

УДК: 7.08

ВЕБТУН КАК ОСОБЕННАЯ ФОРМА МЕДИА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Галитова Дарина Руслановна

suzuyajan@gmail.com

Студент 4 курса специальности «5В020900-Востоковедение» факультета международных отношений ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан

В современном мире все больше появляются новые формы медиа, заинтересовывающие большую аудиторию. Одной из таких форм являются корейские онлайн комиксы, называемые вебтунами.

«Вебтун» (웹툰) — это сочетание таких английских слов как «web» и «cartoon», означающих веб-сайт и комикс. Рассматривая данное определение можно достаточно легко понять, что вебтуны – это своеобразные комиксы, которые вы читаете в интернете на определенных сайтах. Раньше манхва (만화) только публиковалась в газетах, сборниках и журналах, однако на сегодняшний день она является особым типом медиаконтента из-за появления таких новоиспеченных технологий, как интернет, который не существовал до конца двадцатого века. [1]

Вебтун — это термин и уникальное название, появившееся в Южной Корее в качестве серийных комиксов или же корейских онлайн-комиксов популярных не только на Родине, но и за рубежом на различных медиа-платформах.

Во время создания этого термина в Корее, в отличие от других стран, анимационная манхва или комиксы напрямую упоминались как «cartoon». Вследствие чего комиксы именовались как «мультфильмы» с английского, а не традиционно «комиксами», и таким образом в основу данного термина вошло это слово. Естественно, такого необычного термина за границей не существовало в помине. Это связано с тем, что термин веб-комиксы используется чаще всего, а вебтуны только относятся к корейским онлайн-комиксам или платформам.

Кроме того, так же, как японские термины аниме и манга имеют прямое отношение к японской анимации и комиксам, вебтуны также отражают определенные черты корейской культуры. Корейская история и культура отражены довольно широко, и иногда может и специфически, что в некоторых случаях не находит особого отклика в других азиатских странах.

Несмотря на это в 2010 году новые платформы NHN и Даымкакао (DaumKakao) были запущены в Юго-Восточной Азии, чтобы представить корейские вебтуны для зарубежной аудитории. Во Франции и других странах Европы, некоторые веб-сайты тестируют вебтуны, основанные на корейском стиле рисования [2].

Этот термин впервые был, упомянут в 2000 году в корейских экономических и национальных газетах [3]. В то время все манхвы, которые можно было увидеть опубликованными в интернете, назывались вебтунами. Это название используется ко всем различным типам манхвы доступных в сети.

Эти комиксы являются уникальными формами корейской поп-культуры, которая отражает цифровую культуру и используется во многих странах с распространением глобальных сетей. Они иногда могут именоваться как мобильные, цифровые комиксы, манхва по-корейски и кейтай-манхва по-японски [4]. Манхва является синонимом всех жанров корейских комиксов. Онлайн жанр был создан как новый формат манхвы, впервые выпущенный в Корее при поддержке цифровых технологий, веб-порталов и сетей мобильной связи. С 2000-х годов Корея выпускает множество комиксов онлайн, и они меняют традиционный способ чтения комиксов.

Интересный факт, что большинство из них доступно на сайте в формате длинной ленты, с целью вертикальной прокрутки на смартфоне. Вертикальное последовательное изложение позволяет читателям быстро понять сюжетную линию и почувствовать эмоции, возникающие

как при просмотре короткометражного фильма. Распространение в сети побуждает зрителей делиться своими взглядами и мнениями через сообщения, отправленные авторам.

В некоторых случаях, если автор не опытен, после того, как он начинает публиковать свою манхву в своем личном блоге или на домашней странице, большинство пользователей начинают активно делиться ею друг с другом, поскольку они могут бесплатно читать ее в интернете. В результате этого, пользователи помогают автору справиться с написанием сюжетной линии, высказывая свои соображения и догадки, и позволяет им в свою очередь быть вовлеченными в процесс повышения рейтинга.

У вебтунов есть две основные причины, объясняющие, почему они так распространены в виде нового медиа-контента. Во-первых, доступность современного оборудования. Во-вторых, разнообразие жанров, присущие только этому виду медиа.

А также, есть три главных аспекта, которые отличают вебтуны от обычных комиксов: как и было, упомянуто ранее, это тот факт, что каждый выпуск публикуется на одной длинной вертикальной полосе (вместо нескольких страниц использовался один длинный «бесконечный» холст, чтобы его было легче читать на смартфоне или компьютере). Они могут быть не только черно-белыми, но и разноцветными, а в некоторых особенных случаях даже используется музыка и анимация, которые воспроизводятся в каждой главе, что придает особенную атмосферу для приятного чтения.

В начале XXI века метод прокрутки сверху-вниз был заменен простым нажатием пролистыванием вниз на смартфоне, которого раньше было сложно себе представить. В добавок был добавлен эффект прокрутки экрана вверх-вниз-влево-вправо, позволяющий почувствовать эффекты и вникнуть в смысл рисунков. Также есть функция, позволяющая читателям поделиться своими идеями, обсудить любое событие, происходящее в эпизоде, на смартфоне где бы то ни было. Когда вы пишете комментарий, сам факт, что можно без труда поделиться конкретным событием или отрывком из вебтуна с другим пользователем создает возможность для обсуждения всеми пользователями.

К тому же, есть и другие более специфические обновления. К примеру, портал сайта «Дайм» (다음) включает как голосовые, так и анимационные эффекты, фоновую музыку и голоса актеров, а также мобильный чат между персонажами. Использование таких нововведений позволяет пользователям получить более глубокое понимание того, что происходит в сюжете, и более глубоко рассматривать различные проблемы, детали приведенных в истории.

Благодаря таким креативным элементам, можно наслаждаться на таком же уровне как при просмотре какого-нибудь кинофильма или театральной сценки. По сравнению с методом прокрутки сверху вниз на компьютере, который часто использовался в предыдущих способах передачи истории, на данный момент мы можем заметить, что с помощью смартфонов, было возможно увеличить применение интерактивных элементов, поскольку такие приложения могут использовать плавный переход эпизода, анимационные движения изображений, текста, добавление музыки и т.д.

Таким образом, движение картинки или текста, музыкальные эффекты помогают привлечь внимание к содержанию самого комикса более углубленно. Поэтому, если читатель воспользуется приложением, его интерес и увлеченность возрастут соответственно. В конечном итоге, само участие аудитории увеличивается с помощью приложения, а уровень их удовлетворенности с помощью самих нововведений [5].

Появление смартфонов позволяет читателю знакомиться с бесчисленными произведениями авторов, когда и где их душа пожелает. Это приводит к повышению доступности и удовлетворенности от данной формы индустрии, что дает возможность крупным компаниям зарабатывать на рекламе, и просмотрах. Есть дополнительные

мобильные версии для еще большего удобства сайтов, предоставляющих данный контент. Поэтому их удобнее просматривать на небольшом смартфоне, который вы всегда носите с собой естественно, чем на большом экране компьютера. Хотя этот фактор может варьироваться от самих предпочтений пользователя.

Со временем публикация манхвы в Южной Корее сокращалась, поскольку цифровая манхва стала еще одним популярным средством передачи своеобразного вида массовой информации. Количество комиксов, опубликованных в форме вебтунов, сейчас приближается к размеру офлайн-изданных работ за все время [6].

Так как, в XXI веке интернет-технологии привлекают намного больше внимание людей, как одно из наиболее важных средств передачи разнообразных материалов в эпоху новых медиа-индустрий. Благодаря распространению цифровых технологий такие онлайн комиксы заняли важное положение, являясь уникальной формой массовой культуры, которой не было в XX веке в помине. Поэтому, когда пользователи выбирают вебтуны, появляющиеся на новом этапе развития всевозможных вариаций информации, они также вносят свой ценный вклад в их распространение по всему миру.

В настоящее время вебтуны известны не только в Корее, но и во всем мире как особенные части «халлю» или, другими словами, корейской культурной волны. В случае К-рор их характеристики также представляют собой набор конечных соединений, полученных из баланса смешения глобальных факторов и местных (корейских) характерных черт.

Иногда их называют «к-вебтуны» (что иногда считается неправильной интерпретацией). И они популярны в США, Японии, Китае, Таиланде, Индонезии и других странах из-за не только официального, но и нелегального перевода и неумолимой поддержки фанатов. По оценкам, количество людей, пользующихся на соответствующих платформах этой индустрии по всему миру, может достигать около 1 миллиарда. С 2010 года количество официально переведенных на английский язык комиксов на порталах и сайтах Lezhin Comics, Tappytoon, Spottoon, Tapas и Line Webtoons постоянно растет и сама аудитория расширяется [7].

Несмотря на то, что комиксы давно разрабатывались в основном в Японии и Америке, в современном мире основной фокус индустрии комиксов постепенно смещается на корейские порталы. И это в свою очередь все больше притягивает неунывающий интерес со стороны детей и взрослых.

Чтобы сохранить свое место в быстро меняющейся эпохе интернет-технологий, необходимо удовлетворять потребности и требования публики, чтобы сохранить свое место как уникальный контент. Таким образом, тематика сайта варьируется от обычных повседневных событий до политических и социальных вопросов.

Художникам работающим профессионально в данной сфере, необходимо всячески использовать широкий спектр жанров, тематик, и другие доступные возможности. К примеру, чтобы выжить в жесткой конкуренции нужно каким-то необычным методом заставить читателя сфокусироваться именно на его собственной работе, над которой он так долго и неустанно работает. В конечном итоге, авторы применяют не только эффекты, но и стараются отражать новости и актуальные вопросы касающихся развития корейского общества и мира в целом. Например, в вебтуне «Мисэн» (미생) были раскрыты такие проблемы как безработица, социальная иерархия, непостоянное место работы, коррупция, сексизм и гендерное неравенство. Многие читатели соглашались и сочувствовали героям вебтуна, так как они увидели самих себя на их месте. Таким образом, чем больше будут поднимать эти проблемы и обсуждать их в обществе, тем больше власти будут уделять внимание решению этих проблем.

Это поднимает уровень читателей, их понимания и осознанности, так как они начинают комментировать и обсуждать возможные способы решений, критиковать социальные проблемы между собой в секции для комментариев находящейся под главой. Некоторые делятся своим личным опытом, и помогают другим пережить похожие трудности, а другие спорят или конфликтуют насчет той или иной проблематики. В любом случае, и в негативном и позитивном ключе, вебтуны могут рассматриваться как достойный контент для продвижения самосознания мышления всего общества. Быть ключом, начинающим шагом, вдохновляющим на действие, движение со стороны простых людей.

Если все же для некоторых вебтуны хоть и остаются простыми комиксами и не имеют особой роли и ценности, для других они могут стать отправными точками для переосмысления чего-либо и непосредственно повлиять на восприятие мира. Я считаю, что вебтуны это важные составляющие современной культуры, которые будут постоянно развиваться и преобразовать мир и все человечество.

Список использованных источников:

1. 전범수·최민음(2014). 웹툰 이용 동기 및 구성요소가 이용 만족도에 미치는 영향. 방송 문화 연구, 26권 2호, 93-120.
2. 이장균. K 웹툰, 한국 만화도 한류 대열에03.02.2021.
https://www.rfa.org/korean/weekly_program/culture_talk/openculture-02022021160636.html Загружено 15.03.2021.
3. 윤기현, 정규하, 최인수, 최해솔(2015). 웹툰 통계 분석을 통한 한국 웹툰의 특징. 만화애니메이션연구, 38호, 177~194.
4. Lynn, Hyung-Gu. "Korean Webtoons: Explaining Growth." Asia Pacific Memo, vol. 16, 2016, pp. 1-13.
5. 김규인·이병철·이준아·손홍찬·김민선(2014). 웹툰 내용 유형에 따른 페이지 넘김 방식에 대한 연구~스토리, 에피소드형 웹툰에서의 터치 방식과 스크롤 방식에 따른 사용자 경험 비교. 『한국HCI학회』, 627-630.
6. 맹하경. 웹툰 한류 "1조 세계 시장 잡는다" 09.02.2017.
<https://www.hankookilbo.com/News/Read/201702090462173892> Загружено 25.03.2021.
7. 이현경. (2018). 네이버 웹툰의 한영 번역 양상 - 비속어, 은어 번역을 중심으로 - . 한국 외국어 대학교 통번역 연구 소제 19회 ITRI 국제학술대회, 17-33.