

Лиса Ірина Віталіївна
Студентка 6 курсу
ННІ філології та журналістики,
Науковий керівник — доц. канд. філологічних наук.
Башманівський Валерій Іванович

СТРУКТУРА УКРАЇНСЬКОГО КОМІКСУ ЯК ОКРЕМОГО МЕДІА ПОВІДОМЛЕННЯ

У статті досліджено створення та розвиток українських коміксів, а також розглянемо сучасну індустрію коміксів. Визначено їх особливості та розкрито потенціал коміксу, як окремого жанру масової комунікації.

Ключові слова: медіа повідомлення, структура, кадр, комікс-видання, графічна література, акт.

Тема є **актуальною**, оскільки допомагає дослідити розвиток коміксів, як окремого жанру комунікації та визначити потенціал коміксу як медіа повідомлення. А також надає можливість дослідити вплив коміксів на розвиток суспільства в комунікаційному просторі. Це художня інтерпретація, відображення суспільних проблем (війни, економічної відсталості та потреби людства у героях, які вселятимуть надію) через призму погляду художника.

Метою статті є визначення української індустрії коміксів як окремої складової комунікаційного простору, а також визначення потенціалу українського коміксу як медіа повідомлення.

Виклад основного матеріалу. Станом на 2020 рік Українські комікси поступово набувають популярності, їх читають, а тому і купують. Якщо у 2014 році поставало питання чи існує таке явище як «український комікс» то сьогодні цей жанр стає невід'ємною частиною не лише культурного простору, а й комунікаційного. За даними керівника видавництва Вовкулака Я. Мішенова кількість виданих українських друкованих коміксів у 2019 р. складала 169 видань, а це у двічі більше ніж у 2018 [6 с. 30]. Усе частіше різні видання обирають проекти пов'язані з графічною літературою, комікси представляють на різних книжкових форумах та проводять фестивалі пов'я-

зані з цією видавничою продукцією. Також це один з видів літератури, який заповнив простори Інтернету, а саме YouTube. Українські комікси стають предметом аналізу відомих блогерів таких як: Тайлер Андерсон, його відео-обзор «Українські комікси? | огляд коміксів «Уперед овець» та «Уоля»» зібрав понад 13 500 переглядів [3], відео ролики про комікси блогерки МаріїАмб набирають близько 30 тисяч переглядів. На YouTube каналі «Zala Zosi» ролики про українські комікси набирають по 50 тисяч переглядів.

Найчастіше тематика українських коміксів стосується подій війни, що розпочалася 2014 р. Це зумовлено, тим, що останні роки тема збройного протистояння кожного дня висвітлюється на каналах українського телебачення та на шпальтах газет. Саме через тривалість військового конфлікту в Україні та постійні новинні сюжети, що стосуються збройного конфлікту, почали виникати нові форми подачі медіа повідомлення, для того аби аудиторія не стомилася від постійного інформаційного «стресу».

Сьогодні деякі дослідники такі як: Світлана Хлестова та Віталій Козлов розглядають мальовані історії як окремий тип медіа і відзначають, що комікс можна розглядати як певну медіа технологію [7].

Якщо розглядати визначення У. Еко медіа повідомлення — це комплекс знакових засобів, побудованих на основі одного або більше кодів з метою передачі певних смислів, які піддаються інтерпретації на основі цих же або інших кодів. До медіа повідомлень належать, як окремі тексти, так і тексти, які побудовані на візуальних засобах [2]. Тому опираючись на дане визначення, ми можемо віднести комікс до окремого виду медіа повідомлення. Композиційно комікс має два коди для передачі смислу: текстовий та візуальний [7]. Проте, ефективною передача інформації через комікс були лише тоді, коли ці два аспекти вдало поєднуються між собою. Прикладом вдалого медіа повідомлення цього формату є комікс-трилогія Максима Прасолова, Олексія Чебикіна й Олега Колова «Дагопак». Головними героями коміксу є три козаки які відправилися до Туреччини, щоб визволити своїх земляків та побратимів з полону. Взагалі, аналізуючи сюжет та стиль графіки, цього графічного роману, можемо сказати, що першочерговою метою створення даного коміксу було показати українські традиції й описати культуру нашого народу.

Можемо стверджувати, що комікси які розкривають культурні традиції та звичаї сприймаються аудиторією як частина масової культури. Адже головні герої коміксів постають у ролі провідників між автором (авторським задумом) та читачем (його сприйманням тексту та ідеї). Так козацькі мотиви, які присутні у коміксі Дениса Фадеєва «Звитяга» взагалі об'єднують у собі сучасну тематику війни на сході з історичними подіями, що розвивалися за часів Івана Сірка. Тому завдяки такому незвичному по-

рівнянню часових вимірів та створенню альтернативних світів у коміксах, ми можемо з легкістю донести до читача більше інформації та завдяки візуальним методам, що слугують підсиленням до тексту, ефективніше підштовхнути читача до певних висновків.

Окрему нішу в видавничій індустрії та культурологічному становленні книжкового ринку займають комікси на історичну тематику, а саме про часи козацтва. На нашу думку, популярність цієї теми зумовлено через важкі історичні події, постійну боротьбу українського народу за незалежність. Як зазначив журналіст Богдан Звоник на всеукраїнській конференції «Коміксове козацтво: співіснування історії і міфу»: «Журба за Україну, кляті ляхи та бусурмани — перелік стандартних стереотипів про козацькі часи [1]. Саме стереотипний образ козацтва й став фундаментом для більшості історичних коміксів, а саме: «Воля» В'ячеслава Бувагаєва та Олексія Бондаренк «Характерник» Олексія, «Хотин» Юрій Сорока, «Кобзар» видавництва Вовкулака та багато ін.

Образи козацької тематики в умовно можна поділити на два періоди: період козацької доби і період посткозацької доби. Проте у більшості комікс-історій не описуються історичні події, а створюється альтернативна реальність, яка може містити у собі певні посилання на історичні постаті: Богдана Хмельницького, Петро Дорошенко, Івана Сірка та ін.

Створюючи героя коміксів, автори використовують вже існуючий прототип й підлаштовують готовий образ під сучасні тенденцію. Поштовхом до національної ідентифікації більшості українців стали події 2014 року «Революція Гідності». Як стверджує О.М. Романуха у статті «Проблеми самоідентифікації українського суспільства», багатьом людям, а особливо молоді віком від 15—25 років потрібно якимось себе реалізувати, тому вони героїзують образи які закріпилися у свідомості [4 с. 88] ще зі школи. Саме тому в Україні починають з'явитися комікс-блокбастери, головними персонажами яких стають козаки. Автор графічного роману «Дагопак» Максим Прасолов переконаний, що країна потребує національних супергероїв. За його словами: «Ми виткали полотно історії образами нових супергероїв. Ми вважаємо, що супергерої нам вкрай необхідні, тому що наша культурна спадщина переповнена героями, які чекають на вихід у світ, а українська історія, викладена у коміксах, стане більш зрозумілою та цікавішою.

На нашу думку тема українського козацтва це вигідний «бренд-образ», який Україна вдало експортує в світ у вигляді коміксів і це те, що набирає стрімкого розвитку. Підтвердженням того, що комікси про козацтво є популярними у європейських країнах, слугують результати міжнародних книжкових форумів та виставок. Наприклад: комікси «Воля» та «Укрмен»

(2016 р.) набрали велику кількість позитивних відгуків на Лейпцизькій (Leipzig Book Fair) книжковій виставці у Німеччині. Тому можемо зауважити, що українські комікси є досить різноманітними за стилем графіки, тематикою, жанровою специфікою та форматів.

Висновок. З огляду на розвиток коміксу в Україні, як окремого медіа повідомлення, можемо стверджувати, що це відносно нове явище у засобах масової інформації. Але з 2000 р. спостерігається тенденція до збільшення та популяризації цієї видавничої продукції. На сьогоднішній день комікси вивчають та аналізують. Вітчизняні науковці такі як: Д. Белов, О. Гудошник, С. Хлестова та В. Козлов розглядають комікси як феномен масової комунікації і засіб передачі певних ідей, символів й смислів.

Кожного року збільшується кількість друкованих видань, графічні історії набувають такої популярності, що в честь них проводяться тематичні фестивалі, які з кожним разом набирають все більшу аудиторію. Із 2014 р. популярності набули оригінальні Українські комікси, історичної тематики, які зазвичай розкривають та торкають проблеми визвольної війни українського народу. Особливістю історичних українських коміксів є те, що в них переважає козацька тематика, тому образи головних героїв посилаються на класичний образ «козака». Можемо також додати, що комікси в Україні є різноманітними та орієнтуються на різну вікову категорію читачів. Українські автори та художники вдало переймають досвід зарубіжних колег та створюють якісний контент та оригінальну продукцію.

Список використаних джерел та літератури:

1. Городицький М. Козацька міфологія у сучасному українському просторі / М. Городицький, 2020. URL: <https://cutt.ly/jhW00QS>
2. Маклауд Скотт. Понимание комикса. Некоммерческий перевод выполнен Студи ей А7, 2011. URL: <http://understanding-comics.ru/>
3. Огляд коміксів [відеозапис]. — Режим доступу : <https://www.youtube.com/watch?v=Pwaf1rppdPo&t=114s>
4. Романуха О.М. Проблеми ідентифікації українського суспільства / О. М. Романуха // Український соціум. — 2009 . — № 2. С. 82—88.
5. Сонин А. Г. Комикс как знаковая система: Психолингвистическое исследование на материалах франкоязычных комиксов / А. Г. Сонин. — Барнаул, 1999.
6. Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук / ред-кол.: Т. Гранчак, В. Бездрабко, А. Білощизький [та ін.] ; відп. ред. Т. Гранча ; М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. — Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2020. — Вип. 5. — 154 с.
7. Хлестова С. Потенціал коміксу як медіаповідомлення: на прикладі текстів про збройну агресію РФ на Донбас / С. Хлестов // Вісник. — Львів : Львівський національний університет ім. і. Франка. — Вип. 46. — С. 281—288.