

## ВЕРБАЛЬНЫЕ И НЕВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ КОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА В КОМИКСАХ

Евтихович Елизавета Александровна

Могилевский государственный университет имени А. А. Кулешова  
(г. Могилев, Беларусь)

*Статья посвящена исследованию комиксов как уникального жанра, объединяющего литературу и изобразительное искусство, с акцентом на средства создания комического эффекта. Авторы анализируют вербальные и невербальные приемы, включая фонетические, лексико-фразеологические, синтаксические и визуальные элементы, подчеркивая их роль в формировании юмора и эмоционального воздействия на читателя.*

**Ключевые слова:** комиксы, комический эффект, вербальные средства, невербальные средства, юмор, визуальные приемы.

*The article is devoted to the study of comics as a unique genre combining literature and fine art, with an emphasis on the means of creating a comic effect. The authors analyze verbal and non-verbal techniques, including phonetic, lexico-phraseological, syntactic, and visual elements, emphasizing their role in shaping humor and emotional impact on the reader*

**Key words:** comics, comic effect, verbal means, non-verbal means, humor, visual techniques.

Комиксы представляют собой уникальный жанр, объединяющий литературу и изобразительное искусство, который становится важным инструментом передачи информации и эмоций. Они используют разно-

образные средства создания комического эффекта, включая фонетические, лексико-фразеологические и синтаксические приемы, а также невербальные элементы, такие как мимика и визуальные игры, что делает их многослойным и увлекательным форматом для читателей.

Комикс – это уникальный жанр, который сочетает в себе элементы литературы и изобразительного искусства. В последние годы комиксы привлекают всё большее внимание исследователей, поскольку они становятся важным инструментом передачи информации и эмоционального опыта.

Существует множество определений комикса. Так, по мнению А. Г. Сони́на, комикс можно определить как «особый способ повествования, текст которого представляет собой последовательность кадров, содержащих, кроме рисунка, вербальное произведение, репрезентирующее преимущественно диалог персонажей и заключенное в особую рамку – графическое пространство речевого компонента. При этом рисунок и заключенный в него вербальный текст представляют собой органическое смысловое единство... комикс представляет собой серию изображений с краткими текстами, в которых рассказывается какая-либо история или ситуация» [2].

Комиксы, как уникальная форма искусства, объединяют в себе яркие визуальные образы и текстовые элементы, создавая многослойное повествование. Одной из ключевых особенностей комиксов является их способность вызывать смех и разного рода комические чувства у читателя. Комическое в комиксах может принимать различные формы – от игривых ситуаций и забавных персонажей до тонкой сатиры и иронии. Каждая из этих форм играет важную роль в создании атмосферы рассказа и формировании взаимодействия с аудиторией. «Комическое – категория эстетики, означающая смешное. Восходит к игровому, коллективно самодеятельному смеху, напр. в карнавальных играх» [1].

Использование комических средств в речи наделяет высказывание особой экспрессивностью, усиливая его эмоциональное воздействие на слушателя. Комическое позволяет говорящему творчески переосмыслить действительность, представить её под неожиданным, нестандартным углом зрения. Таким образом, комическое не только служит для развлечения и создания юмористического эффекта, но и выполняет важные функции в речевой коммуникации. «Сущность создания комического эффекта состоит в том, что словам, помимо экспрессивных оттенков, присущих или заложенных в них потенциально, сообщается добавоч-

ная экспрессия, комическая, возникающая в результате противоречия, вызванного целенаправленным отклонением от языка нормы» [3].

Существуют различные классификации лингвистических средств создания комического эффекта. Рассмотрим классификацию, предложенную И. Р. Гальпериным, согласно которой: «все стилистические средства делятся на фонетические, лексико-фразеологические и синтаксические. Как правило, средствами **фонетического уровня** выступают: Интонация, онomatопея, графон, междометие, спунеризм, метатеза, аллитерация. **Лексико-фразеологический уровень**. К таким средствам традиционно относят: Каламбур, гипербола, неологизм, градация, аллюзия, эпитет, сравнение, метафора, аллегория, олицетворение, метонимия, оксюморон, фразеологизм. **Синтаксические средства**: Антитеза, зевгма, лексический повтор, эллипсис, риторический вопрос, алогизм, литота» [4].

Невербальные средства комического эффекта в комиксах представляют собой целый ряд визуальных приемов, способствующих созданию юмора и развлечения. К ним относятся: «**Мимика персонажей**: Смешные выражения лица и эмоций у персонажа могут вызвать смех у читателей. Немаловажным фактором является также сама внешность персонажа. **Ракурсы и перспектива**: использование крупных планов или необычных ракурсов может подчеркнуть смешные детали или создать неожиданные шутки. **Визуальные игры**: использование визуальных ассоциаций и неожиданных деталей могут добавлять комический эффект. **Антропоморфизм**: Антропоморфные животные и предметы, обладающие человеческими чертами и поведением, часто используются для создания комического эффекта» [5].

Для отбора фактического материала исследования был применен метод направленной выборки средств создания комического эффекта из комиксов на английском языке. Средства создания комического эффекта отбирались в соответствии с классификациями, представленными в первой главе. Всего было отобрано 165 единиц, из них – 88 вербальные единицы и 71 невербальные.

В результате комплексного анализа средств создания комического эффекта в комиксах на английском языке можно сделать несколько выводов, касающихся различных уровней языка и визуального восприятия.

На фонетическом уровне анализ показал преобладание графонов (56,1%), что указывает на их высокую эффективность в визуализации эмоций и создании комического контекста. Например: “*YOU'RE*” – “*ты*”.

Использование графона в сочетании с интонацией и контекстом придает диалогу определенный ритм. Строка *YOU'RE out of cookies* 'У тебя закончилось печенье' звучит как будто это финальная и самая важная фраза в разговоре, что подчеркивает комический эффект всей ситуации. Такой подход делает фразу запоминающейся и легкой для восприятия, создавая мгновенную реакцию смеха. Ономастопея занимает второе место по распространенности (24,4%), способствуя созданию слуховой образности и динамики в комиксах. Междометия (17%) и спунеризмы (2,4%) играют вспомогательную роль и, хотя представлены в меньшей степени, тем не менее, также способствуют формированию комических эффектов за счет эмоциональной окраски и неожиданных сочетаний слов.

На лексико-фразеологическом уровне было установлено, что гипербола занимает первое место, составляя 52,9% от общего числа, что указывает на её высокую эффективность в преувеличении ситуаций и создании комического контекста [6; 7]. Например: *Injuries* 'Травмы'. Комический эффект гиперболы в этом диалоге заключается в преувеличении ситуации. Джон утверждает, что травмы – это неотъемлемая часть жизни спортсменов, что вполне естественно для разговоров о спорте. Однако Гарфилд рассказывает о порезе бумагой, что является абсурдным и нелепым, это создает комический эффект, так как подчеркивает и высмеивает чрезмерную серьезность обсуждения травм в контексте малозначительной ситуации. Олицетворение занимает второе место (29,4%), благодаря которому персонажи обретают человеческие черты и создают комические моменты, отражая переживания, характерные для людей. Градация и эпитет представлены в равной степени (по 5,9%), демонстрируя своеобразие в структуре комических сцен и неожиданные контрасты в образах. Оксюморон составляет 29,4% от общего числа случаев, создавая комический эффект через сочетание противоположных понятий, что добавляет абсурдности и юмора в тексты.

На синтаксическом уровне анализ выявил, что лексический повтор занимает наиболее заметное место, составив 43,3% от общего числа средств. Это подчеркивает его эффективность в создании контраста и иронии. Например: *always* 'всегда' повторяется, что подразумевает привычное и постоянно повторяемое утверждение персонажа, однако продолжение *Well, he doesn't ALWAYS say it* 'Ну, он не всегда так говорит' ставит под сомнение эту идею. Риторический вопрос составляет 33,3%. Он также играет значительную роль, создавая абсурдные и неожиданные ситуации. Риторические вопросы позволяют персонажам выразить

иронию и подчеркивают их настроение, что добавляет комическую напряженность в диалоги. Литота занимает 20%. Она используется для преуменьшения значимости ситуаций, что в сочетании с другими средствами усиливает комический эффект. Литота позволяет авторам делать легкомысленные комментарии, увеличивая абсурдность происходящего. Алогизм встречается реже и составляет 3,3%. Несмотря на меньший процент, алогизм эффективно создает комические ситуации благодаря нелогичному и абсурдному характеру утверждений персонажей [7].

В анализе нелингвистических средств создания комического эффекта в комиксах мимика персонажей занимает 53,5% от общего числа средств. Это подчеркивает её ключевую роль в создании комического эффекта, так как контрастные эмоции вызывают смех благодаря неожиданности и преувеличению. Ракурсы и перспектива составляют 9,8%. Эти средства играют важную роль в создании комичных моментов через изменение ракурса, позволяя показать неожиданное развитие ситуации, что вызывает у читателя чувство неожиданности и юмора. Визуальные игры занимают 33,8%. Они создают комические ситуации за счет абсурдных или неожиданных элементов, что способствует формированию смеха у читателей. Визуальные игры часто используют элементы сюрприза и контраста, что подчеркивает абсурдность происходящего. Антропоморфизм составляет 2,8%. Хотя это средство используется реже, оно способствует созданию юмора через абсурдные ситуации, в которых животные ведут себя как люди, что вызывает улыбку и делает ситуацию более комичной.

В результате комплексного анализа средств создания комического эффекта в английских комиксах можно сделать несколько общих выводов. Фонетические средства, такие как графоны и оноματοпeя, эффективно визуализируют эмоции и создают комический контекст, в то время как междометия и спунеризмы добавляют эмоциональную окраску. Лексико-фразеологические приемы, включая гиперболу и олицетворение, усиливают юмор за счет преувеличения и наделения персонажей человеческими чертами. На синтаксическом уровне лексический повтор и риторические вопросы создают контраст и иронию, а литота и алогизм вносят вклад в комическую динамику. Нелингвистические средства, такие как мимика и визуальные игры, играют ключевую роль в создании комических ситуаций, используя элементы неожиданности и абсурда [8; 9]. Эти разнообразные приемы обогащают восприятие комиксов и делают их более смешными и запоминающимися для читателей.

## Литература

1. Словарь лингвистических терминов Жеребило [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://gufo.me/dict/linguistics\\_zherebilo](https://gufo.me/dict/linguistics_zherebilo). – Дата доступа: 03.12.2024.
2. Степанец, М. В. Понятие «Комикс» как тип текста / М. В. Степанец // StudNet. – 2020. – Т. 3, № 7. – 7 с.
3. Танашева, М. З. Приемы создания комического эффекта в русской сатирической прозе начала XX века (И. Ильф и Е. Петров «Двенадцать стульев») / М. З. Танашева // Язык и культура (Новосибирск). – 2015. – № 16. – 6 с.
4. Электронная библиотека БГУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elib.bsu.by>. – Дата доступа: 03.12.2024.
5. Визуальные приемы при создании юмористических сцен в комиксах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://deziiign.ru>. – Дата доступа: 03.12.2024.
6. Доминикова, С. Ф. Фразеологизмы как социокультурный ресурс языка и средство описания идентичности (на материале русской фразеологии) / С. Ф. Доминикова // На перекрестке культур: единство языка, литературы и образования – III : сб. науч. ст. по материалам III Междунар. науч.-практ. интернет-конф., 12–16 дек. 2022 г., Могилев / под ред. А. К. Шевцовой. – Могилев : МГУ имени А.А. Кулешова, 2023. – С. 40–43.
7. Шевцова, А. К. Стилистика = Stylistics : учебно-методическое пособие / А. К. Шевцова. – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2023. – 168 с.
8. Грушецкая, Е. Н. Лингводидактический потенциал комикса как креолизованного текста / Е. Н. Грушецкая // Восточнославянские языки и литературы в европейском контексте – VII : сб. науч. ст. / под ред. Е. Е. Иванова. – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2022. – С. 236–239.
9. Грушецкая, Е. Н. Структурные особенности комикса как текста / Е. Н. Грушецкая // На перекрестке культур : единство языка, литературы и образования – I : сборник научных статей I Международной научно-практической интернет-конференции, 3 декабря – 17 декабря 2018 года / под ред. А. К. Шевцовой. – Могилев : МГУ имени А. А. Кулешова, 2019. – С. 21–24.