

JOURNALISM

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ КРЕОЛІЗОВАГО ТЕКСТУ В КОМІКСАХ

Лиса Ірина Віталіївна,

аспірантка

Науковий керівник:

Богуславський Олег Вікторович,

доктор наук із соціальних комунікацій, професор

Житомирський державний університету

імені Івана Франка

Постановка проблеми. У сучасному світі одне із чільних місць посідають засоби масової інформації, що значною мірою впливають на формування світогляду будь-якого індивіда. Телебачення, радіо, друковані ЗМІ та інтернет створюють ретіальну комунікацію, чим забезпечують досить швидкий обмін інформацією. Реципієнт, в свою чергу, сприймає цю інформацію одна за одною, не фіксуючи увагу на чомусь конкретному, оскільки сучасні історико-соціальні умови дають змогу розгорнути широкий плацдарм для інформаційного контексту. Саме тому, доцільно створювати такий медійний продукт, який би міг не лише привернути увагу, а й утримати її. Матеріали, котрі мають ідеографічні чи інші образотворчі елементи краще засвоюються читачами та збільшують частку інформації, яку можна передати у матеріалі.

Нині популярним є використання візуальної інформації, яку можна подати у різній формі, наприклад, у вигляді коміксу. Комікс є невербальним засобом, що поєднує в собі зображення та текст. Внаслідок такого симбіозу відбувається перерозподіл функцій вербальних й невербальних компонентів, що зумовлює потребу в визначенні особливостей формування і поєднання письмового мовлення з візуальною частиною коміксів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Протягом останніх років у науковому середовищі все частіше почали приділяти увагу питанням, що стосуються візуалізації у поєднанні з текстом. Дослідники Л. Манович, А. Лінченко, О. Гарачковський та В. Шевченко зазначають, що візуалізація тексту сприяє покращенню засвоєння фактичного матеріалу споживачами. Саме тому конвергентність ЗМІ, що поєднують у собі різні види контенту, є доцільною для різноманітних ЗМК, оскільки це допомагає зацікавити якомога більше цільової аудиторії та утримати її увагу в порівнянні з класичною моделлю ЗМІ [6, с. 76].

Комікси ж у різних аспектах досліджували: Д. Белов, який у своїй дисертаційній роботі розглядає комікс як окремий продукт, що за допомогою графіки та вербальних компонентів зумовлює швидкий та ефективний процес передачі інформації від автора до читача [1, с. 143]; О. Сонін - вивчає полікодовість текстів у коміксах а також розглядає потенціал графічної літератури в контексті психолінгвістики [5]. Варто згадати також О. Полякову, котра в своїх наукових доробках репрезентує порівняльну характеристику коміксів різних країн та розширює значення поняття «комікс».

Метою статті є визначення теоретико-методологічних засад створення креолізованого тексту у коміксах.

Виклад основного матеріалу. Комікс є одним із продуктів інформаційного простору, що складаються з графічних й текстових елементів, несучи певні повідомлення у маси. Тому, будь-який комікс є окремим продуктом, що являється невід'ємною частиною комунікативного простору та впливає на формування суспільної свідомості.

Детально розглядаючи поняття «комікс» а також аналізуючи його видозміну можемо сказати, що це досить молодий жанр у медіа, проте він має досить розгалужену систему дефініцій. Так, дослідник і автор книги «Суть коміксу» (Understanding comics) С. Маклауд виокремлює декілька визначень

цього поняття. Перше - досить лаконічне: зображення, які розміщені у певній послідовності називаються коміксами. За іншим поняттям до коміксів можна віднести серію зображень (від двох і більше), які мають об'єднуватися сюжетною композицією, єдиним змістом і темою, що розвивається з кожним наступним кадром, а також ця серія може містити текстовий супровід у вигляді фреймів [4].

Проте вивчаючи комікси, науковці не можуть дійти до спільної думки, що ж є головним компонентом у процесі створення жанрових зразків об'єкта дослідження: графіка чи текстово-вербальні засоби. За літературознавчою енциклопедією Ю. Коваліва перевага надається текстово-вербальному компоненту [3, с. 508]. Підсумовуючи вищеописане, можемо сформулювати таке визначення: комікс – це серія чорно-білих або кольорових розважальних малюнків, що ілюструє розвиток сюжету, представлений мінімальним, здебільшого діалогічним текстом.

Розглянемо більш детально питання класифікації коміксів. Український літературознавець О. Максименко поділяє комікси на німі та креолізовані [4, с. 20-23]. У німих коміксах відсутній текст, а сюжетна лінія викладена завдяки різним графічним елементам і не супроводжується письмовим мовленням. Креолізовані ж комікси поєднують у собі дві різнорідних частини: вербальну (текст) і невербальну (картинки).

Такий вид коміксів більш ефективно впливає на читача і використовується для створення великих за обсягом комікс-альбомів. Саме креолізовані комікси виступають окремим методом передачі інформації у ЗМІ.

Для того щоб краще розкрити важливість текстового компонента при створенні комікс-історій розглянемо поняття «текст». Як зазначає Л. Завгородня: «Текст – це самостійна мовленнєва одиниця, яка має власні межі (початок та кінець) і характеризується певною мірою замкнутістю. А також для тексту притаманна відкрита структура, видова та тематична парадигма [2, с. 17]».

Через текстові форми у коміксах передається істотно важлива інформація

для розуміння реципієнтами. Зазначимо, що графічні та вербальні методи творення коміксів утворюють полікодові текстові конструкції. До таких відносять текст, що складається з природного мовлення та інших знакових систем.

У коміксах подібні тексти відіграють роль комуніканта, який поєднує кадри коміксів у єдину цілісну картину. Варто зауважити, що полікодовість є невід'ємним компонентом характеристики коміксів, оскільки текст у графічній літературі не може існувати без зображення.

О. Анісімова створила типологію полікодових текстів, які поділяє на три групи, а саме:

- текст з нульовою креолізацією (де зображення відсутнє);
- частково креолізований текст (де вербальна частина матеріалу є самостійною одиницею й може існувати за межами візуальних компонентів, а зображення є допоміжним елементом в матеріалі);
- повністю креолізований текст (де текст не може існувати без зображення).

Виходячи із зазначеного вище, можемо стверджувати, що комікси містять у собі повністю креолізований текст, який є чітко обмеженим мовленням, котре не може автономно існувати від образотворчої складової й будується нелінійно.

Нелінійність мовлення у коміксах розмикає одномірність тексту і надає простір руху думки, можливість переходити в інші виміри. Нелінійний текст потребує іншої практики читання. Наприклад, читаючи лінійний текст, ми сприймаємо інформацію у чіткій послідовності, а у коміксах читач обирає те, що несе головну ідею.

Приміром, у коміксі українських авторів Ф. Левчинського та А. Тягура «Ukrman» прослідковується використання нелінійного гіпертексту. Він є багатомірною мережею, у якій будь-яка точка “тут” пов’язана із будь-якою точкою “де завгодно”, тобто всі діалогові хмаринки коміксу можуть знаходитися у різних кадрах, але будуть пов’язані між собою (див. рис. 1 *Діалогічні хмари у коміксі «Ukrman»*).



Рис. 1. Діалогічні хмари у коміксі «Ukrman»

Особливе місце у цьому коміксі посідає передача звуків: те, що в кіно передається звуками, в коміксі передається звуконаслідуванням (іншими словами – ономатопоєю). Різні вигуки або ж шуми виділяються іншим шрифтом, великим кеглем і одразу привертають увагу реципієнта. Саме такі дрібниці передають емоційний стан персонажів та створюють «живі» кадри коміксу.

Текст більшості коміксів характеризується на фонографічному рівні великою кількістю ономотопій, які можна поділити на ті, що не вимовляються, але артикуються невербальною, наприклад звук сирени швидкої допомоги «Віу!Віу!» або ж звук удару «Бум! Бум!» та ті, що вимовляються: крик «Аааа» (див. рис. 2 звуконаслідування у коміксі «Серед овець»)



Рис. 2. Звуконаслідування у коміксі «Серед овець»

Висновки. Отже, можемо зазначити, що текст є важливим компонентом творення комікс-історій, оскільки завдяки йому відбувається передача смислового задуму, яка зберігається продовж усіх кадрів. Таким чином, текст у коміксах використовується цілеспрямовано та має функцію об'єднувати і утримувати передану інформацію.

Для будь-яких коміксів є характерною наявність креолізованого тексту, котрий у поєднанні з вербальними, візуальними та культурними засобами створюють цілісний продукт, що має безпосередній вплив на споживача інформації. Саме тому гармонійна інтегрованість візуальної та мовленнєвої частини у коміксах є важливим компонентом створення якісного медіапродукту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Белов Д. О. Комікс в бібліотеках України. Бібліотека і книга в контексті часу : матеріали всеукр. наук.-практ. конф., м. К. , 19 травні 2021 р. К., 2021. С. 143–145.
2. Завгородня Л. В. Текстознавство. Основні характеристики тексту. Черкаси : Вид-во Брама України, 2009. 84 с.
3. Комікс // Літературознавча енциклопедія : у 2 т. / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. Київ : ВЦ «Академія», 2007. С. 508
4. Максименко О. Дев'яте мистецтво. *Український журнал*. 2013. № 3 (4). С. 20-23. URL: http://ukrzurnal.eu/pdf/uz_2013_02.pdf (дата звернення 25.20.2022).
5. Сонин А. Г. Комикс как знаковая система: Психолінгвістическое исследование на материалах франкоязычных комиксов : автореф . дис. ... канд. филол. наук. - Барнаул, 1999. 20 с.
6. Шевченко В. Візуалізація інформації в ЗМІ. *Світ соціальних комунікацій*. 2012. №. 7. С. 78–82.