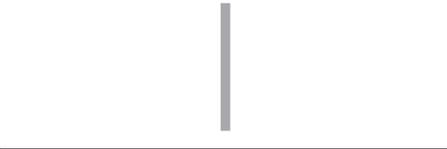


Когда я давным-давно
закончил школу
искусств,
мне не хватало
такой книги;
начинать карьеру
было бы гораздо
легче!
Уим Кроуэл

Чему вас не научат в дизайн- школе

Что вам
на самом
деле нужно
знать, чтобы
добиться
успеха

Фил Кливер



**Чему вас
не научат
в дизайн-
школе**



What they didn't teach you in design school

Phil Cleaver

|

Чему вас не научат в ДИЗАЙН- ШКОЛЕ

Фил Кливер



РИПОЛ
КЛАССИК

Москва, 2015

УДК 76
ББК 85.15
К49

Перевод с английского О. Перфильева

Кливер, Ф.
К49 Чему вас не научат в дизайн-школе / Ф. Кливер ; [пер. с англ. О. Перфильева]. —
М. : РИПОЛ классик, 2015. — 224 с. : ил.

ISBN 978-5-386-08167-6

Эта увлекательная и полезная книга погружает читателя в творческий мир графического дизайна. Основываясь на своем опыте преподавания, Фил Кливер объясняет будущим профессионалам, как грамотно создать портфолио, как произвести впечатление на работодателя, как научиться ладить со своими клиентами и продуктивно работать в студии.

**УДК 76
ББК 85.15**

*Настоящий перевод книги «Чему вас не научат в дизайн-школе»,
опубликованной на английском языке в 2014 году,
был осуществлен при содействии The ILEX Press Limited.*

© The ILEX Press 2014
© Перевод. Перфильев О. В., 2015
© Издание на русском языке, перевод на русский язык.
ООО Группа Компаний «РИПОЛ классик», 2015

Практическое издание

Кливер Фил

Чему вас не научат в дизайн-школе

Генеральный директор издательства С. М. Макаренков

Шеф-редактор *Е. Олейник*
Ведущий редактор *А. Хацаева*
Выпускающий редактор *Е. Крылова*
Художественное оформление: *Е. Калугина*
Компьютерная верстка: *К. Семёнов*
Корректор *Е. Лёвкина*
Designed and typeset by Worldwide
Creative Head: Prof. Phil Cleaver

Подписано в печать 04.02.2015 г. Формат 60х90/16. Усл. печ. л. 14,0
Заказ №

Издание не содержит в себе информацию, причиняющую вред здоровью и (или) развитию детей, и информацию, запрещенную для распространения среди детей. В соответствии с пунктом 4 статьи 11 Федерального закона от 29.12.2010 г. № 436-ФЗ знак информационной продукции не ставится.

Адрес электронной почты: info@ripol.ru
Сайт в Интернете: www.ripol.ru

ООО Группа Компаний «РИПОЛ классик»
109147, г. Москва, ул. Большая Андроньевская, д. 23

Отпечатано в ОАО «Первая Образцовая типография»
Филиал «Чеховский Печатный Двор» 142300,
Московская область, Чехов, ул. Полиграфистов, д. 1
Сайт: www.chpk.ru. E-mail: marketing@chpk.ru факс: 8(496)726-54-10,
телефон: 8(495)988-63-87

**Во всяком деле
следует предвидеть,
как оно
заканчивается.**

Жан де Лафонтен

Содержание

1. Открываем дверь

- 15 Ваше резюме
- 18 Ваше портфолио
- 21 Выбор работ
- 23 Выбор формата
- 27 Портфолио в виде pdf-файла
- 28 Как пройти через двери
- 30 Электронные и бумажные письма
- 31 Как важно быть настойчивым
- 33 Способы открыть двери

2. Собеседования

- 37 Что брать и что показывать
- 41 Познакомьтесь с работами дизайнерской компании
- 43 Что надеть
- 45 Подготовка к собеседованию
- 47 Собеседование
- 50 Сами задавайте вопросы
- 53 Как запомниться
- 56 Стажировка

3. Правила игры

- 60 Модульные сетки
- 63 Типографика
- 66 Фундаментальные правила типографики
- 71 Как важен правильный размер
- 73 Как важны карандаш и бумага
- 77 Искусство профессиональных презентаций
- 79 Системы подбора цветов

4. Хороший дизайн на практике

- 85 Чёрно-белый дизайн логотипа
- 86 Управление временем
- 88 Работа в сложных обстоятельствах
- 91 Как выполнять несколько заданий одновременно
- 93 Как важно проверять свою работу
- 96 Что делать, когда вам впервые дали фотографии?

Вы — кладезь информации, здравого смысла и умной тактики.

Розанна Бьянкини

5. Отношения в мире дизайна

- 101 Как важно быть в курсе происходящего в индустрии дизайна
- 103 Опыт важнее оценок
- 105 Дизайн для дизайнеров
- 107 Как объяснять визуальные идеи людям, не обладающим образным мышлением
- 109 Как оправдывать ожидания заказчика

6. Компьютерные навыки

- 119 Пакетная обработка изображений
- 121 Как создать таблицу стилей
- 122 Как создать шаблоны в InDesign
- 123 Как обращаться с крупными объёмами текста и большими файлами изображений
- 125 Как вставлять лигатуры
- 126 Разные типы файлов для разных задач
- 128 CMYK, RGB и чем они различаются
- 130 Какую программу использовать
- 132 Насколько можно увеличить изображение с высоким разрешением?
- 133 Сохранение, форматирование и метки pdf-файлов
- 134 Когда следует ретушировать фотографии
- 135 Масштабирование изображений

7. Печатная продукция

- 139 Как определить технические характеристики печати
- 140 Как создать образец для печати
- 141 Как создать файл для печати
- 142 Разрешение и масштаб
- 143 Что такое высокое разрешение для печати?
- 145 Как пользоваться каталогами, содержащими образцы цветов
- 147 Различные печатные пробы, и как их проверять

8. Навыки веб-дизайна

- 151 Особенности веб-дизайна
- 153 Дизайн для Интернета
- 155 Как мыслить в пикселях
- 157 Шрифты в веб-дизайне
- 161 Каркасное моделирование
- 163 SEO и alt-теги

Заваривайте побольше чая (даже если вам не хочется). Это прекрасный способ познакомиться с коллегами и идеальный повод взглянуть поверх их плеча и поспрашивать, чем они занимаются и над какими проектами работают.

Джули Вейр

- 165** Концепция прогрессивного улучшения
- 167** Отзывчивый дизайн
- 169** Сила аналитики
- 170** Названия файлов
- 173** Как удалять фон из графики
- 174** Правильное разрешение для веб-графики

9. Работа со сторонними специалистами

- 179** Как работать с иллюстраторами
- 182** Как работать с фотографами
- 184** Как ставить задачу творческим работникам
- 187** Как давать задание печатникам и общаться с ними
- 189** Как важно поддерживать отношения

10. Деловые навыки

- 193** Основы деловых навыков
- 195** Как составить предложение (заявку)
- 201** Как выставлять счета
- 204** Этикет электронной переписки
- 205** Систематизация и хранение документов
- 206** Как продавать себя и свои идеи
- 209** Как общаться с заказчиками

11. Для справки

- 215** Термины и определения
- 220** Благодарности
- 222** Кто этот парень?
- 223** Указатель
- 224** Об авторе

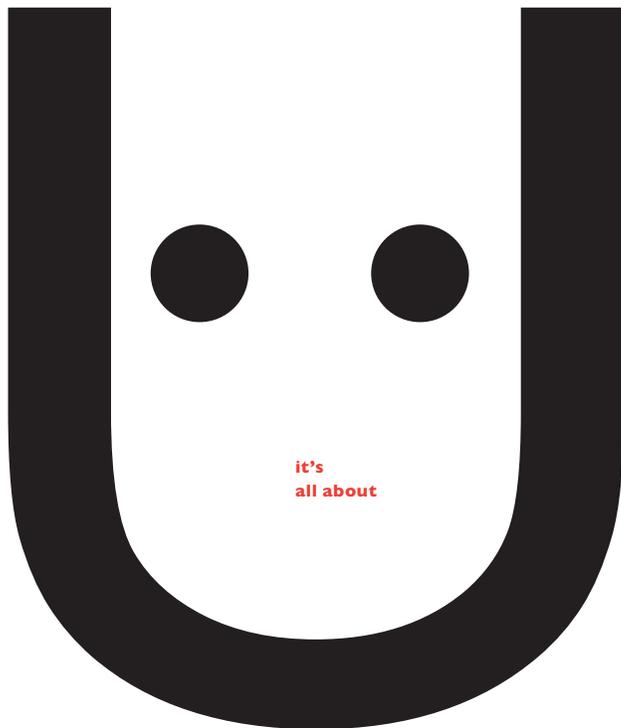
Эта книга посвящена двум людям с одинаковыми инициалами: А. Ф.

Прежде всего, дизайнеру, который открыл мне двери в волшебный мир типографики и ящик Пандоры и которому я очень многим обязан, — **Энтони Фрошаугу.**

А также **Алану Флетчеру,** который всегда находил время для всего. Мы заставляли друг друга улыбаться. Он дал мне первый шанс отличиться в игре.

А
Посвящается
Е

It's all about U – это все о BAC



Я не даю никаких правил, поскольку никаких правил нет, а если бы они и были, то мне бы только и хотелось их нарушать.

Введение

Получить первую работу и встать на первую карьерную ступеньку в дизайн-индустрии — это совсем не легкая задача. Работать в студии — далеко не то же самое, что учиться в колледже или школе; эта книга призвана помочь вам преодолеть один из самых трудных этапов в жизни и дать инструментарий, необходимый для успешного применения на практике полученных знаний.

Каждый год на рынок труда приходят десятки тысяч бывших студентов, обучавшихся дизайну и рекламе, и поэтому сейчас намного важнее, чем когда-либо раньше, заранее обеспечить себя всем необходимым для успеха.

Когда я заканчивал художественную школу, словосочетание «графический дизайн» только начинало становиться синонимом коммерческого изобразительного искусства и еще не вошло в широкое употребление. Никто не знал, что это такое, и я даже старался не говорить людям, что занимаюсь «графическим дизайном», иначе мне пришлось бы долго объяснять суть дела, а в те времена это было слишком сложно. В наши же дни графика и графический дизайн настолько распространены повсюду, во всех средствах массовой информации, что этот термин стал понятным практически каждому.

Всю свою жизнь я был индивидуалистом, настроенным против традиций, и мной руководило собственное сердце, а не голова. Поэтому мне кажется, что я не совсем подходящий автор для этой книги. Я не даю никаких правил, поскольку никаких правил нет, а если бы они и были, то мне бы только и хотелось их нарушать.

Между тем у меня за плечами есть определенный багаж — опыт работы с величайшими и самыми влиятельными мастерами в области графического дизайна. На протяжении более чем трех десятилетий мне довелось выполнять получавшие награды задания, руководить своим собственным дизайнерским агентством, работать в разных странах мира, а в последнее время я еще и преподаю творческие дисциплины.

Правила игры — хорошее описание того, как преуспеть в сфере дизайна, а также как выполнять работу качественно и со всей ответственностью, какую мы взяли на себя как дизайнеры.

Ян Шталь фон
Гольштейн

useful — полезный/вы

Постарайтесь воспринимать мир графического дизайна как игру, а в игру нельзя играть, если не знать, в чем она заключается. Первым делом нужно включиться в графическую игру. Данная книга познакомит вас с опорными пунктами и потенциальными ловушками на пути к успешной карьере в области графического дизайна.

В наши дни предполагается, что дизайнеры должны быть не только дизайнерами, но и руководителями проектов, продавцами, специалистами по работе с клиентами, наборщиками, художниками и оформителями. Они должны не только составлять спецификации для печати, но и принимать участие в допечатной подготовке продукции.

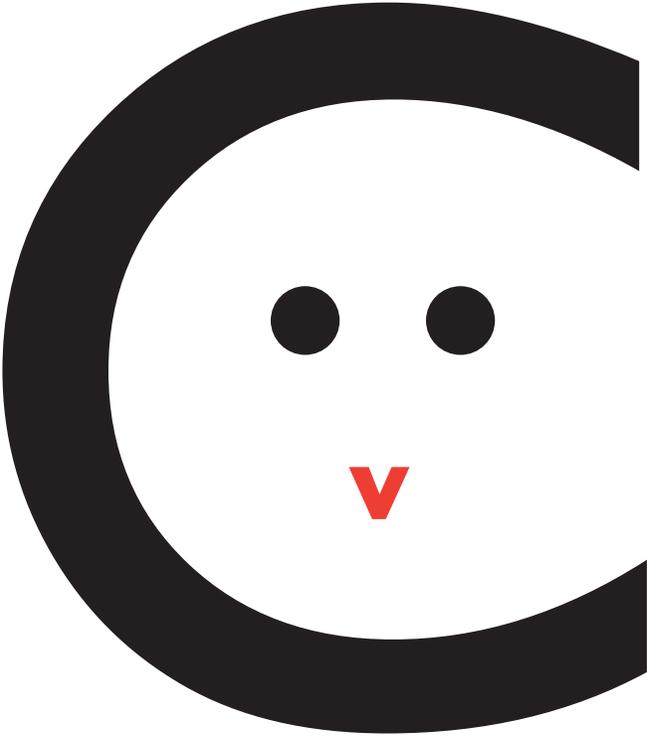
Графический дизайн сейчас охватывает то, что ранее было делом нескольких профессий. Например, раньше только подготовка специалистов по типографскому набору занимала несколько лет. Сейчас же шрифтами, в основном, тоже занимается графический дизайнер, и это один из навыков, которым вам придется овладевать. Графический дизайн немислим без шрифта, зачастую подбор и применение шрифта составляют половину всего объема работы, и для дизайнера это умение — почти то же самое, что умение дышать. По мере развития технологий границы между профессиями все более стираются.

Эта книга должна провести вас через все стадии процесса, от окончания учебного заведения и первого визита в студию до того времени, как вас станут считать ценным сотрудником. Она одновременно полезный справочник и мост, переброшенный от обучения к успешной карьере.

Держите ее под рукой; в первый год она поможет вам быстрее освоиться в реальном профессиональном мире, станет вашим советником и сборником полезных сведений, а также, надеюсь, вашей палочкой-выручалочкой в трудные моменты, когда вам будет казаться, что все идет не так, как надо.

ОДИН

**ОТКРЫВАЕМ
ДВЕРЬ**



В Великобритании резюме часто кратко называют CV, от латинского словосочетания Curriculum Vitae («краткое жизнеописание»).

Ваше резюме

Мы живем в мире, который с каждым годом становится все более открытым. Благодаря последним техническим достижениям и таким глобальным компаниям, как Google, в наши дни достаточно просто набрать имя и фамилию в Facebook, LinkedIn или в других социальных сетях, как сразу же находишь нужных людей по всему миру.

Я более чем уверен, что у вас обязательно имеется «профиль» с фотографией (или иного рода визуальным образом) в Facebook; но если на ваших страничках нет ссылок на ваше резюме, вам нет оправданий.

Цель резюме — привлечь к вам внимание потенциальных работодателей. Оно должно содержать не только перечень ваших образовательных достижений, но и сведения о вас и ваших предпочтениях, — и все это должно помещаться на одной странице «вордовского» документа или на одной стороне листа бумаги формата А4. Поскольку ваше резюме (1) будут читать перед собеседованием, (2) будет напоминанием о вас после того, как закончится собеседование с вами, — оно обязано дать вашему потенциальному работодателю представление о том, что вы за работник.

Вы ищете работу в сфере, имеющей отношение к визуальной среде, и поэтому ваше резюме должно иметь визуальную привлекательность. Ваше резюме говорит о том, насколько уверенно вы себя чувствуете в этой области.

Если вы не сумели создать привлекательное резюме, если в нем много грубых погрешностей и неудачно подобранный шрифт, то работодатель может прийти к мнению, что вы столь же небрежно относитесь к любому другому дизайнерскому заданию, которое вам доверят выполнить.

Просто диву даешься, насколько часто приходится сталкиваться с плохо составленными и оформленными резюме. Некоторые даже настолько ужасны, что на них невозможно смотреть без содрогания. Порой даже приходишь к мысли, что их специально составляли, чтобы вызывать у других негативные эмоции.

Никогда не считайте, что вы незаурядны только потому, что вам удалась какая-то работа; знайте, что все мы незаурядны с рождения и что это отражается в нашей работе.

Дезире Делалой

К резюме нужно относиться как к одному из самых важных дизайнерских заданий в вашей жизни. Выбор шрифта, композиция, разметка и т. д. — все это говорит о том, насколько вы хороши как дизайнер.

Все, что вы делаете в мире дизайна, — отражение ваших способностей как дизайнера. Ваше резюме — важнейшая часть дизайнерской кампании, благодаря которой вас должны заметить и запомнить. Имейте в виду, что о вас будут судить по самой слабой работе.

Если ваше портфолио великолепно, но резюме составлено и оформлено небрежно, то тем самым вы сводите на нет все годы обучения в вузе и все, что сделали до этого дня.

Резюме нужно воспринимать как неотъемлемую часть своего образа и своей визуальной презентации, которая поможет вам вступить в игру.

Резюме бывают разными, но самое главное в вашем резюме — это то, что оно должно говорить о вашей личности, когда вы не присутствуете физически рядом с человеком, который его просматривает. Не набирайте текст первым попавшимся шрифтом, постарайтесь оформить резюме как дизайнер и воспринимайте его как очередное дизайнерское задание.

Резюме должно отражать вашу специализацию и содержание вашего портфолио. Элегантное оформление произведет впечатление только в том случае, если в том же стиле выдержано и ваше портфолио. Постарайтесь отразить в нем свои пристрастия, но не в ущерб простоте и ясности.

Составляя резюме, не забудьте указать свои самые лучшие качества, дающие вам преимущества перед конкурентами и выделяющие вас на их фоне.

Эти качества не обязательно должны иметь отношение к дизайну; ими могут быть навыки, которые окажутся полезны в работе, — например, знание английской литера-

**Упорство — это не
помеха.**

Дженни Пенни

туры или иностранного языка, потому что они пригодятся, когда потребуется составлять заявки или общаться с иностранными клиентами.

Даже если вы в течение года путешествовали по миру, обратите это в свою пользу — покажите, что все это время вы думали о дизайне и совершенствовали свои изобразительные навыки.

Настоящему дизайнеру трудно перестать заниматься дизайном; это образ жизни, поэтому покажите, что вы принадлежите именно к такому особому виду людей.

Если ваше резюме позволит вам получить приглашение на собеседование, то и после его завершения это же резюме будет служить напоминанием о вас вашему потенциальному работодателю, когда тот станет оценивать возможности кандидатов. Поэтому постарайтесь сделать дизайн своего резюме как можно более привлекательным, чтобы потенциальный работодатель обратил внимание прежде всего на вас, а не на ваших конкурентов.

Если у вас имеются хорошие рекомендации с прежнего места работы или с того места, где вы проходили стажировку, то приложите их к своему резюме. А если вы где-то работаете в настоящее время, попросите руководство написать вам рекомендацию, даже если вам еще не заплатили за работу!

**В игру нельзя играть,
если не знать, в чем
она заключается.**

reflection

reflection – отражение

Вы заняты в сфере коммуникаций, поэтому учитесь доносить свои мысли.

skills
skills – навыки, умения/я

Ваше портфолио

Вы должны относиться к своему портфолио как к дизайнерскому заданию, а не просто как к коллекции ваших самых удачных работ. Оно должно быть тщательно продумано и оформлено, как конечный продукт. Плохое оформление очень часто портит наилучшие работы.

Основные элементы вашего портфолио — сами работы, отпечатанное резюме, ваша веб-страница и ваша визитка — должны представлять собой единое целое, визуально оформленный в едином ключе «пакет».

У вас уже есть содержимое этого пакета — лучшие дизайнерские работы, сделанные вами за время обучения. Теперь вам нужно подумать, как их показать в единстве. Представьте, что вам поручили оформить книгу или буклет, и продумайте порядок работ, их расположение и взаимосвязь.

Считайте, что это самое важное дизайнерское задание за всю вашу жизнь.

Важно также, чтобы у вас было что физически показать на собеседовании. Мне доводилось беседовать с людьми, которые приходили на встречу с пустыми руками и говорили: «Мое портфолио можно посмотреть в Интернете». Если вы решили обойтись только онлайн-портфолио и не тратить время на его распечатывание, то вам нечего будет показать и не о чем будет говорить на собеседовании.

Потенциальный работодатель заинтересован в том, чтобы оценить не только степень вашего умения обращаться с компьютерными программами, но и ваши физические навыки в дизайне. Например, то, насколько аккуратно вы вырезаете, клеите, составляете макеты. Все это он узнает, только если увидит вашу реальную работу.

Дизайнерские компании обычно не демонстрируют свои творческие концепции потенциальным заказчикам, предлагая им посмотреть что-нибудь онлайн. Как правило, такой подход не срабатывает.

Старайтесь не быть совершенными; оставьте место для несовершенств, чтобы сквозь них просвечивала ваша индивидуальность.

Питер те Бос

Проанализируйте свою целевую аудиторию (то есть компанию, которой вы намерены представить свои работы) и выясните, каковы ее предпочтения и каков ее собственный визуальный язык. Поверьте, все это оправдается.

Вы заняты в сфере коммуникаций, поэтому учитесь доносить свои мысли. Если вы не сможете донести свою идею до тех, кто занимается одним с вами делом, то вряд ли вам удастся сделать понятной свою идею для тех, кто занят в другой сфере. И у компании тогда возникнет вполне резонный вопрос: зачем вообще вас нанимать?

Все годы обучения в школе дизайна вас готовили думать, решать визуальные проблемы и доносить ваши идеи до публики. **При составлении портфолио необходимо пройти все стадии этого процесса.**

Вы подумываете о том, чтобы включить в ваше портфолио физический образец вашей работы, например упаковку или журнал? На мой взгляд, ничто другое не сравнится с реальной вещью.

Лучший способ оценить дизайн — это подержать в руках ту же упаковку и рассмотреть ее, как будто вы собираетесь приобрести товар.

То же самое касается брошюр, журналов или книг. Ваш дизайн должны оценить в той же среде, для которой он создавался, и на том же расстоянии от глаз. Все другие способы — это шаг назад от оригинала.

Конечно, с собой на собеседование можно взять ограниченное количество вещей, так что подберите такие реальные образцы вашего дизайна, которые легко переносить. При этом выбирайте самые лучшие образцы, демонстрирующие ваше мастерство.

Что касается фотографий ваших работ, проблема заключается в том, что их качество зависит от вашего умения фотографировать и от вашего умения распечатывать фотографии. К тому же перед включением в портфолио их

Мечтайте и ставьте себе цели, возможно все. Не существует такой вещи, как везение; удача — это результат встречи подготовки с возможностью.

Брайан Браун

обычно помещают в пластиковые файлы, что также ухудшает их визуальную привлекательность, а следовательно, и впечатление от ваших работ.

Дизайнер, в отличие от заказчика, может составить мнение о качестве дизайна всего по одному изображению. Фотографии одной работы в пяти разных ракурсах и вариациях цвета не обязательны, и они мало что дадут для понимания концепции. Они только ограничат визуальное впечатление и, кроме того, займут много драгоценного места в портфолио.

Но тот же дизайн, представленный на разных носителях, докажет, что вы отличаетесь гибкостью и способны донести свою идею с помощью различных материальных средств. Это не то же самое, что пять разных фотографий одной и той же работы.

Также постарайтесь продемонстрировать то, что я называю «геройским изображением», то есть самый впечатляющий образец вашего дизайна, увидев который, потенциальные работодатели воскликнут: «Черт побери, вот оно!»

Вы ищете работу в визуальной среде, так что используйте визуальные средства — в конце концов, это ваше лицо в мире дизайна.

design
design — дизайн/знак

Что если бы у меня была под рукой эта книга, когда мне был 21 год? Я бы тогда не совершил такую кучу ошибок. Мой карьерный путь отличали бы упорядоченность и уравновешенность, и я бы говорил то, что следовало бы сказать в нужное время (и, возможно, выполнял бы работу гораздо лучше).

Майкл Джонсон

Выбор работ

При выборе работ, которые вы собираетесь включить в свое портфолио, я вам предложил бы, в качестве рекомендации, взять четыре-пять самых лучших работ, — но если у вас имеется шесть-семь превосходных образцов примерно одного качества, то можно показать их все.

Главное — это баланс. Помните, что о вашем портфолио будут судить по самой слабой работе, так что если вы в каком-то проекте сомневаетесь, то лучше его не показывать.

Не забудьте прорепетировать рассказ о каждой из своих работ. Так вы не только будете чувствовать себя увереннее во время собеседования, но и поймете, сколько времени требует ваше «выступление». Вы должны ориентироваться примерно на двадцать минут.

Что касается порядка представляемых проектов, я бы посоветовал первой расположить вторую по качеству работу, чтобы именно ее сначала увидел ваш собеседник, проводящий опрос. Так он поймет, что вы знаете, как обращаться к потенциальной целевой аудитории и как соответствовать ее предпочтениям.

Самую же сильную свою работу расположите на последнем месте, чтобы закончить презентацию на высшей точке. И это же послужит хорошим поводом для продолжения собеседования.

Если вы проходили стажировку или практику и вам разрешили включить ваши работы за этот период в свое портфолио, то я рекомендую представить их отдельно от работ, сделанных в школе дизайна.

Работы, сделанные во время стажировки, показывают, что вы умеете работать в профессиональной студии; но поскольку вы, скорее всего, работали в коллективе, не забудьте объяснить, какую часть работы выполняли именно вы и сколько времени вы на нее затратили.

Лучший совет я получил от специалиста по подбору персонала, который сказал: «Когда отправляешься на собеседование, никогда не думай о своей работе со своей точки зрения; думай о ней с точки зрения тех, кто с тобой беседует. Зачем она им? Чем она им поможет?»
Стефан Загмайстер

Ваше портфолио демонстрирует ваши таланты, творческие способности и умение решать различные дизайнерские задачи. Оно многое говорит о вас, и это именно то, что дизайнеры будут оценивать во время собеседования.

В своих портфолио я никогда не писал никаких пояснений к своим работам по той простой причине, что никогда не стал бы их показывать, не объясняя, что за ними стоит, — но в наши дни ситуация может быть немного иной.

В школе дизайна вас учат ясно излагать идеи, концепции и результат каждого задания или дизайнерского проекта в примечаниях или на отдельных страницах так, чтобы был понятен ход вашей работы. Это нужно для того, чтобы преподаватель смог оценить вашу работу в ваше отсутствие. Это надежное практическое правило, следовать которому нужно, чтобы вам не снизили оценку из-за того, что вас не поняли.

Такой опыт пригодится вам и во время демонстрации вашего портфолио в ходе собеседования. Вам будет тем более проще изложить свои мысли, что вы теперь излагаете их не письменно, а устно.

В некоторых студиях вас могут попросить оставить ваше портфолио для дальнейшего просмотра без вас. Постарайтесь воспользоваться этой просьбой как предложением для реальной встречи. Например, в пояснительной записке я бы перечислил десять причин того, почему желательно встретиться со мной, и оставил бы какое-нибудь изображение в качестве «завлекалки» — нечто, показывающее, что я способен на большее.

Ваше портфолио — это отражение вашей личности и ваших творческих способностей, и если эти элементы в нем показаны верно, то вы сможете овладеть и всеми другими навыками, необходимыми в вашей будущей работе.

about about – о или про/вас

Закончить колледж и найти свою первую работу в качестве графического дизайнера нелегко. Для этого требуются креативность, смелость, трудолюбие, уверенность в себе. Поможет также и экземпляр этой книги.

Клэр Льюис

Выбор формата

Чтобы выбрать формат для своего портфолио, нужно посмотреть на свои работы и подумать, как их будут воспринимать.

Самое главное — не размещайте их в больших черных альбомах для портфолио. Они выглядят так, как будто бы вы только что окончили художественную школу и не знаете, как профессионально демонстрировать собственные работы.

Если вы намереваетесь разрабатывать дизайны журналов, то оформите свое портфолио в виде журнала, на страницах которого представьте ваши работы как его содержимое. Это неплохой способ начать говорить с дизайнерами на их визуальном языке.

При оформлении портфолио придерживайтесь того же стиля, в каком выполнены ваши работы, но каким бы ни был ваш стиль, постарайтесь сделать портфолио практичным и удобным для переноски. Это правило еще часто пригодится вам в вашей дальнейшей жизни.

Однажды я проводил собеседование с одной аккуратной одетой невысокой девушкой, которая принесла поистине гигантское портфолио, которое едва могла поднять. Мне пришлось даже помочь ей положить его на стол. Я удивился, как она вообще донесла его до студии, не говоря уже о том, как она передвигалась по городу. Как я и догадывался, в портфолио, когда она его открыла, оказался только один постер такого же огромного размера, а все остальные работы были небольшими, ей под стать. Я посоветовал девушке в следующий раз принести портфолио подходящих размеров и объяснил, что ее портфолио — это продолжение ее самой. Пусть она относится к нему как к своего рода модному аксессуару. Если она невысокая, то и портфолио должно быть небольшим и изящным.

Если у вас только один большой постер, просто сверните его в трубку, а во время собеседования разверните. В таком случае его размеры будут преимуществом, поскольку

Чтобы найти работу в Лондоне, мне потребовалось пройти 33 собеседования, и еще 33, чтобы найти работу в Лос-Анджелесе. Получается, что ответ на главный вопрос дизайнерской жизни — это число 33.

Стив Твиггер

покажут, что вы умеете работать по-крупному, а также умеете обращаться с таким материалом.

Возможно, вам с этим портфолио доведется посещать несколько компаний и агентств, так что упакуйте его удобным для переноски образом и обратите это в свою пользу.

Вам не обязательно демонстрировать одновременно сразу много работ. Когда вы показываете сразу четыре журнальных разворота, каждый из них привлекает к себе внимание, и глаз не знает, на чем остановиться. Показывайте развороты так, как они и предназначались к рассматриванию: в настоящем журнале, который держат в руках, и по одному развороту за раз. В конце концов, именно для этого вы и разрабатывали дизайн журналов, а не для того, чтобы засовывать их в пластиковые файлы и хранить вместе с другими работами.

То же самое касается и дизайна книг. Потенциальный работодатель должен прикоснуться к ним, подержать их в руках, полистать, как это делает настоящий читатель. Таким образом, формат вашего портфолио должен соответствовать назначению ваших работ. Если вы выбрали некоторое количество работ, таких как журналы или книги, их можно поместить в толстые застегивающиеся папки в виде книги или в папки для презентации фотографий. Помните, что многое о вас говорит и сама форма подачи материала.

Одно из лучших портфолио, какое мне довелось видеть в последнее время, было выполнено в формате книги. Молодая девушка сама разработала дизайн «упаковки» для своих работ в виде книжного футляра, покрытого тканью. Радовал глаз не только сам дизайн «книги», но и мастерство воплощения идеи. Работы также оказались великолепными. Все было хорошо продумано и смотрелось как единое целое — и упаковка, и ее содержимое. Девушка не только оформила в таком уникальном формате собственные работы, но и подчинила их общей идее и общему стилю.



HOLD



SEE



TOUCH

See it – **ВИДѢТЬ** это

Touch it – **ТРОГАТЬ** это

Hold it – **ДЕРЖАТЬ** это

**Горшок с золотом
никогда не таился
у конца радуги, вы
уже сидите на нем.**

Род Петри

Постарайтесь понять, как дизайнеры воспринимают другие дизайнерские работы, изучайте журналы и ежегодные издания по дизайну — их выходит очень много! Они помогут вам разработать оригинальный дизайн собственного портфолио.

Как бы вы ни оформили ваше портфолио, для его совершенствования может потребоваться некоторое время. В любом случае неплохой идеей будет взять на собеседование что-то, сделанное собственными руками, или какой-нибудь макет, ведь «ручная работа» до сих пор высоко ценится в студиях. Я очень многое могу сказать о дизайнере по тому, как он компоует материал, держит в руках скальпель, уделяет внимание деталям и пространственной композиции.

Как работодатель, я хотел бы, чтобы вы постарались создать макет, привлекательный для клиентов. Ваше отношение к своей собственной работе покажет, как вы будете относиться к дизайнерским проектам в моей студии.

package

package – упаковка/возраст

**Примите вещи
такими, какие они
есть, а потом
создайте их такими,
какими вы хотели бы
их видеть.**

Мервин Курлански

**Правила игры —
подходящее
описание того, как
преуспеть в сфере
дизайна, а также как
выполнять работу
качественно и со
всей ответствен-
ностью, которую мы
взяли на себя, как
дизайнеры.**

Ян Шталь фон
Гольштейн

Портфолио в виде pdf-файла

Когда вы связываетесь со студиями, иногда бывает так, что вас просят послать ваше портфолио в электронном виде. Для дизайнерских компаний это самый быстрый способ определить, кто достоин личной встречи.

В таком случае вы должны взять свой набор элементов — свое портфолио и свои работы — и, проведя отбор, создать своеобразный pdf-файл. Даже если в конце концов вы останетесь просто на самой удачной фотографии с чашкой кофе, при виде которой бегут слюнки, и слоганом «Я готовлю потрясающий кофе», то все равно это покажет ваше мастерство.

Если вас просят прислать работы в электронном виде, то их нужно преподносить несколько иным образом, не так, как портфолио. Работы потребуются снабдить пояснительным текстом, чтобы тот, кто будет их оценивать, понял ход ваших мыслей; только не будьте многословны, чтобы текст не отвлекал внимание собственно от ваших разработок.

Если студия или дизайнер попросили вас прислать портфолио в виде pdf-файла, воспринимайте это скорее как задание создать веб-сайт. Сделайте его более похожим на тизер, то есть «завлекалку», а не отправляйте полноценную презентацию ваших работ. Пусть у потенциальных работодателей появится желание перезвонить вам, чтобы увидеть ваше полное портфолио.

Если вас не выбрали после того, как вы отослали свои лучшие работы, не расстраивайтесь. Возможно, вы просто не подходите именно этой конкретной фирме. Это немного похоже на свидания: как говорится, в море полно рыбы, нужно просто найти подходящую.

Всегда можно написать электронное письмо тем, кто сказал вам: «Спасибо, но вы нам не подходите» (если у них хватило вежливости на это), — и попросить их оценить вас повторно. Возможно, в следующий раз вам удастся пройти отбор. Не забывайте о том, что любая оценка субъективна; у кого-то другого может сложиться совершенно иное впечатление о вашей работе.

individual

individual – индивидуальный/вы

Привлечь внимание к себе вы можете каким-нибудь неожиданным и экстравагантным способом, но ваше портфолио должно демонстрировать ваши работы в простой и элегантной манере. Качество ваших работ должно говорить само за себя.

Питер Джоунз

Как пройти через двери

Для того чтобы войти в игру, первым делом нужно открыть дверь. А для того чтобы открыть дверь, нужно найти ручку.

Это мало чем отличается от того, как пройти через двери дизайнерской компании и показать свою работу: вы должны найти ручку, то есть способ привлечь к себе внимание именно этой дизайнерской компании. Это также означает, что в разных областях дизайна важны различные подходы: в рекламном агентстве, например, совершенно не такие требования, как в издательстве, — да и специалисты, работающие в разных областях, обычно довольно сильно разнятся.

Конкуренция за рабочие места высока, и вы должны выделиться из толпы. Но у вас уже есть ключ: вы уникальная личность, и ваш стиль отличается от стиля ваших товарищей по университету.

Как и в жизни, каждый человек уникален. Характер, восприятие событий, чувства, самооценка, степень уверенности в себе, предпочтения — все это у каждого свое.

Во время преддипломного показа вы, вероятно, заметили отличие своих работ от работ ваших однокурсников. Точно так же отличается стиль каждого из ваших коллег.

Что вам действительно необходимо, так это распознать, понять и использовать собственные отличия, свои уникальные качества. Что вас вдохновляет, что заставляет браться за дело и придумывать дизайн, отличающийся от дизайна других? Эти качества можно использовать себе во благо. У вас уже есть некий внутренний стержень, который находит проявление в ваших работах и в вашем портфолио, так что изучите его, узнайте его получше и оцените его.

Электронное или бумажное письмо — один из важнейших способов первичной коммуникации с фирмой или агентством. Если вы отделаетесь стандартными фразами, не потрудившись даже узнать имя того, к кому обращаетесь, то получатель вашего письма может прийти к мнению, что

Я никогда не проходил собеседование при приеме на работу, которая была доступна.

Стив Твиггер

game
game – игра/я или меня

вы просто скопировали текст и воспользовались программой массовой рассылки писем. Может даже сложиться впечатление, что вас нисколько не интересует личность того, к кому вы обращаетесь. Так почему же его должна заинтересовать ваша личность?

В данной сфере ответа достаиваются не более одного процента из всех электронных и бумажных писем, входящих в дизайнерские компании. Вы в буквальном смысле должны найти способ достучаться до тех, кто находится по ту сторону двери. Или даже распахнуть ее, а не просто ждать, пока кто-то отреагирует на ваш вежливый и едва слышный стук. Очень важное преимущество в самом начале дает личный контакт.

Даже то, как вы стучитесь в дверь, многое говорит о вас, так что продумайте этот момент заранее.

Формула, позволяющая распахнуть двери, на самом деле довольно проста: прежде всего, это внимание к деталям. Для начала вам нужно посмотреть на свои работы и понять, что в них главное. Подумайте, как наилучшим образом продемонстрировать ваши сильные стороны с точки зрения визуальности. Потом решите для себя, где вы хотите работать и какая компания подойдет вам больше всего. Будет ли это крупная компания или небольшая дизайнерская фирма? Вам потребуется ознакомиться с ее деятельностью, с ее направлениями работы, а также найти как можно больше контактов и запомнить имена и фамилии тех, кто занимает ответственные посты.

Все это должно помочь вам понять, кто вы на самом деле, и найти свое истинное призвание. Пройти через двери — это первый шаг на пути к карьере в выбранной дизайнерской компании. Как и при решении всякой дизайнерской задачи, используйте полученные в течение нескольких лет и оплаченные навыки и знания, чтобы решить одну из самых важных задач в своей жизни.

Вот вам совет. Один из способов связаться с дизайнером, чтобы договориться о встрече и получить совет относительно портфолио, это позвонить после 18:00, когда секретарша уже ушла с работы. Но вы должны знать имя человека, к которому обращаетесь.
Питер Джоунз

Электронные и бумажные письма

Использовать электронную почту для первого контакта со студиями — пустая трата времени, особенно если вы не провели предварительные поиски и не выяснили, на какой адрес следует посылать соответствующие письма или к кому конкретно обращаться. Если ваше электронное письмо окажется не в том почтовом ящике, то тем самым вы просто покажете, что его судьба вас нисколько не волнует, и оно отправится в корзину.

При всем этом коммуникация посредством электронной почты может дать результат, если вы занимаетесь цифровым дизайном и ваши работы предназначены только для просмотра на экране.

Я бы предпочел послать дизайнерам нечто материальное, осязаемое, чтобы они заинтересовались, — а уже после этого можно связываться с ними по электронной почте. Даже лучшие электронные письма выпускников обычно не удостоиваются внимания или сразу удаляются. Не лишайте себя шанса.

Наихудшие электронные письма начинаются примерно так: «Если это вас заинтересует, перейдите по этой ссылке и посмотрите на мою работу...» Зачем мне, профессионалу, тратить свое время на просмотр работы человека, который не вложил в составление собственного письма ни капли старания?

Если вам самим безразлична судьба вашей работы, то это характеризует вас наихудшим образом. Получателю такого письма, скорее всего, тоже будет безразлично, что вы там написали.

С другой стороны, когда я получаю прекрасно составленное и замечательно оформленное бумажное письмо, которое приятно держать в руках, во мне пробуждаются нужные чувства, потому что адресант говорит со мной на одном языке.

Язык дизайна сначала воздействует на сердце, и только потом на разум.

Быть дизайнером — это нечто большее, чем просто владеть компьютером: нужно демонстрировать свои творческие способности и добавлять значимость всему, над чем вы работаете, даже если эта работа не имеет важного значения.
Джо Алнатт

Как важно быть настойчивым

Вспомнив то, чему вас обучали несколько лет, вы должны взяться за работу по прохождению через двери выбранной дизайнерской фирмы, как вы взялись бы за любую другую дизайнерскую работу или любое другое задание (применяя методы исследования, анализа и решения задач). После того как определите, в чем именно заключается суть задачи, вам нужно будет приступить к ее выполнению согласно намеченному плану.

Если вы посмотрите на эту задачу как на своего рода очередное дизайнерское задание, то она перестанет быть для вас скучной, и решение придет само собой. Но для достижения результатов придется приложить усилия; результат пропорционален вложенным силам.

Важно познакомиться с деятельностью тех фирм, в которых вам хотелось бы работать. У каждой из них имеется свой сайт, поэтому постарайтесь изучить их деятельность. Соответствуют ли ваши работы их стилю и манере?

Займитесь исследованиями и составьте небольшие записки о каждой выбранной дизайнерской фирме. Собранные сведения помогут вам определиться с тем, как вам себя им подавать. Сделайте список того, что вас впечатлило в их работе, и используйте эту информацию при подготовке к собеседованию. Вдохновенные положительные отзывы нравятся всем; кроме того, вы покажете, что старательно выполнили «домашнее задание» и готовы стать частью их команды.

Самый трудный этап в поисках работы — договориться о том самом первом собеседовании, поэтому не жалейте времени и усилий на достижение поставленной цели. Важно также оставаться на связи и после собеседования. Не дайте своим трудам пропасть впустую.

Человек, с которым вы встретились в студии и которому показали, на что способны, уже знает о вас и о ваших работах, поэтому в последующем договариваться с ним будет уже легче. Найдите приемлемый способ поддерживать с ним связь и не давать ей угаснуть.

Любому техническому навыку можно обучиться, любым процессом можно овладеть, любой компьютер освоить. Точно так же вы можете приспособливать и видоизменять концепции, заимствовать идеи, объединять их со своими, как вам будет угодно. Но ничто из вышеперечисленного не имеет отношения к истинному творчеству.

Истинное творчество заключено внутри вас. Только внутри вас. И никакие университеты, стажировки, начальники или компьютеры вас этому не научат. Это ваш личный выбор, ваша личная ответственность.

Будьте верны себе, и вы станете настоящим творцом.

Отто Батхерст

В мире существует огромное количество ужасных образцов дизайна. Если сможете объяснить, чем они отличаются от хороших, то вы уже на полпути к цели. Если сможете создать отличающийся образец, то вы уже у цели.

Фил Клементс

Способы открыть двери

Чтобы открыть двери в индустрию дизайна, потребуется воспользоваться несколькими основными инструментами, которые можно приспособить под разные конкретные случаи.

Бумажные и электронные письма, программа рассылки электронных писем и свой веб-сайт — все это должно быть в вашем «наборе на каждый день». Только с ним вы сможете включиться в игру. Большинство студентов тратят много времени и сил на то, чтобы заявить о себе во время дипломного показа (и это обосновано), но только в последнюю минуту они вспоминают, что у них нет визиток, которые можно было бы при этом раздать. Поэтому они принимаются делать их спешно и бессистемно — и в этом-то и заключается проблема.

Придумывать дизайн визитки и печатного бланка в последнюю минуту — плохая идея, если вы намерены поразить мир своими дизайнерскими навыками. К тому, как вы себя подаете, нужно относиться с таким же вниманием, как и к работам в своем портфолио. Эта задача требует таких же исследований, проработки и отделки.

Если вам нелегко справиться с этой задачей, не волнуйтесь (многие дизайнерские компании так с ней и не справились) и просто придумайте какую-то несложную, но хорошо сконструированную эмблему. Она потребуется вам, по крайней мере, для писем или электронной почты.

Я до сих пор полагаю, что хорошо составленное письмо на хорошей бумаге и с хорошей шапкой, написанное хорошим стилем и без орфографических ошибок, говорит гораздо больше о вас, чем любое электронное послание с таким же содержанием. Мне и поныне ужасно нравится получать и открывать бумажную корреспонденцию.

Никогда не забывайте о том, что оформление письма так же важно, как и содержащиеся в нем слова. Вы же, в конце концов, работаете в визуальной среде. Кроме того, я бы сказал, что визуальная привлекательность письма поло-

Будьте честными, аккуратными и предлагайте налить чаю (если вам повезло настолько, что вы нашли работу!).

Эмили Берри

жительным образом сказывается на его восприятии в любой сфере, поскольку это говорит о том, что вы вложили в него больше труда и внимания, чем в электронное сообщение. Любое бумажное письмо можно дополнить последующим электронным сообщением, но важнее всего первое впечатление, и бланк вашего письма — прекрасный повод продемонстрировать ваше мастерство дизайнера. Письмо — это трехмерный объект, и внимание к его деталям многое расскажет о вас вашим потенциальным работодателям.

За всю жизнь мне довелось получить по почте несколько писем, которые можно назвать чудесными образцами дизайна. Одно из них запомнилось мне особенно. Это было письмо от австралийского дизайнера, от женщины по фамилии Берри.

Оно было написано на четырех страницах и великолепно оформлено. Все в нем имело отношение к фруктово-ягодному чаю, и к посланию прилагались пакетики с чаем. Так автор письма визуально обыграла свою «ягодную» фамилию. В последней строчке говорилось: «А также я делаю очень хороший чай». Я нанял ее, и она была мне великолепным помощником в течение трех лет, прежде чем вернуться на родину. И да, она действительно делала хороший чай.

Ваш веб-сайт должен быть всего лишь небольшой рекламой, тизером, чтобы нужные люди заинтересовались вами и вашими работами.

Ваш веб-сайт — это ваш последний инструмент, но если вы выложите в Сети все самые лучшие свои работы, то вам уже нечем будет удивлять потенциальных работодателей в ходе собеседования.

Ваша задача — произвести впечатление на фоне конкурентов, и если вы сразу покажете все козыри, то тем самым вычеркнете фактор неожиданности, поэтому будьте аккуратнее с тем, что выкладываете в Сеть.



ДВА

СОБЕСЕДОВАНИЯ

show – показ или демонстрация

sho

w

Цените свою работу и верьте в нее. Не занижайте вашу цену, и никто не станет этого делать.

Стивен Уильямс

**Пусть ваша работа говорит сама — про-
давайте СЕБЯ.**

Стив Твиггер

Что брать и что показывать

Даже если вы уже анализировали деятельность дизайнерской фирмы, в которой вам бы хотелось работать, освежите свои знания, изучив еще раз ее веб-сайт. Обращайте внимание не только на визуальное портфолио этой компании, но и на то, что пишут и говорят о ней, о своей работе и своих клиентах ее сотрудники. Изучите список клиентов компании; он в любом случае говорит об ее истории и влиянии, даже если в нем значится большое количество прежних клиентов.

У вас, скорее всего, скопилось немало работ или различных заданий, над которыми вы работали в разное время обучения в школе дизайна. Используйте их при составлении портфолио, предназначенного именно для этой дизайнерской фирмы. Выберите работы, которые наиболее соответствуют ее стилю.

Если у вас имеется только один хорошо подходящий по стилю образец, попробуйте выполнить еще несколько образцов, придерживаясь тех же высоких стандартов.

Главное в вашем портфолио — не количество, а качество. Лучше показать четыре великолепных образца работы, чем десять образцов, особенно если шесть из них портят впечатление от четырех. Тщательный отбор свидетельствует о том, что вы понимаете, на какой сектор рынка ориентируется фирма, и можете соответствовать ее требованиям. Это также послужит основанием для взаимопонимания и отправной точкой для беседы. Воспользуйтесь своим опытом и знанием сектора рынка, чтобы о вас сложилось благоприятное впечатление.

Мне довелось повидать очень много портфолио студентов, которые, желая показать все, на что они способны, приносили образцы вроде рисунков или фотографий, не имевших никакого отношения к их дизайнерским работам.

Вас нанимают прежде всего как дизайнера, а не как художника или фотографа. Если дизайнерской фирме потребуется фотограф, то она постарается нанять хорошего специалиста в своей области. Вместе с тем рисунки и фотографии показы-

post-rationalization

post-rationalization – пострационализация/рациональный

вают, что у вас есть определенные дополнительные навыки, которые можно будет использовать при необходимости и которые могут дать вам преимущество перед конкурентами.

Поэтому я думаю, что будет неплохо продемонстрировать дополнительные навыки, при условии, что вы их готовы развивать. Если вы намерены устроиться в дизайнерскую компанию, которая делает много печатных работ, то покажите, как вы умеете сочетать в своем дизайне рисунки, фотографии и компьютерные иллюстрации.

Например, разместите свои фотографии или иллюстрации на обложке книги, на постере или используйте их при оформлении упаковки. Так вы покажете, что умеете использовать свои идеи в дизайнерском контексте. Но всегда продумывайте свою концепцию чуть глубже и будьте готовы объяснить ее. Оформляя обложку при помощи своих работ, воспринимайте их как нечто, имеющее отношение к поставленной задаче и как способ ее решения.

В результате у вас получится законченное произведение, и вы всегда сможете объяснить, почему вы именно так справились с заданием. Это называется пострационализация.

Умение решать поставленные задачи должно быть основной сильной стороной дизайнера, и вас нанимают как раз для этого — решать поставленные клиентом задачи при помощи графических средств с целью донесения нужного сообщения аудитории.

В большинстве случаев графика говорит сама за себя, но никогда не недооценивайте свои коммуникативные навыки, которые помогают вам общаться с клиентами или будущими работодателями.

Вы продаете себя, а товар нужно показать лицом. Покажите, насколько хорошо вы умеете решать поставленные задачи визуальными средствами.

Главное — это верить в себя, потому что если вы сами не поверите в себя, то никто не поверит в вас.

v
e **r** **b**
a


verba – вербальный или словесный

Давным-давно, еще в 1975 году, в бытность студентом Колледжа дизайна и коммуникации Рейвенсборна, я в течение месяца проходил профессиональную практику в качестве помощника Алана Флетчера в Pentagram. Помню эту необычайно трудную для меня пору, как сегодня. У меня вечно ни на что не хватало времени, и на меня постоянно наваливали много работы. И еще требовалось следить за порядком в студии. Для меня это было настоящим потрясением. Помню, как оценивали мое портфолио. Это была сцена под названием «Мальчик из Плимута встречается с Отцом британского графического дизайна». Это оказался суровый контакт с реальностью. «Тебе, бездельнику, только воздух пинать», — сказал Алан.

Из всего времени работы в Pentagram больше всего я запомнил то, как осознал, насколько мало знаю — а ведь до этого мне казалось, что я знаю очень много, — и сколько мне предстоит узнать, если собираюсь зарабатывать на жизнь, воплощая свои идеи. Все, чему я обучился в Рейвенсборне, предстало передо мной в иной перспективе. И, подобно всем, кто четыре года обучался графическому дизайну, до попадания в студию я не имел ни малейшего представления о том, что значит быть профессиональным дизайнером. По большей части то, чем мне приходилось заниматься, было далеко от гламурности. Как и следовало ожидать, я был мальчиком на побегушках, но такая работа позволила мне понять, что самое главное в этой сфере — внимание к деталям.

Подготавливая презентации, я научился продавать идеи. Я всегда считал, что хорошие идеи сами себя продают. Но в действительности это не так. Труднее всего продавать самые лучшие идеи. Чем лучше ваши идеи, тем труднее убедить людей в том, что они хороши. Теперь, когда вспоминаю те ранние годы, я, как никогда, лучше понимаю, что это был один из самых ценных усвоенных мною уроков. После того как я закончил Рейвенсборнский колледж, мне несколько раз предлагали вернуться на работу в Pentagram, видимо, Отец британского графического дизайна считал, что я не так уж плох. Или я со временем стал лучше.

Джон Спенсер

Наше будущее зависит от людей вроде вас — тех, кто смотрит на мир иначе. Так что используйте свой творческий мозг как инструмент, не имеющий себе равных.

Джим Томпсон

Познакомьтесь с работами дизайнерской компании

Чем больше работ выбранной вами дизайнерской компании вы изучите, тем лучше. В колледже вас учили проводить исследования, так что не забывайте об этих навыках. Узнайте о компании как можно больше и сами начните собирать о ней сведения.

Вы узнали, что перед началом работы, то есть перед тем, как попытаться воплотить в жизнь какие-то свои идеи, желательно узнать обо всем, что имеет отношение к полученному заданию, особенно в условиях конкуренции. Все дизайнерские компании соперничают между собой за право выполнить то или иное задание, тем самым облегчая вам задачу.

Веб-сайт каждой компании специально оформлен таким образом, чтобы у потенциальных клиентов сложилось впечатление, что она лучше других дизайнерских компаний. Наряду с образцами работ на сайтах некоторых компаний также выкладывается кое-какая информация об их принципах. Ознакомьтесь со всей доступной информацией и подумайте, к этой ли работе вы стремитесь.

Хотели бы вы иметь в своем портфолио образцы дизайна, подобные тем, что показаны на сайте той или иной компании?

Чем больше вы знаете о выделенной вами компании, тем легче вам будет общаться с ее представителями. Если вам есть что им сказать, то это неплохая отправная точка для начала диалога.

Если вы искренне интересуетесь их работой, то тем самым вы будете интересны и им, — но не пытайтесь изобразить интерес, если его не имеете. Обычно такой фокус не срабатывает.

Первая работа, которую вы получите, важна тем, что она станет ступенькой к следующей вашей работе. По мере восхождения по карьерной лестнице ваше портфолио будет пополняться. Место образцов, выполненных в коллед-

**Крайне важно не
терять связи с
реальностью, не
добиваться любыми
средствами
совершенного
изображения, не
стараться исправить
то, что естественно,
и не терять задора
молодости в работе.**

Джеймс Фолкнер

же, займут образцы ваших работ, сделанных в профессиональных дизайнерских компаниях.

Но в этой игре, практикуя один и тот же вид деятельности, легко занять ярлык и стать узким специалистом.

В дизайне есть дизайнеры упаковок, дизайнеры печатной продукции, веб-дизайнеры. В рекламе вы художник-оформитель, или копирайтер, или шрифтовик, или редактор.

Если однажды на вас навесят ярлык, то потом будет трудно от него избавиться. Если вы хотя бы год не занимались ничем другим, кроме дизайна упаковки, то ваше портфолио будет пополняться только образцами упаковки, и не успеете опомниться, как у вас будет портфолио дизайнера упаковки. А с таким багажом нелегко устроиться в брендинговую компанию.

Двадцать девять лет назад я проводил собеседование с очень талантливым молодым дизайнером Ли Кумбером, который в начале своей карьеры разрабатывал великолепный дизайн книг, но хотел устроиться в более основательную дизайнерскую компанию. Он попал в своего рода ловушку, потому что его портфолио содержало множество книжных обложек, и ему предлагали работу только в соответствующей сфере. Я же разглядел его потенциал и предложил ему работу. Остальное — история дизайна.

Я верю в то, что великие дизайнеры велики в любой области дизайна, но мир любит ярлыки. Я предпочитаю пробовать себя в разных сферах и осваивать различные дизайнерские дисциплины. Междисциплинарные навыки важны тем, что они пригождаются в решении сложных дизайнерских задач, что мне особенно по душе.

know

know – знать/сейчас

Художественная школа готовила меня быть творческим. Она не готовила меня к работе.

«Не такой уж известный» Брайан Коллинз

Что надеть

Собеседование похоже на первое свидание или на первую встречу с родителями избранницы или избранника. Внешний вид и одежда многое говорят о вас тому человеку, который проводит с вами собеседование.

Мне кажется, вам следует выглядеть так, как будто вы хотя бы немного готовились к встрече и приводили себя в порядок. Выглядишь по-умному — действуешь по-умному. Вы потратили много усилий на то, чтобы составить свое портфолио в наилучшем виде и чтобы все его элементы соответствовали друг другу. Внешний вид — это последний элемент вашей презентации. Вы старались сделать свою работу как можно более привлекательной, так сделайте теперь себя привлекательными.

Важно при этом быть самими собой и надеть то, в чем вы чувствуете себя комфортно. Помните: вы пришли, чтобы произвести впечатление. Быть естественным — это очень важно.

Когда-то я облачался в сюртук эпохи короля Эдуарда, брюки в полоску, рубашку с отстегавающимся воротничком и всегда носил галстук... но, опять-таки, я всегда был немного странным, мягко говоря. Алан Флетчер часто спрашивал меня, когда я перестану носить одежду своего дедушки.

Безукоризненный черно-белый наряд с вкраплением красного соответствовал тону моих печатных работ. Вам же не обязательно одеваться так, чтобы отвлекать внимание от своего портфолио. Я нанимал на работу панков с розовыми ирокезами, длинноволосых хиппи, новых романтиков и чудаков с пирсингом по всему телу. Обычно у ярких людей бывают яркие портфолио, а в нашей игре главную роль выполняет как раз портфолио.

В художественном колледже основной упор делается на оценки, и это оправдано. Но как только вы закончите колледж, никому не будет никакого дела до того, какие оценки вы там получали, — всех интересуют только ваше портфолио, ваш дизайнерский талант и, соответственно, то, что вы можете предложить фирме как дизайнер. Но если вы получали ве-

В колледже пользуйтесь каждой возможностью, усердно трудитесь и не гонитесь за оценками. Просто создавайте великолепные работы!

Алан Оливер

Ужасные истории

ликолепные оценки и закончили колледж с отличием, то нет ничего плохого в том, чтобы это подчеркнуть, потому что тем самым вы представляете себя в выгодном свете.

Не забывайте о том, что, помимо ваших работ, ваш потенциальный работодатель оценивает и то, насколько хорошо вы впишетесь в коллектив студии.

Во время собеседования постарайтесь показать себя как личность, потому что вашему потенциальному работодателю также хочется узнать, как вы станете вести себя в стрессовых ситуациях и будете ли задерживаться допоздна на работе вместе с остальными дизайнерами.

Для того чтобы собеседование прошло блестяще, нужно продемонстрировать блестящие работы. Но также важно донести до потенциального работодателя мысль о том, что вы находчивы, готовы делать что-то сверх его ожиданий и умеете находить верные решения в стрессовых ситуациях.

Когда беседовал с дизайнерами, и мне нравилось то, что они показывали, я их обычно спрашивал: «А что было самое худшее из того, что с вами случилось до сих пор?» Некоторые рассказывали страшилки об очень дорогих фотосессиях, другие вспоминали неудачные презентации не для тех клиентов. Я же узнавал, как они вели себя тогда, когда что-то шло не так и они оказывались в трудных ситуациях. А также то, что они уяснили и что вынесли полезного для себя из того или иного неприятного случая.

Если что-то из перечисленного ниже относится к вам, то считайте, что у вас все в порядке.

- *У меня появилась идея получше, и ночью я переделал проект.*
- *Мне не понравился первый результат, поэтому я поработал еще и в выходные.*
- *Задача была не из легких, и мне понадобилось провести дополнительные исследования.*

Удачи, Джон Ларкин

Не существует никакого правильного способа быть дизайнером. Каждый дизайнер не похож на других дизайнеров. Вы не должны меняться ради того, чтобы соответствовать какому-то стереотипу. Ваша индивидуальность поможет вам стать таким дизайнером, каким вы и должны быть.

Квентин Ньюарк

Подготовка к собеседованию

Советам, которые даю здесь, я сам следовал на протяжении более чем тридцати лет, и они стали моей второй натурой. Я всегда прихожу на собеседование за 30 — 40 минут до назначенного времени и никогда не спешу.

Когда подхожу к входной двери (а это значит, что я точно знаю, где должен находиться в условленное время), я поворачиваюсь и иду куда-то еще — попить, посидеть на лавочке. Я могу расслабиться, потому что точно знаю, что не опоздаю. Я открываю компьютер и загружаю свои работы для показа, чтобы их можно было увидеть сразу же, как я подниму крышку ноутбука.

Мне доводилось быть свидетелем тому, как люди нервничают во время собеседования, пытаются просто включить свой компьютер, не говоря уже о том, чтобы запустить нужную программу, найти нужный файл и т. д. Печально, но это всего лишь доказывает, что вы не подготовились.

Вы же не хотите тратить драгоценное время собеседования зря; вы продаете себя и создаете такое важное первое впечатление. Подготовьтесь заранее — это позволит представить, как вы будете вести себя на рабочем месте.

Прорепетируйте то, что намереваетесь рассказать о каждом образце в вашем портфолио: если вы не способны охарактеризовать в нескольких словах собственную работу, это означает, что вы вряд ли хорошо справитесь со сложными заданиями.

Боб Гилл говорил, что если не можешь продать идею по телефону, то у тебя не такая уж понятная заявка.

Я работал с одним ритейлерским брендом, в заявке которого говорилось: «Мы хотим довести идею о том, что мы британцы и гордимся этим, но с таким уличным налетом». Я представил изображение английского бульдога в солнцезащитных очках. Едва увидев этот символ, большой босс сказал: «Ты что, издеваешься, сынок?» Нанявшие меня директора стали покидать совещание (но все же я продал эту идею).

communicate

communicate – общаться/вы

Если вы опишете вкратце каждое задание и каждое найденное решение, то вам будет легче рассказывать о них во время собеседования. Предполагается, что вы должны продать свою работу, а если вы не можете показать, что верите в ее успех, то вряд ли добьетесь успеха.

Один из лучших способов проверки, насколько идея успешна, заключается в выяснении, насколько легко ее суть можно донести до других. Если для этого придется слишком долго говорить, то идея едва ли найдет воплощение. Работа должна говорить сама за себя; вы всего лишь комментатор, пока работа находится в центре внимания.

Но по тому, насколько вдохновенно вы говорите о своей работе, можно судить о том, насколько она вам нравится, поэтому не волнуйтесь и будьте собой, ведь человек, который беседует с вами, не волнуется — он просто хочет посмотреть, что вы способны предложить.

Показывайте только лучшие образцы своей работы, пусть даже их у вас немного. По крайней мере, вы сами будете знать, что демонстрируете свои сильные работы. Это также доказывает, что вы способны судить о качестве дизайнера, умеете отличать хорошее от плохого, что вы проницательны и не боитесь редактировать свои работы.

Если у вас родилась великолепная идея на первом или втором году обучения, то она, скорее всего, великолепна до сих пор, так что попытайтесь ее немного подправить и включите в свое портфолио.

**Дизайнер всегда
должен быть готов
построить сетку и
сломать ее!**

Сибил Черри Лай

Постарайтесь запомнить, откуда вы пришли. Не пытайтесь выйти через шкаф! Такое со мной случилось.

Стив Твиггер

Доля невербального общения составляет 60 — 90 процентов от всего объема коммуникации.

Собеседование

Впечатление о вас начнет составляться с того мгновения, как вы войдете в помещение, где будет проходить собеседование. Внимание обращают на все — на то, как вы держитесь, как двигаетесь, куда смотрите, и даже на то, как вы садитесь. Ради всего святого, улыбайтесь — это же не визит к стоматологу, и от вас хотят, чтобы вы представили свою работу.

Возможно, ваши работы по-настоящему великолепны, но вы должны еще и соответствовать компании. Как правило, работодатели ищут того, кто мог бы удачным образом влиться в их уже сложившийся коллектив.

Работа должна продавать себя, а вам нужно продавать себя. Будьте искренними: вы уже себя должным образом запаковали — теперь распакуйтесь и продемонстрируйте блестящее содержимое.

Потрудитесь заранее ознакомиться с работами студии, чтобы проверить, нет ли у вас чего-то похожего. Если ваши образцы соответствуют стилю компании, то вы можете это использовать как повод и увлеченно поговорить о ее деятельности.

Всегда изъявляйте готовность поработать в качестве стажера несколько недель — так потенциальный работодатель сможет вас испытать, прежде чем нанять. Энтузиазм, с каким вы стремитесь устроиться в эту студию, должен быть заразительным.

То, как вы говорите, держитесь, достаете портфолио или ноутбук, как кладете их на стол, как смотрите в глаза собеседнику — все это так же важно, как и собственно ваши работы.

Довольно часто мне приходится полагаться на свое шестое чувство; из-за дислексии и неумения как следует вникать в слова я быстро оцениваю людей по их манере держаться и говорить. Мне случалось нанимать людей, даже не взглянув на их работы, — просто потому, что в ходе беседы я понимал: в них есть потенциал.

Люди хотят увидеть в вас энтузиазм, ум, креативность, усердие и внимательность. Оттачивайте эти навыки постоянно.

Керен Хауз

Если вы обладаете какими-то дополнительными навыками помимо дизайна, не забудьте упомянуть об этом. Например, если у вас отличная оценка по английскому языку, то, возможно, как раз это станет решающим фактором, поскольку большинство дизайнеров не так уж хорошо умеют писать или редактировать тексты.

Если вы жили или путешествовали за границей, зарабатывали себе на жизнь какой-то другой деятельностью и т. д., то это показывает, что вы любознательны, предприимчивы, умеете трудиться в разных ситуациях. Всегда намекайте на то, что вы готовы приложить дополнительные усилия ради получения места там, где хотите работать.

Всегда говорите спасибо. Попросите трезво оценить ваши работы и ваш подход к собеседованию, так как для вас окажутся полезными любые замечания. Если вы с чем-то не согласны, то просто не берите это в голову до следующего собеседования. Но если вы выслушали одни и те же замечания несколько раз, следует на них обратить внимание и поработать над собой.

Если потенциальный работодатель похвалил ваши работы, попросите дать вам его контактные данные и поинтересуйтесь, можете ли вы воспользоваться его рекомендацией в ходе другого собеседования.

Раз уж вы сумели открыть дверь, оставайтесь на связи: отправьте другие образцы своей работы. Просто открыть дверь достаточно трудно, так что стоит воспользоваться этой возможностью.

Чаще всего я вижу дизайнеров только один раз, а потом они не дают знать о себе. Людям нравится работать с теми, кого они знают, поэтому попытайтесь войти к ним в доверие и с умом поддерживайте с ними отношения.

В середине 1980-х креативному директору было нелегко находить талантливых дизайнеров, которые бы умели (или хотя бы начинали учиться) визуальными средствами воплощать наши идеи. За полтора года я увеличил вдвое количество наших дизайнеров в возрасте до тридцати пяти лет, а это означало, что мы постоянно проводили собеседования. Найти по-настоящему замечательного дизайнера всегда нелегко (как его удержать — это другой вопрос). Я руководствуюсь тем принципом, что нанимать следует тех, кто потенциально может оказаться лучше вас.

Самое забавное собеседование я провел совместно с Вернером, великолепным швейцарским дизайнером со своеобразным чувством юмора. Я немного опоздал к началу и, войдя в кабинет, попросил Вернера продолжать, а самсел за стол. К тому времени я выполнил дизайн почти всей печатной рекламы для зі (работу, которой во многом обязан известностью, приобретенной на предыдущей должности в Wolff Olins) и работал над сериями Insignit и Guide. Претендент перевернул страницу своего портфолио и стал показывать Вернеру и мне обложки и развороты из серии Insignit и Guide. Прежде чем Вернер успел сказать хотя бы слово, я стал задавать претенденту вопросы, ответить на которые мог бы человек, действительно проделавший эту работу, — например, чем обусловлен его выбор шрифта. Мне хотелось посмотреть, насколько хорошо этот парень блефует. Если бы он придумал какую-нибудь правдоподобную историю и убедительно врал, то я бы, пожалуй, даже нанял его; каждый, у кого хватило бы наглости проделать такой номер, доказал бы, что он способен продавать графику, а это уже полдела. Но он не выполнил домашнее задание, и его ответы на мои провокационные вопросы оказались неубедительными. Мне становилось смешно.

В конце концов Вернер, должно быть, решил положить конец мучениям этого горе-дизайнера и, указав на меня, спросил: «А вы знаете, кто это?» Посмотрев на меня, претендент ответил: «Извините, но нас не представили». Тогда Вернер сказал: «Это Фил Кливер». Тут юный дизайнер, не говоря ни слова, встал, закрыл портфолио, повернулся и вышел из комнаты. Я едва не упал со стула от смеха.

Если не будете задавать вопросы, то никогда не узнаете ответы.

Карен Биллингем

Сами задавайте вопросы

Если собеседование идет удачно и представителям работодателя, по всей видимости, нравиться вы и нравятся ваши работы, но вам говорят, что вас не могут нанять или принять вас на стажировку, потому что сейчас у них полный штат, то можно попробовать сказать примерно следующее: «У меня с собой ноутбук с моими программами, и если вы настолько заняты, то вам, наверное, пригодится пара рук. Мне потребуется лишь место за столом в углу, и вам это ничего не будет стоить». Посмотрите, что вам на это ответят.

Если снова получите отрицательный ответ, то спросите, когда появится возможность для стажировки. Если вам предложили работу или взяли на испытательный срок, задайте дополнительные вопросы о расписании, о ваших обязанностях, о том, сколько продлится испытательный срок — задавайте вопросы обо всем, что считаете требующим уточнения. Если вас приняли на стажировку, то спросите, нельзя ли получить хотя бы небольшие деньги. Не бойтесь — самое худшее, что вам могут сказать, это «нет».

Если разговор по-прежнему не клеится, поинтересуйтесь, не могли бы они предложить кому-то из другой студии посмотреть ваши работы. Возможность сослаться на чье-то имя может вам открыть и другие двери. Мне иногда звонят знакомые дизайнеры и спрашивают, не могу ли я посмотреть чьи-то работы, потому что уж очень они хороши. Кроме того, я получаю письма (письменному обращению я всегда отдаю предпочтение), в которых говорится, что такой-то и такой-то посоветовал автору письма обратиться ко мне и показать портфолио. В обоих случаях я соглашаюсь посмотреть. Устные рекомендации и система контактов работают очень даже неплохо.

Не продавайте себя задешево

После окончания колледжа я в течение полугода отчаянно пыталась найти работу с полной занятостью, и однажды меня пригласили на собеседование в одну небольшую коммерческую художественную галерею в Лондоне. Должность, на которую я претендовала, казалась идеальной для меня. Я ужасно обрадовалась; собеседование прошло хорошо, и на следующий день (в пятницу) мне

Дизайн как перформанс. Это искусство не для робких – необходимо постоянно творить, играть на публику, быть страстно увлеченным своим делом и получать от него удовольствие.

Ричард Вард

предложили работу. Приступить к своим обязанностям мне предстояло в понедельник. Я была вне себя от счастья. Я уволилась с того места, где проходила стажировку неполный рабочий день, и пошла покупать себе подходящий костюм для галереи. В субботу я получила договор, который внимательно прочитала вместе с родителями. В договоре обнаружились пункты, от которых радости у меня поубавилось; в частности, я не имела права заниматься подработкой или работать на тех, кто имеет какое-то отношение к галерее, в том числе на ее клиентов, поставщиков и сотрудников, как в течение всего срока моей занятости, так и через год после увольнения. Это меня немного смутило. Дизайн — это творческий бизнес, и понятно, что владельцам галереи не хотелось, чтобы я уведила их клиентов, — но большинство дизайнеров, как правило, занимаются подработкой вдобавок к своей основной работе. Кроме того, указанная зарплата оказалась гораздо меньше заявленной в рекламе — настолько, что после расходов на транспорт у меня оставалось бы меньше минимальной недельной зарплаты!

Родители убедили меня, что лучше всего позвонить работодателю и обсудить детали договора. Я вежливо спросила, нельзя ли пересмотреть вопрос с зарплатой, от чего мой работодатель буквально пришел в ярость и накричал на меня по телефону. Он сказал, что мне повезло уже тогда, когда мне предложили эту работу, и что за одно это я должна быть ему благодарной. По его словам, любой выпускник колледжа был бы счастлив получать такую зарплату, и тот факт, что я спросила о добавке, свидетельствует о моей жадности; теперь он вообще сомневается, подхожу ли я для такой работы, после чего заявил, что отказывается брать меня, и повесил трубку.

После этого разговора у меня опустились руки, и я ужасно расстроилась из-за того, что придется начинать поиски с самого начала, — но все происходит не просто так. Вы должны научиться брать себя в руки и ценить себя — не продавайте себя задешево!

Ханна Кэтчлав

Самое странное собеседование у меня было спустя несколько лет после того, как я окончил колледж. Меня пригласил дизайнер, которого я чрезвычайно уважал.

Я купил авиабилет за собственные деньги и полетел на встречу через четыре штата. Пока я сидел в его приемной, мне говорили, что он вот-вот меня примет. На третьем часу ожидания секретарша спросила номер моего сотового телефона. Потом мой телефон зазвонил, и голос в трубке сказал: «Мне жаль, Леланд, но я в Чикаго и не смогу встретиться с вами». Я рассердился, но мое южное воспитание помогло мне сохранить лицо. «Все нормально, — ответил я. — Поговорим в другой раз».

Через месяц мы договорились о новой встрече. Я еще немного уменьшил мой банковский вклад. Теперь мы должны были встретиться за обедом в ресторане. Зазвонил телефон: «Извините, я в Лос-Анджелесе и не смогу быть». «Не беда, буду рад перенести встречу», — ответил я, хотя несколько не был рад. Но я хотел работать с ним. Мы назначили новую дату. Я снова снял деньги со счета.

На этот раз нам предстояло встретиться за завтраком. Я предупредил официанта, что сделаю заказ, когда придет мой знакомый. Спустя два часа я приступил к завтраку в полном одиночестве. Я проголодался, и мне уже не хотелось слышать ни о каких переносах встреч. Не успел я доесть овсянку, как он появился. «Здравствуйте, Леланд! Как поживаете?» Вот бы услышать это месяца три назад! Но беседа у нас вышла неплохой. Час спустя он меня нанял. Прямо за столом.

Через несколько лет он назначил собеседование новому кандидату из дизайнеров, который терпеливо ждал его в приемной. Я ему напомнил о встрече и посоветовал не опаздывать. «Но мне это нравится», — улыбнулся он. Я озадаченно спросил почему. «Потому что по реакции претендентов я многое о них узнаю», — улыбнулся он. Я рассмеялся. «Ну, — добавил он, — какой у него номер?»

Леланд Машмейер

Дизайнеры видят мир по-другому. Весь фокус в коммуникации.
Никки Уоллхейм

remember

remember – запомните/меня

Как запомниться

Если вы следовали советам, описанным в этой книге, то у вас должно быть продуманное и хорошо оформленное портфолио, и вы, вероятно, произвели положительное впечатление на дизайнера, который проводил собеседование.

Благодаря своим удачным графическим находкам и умению решать дизайнерские задачи вы уже должны неплохо запомниться.

Я бы советовал вам оставить что-нибудь в качестве дополнительного напоминания о себе — краткое резюме, расширенное резюме или образец вашей лучшей работы.

Неплохим напоминанием послужат и визитки. Но дизайн ваших визиток не должен уступать дизайну тех работ, что представлены в вашем портфолио. Ведь это ваша личная визитная карточка, и она достойна превосходного дизайна.

Воспринимайте собеседование как очередной повод завести деловое знакомство. Самое трудное — договориться с о первой встрече.

После нужно просто поддерживать связь. Когда вы упоминаете людям о себе, это доказывает, что вы не легкомысленный человек, и, кроме того, они всегда будут держать вас в уме.

Это важно, потому что, как только у них возникнет потребность в младшем дизайнере, они обратятся к вам в первую очередь. И если кто-нибудь спросит их, нет ли у них на примете толкового человека, они скажут, что знают одного молодого дизайнера, очень общительного и внимательного.

Люди из студии, которые беседовали с вами, уже знают вас, им знакомы ваши работы, и у них на руках уже есть ваше великолепное резюме или ваша визитная карточка. Поддерживая с ними связь, вы сможете обновлять информацию о себе время от времени.

Я беспокоюсь, как бы мне не лишиться места преподавателя, если студенты узнают, что я читала в течение последних 15 минут.

Дорис Чан

У вас должны остаться личные адреса электронной почты тех, с кем вы общались, так что посылайте этим людям свои новые творения, показывающие, что вы по-прежнему занимаетесь дизайном, несмотря даже на то, что все еще не устроились на работу.

Не забудьте записать, с кем вы беседовали и как к вам отнеслись, потому что такие записи вам еще не раз пригодятся в будущем.

Создайте собственную базу данных о собеседованиях и о людях, с которыми вы встречались; все, что выделяет вас из толпы, дает вам преимущество!

sell yourself

sell yourself – продавайте себя

Студенты, которые никогда не делают то, что им говорят, вряд ли добьются чего-то значительного. Ничего не добьются и те, кто делает только то, что им говорят.

Дэвид Холмс

Во время моего дипломного показа этот почтенный пожилой джентльмен предложил мне прийти к нему и показать мои работы в его студии. Когда он собрался уходить, я сказал, что пришел бы, если бы знал, как его зовут. Он ответил: «Я Хенрион, и я есть в книге» (имелась в виду телефонная книга). Это был Ф. Х. К. Хенрион, руководитель одной из первых студий корпоративного дизайна; один из первых великих богов графики. После показа я позвонил в его студию, объяснил суть дела, и меня попросили принести для показа портфолио, назначив время для встречи. Я был впечатлен — прекрасная современная студия располагалась в Хэмпстеде на Понд-стрит, в переделанной части жилого дома самого Хенриона. Меня приняли два его старших дизайнера, Крис Лудлоу и Клаус Шмидт. Я начал встречу с того, что попросил показать мне работы студии Хенриона (тогда еще не было Интернета), а потом показал им свои. В голове у меня тогда вертелась мысль: «Не хочу работать с ними, тут скучно»*. Лудлоу и Шмидту, похоже, понравилось мое портфолио, которое тогда состояло только из работ, связанных с дизайном шрифтов и книг. Встреча продлилась около часа, и под конец мы вместе пришли к выводу, что это место не подходит для начала моей карьеры, — однако Лудлоу и Шмидт предложили мне показать мои работы другим дизайнерам студии. Я показал. Великий Хенрион так и не объявился. Вернувшись домой, я составил счет «за то, что развлекал сотрудников студии в течение часа», определив в качестве оплаты 10 фунтов, и, улыбаясь, отослал его Хенриону. Естественно, что этот счет мне так и не оплатили. Но с тех пор всякий раз, когда я договаривался по телефону о встрече, чтобы показать свои работы, мне говорили, что я могу прийти, но счет они принимать не будут. Эта шутка открыла для меня многие двери.

* Большую часть времени из тридцати пяти лет работы в дизайн-индустрии я занимался как раз корпоративным дизайном, таким как ребрендинг VISA в мировом масштабе. К настоящему времени я составил более 130 образцов фирменного стиля, несмотря на то что во время того собеседования был убежден, что такая работа не для меня!

fair TRADE – честная СДЕЛКА

FAIR trade

Стажировка

Если у вас нет опыта, то работу вы не получите, — но если не было работы, то нет и опыта. Старая проблема курицы и яйца, не терявшая актуальности во все времена.

Я считаю, что за время обучения в колледже нужно постараться как можно больше постажироваться. Некоторые учебные программы подразумевают год практики между вторым и третьим курсами.

Идея эта великолепная: во время практики вы знакомитесь с миром дизайна изнутри и учитесь преодолевать трудности, работая с клиентами и пытаясь воплотить в жизнь собственные творческие замыслы. Затем вы возвращаетесь в колледж и применяете полученные знания для вашего дипломного показа.

Вы также понимаете, что последний год обучения — это последний период в вашей жизни, когда вы можете создавать что угодно и как угодно, без всякого вмешательства со стороны клиентов. Это уникальное время, позволяющее вам раскрыть ваши таланты: второго такого шанса вам может и не представиться, или же он представится на гораздо более поздней стадии вашей карьеры.

Стажировка после окончания университета — это бесценный опыт, который необходим, чтобы по-настоящему включиться в игру. Если вы мечтаете работать в каком-то конкретном месте, то лучший способ предложить свои услуги — это попроситься постажироваться или поработать в течение испытательного срока для того, чтобы представители компании поняли, насколько вы ценный сотрудник.

Попробовать, прежде чем покупать — неплохой принцип, которым следует руководствоваться почаще. От вас будет зависеть, раскроете вы свой потенциал или нет, — но зато вы поймете, действительно ли вам стоит работать в этом месте. И это лучший способ разойтись, не теряя лица, если что-то пошло не так.

Вы выделитесь на фоне остальных благодаря качеству ваших идей, и лучшие идеи возникают не в результате «тяжелого, но упорного труда», а в расслабленном, но сосредоточенном состоянии (напряжение мешает раскрываться способностям). И конечно же, от всего этого нужно получать удовольствие.

Энди Ротт

Стажировка может быть символической, но и вы, и дизайнерская компания должны что-то получить в итоге. Вы получаете профессиональные образцы для вашего портфолио, а они получают бесплатно выполненную работу. Такую сделку можно назвать честной. Но если вы выполняете только ту работу, какую отказываются выполнять другие дизайнеры, то такая сделка вам не выгодна.

В результате вы не получите для вашего портфолио ничего такого, что показывало бы ваш профессиональный рост. Если все происходит именно так, то следует поговорить с начальником.

Вы же не собираетесь всю жизнь быть мальчиком на побегушках и заниматься черновой работой. Объясните начальнику, что вы не имеете ничего против рутинной деятельности, если вам за это платят, — но если под конец стажировки ваше портфолио не пополнится, то эта сделка нечестная.

Во время стажировки заваривайте чай и делайте кофе, даже когда вас об этом не просят. Постарайтесь влиться в коллектив, обратить на себя внимание сотрудников и стать частью дизайнерской семьи.

Сделайте себя незаменимыми. Когда к вам привыкнут, получить работу в этой компании будет гораздо легче.

Но задача эта довольно хитрая, и сложность ее состоит в том, чтобы не перейти тонкую грань и не стать собачкой, заискивающей перед сотрудниками и выполняющей все их желания. Так вы далеко не продвинетесь. Вместо помощника вы будете лишь занудой, тщетно пытающимся обратить на себя внимание.

Между вторым и третьим годом обучения в колледже я полгода занимался графическим дизайном в фирме, не связанной напрямую с дизайном. По ряду причин для меня это стало важным этапом, благодаря которому я приобрел бесценный опыт. Тогда я был совсем зеленым в плане дизайна. Мои навыки в данном виде творческой деятельности были весьма ограниченными. Единственный имевшийся у меня опыт в сфере дизайна — это два года обучения в колледже. До этого я занимался более традиционными видами творчества (живопись и рисунок). А это означало, что я совершал ошибки... много ошибок. Мне было трудно выполнять задания быстро и визуализировать мои идеи. Тем более что дело касалось корпоративного оформления, которое должно было выглядеть эффектным и изысканным, а в этом я был не силен, к тому же испытывал давление, когда мне заглядывали через плечо.

Через полгода постоянной борьбы с собой и досады из-за того, что у меня ничего не получается, что у меня нет талантов, как нет и никаких перспектив, я решил уйти. Пожалуй, это было лучшее, что могло случиться со мной, хотя в то время мне так не казалось. Я понял, что такой дизайн — всего лишь часть целой индустрии, и, честно говоря, не особенно вдохновляющая для меня на тот момент часть. Я решил попробовать свои силы в иллюстрации и в других подвернувшихся проектах. Потом я снова занялся дизайном, на этот раз более удачно и плодотворно. Последующие шесть месяцев дали мне больше, чем первые два года в колледже. Этот опыт снабдил меня силами и вдохновением для последнего года, у меня вышло осознание цели, и во мне проснулся активный интерес к данной сфере деятельности. Я понимаю, все это ужасно банально, но, тем не менее, очень важно, так что внимайте: это научило меня доверять своим чувствам и верить, что рано или поздно все образуется. Нет правильных или неправильных путей. Выберите то, что любите и чем хотите заниматься, и двигайтесь к поставленной цели, пусть даже для ее достижения потребуются полгода или пять лет. Не идите на компромисс, работайте усердно, и все получится. Конец поучению, дело сделано.

Крис Уайз



Никогда не используйте модульные сетки. Это главная причина того, что в наши дни полно печатного дизайна среднего качества, особенно в журналах.

Дэвид Карсон

Модульные сетки

В печатном дизайне любой проект превращается в единое целое благодаря системе модульных сеток. Модульная сетка представляет собой ту основу, на которой крепятся все элементы дизайна. Во многом именно сетки создают узнаваемый визуальный ритм — будь то ритм корпоративного фирменного стиля, в котором оформлена различная продукция, а также ритм книг, журналов или брошюр.

В некоторых компаниях система корпоративных модульных сеток полностью определяет все элементы их визуального стиля. Это их незыблемая основа, их остов или скелет, подобно стальным балкам небоскребов.

Самым явным образом модульные сетки представлены в полиграфическом дизайне, особенно в книгах. Одним из самых известных проповедников системы сеток стал голландец Вим Кроувел в бытность его сотрудником компании Total Design в Нидерландах. На основе сеток он создал настолько поразительные и узнаваемые форматы, что даже получил прозвище Сетка.

Работая над проектом, для которого уже разрабатывался дизайн, всегда исследуйте то, что было предложено клиенту, и старайтесь понять, какая система сеток лежит в основе этого дизайна. Это равносильно рассматриванию под микроскопом ДНК дизайна, и это даст вам более глубокое понимание того, какой подход применить к новому заданию.

В каждом дизайнерском проекте есть своя сетка, какой бы едва заметной или, наоборот, слишком явной она ни была. Эта сетка удерживает вместе все элементы — например, все части текста и иллюстрации на страницах книги. Для клиента она может стать основным средством визуального распознавания, вплоть до того, что если прикрыть логотип, то по расположению элементов все равно можно узнать, какой компании принадлежит данная продукция.

Следующая страница не пуста, как может показаться некоторым редакторам: она представляет собой визуальную сетку этой книги.



Т Y P

Ш

Этотворческая
игра — не всегда
делайте то, что
ождается.

Прочитайте «Первые принципы типографики»

Стэнли Морисона и применяйте их ко всему, чем вы занимаетесь.

Брюс Нивизон

Будьте всегда смелыми, идите на оправданный риск, не воспринимайте слишком серьезно проблемы, самосовершенствуйтесь и излагайте свои мысли в сжатом виде.

Энди Лоуренс

Типографика

Я мог бы написать целую книгу на эту обширную тему, связанную с более чем пятьюстами лет развития и экспериментов. Теперь же типографика отдана на откуп молодым дизайнерам с их компьютерами. И это пугает.

Я влюбился в шрифты, увидев, насколько красивы и разнообразны формы букв, разработанные на протяжении столетий, и мне оставалось только выбирать подходящие, аккуратно и точно сочетая их друг с другом, как работает огранщик драгоценных камней.

Раньше, чтобы стать наборщиком (специалистом по типографскому набору), требовалось несколько лет учиться этому ремеслу. Сейчас вы можете получить эту работу, пройдя небольшой формальный курс типографского набора.

Большую часть своего времени я потратил на то, чтобы обыграть компьютер в игре на его поле. Теперь я знаю, какой мне нужен шрифт и как заставить компьютер выдать мне то, что я хочу получить, а не то, что он хочет мне всучить. Я умею придерживаться строгих стандартов до такой степени, что другим кажется, будто мой текст был набран настоящими металлическими литерами, а не на компьютере.

Хорошая типографика — это мастерство и умение, которыми вы будете овладевать всю свою жизнь.

Если долю дизайна шрифта в печатной продукции определяют менее 50 процентов графической коммуникации, то в ней мало настоящего дизайна. Поэтому учитесь работать со шрифтом, как учатся ездить на велосипеде. Эти навыки пригодятся вам всегда. Хороший шрифт вытягивает весь проект, а плохой портит.

У вас развито визуальное восприятие, так что ищите хорошие образцы типографского набора и старайтесь понять, как они были сделаны. А потом попытайтесь повторить то же самое.

Красивым графическим дизайном печатного текста можно любоваться так же, как выдающейся картиной или художественной фотографией; все, что вы видите, образует такую гармонию, что вы испытываете чувство восхищения.

Алан Морден

Я до сих пор покупаю книги только потому, что шрифт в них показался мне великолепным. Я объяснил одному антикварному книготорговцу, чей каталог был набран ужасным шрифтом, что лучше бы ему открыть одну из книг, выставленных на его полках, и взять за образец то, как она набрана, вместо того чтобы печатать полное дерьмо. Мне кажется, моя прямота в том случае стоила мне дизайнерской работы, но, будучи человеком, ориентированным на визуальный способ получения информации, я просто не понимаю, как можно постоянно смотреть на прекрасный шрифт, а потом воспроизводить визуальный мусор.

Вас готовили к работе в визуальной среде, поэтому, надеюсь, вы сможете отличить хорошие примеры типографики от плохих. Попробуйте разобраться, чем они хороши и чем плохи. В типографике сотни правил, но, благодаря ее долгой истории, почти все правила набора были доведены до совершенства. Найдите эти примеры, изучите гарнитуру, стиль, размер, кернинг и сетку. Потом поэкспериментируйте и постарайтесь их воспроизвести так, чтобы ваша работа не отличалась от оригинала.

Цифровая эпоха сняла все ограничения и заставила пересмотреть многие правила типографики, разработанные в течение последних пяти столетий.

Это значит, что вы как цифровой дизайнер должны по-новому выстраивать свои отношения с шрифтами и усваивать новые правила набора текста, уделяя внимание красоте каждой детали. Только таким образом удастся сохранить высокие стандарты и не превратить типографику в рутинную компьютерную верстку с посредственными результатами.

visually
visually – визуально/все

Моей первой реально оплачиваемой работой в качестве профессионального дизайнера стала работа в нью-йоркском журнале Fortune, полученная с большим трудом, поскольку дело происходило во времена экономического спада конца 1950-х годов.

На второй день меня попросили разработать дизайн небольшой резиновой печати для конвертов. В дизайне фигурировал вытянутый указательный палец. Когда я делал макет и указывал размеры, зазвонил телефон. Пока я разговаривал по телефону, вошел печатник и выхватил макет прямо у меня из-под носа.

Через неделю я обнаружил на своем рабочем месте большой пакет. Поначалу я подумал, что в нем находится пивной кран — подарок одного старого друга из провинции. Но я ошибался.

Открыв пакет, я обнаружил резиновую печать с указательным пальцем длиной в три фута, а не в три дюйма. По всей видимости, разговаривая по телефону, я поставил один штрих вместо двух.

В расстройстве я взял это чудовище и пошел к начальнику. Я думал, что меня точно уволят.

Но начальник только рассмеялся и подвесил указательный палец к потолку в своем кабинете, где он и красовался целый год.

Алан Флетчер, 1994

Как следует усвойте основы. Хорошие навыки типографики и понимание информативной иерархии не раз сослужат вам добрую службу.

Джозеф Лаффмен

Делайте идею
больше, а шрифт
меньше.

Ли Кумбер

justify
justify — выключка/вы

Фундаментальные правила типографики

Мое первое правило основывается на том факте, что типографика должна быть удобочитаемой. Не забывайте, что вы молоды и ваше зрение почти идеально, поэтому вам сложно понять, почему некоторым людям трудно читать пятипунктовый шрифт, который вам кажется легко читаемым.

Размеры в пунктах могут сбивать с толку, особенно в цифровом формате. Сравните, например, Caslon 11-го кегля с засечками с Gill Sans того же размера без засечек. Удобочитаемость у них совершенно разная. Не полагайтесь на один лишь размер в пунктах; при выборе нужного кегля всегда руководствуйтесь собственным визуальным чутьем.

В компьютерной верстке размер шрифта до сих пор измеряется в пунктах, несмотря на то что это не те традиционные пункты, в которых измерялись размеры литер в типографии. При внимательном наблюдении вы обнаружите, что 12 пунктов металлического шрифта эквивалентны 12,25 пункта в компьютерной верстке, если они призваны произвести один и тот же эффект.

Когда строки слишком длинные, глазам трудно вернуться к началу следующей строки. Но если вам обязательно требуются строки большой длины, то читаемость шрифта можно улучшить благодаря увеличению междустрочного пробела.

Очень хорошее практическое правило заключается в том, чтобы самому внимательно прочитать набранный текст и определить, насколько легко он читается. Не забывайте, что в разных странах используются разные правила оформления текста. В Америке, например, цитаты выделяются двойными кавычками, а в Англии — одинарными.

Не старайтесь выравнивать текст по ширине (делать его с «полной выключкой»), если длина строки в абзаце мала. В таком случае получаются слишком большие промежутки между словами или возникает слишком много дефисов при переносе слов.

Неформатированный авторский текст — одновременно приоритет и вызов. Относитесь к нему с уважением; дайте ему приличную ширину в столбце и избегайте выворотки. Используйте, где уместно, капиталь и минускульные цифры, чтобы придать тексту глубину и красоту. Он должен радовать глаз.

Сью Шоу

Один из трюков при наборе текста с выключкой строк заключается в том, чтобы отключить автоматические переносы и добавлять их вручную. Так вы будете визуально проверять каждый случай, не полагаясь на решения компьютера. Можно, конечно, контролировать переносы и дробление текста, добавив соответствующие ключи в файл .info таблицы стилей, но я все равно не доверяю компьютеру. Мне нравится принимать решения самому.

При наборе текста всегда используйте мягкие переносы (дефисы при переносе слов вставляются автоматически там, где нужно). В таком случае, когда текст изменится, дефисы в переносах исчезнут.

Если вы набираете текст традиционным шрифтом OpenType с засечками (в таких гарнитурах имеются как равновысокие, так и минускульные цифры), то лучше использовать минускульные (неравновысокие) цифры, потому что они были изначально разработаны с выносными элементами, как и остальные знаки данной гарнитуры. Глазу легче воспринимать текст, если в нем чередуются выносные нижние и верхние элементы.

Равновысокие цифры изначально были разработаны для рубленных шрифтов (без засечек). При использовании в общем тексте они выглядят как прописные буквы; глаз на них останавливается, и это затрудняет восприятие текста.

Набирая строку из заглавных букв, следите за расстоянием между буквами, то есть за кернингом. Для некоторых отдельных сочетаний букв всегда требуется дополнительный кернинг.

Такое внимание к мелким деталям превращает набранный текст в прекрасный образец дизайна, радующий глаз и приятный для чтения.

В типографике можно насчитать несколько сотен правил, и некоторые из них со временем превратились в догматы. Единственное правило в моей книге таково: спросите себя, работает ли это визуально.

Это чудесное высказывание Седзи Хамады было моим руководящим принципом, который, как мне кажется, можно применить и к дизайну: «Красота не в голове и не в сердце, а в животе».

Гарри Пирс

Догматы в типографике могут быть опасными, так как в настоящее время все ограничения, соблюдавшиеся в типографском наборе в последние пятьсот лет, исчезли. В компьютерном наборе возможно все что угодно. В конце концов, когда-то люди верили, что земля плоская.

Не бойтесь нарушать правила, только предварительно выучите их и усвойте. Нарушайте правила тогда, когда вы сознательно хотите их нарушить и понимаете, по какой причине, а не потому, что вы чего-то не знаете.

Стоит также упомянуть о важности лигатур при работе со шрифтами с засечками. Лигатура — это сочетание двух или более графем в одном графическом символе. Некоторые знаки в силу их начертания располагаются слишком близко друг к другу, например fl или fi, и их сочетания могут выглядеть неаккуратно. В этих случаях мы используем лигатуры.

Лигатуры дошли до нас со времен металлического набора, потому что некоторые буквы плохо сочетались друг с другом, из-за чего создавались ненужные пробелы внутри слова. Для решения этой проблемы некоторые буквы были объединены и размещены на одной литере. При наборе вместо двух отдельных литер вставляли одну общую, со знаком лигатуры (см. стр. 125).

В настоящее время лигатуры входят в наборы глифов в шрифтах формата OpenType. Это знаки, состоящие из нескольких символов, которые расположены так, чтобы не мешать друг другу.

beliefs

beliefs – убеждения или догматы или шаблоны/ложь или выдумки

Позвонили из международной корпорации с предложением посетить совещание в Голландии. Сказали, что у них есть корпоративный самолет, который готов вылететь из Гатвика в понедельник в полдевятого утра. «Будьте на месте». С трудом встал с кровати в пять, было уже слишком поздно для кофе, взял такси до вокзала Виктория, поехал поездом до Гатвика, подошел к стойке регистрации, оттуда меня провели в микроавтобус, который меня привез к трапу корпоративного реактивного самолета на восемь пассажирских мест. Стюардесса с папкой в руках улынулась и спросила, как меня зовут. «Странно, — сказала она, сверившись с записями, — на борту уже находятся два человека с такой же фамилией, и все места заняты». Объяснили это тем, что неправильно был сделан заказ. Кто-то решил, что на свете всего один человек с фамилией Флетчер, и подумал, что три разных Флетчера — это один и тот же человек. Вернулся в терминал, потом снова поезд, такси, доехал до дома к завтраку. Позвонил клиенту. Извинились и сказали, чтобы я прилетал завтра регулярным рейсом. «Будьте в Эйндховене в четырнадцать ноль-ноль».

Снова встал в пять утра, и снова слишком поздно для кофе. Такси до Хитроу, пробежка до стойки регистрации, доставка к самолету. «Извините, но кофе не предусмотрен, это короткий полет», — сказала стюардесса. Вышел из самолета, сел в такси. Доехал до вокзала Роттердама. Бар открыт, но поезд уже отходит. В поезде буфета нет. Прибыл в Эйндховен, увидел кофе, но было уже некогда. Прыгнул в такси. Приехал в штаб-квартиру. Прибежал к залу для совещаний, время ланча уже прошло. Принялись совещаться. После совещания мне посоветовали вылететь последним рейсом в Лондон — если успею. Снова в лифт, такси до вокзала... остальное понятно.

Вернулся домой во второй половине дня. Выпил крепкого кофе. Всю ночь не мог заснуть. И поклялся никогда не отправляться далее чем за 50 миль без возможности переночевать или вылететь раньше за счет клиента.

Кстати — я так и не получил заказ.

Алан Флетчер, 1994

size – paswep

s



z

e

Моя любимая часть — про маркетинговый отдел. На эту тему можно написать целую книгу.

«Не такой уж известный» Брайан Коллинз

Как важен правильный размер

Как только узнаете точные размеры того, над чем вы работаете, и прежде чем не станет слишком поздно (в процессе дизайна), всегда распечатывайте первый грубый набросок в реальном размере. На мониторе невозможно верно оценить размеры, шрифт и композицию. Ведь и окончательный результат, если он не цифровой, предназначен не для экрана компьютера, а для печати.

Принимая те или иные решения, вы должны верно оценивать визуальное впечатление от своего дизайна. Я не устаю повторять, что множество времени потрачено зря только потому, что этого не делали. Никогда не доверяйте компьютеру, когда дело касается визуальной оценки.

Если даже я, после тридцати пяти лет работы в сфере дизайна и более двадцати лет работы на Apple Mac, не могу верно судить о размерах по изображению на мониторе, то вы тем более не можете.

Однажды я поспорил с сотрудниками из маркетингового отдела, которые не уставали повторять, что я ошибся, что шрифт слишком маленький, и настаивали, чтобы я его увеличил.

«Черта с два!» — подумал я и распечатал часть проекта на листах размером 16,5 на 11,7 дюйма, желая представить ее так, как она будет выглядеть в реальности на стене выставки. Скрепив между собой двадцать листов, я скатал их в рулон и пошел в отдел маркетинга. Там я раскатал рулон и повесил листы на стену. Сразу стало видно, что текст прекрасно читается даже с противоположного конца помещения. «Если вы не можете прочитать это, значит, кому-то здесь нужны очки», — самодовольно усмехнулся я.

Мне не по душе маркетологи, которые думают, будто знают о дизайне больше самих дизайнеров, и полагают, будто их мнение конечно же важнее мнения дизайнера. Лучшие маркетологи предпочитают заниматься своим собственным делом, то есть маркетингом, и сотрудничают с дизайнерами, чтобы довести до публики общую идею.

Сначала правильное мышление, а правильный дизайн последует.

Полин Ларкин

Мы живем в реальном мире, и нужно воспринимать элементы дизайна так, как они будут представлены в реальном мире, на конкретном месте.

Глядя на экран монитора, нельзя оценить ни шрифт, ни цвет продукции, предназначенной для печати. Не доверяйте компьютеру — он вас визуальнo обманывает. Делайте распечатки на каждой стадии, потому что всякий раз вносимые вами изменения сказываются на общем виде, который постоянно совершенствуется, пока не станет идеальным.

Слишком часто дизайнеры не уделяют надлежащего внимания шрифту, окидывая его беглым взглядом и говоря: «Это всего лишь шрифт — и так сойдет».

Шрифт — основа графического дизайна. Хороший шрифт выглядит естественно, словно он создан без всяких усилий, — но такого уровня мастерства еще нужно достичь. Внимание к деталям сделает большую работу великолепной.

detail

detail – деталь/хвост

Никогда не забывайте о своем карандаше, учитесь читать, думать, слушать, видеть и рисовать.

Ричард Уорд

Когда я закончил художественную школу, мне сказали: «Сначала научись затачивать карандаши, а потом заваривать кофе».

Стюарт Ньюман

Как важны карандаш и бумага

Вы привыкнете заниматься дизайном исключительно на компьютере, а карандаш и бумагу станете воспринимать как старомодные и давным-давно устаревшие атрибуты.

В докомпьютерную эру дизайнеры (да, тогда тоже существовал дизайн) вроде меня полагались только на карандаши, тушь и бумагу.

Джон Горэм, выдающийся английский графический дизайнер, однажды продемонстрировал свое мастерство следующим образом. Он свел дизайн к самым основам, сфотографировав простую композицию с конвертом и карандашом. Под конвертом было написано: Это мое единственное приспособление (компьютер), под карандашом значилось: И его мышь. Кроме этого на рекламе была напечатана только его контактная информация. Этот постер не обеспечил его никакими заказами, но, тем не менее, он блестяще воплотил оригинальную идею.

С помощью карандаша и бумаги можно работать быстрее, чем на компьютере. Я часто прямо на глазах у автора большой книги делал наброски полного ее оформления, объясняя, какое изображение важное, а какое не очень. Такая своеобразная дизайнерская стенография весьма впечатляла клиентов. Благодаря подобным трюкам я устанавливал теплые и доверительные отношения с авторами.

На компьютере так быстро делать наброски не получится. Не поймите меня неправильно — мы первыми из дизайнеров приобрели компьютеры, задолго до большинства лондонских дизайнерских компаний. Я пользовался ими еще на заре компьютеризации, но это всего лишь очень удобный и полезный инструмент.

На первой стадии разработки дизайна символов и логотипов карандаш и бумага значительно ускоряют процесс. Я всегда сначала делаю множество набросков, прежде чем перейти к финальной стадии визуального дизайна. В студии мы обращаемся к компьютеру только после того, как обсудим все возможные концепции и варианты рисунков.

**Ради эксперимента
попробуйте
завершить дизайн
без компьютера —
я уверен, что вы
обязательно чему-то
научитесь.**

Вив Томас

Компьютер не даст вам представления об идее или концепции.

Мне кажется, что в целом стандарты в сфере дизайна снизились из-за того, что дизайнеры в наше время слишком доверяют компьютерам.

Молодые дизайнеры, похоже, полагаются исключительно на свое знание компьютерных технологий. Они не умеют мыслить визуально или разрабатывать дизайн, для которого им не хватает компьютерных навыков.

Набросок карандашом дает общее представление о замысле клиенту, и ему легче представить сырую идею, тогда как законченная визуальная модель не позволяет делать допущения, и клиент может сказать только, нравится ему предложенный вариант или нет.

Если модель выглядит полностью законченной, то клиент не вовлекается в процесс разработки и не может мысленно оценивать различные варианты.

Не привыкшим к визуальному мышлению людям следует всегда предоставлять возможность проявить себя, и для этого как нельзя лучше подходят карандашные наброски, поскольку они дают клиенту представление о концепции в целом и в ходе работы он может предлагать свои идеи.

Приведенный ниже факт на самом деле вымышленный, но мне нравится его суть.

**НАСА потратило
миллионы долларов
на разработку
ручки, которая
писала бы в
невесомости,
а советские
космонавты
пользовались
карандашом.**

*Лучшее
дизайнерское
программное
обеспечение
находится у вас
в черепной
коробке, так что
модернизируйте
его, наблюдая,
читая, задавая
вопросы и участь
думать с
карандашом в руках.*

Энди Госсетт

Вы должны быть готовы к тому, что вам уже не представлятся такие возможности для творческой самореализации, какие вы имели в школе. В большинстве случаев вы как младший дизайнер будете работать под началом какого-нибудь обычного дизайнера, или старшего дизайнера, или креативного директора, а то и всех троих вместе; в итоге вы, вероятнее всего, станете для них «компьютерной обезьянкой», выполняющей черновую работу.

Вам позволят заявлять о себе и высказывать ваши идеи, но редко будут поручать самостоятельную работу, которую можно было бы включить в портфолио и по поводу которой вы могли бы гордо сказать: «Это ВСЕ моих рук дело!»

Возможно, дело только во мне, и я был дураком, если надеялся на большее, но, на мой взгляд, это основная разница между творческой работой в колледже и творческой работой в начале реальной карьеры.

Не позволяйте себе расстраиваться из-за неудач.

Я более чем уверен, что у всех нас в тот или иной период было много по-настоящему удачных собеседований (и даже предложений работы), которые по той или иной причине ни к чему не привели.

В таких случаях трудно не прийти в уныние, особенно если люди положительно отзываются о вас и о ваших работах, — но все, что происходит, дает вам полезный опыт и подталкивает к следующему шагу.

Учитесь на своих ошибках, и пусть неудачи вас не расстраивают, потому что иногда потерянная возможность — это неудача не столько для вас, сколько для них.

Алекс Виссаридис

Работайте усерднее других. Никогда не переставайте учиться, исследовать и экспериментировать. Помните, что если вы всем довольны, то это не повод для довольства собой.
Зянг Нгуен

Искусство профессиональных презентаций

Если вы прочитали и усвоили все предыдущие разделы этой книги, то вы уже должны уметь проводить профессиональные презентации.

Ваше собеседование — не что иное, как ваша первая презентация. Вы научились представлять свою работу и логически ее обосновывать, знаете, что говорить и как объяснять свой замысел. Вы продаете ее другому человеку; и в этом нет никакой существенной разницы с тем, когда вы начнете работать в дизайнерской студии.

В каждой дизайнерской студии действуют свои правила, но, по сути, все студии облачают в разные формы одно и то же. Некоторые демонстрируют свои работы исключительно на мониторе или с помощью проектора в виде pdf-файлов. Другие составляют портфолио своих работ.

Вашей первой задачей станет выяснение того, какие правила приняты в вашей студии. Это могут быть трехмерные модели с графикой или макеты брошюр с листами, подобранными так, как в конечном варианте дизайна. Сейчас, когда легко можно печатать на обеих сторонах листа, вам остается позаботиться только о спуске полос для вашей презентации.

При подготовке презентации могут оказаться полезными ваши навыки работы руками. Следите за тем, чтобы у скальпеля всегда было острое лезвие, и пользуйтесь всем лезвием, а не только кончиком. Не спешите, потому что резать нужно аккуратно.

Что касается печати презентации, делайте ее с метками реза, поскольку так вам не потребуется печатать контуры. Если вы недостаточно умело обращаетесь со скальпелем, попрактикуйтесь заранее.

Всегда режьте вдоль стального края линейки, поскольку это защищает ваши пальцы. Случайно порезав палец, немедленно прекратите работу! Я не хочу, чтобы на моей презентации была ваша кровь! Как можно аккуратнее об-

Два совета. Если работа не задевает струны вашей души и вы от нее не испытываете удовольствия, займитесь чем-нибудь другим. И не извиняйтесь (за свою работу); если сомневаетесь, откажитесь от нее.
Брайан Уэбб

рачайтесь с аэрозольным клеем: липкие макеты выглядят кустарно. Если вы выполняете свою презентацию на листе пенокартона, то держите его при демонстрации клиенту вашей работы так, чтобы тот ее видел, и не забывайте про соответствующий порядок представления.

Вы должны руководить показом, демонстрируя эскизы и решая, что и когда показывать клиенту.

Всегда дважды проверяйте, для того ли клиента вы подготовили презентацию.

В восьмидесятых, во время необычайно загруженного периода, когда мне приходилось то и дело отправляться за границу для встреч с клиентами, я, бывало, покидал один самолет, чтобы тут же пересесть в другой. Мне успевали только вручить билет и очередное портфолио с презентацией для следующего клиента, а потом я бежал регистрироваться на очередной рейс.

Однажды, сидя в самолете, я обнаружил, что презентация, которую мне передали, предназначена вовсе не тому клиенту, к которому я направлялся.

В конце концов пришлось порядком покрутиться, чтобы перенести встречу и найти время для пересылки нужных материалов.

Всегда несколько раз проверяйте, все ли у вас готово для презентации, чтобы не попасть в такую неловкую ситуацию. Еще одно возможное, и нередкое, упущение — незнание полного имени клиента. Бывало так, что проделаешь массу работы, прибудешь вовремя, а потом открываешь папку, готовишься говорить и понимаешь, что не знаешь, как обратиться к человеку.

Почувствуйте цвет —
так вы узнаете, что
он подобран верно.
Дениз Морден

ensure
ensure — гарантировать/вы

Системы подбора цветов

Все мы видим цвета по-разному. Что касается подбора цвета для печати, один и тот же цвет может иметь отличия на разных носителях и типах бумаги — глянцевой, матовой, атласной или немелованной. Выбор подходящего цвета для типа носителя может порой стать чрезвычайно рискованным делом, и поэтому были разработаны определенные системы подбора цветов, позволяющие выбрать нужный цвет еще при работе за компьютером с помощью соответствующего меню.

Монитор имеет подсветку, а это значит, что цвета на нем выглядят ярче и не такими, какими будут на бумаге после печати. То, что мы видим на экране монитора с подсветкой, не соответствует тому, что мы видим в отраженном свете.

Распечатанные образцы цвета служат для вас и работников типографии надежным ориентиром, позволяющим добиться нужного результата.

На разные поверхности, например на мелованную и немелованную бумагу, краска ложится по-разному, а от этого зависят интенсивность и другие характеристики цвета. Иногда приходится немного изменить параметры выбранного цвета, чтобы он выглядел одинаково на разных носителях.

Выбирая цвет по распечатанным образцам в специальных каталогах (какой бы системы вы ни придерживались), всегда пользуйтесь самыми последними каталогами, потому что со временем образцы выцветают и их оттенок меняется.

Что касается корпоративных цветов крупных компаний, то крайне важно, чтобы эти цвета выглядели одинаково во всех случаях — во всех брошюрах, буклетах, на рекламных плакатах, в оформлении и т. д. Например, цвет должен выглядеть одинаково при проецировании на экран, на веб-странице компании и в печатном издании.

Читайте мудрые советы, слушайте тех, кем вы восхищаетесь, но помните, что в конечном счете выбор остается за вами.

Керен Хауз



LANGUAGE



COLOR language — язык ЦВЕТА

Разрабатывая корпоративный стиль таких крупных клиентов, как VISA, я обращался к компаниям, которые специализируются на подборе эталонных цветов. Они рассчитывали процентное соотношение цветов CMYK для передачи нужного оттенка на всех носителях, которые предполагалось использовать для печатания корпоративных материалов. Выбрав цвет из набора цветовых тестов на разных носителях, я составлял отдельную комбинацию чернил для каждого конкретного носителя. Затем вместо стандартных образцов Pantone печатались отдельные образцы под заказ. В итоге клиент получал строго персонализированный корпоративный цвет с его характеристиками, а также персонализированные образцы цвета, которые служили ориентиром для всей дальнейшей работы по выпуску печатной продукции.

Системы подбора цвета предназначены для поддержания постоянства при репродукции цветов, а это важно для дизайнера и для всех имеющих к нему отношение специалистов. Системы позволяют представителям различных сфер индустрии дизайна говорить на одном и том же языке цвета. При этом следует иметь в виду, что в других странах могут использоваться свои специфические системы подбора цвета.

PMS — Великобритания — Pantone Matching System

В Великобритании применяется так называемая «Цветовая модель Пантон», изначально разработанная в Северной Америке. Она используется при выборе и при обозначении оттенков в дизайнерской работе. Типографские рабочие получают одновременно визуальный образец нужного вам цвета и технические характеристики — пропорции чернил CMYK для смешивания.

Систему Pantone разработал Лоуренс Герберт в 1963 году, и сегодня это название известно во всем мире как надежный цветовой стандарт, позволяющий осуществлять связь между дизайнерами, производителями, поставщиками и заказчиками.

Нужно просто стоять на своем. Будут взлеты и падения, но нужно стоять на своем. Вы обязательно станете лучше, и вас заметят.

Эндрю Бейкер

При обозначении цвета в системе Pantone буква С соответствует глянцевой бумаге, буква U — немелованной (офсетной), а буква M — матовой. Убедитесь в том, что вы выбрали нужный цвет из соответствующего раздела каталога Pantone, то есть образец, распечатанный на том типе бумаги, какой вы предполагаете использовать при распечатывании вашего дизайна.

NCS — Америка — Natural Color System

В Америке используется так называемая «Натуральная система цвета». Ее разработчик, доктор Хард, постарался взять за основу естественное восприятие и ощущение цвета человеком. Официально она вступила в действие в 1979 году, когда была признана национальным цветовым стандартом Швеции.

NCS основана на шести простых цветах, воспринимаемых человеческим глазом, то есть на психологически основных цветах (белый, черный, желтый, зеленый, красный и синий). Конкретный цвет определяют три показателя: темнота (количество черного), хроматизм (насыщенность) и оттенок (процентное соотношение двух из основных цветов — красного, желтого, зеленого и синего).

DIC — Япония — Dainippon Ink & Chemicals

DIC — японская компания тонкой химии, разработавшая цветовой стандарт для химической промышленности. Впервые свой каталог цветов она напечатала в 1968 году.

В каталоге DIC насчитывается более 1200 пронумерованных образцов цветов, распределенных по следующим категориям: яркие, кричащие и тихие, приглушенные цвета. Так легче выбирать цвета, соответствующие определенной концепции. Был разработан также ряд цветовых тем, например «Японские традиционные цвета», «Французские традиционные цвета» и «Китайские традиционные цвета». Эта система используется преимущественно для подбора цветов в Японии.

Дизайн никогда не должен говорить: «Эй, посмотрите на меня!» Он должен говорить: «Посмотрите на это!»
Дэвид Крейб

RAL Classic — Европа — (в сокращении RAL зашифровано довольно длинное и труднопроизносимое немецкое название)

Система RAL применялась преимущественно для лакокрасочных и порошковых покрытий, а в наши дни используется и для пластиковых панелей. Она была разработана в Германии в 1927 году, и изначально это был набор из сорока цветов под названием RAL 840. Раньше клиентам и производителям приходилось постоянно пересылать друг другу образцы нужного цвета. Система RAL значительно ускорила процесс. В 1933 году была разработана новая система для архитектуры, дизайна и рекламы, основанная на цветовом пространстве CIELAB, и в ней для определения оттенка, яркости и насыщенности используются семь цифр.

F2-595 — Федеральный стандарт 595 — Соединенные Штаты

Федеральный стандарт 595 был разработан правительством Соединенных Штатов в 1965 году, но его корни уходят во времена Второй мировой войны, когда были стандартизированы цвета красок для международных подрядчиков, поставлявших военное оборудование для армии. Этот стандарт в чем-то напоминает систему RAL и представляет собой набор цветов (а не цветовое пространство). Каждому цветовому оттенку присвоен пятизначный номер, а не название. Вместе с тем F2-595, в отличие от RAL и NCS, построен на модели пространства цветов, что делает его более гибким.

Первая цифра указывает на степень глянца: 1 — глянцевый, 2 — полуглянцевый, 3 — матовый. Вторая цифра определяет группу цвета, а третья, четвертая и пятая цифры относятся к интенсивности: чем ниже число, тем темнее цвет, чем выше — тем светлее.



ХОРОШИЙ
ДИЗАЙН
НА ПРАКТИКЕ



LOGO - ЛОГОТИП

Черно-белый дизайн логотипа

Когда вы только начинаете разработку дизайна бренда или фирменного стиля, я бы посоветовал сперва выполнить работу в черно-белом варианте, карандашом на бумаге.

Я бы никогда не стал начинать набрасывать дизайн на **компьютере**; компьютер не поможет вам с идеями, а на мой взгляд, он только помешает им появиться. Не важно, насколько хорош ваш компьютер и насколько хороши ваши навыки работы на компьютере; он **никогда не даст вам концепцию**.

Концепции исходят от вас. То, что вы чувствуете и чем можете разродиться, — это производные вашего тела и сознания, это ваша уникальность, ваш неповторимый взгляд на мир. Следует напомнить, что ответ всегда заключен в техническом задании (брифе), и именно оно заставляет вас сосредоточиться на текущей задаче и пробуждает в вас творческое начало. В черно-белом варианте представить свою идею легче всего, поскольку вас ничто не отвлекает. Лучшая проверка для любого дизайнера — это то, насколько он хорош в черно-белом варианте; это, фигурально выражаясь, наименьший общий знаменатель, а также отправная точка.

Общее правило гласит, что если дизайн хорошо работает в черно-белом варианте, то в цвете он окажется еще лучше.

Цвет можно будет использовать для того, чтобы привести дополнительную информацию, которую, по вашему мнению, должен доносить визуальный образ.

Если визуальный стиль работает только в цвете, то сфера его применения ограничена и он не будет выполнять свое предназначение.

Если дизайн слаб в черно-белом варианте, то он не будет работать в газете или на плохой фотокопии. Фирменный визуальный стиль должен проявлять себя даже в самых невыгодных условиях.

**Тот, кто не делает
ошибок, не делает
ничего.**

Стюарт Ньюман

Управление временем

Дизайн оценивается по тому, сколько времени потребовалось на его разработку, и оплата за этот труд производится по часовой ставке. Договариваясь об оплате, вы заодно договариваетесь также о дате сдачи работы; будет ли заказ выполнен в срок, зависит исключительно от дизайнера. В каком-то смысле это азартная игра, потому что для выполнения некоторых видов работ требуется больше времени, чем кажется. В таких случаях ваша реальная почасовая оплата понижается. Редко получается сделать хорошую работу быстрее, чем ожидалось, и тем самым повысить свою почасовую оплату.

Поэтому всегда полезно записывать, сколько времени уходит на выполнение той или иной работы, и держать эти сведения под рукой. Во многих дизайнерских компаниях вам придется день за днем делать отметки на графике, чтобы руководство знало, как расходуют время сотрудники, за что они получают зарплату и не выходит ли фирма за рамки бюджета.

Но вы и сами можете вести рабочий дневник и отмечать в нем, сколько реального времени вам потребовалось на выполнение работы. Так вы определите производительность своего труда. Полезно также отмечать, когда вы пришли на работу и когда ушли с работы.

Не беспокойтесь почему зря. Любая работа займет столько времени, сколько потребуется для ее завершения. Лучше выполнить ее безупречно, чем торопиться и допустить многочисленные ошибки.

Чтобы чему-то научиться, всегда требуется время. Чем чаще вы выполняете какую-то конкретную задачу, тем легче эта работа вам дается с каждым новым разом и тем быстрее вы ее будете выполнять.

Вы только начинаете работать по специальности, так что смиритесь с этим и не слишком усердствуйте в самокритике. Если вы беспокоитесь, что слишком медленно выполняете какое-то задание, спросите, как можно выполнить его быстрее. Коллеги вам обязательно помогут; в конце концов, вы же работаете в одной команде.

*Снимите наушники и
выключите компьютер.
Настоящее
вдохновение исходит
только от жизни.
Реальной жизни. А не
пикселизированной ее
версии. И помните: для
того чтобы получить
интересный результат,
требуется
интересные люди.*

Сэр Джон Хегарти

Отличные идеи — это единственное, что имеет значение. Не бойтесь сесть перед чистым листом бумаги, закрыть глаза и подумать.

Ричард Уильямс

Работа в сложных обстоятельствах

Иногда приходится работать в сложных обстоятельствах, когда кажется, что все вокруг мешает выполнить порученное задание.

Одним из таких условий может стать цейтнот, когда нужно работать наперегонки со временем. Это и вправду трудно, но с опытом становится легче. Некоторые люди только так и умеют работать. Брайан Гримвуд, например, звонил в бюро доставки и просил прислать курьера на велосипеде для того, чтобы тот отвез готовую иллюстрацию клиенту, а потом брался за работу и заканчивал ее в кратчайший срок. Ему очень нравилось такого рода напряжение, но для этого требуются исключительное мастерство и огромная уверенность в себе.

Я знаю, что найду решение поставленной передо мной дизайнерской задачи. Оно придет ко мне. Чаще всего блестящие идеи у меня появляются в горячей ванне в 4 часа утра, после того как я проснусь, — но вам придется планировать свое время заранее, чтобы настроиться на нужный лад.

Прочитайте техническое задание, а потом прочитайте его еще раз. Ключ к решению любой дизайнерской задачи заложен в задании. Если в брифе проблема не объяснена как следует, то вы ее не решите. Не буду хвастаться, но говорят, что я умею так переписать техническое задание, что сразу же становится понятно, какая в нем заложена коммуникационная проблема. Если бриф плох, то и дизайнерская работа окажется плохой. **Если вы не можете определить, в чем суть задачи, то вы не сможете найти ее дизайнерское решение.**

Всегда просите о помощи. Вы младший дизайнер, и если вы не можете выполнить задание к указанному сроку, скажите об этом. Дизайн — это коллективный вид деятельности. Идеи могут возникнуть у кого угодно и когда угодно. Не сидите сложа руки, так вы никому не поможете, а только замедлите творческий процесс. Просите и получите.

Всегда выполняйте то, что вас попросили сделать, даже если вам кажется, что это неправильно. Потом сможете

W O R



Научившись
выказывать любовь
к своей работе, вы
внушите другим
любовь к себе.

Дэвид Броди

awkward
awkward – неловкий
или неудобный, или
неприятный/трудный

В том районе Лондона, откуда я родом, при разговоре опускают букву h.

предложить собственное решение и, возможно, убедить других, что вы правы. Визуальную проблему решить можно только визуальными средствами. Это не интеллектуальная игра, а визуальная.

Если заказчик настаивает на том, что нужно сделать так, как он хочет, я бы для начала показал ему то, что хочется ему, а потом показал, как это сделать лучше. В нашем деле визуальные образы способствуют решению проблемы быстрее всяких слов. Пусть вы и не выиграете отдельную битву за какой-то проект, зато выиграете войну.

Иногда войну выиграть не получается. В таком случае лучшее, что остается, это найти другого заказчика. Всегда оставайтесь профессионалом и вкладывайте в работу все силы, даже если вы с чем-то не согласны. В конце концов, это только ваша точка зрения.

Если в студии вам приходится сотрудничать с действительно неприятными людьми, с которыми никак не удастся поладить, постарайтесь расположить их к себе или терпите их, пока не найдете другую работу. Биться головой об стену можно только весьма ограниченное время, а потом станет невыносимо. Вдохните поглубже и посмотрите на все в перспективе; подумайте, к чему вы стремитесь. Все плохое рано или поздно заканчивается, а жизнь становится лучше, даже если сейчас вам кажется, что это не так.

В сложных обстоятельствах часто рождаются изумительные решения. Не сдавайтесь, встретив на своем пути первое препятствие. Чем больше препятствий вы преодолеете, тем легче их преодолевать. Люди ожидают, что все проблемы решатся немедленно, и потому они постоянно расстраиваются, когда у них что-то не получается.

Вы только что закончили художественную школу; вы забыли, как трудно вам было учиться ходить или ездить на велосипеде. Поначалу многое кажется невозможным, но как только освоите какой-то навык, вы его не утратите. Всегда помните, что для освоения основных навыков требуется время, и не сдавайтесь.

Цель стать дизайнером — это тупик. Вместо этого спрашивайте себя, какая прекрасная идея пришла вам в голову сегодня.

Иан Чиверс

juggle
juggle – жонглировать

Как выполнять несколько заданий одновременно

Способность держать в уме несколько задач одновременно приобретает со временем, но вы обязаны этому обучиться.

Вполне может случиться так, что вам придется выполнять одновременно несколько различных заданий. Самый легкий способ справиться с ними состоит в том, чтобы записывать, что от вас требуется применительно к каждой работе. Всегда имейте под рукой записную книжку; выделите для каждой работы несколько страниц и составьте список задач для каждого проекта. Главное — определиться со сроками реализации для каждой работы, за какую взялись, или для каждой задачи, которую вы перед собой поставили.

Заниматься одновременно несколькими делами — это все равно, что жонглировать или вертеть десять тарелок на шестах. Пока тарелки вращаются, они не упадут. Каждую тарелку нужно вовремя подтолкнуть, чтобы ее вращение не замедлилось, а если вы забудете это сделать, то потребуются обернуться и подхватить ее, чтобы она не разбилась.

Если сосредоточиться только на первоочередной задаче, то можно уронить другую тарелку, потому что для другой работы тоже нужно будет что-то сделать — например, позвонить по телефону, распечатать цитату, связаться с поставщиком со стороны и т. д. Поэтому, принимаясь за очередное задание, держите в голове и другие свои дела и всегда помните, что для них нужно сделать.

Для всего требуется времени больше, чем кажется. Умение определять сроки, необходимые для решения той или иной задачи, появляется с годами практики. Когда вы только начинаете выполнять работу, прикиньте, сколько времени она у вас займет, а потом удвойте это время, и тогда у вас появится шанс выполнить в срок задание.

Если будете играть со временем, то оно выиграет. Не играйте со временем. При необходимости начинайте ра-

**С нетерпением
ожидайте дня, когда
вместо профессио-
нального интереса в
вас проснется
интерес практически
ко всему.**

Эстер Дадли

бочий день пораньше, работайте во время перерыва, задерживайтесь вечером, чтобы наверстать упущенное. Если вы не будете идти впереди времени, то дело может дойти до полной неразберихи. По возможности ежедневно делайте то, что в ваших силах, в отношении каждой задачи, чтобы обогнать время.

Если, трезво оценив свои силы, вы поняли, что не успеваете, обязательно сообщите об этом ответственному человеку и скажите, что вам необходима помощь.

Это позволит вам переложить ответственность на плечи коллеги рангом выше, имеющего, возможно, больше опыта в решении подобных проблем.

Чем раньше вы обратитесь за помощью, тем больше времени останется для решения проблемы. В конце концов, это обязанность начальника — следить за тем, чтобы вся работа была выполнена в срок.

**Решение дизайнер-
ской проблемы
заложено в ясном
понимании этой
проблемы.**

Мервин Курлански

write

write – писать/я

**Карандаш и бумага
помогут вам
зафиксировать ваши
творческие идеи,
прежде чем они
исчезнут навсегда.**

Робби Касперс

Как важно проверять свою работу

Это один из лучших советов, какие следует взять на вооружение. Он кажется очевидным, но уж слишком часто о нем забывают или следуют ему не так, как нужно. Тщательно и по несколько раз проверяйте свою работу! Человеку свойственно ошибаться, но чтобы по-настоящему все испортить, требуется компьютер.

Если в студии вам поручили какую-то задачу, то она становится вашей, и ничьей больше. Как только взялись за работу — только вы становитесь ответственны за ее выполнение.

В начале вашей карьеры тщательно проверяйте, правильно ли вы поняли задание. Уверения в том, что вы чего-то не знали, что это была не ваша работа, что вы не успели ее сделать или не знали, как именно ее следует выполнять, — все это слабые отговорки, и они приводят лишь к тому, что складывается отрицательное впечатление о вас.

Перед тем как показывать вышестоящему дизайнеру то, что вы сделали, внимательно перечитайте техническое задание, проверьте свою работу, а потом проверьте ее еще раз.

Всякий раз, когда в вашей работе будут находить ошибку, это будет крик о том, что вы недостаточно ответственно подошли к доверенному вам заданию. Если не исправлять ошибки на начальной стадии, то потом они будут накапливаться и испортят все.

Ни один руководитель не хочет тратить время на то, чтобы постоянно выискивать ошибки в работах своих подчиненных. Это скучно, это затягивает весь процесс, а также говорит о том, что вы не уделяете надлежащего внимания деталям. Ошибки допустить очень легко. Они незаметно прокрадываются в любую работу, и со временем их становится все больше и больше. Поэтому не забывайте проверять то, что, как вам кажется, вы уже закончили.

Будучи младшим дизайнером, никогда ничего не отправляйте клиенту без одобрения вышестоящего ответственного

T S U P
I
D

stupid – глупый

Превосходите ожидания... особенно свои собственные.

Керен Хауз

лица. Проследите за тем, чтобы дизайнеры, которые давали вам задание, проверили все, что вы сделали, каким бы незначительным ни казался ваш вклад в общее дело. Помните, что не вы несете ответственность за конечный результат, и отсылать работу, которая не была проверена, вы не имеете права, потому что из-за недостатка опыта могли что-то упустить.

К тому же если вышестоящий дизайнер проверил вашу работу, а потом в ней обнаружилось ошибки, то у вас окажется больше поводов для оправданий.

Но не спешите всякий раз признаваться в ошибках, как только вы их обнаружили, — это также произведет неблагоприятное впечатление. Лучше работать медленнее, но иметь стопроцентную уверенность, что вы не допустили глупых ошибок.

Не забывайте, что вы работаете в коллективе. Снимите наушники, ведь из-за них вы пропустите многое из того, что происходит в студии. Разве можно представить себе футбольный матч, в ходе которого каждый футболист слушает свою музыку в наушниках?

Ошибки, допущенные из-за того, что вы слишком мало внимания уделяли деталям или не задействовали в работе серое вещество, легко проникают в печатные материалы.

Проверьте свою работу от начала до конца, потом проверьте ее второй раз и еще. Вы же не хотите, чтобы всю вашу дальнейшую дизайнерскую жизнь вам приходилось доказывать, что на самом деле вы умеете концентрироваться.

Речь идет не просто о хорошей работе, а о том, чтобы вашу работу увидели. У людей полно хороших работ в коробках под кроватью.

Эндрю Бейкер

Будь уступчивым. Никогда не жалеj идеи. В твоей голове существуют сотни новых, о которых ты даже не подозреваешь.

Кэйт Стивенс

Что делать, когда вам впервые дали фотографии?

Когда дизайнеру предоставляют фотографии, инстинкт побуждает его сразу же приниматься за компоновку — но не торопитесь! Сначала сделайте наброски карандашом на бумаге — это получится быстрее, чем на компьютере, да и общую идею вы осмыслите гораздо лучше. После этого можно переходить и к компоновке.

Проверьте размеры фотографии, потому что экран компьютера на этот счет часто вводит в заблуждение. На мониторе изображение может выглядеть великолепно, но оно окажется совершенно непригодным для печати из-за недостаточно высокого разрешения.

Прежде чем заниматься каким бы то ни было дизайном с использованием фотографий или изображений, следует выполнить ряд важных шагов.

Какой бы формат вы ни использовали, сначала проверьте размеры и разрешение фотографии.

Для этого откройте файл с изображением в программе Photoshop и выберите пункт «Размер изображения». Снимите флажок Resample Image («Отслеживать изменения»). Это свяжет между собой высоту, ширину и разрешение изображения, а не только высоту и ширину. Теперь можно установить разрешение в 300 dpi и понять, с какими размерами вам придется оперировать.

Важно сделать это в самом начале, иначе вы рискуете, сделав 50 процентов работы, обнаружить, что не сможете распечатать фотографию или включить ее в свой дизайн в нужном размере. К тому же так вы будете работать со всеми изображениями в одном и том же разрешении и проследите за тем, чтобы все они выглядели хорошо.

Работая для печати, не доверяйте тому, что видите на экране монитора.

*Поощряйте в себе
уверенность...
будьте смелыми
и не стесняйтесь
представлять себе
немыслимое, потому
что мы, будучи
людьми творческими,
обладаем уникальной
способностью
видеть то, что
не видят другие.*

Фил Эванс

Задайте себе вопрос, кем вы хотите стать. Графическим дизайнером... или графическим коммуникатором?

Я никогда не воспринимал себя как Дизайнера. Я Графический Коммуникатор, потому что я рождаю Великие Идеи, а не создаю Дизайн. Конечно, великолепный графический дизайн — это не просто эстетичная комбинация линий, форм и шрифта. Великолепный графический дизайн — это превращение Великой Идеи в незабываемое сообщение!

В этом потрясающем мире технологий необычайно много средств, помогающих в работе графическому дизайнеру, но все они бесполезны без ключевой идеи. Без идеи вы ничем не вооружены. Имейте в виду: какими бы совершенными ни были ваши навыки работы с компьютером, они никогда не заменят вам Великую Идею. Когда в голове графического коммуникатора рождается имеющая отношение к дизайну печатной продукции, телевизионной рекламы, постеров, книг, логотипов или веб-сайтов оригинальная идея, то есть происходит мистическое сочетание концепции, искусства и интуиции, тогда возникает особая магия, и один плюс один на самом деле дают три. Когда эта идея воплощается в жизнь при помощи уникальных образов в сочетании со словами, доносящими суть идеи буквально за наносекунды, люди всегда реагируют на нее немедленно, как умственно, так и физически.

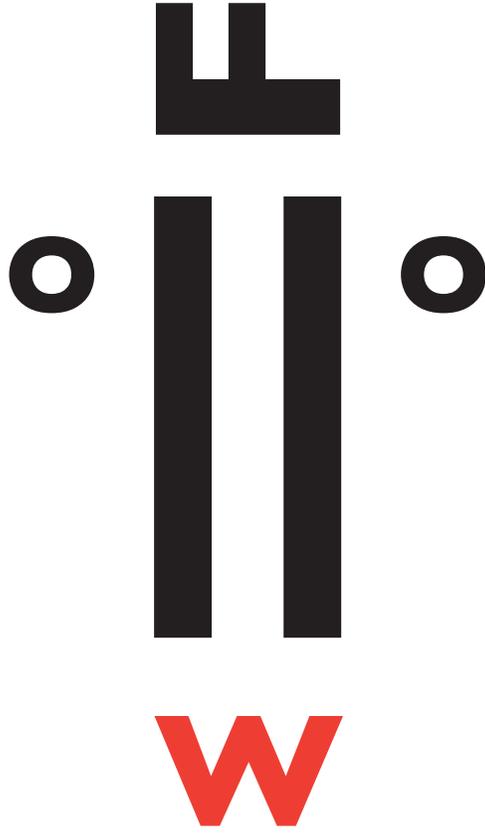
Чтобы обрести уверенность в себе, мы, как графические коммуникаторы, должны верить в то, что идея может решить почти любые проблемы, поскольку творческое начало, одерживающее победу над обыденностью и привычками, преодолевает все. В том, чтобы породить Великие Идеи и воплощать их на бумаге в простых, но убедительных линиях и формах, отсекая все лишнее, и заключается единственный, по моему мнению, способ стать великим графическим дизайнером. Нужно также иметь смелость стоять на своем до конца, защищая свою великолепную работу. Только тогда вы ступите на путь, ведущий к пантеону великих.

Джордж Лоус

ПЯТЬ

ОТНОШЕНИЯ
В МИРЕ ДИЗАЙНА

follow – следовать



Как важно быть в курсе происходящего в индустрии дизайна

Теперь, когда вы получили свою первую работу и, фигурально выражаясь, обрели почву под ногами, старайтесь следить за всем, что происходит в мире дизайна и в вашей области.

Помню, как работал внештатным сотрудником одной компании при посредничестве Chelsea Manor Studios, и в той компании всегда хранились экземпляры журнала по дизайну, начиная с первого номера. Это было довольно солидное европейское глянцевое издание, и я прочитывал по меньшей мере пять номеров каждую неделю, впитывая идеи, словно губка. Чтобы порождать великие идеи, вы должны напоминать полностью напитанную водой губку, идя в ногу с последними веяниями.

Читайте о том, что происходит в мире дизайна, или следите за этим. Просматривайте веб-сайты разных компаний. То, что вы устроились на работу, вовсе не значит, что можно расслабиться, — ведь вам еще нужно удержаться на этом месте.

Вступайте в разные группы на сайте компании LinkedIn и постоянно впитывайте и перерабатывайте информацию. Поддерживайте связи, которые вам удалось установить до настоящего времени. Создав великолепный образец собственной работы, которым можно по праву гордиться, отошлите его копию знакомым дизайнерам и потенциальным работодателям — так вы будете напоминать им о том, что до сих пор заинтересованы в их фирме.

Но не выкладывайте изображение вашей разработки в блоге и никому не отправляйте ее копии, пока она не закончена. И всегда сначала спрашивайте разрешение.

Однажды мне позвонил заказчик и сказал, что кто-то выложил в Сеть наброски дизайна, разработкой которого мы тогда как раз занимались. Понятно, что заказчику это сильно не понравилось, поскольку об этой работе мы старались особенно не распространяться до ее официально-го завершения. Оказалось, одна стажировавшаяся у нас симпатичная девушка решила похвастаться своими достижениями перед друзьями. Она (как и мы тогда) не зна-

Если вы доверяете своим инстинктам, то самая первая идея и будет самой лучшей.

Джулия Хастинг

ла, что стоит только где-нибудь в Интернете появиться имени заказчика, и ему тут же отправляется уведомление. Так что будьте осторожны, выкладывая что-либо в Сеть, поскольку кто-то обязательно об этом узнает. К счастью, стажерка отправила электронное письмо с искренними извинениями заказчику, и тот, проявив понимание, не стал нам предъявлять претензии.

После того как работа закончена и выложена в общий доступ, нет ничего плохого в том, чтобы демонстрировать плоды вашего труда.

Но не забывайте, что в целом дизайн — это результат коллективной деятельности, так что никогда не говорите, что вы создали какой-то дизайн, не упоминая при этом фирму и «забывая» признаться, что выполняли лишь часть работы команды, благодаря которой и появился на свет такая прекрасная работа. Говорить же о том, какая часть ответственности была возложена на вас, можно всегда. Также никогда не лгите и не утверждайте, что сделали больше того, что вам было поручено, потому что рано или поздно об этом тоже узнают.

Дизайн — это сфера деятельности, где все гораздо более тесно связаны между собой, чем вам кажется. Например, в начале восьмидесятых мы вместе с Джоном Спенсером разрабатывали современный фирменный стиль для одного греческого банка.

Основной концепцией было использование традиционного греческого узора. Мне нравится говорить с людьми на языке их культуры. Конечно, это визуальный язык в понимании человека со стороны, но изнутри бывает сложнее разглядеть некоторые детали. Как выразился однажды Джон: «Я мог бы продать снег эскимосам».

Мы поручили составить руководство по фирменному стилю одному из четырех наших ассистентов. Впоследствии, когда устраивался на работу в Landor Associates, он отрекомендовал себя как человека, который полностью разработал фирменный стиль того греческого банка. **Я так не думаю.**

Будь то фирменный стиль крупной корпорации или внутренний бюллетень, подходите к разработке дизайна того и другого с одинаковыми энтузиазмом и целеустремленностью. В любом случае стремитесь выполнить задание в совершенстве. Придерживайтесь этого принципа, и на вас будет спрос.
Майк Верди-Коттс

Опыт важнее оценок

Одна из самых важных задач в школе дизайна — получать отличные оценки за свои работы и закончить обучение с хорошим дипломом. Таковы правила игры.

Но реальность такова, что после того, как вы закончили обучение, никто не станет интересоваться вашими оценками, потому что с этого момента главным становится ваше портфолио, и так будет на протяжении всей вашей карьеры.

Дизайнерские группы соперничают между собой за клиентов, демонстрируя свои портфолио. При этом основное внимание уделяется качеству работ, а не их количеству.

Именно качество позволяет вам выделиться из толпы. Представьте, что вы заказчик: вы бы не стали выбирать компанию с большим портфолио и богатым опытом, но чьи дизайнерские разработки посредственны. Точно так же оценивают и вас, когда вы устраиваетесь на работу; включайте в свое портфолио только самые лучшие ваши работы.

Портфолио — не просто визуальная презентация, это также доказательство опыта. Если будете располагать временем, постарайтесь брать за такие дополнительные задания, благодаря которым вам будет что показать тем компаниям, в которых вам хотелось бы работать. Только не занимайтесь подработкой во время основной работы в студии.

Чем больше сил и времени вы уделяете достижению поставленной цели, тем выше вероятность успеха.

В сфере дизайна иногда приходится браться за плохо оплачиваемую работу, надеясь, что благодаря ей удастся включить в свое портфолио настоящий шедевр. А иногда бывает нужно браться за работу с полным убеждением, что выйдет полная ерунда. В таких случаях важно добиваться хорошей оплаты, так как эти деньги, возможно, пригодятся вам, когда придется сменить работу.

portfolio

ABOUT

about PORTFOLIO – о ПОРТФОЛИО

Как-то я читал лекцию группе третьекурсников одной ведущей дизайнерской школы Греции. Меня предупредили, что уровень владения английским у них невысок, поэтому им необходим переводчик.

Один из студентов спросил, как мне удалось добиться признания и стать ведущим специалистом в области дизайна. В ответе я упомянул о своем правиле держаться до конца: *«Возможно, я и не самый лучший, но я переживу всех остальных. Поэтому я, по своему определению, держусь до конца и остаюсь на плаву (как в бассейне остается на плаву кое-что!)»*. Студенты тут же разразились смехом. Я понял, что английский они понимают лучше, чем притворяются.

Переводчик же не успел перевести то, что я сказал: он тоже смеялся.

Если вы не получаете удовольствия при разработке дизайна, значит, вы работаете неправильно.

Фил Клементс

Дизайн для дизайнеров

Если вас попросили поработать над дизайном для заказчика, с которым у вашей студии уже был договор, всегда нужно навести справки об этом клиенте и посмотреть, что для него уже сделано и в каком стиле.

От дизайнеров вы не всегда будете получать четко разъясненное задание, поскольку они будут полагать, что вы уже знаете о работе достаточно, хотя на самом деле это не так, — поэтому не стесняйтесь спрашивать, если вам что-то не понятно или если вы сомневаетесь.

Изучите все, что компания делала для этого заказчика раньше. Не отделяйтесь отговорками вроде «Я не знал, что должно быть так» или «Мне об этом не говорили». Я считаю, что эти отговорки глупые и неуклюжие. Не ленитесь, поищите об этом заказчике все, что можно найти. На основе предыдущих заказов постарайтесь понять, в каком ключе нужно делать для него следующую работу. В таких изысканиях нет ничего сложного или непосильного; это вам должен подсказать здравый смысл. Поэтому, пожалуйста, воспользуйтесь вашей головой именно для того, для чего она вам и дана!

Всегда задавайте вопросы коллегам; нет нужды заново изобретать колесо. «Я не знал» — это не оправдание. Если не знаете, пойдите и узнайте. Вы должны стать незаменимыми. Если ваши коллеги и начальство спрашивают себя, как они раньше без вас обходились, — это значит, что вы на верном пути.

В некотором отношении, ваша дизайнерская студия и старшие коллеги — это ваш первый заказчик. Прежде чем попасть к заказчику, проект должен пройти через них. Изучите принципы работы компании, ее подход к заданиям и стиль, благодаря которым ей удалось привлечь заказчика и заключить с ним договор.

Каким бы хорошим вам ни казался ваш собственный и уникальный подход к задаче, вряд ли можно будет им воспользоваться, если он противоречит общим принципам студии, ведь заказчик выбрал не конкретно вас, а студию, на которую вы работаете.

**Решение вытекает
из понимания
проблемы.**

Алан Флетчер в
разговоре с Вив Томас

При выполнении любого задания старайтесь максимально продемонстрировать свои таланты и сделать в результате то, о чем вас попросили, а не то, что лично вам кажется наилучшим. Тем не менее, если вы считаете, что у вас имеется идея получше, то оставайтесь в студии после завершения рабочего дня и сделайте наброски в ином ключе. Покажите их вместе с тем, что вас попросили сделать, и постарайтесь объяснить, чем ваша концепция или ваш дизайн лучше и как они соответствуют заданию.

Вот этого я и добиваюсь. Главное для меня — думающий дизайнер. Мне не нужны обезьянки, стучащие по клавиатуре. Я хочу видеть таких дизайнеров, которые думают и не соглашаются со мной, которые указывают мне на мои ошибки и обсуждают различные детали проекта. Совместными усилиями мы придумаем гораздо лучшее решение для поставленной перед нами дизайнерской задачи.

monkeys
monkeys – обезьянки/ключ

Как объяснять визуальные идеи людям, не обладающим образным мышлением

Вы уже обладаете навыками презентации, поскольку вы начали овладевать ими еще в школе дизайнера, когда требовалось демонстрировать свои идеи перед классом.

Вы умеете проводить презентации, так что это не должно вас заботить.

Для того чтобы объяснить нечто визуальное, необходимы визуальные средства. В вашей работе главное — это образы, а не интеллектуальные объяснения. Заказчик должен восхищаться вашим умением решать коммуникационную проблему; он должен понять, чем вы руководствовались и как принимали решения. Лучше всего, когда заказчики становятся соучастниками мыслительного и дизайнерского процесса.

Обычно люди смотрят на картины Пита Мондриана и не понимают, что это за черные линии, красные квадраты и серые прямоугольники. Но если посмотреть на все его работы и выстроить их одну за другой, начиная с самых ранних до «Буги-вуги на Бродвее» (1942 — 1943), то можно увидеть, как стиль художника развивался от реалистичной передачи образов к более четкой и идеальной абстрактной манере; логическим завершением такого развития стали его работы, которые мы так ценим и любим сегодня.

Проведите по такому же пути человека, не обладающего образным мышлением. Пусть он посмотрит, как перед ним разворачивается целая история, частью которой является он сам. Всегда начинайте с ключевых моментов технического задания и обозначайте те основные положения и критерии оценки, о которых вы договорились до начала работы. Объясните человеку, что все, что он видит, соответствует этим основным положениям.

Не важно, нравится вам цвет или нет; гораздо важнее, чтобы соблюдались критерии оценки. В таком случае всегда можно будет сказать: «Извините, но это соответствует критериям!» При встрече с заказчиком, чтобы продать ему идею, можно даже немного схитрить и уверить его, что вы полностью одобряете работу.

Смотрите, читайте, носите с собой записную книжку. Если вашей первой мыслью при взгляде на дизайн будет: «Это здорово!» — спросите себя, доносит ли он сообщение до целевой аудитории. Помните, что дизайн создается не для дизайнеров, а для пользователей.

Ричард Холлис

Покажите, через какие визуальные этапы вы прошли, шаг за шагом. Я часто сопровождаю свои изображения пояснительными записями, чтобы заказчик понял, чем я руководствовался, если он возьмет их домой и решит просмотреть еще раз позже или показать коллегам и поинтересоваться их мнением. В таком случае аннотации объяснят, что представляет собой каждая из «картинок».

В этом деле важен контроль процесса коммуникации, поэтому убедитесь, что презентация будет говорить сама за себя и объяснять все шаг за шагом заказчику даже без вашего участия.

Полезно бывает набросать двухмерный план презентации, чтобы можно было проработать каждый этап дизайна в соответствии с тем, что хочет увидеть и понять в ходе презентации заказчик.

Затем набросайте дизайн каждого элемента в самой презентации, чтобы не тратить время на переделку своей работы, в отдельной программе или на рабочей доске, — так вы сократите время на подготовку вдвое.

И Вы работаете в сфере дизайна, поэтому как дизайнер вы, естественно, должны подумать, какого результата хотите добиться, в самом начале, а не в конце.

Никогда не отправляйтесь на встречу, не продумав, что вы хотите получить от этой встречи. Ваша задача — помочь заказчику понять ход ваших мыслей и подтолкнуть его в верном направлении.

visual
visual – визуальный/вы

Забудьте слово «заказчик» и замените его выражением «тот, с кем я работаю на основе взаимного доверия».

Майкл Вулфф

Как оправдывать ожидания заказчика

Всем нам знакомо разочарование, когда результат не соответствует нашим ожиданиям или когда у нас выходит совсем не то, к чему мы стремились.

Или когда, например, мы заказываем товар по Интернету, а потом нам доставляют нечто совсем не то, на что мы надеялись.

Если вам не нравится это чувство, то вряд ли оно понравится вашему заказчику. Переоценив собственные творческие способности, вы рискуете все испортить, если сначала пообещаете слишком много, а потом не выполните обещанное.

Оправдывать ожидания заказчика — значит мысленно встать на его сторону и постараться найти с ним общий язык. Это и есть коммуникация. Представьте, что чувствовали бы вы, стой вы по другую сторону прилавка. Чем сильнее ваше желание постараться ради достижения хорошего результата, тем быстрее это заметит заказчик.

Не следует говорить, что работа будет готова к определенной дате, если вы не уверены, что успеете к назначенному сроку. Относитесь к бюджету разумно; не следует просить выделить вам больше средств только потому, что вы неправильно распорядились полученными деньгами. Лучше сразу попросить больше, а потом вернуть, если не все потратили. Для заказчика это окажется приятным сюрпризом. Ни один человек не расстроится, когда ему вернут деньги. Постоянные просьбы дать еще немного, напротив, сильно раздражают.

Чем чаще вы объясняете заказчику, над чем вы в данный момент работаете, и чем лучше он это понимает, тем спокойнее он себя чувствует. С точки зрения заказчика, довольно тяжело общаться с нанятыми творческими людьми, он считает, что они занимаются неизвестно чем. В такого рода общении кроется много ловушек и подводных камней.

relaxed – расслабленный

re

r

e



ax

Беритесь за каждый дизайнерский проект так, как если бы он был последним.

Джеймс Александер

В самом начале распишите заказчику по шагам, что он получит в конце (см. стр. 195 — 199). Главное здесь — информационный обмен; заказчик должен четко понять, что он в итоге получит. Как только вы это сообщили, скажите, что у него имеется на данный момент.

Однажды я, занимаясь одной важной и высокооплачиваемой работой, получил очень плохие пробные отпечатки. Я попросил печатников снять все ограничители, и следующая партия отпечатков получилась превосходной. Как потом выяснилось, даже слишком превосходной. При тиражной печати они не смогли добиться таких же результатов, а уже приближалось время прибытия заказчика. Если бы он сравнил пробные отпечатки и конечную продукцию, то расстроился бы неизбежно. Печатник посоветовал объяснить заказчику, что при печати тиража невозможно добиться такого же совершенства, как на образцах, но то-то это не обрадовало бы все равно. Готовая продукция и в самом деле выглядела неплохо, но впечатление снижали пробные образцы. Поэтому я постарался удалить из поля зрения всю вторую партию, а когда заказчик прибыл, показал ему только первые образцы, в сравнении с которыми конечный тираж выглядел отлично. Заказчик ушел довольным.

Не давайте обещаний, которые вы не сможете выполнить. Информировать заказчика о каждой стадии работы. Будьте активными: записывайте все, о чем вы договорились после каждой встречи. Всегда лучше избегать любой возможности недопонимания.

Сколько бы вам ни платили за ваш труд, стремитесь к тому, чтобы от вас заказчик получал работу наивысшего качества, ведь клиент всегда прав. Пусть он и зовется «заказчиком», но под конец он всегда становится вашим доверительным партнером. Лично я сейчас трачу время на то, чтобы превратить своих заказчиков в постоянных партнеров.

Процесс расположения шрифта на листе бумаге — это, по сути, поиски пресловутой золотой середины. Этим умением должен владеть любой хороший дизайнер. Но этому факту не придавали должного значения, когда я была студенткой, и, что любопытно, о нем еще реже говорят современным студентам. Мои коллеги постоянно меняют персонал и часто жалуются, что практически невозможно найти хорошего дизайнера. И это удивительно, ведь каждый год колледжи покидают толпы выпускников. Почему типографике до сих пор не уделяется надлежащего внимания в хороших учебных курсах графического дизайна?

Мы с Филом учились графическому дизайну в Центральной школе искусства и дизайна, которая сейчас является частью Центрального колледжа искусства и дизайна имени Святого Мартина. Я, энергичная студентка из Польши, и Фил, самый настоящий лондонский парень с чудным выговором, составляли любопытную пару. В его произношении Маргарет Тэтчер (которая, будучи министром просвещения и науки в те времена, сокращала гранты студентам) становилась Маргарет Фетчер, и это нас постоянно веселило. Другие студенты, преимущественно выходцы из среднего класса с хорошо поставленным произношением, воспринимали мой и его акценты как нечто забавное.

Школа располагалась во внушительного вида здании, спроектированном специально для учебных целей другом Уильяма Морриса Уильямом Летаби, который и стал ее первым директором. Летаби ратовал за преодоление разрыва между прикладными и изящными искусствами, и эти его взгляды нашли отражение в программе обучения, которую также составил он. Большое внимание в ней уделялось таким ремеслам, как печатное дело, переплетное дело, серебряное дело, к которым применялся творческий подход. Эта традиция сохраняется в школе до сих пор, несмотря на ее слияние с Колледжем Святого Мартина. Она гордится тем, что среди ее преподавателей числятся известные специалисты в области искусства и дизайна, практикующие художники и дизайнеры, а также приглашаемые учителя и лекторы.

Говорю от всего сердца и с высоты всего своего опыта: совершенствуйте свои навыки типографики!

Нам повезло, что занятия у нас вел известный шрифтоформатель и дизайнер Энтони Фрошауг. Стройный, одетый в характерный серый рабочий халат, узкие черные брюки и обутый в пустынные ботинки, он напоминал лигатуру из изысканного шрифта. Лигатуру, которая читалась как «Баухаус». Руки его всегда были заняты; в левой он держал маленький кожаный кисет, а в правой трубку, которой пользовался как указкой. В работе он отличался аккуратностью и точностью — настоящий модернист и пурист. Типографские листы он создавал так же, как Мис ван дер Роэ конструировал дома. Ничего лишнего, все на своем месте. Дизайн его был чистым, прозрачным, полным света. А также тщательно выверенным и продуманным. Информативный посыл его дизайна становился понятным сразу же. Энтони учил нас, как препарировать текст, выделять из него суть, визуализировать смысл. Задания, которые он нам давал, требовали анализа, времени и полной вовлеченности в процесс. Они давали нам необходимые в этой науке навыки. Если бы я тогда уделяла им больше внимания! У нас даже была небольшая наборная мастерская с множеством свинцовых шрифтов, где мы могли применить полученные знания на практике. Настоящее царство Энтони. В мастерской сновали технические работники в коричневых, застегнутых на все пуговицы спецовках, составляя ежегодные каталоги колледжа. Они нам тоже помогали, но по большому счету это было помещение для «мастеров и подмастерьев». Чтобы заниматься набором серьезно, нужно было обладать определенной склонностью и быть сделанным из того же теста, что и преподаватель. Это занятие требовало терпения и увлеченности, а мы в своей массе считали себя «яркими творческими личностями», которым не пристало возиться с межбуквенной разрядкой и пачкать руки типографской краской. Тем не менее в Филе было нечто, что делало его подходящим для такого ремесла. Он стал учеником Энтони Фрошауга, а позже совершенствовал свои навыки, работая с наилучшими специалистами в этой области, ставшими ныне легендами графического дизайна. Годы спустя, к моему восхищению, я услышала, что и сам Фил Кливер стал легендой.

Типографика для графического дизайнера все равно что умение читать или ходить.

В конечном счете мы окончили школу, и каждый пошел своей дорогой. Вскоре я окунулась в гламурный мир глянцевого журналов моды, интерьера и воскресных приложений, полностью соответствующих моему настроению. Готовить первые и повторные выпуски некоторых ведущих изданий было просто восхитительно, как и работать с известными во всем мире фотографами, иллюстраторами и стилистами. Тем не менее мне приходилось подбирать коллективы для выполнения этих задач, и я быстро осознала, насколько трудно найти дизайнеров с хорошим знанием типографики. Сама я считала, что знаю слишком мало, но часто оказывалось, что те, с кем мне приходилось работать, знали еще меньше. Мне сильно не хватало помощи и советов настоящего профессионала. Если кто-то демонстрировал склонность к шрифтам, я тут же брала его в свою команду. В моем художественном отделе всегда было много студентов, особенно тех, кто специализировался в типографике, — даже если они не говорили по-английски! Они были как глоток свежего воздуха для штатных сотрудников, и все мы обучались чему-то новому. За те десять лет, что работала в Condé Nast, я установила хорошие отношения с одним парижским колледжем, который регулярно направлял ко мне выпускников с дипломом по типографике. На их работы было приятно посмотреть. У них не всегда все органично получалось, порой кое-что приходилось переделывать, но шрифты непременно оказывались на нужных местах; они были осмысленными и логически соответствовали фотографиям или историческому контексту. Они были продуманными.

Студенты, уже получившие опыт практической работы, часто спрашивали меня, что делать, чтобы добиться успеха на дизайнерском поприще. Я всегда отвечала, что нужно пройти серьезные курсы типографики. Без этого они никогда не будут ощущать уверенности в своем дизайне. Знания в этой области позволят дизайнеру с легкостью исследовать различные концепции. Плохой шрифт сразу же портит все лучшие идеи. И наоборот, великолепный шрифт спасает не совсем удачный дизайн. На протяжении многих лет я была свидетелем того, как

an
h
o
n
y

Рассматривать искусно расположенный в пространстве печатного издания шрифт — это все равно что слушать прекрасный хор.

так называемые дизайнеры беспомощно распахивают шрифт по странице, надеясь на случайную удачу. Смотреть на это без жалости было невозможно.

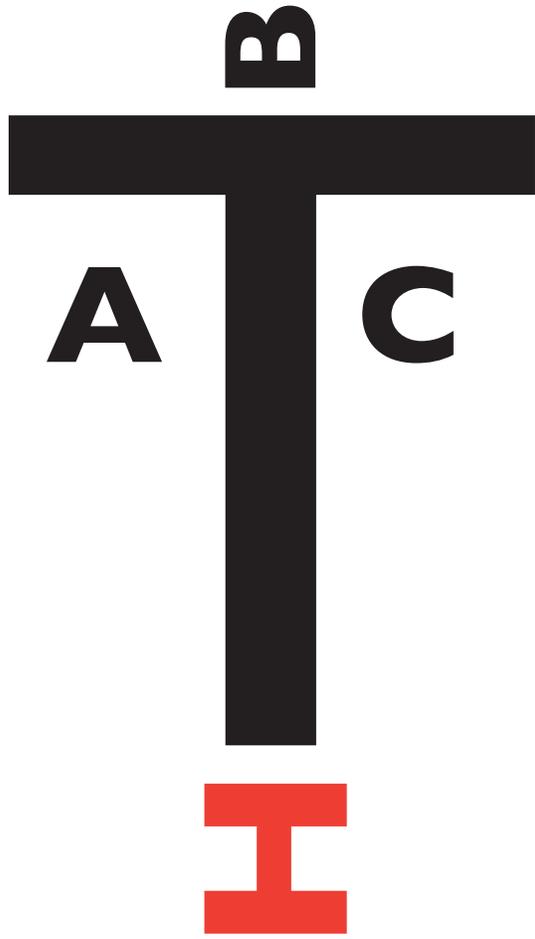
Относительно недавно в Сан-Франциско мне пришлось в очередной раз собирать команду. Преподаватели известного колледжа дизайна с удовольствием порекомендовали мне своих лучших выпускников. Их онлайн-портфолио и в самом деле впечатляли. Я выбрала очаровательного молодого человека, превосходно разбирающегося в технических деталях, что я всегда ценю. Тем не менее, в первые десять дней, когда нам требовалось проектировать образцы страниц для книги, он, к моему изумлению и к его ужасу, продемонстрировал полное отсутствие каких бы то ни было практических навыков. В ответ на вопрос, почему так получилось, он сказал, что студентам в его колледже говорили, что превыше всего идеи и замысел, а все остальное, вроде подбора шрифта, можно оставить техническим работникам. И что они, когда станут известными арт-директорами, будут сами нанимать технических работников и говорить им, что нужно сделать. Это звучало не только глупо, но и оскорбительно по отношению к техническим специалистам, которых воспринимали как какую-то низшую касту. Эта несправедливая и вредная мысль о разделении труда, которую проповедают иные преподаватели, вредна для всей отрасли. Именно это разделение и пытался еще более ста лет назад преодолеть Уильям Летаби, первый директор Центральной школы искусств и ремесел, как тогда называлась школа дизайна, которую мы с Филом закончили.

Рассматривать искусно расположенный в пространстве печатного издания шрифт — это все равно что слушать прекрасный хор. Книга Фила поможет петь в тон. Пусть она всегда будет у вас под рукой!

Возможно, когда-нибудь в будущем профессор Фил прочитает лекции по типографике и ее истории. Я первой запишусь на них.

Малгося Шемберг





Всегда помните о том, что вы коммуникатор. Это значит, что сначала вы должны понять задание, а затем стать собственной целевой аудиторией.

Керен Хауз

Пакетная обработка изображений

Пакетная обработка изображений — это великолепный способ заставить компьютер проделать всю черновую работу за вас, особенно если нужно перевести несколько сотен изображений из RGB в CMYK для печати или понизить разрешение файлов для работы.

Говоря вкратце, компьютер следит за последовательностью действий, с помощью которых вы редактировали один файл, а затем их запоминает.

После этого достаточно выбрать папку, где хранятся, скажем, сто фотографий, и применить эту последовательность действий ко всем файлам автоматически.

Будьте предельно внимательны! Если вы допустили ошибку, обрабатывая первый файл, то и все последующие файлы получатся неправильными.

Основы этой операции излагаются ниже.

Данная книга не пособие по использованию компьютера, поскольку об этом написано множество других книг. Здесь всего лишь приведены некоторые советы, которые вам помогут освоиться в этой сфере и выполнять вашу работу конструктивно.

В Интернете в течение буквально нескольких секунд можно найти много ясных и полезных объяснений — достаточно лишь ввести запрос.

Тем не менее, после того как вы нашли что-то полезное для себя в Интернете или узнали об этом из разговора с коллегами, я рекомендую вам сделать записи в своем блокноте, чтобы потом не искать эти советы по второму разу, а сразу приступить к делу.

Перед началом пакетной обработки убедитесь в том, что все изображения, которые нужно обработать, находятся в одной папке, и создайте новую папку, в которой будут храниться их обработанные варианты.

repetition

repetition – повторение

Затем откройте одно изображение в программе Photoshop и убедитесь в том, что отображается окно операций (для этого выберите в меню пункт Window>Actions (Окно>Операции)).

Нажмите кнопку «записать» в этом окне (так запишется новая операция) и выполните все действия, которые нужно повторить со всеми остальными изображениями, хранящимися в выбранной папке. Сохраните этот файл, а затем в окне операций нажмите кнопку «стоп».

Следующим шагом выберите пункт File>Automate>Batch (Файл>Автоматизация>Пакетная обработка). Появится окно, в котором вас попросят выбрать сначала действие в выпадающем меню, а затем выбрать папку с изображениями, которые требуется обработать, и папку, в которой предполагается сохранить обработанные изображения. После этого нажмите ОК, и компьютер начнет обрабатывать все изображения, сохраняя их в указанную папку. Это экономит много времени и усилий.

**Живите и учитесь.
Обучение в колледже — это всего лишь краткое содержание книги, тогда как жизненная практика — это начало новой главы.**

Лучший способ стать сильнее — учиться у опытного человека.

Чан Сиок Тенг

Как создать таблицу стилей

По сути, таблицы стилей в InDesign — то же самое, что и каскадные таблицы стилей (css), используемые для настройки веб-страниц: они позволяют быстро изменить все элементы дизайна сразу многих страниц в проекте, над которым вы работаете.

Таким образом можно сэкономить время и усилия, но, что важнее, устранить ошибки человека. Если редактировать вручную каждый подзаголовок, то в одном можно что-то забыть, а другой и вовсе пропустить — так ошибки будут накапливаться и дизайн уже будет выглядеть непоследовательным. Описываемый инструмент особенно полезен при дизайне таких печатных изданий, как брошюры или книги, в которых нужно поддерживать единство стиля.

В программе InDesign это достигается посредством настроек «Стили символов» (Character Styles) и «Стили абзацев» (Paragraph Styles). Для этого оформите страницу так, как она должна выглядеть, а затем откройте палитру стилей, выбрав пункт Windows>Styles (Окна>Стили). Выберите нужную часть текста и щелкните по значку «создать новый стиль» в нижнем правом углу палитры. Стиль абзацев настраивается похожим образом.

Это только самый основной совет; если вам нужны подробности, то в Сети существует множество руководств по использованию стилей. Однако при создании стилей следует помнить о двух важных деталях. Во-первых, сначала всегда определяйте стиль символов, потому что стиль параграфов имеет больший приоритет над ними. Во-вторых, давайте своим стилям понятные и обладающие значением названия. Так вам будет легче запомнить, чему соответствует тот или иной стиль, особенно при выполнении долгосрочных проектов; да и другим специалистам, работающим над теми же проектами, будет легче включиться в общую работу.

essence

essense – суть/смысл

Старая японская пословица, которой, на мой взгляд, должны следовать все дизайнеры, гласит: «Семь раз упади, на восьмой встань».

Альфред Рид

Как создать шаблоны в InDesign

Шаблон, или «мастер-страница», как его еще называют, создается по умолчанию в качестве фона для всех страниц вашего документа. Все изменения, которые вы вносите в шаблон, тут же отображаются на всех страницах. Шаблоны используются для того, чтобы проставлять нумерацию, повторяющиеся логотипы, верхние и нижние колонтитулы, а также повторяющиеся линии, текстовые врезки и рамки.

На обычных страницах нельзя менять ничего из того, что определено в шаблоне (если только не использовать сочетание клавиш `Cmd+Shift`, щелкая мышкой по объекту).

Для просмотра шаблона выберите пункт `Windows>Pages` (Окна>Страницы). Первый шаблон обозначен как `A-Master`. Это главный шаблон, устанавливаемый по умолчанию, известный также как «родительский шаблон» (`Parent Master`). Если кликнуть на странице `None` («Нет шаблона») и перетащить ее над этим шаблоном, то можно создать новую страницу, не основанную на шаблоне. Каждый новый шаблон получает название в алфавитном порядке.

Можно также создать новый шаблон на основе уже существующего. Он будет называться «дочерним» (`Child Master`). Для этого просто перетащите мышью шаблон на значок «Новый».

Такие шаблоны можно использовать в частности при верстке книги из десяти глав. В родительском шаблоне будет определен общий дизайн, то есть расположение номеров страниц и названия книги. Для каждой главы можно определить свой дочерний шаблон, в который вы будете вносить такие изменения, как название главы. Любой элемент родительского шаблона, который вы не желаете видеть в дочернем, можно удалить или отредактировать, кликнув на нем и удерживая клавиши `Cmd+Shift`.

Ничто не подготовит вас лучше к карьере дизайнера, чем первый год работы по специальности.

Элизабет Роджерс

Как обращаться с крупными объемами текста и большими файлами изображений

Обрабатывать крупные фрагменты текста в программе InDesign быстрее и легче, если перед размещением текста в документе сначала задать текстовые фреймы (блоки или поля) в шаблоне.

Кликните по шаблону и очертите текстовые фреймы. Затем нужно связать их вместе, кликнув по первому фрейму. В нижней части текстового фрейма появится маленькая синяя стрелка (стрелка появляется, только если фрейм связан). Кликните по ней. В верхнем левом углу следующего фрейма появится значок «Поместить текст», по которому также следует кликнуть, и так далее.

Вернитесь к первой странице документа, выберите пункт File>Place (Файл>Разместить), а после выберите нужный документ (или нажмите Cmd+D). Снова появится значок «Поместить текст», и нужно кликнуть по этому значку в верхнем левом углу первого фрейма, после чего весь текстовый документ заполнит все связанные текстовые фреймы.

Большие файлы изображений замедляют программу InDesign, поэтому легче для начала работать с изображениями, имеющими низкое разрешение (72 dpi). Закончив работу над дизайном, можно заменить эти изображения высококачественными оригиналами с большим разрешением.

Сократить размер файлов изображений можно методом пакетной обработки в Photoshop (см. стр. 119). По окончании работы над документом просто замените ссылки на рабочие файлы ссылками на оригинальные изображения.

Быстрее всего это можно сделать, переместив папку с изображениями с низким разрешением в другое место. После этого InDesign пометит их как потерянные. Исправьте одну из ссылок, указав файл с большим разрешением. Если все файлы оригинальных изображений находятся в одной отдельной папке, то InDesign исправит сразу все ссылки на них.



Если вы считаете, что ваше последнее творение было блестящим, потому что вы использовали по меньшей мере восемь программ, то знайте: вы поймались на крючок. Не важно, каким знатоком компьютера вы себя считаете; для производителей программного обеспечения вы всего лишь очередной пользователь.

Вив Томас

Как вставлять лигатуры

Лигатуры — это объединение двух и более графем в один графический символ. Некоторые сочетания букв из-за их начертания уже других, например fi или fl. Если использовать между ними стандартные интервалы, то текст кажется неопрятным. Именно в таких случаях используются лигатуры.

Лигатуры дошли до нас со времен металлического набора, потому что некоторые буквы сочетались друг с другом так, что создавались ненужные пробелы внутри слова. Буква f нависает над последующим пробелом.

Для решения этой проблемы некоторые буквы были объединены и размещены на одной металлической литере. При наборе вместо двух отдельных литер вставляли одну объединительную, со знаком лигатуры.

В настоящее время шрифты формата OpenType содержат широкий набор глифов, включая лигатуры, которые разработаны так, чтобы буквы вместе лучше смотрелись, не мешая друг другу.

Документ InDesign можно настроить таким образом, чтобы лигатуры вставлялись в его текст при наборе автоматически. Для этого нужно выбрать инструмент Type (Текст) на панели инструментов, а затем кликнуть по крайней справа кнопке на панели задач под CS Live. Откроется выпадающее меню, и в нем нужно выбрать пункт Ligatures (Лигатуры), чтобы программа InDesign автоматически вставляла основные лигатуры туда, где они требуются. В каждом шрифте имеется свой набор лигатур, в некоторых их больше, в других меньше. Поэтому после набора текста следует воспользоваться инструментом «найти и вставить» (Cmd+F) и проверить, вставлены ли в текст все необходимые лигатуры.

Все лигатуры можно найти на палитре глифов, которая открывается, если открыть меню Type (Текст) и выбрать глифы.

Разные типы файлов для разных задач

Представьте, что вам дали в руки молоток и попросили разрезать им мягкую буханку хлеба. Скорее всего, вы просто расплющите и изорвете хлеб. Примерно то же самое происходит, когда в дизайнерской работе используют файлы не тех форматов: результат оказывается не таким, каким должен был или мог быть. Но ведь сейчас так много разных форматов файлов, какой из них выбрать?

Если сомневаетесь, всегда для начала задайте вопрос Google, а потом коллегам. «Какой формат файлов используется в нашей студии?» Такой вопрос подразумевает, что вы обладаете какими-то познаниями (в конце концов, вы же только что «погуглили», так что некоторая информация у вас есть), а кроме того, настроены на конструктивный лад и хотите понять, как принято работать в данной компании.

Каждый дизайнер когда-то начинал работу в студии новичком, и если нынешний новичок задает ему вопросы, то для него это комплимент. Но спрашивайте о чем-то конкретном только один раз и записывайте ответ в блокнот. Если вы будете постоянно спрашивать об одном и том же, то у коллег сложится о вас нелестное мнение.

Ниже приведены самые общие сведения, касающиеся самых распространенных форматов, — это будет ваш самый первый справочник.

- .tiff** Формат хранения растровых графических изображений (фотографий и т. д.) для подготовки к печати. Поддерживает прозрачный фон и множественные слои. Используется для передачи растровых изображений печатникам (300 dpi, CMYK).
- .pdf** «Портативный формат документа» (portable document format) — попытка фирмы Adobe создать универсальный формат файлов. Хорошо подходит для пересылки дизайна по электронной почте, для портфолио и резюме, а также для передачи иллюстративных и художественных материалов печатникам. Не поддерживает слои. Подробности см. на стр. 133.

Когда сроки с каждым днем поджимают все сильнее и вы не находите себе места, вспомните, что и в жизни, и в дизайне все, что ни происходит, только к лучшему. Никто не сможет получить от вас больше, чем вы способны сделать.

Эмма Фишер

.jpeg Сжатый формат файлов, исключительно для растровых изображений. Формат jpeg широко используется для демонстрации фотографий в Сети.

.ai «Родной» формат файлов программы Adobe Illustrator, использующийся для векторных изображений — логотипов, иллюстраций и т. д. Идеален для передачи дизайнов в трафаретную печать, для фирм, занимающихся производством рекламных табличек и прочей оформительской продукции. Также поддерживает слои.

.psd «Родной» формат файлов программы Adobe Photoshop, поддерживающий растровые изображения. Прекрасно подходит для редактирования фотографий и создания растровых изображений. Поддерживает прозрачный фон и множественные слои.

По возможности старайтесь не набирать текст в программе Photoshop, поскольку шрифт автоматически переводится в растр, и в результате он может оказаться пикселизированным.

.indd «Родной» формат файлов программы Adobe InDesign. Великолепен для верстки и дизайна публикаций, от небольших листовок до книг объемом пятьсот страниц. Формат Adobe InDesign часто передается печатникам вместе с pdf.

.eps Векторный формат, обычно используемый для переноса элементов дизайна из одной программы в другую или для передачи специалистам, работающим над другим проектом. Векторные файлы .eps можно масштабировать до любого размера без потери качества.

.png Растровый формат файлов, преимущественно используемых для веб-дизайна вследствие малого поддерживаемого разрешения. Допускает создание прозрачного фона и потому идеален для создания значков, кнопок и логотипов.

Не забывайте о точке в расширении файла.

avoid problems

avoid problems – избегайте проблем

CMYK, RGB и чем они различаются

Советую запомнить очень простое правило: если работа предназначена для монитора, то RGB. Если не для монитора, то CMYK.

CMYK и RGB — это две цветовые модели, в которых используются совершенно разные методы смешения цветов.

CMYK (по начальным буквам англоязычных названий цветов cyan, magenta, yellow, key/black — «голубой», «пурпурный», «желтый», «ключевой/черный») представляет собой субтрактивную (основанную на вычитании) модель цвета, которая используется для печати.

RGB (по начальным буквам англоязычных названий цветов red, green, blue — «красный», «зеленый», «желтый») представляет собой аддитивную (основанную на сложении) модель цвета, которая используется для мониторов с подсветкой. Всего в модели CMYK более трех тысяч доступных оттенков, хотя это гораздо более ограниченная палитра по сравнению с цветовым спектром RGB.

Эти две модели очень сильно отличаются друг от друга по яркости. Чрезвычайно яркие и насыщенные оттенки, видимые на экране монитора, невозможно воспроизвести в печатной продукции.

В печати цвета обычно тусклее и темнее по сравнению с тем, как они выглядят на мониторе, поэтому, занимаясь дизайном для печати, следует соблюдать осторожность и всегда работать в модели CMYK, чтобы избежать проблем.

Проверка и смена цветовых моделей в разных программах Adobe осуществляется по-разному. Photoshop использует RGB по умолчанию. Для смены цветовой модели выберите Image>Mode>CMYK (Изображение>Режим>CMYK).

Если в цвете заметны большие изменения, то поправьте кривые и уровни (Curves, Levels).

**Создай
СОБСТВЕННЫЙ
почерк.**

Сью Смоллвуд

Чтобы подготовить документ к печати в программе Illustrator, выберите File>Document Color Mode>CMYK Mode (Файл>Цветовой режим документа>CMYK). Можно также проверить, все ли используемые вами цвета находятся в цветовом пространстве CMYK. Если сомневаетесь, кликните по значку цвета на панели инструментов, и откроется окно Color Picker (Цветовая палитра).

Если выбранный вами цвет недоступен в режиме CMYK, то рядом с кнопкой ОК отобразится восклицательный знак. Кликните по этому знаку, чтобы автоматически выбрать эквивалент из пространства CMYK.

В программе InDesign достаточно просто выбрать в меню Window>Color (Окно>Цвет) и открыть окно цвета. В выпадающем меню смените режим на CMYK. Любой цвет, который вы выберете (даже из пространства RGB), автоматически будет изменен на цвет CMYK.

Когда вы печатаете на цветном принтере компании и получаете уведомление Out of Gamut (Вне гаммы), это значит, что выбранные цвета не соответствуют режиму CMYK.

Если у вас имеется фотография в цветовом режиме RGB, просто выберите в меню Windows>Links>Links Info (Окно>Ссылки>Информация о ссылках), затем кликните правой кнопкой мыши по названию файла и выберите Edit With>Photoshop (Редактировать с помощью>Фотошоп). В Photoshop выберите в меню Image>Mode>CMYK>Save (Изображение>Режим>CMYK>Сохранить). Обратите внимание на то, как поменялись цвета; возможно, придется отредактировать изображение, поскольку из-за потери цветов оно стало слишком тусклым.

simple
simple – простой

**Если вы не умеете
рисовать ноги
коровы, прикройте
их высокой травой.**

Совет преподавателя
живописи Джанет
Слейд Диане
Чемберлен

Какую программу использовать

Всегда спрашивайте, какую программу для работы предпочитают использовать в той или иной студии. Обычно программы изучают в школе дизайна, и у студентов складываются какие-то свои предпочтения. У каждого бывает любимая программа, которую он чаще всего использует для выполнения работ.

Как правило, в студиях придерживаются определенной системы: например, основной программой может считаться InDesign, тогда как иллюстрации делают в Illustrator и импортируют в InDesign, а фотографии обрабатывают в Photoshop и потом, опять-таки, импортируют в InDesign.

В каждой студии практикуется собственный сценарий работы, поэтому перед тем как приступить к выполнению порученного вам задания в каком-то месте, выясните, как там принято работать.

Не начинайте работу в своей любимой программе без разрешения, поскольку это только раздражает ваших коллег и начальство.

В нашей студии мы много лет пользовались программой Freehand; это была замечательная программа для шрифтов, логотипов и символов. Мы использовали также программу Pagemaker. В конце концов на смену Freehand пришла программа Illustrator. Pagemaker разрабатывали наборщики, тогда как его конкурент Quark писался программистами.

Pagemaker был интуитивно понятной программой дизайна, а Quark, по моему мнению, предназначался для художественного оформления. Pagemaker, или то, что от него осталось, был включен в InDesign.

Возможно, вы изучали InDesign в колледже, поскольку эта программа в настоящее время считается стандартом в сфере дизайна. Если вам приходится работать в Quark, не расстраивайтесь, потому что она очень похожа на InDesign. Просто обратитесь за помощью, если у вас что-то не получается.

а h n
o
X

**В этой игре главное
высказываться.**

Гарет Хайем

Насколько можно увеличить изображение с высоким разрешением?

Изображение на экране монитора легко может сбить вас с толку, и, будучи дизайнером, вы можете не обратить внимания на увеличение, восхитившись тем, как прекрасно выглядит компьютерная картинка. Согласно общему правилу, когда вы работаете в программе дизайна, изображение с высоким разрешением не следует увеличивать больше чем на 120 — 130 процентов. Иногда мы доводили и до 150 процентов, но обычно уже при 130 процентах чувствуется перебор.

Придерживайтесь правила не увеличивать изображение на 120 процентов, и тогда у вас не возникнет лишних проблем.

Не забудьте проверить параметры фотографий, которые вы используете в своем дизайне. Прежде всего убедитесь в Photoshop, что разрешение фотографии составляет 300 dpi; правильный формат всех элементов — надежный залог того, что ваш великолепный дизайн не окажется непригодным для печати.

Когда изображения используются для рекламных баннеров или чего-то подобного, у специалистов имеются программные способы увеличить разрешение фотографий, но они применимы только для этих специфических носителей и не подходят для офсетной печати.

blow

blow – увеличение/низкий

Сохранение, форматирование и метки pdf-файлов

Формат pdf фирмы Adobe сохраняет форматирование файла независимо от того, в каком приложении он создавался. В том числе сохраняются текст, видеофрагменты, рисунки и метаданные.

Формат pdf обладает рядом преимуществ, поскольку он позволяет включать в файл шрифты и изображения, которые почти на всех компьютерных экранах выглядят одинаково, и при этом сокращает размер файла.

Чтобы сохранить документ в формате pdf в программах Illustrator и Photoshop, выберите в меню File>Save As>Adobe PDF (Файл>Сохранить как>Adobe PDF). Здесь же можно выбрать, какие метки показывать в распечатке. Чтобы сохранить документ в формате pdf в программе InDesign, выберите в меню File>Adobe PDF (Файл>Настройки Adobe PDF), где можно выбрать высокое или низкое разрешение.

Метки реза показывают, где проходит линия реза печатного листа.

Метки приводки (приводочные кресты) показаны в виде кругов с крестом внутри. Они печатаются с использованием каждого цвета пространства CMYK, которые должны идеально покрывать друг друга. Если один из цветов не выровнен, то на распечатанном листе это будет сразу заметно.

Шкалы цветового перехода печатаются сразу за метками обреза и используются для контроля качества; с их помощью печатники определяют насыщенность цвета и его постоянство во всем документе. Иногда этот процесс автоматизируется при помощи сканнеров.

Информация о странице содержит название файла, номер страницы, текущие дату и время и названия основных цветов.

**Хороший дизайн
делает качественно
хорошие фотогра-
фии.**

Джулиан Калдер

picky
picky – придирчивый/я

Когда следует ретушировать фотографии

Если в вашем распоряжении имеется хорошая фотография или хороший фотограф, то ретушировать вам ничего не нужно.

Фотограф сам должен редактировать свои фотографии перед тем, как передавать их вам.

Ретуширование — это последнее средство, а не первый шаг, хотя иногда его не избежать и оно необходимо. Вряд ли навыки работы в Photoshop младшего дизайнера (какими бы великолепными они ни казались вам самим) превосходят навыки профессионального редактора. Поэтому сами не пытайтесь редактировать фотографии. Если считаете необходимым что-то улучшить, всегда говорите об этом кому-нибудь — это ваша работа, — а после уже пытайтесь добиться нужного, по вашему мнению, качества.

В ходе встречи с заказчиком можно копировать или удалять элементы фотографии, но вы должны демонстрировать значительную ее часть на том месте, где она должна находиться. Невозможно создать что-то из ничего.

Как дизайнер, вы обязаны посмотреть на каждую фотографию свежим взглядом и высказать свое мнение по поводу того, можно ли ее как-то улучшить. Но никогда не говорите это громко в ходе встречи с заказчиком; высказывайте свои соображения тем, с кем вы работаете в дизайнерской компании.

Дизайн — это всегда коллективная работа, так что не будьте слишком придирчивыми, просто постарайтесь, чтобы на вас обратили внимание.

fit

fit — подходящий/я

Масштабирование изображений

Дизайнеры тратят много времени на то, чтобы объяснять заказчикам, что изображения, которые те видят, имеют слишком маленькое разрешение для печати. При этом на экране монитора все выглядит великолепным, и заказчикам трудно понять суть проблемы.

Если заказчик не располагает изображениями в высоком разрешении, то хорошей печати ожидать не приходится.

Заказчику следует найти изображения в высоком разрешении или повторно заказать снимки. С фотографиями в низком разрешении вы ничего поделаться не сможете.

Изображения следует масштабировать, исходя из задачи. Небольшие изображения с низким разрешением легче пересылать по электронной почте, и их разрешение можно уменьшить до 72 dpi.

Этот процесс можно автоматизировать посредством пакетной обработки (см. стр. 119). Выберите в меню Image>Image Size>Resample Image>Resolution 72 (Изображение>Размер изображения>Отслеживать изменения>Разрешение 72).

В программе InDesign вам, возможно, придется подстраивать размер изображений для того, чтобы они соответствовали дизайну документа, над которым вы работаете, поскольку часто бывает неизвестно, какой размер потребуется, пока не начнешь вставлять фотографии.

Быстрее всего изменить размер изображения можно, нажав клавишу E (но не удерживая ее), а затем, удерживая Shift+ Стрелка вниз, нажать на угол картинки. Так и размер самого изображения, и размер его рамки будут меняться одновременно, а не по отдельности.

После масштабирования изображения необходимо кое-что проверить на панели «Информация о ссылках». Выберите в меню Windows>Links (Окна>Ссылки). В этом окне вы увидите, насколько изменили размер изображения в

Служить всем

процентном соотношении, что также влияет на его разрешение PPI (пикселей на дюйм). Для печати PPI должно быть равным 300. Если показатель PPI меньше, то нужно изменить его, проделав ряд шагов.

Откройте изображение в программе Photoshop через программу InDesign (как это сделать, описано на стр. 129). Выберите в меню Image>Image Size (Изображение>Размер изображения) и снимите галочку с пункта Resample Image (Отслеживать изменения). Напечатайте в поле Resolution (Разрешение) число 300 и нажмите ОК. Выберите в меню File>Save (Файл>Сохранить). Так вы измените разрешение изображения на 300 dpi.

Что делает великими произведение искусства, дизайн, логотип?

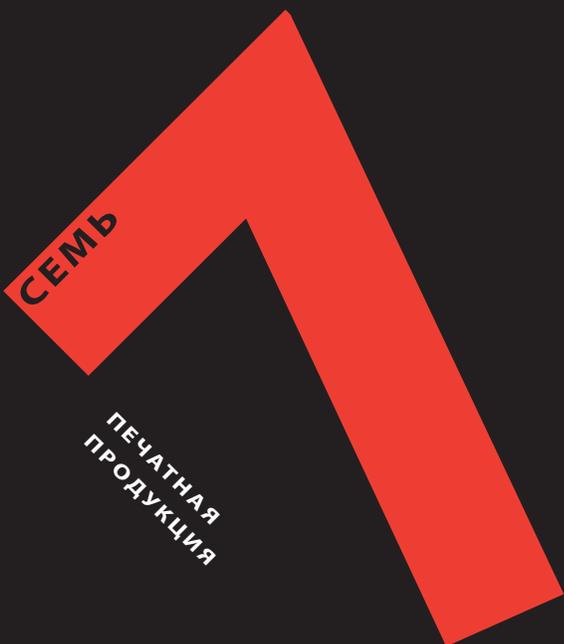
Занимаясь творческой деятельностью, художник всегда должен считаться со зрителями, а не с самим собой. Мы совершенствуемся, когда учимся творить от имени всех, а не просто потворствуем своему собственному тщеславию или добиваемся, чтобы нас признали.

Думайте как представитель всего человечества, и тогда ваши мысли будут грандиознее всего, что вы сможете придумать сами по себе.

Это значит мыслить шире, чем ваш начальник, ваши коллеги, ваши заказчики, поскольку они, как и вы, лишь часть общего целого. Великое произведение искусства должно служить всем, поскольку, если не служит всем, оно не имеет права называться великим.

Разве кто-нибудь хочет поспорить с «Моной Лизой»?

Серж Бенайон



СЕМЬ

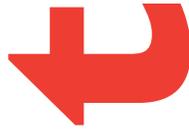
**ПЕЧАТНАЯ
ПРОДУКЦИЯ**

R

P



N



Подготовка, которая помогает обрести уверенность в себе, — вот основное содержание данной книги.

Пол Энтони

Как определить технические характеристики печати

Чтобы получить смету на выполнение печатных работ, нужно определиться с техническими характеристиками печати. Обычно это нечто вроде списка ингредиентов для рецепта, тогда как печатника можно сравнить с поваром, который готовит блюдо по этому рецепту.

Отношения дизайнера и печатников можно сравнить с отношениями архитектора и строителей. Творчески мыслящий дизайнер старается придумать нечто необычное, а печатник удивляется, зачем ему эти сложности и почему нельзя было обойтись традиционными средствами.

Неплохой идеей будет отослать образец в три-четыре места с одними и теми же техническими характеристиками, чтобы узнать, какие бывают расценки, потому что за одни и те же услуги могут просить разные деньги. При этом нужно перечислить строго одни и те же характеристики. Обычно указывают следующие основные параметры: название, количество полос, содержание, цвета, материал, постпечатная обработка, подготовка печатного оригинала, количество экземпляров и цена.

Если у вас нет образцов печатных работ той или иной типографии, всегда просите выслать несколько образцов, печатные характеристики которых максимально соответствуют характеристикам вашей продукции. Для печатников такие образцы все равно что портфолио для дизайнера, и они с радостью их вам покажут. Их можно использовать для сравнения качества печати различных компаний.

Обращайте внимание также на то, как с вами разговаривают по телефону, охотно ли вам помогают и насколько быстро присылают смету. Все это поможет вам представить, каким в итоге окажется ваше сотрудничество.

Как и дизайнеры, печатники встречаются самые разные. Некоторые из них отзывчивостью не отличаются, и с ними трудно работать. Жизнь слишком коротка, поэтому лучше найти такого печатника, общаться с которым вам будет легко.

Конвертировать изображение из RGB в CMYK легко; настоящий показатель мастерства — это знание, какой профиль требуется для построения диапазона тональности и, как следствие, для данной печатной системы и для данного типа бумаги.

Клэйтон Ллойд

ensure
ensure — обеспечить/вы

Как создать образец для печати

Занимаясь веб-дизайном, вы, по сути, сразу же видите на экране монитора конечный результат своей работы. Но если вашему дизайну предстоит распечатывание, то нужно сделать предварительную распечатку, потому что на бумаге все выглядит совсем не так, как на экране.

Порой даже опытные дизайнеры забывают об этом и думают, если их работа хорошо смотрится на мониторе, то все сделано правильно. Но это не так, по-настоящему оценить дизайн для печати можно, только посмотрев на распечатку.

Если вы не уверены в том, что правильно подготовили файл для печати, обратитесь за помощью к печатнику, так как это его ответственность.

Перед тем как отдавать свой файл с дизайном на печать, необходимо проверить ряд его свойств и убедиться в том, что документ готов.

Что касается изображений, то их разрешение должно быть не менее 300 ppi, оно должно быть конвертировано в цветовую модель CMYK, и все плашечные (смесевые) цвета должны быть обозначены. Контурные линии необходимо удалить. Проверьте, действительны ли все связи (ссылки на изображения и шрифты), и убедитесь в том, что все элементы расположены на своих местах.

Создавая pdf-файл, не забудьте установить вылеты (припуски) и расставить метки реза. Непосредственно перед пересылкой всегда проверяйте pdf-файл, потому что файлы иногда повреждаются.

Лучшие дизайнерские идеи — плод нашего собственного опыта и наших собственных знаний.

Джоэл Тедфорд

link — ссылка или связь/чернила

link

Как создать файл для печати

Теперь, когда вы проделали всю тяжелую работу, внесли все необходимые поправки и несколько раз проверили конечный вариант, попросите кого-нибудь еще раз все проверить. А потом предложите заказчику поставить его подпись на распечатке.

Только после этого можно отдавать результат вашего труда в печать. По возможности, помимо файлов, я отдаю печатникам копию на бумаге — цифровую распечатку макета, подписанную клиентом.

Затем в типографии специалисты должны еще раз проверить вашу работу. Оказывается, компьютеры тоже ошибаются, однако их ошибки могут стоить вам очень дорого.

Никогда не доверяйте компьютеру — это единственная вещь в жизни, которая гарантированно вас подведет.

Упаковка файла — это процесс объединения всех компонентов и связанных объектов (шрифтов и изображений) в один файл. В конечном файле должны быть представлены все элементы вашего дизайна. В программе InDesign для этого нужно выбрать в меню File>Package (Файл>Сформировать пакет).

Откроется окно, в котором будет показана сводка о подготовленном документе, а также будут обозначены подсветкой возможные проблемы — отсутствующие ссылки или элементы, использующие цветовую модель RGB (которая не подходит для печати). Если у вас возникли такие проблемы, то придется вернуться к редактированию документа, чтобы их исправить.

Сформировав пакет, сожмите его в один файл и перешлите печатникам. Еще пошлите распечатку макета — чтобы специалисты убедились, что все в вашем файле соответствует макету, — а также цветной pdf-файл.

Если показать заказчику несколько вариантов дизайна, он обязательно выберет тот, который вам нравится меньше всего. Показывайте только один вариант, чтобы заказчик ответил только «Да» или «Нет».

Джефф Хэддон

Разрешение и масштаб

Разрешение и масштаб изображения — это разные вещи, и крайне важно понимать, в чем заключается разница. Масштаб указывает на размер изображения, на его ширину и высоту. Разрешение — это количество пикселей, или точек, на дюйм (PPI или DPI).

В программе InDesign достаточно кликнуть по фотографии, чтобы посмотреть, в каком процентном соотношении она масштабирована. В окне связей будет отображена информация об этом изображении — например, реальное PPI (его разрешение при масштабе в 100 процентов) и эффективное PPI (разрешение изображения при том масштабе, в котором оно показано в InDesign), размеры и т. д.

Способы увеличить воспринимаемое разрешение и качество изображения существуют, но этим занимаются особые специалисты, и в обычных дизайнерских студиях такие вещи не делают.

При печати материала, размеры которого превышают стандартные, — например, рекламных баннеров, — следует спросить печатников, что нужно им переслать, потому что они часто используют свое собственное программное обеспечение для увеличения изображений.

resolution

resolution – разрешение/решение

Это чувство, когда впервые смотришь на свою распечатанную работу... с ним не сравнится ничто, но кто сказал, что это легко?

Нэнси Слонимс

enlargement
enlargement – увеличение/крупный

Что такое высокое разрешение для печати?

Тот факт, что картинка хорошо смотрится на экране монитора, еще не означает, что она будет хорошо смотреться и в напечатанном виде. Для печати требуются изображения с высоким разрешением в формате TIFF и в цветовой модели CMYK.

Если у оригинала низкое разрешение, то при печати он станет только хуже.

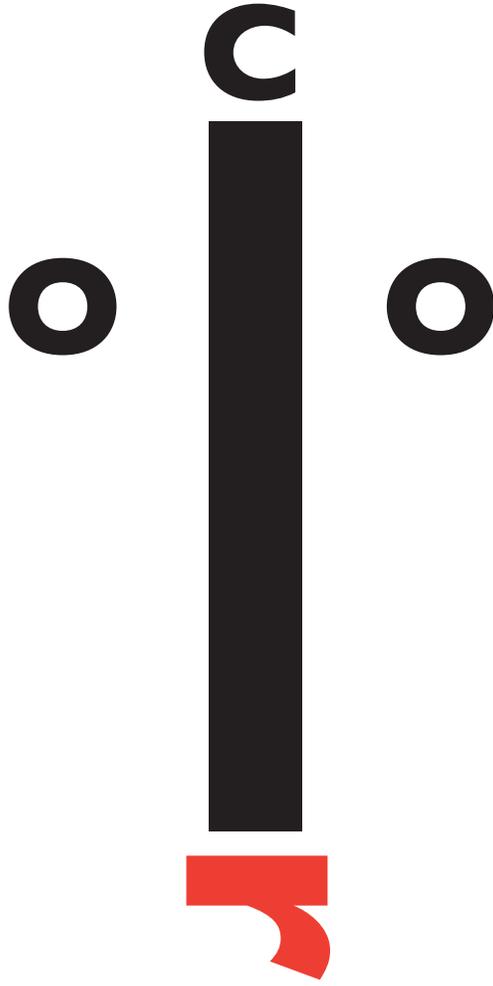
Любой шаг в сторону от оригинала — это, по определению, отдаление от качества.

Качество итоговой печатной работы не может превышать качество оригинала. Оригиналы — это иллюстрации и фотографии, представляющие собой визуальное содержимое вашей работы.

Изображение при импортировании в дизайнерскую программу должно иметь разрешение в 300 dpi, а его увеличение не должно превышать 120 процентов. Это значит, что, вставляя фотографию, в диалоговом окне InDesign вы должны проверить ее процентное увеличение, наведя курсор на него и сделав клик.

Когда появится коричневое окно с рамкой, посмотрите на панель инструментов: в третьем пункте справа в верхнем и нижнем полях будет указан размер в процентах. Убедитесь в том, что эти показатели равны. Если они не совпадают, значит, компьютер исказил ваше изображение. Всегда проверяйте, не испортила ли ваше изображение программа, с помощью которой вы его обрабатывали.

color – цвет



**Цвета тоже могут
легко отвлекать
внимание клиента от
коммуникационного
потенциала формы.**

Алан Смити

Как пользоваться каталогами, содержащими образцы цветов

Что касается печати, то и тут компьютер может легко ввести в заблуждение. На мониторе мы видим изображение с задней подсветкой. Монитор излучает свет, и это далеко не то же самое, что бумага, которая отражает свет. Бумага не может светиться сама по себе, и потому все цвета, которые на ней напечатаны, тоже отраженные.

Существуют содержащие образцы цветов на различных типах бумаги — гляцевой, матовой, шелковой и т. д. — печатные каталоги, в которых показано, как будет выглядеть при печати цвет, получаемый в результате предварительного смешивания красок. Каталоги также показывают, как эти же цвета будут выглядеть при полноцветной печати в четыре цвета. При разном типе подбора цвета результаты могут оказаться совершенно различными.

Разрабатывая корпоративный цвет для той или иной организации, следует проверить, как этот цвет будет выглядеть на всех печатных материалах, а не только на экране монитора.

Точность передачи цвета в дизайне имеет наиважнейшее значение, поэтому у всякого оттенка есть свое буквенно-цифровое обозначение. Всего существует более 1 100 уникальных оттенков. С помощью каталогов Pantone можно подобрать так называемые плашечные, или смесевые, цвета, для каждого из которых имеется своя формула смешивания.

Например, некая компания решила, что ее корпоративным цветом будет оттенок зеленого, как на банке консервированной фасоли Heinz. Этот оттенок должен выглядеть одинаково на всей продукции этой компании, поэтому при разработке дизайна продукции нужно будет выбрать цвет, имеющий строго определенный номер, даже если эта продукция выпускается в разных странах и на разных предприятиях.

Существует сила, влияющая на наше настроение, наши поступки и наш образ мышления. Эта сила называется цвет.

Тим Вогт

Перед тем как окончательно выбрать цвет, нужно знать, на материале какого типа он будет напечатан. После этого можно будет подобрать соответствующий образец цвета из каталога. Под ним будет значиться его уникальный номер, который затем потребуется выбрать в компьютерной программе.

В программе InDesign для этого выберите в меню Windows>Color>Swatches (Окно>Цвет>Образцы). Откройте выпадающее меню и выберите пункт New Color Swatch (Новый образец). Далее нужно выбрать используемый вами каталог Pantone, например Pantone Solid Matte, и найти нужный цвет, например Pantone 032 U. После этого он появится в вашей палитре.

Если вы занимаетесь цифровым дизайном, то цвета конечной продукции будут отображаться только на экранах мониторов и в таком виде, какими они и должны быть.

different
different – разный/я

Перед тем как переходить к печати, обязательно сделайте пробный образец и, самое главное, убедитесь в том, что клиент его подписал.

Клэйтон Ллойд

Различные печатные пробы и как их проверять

Для цветной офсетной печати печатным образцом раньше всегда служила так называемая «мокрая» проба. Для этого мы изготавливали формы для печати и делали оттиски, чтобы все участники процесса — дизайнер, клиент и печатник — имели в распоряжении образец на той же самой бумаге, которая будет использована для печати всего тиража.

Современные технологии сделали эту стадию, как и многие другие, устаревшей. В лучшем случае вы получите пробу, в которой на одном листе совмещены все цветные контрольные изображения, отпечатанные мокрым способом.

Еще делали хромалиновую цветопробу, когда четыре пленки, используемые для печатных форм четырех основных цветов (голубой, пурпурный, желтый и черный), накладывались друг на друга и экспонировались на один лист фотобумаги. В результате получалось изображение, максимально похожее на то, какое должно выйти из-под печатного пресса.

В настоящее время стандартом стали цифровые пробы. Для оценки цвета производят печать на бумагу с компьютера; та же компьютерная информация используется для изготовления печатных форм, а затем отсылается для типографских печатных машин для подготовки печати тиража.

Перед печатью брошюр, и тем более книг, составляются также дизайн-макеты с низким разрешением, которые позволяют оценить вид готовой печатной продукции. Все элементы дизайна на них должны быть расположены в правильном порядке и занимать свои места на страницах. Цвет изображений по ним не оценивают. Для оценки цвета используются цифровые пробы с высоким разрешением.

Цветопробы с высоким разрешением необходимы для проверки цвета, шрифта и т. д. перед отправкой дизайна в печать. Они служат визуальным образцом для вас и для специалиста, обслуживающего печатное оборудование.

**Если дизайн
выглядит
потрясающе, но
прочитать ничего
невозможно, то вы
художник, а не
дизайнер.**

Ханс ван дер Коои

Pdf-файлы полезны для проверки того, все ли элементы находятся на своих местах, но не годятся для проверки цвета, поскольку разные мониторы по-разному передают одни и те же тона. В нашей студии мониторы откалиброваны так, чтобы соответствовать мониторам основных наших печатников, что довольно полезно.

Все свои замечания по поводу проб записывайте красными чернилами, в тех же терминах, какие используются в панели Adjustments (Коррекции) программы Photoshop. Выразитесь понятным языком, не используйте сложные слова и фразы, но старайтесь писать пространнее, поскольку вам с помощью текста нужно выразить визуальные характеристики. Вам нужно добиться того, чтобы печатник взглянул на это изображение вашими глазами.

Образцы печати рассматривайте при хорошем освещении, стоя у окна, потому что лампы в офисах, как правило, придают всему желтоватый оттенок. При необходимости посмотрите на изображение на экране монитора печатника и убедитесь, что вы оба видите одно и то же.

Если и после второй пробы у вас остаются сомнения, то лично посетите типографию, чтобы проверять результат во время печати.

attend

attend – посетить/конец

НАВЫКИ
ВЕБ-ДИЗАЙНА



ВОСЕМЬ

form – φόρμα

f
r
3

Таланты вскоре освоят новые возможности, и именно за ними будут охотиться крупнейшие мировые компании и корпорации.

Джим Томпсон

Особенности веб-дизайна

Этот раздел — вовсе не учебник и не справочник по веб-дизайну, но если это ваша основная сфера деятельности в первый год работы, то вам будет полезно узнать кое-какие ее особенности, так как знание — одно из основных условий совершенствования дизайнерских навыков.

Поскольку принципы веб-дизайна постоянно и существенно меняются, к тому времени, как эта книга выйдет в свет, правила игры в Интернете могут в очередной раз измениться.

Я полагаю, что веб-дизайн в основе своей схож с телевидением и движется в направлении телевидения, только в интерактивном его варианте, потому что в обоих случаях он отображается на экранах. То, что делают на больших экранах, можно повторить и на небольшом. Мне кажется, в конечном счете все мы будем просматривать веб-сайты на огромных 3D-экранах у себя дома в комфортных условиях.

Всемирная информационная сеть являет собой сочетание лучших принципов книжного и журнального дизайна с добавлением движущихся изображений и звука. Все это обеспечивает нам безупречное визуальное интерактивное переживание.

Я рассматриваю веб-дизайн как некое подобие или аналогию книжного и журнального дизайна, где самое главное — это контент (содержание) и где дизайн — это способ донесения контента до целевой аудитории. Каким бы разнообразным ни было содержимое, в основе своей это информационный дизайн.

Если вы дизайнер, то вы должны в первую очередь понять, как должна подаваться и восприниматься информация на веб-странице и как она на ней должна быть расположена.

Чтобы воспользоваться всеми возможностями веб-дизайна, нужно знать его ограничения, то есть то, что можно и чего нельзя делать в постоянно меняющемся мире веб-дизайна.

i**magination**

imagination – воображение/я

При этом единственным серьезным ограничением для вас должно быть собственное воображение, а не возможности верстальщика. Если вы дизайнер, то постарайтесь наладить связь с хорошим программистом, который не будет постоянно твердить вам, что можно выполнить с технической точки зрения и что нельзя. Он должен стараться находить способы решения поставленных вами задач.

В свое время печать стала ведущим средством распространения информации среди широких масс, и в недавнее время эта роль перешла к Интернету. Если печати насчитывается более пятисот лет, то веб-дизайн, можно сказать, пребывает еще в младенческом состоянии.

Я предвижу время, когда программы вроде InDesign будут автоматически конвертировать ваш дизайн в код для веб-сайта и тут же, посредством нажатия одной кнопки, размещать его в Сети, вместо того чтобы преобразовывать в pdf-файл для печати.

Форма следует за воображением. Придумайте историю. Найдите историю. Исследуйте историю. Только после этого можно подумать о том, как изложить ее визуальными средствами. Лучший дизайн всегда начинается с истории.

Леланд Машмейер

**По-настоящему
понять, что должна
делать ваша работа
и почему она должна
это делать, гораздо
важнее того, чем она
является.**

Пол Хоскинс

Дизайн для Интернета

Эта глава может показаться неуместной в книге о дизайне, но я не собираюсь излагать какие-то технические подробности или принципы программирования для создания веб-страниц. Мне просто хочется, чтобы вы понимали, какие средства имеются у вас в распоряжении и как ими можно пользоваться для воплощения в жизнь ваших замыслов.

Чтобы заниматься веб-дизайном, не обязательно быть программистом или знать язык разметки. Чаще всего вы будете заниматься визуальным содержанием, а создавать сайт на основе ваших идей будут веб-верстальщики. Но знать, как устроен веб-сайт изнутри, всегда полезно, потому что это поможет вам быстрее добиться успеха.

Приступать к выполнению проекта в веб-дизайне следует так же, как и в других сферах: сначала узнайте, для какой аудитории предназначается конечный продукт, затем разберитесь с сутью задания, потом задайте правильные вопросы и поймите, где и при каких обстоятельствах люди будут пользоваться конечным продуктом. Дизайн должен быть средством решения определенной задачи.

Часто спрашивают, нужно ли знать языки программирования веб-сайтов, HTML, Java и PHP, для того, чтобы заниматься веб-дизайном. Это не обязательное требование, хотя специальные знания вам не помешают. Знания вообще не бывают лишними.

Возможно, вы окажетесь в такой ситуации, когда вам придется сотрудничать с каким-либо независимым верстальщиком, чтобы предоставить клиенту «комплексный» продукт. В таком случае всегда полезно обладать какими-то знаниями, чтобы задавать верстальщику правильные вопросы и говорить с ним на одном языке. Умение говорить на одном языке со специалистами — вообще очень ценное качество дизайнера, в какой бы области он ни был занят, и этому стоит учиться.

p **i** **x**
e
s

Между школой и индустрией есть значительный разрыв; мы учимся тому, что сможем сделать самостоятельно, но не обращаем внимания на то, что нужно другим людям. Мы ищем свою идентичность, но забываем о репутации.
Юнгиэй Ма

Как мыслить в пикселях

Поначалу дизайн веб-страниц может показаться довольно непривычной задачей. Часто новичков смущает собственно идея работы в пикселях — возможно, потому, что пиксели — непривычные, лишённые вещественности единицы измерения.

Все мы учились измерять в дюймах на бумаге. С самых первых дней обучения мы практически ежедневно проводили линии с помощью линейки, так что неудивительно, что дюймы мы воспринимаем как нечто само собой разумеющееся, особенно когда готовим дизайн для печати. В конце концов, дюймы — наши старые верные друзья.

Мы прекрасно знаем, как они выглядят и сколько их умещается на листе бумаги. Но чему равен один пиксель?

С этой единицей измерения мы почти не имеем дела, разве что в том же веб-дизайне, и поэтому, чтобы привыкнуть к пикселю, требуется некоторое время. Но воспринимайте его просто, как очередную единицу измерения. Мы же привыкли при выполнении разных задач пользоваться разными единицами, например, шрифты измеряются в пунктах.

Помните ли вы, чему равен один пункт? Или одна пика? Пожалуй, сразу и не скажете. Но это не мешает вам на взгляд сразу же отличать шрифт размером в 10 пунктов, причем так же легко, как вы распознаете отрезок в 10 дюймов. Пункты — единица, созданная исключительно для измерения шрифта.

Так что не бойтесь пикселей. Это всего лишь очередная единица измерения, используемая в веб-дизайне, все равно что пункты в типографике.

Постарайтесь привыкнуть к самым распространенным в веб-дизайне размерам в пикселях. У разных людей свои предпочтения, но в большинстве случаев ширина веб-страниц составляет от 900 до 1000 пикселей. Посмотрите на разные страницы, имеющие разные размеры, и вскоре вы будете так же уверенно рассуждать о пикселях, как и о стандартных мерах длины.

Подавайте свое портфолио с увлеченностью и энтузиазмом. Оно должно быть составлено таким образом, чтобы каждая работа говорила практически сама за себя. Сейчас речь идет о визуальных образах, достаточно сильных, чтобы не нуждаться в обязательных словесных объяснениях.

Особенно хорошей идеей будет блокнот набросков. В него можно заносить все, что вам нравится. Все интересное, что вы увидели в каком-нибудь журнале. Кое-какой сырой материал. Возможно, какую-нибудь фотографию. Любой образ, который вы собираетесь использовать в дальнейшем. Все, что угодно — не важно, что именно.

Как человек, занимающийся подбором специалистов для нашей области, должна сказать, что самыми подходящими для работы оказывались те, кто имел при себе хорошо подобранное и представленное портфолио плюс блокнот с самыми разными интересными набросками.

Почему так? *Наброски очень многое говорят о человеке и о его мыслительном (творческом) процессе.*

Глория Болдуин

Шрифты в веб-дизайне

Когда веб-дизайн только зарождался, доступных и подходящих для отображения на экране монитора шрифтов было совсем мало. Сейчас же существует огромное количество шрифтов, оптимизированных для веб-страниц, красивых и интересных, не связанных ограничениями печати. За небольшую плату можно пользоваться различными специальными сервисами, предоставляющими богатые наборы шрифтов, — настоящими сокровищницами интернет-типографики.

Но вместе с изобилием возникает и проблема выбора — какой шрифт использовать и для чего? Прежде всего, выбирайте то, что подходит как для содержания, так и для платформы. Кто-то мне однажды рассказывал, что видел надгробный камень, надпись на котором была высечена шрифтом Comic Sans — совершенно дикое сочетание. Так что сначала перечитайте свое задание и выберите шрифт, оптимизированный для веб-страниц. Вместе с тем подумайте о том, какой шрифт пригоден для конкретного документа или для его частей: например, в основном тексте большую удобочитаемость имеют шрифты с увеличенной высотой строчных букв.

Потратьте время на подбор шрифта, не довольствуйтесь стандартным набором. Чтение с экрана — далеко не то же самое, что чтение с листа, и это тоже следует принимать во внимание. Самое главное — это удобочитаемость, поэтому проверьте свою типографику на себе: если вы постоянно сбиваетесь со строки или с трудом сосредотачиваетесь на тексте, то, возможно, имеет смысл увеличить междустрочный интервал или уменьшить длину строк. Поэкспериментируйте с разными кеглями и интервалами, сравнивая варианты. Вашим приоритетом должна быть легкость чтения. Неплохо для начала установить междустрочный интервал, равный 140 процентам кегля. Веб-шрифтам необходим простор, не дайте им задохнуться.

Также имейте в виду, что ваша типографика может выглядеть по-разному на разных платформах, поэтому постарайтесь протестировать свой дизайн на разных устройствах,

differentiate

differentiate – разделять/я

особенно на тех, что поддерживают программное обеспечение фирм Apple и Microsoft. Возможно, что на устройствах с разными операционными системами один и тот же шрифт будет выглядеть как совершенно разные шрифты.

Что касается браузеров, старайтесь быть в курсе последних ограничений и изменений. Например, некоторые браузеры в недавнее время стали поддерживать такие особенности шрифтов OpenType, как лигатуры и орнаментированные курсивные буквы (swashes), которые могут изменить вид вашей типографики вплоть до того, что приблизят ее к печатному виду.

Важной характеристикой хорошей типографики служит контраст. Если у вас бледные буквы на светлом фоне, то удобочитаемость сильно страдает. Для проверки контрастности стоит сделать скриншот страницы и перевести его в оттенки серого в программе Photoshop.

Что касается кегля, старайтесь воздерживаться от кеглей менее 12 пунктов (10 пунктов — крайняя граница!). В печати маленький кегль выглядит неплохо, но на экране монитора он едва читается. Помните, что самый распространенный кегль для веб-страниц — это 16 пунктов. Он достаточно велик, чтобы его прочитали как на экране монитора, так и на дисплее мобильного устройства.

Зачастую люди, посещающие веб-страницы, довольно рассеянны, и им сложно сосредоточиться на тексте более нескольких секунд. Большинство людей всего лишь быстро просматривает страницы в поисках нужной им информации. Постарайтесь помочь им в этом — сделайте так, чтобы информационная наполненность частей текста ясно отображалась посредством типографики. Для выделения информации повышенной важности используйте курсив, капитель или иные разновидности шрифта. Выделяйте особым начертанием выбранной гарнитуры подзаголовки, ссылки и другие подобные элементы, чтобы они отличались от обычного шрифта. Придерживайтесь четкой структуры, разделяйте абзацы и другие элементы текста, облег-

Чтобы понять, как работает хорошая типографика, нужно прочувствовать ее и запачкать ею свои руки.

Патрик Лоусон-Томас

чая его восприятие для тех, кто просматривает страницу по диагонали. Навигация по тексту должна быть удобной.

Все еще не можете выбрать шрифт? В Сети можно найти множество материала, от информации о том, какие шрифты были самыми популярными в разные года, до сборников бесплатных шрифтов (среди них встречаются настоящие перлы, правда, скрытые под грудой мусора, так что будьте внимательны!). Знакомство с печатной типографикой, конечно, весьма пригодится вам, но бумажные и пиксельные шрифты — это все же разные «звери» с разными свойствами, и они используются для разных целей. Обращайтесь с ними так, как они того заслуживают, и вы сможете приручить их всех.

Ловля идей

Понять, когда рождается блестящая идея, практически невозможно, но все же можно уловить то решающее мгновение, когда она поднимается к поверхности.

То самое мгновение, когда из смутного проблеска в голове она превращается в яркую картинку.

То мгновение, когда неясные очертания принимают форму, которую можно нарисовать на бумаге, изобразить на экране монитора, начертить на доске, нацарапать на манжете или на обратной стороне конверта, набросать в блокноте.

Пока они не схвачены, идеи, как правило, стремятся раствориться и исчезнуть. И только пойманные идеи можно превратить в реальность.

Алан Флетчер, 1994

w i r
e

Умейте приспосабливаться; это постоянно меняющаяся среда.

Джастин Дейвис

Каркасное моделирование

Каркасное моделирование — очень важный первый шаг в любом дизайне, предназначенном для экрана. Для веб-сайтов каркасы то же, что чертежи для зданий: это сочетание простых линий, созданных в самом начале проекта и призванных показать очертания основных элементов, их размеры, расположение относительно друг друга и т. д. Создавая каркас сайта, вы тем самым сосредотачиваетесь на функциональности дизайна и на иерархии информации, но не отвлекаетесь на цвет, шрифты, изображения и другие подробности. Если общая схема вашего сайта кажется непривлекательной, то ее не спасут никакие картинки и никакие украшения, как хорошие обои не замаскируют несоответствия планировки помещения. Часто бывает так, что подробности только подчеркивают общую непривлекательность.

Каркас сайта — это его практичность и его функциональность в чистом виде. С помощью каркаса вы сможете определить расположение всех главных элементов сайта и получить представление о его работоспособности.

По сравнению со сложным, комплексным веб-дизайном самое большое преимущество каркасного моделирования заключается в том, что с его помощью гораздо легче менять расположение элементов на сайте, удалять ненужные элементы и добавлять новые. Так вы сэкономите много времени. Также каркасы помогут вам понять, как пользователь будет взаимодействовать с вашим сайтом и как он будет воспринимать различные кнопки и элементы навигации.

Можно приступить к созданию каркаса сайта старым добрым способом — с помощью карандаша и бумаги, хотя некоторые предпочитают пропустить эту стадию. Далее наброски переносят в такие программы, как Illustrator или InDesign, используя нужный размер холста. Рамками с подписями определяют расположение каждого элемента дизайна — логотипов, навигационных панелей, заголовков и т. д. На этой стадии полезно создать основную фоновую сетку для сайта — например, разделить весь сайт на двенадцать равных колонок.

Никаких приложений. Пространство!
Просьба проявить фантазию и вневременную красоту.

Андре Тоэ

После того как общее расположение вам более или менее понравится, можно создать версию сайта в серых тонах, чтобы уточнить его дизайн, а затем сделать вариант в высоком разрешении, добавив логотип и текст (все еще без цвета). На этой стадии экспериментируют с гарнитурами и кеглями, пока элементы еще можно относительно свободно перемещать по основной сетке.

В идеальном случае, как только каркас составлен, нужно показать его заказчику, чтобы тот высказался по поводу функциональных элементов — например, сказал, где должны располагаться выпадающие списки выбора. Только после этого следует продолжать работу над сайтом. Но помните о том, что людям, не имеющим опыта в области дизайна, бывает трудно оценивать наброски с каркасами и представлять, как сайт будет выглядеть в законченном виде. Не удивляйтесь, если заказчик будет высказывать кое-какие дополнительные пожелания в ходе дальнейшей работы. Когда вы получили каркас, с которым все более или менее согласны, можете переходить к различным деталям оформления.

online
online – онлайн

**Попробуйте
нарисовать свою
идею. Если она
работает на бумаге,
то и на экране она
будет выглядеть
великолепно.**

Джеймс фон Лейден

SEO и alt-теги

SEO (search engine optimization) — это поисковая оптимизация сайта, которая осуществляется в целях повышения (или оптимизации) вероятности его нахождения поисковыми системами при задании определенного поискового запроса. Когда поисковые системы, по сути машины, просматривают сайты, содержащие заданные ключевые слова, они выдают результаты в том порядке, в каком считают их «релевантными», то есть наиболее адекватно соответствующими запросу. Как убедить машину в том, что ваш сайт достоин показа на первой странице результатов, и как повысить его положение в списке? Этим и занимается SEO.

Релевантность сайта поисковому запросу определяется в зависимости от его текстового содержания — того, насколько много в нем ключевых слов и как часто они встречаются. Кроме того, ценность сайта рассчитывается в зависимости от качества и количества ссылок, ведущих к нему с других сайтов. Каждая ссылка из авторитетного источника — это с точки зрения поисковой машины своего рода рекомендация или сопроводительное письмо. Вкратце говоря, поисковая оптимизация — это включение в текстовое содержание сайта правильных ключевых слов и создание ссылок на другие сайты, считающиеся авторитетными.

Несмотря на то что оптимизацией сайтов занимаются отдельные специалисты, а не дизайнеры, неплохо будет и вам ознакомиться с основами SEO, чтобы повысить привлекательность сайта. Возможно, вы работаете над сайтом, основное содержание которого составляют визуальные образы при минимуме текста. В таком случае можно включить в сайт дополнительное текстовое содержание и тем самым повысить его показатель SEO. Какой смысл делать прекрасный сайт с великолепными работами, если его практически никто не находит?

Один из способов включить текст в сайт без того, чтобы он отображался на странице, состоит в использовании alt-тегов. Alt-теги (или alt-текст) — это альтернативное текстовое обозначение визуальных элементов веб-дизайна — краткий ярлычок с описанием содержания или назначения

**Цвет незаслуженно
переоценен.
Шрифт — вот
главный инструмент.**
Ханс ван дер Коои

того или иного графического элемента. Alt-тег, например, может быть у фирменного логотипа в шапке сайта. Одна из целей alt-тегов — это предоставление доступа к одной и той же информации всем пользователям Сети, даже если некоторые из них просматривают текстовую версию сайта или их устройство не поддерживает графику. В некоторых странах считается незаконным создавать веб-сайт без корректных alt-тегов, поскольку это воспринимается как дискриминация слабовидящих или слепых пользователей.

Еще один повод для использования alt-тегов — оптимизация сайта. При составлении дизайна сайта полезно просматривать его исключительно в текстовом виде, поскольку именно так его будут воспринимать поисковые системы.

Анализируя содержимое сайта, поисковые машины учитывают слова, содержащиеся в alt-тегах. Например, чтобы ваш сайт отобразился в поиске изображений Google Image, его изображения должны иметь правильные alt-теги. Некоторые браузеры также отображают альтернативный текст, если поместить курсор над изображением, поэтому учитывайте это при составлении тегов. Убедитесь в том, что они верно описывают соответствующие изображения. Если изображения используются исключительно в декоративных целях и не содержат никакой информации, то имеет смысл использовать пустой alt-тег, это лучше, чем вообще не использовать alt-тег. Если тега нет, то браузер во всплывающем ярлычке может вывести название файла, и этот ярлычок может смотреться неуместно и неаккуратно.

display
display — дисплей/игра

Задавайте вопросы. Много вопросов. За двадцать лет работы дизайнером я научился ценить помощь товарищей. Все это начинается на первом году и продолжается все время на протяжении всей вашей карьеры.
«Не такой уж известный» Брайан Коллинз

Концепция прогрессивного улучшения

Количество разнообразных устройств, с помощью которых можно просматривать веб-сайты, постоянно растет, и потому крайне важно оформлять контент сайта так, чтобы доступ к нему могли получать все пользователи, вне зависимости от того, каким устройством они пользуются. Содержание сайта должно быть гибким и универсально доступным. Одно из великолепных преимуществ цифрового дизайна заключается в его гибкости: любые его элементы всегда можно поменять, и эти изменения вступят в силу мгновенно.

Один из способов создания сайтов с универсальным контентом базируется на принципе «прогрессивного улучшения». На языке специалистов так называется стратегия, согласно которой веб-дизайн делится на различные уровни: HTML, CSS и JavaScripts. Эти уровни можно сравнить с покрывающими друг друга оболочками сайта, и чем больше оболочек позволяет отобразить то или иное устройство, тем более законченным будет выглядеть дизайн сайта. Вместе с тем контент сайта будет доступен даже при использовании самого неприязнательного устройства с ограниченными возможностями. Пользователи таких устройств увидят несколько грубоватую, упрощенную версию сайта, но это будет тот же самый сайт. Философия прогрессивного улучшения подразумевает, что восприятие сайта улучшится параллельно с улучшением технических возможностей устройства просмотра, но ни один пользователь не теряет доступ к сайту из-за ограниченных возможностей своего устройства.

Опять-таки, построение сайта согласно концепции прогрессивного улучшения — это скорее задача верстальщика, нежели дизайнера, но, как всегда, полезно иметь хотя бы общее представление о концепции, которая поможет вам улучшить качество ваших работ. Кроме того, вы будете говорить с верстальщиками на одном языке и лучше понимать друг друга.

Создавая дизайн сайта по принципу прогрессивного улучшения, лучше всего начинать с элементов самого низкого уровня. Создайте html-дизайн, который будет неплохо отображаться на самых разных устройствах, и это станет

Не влюбляйтесь в идею – так бывает труднее от нее отказаться.

Никола Бейли

основой вашего сайта. На уровне CSS (каскадных таблиц стилей) можно сделать более симпатичную разметку и добавить украшения. На уровне JavaScripts можно добавить различные сценарии интерактивного поведения для тех пользователей, устройства которых поддерживают такие функции.

Придерживаясь концепции прогрессивного улучшения, вы будете уверены в том, что ваш цифровой контент доступен при использовании самого широкого спектра существующих устройств и средств просмотра веб-сайтов — иными словами, доступен максимальному количеству пользователей. Пусть одни пользователи довольствуются лишь текстовой версией, зато для других ваш сайт открывается во всей его красоте, и в каждом случае это зависит от возможностей устройства или средства просмотра, под которые ваш дизайн будет подстраиваться автоматически.

adaptive – приспособливаемый
adaptive

Защищайте свою точку зрения. Если проиграете в споре, то научитесь большему, чем если безропотно примете то, что ваш оппонент прав.

Натан Перкинс

Если вас просят посмотреть на что-то под иным углом зрения, всегда соглашайтесь. Ведь пока что-то не попробуешь, не узнаешь, сработает ли это!

Карен Биллингем

Отзывчивый дизайн

Предугадать, как аудитория будет взаимодействовать с веб-контентом, очень трудно. Люди выходят в Интернет с помощью множества самых разных устройств, и для каждой категории веб-платформ характерны свои особенности и сочетания функций: не все мобильные устройства имеют маленькие экраны, и не все устройства с сенсорным экраном являются мобильными. Поскольку рассчитать, как будет выглядеть страница абсолютно на всех устройствах, которыми аудитория пользуется в наше время, невозможно, задача сделать так, чтобы она подстраивалась под все устройства со сменой размеров и разрешения, становится поистине сизифовым трудом. И все же если не будем пытаться подстраивать дизайн под разные типы устройств, то мы потеряем изрядную долю поддержки со стороны пользователей. В каких-то важных случаях окажется, что ваша страница выглядит совсем не так, как предполагалось. Для этого и была разработана концепция «отзывчивого веб-дизайна» (responsive web design).

Как и прогрессивное улучшение, отзывчивый дизайн — это во многом область специалистов-верстальщиков, занимающихся веб-программированием и созданием сайтов, а не графических дизайнеров. Но иметь представление о том, что это такое, весьма полезно.

В основе концепции отзывчивого дизайна лежит идея, что дизайн должен подстраиваться под тип устройства и поведение пользователя и показывать контент, соответствующий ситуации. При этом должны учитываться такие факторы, как разрешение и ориентация экрана, тип платформы и т. д. Представьте, что пользователь выходит в Интернет через смартфон и время от времени поворачивает его так, что ориентация меняется с портретной на альбомную. Соответствующим образом должно меняться и расположение текста, чтобы его можно было удобно читать. До распространения концепции отзывчивого дизайна даже для такой, казалось бы, простой ситуации, приходилось разрабатывать две версии сайта с разным расположением элементов.

Школа учит вас работать над дизайном. Но практический опыт учит вас отвечать на вопрос «Зачем это делать?».

Мартин Эшкрофт

responsive
responsive – отзывчивый/я

К счастью, отзывчивый дизайн значительно упростил разработку сайтов, доступных для устройств с разным функционалом. Философия дизайна основана на использовании гибких моделей и сеток, которые автоматически подстраиваются под тип устройства и поведение пользователя. Как следствие, устраняется необходимость разрабатывать различные версии дизайна для разных платформ или разрешений экрана.

При этом следует отметить разницу между отзывчивым и так называемым «резиновым» веб-дизайном. «Резиновый» дизайн подстраивается под ширину окна браузера, и его элементы организованы таким образом, что они занимают участки с размерами, выраженными в процентах от общего пространства, вне зависимости от фактического размера экрана.

Главное в «резиновом» дизайне — это сохранение пропорций, и цель его — сохранить пространственную целостность дизайна.

Отзывчивый же дизайн может способствовать различному отображению контента сайта на разных устройствах. Например, может меняться количество колонок на веб-странице, в зависимости от размеров окна и поведения пользователя, и дело тут не только в размерах экрана. Вместо того чтобы просто увеличивать или уменьшать масштаб макета, само расположение элементов и их функционал меняются в зависимости от конкретного устройства и конкретного сценария.

Идеи рождаются благодаря тому, что вы видели, что вы слышали и что чувствовали. Чем ошутимее воздействие, тем великолепнее результат.

Сид Мэдж

Сила аналитики

Одно из уникальнейших и потрясающих свойств веб-дизайна заключается в том, что его легко анализировать. С помощью специальных аналитических инструментов можно измерить трафик, посещаемость сайта, время, проведенное на нем различными пользователями, и благодаря этому получить ценные сведения о том, как пользователи его воспринимают.

В печатном дизайне — например, в дизайне книг — нет таких средств, которые позволили бы взаимодействовать с его пользователями. Да, можно узнать, сколько экземпляров было продано и в каких магазинах, но как узнать, какие страницы оказались самыми читаемыми? К каким страницам читатели возвращались чаще всего? Какие вообще пролистнули? Это определить невозможно. Что касается веб-дизайна, то такие средства есть.

Инструменты веб-аналитики собирают статистику о посещаемости сайта, о количестве просмотров тех или иных страниц и о том, сколько времени посетители находились на этих страницах.

Такая информация позволяет вам как дизайнеру доработать сайт и менять некоторые элементы с целью повышения его эффективности, а следовательно, и трафика. Также веб-аналитика может предоставить статистические данные о печатной или медийной кампании, измерив, насколько вырос трафик сайтов, посвященных релизу этой кампании.

Информация о том, кто посещал сайт и насколько часто, помогает и при анализе рыночной конъюнктуры и поведения потребителей, а это, в свою очередь, позволяет лучше понять целевую аудиторию и в будущем лучше удовлетворять ее потребности.

и

nique

и nique – уникальный/вы

В этой книге мало визуальных элементов, адресованных тем, кто изучает дизайн, — но каждая страница важна для понимания того, как устроена индустрия дизайна. Надеюсь, эта книга будет издана во многих странах мира и окажется полезной для студентов в Азии.

Таймс Пэнг

Названия файлов

Имена файлов имеют значение всегда. Вы должны легко находить материалы, над которыми работаете сейчас и над которыми работали раньше, сколько бы времени ни прошло. Никогда не знаешь, какие из прошлых работ и идей понадобятся в будущем.

Кроме того, другим людям, которые, возможно, будут работать вместе с вами над одним проектом, вовсе не понравится прочесывать ваш компьютер в поисках нужного файла, особенно если вы сами не помните, в какую папку со случайным названием его перенесли.

То же самое относится и к файлам, размещенным в Интернете, хотя в этом случае, помимо вашего личного удобства, важно, чтобы их легко могли найти поисковые системы по соответствующему запросу.

Поисковые машины относят загруженные файлы к той или иной категории на основании их названий. Они узнают, что в них изображено, прочитывая текст названия.

Если вы обозначаете свои файлы набором цифр и букв, понять который можете только вы, то тем самым вы делаете плохо себе же, потому что машины не смогут определить их содержание и, следовательно, не включают их в результаты поиска, когда какой-нибудь пользователь захочет найти это содержание.

Вы должны обозначать свои файлы ключевыми словами, описывающими их содержание.

Придерживайтесь одного регистра — строчные или прописные буквы, без их чередования — и старайтесь не слишком удлинять название. Чем длиннее название, тем длиннее электронный адрес (URL) этого файла и тем длиннее ссылка. Пользователи, как правило, опасаются переходить по слишком длинным ссылкам.

Старайтесь не использовать подчеркивание в имени файла. Подчеркивания только сбивают с толку, потому что они читаются как символ, а не как знак пунктуации.

Многие клиенты просто не поймут, о чем вы им рассказываете. Старайтесь описывать процесс просто и логично.

Джастин Дейвис

Поисковые системы умеют расчленять на слова слитные названия, написанные без пробелов, подобно тому, как часто пишут хэштеги.

Но если вы хотите разделять слова, то лучше это делать при помощи дефисов или точек, поскольку так названия становятся более удобными для чтения человеку и помогают избегать двусмысленностей: например, название `mensexchange` можно прочитывать как `mens exchange` или нечто совершенно другое...

Ваши творческие способности как дизайнера должны проявляться во всем, что вы делаете, от окружения, в котором вы живете, до одежды, которую вы носите. Вы должны быть любознательными, радоваться любому сотрудничеству и быть готовыми к новым заданиям. Вы должны демонстрировать ваш интерес к образному языку и к обществу тем, какие выставки посещаете, какие фильмы смотрите, какие книги читаете и какие товары выбираете.

Лилиан Линдблом-Смит

search
search – поиск/ухо или слух

formats — форматы

formats

Неплохой тест для проверки — это испытание ночью. Если работа утром по-прежнему выглядит великолепно, то можно ее показывать.

Джеймс фон Лейден

Как удалять фон из графики

Самые распространенные графические форматы в Сети — это JPEG и GIF, но ни один ни другой не подходят для частично прозрачных изображений. Формат JPEG вообще не поддерживает прозрачность, а GIF (файлы формата GIF89a) поддерживает только однобитовую прозрачность. Пиксели в таких файлах могут быть или полностью прозрачными, или полностью непрозрачными, и, следовательно, невозможно создать эффекты градиента, то есть постепенно исчезающей прозрачности. Кроме того, у файлов GIF ограниченная цветовая палитра в 256 цветов; при конвертации изображения в этот формат может ухудшиться качество изображения или могут возникнуть искажения.

Из-за ограничений формата GIF и был разработан формат PNG.

В настоящее время png-файлы в веб-графике используются достаточно часто, поскольку этот формат поддерживает полную и частичную прозрачность, а также имеет гораздо более расширенную палитру в миллионы цветов.

Вместе с тем, GIF и JPEG остаются самыми распространенными графическими форматами, потому что не все браузеры поддерживают формат PNG и частичную прозрачность, основанную на технологии альфа-канала. Используя в своем дизайне png-файлы, вы тем самым сокращаете его аудиторию, поскольку не все браузеры будут отображать его корректно. Вопрос этот довольно щекотливый.

Тем не менее есть способ обойти ограничения прозрачности. Если вы знаете, на каком фоне будет отображаться ваш дизайн, то можно изменить фоновый цвет изображения на тот же цвет, что и фоновый цвет страницы, а потом сохранить изображение как jpeg-файл. В результате будет казаться, что в изображении использована настоящая прозрачность. Хитро, правда?

Конечно, если фон заменить узором или другим цветом, то тут же обнаружится недостаток этого метода. Но чаще всего вы будете работать именно с однородным фоном, так что возьмите на вооружение описанный метод.

**Карандаш умеет
гораздо больше, чем
компьютерная
мышь.**

Мартин Эшкрофт

Правильное разрешение для веб-графики

Широко распространено убеждение, что все изображения для веб-графики должны иметь разрешение 72 ppi, потому что разрешение экранов мониторов составляет 72 ppi.

На самом деле это миф, и показатель ppi для веб-графики не так важен. Важнее показатель разрешения относительно ширины и высоты экрана. (Для печати это не так, потому что вся графика профессионального вида должна в идеале иметь разрешение 300 dpi и выше.)

В настоящее время экраны многих цифровых устройств имеют разрешение 100 ppi и выше, и этот показатель в эпоху HD будет только повышаться. Изображение с одним и тем же соотношением пикселей в ширину и высоту будет выглядеть на цифровом экране одинаково, будь его разрешение 72 ppi, 150 ppi или 300 ppi. При этом размер файла изображения с разрешением 72 ppi будет меньше, и оно будет быстрее загружаться, что делает этот формат самым популярным для веб-графики.

Лучший способ обеспечить четкость графики — создавать отдельные изображения правильной ширины и высоты для каждой конкретной задачи. Качество теряется как раз при масштабировании графики. В качестве ориентиров советуем придерживаться следующих цифр: примерно 400 — 600 пикселей в ширину с разрешением в 72 ppi для крупных изображений и примерно 100 — 200 пикселей в ширину с разрешением в 72 ppi для миниатюр.

Возможно, вам потребуется подготавливать свою графику для экранов с высокой четкостью, ведь мы вступаем в эпоху HD веб-технологий и высокое разрешение в последнее время используется все чаще и чаще.

Возрастающее количество разнообразных устройств, с помощью которых люди выходят в Интернет, означает, что дизайн должен быть как можно более гибким, приспособляющимся под различные размеры экрана и различные разрешения. Вот лишь несколько простых советов, которые помогут вам подготовить графику для просмотра на HD-дисплеях.

По возможности старайтесь не сохранять графику в растровых форматах, используйте векторные форматы или смарт-объекты в программе Photoshop, поскольку их можно масштабировать без потери качества.

Раньше веб-браузеры поддерживали только растровые изображения, но в скором будущем большинство браузеров будут поддерживать и формат SVG полностью масштабируемой графики. Однако пользуйтесь этим форматом с осторожностью, так как некоторые браузеры поддерживают только отдельные фильтры и эффекты SVG-графики.

HD-дисплеи, или дисплеи типа Retina, увеличили экранную плотность цифровых устройств вдвое. Один пиксель стандартного дисплея занимает до двух пикселей на дисплее высокой четкости, и потому графика выглядит не такой четкой, ведь для сохранения размера она масштабируется.

Один из способов решения этой проблемы — создание двух вариантов веб-графики, одного для стандартного дисплея и другого (с увеличенными вдвое шириной и высотой) для дисплея высокой четкости. Автоматический выбор нужного варианта в зависимости от устройства можно осуществлять при помощи Java-скрипта.

Большинство дизайнеров коллекционируют различные предметы, как для памяти, так и для вдохновения. Многие при этом пытаются придерживаться минималистского стиля жизни — а это непростое сочетание!

Джефф Хэддон

Я бы мог много чего рассказать о том, как трудно получить работу, и как несладко приходится практикантам, и т. п., но, думаю, об этом уже много сказано, и ничего нового я не добавлю. Поэтому мне хочется поделиться своим опытом работы, как в роли практиканта, так и в роли младшего дизайнера, которому уже многое доверяли.

Я полагаю, что в самом начале важно смириться с мыслью, что вам не позволят заниматься тем, чем вам хочется. По-моему, я ни разу не работал над проектом, которым мог бы особенно гордиться, и это, пожалуй, связано с тем фактом, что в реальном мире бывает много ограничений. В колледже можно заниматься прекрасными (и совершенно нереалистичными) проектами в свое удовольствие и полностью отдаваться творчеству. Конечно, эксперименты и творческая свобода в колледже это хорошо; и понятно, что нужно получать удовольствие от своей деятельности, — но, на мой взгляд, в портфолио выпускников не хватает образцов реальной практической работы. Умение сделать то, что купит заказчик, очень важно, и именно это ищут в выпускниках многие работодатели. Подстраиваться под требования заказчика многим студентам, возможно, покажется слишком скучным делом, но готовность к этому необходимо показать в своем портфолио. Вместе с тем прекращать эксперименты с безумными идеями тоже не стоит. Именно они, возможно, помогут вам подняться на совершенно иной уровень.

Мне кажется, важно упорно работать над тем, что вам дают, и в то же время проявлять самостоятельность и активность; если, скажем, агентство приняло заказ, выполнять который поручили не вам, но над которым вам хотелось бы поработать, следует дать понять это ответственным за работу коллегам или самому сделать кое-какие наброски и показать их творческому директору. Каждый молодой дизайнер мечтает принимать участие в значительных, передовых проектах, но я думаю, что для начала нужно показать, на что ты способен, на примере вполне обыденных работ и, прежде всего, убедить самому, что ты способен классно их выполнять. Значительные вещи делают далеко не сразу.

Стивен Уильямс

9

РАБОТА
СО СТОРОННИМИ
СПЕЦИАЛИСТАМИ

ДЕВЯТЬ

ILLUSTRATION solves problems – ИЛЛЮСТРАЦИЯ решает проблемы

i **PROBLEMS** **SOLVES** **ustration**

Не перегибайте палку в том, что касается художественного руководства. Пусть делают то, что они делают лучше всего.

Брайан Гримвуд

Продолжительной карьере в области иллюстрации препятствуют различные факторы, но самый

главный — это деньги. Как вы собираетесь выживать между заданиями? Так или иначе, нужно как-то держаться на плаву, пока карьерное положение не упрочилось.

Эндрю Бейкер

Как работать с иллюстраторами

Хорошие иллюстраторы помогают решать дизайнерские проблемы. Я всегда утверждаю, что если не можешь решить проблемы самостоятельно, то найди кого-то, кто тебе поможет, или сделай так, чтобы иллюстратор решил их за тебя.

Некоторые коммуникационные задачи лучше решать с помощью иллюстраций, а не с помощью фотографий, потому что то, что нельзя сфотографировать, можно нарисовать.

Одна картинка стоит тысячи слов. Способность понять, когда вам требуются иллюстрации для решения дизайнерской задачи, — это начало разработки вашего визуального инструментария. Если у вас появилось чувство, что вам необходима иллюстрация, не стремитесь делать ее сами: вы же профессиональный дизайнер, а не профессиональный иллюстратор.

Урок первый: если вам нужен Пикассо, не нанимайте Рубенса. Побеседуйте с различными иллюстраторами, посмотрите их портфолио. Выберите того, чьи образы кажутся вам похожими на то, что вы хотите получить.

Вы будете выбирать иллюстраторов, оценивая их уникальные способности творить в определенном стиле и вызывать у аудитории неповторимое впечатление. Вы выбираете какого-то конкретного иллюстратора, потому что знаете, какой стиль вам нужен, и понимаете, что именно этот специалист поможет вам воплотить в жизнь ваш замысел и донести идею до целевой аудитории.

Урок второй: позволяйте им делать то, в чем они хороши. Старайтесь не переусердствовать с руководством. Подробно объясняя иллюстратору, что и как нужно сделать, вы ограничиваете полет его мысли и свободу самовыражения.

Если иллюстратор думает, что его принуждают работать, то окончательная иллюстрация непременно будет выглядеть так, как будто ее делали по принуждению.

**Фил, твоя книга
очень красивая.**
Сеймур Чваст

result — результат/вы
result

Всегда просматривайте предварительные эскизы, чтобы понять, насколько они соответствуют поставленной задаче. Покажите эскиз заказчику и попросите его поставить под ним подпись, прежде чем останавливаться на окончательном варианте.

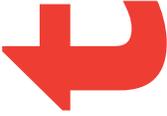
Если хотите пополнить свое портфолио великолепным образом, наймите классного иллюстратора и позвольте ему творить в свое удовольствие. Тем самым вы и себе окажете большую услугу. Лучшие иллюстраторы сделаны из того же теста, что и лучшие дизайнеры. Дизайнеры решают коммуникационные задачи с помощью графики, а иллюстраторы решают те же задачи при помощи иллюстраций, поэтому работайте вместе с ними, а не друг против друга.

Возможно, иллюстратор предложит свою идею, которая окажется лучше вашей. В таком случае оцените по достоинству его вклад в общее дело, похвалите его и подумайте, как с помощью этой идеи добиться наилучшего результата.

Стремитесь к тому, чтобы объединить ваши дизайнерские навыки и его навыки иллюстратора в единый механизм; вместе вы должны найти визуальный образ той идеи, которую желает донести до целевой аудитории заказчик.

Если для выполнения дизайнерской задачи требуются иллюстрации, то сделайте иллюстрации главным элементом проекта. Великолепной иллюстрации необходимо определенное пространство, чтобы проявиться во всей ее красе, так что всегда старайтесь подчеркнуть ее преимущества с помощью своего дизайна и компоновки элементов.

Важно, чтобы иллюстратор четко осознавал, какая перед вами поставлена задача. Объясните, какую идею должна выражать иллюстрация, и не забудьте перечислить особенности (не только коммуникационные, но и технические, такие как возможные ограничения по цвету, характеристики печати, пропорции конечной иллюстрации). Постоянно поддерживайте связь с иллюстратором в ходе работы, ведь чем больше вы общаетесь, тем лучше.

ri **b** **ia**
n


Упорно работайте над деталями, но выберите время, чтобы сделать шаг назад и посмотреть на целое.

Никола Бейли

Хорошая фотография – это больше, чем просто украшение.

Джулиан Калдер

Как работать с фотограмами

Вы как дизайнер можете подумать, что и сами прекрасно умеете фотографировать. Но если так, то почему вы создаете дизайн, а не фотографируете? Очень редко бывает, что вы умеете превосходно делать то и другое. Вы или фотограф, или дизайнер.

Чтобы стать профессионалом в конкретном деле, нужно посвятить ему достаточно много времени. И чаще всего это получается в ущерб чему-то другому!

Работа с профессиональным фотографом очень похожа на работу с профессиональным иллюстратором. Если вы хотите воспользоваться услугами фотографа, то вам нужно заранее определиться, какие вы желаете получить фотографии.

Просмотрите портфолио разных фотографов, которые специализируются в различных областях: рестораны, мода, натюрморты, интерьер или рабочее окружение. Постарайтесь найти работы, которые по духу лучше всего соответствуют вашим замыслам. Работайте вместе с фотографом, чтобы добиться наилучшего результата. Вы как художественный руководитель можете оформить окончательный вариант изображения. Но не допускайте крайности в том, что касается руководства: незачем в чем-то ограничивать фотографа.

Лучший способ объяснить, какая фотография вам нужна, — сделать ее набросок карандашом. И это же часто самый простой способ донести свои визуальные идеи другому человеку, который тоже мыслит визуальными образами. Но помните, что ваш набросок — это не приказ, а всего лишь предложение.

Вы должны понимать, что если коммуникация осуществляется за счет фотографии, то фотография и должна быть самым главным выразительным средством, и ей следует занять основное место в оформлении. По своему опыту могу сказать: проект, в котором 50 процентов фотографии и 50 процентов дизайна, работает плохо, так как подобное соотношение неэффективно. На долю фотографии должно

encapsulating

LOOK

TIME

FEEL

приходится 80 — 90 процентов, на дизайн 10 — 20 (очень часто сильной фотографии требуется минимум дизайна для того, чтобы передать необходимое сообщение).

Если это фотографическая работа, то пусть она будет по-настоящему фотографической.

По возможности присутствуйте на съемках. Если он вам не откажет, смело отправляйтесь вместе с фотографом на съемки и демонстрируйте свое желание чему-то поучиться. Так вы получите необходимые практические знания и станете лучше понимать процесс фотографирования. Вы узнаете, как и почему получаются хорошие фотографии определенной тематики. Также всегда приглашайте на съемки заказчика — так он своими глазами увидит, что получает за собственные деньги.

В поисках специалиста совершенно недопустимо выбирать какую-нибудь фотографию в «самом лучшем портфолио» или на сайте «лучших фотографий», а потом нанимать самого дешевого фотографа и поручать ему «сделать то же самое». Обычно это заканчивается провалом.

Многие коммерческие и рекламные изображения создаются путем комбинирования нескольких фотографий, поэтому, по мере возможностей, проследите за тем, чтобы фотограф сделал как можно больше снимков во время реальной съемки. Ретуширование и последующая обработка, как правило, стоят дорого и отнимают много времени; часто они стоят даже больше, чем оригинальная фотография. Сами фотографы пользуются программой Photoshop со всеми ее возможностями для того, чтобы (1) сделать картинку идеальной и (2) персонализировать свои работы.

С точки зрения фотографа, работа с хорошим дизайнером стоит потраченного на нее времени. Две головы всегда оказываются лучше одной, тем более две головы понимающих друг друга профессионалов.

Понимание освежает мысли. Любопытство пробуждает воображение. Смелость заразительна и запоминается надолго. Игра — часть повседневности...
Аманда Слит

Как ставить задачу творческим работникам

Чем яснее вы выражаете свои идеи и чем лучше объясняете свой замысел, тем лучше получается конечный результат. Задача, которую вы поручаете другим творческим работникам, должна быть четко сформулирована — так, как вы бы хотели, чтобы ее вам объяснили.

Вы сотрудничаете с творческими личностями, поэтому предоставляйте им как можно больше исходной информации.

Раньше я записывал на листке ряд пунктов, которые хотел видеть выполненными, и зачитывал этот список в качестве технического задания. Но все вы должны иметь общие критерии оценки того, насколько хорошо выполнена работа. Слишком краткое техническое задание, что самое главное, не позволит нанятому вами специалисту задействовать весь его творческий потенциал.

Нечетко сформулированная цель оставляет простор для домыслов и место для недопонимания. Правда, бывает и так, что человек смотрит на техническое задание, а потом выдает нечто, совершенно противоположное вашим ожиданиям, но грандиозное и поразительное. В таком случае порадитесь за себя и за него.

Вы должны верить в то, что вместе у вас все получится, ведь, в конце концов, вы должны продать результат заказчику. И помните, что рисковать стоит, ведь часто удивительные работы рождаются как следствие риска.

Без сформулированного в письменном виде технического задания неясно, о чем вы договариваетесь. Без брифа вы не сможете оценить результат дизайнерской работы, как не сможет этого сделать и заказчик, ведь ни у одной из сторон не будет общих принципов для оценки результата.

Без оформленных в письменном виде целей вы, в каком-то смысле, работаете впустую, потому что ни о чем конкретно не договорились и ничего не решили. Нет четко поставленной задачи — нет порядка и, как следствие, нет работы.

Фотографы — это
ремесленники, а не
торговцы.

Джулиан Калдер

«Нет, Ватсон, — сказал Шерлок Холмс, — это произошло не случайно, таков был замысел». Замысел — вот что лежит в основе не только всякого дизайна, но и любого творческого действия, между зарождением идеи и ее воплощением. Будь то работа над живописным полотном, съемка фильма, создание коммерческого предприятия или такое незначительное дело, как перестановка мебели в квартире. Говоря вкратце, дизайн — это то, что помогает достичь разумного баланса между целью и конструкцией, а также превратить проблему в возможность.

Британский дизайнерский совет в своей публикации перечислил пятьдесят определений дизайна. Одно из самых непосредственных дал десятилетний ребенок: «Дизайн важен, потому что без него ничего не делают». Удивительно, но существуют люди, которые занимаются разработкой формы и внешнего вида современных удобств и различных вещей, которые окружают нас в повседневной жизни. Они называют себя дизайнерами. Это синие воротнички мира искусства. Если художники заняты тем, что решают свои проблемы, задача дизайнера — решать проблемы других. Но это упрощение, в действительности для проблемы нужно найти еще и элегантное решение. Это не техническая дисциплина, а личная творческая задача. Не работа над проектом, а вовлечение в него. Разницу можно объяснить на примере яичницы с ветчиной, для которой от курицы требуются лишь яйца, а от свиньи она сама.

Награда для дизайнеров — удовлетворение от работы, ее соответствие их внутренним стандартам совершенства. Они преданы всей душой своему труду, а не механической работе. Они придерживаются своих стандартов, а не выполняют приказы начальства. Тогда как большинство людей большую часть времени зарабатывают на жизнь или тратят заработанные средства, дизайнеры стремятся к идеальному существованию, при котором работа и игра — это синонимы. Как выразился миланский дизайнер Ричард Салпер: «Я никогда не работаю — все время».

Алан Флетчер, 2001

J O B

S

Часто лучший результат получается «на ходу», когда приходится думать быстро. Работа не заканчивается до момента нажатия кнопки «Отправить».
Нэнси Слонимс

Как давать задание печатникам и общаться с ними

Как только вы договорились с теми, кому предстоит печатать вашу работу, и получили смету с образцами, которыми вы с вашим заказчиком довольны, нужно встретиться с печатниками, чтобы обсудить детали сотрудничества. Это совершенно необходимый шаг при работе над имеющим сложность дизайном — например, дизайном брошюр или небольших книг.

Подумайте сами: вы несколько недель потратили на то, чтобы добиться наилучшего результата к назначенному сроку. Вы же не хотите, чтобы ваш дизайн испортила плохая печать, — поэтому чем теснее вы будете общаться с печатником, тем лучше.

Поинтересуйтесь у специалистов, в каком формате им нужно отправлять файлы, кто должен поправлять кривые для разного типа носителей (для различных типов бумаги требуется поправлять кривые цвета, яркости и контраста, чтобы изображение было напечатано в лучшем виде) и т. д. Спросите их совета; как правило, печатники охотно отвечают на вопросы. Их работа очень важна для вас, поэтому она должна быть сделана идеально.

В течение тридцати пяти лет я выслушал множество различных объяснений со стороны печатников, почему не все получилось так, как было задумано, и, надо сказать, виноваты они бывают далеко не во всех случаях. Поэтому не забывайте уточнять детали и задавать побольше вопросов, которые помогут прояснить все, что нужно.

Иногда кажется, что некоторые проекты буквально притягивают к себе неудачи: сначала их приходится переделывать по несколько раз в студии, потом они плохо выглядят после печати. Такое случается, нужно принять это как факт. В таких случаях постарайтесь повторить вместе с печатником весь процесс. Если он увидит, что вы действительно беспокоитесь о результате, то и сам проявит больше ответственности.

Если бы я знала, что это будет выглядеть лучше именно так, то так бы и сделала с самого начала!

Карен Биллингем

Как и большинство вещей в жизни, вы в конечном счете получаете то, что вы оплатили. Невозможно получить самую качественную печать на дешевом принтере.

Если суммировать все расходы на организацию, труд, материалы и печать, то получится внушительная сумма. Не следить за тем, как проходит финальная стадия процесса, — это безумие и безответственность.

Если вы никогда не наблюдали за тем, как работают печатники, воспользуйтесь такой возможностью при первом же удобном случае. Чем лучше вы понимаете, как происходит печать, тем лучше. Каким бы идеальным ни казался вам ваш дизайнерский проект, если его плохо напечатают, то и выглядеть он будет ужасно.

Последними элементами коммуникации с печатниками должны стать ваши забота и внимание по отношению к тому, как ваш замысел обретает вещественность, превращается в то, что можно потрогать и увидеть.

understand

understand – понимать/вы

На первом месте работы неплохо обладать полезными навыками, в частности уметь обращаться с компьютером, и пониманием, чем хороший дизайн отличается от плохого. Читайте, интересуйтесь художественным творчеством и окружающим миром; нужно иметь большой культурный багаж. Будьте готовы сначала показывать свои идеи на бумаге — рисовать всегда быстрее.

Аманда Тэтам

Как важно поддерживать отношения

Выстраивать отношения с людьми, с которыми вы работаете вместе — будь то иллюстраторы, фотографы, печатники или другие специалисты, которые помогают вам выполнять заказы клиентов, — это все равно что заводить хороших друзей.

Важно составить свою собственную команду — группу людей, на которых вы всегда можете положиться, которым вы доверяете, которые всегда окажут вам поддержку в трудной ситуации и помогут удовлетворить требования клиента.

Для меня такой коллектив — словно хорошо отлаженный механизм, или творческий арсенал, в котором я всегда найду лучшее дизайнерское вооружение, с которым смело вступлю в бой. Чтобы сформировать хорошую группу поддержки, требуется немало времени — это все равно что устанавливать дружеские отношения с людьми, только разница в том, что они — ваши деловые друзья.

Вам нужно прикладывать немало усилий, чтобы поддерживать дружеские связи с полезными специалистами, потому что отдачу получаешь только тогда, когда что-то вкладываешь.

Когда вы попадаете в беду, вам помогают ваши друзья. Я даже не вспомню, сколько раз мне удавалось выпутаться из сложных ситуаций благодаря хорошо налаженным связям. Некоторые из этих людей помогут вам, фигурально выражаясь, накачать ваши творческие мышцы. Очень хорошо, когда вас уважают другие профессионалы; возможно, их отзывы помогут вам получить пару-другую хороших заказов.

Как дизайнер вы играете роль полководца, и полезные специалисты — ваша тяжелая артиллерия, которой можно воспользоваться в самых трудных ситуациях, когда она нужнее всего.

Как и в любых дружеских и приятельских отношениях, чем лучше вы знаете людей, тем лучше они вас знают и тем легче вам работать вместе.

Остроумие — это дело серьезное. Аристофан сказал, что в разуме мудреца есть уголок глупца. Фрейд проводил связь между юмором и творчеством, а Артур Кестлер называл шутку тем общим основанием, что связывает ученого и художника. В попытке объяснить эту связь психологи прибегают к забавным определениям наподобие такого: «Концептуальное мышление — это необходимая предпосылка для восприятия юмора, основанного на нарушении когнитивных ожиданий». Но в этом объяснении подчеркивается тот факт, что пытаться объяснить природу юмора — это уже одно из определений юмора!

Единственное, в чем можно не сомневаться, — это то, что юмор основан на несоответствии происходящего нашим ожиданиям. В среде мюзик-холла бытует аксиома, что «комик открывает смешные двери, а комедийный актер открывает двери по-смешному». Первый просто смешит публику, второй предлагает по-новому посмотреть на привычные вещи. Неожиданное переключение с одной точки зрения на другую. Шутка о поляках-ирландцах-евреях, которая сбивает вас с толку. Чарли Чаплин, поедаящий подошвы своих башмаков. Прогулка по саду, закончившаяся падением в кусты.

Остроумие — это умение находить связи между тем, что раньше считалось никак не соотносящимся одно с другим, видеть подобие в разных вещах и различие в том, что выглядит одинаково.

Остроумие придает смысл бессмыслице.

Алан Флетчер

ДЕСЯТЬ

ДЕЛОВЫЕ
НАВЫКИ

A large, bold, red number '10' is the central focus of the image. The '1' is a simple, thick vertical bar with a slightly curved top. The '0' is a thick, rounded oval. The number is set against a solid black background.

В последнее время я читала кое-что о том, как назначать цену: мне как недавней выпускнице сложно определять стоимость работы, потому что часто кажется, что ты еще не заслужила какой-то высокой, по твоему мнению, суммы или что должна работать вообще бесплатно, потому что молода и неопытна.

Недооценивать себя очень легко, но, по иронии судьбы, если вы сами не цените свою работу, как она того заслуживает, то ее никто не оценит!

Однажды, когда Пикассо писал этюды в парке, женщина, прогуливающаяся по парку с собачкой, узнала знаменитого художника. «Вы Пикассо, художник!» — воскликнула она и настояла на том, чтобы он сделал набросок ее портрета прямо там же, на месте. Пикассо согласился, достал лист бумаги и несколькими быстрыми простыми линиями набросал ее профиль.

«Идеально! — восхитилась женщина. — Так просто, но в то же время блестяще! Сколько я вам должна?»

«Пять тысяч франков», — ответил Пикассо.

«Как? Почему так дорого? — возмутилась женщина. — У вас это заняло секунду!»

«Мадам, — ответил Пикассо, — это заняло всю мою жизнь».

Мораль этой истории такова: если вы выполняете какую-то дизайнерскую работу, которая кажется вам простой, то это вовсе не значит, что за нее нельзя назначать достойную цену.

Вы несколько лет овладевали определенными навыками и совершенствовались их. То, что сейчас вы считаете легким, когда-то представлялось вам невозможным. И уж конечно, не всякий человек может повторить то, что умеете вы. Всякие навыки и умения имеют свою цену.

Элис Белгрейв

**Откройте свой разум
всем возможностям,
не бойтесь неудач и
усердно работайте.
Забывайте о сне, но
не забывайте о
своем карандаше!**

Миранда Торн

win
win – побеждать/я

Основы деловых навыков

Получив первую работу и последовав первым советам из этой главы, вы приобретете первые деловые навыки.

Навыки, необходимые для того, чтобы преуспеть в выбранной вами сфере деятельности, не отличаются от деловых навыков, которые необходимы для успеха в любой другой области. Вам так или иначе придется заниматься рекламой и маркетингом собственных умений — если не в дизайнерской фирме при устройстве на работу, так в мире дизайна.

Участвуйте во всех дизайнерских конкурсах. Вас должны заметить в этой индустрии. Успех основывается на успехе. Награда, полученная за победу в конкурсе, не только поднимет ваш статус в мире дизайнера, но и станет инструментом, который можно будет использовать в своих целях.

Заведите блог, рассылайте электронные письма потенциальным клиентам и не забывайте обновлять свой сайт. Кричите о нем на всех углах.

Всегда спрашивайте заказчика или дизайнерскую компанию, не могут ли они порекомендовать вас кому-нибудь еще. Один человек рассказывал другому, одна работа приводила к другой — вот как мне удавалось так долго оставаться в этой игре.

Почти вся наша деятельность основана на рекомендациях, поэтому благодарите ваших клиентов, просите их порекомендовать вас знакомым и не стесняйтесь себя рекламировать.

Никогда не упускайте возможности рассказать о том, что вам лучше всего удастся. Мне всегда необходим приток требующих решения интересных коммуникационных задач, чтобы заниматься интересной работой. Именно поэтому я и встаю по утрам с кровати.

Деньги — это побочный продукт того, чем я занимаюсь, а не причина, почему я это делаю.

Всю жизнь я занимался тем, что люблю, причем у меня была возможность показывать результат всему миру и вдобавок получать за это деньги.

А что еще можно желать? Ведь это так здорово!

Вы должны выбираться из-за рабочего стола и встречаться с разными людьми. Если у вас замечательные работы, но вы никогда не покидаете студию, то успеха вам не видать.

Жизнь обычно не стучится сама в дверь. Вы должны выйти и сами громко постучать в двери жизни: «Я хочу войти и принять участие в игре!»

everyone
everyone – каждый, все/один

Помните, что бриф — это обычно самое лучшее описание того, что от вас хотят. Согласно моему опыту, когда людям даешь то, что они хотели, они обычно разочаровываются. На самом деле им нужно то, что они не могут себе представить, и потому они как раз и обратились к вам.

Майкл Вулфф

Если кто-то хочет поиграть с заказчиком, то ему нужно заплатить заказчику.

Дэвид Хиллмен

Как составить предложение (заявку)

Идея составления заявки заключается в том, чтобы дать заказчику ясное и четкое представление о процессе, в котором он собирается участвовать. Перечисление различных этапов работы, которую вы будете делать для него, это каркас будущего дела.

Предложение (заявка) имеет большое значение, особенно для печати, дизайна книг и коммуникационных задач, требующих особенного творческого подхода. Оно дает вам и всем остальным работающим над заданием людям представление о том, какой предстоит выполнить объем работ. Также, что более важно, оно помогает заказчику понять, на что он потратит деньги и почему.

Предложение может стать вашим пропуском, открывающим двери и сводящим с потенциальными заказчиками и помогающим подписать договор и поставить под ним печать.

Примерная структура предложения (заявки) такова:

- 1. Титульный лист**
Здесь указываются название, имя заказчика или название организации, для которых составлено предложение, имя автора и дата.
- 2. Содержание**
Здесь можно перечислить пункты предложения.
- 3. Наше представление**
Здесь можете объяснить, как вы понимаете задание со своей точки зрения. Перечислите, какие коммуникационные задачи будут решены. Покажите, что вы умеете слушать заказчиков и понимать их потребности.
- 4. Знакомство с заданием и его анализ**
Невозможно найти решение задачи, если вы не можете ее сформулировать. В этом разделе опишите в подробностях характер задания, целевую аудиторию, позиционирование и все, что вы знаете о бренде заказчиков и об их конкурентах. Возможно, это будет самый обширный раздел, на кото-

**Чтобы понять
техническое
задание, вы должны
познакомиться с
бизнесом заказчика
и понять, чем он
занимается.**

Майк Верди-Коттс

define
define – определять/я

рый вы потратите больше всего времени — даже больше, чем на сам дизайн.

На этой стадии вы разделяете работу на основные элементы и распределяете информацию таким образом, чтобы на ее основе можно было создавать дизайн.

Мне приходилось знакомиться с рабочей ситуацией и заниматься анализом в разных странах мира. При этом мне было необходимо ощутить работу, буквально потрогать ее и узнать особенности местной культуры. Мне также хотелось понять, как местная целевая аудитория воспринимает различные вещи.

Все это помогает мне развить шестое чувство. Только после этого я могу переходить к самому главному и брать быка за рога.

Любую крупную проблему можно разделить на ряд небольших, легких для решения задач. Это как любое сложное слово, которое в толковом словаре объясняется более простыми словами.

Когда вы только начинаете карьерный путь в области дизайна, обычно вам не приходится заниматься анализом работы. Вы уже получите его результаты в виде задания, которое вам поручат. Но если вам представилась возможность поучаствовать в этой стадии, не упускайте этой возможности. Чем лучше вы понимаете врага, тем легче выиграть войну.

Вы работаете в сфере коммуникации, поэтому вам нужно выучить язык заказчика и посмотреть на мир его глазами. Чем лучше вы понимаете ваших клиентов и то, что они хотят сообщить целевой аудитории, тем легче вам осознать, с помощью каких визуальных средств оформить это сообщение и перевести его на ваш дизайнерский язык.

Результатом этой стадии во всей ее совокупности должны стать письменные отчеты и презентации, в которых будут изложены ключевые особенности бренда и перечислены

Никогда ничего не домысливайте. Задавайте вопросы о задании, о заказчике, о коллегах, о себе. Приготовьтесь удивиться тому, что узнаете.

Сэнди Белфорд

input
input – вкладывать/я

критерии оценки проделанной творческой работы, которыми будут руководствоваться как заказчики, так и дизайнеры.

Мне доводилось возвращать аналитикам дизайнерские брифы, если в них не было четко обозначено, для чего нужен дизайн. Аналитики удивлялись: «Он же всего лишь дизайнер, он не понимает ничего в бизнес-анализе». Но это не ядерная физика, ничего сложного тут нет.

Если они не описали в четких, понятных определениях проблему, то вы не поймете, что именно от вас требуется и как можно ее решить.

Если на разных стадиях осмысление общего задания меняется, это значит, что аналитики не выполнили как следует свою задачу. Не отставайте от них, не сдавайтесь, не отступайте ни на дюйм, пока они не сдадутся. Если вы не проявите выдержку на этом этапе, то проиграете войну.

Уже по количеству текста, связанного с этой стадией, видно, насколько она важна для решения коммуникационной задачи и для создания по-настоящему хорошего дизайна. Здесь возникают концепции, здесь зарождаются идеи, которые ждут, пока вы их воплотите в жизнь.

5. **Дизайнерские концепции**

На этой стадии появляются великие идеи. Я представляю ее в черно-белых тонах, очень грубо. Если идея выглядит замечательно в черно-белом варианте, то цвет ее только улучшит. Заказчик должен стать частью моей дизайнерской команды и понять, чего мы хотим достичь благодаря этому набору идей.

Этот этап обычно проводится в дизайн-студии, и на его основе подготавливаются и демонстрируются заказчику три-четыре идеи. Я верю, что заказчики тоже творческие люди, и хочу, чтобы они тоже участвовали в процессе. На совещаниях с ними именно дизайнеры должны сообщать информацию о возможных способах решения задачи.

Умение понять ход мыслей заказчика и наладить диалог с ним помогает лучше осознать его потребности. Только с

Продемонстрируйте, что вы умеете справляться с работой в установленные сроки.

Полин Ларкин

design – дизайн
design

помощью визуальных образов невозможно передать свои мысли и пожелания, поэтому совещания могут стать крайне непродуктивными. В ходе совещаний заказчики высказывают важные мысли и соображения, которые можно оформлять в виде образов. Мне случалось рисовать логотипы прямо у них на глазах. Для заказчика это настоящее волшебство. Но будьте осторожны — это работает не всегда. В такую игру можно играть, только если у вас за плечами чертовски много практики и вам не занимать уверенности в себе.

6. Окончательное оформление концепций

На основе первоначальных идей и совещаний с заказчиками у вас должны быть отобраны как минимум три концепции, которые можно развивать дальше и разрабатывать в цвете. Логотипы никогда не существуют сами по себе: они всегда используются для чего-то. Всегда демонстрируйте логотипы на определенном фоне или показывайте, как они смотрятся на визитках и веб-страницах. Совещание под конец этой стадии должно стать отправной точкой для окончательного оформления выбранной концепции.

7. Разработка дизайна «в среде»

Это я называю проверкой на прочность: продемонстрируйте дизайн на разных носителях — на канцелярских товарах, на вывесках и табличках, на растяжках, на рекламных плакатах, веб-сайтах и сувенирах. Также покажите, как он работает вместе с другими средствами и в окружении другого дизайна.

8. Макет

На этой стадии нужно оформить все основные элементы и закончить работу над идеей дизайна и над его возможными применениями. Также приготовьте файлы и сформулируйте печатные характеристики для оригинал-макета.

9. Фирменный стиль

Используйте все элементы разработанного вами дизайна для передачи сути бренда. Образцы этих элементов покажут, как можно использовать бренд.

10. **Объяснение**

Расскажите всем представителям компании, для которой вы только что создали дизайн фирменного стиля, в чем заключается смысл бренда и как его предполагается использовать после того, как он будет представлен общественности.

11. **Расходы и расценки**

Составив план работы над дизайном, укажите количество дней, необходимое для каждой стадии, и умножьте его на суточную ставку. У вас получится стоимость всего проекта. В качестве практического правила я ориентируюсь на то, что от 10 до 20 процентов стоимости приходится на обычные расходы студии, такие как печать на лазерных принтерах, закупки материалов и досок из пенокартона, составление портфолио и т. д.

12. **Условия сотрудничества**

13. **Ваше резюме**

14. **Положения договора**

15. **Календарный график работ**

Составьте расписание с указанием дат для каждой стадии. Так вы поставите для себя жесткие временные рамки. Не забудьте указать даты совещаний с заказчиком. Что еще более важно, не забывайте о назначенных датах.

16. **Страница с подписями**

На этой странице стороны ставят подписи под всеми условиями и положениями договора, с которыми соглашаются. Подписи должны поставить вы и ваши заказчики.

Удачи!

Не забудьте разработать привлекательный дизайн самого предложения, поскольку он тоже многое говорит о том, что вы предлагаете заказчиком.

tricky – сложный или хитрый

R T C

Y



The image features a large, bold, black vertical bar. At the bottom of this bar, there is a red cutout in the shape of the letter 'K'. The top of the bar is capped with a black 'T' character. To the left of the bar is a black 'R' character, and to the right is a black 'C' character. Below the red 'K' cutout is a black 'Y' character.

Всегда поддерживайте доверительные отношения с вашими заказчиками и не хитрите с ними. Никогда не давайте им повода подумать, что вы им назначили слишком высокую цену за вашу работу, и всегда обсуждайте вопрос оплаты перед тем, как принимать-ся за выполнение заказа. Репутация и устная реклама — великие маркетинговые инструменты.

Клэйтон Ллойд

Как выставлять счета

Подумайте только, как вам повезло! Вам платят за то, чем вы любите заниматься. Условия платежа определяются условиями сотрудничества и положениями договора.

Я выставляю счет с предоплатой за каждую стадию работы и никогда не приступаю к следующей стадии, пока мне не заплатят за предыдущую. Мне нравится, когда заказчик привыкает к такой схеме, поскольку это позволяет лучше сосредоточиться на работе; надеюсь, со временем эта схема будет практиковаться весьма широко.

Иногда бывает трудно убедить заказчиков делать предоплату, но я им объясняю, что мы уже согласились выполнить работу и что у них движение средств контролируется лучше, чем у нас.

Если клиенты стремятся к тому, чтобы работа была выполнена в срок и как следует, то в любом случае им придется заплатить, рано или поздно. Обычно это срабатывает.

Счет на оплату следует составлять так же безупречно с точки зрения типографики, как и все остальное, над чем вы работаете. В нем указываются расценки и упоминаются условия коммерческого предложения, перечисленные в подписанном вами и заказчиком договоре (объясняющие, за что следует платить). Также перечислите все побочные расходы, стадия за стадией.

Никогда не запрашивайте больше указанной в вашем предложении суммы, если вы не договорились об этом особо и не скрепили соглашение в письменном виде. Строго придерживайтесь сметы при составлении счета, и вам не придется спорить или выслушивать, почему вам не могут заплатить.

Всегда в письменном виде фиксируйте все изменения в ценах или возможные дополнительные расходы, прежде чем приниматься за работу, как бы вы ни были заняты.

Всегда помните о том, что вы счастливое меньшинство, которому платят за то, что вы получаете удовольствие.

Фил Клементс

smile – улыбка/я
smile

У меня есть правило: если даже с трудом укладываюсь в жесткие сроки, в конце каждого месяца бросаю все и составляю счета на оплату. Это единственный способ оставаться на плаву в бизнесе. Непредвиденное движение средств, превышение расходов над доходами — все это может очень быстро разрушить небольшую фирму.

Мои счета, как правило, оформлены в том же стиле, что и фирменные бланки; но к ним добавлены банковские реквизиты и налоговая информация.

На протяжении многих лет я добавляю набранное мелким шрифтом примечание о том, что если с моим счетом возникнут проблемы (помимо указанной в нем суммы), то можно связаться со мной, а после этого указываю сведения о своей фирме.

Я заставляю улыбнуться даже бухгалтеров.

В первый мой год после выпуска один мой товарищ, работавший в рекламном агентстве, предложил мне поработать над иллюстрациями для одного очень известного модного бренда. Я ужасно обрадовался и несколько дней корпел над набросками, после чего передал их товарищу и получил от него небольшую фиксированную сумму.

Тогда я впервые имел дело с подобными проектами и доверял агентству, которое предложило мне позаботиться о моих работах, — поэтому я не подписал контракт... какая ошибка! Спустя несколько недель мой товарищ сказал, что модный бренд очень высоко оценил мои наброски и что мой дизайн намереваются использовать во всей Европе... Вот это была новость!

Как же я тогда обрадовался!

Правда, я больше ничего так и не услышал о том, нужны ли им законченные произведения или какие-то детали. Спустя несколько недель мои наброски действительно были использованы в иллюстрациях, только оформил их уже другой художник. Он точка в точку повторил мою концепцию, использовав ее в своем оформлении.

Я страшно расстроился, и хотя после нескольких электронных писем с извинениями от моего товарища мне передали какие-то деньги и товары от компании, все это меркло в сравнении с тем, чего мне действительно хотелось. Я хотел поработать в этой компании, узнать, каково это, и заодно добавить несколько прекрасных образцов в свое портфолио. Никогда и никому не доверяйте свои работы; на свете много людей, которые с радостью ухватятся за такую возможность, и если вы не знаете ваших прав, то они быстро позаботятся о своих. Если компания обладает мировым именем, это еще не значит, что ей можно позволять поступать с вами как ей вздумается.

Неизвестный автор

Как говорится, не швыряйся камнями, если живешь в стеклянном доме, а дизайнерский бизнес — это весьма хрупкая штука, так что проявляйте осмотрительность.

**Получайте
удовольствие и
будьте самими
собой. Немного
безумия пробуждает
воображение.**

И-Сюань Хуан

Этикет электронной переписки

В последнее время электронная переписка почти полностью вытеснила обычную. Каждый день я получаю феноменальное количество электронных писем, но впечатление от них далеко не такое же, как от напечатанного на приятной хлопковой бумаге и хорошо оформленного письма.

Главное, о чем следует помнить при составлении электронного письма, — это то, что вы дизайнер. Это должно отражаться во всем, к чему вы имеете отношение. В электронном письме всегда можно выбрать по своему вкусу гарнитуру, кегль, начертание и т. д.

Среди тех, кто посылает мне электронные письма, бывают такие дизайнеры, которые все пишут и пишут, пока их послания не превратятся в длинные-предлинные строки, которые невозможно читать. Если строка слишком длинная, то глазу трудно перескочить на начало следующей, поэтому ограничивайте длину строки десятью словами.

Вы же дизайнер, который имеет дело со шрифтами ежедневно, поэтому старайтесь оформлять электронные письма получше. Подумайте, какие чувства должны возникнуть от послания у его получателя, и поработайте над письмом в свое удовольствие.

Алан Флетчер, когда он работал в Pentagram, не позволял отправлять письма, если в них была хотя бы одна помарка или закрашенная буква. Никаких перечеркиваний или перепечатанных букв, никаких автоматических исправлений на печатных машинках IBM. Некоторые секретарши буквально с ума сходили, перепечатывая одно и то же письмо по восемнадцатому разу. Но зато каждое письмо было образцом совершенства, и со временем клиенты обращали на это внимание. Это многое говорило о дизайнере, которого они собирались нанять.

Ваша подпись тоже важна. В ней следует указать контактную информацию. В заключительной части письма можно размещать визуальные элементы стиля и упоминать о событиях, которые могут заинтересовать клиента.

Систематизация и хранение документов

Храните все рабочие документы под рукой, как в виде файлов на компьютере, так и в виде распечаток, разложенных по папкам. Я до сих пор предпочитаю хранить распечатанные копии в папках с указанием имен заказчиков. В любой момент я могу раскрыть нужную мне папку и посмотреть всю историю работ и всю переписку, имеющую отношение к тому или иному клиенту. Мне кажется, что постоянно открывать и закрывать файлы на компьютере неудобно.

Лучший совет из тех, какие я когда-либо слышал (и который я до сих пор не научился пользоваться в полной мере), гласит: просмотрите полученный документ один раз, а потом отправьте его на хранение или выбросите в корзину для мусора.

Так у вас никогда не образуется множество постоянно падающих на глаза бумажных стопок, как это иногда у меня случается. Если все документы аккуратно разложены по папкам, которые стоят на своих местах, то любой сотрудник может взять нужный документ и сразу же войти в курс дела. Неплохо будет поручить работу по упорядочиванию и хранению документов одному человеку в студии.

Всю жизнь я старался следовать следующему правилу: ничего не отправлять заказчику без сохранения бумажной распечатки в соответствующей папке.

Если заказчик позвонит или другой сотрудник студии пожелает свериться с чем-то, пока заказчик находится на связи, то нужные документы всегда можно будет быстро найти.

Умение хранить документы, будь то собранные вами сведения о различных компаниях или переписка с ними, это навык, который пригодится вам не раз в вашей дальнейшей карьере. То же касается ваших собственных работ и материалов, связанных с поиском заказов.

**Бессмертные слова,
высеченные в камне:
ОШИБКИ — ВАШИ
ЛУЧШИЕ ИДЕИ.**

Доктор Фил Шоу

Как продавать себя и свои идеи

Вы уже занимались этим в последний год обучения, готовясь к выпускному показу или проходя практику перед получением диплома (см. стр. 28).

Предмет продажи — это ваша способность создавать работы вроде тех, что находятся в вашем портфолио.

Те, кто вас покупает, дают вам возможность создать следующее произведение, может быть, даже отличающееся лучшим дизайном, чем предыдущие. Возможность проявить себя и найти в себе новые способности, благодаря которым вы откроете для себя новые возможности, и так далее.

В этом смысле я до сих пор занимаюсь тем же, чем занимался после окончания дизайнерских курсов, обходя весь Лондон со своим портфолио.

Я просто хочу, чтобы мне дали возможность творить, решать задачи, заниматься любимым делом и получать от этого удовольствие. Если вы не любите свое занятие, то никто не заставит вас его полюбить. Страсть и мастерство — вещи заразные.

Ваша страсть и ваша вера в себя помогают вам продавать свои идеи. Пока вы с честью справляетесь с заданиями, заказчики всегда будут рады с вами сотрудничать.

Ваше настроение и ваше мнение по поводу проделанной работы всегда сами за себя говорят. Чем больше в вас вдохновения, тем легче вам продавать свою концепцию. Если вы сами не верите в то, что нашли верное решение задачи, или думаете, что ваша работа не такая уж хорошая, то вам будет труднее убедить других в вашей правоте.

Когда заказчики зажимают меня в угол и требуют сделать все именно так, как они хотят, я использую одно из моих последних средств обороны — произношу такую фразу: «Если бы я сделал все так, как вы говорите, то вам бы не захотелось меня нанимать».

e



s

e

Всегда спрашивайте:
«Почему?» Почему
это синее? Почему
целевая аудитория
этого хочет? Почему
я не сплю в 5 часов
утра перед сдачей
работы?

Натан Перкинс

Мне приходилось отказываться от многих дизайнерских заданий, потому что я считал, что не справлюсь с ними из-за отношения клиентов и что у меня не будет возможности ничего изменить. Нет смысла сражаться за то, что нельзя сделать по определению.

Один очень влиятельный директор так выразился обо мне: «Зачем нам нанимать Кливера? Он постоянно спорит со мной. Неужели нельзя нанять дизайнера, который сделает все так, как нам надо?» «Нет, — ответил другой директор, — он так хорош именно поэтому; нам не нужен человек, который со всем соглашается. Нам нужен некто, кто выведет нас из зоны комфорта и решит эту коммуникационную задачу, раз и навсегда».

Как-то я получил от благодарного клиента книгу. На первой странице было написано: Дизайнеру, который всегда спрашивает: «Почему?»

На одном совещании представители компании-заказчика предложили мне бесплатно поделиться моими идеями. Другая дизайнерская фирма уже согласилась на это, а компании это позволило бы сравнить наши идеи, чтобы выбрать наиболее подходящего исполнителя.

Я объяснил, что если специалисты из другой дизайнерской фирмы не знают, что делают, то это их проблема, а не моя. И добавил, что практика мне не нужна. В итоге я получил работу — именно потому, что показал, как к ней относиться.

yourself
yourself – вы сами/вы

Помните, что заказчик не участвовал в процессе поиска и разработки ваших идей. Опишите процесс, прежде чем показывать заказчику результат.

Дерек Бердселл

service
service — услуги/порок

Как общаться с заказчиками

Говорят, что без заказчиков мир дизайна был бы идеален. Но без клиентов нам вовсе не доводилось бы искать решение ни для каких дизайнерских задач.

Если вы сами ставите себе задачу, то вы художник, а не дизайнер и не коммерческий художник-оформитель. Мне нравятся заказчики; благодаря им наша игра никогда не прекращается. Для танго требуются два партнера, так что постарайтесь воспользоваться каждым случаем, когда к вам обращается заказчик, по максимуму. Мне нравятся клиенты, которые мне говорят: «Вы же не сможете решить эту коммуникационную проблему, правда?» или «Наши требования выполнить невозможно». Всякий раз при таких словах меня охватывает азарт.

В конце концов, мы работаем в сфере услуг; наша задача — оказывать услуги клиентам, поэтому относитесь к ним с таким уважением, какого они заслуживают. Вы не ошибетесь, если на протяжении всей жизни будете относиться к людям так, как хотите, чтобы они относились к вам.

Держите клиентов в курсе всех дел, связанных с их заказами, особенно если возможны проблемы — например, с графиком или бюджетом. Если клиенты задерживают поставку того, что вам требуется для выполнения работ, вежливо им об этом напомните. Если сроки поджимают, заранее предупредите заказчиков о том, сколько времени займет печать, и о том, что вам нужна информация X к дате Y, чтобы успеть вовремя. Объясните, что если у вас нет контента, то вам не удастся придерживаться графика.

Сотрудничайте с заказчиками; помогите им достичь желаемого и будьте готовы предложить альтернативное решение в критичных ситуациях, связанных с нехваткой времени. Объясните, что можно и что нельзя сделать за то время, что вам выделили.

Всегда будьте вежливыми; людям, которые не имеют навыков дизайна, нужно объяснять все четко и ясно. Вы живете в мире визуальных образов и разговариваете на ви-

i **ta** **o**
r

Заказчик никогда не бывает глупым — он же выбрал именно вас.

Ханс ван дер Коои

зуальном языке, поэтому иногда можете забывать, что многие люди мыслят по-другому. Они могут не понять то, что вам кажется очевидным.

Кроме того, они могут не разглядеть недостатков в эскизе дизайна, например плохо подобранную garnитуру или неудачный размер шрифта. Обратите их внимание на детали, из которых складывается дизайн. Нужно постоянно поддерживать продуктивное общение с заказчиками, как и оправдывать их ожидания.

Представьте, что ваше общение сродни визиту к лучшему в мире портному: клиент получает сшитый на заказ прекрасный костюм, в котором все идеально до последнего стежка, нет лишних складок и нигде ничего не жмет. В подобном костюме клиент чувствует себя особенным человеком. Доверьтесь своей интуиции и научитесь быть всегда на шаг впереди заказчиков, предупреждая каждое их желание.

Чем больше вы уважаете своих заказчиков и чем чаще вы им помогаете, тем лучше они обращаются с вами. Не забывайте, что это знакомство приведет вас к следующему заказу, а следующий заказ, возможно, станет лучшим из тех, что вы сделаете в течение всей жизни.

В качестве младшего дизайнера вы можете учиться тому, как поддерживать отношения, общаясь с вашим директором или старшим дизайнером. На раннем этапе карьеры они — ваши заказчики. Практикуйтесь в искусстве общения во время рабочих встреч и обсуждений.

Активно участвуйте в делах студии, усердно трудитесь и, перед тем как отправляться домой по вечерам, спрашивайте, может, есть задания, с выполнением которых вы могли бы помочь, — особенно если ваши коллеги задерживаются, чтобы успеть закончить в срок порученную им работу.

Умение оценить ситуацию и вовлеченность в процесс — это ключевые навыки работы не только с заказчиками, но и с коллегами в студии.

**Есть только одно
правило: сдавайте
задание вовремя.**

Элизабет Ньюбери

Всегда предлагайте чай и кофе, прежде чем вас попросят. Старайтесь облегчить работу для вышестоящего дизайнера и всегда предлагайте свою помощь в повседневных делах, спрашивайте: «Может, позвонить поставщикам?» или «Не нужно ли подготовить доску для презентации?» Проявляйте больше активности. Если вы, словно покорный слуга, будете исполнять только то, что вам скажут, и не вовлекаться в общий процесс, то вы не станете незаменимым на своем месте.

Нужно добиться того, чтобы о вас думали: «Что будет, если этот дизайнер вдруг уволится? Он же стал моей правой рукой, не хочу терять его. Благодаря ему наша работа идет гладко». Так что показывайте вашу заинтересованность и приготовьтесь работать не покладая рук. Если вы с самых первых дней настроитесь на рабочий лад, то, скорее всего, добьетесь успеха в дальнейшем.

И, кстати говоря, чем бы вы ни занимались, не заводите романов на рабочем месте. Как говорила моя мама: «Не гадь там, где ешь». Если вы влюбились в коллегу, поменяйте работу. Поверьте, в перспективе так будет лучше.

Еще одно подходящее и проверенное временем высказывание: «Не совмещайте дела с удовольствием». И оно не лишено здравого смысла; из всех случаев, когда дизайнеры вступали в романтические отношения со своими молодыми коллегами, я не припомню ни одного, когда эти молодые коллеги надолго бы оставались на своем рабочем месте. Чувства приходят и уходят, а вы должны понимать, как они отразятся на вашей карьере.

mix
mix – совмещать/я

ДЛЯ
СПРАВКИ

ОДИННАДЦАТЬ

ter min

o

o



bo

Y

Никогда не забывайте: дизайн — не профессия, это призвание (в чем-то похожее на священство).

Джереми Майерсон

Термины и определения

CMYK: цветовая модель, основанная на четырех основных цветах — голубом, пурпурном, желтом и черном.

DPI (dots per inch): количество точек на дюйм — разрешение выводящего устройства или файла.

EPS (Encapsulated PostScript): формат файлов, имеющих возможность содержать векторные и растровые изображения одновременно.

Gsm: грамм на квадратный метр — единица измерения веса бумаги.

HTML: язык гипертекстовой разметки — основной язык для создания веб-страниц.

RGB: цветовая модель, используемая для передачи компьютерного изображения и основанная на трех основных цветах — красном, зеленом и синем.

Алиасинг (наложение, aliasing): эффект ступенчатости букв или изображения, когда оно выглядит так, как будто состоит из отдельных мелких кусочков. См. Сглаживание (anti-aliasing).

Базовая линия (или линия шрифта): воображаемая горизонтальная линия, на которой стоят буквы.

Верстка: монтаж полос (страниц) из различных элементов дизайна — текста, иллюстраций, таблиц и т. д. Версткой также называют оформление веб-страниц в веб-дизайне.

Висячая строка: конечная строка абзаца, расположенная в начале полосы или колонки, а также начальная строка в конце полосы или колонки.

Выключенный текст: текст, набранный с полной выключкой, то есть выровненный по обеим сторонам страницы.

Вылеты печати: припуски к области печати, выходящие за пределы изображения.

Выносной элемент: часть строчной буквы, выдвинутая выше линии строчных знаков или опущенная ниже базовой линии, например «палочка» у буквы b.

Гарнитура: набор из нескольких шрифтов одного стиля в нескольких размерах и начертаниях.

Глиф: отдельный письменный или печатный символ, передающий невербальную информацию.

Глубокая печать: способ печати, при котором образуются рельефные элементы изображения. В основном используется для печати иллюстраций и упаковок.

Когда только начал работать дизайнером, я показывал свои работы маме. Она всегда говорила одно и то же: «Как мило, дорогой!» А потом спрашивала, подготовил ли я иллюстрацию, сделал ли фотографию или написал слова, а я отвечал, что нет. Потом я понял, как нужно объяснять. До того, как я начал работать, ничего не было. Я заставил это возникнуть. Это называется дизайн.

Брайан Уэбб

Дефис: орфографический знак в виде черточка, который используется для разделения частей сложного слова или для переноса слов с одной строки на другую.

Доска из пенокартона: легкая, но прочная доска из полимерных материалов и картона, которую используют для оформления презентаций или портфолио.

Засечка: короткий, обычно перпендикулярный штрих, которым заканчивается основной штрих буквы. Бывают шрифты с засечками и без засечек (рубленые).

Интерлиньяж: расстояние между базовыми линиями соседних строк.

Интерфейс: совокупность способов (часто визуальных) взаимодействия пользователя с электронным устройством, веб-сайтом или программой. Обычно под этим термином подразумевается внешний вид веб-сайта или рабочие элементы программы.

Каркас: разметка основных визуальных элементов сайта.

Каскадные таблицы стилей (CSS): язык описания внешнего вида веб-документа, написанного с использованием языка разметки. Этот язык определяет цвет текста и фона, гарнитуру и кегль, начертание различных элементов и т. д. Если нужно изменить вид отдельного элемента страницы, то достаточно всего лишь поменять его описание в CSS, не меняя код самого документа.

Кегль: размер высоты шрифта, включая выносные элементы.

Кернинг: интервал между буквами внутри слова.

Контурная линия: линия, очерчивающая границы различных элементов.

Концепция: дизайнерская идея, которую предстоит воплотить в жизнь.

Лигатура: типографический символ, образованный сочетанием двух и более букв. См. стр. 125.

Линотипная печать: первая механизированная система отливки цельных строк для печати.

Логотип: знак, эмблема или символ, используемые для обозначения организации или торговой марки.

Макет: модель объекта, на примере которой можно оценить его будущий вид. Обычно используется для демонстрации пользователям или заказчикам.

Мелованная бумага: высококачественная бумага, используемая для журналов, каталогов, буклетов и других печат-

После окончания художественной школы решить, на кого нужно работать, было гораздо сложнее, чем найти дорогу до школы. Где же был Google в 1991 году? «Не такой уж известный» Брайан Коллинз

figuring
figuring – решить/вы

ных материалов, для которых важно художественное оформление.

Метки (линии) реза: специальные линии или метки, показывающие, где будет проходить рез печатного листа.

Метки приводки (приводочные кресты): метки в виде кругов с крестом внутри. Помогают отрегулировать цвет печати. См. стр. 133.

Микрон: единица измерения толщины плотной бумаги и картона.

Монотипная печать: основная механизированная система печати, при которой отливались отдельные буквы.

Опечатка: ошибка в набранном или распечатанном тексте.

Оптимизация: сокращение объема файла при попытке сохранить внешний вид документа.

Оригинал-макет: макет, каждая страница которого совпадает с соответствующей страницей будущего издания.

Офсетная печать: печать, при которой краска переносится с печатной формы на материал через промежуточный цилиндр.

Пакетная обработка: метод быстрой обработки сразу нескольких файлов. О том, как это делается в программе InDesign, см. стр. 119.

«Пантон» (Pantone Matching System): система подбора цвета с целью получения нужного оттенка. См. стр. 80 и 145.

Пиксели (пиксели): отдельные миниатюрные подсвеченные объекты на экране, из которых состоит изображение.

Пикселизированное изображение: изображение в компьютерном или в печатном виде, на котором видны отдельные пиксели.

Платформа: аппаратный или программный комплекс, основа компьютерного оборудования. От платформы зависит, каким образом осуществляется обработка данных и какие программы можно использовать на том или ином устройстве.

Плассечный цвет: цвет, который получается при помощи специально изготовленных чернил, всегда имеющих одинаковый цвет при печати.

Поле: отступ от края страницы до содержимого (текста и иллюстраций).

Полоса пропускания: скорость передачи данных. Обычно измеряется в битах в секунду (bps).

Знайте, что, в то время как не всем нравится ваша работа, очень важно оставаться верным себе самому.

Дезире Делалой

true
true – верный/вы

Полоса: наименовании печатной страницы в полиграфии, то есть совокупности текста и элементов художественного оформления, предназначенных для одной страницы печатного издания.

Портфолио: коллекция работ специалиста, демонстрирующих его умения, навыки и знания.

Постпечатная обработка: все, что происходит с вашим продуктом после того, как он выйдет из печатной машины.

Пострационализация: придание смысла уже завершенной работе.

Пункт: единица измерения кегля шрифта.

Разлом: трещина на покрытой чернилами области бумаги, обычно на линии сгиба (фальце).

Растискивание растровой точки: увеличение площади печати за счет распространения чернил по бумаге.

Растр: точно-матричная структура графического изображения, зависящая от разрешения, вследствие чего при изменении размера качество изображения может ухудшиться.

Растровое изображение: изображение, представляющее собой сетку пикселей, отображаемых на мониторе, или цветных точек на бумаге.

Резюме: документ, в котором отражаются профессиональная история и профессиональные навыки соискателя вакансии.

Сглаживание (anti-aliasing): устранение эффекта алиасинга (наложения), выравнивание краев изображения или букв.

Сжатие с потерями: метод сжатия файлов, при котором часть информации утрачивается.

Сжатие: метод сокращения размера файла.

Система подбора цвета: система, используемая для подбора цветных чернил при передаче различных оттенков цвета в печати.

Спуск полос: процесс распределения страниц при печати таким образом, чтобы они шли друг за другом в нужном порядке.

Титульный лист: одна из первых страниц книги или документа, на которой размещаются основные сведения: имя автора, название, место издания, год издания и т. д.

Фальц: линия сгиба листа.

Ничего ни прибавить, ни убавить, каждый совет на вес золота!

Дорис Чан

advice
advice — совет/я

Формат файла: тип файла, информация в котором хранится строго определенным образом. Различные программы используют свои форматы файлов — например, программа Adobe Photoshop сохраняет файлы в формате .psd. См. стр. 96, 126 и 173.

Художественные материалы (artwork): общее наименование иллюстраций, рисунков и фотографий.

Цветопроба: имитация офсетной печати на цветном принтере, позволяющая оценить будущую печать.

Шаблон: в программе InDesign страница, которую можно использовать для оформления всех страниц документа.

Шелковая бумага: высококачественная бумага, тонкая, но очень прочная, хорошо отображающая краску, но не глянцевая.

Шкала цветового перехода: цветная шкала, которая печатается на каждой странице за метками обреза и используется для контроля насыщенности цвета и его постоянства во всем документе.

Экспортирование: сохранение файла в другом формате для использования в другой программе.

Этикет: свод норм и правил поведения в обществе или на рабочем месте.

Язык (компьютерный): набор символов и последовательностей, представляющий собой инструкцию для компьютера. Дизайнеры обычно имеют дело с компьютерными языками, используемыми для создания веб-сайтов, программного обеспечения и элементов электронного интерфейса. В качестве примера можно привести такие языки, как HTML, XHTML, PHP, Java и C.

В этой книге приводятся цитаты некоторых из самых известных и влиятельных дизайнеров XX века. Возможно, кое о ком вы даже не слышали, но ваша обязанность как дизайнера познакомиться с историей вашей профессии и с людьми, которые проложили дороги, по которым вы сейчас с такой легкостью путешествуете. Не ленитесь, почитайте о них, а заодно и получше узнайте себя.

Стремление к совершенству — это не просто черта характера, это бесценный путеводитель в запутанном по-византийски мире дизайна, позволяющий найти в нем дорогу.

Ян Шталь фон Гольштейн

Благодарности

Я часто сравниваю профессию дизайнера с игрой, и в ней я далеко не самый последний игрок, хотя мне ни за что не удалось бы одержать ни одной победы без команды. Как и на протяжении почти всей своей карьеры, я по-прежнему работаю в коллективе, хотя считаю уже творческим директором — или как там предпочитают меня называть мои коллеги (не всегда эти наименования бывают лестными). Моя задача как творческого директора заключается в том, чтобы быть силой, приводящей в действие весь процесс.

Имея опыт превращения студии в крупное предприятие, теперь я стараюсь сохранять ее маленькой. Я хочу сам заниматься дизайном большую часть времени — что и происходит сейчас, — но я бы не закончил этот труд без помощи моих коллег.

Особых благодарностей заслуживает Розанна Бьянкини, которая расшифровала основную массу «писанины Фила» и перевела ее на читаемый и понятный язык и которая предупреждала, когда у меня получалась совсем уж бессмыслица. Я высоко ценю неоценимую помощь, которую она мне неизменно оказывала на протяжении двадцати восьми лет, часто несмотря на мое упрямое сопротивление. И почему она всегда оказывается права?

Я бы не написал данную книгу и без работников моей студии Эммы Фишер и Дженни Пенни с их безграничным терпением. Я признателен им за помощь в многочисленных дизайнерских начинаниях.

Выражаю благодарность Карен Биллингом, работавшей со мной последние двадцать пять лет: она лучший разработчик штампов, а заодно и лучшая правая рука, о какой только можно мечтать. А также Филу Эвансу, блестящему дизайнеру и коллеге, обладающему стратегическим гением; его валлийская кровь — сама по себе чистый дизайн.

Благодарю Элис Белгрейв, перед которой я в вечном долгу за многочисленные цитаты и истории из жизни ее друзей, молодых дизайнеров, а также за ее способность пре-

audience

audience – аудитория/вы

Все, что вы делаете в мире дизайна, — это отражение ваших способностей к дизайну.

Чарли Лепорк

вращать разрозненные куски онлайн-текста в осмысленные предложения.

Благодарю Эмили Фэйрбенк; мы с ней тесно сотрудничали и много смеялись, как это бывает между двумя дислексиками. Такое сочетание могло сработать и сработало. Дислексия — это своего рода сверхсила, и в моем случае она помогает мне смотреть на вещи по-другому.

Благодарю Софию Коссоски, практиканта, которая серьезно отнеслась к своей работе и действовала, как лебедь — усиленно, точно сумасшедшая, двигала ногами под водой, но на поверхности сохраняла невозмутимый вид. Благодарю Мартина Эшкрофта, нашего другого практиканта, который сразу же, без промедления, включился в общее дело и внес в него большой вклад и усердно работал, не переставая, вплоть до самого конца. Благодарю Зару Ларкомб из Ilex, в ходе разговора с которой за ланчем в моем клубе Savile зародилась идея написания книги, побудившая меня отправиться в это приключение.

Благодарю Ника Джоунса, также из Ilex, за то, что он сглаживал недостатки моего стиля (а работать было над чем). Благодарю моего редактора Дженнифер Эйсс за то, что ей хватило смелости сохранить большую часть текста, благодаря чему он по-прежнему походит на мое произведение, но понятен широкой аудитории. Благодарю Рафаэлла Флетчера за то, что он предоставил цитаты Алана. Как бы я без них отправил книгу в печать? Также хотелось бы поблагодарить Брайана Гримвуда, человека, изменившего лицо британской иллюстрации, за то, что он нарисовал меня прямо во время лекции, которую я читал в Школе искусств и дизайна Мидлсекского университета в Лондоне.

И наконец, выражаю благодарность широко известным и уважаемым гениям дизайна, а также молодым дизайнерам, которые цитируются в данной книге: ваши высказывания сделали книгу такой, какая она есть.

Я вспоминаю всех вас с большущей гордостью.

**Если я творю
сердцем, мне
удается почти все;
если головой — поч-
ти ничего.**

Марк Шагал

**Я не знаю другого
метода дизайна.**

Кто этот парень?

Возможно, самое важное, о чем думаешь, когда поручаешь кому-то разработать графический дизайн, — это надежда на то, что результат будет отличаться грациозностью и стилем.

А если в итоге получаешь доведенную до совершенства великолепную, новаторскую идею, воплощенную в указанное время и без превышения бюджета, то понимаешь, что нанял нужного человека.

...Я только что описал профессора Фила Кливера.

Дэвид Холмс. Сентябрь 2013 г.

**Фил приехал к нам
во Вьетнам, чтобы
поделиться своим
опытом с нашими
студентами,
изучающими
дизайн, и с самого
начала до конца он
владел вниманием
аудитории. От него
исходит вдохнове-
ние, которое ищет
каждый студент.**

Ричард Штрейтматтер-
Тран

Если вы погрузитесь в мир, то идеи свободно потекут из самого волшебного ящика на свете — из вашего мозга, а не из ящика с экраном.

Пьер Вермейр

Указатель

Извините, но указателя в этой книге нет. Поскольку она написана и оформлена дизайнером, мне показалось, что лучше обойтись без указателя. Многие дизайнеры и близкие не доходят до страниц указателя.

Содержание книги ясно излагается на каждой ее странице, и если вы не можете найти то, что ищете, значит, как ни печально, я не написал ответа на ваш вопрос.

Если вы застряли в студии из-за какой-то проблемы, то лучше всего для вас будет поискать решение в Google или позвонить другу. Если ничего не сработает, не теряйте надежды, в конце концов все образуется.

ОБ ЭТОМ СЛЕДУЕТ ПОМНИТЬ

Р. Х. Мейси четырежды терпел неудачу с идеей розничных продаж прежде, чем заработал его знаменитый универсамас Масу's в Нью-Йорке.

Джон Кризи получил 743 отказа, но это не помешало ему опубликовать почти 600 книг под двадцатью восемью псевдонимами.

Пусть у вас в начале не все будет получаться, но не отчаивайтесь, рано или поздно у вас все получится, какого бы возраста вы ни достигли. Рей Крок основал империю McDonald's, когда ему было 52 года, а Харланд Сандерс основал KFC уже после того, как получил первую пенсию.

Не бойтесь неудач. Вы же не с первого раза научились ходить и не сразу поехали на велосипеде, впервые его оседлав. Не поплыли, впервые зайдя в воду. **Неудач не нужно бояться; нужно бояться, что упустите возможности, если не попытаетесь что-то сделать.**



Не бывает скучного дизайна, бывают только скучные заказчики и, что хуже, скучные дизайнеры.

Профессор Фил
Кливер

Профессор Фил Кливер — ученик Энтони Фрошауга, лауреат многочисленных премий и дизайнер **со своим взглядом на мир**. Работал под руководством Алана Флетчера и Вима Кроувела в Total Design в Нидерландах и Майкла Вулфа в Wolff Olins. В 1984 году стал творческим директором компании Allied International Designers и руководил разработкой брендов. В 1987 году учредил компанию CleaverLandor, оказывавшую консультационные услуги в области дизайна. ¶ В 1992 году основал et al design consultants — компанию, занимающуюся разработкой корпоративных стилей и брендов крупных корпораций, дизайном упаковок и оформлением книг, многие из которых получили награды. ¶ Член общества дизайнеров Chartered Society, основатель и куратор Музея монотипной печати, член совета директоров Международной академии шрифта, член Королевского общества искусств. Художественный директор Архива шрифтов. ¶ Одновременно с руководством et al и Typographic Research Unit занимается преподавательской деятельностью в Школе искусства и дизайна Мидлсекского университета в Лондоне. ¶ Знаком его творческих достижений служит тот факт, что его ранние типографические работы вошли в архив Печатной библиотеки Сент-Брайда, а оформленные им книги выставлены на постоянной основе в Национальной художественной библиотеке Музея Виктории и Альберта.