

СОВРЕМЕННЫЕ АМЕРИКАНСКИЕ КИНОКОМИКСЫ: ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ И СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ

MODERN AMERICAN COMIC BOOK MOVIES: LINGUISTIC AND SOCIOCULTURAL POTENTIAL

*O. Kuznetsova
N. Karacheva*

Summary. Object: to analyze the linguistic and sociocultural features of the American comic book movies, to identify the distinctive features of American super hero movies, as well as to describe the changes that have occurred in the images of the main characters and their sociocultural preconditions.

Methods: the basis of the research is the following methods of linguistic analysis: contextual analysis, interpretation, direct monitoring, linguistic description.

Findings: The history of American comic books was studied and the main periods of this genre formation were singled out. Besides, the article deals with the methods of main hero description and his speech behavior.

Conclusions: Comic books can be considered one of the means to acquaint readers with sociocultural peculiarities of the country. It can contribute to formation of some definite cultural values, in particular by means of the main hero choice in the historical period. Both components of comic books (visual and textual) are essential for comic books understanding, special attention should be paid to the linguistic content of comic books.

Keywords: comic book; creolized texts; lexical unit; superhero; movie universe; culture.

Кузнецова Ольга Владимировна

*К.филол.н., ФГБОУ ВО «Иркутский Государственный
Университет»*

kuznetsova1@mail.ru

Карачёва Надежда Сергеевна

*Старший преподаватель, ФГБОУ ВО «Иркутский
Государственный Университет»*

ns_karacheva@mail.ru

Аннотация. Цель: проанализировать лингвистические и социокультурные особенности современных американских кинокомиксов, определить отличительные черты данного жанра, описать изменения, произошедшие в способах изображения главных героев комиксов.

Методы: основу исследования составляют следующие методы лингвистического анализа: контекстуальный, интерпретативный, а также методы непосредственного наблюдения и лингвистического описания.

Результаты: проанализирована история возникновения комиксов в США, главные этапы становления данного жанра, основные лингвистические особенности американского комикса, способы изображения главного героя и его речевого поведения.

Выводы: Комикс является одним из способов знакомства с социально-культурными особенностями страны, формирования определенных культурных ценностей, в частности и путем выбора главного героя в конкретный исторический период. Обе составляющие — визуальная и текстовая — важны для успешного понимания комикса, особое внимание следует уделять лингвистическому наполнению комикса.

Ключевые слова: комикс; креолизованный текст; лексическая единица; супергерой; киноселенная; культура.

Введение

Комиксы плотно проникли в жизнь современного общества — реклама, газеты, журналы и Интернет пестрят героями кинокомиксов. Графические рассказы (комиксы) — развитая индустрия, особенно в Соединенных Штатах Америки. Исследователи полагают, что «отслеживая способы взаимодействия современной культуры с миром, ученые открыли для себя множество путей

для исследований» [6]. Следовательно, представляется возможным рассматривать комиксы именно как лингвистическое и социокультурное явление, отражающее изменения в языке, культуре и традиционных ценностях американского народа. Кроме того, современная американская массовая культура активно продвигает американский образ жизни и западные ценности по всему миру, что также актуализирует изучение различных лингвистических и социокультурных явлений этой страны.

Материалы и методы

Для достижения объективности результатов исследования, наряду с общенаучным индуктивно-дедуктивным методом, использовались основные методы лингвистического анализа: контекстуальный, интерпретативный, а также методы непосредственного наблюдения и лингвистического описания. Материалом исследования послужили примеры из современных оригинальных комиксов. К исследованию привлекались также примеры из электронных источников.

Литературный обзор

В отечественной литературе трудов по истории американских комиксов катастрофически мало. Между тем, как отмечают исследователи комикса, «в условиях нарождающейся индустрии рисованных историй, необходимость для доступа широкой аудитории к истории индустрии американской существует, и отрицать её было бы глупо» [2, с. 4].

Существует много определений комикса, однако все они, в целом, сводятся к тому, что комикс представляет собой серию изображений, в которой рассказывается какая-либо история. Согласно большинству исследователей, комикс — это единство повествования и визуального действия. Скотт МакКлауд, автор книги «Суть комикса» (англ. *Understanding comics*), предлагает краткое определение — «последовательные изображения», и более полное — «смежные рисунки и другие изображения в смысловой последовательности» [5].

Результаты

Комиксы — своего рода «коммерческое искусство», парадоксальное явление эры постмодернизма. Комиксы впервые появились в США в конце XIX века и были представлены в виде серии картинок (модернизированной формы алфавита), целью которой было научить детей читать и писать. Под термином «комикс» мы подразумеваем то, что американцы называют «comic book», отделенный журнал комиксов. Становление известной сегодня американской формы комиксов происходило поэтапно.

В 1929 году издательство «Dell Publishing» опубликовало шестнадцатистраничный газетный комикс «The Funnies». В 1933 году «Eastern Color» выпустило аналогичную газету (но с меньшим количеством страниц) «Funnies on Parade». В том же году в сотрудничестве с «Dell» они опубликовали «Famous Funnies: Carnival of Comics», который предназначался для продажи в сети магазинов «Woolworth». Так началась история американских комиксов. В 1934 году издание стало периоди-

ческим, породив волну подражателей. В 1938 году появился журнал «Action Comics № 1», подаривший миру Супермена, а вместе с ним и новый жанр — комиксы про супергероев (супергероика) [2, с. 5].

Единого мнения по поводу периодизации истории комиксов не существует. В «Тайной истории комиксов» [там же, с. 9] автор приводит следующую, наиболее полную, на наш взгляд, периодизацию:

1. «Золотой век» (1938–1950)

Зарождение будущей огромной индустрии. Комиксы продаются огромными тиражами, став заменой самой популярной формы развлечения американцев — чтению недорогих книг в мягкой обложке. На период Второй мировой войны приходится пик популярности супергероев. К концу 40-х годов постепенно появляются новые жанры: криминальная проза, ужасы, военные комиксы (о военных приключениях), романтический жанр. Начинается «кризис перепроизводства»: огромные тиражи низкого качества, в результате которого к 1951 году закрывается или переориентируется на новые жанры большинство серий о супергероях.

2. «Comic-Code» (период Кодекса о комиксах) (1950–1956)

Некоторые исследователи считают этот период частью Золотого Века, а иногда называют Атомной Эпохой (в связи с обстановкой на мировой арене в пятидесятых годах). Между тем, эти шесть лет поразительно отличаются от предыдущей эпохи.

Доминирующей становится тема мирного атома и ядерной войны. Наблюдается снижение интереса к супергероям. Конгресс США принимает Кодекс о комиксах («Comic-Code»), регулирующий содержание графических историй. В результате практически исчезли криминальная проза и ужасы. На их место пришел новый жанр — комиксы о монстрах, такие как «Кинг Конг» и «Годзилла».

3. «Серебряный век» (1956–1971)

Наравне с монетами и марками комиксы начали коллекционировать. Издательство и распространение комиксов превращается в серьезный бизнес. Цены на экземпляры растут, редакторы становятся узнаваемыми, зарождаются первые фестивали любителей комиксов. Комикс, наконец, приобрел современный вид: одна или две истории в отдельном выпуске журнала, обложка предвосхищает сюжет предстоящей истории.

4. «Бронзовый век» (1971–1986)

Научная фантастика в комиксах становится одним из главных жанров семидесятых. Телевидение и киноиндустрия все чаще обращаются к комиксам, и такие союзы нередко являются успешными. Широкому кругу американских читателей становятся доступными европейские комиксы.

5. «Железный век» / «Темный век» (1986–1992)

Время беспрецедентного расцвета творчества британских авторов. По аналогии с тенденцией в рок-музыке шестидесятых годов это называлось «Британское вторжение». Зародился новый формат комиксов, который открыл путь на полки книжных магазинов, «графический роман». В Америке впервые появилась манга (японские комиксы). Вновь стал возрастать интерес к «старым» комиксам. Сюжеты комиксов стали более мрачными и «более зрелыми».

6. «Барокко» / «Эпоха Картинок» (1992–1998)

Основателями этой эпохи считаются Тодд МакФарлейн, Роб Лифилд и Джим Ли. Компания Marvel, где они трудились, стала одной из лидеров отрасли. Визуальная составляющая начала преобладать над сюжетной, что в результате негативно сказалось на содержании самих комиксов. После коммерческого успеха восьмидесятых последовал предсказуемый кризис переизводства, что привело к закрытию многих изданий.

7. «Динамическая эпоха» (1998–2004)

Крупнейший кризис в истории Marvel привел к банкротству компании. Происходит переориентация на нового потребителя — подростковый рынок. Взаимодействие кинематографа и комикс-индустрии породило цепочку «комикс-фильм-видеоигра». Компьютерные технологии используются на всех этапах создания комикса, что в значительной степени сократило допечатную подготовку. В целях популяризации электронной формы комиксов, издатели предоставляют читателям возможность обратной связи. К концу периода проявляется «ностальгия» по комиксам восьмидесятых годов. Крупные издатели все чаще обращаются к своему наследию, публикуя его во всех возможных формах и форматах.

8. «Современная эпоха» (2004–...):

Электронные ресурсы делают комиксы доступными в любой точке мира. Переиздания классических историй прошлых эпох обретают культовый характер. Фильмы, основанные на комиксах, все чаще становятся невероятно прибыльными.

С точки зрения лингвистики, комикс является вербоиконическим сообщением, текстуальность которого

(и шире — коммуникативность) строятся на конструктивном взаимодействии трех входящих в него информационных рядов: буквенного текста, графики и параграфов. Следовательно, возникает вопрос, правомерно ли будет считать это сообщение текстом? Согласно Е. В. Козлову, «последовательность знаков любого порядка, объединенных целями, заключающимися в наиболее адекватном выражении смысловой суперструктуры, может пониматься как текст» [4, с. 8]. Е. Е. Анисимова пишет о том, что с точки зрения семиотики иконический язык принципиально не отличается от вербального языка: «любое созданное непосредственно человеком изображение абстрактно, ибо оно обозначает выделенные отвлеченные человеком свойства объекта. В этой своей функции изображение не отличается от слова. Как слово, так и изображение могут выражать понятия разных уровней абстрактности» [1]. Таким образом, само по себе наличие в комиксе невербальных, иными словами, паралингвистических средств не мешает нам отнести его к текстам, однако обуславливает его принадлежность к определенной группе текстов — креолизованным текстам.

Мы не можем не согласиться с тем, что неотъемлемым свойством комиксов является сочетание знаковых единиц двух видов, а именно вербальных и визуальных, что подразумевает единство вербальных и визуальных компонентов. При ответе на вопрос о том, что важнее в комиксах: визуальная или текстовая сторона, мы придерживаемся точки зрения, что комикс читается только как единый, сплошной текст.

Комикс — это, все же, картинка, поэтому крайне важным требованием для его успешного понимания является упрощение всех фраз и сопровождающей действия, выражение эмоций лексики, что, в свою очередь, приводит к созданию звукоподражательных единиц. Комикс не содержит сложной лексики, которая требует таких трансформаций, как, например, смысловая конкретизация. Другими словами, язык, используемый героями комикса и примечания автора, в большинстве случаев, предназначены для быстрого восприятия, что требует от таких выражений, слов, фраз максимальной простоты.

В американских комиксах герои зачастую используют сложные и длинные по своей синтаксической и грамматической структуре предложения. Как известно, когда слова героя передается прямой речью, читатель принимает это, не ставя под сомнение реальности событий диалога [7, р. 65]. Во многом то, что говорит герой, зависит от того, как он представлен в сюжете комикса, а именно, к какому кругу людей он принадлежит, его возраст, жизненный опыт и основное занятие в жизни, поэтому, зачастую, на страницах американских комиксов можно встретить весьма «замысловатую» и сложную для вос-

приятия иностранцем лексику. Однако находится там место и для ономотопэтической лексики и междометий: «ВНОООМ», «ZZZHHHHRRRWWW», междометия выполняют «аудио» функцию, т.к. сюжет требует создания определенной атмосферы, которую чувствует рецептор при прочтении комикса.

Таким образом, можно сказать, что для воссоздания звуков и образов используются междометия и ономотопэтические лексические единицы. На страницах американских комиксов чаще используются междометия и набор случайных букв для изображения звуков и создания соответствующей сюжету комикса ситуации. Так, лексические единицы «FSSHAAAMM»; «ТНОК»; «WHACK» не несут какого-либо определенного значения, основной функцией данных междометий является создание «фоновой» окраски и придание эмоциональной яркости картинке. Можно предложить следующие варианты перевода: «ВАК», «ТОК», «ФЛЭЭШШ». Междометия, встречающиеся на страницах американских комиксов, во многом схожи с теми лексическими единицами, которые могут быть выбраны в качестве прямого эквивалента в русском языке. Это можно объяснить тем, что структура английского и русского, как языков, принадлежащих к индоевропейской группе, схожа, поэтому в процессе перевода поиск эквивалента не так сложен. Итак, общим для всех героев можно считать короткие емкие фразы.

В XXI веке стало возможным говорить о новом явлении, обладающем своей историей, сложной инфраструктурой, законами и персонажами — «киновселенная». В рамках одной кинематографической вселенной хронологический порядок выпуска фильмов не играет определяющей роли. Так называемая временная шкала или на языке «гиков» (фанатов вселенной комиксов), таймлайн может развиваться независимо от календарного выхода кинокартин. Это означает, что все герои уже существуют в данной вселенной, даже если они непосредственно не присутствуют в конкретном фильме. Большие армии поклонников принадлежат «Вселенной Гарри Поттера», «Вселенной Чужого», «Миру Средиземья» и др. Что касается фильмов, основанных на комиксах, двумя наиболее обширными и постоянно конкурирующими друг с другом являются киновселенная Marvel и киновселенная DC.

«Вселенная комиксов — захватывающая и манящая, наполненная героями, злодеями и участниками Comic-Con фестивалей» [8]. В 2008 году начало киновселенной Марвел было положено фильмом «Железный человек» с Робертом Дауни-младшим. Из-за недостатка средств для масштабного распространения собственных фильмов Marvel Studios заключила соглашения с двумя компаниями — Universal Pictures и Paramount Pictures, согласно которым эти компании оказывали содействие в распро-

странении фильмов (маркетинг, PR и т.д.). Когда компания Disney приобрела Marvel Entertainment в 2009 году, Marvel Studios стала частью Walt Disney Pictures. Walt Disney Pictures пришлось выкупить оставшиеся права у Paramount Pictures, чтобы получить полный контроль над производством и распространением кинопродуктов Marvel Studios. Подтверждения тому, что любая киновселенная существует даже тогда, когда зритель за ней не наблюдает, явно прослеживается в некоторых моментах. Например, в фильме «Тор: Рагнарек» аудитория узнает, что Брюс Беннер несколько лет провел в образе Халка. Последний раз зритель видел Халка в «Мстителях: Эра Альтрона», и только из его собственного повествования зритель узнает, что происходило с персонажем. Мы видим, как герои стареют, меняются и развиваются. До недавнего времени киноиндустрия не знала ничего подобного.

Киновселенная DC и ее медиа-франшиза, основанная на комиксах издательства DC Comics и разработанная кинокомпанией Warner Bros. Pictures, была запущена в 2013 году «Человеком из стали» Зака Снайдера, в которой Генри Кавилл сыграл роль Супермена. На данный момент в рамках киновселенной уже выпущено пять фильмов. Warner Bros. Pictures планирует снять еще двенадцать картин с разными персонажами, которые иногда будут взаимодействовать друг с другом.

Супергерой является неотъемлемой частью американского комикса. В классическом понимании супергерой — это вымышленный персонаж, обладающий необычайными физическими способностями («сверхспособностями»), которые он направляет на совершение подвигов для общего блага [3]. После дебюта супергероя по имени Супермен в 1938 году эта идея в американских комиксах стала доминирующей. Создатели Супермена, вдохновляясь историями о Самсоне и Геркулесе, формировали героя, который изменит мир, будет бороться за справедливость. На пороге Второй мировой войны появление сверхчеловека, стоящего на страже добра и справедливости и способного противостоять любой угрозе, не могло остаться незамеченным. Во вселенной комиксов появился *первый тип* супергероев — герой со сверхчеловеческими способностями. Как правило, эти герои имеют вземное происхождение, например, Супермен, бог грома Тор или Аквамен.

Настоящий бум комикс-индустрия испытала с появлением Человека-паука в августе 1962 года. Персонаж был создан Стэном Ли и Стивом Дитко. Комиксы о Человеке-пауке спровоцировали взрыв читательского интереса [Там же]. С этого момента началось активное внедрение комиксов как популярного жанра в американскую культуру. В результате возросшего интереса читателей возникли различные тематические клубы,

фан-клубы и фестивали комиксов. Старые выпуски графических историй выставлялись на аукционах за невероятные суммы. Конец 80-х годов ознаменовался новым феноменом — экранизацией комиксов. В 1989 году на пятидесятилетие Бэтмена, был выпущен одноименный фильм. Затем началась целая серия фильмов, основанных на графических историях.

В конкурирующей вселенной в одном ряду с Бэтменом стоит Железный человек. Это *другой тип* супергероя — герой в маске. У них нет сверхспособностей или внеземного происхождения, но они обладают выдающимся интеллектом. Появление такого героя — это призыв обществу действовать. Герой своим примером говорит о том, что для того, чтобы действовать, человеку не нужны сверхспособности, необходимо следовать принципам свободы и справедливости.

Еще один вид супергероя — это те, кто случайно обрели свои способности. Существует целая плеяда супергероев, которые стали такими бессознательно в результате аварии или эксперимента. К ним относятся Человек-паук, Халк, Фантастическая четверка, Доктор Манхэттен, Дедпул и т.д. Каждый из них, получив новые способности, проходит через переломный момент и решает служить либо добру, либо злу.

При произнесении слова «супергерой» первые ассоциации — это Супермен, Бэтмен, Человек-паук, Железный человек, Капитан Америка и т.д. Так или иначе, от первых экранизаций до современности мир супергероики был преимущественно мужским. Женские роли занимали второй план и сводились в основном к образу девушки супергероя в беде. Огромному количеству супергероинь на страницах комиксов не было места в киноселенных до недавнего времени. Кинематограф является отражением социальных процессов, а, следовательно, очень чувствителен к изменениям настроений в обществе. В современном мире вопросы гендерного равноправия стоят необычайно остро. А некоторые движения, набирающие обороты, говорят уже не просто о равноправии, а о превосходстве женщин над мужчинами. Женщина выходит на первый план, она хочет быть заметной, хочет строить карьеру, быть успешной, руководить. Киновселенные незамедлительно отреагировали на подобные настроения тем, что начали вводить в, так называемые кроссоверы, женские персонажи, а позднее даже выпуская сольные фильмы про супергероинь. Яркими примерами могут послужить Черная Вдова, Алая Ведьма, Капитан Марвел, Чудо-женщина и даже антигероиня Харли Квин и т.д. Следует отметить, что на страницах комиксов существует множество женских образов, многие из которых, судя по социальным настроениям, получают возможность попасть в полный метр. Подобное уже случалось

в период обострения толерантности, в результате чего в фильмах увеличилось количество темнокожих персонажей (Воитель, Черная Пантера) и персонажей с ограниченными физическими возможностями (например, Сорвиголова слепой). Думается, что стражей Галактики, Гоморру, Небулу и целое соцветие инопланетных существ также можно считать пропагандой равенства народов и толерантности к представителям другой расы.

Обсуждение

Следует отметить, что сами комиксы и их экранизации представляют интерес для дальнейшего изучения как в лингвистическом плане (в связи с возникающей необходимостью создания словаря супергероической вселенной (таймлайн, супергероика, киноселенная, кроссовер и т.д.)), так и с социокультурных позиций, т.к. через комиксы осуществляется внедрение в массовое сознание базовых и новейших ценностей культуры. Так, например, интересным представляется тот факт, что наряду с положительными персонажами, небывалую популярность обретают также, так называемые, антигерои (Харли Квин, Джокер, Веном и т.д.), причины подобного явления также могут стать объектом дальнейшего исследования.

Заключение

Комикс не содержит сложной лексики, которая требует таких трансформаций, как, например, смысловая конкретизация. Другими словами, язык, используемый героями комикса и примечания автора, в большинстве случаев, предназначены для быстрого восприятия, что требует максимальной простоты. Американские комиксы, идея которых, в большинстве случаев, направлена на описание приключений супергероев, характеризуются крайне редким употреблением междометий и любых других лексических единиц для передачи состояния героя, его мыслей или окружающую его атмосферу. Американские комиксы, в основном, содержат много реплик, которые могут включать в себя не только выражения, используемые в повседневной речи, но и сложные высказывания, содержащие, например, научную терминологию.

Первичный анализ показал, что киноселенные, созданные по американским комиксам, демонстрируют устойчивый рост и набирают все большую популярность, что подтверждается небывалыми кассовыми сборами от прокатов фильмов о супергероях. Что касается самого образа супергероя, то под влиянием социокультурных процессов он претерпел значительные изменения и отошел от классического Супермена, обретая разнообразные вариации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). М.: Издательский центр «Академия», 2003. 128 с.
2. Волков А.В., Кутузов К. С. Тайная история комиксов. М.: АСТ, 2017. 336 с.
3. История мирового комикса [Электронный ресурс] История мирового комикса. URL: <http://www.zivanova.ru/cite/histoirebd.html>
4. Козлов Е. В. Коммуникативность комикса (в текстуальном и семиотическом аспектах). Волгоград, 1999. 197 с.
5. Комикс от слова смешной? [Электронный ресурс] — URL: <http://botinok.co.il/node/35770.htm>
6. Kovacs G., Marshall C. W. Classics and Comics. Oxford University Press, 2011. 265 p.
7. Mario S. The Language of Comics (Intertext). London: Routledge, 2004. 121 p.
8. Tim L. Super Graphic: A Visual Guide to the Comic Book Universe. Chronicle Book, 2013. 196 p.

© Кузнецова Ольга Владимировна (kuznetsova1@mail.ru), Карачёва Надежда Сергеевна (ns_karacheva@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»



Иркутский государственный университет