



**Яна Франк** (известная как Миу Мау) родилась в 1972 году в Душанбе в семье художников-графиков. Рисовала с детства и уже в пятнадцать лет начала зарабатывать иллюстрацией и дизайном. В 1990 году переехала в Берлин, где занялась графическим и веб-дизайном. Преподавала в интернет-академии, затем стала арт-директором газеты Tagesspiegel, а позже — арт-директором агентства I-D Media. В 2002 году оставила должность арт-директора, потому что достигла в этой области всего, к чему стремилась, и сконцентрировалась на любимом деле — иллюстрации.

ISBN 5-98062-007-9



9 785980 620073 >



Дневник дизайнера-маньяка



Франк

ИЗДАЛ

# Яна Франк Дневник дизайнера-маньяка



Издательство  
Студии Артемия Лебедева

128







Яна Франк  
Дневник дизайнера-  
маньяка



Москва  
Издательство Студии Артемия Лебедева  
2006

УДК 745/749.012  
ББК 30.18  
Ф83

**Франк Я.**

Ф83 Дневник дизайнера-маньяка. — М.: Издательство Студии Артемия Лебедева, 2006. — 256 с.

ISBN 5-98062-007-9

Это книга о дизайнерах и для дизайнеров — откровенный разговор о наболевшем. Сначала она существовала в виде сетевого дневника, а специально для этого издания была переписана и снабжена иллюстрациями. Яна Франк делится своими мыслями о профессии, рассуждает о том, как надо работать, предлагает ответы на «вечные вопросы»: должен ли дизайнер уметь рисовать, существует ли идеальный заказчик, где брать свежие идеи, чем отличается плагиат от работы с материалом. Авторские рецепты спасения проектов от провала можно использовать и в качестве пособия по тому, как загубить любое хорошее начинание.

УДК 745/749.012  
ББК 30.18

ISBN 5-98062-007-9

© Яна Франк, 2006  
© Студия Артемия Лебедева, 2006

## Оглавление

Предисловие ..... 8

### Дизайн

Где я? Стали разнобытом-универсалом  
и хотим обратно? ..... 14

Где берут свежие идеи ..... 20

Должен ли дизайнер уметь рисовать. .... 26

Работа с материалом или плагиат?..... 30

Двадцать книг, которые всегда со мной..... 36

Идеальный заказчик, которого нет..... 62

Редизайн длиною в жизнь..... 68

Дизайнер — враг художника! ..... 74

О чем говорят дизайнеры...  
понимают только они сами ..... 84





Миу рыдает на могилке юзабилити ..... 86

Зачем нам крутые программы?  
Все равно все делаем ногой ..... 94

Ох, дизайнеры! Крик души несчастного админа ..... 98

Рота, па-адъем! ..... 104

Неприличные картинки ..... 108

Как заставить группу дизайнеров в крупной фирме  
выполнить заказ средней тяжести ..... 114

Бумажка — лучший друг веб-дизайнера ..... 120

## Вдохновение

Сказка про Музу ..... 128

Когда Музы нет дома.  
Творческий кризис как образ жизни ..... 134

О скрытых возможностях человека ..... 144

Пик совершенства находится в золотой середине ..... 152

О том, как надо работать ..... 160

Звезда и смерть креатив-директора ..... 166

## Иллюстрация. Рисование

Сделай то, не знаю что ..... 174

Паровоз — хорошо, а олени — лучше ..... 180

Собственный стиль — достойная цель или тупик? ..... 186

О вкусах не спорят, с ними все ясно ..... 192

И за что же мы столько лет дрались? ..... 200

Зачем человеку большие проекты ..... 206

## Приложения

Кому я нужен, бедненький сиротка,  
пойду на рельсы, лягу поперек! ..... 214

Как стать хорошим дизайнером ..... 222

Как стать хорошим арт-директором ..... 234

И давно это у вас? ..... 244





## Предисловие

Когда-то все мельники продавали муку в одинаковых серых мешках, пока один из них не додумался взять белый пакет из красивой шелковой бумаги, склеить верхние края особым способом, чтобы муку легче было пересыпать, и украсить упаковку своими инициалами. Так родился дизайн.


Само собой разумеется, история рождения дизайна выглядит не столь примитивно, но именно этот пример студентам приводят в академиях профессора, чтобы наглядно объяснить, что это такое и зачем нужно.

Мука в новых пакетах продавалась лучше. Одних привлекло удобство упаковки, другим приглянулось красивое оформление, третьи не могли избавиться от ощущения, что эта мука — особенная.

В дальнейшем дизайнеры десятилетиями изобретали упаковку для муки: испытывали разные материалы, придавали ей неожиданные формы. Многие совершили полный круг: перепробовав все, от круглой банки до коробки в форме космического корабля, вернулись к простейшему бумажному пакету с разборчиво написанным словом *мука*. В конце концов, это всего лишь мука и все, что требуется от упаковки, — возможность легко найти ее на полке, без







помех положить в сумку, донести до дома и высыпать содержимое из пакета, не распылив по всей кухне.

Разумеется, в ходе экспериментов выяснилось, что с помощью дизайна можно многого добиться от покупателя. Например, поставить на тот же продукт цену побольше либо продать товар похуже, выдав его за хороший благодаря солидному оформлению (правда, всего один раз).

Один из моих начальников, Инго Браун, написал диссертацию о возможностях хорошего оформления и визуальной подачи обычных продуктов. Он доказал, что хорошо продуманный дизайн довольно сильно воздействует на человека: вызывает разные ассоциации, заставляет испытать ряд эмоций, приводит к определенным умозаключениям и, в конце концов, рождает желание получить (использовать, съесть, прочитать) именно этот товар.

Во второй части своего исследования Инго пошел еще дальше, доказав, что дизайн, продуманный в совершенстве, работает по этому сценарию, «начиная с любой точки».

Пользователь может годами с удовольствием делать покупки в интернет-магазине, в который пришел по случайной ссылке из форума, ни разу не увидев его главной страницы.

Клиент может открыть каталог на середине, найти вещь своей мечты и лишь позже заинтересоваться производителем и возможностью этот товар приобрести.

Хозяйка может увидеть красивый чайник у своей подруги и немедленно захотеть такой же, а в магазине приятно удивиться, заметив, что и коробка у этого чайника самая красивая на полке.

Если зритель рыдает над финалом, пропустив полфильма, значит авторы «нажали правильную кнопку». Что при этом было в начале, не столь важно, потому что расчувствовавшийся зритель непременно найдет способ посмотреть кино целиком, а там уже решит, покупать ли его на диске.

Таковы возможности хорошего дизайна.

К сожалению, многие дизайнеры интересуются другими возможностями — как выиграть конкурс на самую непонятную навигацию, стать признанным гуру антиискусства или почетным членом сообщества деконструкторов всего человеческого.

Они ежедневно сидят за столами и думают: «Что бы такое нарисовать, чего свет не видывал?» Хотя лучше, может быть, посмотреть, что находится внутри упаковки, и украсить ее названием продукта. Очень красивыми буквами, проверив кернинг и поработав с цветом и композицией.

### *Благодарность*

Артемию Лебедеву — без него не было бы этой книги. Эрику Ершуну — за вдохновение, поддержку и редакторский труд. Сергею Федорову — за красивый макет и большое терпение.

*Яна Франк, август 2006*









Где я?

## Стали разнобытом-универсалом и хотим обратно?

Вот мы и стали самыми профессиональными дизайнерами, какие только бывают. Нам все равно, что оформлять, — мы одинаково хорошо нарисуем как ангелочков с крылышками, так и скучную деловую страницу. Нет стиля или расцветки, в которых мы не выполнили, как минимум, десятка работ. Все уже было: черный минимализм и розовые тучки с пышным золотом, свиньи в бриллиантах и современное искусство, непонятное нам самим. Мы разбираемся в стилистических особенностях и умеем выдерживать свои работы в заданных рамках, ловко распознаем клиентов, называющих словом «рококо» типичное барокко и просящих сделать «вот этот русский авангард», показывая на японский плакат 1950-х годов. Нам нетрудно сделать так, чтобы было похоже на тот самый японский плакат, и «знаток», оценивающий работу за нашей спиной, непременно заметит: «Вы решили делать русский авангард?»

По заказу мы можем изобразить все — почерком понравившегося французского иллюстратора или цветами японского дизайнера, сделавшего столь ладный плакат для конкурентов. На время выполнения одной работы мы способны превратиться в кого угодно, стоит нам лишь понять, о чем мечтает клиент.

судорожно  
на восходе солнца.  
Андрей открыл глаза  
и горестно  
заплакал.

прекрасный цвет  
там, где когда-то  
были файлы

САД  
РАСХОДЯЩИХСЯ  
БЕБЫМАСТЕРОВ







Кто-то описывает свое дело просто: «За деньги могу нарисовать все». Другие пытаются найти в этом философский смысл, соревнуются: «все смогу», «что угодно продам», «по десяти примерам точно поставлю диагноз, что нравится заказчику», «чем хочешь искренне проникнуть... на некоторое время».

Потом наступает фаза, на которую часто жалуются программисты: заказчик не поговорил еще и пяти минут, а нам уже все ясно. Иногда описание заказа наводит на интересные идеи, но не всякий клиент располагает к тому, чтобы захотелось продавать ему нечто особенное. Хорошо, если он достаточно гибок и может воспринять идею, аккуратно упакованную в его собственные пожелания, или настолько занят другими делами, что согласится на все, стоит лишь объяснить ему, что он сам это придумал. В большинстве же случаев проще выполнить все в соответствии с его пожеланиями и успокоиться, приняв заслуженные благодарности и комплименты за то, как быстро все было сделано и метко угадано.

В определенный момент дизайн дает возможность относительно просто заработать себе на кусок хлеба с маслом, и дизайнеры, сознательно решившие кормить себя этой работой до конца дней своих, старательно развивая описанные выше способности и изучая все вокруг с целью пополнить арсенал своих творческих приемов, становятся настоящим сокровищем для всякого работодателя.

Другие решают, что пора становиться самостоятельной величиной, и, перелистав собственную папку, вдруг задаются страшным вопросом: «Где же мой почерк? Мой собс-

твенный, неповторимый стиль? Где во всех этих коллажах из увиденного вокруг — я?»

Выясняется, что даже зарисовки, сделанные «для себя», носят отпечаток всего, столь старательно изучавшегося в последние годы. Исполнив копии лучшего не один раз, мы не можем сделать аппликации, не похожей на работы великого Матисса, наброска, не вдохновленного любимым Шиле, или стилизованной фигурки, не напоминающей работы пятерых популярных иллюстраторов современности одновременно. О большинстве своих работ мы слышим: «Понятно, ты смотрел сюда» или «Тебе нравится вот это».

Нет ничего страшного в том, что в работах художника заметно влияние его кумиров, однако иллюстраторов и дизайнеров подводит привычка копировать и срисовывать образцы, старательно подавляя собственные индивидуальные черты.

Откуда же берется это неповторимое «я», называемое почерком, собственным стилем или лицом рисующего человека? Из его уникального взгляда на мир.

Копируя чужой рисунок, мы воспроизводим не мир вокруг нас, а чью-то интерпретацию вещей, живьем нами не виданных. Кто-то другой уже пережил и выстрадал это, изобразил, как мог, наделив произведение своим настроением, характером, опытом и фантазией. Все, что мы можем срисовать с чужой работы, нашим не является.

Единственный способ избавиться от чужих наработок и обзавестись собственными — отложить подальше все лучшие примеры, книги и картинки. Что для начинающего художника обязательно, для опытного иллюстратора или



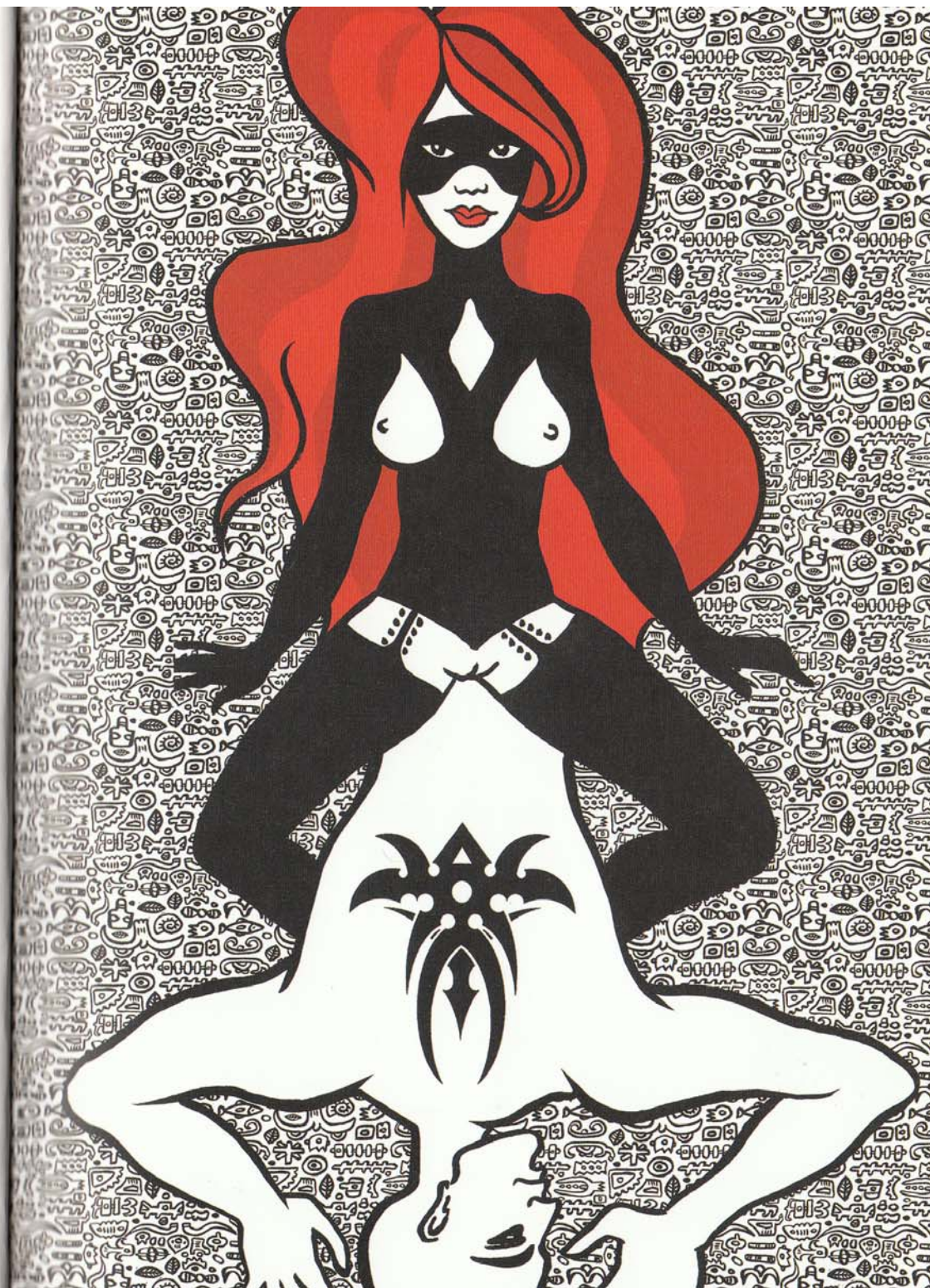


дизайнера, желающего обзавестись собственным лицом, — смерть. Не нужно больше заглядывать в любимые книги, чтобы вспомнить, как было нарисовано красивое пятно или положены штрихи.

Смотрим на реальный мир и пытаемся изобразить то, что видим. И штрихи изобретаем и совершенствуем сами, и цветные пятна рисуем всеми материалами подряд, пока не получится то, что нас устраивает.

Когда родится работа, полная личных мыслей, чувств, опыта и авторского видения вещей, она будет неповторима и похожа только на своего создателя.

Жаль, что лишь немногим удастся совмещать подобные эксперименты с обычной работой дизайнера.





## Где берут свежие идеи

Откуда берутся свежие идеи, если все на свете уже тысячу раз сфотографировали, нарисовали, слепили, покрасили, завернули в цветную бумажку, вывернули наизнанку, нарисовали еще раз, сфотографировали рисунок, наклеенный на сам объект, завернули в фотографию голую женщину и выставили ее живьем в витрину. Все уже было, все придумано и сделано до нас.

Во всех интересных позах свою модель уже запечатлели все знаменитые художники. Нарисуешь ее живой линией — скажут, что позаимствовал у Шиле, вырежешь из бумаги — ткнут носом в Матисса. Начнешь ломать формы — обязательно упрешься в Пикассо или Малевича (см. раздел «Двадцать книг, которые всегда со мной», стр. 36). Попытаешься написать просто, как есть, следуя всем канонам классической живописи, — начнутся стоны о том, что угнаться за мастерами в этой области лучше даже не пытаться.

Добавим сюда ужасную привычку всех творческих людей — питаться идеями коллег и придумывать свой вариант. Это явление было распространенным еще во времена

## Лучшие компьютеры ~ новые, Лучшие админы ~ старые

САД  
РАСХОДЯЩИХСЯ  
БЕБМАСТЕРОВ





Иеронима Босха: картин, вдохновленных его работами, и вариаций на придуманные им темы существует в десять раз больше сделанного им самим.



Великий иллюстратор Иван Билибин в свое время опрометчиво впустил в дом простоватого с виду человека, заявившего, что он большой поклонник мастера и приехал с Украины лишь затем, чтобы показать свои рисунки.

Это был художник Нарбут, работы которого оказались очень качественной компиляцией всех самых выразительных приемов Билибина. Нарбут остался погостить и немедленно приступил к делу. Пока Билибин, погруженный в заботы и печали, связанные с разводом, тоскливо чертил очередной орнамент, молодой Нарбут подхватывал каждую идею на лету и моментально превращал ее в обширную коллекцию работ. Билибин злился: не успевал он дорисовать свежепридуманную завитушку до конца, как уже обнаруживал ее в десятке новых произведений приезжего почитателя. А тот в ответ на упреки отмахивался: «Что вам, жалко? Все равно на ваше не похоже».

Сегодня ясно, что Билибина ни с кем не спутаешь, равно как и Нарбута, а самое лучшее из сделанного Нарбутом придумано им самим. Хотя многие идеи родились из срисованных у Билибина картинок. Также неизвестно, сколько собственных рисунков вдохновило самого Билибина после того, как они прошли через руки Нарбута и многочисленных учеников и друзей.

Люди искусства так устроены: они нужны друг другу, потому что получают от коллег идеи, импульсы и вдохновение, столь необходимые в работе, однако благодаря их

активному взаимодействию любые свежие мысли моментально пускаются в оборот всеми сразу. Стоит одному придумать что-либо интересное, появляется десяток интерпретаций, сделанных друзьями. Одни пытаются создать свою версию, другие быстро придумывают, как развить идею дальше. Каждый по-своему доводит новую разработку до абсурда, пока она не побывает во всех возможных состояниях — от минималистского решения, превратившись практически в ничто, до «китча с будуаром», изукрашенного мельчайшими узорами.

Когда очередной «приступ» проходит, становится тихо, и творческие личности погружаются в обсуждение старой темы: «Где бы взять свеженькую идею?»

Иногда свежие идеи рождаются во время экспериментов с новыми фильтрами графических программ, в результате случайно пришедших в голову умножений фотографий на векторы и сканированных брюк на рамочки от Фотошопа. Но эти эксперименты исчерпывают себя слишком быстро, чтобы писать о них всерьез.

Ответ прост. Свежие идеи существуют только в реальном мире, а не в работах других людей. Эту нехитрую формулу подарил мне художник Серебровский: все замечательные композиции, необычные решения и причудливые формы однажды были увидены в жизни. Ко всем орнаментам и схематичным рисункам человек пришел, изучая реальные вещи и обобщая их до «самого главного».

Все интересные эффекты и сюрреалистические сюжеты были обнаружены в каком-нибудь отражении, большинство гениальных композиций, встречающихся в народных





вышивках, были найдены в процессе расстановки тарелок на пустом столе. Архитектурные элементы срисованы с медуз и растений, платья великих модельеров стремятся к изяществу цветов и яркости оперений экзотических птиц, а макет странички «Свотч» возник из кучи обрезков, случайно разбросанных на столе.

Если рассматривать окружающие нас вещи внимательнее, среди них найдется множество новых форм, композиций и цветовых решений, никем еще не открытых. Если рисовать восход солнца вновь и вновь, пока от него не останется только самое главное, возможно, получится флаг огромной страны. И все согласятся, что лучше придумать было нельзя.





## Должен ли дизайнер уметь рисовать

Кажется, не так давно мы обсуждали этот вопрос. Но люди снова спрашивают: «А должен ли дизайнер уметь рисовать?» И сами отвечают себе от моего имени: «Ты, конечно, скажешь, что должен. Сама рисовать умеешь, поэтому наверняка думаешь, что это обязательно».

А я вовсе так не думаю. Дизайнер вообще ничего не должен, кроме как быть хорошим дизайнером.

Правда, дизайн сам по себе очень узкая специализация, и большинству дизайнеров «только дизайна» вскоре становится слишком мало. Но это совсем другое дело.

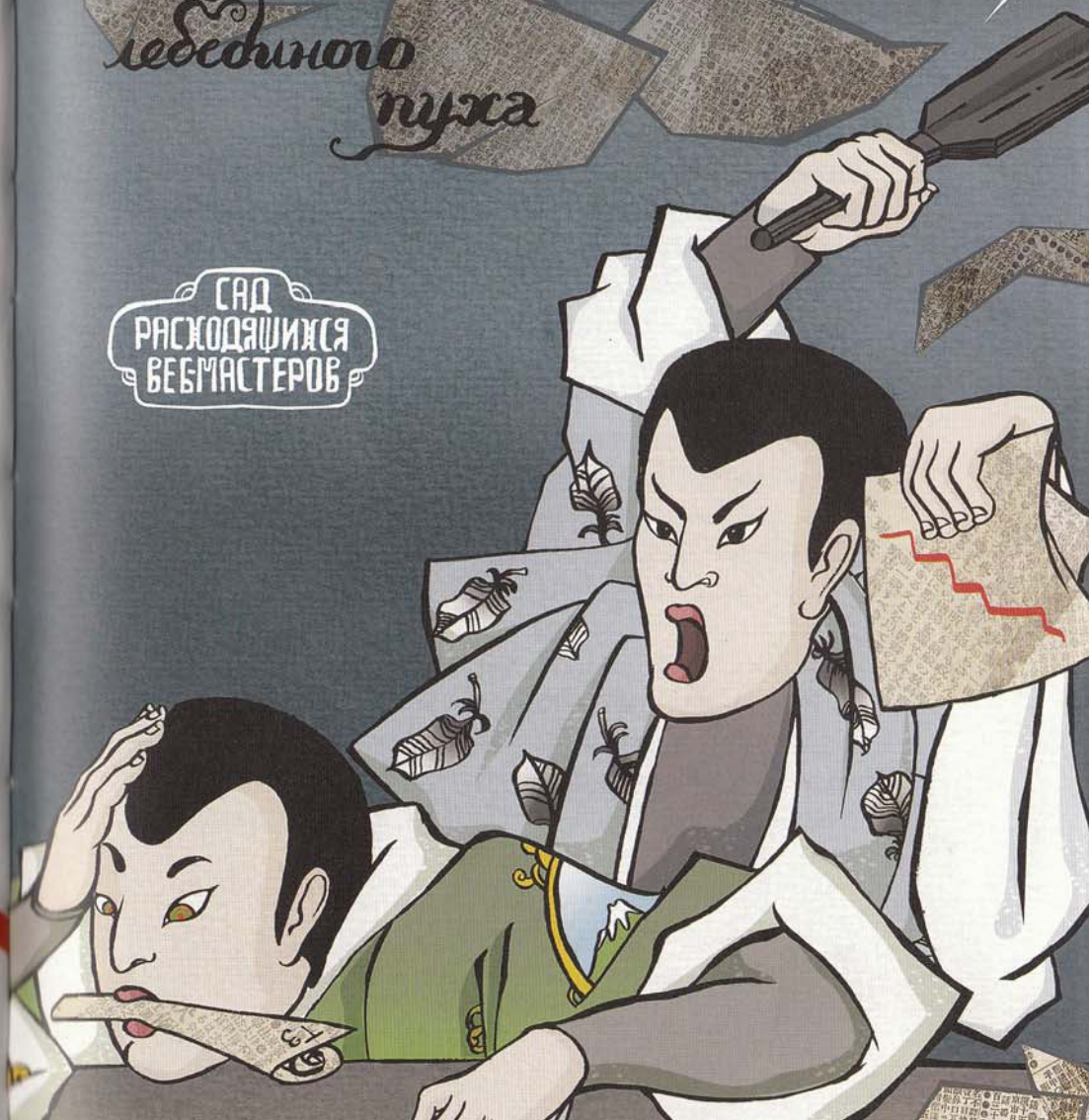
В крупных фирмах с большим штатом, где есть возможность поручать каждому только то, что ему лучше всего удастся, «просто дизайнер» может годами трудиться, приносить пользу и получать удовольствие от работы. Он не должен уметь рисовать, для этого существуют иллюстраторы. Они знают свое дело намного лучше дизайнера и всегда выполняют задание элегантней, быстрее и качественней.

К сожалению, «просто дизайнер» редко остается доволен своей работой, если он не делает ничего, кроме дизайна.

Легко ли быть хорошим  
дизайнером?  
Это тяжелее  
горы Тайшань  
и легче  
лебединого  
пуха



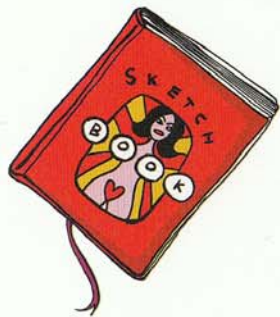
САД  
РАСХОДЯЩИХСЯ  
ВЕБМАСТЕРОВ





Хороший дизайнер не обязан уметь рисовать, но должен быть творческим человеком со множеством идей. От него требуется знание чужих работ, направлений, стилей и всяких полезных наук о цветах и шрифтах. Такой человек чаще всего через некоторое время «вырастает» из дизайна и начинает желать чего-то более серьезного, интересного и многогранного.

Правда, и в этом случае дизайнер вовсе не должен становиться иллюстратором. Он может стать арт-директором, увлечься рекламной графикой и наукой о рекламе или углубиться в изучение флеша или языков программирования. Некоторые уходят в сторону трехмерной графики и работы с видео и звуком. Во всех вышеперечисленных направлениях дизайнер может достигнуть головокружительных успехов, совершенно не умея рисовать.



Почему же тогда обучение на дизайнера никогда не обходится без тысячи часов академического рисунка и живописи? Потому что существует определенная степень умения рисовать, которая, грубо говоря, легко вколачивается

в кого угодно. Школа академического рисунка похожа на уроки чтения и письма. Посади любого перед гипсовой головой на шестьдесят часов — рано или поздно он сделает несколько набросков, а потом прислушается к преподавателям и начнет работать так, как ему говорят. И через год будет в состоянии нарисовать все, что перед ним поставят, добиваясь сходства с натурой.

Естественно, в любом художественном учебном заведении принято думать, что приобретенное таким способом элементарное умение рисовать никому не помешает. Поэтому человек, получивший высшее образование, связанное с дизайном, рисовать умеет. По крайней мере, такой человек никогда больше не терзается вопросом, должен ли дизайнер уметь рисовать.

К моему учителю, Владимиру Серебровскому, часто обращаются желающие научиться рисовать. Все получают один и тот же простой совет: «Купите себе учебник по академическому рисунку, поставьте „натуру“ и начинайте рисовать, следуя правилам, изложенным в учебнике. Того, чему учит такой учебник, вам хватит надолго. А когда знаний, полученных этим путем, станет не хватать, вам уже никакой учебник не поможет. Но эту проблему мы обсудим, когда она будет актуальна, то есть лет через двадцать».





## Работа с материалом или плагиат?

Едва заходит речь о работе с чужими гениальными произведениями, бесконечный спор о том, допустимо ли это, разгорается с новой силой. То, что учителя называют «подсматривать» или «учиться у мастеров», многие путают с плагиатом и боятся даже думать об этом. Иным совершенно непонятно, где кончается работа с материалом и начинается воровство чужих идей.

В самом деле, все время, пока студенты пытаются стать художниками, дизайнерами, иллюстраторами или оформителями, преподаватели их учат: «Смотрите на мастеров. Учитесь у них. Берите пример, копируйте, подсматривайте, пытайтесь разобраться, как они что-то сделали... В таком-то веке учеников вообще заставляли несколько лет копировать мастеров, прежде чем позволяли самим нарисовать что-то свое». Век и количество лет называются разные, но общий смысл высказывания остается неизменным, и студентам приходится выслушивать его постоянно.

Существует еще одна интересная дисциплина в образовании дизайнера — работа с материалом. Студентов практически учат «утилизировать» все стоящее из того, что они видят вокруг: не только окружающую действительность, но и чьи-то идеи, техники или приемы. Одновременно с

## Днем боюсь богов, Ночью — перезагрузки сервера

САД  
РАСХОДЯЩИХСЯ  
ВЕБМАСТЕРОВ



МІУ  
МАУ



дельными советами их всегда преследуют замечания: «Этот ты срисовал!» Когда студенты притаскивают на зачеты копии, «списанные» с книжек, их ругают: «Это не твое. Свое надо пробовать, а не срисовывать готовое. Учись делать сам». В результате многие разводят руками и спрашивают: «Как же с подглядыванием у мастеров? Можно или нет? Или, может быть, даже нужно?»



На самом деле с этим все просто: копировать мастеров полезно. А вот выдавать копии Рембрандта за свои домашние натюрморты преступно. Если уж копируешь кого-то, надо пытаться сделать это один к одному и писать на работе: это копия картины такой-то, автора такого-то, сделана в учебных целях. Самое большее, что можно получить за нее, — хорошая отметка по материаловедению. На оценки по рисунку и живописи такие эксперименты не влияют.

Работа с материалом устроена гораздо сложнее. Здесь дизайнеров учат делать что-то свое не только из собственных фантазий, а черпать вдохновение в изобразительном материале, целенаправленно пересматриваемом в поисках

хорошей идеи. Рационально настроенные преподаватели сразу предупреждают: «Муза — девушка ненадежная. Захочет — прилетит, захочет — улетит на неизвестный срок. Чтобы не пропасть без нее, нужно быть профессионалом. А это означает способность находить новые идеи и решения даже тогда, когда в голове пусто, на душе скребут кошки, вы пребываете в апатии, а вдохновение не приходит».

Иногда вовсе не обязательно впадать в апатию и ссориться с музой. Достаточно поработать десять лет в агентстве, где требуется каждый день приносить по новой гениальной идее, и станет ясно, что очень немногие могут производить такое количество хороших мыслей на ровном месте на протяжении долгого времени. Поэтому дизайнеров и учат смотреть вокруг и находить в увиденном красивые решения, интересные композиции и новые идеи. А на вопрос, как отличить все это от простого «передирания» чужих произведений, лучше всех ответил в свое время Адриан Фрутигер. Он сказал, что чужие работы, их фрагменты, композиции или идеи никогда нельзя брать и использовать для себя. Но можно интерпретировать их по-своему и развивать дальше в своем направлении. А чтобы еще проще было опознать, с чем мы имеем дело, он предложил простой рецепт: работа не считается ворованной, если человек превратил ее во что-то свое и в ней осталось некое воспоминание, намек на то, откуда это взялось. Идея считается украденной, если, заимствуя ее, автор «покинул свое русло» и создал произведение, мало отличное от того, на которое он смотрел, но резко выпадающее из его собственного стиля.





Безусловно, нужно помнить о том, что замечание знающего человека, вроде «он точно вот того и вот этого не рассмотрелся», не является чем-то ужасным и не означает, что работу нужно срочно прятать под стол. Все дизайнеры, иллюстраторы и художники кого-то насмотрелись и чего-то «нахватались», пока формировали свой собственный стиль. Конечно, добрый Фрутигер не лишил себя удовольствия пошутить в конце, заметив, что надежнее всего, разумеется, срисовывать только у живой природы, поскольку природа не отстаивает авторские права на свои шедевры.



Фрагменты из книги *Das A steht vorn im Alphabet*  
Peter & Klaus Ensikat



Вот как хорошо все придумал художник Клаус Энзикат! Многие его работы составлены из многочисленных картинок, срисованных с журналов, газет или каталогов с фотографиями. Если он копирует рисунки, то всегда только

из энциклопедий, справочников или учебных пособий, так как в них иллюстрации очень безличны и не имеют выраженного собственного стиля.

Все дизайнеры знают эту каплю: она настолько прильпнула к каталогам фотографий, что ее уже из принципа не используют. Однако никто не запрещал ее срисовывать, к тому же Энзикат превратил ее в настоящий шедевр. И Роми Шнайдер, срисованная с программы телепередач, выглядит совсем по-другому. Гораздо интереснее и благороднее.





Двадцать книг,  
которые всегда со мной

Прошло больше полугода с тех пор, как я покинула моего предыдущего работодателя. Теперь дизайнеры, которые еще остались там, иногда машут мне ручкой в ICQ. Недавно появился Бенни, вернувшийся после длинного отпуска, и давай вздыхать:

— Ах, фрау Мау, нам тебя не хватает!

— Что, — говорю, — некому вашу кровь пить, наезжать и бросаться тяжелыми предметами?

— Да нет, это все нашлось. А вот ссылки и книжки красивые никто не показывает...

— А что, в интернете красивые ссылки и книжки дают только по талонам?

— Нет, все там есть. Но это же знать надо, кому что смотреть. Так искать бесполезно — слишком много всего. И вообще, как ты только все находила? Мы ни одной новой хорошей книжки найти не можем.

— Тогда покопайтесь в старых, наверняка найдете кучу «хорошо забытого».

— Так и в старом надо знать, что смотреть!

Вот и выясняется, что самой важной моей функцией в «АйДиМедии» было собирание в каталоги интересных ссылок и закупка дюжинами полезных книг. И конечно,


Словен в  
интернет  
и ста лет  
не ходит,

А бед пережил  
там на тысячу

САД  
РАСХОДЯЩИХСЯ  
ВЕБМАСТЕРОВ








подсовывание этих книг всем, кому требуется. Одним — японцев, другим — Босха, а кому и русский лубок.

Работать с материалом приучил меня художник Владимир Серебровский еще в детстве. Всякий раз, когда я начинала что-то рисовать, он показывал мне книгу, где было точно то, что я пробовала сделать, только продуманное уже на сто шагов вперед. Сначала я упрячилась и отмахивалась: я «свое» рисую, и никто не знает, что я задумала, а он мне с понимающим видом книгу с иранской миниатюрой сует. Зачем она мне? Потом часто удивлялась: по мере того, как я пыталась найти идеальное решение, оно приближалось к тому, что было в книге (не важно, заглядывала я в нее или нет). В результате часто получалось практически то же самое, только более слабый и сырой вариант. Тогда я бросалась смотреть эту книгу внимательнее и находила в ней множество гениальных идей, подсказок и решений проблем, о которые я споткнулась.



Владимир Серебровский часто говорил: «Да, молодые классики не едят. Им надо подсовывать художников-классиков, когда они сами пытаются сделать то же самое. В этот момент у них от отчаяния открываются глаза и просыпается живой интерес». Сам он обладал удивительным талантом быстро понимать, что именно полезно человеку в конкретный момент. Конечно, в первую очередь ему помогало знание истории искусств и основательное знакомство с творчеством сотен интересных художников.

За время нашего общения он показал мне огромное количество книг и назвал множество имен. Позже, приехав в Германию, я начала искать хорошие книги сама, вспоми-

нать, что Серебровский советовал посмотреть. А оказавшись в книжном магазине, обнаружила, что посоветовал он все самое лучшее.

Искать классиков жанра, прежде чем соваться во что-то незнакомое, и окружать себя книгами в моменты творческих кризисов стало привычкой. И я с удовольствием воспользовалась предложением работодателя «купить дизайнерам все необходимое для их развития».

Оказалось, что у большинства дизайнеров таких привычек нет, и они практически не знают никаких художников. Им в голову не приходило, что, возможно, легче будет рисовать векторную девушку во Фрихенде, если посмотреть, как это делал кистью Эгон Шиле.

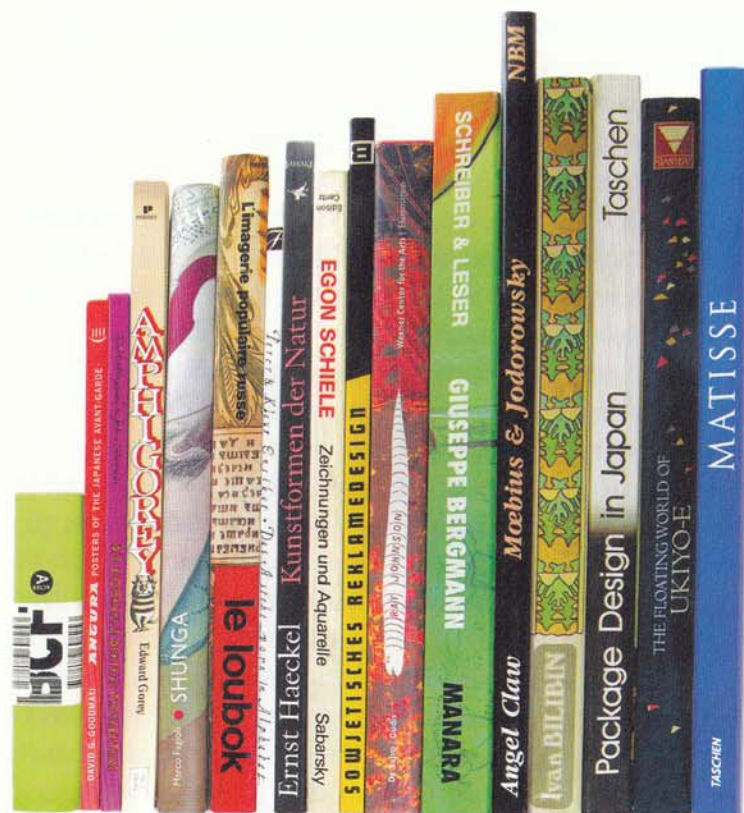
Правда, они быстро вошли во вкус, и вскоре дизайнерская рассылка пополнилась сообщениями вроде: «У кого Хokusай?» или «Срочно положите на место Матисса, очень надо посмотреть на цвета».

Стоило лишь проявить фантазию, как выяснилось, что у Босха можно отлично подсматривать образные картинки, а у Манары в каждой книге есть десятки лиц, искаженных в самых сложных гримасах. Когда требуется сделать что-то многоцветное, но не слишком пестрое, полезно полистать Матисса; если нужно собрать веселую страничку, а из материалов имеются только длинный текст и маленькая фотография, смотри у Рэя Джонсона, как это делается.

А иногда вообще ничего нигде подсматривать не надо. Достаточно освежить в памяти лучшие работы художника или дизайнера, который делал что-то близкое сердцу, и это вызовет «большой творческий приступ».



Любимые книжки у всех свои, и каждый должен искать то, что ему интересно. Тем не менее меня часто просят опубликовать список книг, которые я сама не выпускаю из рук. Все приведенные ниже книги стоят рядом со мной на полке, и я часто перелистываю их в поиске вдохновения.



David Goodman

*Angura: Posters of the Japanese Avant-Garde*



Небольшая книжка, густо набитая лучшими японскими плакатами 60—70-х годов XX века. Она понравится всем, кто любит японский поп-арт и Таданори Йоко, который там тоже есть.







Sandy Kita, James Farquhar, Lawrence Marceau  
*The Floating World of Ukiyo-E:  
 Shadows, Dreams and Substance*

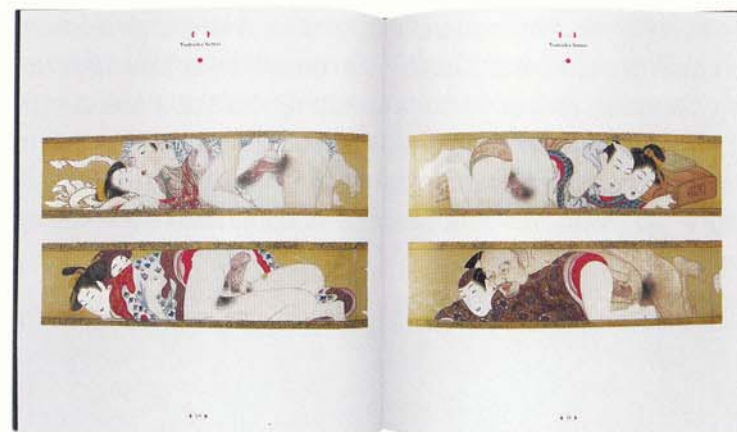
Укиё-э — это древние японские деревянные гравюры. Лучшее, что есть в японских плакатах, комиксах и иллюстрациях, взято оттуда.



Marco Fagioli  
*Shunga: The Erotic Art of Japan*



Шунга, наверное, первые неприличные комиксы на свете. И первые комиксы вообще.

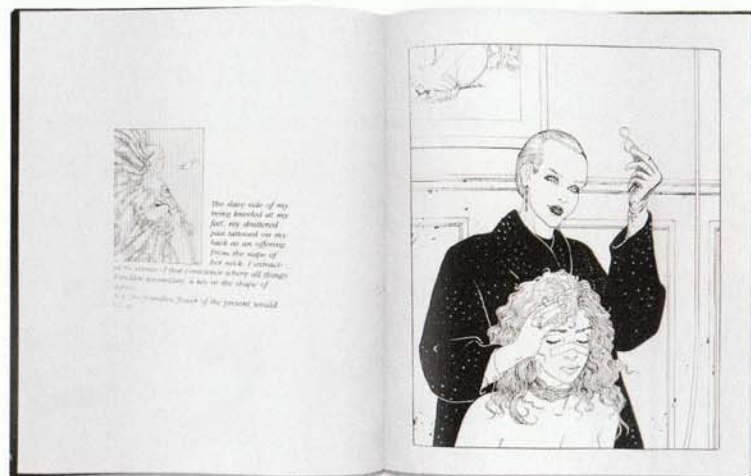






Moebius & Jodorowsky  
*Angel Claw*

Мёбиус — гениальный иллюстратор XX века и, на мой взгляд, самый серьезный художник, вышедший из профессиональных рисовальщиков комиксов. Он выпустил почти сотню книг, но эта — шедевр вдвойне. В ней есть не только сложные и многогранные картинки, но и тексты, ставшие одной из самых больших творческих удач Алехандро Ходоровского. (Поскольку это издание из категории книг для взрослых, оно не стоит на полках обычных магазинов. Ищите на «Амазоне» или там, где продаются индипендент-комиксы.)



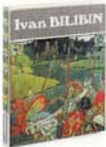
Milo Manara  
*Adventures of Giuseppe Bergman*



Мило Манара — один из самых известных последователей Мёбиуса. Несмотря на то, что он так и не достиг высот учителя, его книги очень помогают в работе. Почти все картинки срисованы с фотографий, и практически на каждом рисунке изображены люди в очень сложных и необычных позах. Его книги — просто клад, если срочно надо нарисовать изощренную гримасу, а фотографироваться некогда. Эта книга — особенно удачный сборник, буквально ломящийся от мелких и очень качественных картинок.







Sergey Golinetz  
*Ivan Bilibin*

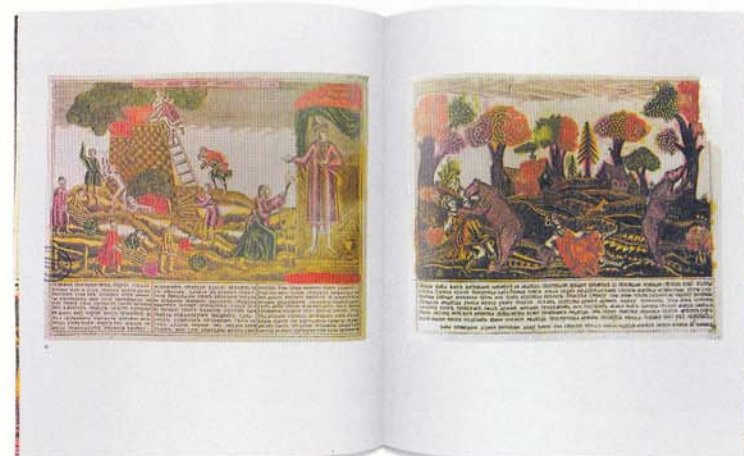
Иван Билибин — известнейший русский иллюстратор. Когда надо передать «русский дух», его творчество — идеальная подсказка. Здесь и орнаменты, и народный костюм, и посуда, и терема... Техника, в которой все нарисовано, тоже хорошо «ложится» на компьютерную графику (контуры рисуем ручками, заливку делаем на нижних слоях).



Alla Sytova  
*Le Loubok: l'imagerie populaire russe,  
XVIIe-XIXe siècles*



У меня эта книга есть только на французском языке (куплена сто лет назад в «Иностранной литературе», по принципу «какую давали»). Она издавалась также на английском и немецком.



Если внимательно посмотреть на все столь популярные сегодня индипендент-комиксы, станет понятно, что это вылитый лубок. Примитивные на первый взгляд картинки содержат веселые остроумные тексты и очень хорошо скомпонованы. Полезно рассматривать, когда требуется изобразить упрощенно какие-либо сложные предметы.





Михаил Аникст, Нина Бабурина, Елена Черневич  
*Русский графический дизайн*  
 1880—1917

Здесь Михаил Аникст собрал огромное количество лучших примеров русской дореволюционной рекламной графики. Книга издавалась на множестве языков.



Donna De Salvo, Catherine Gudis  
*Ray Johnson: Correspondences*



Рэй Джонсон работал в одно время, и даже вместе, с Энди Уорхолом, но почему-то никому не известен. Хотя работы его во много раз интереснее творчества некоторых более знаменитых коллег — чего стоят собранные в этой книге письма и открытки друзьям, коллажи из обрезков офортов. То, что на первый взгляд кажется простым, при более внимательном изучении выглядит непостижимым. О половине работ я до сих пор не поняла, из чего и как он это сделал.

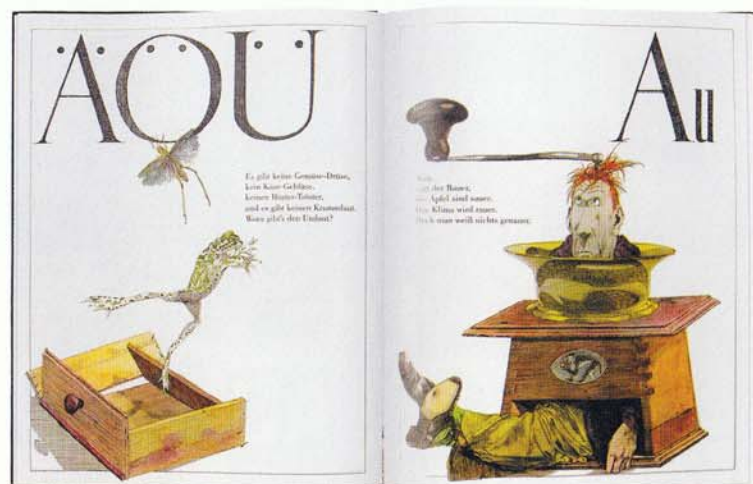






Peter & Klaus Ensikat  
*Das A steht vorn im Alphabet*

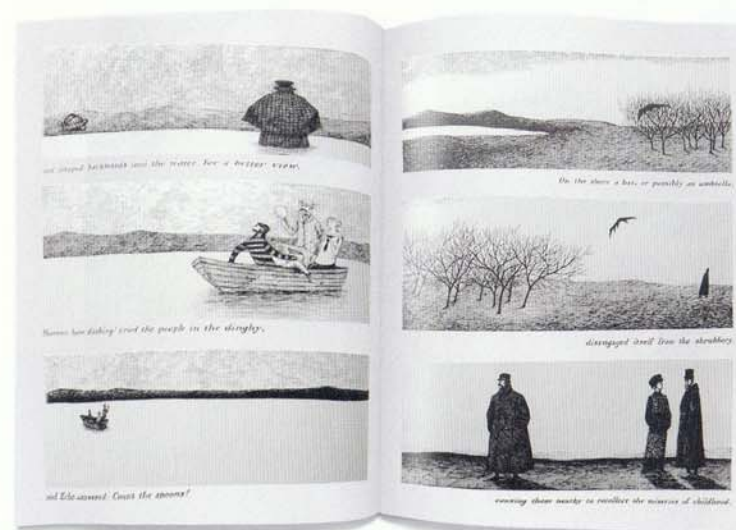
Клаус Энзикат живет в Берлине в небольшой квартире. Всю жизнь иллюстрировал книжки гэдээровского издательства Neues Leben. Восточные немцы на нем выросли: иллюстрации к братьям Гримм, Карлу Маю, всевозможным немецким народным сказкам. Сейчас он начал издавать книги для взрослых, которые пишет его брат. Для меня он — любимый пример для подражания, когда дело доходит до рисования пером и тушью.



Edward Gorey  
*Amphigorey*



Многие думают, что Эдвард Гори жил сотни лет назад. Другие уверены, что он — англичанин. На самом деле он умер в 2001 году, всю жизнь прожив в Америке. Его истории в картинках, подписанные старомодными английскими текстами, поражают своим мрачным, но совершенно при этом беззлобным юмором. Невероятно, как он умудрялся превращать любое событие в историю из пятидесяти картинок. В каждом из четырех томов собрано по пятнадцать лучших книжек автора.







Ernst Haeckel  
*Kunstformen der Natur*

Многочисленные таблицы к лекциям биолога Эрнста Геккеля рисовал его вечный спутник, художник Адольф Гильч. Геккель настолько помешался на формах разнообразных водорослей и медуз, что построил себе «Виллу Медузу», полностью состоящую из элементов, срисованных с его водоплавающих любимцев. Книгу очень интересно рассматривать — чего только не породила природа. Кроме того, можно подглядеть целую медузу или ее части для какой-нибудь картинки. Так правдоподобно и плавно сам в жизни не нарисуешь.



Anke Feuchtenberger  
*Die Biographie der Frau Trockenthal*

Анке Фойхтенбергер, звезда немецкого индипендент-комикса и самый известный иллюстратор Германии, собрала в этой книге все свои театральные плакаты. В каждой из тридцати пяти иллюстраций найдутся остроумные шутки, необычные композиции, интересные перспективы и гениальные цветовые решения.

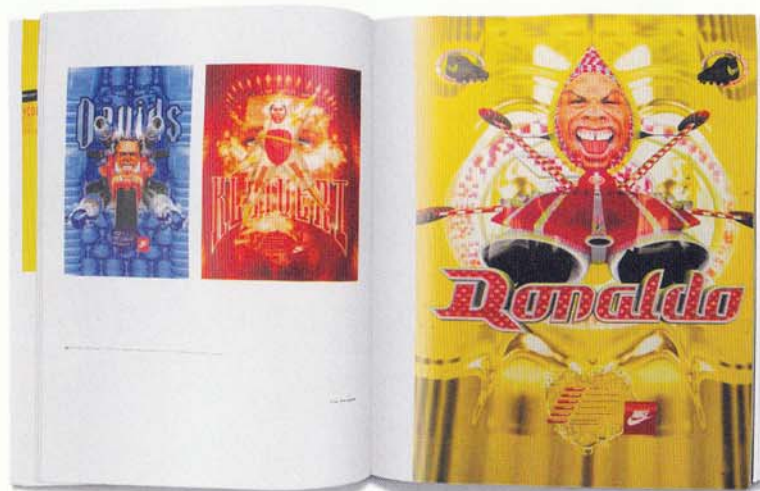






Lewis Blackwell, Neville Brody  
*Trendbuch für neues Grafikdesign*

Как и следует из названия книги, в ней представлены исключительно образцы «нового» графического дизайна: смелые нагромождения из разных шрифтов, макеты, сделанные из отсканированного мусора и поломанных игрушек. Основное качество книги — здесь практически нет слабых работ. Еще одно доказательство того, что хорошая идея в дизайне — ровно половина дела. Благодаря второму важному качеству — безупречному исполнению — даже самые невероятные находки имеют товарный вид и хорошо смотрятся в напечатанном виде.



Dave McKean  
*The wolves in the walls*



Дейв Маккин, автор многочисленных комиксов, прославился на весь мир, когда по его картинкам сняли фильм «Зеркальная маска». Сейчас интересно вспомнить, что в начале его карьеры никто не проникся странными фотомонтажами, и он долго не мог найти работу в издательствах. Только позже публика обратила внимание на то, с какой легкостью и смелостью Дейв режет на куски фотографии, покрывает их краской и смешивает со всем на свете, при этом сохраняя очень узнаваемый и самобытный стиль. К сожалению, большинство его комиксов — черно-белые рисунки, а красивые и проработанные картинки встречаются только на обложках и иногда в начале разделов. Эта книга — исключение. Здесь на каждой странице масса цветных иллюстраций, которые полны гениальных находок.



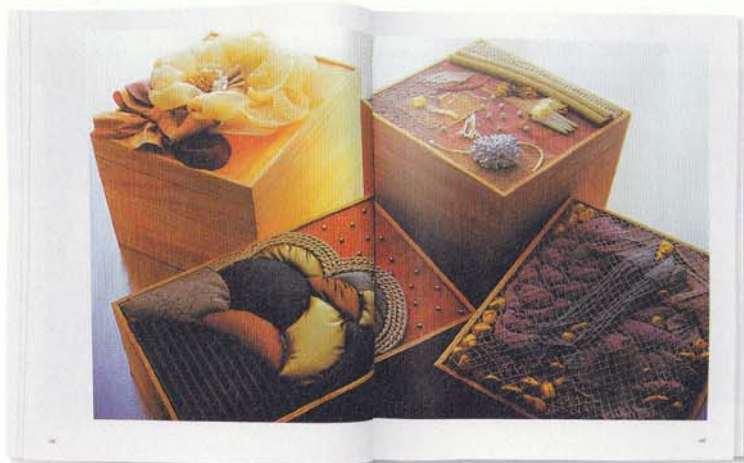




Japan Package Design Association  
*Package Design in Japan*

Каждый неяпонский дизайнер когда-нибудь сталкивается с книгой, содержащей сотни примеров японских упаковок, и впивается в нее. Но уже через час становится невыносимым смотреть на эту пестроту и красоту и выясняется, что все у них точно так же, как и у нас, — среди тысяч упаковок по-настоящему мастерски сделаны лишь десятки. Японцы поражают нас необычностью мышления, поэтому гениальным сперва кажется решительно все.

Эта книга представляет образцы упаковки, сделанные японскими дизайнерами специально для конкурсов. Соответственно, собраны здесь лучшие из лучших. В начале книги имеется очень дельная статья на английском языке о традициях упаковочного дизайна в Японии.



Tite Barbuzza  
*Barcelona Club Flyers*



Тонна флаеров из Барселоны. Среди почти пятисот флаеров и приглашений на дискотеки можно найти великое множество роскошных композиций и макетов. Так как в этом деле часто приходится работать с крошечными бюджетами, в книге много хороших картинок, решенных в два цвета.



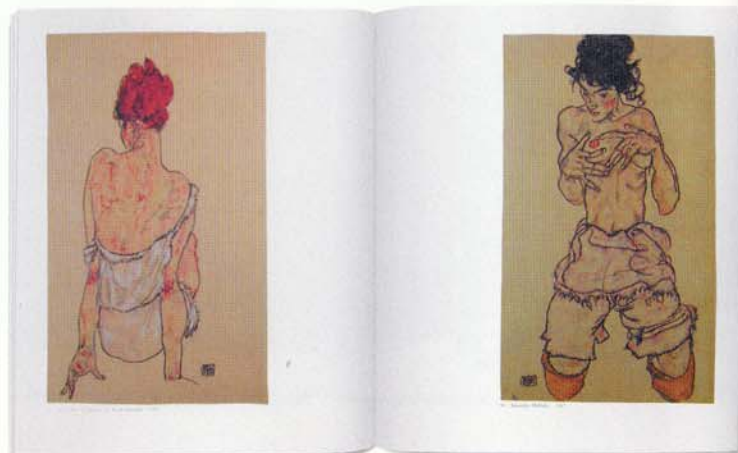
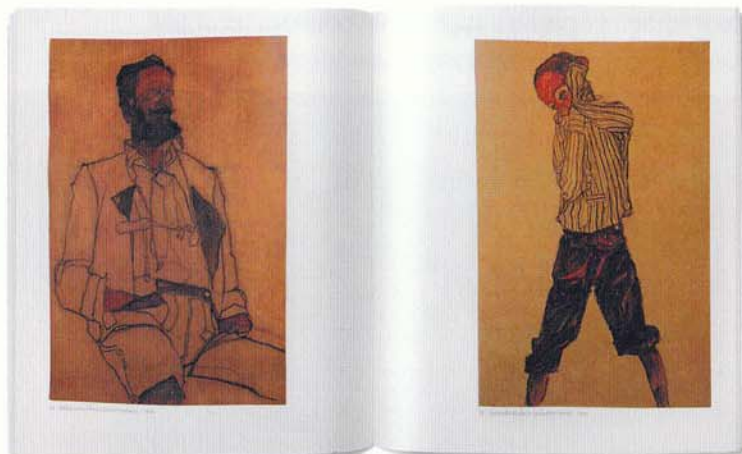




Serge Sabarsky

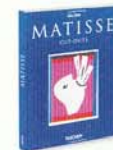
*Egon Schiele: Zeichnungen und Aquarelle, 1906—1918*

А вот и «хорошо забытое старое». Заглядывайте сюда, когда нужно нарисовать людей, а у вас все получается слишком «бесчувственным» и «мало темперамента» :-)



Henri Matisse

*The Cut-outs of Henri Matisse*



Что делает в этом списке Матисс? Мы снимаем его с полки всякий раз, когда слышим: «Нужно учиться работать с цветом». Если заказчики жаждут дизайна с десятками разных тонов (например, когда требуется раскрасить тематические разделы), бывает очень полезно полистать книги с аппликациями Матисса. Красок у него всегда было много, при этом все работы поражают своей гармоничностью.







Patrick Mauriès  
*Christian Lacroix: The Diary of a Collection*

Дипломная работа, крупный заказ, коллекция объектов... Знает ли дизайнер, что при подготовке любого большого проекта через его руки проходит материал для интересной книги или выставки? Кристиан Лакруа показал всем, что творческий процесс не нужно прятать — им надо хвастаться. Все, что вдохновило его на создание коллекции, он собрал в один альбом, выполненный с большим вкусом и без лишних сложностей.

Удивительно, откуда люди берут идеи и черпают вдохновение: кусочек фотографии из журнала, кружево из бабушкиного сундука, перо экзотической птицы... Когда мысль опережает руки, мастер делает полароидный снимок полуготового платья и прямо на нем дорисовывает недостающее, прикрепляет результат к странице альбома и записывает свои идеи на полях. В этом дневнике пойманы моменты, когда модельера посещала муза. Книга оказалась настолько интересной для коллег, творческих людей и просто любопытных читателей, что ее переиздают уже в пятый раз.





## Идеальный заказчик, которого нет

Разговоры и вздохи об идеальном заказчике не кончаются. О мифическом заказчике, благородном и справедливом. Верящем в то, что дизайнер сам знает, как надо работать, для того и учился, и опыт набирал. Не пытаемся взвесить творчество и пересчитать его в килограммы и метры, умноженные на доллары и центы. Заказчике, не бойкотирующем цвет, подобранный дизайнером после долгих стараний, лишь потому, что цвет этот напоминает ему цвет глаз любимой, только что сбежавшей в Мексику с половиной его капитала и разбитым сердцем... Заказчике, слушающем советы профессионалов, верящем им, когда они говорят, что это — хорошо, а это — плохо. И не нужно, чтобы все мигало и переливалось всеми цветами радуги. И надо быть скромнее...

В идеале им должен быть человек, дающий тебе кучу денег со словами: «Сделай мне что-нибудь на свое усмотрение, а я у тебя все приму!»

Обсуждая этого воображаемого заказчика, мы оставляем за ним право иметь представление о том, чего ему хочется получить за свои деньги. Но представление это должно быть, по возможности, очень абстрактным и гибким и содержать как можно меньше деталей. Этот человек должен



*Укушенный змеей проводов боится*



верить в дизайнера и его способности, а кроме того, быть в состоянии согласиться с тем, что сам он в этом деле ничего не понимает. Хорошо бы еще, чтобы он умел не обижаться по этому поводу.

Кто же этот чудесный человек, «заказчик мечты»?

В моей жизни был лишь один клиент, который дал мне кучу денег и произнес сакраментальное: «Сделай так, чтобы было готово, чтобы было хорошо и я об этом не думал». При ближайшем рассмотрении оказалось, что он не был заказчиком вовсе. Он был агентом с некоторым количеством хороших идей. Ему хотелось, чтобы кто-нибудь воплотил эти его довольно абстрактные идеи, после чего он бы занялся тем единственным, что умел делать лучше всего — продавать. Он продавал готовый проект, рекламировал то, что уже есть, и было не так уж важно, какого цвета там кнопки. Вещь хорошая, нравится, — покупай целиком, как есть.

Все же он существует, настоящий заказчик, желающий получить дизайн для собственного детища и готовый дать дизайнеру творить, не вмешиваясь в творческий процесс. Два дня назад он был у меня в гостях...

Он долго ехал ко мне и все звонил по дороге, извинялся за то, что они с женой опаздывают. Пришел один. Растерянный, все оглядывался на дверь и вздыхал: «Она только что разбила о мою голову горшок с цветком и убежала. Может, пойти ее искать? Вдруг заблудится?»

Я уговорила его подождать, предположив, что разъяренная женщина успокоится минут за пятнадцать и придет сама. Она пришла десять минут спустя.

Два часа он говорил, вытаскивал иллюстрации к собственным мыслям, пока стол полностью не покрылся проводами, сотовыми телефонами, зарядными устройствами и бумагами. Он выходил на улицу искать в темноте цветов и принес его вместе с расколотым пополам горшком.

Он веселил всех остроумными речами и рассказывал, как хорошо понимает творческих людей. Долго и красочно описывал, до какой степени ему все равно, что мы там нарисует, лишь бы было очень красиво. Когда он открыл свой ноутбук, чтобы показать тексты к сайту, я окончательно поняла, что человек этот — просто сумасшедший. Безумный до такой степени, что дел с ним лучше не иметь.

Через пять часов заказчик ушел, а я удивилась, как может утомлять безумие...

На следующий день мне позвонила девушка-менеджер, с которой мы заканчивали небольшое совместное дело для скучного и консервативного немца. Я выслушала все ее инструкции, приняла соболезнования по поводу того, какую гадость мне приходится делать, без лишних эмоций навалила за час скучнейший темно-синий сайт с расплывающимся ноутбуком на обложке, и еще час спустя в мой почтовый ящик прилетело письмо: «Большое вам спасибо за то, что вы так быстро справились с работой. Сообщите нам, пожалуйста, ваши банковские реквизиты».

И я подумала: «Господи, как хорошо...»

Какие выводы следует из этого сделать?

Заказчик, позволяющий дизайнеру делать что угодно за его деньги, тоже может замучить насмерть или довести до самоубийства — есть много способов.

» Вам трудно нарисовать заказчику



Клиент, желающий получить нечто скучное, некрасивое и ужасное, может оказаться очень легким в обращении. Трюк здесь в том, чтобы научиться улавливать его пожелания и сделать что-то грамотное и качественное, содержащее все точно описанные детали его мечты.

Если заказчик чрезмерно настаивает на вещах, никак не совместимых с грамотными решениями, значит, он просто дурак. А работать с дураками — самое неблагодарное дело (соглашаться стоит лишь за очень большие деньги).

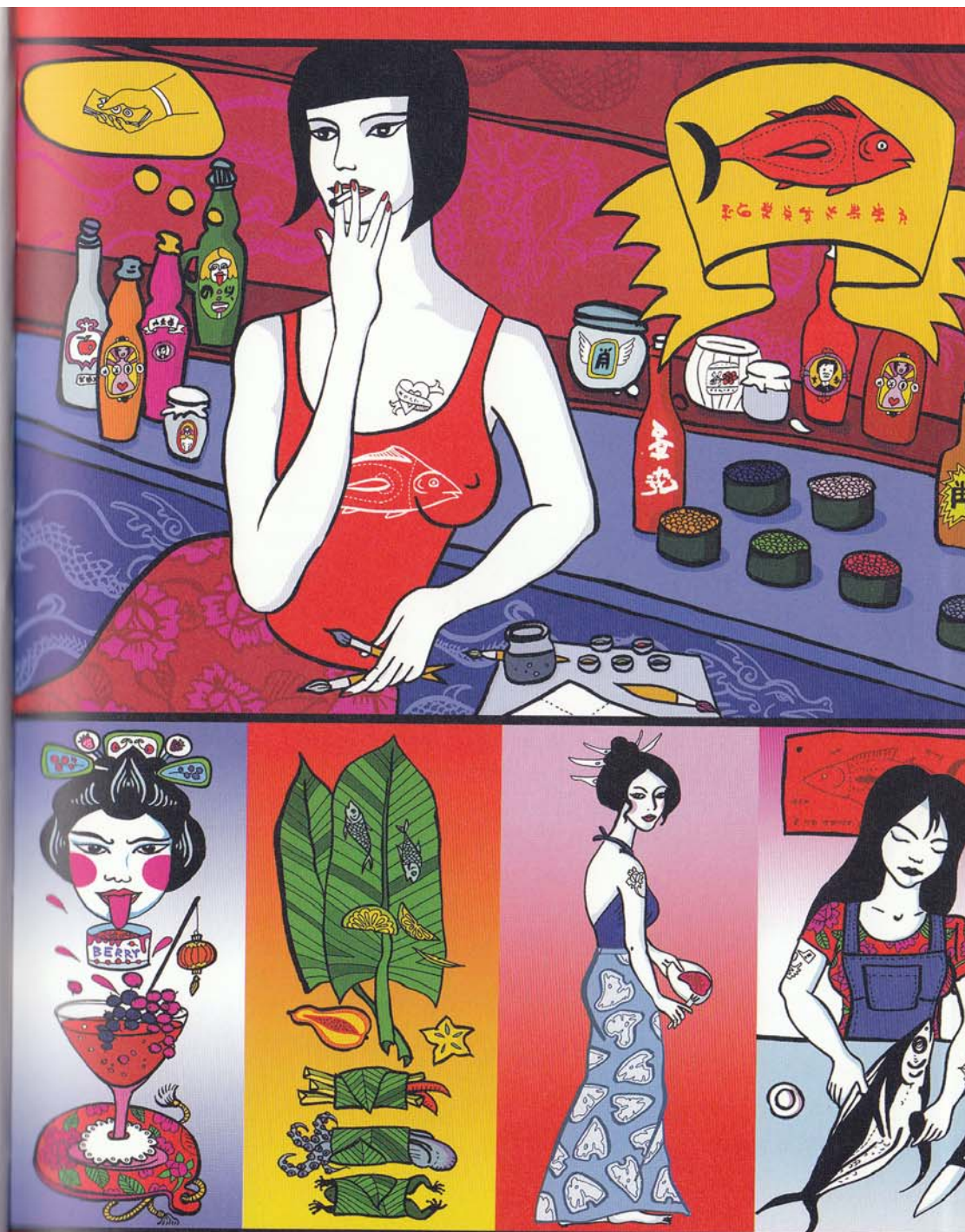
Если работать с дураками приходится чаще, чем с хорошими и понимающими людьми, стоит обдумать вариант с агентом и сделать что-нибудь хорошее, как хочется, для души. Агенту предлагать уже готовый проект, за проценты от прибыли. Рискованно, но делать приятно.

Универсального рецепта борьбы с глупостью не существует, но я готова вновь и вновь сочувствовать всем моим друзьям, знакомым и читателям по поводу того, что нету в жизни счастья.

Я пока не нашла способа делать только то, что нравится, и получать за это достаточно денег, но я точно знаю, что такое возможно, и часто думаю, что к этому стоит стремиться...

Потом забываю о стремлениях и опять начинаю заниматься всякими глупостями.

Так и живем.





## Редизайн длиною в жизнь

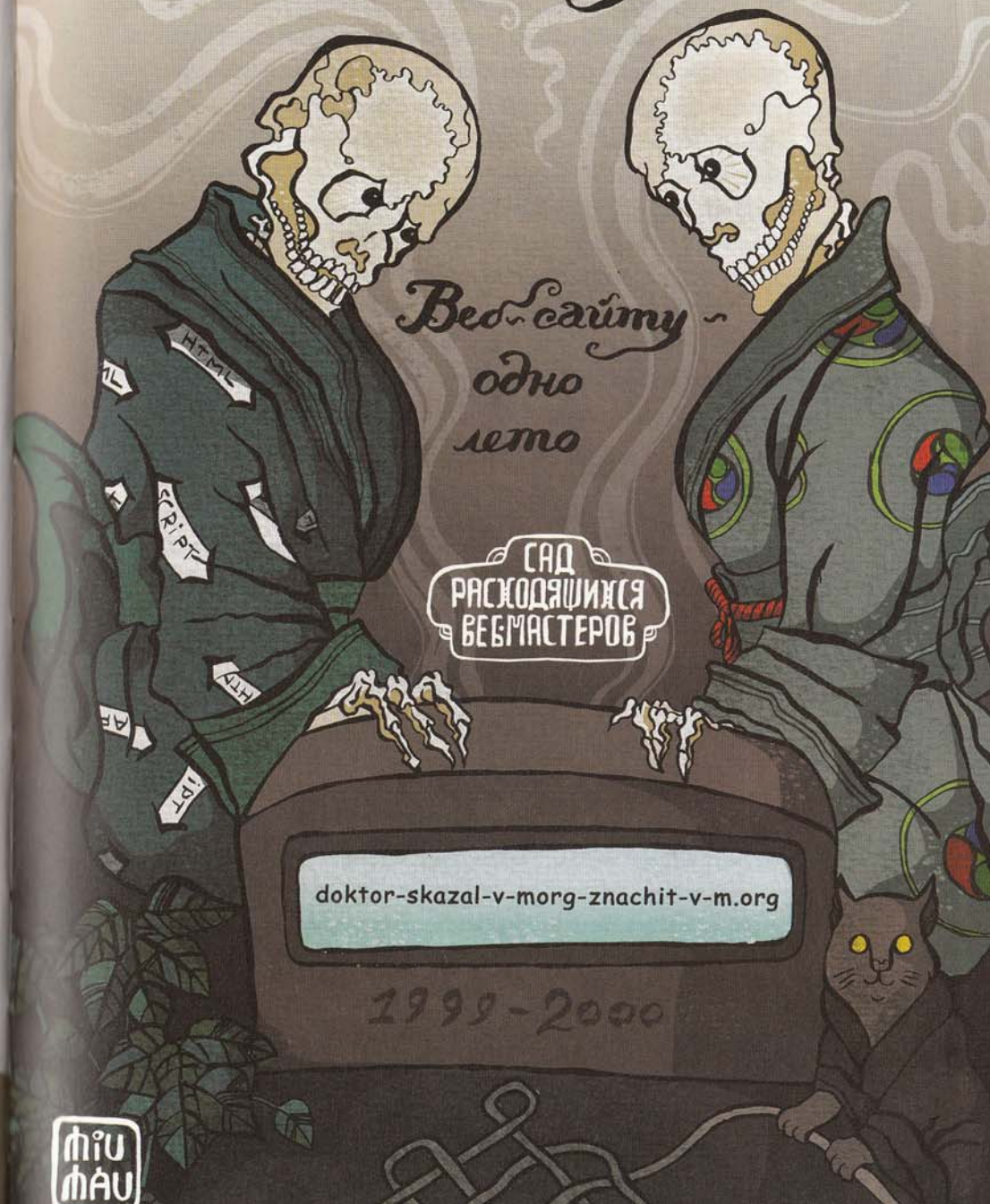
Не успев еще дойти до собственного стола, я встретила нового главного менеджера самого старого нашего клиента (видать, старый главный менеджер сбежал, не выдержав душевных мук). Случайно, выходя из лифта, услышала, что меня ждут. Иначе никогда бы и не узнала о собрании, о котором я ничего не помню. Пришлось явиться как есть: с сумкой, охапкой ненужных вещей, чашкой какао, книжкой «День» («Ах да, вы же из этой страны приехали... Это на каком языке, на греческом?»), в которую был вложен флаер клуба XS («Вы что, по таким местам ходите? Нет? Только картинки рисуете? И как только с такими общаться можно... Фу»).

А собрание сегодня «ни о чем». Редизайн.


Я уже выучила, что такое редизайн. Нет, совсем не то, что все думают. Это слово не имеет никакого отношения к разработке нового дизайна, к переделыванию старого в новый, замене устаревшего модным или дешево сделанного неудобного профессиональным и удобным для пользователей. Нет.

Редизайн — это услуга для частных лиц или (чаще) больших фирм, которым дизайн не нужен (он у них уже есть), но им желательно находиться в процессе его разработки. Вечно.

Человеку дано прожить  
одну жизнь,







Возникает это парадоксальное желание по самым разным причинам. Одним требуется что-нибудь большое и убыточное, чтобы было что списывать с налогов, другим по неким политическим причинам нужно постоянно тратить на услуги дизайнеров. (Вы же понимаете, быть владельцем дизайна за шесть миллионов очень престижно. Не важно, что никто не понимает, куда делись эти шесть миллионов и зачем они были нужны!) Кому-то, кажется, нужно «отмыть деньги»...

Есть, конечно, люди, которым просто нравится устроиться в кресле с чашечкой кофе, чтобы вокруг бегали креатив-директор, арт-директор и куча дизайнеров, чтобы все показывали им красивые картинки, поясняли и обосновывали и чтобы в дальнем углу сидел техдиректор, который ничем не доволен.

— Я столько узнал за последние восемь месяцев нашей совместной работы! Мне было очень интересно! Про композицию столько всего послушал, про цвета, про правила работы со шрифтом! Поделаешь годик дизайн для собственной фирмы, и на специальные курсы ходить не надо!

Существует еще одна причина для разработки нового дизайна для чего-то, что в нем не нуждается: новый хозяин сменяет старого и хочет показать, что все теперь будет иначе. Это столь же абсурдно, как и все, приведенное выше, ибо к дизайну отношения не имеет.

Редизайн — это совершенная нирвана. Полная свобода действий для дизайнеров и одновременно тупик.

Заканчивается работа над дизайном, с этого момента проект готов. Дизайн родился, вышел в свет, и для нас, ди-

зайнеров, этот проект умер. Он ушел в мир иной, отделился от нас и теперь должен жить своей жизнью...

Но для некоторых «хождения по мукам» на этом не заканчиваются. Дизайн завершен, можно начинать редизайн. Потом — редизайн редизайна. На сервере появляются директории в поддиректориях: redesign 99, redesign 2000, redesign 2001\_ver2...

Это может длиться годами, потому что редизайн — наркотик, дурная привычка, от которой невозможно избавиться.

Обычно еще при работе над первым дизайном заказчик ухитряется выпить из дизайнеров всю кровь, какую только возможно. Корпоративные стандарты продуманы и описаны, палитра ограничена десятком дозволенных цветов, шрифты, стиль — все давно определено, за поставленные рамки выходить нельзя (люди ведь только привыкли, разве можно все так быстро менять!). Тем не менее нужно сделать что-то совершенно новое. Не просто же так мы все перестраиваем.

За работу. Все по-другому, но очень узнаваемо. Не отступая ни на шаг от только что придуманных правил, но как-нибудь иначе, чтобы был в этом свежий ветерок, оригинальное решение. И чтобы было «не как раньше», но все привычное оставалось на старых местах.

На собрании это называется «сделайте что-нибудь!». Можно подумать, что имеется в виду «найдите какой-нибудь выход из безвыходного положения». Это только кажется. На самом деле «сделайте что-нибудь» означает дословно «сделайте что-нибудь, не важно что, придумайте обоснование, почему вы это делаете, и устройте все это так, чтобы





потом было что переделывать, потому что нам нужен бесконечный процесс».

Я поняла задачу и предлагаю бесчисленные варианты.

Хотите, я вам все в черный цвет выкрашу? Развешу клякву о том, как элегантен черный цвет. Недельки две покрасим, потом соберемся и решим, что все слишком мрачно, и будем новое решение искать.

Или хотите, белым все сделаем? Упраздним картинки, оставим text only, порадуем пользователей с плохим коннектом.

Позже, когда из пары-тройки тысяч страничек все картинки выбросим, поймем, что на все это скучно смотреть.

И тут мы нарисуем для сервера море новых, сложных, хороших иллюстраций. Наши рисовальщики наконец рисуются всласть, сделают уйму красивых картинок, распечатают их и заклеят ими все стены вокруг. А после мы решим, что выглядит это слишком фривольно, и опять вернемся к серому прямоугольнику, с которого начинали.

— Но ведь серый прямоугольник уже был! И до сих пор есть...

— Сделаем-ка красный овал.

— О! Это интересная мысль.

В меня летит кусок скомканной бумаги.

— Мяу, зараза! Это тебе надо спасибо сказать за то, что мы рисуем то же самое еще раз, только в красном овале?

В следующий раз пусть Денис сам идет что-нибудь сочинять. И вообще, какая вам разница? Рисуйте. Только не забудьте придумать обоснование, почему вы это нарисовали. Потом изложите ваши мысли заказчику, и он обрадуется,

ся, что все вы придумали хорошо, но так нельзя.

И будем мы все изобретать заново. Чтобы не путаться, сложим все в новую директорию. И назовем ее redesign\_1058935.

Я не видела еще ни одной фирмы, которая делала бы редизайн потому, что в самом деле нужен новый дизайн. По крайней мере в этой стране\*.

\* Речь идет о Германии. (Прим. ред.)



## Дизайнер — враг художника!

Вот чем, оказывается, увлечены мои любимые сотрудники, пока я спокойно занимаюсь своими делами, работаю и рисую всякие глупости.

А я-то думала: о чем они так шумят, встречаясь в фойе? Спорят с пеной у рта, размахивают руками и вскакивают со стульев. А потом бегут на свои места и пишут, пишут, отчаянно стуча по клавишам, будто компьютер в чем-то провинился. Судя по стуку, услышанному за неделю из открытых дверей, должны были написать по книге каждый.

Оказывается, это был виртуальный спор. Виртуальный не только потому, что велся через интернет. Но еще и потому, что предмет спора какой-то надуманный и, как мне кажется, не стоящий столь продолжительной драки.

В конце концов история эта дошла и до меня, на стол мне вывалили несколько десятков полных драматизма цитат из мейлов, форвардов, ответов, ответов на ответы и пересказов продолжений дискуссии на кухне, после чего попросили на эту тему высказаться.

Честно говоря, мне даже перечитывать эти крики лень. Но чего ради друзей не сделаешь.


Все, кто решает стать художником, однажды сталкиваются с мыслью, что людей, понимающих их творчество и

САД  
РАСХОДЯЩИХСЯ  
БЕБМАСТЕРОВ



*Прежде чем  
загрузить  
файл на сервер,  
сосчитай до ста.  
Прежде чем  
стереть его —  
до тысячи*





желающих за него платить, скорее всего, будет слишком мало.

Они прикидывают, как сложится их карьера, и приходят к выводу, что всю жизнь будут перебиваться с хлеба на воду и рисовать свои никому не понятные картинки. Становится ясно, что даже если наплевать на это, всегда найдутся родители, жена или лучший друг, которые будут неизменно качать головой и напоминать о том, что искусство искусством, а детей надо кормить, да и взрослеть уже пора. Такая перспектива никого не привлекает.

Замечания вроде «быть художником всякий сможет, ты вот с жизнью разберись» портят настроение. Осмысленными эти высказывания не назовешь, но возразить на них нечего. Насколько труднее будет оправдать свое решение лет в сорок, если художник из тебя получится плохой и не очень успешный, думать не хочется.

В такой ситуации молодые дарования решают сначала сделать то, чего требует жизнь: они идут работать.

Большинство быстро понимает, что изобразительное искусство неизменно является для них любимым занятием, поэтому от работы дворниками, буфетчицами или уборщицами они отказываются, используя первую же возможность зарабатывать деньги тем, что нравится. Это похоже на их мечту: они рисуют, а им платят деньги, необходимые для жизни.

Так они становятся дизайнерами.

Я говорю не обо всех дизайнерах на свете. Существует множество причин, по которым люди выбирают эту профессию. Для одних — это путь наименьшего сопротивле-

ния, для других — непыльная работа, для третьих — единственный интерес в жизни, а для кого-то — лишь одно из многочисленных увлечений.

Еще для кого-то — это «тыл». Оплачиваемая работа с признаками любимого дела, выполнять которую приятно. Нужная для того, чтобы в свободное от нее время заниматься тем, что по-настоящему нравится, не думая ни о чем.

Со временем работать становится все легче, возвращаться к своему искусству получается все чаще. Многие довольно давно работают, все свободное время занимаясь любимым делом. И нагло называют себя художниками. (К этим нахам я себя, кстати, тоже отношу.)



Поводом для разгорания страстей стало соображение, услышанное Василием от медиахудожника и литератора Сергея Тетерина о том, что не стоит путать дизайнеров с художниками и следует знать, что работа дизайнером практически исключает возможность стать настоящим хорошим





художником. Алексей Шульгин, художник и революционер, очень мной уважаемый, украсил этот тезис утверждением, что дизайнер — вообще первый враг художника!

Неделя ожесточенных дискуссий так и не привела участников к ответу на вопрос, имеет ли дизайнер моральное право называть себя художником, а художник — тратить восемь часов в день на заколачивание бабок.



Я думаю по этому поводу следующее.

Не надо путать профессии дизайнера и художника и не стоит эти понятия друг с другом связывать намертво. Человек может быть одним из двух или тем и другим, так же как может он быть художником и литератором, или художником и музыкантом, или художником и садоводом одновременно.

Дизайнер — это профессия, в которой изобразительное искусство играет далеко не самую главную роль. Дизай-

нер — это хороший психолог, умеющий угадать желания заказчика и материализовать их. Дизайнер — это генератор интересных идей, не обязательно исключительно изобразительных. Дизайнер — это специалист, хорошо понимающий технологии, в которых будет реализован проект, и учитывающий в своей работе их особенности. Дизайнер — это человек, продающий не собственный стиль и почерк, а стиль, любимый клиентом, будь то рококо или модерн. Это профессионал, умеющий работать с макетом, шрифтом и пространством, не убивая при этом мечту заказчика. Дизайнер должен уметь находить золотую середину между «грамотно» и «красиво», исходя из того, что считает красивым клиент.

При чем здесь художник?

Художнику часто легче придумать удачный дизайн. Но хорошим дизайнером он будет, если сможет забыть о том, что он художник, и руководствоваться станет не своим художественным вкусом, а требованиями заказчика.

В интервью «АртИнфо» Ольга Горюнова описывает «замкнутый круг», связанный с зарабатыванием денег и являющийся помехой мыслям о «высоком» искусстве. Зарабатываешь деньги — хочется иметь их больше и больше; зарабатывая больше и больше, не успеваешь подумать о чем-либо еще.

Полагаю, правило это применимо не ко всем. Мне не хочется зарабатывать больше денег, чем сейчас, хотя это возможно. Именно потому, что я не желаю отдавать своей работе больше сил и времени, чем сейчас. Силы нужны мне для другого. И не одна я так думаю.



Сергей Тетерин утверждает, что большинство художников, говорящих себе: «Заработаю денег, а потом займусь искусством», — будут твердить это десятилетиями, а до искусства дело так и не дойдет.

Должна сказать, что с настоящим художником такого не случится. Художник — человек, до какой-то степени одержимый желанием творить, который ни за что не оставит свое искусство. Иногда он рисует меньше, иногда — больше, но дело свое не бросает никогда.



Говорят, что заниматься настоящим искусством после восьми часов работы нельзя. Его нужно сделать основным занятием своей жизни.

Большинство хороших художников, мне известных, часть своей жизни посвящали не вполне своему делу по восемь часов в день. Главный художник МХАТа Владимир Се-

ребровский является, на мой взгляд, одним из самых сильных живописцев нашего времени. Тем не менее все детство я наблюдала, как он носил иллюстрации в детские журналы, выслушивал советских маразматиков, учивших его, как следует рисовать октябрят и пионеров. Платить большие деньги за его живопись люди начали, только когда он вышел на пенсию.

Картины «для себя» Серебровский рисовал каждый день по утрам перед работой. Не по восемь часов, зато каждый день.

Говорят, что настоящее искусство рождается в муках и страданиях, поэтому сытый, довольный жизнью художник вообще ничего гениального сделать не может. Искренне согласна с этой теорией, однако должна признаться, что, несмотря на наличие стабильного заработка, страданий и мук у меня достаточно! Я прекрасно умею обеспечить себя морем неразрешимых проблем ежедневно и периодически нахожу о чем поплакать.

Дизайнер никому не враг, поверьте.

Перед всеми людьми, умеющими хорошо и регулярно работать, неважно кем, я снимаю шляпу (сама я каждый день пытаюсь заставить себя уйти на работу, и удается мне это не всегда).

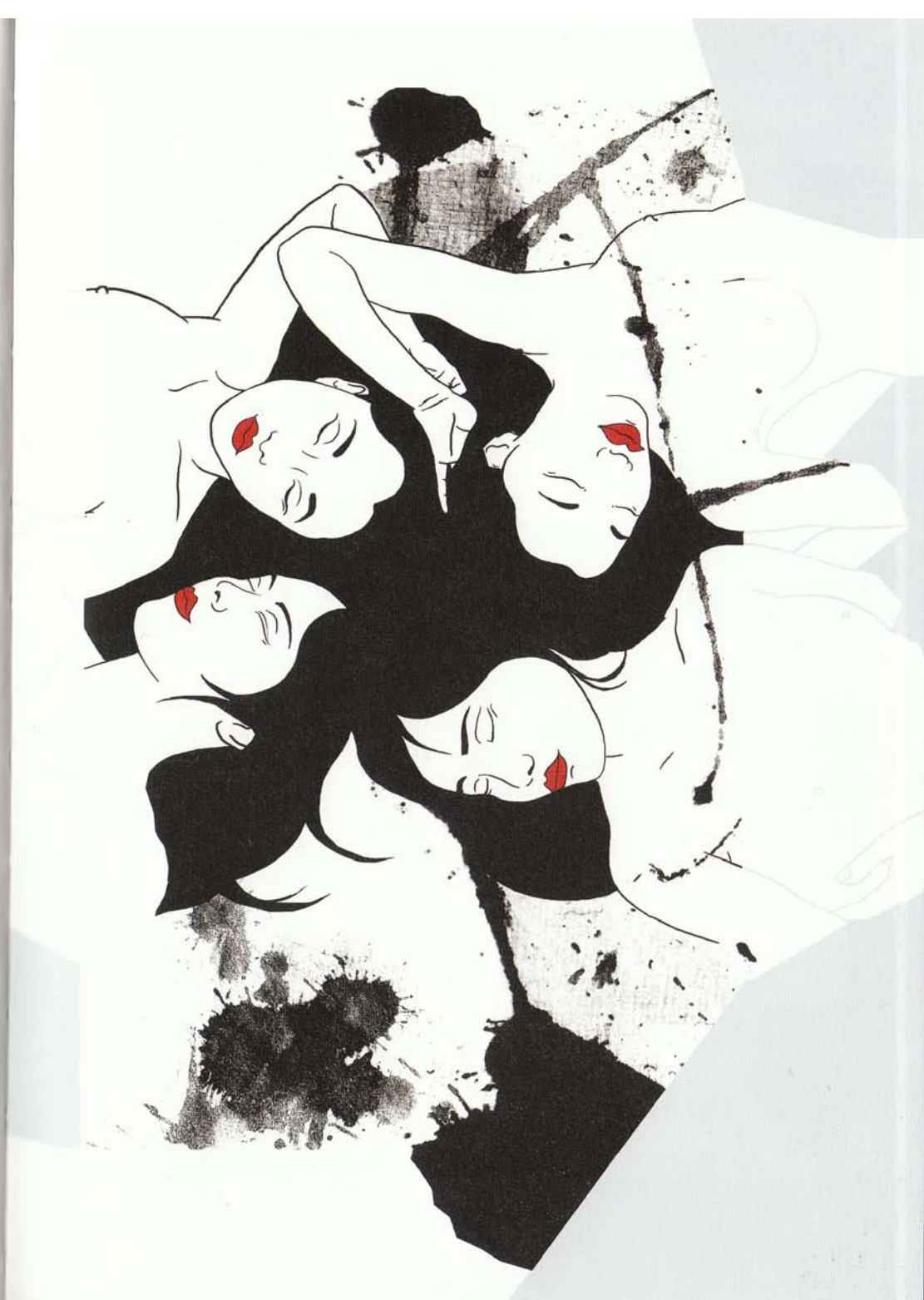
Перед такими людьми, как Алексей Шульгин, я тоже преклоняюсь, потому что они достигли почти невозможного — они заняты исключительно своим искусством, и ничем другим. По крайней мере, они на сто процентов живут по тем правилам, в которые верят. (Хотя это не единственный возможный вариант.)



Сергей Тетерин ввязался в этот спор совершенно зря, потому что сам он то работает, то не работает, но художником называет себя во все времена. Так что непонятно, зачем ему понадобилось будоражить моих коллег целую неделю.

Я безгранично сожалею, что потратила на участие в дискуссии больше получаса — за это время можно было нарисовать что-нибудь дельное.

Первый, кто бросит этот бессмысленный спор и добегит до стола с карандашами и красками, и есть самый настоящий художник.





## О чем говорят дизайнеры... понимают только они сами

Десять часов утра. Вся фирма спит, комната дизайнеров пустует (сползутся между полуднем и обедом). Лишь сонные программисты, пребывающие здесь с ночи, переминаются с ноги на ногу у кофейного автомата, и на полу у развороченного принтера возится администратор, окруженный десятком рулонов туалетной бумаги.

Только дизайнер Доминик не спит!

Свежим ветром врывается он в мою комнату, распахивая дверь так, что ворохи бумаг взлетают со стола, и восклицает:

— Миу! Думай! Женский журнал. Издается в Англии. Длинное название, начинается на «Е». В названии есть буквы, выходящие за верхний и нижний край, кругленькие такие. Как он называется-то?

— Esquire?

— Да! Точно! Вот! Короче, этот шрифт я хочу!

Конечно, этот самый шрифт мы не нашли. Нашли другой, отдаленно на него похожий. Зато за пять минут...

...И Доминик ушел к своему столу счастливый.

А я подумала, что наша здешняя жизнь иногда выглядит несколько нереально.

Одни диалоги чего стоят.



Не пугайся, если люди  
тебя не понимают.  
Пугайся, если они  
не понимают  
твою кодировку

САД  
РАСХОДЯЩИХ  
БЕБМАСТЕРОВ





## Миу рыдает на могилке юзабилити

Пишут мне заинтересованные люди: «А как насчет веб-палитры? Про нее больше никто не думает? Как же цвета, которые видят не все? А юзабилити? А универсальные, всем доступные дизайны? Никому больше не нужны? Видимо, все это уже никому не нужно, если ваша собственная страничка раскрашена всеми цветами радуги...»

В ответ на эти письма я хотела написать нечто вроде: «Я только тем на работе и занимаюсь, что считаю цвета, подгоняю палитры и экономлю килобайты! Дайте мне хоть на моей собственной страничке делать то, что я хочу, и радуйтесь, что там хоть какой-то HTML есть. Не то надоест мне вся эта юзабилити, и я зарою навигацию в суперсовременный флеш-ролик, посылающий к черту все, кроме двух избранных браузеров (как давно уже поступают большинство сетевых художников и дизайнеров).

Потом я посмотрела на зеленое, пошевеливающееся месиво из линий и волн в моем рабочем браузере и поняла, что на работе я давно погребла юзабилити в такой глубокой яме, что хуже просто быть не может.

И как это, спрашивается, у меня получилось? После всего, что я написала про цвета, навигацию, стратегии. Про флеш и плагины, про браузеры и бедных пользователей,


## Закроешь передние ворота от хакера - сквозь задние проберется Миу Мау

САД  
РАСХОДЯЩИХСЯ  
ВЕБМАСТЕРОВ

миу  
мау







про плохой коннект и путь к красоте, пролегающий через модемы и телефонные линии.

Я предчувствовала, что настанет день, когда мне будет бесконечно стыдно за последнее произведение, над которым я старалась полгода. Поэтому я сохранила всю переписку с тем, кто мне это заказал.

Сиюю теперью и перечитываю пожелания и указания. Полосатая моя жизнь!

«Этот сайт делается для тех, кто придет туда потратить от тридцати тысяч до трех миллионов. Не представляю, что дома у кого-нибудь из них не самый крутой компьютер или плохая связь с интернетом. А те, кто приходят поглазеть, пусть обзаведутся всем, что надо. Лично я их присутствием не очень дорожу».

«„Просто сайты“ с электронным магазином есть у всех. Я такого не хочу. И не надо мне навигации, в которой посетители все находят моментально. Пусть люди играют в этот сайт, как в игру, и ищут выходы среди кучи ничего не значащих кнопок».

«Я хочу выиграть с этим сайтом все конкурсы. Не по дизайну, а по нет-арту. И желательно в секции треш-арта. Мне так нравятся эти ужасные странички, где ничего не понятно и все такое странное».

«Как это — работать не будет? Я слышал, что спроектировать можно все, нужно только рот программистам

клеякой лентой заклеить, чтобы молчали и делали, что им велено.

Я получу этот магазин, и он будет сделан таким, как я хочу — со всем флешом, генератором и всеми „извращениями“, как это любят называть в вашей фирме, вопрос только в том, кто мне это сделает за мои деньги.

Сейчас я предоставляю эту возможность вам».

«Судя по описанию, ваша целевая группа — немолодые люди, в большинстве своем не умеющие обращаться с компьютером, заглядывающие в интернет лишь для того, чтобы проверить электронную почту. Они в таком сайте просто ничего не найдут!»

«Пусть учатся! И вообще, если кто-то по незнанию лишний раз нажмет на кнопочку, я буду только рад! Это же аукцион! Вы что, не знаете, как это в жизни работает?»

Ой, это я сейчас ставку сделал? Ладно... Ничего не делаешь...»

«Мне все нравится, кроме карты... Как-то слишком хорошо понятно, что это такое. Нельзя ли найти какую-нибудь экзотическую развертку, не так похожую на карту мира с первого взгляда? Или, может быть, эту как-нибудь поломать? Вы не пробовали отрезать от нее кусок или сделать с ней что-нибудь?»

«Знаете, в том первом пробном варианте плоскость с аватарами все время покачивалась вверх-вниз. Я на нее



долго смотрел, и мне прямо плохо стало. Голова кругом. Верните, пожалуйста, этот эффект на место. Я хочу, чтобы посетители тоже сходили с ума, глядя на все это. Очень полезно, когда кто-то как раз участвует в аукционе и хочет потратить кучу денег».

«Как „не специально отрезали голову аватаре, руководящей аукционом“?! А я так обрадовался вашей оригинальной идее».

«А вы подумали о пользователях, которые захотят приделать к мужскому телу женскую голову или наоборот?»

«Да, это уже начинает мне нравится! Больше, больше всяких ужасных и ярких вещей. Китча — чем больше, тем лучше. Смело запускайте руку в помойку и ничего не бойтесь! Думаю, вы на верном пути!»

«Вот! Я же подозревал, что вы знаете толк в некрасивых вещах! Смелее, продолжайте в том же духе, считайте, что в этом направлении я вам все разрешил».

«И серый трехмерный текст зря вы убрали: он был такой ужасно неуклюжий и мне нравился. Понимаете, мы должны вызвать у всех посетителей нашего сайта культурный шок!»

Так мы и продолжали, пока заказчик не объявил себя безгранично счастливым.

Я же говорила, что все могу нарисовать за деньги. Пусть заказчик только распишется в том, что он в самом деле этого хочет.

Осталось дожидаться, когда несчастные программисты свяжут это с флешем, генератором и базой с семью поисковыми фильтрами, и надеяться, что в ходе работы никто из них не ворвется в фирму с автоматом Калашникова и не расстреляет дизайнеров, это придумавших.

Еще в глубине души я мечтаю, что наш заказчик кому-нибудь не уплатит или передумает или еще что-нибудь случится, и это произведение современного искусства навсегда останется на нашем сервере. И никто не узнает о надругательстве над ни в чем не повинной юзабилити.

Вообще-то из этого рассказа должен следовать вывод, что последнюю возможность искупить вину перед юзабилити мне предоставляет моя собственная страничка. Но как не хочется из странички иллюстратора делать двухцветную text only версию!

Я, пожалуй, лучше поступлю как всегда.

Сначала я подробно расскажу, как надо делать. Потом сделаю, как мне нравится, плюнув почти на все правила. А после напишу: «Я знаю, что так нельзя! Сорри, сорри, больше так не буду!»

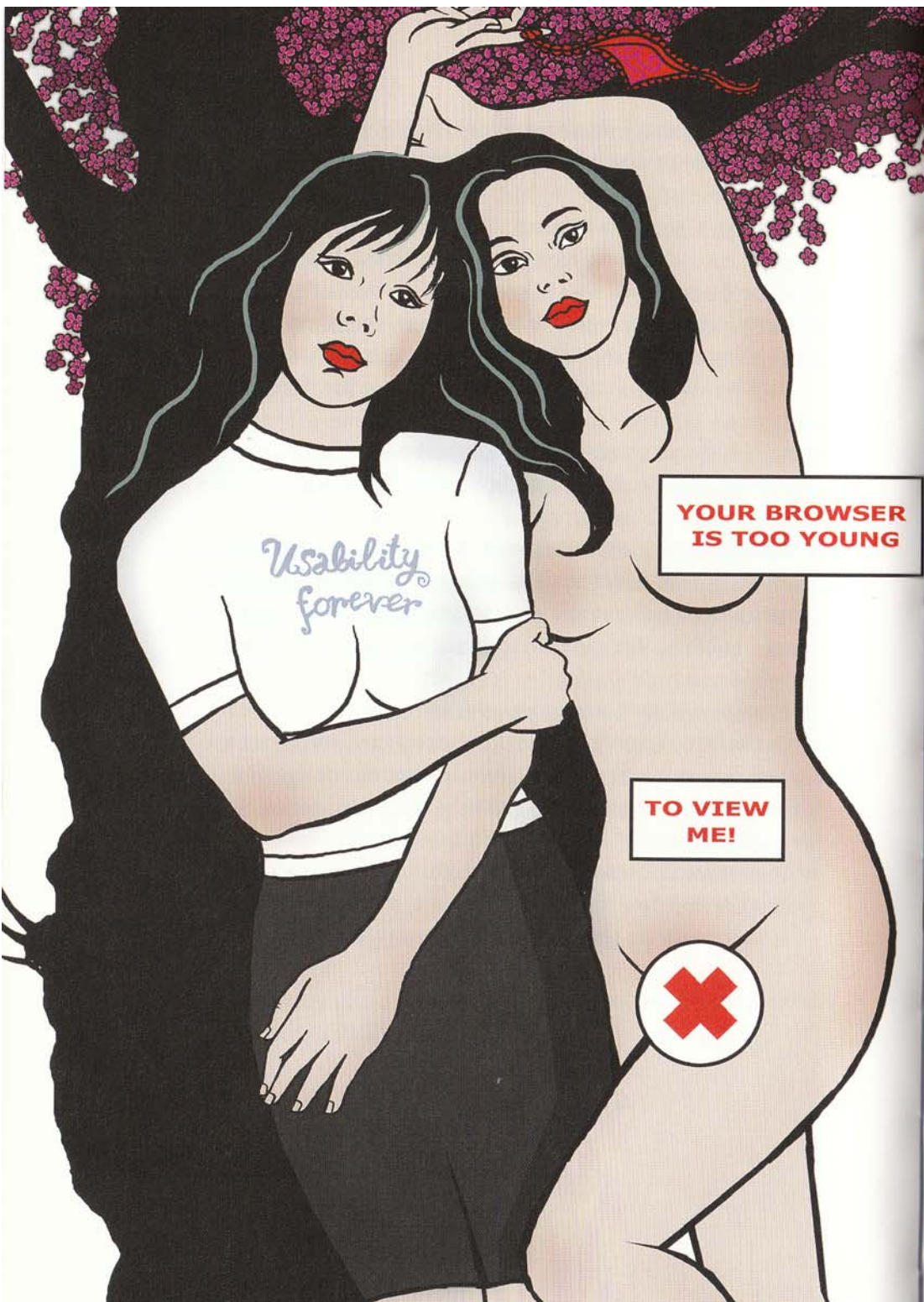
И пользователи меня простят...

Как всегда...

И вместе мы будем плакать на могилке юзабилити.







виндоуз убился  
я — синий ангел смерти  
работе конец



такой большой файл  
наверное нужный  
больше нет его



принтер сломался  
виндоуз не знает его  
рисуй руками

Сообщения об ошибках в форме хайку. Автор — Денис Зотов



## Зачем нам крутые программы? Все равно все делаем ногой

Есть на свете люди, целыми днями думающие только об одном: как сделать Фотошоп поудобнее, чтобы дизайнерам было приятно с ним работать. От их стараний он уже выходит из берегов, столько там полезных функций, меню, окон и инспекторов.

Некоторые добросовестные дизайнеры только и ждут появления новой версии, чтобы броситься изучать, какие в ней появились дополнительные кнопки, сделавшие программу еще полезнее и удобнее.

Для дизайнеров, ленищихся рассматривать каждую новую кнопку и выяснять, что в ней хорошего, старательные люди пишут толстые книги с красивыми картинками. В этих книгах они не только описывают, что в Фотошопе есть полезного. Они предлагают всевозможные умные решения: как эффективнее строить свою работу, как создавать документы, с которыми легко разберется любой другой дизайнер.

Так как все эти знания особенно нужны тем, кто работает в достаточно крупных компаниях (ибо с их документами часто приходится иметь дело другим), фирмы покупают такие книги большими стопками и кладут каждому дизайнеру на стол.

У серверов нет уст,  
они пользуются  
устами  
людей

САД  
РАСХОДЯЩИХСЯ  
ВЕБМАСТЕРОВ

miu  
mau





А тем временем некоторые создают шедевры вроде того, на который я смотрю уже полчаса:

Слой 35... (пустой!)

Слой копия 2 от слоя 35...

Слой копия 12 от слоя 35...

...Слой 8000...

О! Невидимый слой с названием designer comment. Как трогательно! И умеет ведь давать имена слоям, зараза! В нем обнаруживается текст: «Используя эти конвертики для соединения нескольких слоев, становится невозможным выбрать конкретный слой, кликнув правым мышом на объект».

Открытым остается только один вопрос: какие претензии у правого мыша к слоям с человеческими именами?

Слава богу, я занята перекрашиванием собственной странички, и мне лень идти на соседний этаж рассказывать тебе, что я об этом думаю, дорогой Василий...





## Ох, дизайнеры! Крик души несчастного админа

Это случилось вчера. Он умер — мой умный, специально обученный всему, что нужно, рабочий компьютер.

Одно не запускается, и другое не может и не хочет...

Я — женщина не совсем беспомощная! Прежде чем звонить админу, попробовала что-нибудь сделать. Запустила Доктор-Ватсон-все-найдет и Нортон-все-починит. А также какой-то ==Warper==-покажет-регистру-где-раки-зиму-ют-и-и%\*@&#!!!-расскажет-этому-компьютеру-кто-тут-у-нас-администраторrrrr.

Все это не помогло. Пришлось звать настоящего администраторrrrrа...

Пока я объясняла, что случилось (а именно, что я вообще ничего не делала и все одним прекрасным утром само сломалось), из телефонной трубки доносился звериный рык. Потом админ поднимался на наш этаж, и волны ярости, от него исходящие, докатывались до нас еще от двери лифта. Когда он с видом Рэмбо вошел в нашу комнату, дизайнер из-под соседнего стола слабым голосом сказал: «Ложись...»

«Дизайнеры...» — процедил админ.

Абсурдная, невозможная для современной компьютерной фирмы ситуация: группа взрослых людей сидит и





спокойно делает свое дело. Хорошо, делают они его на компьютерах, имеющих привычку периодически умирать. Такая у них жизнь, они выходят из строя, зависают, у них рассыпаются винты и ломаются вентиляторы.

Почему, когда происходит нечто столь повседневное, вроде поломки компьютера, в нашей комнате, полной взрослых людей, появляется некто, начинающий часами клясть нас на чем свет стоит. Да как! В обычной жизни после первой же фразы любой нормальный человек оскорбился бы навсегда, услышав подобные отзывы о своей специальности, профессиональном уровне, образе жизни и способности думать.

А мы сидим, слушаем это и смеемся. Чем, кроме смеха, можем мы ответить на этот монолог?



Админ садится за мой стол и укоризненно смотрит на планшет.

— У тебя мышка есть? Круглая такая, с кнопочками...

Достаю мышь, которая валялась где-то за монитором. Админ демонстративно смахивает с нее пыль.

— Это очень удобный инструмент, знаешь? С его помощью можно работать на компьютере. Хотя вам, дизайнерам, все это говорить бесполезно...

Посмотрим, почему тут ничего не запускается. Мама родная, а это что?! Это тебе нужно? Зачем?! Ах, вот оно что! А ты знаешь, что в нашем Лотус Ноутс такое встроено?! Не можешь с ним разобраться? У нас, между прочим, курсы были, где учили с этим обращаться. Разбираться лень? А заводить всякие программки, заменяющие уже имеющиеся функции, не лень? Что теперь, ради каждой вещи, на которую в первые десять секунд ума не хватило, вспомогательную программу ставить? О, женщины...

А это что? Тебе это нужно? А почему оно такое странное? Ах, оно русское. Вечно вы к своим компьютерам какую-нибудь каракатицу прикрутите, из-за которой все ломается, а админ потом все чини... О, русские...

Это что такое? Оно тебе не нужно? А кто это сюда поставил? Как «не знаю»? Админы на компьютерах ничего не устанавливают, если их об этом не просят. Наверняка поставила что-то и сама уже забыла зачем. Оно еще и не запускается, замечательно. Scratch disk is full? Тут место, что ли, на диске кончилось? Посмотрим...

Прекрасно! Шестьдесят мегов свободных на системном диске. Что у нас тут такое большое, интересно? О! Картинка. На диске С. Почему картинка весом в сто двадцать мегабайт должна лежать на диске С? TIFF какой-то. Кому он тут нужен? О, дизайнеры...

Ругаясь, админ, непонятно зачем, нажимает на картинку дважды, она запускает Фотошоп и медленно разворачивается.

— А чего оно Фотошопом-то открывается?! Спятили, что ли? Попроще смотрелки какой-нибудь нет? Как не надо,

Дизайнерская ошибка #1:

...не делала и вдруг



чтобы смотрелки впереди Фотошопа грузились? Вот же дурные дизайнеры! Жди теперь эту гадость полчаса. Ох, дизайнеры. ОХ, ДИЗАЙНЕРЫ!

{ *Дальше во весь экран  
открывается картинка* }



И становится тихо.

За одну секунду на лице админа сменяется несколько выражений: удивление — радость — живой интерес — коварная мысль...

— Вот чем вы нам тут трафик создаете. По сто двадцать мегов из сетки таскаете? Как не из сетки? Свое? А еще есть?

— Нету.

Улыбка пропала с лица админа, и снова он заворчал:

— Ладно. Что-нибудь нужное есть еще на этом компьютере или можно уносить и форматировать? Все, тогда я его понес.

Когда я забирала у админа свой компьютер, на его десктопе красовалась моя дама, «спасенная» с переполненного винта С.

Ох, админы...





Рота, па-адъем!

Что думать о дизайнере, если он пропал без вести на две недели, писем не пишет, странички своей не обновляет, рассылок не шлет и вообще не подает признаков жизни? Правильно: наверняка он делает двести пятьдесят пиксельных аватар для очередного дурацкого проекта.

Я делала не двести пятьдесят пиксельных аватар, а всего лишь двадцать пять, зато я одевала их в двести пятьдесят нарядов Вивьен Вествуд... Ох уж эти мне наряды Вивьен Вествуд. И заказчик, на них помешавшийся.

Впервые за все время моей работы клиент прислал мне свои... брюки Вествуд.

Чтобы я положила их на сканер и использовала полученные цвет и фактуру для фона его интернет-ресурса.

Сколько всего за последнюю неделю я по этому поводу наслушалась: «Известным певцам девушки-поклонницы шлют в подарок свое нижнее белье. А тебе, Миу Мау, заказчики шлют свои брюки!»

Как же хорошо, что я не известная певица!

После нарядов Вивьен Вествуд никакие аватары вообще ни во что одевать не хочется. Разве что в военную униформу, честное слово...

← *Горюхи Вивьен Вествуд*

Дети самурая просыпаются  
под звон удил.

Дети сисадмина засыпают  
под грохот семи серверов

САД  
РАСХОДЯЩИХСЯ  
ВЕБМАСТЕРОВ

MIU  
MAU







1 взвод / 1 отделение /



1 взвод / 2 отделение /



1 взвод / 3 отделение /



2 взвод / 1 отделение /



2 взвод / 3 отделение /



3 взвод / 1 отделение /



3 взвод / 2 отделение /



3 взвод / 3 отделение /



Автор этого текста разыскивается.



## Неприличные картинки

«Здесь должны быть элементы, похожие на волны... линии такие, волнообразные... и что-нибудь полупрозрачное», — дядя в костюме совершает руками плавательные движения.

Наблюдаю это объяснение и вспоминаю старый кинофильм, где Ихтиандр плавает на фоне плохой декорации в виртуальной воде. Он изображает из себя рыбку, двигаясь вперед рывками, а голос за кадром таинственно вещает: «Ихтиандр... андр... андр...»

Стараюсь не рассмеяться и киваю головой, со всем соглашаясь.

Видимо, за такое несерьезное отношение к делу бог меня и наказал. Я ушла, изображая понимание. Не меняясь в лице, сделала несколько эскизов. И принесла их на следующую встречу.

Два из трех эскизов заказчик отверг сразу, заявив, что волнообразности недостаточно. А третий, как всегда самый слабый и приблизительный, решил рассмотреть повнимательнее. Он долго молчал, а потом произнес:

— Ну... Мне очень нравится, если честно. Но этого я принять у вас не могу.

— Почему?

— Как почему?

Таваскрип  
Еггос  
не украсишь

САД  
РАСХОДЯЩИХСЯ  
ВЕБМАСТЕРОВ





Ловлю на себе выразительный взгляд.

— Вы понимаете... Я человек интернетный. Я часто смотрю на вещи глазами типичного интернетчика.

Когда два дня назад я ему говорила, что фон величиной с экран никуда не годится, он еще не смотрел на мир глазами типичного интернетчика. Неужели взгляд изменился?

— Вот вы представляете себе, как читают смайлики?

— Что?!

— Смайлики. Как читают?

— Никак. Представляют себе, что это рожица.

— Чтобы увидеть рожицу, надо посмотреть на экран как?

— ?

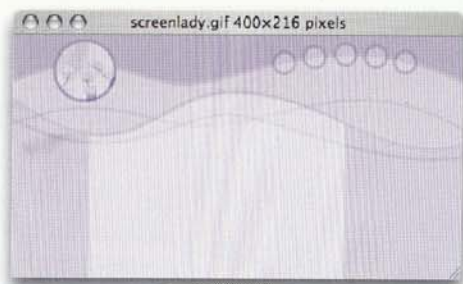
— Боком.

— Боком... ага... и?

— Ну, посмотрите боком на ваш эскиз!

В нерешительности наклоняю голову набок и борюсь с желанием повертеть пальцем у виска.

— Что вам это напоминает?



Ничего мне мой эскиз не напоминает! Ни боком, ни анфас.

Наконец я не выдерживаю:

— А что вам это напоминает?

— Голую женщину.

Мать честная, голую женщину! Я теперь с большим вниманием смотрю на свой эскиз с одного бока, с другого. Голая женщина, в моем понимании, выглядит совсем по-другому.

— Ну вот!

Дядя в строгом костюме явно сердится на мою непонятливость.

— Во-от, тут у нее грудь, а тут — попа...



Сразу после встречи бегу к новоиспеченному арт-директору Денису жаловаться.

— Представляешь, ему мой эскиз напоминает голую женщину!

— Что же ты ему такие неприличные картинки показываешь?

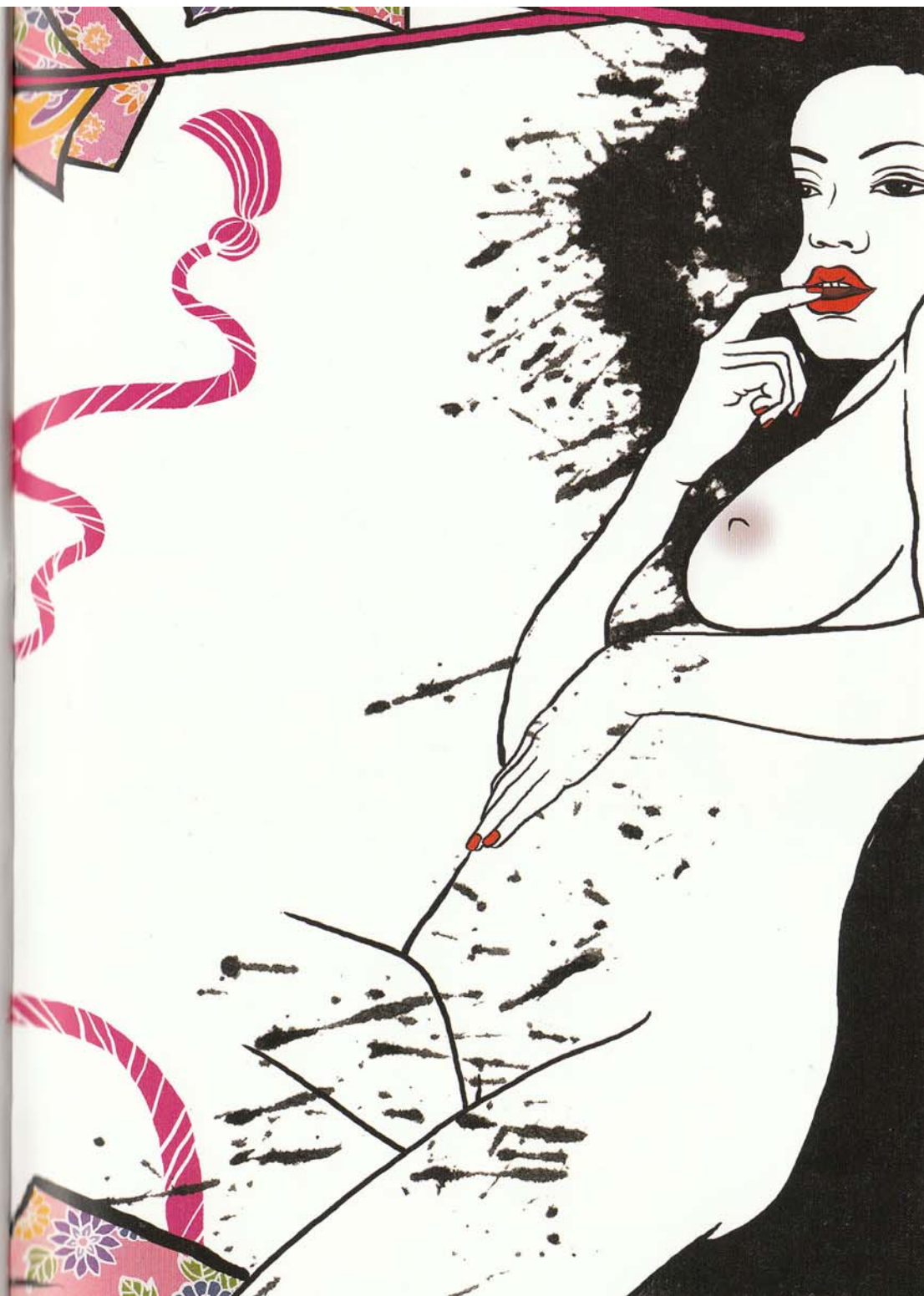
Переделывать это я, конечно же, не смогла. Отдала дизайнерам и велела сделать что-нибудь, что не напоминает. Мама...



Третьи сутки уже все пытаются нарисовать что-нибудь абсолютно незротичное, и чем дальше в лес, тем тяжелее всеобщий психоз.

Бедные ребята так долго прикидывали, в чем заказчик мог бы увидеть что-нибудь эдакое, теперь и линии спокойно провести не могут!

Не говоря уже о таких страшных вещах, как круг.  
А если, не дай бог, где-нибудь попадется волна...





## Как заставить группу дизайнеров в крупной фирме выполнить заказ средней тяжести

Я всегда надеялась, что существуют разные способы заставить группу дизайнеров выполнить большое задание. Но сегодня, в ходе беседы с коллегами, работающими в крупных фирмах нашего города, к своему огорчению, выяснила, что выглядит это везде примерно одинаково.

Итак, любому менеджеру, который собирается проверить более или менее крупный проект, надо сделать следующее.

1. Для начала, естественно, придумать нечто, чего еще ни у кого нет или многим не хватает.

2. Написать неразборчивый и очень приблизительный план того, как должен выглядеть конечный продукт. Главное — хорошо описать «фишку», ради которой затевается проект. Прочие глупости, вроде портала вокруг, необходимых сервисов, игровых серверов или электронных магазинов, программисты и дизайнеры сами как-нибудь сделают, когда заметят, что, кроме них, этим никто не занимается.

3. Изловить креатив-директора, затаскать в темный угол и объяснить ему, что нужно выделить десять дизайнеров на два месяца. Креатив-директор страшно возмутится, поторгует несколько минут, после чего пообещает дать пять-семь человек, сохраняя возмущенный вид.


*Нетрудно победить разбойников,  
обитающих в горах.*

*Трудно победить  
разбойников,  
поселившихся  
на твоем  
сервере*

САД  
РАСХОДЯЩИХСЯ  
ВЕБМАСТЕРОВ







4. Согнать полученных жертв на собрание и рассказать им, что надо делать. Сообщить, что конечного срока еще нет, но требуется подготовить эскизы, и как можно больше.

5. Через неделю разослать всем дизайнерам письмо о том, что последний срок все же появился, и все эскизы надо представить на презентации ровно через неделю. При этом отсеются три-четыре дизайнера, по-настоящему чем-то занятых, в первую неделю ни к чему не приступавших и за вторую едва ли сделавших что-нибудь толковое. Останутся некие три человека, которым до невозможности надоело то, над чем они работают сейчас, поэтому они с горя начали делать наброски.

6. В конце назначенного срока посмотреть готовые эскизы и что-нибудь выбрать. Подошедшего к делу с наибольшим рвением назначить арт-директором проекта и отправить свежесформированный коллектив трудиться.



7. Продать проект. Как продать, я не знаю. Очень помогает пообещать заказчику, что все будет готово через две недели, вне зависимости от объема работы.

8. Как только проект продан, спокойно работающие дизайнеры срочно собираются на срочное собрание. Желательно настроить их правильным образом сразу во время сборов. Рекомендуется оттащить каждого за шиворот от компьютера, при этом крича: «Бросай все, тебе это уже не нужно!»

9. Собравшимся надо показать журнал «Интернет», где на первой странице написано, что только что начатый проект будет готов через две недели. После этого поникшие главами дизайнеры отправляются обратно на свои места.

10. Далее в комнату, где они работают, надо поставить большую коробку валидола и плотно закрыть дверь снаружи. Особо храбрые менеджеры могут раз в три дня заглядывать внутрь, закидывая туда очередной журнал, где написано, как вся мировая общественность с нетерпением ждет результата, и немного еды. Задавать при этом вопросы вроде «Как дела?» или «Как продвигается ваша работа?» опасно для жизни.

11. Через две недели собирается конференция, на которую приглашаются заказчик и арт-директор проекта. Креатив-директора в этот день желательно услатить в командировку на Аляску, чтобы не мешал. Тут-то и наступает подходящий момент, чтобы спросить арт-директора, как продвигается работа.

12. После того как арт-директора вынесут из конференц-зала, можно выторговать у обалдевшего клиента реальные



сроки и спланировать весь проект еще раз — с графиком работ, похожим на правду.

13. Арт-директору надо сообщить срок, полученный от заказчика, минус две недели и выдать ему на растерзание двух-трех практикантов. Дело будет доведено до середины как раз к назначенной дате, и останется еще две недели, чтобы в последний раз заставить дизайнеров собраться с силами и закончить проект. При этом периодически надо громко кричать: «Я тут каждый день уговариваю заказчика потерпеть чуть-чуть, а вы не шевелитесь!»

14. Если повезет, то от крика у дизайнеров в предпоследний день наступит ступор, и придется в самом деле еще две недели ежедневно уговаривать заказчика подождать, а дизайнеров — собраться наконец с силами и дорисовать последнюю кнопку.

При распределении рабочих ресурсов следует учитывать, что все задействованные в таком проекте дизайнеры сразу по окончании работы уйдут сначала на больничный, потом в короткий отпуск, потом в командировку... Чтобы не видеть вашей физиономии по крайней мере месяц.

*Написано вдали от родного города и менеджеров.*





## Бумажка — лучший друг веб-дизайнера

Сегодня снова настал тот день, когда под грудой бумаг я не нашла своего телефона. Я беспомощно развела руками и вздохнула:

— Надо навести тут порядок...

Проходящий мимо админ съязвил:

— Дать тебе лопату?

Какое же наказание эти бумажки! И кто придумал, что у современного человека, работа которого связана с компьютерными технологиями, все самое необходимое хранится в компьютере? Из ворохов распечатанных сторибордов и таймлайнов сыплются мелкие клочья с надписями mail, chat, home. Важные инструменты для продумывания навигации больших сайтов.

Никакие макетные программы, никакие сторимейкеры и пауерпойнты не заменят нам этого замечательного занятия — толпиться вокруг круглого стола, двигать в двадцать рук эти листки, громко крича: «Это же полный абсурд! Нормальный пользователь никогда ничего тут не найдет!»

Несколько раз мы уже обдумывали, не завести ли кубики «Лего», написав на них все, что надо. Исходя из того, что кубик не так легко потерять. Можно завести для них коробку, сделать их огромное количество — со всеми мыслимыми





надписями, встречающимися на страничках, а после пользоваться исключительно этими кубиками в свое удовольствие.

Но все это — мечты. Не будет никакой коробки.

О кубиках мечтают только менеджеры — дизайнерам нужны именно бумажки. Оторванные от чего-то руками, кривые, мятые, непутевые бумажки.

С набросками — та же история.

Иной раз я подозреваю, что некоторые дизайнеры физически не способны нарисовать эскиз на обычном большом чистом листе. Чем-то их такие листы пугают. Зато на каком-нибудь залитом кофе обрывке, где уже записаны три телефона и два ICQ-номера, дизайнер непременно нарисует лучший в своей жизни эскиз. Предпочтительно непишущей ручкой.

Потом, когда эскиз века надо будет показать заказчику, вкрадчивым голосом дизайнера попросят как-нибудь повторить *это* на более приличном носителе.

На презентацию он явится с большим белым листом, на котором неуверенной рукой нарисовано нечто. Плохо скомпонованное, неуклюжее и неинтересное. Некоторое время дизайнер будет объяснять, *что* здесь имелось в виду. А когда лицо заказчика станет совсем скучным, нырнет под стол, извлечет откуда-то свой первый эскиз и радостно сообщит:

— Вот, тут хорошо видно, что я хотел сказать!

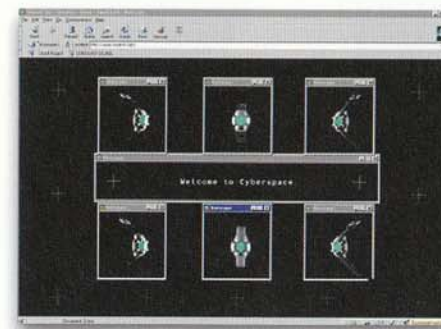
Впрочем, чего вы хотите, дорогие заказчики? Дизайнер — существо эмоциональное и трепетное. И все у него в жизни сложно.

Достаю из-под кучи бумаг исторический «эскиз».



Некогда это вывалилось из папки арт-директора на презентации. Чья-то гениальная идея или шутка?

Как мы потом жалели о том, что заказчик это увидел! Как ругались программисты, которым велено было это собирать!



...И как результат мешает честным пользователям жить уже больше года!



Сейчас почти готов новый вариант дизайна. Пройдет совсем немного времени, и эта «гениальная идея» навсегда исчезнет из интернета. А рука с бумажкой неуверенно зависла над мусорной корзиной. Повесить, что ли, исторический эскиз на стену, рядом с распечаткой экрана?

Уборщица недоверчиво обходит мой стол.

— Вы знаете, я ведь сама тут ничего не трогаю. Один раз выбросила бумажку со стола Василия, а он потом полдня кричал, что я уничтожила единственный экземпляр его концепции. Мы даже в мусорку на улице вместе залезали, но ничего не нашли.

Один из дизайнеров, услышав нашу беседу, приносит какой-то мятый листок, добытый из некоего «заслуженного» ящика.

— Узнаете?

Уборщица наклоняется к «эскизу» поближе.

— В самом деле, что-то знакомое. Кружочки эти внизу... Что это?

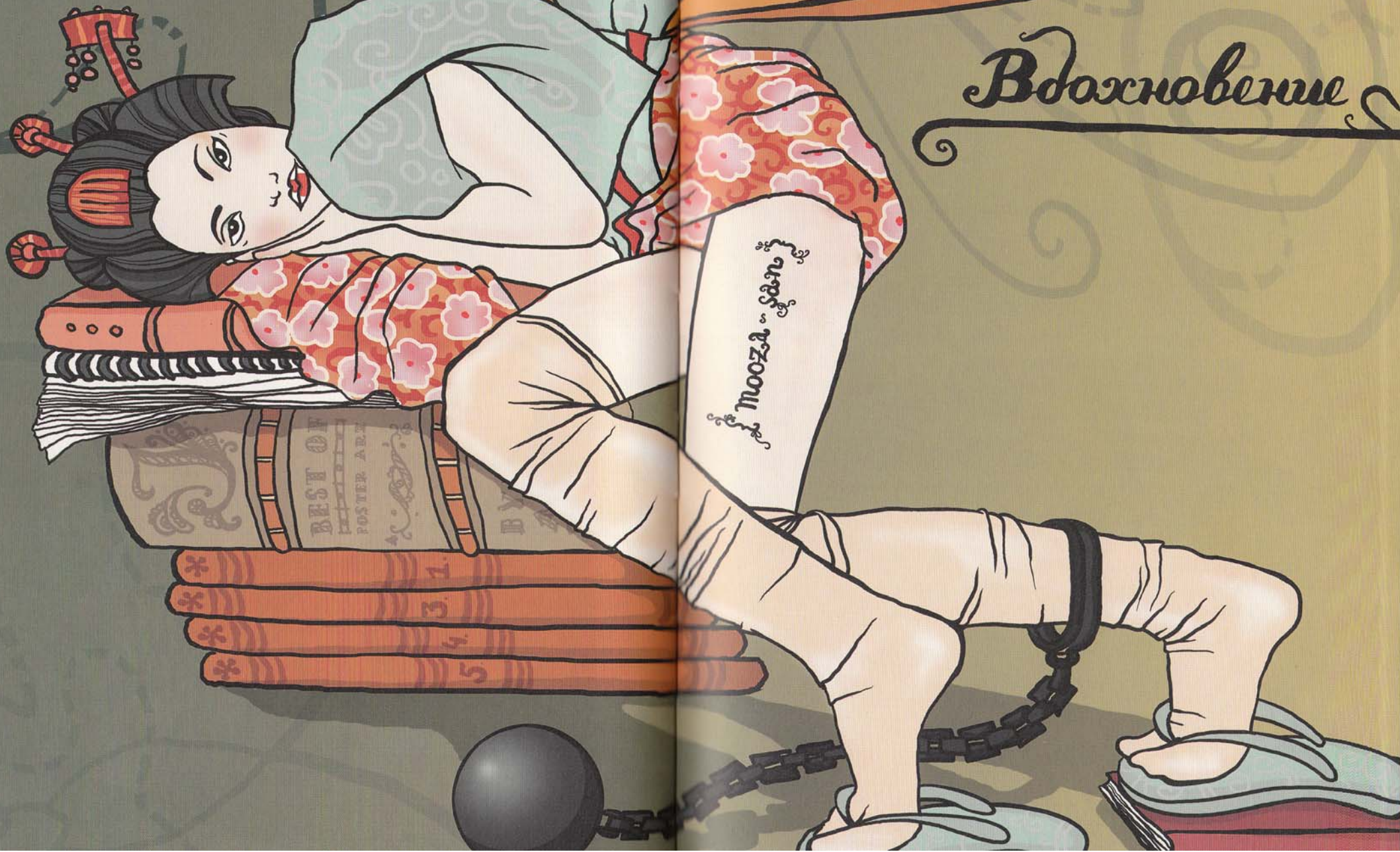
— Прямо перед дверью на улице висит! Большой плакат на заборе!

Иди и твори!





# Вдохновение





## Сказка про Музу

Я не люблю рассказывать сказки. Но иногда приходится.

Говорят, есть люди, которых Муза сопровождает всю жизнь, с самого рождения. Что бы они ни делали, она всегда рядом, держит их за руку и шепчет на ухо воодушевляющие слова. Все, что они творят, дышит вдохновением, и, взявшись за что-то, они не могут успокоиться, пока не добьются самых лучших результатов. У них столько идей, что не хватает ни рук, ни времени, чтобы претворять их в жизнь, и этот поток вдохновения не кончается никогда.

Об этом только говорят. Никто таких людей живьем не видел. На самом деле Муза обычно посещает людей неожиданно и столь же неожиданно их покидает. Задерживается она всегда на неизвестное время и уходит без предупреждения, когда ей вздумается.

Появление Музы обычно производит неизгладимое впечатление. Ее избранник начинает парить, творить и рваться куда-то ввысь. Мысль о том, что Муза могла бы покинуть его, пугает. Кажется, что жизнь без нее не имеет никакого смысла. Но удержать Музу невозможно. Однажды она обязательно улетит, и никто не знает, когда вернется снова.

Иногда Муза возвращается через день. Иногда — через год. А иной раз может пропасть куда-то лет на десять.





Ждать ее очень тяжело, потому что исчезает она обычно в самый неподходящий момент. Чаще всего тогда, когда все на нее рассчитывают, все так хорошо, что никто не хочет думать о плохом, ее включают в планы и напоминают о ее успехах, выторговывая цены повыше. Жизнь без нее представить трудно. А она возьми да и улети...



И выясняется, что самая трудная задача — это выдержать срок, когда Музы нет, и не сломаться. Нужно жить так, будто она вот-вот вернется, ждать ее и быть готовым отдать ей все время и внимание, едва лишь она появится на пороге, одновременно помня, что ждать, возможно, придется очень и очень долго. А может быть, она не вернется никогда?

Самое страшное происходит, когда человек совсем теряет надежду. Когда он слишком увлекается мыслью, что больше они с Музой не встретятся. Не в силах справиться с навалившимися новыми задачами и возложенными на него ожиданиями, он начинает грустить, машет на себя рукой и погружается в тоску. Если Муза решит вернуться и, появившись на пороге, увидит человека, «скатившегося» совсем, подойдет к нему, положит руку на плечо, а он взглянет на нее мутными неузнающими глазами, Муза повернется и уйдет прочь. И не вернется никогда. Потому что Муза очень обидчива.

К сожалению, этот текст не совсем сказка. Я видела такую сцену сама, когда Муза вошла в захлавленную комнату и остановилась на пороге, удивленная. Попыталась заглянуть старому другу в глаза, потеряла его со словами: «Это я, я вернулась!» — а он лишь покачал головой и отмахнулся.



Однажды в детстве я наблюдала, как она, увидев такое, ушла навсегда.

А около года назад я видела, как Муза, уходя, обернулась еще один раз. И пьяный музыкант, почти упустивший ее, вдруг понял, что происходит, и вернул ее в последнюю минуту. Но это — чудесная история. Ему очень повезло, да и сильно она его любила, редко Муза кому-то так благоволит.

Лучше не погружаться в тоску столь глубоко, а стараться все делать так, будто Муза всегда рядом. И готовиться к ее возвращению: читать, работать, учиться, заниматься всякими мелочами, на которые будет жалко времени потом.



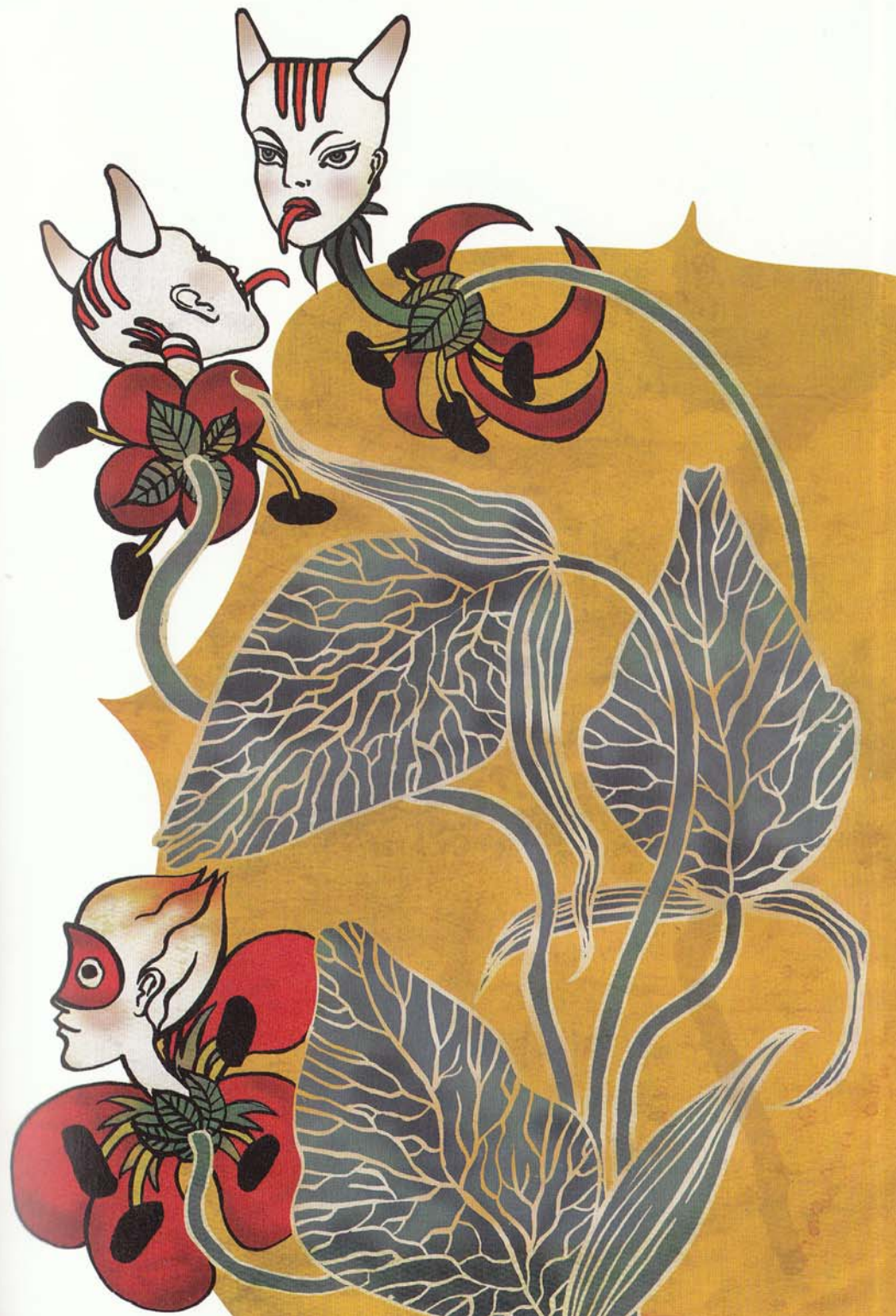


Все это пригодится — и вырученное время, и новые навыки, которые обернутся небывалыми успехами, когда Муза вернется и вы закружитесь в удивительном танце.



Эта сказка была подарена Денису четыре года назад, когда Муза вскружила ему голову, а потом вдруг улетела на несколько месяцев. Так они и живут по сей день: Муза прилетает и улетает то на полгода, то на несколько недель. К счастью, она всякий раз возвращается довольно скоро. А когда ее нет, мы вспоминаем эту сказку.

Иногда хочется рассказать ее другим.





## Когда Музы нет дома. Творческий кризис как образ жизни

Агент, раскручивающий иллюстраторов, отверг кандидатуру Доминика.

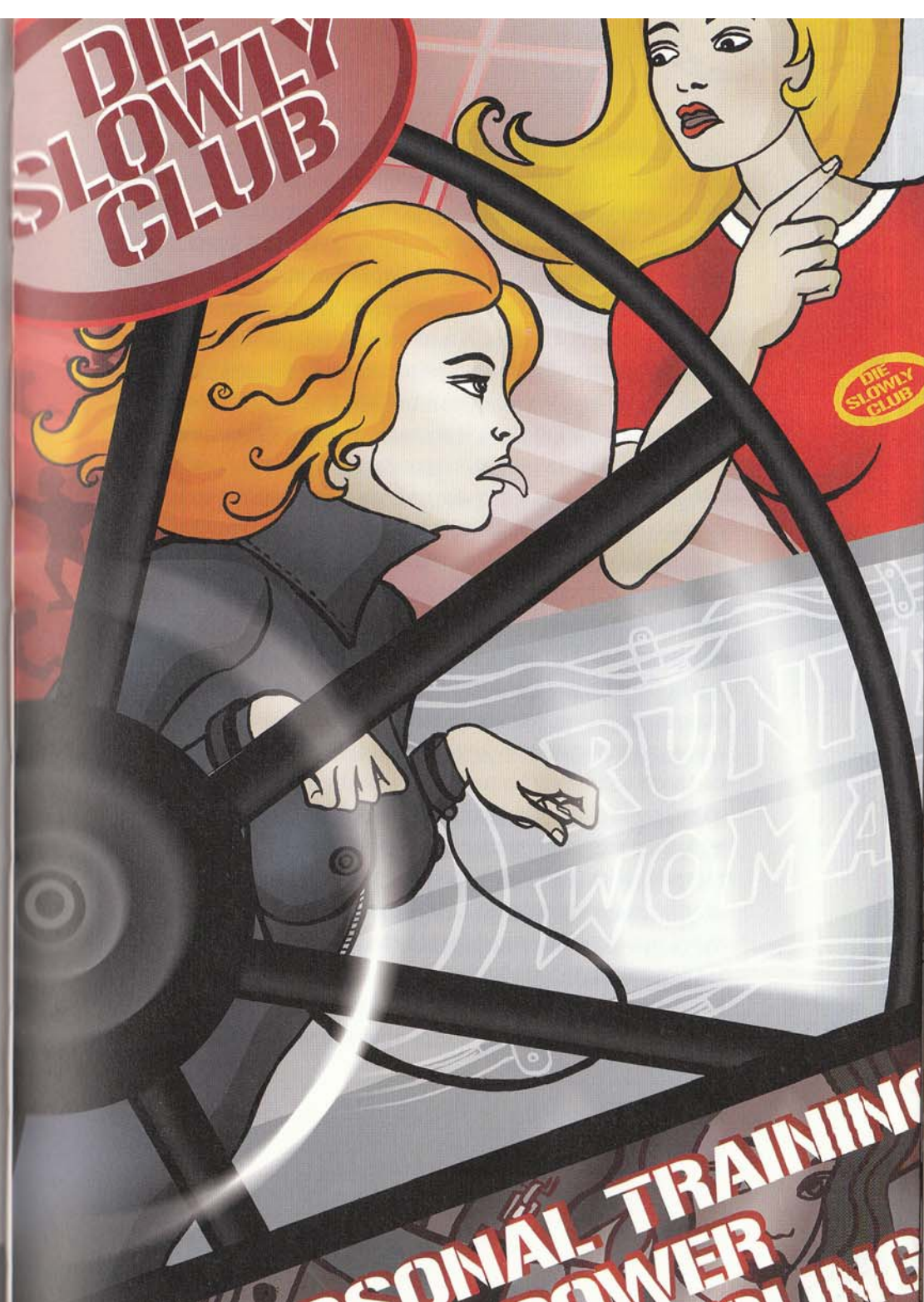
— Я хочу еще сто пятьдесят работ, — сказал он, закрывая папку с красивыми картинками, — Сто пятьдесят работ лично мне, в мое пользование, с правами и подписью. В виде страховки.

— Страховки от чего?


— От творческого кризиса! Вообще, если честно, лучше двести. Уж больно он творческий, этот ваш Доминик. Сгорит, влюбится, в долги влипнет, засомневается в себе, а я потом буду перед заказчиками на коленях ползать. Знаете, сколько раз уже такое было?

Конечно, знаю. Я даже когда-то рисовала шуточную историю в картинках, описывавшую все стадии творческого кризиса у дизайнера.

Начинать волноваться следует тогда, когда дизайнер старательно откладывает встречу, на которой нужно показать первые эскизы, и откровенно тянет время. Или когда он приносит набросок, который иначе как слабеньким назвать нельзя, а выслушав настойчивый совет переделать, через несколько дней приносит практически то же самое с едва заметными изменениями.







Это означает, что ничего особенного ему в голову не приходит, а получившееся не нравится до такой степени, что стыдно даже показать и обсудить с коллегами. Состояние это называется *творческим кризисом*, и развивается оно по нескольким возможным причинам.

Дизайнер просто не может придумать ничего нового, потому что в последнее время ему приходилось делать это слишком часто. Когда от человека требуют много разных идей сразу, он быстро проходит все этапы «массового производства эскизов»: сначала выдает все лучшее, что у него есть, потом начинает вспоминать идеи, которые когда-то были отложены в сторону, затем прочесывает библиотеки и фототеки и перерабатывает полученные впечатления в «интересные мысли», после чего ресурс исчерпывается. Так как он уже перебрал множество вариантов, все начинает казаться знакомым, и появляется ощущение, что больше ему не удастся сделать ничего нового.

Он был слишком занят собственными делами или проектами, поэтому взялся за работу слишком поздно. Проблемы, мешающие собраться с мыслями, бывают в жизни каждого человека: больные дети или родители, долги, разводы, переезды, равные двум пожарам, — все это может выбить из колеи основательно и надолго. Не меньшей катастрофой может оказаться творческий приступ, направленный на постороннее дело. Все мы сталкивались с безумными проектами, от которых невозможно оторваться. Они захватывают до такой степени, что кажутся самым важным на свете, и ни о чем другом думать невозможно. Даже отстранившись от проблем или проектов и в последний мо-

мент все-таки взявшись за работу, дизайнер не может сделать ничего хорошего. Потому что мысли все равно в другом месте, а положение усложняется еще и тем, что времени уже не осталось


Поставленная задача ни о чем дизайнеру не говорит. Разбираться во всем невозможно. Если ему близка тема, предлагаемая к разработке, это везение. Чаще дизайнера просят иллюстрировать незнакомые и неинтересные явления, требуют сделать работу в стиле, в котором он, как назло, плохо разбирается, или навязывают манеру исполнения, по каким-то причинам вызывающую антипатию.

Жизнь дизайнера так сложилась, что после нескольких удачных проектов ему долгое время постоянно говорили, что он — гений, делающий все безупречно. Наслушавшись таких приятных слов, человек иногда взлетает слишком высоко и перестает стараться. А сделав плохую работу, не хочет ее исправлять, потому что уверен в своей непогрешимости и принимает критику заказчика или арт-директора за каприз. Когда ему говорят в более жесткой форме, что все плохо, он расстраивается и у него опускаются руки.

Все это приводит к тому, что дизайнер, едва прочитав техническое задание, не может сделать хороший, сильный эскиз, полный искрометных идей. Так как это состояние для него непривычно, он не сразу начинает беспокоиться и некоторое время оттягивает наступление «момента истины», уверенный в том, что стоит только сесть на одну ночь и все получится. Когда он наконец приступает к работе и обнаруживает, что ценных мыслей нет и не предвидится,







начинаются паника и метания. Заметить, что дизайнер впадает в творческий кризис, довольно просто.

Узнав о задании все, он затихает и уползает в свой угол. Не говорит, что у него есть идея, не хвастается тем, как хорошо ему работается, и не показывает эскизов. Можно подумать, что он «ушел в себя» и работа захватила его, но вскоре становится ясно, что это не так.

Чем ближе к показу первых результатов, тем более невидимым становится дизайнер. Он старается не попадаться на глаза арт-директору или хотя бы не говорить с ним о работе. От предложений продемонстрировать эскизы он откровенно уклоняется.

Когда, окончательно потеряв терпение, арт-директор припирает дизайнера к стенке и требует показать эскизы немедленно, тот сообщает, что все почти готово. Осталось только поправить пару мелочей. При этом просит его не ждать, обещая, что подготовит все только поздно вечером или ночью. Это означает, что ничего не готово вообще, работа не начиналась или была брошена сразу после первых штрихов. И теперь он собирается все сделать ночью и выбывает себе последнюю отсрочку.

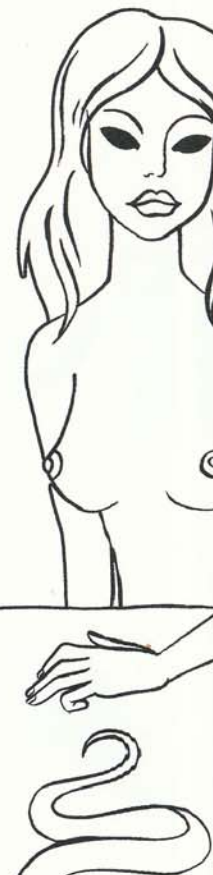
Если начальство слишком поздно замечает, что у дизайнера творческий кризис, а потом подгоняет его чересчур настойчиво, дизайнер часто начинает вести себя как ребенок, загнанный в угол. Сначала уворачивается как может: начинает «болеть», приходит на работу позже, отпрашиваться, брать отпуск. Если все эти извороты не помогают выколотить несколько дней на исправление положения, дизайнер начинает просто «пропадать»: не является

в офис, выключает телефоны и закрывает двери, а потом выдумывает фантастические обоснования своих поступков. Но это уже крайности, и, проделав такое, дизайнер часто вылетает с работы или вскоре уходит сам. Потому что работодатель больше не может быть в нем уверен (он подвел всех в ответственный момент), да и самому становится стыдно за свое поведение.

В последние годы, когда на волне бума интернет-технологий хорошие дизайнеры находили новую работу за два дня, многие позволили себе отыграть весь вышеописанный сценарий несколько раз и успокоились только после того, как все большие фирмы в городе закончились. И это вовсе не потому, что они такие злые и нехорошие. Просто творческий кризис — самое обычное явление, периодически наступающее каждого. Описанные здесь действия являются самым элементарным, что можно сделать, когда это неконструктивное состояние охватывает человека без предупреждения. Но стоит помнить о том, что подобные истории никому хорошей репутации и доброй славы не прибавили. Даже в большом городе, где много крупных компаний, нуждающихся в дизайнерах, такая истерика может аукнуться при поиске новой работы.



На самом деле все не так страшно. Творческий кризис зачастую можно предотвратить или пережить его без больших потерь. Для этого надо всего лишь следовать несколькими простыми правилами.







Не «вываливать» на каждое задание все лучшее, что есть в запасе. Грамотный арт-директор все равно не станет предлагать миллион идей заказчику, потому что у того только глаза разбегутся и он или не выберет ничего, или потребует все смешать в одну кучу. Поэтому чаще всего достаточно одной идеи с предложением ее купить. Соответственно, арт-директору тоже не нужно притаскивать десяток концепций, даже если они все подходят к данному заданию. Достаточно выбрать одну-две, наиболее пригодные, а остальные приберечь — они еще понадобятся.

Если удачный эскиз недавно выставлялся на обсуждение сотрудников, не нужно стыдиться примерить его к новому заданию, даже если большинство коллег это заметят. Хорошие идеи слишком ценны, чтобы выбрасывать их на помойку только потому, что они уже были кому-то показаны. Делать такие вещи в присутствии заказчиков не обязательно, но в агентстве или студии все свои и знают цену оригинальным находкам.

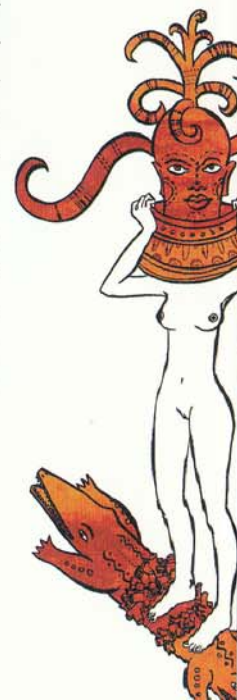
Если идея кажется тупиковой, а кто-то из коллег отзывается о ней с восторгом, имеет смысл ее подарить. Лучше наблюдать, как другой делает из нее нечто хорошее, чем похоронить ее. Возможно, в следующий раз кто-то ответит щедрому дизайнеру тем же.

Невостребованные мысли и фантазии нужно бережно хранить в тетрадках и коробках. Когда в голове пусто, можно обратиться к ним. Вполне вероятно, в копилке найдется подходящее решение.

Если творческий кризис все же наступил, нужно признаваться в этом как можно скорее. Никто не лишит дизайнера шанса попробовать выполнить задание, по крайней мере его будут готовы заменить, если не справится совсем. Когда арт-директор заметил, что кто-то «захандрил», хорошо бы вытащить из подопечного все то же признание. И похорошему предложить вместе поискать выход из положения, пока не поздно.

Не надо думать, что произошла какая-то редкостная трагедия. Творческий кризис — естественное состояние большинства людей. Если кому-то ни разу не доводилось его испытать, можно считать это простым везением. А «творческий приступ», позволяющий людям выполнять сложные заказы с легкостью и вдохновением, на самом деле — подарок судьбы, и рассчитывать на него нельзя.

При первом же столкновении с творческим кризисом дизайнер демонстрирует уровень своего профессионализма. Потому что профессионализм заключается именно в умении хорошо работать, даже когда прекрасные идеи и гениальные решения не падают с неба, стоит этого только

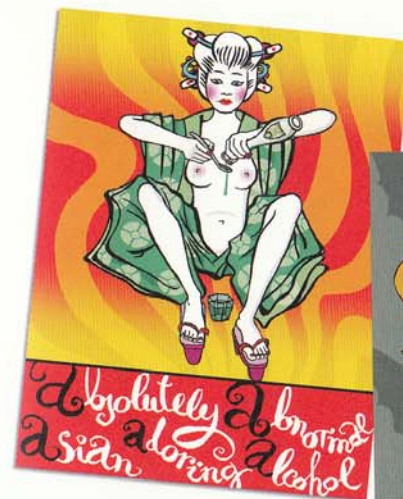
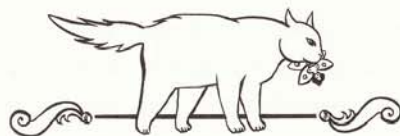




захотеть. Вернемся к словам агента в начале этого рассказа: он не доверяет художнику. Потому что боится, что творчество — это все, что у того есть. Чем больше у человека творческих порывов, тем больше он полагается только на них. И тем хуже это заканчивается.

Почувствовав приближение кризиса, дизайнер должен браться за работу немедленно. Если есть шанс выполнить задание хорошо, нужно иметь в виду, что теперь на это уйдет заметно больше времени.

Эта статья была написана вместо ответа на девять писем, присланных мне читателями. (Вот на какие мысли наводит сказка про Музу!) Почти в каждом письме авторы спрашивают: «Что же делать?» — и вздыхают: «Мне так грустно!» Вздыхать бесполезно, а сделать можно только очень простые вещи: продолжать работать, стараться никого не подвести и ждать, когда закончится кризис. А пройдет он обязательно, потому что все проходит.





## О скрытых возможностях человека

Большую часть времени я видела своего деда склонившимся над рабочим столом. Он писал докторскую по виктимологии (науке о жертве) и окружал себя папками, которые были набиты самыми интересными делами из местной прокуратуры. Позже они стали и моим любимым чтением. В то время как весь мой шестой класс зачитывался дедушкиным «Атласом судебной медицины», я путалась в тоскливых бланках прокуратуры, исписанных протоколами допросов простых людей. Понимать смысл сухих текстов было очень трудно, и периодически мне приходилось аккуратно обращаться к отцу с вопросами вроде «а что такое очная ставка?», но со временем из нескладных признаний вырисовывались невероятные, фантастические и захватывающие детективы.

Хотя историй было много, одна из них поразила меня более прочих. Пожалуй, она до сих пор остается самой удивительной из жизненных историй, когда-либо встречавшихся мне.

В отдаленном таджикском селении, не слишком затронутом советской властью, в лучших традициях средневековья жила большая семья. Все у них было как у людей: мужчины трудились в поле, женщины ухаживали за домом,

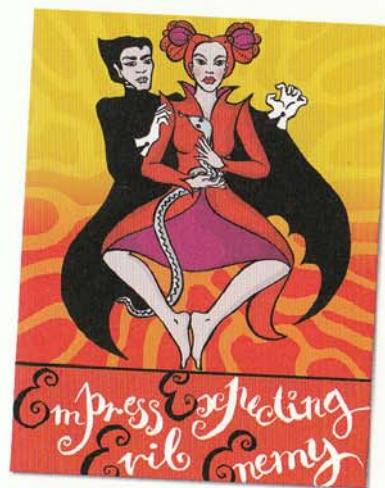




дочерей, оберегали от школы, чтобы они оставались как можно менее грамотными, что неимоверно повышало их ценность, когда дело доходило до замужества. А из мальчишек воспитывали настоящих мужчин, воинов, женихов, чтобы работали, строили и приводили в дом хороших жен. Только старший сын все ждал, когда жена подарит ему наследника.

После рождения четвертой подряд дочери глава семьи пригрозил опять беременной жене: «Еще раз родится девочка — зарежу всех!»

Не будем обсуждать, как следует обращаться с подобными высказываниями и сколько в них правды. Но когда в очередной раз на свет появилась дочь, произошло нечто необъяснимое: мать сказала мужу, что родился сын. После этого она начала искать выход из сложившегося положе-



ния, ждала подходящего момента, чтобы открыться, с каждым словом все более запутывалась в интригах и вранье и все сильнее боялась страшного наказания. Акушерка, принимавшая роды, и старшая сестра знали правду, но, несмотря на это, поддерживали безумную женщину, хотя понимали, что она совершает роковую ошибку.

Удачный момент для чистосердечного признания никак не наступал. И так прошло восемнадцать лет.

Дальнейшие записи и протоколы сопровождались заметками тех, кто участвовал в допросах членов семьи и расследовании. Все они выражали недоумение, даже «старые волки», прослужившие в прокуратуре десятки лет, не могли понять, как же такое могло случиться. Как?

Материалы дела были полны вопросов: как мог отец ни разу за восемнадцать лет не увидеть «сына» раздетым? Не





встретить в бане, в которую ходили дважды в неделю, не взять с собой на охоту, после которой все мужики купаются голышом в реке, не проявить обычное любопытство или недоверие, в конце концов? А медосмотры в школе, игры во дворе, общественные туалеты, миллионы бытовых ситуаций, в которых с детей снимают одежду?



Ответы женщин были похожи на бред: обманывали, говорили, что ребенок болен, прятали, укладывали в постель, не пускали, отвлекали. А муж? Муж верил, иногда сомневался, злился, не успевал проявить настойчивость, а потом опять становилось не вовремя, слишком поздно, не до того...

А сам ребенок? Что творилось у него в голове? И на что надеялись люди, которые довели его до такого состояния?

Победила всех советская власть. В отдаленные районы повесток в армию никто не слал, а в нужный момент про-




сто приходили домой и забирали очередного парня на медкомиссию. Так и нашего «героя» однажды привезли в военкомат, там раздели, удивились, посмотрели в паспорт с мужским именем и вызвали отца, чтобы разобраться. Просто потому, что глава семьи был, как и в большинстве домов, единственным, кто более или менее сносно говорил по-русски.

Отцу потребовалось несколько минут, чтобы хоть отчасти сообразить, что происходит, после того как ему показали его раздетую восемнадцатилетнюю дочь. Затем он выбежал на улицу. Несмотря на то что следом сразу поехала милицейская машина, он успел добраться до дома и смертельно ранить ножом нескольких женщин, работавших во дворе. Милиционерам, пытавшимся его остановить, тоже были нанесены тяжелые ранения.

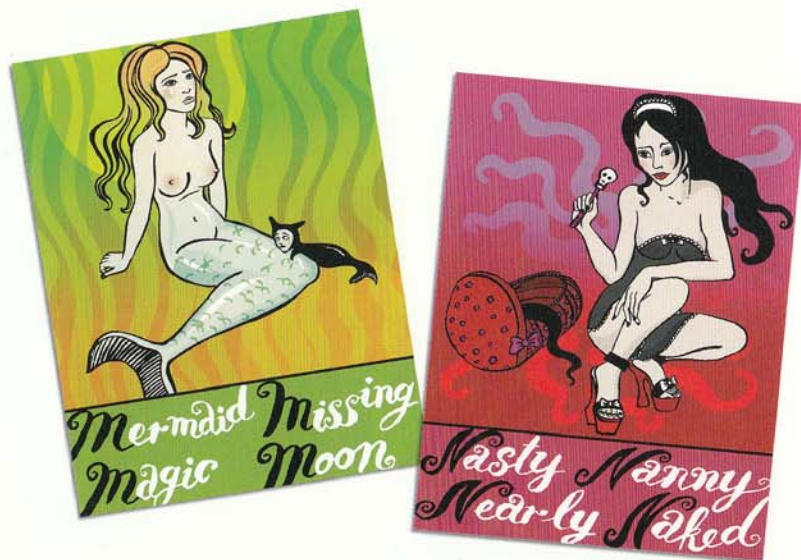






Расследование не добавило делу ясности. Убийцу не осудили, потому что преступление было совершено в состоянии аффекта, а уже неделю спустя он «созрел» для закрытой психушки, в которой и провел остаток жизни. Как обращаться с уцелевшими родственниками, не понимал вообще никто. Дочь, игравшую роль сына восемнадцать лет, направили к психиатру. Никто не знает, обращалась ли она к нему хоть раз.

Прочитав эту историю от начала до конца, я не сразу поняла ее глубину и размах. Несколько дней я ходила в школу, занималась своими делами, время от времени думая о прочитанном. Чем больше я размышляла о жизненных мелочах, которые столько лет приходилось обходить участникам страшной драмы, тем сильнее становилось ощущение, что история просто не может быть правдой. Убежда-



ли только документы прокуратуры — доказательство того, что все случилось на самом деле и эти люди сидели в тусклых комнатах, пытаясь объяснить, почему произошло страшное убийство.

Через неделю я перечитала все заново и поняла, что узнала о жизни несколько очень важных вещей.

Нет пределов человеческой фантазии, полетам творческой мысли, таланту, способности выдумывать, верить, надеяться, выкручиваться, так же как нет их у глупости, близорукости, слепоты, глухоты и способности обманывать самого себя.

Список вещей, на которые способен человек, бесконечен.





## Пик совершенства находится в золотой середине

Они появились в городе неожиданно и ниоткуда — молодые, красивые, загадочные — и сразу стали объектом всеобщего внимания. В первые же недели посетили самых интересных, важных и влиятельных людей, отцов местной богемы, их запомнили и приглашали приходить еще. Многим не довелось еще познакомиться с ними лично и оставалось только внимать слухам о появлении в городе каких-то особых людей. За короткое время я услышала множество слов, которыми их называли: «просветленные», «шарлатаны», «колдуны», «святые», «маги», «ведьмаки», «обманщики», но почему-то весь этот ажиотаж относительно мало меня взволновал. Видимо, для подобных страстей я была слишком мала — мне было четырнадцать лет.

Вскоре мы познакомились: они поселились по соседству, часто нас навещали и появлялись в домах, где мы тоже бывали. Беседуя с ними, я пыталась понять, что же будоражит умы всех друзей и знакомых.

Мое общение с Аней и Олегом складывалось довольно гармонично. Тем не менее хорошо с ними было всем и каждому казалось, что его связывают с ребятами особые отношения, хотя те не пытались вызвать это ощущение искусственно и ни под кого не подстраивались. Они были весьма





разносторонними личностями, со множеством интересов и знаний, поэтому самым разным людям было нетрудно найти с ними точки соприкосновения и темы для разговоров.

Я больше общалась с Аней, которая любила шить, мастерить всякие штучки из бусинок, цветных ниток и обрезков ткани и рисовать открытки. Несколько раз она удивлялась моим «мелочным складам», где скопилось все, с чем было жаль расставаться. Заметив Анин восторг, я подарила ей несколько жестяных банок, набитых бисером, стеклянными бусинками, кусочками кожи и обрезками меха. Через пару дней она принесла мне в подарок очень красивую самодельную сумку сложной конструкции, разглядывая которую я вдруг поняла, что она сделана из содержимого моих банок.



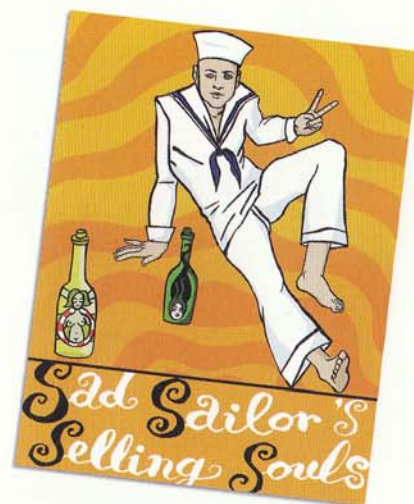
Позже я заметила, что похожие милые мелочи Аня делала для друзей постоянно. Получив в подарок предмет, попавший в разряд ненужных, она возвращала его бывшим хозяевам в новом виде, и вещь эта долго еще их радовала. Действуя таким образом, Аня не только преподносила людям приятные сюрпризы, она открывала им глаза на скрытые и очень полезные стороны некоторых вещей.

Несколько лет подряд мы ходили друг к другу в гости, обменивались красивыми безделушками, вместе пекли торты, болтая обо всем на свете, и я все отчетливее понимала, что в этих людях действительно было нечто особенное. В большей степени это касалось Ани: я не могла точно сказать, в чем было дело, но она отличалась от всех, кого я знала.

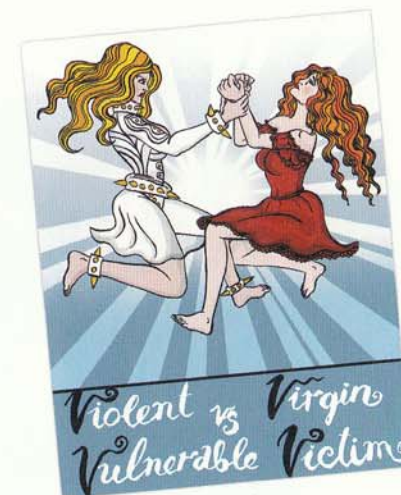




Помимо прочих исключительных качеств Аня обладала уникальной чертой: она все делала безупречно. По крайней мере так казалось окружающим. У нее ничего не валилось из рук, она не забывала важных вещей, не суежилась по мелочам, не выдумывала глупостей. Всего было достаточно, все было вовремя, к месту и точно так, как надо. Казалось, она успевает все. Я всегда думала, что если способность безупречно справляться со всем на свете существует, то человеку, овладевшему ею, жизнь станет не мила, он будет сильно уставать и крайне редко расслабляться. Аня же вовсе не была похожа на загнанного и обремененного трудами человека. Я часто наблюдала, как она отдыхает, гуляет, болтает с друзьями.



Пытаясь понять, как все это ей удастся, я неожиданно заметила, что ее безупречность вовсе не выражается в том, что она все делает наилучшим способом и по максимуму. Часто она делала вещи даже гораздо «хуже», проще, грубее, чем могла, обосновывая это тем, что в данной ситуации большего никому не нужно. В самом деле, как правило, обстоятельства не требовали создания шедевров, иногда сроки были важнее качества, или сам факт наличия чего-то в нужный момент уже разрешал все проблемы. От Ани окружающие получали не меньше, чем им было нужно, а зачастую и больше. Иногда она превосходила любые ожидания, удивляя всех приятным сюрпризом. И у людей никогда не возникало ощущения, будто их чем-то обделили, —





того, что она делала, всегда было по крайней мере вполне достаточно.

Я поняла, что человек, делающий все безупречно, выбирает не максимум, а золотую середину. Мастерство состоит в том, чтобы правильно решить, что в каждом отдельном случае является достаточным. Чтобы сделать незначительные мелочи не лучше и не хуже, чем надо. А сэкономленные силы потратить на важные вещи, выполнив их настолько хорошо, насколько это вообще возможно.

В изобразительном искусстве и дизайне это правило работает точно так же. С одним отличием: сделать хуже нельзя. Намалеванный «левой ногой» рисунок, поспешно закрашенный фон, недоработанную картинку или сва-



ленную в кучу композицию обязательно заметят, и работа будет оценена как плохая, сколько бы ни пел дизайнер о новомодных идеях и концепциях, более важных, чем исполнение.

Многого можно добиться малыми средствами. Покрыв несколько квадратных метров микроскопическими штрихами, каждый художник однажды заметит, что множество точек, поставленных на рисунке свернутой из бумажки палочкой, выглядят не хуже, а времени это занимает в десять раз меньше. Конечно, нарисовать миниатюру, поражающую воображение своей филигранностью, гораздо приятнее, и каждому когда-либо захочется сделать работу, о которой коллеги скажут: «Не верится, что у кого-то может хватить на такое терпения».

Умение возиться с мелочами, не жалея сил и времени, всегда очень похвально. Но иной раз стоит подумать, не лучше ли вырезать фигурку для плаката из цветной бумаги и потом целый вечер украшать ее деталями, вместо того чтобы провести всю ночь в попытках ровно залить краской одно пятно и не успеть ничего, кроме этого.





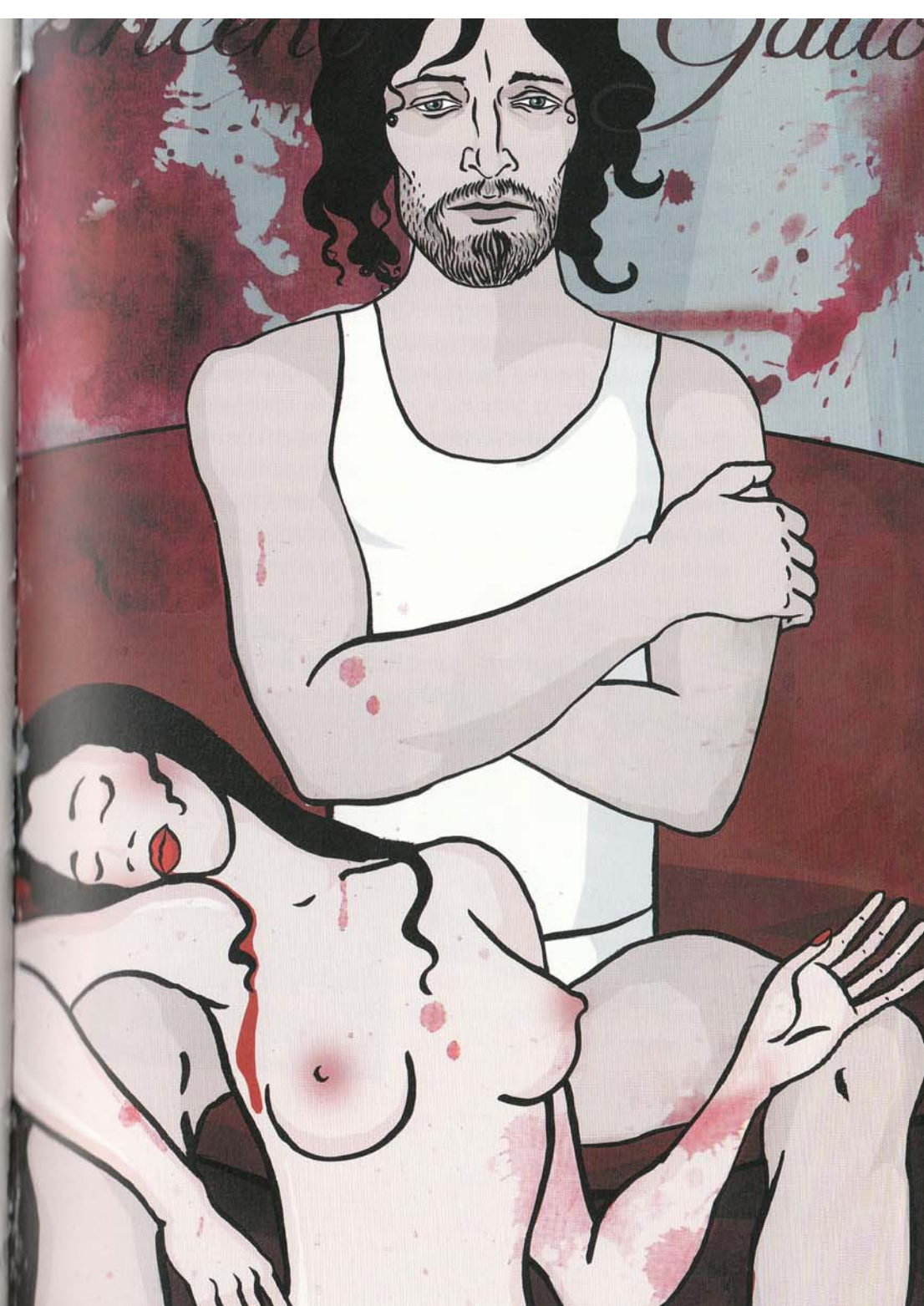
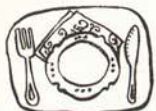
## О том, как надо работать

Недавно мы совершили героический поступок: вытащили с антресолей неподъемную папку со старыми картинками и рисунками. Груда воспоминаний из прошлой жизни — мои студенческие работы и иллюстрации знакомых художников, нарисованные для детского журнала, где мама работала худредом. На обратной стороне многих картинок — пометки, свидетельствующие о том, что они побывали в типографии: числа, проценты, увеличение-уменьшение, «номер такой-то», «обложка», «разворот»...

Тогда это были просто картинки, сделанные для детского журнала. Некоторые нарисованы за ночь, чтобы заработать на бутылку. Другие пропихнуты в советский журнал «ради эксперимента», чтобы можно было потом всей командой радоваться: «Прошло! Напечатали картинку в детском журнале! Не заметили, что в речке шприц!»

Среди прочих нашлась работа художника Миши, которую я сохранила на вечную память. Потому что на ее примере я впервые в жизни что-то поняла о том, как надо работать...

Художник Миша был странным созданием. Он путешествовал по всей стране и везде, где останавливался, немедленно начинал работать иллюстратором. Этим и жил.





Картинки ему давали делать всегда и повсюду. Потому что он обладал двумя фантастическими качествами: во-первых, мог нарисовать что угодно в любом стиле, а во-вторых, никогда никого не подводил и всегда брал работу, независимо от того, сколько на нее давали времени, будь то плакат за ночь или разворот к обеду.

За это ему прощались некоторые особенности его характера. А характер у него был очень необычный!

В свободное от работы время Миша пробовал на себе все, что можно, и делал своими руками все на свете. Он гнал из самых неожиданных субстанций (от гуталина до таблеток) самые немыслимые вещества, ел и пил их, колол в вены и мазал на лоб, чтобы посмотреть, что получится. С этой



же целью он покрыл себя наколками во всех местах, до которых хоть как-то мог дотянуться. Он делал из подручных материалов все — от кукол до причудливых музыкальных инструментов. При этом проявлял невероятную изобретательность: замачивал линейки в соляных ваннах, травил какие-то пластинки из экзотических металлов кислотами или пропитывал воском и масляной краской брезент и обдирает его потом деревяшками, пока он не становится похож на замшу.

Все это наложило отпечаток и на его внешний вид. Миша был странным типом, которого периодически передергивал нервный тик, он мало говорил, а иногда часами играл на самодельных инструментах, издававших нестандартные звуки. Юмор его был не менее странным. Порой он просыпался утром весь в синяках и совершенно не помнил, что было ночью...

Однажды мои родители решили надолго уехать и уже в дверях, в последнюю секунду, оглянувшись на квартиру, полную первокурсников-художников, решили, что хорошо бы за ними присмотреть. И поручили это ответственное дело Мише.

Миша обрадовался, ему нравилось караулить наш дом, потому что там было много интересных вещей, вроде офортного станка, с которым он любил поиграть.

Он пришел в первый же день вечером и сообщил, что будет нас сторожить. Мы собирались не спать и готовиться к выставке. На словах это означало, что всю ночь мы будем творить и вершить великие дела. На практике же — валять дурака до утра...





Миша уселся в уголке, свернул косяк и выкурил его сам, делиться с детьми не стал, буркнув что-то вроде: «Я же вас караулить пришел, брысь отсюда!» Потом он разгреб на покрытом метровым культурным слоем столе местечко, где едва умещался альбомный лист. Вытащил из своей сеточки слегка серую бумажку, коробку школьных цветных карандашей и ленинградскую акварель. И начал работать. Скривившись на неудобном стуле, опершись одним локтем на краешек стола.

Всю ночь Миша просидел в своем уголке, не поднимая головы. За его спиной веселился народ, орала музыка, падали стулья и люди... Над ним проносились мухи с приклеенными к спине перышками из подушки, в сантиметрах от него слетали с верхних полок книги, через его руку, наступая на работу, перешагивали мои кошки. Но Миша не реагировал ни на что.

Под утро мы устали. Извели довольно много бумаги. Не нарисовали ничего дельного и даже испортили несколько давно начатых плакатов, потому что не могли сосредоточиться и что-то покрасили криво. Нас окружал ужасный беспорядок, по всей комнате была разбросана грязная посуда, палитры, бумажки, ножницы...

А Миша к пяти утра встал, аккуратно положил в сеточку свою бумажку и тихо сказал: «Ну, я пойду посплю, мне к обеду картинку сдавать...»

Тут мы решили поинтересоваться: «Ты что-то там нарисовал вообще? А покажи?»

И Миша достал из своей сеточки картинку и положил ее на диван.

Нам стало стыдно. А также понятно, что на самом деле означает «рисовать всю ночь».



Картинка эта теперь висит у меня на стене. На вечную память о первом уроке жизни, благодаря которому до меня дошло, как надо работать.





## Звезда и смерть креатив-директора

Хенрик был обычным, в меру замученным арт-директором, перебравшим почти все большие компании в городе. После шестого места работы особо привлекательных для него вариантов не осталось, и он начал понимать, что перемены теперь возможны только к худшему. В последней (нашей) фирме он трудился уже третий год, тонул в рутине, изнывал над скучными заказами и мечтал о повышении по службе, но никто не считал его работы выдающимися, и карьера не продвигалась.

Однажды он сидел в офисе темной ночью и горевал: на столе лежало срочное задание, к завтрашнему утру нужно было писать концепт. Всю неделю он откладывал дело на потом, так как всякий раз подворачивалось что-то более интересное, теперь же до сдачи оставалось каких-то десять часов, и в голову ничего не приходило. Хенрик вышел покурить на лестницу, где встретил админа с нижнего этажа. Тот, выслушав трагическую историю, отсыпал собрату по несчастью кокаина. Окрыленный наркотиком, Хенрик за два часа написал потрясающий концепт, потом завершил несколько незаконченных проектов. Начальство было в восторге от новых идей и хорошо сделанной работы и заваляло Хенрика свежими заказами, а он, боясь разочаровать





публику, продолжал ежедневно нюхать кокаин и вдохновляться с помощью ЛСД.

Через два месяца, когда админ-спаситель был уволен за употребление наркотиков на рабочем месте, а Хенрика повысили в должности до креатив-директора, его уже преследовал звук в ушах, он начал видеть и слышать то, чего нет, и понял, что вскоре спятит, если не расстанется с отравой немедленно. Он собрался с силами, купил в аптеке побольше препаратов, облегчающих страдания, и «завязал с наркотой». Естественно, начал болеть и погрузился в депрессию, а начальству сказал, что у него грипп.

И тут ему дали первый по-настоящему большой заказ.

Появления клиента ждали, затаив дыхание. Ходили слухи, что он хочет веб-портал стоимостью в шесть миллионов, что он сумасшедший, эксцентричный, избалованный бизнесмен. Он павлином прошел по коридору в конференц-зал, сопровождаемый прекрасной ассистенткой в черных шелках. Затем он поведал о желании получить не просто портал, а предмет современного искусства — дерзкий, необычный, вызывающий, уникальный в своем роде. Он требовал рассмотреть все самое лучшее и экстравагантное, что придумали в последнее время молодые дизайнеры, и сделать еще лучше, оригинальнее и смелее. Хенрик слушал его с отсутствующим видом, заливаясь слезами и шмыгая носом, а после переговоров уполз домой и улегся в постель на неделю.

Очнулся он вечером накануне следующей встречи с заказчиком, с пустыми руками и без единой идеи. Чтобы показать людям хоть что-то, он сел перебирать самые лучшие



сайты молодых дизайнеров и слепил за вечер десяток образцов, собрав в каждом из них наиболее удачные находки из чужих (хорошо известных в сети) шедевров. Получился коллаж, но Хенрика это не смущало: он решил сказать, что это сборник идей, размышления в картинках, что он все объединит и соберет потом в процессе работы, а сейчас хочет продемонстрировать разные спецэффекты, которыми можно развлечь пользователя. Но он совершил роковую ошибку.

Заказчик, не интересовавшийся проектами молодых веб-дизайнеров и потому не узнавший всем известных страниц, влюбился в произведение Хенрика и сказал, что менять ничего не нужно, потребовал немедленно приступить к работе и делать страничку точно по первому эскизу. Он слышать ничего не хотел об «окончательных вариантах» и не мог понять, почему Хенрик не рад — не часто ведь работу дизайнера принимают с первого раза.

В последующие месяцы Хенрик отчаянно пытался заметить ворованные элементы похожими своими, но ничего





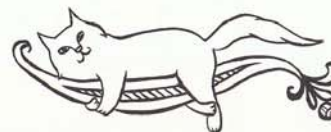
не выходило — клиент замечал изменения и требовал вернуть назад первый, более удачный вариант. Дизайнеры, прекрасно знавшие все странички, послужившие материалом для компиляции, молча делали свою работу и с ужасом ждали финала. «Когда сервер будет готов, это будет гром среди ясного неба, — радовался заказчик. — Мы поразим мир веб-дизайна, о нас будут писать все газеты!» А дизайнеры шептались: «Да, знал бы ты, что о тебе будут писать в этих газетах».

До сдачи оставалось три недели, Хенрика охватила паника. Одним прекрасным утром он ворвался в администраторскую с криками: он каялся, что открыл файл с вирусом, присланный другом по электронной почте, и тот сожрал все, что было в поле его досягаемости за считанные минуты, включая содержимое рабочего сервера, с которым Хенрик, как на грех, был соединен. На сервере действительно погибли все документы, связанные с проектом, копий у дизайнеров не осталось, потому что хранить готовые картинки на персональных компьютерах было запрещено. Коллеги, понимавшие, что происходит, промолчали, дружно заподозрив Хенрика в саботаже. К сожалению, у заказчика нашелся архив всех файлов двухмесячной давности. Сдачу отложили на два месяца. Дальше проект ожидали многочисленные несчастья. Ломались компьютеры, пропадали труды целых недель, рассылались сообщения с ошибкой, на основании которых дизайнеры неправильно заменяли кучи кнопок или переписывали ненужные документы на место нужных. Проект затягивался, у клиента пришлось выпросить дополнительные два месяца, потом еще три, а

через полгода фирма предъявила ему счет за работу нескольких десятков дизайнеров, менеджеров и программистов. Увидев в счете лишний миллион, заказчик обиделся и платить отказался.

Дальнейшая судьба проекта осталась для исполнителей скрытой. Адвокаты участвующих сторон как-то обо всем договорились, но портал, слепленный из множества ворованных картинок, никогда не увидел свет. Хенрик был с треском уволен за плохую работу и с тех пор ставит музыку на дискотеках.

Зато все дружно выучили урок: показывая эскиз клиенту, будь готов к тому, что он ему может понравиться как есть.





# Иллюстрация. Рисование





## Сделай то, не знаю что

Каждый, кто пытался сделать что-то сам, часто замечал, что задуманное не совпадает с результатом. Особенно от этого страдают люди, занимающиеся изобразительным искусством. Однажды мой друг Стэнли, очень хороший фотограф, подслушал беседу двух художников, сокрушавшихся о том, как сложно заставить руку рисовать то, что у автора в голове. «У меня таких проблем нет, — сказал Стэнли. — Когда я смотрю через объектив, оценив условия съемки, я точно знаю, что у меня получится». Рецепт Стэнли прост: он учился на фотографа в дорогом американском институте, где ему пришлось сделать сто тысяч фотографий, записывая при этом детали создания снимка. Затем все «где», «когда», «чем» и «на чем» анализировались и запоминались, и всего лишь пятнадцать лет спустя Стэнли научился безошибочно предвидеть, какими будут его фотографии.

С рисунками и картинами все еще сложнее. Достоверно предсказать движения человеческой руки, поведение кистей, красок и бумаги невозможно, и сто тысяч ранее выполненных рисунков практически не меняют положения. Некоторые, поработав двадцать лет в одной и той же технике одними и теми же приемами, обретают способность с

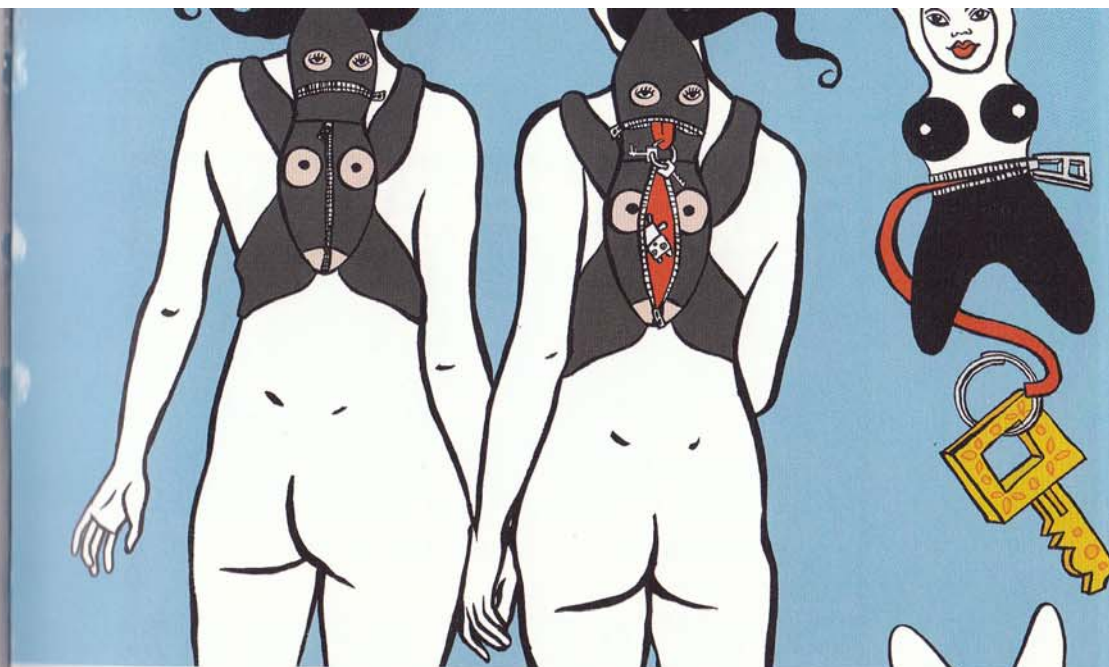




большой точностью планировать, что у них получится. Но со временем становится ясно, что развивается не способность сделать то, что представляется и хочется, а умение подгонять свои фантазии и желания под собственные, весьма ограниченные, возможности.

Казалось бы, с появлением компьютерной графики проблема должна быть решена. Здесь рабочие инструменты делают точно то, что от них требуется, и файл всегда можно исправить. Вектор можно гнуть и крутить, пока линия не приобретет нужный изгиб и правильную форму. Подбирать цвета и перекрашивать рисунок можно до бесконечности. Но не тут-то было. Компьютерные графики, дизайнеры и иллюстраторы столкнулись с той же бедой: пока обдумываешь будущее произведение, в мыслях оно такое изящное, красивое, интересное, яркое, гармоничное, а когда начинается работа, все выглядит совсем по-другому. В конце концов, внутренне решившись на целый ряд компромиссов, расставшись с некоторыми идеями, изобретя что-то новое здесь и там, мы получаем результат, который нас устраивает. Но насколько он похож на задуманное?

Очень часто нам кажется, что после всех стараний мы получили совсем не то, чего хотели. Мой друг Денис однажды в ответ на вопрос «Как твоя работа?» с горечью в голосе произнес: «Того, что вы заказывали, сегодня не дают. Дают другую красивую картинку. Хотите? Ладно вам, изящную и с точными линиями ему подавай, какие мы требовательные! Нету! Может быть, завтра завезут, попробуйте обратиться к вечеру. Зато есть удачные зарисовки с очень живыми линиями. А чего это вам не нравится? Ну, скучнова-



то, конечно, но посмотрите, какая линия, она одна дорогого стоит, такие тоже обычно только по талонам».

Так разочарованный художник торгуется сам с собой: «Не совсем то, чего хотел, но ведь не так плохо? Лучше, чем ничего».

Денис в свое время очень увлекся поисками решения этой проблемы. И обнаружил, что сложности начинаются гораздо раньше, чем он думал. Его гениальная идея заключалась в том, что нужно закрыть глаза, хорошо рассмотреть картину, которую он себе представлял, запомнить все в точности и потом «срисовать ее оттуда». При первой же попытке проделать нечто подобное выяснилось, что шедевр в его голове практически не содержит деталей!

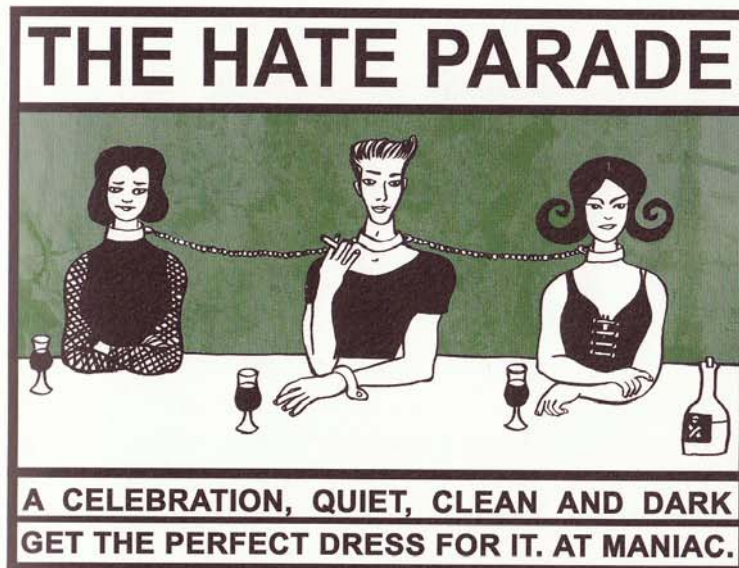




К примеру, задумал он нарисовать портрет. Ему казалось, что он точно представляет, как все должно выглядеть, в его мыслях картина была совершенна. «Присмотревшись» к своей фантазии, он, к величайшему изумлению, не нашел там ни рук, ни ног. В его воображении было не важно, насколько точно нарисованы руки. Все виделось таким гармоничным, что мелочи не имели значения, его ум просто не стал дорисовывать столь незначительные детали. План не сработал, стало понятно, что срисовывать «из головы» вообще нечего. От всех подобных экспериментов ничего не прояснилось, совершенство невоплощенной работы заключалось неизвестно в чем.

Выходит, собственный ум ежедневно дает нам знаменитое задание «сделай то, не знаю что». И выполнить его, естественно, невозможно. В лучшем случае можно умудриться сделать работу, которая в достаточной степени устроит нас в данный момент, и уговорить себя принять ее взамен того мифического идеала, которого в действительности нет и не будет. Если художнику это удастся, считайте, что ему повезло.

Что же тогда сказать о нашей работе, когда мы пытаемся изобразить то, что привиделось другим?



сделайте все на германском фоне

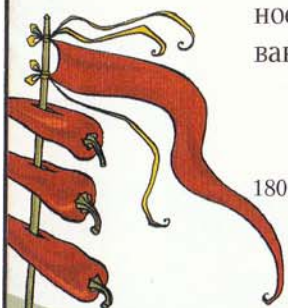


## Паровоз — хорошо, а олени — лучше

Началось все с вопроса, верно ли утверждение о том, что иллюстрации, созданные или обработанные с помощью компьютера, — «второсортные» или чем-либо хуже сделанных руками.

Так получилось, что все необходимое профессиональному художнику для работы было у меня под рукой с детства. Родители рисовали много и приносили в дом разнообразную технику, значительно облегчавшую их труд. Некоторые орудия производства они делали сами, другие доставали, пуская в ход всевозможные связи и отдавая за оформные станки и талеры последние деньги.

Был у нас копировальный стол, который отец сделал из деревянной рамы, покрытой стеклом, аккуратно обклеенным с внутренней стороны несколькими слоями кальки. Снизу стекло подсвечивалось тремя люминесцентными лампами, их мощности хватало для того, чтобы пробить три слоя 250-граммовой бумаги. Работало это устройство следующим образом: делались наброски, на которые клали белые листы, после чего рисунок обводили, по ходу дела поправляя все неточности. Особенно ценной была возможность рисовать тушью без предварительного эскиза, оставшегося на нижнем слое. Ничто не сравнится с чистым





листом, на котором уверенной рукой, без ошибок, исполнен рисунок пером. Обводя эскиз на копировальном столе (иногда далеко не первую его версию), художник опирается на подсказку, никому, кроме него, не видимую. Движения его уверенны, он точно знает, что собирается изобразить, ведь под его рисунком уже находится выстрадавшая, неоднократно исправленная картинка, на которой сохранились все ошибки. Ему остается лишь еще раз обвести собственное произведение, и у него есть свобода выбора: сделать линию безупречной или, играючи, отклониться от курса здесь и там, чтобы разбавить скучную ее правильность.

Эти приспособления остались где-то далеко в прошлой жизни. А недавно мы вдруг наткнулись на копировальные столы в магазине для художников. Разглядывая агрегаты немецкого производства с красивыми пластиковыми рамами и кнопками на боку, мы обнаружили, что наша домашняя версия была более всего похожа на самую большую и дорогую из здешних моделей, стоящую целое состояние. Немедленно вспомнились старые времена и то, как хорошо нам работалось, и я вздохнула: «Эх, завести бы такое снова».

Но папа, сам когда-то притащивший это чудо техники в дом, вдруг сердито поморщился и покачал головой: «Нет, нет, ни в коем случае! Не надо, это дорога в тупик!»

Я была поражена. Ведь так хорошо все получалось! Картинки выходили красивые, линии были четкими, делать то, что нравится, не возвращаясь по сто раз к другим частям работы, было так приятно. Сколько нервов, сил и времени этот стол сэкономил нам всем.

Но когда папа вспоминает о тупиках, стоит прислушаться. Уж он-то знает, о чем говорит. Человек, десятилетиями рисовавший тысячи иллюстраций для учебников так, чтобы дети на картинках были одинакового возраста и линии были выдержаны в едином стиле, да еще чтобы все было готово в срок, — он прошел все тупики и трудности, какие могут встретиться на пути художника.

Все оказалось просто и ужасно: многолетний опыт работы привел моих родителей к мысли, что самое ценное в процессе рисования происходит в тот момент, когда человек пытается перенести на холст или бумагу картину, находящуюся у него перед глазами или в его воображении. И с каждой мелочью, помогающей сделать этот необычайно трудный шаг, с каждым наложением нового листа на испорченный рисунок, с каждой калькой, карандашной линией, подправленной и затертой резинкой, с каждой замаскированной кляксой, подтянутым вектором, отретушированным пикселем художник что-то теряет.

На этом месте я хочу обратить внимание читателей, по чьим просьбам написана эта статья, уже начавших гневно стучать кулаками по столу и формулировать ноты протеста: это «что-то» теряет не картинка. Теряет художник.

Тут не будет спора о том, насколько заметно по рисунку, чем и как его сделали, и становится ли он хуже от использования в работе техники и вспомогательных средств. Каким образом художник достигает своей цели, совершенно не важно для результата, но очень важно для него самого.

Не зря столько хвалебных песен спето о пути наибольшего сопротивления — рисовании руками, без помощи, без





поддержки, с натуры или в крайнем случае по фотографии или наброску, положенным рядом (не под кальку!). И не зря именно этот способ рисования — самый тяжелый, нагоняющий тоску, убивающий надежду на то, что когда-нибудь станет лучше или легче.

В этом изнурительном бою, преодолевая нежелание, ощущение полной беспомощности и обычную человеческую лень, художник крайне медленно и понемногу приобретает нечто весьма ценное. Мой учитель, Владимир Серебровский, называл это «чувством свободы», появляющимся, когда художник понимает, что не боится ничего, — он может нарисовать все что угодно и знает, что для этого ему ничего не нужно, кроме собственных рук и простейших материалов.



Описанная ранее проблема, когда не получается передать то, что нарисовало воображение, видимо, неразрешима. Изобразить эмоцию нельзя: когда ее описывают абстрактными образами, она перестает быть тем, чем была в мыслях, и от этого нет спасения.

Но случается, художник в точности знает, что он хочет нарисовать. Перед ним натура, он видит ее, знает, каким штрихом, цветом, линией ее нужно передать, или ему до мельчайших подробностей известно, как будет выглядеть законченное произведение. Выясняется, что и этого не всегда достаточно. Потому что сделать точно как задумывалось не выходит. Пальцы не слушаются — хочешь нарисовать одно, а получается другое. В отличие от предыдущей проблемы эта напасть лечится: умение заставить руку делать точно то, что требуется, лучше всего вырабатывается

во время рисования самым традиционным и трудным способом.

И больше ничем! Я решила поверить на слово Серебровскому и другим людям, знающим, о чем они говорят. Проверять теорию не хочется — жаль потратить годы.

А то, что приобретается во время вышеописанных мучений, приносит много вдохновения. Это ли не достойная награда?



«Что же получается?! — воскликнул мой друг Василий, прочитавший этот текст первым. — Рисовать с кальками, обводить отсканированные наброски и пользоваться всякими трюками — нельзя?»

Можно и нужно. Работы часто бывает слишком много, чтобы успеть сделать «ручками» все. Но лучше помнить о том, что, пользуясь «ленивым» способом, художник не приобретет ничего, кроме отдельной готовой картинки, а этого ему иногда мало. Впрочем, об этом уже говорилось в истории «Пик совершенства находится в золотой середине».





## Собственный стиль — достойная цель или тупик?

— Эта статья для тех, кто любит разводить полемику.  
Хотя лучше не разводить ее вовсе, а просто работать.

— Да, но тема многим покоя не дает.

— Написать будет трудно.

— Да уж. Можно нечаянно многих повергнуть в творческий кризис!

— А пусть. Так им и надо!

— Не люблю я людей в кризисы ввергать.

— Они сами виноваты будут.

И так два часа.

Началось все со звонка Дениса. Периодически его охватывают сомнения относительно правильности его действий, тогда Денис звонит и рассказывает о своих терзаниях. Видимо, эта привычка сохранилась с тех времен, когда я была его арт-директором, а он — практикантом.

С той поры прошло много времени, и Денис медленно, но верно превращается в отличного художника. Бог дал ему не только большой талант и море вдохновения, но и тяжелое детство с «деревянными игрушками», заставившее рано повзрослеть, многому самостоятельно научиться и продолжать работать над собой.

Звонит утром Денис и вздыхает:





— Знаешь, посмотрел я разных художников в «Живом журнале», да и в других местах, и подумал: наверняка я что-то делаю неправильно. У них есть свой стиль. Все картинки узнаваемые, увидел пять рисунков одного автора и легко опознаешь его в других двухстах работах. А я? Все картинки разные! Хорошо, если увлекусь так, чтобы на серию из пяти штук хватило, тогда хоть немного похожи.

— И что тут плохого?

— Как что?! Нет узнаваемого стиля.

— Зато есть узнаваемый почерк. И ты не ездишь на за-  
тасканных приемах. Радуйся.

— А я вот не знаю, радоваться мне или плакать. Понимаю, что весь этот «узнаваемый стиль» есть сумма наработанных приемов. Художник их сам придумывает или подсматривает где-то и начинает на них «кататься». Это один из самых популярных и одновременно страшных тупиков для художника, какой только можно себе представить. С другой стороны, когда этого нет, думаешь, что лучше бы оно было...

Все «за» и «против» узнаваемого стиля мы перебираем уже года четыре. И каждый раз приходим к заключению, что «ну его в баню, надо работать, а не обсуждать, хорошо это или плохо», но все равно никак успокоиться не можем.

Вот полный список аргументов. Выводы каждый сделает самостоятельно.

⊖ Узнаваемый стиль не всегда состоит только из массы наработанных приемов, на которых непрерывно ездит иллюстратор или художник. Но, к сожалению, чаще всего происходит именно так.



⊕ Он наработывается немалым трудом, но когда дело уже пошло, укрепляется довольно быстро. Как только стиль выработан, появляется уверенность — в его границах художник чувствует себя сильным.

⊖ Поэтому так трудно оторваться и начать двигаться в новом направлении. Это — тупик, ведь многим в определенный момент жизни хочется перестать делать «одно и то же», а отойти от привычного страшно.

⊖ Когда человеку хорошо живется среди наработанных шаблонов, он может и не вспомнить о том, что надо бы развиваться дальше. Потому что ему и так неплохо. А двигаться вперед необходимо.

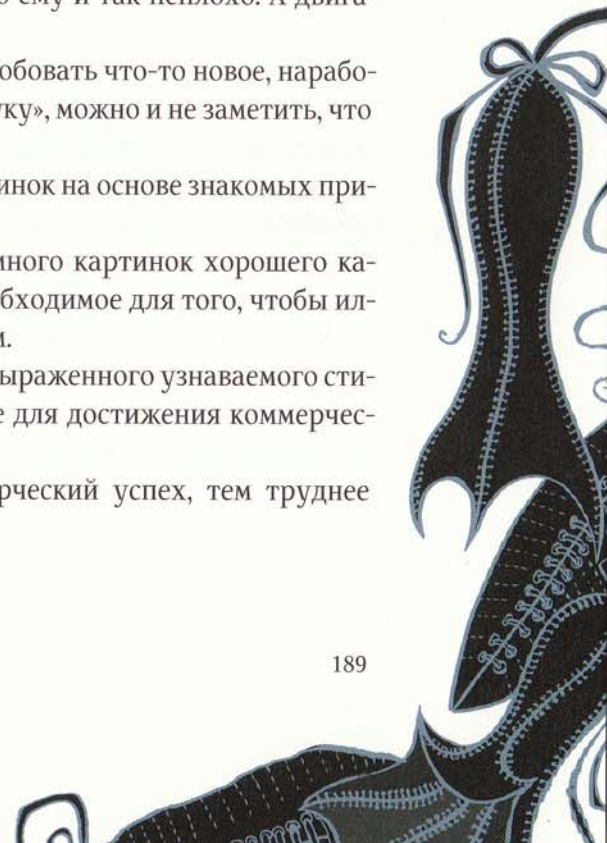
⊖ Даже когда пытаешься пробовать что-то новое, наработанные приемы «лезут под руку», можно и не заметить, что опять нарисовал старое.

⊕ Создавать несколько картинок на основе знакомых приемов легко.

⊕ Именно умение сделать много картинок хорошего качества — первое условие, необходимое для того, чтобы иллюстратор стал продаваемым.

⊕ Само наличие этого ярко выраженного узнаваемого стиля — второе главное условие для достижения коммерческого успеха.

⊖ Чем значительнее коммерческий успех, тем труднее оторваться от привычного.





⊕ Чем меньше коммерческий успех, тем чаще приходится слышать, что «вы занимаетесь черт знает чем, в то время как другие работают», и сомневаться в своей правоте (ведь детей и кошку кормить надо).

⊕ Иллюстраторы и художники, не имеющие выраженного стиля, часто чувствуют себя безликими. Чушь, но Дениса, например, сейчас в этом не убедить ни за что.

⊕ Выработать у себя подобные приемы не так уж просто. Поэтому некоторые художники часто испытывают чувство вины за то, что не потратили на это достаточно времени. Ситуация такая же, как с умением рисовать: «Сначала научись, а потом уже говори, что тебе это не нужно».

⊕ В искусстве и ремесле, как и во всем остальном, надо к чему-то стремиться. Если согласиться с тем, что наработка удобных приемов, которыми можно потом пользоваться всю жизнь, — неправильная цель, сложно ответить на вопрос: «К чему тогда стремиться?»

⊕ Жить «двумя жизнями» параллельно, то есть делать коммерческие работы и рисовать для себя, невероятно трудно. К тому же окружающие покусывать будут (см. главу «Дизайнер — враг художника»).

⊕ Работать кем угодно, а рисовать для себя — затея, почти обреченная на гибель. Любая работа отнимает слишком много сил, и делать после нее что-либо серьезное сложно. А рисовать раз в год — мало. Не получится ничего.

⊕ Я забыла о тех, кому честно, от всей души, в самом деле ничегошеньки не надо, кроме как наработать себе что-то, что будет хорошо получаться и до конца жизни приносить радость и деньги. Я искренне не хочу, чтобы кто-нибудь

углядел в этой фразе иронию. И действительно считаю, что такие люди — самые счастливые из всех рисующих.



Между звонком Дениса и сочинением этой главы я ходила к маме. Услышав о беде молодого иллюстратора, мама сначала воскликнула: «Пусть радуется!» Потом, перебрав все аргументы, мы пришли к выводу, что больше всего Денис плачет о коммерческом успехе, которого ему не видать, пока стиля не будет. На это мама мудро сказала: «Все гениальные художники умерли бедными. Пусть лучше работает дизайнером и рисует, пока молодой и сил хватает и на то, и на другое. А там посмотрим».





## О вкусах не спорят, с ними все ясно

Этот текст касается только дизайна и графики. Я хотела написать статью, а не эссе, поэтому сразу ограничим беседу главным. Что побудило меня к ее написанию?

Я регулярно получаю письма от одного дизайнера с настойчивыми просьбами оценить его работы. Сказать о них что-либо хорошее сложно, хотя он очень старается и трудится, не покладая рук, а обижать человека не хочется. Он чувствует какой-то подвох и не устает обращаться с вопросами: «Скажи что-нибудь про мои работы. Почему они не нравятся заказчикам и отталкивают нанимателей?» Все друзья и коллеги, видевшие его труды, как один выносят приговор: «У человека нет вкуса\*». Звучит как диагноз. Действительно ли отсутствие вкуса — неизлечимая болезнь? Поиски надежды на исцеление привели нас к вопросу: можно ли при наличии большого желания, старания и усилий обзавестись этим самым труднодоступным хорошим вкусом?

Утверждают, будто о вкусах не спорят. Тем не менее что такое плохой вкус, понимают все профессионалы, успешно

\* Вкус эстетический — способность человека к различению, пониманию и оценке прекрасного и безобразного в явлениях действительности и произведениях искусства (БСЭ).





работающие графиками или дизайнерами. Само по себе слово «вкус» описывает нечто индивидуальное, субъективное, то, в чем человек руководствуется собственными предпочтениями, а не общими правилами, однако хороший или плохой вкус в графике и дизайне — это вполне конкретные понятия, определяемые многочисленными параметрами. Хотя речь здесь идет о таких тонких материях, как чувство меры или гармония, границы хорошего вкуса описаны достаточно четко. Его счастливые обладатели чаще всего не могут сформулировать даже десятка правил, которыми руководствуются сами, они были обучены им с детства и пользуются своими знаниями интуитивно.



Чтобы постичь все правила хорошего вкуса, потребуются изучить целый ряд сложнейших наук. Похоже на китайский язык — в детстве его освоить можно, для взрослого


человека это почти невысказуемо. Не только потому, что надо запомнить пятнадцать тысяч иероглифов, которые часто невозможно отличить друг от друга в различных написаниях. Язык этот имеет целое измерение, нам совершенно незнакомое: на нем надо петь. От интонации, с которой произносится определенное слово, зависит его значение, и часто фраза, «пропетая» не так, приобретает диаметрально противоположный смысл. О том, насколько трудно понять носителей языка, говорящих быстро и невнятно, нечего и думать.

Но можно говорить медленно и отчетливо.

После того как Адриан Фрутигер разработал систему Univers, изобретение совершенно новых гарнитур, пригодных для набора больших текстов, в принципе, закончилось. Эта система описала все правила, которым нужно следовать, чтобы шрифт выглядел гармонично. Для многих букв существуют разные допустимые варианты, но число их оказалось ограниченным. По его собственным словам, Фрутигер просчитал не столько все закрашенные плоскости, сколько «воздух между ними», и вывел формулу абсолютного равновесия между светом и тьмой. Справедливость его выводов подтверждается статистикой: с момента создания Univers первые пять мест в десятке самых используемых в мире гарнитур стабильно заняты шрифтами Frutiger, а его OCR-B признан стандартом мировой компьютерной промышленности с 1973 года. Сегодня Фрутигер с уверенностью говорит: «Следуйте при создании ваших шрифтов законам, описанным в системе Univers, и ваше произведение будет выглядеть хорошо в любом случае».







Ему понадобилось несколько десятков лет, чтобы разложить по полочкам правила хорошего вкуса в отношении всего лишь начертания букв. На изучение этих правил потребуется немногим меньше времени.

В более широком смысле описать принципы обращения с тенью и светом и расположением изображений на плоскости попытался Леонардо да Винчи. Я знаю всего двоих, умудрившихся прочитать и изучить полное собрание его сочинений на эту тему, и даже самых важных законов вроде золотого сечения, отобранных некогда «для ленивых», хватает на целый предмет, именуемый композицией, которую преподают во всех художественных вузах в течение четырех лет.

Хороший вкус требует знания еще нескольких дисциплин подобного калибра: о цвете, перспективе, фактуре, а также ненавистного для всех студентов материаловедения и докучливой науки о шрифтах.

Выходит, обучить любого желающего правилам хорошего вкуса можно, хоть и трудно, но надежды, что у взрослого занятого человека хватит на это времени и мотивации, мало. Почему же тогда никто не признается в этом, а отсутствие вкуса считается безнадежным положением?

Мало того, что правил огромное количество и выучить их все невероятно сложно, небольшие отступления от них часто не считаются чем-то зазорным и большинство профессионалов совершают их регулярно. Когда начинается обсуждение вопроса, можно ли позволить себе нарушения и в каких пределах, специалисты прикрываются фразой «о вкусах не спорят». Для людей понимающих все просто —

нарушать правила можно до тех пор, пока человек знает и помнит об их существовании. Слишком далеким отступление считается, «если влияние правила более не просматривается в работе» (Фрутигер).

Дискуссия заканчивается очень простым замечанием: зная большинство законов, можно обойтись и без нарушений. Вполне вероятно, это будет не столь романтично, но опыт показывает, что результат не становится скучнее или хуже. Примером тому служат работы иллюстратора Доминика, много лет назад давшего обет держаться в рамках правил, выявленных Леонардо.

В последнее время в графических и дизайнерских произведениях, окружающих нас со всех сторон, наблюдается невероятное засилье безвкусицы. Этот праздник дурного вкуса настолько масштабен, что напрашивается мысль о некоем тайном заговоре, преследующем цель лишить человека остатка понимания происходящего. Может, это делается для того, чтобы надавить на людей и поставить их на место, по принципу «что скажем, то и съедите»? Размышлять об этом здесь бессмысленно, но разобраться с красотой и уродством в таких условиях явно становится намного сложнее. Неужели в морг?

Обратимся к самым старым источникам. Шедевры мирового искусства, вошедшие в историю, соответствуют правилам более всего, на них стоит смотреть часто и внимательно. Основательное художественное образование тоже пригодится (чем старомоднее и строже, тем лучше): чтобы заметно продвинуться вперед, понадобится не меньше четырех лет регулярной работы.

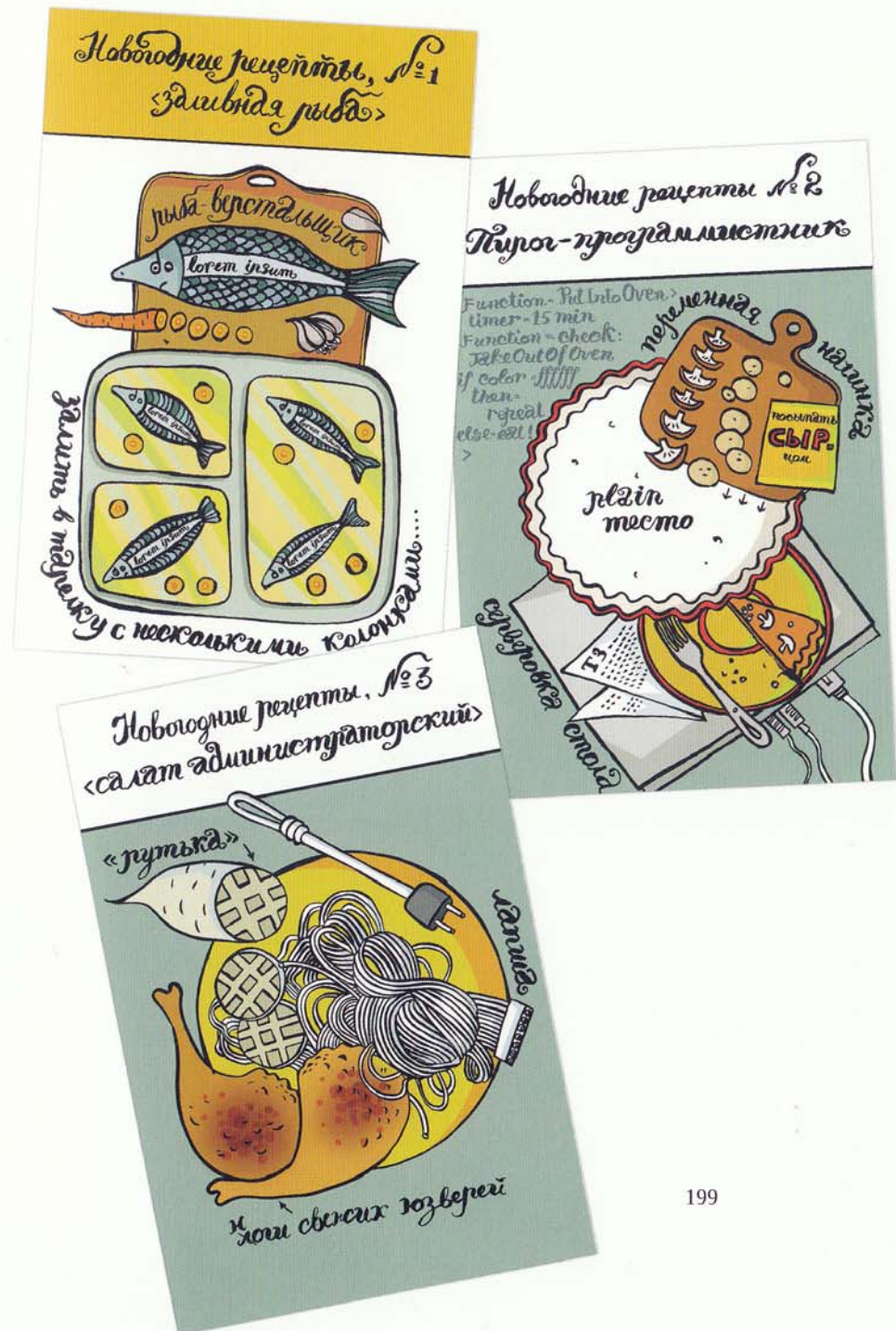
красивый дизайн продавайте  
нам нужно что-нибудь



Примеры, явно противоречащие всем правилам хорошего вкуса и тем не менее безудержно восхваляемые со всех сторон, мы рассматривать не будем вовсе. Их популярность обусловлена другими причинами, находящимися за пределами наших интересов.

Следует иметь в виду, что приобретенный тяжелым трудом хороший вкус все равно почти не будет востребован. Нет его — плохо, а когда он есть, его неизменно душат со всех сторон, ссылаясь на бредовые пожелания заказчиков и всевозможные «политические причины».

Но мы ведь знаем, что самых непонятных и ненужных вещей людям хочется больше всего.





## И за что же мы столько лет дрались?

Мне очень повезло. В Берлине я познакомилась и подружилась с Абдуллой, владельцем магазина ковров, родившимся в Багдаде в 1904 году. С девяти до девятнадцати лет он жил и учился в суфийской школе, где детям преподавали ковровое ремесло, используя его как путь духовного развития.

Однажды я спросила Абдуллу, что он думает о классической школе рисования. Сама я всегда очень уважала мастеров академического рисунка и живописи и постоянно оказывалась участницей дискуссий о том, душит ли классическая школа творческие порывы автора. Я утешала себя и других мыслью, что собственный почерк и индивидуальность все равно пробьются сквозь наработанные приемы, и считала, что отступать от правил лучше уже изучив их. Некоторые из споривших со мной говорили, что десять лет учиться рисовать по правилам, чтобы потом сделать свое, — пустая трата времени, пугали тем, что от гнета школы не избавиться и работы, выполненные под влиянием строгих канонов, станут неподвижными и мертвыми. Другие соглашались, что отсутствие школы будет заметно зрителям и автор станет беспокоиться, а личные достижения в любом случае не скрыть за идеальным рисунком, безупречными цветами и тенями.





Казалось, больше всего художники переживают о не-повторимости своего лица, черты которого оказываются под угрозой исчезновения в строго предписанных школьной рамках. Изучение законов и трудоемкое нарабатывание мастерских приемов представляются едва ли не саморазрушением, стиранием собственной личности.



Желая разрешить эти сомнения, я обратилась к Абдулле с вопросом: «Чего я достигну, научившись рисовать все точно таким, как оно есть? Я понимаю, что изображать то, что видишь, с фотографической точностью очень трудно, но ведь великих художников ценят не за это. Известно, что научить рисовать идеально можно почти любого, хотя стоит это очень больших усилий. Зачем тратить столько лет, если творческий полет заключается как раз в нарушении

правил? Быть того не может, чтобы все это совершалось ради единственного момента, когда все наработанное будет выброшено легкой рукой за ненадобностью! Тем более что обычно этого не происходит, и люди, прошедшие все муки хорошего образования, уже не удаляются от традиции слишком далеко».

Абдулла мне ответил, что делается это для того, чтобы прийти в большой тупик и впервые в жизни испытать чувство, являющееся лишь отголоском настоящей свободы души, но производящее на каждого неизгладимое впечатление. Для примера он рассказал мне историю о том, как учился делать ковры.

После десяти лет, проведенных в школе, каждый ученик умеет ткать безупречные арабские ковры. Кому-то работа дается легче, другие едва справляются с первого дня, и проще им не становится даже много лет спустя. «Умники» рвутся создавать что-то свое, придумывать нечто особенное, до конца еще не разобравшись с тем, что входит в программу. Находятся и такие, кому ничего не надо, научиться бы делать качественно, красиво, чтобы придрататься было не к чему и работа приносила хорошие деньги. Все они приходят к одинаковому результату — умению ткать очень хорошие ковры. Выпускным экзаменом является изготовление ковра высшей степени сложности, наилучшего качества, ровного, густого, с многочисленными традиционными узорами, значение которых ученикам известно, равно как и правила их сочетания.

Отступать от канона бессмысленно. Все элементы уже стилизованы наилучшим образом, и попытки изменения



их формы приводят к худшим результатам. То же самое происходит с цветами, колоритом и композицией: любое отклонение от традиции кажется мастерам и покупателям подозрительным, потому что режет глаз и выглядит не столь гармонично, как хорошо отработанное старое. Все, что можно было придумать, уже придумано, разработано, решено и сделано. Законы знает каждый выпускник школы, причем в совершенстве. Все научились делать свою работу. Чем теперь они отличаются друг от друга? Ничем.



Выходит, высшая степень мастерства — это умение ткать ковры в точности, как десятки, а может быть, сотни и тысячи других мастеров. Точно так же. Не лучше, не быстрее, не красивее или интереснее. Обыкновенные традиционные ковры — казалось бы, как скучно! Кем стал человек, получивший титул величайшего мастера своего дела? Умельцем, делающим то же самое, что его коллеги, не отличающийся от них ничем.

Пройдя тяжелую школу, выучив сотни правил, овладев множеством навыков, он не приобрел ничего особенного — то же самое в такой же степени умеют и остальные выпускники. Никакого индивидуального почерка, пробивающегося сквозь традиционные узоры, нет и в помине. Многие не могут примириться с таким положением вещей и продолжают искать некий скрытый выход в надежде, что все не так и они просто не нашли еще самое существенное, то, что все изменит к лучшему. Вывод остается прежним: великое мастерство состоит из ничего. Став настоящим мастером, каждый из них стал никем. Добившись в своем деле всего, они не достигают ничего.



Оказавшись за дверью школы, со званием мастера и потрясающим ремеслом в руках, бывшие ученики задаются вопросом, как поступать дальше. Простившись с мыслями о собственной исключительности, они избавляются от многочисленных иллюзий и впервые чувствуют вкус настоящей свободы, несравнимый с тем, что им еще предстоит испытать. Поняв, что они не могут сделать ничего, молодые мастера обнаруживают, что способны на все.

У кого нет иллюзий, у того нет слез.

Этими словами Абдулла закончил свой рассказ.



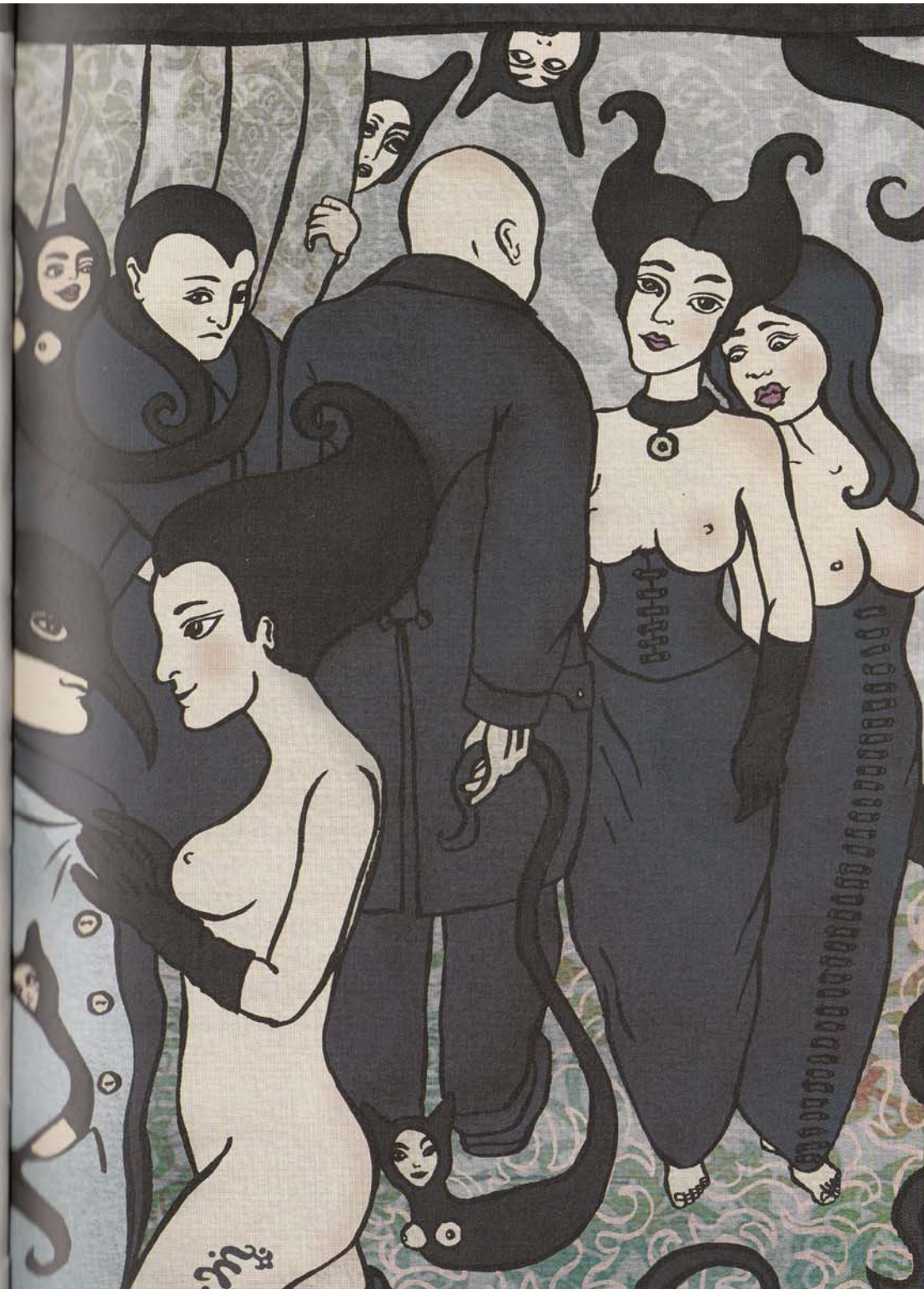


## Зачем человеку большие проекты

Еще одна история, рассказанная Абдуллой. В этот раз он хотел объяснить мне, что заниматься мелочами всю жизнь, будь то рисунок, сделанный за вечер, или поделка за час, нельзя. Любому нужны большие проекты — тяжелые, долговременные, требующие много сил и мужества. Почему?

На пути развития человек проходит через особые состояния духа и преодолевает духовные ступени.

Особыми состояниями духа суфии называют все то, что овладевает сердцем ищущего, когда он не имеет намерений, то есть под влиянием чистой любви, происходящей из наивысшей истины. Выражаясь проще, это состояния, в которые человек погружается под воздействием сильных чувств, возникающих от тоски или в моменты просветления. Как и чувства, вызывающие их, особые состояния духа появляются и исчезают молниеносно либо медленно подкрадываются и отступают, но всегда имеют временный характер. Эйфория, счастье, грусть, бессилие, гнев, азарт — эти эмоции вдохновляют на великие дела и порождают желание творить, но их появление воле не подвластно, они приходят, изменяются и уходят, и человек рано или поздно от них устает. Особые состояния духа — не что иное, как зеркала мимолетных настроений. Продолжительность их





существования определяется непостижимой божественной силой. Творческий человек переживает взлеты и падения много раз в день, но то, что ему удастся сделать, паря на крыльях вдохновения, — подарок, который можно принять, но нельзя заслужить. Подобные бессмысленные дары украшают жизнь, иногда приносят материальную пользу, успех и признание, но не являются вкладом в духовное развитие мистика и не делают его по-настоящему счастливым и свободным.

Духовные ступени — это стадии развития. Их проходят с помощью определенных ритуалов, медитации и упражнений или самым простым путем — преодолевая трудности. Достигнув следующей ступени собственными усилиями, человек приобретает нечто постоянное, остающееся навсегда, в отличие от подарков — эфемерных состояний, проходящих и уходящих, когда им вздумается.



Абдулла любил повторять, что состояния духа есть постоянные ритмичные изменения, а ступени имеют стабильность и связывают людей с серединой.

Основное занятие человека будет развивать его дух, если он регулярно занят работой, требующей преодоления больших трудностей. Найти подобный проект не так просто, в особенности большому мастеру своего дела, опытному профессионалу, хорошо владеющему своим ремеслом. Любой прилежный ученик когда-нибудь достигает такого умения, что никакие задачи, связанные с его родом деятельности, не представляются ему особо сложными. Единственное, к чему не может привыкнуть никто, это проекты необычной величины и масштабности. Если работы столь-

ко, что ее физически невозможно проделать за короткий срок, появляется необходимость продолжать ее, даже когда вдохновение пропало, а рабочее настроение, заставившее автора приступить к делу, улетучилось. Трудиться приходится в любом состоянии, несмотря на усталость; риск испортить все, потеряв бдительность и сделав одно неверное движение, растет с каждым часом, днем и месяцем.

Погрузившись в море мелочей, автор задается вопросом, не погорячился ли он, взявшись за дело столь кропотливое, начинает искать способ упростить задачу и борется с желанием схалтурить, а то и вовсе бросить незавершенный труд.

Другая сложность масштабных проектов состоит в большой ответственности за каждый совершаемый шаг. Любая работа содержит некоторый сюрприз, но неожиданности, встречающие нас в конце пути, к приятным относятся во все не всегда. Опытный человек не сильно расстроится, узнав, что трудился впустую два часа из-за неверных расчетов или потому, что план его провалился. Переделывать работу когда-либо приходилось каждому профессионалу. Хуже, если потраченным зря оказывается целый день или даже несколько, и совсем тяжело примириться с потерей одного или многих месяцев. А если речь идет о годах? Чем крупнее задача и чем дольше человек ею занят, тем страшнее «запороть» ее. К тому же гигантские проекты чаще всего связаны с огромными тратами: на большие вещи уходит больше материалов, и многие не хотят рисковать результатом, сэкономив на качестве. Поэтому непреодолимое желание создать что-то крупномасштабное часто сопровождается страхом испортить все.

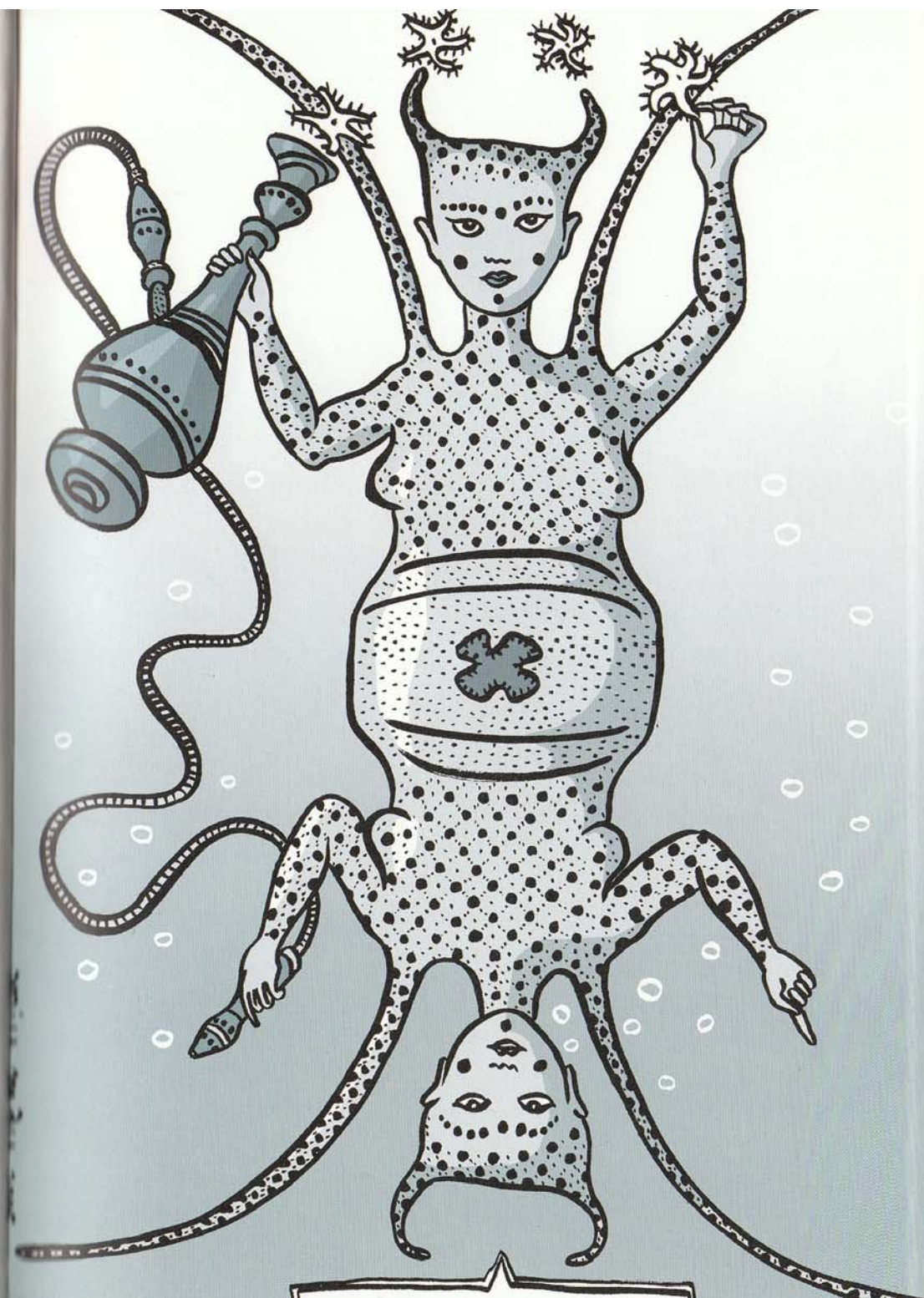




Можно пытаться планировать предстоящую работу, прикидывать сроки и расходы, делать эскизы и миниатюрные, упрощенные модели того, что должно получиться в конце. Но и этот труд утомителен и успеха не гарантирует. Незаменимое и главное в таком проекте — это сила, позволяющая сохранять внутреннее равновесие в одинаковой степени в начале, середине и конце пути.

Ученик, работающий над своим духом, не обязан знать, как называется то, чем он занят, — жизнь заставит его совершить усилия в правильном направлении, если ему в самом деле хочется довести начатое до конца, невзирая на перемены настроений, усталость и страх. Не достигнув определенной цельности, он не сможет охватить, спланировать и продумать нечто, представляющееся ему необъятным, распределить свои силы и пережить триумф победы.

Каждая по-настоящему трудная и успешно завершенная работа возводит человека на еще одну духовную ступень, и этого достижения у него не отнять.





# Приложения





Кому я нужен, бедненький сиротка,  
пойду на рельсы, лягу поперек!

Большинство карьер начинается с того, что некий работодатель делает дизайнеру одолжение, дав шанс показать себя. Он более или менее терпеливо ждет, пока тот совершит все полагающиеся новичку ошибки, испытает горечь поражений, уготованных ему суровой жизнью, и найдет свое место в коллективе. Дизайнер благодарен шефу за то, что тот его не притесняет, по достоинству оценивает его труды, помогает разобраться и дает дельные советы, и в один прекрасный день он становится полезным человеком, приносящим своей фирме деньги, выполняющим горы работы и радующим сердца начальства и клиентов.

В этот момент обычно и происходит одна из двух самых распространенных трагедий с работодателем и сотрудником в главных ролях.

*Сценарий первый.*

*Дизайнер думает, что он никому не нужен*

Несчастье настигает нашего героя, если он за стараниями упускает свой час. Он давно уже не совершает грубых ошибок, приносит пользу своей фирме, но все еще чувствует







себя новичком и обузой. Чаще всего это происходит, если шеф не спешит признать заметный рост своего сотрудника потому, что работать с вечно осознающим свою вину козлом отпущения ему приятнее. В этой ситуации всякий творческий человек начинает чахнуть и терзаться сомнениями: «За что? Ведь не так я плох!» — но заявить протест против несправедливого отношения страшно, ведь поверить в свою нужность трудно, не получив подтверждения из авторитетных источников. В какие бездны погрузится дизайнер, обуреваемый подобными мыслями, страшно представить. Рассуждения о несправедливости жизни и тщете всего сущего приведут его к самым ужасным поступкам — увольнению по собственному желанию сию минуту, демонстративному прыжку из окна на глазах у арт-директора или расстрелу всего аппарата управления в лучших традициях «Прирожденных убийц».

Пока трагедия не подошла к своему кровавому финалу, следует выяснить, «душат» ли дизайнера намеренно или не продвигают по службе и не относятся серьезнее, потому что не замечают его достижений. Второй вариант вероятнее. Любой начальник — очень занятой человек, более всего любящий, когда все работает и нет никаких проблем. То, что кто-то взял на себя больше ответственных задач и уже не нуждается в поддержке опытных коллег, может остаться незамеченным. Здесь помогает одно: обратить на себя внимание, попросить более интересных и сложных поручений и не вести себя как виноватый ребенок, столкнувшись с затруднениями, — неполадки случаются всегда, а профессионализм сотрудника определяется его способно-

стью вовремя оценить масштабы происходящего и попытаться как можно раньше все поправить с минимальными потерями.

Если же дизайнер чувствует, что его «держат в черном теле» намеренно, заставляя выполнять слишком простую и скучную работу, либо ему отведена роль ничего не умеющего и вечно во всем виноватого новичка, придется отстаивать свои права.

Можно искать более интересные дела в своей фирме или обращаться в другие, когда работодатель не хочет или не может пойти дизайнеру навстречу. Следует помнить, что если хорошим сотрудником не дорожат и не обращают внимания на его развитие, он легко найдет работу в другом месте, при условии что действительно хочет работать и делать то, что умеет. Дизайнеру любой квалификации всегда найдется применение, большим компаниям нужны все — и начинающие, мечтающие тихо тренироваться на простых заданиях за небольшую зарплату, и стремящиеся к звездам гении, не желающие заниматься ничем, кроме разработки своих искрометных идей.

Если по долгу службы дизайнеру все время приходится делать не то, что ему нравится, нужно написать список того, что он хотел бы делать впредь. С этим списком можно идти к начальству или другим потенциальным работодателям. Последним аргументом является сообщение о поступившем со стороны интересном предложении. Если на такой «шантаж» шеф все еще отвечает отказом — значит, повышение возможно только в другой фирме. Хвалиться при поиске новой работы опытом, которого дизайнер не имеет,





стоит только в том случае, если он готов получать его на ходу и нести ответственность за катастрофы, которые могут при этом возникнуть.

*Сценарий второй.*

*Дизайнер думает, что кому-то очень нужен*

Получив наконец работу своей мечты, почти каждый сотрудник начинает «окапываться», окружать себя горой важных задач и тянуть на себя все больше ответственности. Подобные действия — признак желания стать незаменимым. Мотивы такого поведения понятны: человеку хочется, чтобы им дорожили и боялись его потерять. Но здесь кроется одна из самых больших ошибок: незаменимый сотрудник представляет собой опасность для начальства — обладающий слишком большой властью подчиненный никому не нужен. Заметив, что уход отдельного дизайнера на больничный влечет за собой аврал и невозможность решения важных задач в его отсутствие, любой работодатель спохватится и быстро расформирует баррикаду из дел, за которой тот спрятался. Ставшего незаменимым попросят поделить обязанности с ассистентами и коллегами и посвятить во все кого-нибудь еще, «на всякий случай».

Это обычно трактуется как недоверие или результат плохой работы либо наводит на мысли о надвигающемся увольнении: «Они хотят аккуратно от меня избавиться». Когда у человека вдруг забирают большую часть дел, ему кажется, будто земля уходит у него из-под ног, с ним посту-

пают подло, отбирают то, что он уже присвоил, наверняка желая при этом зла. Его одолевают паранойя и обиды, отдавать прибранное к рукам не хочется, ведь столько труда было вложено в организацию всех мелких дел, а теперь «готовенькое» нужно дарить другому, вовсе такой чести не заслужившему. Признать, что эту работу может делать каждый, представляется девальвацией собственных усилий, а обучение непосвященных — бременем: «И так времени ни на что не хватает, а тут еще маленьких воспитывать».

Нужно смотреть правде в глаза: люди, приносящие много пользы, нужны всем, но не надо забывать, что работодатель занимается бизнесом, он не может позволить себе попасть в зависимость от одного человека. Самые теплые отношения между начальником и подчиненным заканчиваются, если кто-либо из них нарушает условия договора, совершает серьезные ошибки или у фирмы попросту не хватает денег (правда, иногда кто-то увольняется или бывает изгнан по личным причинам). К этому должен быть готов каждый, и ни один владелец компании не позволит кому-либо из сотрудников «прибрать к рукам» часть своего бизнеса до такой степени, что в его отсутствие дела встают.

В результате самым удобным для начальства оказывается тот, кто хорошо делает свое дело, не претендует на «чужие территории» и помнит о том, кто является хозяином ситуации. Чтобы к дизайнеру не привязывали ненужных людей, которые суют нос в его работу, и не заставляли делиться заданиями, которые проще делать в одиночку, нужно работать «прозрачно».





Арт-директор и креатив-директор должны знать, чем занят дизайнер, и легко находить все связанное с его проектами на общих компьютерах, абсолютно все рабочие файлы должны быть доступны хотя бы администраторам. Дизайнеру следует хранить документы в директориях, открытых для каждого, давать им понятные названия и не терять исходники, из которых делаются готовые работы: PSD-файлы, разбитые на слои, тексты, таблички и прочее сырье, полученное от менеджеров.

Собственные стратегии и планы можно скрывать от подчиненных или прямых конкурентов, если имеет место конкурс, но не стоит надеяться, что появится шанс проверить что-либо свое без согласия шефа или арт-директора. Даже если дизайнеру это удастся, ничего, кроме неприятностей, эта затея не принесет. Относиться к работе нужно со всей серьезностью, но не стоит путать родную фирму с семьей: любой трудовой договор представляет собой не только сделку об обмене работы на деньги, но также содержит равную для каждого возможность расторгнуть контракт в любой момент, и рано или поздно одна из сторон это делает. Следует выполнять условия договора добросовестно, но не искать отсутствующих в нем прав и обязанностей, и тогда дизайнер всегда найдет компанию, которой будет нужен, пока не обнаглеет.





## Как стать хорошим дизайнером

Чтобы добиться успеха, дизайнер должен помнить о нескольких простых истинах.

Не важно, взял ли его на работу старый друг или незнакомая фирма: деньги платят за труд.

Работодатель должен дизайнеру немало: опыт, знания и умение недешевы. Уважение, потому что дизайнер — сотрудник ценный. Понимание — ведь он не машина. Серьезное отношение — драгоценное время своей жизни дизайнер тратит на дела компании. Терпение — он не супермен, его силы и возможности ограничены.

Долг дизайнера работодателю: хорошая работа, потому что хозяин предприятия отдает свои деньги либо постоянно добывает их, обеспечивая своим сотрудникам жизнь. Уважение — ответственность за все, что подчиненные делают под его руководством, несет предприниматель. Понимание — он тоже человек, и помимо фирмы у него есть личная жизнь, родители, жена со сложным характером, дети, долги, кредиты и мечты. Серьезное отношение — дизайнерам доверена часть его бизнеса. Терпение — сотрудников немало, да и других проблем достаточно.

Дизайнеру полезно время от времени заявлять о себе. Демонстрировать свои таланты, рассказывать об умениях,





выдвигать идеи, проявлять инициативу. Не нужно ждать рекламы от коллег, каждый может сделать это сам.

Важно не перестараться. Нет смысла сразу вываливать на стол руководству все лучшее, что накопилось за последний год. Никто не оценит клад, если каждая идея в отдельности достойна подробного изучения, а отнестись ко всему с равным вниманием никому не под силу. Умный дизайнер прибережет хорошие задумки и будет выдавать их по одной, чтобы хватило надолго.

Дизайнер должен стать полезным. Взять на себя несколько мелочей, презираемых всеми за то, что делать их надо регулярно, приучить сотрудников и начальство к тому, что многое стало проще благодаря ему и работы для всех убавилось. Пригодны для этого лишь те задания, что даются дизайнеру легко.



Не стоит пытаться стать слишком полезным. Если за день отсутствия одного сотрудника половина дел в фирме «обвалится», у него тут же заберут часть обязанностей. Взяв на себя больше работы, чем можно сделать, дизайнер рискует подвести других.

Дизайнеру надо научиться рассчитывать свои силы. Не стоит обещать справиться со всем за час, лучше честно признаться, сколько времени потребуется для выполнения задачи, и уложиться в объявленные сроки.

Дизайнер должен постоянно следить за темпом своей работы. Если успеть к назначенному времени не получается, следует сообщить об этом коллегам, задействованным в проекте, как можно раньше.

Не нужно позволять менеджерам и программистам загонять себя в слишком жесткие временные рамки. Не помешает напомнить, что работу дизайнера нельзя рассчитать по минутам, умножив раскрашенные квадратные дюймы на количество пройденных мышкой километров и поделив полученное на число претензий заказчика. Профессионал должен иметь представление о том, сколько времени ему понадобится на задание определенного объема, но иногда пригодится запас на случай переделок или изменений. Рекомендуется «выбивать» себе лишний час для незначительных заданий и три-четыре — для больших проектов.

Лучше не отдавать работу сразу. Закончив задание, можно убрать результат подальше на полчаса или час. Потом взглянуть на все свежим глазом. Если найдется ошибка или неудачное решение, за оставшееся время можно что-то доработать.






Иногда дизайнеру стоит поберечься. Нужно работать хорошо, но не принося себя в жертву фирме. Даже самому лучшему сотруднику найдется замена, и нет заказа, стоящего личной жизни или здоровья. К тому же если сотрудник дойдет до ручки, начальству от этого лучше не станет.

Нужно работать, даже если от рабочего дня остался час. На дизайнеров нередко сваливаются обязанности, занимающие слишком много времени в самый неподходящий момент: продолжительные конференции с заказчиком по утрам, планерки с проект-менеджером в обед и вечерние поездки в типографию. После этого от рабочего дня остается

ся час-полтора, и дизайнеры уходят домой, объясняя это тем, что за час все равно ничего раскрасить невозможно, а сидеть в офисе до утра они не собираются. Если сокращение времени работы превращается в традицию, дизайнер бросает свое основное занятие, что вызывает гнев начальства. Чтобы этого избежать, в начале каждого проекта полезно отложить дела, не требующие больших временных затрат, и в освободившиеся часы браться за них. Если в текущий момент больше не осталось таких мелочей, можно подготовиться к будущим заданиям, о которых уже что-то известно: перелистать каталог с фотографиями и выбрать





что-нибудь подходящее, посмотреть чужие работы, поискать вдохновение, сделать несколько эскизов.

Не стоит скрывать трудности. Если что-то не получается, дизайнеру лучше сказать об этом начальству или коллегам, принять помощь и совет, нежели подвести всех и потерпеть полный крах.

Хорошо бы помочь коллеге, зашедшему в тупик, если дизайнер знает, как из него выбраться.

Ценные мысли нужно коллекционировать. Хозяйственный дизайнер записывает на бумажках, собирает в тетради или складывает в коробки все стоящие идеи. Во время творческих взлетов не каждый замысел удастся реализовать, а когда ничего не приходит в голову, может пригодиться что-то придуманное ранее.

Иногда полезно подарить свой проект, если дизайнер слишком долго не может реализовать его сам. Лучше увидеть, как идея живет, чем похоронить ее навеки. Дарить свои задумки рекомендуется в тех случаях, когда в голову пришло что-то оригинальное и интересное, но очевидно, что средств и условий для реализации никогда не будет, либо предстоящие затраты сил, денег, энергии или материалов пугают. Однако не нужно расставаться с «идеями всей жизни», до которых руки просто пока не дошли.

Полезно сотрудничать с коллегами. Даже если дизайнер обуреваем грандиозными идеями, обещающими принести ему славу и признание, не стоит пытаться сдвинуть все горы самостоятельно. Лучше посвятить в свои планы кого-нибудь еще и разделить с ним лавры, чем надорваться и не реализовать задуманное в желанном объеме.

Если в фирме есть конкуренция между дизайнерами или начальство устраивает соревнования на лучший эскиз для большого заказа, не стоит слишком увлекаться борьбой, гораздо полезнее больше думать о работе. Иногда можно прятать эскизы от коллег, но никогда нельзя делать их недоступными для арт-директора. Очень плохая привычка — выкладывать файлы на сервер за три минуты до истечения последнего срока. Если эскизы велено хранить в общедоступном месте, а дизайнер действительно боится, что кто-то из коллег вдохновится его работой или срисует у него что-нибудь, он может посылать файлы начальству по мере готовности. Руководителю проекта очень трудно пересматривать все в последнюю минуту, а увидев эскиз заранее, он, возможно, найдет время связаться с дизайнером и поделиться своими соображениями о том, как удачно завершить хорошее начинание.

Дизайнер не должен опасаться того, что кто-нибудь из коллег скопирует его работу. Чем чаще он будет показывать арт-директору эскизы и неоконченные проекты, тем яснее будет, откуда берутся его идеи, и тем меньше останется смысла в их копировании. К тому же начальство всегда запоминает, кто показал нечто новое первым.

У дизайнера нет повода для переживаний, если сотрудники подражают его стилю или «срисовывают» у него. Стоит считать это комплиментом и поводом сделать что-нибудь более сложное и трудное для повторения. Полезно придумывать уникальные изобразительные элементы, чтобы потом использовать их в своих работах как фирменный знак. Чем чаще имя дизайнера будут связывать с такими



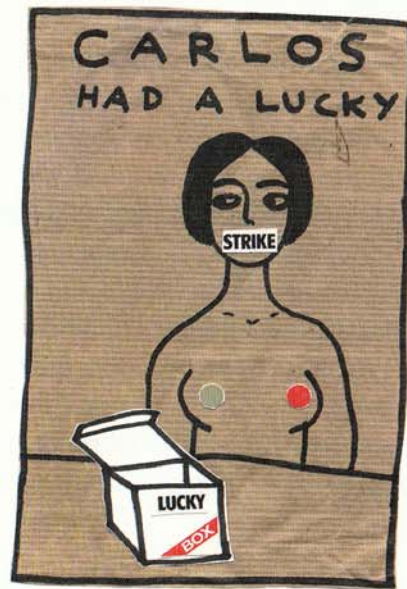


характерными деталями, тем меньше смысла будет в их копировании.

Начальству нужно показывать свои частные работы. Всем приятно иметь дело с творческим человеком, создающим в свободное время что-то интересное. Возможно, какой-то из личных проектов дизайнера понравится работодателю и станет коммерческим.

Полезно регулярно заниматься собственными проектами, однако не нужно посвящать им слишком много рабочего времени. На свои дела можно потратить обеденный перерыв или изредка несколько часов, но постоянно трудиться над персональным сетевым ресурсом на рабочем месте не стоит: это неизбежно приведет к неприятностям.

Нужно отвлекаться от работы на поиски идей и вдохновения. Если дело не движется, можно посмотреть красивые



книги или страницы других дизайнеров и иллюстраторов. Не исключено, что репродукции чужих картин станут источником свежих идей.

Не стоит посвящать поиску вдохновения очень много времени. Иногда надо самому что-то делать. Если работа движется медленно, в течение нескольких дней дизайнеру следует записывать, куда уходит его время. Это поможет оценить собственную загрузку и отчитаться перед начальством, дабы не возникло ощущения, будто дизайнер слишком долго был занят неведомым чем.

Даже если дизайнер не имеет привычки вдохновляться чужим творчеством, он должен регулярно интересоваться трудами коллег. Иногда людям, живущим в разных странах и незнакомым друг с другом, приходит в голову одно и то же решение, особенно если идея навеяна чем-то модным или очень известным. Чтобы избежать подобных совпадений и обвинений в плагиате, нужно знать, что делают другие.

Дизайнер не должен секретничать. Все части его работы должны быть доступны руководителям в любой момент и на любом этапе. Если что-то не получается и эскиз выглядит непрезентабельно, можно рассказать, что в нем еще изменится и почему предварительные наброски столь неприглядны, но не нужно их прятать. Шеф должен видеть, что его подчиненный работал, и знать, на что уходит его время.

Не нужно бояться совершать ошибки. Профессионал умеет выйти из положения с минимальными потерями.

Если надвигается аврал, дизайнер должен сохранять спокойствие и думать, как спасти положение. Если ясно,



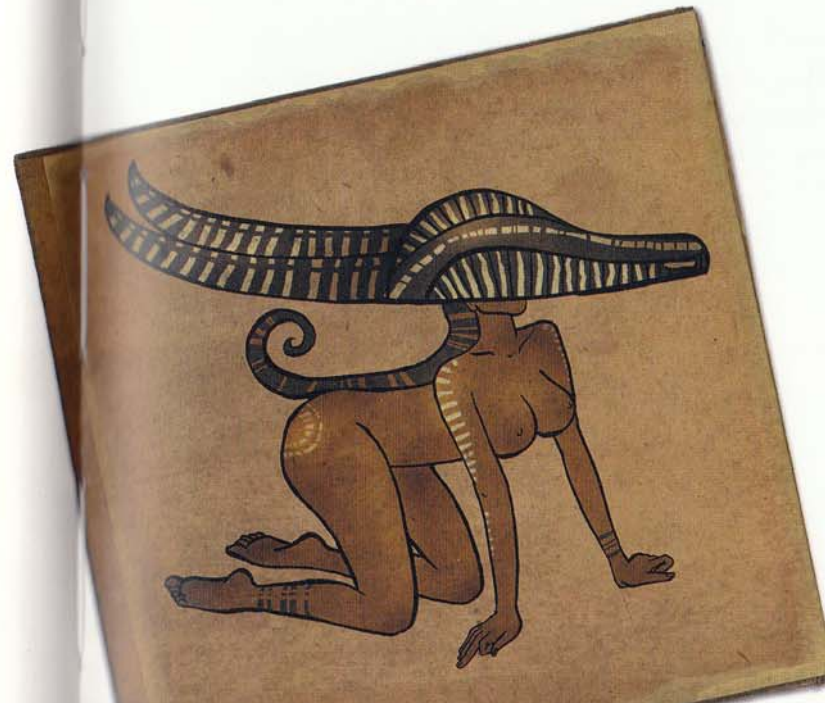
что определенные вещи в срок сделать никак не удастся, не стоит изображать рвение и обещать невозможное. Лучше помнить, что никто не может оценить происходящее с дизайнером лучше, чем он сам. Менеджеры и программисты не обязаны понимать, что он успеет сделать, а что нет. Поэтому лучше обсудить ситуацию с остальными участниками проекта, сообщить, на что надеяться бесполезно и почему, предложить другие варианты и вместе искать приемлемое решение.

Многие сотрудники, в особенности менеджеры, чувствуют себя виноватыми, если им удастся сохранять спокойствие, когда кругом катастрофа. Они считают своим священным долгом бегать по офису, переживая о происходящем, биться в истерику и демонстрировать полную потерю сна и аппетита. Дизайнеру лучше не принимать участия в коллективном психозе и не заражаться подобными настроениями. Невозможно заниматься творческой работой в нервной обстановке и в обществе мечущихся из угла в угол коллег.

Дизайнеров часто обвиняют в легкомысленном отношении к проблемам, неорганизованности и недостатке дисциплины. Менеджеры и программисты устраивают им сцены, полагая, что иначе дизайнер не осознает серьезности положения в нужной степени. Чтобы этого избежать, следует объяснить им, что охватывающий их экзистенциальный ужас понятен, и пообещать сделать все возможное для спасения ситуации.

Если дизайнер научился делать свою работу хорошо даже в тяжелые моменты жизни, замечает наступление твор-

ческого кризиса у коллег раньше, чем они сами, знает, как выйти из положения, и может в этом помочь, стабильно справляется с критическими ситуациями и авралами, не теряя спокойствия, и быстро приходит к решениям, удовлетворяющим заказчика, ему пора становиться арт-директором.





## Как стать хорошим арт-директором

Арт-директор должен помнить, как ему жилось в бытность дизайнером.

Работа арт-директора совсем не подразумевает того, что к его дизайнерским обязанностям прибавится список новых — от управления сотрудниками до общения с заказчиками. Это слишком много для одного человека, а следовательно, с дизайнерскими задачами придется проститься почти полностью.

Не стоит пытаться все делать самостоятельно. Хороший руководитель не тот, кто все делает сам, а тот, кто грамотно распределит работу и добьется от других наилучшего решения задачи.

Арт-директор редко разрабатывает дизайн или рисует иллюстрации сам, он должен заставить других дизайнеров сделать то, что потом купит заказчик. Если арт-директор создает эскиз самостоятельно, он должен работать так, чтобы начатое легко мог продолжить любой дизайнер.

Арт-директор не должен вникать в детали, достаточно продумать общий вид, цветовое решение и композицию, рисовать отдельные кнопки ему будет некогда.

Не нужно душить все творческие порывы дизайнеров, но важно оставаться последовательным. Если арт-директор





чувствует, что дизайнер делает не то, чего хочет заказчик, нужно настаивать на изменениях в работе.

Арт-директор может напомнить подопечным, что он, как и все, лишь выполняет чей-то заказ. Он может сочувствовать себе и дизайнерам, когда приходится делать не то, что нравится, но следует помнить, что для работы пожелания клиента, его вкусы и предпочтения важнее личных симпатий и антипатий.

Чтобы получить от исполнителя желаемое, надо внятно изложить ему задачу. Дизайнерам легче понять, что от них требуется, если привести примеры. Можно найти книги, чужие работы или другие изображения, соответствующие заданию по стилю и направлению, показать их дизайнеру и рассказать, чем следует воспользоваться в работе.

Начинающих нужно учить самостоятельно работать с материалом: искать полезные книги и чужие иллюстрации, изучать интересные проекты и результаты дизайнерских конкурсов, а также сортировать найденное. Арт-директор должен требовать от всех участвующих грамотного описания находок; он должен быть знаком с архивами сам и помогать дизайнерам искать то, что нужно, среди собранного другими.

Арт-директор должен регулярно получать от начальства деньги на покупку полезных книг и учебных пособий, собирать их в общую библиотеку и помогать дизайнерам в ней ориентироваться. Чтобы библиотека долго приносила пользу всем, не стоит разрешать забирать книги домой. Можно попросить сотрудников приносить в фирму ставшие ненужными журналы и проспекты, периодически пе-

ресматривать их вместе и собирать интересные картинки в папки.

На общем сервере следует завести доступную для всех директорию с интересными ссылками, чтобы каждый заносил туда любопытные находки с внятным описанием.

Арт-директор должен учиться безошибочно определять, к чему стремится дизайнер. Подчас первый эскиз является подобием чего-то, хорошо известного арт-директору, хотя сам дизайнер этого не осознает. Например, кто-то пробует стилизовать фигуру человека новым способом, арт-директор же видит, что это похоже на русский лубок или восточную миниатюру. Он может предложить автору заглянуть в классический источник, возможно, он найдет там то, что искал, плюс множество новых идей.

Арт-директор должен часто интересоваться, чем заняты его дизайнеры. Он обязан знать, на что они тратят свое время, уметь оценивать скорость их работы и замечать, если она не движется и кто-то погружается в кризис.

Если кто-то из сотрудников хандрит, нужно найти время с ним поговорить и попытаться помочь. Если у кого-нибудь настоящие проблемы и с работой он не справляется, лучше предложить ему несколько дней отпуска или задание, не требующее чрезвычайных усилий. Если же причиной уныния оказывается отсутствие идей, арт-директор может помочь найти вдохновение в окружающем мире, книгах, работах коллег или каталогах ссылок на чужие шедевры.

Арт-директор не должен никому из подчиненных позволять погружаться в кризисы надолго. Если через четыре





часа дизайнер продолжает рыться в литературе, нужно напомнить ему, что работа должна двигаться, и посоветовать бросить поиски. Он — профессионал, поэтому должен находить выход в разумные сроки. Если кто-то не может выбраться из депрессии месяцами, можно сказать ему, что он наемный сотрудник и должен выполнять по крайней мере рабочий минимум.

Иногда людям на самом деле нужно оторваться от работы надолго. Один берет годичный отпуск за свой счет, другой решает сразу уволиться. Всегда стоит предложить подопечному возможность вернуться обратно. Вполне вероятно, что через какое-то время ему снова захочется поработать в той же фирме, и он будет ей нужен. К тому же часто люди, поскитавшись какое-то время и совершив ряд ошибок, возвращаются более квалифицированными, опытными и взрослыми.

Арт-директору надо периодически менять дизайнеров местами. Долго занимавшийся рутинной работой обрадуется творческому заданию, а другой, приносивший по несколько идей в неделю, будет счастлив получить возможность некоторое время ничего не выдумывать и просто выполнять конкретную работу.

Арт-директор должен контролировать своих сотрудников. Даже самые честные и обязательные творческие люди займутся своими делами, если не загружать их задачами равномерно и не следить за их выполнением. Не нужно попрекать людей каждой минутой, потраченной на личную почту, но на частные проекты у каждого должно уходить не больше часа в день. Арт-директор не должен бояться,

что на него обидятся за проверки или обвинят в недоверии: он выполняет свои обязанности и контроль является их частью.

Арт-директор должен интересоваться не только выполненной работой, надо регулярно спрашивать, понравилось ли дизайнеру задание, легко ли оно ему далось, не сложно ли было уложиться в сроки. Возможно, обмениваясь с подопечными несколькими словами в день, он выяснит, что кто-то не может поладить с конкретным менеджером, не справляется с большим объемом работы, не умеет обращаться с определенными стилями, и сможет найти более подходящее для него задание.

Не стоит всех заставлять делать все «из принципа». Люди будут работать эффективнее, если каждый займется тем, что у него лучше получается. Арт-директор может выставлять на общее рассмотрение особо удачные работы — это обрадует автора и напомнит коллегам, что рядом сидит интересный человек, с которым стоит пообщаться. Также полезно интересоваться частными проектами сотрудников. Возможно, дома кто-то трудится над шедевром, достойным особого внимания, проектом, способным принести автору деньги и славу. Иногда обсуждение или реализация идей, не имеющих отношения к служебным обязанностям, может сильно поднять настроение всем. Главное — следить за тем, чтобы все не оторвалось от работы совершенно.

Если где-то устраивается конкурс, интересный целому ряду дизайнеров, арт-директор может помочь оформить необходимые бумаги и подготовить работы всем желающим принять в нем участие. Подавая заявки вместе, они





быстрее справятся с этим и вернутся к своим непосредственным обязанностям.

Во времена авралов и кризисов арт-директор должен поддержать дизайнеров, поговорить со всеми и призвать к терпению, но напомнить, что тяжелее всех приходится ему, и не позволять слишком увлекаться жалостью к себе. Лучше собраться с силами и постараться закончить работу быстрее.

Если коллектив одолевает нудный заказчик, арт-директор может высказать всем свое сочувствие, честно обсудить положение дел на собрании, а потом постараться вместе найти способ взаимодействия с клиентом.

Иногда стоит напомнить гениям, что они приходят в офис, чтобы зарабатывать деньги. Это тяжело, но ничего не поделаешь. Выполнение особенно нелюбимых заданий можно объявить конкурсом, и сумевшего с ними справиться наилучшим образом наградить символическим призом (лучше всего подойдет, как всегда, бутылка вина).

Арт-директору полезно прислушиваться к безумным идеям заказчиков. Иногда им хочется проспонсировать художественную акцию или выставку. Этим можно воспользоваться, чтобы устроить показ частных работ дизайнеров или какое-нибудь вдохновляющее мероприятие. Сотрудников нужно развлекать, если есть такая возможность, но не нужно приучать их к мысли, что каждый крупный заказ заканчивается большой гулянкой или организация увеселительных мероприятий входит в обязанности начальства. Бывает так, что всем не до этого, даже арт-директору, тогда надо просто продолжать работать.

Арт-директор может подключать к своей работе желающих в скором времени заступить на такую же должность. Он может делиться с ними планами и заботами, посвящать в некоторые дела, готовить к тому, чтобы они могли заменить его в случае болезни или на время отпуска.

Иногда арт-директору приходится работать психотерапевтом для всего коллектива. Программистов уговаривать простить дизайнеров за их беспорядочную натуру и отнестись с пониманием к несчастным, не вкусившим прелести точных наук и настоящего порядка. Дизайнеров просить о снисхождении к бесчувственным технарям. Отучать менеджеров от попыток все творческие порывы уложить в ровные таблички. Не позволять заказчикам расходовать талант трепетных гениев попусту и обращаться с ними как с рабочими лошадками.

Часто арт-директору приходится защищать своих сотрудников от нападков коллег или заказчиков, но от неадекватных решений владельца фирмы деться некуда. В частной компании или акционерном обществе не стоит пытаться найти объяснение всем выходкам начальства. В первом случае фирма является личной игрушкой хозяина, и он может делать с ней все, что ему вздумается. Во втором — многие решения могут быть непонятны сотрудникам, а подробности и факты, заставившие руководителей принять их, никого не касаются.

Рано или поздно все контракты заканчиваются, планы меняются, появляются новые проекты и мечты. Уходя с работы, нужно стараться сохранить дружеские отношения с начальством и сотрудниками. Возможно, бывшие коллеги





еще встретятся в новых проектах. Арт-директор должен спросить у руководства, что из сделанного в фирме он может включить в папку своих работ и в каком виде. Если для реализации планов требуется помощь заказчиков, он должен сообщить об этом начальству. Если арт-директор не собирается создавать прямую конкуренцию своему бывшему работодателю, а просто затевает что-то свое, ему наверняка помогут и разрешат использовать рабочие связи. Арт-директор должен уходить «благородно», не уводить у компании клиентов и сотрудников, не продавать производственных тайн конкурентам и не делиться с журналистами подробностями о внутренних делах фирмы. Плохая слава не поможет в реализации будущих планов.

Удивительно, как часто в новых проектах встречаются бывшие шефы, заказчики, дизайнеры, менеджеры и программисты. Поработав где-то на высоких постах, большинство людей идут дальше, реализуют собственные амбиции, открывают свои фирмы и прибегают к помощи тех, с кем уже работали вместе. Потому что один старый сотрудник лучше десяти новых.





## И давно это у вас?

Мне как-то довелось услышать комплимент в адрес арт-директора: «Он замечательный диагност! За короткое время выявит все пожелания любого клиента!» Я спросила, почему арт-директора описывают как врача, выходит, заказчик — больной, нуждающийся в помощи? Мне ответили, что клиент ничем не болен, но первая встреча, как правило, похожа на визит к врачу: человек пришел за помощью и часто сам не знает, что ему надо. Предстоит выяснить, чего ему не хватает, и как можно скорее дать ему это, иначе он будет возвращаться вновь и вновь, пытаться изложить свои пожелания и проблемы в длинных беседах и становиться все более несчастным.

На работе арт-директор должен делать не то, что хочется ему, — он получает деньги за исполнение желаний клиента.

Задача арт-директора — узнать, что нравится заказчику. Давно известно, что неважно, в каком стиле будет оформлена реклама чего угодно. Можно продать мобильный телефон, пиво или авторучку, окружив их дворцом в стиле рококо, японским плакатом или черным квадратом. Успех и рост продаж зависит от рекламных агентов, менеджеров, «рыночных гениев» и «продавцов-зверей». От дизайнера





требуется другое, он должен лишь сделать так, чтобы хозяину нравилось.

Задача часто усложняется тем, что заказчик сам не знает, что его привлекает, либо по каким-то причинам в этом не признается. Например, ему сказали, что китч — это ужасно, показав при этом на вещь, вызывающую у него самые теплые чувства. Теперь он стесняется своего вкуса и боится попросить сделать ему такое. Проблема заключается в том, что он все равно будет пытаться получить от дизайнеров именно это. Следовательно, лучше сразу выяснить, чего ему хочется, в крайнем случае назвав это как-нибудь по-другому.

То, что выглядит легко и просто, требует длительной подготовки. Чтобы за короткое время разобраться в чувствах любого клиента, нужно обзавестись горами грамотно отсортированного изобразительного материала.

Хороший арт-директор регулярно пересматривает чужие сайты, ходит по ссылкам и ищет странички, оформленные в самых разных жанрах и стилях. Хранить ссылки на ресурсы слишком ненадежно. Все они рано или поздно исчезают из сети либо обзаводятся новым дизайном (часто сильно отличающимся от старого и малоинтересным). Кроме того, страница может оказаться недоступна во время презентации. Поэтому лучше делать скриншоты и хранить их в отдельной папке, ведь в данном случае важна только манера, в которой все оформлено.

Книги, представляющие конкретный стиль, или сборники с разными примерами тоже могут очень пригодиться. Можно вырезать всякие интересные картинки, композиции и шрифтовые решения из журналов, коллекциониро-

вать рекламные брошюры, приглашения, открытки, плакатики, флаеры и занятные визитные карточки. Собирать нужно примеры всех направлений, включая те, что не нравятся, презираемы всеми профессиональными дизайнерами, непопулярны, затасканы, устарели, надоели, являются демонстрацией плохого вкуса или скучны.

Можно включить в коллекцию фотографии предметов быта и произведений искусства, являющихся яркими представителями какого-то стиля: очень старомодных вещей или, наоборот, футуристических.

При встрече с заказчиком нужно узнать, что именно он хочет получить. Сначала потребуется обычный список того, что предстоит произвести, будь то логотип, сайт или продукт полиграфии. Количество конкретных страниц, картинок и специальных функций, вероятнее всего, с клиентом обсудят менеджеры в процессе определения стоимости будущего проекта, а исполнители узнают все детали позже.

Теперь нужно выявить, что заказчику по душе. Некоторые из них всерьез интересуются искусством и дизайном, знакомы со множеством стилей и направлений и имеют довольно четкое представление о том, что им нравится. Вкус других определяется лишь тюлевыми занавесками и хрустальными вазами, и красивым они считают то, чем окружала их в детстве мама. Иногда какой-нибудь предмет или плакат может поразить воображение далекого от искусства человека, и он навеки влюбляется в увиденное, понятия не имея о том, что это было. С такими заказчиками сложнее всего — выяснить, что именно когда-то запало им в душу, может оказаться весьма непросто.

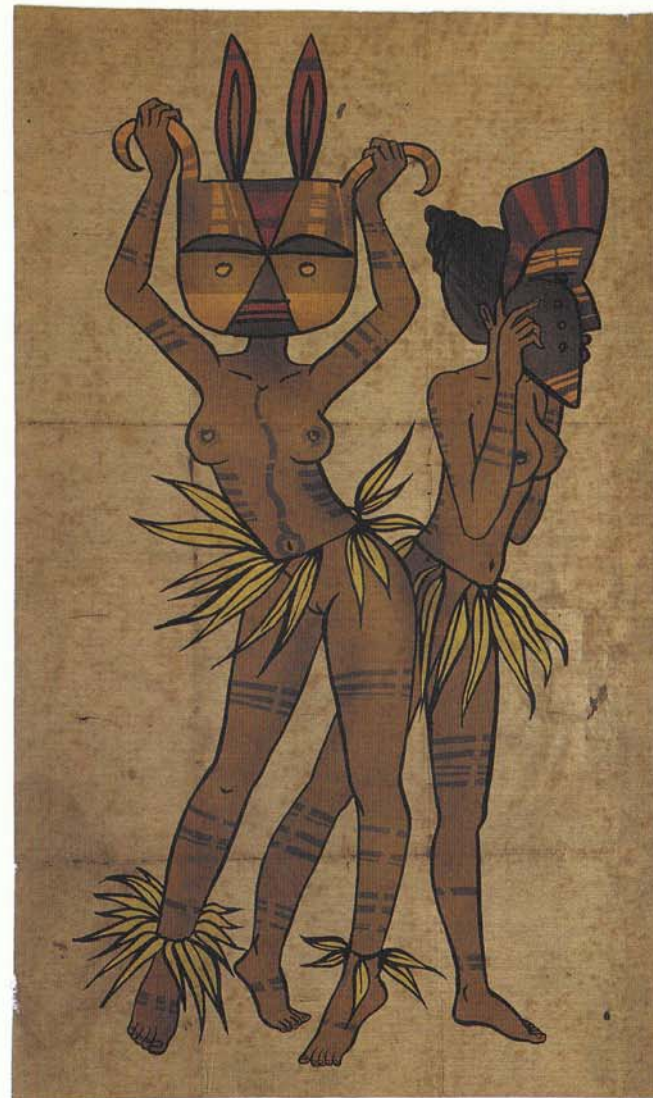




Клиенту нужно объяснить, что он посмотрит вместе с арт-директором ряд изображений, чтобы легче было выполнить его заказ. Его нужно заверить, что ни одна из картинок не будет в каком-либо виде копироваться в работе, разговор его ни к чему не обязывает и этот сеанс не является поиском идей, это просто беседа о вкусах, и от него требуется только говорить, что ему нравится, а что нет.

Теперь можно приступать к рассматриванию картинок, представляющих самые разные стили. Демонстрируя заказчику примеры, необходимо запоминать его реакцию. Ему нужно показать несколько минималистских решений и несколько пышных, перегруженных композиций. Яркие, пестрые и почти бесцветные картинки, старомодные штучки и футуристические конструкции.

Не нужно мучить человека вопросами, пытаясь подробно узнать, чем его отталкивает то или иное изображение, часто он сам не знает ответа, но полезно заострять внимание на том, что он хвалит. Надо выявить, что именно ему понравилось. Если он положительно отзывается о пустой композиции, в центре которой находится одинокая старомодная завитушка, нужно посмотреть такую же композицию с современным предметом в середине. Если второе ему тоже нравится, значит, решающую роль играет композиция; если же не нравится совсем, значит, зритель, вероятно, «купился» на завитушку. Далее можно предложить ему похожую по компоновке картинку, практически лишенную цвета: может оказаться, что самым привлекательным в первом примере был насыщенный фон или общее тоновое решение.







Чтобы подтвердить возникшие предположения, необходимо продолжать проверку. Если больше всего клиенту понравилось старомодное украшение, стоит показать ему картинку, где подобных элементов много: возможно, выяснится, что они нравятся ему в любом виде и количестве. Если окажется, что решающим был цвет, нужно продолжить демонстрацию изображений с похожей гаммой и выявить, какие из них нравятся больше других, чтобы подобрать стиль и композицию.

Если заказчик одинаково хорошо отзывается о совершенно разных примерах, нужно искать, что в них общего. Возможно, ему просто нравятся какие-то приемы или находки, не имеющие отношения к стилю и встречающиеся во всем просмотренном. Может статься, что в указанных образцах не найдется вообще ничего общего, ведь многим людям нравятся разные вещи. Смешивать стили и решения в одном произведении очень сложно и опасно, может получиться нездоровая эклектика или просто сумбурное произведение. В таком случае следует стремиться к тому, чтобы обнаружить одного фаворита и остановиться на нем.

Скоро будет выявлено основное направление работы и найдены элементы, раздражающие заказчика. Чаще всего арт-директору становится ясно, что именно ему не нравится.

Арт-директор должен внимательно следить за тем, какими словами заказчик называет то, что видит. Часто люди ошибаются и называют кубизм конструктивизмом, японские плакаты русской пропагандой, а барокко — югендстилем. Подобные ошибки лучше сразу выявлять, ведь важно знать, как выглядит то, что нужно.



Если нашелся конкретный стиль или жанр, который нравится собеседнику целиком и полностью, можно считать, что всем повезло. Если нравится «сборная солянка» из разных примеров, придется запоминать все полюбившиеся ему элементы в отдельности, а потом пытаться привести их к общему знаменателю. К концу беседы у арт-директора должно быть на примете несколько лидеров. Нужно положить в книги закладки и записать названия файлов, чтобы потом не забыть, что заказчик выбрал.

Если по избранному стилю имеется отдельная книга или папка с примерами, непременно нужно их пролистать. Чем больше конкретных деталей заказчик выберет, тем легче будет сделать устраивающий его эскиз. Конкретные пожелания или особенно запавшие ему в душу решения следует фиксировать.

Отдельного разговора заслуживают шрифтовые решения. Нужно рассмотреть примеры, где шрифты почти не используются, и картинки, где буквам отведена главная роль. Даже если уже решено, в каком стиле будет делаться дизайн, возможны разные варианты в выборе гарнитур.

Не каждый готов признаться в том, что ему что-то нравится. Многие сомневаются в себе и отмахиваются: «Сделайте как хотите, лишь бы хорошо было». Даже если заказчик предоставляет арт-директору полную свободу выбора, нужно довести эксперимент до конца. Клиент может на словах сколько угодно разрешать дизайнерам принимать решения самостоятельно, но когда посмотрит эскиз, будет исходить из личных предпочтений. Если человек видит ра-

боту, выполненную в совершенно чуждом ему стиле, она ему не нравится. Именно из-за этого чаще всего заказчики необоснованно отвергают предложенные им решения.

Арт-директору лучше не высказывать собственное мнение о картинках, а если спросят, стоит ответить, что его пожелания и предпочтения в данном случае не имеют значения.

Не нужно ругать примеры, избранные для дальнейшей работы. Даже если в результате просмотра заказчик выбрал все самое ужасное, безвкусное и некрасивое, задачей арт-директора будет сохранить все, что ему там понравилось, одновременно «дотянув» результат до такого уровня, чтобы было не стыдно показать профессионалам и понимающим людям. Если исполнителям удастся найти золотую середину между тем, что выбрал клиент, и готовой работой, которой не придется стесняться, их можно поздравить.





Яна Франк  
Дневник дизайнера-маньяка

Арт-директор *Артемий Лебедев*

Метранпаж *Сергей Федоров*

Редакторы *Катерина Андреева* и *Мария Рогова*

Корректоры *Гаянэ Асланянц* и *Татьяна Деваева*

Технолог *Александр Романовский*

Менеджеры *Лев Михалевский* и *Тина Митусова*



Поиск по всем книгам издательства —  
на сайте [publishing.artlebedev.ru/search](http://publishing.artlebedev.ru/search)

Подписано в печать 01.09.2006. Формат 145×217,5 мм  
Бумага ГардаПат 13. Гарнитура Артемиус  
Печать офсетная. Тираж 3000 экз.

ООО «Студия Арт. Лебедева»  
Россия, Москва, 125993, Газетный пер., д. 5  
[publishing.artlebedev.ru](http://publishing.artlebedev.ru)

Отпечатано в типографии ЗАО «Универсум Паблшинг»  
Россия, Москва, 129626, 3-я Мытищинская ул., д. 16