

УДК
1.7.012+003.6.079

DOI:10.30857/2617-
0272.2021.1.5.

ГУЛА Є. П.
Київський національний університет технологій та дизайну

МИСТЕЦТВО КОМІКСУ ТА ГРАФІТИ – СУЧАСНИЙ СВІТОГЛЯД У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Мета роботи – дослідити риси та особливості визначення головних дефініційних характеристик мистецтва коміксу та графіті у контексті сучасного світогляду в графічному дизайні.

Методологія. Застосовано загальнонаукові методи дослідження; аналітичний, типологічний, семантичний та порівняльний аналіз використано для термінологічного визначення понятійного апарату графічного дизайну та окреслення його теоретично-мистецтвознавчого застосування.

Результати. На основі аналізу наукових джерел з сучасного зарубіжного та українського мистецтва коміксу й графіті узагальнено аспекти трактувань цих соціально-культурних понять, оцінені їх історичні витоки в світі та Україні. Актуалізована проблематика співвідношення мистецтва коміксу й графіті та світоглядних цінностей сучасного дизайну. Формування мистецтва як коміксів, так і графіті, а також відповідних дизайнерських трендів безпосередньо пов'язаний із переходом до постмодерну (орієнтовно друга половина ХХ ст.), який супроводжувався формуванням значеного числа соціальних груп і неформальних рухів художників («райтерів»).

Наукова новизна полягає у розгляді мистецтва коміксу й графіті як певної соціально-культурної спільності. Встановлено, що як комікси, так і графіті виявилися засобом комунікації та ідентифікації для представників цих відокремлених груп: комікси – для інтелектуальних спільнот, графіті – для умовно «вуличних».

Практична значущість. Підсумовані сучасні наукові визначення графічного дизайну. Результати дослідження можуть бути використані у практиці викладання графічного дизайну, мистецтва коміксу та інших графічних дисциплін.

Ключові слова: мистецтво коміксу; дизайн; графічний дизайн; світоглядні засади; стріт-арт; маргінальність; соціальні групи.

Вступ. Постановка завдання. Розуміння ролі мистецтва коміксу й графіті є важливим у сучасному графічному дизайні і це питання є актуальним для дослідницьких розвідок. Відповідно до естетичних, функціональних і соціокультурних завдань, графічний дизайн є особливим видом соціально-інформаційної й художньо-образотворчої діяльності. У зазначеному виді дизайну активно сполучені як художні засоби впливу на глядача, так і сучасні технології ІТ-графіки.

У свою чергу, комікси як жанр сучасної літератури остаточно сформувався близько 100 років тому. Якщо здійснити історичний екскурс, то комікси (звичайно зі значним рівнем умовності) можна знайти й у настінному живописі стародавніх єгиптян. Комікси – це зіставлені у певному порядку

графічні та інші зображення, покликані передати інформацію й/або викликати у глядача естетичний відгук.

Мова коміксів мінлива, вона з одного боку, використовує винятково візуальну складову, але з іншого боку – вельми гармонійно розповідає про ту картину світу, в якому живуть герої. Коли споживач читає символи коміксів, він ґрунтується не лише на образах героїв та їх висловлюваннях, але й на особистісному досвіді. У такий спосіб читач коміксів розуміє те, що прагне транслювати йому художник і/або дизайнер.

Графіті знаходяться на фасадах будинків, шибках, рекламних вивісках, у громадському транспорті й багатьох інших місцях. У сучасних містах присутні сотні написів: ці малюнки й малюночки заповнили міський простір [9, с. 45].

Питання про те, чи є графіті частиною сучасного дизайну чи мистецтва загалом, ще довго буде спірним і складним, особливо для пострадянського простору, який знаходиться у нездоганяючому відносно західних країн становищі. Тим часом на Заході, особливо в країнах Америки, девіантність графіті знижується, натомість відповідним чином зростає їх сприйнятність з боку суспільства.

Аналіз попередніх досліджень.

Щороку в Україні виходить значне число фахових розвідок і прикладної літератури з проблематики графічного дизайну [2, 7, 10, 11]. Значно менше будь-яких матеріалів (як наукових, так і популярних) присвячені мистецтву коміксів і ще менше дослідженою з наукової точки зору є тематика графіті. Загалом явище графіті вивчається більше у соціальному контексті, ніж у дизайнерському, зокрема у контексті соціології й психології девіантної поведінки [1].

Результати дослідження.

Як визначається у відповідній фаховій літературі, «графічний дизайн» представляє собою «дизайнерське проектування, спрямоване на візуалізацію інформації, а також створювання графічних знакових систем для предметно-просторового середовища та графічних елементів для промислових виробів» [5, с. 7].

Графічний дизайн характеризується дуалістичною природою, сформованою водночас компонентами графіки й дизайну. З урахуванням вказаного відбувається поєднання факторів формо- й образотворення. Тому згідно із засадами образотворчості графічний дизайн повинен емоційно і одночасно дієво передавати глядачу візуальні відомості, які він має отримати у результаті оцінки кінцевого продукту проектної діяльності [2, с. 42–46].

Мистецтво коміксів є важливим культурним феноменом ХХ століття. Як вважає А. Ільїна, комікси – це розповіді у картинках, що використовують мінімум вербальних засобів і при прочитанні яких

читач повинен орієнтуватися на зображення, які повинні бути зрозумілі й нести певний зміст [6, с. 8].

Відповідно до інших визначень [13], комікси – це система упорядкованих символів, відтворена в певному порядку, із метою передачі сюжету й/або конкретного знання, що породжує певні паттерни поведінки, і соціальні практики. Символ же є знаком, що несе особливий зміст, який визнається людьми однієї культури. Це розповіді у картинках, де дії героїв намальовані, а слова, сказані ними, репрезентуються як вихідні з вуст персонажів або у вигляді підпису під ілюстрацією. Можна визначити комікси як особливий спосіб оповідання, текст якого являє собою послідовність кадрів, що містять, крім малюнка, вербальний твір, що передає переважно діалог персонажів і укладений в особливу рамку.

Автори коміксів за допомогою ліній можуть передати настрій і створити світ навколо персонажів, а читач, сприймаючи ці символи, по суті, переводить їх в емоції. Нервозність, незграбність, м'якість, агресія, злість, тривожність тощо – усе це показується за допомогою, у першу чергу ліній, які обрамляють персонажів, створюючи контури. Варто також зазначити про такі елементи коміксів:

– агресивні лінії, які підкреслюють характер героя і його настрій. У той же час за допомогою усе тих же ліній, як уже говорилося раніше, створюється оточення героїв;

– хвилясті лінії, що позначають дим від сигарет;

– нерівні лінії (начебто незграбні), пухирці і штрихи довкола нього, завдяки яким чітко розуміємо, в якому стані перебуває персонаж. Таким чином, автори спроможні показати нам заходи, звуки, настрій, емоції й багато чого іншого за допомогою ліній [6, с. 8].

В окремих серіях коміксів відбувається синтез тексту й візуального зображення

(існують комікси, де використовується винятково візуальна частина), слід відзначити, що у рамках статті звертається увага, не на те, що говорить і думає герой (текст діалогів і думок головного героя відображається в спеціальних хмаринках – «баблах»), а на те, що його оточує і якими способами комікс «говорить» нам про поспіх головного героя й відсутність часу на щось стороннє [4, с. 56].

Цікаво, що комікси спроможні відтворювати і світ звуків. Оскільки вони містять у собі не лише дію і відповідний настрій, але й діалоги, авторам вельми важливо продемонструвати як голосні звуки, так і тихі звуки (тиху розмову, шепіт). І навпаки – голосний звук, наприклад розмову із використанням рупора можна передати у коміксі за допомогою ламаних ліній, що створює ілюзію роботи рупора, звук з якого схожий на механічний [3, с. 55].

Графіті становлять невід'ємну частину урбаністичного ландшафту практично будь-якого сучасного міста. Водночас графіті є не тільки невід'ємними характерними рисами міського середовища, вони надають широке поле для вивчення.

Графіті визначають як напис або малюнок, виконані різними способами на об'єктах міського середовища, які виступають елементом міської культури. Водночас до визначення «графіті» відносяться не лише результат діяльності, але й процес нанесення малюнка чи напису. Знаки графіті-культури містять у собі повідомлення, що зрозумілі лише якийсь певній визначеній групі – це можуть бути лайки, символи й знаки. Водночас сучасні форми графіті можна розділити на публічні й особисті. До публічних графіті належать розташовані на фасадах будинків, рекламних конструкціях і вони наносяться із метою вираження групової ідентичності. Особисті графіті розташовані усередині будинків, у місцях загального доступу й виражають особисті установки, емоційні стани й особистісні конфлікти [1, с. 54].

Як зазначає В. Кох у «Словнику найпростіших форм»: «Графіті – це випадкові, тобто небажані й неофіційні, написи й знаки у громадських місцях. Написи можуть складатися із малюнків, символів, окремих слів і імен, фраз, речень, віршів, діалогів, висловлень. Може бути використаний будь-який інструмент, що залишає слід на поверхні: крейда, олівець, ручка, маркер, фарба в аерозолі, кольорові крейди, ніж» [15, р. 28].

Історичний шлях формування графіті саме у міському середовищі є відносно нетривалим, оскільки вони виникли із появою великих сучасних мегаполісів. Зміни в міському способі життя, які пройшли за останні сто років, спричинили виникнення й закріплення графіті. Трансформація міської культури виразилася у візуалізації, інформатизації й глобалізації. Таким чином місто, будучи центром життя, висловлює усі зміни у соціокультурному просторі, відображає вплив на людину соціально-культурних, економічних та політичних факторів. Велике місто зосереджує у собі артефакти культури [8, с. 76], а невеликі міста самі по собі, без усяких графіті містять елементи архаїки. Доказом цього факту є те, що графіті майже не притаманні маленьким, патріархальним містечкам (хоча в Україні трапляються і виключення).

Безсумнівно, що мотиви створення графіті є різними і на підставі аксіологічних рис творців графіті та змісту останніх можна виділити такі мотиви:

1. Суперництво, домінування, символічне насильство. Насамперед це графіті, що мають підкреслити недоліки і скривдити певних людей.

2. Протест проти культурних чи соціальних норм. За допомогою псування майна чи використання табуованої лексики виконавець графіті може заявити про свою незгоду із соціальними інститутами. У цьому випадку цінності субкультури в істотній мірі протиставляються загальноприйнятими цінностям [9, с. 67].

3. Прагнення до ідентичності або бажання залишити слід – це можуть бути клички, імена, назви улюблених марок чи імена виконавців тощо. При цьому вишуканість виконання й ризику при виконанні напису дозволяють творцю графіті посісти певне місце в ієрархії, яка склалася у рамках субкультури [12, с. 19].

4. Художній мотив. В основному мова йде про складні за стилем виконання й матеріалами графіті, які для художника виступають не лише способом прославитися, але й кінцевою метою креативного процесу.

5. Розвага. Малювання графіті саме по собі сприймається малювальником як частина гри, до того ж складність створення, проходження різних етапам у дії, приблизно, роблять приємність.

Безсумнівно, що далеко не всі вуличні графіті можна вважати такими, які належать до здобутків культури. Значне число із них є проявами вандалізму, особливо стосовно будівель-пам'яток культури, являються невартісними нарисами і підлягають ліквідації у містах, які претендують на якийсь мінімальний культурний рівень.

Утім поступово деструктивний вплив графіті слабшає і його функції як засобу комунікації для вуличних девіантних груп поступово втрачають своє значення (хоча в окремих країнах «третього світу» їх значення навпаки зростає). В окремих регіонах муніципальна влада усе частіше організує спеціальні платформи для графіті й проводить відповідні фестивалі, а музеї виставляють твору художників у цій сфері до уваги поціновувачів.

Отже, графіті як особливий вид мистецтва визнаються певною частиною світового співтовариства, схвалюються особливими соціальними групами, тим самим формують частину їх культури. Важко стверджувати, чи можуть графіті безпосередньо використовуватися у роботі дизайнера, проте очевидно, що якщо певна згадана (часто маргінальна) соціальна група

формуватиме власний дизайн, то вона вдаватиметься до графіті.

Важливо вказати про зв'язок коміксів і графіті із мистецтвом інсталяції. Інсталяція є не тільки важливою складовою сучасного мистецтва, але й невід'ємною частиною історичного дискурсу. Завдяки своїм візуальним функціям, інсталяція активно впливає на глядача. У більшості своїй інсталяції – це не просто предмет у просторі, це те, що є самим простором – наскільки сильно інсталяційний твір має здатність заповнювати середовище, інтегруватися у нього органічно і цілісно. Інсталяція як своєрідний, штучно створений об'єкт, завжди соціально активна, оскільки створюється для того, щоб, як і інші види та підвиди мистецтва, впливати на глядача. Тобто вибудувати, викликати це нове ставлення до предмета, іноді звичного й повсякденного – одне з головних завдань інсталяції.

Чітке визначення сутності інсталяції як явища сучасного мистецтва передбачає відмінність його від дотичних різновидів: енвайронменту, ленд-арту, відео-інсталяцій, паблік-арту. Не дивлячись на наявність спільних рис з ними, інсталяція є окремим трендом сучасного мистецтва. Широке значення інсталяції також передбачає її трактування як "live art", що передбачає звертання до естетичних канонів візуально-пластичного мистецтва.

Висновки. Графічний дизайн є концентрованим вираженням усіх сучасних технологій дизайну і розуміється як дизайнерське проектування, спрямоване на візуалізацію інформації, а також створювання графічних знакових систем для предметно-просторового середовища та графічних елементів для промислових виробів. У свою чергу, форма ліній і формат зображень у коміксах залежать винятково від досвіду авторів цих творів, і художня мова одного коміксу буде відрізнятися від іншого, однак це жива мова, якою автори говорять спілкуються із читачами. У

мистецтві коміксів ілюстрація чи зображення звуків, дій, певних явищ у вигляді тексту чи ліній не має усталених правил і критеріїв. Кожен художник чи дизайнер коміксів самостійно може вирішувати, яким чином зобразити певний компонент оточення персонажів, ґрунтуючись насамперед на особистих естетичних перевагах, уявленнях і життєвому досвіді. Світ героїв у коміксах сприймається читачем насамперед через призму бачення автора.

Говорячи про графіті можна виділити три види, що зустрічаються у міському просторі: змістовні – написи різної тематики, специфічні – написи у стилі певної субкультури й руйнуючі – написи, що порушують цілісність будинку або рекламного плаката. Графіті доцільно розглядати як складову частину стріт-арту, тобто вуличного мистецтва, яке разом із графіті поєднує трафарети, а також різні форми інсталяцій (перфоманси, енвайроменти тощо).

Література

1. Гилева Н. С. Психология девиантного поведения. Омск: Изд-во СибУФК, 2012. 128 с.
2. Гладун О. До проблеми візуальної мови графічного дизайну України. *Вісник Харківської державної академії дизайну та мистецтва*. 2009. № 5. С. 42–46.
3. Гринберг И. С., Сухов А. А. Проблема хронотопа в комиксе. *Человек в мире культуры*. 2013. № 3. С. 51–58.
4. Денисова А. И. Американский комикс: факторы развития и феномен популярности. *Аналитика культурологии*. 2011. № 21. С. 56–57.
5. ДСТУ 3899-99. Дизайн і ергономіка. Терміни та визначення. Видання офіційне. Київ: Держстандарт України, 1999. 33 с.
6. Ильина А. А. Комиксы как объект визуальной социологии. *Российское общество: история и современность*. 2013. Вып. 7. С. 8–10.
7. Косів В. Українська ідентичність у графічному дизайні 1945–1989 років: монографія. Київ: Родовід, 2019. 478 с.
8. Лихвар В. Д., Погорелый Д. Е., Подольская Е. А. Культурология. Москва: ЭКСМО, 2008. 406 с.

Фактично графіті – де досить недовговічне послання світу, що частково наближає його до перформансу, міні-спектаклю у сфері інсталяції, який орієнтований не на результат, а на процес. Сучасні дослідники вважають, що попри еволюцію графіті як і стріт-арту в цілому в якісному відношенні, він є предметом дослідження насамперед антропології й культурології, а вже потім художнього мистецтва й естетики.

Формування мистецтва як коміксів, так і графіті, а також відповідних дизайнерських трендів безпосередньо пов'язаний із переходом до постмодерну (орієнтовно друга половині ХХ ст.), який супроводжувався формуванням значеного числа соціальних груп і неформальних рухів художників («райтерів»). Як комікси, так і графіті виявилися засобом комунікації та ідентифікації для представників цих відокремлених груп: комікси – для інтелектуальних спільнот, графіті – для умовно «вуличних».

9. Платонов Ю. П. Психология конфликтного поведения. Санкт-Петербург: Речь, 2009. 544 с.
10. Сбітнева Н. Ф. Історія графічного дизайну. Харків: ХДАДМ, 2014. 221 с.
11. Сбітнева Н. Ф. Тенденції розвитку сучасного графічного дизайну: повернення до рукотворності. *Вісник ХДАДМ*. 2015. № 4. С. 60–66.
12. Седнев В. Надписи и рисунки в общественном транспорте. *Философская и социологическая мысль*. 1993. № 1. С. 15–22.
13. Столярова Л. Г. Комикс как тип дискурса. *Известия ТулГУ. Гуманитарные науки*. 2009. № 2. С. 278–288.
14. Шумська Я. Український перфоманс: коротко на маргінесах. *Український зріз*. Дрогобич: Коло, 2016. С. 12–14.
15. Koch W. A. Simple Forms: An Encyclopaedia of Simple Text-Types in Lore and Literature. Bochum, 1994. 342 p.

References

1. Hyleva, N. S. (2012). *Psychology of deviant behavior*. Омск: Yzd-vo SybUfK, 2012. 128 p. [in Russian].

2. Hladun, O. (2009). Do problemy vizualnoi movy hrafichnoho dyzainu Ukrainy [To a problem of visual language of graphic design of Ukraine]. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu ta mystetstva*, 5. 42–46 [in Ukrainian].
3. Hrynberh, Y. S., Sukhov, A. A. (2013). Problema khronotopa v komykse [Chronotope problem in the comic book]. *Chelovek v myre kultury*, 3. 51–58 [in Russian].
4. Denysova, A. Y. (2011). Amerykanskyi komyks: faktory razvytyia y fenomen populiarnosti [American comic book: factors of development and phenomenon of popularity]. *Analytyka kulturolohyi*, 21. 56–57 [in Russian].
5. DSTU 3899-99 (1999). Dyvain i erhomomika. Terminy ta vyznachennia [Design and ergonomics. Terms and definitions]. Vydannia ofitsiine. Kyiv: Derzhstandart Ukrainy. 33 p. [in Ukrainian].
6. Ylyna, A. A. (2013). Komyksy kak obiekt vyzualnoi sotsyolohy [Comics as object of visual sociology] *Rossyiskoe obshchestvo: ystoriia y sovremennost*. 7. 8–10 [in Russian].
7. Kosiv, V. (2019). Ukrainska identychnist u hrafichnomu dyzaini 1945–1989 rokiv [The Ukrainian identity in graphic design of 1945–1989]. Kyiv: Rodovid, 2019. 478 p. [in Ukrainian].
8. Lykhar, V. D., Pohorelyi, D. E., Podolskaia, E. A. (2008). Kulturolohyia [Cultural science]. Moscow: EKSMO. 406 p. [in Russian].
9. Platonov, Yu, P. (2009). Psykholohyia konfliktnoho povedenya [Psychology of conflict behavior]. St. Petersburg: Rech. 544 p. [in Russian].
10. Sbitnieva, N. F. (2014). Istoriia hrafichnoho dyzainu [History of graphic design]. Kharkiv: KhDADM. 221 p. [in Ukrainian].
11. Sbitnieva, N. F. (2015). Tendentsii rozvytku suchasnoho hrafichnoho dyzainu: povnennia do rukotvornosti [Trends of development of modern graphic design: return to artificialism]. *Visnyk KhDADM*, 4. 60–66 [in Ukrainian].
12. Sednev, V. (1993). Nadpysy y rysunky v obshchestvennom transporte [Inscriptions and drawings in public transport]. *Fylosofskaia y sotsyolohycheskaia mysl*, 1. 15–22 [in Russian].
13. Stoliarova, L. H. (2009). Komyks kak typ dyskursu [Comic book as discourse type]. *Yzvestyia TulHU. Humanytarnye nauky*, 2. 278–288 [in Russian].
14. Shumska, Y. (2016) Ukrainskyi perfomans: korotko na marginesakh. Ukrainskyi zriz. [Ukrainian performance: shortly on margines. Ukrainian cut]. Drohobych: Kolo. 12–14 [in Ukrainian].
15. Koch, W. A. (1994) Simple Forms: An Encyclopaedia of Simple Text-Types in Lore and Literature. Bochum, 1994. 342 p. [in English].

THE ART OF COMICS AND GRAFFITI – A MODERN WORLDVIEW IN GRAPHIC DESIGN

GULA Ye. P.

Kyiv National University of Technologies and Design

The purpose – to investigate lines and features of definition of the main defining characteristics of art of the comic book and graffiti in the context of modern outlook in graphic design.

Methodology. General scientific methods of a research, analytical, typological, semantic and comparative analysis – are applied to terminological definition of a conceptual framework of graphic design and designation of its theoretical and art criticism application.

ИСКУССТВО КОМИКСОВ И ГРАФФИТИ – СОВРЕМЕННОЕ МИРОВОЗЗРЕНИЕ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

ГУЛА Е. П.

Киевский национальный университет технологий и дизайна

Цель работы – исследовать черты и особенности определения главных определяющих характеристик искусства комикса и граффити в контексте современного мировоззрения в графическом дизайне.

Методология. Применены общенаучные методы исследования; аналитический, типологический, семантический и сравнительный анализ использованы для терминологического определения понятийного аппарата графического дизайна и обозначения его теоретически-искусствоведческого применения.

Results. On the basis of the analysis of scientific sources of the modern foreign and Ukrainian art of the comic book and graffiti generally aspects of interpretations of these welfare concepts, their historical sources in the world and Ukraine are estimated. The perspective of a ratio of art of the comic book and graffiti and world outlook values of modern design is updated. Formation of art both comics, and graffiti and also corresponding design trends is directly connected with the transition to a postmodern (approximately the second half of the 20th century) which is followed by formation of a certain number of social groups and informal movements of artists ("writer").

The scientific novelty consists in consideration of art of the comic book and graffiti as certain welfare community. It is established that both comics, and graffiti were the communication medium and identifications for representatives of these separated groups: comics – for intellectual communities, graffiti – for conditionally "street".

Practical significance. The summed-up modern scientific determination of graphic design. Results of a research can be used in practice of teaching graphic design, art of the comic book and other graphic disciplines.

Keywords: *art of the comic book; design; graphic design; world outlook principles; street art; marginality; social groups.*

Результаты. На основе анализа научных источников современного зарубежного и украинского искусства комикса и граффити обобщенно аспекты трактовки этих социально-культурных понятий, оценены их исторические истоки в мире и Украине. Актуализирована проблематика соотношения искусства комикса и граффити и мировоззренческих ценностей современного дизайна. Формирование искусства как комиксов, так и граффити, а также соответствующих дизайнерских трендов непосредственно связано с переходом к постмодерну (ориентировочно вторая половина XX в.), сопровождающимся формированием определенного числа социальных групп и неформальных движений художников («райтеров»).

Научная новизна заключается в рассмотрении искусства комикса и граффити как определенной социально-культурной общности. Установлено, что как комиксы, так и граффити оказались средством коммуникации и идентификации для представителей этих отделенных групп: комиксы – для интеллектуальных сообществ, граффити – для условно «уличных».

Практическая значимость. Подытоженные современные научные определения графического дизайна. Результаты исследования могут быть использованы в практике преподавания графического дизайна, искусства комикса и других графических дисциплин.

Ключевые слова: *искусство комикса; дизайн; графический дизайн; мировоззренческие принципы; стрит-арт; маргинальность; социальные группы.*

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРА

Гула Євген Петрович, професор, Член національної спілки художників України, завідувач кафедри рисунку та живопису, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-3559-2179, **e-mail:** evgenush.gula@gmail.com

Цитування за ДСТУ: Гула Є. П. Мистецтво коміксу та графіті – сучасний світогляд у графічному дизайні. *Art and design*. 2021. №1(13). С. 55–61.

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2021.1.5](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2021.1.5)

Citation APA: Gula, Ye. P. (2021) The art of comics and graffiti – a modern worldview in graphic design. *Art and design*. 1(13). 55–61.