

Oživljavanje koncepta lika uz pomoć pokretne grafike

Mihaljević, Mila

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Graphic Arts / Sveučilište u Zagrebu, Grafički fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:216:856209>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-21**



Repository / Repozitorij:

[Faculty of Graphic Arts Repository](#)



**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
GRAFIČKI FAKULTET**

MILA MIHALJEVIĆ

**OŽIVLJAVANJE KONCEPTA LIKA UZ
POMOĆ POKRETNE GRAFIKE**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2023.



Sveučilište u Zagrebu
Grafički fakultet

MILA MIHALJEVIĆ

**OŽIVLJAVANJE KONCEPTA LIKA UZ
POMOĆ POKRETNE GRAFIKE**

DIPLOMSKI RAD

Mentor:
prof. dr. sc. Jesenka Pibernik

Student:
Mila Mihaljević

Zagreb, 2023

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

GRAFIČKI FAKULTET

Getaldićeva 2

Zagreb, 13. 9. 2023.

Temeljem podnijetog zahtjeva za prijavu teme diplomskog rada izdaje se

RJEŠENJE

kojim se studentu/ici Mili Mihaljević, JMBAG 0119039087, sukladno čl. 5. st. 5. Pravilnika o izradi i obrani diplomskog rada od 13.02.2012. godine, odobrava izrada diplomskog rada, pod naslovom: Oživljavanje koncepta lika uz pomoć pokretne grafike, pod mentorstvom prof. dr. sc. Jesenke Pibernik.

Sukladno čl. 9. st. 1. Pravilnika o izradi i obrani diplomskog rada od 13.02.2012. godine, Povjerenstvo za nastavu, završne i diplomske ispite predložilo je ispitno Povjerenstvo kako slijedi:

1. izv. prof. dr. sc. Dolić Jurica, predsjednik/ica
2. prof. dr. sc. Pibernik Jesenka, mentor/ica
3. prof. dr. sc. Mandić Lidija, član/ica



Dekan

Prof. dr. sc. Klaudio Pap

SAŽETAK

U vizualnim medijima koji se u svakodnevici najviše konzumiraju, poput filmova, serija, videoigara, te čak i oglasa, najčešći nositelji radnje i poruka koje se pokušavaju prenijeti publici su likovi (eng. character). Njihova uloga pored čistog medija za pričanje priče je pobuditi reakciju u publici, bila ona pozitivna ili negativna, kao i širok spektar emocija poput radosti, suosjećanja, brige, dragosti, sažalijevanja, uzbuđenja, preziranja, nelagode ili znatiželje. Vizualizacija i jasna komunikacija ovakvih apstraktnih pojmova u kontekstu diplomskog rada podrazumijeva korištenje dinamičnih medija poput animacije u svojoj realizaciji, te implementiranje širokog spektra dizajn principa da bi poruka bila jednako kvalitetno prenesena svim članovima ciljne publike. Od poze, pokreta i geste, do boja i svjetlosti, te kompozicije kadra i naracije; diplomski rad se bavi analizom uspješnih primjera dizajna likova (eng. character design) i njihovog "oživljavanja" pokretnom grafikom, koji su već poznati i popularni na globalnom tržištu, te realizacijom autorskog rada u dizajnu lika i njegove popratne pokretne grafike čija se uspješnost ispituje na uzorku globalne i lokalne ciljne publike.

Ključne riječi: dizajn likova, ilustracija, pokretna grafika

ABSTRACT

The most common carriers of story and message visual media such as films, series, videogames, or even advertisements, are trying to relate to their viewers are characters. Their purpose, beside the one mentioned previously, is also to incite a reaction from the viewer, be it positive or negative, as well as a wide spectrum of emotions such as joy, empathy, worry, pity, excitement, resentment, curiosity or lack of comfort. In the context of this master's thesis, the visualisation and clear communication of these abstract terms implies the use of dynamic media like animation in its realisation. It also implies implementing an armful of design principles to ensure all viewers receive the message being sent equally well. From pose, movement and gesture, to color and light, shot composition and narration; this master's thesis concerns itself with the analysis of character design examples perceived successful on the global market and their "being brought to life" through motion graphics, as well as an original work in character design and related motion graphics whose success is tested on a sample global and local target audience.

Keywords: character design, illustration, motion graphics

SADRŽAJ

| | |
|---|----|
| 1. UVOD..... | 1 |
| 2. TEORIJSKI DIO..... | 2 |
| 2.1. Unaprijeđenje animacijom..... | 2 |
| 2.2. Osnove dizajna likova | 3 |
| 2.2.1. Priča | 3 |
| 2.2.2. Istraživanje..... | 4 |
| 2.2.3. Ideacija..... | 5 |
| 2.2.4. Ključni principi dizajna likova..... | 6 |
| 2.2.5. Gesta..... | 12 |
| 2.2.6. Angažiranje publike | 15 |
| 2.3. Ogledna pokretna grafika..... | 16 |
| 2.4. Analize primjera dizajna likova..... | 21 |
| 2.4.1. Pavle Pauq – LAQO | 21 |
| 2.4.2. Alhatham – Genshin Impact..... | 27 |
| 2.4.3. Sažetak istraženog | 37 |
| 3. PRAKTIČNI DIO | 38 |
| 3.1. Koncept lika i brief | 38 |
| 3.2. Dizajn lika | 39 |
| 3.3. Ilustracija..... | 41 |
| 3.4. Ogledna pokretna grafika..... | 43 |
| 3.5. Istraživanje na ciljnoj skupini..... | 44 |
| 4. REZULTATI I RASPRAVA | 45 |
| 5. ZAKLJUČAK | 56 |
| 6. LITERATURA..... | 57 |
| 7. PRILOZI..... | 60 |

1. UVOD

Likovi, i njihov dizajn, su često previđeni dio zabavnih ili informativnih vizualnih medija kada se govori o percepciji šire publike. Publici je prirodnije tražiti zanimljive detalje u pozadinama scena, promjeni popratne glazbe ili čak infleksiji glumaca koji eventualno likovima daju glas, no dobro izveden dizajn lika vizualno pruža široku pregršt informacija o priči, motivacijama i karakteru lika, bez ijedne napisane ili izrečene riječi.

Unutar medija, likovi pružaju publici priliku empatički doživjeti svijet medija, stvaraju potrebni kontekst interpersonalnih odnosa, te pomažu publici pri zadublivanju u priču. Kako bi omogućili „suspenciju nevjerice“ u punom trajanju medija (npr. tijekom igranja videoigre ili gledanja filma) izgled lika mora biti dobro istražen i čvrsto usidren u priči koju medij pokušava ispričati. Sposobnost interpretacije objektivnih informacija i subjektivnih karakteristika poput dojmova i osjećaja u vizualnu formu je karakteristika većine disciplina dizajna, no pri dizajnu likova se na nju stavlja poseban naglasak točno zbog sklonosti publike za personificiranjem likova, strogim vezanjem za njih i interpretiranjem čitavog medija preko jedinih elemenata s kojima mogu suosjećati i stvoriti emocionalnu poveznicu.

Osnovni dizajn lika će gotovo uvijek prvo rezultirati ilustracijom, tj. statičnom vizualnom reprezentacijom brojnih informacija koje zajedno čine lika. Iako se takva ilustracija finaliziranog dizajna apsolutno može smatrati potpunom i vjerodostojnom reprezentacijom lika i njegove priče, rad se vodi pretpostavkom da finalni dizajn treba sadržavati i oglednu pokretnu grafiku koja predstavlja lika publici ukoliko se želi prezentirati dizajn na najuvjerljiviji način.

Sagledajući primjere dizajna likova ovako kategoriziranim kao „uspješnima“, cilj diplomskog rada je producirati informiran autorski rad u području dizajna likova i pokretne grafike, te istražiti koliko kvalitetno pojedinačni dijelovi rada, u ovom slučaju ilustracija i ogledna pokretna grafika, prenose ranije definiranu priču i karakter lika ciljanoj publici.

2. TEORIJSKI DIO

2.1. Unaprijeđenje animacijom

Prije iznošenja detaljnije teorije dobrog dizajna likova i oglednih pokretnih grafika istih, bitno je dotaknuti se postulata na koji se čitav rad oslanja: animacija unaprjeđuje cjelokupnost dizajna lika u vizualnim medijima.

Intuitivno je razumljivo da će publiku privući dinamičan prikaz većine informacija, pogotovo kada se radi o likovima u medijima, bili oni čovjekoliki ili forme koje su personificirane. Do ovakvog zaključka se dolazi zbog neverbalne komunikacije gestama i držanjem, tj. dinamikom tijela koju ljudi koriste konstantno i nesvjesno u svim interpersonalnim interakcijama. [1] Vodeći se izjavom da su likovi značajan dio vizualnih medija jer se publika s njima može poistovjetiti i suosjećati, da se također zaključiti da u interakciji publike s likovima u medijima vrijede pravila interpersonalne komunikacije, iako je ona u ovom slučaju jednostrana.

Bit dopunjavanja ilustracije lika pokretnom grafikom pri dizajniranju je u osiguravanju da se sve informacije upletene u dizajn prenesu publici. Empirijski podaci podržavaju hipotezu da animacija bolje prenosi informaciju od statičnih slika i ilustracija; u meta analizi 26 istraživanja, Hoffler i Leutner 2007. dolaze do zaključka da su animacije i videi, tj. dinamični vizualni mediji, 71% efektivniji u prenošenju informacija od statičnih slika i ilustracija. [2] U nedavnoj meta analizi 35 istraživanja o važnosti animacije i njezinom utjecaju na pažnju i shvaćanje informacija publike iz 2022., Praveen i Srinivasan prate faktore animacije vezane uz pažnju u područjima marketinga hrane, oglašavanja, zabave i podučavanja, te dolaze do zaključka da su utjecaji pokreta u animaciji, te samog animiranog lika, ukoliko je prisutan, značajniji u odnosu na druge promatrane faktore poput boje. [3]

U kontekstu rada se ipak ne istražuje samo kvaliteta ilustracije u odnosu na animaciju i pokretnu grafiku kao informativni medij, nego ih se također gleda kao ključne sastavnice jednog zaokruženog projekta. Dobro proveden dizajn lika, sa detaljnom finalnom ilustracijom rezultira kvalitetnom bazom za pokretnu grafiku,

koja dalje nadopunjuje rupe u komunikaciji ideje koje se javljaju korištenjem isključivo statičkih medija.

2.2. Osnove dizajna likova

Proces dizajna u svim njegovim disciplinama je osoban svakom pojedinačnom dizajneru i takva jedinstvenost je još izraženija u disciplinama poput dizajna likova gdje se snažno ističu stilističke razlike u radu dizajnera. Ipak, u široj industriji postoji generalni konsenzus oko elemenata kojih se svaki dizajn lika mora dotaknuti da bi bio uspješan.

Levanier u 2021. opisuje proces dizajna lika za ilustraciju za 99designs, globalnu kreativnu platformu za dizajnere. [4] Pojednostavljajući njegov popis u svrhu iskoristivosti u medijima izvan čiste ilustracije i referirajući se na standardi proces rada u grafičkom dizajnu, proces dizajna lika se može sažeti u *brief – istraživanje – skice – rendering* slijed koraka, koji implicira da je za dobar dizajn lika potreban jasan set informacija o liku, tj. njegova priča ili njegov *brief*, istraživanje vizualnih referenci koje će usidriti lika u njegovu priču, set skica u kojima se testira uspješnost kombiniranja vizualnih referenci, te razrada finalne ilustracije lika ili njezin *rendering*.

Proširujući ovaj *workflow* (hrv. tok ili proces rada) sa informacijama iz knjige *Fundamentals of Character Design* (2020.) [5], istovremeno se razvija pouzdan *workflow* dizajna likova i set informacija po kojemu se može procijeniti uspješnost dizajna likova koji već postoje na tržištu.

2.2.1. Priča

Nalik na standardni dizajnerski brief, u procesu dizajniranja lika se konstantno referira na informacije iz priče kako bi ju mogli ispričati kroz lik. [6] Nije dovoljno samo dizajnirati lika za priču, potrebno je učiniti lika uvjerljivim dijelom svijeta priče i katalizatorom koji ju pokreće. Faktori poput pitanja kako priča utječe na izgled ili karakter lika mogu pomoći pri oživljavanju njegovog dizajna.

Pri izgradnji priče, te time i samog lika, korisno je referirati se na sljedeći set od pet pitanja. [7]

Tko je lik? – Razmatranje pitanja gdje se lik uklapa u širu priču, jesu li njegove namjere dobre, loše ili neutralne, te je li u ulozi glavnog ili sporednog lika pri pomicanju priče unaprijed.

Kako se lik osjeća? – Ovo pitanje se može odnositi na osjećaje lika prema stvarima koje im se događaju ili njihovom okruženju, kao i na stvari koje generalno vole ili ne vole. Fokus na potonje uvelike može pomoći pri razradi karaktera lika, što će kasnije pomoći publici da suosjeća s njim.

Što radi? – Što lik radi tijekom priče ili prije nje je ključno za njegovu relevantnost i pamtljivost. Može se i odnositi na doslovni posao lika, što značajno informira njegov dizajn (npr. uklapanje uniforme u dizajn ili anatomske karakteristike kao posljedica posla koji se radi svakodnevno).

Kada? - Vremenska dimenzija može informirati dizajn na više načina. Očito može označavati specifični vremenski period, sadašnjost, povijesni periodi ili imaginarna budućnost, no figurativno može označavati kada ili točnije gdje se lik nalazi u svom karakternom rastu, što informira primarni dizajn i progresiju priče i dizajna s njom.

Gdje? – Može također označavati vremensku dimenziju, tj. je li na početku ili pri kraju svoje priče, no u glavnom se odnosi na fizički okoliš lika unutar priče.

Ponovno se referirajući na *workflow* u grafičkom dizajnu, u ovom koraku dizajna je bitno imati definiranu ciljnu skupinu lika i ciljnu skupinu medija u kojem se nalazi, što će također informirati ton komunikacije s navedenom publikom.

2.2.2. Istraživanje

Faza istraživanja osigurava uvjerljivost i upečatljivost finalnog dizajna. Informiran dizajn omogućuje vjerodostojnu reprezentaciju karakteristika lika koje vuku inspiraciju iz povijesti ili tema koje dizajneru nisu unaprijed poznate.

Metode istraživanja su mnogobrojne, te u disciplini dizajna likova uključuju skiciranje motiva iz prirode ili u pokretu, studije fotografija ili objavljenih radova, te analizu vizualnih ili tekstualnih materijala vezanih uz temu koja se istražuje. Istaživanje najčešće rezultira referentnim materijalima na koje se dizajner vraća

periodično kako bi osigurao da je dizajn konzistentan sa informacijama dobivenim iz referentnih materijala. [8] Tekstualni referentni materijali se mogu organizirati u mentalnu mapu ključnih riječi relevantnih za pojedine aspekte dizajna, dok se vizualne reference mogu svrstati u *moodboard*.

2.2.3. Ideacija

Faza ideacije u dijelom obuhvaća fazu istraživanja, no dalje predstavlja rane stadije generiranja ideja [9] gdje je optimalno razviti velik broj raznovrsnih skica u svrhu testiranja harmonije među detaljima koji se vuku iz referentnog materijala.

Nakon prvih skica se za one najuspješnije razvijaju izrazi lica i poze koje odgovaraju priči lika. Tu je korisno referirati se na koncepte pojednostavljenja i pretjerivanja u dizajnu likova. [10] Pojednostavljenjem generalne forme lika, uključujući njegove poze i izraze lica, smanjuje se potencijalni komunikacijski šum s publikom, te se prenosi srž onoga što tog lika čini likom. Unatoč očekivanom, pretjerivanje u kontekstu dizajna likova također radi na smanjenju komunikacijskog šuma s publikom. Guranjem ograničene količine detalja korištenih u dizajnu do njihovog vizualnog maksimuma olakšava publici čitanje informacija iz njih. Harmonija ova dva koncepta je u naglasku najbitnijih informacija u svrhu jasnoće i čitljivosti dizajna.

Nakon razvijanja forme dobro je pozabaviti se sa paletom boja korištenoj u finalnom dizajnu lika. Pored toga što su pojedinačne boje i njihove kombinacije povezane sa osjećajima i psihološkim reakcijama publike, što snažno utječe na reakciju publike na lika, rad na paleti boja je također bitan za zadržavanje tona medija u dizajnu lika.

Rezultat eksperimentiranja sa svim navedenim elementima je finalni dizajn koji se dalje adaptira u finalnu ilustraciju lika, koja istog kombinira s primjerenom pozadinom i kombinacijom poze i izraza lica koja najbolje komunicira priču lika. Prije generiranja finalne ilustracije, u fazi finalnog dizajna korisno je ponovno se referirati na referentne materijale iz faze istraživanja i set pitanja iz faze priče/*brief*-a kako bi se provjerilo je li ispunjen originalni dizajn *brief*.

2.2.4. Ključni principi dizajna likova

Fundamentals of Character Design (2020.) opisuje 8 ključnih principa u dizajnu likova: teorija oblika, boja, svjetlo, ravnoteža i kontrast, većina, ponavljanje, ritam i tangente. [11] Ovaj set principa omogućuje suvislu i strukturiranu analizu dizajna lika u kasnijim dijelovima rada.

2.2.4.1. Teorija oblika

Teorija ili jezik oblika je korištenje oblika za prenošenje značenja. Različiti oblici kod publike proizvode različite reakcije, što može pomoći pri asociiranju stvari koje vide sa specifičnim osjećajima ili značenjem. [12]

Teorija oblika u kontekstu dizajna likova prepoznaje tri osnovna oblika: kvadrat, krug i trokut, te smatra da svaki od njih ima snaže psihološke asocijacije s određenim značenjima kod ljudi.

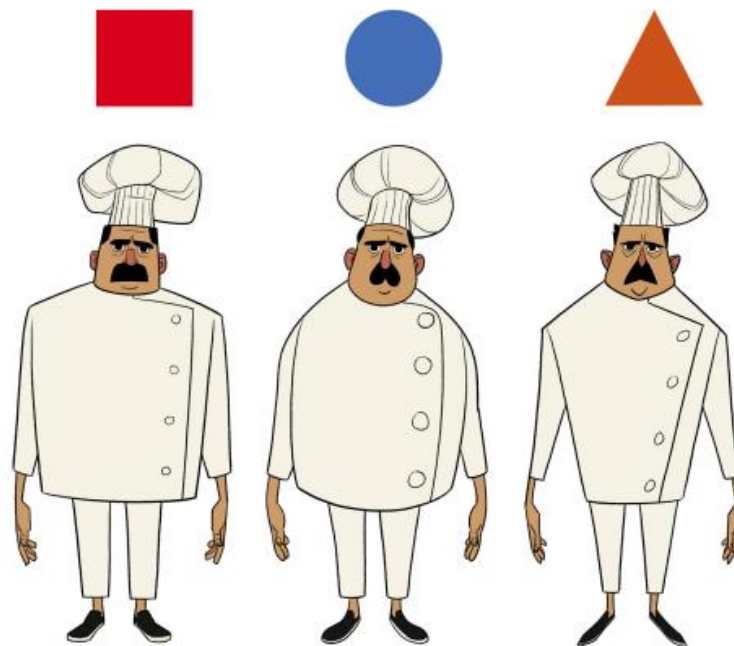
Kvadrat generalno predstavlja tjelesnost i snažno asocira na pozitivne karakteristike poput stabilnosti, pouzdanosti, povjerljivosti, snage i discipline. Istovremeno predstavlja negativne asocijacije na dosadu, nepokretnost, tromost i glupost. Smatra se najmuževnijim od tri osnovna oblika. Koristeći kvadratne ili četvrtane motive u ženskim likovima moguće je liku pridodati osjećaj snage, samouvjerenosti i samostalnosti.

Krug priziva na osjećaje mira, nježnosti, sigurnosti i potpunosti, karakteristike koje se generalno asociraju sa ženstvenosti, te najjasnije predstavlja pozitivnost. Negativnim asocicijama kruga mogu se smatrati dojmovi praznoće ili usamljenosti koje može predstavljati, no uz njih često predstavlja neutralnije asocijacije na magičnost ili misterioznost. Okrugli oblici korišteni u dizajnu muških likova im daju osjećaj nježnosti, sreće i dobrote, no mogu asocirati i na slabost.

Trokut nema asocijaciju na spol ili rodne karakteristike, te dizajnu pridodaje dojam neutralnosti u tom aspektu. Ovaj oblik predstavlja pokret i promjenu, te oštrinu u karakteru lika. Oblik trokuta se uglavnom koristi zbog svojih kuteva, te što god su mu kutevi ekstremniji, naglašeniji je dojam nestabilnosti, opasnosti, ozbiljnosti, strogosti i ljutnje. Nerijetko se koristi u dizajnu zlikovaca ili likova kompleksnijih

karaktera, gdje ih kutevi trokuta odmiču od muževnosti, ženstvenosti i karakteristika heroja, tj. odmiče ih od idealnog ili ugodnog karaktera i kreiraju vizualni konflikt u skladu s konfliktom u priči lika.

Svijest o teoriji oblika omogućuje lakše analiziranje dizajna likova drugih dizajnera. U primjeru prikazanom na Slici 1., isti lik se redizajnira isključivo korištenjem različitih oblika, iz čega je primjetno koliko samo teorija oblika utječe na percepciju lika kod publike.



Slika 1. Teorija oblika (Izvor: The Character Designer)

Osnovne oblike je moguće mijenjati i kombinirati, što omogućuje komuniciranje složenijih značenja i dojmova. Dobar dizajn lika svjesno kombinira različite kompleksne oblike u svrhu dodavanja kompleksnosti liku.

2.2.4.2. Boja

Elliot i Maier u 2012. dizajniraju široki model funkcioniranja boje i psihologije u svrhu objašnjavanja i predviđanja veze između boje i afekta, spoznavanja i ponašanja. [13] U svom istraživanju o efektu boja na ljudski psihi pretpostavljaju šest premisa od kojih su četiri relevantne za opisivanje važnosti promišljenog korištenja boja u dizajnu likova: boja nosi značenje, promatranje boje utječe na

psihologiju čovjeka, učinak boje je automatski (izvan direktne svijesti promatrača), te značenje i efekt boje ovisi o kontekstu.

Boje korištene u dizajnu lika se mogu vrednovati prema dvije varijable, ton i nijansa. Iako psihološke asocijacije s bojama variraju po kulturama i u različitim kontekstima, postoji generalni konsenzus o značenjima boja u industriji vizualnih medija.

Crvena boja simbolizira ljubav, samopouzdanje, energiju, snagu i moć, te daje dojam strasti, ljutnje, opasnosti i fizičke vrućine. Često se koristi kao akcent boja koja naglašava dio dizajna na koji publika treba obratiti dodatnu pozornost, te može biti prenapasna ako se koristi u velikoj količini.

Narančasta boja simbolizira zdravlje i kreativnost i daje energetičan prijateljski dojam. Ona se također smatra intenzivnom ili glasnom bojom, te ju poput crvene treba pažljivo koristiti u punoj saturaciji.

Žuta simbolizira nadu, hrabrost i toplinu. Pridonosi emotivne kvalitete poput veselja, sreće i energetičnosti. Korištenje žute u dizajnu može stvoriti snažne kontraste ili žarke naglaske.

Zelena često simbolizira prirodu, rast, stabilnosti i blagostanje. Razlike u dojmu se primjećuju prema svjetlosti boje; svijetlo zelena se koristi u stvaranju harmoničnog prirodnog osjećaja, dok tamno zelena predstavlja ljubomoru, bolest i tajne.

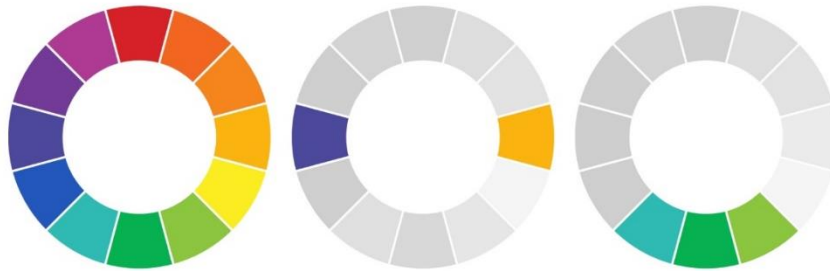
Plava predstavlja smirenost, odgovornost i duhovnost. Emocionalno se plava generalno asocira s tugom hladnoćom ili depresijom, no može dati dojam nade ili snage, ovisno o tonu i kontekstu medija.

Ljubičasta je boja luksuza koja daje dojam otmjenosti, kreativnosti, magije i misterije.

Bijela može simbolizirati čistoću, nadu, energiju i zdravlje, te može davati osjećaje opraštanja, jednostavnosti ili praznine. Korištenje velikih bijelih površina u dizajnu je hrabra vizualna odluka, te može predstavljati korisnu neutralnu bazu za naglaske u drugim bojama.

Crna je svestrana boja koja može predstavljati snagu, moć, profinjenost, smrt, noć, tugu i misterij. Crna dizajnu može dati snažan i odvažan dojam, te je korisna za stvaranje visokog kontrasta među vizualnim elementima dizajna. [14]

Kombiniranje boja u specifične palete (Slika 2.) može naglasiti ili promijeniti sveukupni poruku koju dizajn prenosi publici. Koristeći analogne palete nijansi boja koje su međusobno slične će podcrtati njihova pojedinačna značenja, no može štetiti ukupnoj dinamici i interesantnosti dizajna, ako nema tonalnog kontrasta svjetline i tamnoće boja. Palete komplementarnih boja, boja čije su nijanse kontrastne, mogu prenositi kompleksnije informacije o liku u tom kontrastu, iako njihovo neoprezno korištenje može stvarati vizualni šum i slati zbunjujuće informacije.



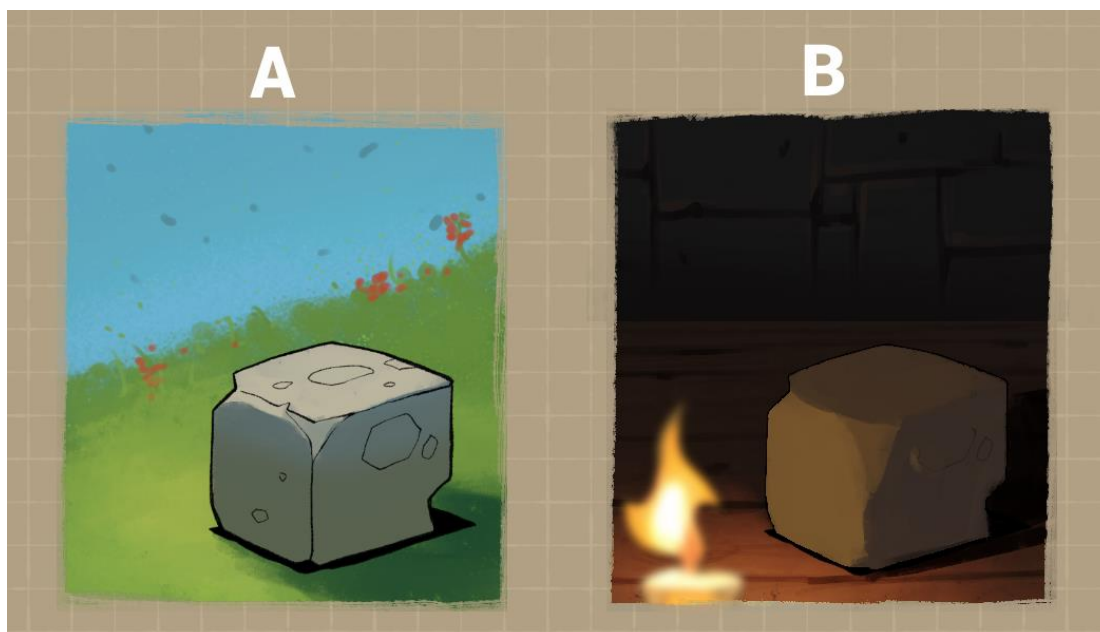
Slika 2. Primjer komplementarnih i analognih boja

2.2.4.3. Svijetlo

Svijetlo i osvjetljenje jednako pridonose pričanju priče lika koliko i izbor palete boja. Karakteristike bitne za dizajn osvjetljenja su smjer svijetla, izvor svijetla te temperatura svijetla.

Smjer iz kojeg svijetlo dolazi do lika i scene može informirati publiku o vremenu, poziciji i mjestu na kojem se lik nalazi. Kutevi kojima se često opisuje smjer svijetla u dizajnu osvjetljenja su osvjetljenje sprijeda, gore-lijevo ili gore-desno, od iza, od dolje i sa strane.

Izvori svijetla mogu biti prirodni ili umjetni, te direktni i reflektirani. Svaki od izvora svijetla također ima svoju temperaturu, koja generalno informira dodatni topli ili hladni ton koji će osvjetljenje dati čitavoj ilustraciji ili specifičnom dijelu iste (Slika 3.).



Slika 3. Različito osvjetljenje istog predmeta (Izvor: Dadotronic za Clip Studio Tips)

Osvjetljenje scene pri ilustraciji finalnog dizajna lika uvelike pridonosi sveukupnom ugođaju i emociji koju ilustracija prenosi, te atmosferi okruženja u kojem se lik nalazi.

2.2.4.4. Načela kompozicije

Dizajn likova se, poput svih ostalih disciplina dizajna, oslanja na osnovna načela kompozicije, posebice na ritam koji se nalazi u kombinacijama ravnoteže, kontrasta, razmjera i ponavljanja.

Dobar dizajn bazira se na vizualnom ritmu i jasnom putu kojim oko publike prelazi s jedne fokalne točke dizajna na drugu. Jasan ritam publici omogućuje olakšano čitanje informacija iz dizajna, poput akcije koju lik vrši ili emocionalnog stanja u kojem se nalazi iako stoji mirno.

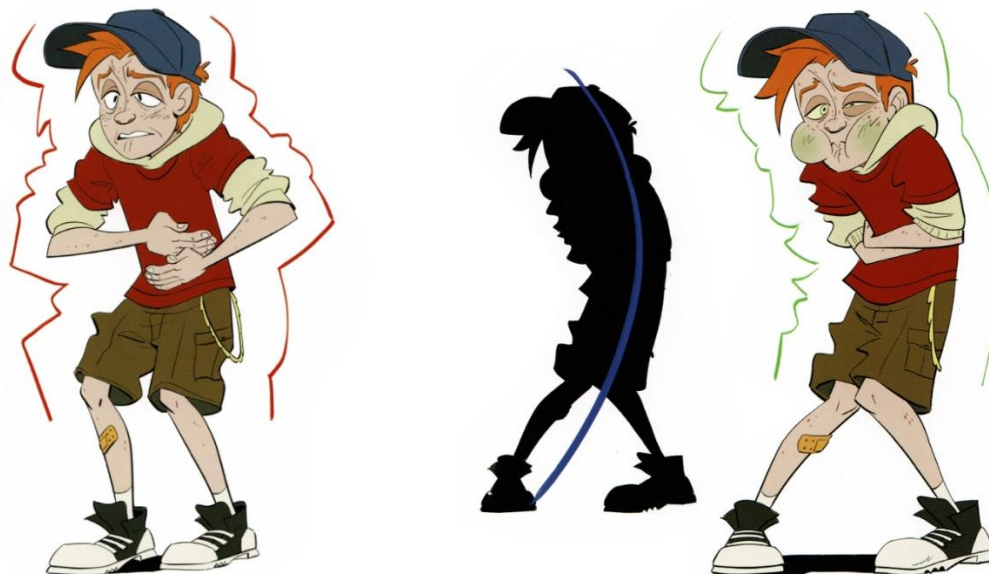
Počevši od ravnoteže i kontrasta, interes u dizajnu lika se gradi pažljivim korištenjem različitih tipova kontrasta kako bi se gradila vizualna dinamika, bez pretjerivanja i uzrokovanja vizualnog šuma. Neki od tipova kontrasta koje je najlakše zamijetiti u dizajnu likova su kontrast ravnog i zakrivljenog, kontrast simetrije i asimetrije, te kontrast jednostavnog i kompleksnog.

Ravne linije brzo vode oko kroz dizajn, dok zakrivljene linije pomažu usporiti tok dizajna i dopustiti publici da se fokusira na detalje. Površine s brzim ravnim linijama često imaju jednostavniji karakter i manje informacija, jer se od publike ne očekuje da se na njima zadržava. Kompleksniji, vizualno interesantniji dijelovi koncentrirani su u područjima sa zakrivljenijim linijama, gdje se oko kreće sporije. Dobar dizajn postiže ravnotežu u omjeru kompleksnog i jednostavnog, te istovremeno i vizualni ritam brzog i sporog puta oka preko njih.

Simetrija i asimetrija se koriste za dobivanje dojma stabilnosti ili energetičnosti. U dizajnu likova je generalno poželjno više se fokusirati na asimetriju i vizualnu dinamičnost koju ona pruža. Asimetrija dizajna lika često se postiže igranjem s razmjerima i omjerima pojedinih elemenata lika, tj. variranjem njihove veličine pojedinačno i u usporedbi veličina elemenata.

Ponavljanje omogućuje dizajniranje likova koji se čine promišljenima i dosljednima, te korištenje sličnih oblika, boja i detalja daje dojam kohezije. Ipak dobro je izbjegavati preveliku količinu ponavljanja u jednom dizajnu da bi se izbjeglo slabljenje vizualnog dojma dizajna i osjećaj statičnosti.

Uz ritam, jasnoću priče lika na prvi pogled podupire i jasna silueta lika, koja podliježe istim načelima kompozicije (Slika 4.). Ovdje se obraća pažnja na principe pozitivnog i negativnog prostora, te tangente unutar dizajna. Pozitivan prostor označava samu siluetu lika, dok negativni prostor predstavlja rupe unutar poze i geste lika koje olakšavaju čitanje akcije lika isključivo iz siluete. Dobro planiranje negativnog prostora osigurava i minimalno javljanje tangenti u dizajnu. Tangente u ovom slučaju predstavljaju točke gdje se elementi dizajna dodiruju na način na koji je zbunjujući ili nezgrapnan.



Slika 4. Primjena jasne siluete, linije akcije i kontrasta ravno-zakrivljeno i jednostavno-kompleksno u svrhu rafiniranja dizajna (Izvor: Ida Hem za Fundamentals of character design)

2.2.5. Gesta

Skice u fazi ideacije su prve pokušaji oživljavanja lika, te se u početku skoro u potpunosti baziraju na skicama geste. Leksikografski zavod Miroslava Krležje definira gestu kao: „Pokret ruku, glave ili tijela koji odražava neku psihičku reakciju (nervozna, srdita gesta), služi kao znak sporazumijevanja (gesta pristanka), upozorenja, opomene, ili pak prati govor, glumu i sl.“ [15] Gestualne skice predstavljaju osnovu na koju se nadograđuje dizajn, te ako su gestualne skice karakterno slabe ili loše čitljivosti, isto će se odraziti i na finalni dizajn lika.

Pri izradi gestualnih skica obraća se pozornost na tri gradivna elementa realistično prikazanog pokreta, liniju akcije (eng. *line of action*), linije geste, te težinu i ravnotežu. [16]

Linija akcije je ključan koncept koji većina dizajnera i umjetnika koristi nesvjesno, te predstavlja imaginarnu liniju koja prati kralježnicu lika, te opisuje kolika se sila koristi tijekom akcije i usmjerava kretanju ekstremiteta (Slika 5.).

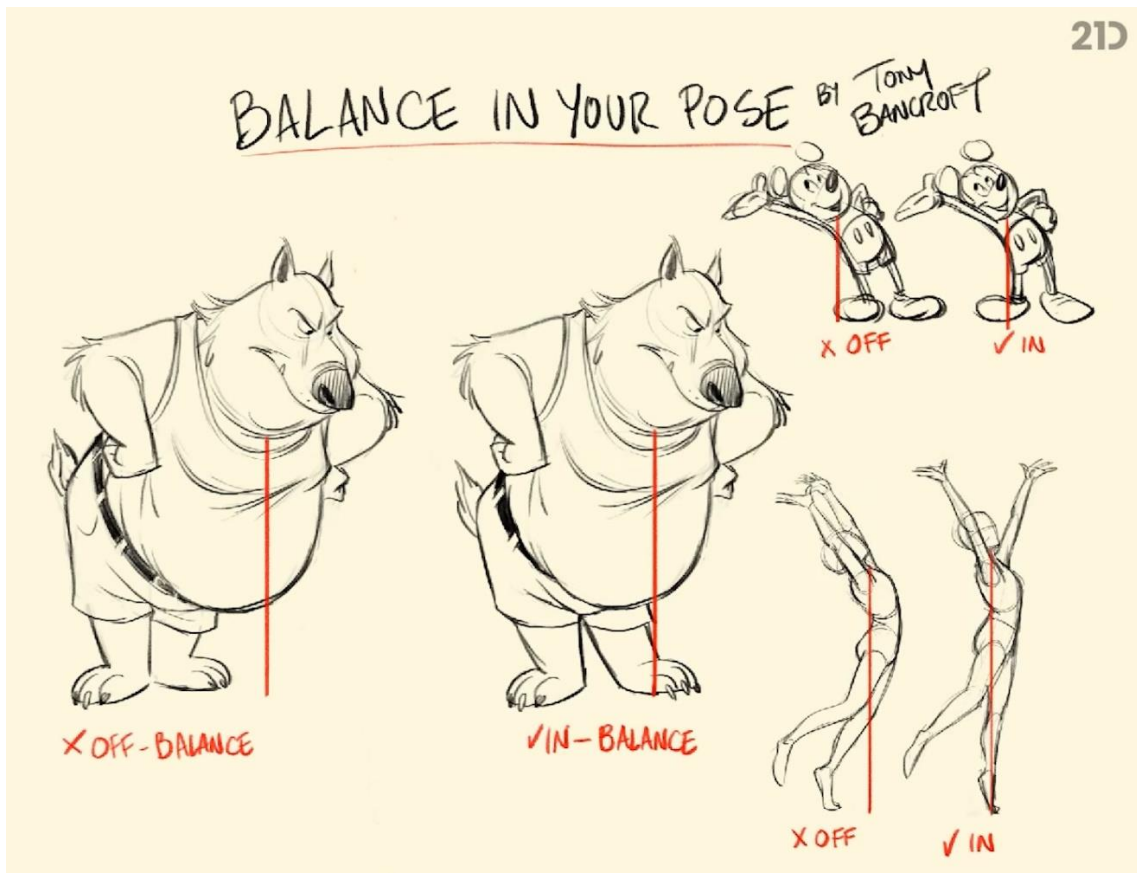


Slika 5. Linija akcije u originalnoj ilustraciji

Linije geste predstavljaju labave, neformalne skice koje se baziraju oko linije akcije, te omogućuju crtanje velikog broja poza u fazi ideacije bez prekomjernog gubljenja vremena na poze koje na kraju ne funkcioniraju. Gestualne skice se zato mogu smatrati *brainstorming* fazom skiciranja lika.

Težina i ravnoteža su nerijetko pregledani elementi skiciranja koje je bitno imati na umu. Likovi koji nenamjerno izgledaju kao da lebde u prostoru, ili čija je poza izvan ravnoteže ili u labilnoj ravnoteži izgledaju „krivo“ i neuvjerljivo. Cilj dizajna je uvjeriti publiku da je lik živ, što je teško ako njegova težina nije realistično distribuirana u pozi. Ravnoteža težine postiže se kada je jezgra lika poravnata s mjestom na koje se lik oslanja. Jezgra lika nalazi se u njegovoj sredini, te se povezuje s točkom direktno ispod nje na mjestu gdje lik stoji. Ta linija će se od sredine pomicati lijevo ili desno u skladu sa stranom ili nogom na koju se lik oslanja, te ako stoji na jednoj nozi, jezgra lika mora biti direktno iznad te noge.

Obraćanje pozornosti na realistične zakone fizike pri skiciranju će olakšati izradu finalne ilustracije lika.



Slika 6. Režina i ravnoteža (Izvor: Tony Bancroft za 21Draw)

2.2.5.1. Pretjerivanje u gesti

Izrada dobrog dizajna lika nije samo u promišljenim odlukama o teoriji oblika ili boja i detalja, nego i u načinu na koji se lik predstavlja. Karakter lika se mora vidjeti iz geste dovoljno jasno da ga publika prepozna na prvi pogled. Najefektivniji način postizanja ovog efekta je kroz pretjerivanje u gesti. Ukoliko je gesta presuptilna otvara publici priliku za interpretaciju. Cilj naglašenje geste je prenijeti istu poruku svima, te dizajn neće biti interpretiran nego objektivno sagledan i prihvaćen kao ono što je. [17] Pretjerivanje u gesti se usko veže s kompozicijskim konceptima siluete, tangenti i negativnog prostora. (Slika 7.)



Slika 7. Pretjerivanje u gesti (Izvor: Ida Hem za Fundamentals of character design)

2.2.6. Angažiranje publike

Puno je jednostavnije dizajnirati tehnički promišljen lik od lika za kojeg se publika zapravo interesira.



Slika 8. (Izvor: Eduardo Vieira za Fundamentals of character design)

U Slici 8., iznad, se uspoređuju dvije iteracije istog lika. Iako je lijevi dizajn tehnički korektan, ono što stvara vizualni interes na desnom primjeru su nepravilnosti, asimetrija i pretjerane karakteristike. Publika će se uvijek više interesirati za nesavršenog lika sa nepravilnostima, jer te karakteristike predstavljaju ljudskost. Ljudi nisu simetrični i savršeni u stvarnom životu, pa nepravilnosti i interesantne „mane“ privlače publiku i omogućuje joj poistovjećivanje s likom. [18]

2.3. Ogledna pokretna grafika

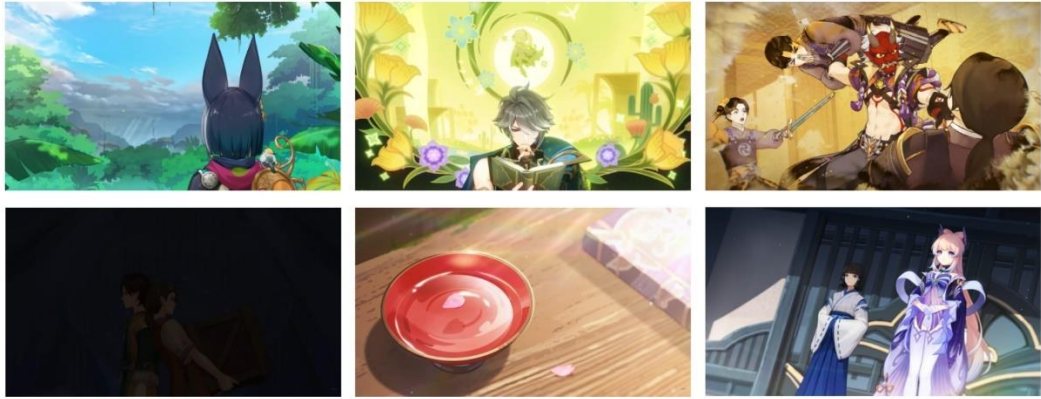
Standardni *workflow* animacije zrcali onaj u grafičkom dizajnu i dizajnu likova. Gdje se u dizajnu likova javlja *brief*, u procesu animacije je scenarij, gdje su skice tu je storyboard, a *render* finalne ilustracije mijenja *render* gotove animacije. Jedino je istraživačka faza univerzalna za sve discipline dizajna.

Ogledna pokretna grafika lika ili *character teaser* na engleskom je pokretna grafika koja u kratkom vremenu prikazuje samo dovoljno informacija o liku da bi zaintrigirala publiku. Unutar medijskih i marketinških kampanja objavljuje se prije objave čitavog medija javnosti (u primjeru filmova i vizualnih novela) ili prije nego što se lik pojavi u mediju (u serijama i videoigrama). Svrha mu je zaintrigirati publiku na konzumiranje medija u kojem se lik nalazi, a ne prikazati potpunu sliku i priču lika. Nerijetko se *character teaser* animacije uklapaju u animirane pretpreglede čitavog medija kao manji segmenti, no vrše istu ulogu kao samostalni *teaser*-i.

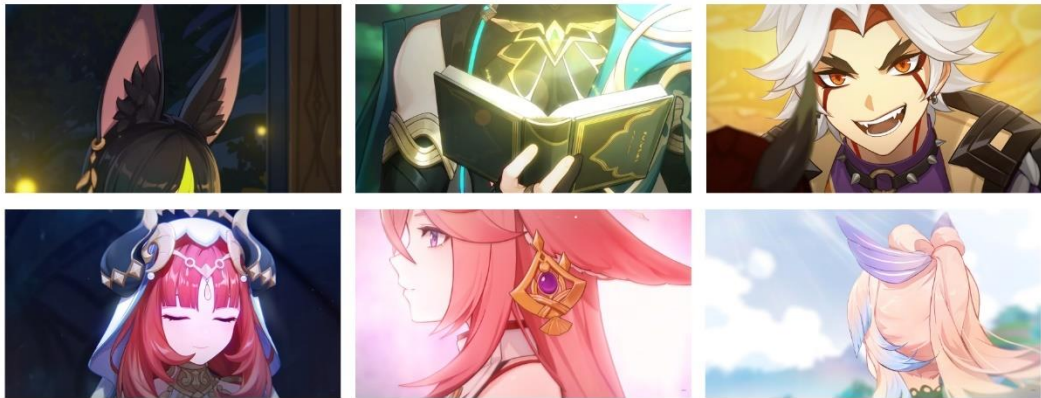
U svrhu definiranja narativnih elemenata *teaser*-a analizira se šest samostalnih *character teaser*-a likova iz videoigre *Genshin Impact* kineske tvrtke *Hoyoverse*: Tighnari [19], Alhaitham [20], Arataki Itto [21], Nilou [22], Yae Miko [23] i Sangonomiya Kokomi [24]. Videima *teaser*-a likova pristupljeno je na službenom *Youtube* kanalu videoigre, te su svi likovi najavljeni i implementirani u igru od 2021. do rane 2023. godine.

Character teaser-i iz tekuće marketinške kampanje videoigre *Genshin Impact* se koriste kao reprezentativni uzorak dobrih oglednih pokretnih grafika likova, ne zbog izgleda ili stila izvedbe, nego zbog promatranog pozitivnog učinka na inicijalni i dugoročni interes publike za igrom kroz tri godine konzistentnog objavljivanja *character teaser*-a nadolazećih likova.

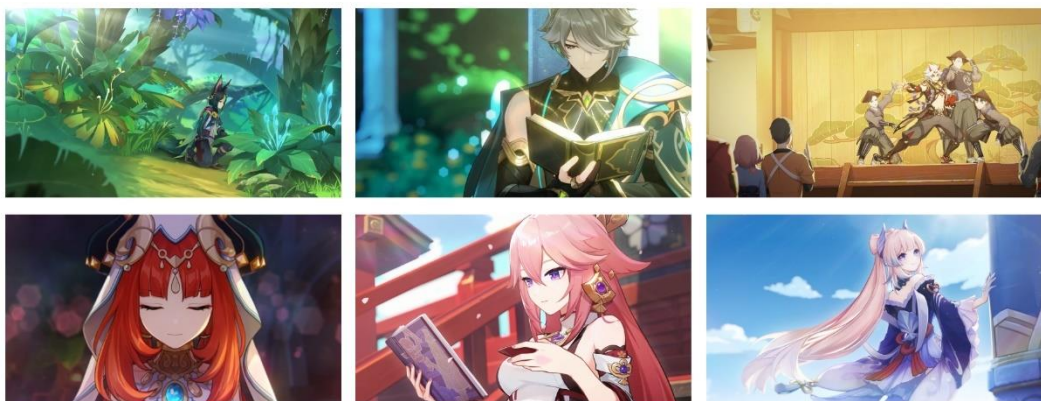
Zajednički elementi svih analiziranih pokretnih grafika su kadar koji opisuje prošlost medija ili priču lika prije početka medija, detalj kadar na element dizajna lika koji ga definira kao osobu, usklađivanje boja u sceni sa paletom boja dizajna lika, te široki kadar lokacije s kojom se lik asocira.



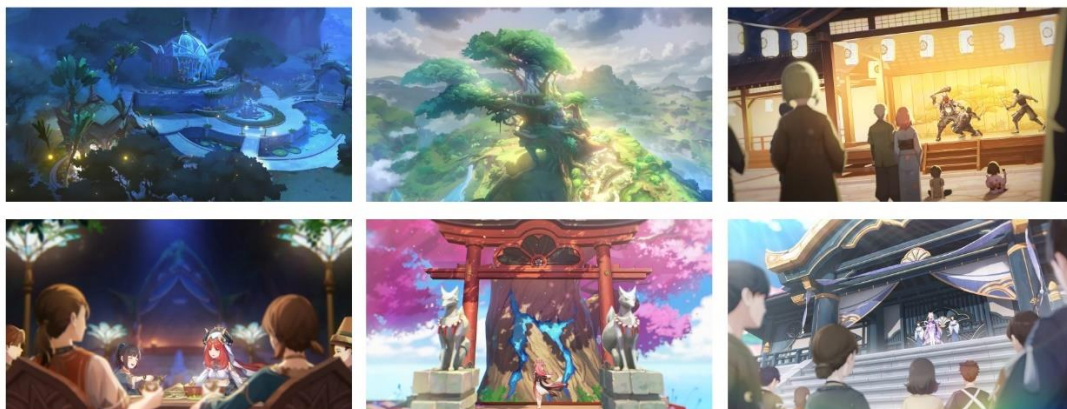
Slika 9. Kadrovi koji prikazuju priču



Slika 10. Kadrovi koji prikazuju ključni detalj



Slika 11. Kadrovi boja usklađenih sa paletom lika

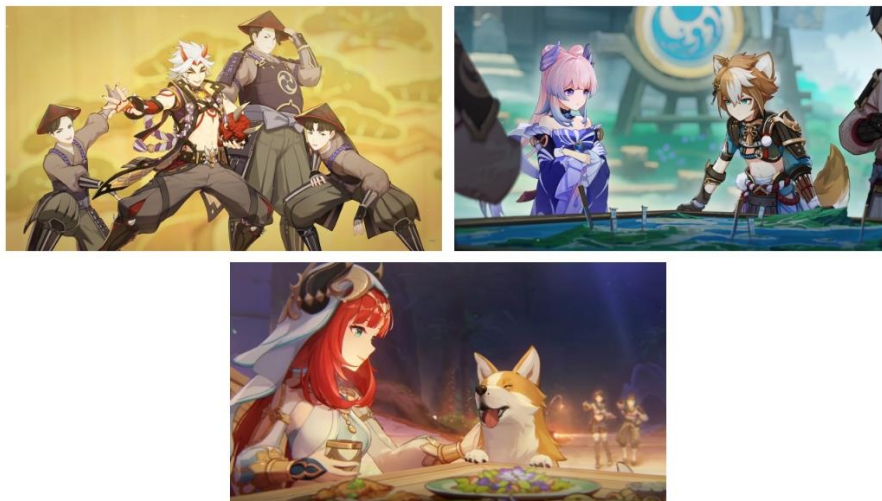


Slika 12. Široki kadrovi lokacija

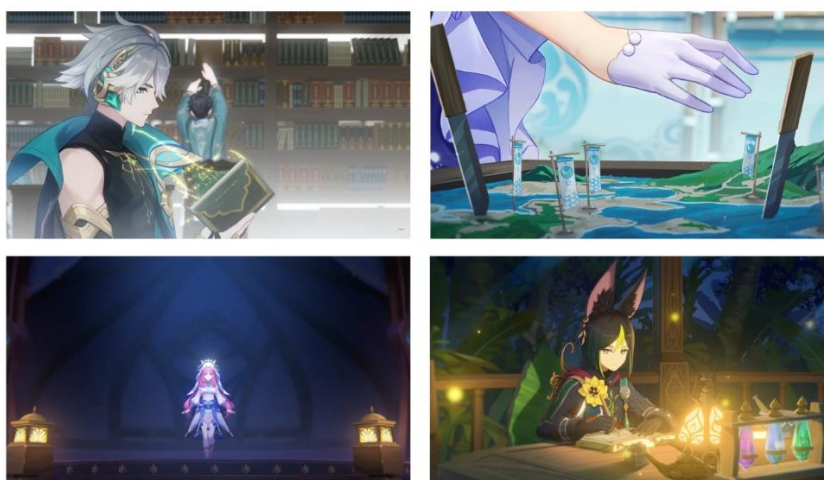
Značajni elementi koji se ponavljaju po *teaser*-ima, ali ne u svih šest slučajeva su teme hrane koje opisuju lokaciju uz koju je lik asociran, interakcija glavnog lika sa likovima u okolini s kojima su bliski, kadar koji prikazuje ulogu ili posao lika, te kadar koji se fokusira specifično na odjeću kao indikaciju uloge/posla.



Slika 13. Kadrovi hrane (Nilou i Yae Miko)



Slika 14. Interakcija sa relevantnim likovima (Itto, Sangonomiya Kokomi i Nilou)



Slika 15. Kadrovi uloge/posla lika (Alhaitham – pisar, Sangonomiya Kokomi – ratni general, Nilou - plesačica, Tighnari – biolog/znanstvenik)



Slika 16. Kadrovi odjeće kao indikatora uloge/posla (Nilou - plesačica, Yae Miko – hramska svećenica)

Gledano u retrospektu, s obzirom na to da su svi ovi likovi objavljeni i dio videoigre već preko šest mjeseci, predloženi set elemenata balansira prenošenje dovoljno informacija o liku da bi pobudili interes uz ostavljanje poželjne doze misterija koja će publiku privući naknadnom konzumiranju medija koji se *character teaser*-om oglašava.

Još jedan primjer uspješnog korištenja ogledne pokretne grafike lika u svrhu oglašavanja medija je još ne objavljena vizualna novela *Touchstarved*, prvo djelo indie studija *Red Spring Studio* [25].

Camingue, Carstensdottir i Melcer vizualne novele definiraju kao videoigre sa fokusom na priču, u kojima igrač interakcijom utječe na svijet priče ili progresiju priče. Ključno za analizu, vizualne novele se estetski u glavnom oslanjaju na statične ilustracije likova, ilustrirane pozadine, zvučne efekte i pozadinsku glazbu. [26] Bit vizualne novele je interakcija sa likovima.

Ogledna pokretna grafika koja prikazuje sve likove u vizualnoj noveli *Touchstarved* [27] uspješno prenosi glavne informacije o likovima sa minimalnom čistom animacijom likova, te više nalikuje na standardu pokretnu grafiku u *motion design* smislu.



Slika 17. Kadrovi trailer-a za *Touchstarved*

Ova pokretna grafika ton i atmosferu sveobuhvatne priče i pojedinog lika, uz kadrove slične onima u *trailer*-ima videoigre *Genshin Impact*, prenosi korištenjem teksta, te prijelaza i efekata. Uspješnost dizajna likova, te pokretne grafike vidljiva je po trenutnim podacima o financiranju igre, gdje je 13302 sponzora doniralo 823302 dolara na *Kickstarter* studija. Inicijalni cilj za financiranje igre je bio 95000 dolara, tj. ostvarena je skoro devet puta veća brojka od očekivane. [28]

2.4. Analize primjera dizajna likova

Uzimajući u obzir sve iznesene informacije o dizajnu likova, moguće je objektivno analizirati postojeće primjere dizajna likova sa tržišta. U svrhu dokazivanja da su principi dizajna likova primjenjivi u svim slučajevima, bili oni čovjekoliki ili ne, analiziraju se primjeri iz ranije spomenute videoigre *Genshin Impact* i marketinške kampanje lokalne osiguravajuće tvrtke LAQO. Ovi likovi se također biraju u svrhu provođenja analiza ekstremna dizajna likova po pitanju strukturiranosti, gdje Pavle Pauq predstavlja jednostavnije, a Alhaitham komplekse likove, koliko po briefu toliko i po vizualnim informacijama unutar dizajna.

2.4.1. Pavle Pauq – LAQO

Pavle Pauq je zaštitno lice prve hrvatske digitalne osiguravajuće tvrtke LAQO. Za razvoj i dizajn lika zaslužna je agencija Bruketa&Žinić&Grey, gdje finalnu verziju dizajna ilustrira Miro Zubović.

2.4.1.1. Brief

U studiji slučaja objavljenoj na službenoj web stranici kreativne agencije Bruketa&Žinić&Grey, lik Pavle Pauqa se opisuje sljedećim riječima:

„Zaštitno lice LAQO osiguranja je Pavle Pauq, web developer koji stalno “visi” online.“ ... „Pauk je nastao kao referenca na mrežni, odnosno digitalni svijet, a njegov izgled inspiriran je stvarnom životinjskom vrstom, paukom skakačem.“
[29]

Ekrem Dupanović, za Media Marketing, opisuje proces *brainstorming*-a kroz koji je tim agencije prošao u suradnji sa LAQO timom:

„Već na prvom briefingu u agenciji su shvatili da je LAQO revolucionarno i inovativno osiguranje nove generacije s jasnom vizijom i svrhom, osiguranje koje ima potencijal zauvijek promijeniti hrvatsko tržište i način na koji percipiramo osiguranje. Zato su u agenciji i na komunikacijskom planu pokušali napraviti nešto inovativno i drugačije. Tako je nastala i ideja o glavnom liku, Pavlu Pauqu kao personifikaciji „umreženog“ Laqo svijeta. Pavle je pauk koji je odrastao u kutu

osiguravajućeg ureda, a nakon što ga je netko pokušao zgnječiti fasciklom s papirima za kasko, Pavle je odlučio stvoriti prvo osiguranje bez papirologije, 100 % digitalno, što mu nije teško palo jer ionako živi na mreži i stalno visi online.“ [30]

Prema navedenom, inspiracija za lik i način na koji on privlači interes publike je kontrast i novitet. Došavši na ideju lika personificiranog pauka kroz verbalne reference na mreže i umreženost, tim kreativne agencije odlučuje životinju koja se generalno smatra strašnom i nepoželjnom karakterizirati kao pristupačnu i umiljatu. Dajući pauku iz uredskog kuta prepreku i motivaciju za napredak, suštinski ljudska iskustva, omogućuje publici da s njim suosjeća, te istovremeno gradi emocionalnu vezanost i investiranost u brand LAQO.

2.4.1.2. Dizajn lika

S obzirom na medij u kojem će se Pavle koristiti, te njegovu relativno kratku i direktnu pozadinsku priču, ključne riječi za dizajn lika su jednostavan i pamtljiv. Pamtljivost dizajna se ovdje postiže neočekivanošću motiva pauka, dok se jednostavnost vidi u malom ali dobro promišljenom broju elemenata korištenim u dizajnu lika Pavla Pauqa. U kontekstu marketinške kampanje, dizajnu nije cilj vući fokus na lika nego kroz lik vući fokus na proizvod koji se prodaje.

U sklopu objavljenje studije slučaja agencija Bruketa&Žinić&Grey objavljuje reference korištene u ideaciji lika, te prve skice za finalni dizajn Pavla Pauqa.

Pauk skakač (lat. Salticidae)



Slika 18. Reference za dizajn (Bruketa&Žinić&Grey)

Razvoj lika



Slika 19. Prijedlozi dizajna lika Pavle Pauq (Bruketa&Žinić&Grey)

Iako se radi o liku koji nije inspiriran čovjekom, niti sadrži veliku količinu kompleksnih detalja, moguće je analizirati principe dizajna lika korištene na liku Pavla Pauqa.



Slika 20. Pavle Pauq (Bruketa&Žinić&Grey)



Slike 21., 22. i 23. Analiza oblika, palete boja i toka oka po dizajnu lika

Počevši od teorije oblika (Slika 21.), svi oblici unutar dizajna lika Pavla su jako zaobljeni, te su oči i naočale lika čisti krugovi. Prema podacima navedenim ranije u radu, to mu dodjeljuje karakteristike poput sreće i dobrote, te nježnosti i sigurnosti. Čak i potencijalno negativna asocijacija obliha oblika na usamljenost ima smisla s obzirom na priču koja je poznata o liku, tj. da živi sam u kutu ureda.

Paleta boja korištena u dizajnu lika (Slika 22.) je analogna i topla. Manje zasićena narančasta s akcentnim korištenjem crvene daje Pavlu prijateljski dojam i dozu energetičnosti, dok kontrastne tamne nijanse korištene u očima i naočalama također imaju topli podton.

Osvjetljenje korišteno u sceni iz primjera, ali i kasnije u oglednoj pokretnoj grafici je uvijek difuzno, tj. ne pravi oštre kontraste i sjene, nego pridodaje generalnom dojmu mekoće lika koja se realizira i kroz teksturu njegovog krzna.

Prema Slici 23., oko prvo privlače oči i naočale, te ih prema nogama vuče ritam prugastog uzorka na nogama lika. Oko se vraća prema centru lika gdje se zbog pozicioniranja prednjih nogu vraća prema licu, te svojom simetričnošću stvara ugodno iskustvo gledanja. Silueta lika je jednostavna, simetrična i jasna, te služi svojoj svrsi. Najinteresantnije načelo kompozicije za analizu ovog lika jesu omjeri. Bez obzira na pozadinu, publika lako dolazi do zaključka da je Pavle Pauq jako mal lik, zbog veličine njegovih naočala i mobitela u odnosu na njega. Iako su naočale i mobitel očito visoko stilizirani, tj. smanjeni da bi fizički mogli biti dio dizajna lika, njihova prenaplašenost u odnosu na tijelo Pavla publici daje sve potrebne vizualne informacije za točnu procjenu njegove veličine.

Zbog simetričnosti lika, a i pravih paukova, Pavle je u težinskoj ravnoteži, te ima blagu naznaku na liniju akcije u nozi koja drži mobitel. Zbog realističnog rješenja dizajna lika Pavle nema potrebu za pretjeranom gestom, te publiku angažira kontrastom pretpostavke koju ona ima o paucima i karakterom i dizajnom lika Pavla Pauqa.

2.4.1.3. Ogledna pokretna grafika

Videoprezentacija studije slučaja brendinga za LAQO ujedno predstavlja i oglednu pokretnu grafiku za lik Pavla Pauqa, te kombinira elemente pokretnih grafika vizualne novele *Touchstarved* i videoigre *Genshin Impact* koji su ranije analizirani.

Referirajući se na elemente tradicionalne pokretne grafike, videoprezentacija se koristi animacijom tipografije i prijelazima među scenama da bi uspostavila pristupačan i moderan ton, za lika, pokretnu grafiku i brend čije je marketinške kampanje ona dio.

Među kadrovima animacije, studio uključuje video prirode i automobila u pokretu što su vizualno relevantni kadrovi za tip osiguranja koji se prodaje, no također čvrsto postavljaju Pavla kao lika u stvarni svijet, prema čemu je njegova realistična realizacija stilski prikladna.

Sličnosti s *trailer*-ima likova iz *Genshin Impact*-a javljaju se s prvom pojavom Pavla Pauqa na sceni. Prvi kadar koji sadržava Pavla predstavlja njega na poslu, tj. prikazuje njegovu ulogu kao developera i prezentatora čitavog brenda, figurativno i doslovno (Slika 24.).



Slika 24. (Izvor: Bruketa&Žinić&Grey)

Sljedeća scena je također jedna od ključnih u *Genshin Impact* formuli *trailer-a*: prikaz pozadinske priče (eng. *backstory*) lika, tj. njegove priče prije početka medija, u ovom slučaju njegovog posla kao developera u LAQO.

Scena prikazuje Pavla samog u uredu, te naknadni napad na njega fasciklom (Slika 25). Taj događaj je katalizator za njegovu odluku da razvije LAQO, prvo osiguranje vozila bez papirologije.



Slika 25. (Izvor: Bruketa&Žinić&Grey)

Nakon toga se videoprezentacija vraća sa scenu Pavla koji prezentira funkciju aplikacije, te uz naizmjenične scene tipografije i videa prikazuje i aplikaciju Pavla na različite panele i oglasne prostore po gradu. Cijeli video odiše pristupačnošću i susretljivošću, što su karakteristike koje brend definitivno želi prezentirati publici. Montaža lika kako se kreće među različitim oglasnim medijima također sugerira Pavlovu svestranost, te njegovu sposobnost i volju da se uklopi u društvo i bude dio svakodnevice. Očito je da je cilj kampanje bio napraviti ime Pavle Pauq,a i LAQO s njim, udomaćenim. Ciljna skupina lika i brenda bi mogli biti mladi ljudi u potrazi za prvim osiguranjem automobila, nespecifičnog spola i u dobi ispod trideset, te mlade obitelji zbog karakterizacije i dizajna Pavla Pauqa koja ostavlja prostor za apliciranje proizvode za djecu ili igračke

2.4.2. Alhaitham – Genshin Impact

63. u dugom nizu likova iz globalno popularne videoigre *Genshin Impact*, Alhaitham je jedan od najpoznatijih likova regije Sumeru koja vuče inspiracije iz Indije, Egipta i bliskog istoka.

2.4.2.1. Brief

Poznato je da su *Genshin* likovi nadasve kompleksni, što s količinom likova koja se godišnje doda u igru i modelom igre koja novac zarađuje prodavanjem tih istih likova za korištenje u igri. S obziro da je korisnička demografija i ciljna skupina igre jako široka, ravnomjerno podjeljena po spolovima i prosječne dobi od 35, likovi moraju biti dobro istraženi, te moraju imati visoku razinu očitih i skrivenih referenci da bi privukli korisnike na potrošnju novaca u *gacha* sistemu dobivanja likova, gdje *gacha* dolazi od japanskih automata *gachapon* gdje se nasumično izvlači igračka iz velikog skupa različitih igrački. Prema tome svaki novi lik mora biti dovoljno interesantan da bi privukao dugoročne igrače na investiranje.

Službeno predstavljanje lika, na *Hoyolab* forumu tvrtke *Hoyoverse*, Alhaithama opisuje sljedećim tekstom:

„Trenutni pisar Sumeru Akademije. Ovaj naslov može zvučati vrlo impresivno, no to je zato što Akademija ima kulturu korištenja službenih naslova za napuhavanje ega.

Uloga pisara može se činiti prestižnom, ali istina je da pisar ne mora biti prisutan na svim većim sastancima, niti sudjeluje u temeljnom odlučivanju. Pisar je jednostavno odgovoran za klasificiranje i arhiviranje važnih dokumenata, a njegova prisutnost nije potrebna u svakom trenutku. Upravo iz tih razloga u Sumeruu, gdje su se nekada upravljalo knjigama i rukopisnim dokumentima kao resursom, pisar je jedna od malo osoba u Akademiji koja je upoznata s pregrštom tema. Zapravo, može se reći da je ovaj položaj prilično sličan položaju Velikog konzervatora. Uostalom, osoba koja upravlja različitim tekstovima je ona koja ima privilegiran pristup dubokoj mudrosti. Alhaitham, trenutni pisar Sumeru Akademije označava sve gornje kutijice. Malo ljudi zna tko je on, a on zna puno informacija koje su ljudima nepoznate. On ne prisustvuje nijednom sastanku koji

nije bitan, a kada prisustvuje, bilježi samo ključne točke, bilježeći druge sitne detalje na temelju svog raspoloženja. Ljudi često ne obraćaju pozornost na njega, a kamoli da znaju koliko detalja ovaj pisar može otkriti na jednostavnom sastanku.

Sposobna osoba koja se predugo skriva često se percipira kao netko s tajanstvenim identitetom i skrivenim svrhama. Sam Alhaitham snažno je pobijanje svih tih klišejskih pogleda: on je briljantan čovjek, ali on je samo običan zaposlenik Akademije, sa stabilnim poslom i ugodnom kućom u Sumeruu, vodeći bezbrižan i ugodan život.“ [31]

Direktno iz teksta se može zaključiti da je lik Alhaithama akademik, ima interes za znanje i informacije, te dozu znatiželje. No nijedna od tih karakteristika ne može nadvladati njegovu želju za lagodnim životom, bez previše interakcije s ljudima koji mu nisu bliski. Pohlepa nije jedna od njegovih karakternih crta. Interes ovdje stvara kontrast briljantne i uspješne osobe, na visokoj poziciji u reprezentativnoj instituciji regije, koja nema želju za napredovanjem nego želi uživati miran i lagodan život, te izbjegava prekomjerne obaveze i odgovornosti.

2.4.2.2. Dizajn lika

Iako *Hoyoverse* nema naviku objavljivati informacije iz istraživačke faze i ideacije likova, ljubitelji igre nerijetko sami provode retroaktivna istraživanja u reference korištene za dizajn likova u ovoj videoigri. Najveći konsenzus o inspiracijama za lik Alhaithama leži u njegovom imenu. Korisnici službenog foruma igre *Hoyolab*, a i širom interneta smatraju da je lik inspiriran i imenovan po matematičaru, astronomu i fizičaru iz zlatnog doba islama, Alhazen ili Hasan Ibn al-Haytham. [32] Poveznica postaje konkretnija sa dodatkom informacije da je Alhazen također poznat kao „otac moderne optike“, što se zrcali u dizajnu lika Alhaithama motivom zrcala. Prema drugim korisnicima istog foruma, odjeća mu vuče inspiracije iz različitih dijelova bliskog istoka. [33] Asimetrična struktura i detalji plašta mu vuku inspiracije iz odjeće Mameluka, te turskih Osmanlija. Remenje, torba i detalji koji ih krasi vuku inspiraciju iz iranskih i perzijskih portreta iz petnaestog stoljeća, a čizme oblikom asociraju na čizme osmanskih vojnika. (Slika 26.)

Ulaziti u sve potencijalne i potvrđene reference korištene u dizajnu ovog lika ne bi bilo produktivno u kontekstu diplomskog rada, no svrha spominjanja referentnog materijala je da u sklopu ovog dizajna postoji bogatstvo informacija koje su jasno čitljive osobama koje dolaze kultura iz kojih dizajneri tvrtke *Hoyoverse* vuku inspiraciju za određenu regiju u igri. Ovakva „selektivna“ jasnoća informacija, ili potreba predznanja za detaljnu interpretaciju lika, globalnoj korisničkoj bazi ove videoigre pruža priliku za interakciju i komunikaciju, što im podiže interes za videoigru i ponovnu investiciju u likove, bili to oni koji su istraživali sa zajednicom ili nadolazeći likovi koji sada predstavljaju novu priliku za interakciju sa zajednicom.



Slika 26. Alhaitham (Izvor: Genshin Impact Wiki)

Zbog poze korištene za ilustraciju na Slici 26., u svrhu analize se također koristi pogled na 3D model lika s prijeda direktno iz same videoigre (Slika 27.), da bi se mogli analizirati ključni elementi dizajna prije analize geste na ogleđnoj ilustraciji.



Slika 27. Teorija oblika, ritam i tok oka po 3D modelu Alhaithama

Ponovno počevši od teorije oblika, dizajn Alhaithama sadrži pregršt trokutastih oblika kroz koje se vizualiziraju njegove karakterne crte oštine i ozbiljnosti. Alhaitham definitivno je kompleksan lik s neočekivano odrješitim karakterom, no činjenica da je većina trokutastih oblika jednakokračna njegovom dizajnu daje i dojam stabilnosti i staloženosti koju on predstavlja karakterno. Većina oblika je također zaobljena i omekšana, dijelom u skladu s arhitektonskim stilom regije iz koje dolazi, ali i u svrhu otklanjanja većine negativnih vizualnih asocijacija povezanih sa snažnim i oštrim kutevima.

Iako je paleta boja dominirana tamnim nijansama, detaljnijom analizom jasno je da se radi o modificiranom komplementarnom paru plave i narančaste, gdje je čitava paleta manje zasićena i nagnije toplije, što plave pretvara u modrozeleno, a narančaste u smeđe i zlatne nijanse. Čak i crne površine imaju primjese modrozeleno i zlatne, što pridodaje na dimenzionalnosti palete boja. Kombinirajući asocijacije zelene i plave, ovakva paleta boja lika karakterizira kao stabilnog i smirenog, te tamne zelene mogu asociirati na tajne vezane uz posao

pisara koji lik obavlja. Ovakve asocijacije podupire i asocijacija crne boje na misterij uz daljnje poveznice na odvažnost i profinjenost.

Neobične odluke u odabiru palete boja bi pak mogle biti informirane očekivanim svjetlosnim uvjetima u kojima će se lik nalaziti. Regija Sumeru je, kao što je ranije navedeno, inspirirana regijama stvarnog svijeta koje imaju visoke temperature i veliku količinu sunčanih dana u godini. Sumeru se kao regija također dijeli na tropsku prašumu i pustinju, te se topli „filtar“ na paleti boja može pročitati kao prijevremeno implementiranje reflektirane svjetlosti sunca od pijesak. Zbog tople modrozeleno palete lik će se uklopiti u oba segmenta regije i uvijek će dobro izgledati tijekom igre.

Najveće odskakanje u paleti rade žarki, visoko zasićeni detalji zelene i tirkizno plave, koji se ritmično ponavljaju pri vrhu, sredini i dnu dizajna (prsa i rame, struk, vrh čizama). Žarko zeleni detalji ukazuju na njegovu poveznicu s elementom prirode i biljaka u mehanikama videoigre.

Osvrćući se na načela kompozicije korištena pri dizajnu odjeće lika, najupečatljiviji je kontrast simetričnih i asimetričnih elemenata dizajna. Snažna asimetrija plašta i remenja koje oko glatko vode po dizajnu je uravnotežena apsolutnom simetrijom uzorka na prsima, rukavicama i detalja na čizmama. Na istim potezima se čitaju i kontrasti ravnog i zakrivljenog, te jednostavnog i kompleksnog. Dodatan ritam i fluidnost dizajnu daje ponavljanje brojnih različitih uzoraka u linijama po kojima oko prirodno teče po dizajnu.

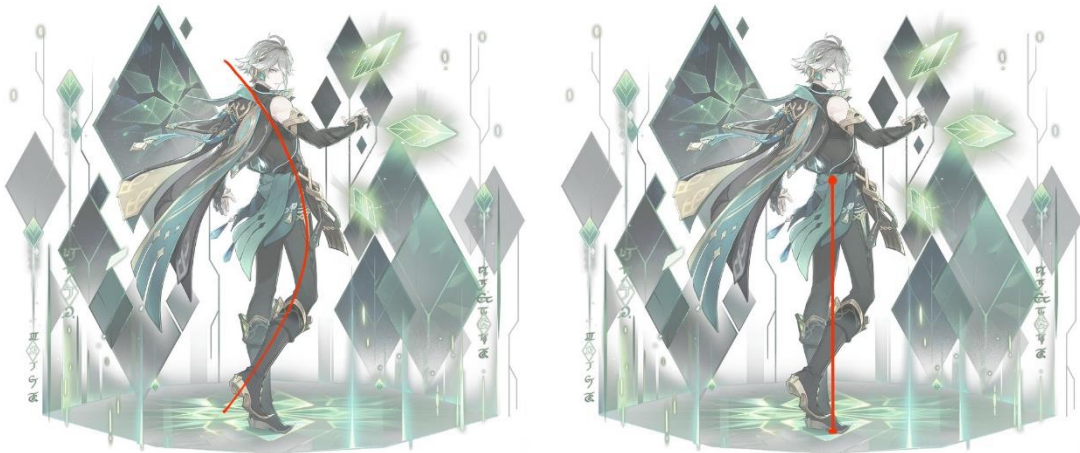
Počevši s glavom, oko prelazi preko lijevog ramena lika prekrivenog asimetričnim plaštom i staje na uzorku na prsima, koji oko zajedno sa plaštom vodi dolje prema remenju. Remenje tok oka cijepa simetrično prema nogama, gdje brzo dolazi do čizama koje zavrnutim vrhovima pogled vraćaju prema gore. Ovdje oko preferira lijevu stranu lika koja ima zasićene plave detalje na remenju i ostatak asimetričnog plašta. Oko se preko ruke vuče prema žarko zelenom detalju na ramenu plašta i nazad prema glavi. Prođe li oko isti put do nogu, ako se ovaj put fokusira na povratak gore po desnoj nozi, pogled se vuče prema tamnoj rukavici i zlatnoj narukvici na bicepsu lika. Od tu ga kabel od slušalica ponovno vuče prema licu. Prema tome, iako na prvu dizajn lika izgleda obilan ili zbunjujuć,

iskustvo gledanja lika ima smislen tok koji publici pruža logičan slijed za promatranje svih njegovih detalja.

Za analizu geste, siluete i sličnih elemenata dizajna ponovno se referira na oglednu ilustraciju lika na Slici 26. Silueta lika je jasna, s dobro definiranim negativnim prostorom, te se iz nje da naslutiti generalni izgled lika i radnja koju vrši. Jedini potencijalno nejasan dio siluete prikazan je na Slici 28., te do vizualnog šuma dolazi zbog preklapanja plašta i ruke u prostoru. Ovakve nedoumice su ipak očekivane i ne oduzimaju na kvaliteti siluete, jer ona nije jedini element dizajna na koji treba obratiti pažnju.



Slika 28. Silueta ogledne ilustracije lika



Slike 29. i 30. Linija akcije i linija ravnoteže u oglednoj ilustraciji lika

Na Slikama 29. i 30. predstavljene s linije akcije i linije ravnoteže lika. Promatrajući ih kao komponente geste, na prvi pogled ilustracija izgleda kao da nema dovoljno pretjerivanja u pozi, pogotovo procjenjujući to isključivo kroz liniju akcije. Ipak odabrana gesta prikazuje kompleksni pokret koji se drži zakona fizike realnog svijeta. Linija ravnoteže je u skladu s ranije definiranom težinskom ravnotežom u likovima; jezgra lika se nalazi direktno iznad noge na kojoj stoji, jer je druga podignuta. Linija akcije se čini preslabom jer ju je nemoguće interpretirati u potpunosti iz kuta iz kojeg gledamo na lika.



Slika 31. Gesta ogledne ilustracije lika

Osvrćući se na gestualne linije Slike 31. lakše je shvatiti koju radnju lik vrši i kako to informira njegovu gestu ili pozu u ilustraciji. Lik u ilustraciji vrši jedan od napada koje je moguće koristiti u videoigri gdje iz ruke baca tri ogledala (zeleni romboidi desno), te gesta ilustracije lika prikazuje pri kraju te radnje. Zbog snage koja je korištena pri bacanju, lik se nastavlja rotirati i nakon uspješno izvršenog napada. Taj tzv. *follow-through* ili završni pokret se čita iz svih aspekata geste, od kretanja lijeve ruke unazad i dizanja desne noge za održavanje ravnoteže, torzije trupa lika i slojeva odjeće u smjeru rotacije, te održavanje pogleda prema projektilima. Kroz sve ove elemente ilustracija sugerira konstantno kretanje, te priču pokreta prije i nakon trenutka koji je zabilježen ilustracijom.

2.4.2.3. Ogljedna pokretna grafika

Poput ranije analiziranih *Genshin Impact trailer-a*, ogledna pokretna grafika za ovaj lik ne sadrži snimke 3D modela direktno iz videoigre, nego animira statične ilustracije, podjeljene u slojeve, mrežama ili *marionette pin* tehnikom animacije koja distorzijom ilustracije proizvodi privid pokreta. Nije izričito poznat program koji dizajneri u *Hoyoverse-u* koriste za animaciju, no lako je pretpostaviti da se radi o programu Adobe After Effects, koji je standard za ovaj tip animacije u industriji.

Pokretna grafika počinje sa prikazom Alhaithama u jednom od mnogih vrtova u gradu u kojem živi, Sumeru City, gradu mudrosti. Sljedećih par kadrova ga prikazuje iz različitih kuteva dok čita knjigu (Slika 31.). Naracija koja se čuje tijekom ogledne pokretne grafike je Alhaithamov unutarnji monolog koji čita knjigu „na glas“. Sadržaj knjige govori o lingvistici i izvoru jezika, te povijesti bilježenja informacija, teme koje direktno zrcale Alhaithamov opis posla, prema čemu sam tekst predstavlja metaforu za Alhaithama. On je pisar Sumeru Akademije, osoba koja bilježi sva najvažnija događanja u reprezentativnoj instituciji nacije mudrosti, i alumnus njezinog lingvističkog smjera, što je bitna informacija za lik u kontekstu Sumerua kao regije.



Slika 31. (Izvor: Youtube)

Slijede kadrovi koji opisuju povjesna i politička događanja iz naracije, no unutar njih se mogu prepoznati drugi likovi iz igre (Slike 32. i 33.). Ovi kadrovi predstavljaju pogled u Alhaithamovu psihu, gdje se njegovo knjižno znanje miješa sa proživljenim iskustvima.



Slika 32. Djevojčica u bijelom krugu - Nahida (Izvor: Youtube)



Slika 33. Žena u donjem lijevod kutu - Dunnyar zad (Izvor: Youtube)

Slijede kadrovi statičnog Alhaithama dok pored njega jure scene knjižnice iz Akademije, što može simbolizirati prolaz vremena i količinu znanja koju je on prikupio tokom studija i rada na Akademiji.

Nakon toga se pokretna grafika vraća na scenu Alhaithama koji čita knjigu, zatvara ju i izgleda zadubljen u svoje misli, kada počinje padati kiša. Naracija govori o tome da pisar pored istine bilježi i pitanja na koja istina ne odgovara, te da će mnoga od njih ostati neodgovorena zauvijek. Zadnja rečenica naracije govori da je odgovor na najdubokoumnija vječna pitanja beskrajna vječna tišina. Pokretna grafika završava sa širokim kadrom grada, okružen kišnim oblacima na periferiji dok na grad sija sunce, kao prvi tračci poslje nevremena. (Slika 34.)



Slika 34. (Izvor: Youtube)

Pokretna grafika tehnički isključivo predstavlja čovjeka koji čita knjigu na usamljenom mjestu u gradu, te završava „nedorečeno“, nema striktnu rezoluciju izvan zatvaranja knjige i razmišljanja o njoj. Tu nedorečenost većina publike interpretira kao dopuštenje za znatiželju i nastavak priče koji je ipak pun nade. Karakterizacija Alhaithama kao obične, pa i izrazito povučene i privatne, osobe u centru glavnih političkih događanja daje prostor dizajnerima da uklope dodatnu ekspoziciju priče unutar videoigre u njegov *trailer*. Kroz njegovu maštu dok čita akademski tekst publika uspijeva dobiti informacije o prošlosti regije, Alhaithamovom životu prije početka *trailer*-a, te budućim zapletima u radnji videoigre na jako zaokružen i ugodan način. Pregršt informacija i iščekujući ton na kojem završava *trailer* daju idealan uvod publici za daljnje istraživanje u Alhaithama kao lika i *Genshin Impact* kao igru.

2.4.3. Sažetak istraženog

Iz istražene teorije i provedenih analiza mogu se izvući određeni zaključci o interpretaciji briefa u dizajn lika, te njegovu daljnju interpretaciju kroz medij pokretne grafike. Sljedeći set informacija diplomski rad predlaže kao ključne u razvoj i dizajn likova.

Dizajn lika informira puno više od direktnog opisa njegovog izgleda. Prema tome, faza istraživanja i skupljanje referentnog materijala su korak koji odvaja dobar od odličnog dizajna. Referentni materijal uključuje vizualne reference i inspiraciju, no može predstavljati i inspiracija koja se vuče iz glazbe i zvukova, verbalne asocijacije, igre riječi, te povijesne činjenice i figure ili književna djela. Iako se informacije interpretiraju vizualno, sav referentni materijal ne mora biti vizualne prirode.

Elementi inicijalnog dizajna lika, tj. statične ilustracije, sadrže obilje informacija o liku. Prenosnje i kasnije interpretiranje tih informacija od strane publike je moguće kroz jasno definiran set parametara koji uključuju, no nisu ograničeni na, teoriju oblika, palete boja, svjetlost, siluetu, gestu i slično. Najviše što statična ilustracija može pružiti je ipak dojam ili asocijacija. Mogu usmjeriti percepciju publike, no rijetko daju definitivne, konkretne informacije o liku bez nadopune drugim medijima.

Tip informacija koje publiku vežu za lika i istinski grade interes za njega se čitaju najlakše iz verbalne komunikacije, pokreta, neverbalnog gestikuliranja, te interakcije lika sa svijetom oko njega. Ogledne pokretne grafike koje inkorporiraju tipografiju ili naraciju s glazbom i dinamičnim prikazom dizajna lika pružaju publici realniji i potpuniji prikaz istog. Pružaju informacije o motivacijama, ciljevima, strahovima i interesima lika koje pojedinačni statični medij jednostavno ne može prenijeti.

Sljedeći cilj diplomskog rada je praktično primijeniti strukture dizajna lika i realizacije ogledne pokretne grafike iznesene kroz teorijski dio rada, te ispitati uspješnost te realizacije na ciljnoj skupini dizajna prema kriterijima definiranim modifikacijom kriterija korištenim u analizi primjera koji već postoje na tržištu.

3. PRAKTIČNI DIO

3.1. Koncept lika i brief

U svrhu diplomskog rada okvirno se osmišlja medij za koji se dizajnira lik. Odabir pada na vizualnu novelu, čiji *trailer*-i, prema analizi u teorijskom dijelu, dopuštaju više korištenja klasičnih tehnika dizajna pokretne grafike, u usporedbi s čistom 2D ili 3D animacijom u drugim spomenutim medijima.

Radnja novele smještena je na daleki otok u fantastičnoj verziji Jadranskog mora, koji ima malu, ali vedru skupinu stanovnika s neočekivanom tajnom. Čitava populacija otoka je sastavljena od selkie-ja, mitoloških bića koja mijenjaju svoj oblik između ljudskog i oblika tuljana oblačenjem i skidanjem svog krzna. Što čini ovaj otok još posebnijim je činjenica da se radi o selkie-ima sredozemne medvjedice, te su zadnja tajna populacija vrste koju ostatak otočana i ljudi na obali zove „morskim čovikom“.

Službeni opis lika koji se dizajnira u svrhu diplomskog rada je sljedeći:

„Nestašni sin jednog od najboljih ribara u selu, Malo Monak, se sprema preuzeti očev zanat i barku. Iako se čini sposoban i samopouzdan, šarmirajući bakice na tržnici ili cjenkajući se u korist obiteljskog obrta, ne može sakriti svoje godine i dječaćku znatiželju prema životu izvan otoka.“

3.2. Dizajn lika

Referirajući se na opis lika, ključne karakteristike koje dizajn treba predstavljati su mladost i kontrast odgovornosti i nestašnosti.

U istraživačkoj fazi dizajna prikupljaju se reference za paletu boja, stil ilustracije, informacije o sredozemnim medvjedicama, te povijesnu odjeću i alate hrvatskog otočja koje se sklapa u *moodboard*. (Slika 35.)



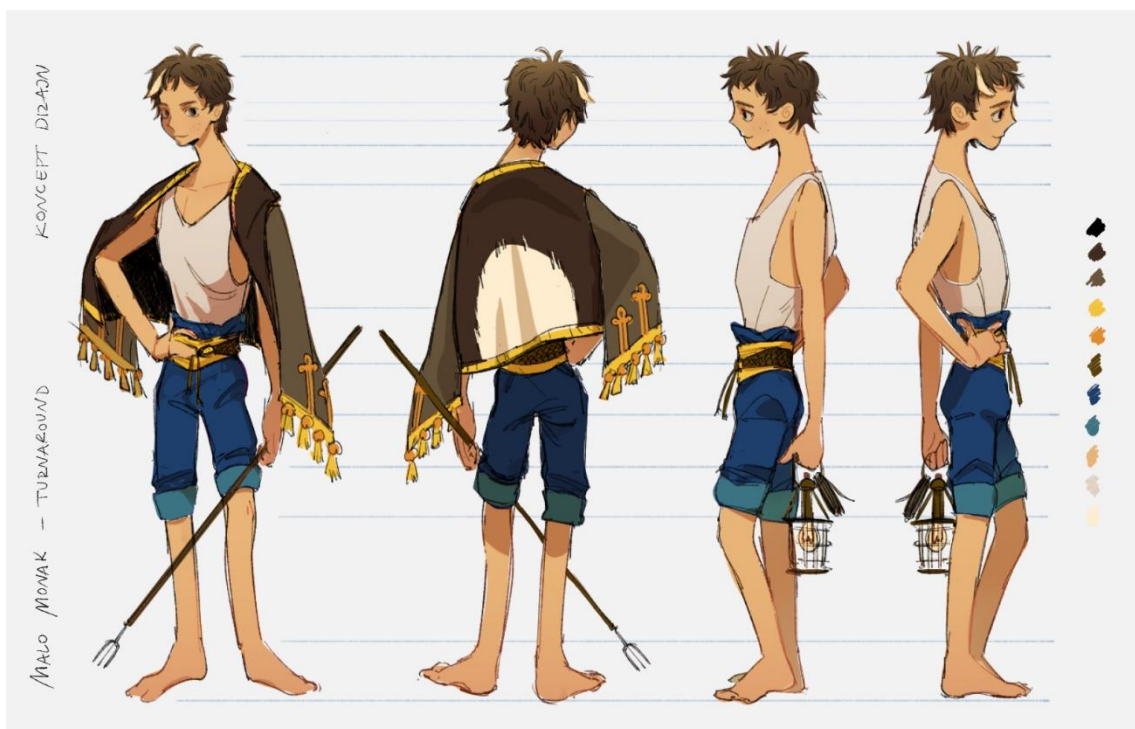
Slika 35. Moodboard referentnih materijala

Zbog postavljanja priče u pseudo-hrvatsko otočje i posla/uloge lika, dizajn odjeće inspiriraju prikazi dalmatinskih ribara, posebice slika Vlahe Bukovca iz 1884 (Slika 35. gore lijevo). Daljnje reference na jadransko otočje i njegovu ribarsku tradiciju vuku se iz primjeraka iz izložbe „Svitla Prošlosti“ Muzeja općine Jelse [34] uklapanjem kroka u dizajn, ribarskog opasača koji se koristio za izvlačenje mreža iz mora. Uz krok, u dizajnu se mogu naći alati za ribolov, osti i feral, koji se do danas koriste u privatnom lovu na hobotnice i rakove, koji predstavljaju glavne izvore hrane za sredozemnu medvjedicu.

Odabrani stil ilustracije je jednostavan i visoko stiliziran, što bi trebalo naglasiti karakteristike mladosti i nestašnosti lika koji je na granici između djeteta i odrasle osobe.

Referirajući se dalje na finalni koncept lika (Slika 36.), odabrana je topla, kontrastna paleta u kojoj su prevladavajuće žute i narančaste, koje simboliziraju energetičnost, radost i živahnost, naglašene korištenjem toplijih plavih i modrozelenih tonova, koji reflektiraju odgovorniju i stabilniju budućnost koja čeka lika.

Obojenje kose i očiju lika, kao i jakne koju nosi se referira na obojenje mladunca sredozemne medvjedice koji su tamno sivi ili crni sa bijelim pjegama. Obojenje jakne također nosi reference na *selkie* mitološka bića koja su glavna tema medija. Jakna predstavlja stiliziranu verziju krzna iz *selkie* mita, gdje ga bića oblače da bi se pretvorila u medvjedice. Siluetom i detaljima kombinira elemente narodne nošnje sa mitološkim asocijacijama.



Slika 36. Koncept lika

Teorija oblika koja inspirira dizajn bazira se na krugovima i trokutima koji bi trebali podcrtati kontrast koji paleta boja također dočarava. Okrugli, meki oblici izduženog, naglašenog torza i male glave impliciraju starost lika i nezgrapnu fazu rasta u kojoj se nalazi, te također asociraju na generalni oblik sredozemne

medvjedice. Trokuti korišteni u dizajnu detalja resa na jakni, madeža na obrazu, te kontrastnom pramenu kose ukazuju ponovno na tu prijelaznu fazu likova života, te nestabilnost i sveukupni pokret koji dolazi s njom.

Ritam dizajna se nalazi u izmjeni tamnih i svijetlih ploha koje oko trebaju voditi po dizajnu. Najveća količina detalja nalazi se generalno oko struka lika, gdje se nalaze njegov dvoslojni pojas i rese na jakni. Analizirajući tok oka po gesti, uvijek ga prvo privlači lice od kojeg putuje prema desnoj ruci koja je naslonjena na struk. Pogled preko struka usmjeruju rese na rukavima jakne do lijevog dlana, koji drži osti koje oko glatko usmjeruju do nogu lika.

3.3. Ilustracija

Zadržavajući dio geste iz konceptne ilustracije lika realizira se finalna ogledna ilustracija. (Slika 37.) Novi element pokreta treba unijeti živost u ranije statičnu pozu, a izražen izraz lica i dodatni elementi u likovom okruženju pridodaju prenošenju njegovog karaktera i emocija.

Tok oka ove geste stvara zatvoren krug u više smjerova. Krene li se od glave ravnim linijama vrata i desne ruke ponovno se dolazi do detalja na rukavima koji oko usmjeruju preko struka na drugi rukav i osti. Na kraju ostiju se dolazi do uplašenog račića čiji pogled oko vraća na lika. Ako oko ipak krene u smjeru pogleda lika dolazi do drugog raka te prelazi preko stopala usmjerenih prema prvom raku, te se ostima vraćaju na lijevu ruku prema glavi.

Akcija se lako čita iz siluete i ilustracije lika, mladi ribar koji neoprezno hoda i istovremeno nenamjerno ometa ne jednu, nego dvije morske životnije, te biva začuđen i blago prestrašen. On samopouzvano hoda, nestašno ne obraća pažnju, ali ne misli zlo, te izgleda jako pristupačno. Paleta boja pozadinskih elemenata je usklađena s toplom paletom lika. Element okrugle plohe stavlja naglasak na glavu lika i prikaz emocije na njoj, te zajedno sa stiliziranim prikazom plaže ilustraciji daje piramidalnu kompoziciju koja daje dojam stabilnosti ilustraciji naspram labilne geste lika u hodu.



Slika 37. Ogledna ilustracija lika

3.4. Ogledna pokretna grafika

Po uzoru na ranije analizirane pokretne grafike, ideja ogledne pokretne grafike je prikazati dovoljno informacija da intrigira publiku, no ne prikazati cijelu priču lika (Prilog 1). Izdvajaju se scene prošlosti lika, ključnog detalja koji definira lika, lokacije uz koju je vezan i hrane kao ključni za pričanje priče lika osmišljenog u svrhu diplomskog rada.

Pokretna grafika započinje s brзом izmjenom prizora iz likovog djetinjstva, gdje se naizmjenično prikazuju prizori njegove obitelji u obliku sredozemnih medvjedica i dnevnik njegove majke koji sadrži druge sentimentalne dokumente. Iz tih brzih kadrova se može zaključiti da je majka lika preminula, te veza između tročlane obitelji sredozemnih medvjedica i tročlane ljudske obitelji.

Slijede široki kadrovi koji prikazuju lika u sadašnjosti, jedan otoka sa selom u kojem živi, te drugi koji prikazuje lika kako pluta u vodi pored barke. Ovi kadrovi predstavljaju ambijent medija, te govore o likovoj naravi, njegovoj mladosti i bezbrižnosti.

Iza toga se prikazuju kraće scene detalja broda, poput ribarskih mreža i užadi, te se prikazuje sredozemna medvjedica koja roni i rak koji se ubacuje u kantu na obali. Činjenica da se medvjedica i ljudski lik nikad ne prikazuju istovremeno treba implicirati da su zapravo isti lik, što potvrđuje redoslijed scena koji sugerira da je medvjedica koja roni ulovila raka, koji se direktno iza prikazuje u dužoj sceni gdje se tradicionalna jela stavljaju na stol. Jedno od jela su kuhani rakovi, no uz njih se prikazuje domaći kruh i salata od hobotnice, koja se također prikazuje u moru u sceni plutanja. Ovaj izbor hrane, kao i dizajn posuđa, postavlja vrijeme pokretne grafike u verziju nedavne prošlosti, u skladu s referencama korištenim u dizajnu lika.

Nakon ovih kadrova slijede razigraniji kadrovi koji prikazuju detalje dizajna lika, stilizirani u naljepnice. U ovom dijelu pokretne grafike se odmiče od tona medija i izolirano prikazuje karakter lika, po uzoru na pokretne grafike vezane uz vizualne novele.

Za izradu pokretne grafike korišteni su programi Clip Studio Paint za izradu ilustracija i Adobe After Effects za izradu animacije. Kombiniranjem više transparentnih slojeva i *puppet pin* svojstva After Effects-a daje se na vizualnom interesu statičnim ilustracijama bez korištenja tradicionalne 2D animacije.

3.5. Istraživanje na ciljnoj skupini

U svrhu usporedbe reakcije publike na lika između statične ilustracije i pokretne grafike, provodi se kratka anketa na platformi Google Forms na hrvatskom (Prilog 2) i engleskom jeziku (Prilog 3). Format ankete i postavljena pitanja su direktan prijevod s jednog jezika na drugi, te su ankete praktično istovjetne.

Ciljna skupina ankete su bile osobe svih spolova u dobnom rasponu od 16 do 35 godina, s unaprijed razvijenim interesom za videoigre i druge animirane medije.

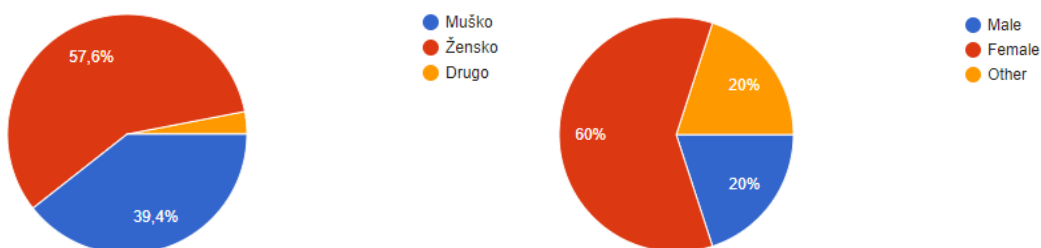
Svim ispitanicima je prvo prikazana ogledna ilustracija lika, te im je postavljen set pitanja o asocijacijama na lika i njegovoj eventualnoj ulozi u mediju. Ispitan je također interes publike za lika i medij, te budi li lik u ispitanicima maštu. Nakon toga je svim ispitanicima prikazana ogledna pokretna grafika i postavljen im je identičan set pitanja, kao i pitanja koja uspoređuju razinu interesa za lika i medij s razinom koju su ispitanici imali nakon promatranja ilustracije.

Kod pitanja gdje ispitanici biraju riječi na koje ih ilustracija i pokretna grafika lika asociraju ispituju se karakteristike vezane uz ključne principe dizajna lika definirane u teorijskom dijelu rada.

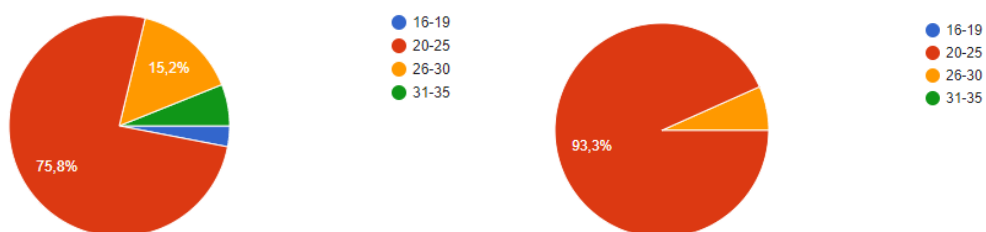
U pitanju o ulozi lika u mediju, odgovori su formulirani dovoljno slično da bi se svi tehnički mogli pročitati iz siluete i geste lika, te se ispituje jasnoća kojom ilustracija i pokretna grafika šalju poruku lika, s obzirom da ispitanici ne dobivaju tekstualni brief o liku prije ispunjavanja ankete.

4. REZULTATI I RASPRAVA

U provedenim anketama sudjeluje ukupno 48 ispitanika, 33 na hrvatskoj verziji i 15 na engleskoj. Većina ispitanika su žene od 20-25, no uspješno su ispitane osobe iz svih ciljanih dobnih i spolnih skupina.



Slika 38. Spolna raspodjela ispitanika u hrvatskoj i engleskoj verziji ankete




Slika 39. Dobna raspodjela ispitanika hrvatskoj i engleskoj verziji ankete

Okupacija većine ispitanika je očekivano "student", no u slučaju većine već zaposlenih osoba, radi se o ljudima u kreativnim profesijama, poput dizajnera i *freelance* umjetnika.

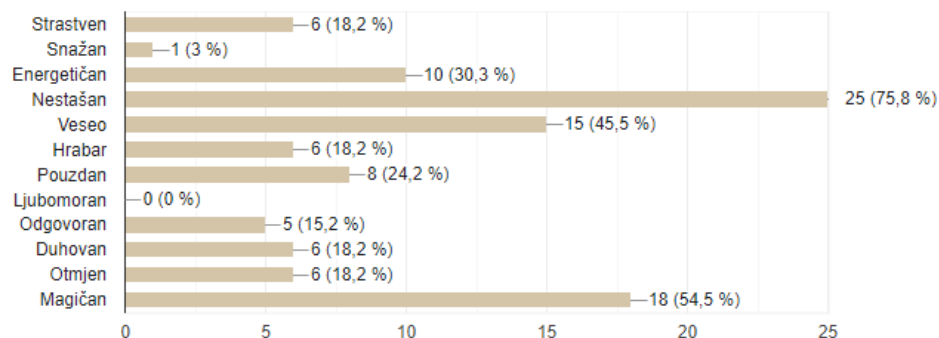
Kod istraživanja asocijacija na lika većina svih ispitanika ga smatra sretnim i energetičnim, te ga ispitanici na engleskom smatraju hrabrim, što su emocije karakteristične za toplu paletu boja korištenu u dizajnu. Smatraju ga i magičnim, što može biti jedna od konotacija okruglih oblika.

Velike razlike u odgovorima između ispitanika na različitim jezicima javlja se kod asocijacija na nestašnost (eng. *mischief*) i pouzdanost (eng. *reliability*). (Slike 40. i 41.)

Od ponuđenih opcija odaberite sve riječi koje opisuju lika:


 Kopiraj

33 odgovora

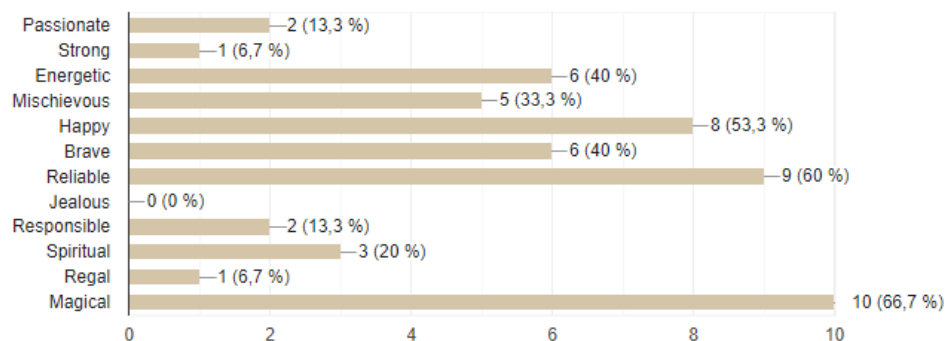


Slika 40. Asocijacije na hrvatskom jeziku

Please check off all characteristics you relate to the character:

 Kopiraj

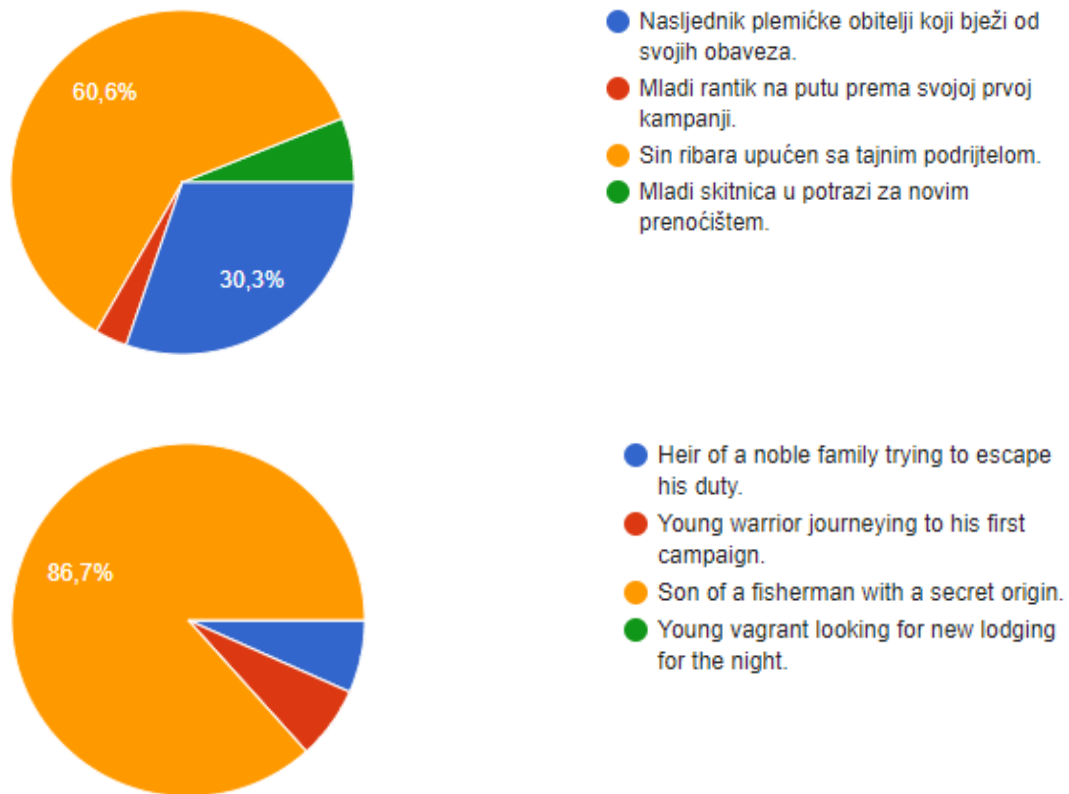
15 odgovora



Slika 41. Asocijacije na engleskom jeziku

Manja razlika se uočava u asocijaciji engleske grupe ispitanika na pouzdanost, koja se može vezati za plave tonove palete boja, koju hrvatska publika manje percipira. No znatna razlika je u broju ispitanika koji sliku smatraju nestašnim. Preko 75% hrvatskih ispitanika bi ga karakteriziralo nestašnim, dok bi isto napravilo samo 33% ispitanika iz engleske skupine. Mogući razlog tome je konotacija koju nose asocijacije na riječ nestašan i *mischievous* iako su direktni prijevodi. Nestašan na hrvatskom ima pozitivnu, djetinjastu konotaciju, te asocira na nevinost i nenamjerne akcije, dok *mischievous* na engleskom prvo asocira na svjesne akcije koje mogu, ali ne moraju biti negativne.


Ulogu lika većina ispitanika točno definira na prvom pokušaju, iako postoje vidne nedoumice kod hrvatske skupine ispitanika, koja je veća. (Slika 42.)



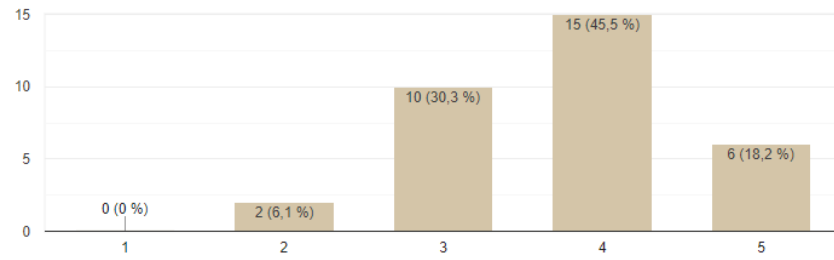
Slika 42. Percepcija uloge lika kod hrvatskih i stranih ispitanika nakon promatranja ilustracije

Inicijalni interes za lika je jednako podijeljen po svim skupinama ispitanika, gdje ga većina na ljestvici od 1 do 5 ocjenjuje sa 4 (Slika 43.). Slična je i situacija s buđenjem mašte kod ispitanika, gdje ovu metriku istraživanja većina ispitanika ocjenjuje sa 4 ili 5, 42% i 33% kod hrvatskih ispitanika, te podjednakih 40% posto kod strane skupine. (Slika 44.)


Koliko Vam je lik interesantan?

 Kopiraj

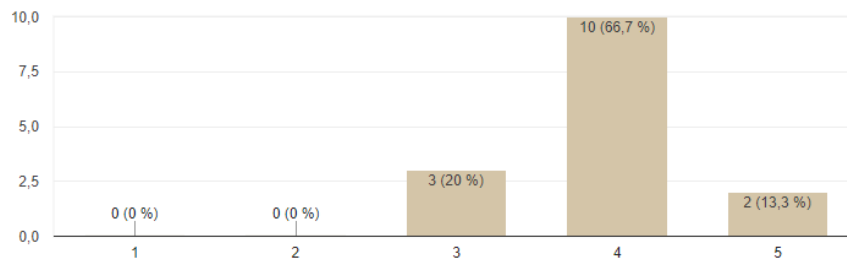
33 odgovora



How interesting is this character?


 Kopiraj

15 odgovora

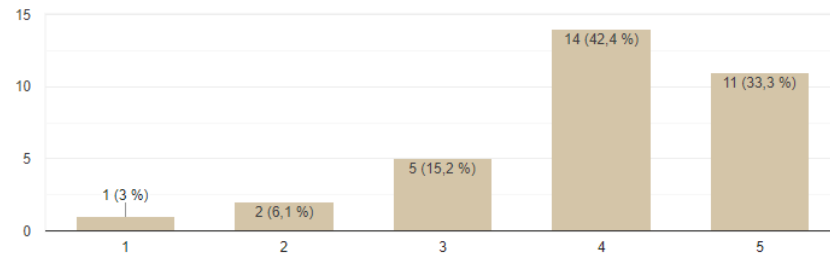


Slika 43. Interes za lika u obje ciljne skupine nakon promatranja ilustracije


Budi li Vam dizajn lika maštu?

 Kopiraj

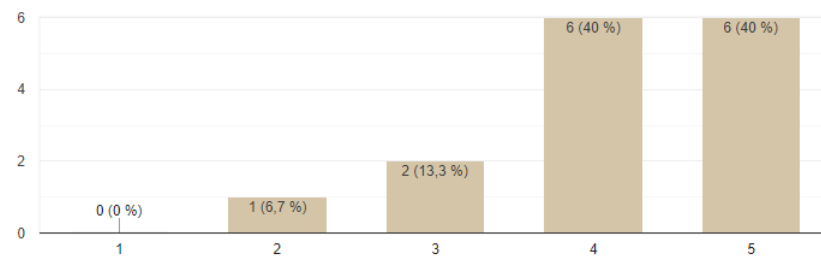
33 odgovora



Does this character awaken you imagination?

 Kopiraj

15 odgovora

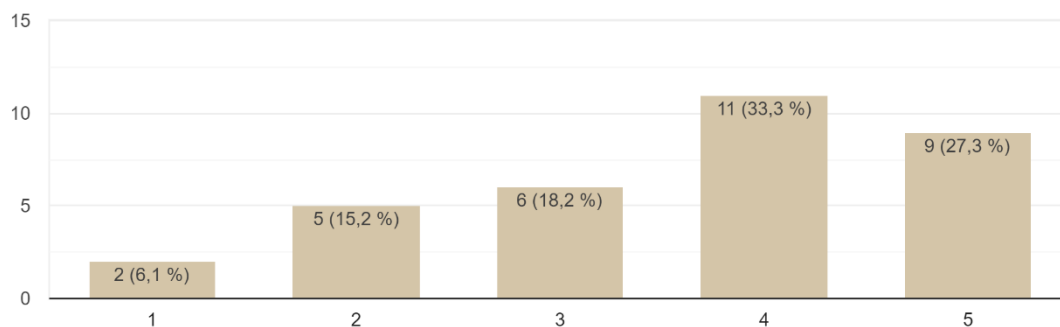


Slika 44. Buđenje mašte kod ciljnih skupina nakon promatranja ilustracije

Interes za medij iz kojeg lik dolazi je pretežito visok kod strane skupine ispitanika, gdje ga 66,7% ocjenjuje sa 4 na ljestvici od 1 do 5, dok je interes kod hrvatske skupine ispitanika podjeljeniji, no naginje prema pretežito pozitivnom (Slika 45.).

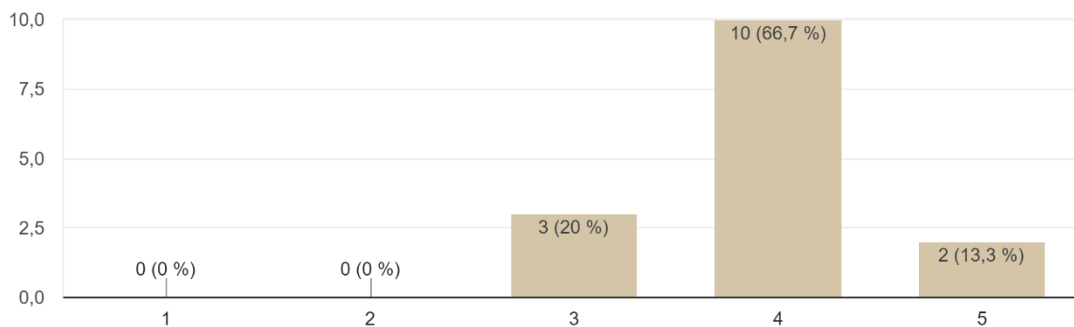
Koliko Vas interesira dalje konzumiranje medija iz kojeg lik dolazi?

33 odgovora



How interested are you in consuming the medium this character comes from?

15 odgovora

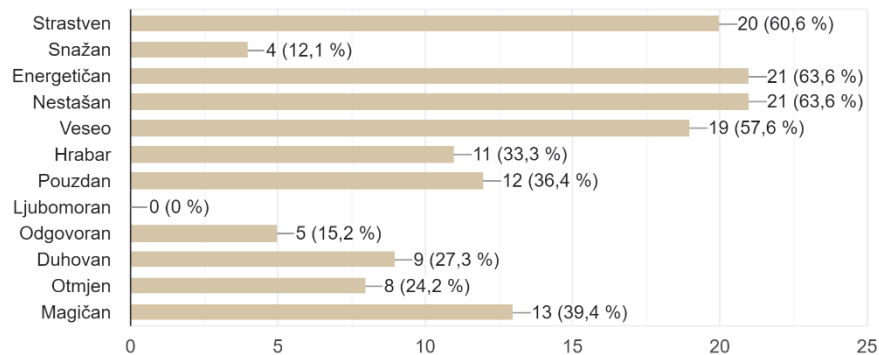


Slika 45. Interes ispitanika za medij nakon promatranja ogledne ilustracije

Prelazeći na rezultate istraživanja nakon promatranja ogleadne pokretne grafike, asocijacije kod obje kupine ispitanika izgledaju puno uniformnije, gdje lika većina ispitanika sada definira sa karakteristikama raspisanim u njima nepoznatom briefu lika (Slika 46.).

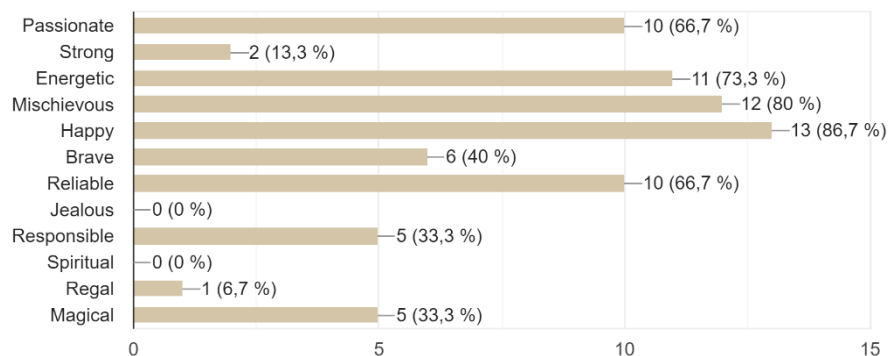
Od ponuđenih opcija odaberite sve riječi koje opisuje lika:

33 odgovora



Please check off all characteristics you relate to the character:

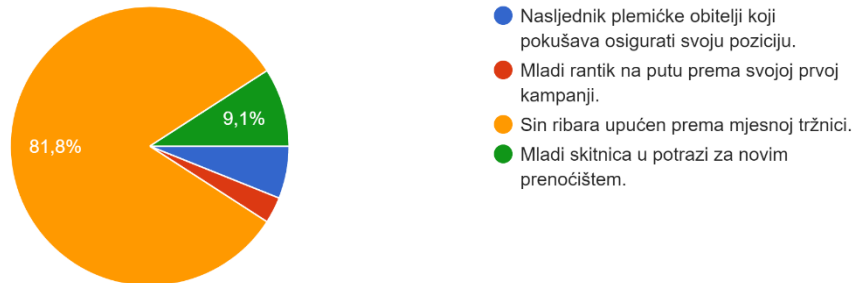
15 odgovora



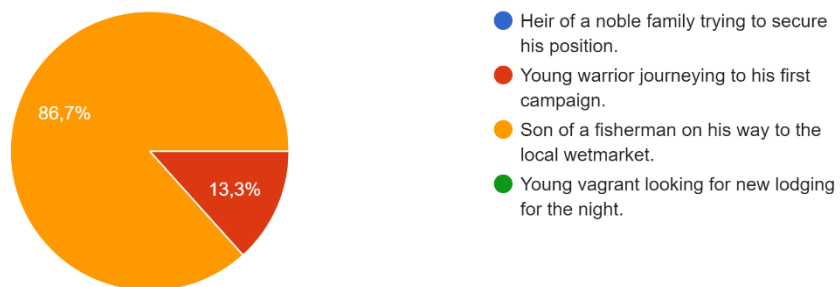
Slika 46. Asocijacije ispitanika na lika nakon promatranja pokretne grafike

Jasnoća uloge lika je porasla za 21,6% kod hrvatske skupine ispitanika, dok je kod strane skupine ostala ista. (Slika 47.)

Što je, po Vašem mišljenju, likova uloga?
33 odgovora



In your opinion, what is this character's roll?
15 odgovora

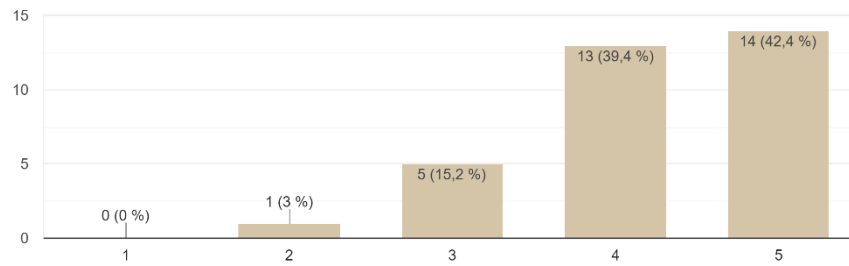


Slika 47. Percepcija uloge lika kod hrvatskih i stranih ispitanika nakon promatranja pokretne grafike

Interes za lika snažno raste nakon promatranja pokretne grafike u obje skupine ispitanika, gdje ga svi strani ispitanici vrednuju sa 4 ili više, dok ga 39,4% hrvatskih ispitanika vrednuje sa 4, te 42,2% sa 5, u odnosu na ranijih 45,5% i 18,2%. (Slika 48.) Razina mašte koju pokretna grafika budi u ispitanicima je također generalno porasla u usporedbi s maštom koju pobuđuje statična ilustracija (Slika 49.)

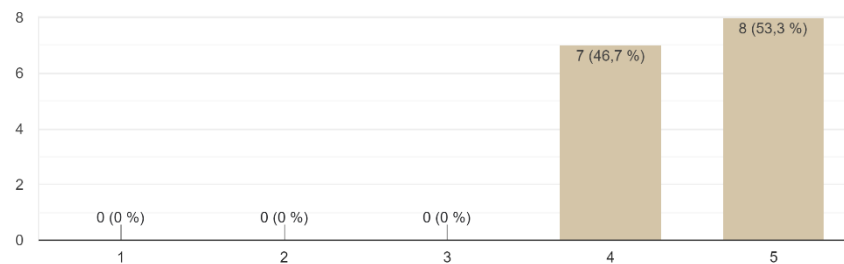
Koliko Vam je sada lik interesantan?

33 odgovora



How interesting is the character to you now?

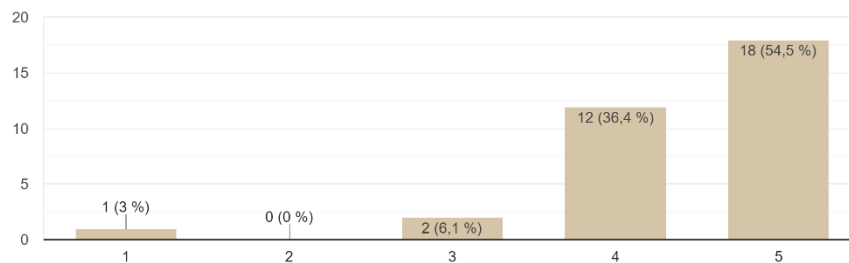
15 odgovora



Slika 48. Interes ispitanika za lika nakon promatranja pokretne grafike

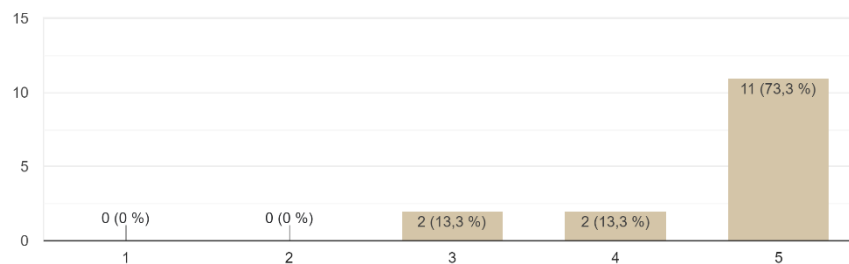
Budi li Vam pokretna grafika maštu?

33 odgovora



Does the character trailer awaken your imagination?

15 odgovora



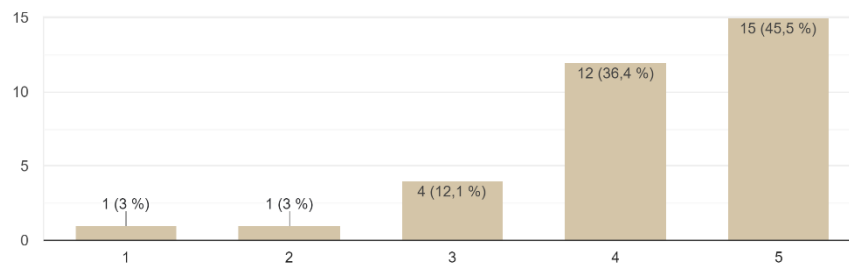
Slika 49. Buđenje mašte kod ispitanika nakon promatranja pokretne grafike

Zadnji set postavljenih pitanja se isključivo referira na pokretnu grafiku, te istražuje razinu interesa koji je skupina ispitanika razvila za lika i medij nakon promatranja pokretne grafike, no u usporedbi s ilustracijom. Razine interesa je vrednovana na ljestvici od 1 do 5 gdje jedan predstavlja da je razina interesa ostala ista, dok 5 predstavlja iznimno povećanje u razini interesa.

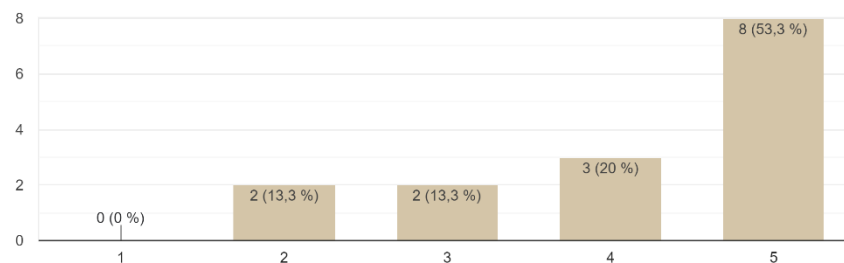
Porast interesa za lika i medij u hrvatskoj skupini ispitanika je jednako izražen, gdje 12 od 33 ispitanika vrednuje porast interesa za lika sa 4, a njih 13 sa 4 vrednuje porast interesa za medij iz kojeg lik dolazi. Čak 15 od 33 ispitanika iste metrike vrednuje sa 5.

53% stranih ispitanika smatra lika iznimno interesantnijim nakon promatranja pokretne grafike, gdje ovu metriku ocjenjuju s 5, no interes za medij im je manje izražen, ali generalno pozitivan, gdje ga 40% ispitanika ocjenjuje s 4, a tek 33,3% sa 5.

Je li Vam pokretna grafika podigla interes za lika?
33 odgovora

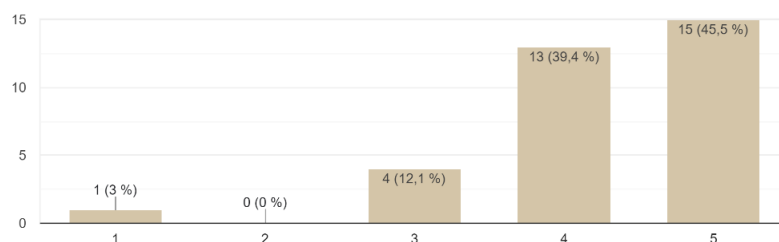


Did the character trailer make the character more interesting to you?
15 odgovora

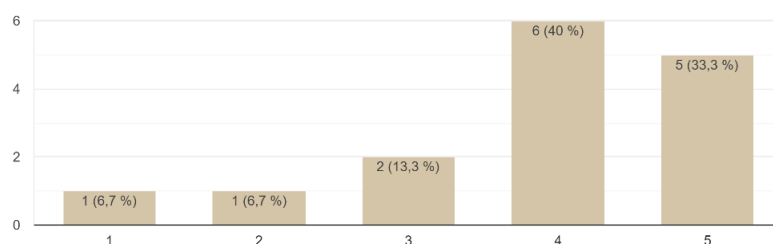


Slika 50. Porast interesa za lika nakon promatranja pokretne grafike

Je li Vam pokretna grafika podigla interes za medij iz kojeg lik dolazi?
33 odgovora



Did the character trailer make the medium it relates to more interesting to you?
15 odgovora



Slika 51. Porast interesa za medij nakon promatranja pokretne grafike

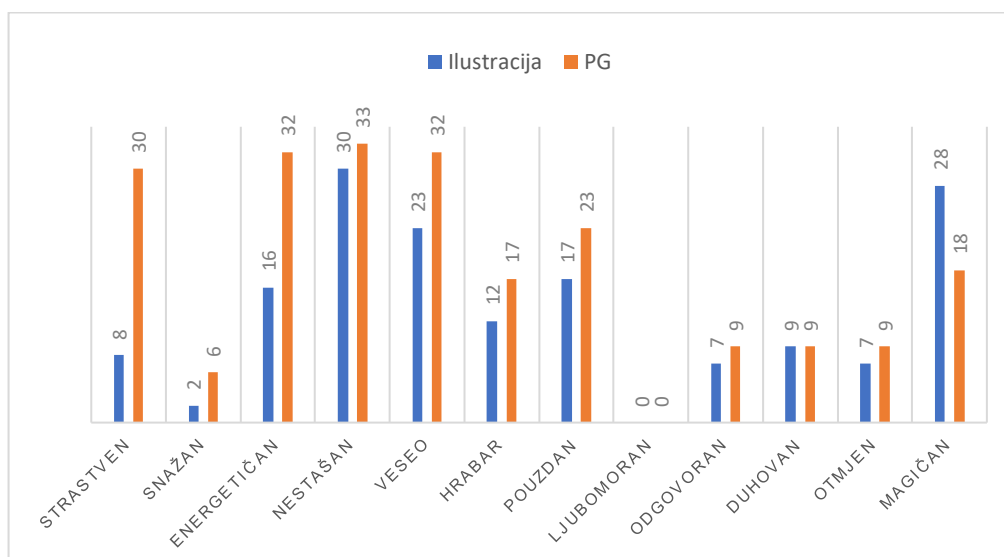
Osim neusklađenosti inicijalne percepcije riječi „netašan“ i njezinog prijevoda kod istraživanja percepcije ilustracije, većina istraživanja između hrvatske i strane skupine ispitanika ima usporedive rezultate. Nisu primjetna značajna odstupanja u percepciji publike u nijednom od ispitanih područja, te se eventualna manja odstupanja mogu pridodati tome da je strana skupina ispitanika 50% manja od hrvatske, te je svaki pojedini ispitanik statistički značajniji u finalnim rezultatima.

Sumirajući rezultate istraživanja svih ispitanika moguće je vizualizirati razliku u dobivenim rezultatima između ilustracije i pokretne grafike na Tablici 1., te Slikama 52. i 53.

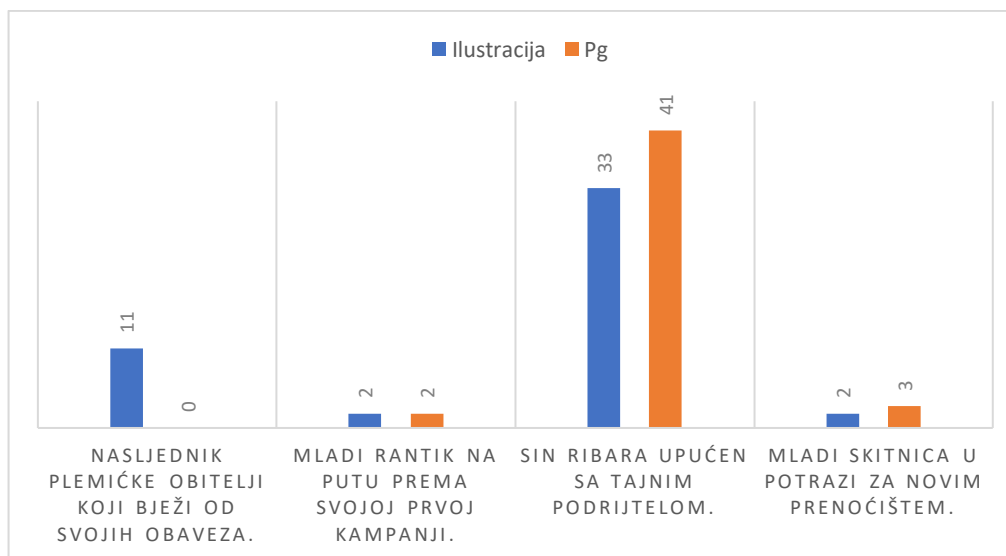
Tablica 1. Aritmetičke sredine svih odgovora na pitanja „Koliko Vam je lik interesantan?“ i „Budi li Vam dizajn lika maštu?“.

| | Ilustracija | Pokretna grafika |
|-----------------|-------------|------------------|
| Interes za lika | 3.81 | 4.31 |
| Buđenje mašte | 4.02 | 4.46 |

Metriku o interesu publike za medij iz kojeg lik dolazi nije moguće prikazati tablično zbog načina na koji su pitanja formulirana. Na pitanje „Koliko Vas interesira dalje konzumiranje medija iz kojeg lik dolazi?“ kod ilustracije, srednji odgovor ispitanika je 3.71 na ljestvici od 1 do 5, tj. od „Nimalo“ do „Jako“. Popratno pitanje u rubrici pokretne grafike je ispitalo koliko je publici porastao interes na ljestvici od 1 do 5, gdje jedinica predstavlja razinu jednaku prethodnoj, umjesto niske vrijednosti. Ipak, srednji odgovor na spomenuto pitanje je 4.13.



Slika 52. Asocijacije povezane s likom kod ilustracije i pokretne grafike



Slika 53. Percipirana uloga lika kod ilustracije i pokretne grafike

5. ZAKLJUČAK

Referirajući se na hipoteze rada iz uvoda, njihove detaljnije definicije pri kraju teorijskog dijela rada, te rezultate istraživanja provedenog na autorskom radu proizvedenom u svrhu diplomskog rada, da se zaključiti istinitost ranije definiranih hipoteza.

Referentnost dizajna lika i opširno inicijalno istraživanje definitivno pomažu korektno usmjeriti percepciju i dojam publike, koliko u statičnoj ilustraciji, toliko i u pokretnoj grafici. Statične ilustracije mogu relativno suvislo prenijeti poantu priče lika publici, no većina nedoumica se rješava predstavljanjem pokretne grafike. Ista pokretna grafika također drastično diže interes publike za samog lika i medij iz kojeg dolazi, kao i njihovu maštu, koja je ključna za održavanje „suspencije nevjerice“ pri konzumiranju medija ovog tipa.

Zaključno, iz informacija dobivenih testiranjem dizajna lika na, iako ograničenoj, raznolikoj lokalnoj i internacionalnoj publici, autorski rad prevođenja briefa u ilustraciju i pokretnu grafiku može se smatrati uspješno realiziranim.

6. LITERATURA

1. Mandal F. B. (2014). *Nonverbal Communication in Humans*, Journal of Human Behavior in the Social Environment, 417-421
2. Höffler T. N., Leutner D. (2007.) *Instructional animation versus static pictures: A meta-analysis*, Learning and Instruction Vol 17, 722-738
3. Praveen, C. K., Srinivasan, K. (2022). *Psychological Impact and Influence of Animation on Viewer's Visual Attention and Cognition: A Systematic Literature Review, Open Challenges, and Future Research Directions*, Computational and mathematical methods in medicine, Dostupno na <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9453061/> (20.7.2023.)
4. Levanier J., (2021.), *How to design a character: the ultimate guide to character design*, 99designs, Dostupno na: <https://99designs.com/blog/art-illustration/character-design/> (5.7.2023.)
5. Bishop R., Boo S., Ruiz Cruz M., Gadea L. (2020.) *Fundamentals of Character Design*, 3dtotal Publishing, Worcester
6. Bishop R., Boo S., Ruiz Cruz M., Gadea L. (2020.), 16
7. Bishop R., Boo S., Ruiz Cruz M., Gadea L. (2020.), 18-23
8. Bishop R., Boo S., Ruiz Cruz M., Gadea L. (2020.), 36-44
9. Bishop R., Boo S., Ruiz Cruz M., Gadea L. (2020.), 48-51
10. Bishop R., Boo S., Ruiz Cruz M., Gadea L. (2020.), 27-33
11. Bishop R., Boo S., Ruiz Cruz M., Gadea L. (2020.), 53-84
12. Bishop R. (2019.) *The Character Designer – Shape Language*, 21D Sweden AB, Uppsala
13. Elliot A. J., Maier M. A. (2012.) *Color-in-Context Theory*, Advances in Experimental Social Psychology Vol 45, 61-111
14. Bishop R., Boo S., Ruiz Cruz M., Gadea L. (2020.), 60-61

15. Gesta, *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, (2021.) <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=21841> (25.7.2023.)
16. Bishop R., Boo S., Ruiz Cruz M., Gadea L. (2020.), 108-113
17. Bishop R., Boo S., Ruiz Cruz M., Gadea L. (2020.), 121-127
18. Bishop R., Boo S., Ruiz Cruz M., Gadea L. (2020.), 242-243
19. Character Teaser - "Tighnari: When All Is Said" (2022.) <https://youtu.be/rhvEIQj92w0> (1.8.2023.)
20. Character Teaser - "Alhatham: Questions and Silence" (2023.) <https://youtu.be/JeOJi3tNIDs> (1.8.2023.)
21. Character Teaser - "Arataki Itto: That's How the Show Should Go!" (2021.) <https://youtu.be/KGjnRThxe7k> (1.8.2023.)
22. Character Teaser - "Nilou: Dancing Grace" (2022.) <https://youtu.be/rhvEIQj92w0> (1.8.2023.)
23. Character Teaser - "Yae Miko: Kitsune's Affections" (2022.) <https://youtu.be/tV2QOX9fXEE> (1.8.2023.)
24. Character Teaser - "Sangonomiya Kokomi: The Ocean's Will" (2021.) <https://youtu.be/OizK-VT4aj8> (1.8.2023.)
25. Red Spring Studio, *Touchstarved*, <https://www.redspring.studio/> (6.8.2023.)
26. Camingue J., Carstensdottir E., Melcer E. (2021.) *What is a Visual Novel?*, Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction Vol 5, 1-18
27. Red Spring Studio (2023.), *TOUCHSTARVED | a gothic horror romance visual novel*, <https://youtu.be/W3uZhzWDfR8> (6.8.2023.)
28. Kickstarter, *TOUCHSTARVED: A Dark Romance Visual Novel*, <https://www.kickstarter.com/projects/touchstarved/touchstarved> (6.8.2023.)

29. Bruketa&Žinić&Grey (2020.) *Pavle Pauq predstavlja LAQO*, <https://bruketa-zinic.com/hr/2020/10/08/pavle-pauq-predstavlja-laqo-prvo-hrvatsko-100-digitalno-osiguranje/> (2.8.2023.)
30. Dupanović E. (2021.) *Croatia osugiranje, Pavle Pauq i Pero zauvijek mijenjaju hrvatsko tržište osiguranja*, <https://www.media-marketing.com/vijesti/croatia-osiguranje-pavle-pauq-pero-zauvijek-mijenjaju-hrvatsko-trziste-osiguranja/> (2.8.2023.)
31. Genshin Impact Official (2022.) *The art of learning, thinking, and doing*, <https://www.hoyolab.com/article/14263691> (2.8.2023.)
32. Brighella (2023.), *[Character Study] Alhaitham | Admonishing Instruction* <https://www.hoyolab.com/article/16001567> (8.8..2023.)
33. Flora's cake.EN (2023.) *Alhaitham Character Research / Knowledge, Thinking and the Way of Life*, <https://www.hoyolab.com/article/15053313> (8.8.2023.)
34. Muzej Općine Jelsa, *Svitla Prošlosti*, <https://muzejopcinejelsa.hr/2021/01/28/svitla-proslosti/> (10.8.2023.)

7. PRILOZI

PRILOG 1 – Pokretna grafika izrađena u svrhu diplomskog rada:

<https://youtu.be/gWFuH6AX1lc>

PRILOG 2 – Anketa provedena na hrvatskom jeziku

Oživljavanje dizajna lika

Kratki upitnik provodi se u sklopu diplomskog rada iz kolegija Pokretna grafika pri Grafičkom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu, te ispituje percepciju i reakciju publike na dizajn lika iz vizualnih medija poput videoigara, serija i vizualnih novela, realiziran ilustracijom i pokretnom grafikom.

Lik predstavljen u istraživanju je jedan od glavnih likova interaktivne vizualne novele. Vizualna novela je tip videoigre koji se fokusira na priču i estetski oslanja na statične ilustracije likova, ilustrirane pozadine, zvučne efekte i pozadinsku glazbu. Na spomenutu vizualnu novelu će se dalje referirati kao "medij".

Svi odgovori su anonimni i zaprimljene informacije se obrađuju isključivo u kontekstu diplomskog rada.

Unaprijed hvala na Vašim odgovorima!

Spol *

Muško

Žensko

Drugo

Dob *

16-19

20-25

26-30

31-35

Okupacija *

Tekst kratkog odgovora

Nakon odjeljka 1 Nastavi na sljedeći odjeljak

Ogledna ilustracija lika

Opis (po izboru)

Naslov slike



Od ponuđenih opcija odaberite sve riječi koje opisuju lika: *

- Strastven
- Snažan
- Energetičan
- Nestašan
- Veseo
- Hrabar
- Pouzdan
- Ljubomoran
- Odgovoran
- Duhovan
- Otmjen
- Magičan

Što je, po Vašem mišljenju, likova uloga? *

- Nasljednik plemićke obitelji koji bježi od svojih obaveza.
- Mladi rantik na putu prema svojoj prvoj kampanji.
- Sin ribara upućen sa tajnim podrijetlom.
- Mladi skitnica u potrazi za novim prenočištem.

Koliko Vam je lik interesantan? *

1 2 3 4 5

Nije nimalo interesantan Jako je interesantan

Budi li Vam dizajn lika maštu? *

1 2 3 4 5

Ne, nimalo Da, jako

Koliko Vas interesira dalje konzumiranje medija iz kojeg lik dolazi? *

1 2 3 4 5

Nimalo me ne interesira. Jakome interesira.

Nakon odjeljka 2 Nastavi na sljedeći odjeljak

Odjeljak 3 od 3

Ogledna pokretna grafika lika

Opis (po izboru)

Videozapis bez naslova



Od ponuđenih opcija odaberite sve riječi koje opisuje lika: *

- Strastven
- Snažan
- Energetičan
- Nestašan
- Veseo
- Hrabar
- Pouzdan
- Ljubomoran
- Odgovoran
- Duhovan
- Otmjen
- Magičan

Što je, po Vašem mišljenju, likova uloga? *

- Nasljednik plemićke obitelji koji pokušava osigurati svoju poziciju.
- Mladi rantik na putu prema svojoj prvoj kampanji.
- Sin ribara upućen prema mjesnoj tržnici.
- Mladi skitnica u potrazi za novim prenoćištem.

Koliko Vam je sada lik interesantan? *

- 1 2 3 4 5
- Nije nimalo interesantan Jako je interesantan

Budi li Vam pokretna grafika maštu? *

1 2 3 4 5

Ne, nimalo Da, jako

Je li Vam pokretna grafika podigla interes za lika? *

1 2 3 4 5

Razina interesa je ostala ista Jako me zainteresirala

Je li Vam pokretna grafika podigla interes za medij iz kojeg lik dolazi? *

1 2 3 4 5

Razina interesa je ostala ista Jako me zainteresirala

Ukoliko želite, ostavite ovdje dojmove i dodatne komentare.

Tekst dugog odgovora

PRILOG 3 – Anketa 2 provedena na engleskom jeziku

Odjeljak 1 od 3

Bringing character design to life

This short questionnaire is being carried out as part of a masters thesis in Motion design at the Faculty of Graphic arts, University of Zagreb. It examines the perception and reaction of viewers to character designs from visual media like videogames, animated series or visual novels, that are realised through both illustration and motion graphics.

The depicted character is a part of the main cast of an interactive visual novel. Visual novels are a type of videogame focused on storytelling and aesthetically hinge on static character illustrations, illustrated backgrounds, sound effects and background music. This specific visual novel be addressed as 'medium' from here on out.

All answers are given anonymously and recieved data will exclusively be processed in the given context.

Thank you for your impending answers!

Gender *

Male

Female

Other

Age *

16-19

20-25

26-30

31-35

Occupation *

Tekst kratkog odgovora

Nakon odjeljka 1 Nastavi na sljedeći odjeljak

Character illustration



Opis (po izboru)

Naslov slike



Please check off all characteristics you relate to the character: *

- Passionate
- Strong
- Energetic
- Mischievous
- Happy
- Brave
- Reliable
- Jealous
- Responsible
- Spiritual
- Regal
- Magical

In your opinion, what is this character's roll? *

- Heir of a noble family trying to escape his duty.
- Young warrior journeying to his first campaign.
- Son of a fisherman with a secret origin.
- Young vagrant looking for new lodging for the night.

How interesting is this character? *

Not interesting at all 1 2 3 4 5 Immensely interesting

Does this character awaken you imagination? *

No, not at all 1 2 3 4 5 Yes, very much so

How interested are you in consuming the medium this character comes from? *

Not interested at all 1 2 3 4 5 Very interested

Nakon odjeljka 2 Nastavi na sljedeći odjeljak

Odjeljak 3 od 3

Character trailer



Opis (po izboru)

Videozapis bez naslova



⋮

Please check off all characteristics you relate to the character: *

- Passionate
- Strong
- Energetic
- Mischievous
- Happy
- Brave
- Reliable
- Jealous
- Responsible
- Spiritual
- Regal
- Magical

⋮

In your opinion, what is this character's roll? *

- Heir of a noble family trying to secure his position.
- Young warrior journeying to his first campaign.
- Son of a fisherman on his way to the local wetmarket.
- Young vagrant looking for new lodging for the night.

How interesting is the character to you now? *

- 1 2 3 4 5
- Not interesting at all Immensely interesting

Does the character trailer awaken your imagination? *

- 1 2 3 4 5
- No, not at all Yes, very

Did the character trailer make the character more interesting to you? *

1 2 3 4 5

Level of interested has stayed the same It has immensely raised my interest in the character

Did the character trailer make the medium it relates to more interesting to you? *

1 2 3 4 5

Level of interested has stayed the same It has immensely raised my interest in the medium

Leave all your impressions and further comments here!

Tekst dugog odgovora
