

Mike Monteiro

DESIGN IS A JOB

A Book Apart

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

Майк Монтейро

ДИЗАЙН —
ЭТО РАБОТА

Перевод с английского Дарьи Кириенко

Издательство «Манн, Иванов и Фербер»
Москва, 2013

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

УДК 747.012:004.738.5
ББК 85.127.6; 30.18
М77

*Издано с разрешения A Book Apart LLC
На русском языке публикуется впервые*

Монтейро, М.

М77 Дизайн — это работа / Майк Монтейро ; пер. с англ. Д. Кириенко. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 176 с.

ISBN 978-5-91657-578-1

Экстравагантный Майк Монтейро начал свой дизайнерский путь в копировальном центре. За свою карьеру он допустил все возможные ошибки и не скрывает этого, напротив — предупреждает.

В книге дано описание всех ступеней организации рабочего процесса дизайн-компании. Майк утверждает, что работа дизайнера — не только талант, но и бизнес. Благодаря этой книге вы можете научиться у Монтейро искусству предоставления услуг, ценить свою работу и получать за это вознаграждение.

Потому что дизайн — это работа.

УДК 747.012:004.738.5
ББК 85.127.6; 30.18

Все права защищены.
Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая фирма «Вегас-Лекс»



© 2012 Mike Monteiro. All rights reserved
© Перевод на русский язык, издание на русском языке, оформление. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2013

ISBN 978-5-91657-578-1

ОГЛАВЛЕНИЕ

9		Предисловие
10		Введение
13		Глава 1 Кто такой дизайнер?
20		Глава 2 Поиск клиентов
34		Глава 3 Выбор правильных клиентов
44		Глава 4 Сколько стоит ваша работа
61		Глава 5 Работа по контракту
76		Глава 6 Придерживайтесь своего рабочего процесса
87		Глава 7 Презентация дизайна
98		Глава 8 Управление обратной связью
113		Глава 9 Как получить свои деньги
129		Глава 10 Работа с другими людьми
163		Заключение
165		Источники
168		Благодарности
170		Об авторе

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

Посвящается моему сыну Генри

*Иногда ты не можешь найти то, что тебе нужно.
Значит, ты еще это не создал. Настала твоя очередь.*

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

ПРЕДИСЛОВИЕ

В виртуальной и реальной жизни Майк Монтейро известен как прямолинейный человек. У него нюх на всякую туфту, и он не выносит дураков. Я думаю, это потому, что он, не имея никакой подготовки, начинал с создания логотипов за тридцать минут в копировальном центре в Остине. Страх разоблачения ужасен, но он держит вас в тонусе. Мне ли этого не знать: без диплома графического дизайнера я начал с тех же логотипов за тридцать минут в небольшой типографии в Берлине. Именно потому мы с Майком и узнаем туфту в любых обличьях, что в свое время сами не без успеха ее сбывали.

В профессии дизайнера все зависит от настроения. Конечно, вы должны знать свое ремесло. Но, как мы оба поняли, вы освоите его со временем, если будете слушать, смотреть и учиться. Без правильного же настроения вы навсегда останетесь простым исполнителем для одних и сумасшедшим художником для других.

Клиенты должны понимать, что они наняли нас сделать то, что не могут сами. И что они должны платить нам за наши знания, навыки, опыт и, конечно же, — да, именно за настроение. И если вас называют одним из этих «творческих типов», то только от собственной интеллектуальной неполноценности.

Вопреки распространенному мнению, дизайнеры — не художники. Мы используем художественные методы визуализации мышления и процесса, но, в отличие от художников, не представляем свой взгляд на мир, а решаем проблемы клиента. Мы можем успешно действовать, когда нас ограничивают, но мы ненавидим компромисс. Дизайн-проект успешен — а успех и есть истинная мера качества, — когда он не только искусство, но и решение насущной задачи.

Эта книга научит вас, как предоставлять услуги, не становясь при этом слугой. Мой совет ныне и всегда: учиться, учиться и учиться, начиная прямо сейчас.

Эрик Шпикерманн

ВВЕДЕНИЕ

Я люблю дизайн

Я люблю, когда у вещи хороший дизайн. Я люблю сам процесс дизайнерской работы. Я люблю интересные неудачи на этом пути. Мне нравится, что я могу зарабатывать себе на жизнь дизайном в компании, которую мы с моим партнером построили с нуля. Я люблю споры и критику. Мне нравится, что кто-то, кого я нанял три года назад, теперь может улучшить мои дизайнерские решения. И я очень люблю клиентов, которые делают все это возможным.

Я не назвал только вас. Вас я люблю больше всех. И мне надоело видеть, как вы постоянно получаете по носу просто потому, что никто не сказал вам, что может быть иначе. Мне надоело, что вам не платят. Мне надоело, что вы работаете по ночам и без выходных. Мне надоело смотреть, как вы работаете бесплатно, потому что кто-то убедил вас, что это красит ваше портфолио. Мне надоело смотреть, как вы сидите и ждете, что работа сама начнет продаваться.

И вот я написал для вас книгу. У нее есть хребет в виде переплета, и, когда вы дочитаете ее до конца, хребет появится и у вас.

Эта книга представляет собой руководство для тех, кто собирается зарабатывать на жизнь дизайном. В ней идет речь об основах дизайнерской работы, в том числе работы с клиентами и другими людьми; о том, как ценить свою работу и получать за нее деньги. Я буду говорить о том, как использовать эти основы на всех этапах вашей работы. Цель книги — расширить ваши представления о работе дизайнера и понять, что она подразумевает не только талант, но и бизнес, и пиар.

Я написал небольшую книгу, чтобы не отрывать вас от работы надолго.

В книге нет «системы». Дочитав ее, вы не побежите покупать сорок три каталожные карточки. Вы не прозреете. Вы не добавите пять пунктов к списку того, что нужно успеть

сделать при жизни. Вам не придется менять свою стратегию по работе с социальными сетями, и секретов вы тоже не откроете. Но у вас появится больше уверенности в себе и более глубокое понимание своего ремесла.

Почему стоит ко мне прислушаться

В течение почти десяти лет вместе с партнером Эрикой Холл я руковожу компанией Mule Design. До этого я работал в стартапах¹, в отделах маркетинга, а также в других студиях. Я был фрилансером, исполнителем и, возможно, худшим в мире работником. Я беззастенчиво лгал о собственной квалификации, чтобы заполучить свою первую работу «в дизайне» — логотипы за полчаса в полиграфическом отделе копировального центра в Остине. Я годами переживал, что кто-то наконец догадается, что я понятия не имею о том, что делаю.

Я открыл собственную дизайн-студию по нескольким причинам. Во-первых, я был ужасным работником. Я был уверен, что смогу руководить дизайн-студией лучше, чем кто-либо из тех, на кого мне довелось работать. Я тогда не понимал, почему они так мучились. (Оказалось, что у всех у них была одна общая беда — я).

Во-вторых, я хотел сам выбирать клиентов. Я убежден, что дизайнер в ответе за то, что он производит на свет. Когда вы работаете на кого-то, вы не всегда можете выбирать, над чем именно вам придется трудиться. Мы сознательно не расширяли свою компанию, чтобы никогда не браться за работу, которая нам не нравится по этическим причинам. (В противном случае пришлось бы браться за любую работу только потому, что нужно платить за электричество.)

В-третьих, я нашел хорошего партнера. И я хотел продолжать работать с ним.

¹ Стартап — начинающая компания (от англ. start-up). Здесь и далее примечания даны редактором.

За нашу карьеру мы допустили все возможные ошибки. Мы работали бесплатно. Мы меняли стратегию, не прекращая работы. Мы сидели и ждали, когда зазвонит телефон. Нас надували. Мы проигрывали тендеры по дурацким причинам. Мы работали без контрактов. Одним словом, я сам совершил все ошибки, о которых предупреждаю вас в этой книге. И я гарантирую, что вы тоже будете их делать. Если не те же самые, то поновее и похлеще. Потому что мастерство не приходит к тому, кто не допускает ошибок. Оно приходит к тем, кто после падения поднимается на ноги и ставит предупреждающий знак, чтобы другие не рухнули в ту же яму. Эта книга — мой предупреждающий знак для вас.

Потому что я хочу, чтобы вы стали успешнее. И чтобы вы работали не покладая рук и получали за это деньги. Потому что дизайн — это работа.

Почему эта книга для вас

Понятно, что, как бы я ни старался быть беспристрастным, я смотрю на все это с точки зрения фирмы, обслуживающей клиентов. И с точки зрения веб-дизайна. Это то, чем я занимаюсь. Но кем бы вы ни были — предпринимателем или фрилансером; где бы вы ни работали — в стартапе или в большой компании, — эта книга вам кое в чем пригодится. Черт возьми, вам даже не нужно быть дизайнером, чтобы извлечь из нее что-то полезное. Кем бы вы себя ни называли: визуальным дизайнером, графическим дизайнером, веб-дизайнером, интерактивным дизайнером, фотографом, простым блогером или любителем современных танцев, — в этой книге найдется то, что пойдет на пользу вашему ремеслу.

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 УСТАНОВЛИВАЕТ 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 недальновидно. 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.



[Почитать описание, рецензии
и купить на сайте](#)

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

