

Елементи на множеството

Мария Момчилова

Резюме

Визуализацията на комуникацията в постсъвременността, масовото производство и потребление на образи, възходът на анимацията и гейм индустрията са няколко от факторите, които обуславят изследователския интерес към *манга* културата и свързаните с нея фен практики. Цел на настоящото изложение е да изясни същността и функциите на две от визуалните константи в манга комуникацията – *kawaii* и *mo'e*, чиято употреба улеснява ретроконсумацията на манга посредством трансформацията им от „четиво“ в част от инструментариума на фенпрактиките.

Ключови думи: манга, анимация, гейм индустрия, фенпрактики, визуални константи, *kawaii*, *mo'e*

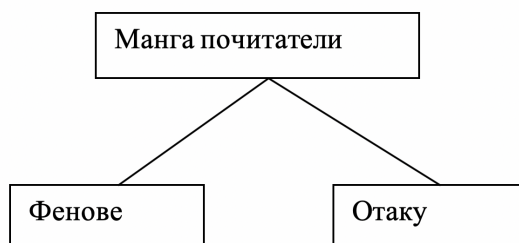
1. Манга общности

Манга културата е социално явление, което може да се дефинира като специфично множество от споделени ценности, цели и поведение, които определят начина на живот на група технологично образовани и силно повлияни от практики като *remix* и *DIY* (do-it-yourself) индивиди. Глобалният характер на манга културата предпоставя появата и функционирането на разнообразни манга общности, за които визуалната комуникация, т.е. способността да се кодира и декодира информация посредством изображения е от първостепенно значение.

Изграждането на манга общностите е процес, който се осъществява под влиянието на два фактора. Първият (локален) е двусъставен – семейството и кръгът приятели. Поотделно и заедно те съдействат за изграждането на ключово за представителите на манга общностите умение – манга грамотност. Манга грамотността е онова специфично умение, което се придобива в резултат на индивидуалната интерпретация на изображенията, като в процеса на натрупване на собствен опит се добавя и опитът на членовете на приятелския кръг. Подобна взаимнообучителна практика е необходима и незаменима, тъй като в оригиналната манга липсват пояснения на специфичните символи, няма и алгоритъм за последователността при възприемането на значението на изображенията в панелите. Вторият фактор

(универсален) е многосъставен, той е функция от прякото влияние на специфичен медиен микс (ТВ, видео и онлайн игри, играчки, музика, филми). Сред практиките, които развива манга грамотността, най-устойчиви са: обсъждането на герои и сюжети в епизоди от определени поредици, размяната на периодика, установяването на обратна връзка с издателите, колекционирането на поредици с любими герои или поредици от любими *мангака* (манга художници), посещенията на манга изложения, участията в косплей, творческото общуване и създаването на авторски и съавторски продукти, включително *сканманга*.

Всяко изследване на манга културата и свързаните с нея фенпрактики се стреми да допълни и да систематизира натрупаните до момента знания. С оглед на целта на изследването – да изучи особеностите на две от характерните за манга културата явления (*kawaii* и *otaku*)¹ и предвид спецификата на обекта на изследването е направена типологизация на манга общностите, в която за критерий е избрана степента на обвързаност между манга фен и обекта на неговото предпочитание. Съгласно този критерий е обособена една основна група с две подгрупи. (фиг. 1) В основната група са включени всички манга почитатели, независимо от степента на обвързаност с манга съдържанието, а в двете подгрупи разделението е според степента на обвързаност, като в подгрупата на манга феновете тя е висока, а в тази на *отаку* – изключително висока.



Фиг.1 – Типология на манга общностите

За разлика от обикновения манга фен, *отаку* е ревностен почитател на манга до степен „вманиачаване“. Тази характерна черта на *отаку* е тясно свързана с етимологията на думата, която в превод от японски означава „маниак“. Връзката между *отаку* и манга се установява с първата регистрирана поява на лексемата в манга дискурса през 1983 година в рубриката „Изследване на *отаку*“, която Накамори Акио води в „Манга Бурико“ (*Manga Burikko*), софтверно издание, публикувано в периода 1983 – 1986 година. Акио обобщава своите наблюдения върху индивидите, посещаващи изложенията на аматьорска манга и въвежда „*отаку*“ като термин, с който дефинира групата физически занемарени и безобидни манга манияци, с нефункционално обществено

поведение, напълно отдадени на манга-фантазиите си, които са редовни посетители на *Комикет*². През 1989 година, обаче, умишленото превръщане на едно престъпление в медийна сензация предефинира понятието отаку, а предизвиканата в японското общество паника е причина за криминализиране и маргинализиране на света не само на отаку и на аматьорската манга, но и на цялата манга индустрия в страната. С цел защита на потребителите са въведени цензурни и регулационни механизми, които категоризират продуктите на манга индустрията като „прилични“, „неприлични“ и „вредни“ и принуждават мангака и издателите да адаптират визуализацията и съдържанието, за да преодолее негативните обществени настроения. Реабилитирането на отаку като част от манга културата в Япония е дълъг процес, който обхваща дейността на четири поколения отаку, и въпреки превръщането на манга в национален символ в средата на 90-те години на миналия век, обществото в страната остава резервирано към отаку и техните практики³.

2. МАГИ

Основен фактор за утвърждаването на МАГИ⁴ и експанзията на манга културата в световен мащаб е темпът на развитие и усъвършенстване на технологиите. Бързото разрастване и разпространение на МАГИ може да се измери с безапелационния успех на анимацията, с нарастващото влияние на съвременната японска поп култура върху младежките общности в Западна Европа и САЩ, с прякото отражение на манга визията върху модните младежки линии, с изграждането и поддържането на устойчиви МАГ общности, с организирането на фен събития, с участията в косплей изложения, със създаването на творчески работилници, с авторство и съавторство, включително със създаването на собствени творчески екипи.

Практиката на масовото производство и потребление на стоки, включително в МАГИ през последните две десетилетия следва определена тенденция, а именно нарастват стимулите за неограничена консумация на доставящи максимално удоволствие неопасни продукти, т.е. продукти, които изначално са лишени от потенциално опасните си съставки (ободряване с безкофеиново кафе; освежаване с безалкохолна бира; виртуален секс)⁵. Възможностите, предоставяни от все по-достъпните високи технологии, несъмнено стимулират търсенето и създаването на нови и нови потребности и желания. Тяхното удовлетворяване се осъществява в рамките на предварително заложените ограничения, чиято цел е да предпазят индивида и едновременно с това да създадат максимално удоволствие. От изключително значение за растящото потребление на МАГИ са именно усещането за безопасност и удоволствието, с които се свързва изборът на продуктите им.

Емпирично е доказано, че като катализатор на емоции и съпреживяване МАГИ продуктите заемат значителен дял в предоставянето и консумирането на удоволствия в рамките на „икономиката на свободното време“⁶. Въвеждането на AR⁷ и усъвършенстването на смарт устройствата са предпоставки за нарастване на консумацията им в краткосрочен и средносрочен план.

3. Мо'е: същност и функции

Удоволствието и безопасността на МАГИ потреблението се определят от спецификата на продуктите и спазването на основния принцип на непрекъснато усъвършенстване (*kaizen*) при създаването им. Произходът на мо'е се свързва с началото на отаку дискусиите, които миловидните и невинни аниме героини пораждаат на сайта *2channel* през 90-те години на XX век. Мо'е е лексема, която се използва за изразяване на предизвиканата емоционална реакция, ответното чувство, въздействието, усещането за интензивност и насищане на преживяното; *мо'е* не е термин, с който се определя видова или жанрова принадлежност. Изписването на *мо'е* с канджи 萌え (номинализация от глагола *moeru* – букв „напъхва“, „пониква“) визуализира представата за героите и техните характери – неопитни, но жизнени; спонтанни, изпълнени с ентузиазъм и желание. Интензивността на емоционалното въздействие на героите върху почитателите им може да се изрази чрез фонетичната двуслойност на лексемата. Омофонът на *мо'е* изразява изпепеляващата емоция и изгарящото увлечение, еуфоричното състояние, в което почитателите следят и изживяват приключенията на любимите си герои. Лексикалната визуализация на неподправено очарование в *мо'е* се свързва с *kanso* (簡素), като подчертава естетиката на простота и непринуденост, съчетани със свежест и чистота. Към етимологичната многопластовост на лексема *мо'е* се добавя и конкретен образ на героиня – Notaru Томое от манга поредицата *Sailor Moon*, чието име се изписва със същото канджи.

Появил се като част от дискурса на отаку, *мо'е* се утвърждава като термин в МАГИ чрез трансмедийните разкази. Със своята впечатляваща комбинация от елегантност и лекота, невинност и детско очарование, миловидност и привидна беззащитност *мо'е* персонажите се използват за изграждане на силна емоционална връзка с почитателите на МАГИ продуктите по цял свят. При създаване на типологизация на *мо'е* персонажите за критерий се използва средство, което допълва миловидния им образ и благия им характер. Въз основа на този критерий се дефинират пет типа лесно разпознаваеми и любими *мо'е* герои/героини, а именно: *meganekko-moe* (с очила), *meido-moe* (девојка домашна помощница), *shitsuji-moe* (симпатичен иконом), *tsundere-moe* (възхитително издържлив и грижовен индивид), *imouto-moe* (по-малка сестра).

Честа е появява и на *mo'e* персонажи с отличителни белези на животни, предмети, понятия, явления, например кетопомімі – герой/героиня с уши и/или с опашка. Подобни герои също може да бъдат типологизирани, като за критерий може да бъде използвано животното, с чиито характеристики се отъждествяват (котка, куче, лисица, вълк и други).

Създаването и използването на *mo'e* персонажи е от първостепенна важност за манга общностите и свързаните с тях фенпрактики, тъй като вселените, които тези герои обитават в максимална степен удовлетворяват емоционалните и естетическите потребности на почитателите им, създават приятно и ангажиращо преживяване, пораждаат удоволствие и удовлетворение от принадлежността и споделянето, стимулират съпреживяването и създаването на съавторски продукти. „*Mo'e* ми дава усещането за живот“, споделя Юн Маеда (2014), сценарист за *Visual Arts* .

4. *Kawaii*: поява и развитие

Емблематични за манга културата са *kawaii* изображенията, от които *Hello Kitty* и *Pikachu* са световно утвърдени символи на положителни емоции и забавление. Значението на думата е „симпатичен“, „сладък“, но то не изчерпва семантичната ѝ многопластовост. Според един от изследователите на манга културата, Брайън МакВей (1996), значението на *kawaii* обхваща целия диапазон от емоции, които се свързват с:

baby cuteness; very young cuteness; young cuteness; maternal cuteness; teen cuteness; adult cuteness; sexy cuteness; pornography cuteness; child pornography cuteness; authority cuteness; and corporate cuteness .

Межкултурните различия, които се проявяват във връзка с възприемането на емоциите, озадачават част от изследователите, за които *kawaii* в значението на „симпатичен“ и „сладък“ по никакъв начин не може да се свърже с изображения от вида *guro-kawaii* (grotesque cute), *ero-kawaii* (erotic cute), *kimo-kawaii* (creepy cute), *busu-kawaii* (ugly cute). Подобна „универсалност“ на понятието е предизвикателство пред изследователите, независимо от произхода им. Полисемантичната същност на *kawaii* е обект на редица дискусии, свързани с произхода и дефинирането на понятието. Няколко са хипотезите, проследяващи произхода на *kawaii*. Изкуствоведите в Япония са убедени, че *kawaii* е дело на художника-илюстратор Yumeiji Takehisa (1884 – 1934), който съчетава японската чувствителност със западноевропейската естетика и пръв въвежда артистични мотиви, в които се появяват симпатичните и миловидни отровни гъби, чадъри и кибритени клечки, определяни като *kawaii*. Използвайки метода на диахронен анализ,

изследователката Кьоко Кома (Кома 2013) се опитва да докаже, че *kawaii* се появява в *Записки под възглавката*, написана от Сей Шонагон⁸ през 1002 година. От своя страна Реико Кога (Кога 2015), използваща същия метод, твърди, че източникът на *kawaii* е момичешката манга (*shôjo*). Според нея като понятие *kawaii* възниква и е свързано с предвоенните идеали на подрастващите момичета за невинност, честност и красота, както и със стремежите на младежите след Втората световна война към изява на собствената си свободна воля. Колкото до Кейко Накамура (Накамура 2012: 123), тя е убедена, че икониичното изображение на *Hello Kitty* е резултат от „присвояване“ на елементи от западноевропейската естетика.

Сред изследователите на *kawaii* от не японски произход много активна е Шарън Кинсела (Кинсела 1995: 220 – 254), която свързва появата на *kawaii* с утвърждаващата се през 70-те и 80-те години на ХХ в. в Япония естетика на подрастващите момичета. В защита на своята теза тя проследява икономическото и социалното развитие в Япония през този период и отбелязва промените, свързани с появата на „симпатичния“ ръкопис и младежки сленг, развитието на модната индустрия, неповторимото очарование на първата младежка любов, различните видове „сладка“ консумация, както и бунтарските идеи. Тя дефинира *kawaii* като модел за „миловидност и прелест“, който изразява:

sweet, adorable, innocent, pure, simple, genuine, gentle, vulnerable, weak, and inexperienced blend of social behaviour and physical appearance,

към който подрастващите в Япония се стремят. Определящо за появата на подобен модел, според Кинсела, е желанието на младежите да намерят изход от ограниченията, наложени им от семейството и обществото. В този смисъл производството на различни видове канцеларски материали с изображения на анимационни герои, което търговската компания *Sanrio* започва в началото на 70-те години, може да се разглежда като производство на средства за борба с ограниченията, най-известни от които стават изображенията на *Hello Kitty*, появила се през 1974 година.

Направеният критически анализ на някои от изследователските теории може да се използва в дефинирането на *kawaii* изображенията от гледна точка на визуалната комуникация като специфична визуална константа, която се появява от съчетанието на елементи от японската анимация и евроамериканската момичешка естетика (крехко тяло, изискана рокля, добре фризирана коса, малки панделки, кокетни обувки). Характерните черти на *kawaii* изображенията се определят от уникалните пропорции, форма и цветове. *Kawaii* изображенията са с големи и кръгли глави, високо чело, ниско

разположени и разделени очи, носът и устата са миниатюрни или изобщо липсват. Тялото е меко и заоблено, с дебели пръстчета и къси пухкави крачета. Използваните цветове, които подчертават тяхната нежна, невинна и чиста природа, включват пастелни нюанси на розово, жълто и бебешко синьо.

Множеството от асоциации, което се свързва с полисемантичната същност на *kawaii* изображенията, определя техните функции в процеса на взаимодействие с манга общностите. Завладяващи и обожавани, *kawaii* изображенията създават безопасна среда; мигновено предизвикват положителни емоции; създават чувство за принадлежност; предизвикват доверие; намаляват напрежението в междуличностната комуникация; улесняват общуването на четири очи; успокояват; дават напътствия; предупреждават за опасности и служат като буфер в напрегнати ситуации. Те са независими от фактори като пол, възраст и културна принадлежност. Несвършенството, което е тяхна изконна черта, се интегрира в емоционалния дизайн на редица стоки и услуги, включително в емблемите на административни учреждения, като по този начин се създава положителна емоционална връзка с потребителите, стимулира се тяхното желание да закупят определена стока⁹, да използват някаква услуга или да съдействат на представителите на администрацията¹⁰. Увеличава се употребата на *kawaii* изображения за създаване на среда за мултикултурно общуване, в която липсват или са елиминирани до минимум стресиращите фактори.

5. Заключение

Темповете на глобална технологична и обществена промяна, и несекващите информационни потоци все повече притискат индивида отвъд границите на адаптивните му способности и той изпада в особено психологическо състояние, дефинирано още през 1970 г. от Алвин Тофлър (Тофлър 1992) като „шок от бъдещето“, който се характеризира с внезапна загуба на усещането за реалност и неуспешна житейска ориентация, предизвикана от страх от бъдещето. Един от начините за преодоляването на това стресово състояние е напускане на „реалността“ и заселване в хиперреалността, където индивидите преживяват процес на интегриране на технологията със собствената си природа. Хиперреалността се превръща в свръхпределна концентрация на реалността. В условията на информационно претоварване глобализацията на манга културата и устойчивото развитие на манга общностите осигуряват алтернативни пространства с възможности за общуване, които са антистресови, предразполагат към забавление и удоволствие, и преодоляват състоянието на тревожност.

Бележки

- 1 Предвид факта, че лексемите, които служат за описание на различни емоции, са културно-специфични таксономни единици, в настоящото изложение *kawaii* и *mo'e* са запазени в транслитерацията си вид.
- 2 Comiket, основано през 1975 година, е най-голямото изложение базар на манга, аниме и гейм индустрията, което се организира два пъти годишно в Токио.
- 3 В глобален мащаб *отаку* не трябва да преодолява негативни конотации, тъй като се дефинира извън локалния и историческия контекст на оригинала, а именно като „вманиачен по японските комикси“.
- 4 Абревиатура за манга, аниме и гейм индустрията.
- 5 https://www.youtube.com/watch?v=JKu_WUgyu3Y
- 6 Виж Вж.: Global Animation, VFX & Games Industry: Strategies, Trends & Opportunities, , 2018. – In: <https://markets.businessinsider.com/news/stocks/global-animation-vfx-games-industry-2018-with-key-focus-on-anime-production-manga-studio-and-pixar-1013086980>
- 7 Augmented Reality – добавена реалност.
- 8 Сей Шонагон. Записки под възглавката / Прев. от старояп. Цветана Кръстева. 3. изд. София : Апостроф, 2017. Вж. и: 1.изд. 1985. София:Народна култура, библ. Лотос; 2.изд. София: Фокус, 2004.
- 9 Available from: <http://jpninfo.com/4579>
- 10 Вж. в: The Cutest Japanese Prefecture Mascots Available from: <http://jpninfo.com/4579>

Цитирана литература

- Кинсела 1995: Kinsella, S. Cuties in Japan. – In: *Women, Media and Consumption in Japan*, 1995. Available from: https://alexys.asian.lsa.umich.edu/courses/readings/Kinsella_Cuties%20in%20Japan.pdf
- Кога 2014: Koga, R. Glace wonderland: cuteness, sexuality and young women. – In: *Japanese Fashion Cultures: Dress and Gender in Contemporary Japan*. 2014.
- Кома 2013: Koma K. Kawaii Represented in Scientific Research: The Possibilities and Problems of Kawaii Cultural Studies. 2013.
- Маеда 2014: Maeda Jun. Japan's 'Moe' obsession: the purest form of love, or creepy fetishization of young girls? 2014. – In: <https://www.japantimes.co.jp/culture/2014/07/26/books/book-reviews/japans-moe-obsession-purest-form-love-creepy-fetishization-young-girls/#.WcTINvkjHIU>.
- МакВей 1996: McVeigh, B. Commodifying Affection, Authority and Gender in the Everyday Objects of Japan. – In: *Journal of Material Culture* , 1996.
- Накамура 2012: Nakamura, K. Japanese Kawaii Encyclopedia, Tokyo: Kawade shobo shinsha, 2012.
- Тофлър 1992: Тофлър, А. *Шок от бъдещето* . София: Народна култура, 1992.

За автора

Мария Момчилова е доктор по журналистика, преподавател в СУ „Св. Климент Охридски“. Научните ѝ интереси и публикации са свързани с изследване на три феномена в съвременната медийна индустрия, а именно цифрова журналистика, трансмедийно разказване и манга.

Последни публикации

Сканманга или за свободата да споделяш в интернет пространството. – В: *РЕТОРИКА И КОМУНИКАЦИИ : A Peer Reviewed Scientific Journal*, бр. 5, септември, 2012.

Динамика в развитието на манга комуникацията. – В: *РЕТОРИКА И КОМУНИКАЦИИ : A Peer Reviewed Scientific Journal*, бр. 9, юли, 2013.

Манга в трансмедийната парадигма. – В: *Научни трудове на Русенския университет*, т. 54, серия 11, 2015, с. 111–114.

Конвергенция на комуникационните платформи. – В: *Научни трудове на Русенския университет*, т. 54, серия 5.2, 2015, с. 191–196.

Закачливи сюжети по пътя на коприната. – *The Silk Road, Collection of papers from The Third International Conference on Chinese Studies*, June, 2015, pp. 117–120.

Tour de force: cosplay. Триумф на емоциите и материята. – В: *Научни трудове на Русенския университет*, т. 55, серия 5.2, 2016, с. 53–57.

Свободата в рамки и илюзията за движение. – В: *Сборник доклади на Регионална библиотека “Любен Каравелов” Русе*, 2017, с.433–441.

С аромат на чай и книги. – *The Silk Road, Collection of papers from The Third International Conference on Chinese Studies*, June, 2015, pp. 338–344.

Цифрова журналистика: особености и проявления. – В: *РЕТОРИКА И КОМУНИКАЦИИ : A Peer Reviewed Scientific Journal*, бр. 36, септември, 2018.

Адрес за връзка

ДЕО, ул. Коста Лулчев 27, София 1111

e-mail: mkmomchilo@uni-sofia.bg