

УДК 82-91:741.5]:7.08(477)
DOI: 10.31866/2616-7654.5.2020.205728

ВИДОВА І ЖАНРОВА СПЕЦИФІКА КОМІКСУ В УКРАЇНІ

Дмитро Белов,
аспірант кафедри інформаційних технологій
Київського національного університету
культури і мистецтв
(Київ, Україна)
e-mail: liverpool1892dallas2011@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7257-1879>

Стаття присвячена висвітленню основних тенденцій розвитку коміксу в Україні з позицій його видової і жанрової специфіки. Виявлено зростання популярності коміксу як інформаційного продукту на вітчизняному книговидавничому ринку. На підставі аналізу статистичних даних доведено тенденцію до зростання як кількості найменувань вітчизняних коміксів, так і кількості видавництв, котрі спеціалізуються на комікс-продукції. Обґрунтовано перспективи коміксу як інструменту залучення до читання в умовах інформатизованого суспільства.

Здійснено спробу класифікації коміксів в Україні за форматом, жанрами і оригінальністю (перекладені, адаптації класичних і сучасних українських літературних творів, оригінальні). Виявлено розвиток вітчизняного ринку коміксів у бік дорожчої і більш якісної продукції – виробництва графічних романів. Розкрито особливості різних видів вітчизняних коміксів, акцентовано вплив на популярність історико-героїчних видів коміксів суспільно-політичних процесів, зокрема подій Революції гідності і війни на Сході України, розглянуто спробу створення вітчизняного пантеону супергероїв. Акцентовано виховну і просвітницьку функції коміксу в Україні, модернізацію та інтеграцію засобами коміксів у сучасний соціальний контекст важливих із погляду національної ідентичності смислів. На тлі зростання популярності і розвитку жанру фантастичного коміксу та широкої представленості на книговидавничому ринку історико-героїчних коміксів констатовано занепад гумористичного коміксу в Україні.

Обґрунтовано такі форми та засоби популяризації коміксів і поширення комікс-культури в Україні, як фестивалі, блоги, тематичні вечори, презентації, спеціальні інтернет-ресурси. Визначено, що потужним засобом популяризації коміксів є кінематограф.

Ключові слова: комікс, сингл, історичний комікс, перекладений комікс, адаптація, масові заходи, фестиваль, блог, комікс-культура.

ВСТУП.

Перехід суспільства до інформатизованого етапу розвитку супроводжується стрімким зростанням обсягів продукованої інформації і трансформацією форм передавання інформації і смислів. З одного боку, інформаційні технології визначають зміну носіїв інформації, з іншого – триває пошук оптимальних для сприйняття форм передачі інформаційних повідомлень. Відповідно до різних даних, від 35 до 90 % користувачів інформації є візуалами, тобто найкраще сприймають візуалізовану інформацію, від 70 до 90 % інформації, яка надходить до мозку людини, отримується через зір, сприйняття такої інформації відбувається в 60 тис. разів швидше, ніж вербальної, а пам'ятання триває довше (Costa & Kallick, 2008, p. 153; Gilakjani, 2012; Olivares, 2013; "Why Visual Teaching", 2020).

Враховуючи ефективність сприйняття людиною візуальної інформації, законнимі є посилення уваги до тих інформаційних продуктів, які надають доступ

до інформації, представленої у візуальному форматі. Одним із таких продуктів є комікс, основний зміст якого передається за допомогою зображень.

Комікс в Україні – явище відносно нове, проте за останнє десятиліття демонструє тенденцію до зміцнення позицій на книговидавничому ринку країни. Про комікс пишуть, його вивчають, він посідає своє місце на полицях книгарень та бібліотек. На сьогодні комікс привертає увагу вітчизняних науковців як феномен масової комунікації і засіб транслявання смислів (Почепцов, 2012; Троян, 2018; Хлестова, 2017), продукт інформаційної культури (Белов, 2018), ефективний інструмент навчання (Богдан, 2015; Вострякова, 2013; Лавренова, 2018; Юрженко, 2015), з позицій історичної ретроспективи та впровадження новітніх технологій (Космацька, 2012; Кузнецова, 2016), розкриття національних особливостей (Айдачич, 2014; Гудошник, 2017).

Водночас недостатньо дослідженим залишається розвиток коміксу як інформаційного продукту в Україні в сучасних умовах. Відповідно, **метою** публікації є висвітлення основних тенденцій розвитку коміксу в Україні з позицій його виховної і жанрової специфіки.

МАТЕРІАЛИ І МЕТОДИ.

Для досягнення поставленої мети було використано статистичний метод, застосування якого дало змогу зробити висновки стосовно динаміки розвитку коміксу в Україні, метод класифікації, який дав змогу систематизувати комікси за обсягами і форматами видання, оригінальністю та жанрами, метод аналізу документів, який було застосовано безпосередньо для аналізу окремих коміксів.

Джерельну базу дослідження склали фахові публікації та матеріали ЗМІ за темою дослідження, зокрема рецензії, інтерв'ю з авторами і виробниками коміксів, профільні ресурси (Vertigo.com.ua, Читомо, Uncomics.com, офіційні веб-сайти видавництва коміксів), українські комікси, а також дані соціологічного дослідження щодо стану ринку та читацьких вподобань українців на 2018 р. Ukrainian Reading and Publishing Data 2018, організованого цифровим видавництвом Gutenbergz, культурно-видавничим проектом «Читомо» та Українським центром економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова у партнерстві з Українським інститутом книги, ГО «Український Літературний Центр», Nielsen Book Research, Лондонським книжковим ярмарком, Франкфуртським книжковим ярмарком, Міжнародною асоціацією видавців.

ВИКЛАД РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ.

За даними Я. Мішенова (2020), керівника вітчизняного видавництва Vovkulaka, кількість виданих у 2019 р. в Україні коміксів становить 162 видання. Для порівняння: у 2018 р. таких видань було 69, тож зростання 2019 р. склало 135 %, у 2018 р. порівняно з 2017 р. зростання склало 64 %.

Такі цифри засвідчують потенціал ринку коміксів в Україні, адже йдеться не лише про збільшення загальної цифри видань, але й про прискорення майже вдвічі темпів зростання. Однак говорити про те, що комікс став в Україні продуктом масової культури, поки що зарано. Тоді як у світі (США, Франція, Японія, Німеччина) явище коміксу є повністю масовим та орієнтується на всі верстви населення, в тому числі і на малоосвічені, в Україні його, переважно, слід сприймати як

арт-хаус. Це обумовлюється не стільки змістом коміксу та вартістю такої продукції, скільки тим, що комікс виходить за рамки традиційного в Україні сприйняття літератури. За словами одного з відомих письменників-коміксистів І. Баранька, «наш народ знає кіно і літературу, але наш народ не знає коміксів. У Франції та Бельгії комікс – серйозний жанр. У будь-якому книжковому магазині величезні стелажі коміксів. Дорослій інтелігентній людині зовсім не соромно читати *bande dessinée*, тому що вони дійсно розумні і цікаві. У нас жанру немає як такого, а значить, за нього ніхто не готовий платити» (Гавришова, 2015).

При цьому варто враховувати загальну ситуацію із читанням, яка наявна сьогодні в Україні: за даними «Читомо» 2018 р., читання посідає лише п'яте місце порівняно з переглядом телевізійних передач (58 % респондентів дивляться телевізор щодня), читанням ЗМІ (у тому числі інтернет-ЗМІ) і спілкуванням у соціальних мережах (відповідно 31 % і 30 % роблять ще щодня) та слуханням радіо (22 %). Про щоденне читання заявило лише 11 % опитаних, 17 % читають кілька разів на тиждень, 20 % – кілька разів на місяць, 21 % – декілька разів на рік, 31 % відповіли, що не читають книжки взагалі. Показово, також, що 60 % українців за останній рік не відвідали жодної бібліотеки чи книгарні. Респонденти, які ніколи не читають (не слухають) ні друкованих, ні електронних чи аудіо книжок, найчастіше пояснюють це відсутністю потреби чи бажання. Лише 11 % з-поміж них як причину називають цінову недоступність книжок, 7 % – відсутність хороших, цікавих, якісних і корисних книжок ("Читання в Україні", 2018). Враховуючи такі дані, можна стверджувати, що, як мінімум, у 30 % українців не сформована звичка читання, що свідчить про певні проблеми із читанням у дитинстві. Разом із тим дитинство, а саме шкільний вік, є часом, коли дитина чи не щоденно звертається до книжок, принаймні, у вигляді навчальної літератури. Утім, побудова шкільної програми, особливо молодших і середніх класів, не виконує завдання з формування любові до читання, натомість перевантаженість програми з української та світової літератури творами зі складною соціально-побутовою або історичною тематикою, написаними з використанням застарілих та маловживаних слів або незрозумілих метафор, не говорячи про середній рівень викладання, створює ризики формування у дітей пов'язаного з необхідністю читання негативного стереотипу і відторгнення дитиною читання в перспективі.

Натомість у світі спостерігається інша тенденція – практикуються спрощені форми переказу складних художніх творів (наприклад, давньогрецьких міфів), що перетворює читання не лише для дітей, а й для дорослих, з певного випробування сил на захопливу розвагу. Відтак, у країнах Сходу та Америці закладається підґрунтя для того, щоб комікс як нібито спрощена форма передачі інформації залишався затребуваним інформаційним продуктом людини впродовж всього її життя. При цьому комікс зберігає за собою властиву класичній серйозній літературі функцію соціалізації та виховання.

В Україні, як власне і на теренах колишнього Радянського Союзу, на тлі загальної невтішної ситуації з читанням додатковими чинниками, які ускладнюють розвиток коміксу, є відносно висока ціна на таку продукцію, а також її автономність – відсутність зв'язку з кінематографом, рекламою і т. ін. Якщо порівнювати зі Сполученими Штатами, то там потужним засобом популяризації графічних історій є кінематограф. Примітно, що у 2019 р. стався справжній «культурний про-

рив» в історії коміксу, коли одну з його екранізацій («Чорна пантера») номінували на премію «Оскар» у категорії «Найкращий фільм року». Популярність американських фільмів, створених за мотивами коміксів, сприяла зростанню популярності американських коміксів у різних країнах. В Україні ж поки що відсутній зв'язок між кінематографом і коміксами, хоча така співпраця з огляду на позитивний зарубіжний досвід виглядає перспективною. Винятком є спроба екранізації бельгійського коміксу на українську тематику І. Баранька «Максим Оса»¹, виданого в різних країнах Європи, проте роботу над фільмом призупинено.

Іншою проблемою, яка стоїть на заваді популяризації коміксів, є їх доволі висока ціна. Середня вартість коміксів (як українського авторства, так і перекладених) варіюється в рамках 200–250 грн, при обсязі, переважно, не більше 120 сторінок.

А втім комікс як інформаційний продукт зміцнює свої позиції на українському книговидавничому ринку. Його можна знайти в різних книгарнях, торгових центрах, які мають книжкові відділи, бібліотеках тощо. Щороку виходить у світ дедалі більше як перекладених, так і вітчизняних графічних романів.

За різновидами комікси чи не в кожній країні мають свою специфіку і можуть відрізнитись як кольорами, так і папером, або стилем написання тощо. Наприклад, О. Максименко акцентує увагу на німих коміксах, де «не обов'язково присутній текст, а сюжет виражений графічно й не потребує словесного супроводу», та фотокоміксах, де «замість рисунка сюжет передають у вигляді фото. Персонажами таких творів можуть виступати відомі актори, іграшки або найвідоміші інтернет-меми» (Максименко, 2012).

В. Соковніна звертає увагу на такі різновиди коміксу, як журнальний комікс (періодичне видання серії коміксів у форматі журналу чи газети) та web-комікс (такий, що спершу публікується в інтернет-блогах, на сайтах авторів або спеціальних ресурсах) (Соковніна, 2016).

К. Калітіна в сучасних інтернет-умовах розглядає як зразок коміксу мем: «мем відомий як “медіа-вірус” – ідея, слово, фраза, персонаж, картинка, котрий передається від однієї людини до іншої вербально, не вербально через Глобальну інформаційну мережу. Соціологи вважають мем “вірусом розуму”, тому що він з'являється швидко і захоплює собою засоби масової комунікації» (Калітіна, 2013).

Зазвичай, за обсягами і форматами видання виокремлюють такі види видань коміксів:

- сингл (Single issues) – окремі випуски, журнали, які в середньому мають близько тридцяти сторінок тексту («Двері Агари» Н. Бистрової; «Пангея» Е. Вольфа, А. Афоніної, Є. Ягудіна);
- графічний роман (Graphic Novel) – видання більшої за форматом, ніж сингл, зазвичай завершеної історії. Такі комікси видаються у форматі книги, переважно, у твердій обкладинці (адаптація А. Вабиком і М. Сурмою роману «Ворошиловград» С. Жадана; М. Тимошенко і К. Горішним історичної повісті «Герой поневолі» І. Франка);

¹ Комікс «Максим Оса» – бельгійський графічний роман про пригоди козака Максима Осу, створений українським, французьким та американським письменником-коміксистом Ігорем Бараньком. Вперше вийшов двома томами у 2008–2009 роках французькою мовою у бельгійському видавництві Éditions Joker. За час свого існування комікс був виданий французькою, російською, польською та українською мовами.

– збірка / збірка коміксів (Collected Edition) – колекційне видання зазвичай опублікованих раніше об'єднаних єдиною темою окремих випусків, зібраних у форматі книги («Metal Gear Solid» Е. Вуда і К. Оприска; «Саркофаг» А. Данковича);

– трейд / ТПБ (ТРВ або Trade Paperback) – це довгі комікси або збірки коміксів у м'якій обкладинці (SC або Softcover), переважно від 150 до 250 сторінок (хоча можливі видання і від 500 до 1000 сторінок) на кшталт прозових антологій («Максим Оса» І. Баранька);

– хард / хардкавер (НС або Hardcover / НВ або Hardback) – будь-яке видання коміксів у твердій обкладинці («Воля» В. Бугайова, О. Філіповича, Д. Фадеева; «Княжа Воля» Д. Фадеева, В. Бугайова, М. Богдановського).

У 2019-му році лише чверть коміксів були видані синглами (3/4 – у книжковому форматі). На протигагу у 2018-му році – серед українських комікс-видань у форматі сингла був кожен третій (2/3 – у книжковому форматі відповідно). Отже, вітчизняний ринок коміксів розвивається в бік дорожчої і більш якісної продукції. На думку Я. Мішенова, оскільки дуже мало видань в Україні може витримати перевидання одного і того ж твору в різних форматах, цей поступовий перехід від малого дешевого сингла до дорожчого ТРВ чи навіть видання в твердій палітурці є прямою ознакою розвитку ринку (Мішенов, 2020).

Аналіз наявних класифікацій коміксів дає змогу зробити висновок про те, що за оригінальністю в Україні можна виділити чотири види коміксів:

– **перекладені** (зарубіжні комікси, перекладені українською мовою);

– **адаптація класичних українських літературних творів** (Івана Франка, Лесі Українки та ін.);

– **модерні адаптації** (комікси – адаптації літературних творів сучасних українських авторів);

– **оригінальні українські** (оригінальні комікси українських авторів та/або видані в Україні та/або українською мовою).

Розглянемо особливості кожного із визначених видів.

Перекладені комікси посідають першу сходинку серед усіх тих, які купують в Україні. Така ситуація цілком прогнозована, з огляду на популяризацію зарубіжних коміксів засобами кінематографа. Як засвідчує статистика, щороку кількість перекладених коміксів збільшується більш ніж на 100 %. Власне кажучи, перекладений комікс посідає 65 % від усієї кількості коміксів, що представлена на українському видавничому ринку (Мішенов, 2020).

Найбільшою популярністю серед українців користуються «Хранителі» А. Мура, Д. Гіббонса і Д. Хіггінса, «Капітан Америка» Д. Саймона і Д. Кірбі, «Бетмен» Б. Кейна і Б. Фінгера, «Супермен» Д. Сігела і Д. Шустера та «Людина-павук» С. Лі і С. Дітко. Останній автор українського походження, який був причетним і до створення образів коміксів про «залізну людину», «Доктора Стренджа» і «Фантастичну четвірку».

В Україні великими видавництвами, котрі перекладають комікси з англійської та французької мов, є «Ірбіс комікси», «Рідна мова» та Vovkulaka.

Адаптація класичних українських літературних творів.

В умовах зниження інтересу до читання такі комікси стають альтернативним шляхом трансляції відображеної в художньому слові духовної спадщини українського народу. Формат коміксу спрощує сприйняття класики вітчизняної літера-

тури, прибираючи надмірну з погляду сучасної молоді деталізацію, але зберігаючи основні смислові акценти. Ознайомлення із твором у форматі коміксу дає змогу уникнути необхідності прочитання розлогих описів самих героїв, їх оточення, середовища тощо (адже вони візуалізовані) і зосередитись на сюжеті, який сприймається у такому випадку більш динамічно. Спрощуючи вербальні описи, такий комікс, разом із тим, не позбавляє читача можливості фантазувати та розвивати уяву, розмірковуючи саме над змістом.

Однією з найпопулярніших серед читачів адаптацій класичних творів є «Герой поневоли» за однойменною історичною повістю Івана Франка. Це історія про революцію 1948 р. і події у Львові, який був столицею Галичини. За відгуками літературних критиків, саме цей комікс демонструє високі стандарти того, як саме потрібно адаптувати класику. Адже в ньому вдало поєднані як малюнки, так і текст, який складають прямі цитати із твору Франка.

Адаптацією класичних творів найбільше займається видавництво Грані-Т, яке з метою полегшення виконання учнями шкільної програми з української літератури підготувало серію «Класні комікси». За кілька років було адаптовано та видано різні класичні твори української літератури від «Енеїди» І. Котляревського та «Хазяїна» І. Нечуя-Левицького і до «Захара Беркута» І. Франка та «Мини Мазайла» М. Куліша.

Модерні адаптації.

Нині сучасну українську літературу не часто беруться адаптувати. Складність процесу адаптації до формату коміксу творів великих літературних жанрів вимагає їх впізнаваності, яка визначатиме успіх майбутніх продажів. Іншими словами, початковий твір має бути популярним, зі сформованим попитом. Тоді комікс-адаптація твору автоматично привертатиме увагу і знайде свою аудиторію. Таких випадків в Україні є лише кілька, найяскравіший з них – коміксова адаптація найкращої української книжки 21 століття, за версією ВВС, «Ворошиловград» С. Жадана. Створений комікс є чорно-білим і має понад 300 сторінок. За словами літературних критиків, цей експеримент виявився успішним, подарувавши читачам нові вектори розвитку подій, цікаві алюзії та метафори, котрі важко було розгледіти власне у класичній версії роману.

Оригінальні українські комікси.

Поширення комікс-культури в Україні і збільшення кількості коміксів призвело, по-перше, до зменшення частки українських коміксів у загальній кількості, а по-друге – до зростання кількості української продукції в індустрії коміксів. Так, за даними Я. Мішенова, якщо в 2018-му році кожен четвертий виданий комікс був від українського автора, то у 2019-му вже кожен п'ятий. Водночас, спостерігається збільшення українських творів на 70 %, тобто у 2019-му році побачили світ понад 30 коміксів від українських авторів (Мішенов, 2020).

Сучасний український комікс відрізняється жанровою і форматною багатоманітністю. Щороку на книжкових полицях з'являється понад сорок нових графічних романів абсолютно різної тематики: від соціально-побутових тем до наукової фантастики. І якщо ще у 2014 р. видати книгу коміксів можна було, переважно, за власний рахунок або завдяки спільнокошту, то сьогодні видавництва самі беруться їх публікувати, виплачуючи авторам гонорари.

Зростання популярності сучасного оригінального українського коміксу припадає на час після 2014 р., що пояснюється посиленням патріотичних настроїв на тлі війни на Сході України, і вже станом на 2017 р. на полицях багатьох книжкових крамниць країни з'явилися графічні романи на тему визвольної боротьби, АТО тощо. На той час їхня частка становила близько 45 % усіх коміксів, які видавались українською (Мишенов, 2020). За останні кілька років ця тенденція демонструє зниження, проте сучасний оригінальний комікс досі перебуває в топі продажів на вітчизняному ринку.

Найбільш популярними зразками цього виду українських коміксів є, насамперед роботи Андрія Данковича «Війна Богів», трилогія «Козаки на орбіті» та «Саркофаг». Усі вони створені в жанрі наукової фантастики із вкрапленнями українських традицій та колориту. А. Данкович є справжнім новатором в області графічних романів, який створив унікальний стиль написання, «дав життя» вельми екстраординарним персонажам, розвинув нестандартні сюжетні лінії, в яких органічно поєднуються, наприклад, історії відомого європейського ді-джея, українського козака та засновника AMAZON. Також до найкращих з упевненістю можна віднести «Серед овець» Олександра Корешкова. У цьому графічному романі автор змальовує світ диктатури та тиранії зсередини. Весь світ населяють вівці, а ними, у свою чергу, керують та володіють, як товаром, пси, свині та барани. Автор майстерно доносить думку про те, що тирані існують не самі по собі, а на тлі суспільства, яке втрачає здатність до опору. «Серед овець» О. Корешкова став помітним явищем в індустрії коміксів, він був успішно апробований на ринку США та здобув декілька престижних нагород.

Також варто згадати такі графічні романи сучасників, як «Чуб: Зоряна байка про козака Чубенка» Олександра Ком'яхова, «Звитяга. Савур-могила» Дениса Фадеева – перший комікс про війну на Донбасі, в якому зображено хронологію подій серпня 2014 року, «Хроніки Аптауна» Михайла Піменова, Річарда Муні і Джорджа Константопулоса – розповідь про боротьбу проти корупції в одному з вигаданих міст, яке нагадає українське, тощо.

Аналіз фахової літератури та наявного ринку коміксів в Україні дає змогу виокремити серед українських коміксів за жанрами такі:

- пригодницько-історичний;
- супергероїка;
- фентезі, наукова фантастика;
- комікс для дітей;
- гумористичний;
- сучасний роман;
- кримінальний;
- освітній.

Сюжет історичних коміксів вибудовується на подіях і локаціях минулого, проте не обов'язково точно відображає історичні події. Це може бути інтегрована в певний історичний контекст фентезійна історія, в якій буде присутня магія і чаклунство, або альтернативна історія, або біографічна розповідь, або, справді документальний сюжет, присвячений певним подіям.

Українські історичні комікси, переважно, спрямовуються на представлення у графічній формі визвольної боротьби українського народу, побуту і традицій,

характеру українців та їхнього незламного духу. Ці комікси пройняті патріотизмом, проте без надмірного пафосу, передусім автори звертають увагу на характери персонажів і сюжет, намагаються якомога точніше передати внутрішні конфлікти та мотиви героїв.

Одним із найяскравіших зразків історичного графічного роману є трилогія Максима Прасолова, Олексія Чебикіна та Олега Колова «Дагопак», яка розповідає історію про козаків-характерників Запорізької Січі. В цьому графічному романі використаний стиль, запозичений із західних коміксів, а також найкращі традиції з японської манги. За сюжетом першої книги, троє козаків відправляються до Туреччини, аби визволити своїх побратимів із полону. За словами авторів першочерговою місією їхнього коміксу було показати українські традиції, міфи та дати можливість кожному читачу знайти героя в собі ("Козаки і мольфар", 2016).

Козацькі мотиви, також, присутні у коміксі Дениса Фадєєва «Звитяга. Савур-могила». В цьому графічному романі було поєднано сучасну тематику війни на Сході України з історичними подіями, що розгорталися в українському степу – на умовному кордоні, який відокремлював вільний світ від зазіхань ординських поневолювачів.

У коміксі обігрується історія про те, як легендарний отаман Іван Сірко визволяв із турецького полону українських людей, проте ті вирішили повернутись назад до султана. В результаті Сірко стратив їх, промовляючи слова про те, що не може бути у людей ні двох богів, ні двох Батьківщин. Ця історія перегукується із подіями сучасності, а саме з АТО. Цікавою деталлю цього коміксу є те, що сучасна частина в ньому написана російською мовою, а доба Сірка – українською, тим самим автор демонструє, що в питаннях визвольних війн не існує мовних суперечок, є лише одна спільна мета – визволити українські землі та знищити ворога під корінь.

Ще одним вже класичним зразком українського історичного коміксу є «Максим Оса» Ігоря Баранька, в якому йдеться про неймовірні пригоди козака Максима Оси.

Особливістю українських історичних коміксів на разі є те, що їх, переважно, можна віднести до героїчних коміксів, головні персонажі яких є супергероями, які мають особливі здібності або навички і виконують певну героїчну місію. «Український супергерой успадкував від світових класиків-побратимів – героїв DC і Marvel – найкращі риси характеру. Вони ніколи не зрадять Україну, готові боротися з ворогом до смерті, мають надлюдські властивості: хтось – неймовірний розум і дар бачити майбутнє, інші – влучність і фізичну силу. Звичайно ж, захисні костюми та дехто, у кращих традиціях, маску, щоб приховати своє справжнє обличчя і, відповідно, ім'я. Не важливо, хто саме бореться зі злом – проявити героїзм може (читай – повинен) кожен» (Лубчак, 2018).

Наприклад, головні герої графічної новели «Охоронці країни» Кий, Щек, Хорив і Либідь стають на захист Батьківщини після нападу на країну північного сусіда. Їх прототипами стали реальні воїни, що борються на Донбасі. За словами співавтора коміксу І. Рогового, в кожного героя цього присвяченого війні на Донбасі і звільненню Криму інформаційного продукту є свої надздібності, які допомагають боротися зі злом. Мета коміксу полягає в донесенні до молоді й підлітків інформації про події, що відбуваються на Сході України, і тих, хто захищає країну ("Перший в Україні комікс", 2019).

З історичними подіями недалекого минулого перегукується сюжет серії коміксів «Українські супергерої», головні персонажі якого – Кобзар, Кроп, Віра та Кіборг, які завжди боронять справедливість, мають здійснити небезпечну мандрівку в напівзруйнований аеропорт, де на разі оселилося зло, і врятувати жайворонка, який принесе світло в Україну.

Примітно, що імена українських супергероїв мають чітку відсилку до історії і значущих для українців символів – маркерів української ідентичності, що особливо важливо з огляду на глобалізаційні впливи. Ці важливі з погляду ідентичності смисли засобами коміксів модернізуються і інтегруються в сучасний контекст. Відповідно, можна говорити про яскраво виражену виховну функцію таких коміксів, спрямовану на виховання патріотичних почуттів і гордості за свою країну, розуміння особистої причетності до спільної національної історії і відповідальності за майбутнє держави. Зростання кількості українських історико-героїчних коміксів зі справжніми сучасними супергероями, які стоять на захисті України, – це відповідь на суспільний запит останніх років після Євромайдану та початку війни на Сході країни.

За підсумками 2019 р., супергероїчні комікси добрали кілька відсотків і становлять 38 % найменувань (проти 36 % у 2018 р.). Незначне зростання демонструють, також, комікси в жанрі фантастики та фентезі (21 % в переліку проти 20 % у 2018 р.). Натомість дитячі комікси дещо послабили свої позиції і становлять 19 % (проти 20 % у 2018 р.) (Мішенів, 2020).

Порівнюючи жанрову представленість українського коміксу, привертає увагу низький відсоток гумористичних коміксів, які мають тривалі традиції в Україні. Відповідно до коментарів Я. Мішеніва (2020), експерти на разі не знаходять пояснення цьому феномену, відзначаючи лише «жахаючий занепад гумористичного коміксу в Україні». За словами керівника видавництва Vovkulaka, «відсутність гумору навіть, а скоріше і “same”, в складні часи приводить до занепаду духу. Це дуже тривожна тенденція. Незрозуміло, чому українські видавці, особливо на фоні таких успішних проєктів, як “Троє проти Зла” та “Голуб Геннадій” (як би хто до них не ставився), не поспішають видавати смішні, позитивні, кумедні і провокативні речі для дорослого читача, – це залишається загадкою».

Що ж до поширення культури читання коміксів у цілому, то на разі в Україні лише формується ставлення до коміксу як до серйозного формату літератури, стійких традицій читання і сприйняття коміксів у вітчизняній аудиторії читачів не вироблено. Діти і підлітки, які демонструють найбільш лояльне ставлення до коміксів, не можуть бути адресною аудиторією для, наприклад, сучасного графічного роману. Вітчизняна комікс-аудиторія має вирости в усіх сенсах – як у кількісному, так і у віковому вимірах.

Поки що подальшому просуванню коміксів в Україні сприяє використання комплексу спеціальних заходів та інструментів задля його популяризації, серед яких:

– *Фестивалі*. В Києві вже стало традицією проведення так званих Комік-конів, на які запрошуються зіркові гості із закордону. Кількість відвідувачів таких фестивалів постійно зростає – від 3 тис. у 2017 р. до 10 тис. у 2019 р. А якщо врахувати, що ціна квитка на такі заходи зросла чи не вдвічі, то можна вважати це справжнім успіхом у сфері соціального та культурного визнання в Україні. Такі фестивалі не лише знайомлять із новинками індустрії коміксів, а й стають плат-

формами для змагання косплеєрів – учасників перформансу, який полягає у відображенні в режимі реального часу певних відомих персонажів чи ідей за допомогою костюма та характерних аксесуарів.

– *Блоги*. Блогерство розвинене в Україні саме по собі. І все частіше на відомих інтернет-ресурсах з'являються огляди різноманітних коміксів, де блогери розміщують огляди новинок коміксів, демонструють якість паперу, малюнків, звертають увагу на переваги та недоліки, порівнюють вартість різних видань і ціну за примірник.

– *Тематичні вечори*. Існують в Україні клуби за інтересами, де різні поціновувачі коміксів збираються, часто в тематичних костюмах, і обговорюють свої улюблені твори, обмінюються ними тощо.

– *Презентації*. Видавництва все частіше вдаються до всеукраїнських промо-турів з авторами коміксів, під час яких можна дізнатися про сам комікс, підписати книгу, запитати у автора, як виникла ідея написання, наскільки складно малювати комікси і таке інше.

– *Інтернет-ресурси*. Існує кілька спеціалізованих інтернет сайтів, котрі спеціалізуються на висвітленні новин зі світу коміксів і навіть роблять різноманітні підбірки (vertigo.com.ua, uncomics.com, chytomo.com).

ВИСНОВКИ.

Отже, сьогодні можна констатувати процес формування в Україні комікс-культури, що проявляється не лише у зростанні інтересу до коміксів як різновиду інформаційного продукту, а й у розвитку жанрової та видової багатоманітності вітчизняних коміксів, підвищенні їх якості, формуванні вираженої національної специфіки. Щороку видавництва, які беруться видавати графічні романи, стає все більше, а фестивалі, присвячені мальованим героям, збирають все більшу аудиторію. І хоча україномовний комікс потребує більшої уваги з боку суспільства, все ж поступово починає посідати своє місце в сучасному медійному просторі. Найбільш популярними в Україні сьогодні є перекладені комікси, що є логічним з огляду на розвинену комікс-культуру за кордоном, зокрема у США, чиї комікси є одними з найбільш затребуваних в Україні. Щодо оригінальних українських коміксів, то одним із найбільш розвинених жанрів є український історичний комікс, який, зазвичай, спрямовується на представлення у графічній формі визвольної боротьби українського народу, що обумовлює переважання козацької тематики та сучасної війни на Сході України. Специфікою українських історичних коміксів є їх конструювання навколо супергероїв і належність до виду героїчних коміксів. Вітчизняні автори переймають найкращий досвід зарубіжних коміксів, і, адаптуючи його до вітчизняної специфіки, створюють у підсумку оригінальний та самобутній продукт. Можна впевнено сказати, що комікс в Україні багатогранний і спрямований на різні верстви населення: як діти, так і дорослі можуть знайти для себе щось цікаве та актуальне. Безсумнівно, комікс на українському ринку за останнє десятиліття став повноцінним якісним продуктом і продовжує зміцнювати свої позиції.

СПИСОК ПОСИЛАНЬ

- Айдачич Д. Комікс у прозі сербського постмодернізму. *Компаративні дослідження слов'янських мов і літератур*. Пам'яті академіка Леоніда Булаховського. 2014. Вип. 24. С. 234–239.
- Белов Д. Комікс як продукт інформаційної культури. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. 2018. Вип. 49. С. 83–103.
- Богдан Ю. Б. Використання аутентичних коміксів у навчанні німецькій мові. *Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]. Серія «Філологічні науки»*. 2015. Кн. 2. С. 99–10.
- Вострякова Н. В. Використання коміксу у навчально-виховному процесі. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогічні науки*. 2013. № 13(1). С. 226–233.
- Гавришова А. Українські комікси. Розмова з художником коміксів Ігорем Бараньком. *Goethe-Institut*. 2015. URL: <https://cutt.ly/Lyif3cE> (дата звернення: 07.01.2020).
- Гудошник О. В. Комікс в українському комунікаційному просторі. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Соціальні комунікації»*. 2017. Вип. 17. С. 19–24.
- Калитина К. В. Использование комиксов в образовательных технологиях как важного инструмента для передачи знаний. *Научно-методический электронный журнал «Концепт»*. 2013. Т. 3. С. 2256–2260. URL: <http://e-koncept.ru/2013/53454.htm> (дата обращения: 12.01.2020).
- Козаки і мольфар. *Наше слово*. 2016. № 52. Рец. на кн.: Daogopak Księga 3: Tajemnica karpackiego Molfara, Maksym Prasołow, Oleg Kołow, Oleksij Czebykin, Wyd. Nebeskey, Kijów, 2016, 64 s. URL: <https://www.nasze-slowo.pl/kozaki-i-molfar/> (дата звернення: 10.01.2020).
- Космацька Н. В. Нарис з історії виникнення і становлення жанру коміксу. *Вісник Львівського університету. Серія іноземні мови*. 2012. Вип. 19. С. 141–147.
- Кузнецова М. О. Специфіка вербальної складової веб-коміксів як полікодових утворень у сучасному англomовному кіберпросторі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологія»*. 2016. Вип. 63. С. 114–117.
- Лавренова М. В. Шляхи використання коміксів в освітньому процесі. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Педагогіка та психологія»*. 2018. Вип. 2. С. 143–146.
- Лубчак В. Хто вони – українські супергерої. З чим пов'язаний «бум» на вихід коміксів у нашій країні? *OPINION.UA*. 2018. 7 травня. URL: <https://cutt.ly/gtP7AEs> (дата звернення: 10.01.2020).
- Максименко О. Мальовані історії: в Україні комікс активно розвивається, але рідко потрапляє на очі широкій публіці. *Тиждень*. 2012. 24 липня. URL: <https://tyzhden.ua/Culture/55301> (дата звернення: 12.01.2020).
- Мішенів Я. Комікси в Україні: підсумки 2019 року. *Vertigo.com.ua*. 2020. URL: <https://cutt.ly/ZtP7FDH/> (дата звернення: 07.01.2020).
- Перший в Україні комікс, присвячений війнам АТО, презентували в Дніпрі. *Цензор.net*. 2019. 5 червня. URL: <https://censor.net.ua/ua/p3130742> (дата звернення: 10.01.2020).
- Почепцов Г. Комікси як засіб транслявання соціальних смислів. *Media Sapiens*. 26 лютого 2012 URL: <https://cutt.ly/ytP7JNo> (дата звернення: 10.01.2020).
- Соковнина В. В. Языковая игра в постмодернистском комиксе (на материале финского политического комикса «Кекконен»). *Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива*. 2016. № 1. С. 243–250. URL: <https://cutt.ly/UtP7ZVL> (дата обращения: 12.01.2020).
- Троян Т. Г. Формування комікс-культури: переваги, функції, значення. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2018. № 7(1). С. 22–26.

- Хлестова С. В. Комікс як засіб масової комунікації: типологічні особливості. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації»*. 2017. Вип. 11. С. 13–17.
- Читання в Україні. Ukrainian Reading and Publishing Data 2018. *Читомо*. 2018. URL: <https://cutt.ly/JtP79rU> (дата звернення: 07.01.2020).
- Юрженко В. В. Досвід використання навчальних коміксів в технологічних освітніх системах найбільш розвинутих країн світу. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету імені Т. Г. Шевченка. Серія: Педагогічні науки*. 2015. Вип. 124. С. 303–306.
- Costa A. L., Kallick B. (Eds.) Learning and Leading with Habits of Mind: 16 Essential Characteristics for Success. VA : ASCD, 2008. 424 p.
- Gilakjani A. P. Visual, Auditory, Kinaesthetic Learning Styles and Their Impacts on English Language Teaching. *Journal of Studies in Education*. 2012. Vol. 2, No. 1. P. 104–113.
- Olivares E. We are 90 % visual beings. *Blog*. 11 January, 2013. URL: <https://cutt.ly/QtP5qky> (date of access: 07.01.2020).
- Why Visual Teaching? *Visual Teaching Alliance for the Gifted & Talented*. 2020. URL: <http://visualteachingalliance.com/> (date of access: 07.01.2020).

REFERENCE

- Aidachych, D. (2014). Komiks u prozi serbskoho postmodernizmu [A comic book in the prose of Serbian postmodernism]. *Komparatyvni doslidzhennia slovianskykh mov i literatur, 24: Pamiati akademika Leonida Bulakhovskoho*, 234–239 [in Ukrainian].
- Belov, D. (2018). Komiks yak produkt informatsiinoi kultury [Comics as a product of information culture]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho*, 49, 83–103 [in Ukrainian].
- Bohdan, Yu. B. (2015). Vykorystannia autentychnykh komiksiv u navchanni nimetskii movi [The use of authentic comics in teaching German]. *Naukovi zapysky [Nizhynskoho derzhavnoho universytetu imeni Mykoly Hoholia]. Serii "Filolohichni nauky"*, 2, 99–10 [in Ukrainian].
- Vostriakova, N. V. (2013). Vykorystannia komiksu u navchalno-vykhovnomu protsesi [The use of comics in the educational process]. *Visnyk Luhanskoho natsionalnogo universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Pedahohichni nauky*, 13(1), 226–233 [in Ukrainian].
- Havryshova, A. (2015). Ukrainski komiksy. Rozмова z khudozhnykom komiksiv Ihorem Barankom [Ukrainian comics. Talk to comic book artist Igor Baranko]. *Goethe-Institut*. <https://cutt.ly/Lyif3cE> [in Ukrainian].
- Hudoshnyk, O. V. (2017). Komiks v ukrainskomu komunikatsiinomu prostori [Comic book in the Ukrainian communication space]. *Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu. Serii "Sotsialni komunikatsii"*, 17, 19–24 [in Ukrainian].
- Kalitina, K. V. (2013). Ispolzovanie komiksov v obrazovatelnykh tehnologiyah kak vazhnogo instrumenta dlya peredachi znaniy [The use of comics in educational technologies as an important tool for the transfer of knowledge]. *Nauchno-metodicheskiy elektronnyy zhurnal "Kontsept"*, 3, 2256–2260. <http://e-koncept.ru/2013/53454.htm> [in Russian].
- Kozaky i molfar [Cossacks and molphar]. (2016). Retsenziia na Daogopak Księga 3: Tajemnica karpackieg oMolfara, Maksym Prasołow, Oleg Kołow, Oleksij Czebykin, Wyd. Nebeskey, Kijów, 2016, 64 s. *Nashe slovo*, 52. <https://www.nasze-slowo.pl/kozaki-i-molfar/> [in Ukrainian].
- Kosmatska, N. V. (2012). Narys z istorii vynyknennia i stanovlennia zhanru komiksu [Essay on the history of origin and formation of the comic book genre.]. *Visnyk of the Lviv University. Series Foreign Languages*, 19, 141–147 [in Ukrainian].

- Kuznetsova, M. O. (2016). Spetsyfika verbalnoi skladovoi veb-komiksiv yak polikodovykh utvoren u suchasnomu anhlovnomu kiberprostoru [Specificity of the verbal component of web comics as polycodic formations in modern English cyberspace]. *Scientific Proceedings of the National University of "Ostroh Academy". "Philology" Series*, 63, 114–117 [in Ukrainian].
- Lavrenova, M. V. (2018). Shliakhy vykorystannia komiksiv v osvitnomu protsesi [Ways of using comics in the educational process]. *Scientific Bulletin of Mukachevo State University Series "Pedagogy and Psychology"*, 2, 143–146 [in Ukrainian].
- Lubchak, V. (2018, May 7). *Khto vony – ukrainski superheroi. Z chym poviazanyi «bum» na vykhid komiksiv u nashii kraini? [Who they are – Ukrainian superheroes. What is the reason for the comic books boom in our country?]*. OPINION.UA. <https://cutt.ly/gtP7AEs> [in Ukrainian].
- Maksymenko, O. (2012, July 24). *Malovani istorii: v Ukraini komiks aktyvno rozvyvaietsia, ale ridko potrapliaie na ochi shyrokii publitsi [Hand-drawn stories: in Ukraine the comic book is actively developing, but rarely gets the attention of the general public]*. Tyzhden. <https://tyzhden.ua/Culture/55301> [in Ukrainian].
- Mishenov, Ya. (2020). *Komiksy v Ukraini: pidsumky 2019 roku [Comics in Ukraine: Results of 2019]*. Vertigo.com.ua. <https://vertigo.com.ua/comics-in-ukraine-2019/> [in Ukrainian].
- Pershyi v Ukraini komiks, prysviachenyi voiam ATO, prezentuvaly v Dnipri [Ukraine's first comic book dedicated to ATO warriors was presented in Dnipro]*. (2019, June 5). Tsenzor.net. <https://censor.net.ua/ua/p3130742> [in Ukrainian].
- Pocheptsov, G. (2012, February 26). *Komiksy yak zasib transliuvannia sotsialnykh smysliv [Comics as a means of social meanings' broadcast]*. Media Sapiens. <https://cutt.ly/ytP7JNo> [in Ukrainian].
- Sokovnina, V. V. (2016). Yazykovaya igra v postmodernistskom komikse (na materiale finskogo politicheskogo komiksa "Kekkonen") [Language play in the postmodern comic book (based on the material of the Finnish political comic book "Kekkonen")]. *Uralskiy filologicheskii vestnik. Seriya: Yazyk. Sistema. Lichnost: lingvistika kreativa*, 1, 243–250. <https://cutt.ly/UtP7ZVL> [in Russian].
- Troian, T. H. (2018). Formuvannia komiks-kultury: perevahy, funktsii, znachennia [Formation of comic culture: advantages, functions, values]. *International scientific journal*, 7(1), 22–26 [in Ukrainian].
- Khlestopova, S. V. (2017). Komiks yak zasib masovoi komunikatsii: typolohichni osoblyvosti [Comics as a means of mass communication: typological features]. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series "Social Communications"*, 11, 13–17 [in Ukrainian].
- Chytannia v Ukraini [Reading in Ukraine]*. Ukrainian Reading and Publishing Data 2018. (2018). *Chytomo*. Retrieved from <https://cutt.ly/tP79rU> [in Ukrainian].
- Yurzhenko, V. V. (2015). Dosvid vykorystannia navchalnykh komiksiv v tekhnolohichnykh osvitnykh systemakh naibilsh rozvynutykh krain svitu [Experience of using educational comics in technological educational systems of the most developed countries of the world]. *Visnyk Chernihivskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni T. H. Shevchenka. Seriya: Pedahohichni nauky*, 124, 303–306 [in Ukrainian].
- Costa, A. L., & Kallick, B. (Eds.). (2008). *Learning and Leading with Habits of Mind: 16 Essential Characteristics for Success*. ASCD [in English].
- Gilakjani, A. P. (2012). Visual, Auditory, Kinaesthetic Learning Styles and Their Impacts on English Language Teaching. *Journal of Studies in Education*, 2(1), 104–113 [in English].
- Olivares, E. (2013, January 11). *We are 90% visualbeings*. Blog. <https://ernestoolivares.com/we-are-90-visuals-beings/> [in English].
- Why Visual Teaching?* (2020). *Visual Teaching Alliance for the Gifted & Talented*. Retrieved from <http://visualteachingalliance.com/> [in English].

UDC 82-91:741.5]:7.08(477)

Dmytro Belov,

*Postgraduate Student of the Information
Technologies Department at Kyiv National University
of Culture and Arts (Kyiv, Ukraine)
e-mail: liverpool1892dallas2011@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7257-1879>*

TYPES AND GENRE SPECIFICITY OF THE COMICS IN UKRAINE

The article is devoted to the coverage of the main trends in the comics' development in Ukraine from the standpoint of its types and genre specificity. The increase of comic books popularity as an information product on the domestic book publishing market has been revealed. Based on the analysis of statistical data, the tendency to increase both the number of names of domestic comics and the number of publishers specializing in comics' products has been shown. The perspectives of comics as a tool for engaging in reading in an informative society have been substantiated.

An attempt to classify comics in Ukraine by format, genres and originality (translated, adaptations of classic and contemporary Ukrainian literary works, original ones) has been made. The development of the domestic comic book market towards more expensive and better products – production of graphic novels has been revealed. The peculiarities of different types of domestic comics are revealed, the influence on the popularity of historical and heroic types of comic books of social and political processes, in particular the events of the Revolution of Dignity and War in the East of Ukraine, has been emphasized, the attempt to create a national pantheon of superheroes has been reviewed. The educational functions of comics in Ukraine, modernization and integration of comics by means of modern social contexts that are important in terms of national identity have been underlined. Against the backdrop of the growing popularity and the fantasy comic book genre development and widespread presence on the book market of historical and heroic comics, the decline of the humorous comic book in Ukraine has been noted.

Such forms and means of comic book promotion and dissemination of comics' culture in Ukraine as festivals, blogs, thematic evenings, presentations, special Internet resources have been substantiated. It has been determined that cinema is a powerful means of promoting comics.

Keywords: comic book, single, historical comic book, translation comic book, adaptation, mass events, festival, blog, comic book culture.