Федеральное агентство связи

ордена Трудового Красного Знамени федеральное государственное

бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Московский технический университет связи и информатики»

Факультет информационных технологий

Кафедра «Информатика»

Курсовая работа по дисциплине «Основы программирования»

на тему: «Интерактивный сторителлинг в кино, VR и иммерсивном театре»

Выполнила: студентка группы БСТ2001

Бараничева Ю. Л.

Проверил: доц. кафедры «Информатика»

Гуриков С.Р.

Москва, 2020

**Содержание**

ВВЕДЕНИЕ 3

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ 5

ГЛАВА 1. Теоретическая часть 7

* 1. Трансформация зрителя и среды 7
     1. Краткий обзор изменений в медийном ландшафте 2009-2019 г. 7
     2. Изменение аудитории 9
  2. Интерактивные среды 10
     1. Обзор интерактивных сред 10
     2. Проектирование и драматургия интерактива 14
  3. Интерактивное кино 20
     1. Точка зрения и выбор зрителя 20
     2. Особенности постановки и съемки интерактивного проекта 23
  4. Виртуальная реальность 24
     1. История вопроса 24
     2. Краткий обзор расширенной реальности 25
     3. Обзор видов VR 26
     4. Драматургические аспекты создания виртуальной реальности 27
     5. Постановка в VR 28
  5. Иммерсивный театр 28
     1. Дизайн пространства 28
     2. Тема, эмоция и жанр в иммерсивном театре 29
     3. Драматургия через пространство 30
  6. Вывод 32

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 33

**ВВЕДЕНИЕ**

**Актуальность темы.** **В связи** с быстрым развитием индустрии медиаконтента, особую популярность приобрел инструментарий для его создания. **Однако** он настолько большой, что любой творческий человек, ищущий возможность самовыражения, впадает в ступор, поэтому изучение особенностей применения различных сред для создания медиаконтента **представляет собой актуальную задачу.**

**Стоит отметить**, что за последние несколько десятилетий цепочка взаимоотношений создателей контента и зрителей претерпела такое количество изменений, что сейчас даже самые опытные эксперты и прежде всего игроки рынка не успевают охватить весь объем и потенциал имеющихся технологий, поэтому проблема раскрытия особенностей применения и функционирования интерактивного сторителлинга в кино, VR и иммерсивном театре **приобрела особую актуальность**.

**Самое главное,** сторителлинг перестаёт быть монологичным, обращённым от автора к зрителю. В интерактивной среде появляется обратная связь, возможно возникновение диалога.

Сразу несколько смежных индустрий— компьютерные игры, кино, СМИ и театр — переживают бурную технологическую трансформацию. Навыки работы с играми и интерактивом теперь востребованы и у журналистов, и у театральных драматургов, и у режиссёров. Интерактивное кино набирает обороты. Игровая индустрия, в свою очередь, заимствует лучшее у сериального сторителлинга.

**В связи с этим** самой большой проблемой, которую испытывают все эти бурно растущие отрасли, является кадровая. Очень велик смысловой и профессиональный разрыв между авторами и дизайнерами современных игр, которым ближе механистический подход, — и драматургами, приходящими к интерактивному сторителлингу из традиционных творческих профессий — в основном это журналистика и кинематограф.

**Дополнительным подтверждением актуальности** темы курсовой работы служит тот факт, что людей, не понаслышке знакомых с обоими этими мирами, упомянутыми ранее, почти нет.

**Объектом исследования**, проведенного в рамках данной курсовой работы, являются интерактивный сторителлинг.

**Предметом исследования** является интерактивный сторителлинг как социокультурная технология в кино, VR и иммерсивном театре.

**Цели работы и задачи исследования.** Цель работы -раскрыть особенности применения и функционирования интерактивного сторителлинга в кино, VR и иммерсивном театре. Поставленная цель определила следующие основные задачи исследования:

1. Анализировать основные теоретические положения.
2. Разработать программный проект, содержащий электронное пособие и текстовую программу по вышеуказанной теме.

**Методы исследования**. Для решения поставленных задач были использованы теоретические методы исследования. Теоретическую основу исследования составили труды в области «Интерактивного сторителлинга в кино, VR и иммерсивном театре» Уткина А. А. и Покровской Н. В.

**ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ**

* 1. **Основания для разработки ПОЧЕМУ 1.7??**

**ЗДЕСЬ И ДАЛЕЕ НАДО ЧИТАТЬ ГОСТ В ЧАСТИ ОФОРМЛЕНИЯ ЗАГОЛОВКОВ**

Основанием для разработки является задание, выполненное в соответствии с заданием, полученным от кафедры «Информатика» Московского технического университета связи и информатики и утвержденное научным руководителем доц. Кафедры «Информатика» к.п.н. Гуриковым С.Р. Дата утверждения 02.10.2020.

* 1. **Назначение разработки**

Программный продукт предназначен для ознакомления с основными теоретическими положениями по теме курсовой работы и проверки знаний пользователя с помощью тестовой программы.

* 1. **Требования к программе**
     1. **Требования к функциональным характеристикам**

ПОЧЕМУ ТАКИЕ ОТСТУПЫ ОТ ПОЛЕЙ??Разработанный программный продукт должен обеспечить выполнение следующих функций: возможность вывода результатов исследования для пользователя, ознакомление с теоретической частью.

* + 1. **Требования к надежности**

Разрабатываемое программное обеспечение должно иметь устойчивую работу, в соответствии с алгоритмом программы, выдавать сообщение об ошибках, поддерживать диалоговый режим, в рамках представляемых пользователю возможностей.

* + 1. **Требование к составу и параметрам технических средств**

Минимальные и рекомендуемые системные требования для ПК.

* + 1. **Требования к информационной и программной совместимости**

Программа должна легко устанавливаться, функционировать и корректно работать при наличии следующего ПО: OC Windows XP и более поздние версии.

* + 1. **Требования к транспортированию и хранению**

Программа поставляется на usb-флеш-накопителе. Программная документация поставляется в электронном и печатном виде.

* + 1. **Требования к программной документации**

В ходе разработки программы должны быть подготовлены: текст программы, описание программы, методика испытаний, руководство пользователя.

* 1. **Стадии и этапы разработки**

Таблица 1 – стадии и этапы разработки **ЗДЕСЬ И ДАЛЕЕ НАДО ЧИТАТЬ ГОСТ В ЧАСТИ ОФОРМЛЕНИЯ ТАБЛИЦ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № Этапа | Название этапа | Срок выполнения | Отчетность |
| 1 | Утверждение темы | До 02.10.2020 |  |
| 2 | Написание введения | До 12.10.2020 |  |
| 3 | Составление ТЗ и написание теоретической части | До 29.10.2020 |  |

**Глава 1. Теоретическая часть**

* 1. **Трансформация зрителя и среды**
     1. **Краткий обзор изменений в медийном ландшафте 2009-2019 гг.**

Идеология и культура в современном обществе постоянно деконструируют себя. Тот же феномен можно заметить в кино и сериалах. Если в доцифровую эпоху такой приём, как, например, «слом четвёртой стены», когда персонаж с экрана смотрит в камеру и обращается непосредственно к зрителю, был зарезервирован за артхаусом и экспериментальным кино, то сейчас персонаж, обращающийся с экрана напрямую к зрителю, и вовсе явление повседневное.

**В свою очередь,** цифровая культура, тоже перестаёт скрывать свою сущность. Отделяясь от аналогового мира, цифровая среда показывает нам новые возможности как создавать контент, так и взаимодействовать с ним. Сегодня, кроме новых технических возможностей, порождённых «цифрой», при создании интерактивного произведения нужно учитывать и то, как изменились обстоятельства и менталитет зрителя (игрока).

**Чрезвычайно показателен тот факт**, что для молодого поколения соц. сети - это просто ещё один канал информации, среда, которая даёт ощущение связанности с другими, приносит новости и позволяет сформировать собственный образ. Это, **в свою очередь**, повышает требования молодых поколений к технологиям, которые должны быстро и эффективно удовлетворять их потребности. Доступ к контенту сегодня важен не менее, чем сам контент, и доказательство этому мы наблюдаем уже сейчас: пока Стивен Спилберг выступает перед оскаровскими академиками, требуя закрыть фильмам производства Netflix доступ к премии, в Великобритании тем временем 45% зрителей, согласно данным Global Web Index, предпочитают походу в кино SVOD. **Стоит отметить,** что доступность контента в любой момент круглые сутки, которая так важна молодой аудитории, отлично работает в связке с интересным оригинальным наполнением и позволяет стримингу отвоёвывать позиции у традиционного кино.

Компания Adobe в своём ежегодном отчёте Adobe Consumer Content Survey, на который во многом опирается индустрия интернет маркетинга, выделяет пять основных трендов в потреблении цифрового контента на 2018 год:

1. Люди проводят более трети суток — в среднем 8,8 часа, — взаимодействуя с цифровым контентом.
2. Потребители больше не терпят низкокачественный контент.
3. В потреблении цифрового контента растёт роль инновационных технологий.
4. Брендам предстоит персонализировать контент, не отпугивая потребителей.
5. Большинство потребителей всё ещё доверяют соцсетям.

**Как известно**, с приходом SVOD и веб сериалов производители контента, освобождённые от требований к перерывам на рекламу, получили возможность разбивать свои истории на эпизоды, комфортные для потребления конкретной аудиторией. Жанры, адресованные более молодым поколениям, теперь можно подавать короткими эпизодами, которые можно посмотреть на перемене в школе, в компании друзей или практически на бегу.

**Однако**, дробится не только контент, но и внимание зрителя/игрока. Люди со смартфоном в руке уже не отключаются от него во время просмотра — «второй экран» служит для обсуждения в чате, уточнения увиденного в «Википедии» и прочей сопроводительной деятельности. **У подобной многозадачности есть и обратная сторона**, когда человек одновременно выполняет несколько различных дел, используя при этом цифровые технологии, снижает глубину переработки информации.

Повсеместность и доступность цифрового контента, а также потребность молодых поколений в самовыражении и саморепрезентации создают условия, когда зрители или игроки становятся соавторами историй.

Сейчас мы наблюдаем развитие платформ, полностью посвящённых социальному видео: IGTV (Instagram также планирует запустить возможность группового просмотра видео), Facebook Watch, YouTube Originals. Их главные приметы? **Разумеется,** эпизодический и сериализованный контент, преимущественно в малых формах.

**ЧЕМУ РАВЕН АБЗАЦ???Как известно**, самой важной социальной сетью 2018 г. издание The Verge назвало многопользовательскую онлайн Fortnite. Подростки собираются в Fortnite, чтобы поделиться новыми музыкальными треками, трейлерами к фильмам или мемами, обсудить события в школе. The Verge: за последние десятилетия множество видов нашей деятельности, которые подразумевали социализацию, перенеслись в онлайн: знакомства, ресторанная еда, шопинг. И если старшее поколение успело наработать необходимые паттерны «офлайнового» поведения, чтобы не растеряться, то младшее, в первую очередь подростки (так называемое поколение Z) и отчасти миллениалы, не мыслящие себе жизни без интернета, а то и без смартфона, вынуждено самостоятельно приспосабливаться к новой среде.

* + 1. **Изменение аудитории**

Цифровое бытие приводит к тому, что, по мнению журнала The Atlantic, нынешнее поколение подростков, **с одной стороны**, живёт намного безопаснее, чем предыдущие, **а с другой** — эта безопасность кроется в том, что в свободное время они почти не покидают пределов своей комнаты. **Не менее существенно и то**, что это же явление приводит и к рекордному числу депрессий и панических атак . Для тех, у кого основным окном социализации является смартфон, это устройство становится одновременно источником ответов и ещё большего количества вопросов. Избыток информации, который знаком любому пользователю интернета, порождает избыток вариантов поведения. **Как существенный тренд выделяют и то**, что в качестве пред почтительной соцсети поколение Z выбирает не Facebook, а Instagram, а в нём, чего и следовало ожидать, отдаёт пред почтение видео и формату Stories.

В среде, где доминирует значимость социальных сетей, на первый план выходит подход Ричарда Эрскина: выделив 96 основных человеческих потребностей, он определил восемь из них как универсальные для всех культур:

1. Безопасность.
2. Ценность, подтверждение значимости человека другими людьми.
3. Стабильное принятие значимым другим.
4. Взаимопонимание, подтверждение опыта.
5. Самоопределение.
6. Влияние на других людей.
7. Взаимная инициатива в отношениях
8. Выражение любви.

**Сделаем вывод**, что интерактив как взаимоотношение с историей, её героями и с самим собой в той или иной роли — это рефлексия и отработка в безопасной среде. вышеописанных потребностей. Это делает его особенно привлекательным и эффективным инструментом разговора, в первую очередь с молодой аудиторией.

* 1. **Интерактивные среды**
     1. **Обзор интерактивных сред**

**Известно**, что Стив Диксон делит интерактивность на четыре категории: навигация, участие, разговор и сотрудничество. Деление строится на возрастаниитворческой свободы пользователя и связано с оригинальностью, качеством или уровнем воздействия интерактивного произведения.

Кэти Сей лен и Эрика Циммермана выделяют четыре вида интерактивности:

* Когнитивная интерактивность, или же интерпретативное взаимодействие;
* Функциональная интерактивность, или же утилитарное взаимодействие;
* Эксплицитная интерактивность, или взаимодействие с использованием предусмотренных выборов и процедур;
* Интерактивность за пределами объекта, или взаимодействие с культурой объекта.

Основные факторы, определяющие для нас интерактивные среды, — это агентность (способ существования в истории, позволяющий зрителю/игроку осознанно действовать), эмпатия и сложность. **Однако** рассматриваем эмпатию не во всей широте этого психологического термина, а лишь ту её сторону, которая касается взаимодействия человека с контентом.

На рисунке 1 представлено расположение интерактивных фильмов, VR-проектов и интерактивный иммерсивный театральный проект на схеме между эмпатией и агентностью – и с условной зависимостью от когнитивной нагрузки.

Рисунок 1 - Расположение интерактивных фильмов, VRпроектов и интерактивный иммерсивный театральный проект на схеме между эмпатией и агентностью – и с условной зависимостью от когнитивной нагрузки.

Эмпатию и агентность можно для удобства представить в виде двух полюсов. По словам психотерапевта Татьяны Салахиевой-Талал, если принять эту условную дихотомию, то на первом из полюсов будет полная пассивность, высокая эмоциональная восприимчивость, сниженные психологические защиты. На втором полюсе, агентности, — больше возбуждения активно действующего человека, взрослого. Это позиция, в которой можно отрабатывать вещи, недоступные в обычной жизни. Она способствует катарсическому взрыву подавленной ранее энергии, даёт свободу экспериментировать и искать выражение закрытых прежде эмоций.

**Ещё один критерий, который стоит принимать во внимание**, разрабатывая проект, — открытость или закрытость интерактива. Этот дуализм предложил Лев Манович в «Языке новых медиа». Под закрытой интерактивностью он подразумевает активное взаимодействие зрителя или игрока с уже готовыми элементами ветвящейся структуры, а под открытой — генерацию всей структуры или отдельных её элементов «на лету», прямой реакцией на действия пользователя.

Образец закрытого интерактива — сколько бы выборов вы ни давали зрителю, количество элементов структуры в этой среде всегда ограниченно — интерактивное кино, как результат, даёт зрителю меньше всего агентности по сравнению с другими средами.

Преимущество низкой агентности в интерактивном кино — низкий порог вхождения в историю. **В отличие от** игры, интерактивного VR или тем более иммерсивного спектакля, чтобы посмотреть интерактивное кино, зрителю, как правило, достаточно достать смартфон и потратить от 5 до 20 минут своего времени (если говорить об эпизодическом контенте).

**Ещё одно преимущество** низкой агентности интерактивного кино в том, что при наличии сильного сквозного сюжета эпизодический контент можно адаптировать в линейную версию. Вы безболезненно убираете возможность выбора, оставляя самый сильный и яркий, на ваш взгляд, вариант сюжета в качестве основного, и получаете полноценный короткий или даже полный метр.

**Стоит отметить,** что интерактив в играх может быть как закрытым, так и открытым — это спектр. Одна крайняя точка этого спектра — линейное повествование, в котором интерактив меняет зрительское восприятие. Однако у всех игр есть одна общая черта, которая и делает их играми, — агентность. Она варьируется в зависимости от жанра и сложности игры, но всегда остаётся высокой по сравнению не только с интерактивным кино, но и со значительной частью нарративного VR-контента. Эмпатия в играх напрямую связана со сторителлингом и работает по тем же законам, что и в кино: чем сильнее нарративная составляющая, чем проработаннее сюжет, тем выше эмпатия игрока к персонажам.

Говоря об агентности, мы понимаем, что из всех рассматриваемых тут сред VR покрывает самый широкий диапазон. С этим фактором напрямую связана сложность VR-проекта. **В силу того**, как устроен этот медиум, даже самый простой VR-проект всегда будет восприниматься сложнее, чем аналогичная игра или кино, ведь мы не просто показываем зрителю историю в окошке, управляя его вниманием, — мы погружаем его в мир, где за его внимание борется каждый объект, каждый звук.

Интерактив иммерсивном театре возникает, когда зрители вовлекаются в повествование; в некоторых постановках вся агентность заключается в том, что зритель волен выбирать, «куда ему смотреть», — он может менять направление взгляда, присоединяться к той или иной группе актёров или других зрителей, в многозальной постановке — переходить между залами. **Исходя из этого**, эмпатия в удачных иммерсивных шоу всегда высока. Зрители имеют дело с реальными актёрами, причём на сокращённой дистанции — всякий, кто работал или находился в непосредственной близости от высококлассного актёра, играющего роль на сцену или на камеру, подтвердит эффект практически моментального подключения.

* + 1. **Проектирование и драматургия интерактива**

**Если говорить о** когнитивной нагрузке или её отсутствии, интерактив можно разделить на два вида: физический и интеллектуальный. Физический интерактив, который возможен в играх, VR или иммерсивном театре, — это взаимодействие с окружающим миром. Второй вид интерактива, интеллектуальный — как раз тот, в котором игрок или зритель должен принять решение за персонажа. У игрока должно сохраняться ощущение, что от него зависит нечто важное, и процесс выбора не должен превратиться в рутину. По мнению сценаристки Юлии Идлис, какими бы ни были интерактивные проекты, для всех них работает общее правило: обязательно нужна реакция на выбор игрока.

**Разумеется**, что первый и очевидный вариант облегчения когнитивной нагрузки — минимизировать интеллектуальный интерактив, сведя его к перемещению по среде и несложному взаимодействию с ней. Очевидный пример — всё интерактивное кино, где зритель видит лишь то, что ему показывают, а отвлекается от сюжета только в определённые авторами моменты, когда он переходит в активное смотрение и делает выбор. **Теперь рассмотрим** и другие способы облегчить когнитивную нагрузку на зрителя/игрока, сохраняя баланс активного и пассивного смотрения и поддерживая вовлечённость. **Например**, в ряде ролевых игр последнего времени, допустим «Ведьмак 3: Дикая охота», некоторые сложные диалоговые выборы имеют таймер, по истечении которого игра случайным образом выберет за зрителя. Эта же механика работает и в эпизоде «Брандашмыг»: **с одной стороны**, она несколько накаляет эмоциональную обстановку, но **с другой** — облегчает когнитивную нагрузку на зрителя, который может сознательно «отпустить» выбор и довериться генератору случайных чисел. Ещё один ключевой инструмент, влияющий на когнитивную нагрузку, — интерфейс. Здесь действует общее правило — он должен быть как можно менее заметным и как можно более очевидным, не отвлекающим от сюжета и выбора, стоящего перед зрителем/игроком.

**Доказано,** что позиция зрителя относительно истории, его близость или, наоборот, отстранённость, также влияет и на его выбор в интерактиве, и на эмоциональное восприятие сюжета и персонажей. Точка зрения и нарративные приёмы напрямую влияют на то, как зритель будет идентифицировать себя с героем и насколько сильной будет эта идентификация. **Можно выделить** несколько основных точек зрения зрителя относительно сюжета и героев:

1. Зритель пассивно смотрит на героя на экране, например в кино.
2. Зритель находится внутри иммерсивного проекта, не выступая за кого-либо из героев.
3. Зритель смотрит на героя «через плечо» другого человека, например так называемый «летсплей», когда кто-то играет в компьютерную игру и показывает процесс.
4. Зритель смотрит на экран глазами героя— уже упомянутый здесь screenlie.
5. Зритель смотрит на героя на экране от третьего лица, действуя от его имени,— интерактивное кино и большинство RPG.
6. Зритель выступает от первого лица и действует от имени героя — в первую очередь это игры PS, как в традиционном, так и в иммерсивном формате.
7. У зрителя есть своя роль, будь то традиционный или иммерсивный формат.
8. Зритель является героем — в истории используются его личные данные.
9. Дополнительным усложнением может быть возможность переключаться между героями, через которых зритель воспринимает историю и взаимодействует с ней.

Исследовательница Шарлотта Смит в своей работе «Отождествление через погружение в литературе, кино и видеоиграх» предполагает, что авторы предлагают зрителю идентифицировать себя с героем, отключая нас от нашего собственного телесного опыта и предлагая нам взамен художественный. И если зритель вовлекается в происходящее настолько сильно, что ограничения среды ему становятся незаметны, он проживает нарратив так, как мы с вами проживаем события реальной жизни. Смит предлагает следующие степени идентификации зрителя с героем:

1. Идентификация через воображение.
2. Идентификация через другого.
3. Идентификация через трансформацию.

Выделяют три основных вида повествования в интерактивных средах. Проще всего понять различия между ними, обратив внимание на различия в «авторстве» повествования:

1. Скриптованный, или эксплицитный нарратив.

Автор — вы. Все возможные события, варианты действий и реакции на них, как других персонажей, так и окружающего мира, прописаны вами заранее. **Особенностью является** то, что восприятие в скриптованном нарративе ближе к пассивному, как в кино.

На рисунке 2 представлен скриптованный (в данном случае – ветвящийся) нарратив.

Рисунок 2 - Скриптованный (в данном случае – ветвящийся) нарратив.

1. Реактивный нарратив.

Вы автор, но игрок способен генерировать уникальные реакции мира на свои действия. Реактивный нарратив колеблется между скриптованным и эмерджентным. Можно определить его как разновидность скриптованного нарратива, в которой есть место для импровизации. Лучшие её пример — иммерсивный театр: у вас есть сюжет, но он не опирается на персонажа игрока.

На рисунке 3 представлен реактивный нарратив. Стрелочками обозначены внешние факторы.

Рисунок 3 - Реактивный нарратив.

1. Эмерджентный нарратив.

Игрок — автор в мире, придуманном вами. Термин, образованный от английского to emerge — появляться, показываться, всплывать. **Характерно,** что это повествование без прописанного сюжета, которое возникает органически, в ходе игры, исключительно благодаря действиям игрока (или игроков в мультиплеере) в мире с чётко прописанными правилами и высокой детализацией.

На рисунке 4 представлен эмерджентный нарратив. Зачастую он цикличен (смена дня и ночи).

Рисунок 4 - Эмерджентный нарратив.

**Весьма любопытно**, игры и VR с высокой степенью интерактивности обычно тяготеют к одному конкретному виду нарратива. Силия Пирс предлагает более подробную модель элементов нарратива:

1. Эмпирический нарратив рождается из основного конфликта внутри игры.
2. Перформативный нарратив наблюдают зрители, следящие за игрой.
3. Дополняющий нарратив возникает из различной информации, интерпретаций, предыстории героев и мира и т. п.
4. Описательный нарратив возникает при анекдотическом пересказе событий игры кому-то ещё.
5. Метаистория — нарративная «надстройка», которая задаёт контекст или основу для основного конфликта игры.
6. Сюжетная система — свод правил или набор нарративных частей, которые позволяют игроку создавать свой нарративный контент.

Если соединить активное/пассивное взаимодействие и роль в повествовании, может получиться ещё один удобный способ смотреть на интерактив и агентность. **Обратите внимание,** что этот способ смотреть на интерактив и роль зрителя похож на приводившийся ранее более подробный список точек зрения зрителя, но позволяет посмотреть на вопрос под другим углом.

Таблица 1 – Интерактив и роль зрителя относительно сюжета и героев.

**Существование**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Влияние** | **Наблюдатель** | **Участник** |
| **Активность** | **Активный наблюдатель**  «#Все сложно»  «Мозаика» | **Активный участник**  «твоя\_игра»  Accounting+ |
| **Пассивность** | **Пассивный наблюдатель**  традиционное кино  традиционный театр | **Пассивный участник**  «Ворон: Легенда»  «Хардкор» |

Вот несколько особенностей каждого из вариантов:

1. Активный наблюдатель: вы смотрите на историю «бесплотным духом», но можете на неё влиять.
2. Пассивный наблюдатель: вы смотрите линейную историю и не можете на неё влиять никак, кроме управления просмотром — паузы и перемотки.
3. Активный участник: вы воплощены в виде героя или иной движущей силы истории, вы можете влиять на историю, мир истории реагирует на вас и может изменяться.
4. Пассивный участник: вы воплощены в виде героя или другой силы как молчаливый наблюдатель, история не взаимодействует с вами и не поддаётся изменению.
   1. **Интерактивное кино**

**Точка зрения и выбор зрителя НЕ НАДО ДЕЛАТЬ 3-Х УРОВНЕВОЕ ВЛОЖЕНИЕ**

Интерактивные кино и сериальные проекты можно условно разграничить по нескольким признакам:

1. Зритель наблюдает за происходящим, выбирая точку зрения (зритель переключается между камерами).
2. Зритель принимает решение, в какую сторону повернёт сюжет;
3. Сюжет линеен или имеет незначительное ветвление, мало затрагивающее драматургию повествования.
4. Сюжет имеет существенное ветвление, различные концовки, и драматургия истории может радикально поменяться.

**Следует отметить**, что кино работает со зрителем эмпатически, во «второй позиции» — зритель эмоционально подключается к героям повествования и проживает историю вместе с ними. Как только вы вводите в линейную среду интерактивность, возможность нелинейного развития повествования при участии зрителя, зритель превращается в игрока и переключается из «второй позиции» в «метапозицию», состояние спокойного, холодного, интеллектуального наблюдения, необходимого для принятия решений в интерактиве.

**Основной плюс** введения интерактивности в кино — перевод зрителя в активную позицию, в которой зритель превращается в игрока и становится соучастником, практически соавтором действия. **Особенно хорошо** интерактив работает с людьми, выросшими уже в эпоху компьютерных игр (30–40 лет и младше). Для того, чтобы избежать рисков «неправильного» перевода человека из пассивной позиции в активную следует соблюдать следующие правила:

1. Прежде чем предложить зрителю сделать самый первый выбор, убедитесь, что вы достаточно проэкспонировали вашу историю и успели «сроднить» зрителя с её героями. Он им уже сопереживает. Разложите вашу историю линейно и проверьте, чтобы первый интерактив возникал на границе первого и второго актов. Первый акт лучше не трогать.
2. Определите точки в истории, в которых вы вводите интерактив.
3. Убедитесь, что эти точки не случаются слишком редко или слишком часто — в первом случае зритель может заскучать, во втором — устать от постоянной необходимости что-то выбирать.

«Поляризация дискурса» - это небольшое упражнение позволяет чётко определить сюжетный поворот, вокруг которого будет построен интерактив эпизода или сцены, чтобы максимально заострить выбор для зрителя и эмоционально, и повествовательно.

В каких случаях поляризация работает лучше всего? Вот несколько критериев, которые помогут определить поворотную точку в истории и наполнить её смыслом:

1. Выбор должен быть очевиден для зрителя.
2. Выбор должен быть морально этически окрашен.
3. Предыстория или предыдущие события должны давать смысловую основу для такого выбора.
4. Варианты выбора должны вести к максимально полярным последствиям.
5. Ставка для героя должна быть максимальна.
6. Последствия выбора должны быть более менее очевидны.

Варианты развития сюжета внутри интерактивного кино можно разложить на спектр:

1. Единая фабула («Мозаика», Undocumented: Bidune Kaid).

На рисунке 5 представлена единая фабула/множество точек зрения – зритель «переключает камеру»

Рисунок 5 – Единая фабула.

1. Единая фабула с изменениями в процессе («#ВсёСложно»).

На рисунке 6 представлена единая фабула с небольшими изменениями в процессе.

Рисунок 6 – Единая фабула с небольшими изменениями в процессе.

1. Разные фабулы («Ночная игра», «Брандашмыг»).

На рисунке 7 представлены разные фабулы.

Рисунок 7 – Разные фабулы.

Gameflow представляет собой адекватную запись всех возможных вариантов развития событий в виде блок-схемы или диаграммы.

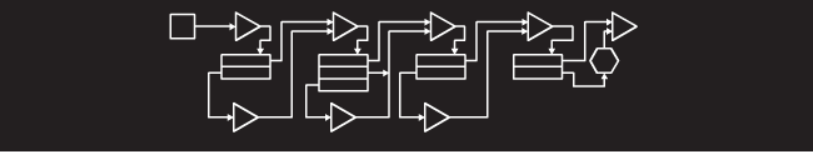
На рисунке 8 представлены упрощенный gameflow «#Всесложно».

Рисунок 8 – Упрощенный gameflow «#Всесложно».

* + 1. **Особенности постановки и съемки интерактивного проекта**

Первая трудность, которая возникнет, — группировка сцен при создании календарно постановочного плана съёмок. **Если при этом учесть**, что все альтернативные концовки каждого интерактивного фрагмента проходят в одной и той же локации, ситуация упрощается, но так бывает не всегда.

Вторая трудность связана с тем, что даже сами концовки бывает легче снять «вперемешку». **Здесь будет уместным** дополнительно «расшить» ваши концовки на съёмочные разрезки, тщательно пронумеровать их, проверить монтажность раскадровок и уже потом двигаться по экономному плану с минимумом перестановок.

Актёры не обязаны понимать всех нюансов ваших сюжетных ветвлений — напротив, это отвлекает их от органичного существования внутри кадра. **Оптимально**, если вы разбиваете ваш интерактивный сценарий на отдельные сцены, потому что внутри каждой сцены хороший актёр, зная своего героя и обстоятельства, может адекватно сыграть начало, конфликт с его кульминацией, а затем развязку.

Для того чтобы адекватно вывести зрителя из пассивного наблюдения в активное участие, **необходимо** при помощи монтажных приёмов и интерфейса дать ему понять, что сейчас необходимо сделать выбор.

* 1. **Виртуальная реальность**
     1. **История вопроса**

История VR фокусируется в основном на технологической эволюции: шлемы становятся легче, требуют меньше ресурсов, пикселы уменьшаются.

**Удивительно,** но от сенсорной депривации — вернее, сенсорной локализации, когда зрение и звук ловко подменяются синтетическим изображением, — до сенсорной перегрузки буквально один шаг.

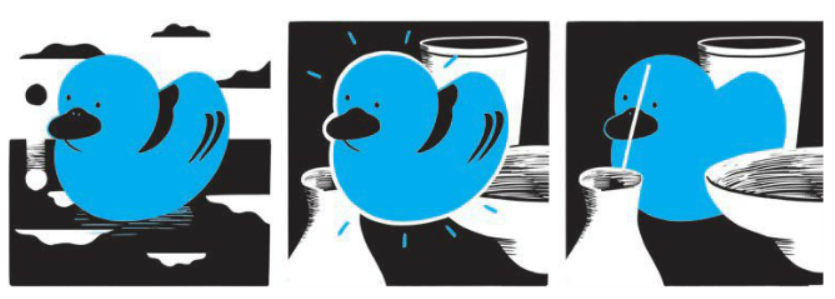
**Чрезвычайно показателен тот факт**, что эффект присутствия убирает одну из основных проблем современного «плоского» визуального опыта, будь то кино, игры или различные виды визуальных инсталляций : необходимость в каждый момент «перекрикивать» предыдущий визуальный опыт зрителя и постоянно развлекать его, перегружая яркими мельтешащими картинками. В VR зритель может с огромным интересом несколько минут подряд разглядывать небольшое помещение с ограниченным набором объектов.

Сейчас виртуальная реальность находится в том историческом промежутке, когда первые пользователи уже успели разобраться с технологией , настроили свои производственные и исследовательские циклы, формально приняли VR как новый вид искусства и как новое направление игровой индустрии.

* + 1. **Краткий обзор расширенной реальности**

**Не удивительно**, что расширенная реальность – среда достаточно новая, и это не способствует чёткости терминологии. Уважаемые теоретики и исследователи время от времени вкидывают новые термины в смысловое поле и без того перегруженное маркетингом, торговыми марками и названиями продуктов и технологий, которые сейчас переживают бурный рост, развитие и видоизменение:

1. Расширенная реальность (XR, extended reality) — собирательный термин для всех технологий, которые помогают человеку увидеть изображение, которого нет в реальном мире, — причём увидеть не на плоском экране, а при помощи специального устройства (очков, шлема), которое создаёт иллюзию присутствия отображаемых объектов в реальной жизни.
2. Виртуальная реальность (VR, virtual reality) — изображение, полностью замещающее картину реального мира и переносящее зрителя в другое пространство, «непрозрачные очки».
3. Дополненная реальность (AR, augmented reality) — изображение реального мира дополняется синтетическим изображением. Самый простой пример AR — фильтры и стикеры Snapchat и Instagram
4. Смешанная реальность (MR, mixed reality) — изображение реального мира смешивается с изображением виртуального мира, или наоборот.

На рисунке 9 представлены различные виды реальности.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| VR, виртуальная реальность | AR, дополненная реальность | MR, смешанная реальность |

Рисунок 9 – Виды реальности.

* + 1. **Обзор видов VR**

**Как правило**, самую большую путаницу у потребителей вызывает различение «чистого» VR и видео, снятого камерами 360º — или любым набором камер с меньшим углом обзора, изображение с которых впоследствии «сшивается» в панорамную картинку.

Видео 360°:

1. Снимается цифровыми камерами со специальной оптикой.
2. Монтируется похожим на обычное видео образом.
3. Не требует специализированного оборудования для просмотра — подойдёт смартфон.
4. Даёт зрителю три степени свободы.

«Полноценная» виртуальная реальность:

1. Создаётся внутри игровых движков.
2. Требует специализированного оборудования, снабжённого оптической насадкой, графическим процессором.
3. В большинстве случаев позволяет отслеживать положение головы и рук пользователя в пространстве.
4. Даёт шесть степеней свободы — вращение головы в разные стороны, а также перемещение.
5. В большинстве случаев использует контроллеры для двух рук пользователя.
6. Позволяет разнообразный интерактив.
7. Позволяет выводить иммерсивное аудио, локализованное в виртуальном пространстве.
   * 1. **Драматургические аспекты создания виртуальной реальности**

Варианты интерактива и агентности зрителя в VR определяются **прежде всего тем**, как авторы в прямом смысле этого слова воплощают зрителя. Выбор конкретной точки зрения зависит только от того, какую именно историю вы рассказываете и что именно вы хотите показать зрителю.

Понятие монтажа в VR следует трактовать гораздо шире, чем в кино. Правило монтажа из кино, которое работает в VR, — после склейки (какой бы метод вы ни использовали) ключевое действие всегда должно находиться в фокусе внимания зрителя. **Впрочем,** одним лишь «внутрикадровым» монтажом приёмы VR не ограничиваются, вопрос лишь в точном и эффективном их использовании.

Экспозиция, то есть заявление зрителю правил мира истории, основных действующих лиц и центрального конфликта, — важная часть драматургии в любой нарративной среде. В VR работает экспозиция по аудиоканалу, экспозиция через действие, экспозиция через детали окружения.

**Стоит отметить,** что основной способ фокусировки внимания в VR использует особенности человеческой психики. Как и в жизни, в виртуальной реальности мы лучше всего фокусируемся по звуку. Существует несколько способов фокурсировки внимания зрителя: подсветка активных зон, «доверчивание» взгляда зрителя в нужное место, контакт через человекоподобных героев, интерактив, начинающийся «под взглядом».

* + 1. **Постановка в VR**

**Отметим** несколько важных моментов, которые стоит продумать про постановке. Необходимо работать со звуком:

* Ориентируйтесь на плотность звука, приближенную к жизни;
* Используйте звук для фокусировки зрительского внимания;
* Делайте упор на диегетический звук — то, что видно в кадре;
* Даже самые тихие звуки в VR, поддерживающие атмосферу, вызовут куда больше эмоций, чем громкий и вычурный саунд дизайн;

VR на своём текущем витке развития — это не слишком комфортабельная и достаточно серьёзно нагружающая психику среда. Работайте с эпизодами, позволяйте зрителю делать паузы каждые 7–10 минут, а если ваше высказывание требует цельности, постарайтесь уложиться в 30–40 минут — дольше не выдержит практически никто.

* 1. **Иммерсивный театр**
     1. **Дизайн пространства**

**Не менее существенно**, что практически все иммерсивные постановки попадают в следующие категории:

* привязанные к конкретному месту (site-specific) — как правило, это обусловлено логикой повествования, в которой в конкретных помещениях проходят конкретные события;
* работающие как театр променад (например, Remote Moscow) — зрители путешествуют из одной точки в другую в условиях окружающей среды (это может быть и город, и лес, и луг), и тогда части сюжета привязываются к конкретной географии и топологии;
* существующие в сцене коробке (blackbox) — это аналог зрительного зала для иммерсивной постановки, в котором убрана сцена и прочие атрибуты традиционного театра.

**Известно**, что многие постановщики, работавшие с иммерсивными проектами, отмечают, что в иммерсивном театре одежда актёров, декорации и сценография в целом должны быть на более высоком уровне, нежели чем в традиционном. В иммерсивной постановке зритель находится ближе и к актёрам, и к декорациям, и зачастую в таких шоу декорации можно не только рассматривать вблизи, но и трогать — и если все черепа, которые вы будете трогать, окажутся пластиковыми, а исторические костюмы героев — перешитым масс-маркетом, понятно, что всё происходящее будет казаться крайне неубедительным.

* + 1. **Тема, эмоция и жанр в иммерсивном театре**

Для произведения, выстраиваемого вокруг зрителя, логично держать в голове одну базовую эмоцию, которую зритель — по крайней мере по авторской задумке — должен испытать во время шоу и которая останется с ним после выхода из опыта.

И постановщики, и пресса, и критики сходятся во мнении, что в иммерсивном театре помимо уже упоминавшихся «низовых ключей» лучше всего работают чистые или смешанные жанры, затрагивающие уже перечисленные темы и эмоции: триллер, хоррор, фантастика, эротика, драма.

**Известно,** что хорошим тоном считается, если вы проэкспонируете зрителю исходный материал тем или иным способом:

* Предложить обратиться к первоисточнику до прохождения иммерсивного шоу;
* Упомянуть ключевые моменты сюжета, важные для понимания, в раздаточных материалах к шоу;
* Устроить чтение оригинального материала (частями, целиком, в адаптированном виде) в первой части шоу или даже в «зоне перехода».

В любом случае отталкиваться стоит в первую очередь:

* От правил игры, которые может задавать оригинальный материал;
* Подробностей устройства мира, правила которого могут не знать или до конца не понимать зрители;
* Основных сюжетных коллизий, которые зрители могут упустить, преднамеренно или случайно находясь в других локациях по ходу действия шоу.
  + 1. **Драматургия через пространство**

Размерность и геометрия конкретного помещения напрямую влияют на характер взаимодействия в этом помещении. Отметим основные паттерны:

* Коридор приглашает зрителя к перемещению;
* Маленькое помещение в прямом смысле сближает зрителя с актёрами и другими зрителями;
* Большое пространство приглашает зрителя к рассматриванию, разглядыванию, фланированию и изучению;
* Большое пространство, разделённое перегородками или другими непрозрачными препятствиями (лабиринт, «выставка»), приглашает к более внимательному обходу и изучению;
* Пространство с возвышением («сцена») или другой «точкой сборки» (стол со стульями вокруг) собирает зрителей и фокусирует их внимание на событиях, происходящих на «сцене»;
* Как и в кино, более высокая или более низкая точка, в которой находится зритель, определяет его отношение к сцене: в первом случае он доминирует, во втором — находится в подчинённом положении.

Эффект, который возникает, когда события повествования, в том числе такие, которые не имеют чёткой временной привязки и корреляции (например, живой человек в одной сцене и окровавленный труп в другой), рассказываются в порядке, отличном от линейного, — возникает полихронический нарратив. **Если представить**, что основной хребет нарратива от хронологического начала к концу представляет собой фабулу повествования, зритель перемещением внутри пространства постановки буквально своими ногами монтирует происходящее в сюжет, который складывается в его голове в другом хронологическом порядке.

**Важно,** что выстраивание логичного нарратива для каждого зрителя — одна из главных задач иммерсивных постановок. Организация пространства и хронологии повествования — серьёзная проблема, если речь идет о большом пространстве.

На рисунке 10 представлен полихронический нарратив: комнаты и порядок их просмотра зрителями.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |

Как задумал режиссер Как прошел ногами и увидел зритель

Рисунок 10 – Полихронический нарратив.

**Вывод**

**Таким образом**, в 1 главе мы проанализировали основные теоретические положения ЧЕГО??.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Уткин, А. Белое зеркало : учебник по интерактивному сторителлингу в кино, VR и иммерсивном театре / А. Уткин, Н. Покровская. — Москва : Альпина Паблишер, 2020. — 240 c.
2. ГОСТ 7.32-2017 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления. – Стандартинформ, 2017 - 31 стр.
3. ГОСТ 19.201-78. Межгосударственный стандарт. Единая система программной документации. Техническое задание. Требования к содержанию и оформлению (введен в действие Постановлением Госстандарта СССР от 18.12.1978 N 3351) (ред. от 01.06.1981) – URL: http://docs.cntd.ru/document/gost-19-201-78 (дата обращения: 29.10.2020). – Текст: электронный.