

ШУТКА ДЛЯ СВОИХ

То, что поймет только целевая аудитория



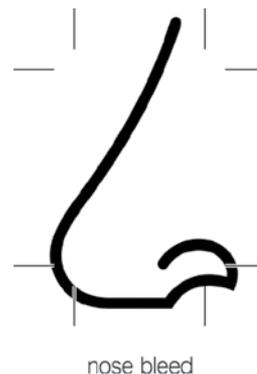
ЧТО ЭТО

Шутки, недоступные большинству людей, обычно не очень смешны. За исключением случаев, когда они смешны, причем очень. Внутренняя шутка — это юмористическое высказывание, которым могут насладиться только избранные. Остальные либо не поймут, что это вообще шутка, либо не поймут, почему она смешная. Строить дизайн на внутренних шутках рискованно, если ваше послание адресовано всем и каждому. Если же вы должны обратиться к конкретной демографической группе, внутренняя шутка, особенно скрытая, может стать очень удачным тактическим приемом. Например, картинка «Носовое кровотечение» (что также можно перевести как «Нос с выходом за обрез») внизу или изображение протестующих

шрифтов на странице напротив наверняка покажутся смешными только графическим дизайнерам. Картинку с татуировками поймут только люди, одержимые общением. Ну а если вы не понимаете смысл картинки слева, немедленно идите смотреть трилогию «Назад в будущее». Серьезно! Отложите книгу и посмотрите фильм. Да, это так важно.

ПОЧЕМУ ЭТО РАБОТАЕТ

В чем же крутизна шуток, которые понятны лишь немногим? Они дают людям почувствовать себя избранными. При этом ваше сообщение кажется заслуживающим доверия. Отсылки к специфическим профессиональным или культурным интересам демонстрируют, что источник шутки очень близок аудитории по духу. Ограничивая шутку рамками конкретной группы, вы выделяете бренд и помогаете ему найти лояльных последователей.





напротив слева: Joe Van Wetering. Палатин, Иллинойс.

напротив слева внизу: Chris Siarkiewicz. Бруклин, Нью-Йорк.

вверху: Susan Fang. Вест-Нью-Йорк, Нью-Джерси.

справа: Hugarphic. Португалия.



ОНИ НАСТОЯЩИЕ!

Вдохните жизнь в неодушевленные предметы

Report: 94% Of South Dakotans Unprepared For Mt. Rushmore Faces Coming Alive And Eating Everyone



the ONION
America's Finest News Source

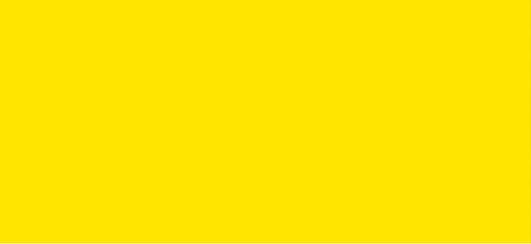
ЧТО ЭТО

Быть творцом новой формы жизни — мечта безумного ученого. Но для дизайнера это просто еще один комический прием. Антропоморфизм (вот как это называется по-научному) — это когда мы наделяем человеческими качествами животных и неодушевленные предметы. Представьте, что объект, над которым вы работаете, хочет выразить свои чувства. Неважно, что это — бумажное полотенце или арахис. У него может не быть лица (про лица читайте на с. 92). Эмоции и напряжение можно выразить и другими способами. Текс Эвери, мультипликатор и создатель знаменитого кролика Багза Банни, был уверен, что физиология предмета отражает его эмоциональное состояние. Как вы изобразите удивленную машину? Наверное, фары у нее будут слегка нависать, корпус немного наклонен назад, а колеса как будто согнуты. Движение передадут динамичные формы, размытые контуры и светящиеся детали.



ПОЧЕМУ ЭТО РАБОТАЕТ

Проще всего испытывать эмпатию к одушевленным персонажам, которые и сами наделены чувствительностью. Даже если эти персонажи — лишь плод нашего воображения. Мы — существа социальные, готовые к взаимодействию с другими созданиями. Это взаимодействие во многом зависит от нашей способности понимать чужое настроение. Выражения лица и движения тела — это результат эмоционального состояния. Вдохните в своего героя жизнь, а потом отпустите его на все четыре стороны.



напротив слева сверху: The Onion.

напротив слева внизу: Chris Reed.
Эдисон, Нью-Джерси.

справа: Агентство: Duncan/
Channon. Клиент: Hard Rock Cafe.
Сан-Франциско, Калифорния.

