

А. Мусин

Казахский национальный университета им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы,
e-mail: jcoolj@mail.ru

КРОСС-ПЛАТФОРМЕННЫЕ ПЕРЕСЕЧЕНИЯ ИЗМЕРЕНИЙ В ТРАНСМЕДИА КОМИКСОВ

Широкое распространение мультиплатформенных инициатив преобразует современный медиаландшафт. Комикс-индустрия, интенсифицированная за счет размещения контента сразу на нескольких платформах, создает собственные измерения и реальность.

Научный анализ функциональных особенностей и признаков трансмедийной среды комиксов позволяет определить основные характеристики аудитории и последователей данного вида массовой культуры, изучить семиотику и графический язык коммуникации, выявить идеологические aberrации, заложить основы картирования казахстанского трансмедийного ландшафта в части веб-комиксов.

Цель исследования: выявить кросс-платформенные пересечения измерений дискурса комиксов, как глобального проекта взаимосвязи стейкхолдеров трансмедийности. Сложную сеть кросс-медиа и трансмедиаизмерений и пространств, синтезирующую художественный, драматический и сценарный продукт, можно считать вирусной идеей, завладевшей умами миллионов. Расширение границ мышления, уход от реальности в мир безмятежных грез становится глобальной сферой взаимосвязей медиапространства, в котором люди могут сформировать мировоззрение, моральные убеждения и политические пристрастия.

В контексте теории социального интеракционизма рассмотрены типологии языковых знаков, проанализированы символы и образы конкретных образцов графического и мультимедийного комикса. Автор приходит к выводу о тотальности влияния медийно-культурной идеологии комиксов на разные возрастные категории фанатов, высоком уровне охвата казахстанского потребителя идеями глобального маркетинга комиксов.

Ключевые слова: трансмедиа, кросс-медиа, комиксы, кино, музыка, театр, сериалы.

A. Mussin

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty,
e-mail: jcoolj@mail.ru

Cross-Platform Intersection of Measurements in Transmedia Comics

The widespread adoption of multi-platform initiatives is transforming the modern media landscape. The comics industry, intensified by placing content on multiple platforms at once, creates its own dimensions and reality.

A scientific analysis of the functional features and signs of the transmedia environment of comics allows us to determine the main characteristics of the audience and followers of this type of mass culture, study the semiotics and graphic language of communication, identify ideological aberrations, lay the foundations for mapping the Kazakhstan transmedia landscape in terms of web comics.

Objective: to identify cross-platform intersections of comic discourse measurements as a global project of interconnected transmedia stakeholders. A complex network of cross-media and trans-media dimensions and spaces, synthesizing an artistic, dramatic and scenario product, can be considered a viral idea that has captured the minds of millions. Expanding the boundaries of thinking, moving away from reality into a world of serene dreams, is becoming a global sphere of interconnected media space in which people can shape their worldview, moral beliefs, and political preferences.

In the context of the theory of social interactionism, typologies of linguistic signs are considered, symbols and images of specific examples of graphic and multimedia comics are analyzed. The author comes to the conclusion about the totality of the influence of the media and cultural ideology of comics on different age categories of fans, the high level of coverage of the Kazakhstan consumer with the ideas of global comic marketing.

Key words: transmedia, cross-media, comics, cinema, music, theater, series.

А. Мусин

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ., e-mail: jcoo@mail.ru

Комикстердің трансмедиасына өлшемдердің кросс-платформалық түйісуі

Контентті бірден бірнеше платформаларда орналастыру есебінен қарқыны артқан комикс-индустрия өз өлшемдері мен шынайылығын жасайды. Мультиплатформалық бастамалардың кең таралуы заманауи медиаландшафтты түрлендіреді.

Зерттеу мақсаты: ғаламдық жоба ретінде трансмедиалық стейкхолдерлер арасындағы комикс дискурсы өлшемдерінің кроссплатформалы қиылыстарын анықтау. Көркем, драмалық және сценарий өнімін синтездейтін күрделі кросс-медиа және трансмедиа-өлшемдері мен кеңістіктер желісін миллиондаған адамның ақыл-ойын билеген вирустық идея деп санауға болады. Ойлау шекарасының кеңеюі, шындықтан беймәлім қиял әлеміне өту адамдардың дүниетанымын, моральдық сенімдерін және саяси қызығушылығын қалыптастыра алатын медиакеңістіктің жаһандық өзара байланысына айналады.

Комикстердің трансмедиалық ортасының функционалды ерекшеліктері мен белгілерін ғылыми талдау аудиторияның және осы бұқаралық мәдениет түрінің ізбасарларының негізгі сипаттамаларын анықтауға, коммуникацияның семиотикасы мен графикалық тілін үйренуге, идеологиялық аберрацияларды анықтауға, веб-комикстер бөлігінде қазақстандық трансмедиалық ландшафты картаға түсіру негіздерін салуға мүмкіндік береді.

Әлеуметтік интеракционизм теориясының контекстінде тілдік белгілердің типологиясы қарастырылды, графикалық және мультимедиа комиксінің нақты үлгілерінің символдары мен бейнелері талданды. Автор комикстердің медиялық мәдени идеологиясы фанаттардың әртүрлі жас категорияларына әсер етуінің жалпыламалығы мен қазақстандық тұтынушыны комикстердің жаһандық маркетинг идеяларымен қамтудың жоғары деңгейі туралы қорытындыға келеді.

Түйін сөздер: трансмедиа, кросс-медиа, комикстер, кино, музыка, театр, сериалдар.

Введение

Актуальность данной проблемы в социологическом контексте определена значимостью влияния комиксов на молодое поколение. Комиксы собирают рекордные просмотры, стремительно наращивая охват аудитории. Первые рисунки в смысловой последовательности, рассказывающие определенную историю, появились более ста лет назад. Сегодня это уже глобальная индустрия с миллиардными бюджетами и тотальными возможностями влияния на молодые умы всего мира. Появление интернета вывело комиксы на новый уровень возможностей.

Современные комиксы стимулируют развитие целого ряда медиаискусств: графика, живопись, скульптура, кино, музыка, сериалы, компьютерные игры, театральные постановки с переодеваниями в любимых героев, фестивали комиксов. Веб-комиксы также порождают бесчисленное множество артефактов: граффити на улицах, мем-культура, арт-фанаты, стикеры в мессенджерах. Все это формирует символический интеракционизм (Дж. Мид), выраженный в «символической коммуникации». Логотипы и персонажи комиксов стали семиотическими знаками, лингвистическими единицами и словоформами языка молодежи.

В течение десятилетий персонажи комиксов Marvel, DC, Mangacomics создают и развивают совершенно новую культовую, глобализованную эпоху героев комиксов, формируя новый тип человека. Появился специфический термин – гик, не получивший однозначного определения в научной литературе. Некоторые ученые описывают его «как неформальную обобщающую дефиницию для выпадающего из мейн-стрима или социально неприспособленного человека» (Казакова, 2018). Психологи считают, что «гики» как субкультура связаны с социальным обособлением и проявлением нарциссизма (Луков, 2015). Ранее «гика» ассоциировали с фанатом фантастики, комиксов, компьютерных игр. Современное понимание термина расширило данную сферу до самых разных направлений. В любом случае, гик крайне увлеченный и компетентный в конкретном аспекте современной культуры человек, носитель уникальных ролевых моделей поведения.

Трансмедийная среда комиксов объединяет бесчисленное количество людей с общими интересами и увлечениями, формируя новый тип человека, который способен жить в вымышленном мире, созданном группой авторов. В этом и есть магия искусства, которая создает измерение бесконечной импровизации воображения, подобно джазовой музыке с бесчисленными формами

эмоциональной реакции или музыкальными интерпретациями произведений художников.

Автор данного исследования сосредотачивает свое внимание на сегменте «супергеройских» комиксов США и японских – Манга. В формате трансмедиаповествования, понятие которого было раскрыто исследователем Генри Дженкинсом, в данной работе также будет изучена взаимосвязь медиаискусств современной эпохи, развивающихся в алгоритме инновационных технологий, стимулирующих творческую энергию служителей многих видов искусств: художников, аниматоров, сценаристов, кинематографистов, авторов и издателей комиксов. Более того, мультиплатформенные проекты активизируют пересечение дискурсов, создавая трансмедийную среду комиксов и кросс-платформенные пересечения измерений.

Методология исследования

Исследователь Скотт МакКлауд утверждает, «что комиксы имеют много общего с фильмами, картинками, которые преднамеренно наложены друг на друга» (МакКлауд, 2007: 370).

Комиксы – это своего рода сценарий, который глубоко раскрывает суть происходящего, главное – сцена, в которой участвуют герои комиксов и кино, демонстрируются эстетические и красочные моменты происходящего: эмоций, драмы, напряжение чувств, и, конечно, сама история, сюжет. Все это есть и в фильмах, сериалах, мультфильмах, театральных постановках: детально проработанная раскадровка происходящего, погружение в волшебный мир Мельпомены и Талии. Однако, если в кино и комиксах много остается на откуп нашего воображения, театр приближен к реальности.

Хейман-Пратт отмечал в своих исследованиях, что «кинопроекционисты использовали комиксы при создании немого кино» (Хейман-Пратт, 2007: 371). Также комиксы сыграли важную роль в создании еще одной революционной технологии – мультфильмы. Многие исследователи солидарны в том, что комиксы и есть мультфильмы, точнее их основные кадры. Самым первым персонажем комиксов считают знаменитого Мики Мауса.

Ключевое отличие комиксов от мультфильмов состоит, по мнению исследователей, в том, что «в комиксах можно увидеть все и сразу, есть парадигма, тогда как фильм – последовательность кадров» (Хейман, Пратт, МакКлауд, 2007: 371). Мультфильмы передают идею, а комиксы рассказывают историю.

Также исследователи Хейман, Пратт, МакКлауд утверждают, что «комиксы часто структурируются в сериал, могут становиться регулярными ежемесячными выпусками» (Хейман-Пратт, 2007: 372), показывая тем самым, насколько глубока кроличья нора истории, уводящая в пучину эмоций и впечатлений.

Специалист медиасторителлинга, Мах Giovagnoli, отметил, что «повествовательные формы неизменны, но разбиваются на короткометражные фильмы, которые позже появляются в кино, теле-шоу, интернете, как для кино, так и для театра» (Мах Giovagnoli, 2011:5). Автор также предлагает считать комиксы в фильмах аналогом сериала. Лиам Бурк указывает на факт «использования рекламного искусства адаптации комиксов к фильмам» (Liam Burk, 2019: 51).

Обзор литературы

Комиксы создают свою отдельную медиaplatformу для читателей и просто фанатов жанра. Они возносят на культовый пьедестал нарисованных героев, которые имеют миллионы фанатов по всему миру, их почитают гики, для них расширяется граница миров альтернативной реальности, множественные измерения воображений авторов, в которые могут погрузиться почитатели комиксов. Так как комиксы говорят о нас, как считают многие исследователи, литературоведы и искусствоведы: «комиксы отражают дух времени». В них воплощается реальность, создаваемая воображением автора, выраженная в субъективной форме, в которой отмечаются детали, на которые мы можем не обратить внимание в обычной жизни. Хорошим примером могут стать газетные комиксы, «говорящие» на понятном читателю языке, с юмором иллюстрирующие социальные проблемы.

Зарубежный исследователь José Nelson Martins de Sousa предложил теоретическую концепцию рассказа истории в формате трансмедиа, обосновывая новую модель взаимосвязи культур в цифровой эпохе (Sousa, MartaN.; Martins, MoisésL. & Zagalo, Nelson 2016: 4). Это совершенно новая форма повествования цифровой культуры для молодежи, которая на данный момент имеет глобальный характер.

Mark Berninger, Jochen Ecke, and Gideon Haberkorn утверждали что «Комиксы – это связующее звено искусств» (MarkBerninger, JochenEcke, and GideonHaberkorn, 2010: 3). По мнению авторов, все в них взаимосвязано, как

клубок ниток, у которого одна нить-идея может присутствовать во всех медиаканалах.

Генри Дженкинс и Кристи Дена разработали «теорию трансмедийного рассказывания историй» (Henry Jenkins, 2016:1). Исследования авторов посвящены основополагающей концепции трансмедиа в Америке.

Графические романы, которые активно раскупают в магазинах комиксов, содержат также собственную философскую идею, которая развивается на протяжении всей истории. Невербальная, не настаивающая на своей правоте графическая литература претендует на новую форму философии XX-XI веков. Многие персонажи графической романистики явно или косвенно формируют новаторскую идеологию. Ярким примером такого развития жанра является работа издательства «DC Comics» с её мрачной, но жизненной формой повествования, гибкой, но все же не уходящей от традиционных канонов репрезентации.

Парадигмой постепенно становится то, что супергеройские комиксы и схожие с ними формы жанра используют один и тот же маркетинговый ход: сюжет всегда таит в себе загадку или же, как общепринято это называть, «пасхалка» или тайна, порождающая большое количество теорий.

Знаменитый актер, Марк Хэмилл, большую часть жизни озвучивающий Джокера, в интервью признался: «Джокер никогда не бывает предсказуемым, пока ты непредсказуем, ты не можешь перестать быть интересным». Жаркие споры и обсуждения на тему комиксов активизируют дискуссию кинокритиков, поддерживая постоянный интерес к теме.

Исследователи Daniel Stein, Christina Meyer, Micha Edlich раскрывали в своих исследованиях такое понятие как «Трансмедиаальная нарратология и трансмедиаальная фокусировка» (Daniel Stein, Christina Meyer, Micha Edlich, 2011: 519).

Новый уровень мышления и восприятия молодого поколения формирует определенные стандарты и требования, близкие к концепции газетных комиксов, которые всегда подмечали самое важное. Митчелл утверждал, что «комиксы могут относиться и к категории графического дискурса» (Mitchell, 2014: 256), в котором весь комикс, по завершении прочтения, напоминает некое умозаключение, что дает толчок к осознанию происходящего.

Материалы и методы

Многие исследователи дискурса отмечают, что отличие комиксов еще и в том, что они

имеют большую свободу повествования, образы комиксов постепенно видоизменяются, актуализируются, осовремениваются, так как они нацелены именно на молодую аудиторию, которая является основным потребителем продукта, а также источником тем и вдохновения.

В знаменитом аниме-сериале «Наруто» (2009), основанном на главе манги (японские комиксы), автором которой является Масаси Кисимото, существует философия воли, а также призывы к патриотизму, сохранению традиционных ценностей и передаче ценного жизненного опыта, преданности своим идеалам. Мультсериал учит молодежь никогда не сдаваться и не бояться, это прекрасный образец несгибаемой воли героев. В центре сериала – Коноха, маленькая деревня, в которой жили персонажи сериала. Деревня, как прообраз Японии, её жители считают себя одной семьей. В заключении сериала все деревни, по примеру Конохи, объединяются, ниндзя и самураи выступают единым фронтом во имя спасения всего и вся. Все персонажи в какой-то степени напоминают японских супергероев.

Первым и самым знаменитым аниме в мировой комикс-индустрии можно считать «Годзилла» (1958). Первый комикс с этим героем был создан автором Шигеру Мизуки в выпуске «Монстер Рабан». Фильм вышел ранее, в 1954 году. Использование образа Годзиллы в фильмах и мультфильмах продолжается по сей день. Данный герой создал в японской культуре целый пласт культуры Кайдзю, что значит «Странный зверь». Также к нему относят знаменитую черепаху «Гамера» (1965), снятую в японском жанре Токусацу. Культовая манга «Могучего атома», он же «Астробой» (1959), «Акира» (1982), «Невероятные приключения ДжоДжо» (1986), «Final Fantasy» (1987) и «Сейлор-мун» (1992-1997), «One Piece» (1997), «Хеллсинг» (1997). Японская манга, являясь оригинальной формой изобразительного искусства, своеобразным литературным явлением, переходит в другие форматы, захватывая все кросс-платформы.

Аудиторию, несомненно, привлекает жесткое, но в тоже время трогательное противостояние между героями и злодеями, окруженное душевной эстетикой и особым состоянием романтики в содержании манги и аниме. Как в манге, так и в американских сериалах имеется общая черта, называемая «Экшн Вестерн». Создается пауза в повествовании, напряженная тишина перед ключевым сражением, тревожное ожидание момента атаки.

Говоря о слиянии американских и японских медиакомиксов, можно указать на сериалы в жан-

ре научной аниме фантастики в стиле «Mecha», который появился в манге в 1958 году, и первые аниме: «Tetsujin 28-go» (1956), «Мазингер Зет» (1972), «GetterRobo» (1975), «Грендайзеры» (1975), «Храбрый Экскайзер» (1990); Мобильный воин Гандам: «Виктория» (1993), «Стальная тревога» (2002) и «Трансформеры» (1980) США. Общим творением стала совместная работа двух стран – «MegasXLR» (2002–2005). Еще одним аниме-шедевром Востока и Запада стал «Афро-Самурай» (1998–2002), созданный на основе серии манги Такаши Оказаки, песни к сериалу записал рэпер RZA из Wu-Tang Clan. «Warcraft: The Sunwell Trilogy», выполненная в стиле манга, – совместная работа OEL manga и Richard Knaak. Warcraft – самая знаменитая игра компании Blizzard Entertainment, которая создавала книги, комиксы, фильмы, мультфильмы. Отсылки к этой игре имеются практически во всех шоу телевидения и интернета. «Batman: Gotham Knight» (2008) – серия аниме-фильмов. К американскому аниме относятся мультфильм и манга «Аватар: Легенда об Аанге» (2005–2008), вариация от DC «Teen Titans» (2003–2006). Телесериал «Power rangers» (1993–2002) был основан на сериале «Super Sentai» (1975).

Результаты и обсуждения

Комиксы – это особое пространство, в котором ярко выражаются наши эмоции и ощущения через воображение и визуализацию сознания, где на глубоком уровне мы можем прочувствовать буквально каждый момент истории, оставляющий после прочтения непередаваемые впечатления от слов героев комиксов, чувства эмпатии и сопереживания героям. Прорисовка комиксов является выражением чувств и условной нитью, соединяющей автора, читателя и комикс как условный ментальный код общения со зрителем, тоже самое происходит и в кино через атмосферу, цветопередачу и музыку.

В сравнении с живописью комиксы имеют схожесть в особом показе момента, но искусство заставляет нас думать, тогда как комиксы даже при одной газетной иллюстрации представлены так, что становится все понятно даже без слов. Об этом также заявлял Хейман-Пратт, утверждая, что комиксы могут существовать и без текста (Хейман-Пратт, 2007: 371). Создавая переход визуализации из двухмерного пространства в трехмерную реальность нашего мира, восхищаются своей детализацией скульптуры и статуи различных персонажей комиксов. В данном случае

можно наблюдать смешение живописной экспрессии и киноинтерпретации. Многие из них становятся игрушками как для детей, так и для взрослых коллекционеров. Комиксы, как считают многие ученые, не являются серьезным видом искусства, но, как и предметы высшей культуры, продаются на аукционе за высокую стоимость не только фигурки, но и атрибуты, аксессуары в магазинах комиксов.

В современных повествованиях мира комиксов появилось место и связи театра с комиксами Голливуда. Например, сценические постановки Marvel в Парижском Диснейленде, в которых актеры исполняют роли из фильма «Мстители» в развлекательном театральном шоу. Это иллюстрация слияния атмосферы театра и кино при живой аудитории фанатов комиксов. В представлении также был балет – смешение театра теней на 3D-проекции. Косплей-постановки с артистами и простыми любителями комиксов также вносят вклад в развитие нового вида театра, многие из них буквально живут своими ролями. Следует добавить, что DC Comics всегда были ближе именно к театру, как в комиксах, так и в других формах повествования.

В Сан-Диего на Comic-Con (2017) артисты озвучивали героев комиксов про Халка, создавая полное погружение в страницы графического романа. Это не является единичным случаем озвучивания комиксов, становящегося формой репрезентации аудиоповествования. Такая форма используется для того, чтобы мысли авторов осознавались максимально точно.

Но Япония никогда не отставала от Америки ни по рейтингу, ни по числу фанатов, поэтому в равной степени ценят труд обеих стран практически все фанаты комиксов. На арене Ченг-ду (2018) состоялось театральное шоу человека по имени O-dog, была создана танцевально-развлекательная постановка аниме-сериала «Наруто» с элементами хип-хоп танцев и кунг-фу. Другим примером является Аниме Экспо-2019, во время которого также проводилось театральномызыкальное представление, и аниме-тур в Лос-Анджелесе в 2020 году.

Таким образом, театральные постановки в скором времени могут потеснить по популярности и произведения знаменитых драматургов, так как это становится новым уровнем культуры для увеличивающейся аудитории. Комиксы в общем смысле – это впечатления от рассказа, словно байки у костра.

Из этого следует, что современные комиксы во всех формах и проявлениях представляют

собой сплав искусств повествования. Как заявлял Митчел в своих работах: «Комиксы – это трансмедиа, включающая в себя сложное переплетение репрезентаций и форм выражения стиля художника, который сохраняет основу и суть идеи своих предшественников» (Mitchell, 2014: 259). Это общее правило в крупных компаниях комиксов, где выражается и развивается личный почерк основателей и прогрессивно развивается последователями, а повествования продолжают до бесконечных масштабов глобальной фан-базой любителей: художников, артистов, создателей видеороликов, очевидно, что это никоим образом не помогает самим создателям комиксов развиваться в нужном направлении. Сложное переплетение форм повествования начинается с комиксов, продолжается за счет фильмов, интернет-мемов и т.д. В то же время в мультфильмах все выражается иначе, так же, как и в играх, там совершенно иные формы историй и изображений культовых героев комиксов, но суть их та же. Каждый художник стремится создать уникальный образ персонажа и это воплощает их родство с мультфильмами и театром, который станет новой точкой опоры для вдохновения, а его эволюционное развитие возможно за счет философского подтекста. Исследователь Митчел замечает, что присутствует «философия в рамках медиа» (Mitchell, 2014: 259). Философия в меди-пространстве крайне гибкая, обширная и нестабильная из-за погони за рейтингом. Но в комиксах философия является ударной, как выстрел пули, поражающий миллиарды умов. Удивительно, как одна мысль способна объединить совершенно разных людей, а именно на это способны комиксы. Философские изречения в комиксах являются фирменной «фишкой» для каждого поколения создателей и фанатов, в некотором роде это особый почерк визуальных искусств. Важно отметить, что комиксы рассчитаны на молодежь, и так через метод дискурса в графическом повествовании устанавливается прямая связь с психологией и социологией. Как утверждают некоторые исследователи, комиксы оказывают особое влияние на общество, так как отражают дух времени, являясь воспитателем для молодежи, мотивируя их быть героями в реальной жизни, как это показано в фильме «Пипец» (2010).

Именно философия является основной идеологией для смешения изображений в трансмедиа, в ней заключается суть, на которую можно опираться авторам идей.

Комиксы создали своеобразную революцию в условиях современной цифровой эпохи, а

именно – объединили на одном экране все формы изображения и демонстраций – от художественных, анимационных до пиксельных.

Комиксы соединены между собой различными историями, персонажами из разных комиксов, которые встречаются на одной странице, формируя таким образом некую вселенную. Но и между этими вселенными существует связь, созданная при помощи трансмедиа, что создает выход на совершенно иные персонажи из других измерений. Chute и Jagoda также говорили о «вэб-контенте и микроблогах геймеров, которые создают блоги о сетевых играх трансмедиа» (Chute, Jagoda 2014: 7). Выражаясь геймерским языком: скины и моды, то есть модели персонажей, – это еще одна связующая нить между кино и компьютерными играми, между знаменитыми играми, такими как: GTA 5, MK 11, там имеется Джокер, Терминатор, Спаун, был создан скин Пеннивайза (литературный персонаж Стивена Кинга), а также знаменитые клоуны убийц в игре «Residentevil 2», множество персонажей комиксов в игре «Injustice 2», в них же были герои Mortal Combat, а также черепашки-ниндзя, которые тоже были созданы по комиксам. Следуют упомянуть о реслинг игре WWE «MarvelvsDC». В них участвуют персонажи различных игр, аниме, фильмов, мультфильмов, комиксов, там имеются абсолютно все формы и образы персонажей, имеющих культовый статус по всему миру, так как транслируются во всех телевизионных шоу, тем самым объединяя то, что так любит зритель, разрушая границы невозможного в бесконечном измерении интересов глобализованного мира. Отсылки в играх и фильмах, – это лишь очередной пример того, что революция трансмедиа соединяет между собой все миры гиков, которые собраны в единую семью, создавая тем самым единый культурный капитал, о котором говорил знаменитый социолог Пьер Бурдьё, об этом же заявлял Joseph Clark: «супергерои – это интеллектуальная собственность и основной поток дохода крупнейших корпораций» (JosephClark 2011: 1). Chute и Jagoda считают, что «трансмедиа – это мультиплатформенный опыт передачи между играми, веб-сериалами и социальными сетями» (Chute, Jagoda 2014: 2). Как связующие нити между собой они принимают все формы медиа рекламы. Хейлз, Ягода и Лемье дали определение: «альтернативная игра в реальность» (ARG). (Chute, Jagoda, 2014: 8).

В стране восходящего солнца игровая индустрия развивалась семимильными шагами: начиналось с манги и серии игр файтинга Street

Fighter (1993) от создателя Масаоми Канзаки. Также был создан цикл фильмов совместно с США, таких как Уличный боец (1994), где главную роль сыграл Жан-Клод Ван Дамм.

Tekken, или же Железный Кулак (1994) – игра, которая переходила в мангу, и фильм «Теккен» (2010), где в главной роли – Кери-Хироюки Тагава.

Слияние двух миров – Японии и США – так же было в игре “Marvelvs Capcom” (1994), где можно увидеть всем известных персонажей аниме и американских супергероев и злодеев.

Комиксы становятся важной частью гигантской культурной индустрии социального интеракционизма молодежи. Все это формирует отдельный мир, в котором так знакомо то, что было создано за последние столетия, а именно идеи авторов из различных стран мира, создавших героев нашего времени. Идеи, которые с течением века лишь совершенствуются и приближаются к реальности.

Трансмедиа комиксов в мире кинематографа также имеет малоизвестные интерпретации супергероев и злодеев. В различных странах об этом вещают Youtube-блогеры, яркими примерами являются китайские индийские японские версии супермена “Человека паука” и “Мстителей”, также имеется турецкая версия, индийский Джокер и т.д. Сами идеи постепенно превращаются в выгодный маркетинговый продукт, который используют в своих целях по всему миру.

Как уже неоднократно отмечалось многими исследователями графических романов, мультфильм – это дитя комиксов, по методу комиксов до сих пор создаются анимационные шедевры. Комиксы проникают во все сферы цифрового искусства, от 3D-версий до анимационных отсылок, как, например, представители мира комиксов появлялись в американском мультфильме «Удивительный мир Гамбола» (который является идеальным примером трансмедиаискусств; это словно музей анимационного искусства, вобравший в себя все версии мультфильмов со всех времен, там имеются отсылки практически ко всем известным человечеству персонажам, а также к комиксам, музыке, фильмам и т.д., это удивительная взаимосвязь, которая создает единую глобальную сеть всех вымышленных персонажей, объединяющую внутренние миры различных молодых людей со всех стран мира; это язык общения между гиками и взрослыми людьми, все логотипы, ссылки, пасхалки, это вся медиаэрудиция молодого поколения). Происходит взаимный пиар между создателями различных

медиаплатформ с целью украшения и привлечения внимания зрителей, создается отдельный мир, в котором могут жить люди, и это язык интеракционизма в трансмедиакомиксов. Другим же прекрасным примером трансмедиа являются Симпсоны, которые транслируются на всех экранах мира с 1989 года по сей день. В одном из эпизодов сериала Барт Симпсон, сын Гомера Симпсона, нарисовал комикс своего отца таким, каким видел его в жизни. Позже он и местная телекомпания создали мультфильм для телевидения, который в сюжете после нескольких сезонов под названием «Папа Зол» вышел в кинотеатрах, – это было трансмедиа внутри сериала. Следует отметить, что Симпсоны также показывают очень много известных персонажей в своем телесериале на канале Fox, таких персонажей, как Бэтмен, Человек-паук, которого изобразил Гомер, женщина-кошка – в исполнении Мардж Симпсон, жена Гомера и т.д.

Также нельзя забывать о музыке в комиксах, обычно на страницах графических рисунков она выглядит как набор звуков, которые можно интерпретировать по-своему. В фильмах существует супергеройская музыка, которая в недавние годы развила собственный жанр мотивирующего звучания храбрости и мрачные ноты злодеяний. Музыка проникает в другие формы жанра музыки, такие как хип-хоп. Ярким примером является знаменитый трек MethodMan«Riddler» (1995). Известный рэпер создал песню и клип для злодея DC comics Загадочника, которого сыграл Джим Керри (этот персонаж создает загадки и лабиринты с умственными манипуляциями). Более того, себя музыкант изобразил в виде Пингвина, также главного врага Бэтмена, ассоциируя себя с видным криминальным авторитетом мира гангстеров. В этой песне выразилось безумие злодеев и атмосфера супергеройских комиксов 90-х годов в лучших хип-хоп традициях, саундтрек был создан к фильму «Бэтмен навсегда» (1995). Помимо этого, свою роль в комиксах сыграл рэпер Eminem в комичной и немного пародийной песне «Withoutme» (2002), где он сыграл себя в виде супергероя по имени «Rapboy», который является отсылкой к классическому Робину из комиксов о Бэтмене. Другой видеоклип в стиле комиксов был создан рэпером Timbaland «Throwitome» (2007), который очень напоминает классические шедевры Френка Миллера – цикл графических романов «Город грехов», создававшийся в 1991–2000 гг. Также напомним о культовом хите норвежской группы A-ha «Take on me» (1983), созданном в стиле комиксов.

Еще одним примером является песня знаменитого композитора игр Джеспера Кида «Joker Theme». Песня была создана для игры на приставке «Sega» – «Приключения Бэтмена и Робина», прямой отсылки к анимационному сериалу о приключениях Бэтмена. В данной музыкальной композиции отразилось безумие Джокера – мрачная цирковая музыка с отдаленным нагнетающим мотивом, создающим прекрасную игровую атмосферу сцены сражения со злодеем. В других уровнях этой игры создается отсылка к фильмам 90-х годов про Бэтмена. Помимо этого, Джеспер создал песню к игре первого уровня X-men.

Но на этом ничего не закончилось, так как в интернете существуют ежемесячные видео рэп-баттлов, где изображаются герои и злодеи комиксов. Их, конечно же, создают сами фанаты и любители. Многие из них не популярные, но очень талантливые рэперы продолжают создавать свои собственные хиты в стиле «Gangstarap», посвященные знаменитым супергероям и злодеям, где посредством музыки выражается их сущность, например, про знаменитого злодея «Пугало», одного из главных врагов Бэтмена, в комикс-клипе «Thefightinside» (2019), автор – Daddyphatsnaps.

В аниме-сериалах часто используется панк-рок музыка и романтические композиции. К примеру, Ёко-Канно, создавшая множество песен для аниме «Призрак в доспехах», Юки Кадзиура писала саундтрек для «Крестовый поход Хроно» (1999), который также основан на комиксах манги. Таку Ивасаки создал песню к сериалу «Невероятные приключения ДжоДжо», Арисава Таканори написал музыку для аниме «Сэйлор Мун». Сагору Косаки создавал песни для игр Теккен, Синдзи Миядзаки был автором песен «Pokemon 2000: Thepowerofone».

Сложная сеть обмена информации, где ключевым переходником являются слухи и то, что люди делятся ими друг с другом, бесконечный поток обсуждения ярких впечатлений и воспоминаний, – это то, что питает трансмедиа и кросс-медиа. Неизбежная эволюция заключается в том, что гаджеты стали продолжением и частью ума, это ментальный синтез технологий и личного пространства человека в его внутреннем мире, это стало основным формой социализации и глобализации человека в обществе. Интернет подключился к миллиардам внутренних миров человечества, где маркетинговые схемы проникают в сознание людей. Это гениальная попытка объединить большое количество людей через персонажей комиксов, фильмов, которые на пь-

дестале славы словно рок-звезды, управляющие сознанием людей, по уровню влияния постепенно начинают превосходить реальных знаменитостей и актеров. Потому что вымышленный образ намного совершеннее, чем реальный.

Трансмедиа и кросс-медиа – это мировая власть маркетинга над потребительским обществом, это бесконечная сеть рекламы, циклическая и в тоже время безмерная, все это приносит постоянный денежный поток. Это бесконечно глубокий мир идей человечества. Комиксы, как неоднократно заявляли многие ученые, – это прежде всего форма потребления, которая постоянно сериализуется. Ежемесячно продаются миллионы экземпляров, затем комиксы переходят в кино, игры, телевидение, книги, игрушки, социальные сети, интернет-магазины. Таким образом, комиксы становятся независимой планетой с огромным количеством телеспутников, которые взаимодействуют друг с другом, объединяя между собой буквально все, что угодно: все формы повествования и самовыражения, мосты между континентами менталитетов. Джон Пратт утверждал, что «Комиксы – это гибридная форма искусства, где литература связывается с другими формами изображений» (HENRY JOHN PRATT, 2009: 107). Именно за счет таких культовых персонажей, как Бэтмен, Супермен и Человек-паук, являющихся иконами трансмедиа-комиксов. Кимберли говорил о франшизах Бэтмена, как о «мульти-опосредованной собственности» (KimberlyAnnOwczarski, 2008: 6), где имеется своя линия последовательности.

Все это формирует отдельную группу людей, которые живут в этом пространстве. Пожалуй, немаловажную роль в трансмедиа также сыграли и сами фанаты – простые любители или же вполне известные блогеры, которые создают фанарты, фильмы, сериалы, мультфильмы, объединяющие различных персонажей в своих работах, и показывают это так, как хотели бы увидеть это они сами. Важной частью народного творчества также являются и мемы, комиксы, язык, на котором выражается молодежь, используя образы всех героев комиксов в своих панелях комиксов. Помимо этого, расширяется уровень цитирования героев комиксов. Это оригинальные цитаты и афоризмы, а также выдуманные острословами уже по следам сюжета. Активно развиваются интернет-форумы, в условиях которых протекает целая жизнь, посвященная миру комиксов. Shane Denson и Julia Leyda считают, что аудитория вносит активный вклад в развитие жанра комиксов (Shane Denson and, JuliaLeyda 2016: 2). Сами по-

клонники превратились в СМИ для крупнейших компаний, именно они дают огромное количество рекламы для трансмедиа, которая стала как бы нервной системой в мире молодежи, за счет фанатичного поклонения всем этим идеям. Из этого следует, что в развитии комиксов участвуют не только авторы, писатели, сценаристы, но и сама аудитория, которая в свою очередь дает бесконечный поток рекламы и идей.

Об этом заявлял исследователь Митчелл «Комиксы трансмедийны со всем многообразием форм изображений и видов искусств» (Mitchell, 2014: 259). «Комиксы трансмедийны, являющиеся собой формой современных медиа, они не утратят свою актуальность» (Mitchell, 2014: 260). Так как современное общество является основным источником питания этого феномена, люди с цифровым мышлением все дальше и дальше уходящие в свои личные цели и мечты, встречаются на перекрестках общих интересов прогрессивно развивающейся платформы трансмедиа, которая относится не только к комиксам, но и к остальным сферам жизни. Ученые Chute, Jagoda утверждают, что «цифровая революция создала сложную медиаэкологию для улучшения историзации, тем самым медиааудитория отправится куда угодно за своими увлечениями» (Chute, Jagoda, 2014: 7).

Читатель словно блуждает в диком пространстве чужого воображения, где практически не существует законов и правил. Венути заявил о двух понятиях одомашнивания: первое – оправдание ожиданий аудиторий, второе: требование знаний у читателя об экзотичном продукте (Dr Simon Grennan 2019: 3). Несмотря на то, что все формы трансмедийного повествования имеют общую каноничную историю, которая с течением времени трансформируется в нечто новое, создавая гибкую межпоколенческую хроносвязь, базируясь на неких основах, концепциях, историях. Например, Paola Brembilla и Guglielmo Pescatore отметили разницу между 50-ми и современностью: как «сильно изменилась индустрия комиксов Marvel и DC» (Paola Brembilla, Guglielmo Pescatore, 2017: 1) в создании персонажа комикса, создаются некие барьеры и границы между кино, мультфильмами, компьютерными играми и, конечно, графическими романами, это то, что является еще одной парадигмой в мире комиксов, так называемые вселенные, или же проще сказать формы реальностей, отличные друг от друга имиджи и изображения культовых героев и злодеев. «Уивер утверждает, что комиксы могут делать то, чего не могут другие сред-

ства массовой информации – это мульти-экспрессивный текстуально-многослойный канал» (Eric Rutgrinnk, 2013: 1). Это является лучшей формой связи с мировой молодежью. История раскрывает душу персонажей комиксов, в нее вкладывают усилия сценаристы и сами актеры, которые их озвучивают. Все это задает тон, создает атмосферное настроение, вызывает у зрителя определенные эмоции.

Заключение

Трансмедиа – это великая ностальгия по тому, что было в нашем детстве и воскресает вновь в новых воплощениях и сюжетах, паутина, которая соединяет все идеи, куда попадают буквально все подростки и взрослые, которые любят вспоминать детство. Трансмедиа комиксов могут развивать до бесконечности свои авторские идеи и вносить в них что-то новое. Идеи комиксов живут и эволюционируют, они существуют среди нас и в нашем сознании. Тем самым трансмедиа комиксов – это попытка оживить вымышленную идею, в которую верят миллионы людей. Можно предположить, что комиксы могут превратиться в целую религию для новых поколений гиков, где существует своя мифология историй и реинкарнации франшиз персонажей комиксов. Все виды искусств доводятся до эстетического идеала, идет максимальное приближение реальности к фантастике существования в единении двух противоположностей, тем самым создается новое восприятие мира, в мире гиков, где идеи комиксов становятся ценностями. Все они глубоко оседают в нашей памяти, а возрастающее число почитателей заставляет уважать и ценить работу авторов комиксов. Этому способствует также могущественная сила рекламы, фактически все трансмедиа и кроссмедиа комиксов зависят от маркетингового продвижения, которое с течением времени увеличивает влияние индустрии комиксов в мировом пространстве, где происходит адаптация во всех медиа и взаимное влияние между крупными компаниями.

Казахстанское общество так же, как и весь мир, стало свидетелем эффекта глобализации трансмедиа и кросс-медиа. Наша страна, начиная с 90-х годов, в курсе новинок комиксов, ведь компьютерные игры и игровые приставки, связанные с любимыми персонажами комиксов и других созданий медиаиндустрии, были частью жизни казахстанцев.

Медиапространство трансмедиа комиксов – это инкубатор идей, где каждый персонаж про-

ходит стадии взросления и становления, эволюционные трансформации образа личности и образа в целом. Так на протяжении длительного времени сохраняется его популярность, что дарит бессмертие коммерческим комикс-проектам. Это основной метод авторов графических романов, когда постоянно создается новое поверх старого и при этом предыдущее творение от этого становится бесценной классикой и вызывает удивительную ностальгию, не смотря на взлеты и падения в рейтинге комиксов. Вместе с этим растет уважение к компании комиксов, а с ним и экономический рост прибыли.

Поэтому существует целый иерархический пантеон для персонажей комиксов, который боготворит каждый ценитель комиксов и супергеройских фильмов. Все это создает эффект фанатской волны как на футбольном матче, когда несколько людей делают волну, в нашем случае авторы комиксов и эту же волну подхватывает остальной стадион, именно так работает трансмедиа комиксов, за счет «эффекта толпы».

В Казахстане проводятся ежегодные фестивали комиксов организации под названием *AlmaCon*, для любителей фантастики, а также любителей игровых платформ. Сформировались группы людей, которые погружаются в массовую

культуру глобализации. Для нашей молодежи существует целая армия персонажей медиаиндустрии со всего мира, вымышленных образов. Они становятся реальностью для аудитории, проводящей свой досуг за чтением или просмотром различных видео о любимом герое, которому также где-то подражают, видя в нем себя. Тем самым наша страна движется к остальным миром в ногу со временем, переживая лучшие моменты впечатлений, которые заполнили собой в детстве герои, вдыхая таким образом дух своего поколения.

Визуальное воздействие и влияние на общество создается за счет рекламы и СМИ, которые используют буквально все рычаги воздействия. Можно предположить, что трансмедиа комиксов – это идейный магазин игрушек, медийно-культурной идеологии для детей и взрослых. Люди всегда остаются в душе детьми, играя в игрушки, сами того не подозревая, они сохраняют ностальгическую преданность впечатлениям, полученным в детстве и сохраняющимся как жизненная ценность на протяжении длительного времени. Все это наполняет личность идеями глобального маркетинга комиксов, формируя тем самым новое поколение Казахстанцев.

Литература

- Aaron Meskin (2007) *The American Society for Aesthetics. Defining Comics? The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, Vol. 65, No. 4, pp. 369-379
- Barry Keith Grant and Scott Henderson (2019) University of Texas. *Take the Movie Home! How the Comic Book Tie-In Anticipated Transmedia Production.*
- Daniel Stein, Christina Meyer and Micha Edlich (2011) *Universitätsverlag. Introduction: American Comic Books and Graphic Novels Amerikastudien / American Studies*, Vol. 56, No 4, pp. 501-529.
- Dr Simon Grennan (2019) London College of Communication. *Transnational Transmedia: Selling and Reselling Manga and the Graphic Novel Crossing Borders, Boundaries, and Cultures Conference, UAL.*
- Eric Rutgrink (2013) *Connie Veugen J.I.L. Transmedia Storytelling December*
- Hillary Chute and Patrick Jagoda (2014) *The University of Chicago. Comics & Media Critical Inquiry*, Vol. 40, No 3, pp. 1-10
- Hillary Chute and Patrick Jagoda (2014) *The University of Chicago. Comics & Media Critical Inquiry*, Vol. 40, No 3, pp. 1-10.
- Hillary Chute and Patrick Jagoda (2014) *The University of Chicago. Comics & Media Critical Inquiry*, Vol. 40, No 3, pp. 1-10.
- Henry John Pratt *Narrative in Comics* (2009) *The American Society for Aesthetics. Special Issue: The Poetics, Aesthetics, and Philosophy of Narrative. The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, Vol. 67, No 1, pp. 107-117
- Henry (Hank) Blumenthal (2016) *Georgia Institute of Technology. Storyscape, a new medium of media.*
- Joseph Clark *Superman* (2011) *Florida State University. Never Made Any Money: Superheroes in Second Life. Comic Book Adaptations within Other Media Eastern Communication Association Annual Conference Arlington. Virginia*
- Kimberly Ann Owczarski (2008) *The Faculty of the Graduate School of The University of Texas at Austin in Partial Fulfillment. Batman Time Warner, and Franchise Filmmaking in the Conglomerate Era.*
- Казакова Г.М. Андреев Е.А., Тузовский И.Д. в контексте культурологического анализа. – *Вестник Томского Государственного университета Культурология и искусствоведение*, 2018. – № 31.
- Луков В.А. Социология молодежи // *Электронная энциклопедия*. 2015.
- Mark Berninger, JochenEcke, and Gideon Haberkorn. (2010). *North Carolina, and London Comics as a nexus of cultures: essays on the interplay of media, disciplines and international perspectives.*
- Max Giovagnoli. 2011. *Library of Congress. Washington.*

Marta N.; Martins, Moisés L. & Zagalo, Nelson. (2016). Media Convergence Handbook. Transmedia Storytelling: The roles and stakes of the different participants in the process of a convergent story, in divergent media and artefacts, in Lugmayr, A. & Dal Zotto, C. (eds.) ISBN: 978-3-642-54486-6. - vol. 2^o. pp. 117-135. Berlin.

Paola Brembilla, Guglielmo Pescatore. (2017). The international conference The Art of the Television Series – Museo Universidad de Navarra – Pamplona. Comics TV Rises. Practices and Aesthetics, Shifting from Paper to Television. Spain.

Shane Denson and Julia Leyda. (2016). Falmer: Reframe Books. Post-Cinema, Theorizing 21st Century Film.

W. J. T. Mitchell. (2014). The University of Chicago. Comics as Media: Afterword Critical Inquiry, Vol. 40, No 3., pp. 255-265.

References

Aaron Meskin. (2007). The American Society for Aesthetics. Defining Comics? The Journal of Aesthetics and Art Criticism, Vol. 65, No. 4. pp. 369-379

Barry Keith Grant and Scott Henderson. (2019). University of Texas. Take the Movie Home! How the Comic Book Tie-In Anticipated Transmedia Production.

Daniel Stein, Christina Meyer and Micha Edlich. (2011). Universitätsverlag. Introduction: American Comic Books and Graphic Novels Amerika studien / American Studies, Vol. 56, No. 4. pp. 501-529.

Dr Simon Grennan. (2019). London College of Communication. Transnational Transmedia: Selling and Reselling Manga and the Graphic Novel Crossing Borders, Boundaries, and Cultures Conference, UAL.

Eric Rutgrink. (2013). Connie Veugen, J.I.L. Transmedia Storytelling December 3rd 2535153

Hillary Chute and Patrick Jagoda. (2014). The University of Chicago. Comics & Media Critical Inquiry, Vol. 40, No. 3. pp. 1-10

Hillary Chute and Patrick Jagoda. (2014). The University of Chicago. Comics & Media Critical Inquiry, Vol. 40, No. 3. pp. 1-10.

Hillary Chute and Patrick Jagoda. (2014). The University of Chicago. Comics & Media Critical Inquiry, Vol. 40, No. 3. pp. 1-10.

Henry John Pratt Narrative in Comics. (2009). The American Society for Aesthetics. Special Issue: The Poetics, Aesthetics, and Philosophy of Narrative. The Journal of Aesthetics and Art Criticism, Vol. 67, No. 1. pp. 107-117.

Henry (Hank) Blumenthal. (2016). Georgia Institute of Technology. Storyscape, a new medium of media.

Joseph Clark Superman. (2011). Florida State University. Never Made Any Money: Superheroes in Second Life. Comic Book Adaptations within Other Media Eastern Communication Association Annual Conference Arlington. Virginia

Kimberly Ann Owczarski. (2008). The Faculty of the Graduate School of The University of Texas at Austin in Partial Fulfillment. Batman Time Warner, and Franchise Filmmaking in the Conglomerate Era.

Kazakova G. M. Andreev E. A. Tuzovskii I. D. Gik-kul'tura v kontekste kul'turologicheskogo analiza [Geek culture in the context of cultural analysis]. Bulletin of Tomsk State University Cultural Studies and Art History, 2018, No 31.

Lukov V. A. Sotsiologiya molodezhi. Electronic Encyclopedia. 2015.

Mark Berninger, JochenEcke, and Gideon Haberkorn. (2010). North Carolina, and London Comics as a nexus of cultures: essays on the interplay of media, disciplines and international perspectives.

Max Giovagnoli. 2011. Library of Congress. Washington.

Marta N.; Martins, Moisés L. & Zagalo, Nelson. (2016). Media Convergence Handbook. Transmedia Storytelling: The roles and stakes of the different participants in the process of a convergent story, in divergent media and artefacts, in Lugmayr, A. & Dal Zotto, C. (eds.) ISBN: 978-3-642-54486-6. - vol. 2^o. pp. 117-135. Berlin.

Paola Brembilla, Guglielmo Pescatore. (2017). The international conference The Art of the Television Series – Museo Universidad de Navarra – Pamplona. Comics TV Rises. Practices and Aesthetics, Shifting from Paper to Television. Spain.

Shane Denson and Julia Leyda. (2016). Falmer: Reframe Books. Post-Cinema, Theorizing 21st Century Film.

W. J. T. Mitchell. (2014). The University of Chicago. Comics as Media: Afterword Critical Inquiry, Vol. 40, No. 3. pp. 255-265