

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

бакалавра

на тему: **РОЗРОБКА КОМІКСНОГО ВИДАННЯ ПІД НАЗВОЮ**
«АРТ ЗАБЛОКОВАНА»

Виконала: студентка 4 курсу, групи 6.0220-2
спеціальності 022 «Дизайн»
освітньо-професійної програми «Графічний дизайн»
Бережна Вероніка Віталіївна

Керівник: викладач кафедри дизайну
_____ Анастасія ДИМОВА

Рецензент: викладач кафедри дизайну,
к. мист. _____ Христина СОДОМОРА

Запоріжжя

2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет соціальної педагогіки і психології
Кафедра дизайну
Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
Спеціальність 022 «Дизайн»
Освітньо-професійна програма «Графічний дизайн»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри дизайну
_____ Ганна ЧЕМЕРИС
«_____» _____ 2024 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ**

_____ Березної Вероніки Віталіївни _____

- Тема роботи: «Розробка коміксного видання під назвою «Арт заблокована» науковий керівник роботи викл. Димова А. П. затверджені наказом ЗНУ від 05.02.2024 № 234-с
- Строк подання студентом роботи: 10.06.2024
- Вихідні дані до роботи: авторська історія, що розкриває проблематику арт-блоку
- Зміст пояснювальної записки (перелік питань, що належить розробити): огляд теоретичних основ дослідження; предпроектний аналіз; проектування оригінал макету коміксу
- Перелік графічного матеріалу: презентація, демонстаційна графіка, віртуальний такет коміксного видання
- Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали консультанта	Дата, підпис	
		Надано	Отримано

- Дата видачі завдання: 06.10.2023

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання	Примітка
1	<i>Призначення наукового керівника, затвердження теми, отримання завдання.</i>	06.10.2023- 16.10.2023	
2	<i>Проведення передпроектного дослідження. Написання двох розділів пояснювальної записки. Пошук та аналіз аналогів комікських видань. Збір та систематизація тематичного матеріалу.</i>	17.10.2023- 25.10.2023	
3	<i>Перша частина проєктної роботи. Розробка концепції, створення ескізів персонажів. Написання сценарію та діалогів для комікського видання. Створення розкадровки комікського видання.</i>	26.10.2023- 03.11.2023	
4	<i>Подання тез, участь у науково-практичних конференціях.</i>	04.11.2023- 06.11.2023	
5	<i>Друга частина проєктної роботи. Створення детальних референс ілюстрацій головних персонажів. Робота над лайн-артом і фарбуванням коміксу. Написання третього розділу пояснювальної записки. Оформлення результатів проєктування.</i>	07.11.2023- 26.03.2024	
6	<i>Проходження нормоконтролю. Усунення зауважень, врахування рекомендацій керівника. Оформлення роботи.</i>	27.03.2024 -20.05.2024	
7	<i>Подання роботи і рецензії науковому керівникові на підготовку відгуку. Написання відгуку керівником.</i>	21.05.2024- 06.06.2024	
8	<i>Подання роботи на антиплагіат-перевірку системою Unichesk. Отримання довідки про перевірку.</i>	07.06.2024- 09.06.2024	
9	<i>Отримання допуску до захисту. Подання всіх матеріалів кваліфікаційної роботи на кафедру.</i>	10.06.2024- 17.06.2024	
10	<i>Захист кваліфікаційної роботи.</i>	17.06.2024	

Студент

(підпис)Вероніка БЕРЕЖНА

(прізвище та ініціали)

Науковий керівник роботи

(підпис)Анастасія ДИМОВА

(прізвище та ініціали)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер

(підпис)Ганна ЧЕМЕРИС

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Бережна В. В. Розробка коміксного видання під назвою «Арт заблокована» : кваліфікаційна робота бакалавра спеціальності 022 «Дизайн» освітньо-професійної програми «Графічний дизайн» / наук. керівник, викл. А. П. Димова. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. 79 с.

UA : Робота викладена на 79 сторінках друкованого тексту. Перелік посилань включає 55 джерел. Об'єкт дослідження: комікс, як різновид візуальної комунікації. Предмет дослідження: проектування оригінал макету коміксу, що заснований на темі арт блоку. Мета дослідження: теоретичний аналіз наукової літератури з теми дослідження, аналіз аналогічної коміксної продукції, проектування якісного дизайн проєкту. В роботі розглянуто поняття мальовпису, проблематику арт-блоку та актуальні дизайн концепції. Описано розробку оригінального коміксного видання.

Ключові слова: графічний дизайн, візуальні комунікації, друковане видання, комікс, ілюстрація.

Berezhna V. V. Development of a «Art Blocked», the Comic Book : Bachelor's thesis, specialty 022 «Design», Educational and Professional Program «Graphic Design» / Sci. adv. Lect. A. P. Dymova. Zaporizhzhia: ZNU, 2023. 79 p.

EN : The work is presented on 79 pages of printed text. The list of links includes 55 sources. Object of research: comic as a type of visual communication. Subject of research: designing an original prototype of a comic that is based on the theme of art block. The purpose of the study: theoretical analysis of scientific literature on the topic of research, analysis of similar comic products, design of a quality design project. The work examines the definition of comic, the problem of art block and current design concepts. Described the development of the original comic book.

Key words: graphic design, visual communication, printed publication, comic, illustration.

Апробація кваліфікаційної роботи:

1. Бережна В. В., Димова А. П. Виявлення засобів виразності у проектуванні коміксу. *Стратегічні орієнтири освіти та реабілітації в умовах воєнного стану та повоєнного часу: проблеми, рішення, перспективи*: зб. тез доповідей Міжнар. наук.-практ. конф. 26-27 жовт. 2023 р. Запоріжжя : Хортицька національна академія, 2023. С. 686–688.
2. Бережна В. В., Димова А. П. Визначення ролі дизайну у коміксному виданні. *Дизайн, візуальне мистецтво та творчість: сучасні тенденції та технології* : матеріали II міжнар. наук.-практ. конференції, 12 груд. 2023 р. Т. 1. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. С. 10–13. DOI: 10.5281/zenodo.10360251

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ I ОГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ОСНОВ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	9
1.1. Класифікація структури друкованого книжкового видання.....	9
1.2. Визначення особливостей комікса як друкованої продукції.....	16
1.3. Дослідження арт-блоку як актуальної проблеми.....	23
РОЗДІЛ II ПРЕДПРОЕКТНИЙ АНАЛІЗ.....	30
2.1. Виявлення засобів виразності у проектуванні коміксу.....	30
2.2. Аналіз аналогів і прототипів	38
2.3 Аналіз цільової аудиторії	46
РОЗДІЛ III ПРОЕКТУВАННЯ ОРИГІНАЛ МАКЕТУ КОМІКСУ	48
3.1. Розробка концепції та проектування персонажів	48
3.2. Створення сценарію і розкадровки для коміксного видання	61
3.3. Технічне виконання проекту	65
ВИСНОВКИ.....	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	71
ДОДАТОК А Матеріали коміксу	77

ВСТУП

Актуальність теми.

Ми живемо в світі електронних технологій, людство має доступ до величезної кількості інформації в інтернеті. Такі друковані видання, як журнали, газети, книги, почали відходити на другий план, а на зміну їм почали приходити електронні видання. Якийсь час здавалося, що електронні книги замінять друковані, однак цього так і не сталося, як і у випадку з журналами. Вторгнення цифрового формату в результаті тільки збільшило цінність друкованих книг. В якійсь мірі це відбулося безпосередньо у відповідь на появу електронних книг: щоб підвищити продажі паперових книг, необхідно зробити їх об'єктом бажання, а щоб досягти цього, потрібно зробити їх естетично привабливими [1, с. 93].

Цінним для дослідження є виявлення значення дизайну для розвитку культури читання, пояснення важливості зовнішнього вигляду видання та вплив дизайну видання, зокрема обкладинки, на бажання читачів придбати і прочитати видання [1, с. 93].

Сучасний книжковий дизайн чутливо реагує на будь-які трансформації, насамперед – на такі, що стосуються соціальної комунікації та естетичної свідомості людства. Відповідні творчі експерименти спрямовані на виявлення нових можливостей книжкового дизайну, порушення та переосмисленням звичних орієнтирів простору книги. У контексті зазначеного, першочергово, варто виділити комікс як окремий різновид книговидання, котрий з'явився в Україні нещодавно, але швидко набуває популярності. Відтак, цей напрям потребує наукової розробки і є актуальним у світлі динамічного розвитку дизайну книги в Україні [2, с. 393].

Комікс як жанр мистецтва має великий потенціал до нестандартного та потенційно нового виду сторітеллінгу, який неможливо втілити у таких медіа як фільми, книги, мультфільми тощо. Коміксне видання має свою особливу візуальну манеру оповіді, що дає можливість створення цікавих та глибоких

історій. Тему яку буде порушено у коміксовому виданні яке проектується це проблематика арт-блоку.

Тема арт-блоку є актуальною для представників творчих професій, а також для дизайнерів чи художників. Феномен арт-блоку, який найчастіше зводять до різновиду творчої кризи, широко розповсюджений та є досить поширеною проблемою. В його основі лежить найчастіше стрес, який може тривати певний час або ж триває довгий проміжок часу [3, с. 132].

Арт-блок як творча криза – стан, в якому автор втрачає здатність створювати нові твори або переживає творчий спад. Важкість стану варіюється від складності у створенні нових оригінальних ідей до багаторічної нездатності займатися роботою [3, с. 132].

Згідно до сучасних тенденцій у графічному дизайні, з огляду на актуальність дослідження та вищевикладене варто зазначити, що тема дослідження в наступному формулюванні: «Розробка коміксового видання під назвою «Арт заблокована» є актуальною.

Актуальність і теоретична значущість проектної проблеми дозволяє нам визначити предмет, об'єкт та завдання дослідження.

Об'єкт дослідження — багатосторінкове ілюстроване видання.

Предмет дослідження — комікс, як різновид візуальної комунікації.

Мета роботи полягає у розробці оригінального коміксового видання під назвою «Арт заблокована» на основі авторського сюжету, на основі дослідження візуальних особливостей коміксу, за допомогою аналізу нестандартних сучасних примірників мальовпису.

Виходячи з формулювання об'єкту, предмету та мети дослідження необхідно виконати наступні **завдання**:

1. класифікувати жанри коміксових видань;
2. дослідити потенціал коміксів, як нової сфери візуальних комунікацій;
3. проаналізувати прототипи і аналоги;
4. розглянути візуальні прийоми, що є характерними для цього жанру;
5. сформулювати концепцію, опрацювати початкову розкадровку та розробити коміксове видання;

6. описати та систематизувати теоретичні і практичні результати дослідження.

Апробація результатів дослідження здійснювалась шляхом публікації тез доповіді «Виявлення засобів виразності у проектуванні коміксу» у збірнику матеріалів міжнародної конференції «Стратегічні орієнтири освіти та реабілітації в умовах воєнного стану та повоєнного часу: проблеми, рішення, перспективи» (26-27 жовтня 2023 р., м. Запоріжжя), опубліковані тези доповіді «Визначення ролі дизайну у коміксовому виданні» у збірнику матеріалів II міжнародної науково-практичної конференції «Дизайн, візуальне мистецтво та творчість: сучасні тенденції та технології» (12 грудня 2023 р., м. Запоріжжя).

Структура пояснювальної записки. Пояснювальна записка складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних літературних джерел і додатків. Обсяг кваліфікаційної роботи становить 79 сторінок, 3 сторінки ілюстрацій, 6 — літературні джерела. Обсяг основної частини кваліфікаційної роботи становить 70 сторінок. За темою роботи опубліковано 2 тез доповідей на конференції.

РОЗДІЛ І

ОГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ ОСНОВ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Класифікація структури друкованого книжкового видання

У наш час на ринку з'являється все більше компаній та підприємств, тому конкуренція також зростає. У зв'язку з цим виникає нагальна потреба в більш цікавих та ефективних візуальних методах дизайну. Дослідження стосуються саме книжкові видання. В даний час в Україні спостерігається розвиток книжкових видань, що підтверджується численними проектами, як зарубіжними, так і українськими [4, с. 11].

Створення книги – досить трудомісткий і тривалий процес, з одного боку – це технічні процеси і знання, з іншого ж – великий потенціал для творчості. У сфері книжкового мистецтва можна виділити три основні види творчої діяльності, кожен з яких має певну мету [5, с. 99].

Перший тип діяльності пов'язаний з розробкою книжкової конструкції, з організацією її елементів в систему, здатну забезпечити читачеві зручність користування книгою. Діяльністю зазначеного типу займаються фахівці видавничої справи, саме художні або технічні редактори [5, с. 99–100].

Другий тип переслідує іншу мету – введення в книгу графічних або декоративних елементів для індивідуального відображення змісту літературного твору, незалежно від того, до якого виду літератури він відноситься. Завдання такого типу стоять перед художниками-оформлювачами, дизайнерами, їх мета – створити зовнішній і внутрішній дизайн книги [5, с. 100].

Третій тип пов'язаний з друкарським виконанням книги, що стосується реальних поліграфічних матеріалів, обладнання, технології тощо. Діяльністю цього типу займаються поліграфісти-технологи [5, с. 100].

Всі три види діяльності тісно пов'язані один з одним, насамперед, спільністю мети: створити книгу як єдину композицію, слідом за цим, постійною координацією на всіх стадіях книговидавничого процесу. Отже, результатом перших двох типів діяльності є створення проекту видання [5, с. 100].

Дизайн книг можна розглядати з двох основних підходів: спрощення і емоційність. Підхід спрощення можна назвати ненав'язливим, завдання якого полягає в тому, щоб звести до мінімуму зусилля, прикладені при читанні книги. Завдання другого підходу полягає в тому, щоб створювати настрій твору. Коли дизайнер працює над створенням настрою, йому доводиться враховувати не тільки суть твору, але і характер цільової аудиторії. Наприклад, в дитячих книгах шрифт жирний і великий, ілюстрації яскраві та можуть займати більшу частину сторінки, тоді як в творах, орієнтованих на більш дорослу аудиторію, шрифт дрібний, а ілюстрації можуть не бути присутніми [1, с. 93].

Перше, що бачить людина, яка прийшла в книжковий магазин — це дизайн обкладинки, візуальне оформлення книги. Тільки потім вона прочитає анотацію, відгуки і перші рядки. Можливо не прочитає, якщо дизайн обкладинки книги не сподобався. Для того, щоб захопити увагу майбутнього читача, зацікавити його, підштовхнути заглянути всередину книги, потрібен якісний дизайн обкладинки [1, с. 93].

«Обкладинка і палітурка — обов'язкові елементи книги, що мають два покликання. Перше, вони скріплюють аркуші видання, зберігають їх від пошкодження, бруду і будь-яких інших зовнішніх чинників чим роблять книжку витривалішою. Друге, дають індивіду першу загальну інформацію про книгу. Читачеві впадають у око зовнішні елементи, коли він розглядає книжкові стелажі у магазинах чи бібліотеках, від цього враження залежить, чи познайомитися читач докладніше з книгою» [6, с. 476].

Обкладинка — це не просто красива картинка, яка сподобалася покупцеві, а сукупність образів, прийомів композиції, виразності шрифтів, які зможуть за частку секунди розповісти читачеві, що чекає його в книзі. Дослідження показують, що більше 70% покупців в якості ключових критеріїв при виборі книги розглядають обкладинку. Тому важливим є, розробити якісну обкладинку і зробити в їх очах книжковий дизайн ефективним. Цього можна досягти тільки в одному випадку – якщо знати, що може зацікавити потенційного читача [1, с. 93–94].

Автори-початківці знають, що обкладинка дуже важлива з в основному, саме вона продає книгу, проте часто не приділяють цьому належну увагу. Вони

вважають, що якщо книга якісно і цікаво написана, то дизайн обкладинки їй не потрібен, достатньо написати назву книги та ім'я автора на обкладинці. Однак помилка тут в тому, що читач, який зайшов в магазин, міг не чути про цю книгу. Тому обкладинка для книги – дуже часто єдиний варіант привернути увагу читача і викликати бажання придбати її [1, с. 94].

«Суперобкладинка є додатковим елементом зовнішнього оформлення книжки й несе додаткову інформацію, такі як текст, зображення тощо. Вона огортає палітурку або основну обкладинку, приклеєну до книжкового блока. Тримається за допомогою клапанів, які згинаються всередину переднього та заднього блоків оправи або основної обкладинки. Інколи суперобкладинку приклеюють до корінця основної обкладинки. Для підвищення міцності суперобкладинки застосовують лакування або припресування полімерної плівки, що підвищує її міцність. Можуть використовуватись прозорі або напівпрозорі матеріали, а також – вирубку, яка дозволяє включити до її композиції важливі елементи оформлення обкладинки» [6, с. 174].

Початкова функція суперобкладинок – захист книжки від пошкодження, зберігається й по сьогодні, проте інформаційні й естетичні завдання переважають. Відносна самостійність суперобкладинки щодо книжкового блоку дозволяє заповнити її інформацією більше, ніж обкладинку, зокрема фактами про саму книжку, про серію книжок, видавництво та його діяльність, про автора тощо, вона виконує ще й рекламну функцію. До того ж суперобкладинка, має ту ж саму цінність як і звичайна обкладинка – приваблювати читача-покупця, заохотити його до купівлі книжки [6, с. 174].

Слід зазначити, проблема яка присутня в дизайні книжкових видань, саме створення обкладинки без повного знайомства з твором. Перед тим, як починати роботу над дизайном обкладинки, дизайнеру слід уважно прочитати твір, щоб спроектувати якісну обкладинку, яка буде найбільш точно відображати суть і настрій книги. Однак найчастіше дизайнер починає свою роботу на етапі, коли твір ще не дописано або не в повній мірі ознайомившись з твором. Тому, проблема того, що дизайн обкладинки не підходить суті твору, дуже поширена [1, с. 94].

Сьогодні, коли видавництва випускають сотні і тисячі книг щороку, виділитися в цьому потоці не просто. Відмінна обкладинка може вплинути на те, чи буде книга набирати попиту серед читачів і активно продаватися, або ж ніхто не зверне на неї уваги і перемістять у відділ уцінених видань. Дизайнери книжкових обкладинок та палітурок працюють в різних техніках і стилях, намагаючись знайти спосіб, як найефективніше привернути увагу читача [6, с. 477].

Погана, неякісна обкладинка може зіпсувати хороший твір, не привернути увагу цільової аудиторії. У сучасному світі дуже цінується естетичний вигляд будь-якої продукції, в тому числі і друкованих видань. Тому для того, щоб підштовхувати читачів до покупки книги, потрібно приділяти належну увагу якісному та відповідному дизайну [1, с. 94].

«Титульний аркуш – одна чи кілька перших сторінок видання у формі книжкового блоку з наведенням основних вихідних відомостей, що дають змогу його ідентифікувати, відрізнити від усіх інших примірників допомагає атрибуція документа. Атрибуція документа – встановлення автора або авторів анонімного чи нерозкритого псевдонімного наукового, художнього, музичного твору та у деяких випадках часу та місця його створення, належності до художньої течії, стилю тощо» [8].

<i>Надзаголовкові дані</i>	{	Міністерство культури України Національна бібліотека України імені Ярослава Мудрого
<i>Назва видання</i>	{	ЛЕОНІД ЧЕРЕВАТЕНКО
<i>Підзаголовкові дані</i>	{	<i>Матеріали до біобібліографічного показчика</i>
<i>Вихідні дані</i>	{	Київ 2019

Рисунок 1.1 – Приклад оформлення одинарного титульного аркуша [8]

Титульний лист виконує функції своєрідного паспорта книги, фіксації її унікальних, неповторних в інших виданнях головних відомостей – автора, назву,

вид і жанр, місце і рік видання та ін. Вихідні відомості, розміщені на титулі уможливають достатньо вичерпне характеризування книги, вони призначені для інформування користувачів про це видання. Вихідні дані є основним джерелом для складання бібліографічного опису та бібліографічного запису (рис. 1.1) [8].

Титул виконує також практичну, естетичну та вступну функції, оскільки від його komponування, варіювання шрифтами і кеглями, наявності додаткової інформації про книгу, такі як насамперед зазначення видавництва, видавничої марки, ілюстратора, перекладача, редактора тощо. Художнє оформлення багато в чому впливає на загальне враження від видання, його оцінювання читачами [8].

«Зворот титульного аркуша – сторінка, що є зворотнім боком титульного аркуша, на якій розміщують частину вихідних відомостей друкованого видання, необхідних для формування бібліографічного запису та розгорнутого інформування про книжку, осіб, причетних до її створення і випуску, а також для статистичного обліку. Цими частинами є: класифікаційний індекс, авторський знак; відомості про авторів (якщо їх понад три), укладачів, редакторів, рецензентів, консультантів, склад редколегії (у наукових, багатотомних, серійних виданнях); анотація чи реферат; міжнародний стандартний номер (ISBN, ISSN, ISMN); знак охорони авторського права (копірайт) тощо. Вимоги до їх розміщення на звороті титульного аркуша, місце на площині сторінки та послідовність визначаються державними стандартами з видавничої справи» [8].

Подвійний титульний аркуш складається з чотирьох сторінок: авантаитулу, контртітулу, лицьової сторінки та звороту титульного аркушу. Ці елементи можуть повторюватися: наприклад у титульному аркуші можуть бути присутні два контртітули [9, с. 18].

«Авантитул – перша сторінка книжкового блока, один з композиційно-декоративних елементів видання (рис. 1.2). Авантитул розміщується у виданні за наявності в ньому контртітулу чи фронтисписа. На авантаитулі можуть розміщуватись прізвище автора, назва видання, видавнича марка, іноді найменування видавничої організації чи декоративний малюнок,

надзаголовні дані однієї чи кількох організацій, які випускають видання, а також дані про серію» [9, с. 18].



Рисунок 1.2 – Приклад авантитулу [9]

На авантитолі верстають елементи оформлення на середині сторінки, іноді у верхній частині сторінки з вирівнюванням праворуч або посередині [9, с. 19].

«Контртитул – додатковий титул, як правило, в багатотомних чи перекладних виданнях. Розміщується на лівому боці титульного розвороту. В багатотомних виданнях на контртитолі розміщують дані, що стосуються всього видання, а на титулі дані, які стосуються лише окремого тому (рис. 1.3). В перекладних творах на контртитолі зазначають ті самі дані, що й на титулі, але мовою оригіналу. В розкішних та подарункових виданнях контртитул виконують «дзеркальним», тобто він повторює титул. Контртитул верстають згідно з композиційним задумом видання, узгоджуючи з титулом» [9, с. 19].

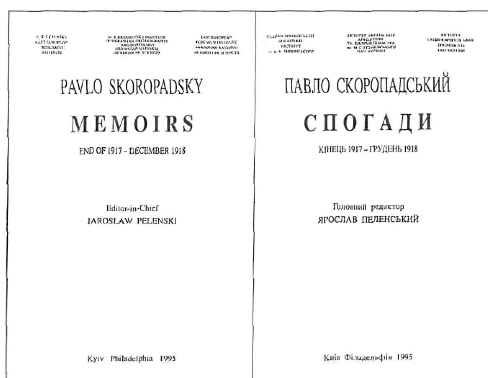


Рисунок 1.3 – Приклад контртитолу перекладного видання [9]

Контртитул дає змогу уникнути інформаційного перевантаження титульної сторінки, якщо у виданні необхідно подати значну кількість вихідних

відомостей, а також зробити титул естетично вишуканим із застосуванням декоративних елементів [8].

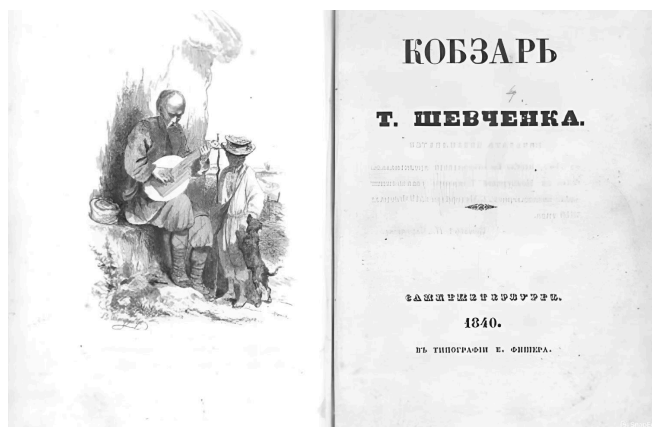


Рисунок 1.4 – Приклад фронтиспису з титулом [8]

У деяких виданнях, здебільшого літературно-художніх, на другій сторінці подвійного титульного аркуша замість контртітулу розміщують фронтиспис (рис. 1.4). На фронтисписі можуть знаходитися основна ілюстрація видання, портрет автора, головного героя твору чи особи, якій присвячено твір, або ж інше зображення, що передає основну ідею твору або відображає його найхарактерніший чи кульмінаційний момент. У наукових виданнях на фронтисписі можуть бути розміщені фотографії, карти, схеми [8].

Фронтиспис верстають згідно з вказівками художника чи художньо-технічного редактора. Коли таких вказівок немає, зображальні елементи розташовують на середині сторінки, узгоджуючи зображення з титулом [9, с. 19].

На авантаулі, контртітулі та фронтисписі колонцифру не проставляють. Тексти на авантаулі, як правило, тієї самої гарнітури, що й титулу, але меншого кегля – не більш як 12-14 пунктів [9, с. 19].

«Шмуцтитул – сторінка, яка розміщується перед окремим розділом або главою. На шмуцтитулі розміщується назва розділа чи глави, в деяких випадках – сюжетні зображення» [9, с. 19].

Задля позитивного сприйняття титулу читачами важливою умовою є дотримання певних вимог у компонованні всіх розміщених на ньому різноманітних і неоднакових за значенням відомостей. Це досягається шляхом виділення за допомогою різних шрифтів та їх кеглів найважливіших

інформаційних елементів, продуманого групування окремих рядків тексту, логічних зв'язків між ними, їх супідрядності і єдності [8].

У багатьох виданнях малого обсягу: брошурах, журналах, тонких книжках для дітей дошкільного і молодшого шкільного віку, експрес-інформаціях, сигнальних інформаціях, інших документах реферативного характеру – титульний лист фактично відсутній. Його замінює титул-шапка, а вихідні відомості подаються на першій сторінці обкладинки [8].

На підставі дослідження, було визначено основні поняття друкованого видання. Для створення якісного коміксного видання є важливим розглянути та класифікувати поняття, які властиві жанру коміксу.

1.2. Визначення особливостей комікса як друкованої продукції

Мультимедійні технології нині досягли такого рівня розвитку, що перестали бути простим поєднанням апаратних і програмних засобів. Сучасні медіа вимагають продуманого комбінування інформаційних технологій, ефективних візуальних засобів та інструментів, яке забезпечує їх інтеграцію у культурно-соціальний простір [10, с. 225].

Сучасні медіа формують особливу соціокультурну і технологічну можливість для створення насиченого інформаційного поля, яке практично повсюдно оточує сучасну людину. В епоху електронних перетворень збільшується соціальна і культурна роль мультимедіа, адже люди отримують різні типи культурної інформації в якості нового ресурсу активації інтересів і рівня компетентності з допомогою найрізноманітніших засобів, у тому числі й електронних. Поєднання різної природи інформаційних ресурсів у мультимедійному продукті є головною його перевагою. Таким мультимедійним продуктом може послужити такий тип візуальної творчості, як коміксне видання [10, с. 225].

Комікси – це унікальна й потужна форма комунікації. Художник коміксист Джим Шутер описав їх так: «У наших руках найбільш портативне, безмежне, могутнє, особисте, концентроване, інтимне, переконливе і прекрасне візуальне медіа». Коміксні видання справді здатні розповідати історії й залучати до

процесу читачів так, як не здатне жодне інше мистецтво: ні театр, ні кіно, ні література. «Я помітив, що комікси розповідають історії зовсім по-іншому», – зазначає історик Рон Гуларт [11, с. 21].

Читання – це не тільки розуміння слів. Як зазначав письменник Том Вулф, «читання слів – це лише складова набагато ширшої діяльності, яка включає розшифровку символів, інтеграцію та організацію інформації». Саме поняття грамотності різко змінилось і розширилося. Візуальна грамотність, здатність розуміти зображену інформацію, стала однією з найважливіших комунікаційних навичок у 21 сторіччі [11, с. 21].

У Західній Європі й Америці комікси давно набули широкої популярності. Для українського читача комікс поки залишається новим видом мистецтва, адже в українській культурі мальопис не був поширеним, а за радянських часів – навіть заборонений як «низький», «буржуазний» жанр [12, с. 10].

Поява коміксу в Україні викликала серед митців та експертів багато дискусій: прихильники класичної школи ілюстрації переконують, що розвиток цього жанру призведе до занепаду справжнього мистецтва книги, а більш прогресивні колеги впевнені, що дане явище цілком властиве для сучасної видавничої справи і є логічним результатом комерціалізації мистецтва. В реальному житті ми спостерігаємо ще одну актуальну мистецьку тенденцію, зумовлену загальним тяжінням соціуму до спрощення процесу засвоєння та сприйняття інформації. Звідси з'явилась потреба у візуалізації замість вербалізації, що яскраво демонструє мальопис [2, с. 397].

Традиційно комікси були продуктом масової культури та є гібридними формами, що поєднували текст і зображення, вони мали глобальне поширення, чому сприяли популярні переклади та екранізації. Комікси часто відносились до розряду «низької» літератури, цей жанр літератури довго боровся за його визнання легітимною літературною та мистецькою формою, тоді як їхні шанувальники часто вважались читачами другого сорту [13, с. 178].

З появою терміну «графічний роман»; який поступово став загальним терміном для цілого жанру, вислів «кумедні комікси для простаків» поступово перестав мати силу, а «комікс» повільно перетворився на санкціоновану форму

«високої» літератури». На думку деяких вчених, ця нова номенклатура має потенціал «звільнити комікси від критичного нехтування ними», а також визнати появу коміксів для дорослих і повноцінних творів. Тим не менш, певною мірою комікси продовжують розвиватися [13, с. 178].

Розглядати цей жанр як форму легкої розваги, пов'язану здебільшого з молодим і недосвідченим читачем, не є коректним. Але слід зазначити той факт що комікс стає важливим освітнім ресурсом, який використовується в класах по всьому світу. Деякі вчителі початкових класів стверджують, що «графічні романи можуть перетворити учнів, які мають труднощі, у тих, хто читає вільно, і підвищити рівень грамотності більш досвідчених читачів». Інші вважають, що цей конкретний жанр є більш привабливим для підлітків, ніж традиційні літературні тексти, і що це, у свою чергу, підвищує рівень грамотності в сучасному класі. Крім того, вчителі та викладачі середньої та третьої ланки відповідно вважають комікс безцінним ресурсом у викладанні історії [13, с. 178].

Існування коміксів не тільки похитнуло авторитет друкованого слова: вони зламали, розмили саму межу між словом і зображенням. Читання коміксів потребує трохи іншого типу грамотності, адже і слова, і малюнки – складові одного комплексного тексту. Звичайно, за мірою успішності інтеграції обох цих елементів комікси можуть різнитись [11, с. 21].

«Комікс (теж саме що і мальопис) – це вид преси, який за допомогою послідовних малюнків, як правило з короткими текстами, розповідає зв'язну історію. Формат коміксів дозволяє поєднувати різні жанри живопису, кінотехніку та літературну графіку. За своїм змістом вони бувають різноманітні, як за стилістичним оформленням, так і за тематичним наповненням» [14, с. 178].

Комікс – це зручний загальний термін, на думку дослідника коміксів Скотта Макклауда, цей загальний термін описує «комікс-стріпи», «комікс-буки», наскельний живопис, давньогрецький вазопис, зображення на гобеленах та вітражах [11, с. 17].

Можна зарахувати комік-буки до комунікаційних практик, що поєднують текст і зображення в різних пропорціях. За своєю формою комік-буки – це видання, в яких сторітеллінг представлений через мальовані чи текстові зображення в межах послідовних панелей і сторінок. Комік-буки бувають як маленькими брошурами на кілька аркушів, так і важкими томиками на сотні сторінок [11, с. 18].

Ще одна відома форма послідовного мистецтва – комік-стрипи. Вони використовують ту саму візуальну мову, що й комік-буки, але мають менше панелей і жорсткіший формат. Комік-стрипи з'явилися в газетах, де обмеження простору давало можливість створювати лише щоденні закінчені стрічки на кілька панелей. Комік-буки ж походять із індустрії журналів, і хоча за останні роки сторінок у типовому виданні поменшало, їхня кількість дає авторам більше можливостей у плані дизайну і складності сюжету [11, с. 20].

Ясна річ, цифрові комік-стрипи й комік-буки не тільки відходять від традиційних способів розповідження, а й створюють нові формати та розмивають різницю між цими двома типами медіа [11, с. 20].

Усі ці, здавалося б, різні форми комунікації можна розглядати як єдине медіа з кількох причин. Насамперед через спорідненість форми, оскільки у всіх коміксах історія розповідається за допомогою певних сюжетних фрагментів різної довжини, зображених у панелях. Панель – це відокремлений фрагмент сторінки, що містить момент історії, панель зазвичай представляє собою область з контуром, у якому розташовано ілюстрацію. Для планування макету коміксу, а саме розміщення комікських панелей приміняють термін «layout» [11, с. 17].

Ще одна формальна схожість – великий потенціал для використання композиційних елементів, що є основою для всіх наведених варіантів візуальної комунікації. До подібних комунікаційних медіа можна також віднести комік-буки, які поєднують текст і зображення у різних пропорціях. За своїм форматом комік-буки це видання, в яких сутність самої історії подана через мальовану чи текстову графіку у межах послідовних панелей і сторінок [2, с. 394].

Графічні романи, які також можна вважати піджанром коміксу, це ті ж самі мальописи, але більш масштабні та художньо довершені. У такий спосіб сучасні митці намагаються відокремити свої роботи від стереотипних уявлень про комікс, а видавці – підвищити рейтинг свого продукту та прокласти дорогу до книгарень і бібліотек. На практиці графічний роман може мати значно більший формат у порівнянні з комік-буками та містити у собі доволі самодостатню розповідь [2, с. 394]. Окремі критики й досі вважають графічний роман розширеним коміксом, проте він уже давно переріс межі «низького жанру» й утвердився у сфері дорослої літератури [12, с. 14].

Якщо розрізняти відмінності графічного роману і коміксу, то варто виокремити зміст видань. Графічні романи зазвичай торкаються серйозної проблематики, концентруючись на складних, актуальних соціальних проблемах і особистих драмах. Комікси зазвичай мають більш пригодницький характер, але теж можуть торкатися серйозних тем, тому можна сказати ця грань у якомусь сенсі розмита [12, с. 14].

Друга відмінність – сюжет. Комікси зазвичай мають доволі лінійний сюжет, тоді як графічні романи відрізняє наявність розгалуженої фабули, кількох сюжетних ліній. Як традиційний літературний твір графічний роман має зав'язку, кульмінацію, розв'язку та фінал, а сюжет розкривається поступово [12, с. 14].

Різняться комікси та графічні романи й за обсягом, зокрема комікси – невеликі твори, тоді як графічний роман має значний обсяг, складається з 60–120 сторінок і більше. Над коміксом зазвичай працює один автор, над графічним романом – команда творців. Графічний роман прагне елітарності: видається на якісному папері у палітурці з додатковими матеріалами, а найголовніше містить вербальні й невербальні елементи: письмові та візуальні, тоді як комікс може бути «мовчазним», тобто не використовувати слів та діалогів взагалі [12, с. 14].

Також варто відокремити такий жанр як манга. Манга – це різновид національного японського коміксу [12, с. 10].

Манга ж як вид графічного наративу стала однією з найбільших коміксових індустрій у світі та окреслила власні підвиди-жанри, що залежать

від вікової категорії аудиторії, тематичного та ідейного спрямування тощо. Бурхливий розвиток зазначений напрям дістав після Другої світової війни під впливом західних тенденцій, але витoki манги – у традиційному японському мистецтві: мангу й нині малюють тушшю, тому ілюстрації зазвичай чорно-білі, хоча є й кольорові примірники. Сьогодні в Японії майже чверть друкованої продукції становить саме манга. В Японії мангу читають діти й дорослі, та шанують на високому рівні як художнє мистецтво [12, с. 12].

Складність мови таких видань на тлі глибокої візуальної зорієнтованості культури, зумовили швидке зростання популярності жанру, оскільки чуття ілюстрації компенсувало незнання того чи іншого ієрогліфа, особливо в часи повоєнної кризи, коли освітня ситуація була не у найкращому стані. За аналогією з американо-європейським взаємовпливом, манга поступово, через переклад та культурний обмін, поширилася й до інших країн [2, с. 397].

Також варто визначити такий вид мальовисів як веб-комікс. З появою Інтернету ряд авторів і художників почали усвідомлювати потенціал публікації власних творів без витрат на друк або виробничих ланцюжків. Творці коміксів не стали винятком. Перехід від друку до публікації в Інтернеті дозволив авторам коміксів досліджувати нові художні стилі та створювати жанри, орієнтовані на більш конкретну аудиторію. Незабаром художники почали розширювати свої межі, і багато хто зрозумів різноманітність форм, розмірів, кольорів, доступних в онлайн-коміксах. Експерименти з Flash та іншими методами навігації призвели до створення коміксів, які наближаються до читача або взаємодіють з іншими панелями [15, с. 3].

Дещо дивним є те, що багато людей використовують термін «веб-комікс» по-різному. Прийнято вважати що веб-комікс – це мальовис, графічна новела, комік-стріп тощо, який опублікований в Інтернеті. Також можна класифікувати веб-комікси як твори, які в основному складаються з нерухомого зображення та тексту, хоча межу між деякими інтерактивними методами відображення та анімацією іноді важко розрізнити. Можна з упевненістю сказати, що принаймні 15–20 тисяч веб-коміксів все ще можна знайти в мережі. Сюди входить усе: від окремих веб-коміксів до щотижневих чи навіть щоденних коміксів, на читання архівів яких потрібні години, дні або навіть тижні [15, с. 4].

З такою кількістю і різноманітністю веб-коміксів у читача ніколи не закінчуються веб-комікси для читання, і хоч значна кількість читачів насолоджуються поточними історіями, створених величезною кількістю веб-коміксів – багато людей розглядають їх поверхнево, не розуміючи потенціалу веб коміксів і як вони можуть вплинути на друковані видання [15, с. 5].

Доступна технологія уможливила цікаві розробки, оскільки веб-комікси еволюціонували для представлення на екранах комп'ютерів. На папері, особливо в книзі, автор був обмежений вертикальним прямокутним простором, у якому розповідав історію, дозволяючи переходи між сторінками. Простір, відведений для коміксу, опублікованого в газеті, був ще більш обмеженим – загалом він складався з горизонтального ряду з 3 або 4 панелей [15, с. 6].

На комп'ютері комікси переглядаються через екран пристрою, який може бути орієнтований як горизонтально, так і вертикально. Оскільки користувач може прокручувати сторінку, не перериваючи історію, автор має «нескінченне полотно», за словами Скотта Макклауда, автора коміксів і теоретика. Це полотно дозволяє не тільки створювати рамки різних форм і розмірів, але й змінювати переходи між кадрами, а також полегшує створення коміксу з кількома кінцями історії або іншими нелінійними переходами [15, с. 6].

Такий підхід можна «адаптувати» на папері: є потенціал у використанні нестандартних форм, які можна застосовувати у якості панелей; застосування великого вільного простору, яке характерне для веб-коміксів, та комбінування «вільних» сторінок з нагромадженими для створення візуального нарративного контрасту; «випригування» персонажів за рамки панелей коміксу і їх взаємодії з самим друкованим виданням; потенціал у цьому контексті безмежний.

Щодо українського коміксу, варто зазначити, що цей видавничий напрям сьогодні активно розвивається на тлі яскравої тенденції до всезагальної візуалізації, яка спостерігається нині у більшості сфер людської діяльності. Крім того, плідним ґрунтом для такого явища в Україні є прагнення сучасних митців до освоєння нових художніх методів і технологій, до різноманітних творчих експериментів [2, с. 397].

Наступним етапом, після визначення особливостей коміксного видання, є визначення та дослідження проблематики теми арт-блоку.

1.3. Дослідження арт-блоку як актуальної проблеми

Велика кількість сучасних людей розуміє слово «криза» як явище, що руйнує людину як особистість; як глухий кут або безвихідь, складний період в житті, який веде до внутрішнього дисонансу та закінчується повною душевною дисгармонією. У психології криза постає як переломний момент, що веде до змін у характері особистості, її мисленні, поведінці. У цьому сенсі криза являє собою нормальне явище, виражене в прояві психологічних змін і особливостей. Термін «криза» має так само і інше значення – психологічне порушення, виражене в стражданнях, тривожності, депресивному стані, тобто хворобливий прояв психічного життя [16, с. 103].

Творча особистість, звичайно, як і будь-яка людина, проходить нормативні вікові кризи, але вона більше схильна до певних внутрішніх конфліктів в силу своєї специфічної діяльності, так як запорука успішності кожного митця – це не тільки фізична витривалість, але і емоційна стійкість [16, с. 103].

У психологічному вимірі криза людини насамперед зумовлена станом її свідомості, особливостями її цінностей та переживань. Саме з цієї причини кризові явища спостерігаються і в тих людей, які на погляд оточення є цілком благополучними з точки зору пересічних уявлень про щастя. Попри те, що людина може бути здоровою, матеріально благополучною, коханою і успішною у кар'єрі, все ж незрозумілий душевний неспокій вносить сум'яття в життя і викликає осудливий подив оточення [17, с. 64].

Не дивлячись на те, що проблема творчої кризи має психологічний характер і широко поширена, вона досі є не до кінця вивчена. Такі її підстави як арт-блок є дослідженні не на достатньому рівні, тому існує актуальна необхідність до поглиблення цих знань.

«Арт-блок – це особистісне відчуття відсутності натхнення, бажання творити може бути присутнім, але цей стан зазвичай характеризується

відсутністю творчих думок. Людина ще гостріше і важче переживає цей стан, так як не може втілити в життя свої плани та провалюється у тому щоб залишатися ефективною» [16, с. 103].

Дуже часто арт-блок називають лінню. І хоча іноді лінь виступає як виправдання кризового стану, це не так. Лінь – це негативна властивість волі, яка супроводжується відсутністю або недостатністю активністю для досягнення поставлених завдань, низьким рівнем або повною відсутністю мети і мотивації, відсутністю бажання підвищувати результативність діяльності, перевагою відпочинку. У той час, як арт-блок – це пригніченість, яка впливає як на розумову, так і на фізичну працездатність; це превалювання негативних емоцій; це, безумовно, мимовільність – людина потрапляє в стан, який не піддається вольовій регуляції, тобто всупереч своїм бажанням; це втрата віри в себе, в свої здібності [16, с. 103].

Часто поняття «лінь» асоціюють як синонім слова «прокрастинація», що є неправильним. Прокрастинація – це ігнорування і постійне відкладання справ, обов'язків і завдань на крайній термін. Не дивлячись на те, що явище прокрастинації з'явилося ще в далекому минулому, у багатьох статтях можна побачити: «Прокрастинація – хвороба 21 століття». Дуже багато творчих людей були прокрастинаторами, тому що, як вони самі це пояснювали, їм краще працювалося в умовах наближення дедлайну. Одним з таких представників був Вольфганг Амадей Моцарт, який написав увертюру до своєї опери «Дон Жуан» вранці в день її прем'єри [16, с. 104].

Про те, що деякі завдання варто виконувати саме у дедлайн, пише письменник Девід Аллен, творець бестселера про продуктивність «Як привести справи в порядок»: «Якщо у вас буде в два рази більше часу, ви не впораєтесь з завданням в два рази швидше, але отримаєте подвійну порцію стресу». І хоч с цим твердженням можна посперечатися, для деяких людей саме спосіб «зробити в останній момент» залишається найефективнішим [16, с. 104].

Шоло синонімічності термінів «прокрастинація» і «лінь», можна стверджувати, що це два абсолютно різних типи поведінки, які несуть за собою

різні наслідки. «Лінь – це відмова і небажання брати на себе відповідальність, виконувати що-небудь, не відчуваючи при цьому абсолютно ніякого почуття провини. Прокрастинація – це відмова від виконання вже взятих на себе обов'язків, що можуть супроводжуватися при цьому докором сумління» [16, с. 104].

Творчі особистості, які стикалися з явищем арт-блоку, описують його по-різному, але можна виявити деякі характеристики цього стану.

Один з розповсюджених описів арт-блоку вказує на його схожість з емоційним вигоранням, коли людина відчуває постійну втому, втрачає цікавість до своєї роботи та впевненість в своїй майстерності як професіонала. Інша особливість переживання арт-блоку пов'язана з тривогами, коли людина не може впевнитися у своєму виборі професії або порівнює себе з іншими, через це втрачає мотивацію щось робити далі. Це може призвести до підвищеної самокритики або недооцінювання себе чи своєї праці [3, с. 132].

Часто як характерну рису арт-блоку вказують страх чистого аркуша, який відчувається як втрата можливості творити. Однією з причин цього може бути відсутність розуміння художником того, що він хоче зробити. На це впливає як візуальний досвід, так і складність перенесення ідеї у реальність [3, с. 132].

До виникнення арт-блоку можуть призвести різні явища, але зазвичай це відбувається через те, що людина знаходиться у постійному стресі та напрузі. При цьому, з точки зору суб'єктивних переживань, чинники які можуть цьому сприяти: зовнішні, наприклад зміна суспільних цінностей; чи внутрішні, фрустрація життєвих смислів, переоцінка цінностей є причинами кризи. Для дослідження важливим є насамперед те, що творча криза є феноменом внутрішнього світу людини [17, с. 65].

Існує кілька причин виникнення арт-блоку, основною з яких є перевтома, причому не тільки фізична, а й безпосередньо перевантаженість нервової системи, яка виникає в результаті сильних сплесків емоцій [16, с. 104].

Творчі люди, будучи в стані натхнення, насолоджуються творчим процесом, працюють з неймовірною захопленістю, що не відчуваючи втоми,

іноді навіть голоду. Але з часом фізична виснаженість і перенапруження нервової системи стають причинами астенії і зниження емоційного тону [16, с. 104].

Продуктивним є підхід, який розглядає арт-блок як наслідок або навіть як різновид стресу [3, с. 132–133]. Такий підхід дозволяє виділити загальні та специфічні методи профілактики арт-блоку, що може суттєво допомогти творчим людям уникнути проблем арт-блоку або хоча б пом'якшити та прискорити його переживання [3, с. 133].

Дослідники вказують, що стрес – це реакція організму людини, яка виникає на дії емоційних подразників, незалежно від того, несуть вони позитивний або негативний характер [21, с. 20].

Визначення психологічних особливостей стресостійкості дасть змогу визначити, яку роль відіграє індивідуальний досвід і від чого залежить опанування особами складних життєвих ситуацій, які чинники впливають на розвиток стресостійкості у них [21, с. 20].

«Стресостійкість – є комплексною здатністю особистості протистояти стресу, самостійно долати проблеми, що виникають на шляху духовного зростання та фізичного самовдосконалення. Стресостійкість можна розглядати як уміння долати труднощі, сприймати власні емоції, розуміти настрої соціуму, проявляти витримку. Стресостійкість дозволяє особистості переносити великі інтелектуальні, вольові та емоційні навантаження без особливої шкоди для власної діяльності, соціального середовища і власного здоров'я» [21, с. 21].

Стресостійкість ґрунтується на таких аспектах життя як відповідальність і схильність до стресу, тому важливим є її зв'язок з емоційним контролем. Контроль розглядається як психологічний фактор, що характеризує схильність людини нести відповідальність за події, що відбуваються в житті і результати своєї діяльності, керувати власним здібностям і можливостям. Люди які вміють підтримувати контроль над собою, характеризуються емоційною стабільністю, але потреба в досягненнях у них має тенденцію до підвищення, пов'язану зі збільшенням значень особистісної тривожності, що є передумовою для

розчарування або гніву і меншої стресостійкості у випадках серйозних невдач [21, с. 21].

Люди із які мають складності з контролем над собою характеризуються емоційною нестабільністю, вони нерідко надмірно тривожні, невпевнені як у своїх здібностях в цілому, так і в окремих своїх можливостях, потребують схвалення та підтримки оточуючих. Більшість людей мають середній рівень контролю над собою і поєднують в собі певною мірою риси двох типів особистостей [21, с. 21].

Таким чином, стресостійкість представляє собою самооцінку здібності та можливості подолання екстремальної ситуації, пов'язану з ресурсом особистості або запасом, потенціалом різних психологічних характеристик, що забезпечують специфічні форми поведінки, реагування, адаптації тощо [21, с. 21].

Одним з основних та корисних методів профілактики стресу є регулярний відпочинок. Навіть малий час, виділений на нього, гарантує покращену працездатність та ефективність протягом дня. Необхідно зменшити кількість і регулярність стресу, саме тому регулярний відпочинок добре допомагає відволіктись від постійних турбот [3, с. 133]. Це може бути похід в парк, кіно, театр тощо. Можливо, провести своє дозвілля на природі або ж просто пару днів виспатися, комусь потрібна повноцінна відпустка. Дуже важливо дотримуватися гармонії діяльності та повноцінного відпочинку, щоб знову повертатися до своєї справи повним енергії та ентузіазму [16, с. 105].

З проблемою білого аркуша можна боротися комбінованим методом – для реалізації ідеї спочатку описувати мету, на яку орієнтований митець, писати на аркуші, що саме хочеться створити. Другий важливий пункт – наявність запасу «креативності». Для створення чогось нового потрібно мати набір навичок та «креативну» базу [3, с. 133].

Ще одна причина виникнення «творчого блоку» – це проблеми особистого характеру, серед яких можуть бути: конфлікти в сім'ї або в колективі, сварки з близькими людьми, хвороба або, гірше того, смерть рідних,

близьких тощо. Творчі люди дуже вразливі, тому що їх діяльність пов'язана з високим рівнем емоційності. Тому різного роду труднощі можуть стати причиною довготривалого пригніченого стану, при перебуванні в якому людина іноді відчуває неможливість творити. В цьому випадку необхідне усвідомлення, що ці проблеми короткочасні, творчій особистості слід намагатися робити все залежне від неї, щоб нейтралізувати ситуацію або хоча б своє ставлення до неї [16, с. 106].

Арт-блок може так само виникнути від неадекватної самооцінки своєї діяльності, в зв'язку з працею над чимось новим, але дуже значним, на тлі вибуху емоцій. У людини з'являється постійний потік великої кількості ідей, планів, які її лякають, так як виникає напруга від масштабності ідей і встановлених термінів виконання завдання, які не дають розслабитися, внаслідок чого настає творчий застій. У першому випадку виходом може стати проведення роботи над своїми помилками, аналізування роботи інших: що можна взяти для себе з робіт колег і чому у них можна повчитися для досягнення високих результатів. У другому випадку – розділити роботу на кілька процесів, тим самим поступово реалізовуючи поставлену задачу [16, с. 106].

Важливим є аспект того, як особистість розуміє саму себе, як ставиться до невдач, на якому рівні оцінює свої заслуги в успішному вирішенні різноманітних справ. Відомо, що самооцінка є динамічною характеристикою у структурі особистості та має властивість змінюватись під впливом багатьох факторів [21, с. 21].

Самооцінка виступає фундаментом від якого залежить те, якою може бути поведінка людини, як вона буде справлятися з різноманітними життєвими ситуаціями, як буде переживати невдачі й чи зробить із цього висновки, на який результат буде спрямовувати свої зусилля [21, с. 21].

Одним з найпростіших методів поширення креативності творчої людини – відведення певного часу для пошуку натхнення. Зберігаючи у цифровому форматі мистецтво та зображення, що надихають, відвідуючи галереї та музеї,

або відпочиваючи на природі, можна знайти багато ідей для поповнення бази «креативності». Та повертаючись до цих архівів, можна створювати щось нове [3, с. 133].

Одноманітність і монотонна діяльність можуть так само бути причиною арт-блоку, так як, образно кажучи, ресурс натхнення повністю вичерпаний і людина відчуває нудьгу, недолік інформації, що призводить до творчого застою. Необхідні нові враження, тому варто змінити, наприклад, спосіб роботи, взятися за новий проект поза межами комфорту, змінити ритм життя, можливо завести нові знайомства, зробити перестановку у будинку тощо. Головним у цьому випадку це зробити щось нове у своєму житті [16, с. 106].

Перемикання уваги на щось приємне, правильний підхід до роботи або відпочинку, спрямований на моральне задоволення людини. Це є важливим фактором у здоровому відпочинку. До важливих факторів також відносяться здоровий сон, здорове харчування та регулярні фізичні навантаження. Заняття спортом є дуже важливим особливо для такої професії як митець, адже зазвичай люди ведуть малорухливий спосіб життя. Через це відбувається моральне і інтелектуальне перенапруження, що служить однією з причин порушення сну та появи безсоння [3, с. 133].

Джерелом всіх психологічних явищ є індивідуальні особливості та психоемоційний стан особистості, які відіграють велику роль в житті творчої особистості так само як і творчий процес. Нестабільність творчості, яка виражається в підйомах та спадах, заміні натхнення на застій – все це, безумовно, є нормою творчої діяльності і звичайним явищем, але багато осіб переживають їх як творчу кризу. Так само, як і утруднення в пошуку вирішення поставленого завдання, яке породжує злість, роздратування, відчай і часто у бажанні взагалі припинити творчу роботу [16, с. 106].

Отже узагальнивши теоретичний матеріал, було визначено класифікацію та визначення понять, особливості властиві коміксу, досліджено проблематику арт-блоку. Таким чином можна перейти до аналітичної частини дослідження.

РОЗДІЛ II

ПРЕДПРОЕКТНИЙ АНАЛІЗ

2.1. Виявлення засобів виразності у проектуванні коміксу

Для створення ефективною візуальною наративи у коміксовому виданні є важливим розглянути візуальні засоби, які характерні для коміксів.

Коміксні видання мають багатий візуальний словниковий запас і люди надають їм перевагу. Мальовані історії мають великий потенціал у зображенні наративи візуальним шляхом не характерним для інших медіа. Комікс дозволяє працювати з текстом, що відкриває нові візуальні можливості сторітеллінгу [14, с. 178].

Комікси є ефективною та кардинально оригінальною формою спілкування. Дидактичний потенціал коміксів обумовлений його наочністю. Перш за все слід виокремити переваги коміксів, до яких належать:

- ємність інформації;
- образність і динамічність її пред'явлення;
- стислість і точність мови, драматизація оповідних сюжетів;
- спрощення сприйняття інформації, за аналогією карикатур;
- урізноманітнення логічних завдань з розуміння і творчого засвоєння

навчального матеріалу за допомогою коміксів [10, с. 226].

Комікс має великий потенціал для використання композиційних елементів, такі як: відчуття відстані, ракурс, розташування елементів, імітацію світла тощо. Ці візуальні засоби цілком можливо використовувати в будь-яких формах візуальної комунікації [19, с. 29].

Традиційно ілюстрації коміксу являють собою послідовну низку «кадрів», графічно оформлених на кшталт карикатур чи скетчів, найчастіше з мінімальними текстовими блоками – репліками у так званих «хмаринках» чи баблах. Такі ілюстрації не можна сприймати як самостійні чи відокремлені, оскільки візуально вони ніби утворюють своєрідний ілюстративний колаж [2, с. 394–395].

Коміксна композиція найчастіше спланована і зазвичай розташовується одним із двох способів: в рядках або в колонках. Перший спосіб має на увазі фрейми які читаються горизонтально, в американських та європейських країнах читання відбувається з ліва на право, в азійських коміксах це здійснюється навпаки. Метод читання пов'язаний з писемністю, тому зо в азійських країнах стовпці ієрогліфів пишуться саме так. Другий спосіб розподіляє кадри вертикально, вони сприймаються читачем згори вниз [20, с. 26].

Компонування фреймів коміксу впливає на взаємодію зображень один з одним, контролюючи їхню форму, кількість, розмір та аранжування на сторінці. Розташування кадрів мальовпису надає ілюстраціям більше смислове навантаження ніж якщо б вони були розглянуті індивідуально. Грамотне та якісне використання композиції запевняє плавні переходи між фреймами, що не плутають читача в історії, роблять її легшою для сприйняття [20, с. 25].

Планування панелей коміксу гарантує якісну модель оформлення видання з погляду складових елементів та їх взаємодії, також це запобігає випадків «оповідної плутанини». Багато читачів коміксів мали незвичайний досвід зустрічі з читачами, яких спантеличив порядок зображень на сторінці коміксів. Більшість читачів знайомі з порядком читання зліва направо та вниз, який використовується в письмовій мові, але цей принцип може порушуватись у коміксах в залежності від бажаного візуального ефекту або з будь-яких сюжетних причин. Ті, хто не читає комікси, іноді спантеличуються, коли сторінки відходять від стереотипної сітки. Хоча послідовний аспект коміксів часто наголошується як одна з його визначальних рис, відзначається, як послідовність комікс панелей передає значення, нехтуючи загальним макетом сторінки [21, с. 1–2].

Розмір та форма фрейму залежить від сцени, яку він ілюструє. Драматичні й напружені сцени зазвичай подаються в крупних кадрах, ніж спокійних сцен, де персонаж, наприклад, думає над чимось. Поля між фреймами в коміксах мають певне значення, саме вони визивають ефект додумування у читача. Через

цей прийом, роль фреймів є однією з найважливіших в створенні композиції сторінки [20, с. 24–25].

Наука про комікси здебільшого зосереджена на зв'язку макета зі змістом зображень. Сторінки коміксів розуміються цілісно через інтеграцію вмісту всіх панелей на сторінці. При створенні коміксів важливо враховувати рух очей читача, це допоможе створити історію яку буде простіше читати та за якою буде зручніше слідкувати [21, с. 2].

Важливою складовою структури сторінок коміксу, є простір для прояву індивідуальної креативності глядача, зумовлений такими властивостями людської психіки та необхідний через це різноманітній цільовій аудиторії. Домислювання є мотиваційним підґрунтям вагомого елемента медіатексту коміксів і місцем для глядацької творчості. Наявність тільки окремого елемента об'єкта, частини зображення, моменту події – має достатньою інформацією для читача, який сприймає часткові елементи запропонованої графіки як завершений наратив [20, с. 24].

Даний фактор людської психіки в повсякденному житті майже непомітний, але для побудови коміксу – це інструмент, що допомагає читачу по своєму інтерпретувати та зрозуміти послідовність кадрів, заповнити білі простори між ними. Через допомогу такого елемента як домислювання дві ілюстрації на кадрах коміксу для читацької аудиторії зливаються в одну дію. Кадри поділяють простір мальовпису на чергу послідовних моментів, а домислювання спрощує поєднання цих моментів для глядача та допомагає побудувати певну безперервну оповідь [20, с. 24].

Доцільним є розділення переходів між фреймами на шість узагальнених категорій. Перша категорія – від моменту до моменту, дія відбувається майже покадрово. Друга категорія – від дії до дії, відбувається деяка зміна діяльності об'єкта розповіді. Третя – це перехід від об'єкта до об'єкта в рамках однієї сцени або ідеї. Четверта – від місця до місця, це логічні переходи, що допомагають перенести розповідь в необхідний час та простір. П'ята – від деталі до деталі, що може бути необхідним для ілюстрування навколишнього

оточення, певною мірою імітуючи погляд читача, що розглядає аспекти місцевості, настрою чи ідеї. Шоста категорія – незв'язні переходи, де відсутня певна логічна послідовність кадрів [20, с. 24].

Візуальний стиль відіграє важливу роль у тому, щоб допомогти читачам зрозуміти, що відбувається в коміксах: дизайн персонажів, чорнило та вибір кольорів служать важливим цілями оповідання. Ці засоби дозволяють митцю передавати настрій, додавати емоційного контексту сцені чи історії, збільшувати чи зменшувати драматизм моменту тощо [22, с. 25].

В коміксах існує тенденція до спрощення візуальних образів. Візуальними засобами традиційного реалізму художники коміксистів часто відображають зовнішній світ, у той час як внутрішній, навпаки, більш спрощеним малюнком. Насамперед це пов'язано з тим, що простіше стилістика полегшує читачу психологічно ототожнювати себе з образом – він не навантажений дрібними деталями, такий образ легше сприйняти, переосмислити під себе. Симплістичність зображення несе значення ще й тому, що дозволяє уяві читача «домалювати» щось своє. І без сумніву, простота працює на створення віртуального стилю та може полегшити процес створення коміксу [20, с. 23].

Коли автору необхідно відобразити уже певний закладений сюжетом образ, красу якогось об'єкта або навпаки, можливий більш реалістичний й деталізований підхід до зображення. Багато коміксів мають тенденцію до ретельного промальовування фону на контрасті дизайн персонажа може бути досить спрощеним – це дозволяє формувати та подавати певний спосіб їх сприйняття цільовою аудиторією. Даний прийом зумовлений потребою створення атмосфери співпричетності глядача до вагомих акцентів коміксу як наративу [20, с. 23].

У контексті саме українських зразків даного жанру важливо відзначити більшу деталізацію та ретельність художнього виконання ілюстрацій, порівняно зі світовими аналогами. Українські художники коміксів, опановуючи новий вид книжкової графіки і незважаючи на дрібний формат більшості ілюстративних «кадрів», приділяють увагу колірній палітрі, образам героїв, намагаючись,

попри жанрові особливості мальовису, створити повноцінні ілюстрації, гармонізовані сюжетною лінією та композицією розворотів. Тому у межах подібних проєктів варто констатувати своєрідну інтерпретацію світового досвіду з урахуванням впливу української класичної школи ілюстрування [2, с. 395].

Дослідники твердять, що подібний підхід до художнього оформлення книжкового видання посилює інформаційне повідомлення, а значить – сприяє ефективності комунікації з читачем [2, с. 395].

Одним із важливих компонентів коміксу є шрифтова гарнітура. Правильний вибір шрифту і правильне його використання впливає на легкість сприйняття тексту, починаючи з його елементарної читабельності. Вид шрифту може прикрасити текст, привернути увагу до реплік, такі як крик персонажу [19, с. 34].

«Шрифтове виділення – використання шрифтів з різними гарнітурами, накресленнями, кеглями, а також великих літер з метою виділення окремих частин тексту. Шрифти, що мають кегль до 12 включно, прийнято вважати текстовими, а шрифти, кегль яких більший, – титульними або заголовними» [9, с. 5].

Вибираючи шрифт, дизайнер зазвичай ставить перед собою три запитання: Чи добре розпізнається шрифтовий рисунок? Чи відповідає він характеру і стилю складального тексту? Чи задовольняє шрифт читача естетично? Різноманітність шрифтів залежить не тільки від їхніх графічних особливостей, а й від специфіки сприйняття та психології тої чи іншої категорії читачів. Тому, вибираючи гарнітуру видання, дизайнер повинен уявляти собі його основну читацьку аудиторію [9, с. 5].

У якості стандартних коміксних шрифтів зазвичай використовують близькі до рукописних. Не рекомендується використовувати шрифти із засічками, такі як Times New Roman, такі шрифти в коміксах не читаються і виглядають недоречно. Теж саме можна сказати про строгі рублені шрифти [19, с. 34].

Для кращого структурування тексту використовують словесні або мовні бульбашки, які ще називають «бабли», різноманітних форм. Словесні бульбашки, котрі зображають у вигляді хмарки, що зазвичай виходить з вуст персонажа, у випадку зображення думок з його голови. Слова автора часто розташовані над кадрами дії, або під ними. Часто бульбашку зі словами персонажа розбивають на декілька менших, це робиться для того щоб вона не займала багато місця на сторінці, щоб позначити паузу в мові героя або просто для структурування діалогу. Традиційний прийом поєднання баблів між собою за допомогою подовжених смуг на різних кадрах сторінки. Зазвичай ще робиться аби показати, що мова персонажа продовжується, поки відбувається дія, але можливе використання такого прийому для креативних композиційних рішень [20, с. 27].

Композиційно, навколо тексту, саме в середині словесної бульбашки зазвичай залишають трохи більше місця, аби текст не «прилипав» до контуру. Так він легше сприймається читачем, а у кадрі із значним візуальним навантаженням бульбашка і текст не зливаються з фоном [20, с. 31].

Для того щоб читач легко сприймав розмову, композиція баблів в коміксах будується від верхнього лівого краю до нижнього правого. В той же час азійські комікси навпаки в переважній більшості розміщують слова персонажів з правого верхнього краю до лівого нижнього, як вже зазначалося раніше, це зумовлено писемністю народів Азії. Компонуючи елементи коміксів, особливо мовні бабли, варто враховувати особливості мови з якою відбувається робота над коміксом [20, с. 27].

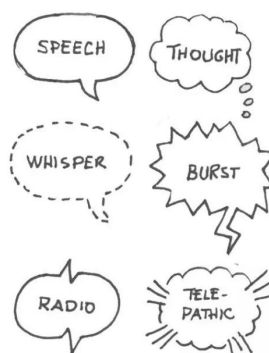


Рисунок 2.1 – Види словесних бульбашок [20]

Словесні бульбашки є ефективними візуальним засобом, вони передають значну кількість інформації про діалог персонажів. Вони мають багато форм, які передають інтонацію персонажів. Такі візуальні ефекти як шепіт зазвичай ілюструють за допомогою пунктирного контуру. Крик відображається за допомогою різноманітних форм з гострими краями. Існують безліч цікавих та креативних візуальних технік, якими можна передати різноманітні типи тону та звуку (рис. 2.1).

Параграфіка є не менш важливим для сприйняття інформаційного ряду. «Параграфіка – це набір ідеограм, за допомогою яких вона не тільки оформляє і ілюструє повідомлення, але і передає самостійну інформацію, замінюючи буквенний текст. Цей візуальний елемент включає в себе фонетично і графічно обосновані знаки. Вони відповідають за якісну і кількісну характеристику звуку, що дозволяє «озвучити» німий текст, прикладом цього є класичні «бум» чи «бабах» в супергеройських коміксах. Таким чином ця класифікація звуку стає унікальною текстовою категорією, здатною функціонувати тільки в рамках коміксу» [20, с. 28].

Звукові ефекти у коміксах мають давню історію, служачи ілюстрацією «немого» звуку. Вони є одними з найпоширеніших місць, де букви та слова використовуються для створення особливого та неповторного ефекту в коміксах. Більшість звукових ефектів ілюструються візуальними засобами, які замінюють текстову частину, але текст також часто використовується й для опису або позначення звуку, не тільки з ціллю його відтворення. Наприклад, замість спроб відтворити звук напряду автори часто використовують слова для опису звуку. Подібним чином Хоуп Ларсон у його роботі «Сірі коні» використовує слова для опису запаху, використовуючи також хвилясті фігурні лінії, які передають потік запаху по повітрю [20, с. 30].

Частий прийом який використовується є персонажі, що перебивають один одного. Цей ефект часто показується за допомогою перекриття бульбашки з мовою одного персонажа, бульбашкою мови іншого, часто с використанням «колючих» бульбашок [20, с. 31].

Мовні бульбашки навіть можуть надати читачам інформацію про те, як довго триває розмова. Незалежно від їхнього просторового розташування, мовні хмарки перетворюють читання у суто візуальний досвід. Оскільки читачі знайомі з діалогом і можуть перевести його у свій власний досвід розмови, візуальність отримує реальну тимчасовість у свідомості читачів [22, с. 26–27].

Погане використання мовних бульбашок може ненавмисно зробити правильний порядок читання неоднозначним, заплутуючи читача.

Текст також використовується як частина зображення, деталь кадру, наприклад, біг-борди та вивіски, текст на футболці персонажа, коробці пластівців або на банці газованого напою. На відміну від прямої мови, думки чи оповідання, читач бачить цей текст як частину представленого простору в кадрі, навіть якщо в деяких випадках текст читається як розповідь.

Можна сказати, що українському коміксу за компоновкою та тематикою характерно наближення до європейських аналогів. Через малу популярність українських коміксів та середню розвиненість жанру у країні, автори не так охоче наважуються експериментувати й тому покладаються на досвід Заходу [20, с. 31].

Іншим не менш важливим елементом дизайну коміксів є колір. Колір впливає на позитивне враження від будь-якого дизайну, він здатний надавати сильний психологічний вплив. Наприклад, яскраві та світлі кольори використовуються для створення позитивних емоцій [23, с. 63].

Незважаючи на те, що дослідження коміксів останнім часом стають все більш популярними, аспектом кольору часто нехтують або розглядають його лише поверхнево. Для створення гарного коміксу дуже важливо підібрати правильну кольорову гаму та кольорові акценти. Колір надає свої неповторні особливості візуального матеріалу. Колір фізично і психологічно впливає на людину, яка сприймає графічний об'єкт, за допомогою кольорів можна створити неповторні відчуття від конкретної сюжетної сцени [22, с. 29–30].

Серед художників коміксів існує тренд використання монохромних кольорів, причиною цього є те що ця кольорова палітра дешевша і безпечніша

при друці, роботи є якомога більш вірними оригіналу. Обираючи безпечність і вигідність, монохромні комікси стали трендом, який продовжується досі [22, с. 30].

Співвідношення зазначених елементів дуже важливе для збалансованої композиції. Комікс – це єдине ціле, в якому гармонійно переплетені між собою текст та графіка. Коли текст якісно скомпонований та підтримується візуально, він набагато ефективніше впливає на сприйняття глядача [19, с. 36].

Композиція та її візуальні засоби є одним з ключовим елементів у розробці коміксу, але варто зазначити, що вони є лише ефективним засобом відображення ідеї та збалансованої візуальної складової. Для створення якісного цікавого коміксового видання, необхідно в повному обсязі дослідити та зрозуміти принципи обраної теми, мати якісний та захоплюючий сюжет.

Визначив основні візуальні засоби що характерні для коміксового видання, наступним ключовим елементом, який допоможе визначити напрямок проектування коміксу, є аналіз аналогів та прикладів. Важливим є дослідити схожі комікс видання, щоб визначити, який продукт із захватом буде сприймати читач.

2.2. Аналіз аналогів і прототипів

Контент-аналіз або аналіз аналогічних проектів є одним із найефективніших методів візуальних досліджень. Контент-аналіз є спостережним методом дослідження, який використовується для системної оцінки фактичного та умовного змісту доступних форм медіа. Контент-аналіз часто використовується як допоміжний дослідницький інструмент у багатометодних дослідженнях із застосуванням різноманітних методів для підвищення достовірності результатів шляхом мінімізації упереджень, хоча його можна використовувати як самостійний дослідницький інструмент [24, с. 191].

Аналіз візуального контенту дозволяє кількісно визначити зразки спостережуваного графічного змісту та підкреслити цікаві ідеї, які в подальшому можна використати в проекті. Аналіз дозволяє описувати поля

візуального представлення шляхом опису його графічних, композиційних та інших складових. Тому не дивно, що контент-аналіз протягом багатьох десятиліть є одним із найбільш використовуваних видів діяльності перед початком проектування у медіадослідженні [25, с. 13–14].

Цінність застосування методу аналізу аналогічного контенту залежить від навичок і відповідного здійснення суджень з боку дослідника та належного обдумування процесу дослідження [24, с. 191].

У даному випадку для успішного створення коміксового видання особливо цінним є проаналізувати аналогічні видання. Вважаючи на нестандартний характер візуальної коміксу який проектується були обрані оригінальні зразки комікс сторінок, які мають незвичайні та методи застосування композиції та фреймів.

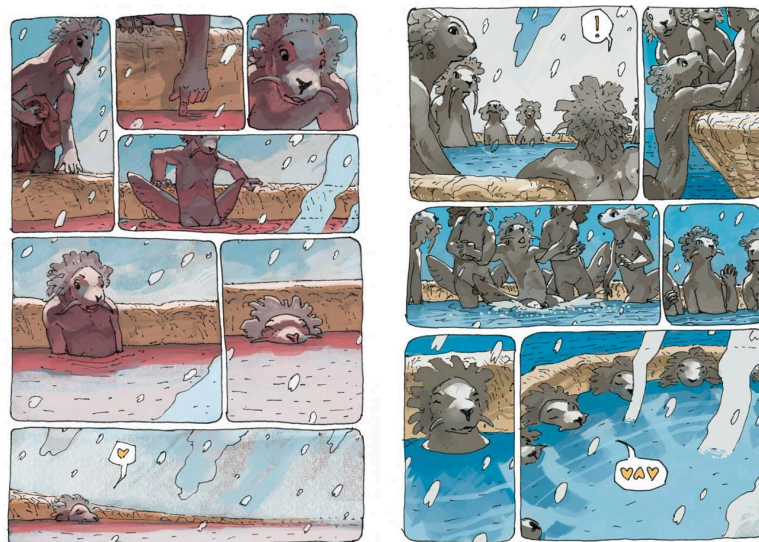


Рисунок 2.2 – Комікс художника J.T. Cole Seyogrol [26]

Першим прикладом виступає робота американського художника J.T. Cole Seyogrol (рис. 2.2). Ілюстрації мають заспокійливу атмосферу, чого автор коміксу досяг через використання м'яких пастельних кольорів. На першій сторінці «теплота» джерела передана через приглушено червоний відтінок і загальне домінування теплої кольорової палітри: задіяні такі відтінки як червоний, помаранчевий, коричневий; блакитний використовується у якості акценту і теж має теплий відтінок. На другій сторінці блакитний є домінантним

щоб підкреслити жвавість моменту. Зображення мають деяку текстурованість, що посилює ефект «комфорту» ілюстрацій.

Лінії фреймів і самих зображень мають деяку кривизну, вони виглядають естетично і викликають відчуття традиційного мистецтва, а саме малюванню на папері. Але важливо зазначити що це тільки відчуття – сам комікс намальований у діджитал просторі, за допомогою текстурованих пензлів які імітують поверхню паперу.

Так як діджитал мистецтво зараз на піку популярності, на сьогоднішній день з'явився деякий феномен ностальгії до традиційного мистецтва – це не значить що традиційного мистецтва більше немає, але багато художників, особливо новачків, дають перевагу діджитал живопису. Цей факт створює стандартизацію творчого процесу, тому виникає тенденція коміксів намальованих «по шаблону». У графічні редактори додають нові функції з метою полегшити роботу над коміксами: такі як шаблони готових квадратних фреймів, заготовки мовних баблів тощо – ці інструменти спрощують процес, але забирають у коміксів можливість проявити свою індивідуальність [27, с. 16].

Більшість митців вибирають більш прості шляхи і рідко виходять за грані усталених штампів [27, с. 17]. Тому присутній потенціал проектування коміксу з незвичайними формами фреймів та використовуючи нестандартну змішану техніку малювання.

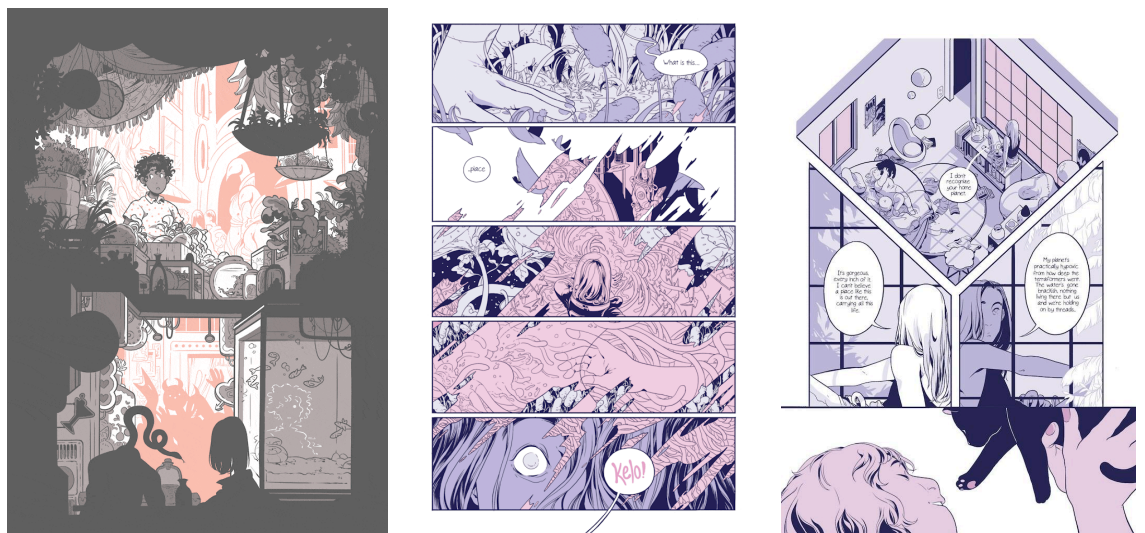


Рисунок 2.3 – Сторінки комікса «Don't Go Without Me» [28]

Наступний приклад для аналізу комікс «Don't Go Without Me» («Не йди без мене») намальований художницею Розмарі Валеро-О'Коннелл (рис. 2.3). «Не йди без мене» містить 3 окремі оповідання: титульну «Не йди без мене», «Що залишилося» та «Con Temor, Con Ternura» (Зі страхом, з ніжністю). «Don't Go Without Me» та «Con Temor, Con Ternura» — нові комікси, які раніше не публікувалися; спочатку було випущено «What Is Left» як міні-комікс у 2017 році, де він був номінований на 2 премії Ейснера [29].

Деталізація ілюстрацій на високому рівні, можна порівняти візуальний стиль коміксу із розмальовками антистресс. Стили розмальовок антистресс різноманітні і включають різні техніки малювання. Одним з найпопулярніших стилів, який застосований у цьому примірнику комікса – є дудлінг, який використовує безліч простих елементів, щоб створити складні візерунки, орнаменти або дуже деталізовані зображення. Дудлінг як стиль малювання походить від англійського слова «doodle», що описує його дещо хаотичну деталізованість. Ця техніка є доступною для всіх, від дітей до дорослих, і дозволяє зосередитися на творі без розумового напруження [30, с. 79].

Дудлінг як стиль відрізняються асиметрією та тематичною насиченістю. Твори виконані у цій техніці часто характеризуються складністю та глибиною, вимагаючи більш творчого та довготривалого розуміння. Завдяки цьому прийому глядач буде витратити набагато більше часу роздивляючись сторінки даного коміксу, що дасть йому можливість оцінити роботу автора та уповільнити темп його читання – так історія і візуальний матеріал запам'ятаються читачу з більшою вірогідністю [30, с. 78–79].

Форма фреймів, намальована рівними чіткими лініями, хоч фрейми і не мають «нестандартної» текстури, вони все ще виглядають унікально за допомогою застосування грамотної композиції та детальної графіки. На першому зображенні використано негативний простір, щоб показати «клаустрофобне» та «нагромаджене» відчуття сцени, що тільки підкреслено темним кольором. На другому зображенні прості прямокутні панелі сторінки, прикрашені рожевою формою, яка являє собою розірвану позначку; у форму

вписані ілюстрації у стилі дудлінг. Третя сторінка має особливу форму фреймів, які дозволяють продемонструвати різноманітні ракурси: ілюструвати локацію і показати квартиру героїні, візуалізувати домівку усередині за ззовні за допомогою 2 фреймів.

Пастельна кольорова гама є складовою візуального стилю коміксу і дотримана упродовж всього видання. Пастельні кольори мають високе значення яскравості, але низьку насиченість, тобто містять менше сірого, ніж інші кольори. Оскільки пастельні кольори менш насичені, вони часто асоціюються із заспокійливою та мирною атмосферою. Пастельні кольори мають м'який вигляд, який заспокоює та приємно впливає на очі [31, с. 298].



Рисунок 2.4 – Сторінки комікса «Stay still stay silent» [32]

Інша аналізоване видання веб-комікс за авторством Мінни Сундберг «Stay still stay silent» («Залишайся нерухомим, залишайся мовчазним») розпочався в листопаді 2013 року, у 2015 році комікс отримав нагороду Рубена за «найкращу онлайн-комікс-форму» (рис. 2.4) [32].

Художній стиль «Stay still stay silent» має такий вигляд традиційного мистецтва, створюється відчуття ніби комікс намалювали на папері, а потім розфарбували аквареллю; але звичайно комікс був намальований у діджитал просторі. У коміксі присутні чудові атмосферні «довгих» знімки пейзажів, віддалених будівель тощо, які занурюють у сюжет та ілюструє особливий всесвіт історії.

Форми мазків у якості панелей, замість класичної форми квадрату або прямокутника, роблять фрейми більш яскравими і креативними візуально, фактура додає динаміку сторінці в цілому.

Варто відзначити дуже якісне та ефективне застосування негативного простору. Грамотне використання негативного простору може мати значний вплив на враження читача, він впливає на так званий тон дизайну. Достатня кількість білого простору покращує візуальну ієрархію та дозволяє користувачам зосередитися на ключових елементах. Використовуючи відповідну кількість негативного простору навколо фреймів допомагає сторінці сприйматися як єдине ціле. Саме тому, макет сторінок коміксу виглядає організованим і добре читається завдяки достатній кількості «повітря» та відсутності відволікаючих елементів, також підтримується стилістична елегантність для естетичної задоволеності [33, с. 71].



Рисунок 2.5 – Сторінки коміксу «Stick 'n Poke» [34]

Ще один приклад для аналізу сторінки коміксу «Stick 'n Poke» — веб-комікс за авторством команди двох американських художників Макса і Тобі (рис. 2.5).

Кольорова гамма змінюється під впливом емоцій персонажів та атмосферою сцени. Саме у цьому прикладі пастельні кольори перетворюються на дуже яскраві тони, на які у якомусь сенсі трохи боляче дивитись — цим ефектом підкреслюється дуже сильні емоції героїні.

Хаотичні патерни із застосуванням яскравого синього і червоного ілюструють хаотичний внутрішній стан героїні, без потреби вживання слів, що є сильним і ефективним використанням візуальної наративи. Білий контур на другій сторінці, який вирізняє персонажів від фону, виконує функцію контрасту та драматичності: цей візуальний прийом підкреслює, що конфлікт цих двох персонажів є головним у даний момент.

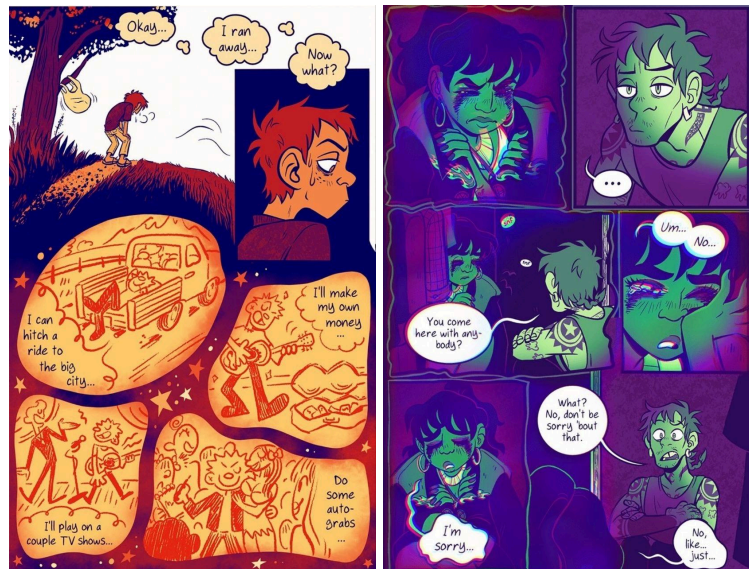


Рисунок 2.6 – Візуальні прийоми сторінок коміксу «Stick 'n Poke» [34]

У даному випадку вартим аналізу є форма та стиль панелей (рис. 2.6). Перша сторінка показує «перцепцію» дитини через фрейми які намальовані примітивно, тим самим ілюструючи світ через очі дитини. Зірочки підкреслюють цей ефект і візуально натякають що персонаж вигадує такий сценарій.

Друге зображення сторінки ілюструє деяку зміну стиля під впливом сюжету. Героїня знаходиться у стані сп'яніння і дуже налякана, інший персонаж, навпаки у тверезому стані – це одразу можна візуально побачити по формі фреймів і стилю ілюстрації: героїня знаходиться у «тремтячому» по формі фреймі та вся ілюстрація знаходиться «під впливом» ефекту глітч, хлопець знаходиться у прямому, чіткому фреймі ефект глітч на панелі не застосовується.

Глітч ефект характерний стилем збою перетворює будь-яке м'яке зображення на спотворений і цікавий футуристичний твір мистецтва. Цей візуальний ефект, відрізняється використанням художньо підібраних цифрових

спотворень. Ці навмисні помилки створюють унікальний футуристичний стиль дизайну [35, с. 112]. Ефект глітч можна використовувати як частину візуальної наративи для ілюстрування хаосу, психологічних страждань персонажу.



Рисунок 2.7 – Сторінки фан коміксу на основі твору «Mob psycho 100» [36]

Цей комікс намальований художником під псевдонімом Sandflakedraws з персонажами із твору «Mob psycho 100» (рис. 2.7). Mob Psycho 100 — серія японських веб-манг, написана та проілюстрована художником мангакою під псевдонімом One.

Ще один феноменальний приклад передачі стрессового стану персонажа, за допомогою фреймів, кольорів та ефектів. Персонаж буквально «розбивається» на наших очах, що прекрасно показано розбитою формою фрейма, хаотичний лейаут тільки підкреслює це. Ця сцена психічний розладу контрастує з рештою коміксу, який зображений у звичайних прямокутних фреймах та застосовує помаранчево синю кольорову палітру. Цей контраст підкреслено зміною заднього фону: перша сцена зображена на білому фоні, інша на чорному кольорі.

Варто відмітити застосування червоного кольору на другій сторінці, щоб проілюструвати небезпеку яку відчуває героїня. Червоний колір – один із найактивніших для людини, він викликає більш сильні емоції ніж будь-який інший колір. Він активно впливає на людину: прискорює ритм дихання і серцебиття, активними стають всі функції організму. Активізація відбувається і

психологічно: колір говорить про небезпеку. Червоні відтінки, як правило, викликають стресову реакцію, роблячи людину більш тривожною, тоді як світліші відтінки заспокоюють. Червоний і помаранчевий асоціюються з надзвичайною ситуацією. На даній сторінці цей колір використовується як акцентні плями [37, с. 201].

Далі емоційний стан героїв проілюстрований через незначні зміни фрейму, саме невеликі чорні плями, які можна побачити на третьому зображенні – героїня все ще під впливом емоцій, але вони її більше не контролюють. Мовні баблї теж мають різні візуальні «інтонації» – коли персонаж спокійний: мовна бульбашка рівна, намальована за допомогою однієї лінії; коли персонаж кричить: діалогова хмарка намальована з використанням декількох хаотичних ліній.

Провівши аналіз вищезазначених аналогічних коміксних проєктів, було визначено композиційні особливості коміксних видань; основні принципи застосування мовних баблїв; прийоми, які використовують різні видання для того, щоб відрізнитися від інших примірників; оригінальні візуальні засоби, які наявні в коміксах; нестандартне використання форм фреймів, для того щоб зробити нарративу більш ефективною та креативною. Завдяки аналізу аналогів, було визначено візуальний стиль на який орієнтується майбутнє коміксне видання.

2.3. Аналіз цільової аудиторії

Для створення успішного проєкту, необхідно враховувати на яку аудиторію він націлений. Аналіз цільової аудиторії допоможе визначити на що варто звернути увагу при створенні коміксного видання та дізнатися, які елементи будуть більш ефективними для конкретної цільової аудиторії.

Щоб створити ефективну соціальну медіа-стратегію слід знати, хто є спостерігачами, дивлячись на їх демографічні показники та особливу увагу варто приділити психологічним характеристикам, тобто створити портрет

цільової аудиторії. Психологічні дані не настільки доступні, як демографічна інформація, тому потрібно більш детально проаналізувати читача [38, с. 32].

Коміксне видання, що проектується, націлена на контингент творчих людей, які знайомі з відчуттям творчої кризи. Це можуть бути не тільки художники, а й письменники, актори, музиканти та будь-які митці – арт-блок може мати багато форм та проходити по різному у кожній людині. Творча особистість – це особистість, межі творчості якої охоплюють різноманітну діяльність: від нестандартного розв'язку певного завдання до нової реалізації унікального потенціалу особистості в певній галузі. Людина, яка володіє певним переліком якостей, а саме сміливістю мислення, умінням не зупинятися на досягнутому, рішучістю, умінням бачити далі того, що бачать сучасники і що бачили попередники [39, с. 47].

Насправді «творчу» кризу зможе знайти життєвим кожна людина, яка хоч колись відчувала сумніви, невпевненість або навіть відторгнення до своєї роботи. Різні вчені виділяють три види творчості: наукову, технічну та творчість у галузі літератури й мистецтва. Проте спостерігається тенденція до розгалуження цих сфер. Зокрема, науковці виокремлюють такі види творчості: наукова; технічна; літературна; музична; образотворча; ігрова; навчальна; побутова; військова; управлінська; ситуаційна; комунікативна [39, с. 26]. Поняття «творчість» є неабияки розтяжним поняттям і завжди варто пам'ятати, що хорошою історією може насолодитися кожен.

Але варто зазначити, що легше залучити до твору буде, у цьому контексті, саме творчий контингент читачів. Тому що саме творчі люди найбільше знайомі з цим відчуттям та терміном «арт-блок» і стикаються з ним найчастіше всього.

З огляду на те, що коміксне видання призначене для значного контингенту населення різного віку, видання повинно бути зрозуміле кожному, тому немає нагальної необхідності прив'язуватися до потенційних візуальних переваг певної вікової групи. Таким чином виходячи з ґрунтовного аналізу можна перейти до практичної частини дослідження.

РОЗДІЛ ІІІ

ПРОЕКТУВАННЯ ОРИГІНАЛ МАКЕТУ КОМІКСУ

3.1. Розробка концепції та проектування персонажів

Початком створення будь якого проекту є формування концепції, виявлення та генерація ідей. Креативний, творчий підхід є запорукою успіху в сучасних умовах розвитку та конкуренції ринку, для цього використовують генерацію ідей [40, с. 150].

«Генерація ідей – це процес систематичного пошуку можливостей створення нових проектів, включаючи джерела нових ідей і методи їхньої генерації шляхом «мозкової атаки», а також аналіз наявної продукції та попиту, якщо генерація спрямована на вирішення завдань товарної політики. Зазвичай цей процес включає у себе відкриті дискусії у невеликих групах спеціалістів, де стимулюють виникнення широкого кола ідей, але звісно генерувати ідеї можна і одній персоні» [40, с. 150].

Оскільки ухвалення рішень є результатом аналізу, оптимізації, обґрунтування та прогнозування, а також вибору альтернативи з багатьох варіантів запропонованих ідей для досягнення поставленої мети, необхідно знайти найкращий образчик ідеї і розвивати концепцію на її основі [40, с. 150].

Перша ідея, яка була частично відкинута, була ідея висвітлення проблеми псевдонаукових книжок, ілюстрування проблеми псевдонауки, сатири і тяжкої життєвої драматичності того як псевдонаука, а саме одержимість і сліпий фанатизм, який руйнує людям життя. Схильність до непрямих дій в складних життєвих ситуаціях прямо пов'язана із вірою у псевдонауку та пов'язана з переконанням, що релігія має велике значення для самосвідомості людини. Псевдонаука, як тип псевдодуховності, активно використовується для маніпуляцій масовою свідомістю з метою реалізації жадібних егоїстичних цілей, які зазвичай відбуваються для того, щоб заробити гроші на чужому горі, розпачі чи наївності. Непрямі маніпулятивні дії які призводять до занепаду особистості є шкідливою та неприпустимою діяльністю [41, с. 103].

Від цієї ідеї довелося частинно відмовитися: це обґрунтовано тяжкістю та психологічною драматичністю данної теми, практичним об'ємом історії, яка розтягнулася би на занадто великий обсяг сторінок, неможливість виконати такий об'єм матеріалу у зазначені дати. Але важливим є зазначити що ця ідея послужила початком коміксного видання, була опрацьована та додана у головну історію якості під сюжету.

Тож на заміну першому варіанту сюжету, був сформований другий варіант історії, більш легкий для сприйняття та розуміння, із більшим вмістом гумору та із ґрунтовно іншим тоном історії. Сюжет був оснований на одному дні з буденя студентства, основою конфлікту послужив сам «затяжний» процес створення коміксної історії та роздуми над тематикою диплому.

Ми проживаємо буденність у режимі історій, наш мозок працює таким чином що він створює оригінальний світ, на основі такого у якому ми живемо, населяє його своїми героями та поганцями. Мозок обертає хаос реального світу на зрозумілу та комфортну казку, а центром нового світу робить зірку досконале «я», яке має впоратися з цілою низкою завдань, що й стануть основою нашого життя. Мозок можна назвати певним «виробником історій», різноманітні сюжети зринають у нашому мозку кожен день [42, с. 12].

Багато історій починаються з несподіваних поворотів – усі історії, що коли-небудь потраплять чи потрапляли вам на очі, розповідають про «якісь зміни». Зміни неустанно зачаровують мозок. «Перцепція базується на тому, що ми зауважуємо зміни, наша система сприйняття просто не вмикається, якщо довкола нічого не змінюється» – зазначає професор неврології Софі Скотт. Якщо довкола все стабільно, наш мозок вгамовується, але як тільки він зауважує зміни, то відразу реагує сплеском нейроактивності [42, с. 19].

Власне, саме завдяки активності нейронів ми пізнаємо життя. Усе, що бачить або відчуває людина, усі, кого вона любила чи ненавиділа, усі таємниці, усі мрії, біль, радість, смак та жага – це творчий продукт інформаційної бурі, що вирує у мозку. Те саме роблять й історії – вони створюють неочікуваний

поворот, що привертає увагу протагоніста, а заодно й читачів чи глядачів [42, с. 19].

Тож окреслюючи процес і вплив реального життя на створення історії, важливим є визначити те, що реальні люди мали вплив на персонажів цього видання. Головні герої коміксу засновані на реальних людях і успадковують їх естетику. Для того щоб визначити як це проявляється у візуальному дизайні героїв, нагальним є дати визначення і класифікувати основні принципи якісного дизайну персонажів.

Персонажі у коміксі є однією із його невід'ємних складових, які є «лицем» коміксового видання. Персонажі є другим фактором, після обкладинки які привертають увагу читацької аудиторії до видання. Головні герої здатні знайти у глядача той емоційний відгук, який є важливим в утриманні уваги реципієнта.

Нагальним є розглянути основні художні принципи, які застосовуються у дизайні персонажів, що мають значний вплив на представлення героїв та сприйняття їх аудиторією.

Питання про те, що робить дизайн персонажа хорошим, мабуть, одне з найбільш суперечливих і суб'єктивних. Персонажі використовуються всюди: в іграх, мультфільмах, рекламі, кіноіндустрії тощо. До якого дизайну аудиторія буде сильніше прив'язана, безпосередньо залежить від того, до якої особистості або групи ми будемо прив'язуватися, ці вподобання будуть змінюватися від однієї людини до іншої. Дизайн повинен бути підпорядкований певним правилам, які б тісно пов'язували між собою різноманітні групи людей [39, с. 44].

Дизайн персонажу залежить від індивідуального бачення образу героя дизайнером. Характер героїв можна передати через графічний образ за допомогою пропорцій, форми, кольору, ще до початку дії [44, с. 111].

Позитивні персонажі відрізняються яскравими, чистими кольорами, за допомогою кольору часто персонажів розділяють на «позитивних» та

«негативних», колір може допомогти сприймати персонажа на підсвідомому рівні [44, с. 111].

Фігури є однією з основ розуміння образу, яка спростовує дизайн для візуального розуміння і допомагає створити певний постать персонажа. Розрізняють органічні та геометричні форми: органічні форми найчастіше неправильні та асиметричні; геометричні описуються як правильні та математичні, такі форми рідко можна зустріти у природі, вони найчастіше зустрічаються в архітектурі [45, с. 5].

В основі дизайну персонажу корисно мати певні фігури, що закладені у сам дизайн, таким чином вони виступають символом, який надалі дає глядачеві підсвідомо-асоціативне розуміння героя. Відштовхуючись від геометричної форми можна почати будувати примітивного персонажа поступово додаючи в його образ деталей [44, с. 111].

Важливо пам'ятати про загальне значення форм під час створення дизайну, навіть якщо це не є життєво необхідним для персонажа. Фігури мають багато видів, але основними є квадрат, трикутник і коло. Форми є одним із інструментів створення якісного дизайну і можуть візуально підкреслити сутність героя. Щоб зробити образ привабливим, важливо не покладатися в дизайні виключно на суцільну інтерпретацію головних форм [45, с. 6].

Зазвичай геометрична форма позитивних персонажів немає гострих кутів та має більш округлі форми наближені до кола або еліпсу, якщо ж характер персонажів непростий, то форми можуть ускладнюватись [44, с. 111].

Геометрія персонажу крім зовнішньої форми та вписаних у анатомію форми тіла геометричних фігур також приділяє значення пропорціям. Часто візуальні особливості героя можна обоснувати сюжетно, наприклад, якщо герой часто використовує свої руки, то вони повинні виглядати сильними та міцними. Зображення може мати карикатурний вигляд, однак це ефективно надає яскраво виражену графічну характеристику образу та виокремлює важливі риси персонажу [44, с. 112].

Людський мозок має можливість розпізнавати закономірності та ритми. Ми можемо з легкістю сприймати абстрактні форми, наш мозок інтерпретує це як щось знайоме, це особливості, які слід пам'ятати та використовувати [45, с. 6].

При проектуванні персонажу важливим є використання ліній. Типи ліній: плавні, прямі, зігнуті, жорсткі, м'які – надають певні зорові асоціації, які пов'язані з характером персонажу. Прямі жорсткі лінії найчастіше застосовують в розробці персонажів з холодним та твердим характером. При використанні плавних тонких ліній герой буде сприйматись як добрий та м'який [44, с. 113].

Симетрія, має потенціал покращити дизайн, але завжди існують винятки, враховуючи, які особливості має персонаж та що треба відобразити у його дизайні. Ці принципи є рекомендаціями, не існує правильної методології проектування персонажів, існують тільки поради які вважаються актуальними та корисними для прийняття дизайнерських рішень [45, с. 7].

Внутрішня експресія, помітні експресивні риси та візуальна відмінність є трьома складовими успішного дизайну персонажів для коміксів. Ці компоненти дозволяють героям відрізнитися від інших персонажів історії, застосовуючи ці компоненти, читач легко впізнає героїв коміксу. Перш ніж створити персонажа, необхідно прописати особистість та характер цього персонажа, це також дозволить читачам ідентифікувати себе з цим персонажем. Цей ефект можна посилити, створивши персонажів із контрастною зовнішністю, характер можна розрізнити на основі виразних рис, які можна показати через міміку [46, с. 136].

Персонажем історії може бути людина або людиноподібна істота – тварина, рослина, будь-який антропоморфний об'єкт, природне явище, навіть неживий предмет. Можна виокремити два типи персонажів: типові персонажі та ірреальні. Типові персонажі, зачасти люди, взяті з реального життя, носії істотних, впізнаваних рис певних соціальних груп. При цьому типовий персонаж не позбавлений індивідуальності, у ньому загальне втілюється в індивідуальному. Ірреальний персонаж створений завдяки уяві автора, такий синтезований персонаж часто не має нічого спільного з реальністю і його важко

підвести під стереотипи, навпроти, такий персонаж максимально абстрагується від реальності [44, с. 110–111].

Відомо, що глядачі мають прихильність до істот, які схожі на людину за поведінкою та вчинками. Типізація персонажа робить його зрозумілим і пізнаваним для глядача. Зовнішній вигляд, міміка, манера поведінки вже дають найперше, хоч і дуже умовне, уявлення про дійову особу, про те, хто він. Більшість персонажів будуються на основі стійких стереотипів і спираються на зовнішні ознаки. Досить кількох зовнішніх рис персонажа і уява вже вибудовує певний образ, який буде сприйматися ідентично цілою низкою потенційних глядачів, в силу стійкості, зрозумілості та пізнаваності вербально оформлених ознак [44, с. 111].

Персонажі, які підходять під стереотип, нам знайомі: глядач думає, що знає їх, і не особливо хоче пізнати їх краще. Персонажі, які порушують стереотип, нам цікаві: дивуючи глядача, вони викликають інтерес, пробуджують бажання досліджувати. Коли ми представляємо персонажа, можна використовувати ці стереотипи, щоб сформуванати у глядача думку про те, що він знає і розуміє героя [44, с. 111].

Головний каст складається із 4 персонажів: Беар, Мама, Подруга, Художник – ці персонажі, як зазначалося вище, базуються на реальних людях (рис. 3.1). Імен у цих персонажів значною мірою немає, їм не надаються важливості сюжетно. Причин до цього є декілька, по перше, щоб спростити цих персонажів – кожен із них названий за їх сюжетну роль, наприклад персонаж Мама: читачу не потрібно знати її ім'я, він відразу розуміє її відношення до героїні і роль у сюжеті. По друге, персонажів невелика кількість, тому розрізнити їх доволі просто; об'єм видання невеликий, тому розкривати і виділяти час на представлення імен персонажів буде лише займати зайвий простір фреймів і не додасть до твору нічого нарративно корисного. Виключенням є лише Беар – вона головна героїня, до неї неодноразово будуть звертатись різні персонажі, тому у цьому є необхідність.



Рисунок 3.1 – Перші ескізи персонажів

Головні герої мають вигляд кумедних звірят, але варто зазначити що два персонажа, Беар і Художник, будуть мати альтернативні «людяні» форми. Протягом історії вони будуть повторно змінювати свій вигляд, це має сюжетні причини які пов'язані з атмосферою сцен. Щоб у момент «перевтілення» зробити персонажа більш зрозумілим і знайомим для читача: спостерігаючи за кумедними звірятами на сторінках видання, глядач на підсвідомому рівні асоціює їх з шартівливою нарративою; коли персонаж «стає» людиною, він набуває серйозності в очах глядача, персонаж сприймається більш реально. Також це має символічну причину, яка не напряму розкриває головну героїню: це показати її сприйняття світу, як художниці. Беар людина, але дивиться на світ дещо по-іншому, так би мовити, через творчу лінзу. Вона бачить близьких їй людей як кумедних звірят, яких вона цінує, вони виглядають мило і рідно у її очах; вона асоціює їх характери з чимось зрозумілим і заспокійливим.

При створенні таких проектів які містять у собі повторюване малювання конкретно визначених персонажів; автори часто використовують «аркуші персонажів». «Аркуш персонажа» або референс лист (з англійської character reference sheet) – це збірник ілюстрацій певного персонажа зазвичай з декількома позами з різних ракурсів. Референс лист охоплює всі деталі вигляду персонажу та широко використовується при створенні анімаційних проектів або їх похідних медіа. Листи персонажів дозволяють команді різних художників, якщо розглядати проекти більших масштабів, зберігати узгодженість дизайну конкретних персонажів [47, с. 4].

Референс лист зазвичай включає в себе зображення персонажу в повний зріст, основна кольорова палітра персонажа, емоції та експресії, у випадку коли дизайн включає у себе детальні елементи вони будуть показані крупним планом, додаткові відомості про персонажа тощо [47, с. 4].

Через розрив між аркушем і бажанням зобразити динамічні ракурси та пози, малювання послідовності кадрів займає надзвичайну кількість часу, потребує досвіду та уяви. Художникам потрібно вручну редагувати тіні, що вимагає значну кількість зусиль та відпрацювання. Наразі від художника коміксів вимагається, максимально наблизитися до послідовного та стабільного художнього стилю видання. Тому наявність аркушу персонажа є дуже корисним для розробки такого проекту як комікс [47, с. 4].

Розглядаючи персонажів на прикладі їх референс листів, можна детально визначити їх візуальних образ і зазначити які саме деталі були підкреслені із реального життя. Часто концепт дизайнери нехтують засобом «візуальних підказок» і зосереджується лише на тому, щоб персонаж просто виглядав красиво чи прийнятно в рамках жанру або індустрії, забуваючи про силу візуальної складової. Пошук візуальних символів і спільного їх застосування в персонажі, може донести інформацію про нього більш детально, ніж що-небудь інше. Наочний образ є дуже ефективним візуальним комунікатором – про персонажа, в першу чергу, повинен розповідати його дизайн [43, с. 44].

Важливим є підкреслити те, що герої коміксу поєднанні з певними кольорами, причиною цього є психологія кольору та вплив на візуальний стиль коміксу – коли сцена буде сконцентрована на цьому персонажі, відповідний колір буде домінувати на сторінці.



Рисунок 3.2 – Персонаж Художник

Тло сірого кольору допомагає у проектуванні концепт арту персонажів. Дослідження часто представляють зразки кольорів на тлі сірого. Сірий вважається нейтральним, ахроматичним кольором, на сприйнятий колір якого можна легко вплинути за допомогою контрастних відтінків, при цьому практично не впливаючи на сусідні кольори. Нейтрально сіре тло дає можливість якісно підібрати кольори, таке тло гарантує підбір більш контрастних відтінків, що забезпечує те, що персонаж буде виглядати гармонійно на майже будь якому тлі [37, с. 202].

Персонаж Художник є одним із самих детальних та складних дизайнів із всього головного касту, тому його референс лист має найбільшу кількість візуальних подробиць (рис. 3.2).

Цей персонаж пов'язаний з фіолетовим кольором. Фіолетовий поєднує в собі спокійну стабільність синього та шалену енергію червоного. Фіолетовий колір часто асоціюється з розкішшю, креативності, мудрості, гідності, величі, таємниці та магії. З точки зору психології кольору, фіолетовий колір сприяє гармонії розуму та емоцій, сприяючи душевній рівновазі та стабільності, душевному спокою, зв'язку між духовним і фізичним світами, між мисленням і діяльністю. Фіолетовий колір піднімає настрій, заспокоює розум і нерви [37, с. 16].

Образ цього персонажа створений на основі мого друга художника, тон шкіри і зачіска відображають його зовнішність. За основу була взята естетика сови сипухи, яка також пов'язана з реальним життям, цей птах свого роду духовна тварина для мого друга.

Зоряна корона має сюжетне значення: зірка в сюжеті символізує ідеї та натхнення – цей персонаж уособлює натхнення, людину, яка має силу творити та надихати інших. Капюшон, накидка і вуаль підкреслюють загадковість і величність образу. Вуаль у совиноподібній формі персонажа певним чином представляє волосся, тому що воно саме на цьому персонажі виглядало неприродно і трохи дивно порівняно з іншими героями, які, у свою чергу, мають волосся.

Незважаючи на те, що сови сипухи зазвичай мають біле пір'я в області півня, цим фактом був трохи знехтувано, щоб відповідати тону шкіри персонажа. Важливо було з'єднати дві форми цього героя, щоб глядач відразу розумів – це одна й та ж сама особа.

Важливо відзначити, що рукавиці у дизайні є ознакою мистецького походження персонажа: такі рукавиці носять цифрові художники, їх також називають художніми рукавицями чи рукавичками з двома пальцями. Такі рукавиці для малювання використовуються для захисту від поту та жиру під час цифрового малювання, вони захищають екран для малювання від забруднень. Зазвичай цей тип рукавиць носять на одній робочій руці, персонаж носить комплект, щоб зробити дизайн більш симетричним.



Рисунок 3.3 – Персонаж Беар

Персонаж селф інсерт (з англ. «self insert», буквальный переклад «самовставка») — це літературний прийом, у якому автор додає себе в історію як вигаданого персонажа або базує особистість персонажа на собі. Часто персонаж такого типу є головним героєм. Як приклад, сурогатом автора може бути той персонаж, що виголошує політичну критику, виражає переконання автора або іноді пояснює сильні та слабкі сторони інших персонажів, таким чином безпосередньо повідомляючи авторську думку щодо персонажів, про яких йдеться. Філософи та письменники використовують таких персонажів для вираження своїх особистих позицій, особливо якщо вони непопулярні або суперечать усталеним поглядам [48, с. 69].

Персонаж Беар є прямим відображенням мене у історії та багато візуальних прийомів було основано на моїй зовнішності: саме зачіска, тон шкіри, статура (рис. 3.3). Образ полярного ведмедя був обраний по ідентичній причині, що і персонаж Художника – взяти за основу естетику духовної тварини.

Цей персонаж пов'язаний з блакитним кольором. Блакитний це насамперед холодний колір, який підкреслює «крижану» сутність полярних ведмедів і виділяє персонажа на фоні інших. Контраст виділяє її як головного персонажа [37, с. 148].

У цьому коміксі є особлива візуальна деталь, яку важливо уточнити: приховані обличчя реальних людей. Особливо це помітно у персонажів Беар та Художника: вони виглядають нормально у вигляді тварин, але обличчя людей приховані. Обличчя Художника приховано капюшоном, обличчя Беар приховано ефектами чи випадковими об'єктами, такими як предмети, речі та навіть самі фрейми коміксу.

Причина цього візуального прийому – анонімність і її роль у сучасному суспільстві. Анонімність традиційно сприймалася як нездатність інших ідентифікувати особу або нездатність інших ідентифікувати особу. Це може відбуватися у великому соціальному контексті, наприклад у публічному місці, або в меншому контексті, наприклад, у спілкуванні двох осіб через Інтернет [4, с. 3041].

Існують позитивні та негативні наслідки анонімності, їх детальний опис у цьому конкретному дослідженні не має нагальної необхідності, але важливо визначити поверхневі причини, чому онлайн-митці зазвичай не хочуть показувати своє обличчя.

Насправді проблематика теми приховування свого справжнього обличчя дуже складна і багато художників мають різні причини для цього. Деякі з цих причин можуть бути такими: більшість художників хочуть, щоб глядач розглядав їхнє мистецтво як окремий твір, а не пов'язував митця з ним – особливо у випадках, коли художники у своїх роботах досліджують теми, які суспільство критикує або зневажає; деякі художники роблять це щоб залишатись таємничими і в якийсь момент можуть показати своє обличчя; деякі роблять це для загальної безпеки [49, с. 3041]. Це лише деякі з поширених причин, звісно до цієї теми є набагато більше нюансів. Що стосується коміксного видання: приховане обличчя, а точніше очі – це символ права на анонімність.



Рисунок 3.4 – Персонажі Мама і Подруга

Наступними персонажами є Мама і Подруга (рис. 3.4). Персонаж Мама має дуже схожий дизайн до Беар, тому що вони сім'я. Важливим було показати різницю у віці між цьома персонажами, складністю є простий дизайн ведмедика на якому важко показати вікову відмінність. Було прийнято рішення додати лінії на мордочку персонажа, які виглядають як зморшки, та додати кілька сивих локонів у волосся.

Бордовий можна розглядати як колір, що вказує на силу. Поєднання його психологічної серйозності та потужної енергії надають йому відчуття високих амбіцій. Його зазвичай асоціюють із силою, глибиною та пристрастю через його темні якості. Бордовий також пробуджує почуття духовності та мудрості [37, с. 18]. Цей колір символізує, що Мама має контроль над Беар, але незважаючи на це, вона піклується про свою доньку.

Персонаж Подруги має вигляд кішки та пов'язаний з помаранчевим кольором. Естетика цього персонажа сильно пов'язана з реальністю: зачіска, окуляри, накидка – всі ці елементи були натхненні зовнішністю реальної людини. Психологія помаранчевого кольору є оптимістичною, надихає, омолоджує наш дух. Помаранчевий колір часто асоціюється з впевненістю, ентузіазмом і теплом. Оскільки це яскравий і жвавий колір, він може допомогти людям відчути себе відкритими або навіть сміливими. Помаранчевий стимулює,

викликає почуття хвилювання, ентузіазму та тепла – це веселий, енергійний колір [37, с. 20].

Проведені дослідження показали, що важливим в розробці персонажу є розуміння його характеру та розкриття його в графічній подачі. Основними засобами при розробці персонажу є геометрична форма, лінія, колір, які при різних комбінаціях можуть створювати цікавий візуальний дизайн персонажів [44, с. 111].

Розробивши концепцію, прописавши характери та розробивши дизайн персонажів, визнавши головну ідею твору, можна перейти до написання повноцінного сюжету та розкадровки коміксу.

3.2. Створення сценарію і розкадровки для коміксового видання

Сценарій – це робочий начерк, на якому буде базуватись розкадровка, він розподіляє за сценами всю дію видання, концентруючись на дії. Сценарій може бути коротким, наприклад, рядок на кожен сцену; та навпроти, мати значний обсяг з детальним описом кожної сцени [50, с. 88].

Сюжет – це послідовність подій, де кожна попередня подія впливає на наступну через принцип причинно-наслідкових зв'язків, сюжет складається з мотивів і пов'язує сцени відповідно до творчого задуму автора [51, с. 701].

При написанні сценарію для коміксу варто коротко описувати або просто зазначати локацію, при необхідності зазначити місце і час. Настрій і атмосферу прописати можна, але у цьому немає нагальної необхідності – ці елементи можна передати візуально у вигляді ілюстрацій. Ще один важливий елемент, що впливає на сюжет – характеристики головних героїв, довкола яких розгортається центральна дія. Персонажі мають значний вплив на настрій сцен, змісту твору і саме вони донесуть головну ідею до читача [50, с. 88].

Сюжет будь-якого твору мають логічну послідовність із початком, серединою та кінцем. Можна виділити п'ять сюжетних елементів: експозиція, зав'язка, розвиток дії, кульмінація та розв'язка. Проте у різних творах їх

наявність чи порядок може змінюватись, структура бути більш складною, великі за обсягом твори можуть мати епілог і пролог [51, с. 701].

Варто зазначити що, у творі може бути відсутній один або більше сюжетних елементів, натомість, автор додає позасюжетні елементи, які є складовою частиною історії та не менш важливі, ніж сюжет. Виділяють три види позасюжетних елементів: вставні епізоди, опис та авторські відступи. Інколи їх називають вставними новелами або сюжетами. Позасюжетні елементи не просувають дії вперед, а дійові особи та головні персонажі залишаються у минулих позиціях [51, с. 702].

Перша частина сюжету – це експозиція, де визначаються головні герої, дійові особи та обстановка, читач дізнається про час та місце подій твору, пізнається світ художнього твору. В експозиції визначається первинний конфлікт, навколо якого обертається сюжет, та зазначається хід подій для решти оповіді [51, с. 701].

Другим елементом є зав'язка, де, якщо його ще не було визначено на початку, вводиться основний конфлікт, його метою є створення напруги. Зав'язка, це насамперед подія, яка стає початком дії, вона або виявляє вже наявне протиріччя, або створює конфлікт [51, с. 701].

Розвиток дії – елемент, який приводить у рух решту сюжету, він являє собою ряд поступових ускладнень, метою яких є загострення конфлікту. Хвилювання підвищується, напруга зростає, що призводить до кульмінації твору [51, с. 701].

Найважливішим сюжетним елементом твору є кульмінація. Кульмінація критичний момент, до якого підводили усі дії сюжету, момент, коли остаточно розглядається головний конфлікт. У цьому елементі сюжетна напруженість найвища, вона вселяє у читача відчуття зацікавленості та хвилювання. Конфліктів у творі може бути декілька, тому це ускладнює зведення всіх подій тільки до однієї кульмінації, саме тому кульмінацій теж може бути кілька. В деяких творах буває важко відокремити кульмінацію від розв'язки [51, с. 701].

Останній елемент сюжету – розв’язка, момент коли всі події завершено. Конфлікт із кульмінаційного моменту вирішений, і всі сюжетні лінії добігли кінця; виключенням може бути випадок, коли автор навмисно налаштує історію на продовження. Тут відчувається замкнутість та остаточність, що змушує читача відчувати, що історію завершено [51, с. 701].

Сюжети також можуть мати елементи, які обрамляють твір, а саме: пролог та епілог. Пролог слугує для того, щоб надати додаткову інформацію, яку необхідно мати перед початком. Епілог з’являється наприкінці твору, коли твір закінчився, і виступає як завершальний штрих, часто відбувається через деякий час після основної дії та сюжету твору [51, с. 701–702].

Ідея твору – спрямованість художньої оповіді, яка може бути охарактеризована як провідна думка автора. Ідея – найголовніше у творі, це саме те, що запам’ятає для себе читач у кінці. Тому ідея твору не просте абстрактне узагальнення, а те, що є результатом роздумів читача над змістом зображеного, переживань за долю персонажів [50, с. 89].

Тож зважаючи на класифікацію сюжетних елементів художнього твору можна сформулювати наступні елементи сюжету коміксу:

- експозиція – знайомство з головною героїнею Беар, ілюстрація її буденного життя;
- зав’язка – головна героїня випадково бачить батька та сина, заходить до книгарні бере до рук псевдонакову книгу, у неї з’являється ідея;
- вставний епізод – вигадана історія в уяві Беар;
- розвиток дії – героїня розповідає історію Подрузі і Мамі, Мама критикує цю ідею, у Беар з’являється відчуття арт-блоку;
- кульмінація – героїня йде до Художника, він нагадує їй про магію та дивовижність мистецтва;
- розв’язка – у Беар з’явилась нова ідея, вона створює комікс.

Визначивши головну історію коміксного видання, написав сюжет, основні події та діалоги, можна перейти до наступного етапу – створення розкадровки.

«Розкадровка або розкадрування – це послідовні ілюстровані зображення, що мають форму швидких скетчів та замальовок. На цьому етапі не промальовуються деталі, персонажі, локації можуть бути описані словом зверху або бути взагалі відсутніми. Розкадровка завжди має чорновий і дуже приблизний варіант того, як у майбутньому буде виглядати фінальний варіант проєкту» [52, с. 3].

Розкадрування є процесом планування історії за допомогою ключових кадрів. Ключові кадри відображають зміну плану або дії, вони є важливими для постановки сцен, інші кадри називаються проміжними, вони допомагають розвинути сюжет. Розкадровки сьогодні використовуються для розробки історії, конкретизації ідеї, вдосконалення або візуалізації готового сценарію [52, с. 4].

У процесі проектування розкадровки коміксного видання важливим є уявлення готового продукту, те як буде читатись композиція сторінки на розворотах глядачем. Композиція має значний вплив на сприйняття історії, цей елемент допомагає автору впливати на емоції глядача, керувати його бажанням читати далі, при невдалому застосуванні цього візуального елемента можна зруйнувати таймінг наративи або заплутати читача, зіпсувавши враження від прочитаного.

На етапі планування автор має також враховувати можливі технічні особливості друку проєкту, те як можна ефективно застосовувати «паузу» перегортання сторінок, можливі візуальні обмеження. Добре спроектована розкадровка якісно відображає візуальний рух, зображення зливаються разом, щоб розповісти історію. Робота з лінією може бути дещо грубою, але важливо правильно візуалізувати хід історії [52, с. 4].

Розкадровка для коміксного видання, що проектується, була намальована олівцем на папері, ця техніка є звичною і спростила процес ескізування. Персонажі на цьому етапі намальовані дуже просто, у вигляді загального начерку, був зроблений акцент на емоціях. Написавши сценарій та намалювавши розкадровку до коміксу можна приступити до виконання проєкту.

3.3. Технічне виконання проекту

Комікс був створений за допомогою змішаної техніки, яка поєднує традиційне і діджитал мистецтво. Процес створення сторінки коміксу складався з таких етапів: ілюстрації були намальовані на папері; за допомогою лінерів було намальовано лінійний малюнок та підготовлено зображення для сканування, чіткий чорний контур гарантує якісний результат; після сканування ілюстрації було розфарбовано в графічному редакторі Autodesk SketchBook.

«Программа Autodesk SketchBook — це програмне забезпечення для малювання, проектування та ілюстрації для всіх платформ і пристроїв, яка має у наявності професійні інструменти малювання. Програмне забезпечення було розроблено корпорацією Alias Systems під назвою StudioPaint, після цього придбано Autodesk, а потім розвинено в незалежну компанію Sketchbook, Inc» [53].



Рисунок 3.5 – Обкладинка коміксу

Обкладинка коміксового видання «Арт-заблокована» (рис 3.5) має окремий стиль покрасу, який контрастує із стилем видання: персонажа буквально пофарбовано у блакитний колір, на сторінках видання героїня буде розфарбована у відповідності до її референс листу. Фон намальовано у техніці дудлінг, це створює візуальний шум і дозволяє привернути увагу до персонажа та заголовку – око глядача автоматично буде «тягнутись» до вільного простору та простих до розуміння образів. Слід звернути увагу на фон обкладинки, він

символізує концепт арт-блоку: детальні образи перетворюються на більш примітивні каракулі чим далі вони віддаляються від центру. Фон виражений різноманітними пастельними кольорами, застосована текстура акварельних фарб. Відповідно до того що головною героїнею коміксу є Беар, вона зображена на обкладинці і є центром композиції, але інші герої коміксу теж присутні: вони дещо «сховані» у паттернах дудлів та підкреслені характерними для них кольорів. На голові Беар розташована наліпка із замком у фігурі, яка зазвичай символізує знак «стоп» – це в черговий раз візуалізує арт-блок.

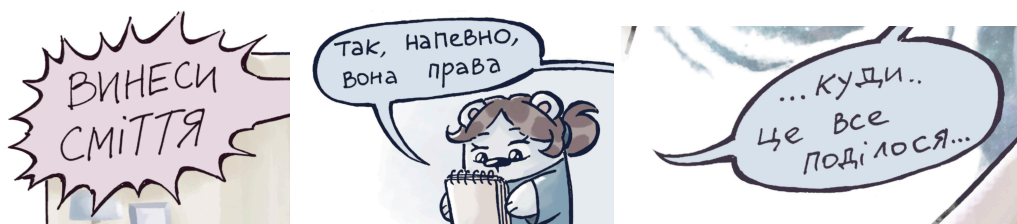


Рисунок 3.6 – Шрифт у коміксному виданні

У якості шрифту у коміксі було обрано власний рукописний почерк для головної сюжетної лінії (рис. 3.6). Рукописний почерк послужив зручним інструментом для планування гармонійного розташування коміксних баблів та планування діалогів, відповідно до першого етапу створення коміксу, що відбувався на папері.

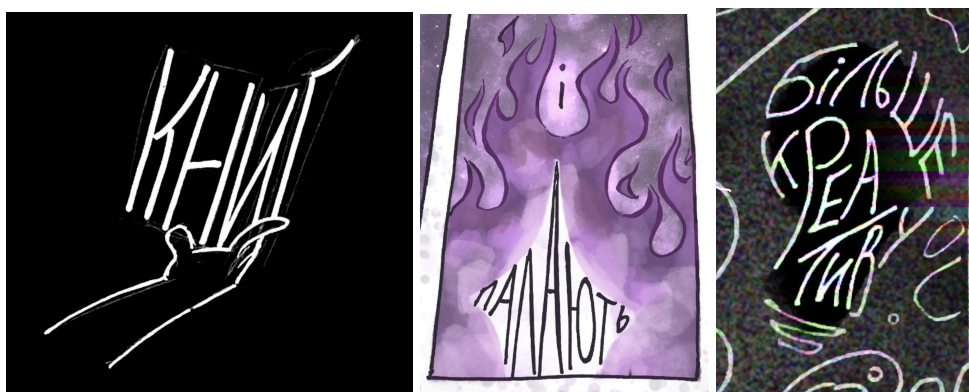


Рисунок 3.7 – Приклади лєтерінгу у коміксі

Шрифт написаний від руки надає можливість застосувати лєтерінг на сторінках видання (рис. 3.7). Лєтерінг є загальним терміном, що охоплює мистецтво малювання букв, замість їх простого написання. Лєтерінг вважається видом мистецтва, де кожна літера у фразі або репліці виступає як ілюстрація.

Кожна літера створена з увагою до деталей і має унікальну роль у композиції [54, с. 200].

Летерінг часто плутають з каліграфією, різниця між цими поняттями заключається в тому, що каліграфія це процес саме написання літери, за традиційною структурою літери, в той час як в летерінгу відбуваються зміни в будові літери, надаючи їй будь-якої форми; головним є те, щоб літера лишалася впізнаваною [54, с. 200].

Каліграфію зазвичай використовують для створення текстів значного обсягу в чітко визначеній стилістиці – листи, змістовні листівки, грамоти. Летерінг навпаки застосовують у логотипах, на обкладинках, як графіті або татуювання. Шрифтові об'єкти летерінгу можуть мати різне накреслення, що є недопустимим у шрифтах. Основна задача шрифту в його читабельності, коли в летерінгу це не є головною метою: важливіше є графічна складова, а саме унікальне зображення символів, ілюструвати образ, створюючи єдину стилізовану композицію [54, с. 200].

Одними з переліку переваг використання летерінгу у коміксі є: ілюстрування емоційності сцени за допомогою слів, висвітлення певної інтонації у репліках; створення цікавого візуального ефекту, що вирізняє видання від інших примірників, зважаючи на те, що використання летерінгу у сучасних коміксах зустрічається рідко.



Рисунок 3.8 – Сторінки видання

Особливої уваги заслуговує контраст чорного і білого тла на сторінках видання. Кольори певних сторінок були інвертовані, для того щоб перетворити

білий або світлий колір паперу на протилежний йому тон, зробити їх темними – цей прийом обосновано нарративою. Для того щоб виділити дві сюжетні лінії коміксу, головну і другорядну – було застосовано контрастні протилежні кольори. Білі кольорові сторінки коміксу сигналізують про те, що це головна частина сюжету, чорні сторінки показують то ця частина є підсюжетом.

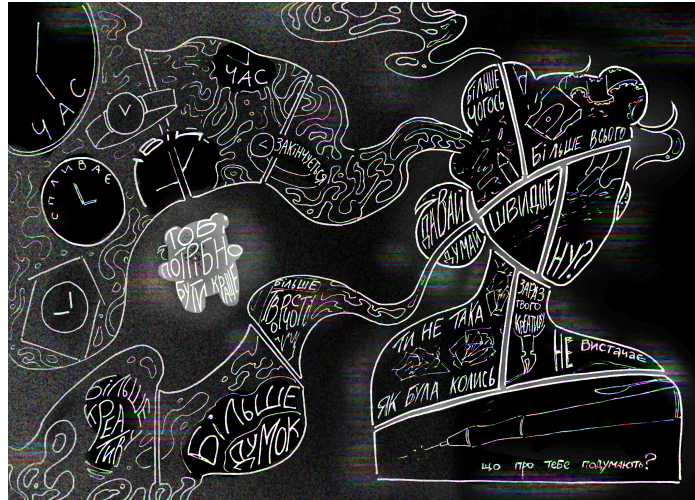


Рисунок 3.9 – Розворот-виключення

Наративним виключенням розділення сюжетних ліній є даний розворот (рис. 3.9), він присутній у головній сюжетній лінії. Тут темний колір тла використаний для того щоб проілюструвати психологічний стан героїні: вона охоплена «темними» думками, її розум у хаосі. Разом з тим цей розворот є певною неочікуваністю, читач не очікує різкої переїми у кольорах: звикнувши до пастельних кольорів коміксу, повністю протилежний темний розворот з гліч ефектом та різкими кольорами викликає відчуття дискомфорту у глядача.

Відзначаючи завершальний етап проектування: онлайн макет коміксного видання «Арт-заблокована» було оформлено на веб платформі Issuu. Issuu — це універсальна платформа для створення та публікації цифрового контенту, таких як маркетингових матеріалів, журналів, каталогів, портфоліо та багато іншого Issuu інтегрується з іншими інструментами роботи з файлами розширення pdf та дає можливість швидко та ефективно розробляти, переглядати та створювати макети поліграфічної продукції [55].

ВИСНОВКИ

В процесі проектування дипломного проєкту досягнуто головної мети та виконано усі поставлені завдання. Було опрацьовано такі наукові джерела як: наукові збірники та книги, навчально-методичні посібники, наукові статті, матеріали міжнародних науково-методичних конференцій, електронні ресурси.

На підставі дослідження потенціалу коміксного видання, було визначено актуальність проблеми, зазначено зв'язок між розробкою коміксу та ілюстрування такої проблеми як арт-блок.

У першому розділі було узагальнено теоретичний матеріал, визначено поліграфічні особливості властиві для книжкових видань, класифіковано види комікських видань, типові візуальні засоби що характерні певним жанрам комікських видань. Було досліджено потенціал коміксів, як нової сфери візуальних комунікацій. На основі викладеної інформації, були сформульовані бази створення якісного коміксу.

У другому розділі були зазначені засоби виразності у проектуванні коміксу, проаналізовано аналоги та прототипи нестандартних комікс примірників, визначено читацьку аудиторію. Були досліджені психологічні особливості творчих особистостей, на яких орієнтується видання. Визначено властивості сприйняття інформації глядачем; головні принципи застосування шрифту у коміксах; прийоми, які використовують різні примірники для того, щоб створити більш глибоку та цікаву нарративу; певні візуальні засоби, які використовуються в мальописах для того щоб створити необхідну сюжетну атмосферу. Були визначені характерні образи, кольори, ідеї, тощо.

Було розглянуто візуальні прийоми, що є характерними для жанру мальопису; досліджено особливості емоційного впливу за допомогою візуальних засобів таких як: візуальні образи, колір, композиція, тощо. Було визначено відмінності коміксу, які забезпечують візуальну індивідуальність коміксів, що підкреслені особливими графічними характеристиками.

Аналіз дозволив сформулювати візуальну концепцію та головний напрямок видання. Посилаючись на проведений аналіз та спираючись на

основні принципи у дизайні персонажів було створено привабливі образи головних героїв коміксу. Було доказано наративний потенціал коміксних видань, визначено відношення між якісним дизайном героїв та вподобаннями аудиторії.

У третьому розділі було детально описано процес створення коміксного видання: розроблена концепція проекту, написано авторський сюжет, опрацьовані пошукові ескізи, розроблені головні герої та створено коміксне видання під назвою «Арт заблокована». Для фарбування сторінок видання було використано програмне забезпечення Autodesk Sketchbook.

Було описано та систематизовано практичні і теоретичні результати дослідження. Результати опрацювання наукового матеріалу показали, що є важливим орієнтуватися не лише на оригінальність ідеї, а й на формування у глядача відповідних емоційних реакцій; структура коміксу має бути не тільки естетично привабливою, а також мати візуальну сюжетну ефективність; у проекті мають враховуватися правила побудови композиції та поступовість мовних баблів, що покращує процес читання історії.

Отже, спираючись на проведений аналіз, визначаючи візуальні особливості та тенденції, що характерні коміксним виданням, та виходячи із сукупності усіх перелічених даних, можна зробити висновок: що проектування коміксу включає в себе знання основних правил та елементів візуального відображення інформації. Створення коміксу за авторським сюжетом це трудомісткий і тривалий процес, який передбачає аналіз великої кількості інформації та аналогічних дизайн-виробів, створення великої кількості візуального, інформаційного та ілюстративного матеріалу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Пучка Г. С. Важливість дизайну для розвитку культури читання. *Феномен бібліотек в сучасному світі* : зб. мат. II Всеукраїнської наук.-практ. конф. з міжнародною участю. (30 вер. 2021 р.) Маріуполь: МДУ, 2021. С. 93–95.
2. Олійник В. Український комікс: еволюція чи деградація книжкового дизайну? *Věda a perspektivy*. 2023. №. 3 (22). С. 391–399.
3. Рихтік А. Б. Арт-блок як стрес: методи профілактики. *Радіоелектроніка та молодь у XXI столітті* : матеріали 25-го Міжнар. молодіжн. форуму, 20-22 квітня 2021 р. Харків : ХНУРЕ, 2021. Т. 8. С. 132–133.
4. Сабадаш Ю. С., Нікольченко Ю. М. Інформаційна культура публічної бібліотека в умовах глобалізації. *Феномен бібліотек в сучасному світі* : зб. мат. II Всеукраїнської наук.-практ. конф. з міжнародною участю, 30 вер. 2021 р. Маріуполь: МДУ, 2021. С. 9–13.
5. Маркова В. А. Мистецтво книги: комунікативний аспект. *ВІСНИК Харківської державної академії культури*. 2003. № 28. С. 99–106.
6. Вишне夫ська Г. Б., Собчук Т. В. Зовнішнє оформлення видань психологічного спрямування. *The 5th International scientific and practical conference European scientific discussions*. (28-30 March 2021) Rome : Italy, 2021. С. 474–483.
7. Нестеренко П. В. Суперобкладинка як важливий елемент зовнішнього оформлення книжки: функціональні особливості. *Українська академія мистецтва*. 2017. Вип. 26. С. 172–183.
8. Макогон С. В. Титульний аркуш, титул. *Українська Бібліотечна Енциклопедія Національна бібліотека України імені Ярослава Мудрого* : веб-сайт. URL: <https://ube.nlu.org.ua/article/> (дата звернення 28.10.2023).
9. Хмілярчук О. І., Чепурна К. О. Технології видавництва та поліграфії Редакційно-видавничі процеси : навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 91 с.

10. Kurlander D., Skelly T., Salesin D. Comic Chat. *SIGGRAPH 1996: 23rd Annual Conference on Computer Graphics and Interactive Techniques*. 4-9.Aug., 1996. New Orleans, Louisiana : United States of America, 1996. P. 225–236.
11. Данкан Р., Сміт М., Левіц П. Сила коміксів: історія, форма й культура. Київ : ArtHuss, 2020. 512 с.
12. Мильченко Л., Татарінова Л. Особливості сприйняття візуальної книги. Комікси. Манга. Графічний роман. *Вісник Книжкової палати*. 2020. №. 12. С. 10–15.
13. Stańczyk E. Long Live Poland! : Representing the Past in Polish Comic Books. *Modern Language Review*. 2014. Vol. 109. №. 1. P. 178–198.
14. Koçak K. Comics Journalism: Towards A Definition. *International journal of humanities and cultural studies*. 2017. №.3. P. 173–199.
15. Walters M. What's up with Webcomics? Visual and Technological Advances in Comics. *Interface: The Journal of Education, Community, and Values*. 2009. T. 9. №. 2. P. 1–15.
16. Самойлова Ю. О., Щербак Т. І. Психологічні особливості творчої кризи особистості. *Особистість у кризових умовах та критичних ситуаціях життя* : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. 28 лют. – 1 бер. 2019 р. Суми : Сумський держ. пед. університет ім. А.С. Макаренка, 2019. С. 103–106.
17. Музика О. Л. Криза творчої особистості: суб'єктно-ціннісний підхід до типології. *Збірник наукових праць Інституту психології ім. ГС Костюка АПН України*. 2001. С. 63–72.
18. Венгер Г. С., Шагай М. О. Теоретико-методологічні засади дослідження стресостійкості у особистості. *Особистість у кризових умовах та критичних ситуаціях життя* : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. 28 лют. – 1 бер. 2019 р. Суми : Сумський держ. пед. університет ім. А.С. Макаренка, 2019. С. 20–23.
19. Белов Д. О. Видова і жанрова специфіка коміксу в Україні. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*. 2020. № 5. С. 29–43.

20. Колісник О. В. Специфіка сучасних коміксів: традиції та інновації. *Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі*. 2022. № 1. С. 16–34.
21. Cohn N. Navigating comics: An empirical and theoretical approach to strategies of reading comic page layouts. *Frontiers in psychology*. 2013. V.4. P. 1–15.
22. Prytz C., Palmer J. Comprehending Colour: An Approach to Reading and Understanding Colour in Comics. *Digressions. Amsterdam Journal of Critical Theory, Cultural Analysis, and Creative Writing*. 2020. Vol. 4. № 1. P. 25–45.
23. Євлєва В. Н., Табакова І. С. Вплив кольору на сприйняття інформації. *Поліграфічні, мультимедійні та web-технології* : матеріали молодіжної школи-семінару IV міжнар. наук.-техн. конф., 18-22 травня 2021 р. м. Харків, 2021. Т. 2. С. 63–64.
24. Hall C. M., Valentin A. 15 Content Analysis. *Tourism research methods : integrating theory with practice*. Wallingford, 2005. С. 191–210.
25. Bell P. 2 Content Analysis of Visual Images. *The Handbook of Visual Analysis*. London : Sage Publications, 2000. С. 10–34.
26. Cole J.T. Ocean Hotspring : webcomic. 2015. 12 p. URL: <https://www.deviantart.com/seyorrol/art/Next-08> (дата звернення: 14.05.2024).
27. Gere C. New media art and the gallery in the digital age. *New media in the white cube and beyond: Curatorial models for digital art*. 2008. № 4. P. 13–25.
28. Valero-O'Connell R. Don't Go Without Me : comic book. 2020. 124 p.
29. Mcmillan G. «Don't Go Without Me» Makes Rosemary Valero-O'Connell as a Comic Talent to Watch. *The Hollywood reporter* : digital news source. URL : <https://www.hollywoodreporter.com/news/general-news/why-dont-go-without-me-makes-rosemary-valero-oconnell-as-a-comic-talent-to-watch> (дата звернення: 20.11.2023).
30. Куценко А. Застосування засобів графічного дизайну для реалізації серії розмальовок антистрес. *Актуальні проблеми сучасного дизайну* : збірник матеріалів V Міжнародної наук.-практ. конф., м. Київ, 27 квітня 2023 р. Київ : КНУТД, 2023. Т. 2. С. 77–80.

31. Pramesti T. M., Sakya K. A. The Effect of Pastel Colors on Interior Elements of the Dental Examination Room on Children's Psychology. *ITB Graduate School Conference*. 2022. Vol. 2. №. 1. P. 297–310.
32. About the comic. *Stay Still Stay Silent* : official web-comic page. URL: <http://www.sssscomic.com/index.php?id=about> (дата звернення: 20.11.2023).
33. White A. W. The elements of graphic design: space, unity, page architecture, and type. New York : Skyhorse Publishing, 2011. 214 p.
34. Toby and Max. Stick 'n Poke : webcomic. URL: <https://www.webtoons.com/en/canvas/stick-n-poke/> (дата звернення: 14.05.2024).
35. Heijer E. Evolving glitch art. *International Conference on Evolutionary and Biologically Inspired Music and Art* : II International Conference EvoMUSART 2013. (3-5 April, 2013). Proceedings Berlin, Heidelberg : Springer Berlin Heidelberg, 2013. С. 109–120.
36. Sandflakedraws. A Breach of Trust : fan comic. 2017. 13 p. URL: <https://www.tumblr.com/sandflakedraws/161114724747/> (дата звернення: 14.05.2024).
37. Ковальчук М. О., Колесник Н. Є. Психолого-педагогічні особливості кольору в дизайні: монографія. Житомир: ТОВ «505», 2020. 284 с.
38. Сіряк Д. В. Аналіз цільової аудиторії та розробка відповідної промо-стратегії у соціальних мережах. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку маркетингового управління* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конференції. Київ : КНУТД 2019. С. 31–33.
39. Яланська С. П. Психологія творчості : навчальний посібник. Полтава : Сімон, 2018. 182 с.
40. Башук Т. О. Підбір персоналу та ухвалення рішень у креативному управлінні організацією. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 1. С. 148-155.
41. Вовк А. О. Поведінка подолання та психологічна ресурсність в осіб з різними релігійними поглядами. *Проблеми сучасної психології* : збірник наукових праць. 2011. Вип. 11. С. 97–106.

42. Сторр В. Наука сторітелінгу: чому історії впливають на нас і як ними впливати на інших. Київ : Наш Формат, 2022. 224 с.
43. Зіноватна Д. В. Що робить дизайн персонажів гарним. *Радіоелектроніка та молодь у XXI столітті* : матеріали 24-го Міжнар. молодіжн. форуму, 7–9 квітня 2020 р. Харків : ХНУРЕ, 2020. Т. 3. С. 43–44.
44. Васильєва О., Завгородня Я., Васильєв О., Васильєва І. Особливості розробки сучасних анімаційних персонажів. *Актуальні проблеми сучасного дизайну* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конференції. 22 квіт. 2021 р. Київ : КНУТД, 2021. С. 110–113.
45. Sloan R. J. S. *Virtual character design for games and interactive media: book*. CRC Press, 2015. 217 с.
46. Haesen M., Meskens J., Luyten K., Coninx K. Draw me a storyboard: incorporating principles & techniques of comics. *Proceedings of HCI 2010* : a collection of works of a practical scientific conference. 6 - 10 September 2010. Dundee, UK : University of Abertay 2010. P. 133–142.
47. Lin Z., Huang A., Huang Z., Hu C., Zhou S. Collaborative neural rendering using anime character sheets. Cornell University : arXiv research-sharing platform, 2022. 11 p. (Preprint. ArXiv, Cornell University; 2207.05378).
48. Jennifer L. Barnes, Fanfiction as imaginary play: What fan-written stories can tell us about the cognitive science of fiction. *Poetics*. 2015. Vol. 48. P. 69–82.
49. Kimberly M. Christopherson, The positive and negative implications of anonymity in Internet social interactions: «On the Internet, Nobody Knows You're a Dog». *Computers in Human Behavior*. 2007. Vol. 23. № 6. P. 3038–3056.
50. Гуч С. Написання п'єси. *Театрознавчий часопис «Просценіум»*. №. 3(4). С. 85–88.
51. Артїщева А. І., Заїковська О. М. Поняття про сюжет та його елементи. *Актуальні проблеми природничих і гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених «Родзинка – 2021»* : XXIII Всеукр. наук. конф. молодих учених. Черкаси : ЧНУ, 2021. С. 701–702.

52. Simon M. Storyboards: motion in art. Third edition. Routledge, 2012. 448 p.

53. The art of ideas. *Sketchbook Inc.* : official website of the software. URL: <https://www.sketchbook.com/> (дата звернення: 25.11.2023).

54. Іпполітова В. Є. Створення шрифтових об'єктів (летерінг) з функцією захисту від несанкціонованого відтворення. *Радіоелектроніка та молодь у XXI столітті* : зб. матеріалів 27-го Міжнар. молодіжн. форуму, 10–12 травня 2023 р. Харків : ХНУРЕ, 2023. Т. 6, Ч. II. С. 200–201.

55. Meet the world's leading digital publishing platform. *Issuu* : official website of the digital publishing platform. URL: <https://issuu.com/> (дата звернення: 18.01.2024).

ДОДАТОК А

Матеріали коміксу



Рисунок А.1 – Зріст персонажів видання

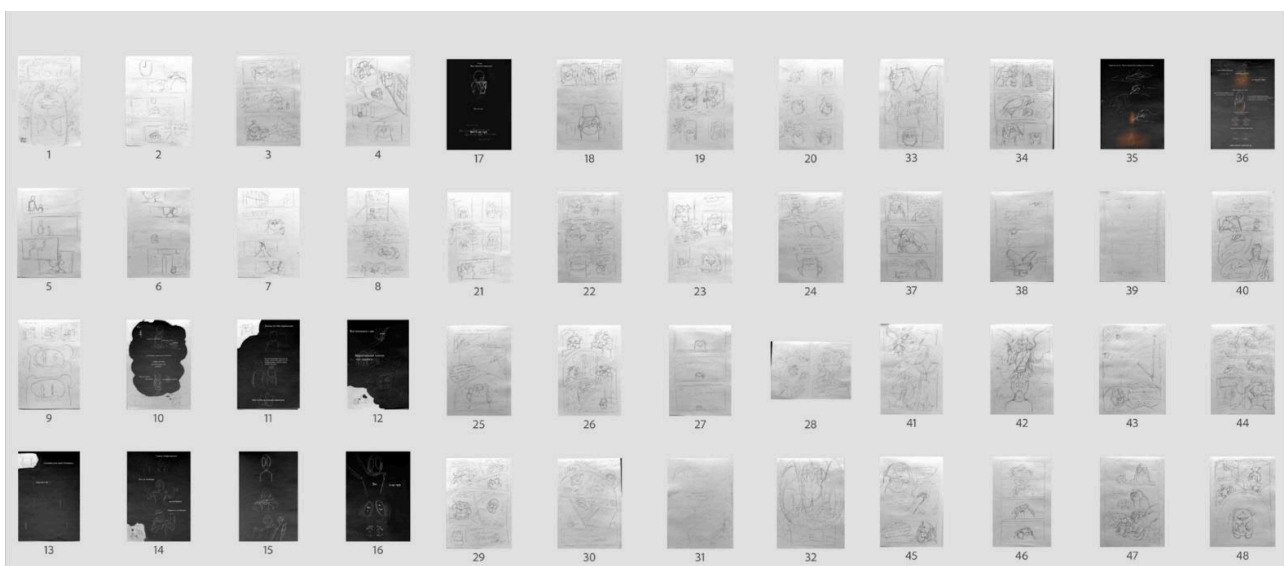


Рисунок А.2 – Сторінки розкадровки

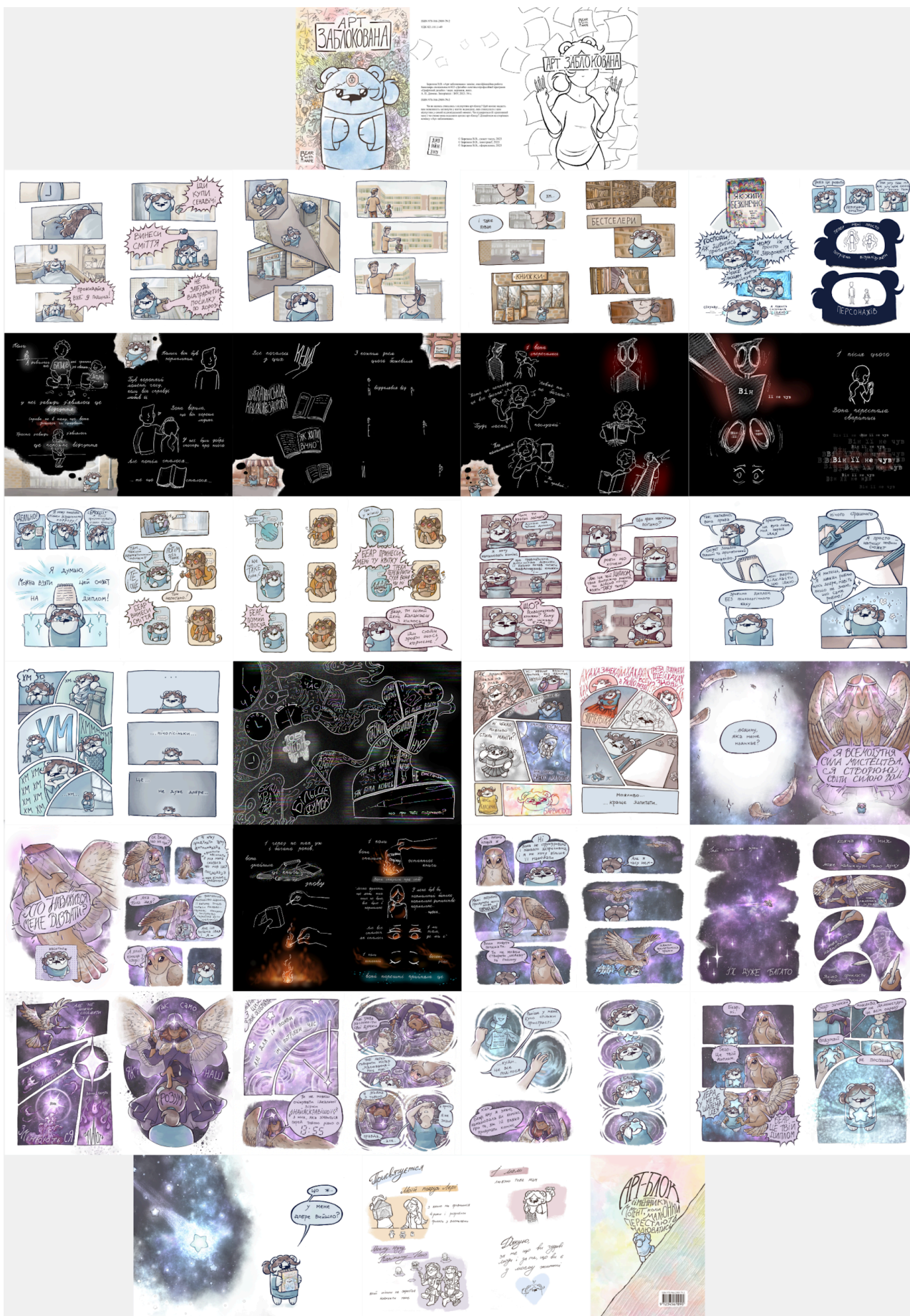


Рисунок А.3 – Готові розвороти видання

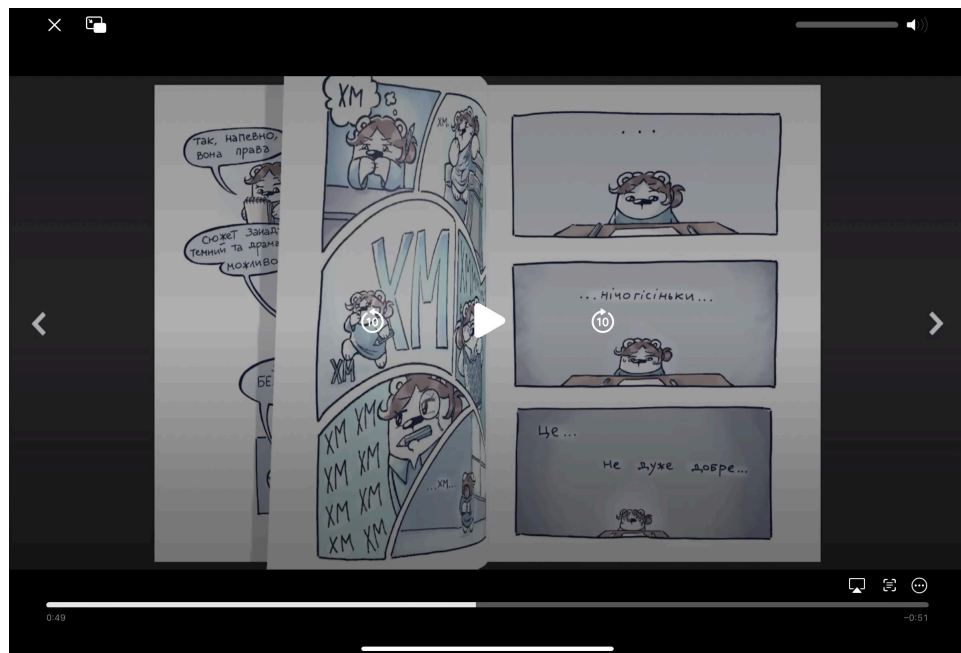


Рисунок А.4 – Кадр з відео презентації коміксу



Рисунок А.5 – Демонстраційна графіка