

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПОШУК У ДИЗАЙН-ПРОЕКТУВАННІ КОМІКСУ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ

Олена ПОЛІЩУК – доктор філософських наук, професор, професор кафедри образотворчого мистецтва та дизайну, Житомирський державний університет ім. І. Франка (Україна)

<https://orcid.org/0000-0002-1095-8031>

<https://doi.org/10.35619/ucpmk.51.1089>

polishchuk.o.p.2015@gmail.com

Катерина СТРІЛЬЧУК – здобувач ОС «Магістр» ОПП «Дизайн», Житомирський державний університет ім. І. Франка (Україна)

<https://orcid.org/0009-0002-2826-967X>

polishchuk.o.p.2015@gmail.com

Метою дослідження є здійснення аналізу специфіки коміксу як продукту сучасної популярної культури, візуального мистецтва та графічного дизайну, а також розгляд особливостей концептуального пошуку при створенні авторського коміксу. Методологія: використано методи порівняльного аналізу, індукції, дедукції і герменевтичний метод при виявленні спектру думок про комікс як особливе видання; принцип «неповного осягнення об'єкта», враховуючи складність оцінки такого дизайн-продукту через відмінності тематики й художнього оформлення. *Результати:* з'ясовано спектр міркувань вітчизняних і зарубіжних науковців про специфіку формоутворення й художнього оформлення коміксів, їх різновиди. *Наукова новизна:* досліджено особливості концептуального пошуку в дизайнерській розробці авторського коміксу й указано на необхідність використання методологічного принципу неповного осягнення об'єкта при опрацюванні цієї проблеми для розвитку теоретико-методологічної бази їх досліджень у теорії дизайну, естетиці та мистецькій освіті. *Практичне значення* цього дослідження є в тому, що воно привертає увагу до необхідності більш поглибленого осмислення ролі естетики видання при коміксуванні його візуального контенту, адже це сприятиме покращенню естетичної компетентності графічних дизайнерів, котрі займаються створенням коміксів.

Ключові слова: комікс, візуальне мистецтво, естетика видання, дизайн, графічний дизайн, концептуальний пошук у дизайн-проектуванні, діджиталізація, методологічний принцип «неповного осягнення об'єкта», естетична компетентність.

Постановка питання. Комікси є особливим видом друкованої продукції з неповторними засадами формоутворення та естетикою видання, що користуються популярністю переважно у сучасній молодіжній аудиторії. Вони можуть бути корисними для юних читачів та читачок, які ще не звикли сприймати друковані книжкові видання виключно вербально через значну зацікавленість їх змістом, тому незвичні та цікаві зображення допомагають їм легше зрозуміти сюжет, інтригу стосунків персонажів та ін. Комікси можуть привабити й аудиторію, яка не звикла або не любить читати книги, але надає перевагу візуальним образам, їх мінливості та деталізації. Комікси також допомагають популяризувати маловідому літературу і можуть перетворити складний, важкий для сприйняття сюжет на візуально привабливу історію, стисло пояснену в зображеннях, розгорнутих «як сюжет у картинках». Вони також можуть навіть відновити інтерес до класичних літературних творів через використання незвичних візуальних образів і представити їх читачам у більш доступній та зрозумілій формі. Комікси можуть, крім того, бути корисними для вчителів, які матимуть змогу використовувати їх у навчальному процесі, наприклад, щоб викликати інтерес до теми уроку або літературного твору, який вивчається протягом занять, чи ж при опануванні, зокрема, іноземної мови завдяки ігровій манері трансляції знань. Тож при створенні такої особливої дизайн-продукції важливо проявляти поглиблений інтерес до її концептуального проектування.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Як вказує Д. Белов, комікси є вагомим «продуктом інформаційної культури» [2; 7]. Вони набули, з одного боку, виразного «національного обличчя» у графічному дизайні [14], а, з іншого, стали прикметним інтернаціональним явищем візуальної культури сучасності [11, 12, 16]. Зацікавлене ставлення публіки до цього виду видань призвело й до значної багатолітності такої продукції й необхідності більш чіткої її диференціації [1, 3, 5]. Як стверджує С. Варук, комікси є маленькими окремими оповіданнями до 30 сторінок за обсягом, поряд із ними варто розрізняти графічні романи: це більша за обсягом і завжди завершена історія, що найчастіше займає від 60 до 120 сторінок [13]. Комікси активно використовуються й в журналах [7], і для наукової комунікації [8]; існують приклади їх застосування у виданнях для поляризації історії України [4]. Тож серед науковців викликає дискусію й жанрова специфіка таких розробок. Зокрема українські дослідники стверджують про необхідність розрізняти за жанровими особливостями наступні види коміксів: супергеройські, дитячі, фантазійні, пригодницько-історичні, гумористичні, кримінальні й графічні романи [1; 40; 12]. Однак варто вказати, що зараз фіксується й інша тематика коміксів. Зокрема набуває популярності медична проблематика [6]. Тематики протидії насиллю та булінгу, ЛГБТ права теж привертають увагу, – зазначає

українська дослідниця коміксів О. Гудошник [7; 74]. Комікси стали й помітним елементом художнього простору, візуального мистецтва й молодіжної культури України, і, як наслідок, фіксується зростання інтересу видавців до таких видань [9]. Як наголошують Н. Баран й О. Гнаткович, комікси є прикметною складовою сучасної популярної культури, тож українські розробники такої графічної продукції все активніше використовують досвід закордонних розробників цих продуктів [1; 37]. Ще один зріз питань до розвитку послуг графічних дизайнерів, художників-ілюстраторів при розробці коміксів пов'язаний із розвитком комп'ютерних технологій та діджиталізацією [15]. Звідси виникає необхідність спирання на методологічний потенціал дослідницького принципу «неповного осягнення об'єкта» [17], при спробах дослідження такого багатовекторного і популярного у сучасній культурі явища, як комікс, і вимог до його дизайнерської розробки, коміксування. А концептуальне проектування такої дизайн-продукції, враховуючи зростання її популярності, потребує більш розлого аналізу і набуває все більш вагомого значення для дизайн-аналітики.

Метою дослідження є виявлення ролі коміксів у житті сучасної людини, їх впливу на сучасний художній простір, мистецтво і культуру. До завдань можна віднести: розгляд специфіки концептуальних основ дизайн-проектування авторського коміксу.

Для її реалізації використовується метод порівняльного аналізу різних коміксів і відгуків до таких дизайн-продуктів на пабліках, синхронії, індукції та дедукції, моделювання, дизайн-проектування (персонажів).

Виклад основного матеріалу. Значний час комікси були особливим видом друкованого книжкового видання, в якому ілюстрації представлені у формі покадрового розгортання подій, а тексту наведено небагато. Це вимагало особливих умінь авторів зображень лаконічно, але у досить виразній візуальній формі розроблювати образи персонажів (від їх зовнішнього вигляду до емоційно-почуттєвих реагувань на окреслену в кожному епізоді ситуацію, відповідно до розгортання сюжету книги).

Так було до того часу, доки не виникли сайти, Інтернет та інші продукти діджитал-культури; зараз комікси розміщені і там, а електронні видання є не менш популярними за друковані. Навіть існують спеціальні цифрові платформи для коміксів. Наприклад, дизайнеркою В. Коу створено ресурс, на якому розміщено комікси, розроблені ілюстраторами-волонтерами, графічними дизайнерами тощо. Проект почався ще з часів епідемії «МЕРС» та є самоокупним; показово, що його продукція навіть перекладається понад сорокома мовами [7; 74].

У сучасній Україні на даний момент є низка видавництв, що орієнтуються на видання коміксів і графічних романів, серед них зокрема можна зазначити такі видавництва, як «UA Comics», «Леополь» (Львів), «Рідна Мова» (Київ), «Fireclaw», «Nebeskey», «Northern Lights», «Vovkulaka», «Asgardian Comics» (Миколаїв). Одним із найпопулярніших видавництв в нашій країні, як видається, є «UA Comics» (Львів) [9].

Варто наголосити, що комікси певної тематики можуть об'єднати людей різного віку та культурного походження і допомогти знайти їм спільну мову й швидко порозумітися. Навіть можна стверджувати, що коміксиста, як розробника коміксів, і читачі такої продукції формують певну субкультуру, враховуючи рівень пропозицій «книг у картинках» на ринку видань, їх різноманітність за сюжетною канвою й художнім оформленням та цінову політику. Комікси також можуть використовуватися для вивчення і підтримки мовного та культурного розмаїття. Використовуючи різні види подання інформації, жанри і стилі малювання, комікси відображають розмаїття світової мистецької та культурної спадщини. Тож вони стають важливим засобом поширення та популяризації культурних цінностей різних спільнот. Комікси також можна використовувати для дослідження історичних подій, їх відтворення і відображення культурних традицій. Яскравим прикладом є книжкового літературно-художнього видання «Мальована історія незалежності України» братів Капранових, в якому при оформленні ілюстративного матеріалу поряд із текстом, фотографіями видатних вітчизняних діячів культури, історії, мапами наведено й комікси [4]. Крім того, комікси можуть виступати інструментом для розвитку медіаграмотності та критичного мислення при STEM і STEM+ освіті. Адже аналізуючи малюнки, тексти та привабливо візуально окреслені історії, учні різного віку можуть розвивати більш активно навички критичного аналізу навчального матеріалу завдяки коміксам, наведеним у навчальній літературі. Тож комікси мають потенціал стати важливим інструментом викладання і навчання в сучасному освітньому процесі. Вони можуть стимулювати мотивацію учнів до навчання, розвивати творче та критичне мислення і сприяти розвитку творчих навичок дітей, підлітків. Комікси також можуть покращувати навички візуального та літературного аналізу і сприяти розвитку творчого мислення та уяви читачів й іншого вікового цензу, в тому числі й більш поважного віку, що є важливим в умовах явища «старіння націй» країн Європи.

Іншими словами, комікси стали важливою складовою теперішньої візуальної культури й візуального мистецтва, слугуючи не лише інструментом розваги окремих читачів, але й засобом передачі важливої культурної інформації. Вплив коміксів на читача проявляється багатьма способами, особливо здатністю торкатися людської душі завдяки візуальним, графічним образам. Комікси стали засобом для

вираження багатьох соціально-культурних явищ в питанні ідентичності. Їхня здатність візуалізувати та використовувати мову ілюстрацій дозволяє висловлювати складні ідеї, допомагаючи створювати зв'язок з аудиторією та спонукати її до роздумів про ту чи іншу проблему суспільства. Багато графічних дизайнерів, митців використовують комікси й як засіб самовираження при створенні неймовірних уявних оповідок, які надовго закарбовуються у пам'яті читачів. Крім того, не варто не зважати на вплив коміксів на інші складові сучасного художнього простору, такі як кіно, анімація та дизайн. Їх вплив варіюється від візуального створення графеми до розвитку сюжету самої оповіді, що забезпечує новий рівень творчого вираження автора/авторів та культурного впливу інновації.

Зокрема комікси, як складова візуальної культури, часто використовується нині для висловлення соціально-політичних поглядів чи культурних стереотипів не лише їхнього автора. Вони можуть, підкреслювати актуальні проблеми суспільства, а не лише слугувати засобом вираження індивідуальності й творчого погляду розробника такого творчого продукту. Таким чином, комікси стали невід'ємною складовою сучасної художньої культури й естетосфери графічного дизайну, слугуючи джерелом розваги та провідником складних ідей. Видатні твори, наприклад «Бетмен» Френка Міллера, «Вартові» Алана Мура чи «Блакитні таблетки» Фредеріка Пітерса, отримали визнання за культурний вплив на сучасне суспільство. Крім того, що вони були по-своєму новаторськими, адже проклали шлях до такого художнього оформлення коміксів, які ми зараз знаємо. Завдяки їхній творчості комікси перетворилися з джерела розваги читачів від «оповідки в картинках» на засіб обговорення та стимулювання суспільно важливого і навіть критичного дискурсу багатьох подій й явищ теперішнього соціального життя, а іноді й засобом графічного вираження складних для осмислення соціокультурних питань. Тому комікси впливають, як видається, на багато інших форм мистецтва і художньої культури сучасності. Вони все частіше використовуються в теперішньому світі, щоб допомогти встановити нові культурні норми взаємодії з читачами при візуальній комунікації і сформувати напрям візуального мистецтва в цілому.

Зазвичай комікси – це маленькі окремі графічно оформлені історії, які за обсягом займають до 30 сторінок видання, основною особливістю яких є теми, цікаві молоді; вони найчастіше є пригодницького, розважального плану. Це захоплює молодіжну аудиторію різних країн. Тоді як графічні романи більші за обсягом і, крім того, завжди порушують складні моральні питання та орієнтовані переважно на дорослу аудиторію, а не молодь [15]. Це й зумовлює специфіку роботи дизайнера, ілюстратора над такими виданнями. Свої особливості характерні й для художнього проектування манги [11; 14].

Іноді комікси спричиняють створення згодом анімаційної стрічки, телесеріалу чи кінофільму, як приклад – пригоди Людини-Павука. Але подекуди їх появі передують інші візуальні продукти популярної культури. Як приклад розглянемо особливості появи коміксів про Аватара Корру. Комікси про нього здобули популярність завдяки успіху телесеріалу «Аватар: Легенда про Корру» (режисер: Хоакім Дос Сантос, кіностудія «Studio Mir»), що вийшов на екран у 2012 році. Однак цей телесеріал є продовженням іншого популярного візуального продукту, а саме: «Аватар: Останній Маг Повітря»; його історія розгортається у світі, де здатність керувати чотирма стихіями (водою, землею, вогнем і повітрям) передається новому, обраному Аватару. Глядачам дуже полюбилась історія про Аватара Корру, тож й не дивно, що комікси про нього теж набрали популярності, бо є ніби офіційним продовженням неймовірних пригод цього персонажу. Іншими словами, наразі креативна ідея створення коміксу виникла на основі іншого креативного продукту сучасної популярної культури.

Концептуальний пошук при дизайнерському проектуванні, як наголошує Л. Коваль, передбачає формування концепту, подальшу деталізацію творчої ідеї через застосування методів й методик для розгортання концепції і практичної розробки дизайн-продукту, зокрема методу створення дошок настрою, графічної організації результатів мозкового штурму, формування концептуальних карт, карт зацікавлення сторін тощо [10; 445]. Дизайнерське опрацювання вказаних завдань, відтак, є непростю річчю та потребує копіткої праці, вдумливого ставлення до кожної розробки, що здійснюється.

Тож як приклад авторської графічної розробки коміксу наведемо наступну креативну ідею: створити комікс як оповідку пригодницького жанру. На її основі створюється така дизайн-концепція графічної розробки. 1) Розроблювальний комікс має бути розміщеним на електронному носії (хоча в майбутньому не виключається можливість його друку як книжкового видання). 2) Здійснити необхідну розробку дизайну персонажів до коміксу (у ньому має місце візуалізація чотирьох головних персонажів). 3) Для створення персонажів доцільно використовувати такий графічний редактор, як «Krita». 4) Необхідно створити десять скетчів, з яких відібрати лише чотири для заливки кольором. 5) Експресія персонажів: вони мають зображатися в статичних позах як на етапі скетчингу, так і в фінальному результаті. 6) Колорит персонажів має бути не яскравим, стриманим для кожного персонажа та розроблятися індивідуально для кожного, щоб створити потрібну атмосферу коміксу як видання. 7) Основними етапами реалізації концепції мають стати: визначення візуально

представлених психологічних особливостей кожного героя; скетчинг; вибір палітри та заливка кольором при розробці дизайн-макету.

При розробці персонажів необхідно обов'язково досить копітко пропрацювати їх легенди. Так, персонаж Селена у коміксі «Шлях Арети» є магом води, а ще цілителем із гарно розвинутими навичками бойового мистецтва та подругою іншого персонажа розроблюваного коміксу – Аватара Арети. Прикметними елементами в презентації її образу є специфічний одяг, дизайн якого не зовсім звичний через поєднання в ньому елементів національного одягу представників двох кланів: води і землі, адже дівчина провела більшу частину свого дитинства після втечі з дому не у «водяної нації».

Важливою є розробка колірної рішення у презентації кожного персонажу коміксу і цього також.

Це позитивний персонаж у коміксі, але він має складний характер через особливості дитинства. Дівчина у ранньому віці змушена була покинути власну домівку і навіть свій клан – клан води, тому вона виховувалася іншими людьми: представниками клану землі. Селена, як персонаж коміксу, ніби представляє магічні можливості «двох стихій». Тому основним кольором її вбрання було обрано блакитний колір з декількома відтінками, щоб наголосити на її справжній сутності, адже дівчина народилася серед «людей моря». Але вона має й магічні вміння іншого плану, керуючи стихією землі завдяки спеціальному навчінню та тривалому тренуванню. Селена представляє із себе, так би мовити, симбіоз можливостей у чарівному світі, в якому вона живе.

Крім того, така колірна стриманість є виправданою, коли створюється комікс, який можна запропонувати читачам й в електронній формі, як видання, завдяки сучасним комп'ютерним технологіям й можливостям діджиталізації. (Серед молоді електронні видання коміксів користуються популярністю).

Після завершення скетчингу персонажу Селени і визначення його основних елементів (Рис. 1), другим етапом йде вибір палітри для його візуалізації. У палітрі кольорів, які презентують цей персонаж коміксу, є лише до шести барв, щоб не розсіювати надмірно увагу читачів коміксу (Рис. 2). Адже вибір кольорів є одним з найважливіших етапів в розробці кожного персонажу коміксу, якщо він є поліхромним. Це потребує особливої уваги до деталей одягу та аксесуарів з боку розробників коміксу, як видання із особливою візуальною складовою й естетикою.

Її одяг віддалено нагадує вбрання мешканців Крайньої Півночі, які живуть в екстремальних умовах (Рис. 3). Селена, як персонаж коміксу, теж живе у непростих життєвих колізіях. Тож дівчина, за нашим задумом, є красивою та елегантною за зовнішністю, але вона має дуже непростий характер й лінію поведінки: стримана, спостережлива, рішуча, але дуже потаємна і несподівана в діях. Її погляд утримує у собі якусь загадку, а посмішка нагадує вираження обличчя Джоконди, яку створив геній Леонардо да Вінчі. У цього персонажа дизайнеру важливо створити флер таємничості та водночас неповторності завдяки графічним засобам. (Селена має ж ім'я богині Місяця, загадкової та непередбачуваної).

Тож варто указати, що одним із найскладніших етапів проектування авторського коміксу є створення персонажів цього твору, розробка їхніх характерів та візуальної презентації кожного з них, а також окреслення ролі у перипетіях історії, яку розповідає комікс. Створення дизайну персонажів – це клопіткий процес, що потребує великої уваги до деталей та має включати в себе такі етапи, як: ознайомлення з характеристиками героя, визначення головних його особливостей, скетчинг та вибір палітри майбутнього персонажа, щоб максимально розкрити у візуальній презентації кожного героя його характер, причини поведінки, наміри тощо. Візуалізація персонажів коміксів спирається на врахування естетичних переживань, які вони можуть викликати у потенційних читачів. Естетичні почуття є важливими для зосередженні уваги на такому дизайн-продукті й «прив'язки» кожного читача до нього на довгий час.

Висновки. Комікси посідають важливе місце в поп-культурі і є важливим засобом комунікації, що поєднує в собі візуальні та вербальні аспекти для створення глибоких та захоплюючих для читача розповідей.

Специфіка коміксів обумовлена тим, що це спеціалізоване книжкове видання з особливою естетикою видання, що поєднує ілюстрації та невелику кількість тексту для розгортання подій у особливий спосіб, а саме: кадр за кадром. Тому візуальний аспект коміксу так само важливий, як і його сценарій. Він може передати емоції та атмосферу історії без слів. Але в коміксі текст не може виходити за текстові бабли, він наводиться одним шрифтом (крім випадків, коли передається емоція персонажів).

Візуальні історії, що розповідаються в коміксах, можуть мати великий вплив на читача і викликати широкий спектр думок, естетичних переживань. Комікси можуть бути джерелом розваги та розвитку як для дітей, так і для дорослих: вони можуть звільняти сучасників від повсякденних турбот і занурювати на деякий час у приємний світ вигадки, уяви і навіть фантазії. Для творчих людей комікси також можуть слугувати засобом самовираження. Крім того, вони мають змогу й підіймати суто важливі для обговорення соціальні, політичні та культурні питання, що сприяє кращій обізнаності людей у різних сферах діяльності. Отже, для дизайнера поглиблене опрацювання концепції графічної розробки є

важливим елементом для створення якісного продукту, щоб він став популярним у споживачів. Первинним поштовхом для її появи є креативна ідея автора такої візуальної розробки, а реалізується концепція завдяки продуманому плану дій, як етапів її здійснення. Дизайнерам варто при коміксуванні більш поглибленого осмислювати значення естетики видання в цілому і складових його візуального контенту зокрема, адже це сприятиме покращенню їх естетичної компетентності.

Список використаної літератури та джерел

1. Баран Н., Гнаткович О. Класифікація та специфіка сучасних українських коміксів. *Молодий вчений*. 2021. № 5 (93). С. 37-42. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-5-93-7>
2. Белов Д. Комікс як продукт інформаційної культури. *Наукові праці нац. б-ки України ім. В.І. Вернадського*. 2018. Вип. 49. С. 71-88.
3. Белов Д. Видова і жанрова специфіка коміксу в Україні. *Український журн. з бібліотекознавства та інформаційних наук*. 2020. № 5. С. 29-42. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7654.5.2020.205728>
4. Брати Капранови. Мальована історія незалежності України. Київ : Гамазин, 2013. 80 с.: іл.
5. Гайдук О. Феномен коміксу в українській культурі. *KELM*. 2020. № 5 (33). Т. 1. С. 27-31. DOI: <https://doi.org/10.51647/kelm.2020.5.1.5>
6. Гудошник О.В. Медичний комікс як графічний наратив. URL: surl.li/clbiya
7. Гудошник О.В. Трансмедіальні наративи коміксової журналістики: світовий та український досвід. *Communications and Communicative Technologies*. 2020. № 20. С. 32-41. DOI: <https://doi.org/10.15421/292005>
8. Гудошник О. Комікс як інструмент сучасної наукової комунікації. *Communications and Communicative Technologies*. 2022. № 22. С. 54-60. DOI: <https://doi.org/10.15421/292206>
9. Ілля Прокопенко. Українські видавництва коміксів, за якими варто стежити. URL: <https://tykyiv.com/misteckij/ukrayinski-vidavnistva-komiksiv-za-iakimi-var-to-stezhiti/>
10. Коваль Л. Методика концептуального пошуку в дизайнерському проектуванні. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*: [наук. зб.]. Вип. 50 / упоряд. і наук. ред. В.Г. Виткалов. Рівне : РДГУ, 2025. С. 443-450.
11. Макклауд С. Створити комікс: як розповідати історії в коміксах, манзі та графічних романах: пер. з англ. Ярослав Стріха. Київ : Рідна мова, 2020. 272 с.: іл. (Серія «Культура в коміксах»).
12. Першина Л. В., Юмрукуз А. А., Жура К. В. Комікс як жанр літературного мистецтва. *Наук. зап. Серія: Філологічні науки*. 2023. № 207. С. 201-208. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2023-207-30>
13. Світлана Варук. Чим графічний роман відрізняється від коміксу? URL: surl.li/ysxomt
14. Kinoshita A. The Pedagogical Implication of Creative Arts Practice by Manga Comic Book Readers in Japan. *Cambridge Educational Research e-Journal*, 2022. 9. P. 172-182. DOI: <https://doi.org/10.17863/CAM.90559>
15. Nairat Malik Generative Comics: A Computational Approach to Creating Comics Material. Gothenburg : University of Gothenburg, 2021. 110 p.
16. Paul J. Kuttner, Marcus B. Weaver-Hightower, Nick Sousanis. Comics-based research: The affordances of comics for research across disciplines. *Qualitative Research* 2021, Vol. 21(2) 195–214. <https://doi.org/10.1177/1468794120918845>
17. Polishchuk Olena, Kovtun Nataliia, Vitiuk Iryna, Sapeňko Roman, Trocha Bogdan. The principle of «incomplete comprehension of object» in the context of the discourse of uncertainties in a digital society. *SHS Web of Conferences* 104, 02007 (2021). <https://doi.org/10.1051/shsconf/202110402007>

References

1. Baran N., Hnatkovych O. Klyasyfikatsiia ta spetsyfyka suchasnykh ukrainskykh komiksiv. *Molodyi vchenyi*. 2021. № 5 (93). S. 37-42. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-5-93-7>
2. Bielov D. Komiks yak produkt informatsiinoi kultury. *Naukovi pratsi nats. b-ky Ukrainy im. V.I. Vernadskoho*. 2018. Vyp. 49. S. 71-88.
3. Bielov D. Vydova i zhanrova spetsyfyka komiksu v Ukraini. *Ukrainskyi zhurn. z bibliotekoznavstva ta informatsiinykh nauk*. 2020. № 5. S. 29-42. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7654.5.2020.205728>
4. Braty Kapranovy. Malovana istoriia nezalezhnosti Ukrainy. Kyiv : Hamazyn, 2013. 80 s.: il.
5. Haiduk O. Fenomen komiksu v ukrainskii kulturi. *KELM*. 2020. № 5 (33). T. 1. S. 27-31. DOI: <https://doi.org/10.51647/kelm.2020.5.1.5>
6. Hudoshnyk O.V. Medychnyi komiks yak hrafichnyi naratyv. URL: surl.li/clbiya
7. Hudoshnyk O.V. Transmedialni naratyvy komiksovoi zhurnalistyky: svitovyi ta ukrainskyi dosvid. *Communications and Communicative Technologies*. 2020. № 20. S. 32-41. DOI: <https://doi.org/10.15421/292005>
8. Hudoshnyk O. Komiks yak instrument suchasnoi naukovoї komunikatsii. *Communications and Communicative Technologies*. 2022. № 22. S. 54-60. DOI: <https://doi.org/10.15421/292206>
9. Illia Prokopenko. Ukrainski vydavnytstva komiksiv, za yakymy varto stezhyty. URL: <https://tykyiv.com/misteckij/ukrayinski-vidavnistva-komiksiv-za-iakimi-var-to-stezhiti/>
10. Koval L. Metodyka kontseptualnoho poshuku v dizainerskomu proiektuvanni. *Ukrainska kultura: mynule, suchasne, shliakhy rozvytku*: [nauk. zb.]. Vyp. 50 / uporiad. i nauk. red. V.H. Vytkalov. Rivne : RDHU, 2025. S. 443-450.
11. Makklau S. Stvoryty komiks: yak rozpovidaty istorii v komiksakh, manzi ta hrafichnykh romanakh: per. z anhl. Yaroslav Strikha. Kyiv : Ridna mova, 2020. 272 s.: il. (Seriiia «Kultura v komiksakh»).

12. Pershyna L. V., Yumrukuz A. A., Zhura K. V. Komiks yak zhanr literaturnoho mystetstva. Nauk. zap. Seriia: Filolohichni nauky. 2023. № 207. S. 201-208. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2023-207-30>
13. Svitlana Varuk. Chym hrafichnyi roman vidrizniaietsia vid komiksu? URL: surl.lu/ysxomt
14. Kinoshita A. The Pedagogical Implication of Creative Arts Practice by Manga Comic Book Readers in Japan. Cambridge Educational Research e-Journal, 2022. 9. R. 172-182. DOI: <https://doi.org/10.17863/CAM.90559>
15. Nairat Malik Generative Comics: A Computational Approach to Creating Comics Material. Gothenburg : University of Gothenburg, 2021. 110 p.
16. Paul J. Kuttner, Marcus B. Weaver-Hightower, Nick Sousanis. Comics-based research: The affordances of comics for research across disciplines. Qualitative Research 2021, Vol. 21(2) 195–214. <https://doi.org/10.1177/1468794120918845>
17. Polishchuk Olena, Kovtun Nataliia, Vitiuk Iryna, Sapeňko Roman, Trocha Bogdan. The principle of «incomplete comprehension of object» in the context of the discourse of uncertainties in a digital society. SHS Web of Conferences 104,02007 (2021). <https://doi.org/10.1051/shsconf/202110402007>



Рис. 1. Персонаж Селена: скетч



Рис. 2. Палітра



Рис. 3. Персонаж Селена

UDC 7.05:7.011

CONCEPTUAL SEARCH IN COMIC DESIGN AND ITS SPECIAL FEATURES

Olena POLISHCHUK (Dr.) - Professor of Department of Fine Arts and Design, Zhytomyr Ivan Franko State University, Zhytomyr (Ukraine)

Kateryna STRILCHUK – Master (Department of Fine Arts and Design), Zhytomyr Ivan Franko State University, Zhytomyr (Ukraine)

The aim of the study is to analyze the specifics of comics as a product of contemporary popular culture, visual art, and graphic design, as well as to examine the peculiarities of conceptual research in the creation of authorial comics. *Methodology*: comparative analysis, induction, deduction, and hermeneutics were used to identify a range of opinions about comics as a special publication; the principle of “incomplete understanding of the object” was applied, given the complexity of evaluating such a design product due to differences in subject matter and artistic design. *Results*: the spectrum of arguments put forward by Ukrainian and foreign scholars regarding the specifics of form creation and artistic design in comics, as well as their varieties, has been clarified. *Scientific novelty*: the features of conceptual research in the design development of author comics were studied, and the need to use the methodological principle of incomplete understanding of the object when working on this problem was noted in order to develop the theoretical and methodological basis of their research in design theory, aesthetics, and art education. *The practical significance* of this research lies in the fact that it draws attention to the need for a more in-depth understanding of the role of aesthetics in the publication of comics and their visual content, as this will contribute to improving the aesthetic competence of graphic designers involved in the creation of comics.

Key words: comics, visual culture, visual art, publication aesthetics, form creation, design, graphic design, conceptual search in design project, digitization, methodological principle of «incomplete comprehension of the object», aesthetic competence of a designer.

Стаття отримана 4.06.2025
Стаття прийнята 29.06.2025
Стаття опублікована 22.12.2025