

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

На правах рукописи

ПОТАПОВА Галина Игоревна

**Журналы комиксов на рынке прессы: сравнительный анализ
американских и японских изданий**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
по направлению «Журналистика»
(научно-исследовательская работа)

Научный руководитель –
Кандидат политических наук,
Доцент Р.В. Бекуров
Кафедра международной журналистики
Очная форма обучения

Вх.№ _____ от _____

Секретарь _____

Санкт-Петербург

2017

Содержание

Generating Table of Contents for Word Import ...

Введение

Коммуникация считается эффективной тогда, когда адресат не только эффективно декодирует поставляемую информацию, но и понимает форму, которую она принимает. Это приводит к упрощению способа ведения диалога, постоянному поиску новых оптимальных каналов и распространению идей фрагментарной подачи информации с доминированием иллюстративного материала в ущерб вербальному, которому он аккомпанирует.

Рост роли и количества визуальной информации стимулирует появление исследовательского интереса к паралингвистическим средствам коммуникации и их синтезу с вербальной составляющей сообщения, емкости и прагматическому потенциалу а также графическим нормам оформления текста. Формируется запрос массового общества на появление новых синтетических жанров, что, в свою очередь, повлекло за собой популяризацию в XX веке комикса.

Появившийся как развлечение художников-карикатуристов в Европе, комикс выступает в качестве сопутствующего изобразительного элемента на газетной полосе. Простые формы и четко отслеживаемый социальный подтекст, доступность и понятность для иммигрантов, плохо владеющих языком, ориентируют данное медиа на массовость и общедоступность. В дальнейшем комикс абсорбируется от газет как самостоятельный жанр и активно осваивает на страницах pulp-журналов публицистический и литературный опыт, создав новый канал передачи информации – журналы комиксов, который впоследствии становится популярным не только в европейских странах и США, но и на Востоке, где приобретает свои отличия. В дальнейшем, из «низкого» вида искусства в США и Японии комикс превращается в национальный символ, культовое явление, узнаваемый бренд.

Процесс визуализации информации, изучаемый в работах исследователей по всему миру, а также упрощение подачи материала в СМИ, – в том числе это касается и спектра затрагиваемых проблем, – имеет как позитивную, так и негативную стороны. Так, простота распространения делает коммуникацию максимально доступной для широкого слоя населения. Однако, облегченная подача информации, минимум вербальной составляющей материалов в СМИ балует аудиторию, преподносит факты в уже готовом для понимания варианте. Массовое сознание постепенно утрачивает способность осмысливать получаемые сообщения – не только из-за их обилия, но и по причине простоты и низкого контекста формы.

Утверждение, что комиксы – развлечение, пригодное только для детей и подростков, устарело и перестало быть релевантным: в настоящее время читатели среднего и старшего школьного возраста составляют лишь малую часть от всей аудитории. Издательства комиксов выходят на новый уровень медиахолдингов, снимают фильмы, мультипликацию, создают игры и выпускают сопутствующую продукцию – сувениры, литературу, одежду. Факт влияния новой формы передачи массовой информации на общество игнорировать становится невозможным.

Научный интерес к комиксам среди отечественных теоретиков формируется к 2011 году, когда встает вопрос о создании национальной альтернативы засилью американских и японских комиксов. Примечательно, что в это же время Артемом Gabrieляновым основывается издательство Bubble, в настоящее время являющееся крупнейшим поставщиком продукции данного синтетического жанра медиа.

В статьях, отобранных с 2011 по 2016 год, в основном анализируются культурологические и лексические составляющие комикса; отмечается общий вклад в историческое развитие американских и французских медиа и влияние комиксной культурной интервенции на соседние страны, в частности – Германию и Россию. Исследователей занимает культурная база

возникновения комикса как медиа продукта в Америке, где отсутствие культурологического наследия восполнялось за счет осмысления иностранного. Японские медиа, вместе с тем, почти не были проанализированы. Фокус в исследованиях делался в основном на комиксы как молодежную культуру Европы и США, возникшую вследствие естественного исторического развития под влиянием требований нового информационного порядка – современного типа рынка, формы общественного уклада и установленной моральной системы координат.

Интерес к европейским и американским медиа в обход восточным (японским) можно объяснить с экономической и политической точек зрения (налаженные торговые связи, модернизация рынка и политических институтов по европейскому образцу), а также историческим процессом развития России и Европы. Подобное усиленное внимание к Европейской части континента может быть также вызвано и географическим положением.

Японская культура, хоть и вобравшая в себя многие элементы европейской, сделала это через основного торгового партнера – Китай; естественно, что процесс селекции проводился по восточным стандартам. Даже несмотря на то, что Япония уже в XVII веке вела торговлю с европейскими странами (сперва, до эпохи Мейдзи, только через торговые порты ближайших к континенту островов), императорская, а, позднее, политика сегуната не предполагала активного усвоения европейских культурных стандартов. Таким образом, активная ассимиляция иностранной культуры произошла лишь после Второй Мировой Войны, во время политики разоружения и установления американских баз на территории островной страны. Прочные культурные и торговые отношения были налажены лишь к XX веку; интерес к восточному наследию активно проявлялся в первую очередь со стороны США, что и поспособствовало интенсивному обмену между двумя странами. Это привело к становлению современной комиксной культуры США и Японии, в XXI веке распространившейся по территории России.

На данный момент, в отечественном научном дискурсе комиксная культура находится все еще в процессе формирования: для определения ее как полноценное социальное явление, не хватает научного осмысления, базиса.

Актуальность данной научной работы базируется на недостаточной изученности журналов комиксов как средств медиа и журналистской деятельности, потребности в образовании научной базы для дальнейшего научного осмысления, а также полезности рассмотрения данного опыта для отечественного рынка, который в настоящее время находится в стадии активного развития. За пять лет российские комиксы сделали то, к чему американские шли двадцать лет, превратившись в полноценный канал коммуникации, которым данный вид периодической печати давно уже является в США и Японии. Американские и японские комиксы – физически осязаемый результат долгого культурологического развития двух народов, отвечающий всем характеристикам национальной системы СМИ. В трех странах комиксы в их современном видении начинались одинаково – как инородный, заимствованный культурой элемент. Для Японии журналы комиксов и создаваемая благодаря им продукция является носителем национального культурного кода и активно используется в качестве инновационного. Благодаря комиксам японская молодежь получает информацию о том, что высоко контекстуальная культура предпочитает не говорить вслух: нормы поведения, границы дозволенного, модели взаимоотношений и т.д. Американские комиксы в данном отношении обладают куда более агрессивным характером воздействия и низким контекстом поставляемого аудитории сообщения, стимулирующим не понимание и формирование приемлемых моделей поведения, но собственно действия. Однако, и в Японии, и в США данное проявление визуального канала передачи информации окончательно сформировалось в самостоятельное, обособленное явление, которое с увеличением оборотов глобализации и технического развития мира лишь продолжает набирать обороты.

Для России данный процесс находится лишь в самом начале: журналы комиксов все еще воспринимаются как несерьезное, детское и подростковое увлечение, однако, для журналистики они давно уже превратились из простого инфоповода в подвид деятельности, выйдя по своим функциям далеко за пределы простого развлечения. Российские журналы комиксов уже оказывают ощутимое воздействие на своих читателей, пусть и даже еще не сформировавшись окончательно в собственный полноценный отечественный продукт. Но, благодаря таким издательствам, как «New Media» и «Bubble Comics», комиксы продолжают активно осваивать и ассимилировать зарубежный опыт, заполняя недостающие элементы в наборе культурного кода, адаптируя их под российское восприятие. Понимание того, как развивались американские и японские комиксы, при каких условиях и под воздействиях каких факторов, в каком состоянии находятся сейчас и какой посыл в себе несут, позволит облегчить и ускорить данный процесс для российских комиксов.

Объектом данного исследования являются журналы комиксов как тип издания. В качестве **предмета** исследования нами были выбраны комиксы США и Японии. Мы рассмотрели их возникновение, функционирование и распространение на рынке в качестве СМИ и медиа продукта, результат воздействия на аудиторию, коэффициент обратной связи и особенности подачи информации с учетом преобладающей визуальной составляющей над вербальной.

Целью данной научной работы является изучение и анализ современного состояния американского и японского рынков журналов комиксов – от внешнего вида до наполнения и особенностей распространения. Для достижения данной цели был поставлен ряд **задач**:

1. Проследить этапы формирования и взаимовлияния журналов комиксов США и Японии. Культурологический анализ поможет отследить истоки и условия становления особенностей данного типа издания в

контексте исторического и культурного развития общества, его взаимодействия с отдельно взятыми сегментами и возникающие в социуме под воздействием всего перечисленного процессы.

2. Выявить преимущества и недостатки продукции, возможности, угрозы. Данный тип изданий является специфичной сферой деятельности, как, к примеру, киберспорт, ориентированной на нестандартные для академического сознания способы воздействия на аудиторию. Комиксы обладают своими особенностями, отличающих их от других типов СМИ. Выявление возможных недочетов и угроз позволит свести к минимуму риск для отечественных изданий, а также найти новые формы и способы реализации контента, основываясь на иностранном опыте.

3. Определить основных игроков на рынке журналов комиксов и их ориентацию. Данная задача предполагает подробное изучение крупнейших изданий журналов комиксов на рынке прессы и сопоставление полученных данных.

4. Определить влияние комикса на массовую культуру. Журналы комиксов и культура общества развивались в тесном синтезе: поставляя информацию в общество, комиксы можно назвать мультипликационную адаптацию японских комиксов и появление побочной продукции, а также – появление целого культурного направления в молодежной среде.

В качестве ключевых понятий данного исследования выступают такие термины, как *визуальное, культура, массовое общество, массовое сознание, журнал, комиксы, массмедиа*.

Под *культурой* в данном исследовании понимается совокупность человеческих достижений в подчинении природы, в технике, образовании, общественном строе.

Под *визуальным* мы будем подразумевать сочетание текста и изображения, композиционно-графическую модель издания, цветовое решение журналов комиксов.

Массовое общество - социологическая и философская концепция, в которой утверждается, что современное общество характеризуется индустриализацией и урбанизацией, стандартизацией производства и массовым потреблением, бюрократизацией общественной жизни, распространением массовой культуры.

Массовым сознанием в данном исследовании будет обозначаться шаблонное, деперсонализированное сознание рядовых граждан развитого индустриального общества, формирующегося под массивным воздействием средств массовой информации и стереотипов массовой культуры.

В термин *массмедиа* будут включаться издания, выпускающиеся как внутри рассматриваемой страны, так и далеко за ее пределами, несущие интернациональный характер и, значит, оказывающие влияние на культуру других стран.

Журнал - периодическое издание в виде книжки, содержащей статьи, художественные произведения, иллюстрации.

Комикс – последовательное искусство.

Методология данной научной работы базируется на дефинитивном, культурологическом, сравнительном, композиционно-графическом и SWOT-анализах. Данные методы исследования предоставят нам достаточное количество информации для подтверждения или опровержения **гипотезы** о том, что комиксы оказывали и продолжают оказывать влияние на культурное развитие как США и Японии, так и стран, где распространяются в качестве инновации, а, значит, обладают потенциалом сохранить позиции печатной прессы на рынке.

Данное предположение возникло в результате пилотного исследования, в ходе которого был проведен мониторинг рынка американских и японских журналов комиксов, выявлен набор крупнейших издательств, продукция которых и легла в основу **эмпирической базы** данного исследования. Среди американских журналов были изучены выпуски издательств Detective Comics и Marvel Comics начиная с начала «Золотого века» комиксов, датируемый 1938 годом, когда появляется журнал «Action Comics», а с ним такие знаковые для США персонажи, как Супермен, Бэтмен, Капитан Америка и Человек-паук.

История возникновения манги в Японии берет свое начало с XII века; но подробно были изучены материалы начиная с 1950-1968 годов, когда издательство Shueisha выпустило первый номер «Weekly Shonen Jump», Kodansha Ltd – «Weekly Shonen Magazine», а Shogakukan – «Weekly Shonen Sunday».

В основу теоретической базы исследования легли работы «Понимание комикса» Скотта Маклауда, «Japan Visual Culture» МакУилльямса, «Manga and Philosophy» Джозефа Стейффа и Адама Баркмана, «The World of the Imagination: Sum and Substance» Евы Бранн, «The Cultural Biographies and Social Lives of Manga: Lesson from the Mangaverse» Джейсона Дэвиса и Кристи Барбер, «The rational Imagination: How People Create Alternatives to Reality» Byrne, Ruth MJ, «New Literary History 5:2. In changing Views of Character» Helene Cixous, «Superhero: The Secret Origin of a Genre» Питера Когана и т.д..

Среди российских исследователей стоит отметить Дмитриеву Д. Г. Кандидата культурологических наук, активно продвигающую научное осмысление явления американских комиксов, автора статей «Америка глазами Супермена: к вопросу о социокультурной функции комикса о супергерое», «. В паре с Бэтмэном: жизнь и приключения Эдгара Аллана По в одном американском комиксе», «Комикс: проблемы восприятия», «Между

Готэмом и Метрополисом: образ Нью-Йорка в комиксах о супергероях 1938-1945 гг.». Также, в диссертации в качестве полноценного теоретического источника будут использоваться материалы Барзаха А.О. («О поэтике комикса»), Алиева Р.Т. («Дихотомия образов супергерой-суперзлодей в американских комиксах»), Беловой Т.М. («Комиксы как средство выражения этнокультурных стереотипов»), Захарова В.С. («Мифологические мотивы и образы в комиксах»).

Каждый из исследователей рассматривал феномен комикса с точки зрения собственной научной позиции; некоторые из отобранных нами теоретиков и вовсе не занимались рассмотрением проблем комиксной культуры, останавливаясь лишь на общем рассмотрении особенностей визуальной и социальной культуры каждой из стран. Собрать воедино весь накопленный к этому времени теоретический опыт и осмысление его с журналистской точки зрения поможет, по нашему мнению, простимулировать интерес к данному продукту массовой культуры в научной среде и дать толчок возникновению дальнейших исследований данной области.

Исследование состоит из введения, двух глав и заключения. В первой главе были рассмотрены этапы развития культуры комиксов в США, Западной Европе и Японии, понятийный аппарат комиксов, типология и предпосылки возникновения. Отдельно рассматривались комиксы о супергероях и манга как культовые явления в своих странах и инновационный аппарат, процесс, стимулирующий возникновение противодействия на национальном уровне в странах, где осуществляют вещание.

Далее, во второй главе изучалось современное состояние рынка журналов комиксов, виды и типы изданий, существующие сейчас, аудитория, на которую ориентируются издательства, а также композиционные особенности жанра, сходства и различия американской и японской комиксных традиций.

Глава I. Этапы развития культуры комиксов в США, Западной Европе и Японии

1.1. Комикс: понятийный аппарат, типология и предпосылки возникновения

Национальная героиня Крымской войны Флоренс Найтингейл, загоревшись идеей реорганизации армейской медицинской службы, составила первую инфографику (Приложение 1) о смертях в больнице, разделив каждый сектор, соответствующий каждому месяцу, на голубой, красный и коричневый слои, иллюстрировавшие процент смертности от болезней, ран и других причин соответственно. Ее решение базировалось на мнении, что большой объем текста будет труден для восприятия, когда как наглядная визуальная демонстрация не только будет воспринята более благосклонно, но и лучше поймется аудиторией, разъяснит 800 страниц сопутствующего текста. Впервые используя круглые диаграммы, названные ею «петушиный гребень», она распространяла их всюду памфлетами и добилась того, что в здравоохранении были проведены соответствующие реформы¹.

Вспышка холеры на Брод-стрит вошла в историю благодаря расследованию Джона Сноу, который, благодаря составленной карте распространения холеры (Приложение 2), сумел выявить источник эпидемии, оказавшийся в загрязненной воде из водозаборной колонки². Его исследование послужило стимулом развития направления эпидемиологии и усовершенствования системы водоснабжения и канализации, а общая

¹ Cohen, I. Bernard (March 1984). «Florence Nightingale». Scientific American 250 p 128.

² Johnson, Steven. The Ghost Map: The Story of London's Most Terrifying Epidemic - and How it Changed Science, Cities and the Modern World. — Riverhead Books, 2006.

картина эпидемии получилась тем, что принято называть диаграммой Вороного.

Данные примеры являются демонстрацией того, что визуализация информации не всегда носит развлекательный характер. Безусловно, первоначальной целью использования иллюстраций является привлечение и удержание внимания, наглядность описываемого события а также доступность и понятность информации для субъекта коммуникации. Визуализация не является причиной лени массового сознания и запроса на простоту и низкий процент контекста в сообщении, изначально нацеливаясь на эффективность и быстроту понимания, нежели на манипулирование и расслабление.

Является ли комикс тем, чем его принято негласно считать – развлечением, досугом? Чем стал этот жанр медиа сейчас, когда повсюду все больше изображения и все меньше текста? И что вообще стоит понимать под термином «комикс»?

Уилл Айснер, один из «отцов» современного комикса, обозначил комиксы как «последовательное искусство»: по сути своей, это всего лишь картинки, которые, стоит им расположиться последовательно, становятся цельным произведением. При этом, в данном определении термина не указывается ни стилистические или тематические особенности. По сути своей, Айснер делает упор на комикс именно как на форму изобразительного искусства. При этом, стоит уточнить, что «комиксы» - это само медиа, а не журналы или газеты, где они печатаются.

Скотт Макклауд в «Понимании комикса» дает определение термину как сопоставленных в определенном порядке графических и прочих изображений, призванных передать информацию и/или вызвать у зрителя эстетический отклик. По форме и используемым приемам этот жанр в чем-то схож с карикатурой и видео, только, в отличие от последнего, вместо времени использует пространство. При этом, он сочетает в себе черты литературы и изобразительного искусства.

Жорж Садуль определяет комиксы как «рассказы в картинках», подчеркивая их универсальность и способность фокусировать внимание на идее, что является безусловным преимуществом данного вида СМК.

«Le Petit Robert» определяет комикс как «последовательно расположенные изображения, рассказывающие одну и ту же историю или описывающие одного и того же персонажа»³. При этом, не учитывается ни вербальная составляющая, ни особенности функционирования как отдельного жанра: под данное определение в равной степени подходит как комикс, так и фотороман или даже фоторепортаж.

Фрэно-Дэрюэль описывает комикс как «современную форму образного повествования, произведение из последовательных картинок с сопровождающих их текстом или без него и дополненных собственными жанровыми идеографическими знаками»⁴.

Отечественные исследователи определяют комикс как «вид искусства, обязательно включающий повествование в виде серии картинок, изображающих действия набора героев с сопутствующим текстом диалога/ монолога»⁵, или как «особый способ повествования, где текст представлен в виде последовательности кадров, составленных в вербальное произведение и передающих диалоги персонажей и заключенных в рамки, причем и текст, и рисунок образуют органичное смысловое единство»⁶.

Данные определения термина «комикс» лишь косвенным образом затрагивают функции данного канала коммуникации как медиа и в меньшей степени как вида масс медиа. В целом, исходя из всего вышесказанного, можно выделить такие основные характеристики жанра, как

³ «Le Petit Robert»

⁴ Fresnault-Deruelle P. Aspects de la bande dessinée en France // Comics and visual culture. La bande dessinée et la culture visuelle. München; New York; London; Paris, 1986. p. 62 - 77.

⁵ Денисова А.И. «Американский комикс: факторы развития и феномен популярности»

⁶ Сонин А.Г. Комикс: психолингвистический анализ. Барнаул: Издательство Алтайского государственного университета, 1999. 111с.

последовательность, синтез вербальной и изобразительной составляющих, передача информации, расчет на эстетический отклик у читателя, универсальность, фокусировка на идее, цельность как произведения, а также определённая структура с индивидуальными, присущими только данному медиа элементами, к примеру, фриактера или рамок и т.д. Не вызывает сомнений и тот факт, что комикс – это жанр массовой культуры, «девятое искусство», как его назвал Франсис Лакассен⁷.

Но является ли данный вид медиа – полноценным СМК или СМИ? С одной стороны, комикс, безусловно – продукт массового сознания, в основе производства которого лежит процесс сбора, обработки и распространения информации. Рассчитанный на массовую интернациональную аудиторию, комикс – органичный сопутствующий элемент глобализации и глокализации. Успех данного жанра основывается на степени вовлеченности публики, возможности самоидентификации читателя с героями истории; посему, он изображает не визуальные идеи, являющиеся следствием производства и воспроизводства массового сознания, которому служат. Благодаря демократизации, повышения общего уровня образования и появившейся возможности тратить больше времени и средств на досуг, журналы комиксов можно назвать полноценным средством массовой информации и массовой коммуникации.

Рассмотрим основные функции Средств Массовой Информации. К ним относятся:

1. *Информирование*. СМИ выступают в роли канала коммуникации, в котором источником является персонаж/событие/проблема, а статья – ее посредником, каналом информирования о существующем объекте в обществе. В узком смысле, информирование – это любой акт передачи информации, с этой точки зрения комиксы могут выступать в роли СМИ.

⁷ Lacassin F. Pour un neuvième art : la B.D. Paris : Editions Slatkine, 1982. 508 p.

2. *Образовательная* – наряду с регулярным оперативным информированием общества о происходящих в нем событиях, СМИ занимаются также и образованием – просвещением аудитории относительно каких-либо аспектов. На телевидении и радио предполагается целый цикл дидактических программ⁸, на газетной полосе – краткие разъяснительные заметки, в онлайн-изданиях – сочетание всего вышеперечисленного с учетом особенностей самого издания.

Выполняют ли комиксы образовательную функцию? Если брать в широком смысле, то ответ будет положительным: в последнее время получили большое распространение издание дидактических материалов в виде комиксов – или по структуре комиксов – как наиболее оптимальный вариант наглядного обучения, учитывающее клиповое и фрагментарное мышление современной аудитории, общий информационный шум и уменьшение количества возможного времени, который индивид в состоянии тратить на обучение.

3. *Пропагандистская* функция СМИ: постоянное целенаправленное воздействие на аудиторию с целью утверждения определённого образа жизни, политических и духовно-нравственных ценностей⁹.

Если говорить про пропагандистскую функцию СМИ, то сразу же вспоминается Капитан Америка.

Сама история Стива Роджерса – его образ – является идеалом американского кодекса природной аристократии, описываемого Дэвидом Бруксом в «Поколении Бобо»:

«Иметь пристойное воспитание; в детстве не соприкасаться ни с чем низким и подлым; научиться уважать себя и других; быть готовым к пристальному и придирчивому общественному вниманию; с юных лет прислушиваться к общественному мнению; занимать позицию достаточно

⁸ Телевизионная журналистика. 4-е издание. Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А.Я. Юровский URL: <http://evartist.narod.ru/text6/23.htm>

⁹ Реклама как вид журналистики. Цвик В.Л. URL: http://evartist.narod.ru/text16/001.htm#з_04

возвышенную, чтобы она позволяла охватывать широким взглядом всевозможные сплетения людей и ситуаций»¹⁰.

Особый акцент делается на военной службе – быть готовым командовать и подчиняться, презирать опасность, выше всего ставить долг и честь, оставаться бдительными, быть сдержанным и упорядоченным, примером для граждан. Капитан Америка – блюститель порядка и закона, достойнейший из людей, который в своем прошлом был маленьким и щупленьким пареньком, которого не брали на войну из-за его комплекции. Но, пройдя подготовку как суперсолдат, он оказывается на передовой – примером для военнослужащих, символом своей страны. В данном аспекте можно также сказать, что комиксы выполнили *мобилизационную* функцию. Пропагандистская роль Капитана Америки продолжается и после Второй Мировой Войны – уже касательно отношений с другими странами и другими супергероями – уже в 1945 году, когда «Timely Comics» переименовывается в «Marvel Entertainment».

Здесь образ Капитана Америки берет на себя также и воспитательную роль, которую выделяло множество исследователей, включая Эко: составив образ «настоящего американца», Стив Роджерс на своем примере показывает, как должен в той или иной ситуации делать, думать и знать истинный гражданин Соединенных Штатов Америки, отделяет этот тип людей от эмигрантов, представителей другой культурной прослойки, других моральных ценностей.

4. Функция *социализации* СМИ – усвоение человеком норм, ценностей и образцов поведения. То есть, масс медиа предоставляет своей аудитории информацию, которую она усваивает, оценивает и упорядочивает; естественно, что восприятие предоставленной информации также контролируется с точки зрения СМИ.

¹⁰ Девид Боуи «Бобо в раю: откуда берется новая элита». Электронный ресурс, pdf-вариант с 25.

Мы уже говорили о дихотомичности комиксов – как американских, так и японских, в которых протагонист и антагонист воспринимаются с позиции «свой» и «чужой», что, в свою очередь, отражает само состояние культуры общества на данный момент. Этот аспект восприятия комиксов подробно исследует Алиев Р.Т. в своей работе «Дихотомия образов супергерой-суперзлодей в американских комиксах»¹¹. Комиксы отражают понимание индивидуальности аудитории, изменение представлений и меняются в связи с изменением общества, культурными традициями и историческим процессом.

Томас Индж в своей работе *Comics as Culture*, рассматривая процесс становления и функционирования персонажей с супергеройскими способностями на страницах журналов, уподобляет их Дэви Крокетту, Майку Финку и Киту Карсону. Зародившиеся в *pulp*-журналистике, персонажи XIX века передали эстафету главным героям XX века; по его мнению, новые сюжеты – это хорошо забытые истории, современный вариант знаменитых охотников в духе Крокета и Финка¹².

Образ супергероя с этой точки зрения приобретает литературно-публицистическую значимость; вместе с тем он наполняется социальной актуальностью, олицетворяя собой отражение своего времени и социальных проблем – культурный гештальт, образ, несущий в себе просветительские и воспитательные функции. Погрузив аудиторию в выдуманный мир – на время оторвав от собственных бытовых проблем – он подсказывает методы и формы их разрешения, выступая как визуализированный метод психотерапии для целой группы людей. Поднимаются темы границ морали и концепция героического человека Аристотеля¹³.

¹¹ Дихотомия образов супергерой-суперзлодей в американских комиксах. Алиев Р.Т. Электронный ресурс.

¹² Inge M. T. *Comics as Culture*. Jackson: University Press of Mississippi, 1990. P. 141.

¹³ *Superheroes and Philosophy* / Eds. T. Morris, M. Morris. Illions: Open Court, 2005. 281p.

«Справедливость превыше закона, если носителем справедливости является моральный человек»¹⁴. Если сравнивать ярких персонажей XX века на страницах журналов комиксов Marvel и DC, то можно отметить, что и Стив Роджерс, и Бэтмен обозначаются как люди, стоящие над законом из-за своего высокого морального духа. Соединив в себе все черты, которыми, по мнению аудитории, должны обладать герои, Америка компенсирует отсутствие своего морального героя наяву, помещая его на рисованные страницы журналов комиксов.

Таким образом, можно также заключить, что комиксы в подобном аспекте выполняют функцию *критики и контроля*.

Что касается функции формирования общественного мнения – то здесь достаточно вспомнить процесс становления жанров сенен и седзе. Данные жанры и общество развивались под воздействием взаимного влияния: к примеру, в седзе в лице ГГ отражались все черты идеальной девушки; под воздействием рисованных произведений и сформировалось мнение о настоящей девушке как о бледнокожей, тонкокостной, изящной и обязательно с большими выразительными глазами; также, седзе оказало большое влияние на особенности восприятия школьной формы, которое впоследствии в японском обществе утрировалось.

Многие исследователи также утверждают, что зачастую масс медиа выполняют мифотворческую функцию.

Не раз исследователями проводились аналогии история о супергероях как нового жанра эпоса – формы протожурналистики, в которых поступки реальных людей обрастали мифологизированными подробностями и, в конце концов, воспринимались слушателями как рассказ о несуществующих событиях. Примером соединения эпоса и современного жанра комиксов можно проследить в пятом выпуске *The Batman*, в которой герой, вместе со своим учеником, оказываются в сказочной книге и сражаются с драконом. Использованный прием текста в тексте еще раз наглядно демонстрирует

¹⁴ Там же

продолжение традиций первых комиксов и обнажает тесную связь визуального искусства с текстовым, литературно-публицистическим. Комикс вновь возвращается к теме сна и книги, осознания персонажем своей выдуманности, а сам Бэтмен отождествляется с Самсоном и Гераклом.

О связи мифов и персонажей говорят и сами авторы. Так, Джерри Сигель, заговорив о Супермене, объяснял, что данный образ пришел к нему во время переосмысления греческих мифов¹⁵; таким образом, Супермен самим автором соотносится с культурной традицией, что существовала ранее.

Формируется еще одна функция журналов комиксов: заполнение культурологических аспектов, которых Америка была лишена ввиду особенностей своего исторического возникновения.

«У нас нет собственной мифологии – как у европейцев, и я это прекрасно понимал. Создавать что-то наподобие саксонской уже было бесполезно – в наши времена требовалась новая мифология. И я сделал это, - говорит о собственном произведении Джек Кирби, - Дарксеид и Орион, как Зевс и Геркулес, отец и сын».

Происходит формирование новой, медийной мифологии; в гонке собственной самореализации США создает целую культурологическую основу для функционирования общества. Упор, сделанный на развитие промышленности, и глобализация завершили дело, распространив американскую мифологию в другие страны, повлияв на выработку новых, общенациональных моральных ценностей – уже по собственному примеру. Так, к примеру, в октябре 1976 года на страницах журналов появляется Капитан Британия – образ Капитана Америки, переделанный на британский лад. Он заявляет, что отныне будет отстаивать принципы Великобритании – в американской трактовке – и, вместе с остальными супергероями, защищать мир от зла.

Переработке подвергаются также и мифы, появившиеся в странах естественным путем. На страницах Людей Икс поднимается тема

¹⁵ Coogan P. Superhero: The Secret Origin of a Genre. P. 117.

Апокалипсиса – принявшего антропоморфную форму вместе со всадниками конца смерти, - и выходит новая ветка истории о другом супергерое – асгардском боге Торе, оказавшегося на Земле.

Происходит тот же процесс, который наблюдается в традиционной журналистике: СМИ формируют общественное мнение по тому или иному культурному аспекту жизни общества, но уже на визуальном, развлекательном уровне. Страны, имеющие достаточно высокий уровень визуальной культуры – Россия, Япония, и имеющие в своем арсенале собственный набор визуальных средств, были подвержены американизации в культурологическом аспекте наименее всего.

Таким образом, с журналистской точки зрения, комикс – это канал массового распространения информации, основанный на синтезе пиктографической и вербальной составляющей, производство и воспроизводство массового сознания, представляющее собой последовательное цельное медиа-произведение, способное оптимальным образом донести до аудитории необходимую идею, обладающее собственным набором символов и внушительным пропагандистским потенциалом.

Не смотря на то, что современный комикс в том виде, в котором он нам знаком сейчас, зародился в XX веке, корни данного вида повествования уходят к самому возникновению письменности, когда месопотамская, египетская, китайская и ацтекская культуры пользовались знаками, обозначающими изображенный ими объект. Подобная письменность выполнялась на кусках дерева или глины, а, позднее, на бумаге; сохранившимся представителем являются кодексы, которые «открывались» американскими археологами в XVI веках. Большая часть памятников истории и культуры коренных народов Америки была уничтожена или утеряна в ходе

порабощения или христианизации. Большая часть подобных кодексов описывала религиозные сюжеты или запечатлевала великие достижения воинов, поддерживая и сохраняя представления, идеи и традиции, которые были чужды европейцам. Первая волна миссионеров уничтожала языческие рукописи до тех пор, пока не столкнулась с необходимостью владения минимальными базовыми знаниями о культуре и обычаях коренного населения, чтобы сохранить и удерживать свои господствующие позиции и наладить эффективную коммуникацию. Параллельно в Европе обостряется интерес к демонологии, что, в свою очередь, также способствовало новой политике по отношению к ацтекским кодексам, которые переводились и дополнялись комментариями на латинице, испанском языке и на науатль. Религия ацтеков оказала огромное влияние на представление испанской церкви о формах дьявольских проявлений и пределах пощущения Божия¹⁶. История, гороскоп, календарь – некоторые из элементов подобных древних ацтекских кодексов давно и прошло вошли в современных обиход.

«Открытый» Кортесом в 1519 году кодекс о великом воине и политике по имени 8 Олень Накуаа или «Коготь Тигра» (в других переводах – «Коготь/Лапа Ягуара» представляет собой одиннадцатисантиметровую цветную раскладную книгу, повествующую в последовательных изображениях о великом полководце Миштеков, который правил цитаделью Тилантонго (Черный Город) в начале XII века¹⁷. Согласно данным «записям», младшая знать восстала против Монте-Альбана, в результате чего империя раскололась в союзы Постклассического периода (1000-1500 гг). Данный сюжет подробно описывается в кодексе Нэттол (Приложение 3), который входит в состав восьми основных произведений, рассказывающих версии данной истории и охватывают в общей сложности 500 лет истории союзов и конфликтов правящих домов после запустения Монте-Альбана. Оттуда же

¹⁶ Мексиканская рукопись 385 «Кодекс Теллериано-Ременсис» (с дополнениями из Кодекса Риос)/ Ред.С.А. Куприенко, В.Н. Талах. - К.:Видавецъ Куприенко С.А., 2013. - 317 с.:ил. - с 5.

¹⁷ Война в истории Месоамерики. Интернет-источник. URL: <http://www.indiansworld.org/indwarfare.html#.WRoVdNwIHU> (Доступен, дата обращения 10.09.2016)

колонизаторы получили данные про военную структуру индейцев и их способы ведения войны до возвышения астеков. В Кодексе Нэттол вычленяются слова, обычно изображающие имя персонажей, символы места, год и дату; чтение ведется зигзагами и сопровождается незамысловатыми изображениями. Благодаря этому исследователи получили возможность прочесть историю завоеваний Лапы Ягуара, ритуальных гладиаторских поединков, заключении союзов, ведении переговоров и даже об устройстве миштекского общества во времена его правления.

Но, еще задолго до Кортеса, во Франции создали гобелен из Байе (Приложение 4), изображавший Номандское завоевание Англии в 1066 году. В отличие от Кодекса Нэттол, он читается в привычном формате слева направо в знакомом хронологическом порядке. В обоих случаях кадры разделяются лишь по темам, что никак не отображается графически.

Самый яркий на первый взгляд представитель искусства последовательных изображений египетская иероглифика на самом деле имеет больше общего с китайской и японской (Приложение 5), в которых каждому изображению сопутствует определенный звук или значение как в буквах алфавита. Египетские картины и вовсе, на первый взгляд, всего лишь изображения, объединенные лишь темой¹⁸. Отдельно взятые фрагменты действительно с трудом поддаются чтению; для составления полного представления об изображенном, необходимо изучать полные сцены, которые изображались на стенах гробниц древнеегипетскими писцами. Как и в мексиканских произведениях, появившихся более 2700 лет назад, чтение ведется зигзагом, но в этот раз снизу вверх. К примеру, в сцене на стене гробницы Менны (Приложение 6) изображается процесс сбора пшеницы, транспортировка ее к месту молотбы, разогрев снопов в толстый слой пшеницы, вытаптывание зерен из колосьев, отделение зерен от соломы. Весь процесс происходил под наблюдением старика менны и фиксировался на табличках, после чего чиновник использовал мерную веревку, чтобы

¹⁸ Скотт Макклауд Понимание комикса. Невидимое искусство // - М: Белое Яблоко, 2016. - с. 13.

определить, сколько пшеницы будет изъято в качестве налога. И, наконец, правый верхний угол сцены – наказание крестьян, задерживающих налоги.

Еще одним предшественником появления комиксов Макклауд называет Колонну Траяна¹⁹ Аполлодора Дамасского (Приложение 7), созданная в 113 году н.э. в честь побед Траяна над даками. На 20 мраморных блоках колонны высотой 38 м вместе с пьедесталом и диаметром 3,6 м внизу эпизодически изображены сцены войны Рима и Дакии²⁰. Здесь сцены уже разделены фигурами крылатой Победы, что записывает на щите имя победителя и в основном фиксируют передвижение, постройку укреплений, сражения и переправы через реки римлян. В повествовании, помимо Победы, присутствуют и другие символы – старец-Дунай, Ночь и т.д. Отчасти благодаря данной колонне историки получили ценную информацию об оружии, доспехах и костюмах римлян и даков того времени; при этом перспектива и масштаб были сознательно искажены для большей информативности рельефа. Вкупе с несомненной исторической значимостью, изображения на стене колонны Траяна последовательны, объединены тематикой, сюжетами и персонажами а также графически фрагментированы друг от друга.

Греческие рисунки также вполне могут выступать в качестве предшественников комиксной культуры. К примеру, вазопись, имеющая четко выраженную стилистику и делящаяся на чернофигурную, краснофигурную, вазопись по белому фону, вазы-гнафии и роспись рельефными украшениями. Данный вид повествования берет начало с 1050 г до н.э. и развиваются от геометрических узоров, цветочных и спиральных мотивов 2000 г. до н.э. до сюжетной вазописи, изображающей пиры, сражения, сцены из мифов – к примеру, про Геракла или Троянской войне, по одной сцене на одну вазу (Приложение 8). Помимо изображений, на сосуды наносились подписи

¹⁹ Скотт Макклауд Понимание комикса. Невидимое искусство // - М: Белое Яблоко, 2016. - с. 15

²⁰ Официальный сайт колонны Траяна. Интерне-источник. URL: <http://www.stoa.org/trajan> (Доступен, дата обращения 3.04.2017)

гончаров и вазописцев, комментарии к изображениям, надписи-посвящения, цена изделия или клеймо изготовителя.

Касательно японской комиксной традиции, то она несомненно берет свое начало от изобразительного искусства, которое воспитывало в японце созерцательность культуры, отразившейся в Суибоку-га, неотъемлемой части дзэн-буддийской культуры²¹. Через одноцветное отражение окружающей действительности, выделение в процессе созерцания основных характерных элементов действительности, формируется также и внимание к материалу, на котором выполняется работа: от выбора холста будет зависеть и общее восприятие произведения – будет ли это веер, или ткань, или же свиток. Эмоциональный призыв и чувство цвета проявляется в художественном направлении Ямато-э, ставшим своеобразным противовесом одноцветному Суибоку-га, практичным, более прагматичным и в чем-то пересекающимся с ремесленной традицией. Позднее, появляется течение Сансуй-га, пейзажная живопись, обозначавшая расцвет созерцательной традиции, контакта как художника, так и смотрящего с окружающей человека природой²².

Примечательно, что основными деятелями и самыми образованными людьми в то время были монахи, воспринимавшие живопись как один из видов духовного занятия. Многие из них прославились именно как художники – к примеру, Дзесэцу, создатель Хенэн-дзу, Сюбуи, усовершенствовавший и придавший особую утонченность сансуй-га. Все это привело к тому, что дзэн-буддийские монахи, по идее являющиеся представителями китайской культуры, отстаивали любовь к природе, созерцательное отношение и синтоистический подход к ней. Иностраный культурный опыт, пришедший в Японию, в процессе ассимиляции также

²¹ Тадзава Ютака. История культуры Японии. Министерство иностранных дел Японии. 1989 г. URL: http://royallib.com/book/tadzava_yutaka/istoriya_kulturi_yaponii.html (доступен, дата обращения 21.05.2015) Электрон. версия печ. публикации

²² Тадзава Ютака. История культуры Японии. Министерство иностранных дел Японии. 1989 г. URL: http://royallib.com/book/tadzava_yutaka/istoriya_kulturi_yaponii.html (доступен, дата обращения 21.05.2015) Электрон. версия печ. публикации

воспринял ее национальные особенности, в результате чего восточные и европейские страны Евразии, первоначально планируя провести собственную культурную интервенцию, оказались сами под воздействием эстетических принципов японцев.

Это может быть связано с тем, что японская культура берет свое начало непосредственно из формы, позаимствованной у природы; к ней обращается каждая культура в начале своего зарождения, наполняя своим собственным пониманием и ощущением.

Природа в таком случае выступает для японца способом измерения представлений о прекрасном. Японский пейзаж – от высоток многомиллионного города и неоновых вывесок до лесов и рисовых полей, – имеет свой неповторимый цветовой колорит, естественные и гармоничные цветовые сочетания, совершенство форм и ритмов²³. Гармония окружающего пространства нивелирует возможные возникновения противоречия между на первый взгляд противоположными элементами синтетичной культуры, оправдывая ее синкретизм, нерасчлененность, и обеспечивая духовной базой для создания материальных ценностей.

Сама манга, японские комиксы, дословно расшифровывается как «гротески», «веселые картинки» и употребляется с конца XVIII века с начала публикации работ художников, в число которых входили Канкэй Судзуки, Санто Кедэна, Минва Аикава и Кацусики Хокусая. В современном значении слово употребляется с подачи Ракутэн Китадзавы. На данный момент манга издается в Японии, Корее (манхва), Китае (маньхуа) и даже во Франции (*la nouvelle manga*).

Первые упоминания о создании в Японии историй в картинках датируются произведениями монаха Какую (или Тоба) XII века. Монахи считались одними из самых образованных людей в стране – именно

²³ Журавская Татьяна. Стремление к совершенству, очерки о традиционном ремесле и современном дизайне Японии» Издательско-полиграфическая фирма "SOV'A" Спб.: 2009. – 31 с.

паломники из Китая приносили новые культурные традиции, которые впоследствии становились частью повседневной жизни как крестьян, так и военного и светского сословия.

Монах Какую в процессе своего наблюдения за природой уловил сходство между поведением животных и людей, которое и запечатлел в четырех юмористических историях «Тедзюгига»²⁴. В качестве героев его повествования выступали как люди из высшего общества, так и буддийские монахи. Рисунки выполнялись на свитках простой черной тушью; к каждому изображению следовала разъясняющая подпись (Приложение 9). С изменением повествования менялись и сами картинки. Хотя «Тедзюгига» выполнены в типичном для манги стиле – черной тушью и с преобладающей иллюстративной составляющей, в которой изображения несут за собой основную эмоциональную нагрузку, а вербальная составляющая находится в положении подчинения, многие отвергают ее принадлежность к этому массовому направлению культуры. В частности, газета «Емиури» в своей статье на официальном сайте выступала против причисления свитков к явлению, что предшествовал появлению манги²⁵.

К предшественникам манги некоторые относят также и изображения получившие распространения в городе Оцу близ Киото, названные оцу-э. Достаточно примитивные и простые для крестьян, свитки наполнялись сатирическими рисунками, близкими к скандальным. Оцу-э в равной степени можно назвать как предшественниками манги, так и признаком зарождения японской карикатурности и массовой прессы в том значении, в которой принято понимать в Европе. Не смотря на то, что изначально оцу-э

²⁴ MacWilliams, Mark W. Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime. — M.E. Sharpe, 2008. — 26 p.

²⁵ AnimeneWSnetwork URL:<http://www.animeneWSnetwork.com> (доступен, дата обращения 09.05.2015)

предназначались для продажи в качестве амулетов, в скором времени они стали популярны среди путешественников²⁶.

Активно развивающееся в то время изобразительное искусство укие-э считается исследователями наиболее вероятным предшественником современной массовой культуры. Это направление в искусстве связывают с именем Кацусики Хокусай, который добился значительных успехов на этом поприще и также ввел в оборот слово «манга», выпуская с 1814 по 1878 год «мангу Хокусая», состоящую из 15 томов²⁷ (Приложение 10).

Это объясняет и особенность рисовки манги в черно-белом цвете, во многом перенявшем особенности японского искусства укие-э, нашедшего отражение также и в искусстве фотографирования, заложившего основу появлению цвета в них в результате исследования Феликсом Беато и Бароном фон Стиллфридом. Позднее, их интерес подхватил и Огава Кадзумаса, использовавший подобный вид иллюстрирования при создании своих 36 книг, изданных в первой для Японии «цветной» типографии.

В начале своего развития – в XII веке, - манга была доступна только высшему слою населения; но позднее, с развитием технологий, возможность разглядывать нарисованные забавные истории появилась и у горожан с крестьянами.

Уже ощущая потребность работы на потребителя, чтобы извлечь наибольшую денежную выгоду, позднее это новое искусство стало развлечением для широкого населения, выходя на деревянных дощечках, объединяющее в себе как нарисованные, так и написанные истории, стирая грань между ними и формируя что-то новое, все больше и больше

²⁶ MacWilliams, Mark W. Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime. — M.E. Sharpe, 2008. — 27-28 p.

²⁷ MacWilliams, Mark W. Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime. — M.E. Sharpe, 2008. — 29 p.

завораживающее. Примечательно, что уже в тот момент рисунки обладали огромным жанровым разнообразием – от юмора, до порнографии.

Не меньше, чем на историю письма, на становление современного комикса повлияло изобретение книгопечатания в Европе, когда искусство богатых стало доступно массам. В своих гравюрах «Карьера Проститутки» Уильям Хогарт подробно и детализировано отобразил собственную гражданскую позицию. Его работы на первых порах выставлялись как картины с последующей продажей наборами оттисков, которые необходимо воспринимать последовательно (Приложение 11). «Карьера проститутки» и «Карьера жулика» стали причиной принятия новых законов об авторском праве.

По мнению Макклауда²⁸, одним из отцов современного вида комикса стоит считать Родольфа Тёпфлера, швейцарского писателя, художника и карикатуриста, чьи сатирические рассказы в картинках середины XIX века отчетливо фрагментировались рамками, а сами изображения воспринимались в синтезе с вербальной составляющей (Приложение 12). Однако, свои произведения художник воспринимал только как хобби и не пускал в массовое производство. Вместе с тем, несомненной заслугой Тёпфлера является создание формы, сочетающей вербальный и изобразительный элементы и, одновременно, отрицающей литературное и изобразительное искусства.

Помимо Тёпфлера, весомый вклад в формирование современной европейской традиции комиксов внесли график Линд Уорд со своим ксилографическим романом «Божьим человеком» и бельгиец Франс Мазерль со «Страстным путешествием». Художники наглядно продемонстрировали весь потенциал комиксов, но, из-за изначально заявленной несерьезности, карикатурности и развлекательности данного вида деятельности, так и не были услышаны.

²⁸ Скотт Макклауд Понимание комикса. Невидимое искусство // - М: Белое Яблоко, 2016. - с. 17.

Один из шедевров изобразительного искусства XX века считается «Неделя благих деяний» Макса Эрнста, официально заявленный как роман-коллаж и представляющий собой последовательное повествование из 182 эстампов. Даже при отсутствии сюжета, сам художник настаивал на том, чтобы его произведение читали последовательно, а не проглядывали по отдельности как обычные полотна.

По сути своей, комиксная культура возникает с появлением последовательных изображений – от витражей с библейскими сюжетами до циклов Моне и инструкций по эксплуатации в картинках. Однако, стоит отделять комиксы от карикатуры, которая является техникой изображения, стилем, не формой, использующей подобную технику.

Формирование комикса в отдельный самостоятельный жанр и последующее его функционирование на страницах журналов комиксов началось в 1892 году, когда на волне реорганизации прессы на массовую аудиторию, в тресте Уильяма Херста начинает издаваться серия комиксов в журнале «The San Francisco Examiner». В 1894 году в типографии треста установили первую машину с возможностью печати в четыре краски. С развитием печатных технологий издания получили возможность привлекать аудиторию не только за счет материалов, но используя привлекательный дизайн. 18 ноября выходит комикс за авторством Ричарда Аутколта. Вскоре появляется серия комиксов про второстепенного персонажа «Аллеи Хоганов». Короткие истории о мальчике в желтой ночной рубашке очень скоро становятся популярными на страницах New York World, а сами комиксы – постоянной рубрикой изданий треста.

Рисованные истории заполняют страницы «Morning Journal», «World», а 4 страницы печатных рисунков разрастаются до 16 – выполненные как простая последовательность картинок с полным доминированием визуальной составляющей (Приложение 3). Подобный формат был оптимальным для аудитории того времени с уровнем образования – после принятия

сравнительно недавно, в 1862 году Закона Моррилла и государственной помощи университетам. Также, с конца XIX века в США стекаются иммигранты, плохо владеющие языком и нуждающиеся в социализации, адаптации²⁹. В воскресных выпусках издаются еще больше комиксов – от мультипликационных до политических, автором которых выступал Уинзор Маккей. Конкурирующий с трестом Херста Джозеф Пулитцер также помещает в свои издания комиксы, делает попытку перекупить Аутколта. В гонке за зрелищностью и сенсационностью своих изданий оба газетных концерна вскоре стали известны аудитории как «желтая пресса» - в цвет комиксов.

12 декабря 1897 году выходят «Каценджемеровские детки» Рудольфа Диркса (Приложение 4), история о близнецах-братьях Гансе и Фрице, которая уже больше походит на современный формат комиксов. Художник добавил больше вербальной составляющей стрипов – «пузыри» с текстом, обозначив данной части графики функцию передачи диалогов.

Появляются таблоиды, а комикс обретает свою первую форму – комикс-стрип, серия рисунков небольшого размера, расположенных один за другим на полосе. К началу XX века комикс оформляется в самостоятельный жанр средств массовой информации, появляется последовательность – три кадра в ширину, две в высоту. Комикс выполняет не только развлекательную функцию – но также отзывается на состояние американского общества того времени, отображая важные социальные проблемы и вопросы.

В 1905 году появляется «Маленький Немо в стране снов» Уинзора Маккея (Приложение 5), результат отточенных навыков автора рисованных репортажей. За время работы в печатных изданиях Маккей формирует свой собственный стиль рисовки и построения сюжетов. В «Голодной Генриетты» в центре повествования – голод, и каждый новый стрип – реакция окружающих людей на ее голодные крики. «Сны любителей сырных

²⁹ Теплиц К.Т. Всё для всех. Массовая культура и современный человек // Человек: образ и сущность. М.: ИНИОН РАН, 2000. - С. 18.

гренок» (Приложение 6) - собрание зарисовок о ночных кошмарах взрослых, выполненные в реалистичном стиле – под настроение США начала XX века³⁰. В «Снах» отображаются индивидуальные и социальные фобии американцев: смерть, страх, расизм, каннибализм. Стрипы наполнены жутковатым юмором, захороненными заживо людьми и разительно отличаются от забавных, пусть и остросоциальных, но направленных все же на развлечение комиксов Ауткольта.

«Малыш Немо» появляется в 1905 году в «New York Herald» как подобие «Снов любителей сырных гренок» - только для детей. Это история о том, как малыш Немо (автор срисовал его с собственного сына Роберта) переезжает перед сном, заснул. Ему снятся странные сны, которые постепенно превращаются в кошмар – эмоциональная наполненность стрипов возрастает к концу, когда Немо зовет родителей, просыпается и оказывается в своей комнате, лежа на кровати или на полу. Маккей работает с перспективой, ракурсами, цветом – после выхода «Малыша Немо» происходит скачок в развитии индустрии. В это время закладывается монтаж комикса по примеру анимационного фильма, а, значит, появляется возможность использовать приемы из драматургии – выход на новый уровень в рисовании.

При этом комикс охватывает больше культурных аспектов американского общества, сочетая в себе жизнерадостность модерна и эффект жуткого, бессознательное и проблему желания. Клоуны кувыркаются и смеются над мальчиком, сам Немо, сталкиваясь с миром снов, понимает его эластичность и непостоянство.

Затем Маккей рисует мультфильмы – «История комара», «Динозавр Гертти», причем в последнем он собирает все, к чему пришел на протяжении всего творческого пути, создав эдакий «фильм в фильме» - рассказ о том, как создается мультфильм. Анимационная история и комиксы с Маккеем приобретают динамику, пластичность, выходят за рамки простого

³⁰ Inge M. T. Comics as Culture. Jackson: University Press of Mississippi, 1990. P. 33.

развлечения, активно откликаясь на проблемы социума, предоставляют пищу для ума и создают эффект причастности к решению насущных вопросов.

В 1907 году появляется комикс «Мэтт и Джефф» - история про пару шутов, нарисованная Бадом Фишером. Теперь рисованные истории выходят не только по воскресеньям – «Мэтт и Джефф» становится первым успешным ежедневным комиксом, выступающим в качестве дополнения к материалам газетной полосы. Позднее, в 1913 году он получает анимационное оформление и выходит также в виде мультфильмов.

Тогда же выходит «Крэйзи кэт» Джорджа Херримана – продолжение «Семейки Дингбатов», история про домашних животных³¹. Кошка Кэт и мышь Игнатц первоначально выходили в качестве дополнения к основному комиксу, но, вскоре, печатаются уже в качестве самостоятельных персонажей собственного произведения (Приложение 7).

«Крейзи кэт» - комикс про безумную влюбленность кота в мышь. Абсурдность повествования зиждется также и на том, что мышь увлечена лишь бросанием кирпича в затылок Кэт, что, в свою очередь, воспринимается как доказательство чувств. Вскоре появляется собака Оффиса Пуп, испытывающий чувства к Кэт. В результате, собака – представитель органов власти – каждую серию сажает мышь в тюрьму, персонажи не имеют четкого пола, Кэт и вовсе трактуется как чернокожий³², а сама история не раз называлась самой невероятной историей любви. По мнению Томаса Инджа, «Крейзи Кэт» - пример американского дадаизма, с его абсурдностью, сюрреализмом и языком – фонетически правильном, но грамматически неверным. Вербальная составляющая здесь представлена звуками в ряд, - внешне напоминают слова, но на деле лишены логики. И все это – «чистый американский юмор в стиле дада»³³, «непревзойденная вершина комиксного

³¹ Искусство в филателии. Интернет-ресурс <https://alexstamps.wordpress.com/2014/10/31/george-herriman/> (Доступен. Дата обращения 09.01.2016)

³² Ibid. P.44.

³³ Ibid. P. 41.

искусства»³⁴. На деле оказывается, что «Крейзи Кэт» поднимает проблему гендерной самоиндефикации, расизма – тема, особенно близкая Херриману, имевшему в паспорте отметку о том, что он «цветной», - а также вопрос о природе языка и творческой свободы. Дорабатывается графическая форма комикса, его содержание – персонажи выходят за рамки стрипов, осознают себя как нарисованных.

В результате, в начале XX века комиксы воспринимаются уже как самостоятельный жанр, не развлекательное дополнение к материалам печатных СМИ. Появляется и жанровая система, частично заимствованная из pulp-журналов – от рисованного репортажа до детского комикса.

Одновременно с пенни-пресс, медиа-концернами Херста и Пулитцера в США формируется направление Pulp-журналов - дешевых массовых изданий, выпускающихся на бумаге из вторсырья, по виду напоминавшие собой японские книги комиксов – танкобоны.

Первым журналом данного типа считается «The Argosy» - подростковое издание, первый выпуск которого датирован 1896 годом. Экономия на качестве бумаги сказалась на цене издания, выпускавшегося по 10 пенсов на экземпляр. Таким образом, «The Argosy» становится доступным массовому читателю разного социального достатка, что, в свою очередь, привлекает рекламодателей. Журнал быстро становится популярным и окупаемым, стимулируя последователей и конкурентов, формируя новый тип печатного СМИ, ориентированного на массового читателя.

Появляются такие журналы, как «The Popular Magazine», «All-Story», «Top-Notch», «Short Story», «Blue Book», «Cavalier», «Adventure». Первоначально pulp-периодика была представлена журналами, в которых печатались произведения различных жанров; вскоре они формируют собственную систему.

³⁴ Ibid. P.57.

Начали появляться pulp-журналы нового типа, которые были ориентированы тематически на какой-то конкретный жанр — детектив, вестерн, истории про пиратов, а несколько позже — литературу ужасов, научную фантастику и авиационные приключения. В отличие от всежанровых журналов, специализированные издания были рассчитаны на более узкую, но одновременно более мотивированную аудиторию, что позволяло им успешно удерживаться на рынке литературной периодики.

Следует отметить, что в первой половине XX века американская литература довольно отчётливо делилась на «журнальную» и «книжную», причём эти два направления пересекались довольно редко. Книжные издания произведений, опубликованных в журналах, были скорее исключением, чем правилом. Книжные издания были гораздо более престижными и прибыльными для авторов, так как позволяли получать потиражные отчисления от публикаций; журналы платили авторам только один раз, а повторные перепечатки произведений были возможны только для самых популярных произведений. Практически же все журнальное творчество было «одноразовым» — автор просто продавал свой текст журналу для того, чтобы один раз получить за него гонорар и забыть о своём творении навсегда.

Pulpe-журналы продолжали существовать в той или иной форме до начала 1950-х годов, когда изменения на рынке периодики и удешевление книг заставили pulp-ы исчезнуть или преобразоваться в более престижные издания.

По своему жанровому наполнению Pulpe-журналы делились по примеру литературных изданий: детективы, приключения, политические, сатирические и так далее. Некоторых из произведений появлялись сперва как политические или сатирические дополнения к журналистскому материалу, а после выходили как самостоятельные произведения с некоторой доработкой. В конце концов на газетной полосе комиксы остаются в качестве дополнительного, карикатурного элемента, не обладавшего самостоятельностью. Полноценно жанр раскрылся позднее на страницах

журналов. Причем, если брать в качестве примера для сопоставления японский опыт издания комиксов – такобоны, напечатанные на серой дешевой бумаге в черно-белом цвете, то популярные американские комиксы попали на волну американизации и поставлялись в другие страны как характерная составляющая масс-медиа США и выходили полноцветной печатью и с добавлением дополнительных изобразительных элементов (Приложение 3).

В конце концов сами комиксы по своей форме поделились на самые маленькие – стрипы, по три кадра в ряд и издающиеся в качестве дополнительного контента. Стрипы, обладающие периодичностью и развивающимся сюжетом выходили позднее на интернет-ресурсах, а позднее и вовсе сформировались в отдельный тип – веб-комикс. Комиксы, вышедшие до появления pulp-журналов и выполненные в стиле, схожем со стилем, в которых рисовали авторы Пулитцеровского и Херстовского трестов принято обозначать традиционными; в том же стиле выполнены комиксы, послужившие основой для начальных мультипликационных произведений Уолта Диснея в США и Осамы Тедзуки в Японии. Собственно, японские комиксы и выполненные по их подобию китайские и корейские, выпущенные сперва в родных странах, а позднее ассимилировавшиеся в американской среде, обозначились как манга, манхва и манхуа.

Произведения, выполненные по типу комиксов, но с использованием фотографий с последующей обработкой и дополнением при редактировании филактером и звуковыми вербальными элементами сформировались в фотонвеллы – произведения крупные по масштабу – и фотожабы-юмористические и сатирические краткие комиксы. В последующее время активно распространились по социальным сетям.

Произведения, имевшие популярность и выходящие даже после смерти его автора, называются zombie-стрипами. Этот вид произведения появился из-за желания редакторов сохранить выгодный бизнес. Примечательно, что

автор «Крейзи Кэт» Джордж Херриман опубликовал отказ от того, чтобы серия его комиксов продолжалась после его смерти³⁵.

В 1928 году на страницах pulp-журнала «Amazing Stories» выходит первый научно-фантастический комикс «Бак Роджерс» Филиппа Нолана. Через год он привлекает внимание Джона Дилла, выпустившего на страницы своей газеты комикс уже в еженедельном формате. Простой сюжет – Антони (в газетном варианте – Бак) Роджерс нечаянно совершает прыжок во времени на 500 лет вперед и оказывается в 2429 году, - рисовался в формате стрипов и быстро полюбился аудитории.

По мотивам романа Берроуза 1912 года пишется приключенческий комикс «Тарзан», с 1931 года выпускается детективная рисованная история о Дике Трейси.

Примечательна основная особенность американских комиксов, которая прослеживается с самого начала образования данного жанра. Исследователи отмечают, что американские комиксы всегда отражают время читателя. Читая американский комикс, мы всегда знаем, какие это примерно годы и какая политическая обстановка окружает героев. В комиксах всегда можно найти предметы быта, соответствующие времени: телевизоры, радио, машины и прочее³⁶. Комиксы напоминают графическую летопись истории США; лишенная своего собственного национального наследия в изобразительном искусстве, страна формирует его как один из промышленных товаров, поставляя как внутри страны, так и за ее пределы.

В результате, журналы комиксов формируют еще один тип издания – книги комиксов (comics book), в котором произведения обладают самостоятельным, не подчиненным журналистской статье наполнением.

С 1920 года содержание комиксов претерпевает значительные изменения. Как дополнительный визуальный элемент на газетной полосе он

³⁵ Schwartz, Ben (2003). «Hearst, Herriman, and the Death of Nonsense.» Printed in *Krazy & Ignatz 1929–1930: «A Mice, A Brick, A Lovely Night.»*

³⁶ Зими́на С.С. Сравнение американских и японских комиксов, начиная с истории и индустрии, заканчивая графическими и сюжетными различиями URL: http://samlib.ru/z/zimina_s_s/manga.shtml (Дата обращения 09.09.2016)

продолжает существовать на страницах политических изданий, но также приобретает жанровое разнообразие и новую форму.

Теперь комиксы выступают в качестве самостоятельного развлекательного Средства Массовой Информации, обладают своей периодичностью, печатают на страницах журналы. Многие из полюбившихся персонажей обретают свои истории, выпускаясь пробными выпусками в сборниках и, при положительной реакции аудитории – печатаясь уже самостоятельно.

«Парад веселых идей» - первый сборник комиксов, что объединил в себе уже полюбившиеся аудитории старые произведения – а, значит, имеющие стабильный успех. Сыграв на ностальгическом чувстве читателей, компания Proctor&Gamble переработали идею Максвелла Гейна по новому формату таблоидов и использовала в качестве собственной рекламы³⁷.

Тогда же сформировались особенности в оформлении произведений. Установился формат журнала, полноцветная печать. Издания имели обложку, фронтиспис – рисунок перед титульным листом, - сам титульный лист, основную часть и дополнительные рисунки. Реклама, выходящая а этих страницах, обычно заключалась в анонсах схожих по тематике комиксов компании или же околокультурной продукции дружественных фирм.

Вторым сборником комиксов стали «Знаменитые веселые истории: карнавал комиксов», издателем которых выступил Гейн. Успех журнала привлек внимание Мартина Гудмана, Якова Лебовитца и Харри Доненфилда. Они переработали идею pulp-журналов, выпустив сборник «Знаменитые веселые истории», в которых собрали уже ранее напечатанные известные произведения.

После того, как всплеск интереса аудитории к сборникам традиционных комиксов пошел на спад, издаются собрания оригинальных историй. «New Fun: The Big Comic Magazine #1», вышедший после 1935 года включал в себя работы филансеров, что оказалось куда выгоднее, чем

³⁷ Rhoades S. A Complete Histiry of American Comic Books. P. 10.

переиздавать старые произведения³⁸. Это решение обеспечило успех Малькольму Вилер-Николсону, разошедшись приличным тиражом среди читателей, но позднее, к 1937 году, Вилер-Николсону пришлось пойти на слияние с собственным дистрибьютором «Independed News Company», образовав вместе с Харри Доненфилдом и Яковом Лейбовитцем новое издательство «Detective Comics». Учитывая опыт предшественников, - в том числе и всплеск расследовательской журналистики, мажоритарства, - издательство выпускает оригинальные истории в детективном и приключенческом жанрах. Новая политика журналов комиксов имела такой успех, что через год Доненфильд и Лейбовитц выкупают все права на комиксы у Вилер-Николсона, открывают несколько студий по производству комиксов, поставив выход новых произведений на конвейер. Созданием произведений занималось несколько человек – продумывался сюжет, персонажи писателем, затем в дело вступали художники, работающие над визуальной составляющей и над сочетанием вербального и невербального компонента. На рынок поставлялась унифицированная продукция³⁹ второсортного качества. Как и в случае с собственно журналистикой, творческий процесс превратился в средство заработка, хорошо окупалась, но не пользовалась одобрением у творческой прослойки общества⁴⁰.

1.2. Комиксы о супергероях, манга и аниме

В XX веке комикс постепенно превращается в популярный жанр массовой культуры, утрачивая первоначальное карикатурную форму и

³⁸ Ibid. P. 12.

³⁹ Wright B.W. *Comic Book Nation: The Transformation of Youth Culture in America*. Baltimore: Johns Hopkins Univ. Press, 2003. P. 5.

⁴⁰ Ibid. P. 6.

приобретая собственные особенности, отделяясь от «желтой прессы» и Pulpe-журналов.

В 1938 году в первом выпуске журнала Action Comics издательства Detective Comics, Inc (сейчас DC Comics) выходит комикс про Супермена, комикс в стиле экшн о супер-человеке, что может бежать быстрее поезда, перепрыгивать через высокие здания, обладает пуленепробиваемой кожей. Этот год становится началом Золотого века комикса в США⁴¹. Жанр, что использовался ранее для привлечения и социализации иммигрантов, плохо владеющих английским языком, превращается в культовое направление⁴². Первоначальный Супермен с течением времени не претерпел особых изменений по части способностей. Появление комикса подстегнуло интерес аудитории к комикс-индустрии и ожидаемо повлекло за собой производство историй о других героях. С 1938 года американскими комиксистами создается более 400 супергероев, включая Бэтмена, Робина, Чудо-женщины, Флэша, Зеленого Фонаря, Аквамена собственно DC Comics и Человека-факела, Нэмора и Капитана Америки Timely Comics (Marvel Comics).

Через год появляется история о человеке-летучей мыши, выступившим в роли антипода Супермену: в отличие от Кларка Кента, Бэтмен не обладал никаким особенными способностями и боролся с преступностью только лишь с использованием своих умственных способностей, новейших технологий и отведенных человеку физических данных. Комикс выходит в жанре детектива и получает свою аудиторию. Позднее DC вводят также Флэша – самого быстрого человека на свете, а еще через год, в 1940 – Зеленого Фонаря.

Появляются комиксы, обслуживающие феминистическую аудиторию: Дэйл Мессик рисует историю о женщине-журналистке Бренде Старр, что в последующие годы выходит на экраны в качестве кинофильма. Сюжет по

⁴¹ Comics Timeline Интернет-источник. URL: <https://www.infoplease.com/spot/comics-timeline#CT-1930> (Доступен, дата обращения 25.05.2016)

⁴² Денисова А.И. «Американский комикс: факторы развития и феномен популярности»

канве напоминает историю о супергероях – есть центральный персонаж, антагонист, спасение планеты от разрушения и безумных ученых, расследования и любовная линия вокруг героини. Фильм, снятый по мотивам произведения, более 3 лет не выходил в прокат после окончания съемок.

На год позднее, чем DC, Майклом Гудменом образовывается компания «Timely Comics». В октябре 1939 года выходит первый выпуск журнала «Marvel Comics» о человеке-факеле, созданном с помощью генной инженерии. Тогда же на страницах комиксов Гудмена появляются первые люди-мутанты, но сперва в образе антагониста Нэмора Подводника. Издание комиксов происходило вместе с «Funnies Inc».

В 1941 году основные художники «Timely Comics» - Джек Кирби и Джо Саймон, по совместительству писатель и первый редактор компании, создают патриотический образ Капитана Америки – Стива Роджерса, который получил свои феноменальные способности в результате программы по подготовке супер-солдата во время Второй Мировой Войны. Комикс вызвал всплеск патриотизма у аудитории, что выглядит особенно примечательным в свете того, что в декабре этого же года во Вторую Мировую Войну вступают США. Данное произведения выступало в той же роли, в которой в СССР выступала повесть о Василии Теркине, поддерживая боевой дух солдат и воодушевляя новобранцев.

В это же время в журналах DC появляется Чудо-женщина, олицетворяющая в себе женские идеалы героизма со сверхспособностями.

В противовес супергеройским комиксам появляются произведения Дисней: в 1947 году выходит комикс про Скруджа Макдака, в 1949 году – история про дружелюбное привидение по имени Каспер. Появляются комиксы, ставшие основой для мюзиклов, создается орган по контролю за печатной продукцией – ввиду частых жалоб общественности на комиксов с преступлениями и ужасиками.

С 1956 года начинается Серебряный век комиксов, отличительной чертой которого становится художественное развитие и коммерческий успех комиксной культуры в США. Становятся известные такие сценаристы, как Стэн Ли, Джон Брум, Гарднер Фокс; набирают популярность художники Джек Кирби, Стив Дитко и Гил Кейн. Появляется новое поколение авторов комиксов – Деннис О’Нил, Адамс, Джим Стеранко, Рой Томас. Для регулирования содержания журналов комиксов издательствами вводится «Кодекс комиксов», являющийся к тому же и цензурным уставом направления.

Из-за ограничений падает популярность хорроров и триллеров, которые обвиняют в возросшем уровне преступности среди подростков, и на рынок возвращаются истории про супергероев.

В октябре 1956 года выходит четвертый номер Showcase издательства DC Comics, в котором появляется новый Флэш Барри Аллен⁴³, а также запускаются новые серии о супергероях и перезапускаются старые. Эта волна послужила стимулом для основного конкурента DC Marvel Comics и на свет появился первый выпуск Фантастической четверки. Именно на данном этапе в 15 выпуске Amazing Fantasy появляется Человек-паук⁴⁴, а супергерои объединяются в команды – Лигу справедливости DC Comics и Фантастическая четверка Marvel Comics. С подачи Стэна Ли, Стива Дитко и Джека Кирби увеличивается популярность Marvel Comics⁴⁵, появляется концепция «супергероев в реальном мире»⁴⁶, сюжет становится более динамичным, усложняются характеры персонажей. Эти изменения приводят

⁴³ CBR News Team. DC Flashback: The Flash (англ.). Comic Book Resources Интернет-источник. URL: <http://www.cbr.com/dc-flashback-the-flash/> (Доступен, дата обращения 09. 02. 2017)

⁴⁴ Overstreet, Robert Top 21 comics // The Official Overstreet Comic Book Price Guide. – Random House, 2008. – Вып. 38. – С. 154.

⁴⁵ Jacobs, Will. The Comic Book Heroes: From the Silver Age to the Present. – Crown Publishing Group, 1985. – С. 34.

⁴⁶ Ro, Ronin. Tales to Astonish: Jack Kirby, Stan Lee and the American Comic Book Revolution. – Bloomsbury USA, 2004. – С. 87–88, 110–111.

к тому, что, помимо уже имеющейся детской аудитории, привлекается студенческая аудитория и читатели среднего возраста. В новой команде супергероев в 4 выпуске Avengers был возрожден персонаж Золотого века Капитан Америка.

Несомненной заслугой Джека Кирби и Стэна Ли является соединение образности и реалистичности, что позднее перенимает большинство американских комиксистов. Однако, запрос аудитории в более сложных сценариях и более реалистичных формах искусства усложняют задачу для авторов, которые всю свою профессиональную деятельность постоянно экспериментируют с формой и стилем, в зависимости от того, природу, искусству или идею он ставит во главу угла. Вместе с тем, каждый художник не должен забывать и о главной цели комикса – чтобы аудитория постоянно создавала и пересоздавала карикатурного образного персонажа, вовлекаясь в роль, что, по мнению Маклюэна, является одним из требований человечества к визуализации. Телевидение и комиксы были отнесены им к «холодным» медиа, которые требуют высокой степени соучастия зрителя через образные формы.

В 1959 году появляется Супергерл – образец типичной девочки-подростка, кузины Супермена, вышедшая в журналах издательства DC. Она не похожа на чудо-женщину, и сталкивается с такими подростковыми проблемами, как взросление, признание среди старших и ровесников, первая влюбленность, социальная адаптация. Отклик на социальные проблемы, включенный в канву приключений супергероини, не вызывает чувства отторжения у подростковой аудитории

Большая часть комиксов получает мультипликационную и киноадаптацию, но по своей структуре по-прежнему оказывается унифицирована: это история про человека, обретающего удивительные способности, получающего антагониста и вынужденного жить в этом обществе со всеми своими способностями.

В 1960-х, по мнению Питера Сандерсона, DC Comics переживает период упадка из-за возросшей популярности супергероев⁴⁷ и возросшей численности аудитории комиксов. Продукция Marvel Comics становится аналогом французской новой волны, вводит новые методы повествования и задает тенденции для остальных комиксистов. Конкуренция данных гигантов журналов комиксов становится одним из ведущих факторов, определяющих дальнейшее направление развития американского рынка и его особенностью.

Именно Серебряный век комиксов закрепил гегемонию историй про супергероев на рынке: романтика, юмор, вестерн и ужасы теряют свои позиции и отходят на второй план. Образ супергероя эволюционирует, ориентируясь на более взрослую аудиторию, научная фантастика и пришельцы заменяются на магию и богов⁴⁸. В это же время произведения Серебряного века ощущают на себе влияние поп-арта, а научные деятели погружаются в исследования искусства в комиксов и сущности комикс-индустрии^{49,50}.

В начале 1970-х годов происходит переход от одного типа комиксов к другому, что знаменует собой становление Бронзового века. С этого момента сюжеты комиксов затрагивают социально значимые темы наркотиков, алкоголизма, экологии и ориентируются на более взрослую аудиторию. Получают жизнь государственно заказанные комиксы: в 1971 году в истории «Green Goblin Reborn!» серии The Amazing Spider-Man появляется сюжет с наркозависимым сыном Зеленого Гоблина. Аудитория благосклонно воспринимает произведение, из-за чего организации издательств «Кодекса комиксов» (Comics Code Authority, CCA) приходится пересмотреть текст

⁴⁷ Sanderson, Peter Comics in Context #14: Continuity/Discontinuity Интернет-источник. URL: <http://www.ign.com/articles/2003/10/11/comics-in-context-14-continuitydiscontinuity> (Доступен, дата обращения 10.02.2017)

⁴⁸ Callahan, Timothy In Defense of Superhero Comics Интернет источник. URL: <http://www.cbr.com/262148-2> (Доступен, дата обращения 17.02.2017)

⁴⁹ Couperie, Pierre. A History of the Comic Strip. — Crown Publishing, 1968. — С. 64–67.

⁵⁰ Perry, George. The Penguin Book of Comics. — Penguin Books, 1967. — 256 с

документа и ослабить запрет на упоминание о наркотиках. Данный факт спровоцировал DC Comics издать сюжетную арку Snowbirds Don't Fly серии Green Lantern/Green Arrow про зависимость помощника Зеленой Стрелы Спида от героина.

Началом Бронзового века иногда называют 1973 год, когда в 121-122 выпусках The Amazing Spider-Man по вине Человека-паука гибнет Гвен Сейси – беспрецедентное событие в графической летописи США.

Перед Современным веком комиксов некоторые историки выделяют Медный век комиксов (1980-1992 гг) и Темный век (1980-200 гг). В данные периоды комикс-индустрия (?)

Современный век комиксов начинается с 2010-х годов, когда комиксы тотально пересматривают политику и сюжетную составляющую, прочерчивается грань между классическим и современным комиксами. К примеру, если в первом варианте в качестве главного героя изображался белый мужчина атлетического телосложения, то во втором больше внимания уделяется подросткам, женщинам, представителям не европейских культур. Альтернативная вселенная супергероев, где уже знакомые персонажи меняют расу, пол и возраст, становятся отличительной чертой данного века.

На рынок выходят независимые издатели, публикующие произведения многих известных создателей комиксов, а в произведениях появляются антигерои – Росомаха, Каратель, - и постепенно их нахождение в произведении становится обязательным фактором развития сюжета.

Если комиксы в США возникли как дополнение к тексту, вспомогательный элемент на газетной полосе, и прошли долгий путь до формирования в отдельный жанр, то в Японии комиксы появились в качестве заимствованного культурного элемента. Только через процесс ассимиляции, адаптации иностранного повествовательного жанра и соединения его с культурологическим наследием страны, термины «комикс» и «манга»

приобрели тождественное значение, в котором и функционируют в настоящее время.

Влияние на возникновение манги, по мнению исследователей, оказал довоенный период Мейдзи с одной стороны, и события после Второй мировой войны с другой.

Первый фактор проявлялся в естественно сформировавшемся культурологическом наследии, включая появление самого термина «манга» в работах художников Канкэй Судзуки, Санто Кёдэна, Минва Аикавы и Кацусики Хокусая⁵¹, а, после, и придание ему современного значения с подачи мангаки Ракутэна Китадзавы⁵², первого профессионального художника-мультипликатора Японии. Совокупность мер по реформированию всех сфер общества Японии и превращению страны в одну из ведущих в мире отличалась ускоренным введением последних достижений западной цивилизации, что, свою очередь, требовало изменение японского традиционного образа жизни и появление новых понятий в японском обществе из-за уничтожения железного занавеса страны. До этого момента об окружающем мире японцы узнавали лишь от голландских мореплавателей, имеющих разрешение на остановку в гавани провинции Нагасаки. После открытия страны для международных отношений, появилась возможность для обретения нового опыта – в большем количестве, чем до этого во время правления Иеясы Токугавы.

Свержение сегуна в 1868 году имперскими войсками привело к интенсивному развитию страны и возвращению власти молодому Императору Мейдзи, а также открытию морских портов Японии в 1854 году. Поощрялась учеба за границей с последующим возвращением в родную страну с новым опытом и идеями – одновременно с этим некоторые эксперты из Европы и

⁵¹ Jocelyn Bouquillard, Christophe Marquet. Hokusai: First Manga Master. – New York: Abrams, 2007. – p.80

⁵² Симицзу, Исао. 日本「漫画の事典：全国のマンガファンに贈る. – Sun lexica, 1985. – Т. 24. – С. 53–54, 102–103.

Америки посещали Японию, обмениваясь опытом и приобретая что-то для себя.

Западные комиксы ввозятся в Японию^{53,54}, пока местные культурные деятели перенимают опыт иностранных коллег. Появляется фотография, новые формы литературы, новый вид изобразительного искусства. Японские художники изучают незнакомую композицию, систему пропорций, цвет, восполняя пробелы, на которых укие-э и оцу-э не акцентировались. Наряду с уже сформированной важностью идеи и смысла рисунка, в японское изобразительное искусство проникает понимание важности формы, что ведет к появлению последовательности и вовлечение материала в процесс повествования, диктуемый ремесленностью, особенность уже собственно японского общества и системы медиа в частности.

Слово «манга», как уже упоминалось, было введено японским гравером Хокусаем для описания своих рисунков использовавшему два иероглифа из китайской письменности – «ман», что значит «неряшливый» и «га» - «изображение»⁵⁵.

В начале своего развития в XII веке манга была доступна только высшему слою населения; но позднее, с развитием технологий, возможность разглядывать нарисованные забавные истории появилась и у горожан с крестьянами.

Уже ощущая потребность работы на потребителя, чтобы извлечь наибольшую денежную выгоду, позднее это новое искусство стало развлечением для широкого населения, выходя на деревянных дощечках, объединяющее в себе как нарисованные, так и написанные истории, стирая грань между ними и формируя что-то новое, все больше и больше

⁵³ Катасонова Е.Л. Мангамания (рус.) // Восточная коллекция : журнал. – 2007. – № 2. – С. 70–81.

⁵⁴ Иванов Б. А. Введение в японскую анимацию. – 2-е изд. – М.: Фонд развития кинематографии; РОФ «Эйзенштейновский центр исследований кинокультуры», 2001. – с. 43

⁵⁵ Блог для художников о манге. Интернет-источник. URL: <http://www.drawmanga.ru/manga/manga-hist.shtm> (Доступен, дата обращения 22.05.2015)

завораживающее. Примечательно, что уже в тот момент рисунки обладали огромным жанровым разнообразием – от юмора, до порнографии. Эротические гравюры вылились даже в определенный поджанр, называемый «Сюнга»⁵⁶, отличающийся от того, что мы знаем сейчас тенденцией увеличения некоторых частей тела, чтобы зритель сразу же догадывался о тематике изображенного на дощечке. С этим связано и то, что подобные произведения выходили в малом размере, и некоторые просто не могли бы «прочсть» сюжет. Интересно, что подобная средневековая забава существовала и на Руси, но только на лубках⁵⁷.

В 1902 году в журнале «Дзидзи манга» издается юмористический комикс «Тогосаки и Макубэ осматривают Токио» (Tagosaki to Makube no Toukyou kenbutsu) Ракутэна Китадзавы, который считается самым первым произведением в японском искусстве последовательных изображений. Первый в Японии «сериальный комикс»⁵⁸ выполнен по образу и подобию американских комиксов и не считался социально значимым явлением, позиционируя себя как модное молодежное увлечение⁵⁹.

В Японии приостанавливается производство художественных произведений, уступая дорогу американским или сделанным по американскому образцу сатирическим произведениям, но к XX веку данная заимствованная форма изживает себя, столкнувшись с запросом на большую контекстуальность и смысловое наполнение со стороны взыскательного японского читателя.

⁵⁶ Арт-проект творческого коллектива Zen Designer. Интернет-источник. URL: <http://zen-designer.ru/artists/299-japan-sex-picture> (Доступен, дата обращения 22.05.2015)

⁵⁷ Русское нелитературное творчество. Все о сексе и народном творчестве. Блог. Интернет-источник. URL: <http://rumat.org.ru/prikolnye-lubki-s-nepriстойnym-soderzhaniem> (Доступен, дата обращения 22.05.2015)

⁵⁸ Иванов Б. А. Введение в японскую анимацию. – 2-е изд. – М.: Фонд развития кинематографии; РОФ «Эйзенштейновский центр исследований кинокультуры», 2001. – с 35

⁵⁹ Антон Ленников. Искусство Манга. Часть 1 (2006 год). Интернет-источник. URL: <http://www.animemagazine.ru/35.04/tema.php> (Доступен, дата обращения 22.05.2015)

Подъем производства традиционного типа манги начинается во время Второй Мировой войны, когда комиксы, выступающие в качестве мощного средства пропаганды и агитации, финансируются государством. На тот момент манга печаталась на хорошей бумаге и имела специфическое, глубоко патриотическое содержание, за что и получили название «Токийской». В противовес ей после окончания войны получает распространение жанр «Осацкой манги», которая продается за бесценок и публикуется на дешевой бумаге.

Влияние США на японскую культуру после окончания Второй Мировой войны выступает в качестве второго фактора формирования современного японского рынка комиксов и следующим этапом подъема развития местной культуры комиксов. Американские комиксы, привезенные в Японию военнослужащими, телевидение, фильмы, мультипликация – все это вновь оказывает влияние на местное население и порождает естественный процесс противодействия, как было изначально с печатью в стране. Англоязычные издания переводятся на национальный язык, после чего, вновь столкнувшись с возросшими требованиями японского общества, появляются продукты культурного противодействия американской культурной экспансии.

Именно на данном этапе развития японская культура усваивает иностранный комиксный опыт, соединяя его с собственным культурологическим наследием, формируя современный тип манги и периодики.

Печать, служившая одновременно и источником информации и способом государственного контроля общества, стремительно развивается и способствует созданию ориентированной на потребителя медиасистемы, созданию таких медиаконцернов, как Kodansha⁶⁰.

Первым мангакой, соединившим американский и японский опыт искусства последовательных изображений, является Осама Тэдзука и его «Новый Остров сокровищ» (Приложение 13). В своих произведениях он

⁶⁰ Kinsella, Sharon 2000. *Adult Manga: Culture and Power in Contemporary Japanese Society*. Honolulu: University of Hawai'i Press.

объединил как опыт довоенной манги, наиболее популярными представителями которой являлись Norakuro, Bouken Dankichi и Kasei Tanken, так и творчество Уолта Диснея и Макса Флейшера – Микки Мауса, кот Феликс^{61,62}.

Первые комиксы Тэдзука создает еще во время Второй мировой войны, которая впоследствии оказывает огромное влияние на его произведения^{63,64}. В послевоенный период, который он после вспоминает как период наибольшей свободы для художественных деятелей Японии⁶⁵, появляется и «Остров Сокровищ» (Shin Takarajima), который возымел успех у читателей⁶⁶ и быстро приносит своему автору известность. Именно с подачи Тэдзуки создается система, при которой над производением работают мангака и его ассистенты, его перу принадлежат японские комиксы о Бэмби и Пиноккио⁶⁷, первая работа в жанре «сёдзэ» Ribbon no Kishi, созданная под влиянием театра Такарадзука⁶⁸. Именно Осаму Тэдзука организывает в 1961 году студию Tezuka Osamu Production (позднее – Mushi Production), которая создает произведения, выступающие в качестве противодействия засилью американской мультипликации на экранах.

⁶¹ Schodt, Frederik L. *The Astro Boy essays : Osamu Tezuka, Mighty Atom, and the manga/anime revolution*. – Stone Bridge Press, 2007. – p. 24, 57

⁶² Иванов Б. А. Введение в японскую анимацию. – 2-е изд. – М.: Фонд развития кинематографии; РОФ «Эйзенштейновский центр исследований кинокультуры», 2001. – с 357-364

⁶³ Schodt, Frederik L. *The Astro Boy essays : Osamu Tezuka, Mighty Atom, and the manga/anime revolution*. – Stone Bridge Press, 2007. – p26

⁶⁴ Katzenstein P. J. [Network Power: Japan and Asia](#) / Peter J. Katzenstein, Takashi Shiraishi. – Cornell University Press, 1997. – p 237

⁶⁵ Schodt, Frederik L. *The Astro Boy essays : Osamu Tezuka, Mighty Atom, and the manga/anime revolution*. – Stone Bridge Press, 2007. – pp 30-31.

⁶⁶ MacWilliams M. W. *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime*. – M.E. Sharpe, 2008. – 352 p. p35.

⁶⁷ Schodt, Frederik L. *The Astro Boy essays : Osamu Tezuka, Mighty Atom, and the manga/anime revolution*. – Stone Bridge Press, 2007. – p 44.

⁶⁸ Schilling M. *The Encyclopedia of Japanese Pop Culture*. – Weatherhill, 1997. –pp263-268.

Первый культовый аниме-сериал Tetsuwan Atom (Astro Boy), созданный в 1963 году на основе одноименной манги автора, быстро набирает популярность в Японии и в США, позволив художнику впервые посетить Америку. Появляется автобиографическая манга Gachaboi Ichidaiki, в которой он отобразил впечатления от поездки⁶⁹, один из первых цветных сериалов Jungle Taitei (Kimba the White Lion), первые эротические аниме Senya Ichiya Monogatari и Cleopatra⁷⁰. Параллельно Тэдзука пишет статьи о комиксах, кинофильмах, театре, образовании, музыке и т.д., экспериментирует с сочетанием анимации и съемки живых актеров в провальном сериале Vampire⁷¹. Именно с подачи Тэдзуки с середины 1960-х годов аниме и манга набирают популярность в Японии, переключив аудиторию с игрового кино и став стимулом появления новых аниме-студий.

Осаму Тэдзука использовал одним из первых приемы, которые и по сей день применяются множеством последователей, заимствовав художественные приемы Уолта Диснея^{72,73} и соединив их с традициями японского изобразительного искусства. По словам самого мангаки, существенное влияние на его творчество также оказали и американские комиксы⁷⁴. От послевоенной манги его работы отличались большей детализацией сюжетной линии и большим объемом, а также отсутствием четкого прослеживаемого пропагандистского контекста. Из стилистических новшеств заслугой мангаки

⁶⁹ Onoda Power N. God of Comics: Osamu Tezuka and the Creation of Post-World War II Manga. – University Press of Mississippi, 2009. –р4.

⁷⁰ Иванов Б. А. Введение в японскую анимацию. – 2-е изд. – М.: Фонд развития кинематографии; РОФ «Эйзенштейновский центр исследований кинокультуры», 2001. – с. 357-364.

⁷¹ Иванов Б. А. Введение в японскую анимацию. – 2-е изд. – М.: Фонд развития кинематографии; РОФ «Эйзенштейновский центр исследований кинокультуры», 2001. – с. 63.

⁷² Schodt, Frederik L. The Astro Boy essays : Osamu Tezuka, Mighty Atom, and the manga/anime revolution. – Stone Bridge Press, 2007. – р.48.

⁷³ Kovacs G. Classics and Comics / George Kovacs, C. W. Marshall. – Oxford University Press, 2011. – р. 60.

⁷⁴ Holmberg, Ryan. Tezuka Osamu and American Comics (англ.). The Comics Journal Интернет-источник. URL: <http://www.tcj.com/tezuka-osamu-and-american-comics/> (Дата обращения 25.05.2015)

считают внедрение в изобразительное искусство крупных планов, смену ракурсов, оптических эффектов, а также записывание звуковых эффектов буквами и подчеркивание движения в кадре⁷⁵. Со временем сам Тэдзука упростил стиль ради экономии средств и времени⁷⁶, использовал большие глаза персонажей, сосредотачивался в основном на гуманистических темах. Его «звездная система» и повторяющиеся визуальные шутки стали отличительными особенностями произведений мангаки, а стиль оказал влияние на Мото Хагио, Хитоси Ивааки, Фудзико Фудзио, Лэйдзи Мацумото, Томоко Танигути и целые поколения мангак и читателей после смерти бога аниме и манги. Идея делать ставку на аниме-сериалы, обеспечивающие постоянный приток аудитории⁷⁷, а не на полнометражные произведения была вызвана надеждой повторить успех американской студии Hanna-Barbera, вместе с концепцией «ограниченной анимации», экономящей производственные и финансовые ресурсы, и «банком анимации» - коллекции кадров, которые могли использоваться множество раз⁷⁸, - уже считаются стандартом японской мультипликации^{79,80,81}.

В японской практике комиксов, по сути, произошел обратный американскому процесс: сформировавшись в качестве самостоятельного жанра, манга появляется впоследствии и в традиционных печатных медиа в качестве дополнительного, вспомогательного элемента на газетной

⁷⁵ Brenner R. E. *Understanding Manga and Anime*. — Greenwood Publishing Group, 2007. — P. 6-7.

⁷⁶ Катасонова Е. Л. Японцы в реальном и виртуальном мирах : очерки современной японской массовой культуры. — М.: Восточная литература, 2012. — с.77.

⁷⁷ Катасонова Е. Л. Японцы в реальном и виртуальном мирах : очерки современной японской массовой культуры. — М.: Восточная литература, 2012. — с.115.

⁷⁸ Schilling M. *The Encyclopedia of Japanese Pop Culture*. — Weatherhill, 1997. — pp. 263-268.

⁷⁹ Schilling M. *The Encyclopedia of Japanese Pop Culture*. — Weatherhill, 1997. — pp. 263-268.

⁸⁰ Леонов В.Ю. Творчество Осаму Тэдзуки как ключевой компонент формообразования манга (рус.) // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики: журнал. — 2013. — № 6 Ч.1. — С. 104–106.

⁸¹ Иванов Б. А. Введение в японскую анимацию. — 2-е изд. — М.: Фонд развития кинематографии; РОФ «Эйзенштейновский центр исследований кинокультуры», 2001. — с.193.

полосе. Развиваясь параллельно с остальными формами СМК, комиксная культура приобрела схожие с ними черты и способы воздействия на аудиторию. К настоящему времени манга и аниме дополнили инструментарий дополнительными специализированными чертами и подвергаются влиянию больше со стороны массового сознания японского общества и мира, чьи интересы обслуживает, перерабатывая и отражая его. Остальные художественные практики используют комиксы как фильтр, перенимая полученный опыт и используя полученные в процессе обработки информации код.

Пройдя длинный исторический путь от медитативного время препровождения буддистских монахов до продукта массовой культуры, манга стала естественной и незаметной для японцев частью обыденной жизни. Выполненная в лучших традициях искусства укие-э и с истинно японской наблюдательностью, культура комиксов предоставляет аудитории информацию, о котором высоконтекстуальное общество предпочитает умалчивать, формируя и поддерживая в подрастающем поколении чувство красоты и меры, стандарты социального поведения и мышления, воспитывая в аудитории такие качества, как эстетичность, трудолюбие, внимательность, тактичность и чувственность.

В настоящее время и японские, и американские комиксы популярны как в своих странах, так и за рубежом, постепенно выполняя, наряду с обычными задачами канала масс-медиа и функцию инновещания.

Выход на международный рынок манги, которая в современной японской медиасистеме функционирует как часть прессы, обусловлен падением тиражей журналов и танкобонов. Исследователи связывают это явление со старением обществом и общим падением рождаемости. К тому же, в 1980-е и 1990-е года издатели ориентировались преимущественно на взрослую аудиторию, из-за чего молодое поколение переключилось на другие способы развлечения, предпочитая компьютерные игры чтению. Из-за этого издатели стали ориентироваться на экспорт продукции в США и Европу, где,

из-за способности манги сильно эмоционально разгрузить читателя, а также как новое модное увлечение молодежи, она быстро набирает популярность.

Глава II. Современный рынок журналов комиксов

В настоящее время рынок комиксов можно разделить на две части: собственно комиксы, выпускающиеся в основном на Западе, и манга, что издается в азиатских странах. Западные комиксы, в свою очередь, подразделяются на традиционный тип, графические романы (большие по размеру), веб-комиксы (распространяющиеся только по сети Интернет), фотокомиксы (сделанные на основе фотографий), фотожабы (исполненные в карикатурном стиле) и лубочная продукция. Что касается восточных комиксов, то, в первую очередь, их стоит разделять на мангу (производящуюся в Японии), манхву (которая выпускается в Корее), и манхуа (рисуетя в Китае).

Восточная традиция жанрового разделения комиксов основывается на гендерном и возрастном разделении аудитории. Выпускаются комиксы для детей (для мальчиков, для девочек до 13 лет), для подростков (от 13 до 16 лет), юношей и девушек (до 25 лет), и даже взрослых людей. При этом каждая возрастная категория делится по половому признаку и предпочтениям – больше романтики, больше действия, философия, социальная направленность или же обучение.

Дальнейшее изучение рынка выделяет крупнейших производителей данной продукции в США: Avatar Press, Dark Horse Comics, DC Comics, Image Comics, Marvel Comics, Oni Press, Vertigo и WildStorm Productions. Мы ограничимся пределами одной страны для подробного изучения индустрии комиксов США как поставщика крупнейшей продукции на рынке журнальной продукции.

При дальнейшем отборе делался упор на интернациональности издательств, распространенности далеко за пределы одной страны, возможности сопоставления по масштабу распространения и миссии с японскими крупнейшими компаниями. К примеру, издательство Avatar Press является узкоспециализированным, практикующим издание комиксов о сексуализированных героинях, настроенных агрессивно, и, от этого,

ориентированных на узкую аудиторию. Даже расширение жанрового кейса – добавление историй из научной фантастики и адаптация в статичный визуальный ряд таких сериалов, как, например, Звездные врата, по-прежнему делает компанию ориентированной на недостаточно широкий круг аудитории.

Dark Horse Comics практикует адаптацию японской традиции на американский лад, и, по сути, занимается в основном переводами японских комиксов.

Издательства Image Comics и Oni Press в основном распространяются внутри страны и ориентированы на взрослую аудиторию. В первом случае отличительной особенностью ИД является сохранение прав на персонажей за авторами и последующие затруднения при адаптации произведения в около культурную продукцию, а во втором – ставка на «супергеройские истории под необычным углом», что также является причиной сужения круга аудитории.

Что касается Vertigo и WildStorm Productions, то данные издательства были поглощены DC Comics и являются либо полноценным его подразделением, либо импринтом.

В результате, на американском рынке журналов комиксов наибольший интерес составляют Marvel Comics и DC Comics. Данные издательства специализируются на издании супергеройских комиксов с последующей их адаптацией в фильмах и сериалах. Появление супергероев объясняется в основном либо мутагеном – мутирующей ДНК в результате каких-либо событий (в случае с Marvel), либо собственных неограниченных способностях человека, использующих последние технологические новинки и получающих помощь извне от инопланетян (в случае с DC). Рассматривая известные псевдонаучные и научные теории, охватывая мифологию и культуру собственной страны, компании ориентируются на массовую аудиторию не только внутри США – но и далеко за пределами ее страны. Интересно, что данная продукция послужила толчком для создания в

японской практике произведений на схожую тематику («Мстители» в аниме-адаптации, например). Жанр данных комиксов наиболее приближен к японскому жанру «сенен» (shonen), который является центральным в нашем исследовании как один из наиболее популярных и разнообразных продуктов. Анализ данных издательств выявил следующие характерные признаки:

1. Все издательства публикуют подробный пресс-кит или медиа-кита, информацию о своей аудитории, политике и направленности издания.

2. Американские издания предпочитают компактное размещение информации с навигацией. В композиционно-графическом решении оформления официальных сайтов можно отметить американскую традицию оформления. Титульная страница выполняется в форме статичной инфографики, длинного листа, прокручиваемого вниз, разделенную по информационным блокам: навигационная шапка, далее – дублирующие ее части – анимированная рекламная инфографика с последними новостями, новые комиксы, экспертная информация по вышедшим комиксам с видеорядами, фильмы и мультфильмы по мотивам, магазин и дополнительные услуги. И Marvel, и DC делают ставку на мобильные устройства – телефоны, планшеты, - перемежая темные блоки со светлыми. Однако, если компания Marvel помещает анимационный блок в шапку, то DC разделяет им основной текст, создавая эффект залипания – когда аудитория «зависает» на анимированной части, пока мозг обрабатывает полученную информацию. В первом случае анимация выполняет функцию привлечения внимания, а во втором – поддержания внимания. При этом остальные разделы сайта выполняются в таком же стиле.

3. Издания выходят за пределы одного сайта – в социальные сети, на различные игровые платформы и т.д., таким образом привлекая большее количество аудитории и поддерживая за счет своего имени дружественные компании.

4. Четко обозначенная периодичность изданий. Сборники с короткими историями выходят либо раз в месяц, некоторые – раз в неделю, после чего законченная история выпускается отдельными сериями.

5. Активная обратная связь. Компания DC в 1988 году запустила опрос, в результате которого аудитория должна была решить судьбу одного из якобы не популярных персонажей комикса. В течение двух суток после выпуска комикса с оповещением о проводящем опросе, в редакцию поступило около 10 тысяч голосов, и в результате, выбор читателей склонился в пользу варианта со смертью персонажа. Вскоре вышел комикс-продолжение со смертью персонажа, вызвавший общественный резонанс – множество гневных писем в редакцию и обвинение в циничности в официальных СМИ.

В результате, можно заключить, что журналы комиксов обладают характерными чертами СМИ: они имеют четко обозначенную аудиторию, имеются издания, работающие как масс-медиа, есть специализированные издания. Журналы комиксов используют обратную связь для определения запросов аудитории, используют те же композиционные приемы, что и официальные медиа, делают ставку на современные технологии, авторскую журналистику и визуализацию информации, облегчающую процесс донесения информации до «клипово мыслящих» читателей.

2.1. Журнал комиксов: виды и типы изданий, аудитория, композиция

Какими бывают комиксы? Было бы разумным предположить, что жанровое разделение у комиксов как в Европе, так и в Азии схожее – арт, боевики, фэнтези, детектив, драма, фантастика, исторические, по мотивам игр, юмористические, сатирические, мистика, научная фантастика, повседневность, постапокалиптические, приключения, психология, спорт,

трагедия, ужасы, триллер и романтика. На первый взгляд – та же самая структура, что и у кино, что, по нашему мнению, вполне разумно.

Один из наиболее известных исследователей комиксов Скотт Макклауд в своей работе «Понимание комикса» также утверждал, что комикс и фильмы в чем-то схожи по своей канве; основное же отличие отличается в самом материале: для кино это время, когда как рисованные истории используют пространство.

Для дальнейшего изучения поставленной нами проблемы данное жанровое подразделение оказывается недостаточным, неточным и неполным. Требуется создание собственной системы жанров, которая бы рассматривала как комиксы европейские, так и азиатские; эта база позволит нам продолжить исследование.

Стоит уточнить, что зачастую дифференциацию самих комиксов воспринимают и разделение журналов, в которых они издаются.

Таким образом, комиксы можно разделить на:

1. Комиксы *традиционные* или *американские*, похожие на свой первоначальный прототип-дополнение к статье на печатной полосе. Американскими их можно обозначить потому, что наиболее ярко и точно этот стиль представлен именно в произведениях американских художников.

По своему смысловому наполнению они больше напоминают «рассказы в картинках» с той же жанровой дифференциацией – фэнтези, фантастика, приключения и т.д.

Стиль рисовки может отличаться по цветовой гамме, но обычно выполнен в карикатурном стиле с минималистическим для персонажей, с которыми читатель может себя идентифицировать, и с детальной прорисовкой окружающей среды. Обычно пропорции персонажей строятся по классической схеме с некоторым утрированием по желанию автора – мощной развитой мускулатурой, указывающей на возможную большую физическую силу персонажа, идеальным соотношением форм у женщин (фигура песочные часы). Естественно, что, в зависимости от места персонажа

в сюжете, первоначальные идеальные данные могут изменяться согласно задумке автора. Со временем внешность основных ГГ подобных «супергеройских» историй становится более проработанной: из объекта для самоидентификации они превращаются в индивидуальности, что связано с уже наработанным багажом историй, во время которых автор раскрывал ту или иную черту характера персонажа. В конце концов, начавшись как карикатурные образы усредненного читателя – такого, каким бы хотел видеть себя каждый американец, герои историй приобретают большую индивидуальность.

Сюжет также похож: в центре – борьба со злом, в центр помещается Главный Герой (ГГ) с супер-способностями или интеллектом. Мы уже упоминали, что такие комиксы – дихотомичны, поэтому ГГ («своему») всегда противопоставляется антагонист («чужой»). Подобная практика лежит в основе конструирования национальной и социальной идентичности; для США, лишенного собственного культурологического наследия, именно комиксы стали инструментом создания такого ощущения. Таким образом, ГГ понимается как «свой», «самость», и поступки его руководствуются американскими моральными и этическими нормами. «Чужой» - антагонист, антигерой, совершает поступки, неприемлемые для «своих». В процессе развития американского общества спектр рассматриваемых проблем усложняется: комиксы и общество оказывают взаимное влияние друг на друга, культура становится неоднородной, сложной, разделяясь на «высокую» и «низкую» - совсем как в литературной традиции. И, если первоначально персонаж сталкивался с явным проявлением чужеродного, «неправильного» поведения, то в дальнейшем сюжеты становятся сложнее: уже самому ГГ приходится выбирать, к каким методам обращаться в время своей деятельности, а поступки антагонистов не всегда в своей основе имеют открыто отрицательные мотивы. Это заставляет читателя не делить окружающий мир на черное и белое, предоставляя готовый вариант возможной сложно построенной ситуации. Конечно, подобное усложнение

можно объяснить не только с точки зрения многоуровневой культурой, изменением парадигм в мировоззрении, но и также с точки зрения «исписанности» сюжетов и ростом требовательности аудитории. Так как основная часть подобных традиционных журналов выпускаются с расчетом на прибыль, то продукт, который заведомо не будет продаваться, просто не пропускается редактором.

2. *Графические романы*. Этот вид журналов комиксов, рассчитанный на подростковую аудиторию. По сути, это – апофеоз «усложненности», так как сюжет и графика обычно предназначены для взрослых людей; естественно, что и стоимость журналов в этом случае, да и качество печати оказывается куда выше. Если в традиционных комиксах во главу угла ставится вопрос о чести, достоинстве, законе и морали, то в графических романах сами ГГ часто становятся сосредоточием жестокости и насилия. Сюжет может затрагивать и искажать исторические события или персонажей по усмотрению автора, а сами произведения уже не строятся по одинаковой канве борьбы супергероя со суперзлодеем и спасением человечества.

3. *Web-комиксы* – произведения, появившиеся и в основном распространяемые по Сети. Обычно они создаются любителями – начинающими авторами и выкладываются на специальных веб-ресурсах (например, в Российской Федерации и в странах СНГ довольно известен «Авторский комикс»).

Первоначально они возникают как графические «фанфики» на любимые автором истории. В этом аспекте будет уместно упомянуть, что, если традиционные комиксы в основном характерны для европейской части художников, то фанатские комиксы функционируют как в Европе, так и в Азии, естественно, что с некоторыми отличиями. Так, фанатские комиксы в Европе в основном создаются одним художником и редко издаются в печатном варианте; в Азии же это явление получило название *додзинси* – созданные произведения на основе уже опубликованной работы, которые дозволены японским законодательством и обычно издаются в виде

некоммерческих литературных журналов самими авторами. То есть, если в Европе фанатские истории про любимых персонажей зарождаются и живут в Сети с оглядкой на авторские права, то в Азии сами авторы порой создают додзинси как карикатуру на собственные произведения. Естественным будет заключить, что и отношение к подобного рода произведением у самих создателей и аудитории в Азии и Европе будет отличаться.

Авторские же истории в веб-формате обычно отличаются произвольным форматом подачи. В Западной практике подобные произведения могут приносить своим создателям прибыль. В отечественной практике веб-комиксы обычно выступают в роли хобби.

4. *Манга, манхуа или азиатские комиксы.* Этот вид рисованных историй, возникший в Азии, имеет как сходства с традиционными комиксами, так и различия. К примеру, для Японии (как в случае с комиксами про супергероев в США), манга стала визитной карточкой. Но, в отличие от американской практики, создание японских комиксов финансируется также и из бюджета государства. И в Китае, и в Японии ценности государства распространяются через азиатские комиксы, которые в основном выполняются в черно-белом варианте с редким включением цветных страниц в изданиях.

По жанровому разделению азиатские комиксы схожи с европейскими; однако, система еще больше усложнена: появляются такие жанры, как гарем, этти, а также истории, ориентированные на определенную гендерную и возрастную категорию: сенен, седзе, сенен-ай, седзе-ай. В этом случае стоит говорить об азиатской системе дифференциации жанров, по которым обычно издаются целые отдельные журналы.

К примеру, если журналы издательства Marvel обычно включают в себя истории про супергероев, но которые не исключают также и романтической, психологической и т.д., линии, то журнал «Шонен Джамп» обычно выпускает истории, рассчитанные на мальчиков подросткового возраста. Сюжет,

рисовка, затрагиваемый спектр тем сенен-манги существенно отличается от седзе, обладает собственной историей и сложившимися традициями.

Общим во всех азиатских комиксах манга и манхуа будет практика чтения справа налево, что обусловлено особенностями традиционного иероглифического письма в обеих странах. В манхве же, которую тоже можно отнести к азиатским комиксам, чтение поставлено по европейской традиции – слева направо, что накладывает стилистическую специфику на произведения, благодаря чему манхва выносится нами в отдельный пункт.

5. Манхва, или корейские комиксы.

По внешнему виду манхва напоминает собой остальные азиатские комиксы – в основном выполненная в черно-белой стилистике, он жанровому разделению она мало чем отличается от своих собратьев из соседних стран. Основным отличием от остальных, как уже было сказано нами ранее, является практика чтения слева направо – как в европейской традиции, - а также отсутствие поддержки со стороны государства. Этот факт стал причиной того, что манхва в основном распространяется по Сети – что, в свою очередь, позволяет предъявить к ней те же требования, что и к веб-комиксам.

6. Если говорить о комиксах, возникающих в сети Интернет, то стоит упомянуть также и такие разновидности, как *фотокомиксы*, *фотоновеллы* и *фотожабы*. Данный вид последовательных изображений был объединён нами в один пункт из-за общей структуры и стилистике – обычно это фото-истории с подписями, построенные по комиксной традиции. Различаются данные подвиды лишь по размерам произведений и степени карикатурности.

Причинами включения данного вида в общую структуру является, во-первых, большая популярность данного вида творчества в Европейских странах, и, во-вторых, использование в качестве кальки для фотокомиксов материалов из традиционных или азиатских произведений. Однако данный вид последовательных изображений почти никогда не издаётся в печатном варианте, и, более того, не является объектом журналистской деятельности.

1. В качестве еще одного вида комиксов можно выделить *лубки* - изображение с подписью; данный вид народного творчества можно считать предтечей появления комиксов в некоторых странах – к примеру, в Японии они появились в качестве развлечения для широкого слоя населения, как народная альтернатива манге того времени.
2. Интересным видом комиксов можно назвать и *зомби-стрипы* – истории умерших авторов, которые продолжаются родственниками, фанатами или же специально нанятыми издательством художниками.

Для дальнейшего подробного изучения имеющегося эмпирического материала нам необходимо изучить базис, структурные элементы комиксов, сформированные в процессе долгого культурологического процесса и сейчас являющиеся стандартном комиксной культуры.

В первую очередь это *образ* как визуализация места, человека, предмета или идеи. Данный термин несет менее идеологизированный контекст, нежели образ, и куда шире по своему значению. Образы делятся на практические, используемые в языке, и изображения, похожие на субъекты, которые они иллюстрируют. Данные изображения различаются по степени образности и уровню сходства с оригиналом. И, если практические образы (числа, буквы и т.д.) представляют четко фиксированные невидимые идеи, то смысл каждого отдельного изобразительного образа зависит от степени достоверности представленного субъекта, «реалистичности». Фотографии и картины обладают меньшей степенью абстрактности, нежели изобразительные образы, используемые в комиксах, воссоздающие упрощенную модель субъекта до карикатурности как изобразительной формы усиления через упрощение⁸². По мнению Макклауда, успех карикатуры лежит в особенности восприятия абстрактных изображений, в которых упрощение доходит до акцентирования внимания читателя на конкретных чертах в той степени, в которой это не подвластно реалистическому искусству.

⁸² Скотт Макклауд Понимание комикса. Невидимое искусство // - М: Белое Яблоко, 2016. - С. 30

Термин «комикс» часто используется кинокритиками в качестве обозначения прямолинейного насыщенного сюжета или превалирования визуального языка на экране. Способность заострять внимание карикатуры в комиксах является основным инструментом воздействия на аудиторию наряду с универсальностью изображений: чем проще изображенное лицо, тем больше людей могут себя с ним идентифицировать. Данный феномен может быть связан с антропоцентричным сознанием общества, которое воссоздает картину миру по своему образу и подобию⁸³, обнаруживая эмоции и личность в технически неодушевленных предметах.

Во время процесса коммуникации собеседники видят друг друга в мельчайших подробностях, когда как собственный образ в сознании каждого функционирует в виде базового наброска, простой формы, карикатуры. Поэтому, как считает Макклауд, в реалистическом изображении человека или фотографии человек видит другого человека, а в карикатуре себя⁸⁴. На это упирается мультипликация и анимация, упрощая образы персонажей для того, чтобы детская аудитория могла легко идентифицировать себя в ней. По сути, это лишь форма, которую наполняет смыслом сама аудитория. Карикатура не отвлекает внимание на детали, оптимизируя процесс коммуникации, донося до субъекта концепт, позволив самостоятельно заполнить образную изобразительную форму, что противоречит популярной концепции, что комиксы – развлечение для ленивых. Восприятие визуального последовательного произведения требует не меньших, а, иногда, и больших усилий, нежели чтение текста, в котором автор изначально расписал все подробности образов, разжевал идею и объяснил концепт. Процесс создания комиксов куда легче для сценариста за не надобностью подробно расписывать каждый элемент; вместе с тем, данный канал коммуникации своей простотой оказывается выигрышнее по восприятию и отклику полностью печатного или иллюстративного произведения из-за эгоцентризма

⁸³ Скотт Макклауд Понимание комикса. Невидимое искусство // - М: Белое Яблоко, 2016. - С. 33

⁸⁴ Скотт Макклауд Понимание комикса. Невидимое искусство // - М: Белое Яблоко, 2016. - С. 36

каждого читателя в отдельности, вкладывающих в поставляемый продукт часть собственного сознания. С ростом популярности авторских произведений, стремящихся к запечатлению чувств, мыслей и идей, присущих как можно большему количеству людей для привлечения большей аудитории, находящей в тексте себя, растет и степень эффективности комиксов. По сути своей, искусство последовательных изображений позволяет читателю очутиться на месте главного героя и ощутить все его приключения, мысли, ощущения, осознанный выбор и его последствия на себе.

Этот же психологический прием задействован в случае с автомобилистами, которые за рулем ощущают всю машину, а не только те части, которые можно увидеть в настоящий момент. Ежедневно человек экстраполирует свое сознание на неодушевленные предметы, вовлекаясь в постоянный процесс самоидентификации, включая объект расширенной личности. Это, в свою очередь, ведет к возможности разделения переживаемого опыта на мир концепта и мир чувств. То, что нельзя увидеть, услышать, осязать, попробовать на вкус, относится к первой категории и в сознании существует как идея; все остальное принадлежит чувственному восприятию.

Таким образом, реалистические изображения позволяют изобразить мир снаружи, а карикатурные – внутри. При изображении лица или тела главных персонажей, все комиксисты прибегают к упрощенной форме, следуя одному из основных правил любого медиа: надежным индикатором вовлеченности аудитории, а, значит, и степенью успешности продукции, является уровень ее идентификации с персонажами. Именно в зрительской идентификации лежит причина успешности комиксов в популярной культуре. Это усиливается нарочито реалистичным изображением антагонистов и окружающей обстановки; сочетание простой формы персонажа и детализированного воссоздания фона соединяет концептуальный и

чувственные миры произведения, позволяя увидеть и быть⁸⁵. Подобный прием получил наименование «маски» и долгое время был главным изобразительным стилем японской комиксной индустрии. В американских комиксах за исключением работ Карла Баркса, Джейми Эрнандеза и дуэта Дейва Сима/Герхарда «Маска» используется сравнительно реже.

Однако, в последние десятилетия японская аудитория запрашивает произведения с большей степенью реалистичности и фотографичности, тогда как американская, ощутившая на себе воздействие манги, склоняется больше к нарочитому упрощению и карикатурности. В процессе появляются всевозможные стили, сочетающие в себе карикатурность и реалистичность. Мангаки пошли еще дальше, используя реалистичный стиль для антагонистов и отдельных объектов, чтобы подчеркнуть их значимость для повествования.

Простой стиль не всегда означает простое повествование⁸⁶; простые элементы и вербальную составляющую сочетать труднее, чем может показаться на первый взгляд. И гармоничность сочетания письма и изображения является залогом определения комикса как «качественного». Чем абстрактнее изображение, тем больше усилий прилагается для его восприятия; то же самое действует и в отношении слов – чем ниже контекст, тем меньше усилий требуется для их понимания.

Восприятие человеком мира осуществляется посредством чувств, которые сами по себе пространство могут охватить лишь фрагментарно. В процессе взросления человеческое сознание учится «достраивать» процесс при наличии лишь части целого объекта. В основном это базируется на прошлом опыте, что активно используется в искусстве для нагнетания драматизма и/или вовлечения аудитории. Процесс достраивания происходит автоматически и на подсознательном уровне в процессе узнавания и

⁸⁵ Скотт Макклауд Понимание комикса. Невидимое искусство // - М: Белое Яблоко, 2016. - С. 43

⁸⁶ Скотт Макклауд Понимание комикса. Невидимое искусство // - М: Белое Яблоко, 2016. - С. 45

соотнесении себя с другими. Репродукции фотографии в газетах и журналах, частичные элементы на газетной полосе или же собственно комиксы задействуют данную особенность человеческого восприятия. Особенно ярко достраивание проявляется в электронных медиа – в фильмах, телевидении, радио.

На достраивании основывается механика повествования комиксов, где последовательные изображения разграничены «канавами», пространством между кадрами. Аудитория сознательно вовлекается в этот процесс, который выступает как способ перемен, воссоздания времени и движения. Пустое пространство между изображениями обращается непосредственно к человеческому воображению, которое связывает два изображения в единую идею, соединяя череду несвязанных моментов в единую, протяженную реальность. И, если в электронных медиа достраивание – произвольный процесс, то в комиксах он более прерывистый и сознательный по крайней мере с точки зрения автора.

Соучастие зрителя, степень задействия его воображения порождает многообразие форм воссоздания последовательности изображений:

1. От момента к моменту, где почти не требуется достраивание. Данный прием – простейший и обычно используется на изменении объекта в пространстве с истечением времени.

2. От действия к действию. Это межкадровый переход, объединяющий изображения на основе единой темы.

3. От темы к теме. Переход объединяет несколько тем в рамках одной сцены и требует большей степени вовлеченности аудитории для осознания происходящего.

4. Переход от сцены к сцене обычно помещает в «канавы» огромное количество времени и пространства, задействуя дедуктивное мышление читателя.

5. Прием перехода от аспекта к аспекту не акцентируется на времени, позволяя аудитории задействовать собственную наблюдательность и созерцательность, уловить идею, рассмотреть место действия, прочувствовать настроение.

6. Самым сложным для восприятия является прием, который Скотт Макклауд обозначил как «околесица»⁸⁷, в котором нет никаких логических связей между кадрами. Но, даже так, особенность человеческого восприятия позволяет найти значение даже в самых несоединимых комбинациях. Это – то, что исследователи называют «невидимым искусством» повествования в комиксе.

«От действия к действию» - довольно популярный прием в большинстве американских комиксов, использующих нарративные техники Джека Кирби. К примеру, в «Фантатсической четверке» 1966 года всего около 95 переходов между кадрами, из них 62 «действие-действие», 19 – «тема-тема», а оставшиеся 15% - «сцена-сцена». При анализе случайно выбранных комиксов данное соотношение возникает повсеместно – от серий про Людей Икс Клэрмонта и Ли до Дональда Дака Баркса. То же самое возникает и при анализе произведений европейских авторов комиксов, что, по сути своей, достаточно для изображения истории как цепи событий. 2, 3 и 4 типы переходов достаточно ярко и эффективно визуализируют информацию с минимальными затратами печатной полосы и усилий художника. В 5 и 6 типах достраивания нет развития сюжета и не обладают необходимой для американских комиксов динамикой. Однако, Осаму Тэдзука со своими четкими и прямолинейными историями не раз обращался к переходу «аспект-аспект», который почти не встречается на Западе; при этом «действие-действие» и «тема-тема» в равной степени представлены в его произведениях. Это и многократное использование приема «момент-момент»

⁸⁷ Скотт Макклауд Понимание комикса. Невидимое искусство // - М: Белое Яблоко, 2016. - С. 72

разительно отличает мангу от традиции, которым следуют американские комиксы.

«Аспект-аспект» - важная составляющая традиции манги с самого начала ее образования. Этот прием – отражение эстетики созерцательности, воспитанной в японцах синтоизмом; он призван воссоздать настроение, атмосферу места при совершенной статичности времени в мизансценах. Последовательность в данном случае играет меньшую роль, а читателю приходится прилагать вдвое больше усилий, чем в случае приема «действие-действие».

Данная особенность японских комиксов может быть обусловлена спецификой периодики: изначально произведения японских комиксистов выходят в толстых дешевых журналах, и у восточных авторов появляется куда больше свободы, нежели у их европейских коллег, от которых требуется постоянное движение, действие, динамика.

Различие использования переходов в западном и восточном комиксах так же может быть обусловлено культурным различием на уровне контекста, поставленных целей. Когда как западное искусство не обладает созерцательностью и в основном следует простой схеме «время – деньги», манга в полной мере задействует потенциал интервалов. Детали, опущенные в «канавах», равно как и полоса, на которой располагается произведение, форма, в которой выпускается история, выступают на равных позициях что и задействованные изображения. Это – ремесленность, одна из ключевых, обусловленных долгим культурологическим развитием японского общества особенность японского восприятия и визуализации. В любом медиа, объекте или субъекте вокруг японца форма и наполнения играют равную роль, а сама продукция не менее важна, чем материал, из которого она изготовлена. Ремесленность обязывает культуру к большему вниманию к симбиозу фона и объекта, «обратному пространству». В то время как западное искусство

стремилось создать неразрывное законченное произведение, восточное задействовало как изображение, музыку, так и пустое пространство, тишину.

В процессе воздействия восточной традиции на западную, акцент переднего плана и плавность уступают место фрагментарности и иному пониманию измерения изображения. Минимализм в создании художественного эффекта не только облегчает и ускоряет работу комиксистов, но и облегчает процесс декодирования полученной информации за счет достраивания пробелов, предлагая читателю лишь зацепки, стимулируя бесконечный процесс создания интерпретаций, воссоздания массовым обществом самого себя. Этот аспект очень важен для комикса как для формата, который задействует только одно чувство человека но, одновременно, отсылаясь к накопленному опыту всех пяти. Именно поэтому простые образные стили так легко воспринимаются читателем: не требуя задействия всех пяти чувств, они способствуют их одновременному включению на подсознательном уровне в процессе достраивания. В случае с реалистичными произведениями процесс восприятия усложняется на этапе перехода образа на концептуальный, идейный уровень. Тогда, когда визуальная составляющая выпадает из повествования, не воспринимается в симбиозе с формой и вербальными элементами, это означает, что достраивание требует больше усилий, что, в принципе, может быть авторской задумкой.

Комикс как соединение присутствующих и отсутствующих элементов, симбиоз видимого и невидимого предоставляет куда больше возможностей для читателя, нежели любая другая форма искусства. Это уже не гибрид изображения и слов, а цельный организм.

Как мы уже говорили ранее, западный и японский комикс отличаются в первую очередь на стадии восприятия временных рамок, который отражается в различии использований техник переходов. Также, комикс характерен и

возможностью соединения нескольких временных промежутков на одном кадре с помощью слов, которые перенимают на себя функцию звука.

Одно на первый взгляд статичное изображение может быть на самом деле разделено на несколько кадров; на особенность восприятия читателем времени в каждом оказывает влияние форма рамок. Взаимодействие изображаемого и воспринимаемого на страницах комикса превращает такие понятия, как «время» и «пространство» в тождественные понятия. Внимание движется по кадрам не только во времени, но и в пространстве, что позволяет усилить акценты в соответствии с авторской задумкой путем раздвигания «канав» или изменении формы рамки: удлиненная будет восприниматься с ощущением большей протяженности, нежели стандартная прямоугольная. Эффективно использование и отсутствие рамки, «безграничный кадр», который воспринимается как выпадающий из времени, застывший элемент, оседающий в мозгу читателя и ощущающийся в повествовании далее.

Кадр «под образ» усиливает эффект растворения, усиления времени, закадрового присутствия, которое выходит далеко за границы привычного пространства газетной полосы. Примечательно, что весь экспрессивный потенциал рамок в западную традицию пришел из Японии.

Несомненное влияние на восприятие повествования оказывает и направления чтения, слева-направо или справа-налево. Использование восточной техники прочтения комикса позволяет западным комиксистам придать произведениям дополнительный контекст.

Вместе с тем, комиксисты сталкиваются с потребностью отображения движения во времени на изначально статичных кадрах, существующих только в настоящем движении. Осаму Тэдзука, Джек Кирби и Билл Эверетт первыми стали использовать линию движения комиксов – спидлайны, позволяющие добавить драматизма происходящему. Сочетание спидлайнов со множественными изображениями или штриховыми фотографическими

эффектами, к которым прибегал Джин Колан в 1960-1970х годах, позволяет добиться большей степени вовлеченности читателя в действия.

Комиксные культуры как Японии, так и США в равной степени ощущают на себе воздействие фотографии и кинематографа: для передачи движения в искусство последовательных изображений проникают приемы размытия, фокус на объект в сочетании со штриховым задним планом и т.д. Однако, современные американские комиксы почти не обращаются к данным фотографическим приемам субъективного движения, когда как в Японии эта концепция продолжает употребляться повсеместно.

Важным элементом для отражения времени в кадрах является звук, изображаемый в текстовых баллонах и звуковых эффектах, позволяя регулировать протяженность кадра и облегчать процесс достраивания.

Большим потенциалом для отображения экспрессии в комиксах обладают линии, в зависимости от формы которых изображение воспринимается как радостное, гневное, безмятежное и т.д. Лежащая в основе комикса идея эмоционального или чувственного отклика на изображение не является собственной находкой жанра: практика соединения зримого и незримого мира стала причиной появления экспрессионизма и создания картин Эдварда Мунка и Винсента Ван Гога, где линия, форма и цвет задействовались для отображения внутреннего состояния художника и одновременного задействия всех пяти чувств зрителя.

Поиск искусства, которое могло бы объединить разные формы искусства и удовлетворить все пять чувств, легло в основу исследований Василия Кандинского, Рикарда Вагнера, Болдера и их коллег. Художники, музыканты и поэты всех времен в своих произведениях пытались воссоздать то, что для комиксов давно уже стало естественным явлением.

В зависимости от направленности линии, ее интенсивности и цельности будет зависеть восприятие аудитории в целом изображения. Для «Дика Трейси» Честера Гульда характерны толстые линии и острые углы для

отображения опасности создаваемого мира, когда как мягкие формы детских мультфильмов вроде историй про Скруджа Макдака и Микки Мауса создают атмосферу невинности и безопасности. В середине 1960-х Marvel Comics, ориентируясь преимущественно на детскую аудиторию, используют в своих произведениях «дружелюбные» линии. Но, в процессе расширения ЦА, когда читатель комиксов дорос до юношеского возраста, линии становятся агрессивными, зубастыми и прерывистыми.

Линии способны воплотить видимый и невидимый феномен – дым или запах, свет или дыхание. Потребность отображать время в кадре повлекла за собой появление символических образов, за которыми закрепился определенный смысл, превратившийся в огромный арсенал визуального лексикона, который понятен одновременно как соотечественникам автора произведения, так и иностранцам.

Данный принцип был заложен в основу всех письменных языков начиная с самой зари цивилизация, к примеру, шумерской, использовавшей символику для записи товаров. Данная система постепенно эволюционировала до абстрактного алфавита. Чем старше форма – тем больше в ней символов; комиксы ведут свое начало от пиктографического письма даже с учетом того, что современный вид жанра сформировался сравнительно недавно, и, поэтому, уже обладают внушительным арсеналом узнаваемым, легко декодируемыми символами. Ко всему прочему комиксная культура все еще находится в процессе создания изобразительных образов, постоянно развивается, эволюционирует, распространяясь более чем на одну культуру сразу.

Еще одним несомненно важным элементом композиционной модели комикса является фон, который даже при статичном изображении персонажей может отобразить внутренне состояние, создать определенную атмосферу или донести иной смысл. Однако, использование внутренних эффектов кадров проходит мимо процесса идентификации и читателем воспринимается

не как собственные чувства, а ощущение персонажей⁸⁸. Этот прием используется во многих европейских цветных комиксах и сёдзе, где для каждой эмоции было придуман свой экспрессионистский эффект. Но разложение ландшафта души персонажей на составляющие ради полной ясности может снизить степени соучастия и вовлеченности аудитории и требовать дополнительного пояснения либо посредством содержимого в соседних кадрах, либо через вербальную составляющую.

Фрилактер, текстовый баллон, - один из самых распространенных и разнообразных изобразительных образов в комиксах. К уже имеющемуся стандартному набору изображения звука постоянно добавляются новые, затрагивающие как внешнюю форму, так и внутреннее наполнение. Разница в леттеринге внутри и снаружи баллона может содержать в себе определенную информацию. Айснер описывал фрилактеры как «прием отчаяния»: изобразительный элемент способен вызвать эмоциональный отклик, но, в то же время, ему не хватает конкретики. Одновременно с этим, у слов есть точность, но не хватает мгновенной экспрессии, они апеллируют к накопленному эффекту. Сочетание этих двух элементов и создает полноценное произведение.

Комиксы – одна из множества доступных человечеству форм искусства как любой человеческой деятельности, которая не проистекает из двух основных инстинктов – выживания и размножения⁸⁹, как способа самовыражения, открытия, поиска истины, исследования. Цвет в комиксной культуре занимает важное место.

Комиксы с самого своего появления ощущали на себе влияние коммерции и технологии. С изобретением трех базовых аддитивных цветов Джеймсом Клерк-Максвеллом и трех субтрактивных Луи Дюко Дю Ороном, популярность и стоимость журналов комиксов возросла. В попытке

⁸⁸ Скотт Макклауд Понимание комикса. Невидимое искусство // - М: Белое Яблоко, 2016. - С. 133

⁸⁹ Скотт Макклауд Понимание комикса. Невидимое искусство // - М: Белое Яблоко, 2016. - С. 164

рационализировать и оптимизировать процесс, был разработан «четырёхцветовой» принцип, который ограничивал интенсивность трех основных цветов до 100%, 50% и 20%, требовал изображать линии черными чернилами и, в итоге, сформировал «лицо» американских комиксов. В то время как техника рисования диктовалась коммерческими целями, ширина использования цвета зависела от возможностей печати. Использование ярких основных цветов для костюмов супергероев, отбор по принципу силы и контрастности без какого-то одного доминирующего цвета привело к тому, что американские комиксы в стремлении стать конкурентноспособными выходили до эмоциональной серости. В отличие от них, японская традиция использования цвета, воспитанная укие-э, отличается большей аккуратностью и эмоциональностью. Немногочисленные цветные развороты и обложки с обязательным доминированием определенного цвета и отличающиеся композиционной стройностью при внешней фрагментарности и случайности, выгодным образом контрастируют с основным черно-белым текстом повествования.

Однако, американский принцип наделил цвета символическим значением: костюмы персонажей оставались неизменными и, в итоге, в зависимости от определенного сочетания, могли принадлежать тому или иному персонажу.

Особенность цвета подчеркивать форму, передавать настроение и добавлять глубины повествованию предоставила ему одну из основных ролей на печатной странице и стала причиной появления с 1970-х качественных цветных проектов. Но добавление к традиционной «четырёхцветовой» технике оттенков и теней выявило несостоятельность старой контурной ярко выраженной форме. Комикс требовал нового набора композиционно-графических инструментов, что привело к росту популярности манги среди западных комиксистов и экспериментов с сочетанием черно-белой гаммы с выпадающим цветным элементом.

Разница между мангой и западными комиксами, черно-белым и цветным изображением заметна на каждом уровне читательского восприятия: если в первом случае акцент делается на идее, смысле, языке, то во втором внимание сосредоточено на форме и пространстве. Использование выразительного потенциала цветов и является основной причиной эмоционального отклика со стороны читателя, привлеченных внешними качествами полноцветного изобразительного мира. Однако, аудитория со временем становится все более взыскательной и требует от комиксов чего-то большего, чем простая реалистичность и грубая экспрессивность, что, в свою очередь, делает черно-белые комиксы достойным конкурентом на рынке и стимулирует авторов постоянно искать новые способы сочетания цвета и формы для самовыражения.

2.2. Сравнительный анализ американского и японского рынков журналов комиксов

В Японии около 54 издательств, занимающихся публикацией журналов комиксов, осуществляемой параллельно с выпуском остальной печатной продукции. Из них около 14 выпускают более 5 журналов с периодичностью раз в месяц и только 3 самых крупных (Kodansha, Shogakukan, Shueisha), которые выдерживают периодическую печать около 20 изданий, при этом, вместе поставляя лишь четверть продукции из предлагаемой японским рынком журналов комиксов. Все три издательских дома представляют собой кабусики-гайся, японские акционерные компании, а их журналы ориентируются на целевую аудиторию сёнэн (мужская аудитория от 12 до 18 лет), сэйнэн (мужская аудитория от 18 лет), сёдзё (женская аудитория от 12 до 18 лет), дзёсэй (женская аудитория от 18 лет) и кодомо (издания для детей до 12 лет). Однако, данная дифференциация является лишь условной:

произведения сёнэн, сэйнэн, сёдзё и дзёсэй читаются примерно в одинаковом соотношении людьми возрастного диапазона от 10 до 30 и старше лет.

Стандарт периодичности для журналов комиксов широкой направленности – раз или два раза в месяц; более специализированные издания выпускаются раз в два месяца, раз в год или вовсе обладают нестабильной периодизацией.

Согласно заявлению представителей издательства Kodansha, на международном рынке самой большой популярностью пользуется манга, составляющая 45% от общего спроса, далее следует анимация и другая медийная продукция (35%), и только 20% занимают книги и журналы⁹⁰.

Shogakukan и Shueisha, вместе с компанией Nakusensha составляют Hitotsubashi Group, объединение трех ныне независимых компаний, которые создавались одна из другой.

Выпущенный в 1959 году Weekly Shonen Magazine быстро стал одним из наиболее известных журналов Японии, к 1966 году достигнув тиража 1 млн. экземпляров благодаря публикации на свои страницах серийной манги *Kyojin no Hoshi* и *Ashita no Joe*. С 2004 года тираж издания стабильно превышал данную отметку, однако, в 2016 году упал до отметки менее одного миллиона⁹¹. Начиная с 1974 года журнал активно конкурирует за звание самого продаваемого журнала в Японии с Weekly Shonen Jump издательства Shueisha: в 1974 году Джамп перехватывает позиции и долгое время является одним из самых раскупаемых изданий, но, в 1990 году, отдав права на издание *Dragon Ball*, уступает Shonen Magazine титул первого сёнэн-журнала страны. Однако, в 2002 году он снова возвращает лидерскую позицию, но, в соответствии с данными на 2007 год, разница в тираже внутри страны сильно

⁹⁰ Семинар «Манга: Тенденции 2010 года и рекламные приёмы». Мангавест (9 ноября 2010 года) Интернет-источник. URL: <http://mangavest.ru/events/7400>

⁹¹ Kodansha's Shonen Magazine Circulation Drops Below 1 Million (англ.). News. Anime News Network Интернет-источник. URL: <http://www.animenewsnetwork.com/news/2016-11-02/kodansha-shonen-magazine-circulation-drops-below-1-million/.108408>

сокращается: Shonen Magazine – 1 720 тыс. экз, в то время как у Shonen Jump – 2 700 тыс экз.

Наиболее известной и популярной мангой, изданной Shonen Magazine, является Fairy Tail Хиро Машимы, насчитывающая более 60 томов и около 534 глав и объединяющая в себе комедию, приключения, фэнтези, сёнэн, романтику, боевик, драму и этти. Манга издается с 2006 года и до настоящего времени.

Если Weekly Shonen Magazine, занимаясь выпуском манги жанра сёнэн, ориентируется на старшеклассников и студентов, то Weekly Shonen Jump – старейший и наиболее показательный журнал комиксов своего жанра, продукция которого ориентируется строго на мужскую аудиторию в возрасте 12-18 лет. Джамп – один из старейших изданий страны, выпускаемый с 1968 года и стабильно держащий тираж более 2 млн. экз с 2004 года⁹², являясь, по совместительству, одним из наиболее известных средств японского инновещания, сотрудничая с 2001 года с немецким издательством Carlsen Verlag, с 2002 года с американским издательством Viz Media, с 2005 по 2007 год публикуясь на шведском языке и с 2005 года выходя в Норвегии при сотрудничестве издательства Schibsted Forlagene.

По сравнению с Weekly Shonen Magazine или Weekly Shonen Sunday издательства Shogakukan, Джамп больше всего способствовал развитию японского инновещания и популяризации национальной культуры за границей. На страницах журнала с 1997 года и по сей день выходит манга One Piece Эйитиро Оды, насчитывающая 85 томов и более 862 глав. Произведение считается самой продаваемой мангой в мире, опередив «Жемчуг дракона» и Kochikame. На счету One Piece звание наиболее успешных изданий Shueisha

⁹² Kodansha's Shonen Magazine Circulation Drops Below 1 Million (англ.). News. Anime News Network Интернет-источник. URL: <http://www.animenewsnetwork.com/news/2016-11-02/kodansha-shonen-magazine-circulation-drops-below-1-million/.108408>

за всю историю⁹³, самой популярной манги в Японии и одной из наиболее узнаваемых в мире⁹⁴.

Другая крупнейшая и одна из самых известных манг компаний – Наруто Масаси Кисимото, которая выпускалась с 1999 по 2015 год и насчитывает 72 тома по 700 глав. На американском рынке данный комикс регулярно становится бестселлером⁹⁵, к 2006 году составив 10% от всех продаж манга-продукции в США⁹⁶.

Третьим манга-титаном Weekly Shonen Jump является Блич (Bleach), выпускаемая с 2001 по 2016 год и набравшая 74 тома и в общей сложности 686 глав. Манга получила премию издательства Shogakukan в 2005 году как лучший сёнэн, а также попала в список бестселлеров в Японии и США.

По сравнению со своими конкурентами, Weekly Shonen Sunday компании Shogakukan игрок на рынке журналов комиксов куда более скромный: самый большой тираж издания был в 2005 году и составлял чуть более 1 млн. экземпляров⁹⁷. К 2016 году он и вовсе снизился до 330 тыс. изданий⁹⁸. Однако, на страницах Weekly Shonen Sunday появляются не менее популярные произведения, внесшие свой вклад в развитие современной комиксной культуры страны - Detective Conan Госё Аоямы, InuYasha Румико Такахаси, Magi: The Labyrinth of Magic Синобу Отака. Последняя манга

⁹³ Naruto is 5th Shueisha Manga with 100 Million+ Copies in Print (англ.). Anime News Network Интернет-источник. URL: www.animenewsnetwork.com/news/2010-04-26/naruto-is-5th-manga-with-100-million-copies-in-print

⁹⁴ Manga Circulation Numbers (англ.). Weekly Shonen Jump. Интернет-источник. URL: <http://comipress.com/article/2007/05/06/1923.html>

⁹⁵ Viz Media (17 марта 2009 года). Viz Media sweeps all Top 10 spots on the newest New York Times Manga Best Seller list Интернет-источник. URL: <http://www.viz.com/news/newsroom?id=229>

⁹⁶ Naruto Nabs Quill Award Интернет-источник. URL: <https://icv2.com/articles/comics/view/9450/naruto-nabs-quill-award>

⁹⁷ Manga Anthology Circulations Интернет-источник. URL: <http://comipedia.com/magazine/manga-anthology-circulations.html>

⁹⁸ Kodansha's Shonen Magazine Circulation Drops Below 1 Million Интернет-источник. URL: <http://www.animenewsnetwork.com/news/2016-11-02/kodansha-shonen-magazine-circulation-drops-below-1-million/.108408>

издается с 2009 года по настоящее время и получает в основном положительные отзывы как в Японии, так и на территории США, в Европе и в Австралии.

Популярность данных изданий может быть объяснена выбранным жанром манги: сёнэн отличается быстро развивающимся динамичным сюжетом, большим, по сравнению с сёдзё, количеством юмористических сцен, а также концентрацией внимания на темах дружбы, товарищества, соперничества и амбициях. В качестве протагониста обычно выступает юноша, который, как правило, уверен в себе, отличается храбростью, заботится о товарищах, не унывает и никогда не сдается. Его идеализм и эгоцентризм, а также нахождение рядом преувеличенно симпатичных персонажей обоих полов предоставляют наиболее комфортную возможность идентификации читателя с главным персонажем как для женской, так и для мужской аудитории, диктуя оптимальный вариант существования в бизнес-системе японского общества. Популярность сёнэна привела к появлению «потерянному поколению» японских детей, считающих нормальным конкуренцию с более старшими поколениями во всех сферах общества. Данный феномен наиболее ярко проявляется в настольном теннисе, где подростки на равных соревнуются с ветеранами спорта⁹⁹.

В целом, тиражи не только трех крупнейших и известнейших журналов манги - Weekly Shonen Magazine, Weekly Shonen Jump и Weekly Shonen Sunday, но и большинства сёнэн-изданий к 2016 году ощутимо падают (Приложение 14), что многие исследователи связывают с воцарением эпохи Web 2.0 и растущей популярностью киберспорта, что приводит к потере популярности манги как в Японии, так и за рубежом.

Современные американские издательства комиксов по своей структуре напоминают японские медиаконцерны. DC Comics и Marvel Comics являются дочерними подразделениями более крупных компаний, Warner Bros.

⁹⁹ Ttsport. Интернет-источник. URL: <http://www.ttsport.ru/ya---/pub.4540/>

Entertainment, Inc. (которая, в свою очередь, является дочерним обществом Time Warner) и Marvel Entertainment (дочернее общество The Walt Disney Company) и, вместе с тем, обладают собственными подразделениями. Данные структуры – одни из крупнейших конгломератов индустрии развлечений в мире, сосредоточив в себе все возможные СМК от телевидения до, собственно, журналов комиксов.

На сегодня DC Comics и Marvel Comics – самые крупные компании США, специализирующиеся на издании комиксов.

Основанная в 1934 году Малкольмом Вилер-Николсоном как National Allied Publications¹⁰⁰ DC Comics дебютирует с таблоидом New Fun: The Big Comic Magazine¹⁰¹, а, после, и с серией Action Comics, подарившей одного из самых популярных супергероев в мире – Супермена^{102,103}.

Супермен – икона американской культуры^{104,105,106} авторства Джерри Сигела и Джо Шустера. Именно он стал причиной появления жанра супергероя, появляясь не только на страницах журналов, но и на радио, ТВ, в фильмах, газетах и видеоиграх. Влияние, оказываемое персонажем на культуру США изучалось Умберто Эко и Ларри Нивеном. Появившийся в период Великой депрессии, Супермен выступал в качестве социального активиста, сражающегося со злом в виде нечестных бизнесменов и

¹⁰⁰ DC Comics Chronology Интернет-источник. URL: http://www.comicbookbin.com/dcchronologyplatinimage_001.html

¹⁰¹ New Fun #1 (Feb. 1935) Интернет-источник. URL: <https://www.comics.org/issue/85/>

¹⁰² Superman - #1 Top 100 Comic Book Heroes Интернет-источник. URL: <http://www.ign.com/lists/comic-book-heroes/1>

¹⁰³ Vance, Michael. *Forbidden Adventures: The History of the American Comics Group*. – Greenwood Press, 1996. –р.3

¹⁰⁴ Holt Douglas B. *How Brands Become Icons: The Principles of Cultural Branding*. – Boston, MA: Harvard Business School Press, 2004. – P. 1.

¹⁰⁵ Blackwell Handbook of Judgment and Decision Making / Koehler, Derek J., Harvey, Nigel. (eds.). – Blackwell, 2004. – P. 519.

¹⁰⁶ Dinerstein Joel. *Swinging the machine: Modernity, technology, and African American culture between the wars*. – University of Massachusetts Press, 2003. – P. 81.

политиков. Он защищал разные социальные классы, что, по мнению Роджера Сабина, является отражением либерального идеализма «Нового курса» Рузвельта, а, позднее, выступает в качестве мощнейшего инструмента влияния на общественное мнения, когда в радиовыпусках 1946 года сражается против ККК^{107,108}. Статус Супермена как персонажа-пришельца, который стремится стать частью американской культуры, быть американцем, по мнению Тимоти Певи, является важным аспектом для американской личности¹⁰⁹.

На создание персонажа оказали влияние такие мифологические фигуры, как Геркулес и Самсон, а также, по мнению Вайстайна, Джейкобсона и Ларри Тайя, Моисей^{110,111}. В образе Супермена находят аналогии с Иисусом (оба являются спасителем человечества), а также с термином «Сверхчеловек» Ницше, который был переведен Бернардом Шоу на английский «Супермен», но, к примеру, по мнению Якобсона Супермен и Сверхчеловек являются противоположными образами¹¹²: американский супергерой, несмотря на свою физическую мощь, все же чтит людской моральный кодекс и не нарушает установленные социальные нормы, стремится к высшим стандартам морали, когда как для Ницше Сверхчеловек находится за их пределами, над ограничениями общества, при этом физически оставаясь человеком.

По словам самих создателей персонажа, на Супермена повлияли истории о Джоне Картере, Маленьком Немо Уинзора Маккея, а также Алекс

¹⁰⁷ von Busack, Richard. Superman Versus the KKK, Metro Интернет-источник. URL: <http://www.metroactive.com/papers/metro/07.02.98/comics-9826.html>

¹⁰⁸ Dubner, Stephen J, Levitt, Steven D. Hoodwinked?, The New York Times Magazine (January 8, 2006), стр. F26 Интернет-источник. URL: <http://www.nytimes.com/2006/01/08/magazine/hoodwinked.html>

¹⁰⁹ Pevey, Timothy Aaron «From Superman to Superbland: The Man of Steel's Popular Decline Among Postmodern Youth»

¹¹⁰ Jacobson, Howard. Up, up and oy vey, The Times (March 5, 2005), p. 5.

¹¹¹ Tye Larry. Superman: The High-Flying History of America's Most Enduring Hero. – Random House Digital, 2012. – P. 65-67.

¹¹² Jacobson, Howard. Up, up and oy vey, The Times (March 5, 2005), p. 5.

Реймонд, Бёрн Хогарт, милт Каниф, Хэл Фостер и Рой Крейн как художественные образцы визуальной составляющей.

Вместе с Суперменом, одним из самых известных персонажей комиксов является детище Боба Кейна и Билла Фингера Бэтмен. Он появляется в 27 номере Detective Comics 1939 года и создается по запросу DC Comics. Издательство, вдохновленное успехом Супермена, стимулирует авторов на создание новых персонажей. Его образ был вдохновлен массовой культурой 1930-х годов («Знак Зорро», «Шепот летучей мыши»), личной биографией Кейна и Шерлоком Холмсом, чьи навыки легли в основу тактики персонажа.

В 1943 году ряд журналов публикуют собственные истории про Бэтмена; отметив потенциал СМИ, Боб Кейн с 1943 по 1946 год активно способствует внедрению персонажа в традиционные типы медиа¹¹³, благодаря чему Бэтмен становится иконой поп-культуры мирового масштаба. С 2002 по 2013 года альтер-эго Бэтмена Брюс Уэйн стабильно появляется в списках богатейших вымышленных персонажей Forbes¹¹⁴, а в 2009 году появляется в списке 100 лучших героев и злодеев по версии AFI¹¹⁵. По мнению Уилла Брукера, исследовавшего популярность Бэтмена в книге «Бэтмен снимает маску: Анализ культурной иконы» (Batman Unmasked: Analyzing a Cultural Icon), в комиксах персонажа в полной мере отображается программа «Великого общества» Линдона Джонсона, а сам Уэйн является носителем идеи перераспределения финансовых ресурсов¹¹⁶.

¹¹³ Allan Holtz. Obscurity of the Day: Batman (англ.). Stripper's Guide. Интернет-источник. URL: <http://strippersguide.blogspot.ru/2008/09/obscurity-of-day-batman.html>

¹¹⁴ David M. Ewalt. The 2013 Forbes Fictional 15 Интернет-источник. URL: <https://www.forbes.com/forbes/welcome/?toURL=https%3A//www.forbes.com/pictures/mlg45edmmd/6-bruce-wayne/&refURL=https%3A//ru.wikipedia.org/&referrer=https%3A//ru.wikipedia.org/>

¹¹⁵ Entertainment Weekly's 20 All Time Coolest Heroes in Pop Culture (англ.). Entertainment Weekly. Интернет-источник. URL: <http://ew.com/gallery/20-all-time-coolest-heroes-pop-culture-0/3>

¹¹⁶ Brooker Will. Batman Unmasked. — NY/London: Continuum International Publishing Group, 2001. — P. 368. p.130.

В дальнейшем Бэтмен все активнее появлялся вне комиксов: на газетной полосе в виде комикса в 1943 году¹¹⁷, в киноадаптациях, в качестве приглашенного гостя в передачи с Супергероем¹¹⁸.

В 1939 году Мартином Гудменом основывается группа дочерних компаний Timely Comics, первым изданием которой стал Marvel Comics, а одним из крупнейших достижений, помимо создания Капитана Америки – создание Стэном Ли и Стивом Дитко Спайдермена в 15 выпуске *Amazing Fantasy* в 1962 году. Питер Паркер стал первым супергероем-подростком и первым комиксом, чье появление было во многом навеяно жанром сёнэн и японской мангой. Ставший сиротой, без наставника, не принимаемый сверстниками и вынужденный совмещать обычную и супергеройскую жизнь, Спайдермен вынужден самостоятельно узнавать, что «с большой силой приходит и большая ответственность». По мнению Пола Куппреберга, отличительной черной Паркера является его статус обычного, не популярного студента, образ «супергероя с повседневными проблемами», новшество в мире комиксов^{119,120}. Со временем Спайдермен стал чем-то вроде талисмана издательства, именем нарицательным, которое использовалось в традиционных медиа как синоним Marvel Comics: в 1991 году в *The Wall Street Journal* выходит статья с заголовком «Спайдермен выходит на Уолл-стрит», посвященная появлению акции компании на Нью-Йоркской фондовой бирже.

¹¹⁷ Daniels Les. *DC Comics: Sixty Years of the World's Favorite Comic Book Heroes*. — Bulfinch, 1995. — p.50.

¹¹⁸ Daniels Les. *DC Comics: Sixty Years of the World's Favorite Comic Book Heroes*. — Bulfinch, 1995. — p.64.

¹¹⁹ Kupperberg Paul. *The Creation of Spider-Man*. — The Rosen Publishing Group, 2007. Интернет-источник. URL: https://books.google.ru/books?id=4m1IM8L0hr0C&pg=PP1&dq=spiderman+legacy+ditko+lee&redir_esc=y&hl=ru

¹²⁰ Fleming, James R. (2006). «Review of *Superman on the Couch: What Superheroes Really Tell Us about Ourselves and Our Society*. By Danny Fingeroth Интернет-источник. URL: http://www.english.ufl.edu/imagetext/archives/v2_2/reviews/fleming.shtml

Спайдермен был выбран в качестве способа освещения сюжета о террористических актах 11 сентября 2001 года¹²¹, активно освещался в СМИ с 2006 года и получил разворот в *New York Post*¹²².

Если Золотой век американских комиксов ощущал на себе влияние собственной и европейской популярной культуры, диктуя свое осмысление действительности остальным направлениям медиа, то дальнейшее развитие комиксной индустрии США все больше было подвержено воздействию манги. Появление Человека-паука и обильное засилье подростками-супергероями после с характерным для потерянного поколения набором черт знаменует собой ответную культурную интервенцию со стороны Японии.

При сравнении американских и японских журналов комиксов, выделяются следующие различия в подходах:

	США	Япония
Жанровая система	Вертикальные принцип жанров по форме, тематике, цели	Дифференциация по возрасту
Функционирование на рынке	Разделение на журнальную и книжную	Разделение на массовую и элитарную
Контекст	Низкий	Высокий
Дистанция по отношению к читателю	Близкая	Дальняя
Принцип чтения	Слева-направо	Справа-налево
Творческий процесс	Коммерциализирован	Диктуется культурой и традициями

¹²¹ Yarbrough, Beau. Marvel to Take on World Trade Center Attack in "Amazing Spider-Man" (англ.). Comic Book Resources (24 September 2001). Интернет-источник. URL: <http://www.cbr.com/marvel-to-take-on-world-trade-center-attack-in-amazing-spider-man/>

¹²² Brady, Matt. New York Post Spoils Civil War #2 (англ.). Newsarama (14 June 2006)

Отношение со стороны творческой прослойки и читателей	Воспринимается как «низкое» искусство, развлечение	Воспринимается как базовая составляющая культуры
Принцип создания	Одноразовое журнальное творчество, множество авторов	Один автор
Принцип инновещания	Осмысление и освоение чужой культуры и идей	Продвижение японской культуры и идеи
Стиль	Карикатурность, нарочитая простота д л я самоидентификации	Следование традициям изобразительного искусства
Цветовая гамма	Четырехцветность	Черно-белая гамма
Акцент	Ф о р м а и пространство. Антропоцентричность	Идея, смысл, язык
Принцип повествования	Действие, нарратив, динамика	Использование всех типов перехода, меньшая степень динамики
Значение	Графическая летопись истории страны	Иллюстрация принятых норм и стандартов поведения

Вместе с тем, как было уже сказано ранее, комиксы как в США, так и в Японии – культовое явление, узнаваемый бренд и, одновременно с этим, эффективный канал инновещания. В процессе культурологического обмена, многие эффекты как спидлайн, ограниченная анимация, использование всего спектра межкадровых переходов, а также идеология сёнена и потерянного поколения находят отражение в супергеройских произведениях. Японские же мангаки часто занимаются созданием додзинси – собственной вариации уже

существующих произведений с тем же набором персонажей но уже с другой рисовкой, сюжетными поворотами и т.д. Однако, в Японии до сих пор нет устойчивого направления манги о супергероях. Истории про экстраординарных людей с обязательным альтер-эго для борьбы со злом появляются на японских прилавках но являются лишь малой частью от общей продукции. Популярность же супергероев в США во многом объясняется тем, что, помимо мифотворческого процесса, подобные произведения отметили своим появлением становление новой ментальности в обществе, стали отражением исторических событий и американского понимания этических вопросов, которое противоречит позиции японского общества. Для супергероя естественна мотивация быть этичным, идеология, построенная на противодействии, а не сотрудничестве двух противоположных сил, что для японского синто-буддуйского синкретизма является неприемлемым. Для восточной этики важным моментом является единство различных мнений, течений, моральная ответственность вместо обезличенных принципов.

Различие проявляется на уровне свершения подвигов: Спайдермен старается предотвратить все преступления, с которыми сталкивается, когда как, согласно конфуцианской точке зрения, моральные обязательства диктуют релевантность того или иного действиями. Моральный выбор японского главного персонажа обусловлен его позицией в обществе и местом в иерархии: окажись на месте Питера Паркера японский персонаж, на моменте взыскания справедливости с грабителя, убившего дядю Бена, все бы и закончилось. Если для американской традиции смерть близкого человека – моралтный урок, то для японской лишь одна из движущих сил сюжета.

При этом, в американских комиксах обобщенной является сама позиция злодея, которая, по сути, является просто олицетворением абстрактной идеи преступления. Семейные отношения не оказывают влияния на его моральные обязательства и восприятия, равно как дружба и совместная работа не являются залогом нравственной чистоты персонажа.

По сути, основное различие японской и американской практики комиксов базируется на концепции «я»: если в США «позиция я» - это индивидуальность, то в Японии «Позиция я» - это сеть взаимоотношений.

Заключение

Возникшее единое мировое экономическое пространство в процессе глобализации, медиатизации и т.д., не является однородным. В нем сохранены противоречия прежнего дискретного мира, характеризующегося делением на развитые и неразвитые, богатые и бедные страны и регионы. По сути своей, это – мировой раскол на два лагеря, в котором созданы благоприятные условия для деятельности транснациональных корпораций, которые обслуживают коллективные интересы как раз наиболее богатых и развитых стран.

США и Япония - одни из крупнейших игроков на рынке, на территории которых были основаны самые известные организации мирового уровня. Они обладают одной из самых развитых массовых медиа, среди которых особняком выделяется комиксная культура. Американские комиксы ориентированы на усредненного массового читателя с расчетом на коммерческую прибыль, тогда как японские несут в себе отражение высококонтекстуальной культуры, информацию о национальном коде и приемлемых нормах поведения. Вместе с тем, комиксы и в США, и в Японии обладают рядом схожих черт: дихотомией, ориентиром на массовую аудиторию в собственной стране и вне ее, коммерческую успешность, мифотворчество и т.д.

Внешне японские и американские комиксы – абсолютно разные явления, однако, в процессе культурологического анализа всплывает множество примеров их взаимодействия: к примеру, зарождение манги благодаря Уолту Диснею и Осаме Тедзуке с последующим развитием направления внутри Японии и выходом на международный уровень; влияние уже манги на американское подростковое сознание и проникновение ее идей в производство собственного внутреннего комиксного рынка.

В процессе изучения и анализа современного состояния американского и японского рынков комиксов и отслеживания истоков и условий становления искусства последовательных изображений как самостоятельного жанра, нами были выявлены причины популярности и действенности комиксов, позволяющих освоить большой объем информации с помощью наглядного, эффективного способа передачи сообщения от объекта к субъекту коммуникации. Синтез визуальной и вербальной составляющих выделяет журналы комиксов на рынке масс медиа, заполненном всевозможными формами и видами СМК, привлекая своим развлекательным характером и упором на высокую степень вовлеченности, ответной реакции со стороны аудитории. Безусловно, это делает комикс идеальным средством для манипулирования человеческим сознанием, что может быть применено как во вред, так и во благо и в любом случае будет использоваться вне зависимости от желания издателей, авторов или журналистов.

Само существование комиксов было продиктовано всем наследием человеческой культуры, возникновение и важные этапы которой были записаны в пиктографической летописи народов. Сохранившиеся кодексы протокомиксов оказывали воздействие на мировоззрение общества и искусство так же, как сейчас крупнейшие издательства комиксов на рынке диктуют свои условия остальным медиа, формируя своей продукцией социальную позицию аудитории в отношении к той или иной идее.

Массовое общество и возникшая одновременно с ним массовая культура привели к тому, что «человек» массы оказался в состоянии глубокой изоляции, остро ощущая потребность в самореализации и понимании, которые никогда не будут реализованы из-за несовершенства каналов коммуникации, требующих долгого процесса кодирования, передачи и декодирования информации с маловероятной возможностью отсутствия при этом искажения сообщения. Возникновение медиума спровоцировано неспособностью общаться напрямую из разума в разум, что на протяжении всей истории человечества становилось причиной возникновения проблем.

Информация в комиксах совершает долгий путь от разума через технические навыки художника на бумагу, и, через визуальное восприятие зрителя попадает в его мозг. Естественно, что сообщение в процессе претерпевает изменения: комикс, который автор представляет, на бумаге получается совсем иным, а, доходя до адресата, изменяется еще раз в соответствии с его субъективной позицией. Вместе с тем, комиксная культура предоставляет неограниченное количество возможностей для авторов раз за разом пытаться донести до аудитории свои идеи и понимание сути, важности и потенциала комиксов может способствовать оптимизации и облегчению данного процесса. Комиксы – один из немногих каналов коммуникации, предоставляющий как авторам, так и аудитории обширную базу для самореализации, нахождения и выражения собственной индивидуальности.

Для того, чтобы научиться понимать и использовать комиксы, обществу предстоит избавиться от навязанных культурологией стереотипов относительно данного канала коммуникации, а журналистике – от восприятия данного медиума как второстепенного жанра, приложения к текстам. Отделить форму от содержания, восполнить пробел в официальной истории искусства, перешагнув через то, что мешало разглядеть и реализовать весь потенциал образно ориентированного искусства. Целый арсенал визуальной иконографии от реализма до абстракции, невидимого и видимого, способов вовлечения и отчуждения, управления степенью идентификации аудитории и передачи многообразия окружающего мира оказывается не задействован журналистикой, игнорирующей как в практическом, так и в научном дискурсе еще одну возможность для реализации своего предназначения.

Сейчас культура комиксов продолжает интенсивно развиваться и от того, сумеет ли СМИ поймать надвигающуюся волну синтетического искусства последовательных изображений, будет зависеть позиция журналистики как корректировщика движения направления или же простого посредника, ощущающего на себе его воздействие и не способного диктовать свои

условия; причина или следствие – выбор зависит от того, смогут ли исследователи и деятели избавиться от предрассудков, мешающих налаживанию эффективной коммуникации с комиксной культурой.

Список использованной литературы

Книги, монографии, сборники, учебные пособия

На русском языке:

1. Вещь в японской культуре. М.: Восточная литература 2003. – 262 с.
2. Гришелева Л.Д. Формирование японской национальной культуры (конец XVI – начало XX века). М.: Наука, 1986. – 288 с.
3. Сонин А.Г. Комикс: психолингвистический анализ. Барнаул: Издательство Алтайского госуниверситета, 1999. 111с.
4. Мексиканская рукопись 385 «Кодекс Теллериано-Ременсис» (с дополнениями из Кодекса Риос)/Ред.С.А. Куприенко, В.Н. Талах. – К.:Видавецъ Куприенко С.А., 2013. – 317 с.:ил. – с 5.
5. Скотт Макклауд Понимание комикса. Невидимое искусство // - М: Белое Яблоко, 2016. – С. 216.
6. Теплиц К.Т. Всё для всех. Массовая культура и современный человек // Человек: образ и сущность. М.: ИНИОН РАН, 2000.
7. Иванов Б. А. Введение в японскую анимацию. — 2-е изд. — М.: Фонд развития кинематографии; РОФ «Эйзенштейновский центр исследований кинокультуры», 2001. — с. 396
8. Иэнага Сабуро. История японской культуры. М.: Прогресс, 1972. – 230 с.
- Катасонова Е. Л. Японцы в реальном и виртуальном мирах : очерки современной японской массовой культуры. — М.: Восточная литература, 2012. — 357 с.
9. Леонов В.Ю. Творчество Осаму Тэдзуки как ключевой компонент формообразования манга (рус.) // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики: журнал. — 2013. — № 6 Ч.1.
10. Латышев И. Япония, японцы и японоведы. М.: Алгоритм 2001. – 832 с.
11. Журавская Татьяна. Стремление к совершенству, очерки о традиционном ремесле и современном дизайне Японии» Издательско-полиграфическая фирма "SOV'A" Спб.: 2009. – 160 с.

12. Мещерякоов А.Н. Книга японских символов. Книга японских обыкновений. М.: Наталис, 2008. – 556 с.
13. Овчинников В.В. Восток – дело тонкое: Тибет, Китай, Япония. М.: АСТ, Астрель, 2011. – 1023 с
14. Рут Бенедикт. Хризантема и меч. М.: РОССПЭН, 2004 – 256 с.
15. Манга и философия / [пер. с англ. С. Титовой]. – М. : Эскмо, 2011. – 448 с. : ил.

На иностранных языках:

Cohen, I. Bernard (March 1984). «Florence Nightingale». *Scientific American* 250 (3): 128–137

Johnson, Steven. *The Ghost Map: The Story of London's Most Terrifying Epidemic – and How it Changed Science, Cities and the Modern World.* — Riverhead Books, 2006. — С. 195-196.

Fresnault-Deruelle P. *Aspects de la bande dessinée en France // Comics and visual culture. La bande dessinée et la culture visuelle.* München; New York; London; Paris, 1986.

Lacassin F. *Pour un neuvième art : la B.D.* Paris : Editions Slatkine, 1982. 508 p.

Superheroes and Philosophy / Eds. T. Morris, M. Morris. Illions: Open Court, 2005. 281p.

Coogan P. *Superhero: The Secret Origin of a Genre.* P. 117.

Inge M. T. *Comics as Culture.* Jackson: University Press of Mississippi, 1990. P. 141.

MacWilliams, Mark W. *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime.* — M.E. Sharpe, 2008. —

Schwartz, Ben (2003). «Hearst, Herriman, and the Death of Nonsense.» Printed in *Krazy & Ignatz 1929—1930: «A Mice, A Brick, A Lovely Night.»*

Rhoades S. *A Complete History of American Comic Books.*

Wright B.W. *Comic Book Nation: The Transformation of Youth Culture in America.* Baltimore: Johns Hopkins Univ. Press, 2003.

Overstreet, Robert *Top 21 comics // The Official Overstreet Comic Book Price Guide.* — Random House, 2008. — Вып. 38. —

Jacobs, Will. *The Comic Book Heroes: From the Silver Age to the Present.* — Crown Publishing Group, 1985. — 292 с.

Ro, Ronin. *Tales to Astonish: Jack Kirby, Stan Lee and the American Comic Book Revolution*. — Bloomsbury USA, 2004. — C. 87—88, 110—111.

Couperie, Pierre. *A History of the Comic Strip*. — Crown Publishing, 1968. — C. 64—67.

Perry, George. *The Penguin Book of Comics*. — Penguin Books, 1967. — 256 c

Jocelyn Bouquillard, Christophe Marquet. *Hokusai: First Manga Master*. — New York: Abrams, 2007. —

Симидзу, Исао. 日本「漫画の事典：全国のマンガファンに贈る」. — Sun lexica, 1985. — T. 24. — C. 53—54, 102—103. — 254 c.

Kinsella, Sharon 2000. *Adult Manga: Culture and Power in Contemporary Japanese Society*. Honolulu: University of Hawai'i Press.

Schodt, Frederik L. *The Astro Boy essays : Osamu Tezuka, Mighty Atom, and the manga/anime revolution*. — Stone Bridge Press, 2007. — 248 p

Katzenstein P. J. *Network Power: Japan and Asia* / Peter J. Katzenstein, Takashi Shiraishi. — Cornell University Press, 1997. — 416 p.

Onoda Power N. *God of Comics: Osamu Tezuka and the Creation of Post-World War II Manga*. — University Press of Mississippi, 2009. — 219 p

Kovacs G. *Classics and Comics* / George Kovacs, C. W. Marshall. — Oxford University Press, 2011. — 288 p

Brenner R. E. *Understanding Manga and Anime*. — Greenwood Publishing Group, 2007. — 356 p.

Schilling M. *The Encyclopedia of Japanese Pop Culture*. — Weatherhill, 1997. —

Vance, Michael. *Forbidden Adventures: The History of the American Comics Group*. — Greenwood Press, 1996. — 159 p.

Holt Douglas B. *How Brands Become Icons: The Principles of Cultural Branding*. — Boston, MA: Harvard Business School Press, 2004. —

Blackwell Handbook of Judgment and Decision Making / Koehler, Derek J., Harvey, Nigel. (eds.). — Blackwell, 2004. — P. 519.

Dinerstein Joel. *Swinging the machine: Modernity, technology, and African American culture between the wars*. — University of Massachusetts Press, 2003.

Pevey, Timothy Aaron «From Superman to Superbland: The Man of Steel's Popular Decline Among Postmodern Youth»

Jacobson, Howard. Up, up and oy vey, *The Times* (March 5, 2005), p. 5.

Tye Larry. Superman: The High-Flying History of America's Most Enduring Hero. — Random House Digital, 2012. — P. 65–67.

Jacobson, Howard. Up, up and oy vey, The Times (March 5, 2005), p. 5.

Brooker Will. Batman Unmasked. — NY/London: Continuum International Publishing Group, 2001. — P. 368. p.130.

Daniels Les. DC Comics: Sixty Years of the World's Favorite Comic Book Heroes. — Bulfinch, 1995.

Научные статьи

На русском языке:

Денисова А.И. «Американский комикс: факторы развития и феномен популярности»

Журавская Татьяна. Стремление к совершенству, очерки о традиционном ремесле и современном дизайне Японии» Издательско-полиграфическая фирма "SOV'A" Спб.: 2009. – 31 с.

Катасонова Е.Л. Мангамания (рус.) // Восточная коллекция : журнал. — 2007. — № 2. — С. 70—81.

На иностранных языках

Brady, Matt. New York Post Spoils Civil War #2 (англ.). Newsarama (14 June 2006)

Словари и энциклопедии

«Le Petit Robert»

Schilling M. The Encyclopedia of Japanese Pop Culture. — Weatherhill, 1997. — 343 p

Традиционное искусство Востока. Терминологический словарь. Н.А. Виноградов, Т.П. Каптерева, Т.Х. Стародуб. Эллис Лап 1997. – 368 с.

Электронные ресурсы

Телевизионная журналистика. 4-е издание. Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А.Я. Юровский URL: <http://evartist.narod.ru/text6/23.htm>

Реклама как вид журналистики. Цвик В.Л. URL: http://evartist.narod.ru/text16/001.htm#з_04

Девид Боуи «Бобо в раю: откуда берется новая элита». Электронный ресурс, pdf-вариант с 25.

Дихотомия образов супергерой-суперзлодей в американских комиксах. Алиев Р.Т. Электронный ресурс.

Официальный сайт колонны Траяна. Интерне-источник. URL: <http://www.stoa.org/trajan> (Доступен, дата обращения 3.04.2017)

Война в истории Месоамерики. Интернет-источник. URL: <http://www.indiansworld.org/indwarfare.html#.WRoVdNwIHUI> (Доступен, дата обращения 10.09.2016)

Animenewsnetwork URL:<http://www.animenewsnetwork.com> (доступен, дата обращения 09.05.2015)

Искусство в филателии. Интернет-ресурс <https://alexstamps.wordpress.com/2014/10/31/george-herriman/> (Доступен. Дата обращения 09.01.2016)

Зими́на С.С. Сравнение американских и японских комиксов, начиная с истории и индустрии, заканчивая графическими и сюжетными различиями URL: http://samlib.ru/z/zimina_s_s/manga.shtml

Comics Timeline Интернет-источник. URL: <https://www.infoplease.com/spot/comics-timeline#CT-1930> (Доступен, дата обращения 25.05.2016)

CBR News Team. DC Flashback: The Flash (англ.). Comic Book Resources Интернет-источник. URL: <http://www.cbr.com/dc-flashback-the-flash/> (Доступен, дата обращения 09. 02. 2017)

Sanderson, Peter Comics in Context #14: Continuity/Discontinuity Интернет-источник. URL: <http://www.ign.com/articles/2003/10/11/comics-in-context-14-continuitydiscontinuity> (Доступен, дата обращения 10.02.2017)

Callahan, Timothy In Defense of Superhero Comics Интернет источник. URL: <http://www.cbr.com/262148-2> (Доступен, дата обращения 17.02.2017)

Блог для художников о манге. Интернет-источник. URL: <http://www.drawmanga.ru/manga/manga-hist.shtml> (Доступен, дата обращения 22.05.2015)

Арт-проект творческого коллектива Zen Designer. Интернет-источник. URL: <http://zen-designer.ru/artists/299-japan-sex-picture> (Доступен, дата обращения 22.05.2015)

Русское нелитературное творчество. Все о сексе и народном творчестве. Блог. Интернет-источник. URL: <http://rumat.org.ru/prikolnye-lubki-s-nepriстойным-soderzhaniem> (Доступен, дата обращения 22.05.2015)

Антон Ленников. Искусство Манга. Часть 1 (2006 год). Интернет-источник. URL: <http://www.animemagazine.ru/35.04/tema.php> (Доступен, дата обращения 22.05.2015)

Holmberg, Ryan. Tezuka Osamu and American Comics (англ.). The Comics Journal Интернет-источник. URL: <http://www.tcj.com/tezuka-osamu-and-american-comics/> (Дата обращения 25.05. 2015)

Семинар «Манга: Тенденции 2010 года и рекламные приёмы». Мангавест (9 ноября 2010 года) Интернет-источник. URL: <http://mangavest.ru/events/7400>

Kodansha's Shonen Magazine Circulation Drops Below 1 Million (англ.). News. Anime News Network Интернет-источник. URL: <http://www.animenewsnetwork.com/news/2016-11-02/kodansha-shonen-magazine-circulation-drops-below-1-million/.108408>

Naruto is 5th Shueisha Manga with 100 Million+ Copies in Print (англ.). Anime News Network Интернет-источник. URL: www.animenewsnetwork.com/news/2010-04-26/naruto-is-5th-manga-with-100-million+copies-in-print

Viz Media (17 марта 2009 года). Viz Media sweeps all Top 10 spots on the newest New York Times Manga Best Seller list Интернет-источник. URL: <http://www.viz.com/news/newsroom?id=229>

Ttsport. Интернет-источник. URL: <http://www.ttsport.ru/ya---/pub.4540/>

DC Comics Chronology Интернет-источник. URL: http://www.comicbookbin.com/dcchronologyplatinumage_001.html

New Fun #1 (Feb. 1935) Интернет-источник. URL: <https://www.comics.org/issue/85/>

Superman - #1 Top 100 Comic Book Heroes Интернет-источник. URL: <http://www.ign.com/lists/comic-book-heroes/1>

Dubner, Stephen J, Levitt, Steven D. Hoodwinked?, The New York Times Magazine (January 8, 2006), стр. F26 Интернет-источник. URL: <http://www.nytimes.com/2006/01/08/magazine/hoodwinked.html>

Allan Holtz. Obscurity of the Day: Batman (англ.). Stripper's Guide. Интернет-источник. URL: <http://strippersguide.blogspot.ru/2008/09/obscurity-of-day-batman.html>

David M. Ewalt. The 2013 Forbes Fictional 15 Интернет-источник. URL: <https://www.forbes.com/forbes/welcome/?toURL=https%3A//www.forbes.com/pictures/>

mlg45edmmd/6-bruce-wayne/&refURL=https%3A//ru.wikipedia.org/
&referrer=https%3A//ru.wikipedia.org/

Entertainment Weekly's 20 All Time Coolest Heroes in Pop Culture (англ.).
Entertainment Weekly. Интернет-источник. URL: <http://ew.com/gallery/20-all-time-coolest-heroes-pop-culture-0/3>

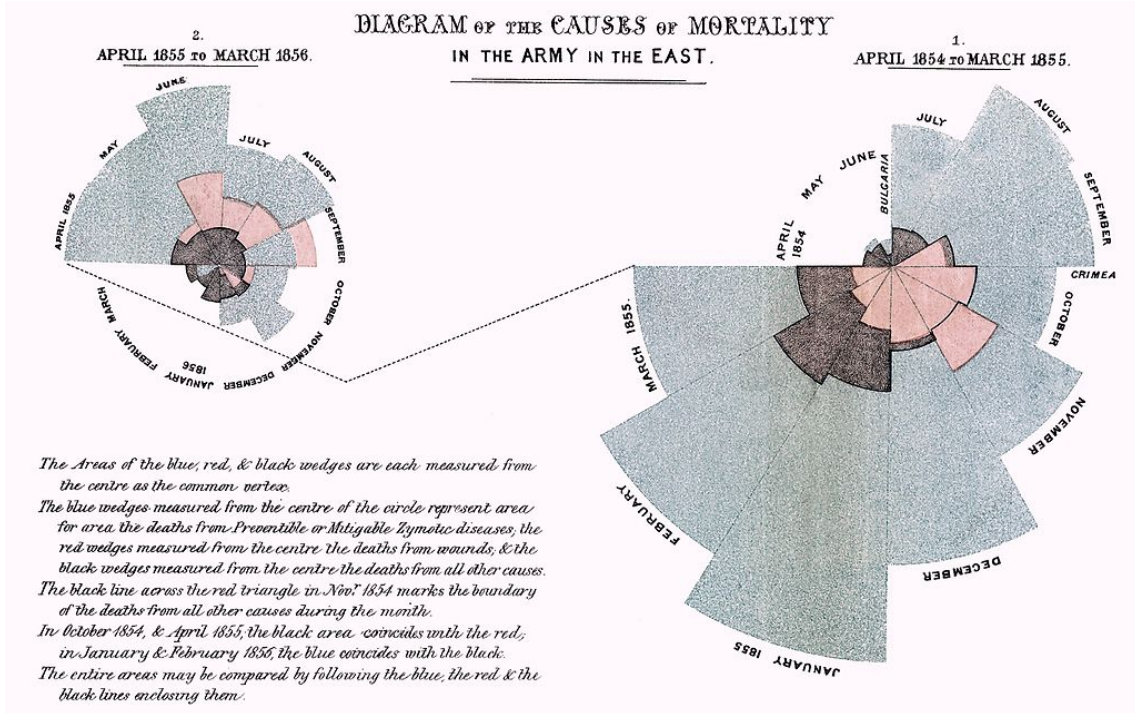
Kupperberg Paul. The Creation of Spider-Man. — The Rosen Publishing Group, 2007. Интернет-источник. URL: https://books.google.ru/books?id=4m1IM8L0hr0C&pg=PP1&dq=spiderman+legacy+ditko+lee&redir_esc=y&hl=ru

Fleming, James R. (2006). «Review of Superman on the Couch: What Superheroes Really Tell Us about Ourselves and Our Society. By Danny Fingeroth Интернет-источник. URL: http://www.english.ufl.edu/imagetext/archives/v2_2/reviews/fleming.shtml

Yarbrough, Beau. Marvel to Take on World Trade Center Attack in "Amazing Spider-Man" (англ.). Comic Book Resources (24 September 2001). Интернет-источник. URL: <http://www.cbr.com/marvel-to-take-on-world-trade-center-attack-in-amazing-spider-man/>

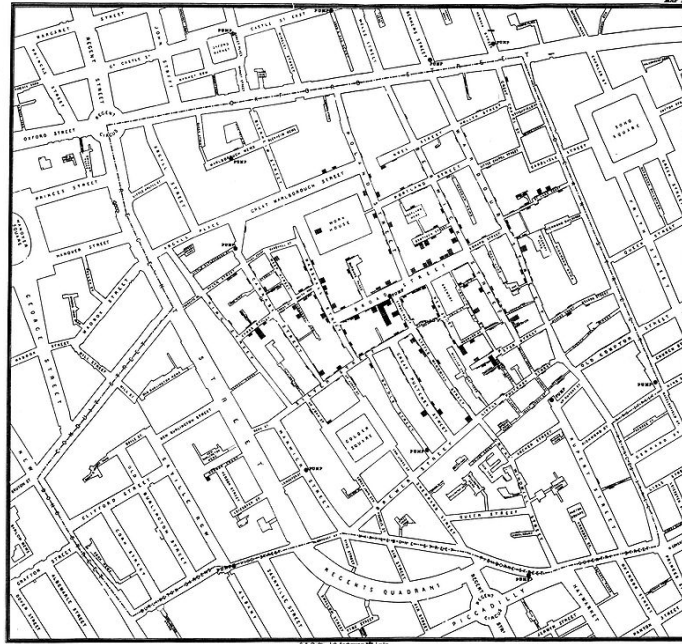
Приложения
Приложение 1.

«Петушиный гребень» Флоренс Найтингейл 1855-1858 гг.

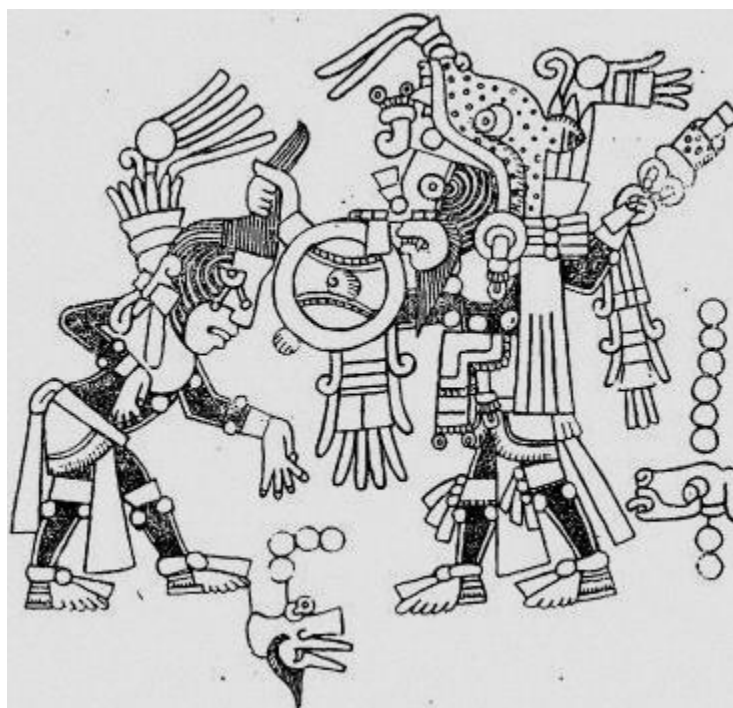
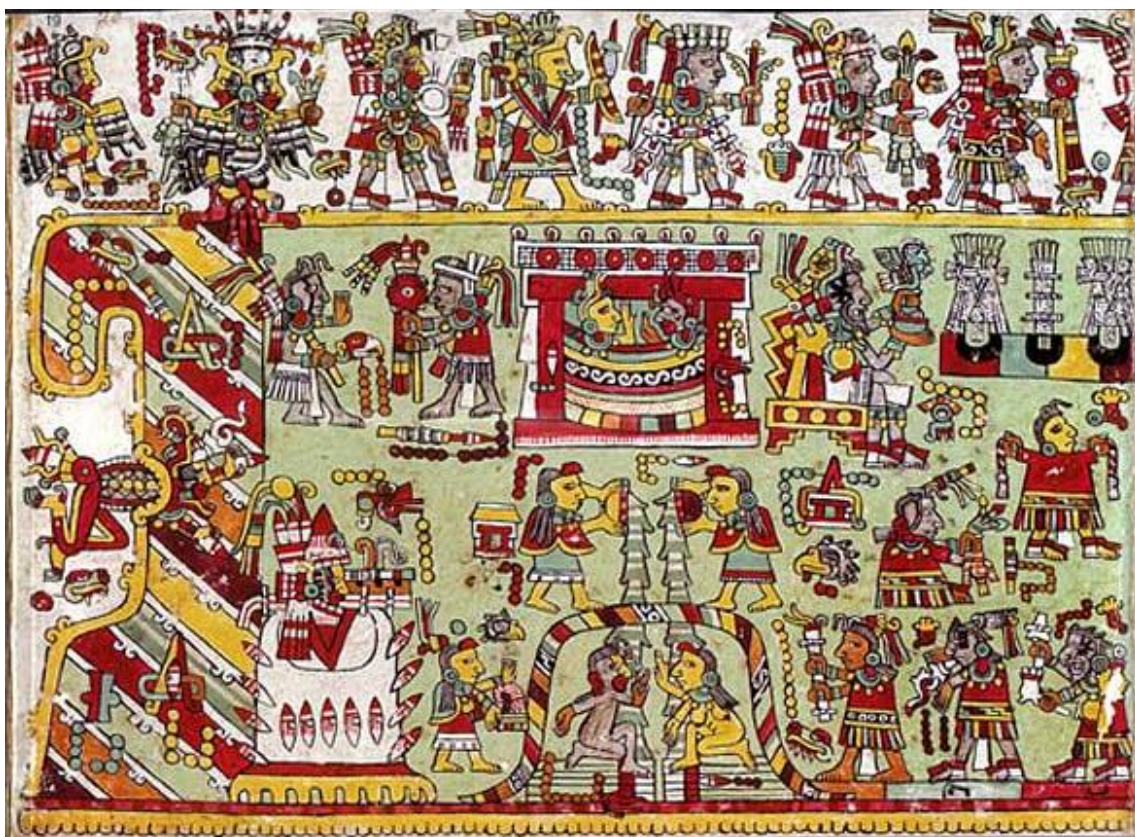


Приложение 2.

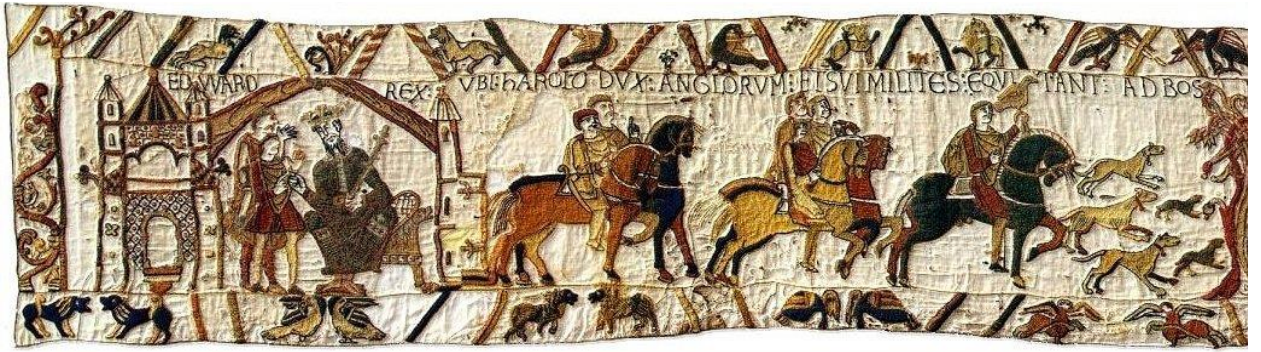
Карта распространения холеры. Джон Сноу 1854 год



Приложение 3
Кодекс Нэттол



Приложение 4
Гобелен из Байе

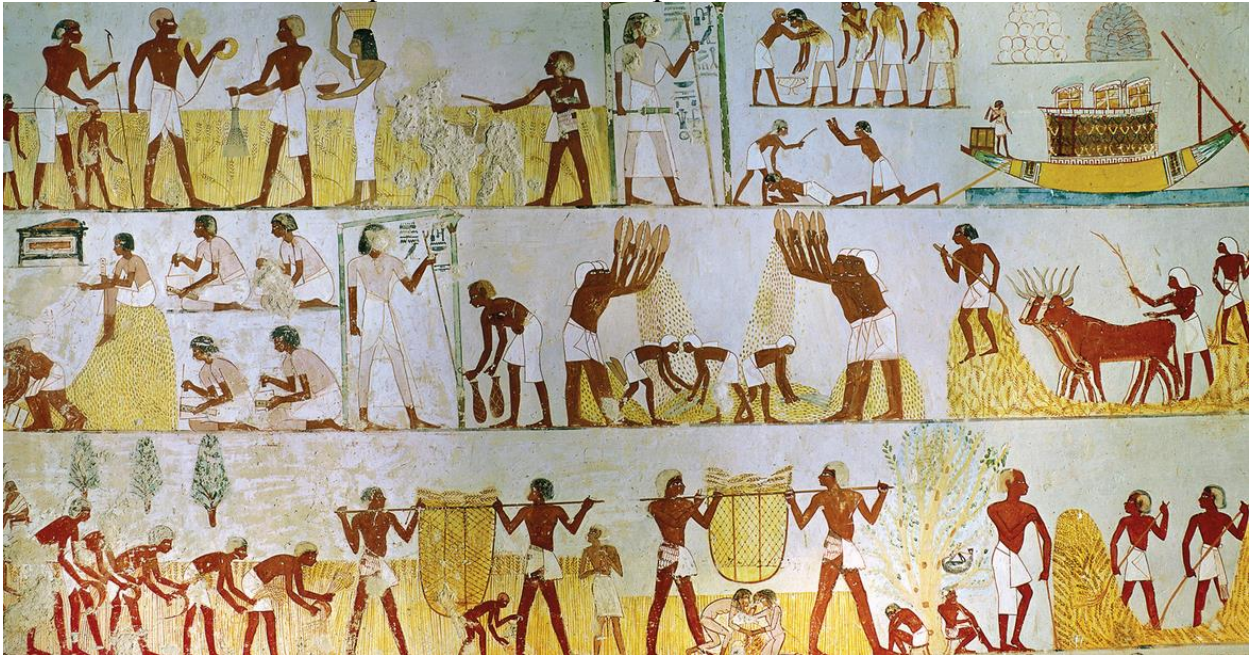


Приложение 5
Египетские и японские иероглифы

hieroglyph	cursive	value	hieroglyph	cursive	value	hieroglyph	cursive	value
		[a]			[m]			[se]
		[e]			[n]			[k]
		[i]			[ne]			[q]
		[o]			[r]			[t]
		[y]			[l]			[te]
		[w]			[h]			[to]
		[b]			[h]			[d]
		[p]			[š],[s]			word divider

Picture	→	Kanji	'KUN'	'ON'	Meaning
	→	日	ひ	[NICHI]	sun day
	→	月	つき	[GETSU]	moon month
	→	木	き	[MOKU] [BOKU]	tree
	→	山	やま	[SAN]	mountain
	→	川	かわ	([SEN])	river
	→	田	た	[DEN]	rice field
	→	人	ひと	[JIN] [NIN]	man person
	→	口	くち	[KOU]	mouth
	→	車	くるま	[SHA]	car
	→	門	(かど)	[MON]	gate

Приложение 6
Сцена в гробнице Менны древнеегипетского писца



Приложение 7

Колонна Трояна 113 год, Аполлодор Дамасский, первый и второй уровни



Приложение 8

Лекиф, выполненный в технике по белому фону. Гипнос и Танат выносят тело Сарпедона с поля боя в Трое. 440 г. до н. э.

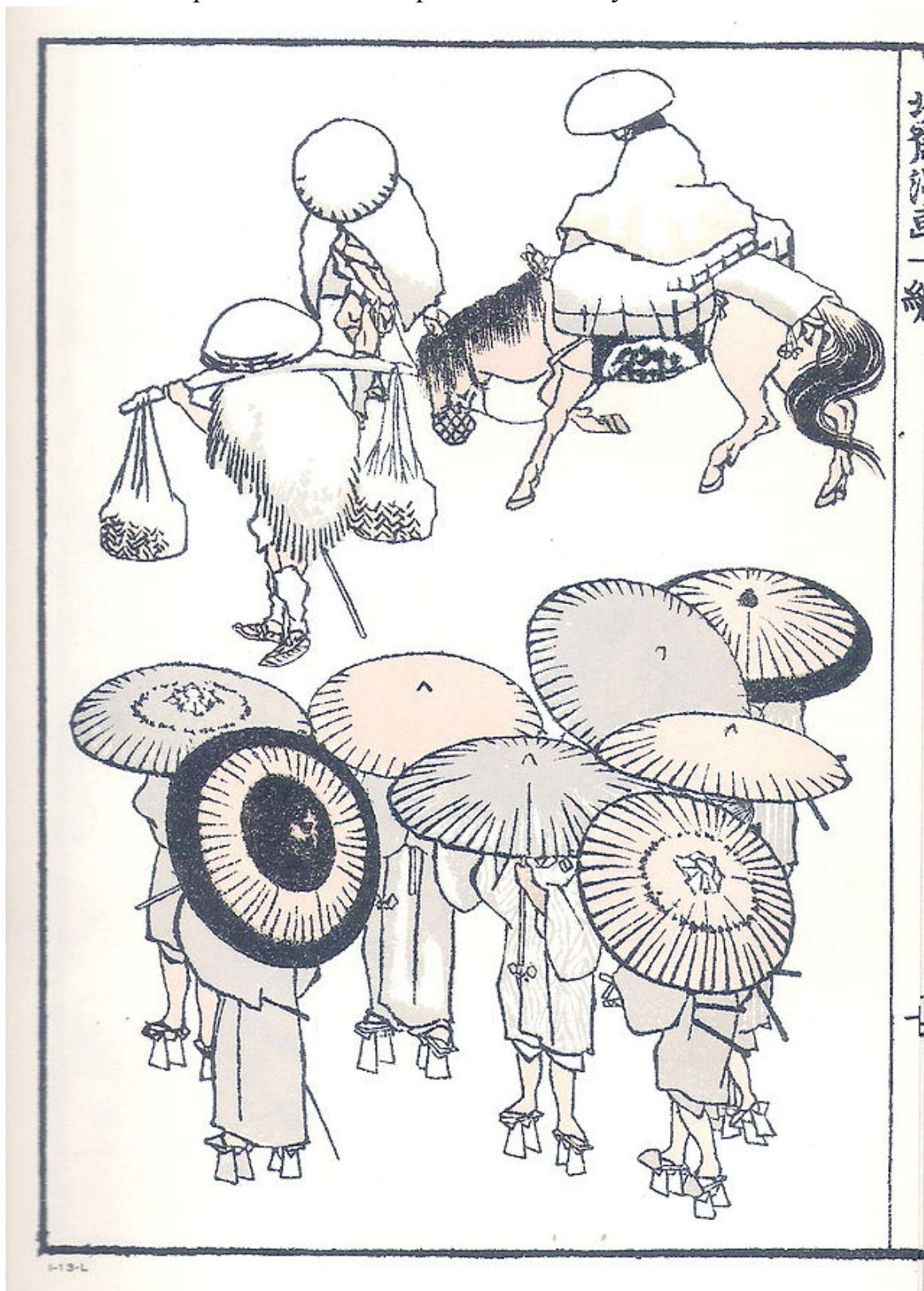


Приложение 9

Первый свиток Тедзюгига (яп. 鳥獸戯画) или Тёдзю-дзимбуцу-гига (яп. 鳥獸人物戯画)



Приложение 10. Страница из «Хокусай манги»



Приложение 11
«Карьера проститутки» Уильям Хогарт, 1731

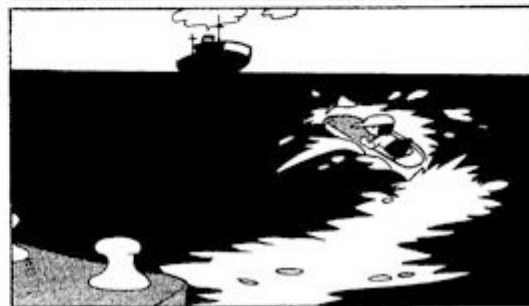
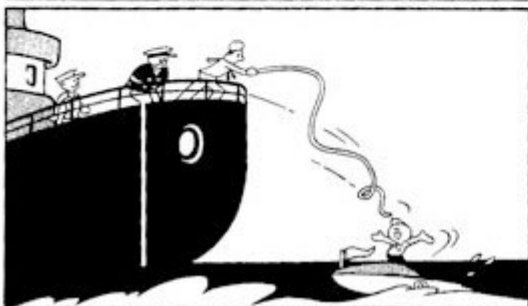
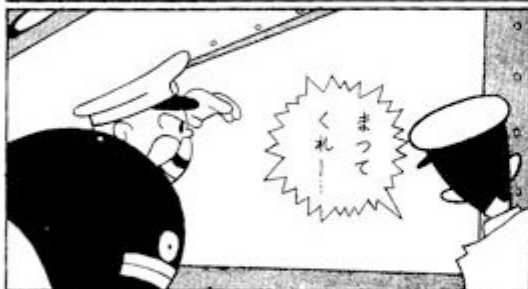
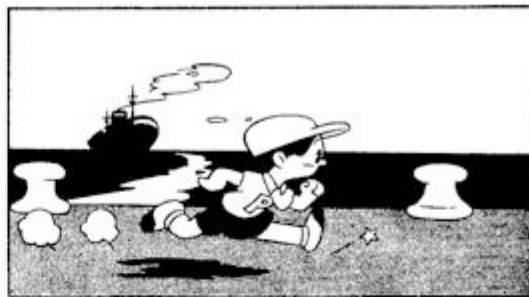
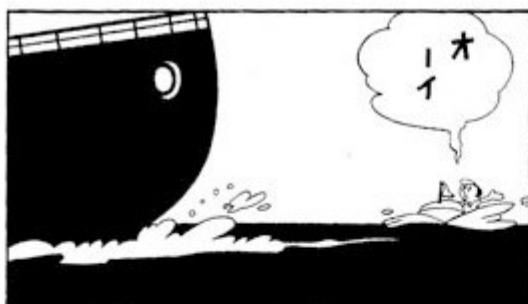


Приложение 12
Родольф Тёпфлер Сатирические рассказы в картинах



Приложение 13.

«Новый Остров Сокровищ» Осаму Тэдзука 1947



6

5

Приложение 14
Тиражи Weekly Shonen Magazine, Weekly Shonen Jump и Weekly Shonen Sunday с 2014 по 2016 год

Period	<i>Weekly Shōnen Magazine</i>	<i>Weekly Shonen Jump</i>	<i>Weekly Shonen Sunday</i>
January-March 2014	1,277,500	2,715,834	461,250
April-June 2014	1,245,417	2,677,500	445,500
July-September 2014	1,211,750	2,665,834	428,417
October-December 2014	1,192,267	2,605,000	411,250
January-March 2015	1,156,059	2,422,500	393,417
April-June 2015	1,127,042	2,395,000	388,417
July-September 2015	1,107,840	2,376,667	369,231
October-December 2015	1,085,110	2,321,667	356,584
January-March 2016	1,038,450	2,238,333	345,667
April-June 2016	1,015,659	2,168,333	369,833
July-September 2016	995,017	2,161,667	330,000