

7. Jean Baudrillard. Simulacra and Simulations. Paris: Editions Galilée, 1988. 164 p.

8. Imagination Beyond Nation. Latin American Popular Culture / Ed. by Eva P. Bueno and Terry Caesar. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 1998. 254 p.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-279-4-71>

Панасенко М. О.

магістр журналістики,

Запорізький національний університет

МАНХВА ТА ВЕБТУН ЯК РІЗНОВИДИ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Наприкінці 1990-х років корейські комікси поширилися настільки, що назва «манхва» тепер циркулює як неологізм у багатьох мовах. Укорінившись у повсякденному житті навіть за межами Південної Кореї, «манхва» стала простим для розуміння ярликом, який можна використовувати для різних цілей, навіть якщо вони здаються суперечливими. Корейські політики, наприклад, часто говорять про манхву, в контексті «м'якої сили» та просування або поширення корейського контенту [3, с. 249]. У той же час деякі читачі піддають критиці манхву в цілому, висловивши стурбованість з приводу «віртуальної порнографії» та потенційної шкоди іміджу Кореї за кордоном [3, с. 250]. Якими б протилежними не здавалися ці позиції, обидві мають спільні риси: широке узагальнення «манхви» і націоналізуюче посилення на «Південну Корею». Такі схильності поширені у Кореї і є винятковими для тих, хто має невиразне уявлення про таку літературу, обмежуючись милими або сексуалізованими зображеннями.

Наразі слово «манхва» використовується як в корейській, так і в європейських мовах як позначення корейських коміксів, але до 1980-х років такий термін семантично не обмежувався корейськими творами [4]. Різноманіття сюжетів перемістилося із зарубіжних країн до Південної Кореї, що особливо помітно у сунджон-манхві (комікси для дівчат). Зарубіжного інтересу до видання паперових версій не існувало, доки фанати не взяли на себе ініціативу розвивати ринок власноруч.

Двадцять років тому критики вважали манхву надто специфічною у культурному відношенні, щоб привернути увагу широкої західної аудиторії [6, с. 78]. Сьогодні манхва вважається здебільшого глобальним товаром. Попри попередні припущення, її хвалять за здатність долати культурні кордони, використовувати зрозумілі візуальні образи, посилаючись на поп-культуру, меми. В той час, як деякі критики пов'язують цю здатність з оповіданням і візуальною наративністю або з пом'якшеною культурною присутністю, багато фанатів завзято дотримуються справжності, зробленої в Кореї [6, с. 192]. Як правило, в Інтернеті читачі висловлюють думки про те, що можна назвати справжньою манхвою, і зрештою відкидають публікації некорейських авторів або художників за те, що вони недостатньо самотутні та створюють не махву, а комікс.

Сучасна манхва часто розповсюджується через інтернет, це породило нову форму коміксів «Веб-манхва» або «вебтун». Вони відрізняються яскравими кольорами, більш реалістичними зображеннями та високим рівнем роздільної здатності картинки замість стандартних 1200 пікселів – вражаючі 11000. Вебтун рідко з'являється у вигляді друкованого видання, здебільшого залишаючись лише «картинкою в Інтернеті», тому цей вид коміксів довгий час висміювався шанувальниками жанру [5, с. 142]. Однак, цей вид літератури полюбився авторами-початківцями, тому що тут вкрай низький поріг входження: створити продукт і поширити його на особистій сторінці або на спеціалізованих майданчиках. При цьому немає потреби отримувати схвалення від видавців, можна бути вільним у творчості. Відсутність цензури та можливість працювати на обмежену аудиторію дали міцний базис для появи різноманітних форм та жанрів. Наприклад, манхва частіше йде в романтику і романтизацію, які виявляються навіть у тих жанрах, які можуть обійтися без них. Об'єм вебтуну може починатися від однієї сторінки і не закінчуватися.

Багато хто представляє манхву як графічне оповідання, що сприяє зануренню читача, в першу чергу, за рахунок привабливих персонажів та незвичайного малювання [5, с. 136]. Звертаючись до споживачів з великими очима та іншими ознаками миловидності, з дивовижно довгими ногами або стиснутими забавними тілами чибі, з прямим волоссям і такими ж корейськими маркерами відмінності – більшість персонажів занадто гарні, щоб бути справжніми. Тут треба звертати увагу, що стиль малюнку має значення не в останню чергу, тому що після виходу продукту поширюється мерчендайзинг товарів.

Манхва зазвичай характеризується швидким споживанням та семіотичним надлишком. На додаток до свого відображення, вона має

демонструвати надзвичайну різноманітність піктограм, мовних бабблів, ударних ліній, шрифтів, а також захоплюючі композиції з подвійним розворотом. Багатошарові макети сторінок часто підривають традиційну сітку, ефективно спрямовуючи погляд читача через сюжетно-центровані розповіді, динамічне враження якої досягається за рахунок чергування між бігом вперед і паузою. Цей «типовий» вид манхви функціонує не як певний стиль, а як самостійна візуальна мова [1, с. 175]. Тут образотворчі елементи пропонується читати та швидко схоплювати, рідше розглядати та споглядати. Недарма деякі визначають манхву як свого роду комікс, який легко копіювати, і добре відомий той факт, що публікації «Як малювати» послужили важливими воротами для міцного закріплення манхви в молодіжній культурі у всьому світі [2, с. 121]. Іншими словами, манхва як «мова» складається, перш за все, із вельми умовних образотворчих знаків, які митці та читачі запам'ятовують для можливості відтворення, що докорінно відрізняється від модерністської концепції «мистецтва». Для відданих шанувальників внутрішня якість окремої манхви як графічного твору менш важлива, ніж її потенціал як тексту для полегшення відносин та посередництва субкультурних спільнот. Таким чином, типова манхва – це не самодостатній «графічний роман» одного автора, а щось на кшталт серіалу, дія якого розгортається зважаючи на реакцію читачів і не обов'язково веде до наперед визначеного завершення. У цьому сенсі манхва, як правило, уникає модерністської концепції оригінальності, її чарівність багато в чому пов'язана з культурним поширенням, переглядом та підтвердженням цінності шляхом копіювання та пародії.

На перший погляд найпопулярніші вебтуни можуть справляти враження ескапістських споживчих товарів, які заохочують захоплення молоді субкультурними фантазіями. Мейнстримна манхва служить, перш за все, для самоствердження читачів, а не, як можна було б очікувати, виходячи з їхньої семіотичної щільності, руйнації звичок, що вкорінилися. Зміна погляду, що переважає у багатьох основних манхвах, є посткритичним. Іншими словами, навіть якщо вони закликають до естетично-саморефлексивного читання, це не породжує критичну дистанцію [2, с. 110]. Досвідчені читачі звикли, наприклад, до інтертекстуальних посилань, які сигналізують про грайливість, а не необхідність критичного мислення. Емоційні вкладення прихильників ведуть до цілої низки активностей: від фан-арту, косплею та фанфіків до формування відповідних співтовариств знань, побудови теорій та створення окремих ігрових всесвітів.

Завдяки яскравому культурному обміну на ранніх етапах манхва набула естетичної та культурної гібридності, що відповідає вимогам сучасної

глобалізації. З естетичної точки зору комікс можна визначити як гібридне середовище, що поєднує несумісне: темпоральність та просторовість, репрезентацію та матеріальність, повторення та відмінність тощо. У манхві те, що здається несумісним, зіставляється різкіше і надмірніше, ніж в американських чи франко-бельгійських коміксах. Манхва була відкрита для цілого ряду джерел, що тягнуться від корейського живопису тушшю до західної карикатури та коміксів, від фотографії та кіно до анімації, від традиційної риторики до оповідань, запозичених із європейської літератури. Саме та манхва, яка бачила «корейзацію» іноземних елементів, захопила некорейську молодь наприкінці 1990-х років. Отже, те, що сьогодні у всьому світі відоме як манхва, є результатом міжкультурного обміну, а не виключно «корейського».

Якщо в манхві можна знайти корейські риси, то вони не у відомих декораціях і мотивах, а скоріше у стосунках, які створює «типова» манхва між читачами та персонажами і, що найважливіше, між читачами та автором. Нещодавні процеси культурної глобалізації припускають, що певний вид манхви став популярним у всьому світі не через особливе значення, а через репрезентативну «порожнечу», так би мовити, через те, що надає певні форми або рамки, які можна по-різному заповнити [1, с. 174]. На додаток до фундаментальної гібридності манхви та потенціалу створення спільноти або соцмереж, саме цей формалізм рекомендує вебтуни користувачам у всьому світі. Недарма це сталося не в 1980-х роках, а зовсім недавно. Зрештою, корейські комікси відповідають реальності 21 століття, вагаючись між культурою галактики Гутенберга та віртуальними реаліями інформаційного суспільства. Вони запрошують читачів занурюватися в нове море знаків, кодів та зображальних засобів і, як і раніше, цінувати послідовну розповідь, що змушує рухатися вперед і назад: між фентезі, потойбіччям і постапокаліптичними світами та звичною повсякденністю звичайних людей.

Список використаних джерел:

1. Abdullah A. Incorporating online manga and manhwa to entice cognitive reading and writing strategies. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. 2021. № 11 (7). P. 169–182.
2. Berndt J. Mangaka with an educational mission: On Takemiya Keiko. *Manga: media, art and material*. 2015. № 3. P. 107–137.
3. Christopher J. Dawe. Munhwa through manhwa: using graphic novels to teach global culture. *Localizing and globalizing English education: its challenges and opportunities*. 2013. P. 249–251.

4. Koh D. (Un)making the «Korean» astro boy atom: national manhwa, Korean pop art, and cultural hybridity. *Korea Journal*. URL : <https://doi.org/10.25024/kj.2012.52.1.171>

5. Lestari A., Irwansyah. Line webtoon sebagai industri komik digital. *Jurnal Source Ilmu Komunikasi*. 2020. № 6 (2). P. 134–147.

6. Wang J. From tradition to brand: the making of ‘global’ Korean culture in millennial South Korea. *Columbia University*. 2015. 278 p.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-279-4-72>

Сікорська В. Ю.

*кандидат філологічних наук, доцент,
завідувач кафедри довузівської підготовки,
Одеський національний морський університет*

Бурундукова М. М.

*викладач-методист,
ВСП «Одеський технічний фаховий коледж
Одеського національного технічного університету»*

СУЧАСНА МЕДІАСВІТА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

У XXI столітті медіапростір потрапив у всі сфери людської діяльності та став підвалинами сучасного життя кожної людини. В українському освітньому просторі посутнього значення набуває медіаосвіта, що базується на формуванні медіакультури майбутнього фахівця. Важливого значення в забезпеченні медіаосвіти відіграє масова комунікація, яка закладена в основі всіх соціально-психологічних явищ та особливо сильно проявляється в освітньому процесі.

Сьогодні існує чимало трактувань у науковій думці поняття «медіаосвіта», серед яких, найбільш влучними, на нашу думку, є такі:

1) тенденція в педагогічній науці, яка виступає за засвоєння здобувачами освіти особливостей використання засобів масової комунікації [1];

2) система, яка використовує засоби масової інформації (інтернет, телебачення, газети, радіо, журнали) в розвитку індивідуальних здібностей та особистісних якостей здобувача освіти [2];