

1 КТО ТАКОЙ ДИЗАЙНЕР

«ДА ЗДРАВСТВУЕТ ТВОРЕЦ!»

ПОЗВОЛЬТЕ МНЕ РАССКАЗАТЬ ВАМ чудесную историю. Возможно, это как раз о вас, везучий вы мерзавец. Дело происходит в прекрасной и далекой стране, где над головой глубокое синее небо, рядом плещется океан зелено-экранных возможностей, леденцовые деревья источают вдохновение, а экзотические музы танцуют чувственный танец под техноритм джунглей. Сказка.

В этом прекрасном мире нет будильников. В конце концов, творец должен высыпаться. Вы приступаете к работе, когда вам заблагорассудится, пропуская мимо ушей запросы настойчивых чудовищ, которые планируют свои зверские встречи, чтобы обсудить требования, раньше одиннадцати утра (на такие встречи и позже ходить не стоит). Вы усаживаетесь в кресло Mirra¹,

¹ Знаменитое своими эргономическими характеристиками офисное рабочее кресло, разработанное берлинским дизайнерским бюро Studio 7.5

игнорируете несколько приглашений на встречи на вашем 30-дюймовом мониторе, запускаете iChat и ждете, когда же появится вдохновение.

А тут и время обеда.

В этом красивом мифе вы тот, кого называют «творцом». Вам очень повезло. Потому что, в то время как другие прогибаются под тяжестью требований, показателей, испытаний и прочих вариаций на тему науки и математики, вы волшебное дитя (или сын глиттер-феи, если вы гот²). А приземленные материи только оскверняют ваш творческий процесс. Ваш дизайн рождается внутри вас.

Но, конечно, история не будет интересной без небольшого конфликта. Как насчет дракона? Скажем, рядом с вашим рабочим столом сидит дракон. И в лапах у него распечатка вашего оригинал-макета, выполненного в PowerPoint, испещренная исправлениями, с большинством которых вы не согласны. Но их приняли на общем собрании, на котором вас не было.

Волшебство не спасет вас от этого дракона. Пришло время перестать быть творцом и стать дизайнером. Быстрее доедайте ваш обед. Настало время работы.

ПОЧЕМУ ЭТОТ МИФ РАЗРУШИТЕЛЕН

Миф о всемогущем творце живет и процветает. Его в равной степени поддерживают как сами дизайнеры, так и те, кто работает с ними. Этот миф разрушителен, так как сводит работу дизайнера к возне канцелярской пиксельной крысы, украшателя и того, кто только ищет путь к успеху. От всемогущего творца ждут успеха, основанного на интуиции, на удачном метании костей, а не на рутинных приемах, которые можно повторять снова и снова.

² Глиттер-готы (англ. glitter/fairy Goths) — это в большинстве своем девушки. В основе их прикида — кичевое смешение стилей и цветов.

А еще это делает вас невыносимым. Никто не любит сотрудника, работающего не по правилам. В результате вам же будет сложнее договориться со своей командой.

Это осложняет жизнь и другим дизайнерам (вроде меня). Я люблю свою работу. И я не люблю людей, которые делают ее сложнее, чем она есть на самом деле. Но каждый раз, когда клиент говорит мне, что ему нужно просто «то, сам не знаю что» или что он не хочет ограничивать мое творческое мышление, мне приходится тратить время на развенчание мифа о волшебном креативщике. (К счастью, лично я больше похож на члена профсоюза, чем на мага и чародея, но на вас, увы, может лежать проклятие привлекательности.)

Дизайнеру нужны честные отзывы и реалистичная критика, но это невозможно, когда коллеги или клиенты боятся ранить чувства неземного существа. Звездная пыль признания мешает работе.

Итак, чем же на самом деле занимается дизайнер? Давайте узнаем.

ДИЗАЙНЕР ОГРАНИЧЕН ЖЕСТКИМИ РАМКАМИ

Эти ограничения часто заключаются в доступности материалов (отсутствие древесины, небольшая типография или пропускная способность); в аудитории, которой адресовано решение (дети; пользователи, которые с интернетом на «вы»; пользователи, говорящие на разных языках), а также в требованиях компании (стиль руководства, отношения с поставщиками, изображение сатаны на их логотипе).

Какие именно проблемы? Это как раз и говорит о том, какой вы дизайнер. Если вы решаете проблему стула, восьмичасовое сидение на котором не повредит чьей-то заднице, то вы дизайнер мебели. Если вам шестнадцать лет, в одной руке у вас рулон туалетной бумаги, а в другой — кусок алюминиевой фольги, вы промышленный дизайнер.

И раз вы держите в руках одну из этих ярких маленьких книг, то можно предположить, что вы, как и я, веб-дизайнер какой-нибудь породы. Таким образом, когда в этой книге я буду приводить примеры или вдаваться в детали, я буду это делать как веб-дизайнер. Если вы дизайнер другого рода, вы, я уверен, все равно извлечете из нее что-то полезное, самостоятельно обобщив и применив все прочитанное к своей сфере деятельности.

ДИЗАЙНЕР ЯСНО ПРЕДСТАВЛЯЕТ СЕБЕ ЦЕЛЬ

Помогаете ли вы начать бизнес с нуля, раскрутить уже существующий товар или занимаетесь чем-то средним — каждое дело должно преследовать некую цель. Ваша задача — понять эту цель.

Первый шаг в разработке чего бы то ни было — это вопрос: «Зачем мы это делаем?» Если ответ неясен — неясен лично вам или его просто не существует, — вы ничего не сможете создать. Прекратите работу. Можете ли вы помочь определить эту цель? Если да, сделайте это. (Да, это часть вашей работы. Все, что поможет вам ее выполнить, является ее частью.) Как? Сейчас мы до этого доберемся...

ДИЗАЙНЕР СОБИРАЕТ ИНФОРМАЦИЮ

Для кого мы это создаем? Как они будут использовать то, что мы создаем? Нужно ли оно им? Какие технологии в распоряжении клиента? Какие новые технологии он готов испытать в действии? Кто еще пробовал подобное и как именно это удалось или не удалось?

Как только вы определились с целью, вам нужно собрать как можно больше информации, чтобы убедиться: то, что вы создаете, преследует именно эту цель. Вы просто ничего не сможете создать без «разведки на местности». Так же как вы не сможете построить дом без геодезических работ.

ДИЗАЙНЕР УСТАНАВЛИВАЕТ ПОРЯДОК

В конце концов вся эта информация должна чему-то послужить. Идеи и требования превращаются в артефакты и системы. Это та часть работы, которую большинство людей и считают «дизайном», потому что в ней есть картинки, на которые можно посмотреть. И вы можете делать ее, не снимая наушников.

ДИЗАЙНЕР СОЗДАЕТ НОВЫЕ ФОРМЫ

И вот что занятно. Удачный дизайн сочетает традицию (знакомые формы, условия и способы взаимодействия) с новизной, то есть с новыми формами, призванными привлечь и порадовать пользователей в надежде, что они задержатся на сайте немного дольше и, возможно, купят новые штаны именно здесь, а не в другом месте. Главное для вас — не забывать, что эти новые формы должны служить целям бизнеса. В противном случае они просто останутся новинкой.

ДИЗАЙНЕР БЕСЕДУЕТ С КЛИЕНТАМИ И ЗАИНТЕРЕСОВАННЫМИ ЛИЦАМИ

Как бы ни была хороша работа, если вы не можете ее продать, она не закончена. Я не устаю повторять, насколько это важно. (В одной из глав я остановлюсь на этом подробнее.) Я сталкивался с многими дизайнерами, которые поручали продавать работу кому-то еще, будь то представитель клиента или арт-директор. Я также видел изрядное число студий, где дизайнеру не позволяли продавать собственную работу, что удивительно неадекватно. Продавать свою работу напрямую клиенту очень важно. Вы не только сможете объяснить, почему вы сделали так-то и так-то, но и узнаете реакцию, которая подскажет вам, в каком направлении двигаться дальше.

Как часто вам возвращали работу с исправлениями, которые вы не понимали или с которыми не были согласны? В лучшем случае вы слышали слова клиента о вашей работе в чужом пересказе, в худшем — вообще не получили никаких объяснений.

Когда вы будете готовы взять на себя ответственность за продажу своей работы (я целенаправленно использую слово «продажа», а не «презентация»), тогда и сможете называть себя дизайнером. И вменять себе в заслугу хорошую работу.

ДИЗАЙНЕР СТОИТ НА СТРАЖЕ

Через несколько дней вы дочитаете эту книгу, и я хочу, чтобы вы немедленно взяли в руки книгу «Дизайн для реального мира» Виктора Папанека, суть которой я мог бы сформулировать следующим образом: вы несете ответственность за работу, которую вы даете миру.

Тщательно выбирайте проекты, не беритесь за всё подряд. Сделайте мир лучше, чем он был до вас. Совершенствуйте вещи для людей. Это не значит, что нужно просто работать с некоммерческими или благотворительными проектами. Многие коммерческие товары и услуги тоже улучшают жизнь людей в той или иной степени. Просто следите за тем, чтобы в том, что вы делаете, был смысл помимо заполнения ниши на рынке. Будьте на стороне человека, который в конечном счете купит и будет использовать то, что вы создаете.

Наши природные, финансовые и когнитивные ресурсы ограничены. Не позволяйте людям тратить эти ресурсы на всякую ерунду.

У вас больше власти, чем вы думаете. Вы член клана дизайнеров, завоевавших право на то, чтобы к ним прислушались и уважали. Среди них: Виктор Папанек, Тибор Кальман, Рэй и Чарльз Имзы, Уильям Каслон, Паула Шер, Зузана Личко и наш Джеффри Зельдман. Дизайнер не только может

изменить мир, дизайнер должен его изменить. Это лучшая работа в мире! Давайте делать ее как следует.

ИТОГИ

Ваш набор инструментов должен содержать инструменты для запуска (цели и исследование), для производства (создание вещей!) и реализации (продажа этих вещей!). Работа дизайнера начинается задолго до того, как появляется первый пиксель, и заканчивается намного позже последнего. Может сложиться так, что не на всех этапах работы вы сможете взять на себя инициативу. Возможно, вам вообще не удастся захватить инициативу в каком-то проекте. На протяжении своей карьеры вы будете работать как в маленьких, так и в больших группах, а иногда и в одиночку. Но даже если вы не руководите процессом, обязательно вносите достойную лепту. Чем больше вы знаете, тем лучше будет ваша работа. И не ждите, пока вас об этом попросят.