

## **COMIC DISCOURSE IN CINEMATOGRAPHY**

**Mirela Ioniță**

**Assoc. Prof., PhD, "Carol I" National Defense University, Bucharest**

*Abstract: Creating comic effects in movies goes beyond the means of expression inspired by literature, theater and visual arts. Cinematic communication has its own ways to trigger laughter. This article approaches comic cinematic discourse employing an analysis grid that reassesses the canonical model of Bergson's theory on laughter, starting from the distinction between visual and verbal comic. The theoretical structure provides the premise for a unitary technique of interpreting comic discourse in various film genres.*

*Keywords: film, humor, cinematic discourse*

### **INTRODUCERE**

Tuturor ne place să râdem. Și râdem cu poftă atunci când auzim un banc bun sau atunci când asistăm la o fază comică. Citim povești umoristice, mergem la spectacole de comedie și vedem filme haioase pentru acele momente de bună dispoziție pe care ni le oferă ficțiunea. Nu ne batem capul să înțelegem de ce râdem. Dacă ne întrebăm de unde vine umorul dispare magia și s-a dus tot hazul. Gândirea rațională și râsul nu au prea multe în comun și se știe că nu toți oamenii au simțul umorului la fel de dezvoltat.

Teoreticienii comunicării și-au pus foarte serios problema surselor umorului și a tehnicilor de realizare a comicului și sunt în concordanță cu practicienii, creatori de umor atunci când afirmă că fiecare limbaj artistic dispune de mijloace de expresie specifice, capabile să stârnească râsul. E evident că una e a scrie un text umoristic și alta a-l interpreta pentru public. Avem cu toți experiența că la unii oameni râdem și când zic ceva serios și la alții nu, chiar când se străduie să spună o glumă. Însă n-am idee câți și-au pus vreodată problema în ce măsură se produce efectul comic, atunci când altcineva decupează fereastra de realitate pentru noi și ne-o oferă sub forma unor imagini pe un ecran (la cinema, la televizor, pe monitor sau pe smartphone).

Oare dispune limbajul cinematografic de mijloace proprii de realizare a comicului, dincolo de procedeele consacrate din literatură, teatru și arte vizuale, pe care le-a integrat cu succes în discursul său? Analiza discursului umoristic din filme face apel, de regulă, la tipologia canonică a comicului furnizată de teoria râsului a lui Henri Bergson.<sup>1</sup> Astfel procedeele comice din operele cinematografice sunt identificate și discutate în funcție de cele trei categorii de comic, distinse de Bergson: comicul de situație, comicul de limbaj și comicul de caracter. Tiparul ne sună extrem de cunoscut, l-am aplicat, fără excepție, la orele de literatură, ori de câte ori am avut de analizat un text umoristic. Chiar așa. Știați că teoria asta a apărut la 1900? Iar exemplele lui Bergson se refereau exclusiv la teatru? Observăm, așadar, că rețeta lui Bergson s-a dovedit la fel de eficientă pentru două domenii: textele literare și spectacolele de teatru. Deci ar fi firesc să funcționeze și în cazul producțiilor cinematografice. Apare însă întrebarea: Oare de la 1900 chiar nu s-a mai scris nimic memorabil în teoria comicului? Oare teoreticienii chiar să nu fi fost interesați deloc de „fabricarea” umorului, ci doar de mecanismele sale psihologice? Până acum încă nu am găsit un răspuns satisfăcător. Să ne imaginăm puțin lumea lui Bergson, în care existau cărți, existau și spectacole de

---

<sup>1</sup> Henri Bergson, Râsul. Eseu asupra semnificației comicului, Editura: All, 2014.

teatru, dar nu exista nici film, nici televiziune, nici măcar radio. Chiar e grila lui Bergson cheia universală și singulară, capabilă să explice satisfăcător realizarea comicului în orice formă de expresie artistică și în orice formă de comunicare? Oare comicul de film chiar se realizează altfel decât în literatură sau în teatru? Depind mijloacele de expresie chiar atât de tare de mediile de comunicare?

Propun să facem un experiment și să încercăm să vedem un film într-un alt mod: Să urmărim filmul odată fără sonor și alta data fără imagine. Un model de analiză a comicului aplicabil limbajului cinematografic poate deveni operațional dacă izolăm metodologic componenta vizuală de cea verbală. În fapt, revedem mijloacele de expresie ale unor medii de comunicare mai vechi: filmul mut și radioul – care la apogeul lor au furnizat publicului intens produse umoristice. Astăzi ambele sunt la fel de depășite: filmul mut nu mai face parte din oferta industriei culturale de vreun secol, iar emisiunile radiofonice de tipul spectacolelor de divertisment sau a dramatizărilor au regresat treptat, de când rolul social și cultural al radioului s-a modificat, odată ce a apărut televiziunea și receptoarele radio au devenit portabile.

Vizionarea unui film artistic fără sonor e plictisitoare și inutilă, dar putem încerca cu un spot publicitar, care durează doar un minut. Am ales aleator Spotul Hipsterova<sup>2</sup>, o reclamă de la Digimobil<sup>3</sup>, care promovează servicii de telefonie mobilă prin scenete umoristice care se petrec în universul fictiv al Belgravistanului<sup>4</sup>: Ați reținut probabil replica: “Kaput kartela!”, dar ați observat că ea apare și ca text scris? Sau ați observat că în safe există și trei! borcane cu murături? (Uitați-va pe raftul de sus!) .



#### COMICUL VIZUAL

Haios, nu? Iată că există destul umor și în imagini. Trebuie doar puțină atenție ca să-l vedem. Dar cum poate fi descris umorul vizual aplicând grila lui Bergson? De aceea propun un model de analiză a comicului de film care să pună în evidență tocmai capacitățile specifice limbajului cinematografic de a produce umorul.

#### MODELUL COMICULUI CINEMATOGRAFIC

---

<sup>2</sup> Spotul pentru opțiunea numită sugestiv “Hipsterova” ne spune o poveste simpatică: Dinerovich, mafiotul deținut în închisoarea de lux din Belgravistan este dezolat că prietenei sale belgrave, Desdemona i se tot termina creditul de pe mobil iar colegul său de celulă, Florin Nemeș, îi sugerează oferta de Cartelă Digi Prepay. O poveste spusă într-un minut, cu replici și cadre amuzante, deopotrivă.

<sup>3</sup> Spotul “Hipsterova” (2014), Acum si cartela Digi cu optiuni de la 2 euro, Digi Romania, <https://www.youtube.com/watch?v=eIDGsy2QBFA>

<sup>4</sup> Agenția de publicitate Papaya Advertising a lansat în 2014, o noua campanie de comunicare pentru RCS & RDS “Interzis in Belgravistan, Optim in Romania” cu scopul de a promova serviciului de telefonie mobila Digi Mobil. Cadrul poveștilor din reclame este Belgravistan, o țară bogată imaginară din estul Europei, care a interzis serviciul oferit de RCS & RDS pe motiv ca prețul acestuia e prea mic. (<https://www.iqads.ro/articol/29730/breaking-news-digi-mobil-interzis-in-belgravistan-optim-in-romania-noua-campanie>)

Analiza comicului cinematografic pornește de la distincția între cele două componente majore: comicul vizual și comicul verbal, care în realizarea unui film trebuie să concure la exprimarea aceluiași mesaj și în practică nu pot fi separate.

**1. COMICUL VIZUAL** poate fi analizat sub două aspecte: static și dinamic. Astfel putem căuta surse de răs în STOP CADRE și în SECVENȚE.

**1.1. STOP CADRUL COMIC** este acea fotografie, care vizualizată izolat, stârnește râsul. CADRUL CINEMATOGRAFIC conține, asemeni picturii sau fotografiei, un mesaj care poate fi formulat în registru comic cu mijloacele de expresie ale artei vizuale. Compoziția cadrului poate declanșa râsul. Așadar enunțând elementele limbajului vizual și regulile sale de articulare vom căuta acele particularități compoziționale generatoare de umor. (Recapitulăm aici. Elementele limbajului vizual<sup>5</sup> sunt: linia, forma, suprafața, volumul, culoarea, lumina, textura. Principiile compoziției<sup>6</sup> sunt: echilibrul, ritmul, accentul, proporția, asocierea, contrastul și convergența.) COMPOZIȚIA CADRULUI<sup>7</sup> poate crea efecte umoristice prin asocierea inedită de obiecte<sup>8</sup> care contrazic așteptările receptorului, prin crearea de contraste care frizează logica curentă sau prin accentuarea unor detalii rizibile. Așadar contează ce elemente punem în cadru (de ex: un schior la ștrand va fi receptat mai degrabă în cheie comică, decât ca o anomalie îngrijorătoare<sup>9</sup>), contează cum înfățișăm obiectele (de ex. vestimentația bizară a unui personaj<sup>10</sup> poate strâni râsul. Travestiurile sunt mai întodeauna amuzante<sup>11</sup>), contează cum relaționăm obiectele (de ex. un cioban cu un smartphone<sup>12</sup> e o combinație haioasă prin contrastul dintre ocupația tradițională și tehnologie.), contează în ce cadru plasăm subiectul (de ex. ce ar căuta un călugăr șaolin într-o comunitate rurală românească<sup>13</sup>), contează cam tot ce există în cadru, nu numai ce e pus intenționat acolo ca să ne facă să râdem. Fiindcă tot aici ar intra suprapunerile nefericite de planuri<sup>14</sup> și greșelile din filme<sup>15</sup>. Excepția fericită e atunci când cadre complexe sunt compuse cu scop umoristic și pot spune o poveste care stârnește râsul dintr-o singură imagine<sup>16</sup>.

---

<sup>5</sup> Elementele limbajului vizual: <https://study.com/academy/lesson/what-are-the-seven-elements-of-art-definition-examples.html>

<sup>6</sup> Principiile compoziției plastice: Introduction to Graphic Design - Design principles, <https://www.youtube.com/watch?v=WxlrPw5oOAE>

<sup>7</sup> ARIJON Daniel, Gramatica filmului, Trad. Copel Moscu, Editura IBU, București, 2013.

<sup>8</sup> [Pisică cu tabletă] <http://diez.md/2017/02/28/foto-atunci-si-acum-cum-tehnologiile-au-schimbata-viata-pisicilor/>

<sup>9</sup> [Copil pe schiuri vara] <http://www.trilulilu.ro/imagini-haioase/ma-dau-ku-schiurile-c-te-miri>

<sup>10</sup> [Pălărie decorată cu pasăre]: <http://www.judithaustin.com/index.php/bird-hat-2/>

<sup>11</sup> [Eddie Murphy în filmul „Profesorul trăsniț (1996)"] <https://www.gettyimages.co.uk/detail/news-photo/eddie-murphy-holding-noodle-in-a-scene-from-the-film-nutty-news-photo/168598121#eddie-murphy-holding-noodle-in-a-scene-from-the-film-nutty-professor-picture-id168598121>

<sup>12</sup> [Afiș. Ciobanul Ghiță în reclama Vodafone (2013)] <http://www.effie.ro/campaigns/vodafone-hbo-go/>

<sup>13</sup> [Afiș. Reclamă apă minerală Bucovina, călugărul shaolin (2012)] <http://www.datonul.ro/bucovina-echilibru-suprem-pentru-corp-si-minte>

<sup>14</sup> [Mama pe zebra, iluzie optică haioasă] [http://assets.perfecte.ro/assets/perfecte/2012/07/11 /image\\_galleries/ 17122/vezi-cele-mai-haioase-poze-cu-iluzii-optice-si-pregateste-te-sa-razi-cu-lacrimi\\_6.jpg](http://assets.perfecte.ro/assets/perfecte/2012/07/11 /image_galleries/ 17122/vezi-cele-mai-haioase-poze-cu-iluzii-optice-si-pregateste-te-sa-razi-cu-lacrimi_6.jpg)

<sup>15</sup> [Avion în cadru, film istoric „Gladiatorul” (2000)] <http://omofon.com/greseli-din-filme-celebre-pe-care-sigur-nu-le-ai-observat-pana-acum>

<sup>16</sup> [Mașină recuperată din lac, Reclamă Apsacardin (2012)] <https://www.youtube.com/watch?v=vGTPULwGJE0>



### STOP CADRUL COMIC: COMPOZIȚIA

Toate resursele imaginii pot deveni surse de râs prin utilizarea lor în cheie comică: poziția camerei, perspectiva, profunzimea cadrului<sup>17</sup>, unghiul de filmare<sup>18</sup> și iluminarea<sup>19</sup>. Contează contrastele de forme și de culori, disproporțiile flagrante<sup>20</sup> și dizarmoniile<sup>21</sup>. Stridențele<sup>22</sup> și kitschul în imaginea construită/regizată amuză mai degrabă decât să înfurie pe cineva. De exemplu, ne

<sup>17</sup> [foto Jack Sparrow, film: Pirații din Caraibe (2003)] [https://lumiere-a.akamaihd.net/v1/images/parrot\\_102aa5f2.jpeg?region=0%2C0%2C1580%2C880](https://lumiere-a.akamaihd.net/v1/images/parrot_102aa5f2.jpeg?region=0%2C0%2C1580%2C880)

<sup>18</sup> [foto: Păcală, personaj din film (1973)] <https://www.paginademedia.ro/2016/10/tvr-1-s-a-facut-de-pacala-tvr-2-i-a-luat-o-inainte-cu-pelicula-in-care-apare-sebastian-papaiani>

<sup>19</sup> [foto: Reclama Diva, reclama Digimobil (2012)] <https://www.youtube.com/watch?v=9LPyWqa00u8>

<sup>20</sup> [foto: Asterix si Obelix, film (1999)] <https://www.sbs.com.au/movies/article/2014/12/09/sbs-2-family-movies-asterix-obelix>

[foto: Omul cât Turnul Londrei] <https://www.gettyimages.com/event/worlds-tallest-and-shortest-men-meet-for-guinness-world-records-day-523051511>

<sup>21</sup> [foto: Popeye real, grimasă] <http://evz.ro/popeye-in-viata-reala-1-imgid-0.html?au=popeye-in-viata-reala-de-la-strambaturi-hilare-la-musti-de-proportii-impresionante-galerie-foto.html>

<sup>22</sup> [foto: The Flintstones, film (1994)] <http://www.apopotv.ro/recomandari-tv/familia-flintstones-in-viva-rock-vegas-14761544-emisiune>

indignăm de opulența și prostul gust al palatelor cu turnulețe de tablă traforată<sup>23</sup> – atunci când privim realitatea – (hiar prin intermediul unui reportaj TV), dar atunci când palatul cu pricina apare într-o producție cinematografică de ficțiune, el este ales intenționat de realizatorul de film pentru că sugerează un întreg context disfuncțional și devine mijloc de expresie artistică. Să ne gândim la decorurile reclamelor din Belgravistan, la care e suficient să privim un stop cadru ca să ne amuzăm și totodată să admirăm imaginația realizatorilor<sup>24</sup>. Atât pentru filmul artistic, cât și pentru publicitate astfel de cadre umoristice sunt utilizate în printurile aferente: în postere de film sau în afișele din campania publicitară, pentru că semnalizează receptorului intenția autorului de a-l transforma în complice la abordarea bășcălioasă a realității și, implicit, de a-l valoriza intelectual. Imaginile comice apelează la inteligența spectatorului capabil să decodeze mesajul dincolo de aparențe, de realitatea reprezentată și totodată promit spectatorului că atât buna dispoziție cât și considerarea sunt asigurate de produs, în totalitatea lui. De aceea am putea afirma că umorul de stop cadru este unul inteligent – poate mai rafinat decât cel din secvențele umoristice.



### **STOP CADRUL COMIC: CADRAJUL**

**1.2. SECVENȚA COMICĂ** conține mișcare gândită și realizată în cheie comică în care stopcadrul nu are relevanță, ci alte procedee specifice cinematografului sunt utilizate pentru obținerea efectului comic.

<sup>23</sup> [foto: Palate cu turnulețe, kitsch] <http://2.bp.blogspot.com/-tnTEGCrLWM4/UF1UJj3gMeI/AAAAAAAAA84/GwdbD9Gf83g/s1600/VILE-TIGANI-GRAJDURI.jpg>

<sup>24</sup> [foto: Palatul din Belgravistan, reclama Digimobil (2012) : <https://www.mobilissimo.ro/stiri-telefoane/digi-mobil-interzis-in-belgravistan-cea-mai-noua-campanie-rds-rds-invoca-o-dictatura-fictiva-video>

Recunoaștem că această categorie e inspirată de COMICUL DE MIȘCARE, teoretizat de Henri Bergson, dar putem remarca lesne că în film exploatarea mișcării pentru crearea efectelor comice dispune de mult mai multe mijloace de expresie decât în teatru. Astfel o secvență comică realizată cu camera fixă și frontală, în care este valorificată doar mișcarea persoanelor în cadru, trimite cu gândul la gagurile filmului mut, la umorul lor burlesc, în care comicul e generat de neîndemânarea exagerată a unor personaje, care interpretează rolurile asemeni colvnilor.



### SECVENȚA COMICĂ

Din perioada de început a filmului mut avem câteva tipare de scene comice, dezvoltate din arta teatrală și perfecționate în cinematografie: ghionturile și palmele<sup>25</sup> pe care le primesc personajele nevinovate sub privirile malițioase ale strengarului, aruncatul cu frișcă în față<sup>26</sup>, bătaia generală cu pumni care nimeresc aiurea<sup>27</sup>, urmărirea fără sfârșit<sup>28</sup> și furișările eșuate<sup>29</sup>. Scenele comice cu bătaie au făcut carieră în filmele western<sup>30</sup>, în filmele de capă și spadă<sup>31</sup> și, mai nou, în filmele cu arte marțiale<sup>32</sup>. Să nu uităm că genurile enunțate se petrec în cadru istoric, dar miza conflictelor înfățișate nu e serioasă, poveștile respective sunt create pentru divertisment, și oricât de dur s-ar confrunta doi eroi de western sau de kung-fu, tot au ceva comic în ei, mișcările lor nu sunt înverșunate, cu singurul scop de a-și nimici adversarul, ci exagerate: scenele durează la nesfârșit pentru ca spectatorul să aibă posibilitatea să admire fiecare lovitură măiastră. În aceeași notă sunt și celebrele urmăriri din desenele animate (unde doar exemplele clasice sunt numeroase: Tom și

<sup>25</sup> [Scena Marx Brothers, The Lemonade Vendor (1933)] <https://www.youtube.com/watch?v=q9OUIk4Oaq4>

<sup>26</sup> [Scena Stan și Bran, bătaia cu frișcă, The Battle of the Century (1927)] <https://vimeo.com/138847256>

<sup>27</sup> [Scena bătaie în bar: Charlie Chaplin: Vagabond fight scene] <https://www.youtube.com/watch?v=YAWkXfZyRfs>

<sup>28</sup> [Scena urmărire, Charlie Chaplin: Police (1916)] <https://www.youtube.com/watch?v=lnUnsI1tZW8>

<sup>29</sup> [Scena furișare eșuată: Charlie Chaplin: Police (1916)] <https://www.youtube.com/watch?v=lnUnsI1tZW8>

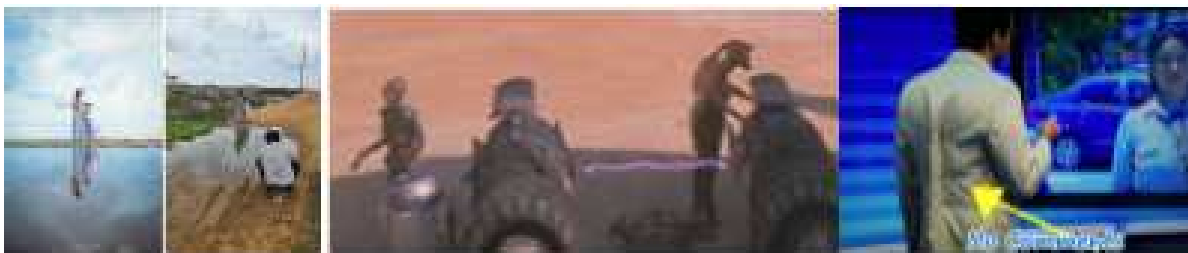
<sup>30</sup> [Scena: Western, bătaie în Saloon, John Whyne, Big Jake (1971)] <https://www.youtube.com/watch?v=4HQyFWcb3AY>

<sup>31</sup> [Scena Zorro, film de capă și spadă, The Mask of Zorro (1998)] <https://www.youtube.com/watch?v=kkJbTOflYLw>

<sup>32</sup> [Scena Jackie Chan, Ladder Fight Scene, film: First Strike (1997)] <https://www.youtube.com/watch?v=DrRFzwPE0d4>

Jerry<sup>33</sup>, Woody Woodpecker, Popeye, Road Runner<sup>34</sup> etc.) Clișeele bătaii și urmăririi, deși utilizate extrem de frecvent, încă fac deliciul spectatorilor. Altă situație de obicei comică este dezvăluirea unui secret în fața spectatorilor, cum ar fi în total Recall<sup>35</sup> sau în Mrs. Doubtfire<sup>36</sup>.

Registrul comic profită atât de MIȘCĂRILE DE CAMERĂ cât și de mișcările de obiectiv. Astfel, atât prin traveling<sup>37</sup>, panoramare<sup>38</sup> sau transfocare<sup>39</sup> ni se arată de regulă, contextul personajului care e cumva în contrast cu personajul, mai prozaic sau mai neasortat decât ne așteptăm. De ex. ni se dezvăluie prin transfocare înapoi contextul prozaic în care s-a filmat o scenă romantică. Prin traveling ni se dezvăluie uneori o scenă care ne surprinde, care conține ceva la care nu ne așteptăm și atunci râdem de propria noastră păcălire. În Star Wars, de ex., ne-am aștepta ca roboțelul să repare naveta de curse, dar când traveling-ul ni-l arată și pe aiuritul de Jar Jar lângă mașină, e clar că așteptăm să facă o boroboacă. Un exemplu haios de panoramare e atunci când reporterii sunt surprinși în plan mediu și se observă că au sacou și ... pantaloni scurți sau alte improvizații vestimentare. Aici putem vorbi înderptățit despre magia cinematografului de a crea iluzia realității.



### MIȘCĂRI DE CAMERĂ CU EFECT COMIC

**1.3. COMICUL PARAVIZUAL** se referă la toate acele tehnici și procedee care țin de post-procesare: montaj, efecte speciale, coloană sonoră etc. utilizate de cinești pentru a crea efecte comice. Prin analogie cu limbajul paraverbal, toate elementele din faza de post-producție pot fi subsumate etichetei de „limbaj para-vizual”, pornind de la premisa că ele nu pot exista în absența materialului filmat.

MONTAJUL poate deveni o sursă de umor. Alternarea cadrelor în construirea unor secvențe ne amuză, de ex. râdem de obicei când realizăm că protagonistul vorbește foarte serios cu un calculator, cu un perete sau cu animale<sup>40</sup>. Juxtapunerea unor cadre care prezintă personaje în

---

<sup>33</sup> [Scenă urmărire animație, Tom and Jerry, The Truce Hurts (1948)] <https://www.youtube.com/watch?v=UaX3hvrZDJA>

<sup>34</sup> [Scena Coyote catches Road Runner ] <https://www.youtube.com/watch?v=UaX3hvrZDJA>

<sup>35</sup> [Scenă demascarea, Total Recall (1990) ] <http://mentalfloss.com/article/64515/15-things-you-might-not-know-about-total-recall>

<sup>36</sup> [Scenă demascarea, Doamna Doubtfire, tătucul nostru trăsniț (1993)] <http://filmehd.net/mrs-doubtfire-doamna-doubtfire-taticul-nostru-trasnit-1993-filme-online.html>

<sup>37</sup> [Jar Jar Binks - traveling Starwars, Episode I - The Phantom Menace (1999)] <https://www.youtube.com/watch?v=Vof3hhsjtOg>

<sup>38</sup> [New Reporter Fail- panoramare] [http://photos.hamariweb.com/funny/new-reporter-fail\\_pid1912](http://photos.hamariweb.com/funny/new-reporter-fail_pid1912)

<sup>39</sup> [Balta - décor pentru o scenă romantică- transfocare] <http://screenhumor.com/the-surprising-truth-behind-gorgeous-instagram-photos/>

<sup>40</sup> [Ace Ventura: Pet Detective (1994), juxtapunere parteneri de dialog] <https://letterboxd.com/film/ace-ventura-pet-detective/>

ipostaze contrastante poate deveni ridicolă<sup>41</sup>. Montajul paralel a două acțiuni similare, dintre care una o parodiază pe cealaltă, transpunând-o într-un context exagerat sau derizoriu poate fi o sursă de umor. De regulă, montajul paralel se folosește pentru a spori dramatismul unei acțiuni, arătând ce se întâmplă în două tabere opuse sau cu personaje care urmează să se întâlnească. Un exemplu celebru apare în *Star Wars*<sup>42</sup>, chiar în primul film, când acțiunea de salvare a prințesei Leia, desfășurată de eroi, este dublată de întâmplările celor doi roboți, care fac și ei ce pot și se înțeleg pe limba lor. Nu se poate să nu zâmbim la stângăcia și mecanicismul acestor personaje.



### MONTAJUL COMIC

EFECTELE SPECIALE cu efect comic nu sunt deloc de neglijat în cinematografie, de la trucajele din perioada de început a filmului<sup>43</sup>, la care râdem acum involuntar pentru naivitatea lor, chiar dacă ele ar fi trebuit să ne stârnească groaza, până la efectele digitale 3D. Un trucaj haios apare în “*Harry Potter și camera secretelor*”, când Harry și Ron încearcă să ajungă la Hogwarts cu mașina zburătoare, pe care nici unul dintre ei nu știe să o conducă<sup>44</sup>. Motivul mașinii zburătoare apare și în filmul SF “*Înapoi în viitor*”<sup>45</sup>. Micșorarea personajelor față de decoruri (sau de celelalte personaje)<sup>46</sup> este un alt trucaj frecvent în comedii, interacțiunea unor oameni minuscule cu lumea reală devine o aventură hilară. Procedul anamorfozei e, poate, cel mai popular și cel mai productiv, acesta constă în transformarea unui obiect în altceva, de ex. trăsăturile unui om sunt manipulate, până se suprapun peste chipul altui om sau animal. Progresul tehnologiei digitale a propulsat procedul anamorfozei în cinematografie. Extindem puțin discuția și spunem că toate efectele speciale sunt utilizate și în scopuri umoristice. Câteva exemple deja clasice: *Transformers*<sup>47</sup> – în care o rablă devine un robot de neînving, *Robocop*<sup>48</sup> – în care un fost polițist este transformat în ciborg etc. Motivul hibridului om-mașină apare în multe filme SF<sup>49</sup>. O serie de exemple amuzante de anamorfoză apar în filmul “*Harry Potter și camera secretelor*”, într-o serie de acte de magie

---

<sup>41</sup> [Beethoven 4 , (2001) Juxtapunere ipostaze contrastante: câinele încântat și proprietarul siderat] [https://www.rottentomatoes.com/m/beethovens\\_4th/](https://www.rottentomatoes.com/m/beethovens_4th/)

<sup>42</sup> [Star Wars – montaj paralel: (1977)] <https://filme-online.to/film/kL/Star-Wars-Episode-IV-A-New-Hope?ep=667>, de la min 80:00.

<sup>43</sup> [trucaj: king kong (1933) ] <http://www.tare.ro/user-sarahsets1/2605075-trucaje-de-a-lungul-a-100-de-ani>

<sup>44</sup> [suprapunere digitală, machete: Harry Potter and the Chamber of Secrets: The Flying Car], <https://www.youtube.com/watch?v=zZcwF2d1svQ>

<sup>45</sup> [suprapunere digitală, machete: Back to the future (1985) ] <http://www.cinemarx.ro/filme/Back-to-the-Future-Inapoi-in-viitor-1110.html>

<sup>46</sup> [suprapunere digitală, rescalare, :Honey, I shrunk the Kids] (1989) [https://www.rottentomatoes.com/m/honey\\_i\\_shrunk\\_the\\_kids/](https://www.rottentomatoes.com/m/honey_i_shrunk_the_kids/)

<sup>47</sup> [trucaj: Transformers: Age of Extinction Official Trailer] <https://www.youtube.com/watch?v=S30VklLn5a2o>

<sup>48</sup> [animație digitală Robocop (2014) ] <https://www.youtube.com/watch?v=yXOhIJg4B7k>

<sup>49</sup> [machiaj: Star Wars VI: Return of the Jedi - Darth Vader's Death (Imperial March), <https://www.youtube.com/watch?v=McUwVg6MfOk>



ratată care generează hibrizi ridicoli: cana cu coadă de șobolan creată accidental de Ron la ora de magie<sup>50</sup>, sau Harry și Ron transformați de poțiunea magică în elevi viperini<sup>51</sup>, revin la înfățișarea inițială chiar în tabăra rivală. Un exemplu de umor negru sunt transformările din filmele de groază cu zombi. De asemenea nu ne îngrozește, ci chiar ne bucură pedepsirea eroului negativ, așa cum se întâmplă în Indiana Jones și ultima cruciadă când hapsânul Donovan se transformă instantaneu în schelet<sup>52</sup> după ce ratează graalul.



### EFECTE SPECIALE CU POTENȚIAL COMIC

COMICUL COLOANEI SONORE ar putea fi abordat tot în cadrul efectelor paravizuale, deoarece se referă la toate acele procedee, legate de voci, zgomote și muzică, care, luate separat, nu au nimic comic, dar care sunt valorificate în combinație cu imaginea și vocile. Muzica și zgomotele pot spori efectul comic. De ex. o urmărire sau un duel<sup>53</sup> pierde dramatismul și devine ridicolă însoțită de o muzică zglobie de circ, o furișare ratată e sugerată prin zgomotul exagerat al pantofilor care scârțâie<sup>54</sup>. Tot aici ar mai putea fi adăugate și râsetele înregistrate<sup>55</sup> sau jingle-rile care ilustrează sit-com-urile. Efectul comic poate fi generat și atunci când 1. vocea (sau zgomotul precede imaginea iar apariția obiectului contrazice așteptarea noastră. (De ex. lătratul fioros venit de la o potaie de câine) sau când 2. Vocea este suprapusă unei imagini nepotrivite. De ex. în reclama unei banci o voce de bariton este suprapusă unui personaj efeminat<sup>56</sup>. Situația inversă e mult mai comică: supereroii care vorbesc cu glas pițigăiat sau personajele din reclame care inhalează heliu<sup>57</sup>.

<sup>50</sup> [anamorfoză digitală: Harry Potter and the Chamber of Secrets, vera verito, harry potter 2 Chamber of Secrets (2002) ] <https://www.youtube.com/watch?v=veYjCdtcbFo>

<sup>51</sup> [anamorfoză digitală: Harry Potter and the Chamber of Secrets The Polyjuice Transformation Potion Harry turns into Goyle] [https://www.youtube.com/watch?v=rUrhcApxS\\_w](https://www.youtube.com/watch?v=rUrhcApxS_w)

<sup>52</sup> [animație digitală: Indiana Jones and the Last Crusade (1989) Holy Grail Scene] <https://www.youtube.com/watch?v=A0TalLrtZ24>

<sup>53</sup> Coloana sonoră din scena duelului, The Mask of Zorro (1998), <https://www.youtube.com/watch?v=kkJbTOflYLw>

<sup>54</sup> Coloana sonoră din Aristocats (1970), Scena cu câinii Napoleon și Lafayette, [https://www.youtube.com/watch?v=krD\\_b5utW2w](https://www.youtube.com/watch?v=krD_b5utW2w)

<sup>55</sup> Sitcom, Seinfeld (1989-1998), <https://www.youtube.com/watch?v=PaPxSsK6ZQA>

<sup>56</sup> Banca Transilvania, actorii fac playback pe vocea lui Morgan Freeman, <https://www.paginamedia.ro/2018/03/video-dumnezeu-voice-over-in-noua-campanie-banca-transilvania-dumnezeul-morgan-freeman>

<sup>57</sup> Berea cu heliu. Reclame. <http://www.220.ro/reclame/Berea-Cu-Heliu/ZLRzi8ez87/>

3. Personificarea prin atribuirea de voce unor animale sau obiecte e de multe ori haioasă. De ex. dulapul care răspunde soțului încornorat sau câinele care comentează acțiunile stăpânilor. Multe faze comice de acest tip au devenit clișee în filmele de comedie.

\*\*\*

Comicul vizual este pus în valoare de replicile actorilor și de coloana sonoră. Frecvent multe detalii vizuale, gândite ca să amuze publicul, rămân neobservate la o viziune nespecializată, atunci când spectatorul nu-și propune decât divertismentul. Și nu-i mai puțin adevărat, că uneori spectatorii găsesc motive de râs, acolo unde producătorii nu le-au dorit, dar le-au comis.

**2. COMICUL LINGVISTIC** însumează acele procedee care se referă la comunicare prin limbaj verbal. Putem observa acest tip de comic la nivelul scenariului (sau al scriptului), atunci când citim textul, privat de componentele sale performative, dar știm bine că interpretarea actoricească poate face un text serios să sune comic. (Dar, din păcate, și invers se poate ca un text cu potențial umoristic să fie spus prost și să stârnească, eventual, un zâmbet chinuit. Nu cunoașteți oameni care nu reușesc să spună glume?) Așadar, clasificarea noastră preia din teoria lui Bergson doar aspectul comic al limbajului care se referă la textul propriu-zis și consideră comunicarea paraverbală (intonația și mimica care însoțesc textul în vorbire) la fel de importantă ca și cuvintele în crearea efectelor comice. De asemenea, remarcăm potențialul umoristic al textului scris care apare în filme, fie că e integrat în imagine sau că apare sub formă de insert grafic care resemantizează imaginea. Prin urmare, în cadrul comicului lingvistic vom vorbi separat despre un comic al vorbirii și despre un comic al graficii cuvintelor.

**2.1. COMICUL VERBAL**<sup>58</sup> rezultă la nivelul discursului din **contrastul** dintre real și ideal, dintre ceea ce este de fapt și ceea ce ar trebui să fie. contrastul poate lua forma exagerării, trivializării sau transunerii, spune Bergson. Alte procedee discursive generatoare de comic pot fi: tautologiile, trusele, contradicția. Comicul de limbaj se poate realiza la nivel fonetic, lexical, morfologic și sintactic. Automatismele verbale individuale, ticurile verbale – produc uneori absurdități, contradicții, contaminări, aluzii involuntare. Clișeele verbale și stereotipurile sociale – rostite automat sunt o altă sursă de comic. Interpretarea ad litteram a unor expresii e aporape întodeauna comică și este sursa multor bancuri și aforisme. Contaminarea expresiilor și proverbelor, alterarea formei unei expresii consacrate, combinarea unor fragmente de expresii amuză, fie că sunt acte intenționate sau accidentale. Alte resurse ale comicului pot fi: pronunția eronată, utilizarea greșită a termenilor, confuzia de sens, utilizarea inadecvată în context a unor arhaisme, regionalisme, neologisme, elemente de argou și de jargon, greșeli de logică sau de gramatică, precum: pleonasmul, dezacordul și anacolutul, topica ambiguă care permite o interpretare ludică a enunțurilor etc. Parodia și intertextualitatea sunt resurse valoroase ale comicului cinematografic. **Comicul de limbaj** comportă două aspecte distincte: comicul pe care limbajul îl exprimă și comicul pe care limbajul îl crează. Planul expresiei se află în strânsă legătură cu caracterul personajelor și constă în invocarea frecvent aluzivă sau eufemistică a unor aspecte hilare, a viciilor sau moravurilor acestora. Temele rizibile din planul expresiei au specific cultural, depind de convențiile specifice unei societăți, dar pot fi traduse în alte limbi, chiar dacă substratul

---

<sup>58</sup> Subcapitolul nu este ilustrat cu exemple din rațiuni de spațiu. (Oricum, despre acest aspect al comicului cinematografic s-a mai vorbit în extenso.) Exemple pentru cinematografia hollywoodiană puteți găsi aici: *Rickman, Gregg. The Film Comedy Reader. Limelight Editions, 2004.* Exemple pentru cinematografia românească puteți găsi aici: *Saizescu, Geo. Filmul: Crez estetic și biografie artistică : Eseu despre comedia cinematografică. București : Editura Victor, 2004.*

cultural se pierde. În schimb, planul creației lingvistice este intraductibil, pentru că acesta constă în expresii, în jocuri de cuvinte bazate pe polisemie, pe eufonie, pe paronimie sau pe deformarea neintenționată a cuvintelor care capătă accidental o semnificație, precum și în efecte obținute prin selecția și combinarea de cuvinte, sau prin ordonarea nestandardizată sau nefericită a cuvintelor în frază. Stă atunci în mâiestria traducătorului să găsească echivalente lingvistice cu același impact umoristic.

**2.2 COMICUL PARAVERBAL** se referă la toate procedeele de dicție care însoțesc cuvintele, atunci când sunt rostite, astfel: *Stâlcirea* cuvintelor, generatoare de sensuri parazite, obținute prin defecte de vorbire sau de articulare sunt doar uneori menționate în scenariu, aici putem enumera bâlba (ex. Jur pentru propășirea/prăbușirea țării - Ilie Șerbănescu<sup>59</sup>), sâșiala (Salam sasesc<sup>60</sup>), accentul străin. (De ex. replica servitoarei din piesa “Gaițele” de Alexandru Kirițescu: “Supă de caine”<sup>61</sup>.) *Intonația* nepotrivită, accentele false, pauzele nefirești în fluxul vorbirii sunt procedee care stârnesc râsul, cel mai frecvent procedeu este utilizarea pauzei verbale în mijlocul unei sintagme, înainte de a deturna sensul uzual al unei expresii cunoscute. (Parodia “Fie pâinea cât de rea, tot ti-o fură cineva”<sup>62</sup>, în loc de “... tot mai bine-n țara ta”) Stridențe tonale, falsări<sup>63</sup>, “scăpări de voce”, accelerarea sau încetinirea ritmului vorbirii sunt tot atâtea procedee de tehnică actoricească care au potențial comic și pe care cinematograful le-a împrumutat din teatru, amendându-le însă execuția exagerată utilă pentru spectatorul din ultimul rând, dar grotescă într-un prim plan de film. *Imitația*<sup>64</sup> tonalității, a timbrului sau a frazării caracteristice unei persoane publice, rostind deseori replici satirice, adaptate la context care parodiază realitatea este un alt instrument al comicului, deseori susținut și de costumul și machiajul care fac referință la personajul caricaturizat.

**2.3. COMICUL SCRIS** apare în film, ca text de sine stătător sau ca text care devine comic în combinație cu imaginea. La nivelul consumatorului de film efectul comic al textului scris este conștientizat rareori, dar o trecere în revistă a unor procedee frecvente în comedii poate fi un argument că și acest aspect comic ar trebui luat în considerare.

1. CUVINTELE scrise pot fi comice când sunt ortografiate greșit (Cum ar fi în Harry Potter urarea pe care Hagrid o scrie pe tortul aniversar pentru Harry<sup>65</sup>), sau au un conținut haios. Astfel o firmă de prăvălie cu nume simpatic<sup>66</sup>, sau ortografiat ciudat, chiar o reclamă cu mesaj umoristic sau .. nefericit<sup>67</sup> pot fi comice. În draturgia românească e celebră confuzia gazetărească: Protar – Proftasia, pe care se construiește toată intriga din piesa “Ultima oră” de Mihail Sebastian. (Mai sugestiv ca text în imagine găsim în același film suita de titluri senzaționale din tipografia ziarului Deșteptarea<sup>68</sup>.)

<sup>59</sup> Cabinetul Isărescu, 1999, <http://www.ziua.ro/display.php?data=1999-12-23&id=36059>

<sup>60</sup> Reclama Ssalam Săsesc, CrisTim, 2002, <https://www.youtube.com/watch?v=loHjZzA21Wg>

<sup>61</sup> Alexandru Kirițescu, Gaițele (teatru radiofonic), <https://www.youtube.com/watch?v=jfdrIZ15xrw>

<sup>62</sup> Dan Helciug & spitalul de urgenta - Traiasca Berea, [https://www.youtube.com/watch?v=gjo\\_7JO6PAA](https://www.youtube.com/watch?v=gjo_7JO6PAA)

<sup>63</sup> Grigore Vasiliu-Birlic în Două lozuri (1957), <https://www.youtube.com/watch?v=2SZJw-wS2xE>

<sup>64</sup> Animat Planet Show, Grupul Divertis, Antena 1, 2005-2008, <https://www.youtube.com/watch?v=UVhvmd8q61s>

<sup>65</sup> Harry Potter and the Sorcerer's Stone, 2001, <https://www.youtube.com/watch?v=50N2eB0JI80>

<sup>66</sup> Antreprenori cu umor, Digi 24, 2015, <https://www.digi24.ro/stiri/economie/companii/cele-mai-amuzante-nume-de-firme-inscrise-in-programul-start-up-nation-763017>

<sup>67</sup> Pistruiatul, 1973, Episodul 7 – Fluturaș, <https://www.youtube.com/watch?v=xVvYp0Dnu14>

<sup>68</sup> Ecranizarea piesei “Ultima oră” de Mihail Sebastian afacerea protar, 1956, <https://www.youtube.com/watch?v=6q9hGL5oj-Q>

2. Cuvintele scrise pot crea efecte comice prin ASOCIEREA CU IMAGINEA (Textul scris e neutru, imaginea la fel de neutră din punct de vedere umoristic, dar asocierea devine o sursă de răs. Astfel de combinații pot fi premeditate sau accidentale. Face parte din categoria umorului ofensiv și avem un indicator turistic care să fie inscripționat cu destinații foarte diferite<sup>69</sup> (trei sate vecine și New York, 3 obiective turistice și WC public, sau o pancardă apocrifă care să dea un nume pretențios unei locații jalnice. (“Vila Splendid” pentru cocina porcilor sau „Câine rău” pe cotețul unei aschimodii.) Dar se întâlnesc frecvent și în realitatea cotidiană astfel de combinații haioase<sup>70</sup>, de ex pe crâșma satului apare inscripția „Cămin cultural” sau pe unele clădiri se combină etichete de firme cu profil foarte diferit, cum ar fi un sediu de instituție publică, alături de un serviciu de pompe funebre. Ar mai putea fi adăugate aici gafele din jurnalele de știri, momentele neinspirate în care burtiera face trimitere la un alt eveniment decât imaginea<sup>71</sup>, de ex. pe ecran apare discursul unui personaj politic controversat iar burtiera anunță soluționarea unei alte anchete, prinderea unor hoți, acțiuni de protest, revendicări sau alte informații care pot fi asociate imaginilor ca subtext subversiv<sup>72</sup>. În astfel de cazuri parcă sunt mai haioase asocierile involuntare decât cele la care transpare regia.



SCRISUL CU EFECT COMIC PE ECRAN

<sup>69</sup> Indicatoare, <https://www.dreamstime.com/stock-photo-sign-post-to-cities-world-direction-distance-australian-vineyard-image74486145>

<sup>70</sup> Firme: restaurant și servicii funerare, <https://www.cronicipebune.ro/cele-mai-tari-oferte-din-magazinele-patriei-53/>

<sup>71</sup> Burtieră - umor negru, <http://farasuparare.ro/2013/07/16/mintim-poporul-cu-burtiere/>

<sup>72</sup> Burtieră - text nefericit, <https://www.paginademedi.ro/2013/11/concurs-gaseste-titluri-tari-ca-piatra/comment-page-2?v=1/>

## CONCLUZII

În final mai subliniem încă o dată că distincția dintre comicul vizual și cel verbal apare în demersul nostru descriptiv doar din rațiuni metodologice. O atare separație nu apare în realizarea comicului cinematografic, unde toate mijloacele de expresie se îmbină și contribuie, în egală măsură, la transmiterea intenției regizorale. Astfel e firesc ca limbajul verbal și imaginea să transmită același mesaj și să stârnească râsul prin armonizarea tuturor resurselor de care dispune limbajul cinematografic. Creativitatea este frecvent asociată cu încălcarea premeditată a regulilor, dar pentru obținerea efectului scontat prin abateri de la rutină e necesară deopotrivă cunoașterea regulilor dar și inspirație, într-o creație originală, autentică și valoroasă.

Grila de analiză propusă e aplicabilă oricărui tip de film, fără excepție; de aceea și exemplele care susțin abordarea teoretică provin din cele mai diverse genuri: film artistic, jurnale de știri, spoturi publicitare, materiale profesioniste și de amator. Subliniem că exemplele au fost selectate mai ales pe criteriul notorietății; poate uneori am dat exemple cunoscute, fiindcă erau la îndemână, și am omis exemple mai relevante, dar lista rămâne deschisă.

Modelul comicului cinematografic distinge între comicul vizual și cel lingvistic. 1. Comicul vizual este analizat sub două aspecte: Stop cadrul comic și Secvența comică. Comicul paravizual, denumit prin analogie cu limbajul paraverbal, se referă la procedeele care însoțesc imaginea cinematografică: montajul, efectele speciale și coloana sonoră. 2. Comicul lingvistic are în vedere comicul verbal din etapa de script, care se referă la semiotica limbajului, iar Comicul paraverbal, care urmărește realizarea efectelor comice prin interpretarea actoricească, este abordat separat. Comicul cuvântului scris din filme propune analiza diferențiată a limbajului integrat în decor față de textele suprapuse imaginilor prin procedee grafice. Modelul propus pentru analiza resurselor comice ale limbajului cinematografic nu contrazice teoria canonică a comicului, formulată de Henri Bergson, ci arată doar că aceasta e insuficientă pentru a pune în evidență tehnicile pe care filmul le utilizează pentru a stârni râsul spectatorilor.

## BIBLIOGRAPHY

1. ARIJON Daniel, *Gramatica filmului*, Trad. Copel Moscu, Editura IBU, București, 2013.
2. BALABAN Delia Cristina, *Comunicare publicitară*, Editura Accent, Cluj-Napoca, 2005.
3. BERGSON, Henri, *Râsul. Eseu asupra semnificației comicului*, Editura: All, 2014.
4. DEFAYS, Jean-Marc, *Comicul. Principii, procedee, desfășurare*, Ed. Institutului European, Iași, 2000.
5. JOANNES, Alain, *Comunicarea prin imagini*, Trad. Ioana Manole, Editura Polirom, Iași, 2009.
6. MORAR, Vasile, *Estetica. Interpretări și texte*, <http://ebooks.unibuc.ro/filologie/morar/7.htm>
7. RICKMAN, Gregg. *The Film Comedy Reader*. Limelight Editions, 2004
8. SAIZESCU, Geo. *Filmul: Crez estetic și biografie artistică : Eseu despre comedia cinematografică*. București : Editura Victor, 2004.
9. STAVRE Ion, *Comunicare audiovizuală*, Editura Tritonic, București, 2011.
10. WEEMS, Scott: *Ha! The science of when we laugh and why*, New York, Basic Books, 2014.

*Notă: Trimiterile pentru exemplificări se găsesc în notele bibliografice.*