

7. Medynska O. (2019). Vykorystannia innovatsiinykh tekhnolohii u pidhotovtsi maibutnikh zhurnalistiv [Use of innovative technologies in the training of future journalists]. *Obrrii drukarstva*, 1 (7), pp. 100-110. Available at: <http://horizons.vpi.kpi.ua>.
8. *Standart vyshchoi osvity Ukrainy: pershyi (bakalavrskyi) riven, haluz znan 06 Zhurnalistyka, spetsialnist 061 Zhurnalistyka*. (2023). Available at: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2021/07/28/061-Zhurnalistyka-bakalavr.28.07-1.pdf>.
9. Shyian V. (2014). Osoblyvosti ta suchasni tendentsii pidhotovky fakhivtsiv z reklamy i zviazkiv z hromadskistiu [Peculiarities and modern trends of training specialists in advertising and public relations]. *Sotsialni komunikatsii v interkulturnomu prostori: mizhkontynentalnyi dialoh intelektualiv : materialy Mizhnarod. nauk.-prakt. konf.*, 13 lystop., pp. 131—137. Available at: <https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/4908>.
10. Yanenko Ya. (2013). V. Reklama yak fenomen ukraïnskoi kultury [Advertising as a phenomenon of Ukrainian culture]. *Dialoh mov — dialoh kultur. Ukraina i svit : zbirnyk materialiv Tretoi mizhnarodnoi naukovoï Internet-konferentsii z ukrainistyky*. Munchen — Berlin — Washington: Verlag Otto Sagner, pp. 922—930.

Надійшла до редакції 9 лютого 2023 року

УДК 070.449.8:741.5](477)(045)
DOI: 10.36273/2076-9555.2023.2(319).13-18

Ірина Лиса,
аспірантка

Житомирського державного університету імені Івана Франка,
e-mail: ira.lisa2806@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7581-7398>

Комікси як окремий складник структури медіапростору

У статті розглянуто комікси як окремий складник структури сучасного українського медіапростору. Визначено теоретичні аспекти поняття "коміксова журналістика" та проаналізовано перспективу використання комікс-матеріалів у вітчизняному інформаційному просторі.

З'ясовано, що комікси є ефективним засобом передавання інформації, здатним не лише ефективно привертати увагу читачів, а й утримувати її. Водночас через складну візуальну форму комікс-матеріали потребують більше трудовитрат і часу на створення, що унеможливорює їх використання у "швидкій" журналістиці. Попри специфічні особливості, комікси є важливим елементом структури медіапростору, оскільки дають змогу ефективно висвітлювати інформацію, що не потребує оперативності.

Ключові слова: візуалізація; комікс; коміксова журналістика; комікс-матеріал; мальопис; медіапростір

Постановка проблеми. Сучасний інформаційний простір має мінливий характер, який залежить від динаміки розвитку інноваційних технологій і появи нових методів розгортання комунікаційного процесу в суспільстві. Ці тенденції зумовлюють потребу створення модернізованих засобів трансляції інформації різного характеру, зокрема публіцистичної (журналістської). Науковці В. Башманівський і Л. Башманівська наголошують на важливості образного висловлювання думок та швидкій адаптивності ЗМІ в сучасному інформаційному середовищі [1, с. 26—30]. Ці чинники впливають на адаптивний характер реципієнтів, що також залежить від швидкості інформаційного потоку. Саме тому комікси є доволі перспективним і цікавим способом трансляції інформації, який може слугувати допоміжним методом оформлення публікації чи самостійним журналістським матеріалом. Звісно, цілісні графічні історії радше є експериментальними, а більшість науковців надають їм контroversійний характер через складний

процес створення. У час "швидкої" журналістики тривалий процес підготовки може актуалізувати питання доцільності використання коміксів у медіа, проте вітчизняні науковці Б. Філоненко [11], Д. Белов [2], С. Хлестова [12] зазначають про ефективність виконання комунікативної функції комікс-матеріалів, що зумовлює їхню наукову цінність для суспільства.

Аналіз досліджень і публікацій. Слід зауважити, що більшість досліджень, присвячених коміксам, здійснили закордонні науковці, зокрема А. Шпігельман, Дж. Арчер, Дж. Палілоніс, В. Вебер, Д. Сакко, Ск. Маклауд, Р. Данкер, М. Сміт, П. Левіц та інші. Поміж цих праць варто виокремити посібник Р. Данкера, М. Сміта та П. Левіца "Сила коміксів", у якому розглянуто історію й культуру творення мальописів, їхню жанрову різноманітність і вплив на формування світового медіапростору [5, с. 16].

У вітчизняній науці також наявні спроби дослідження різноманітних аспектів комікс-мистецтва. Наприклад, С. Хлестова розглядає питан-

ня формування історичного підґрунтя творення коміксів у східній Європі [13]; Д. Белов порушує проблему коміксів у сучасній гуманітаристиці [2]; Н. Космацька з'ясовує особливості сучасних коміксів [7].

О. Гудошник і С. Хлестова виокремлюють комікси як частину теорії журналістики, заважаючи про їх мультимедійність, а також контекстність трансмедіальної наратології дискурсу графічної літератури [4; 12; 13]. Дослідниці оперують терміном "коміксова журналістика", потрактовуючи її як один із напрямів журналістики, в якому для передавання інформації використовують графічні історії й різноманітні візуалізаційні засоби. О. Гудошник розглядає цей термін, як "парасольковий", такий, що об'єднує різні жары коміксового мистецтва у графічний сторітелінг [4, с. 33].

Трансмедіацію коміксу зумовлено глобалізацією інформаційного простору, що охоплює різні стилі, форми та жанри медіа. Саме цей чинник дає змогу журналістам міксувати та експериментувати із засобами й методами донесення інформації до реципієнтів. Автентичність комікс-матеріалів, якої досягають завдяки використанню художніх засобів, здатна покращити емпіричне відчуття читача, що посилює виразність і вплив матеріалу.

Отже, науковці розглядають комікси як невіддільну частину українського медіапростору, наголошують, що їх можна використовувати як певну медіатехнологію [3; 11], акцентують на важливості вивчення мальовписів, адже вважають їх ефективним і переконливим засобом комунікації, який легко запам'ятовується завдяки візуальній формі. Водночас, попри перспективність графічних історій як окремого сегмента медіа, у вітчизняній науці проведено замало досліджень за пропонованою тематикою, що актуалізує порушену проблему.

Наукова новизна статті полягає в дослідженні коміксів як окремого засобу трансляції суспільно важливої інформації через візуалізацію фактів і використання інфографічних елементів для утримання уваги реципієнтів. На сучасному етапі візуалізація є доволі ефективним засобом передавання інформації, що свідчить про перспективність використання комікс-матеріалів у сучасній журналістиці.

Метою статті є дослідження коміксів як окремого складника теорії журналістики, а також визначення парадигми функцій комікс-матеріалів на теренах сучасного українського медіапростору.

Виклад основного матеріалу дослідження. Мистецтво коміксу є невіддільним елементом

багатьох світових культур, насамперед американської та японської. У культурній і мистецькій сферах України мальовписи також посідають вагоме місце, адже щороку у вітчизняному медіапросторі з'являються нові зразки комікс-літератури, які не лише привертають увагу читача, а й змушують поринути у графічну історію.

Р. Данкер, М. Сміт і П. Левіц зазначають, що "окремого медіа під назвою «комікс» не існує" [5, с. 17], а за "Енциклопедією сучасної України" "медіа — це канал передачі інформації, який використовує певні засоби й інструменти зберігання та передачі інформації" [6].

Термін "комікс" є загальноприйнятим і позначає послідовно складені зображення, котрі можуть супроводжувати текстові конструкції. Американський дослідник і літератор С. Макклауд пропонує розділяти мистецтво коміксів на комік-буки (comic book) та комік-стріпи (comic strip) [13]. Проте в українській комікс-культурі поняття "comic book" і "comic strip" перекладають як "комікс" чи замінюють терміном "мальовпис", при цьому частково втрачається діапазон значення терміна.

Основним архітектонічним складником будь-якого коміксового продукту є кадр (панель) — окремий фрагмент сторінки, у якому зображено частину історії. Зауважимо, що для цілісності композиції всі зображення та текстові компоненти (діалогічні хмари або фрейми) мають бути гармонійно об'єднані у смислово єдність кадрів. Слід також пам'ятати, що основною одиницею творення будь-якого коміксу є малюнок, який у поєднанні з текстом може слугувати ефективним методом комунікації між журналістом і реципієнтом.

М. Стівенс називає комікс-журналістику новим явищем у медіапросторі, що має вагомий сенс, глибину й власні складники формування, які потребують додаткових зусиль від автора під час створення та від читачів у процесі сприймання [16]. Звісно, завдяки візуальним елементам легко привернути увагу реципієнтів, але непідготовлений читач витратить більше часу на читання комікс-матеріалів, аніж на продукти традиційної журналістики, оскільки має не лише сприйняти текстовий матеріал, а й провести аналіз зображення, розглянути дрібні деталі, подані на панелях, оцінити атмосферу історії, переданої через малюнок, а не текст.

Мальовписи існують у медіапросторі як самостійні мистецькі продукти, в яких для комунікації з реципієнтами використовують графічні прийоми та інфографіку, саме тому комікс-технологія здатна позитивно вплинути на розвиток вітчизняного медіаполя.

Використання графічних публікацій у засобах масової інформації дає змогу увиразнити виклад звичної інформації. О. Гудошник описує трансмедійний характер коміксів, пояснюючи це тим, що завдяки візуальним засобам передавання інформації легше вплинути на різні типи аудиторії [4, с. 33—34]. Наприклад, коли читач лише оглядово ознайомлюється навіть із найпростішим коміксом, то на підсвідомому рівні формує комунікативний зв'язок між собою та графічним матеріалом. Зауважимо, що інформація в коміксах подається через візуалізацію, емпіричне сприйняття та ефект "погляду крізь вікно", що впливає на краще сприйняття матеріалу. Напругу між написаними словами й зображеннями доцільно використати для висвітлення невизначеності, неоднозначності та іронії, які інші засоби масової інформації можуть навмисно чи неусвідомлено ігнорувати.

У будь-якому разі формується особливий стиль трансляції інформації, якому притаманні специфічні композиційні елементи (панелі, фрейми, ракурси, плани зображення, імітації світла, звуку тощо). Ці засоби допомагають створити цілісний медіапродукт, що має донести до користувача розуміння й "сенсорне" відчуття певних подій, свідком яких він не був. Саме завдяки ефекту "погляду крізь вікно" людина може відчути себе учасником будь-якої комікс-історії, пережити ті самі емоційні потрясіння, що й герої.

Водночас особливості творення мальовисів свідчать про їх низьку ефективність у "швидкій" журналістиці, адже автор має працювати не лише над текстовим описом події, а й над візуальним оформленням матеріалу, що потребує значних зусиль і часу. Створення коміксів неможливе без спеціальних знань і вмінь авторського складу, оскільки над однією графічною історією зазвичай працює команда: автор тексту, художники, графічні дизайнери, ілюстратори тощо. Однак попри складність процесу створення, формат коміксів дає змогу виразно описувати історично значущі події, створювати репортажі й журналістські розслідування, що не потребують оперативного висвітлення фактів.

Коміксам властива трансляція відомостей через суб'єктивізм, оскільки наявні знання містять низку концептуальної й чуттєвої інформації, образів, сформованих на основі особистісного досвіду автора. Візуальна інтерпретація реальних подій дає змогу журналістам і художникам використовувати нові методи викладу фактів, надаючи читачеві альтернативний спосіб сприймання новинної чи історичної інформації через малюнок. Ця властивість зумовлює вагому роль

коміксів у медіапросторі, адже 90% інформації, яку засвоює мозок людини, є візуальною, і читачі сприймають її у 60 тис. разів швидше, аніж текстову.

Комікс-репортаж є доволі молодим жанром української журналістики, тоді як для американських та німецьких медіа — це поширений спосіб подання матеріалів, який давно здобув прихильність аудиторії [8; 15]. Наприклад, німецький художник і графічний дизайнер Р. Кляйст від 2016 р. активно публікує графічні новели й комікс-репортажі в німецьких виданнях *Reprodukt*, *Edition 52*, *Ehara*, *Landpresse*, *Carlsen*. Найпопулярнішою стала серія коміксів *Berlinoir*, в якій автор запропонував альтернативний погляд на історію Берліна, спричинивши чимало дискусій [10].

Німецька журналістка й комікс-художниця У. Люст також часто використовує графічні історії для створення репортажів. У 2001 р. світ побачила повноцінна збірка комікс-репортажів "Шпиґун за буднями" (*Spion für den Alltag — comic-berichte aus BERLIN*). Мальовис уміщує дві історії про дівчину з Відня, яка призвичаюється до життя в новому місті, зустрічає багато цікавих людей та вирішує проблеми, що виникають на її шляху.

Упродовж останнього десятиліття комікс-культура стає дедалі популярнішою на теренах вітчизняної медіаіндустрії, а графічні історії часто становлять предмет наукових досліджень. Посилення уваги до мистецтва мальовису в українському медіапросторі спричинено переходом суспільства на інформаційний етап розвитку. З одного боку, з допомогою інформаційних технологій створюють нові носії інформації, з іншого — триває пошук оптимальних для сприйняття й розуміння форм подання повідомлень. У цьому контексті комікс забезпечує легкість сприйняття інформації завдяки наочності та повторенню персонажів у більшості кадрів. Завдяки синтезу тексту та зображення можна точно й виразно передати емоції, почуття, міміку героїв, що є перевагою мальовису як медіаповідомлення. Дослідник графічної літератури Б. Філоненко називає сучасні комікси "наднаціональним" видом мистецтва, оскільки вони зрозумілі будь-якому пересічному читачеві [11].

Сегмент комікс-видань українського видавничого ринку активно розвивається від 2014 р. У 2019 р. власник і директор вітчизняного видавництва коміксів *Vovkulaka* Я. Мішенів зауважував: "Коміксовий ринок бурхливо розвивається в Україні 3-й рік поспіль. Після вибухового 2017-го, коли кількість виданих коміксів за один рік стала більшою ніж за останні 5—6 років, настав рік поступового зростання — у 2018-му

році видавці аналізували, чи не є ця популярність мильною бульбашкою і поступово розвивали нішу мальованих історій, почали долучатися нові гравці. І от на кінець 2019-го року ми маємо знов дивовижні результати..." [8].

Щороку дедалі більше видавництв беруться за проєкти, пов'язані з графічними історіями, проводяться фестивалі, присвячені мальованим героям. Наприклад, від 2018 р. у Києві проходить наймасштабніший фестиваль коміксів і косплею Comic Con Ukraine, де можна придбати найсвіжіші випуски перекладених і вітчизняних мальованців, а також познайомитися з авторами й художниками. І хоча україномовний комікс потребує більшої уваги з боку суспільства, він поступово завойовує належне місце у сучасному медійному просторі. Українські автори переймають найкращий досвід закордонних коміксів і адаптують його для місцевої аудиторії, завдяки чому на ринку з'являється самобутній та оригінальний медійний продукт. Найбільшими українськими видавництвами, які просувають комікси, є Vovkulaka ("Вовкулака"), "Ірбіс комікси", "Рідна мова", Northern Lights ("Північні вогні"), Molfar Comics ("Мольфар Комікс") та інші.

З початком воєнних дій на території нашої країни набули поширення історичні комікс-історії, що розкривають проблеми української культури та становлення українців як національно свідомої нації. Особливістю цих графічних історій є домінування козацької тематики й зображення головних героїв у класичному образі "козака".

Тематика сучасних українських мальованців доволі широка та зорієнтована на різну вікову категорію читачів. Це здебільшого графічні історії, сповнені політичними й патріотичними сенсами, сюжети яких віддзеркалюють знакові історичні події й постаті, через міфи й легенди розкривають культурну спадщину нашого народу.

Вітчизняні комікси набувають вагомого суспільного значення, адже їхній контент суголосний з актуальними соціальними, політичними та економічними проблемами. Так, гострою соціальною спрямованістю вирізняється комікс

"Сама винувата", присвячений суспільній стигматизації жертв сексуального насильства. Мальованець створено на основі реальної історії, адаптованої українською письменницею М. Блиндюк [3]. Комікс став частиною медіапроєкту журналу соціального мальованця Inker, що спеціалізується на графічній журналістиці.

Щодо воєнної тематики, то 2022 р. видавництво UA Comix разом із журналом Inker створили графічну історію "Маріуполь" [14], в якій відтворили реальні історії людей, яким пощастило залишити блокадне місто.

Зауважимо, що воєнні події в Україні вплинули не лише на вітчизняний, а й на світовий медіапростір. Так, у Литві, США та Польщі було репрезентовано збірку коміксів "Перемога", темою якої став героїзм українців під час повномасштабного вторгнення РФ. Над виданням працювали вітчизняне видавництво The Will Production і компанія Art Nation. Кожну з дев'яти графічних новел створено в авторському стилі й присвячено історії певного героя, як-от Привид Києва чи захисники "Азовсталі" [9].

Висновки. Сучасні комікси мають вагомий потенціал медіапродукту, адже завдяки графічному формату можна унаочнити виклад соціально значущої інформації, розкрити для суспільства, особливо молодого покоління, важливі історичні події. Досвід Німеччини та США свідчить, що мальованці також дають змогу ефективно доносити до аудиторії репортажі й новинні матеріали.

Використання графічних історій у журналістиці допомагає візуалізувати реальність й "освіжити" фактичні дані. Візуалізація зумовлює емпіричне сприйняття світу, що дає змогу не лише опрацювати й засвоювати факти, а й переконувати читача. Водночас комікси залишаються окремим видом мистецтва, який відрізняє трудомісткий творчий процес створення й трансляції інформації. Попри те, що мальованець не можна віднести до самостійного медіа, він є вагомим складником структури сучасного медіапростору, еволюційною віхою розвитку теорії журналістики.

Список використаних літератури та джерел

1. Башманівська Л. Стилістика засобів масової інформації як навчальна дисципліна в підготовці майбутнього журналіста / Любов Башманівська, Валерій Башманівський // Вісник Книжкової палати. — 2022. — № 6. — С. 26—30.
2. Белов Д. Дослідження коміксу в сучасній гуманітаристиці / Д. Белов // Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук. — 2021. — № 8. — С. 27—50.
3. Сама винувата // Inker. 2021. — Режим доступу: https://reporters.media/sama-vynuvata-inker/?fbclid=IwAR3_BMDRsC6ozMWJ3_tddK8ZxbKbTQvijiSww2X2rteagzpWL0iihq6-8Q_E (дата звернення 23.01.2023). — Назва з екрана.

4. Гудошник О. В. Трансмедіальні наративи коміксової журналістики: світовий та український досвід / О. В. Гудошник // *Communications and Communicative Technologies*. — 2020. — Вип. 20. — С. 32—41. — Режим доступу: https://www.dnu.dp.ua/docs/zbirniki/fszmk/program_5e58ed31a3e2d.pdf (дата звернення: 25.01.2023). — Назва з екрана.
5. Данкер Р. Сила коміксів. Історія, форма й культура / Р. Данкер, М. Сміт, П. Левіц; пер. з англ. Д. Скорбатюк. — Київ: ArtHuss, 2020. — 512 с.
6. *Media* // Енциклопедія сучасної України. — Режим доступу: https://esu.com.ua/search_articles.php?id=66085 (дата звернення: 25.01.2023). — Назва з екрана.
7. Космацька Н. В. Мова сучасного коміксу як явища масової культури / Н. В. Космацька // *Мова і культура*. — 2012. — Вип. 15. — С. 15—20. — Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Mik_2012_15_4_5 (дата звернення: 20.01.2023). — Назва з екрана.
8. Мішенев Я. Комікси в Україні — підсумки 2019 / Ярослав Мішенев // *UA GEEK*. — Режим доступу: <https://ua geek.space/komiksy-v-ukraini-pidsumky-2019/#gs.orgfsz> (дата звернення 25.01.2023). — Назва з екрана.
9. *Перемога*: комікс / О. Корешков [та ін.]. — Київ: Art Nation, 2023. — 212 с.
10. Семенюк О. Мама, я малюю репортаж: чим живе німецька комікс-журналістика / Олена Семенюк // *Media lab*. — Режим доступу: <https://medialab.online/news/mamayamalyuyuy-reportazh-chy-m-zhy-ve-nimets-ka-komiks-zhurnalisty-ka/> (дата звернення: 26.01.2023). — Назва з екрана.
11. Пухарев П. Борис Філоненко: Робити комікси з національними героями зараз на часі / Пилип Пухарев // *Читомо*. — Режим доступу: <https://archive.chytomo.com/book-art/boris-filonenko-robity-komiksi-z-nacionalnimi-geroyami-zaraz-na-chasi> (дата звернення 25.01.2023). — Назва з екрана.
12. Хлестова С. В. Потенціал коміксу як медіаповідомлення: на прикладі текстів про збройну агресію РФ на Донбас ("Кіборги" та "Перехрестя. Дев'ять історій про війну та насильство") / Світлана Хлестова // *Вісник Львівського університету*. — 2019. — № 46. — С. 281—288.
13. Хлестова С. В. Комікс-журналістика у Східній Європі: історія й особливості функціонування / С. В. Хлестова // *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія "Соціальні комунікації"*. — 2019. — № 15. — Режим доступу: <https://periodicals.karazin.ua/sc/article/view/15111> (дата звернення: 19.01.2023). — Назва з екрана.
14. *Маріуполь* // *Inker: Журнал соціальних мальописів*. Випуск 1. — Режим доступу: <https://inker.world/vypusk-1-mariupol/>. — Назва з екрана.
15. McCloud S. *Making: Storytelling of Comics, Manga and Graphic Novel* / S. McCloud. — New York: Harper, 2006. — 273 с.
16. Stephens M. *Journalism and News: Untangling Their Histories* / M. Stephens. — Mode of access: <https://journalism.nyu.edu/publishing/beyondnews/2011/03/13/journalism-and-news-untangling-their-histories> (accessed 26.01.2023). — Title from the screen.

Iryna Lysa,

Postgraduate Student

of Zhytomyr Ivan Franko State University

Comics as a separate component of the media space structure

The article defines the comics as a separate component of the structure of the modern Ukrainian media space. The theoretical aspects of the concept of "comic journalism" are reflected and the perspective of using comic materials in the modern information space is analyzed. As a result, it was determined that comics are an effective means of conveying information, which not only successfully attract the attention of readers, but also retain it. However, due to the complex visual form, comic materials require more labor and time to create them, which makes it impossible to use comics in "fast" journalism. Despite this, comics are an important component of the structure of the media space, it is convenient to highlight information that does not require promptness.

Keywords: *visualization; comic; comic journalism; comic material; sketch; medispace*

References

1. Bashmanivska L. & Bashmanivskij V. (2022). Stilistika zasobiv masovoyi informaciyi yak navchalna disciplina v pidgotovci majbutnogo zhurnalista. *Visnik Knizhkovoyi palati*, 6, pp. 26—30.
2. Byelov D. (2021). Doslidzhennya komiksu v suchasnij gumanitaristici. *Ukrayinskij zhurnal z bibliotekoznavstva ta informacijnih nauk*, 8, pp. 27—50.
3. Sama vinuvata. (2021). Inker. Available at: https://reporters.media/sama-vynuvata-inker/?fbclid=IwAR3_BMDRsC6ozMWJ3_tddK8ZxbKbTQvijsWw2X2rteagzpWL0iihq6-8Q_E [Accessed 23.01.2023].
4. Gudoshnik O. V. (2020). Transmedialni narativi komiksovyi zhurnalistiki: svitovij ta ukrayinskij dosvid. *Communications and Communicative Technologies*, 20, pp. 32—41. Available at: https://www.dnu.dp.ua/docs/zbirniki/fszmk/program_5e58ed31a3e2d.pdf [Accessed 25.01.2023].

5. Danker R [et al.]. (2020). *Sila komiksiv. Istorija, forma j kultura*. Kyiv: ArtHuss.
6. *Media*. (2023). Encyklopediya suchasnoyi Ukrainy. Available at: https://esu.com.ua/search_articles.php?id=66085 [Accessed 25.01.2023].
7. Kosmacka N. V. (2012). Mova suchasnogo komiksu yak yavisha masovoyi kulturi. *Mova i kultura*, 15, pp. 15—20. Available at: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=Mik_2012_15_4_5 [Accessed 20.01.2023].
8. Mishenov Ya. (2023). *Komiksi v Ukraini — pidsumki 2019*. UA GEEK. Available at: <https://uageek.space/komiksi-v-ukraini-pidsumky-2019/#gs.orxfsz> [Accessed 25.01.2023].
9. Koreshkov O. [ta in.]. (2023). *Peremoga : komiks*. Kyiv: Art Nation.
10. Semenyuk O. (2023). *Mama, ya malyuyu reportazh: chim zhive nimecka komiks-zhurnalistika*. Media lab. Available at: <https://medialab.online/news/mamayamalyuyu-reportazh-chy-m-zhy-ve-nimets-ka-komiks-zhurnalisty-ka/> [Accessed 26.01.2023].
11. Puharyev P. (2014). *Boris Filonenko: Robiti komiksi z nacionalnimi geroyami zaraz na chasi*. Chitomo. Available at: <https://archive.chytomo.com/book-art/boris-filonenko-robiti-komiksi-z-nacionalnimi-geroyami-zaraz-na-chasi> [Accessed 25.01.2023].
12. Hlestova S. V. (2019). Potencial komiksu yak mediapovidomlennya: na prikladi tekstiv pro zbrojnu agresiyu RF na Donbas ("Kiborgi" ta "Perehrestya. Dev'yat istorij pro vijnu ta nasilstvo"). *Visnik Lvivskogo universitetu*, 46, pp. 281—288.
13. Hlestova S. V. (2019). Komiks-zhurnalistika u Shidnij Yevropi: istoriya j osoblivosti funkcionuvannya. *Visnik Harkivskogo nacionalnogo universitetu imeni V. N. Karazina. Seriya "Socialni komunikaciyi"*, 15. Available at: <https://periodicals.karazin.ua/sc/article/view/15111> [Accessed 19.01.2023].
14. *Mariupol*. (2023). Inker: Zhurnal socialnih malopisiv. Vipusk 1. Available at: <https://inker.world/vypusk-1-mariupol/>.
15. McCloud S. (2006). *Making: Storytelling of Comics, Manga and Graphic Novel*. New York: Harper.
16. Stephens M. (2023). *Journalism and News: Untangling Their Histories*. Available at: <https://journalism.nyu.edu/publishing/beyondnews/2011/03/13/journalismand-news-untangling-their-histories> [Accessed 26.01.2023].

Надійшла до редакції 16 лютого 2023 року

РЕЦЕНЗІЇ

Музеологія: погляд з Одеси



Гребцова І. С. Музеологія : навч.-метод. посіб. / І. С. Гребцова. — Одеса : Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, 2020. — 142 с.

Підготовка фахівців у галузі музейництва та охорони пам'яток, що здійснюється у профільних закладах вищої освіти України, потребує навчальної літератури, яка висвітлюватиме теоретичні та прикладні аспекти збереження й популяризації культурної спадщини країни.

Цій темі присвячено посібник І. Гребцової — докторки історичних наук, професорки, завідувачки кафедри всесвітньої історії факультету історії та філософії Одеського національного університету імені І. І. Мечникова. Видання є складовою частиною загального курсу "Пам'яткознавство та музеологія", який авторка викладає студентам-історикам.

Окрім вступу, посібник містить 10 тем, тематику семінарських занять, завдання до само-

стійної роботи з курсу "Музеологія", словник використаних термінів і понять (94 позиції), програму музейної практики студентів-істориків на прикладі музеїв Одеси та Одеської області, список рекомендованих джерел і літератури. Кожна тема має питання для самоконтролю.

У темі 1 "Музеологія як наукова дисципліна" (с. 5—15) розкрито погляди дослідників на визначення, об'єкт, предмет і структуру цієї науки. Слід зазначити, що дослідниця вважає музеологію міждисциплінарною наукою, і в цьому контексті доцільно було б продемонструвати взаємозв'язки та відмінності з пам'яткознавством.

Появу терміна "музеологія" І. Гребцова відносить до кінця XIX ст. і пов'язує його з діяльністю німецького фахівця Й.-Г. Грассе, який уперше використав це поняття в публікації "Музеологія як наука" (1883) (с. 7). Проте зауважимо, що німецький термін "museumkunde" ("музеєзнавство") ще у 1816—1818 рр. у мистецтвознавчих працях вживав Й.-В. Гете¹.

¹ Goethe's Sämtliche Berufe in fundvierzig Banden. Leipzig : Philipp Reclam jun, S. A. 1858. Bd. 35—37.