

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н. КАРАЗИНА

ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

**КОМІКСИ В ЖУРНАЛІСТИЦІ
ТА ЇХ СПРИЙНЯТТЯ АУДИТОРІЄЮ**

Кваліфікаційна робота
студентки 2 курсу
другого (магістерського)
рівня вищої освіти,
спеціальності 061 «Журналістика»
Брежнєвої Юлії Сергіївни

Керівник: Полумисна Ольга
Олексіївна, кандидат філологічних
наук, доцент

Харків — 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ КОМІКСІВ У ЖУРНАЛІСТИЦІ: НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ.....	6
1.1 Історія розвитку коміксів у журналістиці.....	6
1.2 Комікси та їх актуальність у сучасній журналістиці.....	15
1.3 Різноманіття жанрів у світі коміксів.....	21
1.4 Формати коміксів.....	27
1.5 Анатомія коміксу.....	34
1.6 Форми коміксів.....	35
Висновок до Розділу 1	45
РОЗДІЛ II ОСОБЛИВОСТІ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ КОМІКСІВ (НА ПРИКЛАДІ КОМІКСУ «МАУС», КОМІКСУ О. ГРЕХОВА ТА КОМІКСУ «ПОДОРОЖ ДО ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ЗАДЗЕРКАЛЛЯ»).....	46
2.1 Журналістський комікс «МАУС» та його особливості.....	46
2.2 Комікси Олександра Грехова та їхні особливості.....	52
2.3 Особливості коміксу «Подорож до телевізійного задзеркалля».....	56
Висновок до Розділу 2	58
РОЗДІЛ III СПРИЙНЯТТЯ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ КОМІКСІВ АУДИТОРІЄЮ.....	59
3.1 Сприйняття аудиторією журналістських матеріалів з використанням коміксів: анкетування.....	59
Висновок до Розділу 3	61
ВИСНОВКИ.....	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	66
ДОДАТКИ.....	70

ВСТУП

Комікси набули надзвичайної популярності в сучасному світі, оскільки вони пропонують унікальне сполучення мистецтва та тексту в доступному та цікавому форматі. Вони легко сприймаються, здебільшого короткі та лаконічні. Комікси можуть бути візуально привабливими та ефективно використовувати графічний спосіб сприйняття, що особливо важливо в цифровому середовищі, зокрема в журналістиці.

Усе частіше журналісти використовують мальовані зображення для збагачення та повноти своїх матеріалів, а також для привернення читацької аудиторії.

Актуальність теми. Розвиток інформаційних технологій та методів передачі новинної інформації викликав потребу в адаптації засобів масової комунікації до швидкості сприйняття інформації цільовою аудиторією. У цьому контексті комікс-журналістика виявляє великий потенціал і може стати передовим засобом візуального подання новин та подій як у країні, так і в світі.

Передача інформації через малюнки та комікси є відносно новим та, можливо, контраверсійним напрямком журналістики, особливо в сучасному світі швидких репортажів і миттєвих новин. Проте саме ця новаторська форма медіа володіє специфічними комунікативними можливостями, які додають нового динамізму та інтерактивності в сприйнятті аудиторією інформації. Таким чином, комікс-журналістика створює новий шлях для підходу до комунікації та може зробити цінний внесок у сучасну журналістику.

Мета дипломної роботи полягає в дослідженні використання коміксів у журналістських матеріалах та сприйнятті їх аудиторією.

Відповідно до зазначеної мети виникає необхідність вирішення таких завдань:

- дослідити появу та розвиток перших журналістських матеріалів з використанням коміксів;
- розглянути анатомію коміксу, зокрема жанрові особливості;
- проаналізувати журналістські комікси «Маус», комікс О. Грехова та комікс «Подорож до телевізійного задзеркалля»;
- дослідити сприйняття журналістських матеріалів з коміксами аудиторією.

Об'єктом роботи є комікси в журналістських матеріалах.

Предмет дослідження – особливості використання коміксів у журналістських матеріалах та сприйняття їх аудиторією.

Науково-теоретична база роботи. Розвиток та функціонування комікс-журналістики розглянуті у працях зарубіжних дослідників таких, як Д. Арчер, Г. Дженкінс, К. Косак, Ск. МакКлауд, А. Ніберг, К. Пірс, Дж. Плімптон, Дж. Сакко, Р. Стаффорд, Т. Шакк та інші. Їхні наукові роботи становлять основу теоретичного фундаменту для подальшого вивчення цього напрямку.

Українська наука поки що не приділила належної уваги аналізу комікс-журналістиці як медіа-феномену, і це залишається не повністю дослідженою територією. У дипломній роботі були використані результати досліджень та висновки зарубіжних вчених, які спеціалізуються на аналізі комікс-журналістики, як база для подальших розвідок та досліджень цього напрямку в медіа.

Окрім того, ми спиралися на дослідження сучасних спеціалістів у сфері комунікації: О. Берегової [8], Ф. Шаркова [78], Г. Андрєєвої [2; 3], В. Конєцкої [38], О. Шиманової [79], Ч. Кулі [43]. Питаннями віртуального спілкування опікувалися такі науковці: К. Смишляєва [69], Т. Виноградова [15], В. Силаєва [66], Е. Кириченко [32], Д. Попов [61], О. Леонтович [46] та інші. Визначенням вербальної та невербальної комунікації – Ф. Бацевич [6], Н. Якименко [82], О. Мороховський [51], Т. Крутько [41], С. Данилюк [24], І. Білюк [9].

Структура роботи: робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг дослідження становить 84 сторінки.

РОЗДІЛ I

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ КОМІКСІВ У ЖУРНАЛІСТИЦІ: НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ

1.1 Історія розвитку коміксів у журналістиці

Історія розвитку коміксів у журналістиці є цікавим напрямом вивчення. Комікси в журналістських матеріалах можуть бути різних жанрів та форматів, але в основі їхнього розвитку лежить поєднання малюнку та тексту.

«Комікс коренями заглиблюється в «сиву давнину» – до наскельних малюнків і житійних ікон. Зображення в печері Ласко у Франції є архаїчними формами коміксу, оскільки вони розповідають історії за допомогою малюнка. Античні фрески та барельєфи в Єгипті, Греції чи Римі близькі за сутністю до коміксу, вони використовують послідовність малюнків як засіб оповістити історію» [9] (Дод. 1).

У період Ренесансу церковні малюнки часто розповідають історії в багатьох полотнах. У наш час збереглося у багатьох християнських церков «хресний шлях» розповідає про останні години Ісуса у формі послідовних малюнків, а в старих храмах на фресках збереглись своєрідні комікси, які оповідають про життя святих» [9].

В Європі Родольф Топфер вважається піонером сучасного коміксу. У 1827 році він створив свій дебютний твір «Les Amours de Monsieur Vieuxbois», який включав «історію в естампах». Цей твір був початково створений як рукописний посібник для його учнів, призначений полегшити засвоєння навчального матеріалу. Його перша опублікована праця «Histoire de Monsieur Jabot» побачила світ у 1833 році (Дод. 2).

Твори Р. Топфера, які містили гумористичні сцени з уявними персонажами у комічних повсякденних ситуаціях, були інноваційними для свого часу. Хоча і мали спільні теми та стиль з іншими карикатуристами,

такими як І. Дом'є.

Р. Топфер вирізнявся своєю унікальністю у структурі коміксів. Він розробив концепцію кадрування, послідовності дій, обробки місця і форму кадрів та тексту. Крім того, він першим увів поняття коміксного альбому та створив перших персонажів. Завдяки цьому він став визнаним теоретиком нового формату виразності та заснував жанр монографії «Essai de physiognomie» [8]. (1845). Твори Р. Топфера було перевидано багато разів, і вони завжди залишалися актуальними.

Французький граф І. Шам видав сім альбомів протягом періоду з 1839 по 1842 рік, які доповнили «колекцію Жабо». Як Топфер, так і Шам для деталізації подій використовували окремі сцени розповіді, які ілюструвалися послідовно. Дія розкладалася на частини для сповільнення, персонаж з'являвся лише частково, переважав крупний план. Ці техніки були також використані молодими французькими митцями, такими як Надар та Густав Доре, у політичних сатирах під час революційних подій 1848 року.

У 1910 році італієць Антоніо Рубіно створив абсурдну фантастичну комедію «Квадратіно», де розповідається про дивну сімейку «геометричних» персонажів. Вона з'явилася на сторінках газети «Il Corriere dei Piccoli» [9] (Дод. 3).

У США розвиток коміксу розпочався з 1896 року в недільній пресі серією Річарда Ауткольта «At the Circus in Hogan's Alley», яку незабаром перейменували в «Yellow Kid». Американський художник Річард Ауткольд створив персонажа «Жовтого малюка» (англ. The Yellow Kid) на замовлення американського видавця, журналіста та родоначальника жанру «жовтої преси» Джозефа Пулітцера (Дод. 4).

Річард Ауткольд і «Жовтий Малюк» – це історія, яка викликала хвилю цікавості та обговорень серед науковців, літературознавців і шанувальників сучасної літератури. «Жовтий Малюк» став символом несподіваного і вразливого джерела творчості в умовах, коли багато хто співвідносив творчість із загальноприйнятими нормами та стандартами. Цей матеріал став

справжнім коміксом із розкадрованими малюнками та появою діалогових бульок (філактеріїв).

Історія почалася в середині 2000-х років, коли Річард Ауткольд, молодий австралійський письменник, вирішив взяти участь у конкурсі на найкращий роман. Але Ауткольд не став писати роман, який би відповідав класичним жанровим канонам. Замість цього він обрав зовсім незвичайний формат – мініатюрні романи, які виглядали, як спрощені підручники.

Робота «Жовтий Малюк» стала справжньою сенсацією. Ця книга складалася всього з 26 сторінок, і кожна сторінка містила всього по одному слову, іноді з супутнім малюнком. Однак цей «міні-роман» був написаний таким чином, що кожне слово і кожен малюнок зображали глибокий сенс. Персонажів можна було відчутти, бо все було зроблено із великим натхненням [10].

«Жовтий Малюк» розповідав історію хлопчика, який опинився в містечку, де кожен житель був щасливий і жив у спокої та рівновазі. Хлопчик же був інакшим і не розумів, чому всі навколо такі щасливі. Він намагався знайти власне щастя, але так думав лише він. Його головне завдання – бешкетувати.

«Жовтий Малюк» викликав велику кількість обговорень і тлумачень. Багато читачів та критиків відзначили його як алегорію сучасного суспільства, де індивідуалізм і невдоволеність навколишнім можуть призвести до самотності та розчарування. Річарду Ауткольду вдалося створити вражаючий твір, який залишив багато питань і дав простір для різних інтерпретацій [10]. «Жовтий Малюк» – вигаданий персонаж, його історія спрямована на менш освічену аудиторію, яка не бажала читати складні новини, а хотіла отримувати інформацію шляхом перегляду коміксів та читання легкого повідомлення доступною мовою. Засновник «Нью-Йорк Ворлд» Джозеф Пулітцер разом з іншими видавцями того часу бачили комікси, такі як пригоди «Жовтого Малюка» як ефективний спосіб привернення уваги до своїх видань серед менш освіченої аудиторії. Цей

підхід був спрямований на збільшення читачів та продажу газет. Практика популяризації новин через комікси та просту мову сленгу відіграла важливу роль у розвитку американської преси на початку 20 століття і стала однією з передвісників жовтої преси (yellow journalism), що характеризувалася сенсаційними заголовками та зверненням до широкої аудиторії.

Перші комікси з'явилися в США наприкінці 19-го століття, але саме в журналістиці комікси стали набувати популярності в 20-х роках 20-го століття. У той час вони використовувалися, як спосіб привернення уваги читачів до новин та важливих подій. У 30-х роках комікси стали цікавішими та розвивалися в різних жанрах: від пригодницьких до кримінальних.

Коли у 1861 році розпочалася війна, редактори газет і журналів шукали різноманітні варіанти для отримання зображень із поля бою. На той час технологія фотографії лише зароджувалася і не була достатньо розвиненою. Для ефективної передачі візуальної інформації у цей час також з'явилася перша серійна стрічка про Супермена, що стала дуже популярною серед читачів.

Під час Другої світової війни комікси використовувалися для підтримки військової пропаганди та були широко поширені серед військових. У цей період були створені такі комікси, як «Captain America», «Wonder Woman» та «Superman at War». Вони підтримували бойовий дух та пропагували ідеї патріотизму. Пізніше, у 60-х та 70-х роках, комікси стали платформою для висвітлення соціальних проблем та політичних поглядів. Наприклад, комікси «Marvel» про «Чоловіка-павука» та «Халк» були використані для висвітлення проблем расизму та війни у В'єтнамі.

Архетипічність персонажів у коміксах часто виявляється в тому, що герої представляють собою не просто окремих осіб. У багатьох коміксах вони є втіленням певних загальних абстрактних уявлень. Цей підхід особливо поширений у американських коміксах. Наприклад, Супермен з його масивним тілом, гордою поставою, міцними моральними принципами і готовністю вирішувати будь-які проблеми є типовим образом воїна. З іншого

боку, Чудо-жінка, що рідко вдається до використання сили і нагадує про ніжність і вихованість, втілює жіночність та материнство. У коміксах був створений новий архетип – супергерой, який є сучасним аналогом античних богів і героїв з їх надприродними якостями.

«Розглядаючи комікси різних частин світу можна вивести деякі закономірності. Коміксу в США властива багатожанровість, він може мати фантастичний, драматичний, детективний, комедійний, сатиричний або інший сюжет, а також в різних пропорціях їх комбінувати. У більшості американських коміксів продумані всесвіти, у сюжетах зачіпаються такі складні психологічні теми, як трансгуманізм, виправданість насильства в боротьбі зі злом й т.ін. Герої американських коміксів виступають не стільки як самостійні особистості, скільки як втілення несвідомих архетипів. Найчастіше опрацювання їх характерів схематичне і спрямоване на вираження якогось конкретного типажу, наприклад воїна, трикстера (у певному розумінні він є комічним амбівалентним аналогом культурного героя)» [8, с. 20].

Японські комікси суттєво відрізняються від своїх західних аналогів, перш за все, через свою визнаність серед широкої аудиторії. Манга в Японії є одним з ключових видів популярного мистецтва, нарівні з кіно та літературою.

Перші спроби народження японського коміксу належать XII століттю і відзначаються гумористичними оповіданнями, створеними буддійським монахом Тоба. Ці оповідання стосувались тварин, які мали людські риси. Манга, як ми її знаємо сьогодні, поєднує в собі вікові традиції японського графічного мистецтва, ілюстрованих романів і впливи сучасних американських та європейських коміксів.

Манга почала набувати форми окремого виду мистецтва під час Другої світової війни, коли використовувалася у пропагандистських цілях та видавалася на якісному папері за рахунок державного фінансування. Осаму Тедзука, у своїй роботі «Shin Takarajima» (1947), вперше застосував графічні

прийоми, які використовуються в манзі та сучасних коміксах [11] (Дод. 5).

Сьогодні комікси продовжують розвиватися та залишаються популярними як формат розваги та засіб візуальної комунікації в журналістиці та інших галузях. У журналістиці комікси використовуються для візуалізації важливих новин та історій. Вони дозволяють передати складні теми у доступній формі та зрозуміти їх навіть тим, хто не має спеціальної підготовки в даній сфері. Комікси також використовуються для створення підручників та навчальних посібників з різних тем. Крім журналістики, комікси використовуються в рекламі та маркетингу. Вони є ефективним засобом привернення уваги до продукту чи послуги та дозволяють передати їх вигоду.

Комікси не тільки зароджуються в журналістиці, а також стають важливим елементом культурного життя. Вони з'явилися на екранах кінотеатрів у вигляді фільмів та серіалів, стали популярними в графічному дизайні та візуальному мистецтві. Крім того, комікси є популярними серед геймерів та фанатів фентезі-жанру.

Завдяки розвитку технологій, сьогодні їх можна знайти не тільки в друкованих виданнях, а й у цифровому вигляді.

Варто в даному контексті згадати про Гарві Курцмана (Harvey Kurtzman), якого було визнано майстром коміксів та журналістики в цілому. Він зробив значний вклад у розвиток і визнання коміксів, як серйозної форми мистецтва та журналістики. Саме Гарві Курцман є засновником «MAD Magazine». У 1952 році Гарві Курцман заснував журнал «MAD», який став одним із найвпливовіших інституційних комікс-журналів в історії. «MAD» був відомий своїми гумористичними коміксами та сатиричними статтями, які критикували культурні та соціальні явища. Курцман працював над коміксами, які розповідали про події, що відбувалися в реальному світі, такі як війни чи інші історичні події. Він додавав реалізм та журналістську обґрунтованість до своїх робіт. Гарві та його команда в «MAD» висміювали політичних лідерів, соціокультурні тенденції та глобальні події. Журнал

використовував комікси та гумор для навчання дорослих критичному мисленню і аналізу (Дод. 6).

Гарві Курцман відомий як один із піонерів комікс-журналістики, спільно з видавцем Вільямом Гейнесом створив видання «Tales from the Crypt» (Український переклад: «Розповіді з мавполова»), «The Vault of Horror» (Український переклад: «Скарбниця жахів») і «The Haunt of Fear» (Український переклад: «Місце жаху»). Ці комікси, які видавалися у 1950-х роках видавництвом «EC Comics» відзначалися сільськими та жахливими сюжетами, а також сильною соціальною та моральною спрямованістю.

Курцман та «EC Comics» використовували комікси для того, щоб висміювати гіпокритичність та корупцію, а також для передачі важливих соціальних повідомлень. Вони створили журналістику через мову коміксів і сприяли популярності цього жанру як засобу виразу та аналізу соціокультурних проблем. Багато з цих коміксів, зокрема «Tales from the Crypt» впізнавалися своєю сатиричною та критичною позицією. Його праця зробила значний вклад у розвиток комікс-журналістики та допомогла представити комікси як засіб для виразу думок про важливі суспільні питання.

Наступним модератором у сфері комікс-журналістики став бельгійський художник Пейо (П'єр Куле). Він створив комікс-стріп під назвою «The Black Smurfs» (Чорні Смурфи) для серії коміксів про Смурфів. У цьому коміксі доброзичливі і веселі смурфи стають жадібними та агресивними після того, як вони потрапили в контакт із загадковими чорними ягодами. Під впливом хвороби вони стають чорними, злими та заражають один одного. Лише невелика група смурфів змогла вберегтися від цієї інфекції [11] (Дод. 7).

Сюжет коміксу мав алегоричний характер і відображав соціальні конфлікти в Бельгії. Як ми знаємо, Бельгія – багатомовна країна з двома основними мовами: французькою (валлонська громада) та голландською (фламандська громада). Цей лінгвістичний розкол призвів до політичних та культурних протистоянь. За сюжетом, автор ігнорував реальних ворогів

смурфів та замість цього розповідав про те, як самі смурфи стали загрозою один одному через інфекцію. Пейо використовував комікс для того, щоб висміяти абсурдність расового та мовного конфлікту. Смурфи, замість того, щоб об'єднатися та знайти спільний мовний шлях, стають ворогами через безглузду хворобу. Цей комікс став алегорією, яка наголошувала на безглузді та шкідливості конфліктів. Використання популярного коміксу для висвітлення цих складних тем привернуло увагу громадськості та допомогло відкрити дискусії про лінгвістичний та культурний конфлікт в Бельгії.

У 1992 році Арт Шпігельман отримав Пулітцерівську премію за свій графічний роман «Маус»: Історія того, що вижив». Ця нагорода стала історичною, оскільки вперше Пулітцерівська премія була вручена за комікс. «Маус» став чудовим прикладом комікс-журналістики (Дод. 8). У романі «Маус» Шпігельман використовує комікс для розповіді історії свого батька, який вижив у Голокості. Графічний роман представляє реальних людей у формі антропоморфних тварин, при цьому євреї зображені, як миші, а нацисти – як коти. Цей стилізований підхід допомагає зрозуміти жахи Голокосту та його вплив на життя та психологію батька, який зміг пережити всі знущання.

Пулітцерівська премія за «Маус» визнала комікс-журналістику, як важливий жанр медіа, спроможний розповісти важливі історії та висловлювати соціальні проблеми. «Маус» відкрив вікно у світ Голокосту для нового покоління читачів та показав, як комікси можуть використовуватися для висвітлення найважливіших подій історії. Цей успіх спонукав інших авторів та журналістів використовувати комікс-журналістику для розповіді про актуальні події, дослідження та соціальні проблеми. Комікси стали ефективним засобом комунікації та візуалізації складних тем, цей жанр почав ширитися в журналістиці та медіа.

Необхідно також звернути увагу на діяльність двох активісток, журналісток з Клівленду, Джойс Барбнер та Лу Енн Меркл, які у 1987 році

опублікували роботу під назвою «Реальні історії війни» (англ. Real War Stories). У своїй роботі вони використали одне з ключових правил репортажу, а саме включення себе в графічний роман, схоже на той, який розробив Арт Шпігельман. Можна навіть сказати, що це справжня автобіографія. Барбнер і Меркл вдалося перетворити реальних людей на живих персонажів своєї історії, що дозволяє визнати їхню роботу як журналістський твір [11].

Ця творча ініціатива Барбнер і Меркл відображає глибокий інтерес до висвітлення реальних подій через графічний роман, що стає важливим внеском у розвиток журналістики та дозволяє читачам отримувати інформацію про важливі історії через новий творчий підхід.

Хоча Арт Шпігельман вважається піонером напряму комікс-журналістики, але традиційно «батьком» цього жанру став Джо Сакко завдяки своїм важливим внескам у сучасну форму комікс-журналістики.

У 1996 році Сакко видав серію мальованих репортажів про події в Палестині, що відзначилося своєю унікальністю – вперше ці два різні напрями, журналістика та комікси, були об'єднані в одному творі. Джо Сакко сам заявив: «Я думаю, що саме той момент, коли я відвідав Середній Схід та написав серію коміксів «Палестина», став стартом для злиття напрямів журналістики та коміксів» [10]. Його робота визнана важливим кроком у розвитку комікс-журналістики (Дод. 9).

І. Кистяковський зазначає: «Я захищу слово «комікс», яке чомусь стало прирівнюватися до супергеройських — м'яко кажучи, це завузька точка зору. Не треба соромитися слова «комікс», тому що комікс — це лише форма, і у рамках цієї форми може існувати що завгодно» [18].

У підсумку важливо зазначити, що термін «комікс» не повинен обмежуватися асоціаціями із супергеройським жанром. Насамперед, «комікс» є формою виразності, що відкриває широкий простір для творчості та творчого підходу до різних тем і жанрів. Ми визнаємо його універсальність та здатність адаптуватися до різноманітних жанрових контекстів, включаючи журналістику.

1.2 Комікси та їх актуальність у сучасній журналістиці

Для правильного оцінювання значення комікс-журналістики в контексті загальної картини друкованих ЗМІ, необхідно розглянути її взаємозв'язок з «материнським» мистецтвом викладання новин.

Комікс-журналісти, аналогічно до їхніх колег, що працюють із текстовими матеріалами, здійснюють пошук новин, які відповідають визначеному правилу пошуку та обробки інформації. Це означає, що їх завданням є виявлення і подання інформації, яка містить «нову інформацію» про предмет, певного суспільного інтересу та є частково доступною громадськості, але не містить певних деталей.

О. Гудошник і С. Хлестова виокремлюють комікси як частину теорії журналістики, зауважуючи про їхню мультимедійність, а також контекстність трансмедіальної наратології дискурсу графічної літератури. Дослідниці оперують терміном «коміксова журналістика», потрактовуючи її як один із напрямів журналістики, у якому для передавання інформації використовують графічні історії й різноманітні візуалізаційні засоби. О. Гудошник розглядає цей термін, як «парасольковий», такий, що об'єднує різні жари коміксового мистецтва у графічний сторітелінг» [11, с. 33].

Крім того, важливо враховувати, як комікс-журналісти ставляться до своїх робіт. Створення графічного роману – це складний та довготривалий процес, який вимагає значних зусиль та ресурсів. У світі комікс-журналістики досить поширеною є ситуація, коли автори дбайливо ставляться до своїх творінь і сприймають їх, ніби вони – це їхні «діти». Кожен з них завжди готовий ділитися докладними деталями про процес створення своїх графічних романів.

У багатьох відношеннях цей підхід схожий на ставлення журналістів, що працюють із текстовими матеріалами в друкованих ЗМІ. Як і комікс-журналісти, текстові журналісти створюють свої матеріали за допомогою емоційного навантаження.

«Комікс-журналісти, подібно до своїх журналістських колег, вірять в

наявність так званого «шостого чуття» у роботі. Вони переконані, що успішний журналіст повинен мати «нюх на новини» для пошуку цікавих новин та подій» [12, с. 30]. Комікс-журналісти завжди вміють знаходити джерела новин, подій та матеріалів для своєї роботи.

Джо Сакко двічі відправлявся у Палестину, Тед Раль відвідав Афганістан, а Гай Деліль проживав у маловідомих регіонах світу, таких як Палестина, Бірма (М'янма), Шеньчжень і Пхеньян. Сара Глідден, авторка «Як зрозуміти Ізраїль за 60 днів чи менше» (англ. *How to Understand Israel in 60 Days or Less*, видана в 2011 році), перетнула кордон і потрапила в Сирію через Туреччину. Усі вони схожі на журналістів-письменників, які активно подорожують до віддалених місць у пошуках «смачних» новин та унікальних матеріалів для своїх робіт.

Матеріали комікс-журналістики вимагають від читачів більше уваги і часу для сприйняття, порівняно з продуктами традиційної текстової журналістики. Так відбувається через те, що читачам необхідно не лише прочитати текст, а й осмислити та проаналізувати зображення, які супроводжують інформацію. Особливо важливо звертати увагу на дрібні деталі в кадрах, щоб відчутти атмосферу історії, яку передають через малюнки, а не через текст.

Малюнки є важливим способом передачі інформації в комікс-журналістиці. Наприклад, у «Хроніках Єрусалима» Гая Деліля не використовує текст, щоб описати конфлікт між палестинцями та ізраїльтянами. Він просто зображує цю ситуацію через малюнки: озброєних солдатів, стрільбу, крики людей та хаос на вулицях. Такий підхід дає читачам можливість самостійно «доповнити» сцену деталями та контекстом, що збагачує сприйняття матеріалів комікс-журналістики і робить їх більш інтерактивними.

Джо Сакко постійно зображує затемнені вулиці на всій території Палестини у своєму коміксі «Палестина», створюючи атмосферу відчаю та пригнічення серед палестинського народу та події, що відбуваються навколо

них.

Журналістика – слуга «громадського інтересу» [4, с. 30]. Найголовніша місія полягає в тому, щоб захищати «права громадян на свободу інформації та право знати» [5]. Ця галузь слугує «громадському інтересу» і сприяє розширенню свідомості та розумінню глобальних подій та проблем. Більшість комікс-журналістів володіють мистецтвом викладати інформацію надзвичайно ефективно. Вони не лише надають своїй аудиторії об'єктивну і незаплямовану правду, але й впроваджують інноваційні методи журналістики, які не завжди доступні традиційним ЗМІ. Комікс-журналісти відмінно використовують візуальні елементи, які можуть ідеально відобразити дійсність. Можна навести гарний приклад з емпіричним сприйняттям, що допомагає створити «ефект перегляду через вікно». Як наслідок, читачі краще розуміють події та проблеми, про які повідомляється.

Джо Сакко зауважує, що однією з ключових відмінностей між підходами комікс-журналістики та традиційних журналістів є незаангажованість. Він вказує на те, що багато друківаних журналістських матеріалів можуть бути спрямовані або налаштовані соціальними факторами країни, що є інформаційним приводом. Натомість комікс-журналісти відомі своєю незалежністю та часто працюють в країнах, які вони описують у своїх коміксах, що додає їх роботі особливої об'єктивності [6].

Існує переконання, що для того щоб працювати в журналістиці, обов'язково потрібна спеціальна освіта та кваліфікація, отримана через навчання. Проте це стереотипне уявлення є дещо помилковим, оскільки існує чимало обдарованих журналістів, які створюють матеріали, що заслуговують на визнання та нагороди, не маючи фахової освіти в галузі журналістики.

Такий же принцип застосовується і в комікс-журналістиці, де, окрім Джо Сакко, діє велика кількість комікс-журналістів, які створюють свої твори, не маючи жодної попередньої освіти або підготовки в галузі журналістики. Створення репортажу на основі реальних подій може бути мистецтвом, яке

властиве особам із природнім хистом та талантом, а не обов'язковою професійною підготовкою.

«Комікс-журналістика» розширює горизонти традиційної журналістики, пропонуючи читачам поєднання письмового тексту та візуальних елементів, що дозволяє їм отримати більш складний і глибокий досвід та інтерпретувати інформацію різними способами [3, с. 93].

Тодд Шак вказує, що комікс-журналістика розширює і вдосконалює журналістику, створюючи три рівні смислів:

1. **Емоційна безпосередність:** Комікс-журналісти вміють створювати емоційну зв'язаність з аудиторією завдяки здатності передавати атмосферу подій та створювати настрій.

2. **Формальні аспекти напряму:** Вони використовують поняття «липкості» (stickiness), що передбачає, щоб аудиторія була «налаштована» на прийняття певного матеріалу та використовувала зображення для виразного висловлення складних ідей.

3. **Мнемонічне значення змішування слів і зображень:** комікс-журналісти вміло поєднують слова та зображення, які взаємодіють одне з одним та створюють багаторівневий наратив. Цей підхід має потенціал розуміння на інтелектуальному рівні та викликання емоційних відгуків» [2, с. 110].

Слід також згадати зв'язок між комікс-журналістикою та «новою журналістикою». Нова журналістика виникла в 1960-1970-х роках та характеризується використанням літературних прийомів, що відрізняються від традиційних норм журналістики. Вона акцентує на суб'єктивності, літературному стилі та «правді» над «фактами», а також включає інтенсивний репортаж, де журналісти глибоко занурюються в події, про які вони повідомляють. Хоча й ця думка є доволі розбіжною. Колишній чартист та журналіст В. Адамс дав типову оцінку зародженню масової преси: «Оскільки наші діти були навчені читати, але не навчились думати, і оскільки усі можуть читати без вміння думати, то загальна якість читання

погіршилась. Як наслідок, вульгарна сенсаційність зайняла місце серйозних тем. І замість того, щоби бути вчителями людей, багато наших газет стали простими слугами людських пристрастей» [7].

Хоча ера «нової журналістики» завершилася на початку 1990-х, цей період співпав з розквітом діяльності таких комікс-журналістів, як Джо Сакко, Арт Шпігельман і Гай Деліль. Тому можна провести аналіз впливу та поєднання цих двох напрямів.

Представники нової журналістики прагнули створювати матеріали, які збуджували читача як інтелектуально, так і емоційно, комбінуючи техніку реалізму з журналістською роботою. Їх підхід вимагав розповідати свої історії та передавати реальність, використовуючи різноманітні літературні прийоми. Такий «новий журналіст» повинен мати душу письменника, здатними «зануритися» у думки читача та відчувати його емоції, а також мати навички письменника для розкриття всіх деталей. Це не означало, що журналіст повинен бути романістом, але вимагало від нього літературної глибини і розуміння читачами. Комікс-журналістика підхопила та розвинула цей фактор, створила комбінацію журналістики, літературного письма та мистецтва. Тож було б дуже необачливо не згадати «нову журналістику», досліджуючи канонічно журналістські сторони комікс-журналістики. Існує, звісно, й відмінність, але вона полягає лише у візуальному факторі. Коміксні малюнки надають розповіді артистичну підтримку. Але, звісно, було б не правильно відокремлювати комікс-журналістику від загальної журналістської течії. На розвиток принципів комікс-журналістики дуже великий вплив мало таке явище, як нова журналістика та загальні репортерські постулати загалом.

Кульмінація розвитку нової журналістики та комікс-журналістики припала на одну й ту ж епоху, і це не випадково, оскільки принципи їх існування дещо перетинаються. Комікс-журналісти додають до своїх творів літературно-стилістичні елементи, які дозволяють занурити читача у світ, який іноді здається начебто іншим. Проте важливо зауважити, що комікс-

журналістика стосується реальних подій. Ефект присутності в справжньому військовому конфлікті досягається завдяки використанню цитат очевидців, деталей побуту та візуальних ефектів. Джо Сакко, коли його запитали про зв'язок між комікс-журналістикою та новою журналістикою, зазначив, що «нова журналістика» мала велике значення для його роботи. Наприклад, книга «Відправлення» (The Departure) Майкла Герра, яку вважають представником нової журналістики, сильно вразила Сакко. Він відчув смак В'єтнаму в цій книзі і відзначив, що її сила полягає в атмосфері, яку вона створює. Основний акцент робиться на атмосфері та настрої, а це важливі аспекти як в новій журналістиці, так і в комікс-журналістиці.

Скотт МакКлауд добре описує особливість сприйняття мультфільмів та коміксів порівняно з реалістичними зображеннями. Він каже: «Коли ви дивитеся на фотографію або реалістичне зображення обличчя, ви бачите його як обличчя іншої людини. Але коли ви входите у світ мультфільму, ви бачите себе. Я вважаю, що це головна причина того, що в дитинстві ми так захоплюємося мультфільмами» [12, с. 36].

«Мультфільм — це вакуум, в який витягується наша ідентичність та усвідомлення себе, порожня оболонка, в яку ми селимося та яка дозволяє нам подорожувати в інші світи. Ми не просто дивимося мультфільми, ми стаємо їх частиною» [12, с. 36].

Ця ідентифікація дозволяє споживачам легше відчувати емоції та відчувати себе втягнутими в світ оповіді. У комікс-журналістиці це може бути особливо корисним, оскільки читачі зможуть легше сприймати журналістські матеріали через комікси, ідентифікуючи себе з персонажами та подіями.

Отже, незважаючи на свою унікальність, комікс-журналістика належить до повноправних жанрів журналістики. Вона не є винятком або виключенням, а скоріше розглядається, як самостійний світ в новинах. Комікс-журналістика взаємодіє з іншими напрямками журналістики, такими як нова журналістика, і додає нові розміри та розуміння цій галузі.

Комікс-журналісти не намагаються виділитися або відокремитися від

загального журналістського ландшафту. Їхня головна мета – це надавати інформацію своїй аудиторії, допомагаючи читачам зануритися у світ подій та викликати реакцію на представлену історію.

Комікс-журналістику слід розглядати як одну з еволюційних форм розвитку журналістики загалом. Вона підкреслює, що за візуальною складовою новин стоїть та ж сама пристрасна праця та професіоналізм, що і в традиційних галузях ЗМІ.

1.3 Різноманіття жанрів у світі коміксів

Комікси в сучасній журналістиці виконують важливу роль, використовуючи форму та колір для передачі настрою та сенсового навантаження. Вони стають важливим інструментом для візуалізації складних тем і привертання уваги до важливих суспільних питань.

«Комікси – це, перш за все, зображення, тому форма і колір грають тут першорядну роль. Детективні, містичні, супергеройські та інші жанри використовують кольори, що формують той чи інший настрій твору. Сміслові навантаження в коміксах також несе форма. Зокрема, щоб підкреслити агресивність героїв або лиходіїв, художники наділяють їх загостреними елементами, а в дизайні спокійних й доброзичливих персонажів. Переважає використання заокруглених форм» [8, с. 17].

Максим Карповець говорить: «Комікс особливий тим, що поєднує елементи живопису, літератури й кінематографу (розкадрування). Усе це потрібно, щоб «запустити» історію візуальними засобами. Майстерність коміксистів полягає в тому, що читачі не помічають штучності переходів між кадрами; не відчувають, що читають або розглядають комікс» [13]. Сучасна журналістика включає в себе різноманітні жанри, спрямовані на покращення сприйняття інформації читачами. Правильне засвоєння фактів аудиторією допомагає збільшити вплив ЗМІ на масову свідомість та сприяє досягненню журналістських цілей. Жанрова система журналістики постійно еволюціонує

та адаптується під впливом різних об'єктивних та суб'єктивних чинників.

Сучасний медіапростір відзначається популярністю альтернативних способів подачі інформації, які обираються в залежності від цілей та цільової аудиторії. Приклади включають комікси, відеоматеріали, довгі журналістські матеріали, соціальні медіа та інше.

Комікси можуть бути важливим інструментом журналістики для створення візуально цікавих історій, які привертають увагу читачів і сприяють зрозумінню складних тем і інформації. Т. Насалевич, Т. Рябуха і І. Лопушанський розглядають комікси як «самостійні наративи у малюнках, які поєднують в собі елементи літературного, журналістського та образотворчого мистецтва» [5, с. 145].

Комікси можна поділити на різні жанри, такі як:

- супергеройський
- пригодницький
- політичний
- жахливий
- гумористичний
- дитячий
- історичний
- публіцистичний
- військовий.

Ми ознайомилися з різними джерелами та зібрали інформацію до кожного жанру. Основним жанром коміксів є супергеройський, де головними героями є супергерої з надприродними здібностями, які борються зі злом та рятують світ. Цей жанр став основою для багатьох коміксів, телесеріалів та фільмів. Один з найвідоміших супергероїв – Супермен, створений компанією DC Comics. Цей герой має надприродну силу, швидкість та здатність літати. Його бойові вміння дозволяють йому змагатися з найбільшими злочинцями. Іншим відомим супергероєм є Чорна Вдова від «Marvel Comics», яка має вражаючі бойові вміння та здатність перетворюватися на інших людей. «Тож,

якщо українська індустрія коміксів лиш на початку свого шляху, то можна провести паралель із цією ж індустрією комікси, як інструмент пропаганди: популярний Супермен з іншої планети виступає емігрантом, чим задовольняє характеристику американської нації, під час Великої депресії у коміксах Бетмен бореться проти світу корумпованих бізнесменів, тим самим допомагаючи бідним людям, Капітан Америка виступає символом патріотизму країни та вносить чималий вклад у зображення Америки у другій світовій війні» [14, с. 38].

Інші приклади супергеройських коміксів включають такі серії, як «Batman» та «Wonder Woman» від DC Comics та «Spider-Man» та «The Avengers» від Marvel Comics. Ці комікси не тільки розповідають захопливі історії про боротьбу зі злом, але й часто мають глибокий підтекст, пов'язаний з соціальними проблемами та моральними дилемами.

Загалом, супергеройський жанр коміксів є дуже популярним та має величезну кількість шанувальників. Він став важливою частиною популярної культури та продовжує захоплювати уяву людей у всьому світі. Гарними прикладами появи супергеройського коміксу у журналістських матеріалах можуть стати чудові картини, на яких було зображено українських політиків. Першим було представлено Володимира Зеленського. Його зобразили в образі хороброго Капітана Америки, тримаючого у руках щита з Українським Гербом (Дод. 10).

Наступним виступає Олексій Арестович. Його асоціюють зі здоровимислячим Тоні Старком, який у випусках Марвел був Залізною людиною. Він отримав костюм з механізмом та був зображений на фоні українського прапора. Віталія Кіма влучно зобразили майстром містичних наук Вонгом, гаслом якого було: «Ми не порушуємо закони природи, а захищаємо». Олексій Резніков тримає звичайний пістолет, і це не дивно, адже він – Міністр оборони України. Давид Арахамія виступає в образі могутнього Халка. Михайло Подоляк – захисник планети від містичних загроз Доктор Стрендж. Ірину Верещук показали в образі шпигунки Наташі Романової з

фільму «Чорна вдова». Отже бачимо, що український комікс у журналістській діяльності набирає обертів. Навіть українську еліту було зображено мужніми воїнами» [24].

Інший популярний жанр коміксів – пригодницький, де головні герої прямують у небезпечну подорож, ризикуючи життям, щоб знайти скарб, врятувати світ або виконати інше важливе завдання. Один з найвідоміших пригодницьких коміксів – це «Пригоди Тінтіна» Ержі. У цих коміксах ми бачимо, як головний герой, який працює журналістом, Тінтін, і його собака Сноуї, досліджують різні куточки світу, розкривають таємниці, борються зі злочинцями та іншими ворогами (Дод. 11).

Ще один відомий пригодницький комікс – це «Астерікс і Обелікс». У цих коміксах ми дізнаємося про життя давніх галлів, які боролися проти римської імперії. Головні герої: Астерікс і Обелікс, повинні відстояти своє село від римських загарбників та відкривають для себе нові землі та пригоди (Дод. 12).

Інший приклад пригодницьких коміксів – це «Батько Браун» Грига, який розповідає про пригоди священика-детектива Фазера Брауна та його помічника, монаха Леонарда. У цих коміксах ми дізнаємося про різні злочини та таємниці, які Фазер Браун досліджує та розкриває. У пригодницьких коміксах завжди цікаво й захопливо, оскільки герої постійно потрапляють у різні складні ситуації.

Особливу увагу можна приділити політичному коміксу у журналістиці. Про цей жанр можна говорити довго. Адже переважна кількість коміксних журналістських матеріалів базується саме на політичних темах. У міжвоєнний період стрипи надалі друкувалися в журналах. На Західній Україні видавався журнал «Комар» із сатиричними зображеннями, який проіснував до 1939-го року. У радянській Україні «comic strips» з'являлися в газетах та журналах («Український перець», «Перець», «Перчень», «Веселка» тощо), аж до здобуття незалежності Україною [14, с. 39] (Дод. 13).

Фентезі – це жанр, де події відбуваються у вигаданому світі, з чарівними істотами та магією. Цей жанр відомий своїми епічними пригодами та надприродними силами головних героїв. У фентезі може бути історія про пошуки магічного артефакту, війну між добром та злом, а також про простих людей, які опинилися в казковому світі і повинні зробити неможливе, щоб повернутися додому.

Один з найбільш відомих прикладів цього жанру – це комікс «Володар кілець» Дж. Р. Р. Толкіна, де розповідається про пригоди Хоббіта на ім'я Фродо Беддоу та його друзів, які повинні знищити зло, яке загрожує всьому світу. Інші приклади коміксів фентезі включають «Сага» Брайана К. Вонна і Фіони Стейплз, «Шлях капітана» Масамуне Сіро та Хірому Аракави, «Сандман» Ніла Геймана і «Вартові» Алана Мура і Кевіна О'Ніла.

Також варто згадати, що багато коміксів, особливо у Японії, комбінують фентезі з іншими жанрами, такими як пригоди, романтика, наука-фантастика та інші. Наприклад, комікс «Наруто» Масасі Кішімото, який розповідає про хлопчика-ніндзя, який мріє стати найсильнішим у своєму селі, комбінує фентезі з пригодами та бойовими мистецтвами.

Українська коміксна індустрія у жанрі фентезі є досить молодою, але дуже перспективною. Вона постійно розвивається та залучає все більше талановитих художників та письменників.

Одним з найвідоміших українських фентезійних коміксів є «Легенди Княжої землі» авторства Оксани Барської та художника Андрія Янковського. Комікс розповідає про боротьбу давніх сил Добра та Зла, про історію Княжої землі та її героїв.

Інший відомий український фентезійний комікс – «Хроніки Галифеї» авторства Сергія Вороніна та художника Сергія Петренка. Це історія про жителів міста Галифеї, яке опинилося в іншому світі, де магія і технології поєднуються.

Крім цього, українські художники та письменники займаються створенням фентезійних коміксів на замовлення, які зазвичай розповідають

про фантастичні світи та пригоди головних героїв. Варто зазначити, що багато українських коміксів, які на перший погляд не відносяться до жанру фентезі, містять елементи фантастичного та містичного. Наприклад, комікс «Мавка» авторства Лесі Неприбутко та художника Аліни Бачинської, який розповідає про лісових духів, має відтінки фентезі та містики.

Науково-фантастичні комікси описують події, які відбуваються в майбутньому або в космосі, з використанням новітніх технологій та винаходів. Прикладами науково-фантастичних коміксів є «Зірковий шлях» та «Хранителі» від Marvel, «Світлофор» Ален Бартера та «Інвазія» Марка Міллара.

На нашу думку, комікси – це чудовий спосіб розважитись, відпочити або змусити замислитися та захопити себе красою ілюстрацій. Степанюк Наталя, колекціонер коміксів стверджує: «Багато хто каже: "А ні, тут мало читати, мені би побільше". Але тут є малюнки, які можна годинами розглядати, плани, наповнення, кольори, тіні. Малюнки тут кажуть більше, ніж текст, він тут, щоб якимось пов'язати їх. Зазвичай у коміксах немає описів, тільки діалоги, усе передає ілюстрація» [25].

Значення коміксів для журналістики зростає з року в рік, це пов'язано з тим, що вони допомагають наочно й цікаво передавати інформацію. У журналістиці використовують різні формати коміксів. Як, наприклад, ресурс «Дзеркало тижня. Україна». Цей новинний ресурс використовує комікс графіку у своїх новинних відео [34].

Воєнний комікс – доволі специфічний жанр, який вміє тримати у напрузі. Після повномасштабного вторгнення український комікс набув розвитку в цій темі. Гарними прикладами може стати комікс «Мій тато повернувся з війни». «Півтори тисячі екземплярів ми розповсюдили дуже швидко. Маємо величезну кількість відгуків від дітей, дружин і ветеранів. Вже готуємо новий проєкт — «Моя мама повернулася з війни». Як тільки почали працювати над цим, то зрозуміли, що й тут маємо, що сказати», — розповідає автор коміксу Ілля Шполянський» [34]. У цій ідеї малюнки важливіші за текст. Не все

можна змалювати словом, а фотокарток з фронту не так легко дістати. Творець «Палестини» Джо Сакко так пояснив нові можливості коміксу: «Існує мало фотознімків, які фіксують точний момент: юнака, що убитий у громадянській війні в Іспанії, підозрюваного у Вьетконзі, який застрелив начальника поліції Сайгона... Малюючи, завжди можна зафіксувати цей момент – найважливіший у тій чи іншій історії» [16].

Гумористичний жанр у більшості випадків присутній у кожному коміксі, адже позитивні елементи існують будь-де. До позитивних коміксів можна віднести «Ділберт». Усі дії відбуваються в офісі. Читачі із легкістю поринають у атмосферу офісного гумору.

1.4 Формати коміксів

Детальніше розглянемо формати. Формат під назвою «Стріп». Він вміщує в собі одну або кілька стрічок коміксу, які зазвичай публікуються в газетах або журналах. Так званий «Стріп» містить коротку історію, часто з гумористичним змістом. Такі комікси можуть мати постійну назву і персонажів, що повторюються в кожному новому випуску, або стануть незалежними і не матимуть жодного зв'язку з попередніми виданнями. Автором найбільш відомих стріп-коміксів є Скотт Адамс. Сам автор більшу частину свого життя працював в офісі, напевно, він не дуже любив свою роботу, а особливо колег, бо більшість його робіт є саркастичними. Ми хочемо розповісти про роботу під назвою «Ділберт». Історія відбувається в офісі, усі учасники цього стріп-коміксу є працівниками.

«Цей комікс, як і більшість коміксів про Ділберта, смішить, але він має смак пустоти та самотності. Персонажі займаються нецікавою роботою у тридцятиповерхових офісах. Марний, одноманітний труд, якому ніколи немає кінця» [32].

«У 1989 році відбувся прорив – прес-синдикат United Media почав публікувати комікси про Ділберта одразу у 30 своїх виданнях» [30]. «United Media» – це англomовне цифрове медіа сучасного формату,

зосереджене навколо каналу YouTube і платформ соціальних мереж. United24 Media працює над створенням окремих епізодів та охоплює шість тем: культура, історія, люди, технології, бізнес і війна» [31].



Інший формат – «Графічна новела» або «Графічний роман». Це комікс, який містить повну історію, зазвичай довшу за стандартний стріп та більший за формою. Графічна новела зазвичай містить детальну сюжетну лінію, постійних персонажів та частіше за все спрямована на дорослу аудиторію. І тут можна відзначити роботу Джо Сакко «Палестина».

Такий формат коміксів часто використовується в журналістиці для представлення складних тем та ідей в доступній та цікавій формі.

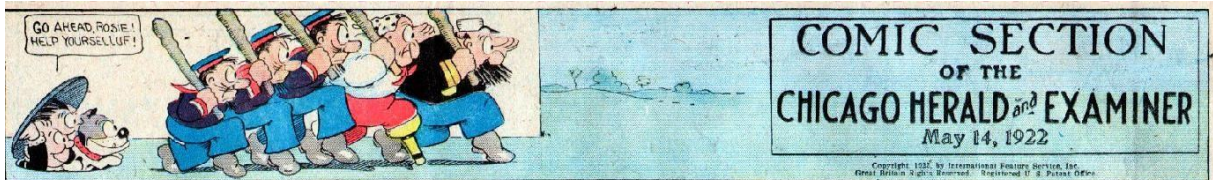
(Присвячені цьому закордонні праці – «Understanding Comics: The Invisible Art» by Scott McCloud «Comics and Sequential Art» by Will Eisner «The DC Comics Guide to Creating Comics: Inside the Art of Visual Storytelling» by Carl Potts «Graphic Storytelling and Visual Narrative» by Will Eisner «Making Comics»: Storytelling Secrets of Comics, Manga and Graphic Novels» by Scott McCloud).

Найпопулярнішим є горизонтальний формат. Такий формат коміксу має більшу ширину, ніж висоту, що дає можливість вміщувати більше інформації на сторінці. У стандартних варіаціях цей формат використовується найчастіше. Перша відома горизонтальна комікс- сторінка була створена в 1902 році американським художником і карикатуристом Gustave Verbeek. Його робота, відома, як «The Upside Downs of Little Lady Lovekins and Old Man Muffaroo», відзначалася не тільки горизонтальним форматом, але і тим, що читалася як згори вниз, так і знизу вгору. Ця особлива організація

сторінки створила унікальний динамічний ефект для читача.



Наступний формат вертикальний. У цьому випадку формат коміксу має більшу висоту, ніж ширину, що підходить для історій з великою кількістю діалогів. Одним із ранніх прикладів вертикального коміксу була робота Harold Knerr. У 1922 році він створив комікс, відомий як «The Katzenjammer Kids», у якому кадри розташовувалися вертикально. Цей комікс став популярним і зазнавав успіху протягом багатьох десятиліть [26].



COMIC SECTION
OF THE
CHICAGO HERALD and EXAMINER
May 14, 1922

Copyright, 1922, by International Features Service, Inc.
Great Britain Rights Reserved. Registered U. S. Patent Office.

The Katzenjammer Ki¹



Колажний формат коміксів, також відомий як комікс-колаж, представляє собою створення коміксів за допомогою колажів, тобто об'єднанням різних графічних чи фотографічних елементів, які можуть включати зображення, текст та інші візуальні елементи. Цей формат надає авторам велику творчу

свободу та дозволяє створювати унікальні та експериментальні комікси. Перший хто використав колажний формат був Джордж Герріман у своїй роботі «Cummins and Krazy Kat» (Дод. 14).

Популярність колажних коміксів полягає в їхній нестандартності та здатності виразити ідеї, настрої та повідомлення шляхом поєднання різних візуальних елементів. Колажі дозволяють комікс-художникам створювати вражаючі образи та історії, які можуть бути багат шаровими та багатозначними. Одним із прикладів колажних коміксів може стати інформаційний ресурс «Радіо Свобода» [37].

«THE EYE MUST NEVER STOP». Цей вислів було прочитано автором Джорджом Герріманом та втілено у його працях [27]. Він був упевнений, що око читача не повинно ніколи зупинятися. Воно повинно кожного разу бачити щось нове, навіть у тому випадку, якщо комікс перечитується у сотий раз! Нижче ми закріпили схему, за якою працював автор. На ній можна дуже чітко зрозуміти, як будувалася схема коміксу.

g-p-o-p-h-e-s-s-a-g-r
who
a)s w(e loo)k
upnowgath
PPEGORHRASS
eringint(o-
aThe):l
eA
!p:
S a
(r
rIvInG .gRrEaPsPhOs)
to
rea(be)rran(com)gi(e)ngly
,grasshopper;

Цей формат також застосовується для експериментів з текстовим та візуальним вмістом, що робить його популярним серед авторів, які бажають відзначитися своєю творчістю та виразити індивідуальний підхід до створення коміксів.

Також варто сказати про німецького фотографа та карикатуриста John Heartfield, який був справжнім журналістом під «прикриттям». Ще його називають політичним фотомонтажером [28]. До останніх днів свого життя художник боровся із нацистським режимом завдяки пензлю та аркушу

паперу. Його роботи є дуже потужною зброєю та відображають всю лють та ненависть, яка бушувала у нього всередині. «Die Arbeiter-illustrierte- Zeitung AIZ» стала однією із тих газет, яка розповсюджувалася на велику масу населення і була дуже популярною серед звичайного народу.

«Український Тиждень» також дуже сміливо підбирає візуалізацію до своїх матеріалів. Гарним прикладом може стати розділ «Битва за правду» чи «Небезпечні переконання» [36].



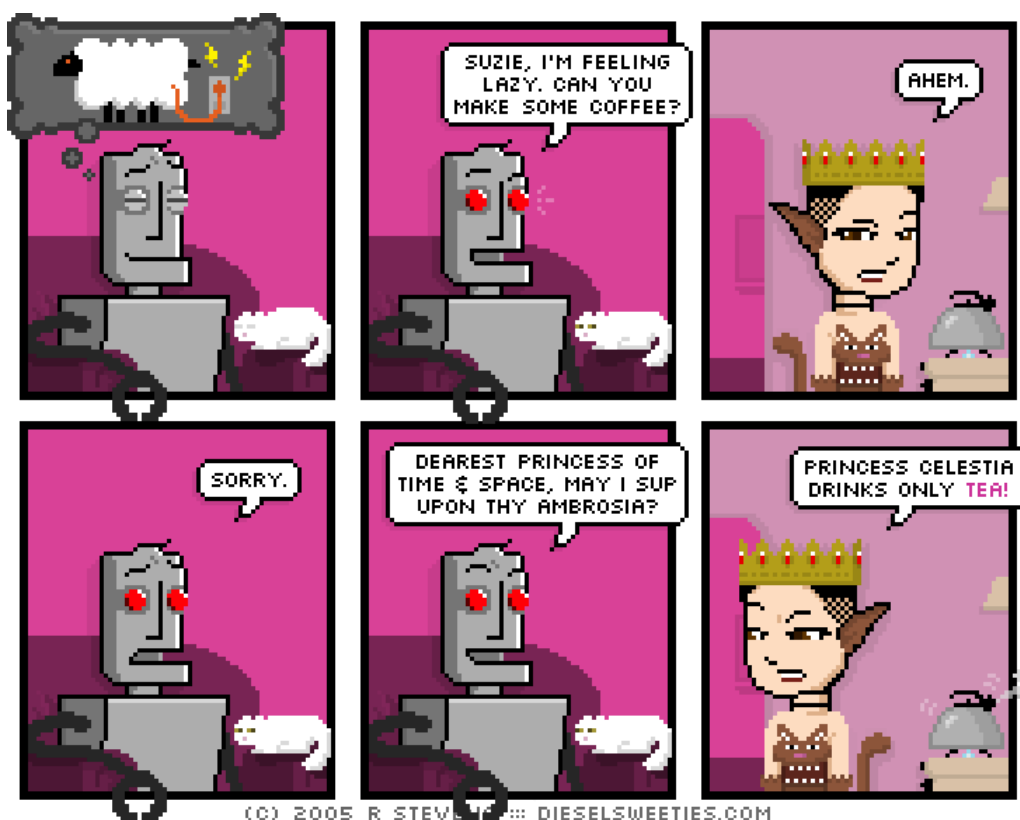
Останнім форматом є вебкомікс. Перший

вебкомікс побачив світ у 2003 році. Ось що каже про цей комікс автор, Скота МакКлауд: «Although the The Right Number was an experimental story in an experimental format (originally using an experimental payment system) I like it as a story and I hope you will too» [29].



Також хочемо познайомити із ще одним автором, який був

найпопулярнішим автором 2000-х років Ричардом Стівенсоном. Він створив комікс під назвою «Diesel Sweeties». У 2000 році світ побачив першу частину. Спочатку комікс було опубліковано на сайті robotstories.com. З 2007 року по 2008 комікс було опубліковано більш ніж у 20 газетах USA. До списку входять такі газети, як «Houston Chronicle» та «Detroit News». Саме Стівенс став одним із засновників союзу Dumbrella, який є одним із найбільших союзів Webcomic художників.



Веб-комікси відрізняються від інших форматів коміксів наступними основними специфічними рисами:

1. Онлайн-доступність: Веб-комікси публікуються та доступні для читання в інтернеті. Вони не вимагають фізичного видання та можуть бути доступні безкоштовно або за плату на веб-сайтах, платформах для коміксів або в соціальних мережах.

2. Варіативність стилів та форматів: Веб-комікси відзначаються широким розмаїттям стилів малюнку, жанрів та тематик. Вони можуть бути короткими односторінковими анекдотичними коміксами, довгими серіями зі

складним сюжетом, інтерактивними історіями тощо.

3. Здатність до взаємодії та спільноти: Багато веб-коміксів мають активну спільноту фанатів та можливість коментування та обговорення кожної сторінки або випуску. Це сприяє взаємодії між читачами та авторами.

4. Гнучкість та низькі витрати: Створення та публікація веб-коміксів може бути доступним для невеликих незалежних художників, оскільки не потрібно видавати фізичні копії чи витратити на них багато коштів. Це дає змогу творчим особам самовиразитися та отримувати відгуки від аудиторії без інвестицій у друкарське виробництво.

5. Актуальність та реагування на події: Веб-комікси можуть бути швидким та актуальним способом виразу, дозволяючи авторам висловлювати свої думки щодо сучасних подій, політики, культурних тенденцій та інших актуальних тем.

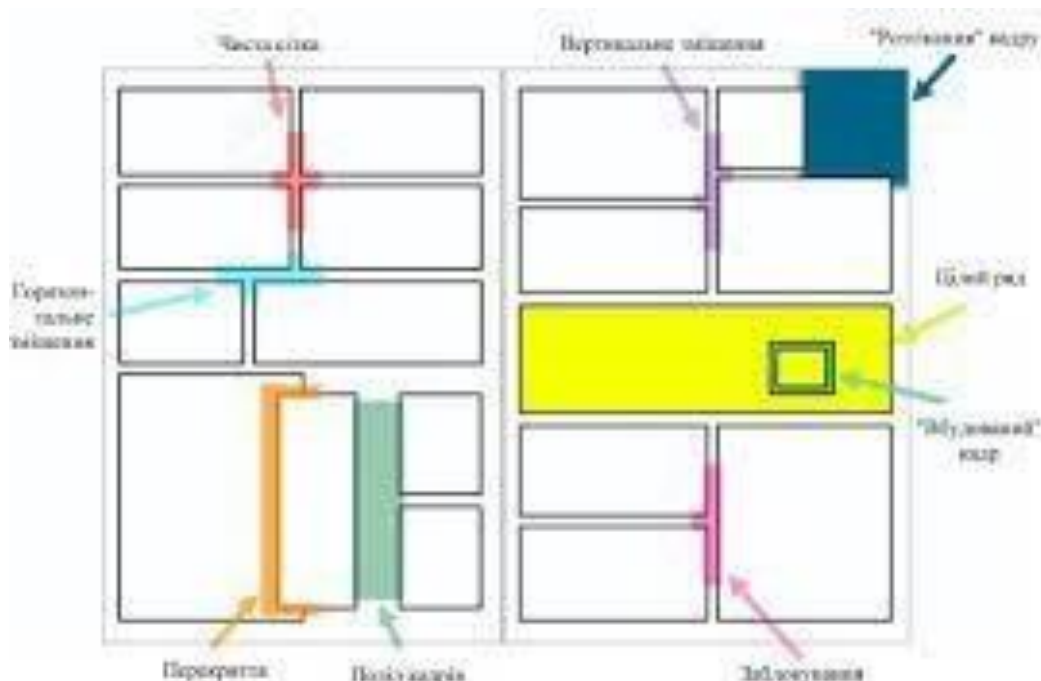
Проте варто зазначити, що в журналістиці формат коміксу залежить від тематики і змісту матеріалу, а також від представлення його в конкретному виданні.

1.5 Анатомія коміксу

Термін «анатомія коміксу» вперше був уведений і визначений у кінці ХХ століття внаслідок праць багатьох комікс-художників, теоретиків і критиків. Важливий внесок у розуміння анатомії коміксу зробив Скотт МакКлауд у своїй відомій книзі «Understanding Comics: The Invisible Art», опублікованій в 1993 році. У цій книзі МакКлауд створив систему термінів і концепцій, які допомагають аналізувати та розуміти складові елементи коміксів. Він розглядає мову, структуру, наративні методи та візуальні ефекти коміксів, що дозволяє читачам та дослідникам розкрити їхню приховану анатомію. Також варто відзначити Вілла Айзнера, видатного художника та сценариста коміксів. Він створив термін «графічна повість» і розробив численні стилістичні та наративні техніки для коміксів. Його творчий внесок сприяв

подальшому розвитку жанру.

Анатомію коміксу можна розділити на окремі елементи: комікс-кадр, сторінка коміксу, кадрова композиція, філактер або «словесні бульбашки».



Анатомія коміксу допомагає розібратися в тому, як комікси будуються та як вони впливають на читача. Вона створює основу для розуміння графічної мови коміксів та їхнього впливу на аудиторію.

1.6 Форми коміксів

Поговоримо про «Графічний есей». Це комікс, який поєднує в собі ілюстрації та тексти, що містять роздуми про конкретну тему. Такий формат може бути використаний для представлення наукової інформації, філософських роздумів або політичних коментарів. «Манга» – японський комікс, часто має свою власну стилістику та техніку малювання, а також особливості структури та повідомлення історій.

5. Текстові вставки: Важливі коментарі або пояснення можуть бути представлені у спеціальних текстових блоках або навіть в бульбашках мовлення персонажів. Прикладом став «A Micro-Dictionary of Gestures» автором якого є Will Eisner. Ця робота ніби про комікс у стилі коміксу. Книга була видана 3 червня 2021 року. І розповідає про те, як пишуться комікси, що потрібно знати під час написання і різні лайфхаки [31].



FULL FIGURE

The figure shown in full requires no sophistication. It asks nothing of the reader's imagination or knowledge.



MEDIUM

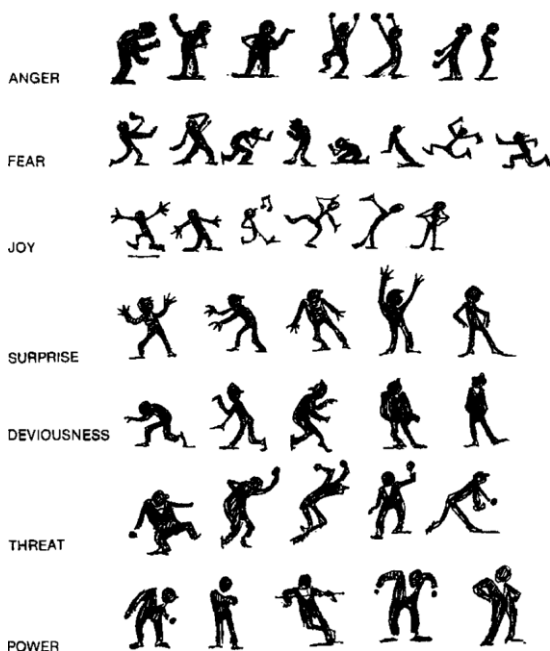
The reader is expected to supply the rest of the image — given a generous hint of the anatomy.



CLOSE-UP

The reader is expected to assume that the entire figure exists and to deduce out of memory and experience the posture and detail.

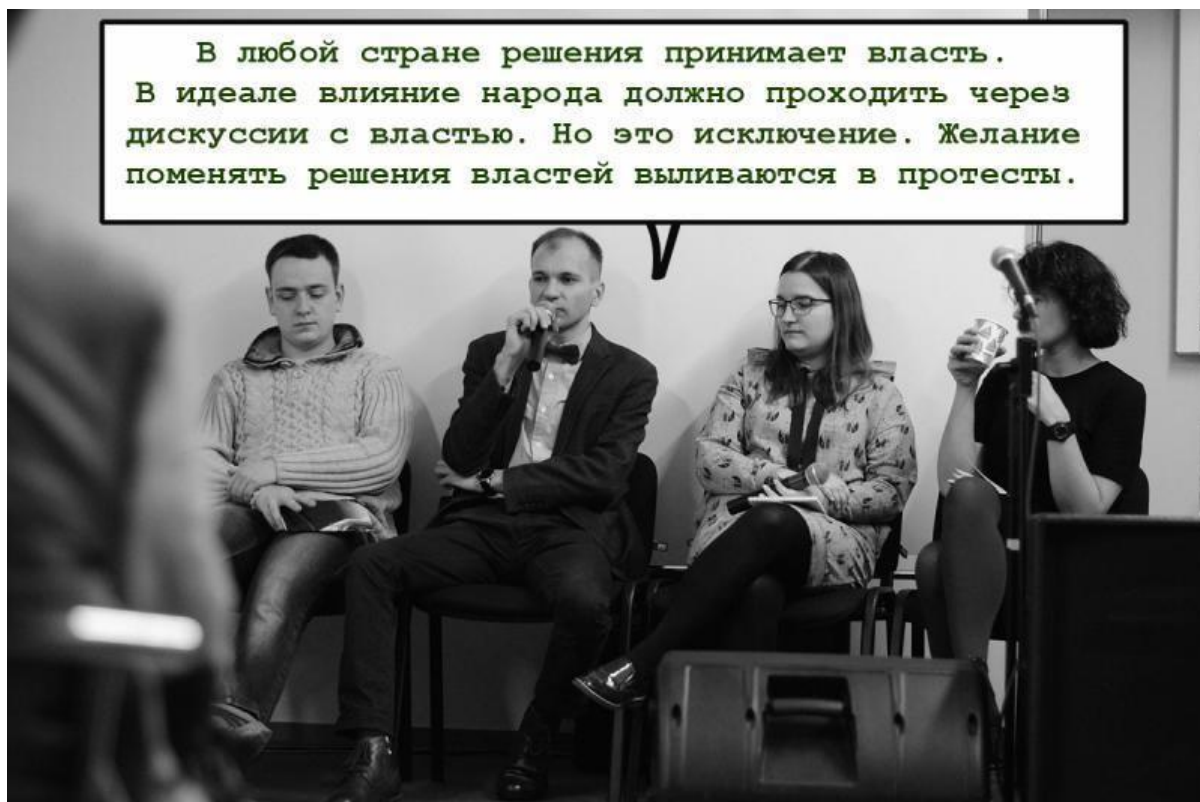
A micro-DICTIONARY of GESTURES

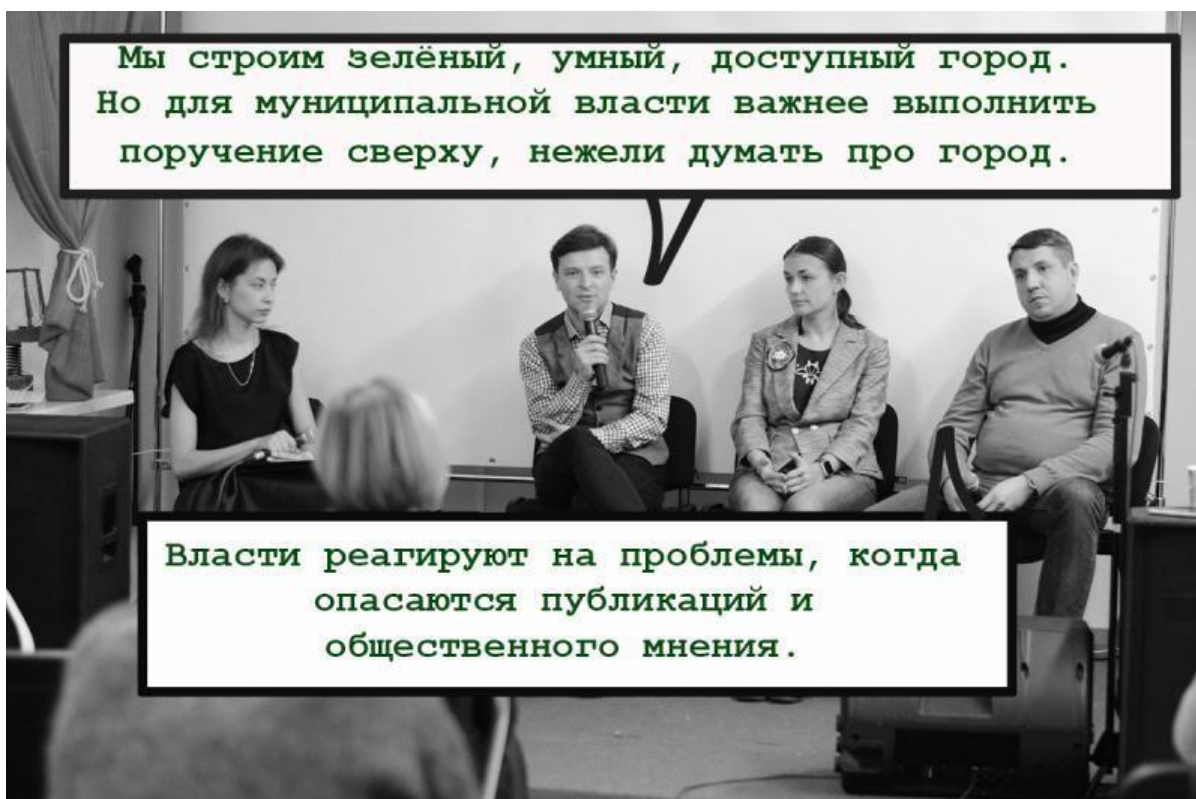


Комікс-репортаж – це форма коміксів, у якій журналістські матеріали та

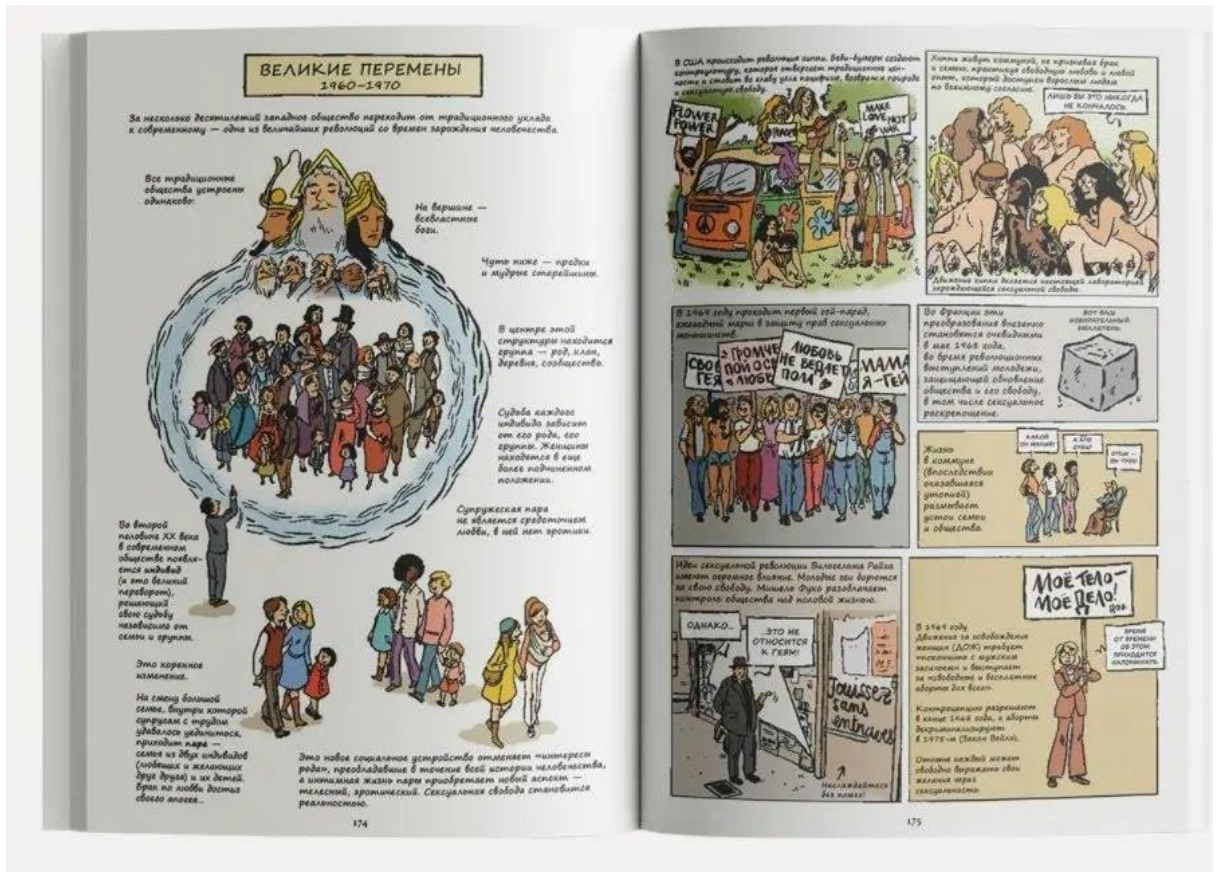
події представлені у вигляді коміксів. Це об'єднання журналістського репортажу і графічної художньої форми, яке дозволяє розповісти про реальні події, новини, історії та інше через комікси. Події, факти і історії відображаються через комікси, що робить їх більш доступними та цікавими для читачів. Цей формат поєднує ілюстрації та текстовий контент для розповіді про новини або інформацію. Текст може бути використаний для пояснень, діалогів персонажів або коментарів журналіста. Комікс-репортажі зазвичай базуються на джерелах інформації, таких як свідчення свідків, інтерв'ю, фотографії, документи та інше, щоб створити точний звіт. Графічні елементи дозволяють авторам виразити емоції, страх, радість, жаль тощо, що супроводжують події.

Цей формат став популярним у журналістиці, оскільки він дозволяє ілюструвати історії та розповісти про події у більш запам'ятовувачий спосіб. Комікс-репортажі використовуються для розповіді про реальні новини, історії з життя, подорожі та багато іншого, залежно від інтересів та напрямків журналістів.





Комікс-дослідження – це форма коміксів, яка використовується для візуалізації та пояснення складних наукових, історичних або освітніх концепцій. Вона об'єднує графічну ілюстрацію з текстовим матеріалом, щоб зрозуміло та цікаво розповісти про різноманітні теми. Важкі наукові або історичні концепції візуалізуються за допомогою малюнків, що полегшує їх зрозуміння. Комікси-дослідження можуть бути використані для пояснення складних процесів, які важко описати словами. Цей різновид часто використовуються як освітній інструменти в школах та університетах, оскільки вони роблять навчання більш захоплюючим та доступним. Вчені також можуть створювати комікси-дослідження для висвітлення результатів своїх досліджень та спростування наукових міфів.



Комікс-інтерв'ю (Comics Interview). Цей формат використовує комікси для представлення інтерв'ю з різними особами, включаючи вчених, політиків, художників тощо. Джо Сакко, відомий своєю журналістською комікс-репортажем, час від часу створює комікси-інтерв'ю, які базуються на бесідах з реальними людьми, зокрема в зоні військових конфліктів. Його робота «The Fixer» є прикладом цього підходу.

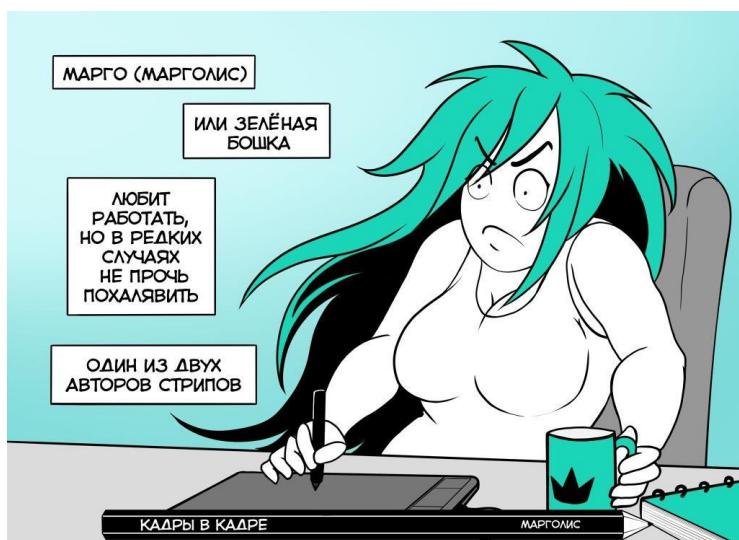




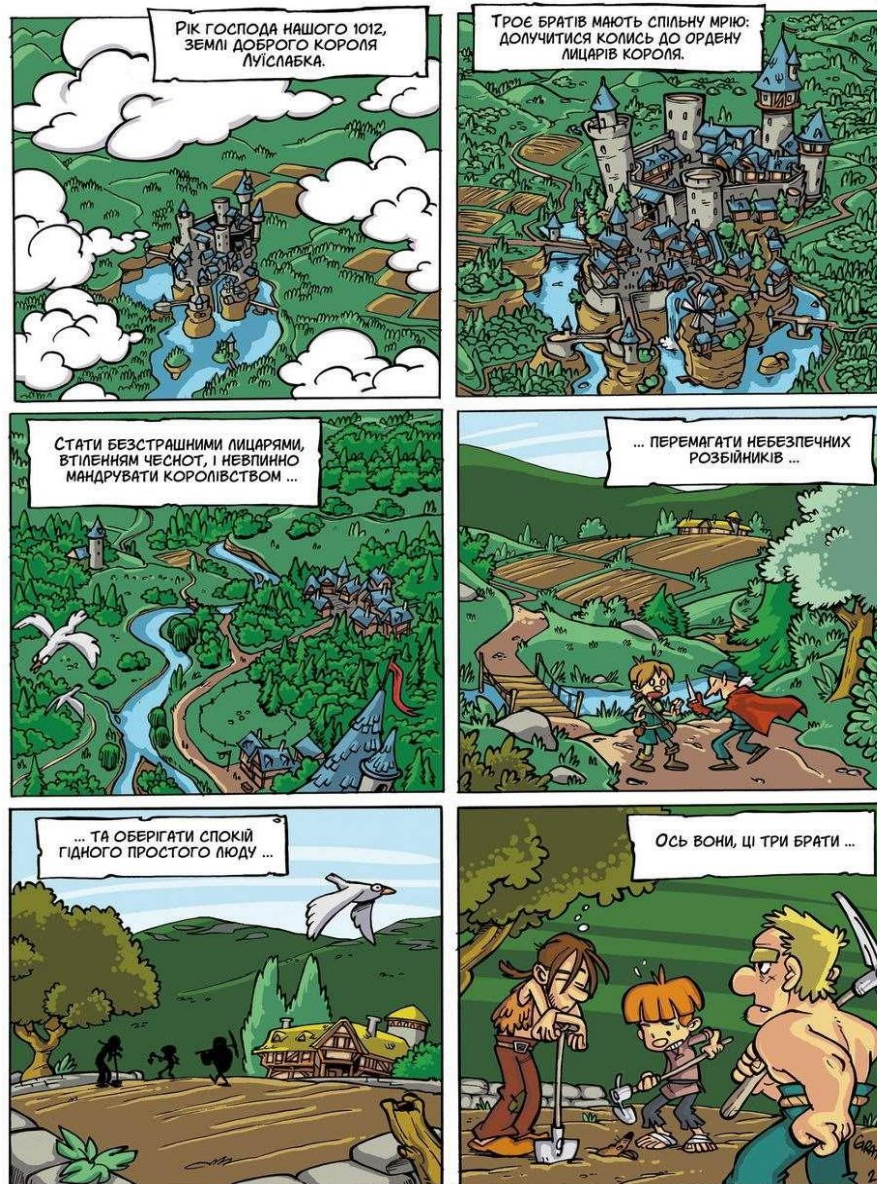
Ці формати коміксів часто використовуються в журналістиці для представлення складних тем та ідей в доступній та цікавій формі.

1. «Understanding Comics: The Invisible Art» by Scott McCloud
2. «Comics and Sequential Art» by Will Eisner
3. «The DC Comics Guide to Creating Comics: Inside the Art of Visual Storytelling» by Carl Potts
4. «Graphic Storytelling and Visual Narrative» by Will Eisner
5. «Making Comics: Storytelling Secrets of Comics, Manga and Graphic Novels» by Scott McCloud.

Комікс-кадр – це окремий квадрат або прямокутник, в якому розміщується один момент історії. Кожен кадр може містити малюнок і текст, які спільно розповідають частину сюжету.



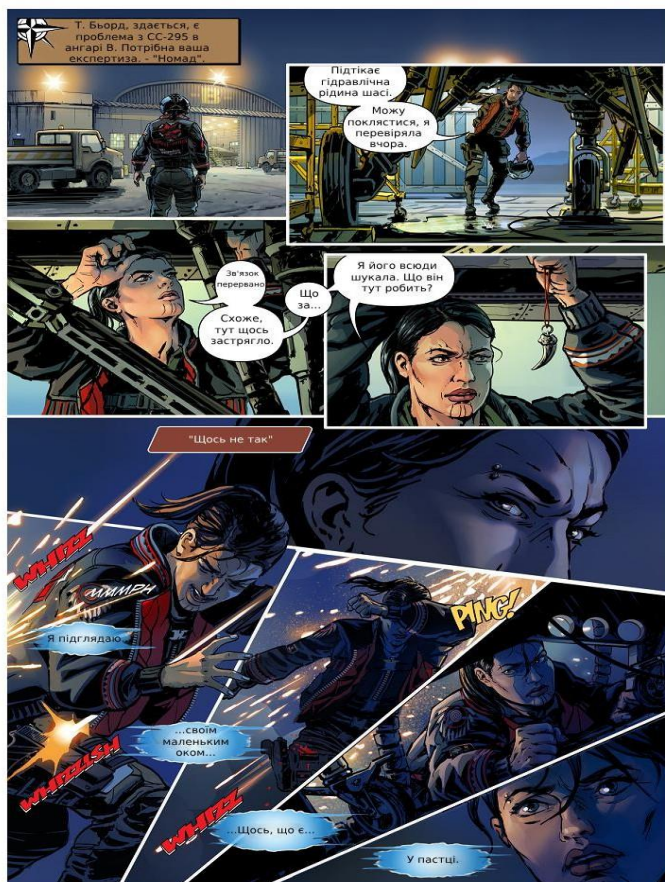
Комікс-сторінка (Comic Page). Сторінка коміксу – це плоска поверхня, на якій розташовані кадри та інформація. Сторінки можуть бути організовані в різних форматах, включаючи вертикальні та горизонтальні.



1. Кадрова композиція (Panel Composition). Це спосіб організації кадрів на сторінці. Комікс-художники використовують розміщення та розмір кадрів, щоб керувати увагою читача і підсилювати настрій сцени.



2. Сюжет (Storyline): Сюжет коміксу – це повість чи історія, яка розповідається через послідовність кадрів і текст. Він може бути коротким та простим або складним та багатограним.



3. Персонажі (Characters): Це герої або особи, які зображені на кадрах та розповідають історію. Вони можуть мати власні характери, образи, інтереси і взаємини.



4. Діалоги (Dialogues): Текст, який вказує на слова та репліки персонажів, розміщений у бульбашках або областях на кадрі.



Висновок до Розділу 1

Історія та розвиток комікс-журналістики вказують на те, що цей напрям є відносно новим засобом передачі інформації суспільству. Комікс-журналістика лише недавно набула популярності як засіб передачі новин та відображення реальності. Часто цей напрям використовується для розповіді про військові конфлікти та їх вплив на життя учасників або свідків. Візуалізація дозволяє краще передати емоційні та соціальні аспекти розвитку подій. На сучасному етапі розвитку комікс-журналістика стала провідником до «візуальної реальності». Журнали та газети, які публікують матеріали у формі комікс-стріпів, надають своїй аудиторії нову мотивацію для зацікавлення друкованими ЗМІ. Комікс-репортажі – це не лише детальні історії, але й інтерактивний спосіб представлення інформації. Хоча комікс-журналістика має свою специфіку, вона вважається повноцінним напрямом журналістики. Цей напрям переплітається з такими явищами, як нова журналістика, яка надає нове розуміння принципам журналістики. Комікс-журналісти не прагнуть виділятися; вони покликані інформувати свою аудиторію, допомагаючи читачам відчувати історії та реакції на них. Цей напрям не слід розглядати як відокремлену аномалію, але як еволюційний крок у розвитку журналістики загалом. Комікс-журналістика надає можливість візуально сприймати інформацію, що допомагає залучити аудиторію.

РОЗДІЛ II
ОСОБЛИВОСТІ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ КОМІКСІВ
(НА ПРИКЛАДІ КОМІКСУ «МАУС», КОМІКСУ О. ГРЕХОВА ТА
КОМІКСУ «ПОДОРОЖ ДО ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ЗАДЗЕРКАЛЛЯ»)

2.1 Журналістський комікс «МАУС» та його особливості

«Епіграф книги — це цитата Гітлера: «Євреї, безсумнівно, є расою, але вони не є людьми». Це іронічно, адже художник не малював у коміксі людей» [21].

Ця жорстока подія описується дуже просто, завдяки легкій мові автора. Усі нації він зображував у вигляді тварин, ніби навмисно перебільшуючи й акцентуючи увагу на безглуздох стереотипах людей. Євреї в нього були мишами, нацисти — котами, французи — жабами, поляки — свинками, а американці — собаками. «Маус» — це журналістський комікс, створений Артом Шпігельманом, що розповідає історію голокосту та вплив цієї жахливої події на життя автора та його батька, Влджимежа Шпігельмана.

«Маус» отримав численні нагороди, включаючи Пуліцерівську премію 1992 року, і визнання як однієї з найвпливовіших робіт у світі коміксів та журналістики. Він відкрив шлях для коміксів як серйозного журналістського та мемуарного висловлення.

При належній унікальності, комікс не написався просто так — за ним стоїть ціла епоха коміксів. У Нью-Йорку Арт стає засновником контркультурного журналу коміксів під назвою «RAW». Кожен випуск — це справжнє арт-мистецтво, що наділено особистим стилем. Команда робила обкладинку із пластику або картону. Іноді у продажу можна було побачити журнал із рваними сторінками. Уперше світ побачив, що комікс може бути не тільки розважальним. Він може дарувати сум, під час читання коміксного матеріалу можна відчувати абсолютно різні переживання. Саме у цьому журналі з'являлися перші частини всесвітньо-відомого коміксу «Маус».

Франсуаза Мулі була дружиною Шпігельмана. Від самого початку та до кінця вона допомагала всюди, де тільки можна було допомогти. У своїй роботі Шпігельман наділив роль і своїй дружині також. Вона сказала йому: «Я тепер твоя дружина, і теж хочу бути мишкою» [20]. Арт та Мулі разом писали сценарії, робили замальовки до своїх робіт. У 1977 році майстри придбали перший друкарський станок, на той період, то була велика рідкість. «Завдяки друкарському станку у нас є можливість показувати людям, що комікси – це абсолютний витвір фантазії». Кожен може писати про все, що йому хочеться. «Так, ми з моєю дружиною Франсуаз (дружина Шпігельмана — художниця і з 1993 року художній редактор журналу «The New Yorker» — *Прим. ред.*) завжди були впевнені, що комікси можуть бути для всіх: у кінці кінців, наш син навчився читати по коміксах. Тому у 1999- му ми запустили в нашому видавництві «Raw Books and Graphics» окремий імпринт «Raw Junior», розрахований на молодіжну аудиторію. Вони мали такий самий вигляд, як і звичайна дитяча книжка для дітей, тільки засновані на мультимодальному підході. Коли зображення настільки ж важливе, як і слова» [17].

Митці згадують, що на початок їхньої творчості вони писали, що над матеріалом працює ціла команда. Насправді, їх було лише двоє, вони творили самостійно, уявляли, що над журналом працює ціла команда. З роками все змінилося та переросло у величезну командну роботу.

Арт Шпігельман розпочав роботу над коміксом в 1980 році, і вона тривала декілька років. «Маус» був опублікований в серіях в комікс-журналі «Роулінг Стоун» (RAW).

Ця робота є автобіографічним повідомленням від першої особи. Арт Шпігельман звертається до свого батька з проханням поділитися історією їхнього виживання під час Голокосту. І той погоджується розповісти про всі важкі тортури, через які йому довелося пройти. Він у найдрібніших деталях розповідає про все, що з ним сталося, яких переживань йому довелося зазнати та як він витримав нелюдські знущання. Батько з точністю

розповідає синові про життя в той час і реалії, що влаштовані довкола нього. Кожен момент розкриває історію, а Арт через власні думки надає читачеві можливість зануритися в непересічну подію. «Маус» надає нам можливість очима двох чоловіків сприймати Голокост. Інша частина коміксу відображає взаємини в родині після цих подій, у тому числі трагічну смерть матері Арта, яка скоїла самогубство, коли їй було всього 20 років. Усі ці події намальовані Артом у чорно-білих образах, дозволяють читачеві відчути глибокий емоційний зміст і тяжіння персонажів. «Маус» – це історія про сім'ю, страх, виживання та наслідки війни, що залишаються невимовними, але завжди присутніми.

Тема журналістського коміксу «Маус» Арта Шпігельмана полягає у тому, щоб показати, що таке «Голокост». А найголовніше – вплив цієї трагічної події на життя осіб, які пережили її, а також наступні покоління.

Ідея «Маус» спрямована на те, щоб висвітлити страшну трагедію Голокосту через особистий досвід автора та його батька. Головною ідеєю є відтворення спогадів та переживань сім'ї Шпігельман під час Голокосту. А також наслідки цих подій, вплив на психіку та стосунки між батьком і сином в подальшому житті. Крім того, «Маус» висловлює ідею про важливість спогадів і пам'яті, які слугують своєрідним свідченням і попередженням перед майбутніми поколіннями про страхітні наслідки війни та нацизму.

Жанр. Історичний. Формат. Змішаний.

Сприйняття. Незважаючи на емоційно непросту історичну тему, роман читається легко. Іноді питання виникають у прочитанні так званих «складних» сторінок, які поєднують у собі не лише «словесні бульбашки», а також і текст у самих малюнках.

Завдання Шпігельмана полягало у тому, щоб детально описати події. І тут важливу роль відіграє малюнок. Зображення передається таким чином, що воно ніби продовжує написаний коміксний текст. «Зазвичай більшість надписів у коміксах пишуться від руки. А в «Маус» літери — це продовження малюнка. У Шпігельмана до них особливе ставлення:

видавцям, які видають «Маус» на іноземних мовах, він надсилає спеціальний лист, де обґрунтовує, яким повинен бути шрифт, чому на початку книги він відрізняється від того, який він в кінці і, навіть рекомендує, якими інструментами користуватися для точної передачі інформації» [16].

«Захар Ящін (ілюстратор, шрифтовик): «Леттерінг у першу чергу має відношення до комерційного коміксу, великих студій, у яких складний графік роботи, і ця робота розділена між декількома людьми — один малює олівцями, інший чорнилами, хтось ще розфарбовує, останній прописує текст. До «Маус» я вже займався леттерінгом — просто робив шрифт на основі почерка автора. Тут, на жаль, так полегшити роботу не вдасться, адже власноручне виконання всіх надписів у коміксі — одна з головних вимог Шпігельмана до перекладу. «Маус» намальовано достатньо живим, легким штрихом. Шрифт також різний, плаваючий, його форма змінюється. Усі літери я малював вручну. Крім того, я робив оформлення титулок на початку кожного розділу та надписи звуконаслідування в середині коміксу. У цілому Шпігельман дотримується не дуже віртуозного графічного стилю, його відтворити досить просто» [16].

Комікс «Маус» відзначається власною унікальною стилістикою, яка відтворює реалістичний та емоційно навантажений світ Голокосту.

«Основні особливості стилістики цього коміксу включають:

1. Антропоморфізм: У «Маус» є використання антропоморфних персонажів, де єврейські зеки зображені у вигляді мишей, а нацисти — у вигляді котів. Це візуальний спосіб виділити національність та роль кожного персонажа.

2. Чорнило та простота: Художник використовує обмежений кольоровий спектр, переважно чорнило на білому тлі, що створює атмосферу депресії і драми. Малюнки в коміксі часто прості та зрозумілі, але вони дуже виразні та ефективно викликають емоції. А найголовніше — самі малюнки повинні відображати продовження текстового наповнення.

3. Фреймова структура: Комікс складається з чітко розділених кадрів, які

розташовані у впорядкованій фреймовій структурі. Це дозволяє створити послідовність подій та підкреслити їх важливість.

4. Інноваційність: «Маус» був інноваційним для коміксів свого часу, оскільки він поєднав історію та автобіографію, створивши новий жанр комікс-репортажу.

5. Використання тексту: Текстові фрагменти в коміксі відіграють важливу роль у розповіді та передачі емоцій. Вони доповнюють малюнки та надають глибину розповіді.

Загалом, стилістика «Маус» допомагає створити сильний емоційний зв'язок з читачем та передати складність та жахи Голокосту через відмінну графічну мову та ретельно продуману комікс-форму.

Оригінальність журналістського коміксу полягає у тому, що автор презентує реальні події. І до того ж це незвичні для жанру коміксу події. Це дуже серйозний матеріал, який може викликати у читача абсолютно різні емоції» [41].

Одна з дослідниць комікс-журналістики К. Коваленко зазначає: «Зараз зрозуміла, що «Луї серед примар» Фанні Брітт ми завжди сором'язливо називали графічним романом. Зараз готується до виходу історія про шістьох людей, які пройшли через голокост («Vi kommer snart hem igen», робочий переклад — «Коли я повернусь». — *Прим. ред.*). Будучи дітьми, вони опинилися у концтаборах. Це документальний комікс, і коли ми його анонсуємо та говоримо, що це комікс про голокост, у людей одразу велике здивування на обличчі. Розмова йде про сумісність несумісного, тому що для звичайних людей комікси — низький жанр, а тема дуже серйозна» [19].



«Маус» отримав численні нагороди та визнання, включаючи Пулітцерівську премію в категорії журналістики 1992 року, що було історичною подією, оскільки це був перший раз, коли комікс був нагороджений Пулітцерівською премією. Ця робота відкрила шлях для коміксів як засобу серйозного журналістського висловлення. «Маус» став важливим внеском у журналістику, а також висловив долю покоління, яке пережило голокост. Він порушив важливі питання про національну історію, індивідуальну пам'ять та травми, змусив читачів переосмислити ці аспекти.

Манухов З., Найем М.: «Шпігельман змінив ставлення до всього жанру коміксу, який на момент публікації орієнтувався на історії про супергероїв. З іншого боку, це історія про справжніх героїв, адже вони набагато правдивіші за ті, які ми бачимо в Marvel. Художник змусив інакше поглянути на жанр багатьох людей, які до цього вважали комікси розвагою для підлітків» [19].

- Починаючи з моменту виходу, «Маус» був предметом великої кількості есе. Наприклад, Дебора Р. Гейс випустила серію есе про графічний роман під назвою «Considering Maus: Approaches to Art Spiegelman's «Survivor's Tale» of the Holocaust».

- Алан Мур, автор таких коміксів, як «Хранителі» і «Ліга видатних джентльменів», добре відгукувався про «Мауса», зокрема він говорив: «Я

переконаний, що Арт Шпігельман, напевно, найважливіший творець коміксів [...] і на мою думку, цієї миті «Маус» є його найбільш завершеною роботою».

- «Маус» вивчають у школах та університетах. Графічний роман використовують у курсах, присвячених вивченню сучасної англійської літератури, європейської історії та єврейської культури. Його переклали 18 мовами, у тому числі й українською. У 2008 році американський журнал *Entertainment Weekly* поставив «Маус» на 7 місце в своєму списку 100 найкращих книг, які вийшли з 1983 по 2008 рік» [22].

Комікс – потужна річ, яка може приймати різноманітні жанрові форми від комедійних до історичних.

2.2 Комікси Олександра Грехова та їхні особливості

Олександр Грехов – український живописець, карикатурист та айтішник, розпочав працювати у сфері ІТ, на сьогодні займається тим, що малює для ЗМІ на замовлення. Ми дослідили одну з робіт Олександра, яка опублікована в матеріалах про журналістську етику та стандарти в рамках проекту за підтримки Фонду розвитку ЗМІ Посольства США.

Перша робота українського карикатуриста присвячена 16 Пункту Кодексу етики українського журналіста: «Журналіста не можна в службовому порядку зобов'язати писати чи виконувати будь-що, якщо це суперечить його власним переконанням чи принципам. Необхідно протистояти проявам зовнішнього втручання в контент – як безпосередньому тиску, так і діям, що мають непрямі ознаки такого втручання» [23].



КЖЕ x ГРЕ
КОДЕКС ЕТИКИ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ЕТИКИ ХОВ

Наступна не менш популярна коміксна замальовка була створена на 17 Пункту Кодексу етики українського журналіста. «Незаконне отримання журналістом матеріальної винагороди чи будь-яких пільг за виконаний чи невиконаний журналістський матеріал є несумісним із званням журналіста. Журналіст не повинен використовувати службове становище в особистих цілях, з метою наживи, самореклами, у кар'єристських цілях та керуючись прагненням догодити певним силам чи особам. Журналіст не має права використовувати фінансову інформацію до її оприлюднення з метою власного збагачення» [23].



КЖЕ x ГРЕ ХОБ

І найцікавіша, на наш погляд, робота, яка охоплює цілу тему, що існує в українських ЗМІ. Остання робота присвячена 6 Пункту Кодексу етики українського журналіста. «Повага до права громадськості на повну та об'єктивну інформацію про факти та події є найпершим обов'язком журналіста. Журналісти і редактори повинні здійснювати кроки для перевірки автентичності усіх повідомлень, відео- та аудіо матеріалів, отриманих від представників загалу, фрілансерів, прес-служб та інших джерел» [23].



КЖЕ x ГРЕ ХОБ

Тема. Основною темою є те, що автор змальовує у формі комікса одні з головних пунктів «Кодексу етики українського журналіста».

Ідея. Конкретної думки, чому саме автор зосередив себе на подібній і, хочемо зазначити, дуже серйозній темі – немає. Наші припущення щодо ідеї створення:

- 1) Малюнок запам'ятовується краще, ніж ми про це здогадуємося.
- 2) Автор прагне звернути увагу простих читачів, які не дуже люблять читати «занудні» кодекси. Але на просту, цікаву картинку, що містить не лише цікавий сенс, але й важливе повідомлення, обов'язково відреагують.
- 3) Залучити місцеве ЗМІ та зробити акцент на помилках, які, можливо, були або можуть бути допущені.
- 4) Або натякнути, що «Жовтій Пресі» тут не місце.

Стилістика. Комікси виповнені у форматі Кадрова композиція (Panel Composition). Це спосіб організації кадрів на сторінці. Комікс-художники використовують розміщення та розмір кадрів, щоб керувати увагою читача і підсилювати настрій сцени.

Жанр. Публіцистичний. Формат. Кадрова композиція.

Сприйняття. Публіцистичний комікс з елементами гумору. Гарний варіант для простого сприйняття інформації.

Оригінальність. На питання «Навіщо журналістам комікси? Автор говорить: «Насамперед це весело і цікаво. Також дає змогу потренувати дуже важливу для медійника рису – пояснювати складні речі просто і наочно. Дозволяє не просто розважити своїх читачів, а й донести до них у легкому форматі важливу інформацію. Можливо, навіть самому поглянути на проблему іншими очима – через призму свого персонажа, який став не просто абстрактним оповідачем, а набув видимої форми» [38].

У підсумку можемо сказати, що завдяки коміксу ми можемо сприймати складну інформацію легше, побачити власними очима, що таке Кодекс етики українського журналіста. Автор доречно використовує гумор, що робить інформацію ще доступнішою.

2.3 Особливості коміксу «Подорож до телевізійного задзеркалля»

Комікс «Подорож до телевізійного задзеркалля» створено з метою позитивного впливу на професійне планування молоді в Україні. Згідно зі статистичними даними, 68% громадян України працюють за фахом, який не відповідає їхнім професійним навичкам. Низький рівень розвитку профорієнтаційного планування в Україні призводить до молодіжного безробіття та несумісності робочої діяльності з реальною кваліфікацією людини. Значна частина учнів не має належного уявлення про різноманітні професійні можливості, які існують в їхній країні. Цей комікс спрямований на популяризацію свідомого підходу до вибору майбутньої професії та надасть підтримку молоді в цьому важливому рішенні.

Сюжет коміксу відображає події екскурсії шкільного класу, який випадково заблукав між студіями та офісом. У пошуках однокласників герої зустрічають таких відомих телеведучих, як Алла Мазур з ТСН. Тиждень, Руслана Сенічкіна з ранкового шоу «Сніданок з 1+1», Юрія Горбунова з «Голосу країни» та генерального директор «1+1 медіа» Олександра Ткаченка. Діти стають свідками процесу зйомок прямих ефірів та запису. Комікс демонструє захопливий світ телебачення та те, як спільна робота може впливати на створення високоякісного контенту. Комікс навчає не лише командній роботі, але й тому, що кожен несе відповідальність за те, що він робить та над чим працює.

Марина Гриценко, керівник групи з корпоративної соціальної відповідальності 1+1 медіа, зазначає: «У рамках освітньої програми у школах не дають базових знань про більшу частину професій, зокрема і про роботу в медіасфері. Тому школярі, коли визначаються з майбутньою діяльністю, мають обмежене уявлення про широту можливостей. У коміксі ми хотіли познайомити підлітків з різноманітними професіями та розвінчати міф про те, що на телебачення можна потрапити лише з досвідом роботи або корисними знайомствами» [39].

Тема. Роль коміксу в популяризації медіасфери серед школярів:

Віртуальна екскурсія в студії 1+1 медіа.

Ідея. Популяризація свідомого підходу до вибору професії серед молоді в Україні за допомогою коміксів: розвиток профорієнтаційного планування та зменшення безробіття за фахом.

Жанр. Дитячий.

Формат. Сюжет.

Сприйняття. Легкий, цікавий та корисний.

Стилістика. Комікси виповнені у форматі Кадрова композиція (Panel Composition). Це спосіб організації кадрів на сторінці. Комікс-художники використовують розміщення та розмір кадрів, щоб керувати увагою читача і підсилювати настрій сцени.

Оригінальність цього проекту полягає в застосуванні коміксів як засобу для популяризації свідомого підходу до вибору професії серед молоді в Україні. Використання цього креативного формату дозволяє залучити увагу школярів до теми профорієнтації, зробити її цікавою та доступною, а також сприяти розвитку їхнього професійного самовизначення. Комікси створюють унікальну можливість комунікації з молоддю та формування позитивного ставлення до процесу вибору майбутньої кар'єри.





Отже, можемо зробити висновок, що використання коміксу у журналістиці – це не лише спосіб привернути увагу. Окрім цього комікс може бути журналістським, повчальним, дитячим.

Висновок до Розділу 2

У цьому розділі ми розглянули комікси, які було визнано журналістськими:

- 1) «Маус» Арта Шпігельмана про голокост, комікс;
- 2) Комікс Українського художника і техника у галузі ІТ, Олександр Грехова;
- 3) Дитячий комікс від «1+1 медіа» «Подорож до телевізійного задзеркалля».

Комікси є абсолютно різними, цікавими та викликають захоплення.

«Маус» Арта Шпігельмана – графічний роман про реальні події Голокосту від реальних свідків та учасників цього лиха.

Замальовки у вигляді коміксу від українського художника і техника у галузі ІТ Олександр Грехова для Кодексу етики українського журналіста. Ця праця є корисною у будь-якому прояві. Зрозумілі та корисні замальовки, завдяки яким можна швидко зрозуміти та запам'ятати кодекс.

Дитячий комікс від «1+1 медіа» «Подорож до телевізійного задзеркалля». Не менш цікава робота для дітей, яка наголошує на тому, що варто любити свою професію та роботи тільки те, що подобається саме тобі.

РОЗДІЛ ІІІ

СПРИЙНЯТТЯ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ КОМІКСІВ АУДИТОРІЄЮ

3.1 Сприйняття аудиторією журналістських матеріалів з використанням коміксів: анкетування

Проведене нами опитування серед користувачів новин (100 осіб) дало змогу з'ясувати їхній погляд на тему коміксів. Так, на питання, які причини того, що на сьогодні журналісти досить часто використовують у своїх матеріалах коміксне оформлення (50,3%) відповіли, що це доволі популярна тема, половина (50,3%) взагалі не звертала уваги на такі тексти. Є люди, і таких 10%, які впевнені, що це не цікаво, що використання коміксів робить журналістський матеріал несерйозним та дитячим.

На питання «Як часто ви читаете комікси, які включені до журналістських матеріалів?» більшість респондентів відповіла «Надзвичайно рідко», оскільки матеріалів мало. Один з респондентів зазначає, що здебільшого коміксів у журналістиці бачить мало, але якщо їх десь і помічав, то це були виключно матеріали політичного спрямування. Хоча зацікавлених у темі коміксів було дуже мало, але більшість наголосила на тому, що матеріали із коміксним доповненням привертають більше уваги. «Навіть якщо я не дуже хочу читати, але я бачу, що там щось цікавеньке, то я із задоволенням передивлюся і, можливо, якщо мені буде цікаво, дочитаю до кінця».

Найчастіше, на думку реципієнтів, матеріали з коміксами вони бачать зі сфери політики (80,2%), культури (40%) та науки (20,1%).

Деякі респонденти наголосили на тому, що в журналістських матеріалах комікси не потрібні. «Новини повинні бути новинами!» На питання «Чи думаєте ви, що комікси можуть допомогти залучити молодшу аудиторію до читання журналістських матеріалів?» (80,1%) погодилися із тим, що це дійсно так. У нашому опитуванні брала участь викладачка молодших

класів, яка поділилася думками щодо коміксів у дитячих матеріалах: «Треба привчати дітей вчитися. Зараз багато відволікаючих моментів, які перешкоджають нормальному навчанню. Але я бачу вихід, як правильно та корисно привчити дітей до навчання! Закупуйте книжки з коміксним матеріалом! Так буде набагато цікавіше!». Тож бачимо, що комікси є серед лідерів, які стовідсотково продовжать свій розвиток та зможуть принести користь, якщо автори зможуть доцільно та якісно їх використати.

На питання «З якою метою журналісти використовують комікси у своїх матеріалах?» 40% респондентів відповіли «З метою привернути більше уваги», 20,7% опитаних – «З метою виділити себе серед інших», 11,1% – «З метою показати новизну». Більшість респондентів наголосила, що коміксний матеріал може змінити їхню думку щодо того чи іншого питання. Із цього можемо зробити дуже цікавий висновок, який підтверджує, що новини можуть скеровувати думку людей та впливати на хід їхніх рішень. «Коли я читаю електронні новини, а зараз я читаю тільки їх, то моя думка стосовно тієї чи іншої ситуації може змінитися. Тільки не кажіть, що у вас так не відбувається. Усі ми люди, і кожен з нас піддається психологічному впливу. А тільки згадайте про ті новини, які були під час пандемії коронавірусу. Знаєте, я більш ніж впевнена, що все це було зроблено навмисно, щоб перетравити увесь світ. Кожен з нас – механізм, який піддається впливу».

На питання «На що б ви звернули свою увагу: яскравий заголовок чи картинку?» (46%) відповіли, що картинка привернула увагу, але створила б враження, що матеріал несе в собі несерйозність. Більшість респондентів прийшла до висновку, що краще гучний заголовок, а ніж розмальований журналістський матеріал.

«Які аспекти коміксів у журналістиці вам здаються найцікавішими з точки зору передачі інформації?» – на це питання (30%) реципієнтів відповіли, що це гумор та сатира, інші (20%) дотримуються думки, що це спрощення понять, (50%) відповіли, що це ефективне використання коміксів та понять.

«Які комікси у журналістиці вам запам'яталися найбільше і чому?» – на наше здивування лише (3%) ніколи не читало комікси та дотримується тієї думки, що воно їм не потрібне й ніколи не знадобиться. І (97%) відповіли, що читають доволі багато матеріалів, де використовується саме візуальна частина у вигляді коміксу: «Хай новини залишаються новинами, бо це повинно викликати увагу до тих чи інших подій. А от комікси від Марвел або, наприклад, історичні комікси, я почитаю із великим задоволенням. Напрочуд цікаво було вивчати Історію України у коміксах! Усім рекомендую!».

Це опитування показало нам, що думки розділилися, кожен має власне бачення, яке має шанс на існування. Варто зазначити, що публіка оцінює комікси в журналістських матеріалах несерйозно. «Новини повинні бути новинами!» – уже після цієї думки можна зробити висновок, що коміксна журналістика лише набирає обертів.

Висновок до Розділу 3

Комікси відіграють важливу роль у сучасній журналістиці і мають значущість з різних соціальних аспектів. Вони не лише допомагають ілюструвати події та передавати інформацію, але й стають важливим засобом виразу думок і ставлення до різних суспільних проблем.

Комікси надають можливість візуалізувати складні події та концепції, що робить їх більш зрозумілими для аудиторії. Це особливо корисно для пояснення складних політичних, економічних та соціокультурних питань.

Дуже часто стається так, що стирається відчутна грань між нормами використання коміксів у журналістиці. І взагалі виникає питання, чому комікс зорієнтовано саме на політичні теми та політичних діячів.

Ком'яхов Олександр говорить: «Навіть супергероїка, про яку ми говорили, є політизованою. Значна частина американських коміксів ХХ століття була пропагандою — Капітан Америка воював з Гітлером, з

«червоною загрозою». І зараз політичний посил наявний усюди. Автори виливають те, що в них у голові, це нормально, якщо це не кон'юнктурщина. Творець — зріз суспільства» [15].

З огляду на цю думку ми можемо зробити висновок, що комікс – це політичний «різновид» подачі інформації. Варто також зазначити, що багато людей цікавляться політикою, але вони можуть відчувати, що тема є занадто складна. Комікси здатні зробити політичні питання більш доступними та зрозумілими для широкого загалу. Вони можуть привертати увагу до важливих суспільних питань. Світі коміксів є доволі гнучким. Завдяки цьому журналісти можуть висловлювати свої думки та позиції стосовно подій та проблем.

Не можна не відзначити той факт, що комікси привертають увагу молоді до журналістики та інформаційних ресурсів. Вони можуть бути особливо ефективним засобом навчання для молоді, оскільки комбінують текст і малюнок. Комікси мають важливу соціальну значущість у сучасній журналістиці. Вони допомагають візуалізувати події, висловлювати суспільні погляди, відкривати соціокультурну різноманітність і привертати. Відомий електронний портал «Уніан» виділив окремий розділ про ігри та сміливо публікує інформацію про останні новинки. Автори статей вдало підбирають візуальну частину, яка здебільшого має формат колажного коміксу, та креативно підходять до оформлення статей [36].

ВИСНОВКИ

Історія коміксів у журналістиці — напрям, де різні жанри та формати поєднують малюнок та текст. Родольф Топфер, піонер сучасного коміксу, інноваційно розробив структуру та концепцію кадрування, впровадивши гумор у повсякденні ситуації. Він став теоретиком нового формату виразності та засновником жанру монографії, залишаючи актуальним свій внесок і сьогодні. Розвиток коміксів включає етапи від ранніх експериментів Топфера та Шама до винайдення «Жовтого Малюка» в США. Річард Ауткольд створив унікальний комікс, який популяризувався в пресі та служив інструментом для залучення нових читачів. Такий формат коміксів дозволяв у простий спосіб розповідати новини серед різних аудиторій.

Дослідивши працю Гарві Курцмана, який є засновником «MAD Magazine», ми дізнались, що в 1952 році він зробив важливий вклад у розвиток коміксів та журналістики, створивши культове видання «MAD». Журнал став центром для жартів, пародій та сатири на масову культуру та політику, перетворивши комікси на засіб висловлення критики та розваги. Г. Курцман визначив новий соціокультурний стиль та формат коміксів, визнаючи їх важливість в журналістиці.

Бельгійський художник Пейо створив комікс «Чорні Смурфи», алегорію соціальних конфліктів в Бельгії. Арт Шпігельман отримав Пулітцерівську премію за «Маус», що відкрило нові можливості для комікс-журналістики. Джойс Барбнер та Лу Енн Меркл створили «Реальні історії війни», розширивши можливості цього жанру. Арт Шпігельман – піонер, але Джо Сакко також вніс вагомий внесок у комікс-журналістику. Дж. Сакко, створивши унікальні мальовані репортажі про Палестину, об'єднав журналістику та комікси.

Важливо визнати, що комікс не повинен обмежуватися супергеройським жанром, а є формою виразності, здатною адаптуватися до різних тем і жанрів.

Малюнки у комікс-журналістиці є ключовим засобом передачі інформації, що дозволяє читачам самостійно «доповнити» сцену деталями та контекстом. Цей візуальний підхід збагачує сприйняття матеріалів і робить їх інтерактивними. Комікс-журналісти володіють мистецтвом ефективно викладати інформацію та додавати інноваційні аспекти до журналістики.

Комікс-журналістика та «нова журналістика» мають багато спільних рис. Обидва напрямки спрямовані на створення матеріалів, що вражають читачів як інтелектуально, так і емоційно. Представники «нової журналістики» прагнули створювати матеріали, що збуджували читача інтелектуально та емоційно, використовуючи реалізм і літературні прийоми. Такий «новий журналіст» повинен бути обдарованим спостерігачем та майстром слова. Комікс-журналістика успадкувала цей підхід, поєднуючи журналістику, літературне письмо та мистецтво. Обидва напрями, хоч і візуально відрізняються, суттєво доповнюють загальний жанр журналістики. Комікс-журналісти додають літературно-стилістичні елементи, що занурюють читача у інший світ, збагачуючи його враження. Ідентифікація з комікс-персонажами допомагає читачам відчувати емоції та відтворити реальні події.

Комікс-журналістика, незважаючи на свою унікальність, інтегрується в журналістський ландшафт, додаючи нові розміри та розуміння. Її мета – не виділятися, а надавати аудиторії інформацію та сприймати її як одну з еволюційних форм журналістики.

Комікси – це головним чином зображення, тому форма та колір відіграють важливу роль. Різні жанри, такі як детективні, містичні та супергеройські, використовують різнобарв'я для створення настрою твору.

Форма також несе смислове навантаження, підкреслює характери героїв та відтінки їхніх взаємин.

Українська політика і сучасні події також знаходять відображення у коміксах, де політики стають супергероями. Комікси в різних жанрах стають важливим елементом сучасної культури та журналістики.

У нашому дослідженні ми дослідили формати: горизонтальний та

вертикальний, які дозволяють ефективно використовувати простір та створювати цікаву динаміку на сторінці, а також анатомію коміксу.

Окрім того, проаналізували комікси, які було визнано журналістськими: комікс «Маус» Арта Шпігельмана про голокост, комікс про журналістську етику від українського художника і техніка у галузі ІТ Олександра Грехова, а також дитячий комікс від «1+1 медіа» «Подорож до телевізійного задзеркалля». Ми з'ясували, що комікси можуть бути різними. Ми можемо вивчати завдяки їм історію. Дізнаватися більше деталей під час читання новин, а також мотивувати та надихати на нові звершення.

Нами було проведено опитування серед користувачів новин (100 чол.), де йдеться, що 50,3% респондентів вважають комікси популярною темою, хоча половина ігнорує такі матеріали. Зауважено, що 80,1% вважають, що комікси можуть залучити молодь до читання новин. Журналісти використовують комікси (40%) для привертання уваги, а 20,7% – для виділення себе. Гумор та сатира в коміксах цікавлять 30% і 50% вважає їх ефективними для передачі інформації. Опитування вказує на різноманітні погляди, проте 97% визнає читання коміксів у журналістських матеріалах.

Отже, можна зробити висновок, що комікси в журналістиці відіграють ключову роль у візуалізації та спрощенні складних суспільних тем. Їхня спрямованість та здатність залучати читачів робить їх ефективним інструментом для виразу думок та привертання уваги до важливих питань. Як показало дослідження, молодь легше залучити до журналістики за допомогою коміксів, які поєднують текст і малюнок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. McCloud S. *Understanding Comics: The Invisible Art* / Scott McCloud. – New York: Harper Perennial, 1994. – 215 с.
2. Carey J. *The Problem of Journalism History* / James W. Carey // James Carey: A Critical Reader / James W. Carey. – Minneapolis: University of Minnesota Press, 1997. – С. 86–94.
4. Zelizer B. *Taking Journalism Seriously: News and the Academy* / Barbie Zelizer. // Sage Publications. – 2004. – №2004. – С. 286.
5. Насалевич Т. В., Рябуха Т. В., Лопушанський І. О. Становлення коміксу як жанру сучасної літератури. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. 2020. Вип. (31) 4. С. 144–149.
6. Sacco J. *Preface: A Manifesto, Anyone?* / Joe Sacco // *Journalism* / Joe Sacco. – London: Jonathan Cape Ltd, 2012. – С. 3–9
7. Adams W. E. *Memoirs of a Social Atom : in 2 vols* / William Edwin Adams. — London : Hutchinson, 1903. — Vol. 2. — P. 484.

Електронні ресурси

2. Schack T. *A failure of language': Achieving layers of meaning in graphic journalism* [Електронний ресурс] / Todd Schack // Sage Publications. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884913486022>.
5. *Status of Journalists and Journalism Ethics: IFC Principles'* [Електронний ресурс] // International Federation of Journalists. – 1986. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ifj.org/about-ifj/ifj-code-ofprinciples/>.
6. Stephens M. *Journalism and News: Untangling Their Histories* [Електронний ресурс] / Mitchell Stephens // BeyondNews. – 2011. – Режим доступу до ресурсу:

<https://journalism.nyu.edu/publishing/beyondnews/2011/03/13/journalismand-news-untangling-their-histories/>

7. Schack T. A failure of language': Achieving layers of meaning in graphic journalism [Електронний ресурс] / Todd Schack // Sage Publications. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884913486022>.

8. Колісник О. Специфіка сучасних коміксів: традиції та інновації. URL – 2023. – Режим доступу до ресурсу: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/19963/1/GDIVP_mono_2022_P016-034.pdf

9. Космацька Н. Нарис з історії виникнення і становлення жанру коміксу. Вісник Львівського університету. Серія іноземні мови. 2012. Випуск 19. С. 141–147. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/lingua/article/viewFile/1901/1962> (дата звернення 25.04.2023).

10. Adams S. Interview with Joe Saco [Електронний ресурс] / Sam Adams // AVClub. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.avclub.com/joe-sacco-1798226421>.

11. Гудошник О. В. Трансмедіальні наративи коміксової журналістики: світовий та український досвід / О. В. Гудошник // Communications and Communicative Technologies. — 2020. — Вип. 20. — С. 32—41. — Режим доступу: https://www.dnu.dp.ua/docs/zbirniki/fszmk/program_5e58ed31a3e2d.pdf (дата звернення: 25.01.2023).

12. Stephens M. Journalism and News: Untangling Their Histories [Електронний ресурс] / Mitchell Stephens // BeyondNews. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: <https://journalism.nyu.edu/publishing/beyondnews/2011/03/13/journalismand-news-untangling-their-histories/>

13. Карповець М. Естетика кольору в коміксах. -2019.- Режим доступу до ресурсу: <https://www.verbum.com.ua/vpdfg-pdf-generator/?postID=3231>

14. Баран Н. В., Гнаткович О. Д. Класифікація та специфіка сучасних українських коміксів. Молодий вчений. – 2021. – С. 37-42. Режим доступу до ресурсу: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/565/549>

15. Ком'яховим С. Коміксова культура в Україні та світі: тренди, проблеми, політика. Режим доступу до ресурсу: <https://telegraf.design/komiksova-kultura-v-ukrayini-ta-sviti-trendy-problemy-polityka/>

16. <https://daily.afisha.ru/archive/vozduh/books/otkuda-vzyalsya-iz-chego-sdelan-i-pochemu-tak-vazhen-velikiy-komiks-o-holokoste/>

17. <https://daily.afisha.ru/culture/15016-art-shpigelman-mne-uzhe-hochetsya-chtoby-mir-komiksov-snova-stal-pomenshe/>

18. <https://daily.afisha.ru/culture/11063-mogut-li-komiksy-rasskazyvat-o-holokoste/>

19. <https://daily.afisha.ru/culture/11063-mogut-li-komiksy-rasskazyvat-o-holokoste/>

20. <https://prjctr.com/mag/maus-comic>

21. <https://prjctr.com/mag/maus-comic>

22. <https://prjctr.com/mag/maus-comic>

23. <https://cje.org.ua/ethics-codex/>

24. https://kino.24tv.ua/yak-viglyadayut-zelenskiy-arestovich-kim-vsesviti-marvel-supergeroyski_n1908099

25. https://gluzd.org.ua/special_projects/komiksarnia-shcho-khovaietsia-zakramnychkoiu-z-komiksamy/

26. <https://library.osu.edu/site/cartoons/2012/05/10/oulipo-week-found-in-the-collection-the-upside-downs-of-little-lady-lovekins-and-old-man-muffaroo/>

27. <https://www.theparisreview.org/blog/2022/07/20/e-e-cummings-and-krazykat/>

28. <https://www.johnheartfield.com/John-Heartfield-Exhibition/about-john-heartfield-photomontages/heartfield-photomontage-dada-political/turkish-political-art-dada-fascist/political-photomontage-bostanci>

29. <http://www.scottmccloud.com/1-webcomics/trn-intro/index.html>
30. <https://smartia.me/article/dilbert/>
31. https://uk.wikipedia.org/wiki/United24_Media
32. <https://smartia.me/article/dilbert/>
33. <https://starkickfall.com/2021/06/23/will-eisners-comics-and-sequential-art-art-book-review-in-depth-study-of-comic-storytelling-principles-and-practices/>
34. <https://www.youtube.com/watch?v=6Gir0Przxrs>
35. <https://tyzhden.ua/spetstemy/>
36. <https://www.unian.net/games/zhurnalisty-nazvali-2023-y-luchshim-godom-v-istorii-igr-za-poslednie-20-let-12441576.html>
37. https://www.youtube.com/channel/UC7qnYpVcuFbURi3E2E6_f6Q
38. <https://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytika/khto-kachaye-shyny-betmobilya-abo-navischo-mediynykam-komiksy.html>
39. https://media.1plus1.ua/news/11_media_vypustyla_pershyi_v_ukraini_prof_orientatsiinyi_komiks_
40. <https://kanaldim.tv/mij-tato-povernuvsyia-z-vijny-v-ukrayini-stvoryly-komiks-dlya-veteraniv-i-yihnih-rodyn/>
41. <https://kniga.biz.ua/pdf/27388-sila-comicsiv.pdf>

ДОДАТКИ

ДОДАТОК 1. Зображення в печері Ласко у Франції



ДОДАТОК 2. Топфер «Les Amours de Monsieur Vieuxbois»



Додаток 1. Перші наскельні малюнки

CORRIERE dei PICCOLI

Abbonamenti ITALIA: ESTERO:
 ANNO L. 1165.— L. 1700.—
 SEMESTRE L. 625.— L. 890.—
 TRIMESTRE L. 330.— L. 445.—
 Conto corrente postale 2.732

PREZZO DI VENDITA ALL'ESTERO	
Argentina - Peso	0,30
Australia - £	0,10
Belgio - Fr.	0,15
Bразил - Cr.	0,10
Canada - Doll.	0,10
Cina - Yuan	0,10
Francia - Fr.	0,10
Germania - M.	0,10
Giappone - Yen	0,10
India - Rupee	0,10
Italia - Lire	1,00
Paesi Bassi - G.	0,10
Perù - Sol	0,10
Portogallo - Esc.	0,10
Repubblica S. - Lira	0,10
Spagna - Ptas.	0,10
Svezia - Kr.	0,10
Svizzera - Fr.	0,10
Turchia - Lira	0,10
Ungheria - For.	0,10
USA - Doll.	0,10
Yugoslavia - Din.	0,10

Supplemento settimanale illustrato del numero **CORRIERE DELLA SERA**
 Milano - Via Solferino 28
 Esposizione in abbonamento postale - Gruppo 2

Anno XLVI - N. 41

10 Ottobre 1954

L. 25



1. Il signor Bonaventuro ricco ormai da fer posto viene preso di passione per la televisione.



2. Senza perdere un istante da un esperto negoziante va a comprare un apparecchio che, si sa, costi parecchio.



3. Per veder come funziona siede comodo in poltrona. Una gara si trasmette tra campioni ammazzosette.



4. Un eroico tifo infiamma il suo cuore a quel programma. «Fore... Dglil... Mona... Picchia... Ma che pugili!... Accipicchia!...»



5. Bate in piedi e anch'ei si dà a picchiar di qua e di là e sul muro al negoziante contro un destro massacrante.



6. Su una tenda di velluto dà un «a fondo» risolutivo... ma un acuto urlo sovrageggiato viene fuori dal tendaggio.

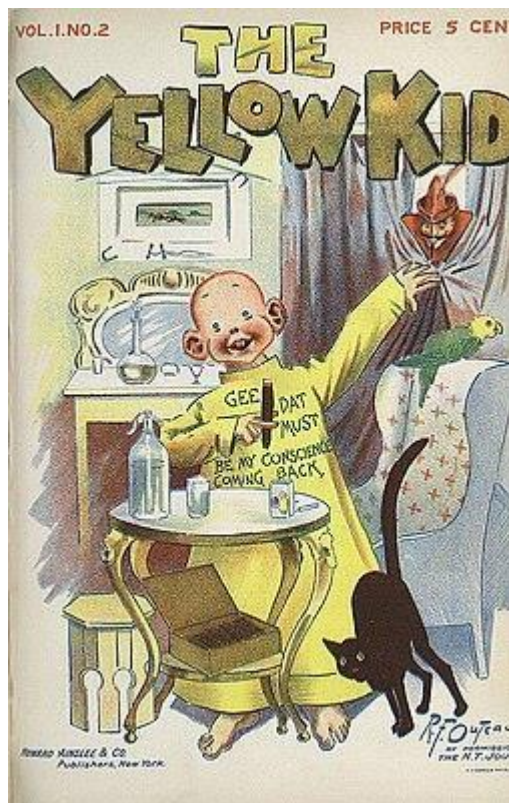


7. Ed un uomo tramortito piomba sopra l'imponente: certo è un ladro che in quel posto per rubar s'era nascosto.

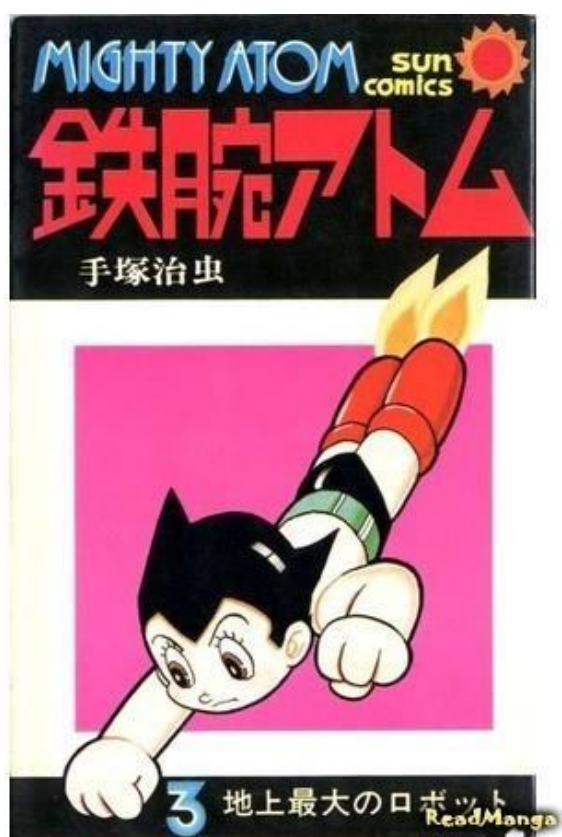


8. Il padron si mostra grato al campione improvvisato. Quel diritto suo gogliando non val meno d'un miliardo!

ДОДАТОК 4. Комікс Річарда Ауткольда «At the Circus in Hogan's Alley,» який незабаром перейменували в «Yellow Kid»



ДОДАТОК 5. Перші випуски коміксів «Mighty Atom», Осаму Тедзуки



MAD



ДОДАТОК 7. Зелений Смурф проти Смурфа Зеленого

**THE
SMURFS**



ДОДАТОК 8. «Маус: Історія того, що вижив», Арт Шпігельман





с которых капает вода, и мыльные тубы с разрывными стенами. Приходит директор. Он очень зол на учителей. Они отходят втроем, очевидно, спорят, допустимо ли привести «журналы» в школу. Учителя повышают голос. «Не обращайтесь внимания. Мы скажем, что берём всю ответственность на себя», — говорит мне один из них. Школьная программа соответствует иорданской. Израиль разрешает привозить учебники английского и математики из

Иордании. Главное, чтобы в текстах по истории или географии не упоминалась Палестина. Впрочем, по словам учителей, это уже не имеет значения: «Со времен интифады, эти дети и так знают, что здесь не Израиль». Они рассказывают, что здесь постоянно бывают солдаты... Солдаты гонятся за людьми через школу... Стреляют... Не лучшая обстановка для 500 мальчиков, что учатся здесь. А каково учителям? Один из них говорит, что недавно, по дороге в школу его избили солдаты.

Ему велели снять портрет Арафата со стены. Да, но избили — почему? «За то, что заговорил с ними по-английски, я не на иврите», — отвечает он. Мы с Садиро решаем ненадолго зайти в БАПОРовскую больницу. Здесь пропуск не спрашивают. Медсестра устраивает нам экскурсию по рентгеному отделению. В лагере рождаются по 50 человек в месяц; тут лаборатория, отделение реабилитации, а вот (с гордостью) новый рентгеновский кабинет.

Доктор готов принять нас. Медсестра проводит нас мимо длинной очереди у двери. Доктор вытаскивает пару пациенток и приглашает нас в кабинет. Он рассказывает, что в больнице всего два врача, причём один из них работает на подмене. «Наша главная проблема — переработка», — говорит доктор. Больница обслуживает до 300 пациенток в день. (на вчерашних посиделках у Джабриля мужчины шутили о местных торпачьих диагнозах. «К окошку! К окошку!», — пели они, передразнивая персонал, поторпачивающий их с наскаро выписанными рецептами).

Доктор рассказывает, что чаще всего наблюдают болезни дыхательных путей из-за плохой вентиляции и перенаселения, то есть из-за «социальных и политических условий».

Тем временем кто-то стучит в дверь! Мы всех задерживаем! Изгнанные пациентки рвутся назад! Для кого больницу строили, а?! На улице мы встречаем Зелёную карту — вчерашнего мистера Интифаду — с другом. Они пришли за

нами. Зачем? Их английский слишком плох для объяснений. Мы идём за ними. Я уже неплохо знаю главные дороги Баалаты, но они ведут нас через лабиринты переулков, задних дворов, узеньких проходов между домами, в которых уже двоим сложно разойтись... какие-то дети играют с камешками... мы кружим и кружим... перескакиваем через дренажные каналы... налево, направо, ещё кружок, я запутался. Периодически Зелёная карта жестом приказывает остановиться, осторожно заглядывает за угол и сигналист нам следовать за ним. «Опасно, полиция», — поясняет он. Нас снова останавливают, обыскивают, смотрят наши вещи. Зелёная карта достаёт мой паспорт, издает чеки

из Каира, билеты на самолёт, мой фотоаппарат... Заглядывает в мои дневники... Он мрачен и серьёзен... На самом деле, у меня в блокнотах может быть отчёт о походе в баню с Ариэлем Шароном, а Зелёная карта всё равно этого не поймёт... В любом случае, они решают что с нами всё окей... Слова переулки и повороты... И вот мы снова на грязной центральной улице... уфр... Мы у кого-то дома, чай сейчас подадут... Тут Джабриль и пара мужички со вчерашнего вечера... Но есть и кто-то новый. Судя по предосторожностям Зелёной карты, это должен быть Ясир Арафат собственной персоной. Ну или как минимум боевик из Чёрных Пантер... Но выглядят неприблившийся

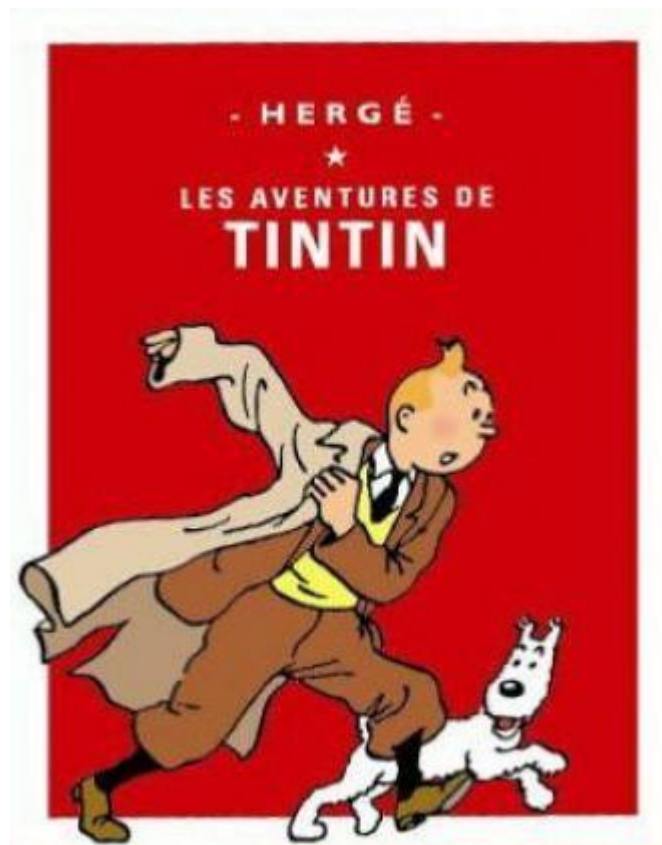
абсолютно банально... Да и песенку его я уже слышал... Он не распространяется на тему того, кто он, а я и не спрашиваю. Он говорит, что восстание было следствием того, что интифада рождалась сама по себе, но теперь ей руководит ООП. По его словам, благодаря интифаде весь мир обратил внимание на палестинцев и теперь у них появилось шанс на политическое разрешение конфликта... Вот оно! Значит, он из ФАТХ, арафатовского отделения ООП... Я наловчился угадывать, какую фракцию в ООП поддерживают встреченные мной палестинцы, по их мнению о «мирном процессе»... Например, сторонники Народного Фронта не признают эти переговоры,



ДОДАТОК 10. Український Марвел



ДОДАТОК 11. Пригодницький комікс про журналіста



ДОДАТОК 12. Астерікс та Обелікс



У ролях



Карабас-Бенябас, він же **Беня**, він же бригадир команди **Бе**. Олігарх з українським, ізраїльським та кіпрським громадянством, який ніколи не віддає борги ("Долги отдаю, трусю"), власник великих бізнесів (нафта, нафтопродукти, металургія, фінанси, ЗМІ, авіакомпанії та ін.), колишній хазяїн Привату, який потягнув у держави десятки мільярдів доларів. Веде на вибори команду спеціалістів, котрі мають допомогти йому знайти золотий ключик від державних ресурсів.

Зе Буратіно (*The Buratino*), він же спеціаліст **Зе**. Блазень, дерев'яна лялька... Так і не пішов до школи і вміє рахувати лише до п'яти. Отримав від Карабаса золоті монети, щоб той міг здобути золотий ключик. Засвоїв нехитру істину: «А хіба ви не знаєте, що за гроші можна все купити?»



Ліса Юліса, вона ж спеціаліст **Ю**. Шахрайка, схильна втиратися в довіру, оповідаючи жалібним голосом про своє злиденне життя і вміє прикидатися інвалідом на трьох лапах. Претендує на гроші Карабаса, і не тільки його. Ладна весь світ обернути на Країну Дурнів, у якій Юлісі жити зручно й комфортно.

Кім Буковеліо, він же спеціаліст **Ше**. Злодій з великої асфальтованої дороги. Ласий до золота та всіх задовольняє життям проїдисвіт. Його кредо: «Ну як терпіти, коли апетит розігрався». Фахівець з «ремонту доріг» – знає, як переміщати державні кошти до власної кишені.



ДОДАТОК 14. Джордж Герріман у своїй роботі «Cumings and Krazy Kat»

