



УДК 070

**АНИМАЦИЯ В СИСТЕМЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ:  
РАЗВИТИЕ КОММУНИКАТИВНОГО ПОТЕНЦИАЛА АНИМАЦИИ**  
**THE EVOLUTION OF ANIMATION VIDEO IN THE CONTEXT  
OF MEDIA SYSTEM**

**Д. О. Юмашев**  
**D. O. Yumashev**

*Воронежский государственный университет, Россия, 394006, г. Воронеж, пл Университетская, 1*  
*Voronezh State University, 1, Universitetskaya square, Voronezh, 394006, Russia*

*Ключевые слова:* mass media, television, animation, animated cartoons, agitation, satire  
*Keywords:* mass media, television, animation, animated cartoons, agitation, satire

*Аннотация.* В статье анализируется процесс развития анимационного видео в контексте системы массмедиа. Рассматриваются функции, которые выполняла анимация на разных этапах развития. Изучаются коммуникативные ресурсы анимации.

*Resume.* The process of animation video evolution in the context of mass media system is analyzed in the article. The functions animation performed at different stages of its evolution are considered. Communicative resources of animation are studied.

Для каждой эпохи характерен определенный набор наиболее актуальных коммуникативных и семиотических стратегий. Этот набор меняется с течением времени и зависит от зрелости этих стратегий и самого общества. По мере усложнения коммуникативных стратегий формализации поддается всё более широкий круг явлений и передаваемая картина мира также усложняется. Это находит отражение на всех уровнях массовой коммуникации – в том числе и в аудиовизуальных СМИ. «Исследование явления, которое проходит еще период становления, – задача сложная и вместе с тем, несомненно, актуальная».<sup>72</sup>

Так, очевидна значительная трансформация языка кинематографа. За сто с лишним лет существования он прошел огромный путь. На заре существования фильма по большей части были трюковыми, констатирующими, зачастую лишенными простой сюжетной линии. Сегодня язык кинематографа и видео-продукта в целом стал значительно сложнее. Вокруг кино сложились целые индустрии и социальные институты. То же можно сказать и о телевидении.

Мультипликация, равно как и кинематограф, относится к экранным искусствам, однако путь её развития был иным, нежели у кино. Семиотическая палитра анимации долгое время оставалась скудной. Подобные видео-продукты не играли значимой роли. Неверно сводить причины такой «ограниченности» анимации к одному лишь нежеланию производителей осваивать новые возможности. Очевидно, для полноценного развития анимации еще не было предпосылок и потребности общества. Обширные возможности рисованных роликов долгое время использовались частично, в единичных случаях и нередко не получали широкой известности.

Сфера применения мультипликационного кино начинает резко расширяться с середины двадцатого века. В частности, рост популярности этого вида экранного искусства связан с развитием телевидения. Значительно обогатилась тематика и круг методов анимации. Следует отметить, что гораздо более разнообразной стала и аудитория. Начали появляться различные школы и течения, а герои роликов набрали популярность настоящих кинозвезд. Чтобы перейти к рассмотрению развития коммуникативных стратегий анимации, её семиотического аспекта, необходимо сначала обратить внимание на особенности «языка» анимации.

<sup>72</sup> Шестерина А.М. Проблемы формирования регионального интернет-телевидения /А.М.шестерина // Вестник ВГУ. Серия Филология, журналистика. - 2014. - № 1. - С. 234



Итак, основная масса дефиниций мультипликационного кино сходится в одном: мультипликационным принято называть фильм, снятый покадровым способом. Данное определение описывает имманентную характеристику всех видов анимации. Однако стоит оговориться, что данная дефиниция не даёт представление только о технической составляющей производства мультипликационного продукта. Еще одним важнейшим аспектом, на котором делают акцент исследователи, является искусственное создание кадров. Именно этой особенностью анимационного видеоконтента определяется его значительный коммуникативный потенциал и значимое место в современной системе масс-медиа.

Коммуникативные возможности анимационного видеоконтента шире, чем у традиционного видео. Если кинематографический видеоряд констатирует действительность, воспроизводит «наблюдение над фактом, протекающим во времени»<sup>73</sup>, то мультипликационный метод предполагает трансляцию невозможной в действительности ситуации.

Анимационное видео воспроизводит не запечатленную, но созданную автором картину мира. Следовательно, образ, существующий в мультипликационном фильме вторичен по отношению к действительности, так как он уже преобразован и переосмыслен автором. То есть мультипликация - это метод производства видеоматериалов, в рамках которого искусственно создается развернутый во времени образ действительности - фактов, событий, явлений.

По схожим принципам объективная реальность отражается в газетной карикатуре: в материалах объективизируется переосмысленная окружающая действительность. Автор подбирает форму подачи материала таким образом, чтобы негативные, заслуживающие обличения и осмеяния аспекты были наглядны. При этом картина действительности, создаваемая автором, не должна быть документально достоверной. Однако подобная условность, свойственная и мультипликационному кино, не сказывается на реализме его языка, на его семиотической адекватности, поскольку задача автора - создать убедительную картину мира.

Возможность создавать образы, а не ретранслировать их определяет и разнообразие вариантов звукового сопровождения мультипликационного видео. В то же время музыкальный ряд может выступать в роли организующего звена той или иной сцены и подчинять себе визуальный ряд.

Такая вариативность выразительных средств анимационного кино определила его жанровое развитие и широкое распространение. В настоящее время анимация часто используется в образовательных целях, для визуального представления данных, широкое распространение получила мультипликационная сатира.

В то же время, следует отметить, что освоение анимационным кино новых сфер и тематик началось относительно недавно. Мультипликация долгое время считалась явлением несерьезным, близким к народной культуре. Действительно, средствами анимации воссоздано большое число фольклорных произведений, тогда как реалистические произведения крайне редко получали воплощение в мультипликационном кино. Однако следует понимать, что коммуникативный и семиотический потенциал мультипликационного кино значительно выше и не ограничивается воспроизведением произведений народного эпоса. Тематическая ограниченность, которая долгое время была свойственна анимационному кино, обуславливалась ассоциацией мультипликации со специфическими литературными формами.

Также следует отметить, что на заре существования анимационного видео, еще до становления диснеевской школы, разрабатывающей преимущественно фольклорную тематику, на Западе была распространена анимационная комедия положений и трюковые фильмы. Развитие получали многосерийные короткометражки, с образом-маской, фигурирующем в каждой серии. Персонаж-маска наделялся характерными для своего типажа чертами, образ был легко декодируем.

Драматургия таких мультипликационных роликов была довольно прямолинейной, внимание акцентировалось, на действиях героев. Жанр испытывал влияние стилистики комикса. Предполагается разделение серии на ситуации, не связанные между собой. Каждый такой эпизод состоит условно делится на три части: первая - знакомство с обстановкой и персонажами, вторая - само действие, в котором проявляется характер персонажей, и третья - переход к следующей ситуации. Как правило, драматургия подобных анимационных фильмов довольно строго вписывается в указанный шаблон. Режиссура же предполагает наличие ритмических рамок. Завязка, экспозиция ситуации и переход к следующей сцене должны

<sup>73</sup> Тарковский А. А. Запечатленное время.— В кн.: Вопросы киноискусства. №10. «Наука», 1967, с 87



иметь четкие пропорции, не должны быть затянуты. В то же время ускорение чревато тем, что зритель не успеет ознакомиться с ситуацией. Создается система «ожидание - разрушение ожидания».

Во многих аспектах советская анимация проходила через те же этапы развития, что и зарубежная. В анимации часто воплощались произведения народного эпоса, детские литературные произведения. Однако если на Западе на заре существования анимации данные жанровые формы превалировали, то советская анимация сразу же начала осваивать политическую тематику. В частности, широкое развитие получили анимационные фильмы плакаты («Межпланетная революция», 1924<sup>74</sup>; «Результаты XXII съезда кооперации», 1925<sup>75</sup>; «Китай в огне» 1925<sup>76</sup>).

Наряду с фильмами-плакатами развивались и другие формы политической анимации, в частности, анимационный фильм-памфлет. Одной из первых таких работ был памфлет «Новый Гулливер» А. Птушко<sup>77</sup>. Политическая сатира в такой неожиданной форме имела значительный успех и привлекала внимание зрителей во многих странах. Полнометражная мультипликационная картина, снятая в 1935 году, получила ряд наград: II Международный кинофестиваль в Венеции, Международный московский кинофестиваль, а также грамота Сарры Мокиль «За выразительные типажи».

Значение мультипликационной политической сатиры возрастало. Появление ленты «Новый Гулливер» дало развитие всему жанру и вскоре начали выходить другие полнометражные и короткометражные политические анимационные фильмы. Вышли работы С. Юткевича, В. Ливанова. Функции анимации стали значительно шире пресловутого развлечения: анимация выполняла мобилизационную и обличительную роль. Визуальные выразительные средства осваиваются аниматорами как инструмент ретрансляции идеологии и выявления социального зла. Универсальность и декодируемость языка анимации стали залогом её успеха. «Мультфильм ищет себя как особый и самостоятельный вид искусства именно в таких областях, как психология, философия, пропаганда научных и политических идей»<sup>78</sup>.

Жанровые особенности современной западной мультипликации во многом обусловлены законами, по которым функционирует индустрия производства мультипликационного кино. Принято деление на два основных течения: массовая, коммерческая анимация и так называемая «экспериментальная» или фестивальная анимация. Следует отметить, что к первой категории принято относить контент, созданный для широкого проката. Вторая группа не предполагает априорного наличия того или иного эксперимента в форме или содержании. В отечественной традиции такая форма скорее понимается как художественная.

Ситуация, обусловленная принципами проката и работы всей мультипликационной индустрии явно не добавляют динамики развитию жанровых форм. Вероятно, это является причиной почти полного отсутствия острой социальной и политической анимационной сатиры на телевидении и в прокате.

Действительно, наибольшую популярность на протяжении истории существования анимационного кино имели сказочные мотивы. Среди самых «кассовых» фильмов можно обнаружить ряд полнометражных фильмов различных мультипликационных студий именно такого рода. Мультипликационный метод ассоциируется у массового зрителя в первую очередь с развлекательной индустрией.

Мультипликационный метод плотно закрепился в культуре и системе масс-медиа, объединив в себе возможность использования знакомых каждому человеку мотивов, большой набор выразительных средств, доступность для понимания. Все это позволило методу охватить широчайший спектр тем и воплотить на экране ряд произведений различных направлений искусства, в том числе и сатирических.

<sup>74</sup> «Межпланетная революция»: [Электронный ресурс] - Видеохостинг youtube.com  
<http://www.youtube.com/watch?v=PnDWeOiHNeA>

<sup>75</sup> «Результаты XXII съезда кооперации»: [Электронный ресурс] - Видеохостинг youtube.com  
[http://www.youtube.com/watch?v=Td\\_\\_ByQnvjQ](http://www.youtube.com/watch?v=Td__ByQnvjQ)

<sup>76</sup> «Китай в огне»: [Электронный ресурс] Видеохостинг youtube.com -  
<http://www.youtube.com/watch?v=-jsNLxyYEW4>

<sup>77</sup> «Новый гулливер»: [Электронный ресурс] Видеохостинг youtube.com -  
[\[http://www.youtube.com/watch?v=jhPaH002Xcc\]](http://www.youtube.com/watch?v=jhPaH002Xcc)

<sup>78</sup> Тарковский А. А. Запечатленное время.— В кн.: Вопросы киноискусства. №10. «Наука», 1967, с 87



Важный этап развития коммуникативных ресурсов анимации начинается в 1940 году и связан с созданием студии UPA, специализирующейся по большей части на учебном контенте. Примечательна стилистика визуального ряда продуктов студии. Анимационные фильмы и ролики создавались в минималистичном стиле, со слабой детализацией. Новаторский подход студии разделил мультипликацию на два течения: лимитированная, то есть, минималистичная анимация и полная, то есть классическая, более реалистичная.

Решение аниматоров получило широкое развитие в прокате и, в первую очередь, на телевидении. Характерной для подобных лент была схожесть с карикатурами: при незначительной детализации подчеркивались наиболее характерные черты персонажей. Простота визуального ряда обуславливалась как авторским замыслом, так и прагматизмом создателей. Телеканалам было выгодно заполнять сетку вещания продуктом, производство которого было менее трудоемким и дорогостоящим. Анимационные сериалы на протяжении всего времени существования имели большую популярность. Многие сериалы выходили на протяжении нескольких лет. Популярность мультипликационных сериалов закономерно возросла с развитием телевидения.

Открытие студии в области визуального ряда подготовило новый виток развития языка анимации. Описанное стилистическое решение стали использовать аниматоры социалистических стран: Иржи Трнки, Тодор Динов, Попеску-Гопо, Ян Леница. В это же время набирает популярность Загребская школа анимации. Развитие получила политическая и сатирическая тематика.

Выше мы уже говорили об освоении советскими аниматорами политической и сатирической тематик еще в 20-х - 30-х годах. Несомненно, анимационная политическая сатира того периода стала важной вехой в развитии мультипликации, но не стала популярной у массового зрителя. По всей видимости, на тот момент коммуникативные возможности анимации еще не были в достаточной степени разработаны, отсутствовали и благоприятные условия для тиражирования подобного продукта.

Проблемная политическая и сатирическая анимация уверенно потеснила развлекательную только в середине XX века. Учреждаются международные премии в области серьезной анимации, в учебных заведениях по всему миру создаются специализированные факультеты.

Значимой вехой в развитии анимационного кино стал фильм 1967-го английского режиссера Дж. Даннинга «Yellowsubmarine». Фильм обогатил набор стилистических средств аниматоров и тематический спектр. Жанровая форма была в наибольшей степени ориентирована на мюзикл, популярный в тот период. Фильм объединил в себе ресурсы анимации, актуальность затрагиваемых тем и популярность персонажей, участников группы «The Beatles». Основа тематической линии - идеалы культуры хиппи. Фильм был выполнен в ярких цветах, свойственных этой культуре. Также в фильме в ироническом ключе описывается современный уклад жизни на Западе. Успеху фильма поспособствовал остроумный отбор актуального материала. Фильм произвел фурор в прокате. После его выхода анимация набрала огромную популярность и даже начала массово использоваться в рекламе различных товаров, тогда как ранее применялась только для продвижения детских товаров.

Также в тот период широкую популярность в прокате получил ряд других проблемных анимационных фильмов. В частности, выходят сатирические анимационные фильмы Ральфа Бакши. Среди наиболее известных его произведений - фильм «Приключения кота Фрица»<sup>79</sup>, в котором главный герой, антропоморфный кот, ведёт нездоровый городской образ жизни и исследует законы, по которым развивается социум. В частности, критике подвергается ряд идеалов шестидесятых годов. Ряд других произведений Р. Бакши также посвящен острым вопросам и изобличает негативные явления.

Проблемная анимация активно разрабатывает темы неофашизма, классового неравенства, левого движения, преступности. Новая для широкой аудитории форма разработки подобных острых вопросов способствует привлечению внимания к проблемам и вызывает у публики любых возрастов эмоциональный отклик. В семидесятых годах проблемная анимация окончательно закрепляется в прокате и сетке вещания телеканалов. Авторы осознали весь коммуникативный ресурс анимации, подходящий для реализации самых сложных тем. Свою роль в становлении мультипликации сыграла универсальность её

<sup>79</sup> «Приключения кота Фрица»: [Электронный ресурс] Видеохостинг youtube.com  
<http://www.youtube.com/watch?v=VOPXxBESMHo>



коммуникативных средств, возможность применять метод анимации при переосмыслении любого материала, широкие возможности для эксперимента.

По всей видимости, на сегодняшний день, коммуникативный ресурс мультипликации не исчерпан. Анимация продолжает поиск новых форм, её всё чаще применяют неожиданным образом в новых сферах. В частности, анимационный контент всё чаще находит применение в образовании, в науке, а также в научно-популярных СМИ, создающих таким образом более наглядный иллюстративный материал. Однако последние годы все очевиднее становится, что этот вид коммуникативной связи обладает уникальными возможностями в сфере научного познания мира.

В 2012 году возможности анимационной сатиры заинтересовали информационное агентство «Reuters». Информагентство начало сотрудничество с компанией «Next Media Animation», создавшей приложение, позволяющее оперативно генерировать анимационный контент на основе шаблонов. Коммуникативные ресурсы анимации используются средством массовой информации в самых разных целях: как для освещения темы в сатирическом ключе или дополнения аналитики инфографикой, но и в качестве замены репортажного фото или видео. Так, аниматоры из NMA воссоздали в компьютерной графике автомобильную аварию, в которую попал знаменитый гольфист Тайгер Вудс. Также показателен пример использования анимации в качестве замены репортажного визуального контента во время освещения громкой новости об убийстве подруги известного паралимпийца Оскара Писториуса.<sup>80</sup> Во время расследования отработывалась версия спортсмена, согласно которой он перепутал девушку с грабителями. Эта версия и была детально проиллюстрирована в ролике.<sup>81</sup> В ролике наглядно воссоздан интерьер дома Писториуса, в котором произошла трагедия, и изложенный паралимпийцем ход событий.

Использование «репортажной анимации» позволяет СМИ проиллюстрировать текст в случаях, когда корреспонденты не смогли запечатлеть событие, либо не были допущены на место происшествия. Также мультипликационный контент позволяет схематично демонстрировать события, которые выглядели бы в СМИ неэтично.

Таким образом, посредством анимации решается ряд утилитарных задач, таких как мобилизация, агитация, обучение, сатирическое освещение, наглядная демонстрация. Разнообразие сфер применения мультипликации обуславливается универсальностью и интернациональностью её коммуникативных средств. Язык анимации в большинстве случаев не требует перевода и пояснения. Уникальный набор коммуникативных характеристик позволяет анимационному контенту формулировать тезис ёмко и наглядно. По нашему мнению, указанные характеристики метода обусловили его широкое распространение, в частности, в современных СМИ.

### Литература

1. Шестерина А.М. Проблемы формирования регионального интернет-телевидения /А.М.Шестерина // Вестник ВГУ. Серия Филология, журналистика. - 2014. - № 1. - С. 234
2. Тарковский А. А. Запечатленное время.— В кн.: Во-просы киноискусства. №10. «Наука», 1967, с 87
3. «Межпланетная революция» [Электронный ресурс] Видеохостинг Youtube.com – URL: <http://www.youtube.com/watch?v=PnDWeOiHNeA> (дата обращения 20.01.2015)
4. «Результаты XXII съезда кооперации» [Электронный ресурс] Видеохостинг Youtube.com – URL: [http://www.youtube.com/watch?v=Td\\_\\_ByOnvjQ](http://www.youtube.com/watch?v=Td__ByOnvjQ) (дата обращения 20.01.2015)
5. «Китай в огне» [Электронный ресурс] Видеохостинг Youtube.com – URL: <http://www.youtube.com/watch?v=-jsNLxyYEW4> (дата обращения 20.01.2015)
6. «Новый гулливер» [Электронный ресурс] Видеохостинг Youtube.com – URL: <http://www.youtube.com/watch?v=jhPaHO02Xcc> (дата обращения 20.01.2015)
7. Тарковский А. А. Запечатленное время.— В кн.: Во-просы киноискусства. №10. «Наука», 1967, с 87
8. «Приключения кота Фрица» [Электронный ресурс] Видеохостинг Youtube.com – URL: <http://www.youtube.com/watch?v=VOPXxBESMHO> (дата обращения 20.01.2015)
9. "Бегун Писториус обвиняется в убийстве» [Электронный ресурс] «ИноСМИ» : <http://inosmi.ru/africa/20130215/205924006.html>
10. «Next Media: Animation of Oscar Pistorius' affidavit» [Электронный ресурс] Видеохостинг Youtube.com– URL: <http://www.youtube.com/watch?v=DRMK84VhzkA> (дата обращения 20.01.2015)

<sup>80</sup> «Бегун Писториус обвиняется в убийстве» [Электронный ресурс] ИноСМИ <http://inosmi.ru/africa/20130215/205924006.html>

<sup>81</sup> «Next Media: Animation of Oscar Pistorius' affidavit» [Электронный ресурс] Видеохостинг youtube.com <http://www.youtube.com/watch?v=DRMK84VhzkA>