

УДК 81'33

Максименко О. И.

Московский государственный областной университет

141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. Веры Волошиной, д. 24, Российская Федерация

ЛИНГВОСЕМИОТИКА МУЛЬТИФАНДОМНОГО МИРА

АННОТАЦИЯ

Цель. Дать характеристику одной из современных форм социального досуга в рамках субкультур – мультифандомных миров – с позиций лингвосемиотики.

Процедура и методы. Исследование проводится методами лингвистического и семиотического анализа, рассматриваются особенности создания и функционирования комиксов как основного компонента мультифандомного мира на примере продукции двух американских издательств, заложивших основы данного социального и лингвосемиотического явления.

Результаты. Рассмотрены семиотическая (вербальная и невербальная) структура комикса как основного элемента субкультуры фандомного мира, отношения знаков внутри комиксов, принципы их реализации в комиксах двух основных американских издательств. Выявляются общие лингвосемиотические черты, свойственные как самим комиксам, так и фандомному миру комиксов в целом.

Теоретическая и/или практическая значимость. Изучение поликодового текста комикса в рамках относительно ограниченных сообществ – фандомов, характеризующихся собственной интерпретацией классической аксиологии, в частности, понятия *ada*, демонстрирует потребность создания модели обобщения, отличающейся от общей культуры социума, опирающейся на требование максимальной концентрации информации, проявляющейся в её представлении в виде краткого поликодового текста (комикса). Использование поликодовых средств (вербальных и невербальных) внутри мультифандомной субкультуры как особого вида дискурса позволяет расширить её восприятие, компенсировать вероятность коммуникативной неудачи, выраженной незнанием и непониманием, у людей, не вовлечённых в названную субкультуру.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

лингвосемиотика, субкультура, поликодовый текст, комикс, фандом

СТРУКТУРА

[Введение](#)

[Методология и материал исследования](#)

[Результаты и обсуждения](#)

[Заключение](#)

O. Maksimenko*Moscow Region State University**ul. Very Voloshinoy 24, Mytishchi 141014, Moscow region, Russian Federation***LINGUOSEMIOTICS OF MULTIFANDOM WORLD****ABSTRACT**

Aim. To characterize one of the modern forms of social leisure within subcultures – multifandom worlds – from the standpoint of linguosemiotics.

Methodology. The research is carried out by methods of linguistic and semiotic analysis, the features of the creation and functioning of comics as the main component of the multifandom world are considered on the example of the products of two American publishing houses that laid the foundations of this social and linguosemiotic phenomenon.

Results. The semiotic (verbal and nonverbal) structure of the comic book as the main element of the subculture of the fandom world is considered; the relations of signs within comics, the principles of their implementation in comics of two major American publishers. The common linguistic semiotic features characteristic of both the comics themselves and the comic book fandom world as a whole are revealed

Research implications. The study of the polycode text of a comic book within the framework of relatively limited communities – fandoms characterized by their own interpretation of classical axiology, in particular, the concept of hell, demonstrates the need to create a generalization model that differs from the general culture of society, based on the requirement of maximum concentration of information, manifested in its presentation in the form of a brief polycode text (comics). The use of polycode means (verbal and nonverbal) within a multifandom subculture as a special kind of discourse makes it possible to expand the perception of this special world, to compensate for the likelihood of communicative failure expressed by ignorance and misunderstanding among people not involved in this world.

KEYWORDS

linguosemiotics, polycode text, subculture, comics, fandom

ВВЕДЕНИЕ

Современный мир мультисемиотичен и многогранен; одним из его социальных компонентов является мир развлечений. Люди в течение многих веков объединяются в группы «по интересам» для проведения досуга – необходимой составляющей человеческой жизни. Долгое время традиционными способами проведения свободного времени были чтение, музицирование, рисование, разнообразное коллекционирование и мн. др., что можно отнести к индивидуальным видам досуга. Но с изменением темпа и стиля жизни современного человека изменились и формы проведения свободного времени – одним из примеров нового типа коллективного досуга XXI в. можно считать участие в так называемом фандоме. *Фандом* – это сообщество обычно подростков и молодых людей, увлечённых общим интересом чаще всего к какому-либо художественному произведению – фильму, книге, сериалу, комиксу и пр.

Фандомный мир, тем более мультифандомный мир – особая социальная среда, объединяющая собственно источник интереса и группу поклонников, которая стремится выработать собственные ценности, нормативные схемы, идеологию и другие черты, маркирующие её представителей на фоне социума и господствующей культуры. Развитие форм коммуникации и передачи информации активно способствует этому процессу. Основной задачей уже сформировавшихся сообществ являются накопление, сохранение и демонстрация особенностей, отражающихся в первую очередь в категориях культуры. Для определения таких сообществ используется понятие *субкультуры*. Э. Тоффлер, характеризуя современную эпоху, говорит о «... времени субкультурного взрыва» [3, с. 11]. Понятие *субкультуры* впервые появилось в учебной литературе в 1930-х гг. и обозначало «... нечто профанное, бытовое, в некоторых случаях маргинальное; ... то, что находится за пределами господствующей линии культуры» [2, с. 126]. Совершенно иной смысл этому термину придал американский социолог Д. Райзмен [6]. В книге «Одинокая толпа: изучение изменения американского характера» (2001) учёный разделяет понятия «... большинства, представители которого пассивно принимают навязанные, коммерчески выгодные нормы поведения и смыслы, и меньшинства – субкультуры, представители которой находятся в непрерывном, активном поиске собственных норм поведения, основой которых являются деструктивные ценности» [4, р. 21]. Хотя в основе мультифандомного мира лежат отнюдь не деструктивные ценности, сутью существования этого мира, безусловно, является активный подход к жизни. В 1960–70-х гг. термин *субкультура* использовался в научном обиходе для описания неформальных объединений молодёжи. Стоит отметить, что выработанные в рамках этих сообществ ценности, нормативные схемы и идеология уже не считались чем-то маргинальным, находящимся за пределами культуры.

На сегодняшний день субкультура окончательно утвердилась в роли «подсистемы» культуры, и мультифандомный мир можно назвать субкультурой, обладающей всеми её характеристиками:

- общими интересами;
- нормами поведения внутри системы;
- знаковой символикой;
- вербальным компонентом (терминологией, ономастикой, речевыми характеристиками персонажей, слоганами и пр.).

МЕТОДОЛОГИЯ И МАТЕРИАЛ ИССЛЕДОВАНИЯ

Одним из основных элементов мультифандомного мира и символов современной молодёжной культуры являются комиксы. По мнению Дж. Кочалки, высказанному им в книге “The Horrible Truth About Comics”, комиксы – это

способ создания вселенной и наполнения её персонажами с использованием секретного кода, который работает самым простым и непосредственным способом, чтобы проникнуть в мозг читателя; серия маленьких картинок и групп слов, расположенных в ритмическом рисунке для создания и активизирования мира внутри нас [5].

Термин «комиксы» как вид “sequential art” (термин У. Айснера [4]), иногда переводят как «рисованные истории». В отличие от повести или рассказа в традиционном понимании основой передачи сюжета в них служит рисунок (иконический компонент), а не текст (вербальный компонент), дополняющий рисунок. Комикс представляет собой, по сути, повествование, изложенное в иконической (рисованной) форме, т. е. для передачи основного содержания используется невербальный семиотический код, и даже не один. Это могут быть собственно рисунок (графика), цвет, форма, размер и вербальный компонент, т. е. комикс представляет собой полноценный поликодовый (креолизованный, мультимодальный) текст [1].

С точки зрения семиотики иконический язык принципиально не отличается от вербального языка – оба представляют собой, по сути, знаковые системы. Вместе с тем изображение является хоть и универсальной, но не столь чётко выраженной знаковой единицей, как слово, а его семантика по сравнению с последним характеризуется значительно меньшей определённой, расплывчатостью, размытостью своих границ и обладает значительным диапазоном интерпретации, во многом определяемым лингвокультурной принадлежностью реципиента.

Комиксы как вид визуального искусства существуют достаточно давно, уходя корнями в иллюстрированные памфлеты, книжные иллюстрации, лубочные картинки и др. В западном мире отношение к комиксам сложилось достаточно серьёзное – так, во Франции комиксы считают девятым видом искусства и поддерживают на государственном уровне. В наиболее распространённых комиксах действуют супергерои, как в Америке, или же привычные любимые персонажи, как Тинтин в Бельгии и Франции и др. В отечественной традиции комиксы до определённого времени не были особенно популярны. Неким подобием комиксов можно считать издающийся с 1956 г. детский журнал «Весёлые картинки», в котором также предлагались рисованные истории о постоянно действующих в этой своего рода «детской вселенной» вымышленных персонажах – Карандаша, Самоделкина, Петрушки, Буратино и др.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЯ

Исследованием сложного поликодового (мультисемиотичного) явления, состоящего из разных семиотических кодов, занимаются специалисты смежных отраслей знания – лингвисты, психологи, социологи, семиотики,

создатели рекламы и пр. В отечественной традиции комплексных исследований комиксов как поликодового текста и одного из основных элементов фандомного мира не проводилось.

Рассмотрим ряд наиболее известных комиксов издательств Marvel и DC с целью выявить лингвосомиотические сходства и различия, определяющие их популярность в мультифандомном мире.

Можно считать вербальный компонент панели (одного рисунка) комикса как целостную единицу в теории коммуникации, поскольку он соответствует описываемой ситуации и тем самым относится к наиболее важной части содержания. Ситуация должна быть ясной и легко определяться читателем. Если содержание нельзя установить из поверхностной формы вербального компонента, не проводя дополнительных смысловых преобразований, которые могут основываться на семантике слов, входящих высказывание, тогда иконический компонент должен компенсировать недостаточность контекста.

Разграничение явной и скрытой частей семантики текста, а в скрытой – обязательной и факультативной информации – принципиально важно для понимания текста без потери элементов сюжета. Неочевидная, скрытая информация может быть и обязательной, и факультативной. В видеоряде она выражается графикой, цветом, размерами. К факультативной относятся различные оттенки значения, культурно обусловленные ассоциации слов, устойчивые образы, которые могут либо восстанавливаться читателем, либо оставаться нераскрытыми.

Поскольку основная цель существования фандома состоит в общении членов сообщества, коммуникация происходит с использованием соответствующей фандомной лексики и символики в основном через интернет, хотя проводятся и так называемые *конвенты* (собрания разного уровня, как правило, ежегодные), на которых члены сообщества (*косплееры*) могут выступать в роли любимых персонажей, фактически «оживляя» их. Но для участия надо отчётливо понимать значение каждого знака (как вербального, так и невербального), существующего в среде каждого фандома. Основы лингвосомиотики фандомов на базе комиксов были заложены двумя наиболее известными издательствами, до сих пор играющими доминирующую роль в этой области современной культуры – Marvel и DC.

История компании Marvel началась в 1939 г., когда издатель М. Гудмен объединил группу компаний под названием Timely Comics. Основным продуктом его издательской компании на тот момент были pulp-журналы – ориентированная на массового читателя бульварная литература и т. п. В то время рынок комиксов переживал стремительный взлёт благодаря выходу первых выпусков о Супермене и других героях будущих DC Comics. Первый комикс Marvel Comics имел настоящий успех. Готовыми хрестоматийными злодеями стали образы европейских диктаторов и японских милитаристов

начала Второй мировой войны. Необходимо было противопоставить им своего героя – появился Капитан Америка. За долгую историю издательство создало так называемую *вселенную*, в которой функционировали герои, наделённые узнаваемыми семиотическими характеристиками. В Marvel общую цветовую семиотическую картинку основной *вселенной* характеризуют яркие цвета (красный, жёлтый (*Железный человек*), синий, белый (*Капитан Америка*), зелёный (*Халк*)). Выбранные однажды, эти цветовые характеристики не меняются десятилетиями, позволяя читателям легко ориентироваться в новой продукции Marvel, т. е. постоянные цветовые маркеры играют определяющую семиотическую роль. Цветовая гамма выбрана для каждого персонажа не случайно. Так, к примеру, цвета костюма Капитана Америки отображают цвета национального флага США и подчёркивают исключительную патриотичность персонажа, приверженность американским идеалам. Зелёный цвет Халка обусловлен, с одной стороны, попыткой отойти от символики этнической принадлежности какой-либо расе, а с другой стороны, техническими возможностями полиграфии начала 1960-х гг., что отчасти объясняет невербальную цветовую семиотическую компоненту комиксов Marvel.

Компания DC (аббревиатура от Detective Comics) была создана в 1934 г., и до сих пор это издательство выпускает хорошо известные и успешные комиксы. С июня 1938 г. появился новый тип персонажа – *супергерой*. Началом золотого века комиксов стало появление ещё двух персонажей – Бэтмена (май 1939 г.) и Песочного человека (*Sandman*). Издательство DC уже около 80 лет поддерживает общую тему фантастики и персонажей-супергероев.

Так же, как и Marvel, DC определило свою неменяющуюся цветовую гамму. Видимо, поскольку изначально DC – это детективы, авторами были выбраны тёмные, мрачные, холодные цвета, что особенно заметно в линейках комиксов про Бэтмена – героя, ведущего борьбу с преступностью под покровом ночи. Этим же определяются его псевдонимы, вербальные маркеры, совпадающие по семантико-семиотическому значению с семиотикой цвета: *Тёмный рыцарь*, *Сын ночи*. В комиксах лишь немногие герои имеют свои квази-слоганы, однако Бэтмен является исключением со своей знаменитой фразой «Я – Бэтмен», произносимой в самых разных контекстах. Цветовая семиотика Супермена не имеет под собой особенно глубокой подоплёки, при создании образа персонажа авторы старались сделать его максимально ярким и выделяющимся на общем мрачном фоне.

Термин *вселенная* применим к продукции обоих издательств и обозначает совокупность основных сюжетов. В контексте комиксов термин *вселенная* не синонимичен термину *мир*. Вселенная включает в себя совокупность *параллельных миров*.

В современных глобальных *ивентах* (*глобальный ивент (событие)*) – событие в комиксах, объединяющее всю комикс-вселенную или большую её часть, в котором все герои издательств, в том числе разных линеек комиксов,

так или иначе взаимодействуют между собой; например, Marvel – “Civil war”, “Secret wars”, DC – “Trinity war”, “Convergence”), всё основано на конфликте и, соответственно, борьбе героев. Вселенные всех упомянутых издательств достаточно обширны и не могут не базироваться на уже известных литературных сюжетах. В частности, эти вселенные заимствуют и по-своему интерпретируют универсальное семантико-семиотическое понятие *ада*.

Marvel и DC сходятся на том, что *ад* является параллельным миром, полным страха и насилия. Относительно того, кто этим миром управляет, их мнения разделились. В представлении издательства DC отдельно существуют знаковые семантически узнаваемые персонажи: Люцифер – создатель и бывший правитель ада, и Сатана, управляющий адом ныне. Издательство Marvel не наделяет функцией управления кого-то конкретного, в разное время Сатаной себя именовали разные персонажи, однако достоверно установить, кто из них говорил о себе правду, не представляется возможным.

Общим персонажем, также заимствованным из Библии, является Азazelь, падший ангел. В Marvel Азazelь демонстрируется в чисто демоническом виде, отвечая всем представлениям и стереотипам о нечистой силе. Во вселенной DC Азazelь появился недавно и присутствует в виде бесплотного чёрного духа. Однако в мире ада используются традиционные библейские имена и номинации, что должно опираться на фоновые знания читателя для понимания сюжета (табл. 1).

Таблица 1 / Table 1

Лингвосемиотические элементы комиксов / Linguosemiotic elements of comics

	Название издательства	
	Marvel	DC
Основа вселенной (самые известные персонажи)	Группы супергероев (Люди X, Мстители) и множество отдельных персонажей	Основное «трио» (Бэтмен, Супермен и Чудо-женщина), другие члены Лиги Справедливости
Дата создания	1939 г.	1934 г.
Глобальные события (ивенты)	1) Гражданская война (Civil war) 2) Секретные войны (Secret wars)	1) Война троицы (Trinity war) 2) Конвергенция (Convergence)

	Название издательства	
	Marvel	DC
Суть ивента	1) Разделение супергеройского сообщества на две враждующие фракции 2) Вынужденная «битва» – все против всех	1) Разделение сообщества на три фракции 2) Аналог Секретных войн
«Сумасшедшие» персонажи	Дедпул (антигерой)	1) Джокер (злодей) 2) Харли Куинн (антигерой)
Характеристика персонажа	Ломает 4 стену (знает, что он персонаж комиксов). Бабблы ¹ всегда жёлтого цвета	1) Сумасшедший, всегда с ужасающей улыбкой на лице 2) Сумасшедшая, заиклена на Джокере, называет его Пудингом
Особенности внешности	Абсолютно изуродованная кожа, поэтому почти всё время носит красный костюм, за которым не видно крови	1) Белое лицо, зелёные волосы 2) Белое лицо, красно-чёрный костюм арлекина или красно-синий стилизованный костюм
Характерные появления	Дедпул уничтожает Дэдпула / литературу / вселенную Марвел	Убийственная шутка
Дьявол	В разное время так себя именовали множество разных персонажей	Люцифер – имеет полностью человеческий вид
Азазель	Демон в классическом понимании слова	Чёрный бестелесный дух

В фандомном мире, как и в любом организованном сообществе (субкультуре), существует своя терминология, функционирующая как составляющая языка для специальных целей (LSP) и позволяющая достаточно чётко определять принадлежность к сообществу по архетипической оппозиции «свой – чужой». Термины, как правило, представляют собой транслитерированные заимствования из английского языка, например, *кроссовер*, *ориджин*, *спин-офф*, *фанарт*, *флешбэк* (вставка среди сюжета, в которой показываются события до его начала), *холивар* (извечный конфликт внутри фандома), однако встречаются и переосмысленные номинации (*канон*) или неологизмы (*пасхалка*), построенные по стандартной морфологической модели русского языка. Термины / терминоиды не только функционируют в рамках ука-

¹ Баббл (англ. *bubble* «пузырь») – выноска, «облачко» с текстом для иллюстрации речи или мыслей персонажа комикса (*прим. ред.*).

занных фандомов, но представляют собой лексический компонент многих пересекающихся субкультур, позволяя осуществлять коммуникацию между сообществами.

Учитывая тот факт, что с определённого времени комиксы существуют не только на бумаге, но и в виде кинофильмов, анимационных фильмов и компьютерных игр, их семиотические характеристики стабильны и должны легко опознаваться как в рамках субкультуры, так и вне её (например, ключевые персонажи комиксов, такие как Капитан Америка или Бэтмен, уже давно вышли за их рамки и известны не только поклонникам этого жанра). Таким образом, как вербальные, так и невербальные особенности героев семиотически закреплены.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Общей чертой постиндустриальной эпохи является активное развитие сферы досуга, самореализации человека и проявлений своего Я. Одним из результатов этого процесса стало создание в относительно ограниченных сообществах – субкультурах, в частности фандамах – собственной интерпретации классической аксиологии, потребности в фиксации и выражении иных норм и ценностей, создании модели обобщения, отличающейся от общей культуры социума. Это явление совпало со стремлением современного мира к максимальной концентрации информации, проявляющейся в её представлении в виде краткого поликодового текста, в частности, комиксов. Фандомный мир в целом пользуется традиционными семиотическими кодами: цветом, графикой, формой, а также вербальным кодом для создания собственной узнаваемой субкультуры, что позволяет участникам фандомного мира осуществлять коммуникацию как внутри отдельных фандомов, так и между собой. Считаем, что использование поликодовых средств (вербальных и невербальных) внутри мультифандомной субкультуры как особого вида дискурса позволяет расширить восприятие этого необычного мира, улучшить взаимопонимание между участниками данного современного явления, компенсировать вероятность коммуникативной неудачи, выраженной незнанием и непониманием у людей, не вовлечённых в этот мир.

Разные семиотические коды, взаимно дополняя друг друга, позволяют погрузиться во вселенные комиксов как одну из составляющих мультифандомного мира. Анализ показал, что оба издательства решают эти задачи как универсальными средствами, так и уникальными для каждого из них.

ЛИТЕРАТУРА

1. Максименко О. И. Поликодовый vs креолизованный текст: проблема терминологии // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2012. № 2. С. 93–102.
2. Мационис Дж. Социология / пер. с англ. З. Замчук, С. Комарова, А. Смирнова. М.: Питер, 2004. 752 с.
3. Тоффлер Э. Шок будущего / пер. с англ. Е. Рудневой. М.: АСТ, 2008. 122 с.
4. Eisner W. Comics and Sequential Art. Tamarac, Florida: Poorhouse Press, 1985. 164 p.
5. Kochalka J. The Horrible Truth About Comics. Cupertino, California: Alternative Comics Publ., 1999. 36 p.
6. Reisman D. The lonely crowd: a study of the changing American. New Haven: Yale University Press, 2001. 392 p.

REFERENCES

1. Maksimenko O. I. [Policeguy vs creolized text: the problem of terminology]. In: *Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Teoriya yazyka. Semiotika. Semantika* [RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics], 2012, no. 2, pp. 93–102.
2. Macionis J. Sociology (Rus. ed.: Zamchuk Z., Komarov S., Smirnov A., transl. *Sotsiologiya*. Moscow, Piter Publ., 2004. 752 p.).
3. Toffler A. Future shock (Rus. ed.: Rudneva E., transl. *Shok budushchego*. Moscow, AST Publ., 2008. 122 p.).
4. Eisner W. Comics and Sequential Art. Tamarac, Florida, Poorhouse Press, 1985. 164 p.
5. Kochalka J. The Horrible Truth About Comics. Cupertino, California, Alternative Comics Publ., 1999. 36 p.
6. Reisman D. The lonely crowd: a study of the changing American. New Haven, Yale University Press, 2001. 392 p.

ДАТА ПУБЛИКАЦИИ

Статья поступила в редакцию: 29.03.2022

Статья размещена на сайте: 21.06.2022

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Максименко Ольга Ивановна – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры теории языка, англистики и прикладной лингвистики Московского государственного областного университета; e-mail: maxbel7@yandex.ru

Olga I. Maksimenko – Dr. Sci. (Philology), Prof., Department of Language Theory, Anglistics and Applied Linguistics, Moscow Region State University; e-mail: maxbel7@yandex.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ / FOR CITATION

Максименко О. И. Лингвосемиотика мультифандомного мира // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2022. № 2. URL: www.evestnik-mgou.ru

Maksimenko O. I. Linguosemiotics of multifandom world. In: *Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)*, 2022, no. 2. Available at: www.evestnik-mgou.ru