk T.A. van. Formal semantics of metaphorical discourse. Linguistic perspectives on literature / ed. by M.K.L. Ching, M.C. Haley and R.F. Lunsford. London, etc.: Routledge and Kegan Paul. 1980. — P. 115-138.
49. Fillmore Ch.J. Verbs of judging: an exercise in semantic description. Studies in linguistic semantics / ed. by Ch.J. Fillmore and D.T. Langendoen. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1971. P. 273-289. (a)
50. Fillmore Ch.J. Types of lexical information. Semantics / ed. by D.D. Steinberg and L.A. Jakobovits. Cambridge: Cambridge University Press, 1971. P. 370-392. (b)
51. Firth J.R. Papers in linguistics, 1934-1951. London: Oxford University Press. 1957. 233 p.
52. Fries Ch. The structure of English. New York: Harcourt. Brace and World, 1952. 304 p.
53. Gordon D. and Lakoff G. Conversational postulates. Papers from the Seventh Regional Meeting. Chicago linguistic Society. Chicago: University of Chicago, 1971. P. 63-84.



54. Grice H. P. *Meaning Semantics* / ed. by D.D. Steinberg and L.A. Jakobovits. Cambridge: Cambridge University Press, 1971. P. 53-59.
55. Grice H. P. *Logic and conversation. Syntax and semantics. Vol. 3: Speech acts* / ed. by P. Cole and J. Morgan. New York: Academic Press, 1975. P. 41-58.
56. Hackman D. Irony in speech acts involving foreigners. *Papers from the Fourth Scandinavian Conference of Linguistics*. Odense: Odense University Press, 1978. P. 187-191.
57. Harder P. Language in action: Some arguments against the concept «illocutionary». *Papers from the Fourth Scandinavian Conference of Linguistics*. Odense: Odense University Press, 1978. P. 193-197.
58. Jacobson S. Semantic representations with added pragmatic information. *Papers from the Fourth Scandinavian Conference of Linguistics*. Odense: Odense University Press, 1978. P. 295-300.
59. Jacobson R. *The framework of language*. East Lansing: University of Michigan Press, 1981. 32 p.
60. Jespersen O. *The philosophy of grammar*. London: George Allen and Unwin, 1935. 359 p.
61. Kates C. *Pragmatics and semantics: An empiricist theory*. Ithaca and London: Cornell University Press, 1980. 253 p.
62. Keenan E.L. Two kinds of presupposition in natural language *Studies in linguistic semantics* ed. by Ch.J. Fillmore and D.T. Langendoen. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1971. P. 45-52.
63. Lakoff G. Presupposition and relative well-formedness. *Semantics* / ed. by D. D. Steinberg and L.A. Jakobovits. Cambridge: Cambridge University Press, 1971. P. 329-340. (a)
64. Lakoff G. The role of deduction in grammar. *Studies in linguistic semantics* / ed. by Ch. J. Fillmore and D.T. Langendoen. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1971. P. 63-70. (b)

65. Lakoff R. The logic of politeness: or, minding your p's and q's. Papers from the Ninth Regional Meeting. Chicago Linguistic Society. Chicago: University of Chicago, 1973. P. 292-305.
66. Leech G. Explorations in semantics and pragmatics. Amsterdam: John Benjamins B. V.. 1980. - 133 p.
67. Leech G. Principles of pragmatics. London. New York: Longman. 1983. 250 p.
68. Longacre R. E. The grammar of discourse. New York. London: Plenum Press, 1983. 423 p.
69. Martinet A. A functional view of language. London: Oxford University Press, 1962. 165 p.
70. McCawley J. L. The role of semantics in a grammar. Universals in linguistic theory / ed. by E. Bach and R.T. Harms. London: Holt, Rinehart and Winston, 1970. P. 125-169.
71. Mohan B. A. Principles, postulates, politeness. Papers from the Tenth Regional Meeting. Chicago Linguistic Society. Chicago: University of Chicago, 1974. P. 446-159.
72. Motsch W. Sprechaktanalyse: Versuch einer kritischen Wertung, I. Deutsch als Fremdsprache. 1984. Nr. 6. S. 327-334.
73. Ross. J. R. On declarative sentences. Readings in English transformational grammar / ed. by R. Jacobs and P. Rosenbaum. Waltham, Mass.: Ginn, 1970. P. 222-272.
74. Sadock J. M. Toward a linguistic theory of speech acts. New York: Academic Press, 1974. 168 p.
75. Schank R. and Birnbaum L. Memory, meaning and syntax. Talking minds: The study of language in cognitive science / ed. by T.G. Bever, J.M. Carroll and L. A. Miller. Cambridge. Mass., London: MIT Press, 1984. P. 209-251.
76. Schlesinger I. M. On linguistic competence. Pragmatics of natural languages / ed. by Y. Har-Hillel. Dordrecht: Reidel, 1971. P. 150-172.

77. Searle J. R. Metaphor Philosophical perspectives on metaphor / ed. by M. Johnson. Minneapolis: University of Minnesota Press. 1981. P. 248-285.
78. Skalička V. The need for a linguistics of «la parole». A Prague School reader in linguistics / Comp. by I. Vachek. Bloomington: Indiana University Press, 1964. P. 375-390.
79. Stalnaker R. Pragmatik I: Interdisziplinäre Beiträge zur Erforschung der sprachlichen Kommunikation / Hrsg. S. J. Schmidt. München: Wilhelm Fink Verlag, 1974. S. 148-165.
80. Weiser A. Deliberate ambiguity. Papers from the Tenth Regional Meeting. Chicago Linguistic Society. Chicago: University of Chicago, 1974. P. 723-731.
81. Wierzbicka A. A semantic metalanguage for a crosscultural comparison of speech acts and speech genres. Language in society. 1985. Vol. 14. № 4. P. 491-514.
82. Wittgenstein L. Philosophical investigations. 2nd ed. Oxford: Basil Blackwell, 1958. 272 p.
83. Wunderlich D. Studien zur Sprechakttheorie. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1976. 417 S.
84. Wunderlich D. Foundations of linguistics. Cambridge: Cambridge University Press. 1979. - 360 p.
85. Wunderlich D. Questions about questions. Crossing the boundaries in linguistics / ed. by W. Klein and W. Levelt. Dordrecht: Reidel, 1981. P. 131-158.
86. Zipf G. K. Human behaviour and the principle of least effort: An introduction to human ecology. Cambridge, Mass.: Addison Wesley Press, 1949. 573 p.
87. Zwicky A. M. On reported speech. Studies in linguistic semantics / ed. by Ch. J. Fillmore and D. T. Langendoen. New York: Holt, Rinehart and Winston. 1971. P. 73-77.