

УДК 791.43

ОСОБЕННОСТИ КОНВЕРТИРОВАНИЯ МУЛЬТИПЛИКАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В ЦИФРОВОЙ ФОРМАТ TRANSMEDIA STORYTELLING

К. С. Федоненко

Донской государственный технический университет (г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация)

В данном исследовании анализируется влияние оцифровывания медиапродукта на возрастание зрительского интереса к нему путем активизации пользовательского соучастия. Множество каналов трансляции и интерактивность любой истории — основа манипулятивной составляющей в регулировании зрительского интереса к проекту. Для мультипликационного проекта данное конвертирование эффективно тем, что виртуальный, вымышленный мир содержания мультипликационного фильма намного легче преобразовывается в компьютерную игру или социальный интерактив. Разобрав суть понятия мультипликации и связав ее с основными тенденциями технологии трансмедиа, можно выявить главные особенности конвертирования мультипликационных проектов.

Ключевые слова: мультимедийный проект, трансмедиа сторителлинг, оцифровывание, мультипликация, пользователь, контент, канал трансляции, сюжет.

FEATURES OF CONVERTING MULTIPLICATION PROJECTS INTO DIGITAL FORMAT TRANSMEDIA STORYTELLING

K. S. Fedonenko

Don State Technical University, (Rostov-on-Don, Russian Federation)

This study reflects the impact of digitization of any media product on increasing the audience's interest in it by activating its user participation. The multiplicity of broadcast channels and the interactivity of any story is the basis of the manipulative component in regulating the audience's interest in the project. The more effective this conversion is for a cartoon project – the virtual, fictional world of the animated film plot is much easier to transform into a computer game or social interactive. Analyzing the essence of the concept of animation and linking it with the main trends of transmedia technology, reveals the main features of converting cartoon projects.

Keywords: multimedia project, transmedia storytelling, digitization, animation, user, content, broadcast channel, plot.

Введение. Развитие технологии трансмедиа сторителлинг (transmedia storytelling) в нашей стране постепенно и планомерно набирает обороты. Уже довольно многим производителям контента знакомо это понятие, и большинство из осведомленных авторов стараются следовать велению времени. Внедрение такой методики не только новомодное явление, но и зачастую необходимый инструмент для качественного и длительного поддержания интереса пользователей к медиапродукту. Понимая неограниченные возможности стратегии трансмедийного повествования, создатели медийного продукта постепенно осваивают новую тенденцию, проходя все этапы от изобретения нового продукта, его кросс-платформенного распределения и далее к трансмедиа популяризации. Ведь для того чтобы каждый проект был востребованным и узнаваемым, он должен предложить такую историю, которая увлечет зрителя, затронет его эмоционально, надолго запомнится и будет удерживать его интерес. Для этого необходимо сделать его оцифрованным и разноплановым.

Интерес к данной теме проявили в своих работах такие известные авторы, как Ренира Гамбарато, Генри Дженкинс, Нуно Бернардо и др.

Популяризация жанра мультипликации — довольно трудозатратный процесс, но вместе с тем облегчает его то, что центральную историю здесь можно безгранично интерпретировать и фантазировать в рамках воображения авторов.

Таким образом, основная цель данного исследования — изучить особенности конвертирования мультипликационных проектов в трансмедийные, проанализировать необходимость в переходе трансмедийных проектов в цифровой формат. Для реализации такого изыскания необходимо выполнить следующие задачи: изучить основу жанра мультипликации, проанализировать технологию трансмедиа сторителлинга мультипликационных проектов и выявить особенности их конвертации в «цифру».

Развитие мультипликационных проектов. Предваряя выявление особенностей реформатирования мультипликационных продуктов, необходимо прежде всего разобрать суть самого жанра «мультипликационный проект», его отличия и специфику.

Согласно Большой российской энциклопедии, мультипликация — это технические приемы получения движущихся изображений, иллюзий движения и/или изменения формы объектов (морфинг) с помощью нескольких или множества неподвижных изображений и сцен [1].

С точки зрения трансмедийного повествования, мультипликация — это такой жанр сторителлинга, основой которого являются вымышленные истории или явления поучительного или развлекательного характера.

Существует множество технологий, создающих мультипликационные проекты:

1. LEGO-анимация.
2. Живопись по стеклу.
3. Кинеограф.
4. Компьютерная анимация.
5. Кукольная мультипликация.
6. Ограниченная мультипликация.
7. Песочная анимация.
8. Пластилиновая анимация.
9. Рисованная мультипликация.
10. Тотальная мультипликация.

Не будем останавливаться на каждой из них, отметим лишь общую и основную особенность мультипликационных проектов — это их вымышленный мир, отвлекающий зрителя от реальности, дающий ему возможность уйти от проблем и временно переместиться в новое виртуальное пространство.

Переход фильмографии на широкий экран добавил создателям трудностей, но сделал ее более зрелищной, увлекательной, живой. Как говорил известный гений мультипликации Уолт Дисней, широкий экран более трудоемок для художников. Он требовал от них «сделать (героев) настолько естественными, насколько это возможно, во плоти и крови, почти живыми». Свою усовершенствованную широкоформатную технологию под названием «Супер Технирама 70» Дисней называл «искусством живописи и правдоподобного движения». В его анимации было опробовано использование ксерокопирования для перевода рисунков на целлулоид (эффект аллюзий) [1]. Он изобрел технику наложения разных планов друг на друга, послойное наложение прозрачных целлулоидных пленок с изображениями, что позволяло продуцировать новые кадры без необходимости перерисовки кадров заново.

В отличие от живых персонажей, рисованные герои не обязаны подчиняться законам природы и физики, они могут иметь довольно нереальные пропорции телар и облика, их двигательные навыки и возможности могут выходить за пределы реальности. В них можно и зачастую применимо совмещение несовместимого и воплощение сюрреалистичного. Такой формат позволяет создавать запоминающихся, ярких и красочных культовых персонажей, что делает современную мультипликацию более востребованной и привлекательной.

История развития мультипликации довольно стара и включает в себя множество изобретений ученого мира в области анимации:

1. «Волшебный фонарь» — аппарат, используемый для проекции изображений.

2. Фенакистископ Жозефа Плато — прибор, демонстрирующий движущиеся рисунки, которые воспринимаются посредством особенностей человеческого зрительского восприятия — персистенции.

3. Зоотроп — устройство, изобретенное Уильямом Джорджем Горнером для демонстрации движущихся рисунков, конструкция которого основана на усовершенствовании фенакистископа.

4. Праксиноскоп, созданный на основе зоотропа и фенакистископа — оптический прибор, запатентованный Эмилем Рейно.

5. Тауматроп — игрушка, в основе которой лежит оптическая иллюзия: устройство состоит из палочки и двух кружков с различными изображениями, при быстром вращении кружков эти изображения воспринимаются как одно.

6. Трисценорама или трискенорама — картина, чаще всего икона, на которой можно увидеть три разных изображения, если смотреть под разными углами.

7. Кинеограф Джона Бернса Линнета — приспособление в виде тетради со множеством листов, на которых нанесены отдельные кадры анимации. При перелистывании страниц можно наблюдать эффект анимации — смену кадров.

8. Стробоскоп — прибор, позволяющий быстро воспроизводить повторяющиеся яркие световые импульсы. Используется в технологии motion capture — методе анимации персонажей и объектов, при котором анимация создаётся не вручную, а путём оцифровки (копирования) движений реального объекта (прежде всего, человека) и последующего переноса их на трёхмерную модель.

С течением времени мультипликационная анимация пережила массу трансформаций и усовершенствований. Это подтверждают слова Федора Хитрука из его книги «Профессия — аниматор»: «В том и заключена суть нашей работы, что мы должны не просто оживить рисунок, а вдохнуть в него душу, сотворить личность. В определенном смысле аниматор вправе считать себя маленьким богом» [2].

Современная мультипликация создает такое погружение в сюжет, что зачастую явно или косвенно оказывает влияние как один из элементов воспитательного процесса, формирует психологические основы восприятия ребенком существующей действительности. Такое влияние может оказаться как положительным, так и негативным. В качестве пример такого воздействия можно привести один из эпизодов в аниме-сериале «Покемон», запрещенный к показу на всех телеканалах мира: сцена, вызвавшая во время ее трансляции эпилептические припадки у 700 японских детей одновременно.

Технология трансмедиа. В век цифровых технологий образовались совершенно новые инструменты, оказывающие влияние на различные преобразования медийного контента. Основой таких преобразований становится вовлечение пользователей в любой медийный проект — массовая интерактивность. Пользователь получает возможность, используя средства любой цифровой системы, вмешиваться в повествование, оказывать влияние на его интерфейс и

трансформацию, участвовать в его распространении и обсуждении. Тем самым производители-мультипликаторы не только выдают готовый проект на суд зрителя, но и позволяют зрителю полностью увлечься историей, рассмотреть ее с любых сторон, поучаствовать в представленном процессе.

В мультипликацию внедрили различные спектры влияния на любые слои целевой аудитории, в детских мультфильмах нередко используются взрослые шутки и ситуации, позволяющие заинтересовать более взрослого потребителя контента, привлечь зрителя к совместному семейному просмотру. Это обязывает мультипликатора быть не только талантливым художником, но и обладать чувством юмора и креативностью мышления.

Но следует учесть, что в нынешних условиях стремительного оцифровывания контента пользователь не только заинтересован в потребляемой информации, он хочет получить возможность из пассивного зрителя трансформироваться в активного пользователя [3]. Зритель желает не просто воспринимать информацию, но и воздействовать на нее. И это учитывается при дальнейшем распространении готового продукта. Для того чтобы пользователь мог участвовать в проекте, ему предоставляются выбор и возможность принимать решения. Новые технологии приспособливают пользователя к контенту, создают его новые формы и проявления, экспериментируют с его содержанием. Это, в свою очередь, дает возможность зрителю переосмыслить суть контента, не потерять связь с реальным миром и оценить последствия своих действий в комбинаторике его участия в проекте. Пользователь получает возможность, используя средства любой цифровой системы, вмешиваться в повествование, оказывать влияние на его интерфейс и трансформацию, участвовать в его распространении и обсуждении.

Переход в цифровой формат. Необходимость перехода к «цифре» основана на нескольких важных преимуществах ее перед аналоговым источником:

1) продукт становится более долговечным, поскольку все носители, будь то фото или видеопленка, магнитная лента и т. д., со временем теряют свои прочностные характеристики, осыпаются или стареют;

2) кроме того, при перезаписи контента с одного источника на другой аналоговый носитель теряет около 15% своего первоначального качества, в то время как цифровой формат останется неизменным;

3) цифровой контент может быть загружен в компьютер, интернет или облако, где он может храниться вечно и быть доступным из любой точки мира;

4) оцифровка позволяет вносить корректировки, различные эффекты и трансформации в конечный продукт.

И это далеко не полный перечень возможностей, открывающихся перед нашей мультипликационной историей.

Поскольку цифровая эпоха повлияла на создание мультипликационных проектов, изменился и сам процесс их восприятия. Первоначально в создании одного мультфильма принимал участие лишь один художник, стиль и видение которого закладывали основу проекта, чтобы не «менять руку». Современные отличия закладываются в самом принципе участия авторов, поскольку цифровой экран дает возможность вносить коррективы уже при помощи коллективного подхода к процессу. Это позволяет использовать общий накопленный опыт при создании готового продукта, разнообразные навыки в сфере компьютерных технологий и дизайна. В дальнейшем, при продвижении готового веб-контента, это позволит внедрить большее количество технологических возможностей — графических изображений, гипертекстов, интерактивных видео, ссылок и других инструментов дигитализации [4].

Оцифрованный мультфильм становится интерактивным, поскольку даже при его просмотре пользователь может принимать в нем участие через различные формы взаимодействия — жесты, прикосновения, «клики», появляющиеся на экране во время трансляции ролика и закрепленные за объектами, наполняющими видеоряд. Зритель отвечает на вопросы, играет, делает выбор, определяя для себя желаемый блок видеоматериала. Образуется ситуация, создающая эффект присутствия, помогающая зрителю получить более глубокую детализацию. Использование инструмента таймлайна позволяет дополнительно взаимодействовать с историей на дисплеях компьютера и на мобильной платформе.

Разнообразная подача одной истории помогает пользователю глубоко погрузиться в виртуальный придуманный мир, разносторонне изучить его.

Помимо основной аудиовизуальной интерпретации истории, становится возможным дополнительное сопровождение:

1. Иллюстрированное издание той же истории в формате книги, комиксов или брошюр.
2. Создание компьютерной игры с подобным сюжетом, где участнику самому позволяет делать выбор поступков и поведения для своего персонажа.
3. Оформление брендируемого сайта с ведением форумов и блогов, с возможностью общения и комментирования.
4. Создание короткометражных роликов с историей каждого героя в отдельности, с описанием местности, где происходит действие, или возможных вариантов развития сюжета.
5. Привлечение к музыкальному оформлению мультфильма известных исполнителей и музыкантов с возможным дальнейшим выпуском дисков.
6. Проведение квестов по данной тематике.
7. Использование костюмов персонажей на различных мероприятиях и праздниках, в кукольных театрализованных представлениях и др.

Каждая медиаплатформа, задействованная в представлении данного проекта, придерживается своих методов и способов повествования. С одной и той же историей можно познакомиться на совершенно различных гаджетах или носителях. Но все равно неизменной останется основная сюжетная линия. Привлечение различных площадок и платформ позволит в этой истории принять участие наибольшему числу участников самой разной целевой аудитории. Все это разнообразие методов и форм распространения работает на перспективу, в совокупности представляет собой длительный, трудоемкий и трудозатратный процесс, требующий участия некоторого количества узких специалистов различных профессиональных направленностей.

Важно отметить, что основа концентрации внимания зрителя в центральной сюжетной линии — это ее персонажи. Именно через них зритель контактирует с вымышленным миром истории. Такие персонажи должны иметь множество ключевых характеристик, не просто быть описанными внешне и внутренне, но и полностью раскрывать основные факторы своего повседневного поведения. Эти герои должны быть вовлечены в проект на всех платформах повествования. Кроме того, сам пользователь может стать персонажем истории, оказывающим некоторое влияние на ее ход. При этом сюжетная линия проекта должна гармонично направлять внимание пользователя с одного носителя на другой, с одного расширения на другое, осуществлять планомерную интеграцию внимания зрителя.

Заключение (выводы). В завершение следует отметить: переход в цифровой формат открывает новые возможности для привлечения нового зрителя, удержания его внимания и вовлечения его в интерактив. Пользователь, влияющий на контент, ощущает свою причастность, а значит, влияние, тем самым закрепляется его заинтересованность. Технология трансмедийного сторителлинга позволяет определить основные особенности проекта и зрителя, совмещение их зон интересов и участия, после чего коррелируется выбор основных платформ

размещения продукта и способов передачи информации через средства коммуникации и современные девайсы. Эта корреляция выявляет основную целевую аудиторию проекта как ключевой сегмент его популяризации, как тенденцию перехода от возможных пассивных зрителей к активным участникам проекта.

Таким образом, можно выделить основные особенности конвертирования мультипликационного проекта в цифровой формат трансмедиа:

1. Сюжеты современных мультфильмов или мультсериалов, как детских, так и взрослых, претерпели изменения, они становятся более интересными и необычными, позволяя своему зрителю отдохнуть от однотипных фильмов или сериалов. Задержав интерес пользователя и охватив больший спектр различных сегментов целевой аудитории на разных площадках, производитель имеет возможность популяризировать свой проект.

2. Для использования сюжетной линии и героев истории нет необходимости в создании новых персонажей, можно использовать уже «прорисованных» героев, добавляя лишь абстрактное окружение. Использовать героя, его ассет (характерную анимацию персонажа) можно не только в мультипликационном продукте, но и, например, в компьютерной игре или мультсериале, которые являются продуктами применения технологии трансмедиа к проекту.

3. Мультипликационные персонажи не привязаны к реальным требованиям их строения и поведения, можно менять их рост, размер конечностей и многое другое, а также манеры и поведенческие характеристики.

4. Каждый мультипликационный продукт имеет свой уникальный стиль — способ прорисовки, необычные и оригинальные герои и т. д. Это позволяет повысить популярность проекта. Применив технологию трансмедийного сторителлинга, можно сделать проект более узнаваемым и запоминающимся.

5. Для оцифровки в трансмедийность возрастает необходимость в привлечении большего числа узких специалистов в области не только мультипликации, но и маркетинга, SMM, программирования и т. д.

Все эти особенности в совокупности дадут старт для успешной интеграции любого проекта, в частности мультипликационного, в пользовательский массив, тем самым обеспечив более активную его популяризацию.

Библиографический список

1. Анимационное кино / Большая российская энциклопедия : [сайт]. — URL: https://bigenc.ru/theatre_and_cinema/text/4226108 (дата обращения: 20.02.2021).

2. Шамин, А. Отличия мультипликации от анимации / А. Шамин // ВидеоЗаяц : [сайт]. — URL: <https://videozayac.ru/blog/multiplikaciya-vs-animaciya-v-chem-raznica/> (дата обращения: 20.02.2021).

3. Transmedia storytelling: одна история для разных платформ // Cinemotion: [сайт]. — URL: http://www.cinemotionlab.com/stati/transmedia_storytelling:_odna_istoriya_dlya_raznih_platform/ (дата обращения: 21.02.2021).

4. Shannon Emmerson. Great examples of multiplatform storytelling // Echostories. Available from: <https://www.echostories.com/great-examples-multiplatform-storytelling/> (accessed: 21.02.2021).

Об авторе:

Федоненко Карина Сергеевна, магистрант кафедры «Медиапроизводство» Донского государственного технического университета (344003, РФ, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1), fedonenko.karina@yandex.ru

Author:

Fedonenko, Karina S., Master's degree student, Department of Media Production, Don State Technical University (1, Gagarin sq., Rostov-on-Don, 344003, RF), fedonenko.karina@yandex.ru