

# Айдентика с анимированным маскотом для образовательных платформ

## 1. АЙДЕНТИКА

### Основные этапы создания успешного маскота

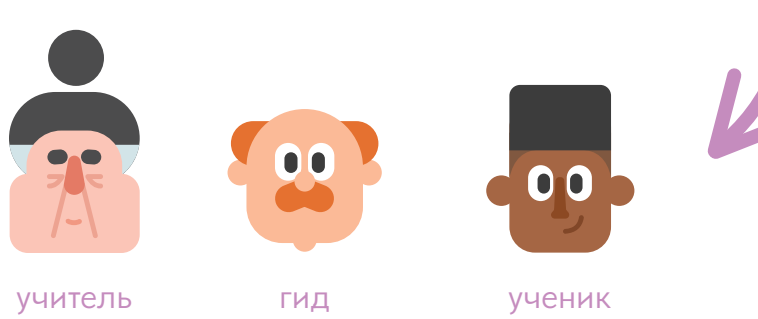
#### 1. ВЫБОР ТИПА СИМВОЛА

Начальный этап требует выбора типа символа, представляющего бренд. Создание **маскота** требует разработки его образа, чтобы клиенты могли легко понять и принять характер героя, усиливая привязанность к бренду.



#### 2. РАЗРАБОТКА ЛИЧНОСТИ ПЕРСОНАЖА

Персонаж бренда может взаимодействовать с аудиторией, что делает создание его уникальной личности важным. Определение роли маскота в компании, а также его тональности общения с клиентами (например, **учитель**, **гид**, или **ученик**) позволяет сформировать подходящий образ.



#### 3. ВЫБОР ПОЗ, ЭМОЦИЙ И СЦЕН

Решение об эмоциональной выразительности и подходящих действиях для персонажа позволит создать запоминающийся и живой образ. Сцены с маскотом, связанные с деятельностью компании или историей бренда, добавляют реалистичности и помогут установить связь с аудиторией.

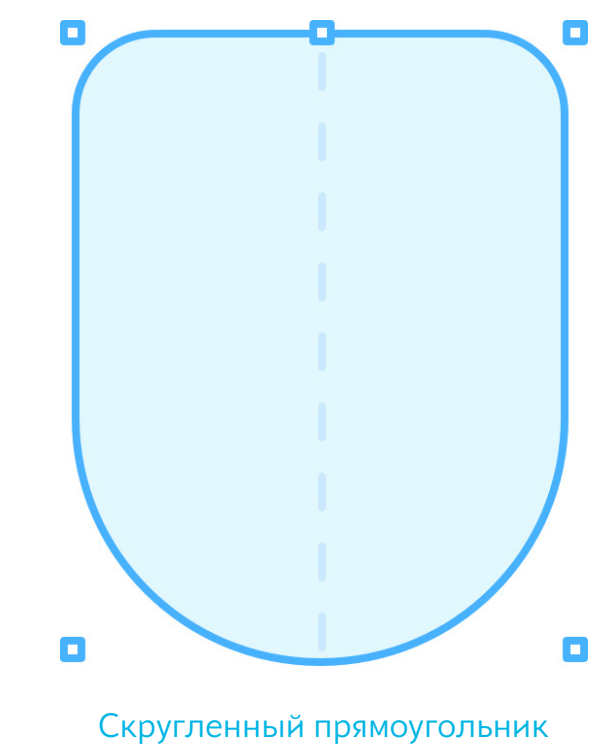


#### 4. ДИЗАЙН ПЕРСОНАЖА

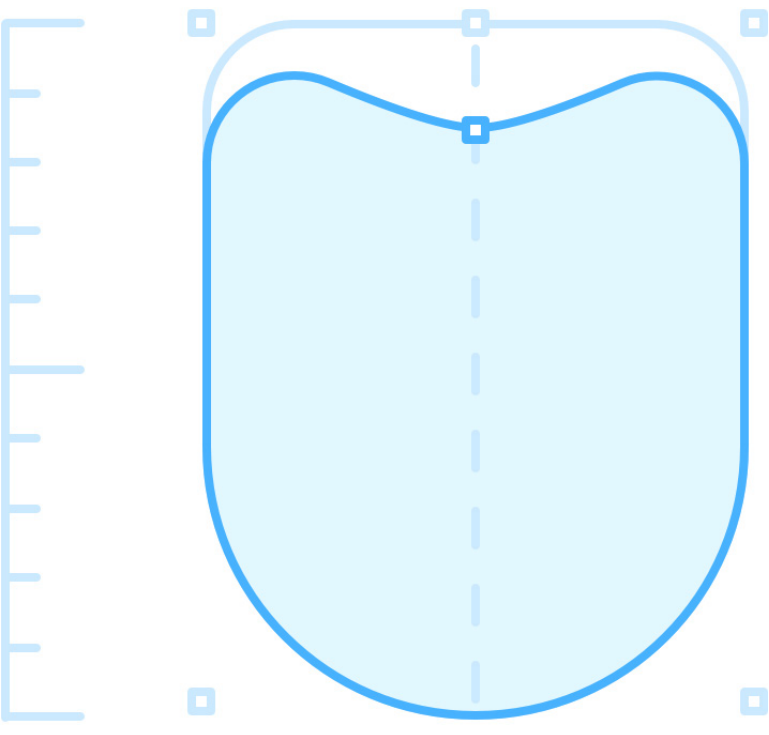
Для уникального стиля маскот должен разрабатываться с нуля, возможно, с использованием товарных знаков, но всегда с оригинальными элементами, чтобы подчеркнуть индивидуальность бренда.

**Лучший способ показать характер героя – придать ему движение!**

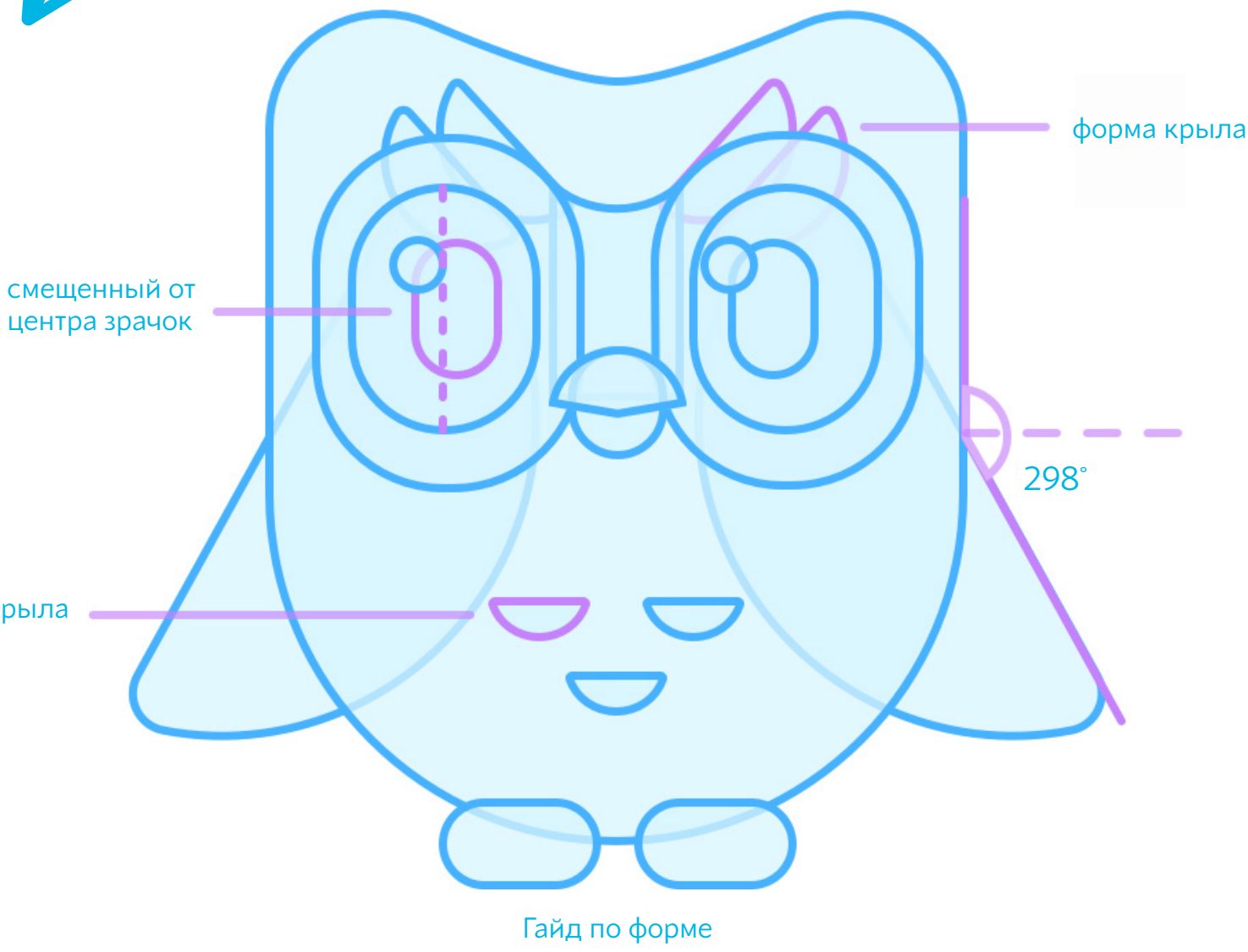
## 2. ОБРАЗ МАСКОТА



Определите основную форму тела, которая будет служить основой для дальнейших элементов. Например, выберите **овал**, так как он выглядит дружелюбно и универсально. Сформируйте эту фигуру так, чтобы она выглядела пропорционально и устойчиво, сохраняя симметрию или небольшую динамику, которая передаёт характер персонажа.



Включите характерные черты, например **крылья**, **уши**, **хвосты** или другие детали, которые подчеркнут **индивидуальность маскота**. Эти элементы должны гармонично вписываться в базовую форму и быть простыми для восприятия. Продумайте их расположение, размер и стиль, чтобы дополнения выглядели сбалансированно и усиливали образ.



Прорисуйте лицо и добавьте **детали**, такие как глаза, рот и конечности, чтобы сделать персонажа выразительным. Включите цветовые акценты и текстуры, которые подчеркнут его характер, и проверьте, чтобы детали не перегружали общий образ.

Гайд по форме

Некоторые из лучших отзывов часто получаются при чтении выражений лиц других людей или языка тела. Маскоты эмоциональны, и обучающийся может прочитать выражение лица персонажа лучше, чем просто текст на экране.



### Финал

Сова Дуо из **Duolingo** олицетворяет миссию бренда (ассоциация сов с мудростью и знанием), усиливая вовлечённость пользователей благодаря эмоциональным реакциям. Это помогает мотивировать учеников к продолжению обучения.

Гибкие образы позволяют адаптировать маскотов к разным ситуациям. Хороший **маскот** может быть как забавным, так и серьезным, когда это необходимо, тем самым ещё больше усиливая связь с аудиторией.



Использование **анималистических образов** способствует лучшему восприятию и запоминанию, так как человеческий мозг естественно реагирует на образы животных.

Такая визуализация привлекает внимание и вызывает **положительные эмоции** у аудитории, что особенно важно в современной городской среде, где контакт с природой ограничен.

## 3. ОБРАЗОВАНИЕ

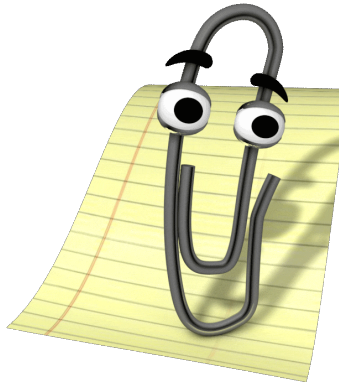
**Все учебные маскоты — это персонажи, но не каждый персонаж является маскотом**

Когда большинство людей думают о маскотах, они представляют себе спорт — людей одетых в костюмы, символизирующие логотип или дух команды, которые развлекают и вовлекают толпу со стороны. Но маскоты существуют и за пределами **спортивной** деятельности, и даже в сфере **обучения**.



Персонажи в eLearning (например, фотографии или изображения людей) полезны для представления контента, но они взаимозаменяемы. Один персонаж может быть заменён на другого без значительного влияния на восприятие.

Маскоты, напротив, не взаимозаменяемы. Они становятся частью дизайна и опыта обучения, а также выходят за его рамки, представляя бренд, культуру и ценности организации. **Маскот** — это не просто аватар, а личность, вызывающая эмоциональную связь у аудитории.



В отличие от Дуо, пример Clippy от Microsoft демонстрирует, как важен правильный подход к созданию маскота: удачный маскот должен быть любимым



Они помогают снизить **когнитивную перегрузку**, представляя информацию в виде понятных фрагментов и обеспечивая эмоциональные стимулы для учащихся. Маскоты поддерживают эмоциональную связь с ними, укрепляя концепции обучения посредством персонализации и взаимодействия. Маскоты также упрощают навигацию и выделяют ключевые моменты, способствующие запоминанию.

## 4. АНИМАЦИЯ

В современных технологиях растёт спрос на **динамическую рекламу**, и анимация маскотов становится идеальным средством для привлечения внимания и взаимодействия с аудиторией.

Чтобы оживить маскота, отрисовывают как минимум несколько **поз** и **мимических выражений**.

Такие персонажи, обладая качествами «профессионализма», «привлекательности» и «доступности», помогают брендам оставаться актуальными и запоминающимися.



Использование **брендовых цветов** и типографики помогает установить эмоциональную связь, а чётко продуманная анимация усиливает уникальность и узнаваемость маскота.

### Как > санимировать маскота бренда?

1. Создание концепта
2. Ретуширование и доработка
3. Выбор стиля и окончательный дизайн

4. 2D-анимация
5. 3D-моделирование и текстурирование

6. Дизайн поз и выражений



Учебные маскоты и анимация связаны через возможность оживления маскота, что делает его более привлекательным для учащихся. Анимация усиливает эмоциональную связь, добавляя динамику и реакции. Это делает их более интерактивными и улучшает запоминание материала.

