

Правительство Российской Федерации
Санкт-Петербургский государственный университет

Факультет искусств
Кафедра дизайна

Насимова Софья, 4 курс

Пояснительная записка
к выпускной квалификационной работе

ТЕМА:

Разработка печатного издания, посвященного сторителлингу в дизайне

Направление 54.03.01 “Дизайн”
квалификация: бакалавр дизайна (графический дизайн)

Руководитель:
старший преподаватель кафедры дизайна
Т.И. Александрова

Руководитель теоретической части:
кандидат искусствоведения,
доцент с возложенными обязанностями
заведующего кафедрой дизайна К.Г. Позднякова

Санкт-Петербург, 2021 год

Вводная часть	3
Тема выпускной квалификационной работы	3
Основание для выполнения работы	3
Актуальность	3
Цель проекта	5
Задачи исследования	5
Задачи проекта	5
Практическая значимость проекта	6
Основные этапы работы	7
Теоретическая основа проекта	7
Анализ аналогов по теме дипломного проекта	7
Тематические аналоги	7
Стилистические аналоги	10
Концепция проекта	11
Разработка проекта	13
Компьютерная разработка проекта	13
Вывод на планируемые носители	14
Список используемой литературы	15
Список используемых интернет-ресурсов	16
Графическое приложение	17

Вводная часть

1. Тема выпускной квалификационной работы

Разработка печатного издания, посвященного сторителлингу в дизайне.

2. Основание для выполнения работы

Инициативный проект, получивший поддержку на кафедре дизайна.

3. Актуальность

Сторителлинг (от англ. storytelling) – дословно, рассказывание историй. Мифы, легенды, сказки, поэмы, книги, театральные постановки, публичные выступления – всё это формы сторителлинга. Сторителлинг плотно связан с жизнью человека, являясь тем, с чем каждый сталкивается ежедневно.

Сторителлинг – это не особый жанр повествования, а метод, с которым можно работать.

Как приемом, им пользуются маркетологи для продвижения продукции; коммерческие бренды в инстаграме; блогеры, развивающие личный бренд или продвигающие собственную продукцию. Зрителя, потребителя, покупателя проще увлечь и заинтересовать не громкими лозунгами и обещаниями, а последовательной историей.

Более того, существуют ряд исследований, доказывающих, что людям проще понимать и усваивать информацию не в виде сухих фактов, а в виде выстроенного повествования¹.

¹Уидмер Б. (2016) Основы сторителлинга в UX: Практические советы, которые можно использовать прямо сейчас

- Истории помогают сформировать особую связь. Зачастую людьми управляют эмоции, а не разум. Создавая эмоциональную привязанность бренд/дизайн создает мощную связь между продуктом и пользователем.
- Истории легче запомнить. У современного человека способность концентрации меньше, чем была раньше, поэтому за внимание пользователя приходится бороться. Истории – это способ увлечь пользователя, «активировать» его воображение, создать эмоцию, которая будет являться ключом к воспоминанию.
- Истории побуждают к действию. Будь то видеоролик про достижение целей, какую-либо премию или спортивные успехи. Истории человека или персонажа, с которым может ассоциировать себя пользователь, способны воздействовать гораздо сильнее. Вдохновлять на действие, движение.
- Истории вносят ясность, и их легче запомнить. Люди усваивают истории в 22 раза лучше, чем голые факты².

Сторителлинг как прием можно применить к любой практике, содержащей истории в том или ином виде. По этой причине сторителлинг хорошо применим к дизайнерской практике, ведь она 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.

² Уидмер Б. (2016) Основы сторителлинга в UX: Практические советы, которые можно использовать прямо сейчас

Сторителлинг остается актуальным методом проектирования и представления (презентации) проектных решений. Однако, с изменением восприятия окружающего мира и развитием технологий характер метода повествования меняется. В связи с этим актуальным становится изучение сторителлинга в междисциплинарном контексте.

4. Цель проекта

Цель проекта – 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.

5. 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.

6. Задачи проекта

- Формирование и структурирование контента.
- Разработка аналитической части дизайн-брифа.

- Разработка визуальной концепции проекта.
- Определение основных носителей и разработка сценария взаимодействия.
- Разработка основных графических элементов (формирование графической концепции).
- Разработка макета печатного издания.

7. Практическая значимость проекта

Разработанный проект может быть реализован в рамках образовательных курсов на кафедре дизайна, в частности курса “Коммуникативные технологии в дизайне” под руководством Александровой Татьяны Игоревны, а также в рамках курса “Философия и теория дизайна” под руководством Лолы Галины Николаевны.

Основные этапы работы

1. Теоретическая основа проекта

За теоретическую основу проекта были взяты следующие произведения:

- Джозеф Кэмпбелл “Тысячеликий герой”
- Кристофер Воглер “Путешествие писателя: Мифологические структуры в литературе и кино”
- Курс “Transmedia Storytelling: Narrative worlds, emerging technologies, and global audiences” от Университета Нового Южного Уэльса

2. Анализ аналогов по теме дипломного проекта

Тематические аналоги (*графическое приложение №1.1*)

Тематические аналоги были подобраны по принципу “книга о книге” или “дизайн о дизайне”. Другими словами, такие печатные издания, основой которых является не художественное повествование, а анализ и исследование различных аспектов дизайнерской практики.

1. Дизайн-код: методология семиотического дискурсивного моделирования / Лола Галина Николаевна / 2019

В монографии Г.Н.Лолы дизайн рассматривается с непривычного ракурса.

Дизайнерская практика представлена как метод работы и рассматривается в трех измерениях: метафизическом, методологическом и коммуникативном. Основное внимание уделено авторской методологии семиотического дискурсивного моделирования дизайн-продукта. В качестве аргументации утверждений и более глубокого раскрытия темы

использованы цитаты философов, анализ фильмов, а также схематический разбор этапов работы над дизайн-продуктом. Методология представляет собой способ «тонкой настройки сознания, позволяющей управлять вдохновением». Книгу можно использовать не только для изучения авторского метода разработки концепции дизайн-продукта, но и для поиска источников вдохновения.

Также, книга разделена на тематические разделы, что позволяет пользователю легко возвращаться к нужному материалу без значительных утрат со стороны повествования.

Графическое оформление дополняет повествование, не мешая его восприятию. Использованное оформление шмуцтитолов и отдельных разворотов не снижает концентрацию внимания на сложном тексте, а наоборот помогает погрузиться в авторский стиль повествования, чтобы лучше его понять.

2. ACTION TO SURFACE / Tereza Rullerova (The rodina) / 2015

В качестве аналога инициативных исследовательских проектов в дизайне были рассмотрены проекты дизайн-студии The Rodina, в частности проект Терезы Рулеровой (Tereza Rullerova) “ACTION TO SURFACE”.

Исследование сосредоточено на переосмыслении продукта на плоскости и смещении фокуса в сторону перформативного дизайна. По словам автора проекта, дизайнеры привыкли представлять графический дизайн как нечто плоское, ориентированное на поверхностное, не объемное представление (designers, are used to presenting graphic design as a surface-centric practice, the way of surface production)³. Исследование устанавливает связи между “действием, телом, дизайнером и поверхностью”. Оно строится вокруг идеи того, что производство

³ Rullerova T. (2015) ACTION TO SURFACE / (Сайт The rodina)

чего-то “поверхностного” может быть “движимым” действием или случайным событием. Объемным и “реальным”. В подтверждение этого приводятся теоретические, философские и исторические тексты и факты, связанные с перфоративным искусством или послужившие его развитию. Повествование охватывает примеры от Леонардо да Винчи через модернистов, послевоенных экспрессионистов и Энди Уорхола до недавних работ Хито Штайерля. В нем также представлены графические дизайнеры, работающие с “действием” в процессе проектирования.

Само издание поддерживает идею “действия и движения”.

Вместо классической верстки выбран более смелый стиль оформления: журнальные развороты, расположение колонцифр, использование ярких по цвету закладок, выбивающихся из черно-белого оформления. Размещенные на полях графические элементы помогают читателю ориентироваться в издании.

3. SAVE / Ines Cox / 2019

Проект Инес Кокс, книга под названием SAVE, является кульминацией двухлетнего периода исследований в Королевской академии изящных искусств Антверпена. За это время она исследовала тему отношений человека с технологиями, уделяя особое внимание точке зрения дизайнера и взаимному характеру взаимодействия дизайнера с компьютером. Для этого она сознательно наблюдала, документировала и имитировала эстетику интерфейсов и цифровой среды, создаваемую компьютером и программным обеспечением. Сама Инес Кокс объясняет свой подход следующим образом: «В книге я пытаюсь показать изменчивые и кажущиеся несущественными этапы цифрового (рабочего) процесса и пытаюсь раскрыть их в печатном виде. <...> Я представляю их как ассоциативную цепочку снимков экрана, рассказывающих

историю, в которой “графические персонажи” и “цитаты”, записанные с компьютера, становятся частью определенной хореографии. Я использую вымышленное повествование, чтобы поиграть с графическим дизайном, точно так же, как играют дети: чтобы узнать о мире, нашем времени и его структурах»⁴.

Стилистические аналоги (*графическое приложение №1.2*)

1. God does not play dice: a study of quantum physics / Kenneth Kuh⁵

Стилистическим аналогом для проекта была выбрана книга “Бог не играет в кости” (God does not play dice). Данный проект является примером снижения пафоса и серьезности повествования путем журнальной верстки, несвойственной “серьезным” узкоспециализированным текстам. Интересно визуальное и структурное решение издания. Визуальный образ формируется через сочетание почти классического антиквенного шрифта, физических графиков, составленных из тонких линий, и акцентных картинок из разных сфер (от фотографий политиков до глитч-арта). Структурно книга разделена на две части, существующих в одном издании, почти независимо друг от друга.

2. Eine Sommertour in Graubünden by Massimiliano Audretsch⁶

Классическая книжная верстка, соседствует с тонкой графикой. Элементы оформления (графики, отсканированные книжные развороты, иллюстрации) дополняют повествование, не мешая информации. При этом смена фокуса с одного вида подачи информации на другой не дает читателю заскучать постоянно удерживая внимание сменой масштаба.

⁴ <https://strelkamag.com/en/article/ines-cox-conscious-design-in-a-world-of-digital-distractions>

⁵ <https://kennethkuh.info/God-Does-Not-Play-Dice>

⁶ <https://www.audretsch.it>

3. Также в качестве стилистических аналогов были найдены различные книги, книжные развороты, плакаты, примеры журнальной верстки.

Общими для всех аналогов являются: нестандартное расположение текстовых блоков, вынесение отдельных блоков как акцентных, векторная графика, коллажный стиль иллюстраций.

3. Концепция проекта

Печатное издание тематически разделено на два больших раздела: *Storytelling* и *Story listening* (дословно: рассказывание и “слушание” историй).

Данное решение обусловлено разделением процесса проектирования любого дизайн-проекта на 5 этапов: разработка концепции, разработка проекта, презентация проекта, восприятие и “слушание” проекта аудиторией. Этапы неразрывно связаны между собой и имеют внутренние пересечения, однако их можно объединить в 2 группы: написание (проектирование) и прочтение (восприятие). Кроме того, в самом процессе проектирования дизайн-продукта “рассказчик” (дизайнер) и “слушатель” (реципиент) периодически меняются местами: чтобы “рассказать” достоверную “историю” (создать продукт или сценарий, который сможет интегрироваться в существующий мир), дизайнеру необходимо научиться слышать свою целевую аудиторию, а также прислушиваться к тенденциям и изменениям, происходящим в мире.

За основу разделения контента внутри двух основных разделов (*Storytelling* и *Story listening*) была взята цитата из книги Генри Дженкинса “Конвергентная культура. Столкновение старых и новых медиа”: “Раньше мне казалось, что нужно придумать хорошую историю, потому что без хорошей истории не будет фильма. Позже, когда я стал

писать сиквелы, стало понятно, что нужно описывать персонажа, потому что хороший персонаж может использоваться во множестве историй. Теперь я описываю миры, так как в рамках мира можно создать множество персонажей и множество историй посредством различных медиа”.⁷

В соответствии с данным суждением, контент внутри книги делится на три главы: STORY/сюжет, где представлена информация про различные сюжетные ходы и приемы; PERSONA/персона, где представлены методы создания персон в дизайне, а также представлены примеры использования нестандартных персонажей в фильмах; WORLD/миры, где рассматриваются проекты более глобальные, выходящие за пределы стандартного подхода или привычного взаимодействия с пользователем один на один.

Информация в разделах не связана между собой строгим повествованием, однако, собранная вместе, создает общую, цельную картину. Пользователь остается в праве воспринимать только ту информацию, которая может ему понадобиться в определенный момент времени, и может возвращаться к книге каждый раз, когда она будет ему необходима.

Навигация позволяет пользователю свободно взаимодействовать с книгой. В конце каждой главы приведен список источников и рекомендуемых ресурсов/книг для дополнительного изучения, что позволяет читать лишь ту главу, которая необходима пользователю в данный момент. Каждый информационный раздел главы имеет свой номер соответствующего цвета. С этим связана система перекрестных ссылок: в тексте встречаются номера других глав, посвященных смежной теме. Это сделано для большего погружения читателя в процесс изучения темы. Заинтересованный пользователь может узнать

⁷ “Конвергентная культура. Столкновение старых и новых медиа”

дополнительную информацию к одной главе, перейдя по ссылке в другой раздел книги.

В книге используются цветные поля для маркировки двух основных разделов, что поддерживает идею свободного взаимодействия пользователя с книгой. В разделе Storytelling используется фиолетовый цвет (С: 75%, М:65%, Y:0%, К:0%), в разделе Story Listening – голубой цвет (С: 60%, М:0%, Y:30%, К:0%).

4. Разработка проекта (*графическое приложение №2*)

Самым важным этапом начала разработки стал сбор теоретического материала для книги. Были взяты статьи из нескольких журналов, например журналы “Сеанс” и “Искусство кино”, фрагменты из различных книг, например, “Тысячеликий герой” Джозефа Кэмпбелла и “Путешествие писателя” Кристофера Воглера.

Далее были определены основные элементы верстки печатного издания. Выбраны формат, сетка, основные используемые цвета, шрифтовая пара, графические элементы.

На следующем этапе разработки проекта были определены такие ключевые элементы оформления как: шмуцтитулы, шмуцтитулы подглав, стилистическое оформление информации глав, графические развороты, страницы источников. (*графическое приложение №7*)

5. Компьютерная разработка проекта

В ходе работы над проектом использовались следующие программы:

- Adobe Indesign 2018 — верстка печатного издания;
- Adobe Illustrator 2018 — создание графики, подбор цветовой палитры и шрифтовой пары;

- Adobe Photoshop 2018 — создание графики;
- Pages – работа с текстом.

6. Вывод на планируемые носители

Формат готового печатного издания – 120/165мм.

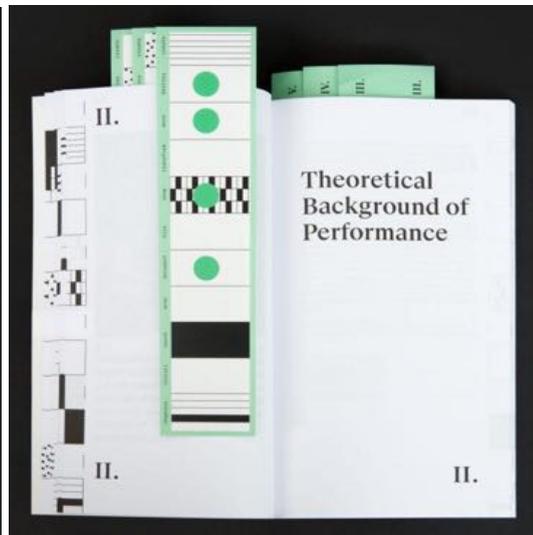
Список используемой литературы:

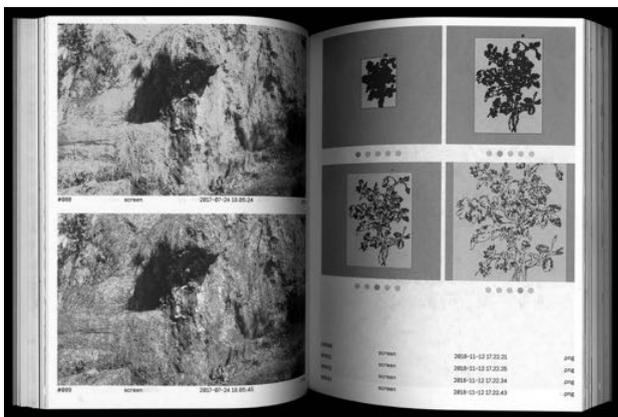
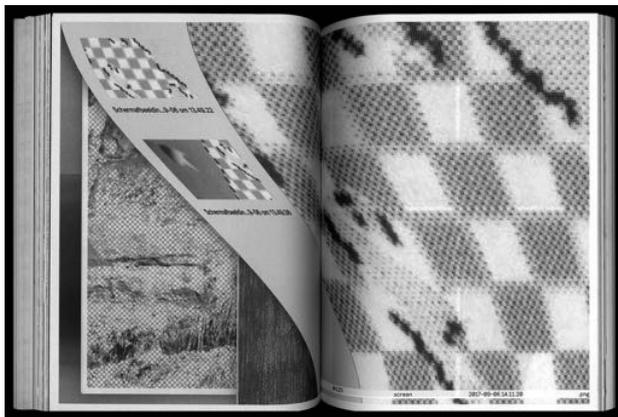
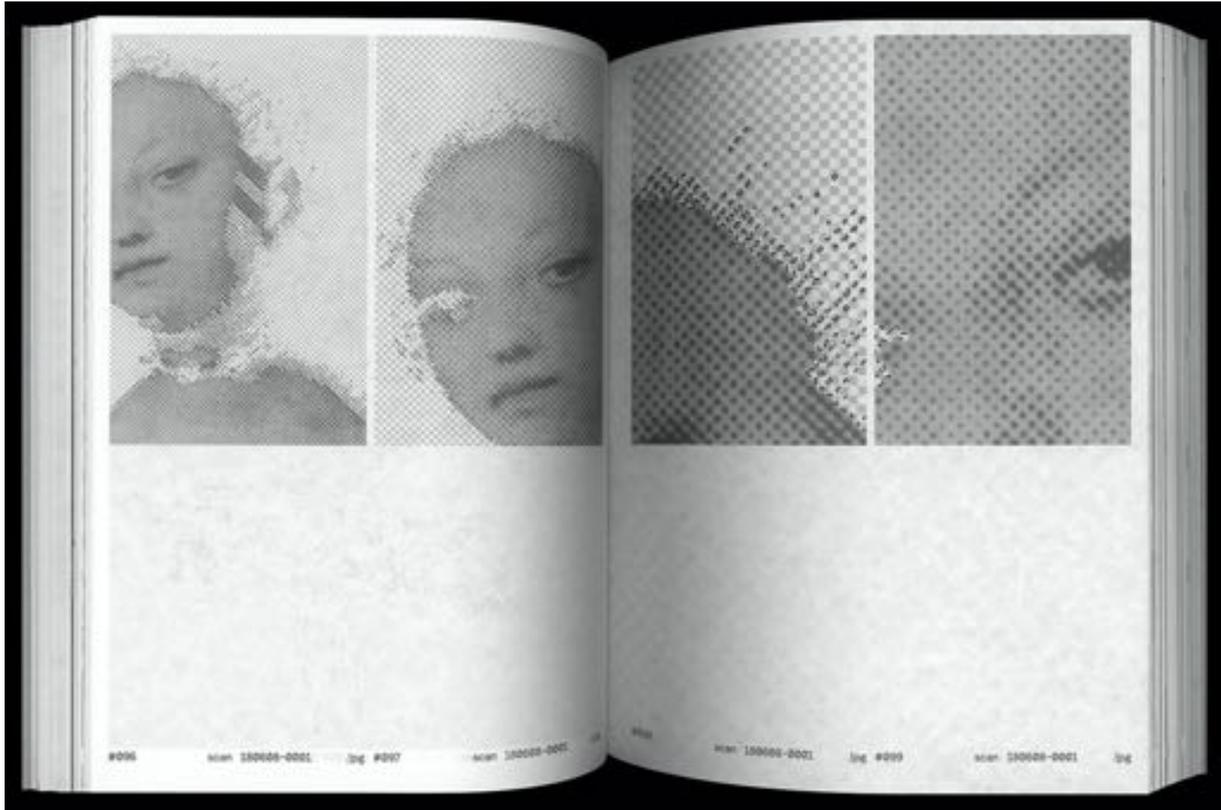
1. Воглер, К. Путешествие писателя. Мифологические структуры в литературе и кино / К. Воглер. – Москва : Альпина нон-фикшн, 2019. – 608 с.
2. Кэмпбелл, Дж. Тысячеликий герой / Дж. Кэмпбелл. – Санкт-Петербург : Питер, 2018. – 352 с.
3. Лола, Г. Н. Дизайн-код: методология семиотического дискурсивного моделирования / Г. Н. Лола. – Санкт-Петербург : ИПК Береста, 2019. – 264 с.
4. Манович Л. Язык Новых Медиа. М.: Ад Маргинем Пресс, 2018. – 400 с.
5. Рэнд, П. Дизайн. Форма и хаос / П. Рэнд. – Москва : Студия Артемия Лебедева, 2017. – 244 с.
6. Рэнд, П. Искусство дизайнера / П. Рэнд. – Москва : Студия Артемия Лебедева, 2017. – 288 с.
7. Уткин, А. Белое зеркало: Учебник по интерактивному сторителлингу в кино, VR и иммерсивном театре / А. Уткин, Н. Покровская. – Москва : Альпина Паблишер, 2020. – 240 с.
8. Эко, У. Шесть прогулок в литературных лесах / У. Эко. – Санкт-Петербург : Симпозиум, 2019. – 286 с

Список используемых интернет-ресурсов:

1. Bertolotti E., Daam H., Piredda F., Tassinari V. (2016) The Pearl Diver: the designer as storyteller / (Сайт Desis-PhylosophyTalks)
<https://www.desis-philosophytalks.org/the-pearl-diver/> /февраль 2021
2. Cox I. (2019) SAVE / (Сайт Copyrightbookshop)
<https://www.copyrightbookshop.be/en/shop/ines-cox-save/> /март 2021
3. JOHNSON / KINGSTON (2016) This ain't no books / (Сайт /theseaintnobooks)
<http://theseaintnobooks.com/projekte/>
4. Rullerova T. (2015) ACTION TO SURFACE / (Сайт The rodina)
<https://www.therodina.com/actiontosurface/index.html> /март 2021
5. Курс: Transmedia Storytelling: Narrative worlds, emerging technologies, and global audiences / (Сайт Coursera)
<https://www.coursera.org/learn/transmedia-storytelling/home/welcome/> / февраль/март 2021
6. Примеры печатных изданий / (Сайт themostbeautifulswissbooks)
<https://www.themostbeautifulswissbooks.ch> /март 2021
7. Уидмер Б. (2016) Основы сторителлинга в UX: Практические советы, которые можно использовать прямо сейчас / (Сайт tilda.education)
<https://tilda.education/articles-basic-storytelling-in-ux/> / февраль 2021

ACTION TO SURFACE / Tereza Rullerova (The rodina) / 2015

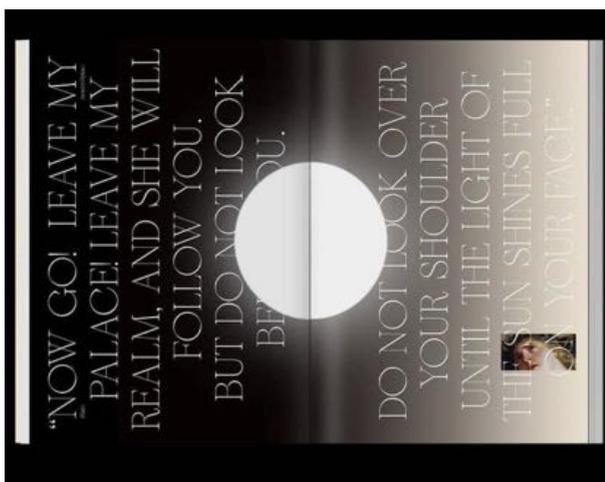
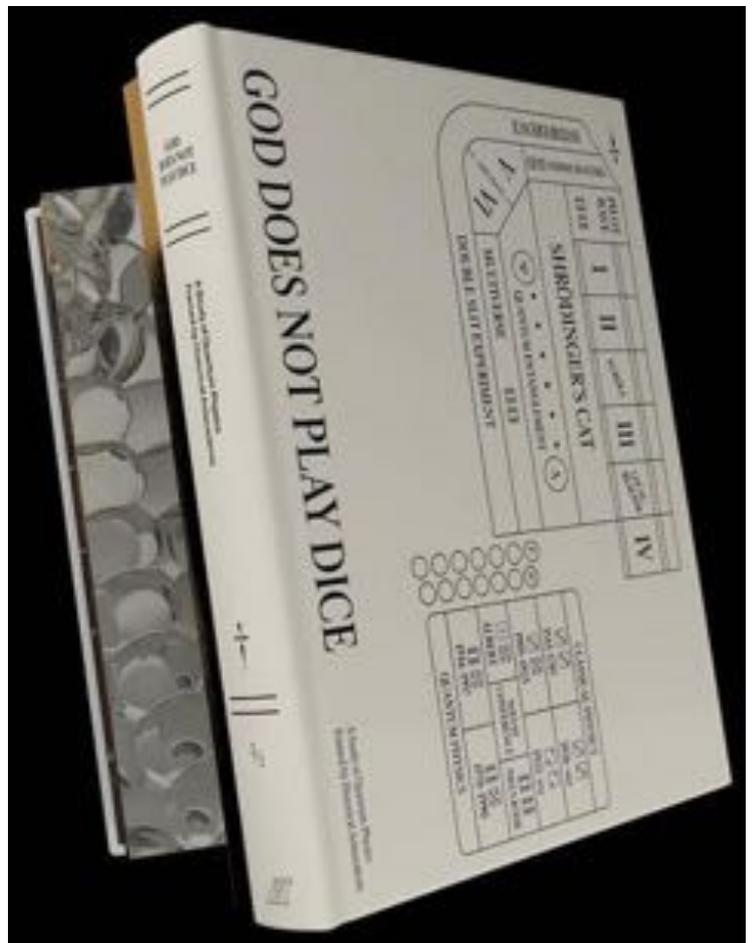




Приложение 1.2

Стилистические аналоги

God does not play dice: a study of quantam physics / Kenneth Kuh



Eine Sommertour in Graubünden / Massimiliano Audretsch

Verzeichnis der Berghöhen	
Name:	Meter:
Piz Bernina	4.049
Disgrazia	3.678
Tal	3.614
Piz Linard	3.410
Piz Longwand	3.262
Schwarzhorn Fluela	3.146
Sasso Moro	3.098
Sasso Nero	2.917
Jula Pass	
Martnach Gletscher	2.720
Chaschnas Pass	2.684
Sapera Pass	2.625
Moroso Pass	2.562
Cascina Pass	2.498
Fluela Pass	2.353
Berona Pass	2.328
Fluela Pass	2.313
Albia Pass	2.312
Alp Grün	2.259
Chasna Pass	2.193
Tal Livigno	1.816
Maja Pass	1.812
Pontresina Oberengadine	1.801
Davos Thal	1.580
Abgangspunkt: Livigno	1.427

Verzeichnis der Illustrationen	
S. 16	Abb. 1 Piz Bernina und Martnach Gletscher (C.G.)
S. 17	Abb. 2 Pontresina (Nach der Natur gezeichnet von R. Geogel)
S. 36+37	Abb. 3 Karte von Glarus
S. 81	Abb. 4 Berona Gruppe mit Gamsen vom Piz Longwand aus (Gemalt von R. Geogel)
S. 95	Abb. 5 Der Longwand (Nach der Natur gezeichnet von R. Geogel)
S. 122	Abb. 6 Maloja (Malaja) und Piz Forno (C.G.)
S. 125	Abb. 7 Blick auf das Maloja Tal von Alp Pals (C.G.)
S. 194	Abb. 8 Am Platz im Dorno Tal (C.G.)
S. 195	Abb. 9 Marmoratgletscher in der Berningruppe (Nach dem originalen Apparat auf Holz gezeichnet von R. Geogel; von 1826/27)
S. 223	Abb. 10 Cluson de Flatsch (Höhenbild von R. Geogel)



Примеры верстки и графических приемов



Приложение 2. Разработка проекта



Шаманов иначе называют ранеными целителями.

Как и художники, они отделены от остального мира собственными особенностями, своим уникальным опытом. Как и художники, они учатся, проходя тяжелые испытания. Иногда шаманом становится тот, кто заболел серьезным недугом, покаявшись, спрившись со силами, попал в пылу луны или мидедао.

В некотором смысле он умерал и возродился, обогащенный опытом, который дал ему особые способности. Многие после этого переходят к своему ремеслу после того, как жизнь выжила им серьезный удар.

Его собирали буквально заново по частям.

Часто в своем будущем предначинанном шаман умирает из-за или во время, в котором духи или боги уносят его в страны по другим мирам, где ему предстоит передать старое испытание.

После этого он возвращается в свой племя с новыми возможностями. Теперь они могут преодолевать границы времени и пространства, перенося из своего духовного пространства мифы и метафоры, которые направляют и лечат людей, наполняют смыслом их жизнь.

Сновидение - это персонализированный миф. Миф - это деперсонифицированное сновидение.

Все это время Джинджер контролировала ситуацию. Но с помощью телефонного номера команда кинематографов смогла увидеть на Харви Динта. Через запись в телефоне и другие каналы, такие как электронная почта и текстовые сообщения, Харви Динт признавал «жителям Потсдама выехать город из лап Джинджер».

Несколько сотен тысяч фанатов в футболках с надписью и лоджиями Харви Динта ворвались в улицы многих городов Северной Америки.

В последний раз фанатов собирали в специальном месте, где они увидели проекцию Летучей мыши на одной из высоток.

Но в очередной раз Джинджер смеялся последним. Кампания закончилась, когда он находился в воздухе, оставив красные следы на стенах здания.

Недавно спустя в прокат вышел фильм «Темный рыцарь», который стал самым кассовым фильмом 2008 года во всем мире.

Сначала сценаристы попробовали опираться на логистику и драматургию, но при этом им было тяжело - все сводилось к математическим символам или иероглифам. Создавали же хотелось получить нечто лирическое, философское и одновременно таинственное-пугающее.

Означившись, Вернетт попросил жену дизайнера срочно придумать что-нибудь варианты. На следующий день появились «следы от кофе». Жирнее, что самые красивые, по мнению Вернетта, варианты котировались (связь с) в окончательную редакцию фильма не вошли.



На протяжении всего фильма ее предыстория постоянно меняется. Он по-разному к ней обращается, он меняет историю их знакомства, ее сферу деятельности и информацию о ее детстве. Причина этого в том, что она — плод его воображения.

Она — то Луск, то Луна, то Лунис, то физик, то биолог, то полесса, то художница, то в оранжевом свитере, то в желтом, то в сером, то в синем.

Он представляет, как прошло бы знакомство его девушки с его родителями, как бы они провели вместе жизнь и стали свидетелями их свидания.

Вся разница По дороге домой она все больше и больше отворачивается от него. Чтобы оправдать это, он придумывает, что та напилась. Она погружается все глубже в свои мысли и игнорирует его.

Все герои — один и тот же человек.

Мы строим в культуре свой собственный мир. Это не иллюзия. При этом мы не забываем, что мир существует вне нас.

Мы в фантазии. Или в бреду.

Осталось решить главный вопрос: Мне страшно. Кажется, что я сижу с зомби. Не могу расстаться задом. Все предположения верны. Чувствую, как нарастает ужас. Настало время дать ответ. Всегда один вопрос. Ответить всего на один вопрос.

- Фантазия начинает восставать против него самого и уже вот-вот скажет, что между ними все кончено.
- Его жизнь пуста, его фантазии от него отворачиваются, в реальном мире он невидим — так зачем это все продолжать?
- Он не думает покончить с собой, а чувствует приближение своей смерти. И тот самый последний вопрос, на который он хочет получить ответ.

Будьте внимательны и все время помните, в чьей голове мы находимся. И не забудьте потом из нее выбраться.

Cheerily on one she liked to that house for years, decades. - I didn't see it. - Maybe someone is coming to and they brought the swing set back? That's all I can think of. - I suppose. - That seems an unlikely sequence of events. - Well, I didn't see it. - I like to have something to entertain the kids while the parents are getting the house ready. - Huh, huh. - Who knows? - They're really tall swing set there right? - Right. - They're substituting it. - Do you think we should maybe take back? I need to be able to get home tonight, so I can get to it first thing. - I think we'll be ok.

