

NATALIA GÓRA*

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

(ВЕБ)-КОМИКС КАК СОВРЕМЕННЫЙ ФЕНОМЕН СЕМИОТИКИ

Если считать истинными слова Виктора Ерофеева [1996, с. 431] «Бог умер – родился комикс», то можно бы сказать, что в комиксе скрывается бешеная сила. Сила, которая манит¹ людей. Из-за этой непонятной, необузданной силы, названной вдохновением творят «шедевры». Комиксы являются феноменами² в своём плане – они указывают на менталитет художников. Это социологические, а прежде всего семиотические феномены, так как имеют влияние на общество.

Наиболее обширную область исследования комикса открывают возможности лингвистики. До сих пор эти рассуждения уже проведены в таких направлениях как психолингвистика, социоллингвистика или теория коммуникации. Вышеперечисленные направления позволяют объективно раскрыть структуру явления комикса. Если взглянуть на этот вопрос шире, «языковая картина мира является внутренней формой языка» [Куликова, Салмина, 2002, s.v. *языковая картина мира*]. В свою очередь, она трактуется как специфический для каждого языка способ отражения и представления в языке действительности, как пишет Вильгельм фон Гумбольдт: «языковое мировидение». В развитие семиотики значительный вклад внесли Роман Якобсон, Эмиль Бенвенист, Роланд Барт, Ноам Хомский, Умберто Эко. Одним из наиболее выдающихся представителей семиотики является Юрий Лотман. В центре его внимания находится

* Natalia Góra – magister, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Wydział Filologiczny; e-mail: nataszagara@gmail.com.

¹ В положительном значении этого слова.

² Я имею в виду слово «феномен» в обыденной речи – необычное явление; не в феноменологическом смысле.

искусство, то есть культура и литература, которые могут удовлетворить потребность человека в истине. Он определял искусство, как «область свободы, где безальтернативное получает альтернативу, условное переходит в реальное, прошедшее – в настоящее. При исследовании культуры Лотман также придерживается принципа имманентности, изучает ее изнутри» [Бычков, 2003, с. 54]. Лотман обращается к масштабной проблематике семиосферы. Центральная идея – текст, как смыслопорождающее устройство; «через нее осмысляются и проблема автокоммуникации, и риторика, и проблема коммуникации «автор – аудитория», «замысел – текст», и символ в системе культуры» [Лотман, 1996, с. 464].

Другие исследователи, например, Умберто Эко, стремятся к выходу за рамки лингвистики. Обобщив накопленный опыт, Эко приходит к выводу о том, что «нелингвистический код коммуникации не должен обязательно строиться по модели языка». Я согласна с интересной концепцией Ф. Тюрлеманна, понимающего «семиотику как науку не столько о знаках, сколько о значениях». Он говорил, что «главное пластических элементов живописи заключается не в степени их сходства со знаками языка, а в способе их организации и значения» [Бычков, 2003, с. в. *Семиотическая эстетика*].

Комикс – это открытая семиотическая система, включающая в себя набор лингвистических знаков и элементов визуального ряда. Современный этап развития семиотической системы предполагает наличие в системе как универсальных знаков, функционирующих в любом тексте вне зависимости от естественного языка, так и идиоэтнических знаков, функционирующих лишь в текстах комиксов отдельных стран. Языковой знак комикса мотивирован. Существует три типа знаков комикса: графически мотивированные, фонетически мотивированные и знаки смешанной мотивированности³. Комиксовая семиотика является системой, реализующейся в коммуникативном процессе в виде креолизованного текста. Текст комикса организован с учетом внутренних законов структурной организации комикса, связанных непосредственно с правилами графического оформления текста. Комикс как вид текста обусловлен функционированием текстовых категорий.

³ Графически мотивированные знаки более характерны для американского комикса, фонетически мотивированные знаки чаще используются в тексте японских манг.

В рамках социологических исследований комикс рассматривается как источник дополнительной информации о современном состоянии общества. Большой охват читателей позволяет говорить об этих текстах культуры как о жанре массовой коммуникации. Темы, затрагиваемые авторами комиксов, типы героев, структура сюжета – все это непосредственно связано с запросами массовой аудитории. В то же время массовая аудитория интерпретирует информацию, предлагаемую сочинениями. Они большей частью предоставляют стереотипизированные образцы социального поведения, изучая которые можно понять состояние общества в целом. «Человек стал прочитываться как географическая карта. Контуры материков, представляющие собой его основные страсти и фобии, превратились в контуры комиковых рисунков. В этом смысле комикс оказался наиболее репрезентативным искусством XX века, по нему потомки составят впечатление о нас» [Ерофеев, 1996, с. 432].

Подходу к комиксам, как к виду искусства, противостоит восприятие их как средства манипулирования общественным сознанием. Так, например, Сергей Георгиевич Кара-Мурза [2000, с. 133], в работе *Манипуляция сознанием* пишет: «Гениальным изобретением для передачи сообщений людям, (...) были комиксы – короткие упрощенные тексты, каждый фрагмент которых снабжен иллюстрацией». Изучавший феномен комиксов культуролог Умберто Эко писал, что комиксы «породили уникальное явление – массовую культуру, в которой пролетариат воспринимает культурные модели буржуазии в полной уверенности (...)» [Кара-Мурза, 2000, с. 136]. Эко в своей книге *Апокалиптики и интегрированные*, посвященной, между прочим, тематике комикса, представил одновременно критику и апологетику массовой культуры. Эко продемонстрировал серьезное отношение к масс-медиа, к современным текстам культуры.

Комикс

Слово *комикс* происходит от английского слова *comic*, обозначающего ‘комический’, ‘забавный’. Понятие *комикс* несет в себе семы *смешной*, *детский* (точнее сказать *инфантильный*), хотя сейчас роль *смешного* в комиксах неизменно сокращается. Этимология слова повлияла на осознание комикса как несерьезного жанра, продукта массовой современной

коммуникации, нацеленного на широкую и, не вполне образованную, аудиторию, хотя комикс является более интересным и неоднозначным. По вопросу формального характера комикс – это серия рисунков с краткими текстами, образующая связанное повествование. Он является самостоятельным жанром, таким же обширным, как литература, искусство или кино. Эти тексты культуры могут быть как юмористическими, забавными так и серьезными, смертельно трагическими. По данным словаря, комикс – это: «небольшая, наполненная иллюстрациями книжка лёгкого, обычно приключенческого содержания, а также серия рисунков с соответствующими подписями» [Ожегов, 1992, с. 68 s.v. *комикс*].

Полагают, что предками жанра были: серия картин Уолта Хогарта *Карьера проститутки* (1730–1731), *Карьера мота* (1732–1735) и рисунков Вильгельма Буша в книге *Макс и Мориц* (1865). Современные формы комикса появились в конце XIX века в газетах США. Особое распространение получили с 30-х г. XX века, в том числе комиксы известного кинорежиссёра-мультипликатора Уолта Диснея. Непосредственными предшественниками комикса, или протокомиксами, считаются политические французские и английские карикатуры конца XVIII века. Даже американские исследователи комикса признают, что у него европейские корни. Так что, на самом деле, комикс является древнейшим из документально зафиксированных искусств. С середины XIX века американские газеты вводят новшество: на их страницах значительно больше иллюстрационного материала, нежели в газетах старого вида. В Америке возникает целая система визуальных символов, многие из которых создал Томас Наст, автор *Дяди Сэма*. Появление самого комикса произошло в результате борьбы двух гигантов газетного бизнеса: венгерского иммигранта Джозефа Пулицера и, выходца из Калифорнии, Уильяма Хэрста. Борьба за читателей требовала использования новой полиграфической техники, введения цвета на газетной полосе. Желтый цвет, по многим характеристикам, оказался наиболее технологичным. Впервые он был использован в комиксе Ричарда Аутколта *Желтый паренек*. Попутно этот комикс привел к возникновению термина «жёлтая пресса». Однако день рождения комикса до сих пор вызывает немало споров. Одни полагают, что первым комиксом нужно считать серию рисунков того же Аутколта, помещенных в газете *Уолд* в 1894 году под названием *Истоки новых видов, или Эволюция крокодила*. Другие называют дату

5 мая 1895 года, когда родился образ *Желтого паренька*, быстро ставшего любимцем американской публики.

Начало российскому комиксу положили жития святых, которые традиционно изображались в виде комикса. Позже эта идея трансформировалась в лубок – череду картинок с подписями «на злобу дня». В свое время, лубок висел в практически каждой избе. Лубок – «народная картинка, произведение *графики* (...), отличающееся простотой и доходчивостью образа и предназначенное для массового распространения» [Горкин, 2007, с. 135]. Он известен в России с XVIII века. Слово *лубок* произошло от слова *луб*, определяемого как слой древесины, из которого плели корзины и короба. Именно с такими лубяными корзинами ходили по ярмаркам торговцы, которые хотели продать незатейливые картинки.

Если взглянуть на проблему комикса шире, возникает вопрос, можно ли рассматривать комикс как искусство, изначально адресованное именно детям? Ежи Теплиц – польский искусствовед, один из ведущих историков мирового кино, в книге *Искусство комикса* [Toeplitz, 1985, с. 75] пишет: «Комикс (...) никогда не был формой повествования для детей, которую с течением времени подхватили взрослые. Линия развития была противоположной...».

Думая над комиксом, надо понять, откуда в статичных картинках берется время, пространство, движение, герои. Главным вопросом являются суть комикса и место, в котором происходит его действие. Оказывается, что это место возникает в пространстве между одним рисунком и другим. Можно, например, увидеть два рисунка, а дальше воображение придется достраивать, уточнять, моделировать.

Веб-комиксы/онлайн-комиксы

Возникает вопрос, что такое онлайн-комикс и в чём его отличие от *бумажного* комикса? Формально веб-комикс – это текст культуры, опубликованный в компьютерной сети. Однако это определение слишком общее и не показывает всей смутной специфики. Сложно сказать, остаётся ли веб-комиксом сочинение, изданное на бумаге, например в журнале, на плакате, листовке или в газете. Граница между бумажными и веб-комиксами размыта, неясна, и дать ей определение довольно трудно.

Следует подчеркнуть, что веб-комиксы являются самиздатом. Они не требуют от автора значительных финансовых затрат, и не требуют учитывать мнение издателя. Отсутствие цензуры позволяет создавать веб-комиксы кому-либо, но она же очень быстро создаёт жесточайшую конкуренцию. В результате, пробиться на вершину популярности довольно трудно. Из-за этого главным ориентиром для автора веб-комикса становится его гипотетический читатель.

Конечно, очень важную роль в популярности веб-комикса играет небанальная фабула – это свойственно любым Интернет-ресурсам. Именно методами работы с читателями определяют специфику веб-комиксов. В первую очередь, следует вспомнить такой фактор, как периодичность. В идеале веб-комикс должен восприниматься законченным в пределах выпуска, но бесконечным, или, по крайней мере, длинным, в пределах всего комикса. Именно поэтому каждый из выпусков должен свободно восприниматься в отрыве от всех остальных. Так, при подчёркивании, построен Комикс *Человек-Грызлов*. Во-вторых, чтобы удержать читателя, нужно пообещать, что будут новые серии его любимого сериала. Автор, анализированного мной комикса, прекрасно понимает маркетинговую политику (чем реже обновления – тем сложнее удержать читателя). Не стоит забывать, что даже чрезвычайно оригинальный веб-комикс должен быть, прежде всего, и массовым. Веб-комикс существует не на бумаге, а на экране. Можно сказать, что у веб-комиксов отсутствуют формальные (связанные с размером или форматом) ограничения, которые касаются печатания на бумаге. Полосы могут быть широкими, узкими, длинными, не прямоугольными и меняющими формат от выпуска к выпуску. Известный теоретик комиксостроения Скотт МакКлауд [1993, с. 86] считал онлайн-комиксы очень важными, он сказал: «экран – это не бумага, экран – это окно». Компьютер позволяет привнести в веб-комикс нововведения, которых в классическом комиксе никогда не было. Это и набирающие популярность всплывающие дополнения, и элементы анимации, и комментарии автора, и звуковое или музыкальное сопровождение. К сожалению, хотя автор комикса *Человек-Грызлов* использует песни, отсутствует возможность, чтобы эти произведения послушать. Самый верный способ получить деньги за веб-комикс – это, по злой иронии, напечатать его. На западе практически все успешные веб-комиксы раньше или позже издаются на бумаге.

Анализ комикса *Человек-Грызлов*⁴?

Веб-комикс *Человек-Грызлов*⁵ – показывает историю известного супергероя, которым является бывший спикер Государственной думы Российской Федерации – Борис Вячеславович Грызлов⁶. К сожалению, автор этого комикса по фамилии не известен – он пользуется только псевдонимом (*zashtopik* или *Mr. Parker*). Девизом Человека-Грызлова, благодаря которому люди замечают его появление, является фраза: «Он придет и молча поправит всё»⁷. Сам Грызлов является пародией действительного Супермена. Отличия от прототипа минимальны: вместо буквы *S* на груди Грызлова две буквы: *БГ*, российский герой показывается в красных сапогах, а у его прототипа (по крайней мере, в фильме) – красные полчулки.

Комикс создан в жанре политической сатиры, описывающей людей с тонким намёком, а вместе с тем, высмеивающей российскую политику, а также некоторые нашумевшие события. Каждый выпуск (до сих пор существует 5 эпизодов) посвящён какому-либо происшествию, спародированному в сюжете противостояния Человека Грызлова и (в первых частях) Чёрного Олигарха. Главный герой пытается решить острый социальный конфликт между вампирами и антивампирами. Узнав о чудовищных событиях в Москве, он прилетает на митинг вампиров, под названием *Кровавый марш* – это, конечно, аллюзия на *Русский марш*⁸. Там показан конфликт, в котором известная рок-группа вампиров призывает к борьбе с антивампирами. На просьбу Человека-Грызлова разойтись вампиры начинают обвинять его в расизме, дискриминировании и нарушении желательной свободы слова. Тут на них жестоко нападают антивампиры. Грызлову объяснено, что вампиры и антивампиры отличаются только тем, что первые завязывают белые шнурки на обуви, а вторые красные. Легко дешифровать,

⁴ Хотя автор название этого комикса не всегда пишет через *дефис*, я решила пользоваться написанием: *Человек-Грызлов*.

⁵ Я анализирую пятый эпизод комикса.

⁶ Российский государственный и политический деятель. Министр внутренних дел России (2001–2003); председатель Государственной думы Российской Федерации четвёртого и пятого созывов (2003–2011); председатель Высшего совета партии Единая Россия (с 2002).

⁷ Фраза происходит из песни группы Аквариум под названием *Человек из Кемерово*.

⁸ Ежегодные шествия и митинги представителей русских националистических организаций и движений в различных городах России и стран СНГ, приурочены ко Дню народного единства 4 ноября.

что это пародия на противостояние неонацистов и антифашистов. Можно заметить также то, что автор произведения пользуется разными пословицами, цитатами, в том числе из песни: «Ты неси меня река», написанной известной группой *Любэ*. При этом важно, что в комиксе появляется фрагмент из Библии: «Бог есть свет, и в нем нет никакой тьмы», (*Новый Завет, Первое Соборное послание св. Ап. Иоанна Богослова*), который, на самом деле – песня. В критический момент, в роковую минуту, ему на помощь прилетают на «Волге» – «Питерские Деды Морозы» – Михаил Боярский и Борис Гребенщиков. Они поют прекрасную песню и все становятся обычными, нормальными людьми. Оказывается, вампирам и антивампирам нужно было просто сменить музыку и всё наладится. В конце концов, все помирились, а гордый Человек-Грызлов снова оказался в центре внимания, хотя практически ничего не сделал.

Это произведение является насмешкой над Борисом Грызловым, политиком и деятелем, известным своим высказыванием «Парламент не место для дискуссий». Комикс, рисованный Заштопиком (за этим псевдонимом скрывается 19-летняя художница Екатерина), гениально, с долей юмора представляет этого политика. Художница ставит своей целью подчёркивать черты его внешнего вида. Кажется, этот текст культуры предназначен широкому кругу читателей, именно из-за легкости сюжета.

Современный мир переживает глобальные изменения разного характера – политические, экономические, культурные, эмоциональные. Комиксы как социальные, семиотические явления требуют не только внимательного и тщательного научного исследования причин их возникновения и проявлений, но также изучения их влияния на общество, искусство или на культуру. Они являются важными, поскольку свидетельствуют о трансформации мировоззрения. Комиксы могут существовать в качестве анимационных роликов, плакатов или на стенах. До сих пор несложно найти комиксы в жевательных резинках, на коврах или в качестве надписей на тетрадах. Большой популярностью пользуются особенно те, которые напечатали на майках или футболках. Всё отражает внутренний мир людей. Стоит ответить на вопрос, какую ценность вносит это творчество в культуру. Удовлетворяет ли только потребность в развлечении, уважении

⁹ Это, естественно, ссылка на фильм *Черная Молния*.

и признании, в самовыражении? Можно ли рассматривать это творчество как голос поколения?

Анализируемый мной политический комикс показывает карикатурную действительность, благодаря чему, его считают предохранительным клапаном. Результаты анализа можно использовать в смежных областях, касающихся психолингвистики, социоллингвистики, психологии, социологии или обществоведения. «Бог умер – родился комикс. Человек стал прочитываться, как географическая карта. Контурные материков, представляющие собой его основные страсти и фобии, превратились в контуры [...] рисунков» [Ерофеев, 1996, с. 431]. Я беру на себя смелость утверждать, что комиксы являются наиболее репрезентативным искусством XXI века.

Библиография

Словари

- Бычков В.В., 2003, *Лексикон нонклассики. Художественно-эстетическая культура XX века*, Москва: Российская политическая энциклопедия.
- Гессен Д., Стыпула Р., 1998, *Большой польско-русский словарь*, Warszawa: Wiedza Powszechna.
- Ефремова Т.Ф., 2000, *Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный*. Москва: Дрофа *Русский язык*.
- Куликова И.С., Салмина Д.В., 2002, *Обучающий словарь лингвистических терминов*, Санкт-Петербург: Сага.
- Мирович А., Дулевич И., 2004, *Большой русско-польский словарь*, Warszawa: Wiedza Powszechna.
- Михальченко В.Ю., 2006, *Словарь социолингвистических терминов*, Москва: Российская академия наук.
- Нелюбин Л.Л., 2003, *Толковый переводоведческий словарь*, Москва: Флинта.
- Ожегов С.И., Шведова Н.Ю., 1992, *Толковый словарь русского языка*, Москва: Азъ.
- Wawrzyńczyk J., 2005, *Польско-русский словарь*, Warszawa: Wydawnictwo Takt.

Литература предмета

- Барзах А.П., 2010, *О поэтике комикса*; его же: *Русский комикс: Сб. статей*, Новое литературное обозрение, Москва, с. 9–52.
- Горкин А.П., 2007, *Искусство. Современная иллюстрированная энциклопедия*, Росмэн-Пресс, Москва.

- Ерофеев В., 1996, *В лабиринте проклятых вопросов. Эссе*, Союз фотохудожников России, Москва.
- Кара-Мурза С.Г., 2000, *Манипуляция сознанием*. Раздел II. Главные мишени манипуляторов сознанием. Оснащение ума: знаковые системы, Эксмо, Москва.
- Лотман Ю.М., 1996, *Внутри мыслящих миров*, Языки русской культуры, Москва.
- Лотман Ю.М., 1998, *Композиция словесного художественного произведения*; его же: *Структура художественного текста*, Искусство – СПб, Санкт-Петербург.
- Почепцов Ф., 1998, *История русской семиотики до и после 1917 года*, Москва: Лабиринт.
- Eco U., 2010, *Apokaliptycy i dostosowani*, Wydawnictwo W.A.B., Warszawa.
- Ferenc T., Olechnicki K., 2008, *Obrazy w sieci. Socjologia i antropologia ikonosfery Internetu*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń.
- Krejtz K., Nowak A., 2005, *Internet z perspektywy nauk społecznych*, [w:] D. Batorski, M. Maroda, A. Nowak, *Spoleczna przestrzeń Internetu*, Wydawnictwo SWPS „Academica”, Warszawa.
- Kulawik A., 1997, *Poetyka. Wstęp do teorii dzieła literackiego*, Antykwa, Kraków.
- Bachtin M., *Karnawalizacja*, [w:] M. Jędrychowska, 2002, *To lubię!*, Wydawnictwo Naukowe AP, Kraków.
- Pater-Ejgierd N., 2008, *Dlaczego sieć przemawia obrazem*, [w:] T. Ferenc, K. Olechnicki, *Obrazy w sieci. Socjologia i antropologia ikono sfery Internetu*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń.
- Sztompka P., 2005, *Socjologia wizualna. Fotografia jako metoda badawcza*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Szyłak J., 1998, *Komiks: świat przerysowany*, Wydawnictwo słowo/obraz terytoria, Gdańsk.
- Szyłak J., 1999, *Komiks w kulturze ikonicznej XX wieku*, Wydawnictwo słowo/obraz terytoria, Gdańsk.
- Szyłak J., 2000, *Komiks*, Znak, Kraków.
- Szyłak J., 2000, *Poetyka komiksu: warstwa ikoniczna i językowa*, Wydawnictwo słowo/obraz terytoria, Gdańsk.
- Tadeusiewicz R., 2002, *Spoleczność Internetu*, Akademicka Oficyna Wydawnicza Exit, Warszawa.
- Toeplitz K.T., 1985, *Sztuka komiksu. Próba definicji nowego gatunku artystycznego*, Warszawa.
- Catwright L., Sturken M., 2000, *Practice of Looking. An Introduction to Visual Culture*, Oxford University Press, Oxford.
- McCloud S., 1993, *Understanding Comics: The Invisible Art*, Kitchen Sink Press, New York.
- Wallace P., 2005, *Psychologia Internetu*, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań.

Интернет-источники

<http://www.comics.com.ua/comics>

<http://a-comics.ru/read/webcomics/>

<http://a-comics.ru/comics/understanding-comics>

http://www.ruslink.pl/aktualnosci_ogolne/rosyjskie_demotywatory,5234/

http://kulturaonline.pl/feminizacja_komiksow,postepuje,tytul,artykul,11861.html

<http://comicsia.ru/collections/concerned-froman/29>

http://ec-dejavu.ru/c/Comic_strip.html

<http://comicba.se/ksiazki-o-komiksie/>

<http://demotivation.me/coz8esxo9f3epic.html#UUEOvTfo2Ck>

http://www.dp.ru/a/2009/06/25/Komiks_CHelovekGrizlov/

(WEB) COMICS AS A MODERN SEMIOTIC FENOMENS

Summary

I think that the phenomenon of comics can be described as a semiotics because they have a significant impact on society. They allow us to evaluate how the spiritual condition of the mass media human is changing. They come from a semiotic system that should be considered in the linguistic context. (tłum. Natalia Góra)

Keywords: comics, web comics, semiotics, sign

(WEB) KOMIKS JAKO WSPÓŁCZESNY FENOMEN SEMIOTYKI

Streszczenie

Uważam, że webkomiksy można traktować jako fenomen semiotyki, ponieważ mają dostrzegalny wpływ na społeczeństwo. Pozwalają one ocenić jak zmienia się kondycja duchowa człowieka mass mediów. Wywodzą się bowiem z systemu semiotycznego, który rozpatrywać należy w kontekście lingwistycznym.

Słowa kluczowe: komiks, webkomiks, semiotyka, znak

