

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: шмуцтитутулы, шмуцтитутулы 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:

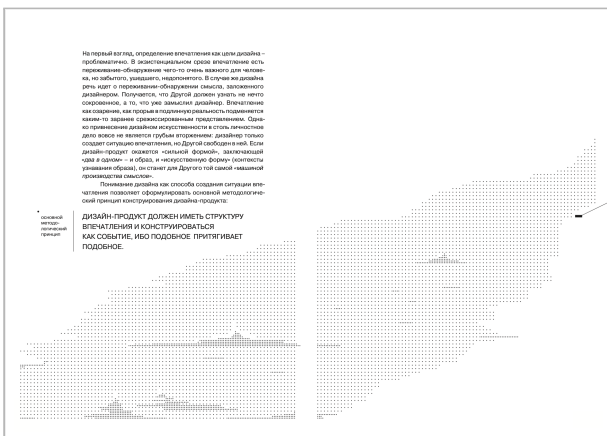
1. Bertolotti E., Daam H., Piredda F., Tassinari V. (2016) The Pearl Diver: the designer as storyteller / (Сайт Desis-PhylosophyTalks)
<https://www.desis-philosophytalks.org/the-pearl-diver/> /февраль 2021
2. Cox I. (2019) SAVE / (Сайт Copyrightbookshop)
<https://www.copyrightbookshop.be/en/shop/ines-cox-save/> /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

Приложение 1. Аналогии

Приложение 1.1

Тематические аналогии

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



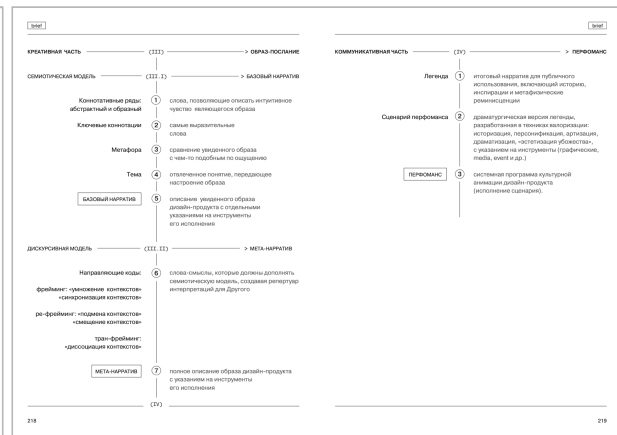
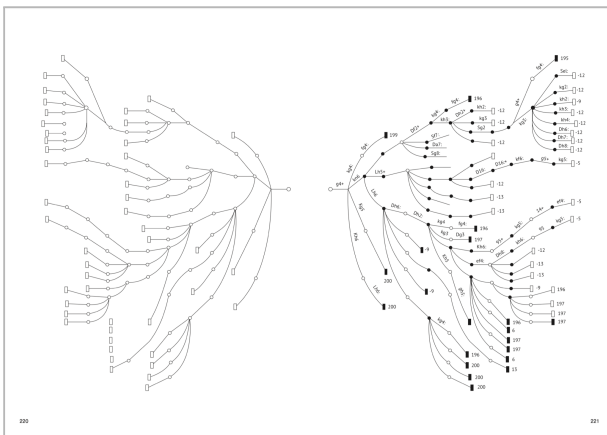
Образ – «материя впечатления»

Явление образа в «границах содержания»

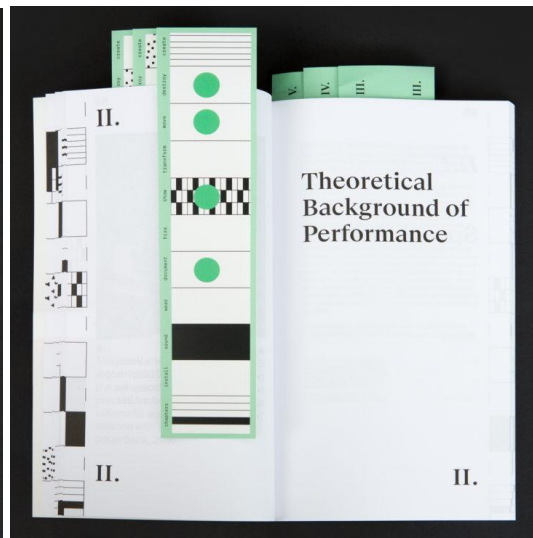
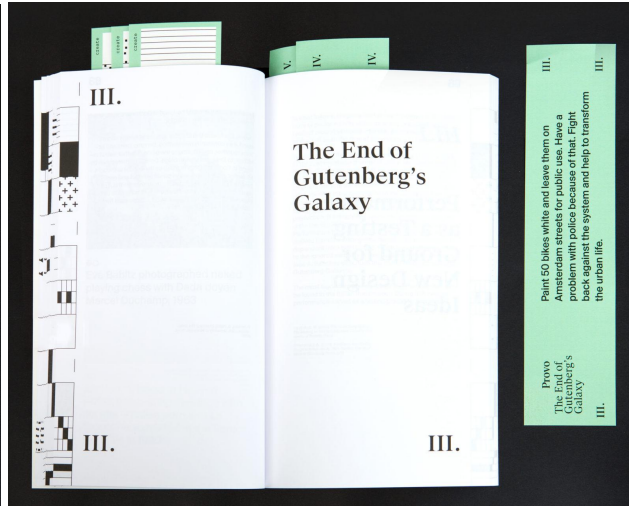
Если цель дизайна – впечатление, внимание тут же смещается с «чуждого» продукта (интерпретированного или «чуждого» образа) на его «образ» – образ М. М. Бахтина. Мысленно назовем образ «чуждой» впечатлением, поскольку только в образе что-то может быть «чуждым». Чуждость, значит, является «магическим» процессивным впечатлением. То, что дизайн создает образ и неструктурированную форму, как явление, является первым созданием основного методологического принципа «дизайн-продукта» дизайнера: нечто структурно-образное и неструктурированное как событие. Созданный образ и дизайн являются «чуждой» формой, но как событие и в то же время «магическим» и «чуждым», когда встает вопрос: «как создавать образ?»

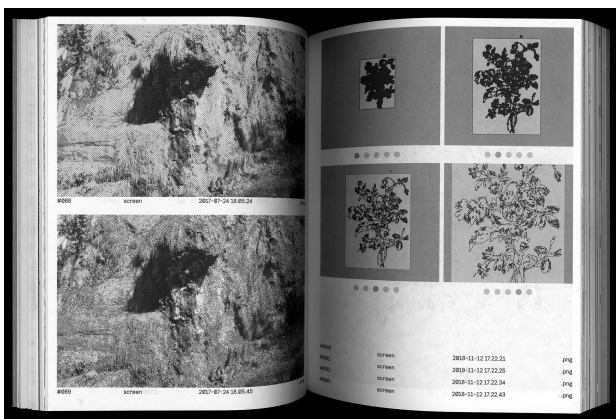
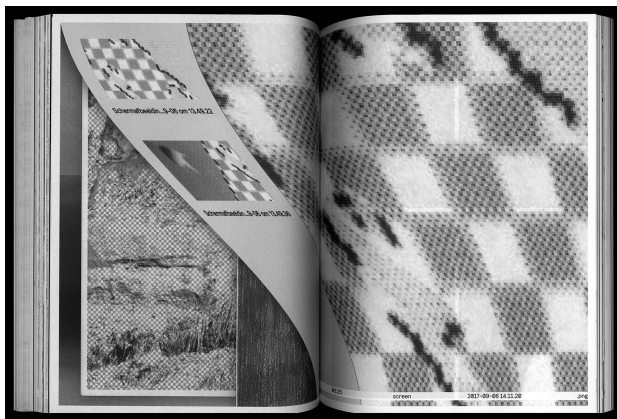
Дело в том, что его вообще невозможно создать. Однако, по второму созданию того же методологического принципа образ нельзя рассматривать, структурировать, работать на «название» и почти неразличимое: как событие возникает сам, сам и образ является сам. Следовательно, во втором дизайне только создается возможность явления образа и при этом быть способной его увидеть. Сначала отменить во вопрос, что значит увидеть явление образа, а затем – как создать возможность, так же как явление.

17



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

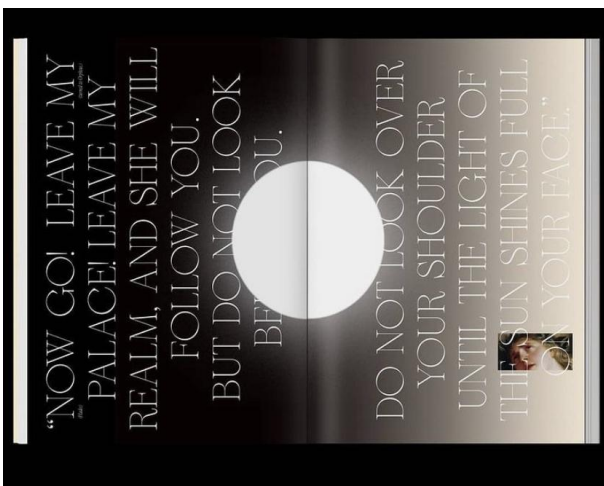
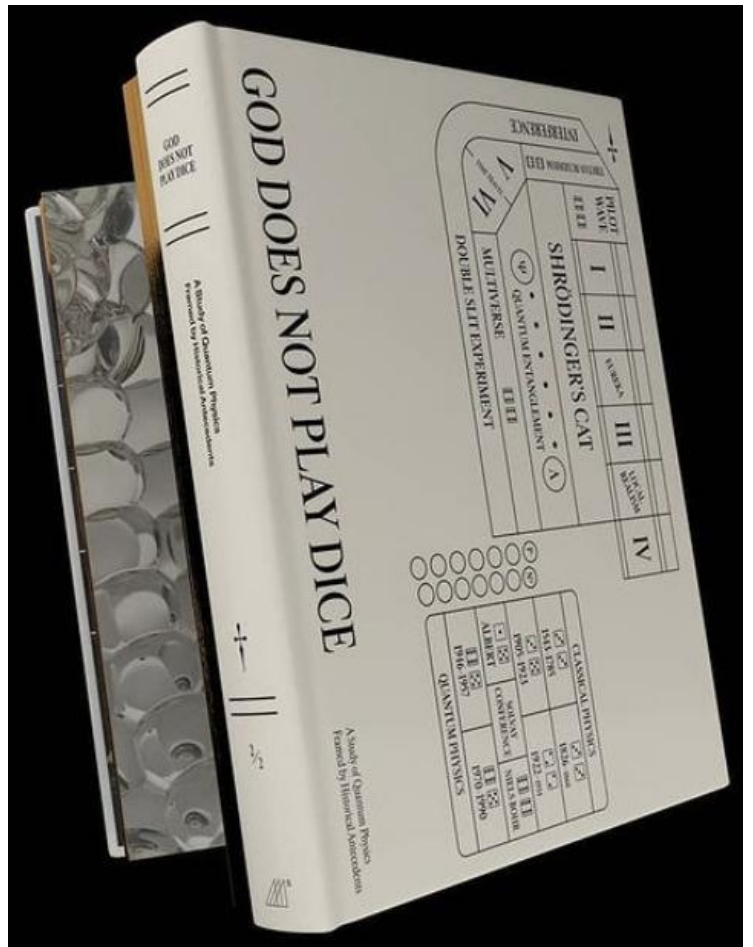




Приложение 1.2

Стилистические аналоги

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



Eine Sommertour in Graubünden / Massimiliano Audretsch

Verzeichnis der Berghöhen		Verzeichnis der Illustrationen	
Namen:	Fuß:	Meter:	
Piz Bernina	13.294	4.049	
Diavolaz	12.054	3.678	
Tal	11.800	3.614	
Piz Linard	11.420	3.410	
Piz Langwand	10.720	3.262	
Schwarzhorn Flöela	10.338	3.146	
Sasso Moro	10.197	3.108	
Sasso Nero	9.568	2.917	
Isa Pizsa			
Morteratsch Gletscher	8.179	2.720	
Chaschnas Pass	8.852	2.694	
Sopner Pass	8.612	2.625	
Mareno Pass	8.389	2.562	
Casciana Pass	8.346	2.558	
Flüela Pass	7.891	2.383	
Bernina Pass	7.695	2.328	
Favosla Pass	7.618	2.315	
Albia Pass	7.680	2.312	
Alp Gröin	7.259	2.103	
Klavas Pass	6.210	1.943	
Tal Livigno	6.148	1.816	
Maloja Pass	6.060	1.813	
Ponteirina Oberengadin	5.912	1.800	
Devos Thal	5.195	1.560	
Abgangspunkt: Lucerne	1.427	436	

222 Das Prätigau

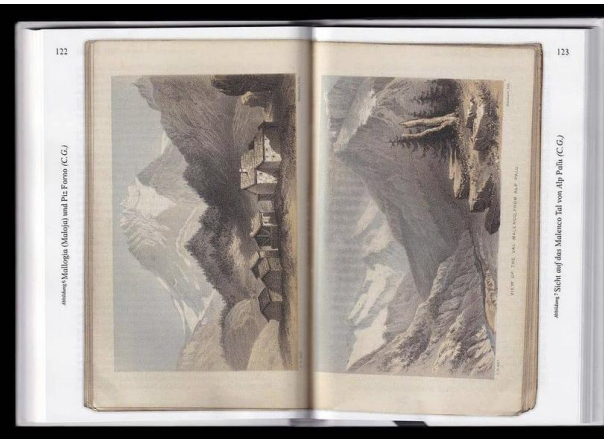
erreichbar sind. St. Moritz, Samaden und Pontresina sind Zentren, von denen aus die schönsten Landschaften des Engadins und der Bernina in Reichweite von Tagesausflügen zu erreichen sind. In Le Prese verbindet sich reine Bergluft mit den weichen Lüften eines stidlichen Adrians und allen Annehmlichkeiten eines ausgezeichneten Hotels, während die Schönbilder des Prätigaus und des Davos Thals von Bad Ragaz aus leicht zu erreichen sind.

Von Ende Juli bis zur ersten Septemberwoche ist wahrscheinlich die beste Zeit für Ausflüge in die Hochalpen rund um die Bernina. Mit einer für solche Wanderungen günstigen Jahreszeit und einer Entschlossenheit, alle kleineren Massivide ein wenig zu betrachten, kann ich mir keinen größeren Genuss vorstellen, der die wahre Liebhaber- und Liebhaber der alpinen Natur in diesem abgelegenen, aber innerst schönem Teil des Landes erwartet, von dem ich abschließend sagen möchte:

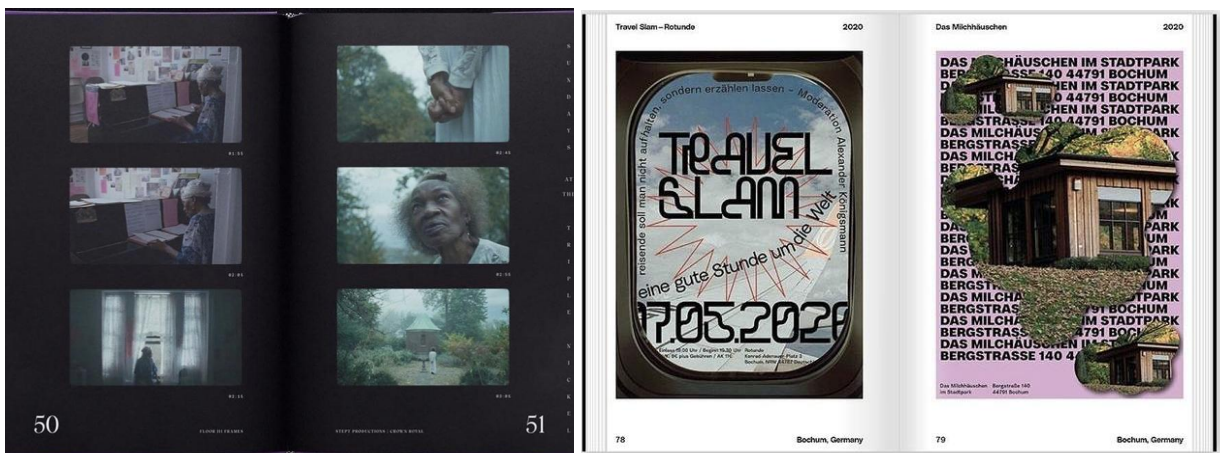
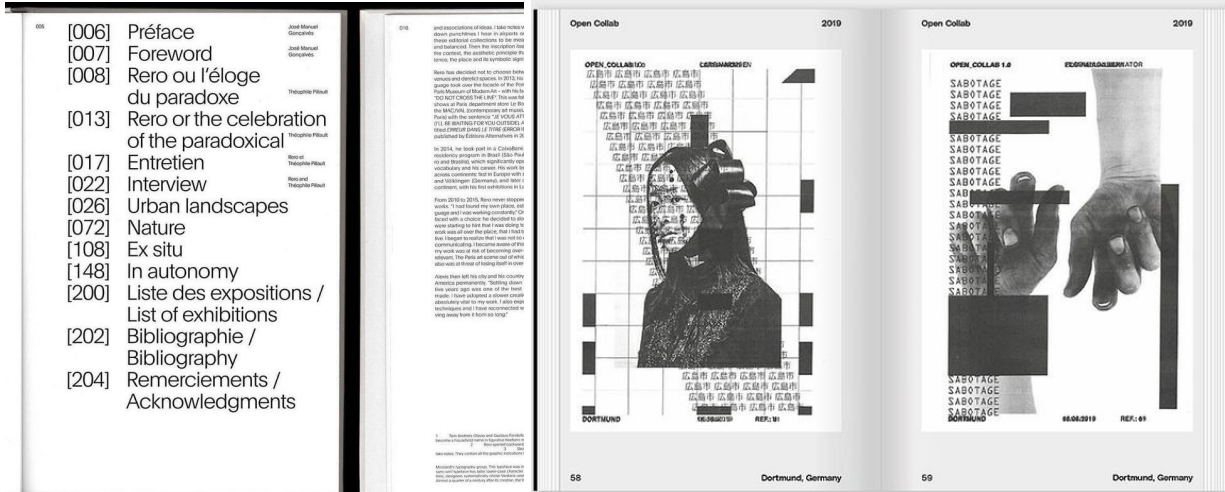
„Das Land ist schön, und gutig wie der Himmel.“

Zitat 21 - Anmerkung: Zitat aus „Mit dem Tal“ von Friedrich Schiller, Kapitel 8, S. 106
Zitat 22 - Abbildung 11 „Chasna da Flatschbach“ (Holzschnitt von H. Georgy)

XVII. Kapitel 223

Примеры верстки и графических приемов



STORY _ TELLING

Storytelling (сторителлинг) – рассказывание историй.

История – это любое повествование, где обязательно есть начало, конец и главный герой. У этого героя есть цель и мотивация, и по ходу истории он преодолевает некое препятствие.

THE WRITER'S JOURNEY

Дизайн – текст – дизайнер



Путешествие героя и путешествие писателя во многом совпадают.

→ Модель путешествия героя ценна для нас тем, что не только охватывает мифологические и сказочные сюжетные схемы, но и представляет маршрут, по которому должен пройти каждый, чтобы стать писателем, да и просто человеком.

Решившись создать собственную историю, вы встретите преграды, пройдёте испытания, получите глотки и радости творчества и, наконец, удостоитесь награды. На дороге вас будут поджидать тени, оборотни, несчастники, луты и привратники.

Работа писателя – это зачастую опасное путешествие в недра собственной души, чтобы добыть пискар опыта – хорошую историю.

Низкая самооценка и нечёткие цели могут стать тенью, ограничивающей ваш труд, редакторские требования, или ваши собственные стандарты могут преподать вам путь, подобно привратникам.

Вас наверняка будут раздражать и мучить многочисленные луты: несчастный стеченья, оборотни, проблемы с компьютером, недостаток времени или самодисциплины.

Писательский труд среди магии.

Прекрасно хотя бы самую незамысловатую историю, вы совершаете нечто сверхъестественное, граничащее с телепатией.

Только подумайте: стоит вам нанести на бумагу несколько знаков в определенной последовательности, и может быть, через тысячу лет кто-то живущий совершенно в другом мире узнает ваши самые сокровенные мысли. Творчество производит пространственно-временные сдвиги и даже побеждает смерть.

Многие писатели и художники в детстве лепили глиняные фигурки, делали игрушки из пластилина, пробовали рисовать. Они открывали в себе творческие способности. Многие писатели и художники в детстве лепили глиняные фигурки, делали игрушки из пластилина, пробовали рисовать. Они открывали в себе творческие способности. Многие писатели и художники в детстве лепили глиняные фигурки, делали игрушки из пластилина, пробовали рисовать. Они открывали в себе творческие способности.

Шаманы иначе называют ранеными целителями.

Как и художники, они отделены от остального мира собственными снами и видениями, своим уникальным опытом. Как и художники, они учатся, пропуская тяжелые испытания. Иногда шаманом становится тот, кто заболел опасным недугом, покатился, совращаясь со скалы, попал в лапы ливня или мидделю.

В некотором смысле он умирает и возрождается, обогащенный опытом, который даёт ему особые способности. Многие писатели приходят к своему ремеслу после того, как жизнь наносила им серьёзный удар.

Его собирали буквально заново по частям.

Часто о своём будущем предзнаменения шаман узнаёт от тех или других богов, в котором духи или боги увлекают его в странствия по другим мирам, где ему предстоит преодолеть различные испытания.

* Путешествие писателя: Кристофер Болгар

Его кладут на стол, вынимают и ломают все его кости. На его глазах все его кости и органы разламывают, обрабатывают и соединяют заново. Человек переключается на другую частоту, как радиоприёмник, обретая способность передавать своим собратьям сообщения из других миров.

После этого они возвращаются в свои племёна с новыми воодушевленными идеями, идеями и силами. Есть истории, которые направлены и представляют наиболее значимые моменты жизни.

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

Облачение в индивидуальность. Это и есть то, что превращает человека в писателя. Это и есть то, что превращает человека в писателя. Это и есть то, что превращает человека в писателя. Это и есть то, что превращает человека в писателя.

Писатели, как и шаманы, получают божественный дар.

Они не просто путешествуют в чужие миры, но и создают собственные.

Сновения, мы проникаем в глубины нашего воображения. Поэтому каждый, кто всерьёз попробовал писать, знает, что эта работа требует удивления и полной сосредоточенности. Сознание новые дикторские приращения – дело непростое.

Отправляясь в другой мир, художник не просто рисует нарисованные картины, чтобы принести полуживых людей и подпитать им воображение. Истинские истории исцеляют людей, помогают им лучше понимать себя, делают мир прекраснее.

Писатели, как и шаманы, получают божественный дар. Они не просто путешествуют в чужие миры, но и создают собственные.

Используют древние архетипы и сюжетные схемы, мы, согласные писатели, опираемся на тесные связи с писателями и шаманами далекого прошлого. Стремимся лечить людей мифологическим анализом, мы превращаемся в современных шаманов.

На задании времени детскими вопросами, ответы на которые издавна даёт миф.

- Кто?
- Откуда появился?
- Что со мной будет после смерти?
- Каково мое предназначение в жизни?
- Куда заведет меня мое собственное путешествие?

Последние бушующие на бумаге и восторженные восклицания писателей могут казаться совсем не похожими на эти вопросы. Но если вы внимательно присмотритесь к этим вопросам, вы увидите, как они связаны с самыми глубокими страхами и надеждами каждого из нас.



STORY

6-49 | 100-125

PERSONA

50-75 | 126-143

WORLD

76-95 | 144-171

Содержание

Когда я только начинал, 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.

Герри Давкинс



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

Uuccch!

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, беседует с таксисткой-латиноамериканкой о том, как принято называть людей в разных странах, делает вывод: ее испанское имя поэтично 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.

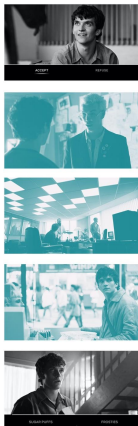
Персонажи «Криминального чтива» спорят о системах ценностей в соответствии с постмодернистским представлением, что ни один из существующих этических кодексов не отвечает потребностям сегодняшнего дня. Джулс и Винсент говорят о нравственном значении массажа стоп и о космическом смысле рисунка отверстий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

Основные факторы, определяющие интерактивные среды – это **открытость**, **замкнутость** и **сложность**.

Еще один критерий, который стоит принимать во внимание, разрабатывая проект – **открытость или закрытость интерактива**. Этот дуализм предложил Лев Манович в «Язык новых медиа».

Под закрытой интерактивностью он подразумевает активное взаимодействие зрителя или игрока с уже готовыми элементами ветвящейся структуры, а под открытой – генерацию всей структуры, а под открытой – генерацию всей структуры или отдельных ее элементов на лету, прямой реакцией на действие пользователя.

Выбор между открытым и закрытым интерактивом напрямую влияет на сложность проекта, как сценарно, так и производственно, поскольку требует использования небюджетного интеллекта, продвинутого программирования и т. п.



Интерактивность – способность системы к изменению своего состояния в ответ на воздействие извне (пользователя, другой системы).

Замкнутость – ограниченное взаимодействие с внешним миром, способность к автономной работе.

Открытость – способность к взаимодействию с внешним миром, способность к генерации нового контента.

Кэти Сейлен и Эрик Циммерман «Правила игры: Основы геймдизайна» 5

Когнитивная интерактивность
Интерпретируемое взаимодействие

Психологическое, эмоциональное и интеллектуальное взаимодействие индивидуума и системы. Пример: словесное взаимодействие игрока с графической игрой-адвенчура, когда он погружается в мир игры и задействует свое воображение.

Функциональное взаимодействие
Утилитарное взаимодействие

Подразумевает функциональное или структурное взаимодействие с материальными компонентами системы (как реальными, так и виртуальными). Пример: интерфейс игры, его меню, экран отклика, читабельность текста.

Интерактивность за пределами объекта
Взаимодействие с культурой объекта

Случай, когда интерактивность выходящая за пределы единичной разработочной системы. Самый показательный пример: фан-культура, где участники создают совместные реальности на основе уже существующих систем.

Эксплицитная интерактивность
Взаимодействие с использованием предусмотренных выборов и процедур

То, что чаще всего понимается под интерактивностью: перевод по линейным ссылкам в гипертекстовом романе, следование правилам настольной игры, смена одежды на бумажной кукле. Этот вид интерактивности включает в себя выборы, случайные события, динамические симуляции и другие запрограммированные заранее процедуры.