

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
Конец ознакомительного фрагмента.	12

# **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.



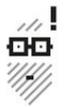
Гуру



Улыбнуло



Ад



В точку



Печалька



За что?

## 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 УрФУ<sup>1</sup> 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 выполняема»*), 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 УСИБ<sup>2</sup>. 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 B2C<sup>3</sup> и B2B<sup>4</sup>, 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 партнера<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> УрФУ – Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. Екатеринбург.

<sup>2</sup> УСИБ – Урало-Сибирский институт бизнеса. Екатеринбург.

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

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

<sup>5</sup> 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 скилзы<sup>6</sup>, 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;

---

<sup>6</sup> 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 рекламации<sup>7</sup>, 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 юридические

---

<sup>7</sup> 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.

и финансовые моменты, а также анализировать большой объем входных данных; в производстве – говорить на языке технологов, понимать технологию изготовления, уметь работать с пре-пресс. 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 communication<sup>8</sup>, я адресую эту книгу всем дизайнерам. И неважно, только ли ты начинаешь свой путь, работаешь ли фрилансером<sup>9</sup>, трудисься внутри компании или на аутсорсинге<sup>10</sup>, – 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 коллаборации<sup>11</sup>, 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.

---

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

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

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

<sup>11</sup> Коллаборация [англ. Collaboration] – сотрудничество.

## **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.