

Моушн-дизайн в аудиовизуальных культурно-познавательных проектах

Научный руководитель – Пронин Александр Алексеевич

Шулигина Татьяна Эдуардовна

Студент (магистр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербург, Россия

E-mail: shuliginat@mail.ru

Моушн-дизайн - один из трендов, который успел стать частью визуальной культуры, он активно используется самых разных сферах, в том числе в массмедиа и кинопроизводстве. Это направление представляет собой 2D-графику в движении, анимирование статических изображений. За последние годы стало ясно, что тренд на моушн-дизайн перешел в категорию постоянных, а значит, необходимо тщательное изучение его потенциала - в частности образовательного, позволяющего сделать научно-познавательные проекты более интересными и понятными для зрителя. Именно этим обусловлена актуальность данной работы. Целью исследования является определение эффективности использования моушн-дизайна в аудиовизуальных культурно-познавательных проектах.

Теоретическую базу составили труды российских ученых, изучающих применение и перспективы использования анимационного дизайна в массмедиа и просветительской среде. В основу исследования легла работа Кочневой А.В. «Анимационный дизайн: социокультурная специфика». В статье разграничиваются понятия моушн-дизайна как вида дизайн-деятельности, демонстрирующего визуализацию идей и конкретных данных, и анимации как вида художественного творчества. Рассмотрены примеры анимационного дизайна, выполняющего практические задачи и обладающие высоким художественным качеством [1].

В ходе исследования для выявления сфер и задач применения моушн-дизайна был применен метод структурно-функционального анализа. Также использовались опросные методики, в частности метод фокус-группы - для получения представления о том, эффективно ли использование моушн-дизайна в познавательных аудиовизуальных проектах в качестве структурообразующего элемента, способствует ли оно привлечению аудитории и влияет ли на вовлеченность и запоминание демонстрируемой информации.

На начальном этапе работы с эмпирической базой было выявлено, что использование моушн-дизайна может решать несколько задач. В частности, с помощью анимации реализуется коммуникация с аудиторией в самых разных сферах: анимационный дизайн успешно используется как часть имиджевой стратегии и продвижения бизнеса, интегрируется в культурно-образовательные проекты, используется в новостях, сфере туризма и многих других [4]. При этом моушн-дизайн помогает проиллюстрировать процессы, которые доступны только воображению или адекватная съемка которых не представляется возможным (в качестве примера можно привести научно-популярный фильм «Суперсооружения: чудеса инженерии», в котором таким образом показываются процессы, происходящие в космосе на летательных аппаратах). Также использование анимации помогает привести статичные объекты в движение, добавить в кадр динамики и раскрыть новые свойства анимируемого предмета (прогноз погоды телеканала «Культура», в котором традиционную статичную карту заменили на синтез произведений изобразительного искусства и классической музыки). Кроме того, моушн-дизайн помогает объяснить идею быстро и наглядно за счет выразительного визуального образа [2]. В небольшой фрагмент ролика

помещается большое количество информации, а движущий объект вызывает интерес у зрителя - этим обусловлена популярность анимации [3].

Для того, чтобы подтвердить или опровергнуть нашу гипотезу, был использован метод фокус-группы. Респонденты были случайным образом разделены на две группы, каждой из них было необходимо посмотреть одну из версий авторского культурно-познавательного видеоролика об истории городской мистической достопримечательности. При этом в ролике, который смотрела первая группа, миф иллюстрировался планами достопримечательности и ее посетителей, а в ролике, представленном второй группе, этот же рассказ сопровождался моушн-дизайном. Как показали результаты опроса, обе группы поняли смысл ролика и смогли определить, что часть прозвучавших в нем фактов исторические, а часть - мифические. Однако если все респонденты из второй группы смогли четко разграничить эти факты, то из первой группы с этой задачей безошибочно справились лишь 60% респондентов.

Также респонденты из второй группы смогли более подробно воспроизвести информацию из видео и запомнить большее количество фактов: если первая группа могла вспомнить в среднем два факта, то респонденты из второй группы называли 5-6 фактов, их пересказ содержания ролика отличался большей подробностью и эмоциональностью.

Обе группы высказали желание посетить достопримечательность, которой были посвящены видеоролики, однако респонденты из второй группы чаще упоминали в качестве причины желание «ощутить атмосферу», «почувствовать мистику», делали упор на эмоциональную составляющую. Все респонденты отметили, что им был интересен ролик, однако при ответе на вопрос о предполагаемой длительности ролика первая группа озвучила более приближенный к действительности ответ - 2-3 минуты (длительность каждого ролика составляла ровно три минуты), а среди ответов респондентов из второй группы чаще звучал предполагаемый хронометраж 1,5-2 минуты. Из этого следует, что зрители из второй группы были более увлечены просмотром.

В результате проведенного исследования можно сделать вывод о том, что использование моушн-дизайна в культурно-познавательных проектах привлекает внимание зрителя и облегчает процесс запоминания информации, вызывает более эмоциональную реакцию на просмотр. Это художественно-выразительное средство помогает выстраивать логику повествования и структурировать его, отделить мифы от реальных исторических фактов, минимизировав таким образом риск невольного введения зрителей в заблуждение. Моушн-дизайн является оптимальным и эффективным способом иллюстрации явлений, которые находятся в области гипотез и мифического.

Источники и литература

- 1) Кочнева А.В. Анимационный дизайн: социокультурная специфика // Академический вестник УралНИИпроект РААСН. 2018. № 1 (36). С. 92-95.
- 2) Сергин Р.П. Моушн-дизайн в системе диджитал-айдентики // Бизнес и дизайн ревю. 2020. № 4 (20). С. 8.
- 3) Сергин Р.П., Ткач Д.Г. Анимационная графика в системе дизайна РГУ им. А.Н. Косыгина // Сборник материалов Международной научно-технической конференции. М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 2018. С. 146-149.
- 4) Смолин А.А., Сысоева Е.К. Применение и перспективы технологий моушн-дизайна в культурной и просветительской среде // Общество: философия, история, культура. 2020. №3 (71).