

Министерство образования
и науки Российской Федерации.

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Крымский федеральный университет
имени В. И. Вернадского».

Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий
и дизайна (структурное подразделение)

Кафедра графического искусства
и коммуникативного дизайна.

Габриелян Т. О.

**КОММУНИКАТИВНЫЙ
И МУЛЬТИМЕДИЙНЫЙ ДИЗАЙН**

АНИМАЦИОННОЕ ПРОИЗВЕДЕНИЕ

**учебно-методическое пособие
для обучающихся
по направлению подготовки
54.05.03 Графика**

Симферополь
2021

УДК 74+004.928

ББК 85.158.9

Рекомендовано Учебно-методическим советом Института медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна протокол № 3 от 22.09.2021 г. и Учёным советом Института медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна протокол № 6 от 28.10.2021 г. ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»

Габриелян Т. О.

Г 121 Коммуникативный и мультимедийный дизайн. Анимационное произведение : учебно-методическое пособие / Габриелян Т. О., — Симферополь : ИП Бровка А. А., 2021. — 188 с.

ISBN **978-5-6045014-8-1**

Учебно-методическое пособие предназначено для обучающихся по направлению подготовки 54.05.03 Графика при изучении дисциплины «Коммуникативный и мультимедийный дизайн».

В пособии представлена вся необходимая информация о теории и практике создания анимационных фильмов. Особое внимание уделено созданию целостного художественного произведения, путём написания литературного сценария, подготовки режиссёрского сценария, проработки персонажей, выполнения постановки и съёмки, монтажа, рендеринга и композитинга.

Учебно-методическое пособие содержит материал, необходимый для выполнения практических и самостоятельных работ обучающихся.

Рецензенты:

Акчурина-Муфтиева Н. М. — доктор искусствоведения, профессор кафедры декоративного искусства, ГБОУ ВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова».

Мазова Е. В. — кандидат искусствоведения, доцент кафедры графического искусства и коммуникативного дизайна, Институт медиакоммуникаций, медиатехнологий и дизайна, ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского».

© Габриелян Т. О.

© дизайн, Габриелян Т. О.

1 Коммуникативный дизайн
с. 5

2 Анимация
с. 19

3 Виды анимации
с. 43

4 Экранизация
с. 61

5 Средства выразительности
с. 91

6 Звук
с. 113

7 12 принципов анимации
студии Диснея
с. 121

8 Съёмки
с. 133

9 Монтаж
с. 143

10 Продвижение
с. 155

11 Этапы
с. 159

11.1 Идеирование
с. 161

11.2 Проектирование
с. 171

11.3 Конструирование
с. 177

12 Задания и кейсы
с. 183

13 Критерии оценивания
с. 184

14 Литература
с. 185



- *возникновение*
- *дизайн*
- *художественная деятельность*
- *проектная деятельность*
- *цель дизайна*
- *дизайн и дизайнер*
- *коммуникация*
- *информация*
- *медиа*
- *мультимедиа*
- *гипермедиа*
- *человек, бизнес, технологии*
- *графический дизайн*
- *моушн-дизайн*
- *user interface design*
- *функции дизайна*
- *Вопросы для самоконтроля*

Чтобы понять феномен коммуникативного дизайна, вначале нужно коротко обозначить три основные линии исторических трансформаций, приведших к его возникновению.

Во-первых — это технологические трансформации. Вначале была печатная книга, позже появились телеграф, фотография, телефон, радио, телевидение, аналоговые и цифровые компьютеры. Сегодня учёные активно занимаются проблемой создания универсального квантового компьютера, выполняющего вычисления во много раз быстрее цифровых. Скоро встанет вопрос взаимодействия художника и дизайнера с искусственным интеллектом.

Во-вторых — это коммуникационные или медийные трансформации. Медийный аспект непосредственно связан с технологическими трансформациями, т. к. появление новых коммуникационных технологий во все времена приводило к появлению новых средств коммуникации — медиа. Так было, когда появилась печатная книга, ставшая первым широко распространённым источником знаний. Так было и со средствами массовой информации, которые сделали информацию доступной большинству. Так происходит и сейчас: коммуникация (общение, взаимодействие) стала доступна огромному количеству людей, благодаря возникновению глобальной сети Интернет.

В-третьих — это трансформация подходов в сфере художественного проектирования, т. е. дизайна. На каждом этапе медийной трансформации возникала необходимость в специалисте, способном адаптировать контент под медиа. Во времена «гутенберговой» книги в качестве такого специалиста выступал типограф. С конца XIX века, когда промышленности потребовалось массовое информирование потребителей, таким специалистом стал графический дизайнер. С середины XX века контент стали передавать с помощью различных, не всегда взаимосвязанных, медиа. Позже цифровая среда объединила различные медиа в мультимедиа и гипермедиа.

Сегодня контент (содержание) передаётся в виде текста, графики, анимации, видео, звука и прочих выразительных средств. Важным качеством используемого контента должна быть интерактивность — активное взаимодействие с его адресатом. Таким образом, современный специалист — дизайнер — должен уметь работать как с самим контентом (информацией), так и с различными формами его воплощения. Таким образом, **коммуникативный дизайн** — это художественно-проектная деятельность по передаче контента одновременно с помощью различных медиа.

ДИЗАЙН

Дизайн (англ. *design*) — «проектировать», «чертить», «замысел», «план», «рисунок».

В западной теории понятие дизайна тесно связано с инженерным проектированием, схемами строения, способами функционирования и этапами изготовления чего-либо.

В отечественной теории понятие дизайна определяется как художественно-проектная деятельность, интегрирующая эстетическую и инженерную составляющие.

Таким образом, понятие «дизайн» можно рассматривать и как процесс по созданию определённых дизайн-произведений, и как результат (например, «дизайн автомобиля»).

ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

В наиболее общем виде **художественность** — это оригинальное воплощение в произведении определённого идейно-чувственного замысла. А процесс по воплощению этого замысла, в свою очередь, может быть назван художественной деятельностью.

Подобный вид деятельности предполагает применение вполне конкретных средств воплощения замысла:

- композиционных (контраст, ритм, баланс, масштаб и др.);
- изобразительных (например, графических техник);
- цветовых гармоний, и т. д.

ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Проект (от лат. *projectos* — «брошенный вперёд», «выступающий», «выдающийся вперёд») — промежуточное описание и представление произведения дизайна (дизайн-продукта), зафиксированное в соответствующем виде.

Проект необходим для последующей художественной и технологической реализации дизайн-продукта в законченном виде.

Проектирование — процесс разработки проекта и его фиксации в какой-либо внешне выраженной форме.

Процесс проектирования — это последовательность этапов, которые выполняют дизайнеры при разработке дизайн-продукта.

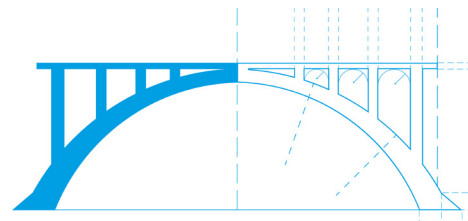
ЦЕЛЬ ДИЗАЙНА

цель дизайна

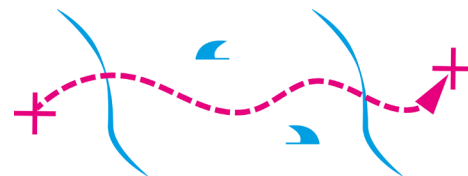
Проектно-художественная деятельность предполагает создание дизайн-произведений, решающих определённые проблемные ситуации, связанные с жизнедеятельностью человека. Дизайн является творческой деятельностью, поэтому предполагает работу с проблемными ситуациями, требующими нестандартных подходов и решений.

Часто говорят, что *дизайнеру заказывают не мост, а переправу*. Обычно проекты мостов разрабатываются на основе ранее созданных прототипов. Поэтому требуют работы архитектора и инженера. А в ситуациях, когда задача не решается стандартным подходом и возникает проблема — требуется работа дизайнера.

Мост: метафора задачи. Может быть решена инженером и архитектором.



Переправа: метафора проблемы. Требует творческого и инновационного подхода.



Сегодня дизайн — это комплексная междисциплинарная проектно-художественная деятельность, интегрирующая естественнонаучные, технические, гуманитарные знания, инженерное и художественное мышление.



Отметим некоторые особенности деятельности дизайнера, позволяющие ещё конкретнее определить отношение дизайнера к своей профессии:

- если хочешь быть *хорошо оплачиваемым дизайнером* — ориентируйся на заказчика;
- если хочешь *получать награды за созданный дизайн* — ориентируйся на себя;
- если хочешь стать *великим дизайнером* — ориентируйся на целевую аудиторию, создавай дизайн для людей.

ИНФОРМАЦИЯ

Прежде всего обратимся к понятию «информация» (от лат. *informatio* — «разъяснение», «представление»).

Информация — это сведения, обозначающие нечто, что может быть передано от одного человека другому или с одного устройства на другое. В зависимости от способа передачи информация обретает форму, т. е. определённым образом кодируется.

Например, одну и ту же информацию можно передать устным, письменным, изобразительным или другим способом. При этом ни одна из форм не способна в полной мере представить передаваемые сведения.

КОММУНИКАЦИЯ

Процесс обмена информацией называется **коммуникацией** (от лат. *communico* — «делать общим», «связывать»).

В самом общем смысле коммуникация означает способ связи между какими-либо объектами, независимо от их природы.

Теория коммуникации рассматривает социальные коммуникации, т. е. специфические формы взаимодействия людей по передаче информации от человека к человеку, которые осуществляются при помощи языка и других знаковых систем.

МЕДИА

Медиа (лат. *media*) — многозначный термин, за которым стоит чрезвычайно сложная и разнообразная совокупность структур, видов деятельности.

Медиа может трактоваться как средство коммуникации (книга, газета, журнал), способы коммуникации (например, текстово-изобразительный) и медиaprостранство в общем.

МУЛЬТИМЕДИА

Мультимедиа (от лат. *multum* — «много», «многие» и англ. *media* — «средство», «способ», «среда») — дословно обозначает «многие среды».

Это коммуникационная технология, позволяющая объединить различные формы (текст, изображение, звук, видео, анимацию) представления информации в единое целое.

ГИПЕРССЫЛКА

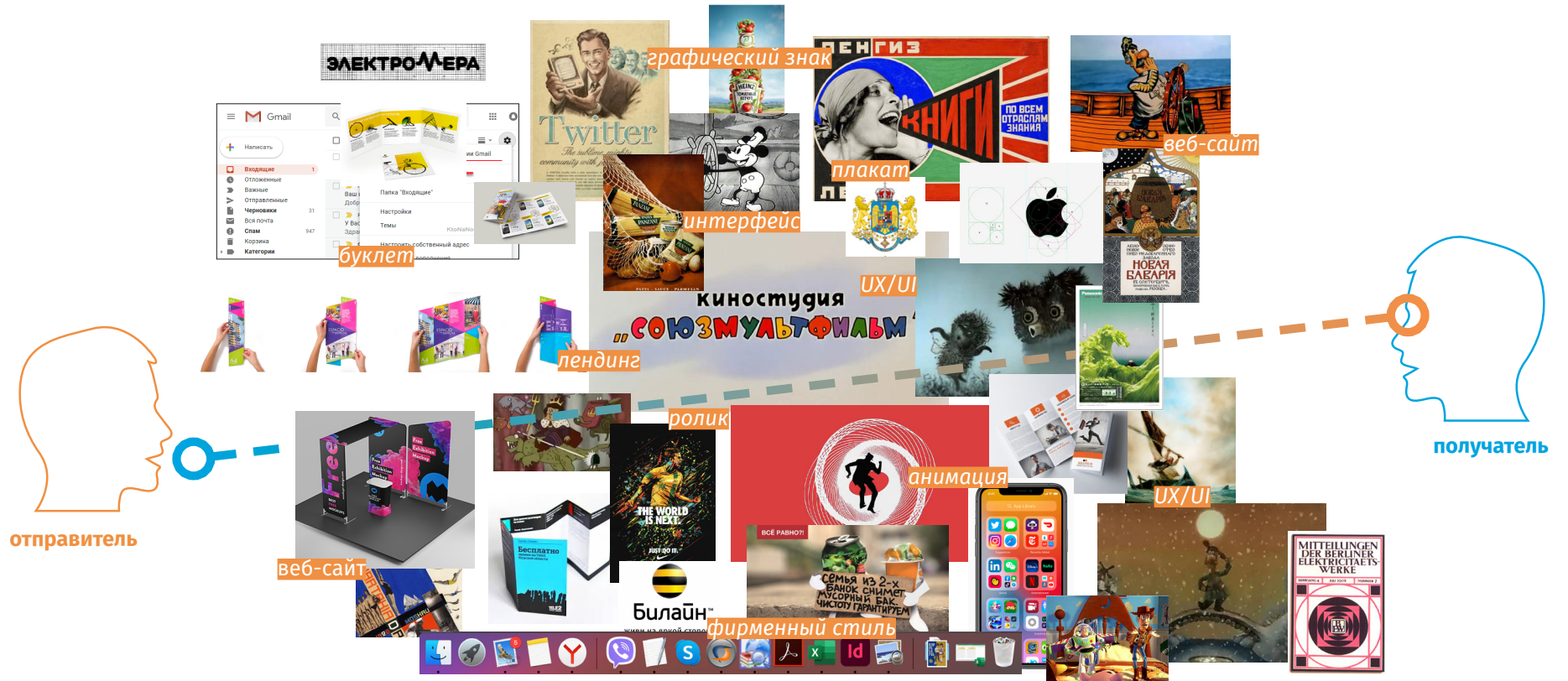
В компьютерной сети разнообразные материалы могут располагаться на различных компьютерах. Для обращения к ним используются **гиперссылки** (англ. *hyperlink*) — часть гипертекстового документа, ссылающаяся на другой текст, изображение, аудио, видео, программу и прочее.

ГИПЕРМЕДИА

Гипермедиа являются расширением понятия мультимедиа, позволяющие компоновать целое из материалов, связанных гиперссылками.

Мультимедийный дизайн-продукт предполагает хранение всех материалов в одном месте, например, в одном файле.

В свою очередь, контент гипермедийного дизайн-продукта собирается из компонентов, расположенных на различных устройствах в компьютерной сети. Например, текстовый контент новостного веб-сайта может располагаться на том же сервере, где и сам веб-сайт, но видеоматериал расположен на другом сервере (например, YouTube).



Дизайнер в течение всего срока работы над проектом должен «смотреть» на дизайн-продукт глазами всех участников коммуникативного процесса: потребителя, заказчика, а также собственными.

Любой коммуникативный дизайн-продукт разрабатывается *для решения различных проблем общества и удовлетворения его потребностей*. Это первая и самая главная составляющая хорошего дизайн-продукта.

Второй составляющей дизайн-продукта должна быть его *жизнеспособность*, т. е. возможность его воплощения в реальной жизни. Кроме того, дизайн-продукт должен *приносить те или иные выгоды бизнесу*.

Третьей составляющей является *технологическая реализуемость* дизайн-продукта. Идеи, предложенные дизайнером, отвечающие требованиям потребителя и заказчика, должны быть потенциально осуществимы. Иначе они останутся только на уровне идей и никогда не будут представлены в виде законченных дееспособных проектов.

Таким образом, дизайн, ориентированный на человека, должен попасть в область пересечения трёх пространств, определяющих качественный дизайн-продукт:

- *привлекательный* для людей;
- *выгодный* для бизнеса;
- *осуществимый* в контексте технологий.



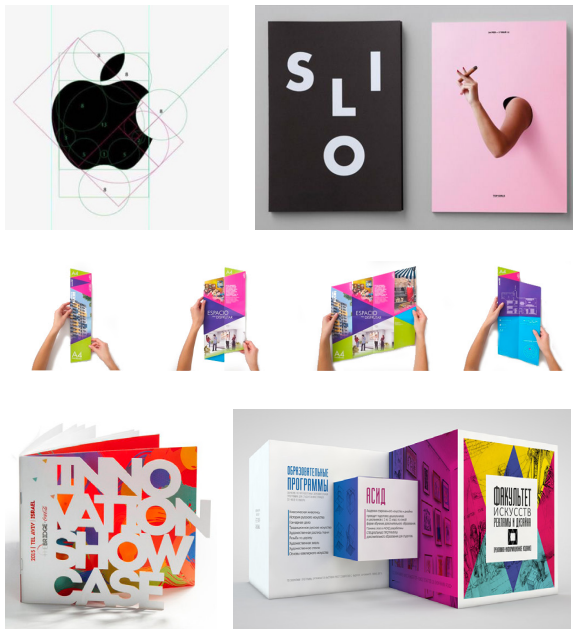
Дизайнер создаёт дизайн во благо потребителя (человека), одновременно учитывая технологическую реализуемость дизайн-продукта и бизнес интересы заказчика.

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН

графический дизайн

Графический дизайн (англ. *graphic design*) — художественно-проектная деятельность, основным средством которой служит графика.

Представляет собой результат постепенного слияния двух направлений в художественной культуре — популярного коммерческого искусства (плаката, рекламы, газетных и журнальных иллюстраций) конца XIX – первой половины XX века и изобразительного искусства первых трёх десятилетий XX века.

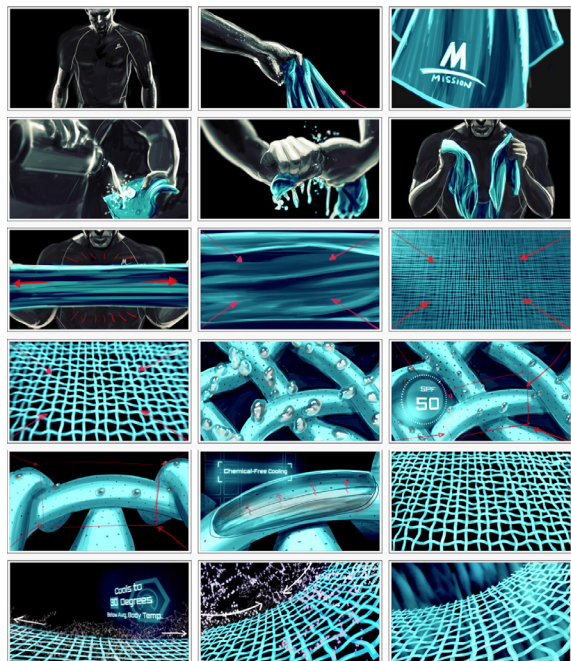


Различные виды дизайн-продуктов, разработкой которых занимаются графические дизайнеры.

МОУШН-ДИЗАЙН

Моушн-дизайн (англ. *motion design*), *анимационный дизайн* (англ. *animation design*), *моушн-графика* (англ. *motion graphics*), *анимационная графика* (англ. *animation graphics*) — художественно-проектная деятельность, направленная на создание дизайн-решений по визуальной оформлению телевизионного эфира, заставок телепередач, титров в кино, рекламных роликов, световых проекций.

Часто сложно отделить моушн-дизайн от традиционного направления создания анимационных фильмов (мультфильмов). Но в целом все эти направления можно отнести к волшебному миру анимации.



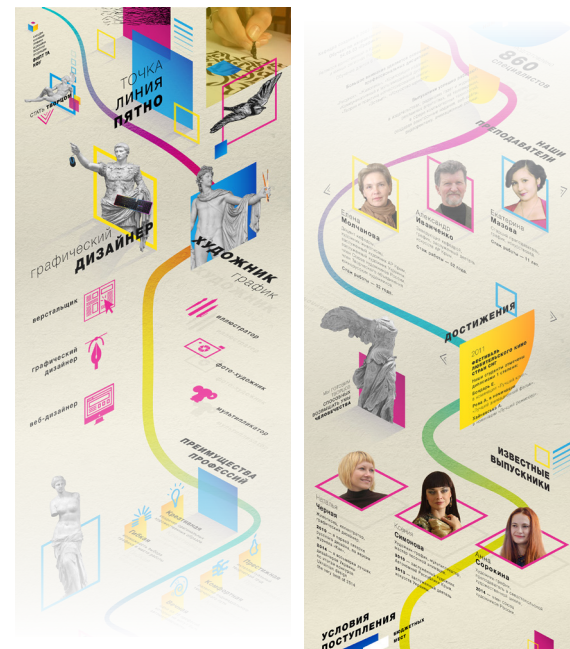
Моушн-дизайн. Раскадровка рекламного анимационного ролика бренда спортивной одежды.

USER INTERFACE DESIGN

Дизайн пользовательских интерфейсов (англ. *user interface design*) — это художественно-проектная деятельность, направленная на разработку средств взаимодействия человека с компьютером, бытовой техникой, мобильными устройствами и пр.

Пользовательский интерфейс является интерактивным посредником между человеком и информацией.

Наиболее популярными пользовательскими интерфейсами являются веб-сайты, десктоп-приложения, мобильные приложения, веб-приложения.



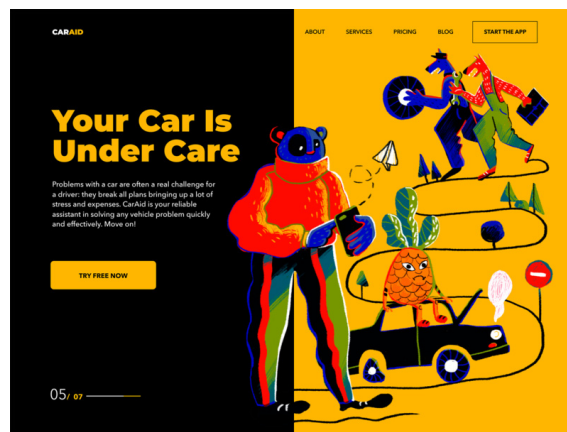
Пользовательский интерфейс. Лендинг-страница кафедры книжной графики и дизайна печатной продукции КФУ им. В. И. Вернадского.

Информационная. Передаёт информацию, даёт ответы на вопросы, интересующие потребителя.



Стартовая информационная страница веб-сайта.

Эмоциональная. Вызывает эстетическое переживание в результате восприятия художественного образа.



Лендинг-страница веб-сайта.

Различительная. Помогает отличить одну компанию и даже целую отрасль от другой.



Билборды с рекламой и логотипы брендов различных мобильных операторов.

1. Что такое дизайн?
2. Какие средства воплощения художественного замысла использует дизайнер в своей практике?
3. В чём суть проектной деятельности?
4. В чём заключается основная цель дизайна?
5. Назовите три ипостаси дизайнера.
6. Обозначьте взаимосвязь между информацией, коммуникацией и медиа.
7. В чём разница между мультимедиа и гипермедиа?
8. Какие три фактора в своей практической деятельности должен учитывать дизайнер?
9. Дайте определение понятию «графический дизайн».
10. В чём отличие моушн-дизайна от графического?
11. В чём суть дизайна пользовательских интерфейсов?
12. Опишите основные функции дизайна.
13. Что такое коммуникативный дизайн?
14. Какие исторические трансформации привели к возникновению коммуникативного дизайна?



- *Персистенция*
- *Образ*
- *Художественный образ*
- *Анимационный образ*
- *Знаковость (семиотичность)*
- *История анимации*
- *Язык фильма*
- *Композиция фильма*
- *Составляющие фильма*
- *Команда*
- *Авторский фильм*
- *Вопросы для самоконтроля*

ПЕРСИСТЕНЦИЯ

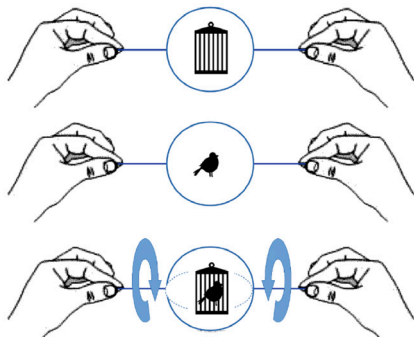
Анимация от лат. *animare* (*anima* — душа) — оживить, имитация движения или изменения формы статических объектов, с помощью различных материалов и технических средств.

Анимацией называют также вид искусства, произведения которого создаются путём покадровой съёмки отдельных рисунков или сцен.

Помимо термина «анимация» широко употребляется также и термин «мультипликация» (лат. *multiplicatio* — умножение, размножение).

Волшебство анимации, основано на способности человеческого глаза кратковременно сохранять на сетчатке изображение, наблюдаемого объекта после его исчезновения из поля зрения.

Последовательный просмотр набора неподвижных изображений создаёт иллюзию движения.



ОБРАЗ

Логическое восприятие — это способность человека воспринимать объекты и явления действительности с разных сторон, выделяя их свойства и составные части.

Образное восприятие — способность чувственно воспринимать окружающую действительность.

Согласованность логического и образного в анимационном фильме позволяет получить гармоничную композицию как отдельных элементов, так и фильма в целом. В результате рождается художественный образ.

ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ОБРАЗ

Возникает в сознании автора на стыке содержания произведения, материала и техники, презентующих замысел.

Задача автора — создать такой художественный образ, который при восприятии зрителем, вызовет у него душевные переживания.

Для этого автор должен чувствовать своего зрителя, понимать его душевные переживания и обладать навыками интерпретации этих переживаний в виде произведения.

АНИМАЦИОННЫЙ ОБРАЗ

Создание художественного анимационного образа состоит из оживления и одушевления объектов повествования.

Вначале автор создаёт движение — оживляет статичные объекты. Далее одушевляет объекты, наделяя их признаками сознания и души.

Анимационный образ — это система гармонично синтезированных условностей:

- драматический конфликт;
- изобразительно-композиционная условность;
- звук — музыка, эффекты, шумы, речь;
- монтаж.

ЗНАКОВОСТЬ (СЕМИОТИЧНОСТЬ)

Наделение изобразительных объектов смыслом делает их значимыми для зрителя.

В семиотике, науке о знаках и знаковых системах, выделяют три основных вида знаков:

- индекс;
- копия;
- символ.

Анимационный фильм является сложной знаковой системой, в которой отдельные компоненты могут создавать соответствующие знаковые образы.

Образу-индексу свойственна условность, обобщенность, абстрактность. Эти образы имеют условную связь с конкретными реальными объектами. Например, атрибуция королевской власти в анимационном фильме «В синем море, белой пене».



Образ-копия, имеет сходную с реальностью внешнюю форму. Например, изображение Белоснежки в диснеевском анимационном фильме.



Образ-символ. Хотя слово символ произошло от греческого *symbolon* — опознавательная примета, в контексте художественного образа — это более сложное явление. Здесь образ-индекс или образ-копия превращается в многозначный образ-символ. Например, в анимационном фильме А. Петрова «Старик и море», создаётся образ-символ старика и цели, которую он перед собой поставил.



Предыстория. Во все времена, художники в своих произведениях пытались передать движение: танцующих людей, бегущих животных и пр.



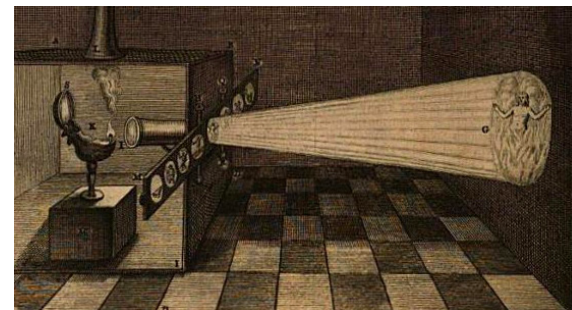
Бегуны. Панафинейская чернофигурная амфора. Аттика. Ок. V в. до. н. э.

Древний Рим 70-е годы до н.э. В трактате «О природе вещей», философ и поэт Лукреций, описал приспособление для высвечивания на плоскости движущихся рисунков.

Китай V-X вв. Период зарождения китайского театра теней — визуальное искусство близкое к будущему анимационному фильму.

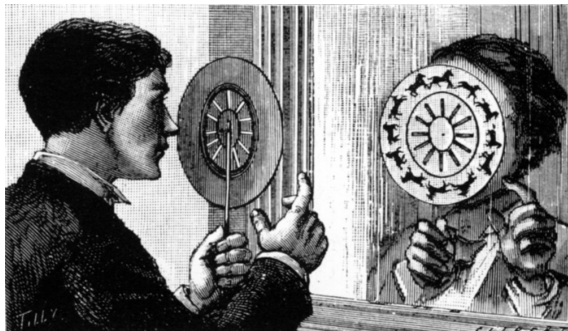
Европа XV в. Издаются книги с изображениями различных фаз движения человеческой фигуры.

Европа. «Волшебный фонарь». 1646 г. Монахом А. Кирхером описано устройство, способное высвечивать изображение, нарисованное на прозрачном стекле. Проекция осуществлялась как на плоские поверхности, так и на клубы дыма. При такой проекции возникала иллюзия движения.



Прототип Кирхера, 1671 г.

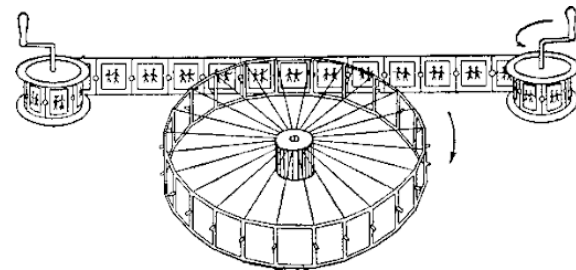
Фенакистископ (1832 г.). Жозеф Плато изобрёл устройство, конструкция которого основана на принципе персистенции. Устройство состояло из двух соединённых между собой дисков. Зритель должен был вращать их. При наблюдении изображений на одном диске через отверстия в другом — возникала иллюзия движения картинок.



Стробоскоп и зоотроп (1832 г.). Картонный барабан с вертикальными прорезями и серией рисунков на внутренней стороне. Барабан насаживается на ось. В результате вращения, возникает эффект движущихся изображений.



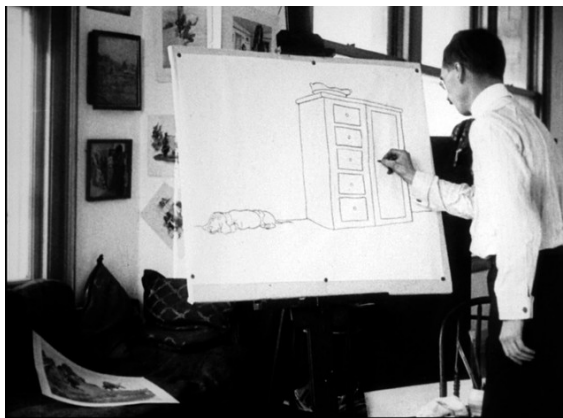
Праксиноскоп (1877 г.). Эмиль Рейно, заимствовал вращательный барабан зоотропа, усовершенствовал зеркальную систему фенакистископа, заменил циклическую ленту с изображениями в барабане, на длинные ленты. Это позволило создать более сложные, сюжетные анимированные повествования: короткие пьесы, буффонады, и пантомимы.



«One turn, one picture» (1900 г.). «Один поворот, одна картинка» (Стюарт Блэктон) — когда один поворот ручки киносъёмочного аппарата фиксировал на пленке один кадр изображения («The Haunted Hotel», 1907 г.; «Little Nemo», 1911 г.).



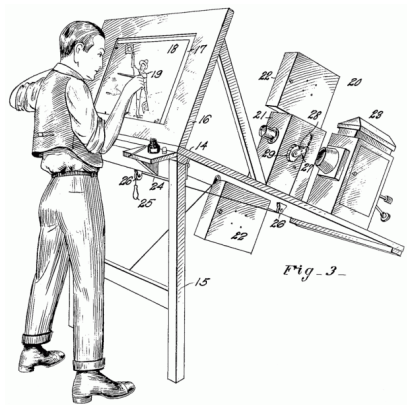
Упрощенная анимационная технология (1913 г.). Джон Рэндольф Брэй впервые на статичный, неизменный рисунок наложил клише с меняющимися, подвижными объектами («The Artist's Dream», 1913 г.).



Целлулоидная пленка (1913-1914 гг.). Э. Херд и Дж. Р. Брей разработали принцип рисования на прозрачных целлулоидных пленках. В следующем году, Р. Барр усовершенствовал систему точного позиционирования рисунков перед камерой при помощи шпилек.



Ротоскоп (1915 гг.). Братья Флейшер запатентовали ротоскоп — устройство, позволяющее аниматорам раскладывать на фазы движения реальных людей из фильма, для получения более правдоподобных движений анимационных персонажей.



«El Apostol» (1917 гг.). Премьера первого полнометражного художественного анимационного фильма.



Старевич (1910-е гг.). Владислав Александрович Старевич, работая в киноателье А. А. Ханжонкова, в 1910-х годах разработал особую художественную технику и прием для постановки и съемки объемно кукольной мультипликации («Прекрасная Люканида, или война рогачей с усачами», 1912 г.; «Стрекоза и муравей», 1913 г.).



Модернизм (1920-е гг.). Ганс Рихтер создаёт абстрактные анимационные этюды «Ритм 21», «Ритм 22» и «Ритм 23».

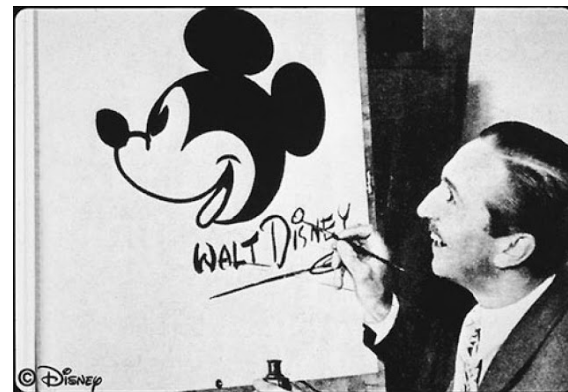
Ман Рэй демонстрирует фильм «Возвращение к разуму» («Retour a Raison»), созданный в техника рэйограмов. Техника предполагала подсвечивание киноплёнки, с разложенными на нее предметами. Некоторые фрагменты фильма были сделаны без использования камеры.

Абстракционистский анимационный фильм Вальтера Рутмана «Игра света. Опус 1» («Lichtspiel/Opus 1»).



Кадры из фильма Ман Рэя «Возвращение к разуму», в технике рэйограмм.

Мышонок Микки (1928 г.). Рождение Микки Мауса, самого знаменитого рисованного персонажа в истории анимационного кино.



Анимационный конвейер (конец 1920-х гг.).

Уолт Дисней разработал технологию производства рисованных мультфильмов, которая так и называется — диснеевская, или классическая.

Технология предполагает создание анимационного фильма большим съёмочным коллективом с четким разделением труда. Работа над фильмом строится как производственный процесс.

Появились профессии: художник-постановщик, художник-аниматор, художник-фазовщик, художник-прорисовщик-контуровщик, художник-заливщик.

Цветы и деревья (1932 г.). Премьера первого цветного анимационного фильма «Цветы и деревья» («Flowers and Trees»), созданного на студии У. Диснея.



Новый Гулливер (1935 г.). Советская комедия режиссёра Александра Птушко — первый в мировой кинематографии полнометражный фильм, созданный средствами объёмной кукольной мультипликации.



Союзмультфильм (1936 г.). В Москве, по решению правительства, была создана специальная студия рисованных фильмов «Союзмультфильм».

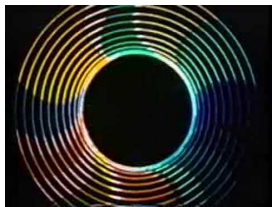
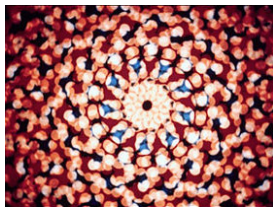


Первый полнометражный анимационный фильм (1937 г.). На экраны выходит первый цветной полнометражный анимационный фильм — «Белоснежка и семь гномов» от студии Дисней.



Аналоговая компьютерная анимация (1943–1944 гг.). Джеймс и Джон Уитни сняли абстрактные музыкально-художественные анимационные этюды («Film Exercises» — от 1 до 5).

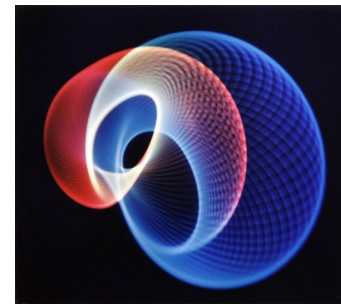
На различных модификациях технических устройств и средствами первых компьютеров были сняты фильмы: «Сельдерей шагает в полночь» («Celery Stalks at Midnigh», 1951), «Catalogue Pemutation» (1970), «Matrix» (1971).



Братья Уитни на съёмках очередной компьютерной анимации

Аналоговая компьютерная анимация (1950, 1952 гг.). В Массачусетском Технологическом институте Оскар Фишингер изобрел лумиграф — прибор для получения световых спецэффектов.

Бен П. Лаповский использует аналоговый калькулятор и катодный осциллограф для создания своих «Электронных абстракций».



**Анимационные заставки к фильмам
(1950-е гг.). Сол Бас создаёт заставки к фильмам:**

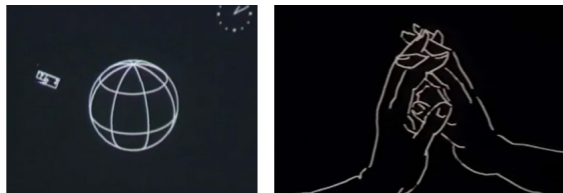
- «80 дней вокруг света», 1957 г. — реж. Майкл Андерсон;
- «Головокружение», 1958 г. — реж. Альфред Хичкок;
- «Анатомия убийства», 1959 г. — реж. Отто Преминджер.



Кадр из заставки к фильму
А. Хичкока «Головокружение»

**Цифровая компьютерная анимация
(1963, 1971 гг.).** В американской компании «Bell Telephone Laboratories» создаётся первый компьютерный анимационный фильм (автор Э. Заяц).

Петером Фёльдешом создаётся первый художественный анимационный фильм с использованием компьютерной графики.



**Цифровая компьютерная анимация
(1968 г.).** В МГУ им. М. В. Ломоносова, студенты с преподавателями сняли полутораминутный фильм «Кошечка», где в начале надпись гласила: «Изображения нарисованы машиной БЭСМ-4».

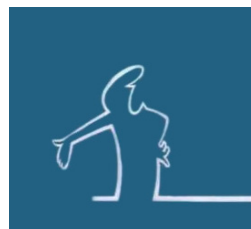
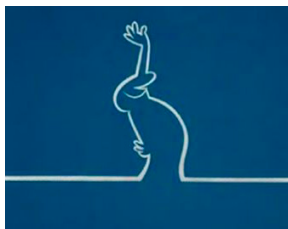


Мультсериал «Линия» (1972–1979 гг.) Итальянский анимационный сериал, созданный Освальдо Кавандоли. Сериал состоит из 90 эпизодов, каждый примерно 2–3 мин. длиной.

Это история человека изображённого одной линией по его силуэту. «Мистер Линия» разгуливает по бесконечной линии, частью которой является.

Персонаж встречается препятствия и часто обращается к мультипликатору, чтобы тот дорисовал ему что-нибудь для преодоления препятствия.

Первые 8 эпизодов были созданы для рекламы продуктов кухонной утвари фирмы «Лагостина».



Рекламная анимация (с 1975 г.). В последней четверти XX в., начинается активное применение компьютерной графики на американском телевидении для производства логотипов, заставок, рекламы и т.п.



ILM (1976 г.). Джордж Лукас основывает ILM (Industrial Light and Magic), задача которой создание спецэффектов для кинематографа с помощью компьютерной графики.



Go-motion (1980 г.). В фильме «Звёздные войны. Эпизод V: Империя наносит ответный удар», впервые используется технология «go-motion».

В отличие от «stop-motion», где в каждом отдельном кадре изображение имеет чёткие контуры, в «go-motion» используются различные ухищрения, чтобы контуры объекта были размытыми.

Эта технология позволила создать более натуралистичное движение анимационных объектов, имитирующих реально существующие объекты.

«Кто подставил кролика Роджера» 1988 г.

Фильм Роберта Земекиса, в котором блестяще соединяются игровая и техника рисованной анимации.



«История игрушек» (1996 г.). Студии «Пиксар» и «Дисней» выпускают первый полнометражный фильм, созданный целиком из синтетических изображений трёхмерной графики.



«Звёздные войны: Эпизод 1. Скрытая угроза» (1999 г.). Джордж Лукас снимает первый эпизод саги Звёздные войны, которая на 90-95% состоит из анимации и спецэффектов, созданных с помощью компьютерной графики.



Время

Художественное время анимационного фильма рождается в момент создания фильма автором и его просмотра зрителем.

Структура времени:

- *эмпирическое время* (от слова — опыт) время реальности;
- *сюжетное время* — организация фабулы (содержания литературного произведения) во времени;
- *зрительское время* — субъективное восприятие зрителем длительности анимационного произведения.

Пространство

Пространство анимационного фильма виртуально и иллюзорно. Может быть двухмерным и трехмерным. Оно обладает условным масштабом: зритель оказывается то великаном, то лилипутом, то в микромире, то в макромире.

Виды

- *экранное* — пространство рамки экрана;
- *глубинное* — пространство плоскостно-глубинного отношения между объектами сцены;
- *личное* — внутренне-смысловое пространство героя, позиция автора и зрителя.

Время и пространство

Природа анимации заключена в синтезе изобразительных, литературных и звуковых средств, в ее основе лежит изобразительность, имеющая новые измерения — временную и пространственную протяженность, воплощенную в разных формах движения.



Риторические тропы

Язык художественного произведения должен быть выразителен. В анимационном фильме, особое внимание должно уделяться ярким (красноречивым) формам представления повествования. Для этого применяются различные риторические тропы:

- *метафора*;
- *метонимия*;
- *сравнение*;
- *эпитет*;
- *литота*;
- *гипербола* и др.

Метафора (греч. *metaphora* — перенос, перемещение) — сравнение предмета или явления с каким-либо другим на основании их общего признака.



Змея как изобразительная метафора злых идей и мыслей в сознании героя. Анимационный фильм «Хранитель луны», 2014 г.

Метонимия (др.-греч. *μετωνυμία* «переименование») — предполагает замещение свойств одного объекта или явления действительности другим объектом или явлением действительности.



Стрелки часов как изобразительная метонимия усов Когсворта из мультфильма «Красавица и чудовище», 1991 г.

КОМПОЗИЦИЯ ФИЛЬМА

Композиция (от лат. compositio) — составление, сочинение. Построение произведения, в котором взаимосвязаны и сочетаются отдельные части художественного произведения. Внешние особенности композиции, в большей или меньшей степени, должны передавать основную идею художественного произведения.

Произведения разных видов искусств — подчиняются одним и тем же принципам композиции. Композитор — создаёт звуковую композицию, а живописец — на плоскости создаёт композицию игры света и тени.

Композиция анимационного фильма, предполагает организацию взаимосвязи каждого эпизода, сцены, кадра, — тем самым формируя непрерывность восприятия повествования зрителем.

Также композиция анимационного фильма характеризуется изобразительно-стилистической конструкцией каждого отдельного кадра. Она должна быть гармоничной визуально-повествовательной системой, которая взаимосвязана с движениями объектов и персонажей в сценах.

СОСТАВЛЯЮЩИЕ ФИЛЬМА

Кадр. Нарисованные или сфотографированные изображения последовательных фаз движения объектов или их частей называются кадрами.

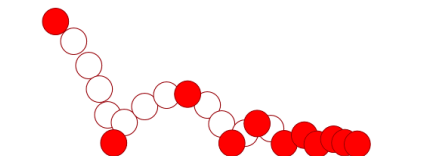
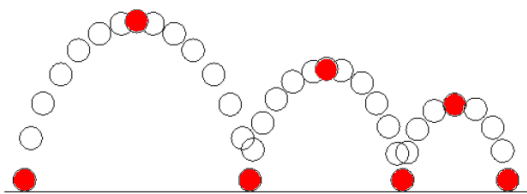
При просмотре последовательности кадров с определенной скоростью возникает иллюзия оживления изображенных на них статичных объектов.

Это замкнуто-открытая система. Она замкнута рамкой, но она открыта в сопоставлении с другими кадрами.

В кадре не должно быть ничего случайного. Профессиональный кадр содержит генетический код всего анимационного произведения.

Ключевой кадр (фаза). В основе любой анимации лежит фиксация фаз движения объектов — определение в каждый момент времени их положения, формы, размеров и иных свойств, например, цвета.

Создавая ключевые кадры, стоит включить в композицию все элементы сцены (хотя бы схематично): фон, реквизит, текст, — которые должны присутствовать в итоговой анимации. Часто бывает так, что выполненная съёмка движения персонажа — не подходит, т.к. персонаж по ходу движения наткнулся на стол.



Ключевые кадры прыгающего мяча

Частота смены кадров. Для создания эффекта плавного изменения формы и положения объектов, частота смены кадров должна соотноситься с особенностями зрения человека.

Она должна быть не менее 12–16 кадров в секунду, но рекомендуется использовать 24–30 кадров.

Для создания пятиминутной анимации, с частотой 24 кадра в секунду — потребуется 7200 кадров (изображений).

Движение. Смена состояния материи во времени и пространстве называется движением.

В анимационном фильме постоянно должно что-то происходить: капать дождь, лететь облака, дуть ветер, литься слёзы.

Всегда сначала привлекает внимание само движение, а потом уже то, что движется.

Сознание зрителя, изначально готово к восприятию движущихся изображений. Соответственно в анимации оно отрицательно реагирует на статичное, замкнутое расположение объектов.



*Движение в рисованной
и трёхмерной анимации*

Тайминг и спейсинг. Фиксация продолжительности движения объекта или персонажа между двумя фазовыми состояниями в анимации называется таймингом.

Благодаря спейсингу анимационное движение приобретает смысл. Спейсинг — характер движения между двумя фазами.

Например, тайминг двух условных объектов может быть одинаковым. Но один из них может ускоряться в начале и замедляться в конце (брошенный бейсбольный мяч), а второй может медленно начинать своё движение, а потом резко останавливаться (ракета земля-воздух-земля).

Традиционная технология производства рисованных анимационных фильмов предполагает слаженную работу группы специалистов:

- **сценарист** — создает (придумывает) словесный образ-сценарий будущего анимационного фильма;
- **режиссер** — несёт полную ответственность за итоговое анимационное произведение. Готовит режиссёрский сценарий и по нему организует процесс съёмки, контролируя деятельность всех членов команды;
- **художник-постановщик** — определяет место действия анимационного филь-

ма, представляет как будут выглядеть персонажи, как они будут размещаться и двигаться в каждой сцене, определяет композицию кадров, расписывает тайминг;

- **художник-аниматор** — придумывает, как выразительнее и точнее представить на экране поведение персонажей: походку, жесты, мимику. Готовит (рисует) ключевые положения каждого движения персонажей, рассчитывает время перемещений и характер перемещения (спейсинг);
- **художник-фазовщик** — получает от художника-аниматора картинку ключевых

положений персонажа готовит (рисует) все промежуточные фазы;

- **художник-прорисовщик-контуровщик** — в каждом кадре обводит все детали, делает он это очень аккуратно, так, чтобы у одного и того же персонажа линии рисунка выглядели одинаково;
- **художник-заливщик** — закрашивает персонажей, обведенных контуром, разными красками;
- **оператор** — снимает анимационный фильм используя соответствующее аппаратное и программное обеспечение;
- **композитор** — сочиняет и пишет музыку к фильму;

- **звукорежиссер** — записывает все звуки (музыку, речь персонажей, шумы);
- **монтажёр** — в начале работы над фильмом — расшифровывает для аниматоров по секундам фонограмму. Готовит покадровые записи всех реплик персонажей. После съёмок сцен и их озвучки, монтажер собирает (монтирует) анимационный фильм.

АВТОРСКИЙ ФИЛЬМ

Анимационный фильм может снять и один человек. Но в этом случае, ему придётся работать за всех членов команды. Такой подход называется авторским. Его главная особенность в более точном проявлении авторского стиля, не только на уровне режиссерского видения и реализации замысла, но также и на изобразительно-стилистическом.

Авторский фильм также может сниматься небольшой командой единомышленников, между которыми, не всегда есть чёткое распределение ролей.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ

1. Что такое анимация?
2. В чём заключается особенность персистенции?
3. Особенности формирования анимационного художественного образа.
4. Перечислите три основных вида семиотических знаков и характеризуйте их.
5. Что такое «Волшебный фонарь»?
6. Принцип работы фенакистископа.
7. Какую роль сыграла целлулоидная плёнка в рисованной анимации?
8. Для каких целей применялся ротоскоп?

9. Кто такой В. А. Старевич, и каков его вклад в искусство анимации?
10. Какой необычный подход применял М. Рэй при съёмке своих фильмов?
11. В чём заключается суть анимационного конвейера?
12. Перечислите несколько анимационных фильмов, созданных на студии «Союзмультфильм».
13. Первые эксперименты с аналоговой компьютерной графикой.
14. Приведите пример использования анимации в рекламе.
15. Что такое «Go-motion»?
16. Как соотносится пространство и время в анимации?
17. В чём заключается различие между метафорой и метонимией?
18. Что определяет композицию анимационного фильма?
19. Что такое ключевой кадр?
20. Чем отличается тайминг от спейсинга?
21. Из каких специалистов обычно состоит команда создающая рисованный анимационный фильм?
22. Авторский анимационный фильм.



ВИДЫ АНИМАЦИИ



3

- *По типу*
- *По технологии*
- *По технике*
- *Жанры*
- *Вопросы для самоконтроля*

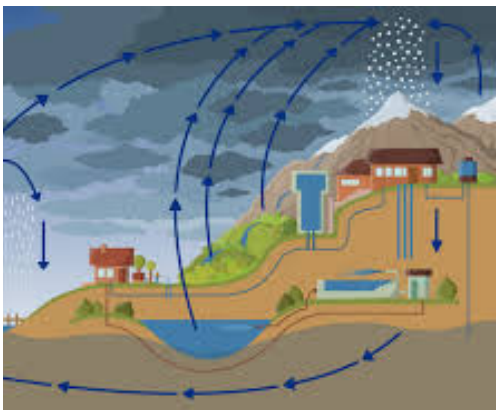
по типу воспроизводящей среды:

- в кинотеатре;
- на экране телевизора (видео);
- в интернет-браузере (html5, flash, WebGL) на экране (настольного компьютера или мобильного устройства).



по типу предназначения:

- развлекательная;
- образовательно-информационная.

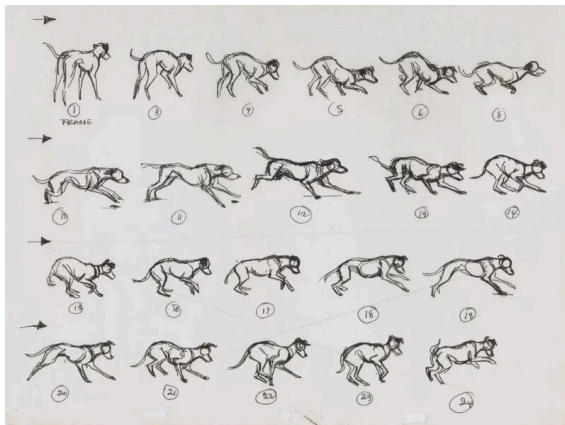


по целевой аудитории:

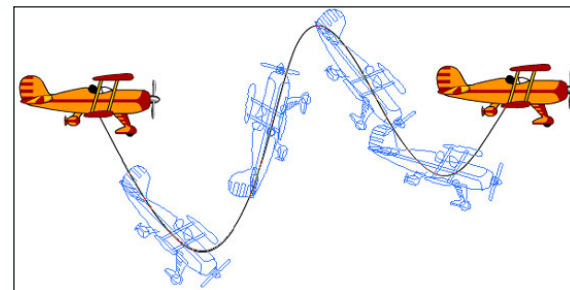
- для взрослых;
- для детей;
- для подростков;
- семейные.



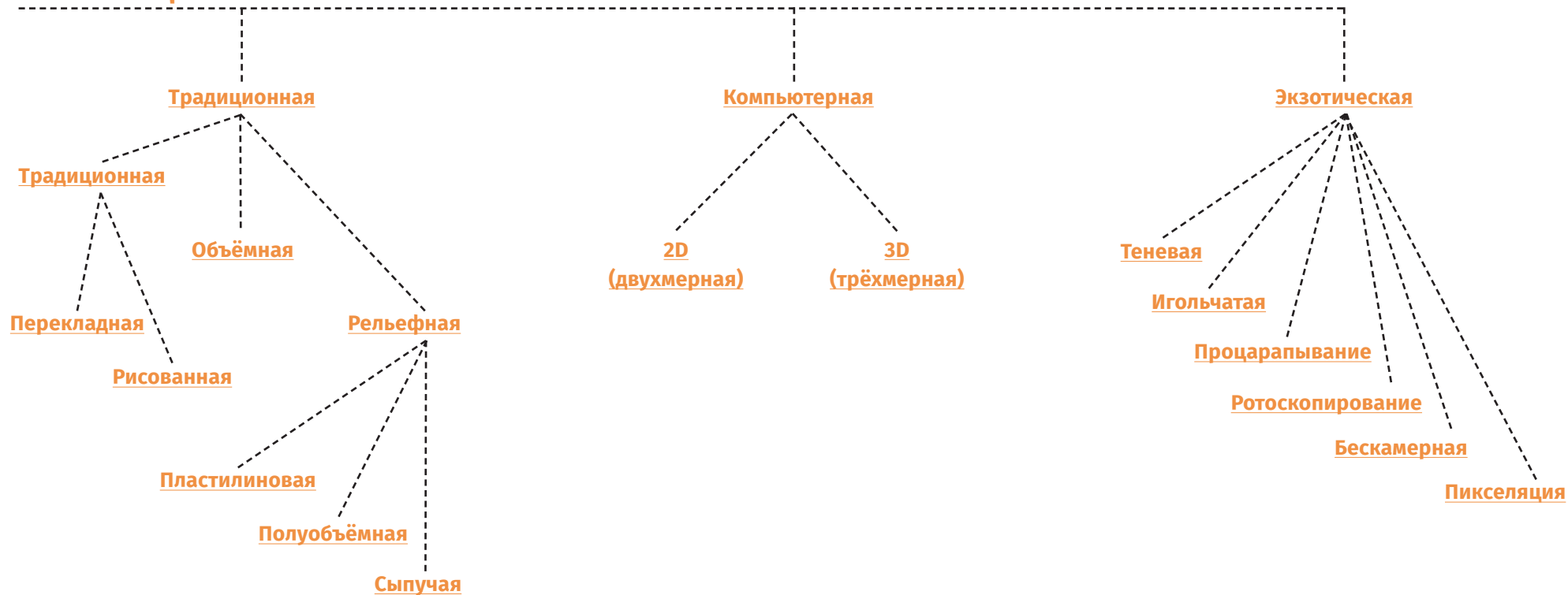
- **традиционная покадровая.** Покадровая анимация (мультипликация) состоит в прорисовке всех фаз движения. Все кадры при этом являются ключевыми.
- **автоматическая покадровая анимация.** В компьютерной анимации рисуются лишь некоторые опорные кадры (их называют ключевыми), а промежуточные генерируются автоматически компьютером.



Пример традиционной покадровой анимации



Пример расчёта компьютером движения объекта по траектории. Автоматическая покадровая анимация.



традиционная > плоскостная

В основе плоскостной анимации – покадровая съёмка рисунков или плоских марионеток, лежащих на горизонтальной плоскости.

рисованная:

- диснеевская;
- фотографика;
- масляная живопись на стекле.

перекладка:

- обычная
- марионеточная.

традиционная > плоскостная > рисованная

Техника рисованной анимации предполагает покадровую съёмку рисованных объектов и зависит от:

- материала из которого сделана основа изображения (целлулоид, ткань, стекло, бумага, дерево и т.д.);
- выбора живописной техники (масло, акварель, гуашь, тушь, пастель и т.д.);
- выбора инструментов, с помощью которых создаётся изображение (кисть, перо, мелок, фломастер, губка, карандаш, палец, острый предмет и т.д.).

традиционная > плоскостная > рисованная

Основные этапы рисованной анимации:

- зарисовка изображений персонажей и мизансцен, предусмотренных сценарием;
- прорисовка фаз движения персонажей в каждой мизансцене;
- предварительная съёмка для проверки характера движения;
- уточнение и исправление;
- чистовая прорисовка и заливка;
- покадровая съёмка на мультстанке.

*традиционная > плоскостная >
рисованная*



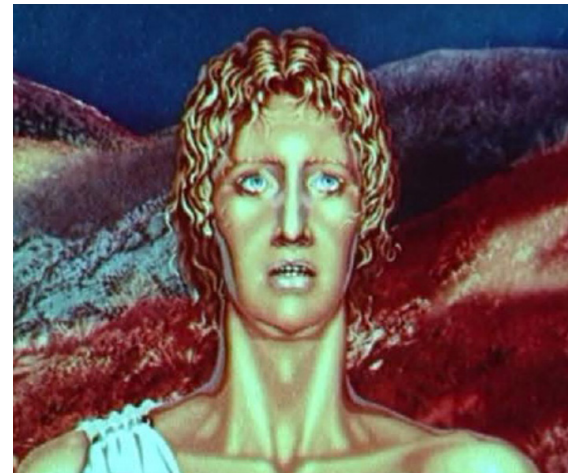
Кадр из мультфильма «Белоснежка и семь гномов». Студия «Дисней». 1937 г.

*традиционная > плоскостная >
фотографика*

Для каждого кадра с изображением персонажа заготавливалась не одна, а две целлулоидные фазы. На первой персонаж был обрисован привычным контуром и закрасен одной-тремя красками. На второй — изображались сделанные бесконтурным методом светотени, которые снимались как бы не в фокусе (изображение получалось размытым).

При наложении фаз достигался эффект объемности фигуры, сопоставимый по впечатлению не только с фотографией, но и с современной трехмерной компьютерной графикой. Такой реалистический стиль требовал виртуозной работы мультипликаторов.

*традиционная > плоскостная >
фотографика*



А. А. Петров «Геркул у Адмета» (1986 г.).

*традиционная > плоскостная >
масляная живопись на стекле*

Художник-аниматор, пишет картину маслом прямо под камерой, добавляя все новые мазки, обычно он делает это пальцами.



*Кадр из мультфильма «Старик и море».
Режиссер Александр Петров, 1999 г.*

*традиционная > плоскостная >
перекладная*

Марионеточная:

- персонажи изготавливаются в виде плоских фигур из плотной бумаги с шарнирными соединениями в сочленениях;
- плоские марионетки прикрепляются к фону, установленному на мультстанке, и перед съемкой каждого кадра перемещаются на одну фазу либо целиком, либо в отдельных сочленениях.

Обычная:

- отсутствуют крепления деталей — шарниры.

*традиционная > плоскостная >
перекладная*



*Кадр из мультфильма «Ежик в тумане».
Режиссер Юрия Норштейн, 1975 г.*

традиционная > рельефная

Покадровая съемка объемных или полуобъемных предметов находящихся на горизонтальной плоскости.

- *пластилиновая:*
обычная и марионеточная.
- *съемка сыпучих материалов.*

традиционная > рельефная > пластилиновая

Полуобъемную пластилиновую анимацию снимают на плоской поверхности, композиция обычно состоит из нескольких слоев персонажей и декораций, которые находятся на нескольких стеклах, расположенных друг над другом (многоярусный станок), камера находится вертикально над стеклами.

Персонажи и декорации для этой техники делаются специальной, плоской формы. Можно снимать каждый слой отдельно, после чего все слои совмещать в монтаже.

традиционная > рельефная > пластилиновая

Кадр из мультфильма «Падал прошлогодний снег». Режиссер Александр Татарский. 1983 г.

традиционная > рельефная > сыпучая

Сыпучая техника, порошковая анимация, техника порошка, песочная анимация:

- порошок, обычно очищенный и просеянный песок, также соль, кофе или что-то другое — тонкими слоями наносится на стекло светового стола;
- записывается либо передаётся на экран;
- изображение создаётся руками или кисточками;
- часто выполняется «вживую» с демонстрацией на экране для публики.

традиционная > рельефная > сыпучая

Изобретателем техники, является канадская режиссёр-мультипликатор Кэролайн Лиф.

*традиционная > объёмная*

Основана на покадровой съемке трехмерных объектов: объемных фигур (кукол и т. п.) и предметов (самых разнообразных в зависимости от фантазии автора), размещенных внутри декорации, изображающей интерьер, натуру и т. п. Принципы объемной анимации близки к традициям кукольного театра

- *кукольная*
- *пластилиновая*
- *предметная*

*традиционная > объёмная >
кукольная*

Куклы на гибких или шарнирных каркасах, изготавливаются из самых различных материалов: проволока, железо, стекло, пластик, дерево и др. Далее выполняется покадровая съёмка кукол-персонажей. В каждом кадре, аниматор незначительно изменяет положение и позу куклы.

Кукольная анимация требует большого помещения, оснащенного специальной осветительной аппаратурой, где можно расположить декорации, к которым должен быть доступ с разных сторон.

*традиционная > объёмная >
кукольная*



Кадр из мультфильма «Кошмар перед рождеством». 1993 г.

*традиционная > объёмная >
пластилиновая*

Пластичный материал обычно лепится на каркас. Объекты устанавливаются на фоне декораций. В каждом кадре незначительно меняется их положение.



Кадр из мультфильма «Невероятные приключения Уолласа и Громита». 1993 г. Реж. Ник Парк

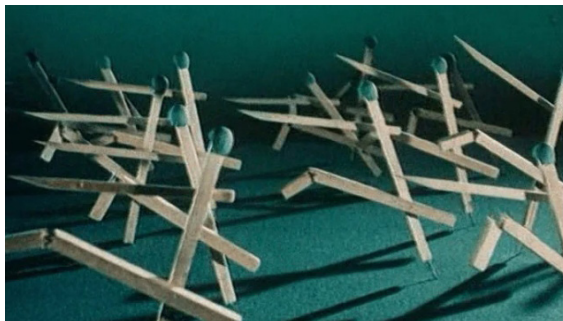
традиционная > объёмная >
пластилиновая



Кадр из мультфильма «Побег из курятника». 2000 г.
Реж. Питер Лорд, Ник Парк

традиционная > объёмная >
предметная

Персонажами могут быть различные предметы: спички, верёвки, проволока, бумага и пр.



Кадр из мультфильма «Конфликт».
1983 г. Реж. Гарри Бардин

компьютерная

Для создания компьютерных анимационных фильмов используют специальное программное обеспечение, позволяющее воспользоваться всеми возможностями компьютерной графики.

Возможности компьютерной графики позволяют имитировать практически любую технику, любые материалы, любой стиль.

- *двухмерная (2D)*
- *трёхмерная (3D)*

компьютерная > двухмерная (2D)

Предполагает пок кадровую автоматическую анимацию, где аниматор устанавливает две фазы объекта, а компьютер просчитывает промежуточные кадры.

Также средствами компьютерной двухмерной анимации можно реализовать следующие техники анимации: рисованную, обычную и марионеточную перекладку, рельефную.

компьютерная > двухмерная (2D)



Кадр из мультфильма «Три богатыря». 2004 г.

компьютерная > трёхмерная (3D)

Создаётся с использованием специализированных программ для работы с трёхмерной графикой.

Основными этапами являются:

- создание трёхмерных компьютерных моделей одушевлённых и неодушевленных объектов и расположение их в сцене;
- расстановка источников света и камер;
- раскрашивание и текстурирование объектов;
- создание анимации объектов сцены, источников света и камер, с последующей визуализацией.

компьютерная > трёхмерная (3D)



Кадр из мультфильма «Рататуй».
Студия Pixar. 2007 г.

компьютерная > трёхмерная (3D)

3D-анимация может делиться на следующие способы:

- по ключевым кадрам (*keyframes*);
- с использованием технологий захвата движения (*motion capture*), исполнения, мимики, игры (*performance capture, emotion capture*) и движений виртуальной камеры;
- с помощью процедурной (запрограммированной) анимации, рассчитываемой компьютером.

экзотическая

необычные, оригинальные способы создания анимационных фильмов:

- теневая;
- игольчатый экран;
- ротоскопирование;
- бескамерная;
- пикселяция.

экзотическая > теневая

Создается способом съемки теневых силуэтов. В основе лежит принцип применяемый в китайском театре теней.



Кадр из фильма «Приключения принца Ахмеда». 1926 г.

экзотическая > игольчатый экран

Придумал и создал в 1931 году А. А. Алексеев. Это была огромная пластина из оргстекла с миллионами дырочек, в которые были вставлены иголки. Выдвигая и задвигая их специальными валиками, на поверхности экрана создавали красивую игру света и тени.



Кадр из фильма «Ночь на Лысой горе». 1933 г.

экзотическая > ротоскопирование

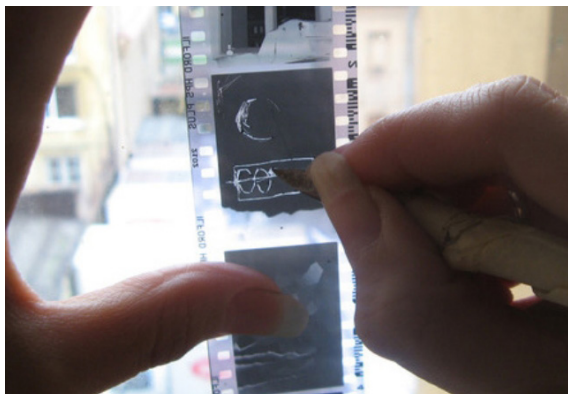
Анимация создаётся путём покадровой перерисовки отснятой киноплёнки с реальными актёрами и декорациями.



Кадр из мультфильма «Белоснежка и семь гномов». Студия «Дисней». 1937 г.

экзотическая > бескамерная

Процарапывание или рисование изображения прямо на киноплёнке.

**экзотическая > пикселяция**

Покадровая съёмка человека и объектов в реальной среде.



Кадр из фильма «Соседи». Норман Мак-Ларен 1952 г.

комбинированная анимация

Основана на соединении разных техник и фактур в кадре посредством коллажа, где сочетаются и рисунок, и объёмная композиция, и игра актёра, и даже документальные кадры.

В современной модификации комбинированной анимации используется технология, похожая на ту, которая применялась при съёмке фильма «Аватар», где персонажи снимаются по отдельности на зеленом фоне (хромакей). После чего персонажи при помощи монтажа «оживляются» в снятые отдельно фоны.

комбинированная анимация

Кадр из фильма «Алиса в стране чудес» 2010 г.

комбинированная анимация

Кадр из анимационного фильма «Приключения капитана Врунгеля», 1981 г.

Жанр — общность художественных произведений, складывающаяся в процессе исторического развития искусства. Он обусловлен отношением автора к действительности. Задается автором при задумывании анимационного фильма, определении сюжетного хода, конфликта и характеристик действующих лиц. Определяя жанр, автор также уточняет систему выразительных и изобразительных средств, которыми будет пользоваться, примерную композицию и материал, категорию зрителей и назначение анимационного фильма.

Истоки жанровой системы анимации связаны с фольклором. Это сказки, легенды, мифы, баллады, героический эпос (были-

ны), предания, притчи, басни, небылицы и др. В них поэтически переосмыслен жизненный опыт и мудрость многих поколений. Также органичные для анимации комические жанры — шарж, юмореска, пародия, сатира, лирика, патетика, анекдот.

К драматическим жанрам относятся драма, трагедия, мелодрама, трагикомедия.

Не менее актуальным жанром является мюзикл — анимационный музыкальный фильм. Это может быть музыкальная сказка, анимационная опера, фильм-балет, клип и др.

Поэтическое (лирическое) направление представлено героическим, романтическим, критическим, сатирическим жанрами.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ

1. По каким видам, можно классифицировать анимационные фильмы?
2. Перечислите традиционные техники анимации.
3. В чём особенность рельефных техник анимации?
4. Как создаётся анимация в перекладке?
5. Какие виды компьютерных техник анимации вы знаете?
6. В чём особенность экзотических техник анимации?
7. Перечислите экзотические техники анимации.
8. Что такое пикселяция?
9. Дайте характеристику комбинированной технике анимации.
10. Какие жанры анимации вы знаете?



- *Тема*
- *Идея (концепция)*
- *Вымышленные миры*
- *Сюжет*
- *Сценарий*
- *Зримость сценария*
- *Составляющие сценария*
- *Литературный сценарий*
- *Режиссёрский сценарий*
- *Драматическая коллизия*
- *Драматический конфликт*
- *Трёхактная драматическая структура*
- *Длительность*
- *Написание сценария*
- *Компоненты сценария*
- *Персонаж*
- *Типажи персонажей*
- *Окружение персонажа*
- *Создание персонажа*
- *Примеры сценариев*
- *Представление сценария*
- *Создание раскадровки*
- *Аниматик*
- *Этапы визуализации раскадровки и аниматика*
- *Креативные эксперименты*
- *Вопросы для самоконтроля*



Представление литературного произведения в виде анимационного или кино фильма — называется экранизацией.

Основа успеха экранизации — глубина и правильность трактовки идейного содержания произведения, тонкое понимание его образного строя, сохранение особенностей стилистики, колорита.

Следует помнить, что буквальное прочтение первоисточника непременно потерпит крах. Необходимо искать именно те средства, которые дали бы возможность при сохранении идеи и замысла первоисточника, создать совершенно новое произведение на языке кино.

ТЕМА



Объект художественного произведения, совокупность жизненных явлений, связанных с определенным историческим временем и кругом действующих лиц, то есть тема — это то, о чем повествует фильм. Например, экранизация древнегреческого мифа о Тесее и Минотавре.

ИДЕЯ (КОНЦЕПЦИЯ)



Любая оригинальная идея, в своей основе, всегда основана на концепции.

Концепция — авторская система взглядов на трактовки литературного произведения, методов создания анимационного фильма.

Вопросы для уточнения концепции:

- какой фильм вы пытаетесь сделать? Например: страшный, смешной, драматический и т.д.
- кто ваша аудитория? Способ повествования будет зависеть от того, кого ожидаете увидеть в числе зрителей.

Анимация позволяет создавать вымышленные миры. Они могут варьироваться от реальных условий до смеси реальности и фантазии, заканчивая полноценной фантазией. Характеристики вымышленных миров определяются авторской концепцией и являются хорошо продуманной системой.

Если кто-то в анимационном фильме говорит: «Смотри, гигантская морковь!» другие персонажи должны немедленно отреагировать. Гигантская морковь просто существует в этом мире в момент ее появления, и на неё не обязательно должна действовать сила гравитации.

Зрителям всегда интересно исследовать любую новую причудливую среду. Но нужно не только придумать необычные принципы существования мира, но и следовать этим принципам, иначе есть риск потерять внимание зрителя из-за логической несогласованности.

При создании необычного мира сначала следует разобраться с особенностями протекания времени и характеристиками местности, а затем проработать физические, социальные и визуальные законы. Эти «законы» придадут вымышленной среде ощущение подлинности и правдоподобия.

Время и место. В начале нужно определиться, в какую эпоху может существовать вымышленный мир. Тщательно следует продумать особенности этой эпохи, которые могут сильно различаться в зависимости от десятилетия. Нужно погрузиться в неё и прочувствовать.

Выберите место, наполнив окружение деталями. Детали сделают окружение естественным.

Если окружение должно походить на подземные туннели колонии муравьёв, значит его нужно спроектировать так, чтобы и главный персонаж, и зритель понимали, как следует перемещаться по этому пространству.

Физические законы. На Земле существуют определенные неоспоримые физические законы, которые настолько вошли в повседневную жизнь, что люди принимают их как должное.

Кирпич упадет быстрее пера; вода закипит при 100 С°; солнце всегда будет вставать с востока; и так далее.

Понимание этих законов позволит придумать или инвертировать их для вымышленных миров. Однако прибегать к различным трансформациям физических законов лишь в том случае, если это улучшит анимационное повествование.

Социальные законы. На Земле группа людей собирается вместе и составляет набор правил, которым должно следовать цивилизованное общество.

Для анимационной истории можно создать собственный набор социальных законов и норм. Жизнь персонажей анимационной истории следует сделать необычной, возможно, даже, странной.

Например:

- младенцы могут стать обладателями всей политической власти в стране;
- во время школьного перерыва все ученики выбегают в коридор чтобы учить математику.

Визуальные законы. Качество и успех анимационной истории зависит от визуального языка. Пространство, линия, форма, цвет, контраст и текстура — все это визуальные аспекты, для которых можно создать законы, чтобы улучшить повествование и выделить историю среди других.

Можно использовать ненасыщенные цвета, ограничить использование любых органических форм или использовать в основном жесткие края и геометрические формы.

При создании детективной истории, можно ограничить цветовую палитру черным,

белым и серым с небольшими всплесками цвета, в тех моментах, когда детектив обнаруживает подсказки. Возможно, кадры в кабинете детектива состоят только из прямых углов, чтобы показать, что детектив контролирует ситуацию, в то время как в полевых условиях кадры состоят только из диагональных линий, чтобы показать, что он потерял контроль.

Событие или система событий протекают во времени, в причинно-следственных связях, отличаются относительной завершенностью, раскрывающей характеры действующих лиц и отношение автора к представленным явлениям.

Виды:

- **линейный** — это повествование с линейно выстроенной последовательностью разворачивающихся действий: завязка, развитие, кульминация, развязка.
- **нелинейный** — это повествование, для которого характерны черты вариативности, фрагментарности, процессуальности, синтетичности.

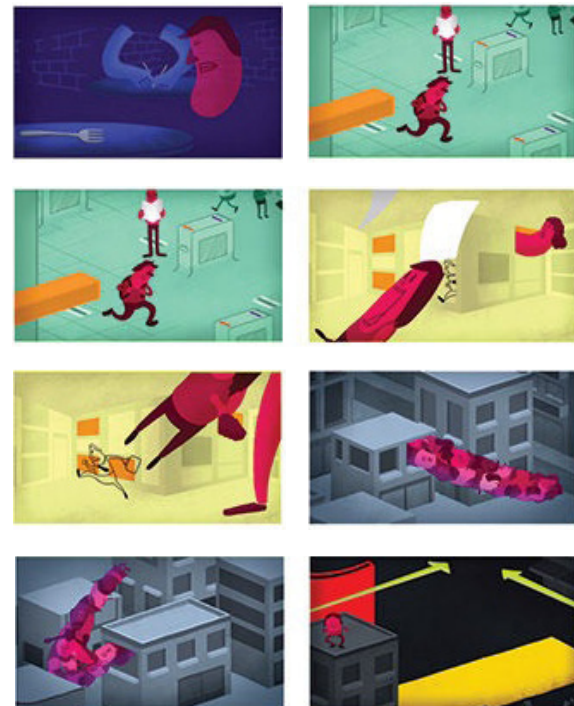
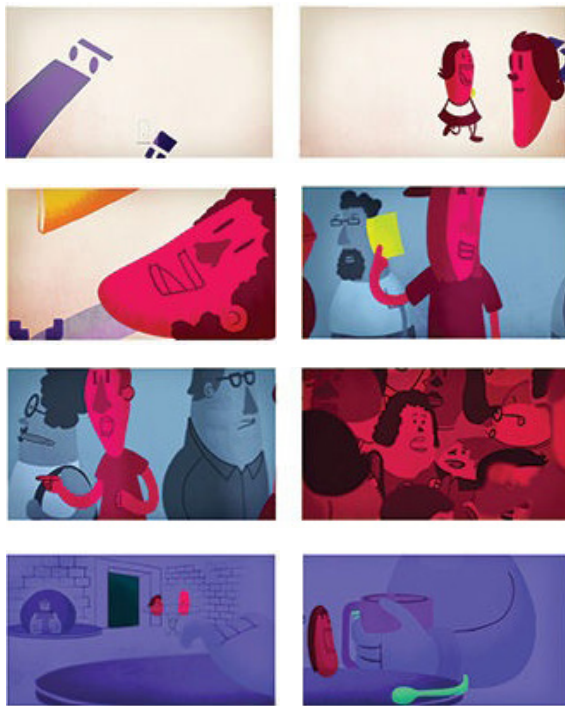
Виды нелинейных сюжетов

Произвольное движение по истории. Повествование можно начать с конца или с середины. Потом, постепенно раскрывать всё повествование, двигаясь в любом направлении.

Обратный отсчет. Постоянное наращивание драматичности до предела, без какой-либо деэскалации.

Головоломка. Целенаправленное удержание аудитории в неведении относительно определенной сюжетной информации. Раскрытие информации по частям, пока не прояснится вся сюжетная линия.

Ожерелье из бисера. Используется музыка, звук, закадровый голос, скрепляющие все остальные хаотично разбросанные элементы. В качестве примера нелинейной структуры, можно отметить анимационный фильм Луи Мортон «Прохожий». Это городской звуковой ландшафт, состоящий из гудков, шарканья и перемешивания металла и бетона — какофония людей и ритмов с огромной эмоциональной силой. Это авторский взгляд на отношения между людьми и их искусственной средой.



Экранная драматургия черпает в литературе проблематику, сюжеты, но одновременно зависит от специфики и возможностей экрана.

Создание анимационного фильма начинается с создания словесного образа. Даже создание очень короткого фильма начинается со сценария.

Сценарий в кинематографе и анимации, как правило, напоминает пьесу и подробно описывает каждую сцену и диалоги персонажей с ремарками.

Сценарист описывает сюжет фильма и основные характеристики героев: как они выглядят, что говорят, как действуют, что

с ними происходит, к чему они стремятся и т.п.

Анимационный фильм снимается последовательно — эпизодами и сценами. Анимационное повествование разворачивается постепенно, последовательно от одной сцены к другой, от одного изобразительного ряда к другому. Именно поэтому сценарий предполагает не столько рассказ о событиях, сколько их показ.

Сценарий должен основываться на каком-то конфликте, разрешение которого приводит к неожиданной развязке. Процесс разрешения конфликта должен вызывать у зрителя эмоциональные переживания.

Сценарий анимационного фильма должен быть зримым. Он должен суметь представить зрителю узнаваемый мир того времени, в котором происходят действия. Зритель должен суметь понять действия и мотивы персонажей, прочувствовать атмосферу вымышленного мира.

Необходимо описывать изобразительно: внешний облик персонажей, жесты, движения, окружение. Например, фраза «шел снег» в сценарии должна быть описанием действия снега: *падал мягкими пушистыми хлопьями, выл снежной метелью ...»* Описание должно быть понятным и лаконичным.

Кадр и мизансцена. Традиционно сценой считается часть театра, подмостки, место основного театрального или другого публичного действия.

В сценарии, сцена понимается как минимальная законченная часть действия спектакля или фильма.

Расположение персонажей в кадре в каждый конкретный момент повествования — часто называют кадром, а в кинематографе — мизансценой.

Сцена — совокупность кадров с определенным единством действия, времени и места.

Является:

- частью фильма, в которой в единстве времени и места происходит сюжетно связанное развитие действия;
- локальной драматической структурой;
- как правило, имеет начало, развитие, кульминацию и окончание.

Встречаются и вспомогательные сцены: в них изображаются различные проходы, проезды, дается какая-то дополнительная информация и т. д. Эти сцены связывают эпизоды, дополняют, улучшают композицию фильма.

Эпизод — часть фильма, состоящая из одной или нескольких сцен, объединенных общей темой и общим драматическим конфликтом, и обладающая относительной завершенностью и самостоятельностью по отношению к фильму в целом.

Эпизод имеет свое начало, развитие, кульминацию (которой может и не быть) и окончание.

Встречаются эпизоды, которые состоят всего из одной сцены. В таких случаях эпизоду присущи все признаки сцены.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ СЦЕНАРИЙ

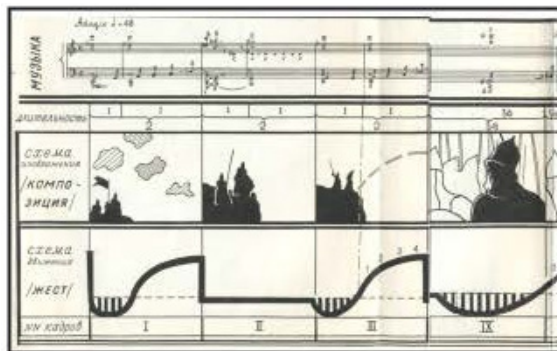


Законченное киносценарийное текстовое произведение, содержащее полное, последовательное и конкретное описание сюжета, состоящего из разработанных сцен и эпизодов, диалогов. Должен раскрывать образы героев.

РЕЖИССЁРСКИЙ СЦЕНАРИЙ



Описывает во всех деталях развитие сюжета и определяет монтажно-ритмический строй, а также особенности изобразительного решения. Он является тщательным и глубоко продуманным планом всей творческой и производственной работы съёмочного коллектива.



Фрагмент режиссёрского сценария к фильму С. М. Эйзенштейна «Александр Невский»

ДРАМАТИЧЕСКАЯ КОЛЛИЗИЯ



Драматургия — действенная форма раскрытия идеи (повествования) через конфликтные обстоятельства и характеры.

Противоречие заложенное в драматической ситуации, заставляет героя действовать. Это противоречие позволяет проявиться драматической коллизии.

По ходу развития повествования одни драматические коллизии исчезают, а другие — возникают. Действия персонажей, направленные на преодоление драматических коллизий, приводят к драматическим конфликтам.

Отражение главных жизненных противоречий, столкновение различных позиций, интересов, стремлений. Борьба различных целей и устремлений. В процессе развития раскрываются характеры героев, их жизненные установки. Драматический конфликт является движущей пружиной действия.

Накопление противоречий, в ходе повествования, приводит к ситуации разрешения драматического конфликта — взрывом, переходом действующих лиц и обстоятельств в новое качество.

Драматический конфликт должен быть представлен в сценарии и как элемент изобразительный, и как элемент содержательный.

Виды конфликтов:

- *борьба между двумя или несколькими характерами или идеями;*
- *борьба между характером и обстоятельствами;*
- *социально-политические, психологические и прочие коллизии.*

Виды конфликтов (относительно главного героя):

- *внешний* — когда главный герой сталкивается с противостоящими извне с обстоятельствами и ценностными позициями других действующих лиц;

- *внутренний* — когда главный герой сталкивается с внутренними переживаниями и сомнениями. Находится в состоянии поиска нравственного решения.

Виды разрешения конфликтов:

- *победа одной из борющихся сторон;*
- *взаимное уничтожение сторон;*
- *гармонический синтез (примирение);*
- *открытый финал* — зритель сам додумывает.

ТРЁХАКТНАЯ ДРАМАТИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА

трёхактная драматическая структура

трёхактная драматическая структура

Классическая структура драматургического произведения, подразумевающая его деление на три части (или акта), в каждом из которых последовательно развивается ход событий и раскрывается художественный замысел произведения. Как правило, это завязка (начало, экспозиция), развитие (середина) и развязка (кульминация, конец).



1-й акт экспозиция

Завязка истории

К концу первого акта зритель должен иметь представление:

- о предыстории сюжета;
- о времени и месте действия;
- о главном герое (должен вызывать симпатию, иметь цель);
- об антигерое (преграда на пути героя);
- об основном конфликте фильма (инцидент).

1-й акт экспозиция

Завязка истории

Вступление к основному действию. В экспозиции представляется среда, атмосфера действия, презентуется пространство и время будущих событий. Экспозиция создает только фон для действия. Может быть краткой или развернутой.

2-й акт развитие

Борьба героя, путь к цели

Здесь наращивается напряжение на протяжении всего второго акта. Давление обстоятельств и антигероя на главного героя должно постоянно усиливаться.

Состоит из трех частей, каждая из которых должна заканчиваться поворотом сюжета, вопросом, ответ на который герой и зритель получают в начале следующей части.

2-й акт развитие

1 часть

Герой начинает действовать в результате полученного вызова в начале первого акта.

Главный герой сталкивается с множеством препятствий, которые возникают по вине антигероя или обстоятельств.

В конце первой части герой достигает границы, за которой уже не будет пути назад. Раньше он мог отказаться от миссии и жить как раньше. Теперь все мосты сожжены. Он должен полностью посвятить себя цели.

2-й акт развитие

2 часть

Преграды становятся все более серьезными. Если герой проиграет, он потеряет все, чем дорожит.

Эта часть второго акта заканчивается тем, что герой терпит крупное поражение. Какими бы сложными для преодоления не были до этого преграды, он всегда справлялся с ними. Теперь он оказывается перед лицом максимально опасной и практически неразрешимой ситуации.

2-й акт развитие

3 часть

Наступает самый драматический момент истории. Герой оказывается в критическом положении. Обстоятельства против него. Главная цель кажется недостижимой. Это черный час героя.

Неожиданно, — герой получает еще один шанс довести дело до конца и достичь главной цели. Он понимает, что должен бороться и победить.

3-й акт развязка

Герой получает ответы на все вопросы. Завершаются все сюжетные линии. Он вступает в финальное противостояние с антигероем.

В этом акте события должны происходить в ускоренном темпе. Не должно появляться никакой новой информации.

Герой делает окончательный выбор. Наступает развязка истории. Победа!

Успокоение. Осмысление результата, новой сущности героя.

Финал

Завершающий эпизод фильма, в котором сюжет получает определенный итог. Иногда финал совпадает с развязкой, но может и отличаться от нее.

ДЛИТЕЛЬНОСТЬ

Полнометражный анимационный фильм в среднем длится 1 час 20 минут. В виде сценария — он имеет объём 70–80 страниц печатного текста.

Короткометражный анимационный фильм обычно длится от 1 минуты до 15–20 минут — это примерно от 1,5 до 15 страницы печатного текста. Такие сценарии невелики по объёму, но содержательная (смысловая) и изобразительная составляющая их огромна.

В среднем одна печатная страница сценария равна примерно одной минуте экранного времени.

Для расчёта длительности анимации, следует выполнить следующие действия:

- определите, как долго должна длиться анимация всего фильма;
- разбить историю на три акта (для линейного сюжета) или на набор действий (для нелинейного сюжета). Далее определить сколько секунд должно длиться каждое действие;
- рассчитать время для каждой сцены, используя диалог и/или постановку сцены в качестве реалистичного ориентира.

НАПИСАНИЕ СЦЕНАРИЯ

Процесс написания сценария предполагает следующие этапы:

- описание небольших сценок и эпизодов;
- детализация изобразительной составляющей описания сцен и эпизодов;
- описание действий в сценах и эпизодах;
- проверка сцен и эпизодов на гармоничность — подчинение единому замыслу.

КОМПОНЕНТЫ СЦЕНАРИЯ

Описательная часть. Предполагает представление места действия, изобразительных характеристик действий, облика и движений персонажей, драматической ситуации в непрерывном развитии.

Звуковая часть. В сценарии расписывают звуковую часть, которая состоит из описания музыки и шумов. Обозначается как от сцены к сцене, и от эпизода к эпизоду будут меняться музыкальные и звуковые темы. Музыкальное и звуковое сопровождение придумывается и подбирается, чаще всего, во время написания сценария.

Титры. Надпись в кадре, позволяющая прокомментировать экранное действие или заменить неслышимые реплики. Титр может быть представлен внутрикадровой надписью в виде вывески, заголовка в газетах и т. п. Текст титров прописывается в сценарии.

Закадровый голос. При невозможности визуально показать определённые идеи, в анимационном фильме применяется закадровый голос невидимого на экране персонажа. Как правило, это голос героя, автора-рассказчика или диктора. Часто закадровый голос позволяет склепать разрозненные части сценария, а также перестраивать и соединять различные сцены и эпизоды.

Диалоги. Разговор двух и более персонажей. С помощью диалога даётся необходимая информация о происходящей ситуации, особенностях развития действия; позволяет раскрыть характеры персонажей.

Художественным методом может быть построение анимационного фильма, состоящего полностью из диалогов. Например, к таким анимационным фильмам относится «38 попугаев» (автор сценария Г. Б. Остер, режиссер И. В. Уфимцев).

Для составления качественных диалогов следует придерживаться следующих правил:

- сопоставить каждую строчку диалога с характером персонажа, который будет её произносить. Например, если сверхэгоистичную волшебницу спросить о ее профессии, ответ «Я волшебница» будет не самым подходящим. Более эффектными могут быть следующие: «Погуглите меня», «Я уже пришла ответ на этот вопрос на внутренней стороне ваших брюк». После написания хороших (характерных) диалогов можно скрыть имена персонажей и прочесть сценарий. Сразу будет понятно, какой из персонажей произносит ту или иную реплику.

- персонажи должны говорить как можно более естественно. Один из верных способов сохранить естественность диалога — это погрузиться в изящное искусство подтекста в диалоге. Диалог с подтекстом заставляет аудиторию более внимательно следить за вашей историей. Подтекст имеет тенденцию ослаблять диалог, который кажется слишком неприятным, и предоставляет зрителям игровую ситуацию, когда они должны выяснить, что на самом деле говорится. В реальной жизни редко, когда мужчина приходит домой после тяжелого рабочего дня и его первое высказывание: «Привет, дорогая,

я дома», а супруга ему отвечает: «Добро пожаловать домой, дорогой, позволь мне взять твоё пальто». Скорее всего, он громко вздыхает, скидывая туфли, горько бормоча про опоздавший поезд, после чего его раздражённая супруга говорит: «В холодильнике осталась пицца. Мы не могли дождаться».

- используйте диалоги, чтобы задать настроение сценам. В напряжённый момент люди склонны говорить более короткими, отрывочными предложениями. Сказал вышибала парочке головорезов: «Вон. Вы оба. Сейчас же». В более беззаботные моменты люди склонны говорить почти музыкально, часто перебарщивая с деталями. «Вы знаете, Саша, он такой громкий, он кричал: „Это мой день рождения, это мой день рождения“, — соседи весь день колотили по стене, но он продолжал кричать во все горло, мы ничего не могли поделать».



Диалог старика с рыбой. Кадр из анимационного фильма «Ух ты, говорящая рыба!», 1983 г. Реж.: Р. Саакянц

Образ-характер персонажа можно создать следующими двумя подходами:

- **«через характер»** — сюжет развивается в силу взаимодействия характеров, их столкновения, в результате чего характеры терпят изменения;
- **«через положение»** — события развиваются вследствие объективно сложившихся ситуаций, характеры же остаются неизменными.

Без разнообразных (противоположных, контрастных) характеров не может быть интересных драматических конфликтов, которые и определяют интригу повествования.

Единство индивидуального и типичного — определяет характер персонажа. Индивидуальные особенности определяются психическим складом личности.

Характер также формируется путём представления поступков и решений персонажа, проявленные в активной форме, в ходе развития повествования.

Существуют три фактора, обрисовывающие характер: физический облик, психологический портрет, социальное окружение. Освещенный с трех сторон характер становится объемным.

Представление характера. Чтобы полноценно представить характер персонажа, следует ответить на следующие вопросы:

- как персонаж принимает решения?
- каков его возраст?
- чем он отличается от других персонажей?
- кто он по происхождению? Богач или нищий, вор, трудяга или интеллигент?
- каков он по темпераменту?
- каковы его увлечения?

ТИПАЖИ ПЕРСОНАЖЕЙ

типажи персонажей

типажи персонажей

Персонажи-маски находятся в вечной ситуации увлекательных приключений, где известен результат, но непредсказуемы действия. Наиболее яркие примеры: Волк и Заяц из цикла анимационных фильмов «Ну, погоди», а также кот и мышь из «Том и Джерри».



Кадр из многосерийного анимационного фильма «Том и Джерри». Пилотный выпуск 1940 г.

Классические герои сообщают какую-нибудь важную истину. Они обладают чертами как реалистичными, так и символическими.

Классический герой — искатель приключений, активный, бесстрашный, целеустремлённый. Часто герой отправляется решать сложную, порой невыполнимую задачу. По пути к своей цели, он проходит различные испытания. Путешествие делает его сильнее и мудрее. Классические герои чаще всего встречаются в мифах, фантастике, исторических сюжетах, детских рассказах.

Комедийные персонажи легко узнаваемые и понимаемые зрителем модели. Отдельные черты во внешнем облике, как правило — гиперболизированы и карикатурированы, вызывают улыбку и смех.



Конь Гай Юлий Цезарь из анимационного фильма «Три богатыря». Выпуск первой части — 2004 г.

Реалистические персонажи определяются взглядами на жизнь, — чувства, поступки у них, как у обычных людей. Их образ мыслей такой же, как у окружающих людей.



Месье Жорж, клоун-дрессировщик из цирка.
Анимационный фильм «Каштанка», 1952 г.

Романтические персонажи обычно живут в волшебном мире, в фэнтези. Они более реалистичны, не столь гиперболизированы. Как правило, они наделены ограниченным количеством черт. Выглядеть они могут не так, как все, и эти физические отличия иногда сказываются на их характере.



Персонажи анимационного фильма «Хранитель Луны», 2014 г.

ОКРУЖЕНИЕ ПЕРСОНАЖА

Персонаж свободно взаимодействует с теми вещами, которые находятся рядом с ним. Персонаж действует в определенной среде, на определенном фоне. Это может быть: пейзаж, архитектурный экстерьер, интерьер помещения. Но среда — это не просто фон позади персонажа, это пространство, внутри которого действует персонаж.

СОЗДАНИЕ ПЕРСОНАЖА



создание персонажа

создание персонажа

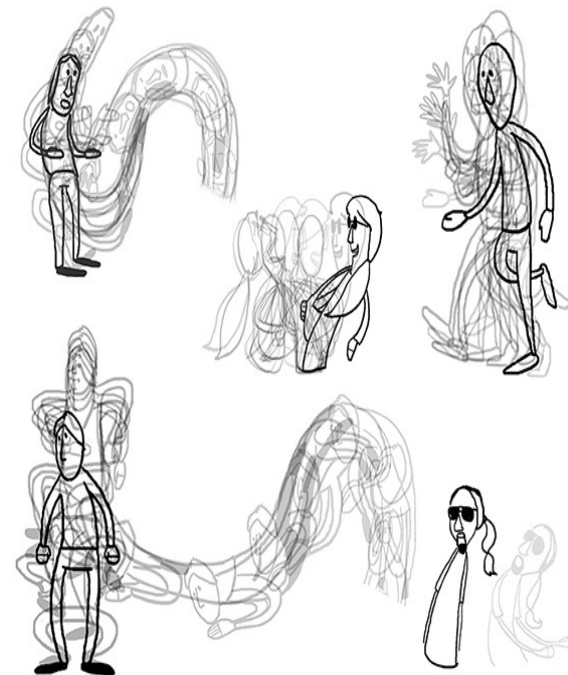
Создание персонажа. Задумывая и создавая анимационных героев — следует обобщать, отказываться от необязательных деталей. Возможно преувеличение, гиперболизация каких-то черт героя. Анимационный персонаж должен выглядеть и вести себя более ярко, чем аналогичный по характеру человек в обычной жизни.

Характер и жизненные ценности персонажа должны определять его внешний вид, поступки и особенности взаимодействия с другими персонажами.

Необходимо каждому персонажу дать имя, рост, вес, голос, прическу, стиль одежды, характерные позы и движения.

Мультипликат. Ключевые компоновки (ярко выраженные и динамичные моменты движения), которые создает художник-аниматор для визуального представления характера и образа персонажа.

При создании мультипликата персонажа, следует поэкспериментировать с визуальными особенностями изменения формы, цвета, текстуры внешнего облика персонажа.



ПРИМЕРЫ СЦЕНАРИЕВ



примеры сценариев

примеры сценариев

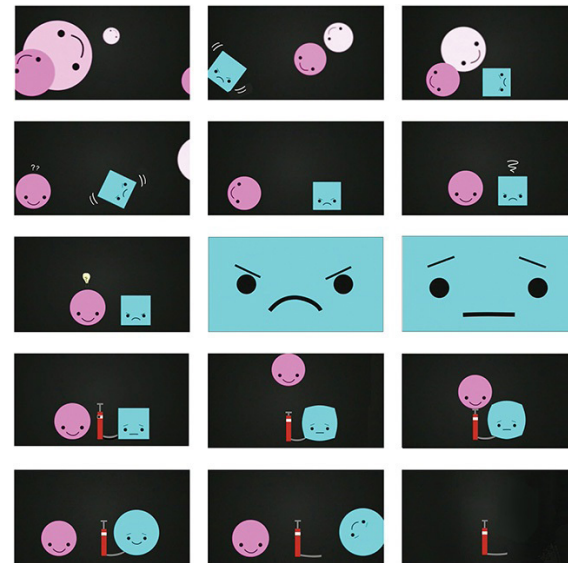
Синий Квадрат

Одноминутный короткометражный фильм Фила Борста «Дальтоник» является примером простой трёхактной драматической структуры.

Акт 1. Синий Квадрат, живущий в мире счастливых катящихся кругов, несчастен, потому что он квадрат и не может катиться.

Акт 2. Розовый Круг останавливается рядом с Синим Квадратом, и на мгновение кажется, что у него появляется полезная идея. Это вселяет в Синий Квадрат надежду. Но так же быстро Розовый Круг укатывается, оставляя Синий Квадрат в одиночестве.

Акт 3. Розовый Круг возвращается... с велосипедным насосом! Он накачивает Синий Квадрат воздухом, пока тот не превратится в круг, который может катиться. Синий Квадрат счастлив и благодарен Розовому Кругу за доброту. Они оба счастливые откатываются в разные стороны.

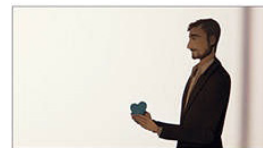
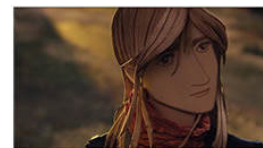
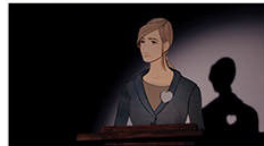
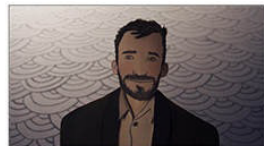


«Сердце» (рекламный ролик United Airlines)

Акт 1. Двое влюбленных прощаются в аэропорту. Женщина дает мужчине свое сердце, чтобы сохранить связь друг с другом, пока она будет в отъезде. Ее проблема в том, что ей нужно вернуться к этому мужчине, у которого есть ее сердце (в прямом и переносном смысле).

Акт 2. Женщина улетает, чтобы выполнить свою работу, прежде чем она сможет вернуться к мужчине.

Акт 3. Женщина возвращается к мужчине, который отдаёт обратно её сердце. Она снова счастлива, и они могут быть вместе.



ПРЕДСТАВЛЕНИЕ СЦЕНАРИЯ



Средства предварительного представления экранного повествования:

- **раскадровка** — последовательность рисунков, служащая наглядным представлением сценария фильма, мультфильма, рекламного ролика и пр.
- **аниматик** — анимированная раскадровка. Черновая анимация ключевых сцен. Как правило, имеет музыкальное или текстовое сопровождение.
- **видеоматик** — то же, что и аниматик, но вместо рисунков — фотографии.
- **стиломатик** — тело ролика составляет нарезка из характерных вырезок из рекламных клипов.

СОЗДАНИЕ РАСКАДРОВКИ



Для создания раскадровки нужно:

- разбить сценарий на отдельные мизансцены — короткие монтажные планы;
- разграфитить листы бумаги на равные прямоугольники с отношением сторон, как у конечного формата фильма;
- пронумеровать прямоугольники по порядку. Прямоугольников должно быть по количеству мизансцен;
- схематично изобразить действие в сцене;
- для каждой мизансцены прописать хронометраж — примерную продолжительность в секундах.

АНИМАТИК



Аниматик позволяет увидеть, как раскадровка оживает, и получить истинное представление о том, как протекает время в рассказываемой истории.

Вначале нужно отсканировать и импортировать раскадровки в программу видеомонтажа и разместить их на временной шкале. Если записаны диалоги, музыка, закадровый голос или звуковые эффекты, их также следует добавить в видеоряд.

Неподходящие раскадровки сцен следует доработать или удалить. Аниматик — это важный этап, на котором нужно правильно расставить временные акценты. Лучше исправить все ошибки сейчас, чем потом перелазить итоговую анимацию.

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ РАСКАДРОВКИ И АНИМАТИКА



визуализация раскадровки и аниматика

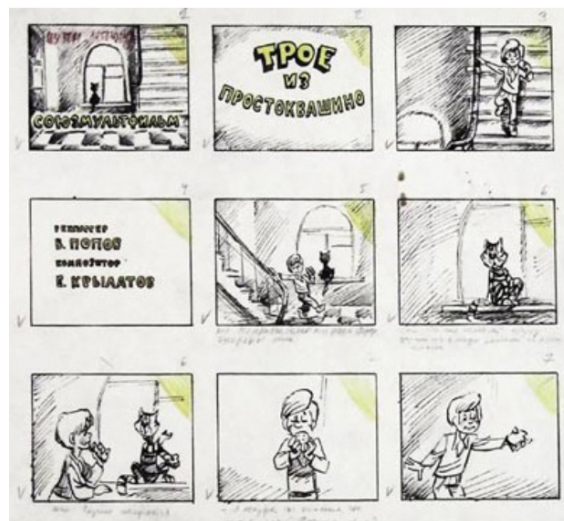
визуализация раскадровки и аниматика



Эскизы



Прорисовка



Заливка (раскраска)



Создание «плохого» решения. Этот методический приём ориентирован на то, чтобы автор анимационного фильма попытался испортить уже созданную раскадровку путём применения к сценам заведомо плохих решений:

- следует забыть о тщательном выборе цвета;
- действовать противоположно собственным убеждениям о прекрасном;
- устроить беспорядок.

Например, дождь может идти снизу вверх, к солнцу можно применить эффект обледенения, траву можно сделать неоново-розо-

вой. Нужно постараться сделать наиболее безумную версию сцены.

«Плохие идеи» помогут найти новые решения, и даже могут попасть в итоговую версию произведения.

Цель методического приёма — расслабиться и перестать беспокоиться о том, что подумают зрители. В такой ситуации — проявляется максимальная изобретательность. Этот подход позволяет найти самые неожиданные творческие решения.

Проверка. После завершения работы над раскадровкой, следует ещё раз внимательно изучить её. Нужно провести мысленный эксперимент, задав вопрос: «Как можно улучшить эту сцену?». Вдохновение можно искать в ранее созданных анимационных роликах, кинофильмах, рекламных роликах. Но важно, чтобы новые идеи не разрушали целостность создаваемого произведения.

Работайте на пределе своих навыков.

Спросите себя: «где пробелы в моем наборе навыков? Какие области анимации ещё не исследованы?» Теперь приступайте к делу и заполняйте эти пробелы.

Может, научившись снимать и редактировать видео, вы сможете отточить навык работы со временем? Может для проработки навыков персонажной анимации стоит поэкспериментировать с захватом движения?

Делайте ту работу, за которую вас готовы нанять.

Показывайте в своих работах то, чем хотите заниматься. Если вы специализируетесь на анимации типографики — продемонстрируйте навыки в этой области. Если же вдобавок к этому вы хорошо разбираетесь в персонажной анимации — совместите в своих работах оба направления деятельности.

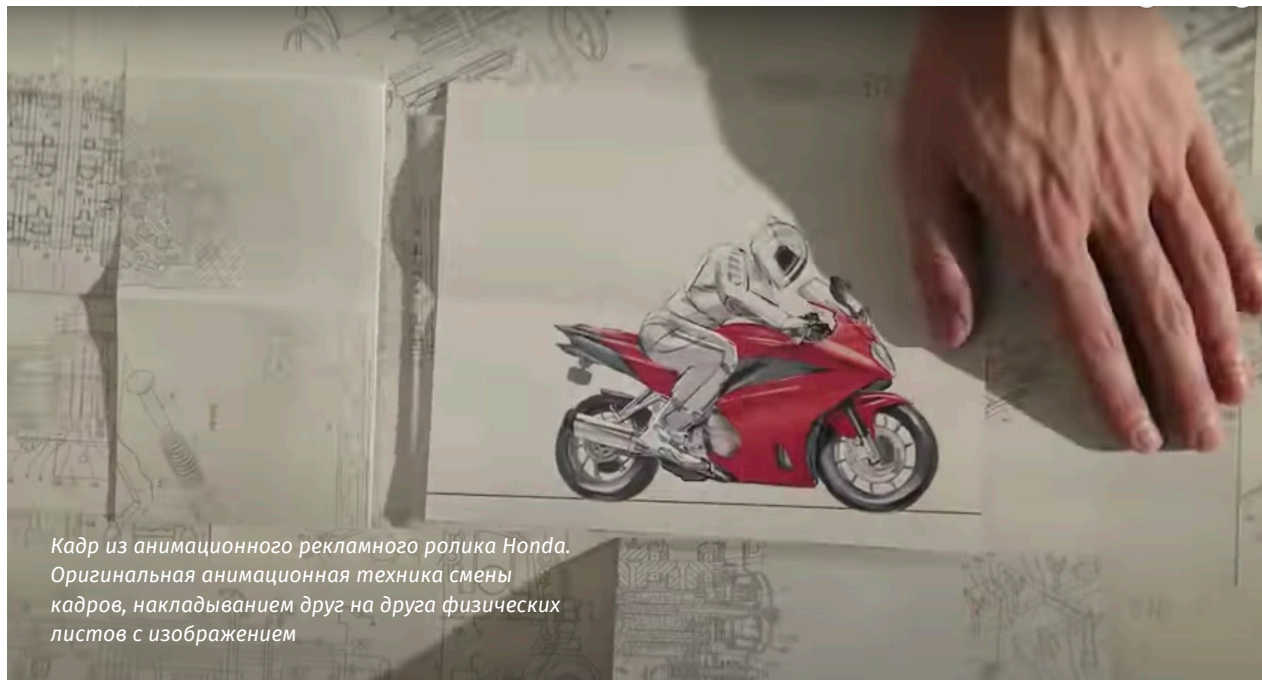
Собственный стиль. Попробуйте придумать свой анимационный стиль и создать на его основе анимационный ролик, который позволит сделать вас узнаваемым и в профессиональном сообществе, и в среде потенциальных работодателей.



Пример собственного стиля — проект *Daily Monster*.

Эксперименты с нецифровыми

источниками. Современная компьютерная анимация способна создавать иллюзорные и фантастические миры, которые иногда кажутся немного безвоздушными. Зрителям может понадобиться что-то, что свяжет искусственность с реальностью. Добавление нецифровых визуальных элементов и текстур из реального мира может помочь сделать анимацию более приятной зрителю. Например, можно подобрать некоторые визуальные элементы из реального мира и интегрировать их в анимационный фильм: снимать видео; отсканировать текстуры различных объектов; сделать фотографии и т. д.



Кадр из анимационного рекламного ролика Honda. Оригинальная анимационная техника смены кадров, накладыванием друг на друга физических листов с изображением

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ

вопросы для самоконтроля

1. Какие компоненты вымышленного мира нужно придумать, чтобы он был положительно воспринят зрителем?
2. Какие бывают виды нелинейного сюжета?
3. Что такое сценарий?
4. Отличия литературного и режиссёрского сценария.
5. На чём основывается драматургия анимационного фильма?
6. Перечислите виды драматических конфликтов.
7. Как устроена трёхактная драматическая структура?
8. Перечислите важные компоненты, которые обязательно должны присутствовать в сценарии.
9. Какие бывают типажи персонажей?
10. Что такое мультипликат?
11. Что такое раскадровка?



СРЕДСТВА ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ



- *Цвет*
- *Пример цветового сценария*
- *Советы по работе с цветом*
- *Постановка*
- *План*
- *Планы по масштабу*
- *Планы по количеству объектов*
- *Ракурс*
- *Вопросы для самоконтроля*

Зрителю нужна визуальная информация о происходящем. Различные выразительные средства позволяют усилить эмоциональный отклик от анимационного фильма.

Каждый кадр, в зависимости от заполненности деталями и их визуальных характеристик, несет разный объём информации. От объёма информации зависит время, которое требуется зрителю для восприятия, для считывания информации с экрана.

Можно показать объект крупно, а можно мелко во взаимосвязи с окружением. Можно разместить цветовые акценты и проработать контраст формы.

Использование цвета в анимации, в первую очередь, ориентировано на символическое его прочтение, наделяясь образным значением. Цвет перестает использоваться в реалистической направленности. Символика цвета понимается в историческом, архетипическом, культурологическом, этнографическом и других значениях.



Цвет может выражать эмоции, прояснять мотивацию и даже диктовать весь смысл анимационной истории:

- пышное зеленое поле фермера означает нечто совершенно иное, если оно желто-коричневое;
- поездка героя в закат превращается в поездку в глубины ада с небольшим изменением оттенка;
- первый поцелуй мальчика имеет другое значение, если получатель поцелуя становится зеленым, а не краснеет.

Оттенок (англ. hue) — относится к общему названию цвета в спектре, например, красный, синий, зеленый, сине-зеленый и т. д.



Насыщенность (англ. saturation) — это интенсивность или чистота цвета. Сильно насыщенные цвета выглядят живыми и яркими, в то время как малонасыщенные цвета выглядят пастельными, тусклыми или сероватыми.



Яркость (англ. brightness) — это относительная светлота или темнота цвета. Низкое значение означает, что цвет ближе к черному.



Цветовой сценарий — это последовательный визуальный план того, как вы собираетесь использовать цвет в своем анимационном ролике. Этот процесс может быть весьма экспериментальным. Важно сбалансировать то, что, по мнению автора, выглядит правильно в отдельных сценах, с тем, что помогает обогатить историю в целом, усилить художественный/эмоциональный эффект.

Выбор цвета истории. Для начала следует определиться, какого цвета должна быть вся история, если бы она могла быть только одного цвета. По сути, это определение доминирующего цвета, поскольку этот цвет будет влиять на выбор каждого дополнительного цвета по мере создания цветовой палитры анимационного ролика.

Предварительная окраска. Это раскадровка, представленная серией отдельных цветов, по одному для каждого кадра раскадровки. Каждый цвет в серии может повторяться.

Лучший способ начать этот процесс — определить ключевые моменты истории, которые потребуют цвета для выделения.

Остальные цвета, которые будут выбраны для остальной части фильма, должны максимально поддерживать цветовые решения ключевых сцен.

Акт 1



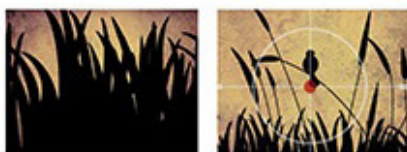
Акт 2



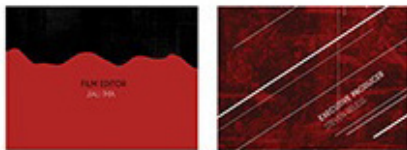
Акт 3



Акт 1



Акт 2



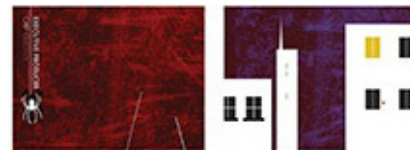
Акт 3



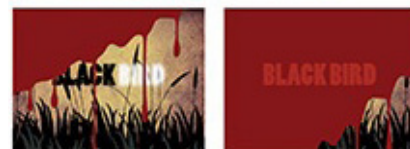
Акт 1



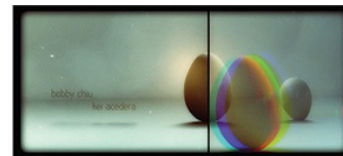
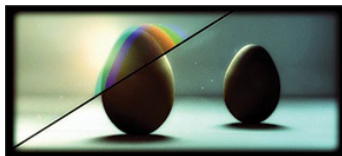
Акт 2



Акт 3



Поддерживающие цвета. После того, как были определены основные цвета сцен, следует подобрать второстепенные, поддерживающие цвета. Эту задачу можно решить интуитивно или обратиться к схемам различных цветовых гармоний.



ПРИМЕР ЦВЕТОВОГО СЦЕНАРИЯ

пример цветового сценария

пример цветового сценария

История о медвежонке, заблудившемся в лесу, разворачивается следующим образом:

- заблудился;
- ночью столкнулся с опасным хищником;
- к рассвету наконец нашёл дорогу домой к своей семье медведей.

Если все ключевые моменты сюжета представить одними и теми же оттенками — не получится усилить эмоциональный отклик.

В сценах, где детёныш заблудился — можно зеленый цвет сделать более приглушённым, чтобы лес стал немного темнее. Это позволит показать чувства дезориентации

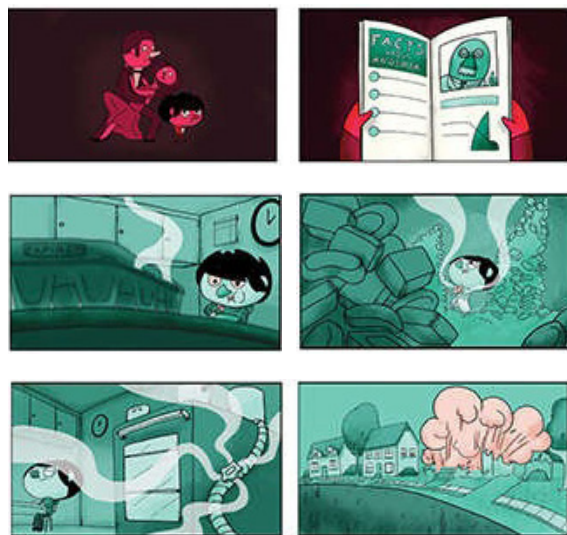
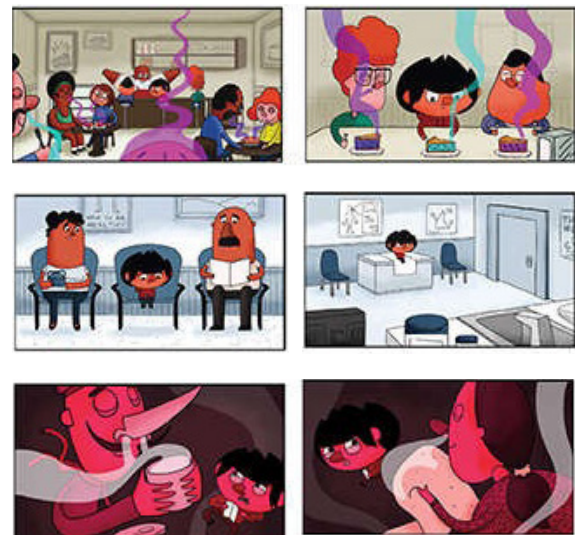
и страха, которые испытывает в этот момент медвежонок.

Для сцен сражения с жестоким хищником — можно использовать оттенки красного цвета, символизирующего угрозу, гнев и опасность.

Наконец, в сценах возвращения детеныша домой лучше всего подойдет усиление насыщенности цветовой гаммы. Когда детеныш, наконец, обнаружит дом, лес может вернуться к насыщенному зеленому цвету. Это наполнит сцены оптимизмом и радостью.



Джиали Ма, Черная птица



Ограничение палитры. При рассматривании статичных изображений у человека есть время, чтобы исследовать цвет и композицию. В анимации движение и течение времени создают потребность в непрерывном и четком фокусе. Кадры, мизансцены, сцены — сменяются быстро, поэтому важно, чтобы история читалась быстро. Ограничение палитры позволит зрителю быстро воспринять движущиеся изображения и сосредоточиться на самом важном в истории. Слишком большое цветовое разнообразие в кадре сбивает с толку. Лучше начать с небольшого количества цветов, а потом, при необходимости, добавить.



Поддержка объекта цветом. Стоит быть осторожным при добавлении большого количества цветов к фону и реквизиту, когда в кадре есть красочный движущийся объект.

Движущимся объектам нужно пространство, чтобы дышать — они должны поддерживаться окружающими их цветами, а не быть оттесненными на задний план.

Один из способов — это обозначить вокруг основного объекта открытое пространство. Эта область называется белым пространством (хотя оно не обязательно белое).

Еще один способ ограничить визуальную конкуренцию вокруг вашего объекта — ис-

пользовать высококонтрастные или дополнительные цвета. Это поможет укрепить отношения между объектом и фоном.

Высокий контраст особенно важен для шрифтовых объектов и логотипов, поскольку для восприятия составных объектов — требуется больше времени, чем для восприятия отдельных объектов.

Применение насыщенных цветов. Насыщенные цвета настолько энергичны, что могут отвлечь внимание, если их использовать в неправильном месте.

Насыщенность оттенков следует использовать в важных местах и моментах, когда нужно выделить персонажа или сюжетную точку. Однако, не стоит использовать насыщенное цветовое решение слишком часто — это может привести к переутомлению зрителя.

Контрастный цвет. Неожиданный (контрастный) цвет — это цвет, который настолько сильно отличается от общей палитры, что бросается в глаза. Когда неожиданный цвет помещается в ключевой момент истории, он может оживить анимацию, связать ключевую идею и даже вызвать кульминацию истории. Однако к этому приёму не стоит прибегать слишком часто.

Дизайн для движения. В каждом кадре раскадровки следует определить, что будет двигаться, а что останется неподвижным. Убедитесь, что при выборе цвета подвижных объектов, они не конкурируют с цветами фона и неподвижных объектов. Для этого можно немного уменьшить насыщенность неподвижных объектов.

Собственные правила. Нестандартные сочетания и новые способы использования могут создать интересный дизайн. Следует выполнять поиск собственных цветовых решений и следовать выбранной логике для создания цветового единообразия во всём повествовании.

Постановка — размещение ключевого объекта композиции в пространстве, среди других объектов сцены. Постановка должна создавать визуальную и концептуальную иерархию для объектов и персонажей в вашем кадре, усиливая историю.

Зритель должен четко видеть, что происходит с главным объектом. Постановка элементов вокруг главного объекта должна помочь подчеркнуть идею, которую аниматор пытается передать.

Постановка также помогает придать кадру пространственную глубину.

Один персонаж передает ключи от автомобиля другому персонажу. Размещение рук персонажей и ключей большими на переднем плане и маленького автомобиля на заднем плане сразу же создаст глубину и интерес.

Взгляд аудитории перемещается от более крупного основного объекта к фону, где можно увидеть автомобиль. Это позволяет создать интригу и привлечь внимание, в противовес ситуации мгновенного удовлетворения композиционно законченным кадром.



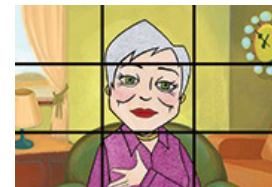
Уходите из центра. Не следует размещать ключевой объект в центре кадра слишком часто. Также нужно убедиться, что в центре кадра не слишком много объектов. Если визуальная пауза действительно нужна, стоит подумать о том, чтобы начать движение с периметра композиции кадра, а затем уже переместиться к центру. Децентрализация сделает сцены активными и захватывающими.

Правило третей. «Правило третей» или правило Золотого сечения предоставляет простой в использовании метод для создания динамичной внутрикадровой композиции.

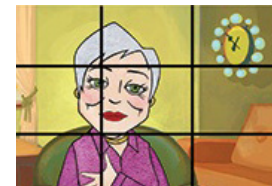
Для применения метода достаточно разделить кадр по горизонтали и вертикали на три части. Далее основной объект следует разместить в верхней или нижней, левой или правой трети кадра, в точке пересечения условных линий.

Этот метод позволяет создать визуальную интригу, при которой зритель, как бы подсознательно начинает искать более сбалансированное и законченное решение. Если

же поместить основной объект посередине кадра — интрига исчезнет и зритель потеряет интерес к происходящему.



менее интересная композиция кадра



более интересная композиция кадра

Относительный масштаб изображения в кадре. Каждая крупность несет определенную смысловую и эмоциональную информацию, заставляя зрителя обратить внимание на внутрикадровое содержание.

Также планы разделяют по количеству объектов в кадре.

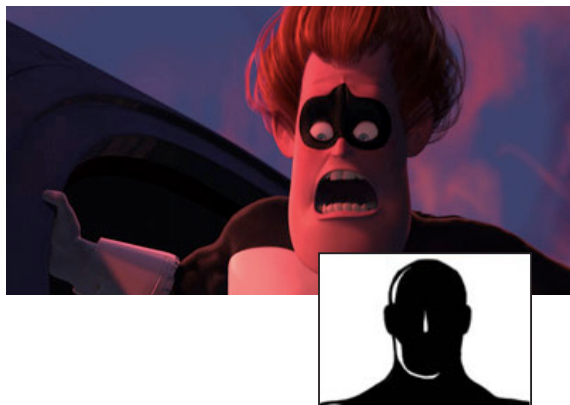
В зависимости от приближенности или удаленности объекта съемки от камеры планы бывают:

- *детальный;*
- *крупный;*
- *средний (1 и 2-й);*
- *общий;*
- *дальний;*
- *сверхобщий.*

Деталь. Очень крупная съемка объекта или его составной части. Используется для демонстрации напряжения, тонкой эмоции, или для акцентирования важной информации.



Крупный. Выделение снимаемого объекта, подчёркивание его характерных черт, преднамеренная изоляция от конкретной среды. Крупный план нужен для выражения эмоций, а также как способ передачи диалогов.



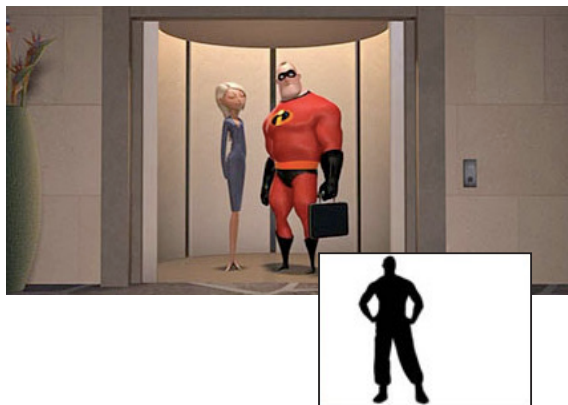
1-й средний план. Показывает персонажа близко, но не слишком, как правило, по талию. Достаточно детализирован, показывает что-то конкретное.



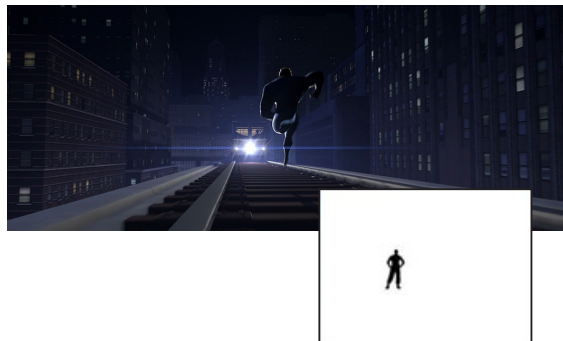
2-й средний план. Оставляет достаточно свободного пространства вокруг, чтобы персонаж мог действовать в конкретном окружении. Акцент делается на персонаже, но при этом усиливается связь со средой, окружением.



Общий план. Персонаж или несколько персонажей, взятые во весь рост, без запаса (с незначительным запасом) пространства над головой или под ногами. Акцент на персонаже и окружении.



Дальний план. Объекты, взятые с окружающей обстановкой или природой. Показ пространства действия, где находится персонаж или массовая сцена. Дает представление о событии.



Сверхобширный. Дает общее представление о месте повествования, показывает место, где будут разворачиваться действия. Акцент на окружении.



ПЛАНЫ ПО КОЛИЧЕСТВУ ОБЪЕКТОВ



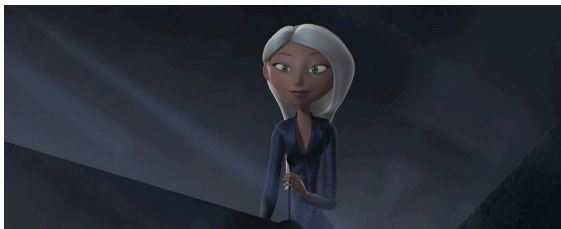
планы по количеству объектов

планы по количеству объектов

В зависимости от количества объектов в кадре, планы могут быть:

- *одиночными;*
- *двойными;*
- *тройными;*
- *групповыми.*

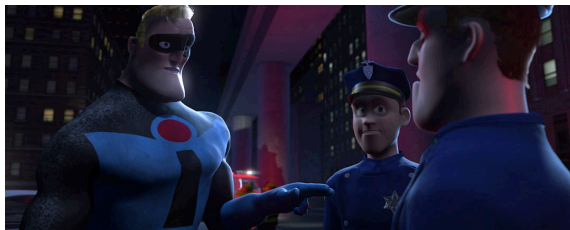
Одиночный. В кадре представлен только один объект.



Двойной. В кадре представлено два объекта. Как правило используется при съемках диалогов.



Тройной. В кадре представлено три объекта, связанных общей темой повествования.



Групповой. В кадре представлено более трех объектов, связанных общей темой повествования.



Интерпретация (от фр. *raccourcir* — укорачивать) — перспективное сокращение удалённых от зрителя частей изображённого на плоскости предмета.

Ракурс можно понимать как точку зрения смотрящего; он позволяет зрителю идентифицировать себя с персонажем. Также его можно рассматривать как точку обзора камеры, создаваемой путем ее наклона или подъема при съемке.

Выделяют следующие виды ракурсов:

- *птичий полёт*;
- *верхний ракурс*;
- *снизу вверх*;
- *нижний ракурс*;
- *восьмёрка*.

Птичий полёт. Камера расположена над объектом в отдалении. Связывает объект и окружение.



Верхний ракурс. Камера расположена под углом сверху вниз по направлению к объекту.



Снизу вверх. Камера направлена снизу вверх почти под прямым углом.



Нижний ракурс. Камера лежит на полу.



Восьмёрка. Используется при съемках диалогов, или моментов, когда нужно показать как один персонаж смотрит на другого.

Планы по очереди сменяют друг друга и могут комбинироваться с верхними и нижними ракурсами, в зависимости от угла и высоты расположения камеры, а также от расположения персонажей.



ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ

1. Основные функции цвета в анимации.
2. Что такое «цветовой сценарий»?
3. Зачем нужен «поддерживающий цвет»?
4. Что такое «постановка»?
5. Как следует применять «правило третьей»?
6. Что такое «план кадра»?
7. Перечислите планы по масштабу.
8. Как следует выбирать 1-й средний план?
9. Перечислите планы по количеству объектов.
10. Как следует компоновать групповой план?
11. Что такое «ракурс»?
12. Какие виды ракурсов бывают?
13. В чём особенность нижнего ракурса съёмки?



- *Звуковое сопровождение*
- *Звук*
- *Музыка*
- *Шум и звуковые эффекты*
- *Музыка как звуковой эффект*
- *Трансформация звука*
- *Закадровый текст*
- *Синхронизация звука и истории*
- *Авторские права*
- *Вопросы для самоконтроля*

ЗВУКОВОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ



Процесс подготовки звукового (аудиального) сопровождения во время производства анимации позволяет получить опыт взаимного связывания звука и изображения по мере развития событий.

По ходу разработки анимационного фильма музыка и звуковые эффекты, которые были уместны на этапе подготовки к производству, могут оказаться не лучшим выбором для финальной анимации.

Простая корректировка сюжета может потребовать новой обработки звука. В этом случае нужно быть гибким и дорабатывать сцены, пока звук не будет соответствовать анимационному повествованию.

Всегда следует планировать некоторое дополнительное время на эксперименты. Иногда этот процесс подтверждает, что первоначальный выбор звукового сопровождения был правильным. А иногда он показывает, что звуковое сопровождение требует доработки.

С одной стороны, звуковое сопровождение должно влиять на повествование, делая его более выразительным. С другой стороны, следует быть осторожным, чтобы звуковое сопровождение не довлело над изобразительным рядом и общим авторским видением.

Звуковые эффекты, музыка и диалоги (ваш саундтрек) могут быть настолько мощными, что аниматор может непреднамеренно слишком сильно полагаться на них, снизив внимание к самой анимации.

Если визуальной составляющей анимационного ролика не хватает выразительности, возможно, слишком большое внимание было уделено звуковому сопровождению. Это особенно важно для анимации персонажей с диалогами. Отличная голосовая дорожка может создать иллюзию того, что анимация получилась превосходной. В этом случае, следует выключить звук и посмотреть насколько хорошо получилась игра мимики и тела персонажа.

Звук играет важную роль, он создаёт звуковой образ произведения. Во взаимосвязи с движущимся изображением, возникает полифонический звукозрительный образ.

Звук в анимационном фильме представлен:

- *речью персонажей,*
- *закадровым голосом,*
- *музыкой,*
- *различными шумами.*

Как правило, прежде чем создать анимационный ролик, записывают все звуки: музыку, диалоги, шумы.

Диегетический звук исходит из источников, которые видны на экране (или подразумеваются действиями за кадром) и которые исходят из физического мира: лай собаки, скрип двери, большинство диалогов персонажей и музыку, источник которой можно видеть в сцене.

Недиегетические звуки — это звуки, источник которых не виден на экране и не предполагается его присутствие в действии.

Звуковые эффекты, неестественные для объектов в сцене (грустный тромбон, когда персонаж понимает, что его обманули), музыкальная партитура (которая не исходит от музыканта или радио в сцене), а также любое закадровое повествование или диалог, происходящий в голове персонажа.

Недиегетический звук является сюрреалистичным для действия, и все же направлен на то, чтобы обогатить происходящее на экране.

Музыка

Музыкальное сопровождение помогает раскрыть характеры персонажей, их чувства, мысли, переживания.

Внутрикадровая музыка должна либо совпадать с изобразительным материалом и действиями в кадре, либо быть контрастной.

В закадровой музыке проявляется авторский замысел. Музыка может подталкивать героя к действию или подчеркивать какую-то особенность его характера.

Для анимационного фильма, музыку можно записывать двумя способами:

- предварительно, с последующей съемкой движения по расшифрованной фонограмме. Этот подход позволяет лучше синхронизировать действия в кадре с музыкой;
- запись музыки после съёмок сцен и эпизодов. Этот метод менее удобен, т. к. часто приходится переснимать отдельные сцены и даже эпизоды.

ШУМ И ЗВУКОВЫЕ ЭФФЕКТЫ

Различные шумы и звуковые эффекты позволяют акцентировать внимание зрителя на важных моментах в сценах и, таким образом, усиливают эмоциональное воздействие.

К звуковым эффектам относятся различные естественные звуки природы, городские шумы или звуки работающих механизмов.

В завязке анимационного фильма Ю. Б. Норштейна «Ежик в тумане» особое внимание уделяется звуку падающего сухого листа.

Однако, чрезмерное использование звуковых эффектов приведет к тому, что анимационный фильм станет менее интересным для зрителя.

Разбитая тарелка во время словесной перепалки усиливает происходящее действие. Большое количество разбитых тарелок создаст эффект «белого шума» и нивелирует внимание зрителя к происходящему.

Коррупцированный политик пойман в совершении зла с поличным на глазах у общественности, а звуки сирен и вертолетов могут передать ощущение, что выхода нет, и ему не уйти от правосудия.

МУЗЫКА КАК ЗВУКОВОЙ ЭФФЕКТ

В некоторых случаях звуковые эффекты могут быть более эффективными в качестве музыки:

- знаменитая скрипка в сцене из «Психического душа» А. Хичкока;
- зловещий фортепианный дан-дан из «Челюстей» С. Спилберга, когда приближается мега-акула;
- игривый звук пикколо в классическом мультфильме «Том и Джерри», когда мышь уклоняется от кота быстрыми шагами.

Заимствование звуковых эффектов из музыкальной партитуры может придать звуковым эффектам органичное ощущение.

ТРАНСФОРМАЦИЯ ЗВУКА

Анимация предлагает множество возможностей использовать как диегетический, так и недиегетический звук, а также предоставляет множество случаев, когда одно может трансформироваться в другое.

Например, ребенок громко плачет. Эти крики диегетичны: зритель может видеть ребенка и знать, что он расстроен. Можно добавить сюрреалистический акцент к крику ребенка, сделав его громче и свирепее и превратив его в могучий рык льва или вой сирены скорой помощи. Теперь плач ребенка такой громкий и свирепый, что для окружающих он звучит как лев, и для этого потребовалось всего лишь переключиться с диегетического звука на недиегетический.

ЗАКАДРОВЫЙ ТЕКСТ

закадровый текст

Иногда анимационный ролик предполагает пояснения. Это нужно в тех случаях, когда визуальный ряд не может полноценно передать необходимую информацию. В этом случае анимацию дополняют закадровым дикторским текстом.

При разработке раскадровки закадровый текст необходимо включить в раскадровку, привязав соответствующие фразы к конкретным сценам.

Подготовка текста для диктора требует внимания к ударениям, особенно в тех словах, которые не являются общеупотребительными. Также следует указывать темп начитки и эмоциональные акценты.

При составлении текстов важно учитывать, что для произнесения фразы диктором требуется определенное время. Хронометраж текста можно рассчитать, воспользовавшись секундомером, прочитав в спокойном темпе текст вслух.

Также для этого можно использовать возможности сервиса hronomer.ru. Но результат будет приблизительным и может значительно отличаться от итоговой профессиональной начитки.

Наилучший способ — заказать начитку текста у профессионала. В интернете можно подобрать профессиональный голос и заказать качественную «начитку».

СИНХРОНИЗАЦИЯ ЗВУКА И ИСТОРИИ

Все звуки являются результатом вибрации объектов, соответственно, при создании анимационного фильма звук должен быть результатом действия и возникать из существующей истории.

Испуганное лицо мужчины — глаза широко раскрыты, как блюдца. Добавив жуткий звук скрипки, тяжелые шаги, затем скрип двери и взведение курка пистолета — убийца явно прибыл, а смерть всего в нескольких секундах.

Или, добавив мягкую, романтическую музыку, хихиканье молодых леди и шаги на высоких каблуках, за которыми следует голос застенчивой молодой женщины: «Привет,

Виктор, ты так красиво выглядишь в галстук-бабочке и подтяжках».

Тот же мужчина оказывается далек от того, чтобы быть убитым, но вместо этого он полностью охвачен любовью.

Или жужжащий будильник, далекий звук утреннего движения транспорта, скулящая собака, готовая к утренней прогулке. Внезапно мужчина оказался в совершенно иной ситуации — он просто проспал и опаздывает на работу!

К звуку нужно обращаться на этапе подготовки таймлайна и раскадровки.

АВТОРСКИЕ ПРАВА

При выборе материала для звукового сопровождения нужно учитывать, что у каждого произведения есть автор и он обладает соответствующими коммерческими правами на своё произведение.

Свободное использование материалов, защищенных авторским правом, возможно только после покупки соответствующей лицензии. Нелегальное использование чужих произведений преследуется по закону.

Не следует думать, что для выявления правонарушения обязательно нужна официальная экспертиза. Например, алгоритмы видеохостинга Youtube способны анализировать контент во время загрузки его

на платформу, а при нарушении авторских прав — заблокировать такой контент.

Кроме платных лицензионных звуковых материалов существуют произведения распространяемые «бесплатно». Подобные звуковые материалы распространяются по лицензии Creative Commons.

Нужное звуковое сопровождение для анимационного ролика можно найти на официальном сайте лицензии:

creativecommons.org/musiccommunities.

Однако следует понимать, что за качественный и оригинальный контент часто приходится платить.

Речь идёт не только о полном исключении музыки, но также и о моментах (отрывках), в которых возникает повествовательная пауза. Основное преимущество использования этой тихой музыки заключается в том, что она ощущается как передышка для аудитории, время, в течение которого зрители могут воспринять историю самостоятельно без помощи звукового сопровождения. Говорят, что хорошее звуковое оформление невозможно обнаружить.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ

1. Зачем нужен звук в анимационном фильме?
2. Какие виды звука бывают в анимационном фильме?
3. На каком этапе создания анимационного фильма следует готовить звуковое сопровождение?
4. Зачем нужен закадровый текст?
5. Когда музыка может играть роль звукового эффекта?
6. Чем отличаются диегетический и недегетический звук?



12 ПРИНЦИПОВ АНИМАЦИИ СТУДИИ ДИСНЕЯ



7

- *Сжатие и растяжение*
- *Подготовка или упреждение*
- *Сценичность*
- *Фасовка*
- *Сквозное движение*
- *Ускорение и замедление*
- *Движение по дугам*
- *Дополнительное действие*
- *Расчёт времени*
- *Преувеличение*
- *Профессиональный рисунок*
- *Привлекательность*
- *вопросы для самоконтроля*

СЖАТИЕ И РАСТЯЖЕНИЕ

сжатие и растяжение (англ. squash and stretch)

сжатие и растяжение (англ. squash and stretch)

Живое тело всегда сжимается и растягивается во время движения. Например, если длина мяча растянута по вертикали, то ширина должна сократиться горизонтально.

Этот принцип может быть применён как к простым объектам (прыгающий мяч), так и к более сложным, например мускулатуре человека.

При гиперболизации этого принципа аниматор может получить выразительный комический эффект. В реалистичной же анимации этот принцип ориентирован на то, что объём объекта не изменится, если изменится его форма.

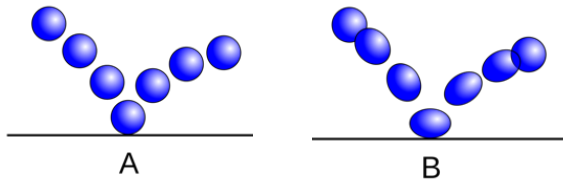
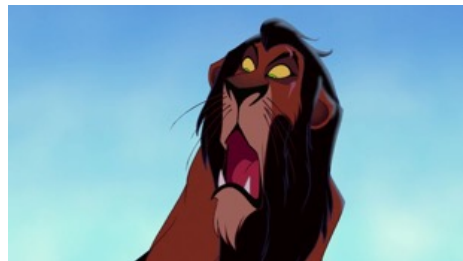
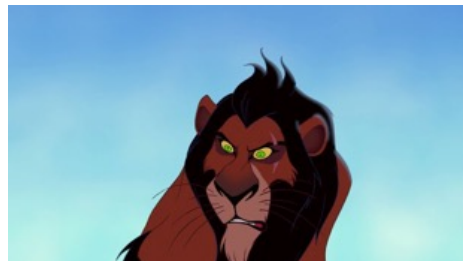


Рисунок В демонстрирует принцип сжатия и растяжения: мяч деформируется во время полёта и во время удара о твёрдую поверхность, что даёт зрителю представление о силе, которая к нему приложена, и о материале, из которого он сделан. Напротив, анимация рисунка А напрочь лишена динамики.

Видеорок: <https://www.youtube.com/watch?v=haa7n3UGyDc&list=RDCMUCaXyH9DWyVmMpS9NgyxoTFQ&index=1>



Пример использования принципа «сжатие и растяжение» в рисованной анимации

ПОДГОТОВКА ИЛИ УПРЕЖДЕНИЕ



подготовка или упреждение (англ. anticipation)

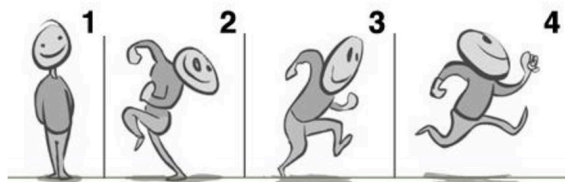


В реальной жизни перед совершением какого-либо действия человеку обычно приходится делать подготовительные движения, например перед прыжком человеку желательно присесть или замахнуться для удара.

В анимации их обычно также гипертрофируют, чтобы подготовить зрителя к последующему действию персонажа и придать инерцию движениям.

В японской анимации упреждающие действия либо исключены, либо минимизированы — в соответствии с канонами восточных единоборств, где молниеносность и неожиданность — ключ к победе.

Однако, если требуется добавить в действие комедийный эффект или эффект неожиданности, подготовка может опускаться. Этот эффект часто упоминается как «шутка-сюрприз» и дает ощущение разрядки напряжения.



Чтобы начать бежать, персонаж сначала готовится, потом ускоряется, потом бежит

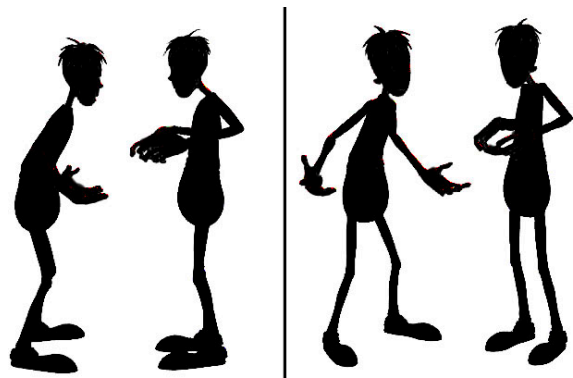
Видеопрок: <https://www.youtube.com/watch?v=F80tE60T8yU&list=RDCMUCAxYH9DWyVmMpS9NgyxoTFQ&index=3>

СЦЕНИЧНОСТЬ



Принцип, позаимствованный у театра. Его цель – привлечь внимание публики и пояснить, что имеет самое большее значение в сцене, что происходит сейчас и что должно произойти. Такая ясность достигается различными средствами, например, использование света и тени, угол и положение камеры. Задача принципа удерживать внимание на самом важном.

Персонаж должен располагаться в кадре так, чтобы было понятно, что он делает. Его действия не должны перекрываться конечностями других персонажей и случайными объектами. Также поза персонажа всегда должна быть максимально выразительна.



На первом рисунке, силуэты персонажей не дают внятного представления о содержании разговора. На втором рисунке зритель получает визуальное подтверждение содержания разговора.

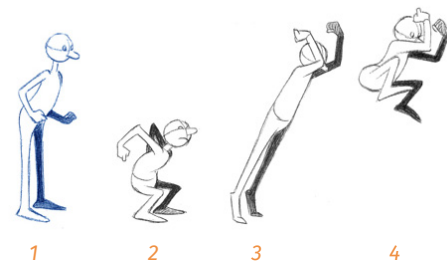
Видеопок: <https://www.youtube.com/watch?v=u-SXLaQGg50&list=RDCMUCAxYH9DWyVmMpS9NgyxoTFQ&index=4>

ФАЗОВКА

Движение создаётся не как в «stop-motion», последовательно изменяя понемногу положение персонажа, а путём разработки сначала крайних положений (компоновок), а потом дроблением их на промежуточные этапы движения.

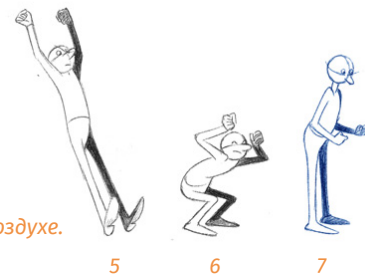
Такой способ позволяет контролировать движение на любой стадии, а также форму и внешность персонажа.

Видеопок: <https://www.youtube.com/watch?v=v8quCbt4C-c&list=RDCMUCAxYH9DWyVmMpS9NgyxoTFQ&index=11>



Фазы прыгнувшего персонажа:

1. Нейтральное.
2. Подготовка.
3. Прыжок.
4. Положение в воздухе.
5. Касание земли.
6. Приседание.
7. Нейтральное.



СКВОЗНОЕ ДВИЖЕНИЕ

сквозное движение

Сквозное движение (или доводка) и захлест действия (англ. follow through и overlapping actions) — движение никогда не должно прекращаться. Например, движение отдельных частей тела, в то время как тело уже не двигается, называется захлестом.

Захлест выражается в сценах смены фаз движения. Если персонаж резко тормозит после бега, мягкие части тела не могут остановиться вместе с жесткими и происходит небольшой захлест (волосы, уши, хвосты и т. д).

Например, женщина бежит чтобы успеть на автобус. Когда она останавливается

у автобуса, ее волосы и платье раскачиваются вперед в результате собранной силы движения.



На фазовке видно, что плащ супергероя, падает на землю после завершения прыжка.

Видеопок: <https://www.youtube.com/watch?v=40xphYV8W3E&list=RDCMUCAxYH9DWyVmMpS9NgyxoTFQ&index=12>

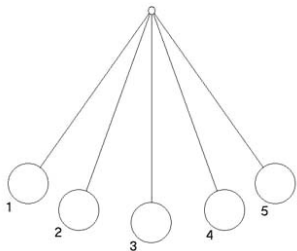
УСКОРЕНИЕ И ЗАМЕДЛЕНИЕ

Движениям человеческого тела и большинству других объектов нужно время, чтобы ускориться и замедлиться. По этой причине, анимация выглядит более реалистичной, если движение начинается медленно и медленно заканчивается.

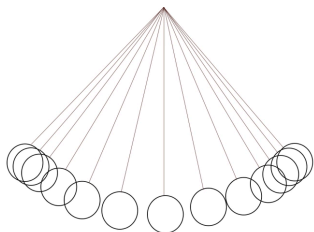
Поезд всегда начинает движение медленно, и так же медленно заканчивается его движение. Такое движение выглядит более естественно.

Этим принципом можно пренебречь, если этого требует авторский замысел.

Видеопок: <https://www.youtube.com/watch?v=fQBFsTqbKhY&list=RDCMUCAxYH9DWyVmMpS9NgyxoTFQ&index=11>



Линейное (не реалистичное) движение маятника, без применения принципа ускорения и замедления



Не линейное (реалистичное) движение маятника, с применением принципа ускорения и замедления

ДВИЖЕНИЕ ПО ДУГАМ

Живые организмы всегда передвигаются по дугообразным траекториям. Например, таково движение конечности, которая перемещается поворотом сустава, или брошенного объекта, который движется по параболической траектории. Исключение — механические движения, которые обычно следуют по прямой.

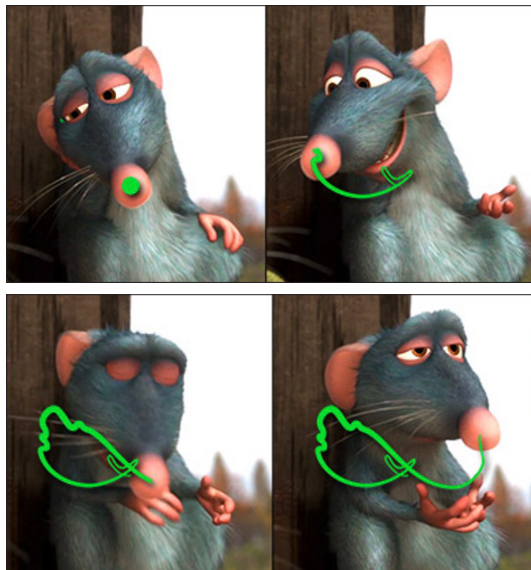
Чем больше скорость или импульс предмета, тем более пологая получается дуга. Сильный бросок задает предмету более прямую траекторию, чем слабый.

Часто в традиционной анимации рисуются вспомогательные дуговые линии, которые позже стираются. Они помогают аниматору

убедиться, что все промежуточные кадры лежат на дуге от одного ключевого кадра к другому.

Впрочем, в аниме, этот приём, используется редко — по внутренним стилистическим причинам.

Видеорок: https://www.youtube.com/watch?v=I1_tZ9LhJD4&list=RDCMUCAxYH9DWyVmMpS9NgyhoTFQ&index=5



Движение головы главного героя по дугам, во время диалога. Анимационный фильм «Рататуй», 2007 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ДЕЙСТВИЕ

Добавление вторичных действий к основному действию придаёт сцене больше жизни и может помочь поддержать основные действия. Идущий человек одновременно покачивает руками или держит их в карманах, он может говорить, или свистеть, или выражать эмоции с помощью мимики. Важным моментом во вторичных действиях является то, что они подчеркивают, а не отвлекают внимание от основного действия. В противном случае эти действия лучше опустить. В случае с мимикой, во время резкого движения они скорее всего будут оставаться незамеченными. В таких случаях лучше включать их в начале и в конце движения, а не во время.



Демонстрация наступления нужного времени для срабатывания будильника остановкой стрелок на 6:00.



Усиление эмоционального воздействия дополнительным действием в виде лёгкой тряски будильника из стороны в сторону.

Видеопок: <https://www.youtube.com/watch?v=MjBH Ww1TbP4&list=RDCMUCAxYH9DWyVmMpS9NgyxoTFQ&index=10>

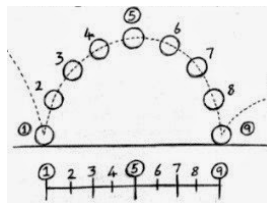
РАСЧЕТ ВРЕМЕНИ

расчет времени (англ. timing)

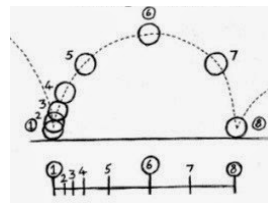
Для того чтобы персонаж двигался в соответствии со своим весом, художник рассчитывает время движения для каждого персонажа. При расчёте времени учитываются вес, инертность, объем и эмоциональное состояние героя.

Настроение также передается скоростью движений персонажа. Так, подавленный персонаж движется очень вяло, а воодушевленный — достаточно энергично.

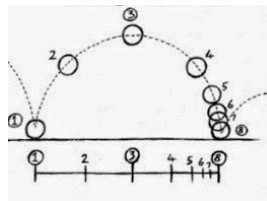
Видеоурок: <https://www.youtube.com/watch?v=BarOk2p38LQ&list=RDCMUCAxYH9DWyVmMpS9NgyxoTFO&index=14>



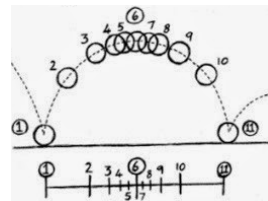
Одинаковая
скорость



Медленное начало
движения



Медленное
окончание
движения



Медленное
движение
в середине
действия

ПРЕУВЕЛИЧЕНИЕ

Если анимировать обычное человеческое движение, оно получится замедленным и неинтересным. Поэтому используется сильное преувеличение, и чем сильнее, тем лучше.

Однако степень применения принципа зависит от стоящей перед аниматором задачи — передать реализм или определённый стиль.

Другие формы преувеличения — это сверхъестественные или сюрреалистиче-

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ РИСУНОК

ские изменения в физических особенностях персонажа или в самом сюжете.

Печальный персонаж должен выглядеть мрачнее тучи, счастливый персонаж — сиять и светиться как новогодняя ёлка, рассерженный персонаж должен выглядеть как паровой котёл, который вот-вот рванёт.



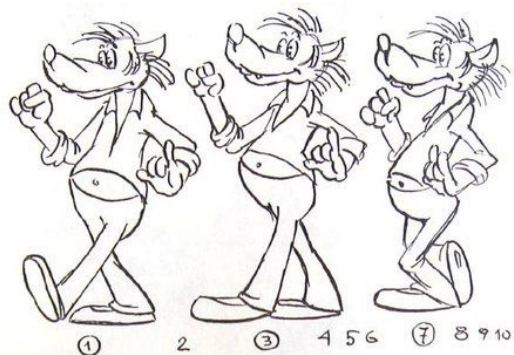
В реальной жизни

В анимации

Профессионализм позволяет передавать объём объектов и персонажей, передвигающихся и поворачивающихся на экране. В какой бы технике ни был снят анимационный фильм — зритель должен понять, что это наилучшее, профессиональное применение этой техники.

Принцип «профессиональный рисунок» можно интерпретировать и как профессиональное понимание механики неодушевлённых объектов и персонажей. Сюда входит всё: от понимания центра масс и равновесия до цепочки реакций по конечности или позвоночнику, когда нога касается пола.

Видеорок: <https://www.youtube.com/watch?v=HfFj-VQKiAM&list=RDCMUCAxYH9DWyVmP59NgyxoTFQ&index=9>



Профессиональный рисунок походки Волка из многосерийного анимационного фильма «Ну, погоди!». Выход первой серии, 1969 г.

Видеоурок: <https://www.youtube.com/watch?v=7An0jukOkCI&list=RDCMUCAxYH9DWyVmMpS9NgyxoTFQ&index=13>

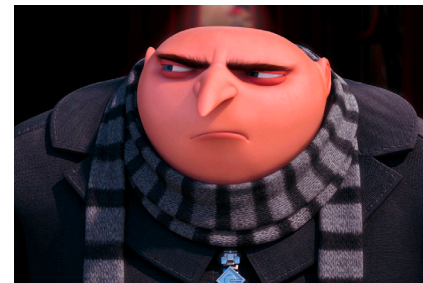
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ

Персонаж должен быть привлекательным (харизматичным), на него должно быть интересно смотреть, даже если персонаж отрицательный. Если персонаж будет не привлекательный, зритель потеряет к нему интерес, что бы он ни вытворял в кадре.

Положительные герои, как правило, имеют симметричные или нарочито детские лица. В свою очередь, внешность отрицательных героев намеренно искажается.

Также привлекательности (выразительности) персонажа можно добиться через позы, жесты, мимику.

Видеоурок: https://www.youtube.com/watch?v=_SplEuWp0Yw&list=RDCMUCAxYH9DWyVmMpS9NgyxoTFQ&index=16



Грю, главный герой анимационного фильма «Гадкий я», 2010 г.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ

вопросы для самоконтроля

1. В чём особенность принципа «Сжатие и растяжение»?
2. Как в реальной жизни реализуются принципы «Подготовка и Сквозное движение»?
3. Почему принцип «Сценичность» так важен в анимации?
4. Как работает принцип «Фазовка»?
5. Как при движении маятника реализуется принцип «Ускорение и замедление»?
6. Когда следует применять принцип «Дуги»?
7. Зачем нужно применять принцип «Дополнительное действие»?
8. Почему так важен тайминг в анимации?
9. Как представлен принцип «Профессиональный рисунок» в трёхмерной анимации?
10. В чём особенность принципа «Привлекательность»?



- *Необходимая техника*
- *Мультстанок*
- *Компьютерная анимация*
- *Размытие*
- *Формат*
- *Выбор разрешения*
- *Видеофайлы*
- *Кодеки*
- *Контейнер*
- *Композитинг*
- *Рендеринг*
- *вопросы для самоконтроля*

Съёмка анимационного фильма, в первую очередь, предполагает выбор вида анимационной техники, т.к. от этого зависит, какое оборудование потребуется для организации съёмочной площадки. Например, для съёмки пластилиновой объёмной анимации потребуется достаточно большой павильон, в котором можно будет собрать макет сцены с персонажами. А для масляной живописи на стекле достаточно будет одной комнаты.

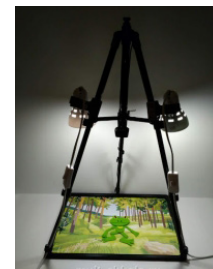
Современный процесс съёмок анимационных фильмов в традиционных техниках предполагает совмещение традиционного оборудования с компьютерными технологиями. Такой подход позволяет ускорить процесс съёмок. Более того, применение

компьютерных технологий сократило и количество необходимого традиционного оборудования, т.к. многие функции этого оборудования — объединены в одном устройстве.

В целом, для съёмок анимационного фильма сегодня достаточно иметь следующее оборудование:

- *фото/видеокамера;*
- *съёмочный стол (мультистанок);*
- *съёмочный компьютер;*
- *монтажный компьютер;*
- *плата для ввода/вывода видео;*
- *контрольный видеомонитор;*

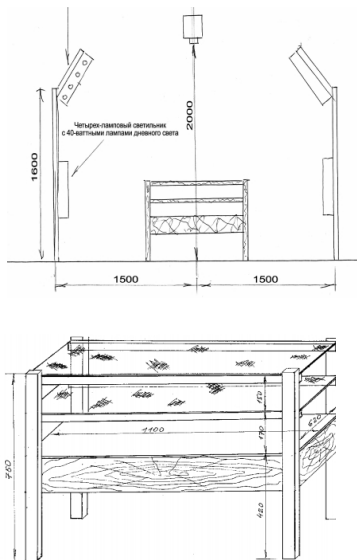
- *компьютер для звукоцеа;*
- *микрофон;*
- *микшерский пульт* (если звуковая карта не имеет усилителя на микрофонном входе).



Различные виды мультистанков

Для съёмок традиционного рисованного анимационного фильма и перекладки необходим мультстанок. Стандартный мультстанок состоит из следующих компонентов:

- многоярусный съёмочный стол, позволяющий размещать на отдельных уровнях отдельные объекты, персонажей и фон;
- штатив или передвижная станина для камеры. Необходима для размещения съёмочной камеры строго вертикально относительно стола.



Примерная конструктивная схема мультстанка

Для съёмки анимационного фильма в технике компьютерной анимации особое внимание следует уделить аппаратным и программным характеристикам компьютера:

- компьютер, с характеристиками в зависимости от конкретного вида анимации;
- программное обеспечение для 2D-графики: Adobe Photoshop, Adobe **Animate**, **DragonFrame**, **ToonBoom** и др.
- программное обеспечение для 3D-графики: Blender, Cinema4D, Maya, **3DS Max**, **Modo** и др.

При съемке фильма или видео объектив камеры имеет ограниченную способность фокусироваться на объектах с разным фокусным расстоянием. Оптика линз создает прекрасные изображения, резкие в одних областях и размытые в других. Свет, проходящий через объектив, создает неравномерную экспозицию, что приводит к затемнению по краям.

Однако при анимации в компьютерном программном обеспечении все всегда в фокусе и «экспозиция» одинакова. Стоит добавить эффект размытия и другие элементы, делающие кадр более реалистичным. Это позволит сделать сцены менее плоскими и более интересными.

Первое, что нужно учитывать при выборе техники анимации, — это то, на чём она будет просматриваться. Раньше это было довольно просто сделать, ведь фильмы смотрели в кинотеатрах, а рекламу смотрели по телевизору.

Но технологии визуальных коммуникаций постоянно развиваются. Все больше контента просматривается на экранах компьютеров, планшетов, телефонов и даже часов.

В то же время, некоторые форматы становятся намного больше. Анимационный фильм могут посмотреть на фестивале, продемонстрировать его в формате видеомэппинга на здании или на рекламном ви-

деоэкране гигантского размера, на которых можно увидеть мельчайшие детали.

Для очень больших форматов следует использовать много деталей и текстур, чтобы все пространство на экране оставалось интересным.

На маленьких форматах хорошо читается «векторная» графика и 2D-анимация с более высокой контрастностью. Они чистые и ясные и отлично подходят для передачи информации.

ВЫБОР РАЗРЕШЕНИЯ

выбор разрешения

выбор разрешения

Формат анимационного фильма органично задаёт и разрешение изображения. Если просмотр фильма планируется производить на большом экране или поверхности, а зритель будет находиться вблизи — значит необходимо выбрать высокое разрешение для съёмок. Если же фильм будут просматривать на мобильном устройстве, тогда следует задуматься о более низком разрешении.

Также следует учитывать плотность размещения физических пикселей цифровых экранов и проекций. Может оказаться так, что физический размер экрана маленький, но качество изображения — высокое.

Поколение	Тип	Разрешение	Соотношение
SD – Standart Definition (стандартная четкость)	PAL DV	720x576	4:3
	PAL DV Widescreen	720x576	16:9
HD – High Definition (высокая чёткость)	HDV 720 25	1280x720	16:9
	HDV 1080 25	1440x1080	16:9
Full HD – High Definition	HDTV 1080 25	1920x1080	16:9
UHD – Ultra High Definition (ультра высокая чёткость)	Film (2K)	2048x1556	2,39:1
	Film (4K)	4096x3112	2,39:1

Поколение	Pixel Aspect Ration	Формат	Фактический размер кадра
SD – Standart Definition (стандартная четкость)	1,09	576i 576p	788x576
	1,82	576i 576p	1050x576
HD – High Definition (высокая чёткость)	1	720i 720p	1280x720
	1,33		1920x1080
Full HD – High Definition	1	1080i 1080p	1920x1080
UHD – Ultra High Definition (ультра высокая чёткость)	1	2K	2048x1556
	1	4K	4096x3112

Существует большое количество различных видеофайлов. Такая ситуация возникла в результате того, что различные форматы разрабатывались для различных целей.

В одних форматах видеофайлов можно хранить несколько звуковых дорожек и субтитры, а в других нет такой возможности.

Одни форматы больше подходят для трансляции видео, а другие для редактирования.

В настоящее время существует большое количество разнообразных форматов видеофайлов, и разобраться в их особенностях иногда бывает довольно сложно.

Форматы видеофайлов. Приведём описание нескольких часто используемых форматов видеофайлов:

- **AVI (Audio-Video Interleaved)** — контейнер разработанный корпорацией Microsoft. Это один из самых распространенных форматов видеофайлов. Может содержать в себе информацию четырех типов: видео, аудио, текст и midi. В этом формате можно использовать различные кодеки.
- **MOV** — контейнер, разработанный корпорацией Apple для QuickTime. Это формат операционной системы MacOS. Файлы этого формата используются

для хранения фильмов и различного видео. В этом формате может содержаться несколько видео и аудиодорожек, субтитры, анимация и панорамные изображения. Этот формат удобен для редактирования.

- **MP4** — видеофайл одной из спецификаций стандарта MPEG-4. Этот формат очень близок к формату MOV и обладает почти такими же возможностями.
- **WebM** — открытый формат, предложенный корпорацией Google в качестве замены стандарта H.264/MPEG4.

Стандарты видеофайлов. Следующие стандарты были разработаны различными международными организациями:

- **MPEG-1 (Moving Picture Experts Group 1)** — это стандарты сжатия видео и аудио. Для видео используется формат Video CD, а для аудио формата — MP3. Это наиболее совместимый формат для проигрывания на компьютерах с CD/DVD оптическими приводами;
- **MPEG-2 (Moving Picture Experts Group 2)** — этот стандарт используется в DVD и цифровом телевидении DBV. В этом формате снимают видео с использованием различных устройств для съёмки видео;

- **MPEG-3 (Moving Picture Experts Group 3)** — этот стандарт был разработан для телевидения высокой четкости HDTV, теперь стал частью стандарта MPEG-2;
- **MPEG-4 (Moving Picture Experts Group 4)** — этот стандарт используется для сжатия цифрового видео и аудио. Состоит из нескольких стандартов, включает в себя многие возможности MPEG-1 и MPEG-2. В этом стандарте используются различные кодеки: DivX, Xvid, H.264 (AVC) и другие. Формат MP4 является одной из спецификаций этого стандарта.

Для экономии места на диске компьютера при записи видеофайла используются различные алгоритмы сжатия или кодировщики. Это очень важно, так как запись на диск несжатого видео требует большого объёма памяти и работать с таким файлом неудобно, поэтому большинство видеофайлов создаются с применением тех или иных алгоритмов компрессии.

Многие алгоритмы компрессии имеют настройки, которые в конечном итоге влияют на размер файла. Сжатие может быть с потерей качества изображения и без потери. Сжатие с потерями нужно в тех случаях, когда требуется получить маленький размер файла.

Как правило, алгоритмы сжатия с потерями упрощают цветовую схему кадра. Это связано с анатомическим устройством нашего глаза, человек примерно в четыре раза хуже различает изменение цвета точки, чем ее яркости.

Кодеки выполняют и обратную операцию раскодирования, в этом случае их называют декодерами. Некоторые кодеки необходимо дополнительно устанавливать на компьютер для воспроизведения закодированного видео.

Наиболее популярными видео кодеками являются следующие: DivX, XviD, H.261, H.263, H.264 и др.

КОНТЕЙНЕР

Контейнер — это специальная оболочка, в которой хранится зашифрованная с помощью кодеков информация. По сути, контейнеры — это и есть форматы видеофайлов, которые содержат данные о своей внутренней структуре.

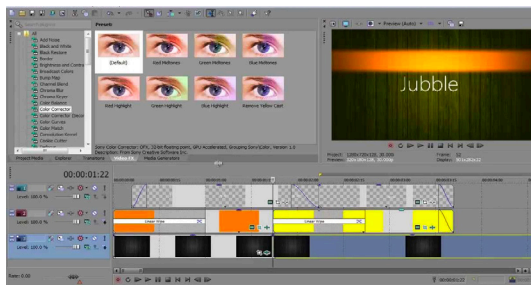
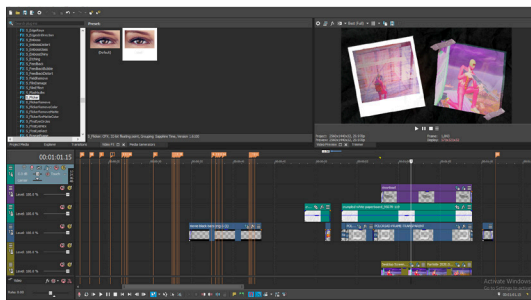
В контейнере может храниться информация разного качества, в частности, изображения, аудио, видео и субтитры. Разные виды контейнеров определяют объем и качество информации, которая может быть в нем сохранена, но при этом не влияют на способы кодирования данных. Нужно разделять понятия стандарт видеофайла и формат видеофайла.

КОМПОЗИТИНГ

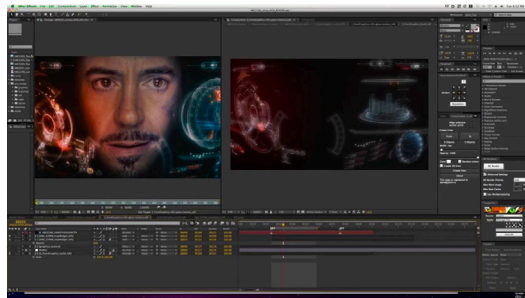
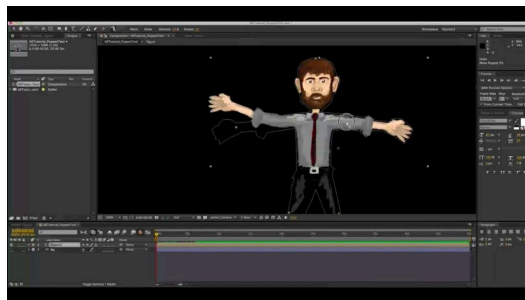
Это процесс создания видеоролика из исходных аудио-, видео- и графических материалов. После проработки и создания раскадровки, проведения съемок и сбора других необходимых материалов для проекта можно приступить к монтажу анимационного фильма.

На данный момент существует большое количество разнообразного программного обеспечения для композитинга. Среди наиболее популярных и профессиональных можно выделить: Adobe AfterEffects, Movavi Video Suite, Adobe Premiere Pro, Pinnacle Studio, Sony Vegas Pro.

<https://softcatalog.info/ru/obzor/programmy-dlya-montazha-video>



Скриншоты интерфейса Sony Vegas Pro, программы для видеомонтажа



Скриншоты интерфейса Adobe AfterEffects, программы для композитинга

После того как будет подготовлен проект со смонтированным анимационным фильмом, его нужно отрендерить.

Рендеринг — это конечный просчет рабочего проекта в видеоредакторе, который позволяет получить готовый видеофайл.

Без рендеринга, просмотр анимационного фильма будет возможен только на компьютерах с установленным программным обеспечением.

Лучше рендерить проект кодеком H.264 в видеофайл формата mp4. Результат можно будет просмотреть на большинстве современных устройствах.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ

1. Из чего состоит современная съёмочная площадка для создания анимационного фильма?
2. Что такое мультстанок?
3. Что требуется для создания компьютерной анимации?
4. В чём разница между видеофайлом и кодеком?
5. Какие бывают форматы видеофайлов?
6. Что такое композитинг?
7. Зачем нужен рендеринг?



- *Монтажная фраза*
- *Системы монтажа*
- *Непрерывность*
- *Переходы*
- *Длительность*
- *Объём информации*
- *Методы монтажа*
- *Направление движения*
- *Вопросы для самоконтроля*

МОНТАЖНАЯ ФРАЗА

Совокупность кадров, связанных по смыслу или эмоционально, составляет монтажную фразу.

Монтажная фраза бывает:

- *регрессивная* — от детали к общему плану. Похоже на отъезд;
- *прогрессивная* — наоборот, от общего плана к детали. Похоже на наезд;
- *кольцевая* — начинается и заканчивается одним каким-то планом.

СИСТЕМЫ МОНТАЖА

Монтаж можно разделить на два типа по художественному подходу:

- *комфортный монтаж* — имитирует течение жизни. Взгляд зрителя не замечает склеек кадров. Зритель постоянно понимает, где он находится и что происходит.
- *креативный (акцентный)* монтаж рваный, скачкообразный. Стыки кадров подчёркнуты, зритель переносится из одного места и времени в другое, сталкиваются фразы, ритмы, формы и пр.

Также монтаж можно разделить на два вида, по принципу организации процесса:

- **линейный монтаж (live-монтаж)** для съемок в реальном времени с помощью переключения камер и планов. Например, ток-шоу и спортивных игр в прямом эфире.
- **нелинейный монтаж** предполагает вырезку, добавление и изменение монтажных фраз местами бесконечное количество раз.

НЕПРЕРЫВНОСТЬ

Это целостное восприятие повествование во времени и пространстве, естественный поток визуальной и понятийной информации от одной сцены к другой.

Если на персонажа в одном кадре обрушился ветер, следует убедиться, что его волосы растрепаны в следующем кадре и остаются растрепанными, пока он их не расчешет.

Если персонаж находится на втором этаже здания, он не может выбежать из парадной двери на улицу, не спустившись по лестнице.

Пространственная непрерывность — следование логике взаимодействия с глубиной пространства кадра созданного мира. Эта логика должна быть единообразна от кадра к кадру.

Если мальчик лежит на кровати и бросает мяч в стену, даже если она за кадром, зрители должны приблизительно знать, как далеко должен пролететь мяч, прежде чем он отскочит назад. Или, используя возможности анимации, можно перенести мальчика из его спальни в открытый космос. Тогда при броске мяча в стену, мяч не отскочит и не вернётся.

Благодаря законам пространственной непрерывности, зрители будут знать, что мяч должен вернуться в течение секунды или около того — когда этого не происходит, они могут догадаться, что либо что-то перехватило его, либо (внезапно) стена исчезла! Такой подход может поддержать идею, что комната мальчика окружена космическим пространством.

Временная непрерывность. Зрители анимации будут соглашаться с драматическими визуальными изменениями от кадра к кадру, если это соответствует истории, которую им рассказывают. Временная преемственность может иметь место в хронологическом порядке или даже с ретроспективными кадрами или ретроспективными движениями вперед. Однако, нужно не забывать, что ко всем подобным временным трансформациям — зрителя необходимо готовить.

Представьте влюбленного подростка, ищущего на вечеринке объект своей привязанности. Наконец, он находит этого человека. Здесь временная непрерывность позволяет

предоставить множество правдоподобных вариантов:

- можно увидеть, как зрачки подростка превращаются в сердечки;
- можно увидеть воспоминания, когда вся жизнь подростка промелькнет перед его глазами;
- может возникнуть фантазия, которая перенесет зрителя на годы в будущее, когда подросток, краснея, стоит перед алтарём и, наконец, женится на своей возлюбленной.

Переходы могут совершаться скачкообразно, и зрителю будет легко понять их, если они будут соответствовать истории.

Направленная непрерывность — направление движения персонажей и объектов между сценами. Сохраняйте направление любого действия для объекта или персонажа в последовательности от сцены к сцене.

Если машина едет с левой стороны панели вправо, вы должны продолжить то же движение в следующем кадре. Смена направления транспортных средств, персонажей или любого объекта, который движется в определенном направлении, дезориентирует зрителя.

ПЕРЕХОДЫ

Важным преимуществом анимации перед другими формами кинопроизводства является анимированный переход. Между двумя кадрами анимации может произойти что угодно. Можно превратить черный зрачок глаза в черный текст на табеле успеваемости, огнедышащего дракона в игрушку для детской ванны или дверь кабинета начальника во врата ада.

Монтаж, в первую очередь, формирует временной ряд повествования. Соответственно, искусство монтажа предполагает различные визуальные средства манипулирования временем или условного обозначения:

- **надписи или дикторский текст;**
- **«затемнение»** — позволяет автору пропустить подробности, отделяет один временной отрезок от другого;
- **«наплыв»** — исчезновение предыдущего кадра и появление другого (следующего). Возникает ощущение изменяющегося времени.

- *параллельное действие* — в одно и то же время происходят два события. Например, герой приговорён к смертной казни, в это время мчится всадник с извещением о помиловании, осужденному надевают петлю на шею, мчится всадник, осужденный просит о последнем желании, мчится всадник и т.д
- *«инверсия»* — фильм начинается с рассказа героя, идет действие, затем снова возвращение к началу;
- *«условное время»* — идет действие, затем выясняется, что все это могло бы быть, но в действительности не произошло;
- *«форсирование»* времени диалогом, манипуляция временем происходит в разговоре героев. Например, реплика героя «это было давным давно ... »;
- *остановка во времени* — стоп-кадр, замедление, привлечение внимания к конкретному изобразительному ряду. Время как бы замирает.

ДЛИТЕЛЬНОСТЬ

Следует варьировать длительность демонстрации различных сцен и планов. Изменение длительности позволяет аудитории получить менее предсказуемый визуальный опыт.

Для интригующих сцен стоит создавать непродолжительные сцены. В свою очередь, сцены, требующие вдумчивого отношения зрителя, нужно делать более длинными.

ОБЪЁМ ИНФОРМАЦИИ

Глазу нравится воспринимать различные фокусные расстояния и следить за визуальными подсказками, задаваемыми объемами в кадре. Изменение масштаба объектов внутри кадра и количества информации, активизирует интерес зрителя к происходящему.

МЕТОДЫ МОНТАЖА

монтаж по крупности

Далее опишем ряд методов (приёмов) монтажа, позволяющих получить понятное зрителю визуальное анимационное поведение:

- *по крупности;*
- *по направлению движущихся объектов;*
- *по фазе движущихся объектов;*
- *по темпу движущихся объектов;*
- *по композиции кадров;*
- *по свету;*
- *по цвету.*

Монтаж по крупности. Монтаж по крупности следует делать через план. Например: деталь > крупный > второй средний > дальний, или сверхкрупный > первый средний > общий > сверхдальний.

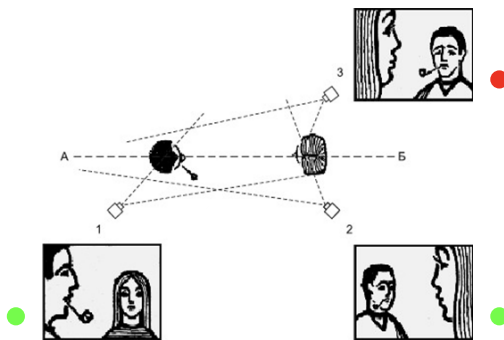
Жук испытывает приступ паники, но успевает успокоиться, прежде чем выйти на сцену, чтобы произнести речь.

Момент сильного беспокойства (панической атаки) можно представить крупным планом. Но зритель не хочет оставаться рядом слишком долго. Как только жук соберет самообладание, можно перейти к среднему плану. Когда жук выйдет на сцену совершенно самоуверенный — можно перейти к дальнему плану.



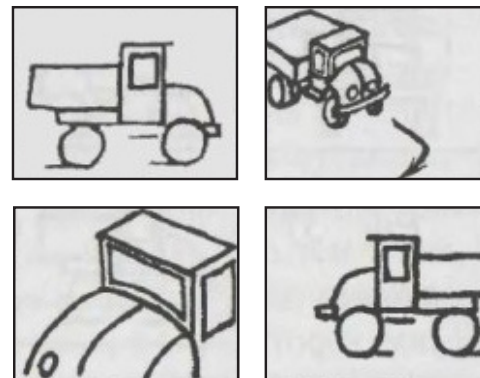
Монтаж по ориентации в пространстве.

Съемка двух объектов, взаимодействующих друг с другом, должна производиться строго с одной стороны от линии их взаимодействия (АБ).



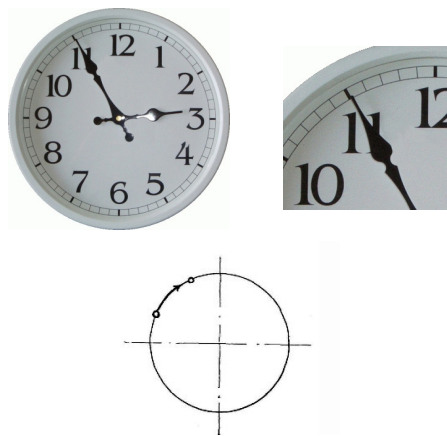
1 <-> 2 — правильно
1 <-> 3 — неправильно

Монтаж по направлению движения. При изменении движения объекта, для комфортного монтажа, желательно каждый стык делать под углом не более 45 градусов из 180-ти допустимых. При этом, соблюдая 1-й принцип монтажа — по крупности планов.



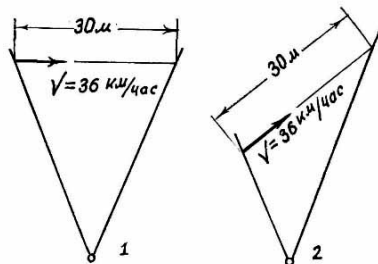
Монтаж по фазе движущихся объектов.

Необходимо создать впечатление, что движение «гладко» продолжается без какого-либо перерыва во времени, словно были сняты одним куском. Фазы должны продолжать основной принцип движения самого объекта.



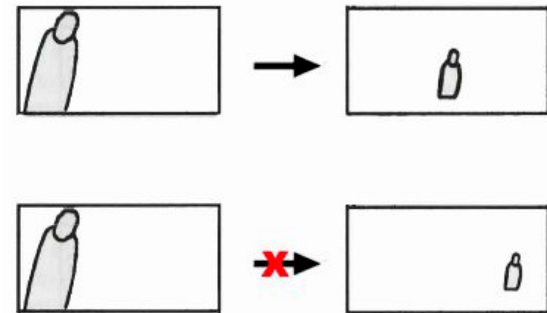
Монтаж по темпу движущихся объектов.

При смене крупности плана движущегося объекта в кадре, нужно сохранить его темп движения. То есть, если просто изменить крупность плана за счёт зума камеры, при этом не меняя точки съёмки, тогда изменится темп движения, так как изменится перспектива. Для сохранения нужного темпа, должны быть изменены и точка, и угол съёмки.

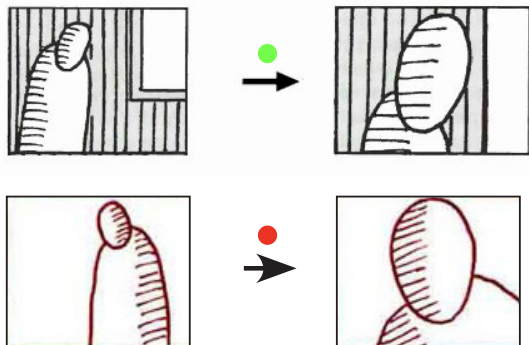


Монтаж по композиции кадров (по смещению центра внимания).

Центр внимания в кадре не должен смещаться более чем на одну треть кадра. Иначе получится скачок, и зритель потеряет объект из виду.



Монтаж по свету. Направление потока и количество света, а соответственно и положение теней, должны совпадать. Любые резкие изменения должны быть оправданы сюжетом.



Монтаж по цвету. Если кадр практически заполнен одним цветом, то в предыдущем кадре этот цвет должен иметь примерно одну треть площади.



НАПРАВЛЕНИЕ ДВИЖЕНИЯ

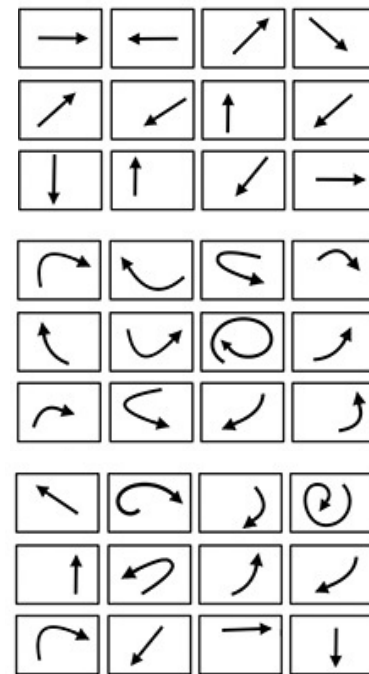
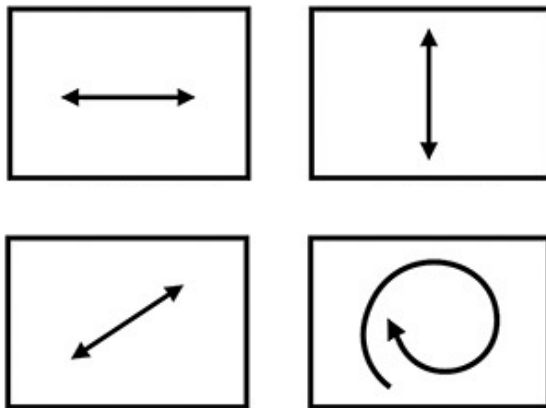
Все анимированные объекты движутся по невидимой траектории, которая бывает следующих видов:

- *влево* (назад, в прошлое), *вправо* (вперед, в будущее). Если персонаж вышел из кадра в одну сторону, то в следующий кадр он должен войти с противоположной стороны.
- *вверх* — небо, к Богу.
- *вниз* — земля, подземелье, ад
- *вглубь* (наезд камеры) — соотносится с проникновением из внешнего пространства во внутреннее, внутренний мир персонажа;

- *наружу* (отъезд камеры) — переход из внутреннего мира во внешний — реальный, мир зрителя.

Два мышонка мирно гуляют по лесу, передвигаясь только по вертикальным и горизонтальным линейным траекториям. Но когда в кадр входит злая лисица, она движется по диагональной или даже круговой траектории.

В сцене, которая должна быть напряженной и раздражающей (например, лиса набрасывается на мышей), использование нескольких направлений от сцены к сцене усиливает драматичность происходящего, предупреждая об угрозе.



ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ

1. Что такое монтаж и монтажная фраза?
2. Какие бывают системы монтажа?
3. Суть непрерывности при монтаже анимационного фильма.
4. Виды непрерывности в монтаже.
5. Перечислите и охарактеризуйте способы соединения (переходы) монтажных фраз.
6. Какие бывают методы монтажа? Охарактеризуйте их.



ПРОДВИЖЕНИЕ



10

- *Упаковка продукта*
- *Коммуникация*
- *Интернет-сеть*
- *Вопросы для самоконтроля*

Больше, чем когда-либо, в наше время есть множество возможностей показать свою работу потенциальным зрителям и профессиональному сообществу. Появилось множество различных фестивалей, в Интернете открылось большое количество форумов для презентации работ, а обмен контентом настолько укоренился, что небольшой проект, созданный на портативном компьютера, может стать мировой сенсацией за считанные дни.

Каждая анимационная история может стать хитом, который увидят не только массы, но и важные отраслевые специалисты, ищущие свежие таланты.

В то же время рынок наводнен контентом. Кабельные сети борются с цифровыми игроками, такими как Netflix, Amazon и Hulu, не говоря уже о более чем 500 миллионах каналов YouTube.

В свою очередь, сцены, требующие вдумчивого отношения зрителя, нужно делать более длинными, которые могут способствовать карьерному росту.

УПАКОВКА ПРОДУКТА

До недавнего времени это означало создание DVD и информационного листа, а затем отправку на почту потенциально-заинтересованным лицам. Сегодня почти все взаимодействия происходят онлайн. Поэтому следует создать рабочую ссылку на произведение, которой можно будет поделиться. Также нужно разработать логотип с названием продукта и обложку — отражающие содержание анимационного фильма.

Следует написать краткую аннотацию, которая будет раскрывать основную идею повествования. Обычно она состоит из двух-трех предложений и цитируется на веб-сайтах и в других публикациях.

Также нужно подготовить короткие биографии основных создателей анимационного фильма, показав жизненный путь к конечному результату.

Для продвижения анимационного фильма, уместной будет интересная (необычная) история о процессе создания. Эта история должна начинаться с того, откуда пришла идея создания, как она развивалась, какие трудности пришлось преодолеть и т.п. История может быть личной или связанной с командой.

КОММУНИКАЦИЯ

Для того, чтобы анимационный ролик увидели зрители различных профильных фестивалей по всему миру, следует узнать, какие фестивали лучше всего подходят для выбранного направления, прочитать правила подачи заявок, подготовить её и подать вовремя.

Если перед вами стоит задача получить работу, переписку следует строить так, чтобы наилучшим образом отразить в ней свои профессиональные качества. Работодатели ценят артистический талант, но еще больше они хотят нанять надежного и креативного профессионала. Им нужен тот, кто сможет выполнять работу легче и быстрее.

ИНТЕРНЕТ-СЕТЬ

Следует активно развивать сеть социальных связей в Интернете с дизайнерами, режиссерами и художниками, которые делятся своими работами и идеями в Интернете. Эти связи помогут открыть новые профессиональные возможности.

Важно иметь аккаунты в Facebook, Vimeo, AWN, Animation Magazine, Motionographer, Cartoon Brew, ASIFA, AIGA, Tumblr, Behance, Instagram и др.

Нужно присоединиться к профессиональным группам, а также группам, которые имеют общую нить с историей вашего фильма.

Присоединившись к онлайн-сообществу, нужно в нём активно участвовать. Вести блог, публиковать сообщения, делиться интересными ссылками, устанавливать связи.

Не стоит публиковать свой проект в сети в полном объёме. Лучше показать проект частично: с помощью дизайна персонажей, набросков, интересных статей, которые связаны с темой анимационного фильма. Важно привлечь внимание к своей интернет-сети, чтобы единомышленникам было интересно знакомиться с вашим контентом.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ

1. Как следует «упаковать» анимационный фильм для последующего продвижения?
2. Каким образом следует выстраивать коммуникации в процессе продвижения анимационного фильма?
3. Что такое интернет-сеть и как её создавать?



- *Процесс создания дизайн-продукта*
- *Идеирование*
- *Проектирование*
- *Конструирование*
- *Вопросы для самоконтроля*

ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ ДИЗАЙН-ПРОДУКТА

процесс создания дизайн-продукта

Теоретическая составляющая методического издания ориентирована на создание художественного анимационного фильма, т. к. этот жанр часто оказывается более понятным и более простым для начинающих аниматоров. Здесь более явно представлен субъективный авторский замысел.

Однако в практической части издания внимание будет уделено рекламному анимационному ролику. В какой-то степени — это более сложная задача, т.к. требует от автора внимания к требованиям со стороны заказчика. Это позволяет развить дополнительные, важные компетенции, которые потребуются в профессиональной деятельности.

Этап **идеирования** предполагает развитие смысловой основы дизайн-продукта:

- дизайнер разбирается с **проблемой**, которую предстоит решить;
- оформляет и подписывает с заказчиком **бриф**;
- собирает необходимый **материал по проекту**;
- анализирует существующие **аналогичные дизайн-решения**;
- разрабатывает **анимированный мудборд** (доску настроения);
- разрабатывает уникальную (оригинальную) **концепцию будущего дизайн-продукта**.

На этапе **проектирования** концепция начинает обретать предварительное схематичное дизайн-решение. При разработке анимационного ролика, итогом этого этапа является аниматик.

Для достижения этого результата необходимо:

- разработать **сюжет, продумать персонажей** и подготовить **мультипликаты**;
- написать **литературный сценарий** и подготовить **режиссёрский сценарий**.
- подготовить **раскадровку**;
- разработать **аниматик**, для проверки постановки и хронометража.

Третий этап — **конструирование** — предполагает создание законченного анимационного ролика.

Этап конструирования состоит из следующих этапов:

- проработки **стиля**, отработки визуальных художественно-стилистических качеств и повествовательных;
- **съёмки и монтажа сцен** предварительной версии анимационного ролика;
- **тестирования, доработки, получения итоговой версии.**



ИДЕИРОВАНИЕ



11.1

- **Проблематизация**
- **Проблема**
- **Бриф**
- **Материал**
- **Анализ**
- **Муд-борд**
- **Концепция**
- **Вопросы для самоконтроля**

Вначале дизайнер пытается понять проблему заказчика и проблему потребителя.

Как правило, традиционными проблемами заказчика являются привлечение внимания к продукту, информирование потребителя, увеличение прибыли и т. п. Заказчик практически всегда ориентируется на себя, а потребителя воспринимает как покупателя (субъекта товарообменных отношений) его сервисов и продуктов.

Похожей позиции придерживается и потребитель, ориентирующийся на собственные явные и латентные (пока ещё не осознанные) проблемы, которые может решить соответствующий продукт или услуга.

При этом потребителя не волнуют проблемы производителя (заказчика).

Связующим звеном между этими двумя представителями коммуникативного процесса является дизайнер, который перед разработкой дизайн-продукта должен понять проблемы заказчика и потребителя, и только потом найти дизайн-решение (художественно-проектное решение), которое наилучшим образом удовлетворит обе стороны коммуникативного акта.

Без понимания проблем потребителя невозможно создать подходящий дизайн-продукт, который будет выполнять необходимые потребителю функции, а также создавать

художественный образ, вызывающий эстетическое удовольствие.

Создание же гармоничного дизайн-продукта приведёт к удовлетворению потребностей заказчика.

В самом широком смысле под *проблемой* понимают сложный теоретический или практический вопрос или ситуацию, требующую изучения и последующего ответа/решения.

Для выявления и понимания проблемы рекомендуется задать ряд простых вопросов:

- *кто?*
- *что?*
- *почему?*
- *когда?*
- *где?*
- *как?*

Кто?

Целевая аудитория — группа людей, для которых предназначен разрабатываемый дизайн-продукт, те люди, чью проблему решает дизайн-продукт.

Для этого нужно ответить на такие вопросы:

- кого должен заинтересовать дизайн-продукт?
- кому должен помочь дизайн-продукт?
- чью проблему решит дизайн-продукт?

Например, создаётся анимационный ролик о каком-то направлении подготовки в высшем учебном заведении для *абитуриентов*.

Что?

Вопрос «что?» позволяет сформулировать проблему, связанную с некоторым объектом и/или проблемной ситуацией.

Рекомендуется задать следующие уточняющие вопросы:

- что случилось?
- что не работает?
- какую проблемную ситуацию нужно разрешить?

Например, *«Отсутствие информации для абитуриентов, о трудоустройстве и карьерном росте по конкретному направлению подготовки»*.

Почему?

Этот вопрос позволяет выявить причину, из-за которой возникла проблемная ситуация.

Следует ответить на уточняющие вопросы:

- почему нужно решение проблемной ситуации?
- почему нужно разработать дизайн-продукт?

На основе определённой ранее проблемы, ответ на вопрос «почему?», может звучать следующим образом: *«Абитуриент хочет правильно выбрать профессиональный жизненный путь».*

Когда?

Здесь нужно указать время, когда потребителю, а не заказчику, может быть удобно обратиться инициировать акт коммуникации.

Нужно получить ответы на вопросы:

- когда должна произойти коммуникация?
- когда нужно помочь потребителю?

В контексте приведённого примера и на основании современных тенденций в сфере высшего образования, ответ на поставленный вопрос «когда?» будет следующим: *«в любое удобное время для учащегося, а не только в Дни открытых дверей».*

Где?

Отвечая на вопрос «где?», следует указать место/контекст, в условиях которого потребителю будет наиболее удобно воспринимать/использовать дизайн-продукт для решения своей проблемы.

Следует попытаться ответить на расширенную версию вопроса: «где наиболее подходящее место размещения дизайн-продукта?»

В контексте приведённого примера, можно дать следующие ответы на вопрос «где?»: *на стационарном (персональном) компьютере; на ноутбуке; на планшете; на смартфоне и т. д.*

Как?

Отвечая на вопрос «как?», следует ориентироваться на художественную и эстетическую сторону решаемой проблемы, т. е. нужно попытаться заранее обозначить визуальные качества будущего дизайн-продукта.

Нужно дать ответы на следующие вопросы:

- какой художественно-проектный подход и содержание решат проблему?
- какой визуальный язык должен быть применён в дизайн-продукте?

Рекомендуется использовать набор слов-метафор и примеры общеизвестных дизайн-решений. Например: *«рациональный, сатирический, молодёжный и т.п.»*.

Выявленную проблему и её характеристики нужно оформить в виде брифа.

Бриф (англ. *brief*) — анкета согласительного плана между заказчиком и исполнителем (дизайнером), в которой описываются важные параметры и данные разрабатываемого дизайн-продукта или услуги.

С одной стороны, бриф является *подробным описанием задания, которое заказчик даёт исполнителю*. Бриф подписывается сторонами и на основании его формируется бюджет проекта и остальная документация. Бриф позволяет дизайнеру быть уверенным в том, что заказчик при принятии работы не изменит своего мнения о своих ожиданиях

и не скажет традиционную фразу: «вы меня неправильно поняли, я имел ввиду другое».

С другой стороны — этап проблематизации и составление брифа позволяет дизайнеру *погрузить заказчика в проблемную среду*.

В результате этого заказчик становится чуть ближе к потребителю, меняя чёрствый экономический подход к потребителю на гуманистический, ориентированный на потребности реального человека.

Бриф рекомендуется составлять вместе с заказчиком, задавая ему вопросы из брифа и помогая со сложными профессиональными вопросами, в которых заказчик может не разбираться.

Наиболее удачный способ узнать у заказчика его требования к будущему дизайн-продукту — приводить примеры из реальной жизни.

Бриф должен содержать:

- **основные сведения о заказчике:** наименование компании, ответственное лицо, контактные данные;
- **маркетинговую информацию** о компании, продукте, целевой аудитории;
- обозначения о **языковых вариациях** дизайн-продукта;
- **продолжительность** анимационного ролика;

- описание **жанровых** характеристик повествования;
- **требования к визуально-графическим качествам:** предпочтительные и нежелательные цвета; стилевые особенности форм графических элементов, начертание шрифта и т. п.;
- описание **основных сцен** анимационного ролика;
- **технические характеристики.**

БРИФ НА ИЗГОТОВЛЕНИЕ РОЛИКА

Название рекламируемого продукта, товарной марки, услуги.	
В чем уникальность вашего продукта, услуги?	
Категория ролика (имидж, презентационный фильм, вирусный).	
Кто ваши люди? (целевая аудитория)	
Какой слоган или девиз используете в рекламе? Если слогана нет, нужен ли он? С упором, на какие качества?	
Хронометраж ролика	
Комментарии, пожелания, примечания:	
Если есть референты (примеры), которые вам нравятся, то оставьте ссылку.	

Более глубокое понимание проблем заказчика и потребителя может быть выполнено посредством изучения существующих у заказчика различных материалов.

Компании, ориентированные на долгосрочную перспективу, как правило, сохраняют все материалы, связанные с созданием и продвижением различных продуктов.

Работу над материалами можно условно разделить на *этап сбора* и *этап изучения*. Рекомендуется изучить (систематизировать и проанализировать) абсолютно весь материал, к которому заказчик может предоставить доступ.

Сбор

- сбор функциональных характеристик о продукте или сервисе;
- получение от заказчика: текстового, иллюстративного, фото, видео, графического и другого материала по проекту;
- получение от заказчика результатов маркетинговых, социологических исследований;
- при необходимости, проведение собственных полевых исследований на нужных этапах производства и потребления товаров и услуг;
- сортировка полученного материала по смысловым критериям.

Изучение

- на предмет выявления особенностей продукта, которые могут решить проблему потребителя;
- на предмет поиска идей для концепции дизайн-решения;
- на предмет выявления латентных (скрытых) пожеланий потребителей.

Обычно, когда дизайнер приступает к придумыванию концепции, он генерирует наиболее очевидные идеи, которые уже придуманы до него.

Для того, чтобы придумать что-то новое и не попасть в ситуацию непреднамеренного заимствования (плагиата), рекомендуется предварительно изучить существующие дизайн-решения по проблеме.

Процесс осуществления анализа должен быть системным и логичным. Нужно составить список из ключевых слов, по которым могут быть найдены подобные дизайн-продукты. Ключевые слова лучше организовать в карту ассоциаций, где слова группи-

руются в отдельные тематические блоки. Чем больше тематических блоков удалось создать, тем лучше для исследования.

Карту ассоциаций можно нарисовать от руки или создать в специальных программах для работы с интеллект-картами, наподобие *MindManager*.

Далее нужно выполнить поиск по ключевым словам в google.com, pinterest.com, behance.net, dribbble.com и др. Рекомендуется запросы задавать на русском и английском.

Для каждого ключевого слова на компьютере следует создать отдельную папку и сохранить туда понравившиеся работы.



Пример карты ассоциаций, выполненной от руки.

Доска настроения (англ. *mood board*) — визуализация концептуальных особенностей дизайн-проекта, исполненная в технике коллажа.

Муд-борд выступает в роли своеобразного визуально-коммуникативного моста между дизайнером и заказчиком: для дизайнера доска настроения — отличный способ обобщённого визуального представления своей идеи, для заказчика — возможность понять общую визуальную концепцию будущего дизайн-продукта.

При разработке анимационного ролика, рекомендуется вставлять в муд-борд анимированные объекты: персонажей, фоны, пиктограммы, объекты повседневности и т.п.

Это позволит аниматору (или команде) понять какие анимационные (движение во времени и пространстве) стилистические качества будут характерны для создаваемого ролика.

Муд-борд должен содержать:

- *фотографии, иллюстрации;*
- *цветовые схемы;*
- *шрифты;*
- *текстуры материалов;*
- *анимации объектов;*
- *логотипы* компании заказчика или продвигаемого продукта;
- *иконки, кнопки, паттерны.*

Муд-борд создаётся:

- в любом графическом редакторе;
- с использованием веб-сервисов: pinterest.com, niice.com, gomoodboard.com и др.

В муд-борде не должно быть:

- *длинных текстов.* Муд-борд должен быть визуальным и динамичным;
- *несочетаемых элементов.* Нужно показать целостный, гармоничный коллаж;
- *сложных и неочевидных ассоциаций.* Материал должен быть понятен как клиенту, так и другим людям;

КОНЦЕПЦИЯ

- *часто используемых изображений.*

Понятные образы — не значит очевидные или стереотипные.

Описание замысла и подхода к решению проблемы. **Концепция** — это фундамент, на который будут опираться смысловые и визуально-графические и анимационные особенности дизайн-продукта.

Концепция должна:

- быть *метафоричной* (художественной);
- быть *лаконичной* (не более 7 слов);
- провоцировать к *возникновению в сознании человека визуальных образов*;
- иметь потенциал для *использования в качестве слогана*;
- обладать *возможностью конкретизации* (персонализации, индивидуализации).



- *Сюжет, персонаж, мультипликат*
- *Литературный сценарий*
- *Режиссёрский сценарий*
- *Проработка стиля*
- *Подготовка аниматика*
- *Вопросы для самоконтроля*

СЮЖЕТ, ПЕРСОНАЖ, МУЛЬТИПЛИКАТ

Следует начать с короткого описания сюжета анимационного-ролика с учётом драматического конфликта, персонажей, окружения, трёхактной драматической структуры (завязки, развития, развязки) и пр. Далее следует описать характеры главных героев, составив соответствующую анкету.

В изобразительной форме представить ключевые выразительные — статичные и динамичные (в движении) — характерные черты персонажей.

Этот этап нужен для того, чтобы предварительно понять, о чём будет анимационный ролик, какие там будут персонажи и как они будут выглядеть.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ СЦЕНАРИЙ

Составить литературный сценарий анимационного ролика. В нём сюжет должен быть представлен в виде разбитой на сцены и эпизоды последовательности развития действий повествования.

<i>Эпизод 1</i>	<i>Эпизод 2</i>	<i>Эпизод 3</i>	<i>Эпизод 4</i>
Сцена 1	Сцена 4	Сцена 7	Сцена 10
Сцена 2	Сцена 5	Сцена 8	Сцена 11
Сцена 3	Сцена 6	Сцена 9	Сцена ...

литературный сценарий

**Мальчик, который кричал: «волк!»
(альтернативная версия)**

Эпизод 1 (вводный)

Сцена 1.

Экран светлеет. Дальний план. День на природе. На холме пасутся овцы. Солнечный, мирный пейзаж.

Заглавие (поверх кадра): «Мальчик, который кричал: «Волк!» Заглавие пропадает.

Камера медленно переходит от овец к дереву. Под деревом сидит мальчик. На дальнем плане видна деревня. Камера приближается к мальчику.

Эта сцена носит вводный характер, знакомит с окружением и главным героем.

Эпизод 2 (завязка)**Сцена 2.**

Тревога. Мальчик кричит: «Волк!». Крупный план мальчика.

Сцена 3.

Крестьяне в панике. Кричат и вопят!

Здесь может быть дальний план, панорама или «наезд».

Сцена 4.

Средний план мальчика. Довольный. «Просто пошутил».

Здесь не нужен такой же крупный план, как во второй сцене. Не стоит акцентировать внимание на этом кадре.

Сцена 5.

Крестьяне. Растеряны. «Что?».

Средний план. Экран затемняется. Затемнение означает, что проходит какое-то время.

Эпизод 3 (нарастающее действие)**Сцена 6.**

«Волк!!!».

Крупный план мальчика. Чуть крупнее, чем в сцене 2, позволяет придать драматизма.

Сцена 7.

Крестьяне. Скептически. «В самом деле?»

Средний план. Немножко дальше, чем в сцене 3.

Сцена 8.

«Нет!».

Мальчик, как и в четвёртой сцене. Все такой же довольный.

Эпизод 4 (нарастающее действие)**Сцена 9.**

«Волк!!!»

Крупный план мальчика. Еще ближе, чем в шестой сцене, больше драматизма.

Сцена 10

Крестьяне. Уже злятся. «Замолчи!»

Чуть более крупный план крестьян, поскольку они злятся. Этот кадр должен быть выразительнее предыдущего.

Эпизод 5 (кульминация)

Сцена 11

«О нет!!!»

Очень крупный план мальчика, бегущего в панике. Отъезд камеры, чтобы показать волка, который за ним гонится. Затемнение экрана.

Эпизод 6 (развязка)

Сцена 12

Появление.

Могильная плита. «Покойся с миром, мальчик, который кричал: «Волк!»

Конец.

РЕЖИССЁРСКИЙ СЦЕНАРИЙ

- в начале нужно сделать раскадровку в виде эскизных набросков, без детальной проработки;
- качество эскизов должно позволить зрителю воссоздать сюжет повествования в своём воображении;
- для каждой мизансцены должен быть обозначен хронометраж;
- каждая мизансцена должна сопровождаться кратким описанием происходящего (часто это более детальное описание, чем в литературном сценарии);

ПРОРАБОТКА СТИЛЯ

- выполнить тестирование раскадровки в воображении и при необходимости доработать;
- описание, раскадровка и хронометраж мизансцен должны быть собраны в виде таблицы.

№		время	действие	звук
1		4 сек.	Вид на жилую улицу.	Шум улицы, разговоров, проезжающих и сигнализирующих машин.
2		3 сек.	Вид на детскую площадку.	Отдаленный шум города + чирикание птичек.
3		4 сек.	Мальчик играет в песке.	Отдаленный шум города + чирикание птичек.

Нужно внимательно изучить муд-борд и выбрать стилистические элементы, которые лягут в основу стиля анимационного ролика. Попытаться применить их к некоторым элементам дизайна. Если стилиевые инварианты недостаточно хорошо сочетаются с уникальным собранным материалом, следует их модифицировать таким образом, чтобы новые стилиевые инварианты сочетались с общим стилем анимационного ролика.

Стиль анимационного ролика может основываться на:

- уникальном авторском, художественном подходе к разработке идеи визуальной коммуникации;
- сочетании выразительных особенностей элементов композиции;
- акцентном использовании (применении) одного или нескольких принципов композиции;
- авторском подходе к применению стандартных художественных подходов в визуальных коммуникациях.

ПОДГОТОВКА АНИМАТИКА



На этом этапе нужно сделать аниматик из раскадровки, которая была подготовлена для режиссёрского сценария.

Рекомендации:

- подготовить заливочную раскадровку;
- оцифровать и «нарезать» в отдельные файлы кадры мизансцен;
- смонтировать ролик из оцифрованных кадров мизансцен с сохранением хронометража, указанного в режиссерском сценарии;
- просмотреть аниматик. При необходимости откорректировать хронометраж и дорисовать нужные мизансцены, для получения целостного повествования.



- Съёмка сцен
- Заставка и титры
- Тестирование
- Презентация

На этом этапе нужно подготовить изобразительный материал, выполнить съёмку сцен и черновой монтаж.

Рекомендации:

- подготовить компоненты сцен: нарисовать фоны, объекты сцены (различные объекты, которые дополняют фон), персонажа(ей) для конкретных сцен;
- проще всего выполнять съёмку на основе аниматика, в котором уже рассчитан тайминг:
 - создать нужное количество отдельных сцен, продолжительность

которых равна соответствующим сценам в аниматике;

- разместить фон, объекты и персонажа(ей) в сцене;
- создать необходимую анимацию.
- выполнить рендеринг каждой из сцен;
- выполнить черновой монтаж ролика.

Подготовка заставки и титров к анимационному ролику.

Рекомендации:

- анимационный ролик должен начинаться с заставки, на которой представляется название ролика и другая сопутствующая информация;
- в титрах нужно представить информацию о команде проекта: Ф. И. О. и его роль в процессе создания анимационного ролика.

До подготовки финальной версии анимационного ролика, его стоит протестировать, выявить ошибки и исправить их.

Рекомендации:

- самостоятельно протестировать и выявить возникшие
 - логические;
 - изобразительные;
 - анимационные;
 - монтажные недочёты;
- учесть ошибки, переснять необходимый материал, смонтировать новый ролик;

- обратиться к родным и друзьям с просьбой посмотреть ролик и высказать своё мнение. Вначале важно обозначить проблему, которую решает анимационный ролик, но при этом не стоит пересказывать сюжет ролика. После просмотра ролика, задайте родным и друзьям вопросы по следующим категориям:
 - логическая согласованность повествования;
 - качество изобразительного языка повествования;
 - гармоничность анимационного решения;

- недочёты в монтаже сцен и эпизодов;
- проанализировать полученную обратную связь и, при необходимости, переснять необходимый материал, смонтировать новый ролик.

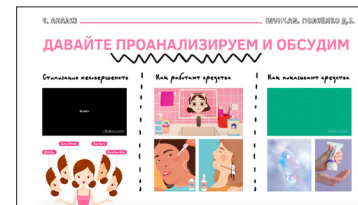
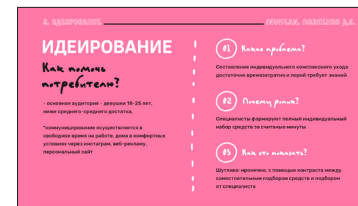
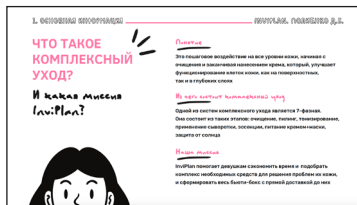
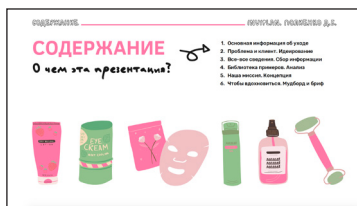
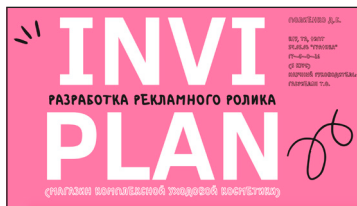
Итоговая презентация необходима для того, чтобы показать особенности дизайн-решения: проблему, целевую аудиторию, концепцию, визуальные выразительные художественные особенности, варианты решений, рекомендуемый вариант решения. Визуальная интрига должна нарастать постепенно. Кульминацией является законченное решение, готовое к применению в визуальных коммуникациях компании.

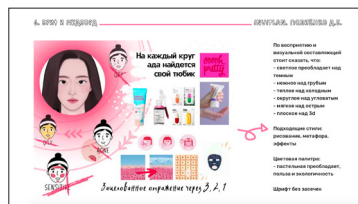
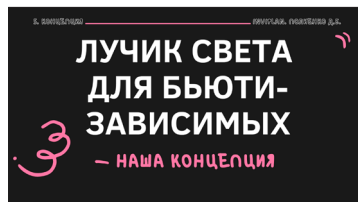
Презентация должна содержать:

- на 1-м слайде должны быть размещены:
 - фамилия, имя и отчество автора;
 - курс обучения;
 - фамилия, имя и отчество научного руководителя;
 - тема презентации (проекта);
 - название кафедры и логотип.
- на 2-м слайде должно быть представлено содержание презентации;
- на последующих тематических слайдах должны быть раскрыты основные характеристики дизайн-проекта:
 - проблема;
 - собранный материал;
 - анализ подобных решений;
 - концепция;
 - муд-борд;
 - и прочее.
- на отдельном слайде может размещаться информация о команде проекта;
- на предпоследнем слайде размещаются выводы и итоговый вариант дизайн-проекта;
- на последнем слайде размещается благодарность за внимание, благодарность коллегам, контактные данные.

Рекомендации:

- практически на каждом слайде рекомендуется размещать визуальный тематический объект: рисунок, фотографию, диаграмму, таблицу (оформленную), схемы и пр.;
- все слайды должны быть пронумерованы, иметь колонтитул с Ф. И. О автора;
- единый стиль соответствующий содержанию наполнению презентации;
- презентацию рекомендуется выполнять в программе PowerPoint, т. к. в последующем может потребоваться добавить мультимедийный контент.





ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ

1. В чём суть проблематизации?
2. На какие вопросы нужно ответить, чтобы детальнее понять проблему потребителя и заказчика?
3. Что такое бриф и зачем он нужен?
4. Как нужно собирать и изучать материал по пользовательскому интерфейсу?
5. Зачем нужна карта ассоциаций?
6. В чём суть концепции?
7. Каким критериям должна отвечать концепция?
8. Что такое муд-борд?
9. Из чего должен состоять муд-борд?
10. Чего не должно быть в муд-борде?
11. Из чего должен состоять сценарий анимационного фильма?
12. Процесс создания анимационного фильма.
13. В чём особенность этапа «проработка стиля»?
14. Этапы подготовки аниматика.
15. Основные рекомендации при съёмке сцен.
16. Зачем нужен этап тестирования?

Инфографика

Разработайте инфографический анимационный ролик на произвольную тему. Он может рассказывать о экономических показателях, о процессе производства какого-то продукта, о этапах достижения какой-то цели и т.п.

Фильм

Создайте короткометражный художественный анимационный фильм, взяв за основу народную сказку, легенду, миф, балладу, героический эпос (былину), предание, притчу, басню, небылицу или другое произведение. Допускается авторская интерпретация оригинального произведения.

Пользовательский интерфейс

Выполните анимацию пользовательского интерфейса. При этом графическое решение пользовательского интерфейса должно быть оригинальным. Также в нём должны быть реализованы оригинальные анимационные решения.

Заставка к фильму

Разработайте авторскую анимационную заставку к одному из классических кинофильмов. Созданный анимационный ролик не должен повторять анимационные приёмы и графические решения оригинальной заставки к фильму.

Серия анимированных иллюстраций

Разработайте серию анимированных иллюстраций. За основу можно взять ранее созданные иллюстрации. Основная цель — оживить иллюстрации, но не просто создать движение отдельных объектов, а продумать сюжет, разработать персонажей, продумать историю, анимационную стилистику.

Рекламный ролик

Создайте рекламный анимационный ролик о товаре или услуге какого-либо бренда. Также это может быть трейлер к компьютерной игре. В качестве стилистических приёмов можно использовать видео-вставки.

При оценке анимационного произведения, учитываются:

- продуманная сюжетная линия;
- анимационные качества — оригинальность и продуманность движений объектов и персонажей;
- художественно-проектные качества — соответствие художественного решения поставленной задаче;
- стилистическая согласованность изобразительных и анимационных решений;
- колористическое решение.

Шкала оценивания произведения:

- **отлично:** задание выполнено в полном объеме — представлен анимационный фильм или ролик с понятным сюжетом. Создано гармоничное художественно-проектное решение. Анимационное произведение вызывает позитивный эмоциональный отклик. Сроки предоставления работы и формальные требования соблюдены.
- **хорошо:** задание выполнено в полном объеме, но содержит отдельные ошибки. Есть незначительные несогласованности в сюжете. Создано достаточно гармоничное художественно-проектное решение.

Сроки предоставления работы и формальные требования соблюдены.

- **удовлетворительно:** задание выполнено не в полном объеме, содержит ошибки. Произведение содержит недостаточно продуманную и плохо реализованную анимацию. Но в целом, просмотрев произведение можно понять основную идею повествования. Отсутствуют единый стиль и цветовое решение. Сроки предоставления работы не соблюдены.
- **не удовлетворительно:** задание не выполнено — отсутствует законченное анимационное произведение. Сроки предоставления не соблюдены.

1. Арнхейм, Р. Искусство и визуальное восприятие / Р. Арнхейм. — М. : Прогресс, 1974. — 392 с.
2. Асенин, С. В. Уолт Дисней. Тайны рисованного киномира [Текст] / С. В. Асенин. — Москва: Искусство, 1995. — 347 с.: ил.
3. Барт, Р. Риторика образа [Текст] / Р. Барт // Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. — Москва, 1989. — С. 297–318.
4. Батенькина, О. В. Технологии анимации : учеб. пособие / О. В. Батенькина; Минобрнауки России, ОмГТУ. — Омск : Изд-во ОмГТУ, 2015. — 116 с. : ил.
5. Велинский, Д. В. Технология процесса производства мультфильмов в техниках перекладки. Методическое пособие / Д. В. Велинский. — Новосибирск, 2010. — 41 с.: ил.
6. Взаимодействие искусств в анимации [Текст] / сост. А. А. МеликПашаев // Искусство в школе. — Москва, 2006. — 48 с.
7. Иванов-Вано, И. П. Кадр за кадром [Текст] / И. П. Иванов-Вано. — Москва: Искусство, 1980. — 239 с.
8. Куркова, Н. С. Анимационное кино и видео: азбука анимации [Текст]: учеб. пособие по направлению подготовки 51.03.02 «Народная художественная культура», профиль «Руководство студией кино-, фото-, видеотворчества» / Н. С. Куркова. — Кемерово : КемГИК, 2016. — 235 с.
9. Литвина, Т. В. Экранные технологии в дизайне. Телевизионный дизайн и мультимедиа презентации: учеб. пособие / Т. В. Литвина. — М.: МГХПА им. С. Г. Строганова, 2016. — 248 с.: ил.
10. Маэстри, Дж. Компьютерная анимация персонажей [Текст] / Дж. Маэстри. — Санкт-Петербург: Питер, 2001. — 336 с.: ил.
11. Осадчук, М. А. Творческая анимация. Видеопрезентация проекта. Creative

- animation : учеб. пособие / М. А. Осадчук. — Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2015. — 156 с.
12. Павлов, А. Ю. Сценарное мастерство. Теория и практика создания киносценария : учебное пособие / А. Ю. Павлов. — Омск : ОмГУ, 2012. — 184 с.
13. Петров, А. А. Классическая анимация. Нарисованное движение. Учебное пособие / А. А. Петров. — М. : ВГИК, 2009 — 197 с.
14. Райт, Дж. Э. Анимация от А до Я. От сценария до зрителя [Текст] / Дж. Э. Райт. — Москва: ГИТР, 2006. — 351 с.: ил.
15. Саймон, М. Как создать собственный мультфильм [Текст] / М. Саймон. — Москва: НТ Пресс, 2006. — 289 с.
16. Светлакова, Е. Ю. Режиссура аудиовизуальных произведений [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов культуры и искусств / Е. Ю. Светлакова; Кемеровский государственный университет культуры и искусств. Кемерово : КемГУКИ, 2011. — 152 с.: ил.
17. Торопова, О. А. Анимация и веб-дизайн: учеб пособие / О. А. Торопова, С. В. Кумова. — Саратов: Саратов. гос. техн. ун-т, 2015. — 492 с.
18. Фостер, У. Основы анимации [Текст] / У. Фостер. — Москва: АСТ, 2003. — 32 с.
19. Хитрук, Ф. С. Профессия — аниматор [Текст] / Ф. С. Хитрук. — Москва: Гаятри, 2007. — 304 с.
20. Художники советского мультфильма [Текст] / отв. ред. И. П. ИвановВано. — Москва: Советский художник, 1978. — 127 с.
21. Эйзенштейн, С. М. Монтаж / Вступит. ст. Р. Н. Юренева. — М.: ВГИК, 1998. — 192 с.: ил.
22. Экранные искусства: творчество и образование [Текст] / сост. А. А. Мелик-Пашаев. — Москва, 2008. — 48 с.

23. Уайтэкер, Г., Халас, Дж. Тайминг в анимации / Г. Уайтэкер, Дж. Халас; Пер. с англ. Ф. Хитрук. — М.: Магазин искусства, 2001. — 140 с.
24. Braha, Y., Byrne, B. Creative motion graphic titling for film, video, and the web / Y. Braha, B. Byrne. — Elsevier Inc. 2011. — 394 p.
25. Blazer, L. Animated Storytelling. Simple Steps For Creating Animation & Motion Graphics / L. Blazer, — Berkeley : Peachpit Press, 2016. — 152 p.
26. Horak, J.-Ch. Saul Bass : anatomy of film design / J.-Ch. Horak. — The University Press of Kentucky, 2014. — 493 p.
27. 12 принципов анимации [Электронный ресурс]. — Режим доступа : https://ru.wikipedia.org/wiki/12_принципов_анимации (дата обращения: 19.03.2021).
28. 10 принципов монтажа Соколова [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://web-shpargalka.ru/10-pravil-montazha-sokolov.php> (дата обращения: 12.05.2021).
29. Как правильно написать сценарий к фильму? [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://mognovse.ru/ixk-scenarij-k-filemu-voprosi-scenaristu-prostie-no-ochene-vaj.html>
30. Мастерство визуального рассказа. Часть первая [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://render.ru/ru/articles/post/10563> (дата обращения: 27.06.2021).
31. Синтетическая природа экранного искусства [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://be.convdocs.org/docs/index-48748.html?page=2> (дата обращения: 7.02.2021).
32. Форматы видеофайлов [Электронный ресурс]. — Режим доступа : https://spravochnick.ru/informatika/kodirovanie_informacii/formaty_videofaylov/ (дата обращения: 9.04.2021).

Габриелян Т. О.

КОММУНИКАТИВНЫЙ
И МУЛЬТИМЕДИЙНЫЙ ДИЗАЙН

АНИМАЦИОННОЕ ПРОИЗВЕДЕНИЕ

учебно-методическое пособие
по направлению подготовки
54.05.03 Графика

Отпечатано в ИП Бровко А.А.

Республика Крым, г. Саки, ул. Тимирязева, 30.

Формат: 70x100 $\frac{1}{32}$ (230 x 120 мм).

Усл. печ. л. 3.86. Тираж 100 экз.

Подписано в печать 30.10.2021 г.

Изобразительный материал взят из открытых источников или из изданий, приведённых в списке литературы. Этот материал представлен только в ознакомительных целях. Для более детального изучения соответствующего материала следует обратиться к первоисточнику.