

Секция «Журналистика»

Анимационные технологии при создании видеоконтента для СМИ.

Пиленко Нина Борисовна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет

журналистики, Москва, Россия

E-mail: nina-ru@yandex.ru

На сегодняшний день анимация стала неотъемлемой частью визуального ряда СМИ. Речь в данном случае идет о двух главных направлениях внедрения анимационных технологий: анимация на телевидении и в интернете.

Особняком в данном вопросе стоит так называемая «**анимированная документалистика**», которая, с одной стороны, является новейшим жанром журналистики, а с другой, ее производство не связано со СМИ, т.е. такое документальное кино производится для проката в кинотеатрах, но не по заказу телеканалов или же веб-сайтов. Как правило, это частные проекты, которые носят не столько журналистский, сколько художественно-публицистический характер.

Что касается телевидения, то это СМИ широко использует анимацию при создании самого разнообразного видеоконтента. В данном случае стоит разделять **собственно анимацию и частичное анимирование видео**. К «собственно анимации» могут относиться **музыкальные клипы, реклама, заставки и отбивки, мультфильмы** (по заказу телеканалов) и **анимированные передачи**. Примером последнего могут служить российские передачи «Куклы» (Телекомпания НТВ), «Мульт личности» (Первый канал) и американское шоу «Звездные бои насмерть» (Mtv).

Частичное анимирование видео представляет собой, во-первых, **внедрение анимации в видеоряд**, а во-вторых, **инфографику**, которая представляет достаточно большой интерес для журналистики. Видео-инфографика включает в себя геопозиционирование, анимационное моделирование и реконструкцию событий, визуализирование статистических и справочных материалов.

Второе направление для использования СМИ анимационных технологий при создании видео – Веб. Данная платформа позволяет использовать все перечисленные выше методы внедрения анимации в видео в рамках онлайн ТВ, веб-версий оффлайновых СМИ, видео-порталов (youtube, vimeo, rutube). Однако Интернет расширяет поле для использования анимации. Так, электронные версии газет Нью-Йорк Таймс (а с конца прошлого года печатная версия прекратила свое существование) и испанской Эль Мундо смогли расширить свой контент за счет создания принципиально нового типа «**интерактивных материалов**» (“*interactive feature*”).

Другой возможностью для анимирования видео являются отдельные веб-проекты, которые регулярно создают короткометражные **анимационные ролики** («short films»). Примером может послужить один из множества проектов – OneMoreProduction, который регулярно публикует подобные видео в рубрике «fiction».

Также анимационные технологии используются при создании **интерактивных веб-сайтов**. Примером видео-интерактивности может послужить портал mtvbreaks.com. Однако эта анимация не функциональна, а носит исключительно развлекательный характер.

Таким образом, очевидны масштабы использования анимации в рамках СМИ. В чем же заключается причина отказа от традиционного видео ряда, снятого на камеру, в пользу рисованной действительности? В действительности, причины продиктованы требованиями как самого контента (многие материалы невозможно снять на видео, но существует необходимость их детального изображения), так и особенностями восприятия анимации аудиторией: рисованное изображение гораздо сильнее вовлекает зрителя в происходящее, вызывает больший эмоциональный резонанс, оно более репрезентативно и, наконец, - главное – оно интереснее.

Литература

1. Арнхейм Р., Визуальное мышление // Зрительные образы: феноменология и эксперимент. - Душанбе, 1971
2. Арнхейм Р., Очерки по психологии искусства. – М.: Прометей, 1994
3. Качкаева А. Г., Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные, Фокус-Медиа, Москва, 2010.
4. Лотман Ю.М., О языке мультипликационных фильмов.// Об искусстве. СПб.: Искусство-СПб, 1998.
5. Лотман Ю.М., Избранные статьи. Т. 1. - Таллинн, 1992
6. Некляев С.Э., Инфографика: принципы визуальной журналистики. Современное журналистское образование. Технологии и особенности преподавания, М. – 2008.
7. Тоффлер Э., Третья волна, Издательство АСТ, М.,2004.
8. Drate S., Salavetz J. Pure Animation. Steps to Creation with 57 Cutting-Edge Animators, Merrell, London, 2007
9. Furniss M., The animation bible, Laurence King Publishing, London, 2008.
10. Klanten R., On air. The visual message and global language of Mtv, Die Gestaltel Verlag, Berlin, 2008.
11. Selby A. Animation in Process. Laurence King Publishing, London, 2009