



10 Розділ перший

ІЛЮСТРАТОР ЯК ПІДПРИЄМЕЦЬ

- 12 Вступ до ілюстрації
- 14 Де працюють ілюстратори?
- 20 **Фокус:** Томмі Дойл
- 26 **Фокус:** Ненсі Лян
- 38 **Фокус:** Маркос Чін
- 40 Навички малювання та дизайну
- 44 Підхід
- 46 **Фокус:** Бен Ньюман
- 48 Знання
- 50 **Фокус:** Ребекка Мок
- 52 Оцініть свої слабкі та сильні місця



54 Розділ другий

ПРОФЕСІЙНИЙ СВІТ ІЛЮСТРАЦІЇ

- 56 Ваші замовники
- 58 Професіоналізм
- 60 Орієнтуватися у ЗМІ
- 62 **Фокус:** Сараджо Фріден
- 64 Як зв'язатися з потенційним клієнтом
- 68 **Фокус:** Габріель Адамсон



70 Розділ третій

МИСТЕЦТВО САМОРЕКЛАМИ

- 72 Як зробити так, щоб про мене дізналися?
- 74 **Фокус:** Александра Жигмон
- 76 Постановка цілей
- 78 **Фокус:** Сара Вільямс
- 80 Різні форми реклами
- 82 **Фокус:** Джек Тігл
- 84 Реклама онлайн
- 88 **Фокус:** Сара Макінтайр
- 90 Конкурси, виставки і ярмарки
- 94 **Фокус:** Марк Сміт
- 96 Стажування та досвід роботи
- 98 **Фокус:** Ліббі МакМаллін
- 100 **Фокус:** Меттью Ширер



102 Розділ четвертий

ЯК ЗРОБИТИ ТАК, ЩОБ ВАШУ РОБОТУ ПОБАЧИЛИ

- 104 Як організувати своє портфоліо та вебсайт
- 106 Візуальна грамотність
- 112 **Фокус:** Тед Карпентер
- 116 Вас представляє агент
- 120 **Фокус:** Андреа Д'Аквіно
- 122 **Фокус:** Улла Пугґаард
- 126 **Фокус:** Cachetejack



128 Розділ п'ятий

УБЕЗПЕЧЕННЯ РОБОТИ

- 130 Етапи формування контракту
- 134 Умови угоди
- 140 Кому належать права?
- 146 **Фокус:** Керолайн Аттія Ларів'єра



148 Розділ шостий

ФІНАНСИ ТА УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ

- 150 Робота фрілансера чи постійне працевлаштування?
- 152 **Фокус:** Лора Г'юз
- 154 Управління власним бізнесом
- 160 Управління фінансами
- 164 Додаткові джерела прибутку

168 ВПРАВИ

190 ДОДАТКИ

Вступ

Сфера, у якій задіяно ілюстрації, постійно розширюється. Це еластична форма мистецтва, яка легко розтягується в той бік, де ілюстратор забажає її використати: проілюструвати текст, розробити дизайн для якихось продуктів, відгукнутися на суспільні події, щось виголосити за допомогою малюнку на стіні, розважити геймерів і глядачів чи переконати споживачів.

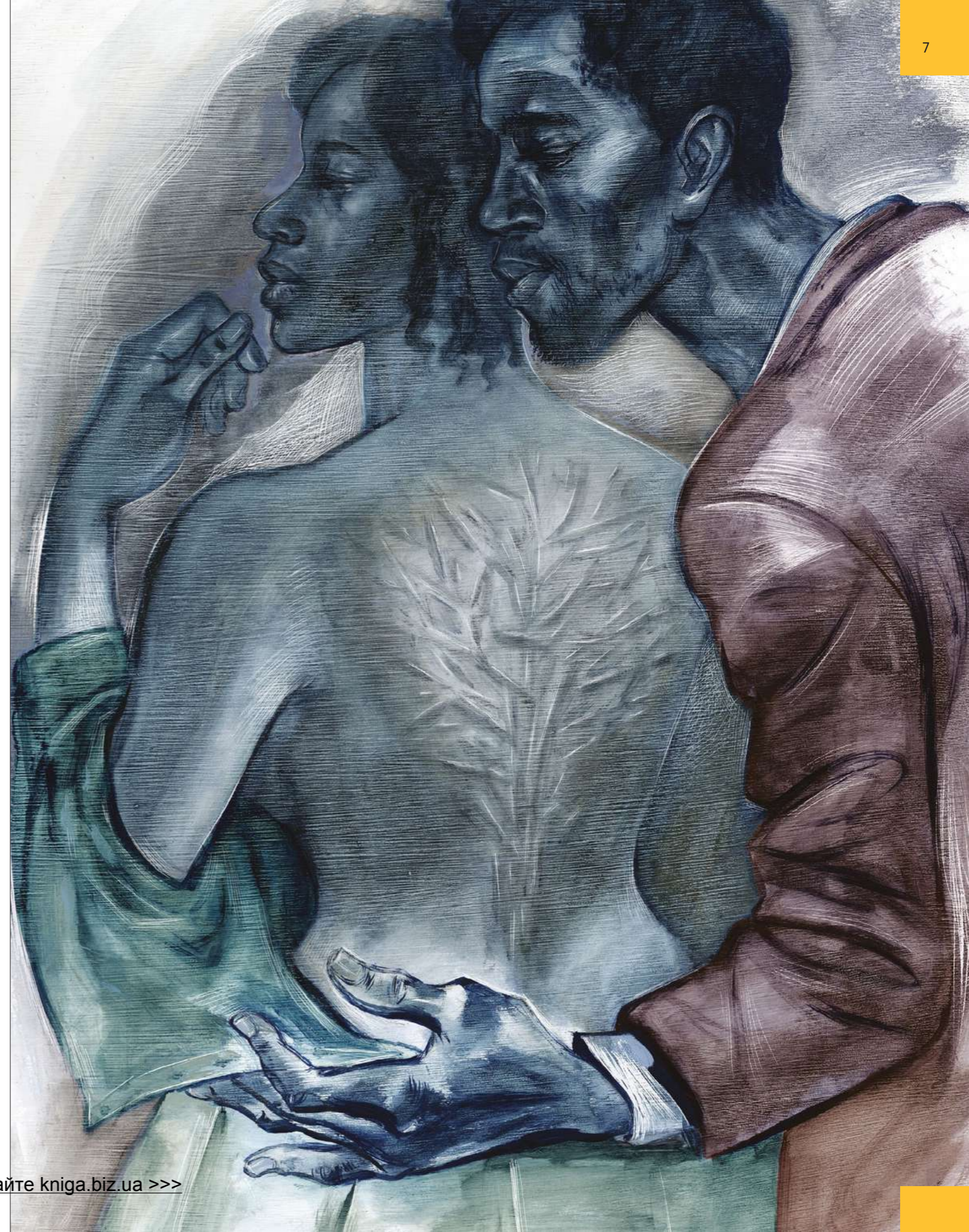
Будь-який ілюстратор нині мусить усвідомлювати, що ілюстрація завжди формувалася суспільством і культурою, у якій існувала. Ілюстрація має тривалу історію – починаючи з малюнків у печерах, котрі прикрашали, несли певну інформацію і створювали візуальну розповідь як форму візуального спілкування. Із розвитком суспільства мистецтво ілюстрації так само лишалося невіддільним від культури. Воно використовувалося для створення політичних коментарів, пов'язаних із текстовим наративом, зокрема для репортажних зображень, а також для комерційних потреб – у рекламі та дизайні. Вплив нових технологій друку, що ознаменували початок золотого віку ілюстрації (1880–1930), сприяв переходу від створення зображень, які ілюструють, до створення зображень, які можуть досягти широкої аудиторії та стають значною силою в масовій культурі. Потенціал для відтворення й розповсюдження зображень у ширшому масштабі, а також попит на графічний дизайн як складова промислової революції, що зумовила масове виробництво, були чинниками, які створили нові можливості для митців, дозволили їм стати «комерційними художниками» й отримувати професійне заохочення – заробляти гроші на своєму мистецтві.

Технологічні, промислові, культурні та економічні зміни, що відбувалися в історії суспільства, і еволюція ширшого спектру напрямів у мистецтві й дизайні, включно з фотографією та кіно, і надалі впливали на ілюстрацію як на галузь прикладного мистецтва. Це зумовило популярність візуального

стилю, а також сформувало розуміння того, як цей стиль функціонує і наскільки високо цінується в культурі.

Останнім часом ілюстрація як термін і як професійна практика охоплює сфери, значною мірою віддалені від традиційніших царин книговидання, ЗМІ й стандартної друкованої реклами – навіть у недавньому минулому в цих сферах не вбачали можливості застосування ілюстрації. Тепер зображення створюються для чималої кількості електронних платформ (і ця кількість постійно зростає) – для додатків, орієнтованих на дорослих і дітей; скрінсейверів та анімацій; дизайну для тривимірної продукції, меблів, вінілових іграшок і модних виробів; локально-спеціалізованих робіт для інтер'єрів та екстер'єрів будівель, для розміщення на транспортних засобах і для демонстрації на екрані. Дизайн, анімація, вуличне мистецтво та типографія – усе це частина глобальної мережі ілюстрацій, що дедалі більше розростається.

Мета книжки «Як стати успішним ілюстратором» – подати широкий огляд ілюстрації та підкріпити його прикладами й коментарями від ілюстраторів і їхніх замовників із усього світу. Чимало людей прагнуть зробити творчу кар'єру. Необмежені можливості, незалежність, задоволення від роботи та потенціал для різноманітних замовлень від клієнтів у сукупності створюють привабливий напрям діяльності. Однак цей перелік переваг також зумовлює те, що комерційні художники стикаються з високою конкуренцією в галузях, у яких прагнуть працювати, і тут є чимало гострих кутів, які слід обходити. Бути фрілансером, тобто позаштатним працівником, означає не тільки малювати, але й самостійно вести бізнес, тож розуміння ділової сторони роботи фрілансера сприятиме вашому успіху й дозволить уникнути підводних каменів, що найчастіше виникають у комерційному середовищі. Креативність потрібна не тільки у вашій





Голлі Екслі, «Жінки, яким це належить: Беатрікс Поттер». «Жінки, яким це належить» — це поточний особистий проект, що досліджує, як речі розповідають історію своїх власниць. На цій ілюстрації зображено їжу з лялькового дому Поттер із її історії «Казка про двох негідних мишей», кембрійську папороть і ключ від її будинку для відпочинку Hilltop Farm.

Купити книгу на сайті kniga.biz.ua >>>

роботі, а й у ширшому контексті пошуку замовлень, представлення портфоліо та просування. Ця книжка стане в пригоді професіоналу-початківцю або студенту, що готується до професійної практики, і забезпечить необхідними знаннями, щоби рухатися вперед і досягати своїх цілей. У книжці «Як стати успішним ілюстратором» автори не мали наміру зосереджуватися на ілюстрації з культурної та історичної точки зору, коментувати процеси створення мистецьких робіт чи пропонувати свої інтерпретації цих робіт. Переліченим питанням присвячено інші книжки авторів — «Розуміння ілюстрації» та «Створення чудової ілюстрації», також опубліковані у видавництві *Bloomsbury*.

Книжку «Як стати успішним ілюстратором» поділено на конкретні розділи, що охоплюють важливі сфери роботи з ілюстрацією, зокрема: розуміння галузі, у якій ви працюватимете; допомога в оцінюванні власних навичок; пошук застосування ваших робіт; пошук та підхід до потенційних клієнтів; просування, фінанси, податки; ваші права на інтелектуальну власність. Широкий спектр кейсів, узятих із простору комерційного мистецтва, розбавляє основний текст, презентуючи погляди й досвід випробуваних ринком ілюстраторів і замовників, а також новіших учасників цієї галузі. Практичні вправи в кінці книжки дозволяють застосувати те, чого ви навчилися, до вашого власного досвіду, і забезпечують ефективну базу, з якою ви зможете починати свою надійну кар'єру в царині ілюстрацій.

У минулому творчі люди зазвичай працювали самі, у себе вдома чи у студії, або ж у орендованих спільно з кимось приміщеннях. Проте в останні роки виникає все більше колективів, більших чи менших. Творчі люди збираються, щоби надихати та підтримувати одне одного. Налагодження тісних зв'язків із колегами, що працюють у різних сферах, підтримує мистецькі устремління й може розширити творче бачення та можливості на ринку. Наприклад, ілюстратори можуть співпрацювати з іншими митцями, чиї технічні навички дозволяють відкривати нові царини. Такі групи спільно виконують роботи для замовників, поєднуючи різні навички, що можуть включати анімацію, друк, типографію та

тривимірне моделювання — і водночас учасники груп будують паралельні кар'єри, а також займаються особистою творчістю. Вони можуть рекламувати свій колектив як чудову універсальну крамницю для клієнтів, що потребують поєднання різних навичок, і таким чином виникає досить приваблива пропозиція.

Якщо ви, як ілюстратор, знайдете ділового партнера чи публіциста, котрий буде займатися популяризацією та фінансовими питаннями, то самі зможете зосередитися на творчих аспектах роботи й виготовленні мистецьких творів.

Історично ілюстрації створювали маючи на меті задовольнити клієнта, і художник зазвичай був обмежений брифом із дуже конкретними рамками. Нині ситуація змінилася завдяки можливостям, які стали доступні через застосування нових електронних засобів маркетингу, роздрібною торгівлі та поширення, а також технологій дешевого друку. Це означає, що ілюстратори позбуваються обмежень, які накладає формальний бриф, і можуть створювати власні авторські роботи. Але це не значить творити мистецтво заради мистецтва — адже художники можуть розмішувати ці роботи в комерційному контексті, наприклад, самостійно видавати книжки з малюнками / графічні романи, листівки, принти, створювати дизайн для одягу, футболки, кераміки тощо. Ця продукція створюється із заздалегідь визначеною метою, і це більше, ніж експеримент або задоволення, яке можна отримати внаслідок суто особистої творчої діяльності. Незалежно від того, чи це авторська продукція, чи суто особиста творчість, важливо розуміти, що робота, створена без тиску дедлайнів, також може вилитися в замовлення і забезпечити суттєве кар'єрне зростання в галузях ілюстрації та дизайну.

У книжці «Як стати успішним ілюстратором» ви знайдете поради, ідеї, роботи визнаних майстрів для натхнення та опис практичних заходів, які допоможуть вам оцінити своє місце в галузі створення образів і просунути далі, розвиваючи навички, завдяки яким ви матимете перевагу в популярній царині креативного комерційного мистецтва.

Щиро бажаємо успіхів!

Заходьте на супровідний сайт книжки за адресою:
www.bloomsbury.com/brazell-davies-basi-2e

Розділ 1

ІЛЮСТРАТОР ЯК ПІДПРИЄМЕЦЬ

У цьому розділі розглянемо, як практик-фрілансер може успішно позиціонувати себе в професійній царині ілюстрації.

Існує різниця між творчим і комерційним успіхом. Є етапи, які належить пройти, аби розвинути свої ілюстраторські навички, і так само існують стратегії розвитку власного потенціалу в комерційній сфері. Те, що ви талановито малюєте, бездоганно володієте засобами візуальної комунікації, маєте інноваційні ідеї та вмiєте самовиражатися, ще не гарантує вам успішної ілюстраторської кар'єри.

Щоб досягти успіху, вам знадобиться поєднання навичок, особистого бачення та знань. І ще дрібка талану, який завше стає у пригоді.

➔ Джемма Латімер.

[Купити книгу на сайті kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)



Вступ до ілюстрації

Дедалі важче сформулювати переконливе визначення, що ж таке ілюстрація. Очевидно, що в прикладних мистецтвах відбувається зміна кордонів практики. Зміни в традиційних тематичних царинах і більша гнучкість завдяки електронному середовищу сприяли неймовірному розширенню комерційних можливостей для багатьох художників.

Ілюстраторам уже не конче треба мешкати поблизу великих міст, де багато видавництв та дизайнерських бюро – тож можна знайти потенційних клієнтів, і вони не мусять тепер винаймати спеціальне приміщення чи звертатися до галерей, аби продати свої мистецькі твори. Нині ілюстратори зазвичай у різні способи заявляють про себе в мережі й там просувають свої роботи, а готовий твір можна швидко й легко надіслати клієнту в будь-який куточок світу. Незважаючи на мовні бар'єри, ринок став глобальним.

Деякі художники можуть сприймати таку еволюцію, що відбулася значною мірою завдяки новим технологічним досягненням, як загрозу усталеній практиці. Адже тепер конкуренція стала відчутнішою, і традиційні сфери видавничого та редакторського спрямування перебувають у стані постійних змін. Необхідність оновлювати рекламні пропозиції та надсилати ілюстрації в електронній формі додається до робочого навантаження, що збільшує зону відповідальності художника.

Ілюстратори, як правило, працюють на умовах самозайнятості, беручись за платні замовлення. Декого з них представляють агенти, які переймають на себе більшість бізнесових аспектів роботи в цій галузі. Продукт ілюстратора – унікальний візуальний внесок у створення предмета-артефакта, зміну довілля чи досвіду, зроблений із метою щось висвітлити й прикрасити або про щось повідомити.

Я люблю бачити свою роботу в багатьох різних контекстах. Працюючи з клієнтами з різних країн, важливо пам'ятати про різні культурні менталітети. Це чудовий досвід і завжди хороший урок, який варто засвоїти.

Олаф Хаджек

➔ Олаф Хаджек, «Розквіт весни»; ілюстрації для Lotte World Mall, відомого торгового центру в Сеулі, Південна Корея. Проектування інсталяції: DKDC, Сеул.

[Купити книгу на сайті kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

