

Научная статья

УДК 347.783

doi: 10.17223/22220836/50/12

GIF-АНИМИРОВАНИЕ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОЙ ИЛЛЮСТРАЦИИ: ЗАЧЕМ «ОЖИВЛЯТЬ» КАРТИНКУ?

**Татьяна Евгеньевна Фадеева¹,
Александра Дмитриевна Старусева-Першеева²,
Пётр Юрьевич Сковородников³, Юлия Николаевна Блюхер⁴**

^{1, 2, 3, 4} *Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
Москва, Россия*

¹ *tfadeeva@hse.ru*

² *apersheeva@hse.ru*

³ *pskovorodnikov@hse.ru*

⁴ *yublyuher@hse.ru*

Аннотация. В данной статье авторы ставят перед собой целью исследовать специфику анимированных изображений в формате GIF, которые набирают в последнее время все большую популярность. Зачастую художник создает не одно, а два произведения – статичную «картинку» для привычного медиума, например, газеты и анимированное изображение для интернет-страницы; опыт взаимодействия с такими произведениями будет различный. В рамках данного исследования мы осуществили попытку классифицировать различные сценарии работы художника с анимированным GIF-изображением. Отдельного внимания, на наш взгляд, заслуживают те проекты, которые требуют от зрителя «медленного чтения», создают необычную коммуникационную ситуацию, как бы препятствие на пути автоматического восприятия – и этим подталкивают зрителя сознательно включиться в процесс обработки визуальной информации. Здесь можно провести аналогию с видеоартом, а также сравнить «гифки» с другими современными «короткими» (простыми, легкочитаемыми, актуальными в контексте современной визуальной культуры) форматами, например, с форматом замкнутых микрофильмов *Coob*.

Ключевые слова: иллюстрация, GIF-анимирование, медиаарт, видеоарт, современная визуальная культура, визуальная коммуникация

Для цитирования: Фадеева Т.Е., Старусева-Першеева А.Д., Сковородников П.Ю., Блюхер Ю.Н. GIF-анимирование в контексте современной иллюстрации: зачем «оживлять» картинку? // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2023. № 50. С. 139–152. doi: 10.17223/22220836/50/12

Original article

GIF ANIMATION IN THE CONTEXT OF CONTEMPORARY ILLUSTRATION: WHY “ANIMATE” THE PICTURE?

Tatiana E. Fadeeva¹, Alexandra D. Staruseva-Persheeva²,
Petr Y. Skovorodnikov³, Ylia N. Blucher⁴

^{1,2,3,4} HSE Art and Design School, Faculty of Creative Industries, of the Higher School of Economics “National Research University”, Moscow, Russian Federation

¹ tfadeeva@hse.ru

² apersheeva@hse.ru

³ pskovorodnikov@hse.ru

⁴ yublyuher@hse.ru

Abstract. The article reviews a specific traits of GIF images that are currently getting not only popular but also more sophisticated. An artist may create two versions of the same illustration: a static image for a analogue medium (such as newspapers) and an animated image for websites or social media; the experience of interacting with the works will be different for the audience. Therefore, we have analyzed various communication scenarios of reader’s interaction with animated image. We argue that GIF illustrations require “slow reading”, create a kind of “alienation” effect, as if there came an obstacle in the way of viewer’s trained perception – and this makes one consciously engage in processing visual information. Having revised the concept of GIF as a medium and its history, we made comparison with other technologies for video and animation transmission, for example: Macromedia Shockwave, Macromedia Flash, Microsoft Silverlight, Java etc., and traced the trajectory of its further development.

In some cases “animating” does not produce a significant aesthetic effect and is simply used to attract viewer’s attention to something special, for example, to news or an advertised product (the strategy of “attention-grabbing”); in other cases by means of animation an illustrator fully conveys a specific message, “expands” the image to communicate more.

Since the 2010, with increasing popularity of “GIFs”, a big number of GIF artists has appeared. Both artists and illustrators who turn to GIF in order to create an art project or a commercial project, to make a statement. Therefore, today an illustrator faces a “double” task: to create an image that will “work” both in a digital environment and as a “static” (for example, on paper).

Attempting to classify various scenarios of artist’s work with an animated image we argue that such images could be divided into three categories: 1) “technical” (it has an applied function, existing as an animated version of a technical illustration and making it easier for the user to understand the operation of a particular mechanism or some mechanics); 2) GIFs, which actualize the rhythm category (the effect of their “impact” on the viewer is built up by rhythmic repetition of individual elements in the frame or the whole frame); 3) “narrative” GIFs telling a certain story (the user must complete a significant part of this story on his own). These three scenarios can complement each other and have further extensions we outlined.

Keywords: illustration, GIF-animation, media art, video art, contemporary visual culture, visual communication

For citation: Fadeeva, T.E., Staruseva-Persheeva, A.D., Skovorodnikov, P.Y. & Blucher, Y.N. (2023) GIF animation in the context of contemporary illustration: why “animate” the picture? *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 50. pp. 139–152. (In Russian). doi: 10.17223/22220836/50/12

Введение

В связи с вытеснением бумажных изданий электронными, дающими много новых технических возможностей, многие иллюстраторы обращаются к технологии GIF-анимации для того, чтобы «оживить» свои изображения.

Этот процесс вписывается в общую логику медиаарта – искусства, произведения которого создаются и представляются с помощью современных технологий. При этом мастер медиаарта использует актуальные технологические достижения не для буквального «перевода» прежнего произведения в новый формат, а для создания нового опыта взаимодействия с произведением. Наше восприятие статичной и «движущейся» «картинок», безусловно, разнится. Спросу на «гифки» способствовало и активное развитие социальных сетей, пользователи которых в основном как раз предпочитают «движущиеся картинки» статичной иллюстрации. Кроме того, анимированные изображения все чаще появляются на сайтах электронных изданий, новостных порталов, пользовательских блогов и пр. В одних случаях «анимирование» не порождает значимого эстетического эффекта и используется в основном для того, чтобы привлечь внимание зрителя к какой-то информации, например, к новости или рекламируемому продукту (стратегия «захвата внимания»); в других же – благодаря использованию анимации иллюстратору удастся полнее донести конкретное послание (message), усилить образ и т.д. (добиться «прибавления смысла»).

В рамках данной статьи мы рассмотрим как различные стратегии анимирования изображений, так и характеристики движущихся изображений, существующих в веб-пространстве – пространстве интенсивной коммуникации зрителя с электронной средой, в результате которой возможно получить уникальный пользовательский опыт взаимодействия с динамичными объектами. Мы сосредоточим наше внимание на технологии GIF (англ. Graphics Interchange Format, «формат для обмена изображениями») – популярном растровом формате создания подвижных графических изображений как на одном из самых распространенных в интернете, новая волна популярности которого приходится на последние 7–10 лет.

Цифровое искусство: первые шаги

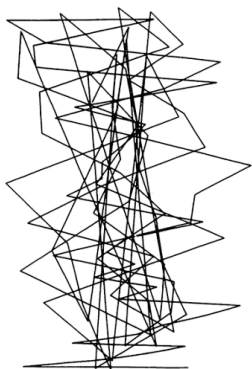
GIF-анимация – это результат развития компьютерных технологий. «Гифки» настолько плотно вошли в ткань повседневной интернет-коммуникации, что не все помнят историю возникновения этого формата; нам же следует сделать акцент на этом для того, чтобы более качественно осмыслить стратегии работы как пользователей, так и иллюстраторов с форматом GIF.

Уже в 1945 г. известный математик Джон фон Нейман публикует доклад, в котором формирует общие принципы функционирования универсальных вычислительных устройств, т.е. компьютеров, и первым устройством, в котором были воплощены принципы фон Неймана и который можно назвать полноценным компьютером, стало устройство английского исследователя Мориса Уилксона, созданное в 1949 г. С тех пор подавляющее большинство компьютеров изготавливается в соответствии с этими принципами [1. С. 11–22]. Важно отметить, что появление транзисторов в 1948 г. позволило заменить электронные лампы в компьютерах и сделать их более компактными, а найденные в середине 1950-х способы удешевления производства транзисторов дали возможности инженерам и дальше уменьшать основные детали компьютеров и ускорять их производство. Это привело к распространению компьютеров в крупных компаниях по всему миру, хоть они и занимали на тот момент целые комнаты. Только создание микропроцессоров в начале

1970-х гг. приводит к появлению персональных компьютеров в середине 1970-х гг. в знакомом нам формате, а через это – к возникновению новых форм сетевой коммуникации и, далее, к осмыслению этих изменений теоретиками медиа и практики, к появлению цифрового искусства.

Первопроходцами в области искусства, созданного при помощи компьютеров, были в основном ученые, поскольку первые компьютеры существовали преимущественно на базе исследовательских лабораторий. Одним из первых «цифровых художников» обычно называют Майкла Нолла, сотрудника лаборатории «Bell Labs», создавшего ряд абстрактных изображений (напоминающих работы П. Пикассо периода кубизма), самым знаменитым из которых является «Квадратура Гаусса», 1963 (рис. 1). Это изображение было сгенерировано на компьютере и подчиняется математической формуле, несмотря на то, что координаты точек выглядят случайными. Сам Нолл писал о своих произведениях: «Компьютер использовали лишь для воспроизведения того эстетического эффекта, которого можно было без труда добиться в традиционных техниках... Художники, работающие с компьютером, до сих пор не приблизились к созданию совершенно новой эстетики» [2]. Поисками возможностей художественной выразительности в области цифровой эстетики помимо Нолла занимались и другие пионеры цифрового искусства, среди которых можно назвать Фридера Наке, Леона Хармона, Кена Нолтона и др.

В 1968 г., в лондонском Институте современного искусства прошла первая выставка, посвященная компьютерному искусству – «Cybernetic Serendipity». Ее название имело отношение к тому, о чем писал Нолл, – к созданию новой эстетики. Название выставки весьма



© AMN 1965

знаменательно, ведь понятие «серендипность» означает «способность, делая глубокие выводы из случайных наблюдений, находить то, чего не искал намеренно» [3. С. 375–376]. Именно это произошло с цифровым пространством, ведь можно уверенно предположить, что изобретателей первых компьютеров не интересовали поиски новой эстетики, однако появление компьютеров способствовало ее сложению.

Рис. 1. М. Нолл. Квадратура Гаусса. 1963

Fig. 1. M. Noll. Gaussian-Quadratic. 1963

GIF-анимирование: развитие технологии в контексте современной цифровой культуры

Персональные компьютеры вошли в широкое употребление только в 1980-е гг. Графический формат GIF («Graphic Interchange Format») появился в 1987 г. и был создан компанией CompuServe для размещения и передачи изображений во Всемирной сети с учетом невысокой скорости интернет-соединения. Важной особенностью этого формата было то, что он поддерживал сжатие и чересстрочное хранение данных, что позволяло пользователю увидеть даже не до конца загруженное изображение. GIF предоставлял возможность хранения в одном файле сразу нескольких изображений, которые могли по-

следовательно сменять друг друга на экране, т.е. уже в этот период пользователь получал возможность публикации и передачи по сети анимированных изображений. В короткое время пространство Всемирной сети наполнилось анимированными аватарами, логотипами, баннерами и смайлами.

В 1990-х гг. GIF-анимация использовалась на самых первых веб-сайтах, которые находились «в разработке» (тогда весь интернет находился «в разработке»), – и об этом сообщали многочисленные GIF-анимации на этих сайтах. К примеру, на сайте <http://www.textfiles.com/underconstruction/> можно обнаружить одну из самых интересных GIF-анимаций «в разработке», представляющую собой вариант «бесконечного полотна», в котором скомпилировано множество изображений (обычно анимированных), объединенных общей темой «в разработке».

Тогда же, в 1990-х, появляется «классический» вариант GIF-анимации – как короткого и зацикленного анимационного ролика. В качестве примера можно привести знаменитого «танцующего ребенка», которого увидело множество пользователей «старого» интернета. Это была одна из первых «вирусных гифок» (речь идет об особом типе контента – необычного, запоминающегося, эмоционально заряженного, интересного многим пользователям и распространяющегося с помощью компьютеров и, позднее, смартфонов). Именно здесь закладываются основы последующей «гифомании», которая охватит мир после 2010-х гг. «Танцующий ребенок» (также известный как «Baby Cha-Cha») изначально существовал как видеоролик, однако обрел «вторую жизнь» в технологии GIF в 1996 г. благодаря веб-разработчику Джону Вуделлу.

Наконец, начинают появляться одностраничные сайты с GIF-анимацией, и одним из первых таких проектов стал «Hamster Dance», представляющий веб-страницу, содержащую отдельные GIF-файлы с анимированными изображениями танцующих хомячков. Сайт стал популярным в конце 1990-х благодаря электронной почте, блогам и розыгрышам. Таким образом, уже ранние работы, сделанные с применением GIF-анимации, продемонстрировали следующее: GIF подходил как для анимирования отдельных изображений, так и для создания коротких циклических анимационных роликов, а благодаря своим техническим характеристикам GIF-анимация была чрезвычайно удобна для распространения в сети Интернет. «Гифками» можно было свободно обмениваться, они не требовали значительной мощности компьютеров и идеально подходили медленным dialup-соединениям тех времен благодаря эффективному алгоритму сжатия LRZ, описанному в 1984 г. американским программистом Терри Уэлчем в журнале «Computer».

В начале 2000-х гг. в интернете начинается рост популярности мультимедиа ресурсов. Он происходит благодаря массовому распространению компьютеров, поддерживающих мультимедиа (ранее компьютеры не могли воспроизводить видео и звук), росту широкополосных каналов подключения к сети Интернет и новым технологиям. Начинают широко использоваться новые технологии для передачи видео и анимации, например: Macromedia Shockwave, Macromedia Flash, Microsoft Silverlight, Java и др., которые обладали большими возможностями, чем формат GIF, и GIF-анимация постепенно начинает «сдавать свои позиции». К тому же GIF первоначально исполь-

зовал проприетарные алгоритмы, и срок действия последнего патента на GIF истек только к середине 2000-х.

Большинство сайтов 2000-х изобиловало разнообразными изображениями в форматах JPG, PNG, GIF (рис. 2), а также активно использовались графика и видео подгружаемые с помощью плагинов: Macromedia Flash, Microsoft Silverlight и др. Распространенные в то время языки разметки страниц: HTML 3.2, HTML 4.01, XHTML 1.0, XHTML 1.1 – не обладали тегами для размещения на страницах сайтов видео и звука, поэтому их приходилось встраивать с помощью плагинов (наиболее распространенным плагином является Macromedia Flash). К середине 2000-х гг. формат GIF проигрывал почти по всем параметрам, поскольку единственным его преимуществом была возможность разместить на сайте простую пошаговую анимацию без использования плагинов.

Таблица с основными отличиями форматов цифровых изображений

	JPEG	GIF	PNG 8	PNG 24	SVG	Flash
Тип	растровый				векторный	растр., векторный
Кол-во цветов	16 млн	до 216		16 млн		
Прозрачность	нет	есть				есть (кроме фона)
Полупрозрачность	нет			есть		
Покадровая анимация	нет	есть	нет		есть	
Анимация	нет				есть	
Поддержка скриптов	нет				есть	

Рис. 2. Основные отличия форматов цифровых изображений

Fig. 2. Digital image format differences.

Возрождение интереса к формату GIF происходило постепенно. В конце 2000-х начинается борьба с плагинами, в частности с технологией Flash, которая массово вытеснила GIF. Основной причиной борьбы с плагинами и вымиранием технологии Flash стали проблемы с поисковыми системами. В самом начале пользователи сети искали сайты в каталогах, в которые нужно было добавлять свои сайты, также часто люди на своих ресурсах размещали списки полезных сайтов. Однако вскоре появились поисковые системы (Google, Рамблер, Яндекс и др.), в которых специальные роботы искали новые сайты, индексировали и создавали базу данных, по которой пользователь мог найти нужный ему сайт по написанным словосочетаниям. Роботы поисковых систем хорошо индексируют текстовые файлы, в частности html-страницы, и плохо – файлы, которые подгружались плагинами, в частности файлы .swf. То есть сайты, использующие технологию Flash, имели низкие позиции в поисковых системах. Это является основной причиной отказа от плагинов и в частности технологии Flash.

В это же время активно развиваются социальные сети, появляются несколько чрезвычайно важных для современной культуры веб-проектов: MySpace, Facebook и YouTube, а также прототипы первых смартфонов, кон-

цепция смартфона складывается после появления Apple iPhone (в 2005 г.). Простой, хорошо известный формат с возможностью анимации GIF оказался востребованным социальными сетями и новыми сайтами. Появляется все большее количество блог-платформ (в частности, Tumblr), начинается вторая волна интереса к GIF, которой главным образом способствовал фактор упрощения интерфейса для создания этих мини-роликов. GIF-анимация, как мы увидим, окажется одним из форматов усиления этой интерактивной составляющей в интернет-коммуникации. Редактирование GIF-роликов становится все более продвинутым благодаря растущей доступности программного обеспечения для редактирования, следовательно, все больше пользователей начинает конвертировать видео в формат GIF (поскольку «гифка» в веб-пространстве воспроизводится автоматически, не требуя от пользователя дополнительных действий и нажатия на кнопку «play»). Формат GIF оказывается как бы на стыке трех сфер: «культуры мемов», «культуры блогеров» и «культуры знаменитостей». Классическим примером может служить мем «Оставьте Бритни в покое» (2007), который подарил нам знаменитый GIF (переделанный из видеоролика, записанного Крисом Крокером в защиту известной певицы), ставший одним из первых «гифок-реакций». Постепенно вместо смайликов и текстовых сокращений интернет-пользователи в чатах и комментариях к тому или иному посту все чаще отправляют друг другу анимированные GIF-изображения, поскольку они обладают большей экспрессией, чем смайлы и эмоджи, могут точнее передать настрой и эмоциональный посыл говорящего. Со временем создание GIF начинает восприниматься как новая форма самовыражения.

Tumblr был запущен в 2007 г., Twitter – годом ранее. Эти социальные сети, так же как и популярный социальный новостной сайт Reddit (2005), сыграли важную роль в интеграции GIF в культуру социальных сетей. Флагманом этого движения стал Tumblr, позволяющий загружать по несколько «гифок» одновременно, предлагая пользователю возможность креативно подойти к монтажу визуального контента, создавая целый нарратив из анимированных изображений, своеобразный движущийся «комикс». Именно на этой платформе большое количество людей начнет рассказывать целые «истории», используя технологию GIF, зачастую сопровождая их собственными текстами, новостными заметками, цитатами и пр. Отдельные «гифки-реакции» также пользуются большой популярностью, особенно в сетях наподобие Twitter и в электронных мессенджерах. Многие социальные сети начали поддерживать поиск GIF через сторонние GIF-платформы, такие как Giphy и Gfycat, для большего удобства пользователей и для ускорения коммуникации. Существенная часть поисковых запросов связана с выражением эмоций, в поисковиках действует соответствующая система тегов. И сегодня «гифки» стали настолько популярны, что нью-йоркская команда Postlight даже создала браузерную игру «GIF Battle», позволяющую двум игрокам обмениваться «гифками» (по аналогии, например, с форматом «rap battle»), и победителем считается тот, кого таковым признают зрители, за этим соревнованием наблюдающие.

GIF-анимация как инструмент художественного высказывания

В 2010-х гг. с ростом популярности «гифок» появляется все больше так называемых «GIF artists» – художников и иллюстраторов, которые обраща-

ются к данному формату для создания художественного проекта, высказывания. Все чаще перед иллюстратором ставится «двойная» задача – создание такого изображения, которое будет «работать» и в цифровой среде, и в «статике» (например, на бумажном носителе), как отдельный «кадр». В качестве примера можно привести работу Стивена Вюльмена для «New-York Times» (рис. 3). Речь идет об анимированной иллюстрации, посвященной теме насилия в медиасредах. Эта работа существует в двух версиях: в виде иллюстрации в бумажной газете и в виде анимированного изображения на сайте. Анимация в данном случае призвана привлечь внимание зрителя к тексту, сыграв роль визуального триггера в ситуации информационного изобилия.



Рис. 3. С. Вюльмен для «New-York Times» / <https://stephenvuillemin.com/THE-NEW-YORK-TIMES/> / скриншот

Fig. 3. S. Vuillemin for «New-York Times» / <https://stephenvuillemin.com/THE-NEW-YORK-TIMES/> / screenshot

«Оживление» картинки – это способ «выдернуть» зрителя из общего визуального потока и «переключить» его на восприятие контента. Не случайно тема насилия в медиасредах имеет яркую, запоминающуюся «витрину» в виде визуально привлекательного изображения, функция которого – обратить на себя внимание зрителя. «Картинка» как бы анонсирует тему, которая будет раскрыта в тексте статьи; при этом иллюстрация отражает ее проблематику, играя на контрасте между яркими «мультяшными» образами, отсылающими нас к миру современных медиа, и образами насилия.

В изображении используется прием «картина в картине». Можно проследить как по-разному они работают в «статичной» и «динамической» версиях. Способом выделить смысловой центр изображения является цветовой контраст, однако в цифровой версии анимация усиливает этот эффект. Все остальные элементы изображения «отходят» на второй план, оставляя главное: экран телевизора и действие, происходящее на нем, а также персонажа, управляющего этим действием при помощи джойстика. Анимации отдельного фрагмента достаточно для того, чтобы зритель самостоятельно «достроил» связь между персонажем-игроком и происходящим на экране и, может быть, даже «анимировал» персонажа в своем воображении. Также у зрителя может возникнуть телесный «ответ» на ситуацию, происходящую на экране (например, желание нажать на воображаемые кнопки контроллера), поскольку большинство современных зрителей играло хотя бы раз в видеоигры, а кто-то и вовсе имеет привычку соотносить себя с персонажем в этих играх.

Возвращаясь к разговору о специфике анимированного изображения в формате GIF, мы осуществили попытку классифицировать различные сценарии работы художника с анимированным GIF-изображением. Условно такие изображения можно разбить на три категории: 1) «технические» (имеющие прикладную функцию, существующие как анимированная версия технической иллюстрации и облегчающая пользователю понимание работы того или иного механизма либо некоей механики), 2) «гифки», которые актуализируют категорию ритма (эффект их «воздействия» на зрителя построен за счет ритмичного повторения отдельных элементов в кадре либо самого кадра целиком); 3) «нарративные», т.е. рассказывающие некую историю – при этом, разумеется, значительную часть этой истории пользователь должен достроить самостоятельно. Данные три сценария могут взаимно дополнять друг друга, и далее в тексте мы будем приводить соответствующие примеры как практически «чистых» сценариев, когда доминирует какая-то одна стратегия, так и сценариев-«гибридов».

В качестве примеров «технической» «гифки» можно привести анимированные изображения, опубликованные на различных образовательных порталах. К примеру, на сайте-библиотеке Giphy можно отыскать как простенькие «гифки», изображающие, как правильно писать иероглифы (с какого места начинать, какой должна быть последовательность движений и т.д.), так и целые «гифки»-истории, где на наших глазах иероглиф, обозначающий дерево, превращается в настоящее дерево, с ветками, листьями и т.д., потом к нему могут присоединиться другие деревья, и все это превратится в иероглиф «лес». Подобные образы, безусловно, помогают запомнить соответствующие иероглифы, особенно если зритель обладает развитым визуальным восприятием и хорошей памятью именно на визуальные образы.

Вторая категория анимированных изображений в формате GIF задействует особенности самого формата, его возможности и ограничения. Дело в том, что в GIF-файл невозможно поместить много изображений, а также сопроводить «картинку» звуковым рядом. В привычных нам «гифках» количество кадров небольшое, а их последовательность задает определенный автором ритм. Повторяемость / цикличность элементов работает как своего рода гипнотический круг, погружая зрителя в подобие транса, что означает временное отключение от других информационных потоков и возможность чистого созерцания. В некоторых «гифках» ритм выходит на первый план, как «механика». Говоря о подобного рода работах, сложно к ним применить категории типа «нарратив» или «сюжет». Сюжет, разумеется, может быть – но он обычно очень простой и не предполагает какого-то «достраивания» истории со стороны зрителя. Это могут быть, к примеру, абстрактные работы Пало Серика (псевдоним Patakk) (рис. 5), в которых медленно двигаются некие геометрические конструкции, или фигуративные произведения Ян Хуа Чун с очень простенькими сюжетами типа девочка куда-то бежит (рис. 4). «Достраивание» здесь возможно, зритель может пофантазировать, например, куда так радостно бежит эта девочка однако сама «гифка» все-таки «работает» здесь по типу «гифки-реакции» и может служить визуальным эквивалентом некоего эмоционального состояния (в данном случае – приподнятого настроения и энтузиазма). Через добавление деталей, введение фона художник может создать некую атмосферу (пример – работа Ребекки Мок). Практически все мы

когда-либо ездили в поезде, слышали ритмичный стук колес и наблюдали, как меняется пейзаж за окном – именно этот стереотип нашего восприятия и обыгрывает данная «гифка».

Набирая популярность, «гифки» используются в самых различных контекстах – в том числе и в социальном, для актуализации проблем общества, в частности, социальной стигматизации в отношении людей, страдающих психическими заболеваниями или расстройствами. Именно этому посвящен проект иллюстратора Кир Вань, создавшей серию анимированных GIF-изображений под названием «Утопия в дистопии» («Utopia in Dystopia», 2016). Иллюстратор поставила себе целью визуализировать различные психические расстройства и состояния (депрессия, тревожность, расстройства пищевого поведения и др.). Интересно, что движения анимированных героев у Ванг и даже все пространство вокруг них – тоже нестабильное – выглядит нервным и напряженным и может вызвать в зрителе соответствующий телесно-двигательный ответ – что, по всей вероятности, и обусловило использование автором не статической, а динамической иллюстрации (рис. 6).



Рис. 4. Ян Хуа Чун / <https://www.taiyangguodu.deviantart.com/>
скриншот анимированной работы

Fig. 4. Yang Hua Chun / <https://www.taiyangguodu.deviantart.com/>
screenshot of the animated work

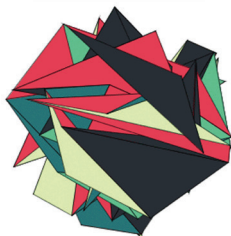


Рис. 5. Паоло Серик / <https://patakk.tumblr.com/>
скриншот анимированной работы

Fig. 5. Paolo Čerić / <https://patakk.tumblr.com/>
screenshot of the animated work

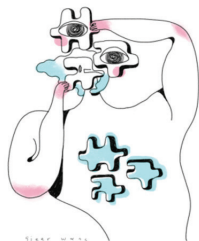


Рис. 6. Кир Вань / <http://www.qieerwang.com/>
скриншот анимированной работы

Fig. 6. Qieer Wang / <http://www.qieerwang.com/>
screenshot of the animated work

В данном контексте интересно провести аналогию между GIF-анимацией и зацикленными сверхкороткими видео в формате COUB, а также сравнить эти форматы с ритмизованными произведениями видеоарта, в которых художник в течение длительного времени повторяет одни и те же действия, ярким примером подобного рода видео стали работы Брюса Наумана, Вито Аккончи, Марины Абрамович, Джоан Джонас и других авторов, относящиеся к концу 1960-х – 1970-м гг. На первый взгляд такие видео похожи на «гифку», например, в работе «Отскакивание в углу» (1968) Брюс Науман дает своему телу упасть на расположенные под углом стены мастерской, а затем отталкива-

ется от них, чтобы через пару секунд упасть вновь, и это действие воспроизводится на протяжении часа перед объективом неподвижной камеры. С одной стороны, это напоминает «гифку», поскольку зрителю представляется один и тот же ритмично обновляющийся визуальный стимул (вид тела, падающего и отскакивающего), однако, следя за фактурой изображения и не обнаруживая в видеоряде склеек, зритель понимает, что перед ним не повтор одного и того же кадра, а длящееся действие, и тогда, включая «моторное сопереживание», зритель начинает понимать, каких усилий это простое казалось бы действие требует от художника. Перед нами физическое усилие, направляемое авторской волей. И длительность пленки придает весомости высказыванию автора, потому что мы можем оценить количество вложенных им в работу сил. Однако усилие требуется и от зрителя: важно не остановиться на первом впечатлении об абсурдности этой игры в отскакивание, а провести перед видео Наумана некоторое время, и тогда запустится процесс поиска дополнительных смыслов. Так устроены и многие другие перформативные видео этого художника, например, его «Танец по периметру квадрата», представляющий собой серию боковых выпадов и подстановок ноги на квадрате, очерченном на полу мастерской. В своей научно-популярной книге «Непонятное искусство» Уилл Гомперц иронично и точно характеризует воздействие работы Наумана, говоря о том, что большинство зрителей посещают музей «на бегу», устаивая шедевры лишь короткого взгляда, но «с Науманом такое не пройдет. Если пролететь мимо „Танца по периметру квадрата“, никакого впечатления не останется; зато если не пожалеть немного времени, усилия окупятся. Искусство Наумана о многом, но прежде всего – об осознании» [4. С. 375–376].

Брюс Науман и другие художники, применяющие в своей практике ритмизованные повторяющиеся действия, играют на особенности человеческого сознания, которое склонно к неконстантности. Коротко говоря, мы не можем «думать одну и ту же мысль», мы привыкли воспринимать мир в становлении, а идеи – в развертывании, и в случае, когда перцептивный стимул оказывается однообразным (как «скучные» видео Наумана), наше сознание само начинает продуцировать развитие нарратива. То же может происходить и в случае с «гифками».

Наконец, мы можем выделить третью категорию анимированных GIF-изображений, где ритм не является самоцелью, а скорее выступает в роли «пружины» для нарратива. Кроме этого, художник может заложить внутрь «картинки» определенные «сценарии» для ее прочтения, а также сделать отсылки к различным дискурсам и культурным парадигмам (и даже поспорить с ними). В качестве примеров можно рассмотреть работы Уно Моралеса. Многие из них содержат различные культурные отсылки, создавая некий визуальный ребус, который можно попытаться расшифровать. Некоторые элементы «картинки» анимированы и сразу же привлекают внимание, становясь смысловой доминантой произведения. Движущиеся объекты для нашего восприятия имеют приоритет по сравнению со статичными, они воспринимаются как «фигуры», а статичные – как «фон», на них мы обращаем внимание уже во вторую очередь. Анимирова отдельные объекты, художник может выстраивать драматургию произведения более эффективно в сравнении со статичной «картинкой». Разумеется, и в статичном произведении художник

стремился «срежиссировать» наше восприятие изображения, с помощью цвета и композиции акцентируя отдельные элементы. Однако обращение к формату GIF в какой-то мере упрощает художнику задачу, поскольку ему не нужно идти на различные ухищрения, чтобы выделить «главное» – его достаточно анимировать. В представленной в данной статье работе Уно Моралеса, если смотреть в левую часть «картинки», то наш взгляд приковывает фигура человека, считающего деньги, потому что она анимирована, остальные же фигуры – статуи Венеры Милосской и дельфина – прочитываются как второстепенные, как «неживые» / неактуальные, как «фон» (рис. 7). «Гифка» выполняет за зрителя часть работы, зритель получает материал частично «расшифрованный» по сравнению со статичной «картинкой» и даже с циклом «картинок», однако от него все же требуется усилие методичного и последовательного всматривания, лишь тогда этот мозаичный визуальный текст раскроется до конца.

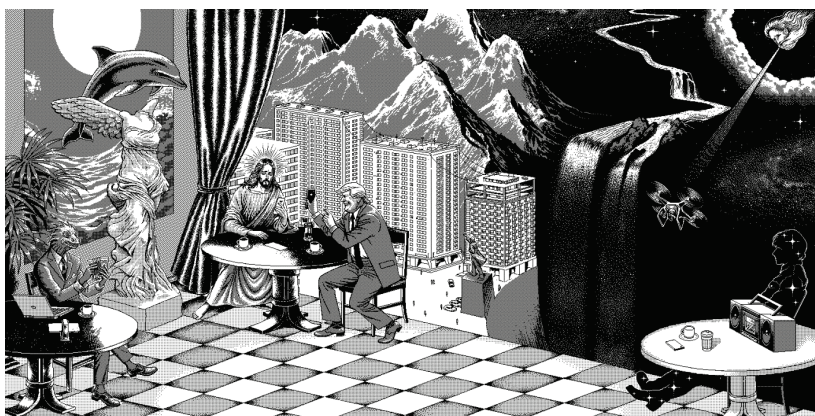


Рис. 7. Уно Моралес (Стас Орлов) / <https://unomoralez.com/loops.html?cid=1&offset=7> / скриншот анимированной работы.

Fig. 7. Uno Moralez (Stas Orlov) / <https://unomoralez.com/loops.html?cid=1&offset=7> / screenshot of the animated work.

Заключение

Рисунок воспринимается быстрее и легче, чем текст, а движущееся изображение обладает большей миметичностью, чем статичное, а потому эффективно привлекает внимание и распознается нашим мозгом почти мгновенно – именно этим обусловлена «магия кино», ставшего в XX в. самым массовым искусством, влияние которого на социальные процессы остается весьма значимым и в текущем столетии [5, 6]. «Гифка», равно как и возникший по аналогии с ней формат зацикленных микрофильмов *Soub*, является «кинематографом в миниатюре», своеобразной эссенцией данного вида искусства: поскольку речь идет о произведении длиной в несколько секунд, при создании GIF выделяются самые яркие и выразительные моменты, в данном случае уходит последовательность кадров и остается лишь ключевой кадр либо два-три таковых. «Ударные» моменты в монтаже, о которых писал еще С.М. Эйзенштейн [7. С. 156–188], теперь становятся не кульминацией экранного образа, а самим этим образом, набирая максимальный эмоциональный заряд, считываемый зрителем в первую же долю секунды. «Гифка» работает как универсальное средство

ускорения коммуникации и обладает «вирусностью» благодаря легко считываемому эмоциональному послылу – именно так данный формат используется в сетевой коммуникации и массовой культуре, однако это не единственный способ его бытования. Как было показано в нашем исследовании, GIF-анимация осмысливается художниками как медиум, с помощью которого можно и вызвать мгновенный интерес у зрителя (который он захочет удовлетворить, обратившись к контенту, предваряемому «гифкой»), и погрузить зрителя в некое визуальное переживание, сопряженное с его собственным двигательным опытом, и привлечь его внимание к актуальным проблемам современности, как это было показано в нашем исследовании.

В условиях современного коммуникационного общества, где расстояния измеряются уже не в километрах, а в скорости передачи данных, можно с уверенностью полагать, что форматы коммуникации продолжают развитие в сторону все более простых и легкочитаемых. Описав историю «гифок» в современной визуальной культуре и выделив три их типа, существующих в данный момент, мы можем с уверенностью предположить, что «гифки» продолжают заполнять интернет-пространство и служить средством сообщения эмоциональных данных (ведь наибольшей популярностью пользуются именно «гифки-реакции», которые шире и точнее слов могут передать эмоциональное состояние человека, ведь в них отображаются мимика и жесты, язык тела). И в этом контексте, на наш взгляд, отдельного внимания исследователей заслуживают те проекты художников, иллюстраторов и аниматоров, которые требуют от зрителя «медленного чтения» GIF, которые заставляют не ускорить прокрутку информации на веб-страницы, а, напротив, замедлить. Такие произведения можно поставить в один ряд как с искусством иллюстрации, так и с экранными искусствами (*moving image*). Приведенные нами примеры работают по традиционному принципу «остранения», описанного В. Шкловским [8. С. 136], т.е. создают необычную коммуникационную ситуацию, как бы препятствие на пути автоматического восприятия и этим подталкивают зрителя остановиться, сознательно включиться в процесс обработки визуальной информации, понять, например, что он беседует не с кем-то другим, а с самим собой, и его руки уже наполовину в «матрице».

Список источников

1. *Фигурнов В.Э.* IBM PC для пользователя. 6-е изд. М. : ИНФРА-М, 1996.
2. *Раиш М.* Новые медиа в искусстве. URL: <https://discours.io/articles/theory/kak-kompyutery-priruchali-iskusstvo-glava-iz-knigi-novye-media-v-iskusstve> (дата обращения: 09.01.2020).
3. *Официальный сайт «Академик».* URL: <https://academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1506487://dic.a> (дата обращения: 09.01.2020).
4. *Гомтерц У.* Непонятное искусство. От Моне до Бэнкси. М., 2016. 464 с.
5. *Юсев А.* Кинополитика. М. : Альпина Паблишер, 2017. 300 с.
6. *Жижек С.* Киногид извращенца. Кино, философия, идеология: сборник эссе. М. : Гонзо, 2019. 480 с.
7. *Эйзенштейн С.М.* Монтаж // Избранные произведения: в 6 т. / редкол.: П.М. Аташева, И.В. Вайсфельд, Н.Б. Волкова, Ю.А. Красовский, С.И. Фрейлих, Р.Н. Юренев, гл. ред. С.И. Юткевич ; сост. П.М. Аташева, Н.И. Клейман, Ю.А. Красовский, В.П. Михайлов ; коммент. О.Д. Айзенштата, А.С. Варганова, А.А. Карягина, Н.И. Клеймана, Л.К. Козлова, Ю.А. Красовского, Е.С. Левина ; подгот. текста В.П. Коршуновой. М. : Искусство, 1964. Т. 2. 566 с.
8. *Шкловский В.* Искусство как прием // Формальный метод: Антология русского модернизма. Т. 1: Системы / под ред. С.А. Ушакова. М., 2016. С. 131–147.

References

1. Figurnov, V.E. (1996) *IBM PC dlya pol'zovatelya* [IBM PC for the User]. 6th ed. Moscow: INFRA-M.
2. Rash, M. (n.d.) *Novye media v iskusstve* [New Media in Art]. [Online] Available from: <https://discours.io/articles/theory/kak-kompyutery-priruchali-iskusstvo-glava-iz-knigi-novye-media-v-iskusstve> (Accessed: 9th January 2020).
3. *The Akademik Official Site*. [Online] Available from: <https://academic.ru/dic.nsf/ru-wiki/1506487://dic.a>. (Accessed: 9th January 2020).
4. Gomperz, W. (2016) *Neponyatnoe iskusstvo. Ot Mone do Benksi* [Incomprehensible Art. From Monet to Banksy]. Moscow: Sindbad.
5. Yusev, A. (2017) *Kinopolitika* [Cinema policy]. Moscow: Al'pina Publisher.
6. Žižek, S. (2019) *Kinogid izvrashchentsa. Kino, filosofiya, ideologiya* [The Pervert Film Guide. Cinema, Philosophy, Ideology]. Moscow: Gonzo.
7. Eisenstein, S.M. (1964) *Izbrannye proizvedeniya* [Selected Works]. Vol. 2. Moscow: Iskusstvo. pp. 156–188.
8. Shklovskiy, V. (2016) *Iskusstvo kak priem* [Art as a technique]. In: Ushakin, S. (ed.) *Formal'nyy metod: Antologiya russkogo modernizma* [Formal Method: Anthology of Russian Modernism]. Vol. 1. Moscow: Kabinetnyy uchenyy. pp. 131–147.

Сведения об авторах:

Фадеева Т.Е. – кандидат искусствоведения, доцент Школы дизайна факультета креативных индустрий Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (Москва, Россия). Email: tfadeeva@hse.ru

Старусева-Першеева А.Д. – кандидат искусствоведения, доцент Школы дизайна, академический руководитель программы «Современное искусство» факультета креативных индустрий Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (Москва, Россия). Email: apersheeva@hse.ru

Сквородников П.Ю. – старший преподаватель Школы дизайна факультета креативных индустрий Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (Москва, Россия). Email: pskvorodnikov@hse.ru

Блюхер Ю.Н. – старший преподаватель Школы дизайна факультета креативных индустрий Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (Москва, Россия). Email: yublyuher@hse.ru

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Information about the authors:

Fadeeva T.E. – Associate professor of Faculty of Creative Industries / HSE Art and Design School, of the Higher School of Economics “National Research University” (Moscow, Russian Federation). Email: tfadeeva@hse.ru

Staruseva-Persheeva D.A. – Associate Professor of Faculty of Creative Industries / HSE Art and Design School Contemporary Art Programme Academic Supervisor of the Higher School of Economics “National Research University” (Moscow, Russian Federation). Email: apersheeva@hse.ru

Skvorodnikov P.Y. – Senior Lecturer of Faculty of Creative Industries / HSE Art and Design School, of the Higher School of Economics “National Research University” (Moscow, Russian Federation). Email: pskvorodnikov@hse.ru

Blucher Y.N. – Senior Lecturer of Faculty of Creative Industries / HSE Art and Design School Contemporary Art Programme Academic Supervisor of the Higher School of Economics “National Research University” (Moscow, Russian Federation). Email: yublyuher@hse.ru

The authors declare no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 05.06.2020;
одобрена после рецензирования 30.09.2021; принята к публикации 15.05.2023.*

*The article was submitted 05.06.2020;
approved after reviewing 30.09.2021; accepted for publication 15.05.2023.*