

Образец ссылки на эту статью: Трофимов Б.В. Понятие моушен-дизайна и области его применения // Бизнес и дизайн ревю. 2024. № 3 (35). С. 106-114.

УДК 7.05

ПОНЯТИЕ МОУШЕН-ДИЗАЙНА И ОБЛАСТИ ЕГО ПРИМЕНЕНИЯ

Трофимов Борис Владимирович

АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна», г. Москва, Россия (129090, г. Москва, Протопоповский переулок, 9), профессор кафедры дизайна, bortrofimov@gmail.com

Аннотация. Статья выполнена в рамках научно-исследовательской работы «Формирование общих принципов моушен-дизайна для цифровой среды», выполняемой в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» в 2024 г. В статье раскрыто понятие моушен-дизайна, показаны его возможности для креативной сферы, сформулированы его основные цели. Дан краткий анализ работ, посвященных моушен-дизайну. Цель исследования: показать перспективы и области применения моушен-дизайна, как стремительно развивающейся дизайнерской сферы. Методы исследования: историко-хронологический анализ; сравнение и аналогия; структурно-графический анализ. Основной научный результат: показаны возможности использования моушен-дизайна в таких сферах, как реклама, маркетинг, телевидение, кинематограф, образование, веб-дизайн, социальные сети, архитектура, строительство, медицина.

Ключевые слова: моушен-дизайн; анимация; Институт бизнеса и дизайна; реклама.

THE CONCEPT OF MOTION DESIGN AND THE AREA OF ITS APPLICATION

Trofimov Boris Vladimirovich

Institute of Business and Design (B&D), Moscow, Russia (129090, Moscow, Protopopovskiy lane, 9/1), Professor of the Department of Design, bortrofimov@gmail.com

Abstract. The article was carried out as part of the research work “Formation of general principles of motion design for the digital environment”, carried out at the ANO VO “Institute of Business and Design” in 2024. The article reveals the concept of motion design, shows its possibilities for the creative sphere, and formulates its main goals. A brief analysis of works devoted to motion design is given. Purpose of the study: to show the prospects and areas of application of motion design as a rapidly developing design field. Research methods: historical and chronological analysis; comparison and analogy; structural-graphical analysis. Main scientific result: the possibilities of using motion design in such areas as advertising, marketing, television, cinema, education, web design, social networks, architecture, construction, medicine are shown.

Keywords: motion design; animation; Institute of Business and Design; advertising.

Введение

Современный мир перенасыщен информацией, развитие цифровых технологий обрушило на нас информационный поток, требующий быстрых реакций. В этом потоке нет места медленному времени, поэтому визуальные материалы играют важнейшую роль в передаче информации, можно сказать, что визуальная информация доминирует над другими видами информации. В свою очередь, моушен-дизайн является одним из главных инструментов при создании визуального контента в цифровой среде. Моушен-дизайн относительно недавно выделился в отдельную область дизайна, он соединил в себе анимацию, графический дизайн, компьютерную графику и видеомонтаж. Моушен-дизайн улучшает понимание пользователей в том, как взаимодействовать с цифровыми продуктами, повышает эффективность коммуникации, является одним из главных инструментов, эффективно передающих информацию зрителю.

Так как моушен-дизайн в виде отдельной обширной области дизайна имеет короткую историю, литературы, касающейся специфики создания именно моушен-дизайна, существует сравнительно мало.

Отечественные специалисты поднимают такие темы, как влияние трендов на моушен-дизайн [1, с. 268-271]; моушен-дизайн как новый метод визуальной коммуникации [2, с. 64-64]; место и роль моушен-дизайна в медиакультуре [3, с. 177-179]; моушен-дизайн в территориальном брендинге [4, с. 133-137]; моушен-дизайн в современной рекламе [5, с. 137-140];

Нельзя не отметить и того факта, что тематика моушен-дизайна была затронута авторами, представляющими Институт бизнеса и дизайна [6, с. 268-271; 7, с. 12; 8, с. 8], что позволяет говорить о ведущих позициях вуза в разработке данной темы.

Есть и объективные причины недостаточной разработки данной темы. Моушен-дизайн стремительно развивается в XXI в. по причине цифровизации многих процессов и развития интернет-технологий. Следовательно, из-за большой скорости развития предшествующие наработки моушен-дизайна не были обобщены и теоретизированы.

Цель исследования: показать перспективы и области применения моушен-дизайна, как стремительно развивающейся дизайнерской сферы.

Методы исследования

Методами настоящего исследования стали: историко-хронологический анализ; сравнение и аналогия; структурно-графический анализ.

Результаты исследования и их обсуждение

Развитие технологий и появление экранов на множестве устройств, окружающих человека, расширило области применения анимированной графики. Дисплеи, раньше служившие только техническим целям, в настоящее время имеют значительную доступность и служат широкому кругу целей. В современном обществе большинство людей находится в плотном информационном потоке, в котором изображение зачастую занимает главенствующую роль по сравнению с текстом. Потребность в быстром получении и освоении информации растет вместе с цифровой трансформацией всех сфер жизнедеятельности общества. Вместе с цифровизацией наступила новая эра подачи информации.

Ключевой реакцией человека еще с древних времен была способность обнаружить любое движение, происходящее поблизости — инстинкт самосохранения не позволял людям игнорировать движущиеся объекты. Однако посмотреть и понять, что происходит, за движением листьев, травы, животных или облаков — это не только действие инстинкта самосохранения, но и стремление к познанию мира. Немного изменилось с тех далеких времен: у нас также есть инстинкт самосохранения, который заставляет нас реагировать на какое-либо движение сначала рефлекторно, а затем аналитически. Именно поэтому анимированное изображение является ключом к быстрому усвоению и передаче информации. Однако простым видео или традиционной анимацией в наше время уже не удивишь, поэтому на стыке анимации и компьютерной графики возникает моушен-дизайн.

Моушен-дизайн — стремительно развивающаяся сфера дизайна, набирающая обороты и проникающая во все сферы бизнеса и жизни человека. Самое простое определение моушен-дизайн (англ. Motion design, motion — движение, design — дизайн) — это графика в движении, подразумевающая перенос дизайнерских знаний на новые носители путем добавления к ним элементов времени и пространства, т.е. создания движения. В русском языке до сих пор нет четкого правила написания — моушн или моушен. Некоторые считают моушен-дизайн частью анимации. Остин Шоу, профессор Motion Media Design, называет это формой анимации в Design for Motion. Другие, такие как Брайан Стоун и Лия Уолин в «Теории и практике моушен-дизайна», называют его синтезом анимации, визуальной коммуникации, звука и других дисциплин [9]. Моушен-дизайн помогает передать сообщение с помощью движущихся изображений, часто с использованием визуализации данных, анимированного текста и геометрических фигур, а также звука. В целом, он представляет собой синтез различных разработок коммуникативного дизайна, включая все его кинематографические, художественные, графические и аудиовизуальные возможности. Моушен-дизайн, по сути, это пересечение графического дизайна и анимации. Во многих случаях термин моушен-графика

используется в этой отрасли для описания любого фрагмента анимированного контента.

Для создания движущейся графики можно использовать различные формы анимации, такие как покадровая анимация, мультимедиа-анимация, включающая фотографии и видеозаписи, а также 3D-анимация. В сочетании с закадровым голосом, музыкальной композицией и звуковым оформлением моушен-графика может вызывать самые разные эмоции, рассказывать интересные истории и передавать зрителю важную информацию. Моушен-дизайн задействует сразу три информационных канала (звук, изображение и текст), что позволяет ему объяснять и упрощать для понимания сложные идеи и концепции, углубляя и раскрывая как предметные, так и абстрактные темы. При этом благодаря задействованию трёх информационных каналов, значительно упрощается усвояемость информации, создается глубина и новый пласт понимания, при этом сообщение остается кратким и понятным.

Создание коммуникации со зрителем с помощью анимированной графики имеет особую специфику. В отличие от других областей анимации, в моушен-дизайне нет predetermined или «естественного» способа анимации. Например, в традиционной анимации (например, в фильмах Диснея) вы можете использовать бесконечные отсылки к природе, чтобы оживить человеческую фигуру или животное. Но в моушен-дизайне нет естественной ссылки на то, как двигаются объекты, типографика и сетки. По этой причине моушен-дизайнеры изучают все типы движений, ускорений и скоростей. Комбинация всех этих переменных может вдохнуть жизнь в абстрактные элементы дизайна таким образом, что они оживают и становятся способными наладить связь со зрителями.

Цели моушен-дизайна могут быть различными в зависимости от проекта и контекста, в котором он используется. Однако в целом основными целями моушен-дизайна являются: улучшение пользовательского опыта; повышение эффективности работы пользователя; усиление бренда, повышение конверсии; создание эмоциональной связи; обучающие видео; визуализация данных; пояснительные видео; визуализация абстрактных данных. Рассмотрим каждую из этих целей более подробно.

Обилие интерфейсов и экранов, окружающих людей в обыденной жизни, диктует важную роль качества пользовательского опыта: при покупке билетов на метро, при операциях с банкоматом, при оплате товаров в магазинах, покупке еды быстрого питания, веб-серфинге и т.д. — интерфейсы должны упрощать жизнь человека, а не делать ее сложнее. Моушен-дизайн способен помочь улучшить пользовательский опыт, сделав его более понятным, интуитивным и привлекательным. Анимация может помочь пользователю понять, как взаимодействовать с интерфейсом, что происходит на экране и какие действия он может выполнить. Анимация может помочь привлечь внимание пользователя к кнопке «Купить» или «Зарегистрироваться», что может увеличить вероятность выполнения нужного действия. Также моушен-дизайн может помочь повысить

эффективность работы пользователя, сократив время, необходимое для выполнения задачи.

Анимация может помочь пользователю быстрее найти нужную информацию или выполнить действие. В современном мире бизнеса существует огромная конкуренция, и для выживания компании на таком рынке необходимо иметь сильный бренд. Моушен-дизайн может помочь усилить его, сделав более узнаваемым и запоминающимся. Например, использование уникальной анимации и стилей помогает выделиться на фоне конкурентов. Повышение конверсии происходит благодаря использованию моушен-дизайна в качестве привлечения внимания пользователей и создания мотивации для выполнения нужного действия.

Для улучшения взаимодействия пользователя с продуктом моушен-дизайн помогает создавать эмоциональную связь между ними. Анимация может помочь создать позитивные эмоции у пользователя и улучшить его общее впечатление от продукта. В целом, цели моушен-дизайна зависят от конкретного проекта и его контекста, но в любом случае, моушен-дизайн может помочь улучшить пользовательский опыт, повысить эффективность работы и усилить бренд.

Большую сферу в моушен-дизайне занимают обучающие видео, знакомящие аудиторию с тем, как использовать продукт или услугу. Эти видео отлично подходят для компаний, которые предлагают сложные продукты или услуги. Интернет-магазины игрушек специально используют образовательные видеоролики, чтобы обучать своих клиентов и поддерживать их интерес. Использование информативного контента с красочной графикой обязательно увлечет зрителей. В то время как компании могут традиционно использовать живое видео для этой цели, видео с анимированной графикой может вывести восприятие зрителем товара или услуги на новый уровень.

Моушен-дизайн идеально подходит для простого объяснения сложных идей, поэтому распространенным типом видео с моушен-графикой являются объясняющие видео. Видео на темы: «Как это работает?», «Что это устроено?» — это простой способ рассказать аудитории о продукте или услуге. Бизнес-сайты обычно используют обучающие видеоролики, когда продукт или услуга нуждаются в объяснении. Инновационные услуги и продукты, впервые выходящие на рынок, особенно нуждаются в такой моушен-графике. Это помогает брендам лучше объяснить свой продукт или услугу потенциальным клиентам. Кроме того, анимированное видео повышает ценность веб-сайта и удерживает внимание посетителей. Есть большое количество зрителей, которые делятся и обмениваются анимированным графическим видеоконтентом бренда.

Визуализация данных, если их оживить с помощью моушен-дизайна, помогает пользователям лучше понимать и анализировать сложную информацию. Анимированная инфографика позволяет сократить время, необходимое для передачи данных, анализа и усвоения информации. Также

моушен-дизайн может использоваться для создания уведомлений и оповещений, которые помогают пользователю быстро реагировать на изменения в данных. Моушен-дизайн может использоваться для создания интерактивных элементов, которые позволяют пользователю взаимодействовать с данными и получать более детальную информацию.

Абстрактные понятия в моушен-дизайне могут быть очень полезными для передачи сложной информации и прояснения контекста. Например, абстрактные формы и цвета могут использоваться для представления различных категорий данных или для выделения ключевых элементов в визуализации. Кроме того, абстрактные понятия могут использоваться для создания метафор и аналогий, которые помогают пользователю лучше понимать информацию. Например, абстрактная анимация может использоваться для представления процесса, который не может быть непосредственно показан на экране, такого как процесс обработки данных или передачи информации.

Выводы

Подводя итоги, назовем наиболее перспективные сферы применения моушен-дизайна.

Реклама и маркетинг: моушен-графика используется для создания промо-роликов, креативной и привлекательной рекламы, а также для презентации продуктов и услуг [10; с. 53; 11, с. 5].

Телевидение и кино: можно сказать, что именно в этих индустриях моушен-дизайн сформировался. Моушен-дизайн стал неотъемлемой частью их идентичности, помогая сделать канал, шоу, телепередачу или фильм запоминающимся. Моушен-графика используется для создания титров, открывающих заставок, анимационных переходов, спецэффектов в фильмах, телесериалах и рекламе, программах прогноза погоды и новостей. С помощью моушен-дизайна создается медиабренд каналов и киностудий.

Образование: моушен-графика используется для создания видеоуроков, презентаций, демонстраций научных процессов.

Обучение-тренинг, наука: моушен-графика используется для создания интерактивных тренинговых курсов и обучающих материалов, которые помогают ученикам лучше понимать сложные понятия и процессы.

Веб-дизайн: моушен-графика может использоваться для создания интерактивных и анимированных элементов на веб-сайтах, таких как баннеры, заголовки, меню, кнопки и т.д. Веб-анимации позволяют создать более понятный и интуитивный интерфейс, обеспечивая обратную связь и подчеркивая активные элементы интерфейса. Анимация в веб-дизайне делает сайт более живым и запоминающимся и глубоко погружая пользователя во взаимодействие, облегчая коммуникацию между интерфейсом и пользователем. Хорошо разработанный моушен-дизайн с интерактивной 3D-анимацией может помочь привлечь внимание пользователей и улучшить их

взаимодействие с интерфейсом. Кроме того, моушен-дизайн может быть использован для создания анимированных инструкций, что позволяет пользователю упростить процесс обучения и использования приложения или веб-сайта. «Анимация заряжает интерфейс энергией и позволяет пользователю узнать, что происходит до, во время и после действия» — IBM.

Социальные сети: создание анимированных стикеров, мемов, реклам, фильтров – делают сервис более привлекательным и удобным в использовании, что способствует большей активности пользователей [12, с. 29-35].

Игровая индустрия: на распространение моушен-графики сильно повлияла игровая индустрия — многие компании-разработчики используют моушен-дизайн для создания более качественных и интерактивных игровых продуктов, которые впечатляют и привлекают внимание игроков. Именно поэтому мировая индустрия компьютерных игр, исходя из экономических показателей, уже обогнала кинематограф. Многие компьютерные игры используют моушен-графику для создания спецэффектов, кат-сцен (внутриигровые видео), оживления персонажей и игрового мира. Этот процесс способен обогатить игровой опыт пользователя и усилить эмоциональную связь с игрой. Анимация используется и в интерфейсах, упрощая навигацию для игрока, делая ее более интуитивной. Примером моушен-дизайна может служить анимация движения персонажей, их атаки или защиты, эффекты взрывов, искры, движение травы и деревьев под действием ветра, изменение окружающей среды днем и ночью и т.д.

Архитектура и строительство: для визуализации проектов можно создавать виртуальные туры по объектам, что позволяет потенциальным клиентам более глубоко погрузиться в детали проекта и оценить его потенциал. Создание 3D-моделей зданий, интерьеров и ландшафтов, представленных в формате видеоролика или интерактивной презентации – это тоже сфера моушен-дизайна. Такие видеоролики помогают заказчикам более точно понимать характеристики проектируемых объектов, их масштаб и расположение элементов. Кроме того, моушен-графика может использоваться для демонстрации различных опций дизайна и изменений или демонстрации процесса строительства или монтажа конструкций.

Медицина: для создания интерфейсов приложений, которые помогают пациентам и медицинским работникам лучше понимать сложные концепции и процедуры. Для создания анимированных инструкций, тренировочных программ и обучающих курсов для медицинских работников, а также для создания визуализаций данных и моделей органов и тканей для медицинских исследований. В медицинских приложениях для отслеживания здоровья и физических показателей, таких как сердечный ритм, уровень активности и сон. Анимации могут помочь создать более удобный и интуитивный пользовательский интерфейс.

Список литературы

1. Чернийчук И.А. Влияние трендов на моушен-дизайн // Молодой ученый. 2019. № 51 (289). С. 268-271.
2. Кожухова Е.В. Моушен-дизайн как новый метод визуальной коммуникации // TWEETT-FENTS. Сборник материалов Международной научно-практической конференции дизайна и архитектуры. Новосибирск: НГУАДиИ им. А.Д. Крячкова (Новосибирск), 2020. С. 63-64.
3. Сыркина А.Н. Моушен-дизайн в медиакультуре: волшебство в движении или оживление образов бренда // Брендинг как коммуникационная технология XXI века. материалы IX Международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, СПбЭУ, 2023. С. 177-179.
4. Белоусова С.С. Моушен-дизайн в территориальном брендинге // Медиа в информационном обществе: эффекты, возможности, риски - 2023. Сборник научных трудов. В 3-х томах. Саратов: СГТУ имени Ю.А. Гагарина, 2023. С. 133-137.
5. Дубограй А.В. Технологии моушен-дизайна в современной рекламе // Современные аспекты профессиональной деятельности в сфере культуры. Сборник научных трудов обучающихся. Материалы конференций, круглых столов, научных семинаров, заседаний научных лабораторий. Орёл: ОГИК, 2022. С. 137-140.
6. Михалина Т.Н., Федоров А.В. Моушен дизайн в современном мире // Бизнес и дизайн ревю. 2020. № 1 (17). С. 9.
7. Чернов Ю.В. Популяризация дополненной реальности моушен-дизайна в средствах массовой информации // Бизнес и дизайн ревю. 2021. № 2 (22). С. 12.
8. Сергин Р.П. Моушн-дизайн в системе диджитал-айдентики // Бизнес и дизайн ревю. 2020. № 4 (20). С. 8.
9. Brian Stone R., Wahlin L. The Theory and Practice of Motion Design: Critical Perspectives and Professional Practice. Oxfordshire: Routledge, 2018. 352 p.
10. Полишко М.В. Анимация в современной рекламе // Научная палитра. 2021. № 4 (34). С. 53.
11. Оришев А.Б. Реклама: определение понятия, экономическая роль и ее особенности в России // Бизнес и дизайн ревю. 2016. № 4 (4). С. 5.
12. Оришев А.Б. Использование социальных сетей в преподавании общественных дисциплин // Вестник Научно-методического совета по природообустройству и водопользованию. 2020. № 18. С. 29-35.

References

1. Chernijchuk I.A. Vliyanie trendov na moushen-dizajn (The influence of trends on motion design), *Molodoj uchenyj*. 2019, no 51 (289), pp. 268-271.
2. Kozhuxova E.V. Moushen-dizajn kak novyj metod vizual'noj kommunikacii (Motion design as a new method of visual communication) TWEETT-FENTS. Sbornik materialov Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii dizajna i arxitektury`. Novosibirsk: NGUADiI im. A.D. Kryachkova (Novosibirsk), 2020, pp. 63-64.
3. Sy`rkina A.N. Moushen-dizajn v mediakul`ture: volshebstvo v dvizhenii ili ozhivlenie obrazov Brenda (Motion design in media culture: magic in movement or revitalization of brand images), *Brending kak kommunikacionnaya texnologiya XXI veka. materialy` IX Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii*. Sankt-Peterburg, SPGE`U, 2023, pp. 177-179.
4. Belousova S.S. Moushen-dizajn v territorial`nom brendinge (Motion design in territorial branding), *Media v informacionnom obshhestve: e`ffekty`, vozmozhnosti, riski - 2023*. Sbornik nauchny`x trudov. V 3-x tomax. Saratov: SGTU imeni Yu.A. Gagarina, 2023, pp. 133-137.

5. Dubograj A.V. Texnologii moushen-dizajna v sovremennoj reklame (Motion design technologies in modern advertising), *Sovremenny`e aspekty` professional`noj deyatel`nosti v sfere kul`tury`*. Sbornik nauchny`x trudov obuchayushhixsya. Materialy` konferencij, krugly`x stolov, nauchny`x seminarov, zasedanij nauchny`x laboratorij. Oryol: OGIK, 2022, pp. 137-140.
6. Mixalina T.N., Fedorov A.V. Moushen dizajn v sovremennom mire (Motion design in the modern world), *Biznes i dizajn revyu*, 2020, no 1 (17), p. 9.
7. Chernov Yu.V. Populyarizaciya dopolnennoj real`nosti moushen-dizajna v sredstvax massovoj informacii (Popularization of augmented reality motion design in the media), *Biznes i dizajn revyu*, 2021, no 2 (22), p. 12.
8. Sergin R.P. Moushn-dizajn v sisteme didzhital-ajdentiki (Motion design in the digital identity system), *Biznes i dizajn revyu*, 2020, no 4 (20), p. 8.
9. Brian Stone R., Wahlin L. The Theory and Practice of Motion Design: Critical Perspectives and Professional Practice. Oxfordshire: Routledge, 2018, 352 p.
10. Polishko M.V. Animaciya v sovremennoj reklame (Animation in modern advertising), *Nauchnaya palitra*, 2021, no 4 (34), p. 53.
11. Orishev A.B. Reklama: opredelenie ponyatiya, e`konomicheskaya rol` i ee osobennosti v Rossii (Advertising: definition of the concept, economic role and its features in Russia), *Biznes i dizajn revyu*, 2016, no 4 (4), p. 5.
12. Orishev A.B. Ispol`zovanie social`ny`x setej v prepodavanii obshhestvenny`x discipline (The use of social networks in teaching social disciplines), *Vestnik Nauchno-metodicheskogo soveta po prirodoobustrojstvu i vodopol`zovaniyu*, 2020, no 18, pp. 29-35.

Статья поступила в редакцию 20.07.2024