

ЯН БО

Аспирант РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

e-mail: yangbo1267@gmail.com

Ю.В. НАЗАРОВ

Доктор искусствоведения, профессор РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

e-mail: nazaret48@yandex.ru

YANG BO

Postgraduate student of the Russian State University A.N. Kosygin (Technologies. Design. Art)

e-mail: yangbo1267@gmail.com

Y.V. NAZAROV

Doctor of Arts, Professor of the Russian State University A.N. Kosygin (Technologies. Design. Art)

e-mail: nazaret48@yandex.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2023_3_2_275_286

ПРИМЕНЕНИЕ ИЛЛЮСТРАЦИИ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ КУЛЬТУРНЫХ И КРЕАТИВНЫХ ПРОДУКТОВ

THE USE OF ILLUSTRATION ART IN CULTURAL AND CREATIVE PRODUCTS

Сегодня на волне стремления людей к полноценному культурному досугу и духовному совершенствованию стремительно возникают отдельные виды и различные комбинации досуговых креативных продуктов. Сочетание иллюстрации и досуговых креативных продуктов — это новейший метод художественного самовыражения, не только отражающий культурное содержание контента, но и усиливающий его визуальное воздействие. Данное обстоятельство подводит специалистов к необходимости глубоко исследовать необычное сочетание искусства иллюстрации с продвижением культурных и креативных продуктов.

Today, in the wake of people's desire for full-fledged cultural leisure and spiritual improvement, separate types and various combinations of creative leisure products are rapidly emerging. The combination of illustration and leisure creative products is the latest method of artistic expression, not only reflecting the cultural content of the content, but also enhancing its visual impact. This circumstance brings professionals to the need to deeply explore the unusual combination of illustration art with the promotion of cultural and creative products.

Ключевые слова: иллюстрация, культурные и креативные продукты, культурная коннотация, визуальное воздействие, культурный досуг, художественное изображение.

Keywords: illustration, cultural and creative products, cultural connotation, visual impact, cultural leisure, artistic image.

1. Понятия «Иллюстрация» и «Культурные и креативные продукты»

1.1. Иллюстрация

Иллюстрация сегодня является относительно распространенной формой художественного самовыражения, которая может передавать основной культурный контент с помощью графики. Суть выразительности иллюстрации заключается в создаваемом ей визуальном воздействии, которое может передавать содержание с помощью множества различных паттернов.

В социальной среде, в атмосфере постепенного совершенствования духовного и культурного уровня иллюстрация стала особенно востребованной, благодаря чему ей отводится ведущая роль в области визуального представления и культурной коммуникации.

1.2. Культурные и креативные продукты

Культурные и креативные продукты предназначены для коммерциализации и материализации достижений культуры, а также их распространения путем продаж, поскольку содержащийся в них культурный контент активно влияет на сознание большинства потребителей. Культурные и креативные продукты сами по себе обладают определенными товарными атрибутами, но более важна их собственная культурная «добавленная стоимость», обеспечивающая ценностной эквивалент культур-

ных и креативных продуктов. Благодаря данному фактору, культурные и креативные продукты могут демонстрировать культурный уровень и обеспечивать духовную коннотацию, распространяя культурные достижения и продвигая культурные ценности.

1.3. Взаимосвязь иллюстрации с культурными и креативными продуктами

Иллюстрация является наиболее прямым и базовым методом художественного самовыражения авторов. В процессе своего развития иллюстрация продемонстрировала содержащуюся в ней культурную ценность и играла существенную роль в визуальном выражении культурного содержания. Присутствуя в культурных и креативных продуктах, иллюстрация создавала на их упаковке разнообразные изображения, соответствующие их культурному содержанию, отражала их контент с помощью разнообразных видов графики более рациональным способом. В настоящее время иллюстрация широко используется в различных жизненных аспектах. Применение иллюстрации для оформления культурных и креативных продуктов способно углубить их нарратив и культурную коннотацию, повысить креативность продуктов, подчеркнуть эмоциональный эффект и усилить визуальное воздействие продуктов, повысить художественный уровень упаковки разнообразных культурных и креативных продуктов.

2. Практическое значение иллюстрации для продвижения культурных и креативных продуктов

2.1. Обогащение зрительного восприятия

Основная цель при создании культурных и креативных продуктов состоит в донесении их гуманитарного содержания и духовной коннотации до целевой аудитории. Однако фактический эффект, получаемый с помощью передачи контента в виде текста, не является однозначным, поэтому аудитории в процессе восприятия трудно адекватно распознать его культурное содержание. Применяя иллюстрации для оформления культурных и креативных продуктов, можно использовать цвет, орнамент, различные изображения, линии и т. д., эти средства помогут отразить культурную коннотацию контента. Практическое использование иллюстрации может поднять культурную коннотацию до высокого художественного качества, повысить общую эстетическую ценность и профес-

сиональный уровень культурных и креативных продуктов. Это не только стимулирует целевую аудиторию к активному использованию культурных и креативных продуктов, но существенно углубляет понимание духовной культуры и обогащает визуальный опыт потребителей культурных и креативных продуктов [6].

2.2. Эмоциональный резонанс

Культурные и креативные продукты несут в себе соответствующее культурное содержание, поэтому их главной целью является продвижение духовных идей. При инновации культурных и креативных продуктов более важным является их идеологическое влияние и эмоциональное воздействие. Использование иллюстраций в процессе разработки культурных и креативных продуктов помогает усилить их интуитивное воздействие на целевую аудиторию. Данный прием может эффективно влиять на целевую аудиторию, вызывая у нее эмоциональный резонанс на контент через ощущение идентичности с самими продуктами, таким образом применение иллюстраций расширяет круг потенциальных потребителей, что способствует росту продаж культурных и креативных продуктов.

2.3. Информационное значение

Культурные и креативные продукты, как правило, небольшие по размеру, объем передаваемой ими информации относительно ограничен. Если в комментарии используется много слов, это может сделать восприятие культурных и креативных продуктов монотонным и вызвать у читателей непонимание, в результате они не смогут понять истинный смысл культурных и креативных продуктов. Для активизации восприятия необходимо использовать иллюстрации, улучшающие общее культурное представление данного вида продуктов. Иллюстрации — это сочетание графики и цвета, которое доносит информацию до читателей через культурную коннотацию, заложенную в изображение дизайнером; в результате смысл самых продуктов становится доступнее, обеспечивая читателям большое удобство.

2.4. Инновационность

Иллюстрация может формировать культурные элементы с помощью графики, цветов, линий, орнаментов и т. д., инновационными



Рис. 1. Культурные и креативные продукты Дворцового музея



Рис. 2. Культурные и креативные продукты музея Сучжоу

способами демонстрировать целевой аудитории культурные ценности с помощью разнообразных художественных приемов, придавая духовный импульс, содержащий «идею и стиль» эпохи. В данном контексте интересная подача иллюстраций делает культурный материал более ярким и доходчивым, тем самым сокращая дистанцию между культурными продуктами и потребителями, усиливая эмоциональный резонанс от контента. В культурной и креативной работе Дворцового музея (Пекин, КНР), благодаря грамотному оформлению иллюстраций, ценные культурные реликвии взаимодействуют с посетителями. Изначально внешне строгий император внезапно появляется в поле зрения людей в свободной позе, «представляясь милым человеком». Данный прием демонстрирует

в форме иллюстрации активный образ мышления современных людей, чтобы потребители и культурные реликвии имели больше возможностей для обмена, а культура стала ближе зрителям (рис. 1). Интересные и остроумные идеи добавляют свежую энергию в культуру и делают ее более динамичной [1]. Культурные и креативные продукты Музея Сучжоу (КНР) используют архитектурные элементы музейного здания, применяют насыщенные цветовые сочетания и линии различной стилистики для усиления визуального воздействия продукта, а инновационное решение иллюстраций успешнее привлекает внимание аудитории, чем классическая форма подачи в реалистической манере (рис. 2) [2].

3. Принципы иллюстрирования культурных и креативных продуктов

3.1. Региональные особенности

Поскольку образ некоторых культурных и креативных продуктов на современном рынке начал гомогенизироваться, это привело к тому, что иллюстрации и культурные и креативные продукты утрачивают свою практическую роль. Для нормализации ситуации необходимо учитывать региональные особенности, изучать специфику местной культуры в процессе создания иллюстраций, оптимизировать применение различных типов культурных и креативных продуктов, в соответствии с региональными требованиями, дифференцируя культурную коннотацию, это поможет избежать гомогенизации культурных и креативных продуктов [5].

Например, культура Саньсиндуй как одна из ветвей истории и культуры Шу провинции Сычуань, с ее таинственными событиями и не-



Рис. 3. Культурные и креативные продукты культуры Саньсиндуй

обычными культурными реликвиями, всегда привлекала большое количество ученых и любознательных людей в Китае и за рубежом, среди известных артефактов – «Бронзовое священное дерево», Маски Саньсиндуй и т. д. Каждая из реликвий пробуждает у зрителей бесконечные фантазии. Дизайнер экспозиции фокусируется на раскрытии особенностей элементов культуры Саньсиндуй, в интерактивной, игровой форме представляет шахматы Саньсиндуй, в результате посетители могут в полной мере ощутить очарование культуры Саньсиндуй (рис. 3).

3.2. Инновационность

Применяя культурные и креативные продукты, иллюстрируя их, дизайнеры должны использовать свое собственное инновационное воображение, постоянно расширять использование иллюстраций для продвижения культурных и креативных продуктов. Следует выражать духовную коннотацию культурных и креативных продуктов в более яркой форме иллюстрации, а затем продвигать их на рынок, повышая качество данного вида продуктов. Более того, в эпоху постепенного повышения эстетического и художественного самосознания людей для обеспечения устойчивого развития, сочетания иллюстраций с культурными и креативными продуктами и привлечения к ним целевой аудитории дизайнерам необходимо постоянно развивать собственное инновационное воображение, гарантирующее усиленное представление культурных и креативных продуктов.

3.3. Диверсификация

Основная художественная мысль, которую через иллюстрацию хотят донести до пользователей культурные и креативные продукты, — это не только использование орнаментов для ее выражения: в процессе проектирования необходимо точно исследовать комплексный эмоциональный эффект от применения соответствующих линий, орнаментов, цветов, светотени и других изобразительных средств. В процессе создания иллюстраций для культурных и креативных продуктов в целях обеспечения их собственного качества и повышения степени публичности необходимо контролировать диверсификацию при разработке изображений к данным продуктам, интегрировать многообразные духовные коннотации и культурные типы, а затем привлекать к ним целевую аудиторию, повышая скорость и масштаб культурной коннотации.

3.4. Популярность

Поскольку культурные и креативные продукты, по сути, являются товаром, их имманентной целью является передача информации о содержащейся в них культурной коннотации. Со всех точек зрения, при разработке культурных и креативных продуктов необходимо учитывать популярность и степень признания культурных и креативных продуктов целевой аудиторией. Следовательно, при практическом применении иллюстрации необходимо проводить всестороннее исследование для понимания общественностью значения культурных и креативных продуктов и культурных коннотаций для оценки эстетических взглядов и степени художественного признания. Далее полученные знания можно использовать в качестве основы для инноваций и совершенствования применения иллюстрации для продвижения культурных и креативных продуктов, что обеспечит популярность самих продуктов и усилит публичность культурных коннотаций [3].

Например, в современном обществе производители косметических средств обратили внимание на значение культурных и креативных продуктов, поскольку современные потребители, помимо экономической эффективности и реальных функциональных характеристик косметики, также предъявляют определенные требования к внешнему виду продуктов и учитывают культурную коннотацию самих косметических средств. В настоящее время некоторые косметические средства связаны с традиционной культурой Китая, при их создании упаковка косметики оформляется с

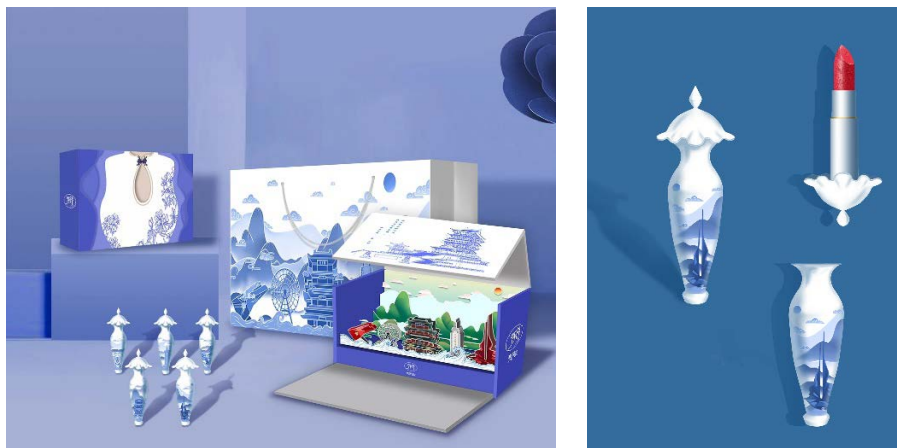


Рис. 4. Косметические средства

помощью изображений, улучшающих ее внешний вид и усиливающих визуальный эффект при обеспечении эффективности самих косметических средств. Также косметика может отражать соответствующую культурную коннотацию через свой внешний облик, способствуя распространению культурных и креативных продуктов среди населения (рис. 4).

3.5. Интерактивность

Использование иллюстраций в культурных и креативных продуктах, главным образом, предназначено для распространения культурных коннотаций, поэтому в процессе использования иллюстраций необходимо усиливать их собственную интерактивность. Функция иллюстраций в культурных и креативных продуктах может быть эффективно реализована только через введение целевой аудитории в эмоциональный резонанс с культурными и креативными продуктами, тогда зрители смогут ощутить соответствующие культурные коннотации в изображаемых продуктах. Дизайнер может использовать некоторые информационные средства, представляя иллюстрации в динамичной форме, что не только усиливает эмоциональное воздействие изображений, но и повысит у аудитории чувство идентичности с культурными и креативными продуктами.

4. Практическое применение иллюстрации для продвижения культурных и креативных продуктов

4.1. Книги

Иллюстрация имеет долгую историю, связанную с книгами. Среди культурных и креативных продуктов книги представляют собой форму, способную нести значительный объем культурной информации. Книги всегда были в сознании общественности одним из важнейших типов культурных и креативных продуктов, поэтому практическое применение иллюстрации играет важную роль в создании данного вида продуктов. Для раскрытия содержания книги, связанного с культурной коннотацией, сочетание иллюстрации с текстовым содержанием существенно влияет на усвоение контента, иллюстрация придает книге более насыщенную коннотацию и усиливает эффект отображения текста в сознании читателя.

4.2. Художественные изделия

Художественные изделия играют важную роль в распространении культурной коннотации. Художественные изделия являются важной

частью традиционной культуры, и они имеют богатые культурные коннотации, которые могут отражаться в различных формах и видах. При сочетании культурных и креативных художественных изделий с иллюстрацией они еще в большей степени способны проявить свою практичность. В творческом процессе, благодаря широкому выбору исходных материалов и разнообразию форм и творческих приемов, иллюстрация может эффективно помочь художественным изделиям достичь более высоких результатов в представлении и распространении культурных коннотаций. Поскольку декоративная ценность самих художественных изделий достигла определенного уровня, иллюстрация способна поднять соответствующие художественные изделия на еще более высокую ступень, отражая их культурную коннотацию. Это не только привлечет большее количество покупателей, но и повысит ценность самих художественных изделий. Иллюстрации и морфология художественных изделий могут хорошо сочетаться, что еще больше повысит уровень культурной коннотации, содержащейся в художественных изделиях, и будет способствовать дальнейшему распространению духовной коннотации.

4.3. Плакаты

Форма плакатов, рассказывающих о культурных и креативных продуктах, тесно связана с самой иллюстрацией, поскольку ее основной художественной формой является орнамент. В процессе разработки, уже на ранней стадии, плакаты, посвященные культурным и креативным продуктам, могут придать продуктам существенные преимущества с помощью размещенных на них изображений. В настоящее время, наряду с другими видами культурных и креативных продуктов, в плакатах необходимо уделять больше внимания качеству изображений. Для того, чтобы убедиться, что в контексте новой эпохи плакаты по-прежнему могут обеспечить свою привлекательность для аудитории, следует усилить контроль за применением изображений. В плакатах, отражающих смысл культурных и креативных продуктов, изображения должны рассматриваться с точки зрения цвета, линии, орнамента, композиции и т. д. Они усиливают визуальное воздействие на аудиторию и помогают создавать неординарные культурные и креативные продукты, повышающие роль духовной коммуникации и усиливающие ее эффективность.

4.4. Туристические сувениры

Туристические сувениры по пропорции составляют наибольшую часть культурных и креативных продуктов. Что касается культурных и креативных продуктов в виде туристических сувениров, то они успешно обеспечивают распространение, усиливают свое влияние на региональные культурные коннотации, укрепляют региональное экономическое развитие, они всегда были и остаются важной частью культурных и креативных продуктов. В процессе интеграции с туристическими сувенирами наиболее важная роль, выполняемая иллюстрацией, заключается в укреплении актуальной культурной коннотации, в повышении коммуникационного эффекта и в усилении их визуального воздействия на туристов. Поскольку туристические сувениры, в основном, ориентированы на приезжих, для их запоминания данные продукты должны сохранять эмоциональное представление о них даже после покупки, при этом дизайнерам необходимо усилить качество применяемых изображений. В результате может быть достигнута эффективная интеграция между иллюстрацией и туристическими сувенирами, изображения могут создаваться в соответствии с культурной коннотацией соответствующего региона, для которого был разработан данный туристический продукт, а его привлекательность для потребителей может быть в определенной степени повышена [7].

5. Заключение

Культурные и креативные продукты — это материальные и духовные субстанции, обладающие культурным содержанием, имеющие коммерческую ценность, но, что наиболее важно, они могут стать эффективным носителем и распространителем культурной коннотации. Иллюстрация является одной из ключевых форм продвижения культурных и креативных дизайн-продуктов. Оставаясь важным средством передачи информации, иллюстрация в реальной жизни поможет лучше передать публике коннотацию разнообразных продуктов. Применение иллюстраций должно систематически планироваться для содействия ее интеграции и введения инноваций в области разработки и продвижения культурных и креативных дизайн-продуктов.

Примечания:

1. Гэ Ц., Юй В., Ван Т. Анализ дизайна культурных и творческих продуктов в Запретном городе и исследование его эталонного значения // *Дизайн*. — 2018. — № 5. — С. 103.

2. Лю М., Сунь Ц. О применении иллюстрации в современных культурных и креативных дизайн-продуктах // Популярная литература и искусство. — 2019. — № 14. — С. 16.

3. Сюй Х., Мин Л. Роль искусства иллюстрации в культурных и креативных дизайн-продуктах и принципы его применения // Хунань упаковка. — 2018. — № 2. — С. 88–91.

4. Сюй Ш. О концепции современной иллюстрации и ее художественных особенностях // Журнал Хубэйской академии изящных искусств. — 2017. — № 3. — С. 134.

5. Сяо Ю. О роли иллюстрации в культурных и креативных дизайн-продуктах и принципах применения // Чай Фуцзянь. — 2019. — № 16. — С. 5.

6. Хоу Ч. Исследование применения иллюстрации в дизайне визуальных коммуникаций // Art Da Guan. — 2019. — № 6. — С. 112.

7. Шэн Ф. Практическое исследование иллюстраций в туристических культурных и креативных продуктах. // Драматический театр. — 2018. — № 30. — С. 121.