

РАЗГОВОР ОБ ИЛЛЮСТРАЦИИ

в компании с чайкой Квара

Денис Зильбер

Денис Зильбер

Разговор об иллюстрации в пижаме и с чашкой кофе

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=56826045

ISBN 978-5-0051-0683-4

Аннотация

Что такое иллюстрация? Чем отличается хорошая иллюстрация от плохой? Насколько важен для иллюстратора сторителлинг и как развить собственный стиль? За что Харун ар-Рашид отрубил голову Джафару и почему Джеймс Бонд не носит розовый камзол? Должны ли мы быть благодарны Адаму и смеялся ли царь Соломон? Какова связь между палитрой старых мастеров и термоядерным синтезом? Почему профессия иллюстратора – лучшая профессия на свете? На все эти и на многие другие вопросы и ответит вам эта книга.

Содержание

Введение	6
Глава для тех, у кого нет времени	20
1. Что такое иллюстрация?	22
2. сторителлинг	32
3. Читательность	37
4. Универсальность	45
5. Глубина	62
6. Как развивать навыки сторителлинга?	80
7. Стил	90
8. Уникальность	104
Конец ознакомительного фрагмента.	110

Разговор об иллюстрации в пижаме и с чашкой кофе

Денис Зильбер

*Посвящается моей маме, которая всегда верила,
что для меня нет ничего невозможного, и отцу,
который научил меня рисовать.*

Редактор Ната Кузнецова

Корректор Ольга Рыбина

Иллюстратор Денис Зильбер

© Денис Зильбер, 2020

© Денис Зильбер, иллюстрации, 2020

ISBN 978-5-0051-0683-4

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

“Наши приемылы крвон натуу бугбуг, погубил публук
как нпртмив крвон квешом, и чеп тывшее выкрывка и
аккуратнее пивид, тем зреше судит на вас ваи квешом
и тем меньше шансов,
чтоб вас бугдун примитамы
за брбугу
в высшем мелком чужом квешоме”



Введение

Почему люди пишут книги? Из-за лени. Чтобы не рассказывать бесконечно свою историю всем желающим, гораздо проще её один раз записать. И тогда все потенциальные слушатели мигом превращаются в читателей и уже сами несут ответственность за получение столь интересной им информации, а ты, автор, можешь и дальше продолжать лениться, тратя своё время на другие, более важные и приятные дела. Потому я и решил написать эту книгу.

Вы, вероятно, недоумеваете, почему именно пижама и почему кофе? Почему, скажем, не фрак и не шампанское? Или свитер и компот? Плавки и мороженое? Признаюсь честно, я долго выбирал название для своей книги. Настолько долго, что почти сдался и махнул рукой и поэтому называл её про себя не иначе как Книга. Однако в печать книгу под названием Книга не пошёл, и мне пришлось сделать над собой последнее усилие. Я подумал тогда, а что характеризует меня как иллюстратора-фрилансера?

Вот будь я пожарным, это был бы, вероятно, мой брандспойт или каска. Будь я вольным стрелком на Диком Западе, это был бы мой верный кольт 1873 «Миротворец» и моя безграничная шляпа с дыркой от пули. Будь я хирургом, это были бы моя весёлая операционная шапочка с по-

росятами и скальпель.

То есть что-то, без чего я не могу себя представить. Ну а поскольку я не хирург, не стрелок и не пожарный, а всего лишь скромный фрилансер, мои атрибуты намного скромнее.

Прежде всего, это моя любимая пижама, из которой мне, в отличие от офисных работников, позволительно не вылезать днями напролёт. И, разумеется, чашка кофе, без которой немислим ни один дедлайн. Кот, компьютер, кресло «Герман Миллер», планшет, карандаши, маркеры и принтер – это всё вторичное и легко может быть заменено.

Но пижаму и кофе не заменишь ничем. Они моя суть.

Несколько лет я преподавал иллюстрацию студентам и рассказывал им о принципах сторителлинга, стилизации и работе иллюстратора. Читал им одни и те же лекции и отвечал на одни и те же вопросы. Потом, устав преподавать, я начал выступать с лекциями на эти же темы, и снова всё повторялось, как в «Дне Сурка». Куда бы я не приезжал, в Бразилию ли, Мексику, США, Португалию, Израиль или Россию, я читал один и тот же отшлифованный многократным повторением текст, хоть и на разных языках.

И однажды я подумал, а не записать ли мне все свои лекции и упорядочить их так, чтобы они представляли собой единый информационный блок, удобный для восприятия и изучения людям разного уровня подготовки и информи-

рованности. Это был первый импульс для написания книги. Но была ещё одна причина, не менее существенная, чем моя драгоценная лень. А дело в том, что мне не только несколько лет подряд приходилось отвечать на одни и те же вопросы, но и сами эти вопросы были одного уровня понимания проблемы. Точнее, одного уровня непонимания. Я не мог не заметить, что молодые и не очень молодые люди, пришедшие ко мне на лекции и жаждущие бесценных знаний с целью стать хорошими иллюстраторами, попросту не понимают, что такое иллюстрация. Они имеют очень размытое представление о том, чем занимается иллюстратор и какие требования предъявляются к нему рынком вообще и клиентами в частности. Эти молодые иллюстраторы обычно задают очень технические вопросы, касающиеся программного обеспечения или ценообразования, вроде того как продвигать себя и как находить клиентов. И хоть вопросы эти важны на определённом этапе карьеры, начинать следует не с них, а с вещей более базовых и принципиальных. Возможно, даже с философских. Критически важно понимать, чем именно является современная иллюстрация как вид деятельности и на что в ней надо ставить главный акцент. Создаётся впечатление, что молодым иллюстраторам уже всё давно известно и единственное, что им нужно, это пара технических хитростей в работе с их любимой программой рисования, а дальше они уже сами полетят, как на крыльях.

В реальности, получив формальное художественное обра-

зование, и даже отучившись несколько лет в высшем учебном заведении по классу иллюстрации, молодые художники выходят с теми же вопросами, что и художники-самоучки. Не раз и не два я слышал, как мои студенты восклицали: «Ну как же так? Нам этого не рассказывали! Нас этому не учили! Почему?» Не знаю, почему их не учили очевидным, казалось бы, вещам и почему, получив престижный диплом и потратив на него уйму времени и денег, эти студенты вышли на рынок иллюстрации, не понимая, как этот рынок устроен. Зачастую они элементарно не имеют понятия, что и как им рисовать, чтобы быть замеченными и получить работу. Приведу два показательных примера из жизни. Я намерен приводить довольно много подобных жизненных примеров, так что держитесь, придётся потерпеть. Хотя, с другой стороны, как ещё мне подкрепить свои доводы, если не случаями из практики? В этой главе два таких случая.

Итак, случай первый.

После одной из лекций в Португалии ко мне подошла девушка лет 25-ти и попросила посмотреть её портфолио и дать ей пару практических советов. Мы отошли немного в сторону от общей суеты, и, сев на ступеньки, я начал листать её работы. Через некоторое время я слегка озадаченно поинтересовался, чем именно она хотела бы заниматься и какое применение своим талантам она хотела бы найти? Она ответила, что сейчас работает в игровой индустрии,

но очень хотела бы в будущем стать книжным и журнальным иллюстратором. И вот тут я ещё больше озадачился. Дело в том, что всё её портфолио было заполнено изображениями сексапильных красоток. Ничего не имею против стиля pin-up вообще и против сексапильных красоток в частности, но мне такое тематическое однообразие показалось довольно проблематичным. Но не это было главной проблемой её портфолио. Хм... приблизительно 2/3 нарисованных ею девиц были полностью обнажёнными, что само по себе совсем не страшно, но вот оставшаяся 1/3 содержала изображения не просто голых девиц, а девиц, покрытых кровью, шрамами и глубокими ранами. У некоторых отсутствовали конечности, у некоторых – глаза и т. д. Смотреть на эти работы было, мягко говоря, неприятно. Я вернул этой девушке её портфолио и сказал: «В ваших работах есть как достоинства, так и недостатки. Вы отлично знаете пластическую анатомию, у вас неплохое понимание композиции, хорошо поставлен рисунок, вы чувствуете цвет. Однако при всех этих достоинствах я затрудняюсь представить себе хоть одного арт-директора или редактора журнала, который бы заказал у вас работу. Дело в том, что потребности современного иллюстраторского рынка в обнажённых девицах очень ограничены, а количество потенциальных заказчиков, которые бы захотели получить обнажённую девицу в крови и без глаза, вообще стремится к нулю. Вот представьте себе, что вы идёте по улице вашего города. Как много художественных изображений

обнажённой натуры вы увидите? На билбордах, в рекламе на автобусах или в метро, в журналах и книгах в ближайшем книжном киоске, на упаковках различных товаров в супермаркете? Скорее всего, ни одного. Потому что дизайнерский, книжный и вообще иллюстраторский рынок не нуждается в подобного вида тематике, а если и нуждается, то очень редко и понемногу. Вам надо расширять спектр тем и сюжетов вашего портфолио, иначе у вас не будет ни одного шанса найти работу в тех областях, которые вы упомянули. В идеале вам желательно бы перестать рисовать обнажённых девиц вообще, благо у вас их и так уже много, и сосредоточиться на заполнении вашего портфолио работами, которые потенциально могут подойти вашим будущим клиентам. Рисуйте людей, животных, детей, мужчин, стариков, автомобили, рисуйте окружающий мир. Не рисуйте кровь, ужасы и ампутированные конечности, этот путь приведёт вас в тупик».

Девушку мой ответ явно разочаровал.

История вторая.

Несколько лет назад обратилась ко мне коллега и попросила помочь её дочери найти работу. Дочь хорошо рисует, заканчивает получать высшее художественное образование и на каникулах решила поискать работу в области иллюстрации, тем более что её эта тема давно интересовала. «Ну что ж, – подумал я, – почему бы и не помочь чем-нибудь молодой талантливой девушке, хотя бы советом?». При-

слала она мне по электронной почте свои работы, посмотрел я их и понял, что вряд ли смогу её кому-то порекомендовать, даже при всём желании помочь. Дело в том, что, несмотря на интересную технику, несмотря на то, что многие из её работ создавались как книжные иллюстрации, весь её стиль, весь её подход к визуализации текста был настолько странным, мрачным и неудобочитаемым, что мне даже в голову не могло прийти, кто захочет опубликовать эти работы в своей книге. Они не были плохи как произведения искусства, они просто были слишком хаотичными, невнятными, слишком абстрактными для того, чтобы быть напечатанными и понятыми читателями. Иными словами, они были не иллюстративными. Я написал этой девушке письмо, в котором изложил свои мысли, но мне так показалось, что это был не совсем тот ответ, на который она рассчитывала. Нашла ли она впоследствии работу и послушалась ли моих советов, не знаю.

В этих двух примерах можно легко увидеть две самые распространённые ошибки молодых художников, пытающихся стать иллюстраторами. Первые не знают, *что* рисовать, вторые не знают, *как* рисовать. Им кажется, что, уже имея навык рисования, достаточно назваться иллюстратором, чтобы им стать на практике. И вот чтобы разъяснить, *что* и *как* надо рисовать, чтобы стать профессиональным иллюстратором, я и написал эту книгу.

Ну хорошо, с вопросом «зачем» мы более-менее разобрались. Далее встаёт вопрос о том, кому эта книга будет наиболее полезна.

Признаюсь честно, я писал её для себя. Но не так, как строят для себя дом или выращивают в саду большую тыкву. Я писал эту книгу не для сегодняшнего себя, побитого дедлайнами и израненного клиентами, хромого и одноглазого пса коммерческой иллюстрации, а для себя молодого, наивного и полного сил художника, который думал, что немного умеет рисовать и этого должно хватить, чтобы превратить своё умение в профессию. Тогда, лет 15 назад, я очень сильно переоценил свои возможности и потратил уйму времени на то, чтобы понять, как, что рисовать и почему. Знай я тогда всё, что знаю сейчас, вполне возможно, моя карьера сложилась бы совершенно иным образом. И количество потраченных нервов, неудачных проектов и бессонных ночей было бы в разы меньшим. И поэтому книга эта будет, прежде всего, полезна профессиональным коммерческим иллюстраторам в начале их карьеры. То есть тем людям, которые намерены зарабатывать иллюстрацией себе на жизнь, а не просто рисовать время от времени в своё удовольствие. Однако не только им. Принципы, изложенные в этой книге, особенно в первой, теоретической её части, могут быть легко применимы и в других творческих профессиях.

К примеру, в графическом дизайне, дизайне персонажей, анимации, концепт-арте и даже, немного изменив термино-

логию, в литературе и кино. Принципы эти универсальны, они просты и понятны любому и, как хорошо сшитая перчатка, накладываются на любой вид человеческой деятельности, в котором присутствует не только элемент творчества как инструмента самовыражения, но и элемент некой главенствующей сверхзадачи. Эта книга, и я очень на это надеюсь, позволит вам отделить важное от неважного в профессии иллюстратора и заточить ваш талант и ваши навыки под конкретные нужды и требования рынка.

Если в вас помимо иллюстратора ещё где-то в глубине живёт и маленький лохматый философ, то, возможно, вам будет проще воспринимать всё написанное ниже как список жизненных и профессиональных приоритетов. Вся наша жизнь – это попытка следования заложенным в нас в детстве приоритетам и их коррекция согласно изменившимся обстоятельствам. Наши приоритеты кроют нашу судьбу, подобно тому, как портной кроит костюм, и чем точнее выкройка и аккуратнее пошив, тем лучше сидит на вас ваш костюм и тем меньше шансов, что вас будут принимать за бродягу в висящем мешком чужом костюме.

Скажем, в списке ваших приоритетов есть деньги, честный труд и семья. Вполне себе среднестатистический набор. И тогда, чтобы следовать этим приоритетам, вы открываете своё дело, начинаете много работать и много зарабатывать, но не слишком, чтобы успевать уделять время своей семье. И вот лет через 70 вы – богатый, честный гражданин

с большой и любящей семьёй, как в сказке. Однако если у вас в приоритетах нет честного труда и семьи, то вы идёте грабить банк и есть шанс, что через 70 лет вы будете в очередной раз за решёткой в окружении любящей семьи соседей по камере. Тоже сказка, но грустнее.

Или, например, вас совсем не интересуют деньги, а важно лишь искусство. Тогда, скорее всего, вы закончите жизнь бедным художником или, если очень повезёт, то небедным. Ваше богатство в последнем случае будет результатом случайного стечения обстоятельств, а не каких-то конкретных действий с вашей стороны.

Все зависит от того, как расставить приоритеты. И профессия иллюстратора тут – не исключение.

И ещё. Я не претендую на истину в последней инстанции. Более того, возможно, мой опыт и выводы, которые я из него сделал, подойдут не всем. Возможно, кто-то отвергнет мои идеи на корню и пойдёт своим путём, и это будет прекрасно. Ибо в чём заключается красота нашего мира, как не в разнообразии образов, идей и путей их реализации. Единые правила для всех были бы очень скучны. Моё видение иллюстрации и её принципов кажется мне очень логичным, и, судя по реакции людей на моих лекциях, эта логика понятна не только мне. При этом каждый волен выбирать своё видение. Мы все – как суфии в комнате со слоном из известной притчи. Один ухватился за хобот, другой за ухо, третий за ногу, но в итоге всё это – слон. Эта книга про моего слона,

и мне будет приятно, если он станет вашим. А нет так нет, вы обязательно найдёте своего слона, я в этом уверен.

Теперь пара слов о том, как эту книгу читать.

Разумеется, с начала и, желательно, до конца. Этим вы сделаете мне очень приятно. Кроме того, эта книга задумана и построена так, что читать её надо линейно, от первой до последней буквы. Она развивается поступательно и, подобно водопаду, ниспадает вниз. Из первой главы вытекает вторая, из второй третья и так далее, до самого конца. Причём у истока, в первых главах, находится самая важная информация, которая разбивается на более мелкие и менее важные темы к концу. Поэтому прыгать через главы или читать их выборочно, как мне кажется, не имеет особого смысла, так как выводы, сделанные в первых главах, самым существенным образом влияют на понимание глав последующих.

Начинаясь с очень важных и необходимых иллюстратору теоретических рассуждений про сторителлинг и развитие собственного стиля, эта книга заканчивается практически советами касательно преимуществ и недостатков тех или иных конкретных художественных индустрий с точки зрения развития карьеры иллюстратора. А уж самая последняя глава – это вообще мои личные и немного наивные размышления о том, почему иллюстрация – это лучшая профессия на планете. Разумеется, для тех, кто умеет рисовать.

Я очень надеюсь, что такое последовательное построение

моего скромного труда поможет вам лучше понять логику моих теоретических умозаключений, что в итоге, в свою очередь, позволит вам избежать многих моих ошибок, и количество шишек, набитых вами за вашу будущую карьеру, будет в разы меньше того, которое умудрился набить я.

Я уже говорил, что собираюсь разбавлять свои теоретические разглагольствования всякими историями из своей практики, жизни вообще, а то и просто занимательными фактами. Делать я буду это, во-первых, для того, чтобы не слишком утомлять читателя нудными монологом, а во-вторых, чтобы немного придать веса своим словам, ибо что лучше подтверждает сухую теорию, как ни пара сочных кусков живого человеческого опыта?

Для тех, у кого нет времени и кому лень читать всю книгу целиком, но кто хотел бы в двух словах узнать, о чём в ней говорится, я написал специальную главу. Можете просто перелистнуть страницу, и вы там. *Voilà!*

Тем же, кто не хочет портить себе впечатление о книге сухой выжимкой, я бы посоветовал следующую главу пропустить и начать читать с первой главы второй части.

Ну что ж, дорогой читатель, галеон мудрости и знания плавно покачивается на волнах прямо перед нашим носом. Единственное, что нам надо сделать – это водрузить над ним свой гордый флаг. Крючья любопытства и сабли разума нам в помощь. Вперёд, читатель, на abordаж! И да поможет нам

несравненный Гермес Трисмегист!

Трисмегистом, т. е. Триждывеличайшим греческого бога хитрости, ловкости и красноречия Гермеса, покровителя торговли, воров и мошенников, люди назвали после того, как объединили его с египетским богом мудрости, письма и знаний Тотом, покровителем библиотек и учёных.

Это была, вне всякого сомнения, отличная сделка, два бога по цене одного. Несколько сот лет спустя, правда, Никейский собор её лихо переплюнул, выйдя на рынок со своим «три в одном» мероприятием. Это был, конечно, жёсткий демпинг, но надо отдать этой идее должное, популярна она до сих пор.

Гермес Трисмегист считался изобретателем алхимии и герметизма и является, вероятно, единственным в своём роде божеством, собственноручно написавшим несколько книг, дошедших до нас в более-менее первоизданном виде. Любой желающий может прочитать его «Герметический корпус» или «Изумрудную скрижаль» в интернете в любой момент.

Мы обязаны отдать должное такой самоотверженности божества. Ещё бы! Это вам не две несчастные скрижали на горе передавать через посредника и не насыпать видения во сне каким-нибудь голодным отшельникам в пустыне. Воистину, если хочешь, чтобы что-то было сделано, делай это сам.

“Вы цените эфективность, скорость, командность.
Вы за выигрыш, а не beauty
Вы относитесь к клиенту не по объёму,
а едите с секундомером”



Глава для тех, у кого нет времени

Итак, дорогой читатель, вы тут. Вы заняты, у вас дела, вы всегда на бегу, и читать длинные скучные тексты у вас нет времени. Вы цените эффективность, скорость, компактность. Вы за штурм, а не осаду. Вы спите с пистолетом под подушкой, а едите с секундомером. Вы делаете несколько дел одновременно, а ваши слова не успевают за вашими мыслями. Я это прекрасно понимаю и поэтому специально для вас написал эту главу. Она очень короткая, возможно, одна из самых коротких глав в истории. Ну что ж, без дальнейших предисловий, приступим. Суть всей книги заключается в следующем:

В иллюстрации самое важное – это сюжет.

Потом стиль иллюстратора.

И только потом его техника.

Именно в этом порядке.

Всё! Теперь вы знаете столько же, сколько и я.

Можете смело вернуть книгу в магазин и получить обратно свои деньги. Удачи!

«Критически важно понимать, чем именно является
современная иллюстрация как вид деятельности,
и на что в ней надо ставить
главный акцент»



1. Что такое иллюстрация?

Что же такое иллюстрация, спросит иной пытливым читатель, и вопрос этот будет как нельзя к месту, ибо, если уж держишь в руках книгу по иллюстрации, неплохо бы разобраться, о чём в ней пойдёт речь.

Давайте же попробуем ответить на этот вопрос. Открыв любой справочник, энциклопедию или тематический сайт, мы получим некое усреднённое определение. Дескать, иллюстрация есть рисунок, фотография, гравюра или другое изображение, поясняющее или дополняющее текст. Также нам будет сказано, что иллюстрации используются для передачи эмоциональной атмосферы художественного произведения, визуализации героев повествования, демонстрации объектов, описываемых в книге, а также отображения пошаговых инструкций в технической документации.

Всё это верно, но не очень полно. Однажды я встретил довольно интересную, хоть и субъективную оценку места иллюстраторов в мире искусств. Текст гласил, что *иллюстраторы ценятся обычно больше, чем графические дизайнеры, но меньше, чем художники*. Не очень понятно, чем иллюстраторы заслужили изгнание из рядов собратьев-художников, но к этому спорному определению мы ещё вернёмся.

А сейчас нам важно понять, что иллюстрация существует на стыке графического дизайна и декоративного искусства,

с одной стороны, и «высокого» изобразительного искусства, с другой, бесстыдно отхватывая куски как с той, так и с другой стороны. То есть если вы представите себе едущих в час пик в метро художника и дизайнера, то тот наглый небритый тип, втиснувшийся между ними и, широко расставив колени, заставивший их боязливо потесниться по углам, и будет наш брат-иллюстратор.

Кстати, возможно вы заметили кавычки в слове «высокого»? Их я поставил сознательно и позже обязательно объясню, почему именно.

Так вот об иллюстрации. Иллюстрации к текстам используются с глубокой древности, с самых лохматых, бородатых и немых времён. Первые наскальные изображения, петроглифы, выполненные первобытными людьми, по сути своей были иллюстрациями современной авторам действительности, хоть никакой текст не сопровождали. Да и до появления первой письменности оставалось несколько десятков тысяч лет. Знаменитая чернофигурная сценка с Ахиллом и Аяксом, играющими в кости, созданная Эксекием в 530 до н.э., является не чем иным, как иллюстрацией к «Илиаде» Гомера, хоть текст рядом и не присутствует, а лишь подразумевается.

Если вы читали «Имя розы» Умберто Эко, вы должны помнить, сколь много внимания автор уделил иллюстраторам, работавшим в скриптории монастыря XIII века, и сколь серьёзным уважением они пользовались среди со-

братьев-францисканцев. Когда 200 лет спустя Иоганн Гутенберг изобрёл способ книгопечатания подвижными литерами, он начал добавлять к тексту рисунки, выполнявшиеся с помощью высокой печати посредством деревянных досок. Основным способом воспроизведения иллюстраций в книгах была гравюра, а в XVIII веке в Европе ей на смену пришла литография. В технике ксилографии в это же время работал в Японии великий Хокусай. С XIV и по XIX века целая плеяда великолепных художников иллюстрировала манускрипты в Персии.

К XIX веку иллюстрация подошла довольно бодрым размеренным шагом, но очень скоро перешла на бег. Развитие печатного дела и появление периодических изданий с началом промышленной революции открыло новые возможности для иллюстраторов. Наряду с оформлением книг, иллюстрации потребовались для газет и журналов, в том числе комического жанра – карикатуры.

Поначалу черно-белая печать постепенно сменялась цветной. Расширялся спектр техник и стилей иллюстрации, увеличивался спрос на художников-иллюстраторов. В иллюстраторы переqualифицировались художники, получившие классическое художественное образование. Улучшалось качество рисунка, а издатели журналов обнаружили, что хорошие иллюстрации продаются не хуже хорошего текста.

Золотой век иллюстрации начался, когда газеты, массовые журналы и иллюстрированные книги стали доминиру-

ющими источниками информации. Произошло это приблизительно в 1880 году и продолжалось вплоть до 1940-х годов, когда вышедшая в 1935 году на рынок первая высококачественная цветная фотоплёнка Kodachrome положила конец монополии художников-иллюстраторов на цветные иллюстрации.

Фотограф с фотоаппаратом создавал свои цветные снимки быстрее, они получались реалистичнее и, кроме того, не требовали от автора долгих лет обучения. Цветная плёнка нанесла иллюстрации подлый удар исподтишка, сбила её с ног, но всё же не убила окончательно. Более того, некоторые иллюстраторы благодаря своей деятельности стали богатыми и знаменитыми, а их рисунки попали в разряд классики мирового искусства.

Но что же объединяет, спросите вы, скажем, работы Эксекия из VI века до н.э. и Гюстава Доре из XIX века нашей? Почему одно изображение мы называем иллюстрацией, а другое нет? В чём суть того, что мы считаем иллюстрацией, и её основное отличие от изобразительного, декоративного искусства или графического дизайна? Вместе с этим вопросом давайте зададим ещё один, чуть иной, но всё же очень близкий по сути к первому. Почему одна иллюстрация считается хорошей, а другая плохой? Почему одна продаётся, а другая нет? Почему клиенты обращаются к одному иллюстратору, а другой сидит без работы? Каков критерий оценки иллюстрации и читателем, и заказчиком?

Не так давно я прочитал довольно интересное интервью, данное основательницей одного иллюстраторского агентства, в котором её помимо прочего спросили, что такое хорошая иллюстрация? Ответ меня, честно говоря, озадачил. Она сказала, что чёткого ответа на этот вопрос быть не может и всё решается индивидуально на интуитивном уровне. Как же так, подумал я. Неужели за долгие годы работы с клиентами и иллюстраторами иллюстраторский агент не выработал чётких критериев оценки чужой работы? Ведь есть же вполне логичные и приземлённые требования со стороны заказчиков, есть цели и задачи каждого конкретного проекта. Неужто всё решает личный вкус? Ведь даже в кулинарии, искусстве, уж на что полностью построенном исключительно на стремлении угодить разным вкусам, и то существуют чёткие правила, что хорошо, что плохо, что можно, а что нельзя.

И вот эта ошибка, это понимание иллюстрации как процесса интуитивного и по сути своей хаотичного, довольно распространена. И если некий условный заказчик ещё может позволить себе опираться на собственный вкус в определённых ситуациях, всё же это его деньги и ему решать, как их тратить, то иллюстратору действовать подобным образом никак нельзя. Иллюстратор должен чётко себе представлять все требования профессии и рынка, иначе он элементарно вылетит в трубу.

Итак, что же представляет собой хорошая иллюстрация? Спросите любого арт-директора рекламного агентства, глав-

ного редактора книжного издательства или журнала, любого человека, которому когда-нибудь требовались услуги иллюстратора, что важнее всего в такой работе? Скорее всего, он ответит: соответствие брифу и срокам. Про сроки мы ещё поговорим в главе о дедлайнах, а вот соответствие брифу разберём сейчас, так как этот момент нам очень важен.

Бриф – это техническое задание, получаемое иллюстратором перед началом работы. Оно содержит, или должно содержать, всю необходимую иллюстратору информацию. И прежде всего в ней указывается основная задача данной иллюстрации, её основной месседж, главный посыл, идея. Иными словами, её история, сюжет. Без этой идеи, без истории нет иллюстрации. И не важно, что вы рисуете и в каком стиле. Не важна ваша техника. Важно лишь, умеете ли вы рассказывать эту историю, умеете ли вы визуальными средствами передавать заложенный в брифе месседж.

Разумеется, иллюстрация как область человеческой деятельности довольно широка (помните того небритого типа в метро, да?) и есть виды иллюстрации, где история или сюжет как таковые выражены слабо. Например, в медицинской или технической иллюстрации. Но даже там есть очень жёсткие требования к иллюстратору: как можно более чётко, ясно и корректно изобразить тот или иной предмет или действие. Технический иллюстратор не может позволить себе рисовать что-то, что не будет содержать ясно выраженной идеи того самого предмета или действия, и оправдывать

свою работу словами «Я художник. Я так вижу». Ни один клиент в здравом уме и твёрдой памяти ему этого не позволит. Личное видение иллюстратора и его творческие устремления клиенту неинтересны. Клиента волнует, будет ли продаваться его товар, раскупаться книга, будет ли популярна игра, будет ли пользоваться популярностью статья в журнале и будет ли понятен учебник с данной иллюстрацией. Как иллюстраторы, мы предоставляем определённые услуги за деньги, и заключаются эти услуги в том, чтобы максимально качественно и эффектно визуализировать идею заказчика. Мы работаем под заказ, под клиента. Мы не работаем для себя. В этом наше основное отличие от вольных художников.

Вольный художник вначале создаёт произведение, а потом ищет себе покупателя. Иллюстратор вначале находит покупателя, а потом рисует согласно его требованиям. Так происходит не всегда, и бывают ситуации, когда вольный художник рисует под заказ, а иллюстратор рисует, а потом продаёт, однако в 99% случаев это естественное различие между вольными художниками и иллюстраторами не просто сохраняется, но и накладывает чёткий отпечаток на сам характер работы, на способ мышления автора.

Вольный художник всегда рисует с целью самовыражения, он визуализирует собственный мир идей и предлагает его публике. Он рисует для себя, а потом пытается теми или иными способами этот свой внутренний мир монетизировать, превратить в материальные блага. Или же не пре-

вернуть, если элемент самовыражения ему важнее, чем собственное материальное благополучие. Или же его материальное благополучие обеспечивается из другого источника. Многие великие художники прошлых лет стали великими потому, что имели богатого покровителя или состояли на службе при дворе. Для успешной монетизации своего труда вольному художнику необходимы постоянные выставки, внимание кураторов и критиков. Ему необходима хорошая пресса и ажиотаж вокруг своей персоны.

Иллюстратор же – это рыба, которая водится в более спокойной воде. Он всегда рисует под заказ, под конкретное задание, полученное от клиента, и под конкретную публику. И от того, насколько хорошо он выполняет это задание, зависит и его качество как профессионала, и успех всей его иллюстраторской карьеры. Возможно, творческая свобода иллюстратора более ограничена, чем вольного художника, но за это он получает более стабильное материальное положение. Так как, создавая работу, он уже знает, что она будет оплачена.

Хотя, конечно, бывают и вольные художники, продающие свои работы за большие деньги, и иллюстраторы, зарабатывающие достаточно, чтобы иметь возможность диктовать условия заказчику. Эти случаи, однако, являются предметом для отдельного разговора, выходящего за рамки данной книги. А пока нам важно понять одну очень существенную вещь. Находясь где-то между графическим дизайном и изобрази-

тельным искусством, иллюстрация может чисто внешне напоминать и то и другое, а иногда и быть и тем и другим. И хотя, все эти три области занимаются тем, что приносят красоту в наш мир, помимо задачи украшения нашего существования, все они выполняют ещё одну, дополнительную сверхзадачу. В случае с графическим дизайном это повышение функциональности объекта, в изобразительном искусстве важно самовыражение, ну а иллюстрация же рассказывает истории.

Профессионализм иллюстратора зависит в первую очередь от того, насколько хорошо он умеет рассказывать истории с помощью своих иллюстраций.

“Иллюстратор должен уметь создавать
изображения, не только объясняющие
существующий текст или идею,
но и направляющие её новыми
деталью и смыслами”



2. Сторителлинг

Умение рассказывать истории называется сторителлинг. Несмотря на 300-летнюю историю, слово в нашем лексиконе относительно новое, и наиболее активно оно начало применяться всего лишь каких-то 20 лет назад. При этом термин это очень ёмкий. Поэтому я буду его постоянно использовать в книге. Говоря о сторителлинге, мы говорим не только об умении рассказывать складные и интересные истории из разряда «Давным-давно в далёкой галактике...», хотя и о нем тоже, но скорее о навыке визуальной коммуникации вообще.

Мы говорим об умении передать из пункта А в пункт Б мысль, идею, комплекс идей, некий смысл или даже просто настроение. Пунктом А является заказчик со своим текстом, рекламной кампанией, важным социальным посылом и т. д., а пунктом Б является читатель, зритель, прохожий или же любая иная целевая группа.

То есть иллюстратор получает на руки идею, историю и одной картинкой, или серией картинок, должен её максимально внятно рассказать.

Для сравнения, вольные художники, работающие в области высокого изобразительного искусства, в навыках сторителлинга нуждаются не особо сильно, так как задачу объяснения заложенных в их работах идей берут на себя художе-

ственные критики, искусствоведы и кураторы.

В некоторых случаях такие художники пишут разъясняющие манифесты, чтобы наиболее полно донести свою идею до публики.

Иллюстраторы такую роскошь себе позволить не могут. Иллюстратор должен, используя все доступные ему визуальные средства, доставить заложенную в свою иллюстрацию мысль по назначению, самостоятельно и максимально эффективно. Бывают ситуации, когда иллюстрация сопровождает некий текст и текст берёт на себя основную смысловую нагрузку, облегчая задачу иллюстратора, однако рассчитывать на это слишком часто не приходится.

Иллюстратор должен уметь создавать изображения, не только объясняющие существующий текст или идею, но и наполняющие её новыми деталями и смыслами. Иллюстрация может как быть ведомой, идти за текстом, так и выполнять главенствующую роль, оттесняя текст на задний план, а то и заменяя его полностью. Все книжки-картинки, как детские, так и взрослые, построены именно по последнему принципу.

Объясняя принципы сторителлинга в своих лекциях, я обычно привожу следующее сравнение:

Представьте себе некую историю, которая продолжается во времени. Происходят некие события, главный герой испытывает некую трансформацию, проходя эту историю из начала в конец, из пролога в эпилог...

Так вот, задача иллюстратора взять один момент из этой истории, один кадр и показать его так, чтобы не только было понятно, что происходит с главным героем, но и было достаточно информации о том, что происходило *до* этого кадра, а также было достаточно намёков на то, что будет *после*.

Возникает вполне резонный вопрос, а бывает ли вообще иллюстрация без истории? Разумеется, бывает. Благодаря динамичному развитию технологий печати, обработки и создания изображений, рынок иллюстрации сегодня широк и многогранен, как никогда.

Иллюстратор легко может найти себе проект, где ему придётся рисовать нечто очень декоративное. Скажем, узоры, или цветы, или что-нибудь ещё столь же простое и не требующее большого мастерства. Тут достаточно лишь наличия вкуса у автора. Такая работа не предъявляет высоких требований к иллюстратору и, естественно, не очень высоко оплачивается, но она есть и её много.

По моему скромному мнению, такая работа уже более относится к графическому дизайну, ну или же к декоративному искусству, если хотите.

Поскольку зачастую считается, что одно лишь умение рисовать делает из дизайнера иллюстратора, то эту работу поручают, как правило, иллюстратору. То есть спрос на иллюстраторскую работу без истории есть, вопрос лишь в том, чего хочет иллюстратор и каковы его профессиональные амбиции.

Мне лично неизвестен ни один профессиональный иллюстратор, который бы стал знаменитым и высокооплачиваемым, рисуя лишь узоры или декоративные элементы.

Иллюстраторы ценятся, как писатели, режиссёры и аниматоры, своими историями. При этом и в литературе, и в кино можно создавать что-то очень простое и примитивное, считать себя творческой личностью и так никогда и не стать известным и не сделать ничего значительного.

Я же исхожу из предположения, что любой солдат мечтает стать генералом, любой актёр режиссёром, любой писатель написать большой и серьёзный роман, а любой иллюстратор мечтает рассказывать истории.

Иначе, зачем нам наша жизнь, если не мечтать полностью использовать отпущенный нам потенциал?

Люди не обязаны знать, что поверится у нас в слово,
напрямик, это наша задача как рассказчиков,
как смирительных, сделать так, чтобы нас боялись
и нам забылся уйдешь во всей его
слышней крае!



3. Читабельность

Что же является главным навыком рассказчика? Какой должна быть история, чтобы лучше всего выполнять свою функцию достижения ушей, умов и сердец слушателей? Ответ прост. Она должна быть readable, то есть читабельной, ясной, лёгкой в понимании.

Представьте себе ситуацию, когда вы смотрите фильм и не понимаете, что в нём происходит. Монтаж, путанные диалоги, неувязки в сценарии делают сложным восприятие сюжета.

Представьте себе, что вы читаете книгу и хаотичное нагромождение персонажей, событий, диалогов, описаний сбивает вас с толку, не позволяя понять, что же именно хочет сказать автор.

Представьте себе иллюстрацию, в которой обилие деталей и разных элементов собрано в такой невозможный пазл, что зритель смотрит на неё и ломает голову, что же там нарисовано.

Во всех этих случаях мы имеем дело с плохо рассказанной историей, с плохим сторителлингом. Своим студентам я всегда говорил, что если читатель смотрит на их иллюстрацию больше 10 секунд и не может понять, что в ней происходит и что ему пытаются рассказать, то он просто перелистнёт страницу. В идеале же иллюстрация должна быть понятна

моментально. В ней может быть несколько слоёв, и об этом мы поговорим в главе 5, но самый первый, поверхностный слой, внешняя оболочка главной идеи должна схватываться сразу.

И хотя, на первый взгляд, читабельность изображения достигается чисто техническими средствами, как-то: правильной композицией, чётким силуэтом персонажей, цветом, светом и т.д., читабельность иллюстрации, именно иллюстрации, а не просто картинки, есть задача не технического плана.

Основа читабельной иллюстрации заключается в сложной комбинации визуальных образов и идей, в верно скоординированном комплексе подсказок и направляющих, приводящих зрителя к единственно правильному ответу на вопрос: «Что же я перед собой вижу?».

Вообще, если бы можно было уложить все требования к читабельности иллюстрации в один простой принцип, некое правило большого пальца, то звучало бы оно примерно следующим образом:

Иллюстрация должна выглядеть так, чтобы зритель не задавал вопросов, на которые у иллюстратора нет ответов.

Из этого естественным образом вытекает, что иллюстратору надо уметь смотреть на свою работу со стороны и само-

му задавать себе довольно неудобные вопросы.

Говоря иначе, иллюстратор должен быть самым строгим критиком своей собственной работы.

Возможно, кто-то скажет, что для любого творческого человека естественна некая доля рефлексии и недовольства результатами своего труда. Всё так. Вот только иллюстратор делает это не из склонности художника к самокопанию, а единственно из практических соображений.

Иллюстратор в данном случае подобен программисту, проверяющему собственный код, или инженеру, закладывающему тройной запас прочности в строящийся мост.

Иллюстратор смотрит на свою работу со стороны, задаёт сам себе неудобные вопросы, сам отвечает на них и, если нужно, вносит изменения до тех пор, пока все элементы его иллюстрации не встанут ровно на свои места. До тех пор, пока иллюстрация не станет кристально ясной, не допускающей малейших разночтений.

Этот процесс проработки и кристаллизации иллюстрации не интуитивен, а абсолютно осознан. В его основе лежит не наитие и не чутьё, а тщательный анализ.

Этот постоянный, ежедневный и ежеминутный анализ и коррекция своего творческого процесса, возможно, одна из самых сложных задач, стоящих перед иллюстратором. Очень немногие люди способны смотреть на своё творение чужими глазами.

Наше сознание так устроено, что, когда мы создаём что-то

с нуля, что-то из ничего, мы не только очень активно обдумываем каждый наш шаг и каждое действие, но и ещё очень сильно эмоционально привязываемся к принятым решениям и результатам наших стараний.

Мы вкладываем много смысла и усилий в свою работу и в какой-то момент оказываемся в ситуации, когда наш глаз «замыливается».

Мы теряем объективность восприятия, и смысл, заложенный нами в объект нашего творчества, кажется нам само собой разумеющимся, естественным и неотделимым от объекта.

Нам тяжело представить, что кто-то может нас не понять, не увидеть этот смысл, не уловить нашу задумку. Мы не видим в ней недостатков, для нас она кристально ясна. Ещё бы! Мы ведь о ней столько думали!

Проблема, однако, заключается в том, что люди не умеют читать чужие мысли и есть большой шанс, что весь тот красивый и сверкающий на солнце замок из идей и образов, с башенками и подвесными садами, который мы построили в своём воображении, останется невидим внешнему наблюдателю. Или, того хуже, представится ему убогой полусгнившей лачугой.

Люди не обязаны знать, что творится у нас в голове, напротив, это наша задача – как рассказчиков, как сторителлеров – сделать так, чтобы нас поняли и наш замысел увидели во всей его сияющей красе.

К сожалению, слепота и неспособность поставить себя на чужое место, посмотреть на результат своего творчества со стороны, объективно оценить его недостатки, являются одними из самых распространённых ошибок на начальном пути любого рассказчика, будь то иллюстратор, аниматор, литератор или кинорежиссёр.

По сути, если не решить эту проблему, никакого дальнейшего пути у рассказчика может и не быть. Навык взгляда со стороны и трезвого самоанализа абсолютно критичен для иллюстратора.

Вольный художник может сказать: «Я так вижу!» – и тем на корню отмести любую критику. Иллюстратор не только не может позволить себе подобного поведения, он, по большому счёту, не может позволить, чтобы его критиковали другие, особенно заказчики.

Речь, разумеется, не о том, что ему позволительно отвергать любую критику, а о том, что он должен стараться всё сделать так, чтобы у заказчика просто не было к чему придраться.

А пока, вот вам история из жизни, которая как нельзя лучше демонстрирует необходимость критического самоанализа для достижения читабельности истории.

Однажды несколько лет назад я был приглашён в качестве гостя на встречу с бывшим аниматором студии Pixar Тимом Кроуфордом, которая проходила на факультете анимации престижной израильской Академии Искусств и Дизай-

на.

После небольшой лекции Тима студенты должны были показать ему свои дипломные работы, с тем чтобы услышать критику от профессионала. Студенты показывали свои дипломные короткометражки, и мне даже из зала была видна растущая растерянность Тима, когда он просто не знал, что говорить.

Раз за разом он спрашивал каждого студента, что именно тот хотел сказать в своём фильме и что вообще там происходит. И раз за разом студенты охотно пускались в пространные объяснения, рассказывая о своей задумке и о том, как они её визуализировали в каждом конкретном случае.

Проблема была в том, что внешнему зрителю их задумка была абсолютно неочевидна. Никто, кроме самих авторов этих короткометражек, не мог разобраться в происходящем на экране.

Это были их дипломные работы, результат четырех лет обучения и почти двух лет тяжёлого труда. И все эти усилия оказались потраченными впустую, так как зритель ничего не мог понять из увиденного.

Они представили зрителю головоломку, которую он не может, не хочет, да и не должен, в принципе, решать.

И проблема была не в технике исполнения. Не в плохой анимации или дизайне персонажей. Проблема была в изначально плохом сценарии и позже в плохой режиссуре, то есть в плохом сторителлинге.

А ведь там шла речь об анимации! В иллюстрации требования к сторителлингу ещё выше, так как рассказать историю одним статичным кадром, одной иллюстрацией гораздо сложнее, чем движением, ритмом, монтажом, диалогами и музыкой.

В искусстве иллюстрации никакое техническое или стилистическое совершенство не заменит внятно рассказанной истории. Ясность, читабельность истории, идеи, сюжета являются главной задачей иллюстратора, главнее её ничего нет. То есть вообще ничего, абсолютно.

И напоследок, правило большого пальца в случае читабельности иллюстрации звучит так:

Если иллюстрация требует дополнительной подписи или разъяснения, то, значит, история рассказана плохо.

Иллюстрация должна объяснять себя сама.

Чем более универсален ваш иллюстраторский стиль,
тем на более широкую аудиторию вы рассчитываете,
тем больше у вас шансов на получение выгодных
интересных заказов,
а в долговременной перспективе на финансовую
независимость и благополучие!"



4. Универсальность

Но вот, допустим, вы нарисовали картинку и вы очень ею гордитесь. Вы придумали отличную историю и отлично её нарисовали.

Ваш сторителлинг безупречен, как складки на брюках принца Уэльского. Ваша иллюстрация читается быстрее, чем седой йог произносит слово «Брахмапутра», а уж ясность и читабельность вашей картинке вообще бьёт все рекорды.

И вы бежите и показываете вашу картинку маме, и маме она тоже очень нравится.

– О боги! – восклицает она. – Я всегда знала, что произвела на свет гения!

Ваш папа тоже не может сдержать скупую мужскую слезу и тоже очень вами горд. Вы тогда показываете вашу картинку друзьям, и они в один голос вас поздравляют, восхваляют ваш безмерный талант.

Какой прекрасный день, думаете вы и выкладываете ваш скромный труд на всеобщее обозрение в сеть. И вот тут начинают происходить странные вещи.

Вам никто не пишет, вами не восторгаются, вашу чудесную иллюстрацию никто не оценил. Ну, возможно, кто-то случайный вас и поздравит, но того ажиотажа, которого вы, вероятно, ожидали, нет и в помине.

И главное, к вам не выстраивается очередь из арт-дирек-

торов и издателей в надежде предложить вам работу!

Как же так, думаете вы. Что случилось? Почему такая замечательная картинка и вдруг не работает? Вроде бы вы сделали всё правильно, уделили внимание читабельности, продумали все детали, концептуально и технически ваша работа тоже хороша, в чём же дело? Может это заговор против вас лично?

Увы, это не заговор, мой дорогой читатель. Причина неуспеха вашей иллюстрации заключается в том, что она рассчитана на очень небольшую аудиторию. Говоря проще, её в состоянии полностью оценить только вы и близкие вам люди, знающие вас и то, как вы мыслите, и – главное – искренне стремящиеся вас понять и положительно оценить.

То есть, вы нарисовали иллюстрацию «для своих», а всем остальным она просто непонятна.

Или вот вам ещё пример. Скажем, вы студент и нарисовали иллюстрацию к какой-то реальной ситуации из вашей студенческой жизни, изобразив её очень остроумно и тонко. Многие ли люди поймут заложенную в вашей картинке идею, не будучи сами студентами вашей alma mater? Согласитесь, это очень сомнительно.

Иными словами, если мы хотим, чтобы как можно больше людей могли понять и оценить нашу иллюстрацию, мы должны изначально, ещё на стадии обдумывания идеи, рассчитывать на возможно более широкую аудиторию. Для этого нам надо научиться не просто задавать себе всякие неудобные

вопросы, как уже было сказано выше, но и делать это с позиции абсолютно чужого нам человека.

Ну и как было обещано, случай из жизни.

Не так давно случилось мне проводить мастер-класс по иллюстрации в Испании, в Севилье. Студенты подобрались очень разные, приехавшие из разных стран. В первый же день, на обеденном перерыве, когда мы с несколькими студентами, сидя за столиком кафе, обсуждали всякую всячину, одна студентка задала мне интересный вопрос. Она сказала примерно следующее:

– Вот, скажите, как так получается, что я испанка, говорю на испанском и живу в Испании, а вы израильтянин, говорящий по-русски и живущий в Израиле, но при этом, я прекрасно понимаю всё, что вы хотите сказать в своих иллюстрациях? Даже юмор, заложенный в них, мне понятен без необходимости в переводе.

Я ей ответил, что только что она мне сделала один из самых больших и серьёзных комплиментов, на которые я мог только рассчитывать, как профессионал. И действительно, её слова только подтвердили одно из основных правил сторителлинга, которым я постоянно пользуюсь и которое постоянно держу в голове. Вот оно, берите скорее карандаш и записывайте:

Иллюстрацию надо создавать с таким расчётом, чтобы она была понятна человеку, не говорящему с вами на одном

языке.

Чтобы придать веса и без того невероятно весомым своим словам, приведу фразу гениального Альфреда Хичкока, который как-то сказал, что кино надо снимать так, чтобы его можно было показывать в Японии без субтитров. Прекрасно сказано, я считаю.

Перефразируя классика, ваша иллюстрация должна читаться с одинаковой лёгкостью и в Германии, и в Китае, и в Индии, и в Египте, без подписей и дополнительных разъяснений.

Но зачем так себя утруждать, спросите вы. Не проще ли изначально рисовать под местного, локального зрителя, который с большей вероятностью поймёт все, заложенные в нашу иллюстрацию смысловые слои, и не будет мучиться их расшифровкой?

Резонный вопрос. Я даже сталкивался с таким мнением, что работы иллюстратора должны в обязательном порядке быть интегральной частью некой локальной, национальной, самобытной иллюстраторской традиции.

То есть любой русский иллюстратор должен априори восприниматься как русский, немецкий как немецкий, а японский как японский. Ну что ж, вполне легитимное мнение, как и любое другое, но вот только я с ним в корне не согласен, и вот почему.

Мы живём в очень большом и открытом мире. Глобали-

зация культурная и экономическая, а также развитие интернета сделали этот мир ещё более открытым, убрав практически любые границы и расстояния, позволив иллюстратору, не выходя из дома и не вылезая из любимой пижамы, работать с клиентами по всему миру.

Иногда даже необязательно владеть иностранными языками, достаточно пользоваться онлайн переводчиками, которые с каждым днём становятся всё умнее и умнее.

В этой реальности ограничивать себя локальным рынком иллюстрации в ущерб рынку глобальному просто глупо и невыгодно, под каким углом на это не взгляни.

Да, на глобальном рынке больше конкуренция и одинокому иллюстратору-фрилансеру проще затеряться, но и возможностей для поиска и нахождения интересной и высокооплачиваемой работы на несколько порядков больше.

Чем более универсален ваш иллюстраторский язык, тем на более широкую аудиторию он рассчитан. Чем большему количеству людей он понятен и близок, тем больше у вас шансов на получение очередного интересного заказа, а в долгосрочной перспективе – на финансовую независимость и благополучие.

Но как же достигается такая универсальность иллюстрации? И в чём различие между иллюстрацией, рассчитанной на локальную и глобальную аудитории? Охотно поясню. Всё дело в используемых вами образах, или даже, скажем так, в визуальном языке, на котором вы пытаетесь говорить

со зрителем.

Поясню небольшим примером из практики.

В детстве я очень любил читать волшебные сказки разных народов. Среди прочих у меня был трёхтомник казахских сказок, который я зачитывал до дыр, перечитывая раз за разом. Одним из главных отрицательных героев казахских сказок являлась злая ведьма по имени Жалмауыз Кемпир.

Помню, как я весь сжимался от страха, когда эта ужасная старуха с железными зубами и медными длинными когтями бросала в большой котёл маленьких детей. Ужас!

Разумеется, с самого раннего возраста я был знаком и с русской Бабой-ягой, и она тоже была очень страшная, и хоть без железных зубов и медных когтей, но зато очень ловко летала в своей ступе с помелом, а детей бросала не в котёл, а в печь. Страх ещё тот!

В общем, к моменту, когда я пошёл в школу, я уже приблизительно знал, как должна выглядеть настоящая ведьма. С когтями или без них, в ступе или без неё, это обязательно должна была быть уродливая и страшная во всех смыслах старуха, от которой ничего хорошего ждать не приходится, особенно если ты маленький ребёнок.

Но вот несколько лет назад, будучи уже совсем взрослым и не верящим в сказки бородатым дядькой, я иллюстрировал рождественскую рекламную кампанию для одной швейцарской сети торговых центров. Одним из главных персонажей этой кампании была ведьма из фольклора франкоязычных

кантонов Швейцарии по имени Катийон.

Это традиционная героиня швейцарских сказок, вот только в отличие от всех известных мне доселе ведьм, она изображается молодой и весёлой рыжеволосой ведьмочкой, вполне себе доброй и без каких-либо склонностей к каннибализму. Кто бы мог подумать!

Отступая чуть в сторону от темы нашего разговора, скажу, что жестокая ирония истории с Катийон заключается в том, что у неё был реальный прототип, женщина с тем же именем, одинокая, нищая, полусумасшедшая и горбатая старуха, которая стала жертвой диких предрассудков толпы и была сожжена на костре за колдовство в 1731 году. Тем не менее, ныне, почти 300 лет спустя, её изображают вполне себе привлекательной молодой особой.

К чему я вам это всё рассказываю? А вот к чему. Допустим, к вам обратился заказчик и поставил вам задачу проиллюстрировать некую историю, в которой фигурирует ведьма, при этом детального описания этого персонажа он вам не предоставил.

Как вы будете подходить к решению этой задачи, какой образ брать за основу? Нарисуете её молодой как Катийон или старой как Баба-яга? Злой или доброй? Уродливой или красивой? Может, добавите ей медные когти или помело со ступой? Это, вне всякого сомнения, придаст ей жути и даже некоего шарма, но как много людей поймут эти аллюзии на казахский или русский фольклор? Как много людей с ним

знакомы?

Или даже давайте поставим вопрос иначе, как должна выглядеть наша ведьма, чтобы быть максимально узнаваемой и понятной как можно более широкой аудитории?

Смею предположить, что наиболее понятный большинству людей нашей планеты среднестатистический ведьмовской образ будет включать в себя следующее: чёрный плащ и чёрная же островерхая шляпа с полями, зелёная кожа, крючковатый нос с бородавками и метла. Ни ступы, ни медных когтей. Скажу более, добавь мы к этому образу, скажем, ступу, мы очень сильно рискуем потерять часть аудитории, которая элементарно будет сбита с толку таким нововведением.

«Что это ещё за ерунда такая?» – спросят люди, и будут правы. Откуда же взялся такой чётко определённый, практически канонический образ ведьмы в сознании людей? Всё дело в том, что в 1939 году кинокомпания MGM выпустила свой знаменитый фильм «Волшебник из Страны Оз», который моментально стал классикой. В нём злая ведьма, главный антагонист истории, выглядит именно так, как я описал выше: чёрный плащ и островерхая шляпа, зелёная кожа, нос с бородавкой и метла. Два годами раньше, в 1937 году студия Уолта Диснея выпустила свой первый полнометражный анимационный фильм «Белоснежка и семь гномов», и там тоже была злая ведьма, и хоть она и не носила остроконечной шляпы, но тоже была одета в чёрный балахон и тоже щеголя-

ла своим замечательным крючковатым носом с бородавкой.

Подобный образ ведьмы существовал, разумеется, и раньше. Например, в 1900 году в первых иллюстрациях к «Волшебнику из Страны Оз» американский иллюстратор Вильям Денслоу изобразил злую ведьму в столь знакомой нам островерхой шляпе, хотя вместо чёрного плаща на ней была белая куртка с жабо, а вместо метлы зонтик.

То есть первые наброски классического образа ведьмы были заложены давно, но полностью сформировался и утвердился он в сознании массового зрителя и читателя только после того, как был миллионами копий растиражирован Голливудом.

Сотни миллионов детей посмотрели эти фильмы за прошедшие 80 лет. И, превратившись в сотни миллионов взрослых, они показали эти фильмы и своим детям, а те своим. В итоге сотни миллионов, если не миллиарды людей носят в своих головах образ злой ведьмы именно в том виде, в каком им показал его Голливуд. И этот образ настолько глубоко и прочно сидит в сознании людей, что вытравить его или заменить другим, пусть и более удачным образом, может быть очень тяжело, если вообще возможно в принципе.

Хорошо это или плохо, но голливудские фильмы являются, вероятно, главными творцами визуальных канонов в нашей цивилизации. Они столь качественно сделаны и настолько сильное впечатление производят на массового зрителя, настолько популярны во всех уголках мира, что прак-

тически любой образ или персонаж, на который положит свою цепкую лапу какая-нибудь большая голливудская студия, моментально цементируется и становится каноном.

Попробуйте кому-нибудь объяснить, что Геракл должен изображаться массивным, кучерявым, черноволосым бородачом с волосатой грудью, каким он, собственно, и изображался в Древней Греции.

Ведь все прекрасно знают, что Геракл это стройный, гладко выбритый юноша, и к тому же голубоглазый блондин, каким его нам представил Дисней. Попробуйте, проиллюстрируйте Белоснежку не в жёлто-синем платье и не брюнеткой с короткими волосами. Вас просто не поймут, не узнают в вашем персонаже *ту самую* Белоснежку.

Не подумайте ничего дурного, я не призываю всех иллюстраторов равняться на Голливуд и отказаться от собственных интерпретаций. Ни в коем случае! Я просто хочу сказать, что подобные устоявшиеся и ставшие классическими образы надо принимать во внимание, ибо именно они являются наиболее узнаваемыми и понятными наиболее широкой аудитории. Не тиражировать их бездумно и слепо, но и не отказываться от них полностью.

Однако вернёмся к нашей ведьме, вернее к решению задачи по созданию её образа.

В своё время создатели серии фильмов о мальчике-волшебнике Гарри Поттере совместно с автором книги Джоан Роулинг решали подобную же задачу. Им необходимо

было придумать некую униформу для ведьм и волшебников, одежду, которая бы сразу отличала их от людей-маглов. И что бы вы думали? Они взяли за основу тот самый образ из «Волшебника из Страны Оз» – плащ, островерхую шляпу с широкими полями и метлу. Нос с бородавками и зелёную кожу они, разумеется, отбросили, так как это индивидуальные особенности конкретного персонажа, к тому же персонажа отрицательного.

И вот миллионы детей по всему свету наряжаются на праздники и карнавалы Гарри Поттером и Гермионой Грейнджер, и попробуйте их убедить в том, что у ведьмы могут быть медные когти или ступа! Образ сложился окончательно и бесповоротно. И образ этот универсальный, понятный всем и каждому, не требующий пояснений, подписей или, не дай бог, каких-либо заумных манифестов.

Разумеется, пример с ведьмой – это частный и малозначительный случай, но, надеюсь, общий принцип достижения универсальности как-то начинает вырисовываться.

Вот ещё один небольшой пример.

Когда я преподавал на онлайн-курсах иллюстрации и дизайна персонажей, одно из еженедельных заданий, которое я давал своим студентам, заключалось в том, что им надо было нарисовать полицейского.

Просто полицейского, никаких других требований или уточнений к заданию им предоставлено не было. Большинство моих студентов в ту пору было из России. И они есте-

ственным образом все как один сдавали мне персонажей, которые выглядели как типичный российский полицейский, несколько гипертрофированный с целью сделать его более смешным: низенький, толстый, в огромной как стадион фуражке и с характерной полосатой палкой регулировщика.

Получалось вполне узнаваемо, вот только, кроме россиян, вряд ли кто-то ещё бы оценил весь юмор такой стилизации, ведь нигде за пределами России полицейские так не выглядят. Форма российского полицейского – это исключительно местное явление, уникальное, как, скажем, белые портупей итальянских карабинеров или кепи французских жандармов.

Я тогда, помнится, объяснял своим студентам подходы к решению этой задачи следующим образом:

Представьте себе, что вы оказались в незнакомой вам стране, на языке которой вы не говорите и даже не знаете её алфавита, т.е. не можете прочесть простейшее слово в случае нужды. И вот вам, беспечному туристу, понадобилась помощь местного полицейского. Как вы его узнаете на улице? Как должен выглядеть человек, чтобы вы безошибочно определили его как служителя правопорядка, а не скажем, пожарника, охранника или военного?

Полицейские носят униформу и имеют очень важный и многозначительный вид. Однако, между нами говоря, практически любой, кто носит униформу, имеет важный вид. Оружие? Да, как правило, полицейские носят оружие.

Как и охранники, но не как пожарные.

Пожарные на этом этапе отпадают. Итак, униформа, оружие, что ещё? Рация? Верно. Но не только. Большинство патрульных полицейских, которых вы имеете шанс встретить на улице, помимо униформы, оружия и радиации, носят ещё дубинки и наручники.

Дубинки с наручниками, как правило, не носят военные, зато их в некоторых странах носят охранники. И правда, зачастую охранника или инкассатора легко спутать с полицейским, так как и те и другие экипированы приблизительно одинаково. Однако одна вещь всегда отличит полицейского от гражданского охранника, и это шевроны. То есть нашивки, говорящие о его звании и принадлежности к определенному подразделению.

В охранных компаниях званий нет, а в полиции на них держится вся внутренняя иерархия. Разумеется, эти рассуждения могут показаться наивными. Они, конечно же, очень упрощены, и легко можно найти тут и там исключения из правил, однако если вы оказались в незнакомом городе и ищете полицейского, то ориентируйтесь на униформу, оружие, дубинку и шеврон – и, смею вас уверить, не ошибётесь.

Также если вы, уже как иллюстратор, а не как попавший в беду турист, решите изобразить некоего условного, легко узнаваемого полицейского, то, используя подобную логику, вы будете знать, как это сделать. Образ такого полицейского будет универсальным, и его без труда поймёт ваш читатель,

к какой культуре бы он изначально не принадлежал и в какой бы части света не проживал.

Все эти долгие и нудные рассуждения про ведьм, Голливуд и полицейских я завёл с одной целью – показать, что такое универсальность образа, как и из чего она складывается и почему такой образ является в ряде случаев наиболее предпочтительным для использования в работе иллюстратора. При том, необходимо сказать, что очень легко могут сложиться ситуации, когда использование универсального образа может быть неверным и стоит использовать что-то более локальное.

Как-то несколько лет назад довелось мне иллюстрировать авторскую колонку британского журналиста и писателя Тони Парсонса.

Колонка была изначально написана для британского журнала GQ, однако я иллюстрировал её переводной вариант для GQ Russia, и это факт довольно немаловажный. Сейчас поймёте, почему. Текст был авторский, свободный, практически поток сознания, и рассказывал что-то о болезнях сердца и брэнности нашего существования. Вот, мол, живёшь себе, живёшь и однажды падаешь посреди улицы, сердечный приступ, и нет тебя. Длинный, грустный текст такой.

Я решил проиллюстрировать из всего текста тот самый кусок с падением посреди улицы. Взгляд сверху на беспомощно лежащую на мокром асфальте фигуру, раскрывшийся портфель с разлетевшимися бумагами, машины вокруг,

столпившиеся вокруг люди, суетящиеся парамедики и амбуланс.

И вот, дойдя до амбуланса, я задумался. Как он должен выглядеть? Как российская скорая помощь или как некий универсальный, знакомый и понятный всем амбуланс из голливудских фильмов? Или может быть как британский амбуланс?

Возможно, вам покажется, что сама проблема не стоит и выеденного яйца, так как ну какая в конце концов разница, как именно выглядит амбуланс в иллюстрации? Однако это не совсем так. В той иллюстрации амбуланс, по сути, был единственной деталью, позволявшей определить место действия, а место действия, в свою очередь уже влияло на восприятие текста.

В силу разных культурных и исторических причин один и тот же текст, описывающий событие, произошедшее в двух разных странах, может восприниматься очень по-разному.

Поэтому мне было важно понять, какой именно амбуланс подходит к данной истории? В разных странах амбулансы все очень разные, и окрашены по-разному, и даже сами машины в каждом случае свои, очень сильно отличающиеся друг от друга. В данном случае у меня был выбор между локальным образом, то есть российской скорой помощью, универсальным амбулансом из голливудских фильмов и чем-то средним – британским вариантом.

После долгих размышлений я решил остановиться на бри-

танском амбулансе. Во-первых, изначально журнал был британским и колонка писалась британским журналистом о британских реалиях, и таким образом я как бы сохранял некий «британский дух» этого текста.

А во-вторых, я подумал, что это как раз тот случай, когда гнаться за универсальностью картинки не обязательно. Возможно, ей стоит остаться локальной.

«Только постоянно
задирая дуе себе пизанку качества,
только тема как можно выше, ты
сможеш постоянно
расти и развиваться»
как профессионалы»



5. Глубина

Понимаю, что утомил вас предыдущей главой, всё же букв в ней было довольно много. Поэтому новую главу мы начнём с разговора о приятном и даже милом. О котиках.

Представим на мгновение, что вы нарисовали иллюстрацию. И в иллюстрации этой изображены котики. Они ужасно милые, пушистые, игривые и всем нравятся.

Чёрт побери, они такие милые, что хочется их обнять и не отпускать никогда! И слушать, как они фырчат фрр-фрр-фрр. И кроме котиков там, в вашей иллюстрации, разумеется, есть ещё и история.

Ну, что-нибудь не очень сложное, не «Война и мир», а попроще. Скажем, два котика играют с клубком ниток, а третий, рыженький, сидит в углу и грустно смотрит на них. Его не позвали играть! В общем, драма.

Иллюстрация получилась по всем правилам. История присутствует. Читательность – как у барабана. Универсальность так вообще на недостижимом уровне, ибо кто же не любит котиков? Котиков любят все, от мала до велика, и финн, и ныне дикой тунгус, и друг степей калмык. Но что же у вас получилось в итоге? Поздравляю, у вас родился китч.

Слово «китч» впервые появилось в Германии в 1860 году и означает безвкусицу, халтуру, пустышку, рассчитанную на самый неприхотливый вкус или вообще на отсутствие

оного. То есть для понимания вашей иллюстрации с котиками не требуется особый художественный вкус или даже интеллект. Она типичный продукт массовой культуры, культуры, которая нравится абсолютно всем. Художественная ценность такой иллюстрации очень низка, если вообще имеет смысл её там искать.

О нет, не подумайте, что я против рисования котиков! Я целиком и полностью за. Просто очень важно понимать, что, рисуя вещи, не требующие от читателя особо высокого культурного уровня, вы сознательно занижаете себе планку качества как художнику. Кроме того, вы помещаете себя в профессиональную нишу, которая не очень ценится, и поэтому имени вы себе на такой работе не сделаете, хотя, конечно же, деньги можете заработать, но не за счёт качества и уникальности каждой иллюстрации, а за счёт их количества.

В иллюстрации, помимо хорошо рассказанной истории и универсального визуального языка, также очень важна глубина её культурного слоя. Иными словами, ваша иллюстрация должна быть умной и быть рассчитанной на интеллигентных людей.

На этом месте, дорогой читатель, я предвижу два вполне естественных вопроса: «Зачем рассчитывать на интеллигентных людей?» и «А как же универсальность?». Очень верные и своевременные вопросы! Отвечу на них по порядку.

Зачем рисовать для интеллигентных людей? И нет ли тут снобизма?

Скажу честно, небольшой снобизм тут, без сомнения, есть. Однако в нём есть и немалая практическая для нас, иллюстраторов, польза. Заключается она в том простом факте, что интеллигентные люди – это наши лучшие и самые ценные работодатели.

Конечно же, в итоге мы рисуем для своей конечной целевой аудитории, т.е. для тех людей, которые покупают иллюстрированные нами книги, журналы, игры, постеры, товары с иллюстрациями на упаковках. При этом исключительно важно помнить, что мы не продаём наш труд напрямую публике. Между публикой и нами есть посредники, те самые издатели, редакторы, арт-директоры, которые нам платят.

Потому каждый раз, создавая новую иллюстрацию, важно думать не только о том, выполнит ли она свою сверхзадачу, беспокоиться не только о том, понравится ли она вашему нынешнему заказчику, но также и о том, принесёт ли она вам новых заказчиков. А если и принесёт, то каких?

Представьте себе на секунду весь иллюстраторский рынок, вернее, всю ту работу, которая существует в области иллюстрации в нашем мире, в виде пирамиды. В самой нижней её части, у основания, находятся самые дешёвые виды работ.

Они не требуют большого мастерства от иллюстратора, за них мало платят, но таких работ довольно много. Особого профессионализма или уровня образования заказчика такие работы тоже не требуют.

Чем выше мы поднимаемся по пирамиде вверх, тем вы-

ше класс и престижность работы, выше оплата труда иллюстратора и требования к нему, а также выше уровень профессионализма самого заказчика. Собственно, суть всей карьеры иллюстратора заключается в том, чтобы вскарабкаться по этой пирамиде как можно выше и задержаться там как можно дольше.

На самом верху находятся самые популярные журналы, богатейшие книжные издательские дома, крупнейшие рекламные агентства, игровые компании и даже голливудские студии.

Там везде на ключевых должностях редакторов, арт-директоров и продюсеров работают самые крепкие профессионалы индустрии, люди исключительно интеллигентные и опытные, как правило, с высшим образованием, а бывает, что и не с одним. Заинтересовать таких людей своей иллюстрацией может быть очень и очень непросто.

Скажем так, если ваше портфолио будет содержать в себе только сентиментальных котиков, вы не будете представлять для них особого интереса, как бы хорошо у вас эти котики не получались.

Ни ваше выдающееся техническое мастерство рисовальщика, ни ваш особый стиль, ни даже ваши отточенные навыки сторителлинга не произведут особого впечатления на человека, если своей иллюстрацией вы не затрагиваете его интеллект. Особенно если этот человек привык его задействовать с самой юности, если он привык к хорошим умным кни-

гам, интеллектуальному кино и общению с умными людьми.

С такой аудиторией иллюстратор по возможности должен разговаривать на их языке.

Разумеется, не любой заказчик настолько требователен, да и не любой проект требует интеллектуального напряжения.

Однако даже отбросив в сторону практическую сторону вопроса и не беря в расчёт возможных высоколобых заказчиков с вершины пирамиды, мне кажется, всё же стоит стремиться к тому, чтобы вас оценили не только массовая нетребовательная аудитория, но и специалисты с большим вкусом.

Всё же в любой области человеческой деятельности высокая оценка опытного специалиста стоит гораздо выше, чем любителя или человека со стороны.

Вот к этому, мне думается, мы и должны стремиться, чтобы наш труд ценился высоко теми, кто разбирается, и теми, кто платит нам за него деньги.

Только постоянно задирая для себя планку качества, только метя как можно выше, мы сможем постоянно расти и развиваться как профессионалы. Ну и да, разумеется, вверх по пирамиде тоже поползём.

Так что же нам требуется для того, чтобы увлечь, привлечь и завлечь искущённого зрителя? Всего-то ничего.

Нам нужна глубина. Глубина культурного слоя, заложенного в иллюстрацию.

Что это за слой такой, спросите вы. Охотно отвечу. Он со-

стоит из всех идей и смыслов, заложенных вами в вашу историю, а также из всех предыдущих идей, на которых она была основана, и из всех отсылок к другим идеям, а также ассоциаций, которые могут быть вызваны вашей историей в уме зрителя.

При этом, чем более образован и разносторонне развит ваш потенциальный зритель, тем больше интересных идей и аллюзий вы можете заложить в вашу историю и тем больше удовольствия получит тот, кто их все увидит и поймёт.

А теперь, как и обещал, про универсальность.

Да, я понимаю, что уже прожужжал вам все уши этой универсальностью и тем, что иллюстрация должна работать на как можно более массового зрителя.

И тут вдруг настоятельно советую в своих иллюстрациях рассчитывать на людей исключительно умных и интеллигентных, которые составляют довольно тонкую прослойку общества.

Получается, скажете вы, явное противоречие. Действительно, противоречие есть. Но оно не очень большое. Всё дело в приоритетах, помните? Универсальность в списке приоритетов стоит важнее глубины.

Универсальность даёт вам хлеб, продаёт вашу иллюстрацию, делает вашу историю максимально читабельной. При этом, если позволяют условия, заказчик и проект, стоит подумать о глубине и наполненности вашей истории смыслами, но никогда не в ущерб её читабельности.

То есть если ваш заказчик требует от вас рисовать котиков, и это именно то, что ему нужно и будет им оплачено, смело рисуйте котиков! Даже если иллюстрация получается простоватой и не очень глубокой. В конце концов, это ваша работа, ваш хлеб. Что-то более глубокое и интересное нарисуете в другой раз.

Возвращаясь снова к культурному слою, представьте себе всю нашу культуру, все накопленные цивилизацией культурные ценности в виде огромного многослойного пирога.

Начиная с древнейших цивилизаций Междуречья, Египта и позже Греции и Рима, через Средние века и Возрождение, на протяжении всей нашей истории поколение за поколением, каждое в свою очередь, добавляло слой за слоем в этот огромный цветной пирог.

Каждый новый слой опирается на предыдущий и никогда бы не мог существовать отдельно от предшественников.

Чем больше этих слоёв вы имеете возможность использовать в своей истории, тем более ценной она будет представляться людям образованным и понимающим.

Упрощённо говоря, чем лучше вы знаете историю вообще, историю изобразительного искусства, историю архитектуры, военную историю, историю костюма, историю поп-культуры и кино, тем более богатым материалом вы можете оперировать в своей работе и тем больше интересных смыслов и идей вы можете закладывать в ваши истории.

Если хотите, называйте это общей эрудицией. Чем она

шире у иллюстратора, тем лучше, тем шире спектр тем, которые он может иллюстрировать. Я всегда говорил своим студентам: «Иллюстратор должен знать всё и интересоваться всем».

И это не преувеличение. В идеале иллюстратор должен знать о той теме, над которой он в данный момент работает, больше, чем его заказчик, который ему эту работу заказал.

Заказчик обращается к вам как к специалисту, он ждёт от вас качественного продукта, ждёт полной самоотдачи и серьёзного подхода к делу.

Если для того, чтобы тщательно изучить новую тему, новый исторический период или какие-то неизвестные вам детали, вам требуются несколько часов или даже дней на сбор материала, садитесь и учитесь.

Ваш мозг – это бездонная копилка, которую постоянно надо наполнять новыми знаниями, новыми визуальными образами, чтобы было потом чем оперировать в работе.

Ваша эрудиция, ваш культурный багаж – это ваш инструментарий. Иллюстратор, если он, конечно, не сидит в своей тёплой уютной маленькой нише, о чём мы поговорим чуть позже, должен быть готов работать над любой темой.

За свою карьеру мне приходилось иллюстрировать тексты весёлые и грустные, тексты про смерть, порнографию, болезни, коррупцию, оккультизм, нищету.

Мне приходилось рисовать забавных персонажей на упаковки и чудовищ для рекламных кампаний, динозавров для

голливудских блокбастеров и мушкетёров для настольных игр, людей и животных, насекомых и рыб, духов и чертей, роботов и ведьм.

И каждый раз я тратил многие часы на поиск и изучение информации по данной теме, исследовал её со всей тщательностью, ещё даже не приступив к рисованию начальных эскизов. Всё это для того, чтобы быть полностью уверенным, что я делаю всё правильно и полностью владею предметом.

Подобный подход лично я считаю неотъемлемой частью профессии иллюстратора. Без него вверх по пирамиде не вскарабкаешься, каким бы талантом ты не обладал при рождении.

Небольшой пример из моей скромной практики. Когда я работал над серией иллюстраций о Франции первой четверти XVII века, я несколько дней изучал материалы, читал статьи, просматривал книги по истории костюма того периода, собирал референсы на сайтах музеев, исследовал буквально под микроскопом изобразительное искусство того периода.

Сотни фотографий были отобраны мной для использования в работе после просмотра нескольких тысяч. И только когда я понял, что более-менее владею темой, я приступил к созданию эскизов.

Мы, люди, не можем знать всё изначально, но мы можем учиться, исследовать. И это надо делать постоянно, не прерываясь ни на минуту.

При всём этом важно понимать, что хорошая иллюстра-

ция – это не просто картинка, заполненная достоверными деталями и показывающая, насколько эрудирован иллюстратор и насколько он хорошо знает предмет, который иллюстрирует.

Как я говорил выше, хорошая, умная иллюстрация, рассчитанная на интеллигентного зрителя, зачастую несёт в себе не один смысловой слой. Как и хорошая книга, она может содержать смыслы и аллегории, рассчитанные на разный уровень понимания и эрудиции зрителя.

Люди разного уровня образования и с разным вкусом будут воспринимать эту иллюстрацию по-разному, и каждый будет в ней находить что-то своё. Такая многослойность, кстати говоря, полностью решает противоречие между глубиной иллюстрации и её универсальностью, о котором мы говорили чуть выше. Иными словами, вполне возможно создавать иллюстрации, которые имели бы успех и у массового зрителя, и у зрителя более искущённого.

Это непросто, но не невозможно, уверяю вас, мой дорогой читатель.

Чтобы лучше понять, что я имею в виду под многослойностью иллюстрации и вообще под самим понятием смысла, приведу, как водится, ещё один пример из жизни.

В своё время я давал своим студентам такое задание на развитие навыков сторителлинга. Они должны были взять какую-нибудь известную историю, сказку или миф, что-нибудь очень узнаваемое, и проиллюстрировать её, перестроив

так, чтобы зритель смотрел на знакомую историю под другим углом. Можно было даже полностью менять суть происходящего, лишь бы изначальная история продолжала оставаться узнаваемой.

В качестве примера подобной переработки известного сюжета я приводил одну статью для журнала GQ, которую мне довелось проиллюстрировать.

Статья была о людях, которые не хотят взрослеть и ведут себя, несмотря на возраст, как подростки, т. е. о кидалтах.

В статье мельком упоминался Питер Пэн, мальчик, отказавшийся взрослеть, и я решил сделать его центром своей иллюстрации.

Я изобразил сидящего перед телевизором глубокого старика в зелёной одежде Питера Пэна. В одной руке он держал пульт от телевизора, рядом стояла целая стопка старых видеокассет с фильмами про Питера Пэна, а на стенах были развешаны фотографии из его бурной юности.

Я изобразил классического, узнаваемого Питера Пэна, который всё-таки постарел, несмотря на все старания, хотя и продолжает верить в свою неувядающую юность.

В общем, вот такое было задание – найти другое, новое прочтение старой истории, используя тех же персонажей.

К моему большому удивлению большинство моих студентов выбирали почему-то сказку о Красной Шапочке. Не знаю, в чём была тому причина, но дело дошло до того, что я стал заранее просить: «Друзья, пожалуйста, не рисуйте

Красную Шапочку!»

И вот, выбрав Красную Шапочку, они, как правило, шли по одному из двух путей. Либо пытались сделать Красную Шапочку взрослой и сексуальной, либо маленькой и агрессивной, вложив ей в руки топор, нож или даже дробовик.

Логика была мне ясна, и в ней я не видел ничего плохого. Они пытались создать яркий диссонанс между хорошо известным нам образом маленькой наивной девочки, несущей через тёмный лес пирожки бабушке, и своим новым образом Красной Шапочки, агрессивной или сексуальной, а иногда и смешивая эти два качества в одном образе.

Проблема, однако же, была не в самой попытке создать такой диссонанс, а в том, что новая история получалась очень плоской, банальной и для своего понимания не требовала ни какого-либо серьёзного культурного багажа, ни даже особо интеллекта. Её добавочная стоимость, выражаясь экономическим языком, практически равнялась нулю.

Ну взрослая Красная Шапочка, ну с длинными ногами и большой грудью, ну в сексапильном белье, ну и что? Какие дополнительные смыслы такая трансформация в себе несёт? Какие интересные ассоциации рождает в голове зрителя? Боюсь, что никаких.

Между тем, однажды я случайно наткнулся на одну замечательную иллюстрацию, в которой решалась точно такая же задача, на ту же тему, и это была одна из лучших переработок Красной Шапочки из всех, что я видел.

К огромному моему сожалению, иллюстрацию эту создал не мой студент, и, к ещё большему сожалению, я даже не помню имени автора. Зато очень хорошо помню то впечатление, которое произвела на меня его работа.

Представьте себе обычную бруклинскую улицу, мы на неё смотрим чуть сверху, а внизу, под нами, столпилась целая куча полицейских машин и пара амбулансов. Мигают мигалки, суетятся полицейские, парамедики, явно что-то произошло.

Задние двери одного из амбулансов открыты, и в проёме, закутавшись в серое шерстяное одеяло, сидит маленькая девочка в красной шапке, а толстый патрульный полицейский записывает её показания в маленький блокнот, стоя рядом.

Мимо проходят два парамедика с носилками, на которых укрытое простынёй лежит тело. По свисающему вниз хвосту мы понимаем, что это волк.

Итак, с одной стороны, автор ничего экстраординарного и очень уж нового нам не рассказал. Мы легко можем понять, что, скорее всего, в нашем случае маленькая Красная Шапочка каким-то образом одержала верх над большим и страшным волком, и в этом замысел автора не сильно отличается от идей тех моих студентов, кто давал в руки девочке топор или дробовик.

Однако если присмотреться, та же, в общем-то, банальная история рассказана здесь гораздо интереснее и глубже. Для её понимания стоит ненадолго отвлечься и совершить

небольшой экскурс в историю кинематографа.

Восьмидесятые годы прошлого века были эрой расцвета жанра крупнобюджетных боевиков-блокбастеров.

Арнольд Шварценеггер со своим «Терминатором» и «Коммандо», Сильвестр Сталлоне с франшизой про Джона Рэмбо, «Смертельное оружие» с Мелом Гибсоном и Дэнни Гловером, «Крепкий орешек» с Брюсом Виллисом – все эти фильмы не только оказались кассово успешными, но и заложили законы жанра, создав целый набор легко узнаваемых штампов и проложив дорогу тысячам менее известных подражателей.

Одним из таких кинематографических штампов являлась заключительная сцена фильма, когда сильно побитый, но живой главный герой, расправившись со всеми плохими парнями, сидит у амбуланса с наброшенным на плечи серым шерстяным одеялом, а вокруг толпятся полицейские машины, сияя мигалками, и камера отъезжает назад и вверх, показывая нам всю сцену крупным планом. И тут начинается играть финальная музыка и идут титры.

Бесчисленное количество голливудских боевиков заканчивались именно так, этот приём стал клише, и избавились от него кинематографисты только к середине 90-х, если мне не изменяет память.

Так вот, возвращаясь к нашей Красной Шапочке, автор той иллюстрации одной картинкой, одним кадром, сделал из истории про маленькую девочку и волка пародию

на классический голливудский блокбастер! Даже такая мелкая и незначительная деталь, как серое шерстяное одеяло на плечах девочки, и то была на своём месте и играла свою роль.

По моему скромному мнению, это очень умная и интересная интерпретация классического сюжета. Она несёт с собой целый рой интереснейших ассоциаций и отсылок к истории кинематографа и поп-культуры. Прекрасное, интеллигентное решение.

«А как же дети?» – спросите вы. «А что дети?» – удивлюсь я. «Ну как же? Если иллюстратор должен пытаться создавать умные, многослойные, наполненные смыслами и требующие определённой интеллигентности иллюстрации, то как быть с детской иллюстрацией, где основной нашей аудиторией являются дети, в силу своего нежного возраста просто не имеющие возможности понять все заложенные нами в иллюстрацию смыслы и идеи?».

Вопрос резонный и даже в какой-то степени философский, ибо по сути мы спрашиваем себя, на каком языке нам говорить с детьми и обязательно ли с ними сюсюкать или можно говорить, как со взрослыми?

Ответ на него я разделю, с вашего позволения, на три части.

Во-первых, даже рисуя иллюстрацию для детей, например иллюстрируя детскую книжку, мы должны помнить, что покупать-то эту книгу в книжной лавке или интернет-магазине

будут не дети, а их родители или бабушки с дедушками.

То есть прежде всего ваша работа должна понравиться родителю, который за неё платит деньги, а уж потом ребёнку, ибо иначе родитель просто не купит эту книгу и ребёнок её никогда не увидит. Если ваша книга выполнена безвкусно или слишком примитивно, в расчёте на непритязательность детской аудитории, то родители имеют все шансы обратить на этот недостаток внимание и посчитать, что уж лучше купить другую книгу, менее небрежно сработанную.

В конце концов, каждый родитель старается покупать своим детям всё самое лучшее, и книги тут не исключение.

Во-вторых, если речь идёт о книгах для детей дошкольного возраста, когда большинство детей ещё не умеют читать и все книги им читают их родители, то необходимость понравиться именно родителям становится ещё более существенной.

Родитель ведь тоже человек, не машина, и читать раз за разом одну и ту же книгу своему ребёнку может быть очень утомительным занятием. Возможность держать при этом в руках красивую, хорошо оформленную книгу, которую можно с удовольствием читать самому и обсуждать иллюстрации с ребёнком, может превратить процесс скучного чтения в увлекательный процесс общения.

В-третьих, и тут, конечно, могут ошибаться, но всё же, по моему мнению, с детьми не стоит особо сюсюкать. Да, они ещё маленькие и, возможно, не всё понимают, но они, как

правило, умнее нас и очень быстро развиваются.

Если они не поймут вашу иллюстрацию сегодня, то, вполне вероятно, поймут её завтра. И если ваша иллюстрация достаточно хороша, то они будут ещё не раз возвращаться к ней и в более зрелом возрасте.

Если в книжке, которую вы проиллюстрировали, много интересных деталей и она наполнена интересными смыслами, то есть шанс, что ребёнок будет часами её рассматривать и перечитывать раз за разом.

Итак, заканчивая эту главу, повторю ещё раз её основной постулат.

Ваша история должна быть не только читабельной и универсальной, но и умной, глубокой.

И именно в этом порядке.

“Чем больше разных сказок и мифов разных культур
ты знаешь, тем лучше ты понимаешь братство
между разными народами и цивилизациями,
тем больше ты знаешь о том,

из каких материалов сделаны
современный наш мир
и мир, бывший миром родителей до нас”



6. Как развивать навыки сторителлинга?

Читать и смотреть. Много читать и ещё больше смотреть. Читать качественную художественную литературу, литературу по сторителлингу, драматургии, всякие пособия для сценаристов.

Даже книги по актёрскому мастерству будут очень и очень полезны. Они позволят вам лучше понимать эмоции персонажа в той или иной ситуации.

Классическая литература также очень важна, она даёт вам тот самый культурный багаж, тот набор образов и идей, тот спектр высококлассных историй, которые создала наша цивилизация за последние 3000 лет.

При этом совсем необязательно читать большие сложные произведения. Хотя, прямо скажем, не повредит.

Сказки, мифы, короткие истории – вот, что нам будет наиболее полезно как иллюстраторам. Иллюстрация – это ведь не марафон, иллюстрация – это спринт.

Одна идея, выраженная максимально ярко и доходчиво, и никак не сложные хитросплетения сюжетных линий, густо сдобренные неразрешимыми моральными дилеммами главных героев.

По моему глубокому убеждению, именно простые, увле-

кательные истории – то, что иллюстратору необходимо. Они дают пищу для воображения, позволяют посмотреть на реальность под разными углами, расширяют спектр и разнообразие идей, с которыми можно работать. Они и есть уголь в топку нашей творческой паровой машины. Без них нам никак.

Сказки и мифы нам необходимы по двум причинам. Во-первых, есть очень большой шанс, что нам придётся их иллюстрировать. Не сегодня так завтра, не завтра так через год.

Во-вторых, с их помощью мы знакомимся с тем глубинным фундаментом, на котором зиждется не только классическая литература, но и вся наша цивилизация вообще.

Сказки и мифы – это первоисточники нашей культуры. Они появились задолго до того, как появилась письменность и люди научились превращать свои истории в текст.

Вся наша цивилизация соткана как огромное пёстрое полотно из этих древнейших историй, которые учили и развлекали не только наших далёких предков, но и продолжают учить и развлекать нас самих, пусть и в изменённом виде.

Чем больше разных сказок и мифов разных культур мы знаем, тем лучше мы понимаем взаимосвязи между разными народами и цивилизациями, тем больше мы знаем о том, из какого материала слеплен современный нам мир и мир, бывший тут задолго до нас.

Кроме того, всегда хорошо знать первоисточники. Согласитесь, гораздо интереснее жить, если при слове «Ирак» вы

вспоминаете не только войну и разруху, но и такие имена, как Гильгамеш, Хаммурапи и Астарта.

Или если о Древнем Египте вы знаете не только по фильму про мумию, но ещё можете отличить Тота от Анубиса, и даже знаете, что произошло с глазом Гора.

Хорошо, если вы знаете, кто такой Геракл, но ещё лучше, если вы знакомы с ним не только по диснеевским фильмам. Также очень хорошо знать историю Тора и Одина не только из комиксов или фильмов о «Мстителях».

Чудесно, если вы смотрели фильм «Аладдин», но если вы нашли в себе силы прочитать «1001 ночь», то это чудеснее во много крат.

Прекрасно знать о Китае чуть больше, чем рассказывают кунг-фу боевики, хотя для этого и не обязательно читать «Путешествие на Запад» от корки до корки.

И уж совсем замечательно, если из японской культуры вы знаете не только слова «кавай», «хентай» и «аниме», но и, возможно, читали Сэй-Сёнагон.

А теперь о том, что смотреть.

Смотреть кино и сериалы, при этом ни в коем случае не игнорировать анимационное кино!

Искусству кинематографа чуть больше 120 лет, а анимации чуть меньше ста, и, тем не менее, за этот век кинематографисты и аниматоры, возможно, развили и обогатили искусство сторителлинга больше, чем все рассказчики, менестрели, поэты, писатели и драматурги последних тысячеле-

тий.

Важно смотреть, как строится сцена, какими средствами режиссёр создаёт нужную ему атмосферу, какие ракурсы использует оператор для облегчения восприятия сцены, какое действие в кадре является главным, а какое второстепенным, что режиссёр оставляет на заднем плане и почему – всё это только жалкие крупинки того, что внимательный иллюстратор может подсмотреть у кинематографистов.

И это ничуть не удивительно, ведь хороший режиссёр выстраивает каждый кадр своего фильма ничуть не менее тщательно, чем самый дотошный и педантичный из иллюстраторов. Кстати, тут, возможно, стоит слегка задержаться, чтобы обдумать и впитать как следует одну важную мысль. Мысль эта очень проста, но не всегда самоочевидна:

Иллюстрация не есть процесс интуитивного самовыражения, а тщательное и аккуратное построение кадра, сцены, композиции с целью донести до зрителя идею с максимальной эффективностью и минимальными потерями.

Обдумали? Впитали? Ну, тогда идём дальше.

Чтобы понять, как создаётся хорошая история кино, надо смотреть не как праздный зритель, а как профессионал, желающий научиться, как критик и аналитик.

Имеет значение всё: свет, цвет, композиция, игра актёров, работа кинооператора. Всё надо подмечать, расклады-

вать по полочкам, обдумывать и класть в свою копилку.

Не всё вам понадобится, разумеется. Есть стили и виды иллюстрации, в которые очень много из кино не утянешь, но, тем не менее, это всё равно полезное знание. Не стоит им пренебрегать.

Чуть выше я отдельно отметил важность анимации и просил её не забывать. Анимация – это не просто смешные мультики для детей. Разумеется, и они тоже, но не только. Анимация – это сложное искусство визуального сторителлинга, по своим принципам и приёмам наиболее близкое к иллюстрации.

В дополнение ко всем тем выразительным средствам, которые имеются на вооружении кинематографа, анимация имеет удивительную возможность исказить реальность, преувеличивая и делая её гораздо более гротескной, чем в кино.

Анимация контролирует не только композицию кадра, звук, тайминг происходящего, но ещё имеет практически неограниченное влияние на форму объектов и экспрессию персонажей.

Анимация настолько близка к иллюстрации, что знаменитые 12 принципов анимации Диснея практически без изменений могут быть легко применены и в иллюстраторской работе. Более того, из хороших аниматоров часто получаются прекрасные иллюстраторы.

Обратный процесс, т. е. переход из иллюстрации в анимацию, не обязательно закончится столь же успешно, но на это

есть свои причины, о которых я постараюсь рассказать чуть ниже в главе о смежных профессиях.

Так что, дорогой мой читатель, аниматор – наш с вами брат, сват и тётя из провинции в одном лице. Только аниматор думает в четырёх измерениях, а мы в трёх, а иногда и в двух.

Мы с ним одинаково строим композицию сцены, одинаково утрируем форму, одинаково стремимся к гротеску персонажей, вот только у него есть ещё дополнительное измерение – время и дополнительный инструмент – движение, чего у нас, разумеется, нет.

С одной стороны, аниматору сложнее, ему надо оперировать большим набором выразительных средств. С другой же стороны, иллюстратору, зачастую требуется одним кадром рассказать то, на что у аниматора ушло бы несколько сот, а то и тысяч кадров, и это тоже ох как непросто.

Когда-то давным-давно я тоже был аниматором, теперь я иллюстратор и ничуть об этом не жалею.

Но вернёмся к тому, что нам смотреть и почему.

Во всех смыслах иллюстратору полезно смотреть чёрно-белое кино, а в особенности американские фильмы жанра нуар 40-х и 50-х годов. В них мы можем подчерпнуть много интересных приёмов работы с тенью, контрастным светом, драматической композицией и углом камеры.

Фильмы того периода ставили своей целью добиться максимально напряжённой атмосферы, и достигали они этого

одной лишь правильной композицией кадра и сочетанием чёрного и белого. Если иллюстратор умеет создать нужную ему атмосферу в иллюстрации только одной лишь композицией и светом, то, добавив цвет, он лишь усилит эффект от своей работы.

Переводя разговор в более практическую плоскость, по моему скромному опыту, работая над иллюстрацией, всегда стоит прорабатывать эскиз тоном, то есть включая в него монохромный свет, но не добавляя цвета.

Это не только позволяет заказчику лучше оценить ваш замысел перед утверждением эскиза, но и даёт вам возможность увидеть соотношения светлых и тёмных блоков, подчеркнуть силуэты важных объектов и вытянуть на должный уровень контрастность всей иллюстрации. После этого добавить в неё цвет будет уже довольно простой технической задачей.

Свет, контраст и композиция могут решить вам большинство задач в области сторителлинга. При правильном их применении, разумеется.

Кроме нуар-фильмов, очень хорошо смотреть комедии. Правда, речь идёт тут не об обычных комедиях для семейного просмотра и не о романтических комедиях.

Эти комедии напичканы разнообразными клише, которые хоть и могут помочь вам справиться со стандартными задачами тут и там, но мыслить нестандартно они вас не научат.

А вот комедии абсурда, использующие сюрреалистиче-

ский юмор, подойдут для этой цели как нельзя лучше. Скетчи «Монти Пайтон», «Шоу Фрая и Лори», Эдди Иззард и даже далёкий от комедии сюрреалист Луис Бунюэль – все они очень хорошо учат нас думать не так, как все, находить смешное и абсурдное в банальном, выворачивать реальность наизнанку.

Без умения мыслить абсурдно и оригинально интересную историю нам не создать никогда.

Ну и напоследок, закрывая тему развития навыков сторителлинга, хочу сказать, что, помимо всего вышесказанного, стоит также очень внимательно следить за тем, что делают ваши собратья по иллюстраторскому цеху. Следить, перенимать, учиться у них, вдохновляться их работами, но, ни в коем случае, не воровать.

Все мы, иллюстраторы, ежедневно решаем похожие задачи. У кого-то уклон в одну сторону, у кого-то в другую, кто-то работает больше для детской аудитории, кто-то для взрослой, кто-то в своей работе ближе к дизайну, кто-то – более классический живописец или график, но вот истории мы рассказываем приблизительно одинаково.

Кто-то это делает лучше, кто-то хуже, однако сами приёмы сторителлинга при этом остаются едиными для всех. Возможно, вы что-то упустили или забыли, но вот вы увидели, как это сделал ваш коллега, поняли, как это работает, взяли себе на вооружение, положили в свою копилку. И вот оно уже ваше.

Невозможно всё знать и понимать сразу. Ни один гений на это не способен. Знание не растворено в эфире, его нельзя просто впитать из воздуха.

Его надо добывать, как шахтёр в шахте, без усталости ударяя по непослушной породе кайлом, в надежде наткнуться на драгоценную жилу или хотя бы самородок.

Вы рубите породу, ваш коллега справа рубит, ваш коллега слева рубит, вместе вы вгрызаетесь вперёд и вглубь, всё дальше и дальше.

Чем вас больше, тем лучше. Художник не может существовать в полном вакууме. Ему необходим приток свежих идей, новых решений, ему нужна пища для вдохновения. И эту пищу ему даёт общение с коллегами и живой интерес к их работам.

Не пренебрегайте общением, учитесь у других. Это полезно.

"Стиль в иллюстрации -
это мера искажения или упрощения реальности,
или, иными словами, по-
скольку иллюстратор
далёк от
реализма"



7. СТИЛЬ

До этого момента мы говорили об иллюстрации вообще, безотносительно к личности иллюстратора.

Мы говорили об общих принципах. Начали мы с вывода, что главным в любой иллюстрации является её идея, месседж, сверхзадача, история.

После этого мы плавно перешли к пониманию того, что история, которая плохо рассказана и не доходит до конечного её потребителя во всей своей полноте, теряет всякую ценность. И потому самое важное в любой истории – это её ясность и читабельность.

Далее мы поговорили о том, что даже самая качественная иллюстрация с самой интересной и читабельной историей может потерять большую часть своего эффекта, если визуальные образы, использованные в ней, будут рассчитаны на небольшую и узко ограниченную аудиторию. Тем самым мы пришли к осознанию того, что гораздо выгоднее и эффективнее использовать в работе визуальный ряд как можно более универсального характера, доступный пониманию как можно большего количества людей.

Закончили же мы разговором о котиках и о том, почему стоит закладывать в иллюстрацию как можно больше культурных слоёв в расчёте на зрителя интеллигентного и понимающего, хоть это, в некоторой степени, и кажется противо-

речащим принципу универсальности.

Всё это относилось к тому, как должна выглядеть хорошая иллюстрация вообще.

Теперь же пришло время поговорить о более конкретных и личных вещах, а точнее, о нас любимых, об иллюстраторе и его стиле.

Вообразите на мгновение ситуацию, в которой вы – великолепный рассказчик и иллюстратор. Ваша мама, как было сказано выше, считает вас гением, и небезосновательно, так как ей вторят очень многие незнакомые вам люди.

Ваша техника рисунка филигранна, вас называют вторым Норманом Рокуэллом. И это неудивительно, ведь Рокуэлл ваш кумир и вы во всём пытаетесь ему подражать. Ваши работы так похожи на его работы, что вас часто путают. Казалось бы, жизнь прекрасна?

Есть, однако, небольшая проблема в этой ситуации, и заключается она в том, что в мире иллюстрации довольно много поклонников Нормана Рокуэлла и немало иллюстраторов пытаются ему подражать.

Как вы думаете, сколько «рокуэллов» требуется в данный момент на рынке и который из вас получит работу? Это, кстати, даже без обсуждения того, зачем вообще нужен второй Рокуэлл.

Так вот, за счёт чего вы выделитесь из среды своих коллег-подражателей Рокуэлла, если вы все рисуете одинаково, пусть даже одинаково хорошо? Вы же как инкубаторские

цыплята, вас даже мама-курица не различит, что уж говорить о каком-нибудь несчастном арт-директоре! Единственное, чем вы в такой ситуации можете гарантировать себе получение заветной работы, это понижением цены на неё.

Иными словами, вам придётся демпинговать. Да-да, именно. Вам придётся работать за гроши только для того, чтобы как-то прокормить себя. Ну или бросать всё и идти работать таксистом.

Даже если не принимать во внимание абсолютно гипотетическую ситуацию с существованием множества раздражителей Рокуэлла, всё равно один вопрос остаётся открытым и настоятельно требует ответа.

Вопрос этот заключается в следующем. Если предположить, что одновременно по всему миру сотни тысяч, если не миллионы иллюстраторов рисуют приблизительно на схожие темы (выбор тем всё же отнюдь не бесконечен и определяется рынком) и используют схожие инструменты, каким образом иллюстратор может выделиться из этой толпы коллег и найти работу? Как он может обеспечить себе хоть какое-то преимущество на рынке труда? Ответ на этот вопрос – стиль.

Что же такое стиль применительно к иллюстрации?

Стиль в иллюстрации – это мера искажения или упрощения реальности или, иными словами, то, насколько иллюстратор далёк от реализма.

Разумеется, стиль иллюстратора может выражаться

и в особом колорите или каких-то, свойственных только ему, технических приёмах. Однако по моему опыту, в большинстве случаев, когда заказчики говорят о большей или меньшей стилизации иллюстрации, имеется в виду именно этот аспект – то насколько она далека от реализма. То есть, условно говоря, бескомпромиссный реализм – это нулевая стилизация, и чем этого реализма меньше, тем процент стилизации выше.

Это ни в коем случае не значит, что реалистично выполненная иллюстрация чем-то хуже стилизованной. Ничуть! Просто реализм в иллюстрации, несмотря на своё техническое совершенство, имеет два больших недостатка. Первый заключается в том, что он относительно легко заменяется фотографией или фотоколлажем.

И правда, зачем платить иллюстратору за его трудоёмкую работу, когда можно использовать несколько дешёвых фотографий и склеить из них нужную композицию?

Второй недостаток состоит в том, что реалистическая иллюстрация оставляет мало места для индивидуального почерка иллюстратора, и такому иллюстратору трудно пробиться сквозь толпу ему подобных реалистов.

Ну и наконец, третий недостаток заключается в том, что иллюстрация используется, как правило, там, где требуется гротеск и искажение реальности, а с этим аспектом у иллюстраторов-реалистов есть большие проблемы.

При этом, необходимо отметить, что есть области, где ре-

алистическая иллюстрация абсолютно незаменима. Например, в энциклопедиях или учебных материалах. Согласитесь, если студенту-медику необходимо наглядно изобразить, как выглядит левое предсердие, рисовать для этой цели человеческое сердце так же, как это делают девочки-подростки в своих дневничках, было бы не очень верно.

Скажем так, это, возможно, упростило бы работу иллюстратора, но очень осложнило бы получение диплома тому самому студенту.

Тут нужен суровый и бескомпромиссный реализм иллюстрации, и никак иначе.

Или, допустим, надо проиллюстрировать энциклопедию про динозавров или книгу по древнегреческой архитектуре. Здесь тоже необходим реализм и любые искажения и упрощения будут неуместны.

Однако в большинстве остальных случаев реализм в иллюстрации не является обязательным и, более того, по моему скромному опыту, от иллюстратора обычно ждут именно стилизации рисунка, а никак не реализма.

Следует, однако, различать осознанную стилизацию и банальный недостаток умения рисовать, отсутствие технического навыка. Должен сказать, такая путаница возникает довольно часто, особенно среди молодых или начинающих иллюстраторов.

Сплошь и рядом случается так, что начинающий художник, еле-еле умеющий как-то рисовать, скажем, много рисо-

вавший в детстве, но не получивший формального художественного образования, сталкивается с тем, что у него элементарно не хватает знаний и умений, чтобы рисовать что-то сложное.

И тогда он выбирает себе «стиль», в котором ему его навыков вполне хватает. Как правило – это очень наивный стиль, имитирующий детский рисунок. Что-то очень и очень простое, палка-палка-огуречик.

Такой стиль очень хорошо подходит для детской литературы, особенно для книг для малышей, которые ещё сами не умеют читать.

И, казалось бы, если на такой стиль есть спрос на рынке, то в чём проблема? Откуда этот пренебрежительный тон, дорогой автор, спросите вы. О нет, он ничуть не пренебрежительный! Просто когда стиль выбирается художником на очень раннем этапе, когда он кристаллизуется во что-то жёсткое и неизменное сразу, только из-за неимения лучших вариантов, то художник сам себя загоняет в одну довольно узкую нишу, из которой он может никогда не выбраться.

Это как прожить всю жизнь в родительском доме в провинции, никуда не выезжая за пределы своего городка, не видя мир, не общаясь с новыми людьми, не путешествуя по разным интересным странам, не пробуя новые вкусы и ароматы.

Довольно скучная перспектива, не так ли? Может кому-то такая спокойная жизнь и по душе, но мне всегда казалось, что человек по природе своей исследователь, а уж творче-

ский человек, художник, и подавно.

Поэтому я глубоко убеждён в том, что стиль иллюстратора должен быть осознанным выбором после долгих метаний и поисков, после кучи проб и ошибок. Он должен быть результатом долгого и упорного труда.

Как золотоискатель на реке Юкон, иллюстратор должен просеять через своё мелкое сито тонны песка и грязи, прежде чем ему ласково сверкнёт долгожданный самородок, а не назначать впопыхах самородком первый попавшийся камень.

Небольшой пример из жизни, как уж у нас с вами повелось.

Много лет назад я работал в одной дизайнерской студии иллюстратором и аниматором. Рядом со мной сидел молодой парень, очень талантливый иллюстратор, недавно закончивший колледж.

Рисовал он всё в одном, довольно забавном стиле. Стиль этот был очень простым, даже примитивным. Он использовал несколько простых приёмов, постоянно повторял некоторые элементы, а таких понятий, как анатомия, перспектива, объём для него просто не существовало.

При этом стиль этот пользовался успехом, был довольно модным, и иллюстрации его выглядели вполне профессионально.

Прошло лет 10. Я уже давно не работал ни в каких студиях, был фрилансером. И вот совершенно случайно я наты-

каюсь на сайт этого своего коллеги. И вижу, что его стиль, тот самый стиль, который он выбрал себе, будучи студентом, не изменился ни на грамм! То есть совсем. Как будто человек пролежал в анабиозе всё 10 лет.

Молодой талантливый художник в самом начале своего пути выбрал себе очень узкую нишу, очень конкретный стиль и прекратил какое-либо развитие. Такое можно было бы понять, будь ему лет 40—50, но прекратить развиваться в 21 год? А ведь сколько интереснейших вещей он мог создать, если бы продолжил искать и пробовать новое! Наверное, уж лучше вообще не уметь рисовать, чем вот так похоронить себя в самом начале карьеры.

«Стоп! Как так? – спросите вы. – Можно быть иллюстратором и не уметь рисовать?».

«Разумеется, можно», – отвечаю я.

Правда, совсем уж не уметь держать карандаш в руке не получится. Хотя бы базовые навыки рисунка должны присутствовать. Однако поскольку современный рынок иллюстрации очень велик, то в нём легко находится место и для тех, кто плохо рисует.

Главное ведь навыки сторителлинга, вы ещё не забыли? То есть умея хорошо рассказывать истории картинками, иллюстратор может выбрать себе в качестве стиля такой, в котором навыки рисовальщика будут требоваться по минимуму.

Можно создавать прекрасные иллюстрации из готовых

объектов или с помощью техники коллажа. И это будут вполне профессиональные работы.

Лишь бы такая иллюстрация работала, лишь бы доносила до читателя главный месседж. Такие известные иллюстраторы, как Ханох Пивен и Кристоф Нейманн – прекрасные примеры обладателей иллюстраторского стиля, где не требуется рисунок.

Вообще, ваша иллюстрация может иметь характерный стиль и быть технически очень простой. Ну просто очень простой. И при этом быть качественной иллюстрацией. И привлекать заказчиков. И кормить вас и вашу семью. Техническое мастерство в современной иллюстрации значит до обидного мало. Лично мне, возможно, хотелось бы, чтобы стандарты иллюстрации в нашем мире были выше, но рынок диктует свои условия, и его в большинстве случаев мало интересует, насколько хорошо у вас поставлена техника рисунка.

Сторителлинг и стиль – вот что важно рынку. То бишь умение соответствовать брифу и способность сделать это определённым образом.

А уж используете ли вы для этого карандаш НВ или графический планшет, умеете ли вы строить перспективу по трём точкам схода или рисуете плоско, знаете ли теорию цвета или рисуете интуитивно – это всё никого не волнует. Знание основ академического рисунка – это чудесно, но вы можете построить всю вашу карьеру так, что оно вам никогда

не понадобится. Оно не помешает, конечно же, но и не является необходимым.

Итак, возвращаясь к определению стиля, мы уже знаем, что стилистика иллюстратора в большинстве случаев значит отход от реализма. Не всегда, но в большинстве случаев это так.

При этом отход от реализма может быть как и в сторону упрощения, так и в сторону гротеска, утрирования реальности.

В случае упрощения мы приходим к наивному, «детскому» стилю, примитивизму. В случае же гротеска мы приходим к карикатуре.

Столь популярный ныне «мультишный» стиль соединяет в себе оба этих подхода, выпячивая и утрируя характеры, но сглаживая и опуская лишние детали.

Разумеется, не только отход от реализма в ту или иную сторону может составлять стиль иллюстратора. Это может быть и какая-то особенная цветовая палитра, и какие-то декоративные элементы, и необычные композиции, и даже какие-то технические приёмы, существенно определяющие общий вид иллюстрации.

Приведу небольшой пример. Вот только в этот раз, для разнообразия, примером буду я сам. К тому же, если самому о себе не писать, то кто напишет? Никто.

Итак, о стиле. Долгие годы я считал, что у меня нет собственного стиля. Возможно, кстати, что его у меня и не бы-

ло, или же я пропустил момент его формирования.

В любом случае, каждый раз, когда меня спрашивали, в чём состоит основа моей личной иллюстраторской стилистики, я лишь виновато пожимал плечами, мол, извините, но никакого особого стиля у меня нет, вы, друзья, обратились не по адресу.

При этом, как правило, мой собеседник очень сильно удивлялся и продолжал настаивать на том, что у меня этот стиль есть и, более того, он очень хорошо заметен.

Скажу честно, я был в недоумении, ибо никогда не занимался специально построением своего стиля и никогда его не анализировал. И вот как-то раз я решил подойти к анализу своей работы немного под иным углом. Я спросил себя, без чего моя иллюстрация становится не моей? Что я всегда включаю в свои иллюстрации и без чего мне скучно и неинтересно работать?

И я понял, что таких вещей три: гротескные пропорции, насыщенный цвет и реалистичный свет. То есть я всегда стараюсь держаться подальше от реализма и утрировать пропорции своих персонажей.

При этом я опускаю некоторые детали, не давая себе уйти в карикатуру. Когда я много занимался журнальной иллюстрацией, я утрировал не только персонажей, но, зачастую, и перспективу, искажая реальность до грани, за которой она уже становится нечитабельной.

Сейчас я такие вещи уже почти не делаю, но, в любом слу-

чае, гротеск, утрирование реальности в моей работе присутствует всегда. Я не могу представить себя, рисующего что-то сугубо реалистичное, мне просто будет неинтересно такое рисовать.

Далее, я всегда стремлюсь к максимально насыщенному и яркому цвету, при этом сохраняя довольно ограниченную тёплую палитру.

Не могу представить себя рисующим что-то тусклое или блёклое. Мне пришлось бы очень сильно себя сдерживать, чтобы удержаться в рамках палитры низкой насыщенности.

И, наконец, я стараюсь всегда рисовать реалистичный свет. Даже если моя иллюстрация изначально плоская и не подразумевает объёма, я всё равно все цвета привожу к одному знаменателю, согласно источникам освещения в своей сцене.

Вот эти три элемента и составляют мой стиль, как я недавно понял. У кого-то другого, возможно, их будет два или пять и они будут совсем иными, нежели у меня. Сути это не меняет.

Ваш собственный стиль – это набор элементов, без которых ваша работа уже становится не вашей. Ну или, если хотите, это те границы, в которых вам максимально комфортно работать.

И напоследок, вот вам ещё одно определение стиля, обобщающее всё, о чём мы только что говорили. Стиль – это ваша иллюстраторская личность, ваша проекция в мир, ваше

альтер эго.

Ваш стиль – это то, как видит вас и заказчик, и читатель, это ваше профессиональное Я. И как любое Я, оно складывается из множества факторов, и тысячи вещей влияют на него ежедневно и ежечасно.

Это не что-то жёсткое и неизменное, а как раз наоборот, нечто текучее и постоянно корректирующее само себя. Понимание этой природы вашего стиля нам будет важно чуть позже, в главе 11, когда мы будем говорить о том, как же его, стиль этот наш, строить и развивать.

Ну а пока давайте поговорим о том, что же является самым важным в стиле иллюстратора.

“Необычно на все непонятно и нестабильно
рынок, необычно на тренды, моды, ники и снаги
привлекательны, уникальны, оригинальны,
стиль — кто что предпочесть бы
любопытна”



8. Уникальность

Догадливый читатель, а вы, явно, из числа именно таких, уже, вероятно, понял, что самым важным в стиле иллюстратора является его уникальность. Под уникальностью здесь следует понимать узнаваемость, а не абсолютную непохожесть на всех остальных.

Всё же мы не можем себе позволить полностью игнорировать требования рынка, а на рынке всегда есть какие-то тренды, течения, да и просто общие принципы привлекательности и читабельности иллюстрации требуют от нас следованию определённым канонам.

Мы не можем стремиться к уникальности ради самой уникальности, это лишь приведёт к тому, что мы станем маргинальными фриками, малопонятными большинству людей, как заказчиков, так и читателей.

Иными словами, мы станем современными художниками, людьми того самого «высокого» искусства, к которому я обещал вам вернуться в главе о том, что такое иллюстрация. Дискуссия о том, чем является современное искусство – это тема даже не для отдельной книги, а для целой библиотеки книг, и, мне кажется, стоит оставить её профессиональным искусствоведам.

Пусть армия кураторов и художественных критиков на своих биеннале объясняют публике, что же хотел сказать

своей картиной или перфомансом тот или иной современный художник.

Мы, иллюстраторы, такой роскоши лишены по самому определению нашей профессии. Мы сторителлеры, рассказчики и свои истории рассказываем сами, без чужой помощи.

Нам же лишь важно понять, что помимо того, *что* мы рассказываем, помимо сути истории, существует и визуальный стиль её изложения. И вот он должен сохранять ясность и читабельность, оставаясь при этом уникальным и узнаваемым.

И да, я прекрасно понимаю, что одно противоречит другому. И да, стремясь быть максимально понятными, мы впадаем в пошлость и китч, а стремясь быть непохожими на других, теряем аудиторию и, как итог, возможность заработать.

И тем не менее, этот стилистический баланс, как и в случае со сторителлингом, нам необходимо нащупать.

У каждого он будет свой. Кто-то решит сесть посерединке, кто-то сместится в сторону оригинальности, кто-то посчитает, что более общепринятый стиль продаётся лучше. Единственно верного решения тут нет. Но стоит помнить два небольших нюанса.

Нюанс первый заключается в том, что, работая в менее оригинальном стиле, вы получаете доступ к большему количеству заказов, но и конкуренция со стороны других иллюстраторов возрастает пропорционально.

То есть для вашего стиля на рынке больше работы, но и желающих её получить тоже больше. Двумя очень ха-

рактерными примерами такой популярной, но проблематичной во многом стилистики являются стилистика «диснеевская» и стилистика японских комиксов-манга.

Из 55 миллиардов долларов, заработанных в 2017 году компанией «Дисней», только 8 миллиардов приходится на доходы от собственно анимационного кино. Все остальные деньги Дисней заработал на сопутствующих продуктах и парках.

Иными словами, вся гигантская империя Диснея кормится не с анимации, а с того, что продаёт людям уже после того, как они сходили в кинотеатр на очередной шедевр про очередную принцессу.

Такая бизнес-модель просто не может не отражаться на творческом процессе художников, задействованных в производстве анимационных фильмов. Схема очень проста. Суровые инвесторы требуют от не менее суровых продюсеров больших прибылей и кассовых сборов, а суровые продюсеры требуют от режиссёров, арт-директоров и художников максимально привлекательных персонажей. Такое давление на художников продолжается вот уже десятки лет, и за эти годы в Диснее выработали строгий канон изображения персонажей, рассчитанный на то, чтобы эти персонажи продавались ещё долгие годы после выхода фильма.

В итоге мы имеем целую плеяду диснеевских принцесс, похожих друг на друга, как родные сёстры, с одинаковыми пропорциями лица и тела, с одинаковыми характерами

и с отличиями лишь в цвете волос и одежде. В редких случаях имеет место другой разрез глаз.

Такое единообразие может показаться унылым, однако оно оправдано стабильно высокими продажами. Миллионы девочек по всему миру ежедневно требуют у своих родителей куклы диснеевских принцесс.

Меньше чем за год одних только костюмов Эльзы было продано 3 миллиона штук. А уж сколько наклеек, портфелей и тетрадей к началу школьного года продаётся с диснеевскими персонажами, боюсь даже в самом Диснее затруднятся подсчитать.

А всё потому, что стиль, в котором нарисованы диснеевские персонажи, особенно принцессы, выверен и отшлифован за долгие годы таким образом, чтобы нравиться как можно большему количеству людей, причём с упором на девочек младшего школьного и подросткового возрастов.

Это не совсем реализм, но и далеко не гротеск, это максимально сглаженные линии, это немного детские пропорции лица и тела, большие глаза и маленькие носы. Именно то, что позволяет девочкам ассоциировать себя с этими персонажами.

Но не только на девочек он рассчитан. Все персонажи из фильмов Диснея сглажены и просчитаны так, чтобы нравиться всем, любым возрастам и целевым группам, чтобы ничего в этих персонажах не вызывало у публики дискомфорта.

Казалось бы, идеальная, абсолютно выигрышная стратегия, не так ли? Просто бери и рисуй в таком стиле, и не будешь знать горя. Однако проблема в том, что соревноваться с Диснеем на его родном поле – не лучшая идея.

Более того, людям не нужен второй Дисней, ведь даже первого и так очень много, он вездесущ и всепроникающ. Кроме самого Диснея, в мире существует ещё бесчисленное количество его подражателей, которые рисуют в его стиле и пытаются это продавать, уж не знаю, насколько успешно. Так что если в один прекрасный день вы захотите стать одним из таких подражателей и сделать это подражательство своей профессией, то велик шанс, что вы не только не заработаете кучу денег, но и, возможно, вообще не сможете себе найти работу по специальности.

То есть даже если работать в столь популярной стилистике, как стилистика Диснея, ваш успех как иллюстратора далеко не гарантирован.

В случае с манга, ситуация хоть и похожая, но немного иная. За последние пару десятков лет японские комиксы манга и неразрывно стилистически связанная с ними анимация аниме стали популярны далеко за пределами японских островов.

Появились не только их корейские и китайские аналоги, но даже европейские и американские. И хоть изначально манга рассчитаны не только на детскую аудиторию, но и на взрослых тоже, стилистические рамки в них ещё бо-

лее жёсткие, чем у Диснея.

Каноны изображения людей в манга определяют абсолютно всё: форму и размер глаз мужчин и женщин, пропорции тела, выражения лиц и передачу эмоций, изображение тех или иных действий и состояний.

И если у Диснея похожими друг на друга выглядят только принцессы, то в манга и аниме все персонажи похожи друг на друга, как клоны. Отличия если и существуют, то они мизерные. У всех персонажей очень большие глаза и очень маленькие треугольные рты.

Злодеи могут выглядеть чуть более разнообразно, но основа стиля всегда остаётся той же. Работать в таком стиле очень просто, достаточно придерживаться нескольких чётких правил. И тут тоже, казалось бы, очень всё удобно и легко, только бери и рисуй в этом стиле, будешь кататься как сыр в масле.

Однако существуют две проблемы. Первая заключается в том, что это очень специфическая стилистика. И хотя у неё бешеная популярность в Японии, если вы живёте и работаете вне Японии, то шансов найти себе заказчиков под такую стилистику у вас немного.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.