

613

ЗАПОВЕДЕЙ ДИЗАЙНЕРА

ЧАСТЬ 1

Василий Бродовиков

Василий Бродовиков

**613 заповедей
дизайнера. Часть 1**

«Издательские решения»

Бродовиков В.

613 заповедей дизайнера. Часть 1 / В. Бродовиков —
«Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-837248-3

«613 заповедей дизайнера» — это профессиональный кодекс, собрание правил, рекомендаций и советов для дизайнеров, архитекторов, инженеров, разработчиков и проект-менеджеров. В книге раскрываются основные инструменты дизайн-процесса, секреты коммуникации с клиентом и даются рекомендации по управлению бюджетом проекта.

ISBN 978-5-44-837248-3

© Бродовиков В.
© Издательские решения

Содержание

Главный герой	6
Превращение в дизайнера	7
Равный к равному	11
Почему 613?	12
I. Делай	13
Дизайн-процесс	13
Обязательные заповеди	13
Возможные заповеди	21
Конец ознакомительного фрагмента.	23

613 заповедей дизайнера

Часть 1

Василий Бродовиков

© Василий Бродовиков, 2017

© В. Бродовиков, иллюстрации, 2017

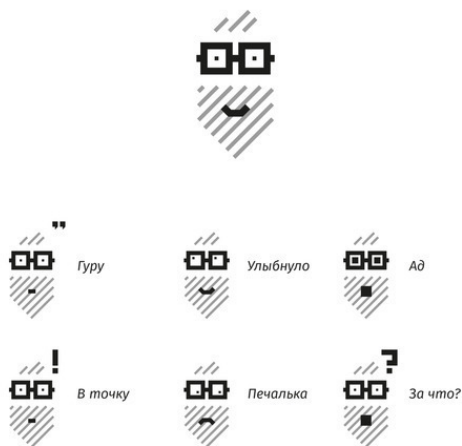
ISBN 978-5-4483-7248-3

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

*Посвящается всем,
кто меняет наш мир
к лучшему!*

Главный герой

Прежде, чем начать, познакомься – это герой книги, дизайнер. В процессе чтения следи за его реакцией (эмодзи), чтобы уловить правильный эмоциональный посыл.



Превращение в дизайнера

В дизайн приходят через диплом или через мечту.

В детстве я любил конструкторы, собирать и придумывать из них нечто новое – то, чего не было на прилагаемых схемах.

В школе обожал геометрию и черчение. В колледже и институте я был без ума от инженерной графики и начертательной геометрии. Мы очень много чертили, и я старался доводить все линии до идеала. Это давалось мне легко.

В рамках университетского образования в УрФУ¹ я прошел базовый курс работы с графическими программами. Тогда-то я и понял, что инженерное дело, графика и дизайн – это моя страсть. Я стал мечтать о том, как объединить навыки черчения, поиск новых решений и любовь к совершенству в одну профессию. Получив в 2008 году инженерский диплом в области автопрома, я продолжил самостоятельное и более детальное освоение дизайн-инструментов.

Надо отметить, что параллельно с самообразованием в моей жизни было чудесное знакомство с замечательными людьми – моими менторами (*о них подробнее в разделе «Миссия выполняю»*), чьи методы по раскрытию потенциала оказали на меня колоссальное влияние. Хотел бы подчеркнуть, что их появление было весьма своевременным. Это была словно вспышка, давшая мне толчок к переходу на другой уровень. Я стал вдохновляться работами различных зарубежных дизайнеров и архитекторов, а чуть позже огромную порцию мотивации дали мне и российские творцы (*о них подробнее в разделе «Вдохновители»*).

Потом была бизнес-школа УСИБ². Там я работал и учился. Моими коллегами были очень продвинутые люди, а учителями – реально успешные предприниматели. Сама атмосфера внутри БШ была особенная: высокие стандарты, красивое пространство, передовые знания и заряженный успехом воздух. Это был потрясающий период в моей жизни, когда случился очередной мощный квантовый скачок в моем развитии. Именно там я впервые плотно соприкоснулся с менеджментом, маркетингом и бизнесом как системой. А также получил набор современных инструментов для успешного ведения проектов. Для меня было настоящим откровением видеть, как пространство формирует мышление, как дизайн среды лепит в головах людей успех.

После, уже работая в разных компаниях, в сферах B2C³ и B2B⁴, руководителем отдела маркетинга, я отвечал за все визуальные коммуникации. Тогда-то я и понял, что такое работать бок о бок с собственниками бизнеса. Я ощутил, что значит думать как они, и, как следствие, создавать (дизайн) продукт, соответствующий потребностям их дела. И именно в бизнесе я окончательно сформировался как специалист, заточенный на сотрудничество в качестве партнера⁵.

¹ УрФУ – Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. Екатеринбург.

² УСИБ – Урало-Сибирский институт бизнеса. Екатеринбург.

³ B2C [англ. Business to Consumer] – бизнес для потребителя; форма торговли, когда юридическое лицо осуществляет продажи для физических лиц.

⁴ B2B [англ. Business to Business] – бизнес для бизнеса; форма торговли, когда юридическое лицо осуществляет продажи для юридических лиц.

⁵ Партнер – в данном случае не тот, кто делит юридическую ответственность по бизнесу, а тот, кто дополняет сильные стороны, принимает ответственные решения в своей зоне, способствует достижению общего успеха (прим. автора).

—

**«Именно отсутствие
специального образования
позволяет смело
экспериментировать,
не ограничивая себя рамками
классического представления о
правильном и неправильном
дизайне».**

Том Диксон, английский дизайнер

—



Благодаря такому бизнесовому квесту я сам не заметил, как превратился в графического дизайнера с опцией маркетингового мышления. Моя мечта воплотилась в реальность, и сегодня я с вдохновением рассказываю миру о своем опыте. Но все же считаю, что окончательно стать дизайнером невозможно, так как это постоянный процесс, который помимо соответствующего образования должен включать поиск. Поэтому я ежедневно тружусь, учусь и исследую.

Самообразование – крутая вещь!

Десять тысяч часов, сотня источников – и у тебя есть необходимый профессиональный навык. Но чтобы постичь профессию, надо долго учиться и много практиковаться. После нескольких лет работы внутри компаний я понял, что есть вещи, которым нас не учили. Вернее, не давали единым блоком как предмет. Я стал ощущать нехватку комплексного сборника. Поэтому, восполнив пробелы, я решил сам написать такую книгу, в которой вся основная информация будет собрана в одном месте. Делаю акцент, что это не профучебник, не спецкурс и не семинар по базисным вещам (баланс, контраст, акцент, направление, пропорции, масштаб, повторение, ритм, шрифт и пр.). Источников, где можно прокачать свои скилзы⁶, сегодня предостаточно. Это, скорее, попытка свести основополагающие принципы дизайн-процесса, правила коммуникации и управления бюджетом проекта в один носитель – так называемый профессиональный кодекс дизайнера.

Данная книга – моя личная аналитическая работа. В ней собраны:

- ~ мой дизайнерский опыт и правила, накопленные в течение нескольких лет;
- ~ выдержки из книг, статей и публикаций на тему дизайна и архитектуры;

⁶ Скилзы [англ. Skills] – навыки, умения.

- ~ фишки из бизнес-тренингов по самоменеджменту и личной эффективности;
- ~ правила, которые я когда-то встречал на просторах Рунета в блогах у разных дизайнеров, и которые прошли успешное тестирование в моей работе;
- ~ размышления на тему дизайна с живых семинаров и лекций известных зарубежных дизайнеров;
- ~ взвешенные цитаты именитых гуру;
- ~ опыт моих друзей и коллег – дизайнеров, которые смогли поделиться лично своими правилами.

Все мы – дизайнеры, архитекторы, разработчики, инженеры, строители – отличаемся от других, с одной стороны, личным внутренним поиском красоты, гармонии и совершенства. А с другой – завышенными или искаженными требованиями к продукту непосредственно от заказчиков.

—

*Дизайн –
это бескрайний горизонт,
это язык самовыражения,
это уникальная возможность
найти путь к самому себе,
раскрыть свой потенциал
и привести в этот мир
что-то новое или очень полезное!*

—



Клиенты часто ругают «неправильных» дизайнеров, не угадавших их пожелания, или не проявивших должную коммуникабельность. С такими «недовольными» заказчиками приходится сначала отрабатывать рекламации⁷, а только потом приступать к созданию проекта. Любой дизайнер в своей работе проходит три основных этапа: руководство, дизайн решения, производство. Конечно, дизайнеры больше всего любят вторую стадию, так как думают, что работа над художественной идеей важнее всего. А менеджерская и административная возня – это не для них. Но сегодня профессионал своего дела на каждом этапе должен обладать разными компетенциями: в руководстве – уметь согласовывать и контролировать юри-

⁷ Рекламация [лат. Reclamatio] – громкое возражение, неодобрение; претензия покупателя или заказчика, предъявляемая продавцу или поставщику (подрядчику) по поводу ненадлежащего качества или количества поставляемого товара, требование об устранении недостатков, снижении цены, возмещении убытков.

дические и финансовые моменты, а также анализировать большой объем входных данных; в производстве – говорить на языке технологов, понимать технологию изготовления, уметь работать с препресс. Знать типовые нормы каждого блока – вот, что является для клиентов опорой. Им нужны надежные люди, способные понимать и решать их проблемы до конца, создавая целостный продукт. А это свойство партнера.

Поэтому в книге я привожу много определений, схем, диаграмм, понятий из менеджмента, маркетинга и этики. То, что помогало и помогает мне сегодня в моей профессии дизайнера. Это то, что ценят клиенты, когда видят такого сотрудника. Если вы думаете как они, то без проблем находите нужный язык. И тогда кредит доверия к вам и эффективность сотрудничества сразу же повышается. А это и есть наша цель – построить добрые отношения и совершенный продукт.

Равный к равному

Итак, для кого же эта книга?

Прежде всего я писал ее для себя самого. Это то, чего мне до сих пор не хватает, когда я иду на встречу или веду проект. Каждый раз перечитывать все книги, рабочие блокноты и переслушивать семинары невозможно. А тут все полезное собрано в одной книге.

Во-вторых, используя принцип peer-to-peer communication⁸, я адресую эту книгу всем дизайнерам. И неважно, только ли ты начинаешь свой путь, работаешь ли фрилансером⁹, трудишься внутри компании или на аутсорсинге¹⁰, – это пособие, квинтэссенция ценных знаний и опыта, создано, чтобы улучшить твой процесс работы и взаимодействие с клиентами.

Для тех же, чей опыт работы в дизайн-сфере перевалил далеко за десять лет, для всех руководителей бюро и для гуру книга послужит объектом здоровой критики. Если вы откроете что-то новенькое для себя или дадите мне пару крутых рекомендаций – буду благодарен.

А еще эта книга для тех, кто выступает в роли заказчика дизайн-услуг. Она раскроет вам обратную сторону жизни дизайнеров и даст вам ключ к пониманию и правильному взаимодействию с ними. Ведь, зачастую между постановщиком и исполнителем заданий образуется колоссальная пропасть из-за разницы мышления, языков, ожиданий и непонимания процессов. Используя все тот же принцип «равный к равному», я, как человек с опытом топ-менеджера, даю клиентам ключ к взаимодействию бизнеса с дизайном. Те же клиенты, что идут на контакт и всецело доверяются профессионалам, всегда находят уважение среди дизайнеров. Вам будет очень интересно узнать, как думают и чем руководствуются творцы в своей работе, и тогда, у всех нас появится шанс, научиться полноценной коллаборации¹¹, в которой все участники получают удовольствие от процесса и достигают совершенных результатов.

Пришло время делиться знаниями. Да, и это мой вклад в мировое сообщество дизайнеров. Что ж, надеюсь, моя книга оставит след.

⁸ Peer-to-peer communication [англ.] – равный к равному; принцип коммуникации, когда в диалоге или в обучении присутствуют только равноправные участники.

⁹ Фрилансер [англ. Freelancer] – свободный работник, частный специалист, который может одновременно выполнять заказы для разных клиентов, как правило, дистанционно.

¹⁰ Аутсорсинг [англ. Outsourcing] – передача компанией какого-либо процесса (функции, работы) или его части сторонней организации на длительный срок.

¹¹ Коллаборация [англ. Collaboration] – сотрудничество.

Почему 613?

613 – уникальное число жизни. Оно состоит из двух других жизнеобразующих чисел: 248 (число костей и органов в человеке) и 365 (число дней в году).

В этой книге я условно разделил все заповеди¹² на «делай» и «не делай». То есть 248 заповедей с преамбулой «делай», а 365 – «не делай». Соответственно, книга состоит из двух частей.

613 заповедей – это своего рода постулаты жизни, призванные спасти и уберечь дизайнеров от перерасхода важных ресурсов: талантов, здоровья, времени и денег. Таким образом, если читатель сделает 248 действий и не сделает 365 – то он сохранит в себе энергию жизни.

Как в любой трехмерной системе, все заповеди распределены по трем осям:

1. Действие: «делай», «не делай». *Д – НД*
2. Отношение: к дизайн-процессу, к этике и к финансам. *ДП – Э – Ф*
3. Степень исполнения: обязательные (всегда), возможные (часто) и желательные (иногда). *О – В – Ж*

Суть такой сложной градации – установить и улучшить связь между дизайнером и его внутренним «Я», между дизайнером и клиентом, между клиентом и дизайном.

Надеюсь, данный навигатор поможет всем нам быстрее сориентироваться и эффективнее изучить 613 заповедей.

Итак, вот они.

¹² Заповедь [толковый словарь Ефремовой] – непреложное предписание, повеление; строго обязательное правило. Но в данном случае, термин «заповедь» используется только как рекомендация к добровольному исполнению (прим. автора).

I. Делай

Дизайн-процесс

Обязательные заповеди Д – ДП – О

1. Работай с любовью, люби работать. Любовь к делу – самая лучшая мотивация. Создание дизайн-продукта должно быть твоей миссией. Это залог твоего счастья и превосходных достижений. *Подробнее в разделе «Миссия выполняй».*

2. Вдохновляйся от жизни. Дизайнер – человек, который собирает в копилку истории, окружающее пространство и потрясающие опыты людей.

3. Улучшай качество жизни людей. Это основа твоей профессии. Ведь дизайн – он вокруг людей, а не вокруг потребителей и пользователей. Потому что люди прежде всего живут!



*Дизайн – он вокруг людей,
а не вокруг потребителей и
пользователей.
Потому что люди прежде
всего живут!*



4. Вся красота уже создана в природе. Наблюдай, учись и воплощай первозданную гармонию в своей работе.

5. Формируй у себя правильное дизайн-мышление¹³:

¹³ Методы дизайн-мышления Герберта Саймона, которые он описал в своей книге «Науки об искусственном», 1969 г. Дизайн-мышление состоит из 6 основных этапов, это заповеди: 6, 8, 11, 15, 16, 20.

6. Выявляй суть проблемы. Задача – лучше понять актуальные для потребителя вызовы и цели и как они соотносятся с обстановкой в индустрии. Задавай много вопросов, чтобы правильно понять проблему. Общайся с конечным пользователем, это поможет определить критерии успешного решения.

7. Продумай и составь несколько опросных брифов¹⁴. Вербальное брифование облегчает понимание, сокращает время взаимодействия и задает направление работы. Это один из самых ценных и интересных этапов в дизайне, так как передает эмоциональный фон всего будущего результата.

—

***Каков бриф —
таков и
креатив!***

—



8. Досконально исследуй проблему. Для определения качественной истории нужен контекст. Тут важно понять предпосылки, проследить историю, кто и как решал эту проблему до тебя. Это поможет соотнести потребности потребителя с твоим решением. Примерные вопросы: Какие проблемы и цели создали необходимость для поиска решения? Что бы произошло, если бы вы не нашли решение? Применяли ли вы решения до работы со мной, которые не сработали? Если да, то опишите подробнее. Здесь необходимо много наблюдать и анализировать.

9. Путешествуй. В мире достаточно «велосипедов», нужно больше ездить и учиться у других, чтобы не изобретать «велосипед» заново и не повторять ошибки.

10. Прислушивайся к советам компетентных людей. То, что тебе покажется совершенно новым, впитывай как губка.

11. Формируй лучшие идеи. Чтобы придумать новую идею, важно хорошо понять потребности пользователя, переосмыслить существующие функции продукта и установить

¹⁴ Бриф [англ. Brief] – инструкция, сводка; краткая письменная форма согласительного порядка между планирующими сотрудничать сторонами, в которой прописываются основные параметры будущего программного, графического, медийного или какого-либо иного проекта.

для его новой версии оценочные критерии (фильтры). На этом этапе применяй брейншторм¹⁵ и его разновидности (существует порядка 20 креативных методов). Суть брейншторма – найти одну хорошую идею через множество плохих!

—

***Суть брейншторма —
найти одну
хорошую идею
через множество
плохих!***

—



12. У любой идеи есть три основные стадии: идея, мыслеформа, форма. Старайся быть компетентным во всех трех.

13. Чтобы идею признали твоей, ты должен ее озвучить (опубликовать).

14. Фиксируй все идеи (даже бредовые) в рабочие блокноты и скетчбуки. Это пригодится, когда настанет мозговой кризис. В предыдущих набросках ты легко найдешь какую-нибудь неиспользованную идейку, которая оптимально подойдет конкретно к данной ситуации.

15. Прототипируй. Делай макеты, модели, тесты, трогай материалы руками, посещай объекты. Собирай ОС¹⁶ для улучшения продукта.

16. Выбирай лучшее решение. Здесь стоит определиться: проект заточен под рыночные потребности или под вкус самого клиента. Понимание процесса принятия решения существующих клиентов поможет тебе управлять процессами принятия решений потенциальных.

17. Ищи решение до тех пор, пока не найдешь. Ответы там, где ты ищешь.

18. У решений должен быть автор – всегда тот, кто берет на себя ответственность в ситуации неопределенности. Будь ответственным за решения.

19. Внедряй оптимальное решение. Здесь важно рассчитать ресурсы и производственные возможности.

¹⁵ Брейншторм [англ. Brain storm] – мозговой шторм.

¹⁶ ОС – обратная связь.

20. Мониторь результат. После тестового периода пользования обязательно собирай ОС, чтобы оценить эффективность¹⁷ твоей работы. Целью этого этапа является более детальное понимание того, как потребитель использует твой продукт или услугу. Здесь нужно акцентировать внимание на поразительные результаты и выводы. Чем больше точных фактов, тем лучше. Примерные вопросы: Как продукт или услуга помогает вам экономить время и увеличить продуктивность? Как это повлияло на ваши конкурентные преимущества? Насколько вам удалось увеличить показатели (заданные критерии в начале проекта)?

Если проблема решена – ты создал настоящий дизайн!



¹⁷ Эффективность [стандарт ISO 9000:2008] – соотношение между достигнутыми результатами и затраченными ресурсами (способность к реализации своих целей и планов с заданным качественным уровнем, выраженным определенными требованиями – временем, затратами, степенью достижения цели).

—

***Если проблема
решена —
ты создал
настоящий дизайн!***

—



21. Помни, что любой дизайн-продукт (объект) базируется на таких трех китах, как удобство пользования, логика построения, донесение информации в понятном виде. К этим базовым элементам стоит добавить еще один – уважение к потребителю!

—

**Дизайн —
это уважение
к потребителю!**

—



22. Держи под контролем фон и объект, это основа привлечения внимания к дизайну.

23. Помни правило, что в графическом дизайне визуальные решения имеют приоритет над всем.

24. Используй простые геометрические формы, если хочешь, чтобы люди легко узнавали объект. Мы находим знакомые формы во всем, что видим, и используем эти основные формы (геоны¹⁸) для распознавания объектов.

25. Доверяй своей интуиции, она важнее знаний. Порой интуиция подсказывает, где искать решения, браться за проект или нет, а также где будет трудный клиент и где можно завысить цену.

26. Постоянно повышай свой профессиональный уровень. Вкладывай часть своих доходов в свое обучение. Чем лучше мастер, тем более сложным инструментом он пользуется!

27. Держи под контролем только то, что является твоей работой.

28. Любой проект срочный. Твоя задача — выявить реальный срок.

29. Закладывай срок выполнения с запасом. Всего предвидеть нельзя.

30. Доводи начатую работу до конца. Когда висят незакрытые проекты, это плохо отражается на здоровье. Гештальт¹⁹ должен быть закрыт.

31. Начинай свой профессиональный путь с работы в компании. Так ты быстрее вырастешь и получишь нужный опыт. И только потом ты можешь уходить во фриланс или создавать свое бюро.

¹⁸ Теорию геонов выдвинул Ирвин Бидерман в 1985 году. Предполагается, что существует 24 распознаваемых базовых форм; из них формируются блоки для построения всех объектов, которые мы видим и идентифицируем.

¹⁹ Гештальт [нем. Gestalt] — форма, образ, нечто целостное. Гештальт-психология исходит из простой и здоровой мысли: недоделанные, незаконченные вещи мешают нам жить счастливо и комфортно.

32. Сделай себе продающую визитку. Визитка должна сказать за тебя все. Более того — она должна продать тебя как дизайнера. *Подробнее в разделе «Все дело в визитке».*

33. Всегда носи с собой визитки. Разложи их во всевозможные ежедневные носители.

34. Везде, всегда, при любом знакомстве обменивайся визитками или оставляй свою. Это правило хорошего тона в деловой среде. И новый заказ может прилететь неожиданно.

35. Лучше один раз покажи, чем 100500 раз объясняй. *Например (36—39):*

36. Создай себе онлайн-портфолио. Пусть это будет твой личный сайт или любая готовая платформа (типа [битая ссылка] behance, [битая ссылка] portfoliobox, [битая ссылка] myportfolio и пр.). Это твоя визитная карточка и профессиональная среда для общения, вдохновения и роста.

37. Досконально проработай свое портфолио. Детально визуализируй процессинг разработки. Подробно опиши реализованный кейс: поставленные задачи, что было важно для клиента, нюансы, трудности и какие удачные решения ты предложил. Многие убиваются из-за красоты мокапов²⁰, забывая про текстовое наполнение.

38. Выкладывай только те работы, которыми ты гордишься или которые могут показать твои отдельные компетенции.

39. Дублируй лучшие работы из портфолио в соцсети (Instagram, Facebook, LinkedIn и т.д.). Это увеличит число просмотров и социальную массу.

40. Держи свое рабочее пространство в порядке и чистоте. Это позволит сохранить ясность ума. Голова — это твой основной инструмент. Здесь важна своя методика. *Советую делать (41—47):*

41. Начинай проект с разметки (осей, модульной сетки). Это хорошая профессиональная привычка любого дизайнера, архитектора и инженера. Это первый шаг в управлении пространством. Разметка систематизирует визуальную информацию. А также помогает рационально использовать свободное пространство, которое облегчает восприятие всей композиции.

42. Разработай свою систему структурирования рабочих файлов (документы, папки, архивы). Понятная и красивая систематизация — это как бы дизайн в дизайне.

43. Заготовь шаблоны и скрипты оформления для деловой переписки. Сделай это в едином фирменном стиле, чтобы у получателей были правильные ассоциации, кто ему пишет и зачем.

44. Работай по возможности с оригиналами и лицензионными продуктами. Если есть возможность, например, купить шрифт для проекта, лучше уговорить клиента сделать это, чем потом участвовать в авторских разборках.

45. Всегда води базу клиентов, сметы и учет выполненных видов работ. В нужный момент ты всегда сможешь отчитаться перед заказчиком. Этим ты покажешь, что на тебя всегда можно рассчитывать.

46. Включи автосохранение. Дублируй файлы на облако или внешний носитель. Компьютеры горят, электричество вырубается... Поверь, причин сказать спасибо промежуточным копиям будет достаточно!

47. Сохраняй исходники проекта у себя. Делай архивы. В любой момент все может пригодиться.

48. Тщательным образом готовься перед презентацией любого проекта. *Вот несколько предписаний (49—55):*

49. ^(#98) Перед презентацией (сдачей макета) абстрагируйся, выйди из картины, чтобы взглянуть на нее целиком. Сдавай проект, если удовлетворен им на 100%.

²⁰ Мокап [англ. Mockup] — это макет продукта, который позволяет визуально просмотреть созданный дизайн в будущей реальной локации.

50. Учитывай эффект местности. Родные стены играют важную роль. В одном случае они могут быть бонусом к презентации, в другом – сильным вмешательством.

51. Во время презентации делай акценты на исходное ТЗ²¹ (предпосылки и проблематику), источники твоего вдохновения (истории), процессинг, критерии конечного результата. А также делай упор на эмоциональность выступления. Тут важно не защитить, а «продать свой товар».

52. Используй принципы правильной визуализации: каждый элемент макета должен быть размещен в реальной среде.

53. Обеспечь демонстрацию визуального ряда приятным музыкальным сопровождением. И лучше, если музыкальный ряд будет заранее подобран на основе вкусовых предпочтений клиента.

54. Говори уверенно. Если потребуется, научись работать перед аудиторией.

55. Избегай презентации проекта в состоянии альденте²². Клиент должен увидеть в макете готовый продукт. Полуфабрикат он может не понять и не принять.

56. Оттачивай навыки самопрезентации. Будь готов в любое время рассказать о себе так, чтобы у слушателя остался интерес и он захотел заказать у тебя дизайн.

57. Создавай вещи, чтобы они нравились людям. Дизайн – это не просто хорошая вещь, это в первую очередь опыт ощущений.

58. Береги свое имя и репутацию. Не обязательно браться за все проекты.

59. Храни себя от негатива, так как это серьезный вирус. Оптимизм порождает оптимизм, негатив порождает негатив. Избегай разговоров с нытиками.

60. Будь лучшим переводчиком. Ведь дизайн – это язык, с помощью которого дизайнер переводит с уровня потребности человека на уровень функциональности продукта.

61. Совершенствуйся всю жизнь. Это процесс, здесь не может быть конечного результата.

62. Учись, достигай и наслаждайся во время работы.

«Обучение без достижения быстро истощает энергию человека. Достижение цели без обучения быстро надоедает. Отсутствие радости опустошает дух человека». Майлз Дауни, коуч-тренер

63. Празднуй окончание успешных проектов! Преврати это в традицию.

²¹ ТЗ (техническое задание, техзадание, точная задача) – исходный документ для точной разработки и испытания продукта.

²² Альденте [итал. Al dente] – на зубок; характерной особенностью приготовленных «al dente» кулинарных продуктов является сохранение ими после термической обработки ощутимой при укусе внутренней упругости, то есть немного не до конца.



*Дизайн — это язык,
с помощью которого
дизайнер переводит с уровня
потребности человека
на уровень
функциональности продукта.*



Возможные заповеди

Д – ДП – В

64. Берись за грандиозные проекты. Значимость дизайнера определяется значимостью проекта, который он реализует!

—

***Значимость дизайнера
определяется
значимостью проекта,
который он
реализует!***

—



65. Стремись создавать вещи с накопительным эффектом. То есть то, что можно передать по наследству. Мир и так полон пластиковой посуды. В России будут возрождаться родовые гнезда, и дешевые одноразовые вещи все меньше будут востребованы. Пусть клиент об этом пока не задумывается, но позже он будет благодарен. Другими словами, архитекторы и дизайнеры – это инженеры будущего!

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

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

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