

Разработка печатного издания, посвященного сторителлингу в дизайне

Руководитель

Т.И. Александрова

старший преподаватель кафедры дизайна

Руководитель теоретической части

К.Г. Позднякова

кандидат искусствоведения, доцент с возложенными обязанностями заведующего кафедрой дизайна

⇒ Предпроектное исследование

Актуальность

Практика дизайна изобилует историями. Сторителлинг дает дизайнерам значительную свободу в изучении сильных и слабых сторон продукта, возможностей и угроз широкого спектра различных мировоззрений, человеческих отношений, а также отношений между людьми и их физическим и материальным окружением. История также может быть средством исследования сознания «другого» – других переживаний, чувств, отношений.

Сторителлинг остается актуальным методом проектирования и представления (презентации) проектных решений. Однако, с изменением восприятия окружающего мира и развитием технологий характер метода повествования меняется. Он требует более глубокого познания.

⇒ Предпроектное исследование

Целевая аудитория

- Студенты, обучающиеся по направлению «дизайн»
- Дизайнеры, заинтересованные в изучении транскультурных практик в дизайне
- Вовлеченные люди, интересующиеся темой сторителлинга и дизайна

⇒ Предпроектное исследование

Цель

Создать инструмент, позволяющий дизайнеру погрузиться в тему сторителлинга, получить объемные знания о методе через изучение актуальных стратегий и примеров из области кино, литературы и game-дизайна.

Задачи исследования

- Анализ существующих книг/курсов, посвященных сторителлингу для дизайнеров.
- Анализ методов сторителлинга для сценаристов и писателей.
- Изучение примеров реализации метода трансмедийного повествования в дизайне.
- Формирование теоретической базы печатного издания.
- Анализ тематических, концептуальных и стилистических аналогов по теме проекта.

Задачи проектирования

- Формирование и структурирование контента.
- Разработка аналитической части дизайн-брифа.
- Разработка визуальной концепции проекта.
- Определение формата носителя и разработка сценария взаимодействия.
- Разработка основных графических элементов (формирование графической концепции).
- Верстка печатного издания.

⇒ Предпроектное исследование

Теоретическая основа проекта

📖 Печатные издания

- Воглер, К. Путешествие писателя. Мифологические структуры в литературе и кино / К. Воглер. – Москва : Альпина нон-фикшн, 2019. – 608 с.
- Кэмпбелл, Дж. Тысячеликий герой / Дж. Кэмпбелл. – Санкт-Петербург : Питер, 2018. – 352 с.
- Эко, У. Шесть прогулок в литературных лесах / У. Эко. – Санкт-Петербург : Симпозиум, 2019. – 286 с.
- Уткин, А. Белое зеркало: Учебник по интерактивному сторителлингу в кино, VR и иммерсивном театре / А. Уткин, Н. Покровская. – Москва : Альпина Паблишер, 2020. – 240 с.
- Bertolotti E., Daam H., Piredda F., Tassinari V. (2016) The Pearl Diver: the designer as storyteller / Desis-PhylosophyTalks

📄 Статьи

- Филиппов А. (2020) Квантовая психика: «Думаю, как все закончить» – фильм дальше слов и глубже слез
kinoart.ru
- Twin Peaks // ORNAMENT movie art magazine. – 2020. – № 3 август 2020. – 109 с.
- Peters B. (2018) 6 Rules of Great Storytelling
medium.com
- Torres de Souza M., Hörding O., Karol S. (2019) The Story of Spotify Personas
spotify.design

🎬 Фильмы

- Arrival. 2016 / Denis Villeneuve
- I'm thinking of ending things. 2020 / Charlie Kaufman
- Dark knight. 2008 / Christopher Nolan
- MadMen. 2007-2015 / Matthew Weiner
- Twin Peaks. 1990-1991. 2017 / David Lynch
- Star Wars: Episode 1-6. 1977-2005 / George Lucas
- Pulp Fiction. 1994 / Quentin Tarantino
- Black Mirror: Bandersnatch. 2018 / David Slade
-
-
-

→ **Концепция**



STORYTELLING



STORYLISTENING

→ Концепция

STORYTELLING

STORY



PERSONA



WORLD

STORYLISTENING

STORY



PERSONA



WORLD

⇒ Проектирование. Содержание

_ telling

Дизайн – текст – дизайнер
[the writer's journey](#)

Дизайн языка в фильме «Прибытие»
[the story of my life](#)

Управление вниманием в фильме
«Думаю как все закончить»
[i'm thinking of ending things](#)

Структура повествования пиксар
[pixar's story structure](#)

Архетипы персонажей
[archetypes](#)

Создание персон компании spotify
[spotify personas](#)

Трансмедийная кампания темного рыцаря
[transmedia campain why so serious?](#)

Рекламное агенство «безумцев»
[madmed advertising agency](#)

_ listening

Путь героя Джозефа Кэмпбелла
[the hero with a thousand faces](#)

Медиа-революция и «зритель не всегда прав»
[who killed laura palmer?](#)

Иллюстрация мифологической модели пути
героя в кино
[star wars saga](#)

Задачи героя в повествовании
и персонажи «Криминального чтива»
[hero in the story](#)

Роль читателя в произведении
[six walks in the fictional woods](#)

Разные взгляды на интерактивный формат
и «Черное зеркало»
[white mirror](#)

«Подростковые мечты» Рафа Симонса
[youth, if you're reading this, revolt!](#)

⇒ Основные элементы стиля

Шрифты

Lovelace Text Regular

Писательский труд
сродни магии.

Roboto Light

Любой продукт дизайна, так или иначе,
меняет существующее положение вещей,
меняет жизни людей и мир вокруг них.
Режиссерское мышление позволяет лучше
представлять будущее создаваемого
продукта и предсказывать последствия
его появления.

IBM Plex Mono Regular

Отношение
к письменности
как к чему-
то волшебному
прослеживается
и в современном
английском языке.

Слово spell,
означающее «писать»
или «произносить»
слово по буквам»,
не случайно имеет
и другое значение –
«зачаровывать».

Цвета

Telling



C: 75
M: 65
Y: 0
K: 0

Listening



C: 60
M: 0
Y: 30
K: 0



C: 75
M: 65
Y: 45
K: 50

→ Основные элементы стиля

Элементы навигации

 Используются кадры фильмов

 Используются фрагменты книг

 Указание на главу

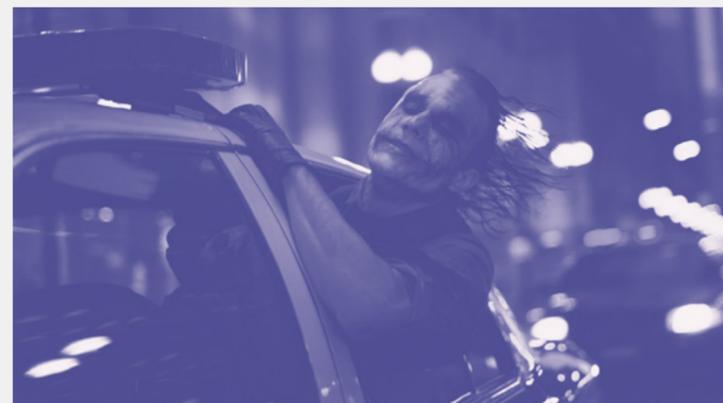
 Установка связей между фрагментами текста

 | Смысловое разделение фрагментов текста

 Отсылка к определенной главе

Обработка фотографий

Telling

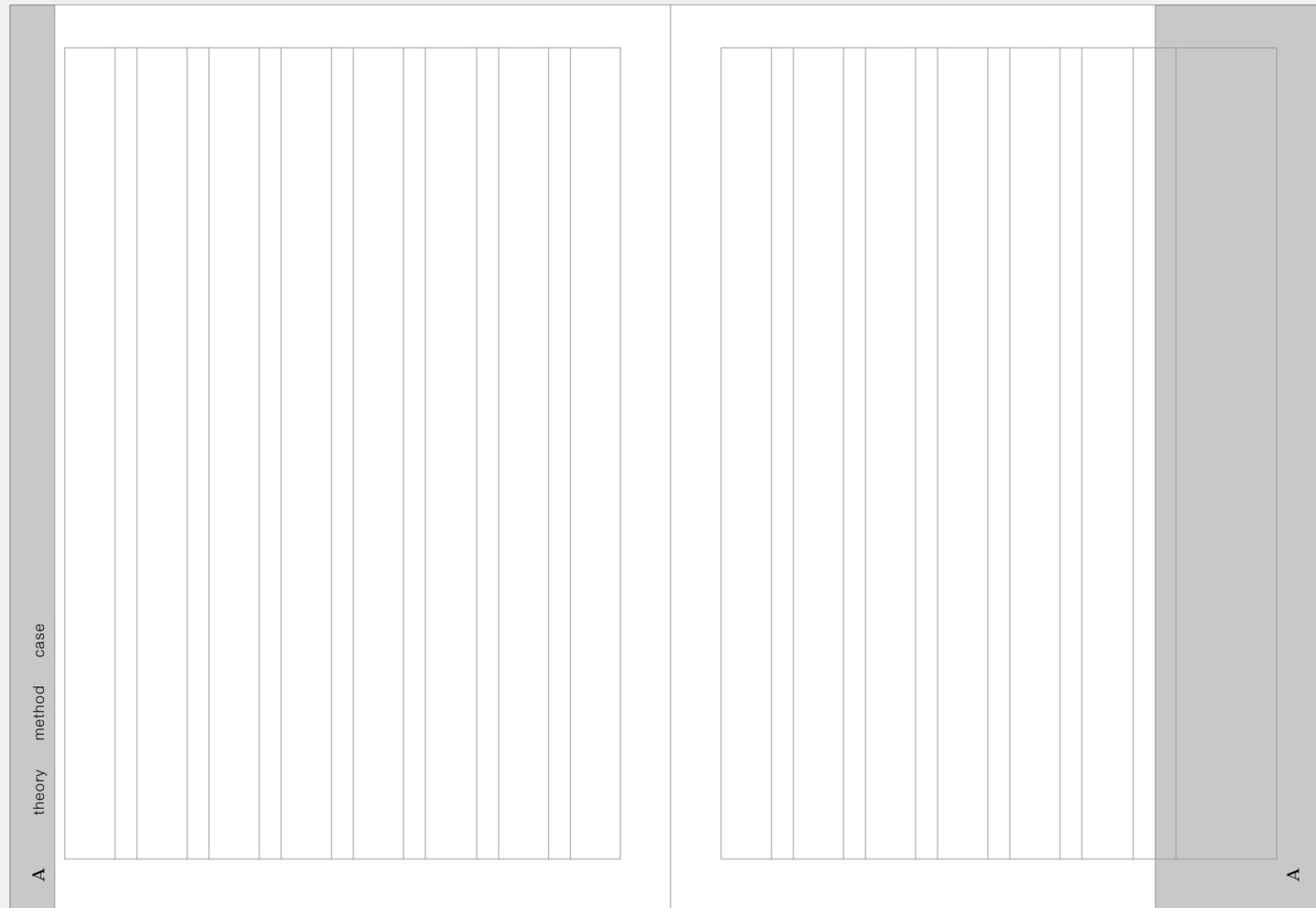


Listening



⇒ Проектирование

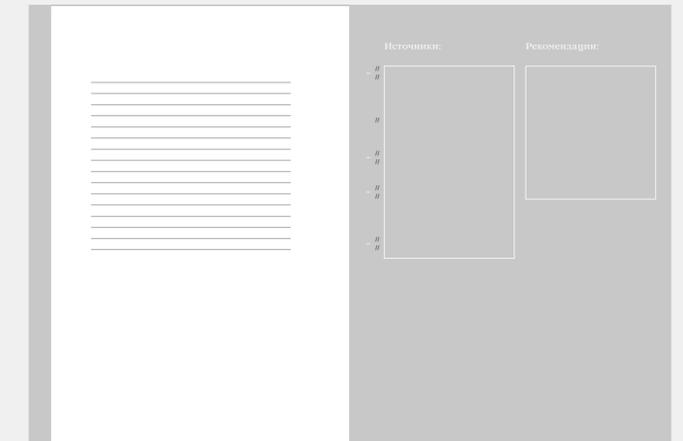
Модульная сетка



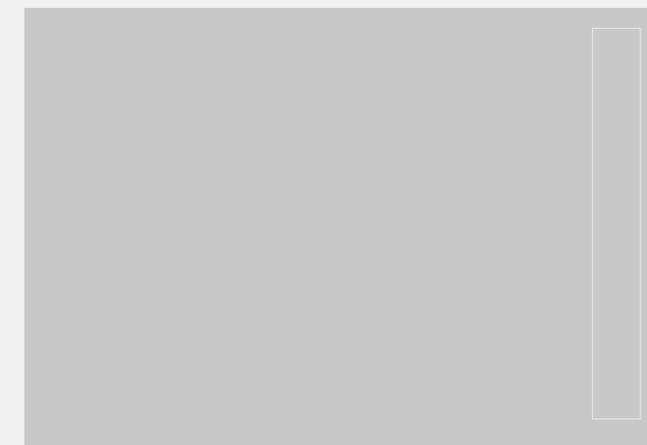
Размещение основного текста / картинок



Конец раздела / шмуцтитул



Конец раздела / список источников



Размещение графики



Шмуцтитулы

⇒ Проектирование

Структура издания

графическое выделение фрагмента текста / установка связей



19 мая 2007 г. – владельцы магазинов комиксов заявили о вандализме. Они нашли какие-то странные игральные карты с Джокером внутри комиксов с нацарапанными на них «НА-НА», и они сказали, что понятия не имеют, как они туда попали.

акцентный текст / заголовки

На тот момент официально не было объявлено, кто будет злодеем в «Темном рыцаре». Это был неофициальный тизер. Кроме того, поверх этих карточек был написан адрес – ibelieveinharveydent.com.

Поклонники посещали веб-сайт только для того, чтобы найти Харви Дента, агитирующего за пост окружного прокурора. Однако, когда они перемещали курсор по экрану, то стирали пиксели. Это не был сайт компании Харви Дента – это была просто хитрая уловка Джокера, чтобы объявить о своем прибытии.



разделение информации по типу

кадры из фильмов

Warner Bros. и Entertainment 42 сыграли очень точно, выбрав Comic Con San Diego в качестве следующей активации. В различных стратегических местах люди, одетые как приспешники Джокера, раздавали купюры в 1 доллар – «Jokerized» – с координатами, датой и временем. Это привело к месту, где Джокер открыл участникам иммерсивной игры следующий ключ к разгадке – номер телефона, который высвечивался на небе.



Набрав номер, они услышали голос заложника, который призывал людей стать частью команды Джокера и начать занимать одни из самых известных достопримечательностей по всему миру. Поклонники, одетые как Джокер, рассыпались по улицам от Южной Азии до Ближнего Востока и от Европы до Америки.

Gotham Times и Gotham Cable Network предоставили различные дополнительные подсказки, ведущие к тоннам веб-сайтов и даже к электронным письмам о найме, например, humanresources@whysoserious.com.

Несколько дополнительных подсказок привели фанатов к 10 веб-сайтам, принадлежащим Министерству юстиции, Департаменту полиции и различным другим организациям в Готэме. Однако Джокер уже захватил некоторые из этих сайтов. В нем были как правдивые, так и ложные сведения о нескольких городских властях, включая полицейских.

основной текст

дополнительный / параллельный текст

поля выделения акцентного цвета раздела

колонцифры

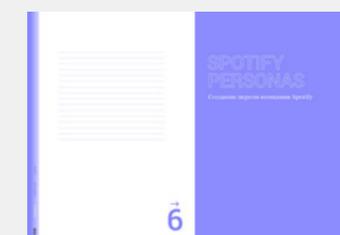


theory method case 88

68

⇒ Проектирование

Структура издания



⇒ Проектирование. Шмуцтитул

_ telling

_ listening

STORY _ TELLING

STORY _ LISTENING

⇒ Проектирование. Шмуцтитул

_ story



_ persona

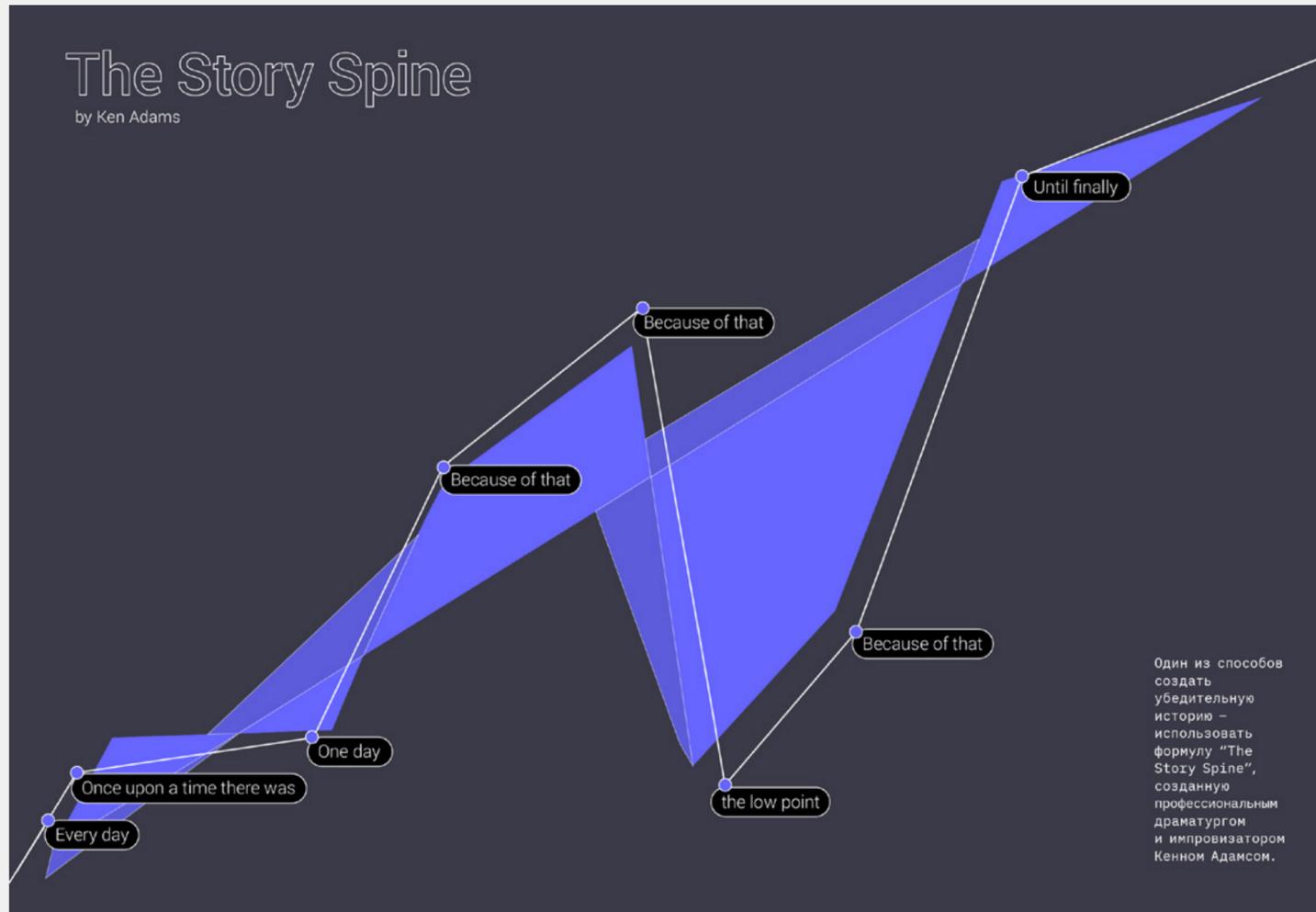


_ world



⇒ Проектирование

Графика



→ Проектирование

Информационный раздел _ telling

38 theory method case

PIXAR'S STORY STRUCTURE

Структура повествования Пиксар

→ 4

- Toy Story, 1995 John Lasseter
- Onward, 2020 Dan Scanlon
- Finding Nemo, 2003 Andrew Stanton
- Brave, 2012 Mark Andrews Brenda Chapman

40 theory method case

«Великие сторителлинг» состоит в том, чтобы взять фрагмент человеческой жизни (рождение, взросление, эмоции, цели, конфликты) и представить его в уникальной ситуации.

Один из способов сделать это – разобрать истории, которые вам нравятся.

Когда вы рассказываете историю, вы пытаетесь написать о событии в вашей жизни, которое заставило вас чувствовать себя определенным образом. И то, что вы пытаетесь сделать, когда рассказываете историю, – это заставить аудиторию испытать то же самое чувство.

Лит Доктор

«История игроуак» – первый полнометражный фильм, смоделированный не компьютером, а реальными людьми: сценаристы, продюсеры, режиссеры и актеры. Это – чувства, которые вы испытываете, нужно распознать их в деталях, чтобы рассказать великую историю самому.

Американский институт кино присвоил истории игроуак звание «классика» в категории фильмов в истории американского кино.

Проанализируйте каждый элемент, найдите те вещи, которые вас цепляют. Это – чувства, которые вы испытываете, нужно распознать их в деталях, чтобы рассказать великую историю самому.

Самопознание и осознанность лежат в основе всех историй.

42 theory method case

«Великие истории имеют четкую структуру и цель»

Структура

Один из способов создать убедительную историю – использовать формулу «The Story Spine», созданную профессиональным драматургом и импровизатором Кенном Адамсом.

Она звучит так:

Когда-то давно был ____ Каждый день ____ Однажды ____ Из-за этого ____ Пока, наконец, ____

Цель

- Почему вы должны рассказывать ЭТУ историю?
- Какая идея живет в вас, чем питается ваша история?
- Какой великой цели служит история? Чему она учит?

У великих историй есть персонаж, за которого можно болеть (неудачник)

Хотите верить, хотите нет, но люди хотят «болеть» за главного героя. И они любят хороших аутсайдеров. Это может показаться простым, но может помочь, когда вы создадите историю.

Rixak объясняет, что мы, как зрители, восхищаемся не победами персонажа, а приложенными усилиями.

Путь персонажа является более значимым, чем место назначения.

The Story Spine by Ken Adams

Один из способов создать убедительную историю – использовать формулу «The Story Spine», созданную профессиональным драматургом и импровизатором Кенном Адамсом.

Every day

Once upon a time there was

One day

Because of that

Because of that

the low point

Until finally

46 theory method case

«Великие истории вызывают к нашим глубочайшим эмоциям»

Психологи считают, что существует шесть основных эмоций:

- Гнев
- Отвращение
- Страх
- Счастье
- Печаль
- Удивление

Чем больше вы, как автор, понимаете, как и когда ваши собственные эмоциональные рычаги задействованы, тем больше вы будете подмечать, как это работает у других людей (и тем больше вы сможете отточить эти эмоции в своих историях). Постоянно задавайте себе вопросы, чтобы понять свои собственные эмоциональные реакции.

Создание историй – это попытка вызвать у зрителя определенные эмоции.

«Великие истории просты и сфокусированы»

Мы, зрители, узнаем хорошую историю, когда видим или слышим ее.

Вы когда-нибудь смотрели фильм или читали книгу, где вам приходилось постоянно спрашивать себя (или кого-то другого), что происходит в сюжете? Не очень хороший опыт.

Как создатели, мы, естественно, хотим включить как можно больше информации в наши истории. Мы хотим наполнить историю персонажами, сюжетными поворотами и диалогами. И часто мы можем даже не осознавать, что добавляем слой, которых не должно быть там.

Совет Pixar здесь прост – «combine characters and hop over detours».

48 theory method case

«Великие истории удивительны и неожиданны»

Мы все видели классическую «сказочную» сюжетную линию: беспомощная принцесса в беде и очаровательный принц, появляющийся, чтобы спасти положение.

Что делает современные истории убедительными, так это моменты, когда наше восприятие реальности подвергается сомнению или каким-то образом изменяется.

Создатели, такие как Pixar и Walt Disney, используют анимационные фильмы как средства для решения реальных социальных явлений, проблем, стереотипов и норм.

Такие фильмы, как «Храброе сердце», «Тайна Коко», «Рапунцель: запутанная история» и «Моана», помогают нам понять и осмыслить большие, «человеческие» (human-centered) темы, о которых мы, возможно, даже не задумались бы.

Если не получается придумать что-то действительно уникальное, Pixar рекомендует:

избавиться от первого, что приходит на ум, а затем от второго, третьего, четвертого и пятого. И работать с тем, что будет дальше.

→ Проектирование

Информационный раздел _ listening

HERO IN THE STORY

Задачи героя в повествовании и персонажи «Криминального чтива»

Путешествие писателя Кристофера Борнера
Pulp Fiction, 1994
Quentin Tarantino

4

150 theory - listening - case

Задача героя — открыть читателю/зрителю окно в мир описываемых событий.

В самом начале истории каждому, кто слушает сказку, смотрит спектакль или фильм, предлагается отождествить себя с героем, слиться с ним и посмотреть на вещи его глазами. Для этого необходимо наделить его комбинацией черт, сочетающей как универсальные, так и уникальные качества.

Черты героя произведения можно найти в каждом человеке. Ему присущи всеобщие стремления, такие как желание встретить любовь и понимание, добиться успеха, отстоять право на жизнь и свободу, отомстить обидчику, восстановить справедливость, найти применение своим силам и способностям.

Наблюдая за тем, что происходит с героем, мы воспринимаем его так, словно в нем есть частичка нас самих. Мы проникаем во внутренний мир героя и начинаем смотреть на мир его глазами. Для того чтобы у нас возникло желание отождествить себя с персонажем, он должен быть привлекательным. Всем нам хочется быть уверенными в себе, как героини Катрин Халбёрн, эlegantными, как Фред Астер, остроумными, как Кэри Грант, и сексуальными, как Марилин Монро.

Долгие годы философия, развивавшая наиболее оживленные дискуссии среди подопытных, была «криминальное чтиво». Квинтина Тарантино. Он справлялся: «Как можно отыскать структуру путешествия героя в этом фильме?» Он раздвинула вынос традиционных схем, структуры, диалога, операторская работа, монтаж. Фильм получил удовольствие от обилия страстей и сардонического юмора, которого оскорбили сами писатели. В целом же режиссеру удалось всем доказать, что «криминальное чтиво» — это не просто жанр, а способ увидеть мир. В сочетании с бескомпромиссно новаторским стилем может оказаться интересной для зрителя.

152 theory - listening - case 153

От героя ждут универсальных человеческих чувств и порывов

От героя ждут универсальных человеческих чувств и порывов, которые в тот или иной момент испытывает каждый из нас: жажда мести, злорадность, соревновательный азарт, желание защитить свою территорию, патриотизм, идеализм, цинизм или отчаяние.

Но при этом герой — уникальная личность. Он не должен превращаться в безликого робота, лишено недостатков и абсолютно предсказуемого. В его образе, как в любом настоящем произведении искусства, универсальность должна сочетаться со своеобразием. Нам нужны истории о людях из плоти и крови.

Живой персонаж, как и живой человек, не воплощение какой-то одной особенности, а уникальное сочетание множества черт и побуждений, которые могут даже конфликтовать друг с другом, и чем острее конфликт, тем лучше. Герой, разрывающийся между чувствами и долгом, обязательно заинтересует аудиторию.

Персонаж, которому не чужды противоречивые импульсы, такие как доверчивость и подозрительность, надежда и отчаяние, более реалистичен и человечен, нежели герой, демонстрирующий какую-то одну сторону личности.

Он не должен превращаться в безликого робота, лишено недостатков и абсолютно предсказуемого.

Герой может быть решительным, сомневающимся, озорвателным, забавным, нетерпеливым, он может быть слепым физически, но слепым душой. Может обладать некоторыми из этих качеств или всеми сразу. Такой набор качеств способен дать аудитории ощущение, что это живой, неповторимый человек, а не типаж.

Интерес к фильму со стороны молодых зрителей связан, вероятно, с тем, что он отражает постмодернистские образы, на которых они выросли. Постмодернизм родился в мире, который раскололся на миллионы кусочков под ударами войны, социальных потрясений и стремительного технического прогресса. Прямые способы восприятия остутствуют под натиском электроники.

154 theory - listening - case 155

Еще одна функция героя в истории — познание, или развитие. Иногда при оценке сценария трудно понять, кто в нем главная действующая личность. И тогда я пользуюсь простой подсказкой: тот, кто больше других учится чему-то, развивается, и есть центральный персонаж.

Герои не только преодолевают препятствия и достигают целей. Они получают новые знания, становятся мудрее.

Познание — центральная идея многих историй, рассказывающих, как человек учится у своего наставника, у того, кого любит, или даже у того, кого ненавидит. Все мы учителя друг для друга.

Познание — центральная идея многих историй

Сегодняшняя молодежь познает жизнь под градусом различных образов: элементы стилей, господствовавших в искусстве и литературе в предшествующие эпохи, смешались друг с другом.

Криминальное чтиво соответствует постмодернистскому мировосприятию как по стилю, так и по содержанию. Сразу же бросается в глаза необычная структура, отрывочная принтов в традиционном кино линейное восприятие времени. Создается впечатление, будто цель событий изрубилею на кусочки, а кусочки подброшены в воздух, хотя на самом деле сюжет тщательно выстроен с расчетом на поступательное раскрытие темы.

Герои бывают разные: решительные и сомневающиеся, коллективисты и отшельники, антигерои, трагические герои, герои — катализаторы действия.

4

Как и все другие архетипы, героический архетип гибок и может получать разнообразные воплощения. Выбирая в себя черты других символических фигур, он образует гибриды, такие как герой-плут, либо может временно надеть маску оборотня, наставника или даже тени.

Будучи в большинстве своем положительными персонажами, герои порой олицетворяют и темные стороны зго. Чаще всего мы видим героя в действии, но иногда он демонстрирует последствия слабости или нежелания действовать.

156 theory - listening - case 157

Okay now, tell me about the hash bars?

What so you want to know?

Well, hash is legal there, right?

Yeah, it's legal, but it ain't a hundred percent legal. I mean you can't walk into a restaurant, roll a joint, and start puffin' away. You're only supposed to smoke in your home or certain designated places.

Those are hash bars?

Yeah, it breaks down like this: it's legal to buy it, it's legal to own it and, if you're the proprietor of a hash bar, it's legal to sell it. It's legal to carry it, which doesn't really matter 'cause — get a load of this — if the cops stop you, it's illegal for this to search you. Searching you is a right that the cops in Amsterdam don't have.

That did it, man — I'm fuckin' goin', that's all there is to it.

You'll dig it the most. But you know what the funniest thing about Europe is?

What?

It's the little differences. A lotta the same shit we got here, they got there, but there they're a little different.

Examples?

Well, in Amsterdam, you can buy beer in a movie theatre. And I don't mean in a paper cup either. They give you a glass of beer, like in a bar. In Paris, you can buy beer at MacDonald's. Also, you know what they call a Quarter Pounder with Cheese in Paris?

They don't call it a Quarter Pounder with Cheese?

No, they got the metric system there, they wouldn't know what the fuck a Quarter Pounder is.

What'd they call it?

Royale with Cheese.

Royale with Cheese. What'd they call a Big Mac?

Big Mac's a Big Mac, but they call it Le Big Mac.

Le Big Mac. What do they call a Whopper?

I dunno, I didn't go into a Burger King. But you know what they put on french fries in Holland instead of ketchup?

What?

Mayonnaise.

Goddamn!

I seen 'em do it. And I don't mean a little bit on the side of the plate, they fuckin' drown 'em in it.

Uuocch!

Еще одна постмодернистская черта «Криминального чтива» — дух культурного релятивизма. Действие происходит в Америке, однако в поле авторского зрения попадает едва ли не весь мир. Персонажи постоянно сравнивают различные традиции и правила.

Джулс и Винсент рассуждают об отношении иностранцев к американскому фастфуду и восхищаются зарубежными законами по части употребления наркотиков. Бутч, профессиональный боксер, беседуя с таксисткой-латиноамериканкой о том, как принято называть людей в разных странах, делает вывод: ее исламские имя позитивно и исполнено смысла, в то время как североамериканские имена ничего не значат. Вероятно, эта открытость по отношению к другим культурам стала одной из причин успеха фильма на международной арене.

Персонажи «Криминального чтива» говорят о системности в соответствии с постмодернистским представлением, что ни один из существующих этических кодексов не отвечает потребностям сегодняшнего дня. Джулс и Винсент говорят о нравственном значении массажа стоп и о космическом смысле рисунка отверстий от пуль.

158 theory - listening - case 159

Герои бывают двух типов:

- решительный, активный, полный энтузиазма, склонный к приключениям, не нуждающийся во внешних стимулах
- полный сомнений, нерешительный, ему требуется толчок извне.

Так или иначе, ничто не мешает сделать историю увлекательной, хотя вариант с сомневающимся героем может придать сценарию неожиданные повороты. Лучше всего, чтобы пассивный герой в какой-то момент под влиянием обстоятельств начал меняться и почувствовал вкус к приключениям.

В постмодернистской вселенной все относительно, особенно моральные ценности. Джулс показал себя аудиторией как хладнокровный убийца, и тем не менее по сравнению с окружающими персонажами он воспринимается как герой.

По сути, это тема фильма — неоднозначное высказывание, которое можно по-разному интерпретировать. Непосредственное отношение к самому Джулсу имеет, пожалуй, лишь последняя часть изречения. После слов о возмездии оба героя стреляют Бретту в голову.

160 theory - listening - case 161

