

Міністерство освіти та науки України  
Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола

Циклова комісія мовно-  
літературних дисциплін

## **ДИПЛОМНА РОБОТА**

на тему:

**Комікс як специфічний різновид видавничої продукції в Україні**

Виконала  
студентка  
групи В-41  
відділення комп'ютерних та  
видавничих технологій  
Щирба Тетяна Андріївна  
Науковий керівник:  
кандидат філологічних наук  
Вишневська Галина  
Богданівна

Оцінка \_\_\_\_\_

Тернопіль — 2021

Щирба Т. А. Комікс як специфічний різновид видавничої продукції в Україні. Тернопіль : Галицький коледж ім. В. Чорновола, 2021. ... с.

У роботі проведено огляд сучасного коміксу, визначено його типологію, історію виникнення, розвиток та розквіт в Україні. Зображено усі проблеми видання коміксів та запропоновано рекомендації щодо їх вирішення, досліджено перспективи розвитку видавничої продукції у вигляді коміксів на теренах України та за її межами. Дослідження складається з вступу, 3 розділів, висновків та списків використаних джерел.

Для студентів, що навчаються за спеціальностями «Видавнича справа та редагування» та «Журналістика» науковців, філологів, видавців, та людей, які досліджують, вивчають та цікавляться коміксами.

Ключові слова: *комікс, видавництва, мистецтво коміксів, дизайн коміксів, видання коміксів, дослідження коміксів.*

## ВСТУП

З'явившись як розвага художників-карикатуристів в Європі, комікс виступає в якості супутнього образотворчого елемента на газетній шпальті. Прості форми і чіткий соціальний підтекст, доступність і зрозумілість для емігрантів, що погано володіють мовою, орієнтують дане медіа на масовість і загальнодоступність. Надалі комікс відходить від газет як самостійний жанр і активно освоює на сторінках pulp-журналів публіцистичний і літературний досвід, створивши новий канал передачі інформації – журнали коміксів, які згодом стають популярними не тільки в європейських країнах і США, але і на Сході.

Твердження, що комікси – розвага, придатне тільки для дітей і підлітків, застаріло і перестало бути релевантним: в даний час читачі середнього і старшого шкільного віку складають лише малу частину від всієї аудиторії. Видавництва коміксів виходять на новий рівень медіахолдингів, знімають фільми, мультиплікацію, створюють ігри і випускають супутню продукцію – сувеніри, літературу, одяг. Факт впливу нової форми передачі масової інформації на суспільство ігнорувати стає неможливим.

Вивченню коміксів свого часу присвячували свій час такі науковці: М. Корног (Т. Perper, М. Cornog) [33], М. Мак Вільямс (М. MacWilliams) [31], Н. Кон (N. Cohn) [24], П. Гревейт (Р. Gravett) [27], Р. Бреннер (R. Brenner) [23], Р. Петерсен (R. S. Petersen) [34], Т. Гронстін (Т. Groensteen) [28], Т. Пепер, Н. Космацька [8], Д. Ольшанський [13], К. Полякова [15], О. Сонін [18] та ін.

**Актуальність** даної наукової роботи базується на недостатній вивченості коміксів як засобів медіа та журналістської діяльності; потреби розуміння ролі редактора в створенні коміксів, а також корисності розгляду даного досвіду для вітчизняного ринку, який в даний час знаходиться в стадії становлення.

**Предметом** дослідження обрані сучасні українські комікси.

**Об'єктом** даного дослідження є журнали коміксів як тип видання. Ми розглянули їх виникнення, функціонування і поширення на ринку в якості ЗМІ та медіа продукту, результат впливу на аудиторію, коефіцієнт зворотного зв'язку і особливості подачі інформації з урахуванням переважаючої візуальній складової над вербальною.

**Метою** даної наукової роботи є вивчення та аналіз сучасного стану українського ринку коміксів – від зовнішнього вигляду до наповнення і особливостей поширення.

Для досягнення даної мети було поставлено ряд **завдань**:

- дослідити історію виникнення коміксів;
- описати основні поняття комікс-культури;
- охарактеризувати особливості жанру;
- описати теоретичні основи роботи редактора над жанром;
- описати розвиток ринку коміксів в Україні;
- дослідити художньо-технічне та поліграфічне виконання;
- охарактеризувати особливості редакторської підготовки сучасного українського коміксу.

Робота складається з вступу, 3-ох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

Для написання роботи використовувались праці вітчизняних і зарубіжних авторів, журнальні публікації, ресурси мережі Інтернет.

**Апробація роботи.** Дипломну роботу було представлено на наукових читаннях в Галицькому коледжі ім. В. Чорновола. Відзначено грамотою I ступеня. Доповідь опубліковано у «Науковому збірнику Галицького коледжу – 2021». Також доповіді на зазначену тематику було зачитано на «Науково-пізнавальній конференції студентів Галицького коледжу (відділення КВТ)» і Всеукраїнській студентській науковій інтернет-конференції (ТНПУ).

# РОЗДІЛ 1

## СУЧАСНИЙ КОМІКС ЯК ЖАНР МАСОВОГО МИСТЕЦТВА

### 1.1 Історія виникнення та розвитку поняття

«Комікс (від англ. Comic смішний) – мальована історія, розповідь в картинках. Манга поєднує характеристики літератури та образотворчого мистецтва» [12, с. 96]. Це різновид книжково-журнальної ілюстрації, який іноді використовується в друкованих ЗМІ.

Історія коміксів сягає до XVI століття, коли у Валенсії і Барселоні почали продавати картинки, які були призначені для народу, найчастіше вони були на релігійну тематику. Це розповідь життя святих в серіях невеликих гравюр, надрукованих на аркушах кольорового паперу («Алілуя»). Малюнки на світські сюжети назвалися «(ісп. Aucas)» (від ісп. Jeu de l'oie).

«“Алілуї”, в XVI і XVII століттях були широко поширені у Фландрії, Франції та Німеччині», – зазначають історики

Прообраз коміксів можна знайти в європейських карикатурах XVIII століття і навіть в давньоруських лубках. Гравюри англійського художника, ілюстратора Вільяма Хогарта (1697-1764) були вкрай популярні і представляли собою серію малюнків, що оповідає певну історію. У 1730-1731 роках ним була виконана серія гравюр з шести картин під назвою «Кар'єра повії», потім пішла наступна – «Кар'єра марнотратника», яка була опублікована в 1735 році. У 1745 році був створений знаменитий сатиричний цикл «Модний шлюб». З'явився ще ряд інших серій і в середині 50-х років XVIII століття майже в кожному англійському книжковому магазині або невеликій лавочці можна було купити гравюри Вільяма Хогарта.

«У XIX столітті в Епіналь налагоджується фабричне виробництво історій в картинках. Так, на фабриці Пеллерена було видано 600 історій, що

складаються з 16 квадратних картинок з підписами (класична іспанська «алілуя» налічувала 48 картинок)» [18].

«У 1830- 1846 роках швейцарець Родольфо Тепфер випускає в Женеві серію альбомів про пригоди пана Жабо і пана Крепена. Художник-романтик Валентен видавав альбоми картинок за казками Перро» [16, с. 45].

Одним з основоположників жанру коміксів вважається німецький поет-сатирик і художник Генріх Християн Вільгельм Буш (1832 - 1908). Його дотепні сатиричні вірші в картинках популярні в усьому світі. Творчість Вільгельма Буша, його історії про Макса і Моріца надихнули одного з перших авторів американських коміксів Рудольфа Дьоркса, а образи цих бешкетних хлопчаків лягли в основу коміксу «Каценджемеровські дітки».

Зразу після 1870 року тижневики які були проілюстровані стали в Європі використовувати одну з так званих форм лубочних «картин Епіналя». Луї Люм'єр запозичив сюжет «Политого поливальника» з таких альбомів з картинками.

Перший американський комікс «Ведмежата і тигр» вийшов в 1892 році в журналі «The San Francisco Examiner» . Трест друку Херста широко використовував ілюстрацію, з появою ж коміксів вони стали одною з улюблених зброй херстовської преси, втім, як і преси його суперника Джозефа Пулітцера.

Пізніше Ауткольт випустив серію «Алея Хогана». «Другорядним персонажем у ньому був присутній маленький хлопчик в жовтому костюмі, який дуже полюбився мешканцям Нью-Йорка. Ауткольт робить його головним героєм» [40, с. 36].

Херст почав заповнювати свою газету коміксами випуски які виходили у неділю «Морнінг джорнел». «Жовтого малюка» в «World» малював і розфарбовував Джордж Б. Люкс. Восени 1899 року Херст міняє свій друкарський верстат, який раніше друкував йому по 4 сторінки

різнокольорових зображень, на верстат, що тепер друкує аж 16 сторінок. Випуск газети у неділю раніше випускав комікси на 8 сторінках, а після зміни верстату на 16 сторінках.

Одним з найвідоміших малювальників Херста був у той час Вінзор Маккей, який вважався скоріше фахівцем з політичної карикатури, ніж за коміксами. Він співпрацював в газеті Нью-Йорку під назвою «Нью-Йорк Америкен» і на дозвіллі намалював мультфільм під назвою «Динозавр Герті».

«У ХХ столітті комікс став одним з популярних жанрів масової культури. До цього часу комікси, в основному, втратили комічність, за яку отримали назву. Основним жанром коміксів стали пригоди: бойовики, детективи, жахи, фантастика, історії про супергероїв» [52, с. 103].

*Золотий вік коміксів* – назва періоду в історії американських коміксів, який тривав (за різними оцінками) з 1938 року по 1955 рік. «Перші серйозні кроки у розвитку мистецтва графічних новел були зроблені на початку ХХ століття, в пошуках нових шляхів графічної і візуальної комунікації і самовираження. Спочатку комікси носили чисто гумористичний характер. Багато в чому це пояснюється етимологією англійського слова, яке визначило їх назву. У корені ця ситуація змінилася в червні 1938 року, коли в США з'явився персонаж Супермен (англ. Superman)» [41]. Початком золотого століття прийнято вважати першу появу Супермена в коміксі Action Comics # 1, що вийшов в 1938 році і виданому DC Comics. Поява Супермена була дуже популярною, і незабаром супергерої буквально заповнили сторінки коміксів. Іншими персонажами, довгий час користувалися популярністю, стали Пластик (англ. Plastic Man), що видається видавництвом Quality Comics, а також детектив Спінит під авторством карикатуриста Уїлла Айснера, який спочатку виходив як доповнення, об'єднаного з недільним випуском газети. Всього за цей період було створено понад 400 супергероїв. Більшість з них сильно нагадували

Супермена і не дожили до наших днів, проте саме тоді народилися такі герої, як Бетмен і Капітан Америка.

Друга світова війна сильно повпливала на сюжет та змістову частину про супергероїв – після чого головні герої боролися із країнами Осі, а на палітурках малювали супергероїв, які боролися з лідерами нацистського руху.

Після того як перемога була здобута над фашизмом на обкладинках коміксів почали з'являтися супергерої з різними здібностями, зазвичай ядерними здібностями, наприклад, Атомний Громовержець і Атомна Людина. Історики того часу вважають, що дитячі персонажі допомогли ослабити страх молодих читачів щодо перспектив атомної війни. Навіть пізніше, головні герої боролися з комуністами, а деякі навіть були залучені в Корейську війну. Проте, після того як Друга світова війна закінчилась популярність супергероїв пішла на спад. В загальному, за часів так званого золотого століття почав проявлятися новий і до цього часу головний напрямок в коміксах – супергерої і нові світи.

Срібний вік коміксів – назва періоду в історії американських коміксів, який тривав з 1956 до 1972 року, а після змінився бронзовим століттям. Срібний вік почався з коміксу Showcase # 4, випущеного DC Comics в жовтні 1956 року. У ньому компанія представила нову версію вже існуючого супергероя Флеша [9, с. 38].

У 60-х на світову арену також виходить компанія «Марвел». «Відомі Стен Лі, Стів Дітко і Джек Кірбі створюють одних з найпопулярніших героїв за всю історію коміксів: Фантастична Четвірка, Людина-Павук, Халк, Тор, Люди Ікс, Залізна Людина і багато інших. Головним центром індустрії коміксів залишаються США, де вони користуються величезною популярністю. Найбільшими всесвітньо відомими компаніями вважаються Marvel, DC, Dark Horse і Image Comics» [23, с. 58].

*Бронзовий вік коміксів* – назва виникла під час створення американських коміксів, і хоч дуже точних рамок цього періоду немає,



варто вважати, що він почався в 1973 і закінчився в 1985 році. Сюжет коміксу став більше реалістичним і дорослим, він почав торкатись тем вживання наркотиків, забруднення навколишнього середовища та алкоголізму.

Подією, яку частіше за все називають початком бронзового століття, стала смерть Гвен Стейсі, коханої Людини-павука в *The Amazing Spider-Man* # 121-122, випущених в 1973 році.

Останній період, що виділяється в історії розвитку коміксів триває з 1986 року по наш час. «Точних рамок, як і у випадку з бронзовим століттям, не існує. Крім того існує кілька версій назви періоду. Сучасне століття характеризується ще більшою реалістичністю в коміксах, появою антигероїв і похмурістю сюжетів» [12].

«В кінці XX століття великої популярності набувають азіатські жанри коміксу: японська манга і, дещо менш відомі, китайська маньхуа і корейська манхва. Розвиток манги в Японії почалося ще з закінченням Другої світової війни, проте на Заході азіатський комікс залишався маловідомий до тих пір, поки багато хто з манг був екранізований у вигляді аніме (жанр японської мультиплікації)» [15, с. 38].

«На початку XXI століття комікси отримали нове втілення щодо нових комп'ютерних технологій, що використовуються при розфарбовуванні коміксів, а також цілого ряду талановитих художників, таких як Ешлі Вуд, Тодд Макфарлейн, Сем Кіт, Паоло Рівера, Грег Капулло, Умберто Рамос, Джузеппе Камунколі, Томм Мур та ін. Комікси стали не тільки малювати олівцем, а й писати олією, а також комбінувати перше і друге в поєднанні з графічними цифровими технологіями. Безліч з коміксів було екранізовано в Голлівуді, а фільми мають неймовірний успіх у всьому світі» [14, с. 11].

В Європі комікси з'явилися на початку XX століття, але широку популярність вони набули після Другої світової війни. Важливе місце в Європі займає франко-бельгійська школа коміксів. Широко відомі (в тому

числі і за межами Європи) такі серії коміксів, як «Астерікс» (Франція), «Пригоди Тінтіна» (Бельгія) і «Смурфи» (Бельгія). Велика кількість серій бельгійських коміксів популярні в своїй країні, але мало відомі за її межами, наприклад, «Пригоди Урбануса» Урбануса і «Пригоди Нерона» Марка Слена. У Брюсселі діє музей коміксів.

Попередником графічних романів, тобто «серйозних» коміксів, що відрізняються «дорослим» сюжетом і високим художнім рівнем, є «романи без слів» (серії ксилографій) бельгійського художника Франса Мазереля, створені ним на початку XX століття.

Азіатські комікси за характером сильно відрізняються від американських і європейських. Найбільш відома «національна школа» коміксів в Азії – японська. Японські комікси відомі як манга. Хоча термін «манга» використовується з XII століття (первісне значення – «ескізи», «гротески»), манга в сучасному значенні слова виникла на початку XX століття і набула популярності після Другої світової війни, особливо – з 1960-х років.

«Японська манга дуже вплинула на форматування національних шкіл коміксів в Китаї (відомі як маньхуа) і Кореї (відомі як манхва). Однією з основних причин широкого поширення манги в Японії і в цілому широкої популярності національних мангаподібних коміксів в країнах Азії таких як: маньхуа – на Тайвані, в Китаї, Гонконгу, Макао і Сінгапурі, а також манхва – в Південній Кореї, є схильність японців зокрема і в цілому народів Східної і Південно-Східної Азії до сприйняття інформації у вигляді зображень, як спадщина і наслідок їх ієрогліфічної культури. Назви схожі тому, що у всіх трьох мовах це слово записується одними і тими ж ієрогліфами» [23, с. 65].

Комікси в стилі манга, намальовані у Франції, називають «Манфрія», а також *la nouvelle manga* (з фр. – «нова манга») – форма коміксів, створена під впливом японської манги. Комікси в стилі манга, намальовані в США, називають «амеріманга» або OEL, від англ. *original English-language manga* – «манга англомовного походження».

В даний час світ манги пронизує практично всю Японію. Манга шанована як форма образотворчого мистецтва і як літературне явище. Тому існує безліч творів різних жанрів і на найрізноманітніші теми: пригоди, романтика, спорт, історія, гумор, наукова фантастика, жахи, еротика, бізнес, наука та інші.

В Японії мангу читає практично все населення, різного віку і соціального статусу від молоді до пенсіонерів, від соціальних низів до верхів. Частково така висока популярність манги і надмірна одержимість нею частини населення Японії дозволяє їй не здавати позиції, навіть при негативних соціальних і економічних чинниках в Японії, таких як знаходження Японії вже два десятиліття в економічному застої і постійній дефляції, зменшення населення викликане демографічною кризою і старінням Японії.

## **1.2 Основні поняття комікс-культури**

«Існує багато визначень коміксу, проте всі вони, в цілому, зводяться до того, що комікс являє собою серію зображень, в якій розповідається якась історія» [26, с. 18]. Відповідно у більшості дослідників, комікс – це єдність оповіді і візуальної дії.

Уілл Айснер, один з «батьків» сучасного коміксу, позначив комікси як «послідовне мистецтво»: по суті своїй, це всього лише картинки, які, варто їм розташуватися послідовно, стають цілісним твором. При цьому, в даному визначенні терміна не вказується ні стилістичні чи тематичні особливості. По суті своїй, Айснер робить наголос на комікс саме як на форму образотворчого мистецтва. При цьому, варто уточнити, що «комікси» – це саме медіа, а не журнали або газети, де вони друкуються.

Скотт Макклауд в «Розумінні коміксу» [16, с. 108] дає визначення терміну як зіставлених в певному порядку графічних і інших зображень, покликаних передати інформацію і викликати у глядача естетичний відгук. За формою і використовуваним прийомом цей жанр в чомусь схожий з

карикатурою і відео, тільки, на відміну від останнього, замість часу використовує простір. При цьому, він поєднує в собі риси літератури і образотворчого мистецтва.

Жорж Садуль визначає, що «комікси як розповіді в картинках, підкреслюючи їх універсальність і здатність фокусувати увагу на ідеї, що є безумовною перевагою даного виду ЗМК» [25, с. 96].

Le Petit Robert визначає комікс як «послідовно розташовані зображення, що розповідають одну і ту ж історію або описують одного і того ж персонажа. При цьому, не враховується ні вербальна складова, ні особливості функціонування як окремого жанру: під дане визначення в рівній мірі підходить як комікс, так і фотороман або навіть фоторепортаж» [13, с. 42].

Френ-Дерюель описує комікс як «сучасну форму образного оповідання, твір з послідовних картинок з супроводжуючих їх текстом або без нього і доповнених власними жанровими ідеографічними знаками» [23, с. 52].

Вітчизняні дослідники Анісімова Е., Полякова К., Сонін О. визначають комікс як «вид мистецтва, що обов'язково включає розповідь у вигляді серії картинок, що зображують дії набору героїв з супутнім текстом діалогу / монологу», або як «особливий спосіб оповіді, де текст представлений у вигляді послідовності кадрів, складених в вербальний твір і передавальних діалогів персонажів укладених в рамки, причому і текст, і малюнок утворюють органічну єдність» [23, с. 85].

Ці визначення відображають характерну рису коміксу: в них використовуються вербальний (текст) і невербальний (малюнки) компоненти. Обидва є носіями інформації і найчастіше залежать один від одного. Е. Анісімова виділяє основні універсальні функції візуальних засобів полікодового тексту, які також простежуються і в коміксах: атрактивна функція (тобто привернення уваги), інформативна (передача інформації), експресивна (вираження почуттів і вплив на емоції читача),

естетична (реалізація художнього задуму і вплив на естетичні почуття читача) [10, с. 96].

«Ще однією характерною рисою коміксу як літературного твору є послідовність викладу подій, які пов'язані між собою, або наративність. Дану особливість коміксу вперше охарактеризував американський художник і видавець Уїлл Айснер, визнаний коміксист» [25, с. 86].

Наступною характерною рисою можна назвати особливе мовне оформлення. Тут можна відзначити, по-перше, використання вигуків і різних звуконаслідувань. Їх використовують, щоб показати крик, удари, падіння, згоду або заперечення героя. Дані частини мови є невід'ємною частиною коміксу.

По-друге, автори коміксів використовують такий засіб, як індивідуальний девіз або слоган кожного героя з вигукуючим виразом. Особливо це було характерно тоді, коли комікси тільки почали своє існування і автори спеціально застосовували подібну мовну характеристику супергероїв, щоб підкреслити той образ, який був би недоступний звичайній людині. Наприклад, такі персонажі, як Капітан Америка або Супермен на початку своєї появи «говорили» тільки окличними інтонаціями, такими як «Наш світ знову в безпеці!» або «Завжди радий допомогти нужденним людям!» Ці своєрідні фігури мови використовувалися творцями коміксів з метою збереження єдності оповідання і логічної послідовності певних дій і інтенцій персонажа.

В цілому вербальна складова коміксів задіює велику кількість мовних засобів вираження, таких як іронія, вигуки, риторичні питання, емоційні звернення, епітети, метафори, гіперболи, еліпсиси, умовчання і багато інших. Досить широко використовуються також жаргонізми і вирази з вуличного сленгу. «Дані мовні засоби виконують в коміксі кілька функцій:

1) вони надають розповіді певну динаміку (так, в особливо гострих моментах в мові героїв коміксів широко використовуються вигуки і гіперболи, які підсилюють емоційне напруження, а в більш спокійних

фрагментах фабули коміксу, застосовуються такі фігуральні вислови, як умовчання, літоти, які сприяють більш спокійній, розміреній розповіді);

2) підвищують виразність мови головних героїв, допомагають формувати їх індивідуальний характер і настрій в певний момент історії, що підсилює включеність читача в сюжет і його захоплення подіями, що відбуваються в коміксі» [20, с. 103].

Наступна характерна риса коміксу – це наявність системи персонажів. Як і в будь-якому іншому літературному творі, в коміксі завжди є головні і другорядні, позитивні і негативні герої. Іменем головного персонажа (або персонажів) в більшості випадків і називається комікс ( «Капітан Америка», «Людина-Павук», «Залізна людина», «Хранителі», «Вартові Галактики» і т. д.) Кожен з цих героїв має свої індивідуальні риси, і сучасний читач з легкістю по одному опису зможе відрізнити Бетмена від Супермена.

Також можна відзначити таку рису коміксу, як характерність персонажів, їх типовість. Незважаючи на індивідуальність кожного героя, все ж можна сказати, що кожен з них являє собою певний архетип, образ. Наприклад, Супермен або Бетмен – це тип справжнього чоловіка, захисника, воїна, Капітан Америка – типовий солдат-патріот, захисник батьківщини, Залізна Людина – образ генія-мільйонера, саркастичного, впевненого в собі.

Характер героя авторами передається в усьому його образі: в одязі (костюмі), статури, манері мови, поведінці, навіть техніці бою.

Якщо говорити про особливості коміксу як графічного мистецтва, тут першою його характерною рисою можна назвати візуальні засоби вираження. До них ми віднесемо колірну гамму всього коміксу в цілому, характерні поєднання кольорів, які можуть характеризувати конкретного персонажа чи настрій героїв, елементи зовнішності героїв, які виділяють їх особливі, індивідуальні риси. Хорошим наочним прикладом можуть служити герої серії коміксів про Людей Ікс, де кожен мутант має свою характерну рису, будь то білі пасма волосся Роуг, кігті Россوماхи, окуляри

Циклопа, інвалідна коляска професора Ксав'єра, вогненно-руда шевелюра Джин Грей або крила Архангела.

Ще одним візуальним засобом вираження коміксу є шрифт. За допомогою розміру, кольору і форми букв в тексті автори передають почуття, думки, настрій героя, атмосферу, а також впливають на читача. Наприклад, в напружених, емоційних сценах текст може бути виділений яскравим кольором, букви збільшені. Або ж, навпаки, в серйозних, спокійних сценах, де від читача потрібно повністю вникнути в сенс, шрифт буде непомітним і стриманим.

«Виділяють стандартний склад коміксу:

- Обкладинка – передає основний зміст коміксу. Крім малюнка на обкладинці можуть перебувати: назва, емблема фірми, ціна, реклама, дата, підписи художників. Обкладинка може перебувати на двох аркушах, права сторона обкладинки лицьова та тильна.

- Фронтиспис – малюнок перед титульним листом. Дає читачеві можливість більше дізнатися про комікс.

- Титульний лист – на ньому можуть знаходитися: короткий вступ, імена авторів, художників і т.д.. Може супроводжуватися невеликими ілюстраціями.

- Основна частина – сторінки, кількість яких необмежена, але в стандартних коміксах їх від 20 до 40.

- Pin-up page – додаткові малюнки від основних художників або від інших людей, що мають якесь відношення до коміксу, наприклад, альтернативні варіанти обкладинок» [23, с. 91].

Отже, можна виділити такі основні характеристики жанру, як послідовність, синтез вербальної і образотворчої складових, передача інформації, розрахунок на естетичний відгук у читача, універсальність, фокусування на ідеї, цілісність як твору, а також певна структура з індивідуальними, властивими лише даному медіа елементами, наприклад, фрілактера або рамок і т.д. Не викликає сумнівів і той факт, що комікс – це

жанр масової культури, «Дев'яте мистецтво», як його назвав Франсіс Лакассен

### **1.3 Теоретико-методологічні дослідження жанру.**

Розглянемо детальніше особливості жанру.

З традиційної літературою (розповідями, новелами, повістями і т. д.) комікси ріднить присутність в сюжеті протагоніста, антагоніста, супутників героїв, другорядних персонажів і т. д., які складають сюжет і динаміку оповіді. Залежно від конкретного твору, зовнішній вигляд і особистість дійових осіб можуть бути промальовані як схематично, так і дуже докладно.

Таким чином часто розставляються читацькі акценти на тих чи інших персонажів. Наприклад, характери черепашок-ніндзя з однойменного коміксу опрацьовані досить ретельно, аж до дрібниць, наприклад, хто яку піцу любить, які дивиться фільми і які мають захоплення. У той же час образи другорядних Рокстеді і Бібоп позначені в загальних рисах (слабкий інтелект, агресивність і т. д.).

Слід розуміти, що комікс – це форма мистецтва, тобто сукупність засобів вираження. Змістовний же поділ графічних новел схожий з літературним. Так, існують науково-фантастичні, містичні, детективні, еротичні та інші види коміксів. У той же час багато коміксів представляють собою мікс з цих жанрів.

Комікси – це, перш за все, картинки, тому форма і колір грають тут головну роль. Традиційні супергеройські історії, а також детективні, містичні та інші графічні новели насичені фарбами, які формують той чи інший настрій. Наприклад, класичні комікси про Супермена відрізняються яскравими, контрастними поєднаннями синього, червоного, жовтого, білого, блакитного і інших відтінків. У той же час історії про Бетмена виконуються переважно в похмурій чорно-синій гамі, що відображає сутність наскрізь прогнилого Готема.



Творці коміксів «Хеллбой» і «Місто гріхів» пішли ще далі, зробивши свої творіння повністю монохромними і надавши їм науковий характер. Форма також несе сенсове навантаження. Зокрема, щоб підкреслити агресивність героїв або лиходіїв, художники наділяють їх загостреними елементами – кігтями, іклами, шпильками і т. д. Характерним прикладом є Росомаха з його лезами і вельми запальним характером.

Текст і написи в коміксах – це засіб вираження експресії, потужний засіб впливу на читача. У хід йде все: форма і колір шрифту, розмір букв і інтервалу між ними, положення тексту щодо інших елементів зображення. Скажімо, якщо художник хоче підкреслити емоційність сцени, він часто виділяє окремі репліки персонажів яскравим кольором, збільшеним шрифтом. І навпаки, в сценах з нейтральною експресією шрифт підкреслено стриманий, монотонний і маловиразний, не відволікає від змісту.

За обсягом «комікси діляться на:

- стріпи (вміщують в себе кілька кадрів, найчастіше друкуються в газетах і журналах);
- класичні комікси, мають більш складну композицію і друкуються з певною періодичністю;
- графічні романи з серйозним закінченим сюжетом, що містять більше 50 сторінок.

За особливостями читацької аудиторії комікси діляться на історії для дорослих, для дітей, підлітків, жінок.

За кількістю кадрів – на поодинокі, короткі і довгі» [23, с. 82].

Дослідник комікс-культури А. Сонін також пропонує «класифікацію коміксів за національною приналежністю, оскільки специфіка і культура країн має різні традиції і бачення життя, в тому числі і в написанні коміксів» [26, с. 96].

Комікси можуть бути різних жанрів (Табл. 1.1).

Таблиця 1.1

## Характеристика жанрів коміксу

Жанр коміксів	Опис
Наукова фантастика	<p>Майже кожен видавець займається науковою фантастикою, але не кожен може розробити такий проект. Тут ми повинні наполягати на науковій надійності. Дія повинна здійснюватися в майбутньому або в альтернативному теперішньому часі. Головний герой може подорожувати у часі та просторі та паралельних світах для спілкування з представниками інших цивілізацій. Сюжет заснований на технічних або наукових припущеннях, які змінюють відомі природні закони (наприклад, здатність рухатися швидше, ніж швидкість світла). Конфлікти виникають навколо наукових, політичних чи соціальних питань.</p>
Жахи і кошмари	<p>Включаючи історії про монстрів, зомбі та відьом, а також психологічні трилери. Перевертні та вампіри прийшли до нас із фольклору та принесли багато правил (наприклад, для знищення вампірів можна використовувати лише срібні кульки). Краще не змінювати ці правила, інакше читачі не повірять у існування вигаданих істот. Існує ще один подібний тип коміксів - кошмар. На відміну від звичайних жахів, які розповідають історії про різних істот, кошмари стосуються божевільних. Такі комікси не потребують сильною довіри, але важливо створити відповідну атмосферу та настрій. Цей тип правління - це існування будь-якої таємничої або таємничої сили, трагедії, що виражається у великій кількості смертей, що привертає читачів до раціональних та ірраціональних страхів, дотримується фактів, згаданих у фольклорі про вампірів, перевертнів, відьом чи зомбі, і залишається за правилами (чудовисько вдвічі більше боєприпасів зброї персонажа).</p>
Військова тематика	<p>Військові комікси розповідають про страждання людей, описують героїчні вчинки героїв та підсумовують війни. Військові комікси вимагають великої реалістичності. Історія не обов'язково повинна розповідатись від імені</p>

	<p>переможця. Персонажі та деталі повинні бути максимально наближені до військового життя. Метод бою повинен бути повністю адаптований до обраної епохи. Сюжет може базуватися на реальних та вигаданих військових подіях. Фокус може бути зосереджений на битві або в ній, де бере участь герой або на самому головному персонажі, його переживаннях, вчинках і досягненнях під час війни. Можлива наявність у персонажа напарника, з яким він пояснює свої вчинки.</p>
Підлітковий гумор	<p>Сюжет зазвичай обертається навколо стандартних тем, таких як "як запросити однокласників на побачення", "як не скласти іспит" тощо; у коміксах це також може розглядатися як конкретна проблема, яка зараз стурбована всіма студентами. У коміксах повинен бути молодий персонаж, який має власний погляд на світ, і він часто потрапляє в халепу. Усі події потрібно брати з життя. Комікси повинні давати читачам можливість відпочити та посміятися, і не повинні містити складних сюжетних рядків. Вибраний набір символів можна розбавити новими символами, які з'являються лише в одній або двох серіях</p>
Кримінал	<p>Доля кримінальних коміксів досить складна, оскільки вони такі ж потужні, як злочинні. Американські видавці повинні отримати спеціальний значок, який повідомляє читачам та їх батькам, що комікс підходить для певного віку. У будь-якому випадку неможливо зобразити злочинну діяльність привабливою, а головний герой завжди встигає затримати нападника. Згідно з правилами жанру, герой повинен зробити щось протизаконне або розслідувати таємничу пригоду. Якщо центральним персонажем є сталкер, то спочатку розглядається його образ, а потім він пристосовується до свого злочину. Ситуація повинна бути звичайною (якщо ви використовуєте вигадану реальність, читач не зможе зрозуміти, нормальна чи підозріла поведінка в коміксі).</p>
Романтика	<p>Писати романтичні комікси з кожним роком стає все складніше, тому що тема глибоко вкорінена, і</p>

	<p>нелегко придумувати нові речі. Через це багато авторів не пишуть графічних романів лише про кохання, а використовують романтичні історії як частину сюжетів інших типів коміксів. Якщо ми все-таки говоримо про романтику як про окремий жанр, то, як правило, сюжетні лінії таких творів будуються навколо соціальних відмінностей, економічних проблем, професій, освіти та глобальних подій. Згідно з правилами жанру, має бути прийнятий яскравий емоційний досвід, відповідність персонажів та деталей та обраної епохи. Взагалі кажучи, героїня - розумна і красива дівчина, яка не цінує свою зовнішність. Закохані в оптимізм закохані знаходять щастя, а їх вороги караються</p>
Вестерн	<p>На той час вестерни були такими ж популярними, як і супергерої в США. Останні почали займати місце у другій половині 20 століття, замінивши їх ковбоями, які захопили серця читачів на 10 років. Епоха ковбоїв тривала протягом 19 століття в США. У цей час американці захопили багато землі та поселень, тому комікси були і залишаються широким вибором сюжетів. Дія манги обертається навколо великих міст і малих населених пунктів, і в цих малих населених пунктах ось-ось буде прокладена залізниця. Такі далекі міста часто стають жертвами поміщиків чи політиків, і траплялося багато сутичок. Жителі містечка - фермери, скотоводи, шерифи, хоробрі месники та цивілізовані американці зі Східного узбережжя. Типовий західний сюжет - це конфлікт між застарілим способом життя та інноваційним способом життя. Типовий герой - самотній ковбой, який шукає пригод. Типова сонячна і суха погода, без дощу. Параметри та костюми персонажів повинні відповідати тій епосі.</p>

Безпосередня інтенція коміксу – збуджувати інтерес і привертати увагу – допомагає і в реалізації іншої функції – масової. Комікси вже давно стали відображенням того, чого хоче читач, тобто споживач комікс-культури: творці активно стежать за статистикою, вивчають потреби

сучасного читача, його інтереси і на підставі цього створюють новий продукт.

Таким чином, можна зробити висновок, що в комунікативній практиці сучасних читачів комікс-культура на даний момент займає важливе місце. Щороку видається все більше і більше коміксів, в яких демонструються нові мовні жанри, літературні образи та інші особливості цього виду мистецтва.

## РОЗДІЛ 2

### ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОБОТИ РЕДАКТОРА НАД КОМІКСОМ

#### 2.1 Становлення жанру коміксу на книговидавничому ринку України

Мальовані історії добре відомі поколінню 90-х, адже саме тоді почала свій шлях українська коміксна індустрія. Автори намагалися робити власний національний продукт. «Зародження окремої індустрії видавництва коміксів пройшло стрімкий шлях від козацьких історій до фантастичних новел у космічному просторі» [13, с. 25]. На відміну від європейських та американських традицій, в Україні, жанр коміксів за часи незалежності набув значної популярності.

Першим українським видавництвом коміксу вважають «Шовкову Державу» Фелікса Добріна (видавництво «Дніпро»). Цей твір перекладений на українську та англійську мову. Він був виданий у Києві у 1990 році; малюнок Фелікс Добрін, текст Василь Бариш.

У 1990 році також виходить «Облога Києва печенігами» видавництва «Україна» від Сергія Позняка. В коміксі описана вигадана історія про юнака, який врятував столицю у 968 році від печенігів. Сергій Позняк також намалював «Бій богатирів» видавництва «Хортиця» у Києві. Обкладинка була оформлена українською та англійською мовами. «Ілюстрацій стало більше, на відмінну від оповідання Облога Києва печенігами, ті ж самі деталі та плани збереглися» [23, с. 85].

«Марко Пиріг, Запорожець – як Пиріг став Пирогом» – комікс 1992 року, видавництва «Козаки» (Київ) намальований Олександром Гайдученко. У ньому розповідається історія героя Марка Пирога, та його подорож до Запорізької Січі (фортеці). У 1993 році Перетятко адаптував твір Гоголя – «Вій». Оповідання було надруковане у журналі «Мандрівник». Також, видавництво «Генеза» опублікувало ще один твір Миколи Гоголя – «Тарас Бульба».

Комікс «Святослав і вікінги» був створений Святославом Яворським в 1993 році для замовлення «Гуляйполе». У 1993 році харківське видавництво «Основа» показало світові комікс Олексія Сенкіна «Хижак». Російська мова має яскраву історію і відрізняється від козацької, оскільки має особливості західних радикалів у 1990-х. Сюжет повторює однойменний фільм жахів. Ілюстрації схожі на акварельні картини, без чітких ліній та безлічі яскравих кольорів, що робить комікси особливими.

Ми знаємо, що в 1993 році на Донбасі в Україні розпочався страйк шахтарів, який ознаменував президентські вибори 1994 року. В цей час вийшов комікс Олексія Чебикіна «Новий Борисфін» у видавництві «Атракціон». «Новий Борисфен» – це історія про казкову державу на річці Борисфен, де живуть різноманітні люди та відбуваються дива. Ілюстрації дуже яскраві, промальовані деталі в американському стилі

«У 1995 році вийшов український комікс за сценарієм та ілюстраціями Костянтина Сулими – Буйвітер, про запорізького козака. Буйвітер став українським супергероем українського епосу. Оповідання стало популярним, адже в країні до того не було культу героя-визволителя.

2003 рік – прорив в індустрії українських коміксів, виходить перший український журнал K9 – це було єдине щомісячне видання з малюнками на тему гік-культури. Журнал дав змогу молодим авторам публікуватися та отримати низку фанатів манги та коміксів» [14, с. 99].

Успіх журналу «K9» призвів до появи інших журналів та видань на коміксну тему, у багатьох дитячих виданнях публікували невеличкі комікс-сторінки на довільну тематику. До таких видань можна віднести – «Badcluster», який видано асоціацією «Imperia Kseroksov» за підтримки «9 МИР – OLIN Edition / SOLUTBuro у місті Київ. «DarkWarrioR», «Intercat», «Milkygirl» – журнал коміксів та манга, засновник й видавець «Екстрім прес».

У 2008-2009, під час економічної кризи видавці почали знаходити нові шляхи. В умовах зростаючої популярності коміксів автори почали видавати

класику української літератури в новій формі. Таким чином «Захар Беркут», «Кайдашева сім'я», «Мина Мазайло» та інші жили новим життям. Тому видавці хочуть привернути увагу підростаючого покоління, щоб після коміксів вони захотіли прочитати оригінальні історії українських класиків.

У 2012 році виходить роман-блокбастер «Даогопак» видавництва Nebeskey. Історія в трьох томах: «Анталійська гастроль», «Шляхетна любов», «Таємниця Карпатського Мольфара». За метою авторів, видання мало розповісти про легендарні українські міфи. Літературні твори вважаються хорошими тоді, коли читач може знайти себе у книзі. Саме так сталося із «Даопагом», де українці бачили себе героями.

2013 рік – Початок Української Революції Гідності, тоді ж був опублікований «Український малюнок історії незалежності». Брати Капронові були письменниками майже два роки. Їх завдання - змалювати основні події українського народу та створити цікавих героїв, щоб привернути увагу якомога більшої кількості глядачів. Основою є поєднання історичних фактів у сюжетну лінію. Кожна підтема пов'язана з окремим персонажем, який відображає певну епоху, подію чи історичний період. «Історія української незалежності» формує нове бачення книжкової взаємодії, більше схоже на українську книгу історії, прикрашену маленькими мультфільмами. Основна мета цієї публікації – привернути увагу молоді до української історії.

«Вихід коміксу у 2016 році «Хроніки Аптауна» (Uptown Chronicles), порушує одвічні питання боротьби з корупцією. Перші випуски «Uptown Chronicles» є чіткими паралелями з сучасною Україною» [39, с. 110].

В 2016 році вийшло кілька коміксів українського видавництва «ДавАрт» за сценаріями Андрія Данковича. Про інтерес до українських коміксів свідчить підтримка українців у зборі коштів на публікацію збірки «Саркофаг». Це науково-фантастична збірка творів, в яку увійшли «Сон», «Світ 912» і «Саркофаг».



У 2017 році з'являються комікси «Серед овець» Олександра Корешкова та «Воля» від В'ячеслава Бугайова. «Хоча по загальній подачі вони відрізняються один від одного, проте це дійсно сучасний підхід у зображенні персонажів коміксів та їх історій» [14, с. 99].

У 2018 році популярним стало видавництво коміксів про війну на Сході. Комікс «Кіборги» долучав до розробки реальних людей, які захищали територіальну цілісність України. Сьогодні в Україні 10 видавництв, і 8 з них випускають оригінальні комікси – «Леопольд», «Рідна мова», «Asgardian Comics», «Fireclaw», «Nebeskeyi», «UA Комікс», «Wolf Kuraka» «MAL'OPUS»; та ще 2 видавництва, що спеціалізуються на перекладі коміксів – Irbis Comics та Molfar Comics (Табл. 2.1).

Таблиця 2.1

**Видавництва коміксів в Україні [21, с. 63]**

Назва	Місто	Роки активності	Комікси	
			Оригінальні	Переклади
Nebeskey	Київ	2012 — сьогодні	Так	Ні
Леопольд	Львів	2014 — сьогодні	Так	Ні
Irbis Comics	Львів	2015 — сьогодні	Ні	Так
Asgardian Comics	Миколаїв	2015 — сьогодні	Так	Так
Fireclaw	Київ	2015 — сьогодні	Так	Так
ArtHuss	Київ	2016 — сьогодні	Так	Ні

Назва	Місто	Роки активності	Комікси	
			Оригінальні	Переклади
UA Комікс	Львів	2016 — сьогодення	Так	Ні
Northern Lights	Київ	2016 — сьогодення	Так	Так
Vovkulaka	Київ	2016 — сьогодення	Так	Так
Рідна мова	Київ	2017 — сьогодення	Так	Так
Molfar Comics	Хмельницький	2018 — сьогодення	Ні	Так
MAL'OPUS	Київ	2019 — сьогодення	Ні	Так

Відзначимо, що сучасна українська комічна культура перебуває на стадії формування, на сьогодні охоплює невелику кількість авторів та видавців, і реакція споживачів цього інформаційного продукту свідчить про те, що він має перспективи та можливості для подальшого розвитку. У той же час, хоча власні мультфільми в Україні з'явилися нещодавно, говорити про формування українських соціальних мультфільмів ще рано, якщо такої мультфільми не буде створено як спеціальний інформаційний продукт, це все одно буде проявом ізоляції ініціатива.

## 2.2 Робота редактора над коміксом

Роль редактора при підготовці видань коміксів пов'язана з розумінням актуальних маркетингових стратегій та інструментів, необхідних для вигідного позиціонування видавничого продукту на ринку, і, в першу чергу,

з розумінням специфіки коміксу як особливого виду видавничої продукції. «Ці обставини впливають на набір основних завдань, що визначають характер і структуру роботи редактора над виданням коміксів. Частина з них є типовою для роботи редактора: аналіз цільового сегмента ринку і планування репертуарної політики видавництва; формування штату виконавців, визначення набору їх компетенцій і розподіл виробничих ролей і обов'язків між ними; визначення форм видання, перевидання та подальшої актуалізації репертуару видавництва; планування робочого часу, трудовитрат і способів оцінки якості виконаних робіт на проміжних етапах підготовки видання. У той же час кожен етап підготовки мальованої історії до видання пов'язаний з властивою даному виду видання специфікою» [63, с. 102].

Слід відзначити, що приступаючи до планування репертуару, редактор повинен розуміти, що зображення в мальованій історії не є власне ілюстрацією до літературного твору. Різні види тексту в коміксі, а також зображення та ідеограматичні конструкції є ланками в ланцюзі оповідання, утворюючи цілісну художню єдність. Таким чином, авторський задум, ідея, основний зміст і тема коміксу виражаються в специфічно організованому візуальному ряді оповідання, його композиції, і в кожному окремому елементі. Логіка оповідання в коміксі базується на взаємозалежності всіх його частин. Будь-яке зображення в коміксі знаходить потрібне значення лише у поєднанні з попереднім і наступним зображенням, будучи свого роду продовженням одного і сюжетною підставою для іншого. Подібні закономірності можна простежити і у взаємозв'язках між всіма іншими складовими коміксу. Така єдність є формуючою ознакою видання коміксу.

Оцінюючи твір, що планується до видання, редактор звертає увагу на способи побудови оповідання, образотворчі засоби, за допомогою яких автор висловлює свої ідеї, і на глибину відображення теми. Для цього йому необхідно володіти знаннями в галузі історії та теорії вітчизняного і

світового видання мальованих історій, орієнтуватися в масі подібних видань.

«Роль редактора при підготовці видань коміксів як за кордоном, так і в Україні пов'язана також з розумінням актуальних маркетингових стратегій та інструментів, необхідних для вигідного позиціонування видавничого продукту на ринку, і, в першу чергу, з розумінням специфіки коміксу як особливого виду видавничої продукції. Ці обставини впливають на набір основних завдань, що визначають характер і структуру роботи редактора над виданням коміксів. Частина з них є типовою для роботи редактора: аналіз цільового сегмента ринку і планування репертуарної політики видавництва; формування штату виконавців, визначення набору їх компетенцій і розподіл виробничих ролей і обов'язків між ними; визначення форм видання, перевидання та подальшої актуалізації репертуару видавництва; планування робочого часу, трудовитрат і способів оцінки якості виконаних робіт на проміжних етапах підготовки видання специфікою» [25, с. 12].

У той же час кожен етап підготовки мальованої історії до видання пов'язаний з властивою даному виду видання специфікою. Хоча сама суть роботи редактора коміксів залишилася незмінна. Редактор – це керівник, координатор. Отже, коли система налагоджена, редактор займається наступним:

- встановлює терміни здачі матеріалів;
- обговорює зі сценаристом проект ще до початку роботи (в разі, якщо це входить в його обов'язки);
- нагадує через пару тижнів автору, що термін за сценарієм «вже горить»;
- отримавши сценарій, вичитує його, перевіряючи вміст і дотримання канонів. Просить переписати, якщо є така необхідність;
- править останній варіант сценарію і відправляє його художнику;
- нагадує про терміни вже художнику;

- забирає готові малюнки;
- звіряє малюнки зі сценарієм: чи не суперечать вони один одному, чи зрозуміла історія з ілюстрацій. Вимагає переробити, якщо необхідно;
- передає всі матеріали колористу, встановлює терміни і віддає всі необхідні референти;
- вказує на закінчених сторінках місця розташування звуків і «бульбашок» з репліками;
- відправляє сторінки з усіма позначками каліграфії і знову встановлює терміни;
- переглядає розфарбовану версію на наявність очевидних помилок в розфарбуванні і грубі помилки оповідання (як приклад, ніч, розфарбована під день);
- ще одне вичитування всього проекту після того, як каліграф закінчив свою роботу. Редактор перевіряє розташування всіх написів і цілісність оповіді;
- відправляє фінальний варіант коміксу сценаристу і художнику, щоб вони при необхідності внесли свої зауваження або знайшли помилки, які не прогледів редактор;
- вимагає з художника обкладинку (або навіть декілька), щоб переконатися, що фірмовий стиль збережено і ілюстрація не зливається;
- остання перевірка, пошук найочевидніших і грубих помилок, які можна було прогледіти при шліфуванні деталей;
- сповіщає друкарню про готовність коміксу;
- нарешті переконується, що комікс зроблено як треба, отримавши перший екземпляр з друкарні.

«Особливості роботи редактора на кожному етапі підготовки коміксу також залежать від характеру видання. Тут можна виділити видання перекладної літератури; комікс як спеціальний видавничий проект; видання оригінального авторського коміксу» [17, с. 96].

Розглянемо, як реалізується це твердження в кожному із запропонованих варіантів.

### *Видання перекладної літератури*

Передбачається, що в даному випадку результатом діяльності редактора є видання вже існуючого твору в контексті іншого мовного та культурного середовища. Оптимальний штат учасників процесу редакційно-видавничої підготовки видання складається з випускового редактора, дизайнера-верстальника, перекладача, літературного редактора і коректора. В окремих випадках до підготовки видання залучаються: шрифтовик, що створює оригінальний шрифт, найбільш схожий на шрифт вихідного видання (цей момент може мати принципове значення, оскільки зовнішній вигляд оригінального шрифту, як правило, є сенсоутворювальним елементом візуального оповідання); художник обкладинки, створює оригінальне зображення для зовнішнього оформлення проекту, яке сприяє успішному просуванню видання на ринку, або адаптує елементи існуючої обкладинки (перемальовування текстових елементів); технічний редактор, який займається підготовкою макета до друку і супроводом його в друкарню; піарник або брендменеджер, контролюючий поширення інформації про підготовлюване видання і подальше позиціонування його на ринку. Результати роботи шрифтовика і художника обкладинки узгоджуються з власником прав на перекладне видання. Зазвичай це фіксується в договорі між видавцем переказного видання та правовласником вихідного матеріалу.

Завдання випускового редактора в даному випадку типові:

- планування репертуару і аналіз рентабельності планованих видань;
- рекрутинг виконавців на всіх етапах підготовки видання;
- контроль і оцінка виконання виконавцями виробничих завдань;
- супровід макета видання в друкарню;
- участь в плануванні і організації маркетингових задач.

Перекладач займається художнім або технічним перекладом текстових елементів мальованої історії (таких як тексти в баббл - міхурах з текстами реплік персонажів – і текстових блоках, звуконаслідування). Часто, після отримання верстки, перекладач бере участь в здійсненні звірки з оригіналом і пропонує необхідні правки за змістом, тому що текст оригіналу і текст перекладу, розміщені в одному і тому ж візуальному контексті, можуть втрачати сенс чи набувати нових відтінків.

Літературний редактор звіряє сторінки зверстаного перекладу зі сторінками оригінального коміксу на предмет відповідності сенсу, збереження авторського задуму, фактографічної коректності перекладу, стильової відповідності тексту перекладу з функціями і цільовим призначенням майбутнього видання.

«Набір компетенцій, необхідних для учасників виробничого процесу, передбачає не тільки професійне володіння навичками в тій спеціальності, в рамках якої функціонує працівник, а й заглибленість виконавця в специфіку того чи іншого напрямку в культурі мальованих історій. Важливою умовою є знання правил побудови візуальної розповіді й функціонування всіх елементів твору. Ця умова має ключове значення в роботі будь-якого фахівця при виконанні завдань по редакційно-видавничій підготовці коміксу» [13, с. 10].

«У роботі над перекладним коміксом всі форми видання і перевидання книги в обов'язковому порядку узгоджуються з власником прав на вихідні матеріали і зазвичай обмежені вже існуючими в розпорядженні правовласника варіантами (форма і формат друкованого видання, електронна і digital-версії для поширення на електронних носіях або в рамках спеціального програмного забезпечення)» [96, с. 32].

Планування робочого часу і трудовитрат безпосередньо пов'язано з розробленою за участю випускного редактора маркетинговою стратегією по просуванню продукту. Як правило, подібні видання прийнято приурочувати до важливих суспільних або корпоративних подій (вихід фільму або серіалу,

який пов'язаний з планованим виданням; книжковий або тематичний фестиваль чи інша подія).

Терміни на виконання робіт по всій додрукарській і друкованій підготовці видання відраховуються від дати релізу, тобто від дати першої презентації видання в рамках події, до якої воно було приурочено.

«Робота випускного редактора по оцінці доцільності включення видання до репертуару не обмежена виробничими термінами, вона залежить від професійних поглядів редактора і від рівня його залученості в процеси маркетингового планування у видавництві. Робота інших учасників виробничого процесу має свої тимчасові рамки, обумовлені специфікою їх діяльності та кількісними характеристиками поставленого завдання. Так, робота з перекладу оригінального видання коміксу може займати від двох тижнів до одного або декількох місяців; робота дизайнера-верстальника – від одного до двох тижнів, робота літературного редактора – від трьох днів до одного - двох тижнів. Поліграфічні процеси можуть тривати від кількох днів до двох тижнів в залежності від тиражу видання і складності замовлення» [32, с. 67].

Випускний редактор може починати роботу (або виконувати окремі етапи) над різними проектами синхронно, підключаючи велику кількість виконавців. В середньому на підготовку одного видання переказного коміксу закладається до трьох місяців. Дата старту редакційно-видавничої підготовки проекту відраховується від запланованої дати релізу.

Оцінка успішності видання оцінюється за підсумками перших продажів (через два-три місяці після виходу видання на ринок) і посезонно. Однак в залежності від завдань, які були поставлені перед виданням, критерії успішності проекту можуть бути пов'язані і з іншими показниками: громадський резонанс, формування іміджу видавництва і т. п.

У сучасних ринкових реаліях життєвий цикл видання становить близько шести місяців. Можна виділити два актуальних періоди: осінній сезон (з кінця серпня до кінця грудня) і весняний (з січня-лютого по



червень). Залежно від успішності продажів видавництво приймає рішення про доцільність видання додаткового тиражу, а також про продовження випуску коміксів подібного роду (по жанру, теми і т. п.).

#### *Підготовка коміксу як спеціального видавничого проекту*

«В даному випадку передбачається розробка і публікація оригінального коміксу на замовлення видавництва. Основний склад учасників редакційно-видавничого процесу в цьому випадку змінюється, іншими стають і завдання. Роль випускного редактора в долі коміксу стає ключовою. До його стандартних завдань додається формування авторського колективу проекту і робота з ним. Авторський колектив повинен створити оригінальний сценарій і намалювати по ньому комікс. Відповідно, цей колектив може складатися з автора сценарію, художника-коміксиста і художника-колориста. Іноді функції всіх цих виконавців може виконувати один автор-коміксист» [18, с. 22].

Перед початком формування команди виконавців редактор становить технічне завдання для видавничого проекту в контексті його цільового призначення і функціональної спрямованості. Це може бути загальне уявлення про проект з необхідними посиланнями і референс, а може бути і заявка, з конкретизацією назви проекту, теми, з готовим синопсисом і технічним описом основних персонажів або сюжету.

Випускний редактор планує параметри майбутнього видання (обсяг, кольоровість, стиль малюнка, формат, тираж і т. п.), прораховує його рентабельність, бере участь в процесі позиціонування і просування коміксу на ринку.

#### *Видання авторського коміксу*

Мета редактора в цьому випадку – залучити до співпраці авторів уже готових творів.

Штат учасників процесу підготовки видання залишається таким же, як і при підготовці коміксу як видавничого проекту, але можливості

видавничого редактора впливати на процес створення твору зводяться до мінімуму.

«Завдання випускного редактора полягають в аналізі середовища авторів мальованих історій, що займаються самопросуванням або тих, що лиш починають працювати в якості авторів-коміксістів, а також в плануванні видавничого оформлення і позиціонування майбутнього видання. Для пошуку підходящих кандидатів редактор оцінює існуючі проекти, опубліковані в Інтернеті, видані малими тиражами для самостійного розповсюдження на тематичних фестивалях і в магазинах коміксів. Також редактор оцінює заявки, що надходять від авторів безпосередньо на адресу видавництва. Виявивши відповідні проекти, він виходить на зв'язок з автором, обговорює перспективи майбутнього видання і погоджує можливі корективи в творі, необхідні для успішного позиціонування видання на ринку. За підсумками досягнутих домовленостей автор запрошується до співпраці, а його твір ставиться до видавничого плану» [19, с. 96].

Дизайнер-верстальник розробляє дизайн-макет майбутнього видання і готує його до друку. До роботи над проектом також можуть бути залучені коректор та літературний редактор.

Планування робочого часу і трудовитрат при даній видавничій стратегії не прив'язане до жодних маркетингових інструментів. Успішність проекту зазвичай забезпечується вже існуючою читацькою аудиторією автора в соціальних мережах.

Звичайно, не всі видавництва на сучасному вітчизняному книжковому ринку дотримуються строгих рамок в підході до формування видавничого репертуару. Часто в рамках діяльності одного видавництва зустрічаються проекти різного типу. Сучасні умови ринку вимагають включення редактора і в процеси просування видання після його публікації. Тут можна спостерігати типову для сучасної книжкової справи ситуацію.

Для популяризації видавничого проекту редактор спирається на можливості традиційних (книжкові, в тому числі спеціалізовані, магазини, тематичні фестивалі, бібліотеки, художні галереї) і віртуальних каналів (сайт видавництва в Інтернеті, соціальні мережі, книготорговельні онлайн-магазини, тематичні онлайн-ресурси).

Коли мова йде про діяльність великих видавництв, то на етапах маркетингового планування і просування видання, вибору найбільш актуальних маркетингових інструментів редактор виступає лише в якості консультанта. Також в його компетенції – контроль, а іноді і підготовка використовуваних рекламних текстів і зображень, спілкування з читачами, формування і проведення публічних заходів (презентацій, зустрічей з авторами і т. п.). У невеликих видавництвах весь обсяг роботи з просування видання після виходу його в світ лягає на випускного редактора.

Можна сказати, що роль редактора в процесі підготовки видання коміксу є ключовою. Від його компетентності, знання ринку і уміння працювати з коміксом можуть залежати не тільки успіх конкретного книжкового проекту, але і перспективи видавництва в цілому.

### **2.3 Художньо – технічне та поліграфічне виконання**

Для художньо-технічного та поліграфічного виконання необхідна робота дизайнера-верстальника, що вимагає особливих навичок і знань.

Так, при виданні перекладної літератури, дизайнер-верстальник, отримавши від випускного редактора текст перекладу і електронну версію макета видання мовою оригіналу, повинен адаптувати макет під потреби нового видавничого продукту.

В першу чергу здійснюється ретуш – видаляються тексти з баббл (якщо вони не розташовані на окремому шарі макету), перемальовуються окремі візуальні елементи мальованої історії зі збереженням зовнішніх особливостей вихідного зображення (перемальовка назв, звуконаслідувань,

логотипів, ретуш). Потім здійснюється верстка текстів перекладу в очищених баббл.

Візуалізація тексту в баббл, як правило, має особливе значення: кожен рядок – це до певної міри самостійна сенсова та інтонаційна одиниця. Найбільш поширені проблеми при верстці текстів перекладу: розбіжність обсягів текстів перекладу та джерела, через що літературному редактору доводиться скорочувати або переписувати текст перекладу; неможливість точної передачі інтонаційної канви вихідного тексту в баббл, з точним дотриманням всіх шрифтових акцентів.

*При видання авторського коміксу*, автор створює на основі технічного завдання загальний сценарій проекту. Після затвердження сценарію автор приступає до роботи з художником, результатом якої повинна стати чорнова розкадровка мальованої історії і концепт-арт [21, с. 63].

Завдання чорнової розкадровки – визначити динаміку і загальну драматургію розповіді. Концепт-арт – це набір ключових елементів майбутньої мальованої історії: зовнішній вигляд і характерні пози персонажів, типові риси інтер'єрів для місця дії в коміксі, різні особливості малюнка.

Автор сценарію самостійно і в союзі з художником продумує і коригує колізії сюжету, складає репліки для героїв. Автор сценарію бере участь в роботі над твором на всіх етапах його створення, а також на правах консультанта може брати участь в процесі підготовки макета видання.

Робота сценариста ділиться між декількома фахівцями, в чиї завдання входить опрацювання загального сюжету, гегів (комедії положень, гумористичні та курйозні сюжети, які не впливають на основну канву оповіді), написання реплік героїв, концептуальна розробка персонажів та ін.

«Художник-коміксист розробляє і погоджує з випускним редактором і автором сценарію концепт-арт майбутньої мальованої історії, самостійно або в союзі з автором сценарію готує до затвердження чорнове розкадрування коміксу, виконує візуалізацію мальованої історії (малюнок,

обведення тушшю, накладення кольору, відмальовка наративних ідеограмматичних елементів і т.д.). Для оптимізації процесу підготовки проекту до роботи художника-коміксиста можуть бути підключені такі фахівці, як колорист, обводчик малюнка тушшю, розробник оригінального шрифту, художник обкладинки специфікою» [21, с. 30].

Час, що витрачається на підготовку твору на замовлення видавництва, обмежена тільки персональними особливостями і виробничими можливостями виконавців. «В середньому художник коміксу здатний підготувати за тиждень від однієї до п'яти смуг коміксу за затвердженим розкадруванням і готовим сценарієм. Швидкість його роботи залежить і від кількості кадрів, що плануються до розміщення на смузі. В середньому на підготовку видання коміксу з видавничого замовлення слід закладати від шести місяців до одного року» [32, с. 25].

Дизайнер актуалізує засобами спеціальних комп'ютерних програм уже готовий твір у вигляді макету видання. Ця робота може включати також підбір шрифтів, верстку текстових блоків, верстку елементів апарату видання, дизайн обкладинки і т. п.

Основні форми видання і способи подальшої актуалізації коміксу:

- випуск окремих глав твору спочатку в синглах (брошури по 32-48 стор.);
- видання ряду глав, що становлять завершений тематичний блок, у вигляді багатосторінкового видання в обкладинці;
- в перспективі можливий випуск колекційного видання в палітурці, в коробі, з додатковими матеріалами на електронних носіях і т. п.,
- запуск видання як електронної книги або електронної версії коміксу з подальшим випуском колекційного видання в друкованому вигляді;

– організація комплексного видання, що включає крім самого коміксу і інші супутні формати: настільну гру, комп'ютерну гру або додаток для мобільних пристроїв, тематичні фігурки та інші супутні товари.

Отже, у запропонованому розділі зацентовано увагу над роботою редактора над коміксом. Відзначено художньо – технічне та поліграфічне виконання даного видання. Продовження основних ідей зреалізовано у наступному розділі.

## РОЗДІЛ 3

### ОСОБЛИВОСТІ РЕДАКТОРСЬКОЇ ПІДГОТОВКИ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО КОМІКСУ

#### 3. 1 Тематика і дизайн видань

Розглянемо особливості редакторської підготовки українського коміку на прикладі сучасних видань.

Тому національний характер української графічної прози забезпечує звернення до конкретних українських тем та образів, а її походженням є козацька доба. Козак в українському світогляді є ембріональною формою національного супергероя. У зв'язку з цим комікси слід використовувати як міфологічний наратив, щоб подати приклад суспільству, накопичити патріотичні почуття та усвідомити національну гордість. Створення серії мультфільмів про українських супергероїв на сьогоднішній день є дуже важливим.

Автор видання «Кобзар» – Ілля Бакута наважився почати роботу з розповіддю про козаччину в мальописах і не прогадав. Цей «Кобзар»(додаток А) – це одне з серйозних видань, яке відображає Україну за часи козаків.



Задум коміксу полягає в тому, що великий Кобзар має йти своєю дорогою, бачивши та зустрічати інших різних героїв епохи Руїни (1657-1687). У першій частині мандрівнику стрічається козак, який брав участь в морських походах на Кафу і Стамбул. Говорити про настрій даного персонажу можна за допомогою шевченківського «Заповіту». Оскільки, герой так само вимучений постійною боротьбою з своїми ворогами та загарбниками землі, що аж «не знає Бога».

Цікавим є те, що інша назва видання – «Легенди Великого Лугу». Бакута вперше вводить такі поняття локацій, як рівнина, луг. Якщо більшість авторів описують густі ліси, глибокі водойми, високі гори, то в даному коміксі історії вже про такий недосліджений авторами луг та його простір. «Луг – це абсолютна безкінечність, бездоріжжя, просторове вираження української волі» – зазначає автор видання



Автор почав робити власний мальопис під впливом творчості Майка Міньйоли («Геллбой», «Балтімор»). Іван Бакута виробив свій власний авторський стиль. Цікавим є те, що спершу комікс мав бути чорно-білим,



проте одразу після пропозиції видавця Vovkulaki Ярослава Мішенова комікс зробили різнобарвним. Колористом в даному «Кобзарі» був Денис Борисюк, і через цю ситуацію комікс вийшов набагато яскравіше та контрастніше в порівнянні з іншими. «Кобзар» – це стильний бойовик про українське козацтво.

У 2011 році І. Баранко опублікував однойменний графічний роман «Максим Оса» (додаток Б) про пригоди козаків. Загалом І. Баранко – це всесвітньо відомий творець українських «європейських» коміксів. Проживання за кордоном, співпраця з багатьма іноземними видавництвами, публікація творів іноземними мовами.

Коли вийшов перший том українського альбому «Максим Оса» – «Максим Оса». Раніше цей роман виходив французькою, польською та російською мовами. Історія Антураж, Сучасні детективні елементи зробить цю роботу захоплюючою для читання. І. Баранко не лише продемонстрував свої мистецькі здібності, але й спритно побудував напружену детективну історію, здатну протистояти змові. Розумний козак Максим Оса розкриває таємниці скарбу, знаходить вбивцю, Він демонструє позитивний образ українців і дозволяє іноземним громадам зрозуміти найкращі якості українців. Дитячий комікс «Український супергерой» («Врятуй жайворонка», «Невидимий острів», 2015 р.). Леся Воронюк має на меті скористатися виховним потенціалом коміксів, зокрема патріотизмом.

Перед супергероем у коміксі стоїть важке, але загальне завдання для Супермена – врятувати український світ (Україну) від смерті та перемоги злих сил. У протистоянні позитивних та негативних образів прозоро зображується реальність України, особливо контртерористичні операції. З допомогою імен супергероїв та їхніх магічних навичок інтерпретуйте національні культурні коди як з історичного, так і сучасного вимірів. Як і у «Фантастичній четвірці», Україна має чотирьох супергероїв: Кобзар (група супергероїв, які були сліпими під час козаків Гортії. Він може читати думки

людей і спілкуватися з ним психологічно), Ра (студент, який вірить у віру) в всемогутнє добро), Кіборг (хижак з Луганська), Кріп (травник із Карпат, зцілений травами, знаючи, як з них приготувати зілля правди та пам'яті), Ім'я негативного героя не позбавлене сучасних політичних підтекстів-Дворлі (двоголова піранья), Виродки (люди, які перетворилися на монстрів, коли продали свою душу і совість за гроші), Імперуха (цариця, яка за свої вчинки була перетворена на річкове чудовисько).

Супергерой виконує завдання досить швидко - врятувати жайворонка, щоб сонце завжди сходило з України; зберегти українську душу, втілену у вишиванці: «Вишиванка - душа українського народу – каже автора - поки ми одягнемо вишиванки, і ми будемо єдиними і непереможними».

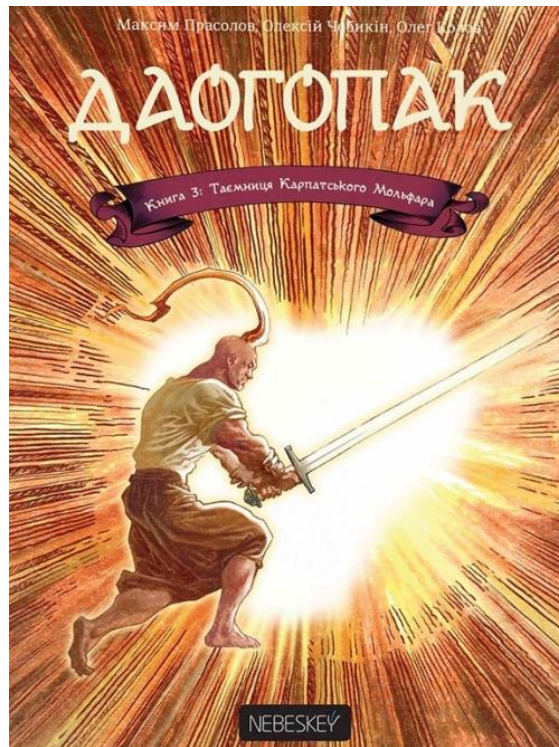
Образ українського супергероя також з'явився в коміксі «Патріот» (2016), автором і художником якого є Вадим Назаров. Протистояння добра і зла було перенесено на більш чудовий рівень, ніж той, що ми бачили в «Українському супергерої». Хоча події відбуваються на сході України, вони є зловісними прибульцями «Москви», і Біс перетворює простих людей на зрадників, змушуючи їх стати на бік темних сил. «Патріот» – це різновид бойової броні, що живиться світловою енергією, надаючи людям надзвичайну силу і швидкість. Тільки за допомогою патріотів можна перемогти зло. Як бачите, такий комікс фокусується на поточній внутрішньополітичній ситуації, формує серед читачів оптимістичний план дій та наповнює суспільство підсвідомою вірою в перемогу.



Історія козацтва відображена в коміксі «Перемога. Савур-могила» (додаток Г)(2015), Денис Фадєєв. Тут ми спостерігаємо переплетення сучасного та історичного часу. Битва за Савур-могилу влітку 2014 року була розгорнута в козацькі часи. Біля могили Савура легенда свідчить, що Отаман Силко стратив людей, які були звільнені з турецької неволі, вони не повернулись до рідної країни і вирішили знову поїхати до турків. Слова Сірка: «Не має права жити той, хто відцурався вітчизни, своєї рідної землі, своєї Батьківщини! Бо немає двох Богів, немає двох сонць... немає двох неньок» [14]. Його меч був виявлений звичайним, менш патріотичним воїном АТО, і, як ми розуміємо, він надихає на подвиги та пробуджує вроджену національну гордість. Перетворить посереднє покоління з низькою мораллю на героїчного героя, який ризикував своїм життям, щоб врятувати своїх товаришів, та на воїна з козацькою кров'ю. Важливим є те, що історія сучасності ведеться російською мовою, тоді як слово про сірку – українською.

Творчий тандем Максима Прасолова (сценарист) та Олексія Чебикіна (художник) також вирішив козацьку тему, створивши тритомну повнокольорову пригоду «Даг Паркер» (2012 Поїздка в Анталію в 2014 році; «Шляхетне кохання» в 2014 році; «Козацька морфа», 2016). І цей том

був відзначений премією журі одного з фестивалів «Книжковий Арсенал» за найкраще ілюстроване видання для дітей.



Автор «графічного блокбастера» визнає, що «козацький контекст важко виразити в популярній, глобальній та сучасній формі». Ця робота модернізує національну міфологічну спадщину, особливо міфи та легенди про особливості козацтва. Троє козаків-Олесь Сковорода, Тарас Пересічевола та головний герой Мозговей-з «Лицарів магії і майстра бойових мистецтв Запорожечича» пережили багато захоплюючих пригод, пережили жорстокі битви та битви, використовуючи свої вміння, мужність і життєву силу. Український світ у творі поєднується з екзотичною східною атмосферою - Туреччина та Японія.

Сюжет любовної історії, переставлений у стосунках між Олесем Сковородою та дівчинкою-ніндзя Арі-Сан, дає ключ до розуміння назви книги, яка є поєднанням українських бойових мистецтв та східної філософії. Колір системі характерів твору надають образи тварин, які вміють говорити

та виявляти надзвичайну мудрість - гусака Гуссера II та татуйованого кабана Окіста.

«Пангея. Сезон полювання» ( додаток Д) – комікс Анастасії Афоніної. Зав'язка історії та набір персонажів у «Пангеї» прості, але залишають позитивні враження. Уявіть собі трійцю головних героїв «Гаррі Поттера», яким магію замінили суперсилами, замість злісного чаклуна поставили вправного ковбоя з гвинтівкою, а школу підмінили на секретну організацію, що шукає людей із надздібностями в Україні. Мальопис продається у форматі 170x260мм. Барв коміксу не бракує, але й цікавою гамою, чи несподіваними поєднаннями відтінків він навряд вас здивує.

«Параблог»(додаток Ж) Таємниця карпатського Єті – це історія сильної та сміливої духом блогерки, котрій уже набридло сидіти лише в чотирьох стінах та нічим не займатись, лиш знімати постійні сторіс, з розповідями про те, як все чудово, тому вона прийняла рішення піти назустріч пригодам та показати своїм «фоловерам» нове життя та нову себе. Компанію броджерці складатиме мисливець, який боявся людей та не любив проводити час з кимось, все лише на самоті, хоча у нього доволі таємниче минуле. На своєму тернистому та не такому простому, як на перший погляд могло б здатись шляху герої зустрінуть багато перешкод.

Комікс. Для дітей від 6 років. Серія «Чі. Життя однієї киці» том 3 Конамі Каната (Додаток И). Манга про те, що зробило, миле кошеня коли раптом осталося самотнє. Плакало? Почекало? Нічого не зробило? Ні, кошеня знайшло щось більш цікаве: пізнання світу! Бо раптом одна з дружніх родин знайде його і прихистить у своєму домі. Бо ніхто не може протистояти ЧІ. Тоді життя в новому будинку буде щасливішим.

«Radiant.» Том 2. Тоні Валенте (Додаток К) – вид коміксу манга, тобто згідно оригінальної версії, вона читається справа наліво. Відкриваючи книгу, як зазвичай, ви опинитесь на останній сторінці. Манга про хлопчика Сета, який є майстром-початківцем. Він пережив зустріч із таємничою Немезидою, але має особливий імунітет і вирішив стати мисливцем на

чарівну та небезпечну істоту. Він та його друзі шукають світ монстрів під назвою Радіант.

«Фортунці» випуск 2 Марія Ланцута (додаток . Комікс який захопить уяву та дасть можливість відчувати себе у штаб групі Фаєтон до складу якої входять не звичайні люди, а фортунці, тобто це ті яких на галактиці залишилось одиниці. Кожен з них має своє завдання, яке поставили перед ними командири, але що ж буде коли всі Фортунці будуть в одній команді. Про це розкажує нам авторка та художниця Марія Ланцута.

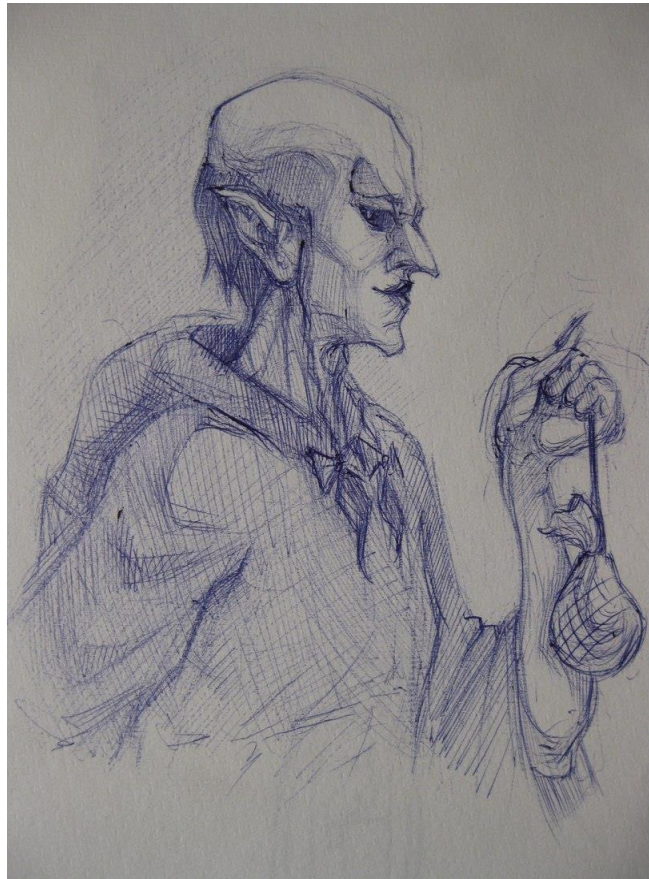
Окрім цікавої графічної прози, Україна також намагалася створити серйозний графічний роман, який поєднує художній та документальний, автобіографічний наратив. «Діра» С. Захарова та С. Мазуркевича - це художня інтерпретація трагічного досвіду С. Захарова в полоні. Свідок народження псевдореспубліки Корея був житель Донецька С. Захаров. Як художник він намагався по-своєму протистояти свавіллю - створив арт-проект «Мурзилка» і наповнив Донецьк різними мультфільмами окупаційних держав. Захаров був заарештований, утримувався в підвалі і неодноразово імітував випадки стрілянини. Вийшовши із приміщення для тортур, художник описав, що сталося з ним та іншими в'язнями. Все записано.

### **3.2 Автура, та випуск серій**

Розглянемо як відбувається випуск на прикладі графічного роману «Некромантія». Автор: художник-графік Octane.

Робочий процес від автора: «Спочатку я ручкою в блокноті малюю чорновий начерк пари сторінок. Потім малюю на папері чистової контур олівцями і Лінери. Сканують, в Photoshop коректую, якщо щось не подобається, і там же займаюся колорінгом. Хтось робить контур відразу в цифрі, але у мене він краще виходить на папері. Використовую тільки Photoshop і графічний планшет Wacom» [19, с. 52].





Ескіз некроманта

Сюжет такий: частина альтернативного псевдосередньовічного людства здійснила свою давню мрію про безсмертя. Правда, для цього її представникам довелося померти, стати некромантами і заснувати свою країну (Некромантію). А інквізитор (місцевий радикальний Ватикан континентального масштабу) намагається їх всіляко знищити. На тлі цієї метушні у головних героїв відбуваються пригоди, що іноді межують з абсурдом, часто пародійного характеру. Поступово вони відкривають таємниці світу, розгадують загадки, і все для того, щоб нарешті привести людство в світле майбутнє.



Символіка взята з європейської середньовічної традиції: хрести, готична архітектура, зрозумілі нам знаки смерті, божественного начала. Вона міцно асоціюється і з фракціями, і з персонажами, тому вона дуже важлива. З кольоровою гамою те ж саме. У різних локаціях переважають природні тільки для певної фракції кольору. У некромантів – чорне, зелене і золоте, неживе, у інквізиторів – біле, золоте і небесно-синє, свіже. Колір допомагає читачеві орієнтуватися між фракціями і персонажами.

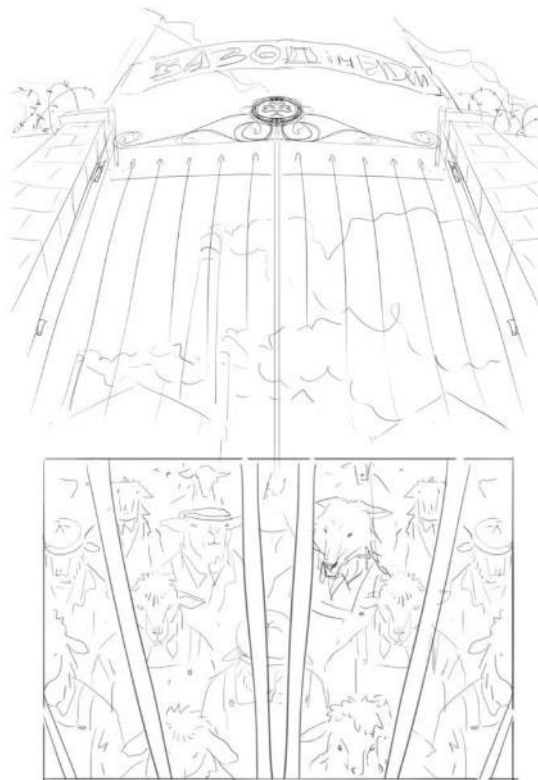
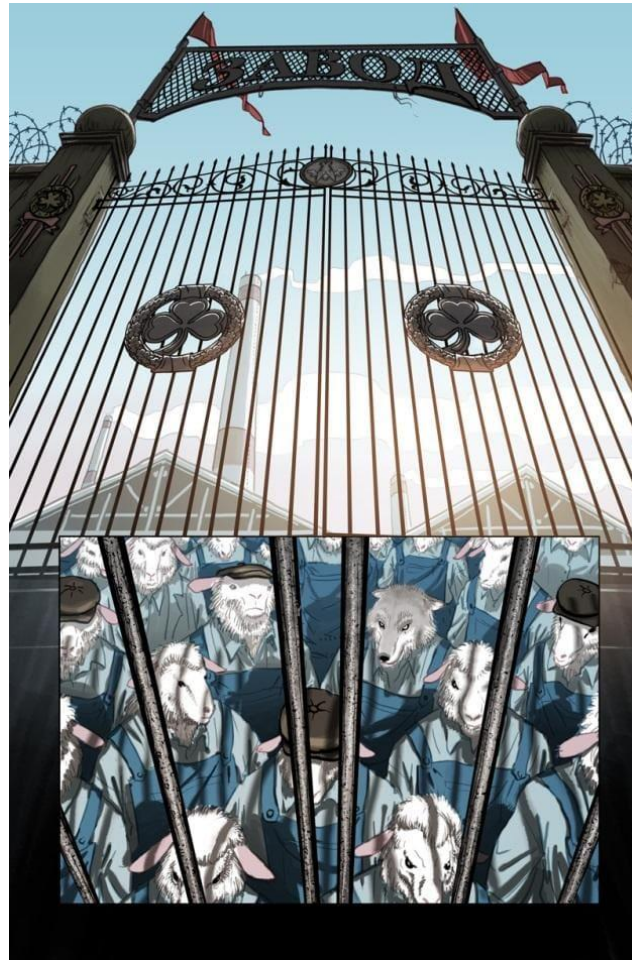


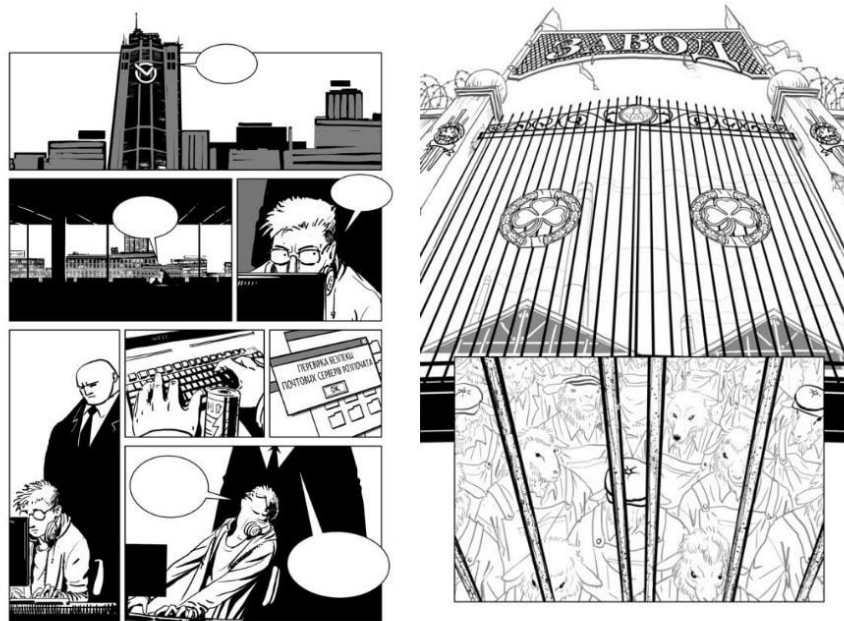


Порівняння кольорів: некромант і інквізитор

Олександр Корешков, комікс «Серед Овець» (додаток. Стил: спочатку це був простий контур, відпрацювання тіней для обсягу, плюс розкид плям тону для впізнавання фігур. Пізніше, коли автор вже малював «Серед овець», ризикнув додати колір. З'явилася потреба в деяких, так би мовити, «спецефектах»: ранкова імла, сонце в очі. Але в цілому стиль залишився максимально простим.

«Робочий процес: автор користується планшетом. Малює на папері тільки, коли недоступний робочий комп'ютер. Але це не скасовує начерків. Без них не уявляє собі процес створення сторінки. Потрібно розподіляти на аркуші події, хто куди навіщо пішов і що зробив. Плюс текст. Він грає важливу роль в коміксі. Це емоційні спеції для малюнка. Текстом передаються звуки. Тому в ескізі потрібно накидати все елементи сторінки і розіпхати їх по кутах, щоб не заважали один одному, а допомагали» [25]. Потім вже колір і промальовування тіней.





«Серед овець» з'явився як реакція на події останніх років. Це антиутопія. Історія ізгоя-одинаки серед сірої маси, покірної системі. Він повинен зробити вибір: злитися з натовпом або залишитися вірним собі, не дивлячись ні на що. Важко було зрозуміти, що нічого просто так не зміниться. Що обіцянки швидких поліпшень – це брехня. Хотілося просто показати дзеркало, в якому відбивається наш світ і запитати: «Як ви це терпите?!» Або: «Ви бачите той же, що і я?!».

Обидва томи «Серед овець» наповнені символікою і метафорами. Одяг у громадян навмисно блідий, сірий. Ніхто не дозволить вам розгулювати в яскравій кофтині – загребуть в автозак за буржуазний спосіб життя. Піонери ходять в формі кольору хакі, діти з ранніх років звикають бути солдатами. Є ще диференціація соціальних верств за кольорами, але це не впливає на сюжет і майже не помітно.

### 3.3 Маркетинговий етап або рекомендації щодо оптимізації

На цьому етапі ринок графічної літератури зазнав суттєвих змін: вихід із андеграунду та самовидання своїх найвідоміших жанрів-коміксів та графічних романів, підготовка до появи видавців, що спеціалізуються на

конкретних продуктах, їх «більша» відвідуваність в Україні Дві книги ярмарки (BookFor Lviv та BookArsenal у Києві у Львові), кілька інтернет-магазинів, присвячених продажу коміксів провідних світових видавництв (comics.ua, onthebus, ideo-grafika), та фестивалі поп-культури (комікси та косплей) – Kiev Animation Expo, Ukraine Animation Expo, Odessa Fan Expo, запуск онлайнових дискусійних платформ (comics.com.ua, playua.net тощо), поживавлення у придбанні всесвітньо відомих коміксів, що видають авторські права – все це доводить читачам та професіоналам України, перш за все творців та видавців, зростає інтерес до жанру візуального оповідання (графічна література).

Показово, що до жанру коміксів відноситься не лише українська література, а й твори сучасних авторів. Варто згадати спільний українсько-польський проект у вигляді обмінів «TANDEM: з Україною – Європейським Союзом – Молдовою» за підтримки Європейського культурно-художнього фонду (Нідерланди) та організації MitOst (Німеччина), який був реалізований Польщею та Україною : літературне угруповання «СТАН» (Луганськ), товариство To.pole, товариство Rita Baum, ГО «Форум видавців» (Львів). У цьому форматі видавався роман С. Жадана «Ворошиловград» (2012) [10].

Разом з тим, не дивлячись на появу в Україні власних коміксів, казати про те, що формувалась власна українська комікс-культура ще зарано, а без такого виготовлення коміксів як власних пізнавально-інформаційних продуктів залишатиметься проявом одиноких ініціатив.

Популяризації коміксів в Україні буде сприяти на проведення різно-сюжетних комікс-фестивалів, та проведення комікс свят в різних містах, наприклад на львівському фестивалі коміксів, київському фестивалі У 2015 під назвою Kyiv Comic Con, крім цього почали появлятися відповідні періодичні видання. У зв'язку з цими подіями М. Курінний започаткував журнальний комікс для дитячої аудиторії від 7 до 12 років Juno. Цей проект був презентований у 2017 р. на Київському фестивалі коміксів. Обсяг

першого видання сягав близько – 80 с., а його вартість була – 99 грн. Особливість даного журналу коміксів була в тому, що він був незалежним від інших. Його автор говорить про те, що всі бажаючі можуть долучитися до підготовки і навіть до видання та реклами інформаційних продуктів. Перший номер такого незалежного інформаційного продукту – результат колективної роботи 26 українських художників. За відгуками та рецензіями їх читачів на перший номер, вони в захваті й чекають на наступні випуски.

Перспективною є також така ідея популяризації коміксів на видавничому ринку України шляхом їх вдалої екранізації. Першою такою спробою був фільм І. Сауткіна «Максим Оса» створений за мотивом коміксу І. Боронька 2015 року. Презентація цього була 7 червня 2015 року на честь першого в Україні фестивалю коміксів «Київ комікон». Бюджет даного фестивалю та презентація фільму становили близько 63 млн грн, серед лише 19 млн були державними, всі інші кошти були зібрані власними силами засновників.

Також дуже перспективними на сучасному етапі являються навчальні комікси. Як зазначалося раніше, в характеристиках коміксів дослідники розрізняють: поєднання бачення та мови; акцент на дії, а не опис; супергерої; прогалини, які повинні заповнити читачі, та наявність прогалин у структурі. Комікси можна розглядати як різновид медіа-технології, яка несе значення упаковки та нового способу її доставки. Водночас Г. Почепцов наголошував, що, як колись писав Маршалл Маклюен, сама технологія починає впливати на тип смислу. Але жодна технологія – від книг до фільмів та телебачення – не вирішила глобальних проблем.

У літературі, кіно, на телебаченні різні способи упаковки культурного значення. До них цю функцію реалізовували міфи та казки [10, с. 17]. Люди не сприймають інформацію самі по собі, як машини. Тому потрібна відповідна упаковка. Комікси стали одним із варіантів «культурної упаковки». Крім того, вони особливо цікаві як семіотичні об'єкти

дослідження, що поєднують мову та бачення. «Комікси працюють з посиленими до максимуму характеристиками: сміливець завжди буде сміливцем, а боягуз – боягузом. Це прийом, характерний для письма дітей, який потім виявляється перенесеним і на доросле мистецтво», – зазначає Г. Почепцов [17].

«Освітні комікси (англ. Educational comics) – відносно новий їх різновид. Вони використовуються як в початковій школі, так і в узах. Як різновид адаптованої літератури, вони поширені в Італії, США, Великобританії, Південній Кореї і Японії» [13, с. 15]. Наприклад, майже всі твори класика англійської літератури Вільяма Шекспіра були адаптовані британською компанією «Self Made Hero» в формі манги.

Прикладом українських навчальних коміксів є унікальне видання «Мальована історія незалежності України» [30], яке вийшло в Києві наприкінці 2013 року. За останні два роки відомий український письменник і громадський діяч Брати Капранові зрозумів, що історія країни подається просто і зрозуміло – не лише історики, а й письменники, працюючи біля джерела, не лише створюючи тексти, а й створюючи пантеон героїв. Автор хоче «сплести» відомі факти в єдину тканину, але виявляється, що вони не поєднуються. Шукаємо відсутні підказки, приховані в чорній дірі ... Усе в книзі базується на фактах, заснованих на історичній науці та підтверджених основними джерелами. Виявляється, вони можуть створити безперервну, послідовну та чітку історію, яка пов'язує всі регіони України. «Ця книжка – для дорослих, щоб вони читали її дітям, і для дітей, щоб вони могли проконсультувати дорослих», – відзначають Брати Капранови.

Історики, культурологи та філософи допомогли автору завершити видавничу роботу. Художники, редактори та дизайнери працювали над проектом два роки. Автор портрету – Юлько Юравель, а авторами малярських історій у різні історичні періоди – Олександр Костенко, Юрій Васин, Олег Коррал, Олександр Брозов, Роман Карабах. Карту намалював Євген Олейников, а дизайн обкладинки та макет завершила Оксана

Капранова. Ця книга була створена по-новому: заснована на принципах екранів комп'ютерів. Цей формат дозволяє лаконічно розміщувати матеріали, які потрібні звичайним читачам, звиклим до коротких текстів у соціальних мережах. На титульній (тематичній) сторінці ви можете прочитати вміст усієї ери відразу: часові рамки та портрети знакових персонажів розміщуються поруч, як на екрані комп'ютера. Далі йде історична реальність, подана у формі коміксів.

Вся інформація в певному історичному розділі відображається на тематичній сторінці. Перегортаючи сторінку, ви маєте можливість відстежувати історичні події, звертати увагу на передісторію, на якій вони відбувались, головних героїв ... Кожна історична підтема починається з портрета персонажа, що відображає конкретний історичний період, а потім текст пропонується на обкладинці. Основні події цього періоду відображають картини в жанрі манга-медіа. Це карта, з якої намальовано контур сучасної України.

Отже, комікс є видом сучасного мистецтва, яке потребує професіоналів, що встановлюють його рівень якості. Дидактичний потенціал мальованих історій потребує посилення і збагачення. Адже вся наша культура рухається від вербальної до екранної. Мальовані історії стають звичним атрибутом нашого життя, все більше дослідників і практиків намагаються реалізувати навчально-творчий потенціал цього різновиду медіатексту.

## ВИСНОВКИ

У запропонованій роботі комікс розглядали як особливе соціальне та культурне явище, пов'язане з характеристиками сучасної обробки інформації. Його статус сьогодні включено до словника, а його важливість підкреслюється через звернення окремих представників різних галузей науки до нього та створення міждисциплінарних дослідницьких груп, які ставлять перед собою завдання всебічного дослідження. Історія коміксу та його розвиток як явище культури в сучасному суспільстві дозволяють розглядати комікс як інформаційний культурний феномен, який посідає чільне місце в сучасній культурній діяльності.

У першому розділі дипломної роботи було висвітлено історію виникнення та розвитку поняття коміксу. Подано усі поняття комікс-культур, та зазначено, що існує багато визначень коміксів. Усі вони зводяться до того, що це серія образів, які розповідають історію. Відповідно у більшості дослідників, комікс – це єдність оповіді і візуальної дії. Було здійснено теоретико-методологічні дослідження жанру та його особливостей.

У другому розділі нами було розкрито та проаналізовано питання сучасного стану коміксу на книговидавничому ринку України. Сьогодні в Україні існує 10 видавництв, 8 з яких видають нешаблонні комікси. З'ясували, що першим видавництвом коміксів слід вважати «Шовкову Державу» Фелікса Добріна (видавництво «Дніпро»). Цей твір перекладений на українську та англійську мову. Він був виданий у Києві у 1990 році. Крім цього у другій частині було описано роботу редактора над коміксом. І це дозволило зробити висновок, роль редактора при підготовці видань коміксів пов'язана з розумінням актуальних маркетингових стратегій та інструментів, необхідних для вигідного позиціонування видавничого продукту на ринку, і, в першу чергу, з розумінням специфіки коміксу як особливого виду видавничої продукції. Ці обставини впливають на набір основних завдань, що визначають характер і структуру роботи редактора над виданням



коміксів. Частина з них є типовою для роботи редактора: аналіз цільового сегмента ринку і планування репертуарної політики видавництва; формування штату виконавців, визначення набору їх компетенцій і розподіл виробничих ролей і обов'язків між ними; визначення форм видання, перевидання та подальшої актуалізації репертуару видавництва; планування робочого часу, трудовитрат і способів оцінки якості виконаних робіт на проміжних етапах підготовки видання. У той же час кожен етап підготовки мальованої історії до видання пов'язаний з властивою даному виду видання специфікою.

У третьому розділі ми розглянули та проаналізували особливості редакторської підготовки українського коміксу на прикладі сучасних видань. Описали автуру та випуск серій, здійснили порівняльний аналіз кольорів різних випусків коміксів. Детально описали обрані комікси, а після виконаного аналізу додали всі поради щодо покращення даної продукції та маркетингового етапу. Вважаємо, що перспективною є ідея популяризації коміксів на видавничому ринку України шляхом їх вдалої екранізації. Популяризації коміксів в Україні буде сприяти ще й проведення різносюжетних комікс-фестивалів, та проведення комікс свят в різних містах. Відзначимо, що комікси дуже популярні серед дітей. Для цього є причина. На перший погляд, просте мистецтво може глибше, швидше і несвідомо проникнути в душу, ніж література чи мистецтво. фільм. Розумно передану у формі коміксу «інформацію» можна використовувати як ефективну рушійну силу і навіть засіб впливу.

На підставі зробленого нами дослідження можемо підсумувати, що комікси є досить важливими та унікальними виданнями, дивовижним мистецтвом, яке поєднує цікаві картинки з точним текстом, які лише в процесі розквіту. За допомогою видавництв, які спеціалізуються на коміксах та зарубіжних манг, яких на теренах України перекладають на державну мову, попит і популярність коміксів стає значно вищим. Отже, дане

дослідження відкриває перспективи більшого вивчення книговидавничого ринку в Україні та допомагає розвитку комікс-культури.

## СПИСОК ВИКОРСИТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барт Р. Риторика образу. Москва: 1994. С. 263–301.
2. Білова Т. М. Комікси як засіб вираження етнокультурних стереотипів. Вестн. Кемеров. 2015. С. 132–136.
3. Білов Д. Комікс як продукт інформаційної культури URL: <http://nbuviar.gov.ua/images/naukprazi/49.pdf> (дата звернення 02.05.2021).
4. Валуєнко Б. Деякі проблеми сучасного мистецтва технічної книги. Київ : Книгознавство, 1982. С. 97–120.
5. Видавництво «Леопольд». URL: <https://leopol.net/> (дата звернення: 20.05.2021).
6. Видавництво «Рідна мова». URL: <https://ridna-mova.com/> (дата звернення: 20.05.2021).
7. Владич Л. Мовою графіки. Київ : Мистецтво, 1967. 48 с.
8. Воронюк Л. О. Невидимий острів. Чернівці : Букрек, 2015. 16 с.
9. Гудошник О. Комікс в українському комунікативному просторі. Вісник Дніпропетровського університету. 2017. Вип. 17. С. 19–24.
10. ДСТУ 3018–95. Видання. Поліграфічне виконання. Терміни та визначення. URL: [http://gost-snip.su/download/dstu\\_301895\\_vidannya\\_poligrafichne\\_vikonannya\\_termini\\_ta\\_viz](http://gost-snip.su/download/dstu_301895_vidannya_poligrafichne_vikonannya_termini_ta_viz) (дата звернення: 01.04.2021).
11. ДСТУ 7.84:2008. Видання обкладинки та палітурки. URL: [https://dnaop.com/html/34034/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3\\_%D0%93%D0%9E%D0%A1%D0%A2\\_7.84\\_2008](https://dnaop.com/html/34034/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_%D0%93%D0%9E%D0%A1%D0%A2_7.84_2008) (дата звернення: 13.04.2021).
12. Дубина Н. Зовнішнє оформлення книги. URL: <http://compuart.ru/article.aspx?id=14490&iid=688> (дата звернення: 09.05.2021).
13. Еко У. Міф про Супермена. Львів : Літопис, 2004. С. 158–182.

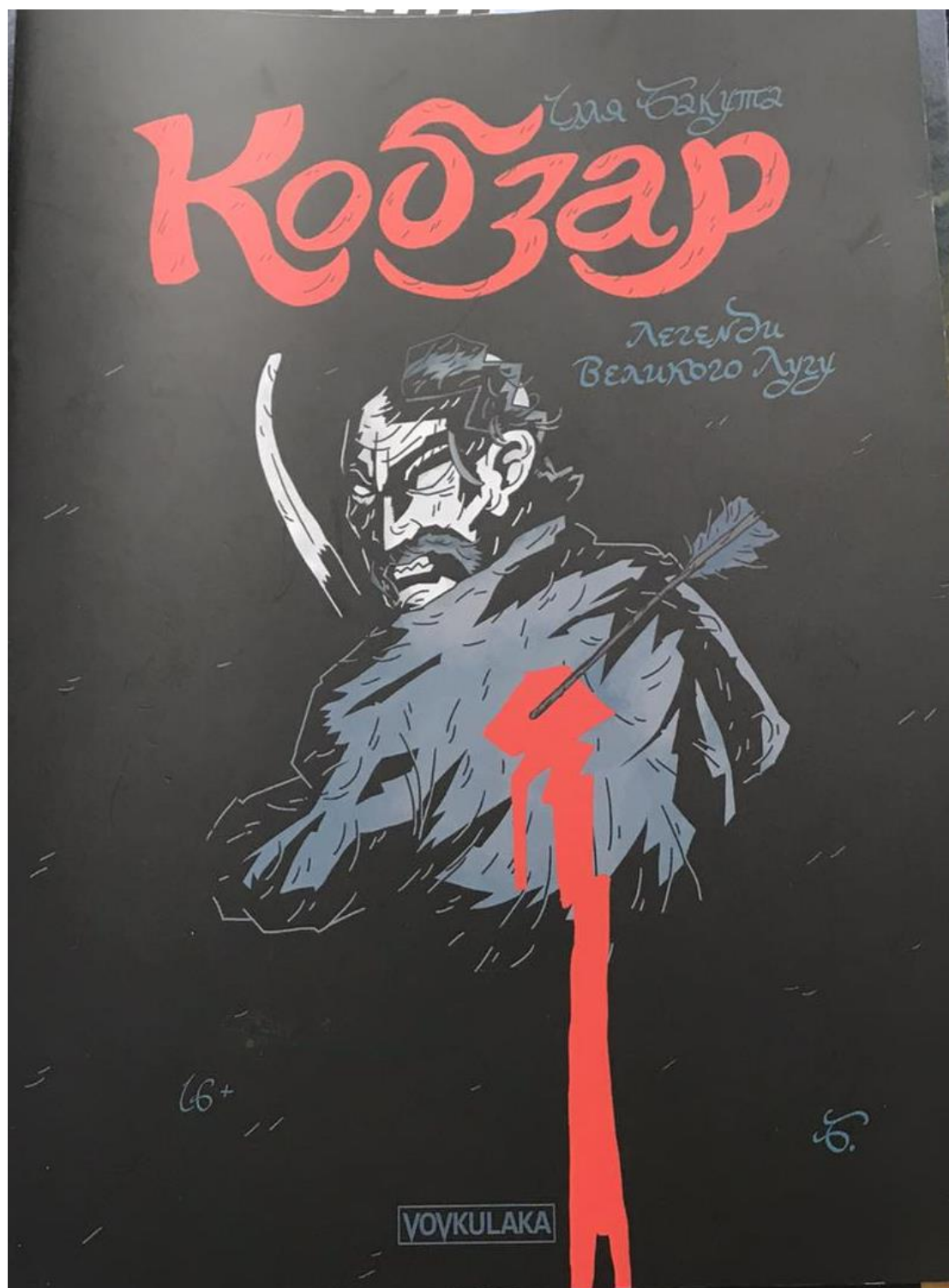
14. Зелінська Н. Наукове книговидання в Україні: історія та сучасний стан. Львів : Світ, 2002. С.213–267.
15. Класні комікси. URL: <http://www.grani-t.com.ua/books?seria=218> (дата звернення 02.05. 2021).
16. Ковалів Ю. Літературознавча енциклопедія. Київ : Академія, 2007. Т. 1. 608 с.
17. Козаки йдуть : другий том коміксу «Даогопак» URL: <http://platfor.ma/magazine/text-sq/projects/kozaki-idut-drugii-tom-komiksu-daogopak> (дата звернення 14.05.2021).
18. Козлов Е. Комунікативність коміксу. Волгоград. 1999. 18 с.
19. Колесник О. Поетика графічного роману. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apitphk\\_2013\\_31\\_43](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apitphk_2013_31_43) (дата звертання 21.04.2021).
20. Космацька Н. В. Мова сучасного коміксу як явища масової культури. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mik\\_2012\\_15\\_4\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mik_2012_15_4_5) (дата звернення 18.03.2021)
21. Космацька Н. Нарис з історії виникнення і становлення жанру коміксу. URL: [http://old.lingua.lnu.edu.ua/Visnyk/visnyk/Visnyk\\_19/articles/19kosmatska.pdf](http://old.lingua.lnu.edu.ua/Visnyk/visnyk/Visnyk_19/articles/19kosmatska.pdf) (дата звернення 24.04.2021).
22. Космацька Н. Структурно-функціональні особливості мови французьких коміксів (на матеріалі серії «Asterix»). Київ : Логос, 2012. 19 с.
23. Космацька Н.В. Мова сучасного коміксу як явища масової культури. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mik\\_2012\\_15\\_4\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mik_2012_15_4_5) (дата звернення 14.05.2021).
24. Легенький Ю. Дизайн: культурологія та естетика. Київ : Наукова думка, 2000. 187 с.
25. Лесин В. М. Короткий тлумачний словник літературознавчих термінів. Київ : Рад. школа, 1961. 370 с.
26. Максименко О. Мальовані історії: в Україні комікс активно розвивається, але рідко потрапляє на очі. URL : <https://tyzhden.ua/Culture/55301> (дата звернення: 20.05.2021).

27. Москвичова А. Три історії про український комікс. URL : <http://archive.chytomo.com/news/tri-istoriii-pro-ukraiinskij-komiks> (дата звернення: 12.04.2021).
28. Нікішова К. Жанр коміксу на українському книжковому ринку. Львів : Коло, 2013. С. 35–39.
29. Обріст Г., Крамб Р., Шпігельман А. Комікс у музеї сучасного мистецтва. Київ : IST Publisnig. 35 с.
30. Огар Е. Дитяча книга в українському соціумі (досвід перехідної доби). Львів : Світ, 2013. 430 с.
31. Олійник Є. В Україні створили комікс-блокбастер про козаків. URL : <https://www.radiosvoboda.org/a/24682040.html> (дата звернення: 30.05.2021).
32. Ольшанський Д. В. Дидактичні умови використання коміксів у навчанні іноземних мов молодших школярів. Київ, 2002. 20 с.
33. Підопригора С. Українська графічна проза на шляху до популярності. URL: <https://www.ideo-grafika.com/ukrainian-grafik-novels> (дата звернення 19.04.2021).
34. Полякова К. В. Становлення семіотичної системи американського коміксу і японської манги .Санкт-Петербург, 2004. 19 с.
35. Портал Mini-rivne. Світ дитячих коміксів – від минулого до майбутнього. URL: <https://mini-rivne.com/svit-dutachuh-komiksiv/>(дата звернення: 01.05.2021).
36. Презентація проекту «Діра» Сергія Захарова. URL : <http://litcentr.in.ua/news/2016-07-30-4532> /(дата звернення: 01.05.2021).
37. Пухарев П., Філоненко Б. Робити комікси з національними героями зараз на часі. URL: <http://www.chytomo.com/book-art/boris-filonenko-robiti-komiksi-z-nacionalnimi-geroyami-zaraz-na-chasi> (дата звернення 18.04.2021).
38. Саманчук С. Данкович А. Індустрія коміксів в Україні тільки зароджується. URL : <http://www.vezha.org/andrij-dankovych-industriya-komiksiv-v-ukrayini-tilky-zarodzhuyetsya> (дата звернення 18.04.2021).

39. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця. Київ : Наша культура і наука, 2006. 510 с.
40. Тимошик М. Редакторські посади: фахові вимоги та функціональні обов'язки їх носіїв. Київ : Друкарство, 2005. С. 33–48.
41. Тимошик М. Редакторські посади: фахові вимоги та функціональні обов'язки їх носіїв. Київ : Друкарство, 2005. С.22–67.
42. Тинянов Ю. Н. Поетика. Історія літератури. Москва : Наука. 1977. 576 с.
43. Фадеев Д. Звитяга. Савур могила. Миколаїв : Літопис, 2015. 120 с.
44. Філоненко Б. Робити комікси з національними героями зараз на часі URL: <http://www.chytomo.com/book-art/boris-filonenko-robiti-komiksi-z-nacionalnimi-geroyami-zaraz-na-chasi> (дата звернення: 21.03.2021).
45. Хисямова А. Бельгійські комікси о Тантані мають свій музей . URL: <http://www.webcitation.org/65> (дата звернення: 11.04.2021).
46. Що потрібно знати про вибір потрібного шрифту? URL: <https://www.imena.ua/blog/suitable-font/> (дата звернення: 13.05.2021).
47. Эко У. Миф про супермена. Роль читача. Дослідження семіотики тексту Москва, 2005. URL: <http://culturca.narod.ru/ecol.htm> (дата звернення: 17.03.2021).
48. Ярема С. Технічне редагування. Київ : Університет «Україна», 2003. 124 с.

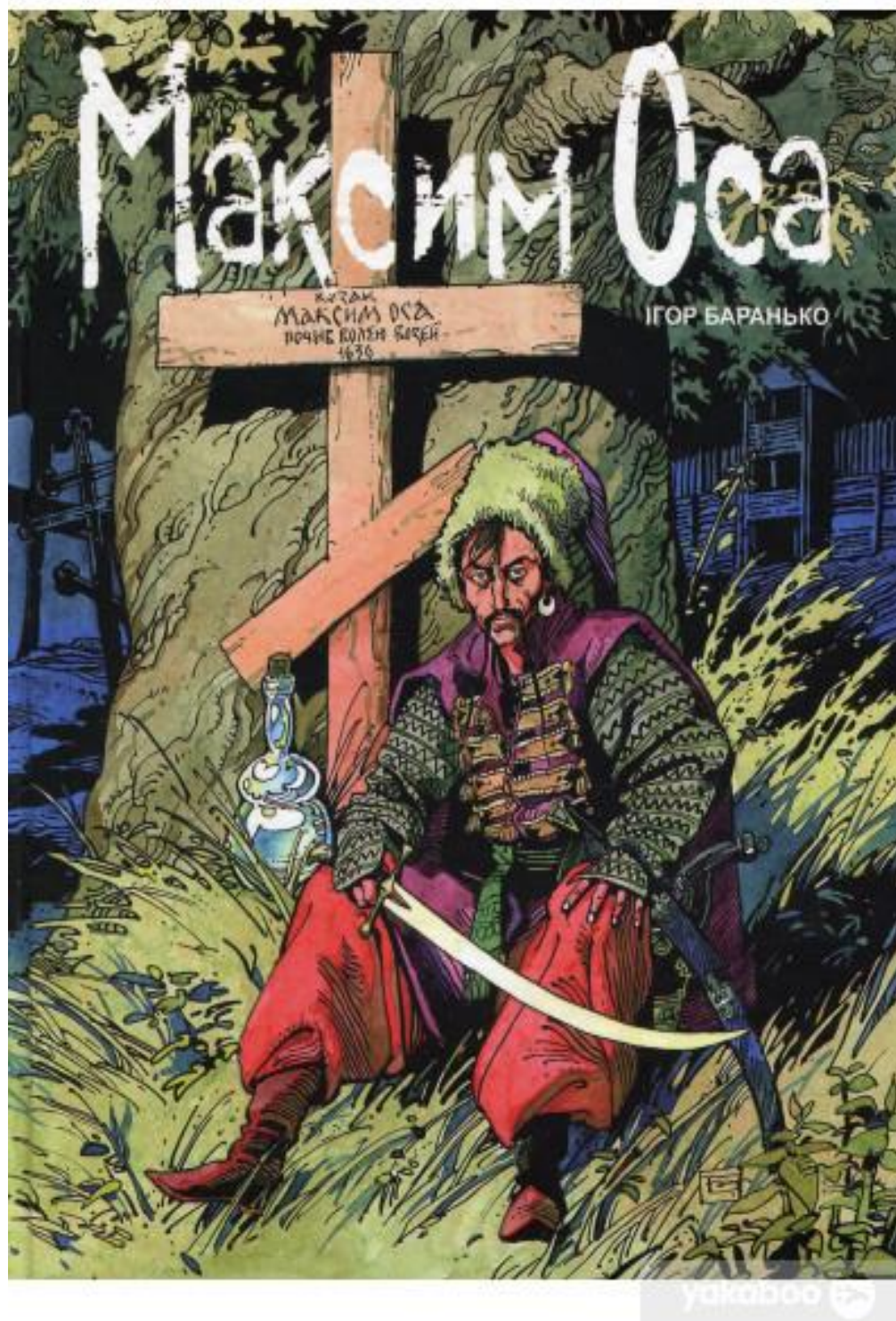
# ДОДАТКИ

Ілля Бакута «Кобзар»





Ігор Баранько «Максим Оса»



Випуск 1

# УКРАЇНСЬКІ СУПЕРГЕРОЇ



Врятувати жайворонка

