

Телевидение в условиях конвергенции СМИ: интегрирование GIF-анимации в телевизионный контент

Научный руководитель – Образцова Анастасия Юрьевна

Борматова Екатерина Владимировна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра теории и экономики СМИ, Москва, Россия

E-mail: ekaterina.bormatova@yandex.ru

Влияние конвергенции на процесс создания телевизионного материала в условиях цифровой медиасреды чрезвычайно важная и актуальная тема. Данная работа представляет собой попытку изучения интеграции GIF-анимации в российский телевизионный контент. Поводом для данного исследования стало появление видео, сильно напоминающих GIF-анимации и коубы (анимации, сделанные на платформе Coub), в эфире телеканалов: ТНТ и Первого.

GIF - самый распространенный формат в интернете, остается абсолютным лидером до 2013 года [1]. Популярность GIF-анимаций до сих пор растет, создаются такие хостинги и приложения как Vine, Boomerang, Coub, расширяющие возможности формата, но поддерживающие его распространение. Социальные сети и мессенджеры добавляют специальные кнопки или разделы, с помощью которых использование GIF становится проще (в их числе Твиттер (18 июня 2014 года на официальном аккаунте Twitter Support появилось сообщение о появлении новой функции) [2] , Инстаграм-истории [3], WhatsApp [4], Viber [5]). Влияние GIF-анимаций распространяется уже за пределами интернета. Их используют телеканалы (например, ТНТ, СТС) и шоу («Вечерний Ургант», «Шоу Эллен Дедженерес»). Причиной включения видео в стиле GIF-анимаций можно считать изменение восприятия видео и других визуальных средств, под что подстраиваются производители телевизионных продуктов. На привлечение внимания к серьезным проблемам GIF-анимации не претендуют, так как телеканалы их используют для создания шуток или ненавязчивых перебивок. Повтор коротких отрывков создает комический эффект и привлекает внимание зрителей. Отрывки видео должны быть динамичными, чтобы четко просматривалась цикличность, и было возможно отличить их от других фрагментов эфиров. Степень яркости определяют сами производители, так как видео должны соответствовать продуктам их каналов. Так, заставки в «Вечернем Урганте» сняты в помещениях с яркими предметами интерьера, а ролики рекламы ТНТ взяты из шоу и сериалов телеканала. Часто отрывки берут из оригинальных видеоматериалов телеканалов, но не снимают их специально и не пользуются специальными приложениями для создания GIF-анимаций.

Источники и литература

- 1) Формат «ГИФ» оказался форматом «ДЖИФ» // Lenta.ru. Наука и техника. Софт. 22.05.2013. URL:<https://lenta.ru/news/2013/05/22/jif/> (Дата обращения 23.01.18)
- 2) Starting today, you can share and view animated GIFs on Twitter.com, Android and iPhone.// Twitter. Twitter Support. URL:<https://twitter.com/TwitterSupport/status/479307198901026816?s=19>
- 3) Билл Джобс. Гифки в Инстаграм// Интернет-маркетинг. URL: <https://internet-marketings.ru/gifki-v-instagram/>

- 4) Как отправить GIF, live фото и короткое видео через WhatsApp// tech-touch.ru. URL:<https://tech-touch.ru/kak-otpravit-gif-live-foto-i-korotkoe-video-cherez-whatsapp.html>
- 5) Олег Довбня. Viber теперь поддерживает анимированные GIF и ручное архивирование// AndroidInsider.ru. URL: <https://androidinsider.ru/obzory-prilozhenij/viber-teper-podderzhivaet-animirovannyye-gif-i-ruchnoe-arhivirovanie.html>