

Анимация

как феномен культуры

Коллектив авторов

**Анимация и мультимедиа между
традициями и инновациями.
Материалы V Международной
научно-практической
конференции «Анимация
как феномен культуры». 7-8
октября 2009 года, Москва**

«ВГИК»

2009

УДК 778.5.05:778.534.6
ББК 85.37

Коллектив авторов

Анимация и мультимедиа между традициями и инновациями.
Материалы V Международной научно-практической конференции
«Анимация как феномен культуры». 7-8 октября 2009 года, Москва
/ Коллектив авторов — «ВГИК», 2009

ISBN 978-5-87149-118-8

В сборнике представлены доклады участников V Международной научно-практической конференции «Анимация как феномен культуры», затрагивающие актуальные вопросы развития отечественной и мировой анимации периода технологической революции. Статьи посвящены как теоретическим, так и практическим аспектам современного кинопроцесса. Данное издание представляет интерес для специалистов и широкого круга читателей.

УДК 778.5.05:778.534.6

ББК 85.37

ISBN 978-5-87149-118-8

© Коллектив авторов, 2009

© ВГИК, 2009

Содержание

Н.Г. Кривуля	6
С.А. Ахмадеева	18
Конец ознакомительного фрагмента.	26

**Анимация и мультимедиа между
традициями и инновациями:
Материалы V Международной
научно-практической конференции
«Анимация как феномен культуры»**

© Всероссийский государственный университет кинематографии им. С.А. Герасимова (ВГИК), 2009

* * *

Н.Г. Кривуля

Анимация как феномен культуры

Анимация как феномен культуры характеризует собой своеобразный процесс взаимодействия, взаимопроникновений производственных достижений, сопряженностей общественных и духовных ценностей. Она уже давно представляет собой самостоятельное и самобытное явление культуры.

На сегодняшний момент применение анимации настолько широко, что порой мы просто не задумываемся и не подозреваем, что видим произведения, в основе которых лежат онтологические признаки анимации или используются её технологии. Современная анимация – это не только разнообразные фильмы, телевизионные серии, анимационные шоу. Это огромная область художественной продукции, способная удовлетворить самым изысканным запросам разнообразных целевых аудиторий. С анимационными образами мы сталкиваемся, когда видим всевозможные компьютерные спецэффекты в игровом, научно-популярном и учебном кино, на них базируется научное моделирование, создание самых разнообразных визуализируемых проектов, развитие которых на современном этапе немыслимо без применения анимационных технологий. Анимационные технологии позволяют моделировать не только различные стихии, пространственные среды – от исторических реконструкций до фантастических миров, – всевозможных персонажей – от вымерших доисторических животных и сказочных существ до реально существовавших людей, – но и реализовывать самые немыслимые фантазии художника.

Технологии и выразительные средства используются в прикладных целях, образуя область технической анимации. С распространением компьютерных технологий она получила наибольшее развитие, а сфера её применения расширилась. Помимо привычных форм, таких как: рекламные ролики, клипы, элементы оформления телевизионного эфира, – появились новые формы в виде баннеров и динамических частей веб-страниц, мультимедийные сайты, анимация на дисплеях приборов. Стоит сказать об анимации для мобильных телефонов, которая не ограничивается только динамическими заставками, интерактивным меню, но и превратилась за последнее десятилетие в самостоятельное активно развивающееся направление, обладающее своей эстетикой и выразительным художественным языком. Такая область, как компьютерные игры или виртуальные реальности не мыслимы без применения анимации и цифровых технологий.

Совсем иную область составляет анимация, применяемая в научных и образовательных направлениях. Сюда относятся обучающие интерактивные программы, программы моделирования и визуализации сложных процессов в различных областях науки, начиная с астрофизики, метеорологии и кончая геофизикой, биологией, медициной и другими науками.

Цифровые технологии дали не только новый инструментарий в руки художников, но и значительно расширили области применения анимации, её роль в популяризации знаний, изменили её место в культуре и обществе. Однако появление новых видов и форм анимации не было связано только с развитием новых технологий. Предпосылки их возникновения были заложены в самой анимации, в её моделях и протоформах, которые благодаря изменениям социально-исторических, экономических и технологических условий обрели современный вид.

Современные аудиовизуальные практики демонстрируют не только изменения в поэтике и художественном языке анимации, расширение областей её применения и принципов функционирования, но и превращение анимации в феномен культуры. Долгое время анимация не являлась объектом системных теоретических исследований. Само определение термина «ани-

мация» на протяжении почти всего XX века не имело четкой формулировки. В результате многолетних дискуссий только в июне 1980 года было сформулировано, что суть анимации «состоит в создании иллюзии движения путем последовательной съёмки изображений – кадр за кадром – с использованием любых материалов и технических средств»¹. Но даже эта официальная формулировка не отражает в себе всей сути рассматриваемого феномена, в связи с чем до настоящего времени продолжают дискуссии вокруг определения границ анимации, её особенностей и форм.

Сложность заключается в том, что анимация на протяжении почти всего периода существования тесно связана с кинематографом. Долгое время её определяли не как самобытный вид искусства, а как кинотехнологию, позволяющую при помощи съёмки неодушевленных объектов создавать иллюзию движения. Данное определение не в полной мере раскрывает сущность исследуемого феномена, хотя в нём и содержится один из важнейших моментов в понимании анимации как искусства, сутью которого является не только создание движения, но, как говорил Ю. Норштейн, искусство, находящееся в движении.

Определение анимации как вида кино не вызывает сомнения, если рассматривать такую её форму, как фильм. Однако, появление новых форм и видов анимации, да и некоторые из давно существующих – рекламный ролик, клип или ТВ-заставка – не вписываются в классическое определение фильма как совокупности фотографических изображений, последовательно расположенных на плёнке, связанных единым сюжетом и предназначенных для воспроизведения на экране. Обычно подобные феномены анимации классифицируются либо с позиций технологии, либо используют термины, заимствованные из других видов искусств. Некоторые современные формы и виды анимации вообще не классифицированы, часто их определяют как мультимедийные произведения, сетевые или дигитальные проекты, но ни одно из них не является точным и исчерпывающим.

Сложность определения произведений анимации обусловлена не только тем, что они представлены различными формами, видами и направлениями, но и тем, что анимация по своей природе синтетична. В ней соединяются элементы изобразительного искусства, литературы, театра, музыки, актерского мастерства. Множественность выразительных средств, их неожиданные и необычные сочетания рожают разнообразные синтетические формы анимации.

На современном этапе в результате активного развития дигитальных технологий происходит пересмотр эстетических и стилевых установок в аудиовизуальном искусстве. Новые технические возможности приводят к видоизменению формы и характера анимации.

CG-изображения создаются с полной иллюзией достоверности, не давая зрителю возможности усомниться в происходящем на экране, поражая его восприятие невиданными до этого визуальными аттракционами. В их основе лежит принцип «сенсорного обмана». Его суть заключается в показе образов, которые могут вообще не существовать в объективной реальности, но при этом в этих смоделированных образах есть полная мимикрия под реальность.

Использование CG-образов сместило вектор развития кинематографа из области фотографического манипулирования образами реальности в сторону синтезированного кино, использующего симуляционные образы.

Проникновение анимационных компьютерных технологий в процессы создания экранного изображения приводит к гибридизации кинообразов. Однако наряду с ними получили развитие формы кино, в основе которых лежит не взаимопроникновение и сосуществование зафиксированных образов реальности и CG-объектов, но использование только цифровых образов. Движение кинематографа в этом направлении определялось логикой развития новых технологий и их ориентированностью на избыточность, которая образует гиперреаль-

¹ Хитрук Ф. Записки разных лет//Киноведческие записки. 2005. № 73. С. 75–76.

ность. Её возникновение и техническое совершенствование направлено на «убийство реальности», изгнание её из экранного пространства.

Синтезированное изображение, лишенное материального прообраза, все чаще становится основополагающим для кинопроизведений. Оно включается в экранную ткань на основе либо впавления, либо создания многослойного полистилийного внутрикадрового пространства.

Фотографическое кино благодаря новым технологиям оказывается в состоянии кризиса своей идентичности, происходящей из-за разрыва органичной связи мир-изображение. Но оно в этой ситуации достигает иного художественного качества – теперь эффект реальности сменяется реальностью как эффектом, его правдоподобием.

Рассматривая цифровую гиперреальность как аналог платоновской пещеры, где царствуют лишь тени, можно заметить, что возникающая визуальность является имитационной. При этом имитационность есть следствие удвоенной иллюзии. Она возникает в результате того, что CG-объекты есть имитации вещей, являющиеся имитацией идей, поэтому изображения есть всего лишь вторичная, иллюзорная имитация мыслимой, абстрактной реальности. Возникающий на экране образ есть новый тип воображаемого.

Таким образом, одной из черт современного игрового кино является его стремление к тотальной сотворенности. Его характеристику определяет ключевое свойство анимации. Принцип сложения отдельных фаз, отдельных моментов, отдельных положений одного и того же объекта, т. е. принципы анимационности становятся доминирующим в современных экранных продуктах.

В отличие от других видов экранных искусств, проявляющих признаки определенного консерватизма, анимация на современном этапе развития осваивает смежные области. Она вторгается на территории, ранее для неё не доступные, порождает новые формы художественного творчества, куда могут быть отнесены компьютерные игры, мультимедийные интерактивные и сетевые формы. Её художественные модели, язык и средства продолжают развиваться, она меняется сама и при этом меняет как экранные искусства, так и художественную и культурную среду.

Современные технологии дали не только новый инструментарий в руки художников, но и расширили функции анимации. В первую очередь это связано с изменением каналов трансляции, формированием нового понимания произведения и принципов его функционирования. Анимация перестала восприниматься только как художественный акт, а анимационное произведение как завершенная неизменная форма, несущая определенные семантические смыслы.

В современных условиях с изменением пространства презентации и развитием сетевых каналов трансляции перед анимацией встают новые функциональные задачи. В сетевом пространстве происходит не только презентация художественного текста, но здесь анимация становится новой формой коммуникационной практики.

Её произведения – это уже не только арт-тексты или арт-объекты, но некие личностные высказывания и акты визуального общения. Для них доминирующим становится не качество представления информации, художественный уровень её подачи, а сама информация. То есть то, что говорится, с какой интонацией говорится, о чем говорится и кто участвует в разговоре. Важным становится смысл, облаченный в понятную, по возможности ёмкую и выразительную форму, а так же создание возможностей для диалога и полилога, т. е. создание коммуникативного пространства.

Создавая такое анимационное сообщение, автор не стремится сделать его произведением искусства. Он превращает его в акт говорения, т. е. произведение становится процессом, жестом. Говорение может быть по форме монологичным. В этом случае, произведение не подразумевает развития темы – оно закончено и закрыто.

В настоящий момент, когда возрастает роль интерактивности, и в культуре проявляются тенденции полилога и игрового начала, наряду с аудиовизуальным высказыванием, несущим сугубо личностные идеи и эмоции, все чаще можно столкнуться с анимационным произведением, реализующим различные формы диалога. В этом случае произведение предстает как открытая вариативная изменчивая структура. Это достигается за счёт того, что произведение не только интегрируется в сеть, но и непосредственно создается в этой среде, обладающей возможностями интерактивности. В сети появляются фильмы с «открытым кодом», когда любой желающий может создать свои эпизоды и вставить их в фильм.

Диалогичность предполагает наличие неких правил, которые задаёт автор – инициатор разговора-действия. В результате этого происходит замена произведения-результата на произведение-процесс.

Диалогичность связана с интерактивностью. Место зрителя – пассивного наблюдателя – занимает пользователь – активный участник процесса. Включаясь в процесс, он активизирует своё творческое начало, свою готовность к действию. Процесс, т. е. создание произведения, осуществляется именно благодаря его активной позиции. В данном типе анимации – определим её как интерактивная или процессуальная анимации – сюжет не демонстрируется, а моделируется в сети за счёт активности пользователя. Важную роль играет индивидуальная логика и субъективный выбор. Часто в основе организации материала произведений этого типа анимации лежат принципы коллажности, вариативности и обратимости. Функционирование интерактивной модели анимации активизирует игровое начало как на уровне формы, так и на уровне содержания. Проявление принципов коллажности в условиях гипертекстового пространства сети нередко приводит к игре с чужими текстами. Они начинают соотноситься друг с другом, возникают условия для отсылок, цитат, комментариев. Их наличие в структуре произведения, с одной стороны, разрушает его замкнутость, линейное построение на основе логики причинно-следственных связей, а с другой стороны, способствует размытию границ между видами, жанрами и стилями.

Современные практики анимации не только разрушают устои культуры гутенберговского типа, но и выступают как практики, возрождающие архаические и мифологические способы организации дискурса с его переориентацией от линейности к симультанности. Создание анимационного произведения в сетевом пространстве превращается в коллективный культурный акт или процесс. Он становится некой новой формой коллективного мифологического ритуала.

Значение и роль анимации для современной культуры особенно актуальна и заслуживает самого пристального внимания, так как именно она и её технологии являют способ реабилитации архетипической реальности.

Анимационный фильм – это произведение, за которым скрывается образ его создателя, чье мышление представляет результат исторических, социальных, национальных, религиозных и прочих воздействий. Поэтому он является неоценимым источником информации. Феноменологический подход позволяет рассматривать анимационные произведения как составную часть социальной культуры. Они, в традиционном (классическом) понимании, принадлежат тому или иному автору (даже если это творческий коллектив, то он в данном случае рассматривается как созидающий, творящий субъект), но они есть и феномен, часть культуры своего времени, отражающего воззрения определенного социального и национального сообщества. Современные условия вносят изменения в классическую систему взаимоотношений: автор – произведение – зритель. В ситуации развития альтернативных каналов распространения информации функционирование медийных произведений довольно часто связано с «размытием», утратой авторства. За ними не стоит субъект. Такие произведения скорее являются проявлением воли, направленности множественности субъектов, принадлежащих к тому или иному сообществу, а иногда и к разным сообществам. Через участие в создании медийного произведения, каждый из участников процесса включается в коллективное творчество как в

некий архаический акт, определяющий принадлежность к данному сообществу и позволяющий манифестировать свое присутствие в безличной форме. Поэтому эти произведения становятся феноменами порождающей их культуры. Они возникают в конкретных условиях и не могут быть поняты вне них.

Соотношение социальных условий и авторского начала, понимаемого как авторское видение или воля, в разных ситуациях различно. Анимационный фильм создается в определенной социокультурной и исторической реальности и функционирует в ней в соответствии с теми условиями, которые она ему предоставляет. С этих позиций анимационное произведение является фрагментом этой реальности, материалом, несущим на себе её отпечаток. Являясь неотъемлемой частью культуры, анимация открывает возможности для изучения её материальной и духовной составляющей.

Понимая то, что разговор об анимации как феномене культуры слишком объемён, а заявленная тема доклада включает целый спектр отдельных вопросов, освещение которых не может уложиться в отведенное время устного сообщения, хотелось бы остановиться лишь на отдельных ключевых моментах.

Во-первых, это рассмотрение анимации как формы, транслирующей и сохраняющей образы этнического или национального искусства. Это так называемое направление этнографической и фольклорной анимации.

Анимация вносит неоценимый вклад в знакомство зрителей с культурным и художественным наследием, с образом жизни людей в различных регионах нашей планеты, тем самым не только фиксирует и репрезентирует образы мировоззренческих и художественных систем, но и способствует установлению взаимопонимания и выстраиванию связей между представителями различных культур.

В первую очередь эту функцию берут на себя фильмы, снятые с привлечением, в той или иной форме, этнографического и фольклорного материала. В этой группе лент можно выделить две разновидности фильмов. С одной стороны, сюда будут относиться всевозможные экранизации и адаптации народных сказок, песен, пословиц, легенд и мифов народов мира, т. е. анимационные фильмы, в основе которых лежит литературный (вербальный) материал. Зачастую для его визуализации художники прибегают к образам народного искусства. Фильмы этой группы можно было бы определить как фильмы фольклорного направления. С другой стороны, это ленты, рассказывающие об истории, быте, национальных традициях, праздниках, верованиях, исторических личностях того или иного народа или сообщества. Они представляют этнографическую анимацию. При их создании привлекается не только вербальное, изобразительное и музыкальное наследие национальной культуры, но и исторические, этнографические исследования, документальные и архивные материалы, требуется знание особенностей жизненного уклада, норм морали и этики. Жесткого разделения между лентами фольклорного и этнографического направления нет, отдельные элементы, характеризующие каждое из направлений, могут встречаться в лентах противоположной группы.

Фильмы как фольклорного, так и этнографического направления открывают возможности для установления межкультурного диалога, приобщения к мудрости других народов. Они так же выполняют функции сохранения культурного наследия, удовлетворяя потребности в культурном и социальном самосознании.

Создание этнографической и фольклорной анимации требует привлечения антропологов, фольклористов, историков, этнографов, экспедиций, съемки документального материала, работы с историческими и этнографическими источниками.

Анимационный фильм в процессе работы с фольклорным или этнографическим материалом предстает как результат, возникающий на стыке науки и искусства. Он открывает возможность репрезентации новых смыслов культуры как следствие такого взаимопроникнове-

ния. Таким образом, анимация выступает как альтернативный способ постижения культуры, создаваемый средствами художественного образа.

Некоторые из аниматоров самостоятельно проделывают подготовительную работу, кропотливо изучая материал, постигая особенности этнической и национальной культуры.

Подобный подход характерен, например, для российского режиссера Оксаны Черкасовой. Её анимационные фильмы отличает особое отношение к этнографическому и фольклорному материалу, умение проникнуть в глубины национальной культуры, стремление постичь душу того народа, образы и наследие которого становятся основой фильма. При создании своих лент режиссер работает с реальными носителями культуры. Консультантами на её лентах выступают представители малых этнических народов. Они воспринимают режиссера как одного из членов своего сообщества. А процесс создания фильма превращается в своеобразное обучение и передачу сокровенных знаний. Из тесного общения режиссера с реальными носителями этнической культуры, с теми, для кого это составляет неотъемлемую часть жизни, и рождаются фильмы О. Черкасовой.

Такой подход к работе над фильмом связан с непосредственным изучением материала, стремлением понять изнутри мир, образы которого наполняют экранное произведение. В этом случае автор стремится не столько к интерпретации материала, сколько к его бережному отношению, поиску возможностей включения его в пространство ленты, не подвергая обработке и сохраняя его первозданность.

Подобный подход присущ и канадскому режиссеру Каролине Лиф. Работая над фильмом по эскимосской легенде «Филин, который женился на гусыне», она не только использовала первоначальный текст легенды, записанный со слов представителей исчезающего племени, но и дважды ездила в экспедиции в канадскую Арктику. В течение долгих месяцев, живя среди коренного населения, К. Лиф собирала материалы для фильма, знакомилась и изучала быт и культуру племен североамериканских аборигенов, записывала оригинальную музыку и неповторимое звучание текста. Для создания образов фильма были привлечены эскимосские художники, которые не только создавали прототипы персонажей, но и попытались передать К. Лиф присущую им художественную систему изображения, отражающую их видение. Все это позволило режиссеру максимально сохранить оригинальную историю и бережно перевести её на язык анимации. Конечно, изложение архаического текста новыми средствами и визуализация его в экранных образах потребовала от художника найти тот компромисс между культурами, который позволил сделать этот текст интересным современному зрителю, ориентированному на европейскую культуру.

Работа с этнографическим материалом актуализирует проблему этической ответственности создателей фильма перед зрителем, который может не принадлежать к той культуре, чьи образы используются в фильме, или быть её представителем. В данном случае разговор идет даже не о корректном и уважительном отношении к духовному наследию другой культуры, сколько о поиске и нахождении компромиссов между различными культурными традициями.

Фильмы, подобные работам О. Черкасовой или К. Лиф, можно отнести к области анимационного исследования, когда режиссеры предстают собирателями или хранителями культурного наследия.

Еще более уникальной областью этнографической анимации являются работы, снятые представителями этнической культуры. Для них анимация – это средство, с помощью которого воссоздается образ мира и система культурных, духовных, религиозных или нравственно-этических ценностей, существующих в их сознании. К числу таких работ можно отнести ленты *A Da 36 Chineses Caracteres* или *Viacheslav Belov The Ornamental Tale*. Такие фильмы являются не только текстами, передающими образы этнической культуры, но и формами, позволяющими в новых условиях сохранить этническое или национальное культурное наследие, раз-

мывающееся в период проявления тенденций глобализации, активного навязывания штампов и клише массовой вненациональной культуры.

В работе с этнографическим материалом анимация представляет огромный спектр картин, повествующих о диалоге и конфликте граней самосознания и социальной идентификации человека, о многообразии самой культуры.

Наряду с этнографической анимацией существует огромное количество фильмов, снятых на основе образов, произведений и тем народного искусства. Спектр, составляющий эту область анимации, достаточно разнообразен как по характеру фильмов, так и по принципам работы с материалом. Можно отметить два отличительных подхода.

С одной стороны, это так называемый консервативный или фиксационный подход. Его основу составляет стремление максимально сохранить образы народной культуры при переводе их в пространство экрана. Для этого подхода характерно бережное отношение к культурному наследию, цитирование его образов. Фильмов, снятых в этом стиле, достаточно много. Их отличает заостренное внимание к национальной составляющей. Это такие фильмы, как: «The House in Flames» by Kihchiro Kawamoto, «Лиса и заяц» Юрия Норштейна, «Белорусские пословицы» Михаила Тумели, ленты Леонида Носырева и Шандора Рейзенблюхера.

С другой стороны, в создании фильмов используется интерпретационный подход. Он связан с переосмыслением народного искусства, интеграцией его образов в современную культуру. Для аниматоров, работающих в этом направлении образы народного искусства являются неисчерпаемым источником для творческого вдохновения. Они являются той основой, которая позволяет сохранить свою самобытность и неповторимую уникальность.

Оба этих подхода заслуживают внимания и дополняют друг друга. Их основная цель – это знакомство зрителей с многообразием форм народной культуры. Анимационный фильм становится её носителем и транслятором. Через элементы его художественной системы проявляются как духовное национальное наследие, так и образ времени.

Благодаря новым технологиям открываются новые возможности распространения и развития национальных традиций. Подобно тому, как древние сказки и предания отражали душу народа, аккумулируя нормы и образцы социального поведения, сложившиеся формы коммуникации, точно также сегодня эту функцию с успехом выполняют национальные анимационные фильмы. Универсальный язык анимации как никакой другой, способен выразить характерные черты национальной культуры, сохраняя для потомков её неповторимое своеобразие и способствуя поиску путей межкультурного понимания.

Многие из аниматоров стремятся сделать не просто актуальное и интересное произведение, но и передать душу своего народа. Знакомиться с такими работами людям других культур бывает интереснее, чем с произведениями, основанными на фольклоре. Стремление следовать национальным традициям отличает работы лучших европейских, российских или азиатских аниматоров.

Вторым важным моментом в оценке анимации как феномена культуры становится рассмотрение её произведений с позиций трансляции определенных культурных и нравственных установок, присущих как национальному, так и универсальному сообществу. В образах анимации находит отражение пласт национальной культуры. В этой связи особую роль играют искусствоведческие анимационные фильмы. В классическом понимании искусствоведческий фильм образно и ярко рассказывает о явлениях художественной культуры. С одной стороны, это анализ произведения искусства, а с другой – это пересказ средствами анимации истории этого произведения или жизни его автора. Такие фильмы представляют интерес и с точки зрения отражения в них вида искусства, и с точки зрения собственно анимации. Появление искусствоведческого фильма началось с исследовательской интерпретации шедевров мировой литературы, изобразительного искусства и музыки. В этой связи анимационный фильм становится носителем образов разных эпох и цивилизаций.

Его изображение несет в себе некий ряд знаковых систем, в которых заложен культурный пласт, а в каждом эпизоде отражаются элементы культурного наследия. Примерами искусствоведческой анимации могут считаться ленты «Небольшая фантазия» Н. Мак-Ларена, «Троян и Дечебал» Андриана Петринджинару, ленты «Семь искусств», «Человек – первое творение» Иона Попеску-Гопо, «Стеклянная гармоника», «Школа изящных искусств», «Долгое плавание», «Ниоткуда с любовью, или Сентиментальное путешествие» Андрея Хржановского, «Mona Lisa Descending a Staircase» by Joan Gratz или Last Film by Virgil Widrich.

В условиях доминирования визуального начала в современной культуре анимация становится одной из основных форм, через которую происходит приобщение молодого поколения к национальным культурным ценностям, инструментом формирования его ментальности. Таким образом, анимация становится одним из средств формирования устойчивой системы базовых ценностей культуры.

Современная анимация – это гораздо больше, чем средство удивления, развлечения, воспитания и информации. Это средство познания. Познания Вселенной и общества, природы и психологии личности. Анимации доступна постановка актуальных, волнующих человека вопросов, отражение философско-нравственной проблематики.

Одной из форм, в которой реализуется восприятие анимации как феномена культуры, является появление направления исторической и документальной анимации.

Приобретая массовый характер, анимация становится новой формой коммуникации и социальной практики, активно влияющей на непосредственное формирование культурного пространства.

Еще лет двадцать назад анимация была уделом профессионалов. Максимум на что могли рассчитывать любители анимации – это создание flipbooks. Некоторые умельцы снимали мультфильмы при помощи фотокамер, но это было дорого и трудоемко. С появлением персональных компьютеров и графических программ создание анимации гораздо упростилось. Настоящий бум любительской анимации начался с появлением пакета Macromedia Flash. Практически любой, кто хотел снимать анимацию, мог без особых усилий сделать свой фильм.

С развитием технологий появилась масса довольно простых программ, позволяющих создавать любительские анимационные фильмы. Интернет стал для них единственной средой презентации. Авторы стали размещать свои произведения не только на личных веб-страницах или специализированных сайтах, но и в блогах и социальных сетях.

Еще одной сферой анимации, получившей развитие в связи с упрощением и доступностью технологий, стало появление такой области, как детское и молодежное анимационное творчество. За последние годы появилось огромное количество детских анимационных студий и фестивалей, на которых представляются работы юных авторов. Не стоит объяснять, какие воспитательные и художественно-образовательные возможности несет анимация. Это родство и взаимодействие всех искусств, это и близость игре и разнообразие чувственного опыта в работе с различными материалами, это возможность осваивать взрослые виды деятельности и получать общественно признанный результат. Это и разновозрастное сотрудничество, которое воспитывает и обогащает всех участников, включая взрослых. К примеру, стоит упомянуть об опыте работы непрофессиональной студии «Сибиренок» из далекого города Бийска Алтайского края. Разработанные педагогами студии методики создания анимационного фильма становятся социальной акцией, привлекающей не только детей из неблагополучных семей, но и пожилых людей. Для них участие в подобных проектах превращается в социальную реабилитацию, открывает возможности для творческой реализации и общения между поколениями.

Не стоит забывать о терапевтических возможностях анимации, когда дети-инвалиды благодаря участию в создании анимационных проектов получают не только возможности реабилитации, психопрофилактики и психокоррекции, но и вовлекаются в активную общественно-социальную деятельность.

Развитие анимации как новой коммуникативной практики связано с развитием интернета. Он стал для многих средой коммуникации не столько в силу доступности, но скорее благодаря открытости и публичности, т. е. благодаря воплощению идеи тотальной свободы и равенства. Интернет стал местом манифестации собственного «я» или собственных множественных «я». Но вся эта манифестация еще недавно имела текстовое оформление. Долгое время доминирующей формой визуальной манифестации была фотография. Но она слишком конкретна и привязана к объекту. В силу этого она теряет игровую возможность, позволяющую скрыть истинное. Совсем иной статус приобретают формы net-арта или net-анимации. Они продуцируются субъектом, но, не конкретизируя его, выступают отраженной поверхностью. В результате с возникновением и развитием визуальных сетевых форм происходит эволюционирование сети, расширение поля её возможностей. Из чисто информационного поля она все более становится средой самовыражения человека, его самопрезентацией.

Одним из основных средств создания этого визуализированного пространства самопрезентации оказались цифровые технологии анимации. Их появление дало доступный инструментарий в руки тех, кто желал создавать свой мир не только в вербальных знаках, но и в мультимедийной форме.

Благодаря своей локализации в сети net-анимация предстает как демократичная область культуры. С одной стороны, любой, имеющий доступ к сети, может разместить там свое творение без оглядки на институты цензуры, без какого-либо отбора или одобрения. С другой стороны, в отличие от традиционных форм экранного искусства net-анимация, находясь в сети, доступна зрителю в любой точке мира 24 часа в сутки. Её доступность дает возможность любому пользователю не только быть причастным к культурной среде, но формировать свою личную среду, свою коллекцию, скачав понравившийся сюжет, или включиться в процесс манипулирования сознанием, рассылая ролик по сети.

Новый статус анимации, возникающий вследствие её существования в сети, тут же ставит перед ней другие задачи, превращая ее из средства репрезентации в средство коммуникации, а её произведения сразу же становятся образцами масскульта. Однако, для net-анимации наличие зрителя имеет иное значение. Его роль иная, так как он не делает бокс-офис фильму. Его эстетические и художественные предпочтения не влияют на характер создаваемой продукции и мало что значат для создателя.

Демократизация искусства невольно ведет к превращению анимации в хобби. Она становится одним из увлечений для людей абсолютно разных специальностей, не имеющих отношения к сфере кинематографа и шоу-бизнеса.

Массовость всегда предполагает упрощенность – и технологическую, и художественную. Качество net-анимации обуславливается не столько техническими параметрами, сколько теми целями, которые преследуют её создатели. Как правило, она создается для души или как некий культурный проект. Поэтому в основной своей массе – это область «чистого творчества», лишенного идеологических и концептуальных ограничений. Хотя довольно часто можно встретить проекты коммерческого плана, служащие продвижению тех или иных идей, лоббирующих определенные взгляды или направленных на манипулирование сознанием рядового пользователя. Уже сегодня можно с долей разочарования сказать, что эстетика анимации все более определяется техникой, а массовость делает ее политическим инструментом.

На сегодняшний день в подавляющей своей массе net-ролик – это высказывание, представленное в анимационной форме. Облекая сугубо личные эмоции и идеи в визуальную форму, автор не столько стремится создать произведение искусства, сколько представить собственное мнение или установить правила некой игры. В этом случае важна не картинка, а сообщаемая мысль, идея, получившая оформление в емкой, быстро передаваемой по сети форме. Net-анимация – это пример чистой режиссуры, где нет и не нужно никаких художественных изысков. Но отказ от изысков является и отказом от необходимости соблюдать некие морально-

этические и эстетические нормы. По сути, отказ от изысков – это жертва, взамен которой вы получаете свободу и бесшабашность.

Существование сайтов net-анимации и анимационных форумов подобно клубу по интересам. Здесь есть свои особенности. Одним из принципов объединения является следование некой концепции – будь-то выбранная идейно-художественная позиция, идеологическая платформа или полное её отсутствие, стилевое направление (готика, киберпанк, урбанизм, индустриал, аниме или трэш). Примером может являться проект koms.ru, представляющий некое кибер-философское интеллектуальное пространство Рунета, или сайт kollars.ru с достаточно мрачными флэш-роликами философского содержания Николая Белова. К направлению анимационного хоррора можно отнести флэш-анимацию Андрея Бахурина.

Вариативность net-анимации открывает возможности для узкой дифференциации и позволяет посетителям сайтов оставаться в рамках своих интересов. Выставленные на таких сайтах фильмы нередко представляют собой визуальную форму программного манифеста. Их более широкой целью является демонстрация определенного кодекса иерархических и поведенческих практик, присущих тому или иному сообществу. Они являют собой визуальную динамическую форму логичного и актуального отражения определенной субкультурной идеологии современного мира.

Нередко сайты с анимацией становятся одной из немногих областей, дающих возможность понимания и изучения субкультур, молодежных или неформальных течений без непосредственного погружения в их среду и принятия идеологических установок или образа жизни.

Будучи наиболее демократичной и восприимчивой к социальной динамике формой искусства, net-анимация предстает как наиболее адекватный способ мониторинга как художественных тенденций, доминирующих в медиасреде, так и умонастроений общества.

Говоря об особенностях net-анимации, стоит отметить, что они обуславливаются наиболее активными пользователями сети. То есть возрастные и вкусовые предпочтения среднестатистического юзера и являются определяющими в формировании этой области. Ввиду того, что интернет – это пространство, в меньшей степени ориентированное на детского или пожилого пользователя, то соответственно и многие представленные там ролики предназначены для молодежной и взрослой аудитории. Чаще всего создателями, равно как и аудиторией net-анимации являются представители молодежной и артхаусной среды. Именно на эстетические запросы этого контингента зрителей рассчитаны ролики. Наряду с эстетствующе-философскими и артхаусными экзерсисами существует огромное количество работ развлекательного характера, рассчитанных на средневозрастную аудиторию.

Союз анимации и сетевых технологий формирует арт-среду, в которой появляются новые формы медиакультуры. Их синтетическая природа возникает из спайки образов и элементов накопленного культурного материала, трансформированного новыми медиа.

При этом всегда есть возможность перейти от роли пассивного созерцателя, включась в игру, к роли создателя и представить результат своих измышлений и трудов. Но помимо простого выкладывания ролика в сеть, есть еще одна форма net-анимации. Она связана с созданием пользователем net-произведений непосредственно в сети в соответствии с заданными параметрами процесса. Это направление можно назвать интерактивной net-анимацией. Здесь пользователь сталкивается не с фильмом, который демонстрируется на экране монитора, а знакомится с некой историей, возникающей как проявление монтажного сознания. Она не репрезентируется, а моделируется за счет его активности, включенности в действие. Отличительной чертой интерактивной net-анимации есть то, что она создается непосредственно в сети и только там существует. Любой перенос её в оффлайн ведет к разрушению сущности, целостности, процессуальности и интерактивности.

Продукт интерактивной net-анимации – это процесс, развивающийся в соответствии с теми параметрами, которые предлагает автор – инициатор действия. В этой связи возникает

целый ряд моментов, существенно отличающих произведения интерактивной net-анимации от традиционных форм анимации. Здесь понятие «автор» претерпевает трансформацию. Он задает алгоритм действий, оформляет его, а произведение создается пользователем или пользователями. Это порождает условия для постоянного развития процесса и, как следствие, отсутствия конечного продукта, раз и навсегда завершенной формы и содержания. Создание анимационного произведения оборачивается коллективной арт-акцией, основу которой составляют принципы коллективного архетипического действия.

Говоря об анимации как феномене культуры, следует остановиться и на такой важной её роли, как возможность ведения межконфессионального диалога. Являясь мощным средством воздействия на массовое человеческое сознание и обладая значительным арсеналом выразительных средств, анимация способна взять на себя роль посредника не только между культурами и эпохами, но и между людьми различных вероисповеданий, способствуя сближению народов и распространению идей добра, толерантности и взаимоуважения.

Произведения аниматоров, работающих в этом направлении, нацелены на поддержку общечеловеческих ценностей, выработанных в разных культурных и религиозных традициях. Тематика подобных анимационных произведений может быть весьма разнообразна. Она затрагивает различные аспекты мировых религий и верований, утверждая, что в деле защиты и пропаганды общечеловеческих ценностей не должно быть разделения, и все должны быть едины. В этих фильмах нет ни насилия, ни жестокости. Они учат доброте, милосердию и толерантности. Они помогают людям задуматься над смыслом жизни, видеть среди простого – великое, среди скоротечного – вечное.

Фильм по своей природе диалогичен: просматривая фильм, мы становимся собеседником его авторов, мы можем возражать или соглашаться с ним. Это тот спор, который предполагает изначальную и безусловную толерантность. Диалог – лучшая канва человеческого взаимопонимания. Ведение подобного диалога обременено реалиями настоящего, безраздельным господством в современной культуре масс-медиа, разобщенностью общества и отсутствием стабильности. В этой ситуации само общество заинтересовано в поиске форм и практик, которые способны воспитывать в людях чувство ответственности и высокой нравственности. Анимация, в силу особенностей своей художественной природы, универсальности языка, является уникальным инструментом выстраивания и поддержания межконфессионального диалога, укрепляя межнациональное согласие. Анимация берет на себя роль ознакомителя неизвестных сторон того или иного исповедания или культа, тем самым облегчает совместную работу для людей, принадлежащих к разным конфессиям и социальным сферам, выстраивая между ними нити диалога. В этой связи примечателен совместный проект российской студии «Кризмас филмз» и британской компании «S4C» (Wales) уэльского телевидения, представляющий фильмы из «Библейского цикла» («Testament series»). Его создатели в серии 26-минутных лент представили наиболее важные библейские истории, начиная от сотворения мира, событий великого потопа, сюжетов об Аврааме, Иосифе, Руфе и кончая масштабной работой, повествующей о жизни и деяниях Христа.

Христианские мотивы стали основой для создания фильмов «Рождество» М. Алдашина, «Ноев ковчег» Б. Джастик, «Принц Египта» by Brenda Chapman, «Сказание о Петре и Февронии» А. Горленко, Testament: The Bible in Animation, The Story of the First Noel by Roger Woore, Joseph: King of Dreams by Rob LaDuca and by Robert C. Ramirez, The Miracle Maker/Chudotvoret by Derek Hayes and Stanislav Sokolov.

Образы мусульманского мира, сюжеты, посвященные житию пророка Мухаммеда, находят воплощение в анимационных произведениях, таких как: «Аль-Фатеха» – мусульманская молитва» («Al-Fateh») Stanislav Sokolov, Lion of Ain Jalut, The Fables of Bah ya Bah by Anmar AI Shorbaii, Muhammad The Last Prophet by Richard Rich, We Love Muhammad, Fatih Sultan Muhammad by Hasim Vatandas. С сюжетами буддисткой религии или мотивами, навеянными

историями о Кришне, Шиве, брахманах и буддийских монахах, знакомят нас такие ленты, как: «Сита поет блюз» Нины Пейли, Bal Ganesh by Pankaj Sharma, Dashavatar by Bhavik Thakore, The legend of Buddha by Shamboo Falke, Birth Of Sri Krishna, Birth Of Lord Ganesha by Rajshri.

И это далеко не полный список фильмов, позволяющих нам прикоснуться к образам иной религии, понять мир людей, живущих в иной культуре, имеющих иные устои и национальные традиции.

Анимация – благоприятная среда для усвоения культуры естественным погружением в сферу этой культуры, что возникает эмоциональная сопричастность. А в основе разнообразия художественных культур разных народов лежат общегуманистические представления о добре и справедливости, и нравственные уроки, полученные в детстве, формируют духовность людей, способных понимать и принимать не только себя и свой народ, но и представителей других народов. В этом усматривается одно из основных проявлений анимации как феномена культуры.

С.А. Ахмадеева

Российская анимация в конце XX – начале XXI века: анализ ситуации с позиций связей с общественностью

Сегодня российская анимация переживает трудный период своего развития. Отсутствие государственной поддержки этого культурного феномена создало условия, когда зарубежные анимационные проекты вытеснили с экранов, а значит и из жизни юных зрителей, любимых их родителями Чебурашку, Крокодила Гену, Карлсона и многих других.

Масштабные рекламные кампании, а также входящие в них сопутствующие товары, различные бонусы и акции способствуют росту популярности анимационных проектов Walt Disney Studio, Pixar, Dream Woks, MGM и других студий.

Сложившаяся ситуация, как представляется, может быть объяснена так: доминирование зарубежных анимационных фильмов на российском телевидении и в широком кинопрокате обуславливается отсутствием государственной поддержки российских анимационных проектов. Ограничиваясь только софинансированием, государство не обеспечивает выход им же профинансированных проектов к зрителю: не информирует зрителей о них и не показывает на ТВ в прайм-тайм, вопреки тому, что многие фильмы и их создатели уже известны как номинанты и лауреаты самых престижных кинофестивалей и конкурсов.

Это привело к тому, что российские дети в ответ на вопрос о любимых героях мультфильмов все чаще называют Шрека, героев фильмов «Ледниковый период», «Мадагаскар», реже – под влиянием родителей – вспоминают Винни-Пуха, Чебурашку, кота Матроскина, Ёжика в тумане. В целом можно утверждать, что существуют определенные закономерности в зрительских предпочтениях. Так, результаты опроса 203 школьников Краснодара в возрасте от 6 до 17 лет показали следующее²:

1. Ученики начальных классов (6–8 лет) смотрят отечественные мультфильмы (в большинстве своем это «Лунтик» и «Смешарики»), возможно, под влиянием старшего поколения, выросшего на советских мультфильмах, а также потому, что эти сериалы чаще других новых российских анимационных фильмов показывают на ТВ, выпускают огромными тиражами на DVD и тиражируют изображения персонажей на различных сопутствующих товарах.

2. Учащиеся средней школы (9–14 лет) растут под сильным влиянием западного аниматографа. А так как именно в этом возрасте закладывается отношение к миру и к окружающим, очень сложно судить об адекватности этого отношения принятым в российском обществе моделям поведения.

3. Старшеклассники (15–17 лет) смотрят и то, и другое. Возможно, это связано с тем, что, с одной стороны, в их памяти еще свежи воспоминания о советских мультфильмах, которые они смотрели вместе с родителями, а с другой стороны, они подвержены модным тенденциям и смотрят то, что хорошо прорекламировано в СМИ.

Какие же анимационные фильмы нравятся детям?

Среди часто упоминаемых фильмов были названы³:

– советские: «Простоквашино», «Винни-Пух», «Ну, погоди!» и др. – 184;

– российские: «Смешарики», «Лунтик», «Богатырская трилогия» – 93;

² Горбачевская Н., Федченко К., Симаков Д. Что смотрят наши дети?»: Результаты опроса краснодарских школьников (февраль–март 2009 г.): Презентация доклада. В настоящее время текст доклада готовится к публикации в кафедральном сборнике.

³ Цифра соответствует числу упоминаний фильма в анкетах школьников.

– зарубежные: фильмы студии «DreamWorks» «Шрек» (1–3), «Мадагаскар (1–2), «Подводная братва» – 152, и фильмы студии «Уолта Диснея» («Золушка», «Русалочка», «Чип и Дейл», «Барби») – 92.

К сожалению, не были названы фильмы циклов «Мульты-Россия» и «Гора самоцветов» (анимационная студия «Пилот»), «Колыбельные мира» («Метроном-фильм»). Сказки народов России «Гора самоцветов» известны только 3 школьникам из 203. Это можно объяснить тем, что эти высокохудожественные фильмы российское телевидение показывает именно тогда, когда дети находятся в школе или в детском саду, а вечером дети могут посмотреть только «раскрученных» «Смешариков» на канале СТС или «Лунтика» в программе «Спокойной ночи, малыши!» (ВГТРК «Россия»).

Анализ программы передач с 30 марта по 5 апреля в журнале «Теленеделя» (период весенних каникул в школах), проведенный Е. Щербан (студенткой 1 курса специальности «Связи с общественностью» научный руководитель – автор данного доклада), показал⁴: из 183 фильмов в программе российских было 74 (40 %), а зарубежных – 109, то есть 60 %, что по длительности показа мультфильмов занимало: отечественных – 2572 минуты (42 % всего времени, отводимого на анимацию), зарубежных – и 3545 (58 %).

Почему сегодня российские дети предпочитают смотреть иностранные мультфильмы, а не отечественные?

1. Родителям не хватает времени смотреть фильмы вместе с детьми (занятость родителей на работе, влияние глобализации разрушает классические представления о семье).

2. Отсутствует системный подход в проведении информационных кампаний по продвижению новых отечественных фильмов, рекламные и PR-акции направлены на продвижение зарубежных фильмов.

3. Советские и российские фильмы показывают по телевидению в самое неудачное время.

4. Коммерческие телеканалы предпочитают покупать дешевле зарубежные мультсериалы и ставят их в сетке рядом с программами, пропагандирующими свободные сексуальные отношения, фильмами на криминальные темы. Руководство этих каналов не думает о том, что дети одни дома и после мультфильмов не всегда сразу выключают телевизор и могут посмотреть программы, не предназначенные для них.

Так, сразу после анимационных программ на канале ТНТ в указанный период начинались «Счастливы вместе» и «Саша + Mania», ДТВ показывал «Состав преступления», НТК (местный канал «Новое Телевидение Кубани») – «Семейные страсти», а на канале «Россия» шел детективный сериал «Марш Турецкого».

Конечно, можно покупать в магазинах фильмы, которые не показывают телеканалы, и смотреть дома. Все старые мультфильмы уже существуют на DVD. Есть в продаже и новые полнометражные фильмы: «День рождения Алисы», «Приключения Алёнушки и Ерёмы», «Сказ про Федота-стрельца – удалого молодца», «Богатырская трилогия» и анимационные сериалы «Лунтик» и «Смешарики».

Но авторская анимация, сделанная великими мастерами и их учениками, остается сегодня для детей незнакомой. Она не вписывается в нормы и стандарты, которые сегодня диктует американская анимация, и выпускается ограниченным тиражом для узкой зрительской аудитории.

Можно предположить, что 3D анимация, персонажи мультфильмов студий «Disney Animation», «Pixar», «DreamWorks», «MGM» (США) и «Ghibli» (Япония), их манера говорить, двигаться, модели поведения стали главными составляющими успеха этих фильмов у юных зрителей.

⁴ Щербан Е., Ахмадеева С.А. Анимация и телевидение: Анализ программы передач в журнале «Теленеделя» (30 марта-5 апреля 2009 г.): Презентация доклада.

Различные рекламные акции и праздники с огромными куклами – персонажами «Корпорации монстров» (кстати, одно из кафе на набережной Геленджика так и называется «Монстрик»), Шреком и Фионой и др. героями – вызывают у детей бурную радость. Так, в марте в краснодарских маршрутных такси рекламировался «Карибский карнавал» Саратовского театра ростовых кукол «Гулливер» от 2 до 6 метров. На рекламной наклейке были изображены Шрек, персонажи из фильма «Мадагаскар», а также герои трилогии «Пираты Карибского моря» Джек Воробей и его друзья.

Сейчас необходимость популяризации персонажей отечественных фильмов осознали и в России. Здесь выделяются такие направления: 1) установка памятников анимационным персонажам в российских городах (в Томске установлен памятник Волку из м/ф «Жил-был пёс», в Воронеже на улице Лизюкова – котёнку из одноименного фильма, в Киеве – Ёжику в тумане и др.)⁵; 2) выпуск книг на основе советских и российских мультфильмов⁶; 3) выпуск игр и книг с вложенными в них DVD.

Книжки-раскраски на основе американских мультфильмов с DVD можно увидеть в киосках «Роспечати», книг же на основе советских и российских фильмов с дисками практически нигде нет (перед новогодними праздниками 2008–2009 гг. при поддержке «Комсомольской правды» была массовая продажа первых пяти книг и дисков проекта «Гора самоцветов», но другие выпуски в продажу через «Роспечать» не поступали). Отметим, что диски с американскими мультфильмами раскупаются гораздо быстрее, чем различные товары с нарисованными на них Волком и Зайцем, Чебурашкой, Мамонтёнком или Умкой.

Сейчас эффективность использования героев мультфильмов осознали и в России. Так, газета «Коммерсантъ» сообщила о том, что издательство АСТ заключило с ФГУП «Фильмофонд киностудии "Союзмультфильм"» эксклюзивный договор на право использования мультипликационных кадров советских анимационных фильмов (в том числе «Ну, погоди!» и «Каникулы в Простоквашино») в печатных изданиях⁷. Книги с покadroвой разверсткой и точными текстами сценариев фильмов и вложенными DVD начали выпускать с сентября 2009 г. (однако обнаружить хотя бы одно из анонсированных изданий в магазинах Краснодара нам не удалось). Пока, конечно, рано говорить о результатах, но хочется верить, что это будет способствовать возрождению интереса к достижениям отечественной анимации.

Вводить запреты на просмотр зарубежных фильмов в эпоху глобализации бесперспективно, способствовать популяризации зарубежных анимационных проектов в ущерб отечественным фильмам – недальновидно.

Сегодня многие говорят о необходимости возрождения русской идеи. Но не всегда попытки ее возродить оказываются удачными. Пример – совмещение в «Богатырской трилогии» (студия «Мельница») содержания русского былинного эпоса о богатырях с формой, скроенной по голливудским меркам.

В марте-апреле 2009 г. был проведен анкетный опрос среди зрителей с целью узнать, какие фильмы нравятся и не нравятся взрослым россиянам, выявить, насколько они информированы о проблемах российского аниматографа, выяснить, какие PR-меры могут стать частью антикризисной программы, направленной на возрождение интереса к российской анимации детей и молодежи. В опросе приняли участие 30 человек – работники образования, специалисты СМИ, бизнеса, рекламы и PR.

Большинство из них определило сегодняшнее состояние российской анимации как кризисное (18 из 30 человек на вопрос: «Можно ли утверждать, что российская анимация сегодня

⁵ <http://multiplication.ru/2008/07/12/pamyatniki-geroyam-multfilmov>

⁶ Козлов С, Норштейн Ю. Ёжик в тумане. Илл. Ф. Ярбусовой. М.: Красная площадь, 2006; Сказки народов России. По мультфильмам студии «Пилот» «Гора самоцветов. Вып. 1–6. М.: Изд-во В.Левина, 2009.

⁷ Гончарова О. Мультгерои выйдут в тираж //Коммерсантъ. 20 апреля 2009 г. <http://www.kommersant.ru/doc.aspx?DocsID=158347>

находится в состоянии кризиса?», – ответили: «Да»; 12 определили его как следствие «вхождения России в мировое культурное, образовательное и экономическое пространство, а также изменения русской ментальности под воздействием западных ценностных ориентиров»; 3 указали на мировой финансовый кризис; 2 человека назвали нехватку специалистов и кризис жанра; 8 не согласились с этим мнением и ответили: «Нет»; 4 не ответили ничего).

Кризис затронул и авторскую анимацию, показываемую профессиональной элите на кинофестивалях, и фильмы для массового зрителя, потенциально коммерчески успешные и поэтому активно анонсируемые. Разделение анимационных проектов на фестивальные и коммерческие очевидно почти для всех участников опроса (23 из 30 опрошенных). Но выявилась интересная тенденция. Высокий культурный и технический уровень фестивальных фильмов благодаря электронным носителям делает их доступными для массового зрителя. Но их содержание и эстетическая значимость большинству зрителей недоступны. Потому что фестивальная анимация – авторская, и ее цель – не развлекать, а выражать чувства, эмоции, мировоззрение автора. Она ориентирована на индивидуальное постижение замысла фильма, которое предполагает напряженную работу мысли, что не характерно для широкой аудитории, жаждущей «хлеба и зрелищ». Для нее и выпускаются в кинопрокат фильмы, отражающие особенности массового сознания и ориентированные на культурные ценности большинства.

Что сделает фильм известным и кассовым? «Рецепт успеха», по мнению зрителей, таков: качество фильма (12) + хорошая реклама (10) и сюжет (6) + PR-кампания, правильное продвижением, «раскрутка» (5) + юмор (он в мультфильме желателен, но не обязателен) (3), может быть и на грани фола (1)⁸. Назывались также «русскость», актуальность темы, соответствие потребностям целевой аудитории, пародийность и зрелищность, хороший сценарий (по 1 упоминанию). Представляется, что эти характеристики можно рассматривать как составляющие качества фильма. По мнению зрителей, имя режиссера, «звездный актерский состав» и награды почти не влияют на гипотетическую известность анимационного проекта (в отличие от кинофильма, где все перечисленные компоненты активно используются в анонсах на разных этапах рекламной кампании).

Важная составляющая продвижения анимационных проектов – выпуск различных товаров с изображением героев фильма. Так ли эффективна эта технология, по мнению зрителей? 18 из 30 участников опроса считают эту технологию весьма действенной и приветствуют выпуск книг, развивающих и обучающих игр и программ, мягких игрушек, тетрадей, календарей; одежды и аксессуаров, а также продуктов для малышей (соков, йогуртов, мороженого, каш и т. д.). Только 8 опрошенных не согласились, что выпуск сопутствующих товаров может стать «рецептом» удачи и технологией создания известности.

Интересны особые мнения, высказанные двумя участниками опроса. Так, именно персонажи Э.Успенского стали залогом успеха молочных продуктов компании «Юнимилк», выпускаемых под торговой маркой «Простоквашино». Однако сегодня жители Простоквашино не так часто появляются на телеэкранах, как Лунтик, смешарики и герои зарубежных анимационных сериалов, поэтому для сегодняшнего поколения детишек знакомство с Матроскиным, Шариком, Муркой, почтальоном Печкиным начинается именно с молока, творога, йогурта и сметаны, до которых «рукой подать», как говорит реклама. В то же время, именно успех «Смешариков» и позволяет успешно продавать все товары с изображением забавных персонажей (брелоки, пазлы, книги, развивающие игры, печенье, каши, сырки и т. д.). Счастливая судьба этого проекта (создатели проекта в конце 2008 года стали обладателями Государственной пре-

⁸ Последовательность компонентов формулы обусловлена количеством их упоминаний в анкетах зрителей (указаны в скобках). – С.Ахм.

мии в области культуры и искусства)⁹ подтвердила, что персонажи мультфильмов имеют все шансы стать узнаваемыми и любимыми, если повсюду сопровождают зрителей.

Какие же анимационные проекты зрители назвали самыми успешными и что, по их мнению, способствовало их успеху?

1. «Богатырская трилогия» (27).
2. «Князь Владимир» (4).
3. «Горасмоцветов» (3).
4. «Мадагаскар» (3).
5. «Лунтик» (2).
6. «Смешарики» (2).
7. «Ледниковый период» (2).
8. «Шрек»/«Валл-И» (2/1).
9. «Приключения Алёнушки и Ерёмы»/«Незнайка на Луне» (1/1).
10. «Буревестник» (1).

Условия успеха «Богатырской трилогии» («Алеша Попович и Тугарин Змей», «Добрыня Никитич и Змей Горыныч» и «Илья Муромец и Соловей Разбойник») – юмор, «историчность», русская тематика как основа фильмов. Но было высказано и другое мнение: «Это самый неудачный проект. Не разработан замысел фильмов, примитивный сюжет и технологии («Алеша Попович...»)). Отметим, что, относя, как всю трилогию о богатырях, так и отдельные фильмы из нее, к неудачным, опрашиваемые не могли вспомнить точные названия, и поэтому воссоздавали их по памяти или придумывали свои («Алеша Попович и Змей Горыныч», «мульттики про Соловьёв-разбойников и богатырей»).

В «золотой список» попали также 4 американских проекта – «Мадагаскар», «Шрек», «Валл-И», «Ледниковый период». Отмечалось, что секретом их успехов стали «сопутствующие товары как часть PR-кампании», новизна («первый в своем роде» – о фильмах «Шрек» и «Валл-И»), игра актеров.

В ответах зрителей прослеживается такая закономерность: успех российских проектов обеспечивается, прежде всего, актуальностью темы (названия), исторической основой сюжета и хорошей PR-кампанией («Князь Владимир»), а также созвездием мастеров (известных аниматоров, художников, актеров), советской школой анимации и масштабной информационной кампанией («Гора самоцветов»), сочетанием классического сюжета, юмора и пародийности («Буревестник»); секрет успеха большинства зарубежных фильмов («Мадагаскар», а после появления новых серий – и «Ледниковый период1-3») – выпуск сопутствующих товаров.

Успех «Смешариков», полагают участники опроса, кроется в идеальном сочетании западных технологий и того, что отличает российскую анимацию: юмор, идея и т. д.

К сожалению, в «десятку» лучших фильмов не попали «Колыбельные мира», «Шекспир. Великие комедии и трагедии», «Мульти-Россия» и др.

Опрос выявил и 10 самых неудачных анимационных проектов (цифры указывают на число опрошенных, назвавших фильм худшим):

- «Сказ про Федота-стрельца...» (2),
- Японские (все) (2),
- «Богатырская трилогия» (1),
- Продолжение «Ну, погоди!» (1),
- «День рождения Алисы» (1),
- Американские блокбастеры (все) (1),
- Любые мультфильмы, показываемые по ТВ в прайм-тайм (1),
- «Роботы» / «По галактике галопом» (1/1),

⁹ «Смешариков» наградили Госпремией РФ <http://afisha.mail.ru/article.html?id=24600>. 9 Июня 2009

- «Приключения Алёнушки и Ерёмы» (1),
- «Том и Джерри» (1).

При составлении списка оценивались и визуальный ряд фильмов, и его содержание. Так, один из участников опроса дал отрицательную оценку фильму «Приключения Алёнушки и Ерёмы» (по мнению рецензента, в нем «ужасный сценарий, жуткая графика, и сумбурное содержание»). В ответах четко проявляется неприятие ремейков и продолжений советских мультфильмов, анимационной версии известной сказки Л.Филатова, американских блокбастеров и всех фильмов, показываемых по ТВ в прайм-тайм. Интересно то, что вопреки популярности некоторых фильмов, отмечались их чуждость русскому менталитету («Том и Джерри») и использование технологий НЛП, тяжелое содержание (японское анимэ), «заумность» («Роботы», «По галактике галопом»). Список самых неудачных анимационных проектов таков. На вопрос, в чем заключается основное отличие российской анимации от зарубежной, участники опроса отвечали охотно. Большинство опрошенных были людьми среднего возраста, и по их ответам невозможно было определить, относятся ли названные ими характеристики к советской или российской анимации. Так, в ответах основными характеристиками отечественной анимации стали: 1) лёгкость; 2) самоирония; 3) доброта; 4) душевность; 5) наивность; 6) бескорыстие; 7) отсутствие жестокости и дерзости, насилия; 8) жизнерадостность; 9) максимальный реализм изображения («а не придуманные монстры»); 10) национальная ориентированность и историчность. В ответах педагогов отмечалось, что российская анимация учит добру, душевности, легкости восприятия, человечности, справедливости, потребности помогать ближнему. Этому, а также пониманию души ребенка могут научиться у российских мастеров их зарубежные коллеги. Этот перечень подтверждает, что «современная детская анимация... стоит на четырех китах: патриотизме, гуманизме, мастерстве и развлекательности» (М. Терещенко)¹⁰.

Названные наряду с перечисленными выше и такие качества отечественной анимации, как сюжетность, красочность, тщательность исполнения, опровергают голословные утверждения некоторых критиков о том, что зарубежные анимационные фильмы красочнее, качественнее, интереснее по сюжету. Важно отметить также «национальную ориентированность» и «уважение к истории своего народа, любви к Родине» – то, без чего немыслима жизнь русского человека как патриота.

Эти ответы определили вопрос: «Чему могут научить мастера российской анимации зарубежных коллег?». Ответы на него помогли составить перечень конкретных характеристик, а также отразить особые мнения участников опроса («Запад учить бесполезно», «Хорошо, что есть разные школы» и «Зачем? – Менталитет разный»).

Но и российским аниматорам есть, что перенять у зарубежных мастеров. Это, прежде всего, новые технологии создания фильма (3D-графика, методы проведения рекламных и PR-кампаний по продвижению фильмов). Все это можно освоить, если анимация как одно из перспективных направлений развития культуры будет финансироваться государством в достаточной мере.

Много еще произведений и тем может стать анимационными проектами. Участникам опроса предлагалось назвать трех авторов, 3 произведения и 3 темы потенциальных мультфильмов. В их ответах порадовало внимание к русской классике, детской литературе, отечественной и зарубежной литературе XX–XXI вв., национальному фольклору (вероятно, под влиянием «Горы самоцветов»). Назывались «Евгений Онегин» А. Пушкина, произведения Н. Гоголя, А.Толстого, имена известных детских писателей С. Прокофьевой, В. Крапивина, Н. Носова, К. Булычёв, А.Линдгрен, А. де Сент-Экзюпери, а также «взрослые» произведения XX

¹⁰ Терещенко М. Ключка, приятная во всех отношениях// Эксперт. 2009. № 13 (652) от 6-12 апреля, <http://www.expert.ru/printissues/expert/2009/13/>

века: «Кысь!» Т. Толстой, романы и повести Д. Рубиной, «Немного солнца в холодной воде» Ф. Саган, «Степной волк» Г. Гессе и др. Вероятно, под влиянием «Горы самоцветов» в перечне потенциальных мультфильмов оказались сказки России и скандинавские сказки про эльфов и гномов.

Примечателен и список тем потенциальных мультфильмов. Были обозначены такие темы:

1. Профессии.
2. В мире животных.
3. 100 городов, которые надо увидеть.
4. История России в иконописи./История.
5. Русские цари. /История царской семьи.
6. История России и русского народа.
7. Школьная программа по разным предметам (география, история и т. д.).
8. Вузы России.
9. Жизнь замечательных людей (фильмы о великих гражданах России).
10. Приключения+любовь.
11. Народные промыслы.

Опрошенные подчеркивали, что фильмы должны создаваться для детей и родителей, «вселять гордость за свою страну и свои корни, воспитывать уважение к старшим, благородство и смекалку», говорить о добре и зле, о вечном, о любви к природе, о семье.

Для реализации таких грандиозных проектов усилий российских мастеров недостаточно.

Может ли сегодня участие российских аниматоров в зарубежных и совместных проектах о культуре других стран стать «спасательным кругом» для российской анимации? Из 30 участников опроса на него ответили 20: ДА – 16 человек, НЕТ – 4 человека, указав причины: 1) «разные взгляды, ментальность»; 2) «кто платит, тот и заказывает музыку, значит, не будет в них русской души, а будет обезличенное авторство»; 3) «были отрицательные результаты в кино ("Война и мир")»; 4) «Вот если бы наоборот!» (предлагалось приглашать зарубежных мастеров в Россию). Остальные 10 не ответили ничего.

Когда речь заходит о том, почему сегодня российские дети предпочитают смотреть иностранные мультфильмы, а не отечественные, называют много причин: 1) утрату традиции семейного просмотра (занятость родителей на работе, влияние глобализации); 2) отсутствие рекламных и PR-акций; 3) неудобное время показа российских фильмов на ТВ (так, например, время показа российских мультфильмов на канале ТВЦ совпадает в программами одного из краснодарских каналов, на котором время активно рекламируются БАДы и средства для улучшения «мужского здоровья»); 4) отсутствие цензуры на коммерческих каналах (ТНТ, СТС).

Можно ли сегодня вернуть интерес детей к отечественной анимации?

В ответе на этот сложный вопрос участники ответили так: ДА – 17 человек, НЕТ – 3 человека, 8 – оставили вопрос без ответа, 2 высказали особое мнение.

Так, один из ответивших разделил детей на возрастные группы:

1. Поколение, выросшее на иностранных мультфильмах (11–15 лет), потеряно для российской анимации. 11-15-летние дети смотрят зарубежные, а не российские мультфильмы, потому что новинок для их возраста в России практически нет.

2. Начинать нужно с нового поколения (дошкольники). Взрослые должны смотреть фильмы, не уступающие зарубежным (они есть в России), вместе с детьми, а не оставлять их наедине с «железным ящиком».

Но нельзя ограничиваться только телепросмотром. Очень важны тематические встречи, ретроспективы, зрительские фестивали и праздники отечественной анимации, направленные на популяризацию советской и российской анимации, которые бы давали возможность зрителям и создателям фильмов общаться друг с другом. Можно только восхищаться муже-

ством и терпением подвижников, которые организуют встречи зрителей с мастерами анимации, создают праздники для детей и родителей.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.