

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

Дизайну

(повна назва факультету/інституту)

Рисунка та живопису

(повна назва випускової кафедри)

УДК 7.012:687

ДИПЛОМНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему

Комікс як різновид книжкової та журнальної ілюстрації

Виконала: студентка групи БДр2-17

спеціальності 022 Дизайн

Сапа Т. Ю.

(прізвище та ініціали)

Науковий керівник Єжова О. В.

(прізвище та ініціали)

Рецензент _____

(прізвище та ініціали)

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

Факультет Дизайну

Кафедра Рисунка та живопису

Спеціальність 022 – Дизайн

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Рисунка та живопису

Гула Є. П.

“ _____ ” _____ 2021 р.

З А В Д А Н Н Я

НА БАКАЛАВРСЬКУ ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Сапі Тетяні Юрівній

1. Тема дипломної бакалаврської роботи Комікс як різновид книжкової та журнальної ілюстрації

Науковий керівник роботи Єжова Ольга Володимирівна, доктор пед. наук, професор

затверджені наказом КНУТД від лютого 2021 року № 75 - уч від 15.03.2021

2. Строк подання студентом роботи червень 2021 року

3. Вихідні дані до дипломної бакалаврської роботи наукові публікації, навчальна література та дослідження дизайн-проектування коміксу

4. Зміст дипломної бакалаврської роботи (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ, Розділ 1 Аналітичний, Розділ 2 Проектний, Розділ 3 Реалізація дизайн-проєкту, Загальні висновки, Список використаних джерел, Додатки

5. Дата видачі завдання _____ 2021 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної бакалаврської роботи	Терміни виконання етапів	Примітка про виконання
1	Вступ	лютий 2021	
2	Розділ 1 Аналітичний	лютий 2021	
3	Розділ 2 Проектний	березень 2021	
4	Розділ 3 Реалізація дизайн-проекту	квітень 2021	
5	Загальні висновки	травень 2021	
6	Оформлення дипломної бакалаврської роботи (чистовий варіант)	травень 2021	
7	Здача дипломної бакалаврської роботи на кафедрі для рецензування (за 14 днів до захисту)	червень 2021	
8	Перевірка дипломної бакалаврської роботи на наявність ознак плагіату (за 10 днів до захисту)	червень 2021	
9	Подання дипломної бакалаврської роботи на затвердження завідувачу кафедри (за 7 днів до захисту)		

Студент _____

Сапа Т. Ю.

Науковий керівник роботи _____

Єжова О. В.

Рецензент _____

АНОТАЦІЯ

Сапа Т. Ю. Комікс як різновид книжкової та журнальної ілюстрації.
Дипломна бакалаврська робота за спеціальністю 022 Дизайн – Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2021 рік.

На основі сформованої концепції, визначеної сфери споживання, цільової аудиторії обґрунтовано вибір обкладинки, та інших сторінок коміксу. Визначено та досліджено таке поняття, як комікс. Розроблено дизайн сторінок графічної історії в з використанням різних ілюстрацій і кольорових рішень. Здійснено аналіз читацької аудиторії. Обрано програмне забезпечення графічних редакторів для створення ілюстрацій для графічної історії, надано рекомендації щодо вибору матеріалів для її виготовлення. Розроблено і виготовлено в матеріалі графічну історію “Жарти темряви”.

Ключові слова: комікс, ілюстрація, графічні історії, читацька аудиторія, матеріал.

АННОТАЦИЯ

Сапа Т. Ю. Комикс как разновидность книжной и журнальной иллюстрации. Дипломная бакалаврская работа по специальности 022 Дизайн - Киевский национальный университет технологий и дизайна, Киев, 2021.

На основе сформированной концепции, определенной сферы потребления, целевой аудитории обоснован выбор обложки, и других страниц комикса. Определены и исследованы такое понятие, как комикс. Разработан дизайн страниц графической истории в с использованием различных иллюстраций и цветовых решений. Осуществлен анализ читательской аудитории. Выбрано программное обеспечение графических редакторов для создания иллюстраций для графической истории, даны рекомендации по

выбору материалов для ее изготовления. Разработан и изготовлен в материале графическую историю "Шутки темноты".

Ключевые слова: комикс, иллюстрация, графические истории, читательская аудитория, материал.

SUMMARY

Sapa T. Comics as a kind of book and magazine illustration.

Thesis undergraduate specialty 022 Design - Kyiv National University of Technology and Design, Kyiv, 2021.

The choice of the cover and other pages of the comic is substantiated on the basis of the formed concept, the certain sphere of consumption, the target audience. The concept of comics is defined and researched. Developed the design of graphic history pages using various illustrations and color solutions. The analysis of the readership is carried out. The software of graphic editors for creation of illustrations for graphic history is chosen, recommendations on the choice of materials for its production are given. The graphic history "Jokes of Darkness" is developed and made in the material.

Key words: comics, illustration, graphic stories, readership, material.

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	3
ЗМІСТ	6
ВСТУП	8
Розділ 1 АНАЛІТИЧНИЙ	11
1.1 Історіографія та проблеми дослідження коміксу, як журнальної графіки	11
1.2 Характеристика процесу дизайн-проектування (Графічні історії)	19
1.3 Класифікація різновидів коміксів	22
Висновки до розділу 1	28
РОЗДІЛ 2 ПРОЄКТНИЙ	29
2.1. Дослідження сфери споживання, визначення групи споживачів (замовників) і асортименту виробів для проектування коміксів	29
2.2 Дослідження новітніх матеріалів, інноваційних методів та конструктивних рішень, способів проектування графічних історій	32
2.3 Розробка творчої концепції та ідеї для створення власної графічної історії	40
2.4 Розробка ескізного ряду власного коміксу	47
Висновки до розділу 2	50
Розділ 3 РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙН – ПРОЄКТУ	51
3.1 Вибір матеріалів для реалізації дизайну коміксу	51
3.2. Вибір методу розробки власного коміксу	53
3.3. Розробка і виготовлення в матеріалі графічної історії	57

Висновки до розділу 3	60
Загальні висновки	62
Список літератури	64
Додатки	70

ВСТУП

Актуальність теми обумовлена тим, що комікс з'являється в нашому житті в різних галузях медіа та мистецтві, в рекламі, в газетах, в журналах, в соціальних мережах. Досліджено, що графічна література – це розвинена індустрія в багатьох країнах. Розглянуто, що за допомогою графічних новел, можна дізнатися про ту чи іншу культуру різних народів, побут, звичаї. Описано, що винахідниками цього жанру вважають швейцарського художника Родольфа Тепфера і британського карикатуриста і живописця Томаса Роуландсона. Проаналізовано, що окрім журналів і графічних романів, цей вид мистецтва активно входить в нові формати, перетворюється в серіали.

Метою дослідження є розроблення дизайн-проекту коміксу на основі комплексного аналізу коміксу як різновиду книжкової та журнальної ілюстрації.

Завдання дослідження:

1. Обґрунтувати теоретичні засади мистецького напрямку – коміксів, з'ясувати етапи створення перших коміксів, визначити поняття комікс, обґрунтувати методику створення коміксів. Розглянути напрями графічних історій у різних країнах, їх особливості.

2. Визначити структуру графічних романів, на які складові вони поділяються, визначити межі поширення коміксів серед класів суспільства та на які види поділяються. Проаналізувати жанри коміксів та сферу споживання.

3. Дослідити властивості різних видів коміксів, походження різновидів, зв'язки між споживачем і продуктом, засоби розповсюдження графічних історій, технології за допомогою яких, створюються комікси, їх функції в сучасному мистецтві.

4. Розглянути методи розробки коміксів та обрати спосіб створення власного творчого проекту. Проаналізувати матеріали для виготовлення коміксів та обрати відповідний матеріал для виготовлення коміксу. Розробити свій дизайн-проект – графічну історію.

Об’єктом дослідження є дизайн-проекування ілюстрації.

Предметом дослідження дипломної бакалаврської роботи є комікс, як різновид книжкової та журнальної ілюстрації.

Методи дослідження. Теоретичною та методологічною основою дослідження є системний підхід до дизайн-проекування коміксу. У теоретичному дослідженні використано системно-структурний, морфологічний, композиційно-конструктивний аналіз. Графічні матеріали виконано з використанням графічного редактора Adobe Photoshop.

Елементи наукової новизни одержаних результатів. В роботі дістали подальшого розвитку принципи дизайн-проекування поліграфічної продукції з покращеними естетичними властивостями.

Практичне значення одержаних результатів. Комікс, який був представлений на дипломну бакалаврську роботу можна використовувати в розважальних цілях, рекламі, видавництві.

Апробація результатів дослідження. Робота апробована під час участі у науково-технічній конференції магістрів і докторантів (Технічний університет Молдови, м. Кишинів, 23-25 березня 2021р). Творчий дизайн-проект представлений на всеукраїнському конкурсі 2021 Ukrainian design the very best of all rights reserved та творчому конкурсі ООН «Покоління рівності: конкурс коміксів та ілюстрацій».

Публікації. Були представлені тези з темою дипломної роботи у науково-технічній конференції магістрів і докторантів з Технічного університету в Молдові, місто Кишинів, 25 квітня 2021 рік.

Обсяг і структура дипломної роботи. Дипломний бакалаврський проєкт складається зі вступу, 3 розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (40 найменувань) та додатків. Загальний обсяг бакалаврського проєкту становить 70 сторінок комп'ютерного тексту (без додатків). Додатків 9 на 10 стор, 30 рис.

Розділ 1

АНАЛІТИЧНИЙ

1.1 Історіографія та проблеми дослідження коміксу, як журнальної графіки

Комікс (від англ. Comic - смішний) - графічні історії, розповіді в картинках, графічні новели. Він поєднує риси таких видів мистецтва, як література і образотворче мистецтво. Є інші назви для цього виду мистецтва і окремих його різновидів - мальовані історії, графічні романи (графічні новели) - для великих коміксів, стрипи - для коротких. У деяких країнах з розвиненою індустрією коміксів для них є власна, національна назва. Комікси – мистецтво порівняно нове, з настання «золотого століття» коміксів до наших днів минуло трохи більше 80 років. За цей час книжкова графіка встигла пережити злети, падіння і появу всенародної любові. Відомо, що 65% людей, - «візуали». Їм простіше засвоювати інформацію у вигляді картинок, ніж у вигляді тексту. В обробці зорової інформації бере участь приблизно 50% кори головного мозку - більше, ніж припадає на будь-який інший канал сприйняття [1]. Психологи часто рекомендують читати дітям комікси, бо саме через них дитині буде легше захопитися сюжетом і запам'ятати нові факти. Для дорослих графічні історії – прекрасний приклад синтезованого мистецтва. У цьому жанрі є захоплююча історія, яскраві ілюстрації, цікаві герої, насичені діалоги та можливість довше залишатися з улюбленим коміксом на багато випусків [33]. Сучасний комікс містить комунікативний код, який легко розшифрує читач будь-якій частині світу завдяки речам, таким як малюнок, вигуки, ономапопея, що є інтернаціональними. Важливо відзначити, що комікси часто використовуються в рекламних, навчальних розважальних і освітніх цілях. Саме тому їм відводиться місце на сторінках багатьох газетних і журнальних видань [29].

Деякі науковці вважають, що предтечами коміксів можна вважати наскальні малюнки древніх людей. Люди хотіли через зображення передати те, що вони проживають [26]. Зображені на стінах печер оповідання про полювання, побут, зміну пір року і справді віддалено нагадують класичні «стрипи». Людство з давніх часів використовувало ілюстрації для створення візуальної розповіді, будь то єгипетські ієрогліфи, грецькі фрески або середньовічні гобелени, але історія коміксів в сучасному розумінні цього слова бере початок в середині XVIII століття.

Комікси є об'єктом наукового вивчення [30]. Поява коміксів тісно пов'язана з політичним і соціальним життям суспільства, якщо перші ілюстрації використовували в основному релігійні тексти, то автори Епохи Просвітництва почали малювати сатиру і гумор. Одним з таких авторів став англійський художник та ілюстратор Вільям Хогарт (1697 - 1764). Прагнучи викрити вади сучасного суспільства, Хогарт створював цілі цикли картин і гравюр, об'єднаних спільною історією, наприклад, «Кар'єру повії», «Кар'єру марнотратника» і «Модний шлюб» [2]. Наступним важливим етапом розвитку мистецтва створення коміксів стала діяльність британського карикатуриста і живописця Томаса Роулендсона і швейцарського художника Родольфа Тепфера. Перший найбільш відомий як автор ілюстрацій до поеми Вільяма Комба «Подорож доктора Синтаксису в пошуках мальовничого». Поема видавалася в 1810-х роках в популярному «Поетичному журналі» і мала великий успіх - такий, що незабаром навіть була випущена окремою книгою. Так і з'явився перший графічний роман. Завдяки Роулендсону стало модним розміщувати в газетах і журналах серії карикатур. Родольфо Тепфер же працював сам. Він малював гумористичні історії про своїх героїв - амбітного містера Жабо, батька месьє та інших - і супроводжував їх розважальними підписами. Роботи художник показував своїм друзям. На щастя, серед друзів виявився Йоганн

Вольфганг фон Гете, автор «Фауста». Він переконав Тепфера опублікувати альбоми, якраз в цей час у Франції з'явилася технологія масового друку зображень. Наступний етап у розвитку коміксів припав на масове поширення газет і журналів. Видавці зрозуміли, що ілюстрації стануть дуже гарним способом коментування навколишню дійсність, і незабаром графічні історії стали постійними гостями більшості поважаючих себе видань. Художники не боялися експериментувати з форматом і почали створювати цілі цикли ілюстрацій, об'єднаних загальним сюжетом, причому, з другої половини XIX століття, в подібних циклах почали з'являтися свої герої і другорядні персонажі, що з'являються в виданні на регулярній основі і в наші дні [36]. Швейцарський карикатурист Родольфо Тепфер, автор «Пригод Обадаїя Олдбака» розміщував текстові підписи під малюнками, німецький поет-гуморист Вільгельм Буш створив комікс «Макс і Моріц», який зробив величезний вплив на сучасників і нащадків, в цьому творі чорно-білі ілюстрації супроводжувалися віршами, а американець Річард Ф. Аутколт ввів в широкий ужиток використання «хмарок» для відображення слів і думок персонажів (рис. 1.1). Створені Аутколтом серії «Алея Хогана», «Жовтий малюк» (до речі, саме від цього коміксу пішло словосполучення «жовта преса») і «Бастер Браун» вважаються першими традиційними коміксами [2]. Перші комікси були чорно-білими, а перший кольоровий газетний комікс з'явився в 1894 році в газеті «Нью-Йорк Ворлд», його автором був Уолт Макдугал.

Перші комікси були чисто гумористичними і сатиричними, але, починаючи з двадцятих років двадцятого століття, в пресі по обидва боки Атлантичного океану стали з'являтися пригодницькі та детективні історії. «Спірит», «Бак Роджерс», «Флеш Гордон», «Пригоди Тінтіна», вони завойовували собі тисячі шанувальників, величезним попитом користувалися і газетні стрипи про пригоди Міккі Мауса за авторством Флойда Готтфредсона і

Ела Таліаферро [2]. Комікси стали розділяти на щоденні, що виходять у будні, і недільні, якщо щоденні історії друкувалися в чорно-білому кольорі, то недільні комікси були кольоровими. До 1929 року комікси йшли виключно як одними із доповнень до вже існуючих журналів та газет і їх не можна було купити окремо, але в 1929 році ситуація змінилася - у видавництві Dell вийшов перший номер журналу Funnies, в якому передруковувалися кращі графічні історії. З часом починає складатися індустрія коміксу. У 1930-х роках американські видавці помітили, що люди дійсно люблять графічний вид мистецтва. Вони вирішили видавати комікси у вигляді окремого журналу. Так з'являється коміксбук, це найпоширеніша форма розповсюдження коміксів і в наш час. Видавці не хотіли платити великі кошти за популярних коміксних персонажів – було набагато простіше заплатити художнику декілька долларів, щоб він намалював нових персонажів [7]. В 1938 році вийшов перший номер журналу Action Comics з Суперменом на обкладинці - йому судилося стати одним з найбільш культових героїв коміксів всіх часів (рис. 1.2).



Рис. 1.1. «Пригоди містера Обадаі Олдбака» (Томас Роуландсон)



Рис. 1.2. Перший номер журналу Action Comics з Суперменом на обкладинці

З цього моменту бере відлік таке поняття, як «золотий вік» коміксів, що продовжився до 1950-х років [1]. За цей період були створені десятки коміксів з

супергероями, які відомі і сьогодні: Бетмен, Чудо-Жінка, Капітан Америка, Зелений Ліхтар і інші.

По обидва боки Атлантики люди зачитувалися історіями про людей з надздібностями. Комікси відображали реалії та настрої тих днів. Під час Другої світової війни найпопулярнішими жанрами були історії про супергероїв, причому багато історій носили відверто патріотичний характер, а капітан Америка та багато інших коміксних героїв активно боролися з ворогом. На той час історії про відважних супергероїв на війні, користувалися великим попитом, в той час як солдати більш були прихильні до мирних і веселих коміксів, що дозволяють хоча б на час відволіктися від тягот і жахів фронтового життя. На початку п'ятдесятих років, з масовим поширенням телебачення, популярність коміксів пішла на спад [37]. Продажі журналів падали, а сам жанр стали вважати «жовтим» через величезну кількість жорстоких сцен. Повернути втрачені позиції йому вдалося лише в кінці 1950-х, коли настав «срібний вік» коміксів (1956-1970 роки) [1]. Практично всі історії про супергероїв втрачали популярність на початку п'ятдесятих років, на зміну їм прийшли вестерн, наукова фантастика, містика, детектив і романтика. Але і ці жанри виявилися під загрозою зникнення. У 1954 році психіатр Фредрік Верт авторитетно заявив, що комікси погано впливають на молодь, ведуть до зростання підліткової злочинності. Під таким впливом видавці були змушені випустити спеціальний Кодекс Коміксів, який чітко прописував заборонені і дозволені теми [2]. Поява Кодексу привела до знищення детективних історій і жахів, закрилися деякі видавництва. Супергеройський жанр почав розповсюджуватись і з початком шістдесятих років почав активно розвиватися і на довгі роки завоював лідируюче місце на ринку (Рис. 1.3.).



Рис. 1.3. Обкладинка із зображенням Флеша

Кінцем «срібного віку» багато хто вважає зміни, внесені до Кодексу коміксів в 1971 році [1]. Вимоги цензорів пом'якшилися: наприклад, в історії повернулися надприродні істоти, а жанр жахів знову дозволили. Так стартував новий, «бронзовий вік» коміксів, що тривав до 1984 року. В епоху Холодної війни, загального страху і цинізму сюжети стали більш серйозними і гостросоціальними. Але далеко не всім авторам було цікаво випускати історії, обмежені Кодексом Коміксів, тому крім звичайних журналів виходило безліч аматорських і неофіційних видань, на сторінках яких автори могли не боятися цензури і піднімати хвилюючі їх соціальні, політичні та філософські теми. У середині вісімдесятих років індустрія коміксів пережила своєрідне переродження - саме тоді з'явилися автори, які створили нові різновиди жанру і перетворили історії про супергероїв з веселих картинок в похмурі, часом навіть схожі на жахи. У середині вісімдесятих років індустрія коміксів пережила своєрідний Ренесанс - саме тоді з'явилися автори, які визначили жанрові межі і перетворили історії про супергероїв з веселих картинок в похмурі, навіть є страшні історії про людей із спотвореною долею. У 80-х Marvel Comics придбав анімаційну студію, творчим директором якої був призначений Стен Лі. Комікс перетворився на мультсеріал. Художник запустив мультимедійну кампанію і

підкорив Інтернет новим форматом коміксів, створивши StanLee.net [25]. Особливо плідним вийшов відрізок з 1985 по 1987 роки, коли з інтервалом всього в декілька місяців в продаж надійшли «Міраклмен» Алана Мура, «Повернення Темного лицаря» Френка Міллера, «Маус» Арта Шпігельмана, «Хранителі» Алана Мура і Дейва Гіббонса, « шибайголова: Народжений заново » і « Бетмен: Рік перший » Френка Міллера і Девіда Маццучеллі, « Що трапилося з людиною завтрашнього дня » Алана Мура [2]. Близько 35 років тому «бронзовий вік» переходить в так зване «темне століття», яке триває до наших днів. Кодекс коміксів в цей час стає простою формальністю, а потім і зовсім зникає. З середини дев'яностих років з'явився новий різновид коміксів - веб-комікси. Такі історії публікуються в Інтернеті, часто на спеціалізованих ресурсах. Веб-комікси завоювали популярність завдяки зручності, відсутності прив'язки до паперу і можливості, що відкривається на зразок нескінченного полотна, на якому художник може розвивати свою історію неймовірно довго.

Marvel і DC Comics - два найголовніших в світі видання коміксів. Їх протистояння почалося ще в 30-х роках, встигло пережити безліч сплесків, примирень і цілий ряд спільних випусків, де з'являлися герої обох всесвітів. Уже в перших випусках DC Comics з'явилися два ключових персонажа [40]. У червні 1938 року Супермен був представлений публіці в серії Action Comics, а в травні 1939 року світ вперше дізнався про Бетмена (рис. 1.4). У Marvel в цей час все було не так яскраво. Їх найпопулярнішим героєм в кінці 30-х став призабутий нині Людина-факел. Однак уже в 1941 році художник Джо Саймон і легенда студії Джек Кірбі придумали Капітана Америку - патріотичного героя, випуски якого відразу стали бестселером [11].



Рис. 1.3. Перший випуск комікса про Капітана Америку

У 50-х роках DC Comics багато в чому перевищували своїх конкурентів. Їх комікси краще продавалися, а герої були більш цікавими та складними і більше подобалися читачеві. Їхні історії мали детективну лінію, що в свою чергу зацікавлювало, а ключовими персонажами всесвіту були Супермен, Бетмен і Чудо-жінка. У 60-х до них додалися Флеш і Зелений ліхтар. А в 1961-му вийшла популярна серія «Ліга справедливості Америки», в якій об'єднувалися майже всі ключові персонажі DC. У відповідь на це Marvel запустили серію «Фантастична четвірка», створену молодим Стеном Лі та Джеком Кірбі [11]. З появою Фантастичної четвірки, Marvel стала такою ж успішною як DC. Більше того, в 1962 році компанія представила нового героя-Людину-павука, який вперше з'явився на сторінках коміксів Amazing Fantasy. Також компанія випустила серію історій як про позитивних (Халк, Людина-мураха, Залізна людина, Шибайголова), так і про негативних (Доктор Восьминіг, Веном, Доктор Дум, Зелений Гоблін) персонажів. Найуспішнішою новинкою видавництва є серія "Дивний Людина-павук"(Рис. 1.5)[12].



Рис. 1.5. Випуски коміксів з Людиною-павуком

Наприкінці 2000-х на великому екрані розгорнулася битва компаній. І тут Marvel вдалося сповна відігратися. Їхні екранізації з року в рік ставали найкасовішими фільмами, а їх ідея перенести популярну серію коміксів "Месники" на екран стала ще одним поворотним моментом в історії коміксів. Але якщо Marvel вражала екшеном, то DC у фільмі продовжувала створювати темні історії, де важливою віхою став вихід "Темного лицаря" Крістофера Нолана. Освоївши ж великі екрани, обидві компанії знову звернули свою увагу на телевізор. І тут компанія Marvel, яка випустила оновлену лінійку серій («Джессіка Джонс» та «Шибайголова»), все ще випереджає свого головного конкурента [11].

1.2 Характеристика процесу дизайн-проектування (Графічні історії)

Стрімкий розвиток новітніх технологій закономірним чином вплинув на мистецтво графічних історій. Почали з'являтися нові формати, не характерні для друкованих видань. Художники почали експериментувати з новою

складовою, візуальною. Вони намагалися збагатити комікси новою анімацією, сценаристи почали розробляти нові інтерактивні історії, а видавці почали освоювати інтернет простір, для торгівлі. Скотт Макклауд, один з найпопулярніших дослідників комікс-культури, передбачав мальованим історіям дванадцять значущих революцій. Три з них він напряду пов'язував з розвитком цифрових технологій, і саме в них бачив простір і можливість для переходу мистецтва коміксу на якісно новий рівень[3]. Комікс, який поєднує в собі вербальні і іконічні знаки, є типовим продуктом масової культури. Завдяки своїй наочності він забезпечує легкість сприйняття. Повторюваність сюжетів і персонажів сприяє швидкому сприйняттю. Композиційна напруга гарантує емоції. Все це перетворює читання коміксу в задоволення. Привабливість графічних історій, на думку У. Еко, полягає у відчутті відпочинку, психологічної розрядки, коли читач, крок за кроком, відкриває те, що він вже знає, і те, що хоче дізнатися знову [4]. Специфіка коміксів полягає ще й у впливі на цей жанр інших видів мистецтв: літератури, живопису, а також кінематографа і каліграфії. Дослідник графічної літератури Філоненко Б. називає комікси «наднаціональним» видом мистецтва, адже їх може зрозуміти будь-який читач [5]. Належність коміксу до групи друкованих засобів інформації підтверджується способом його поширення, спрямованістю до широкої аудиторії. Сьогодні, наприклад, видавництво Toon Books, яке спеціалізується на випуску коміксів, розробило вікову лінійку коміксів: для найменших читачів у віці трьох-чотирьох років, для старших дітей других-третьох класів і вище. Поряд з визначенням коміксу як жанру масової культури все частіше виникає прагнення визнати комікс дев'ятим мистецтвом, яке прийшло на зміну спробам дати йому визначення на основі існуючих форм мистецтва. Треба відзначити, що саме визначення коміксу, як частини літератури відкрило доступ до його вивчення в літературознавчому аспекті і тим самим сприяло підвищенню культурологічної значущості цього

інформаційного продукту. Зв'язок з літературою підтримується через наявність вербального компонента і відкриває простір зокрема для мовного аналізу коміксу. Будучи сьогодні переважно друкованим інформаційним продуктом, комікс поки ближче до літератури, ніж до кінематографа і мультиплікації, і передбачає активну співучасть читача, який повинен бути здатний об'єднати різні кадри коміксу і зуміти комплексно відтворити в своєму сприйнятті все його смислове навантаження, створене за допомогою графічних і текстових елементів. Потужним засобом популяризації коміксів є кінематограф [6]. Цифрову еволюцію коміксу поділяють на 3 види: Перша революція – це початок цифрового виробництва. У 2000 році, на момент написання Скоттом МакКлаудом «перевинаходу коміксу», будь-який комп'ютер, який був у будь-якого вдома вже міг функціонувати як пристрій для створення графіки [3]. З кожним роком вимоги апаратного забезпечення збільшувалися, що в свою чергу дозволяло досягати все більше різнопланових зображень, що прискорювало процес роботи.

Друга революція – це цифрова доставка, вона повністю змінила індустрію коміксів навіть більше, ніж нові технології, які використовувалися для здобуття зображення. Графічні історії з'явилися в інтернеті раніше, ніж анімація або кіно, і поступово адаптувалися під умови світової павутини. Макклауд припускав, що торгівля цифровими малюнками переверне ринок з ніг на голову: умови конкуренції зміняться, незалежні автори отримають всі шанси на успіх.

Третя, і найголовніша революція цифрового малюнку - це переосмислення нового формату графічних історій [27]. Знову проводячи історичний аналіз формату, автор книжки припускав зміни ще більш кардинальні, ніж набуття коміксом книжкового формату з появою друкарських

верстатів. Комікс, за визначенням МакКлауда - зіставлення за змістом зображення, що утворює своєю послідовністю часову лінію оповідання.

1.3 Класифікація різновидів коміксів

Класифікація коміксів за жанрами та читацькою аудиторією. Для графічних історій немає певних тематичних обмежень. Останнім часом комікси все частіше зустрічаються на сторінках журналів і науково-популярних книг. Текст з ілюстраціями допомагає читачеві краще засвоїти нову інформацію. Графічне мистецтво поділяють на декілька видів і є певна класифікація:

1. В залежності від виду коміксу, вони поділяються на такі види:

Кольорові (комікс намальований повністю в кольоровому форматі)

Чорно-білі (основну частину коміксу створювали в чорно-білих тонах, та лише декілька фрагментів можуть бути кольоровими, також кольоровою випускається обкладинка коміксу)[10]. В залежності від культури країни, де створюється комікс деякі графічні історії можуть бути чорно-білими або кольоровими.

2. В залежності від способу створення:

Рукописні (друковані) - комікси, традиційно виконані на папері, і прочитати такі комікси можна тільки в друкованому вигляді (мають матеріальний вигляд).

Веб-комікси – це графіка, створена в DIGITAL-форматі (виконана на комп'ютері та намальована за допомогою комп'ютерних графічних програм). Можна читати тільки на електронних носіях.

3. Залежно від читацької аудиторії виділяють комікси:

- для хлопчиків (фантастика, пригоди, битви);

- для дівчаток (шкільні історії, перше кохання);
- молодіжні (теми дорослішання, сексу, закоханості);
- жіночі (взаємини протилежних статей);
- дорослі (політика, економіка, історія, культура, секс) [8].

4. За обсягом комікси діляться на декілька видів:

- Стрипи (вміщують в себе кілька кадрів, найчастіше друкуються в газетах і журналах);
- Вебкомікс (Webcomic). Графічні історії, які поширюють в Інтернеті, часто через власні сайти самих авторів. Найбільш популярні серії згодом видаються в журналах видавництвами [9].
- Трейд (він же Trade Paperback, ТРВ) - це збірник різних коміксів в м'якій обкладинці. Найлегший спосіб зібрати під однією обкладинкою декілька (від 3-4 до 10) випусків однієї графічної історії. Але часто в таких виданнях використовується не дуже якісний папір. За розміром такий збірник в м'якій обкладинці невеликий. В цьому збірнику присутнє зібрання кількох випусків однієї серії, пов'язаної однією історією. Видається такий комікс в розмірі від ста до двохсот сторінок.
- Графічна новела (GN - graphic novel)

Різновид коміксу. Являє собою закінчену новелу, що видається в графічному варіанті, і в якій основою передачі сюжету є малюнок, а не текст. За змістом такі твори звернені більше до дорослої аудиторії і мають обмеження за віком. Графічні новели відрізняються від традиційних коміксів не тільки сюжетом, але також зовнішнім виглядом і ціною. Зазвичай видаються в твердій палітурці на якісному папері в сорок і більше сторінок. Найчастіше графічну новелу створює одна людина, максимум троє: сценарист, художник і колорист [9]. Яскравими

представниками графічних романів можна назвати твори «Хранителі» Алана Мура і, мабуть, «Місто гріхів» Френка Міллера [8].

- Щорічник (Annual / Yearbook).

Розглядається як окрема серія, і нумерується відповідно до свого видання (за роком видачі). Зазвичай має більше сторінок, ніж щомісячник цієї ж серії і включає в себе один або кілька нових оповідань і ряд матеріалів, яким не вистачає місця в щомісячній серії. Щорічники особливо часто зустрічаються у виданнях видавництв «DC», «Marvel» [31].

- Авторські комікси (Creator-owned Comics)

Комікси, які по праву належать лише своїм творцям, на протигагу коміксам, що належать видавництву (publisher-owned properties). Наприклад, письменник Ніл Гейман володіє правами на більшість своїх коміксів.

В кожній країні комікси займають своє місце в культурі. Вони відрізняються жанрами та стилістикою.

У Країні Вранішнього Сонця аналогом коміксів є манга, яка розвивалася в другій половині 20 століття і популярна в наші дні. Японія вже дуже давно використовує особливий вид коміксів [27]. У своєму сучасному вигляді японські графічні історії вібрали в себе багато елементів західних і американських коміксів, проте деякі фрагменти цього мистецтва можна простежити, це фрагменти традиційного живопису укійо-е і суми-е. У японській культурі комікси називаються "манга" . Манга – це чорно-білі японські комікси. Ці картинки, видаються багатотисячними тиражами. Читають ці графічні історії всі японці - від школярів до дорослих бізнесменів в костюмах, а в великих книжкових магазинах обов'язково окремо відведено коміксам один поверх. Це окремий вид мистецтва на стику літератури, кінематографу і живопису. "Історії в картинках" відомі в Японії з самого початку зародження її культури. Навіть в

гробницях стародавніх правителів археологи знаходять графічні малюнки, які структурою чимось нагадують сьгоднішні комікси [28]. Важливість манги в японській культурі обумовлена наступними факторами:

- Визнання широким загалом аудиторії Японії. Манга в Японії є одним з основних видів популярного мистецтва поряд з кіно, аніме і лайт-новелами. Її читають абсолютно всі: від маленьких дітей до осіб похилого віку - але для кожної категорії читачів існує своя категорія коміксів. Чимало художників, діячів науки і навіть політики визнають мангу одним з найважливіших культурних досягнень Японії.
- Різноманітність. Як і західним коміксам, манзі властива велика різноманітність тематик: історії жахів межують - з еротикою, психологічні трилери - з пригодами, детективи - з науковою фантастикою, шкільні драми - з легковажними комедіями. При цьому цензура в Японії практично не має вплив на цей вид мистецтва, завдяки чому в спеціалізованих магазинах можна легко придбати журнали навіть з вельми шокуючими гуро-історіями [35].
- Манга - важливий предмет колекціонування в Японії. В цій країні прийнято шанобливо ставитися до праці, тому люди в переважній більшості випадків купують комікси в магазинах. До скачування із інтернету, колекціонери коміксів вдаються тільки в крайніх випадках, коли необхідно розшукати раритетний екземпляр.

В Китаї створюють свої комікси. Маньхуа - китайські комікси. Під цим поняттям об'єднують всі комікси, випущені в Китаї (включаючи Тайвань і Гонконг), а також переклади японської манги на китайську мову. Історики вважають, що першим автором маньхуа був Томасу Чу (Tomasu Chew). У своїй книзі Комікси Гонконгу- історія маньхуа, Венді Сюї Вонг пише, що китайські комікси «включають в себе карикатури, комікси і лянхуаньту

(традиційна китайська ілюстрована книга оповідань з картинками) різних форм і стилів» [10]. Графічні малюнки, що нагадують сучасні комікси та карикатури, існували в Китаї з давніх часів і протягом усієї його історії. Найбільш давні зразки подібних коміксів збереглися у вигляді кам'яних барельєфів і зображень на гончарних виробках, а також у вигляді сатиричних малюнків епохи Мін (1368-1644 н. Е.) І Цин (1643-1911 н. е.). Періодом зародження традиційних китайських маньхуа зазвичай вважають період з 1867 по 1927 рр. Традиційні маньхуа активно створювалися аж до «культурної революції» (1966-1976 рр.). В цей же час активно почали розвиватися сучасні маньхуа в Гонконзі і на Тайвані – які створювалися під впливом японської манги. Веб-комікси в вигляді довгих стрипів являються ідеальним форматом для КНР, де кількість користувачів смартфонів перевищує населення Європи. У китайському інтернеті є безліч сайтів-сховищ маньхуа.

З коміксами найбільш часто асоціюються саме американська культура із своїми легендарними графічними новеллами. В 20 столітті в США комікси набули масштабу масового культурного взлету, перетворившись в повноцінний вид мистецтва. Для сучасних американських коміксів характерні такі риси:

- Багатожанровість. В Америці розповсюджена велика різноманітність історій в картинках. Графічні новели мають фантастичний, драматичний, детективний, комедійний, сатиричний або інший сюжет.
- Концептуальність. Хоча в США комікси з'явилися як невеликі розважально-гумористичні історії, з 30-х років і до сьогоднішнього часу існують величезні опрацьовані всесвіти, а в сюжетах зачіпаються такі складні теми, як трансгуманізм («Трансметрополітен»), виправданість насильства в боротьбі зі злом («Бетмен»)[10].

- Архетипічність. Герої американських коміксів популярні і цінуються не стільки як самостійні особистості, скільки як втілення несвідомих архетипів. Художники багато звертають уваги на опрацювання їхніх характерів схематичне і спрямоване на вираження якогось конкретного типажу. Наприклад, Супермен або Капітан Америка - типові «Воїни», в рисах Джокера можна побачити Трікстера, а Чудо-Жінка висловлює архетип діви-войовниці.

На сьогоднішній день в США комікси – це не тільки велика індустрія, представлена видавництвами Marvel, DC Comics, Dark Horse Comics. Але і значна частина національної культури. Герої і сюжети різноманітних історій служать неабияким натхненням для голлівудських сценаристів і режисерів, в школах розглядають та вивчають характери персонажів, різні ситуації, описані в графічних новелах. При цьому комікси в США користуються популярністю не тільки у дітей, але і у дорослих. Починаючи з 1970 року в Сан-Дієго проходить міжнародний фестиваль Comic-Con, присвячений коміксами та іншим видам сучасної популярної культури, що збирає мільйони шанувальників з усього світу.

У Європі комікси не отримували такої популярності, як в США чи Японії, проте, і тут графічна культура розвинена не менше і є великі видавництва. В Європі комікси видаються в основному в вигляді графічних романів - досить товстих книг із завершеним сюжетом в твердій палітурці, розрахованих на дорослу аудиторію, хоча є і декілька екземплярів для людей меншого віку. На відміну від американських, європейські графічні історії в картинках так і залишилися переважно вузьконаправленим розважальним жанром. Головним чином комікс-культура набула поширення у Франції та Бельгії - одним з основних і найбільш відомих графічних романів є історія, яка видається з 60-их років «Астерікс і Обелікс», за якими були зняті цілком успішні екранізації [10]. У Британії були видані комікси про Суддю Дредд (двічі

екранізовані) і менш відомі у світі, але все одно популярні історії про «Tank-Girl». У Німеччині також був свій аналог коміксів - мальовані історії «пикколос» в невеликому форматі. Спочатку це були майже копії американських коміксів з проекцією на національну культуру і історію. Зокрема, великою популярністю користувалися історії про шляхетного лицаря Зігурда або Якима - німецького аналога Тарзана. В європейських коміксах образ супергероя (і суперлиходія) не набув широкого поширення [10].

Висновки до розділу 1

В першому розділі дипломної роботи було обґрунтовано проблеми дослідження коміксу, як журнальної графіки, визначено та досліджено таке поняття, як комікс, обґрунтовано методика створення перших коміксів та вивчено їх повний розвиток та розповсюдження серед сучасних читачів. Проаналізовано графічні історії перших авторів коміксів та їх вплив на подальший розвиток. Описано розвиток перших коміксів та створення перших студій. Здійснено аналіз перетворення індустрії коміксів в кіноіндустрію. Досліджено, що комікси поділяються на декілька видів, за способом створення та за жанрами. Розглянуто особливості коміксної культури в різних країнах, їх способи творення та аудиторію.

РОЗДІЛ 2 ПРОЄКТНИЙ

2.1. Дослідження сфери споживання, визначення групи споживачів (замовників) і асортименту виробів для проєктування коміксів

Виникнення коміксу як окремої форми медіа-мистецтва чимось схоже на появу Інтернету. Це поява нового середовища, яке може відображати побажання споживача. Ця особливість масової культури та літератури внесла свої зміни, оскільки було додано візуальний елемент, що працює рівноправно з вербальним. Комікс може майже повністю передати загальну стилістику та настрій твору [27]. Це не тільки ілюстрація, як раніше, а справжня медіа-дія, яка впливає на читача навіть більше, ніж текст. Візуальність завжди пов'язана з масовістю, оскільки вона зрозуміла і без мовного аспекту. Кіно та телебачення є яскравими прикладами величезного впливу, поєднаного зі зниженням віку та інтелектуального рівня споживача, характерними для будь-якої масової події. Комікси - це засоби масової інформації, які ніби перенесені з майбутнього в минуле, ця еволюція захопила масову аудиторію. Вони з'явилися в тридцяті роки, причому в книжках пізніше, ніж в газетах. Основна відмінність книжкової графіки від коміксів у газетах - це аудиторія: у газетах вона доросла, а книжкові комікси призначені для дітей. Художність (література, кіно, мистецтво) - це завжди взаємодія з глядачем, який повинен тимчасово відірватися від світу реальності та долучитися до світу віртуальності. Комікси це наочно продемонстрували. Все активніше комікси стають сучасним голлівудським фільмом. Це часто пояснюється тим, що кінопромисловці не хочуть ризикувати, а беруть вже перевірені на аудиторії сюжети. Однак сьогодні існує дуже багато об'єктивних методів аналізу вподобань аудиторії.

Співорганізатор київського фестивалю коміксів і косплея Kyiv Comic Con Марія Шагур говорить, що з часів проведення першого івенту в 2015 р аудиторія фестивалю зросла приблизно в півтора рази. Цей рік є своєрідною відправною точкою для розвитку культури коміксів в Україні. Кілька років тому магазин коміксів було важко знайти навіть у столиці. Вони більше були схожі на підпільні лавки переважно "для своїх", і мало хто про них знав. "Kyiv Comic Con показав, що така продукція цікава не лише для завзятих шанувальників, а й для більш широкого споживача. Приблизно в тому ж році з'явилася ідея видання всесвітньо відомих коміксів українською. Спочатку мало хто вірив в це (як і ідея Comic Con), але звіти з продажу та новий тираж коміксів підтверджують, що споживачам це не лише цікаво а й потрібно ", - сказала Марія Шагур в інтерв'ю UBR.ua[13]. Попит на комікси поступово зростає. Як розповіли UBR.ua власники магазинів коміксів, це відбувається головним чином завдяки зростаючій популярності фільмів про супергероїв, яких з року в рік стає все більше. Але тематична атрибутика (одяг та аксесуари, статуетки) через високу вартість користується меншим попитом, ніж друковані видання. Хоча у такого товару є також свій покупець. Багато в чому цьому сприяють кінофраншизи. Часто речі йдуть в комплекті з коміксом і квитком в кіно.

Існує хибна думка, що історії в картинках розраховані тільки для дітей, але захоплюються «паперовими мультиками» зовсім не діти. Найбільший попит формує аудиторія у віці 25-34 років, трохи менший - 18-24 річні. "Більшість споживачів - це підлітки або дорослі. Приблизно 80% публікацій у нашому асортименті мають позначку 16+. Ціни на оригінальні видання зростають з падінням гривні. А вартість деяких газет російською мовою зросла через обов'язкове отримання ліцензії для продажу їх в Україні. Середній чек зростає, що швидше через зростання цін. Але багато що залежить від кількості нового продукту та сезону. Зараз середній чек становить 700 грн. у міжсезоння, і 1000

грн. в сезон (літо, зимові канікули) ", -сказав UBR.ua співвласник книги коміксів на On The Bus Андрій Вовк [13]. Тож, слід зазначити, що цей тип літератури призначений не лише для дітей. Звичайно ж, залишаються веселі картинки, які радують різними історіями тварин, всім відомі комікси з Томом і Джеррі. Але найпопулярніші теми - супергерої, але вони вже відрізняються від найперших історій. У них зазвичай обов'язково піднімаються різноманітні актуальні теми та присутня інформація, яка може навіть зашкодити дитині. Але, звичайно, існує спеціально відведена галузь коміксів для дітей. Графічні історії роблять дітей розумнішими. Такий вид літератури розрахований не тільки для розваги, за допомогою картинок діти краще запам'ятовують інформацію, яка написана і намальована. Дітям легше переказати сюжет книги, якщо є красиві картинки. Комікси мотивують маленьких дітей до читання, підвищують інтерес до навчання, розвивають мислення, емоційний інтелект. Вони допомагають краще зрозуміти серйозні та складні теми, а також гарно розвивають кругозір. Все це стосується також і дорослих. Комікси приносять задоволення, оскільки до 90% інформації, що міститься в них, з легкістю надходить до читача [14].

Комікси давно захопили світ. Середній вік глядача, який приходить у кіно, щоб подивитися Капітана Америку, становить 29 років. І справа не лише у видовищі та масовості. Образи багатьох персонажів досить суперечливі. Дедалі все більше коміксів залишають простір для дискусій та суперечок. Ось чому люди будуть до посиніння сперечатися, чи насправді можна вважати Бетмена героєм (багато хто вважає, що він неоднозначний персонаж або навіть злодій).

Також є сумніви в тому, чи цікавиться коміксами жіноча частина планети. Раніше комікси вважалися лише чоловічою темою, але зараз дівчата успішно ведуть ютуб-блоги для тих хто цікавиться графічною індустрією. Індустрія відгукується на запити аудиторії: у героїнь зменшуються груди до природних властивостей і зростає значення як самостійних героїнь. Дедалі

більше дійові особи діють як звичайні дівчата, а не як нереальні фантазії чоловіків. Існує консервативна думка, що жінки зіпсували комікси, але ніхто не вже не звертає на це уваги. А статистика доводить протилежне: намальовані дівчатами комікси не менше успішні в комерційному плані, ніж роботи хлопців. Звичайно, ще існує така тематика коміксів яка розрахована лише для дорослих. В таких коміксах є сцени насильства або сексу, це той випадок, коли інформацію можуть зрозуміти лише дорослі. Наприклад, «Sex Criminals» розповідають про кризове існування людей, які навіть на піку задоволення в ліжку з кимось іншим все одно залишаються самотніми. Крім того, існують детективи, це «похмури» серії коміксів. Наприклад, популярний серіал Netflix "Джессіка Джонс" про стосунки сильної жінки та абьюзера заснований на коміксах імпринту Marvel MAX, який випускає книги 18+ (з сексом, нецензурною лексикою і насильством) [15].

2.2 Дослідження новітніх матеріалів, інноваційних методів та конструктивних рішень, способів проектування графічних історій

У кожного графічного роману і навіть маленького, коротенького коміксу є своя історія створення від зародження ідеї до тиражування і розповсюдження по магазинам. Художники виконують багато ролей в процесі створення коміксу, і всі вони фантастично важкі. Існує певна класифікація деяких ролей, які можуть займати художники в світі коміксів:

- **Графік:** Малюнки всередині (і часто на обкладинці) коміксу спочатку створюються графіками. Вони є основоположниками стилю та дизайну коміксів, і часто завдяки цьому читачі відчують зв'язок із коміксами, окрім самого сценарію.

- **Контуристи:** Контуристам потрібна міцна рука та відмінне знання світлотіні, будь то традиційна робота чи цифровий варіант. Вони не тільки

малюють лінії олівцем, вони створюють обриси твору і роблять його більш живим.

- Колорист: працює разом із художником-графіком та контуристом, над тим, щоб проштукатурити художню роботу у відомий "Техніколор". Суть професії колориста базується на глибоких знаннях теорії кольорів, навичках відтворення та гарному смаку на дизайн.

- Шрифтовик: Шрифтовик - це, в основному, графічний дизайнер, який працює над макетом текстової копії.

- Творець або сценарист: Не всі комікси створюються багатьма художниками відразу, іноді трапляється так, що один художник виконує багато ролей одночасно. Це творці та сценаристи коміксів. Наприклад, багато улюблених коміксів в Інтернеті створювалися однією людиною, яка привертала інших тільки для маркетингу або продажів.

- Художник обкладинки: Виготовляти обкладинки для коміксів чудово, як і створювати ілюстрації для книг, оскільки графічну роботу покупці в книжковому магазині побачать в першу чергу, і це може спонукати їх відкрити та купити комікси. Як і сам комікс, обкладинку можуть робити кілька художників разом (Рис. 2.1).

- Також є багато інших позицій, включаючи розробника продукту, дизайнера верстки, маркетолога, продавця тощо. Як і у випадку з іншими видами друкованої продукції, художники часто створюють безліч роботи одночасно, щоб передати свою ідею на папер, а потім споживачеві [16].



Рис. 2.1. Обкладинка коміксу "Star Trek: Starfleet Academy", Джордж Келтсудас для "IDW Publishing".

У процесу створення комікса є декілька етапів. Найперший і найголовніший це написання історії. Перш ніж почати, потрібно зрозуміти, чи підходить формат коміксів для тієї чи іншої історії. Може краще зробити у формі розповіді, текстового жарту чи стендапу. Такий формат коміксів чудово підходить для історій з яскравою візуальною складовою, їх легше намалювати, ніж описати словами. "Як тільки у мене є ідея для книги, я переглядаю зображення і читаю нотатки авторів чи редакторів. Я роблю власні примітки, а потім починаю робити ескізи. Створюю файл у Photoshop розміром 11x17 на 350 dpi і швидко роблю чорнові ескізи кожної сторінки. На данному етапі я намагаюся не думати надто багато. Я просто отримую загальне відчуття та макет ". - Лі Джеффри, ілюстратор [16]. Коли сценарій готовий, я роблю ескізи сторінки. Зазвичай у мене немає готових діалогів, поки я не починаю малювати. Коли я малюю, я потрапляю в емоційний потік, який дозволяє мені робити діалоги більш натуральними і поміняти ритм так, щоб вони містилися на сторінках. Після цього залишається в основному обрізка і сушка, я просто закінчую стрипи і, коли приходить час, викладаю їх в Інтернет. "- Майя Керн, творець " Monster Pop " [16] (Рис.2.2).

Другим етапом є створення скелету сценарію. На даному етапі бажано спочатку намалювати навмисно поганий сюжет історії. В цей момент логіка чи краса презентації не мають значення - головне, якнайшвидше позбутися чистого аркуша перед очима. Принцип цього етапу такий: намалювати основу, над якою можна буде працювати пізніше, щоб було що виправити та вдосконалити. Далі чорновий сценарій потрібно розробляти: кілька пунктів вже потрібно додати, а ті, які не просувають сюжет або не знайомлять читача з важливими персонажами, - потрібно без сумніву вирізати.

Готовий сценарій

Коли чорновий сценарій вже створений, можна вже ретельно писати сценарій, з діалогами та іншими важливими елементами. Взагалі важливо не плутати в діалогах те, що можна зрозуміти з малюнків. "Я багато читаю, і щоранку намагаюся написати хоча б шість сценаріїв. З надією, що один або два з них будуть хороші. Потім, пізніше в той же день, я малюю." - Зах Вайнерсміт, творець "Saturday Morning Breakfast Cereal" [16] (Рис.2.3).



Рис. 2.2. Комікс "Monster Pop" від Майї Керн.



Рис. 2.3. Комікс "Saturday Morning Breakfast Cereal", Зах Вайнерсміт.

Критика. Це насправді один із найважливіших етапів створення коміксу. Готовий сценарій можна прочитати з друзями та ворогами. Чим більше критики,

тим краще. В першу чергу не варто ображатися, адже аналіз критики допоможе зрозуміти те, що подобається або не подобається читачам.

Чорнова розкадровка, це один з найкреативніших етапів розробки коміксів. Цей момент полягає у створенні начерків олівцем усіх сцен коміксів. Їх можна зробити дуже маленькими, наприклад, на аркуші А4, це допоможе зрозуміти як загалом виглядає історія, чи зрозуміла вона, що краще додати або вичеркнути. Розбивати сторінку на кадри – це ціле мистецтво. Для деяких коміксів доречні квадратні кадри, для інших прямокутні, на всю сторінку, або будь-які, це власне бажання кожного автора, але потрібно дотримуватися принципу, що «чим менше деталей у кадрі, тим менше кадр».

Перехід коміксу в лінійне зображення, лайн. Це найдовший і дуже складний етап. Для початку потрібно перенести розкадровки на комп'ютер в графічну програму. Працюючи на комп'ютері, можна будь-коли натиснути кнопку «скасувати», і ніхто не дізнається про помилку. У програмі можна переставити кадри місцями або навіть скопіювати один і той же кадр у різні частини коміксу, але без зловживання. Перед початком переходу коміксу в колір, потрібно розставити текст, так буде зрозуміло, скільки місця він займає.

Перехід коміксу в колір. Після всіх етапів можна починати розмальовувати свою історію. Можна зробити комікс чорно-білим, або кольоровим. Якщо комікс створюється в чорно-білому варіанті, то для цього використовуються різні екрани (ряди точок різного діаметру, залежно від товщини яких змінюється ступінь сірості). Цей етап не дуже довгий. Трішки зусиль і комікс повністю готовий.

Полірування. Коли комікс вже повністю готовий, його можна роздрукувати, всі сторінки зібрати в одну папку і перечитати свою вже готову графічну історію

повністю. На цьому етапі знову можна запитати в оточуючих їх думку і вони підкажуть де краще виправити та де зробити цікавіше

"Що стосується моїх власних коміксів, я зазвичай починаю з кумедної ситуації або рядка і намагаюся зробити з цього хороший комікс. Я не роблю план або ескізи, якщо комікс нескладний або якщо я не боюся, що забуду його, до того як намалюю." - Ентоні Кларк, творець "Nedroid"[16] (рис.2.4).

Для художників, які намагаються просувати свою роботу, соціальні мережі – чудова змога. Якщо комікси є частиною більш популярнішого сайту або якщо у виконавця є співробітник або ціла маркетингова команда, вони можуть охопити не тільки аудиторію певних користувачів, але й іншу, усталену аудиторію (що дозволить збільшити кількість їх читачів та послідовників рости). Метою самореалізації є не лише залучення великої кількості читачів, але також підтримка коміксу і супутніх товарів певним чином. Для когось це щомісячне пожертвування на рахунок Patreon, придбання коміксів у твердій палітурці або придбання футболок чи чашок із зображенням улюбленого коміксу чи персонажа. Крім того, деякі художники збільшують свою аудиторію, купуючи рекламні місця на відповідних сайтах, через блоги чи різні публікації зі схожою аудиторією. Як і інші компанії, деякі використовують платні оголошення на сайтах соціальних мереж, таких як Facebook, Tumblr та інші. Хоча його недоліком є те, що вони не мають такої цільової аудиторії, як реклама на звороті коміксаму, журналу або в книгарні. "Я все ще вважаю себе новачком в коміксах, але для мене найкращою платформою для просування моїх робіт став Twitter. Самостійні художники не можуть покладатися на те, що публіка сама знайде їх, тому їм треба активно шукати читачів і друзів. На Twitter дуже легко встановити контакт з спільнотою коміксів." - Келлі Булл, творець "Midnight Run" [16] (Рис. 2.5).



Рис. 2.4. Уривок з коміксу "Nedroid" Ентоні Кларка



Рис. 2.5. Уривок з коміксу "Midnight Run" Келлі Булл.

Комікс – це вид художнього мистецтва, який також може бути використаний для рекламних платформ на рівні з іншими видами мистецтва. Комікс використовується, як одна із форм художньої реклами. Слід зазначити, що цей вид мистецтва рідко використовується в торговій рекламі, а частіше в соціальній [18]. Крім друкованої продукції, якій в основному віддають перевагу творці коміксів, вони найчастіше виготовляють одяг, аксесуари та товари для дому: майки, чашки, килимки для комп'ютерної миші, сумки тощо. Художники та сценаристи можуть дати дозвіл на виробництво та розповсюдження своєї продукції іншою компанією або самостійно виробляти продукт. Щоб рекламувати свою роботу, творці коміксів приносять ці товари разом із копіями самих коміксів на конвенції та інші заходи. "Я продаю малюнки на ярмарках ілюстрацій. І я продовжую робити журнал для шанувальників, що мені по-справжньому подобається. Можна зробити 20-30 копій і продати їх прямо в руки." - Боря Гонсалес, ілюстратор [16] (рис.2.6).

Поширені також веб-магазини, пов'язані з сайтами коміксів. Деякі, як RedBubble або Society6, передають всю свою продукцію в магазин і друкареві, а

інші створюють власні магазини на Etsy або продають товари через BigCartel. Окрім рекламних продуктів, є й інші способи отримувати дохід від коміксів. По-перше, існує підтримка видавців. Якщо це художник, який створює обкладинки для коміксів, за них заплатять безпосередньо. Те саме стосується роботи графіком, колористом, контуристом, тощо, у таких компаніях, як "IDW", "Marvel" та інших. Якщо укладається угода з видавництвом, то дохід обговорюватиметься в рамках контракту, які значно відрізняються від однієї компанії до іншої. Що стосується веб-коміксів, то їх випускають самостійно, і їм не обов'язково з'являтися в друкованих виданнях [34]. Рекламний простір, а також місце для реклами на власному сайті для отримання доходу, можна використовувати в доповнення до невеликого інтернет-магазину.

"Якщо ви можете бути щасливі, не створюючи комікси, я вам пораджу не робити їх. Це жорстка сфера, яка ранить душі. Оплата нікуди не годиться. Можна працювати місяцями або роками над проектом, отримавши від публіки тільки "Н-да ". Я люблю робити комікси, тому що я змушений писати історії та жарти, а комікси - це художня форма, яка дозволяє мені робити це без великого бюджету (на відміну від фільму), а Інтернет надає мені платформу для публікації цього матеріалу, який побачить відразу велика кількість людей. "- Крістофер Хастингс [16] (Рис.2.7).

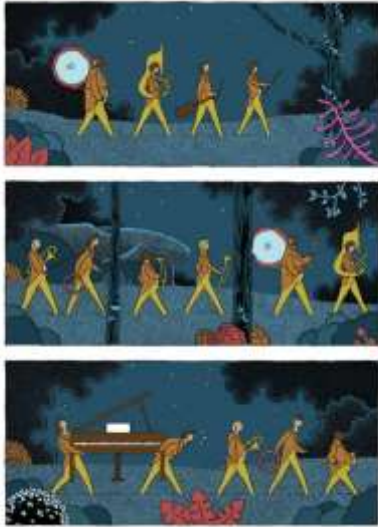


Рис.2.6. Комікс "Concierto de Medianoche", Боря Гонсалес



Рис. 2.7. Сторінка з коміксу "The Adventures of Dr. McNinja" Крістофера Хастингса, виданий "Dark Horse Comics".

2.3 Розробка творчої концепції та ідеї для створення власної графічної історії

Комікси можуть легко викликати широкий спектр емоцій. Будь то сміх, смуток, інтригу, захоплення чи інші емоції - силу, якою володіють ці історії в картинках, не можна заперечувати. Створення власних коміксів може бути корисним досвідом. Якщо є ідея, то перший крок до створення коміксу вже зроблений. Ідея є найголовнішим і найпершим етапом створення своєї графічної історії. Найперше що потрібно зробити це вибрати жанр своєї історії. У мене це суміш психоделічного та фентезійного жанрів.

Фентезі (від англ.) - вид фантастичної літератури, заснованої на надзвичайному і часом незрозумілому сюжетному дійстві. Це припущення не має, як правило, життєвих мотивів у тексті, ґрунтуючись на існуванні фактів і явищ, які чинять спротив раціональному поясненню. На відміну від наукової

фантастики, у фентезі може бути скільки завгодно фантастичних припущень (боги, демони, чарівники, які вміють розмовляти тварини і предмети, міфологічні та реальні істоти, приведення, вампіри і т.п.)[19]. Події в фентезі відбуваються в умовній реальності, в своєрідному «паралельному» світі, схожому на наш. На відміну від наукової фантастики, фентезі не прагне пояснити світ, у якому розгортається сюжет історії, з точки зору науки. Сам цей світ існує гіпотетично, часто його місце розташування по відношенню до нашої реальності не уточнюється: чи це паралельний світ, чи інша планета, а його фізичні закони можуть відрізнитися від справжніх земних. У такому світі існування богів, чаклунства, фентезійних істот (драконів, ельфів, гномів, тролів), привидів та будь-яких інших дивовижних істот може бути правдою. У той же час основна відмінність між казками та світом фентезі полягає в тому, що вони є нормою описаного світу і систематично діють як закони природи. Також фентезі - це жанр кінематографу, живопису, комп'ютерних і настільних ігор. Фентезі у своїх творах представляє світ, який не збігається з повсякденним поглядом на реальність. Автори, як правило, створюють світ, який має свою географію, своїй історію, раси та людей. Ще однією обов'язковою вимогою до фантастичного твору є своя властива магічна атмосфера. Фентезі характеризується тим, що воно визнає існування магії, більше того, саме надлюдські, божественні, містичні та подібні сили, як правило, лежать в основі фентезійного всесвіту. Тому автори фентезі використовують різні канонічні системи міфів та окультних уявлень або створюють власні міфологічні концепції. Деякі особливості жанру краще зрозуміти з його історії. Слово "фентезі" походить від англійського слова "fantasy" - "фантазія". Цим словом ще в XVII столітті в англійській літературі позначали екстравагантні-фесричні твори, де уява автора нічим не обмежена. Але використання цього терміну стосовно книг з певної тематики почалося лише на початку XX століття. Як окремий жанр фентезі починає формуватися в кінці XIX століття, коли

виходить роман англійського поета, історика мистецтва та соціаліста-утопіста Вільяма Морріса (1834- 1896) «Колодязь на краю світу» («Well at the World's End», 1896). Подальший розвиток жанру був зумовлений створенням робіт таких письменників, як Едвард Дансейні (його часто називали прізвиськом Лорд Дансейні, 1878-1957) та Авраам Мерріт (1884-1943). Але загалом фентезі не викликає широкого суспільного інтересу до читання. Перші спеціалізовані журнали, що виходять в США в 1920 - 1940-х, - «Страшні історії» («Weird tales») і «Дивовижні розповіді» («Astounding stories») - вважалися бульварним читивом, лише згодом - у 1960-х роках - публікації письменників (Говарда Філіпа Лавкрафта, Роберта Говарда, Кларка Ештона Сміта) аудиторія почала сприймати, і вже після цього, цих письменників почали вважати родоначальниками і засновниками жанру фентезі. Революція в жанровому розвитку відбулася в 1954-1956 роках: саме тоді була опублікована епічна трилогія Руела Толкієна "Володар перстнів". Ця книга породила наслідування, вона охопила все раніше написане у жанрі фентезі. Саме з цього моменту і починається процвітання фентезі, масова затребуваність жанру і його особливо інтенсивний розвиток[19].

Другою важливою складовою жанру, який я обрала є психоделічна частина. Психоделічне мистецтво - це будь-яке художнє або візуальне зображення, схоже на психоделічні переживання та галюцинації, відоме як результат прийому психоактивних речовин, таких як ЛСД та псилоцибін. Слово «психоделіка» (придумане британським психологом Хамфрі Осмондом) означає «прояв розуму». Згідно з цим визначенням, усі художні зусилля спрямовані для візуалізації внутрішнього світу думки та їх можна вважати «психоделічними». Простіше кажучи, «психоделічне мистецтво» насамперед відноситься до мистецького контркультурного руху наприкінці 1960-х рр. Психоделічне образотворче мистецтво подібне до психоделічної рок-музики. Концертні афіші,

обкладинки альбомів, шоу з рідким світлом, фрески, комікси, андеграундні газети та інше відображаються не лише калейдоскопічно циркулюючими візерунками, але й революційними політичними, соціальними та духовними емоціями, які відображаються на стані підсвідомості. Психоделічне мистецтво існує в літературі, музиці та образотворчому мистецтві [20]. Усі художні зусилля з проектування внутрішнього світу психіки, можна вважати "психоделічними", але у загальноживаному використанні, і також в спеціалізованій бібліографії, вираження "психоделічне мистецтво" або "лізергічний" стосуються конкретно мистецького контркультурного руху шістдесятих років. Пізніше відбулася активізація використання наркотиків в художніх цілях рейв-рухом за допомогою нових комп'ютерних технологій в останнє десятиліття століття. Психоделічне образотворче мистецтво ідентичне і певною мірою підпорядковане психоделічній музиці, особливо поп-музиці, яка поширена в суспільстві. Концертні афіші, обкладинки альбомів, світлові шоу, фрески, комікси, фанзини (підпільні газети) та подібні засоби масової інформації використовувались для демонстрації калейдоскопічних моделей люцеричних галюцинацій, що враховували всі основні інтерпретації соціальних, політичних та революційних духів, натхненних людською трансформацією стану свідомості. Перші приклади "психоделічного мистецтва" були скоріше літературними, ніж візуальними, хоча в художньому русі сюрреалізму було багато прикладів, таких як Ремедіос Варо та Андре Массон. Слід також зазначити, що вони походили від письменників, причетних до сюрреалістичного руху. Анрі Мішо написав «Нещасне диво» (1956), щоб описати свої експерименти з мескаліном. «Двері сприйняття» Олдоса Хакслі (1954) та «Небо і пекло» (1956) залишаються певними твердженнями про психоделічний досвід [20]. До кінця 1960-х комерційний потенціал психоделічного мистецтва стало важко ігнорувати. Наприклад, General Electric просувала годинник, розроблений нью-йоркським художником Пітером Максом. Підпис пояснює, що кожен з

годинників Макса «перетворює час в мульти-фантазійні кольори» (Рис.2.8, рис.2.9). У цій та багатьох інших компаніях, що рекламували рекламу в кінці 1960-х років на психоделічну тематику, психоделічний продукт часто тримався на далеку відстань від корпоративного іміджу, в той час як рекламні оголошення могли відображати вихори кольору ЛСД-поїздки, чорно-білий логотип компанії підтримував здорову візуальну дистанцію. Однак багато компаній більш явно пов'язували себе з психоделікою: CBS, Neiman Marcus і NBC демонстрували виключно психоделічну рекламу в період з 1968 по 1969 рік. У 1968 році суп Кемпбелла провів рекламний плакат, який обіцяв «Перетвори свою стіну в супер-делікатес!». Комп'ютерне мистецтво виявляло все більше і глибше вираження психоделічного бачення. Програмне забезпечення для генерації фракталів забезпечує точну картину психоделічних моделей галюцинацій, але, що ще більш важливо, програмне забезпечення для 2D і 3D графіки забезпечує безпрецедентну свободу маніпулювання зображеннями. Більшість графічних програм дозволяють безпосередньо перекладати психоделічне бачення. «Цифрова революція» була дійсно оголошена як «Новий ЛСД» ніким іншим, як Тімоті Лірі [20].



Рис.2.8. Поштова марка США в честь відкриття «Експо'74» роботи Пітера



Рис. 2.9. Boeing 777-200ER, розфарбований за проектом П. Макса

Макса

Такі дві складові дали початок ідеї моєї власної графічної історії під назвою “ Жарти темряви”. Та частина коміксу, яку я представляю на свій дипломний проект це невеликий епізод загальної історії.

Сюжет власної графічної історії. В самій історії розповідаються пригоди дівчини на ім'я Елісон в таємничому паралельному світі. Короткий виклад сюжету: Все розпочинається з того як одного разу дівчина зі своїми друзями відправляється в подорож в гірську місцевість. Компанія дуже любила активний відпочинок, тому друзі вирішили полазити на скелях. Піднявшись на достатньо велику висоту, Елісон не втрималась та полетіла донизу. На щастя дівчина вижила, але в дуже тяжкому стані її забрала швидка допомога. Потерпіла декілька днів знаходилась в комі і на п'ятий день свого перебування в комі, дівчина отямилася. В цей час в лікарню прийшов працювати дуже підозрілий молодий чоловік. Його взяли працювати в лікарню лікарем реабілітологом, він мав всі документи, стаж роботи та певні знання. Кожен день він знаходився поруч з Елісон, лікував та підтримував її стан здоров'я, але був один нюанс, кожного разу, коли підозрілий лікар ставив капельницю дівчині, він додавав декілька крапель незвичайної рідини в її ліки, які потім потрапляли в кров. Пізніше дівчина почала бачити дуже підозрілі та страшні галюцинації, вона бачила дивних створінь, які роздивлялися їй і намагалися доторкнутися, Елісон була дуже налякана і тому її стан не покращувався. З цього моменту і почалися її пригоди. Ті створіння яких вона бачила належали до таємного світу темряви Фаделіку. Це самостійний всесвіт, в якому існують власні закони та своя влада, де існують власні раси створінь і діють свої закони фізики. Частиною цього світу ненавмисно і стала сама Елісон. Пізніше її виписали з лікарні і галюцинації на деякий час припинилися. Сюжеткороткого епізоду представленого на дипломну роботу: в цій частинці графічної історії

розповідається саме про пригоди Елісон в таємничому світі, де вона знайде друзів, ворогів та навіть кохання, де буде намагатися вижити в світі де закони дещо суворі, а раси різних створінь не дуже доброзичливі.

Характеристика героїв:

Елісон – дівчина 21 рік. Має коротке, довжиною до плечей, темнокаштанове волосся, карі очі, невелика на зріст, приблизно метр і 68 сантиметрів. На обличчя мила та гарна дівчина, але коли сердиться, то зовнішність стає дуже гострою та суворою. Має деякі особливості, на обличчі має помітний шрам, який перетинає ліву брову, шрам залишився після того, як дівчина впала зі скелі. Також на обличчі знаходяться веснянки і на великому пальці правої руки немає частинки нігтя, також внаслідок нещасного випадку. Іноді дівчина шкутильгає на праву ногу, це відбулося при травмуванні ноги внаслідок падіння. Елісон майже завжди носить одяг чорного. Дівчина дуже любить читати жахи, дивитися фільми, дуже гарно танцює і цікавиться електрогітарою. Працює тестувальником в айті компанії.

Філіп – хлопець 24 роки. Належить до людиноподібної раси – тіневих вампірів. Має коротке волосся чорного кольору, чорні очі з оранжевою райдужкою навколо видовженої зіниці. Не дуже високий на зріст, приблизно 1 метр і 79 сантиметрів. Має суворе трішки видовжене обличчя з міцними щелепами, трішки квадратної форми. Має деякі особливості, загострені вуха, схожі на ельфійські, два великих шрами на спині, які залишилися від вирваних крил. Хлопець має надзвичайну фізичну силу, внаслідок свого походження. Філ має великий досвід боротьби з іншими расами всесвіту Фаделік. Із самого народження його наставник навчав хлопця бойовому мистецтву, боротьби на мечах, фехтуванню.

Третім персонажем, який зображений в епізоді графічної історії “Жарти темряви”, виступає істота таємничої раси привидів, на ім’я Скредж. Йому 3580 років. Такі привиди мають матеріальну форму, тіло тьмяно синього або фіолетового кольорів, вони харчуються слабкими істотами інших рас. Також тіневі привиди мають здатність харчуватися душами інших створінь, представників своєї раси, привиди поважають і ніколи не чіпають. Тіневий привид Скредж має тіло синього кольору, чорне волосся та червоні очі. Він дуже допитливий, розумний, надзвичайно обережний але жорстокий.

2.4 Розробка ескізного ряду власного коміксу

Другим етапом створення власного коміксу є розробка ескізного ряду графічної історії “Жарти темряви”. Ескізи створювалися в графічній програмі Adobe Photoshop, на графічному планшеті. Комікс має 15 сторінок та обкладинку.

Розробка обкладинки. Обкладинка коміксу “Жарти темряви” має своєрідну тематику. На ній зображена дівчина з безліччю чорних очей з райдужкою жовтогарячого кольору, на обличчі, в середині очей знаходяться чорні видовжені зіниці, яка намагається прикрити обличчя лодонями. На фоні позаду дівчини зображений краєвид всесвіту Фаделік. Чорне небо з безліччю планет та місяців, гострі скелі, які палають в жовтому вогні та темний ліс. Моя найперша розробка обкладинки виглядала дещо в інших кольорах, але вони не підкреслювали тематики коміксу.



Рис.2.10. Перший варіант обкладинки



Рис. 2.11. Остаточний варіант

На перших трьох сторінках дія коміксу розвертається в звичайній квартирі в людському світі. На першому ескізі зображена дівчина в своїй кімнаті, в цей момент в двері починає хтось дуже гучно стукати, майже виламуючи двері. Потім виявляється, що це створіння із паралельного всесвіту, які прийшли за Елісон, маючи дар відкривати портали, дівчина хапає кинжал та вистрибує у вікно. На третій сторінці зображено, як дівчина летить вниз, намагаючись відкрити портал (Рис.2.12, 2.13). На четвертій сторінці дівчина опиняється у паралельному всесвіті. Коли Елісон вже приземлилася на землю, помічає підозрілий шорох в гущі лісу. На п'ятій сторінці вже з'являється Скредж, тіневий привид, створіння цього всесвіту. Героїня лякається та хапає кинжал, щоб захиститися. Привид говорить, що знає що шукає Елісон. На шостій сторінці зображений діалог дівчини і Скреджа. На сьомій тіневий привид говорить, що на будь-яку інформацію є своя ціна, він згадує, що вже давно не харчувався людиною, Елісон готується до боротьби. Вже на восьмій сторінці розгортається боротьба, в ході якої привид вдарає дівчину по животу і цим дуже ранить героїню (рис.2.8). На 9 сторінці зображено як дівчина втрачає багато крові і без сил падає донизу. В цей момент хтось вбиває Скреджа і цим рятує дівчину. На десятій сторінці невідома людина рятує дівчину.



Рис.2.12. Ескіз 2 сторінки



Рис. 2.13. Ескіз 3 сторінки

На одинадцятій сторінці стає зрозуміло, що дівчину врятував хлопець, він відносить ранену Елісон до машини. Вже на дванадцятій сторінці дівчина приходить до тями і потім стає зрозуміло, що її врятував Філ, її давній друг. На тринадцятій сторінці розгортається діалог в ході якого Елісон намагається зрозуміти як її знайшов хлопець. Дівчина дуже рада бачити свого друга. На чотирнадцятій сторінці зображені герої, які їдуть в автомобілі. Дівчина запитує у рятувальника куди вони відправляться зараз, на що хлопець відповідає, що вони знищать світ, але світ віртуальний а не реальний. На останній п'ятнадцятій сторінці зображені два кадри, на яких можна роздивитися краєвиди таємничого світу Фаделік та як автомобіль вирушає в дорогу (рис.2.15).

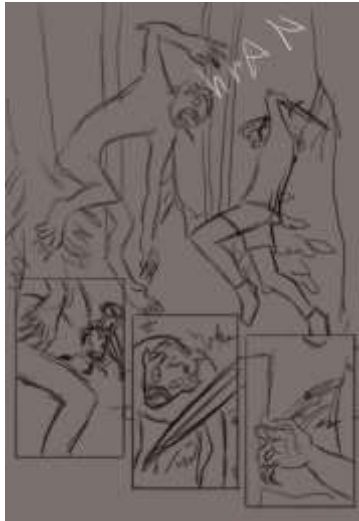


Рис.2.14. Ескіз 8 сторінки

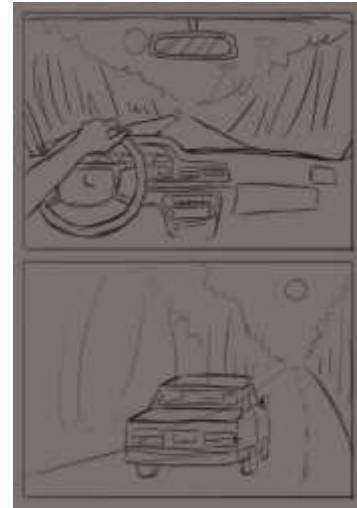


Рис. 2.15. Ескіз 15 сторінки

Висновки до розділу 2

В другому розділі було визначено структуру графічних романів та на які складові вони поділяються, описано способи створення графічних романів в різні часи, наведено приклади різних типів коміксів та їх характеристики. Досліджено, що сфера споживання коміксів не є обмеженою у віці, статі та соціальному положенні. Розглянуто методи розробки графічних історій та обрано спосіб проектування створення власного коміксу, який полягає у поступовій розробці історії, починаючи від ідеї і закінчуючи виготовленням продукту в матеріалі. Здійснено аналіз жанрів коміксів і обрано фентезійно-психоделічний жанр. Проаналізовано всі етапи створення коміксів. Розроблено ескізний ряд для графічної роботи. Створено два варіанти обкладинки для комікса під назвою “Жарти темряви”.

Розділ 3

РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙН - ПРОЄКТУ

3.1 Вибір матеріалів для реалізації дизайну коміксу

Комп'ютер - це не лише обчислювальна машина, а й чудовий інструмент для малювання. За допомогою спеціальних програм можна створювати героїв мультфільмів, 3D-персонажів та повноцінні мультфільми. Серед перерахованого, створення красивих коміксів - не найскладніше завдання, але для цього також потрібне спеціальне програмне забезпечення та вбудований генератор ідей для коміксів. В сучасному світі без додатків буде важко створити навіть міні-комікс, оскільки для графіки потрібне спеціальне середовище. Найкращий варіант - створити необхідні умови за допомогою програмного забезпечення. Інший метод передбачає використання графічного планшета, але тут не обійтися без спеціального обладнання. Метод більше підходить для створення саморобних коміксів з нуля, коли всі персонажі вигадуються і малюються від руки. "Комікси можна розділити на три складові, які потрібно вивчати", - пояснює художник коміксів і вчитель Філіп Севі. "Це анатомія людини, перспектива та візуальна розповідь". Малювання фігури людини з натури - це чудовий спосіб вдосконалити навичку малювання людського тіла, що дуже важливо для зображення літаючих, падаючих, бігаючих або просто розмовляючих людей. Хоча комікси можуть використовувати фігури з перебільшеними формами тіла, такі як класичний образ художника Джека Кірбі "Капітан Америка", точні пропорції залишаються важливими, і редактори звертають на це увагу [21]. Художники коміксів також повинні вміти малювати міські вулиці, кімнати, оточуюче середовище і навіть космічні станції наукової фантастики відповідно до сюжету історії, правильно розміщувати в них персонажів - і все це слід робити своєчасно. Програми для малювання, такі як

Adobe Fresco та Adobe Photoshop Sketch, мають функцію подання сітки, яка дозволяє додавати в файл сітки координат або двоточкову перспективу - чудовий спосіб поліпшити навички малювання перспективи. "Наведіть фотографії та зображення як приклад", - радить художник Ян Бартель. "Створюючи комікси, художники копіюють певні ділянки у фоновому режимі, що допомагає пришвидшити процес"[21](Рис.3.1).

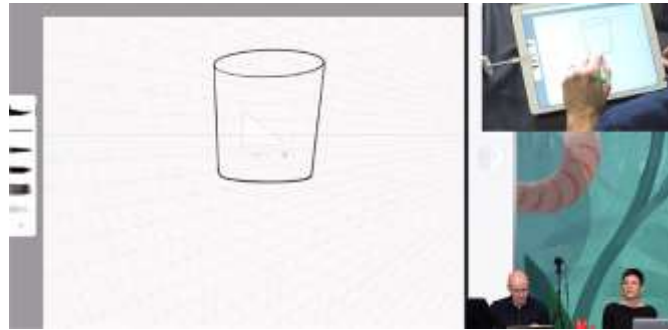


Рис.3.1. Художник Кайл Т. Вебстер (Kyle T. Webster)

Для створення власного коміксу, я обрала графічну програму Adobe Photoshop. Це відомий багатофункціональний редактор для роботи з фото та відеофайлами (растрові зображення та безліч векторних інструментів). Програмне забезпечення працює на ПК з macOS, Windows та мобільними версіями iOS, Windows Phone та Android. Графічний редактор використовується в комерційних цілях (телебачення, кіно, реклама, ігри, ретуш та ін.) [39]. Adobe Photoshop - це основний інструмент комп'ютерної графіки, який використовується для всіх видів обробки комерційних засобів масової інформації. Суть Photoshop полягає в корегуванні зображення, поліпшенні його сприйняття, наданні фотографії та відео чіткості та гармонії. Ця програма дозволяє посилити фотоефект, створювати складні та красиві дизайни простих елементів. Ця програма підтримує всі основні формати медіафайлів та засоби редагування. Включає в себе повну функціональність для корекції та створення зображень, підтримує повну роботу графічних планшетів.

Також ескізи і комікс в кольорі, я створювала на графічному планшеті Wacom. Wacom Intuos - це спеціальний планшет чорного кольору з легкою надточною цифровою ручкою, стильним ергономічним дизайном та простим налаштуванням. Залежно від моделі, графічний планшет постачається з однією, двома або трьома безкоштовними програмами: Corel® Painter® Essentials™ 6 (малювання та живопис), Corel® Aftershot™ 3 (обробка та ретуш зображення, включаючи RAW), Clip Studio Paint Pro (створення коміксів та манги).

Формат однієї сторінки складає 590x855 рх.

3.2. Вибір методу розробки власного коміксу

Третім етапом створення коміксу є розробка коміксу в кольорі. Перш за все потрібно обрати стиль в якому буде створюватись комікс. Це може бути власний, вигаданий або вже існуючий. Взагалі в мистецтві створення коміксів існує декілька стилів. Читачів графічних історій безліч, кожен оберає те, що йому найбільше подобається. Автори коміксів ж в свою чергу створюють власну неповторну роботу, яка обов'язково знаходить свого споживача. Можна виокремити декілька стилів: американський стиль, BD – bande dessinee європейський стиль та азіатський стиль. Свою дипломну бакалаврську роботу я виконала з елементами американського та європейського стилів. В аспекті малювання американський комікс - це «золота середина» кількості інформації на сторінці. Хмаринки з текстом та ономапеею (різні звуки в коміксі) читаються однаково для самого зображення. Тобто інформація подається збалансовано. Фон у кадрах, як правило, умовний. Колір в заливці сильно не відрізняється від невеликого градієнта [22]. Американський стиль є предтечею манги, а тому прийнято вважати, що своїх відмінних рис в порівнянні з нею у цього стилю немає, як у візуальному, так і смислового плані. Однак це не

зовсім так. Впливаючи на графічну прозу інших культур, комікс і сам піддавався їх диффузорному впливу, а також комікси зроблені в данному стилі піддавалися розвитку власного культурного простору, яке активно розвивалося в США. Перша відмінна риса, укладена в візуальному полі коміксу - це деталізація дій персонажа, зображення його на передньому плані, акцентування уваги на об'єкті (Додаток Г, рис Г.1, рис Г.2). Друга - щільне рівномірне заповнення кольором заднього плану. Все, що не стосується переднього плану, відходить на другий план композиції. Це можна побачити на прикладі двох сторінок мого власного коміксу (рис. 3.1, 3.2).



Рис.3.1. 2 сторінка коміксу “Жарти темряви”



Рис. 3.2. 3 сторінка коміксу

Оскільки комікс в Америці зазнавав впливу інших національних стилів, він пройшов довгий шлях у літературному плані. З точки зору історичного процесу, більшість романів та новел в американському стилі, а також багато періодичних видань можна віднести до постмодернізму [32]. В наш час такий стиль зображення набуває великої популярності, художники і автори постійно звертаються до постмодерну та американської класики. Свою дипломну роботу я створювала за власним стилем але в ній можна побачити деталізовані

елементи, і ретро кольори, що є характерними ознаками старого американського стилю. Персонажі зображені деталізовано, помітні емоції та зрозумілий характер кожного.

Елементи європейського коміксу не такі значні, але вони додають різноманітності сюжету. Комікси в Європі - школа глибокого сюжету і складного детального малювання. Стиль різних авторів або навіть в різних роботах відрізняється. У кадрі може бути надзвичайно багато інформації [29]. Іноді це може бути ціла битва з великою кількістю дій. Цю рису я внесла в особистий комікс, це наглядно видно на прикладі битви. (рис.3.3, 3.4). Саме європейські комікси поділяються на велику кількість жанрів, це фентезі, наукова фантастика, бойовик, тощо. Деякі епізоди навіть можуть бути цілими деталізованими картинками.



Рис.3.3. 6 сторінка коміксу “Жарти темряви”



Рис. 3.4. 8 сторінка коміксу

Кольори грають дуже важливу роль в створенні та сприйнятті історій в картинках. Вони можуть посилювати певні дії персонажів або навпаки приглушати, створюють характер композиції та можуть викликати певні емоції. За допомогою кольорів читачі вгадують стиль автора, мистецький жанр, культуру країни та побут. Наприклад в Японії художники використовують

зокрема чорно-білу стилістику малювання. Такі комікси мають формат переважно трохи більший, ніж А5. Той обсяг інформації, який міститься на сторінці американського коміксу або в одному кадрі європейського, тут може займати десять сторінок. Манга - це комікс почуттів, а не комікс дії. У великому кадрі може бути обличчя героя або велике перо, а дія пов'язана з ними в маленьких швидких кадрах, а більшість фонів - це заготовлені стандартні лекала. Зазвичай комікс створює один автор (він же сценарист). Іноді з парою помічників. В середньому 3 сторінки на день - божевільна продуктивність за мірками американців і європейців [22]. Кольори обрані в коміксі “Жарти темряви”, це переважно темні приглушені тони. Деколи нагадують поп-арт, а іноді темний американський стиль коміксів. На перших трьох сторінках персонаж знаходиться в реальному світі, тому кольори тут переважно світлих тонів (фіолетовий, блакитний, оранжевий світлосірий). Коли він потрапляє у фантастичний світ, кольори змінюються на темні (червоний, чорний, коричневий, сірий). За допомогою такого ефекту створюється настрій зовсім іншої реальності, іншого світу. Починаючи з 4 сторінки коміксу і до останньої, кольори мають певну систематизацію та характер. Обрані кольори це чорний, червоний, коричневий, сірий, білий. Вони мають свою психологію, що є дуже важливим аспектом для сприйняття коміксу читачем.

- Коричневий колір вказує на потребу в безпеці, контакту з важливим, природним, на прагнення до подолання деструктивних сил, щоб повернутися до здорового стану. Юнг зазначав, що коричневий в роботах його клієнтів може бути пов'язаний з функцією відчуттів [23].

- Сірий – символізує нейтральність, відображає депресію, відторгнутість, емоційне пригнічення.

- Чорний - це колір безсвідомості, темряви. Він символізує депресивний стан, самотність, пригнічення, а іноді і відчуття неадекватності.

Якщо для малювання тіні на зображенні використовується чорний колір, то в деяких випадках це може бути проекцією темних думок або страхів.

- Червоний – це колір життя, сонця, вогню, колір серця, легенів, м'язів. Він викликає протилежні емоції: любов і ненависть, радість і гнів. Цей колір робить людину балакучою, схвильованою та емоційно піднесеною. Він робить ледачих більш активними і рухливими. Це колір лідера та людей з твердим характером, високою самооцінкою. «Горіння», почуття небезпеки, виражений гнів, шалені реакції, сильне емоційне реагування, надмірна чутливість, потреба в теплі - все це притаманне червоному кольору.

- Білий колір містить всі кольори спектру порівну при їх змішуванні. Всі кольори в ньому рівні. Білий - це перший крок до єдності. Він надихає, допомагає долати труднощі [38].

Всі ці кольори символізують певний стан персонажу, його сприйняття нового світу. За допомогою них, зображення передало весь характер історії, та перехід із одного світу в інший.

3.3. Розробка і виготовлення в матеріалі графічної історії

Вже готовий комікс відправляється на друк. Графічна історія представлена у формі невеликого кольорового журналу. Він складається з 16 сторінок і обкладинки з ілюстрацією. Формат журналу складає 160x220мм, щільність паперу, на якому надрукували комікс складає 120 г/м², і обкладинки 200 г/м². Обкладинка заламінована, весь комікс роздрукований в кольорі (рис.3.5). Папір може підкреслити рівень публікації, але якщо обраний неправильно, зіпсувати роботу. Окрім впливу на якість друку, підбір паперу для тиражу дуже помітно впливає на собівартість видання, особливо якщо йдеться про великі тиражі. При виборі паперу, важливо враховувати низку факторів. Цінова група готової друкованої продукції. Рівень респектабельності. Термін придатності. Існують

типи друкованої продукції, які розраховані на тривалий час (наприклад, книги), та такі, що можуть існувати лише кілька днів або навіть годин (як флаєри). Для деяких виробів потрібні певні типи паперу.

Спосіб використання. Вибираючи папір, потрібно враховувати те, чи буде виріб піддаватися сонячному впливу, вологи чи легким механічним навантаженням (наприклад, якщо книгу читають у транспорті).



Рис.3.5. обкладинка коміксу “Жарти темряви”

Отже, мій вибір друку це журнал. Крейдований папір обирається в якості матеріалу для друку тільки в тому випадку, коли мета видання має на увазі наявність на сторінках репродукцій, високоякісних ілюстрацій, реклами дорогих товарів, зокрема, косметики. Щотижневі серйозні видання, в яких увага читача зосереджена на тексті, а не на зображенні, потребують більш дешевого варіанту і, що найголовніше, тут можна не використовувати глянцевого папір. Наприклад для таких випадків підійде універсальний крейдований папір щільністю до 115 г, він завдяки своїм рівнем гладкості дозволяє отримати зображення і за якістю не поступається картинкам надрукованим на папері з матовим покриттям.

Це можна побачити на прикладі мого власного коміксу. Папір для сторінок на яких зображений сюжет, обраний спеціально для якісної передачі кольору. Його щільність складає 120 г/м² (Рис.3.6, 3.7).



Рис.3.6. Роздрукований варіант 2 і 3 сторінок



Рис. 3.7. Роздрукований варіант 6 сторінки

СМУК здавна використовується в кольоровому друці, цей формат складається з чотирьох кольорів: блакитного, пурпурового, жовтого та чорного. Змішування цих кольорів створювало інші. Цей метод досі використовується в газетах та журналах.

У коміксах середини минулого століття винаходили особливі способи друку щоб полегшити життя. При друці в СМУ використовувалася відсоткова система: 25% (маленькі крапки), 50% (більші крапки або тонкі лінії) та 100% (суцільна заливка). Оригінальний малюнок розміром 11 x 17 дюймів фарбувався аквареллю. Тоді однією з найпопулярніших фарб були фарби компанії «Dr. Ph. Martin`s», яка існує досі. Колористи показували як потрібно розфарбувати сторінку. Наприклад, Y2B2 означає, що потрібно наносити на 25 відсотків жовтого та синього кольорів (використовувався синій замість блакитного та червоний замість пурпурового). Копії робилися вже розміром 8 ½ x 11 дюймів [24]. Потім такий зразок надсилався сепараторам. Це окрема компанія, безпосередньо не пов'язана з індустрією коміксів. Вони також працювали над

кольоровим друком інших матеріалів, таких як журнали та газети. Сепараторником, спираючись на гайдлайн, готували дев'ять окремих ацетатних листів на кожен сторінку, по три на кожен відсоток кольору. Вони заповнювали листи суцільною фарбою або вирізали рублітову маску (Rubylith це назва фірми, цей процес ще відомий як ксерокс)[24].

Дипломна робота була роздрукована на сучасному принтері з використанням усіх вимог. Друк якісний та кольори передали повний характер роботи.



Рис.3.8. Перший варіант обкладинки



Рис. 3.9. Роздрукований варіант 15 сторінки

Висновки до розділу 3

В третьому розділі дипломної роботи було проаналізовано вибір матеріалів для створення коміксу та обрано щільний папір, який добре зможе передати кольорову гаму зображення. Здійснено аналіз методів розробки графічних історій та обраний метод реалізації творчого проекту у вигляді журналу. Розглянуто способи створення перших коміксів та обрано спосіб

виготовлення коміксу за допомогою цифрового друку з якісною передачею кольору. Обґрунтовано вибір матеріалів для створення творчого проекту та обрано програмне забезпечення графічних редакторів для створення ілюстрацій для графічної історії, надано рекомендації щодо вибору матеріалів для її виготовлення. Показано та проаналізовано сюжет коміксу та розглянуто особливості персонажів графічної історії. Розроблено та виготовлено в матеріалі творчий проект – комікс під назвою “Жарти темряви”.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

1. В дипломній бакалаврській роботі досліджено, що комікс – це поєднання літератури та візуального мистецтва. Досліджено таке поняття, як комікс, розглянуто розвиток створення та особливості графічних історій перших авторів. Вивчено, що комікси поділяються за жанрами, видами, залежно від читацької аудиторії.

2. Описано розвиток перших коміксів та створення перших студій. Здійснено аналіз перетворення індустрії коміксів в кіноіндустрію. Досліджено, що комікси поділяються на декілька видів, за способом створення та за жанрами. Розглянуто особливості коміксової культури в різних країнах, їх способи творення та аудиторію.

3. Визначено структуру графічних романів, на які складові вони поділяються та розглянуто межі поширення коміксів серед класів суспільства та на які види поділяються. Досліджено, що сфера споживання коміксів не є обмеженою у віці, статі та соціальному положенні. Розглянуто методи розробки графічних історій та обрано спосіб проектування створення власного коміксу. Проаналізовано всі етапи створення коміксів. Розроблено ескізний ряд для графічної роботи.

4. Розглянуто методи розробки коміксів та обрано спосіб створення власного творчого проекту. Виявлено ознаки різних мистецьких стилів в комікс індустрії, розглянуто новітні матеріали та інноваційні методи проектування графічних історій. Проаналізовано структуру коміксу, його особливості. . Здійснено аналіз методів розробки графічних історій та обраний метод реалізації творчого проекту у вигляді журналу.

5. Обґрунтовано вибір матеріалів для створення творчого проекту та обрано програмне забезпечення графічних редакторів для створення ілюстрацій для графічної історії, надано рекомендації щодо вибору матеріалів для її виготовлення. Здійснено аналіз жанрів коміксів і обрано фентезійно-психоделічний жанр. Показано та проаналізовано сюжет коміксу та розглянуто особливості персонажів графічної історії. Розроблено та виготовлено в матеріалі творчий проект – комікс під назвою “Жарти темряви”.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Краткая история комиксов: как «рисованный» жанр стал популярным и почему его любят до сих пор (дата звернення: 05.03.2021) URL: <https://kanobu.ru/articles/kratkaya-istoriya-komiksov-kak-risovannyij-zhanr-stal-populyarnym-i-pochemu-ego-lyubyat-do-sih-por-375889/> .
2. История комиксов. Как появились и менялись со временем комиксы. 18.04.2019 (дата звернення: 05.03.2021) URL: <https://ast.ru/news/nnn-m09-y18-istoriya-komiksov/>
3. Ермаков Д. А. Стилистические приёмы компьютерной графики, применяемые в процессе создания комикса “DREAMGAME”. (НИТГУ) 2020 г.
4. Космацька, Н. В. Мова сучасного коміксу як явища масової культури. In: Мова і культура, 2012, №15(4), С. 15–20. (дата звернення 10.03.2021). Доступно: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi->
5. Троян, Т. Г. Формування комікс-культури: переваги, функції, значення In: Інтернаука, 2018, №7(1), С. 22-26. (дата звернення 16.03.2021). Доступно: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2018_7%281%29_6
6. Белов, Д. Видова і жанрова специфіка коміксу в Україні. In: Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук. №5. 2020. С.29-42. (дата звернення 18.03.2021). Доступно: <https://doi.org/10.31866/2616-7654.5.2020.205728>
7. Супергерои против Гитлера. Лекция культуролога Дарьи Дмитриевой о том, как Америка создала комиксы, а потом их герои уже создавали идеологию США. 14 марта 2015 (дата звернення: 22.03.2021) URL: <https://lenta.ru/articles/2015/03/14/comics/>

8. Виды комиксов. История комиксов: рождение супергероев. 07.12.2019, (дата звернения: 25.03.2021) URL: <https://zobiki.ru/upravlenie-biznesom/vidy-komiksov-istoriya-komiksov-rozhdenie-supergeroev-komiksy-v/>
9. Терминология и виды комиксов. 14.04.2019 (дата звернения: 25.03.2021) URL: <https://vk.com/@geekshopestonia-terminologiya-i-vidy-komiksov>
10. Харука Рейзен. Классификация комиксов и страны, их выпускающие. Комиксы- истории рассказанные в картинках. (дата звернения: 29.03.2021) URL: <https://harukaraysencomics.blogspot.com/p/blog-page.html>
11. Алексеев Е. Marvel vs DC Comics: история соперничества двух супергеройских империй. 27 марта, 2016, (дата звернения: 03.04.2021) URL: <https://www.okino.ua/article/marvel-vs-dc-comics-istoriya-sopernichestva-dvuh-supergerojskih-imperij-1940/>
12. Как придумывались комиксы. Детский портал «Пустунчик». (дата звернения: 03.04.2021) URL: <https://pustunchik.ua/online-school/history/istorija-komiksiv#:~:text=%D0%98%D0%B7%D0%B2%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BD%D1%8B%D0%BC%20%D1%81%D0%BE%D0%B7%D0%B4%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BC%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D1%81%D0%BE%D0%B2%20%D1%8F%D0%B2%D0%BB%D1%8F%D0%B5%D1%82%D1%81%D1%8F%20%D0%A0%D1%83%D0%B4%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%84,%D0%9A%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BD%20%D0%90%D0%BC%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%B0%2C%20%D0%94%D0%B5%D0%BB%D0%BB%D0%B8%20%D0%B8%20%D0%A5%D0%B0%D1%80%D0%B2%D0%B8.>
13. Вергун Д. Недетская забава – украинские предприниматели научились зарабатывать на комиксах. 17 ноября 2018, (дата звернения: 09.04.2021) URL:

<https://ubr.ua/leisure/nedetskaja-zabava-ukrainskie-predprinimateli-nauchilis-zarabatyvat-na-komiksakh--3877995>

14. Почему комиксы - уже давно не только для детей? *Тижневик ЕХО*, (дата звернення: 15.04.2021) URL: <https://exo.in.ua/news/48655>

15. Ханукаева Р. Все, что вы не знали о комиксах и боялись спросить. Кто сильнее: Тор или Дэдпул? *Онлайн журнал ЭКСМО*. 15 января, 2018 (дата звернення: 16.04.2021) URL: <https://eksmo.ru/articles/vse-chto-vy-ne-znali-o-komiksakh-i-boyalis-sprosit-ID12110707/>

16. Mary Winkler. Значит, вы хотите быть художником комиксов? *DESIGN & ILLUSTRATION*. 27 Nov 2015. (дата звернення: 18.04.2021) URL: <https://design.tutsplus.com/ru/articles/so-you-want-to-be-a-comic-artist--cms-25141>

17. Как сделать и издать комикс. (дата звернення: 19.04.2021) URL: <https://dtf.ru/read/33098-kak-sdelat-i-izdat-komiks>

18. Пилюгина П. А., Карлова О. А., Пашова Э. В. Российская комикс-индустрия, способы продвижения и использование в рекламной практике. *СФУ*, 2017

19. Фэнтези как жанр литературы. Определение жанра. *Виртуальный музей литературных жанров*. дата звернення: (23.04.2021) URL: <https://sites.google.com/site/virtualmuzej/fentezi-kak-zanr-literatury>

20. Art movements. Психоделическое искусство. Искусство вычисления. Элемент спектакль. Стиль тенденции. дата звернення: (23.04.2021) URL: <https://www.hisour.com/ru/psychedelic-art-12747/>

21. Филлип Севи, Джен Бартель, Энди Шмидт. Как создавать комиксы. *Adobe*. дата звернення: (25.04.2021) URL: <https://www.adobe.com/ru/creativecloud/illustration/discover/comic-book-art.html>

22. Три школы комикса. *Stone forest*. 19.02.2020 дата звернення: (26.04.2021)
URL: <https://stoneforest.ru/look/culture/comics/tri-shkoly-komiksa/>
<https://stoneforest.ru/look/culture/comics/tri-shkoly-komiksa/>
23. Шевченко М. А. Психологические цветовые и рисуночные тесты для взрослых и детей. Интерпретация и психологическое значение цвета. *ВикиЧтение*. дата звернення: (28.04.2021) URL: <https://psy.wikireading.ru/24189>
24. Печать комиксов. Как это было. Неуловимая магия как результат кропотливой работы. 17 апр 2019. дата звернення: (30.04.2021) URL: <https://dtf.ru/read/47105-pechat-komiksov-kak-eto-bylo>
25. Ковальский А. Стэнли М. Л. *24 СМИ*. дата звернення: (03.05.2021) URL: <https://24smi.org/celebrity/19125-sten-li.html>
26. Пухарев П., Філоненко Б.: Робити комікси з національними героями зараз на часі. 03.11.2014, дата звернення: (06.05.2021) URL: <https://archive.chytomo.com/book-art/boris-filonenko-robiti-komiksi-z-nacionalnimi-geroyami-zaraz-na-chasi>
27. Eisner W. All right reserved printed in the united states of America. No part of this book may be use or reproduced in any manner without written permission. *Florida 3332. Library of Congress Catalog Card Number: 85-61669*
28. Калитина К. В. Использование комиксов в образовательных технологиях как важного инструмента для передачи знаний. *ФГБОУ ВПО "Хабаровская государственная академия экономики и права* дата звернення: (09.05.2021)
29. Сапа Т. Ю., Єжова О. В., Комикс как продукт информационной культуры. *Technical Scientific Conference of Undergraduate, Master, PhD students*. дата звернення: (10.05.2021)

30. Почепцов Г. Комікси як засіб транслявання соціальних смислів. 26 лютого 2012, дата звернення: (14.05.2021) URL: <https://ms.detector.media/manipulyatsii/post/7903/2012-02-26-komiksy-yak-zasib-translyuvannya-sotsialnykh-smysliv/>
31. В. В. Соковнина. Языковая игра в постмодернистском комиксе (на материале финского политического комикса “КЕККОНЕН”). УДК811.511.111’42-821511.11-8
32. Visual, Auditory, Kinaesthetic Learning Styles and Their Impacts on English Language Teaching. *Journal of Studies in Education* ISSN 2162-6952 2012, Vol. 2, No. 1
33. We are 90% visual beings. 11 January, 2013 by Ernesto Olivares. Дата звернення: (16.05.2021) URL: <https://ernestoolivares.com/we-are-90-visuals-beings/>
34. Мішенев Я. Комікси в Україні: підсумки 2019 року. Дата звернення: (16.05.2021) URL: <https://vertigo.com.ua/comics-in-ukraine-2019/>
35. Sarah Glazer. Manga for Girls. *THE BOOK BUSINESS*. Sept. 18, 2005. Дата звернення: (19.05.2021) URL: <https://www.nytimes.com/2005/09/18/books/review/manga-for-girls.html>
36. Дмитро Белов. Комікс як продукт інформаційної культури. УДК 7.05:82–341:[008:002.6. Дата звернення: (20.05.2021)
37. Онкович Г. В., Онкович А.Д., Комикс как средство медиаобразования. *Медиаобразование. 2016 №2*
38. Психология цвета: эмоциональные эффекты цвета. *Образовательный центр Вадима Куркина*. Дата звернення: (22.05.2021)

39. Возможности Adobe Photoshop: обзор версий и достоинств программы. *SoftMagazin*. Дата звернения: (24.05.2021) URL:

https://www.softmagazin.ru/blog/vozmozhnosti_adobe_photoshop_obzor_versiy_i_dostoinstv/

40. Иванищев А. Рождение комиксов в США: от супергероев в трико до психоделической революции. 30.03.2018. Дата звернения: (27.05.2021) URL:

<https://disgustingmen.com/art/comics-establishment-usa>

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА
ДИЗАЙНУ

Київський національний університет технологій та дизайну
Дизайн

Рисунку і живопису

ІЛЮСТРАТИВНИЙ МАТЕРІАЛ ДО ДИПЛОМНОЇ БАКАЛАВРСЬКОЇ
РОБОТИ

зі спеціальності 022 Дизайн

Спеціалізації Графічний дизайн

на тему: Комікс як різновид книжкової та журнальної ілюстрації

Студента групи БДр2-17

Сапи Тетяни Юріївни _____
(підпис)

Науковий керівник доктор пед. наук, професор

Єжова Ольга Володимирівна _____
(підпис)

ДОДАТОК А

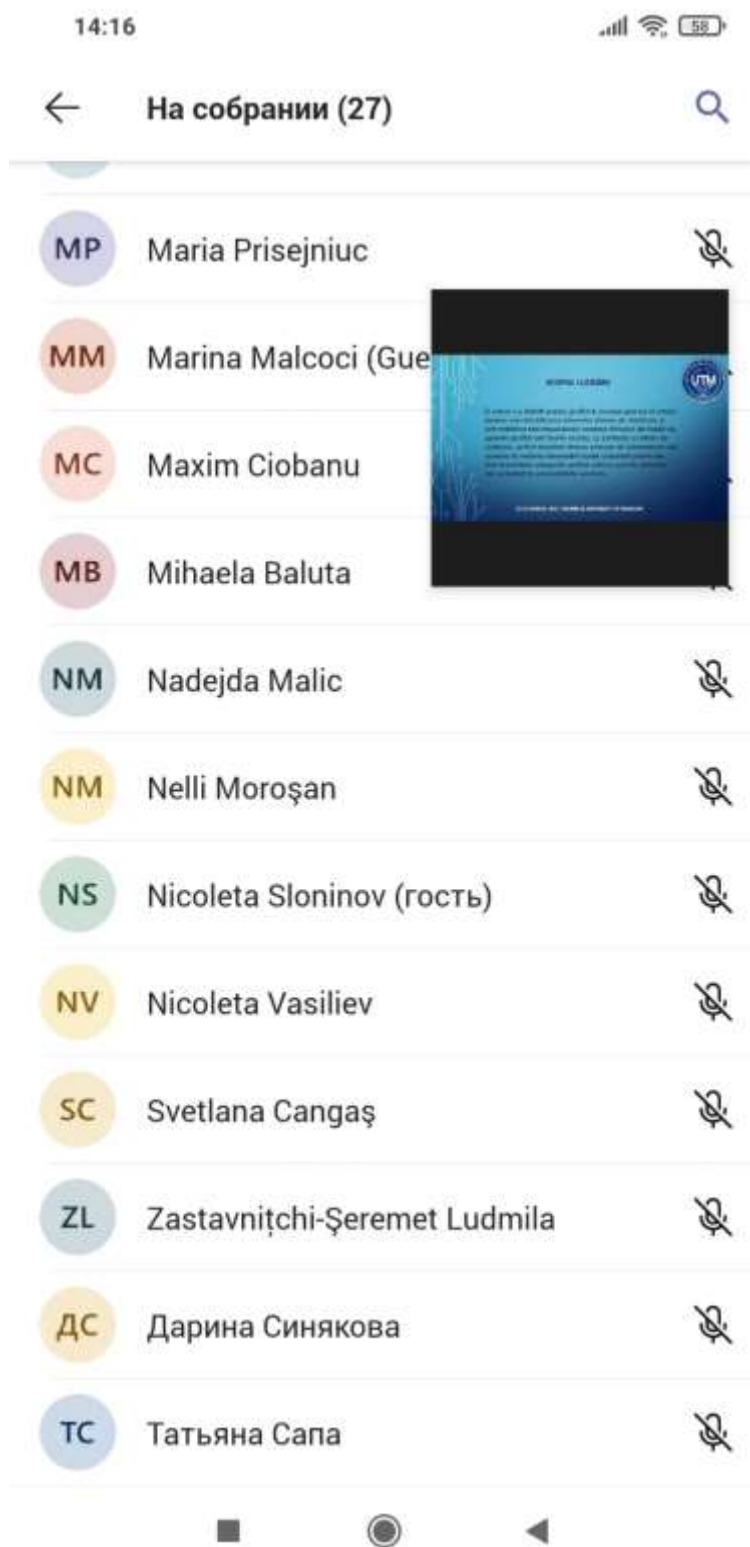


Рис. А.1 Учасники конференції

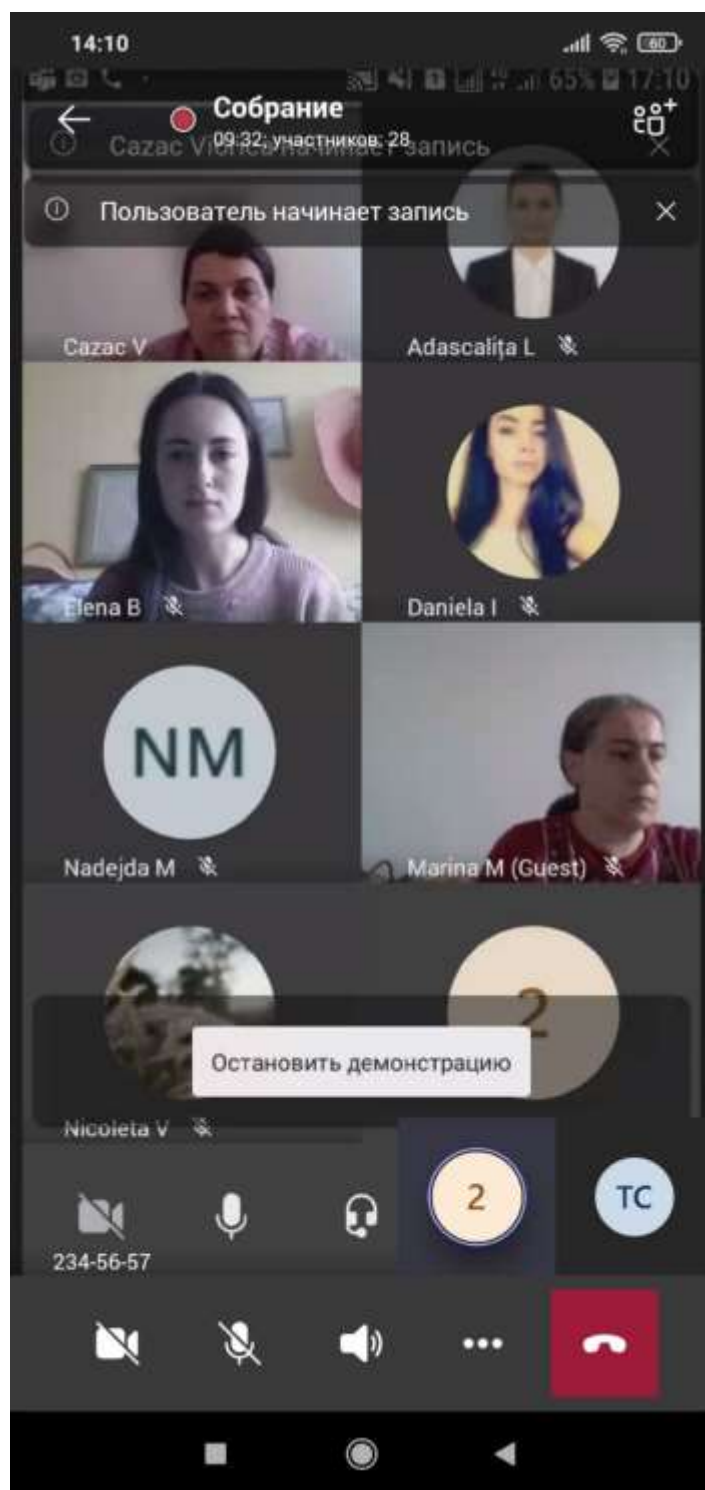


Рис. А.2 Презентування робіт

ПРЕДСТАВЛЕНІ ТЕЗИ НА НАУКОВО-ТЕХНІЧНІЙ КОНФЕРЕНЦІЇ
МАГІСТРІВ І ДОКТОРАНТІВ З ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ В МОЛДОВІ

ПРОДОВЖЕННЯ ДОДАТКУ А

КОМИКС КАК ПРОДУКТ ИНФОРМАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

Татьяна САПА¹,
Дарина СИНЯКОВА¹,
Ольга ЕЖОВА^{1*},

¹ Киевский национальный университет технологий и дизайна, факультет дизайна, Украина, Киев

*Autorul corespondent: Ольга Ежова, e-mail oyezkhova70@gmail.com

Аннотация. В работе представлены результаты исследования такого графического направления, как комикс, рассказ в картинках или рисованная история. Определено, что графические истории можно рассматривать как полноценный информационный продукт и отдельный вид искусства. Проанализированы различные определения понятия «комикс». Обоснованно перспективы комикса как инструмента привлечения к чтению в условиях информационного общества.

Ключевые слова: комикс, графическая история, информационный продукт, комикс-культура.

Введение

На сегодня комиксы стали не только как подвид (дополнение) одного из жанров литературы, но и как полноценный информационный продукт, который очень актуальный в современной культуре. Его элементы часто используют в рекламе и на банерах. Сегодня комиксы стали предметом научного изучения в различных областях знаний. Особое внимание уделяется попыткам обнаружить, что важнее в комиксе: графическая часть или текстово-вербальная [1]. В Украине комиксы остаются непризнанным видом искусства, преимущественно их считают детским видом искусства.

Согласно литературоведческой энциклопедии комикс представляет собой серию "черно-белых или цветных развлекательных рисунков, которая иллюстрирует развитие сюжета, представленный минимальным, в основном диалогическим текстом [2]. Термин «комикс» происходит от английского comic - комедийный, забавный. Комикс является средством быстрой и эффективной передачи информации за счет одновременного использования графических и вербальных компонентов. Зарубежные теоретики для описание рисованной истории используют понятие "media" (от англ. medium - средство, способ, путь). Мастер комиксов Айснер В. использует для описания графической литературы термины «последовательное искусство»[3]. Такой метод повествования истории обеспечивает легкость восприятия информации читателями благодаря наглядности. Существует две теории понятия «комикс» - жанр литературы или форма. В частности Ли С. отмечает: «... комиксы - это способ передачи информации, а не жанр» [3], украинские исследователи преимущественно

ПРОДОВЖЕННЯ ДОДАТКУ А

придерживаются мысли, что комикс - это жанр. Ученые, которые изучают такое понятие как комикс, соглашаются с тем, что в самый первый, кто дал определение комикса был ученый, которого принято называть «отцом» этого вида искусства, швейцарский художник и писатель Г. Тепфер. В 1837 г., пытаясь объяснить природу своих работ, он высказал теорию, что комикс состоит из серии рисунков, выполненных в форме эскиза [1]. Каждый рисунок сопровождается одной или двумя лентами текста. Рисунки без текста создают неоднозначное толкование, текст без рисунков был бы просто непонятным. Но вместе они складываются в своеобразную историю, однако настолько своеобразную, что она похожа на роман не более, чем на что-то другое в этом роде.

Комикс, который сочетает в себе вербальные и иконические знаки, является типичным продуктом массовой культуры. Благодаря своей наглядности он обеспечивает легкость восприятия. Повторяемость сюжетов и персонажей способствует быстрому восприятию. Композиционное напряжение гарантирует эмоции. Все это превращает чтение комикса в удовольствие. Привлекательность графических историй, по мнению У. Эко, заключается в ощущении отдыха, психологической разрядке, когда читатель, шаг за шагом, открывает то, что он уже знает, и то, что хочет узнать снова [2]. Специфика комиксов состоит еще и в воздействии на этот жанр других видов искусств: литературы, живописи, а также кинематографа и каллиграфии. Исследователь графической литературы Филоненко Б. называет комиксы «наднациональным» видом искусства, ведь их может понять любой читатель [3]. Современный комикс содержит коммуникативный код, который легко расшифровывает читатель любой части мира благодаря средствам, таким как рисунок, возгласы, ономапоея, что является интернациональными. Важно отметить, что комиксы часто используются в рекламных, учебных развлекательных и образовательных целях. Именно поэтому им отводится место на страницах многих газетных и журнальных изданий. Виды искусства, содержащие изобразительные элементы, будут иметь преимущество над чисто словесными. Такой вывод объясняет большую популярность телевидения, кинематографа, видеоигр. С перечисленных причин массовая информация все чаще прибегает к фотографическим и рисованным изображениям на своих страницах. Сюжет комиксов, как правило, жанрово основан на действии. Это заставляет персонажей постоянно быть в движении. Здесь редко случаются сцены, где герой спит. Персонажи постоянно про что-то говорят, утверждают, информируют, обещают, запрещают и т. Поэтому основные нагрузки в вербальной части текста несут диалоги. Основным признаком комиксных диалогов является грамматически неполные предложения. Здесь продуктивно используются все главные функциональные типы неполных предложений, предложения с разными формами структурной неполноты. Диалог ориентирован на образное восприятие действия в кадре, диалогический массив является средой для функционирования неполных предложений. Диалоги комикса отмечаются краткостью и смысловой четкостью реплик. Одно из диалогических предложений строится относительно свободно, другое же - структурно и функционально ему подчиняется. К неотъемлемым составляющим художественного текста, и комикса как такового, относится его название, которое определяет содержание произведения. Достаточно часто название альбома, как исходный пункт понимания комиксного текста, служит объединяющим элементом между отдельными эпизодами истории и способствует определению смысловых частей произведения. Комикс, как серийное издание, содержит имя главного героя серии на титульной странице альбома, обеспечивает ее узнаваемость в последующих историях.

ПРОДОВЖЕННЯ ДОДАТКУ А

Принадлежность комикса к группе печатных средств информации подтверждается способом его распространения, устремленностью к широкой аудитории. Сегодня, например, издательство Toon Books, которое специализируется на выпуске комиксов, разработало возрастную линейку комиксов: для самых маленьких читателей в возрасте трех-четырёх лет для старших детей вторых-третьих классов и выше. Наряду с определением комикса как жанра массовой культуры все чаще возникает стремление признать комикс девятым искусством, которое пришло на смену попыткам дать ему определение на основе существующих форм искусства. Надо отметить, что само определение комикса, как части литературы открыло доступ к его изучению в литературоведческом аспекте и тем самым способствовало повышению культурологической значимости этого информационного продукта. Связь с литературой поддерживается из-за наличия вербального компонента и открывает простор в частности для языкового анализа комикса. Будучи сегодня преимущественно печатным информационным продуктом, комикс пока ближе к литературе, чем к кинематографу и мультипликации, и предполагает активное соучастие читателя, который должен быть способен объединить разные кадры комикса и суметь комплексно воссоздать в своем восприятии всю его смысловую нагрузку, созданную с помощью графических и текстовых элементов. Мощным средством популяризации комиксов является кинематограф. [4]

Выводы

Комикс - особое социокультурное явление, связанное с особенностями современных информационных процессов. Подобно другим художественным средствам массовой информации - журналам, сборникам и иллюстрированным литературным изданиям - комиксы выходят под постоянным названием, с определенной периодичностью. Серийность, популярность ставят комикс в один ряд с массовой развлекательной и художественной литературой. Связь истории с началом возникновения комикса, его развития и становления в явление культуры, а также роль, которую он играет в жизни современного общества, позволяют рассматривать комикс как феномен информационной культуры, графические истории занимают весомое место в современных культурных проявлениях.

Литература:

1. БЕЛОВ, Д. Комікс як продукт інформаційної культури. In: *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*, 2018, № 49, С. 83-103. [дата обращения 12.02.2021]. Доступно: http://nbuv.gov.ua/UJRN/npnbuimviv_2018_49_9.
2. КОСМАЦЬКА, Н. В. Мова сучасного коміксу як явища масової культури. In: *Мова і культура*, 2012, №15(4), С. 15–20. [дата обращения 11.02.2021]. Доступно: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?c21com=2&i21dbn=ujrn&p21dbn=ujrn&image_file_download=1&image_file_name=pdf/mik_2012_15_4_5.pdf.
3. ТРОЯН, Т. Г. Формирование комикс - культуры: преимущества, функции, значение. In: *Интернаука*, 2018, №7(1), С. 22-26. [дата обращения 12.02.2021]. Доступно: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2018_7%281%29_6
4. БЕЛОВ, Д. Видова і жанрова специфіка коміксу в Україні. In: *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*. №5. 2020. С.29-42. [дата обращения 12.02.2021]. Доступно: <https://doi.org/10.31866/2616-7654.5.2020.205728>.

ДОДАТОК Б



Рис Б.1 Реєстрація роботи на конкурс



Рис Б.2 Підтвердження реєстрації роботи на конкурс



Рис Б.3 Ілюстрація на конкурс

ДОДАТОК В

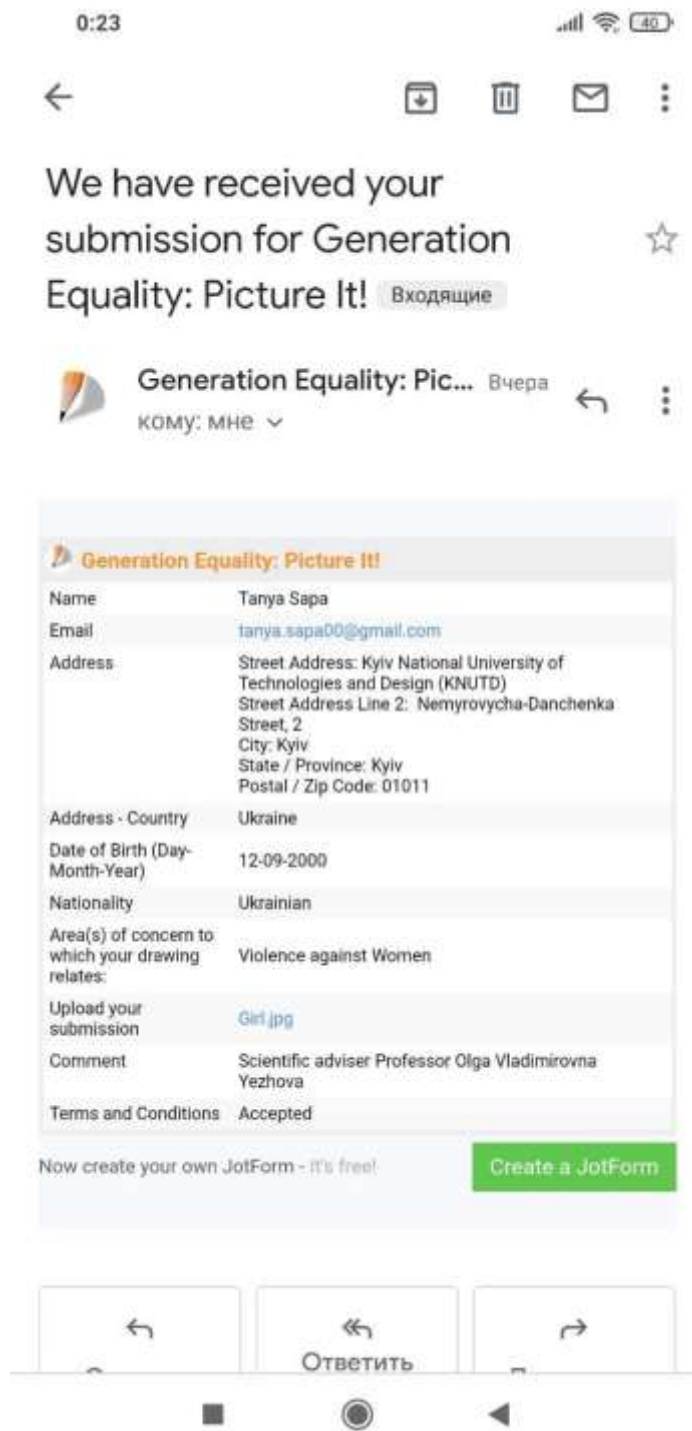


Рис В.1 Реєстрація на конкурс

ДОДАТОК Г

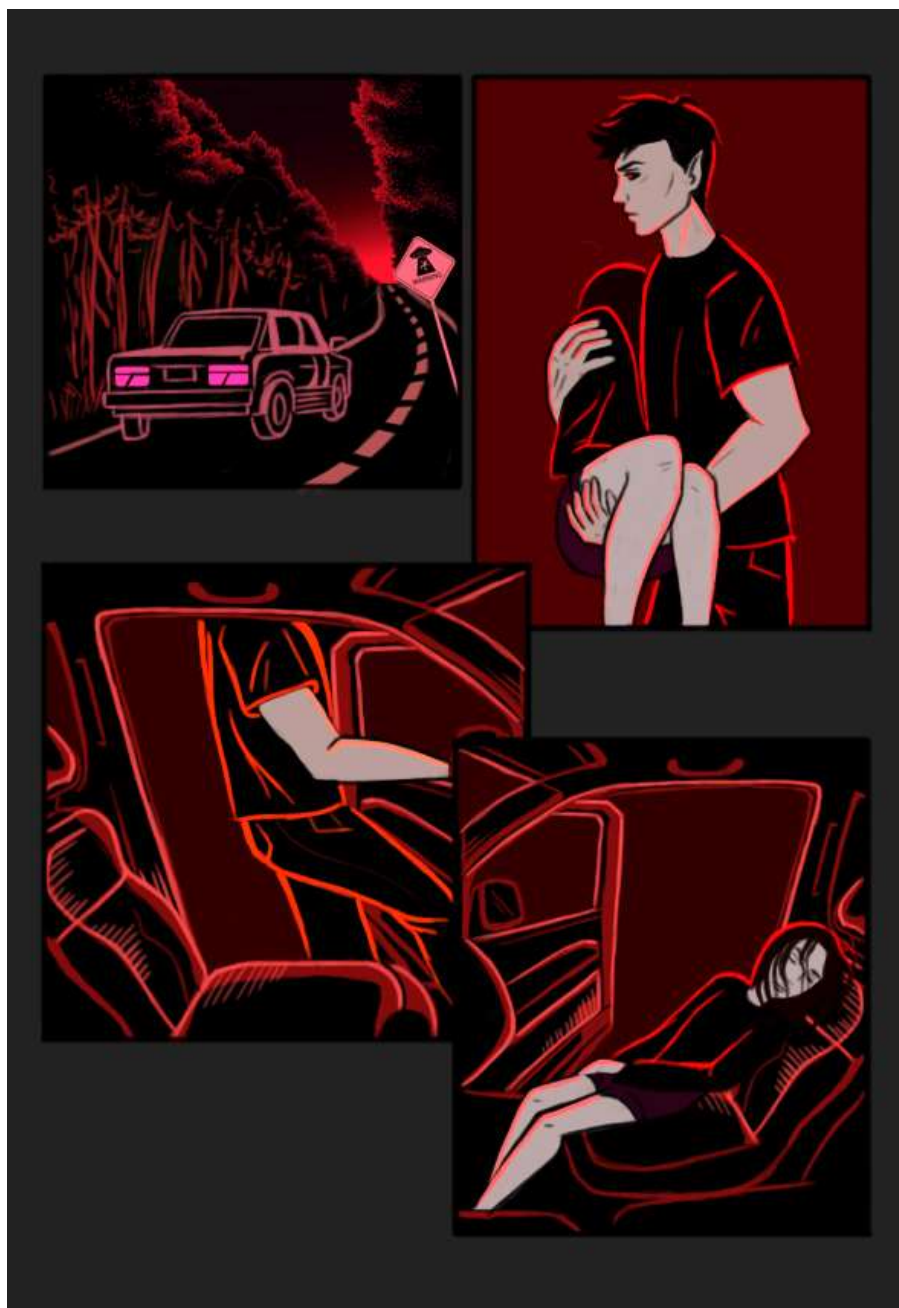


Рис Г.1 Одинадцята сторінка коміксу



Рис Г.2 Чотирнадцята сторінка коміксу