

Ян Агеенко

Как стать дизайнером с нуля



12+

Ян Агееenko

Как стать дизайнером с нуля

«ЛитРес: Самиздат»

2019

Агеенко Я.

Как стать дизайнером с нуля / Я. Агеенко — «ЛитРес: Самиздат», 2019

Эта книга написана специально для новичков, делающих свои первые шаги в освоении профессии дизайнера. Автор делится многолетним опытом, даёт советы, рассказывает о распространённых среди молодых дизайнеров проблемах и способах их решения. На страницах книги вы найдёте рекомендации по обучению, поиску работы и построению карьеры в сфере дизайна.

© Агеенко Я., 2019

© ЛитРес: Самиздат, 2019

Содержание

Предисловие	7
Благодарности	8
Глава 1. О дизайне и дизайнерах	9
Дизайн – это не просто	10
Кто такие дизайнеры	11
Дизайнеры – не художники	12
Как не ошибиться при выборе специализации	13
Сколько времени нужно на обучение	14
Сколько дизайнеры зарабатывают	15
Глава 2. Исходные данные	16
Нужно ли дизайнеру высшее образование	17
Должен ли дизайнер уметь рисовать	18
Нужен ли дизайнеру талант	19
Нужно ли дизайнеру специальное оборудование	20
Глава 3. Быстрый старт	21
Лучшее время, чтобы начать заниматься дизайном	22
Первый шаг	23
Следующий шаг	24
Дизайнерский инструментарий	25
Метод тыка	26
Уроки и tutorиалы	27
Горячие клавиши	28
Глава 4. Создание проектов	29
Первый дизайн-проект	30
Реальные задачи	31
Собственный проект	32
Развитие насмотренности	33
Копируй, повторяй, совмещай	35
Глава 5. Обучение	36
Книги	37
Статьи и блоги	38
Курсы	39
Стажировки	40
Менторинг	41
Второй пилот	42
Тренинги и воркшопы	43
Митапы	44
Конференции	45
Глава 6. Портфолио	46
Что такое портфолио	48
Ловушка перфекционизма	49
Сервисы для создания портфолио	50
Свой сайт	51
Объём портфолио	52
Состав портфолио	53
Оформление кейсов	54

Обновление портфолио	55
Работы под NDA	56
Ошибки при создании портфолио	57
Портфолио-ревью	59
Глава 7. Резюме	60
Дорога жизни	62
Где размещать резюме	63
Подготовка к созданию резюме	64
Как составить хорошее резюме	65
Оформление резюме	67
Глава 8. Поиск работы	68
Активная позиция	69
Компании вашей мечты	70
Нетворкинг	71
Визитка и логотип	72
Социальные сети	73
Сайты с вакансиями	74
Тестовые задания	75
Глава 9. Собеседования	77
Форматы собеседований	78
Подготовка к собеседованию	79
Часто задаваемые вопросы	81
Как вести себя на собеседовании	83
Анализ результатов	84
Глава 10. Первая работа	85
Это только начало	86
Испытательный срок	87
Как влиться в коллектив	89
Что делать дальше	90
Когда менять работу	91
Глава 11. Фриланс	92
Фриланс и удалённая работа	93
Преимущества и недостатки фриланса	94
Поиск заказов	95
На что смотрят заказчики	96
Побудьте заказчиком сами	97
Формы оплаты	98
Как не быть обманутым	99
Постоянные клиенты	100
Как выводить деньги	101
Глава 12. Методы, принципы и фишки	102
Дизайнерский арсенал	103
Эмпатия	104
Исследования	105
Используйте свой продукт	106
Обратная связь	107
Коллеги по цеху	108
Сначала сделай сам	109
Критериальный подход	110

Глава 13. Проблемы	111
Низкая самооценка	112
Нет вдохновения	113
Профессиональное выгорание	114
Нечёткие требования	115
Заказчик хочет плохой дизайн	116
Слишком сложные задачи	117
Глава 14. Карьерный рост	118
Стратегия развития	120
Анализ текущей ситуации	122
Широкая и узкая специализация	123
Горизонтальный и вертикальный рост	124
Глава 15. Смысл	125
Дело с большой буквы «Д»	126
Перспективность	127
Миссия	128
Послесловие	129
Приложение 1. Советы от опытных дизайнеров	130
Приложение 2. Чек-лист дизайнера-новичка	134

Предисловие

Дизайн, вне всякого сомнения, одна из наиболее интересных и занимательных профессиональных сфер. Практически всё, что нас окружает, в той или иной степени является результатом работы дизайнера. Оглянитесь по сторонам в любой момент своей жизни – и вы увидите дизайн. Дизайн одежды, дизайн интерьера, дизайн сайтов, дизайн этой книги и миллионов других вещей. Дизайн, дизайн и ещё раз дизайн. Такая повсеместная распространённость дизайна не может не вызывать восхищения.

Свой первый дизайн я сделал, ещё будучи 15-летним подростком, и с того времени продолжаю работать в данной области. Большую часть своей жизни я посвятил дизайну – и планирую заниматься им и дальше. Я работал обычным дизайнером, руководителем дизайн-команды и арт-директором. Участвовал в сотнях проектов и сотрудничал с десятками компаний. Выступал с докладами на множестве митапов и конференций. Последние несколько лет я занимаюсь дизайн-менторингом и преподаю дизайн в Образовательном центре Парка высоких технологий.

На протяжении всего этого времени ко мне за советом регулярно обращались люди, которые хотели начать заниматься дизайном, но сталкивались с различными проблемами и препятствиями. Отвечая на их вопросы в течение многих лет, я понял, что все новички встречаются с одними и теми же трудностями и совершают типичные ошибки. Именно поэтому я и решил написать данную книгу.

Я искренне верю, что любой человек может стать первоклассным дизайнером, если проявит настойчивость и посвятит достижению этой цели достаточное количество времени. Я также знаю по личному опыту, как сложно не сдаваться, когда в голове нет чёткого плана действий и ответов на насущные вопросы. В этой книге я постараюсь дать основную информацию, необходимую новичку для того, чтобы с абсолютного нуля стать профессиональным дизайнером.

Благодарности

Выражаю благодарность Наталье Корольчук, Юлии Гайдук, Наталье Гапаньковой, всей своей семье и, конечно же, своим ученикам. Без вас эта книга никогда бы не увидела свет.

Глава 1. О дизайне и дизайнерах



Дизайн – это непросто

Прежде чем приступить, я хочу вас предупредить. Я не буду рисовать в вашем воображении сказочные замки и рассказывать о том, как легко стать дизайнером. Я не буду давать абстрактных советов типа «просто верьте в себя – и у вас всё получится». Не буду описывать суперметоды в стиле «волшебной таблетки», позволяющие добиться желаемого за один день. Я буду с вами предельно честен и расскажу о том, через что прошли дизайнеры, которых я знаю лично, и, конечно, я сам. Я не буду избирательным, поэтому в данной книге вы увидите правду не только про светлую, но и про тёмную сторону профессии дизайнера.

Иногда люди решают заниматься дизайном, полагая, что это просто. Если вы находитесь в их числе, придётся вас разочаровать. Мне есть с чем сравнивать: в прошлом я занимался менеджментом, программированием, маркетингом и некоторыми другими видами деятельности. По моему опыту, дизайн – один из самых сложных предметов. Рассчитывать, что стать дизайнером будет легко, точно не стоит. Дизайн – это колоссальное количество усилий, времени и эмоций. Чтобы стать профессионалом, вам придётся пройти длинный и тернистый путь. Дорога будет сложной, на ней вас ждёт множество препятствий, неудач и разочарований. Вам будут встречаться трудные проекты, размытые требования и неадекватные задачи. Будьте готовы к проблемам и собственным ошибкам.

Может показаться, что я вас отговариваю, но, разумеется, это не так. Я лишь предупреждаю вас о том, как всё устроено на самом деле. Когда вы окажетесь один на один с жёсткой реальностью без розовых очков, вы сможете с ней совладать, не сдаться и продолжить свой путь. Согласитесь: всегда лучше знать о потенциальных сложностях заранее и встретиться с ними во всеоружии, чем столкнуться лицом к лицу в самый неожиданный и неподходящий момент.

Теперь, когда мы расставили все точки над *i*, избавились от иллюзий и ложных ожиданий, можно двигаться дальше. В последующих главах в числе прочего я расскажу, с какими проблемами обычно сталкиваются дизайнеры и как их можно решить. Вы готовы? Поехали!

Кто такие дизайнеры

Итак, если вы читаете эту книгу, вероятно, вы хотите стать дизайнером. Но знаете ли вы, кто такие дизайнеры?

Во-первых, дизайнер – это профессия. Не хобби, не увлечение и не способ интересно провести время. Конечно, можно заниматься дизайном и чисто для души, но в таком случае у вас вряд ли получится зарабатывать достаточное количество денег. Дизайн, как и любая другая работа, требует ответственности, внимательности и усилий.

Во-вторых, дизайнер – это образ мышления и действия. Люди данной профессии смотрят на мир не так, как все остальные. Хороший дизайнер должен обладать развитым чувством стиля, способностью к эмпатии и визуализации, а также балансировать между творческим и аналитическим подходами. Впрочем, все эти качества можно со временем развить в процессе обучения и работы.

В-третьих, дизайнер – это призвание. Мы существуем для того, чтобы приносить пользу людям, делать их жизнь лучше, удобнее и интереснее. Любой проект в конечном итоге должен быть направлен на решение некой проблемы или на удовлетворение некоего желания, иначе в чём смысл его создавать?

И наконец, в-четвёртых, дизайн – это Дело с большой буквы «Д». Добиться высоких результатов в дизайне можно только в том случае, если вы действительно хотите им заниматься. Если вы рассматриваете эту профессию только как временную подработку или же планируете просто зарабатывать деньги, не отдаваясь работе полностью, лучше даже не начинать. С таким подходом у вас вряд ли что-то получится: просто-напросто не хватит мотивации и энергии. Дизайном можно заниматься только по любви, но никак не по расчёту.

Дизайнеры – не художники

Слыша слово «дизайнер», люди, слабо знакомые с этой сферой, часто представляют себе образ творческой личности, увлечённой процессом созидания и живущей в своём собственном мире. Особенно ярко такая трактовка проявляется в русскоговорящих странах, где само слово «дизайн» воспринимается как синоним художественного искусства.

На самом же деле креатива и свободного полёта фантазии в работе дизайнера не так уж и много, а львиную долю всего процесса занимают анализ, исследования и рутинные действия. Английское слово design отражает суть этой деятельности более точно, и на русский язык оно может быть переведено как «проектирование, конструирование, разработка».

В отличие от искусства, в котором движущим фактором является самовыражение художника, дизайн призван решать конкретные задачи, стоящие перед заказчиком или пользователями. Разрабатывая дизайн интернет-магазина, нужно думать о том, удобно ли пользователям находить и покупать товары, а не о том, отражает ли его внешний вид личность автора. Оформляя интерьер дома, необходимо заботиться о том, чтобы его обитателям было комфортно и приятно в нём жить, а не о том, насколько он должен быть креативным и оригинальным.

И всё же это не значит, что в дизайне нет творчества. Оно есть абсолютно в каждом проекте, просто в разных пропорциях. Иногда для того, чтобы решить проблему бизнеса или клиента, нужно проявить фантазию и придумать что-то действительно необычное. Даже в самых скучных и рутинных проектах есть небольшое пространство для манёвров: всегда можно покреативить в мелочах, не разрушая при этом общую строгую концепцию.

Разрабатывая дизайн, следует задавать себе вопрос: необходим ли здесь креатив? Уместно ли использовать нестандартные решения в этом контексте? Несёт ли какую-то ценность конкретный оригинальный приём для данного бизнеса и целевой аудитории? Если ответы будут положительными, можно смело подключать своё творческое мышление. Если нет – креатив стоит отложить до лучших времён.

Как не ошибиться при выборе специализации

В дизайне существует огромное количество направлений и специализаций. Графический дизайн, дизайн интерьеров, веб-дизайн, промдизайн, моушен-дизайн, гейм-дизайн... Список можно продолжать очень долго, и в этом нет ничего удивительного: всё, что создаётся людьми, в той или иной степени является объектом дизайна. Как не запутаться во всём многообразии и сделать правильный выбор?

Хорошие новости: ошибиться здесь невозможно и начинать можно абсолютно с любого направления. Основные принципы и методы работы одинаковы в любом дизайне, будь то дизайн автомобилей или дизайн рекламных листовок. Получив базу в одной сфере, хороший дизайнер довольно легко сможет переквалифицироваться. Подобное умение особенно важно в условиях современного, быстро меняющегося мира.

Когда я начинал заниматься дизайном сайтов, ещё не существовало смартфонов, а значит, и о таком понятии, как дизайн мобильных приложений, не могло быть и речи. Сейчас же именно это направление является наиболее востребованным и высокооплачиваемым. Но кто знает, что будет через 5, 10, 15 лет? Возможно, популярность будут набирать такие области, как дополненная реальность или интернет вещей. А может быть, появятся революционные инновации, которые мы не способны даже представить. Сейчас мы не в силах предсказать будущее, но, освоив базовые дизайнерские подходы, можем к нему подготовиться и впоследствии адаптироваться к новым условиям и задачам.

Выбирайте то направление, которое вам больше по душе в данный момент. Погрузитесь в него, изучите азы и основные принципы. Если внутренний голос подсказывает вам: вот это то, чем вы на самом деле хотите заниматься, – продолжайте. Если нет – вы легко сможете перейти к другому дизайнерскому направлению. Имея крепкую базу, освоить его будет несложно и проблематично.

Сколько времени нужно на обучение

Классическая система образования приучила нас к тому, что обучение и работа – два разных этапа, разделённых во времени. Мы думаем, что сначала нужно окончить школу, курсы или вуз и только потом приступать к профессиональной деятельности. Возможно, в некоторых сферах подобный подход действительно актуален, но в дизайне оптимальный путь – обучение в полевых условиях и на реальных проектах. По сути, можно начинать работать дизайнером, имея только базовые навыки и знания, а теорию и новые подходы изучать параллельно. Другими словами, обучение дизайну – это непрерывный процесс, который происходит по большей части во время самой работы.

Разумеется, чтобы стать профессионалом своего дела, нужно поработать довольно большое количество часов практики. Специалисты уровня senior, то есть старшие дизайнеры, обычно имеют стаж 5 и более лет, что при стандартном графике 5/8 соответствует примерно 10 тысячам часов.

Для начала же карьеры достаточно 200–300 часов обучения. Этого времени вполне хватит, чтобы освоить теоретическую базу и сделать несколько учебных проектов. Таким образом, выделяя по 2–3 часа в день, до уровня junior¹, то есть начинающего дизайнера, можно вырасти примерно за 3–4 месяца.

¹ Далее по тексту для обозначения уровней мы будем использовать и английские названия, и употребляемую в профессиональной среде русскую транслитерацию.

Сколько дизайнеры зарабатывают

Наиболее востребованная дизайнерская специализация на данный момент – UX/UI-дизайн, поэтому поговорим именно об этой нише.

Несмотря на высокий уровень оплаты в IT-сфере в целом, в начале своей карьеры дизайнеры зарабатывают относительно немного. Первое время вам придётся поработать за символическую плату или даже вообще бесплатно, исключительно ради опыта, без которого дизайнеру никак не обойтись. Джуниоры в среднем получают 200–400 \$ в месяц. UX/UI-дизайнер с опытом 1–2 года может рассчитывать на 500–1000 \$. Специалисты уровня middle со стажем 3–5 лет оцениваются примерно в 1000–2000 \$. Зарплата senior-дизайнеров, как правило, колеблется в диапазоне 2000–3000 \$. Больше всего зарабатывают lead-дизайнеры и арт-директора: их оклад может составлять 5000 \$ в месяц и более.

Должен вас также предупредить: большой стаж сам по себе не гарантирует более высокой оплаты. Известны случаи, когда дизайнеры работали на ставке джуниора годами. Информация о количестве отработанных лет приведена больше для понимания в целом. Размер оплаты же зависит от уровня профессионализма, который при грамотной стратегии саморазвития и построения карьеры достигается примерно за описанное выше время.

Похожая ситуация наблюдается и на фрилансе. Ставка дизайнеров уровня junior составляет, как правило, 2–5 \$ в час, middle – 10–15 \$, senior – 20–30 \$. Топовые фрилансеры могут поставить рейт 50–100 \$ в час. Однако необходимо учитывать, что на фрилансе оплата производится только за фактически отработанные часы. Время, потраченное на поиск и согласование заказов, здесь не учитывается.

Я привожу примерные цифры для ориентира, но нужно понимать, что в будущем ситуация на рынке труда может сильно измениться и уровень оплаты – как вырасти, так и снизиться. Есть смысл следить за актуальными предложениями работодателей на специализированных сайтах с вакансиями: это даст вам более полную и достоверную картину об уровне оплаты в текущем моменте и регионе, в котором вы живёте.

Глава 2. Исходные данные



Нужно ли дизайнеру высшее образование

Один из барьеров, который мешает людям начать заниматься дизайном, – убеждение в том, что в данной сфере необходимо профильное образование. Разумеется, это не более чем заблуждение: огромное количество дизайнеров имеют высшее образование в совершенно других областях или не имеют его вообще (как, например, я сам).

Заказчики и работодатели смотрят в первую очередь на опыт, портфолио и навыки кандидатов, а не на университетские «корочки». Наличие диплома, безусловно, не повредит и при прочих равных условиях может дать небольшое преимущество, но значимость этого фактора, по сравнению с другими, ничтожно мала.

Качество обучения в современных вузах оставляет желать лучшего, поэтому нет особого смысла тратить драгоценное время на неэффективное образование: самообучение и практика на реальных проектах дают гораздо больший положительный результат.

Если у вас за плечами уже есть окончанный институт или университет – хорошо. Если нет – поступать только ради того, чтобы в итоге стать дизайнером, не стоит. Существуют намного более простые, быстрые и результативные методы обучения. О них я подробно расскажу в следующих главах.

Должен ли дизайнер уметь рисовать

Ответ на этот вопрос зависит от того, какую дизайнерскую специализацию вы для себя выберете. В некоторых сферах, таких как дизайн персонажей или техдизайн, без умения рисовать обойтись крайне сложно. В других (например, в UX-дизайне или дизайне уровней) этот навык совершенно не требуется.

Существуют и сферы, в которых художественные способности полезны, но не обязательны. К ним относится графический и веб-дизайн.

Однако что можно сказать про любой вид дизайна – здесь точно не будет лишним умение визуализировать информацию в виде набросков, схем и эскизов.

Дизайнеры часто задействуют в своей работе иллюстрации, иконки и другие графические элементы. Конечно же, вы можете воспользоваться уже готовыми материалами или заказать их у другого человека, но уметь всё сделать самостоятельно ещё лучше, так как даёт вам большую свободу действий и увеличивает вашу стоимость на рынке труда. Впрочем, эта способность не требует специального обучения и освоить её можно прямо в процессе работы.

Если вы уже умеете рисовать – хорошо, это сыграет вам на руку и даст больше возможностей. Если нет – ничего страшного, не переживайте по этому поводу.

Нужен ли дизайнеру талант

Пожалуй, самый распространённый миф о дизайне – мнение, что в данной сфере не обойтись без некоего врождённого дара. Якобы небольшая часть людей обладает талантом, в то время как все остальные – нет. Это утверждение очень далеко от истины, хотя в нём и есть частичка правды. Действительно, все люди разные, обладают разными способностями и больше предрасположены к разным видам деятельности, но это никак не мешает любому человеку стать профессионалом в области дизайна.

Поверьте, если вы научились читать и считать, при должном упорстве и достаточном количестве времени вы сможете достигнуть довольно высокого уровня и в дизайне.

Дизайн – это создание чего-либо людьми и для людей, а значит, каждый человек по умолчанию является дизайнером и имеет всё необходимое для развития в данной сфере. Каждый раз, когда вы обустраиваете своё рабочее место или делаете перестановку в квартире, вы занимаетесь дизайном. Всё, что от вас требуется, – желание развивать и совершенствовать эту способность, и никакой талант тут ни при чём.

Нужно ли дизайнеру специальное оборудование

Иногда дизайнеры используют в своей работе различные специализированные девайсы, например графические планшеты или мониторы с улучшенной цветопередачей. Подобные устройства, конечно же, могут сделать работу более комфортной и быстрой, но не являются абсолютной необходимостью. Начинать заниматься дизайном можно, имея обычный компьютер, клавиатуру и мышь. Подойдёт также и домашний ноутбук.

Некоторые программы, например редакторы видео или 3D, требуют высокой производительности и памяти, но даже с ними в большинстве случаев не возникает проблем на начальной стадии обучения.

То же самое касается операционной системы: часто дизайнеры предпочитают работать на MacOS, но ничто не мешает на старте использовать и Windows. Некоторые программы запустить на PC не получится, но практически у них у всех есть альтернативы.

Таким образом, можно подытожить: отсутствие специального оборудования не препятствие для обучения дизайну. На старте используйте то, что есть, а докупать или обновлять свои устройства можно по мере возникновения такой необходимости.

Глава 3. Быстрый старт



Лучшее время, чтобы начать заниматься дизайном

Когда мы хотим заняться чем-то, требующим значительных временных и эмоциональных затрат, например изучением дизайна, мы задаёмся вопросом: а стоит ли начинать это дело именно сейчас? Возможно, сегодня не самый подходящий момент? Не лучше ли отложить это занятие на день, неделю, месяц, год?

Подобные вопросы абсолютно нормальны и закономерны, но по факту под ними скрываются наши страхи, сомнения и опасения. Наша психика не хочет выходить за рамки стабильности и под видом размышлений саботирует попытки к саморазвитию.

Через год вы будете сожалеть, что не начали сегодня. Если вы действительно хотите стать профессиональным дизайнером – начинать нужно прямо сейчас. Внутренний голос станет шептать вам, что стартовать лучше с понедельника, с начала месяца или с Нового года. Не верьте ему, иначе вы рискуете так никогда и не начать. Идеальный момент всё равно никогда не наступит. Всегда найдутся барьеры, сложности и мешающие обстоятельства.

Будьте уверены: если в данный момент у вас есть возможность читать эту книгу, вы можете начинать заниматься дизайном.

Первый шаг

Что ж, как вы уже знаете из предыдущего раздела, лучшее время, чтобы начать, – прямо сейчас. Но каким должен быть первый шаг?

На самом деле это не имеет особого значения. С чего бы вы ни начали – это будет правильное решение. Даже если вы станете двигаться в неверном направлении, очень скоро вы это поймёте. Негативный опыт – тоже опыт, и он приближает вас к цели точно так же, как и позитивный.

Первый шаг не должен быть слишком сложным и требовать от вас непомерных усилий. Начните с чего-то крайне простого. Например, скачайте и установите себе на компьютер Adobe Photoshop, нарисуйте эскиз логотипа вымышленной компании или составьте список страниц будущего сайта. Каким бы ни был ваш первый шаг, он приблизит вас к цели.

ВАЖНО!

СДЕЛАЙТЕ ПЕРВЫЙ ШАГ ПРЯМО СЕЙЧАС. НЕ ОТКЛАДЫВАЙТЕ ДАЖЕ НА 5 МИНУТ.

ПУСТЬ ЭТО БУДЕТ ОЧЕНЬ МАЛЕНЬКИЙ ШАГ, НО ОН ОБЯЗАТЕЛЬНО ДОЛЖЕН БЫТЬ СДЕЛАН.

Следующий шаг

Итак, вы сделали свой первый шаг, поздравляю! (Если нет – немедленно отложите книгу и сделайте его.) Теперь возникает вопрос: а что дальше? Что делать теперь?

Думаю, вы уже и так знаете ответ. Второй, третий, десятый или миллионный шаг ничем не отличается от первого. Просто возьмите – и сделайте то, что вам кажется лучшим вариантом. Пусть отсутствие знаний и опыта не будет для вас препятствием. Дизайнеры почти всегда работают в условиях недостатка информации, и важно научиться действовать, несмотря на неопределённость.

Чем больше ошибок вы совершите и осознаете, тем большему вы научитесь.

Перед вами стоит задача, которую вы никогда раньше не решали? Отлично! Поищите решение в интернете или просто сделайте так, как можете. В начале вашего творческого пути делать много важнее, чем делать хорошо. Принимайте решения быстро, ошибайтесь и исправляйте ошибки. И однажды вы поймёте, что каким-то волшебным образом количество перешло в качество.

Дизайнерский инструментарий

Каким бы видом дизайна вы ни занимались, вам потребуются специальные инструменты. Чаще всего это различные программы, графические редакторы или конструкторы. В профессиональной среде часто можно наткнуться на холивары вроде «что лучше: Figma или Sketch; CorelDRAW или Adobe Illustrator» и т. д. Естественно, весомые доводы всегда есть в пользу как одного, так и другого варианта. Как новичку понять, какой инструмент выбрать?

И снова я посоветую вам не воспринимать этот вопрос слишком серьёзно. Инструменты – всего лишь средство, помогающее дизайнеру делать его работу. Если художник пишет шедевр, важно ли, какие краски он использовал? Разумеется, нет. То же самое относится и к дизайнерам. Вы можете взять первый попавшийся редактор и начать творить в нём.

Важно также понимать, что в разных компаниях и на разных проектах существуют свои требования, а значит, в перспективе вам наверняка придётся осваивать новые инструменты. Начинайте с любого, а затем переходите к использованию альтернатив. Чем более широкий набор в вашем арсенале, тем большему количеству работодателей вы интересны.

Старайтесь не привязываться ни к одной из программ слишком сильно. Всегда существует вероятность, что ваш любимый софт перестанет поддерживаться, морально устареет или будет вытеснен конкурентами. Так, например, произошло с Photoshop, когда появились Figma и Sketch. Эти новые редакторы буквально за пару лет практически полностью обошли гиганта от Adobe на рынке UX/UI- и веб-дизайна. Не исключено, что однажды и теперешние лидеры окажутся на задворках истории, поэтому дизайнерам необходимо не только уметь работать в своей любимой программе, но также держать руку на пульсе и следить за актуальными требованиями в индустрии.

Метод тыка

После того как вы выбрали свой первый инструмент, необходимо научиться им пользоваться.

Один из лучших способов – метод тыка. Он заключается в том, что при первом опыте работы с программой вы просто нажимаете на все кнопки, привлекающие ваше внимание, и смотрите на результат.

Большинство дизайнерских программ имеют интуитивно понятный интерфейс, и многие функции представлены вполне понятным и очевидным образом: вы сможете их определить по иконкам, подписям или расположению. Кроме того, у любого современного человека уже есть опыт использования софта, а значит, разобраться со специализированным будет не так уж и сложно.

Не бойтесь экспериментировать или сделать что-то не то. Не пугайтесь обилия кнопок, окон и странных элементов. Даже если поначалу в интерфейсе программы вам непонятно абсолютно всё, не прекращайте его исследовать. То, что на первый взгляд кажется невероятно сложным, после детального рассмотрения может стать вашим любимым функционалом. Проявляйте любопытство, жмите на все кнопки подряд и наблюдайте за откликом. Что бы вы ни сделали и что бы ни получилось в итоге, всё будет правильным. Пока у вас нет необходимости создавать шедевры дизайнерского искусства. На данном этапе ваша задача – просто освоиться и посмотреть, что вообще есть в программе.

Скорее всего, используя этот метод, вы наткнётесь на множество интересных вещей, которые в дальнейшем задействуете в своей работе. Но самое главное преимущество метода тыка в том, что вы очень хорошо запомните все найденные функции.

Мозг устроен так, что при самостоятельном нахождении чего-то полезного мы испытываем яркие эмоции – они надолго отпечатываются в нашей памяти и помогают лучше запоминать ситуацию, которая эти эмоции сопровождала. Поэтому вспоминать, как работает программа, намного проще, если вы осваивали её сами.

Уроки и tutorиалы

Самостоятельно освоив базовые функции инструмента, имеет смысл переходить к его более глубокому изучению. Одни команды, вероятно, просто не попались вам на глаза, другие выполняются слишком сложно, чтобы обнаружить их методом тыка. Восполнить пробелы помогают уроки и tutorиалы.

Уроки, как правило, представляют собой разбор конкретной задачи и описывают процесс создания какого-либо элемента, эффекта или компонента. Искать уроки можно при появлении у вас определённого вопроса, ответа на который у вас нет.

Tutorиалы – это, по сути, самоучители, учебники. В отличие от одиночных уроков, они охватывают более широкий спектр тем, состоят из последовательных инструкций и направлены скорее на изучение самой программы, чем на решение конкретной задачи.

Вы можете выбрать для себя более подходящий формат или использовать оба по мере необходимости. Если в целом при работе вы уже чувствуете себя довольно уверенно и без проблем используете инструментарий, можно сразу переходить к урокам по конкретным темам. Если нет – лучше начать с tutorиалов.

Найти обучающие материалы по любому дизайнерскому софту проще простого. Во многих программах есть встроенная помощь или руководство пользователя с подробным описанием возможностей этого софта. Никакой проблемы не составляет также найти нужные статьи или видео в интернете. Причём не имеет особого значения, какие именно уроки выбрать: все они описывают одну и ту же функциональность, а значит, в конечном итоге в них рассказывается одно и то же, просто разными словами. Поэтому при обучении инструментам смело используйте бесплатные уроки в открытом доступе.

Горячие клавиши

Один из факторов, который сильнее всего влияет на скорость вашей работы, – использование горячих клавиш. Выучив их, вы сможете сэкономить огромное количество времени и выполнять задачи намного быстрее.

Для начала я рекомендую распечатать или записать основные сочетания клавиш, положить их на видном месте и применять сразу, пока вы ещё не привыкли к более медленным способам работы. Если этого не сделать, потом переучиваться будет сложнее. Пока вы изучаете ту или иную программу, возьмите за правило делать всё, что можно, с помощью горячих клавиш. В будущем они сослужат вам добрую службу.

Глава 4. Создание проектов



Первый дизайн-проект

Арсенал дизайнера бесполезен без практики. Освоив базовые функции какой-либо дизайнерской программы, переходите к созданию своего первого проекта. Сначала придумайте себе задание. Выберите интересную для себя тематику, в которой вы хорошо разбираетесь: это может быть ваша работа, хобби или другие интересы. Вспомните о своих любимых книгах, музыкантах или заведениях и придумайте задачу, над которой вам самим хотелось бы поработать.

Не стесняйтесь проявлять фантазию и придумывать странные идеи. Вам не придётся показывать эту работу кому бы то ни было, если вы сами того не захотите, поэтому смело давайте волю своему воображению. Ограничений здесь нет: сделайте визитную карточку для героя фильма, который любите больше всего; разработайте логотип кафе, в котором обедаете; проведите редизайн сайта футбольной команды, за которую болеете. Можно сделать и что-нибудь для себя лично, например оформить резюме. Главный критерий – идея проекта должна вам нравиться и вызывать желание ею заниматься. Всё остальное – вторично.

Создать свой первый дизайн-проект крайне важно, несмотря на то что он не принесёт вам прибыли и, скорее всего, вы даже не разместите его в портфолио. Он важен больше с психологической точки зрения, так как является неоспоримым доказательством, физическим воплощением вашего намерения стать дизайнером. Этот артефакт добавит вам уверенности в себе и мотивации, станет своеобразным символом. Кроме того, рассматривая первую работу в будущем, вы сможете отслеживать прогресс и видеть, как далеко вы ушли в собственном развитии. Обязательно сохраните свой первый дизайн-проект и периодически возвращайтесь к нему за дополнительной энергией, вдохновением и стимулом продолжать совершенствоваться.

Реальные задачи

Разобравшись с первым проектом, нужно начинать набивать руку. Можно и дальше придумывать задания себе самому, но более эффективно с точки зрения обучения тренироваться на реальных задачах. Так вы поработаете с различными тематиками, в том числе с такими, о существовании которых даже не подозревали. Это очень полезно, учитывая, что потом, во время работы в студии или на фрилансе, возможности выбрать себе темы полегче и поинтереснее у вас, скорее всего, не будет.

Дизайнеру без опыта, без портфолио и без рекомендаций практически нереально найти коммерческие проекты, за которые заказчик готов платить деньги: для него это слишком большие риски. Но на этапе обучения цель зарабатывать перед вами и не стоит. Важнее практика как таковая. Поэтому вы можете просто делать своё дело, даже не вступая в контакт с заказчиком проекта.

Так, неплохой вариант – зайти на какую-нибудь биржу фриланса, например fl.ru (самая крупная в России) или upwork.com (самая крупная в мире), в раздел заказов по вашей специализации, и просто начать делать проекты по размещённым там заданиям.

Ещё лучший способ получить проекты для практики – участие в дизайнерских конкурсах. Для этого тоже существуют специальные ресурсы, например 99designs.com и godesigner.ru. Участвуя в конкурсах, вы не только набиваете руку, но и получаете возможность посмотреть, как ту же самую задачу решают другие, зачастую более опытные дизайнеры. Внимательнее всего отнеситесь к анализу работ победителей. Сравнивайте их со своими, находите отличия и делайте выводы.

В интернете есть ещё один формат, направленный на развитие у дизайнеров практических навыков, – дизайн-челленджи. На русский это слово переводится как «вызов». Суть в том, что участникам челленджа выдаются регулярные задания на протяжении определённого промежутка времени, чаще всего от 10 до 100 дней. Ваша задача – выдержать весь срок и дойти до конца. Каждый день или каждую неделю вы должны выполнять небольшой объём дизайнерской работы, например сделать иконку, форму регистрации или логотип. Это очень хорошо развивает дисциплину и помогает укоренить привычку заниматься дизайном регулярно. Отчёты о челленджах часто размещаются в социальных сетях, и, скорее всего, у вас будет возможность найти результаты работы других дизайнеров по соответствующим хештегам.

Стоит попробовать также поучаствовать в небольших стартапах, готовых взять в команду дизайнера-новичка. В этом вам помогут сайты founders-nation.com и teamfinding.com. Влиться в стартап-движение можно и по-другому. Например, посещая хакатоны² и предлагая свою кандидатуру там. Даже если стартап не взлетит, вы получите бесценный опыт работы и реальный проект в портфолио, что очень важно в начале вашей дизайнерской карьеры.

Ещё один способ получить реальные задачи – поинтересоваться у своих друзей, знакомых и родственников, не нужны ли им ваши услуги. Учитывая личные связи и отношения, вполне вероятно, что кто-то согласится поработать с вами, несмотря на отсутствие опыта.

Возможно даже, такие заказы позволят вам заработать на дизайне первые деньги, хотя, как известно, на данном этапе это далеко не главное.

² Мероприятия, на которых специалисты разных профилей объединяются, чтобы разработать какой-либо продукт за короткое время.

Собственный проект

Один из вариантов практики, полезный любому дизайнеру, – создание собственного проекта. В отличие от первого дизайн-проекта, который может быть сделан в стол, здесь имеется в виду полноценный, работающий на благо пользователей продукт. Это не только открывает прекрасные перспективы поработать над реальной задачей, но и предоставляет дополнительные бонусы.

Создавая нечто самостоятельно, вы научитесь смотреть на дизайн более системно, учитывать его значение и роль в успехе всего проекта в целом. Вы лучше поймёте образ мысли заказчика, поработаете с разработчиками и другими специалистами и таким образом расширите свои познания о процессах, коммуникации и т. д. Кроме этого, собственный проект, скорее всего, станет жемчужиной вашего портфолио: обычно своему детищу уделяется максимум внимания и прикладываются все необходимые усилия, чтобы сделать его качественно. Выбирая тематику, думайте о том, что вам действительно интересно. На время забудьте о монетизации и окупаемости, отнеситесь к этой работе как к хобби. Чем более интересную для себя тему вы выберете, тем более высокой будет ваша мотивация.

Развитие насмотренности

Умение пользоваться софтом – обязательное, но далеко не достаточное условие, необходимое для того, чтобы стать профессиональным дизайнером. Говоря метафорами, можно сказать, что владение программой – это навык забивания гвоздей. Но, чтобы в итоге получилось что-то полезное, забивать гвозди куда попало не нужно. Важно понимать, когда, куда и какие именно гвозди забивать. Так же и с дизайном: можно в совершенстве овладеть инструментом, но ни на йоту не приблизиться к созданию качественных работ.

Одно из важнейших качеств, необходимых любому дизайнеру, вне всякого сомнения, – так называемая насмотренность. В вашей голове должно храниться как можно больше примеров хорошего дизайна.

Только так вы сможете генерировать интересные решения, быть в тренде и интуитивно делать свои работы эстетически привлекательными. Зависимость здесь наипрямейшая: чем выше ваша насмотренность, тем лучше у вас будет получаться.

За весь мой многолетний опыт среди сотен дизайнеров мне ни разу не встретился самородок, способный создавать шедевры, не ориентируясь на уже созданные кем-то другим работы. Находясь в информационном вакууме, имея в распоряжении только свою собственную фантазию, создать что-либо стоящее крайне сложно, если вообще возможно. Поэтому изучайте чужие работы, впитывайте их, как губка, и наполняйте свою память как можно большим числом примеров.

Вот несколько способов, как можно развивать насмотренность.

1. Следите за портфолио топовых дизайнеров. Создайте аккаунты на dribbble.com, behance.net или других подобных сайтах. Подпишитесь на авторитетных авторов, регулярно отслеживайте активность популярных команд и разделы типа «Лучшее», добавляйте понравившиеся кейсы в свои коллекции.

2. Подпишитесь на дизайнерские группы и паблики во всех социальных сетях, которыми вы пользуетесь, и в вашей ленте постоянно будут проскакивать хорошие примеры, полезные материалы или даже просто тематические мемы. Всё это хоть и не имеет явной практической пользы здесь и сейчас, но неизбежно будет откладываться у вас в голове и всплывать в памяти в нужный момент. Делайте репосты самых интересных материалов на своей странице: это позволит не забыть полезную информацию и в случае необходимости быстро получить к ней доступ, а также покажет потенциальным работодателям и заказчикам вашу увлечённость дизайном и готовность развиваться в этой сфере.

3. Заведите собственную базу хороших решений. Формат неважен: выбирайте то, что вам больше по душе. Это может быть папка на компьютере или смартфоне, аккаунт на Pinterest или сохранённые сообщения в Telegram. Главное, чтобы вы могли быстро и удобно сохранять понравившиеся примеры.

4. Собирайте идеи не только из своей сферы, но и из смежных. Иметь дело только с примерами своих же коллег – это как вариться в собственном соку. Такой подход способствует скорее окостенению, чем гибкости мышления. Если вы, например, занимаетесь веб-дизайном, наблюдайте за творчеством иллюстраторов, архитекторов, промышленных и графических дизайнеров. Лучшие решения рождаются именно на стыке различных областей. Ищите интересные подходы в других направлениях и приносите их в свою работу.

5. Пользуйтесь плодами дизайнерского творчества сами. Периодически мне встречаются люди, которые принципиально не пользуются социальными сетями, не играют в компьютерные игры или не покупают брендовые вещи. Это плохая позиция, если вы хотите быть хорошим дизайнером. Хороший дизайнер должен всегда быть открыт новому. Сказанное не значит, что вы должны день и ночь сидеть во «ВКонтакте», сутками рубиться в World of Tanks

или быть фанатом Gucci. Сказанное значит лишь то, что вам не следует полностью избегать взаимодействия с подобными вещами. Принципиальный отказ от использования наиболее популярных и трендовых продуктов приведёт к тому, что вы отстанете от жизни. Ваши решения перестанут отвечать актуальным запросам, а в процессе работы вы зачастую будете изобретать велосипед, даже не подозревая, что он уже давно изобретён.

6. Посещайте выставки и галереи. В подобных местах всегда можно найти новые источники для вдохновения, увидеть современные тенденции и пообщаться с людьми, в такой же степени заинтересованными в дизайне. Разумеется, посещать можно не только дизайнерские экспозиции. Выставки фотографий, картин или даже технологий также будут полезны.

7. Если у вас есть такая возможность, обязательно путешествуйте. Наблюдая за людьми и артефактами из других культур, начинаешь видеть привычные вещи с другого ракурса. Новая точка зрения очень хорошо стимулирует творческий процесс и помогает создавать более оригинальные и интересные продукты. Всегда есть вероятность также, что однажды вам придётся разрабатывать дизайн для иностранной аудитории. Если к данному моменту вы уже будете с ней хотя бы немного знакомы, это существенно упростит вашу работу.

Копируй, повторяй, совмещай

Развитие насмотренности позволяет достаточно быстро развить дизайнерский вкус и чувство стиля. Имея большую базу хороших решений, вы сможете без особого труда отличать хорошие работы от плохих. Но этого мало, чтобы создавать хороший дизайн самим. Тут-то нам и поможет волшебный метод «Копируй, повторяй, совмещай». Волшебным он называется потому, что позволяет в очень короткие сроки научиться делать если не шедевры, то по крайней мере весьма неплохие работы.

Суть метода очень проста. Для начала возьмите несколько примеров хорошего дизайна и попробуйте повторить их один в один. Буквально. Не пропускайте ни единой мелочи, добейтесь точно таких же эффектов и стилей, какие применял автор. Это упражнение не только способствует автоматическому запоминанию задействованных приемов и принципов, но и развивает навык использования инструмента, в котором вы работаете. Данный этап можно также расценивать как своеобразный экзамен: если вы справились с этим заданием, значит, уровень технических навыков у вас уже достаточный и можно переходить к изучению более сложных вещей.

На следующем шаге я рекомендую попробовать воспроизвести чужие работы по памяти. Откройте выбранный пример, постарайтесь максимально запомнить все детали и затем, не подсматривая в оригинал, сделайте копию. После сравните оба варианта, поищите различия и обратите на них особое внимание: в них кроется разница между вашим уровнем и уровнем автора. Задайте себе вопрос: почему автор сделал именно так? Чем он руководствовался, каких принципов придерживался? Зафиксируйте свои ошибки, исправьте – и в будущем вам будет проще их не повторять.

Третий этап – совмещение нескольких работ в одной. Если речь идёт, например, о дизайне сайта, то из одного примера позаимствуйте компоновку и расположение элементов, из другого – цветовую схему, из третьего – шрифты и т. д. Такой способ называется методом творческой переработки и на выходе даёт уникальный макет, который вполне можно выкладывать в портфолио. Используя эту технику, важно брать кардинально отличающиеся друг от друга исходные примеры. Так, например, заменить зеленый цвет на красный – хорошая идея, а фиолетовый на сиреневый – не очень.

Четвёртый шаг – создание собственной работы в чужом стиле. Выберите дизайн для ориентира и сделайте свой проект похожим на него. На этом этапе уже нет необходимости повторять отдельные элементы, свойства и эффекты один в один. Используйте другие цвета, шрифты и композицию, но постарайтесь сохранить общее впечатление и эмоции, которые вызывает макет. Идеальный вариант – провести небольшое исследование: показать нескольким людям обе работы и спросить, какая им больше нравится. Если мнения разделятся примерно 50 на 50 или будет перевес в сторону вашего дизайна, значит, вы всё сделали правильно.

И наконец, пятый шаг – это создание дизайна с нуля. Овладев техническими навыками, повторив несколько чужих работ и научившись применять основные принципы дизайна, можно переходить к формированию своего собственного стиля. Откройте чистый лист – и начинайте творить. Если вы достаточно хорошо поработали на предыдущих уровнях, вы сможете создать хороший дизайн самостоятельно.

Отмечу также, что методы, описанные в данном разделе, полезны не только новичкам, но и опытным дизайнерам. Поэтому я рекомендую время от времени их повторять: такая практика поможет всегда оставаться в форме и не останавливаться в профессиональном развитии.

Глава 5. Обучение



Книги

Жизнь дизайнера предполагает постоянное пополнение багажа знаний. Стоит ли начинающему дизайнеру читать книги? Безусловно. Обычно в книгах даётся меньше практически применимой информации, чем в тех же tutorиалах, но при этом в них более подробно раскрываются философия и идеология дизайна. Книги могут быть несколько оторванными от актуальной действительности, методики и примеры в них могут быть устаревшими, и тем не менее их польза значительно перевешивает эти недостатки. Обучаться дизайну только по книгам малоэффективно, но если комбинировать их с другими методами, результаты получаются наилучшими: при таком подходе теория подкрепляется практикой и наоборот.

Не спешите и не стремитесь прочесть как можно больше. Дизайн – не та сфера, в которой количество важнее качества. Хорошей привычкой будет читать по 10–20 страниц специализированной литературы в день. При таком темпе вы сможете хорошо усваивать материал, поскольку у вашего мозга окажется достаточно времени на то, чтобы переварить полученную информацию и разложить её по полочкам.

Я также рекомендую вести конспект по каждой книге: так изложенные в ней мысли запоминаются гораздо лучше. Заведите отдельную тетрадь или файл, записывайте туда ключевые тезисы и определения. Ещё лучше сопровождать текстовые записи небольшими иллюстрациями, схемами и зарисовками: визуальная информация сохранится в памяти более чётко.

Не тратьте слишком много времени на выбор. Какую бы книгу вы ни прочли, это будет полезно. Начинать оптимально с бестселлеров и книг с высоким рейтингом. Если книга была полезна и интересна другим людям, то, вероятнее всего, и вам она подойдёт. Можете также воспользоваться персональными рекомендациями других дизайнеров.

Мой личный топ-10 книг о дизайне, обязательных к прочтению всем новичкам.

1. Дон Норман, «Дизайн привычных вещей».
2. Сьюзан Уэйншенк, «100 принципов дизайна».
3. Ян Чихольд, «Новая типографика».
4. Дэвид Лауэр, Стивен Пентак, «Основы дизайна».
5. Лидвелл Уильям, Холден Критина, Батлер Джилл, «Универсальные принципы дизайна».
6. Герман Цапф, «Философия дизайна Германа Цапфа».
7. Пол Рэнд, «Дизайн: форма и хаос».
8. Иоганнес Иттен, «Искусство цвета».
9. Мартин Белла, Ханнингтон Брюс, «Универсальные методы дизайна».
10. Стив Круг, «Не заставляйте меня думать».

Статьи и блоги

Учитывая доступность информации в интернете, было бы глупо не воспользоваться подобным ресурсом для обучения. Статьи в интернете хороши тем, что позволяют за короткое время освоить довольно большой объём полезной информации, зачастую применимой на практике. При этом такие материалы легко найти, изучить и запомнить.

Уже обработанные автором методы и приёмы усваиваются обычно значительно быстрее, чем с помощью книг. Конечно, при этом придётся пожертвовать глубиной понимания, но для выполнения многих задач вполне достаточно поверхностного знакомства с предметной областью. Статьи не смогут полностью заменить книги, но в некоторых случаях они подходят гораздо лучше.

Кроме статей с ответами на конкретные вопросы или с определёнными методиками работы, имеет смысл изучать и материалы с более абстрактными концепциями, которые часто встречаются в блогах известных дизайнеров или на корпоративных порталах компаний. Такие статьи могут дать новую почву для размышлений, навести на интересные мысли и побудить к углублённому изучению затрагиваемых тем с помощью других способов.

Хорошей привычкой будет читать ежедневно хотя бы одну статью о дизайне. Это занимает всего лишь несколько минут в день, но на больших промежутках времени поможет усвоить колоссальное количество полезной информации.

Если говорить о конкретных ресурсах, в первую очередь я рекомендую medium.com. Многие дизайнеры и эксперты в других областях ведут здесь свои блоги, и именно на этом сайте вы без труда найдёте качественные статьи.

Курсы

К одному из самых эффективных способов обучения дизайну можно отнести интенсивные курсы. Как правило, они длятся несколько месяцев и направлены на быстрое освоение практических навыков. Курсы бывают платные и бесплатные, очные и дистанционные. Рассмотрим все эти варианты, их преимущества и недостатки.

Бесплатные онлайн-курсы. Хороший вариант для старта. Обычно содержат базовую информацию по теме, могут включать практические задания. Чаще всего такие курсы создаются онлайн-школами для привлечения аудитории на дальнейшее платное обучение. Из минусов – выборочная обратная связь или полное её отсутствие, то есть ваши работы, скорее всего, не будут разбираться преподавателями, а значит, вы не сможете понять, правильно вы выполнили практику или нет.

Бесплатные офлайн-курсы. Их, как правило, проводят крупные компании с целью рекрутинга перспективных молодых специалистов. Вариант очень хороший с точки зрения обучения, поскольку компания заинтересована в высоком уровне своих будущих сотрудников, а значит, преподаватели приложат максимум усилий. Недостаток здесь в том, что такие курсы проводятся редко, а количество мест на них ограничено. Конкурс может составлять десятки человек на место, а отсев слабых учеников в процессе обучения очень жёсткий. Отстающие отчисляются на каждом этапе, и до конца доходят очень немногие. Если вы окажетесь в их числе, можете считать, что предложение о работе у вас в кармане.

Платные курсы. Самый неоднозначный вариант независимо от формата (онлайн или офлайн). Цена не всегда соответствует качеству, и есть риск, что затраты окажутся неоправданными. С другой стороны, действительно хороший курс за пару месяцев может дать больше пользы, чем годы самостоятельного обучения с помощью бесплатных материалов. Стоимость может быть внушительной, поэтому к выбору подходите внимательно.

В первую очередь узнайте, проверяются ли работы студентов и сколько времени уделяется разбору практических заданий. Если этот аспект отсутствует или составляет очень маленькую часть, не стоит тратить деньги. Теорию дизайна вы без проблем сможете найти в открытом доступе. На большинстве платных курсов она будет примерно одинаковая. Исключение составляют только уникальные авторские программы, основанные на личных наработках и опыте создателя. Практику также ничто не мешает делать самим. За что имеет смысл платить, так это именно за персональную обратную связь от преподавателя, ведь только так вы сможете узнать, в правильном ли направлении вы двигаетесь или просто закрепляете свои ошибки.

Обязательно также узнайте, кто именно будет вашим тренером. Поищите информацию о нём в интернете и социальных сетях, изучите отзывы выпускников, обратите внимание на опыт работы и преподавания. Не лишне предварительно посмотреть записи его выступлений или вживую посетить какое-нибудь мероприятие с его участием, чтобы понять, подходит ли вам его стиль общения и донесения информации.

Ещё один бонус, который могут дать платные курсы, – поддержка после обучения, например наличие сообщества выпускников, помощь в трудоустройстве или поиске клиентов. Узнайте, есть ли что-то подобное, перед тем как платить деньги.

Стажировки

Как и в случае с бесплатными курсами, некоторые компании имеют программы стажировок. Обычно на стажировку также берут несколько кандидатов, в процессе отсеивают более слабых, а более сильным делают оффер и принимают на дальнейшую работу. Попасть на стажировку с нуля практически невозможно, поэтому для такого варианта обучения вам необходимо уже обладать определённым багажом знаний и навыков.

На стажировке вас закрепляют за опытным руководителем, который выдаёт вам задания, оценивает результаты, направляет и даёт рекомендации. Задачи могут быть как учебными, так и относящимися к работе над реальными проектами. С точки зрения эффективности это один из лучших вариантов обучения, потому что здесь вы сталкиваетесь с реалиями работы в команде, видите, как устроены рабочие процессы и какие подходы используются в компании. Интересно и полезно также погрузиться в корпоративную культуру и изнутри увидеть различные тонкости функционирования компании.

Стажировки могут быть как оплачиваемыми, так и бесплатными, длиться от нескольких недель до нескольких месяцев. Чаще всего этот формат предполагает личное присутствие в офисе компании от 4 до 8 часов в день, но бывают и исключения. Иногда, например, стажировка предполагает удалённую работу по 1–2 часа в день и периодические созвоны по скайпу.

Если у вас есть возможность попасть на стажировку, разумное решение – этой возможностью воспользоваться. Даже если по итогу вам не предложат работу, вы всё равно получите опыт, который точно пригодится в дальнейшем.

Менторинг

Этот формат обучения, пожалуй, наиболее эффективный из всех. Он предполагает прямое взаимодействие между наставником (ментором) и его подопечным (менти). Высокие результаты достигаются благодаря большому количеству обратной связи, которую ученик регулярно получает от учителя. По сути, при таком формате опыт и знания передаются от более опытного специалиста к менее опытному. Работа предполагает большое количество практики и минимум теории. Ментор подбирает стиль и методики обучения в зависимости от собственных предпочтений и личных особенностей своего подопечного.

Найти хорошего ментора – задача непростая, но выполнимая. Время профессиональных дизайнеров стоит дорого, и они не привыкли тратить его на авантюры. Менторство требует больших усилий не только от ученика, но и от учителя, поэтому вам нужно хорошо постараться, чтобы заинтересовать своего будущего гуру и вызвать у него желание взять вас под своё крыло. Опытный специалист возьмётся за дело, только убедившись в перспективности новичка.

Менторинг-программы существуют в некоторых образовательных центрах и во многих IT-компаниях, а значит, к этому формату будет проще прийти после прохождения курсов или стажировки. Присматривайтесь к потенциальным менторам заранее, демонстрируйте им своё желание развиваться и сделайте так, чтобы они вас заметили. Старайтесь делать больше, чем от вас требуется, изучайте дополнительные материалы, проявляйте усердие и настойчивость при выполнении заданий. Ваши наставники должны быть уверены, что усилия, вложенные в ваше обучение, не будут напрасны. У пассивных и безынициативных учеников шансов получить менторскую поддержку практически нет.

Второй пилот

Ещё один хороший способ перенять знания и навыки более опытного дизайнера – устроиться работать его помощником. Нередки случаи, когда новичок изначально предлагал свою помощь бесплатно, но уже через несколько недель получал предложение о полноценной оплачиваемой работе от своего же наставника.

Чтобы пойти по такому пути, лучше всего выбрать фриланс. Поищите на биржах удалённой работы аккаунты дизайнеров, у которых вы хотели бы учиться, и напишите им сообщение с предложением своих услуг. Топовые фрилансеры часто загружены рутинной работой, и некоторые из них будут не против снять с себя часть нагрузки. Не стоит рассчитывать, что договориться удастся с первым же человеком, которому вы напишете, но рано или поздно всё получится.

Чтобы всё срослось и сотрудничество стало эффективным, будьте готовы работать по правилам вашего «босса». Не отказывайтесь от заданий, которые он вам предлагает, даже если они кажутся скучными и неинтересными. Учитывая практически полное отсутствие опыта, любая практика для вас полезна.

Если вы хорошо покажете себя на рутинных и примитивных задачах, со временем вам станут поручать всё более сложные задания, и в один прекрасный момент станет ясно, что вы – важное звено, на котором завязаны многие процессы. Тут-то у вас и появится шанс перейти с позиции ученика на позицию сотрудника. Если такое предложение не поступит от человека, с которым вы работали, заявите о своей готовности сами. В самом худшем случае вам откажут в оплачиваемой работе, но это не повод расстраиваться. Даже наоборот: по сути, вы бесплатно получили необходимый вам опыт работы с реальными задачами и научились ведению проектов у старшего коллеги. Так что при любом раскладе в итоге вы останетесь в плюсе.

Тренинги и воркшопы

Время от времени в крупных городах проводятся тренинги или воркшопы по дизайну. Они представляют собой короткие, на 1–2 дня, встречи по конкретной теме или методу. В отличие от лекций, на тренингах и воркшопах 90 % времени отводится практике, работе в группах и разбору выполненных заданий.

Формат подобных мероприятий также хорошо подходит для знакомства с другими дизайнерами и налаживания профессиональных контактов, поскольку в процессе участники тесно общаются между собой, решая различные задачи и достигая общей цели.

Учитывая небольшую продолжительность и количество участников (как правило, 10–20 человек), этот метод обучения получается довольно интенсивным и результативным для освоения отдельно взятых тем. В то же время такой формат подразумевает ограниченность материала и не даёт глобальной картины. Отсюда можно сделать вывод, что тренинги и воркшопы хорошо подойдут для оттачивания и совершенствования навыков, но не для получения базы.

Митапы

Люди, добившиеся определённых результатов в дизайне, часто имеют желание делиться знаниями, но редко могут себе позволить уделять этому много времени. Поэтому довольно популярным форматом стали митапы и конференции, на которых дизайнеры выступают с коротким докладом или мастер-классом.

Митапы – небольшие встречи, в программе которых, как правило, предусматривается выступление 1–3 спикеров. Каждый доклад длится 30–40 минут, затем эксперты отвечают на вопросы из зала. Наиболее распространённое время проведения митапов – вечера по будням. Количество слушателей обычно колеблется в пределах 20–100 человек, в зависимости от возможностей площадки и организаторов.

Обычно вход на митапы бесплатный, но требует предварительной регистрации. Часто количество желающих принять участие превышает количество мест, поэтому лучше подавать заявку как можно раньше. Открытые митапы организуют компании, заинтересованные в развитии дизайн-культуры, учебные центры и профессиональные сообщества. На подобных мероприятиях созданы все условия, чтобы познакомиться с докладчиками, пообщаться с ними и задать вопросы в рамках обсуждаемых тем. В перерывах или после окончания митапа также можно попросить спикера дать вам персональный совет или задать ему вопросы более широкого профиля. Получается также налаживать контакты с другими участниками, хотя это и не так удобно, как, например, на тренингах или воркшопах.

Конференции

Ещё один формат, предполагающий короткие выступления. От митапов конференции отличаются масштабом и размахом. Конференции могут длиться от одного дня до недели. Наиболее распространены 2- или 3-дневные конференции. В качестве спикеров на них приглашаются более опытные и известные эксперты, нередко из других городов и даже стран. Количество участников измеряется сотнями или тысячами, поэтому установить личный контакт с докладчиками гораздо сложнее, чем на митапах: желающих пообщаться со спикерами обычно очень много и ответить на все вопросы выступающие не могут физически.

Преимущество конференций – широкий спектр тем, которые раскрывают подходы и философию разных компаний, команд и проектов. Недостаток – малое количество практически применимой информации. Подобные мероприятия больше способствуют вдохновению, мотивации и новым идеям, нежели освоению конкретных методов работы.

Практически все дизайнерские конференции платные, стоимость составляет от десятков до сотен или даже тысяч долларов, в зависимости от масштаба, состава докладчиков и места проведения.

Дизайнерам полезно посещать не только чисто дизайнерские конференции, но и мероприятия более широкого профиля. Если есть возможность, без сомнений идите на конференции, посвящённые разработке, маркетингу или IT-сфере в целом: это позитивно скажется на вашем кругозоре, позволит наладить полезные связи с другими профессионалами из вашей индустрии.

Глава 6. Портфолио



Что такое портфолио

Интересная и необходимая задача дизайнера – создание портфолио, или, как его ещё называют, портфеля. Это набор работ, собранных в одном месте и доступных для просмотра другими людьми. Портфолио может представлять собой распечатанный альбом, папку с файлами, отдельный сайт или профиль на специальном сервисе. Размещённые в портфеле примеры работ оформляются определённым образом и называются кейсами. Об этих и других аспектах создания портфолио мы и поговорим в данной главе.

Вне всякого сомнения, портфолио – лицо и визитная карточка любого дизайнера. Его роль в построении дизайнерской карьеры сложно переоценить. Ваши работы – демонстрация ваших навыков, они отражают опыт и показывают уровень профессионализма. Вы можете знать и уметь очень много, но как об этом узнают потенциальные заказчики и работодатели, если вы не сможете показать им примеры ваших работ?

Ловушка перфекционизма

Для начала хочу предупредить вас о ловушке перфекционизма, в которую попадают очень многие дизайнеры.

Суть ловушки: начинающий специалист понимает, что его работы далеко не идеальны, и решает отложить создание портфолио на неопределённый срок. Дескать, сначала поучусь, получше разберусь в тонкостях, сделаю работы посимпатичнее – и тогда уже буду думать о портфолио.

Стремление повышать качество своего дизайна, конечно же, похвально, но, действуя по такой схеме, вы рискуете так никогда ничего и не разместить в своём портфеле, потому что каким бы классным дизайнером вы ни стали, вы всё равно будете отчасти недовольны своими работами.

Подобную ошибку совершает огромное количество людей, и не только новичков. Не попадайтесь на эту удочку. Размещайте в портфолио то, что есть на данный момент, даже если видите в своих работах явные недостатки. Гораздо лучше опубликовать слабые работы, чем не опубликовать вообще ничего: некоторые работодатели и заказчики готовы работать с джуниорами и закрывают глаза на многие ошибки.

То же самое относится и к боязни новичков выкладывать учебные работы. Конечно, реальные кейсы ценятся больше, но, пока их нет, вполне подойдут и концепты, созданные исключительно для практики.

Сервисы для создания портфолио

Размещать портфолио я рекомендую для начала на уже известных нам ресурсах, а именно на behance.net или dribbble.com: они знакомы людям и считаются золотым стандартом индустрии. Портфолио на данных сайтах легко создать, так как это их основная функция, им удобно поделиться – достаточно прислать ссылку – и легко изучать.

Ещё одно преимущество создания профиля на одном из упомянутых ресурсов в том, что их периодически просматривают потенциальные заказчики, рекрутеры, руководители команд и арт-директора. Сказанное значит, что при наличии хороших работ вы имеете все шансы быть замеченными и получить выгодное предложение о сотрудничестве.

Behance – более универсальный сервис, он подходит абсолютно всем дизайнерам, независимо от специализации. Этот проект поддерживается компанией Adobe, которая разрабатывает софт для множества креативных областей, поэтому на нём можно найти портфолио по графике, UX/UI, анимации, фотографии, иллюстрации и даже архитектуре. Добавлять работы на Behance могут все зарегистрированные пользователи. Этот сервис позволяет создавать полноценные кейсы и презентации с использованием больших изображений, текстов, ссылок и видео. Полезная фишка – возможность представлять коллективные кейсы, над которыми работало несколько авторов. Наличие таких примеров в вашем портфеле – большой плюс, поскольку косвенно подтверждает ваше умение работать в команде, важное для работы в любой компании.

Dribbble же больше подходит для дизайнеров, делающих упор на визуальную составляющую, а не на проектирование, исследования и аналитику. Чтобы публиковать своё творчество на Dribbble, необходим инвайт от другого пользователя. Инвайты – ресурс ограниченный, поэтому, если хотите его получить, вам нужно побольше общаться с другими дизайнерами и ждать, пока у кого-то из них появится возможность пригласить вас в проект. Иногда инвайты раздаются в различных дизайн-сообществах и группах в социальных сетях. Ещё один повод на них подписаться и отслеживать в своей ленте.

Свой сайт

У собственного сайта есть преимущества перед размещением портфолио на Dribbble или Behance.

Во-первых, сайт можно оформить более оригинально и необычно, так как современные веб-технологии позволяют сделать очень многое, в том числе сложную анимацию, интерактивность и параллакс-эффекты. Многие клиенты выбирают дизайнера именно по критерию креативности, так что это может выгодно выделить вас среди других кандидатов.

Во-вторых, сайт позволяет расширить функционал и, кроме портфолио, на нём можно разместить такие разделы, как личный блог, форма заказа, отзывы клиентов и т. д.

В-третьих, персональный сайт – это в некотором роде престижно и статусно. Не каждый дизайнер может себе его позволить, поэтому вас будут воспринимать чуть более серьёзно.

Кроме преимуществ, у собственного сайта есть и очевидные недостатки. Разработка – сложный процесс, требующий большого количества времени. А если вы нанимаете разработчика, потребуется ещё и кругленькая сумма денег. В зависимости от сложности проекта на оплату программисту может уйти несколько сотен и даже тысяч долларов. К тому же нужно регулярно платить за хостинг и домен – в районе 10 \$ в месяц. Не забывайте также, что, если на сайте планируются новости или блог, их необходимо регулярно обновлять. Заброшенный сайт с последними публикациями трёхлетней давности вряд ли произведёт хорошее впечатление.

На мой взгляд, разрабатывать собственный сайт имеет смысл в двух случаях. Первый – если вы владеете техническими навыками и в состоянии сделать всё самостоятельно. Это хороший вариант, который также покажет ваши умения как разработчика. Второй – если у вас образовался избыток денег и свободного времени.

Некоторые дизайнеры также создают свои сайты на конструкторе вроде tilda.cc или wix.com. Данный вариант не имеет каких-то серьёзных преимуществ, поэтому использовать его особого смысла нет, разве что для практики и освоения новых инструментов.

Объём портфолио

Не существует единственно правильного ответа на вопрос, сколько работ должно быть в портфолио дизайнера. Лично я рекомендую размещать как минимум 5 проектов. Меньшее количество не позволяет в полном объёме показать ваши способности и умение решать разноплановые задачи. Маленькое портфолио может также вызывать у потенциальных заказчиков и работодателей ненужные подозрения: серьёзно ли вы настроены, достаточно ли времени уделяете дизайну и т. д.

Максимального предела также не существует. Большое количество проектов покажет ваш опыт и станет дополнительным фактором, вызывающим доверие: если вы сделали внушительное количество работ ранее, значит, справитесь с большим объёмом и в будущем.

Параллельно с ростом вашего профессионального уровня станет расти и качество дизайна. Ваши работы со временем должны становиться всё лучше и лучше. Это значит, что старые проекты окажутся намного хуже новых. Люди, просматривающие ваше портфолио, вряд ли будут изучать абсолютно всё ваше творчество. Скорее всего, они выборочно откроют 3–5 примеров в случайном порядке и сделают усреднённые выводы. При таком раскладе старые работы могут сильно испортить впечатление о ваших навыках. В связи с этим имеет смысл периодически чистить портфолио и удалять работы более низкого качества, демонстрируя только самые удачные кейсы.

Некоторые дизайнеры принципиально не удаляют старые работы, чтобы показать свой прогресс. Это хорошая практика, но она может оказать вам медвежью услугу по причинам, описанным выше. В действительности, чтобы показать свой рост, достаточно оставить в портфолио только одну старую работу, обязательно при этом указав, что она была создана в числе первых и вы разместили её скорее в качестве музейного экспоната, нежели для демонстрации своих умений.

Таким образом, можно сделать следующее заключение: оптимальный объём портфолио составляет 5–15 наиболее качественных проектов.

Состав портфолио

Теперь давайте разберёмся, какие работы следует размещать в своём портфеле. Я выделю 5 основных рекомендаций, которых стоит придерживаться при наполнении портфолио:

1. Публикуйте работы с сильным визуалом. Что бы ни говорили о важности юзабилити, логики и функциональности дизайна, в первую очередь любой человек замечает именно внешнюю оболочку. Поговорка «Встречают по одежке, провожают по уму» очень актуальна в сфере дизайна. У вас могут быть действительно хорошие и продуманные кейсы, но если портфолио не пройдёт отбор по критерию эстетичности и красоты, на него просто не обратят внимания. Идеальный вариант, разумеется, когда ваш дизайн хорош как внешне при беглом знакомстве, так и при более детальном рассмотрении его функциональности.

2. Большую часть портфолио посвятите вашей основной специализации. Веб-дизайнер, у которого половина работ – баннеры, листовки и плакаты, воспринимается хуже, чем узкопрофильный специалист, который занимается в основном сайтами. Но это не значит, что дизайна из других категорий у вас вообще не должно быть: навыки в смежных направлениях ценятся довольно высоко. Просто количество непрофильных проектов не должно превышать 20–25 %. Вы можете оставить только лучшие из них или оформить несколько примеров в одном кейсе, разместив, допустим, все разработанные вами логотипы или иллюстрации на одной странице.

3. Покажите разнообразие. Некоторые опытные и именитые дизайнеры могут себе позволить работать только в одном, своём собственном стиле. Что же касается большинства, особенно новичков, то у них приветствуется умение подстраиваться под особенности проекта и требования заказчика. Учитывая, что заранее предсказать эти факторы невозможно, имеет смысл показать весь спектр ваших возможностей. Размещайте в портфолио работы в разных стилях, шрифтовых и цветовых схемах. Очень полезно также продемонстрировать проекты разных типов. Например, разместить в портфолио веб-дизайнера 5 интернет-магазинов хуже, чем показать набор из интернет-магазина, лендинга, промосайта, новостного портала и социальной сети.

4. Размещайте проекты, разработанные для широко известных и узнаваемых заказчиков. Если вы работали с компанией, которую знают на рынке, обязательно покажите такой кейс, даже если с визуальной точки зрения итог получился не самым лучшим. Знаменитые бренды в портфеле добавляют вам престижа и повышают статус в глазах потенциальных клиентов и работодателей. Разумеется, речь идёт только о реальных примерах, а не о фейковых работах. Не нужно пытаться никого обмануть и называть своими клиентами те компании, которые на самом деле ими не были.

5. Покажите масштабные кейсы со сложным дизайн-процессом. Это проекты, в ходе которых вы провели пользовательские исследования, детальный анализ конкурентов, разработали прототипы. Если вы занимались юзабилити-тестированием или другими методами проверки, это тоже подходящий вариант. Другими словами, покажите проекты, разработка которых подразумевает наличие навыков проектирования и организации.

Оформление кейсов

К оформлению примеров своих работ нужно подходить крайне внимательно и деликатно. Хороший дизайн может превратиться в отличный при хорошей подаче и в ужасный – при плохой. Упаковка зачастую играет даже более важную роль, чем сама работа.

В первую очередь это касается визуального дизайна. Оформляйте кейсы таким же образом, как любой другой дизайн-проект. Уделите внимание мелочам, проверьте типографику, убедитесь в гармоничности композиции и сочетаемости цветов. Следите за тем, чтобы вся страница была выполнена в едином стиле. Для оживления особенно сухих и сдержанных примеров нелишне добавить подходящие к тематике проекта иллюстрации и ненавязчивую анимацию.

При всём этом нельзя, чтобы оформление доминировало над содержимым. Внимание должно быть направлено на разработанный дизайн, а не на декоративные и фоновые элементы. Стремитесь к эстетике и минимализму и не перегружайте работу слишком большим количеством визуального шума.

Важно также составить грамотную структуру кейса, чтобы максимально продемонстрировать свои дизайнерские навыки и способности. Ниже приведены несколько советов, которые позволят вам показать себя с наиболее выгодной стороны.

1. Напишите, с какими целями, задачами и требованиями вы работали на проекте. В чём заключались исходные данные, какая основная проблема была у заказчика, какие болевые точки имелись у целевой аудитории.

2. Покажите, какие артефакты вы создали в процессе работы. Прикрепите к кейсу результаты исследований и анализа, наброски и схемы, промежуточные варианты дизайна, прототипы и итоговые макеты.

3. Используйте сторителлинг. Представьте, что вы рассказываете историю создания этого проекта. Опишите, какие этапы вы прошли, какие проблемы возникали в процессе работы, какие варианты решений у вас были и как вы выбирали между ними. В конце расскажите, какие результаты с точки зрения бизнеса и пользователей у вас получились на финальной стадии.

4. Разместите в кейсе краткую информацию об участниках проекта и вашей роли, если вы работали в команде. Быть командным игроком и уметь это показать – большой плюс для дизайнера.

5. Обязательно разместите ссылку на проект, если он находится в открытом доступе. Это может быть отдельный сайт, страница приложения в Google Play или AppStore. В любом случае реально реализованные проекты в портфолио всегда ценятся намного больше, чем концепты и работы, сделанные в стол. Если возможности дать ссылку на работающий продукт нет, можно сослаться хотя бы на интерактивный прототип. Это хуже, чем полностью готовый проект, но лучше, чем ничего.

6. В конце кейса можно разместить отзыв заказчика. Разумеется, если этот отзыв положительный и клиент согласился, чтобы вы его отзыв опубликовали. Отзывы обычно служат ещё одним триггером доверия и при прочих равных условиях дают дополнительное преимущество.

Обновление портфолио

Время от времени своё портфолио необходимо обновлять. Это нужно, чтобы всегда оставаться в тренде и идти в ногу со временем. К счастью, мода меняется не настолько быстро, чтобы ваши старые работы теряли актуальность ещё до того, как вы создадите новые. Скорее всего, кейсы 2–3-летней давности будут смотреться вполне современно. А вот с работами старше 4–5 лет уже могут быть проблемы.

Конечно, не все работы в портфеле должны быть сделаны в новом стиле. Чтобы показать вашу осведомлённость в современных трендах, достаточно 1–2 кейсов.

Таким образом, пополняя портфолио хотя бы раз в год, вы можете быть спокойны и не бояться оказаться не у дел.

Что касается этапа, когда вы ещё только формируетесь как дизайнер, то уровень ваших навыков обычно растёт значительно быстрее, чем у более опытных коллег. Поэтому и обновлять портфолио вам нужно гораздо чаще.

Скорее всего, лучшее решение в начале карьеры – показывать в портфолио все новые работы, которые обходят по качеству исполнения предыдущие.

Хорошая практика также – размещать ссылки на новые кейсы в ваших социальных сетях. Это не потребует от вас практически никаких усилий, но ваши друзья и подписчики увидят ваши посты у себя в ленте и лишний раз вспомнят о вас как о дизайнере. Такие ненавязчивые напоминания, совершаемые с определённой периодичностью, в долгосрочной перспективе могут превратиться в новые возможности карьерного и финансового роста.

Работы под NDA

Многие дизайнеры, особенно работающие в аутсорсинговых компаниях, сталкиваются с такой проблемой: проекты, над которыми они трудятся, – очень качественные и интересные, но их нельзя выкладывать в портфолио. Подобные условия могут быть прописаны в контракте, в соглашении о неразглашении, non-disclosure agreement (NDA) или даже просто устно оговорены с заказчиком.

В некоторых случаях дизайнеры ищут обходные пути, например показывают портфолио на собеседованиях со своей флешки или ноутбука, хранят портфолио на «Google Диске» и открывают доступ только потенциальным работодателям и т. д. Возможно, отдельные NDA действительно позволяют подобный формат – тогда так действительно можно поступать. Но если соглашение подразумевает полную конфиденциальность, этот вариант я использовать настоятельно не рекомендую. Если вы согласились на какие-либо условия, их нужно выполнять. Но что же тогда делать с портфолио? Ответ прост: для портфолио нужно специально создавать другие работы.

На самом деле, если вы набрались опыта на коммерческом проекте, ничто не мешает вам сделать нечто похожее по той же схеме. Это потребует некоторого количества времени, зато результат может оказаться даже лучше, чем в том варианте, который вам нельзя демонстрировать. В таком новом дизайне исправьте совершённые ранее ошибки и сделайте всё исключительно по своему усмотрению, не ограничиваясь требованиями заказчика и техническими возможностями команды. Делая концепт, вы имеете все шансы полностью раскрыться и проявить свой дизайнерский потенциал.

Ещё одно хорошее решение проблемы – время от времени брать сторонние заказы на фрилансе или участвовать в проектах, не имеющих запретов на публикацию. Кроме пополнения портфеля, это вариант позволит вам разнообразить свою деятельность, отвлечься от основной работы и получить дополнительный доход, который окупит затраченное время.

Ошибки при создании портфолио

Итак, мы подробно рассмотрели, как надо оформлять портфолио. Теперь давайте разберёмся, как это делать не надо. Я опишу наиболее распространённые ошибки, совершаемые дизайнерами при создании портфеля.

1. Присылать портфолио архивом. Пожалуй, это худшее, что можно сделать. Для наглядности приведу жизненную цитату руководителя одной дизайн-студии, который занимался поиском сотрудников в свою команду (дословная выдержка из переписки):

– Все, кто кидает ссылки на портфель архивом на гугл диске – горите в аду) даже смотреть не буду.

И это действительно так. Хороший дизайнер должен продумать не только содержание своего портфолио, но и его подачу. Удобно ли будет его смотреть? Получится ли его открыть с разных устройств? Не займёт ли это слишком много времени? Не вызовет ли других проблем?

2. Размещать в портфолио чужие работы. И речь идёт не только о полном плагиате. Надеюсь, то, что нельзя просто брать чужие работы и выдавать за свои, понятно и так. Здесь имеются в виду случаи, когда вы действительно работали над проектом, но ваша роль в нём была не очень большой. Либо вы использовали элементы чужого дизайна для оформления своей работы.

Так, например, один знакомый мне дизайнер разрабатывал баннер для небольшой компании. Чтобы продемонстрировать, как этот баннер будет смотреться в реальных условиях, он сделал скриншот главной страницы крупнейшего регионального портала, поместил туда свой баннер и опубликовал это всё в качестве кейса. Другой парень опубликовал на Behance дизайн, который он просто верстал. А одна девушка, изучающая моушен-дизайн, скачала иллюстрацию с бесплатного стока, сделала её анимацию и без всяких пояснений выложила на свой Dribbble. Ещё случай: человек, нарисовавший иконки для мобильного приложения, разместил у себя в портфолио все экраны, на которых эти иконки использовались.

Рекомендация здесь простая. Если значительная часть вашего кейса сделана не вами – либо не размещайте такую работу вообще, либо как минимум указывайте соавторов и вашу роль в проекте. Это лучше, чем стать плагиатором в глазах потенциальных работодателей и заказчиков.

3. Публиковать недоработанные кейсы. В портфолио не стоит выкладывать отдельные блоки сайта или вырванные из общего дизайна куски мобильного приложения. Размещать черновые варианты со множеством ошибок, которые вы сами видите, – тоже плохая идея. Это же правило относится и к кейсам, в которых показаны, например, только результаты юзабилити-тестирования, но отсутствуют макеты, доработанные на основании данного исследования.

Всё вышеперечисленное и другие подобные вещи могут размещаться в портфеле только в качестве одного из элементов вашего кейса, но никак не в качестве самостоятельной работы.

4. Неправильно расставлять приоритеты. Эта ошибка часто встречается не только у новичков, но и у дизайнеров со стажем. Один из наиболее распространённых примеров – когда блок с описанием шрифтов и цветов занимает очень много места и привлекает к себе слишком много внимания, в то время как гораздо более важные элементы, такие как цели проекта или описание процесса, практически не видны или вовсе отсутствуют. Часто бывает также, что вспомогательные элементы визуально подавляют тот дизайн, который вы презентуете. Например, это может произойти, если вписать лёгкий минималистичный дизайн в яркие и тяжёлые мокапы.

Оформляя работы для своего портфеля, всегда задавайтесь вопросом: какая информация здесь самая важная, а какая – второстепенная? И расставляйте акценты правильно.

5. Не оформлять работы вообще и просто выкладывать примеры проектов, не пытаясь презентовать их более интересно и наглядно. Это не самая критическая ошибка для визуальных дизайнеров, но недопустимая для проектировщиков. В первом случае можно обойтись красивой картинкой. А вот во втором отображение целей, задач и процесса – обязательное требование.

6. Не указывать контактов для связи. Многие работодатели и заказчики выбирают дизайнеров именно по портфолио и связываются с понравившимися кандидатами самостоятельно. Если в вашем портфеле нет контактной информации, они просто не смогут с вами связаться, а значит, вы упустите выгодные предложения и возможности. Человек вряд ли станет специально регистрироваться на том же Behance, просто чтобы написать вам, используя сервис внутренних сообщений. Скорее всего, он найдёт дизайнера, с которым можно связаться более простым способом.

Поэтому при создании портфолио обязательно указывайте все доступные контакты. Чем больше выбор вариантов, тем лучше. Смело давайте ссылки на свои страницы в социальных сетях, адрес электронной почты, телефон или никнеймы в мессенджерах. Дать людям возможность без проблем с вами связаться – правило хорошего тона и истинно дизайнерский подход.

Портфолио-ревью

Даже если вы следовали всем моим рекомендациям, это не гарантирует отсутствия в вашем портфолио ошибок и недочётов. Кроме того, когда вы долго работаете над своим дизайном и оформлением кейса, ваш глаз замыливается, в результате чего можно допустить даже самые банальные и очевидные промахи.

Именно поэтому свой портфель нужно обязательно показывать другим дизайнерам. В идеале ревью должны делать более опытные дизайнеры. Попросите провести анализ у своего преподавателя, ментора или руководителя. Но даже если такой возможности нет, как минимум покажите свои работы коллегам, сокурсникам или просто скиньте в любой дизайнерский чат. Недостатка желающих покритиковать чужое творчество, как правило, не бывает. Многие комментарии токсичные и неприятные, готовьтесь к троллингу и неконструктивной критике. Но также вам дадут и вполне дельные советы, которые помогут заметить недочёты в своих кейсах и исправить их.

Для полноценного ревью я рекомендую показать портфолио как минимум 5 дизайнерам. Лучше – больше. То, что не заметит один человек, заметит другой. А если какую-то проблему не заметил ни один из пяти, то это, скорее всего, не такая уж и большая проблема.

Не бойтесь критики. Она помогает вам развиваться и не останавливаться на достигнутом. Даже матёрые дизайнеры, которые годами оттачивали своё мастерство, допускают ошибки. Их работы критикуют ничуть не меньше, а иногда даже больше, чем работы новичков. Так устроен мир дизайна, и вам нужно научиться не принимать критику слишком близко к сердцу. Помните: критикуют не вас, а ваши работы.

Глава 7. Резюме



Дорога жизни

Вы уже приобрели определённый набор навыков, разработали несколько проектов и оформили портфолио. Настал момент начинать искать работу и окупать вложенные в обучение усилия и время. Для этого вам и понадобится резюме.

Резюме – это документ, содержащий информацию, важную при трудоустройстве, такую как образование, опыт работы и навыки. В западных странах для названия этого документа часто используется аббревиатура CV – от латинского *curriculum vitae*, что переводится на русский язык как «дорога жизни, автобиография, жизнеописание».

Как и портфолио, резюме выполняет функцию визитной карточки и является своеобразным фильтром. Хорошее резюме может стать пропуском на собеседование, в то время как плохое не даст вам даже шанса пообщаться с представителями компании.

Важно понимать: изначально CV просматривают рекрутеры, а к арт-директору или ведущему дизайнеру оно попадает только на втором этапе. Поэтому при его составлении нужно учитывать многие недизайнерские аспекты. О них мы и поговорим в этой главе.

Где размещать резюме

Если вы хотите найти работу быстро – размещайте своё резюме везде, где только можно. Каждая новая площадка даёт дополнительный шанс, что работодатель найдёт вас именно на ней.

Первым делом зарегистрируйтесь на наиболее популярном сайте по поиску работы в вашем городе или регионе. Рекомендую также добавить своё CV хотя бы на 2–3 первых сайта из выдачи поисковых систем по таким запросам, как «разместить вакансию», «работа в <название вашего города>», «поиск сотрудников» и т. д. Обращаю ваше внимание: искать лучше по тем ключевым словам, которые используют работодатели, а не соискатели, так как ваша целевая аудитория – именно они.

Имеет смысл также погуглить более узконаправленные запросы вроде «найти дизайнера». Иногда по таким запросам поисковики выдают далеко не самые известные и популярные ресурсы. Разместив своё резюме на них, вы можете избежать жёсткой конкуренции и оказаться в выигрышном положении по сравнению с другими кандидатами, которые про эти сайты даже не знают.

Следующим шагом обязательно создайте профиль на [linkedin.com](https://www.linkedin.com). Это профессиональная социальная сеть, и очень большое количество HR-специалистов³, или эйчаров, ищут сотрудников именно там. По моим наблюдениям, LinkedIn зачастую оказывается даже более эффективным, чем региональные сервисы по поиску работы.

Нелишне создать резюме на тех же ресурсах, где вы разместили своё портфолио, например на Behance или на собственном сайте. Для потенциального работодателя может оказаться очень удобным иметь возможность получить о вас всю необходимую информацию в одном месте.

Чем на большем количестве ресурсов вы «засветитесь», тем больше вероятность, что ваше CV заметят, поэтому размещайте резюме везде, где получится. Это не потребует от вас много времени, однако увеличит шансы на результат: решающую роль в вашей карьере и профессиональной жизни может сыграть одно-единственное предложение от работодателя.

³ Мероприятия, на которых специалисты разных профилей объединяются, чтобы разработать какой-либо продукт за короткое время.

Подготовка к созданию резюме

Правильно заполненное резюме – важный аспект, которому нужно уделить должное внимание. Главное, что необходимо знать при составлении CV, – вы составляете его не для себя, а для представителей компании, в которой хотите работать. Старайтесь описывать не столько себя самого, сколько пользу, которую вы сможете принести компании.

Прежде чем приступить непосредственно к заполнению резюме, попробуйте поставить себя на место человека, который ищет дизайнера в свою команду. Что было бы для вас важно в этом случае? На что бы вы обращали внимание? Как бы вы отличили хороших кандидатов от плохих? Ответьте на эти вопросы – и заполнить CV правильно вам будет намного проще.

Детально изучите вакансии, уже опубликованные работодателями. Обратите внимание на то, какие формулировки в них используются, какие навыки ожидаются от соискателей. Запишите часто встречающиеся требования и пожелания, чтобы не забыть указать их в своём резюме. Если вы не обладаете какими-то актуальными на рынке знаниями или умениями, попробуйте освоить. Возможно, это окажется не так уж и сложно.

Ещё один хороший способ, помогающий лучше понять работодателя, – посмотреть резюме других кандидатов. На многих сервисах резюме недоступны другим соискателям, но ничто не мешает вам создать аккаунт работодателя, разместить собственную вакансию и изучить отклики на неё. В CV других дизайнеров вы найдёте хорошие решения, которые сможете позаимствовать, а также увидите типичные ошибки и не допустите их сами. Причём рассматривайте резюме кандидатов не только из своего, но и из других регионов. Особое внимание уделите CV соискателей из более крупных городов: конкуренция за рабочие места в них выше, а значит, их жителям нужно более тщательно подготавливать свои резюме.

Как составить хорошее резюме

Чтобы заинтересовать работодателя и вызвать у него желание продолжить общение с вами, я советую придерживаться следующих рекомендаций.

1. Указывайте только реальные данные. Не используйте аватарки вместо фотографий, псевдонимы вместо фамилий, желаемый город проживания вместо фактического и т. д.

2. Указывайте только одну желаемую должность. Например, «Графический дизайнер» лучше, чем «Графический дизайнер, художник, фотограф, 3D-визуализатор». Определитесь, кем вы хотите работать, – и создавайте резюме конкретно под эту специализацию. Если не можете определиться, сделайте несколько резюме. Исключение составляют профессии, подразумевающие совмещение нескольких направлений в одном, например UX/UI-дизайнер.

3. Не добавляйте к должности приставки, показывающие вашу неопытность, такие как «junior», «начинающий», «стажёр» и т. д. Некоторые рекрутеры с ходу отфильтровывают такие вакансии. Даже если вы на самом деле имеете мало опыта, это ещё не значит, что уровень ваших навыков не подойдёт для выполнения задач, предусмотренных вакансией.

4. Указывайте только релевантный опыт работы, то есть тот, который полезен при выполнении новых должностных обязанностей. Например, если хотите устроиться веб-дизайнером, релевантным будет опыт работы веб-программистом, специалистом по продвижению сайтов, маркетологом, учителем информатики или дизайнером других специализаций. Эти профессии хоть и не подразумевают выполнения тех же задач, что ставятся перед веб-дизайнером, но дают общее понимание сферы, аудитории и основных принципов. Опыт же работы бухгалтером, водителем троллейбуса или поваром нерелевантен, поскольку не имеет с веб-дизайном практически ничего общего.

5. Показывайте предыдущий опыт с выгодной стороны. Допустим, ранее вы работали специалистом по SMM (social media marketing). В ваши обязанности входило, например, просчитывать рекламные бюджеты, настраивать рекламные кампании, создавать рекламные объявления, составлять график их публикации и прочие подобные задачи. Теперь же вы хотите переквалифицироваться в графического дизайнера. В данном случае в описании предыдущего опыта вам нужно отметить именно те задачи, которые окажутся полезными на новой работе: опустите часть про бюджеты, планы и графики и более подробно расскажите о том, что вы оформляли картинки для рекламных кампаний, работали в графических редакторах, создавали разные варианты баннеров и т. д.

6. Включайте в свой опыт работы учебные проекты, стартапы, фриланс и некоммерческие инициативы, в которых вы принимали участие в качестве дизайнера. Для работодателя, в общем-то, неважно, были ли вы трудоустроены официально и получали ли зарплату. Запись в трудовой книжке в большинстве случаев не имеет значения. Если у вас нет формального стажа, но есть опыт создания дизайна, это обязательно нужно указывать. Иначе вы будете выглядеть как совершенно зелёный новичок, который вообще ничего не знает и не умеет, что не соответствует действительности.

Разумеется, в описании необходимо подробно изложить, какие обязанности у вас были на этих проектах и какие задачи вы выполняли. Самый лучший вариант – рассказать, каких конкретных результатов вы достигли и какую пользу это принесло заказчику.

7. Указывайте всё релевантное образование. Речь идёт не только о высшем образовании, но и о пройденных курсах (даже бесплатных), тренингах и семинарах. Наличие в вашем резюме отметок о дополнительном образовании покажет вашу заинтересованность и желание развиваться в дизайне.

8. Указывайте полученное высшее образование, даже если оно нерелевантно. Оконченный вуз, независимо от факультета и специальности, говорит о вашем умении обучаться и доводить дела до конца.

9. Составьте подробный список ваших умений и навыков. Недостаточно просто написать в этой графе «Умею делать дизайн». Укажите графические редакторы, которыми вы владеете, знакомые вам методы работы, технологии и фреймворки. Возможно, что-то из этого критически важно для работодателя.

10. В блоке «О себе» кратко опишите свою личность, при этом сделав упор на профессиональные качества и цели. Можно также кратко перечислить основные увлечения и хобби, особенно если они говорят о вашей разносторонней развитости и многогранности. Не нужно писать подробную автобиографию: вряд ли большой объём текста кто-то станет читать. В этом блоке достаточно буквально 1–2 предложений.

11. Прикрепите ссылку на своё портфолио или на 3–4 лучшие работы. У человека, который просматривает ваше резюме, должна быть возможность максимально быстро оценить качество вашего дизайна.

12. Используйте хорошую фотографию. Это положительно скажется на запоминаемости и вызовет больше доверия. Идеальный вариант – деловое фото на однородном фоне с лёгкой улыбкой. Не стоит прикреплять фотографии в полный рост, с другими людьми или сделанные в непрофессиональном контексте (развлечения, спорт, природа и т. д.).

13. Обязательно указывайте иностранные языки, которыми вы владеете. Очень большое количество компаний работает на зарубежных заказчиков, поэтому иногда знание иностранного языка оказывается решающим фактором при выборе того или иного кандидата. Наиболее востребованы на данный момент английский и немецкий языки, но и другие точно не будут лишними при поиске работы. Укажите также ваш уровень разговорной и письменной речи, особенно если он выше среднего.

14. Добавьте рекомендации или контакты людей, которые могут их дать. Лучше всего получить положительные отзывы людей, которые были вашими руководителями. Рекомендации от коллег, заказчиков с фриланса, преподавателей или даже однокурсников также будут полезны. При этом не имеет особого значения, в какой сфере вы работали раньше: хорошие отзывы в первую очередь подтверждают ваши коммуникативные навыки, самоорганизованность и умение работать в команде и только во вторую говорят о вас как о специалисте.

15. Упомяните значимые достижения, если они есть. Возможно, вы окончили университет с красным дипломом, победили в каком-то дизайнерском конкурсе, были удостоены премии или награды – всё это станет дополнительным преимуществом. Многие недооценивают свои достижения, а зря. Не скромничайте и расскажите о том, чего вы добились. Конечно же, речь здесь идёт о достижениях, имеющих значение для потенциального работодателя. Медаль за первое место по выпиванию пива, выигранная в баре, к этой категории не относится.

16. Указывайте контакты, по которым с вами можно быстро связаться. Нет смысла оставлять e-mail, который вы проверяете раз в неделю, или телефон, по которому до вас невозможно дозвониться в течение дня. Маловероятно, что рекрутеры и работодатели сделают больше одной-двух попыток с вами связаться. Если по каким-то причинам вы недоступны в определённые дни или часы, лучше сразу сделайте соответствующую пометку в резюме и укажите удобное для вас время, в которое вы можете отвечать на звонки или сообщения.

17. Регулярно обновляйте своё резюме. Специфика дизайнерской сферы такова, что даже в течение нескольких месяцев требования работодателей могут измениться. Ваша задача – регулярно следить за этими требованиями и вносить в своё резюме соответствующие корректировки. То же самое касается изменений с вашей стороны: если вы освоили альтернативный графический редактор, прошли очередной курс или изучили новый метод работы – обязательно укажите это в своём CV.

Оформление резюме

Большинство сервисов поиска работы предполагают стандартную форму резюме и не дают возможности редактировать его внешний вид. Это понятно и логично, поскольку однотипные резюме легче обрабатывать и сравнивать между собой.

Однако иметь CV полезно не только на специальных ресурсах, но и в виде отдельного файла. Такой формат позволит отправлять резюме по электронной почте или через социальные сети. Создать CV в виде отдельного файла вы можете полностью самостоятельно, используя шаблон или онлайн-конструктор.

Вне зависимости от выбранного способа следует придерживаться определённых правил, речь о которых пойдёт ниже.

1. Используйте файлы .docx или .pdf. Оба эти формата широко распространены и привычны рекрутерам, поэтому ваше резюме без проблем откроют и получат всю необходимую информацию, в том числе с помощью автоматических систем учёта соискателей (applicant tracking system, ATS). Более предпочтителен с точки зрения возможностей оформления формат PDF. Документы этого типа создаются в программах Adobe Photoshop, Illustrator, InDesign, а значит, у вас будет практически полная свобода действий в шрифтах, цветах и прочих визуальных эффектах.

2. Используйте стандартную структуру оформления. Не нужно пытаться изобрести велосипед и проявлять излишнюю креативность. Так, например, имя и желаемая должность должны находиться в самом верху страницы, а не внизу. Для ориентира придерживайтесь такой же последовательности разделов CV, какая используется на порталах по поиску работы. Эта структура будет привычна, а значит, удобна для восприятия рекрутерами.

3. Будьте минималистичны. Это правило относится не только к оформлению резюме, но и к дизайну в целом. Не нужно делать в CV сложные иллюстрации, массивные рамки, витиеватые разделители, яркие фоны. Ограничьтесь хорошей типографикой, логично расставленными акцентами и минимумом цветов. Чёрный текст на белом фоне – лучший вариант из всех возможных. Эстетика не требует большого количества элементов сложной графики.

4. Не делайте резюме слишком большим. Излагайте информацию лаконично. Избегайте больших блоков текста. Включайте в содержание только те данные, которые имеют отношение к дизайну или могут быть важны для работодателя. Оптимальный объём CV – не более 2–3 страниц печатного текста.

5. Используйте формат А4 портретной ориентации. Если ваше резюме захотят распечатать – что бывает очень часто, особенно если вас пожелают пригласить на интервью, – это не должно вызвать сложности.

6. Проверьте дизайн своего CV на соответствие основным принципам дизайна. Рекрутеры не обратят внимания на такие мелочи, но опытный lead-дизайнер или арт-директор вряд ли пропустит явные ошибки в группировке блоков или типографике.

Не помешает предварительно дать своё резюме на проверку хотя бы 2–3 знакомым дизайнерам. Будет обидно не пройти отбор только из-за нарушения знакомых вам правил.

7. Напоследок проверьте на правильность все тексты. Опечатки, помарки, ошибки в пунктуации и тем более в орфографии точно не добавят вам баллов. У некоторых людей пропущенная запятая или лишний мягкий знак могут вызывать неподдельное отвращение. Далеко не для всех это правило работает, но если вы можете подстраховаться – зачем рисковать?

Глава 8. Поиск работы



Активная позиция

Сама формулировка «поиск работы» уже несёт определённый смысл. Работу действительно нужно искать. Сама собой она не найдётся. Просто создать портфолио и разместить резюме на сайте с вакансиями недостаточно.

Конечно, иногда звёзды могут сложиться и так, что работодатель сам вас найдёт, но в абсолютном большинстве случаев инициатива должна исходить именно от соискателя. Особенно если речь идёт о новичке без опыта работы.

Сложнее всего найти именно свою первую дизайнерскую работу. Компании предпочитают нанимать на эту должность уже состоявшихся специалистов, потому что брать новичка – всегда риски. Отсутствие опыта грозит большим количеством ошибок, проблемами в процессах и во взаимодействии с командой, что негативно сказывается на сроках и качестве работы.

Желающих же начать карьеру дизайнера с нуля довольно много, а значит, конкурс на каждую вакансию высокий. Именно поэтому поиск первой работы – очень сложный, а зачастую и длительный процесс. Многие люди, имеющие потенциал, но не проявляющие должной настойчивости, на данном этапе просто отсеиваются. Наиболее активные, наоборот, преодолевают этот главный барьер и затем строят успешную карьеру.

Найти вторую, третью или четвёртую работу в разы проще, чем первую. Имея стаж хотя бы один год, вы станете намного более привлекательным кандидатом, а компании будут готовы предложить вам условия получше и оплату повыше. Хороших дизайнеров мало, и на рынке труда они в дефиците. Когда вы достигнете уровня эксперта, уже компании начнут конкурировать между собой за право нанять вас на работу, а вы будете выбирать и выдвигать свои требования.

Но это потом. Сейчас же ваша главная задача – сделать всё необходимое, чтобы обойти других новичков и найти своё первое рабочее место. Я наблюдал за множеством начинающих и опытных дизайнеров и могу с уверенностью сказать: лучше всего устраиваются не те, у кого лучше портфолио, и не те, кто лучше решает дизайнерские задачи. Лучше всех устраиваются те, кто более активно ищет работу.

В сфере дизайна на поиск работы в среднем уходит несколько месяцев. Мне известны случаи, когда подходящая вакансия находилась прямо в день создания резюме. Бывало и такое, что люди искали работу больше года. Не хочу вас ни пугать, ни излишне обнадеживать: возможны разные варианты. Срок зависит от ваших усилий, ситуации на рынке и множества других факторов, многие из которых находятся вне зоны вашего влияния. Не стоит себя винить и расстраиваться, если найти работу пока не получается.

Пожалуй, самый лучший совет, который я могу вам дать, – будьте настойчивы, целеустремлённы и не прекращайте поиски. Не сдавайтесь – и рано или поздно вам попадётся подходящая вакансия. Если сегодня вам захотелось всё бросить, подумайте о том, что счастливый шанс может ждать вас завтра. Как говорится, кто ищет – тот найдёт. В этой главе я расскажу, какие меры можно предпринять, чтобы максимально повысить свои шансы найти работу на должность дизайнера.

Компании вашей мечты

Возможно, есть компании, близкие вам по духу, в которых вы сами хотели бы работать. Если так – отправьте им своё резюме и небольшое сопроводительное письмо. Напишите, почему вы хотите работать именно у них и какую пользу можете принести. Будьте кратки, не нужно растягивать текст на целую страницу. Пары абзацев более чем достаточно.

Контакты для соискателей находятся в разделе типа «Вакансии» или «Карьера» на корпоративном сайте практически любой фирмы. Вы можете также напрямую связаться с рекрутерами или руководителями этих компаний через социальные сети.

Отправляйте резюме даже в том случае, если в данный момент вакансии на должность дизайнера не открыта. Ваше CV добавят в базу и, если возникнет необходимость, о вас вспомнят. Возможно, что и пригласят на собеседование.

Перед отправкой резюме у вас, скорее всего, возникнут сомнения. Внутренний голос станет говорить, что вы ещё не готовы, что лучше сначала набраться опыта в других компаниях и т. д. Не слушайте его. Самое страшное, что случится, – вас не возьмут на работу. Но ведь если вы ничего не предпримете, то вас определённо не возьмут. В первом же случае точно есть даже если и небольшой, но шанс на успех. Это лучше, чем ничего. К тому же получить отказ в начале карьеры – не значит, что нельзя попробовать ещё раз через какое-то время. Отправив своё резюме, вы абсолютно ничем не рискуете, но если вам повезёт, вы начнёте свою карьеру в компании своей мечты. Стоит попробовать, не правда ли?

Нетворкинг

Огромное количество вакансий закрывается, даже не доходя до стадии публикации. Почему так происходит? Дело в том, что при поиске сотрудников люди первым делом рассматривают кандидатов, которых они знают лично или тех, кого им порекомендуют друзья и коллеги. Поэтому важно иметь широкую сеть профессиональных контактов с людьми из вашей сферы. Например, если вы хотите работать UX/UI-дизайнером, полезно иметь побольше знакомых программистов, тестировщиков, бизнес-аналитиков, project-менеджеров и, конечно же, эйчаров.

Существует множество способов познакомиться с такими людьми. Устанавливайте контакты с ними на различных мероприятиях, которые мы рассматривали в предыдущих разделах. Хакатоны, конференции, тренинги и воркшопы способствуют нетворкингу особенно хорошо. Не стесняйтесь быть инициатором знакомства и не бойтесь, что вас не поймут. Общение между участниками – одна из главных целей таких мероприятий, и всем это ясно по умолчанию.

Если вы не очень коммуникабельный человек и не имеете большого опыта знакомств в подобном формате, поначалу вы можете испытывать неловкость. Это абсолютно нормально, и в этом нет ничего страшного. Для большей уверенности посещайте мероприятия не в одиночку, а в компании уже знакомых вам людей. Организаторы многих конференций и митапов создают также специальные чаты в мессенджерах, которые позволяют установить контакт с участниками мероприятия ещё до его начала. Если такой чат есть, предварительно пообщайтесь в нём, и потом вам будет намного проще познакомиться вживую.

Во многих городах периодически проводятся нетворкинг-встречи, которые также имеет смысл посещать. Чаще всего информацию о них можно найти в Facebook или «ВКонтакте». Участники подобных мероприятий изначально настроены на знакомства, и вполне вероятно, что кто-то из них нуждается в услугах дизайнера.

Визитка и логотип

Физические визитки в наш век цифровых технологий уже не так необходимы для нетворкинга, как 10–20 лет назад, когда у людей не было смартфонов. Сейчас для установления контакта достаточно найти человека в социальных сетях или мессенджерах. Причём я рекомендую первый вариант, так как соцсети дают намного больше возможностей для взаимодействия и получения информации о человеке.

И всё же визитная карточка позволит выделить вас и сделать более запоминающимся для собеседника, особенно на фоне того, что сейчас они мало у кого есть. Визитка может храниться у человека довольно долго и при этом время от времени попадаться ему на глаза. Забыть о вас при таком раскладе будет не так-то просто.

Кроме того, самой визиткой вы уже демонстрируете свои дизайнерские навыки. Несмотря на небольшое количество элементов, проработать их нужно очень тщательно. Дизайн визитной карточки, как и оформление резюме, должен быть минималистичным, но эстетичным. Важно постоянно иметь при себе хотя бы 5–10 визиток. Удачное знакомство может подвернуться в самый неожиданный момент, поэтому вы должны всегда быть наготове.

Очень хороший шаг – разработать свой собственный логотип. Его стоит не только поместить на визитке, но и использовать в других целях. Например, поставить в качестве авторской отметки на своих работах в портфолио. Так или иначе, логотип добавит баллов к вашей уникальности в глазах новых знакомых и поможет им лучше вас запомнить. Визуальные образы всегда отпечатываются в памяти лучше, чем сухой текст.

Социальные сети

Для того чтобы расширять круг профессиональных знакомств, не обязательно выходить из дома. Социальные сети также очень хорошо решают эту задачу. Пожалуй, наиболее эффективен нетворкинг в LinkedIn, поскольку данный ресурс предназначен именно для установления профессиональных контактов. Но это не значит, что вам не нужно уделять внимание другим соцсетям. Рекрутеры часто находят и смотрят профили соискателей в Facebook, Instagram, «ВКонтакте» и др.

Сперва необходимо проработать собственные профили. Замечательно, если все они показывают вас как дизайнера. Разумеется, в них может быть и другая информация, но чем больше внимания уделено профессиональной составляющей, тем лучше это сказывается на ваших шансах получить хорошее предложение о работе. Обязательно напишите «Дизайнер» в графе «Профессия». Не помешает упомянуть о дизайне в статусе, в блоке «О себе», в списке интересов. Не забывайте вступать в дизайнерские группы и регулярно делать репосты, чтобы в вашей ленте постоянно находились материалы на дизайнерские темы.

Очень важный пункт – разместить ссылку на своё портфолио на видном месте. Это может быть графа «Персональный веб-сайт» или закреплённое сверху страницы сообщение. При появлении в портфолио новых работ обязательно делайте соответствующие посты с призывом посмотреть и оценить добавленный кейс.

Что касается информации, не относящейся к дизайну, то её допустимое количество зависит от формата самой соцсети. Так, например, в Instagram или Facebook можно придерживаться соотношения 50/50, а вот в LinkedIn и в «Моем круге» лучше все 100 % уделить профессиональным темам. Важно также следить за адекватностью размещаемых вами материалов. Не публикуйте тексты, содержащие мат, фотографии с пьянок, пошлые анекдоты и другие подобные вещи. Если что-то вульгарное уже есть в вашем профиле – удаляйте. Более нейтральный контент, например фотоотчёты из путешествий или заметки о спорте, вполне можно оставить.

Прокачав свои профили, можно переходить к следующему этапу. Найдите страницы людей из вашей сферы – и просто добавляйтесь к ним в друзья или в контакты. К заявке прикрепляйте небольшое сообщение, объясняющее, кто вы и для чего добавляетесь. Составляя текст сопроводительного сообщения, думайте в первую очередь о том, кого эти люди хотели бы видеть у себя в друзьях. Выгода, которую вы предлагаете, не обязательно должна быть сиюминутной. Например, добавляясь в друзья к HR-специалисту, напишите что-то вроде: «Здравствуйте! Я веб-дизайнер, нахожусь в поиске работы. Если у вас появится вакансия на эту должность – буду рад сотрудничеству».

Расширяя сеть контактов в социальных сетях, вы расширяете круг своих возможностей, поэтому каких-то пределов в количестве контактов с точки зрения поиска работы не существует. Лимиты могут быть у самих соцсетей. Впрочем, эти лимиты довольно высоки и вряд ли станут для вас проблемой. Так, например, Facebook имеет ограничение в 5000 друзей. Добавлять слишком много контактов за день также не рекомендуется, иначе сервис может расценить ваши действия как спам. В большинстве случаев безопасное количество – отправка 20–30 заявок в сутки. Для наших целей этого вполне достаточно.

Сайты с вакансиями

Один из наиболее популярных методов рекрутинга – размещение вакансий на специально предназначенных для этого сайтах. С точки зрения соискателя, откликаться на уже открытые вакансии – самый очевидный способ, которым пользуются абсолютно все, поэтому конкуренция довольно высока. Причём самый высокий конкурс именно на вакансии для начинающих специалистов, так как к ним предъявляются более мягкие требования, а значит, большее количество людей под эти требования подходит. А вот на вакансии дизайнеров senior-уровня, наоборот, может быть недобор подходящих специалистов.

Итак, если вы новичок, имейте в виду, что на каждую вакансию, помимо вас самих, отвечает большое количество других кандидатов. А значит, чтобы уравновесить шансы, вам нужно отвечать на большое количество вакансий. Лучше это делать как можно раньше. Откликнувшись в числе первых, вы имеете больше шансов, что ваше резюме хотя бы откроют. Если же вы пришлёте ответ на вакансию через несколько дней после её публикации, скорее всего, он затеряется в числе таких же запоздалых откликов.

Поэтому, чтобы максимально повысить свои шансы, лучшая стратегия – отвечать на все вакансии подряд. И делать это нужно регулярно. В идеале – 1–2 раза в сутки, например утром и вечером.

Многие новички фильтруют вакансии, в которых требуется опыт работы. Делать этого не стоит: вполне вероятно, ваш уровень устроит работодателя, несмотря на отсутствие формального стажа. Игнорируя такие вакансии, вы упускаете много потенциальных возможностей.

Если у вас есть хорошее портфолио и успешно выполненные учебные проекты, смело откликайтесь на вакансии, в которых требуется опыт 1–3 года.

Тестовые задания

Тестовое задание – обязательный этап отбора кандидатов на должность дизайнера в абсолютном большинстве случаев. Иногда тестовое высылают только соискателям, чьи резюме и портфолио понравились работодателю, а иногда бывает и так, что компания даёт тестовое задание вообще всем откликнувшимся без разбора. Это помогает с ходу отсеять кандидатов, у которых отсутствует мотивация, и сэкономить время на рассмотрение откликов.

Так или иначе, тестовое задание придётся делать с вероятностью 90 % или даже больше.

Тестовое задание помогает работодателю проверить уровень ваших навыков и понять, способны ли вы выполнять задачи, актуальные на реальных проектах. Чаще всего тестовое разрабатывается максимально приближенным к тому, чем будущему сотруднику придётся заниматься на работе.

Учитывая высокую конкуренцию на дизайнерские вакансии, будьте готовы сделать несколько тестовых заданий, прежде чем вас пригласят на собеседование. Не расстраивайтесь, если ваша работа не прошла отбор: для вас это дополнительный опыт и возможность пополнить портфель новым кейсом. К тому же, выполняя тестовое задание, вы, скорее всего, наткнётесь на сложные для вас аспекты, лучше поймёте, каких знаний и навыков вам не хватает, разовьёте их в дальнейшем и тем самым повысите шансы на успех в следующие разы.

Выполняя тестовые задания, придерживайтесь следующих рекомендаций.

1. Пристально изучите задание. Перечитайте его несколько раз, выпишите упомянутые требования на отдельный лист и держите перед собой. Невнимательность может стать причиной провала.

2. Изучите информацию о компании, посмотрите её сайт и портфолио, если оно находится в открытом доступе. Обратите внимание на корпоративную философию, культуру, стиль примеров работ, описание процессов и т. д. Всё это поможет вам лучше понять, что именно считается нормой в компании и как вам подстроиться под её представления о хорошем дизайне.

3. Поставьте себя на место работодателя. Подумайте, почему тестовое задание именно такое. Какие навыки и качества соискателей оно позволит проверить? По каким критериям можно оценить качество подобной работы?

4. Сделайте больше, чем требуется. Перевыполняя план, вы показываете работодателю свою мотивацию, ответственный подход и широту компетенций.

Если вас просили разработать логотип – покажите, как он будет смотреться на визитках, кружках, бейсболках и другой фирменной продукции. В тестовом нужно сделать дизайн сайта? Добавьте его адаптивную версию. В задаче сказано нарисовать несколько экранов мобильного приложения? Дополнительно отобразите их функциональность в виде интерактивного прототипа или анимированного ролика.

Практически в любой дизайнерской специализации не лишним будет также провести анализ целевой аудитории, составить портрет пользователя или прикрепить другие артефакты, подтверждающие, что вы глубоко погрузились в данную область и тематику проекта.

5. Опишите процесс. Кратко расскажите, как вы выполняли тестовое задание. Пошагово разъясните, какие этапы вы прошли, какими инструментами пользовались, на основании чего принимали решения.

6. Не бойтесь задавать вопросы. Если в задании есть непонятные вам требования или условия, уточните, что именно имеется в виду. Это лучше, чем самостоятельно сделать неправильные выводы и тем самым обречь себя на неудачу.

Важно: если у вас есть вопросы, задать их лучше одной итерацией. Не стоит что-то уточнять у работодателя каждые 20 минут. Внимательно изучите задание, составьте список непонятных пунктов и спросите всё за один раз.

Я рекомендую также не просто задавать открытые вопросы в стиле «мне ничего не понятно, объясните, что вы от меня хотите». Намного лучше использовать формулировку типа «правильно ли я понял, что...». Такая форма позволяет и получить ответ, и не сильно напрягать работодателя необходимостью что-то разъяснять. Ему нужно просто сказать «да», если ваши предположения верны, и развернуто ответить только по тем пунктам, которые вы действительно поняли неправильно.

7. Опишите, какие допущения вы сделали. Это нужно указать, если в процессе вы всё же столкнулись с недостатком информации и у вас не было возможности получить необходимые сведения. Если ваша работа изначально основана на непроверенных гипотезах, обязательно отметьте. Если финальный вариант не подойдёт работодателю, он по крайней мере сможет оценить ход ваших мыслей и поймёт, что, обладая нужными данными, вы смогли бы решить задачу верно.

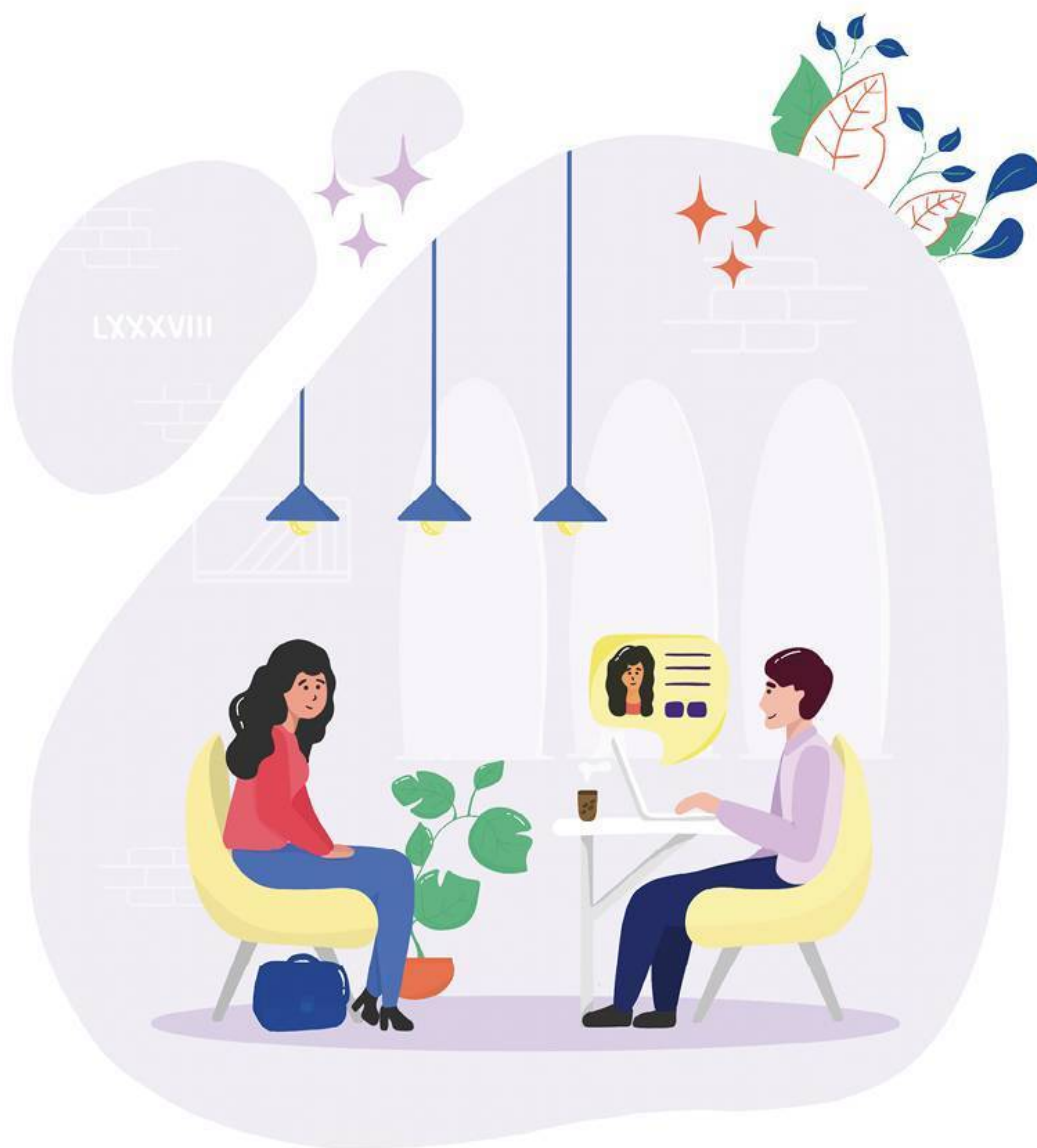
8. Приведите исходники в порядок. При оценке тестового задания зачастую учитывают не только получившуюся на выходе картинку, но и технические нюансы. Логично ли организована структура слоёв? Понятно ли названы файлы и компоненты? Не сделаны ли растровыми элементы, которым положено быть векторными? Эти и другие подобные вопросы очень важны для работодателя, так как от ответов на них зависит, удобно ли будет другим сотрудникам работать в кооперации с вами.

9. Оформите свою работу привлекательно. Красивый дизайн на подсознательном уровне воспринимается как более удобный и качественный. Следите за тем, чтобы эстетично выглядела не только сама работа, но и её подача.

10. Перед отправкой проверьте ваше тестовое задание на наличие дизайнерских и орфографических ошибок. Если получится, попросите другого человека дать вам обратную связь: возможно, со стороны какие-то недочёты окажутся виднее, чем вам самим.

11. По возможности присылайте результат немного раньше дедлайна. Во-первых, вашу работу посмотрят чуть раньше других, а значит, более внимательно. Во-вторых, это покажет вашу пунктуальность, ответственность и умение работать быстро, что часто является одним из ключевых факторов при выборе сотрудников.

Глава 9. Собеседования



Форматы собеседований

Если работодатель готов рассматривать вашу кандидатуру, вас пригласят на собеседование, или, как оно обычно называется на Западе, интервью. Собеседование часто состоит из нескольких этапов, которые назначаются как до, так и после выполнения тестового задания.

В разных компаниях структура интервью и их формат могут различаться. Где-то достаточно 15-минутного созвона по скайпу с одним человеком, а где-то потребуются 3 личные встречи: с рекрутером, ведущим дизайнером и другими членами команды. Несмотря на такое разнообразие в подходах, цель любого собеседования одна: понять, подходите ли вы для работы в этой компании.

Вне зависимости от формата и продолжительности оценка вашей кандидатуры проводится в двух направлениях: с точки зрения профессиональных знаний и навыков и с точки зрения личностных качеств.

За первое направление, также называемое техническим собеседованием, обычно отвечает арт-директор или ведущий дизайнер. На таком собеседовании проверяются знания теории дизайна, терминологии, основных подходов и методологий. Часто задаются и вопросы по инструментам и дизайнерским программам. Возможна ситуация, когда вас попросят сделать что-то прямо во время собеседования, например создать небольшой макет или оформить подготовленный заранее прототип.

Оценкой ваших личностных качеств занимаются все участники собеседования. Они пытаются понять, соответствуют ли ваши ценности ценностям компании, легко ли вы находите общий язык с людьми, есть ли у вас чувство юмора, способны ли вы решать нестандартные задачи, справляться со стрессом и т. д.

Подготовка к собеседованию

Интервью – довольно волнительное мероприятие, особенно если вы ищете свою первую работу. Остаться полностью спокойным и вообще не переживать, пожалуй, невозможно, но понизить уровень стресса за счёт предварительной подготовки вполне реально. Приведу несколько рекомендаций, которые позволяют справиться с волнением и прийти на собеседование во всеоружии.

1. Узнайте о компании как можно больше. Зайдите на её сайт, поищите группы в социальных сетях, изучите отзывы клиентов на независимых ресурсах. Всё это даст вам представление о том, куда вы идёте, и поможет ответить на некоторые вопросы во время интервью.

2. Ещё раз внимательно перечитайте текст вакансии. Не упустили ли вы из виду какие-то требования или условия? Если при повторном прочтении вы найдёте что-то плохо знакомое, имеет смысл оперативно разобраться с проблемными местами и хотя бы поверхностно изучить нужные темы.

3. Составьте список критериев, по которым вы сами нанимали бы людей в свою команду. Как бы вы отличили хороших кандидатов от плохих? Какие вопросы вы бы им задавали? На что обращали бы внимание в их поведении, речи и внешнем виде? Рассуждения с позиции работодателя, а не соискателя помогут понять вам что-то важное о себе и быстро предпринять необходимые меры.

4. Порепетируйте. Попросите кого-нибудь из друзей, знакомых или родственников побыть вашим интервьюером и разыграть собеседование по ролям. После репетиции обязательно попросите вашего партнёра дать вам обратную связь, рассказать, что ему понравилось, а что нет. Проведите также анализ самостоятельно и сделайте выводы. Если возможности включить других людей в свою тренировку собеседования нет, не страшно. Даже репетиция с самим собой перед зеркалом добавит вам уверенности.

5. Напишите небольшое сочинение, почему компании выгодно взять на работу именно вас. Пишите его не со своей точки зрения, а исходя из позиции работодателя. Для того чтобы вам было проще взглянуть на себя со стороны, попробуйте использовать формулировки от третьего лица, то есть используйте местоимение «он» или «она» вместо «я».

6. Составьте список своих вопросов. Помните: интервью – взаимный процесс. Не только работодатель оценивает вас, но и вы оцениваете работодателя. Если есть критические для вас условия, не стесняйтесь уточнять, соответствуют ли им компания и вакантная должность.

7. Заранее решите, какую зарплату вы хотели бы получать в идеале, а также минимальную сумму, ниже которой не согласитесь работать. Это даст возможность быть более гибким в вопросах оплаты и принимать решение в зависимости от того, как будет проходить интервью.

8. В день собеседования посмотрите другие вакансии. Понимание, что вакансий много, помогает снизить значимость отдельно взятого собеседования и меньше волноваться, что, в свою очередь, повышает ваши шансы на успех.

9. Перечитайте своё резюме, пересмотрите работы в портфолио и выполненное тестовое задание. Это именно та информация, которая на данный момент есть у работодателя. Посмотрите на себя его глазами. Что можно понять, обладая только этими данными? Что остаётся непонятным? Что хочется спросить? Подумав об этом, вы сможете предугадать некоторые вопросы и лучше к ним подготовиться.

10. Поговорите о собеседованиях с другими людьми. Желательно, но не обязательно с дизайнерами. Их истории точно повысят ваш уровень уверенности и спокойствия и помогут настроиться на нужный лад.

11. Заранее просчитайте маршрут и выезжайте с запасом времени. Опаздывая на интервью, вы не только покажете свою непунктуальность, но и будете переживать ещё сильнее, что негативно скажется на итоге собеседования.

12. Позаботьтесь, чтобы во время интервью вас ничто не отвлекало и не занимало ваши мысли. Отключите звук и вибрацию на мобильнике, сходите в туалет. Не планируйте других важных мероприятий сразу же после собеседования и т. д.

Часто задаваемые вопросы

Вопросы, как и формат собеседования, в разных компаниях могут быть совершенно разными. Тем не менее есть большая вероятность, что вам зададут один или несколько вопросов из этого списка. Я не стану давать вам готовых ответов, поскольку работодатели хотят услышать не зазубренное наизусть определение, а ваше личное мнение, основанное на опыте и глубоким понимании сути. Рекомендую поискать ответы на эти вопросы самостоятельно, изучить несколько альтернативных точек зрения и уже потом сформулировать ваш собственный ответ. Это позволит не только ответить механически, но и развить тему, если появится такая необходимость.

1. Что такое дизайн? Чем хороший дизайн отличается от плохого? Данный вопрос по праву занимает первое место, поскольку задают его практически на любом интервью. Действительно, как вы можете быть хорошим дизайнером, если даже не знаете, что такое дизайн? Советую подойти к этому вопросу особенно серьёзно. Поищите хорошие и плохие продукты и сервисы, сравните их между собой и постарайтесь вывести для себя критерии оценки. Если вы дадите развёрнутый ответ на этот вопрос и подкрепите его конкретными примерами, этого уже может быть достаточно, чтобы склонить работодателя на вашу сторону.

2. Как устроен ваш рабочий процесс? Будьте готовы описать этапы вашей работы, используемые методики и инструменты. Акцентируйте внимание не на перечислении действий, а на объяснении и обосновании применяемых подходов. Расскажите не только о том, что вы делаете, но и почему.

3. Как вы развиваетесь в сфере дизайна? Для ответа на этот вопрос можно рассказать о том, какие книги вы читали, какие дизайнерские сайты регулярно посещаете, на какие YouTube-каналы подписаны, в каких дизайн-сообществах состоите, какие мероприятия посещаете и т. д.

4. Каких дизайнеров вы знаете? Кого считаете самым лучшим дизайнером и почему? Поищите результаты рейтингов, конкурсов и премий. Узнайте, кого считают лидерами в вашей сфере. Изучите информацию об этих людях, их работы, принципы и биографию — и рассказ о них не составит для вас труда.

5. Над какими проектами вы работали? Какой считаете самым успешным? Какой считаете провальным? Отвечая на эти вопросы, желательно ориентироваться не на свою субъективную оценку, а на полезность проекта для заказчика и пользователей. Если вы сможете привести конкретные факты и цифры, это будет идеальным вариантом.

6. Каковы ваши сильные и слабые стороны? Вопрос кажется банальным, но без подготовки он способен поставить в тупик. Ответ о ваших преимуществах должен показать вас с лучшей стороны, при этом постарайтесь не быть голословными и вспомнить хотя бы по одному реальному примеру из жизни, когда вы проявляли названные способности в работе над дизайном. Говоря о слабых сторонах, старайтесь также говорить правду, но не называйте те качества, которые делают вас кандидатом, явно непривлекательным для компании.

7. Кем вы видите себя через 5 лет? Для начала неплохо ответить на этот вопрос самим себе. Нет ничего страшного в том, что вы не знаете точно: за 5 лет многое может поменяться. Тем не менее работодатель почти всегда заинтересован в долгосрочном сотрудничестве, поэтому отвечать следует так, чтобы заверить его в вашем намерении оставаться дизайнером и продолжать приносить пользу компании.

8. Почему вы сделали именно так? Например, у вас могут спросить, почему вы выбрали для своего проекта именно такие цвета или почему использовали именно такой шрифт. Ответ должен быть аргументированным и основываться на целях проекта, а не на вашем вкусе и личных предпочтениях.

9. Каким вы видите будущее дизайна? Этот вопрос очень интересный, и подготовка к нему сама по себе, скорее всего, доставит вам огромное удовольствие. Для того чтобы ваш ответ оказался небанальным, я рекомендую изучить историю дизайна, а также почитать футурологическую литературу. Очень вероятно, что содержащаяся там информация наведёт вас на действительно интересные мысли и поможет создать собственные концепции будущего.

10. Какой опыт у вас уже есть и как он поможет вам в работе дизайнером? Отвечая на этот вопрос, опишите задачи, которые вы выполняли во время учёбы или предыдущей работы, и поясните, что эти задачи имеют общего с дизайном.

11. Какие хобби и увлечения у вас есть? Людям, которые вас собеседуют, важны не только ваши профессиональные навыки. Их также интересует, что вы за человек: чем вы живёте, как проводите свободное время, чем любите заниматься. Работать в компании с жизнерадостными и разносторонне развитыми личностями куда приятнее, чем с замкнутыми и ограниченными людьми, поэтому постарайтесь рассказать о своих хобби с воодушевлением и явным энтузиазмом.

Но не увлекайтесь рассказом слишком сильно и помните: это всё-таки собеседование, а не разговоры по душам с друзьями. Придерживайтесь рамок адекватности и не раскрывайтесь слишком уж сильно. Оптимально рассказать о тех увлечениях, которые прямо или косвенно позволяют помочь в работе дизайнером. Это может быть, например, рисование, психология или фотография.

12. Почему вы хотите работать именно дизайнером? Отвечая на этот вопрос, кратко расскажите вашу жизненную историю, а также ключевые моменты, которые привели вас к дизайнерской сфере. И вам для себя не помешает подумать над подобным вопросом: найденные ответы помогут вам действовать более осознанно, легче обходить барьеры и двигаться к своим целям по более прямому пути.

Как вести себя на собеседовании

Иногда интервью становится провальным не из-за недостатка знаний или навыков кандидата, а исключительно из-за неправильного поведения.

Чтобы минимизировать риск и не попасть впросак, изучите список рекомендаций ниже и не допускайте типичных ошибок.

1. Не делайте то, что для вас неестественно. В интернете и книгах часто можно встретить советы в стиле «держите спину прямо, больше улыбайтесь, говорите громко» и т. д. На самом же деле, если такое поведение не свойственно вам в обычной жизни, оно не только не поможет, но и навредит. Непривычные для вас действия всё равно не получится выполнить хорошо, а пытаясь их контролировать, вы будете только отвлекаться от сути диалога.

2. Не врите и не пытайтесь строить из себя того, кем не являетесь. Какой бы продуманной ни была ваша легенда, в условиях стресса она всё равно рассыплется. Даже если вы сможете обмануть работодателя на собеседовании, правда всё равно всплывет во время испытательного срока. Нет смысла сильно завышать уровень своих знаний, навыков и опыта.

3. Не скромничайте. Не стесняйтесь рассказать о своих лучших качествах и достижениях. Покажите себя правдиво, но с лучшей стороны. Больше говорите о своих преимуществах и меньше – о недостатках.

4. Не бойтесь ошибиться и не молчите. Если вы не уверены в том, что знаете правильный ответ на поставленный вопрос, всё равно отвечайте, но с ремаркой, что это только гипотеза. Расскажите также, как бы вы действовали при столкновении с подобной проблемой на практике. Если ответ окажется правильным, это покажет работодателю вашу сообразительность. Если нет – вы по крайней мере проявите готовность разбираться даже в незнакомых вам задачах, что также является преимуществом.

5. Не уклоняйтесь от темы. Некоторые люди, повествуя о своих профессиональных качествах, быстро переключаются на рассказы об увлечениях, личной жизни и других вещах, никак не связанных с работой. Постарайтесь избегать таких тем, только если интервьюер сам их не затронет.

6. Не пытайтесь набить себе цену за счёт принижения собеседника. Ещё один вредный совет, который можно встретить на просторах интернета, – вести себя высокомерно, критиковать компанию-работодателя или даже демонстрировать безразличие. Якобы это заставит интервьюера почувствовать ваше превосходство и таким образом принять решение о том, что вы хороший специалист. Разумеется, это абсолютный бред. Подобная тактика – гарантированный способ провалить собеседование даже для опытного дизайнера, не говоря уже о новичке.

7. Не забудьте задать свои вопросы, а также уточнить сроки принятия решения. Лучше всего взять с собой блокнот или составить список вопросов на мобильном телефоне, потому что в условиях собеседования всё, что вы хотели спросить, может просто вылететь у вас из головы.

Анализ результатов

Возможно, несмотря на всю подготовку, ваше первое собеседование пройдёт совсем не так, как вы себе это представляли. Не расстраивайтесь, если из-за волнения вы что-то забыли и не смогли внятно ответить на вопросы интервьюера или высказали реплики, которые стоило держать при себе. Это нормально. Ошибаются все, здесь нет ничего постыдного.

Но работу над ошибками сделать всё-таки нужно, чтобы не допустить подобных промахов в будущем. Сначала я советую провести самостоятельный анализ. Восстановите в памяти ход интервью, постарайтесь вспомнить максимальное количество деталей. Затем возьмите лист бумаги, разделите его пополам. В одной колонке составьте список всего, что вы сделали хорошо, в другой – список всего, что получилось плохо.

Наиболее полезно получить обратную связь от работодателя. Очевидно, если после собеседования вас приняли на работу – значит, всё прошло хорошо и ваши ошибки не были критическими. Если же вы получили отказ, попросите указать на ваши слабые места и дать рекомендации, на что следует обратить внимание. Узнайте, чего вам не хватило, и постарайтесь развить недостающие компетенции к следующим собеседованиям. Если вы не получили ответа вообще, свяжитесь с работодателем сами и также попросите его дать вам обратную связь. Сделать это лучше примерно через неделю после собеседования.

Не стоит воспринимать проваленное собеседование как неудачу. Отнеситесь к нему как к очередному уроку, который преподала вам жизнь, – и в следующий раз вы придёте на интервью уже гораздо более подготовленными. Сложно сказать, сколько итераций потребуется совершить, прежде чем вы устроитесь на работу дизайнером, поэтому заранее настраивайтесь быть настойчивыми, проактивными и целеустремлёнными. Не сдавайтесь – и рано или поздно у вас всё получится.

Глава 10. Первая работа



Это только начало

Многие, к сожалению, не понимают, но на начальном этапе карьеры не стоит быть слишком привередливыми к условиям работы и компаниям-работодателям. Если вы новичок без опыта, шансы найти интересную и хорошо оплачиваемую работу в известной дизайн-студии, конечно же, есть, но довольно маленькие. Намного более вероятно, что ваша первая должность окажется не такой уж привлекательной: с рутинными задачами, скучными проектами или не совсем по желаемой специализации. Не стоит также рассчитывать на высокую оплату.

Новичков обычно нанимают либо в качестве помощников, либо в том случае, когда компания не имеет возможности или потребности нанять более опытного, а значит, и высокооплачиваемого специалиста. Возможно, вам придётся побыть чьей-то правой рукой или же мастером на все руки, который, кроме дизайна, выполняет и другие задачи. На самом деле не так важно, какой именно окажется ваша первая дизайнерская должность: для человека, начинающего с нуля, любой опыт будет полезен и станет хорошим трамплином для дальнейшего карьерного и профессионального роста.

По сути, первая работа – ещё один этап обучения. Ваша главная задача на этом этапе – набивать руку, учиться у более опытных коллег и смотреть, как устроены процессы в компании. Отнеситесь к первой работе как к отправной точке вашего пути, а не как к пункту назначения. Первый год наверняка окажется тяжелым и изматывающим, зато потом, уже со стажем, перед вами откроются гораздо более заманчивые перспективы.

Испытательный срок

Итак, вы выполнили тестовое задание, прошли собеседование и получили предложение о работе. Казалось бы, теперь можно выдохнуть и расслабиться – но не тут-то было. Впереди вас ждёт ещё один, заключительный, этап проверки, называемый испытательным сроком. Именно здесь вы столкнётесь с реальными задачами и в полной мере погрузитесь в рабочие процессы компании. Работодатель в свою очередь проверит ваши знания и навыки на практике, а также окончательно убедится в том, действительно ли вы успешно справляетесь с поставленными задачами.

Как правило, испытательный срок длится от нескольких недель до нескольких месяцев, в течение которых работодатель имеет полное право вас уволить. Этого времени вполне достаточно, чтобы избавиться от слабых специалистов и людей, у которых не получается влиться в коллектив. Чтобы вам было проще пройти данный этап, следуйте изложенным ниже рекомендациям.

1. Узнайте, как планируется оценивать вашу работу. В самом начале испытательного срока спросите у своего руководителя, по каким критериям, или KPI⁴, оценивается ваша работа и как принимается решение о продолжении сотрудничества. Чем чётче ваше понимание, тем проще вам пройти данный этап.

2. Будьте пунктуальны. Опоздания на работу в период испытательного срока воспринимаются как неуважение и халатность. Приходите немного раньше, а уходите немного позже положенного времени. Но не стоит засиживаться на работе слишком долго. Лишние часы не добавят вам бонусов и могут даже вызвать различные подозрения, поэтому 5–10 минут вполне достаточно.

3. Будьте активны и инициативны. Если вы справились со всеми назначенными заданиями, не сидите без дела, а попросите новую порцию работы. Даже если вам скажут, что на данный момент задач для вас нет, это не повод уйти пораньше или заняться своими личными делами. Почитайте дизайнерскую литературу, изучите новый графический редактор или подробнее проанализируйте тематику проекта. Используйте освободившееся время с пользой.

4. Не критикуйте работу других сотрудников и компании в целом, даже если абсолютно уверены в своей правоте. Как новичок, вы ещё многого не знаете, и ваша критика вряд ли окажется конструктивной. Если вам действительно хочется узнать, почему какие-то процессы устроены так, а не иначе, просто спросите об этом. Причины есть, и для ваших коллег они, скорее всего, очевидны.

5. Забудьте о мессенджерах, социальных сетях и телефоне в рабочее время. Даже если прямого запрета нет, лучше не давать работодателю лишних поводов разорвать с вами отношения. Личные вопросы решайте во время обеда или после окончания рабочего дня.

6. Старайтесь записывать все рекомендации и замечания от руководителя и коллег. Обучаемость – одно из самых важных качеств, которое проверяется во время испытательного срока. Если вам постоянно нужно повторять одно и то же, велика вероятность, что данный этап проверки вы не пройдёте.

7. Запрашивайте обратную связь и следите за собственным прогрессом. Не полагайтесь на свою интуицию: она может быть обманчива. Хотя бы раз в пару недель интересуйтесь у руководителя, устраивают ли его качество и скорость вашей работы.

Не лишним будет также попросить указать на ваши слабые места и посоветовать, над чем вам стоит поработать. Не вдавайтесь и в другую крайность – не спрашивайте об этом слишком часто.

⁴ Key performance indicators – ключевые показатели эффективности.

8. Сначала пытайтесь решить возникающие проблемы самостоятельно. Новичок, который задаёт слишком много банальных вопросов, не самый привлекательный кандидат. Ваше время пока стоит намного дешевле, чем время других сотрудников, поэтому, прежде чем спрашивать что-то у коллег, попробуйте разобраться в ситуации сами. Используйте интернет, дизайнерские чаты и собственную смекалку. Вполне вероятно, что проблема решается проще, чем вы думали.

9. Ошибка, обратная предыдущей, – не задавать вопросов вообще. Если вы не смогли решить проблему за 15–30 минут, нужно обязательно поставить руководителя в известность, чтобы избежать ситуации, когда за несколько часов или даже за целый день вы не сделали ничего полезного, но потратили кучу времени на решение простейшей проблемы. Попробуйте разобраться сами, но если у вас не получилось сделать это быстро – не молчите.

10. Не отказывайтесь от заданий, даже если они не совсем соответствуют вашим представлениям о том, чем должен заниматься дизайнер. Может быть, вам поручат поработать с текстом или даже с кодом. В подобных ситуациях просто отметьте, что задача не соответствует вашей специализации и поэтому вы не уверены в результате, но постарайтесь сделать всё возможное, чтобы выполнить задание. Это не только покажет вашу инициативность, но и позволит получить знания в смежных сферах, что, вне всякого сомнения, пригодится в будущем.

Как влиться в коллектив

Некоторые люди ошибочно полагают, что уровень профессионализма играет более важную роль в построении карьеры, чем отношения с коллегами и руководством. Подобное заблуждение может стать фатальным, поскольку в действительности именно от вашего окружения в значительной степени зависит, перейдёте вы на следующий уровень или нет. Это касается также и испытательного срока, поэтому данному вопросу следует уделить особое внимание.

Чтобы заслужить благосклонность коллег, вам нужно найти золотую середину. Люди не любят слишком замкнутых или, наоборот, слишком активных новичков. Постарайтесь изучить поведение других людей, понаблюдайте за принятыми в компании обращениями, фразами, моделями поведения. Подстройка под уже существующую культуру и негласные правила – лучшая стратегия из всех возможных. Любые попытки с ходу привнести что-то новое воспринимаются в штыки. Как говорится, в чужой монастырь со своим уставом не ходят.

Обращаться к коллегам лучше по имени, причём в той форме, в которой они вам представлялись. Чтобы не забыть, как кого зовут, записывайте все имена и делайте пометки, кто кем работает и за что отвечает, чтобы вы могли обратиться к нужному человеку.

Не стоит ожидать, что вас признают своим сразу же: на это потребуется какое-то время. Сближайтесь с другими сотрудниками мягко и постепенно, внимательно следите за реакцией. Первые дни лучше держать дистанцию и просто наблюдать. Дальше очень плавно входите в личный контакт с членами команды.

Начать можно, например, с совместных перерывов на кофе, с обедов или общения по пути с работы домой. Если на ваше поведение откликаются положительно – всё ок, продолжайте в том же духе. Если нет – откатитесь на один, а лучше на два шага назад.

Не рекомендуется также отказываться от совместных мероприятий, которые проводятся внутри команды. Неформальное общение способствует установлению прочных связей намного лучше, чем деловая коммуникация. Поэтому, если вам поступило предложение присоединиться к пятничному посещению бара, не отказывайтесь. Самим же инициировать подобные мероприятия не стоит: если в компании они не приняты, для вас это может привести к негативным последствиям.

Что делать дальше

Если вы успешно прошли испытательный срок – поздравляю: самый сложный этап вашей карьеры уже позади, дальше всё будет значительно проще. Вероятность быть уволенными довольно низка, и, по большому счёту, всё, что от вас теперь требуется, – это не косячить. Естественно, совсем уж безалаберно относиться к своим обязанностям не стоит, но если вы поддерживаете качество своей работы хотя бы на том уровне, который демонстрировали во время испытательного срока, вам ничего не грозит.

Ирония в том, что именно ощущение безопасности – ваш главный враг на данном этапе. Состояние комфорта, пришедшее на смену стрессу и напряжению, слишком приятное, и из него не хочется выходить. Из-за этого многие перспективные дизайнеры прекращают развиваться и довольствуются тем, что имеют. Не могу их винить: в конце концов, каждый человек сам решает, как ему жить и работать.

И всё же, если вы не хотите годами работать над однообразными задачами и зарабатывать, мягко говоря, не самые большие деньги, останавливаться в обучении и совершенствовании своих навыков нельзя. Отдохните пару месяцев, насладитесь ощущением спокойствия – и с новыми силами беритесь за покорение новых вершин. Продолжайте изучать подходы и методы, осваивайте свежий софт и инструментарий. Посещайте дизайнерские мероприятия, обменивайтесь опытом и следите за актуальными трендами.

Подумайте, что вам нравится и что не нравится в текущей работе. Помечтайте, чем вы на самом деле хотите заниматься, над какими проектами работать и с какими компаниями сотрудничать. Определите, какие компетенции вам для этого необходимы, поставьте соответствующие цели и начинайте работать над их достижением.

Не стоит перенапрягаться. Через силу можно действовать только короткое время. Для долгосрочных планов регулярность гораздо важнее скорости. Когда вы уже работаете дизайнером, лучше медленно преодолеть марафонскую дистанцию за несколько лет, чем быстро перегореть от интенсивного и изматывающего спринта.

Когда менять работу

Рано или поздно почти на любой работе вы достигнете потолка. И если в одних компаниях возможностей для роста предостаточно: вы начинаете с позиции junior, затем повышаете свой уровень до middle, потом до senior и в конечном итоге становитесь тим-лидом или арт-директором, – то в других организациях перспектив может не быть вообще.

Так или иначе, я рекомендую проработать в своей первой компании хотя бы полгода, лучше – год. Для человека без опыта любая, даже самая скучная и однообразная дизайнерская деятельность в течение этого срока очень полезна. Кроме того, если в вашем резюме указано, что на предыдущем месте вы проработали всего лишь несколько месяцев, это будет выглядеть как проваленный испытательный срок. С такой точки зрения годовой опыт смотрится намного солиднее и существенно увеличивает ваши шансы найти более хорошую вторую работу. По этой же причине не стоит менять работу слишком часто и в дальнейшем. Если работодатель увидит, что вы регулярно переходите с места на место, для него это может быть сигналом, что и в его компании надолго вы не задержитесь.

Долго засиживаться на бесперспективной работе, конечно, тоже не стоит. Вот несколько признаков, что вам пора задуматься о переходе в другую компанию.

1. Отсутствие мотивации. Если вас больше не вдохновляют разрабатываемые проекты, если вы не видите смысла в своей работе и выполняемых задачах, значит, в долгосрочной перспективе ничего хорошего у вас не выйдет.

2. Плохие отношения с коллегами или руководством. Даже самые интересные проекты превращаются в ад, если вам не нравятся люди, с которыми вы работаете. Если вы не находите общий язык с коллективом и вас бесят окружающие, нужно срочно принимать меры.

3. Вам очень комфортно, вы всё знаете и умеете. Парадоксально, но такая идеальная, на первый взгляд, ситуация – крест на вашем развитии и профессиональном росте. Как только у вас появится ощущение, что вы идеально выполняете рабочие задания – знайте: это сигнал к тому, что задачи нужно менять.

4. Вас не устраивает уровень оплаты. Денежный фактор не самый важный, но, бесспорно, играет серьёзную роль в вашей карьере. Если эта компания не может удовлетворить ваши финансовые запросы, пора искать такую, которая сможет.

5. Вы точно знаете, чем хотите заниматься, но текущая работа такого не позволяет. Что бы это ни было, идите к своим мечтам. Развивайтесь в нужном направлении, изучайте его и становитесь профессионалом в том, что вам ближе.

Даже если вы решили перейти в другую компанию, не форсируйте события и не принимайте поспешных решений, чтобы потом не пожалеть. Возможно, ваша текущая апатия временна и вызвана общей усталостью или другими причинами. Иногда отношение к ситуации меняется после отпуска или даже выходных. Поизучайте вакансии, походите на собеседования, присмотритесь к другим компаниям, но не спешите разрывать отношения со своим нынешним работодателем.

Не стоит увольняться, пока вы не нашли вариант получше. Если вы решили сменить место работы, сначала найдите новое – и только потом уходите со старого. У вас ещё не так много опыта, чтобы работодатели засыпали вас выгодными предложениями. Не стоит рисковать тем, что есть, не имея надёжного альтернативного плана.

Перед уходом есть смысл также пообщаться со своим руководителем: вдруг ваши проблемы решаемы. Во многих компаниях существует возможность перейти на другой проект или в другую команду. Эти варианты также следует учитывать.

Глава 11. Фриланс



Фриланс и удалённая работа

Как известно, возможные альтернативы обычной работе в офисе – фриланс и удалённая работа. Эти понятия часто путают, но на самом деле они различаются. Фриланс – это когда вы сотрудничаете с многочисленными компаниями, не находясь в их штате. Как правило, фрилансеры договариваются о фиксированной плате за проект или за количество отработанных часов. Само слово «фрилансер» буквально переводится как «вольный копеечник», то есть наёмник, и в настоящее время означает «свободный работник».

Работа на фрилансе имеет нерегулярный характер, поскольку заказы поступают по мере возникновения задач. Теоретически фрилансом можно заниматься и в офисе компаний, но на практике это почти никогда не встречается. Вероятно, именно поэтому понятия фриланса и удалённой работы часто воспринимаются как синонимы.

Удалённая работа, или удалёнка, подразумевает просто формат взаимодействия и не обязательно является фрилансом. Компания может иметь в своём штате сотрудников, которые удалённо работают по контракту 5 дней в неделю по 8 часов и получают зарплату каждый месяц. В этом случае единственное отличие от офисной работы – местонахождение сотрудника. Такую работу нельзя назвать фрилансом.

Преимущества и недостатки фриланса

Итак, по сути, у дизайнера всего три альтернативы: работа в офисе, удалённая работа и фриланс. Первые два варианта практически идентичны, за исключением того, что при удалёнке вы работаете из дома или любого другого места, поэтому рассмотрим преимущества и недостатки именно фриланса.

Преимущества фриланса.

1. Вы всегда чётко понимаете, за что именно вам платят.
2. Вы сами определяете стоимость своей работы.
3. Вы сами решаете, над какими проектами вам работать, а над какими – нет.
4. Вы сами решаете, когда и сколько работать, а когда отдыхать. Другими словами, у вас свободный график.
5. Вы имеете возможность работать над проектами разных компаний, тематик и сфер.

Недостатки фриланса.

1. Вам придётся самим искать себе заказы. Иногда на это уходит больше времени и сил, чем на саму работу. Конкуренция на фрилансе довольно высока.
2. У вас практически нет возможности планировать свою работу. Иногда заказов может не быть вообще, а иногда может быть слишком много.
3. Вам самим придётся платить налоги, вести учёт и заниматься прочими формальностями.
4. У вас не будет оплачиваемых отпусков и других элементов соцпакета.
5. Скорее всего, у вас не будет возможности участвовать в масштабных долгосрочных проектах. На фрилансе задачи обычно относительно просты.
6. Мало живого общения, что может стать психологической проблемой. Многие фрилансеры замыкаются в себе и чувствуют дискомфорт из-за недостатка контактов с другими людьми.
7. У вас вряд ли будет возможность перенимать опыт старших коллег. Работая на фрилансе, вы обычно оказываетесь один на один с проектом, и учиться вам не у кого.
8. Не имея внешних стимулов, довольно сложно самоорганизоваться, справиться с ленью и эффективно работать.

Как видно, недостатков у фриланса больше, чем преимуществ. Но это не значит, что такой вариант работы не нужно рассматривать вообще. Всё зависит от вашей ситуации, целей и личных особенностей.

В любом случае поработать на фрилансе стоит. Если вам не понравится – просто приостановите эту деятельность. Фриланс может стать хорошим началом на тот период, пока вы ещё не нашли работу в офисе. Кроме того, никто не запрещает фрилансить параллельно с основной работой. Это позволит вам добавить разнообразия в ваши задачи и не закостенеть.

Поиск заказов

Чтобы зарабатывать на фрилансе, вам нужен постоянный поток клиентов. Рассмотрим наиболее эффективные способы найти заказы.

1. Ваша собственная сеть контактов. Как и с поиском обычной работы, на фрилансе нетворкинг является очень мощным инструментом. Люди в первую очередь ищут исполнителей среди тех, кого они знают лично или хотя бы через интернет. Постоянно расширяйте круг знакомств с профессионалами других специальностей из вашей сферы. Развивайте свои профили в социальных сетях, регулярно публикуйте новые работы и дизайнерские материалы, завязывайте контакты на митапах и конференциях. Чем больше людей знает о вас как о дизайнере-фрилансере, тем выше вероятность получить заказ.

2. Группы в социальных сетях и мессенджерах. Поищите запросы наподобие «работа для дизайнеров» или «фриланс» в «ВКонтакте», Telegram, Facebook, LinkedIn и на других сервисах. Подпишитесь на обновления и регулярно следите за новыми проектами. Размещаемые там заказы, как правило, имеют небольшие бюджеты, но и конкуренция там не слишком высока. Если вы знаете английский, лучше искать именно на этом языке: в таком случае потенциальных заказов намного больше.

3. Прямое предложение своих услуг. Свяжитесь с веб-студиями, рекламными агентствами или другими фрилансерами и предложите им свою помощь. Так, например, фрилансерам-программистам часто предлагают заказы на разработку сайта под ключ, и партнёрство с дизайнерами может быть для них очень выгодно.

4. Сервисы по поиску обычной работы. Время от времени и на них размещаются вакансии, по факту являющиеся обычным фриланс-заказом. Это хороший вариант, так как большая часть соискателей такие вакансии не рассматривает, а значит, у вас будет меньше конкурентов.

5. Биржи фриланса. Конечно, нельзя обойти стороной и их: upwork.com, fiverr.com, fl.ru, freelancer.com и т. д. Зарегистрировавшись на биржах, вы получаете доступ к огромному количеству заказов. Впрочем, нужно учитывать и очень высокую конкуренцию. На один проект откликаются десятки, а иногда и сотни кандидатов, поэтому, чтобы получить заказ, вам придётся потратить довольно много времени.

На что смотрят заказчики

В связи с большим количеством дизайнеров на фрилансе заказчики вынуждены просматривать огромное количество откликов и из них в итоге выбирать одного исполнителя. Чтобы повысить свои шансы на работу, нужно знать, на что заказчики обращают внимание.

Пожалуй, самый главный фактор – ваш рейтинг и количество положительных отзывов по выполненным ранее проектам. Как правило, эта информация отображается в самих откликах и является первым фильтром. Кандидатов без отзывов практически никто даже не рассматривает. То же относится к фрилансерам с низким рейтингом. Негативные отзывы обычно отталкивают заказчиков даже при наличии большого количества положительных, поэтому нужно стараться не получать их вовсе. Ложка дёгтя в виде одного недовольного заказчика может легко испортить вашу репутацию, наработанную на десятках других проектов.

Когда вы только начинаете фрилансить на какой-либо бирже, ваша главная задача – получить на ней хотя бы 5–10 рекомендаций. Для этого можно выполнить какие-то небольшие проекты бесплатно или совсем дёшево. Некоторые исполнители прибегают к своеобразной накрутке с помощью фейковых заказов. Они просят своих друзей или знакомых зарегистрироваться на бирже в качестве заказчика, разместить проект, выбрать их исполнителем и по итогу оставить положительный отзыв. Эта схема нечестная, но эффективная: она позволяет быстро поднять свой рейтинг и получить возможность брать настоящие заказы.

Второй важный на фрилансе критерий выбора исполнителя – это портфолио. Заказчики предпочитают исполнителей, которые уже работали с проектами, схожими по тематике, стилю или функциональности. Именно поэтому нужно стараться иметь в портфеле побольше кейсов. Если подобные задачи вы решали, обязательно прикрепляйте портфолио к своему отклику. Реально работающие проекты ценятся больше, чем концепты, поэтому в дополнение к макетам-картинкам ставьте ссылки на свои работы, размещённые в интернете, если есть такая возможность. Разумеется, качество вашего дизайна также является одним из главных показателей.

Третий фактор – это то, что вы пишете в отклике. Шаблонные ответы воспринимаются хуже, чем уникальные. Если заказчик в описании проекта просил указать какую-то информацию, а вы этого не сделали, скорее всего, ваш ответ проигнорируют. Постарайтесь показать в тексте отклика, что вы внимательно прочли и поняли задачу. В ответе можно также задать несколько уточняющих вопросов и таким образом начать коммуникацию. Написание уникальных откликов требует времени, но даёт лучшую отдачу.

Оформление и структура вашего профиля также играют важную роль. Значение имеет как эстетическая составляющая, так и наполнение. Постарайтесь сделать свой профиль уникальным и выделиться среди других исполнителей. Рекомендуется использовать настоящие имя и фотографию: это вызывает больше доверия, чем псевдонимы, никнеймы и аватарки. Заполните свою страницу как можно более подробно, укажите несколько способов связи, выберите именно те специализации, в которых вы действительно готовы выдавать качественный результат. Узкие специалисты ценятся больше, чем «мастера на все руки».

Побудьте заказчиком сами

Ничто не даст вам лучшего понимания потребностей клиента, чем собственный опыт. Как минимум вы можете разместить вымышленный проект на бирже фриланса и посмотреть на отклики. Что вам отвечают? Какие условия, сроки и цены предлагают? Как выглядят профили и портфолио ответивших кандидатов?

Самый же лучший вариант – заказать на фрилансе полноценный проект. Это не обязательно должен быть дорогостоящий заказ по вашей специализации. Возможно, однажды вам потребуются мелкие услуги программиста, переводчика или копирайтера. Если такая потребность возникнет, попробуйте закрыть её именно через фриланс. Поработав с фрилансерами любой профессии, вы очень многое поймёте и на себе прочувствуете важные для заказчика вещи, которые в будущем сможете использовать в своей работе.

Формы оплаты

На фрилансе распространены две основные формы оплаты: почасовая и попроектная.

При почасовой оплате всё просто: вы работаете, а клиент оплачивает вам потраченные часы. Это довольно справедливая и выгодная для обеих сторон форма, поскольку условия очень чёткие и однозначные. Будьте готовы к тому, что при почасовой оплате заказчик попросит вас установить на свой компьютер специальную программу, которая фиксирует ваши действия, например периодически делая скриншоты рабочего стола. Если заказчика это устраивает, я бы рекомендовал использовать именно такую схему.

С попроектной оплатой всё гораздо сложнее. Подписавшись выполнить простой проект за небольшие деньги, вы можете столкнуться с бесконечными правками и постоянным дополнением требований. В итоге вы окажетесь заложником ситуации, поскольку чёткие критерии результата изначально не были определены и вам придётся дорабатывать дизайн столько, сколько захочет заказчик. Чтобы не попасть в эту ловушку, заранее оговорите и письменно зафиксируйте объём проекта и количество правок, которые входят в стоимость. Можете также сразу предусмотреть прайс на дополнительную работу, если она потребуется.

Например, если речь идёт о дизайне сайта, можно ещё до начала работ предложить клиенту такие условия (цифры условные).

Разработка дизайна главной страницы, включая 3 итерации правок: 100 \$.

Разработка дизайна каждой внутренней страницы, включая 1 итерацию правок: 20 \$.

Разработка дополнительного варианта главной страницы, без правок: 50 \$.

Одна дополнительная итерация правок по любой странице: 10 \$.

Таким образом, даже если объём работы увеличится в ходе создания дизайна (что происходит практически всегда), вам не придётся работать бесплатно и потраченное время в любом случае окупится.

Как не быть обманутым

К сожалению, недобросовестные заказчики не редкость. В опыте почти каждого фрилансера бывали случаи, когда клиент получил желаемый результат, но так и не заплатил. Чтобы не получить подобный опыт, придерживайтесь нескольких рекомендаций.

1. Используйте сервисы безопасных сделок. Подобные услуги оказывают практически все фриланс-биржи. Суть заключается в том, что заказчик ещё до начала работ перечисляет деньги на счёт биржи, которая переводит оплату вам по завершении проекта. Таким образом, сервис – посредник между заказчиком и исполнителем и гарант взаимного исполнения обязательств. У этого способа есть только один минус: биржа взимает процент за свои услуги. Впрочем, безопасность того стоит.

Иногда заказчики отказываются использовать этот способ, мотивируя тем, что не хотят тратить лишних денег. В таком случае предложите им вычесть стоимость услуг биржи из вашей оплаты. Если всё равно получите отказ – скорее всего, клиент вообще не собирается ничего платить и работать с ним не стоит.

2. Берите предоплату. В сфере дизайна нормальной предоплатой считается 30–50 %. Недостаток этого метода в том, что клиенты вряд ли станут доверять человеку, с которым не знакомы лично, особенно если у него совсем новый аккаунт на бирже. Этот способ больше подходит бывалым дизайнерам, работающим с постоянными клиентами. Впрочем, новички могут брать предоплату меньшего размера, например 10 или 15 %.

3. Используйте схему с поэтапной оплатой. Ни в коем случае не соглашайтесь участвовать в проектах, которые оплачиваются только по окончании работ, особенно если заказчик требует предварительно выслать все исходники. Подобная ситуация почти всегда оказывается мошенничеством. Договоритесь об оплате частями после каждого шага и не приступайте к следующему этапу, пока не получили плату за предыдущий, что бы вам ни говорил клиент. При этом каждый этап должен составлять не более 20–30 % от общего объёма проекта.

4. Не считайте оплатой неподтверждённые платежи. Одна из наиболее распространённых схем обмана – когда заказчик делает перевод с кодом протекции, но сам код обещает назвать только после окончания работ. На самом деле это ничем не отличается от ситуации, когда никакой оплаты не было вообще, поскольку, если вы не используете нужный код в течение определённого срока, деньги просто вернутся обратно на счёт заказчика.

5. Работайте по официальному договору. К этому способу на фрилансе прибегают редко, но в некоторых случаях и такой вариант возможен. Если заказчик готов подписать документы, зафиксировать условия, требования и сроки, вероятность обмана становится минимальной, хотя и не исключается полностью. Если возникнут споры, вы имеете право обратиться в суд и потребовать взыскать полагающуюся вам плату. Впрочем, это довольно сложная и длительная процедура, и в ней есть смысл, только если сумма контракта была достаточно высокой.

Постоянные клиенты

Поиск новых заказов – наиболее сложная и затратная по времени составляющая фрилансерской работы. Чтобы хорошо себя чувствовать и зарабатывать нормальные деньги, вам обязательно нужно нарабатывать базу постоянных клиентов. Разовые заказы приведут вас к долгосрочному сотрудничеству, если придерживаться следующих правил.

1. Делайте проекты максимально качественно. Это правило кажется очевидным, но зачастую дизайнеры и другие фрилансеры ему не следуют и выполняют свою работу просто ради денег, не особо заботясь о том, что получится в итоге. Такой подход всегда чувствуется и точно не приведёт вас к большому потоку заказов.

2. Интересуйтесь судьбой проекта после окончания вашей части работ. Например, если вы разрабатывали дизайн сайта, через какое-то время спросите у заказчика, был ли сайт свёрстан и запрограммирован. Изучите получившийся проект, проверьте, не допущены ли дизайнерские ошибки. Это хороший способ показать заказчику, что вам не безразличен успех проекта в целом.

3. Давайте клиентам бонусы. Например, если у вас заказали разработку интерфейса мобильного приложения на iOS, сделайте баннеры или иконку для AppStore в подарок. Эти бонусы не нужно обсуждать заранее. Просто дополнительно прикрепляйте их к изначально оговорённому объёму работ. Для вас это мелочи, а заказчику приятно.

4. Предлагайте скидки при повторных заказах. Зная, что качественный результат можно получить у уже проверенного исполнителя за меньшие деньги, заказчик с большей вероятностью обратится именно к нему.

5. Организуйте партнёрскую программу. Предлагайте своим клиентам и просто знакомым процент за приведённых к вам заказчиков. Обычно вознаграждение за рекомендацию составляет 10–20 % от стоимости проекта. О наличии бонусной программы желательно сделать посты на своих страницах в социальных сетях. Это позволит вам не только удерживать старых клиентов, но и получить новых.

Как выводить деньги

Одна из самых сильных головных болей фрилансера – вопрос о том, как получить на руки заработанные деньги. Точнее, с выводом средств проблем как раз нет: биржи, как правило, дают на выбор множество способов (PayPal, Payoneer, Webmoney, «Яндекс.Деньги», Qiwi и т. д.). Заказчики также предлагают разные варианты, в том числе переводы на карточку, расчётный счёт или даже оплату наличными. Поэтому сложность не в том, чтобы получить деньги, а в том, чтобы сделать это легально.

И вот здесь начинаются проблемы. Во-первых, законодательство в этой сфере разное в разных странах: например, в России, Украине и Беларуси правила различаются. Во-вторых, даже в рамках одного государства требования к официальному оформлению фрилансеров постоянно меняются. То, что актуально сегодня, может вполне перестать работать через полгода. В-третьих, в некоторых случаях законы и нормативные акты противоречат друг другу и самостоятельно разобраться в них без помощи профессионального юриста практически невозможно. И наконец, в-четвёртых, дизайн разных специализаций относится к разным типам экономической деятельности, а значит, и правила ведения этой деятельности с точки зрения закона разные.

На данный момент самый надёжный и универсальный, на мой взгляд, вариант – оформление ИП, работа по договору и получение денег по безналу на расчётный счёт в банке. Однако в этом случае вы сможете работать только с юридическими лицами, что не очень удобно для многих заказчиков.

Учитывая все эти нюансы, многие фрилансеры работают и выводят деньги нелегально. Разумеется, я этот вариант не рекомендую. Ориентироваться на статьи и обсуждения на форумах, на негосударственных сайтах и в социальных сетях также опасно, поскольку информация на них может быть неточной, устаревшей или просто-напросто ложной. Разумнее всего проконсультироваться по данному вопросу с профессиональным юристом, а также обратиться с запросом, желательно письменным, в налоговую инспекцию.

Глава 12. Методы, принципы и фишки



Дизайнерский арсенал

Любой дизайн – это решение задач. Чем более сложные и нетипичные задачи решает дизайнер, тем выше уровень его профессионализма, а значит, и стоимость его работы. Так, например, джуниору можно поручить отрисовку макетов, а вот определением требований и контролем качества дизайна должен заниматься сениор или лид.

Для того чтобы решать задачи, необходимо обладать большим набором инструментов. И речь здесь идёт не о владении дизайнерскими программами, а о методах и техниках работы. Арсенал профессионала похож на швейцарский нож, многочисленные приспособления которого пригождаются на все случаи жизни: имея богатый выбор фишек и хитростей, дизайнер подбирает решение любой задачи.

Изучайте разные методики, пробуйте применять их на практике и создавайте свой собственный арсенал. Не отбрасывайте и не игнорируйте методы, которые неактуальны для вас на данный момент: они могут пригодиться в будущем. Кроме того, я советую изучать и методики, которые используются в других областях: вполне вероятно, они адаптируются для решения дизайнерских задач.

В этой главе я приведу несколько наиболее важных примеров – начать можно именно с них. В будущем ищите подобные техники самостоятельно, общаясь с другими дизайнерами, посещая дизайнерские мероприятия, читая книги.

Подробное описание большого количества методов вы можете также увидеть на моём YouTube-канале или на моих страницах в социальных сетях. Ссылки на мои профили можно довольно просто найти в поисковиках по запросу «Ян Агеенко» или в конце этой книги.

Эмпатия

Эмпатия – краеугольный камень всей дизайнерской деятельности. Само слово означает сопереживание другому человеку, способность его понимать и чувствовать то же, что и он сам. Без этого навыка сложно сделать что-либо удобное и полезное для других людей. Важно понимать, что другие люди не такие, как вы. Они могут любить то, что вам не нравится, бояться того, что вам кажется смешным, и ненавидеть то, что вам безразлично.

Чтобы повысить степень эмпатии, существует множество методов и техник. Одна из наиболее распространённых называется картой эмпатии. Работая с данным шаблоном, дизайнер отвечает на следующие вопросы.

Что пользователь думает и чувствует?

Что пользователь видит?

Что пользователь слышит?

Что пользователь говорит и делает?

Какие желания у него есть?

Какие проблемы у него есть?

Ответы на эти вопросы помогают отстраниться от собственного мнения и отношения к ситуации. При разработке дизайна мы уже не оцениваем всё со своей позиции, но отталкиваемся от точки зрения пользователя и его картины мира. В итоге результат получается таким, как действительно нужно пользователям, а не таким, какой хотели мы сами.

Следует также отметить, что эмпатию стоит проявлять не только к пользователям, но и к людям вообще. Это качество сильно помогает общаться с коллегами и заказчиками, разрешать конфликтные ситуации, вести переговоры и строить отношения.

Исследования

Ещё один базовый принцип дизайна – обязательность исследований.

Заполняя карту эмпатии или любой другой артефакт или шаблон, мы можем брать в качестве исходных данных свои собственные домыслы и предположения. Разумеется, при таком подходе информация очень слабо отражает действительность и содержит большое количество ошибок.

Любые допущения в обязательном порядке должны проверяться. Обычно этот процесс называют валидацией гипотез.

Нельзя разрабатывать дизайн, не удостоверившись в том, что наше понимание пользователей и ситуации, в которой они находятся, адекватно и не искажено призмой нашего восприятия.

Именно поэтому работа дизайнера подразумевает тесный контакт с представителями целевой аудитории проекта. Общайтесь с пользователями, погружайтесь в их картину мира, наблюдайте за их поведением.

Не оценивайте их действия, не подсказывайте и не критикуйте: любое ваше вмешательство чревато искажениями в результатах исследования.

Напоследок отмечу, что проведение исследований – целая наука, о которой можно написать не одну книгу.

На этапе вашего становления как профессионала не обязательно углубляться в данные методики слишком сильно, но по мере своего профессионального роста делать это просто необходимо.

Используйте свой продукт

Один из лучших способов понять пользователей – самому стать пользователем. Методы, направленные на повышение уровня эмпатии, в любом случае подразумевают некоторую степень отстранённости. Как бы вы ни старались проявить сочувствие, вы всегда будете воспринимать происходящее от третьего лица, как бы со стороны.

Идеальная ситуация – если вы на самом деле являетесь представителем целевой аудитории. Разумеется, так получается не всегда, и обычно выбирать тематику проектов, на которых вы работаете, возможности нет. Но даже в этом случае попробуйте в прямом смысле поставить себя на место пользователя – для этого изучите его цели, потребности и проблемы.

Подобная тактика, по сути, является игрой, в которой вы играете за персонажа – представителя целевой аудитории. Чем точнее вы опишете личность своего героя, его пристрастия, страхи и желания, тем лучше вы сыграете роль и тем больше инсайтов и идей для дизайна получите в итоге. При этом важно, чтобы биография и характеристики персонажа основывались на результатах исследования, а не были выдуманной легендой.

Исследуйте типичные сценарии, через которые проходят ваши пользователи при взаимодействии с проектом, и пройдите все этапы сами. Только так вы сможете в полной мере погрузиться в контекст и проявить максимум эмпатии.

Чтобы вжиться в роль быстрее, задействуйте очень простой приём. Говоря о пользователях, применяйте местоимение «я» вместо «он», «она» или «они». Эта маленькая хитрость способна буквально обмануть мозг и убеждает нас в том, что мы на самом деле – те, кого играем. Приучите себя говорить от лица пользователей, и очень скоро вы увидите, что стали понимать их гораздо лучше.

Обратная связь

Как мы уже знаем из предыдущих разделов, дизайн отличается от искусства тем, что направлен на решение проблем или удовлетворение желаний пользователей. Логично предположить, что качество вашей дизайнерской работы в первую очередь должны определять именно представители целевой аудитории ваших проектов.

В одной из методологий разработки дизайна, а именно в Lean UX Cycle, показаны три этапа, которые идут по кругу один за другим: Think – Make – Check («Думай —делай – проверь»). С первыми двумя составляющими серьёзных проблем обычно не возникает, но вот последний этап игнорируется довольно часто, хотя он является неотъемлемой частью процесса. Нельзя сказать, что дизайн готов, пока мы не узнали, как он воспринимается и как влияет на аудиторию.

Существует множество способов получить обратную связь от пользователей – от глубоких интервью и юзабилити-тестов до исследований с применением высокоточных ай-трекеров⁵.

Наиболее простой и в то же время эффективный метод проверки вашего дизайна – обычный опрос. Покажите свою работу хотя бы 3–5 представителям целевой аудитории и спросите их мнение. Этого уже будет достаточно, чтобы выявить основные ошибки и понять, в верном ли направлении вы движетесь.

⁵ Eye tracker – приборы, отслеживающие и фиксирующие движения глаз человека с целью выявить элементы дизайна, привлекающие внимание или, наоборот, находящиеся в слепой зоне

Коллеги по цеху

Ещё один важный источник обратной связи – другие дизайнеры. Показывая свои работы коллегам, желательно более опытным, чем вы сами, можно получить огромное количество ценной информации. Конструктивная критика помогает осветить проблемные места и понять свои слабые стороны.

К сожалению, другие дизайнеры не всегда способны объяснить, в чём конкретно вы допустили ошибки: порой они просто интуитивно чувствуют, что что-то не так. Но даже абстрактные ответы от нескольких человек позволят вам провести перекрёстный анализ и самостоятельно выявить, где именно кроются проблемы.

Найти дизайнеров для критики ваших работ проще всего среди коллег, знакомых или в дизайнерских группах в соцсетях. Размещайте свой дизайн прямо на странице сообщества или обращайтесь к участникам в личных сообщениях. В любом случае взгляд со стороны всегда полезен.

Сначала сделай сам

Доступность интернета приучила нас при возникновении любой проблемы незамедлительно искать её решение в Google или «Яндексе». Вероятнее всего, с похожей ситуацией уже кто-то сталкивался и поделился своим опытом. Мы быстро находим нужную информацию, применяем её... и так же быстро забываем.

Дело в том, что, если мы не прикладываем никаких усилий, мозг не считает сделанное чем-то важным и достойным запоминания. Понять последовательность действий, совершаемых по инструкции, довольно сложно, поскольку нет такой необходимости. Решение уже и так готово, зачем напрягаться? Зачем тратить время и усилия на изобретение велосипеда?

И всё же смысл есть.

Пытаясь найти решение самостоятельно, не прибегая к посторонней помощи и интернету, мы начинаем разбираться в предмете намного глубже. Наше внимание обостряется, вся информация тщательно анализируется и сохраняется, ведь мозг ещё не знает, какая часть данных нужна для решения проблемы, а какая – нет.

В абсолютном большинстве случаев вы способны выполнить задачу сами, если зададитесь такой целью. И какой-то процент ваших решений окажется даже лучше придуманных ранее вариантов. А ведь эти решения так и не увидели бы свет, если бы вы воспользовались интернетом, не сделав собственную попытку.

Даже если ваш способ оказался хуже, вы всё равно останетесь в выигрыше. Во время поиска решения вы более осознанно подойдёте к предметной области, начнёте ориентироваться в её особенностях и тонкостях. А это значит, что в следующий раз при возникновении похожей проблемы вы уже с большей вероятностью сможете придумать лучшее решение.

Критериальный подход

Поскольку дизайн подразумевает создание чего-либо для людей, в нём всегда будет какая-то доля субъективности. Каждый человек имеет своё мнение о результатах нашей работы. То, от чего один придёт в восторг, другой будет считать отвратительным, а у третьего не вызовет никаких эмоций вообще. От этого никуда не деться, такова специфика нашего ремесла.

Тем не менее привести объективные способы оценки качества дизайна можно и даже необходимо. В зависимости от типа и целей проекта эффективность дизайна измеряется с помощью различных критериев, называемых метриками.

Например, одна из самых распространённых метрик для оценки интернет-магазинов и продающих лендингов – конверсия, то есть процент посетителей, совершивших покупку, позвонивших или оставивших на сайте заявку. Чем выше конверсия, тем больше прибыли получит заказчик и тем большее количество пользователей приобретут желаемые товары.

Для многих мобильных приложений и веб-сервисов ключевыми показателями можно считать время использования и так называемый retention, то есть возвращаемость. Если люди много и часто пользуются нашим продуктом, значит, он им действительно помогает решать проблемы или достигать целей.

Ещё одна универсальная метрика – индекс потребительской лояльности NPS (net promoter score). Для вычисления этого показателя пользователям задаётся вопрос: насколько вероятно, что вы порекомендуете наш продукт своим друзьям и знакомым? И предлагается выбор по 10-балльной шкале от 0 до 10. Далее все респонденты делятся на три категории: сторонники – те, кто поставил 9 или 10, нейтральные потребители – 7–8 баллов и критики – 0–6 баллов. И наконец, сам индекс рассчитывается по формуле: $NPS = \% \text{ сторонников} - \% \text{ критиков}$.

Этот показатель, хоть и основан на субъективных мнениях пользователей, даёт вполне ясную картину и позволяет понять, насколько сильно продукт нравится или не нравится аудитории в целом.

Существует и огромное количество других метрик. Выбирая их для своего проекта, исходите из потребностей заказчика и пользователей – и тогда критерии действительно станут отражать качество вашего дизайна. Это очень полезно, потому что позволяет принимать решения и выбирать лучшие варианты, опираясь не на интуицию или личное мнение, а на чёткую и однозначную систему. Такой подход значительно экономит рабочее время, бюджет заказчика и другие ресурсы. А результат при этом максимально полезен для конечного потребителя.

Глава 13. Проблемы



Низкая самооценка

Актуальная проблема практически для каждого дизайнера, особенно для новичка, – сомнения в собственных силах. Глядя на крутые работы других дизайнеров на Dribbble или Behance и сравнивая их с продуктами своего творчества, легко поддаться унынию и решить, что вы – плохой дизайнер. Низкая оценка своего уровня заставляет вас думать, что у вас нет таланта, что специалист вашего уровня не нужен ни одному работодателю и что вы вообще недостойны называться гордым словом «дизайнер».

Конечно же, на начальном этапе ваши навыки далеко не совершенны, а качество работ оставляет желать лучшего. Это, безусловно, нужно учитывать и работать над собой, но это уж точно не повод опускать руки. Даже самые успешные дизайнеры когда-то были на вашем месте и точно так же сомневались в себе, но в итоге они прошли данный этап и стали высококлассными профессионалами. Кстати говоря, почти все они продолжают сомневаться до сих пор – и это хорошо, ведь предела совершенству не существует. Только осознавая свои недостатки, их можно исправить.

Многие заказчики готовы работать с начинающими дизайнерами, а многие студии нанимают новичков в помощь специалистам более высокого уровня. Каким бы маленьким ни был багаж ваших знаний и умений, всегда найдётся проект, на котором вы окажетесь полезны.

Не только сравнивайте себя с другими дизайнерами, но и отслеживайте личный прогресс: это добавит мотивации и уверенности в своих силах. В начале карьеры вам не нужно быть специалистом мирового уровня, достаточно обладать только базовыми навыками. Регулярно оценивайте свой уровень, но не судите себя слишком строго. Делайте выводы, анализируйте свои ошибки, развивайтесь – и со временем вы станете настоящим профессионалом.

Нет вдохновения

Абсолютно любой дизайнер время от времени сталкивается с полным отсутствием вдохновения. Нет буквально никаких хороших идей, уровень креативности стоит на нуле и даже начинать работу не хочется. Что же делать в подобной ситуации? Самое главное – нужно осознать, что вдохновение вовсе не является необходимым условием для успешной дизайнерской работы. Большая часть задач, включая генерацию идей и создание визуального оформления, может быть выполнена чисто механически. Например, вы находите интересные приёмы и фишки в работах других дизайнеров, а затем комбинируете их по методу творческой переработки. В этом случае вам не придётся ничего придумывать с нуля. Вы просто используете готовые решения, совмещаете их, а на выходе получаете уникальный и качественный дизайн.

Помогает также переключение между различными задачами. Если, например, в данный момент у вас нет желания создавать визуальный дизайн, займитесь анализом конкурентов, прототипированием или разработкой структуры проекта. Таким образом вы отвлечётесь от стоящей перед вами проблемы, немного отдохнёте, а ваш мозг в фоновом режиме будет продумывать решение. Освободившись от новых задач, вы с новыми силами приступите к старым, и, скорее всего, это вызовет у вас гораздо больше энтузиазма.

Ещё один действенный способ – начать делать настолько плохой вариант, насколько вообще возможно. Если у вас нет вдохновения на создание чего-то красивого, удобного и привлекательного, попробуйте сделать что-то максимально безобразное, бесполезное и раздражающее. Это поможет изменить восприятие задачи, поднимет вам настроение и наведёт на неожиданные инсайты. Делая что-то очень плохое, намного проще увидеть проблемные места вашего проекта и в итоге предложить стоящие идеи.

Для стимуляции вдохновения можно также использовать внешние катализаторы. Энергичная музыка, хорошо проветренное и освещённое помещение способствуют креативности намного больше, чем тишина, спёртый воздух и тусклый свет. Вспомните ситуации, в которых вы были наиболее продуктивны. Что вас окружало в тот момент? Какие предметы были под рукой? Как вы сами действовали? Попробуйте воспроизвести максимум деталей из воспоминания – и уже в ходе этого упражнения уровень вдохновения начнёт возвращаться.

В действительности лучший способ справиться с отсутствием вдохновения – начать делать хоть что-то, неважно, что именно. Поэтому даже обычная физическая разминка в виде приседаний или прыжков вполне способна помочь настроиться на рабочий лад. А вот просмотр видео на YouTube или ленты в социальных сетях вряд ли окажется полезным, поскольку является пассивным потреблением информации, а не активной деятельностью. Прокрастинация и бездействие возникают только тогда, когда ваш мозг ничем не занят. Как только вы начинаете вовлекаться в какой-либо творческий процесс, ваше сознание переключается в созидательный режим и начинает старательно работать над любой имеющейся задачей.

Профессиональное выгорание

Потеря вдохновения – неприятное, но кратковременное неудобство, на смену которому быстро приходит продуктивное состояние, даже если не прибегать к каким-либо дополнительным приёмам. Выгорание же представляет собой гораздо более серьёзную проблему, уходящую корнями глубоко внутрь нашей психики.

Симптомами профессионального выгорания могут быть полная потеря мотивации, эмоциональное истощение, перманентная усталость, недовольство самим собой и раздражительность при общении с окружающими. Подобное состояние не позволяет продуктивно работать, не говоря уже о саморазвитии и обучении.

Чтобы справиться с выгоранием, прежде всего нужно понять, чем оно вызвано. Чаще всего причинами становятся переутомление, однообразие выполняемых задач, недооценённость со стороны руководства, плохие отношения в коллективе, а также отсутствие перспектив и смысла в работе.

Столкнувшись с этими проблемами, первым делом стоит спокойно проанализировать ситуацию и постараться минимизировать негативно влияющие на вас факторы. Возьмите отпуск, не работайте сверхурочно, заведите хобби, попросите о переводе на другой проект или в другую команду. Если ничто из этого не помогло, стоит задуматься о смене места работы.

В подавляющем большинстве случаев положительный результат дают любые перемены. Если вам надоело всё – поменяйте что угодно, и ситуация изменится в лучшую сторону. Главное условие – перемены должны быть кардинальными. Если вы, например, работали в большой аутсорсинговой компании, лучше всего перейти в небольшую продуктовую, и наоборот. Составьте список всех характеристик вашей текущей работы: круг задач, язык коммуникации, используемые инструменты, размер команды и т. д. – и ищите максимально непохожую альтернативу.

Выгорание может быть вызвано чисто физиологическими причинами: недостатком сна, физической активности или определённых микроэлементов в организме. Если смена работы не помогла, разумнее всего обратиться к психотерапевту.

Нечёткие требования

В связи с субъективностью дизайна требования к нему часто бывают размытыми, абстрактными и неконкретными. Особенно это касается визуального дизайна, основная задача которого – создать у пользователей нужное настроение и впечатления. Например, заказчик может попросить вас сделать «серьёзный» или «современный» дизайн, не уточняя, что именно имеется в виду.

Работая по таким нечётким требованиям, скорее всего, вы сделаете не то, что хотел заказчик, поскольку значения слов, хоть и понятны нам, не описывают того образа, который он себе представлял. На самом деле даже названия конкретных объектов вызывают в воображении людей разные картинки. Если я попрошу вас представить стул, какой именно стул вы себе представите? Большой или маленький? Со спинкой или без? Какого он цвета? Какой формы? Из какого материала? Варианты бесконечны, и каждый человек представит свой собственный, уникальный образ. У абстрактных понятий соответствующие им образы отличаются ещё сильнее. Что представляют люди, думая о счастье? Как они видят дружбу? Какие ассоциации возникают в их головах, когда они слышат слово «сила»? Очевидно, что разница будет колоссальной.

Именно поэтому, столкнувшись с неконкретными требованиями, их нужно уточнять и раскладывать на более простые составляющие. Любой, даже самый сложный образ – комбинация элементов, их свойств и связей между ними. Всё, что нам необходимо, – понять, как именно требования заказчика выглядят на уровне этих элементов. Нам нужно ориентироваться не на обобщённые формулировки, а на конкретные составляющие, такие как цвета, формы, текстуры.

Первый способ выяснить эту информацию – попросить заказчика показать вам примеры дизайна, соответствующего и не соответствующего его видению. Желательно также узнать, что именно клиенту нравится и не нравится в этих примерах. В каждой группе должно быть хотя бы 3–5 работ. Этого количества достаточно, чтобы можно было выявить закономерности и похожие элементы. Сравнив между собой две группы, несложно понять, что именно имелось в виду.

Второй способ заключается в постепенной разработке. Вместо того чтобы сразу создавать полномасштабный проект и прорабатывать в нём все детали, набросайте несколько кардинально разных вариантов одной маленькой части. Показав клиенту эти эскизы и попросив выбрать наиболее удачный, приступайте к следующей итерации и снова сделайте несколько альтернатив, но уже с учётом информации, полученной на предыдущем шаге. Таким образом достаточно быстро до идеала доводится небольшой блок, а затем без проблем выполняются остальные части проекта в том же стиле.

Третий способ я называю «составлением фоторобота». Только вместо вариантов глаз, носа и других частей лица мы предлагаем заказчику выбрать шрифты, цветовую схему, компоновку и т. д. Собрав их вместе, вы получите чёткую и ясную картину, соответствующую представлению заказчика, и создадите такой дизайн, который он примет с минимальным количеством правок.

Заказчик хочет плохой дизайн

Ситуация, с которой сталкивался, вероятно, каждый дизайнер: вы предлагаете действительно хорошие решения, но клиент требует внести правки, которые всё испортят. Вы точно знаете, что эти изменения противоречат принципам дизайна и здравому смыслу, но заказчик настаивает на своём. В итоге у вас получается дизайн, который даже стыдно размещать в портфолио.

Лучшая стратегия – не допустить возникновения такой проблемы. Ещё до начала работ договоритесь с заказчиком о том, как именно он станет утверждать дизайн, по каким критериям оценивать и как планирует принимать решения. Имея общий набор объективных параметров, вы будете общаться с клиентом на одном языке и лучше понимать друг друга.

Если вы всё-таки попали в подобную ситуацию, конечно же, нужно постараться убедить клиента в вашей правоте. Но зачастую дизайнеры не могут привести действенных аргументов и всё обоснование сводится к банальному «я дизайнер, я так вижу». Разумеется, таким образом что-то доказать невозможно, ведь у заказчика тоже есть своё видение, которое он считает правильным.

Вместо того чтобы высказывать клиенту свои гипотезы и предположения, постарайтесь предоставить ему факты. Проведите опрос потенциальных пользователей, найдите в интернете результаты проводившихся исследований на тему спора или организуйте собственный тест. Если заказчик увидит, что ваша информация объективна и достоверна, убедить его будет намного проще.

Во время обсуждения старайтесь также размышлять не с точки зрения дизайнера, а с точки зрения клиента. Ссылаясь, например, на статьи с рекомендациями по типографике или композиции, подумайте: а есть ли у заказчика вообще такая цель, как получить на выходе правильный дизайн? Во многих случаях – нет. Например, владельцу интернет-магазина может быть всё равно, соответствует ли макет каким-либо дизайнерским принципам. Ему важно только то, будет ли этот проект приносить деньги. Поэтому, приводя аргументы, позаботьтесь о том, чтобы они объясняли коммерческие преимущества ваших вариантов.

Многие дизайнеры критикуют требования заказчиков, не предлагая никаких альтернативных решений. А ведь почти всегда можно сделать вариант, который и учтёт пожелания клиента, и не испортит дизайн. В это не хочется верить, потому что критика подсознательно воспринимается в штыки, и мы пытаемся защитить именно своё первоначальное решение, даже не попытавшись его доработать.

Не стоит думать, что правки заказчика – всегда плохо. Он знает свой бизнес и свою целевую аудиторию намного лучше вас, поэтому постарайтесь понять его точку зрения и докопаться до причин, по которым он предлагает изменения. Поняв суть его позиции, вы, скорее всего, найдёте решение, устраивающее обе стороны. Тем не менее, какими бы сильными ни были ваши доводы, заказчик может настоять на объективно плохом варианте. Что ж, клиент всегда прав. В конце концов, это он платит деньги за дизайн и имеет право получить тот результат, который хочет. Донесите до него своё видение, но если ваши аргументы не будут приняты – просто сделайте то, что он хочет. И не переживайте насчёт портфолио: в нём вы можете разместить альтернативный вариант, который больше соответствует критериям качества.

Слишком сложные задачи

Многие заказчики не очень хорошо понимают, в чём конкретно заключается работа дизайнера. Тем более они не видят разницы между дизайнерами разных специализаций. И конечно же, у них нет никакого желания разбираться в тонкостях: они просто хотят получить желаемый результат. Из-за этого вам могут поручить задачи, которые выходят за рамки ваших компетенций.

Не стоит удивляться, если веб-дизайнера попросят разработать логотип, а графического дизайнера – макет сайта. Это вполне типичные ситуации, и встречаются они повсеместно.

Конечно, вы имеете право отказаться от слишком сложных задач, которые находятся вне зоны вашей компетенции, но, согласившись на выполнение подобных работ, вы выиграете намного больше. Во-первых, вы научитесь чему-то новому и расширите свой дизайнерский арсенал, а во-вторых – укрепите отношения с клиентом и заработаете больше денег.

Не нужно воспринимать сложные задачи как проблему. Отнеситесь к ним как к возможностям и дополнительным поводам для саморазвития. Пополняя копилку своего опыта нестандартными кейсами, вы будете быстрее развиваться и в своей собственной специализации, потому что сможете обогатиться новыми для вас методами, подходами и техниками.

Глава 14. Карьерный рост



Стратегия развития

Сложно поспорить с тем фактом, что дизайн, особенно связанный с разработкой мобильных и веб-интерфейсов, очень изменчивая и динамичная область. То, что актуально сегодня, зачастую устаревает уже через несколько лет, а то и месяцев. Необдуманно вложив время, силы, а возможно, и деньги в неэффективное обучение или освоение бесперспективных навыков, вы рискуете потерять эти инвестиции. Поэтому подходить к своему развитию в данной сфере нужно осознанно и рационально.

Для того чтобы игра стоила свеч, необходимо создать собственную стратегию и придерживаться её в долгосрочном периоде. За основу я рекомендую взять уже знакомую вам схему Think – Make – Check («Думай – делай – проверяй»), только на этот раз мы применим её не к дизайну проектов, а к дизайну своей собственной карьеры.

На этапе Think необходимо собрать как можно больше информации об индустрии, в которой вы планируете работать, и провести анализ полученных сведений. Полезно узнать требования рынка, динамику изменения уровня оплаты по разным специализациям. Имеет смысл также следить за актуальными трендами, популярными продуктами и быстро развивающимися стартапами. Всё это способно послужить плодородной почвой для дальнейших идей и инсайтов.

Стоит отметить, что этап сбора информации – не обязательно отдельно выделенное время. Вы можете быть в курсе событий, просто общаясь с разными людьми из своей сферы, читая статьи на профессиональные темы в интернете и посещая различные мероприятия. Впитывайте всё, как губка, наполняйте свой мозг сведениями, и вам будет намного проще понять, в какую сторону имеет смысл двигаться, а в какую – нет.

По мере обогащения подобного рода информацией мысли о возможных способах развития и карьерного роста станут приходить сами собой. Записывайте их в отдельный блокнот или файл – но не спешите тут же переходить к их воплощению в жизнь. На первый взгляд многие идеи кажутся идеальными, но при детальном рассмотрении в них обнаруживаются очевидные и очень серьёзные недостатки.

Проведите анализ, взвесьте все за и против, сравните альтернативы между собой – и только после этого решайте, что именно вы будете делать.

Этап Make – это меры, направленные на реализацию задуманного. На данном этапе вам не нужно ставить себе глобальные и сложно выполнимые задачи. Как раз наоборот: делайте максимально простые и быстрые шаги. Незачем выкладываться на полную катушку в течение года ради идеи, которая впоследствии может оказаться провальной.

Вместо этого используйте гибкую методологию собственного развития. Не планируйте долгосрочные проекты, пока не научились работать с краткосрочными. Начать движение в любом направлении лучше всего с небольшого спринта на одну-две недели. Этого времени достаточно, чтобы протестировать основные гипотезы и решить, необходимо ли продолжать идти в выбранную сторону или же нужно остановиться и найти новый ориентир.

Так, например, плохая идея – ставить себе цель перейти в дизайн виртуальной реальности, пока вы даже не пробовали этим заниматься.

Изучите основы, пообщайтесь с людьми, работающими в данной сфере, и только потом решайте, стоит ли оно вашего внимания. Если да – вы готовы к следующей итерации. Лучше, если это будет ещё один короткий спринт. Если нет – ищите другое направление и пробуйте поработать над ним.

На финальном, третьем этапе – Check – вы должны проверить, сработали ли ваши идеи и подтвердились ли гипотезы. Чтобы это получилось, вам нужно предварительно, ещё на этапе

генерации идей, составить список критериев, которые теоретически могли бы опровергнуть сделанные предположения.

Да-да, в процессе проверки искать необходимо не подтверждение вашей теории, а доказательства именно её несостоятельности. Убедить себя в собственной правоте не составляет никакого труда, и это может сыграть с вами злую шутку: вы потратите большое количество ресурсов на реализацию обречённого на провал плана. Подумайте, какой эксперимент подойдёт, чтобы найти критические недостатки вашей идеи, и проведите его.

Если в результате исследования вы получите факты, указывающие на неправильность гипотезы, – она неверна. Но если вы таких фактов не обнаружили, это ещё не означает, что вы сделали правильное предположение. Подумайте, какие ещё способы протестируют идею. Не бойтесь разрушить хорошие гипотезы таким образом: если идея на самом деле стоящая, она блестяще пройдёт все проверки.

Например, если вы хотите начать изучать дизайн виртуальной реальности, предполагая, что это очень востребованная и высокооплачиваемая специализация, посмотрите, сколько вакансий есть на подобную должность и какой уровень оплаты по ним предлагается. Создайте даже тестовое резюме, заполните его данными о вымышленном, но очень высококлассном кандидате – и посмотрите на количество работодателей, готовых пригласить такого человека на собеседование. Если вы думаете, что выбранная область интересная и занимательная, пообщайтесь с людьми, имеющими опыт в данном направлении, и спросите, так ли это на самом деле. Ещё лучше – проверьте на собственном опыте, например сделав прототип небольшого элемента виртуальной реальности или выполнив задание, размещённое на фрилансе.

Получив информацию на шаге Check, переходите обратно к шагу Think. Двигаясь так постоянно по всем трём этапам, вы станете всё больше и больше совершенствоваться и развиваться в действительно нужном направлении. Не делайте сразу и много: регулярность намного важнее интенсивности. С каждой итерацией у вас получится всё лучше и лучше ориентироваться в сфере, и каждое ваше решение будет более обдуманным, чем предыдущее. Таким образом, двигаясь небольшими короткими шагами, в долгосрочной перспективе вы сможете достичь очень больших и значимых результатов.

Анализ текущей ситуации

Для того чтобы лучше понимать, в каком направлении развиваться, стоит провести подробный анализ имеющейся на данный момент ситуации. Один из лучших инструментов для этого – SWOT-анализ. Обычно данный метод применяется в бизнесе, однако для самоанализа он подходит ничуть не хуже.

Суть метода заключается в том, что вы рассматриваете 4 группы факторов:

Strengths – сильные стороны,

Weaknesses – слабые стороны,

Opportunities – возможности,

Threats – угрозы.

Первая группа, Strengths – это ваши полезные навыки, знания, способности, особенности характера, опыт, образ мышления и другие качества, зависящие от вас самих. Развивать свои сильные стороны – очень хорошая стратегия, так как в этом случае вы сможете добиться действительно высоких результатов, обойти конкурентов и проявить себя в полной мере.

Во вторую категорию, Weaknesses, также попадают ваши собственные характеристики, но уже имеющие негативное влияние. Это могут быть вредные привычки, склонность к прокрастинации, недостаток уверенности и мотивации и т. д. Сюда же относятся и слабо развитые профессиональные навыки и компетенции.

Не стоит сразу же рассматривать слабые стороны как проблему и пытаться тут же её решить. Все мы люди, и иметь недостатки – это нормально. Как бы мы ни старались, мы не способны быть лучшими во всём. Поэтому при работе со слабыми сторонами хорошо поразмыслите, стоит ли развивать ту или иную зону. Прежде всего, подумайте: вредит ли вам та или иная слабость? Если нет – лучше сосредоточиться на развитии сильных сторон. Если да – имеет смысл прокачать проседающие навыки до того уровня, чтобы это перестало быть проблемой, а затем опять вернуться к более перспективным направлениям.

К категории возможностей – Opportunities – относятся внешние факторы, которые вы можете задействовать для своей выгоды. Это, например, дефицит дизайнеров определённой специальности на рынке труда, или ваши полезные связи и знакомства, или чёткая система карьерного роста, предусмотренная в вашей компании. Хорошо ориентируясь в ситуации, вы увидите способы использовать сложившиеся условия с пользой для себя.

Именно поэтому дизайнеру нельзя замыкаться в себе и быть оторванным от окружающей реальности. Сидя дома в полном одиночестве, вы вряд ли обнаружите шансы для развития. А вот если вы ведёте активную социальную жизнь, посещаете профессиональные мероприятия и общаетесь с людьми, возможностей найдёте предостаточно.

Последняя категория – Threats, или угрозы, – включает в себя внешние факторы, которые потенциально мешают или оказывают негативное влияние на карьеру. К ним относятся плохая ситуация на рынке, высокая конкуренция или даже слишком быстро развивающиеся технологии, которые позволят автоматизировать какие-либо задачи. Так, например, нейронные сети и искусственный интеллект с большой вероятностью смогут генерировать визуальный дизайн на основе готовых прототипов уже в самом ближайшем будущем.

Имея дело с негативными внешними факторами, нужно просто их учитывать в стратегии своего развития. Изменить глобальную ситуацию своими силами нереально, но реально адаптироваться под текущие условия и подготовиться к потенциальным проблемам в будущем.

Проанализировав свою ситуацию с помощью SWOT-метода, вы получите достаточно полную и подробную картину, на основании которой сможете принимать взвешенные и продуманные решения. Изучите внешние и внутренние, позитивные и негативные факторы – и понимание направлений для развития придёт к вам само собой.

Широкая и узкая специализация

Один из важных вопросов, связанных с карьерным ростом, – какую модель развития выбрать: глубоко изучать узкую нишу и стать в ней экспертом или, наоборот, осваивать большое количество направлений и быть универсальным специалистом.

Обе модели имеют как плюсы, так и минусы. В первом случае вы сможете решать поставленные задачи намного быстрее и эффективнее, но, столкнувшись с новой для вас областью, не будете способны сделать практически ничего. Второй вариант предполагает широкий круг задач, однако при этом придётся пожертвовать качеством и скоростью работы.

Подобная дилемма решается, если использовать комбинированную модель, называемую Т-образной. Такая стратегия, подобно букве «Т», имеет две составляющие: широкий набор компетенций, изученных поверхностно (горизонтальный штрих), и глубоко освоенная основная специализация (вертикальный штрих).

Другими словами, вы знаете всего по чуть-чуть и очень хорошо разбираетесь в одном из направлений. Такая модель позволяет быть экспертом в узкой специализации и при этом иметь хотя бы общее представление и базовые навыки во множестве других.

Т-образная модель, кроме того, расширяет ваш кругозор и позволяет заимствовать новые подходы и методы из других сфер.

Наличие знаний в смежных областях даёт вам возможность смотреть на свою работу системно, выполнять задачи эффективно и принимать взвешенные решения, учитывающие множество факторов. Кроме того, широкий набор компетенций позитивно сказывается на коммуникациях с коллегами, ведь вы общаетесь с ними на их языке, а потому лучше доносите свою точку зрения и понимаете их позицию.

Горизонтальный и вертикальный рост

Ещё один важный вопрос, которым задаются многие дизайнеры, – стоит ли направлять усилия на горизонтальный рост, то есть развиваться как специалист, или лучше заняться вертикальным ростом и продвигаться всё выше и выше по карьерной лестнице.

Первый подход требует большего внимания к профессиональным навыкам и позволяет пройти путь от новичка до высококлассного, а значит, и высокооплачиваемого эксперта. Для того чтобы добиться успеха по второй стратегии, нужно развивать так называемые гибкие навыки, связанные с коммуникацией, лидерством, искусством убеждения и презентации.

Двигаясь по вертикальному пути, дизайнер зачастую становится руководителем команды, менеджером проекта или арт-директором. Возможен также вариант создания собственной дизайн-студии или продуктовой компании. Конечно, по мере вертикального развития у вас будет всё больше управленческих и всё меньше дизайнерских задач. В какой-то момент вы поймёте, что вы больше не дизайнер. Но если это то, чего вы на самом деле хотите, – почему бы и нет?

Здесь нет правильных или ошибочных ответов. Всё зависит от того, какая деятельность вам ближе и чем вы сами хотите заниматься.

Если вы нашли себя в определённом направлении дизайна, вам нравится им заниматься и вас устраивает быть исполнителем – продолжайте. Если вы точно знаете, что хотите руководить другими людьми, меньше работать над деталями и заниматься стратегическими задачами – имеет смысл задуматься о вертикальном росте.

Что бы вы ни выбрали, вы всегда сможете вернуться на предыдущий шаг. Хороший исполнитель зачастую способен лучше выполнять работу руководителя, поскольку больше понимает задачи своих подчинённых. Так же и опыт управления людьми окажется полезным для исполнителя, потому что он позволяет более системно и широко смотреть на рабочие процессы и цели проекта. Не бойтесь ошибиться: развитие, по какой бы модели оно ни происходило, в любом случае не будет лишним.

Глава 15. Смысл



Дело с большой буквы «Д»

Самое важное в любом деле – понимать, ради чего вы его делаете. В начале книги я говорил о том, что дизайном нельзя заниматься только ради денег или карьерных перспектив. Дизайн нужно любить и на самом деле хотеть им заниматься, иначе ничего не получится. Рано или поздно перед вами встанет вопрос: а действительно ли это то самое дело, которому я хочу посвятить свою жизнь? К чему оно меня приведёт? В чём смысл моей работы?

Этими вопросами задаются все люди без исключения, независимо от профессии, возраста и компании, в которой они работают. Никто не знает, что будет завтра и через 10 лет, поэтому нет смысла загадывать далеко наперёд. Условия в современном мире меняются очень быстро, и всё, что мы можем, – минимизировать риски и готовиться к вероятному будущему. В остальном нам остаётся только жить в настоящем, адаптироваться и поступать так, как нам кажется правильным.

Если вы хотите заниматься дизайном здесь и сейчас – занимайтесь. Даже если в дальнейшем вы смените профессию или сферу деятельности, полученный опыт окажется очень полезным. Методы дизайн-мышления очень широко применяются в бизнесе, менеджменте и многих других областях. Кем бы вы ни стали через 5, 10 или 20 лет, вы всегда сможете применить дизайнерский подход к решению профессиональных и личных задач.

Перспективность

Мы живём в очень интересное и необычное время. Всего лишь 30 лет назад только-только появился интернет, а сейчас жизнь без сети практически невозможно себе представить. Большая часть продуктов, которыми мы пользуемся, – цифровые, и появились они также относительно недавно. Такой быстрый темп и ритм жизни неизбежно сказывается и на сфере дизайна.

Когда я только начинал развиваться в этой области, многих популярных и востребованных сегодня дизайнерских профессий не было и в помине. Другие же специализации постепенно становились ненужными и исчезали. Это и есть эволюция. Подобно видам животных, профессии выживают, если у них получается адаптироваться к окружающей среде, и прекращают существование, если останавливаются в своём развитии.

Согласно исследованиям, многие профессии перестанут быть актуальными в самое ближайшее время, поскольку их заменят автоматизированные системы, роботы и компьютеры. В первую очередь это касается, конечно, рабочих специальностей, основанных на выполнении простых механических действий и не требующих высокой квалификации, но в зону риска попадает и значительная часть интеллектуальных профессий.

Что касается дизайнеров, то прогноз более чем оптимистичен. Наша профессия имеет минимальные шансы быть автоматизированной, поскольку требует нелинейного мышления, креативности и эмпатии, которой пока не научился ни один компьютер – и вряд ли научится в обозримом будущем.

Более того, дизайнеры разных направлений окажутся всё более востребованными. Кому-то ведь будет нужно придумывать, как применить новые технологии, в том числе и искусственный интеллект, для того чтобы они были полезны людям. Машины станут способны решить практически любую задачу, но только человек в состоянии задачу поставить. И лучше всего это сделает именно дизайнер, потому что наша профессия как никакая другая направлена на выявление и удовлетворение человеческих потребностей.

Миссия

Ничто не даёт такой сильной мотивации, как понимание нужности и полезности своего труда. Работать, учиться и развиваться намного проще, если вы осознаёте важность и значимость своего дела. Дизайнерам с этим очень повезло, ведь мы прекрасно знаем, что создаём продукты для людей, помогаем им решать проблемы и исполнять желания. Мы работаем не только ради зарплаты или других бонусов, но и ради совершенствования мира, в котором мы живём.

Только представьте, какой была бы окружающая реальность, если бы в ней не было дизайнеров. Все те красивые и удобные вещи, к которым мы так привыкли, просто бы не существовали. Одежда, бытовая техника, мебель, автомобили, дома и, конечно же, виртуальная среда – всё это создаётся дизайнерами, и именно дизайнеры преобразуют бездушные технологии и изобретения во что-то действительно полезное и нужное людям.

Вы как дизайнер влияете также на сферы, которые на первый взгляд никак не связаны с дизайном. Уже сейчас методы нашей профессии успешно применяются во многих областях, начиная с культуры и искусства и заканчивая наукой и образованием. Общаясь с представителями других профессий, вы способны передать им своё видение и философию. Дизайнерское мышление привносит человекоориентированный подход в деятельность, а значит, и в результаты труда любого человека.

В глобальном масштабе методы дизайна вполне применимы даже к решению социальных и экологических проблем, поскольку все они тесно связаны с человеческой природой. Не ограничивайтесь своей узкой специализацией, думайте о том, как применить ваши знания на благо всего человечества – и вы обязательно найдёте варианты. Участвуйте в социально значимых и благотворительных проектах, общайтесь с разными людьми, транслируйте принципы дизайна в окружающий мир другими возможными способами.

Так или иначе, вы вносите свой вклад, пусть и небольшой, в развитие человеческой цивилизации. Каждое принятое решение, каждое совершённое действие и каждый полученный результат неизбежно повлияют не только на вашу собственную жизнь, но и на жизни других людей. Так почему бы не воспользоваться знакомыми приёмами и не подойти к этому более осознанно?

Каким бы видом дизайна вы ни занимались и в какой бы сфере ни работали, вы всегда имеете дело с человеческими потребностями, мечтами и переживаниями. Зачастую дизайнеры этого не замечают, погружившись в выполнение повседневных задач, но если задуматься, станет понятно, что каждый новый проект, каждая нарисованная линия и каждый закрашенный пиксель делают мир, в котором мы живём, чуточку лучше. А именно это и придаёт глубокий смысл любому делу, не правда ли?

Послесловие

Надеюсь, информация в этой книге оказалась для вас полезной и, руководствуясь моими советами, вы успешно начали свою дизайнерскую карьеру. И всё же эта книга содержит лишь малую толику того объёма знаний, который нужен, чтобы стать действительно высококлассным профессионалом. Чтобы качественно выполнять свою работу и быть востребованным специалистом, недостаточно всего лишь прочитать одну книгу. Дизайнер должен постоянно самосовершенствоваться, следить за актуальными трендами, оттачивать мастерство и жадно впитывать новые знания.

Если вы хотите и дальше развиваться в этом направлении, рекомендую подписаться на мои страницы в интернете, где я регулярно делюсь своим опытом, выкладываю полезные и интересные материалы о дизайне:

youtube.com/YanAgeenko

t.me/yan_ageenko

linkedin.com/in/yan-ageenko

facebook.com/yan.ageenko

vk.com/yan.ageenko

instagram.com/yan.ageenko

Я также всегда открыт для конструктивной критики и новых возможностей. Любые вопросы, предложения и пожелания вы можете задать мне в личных сообщениях или на e-mail yan.ageenko@gmail.com.

Приложение 1. Советы от опытных дизайнеров

Чтобы лучше ориентироваться в любой сфере, включая дизайн, необходимо изучать информацию из разных источников. Только рассмотрев тему с разных сторон и проанализировав альтернативные точки зрения, вы увидите более полную и адекватную картину. Поэтому, кроме своего личного мнения, описанного в основной части этой книги, я также попросил нескольких знакомых дизайнеров дать краткие советы начинающим специалистам – их я и размещаю в данном приложении.

Ваши знания обретают стоимость, когда мир видит ваши работы!

Подобно физическим тренировкам, в дизайне развитие насмотренности, чувства вкуса и понимание главных принципов приходит в результате частого и кропотливого повторения. Найдите в себе силы для терпения и не бойтесь повторять работы опытных дизайнеров, формируя собственную индивидуальность. Поверьте, результат не заставит вас долго ждать!

Николай Автушко

Смелость и незаурядность. Не бойтесь принимать дерзкие решения, которые подкреплены пониманием возможности их реализации. Это верный путь к самым правильным решениям и профессиональному росту.

Мотивация. Если ты мотивирован желанием создавать лучшее, ты всегда достигнешь больших высот.

Видеть мир за пределами монитора. Дизайн окружает нас повсюду. Только задумайтесь над тем, насколько удобно вам передвигаться в вашем городе или насколько удобны лавочки на автобусных остановках, – и вы станете лучше понимать ваших пользователей.

Не останавливаться. Постоянное самообразование, путешествия и общение помогут вам в значительной мере понять мир, в котором существует пользователь, и расширить круг своих профессиональных интересов.

Слушать и слышать. Научитесь слышать других – это откроет вам новые возможности взглянуть на дизайн под разными углами.

Будьте ленивым. Посмотрите на дизайн как ленивый пользователь. Максимальный результат с минимальными усилиями.

Не умничайте. Не пытайтесь сделать дизайн для умных пользователей, сделайте дизайн, который будет понятен даже вашей бабушке.

Олег Миколайчик

Важно понимать, что дизайнер – это человек, который является связующим звеном между бизнесом, разработкой и конечным пользователем.

Твое «красивое решение» может оказаться слишком дорогим для разработки и абсолютно неэффективным для бизнеса. Так что, изучая дизайн, постарайся ещё понять, как работает вся индустрия в целом.

Дарья Черватюк

Не бойтесь воровать. Сначала научитесь копировать хорошие работы, потом подсматривайте, комбинируйте и адаптируйте чужие идеи под ваш проект. Даже опытные дизайнеры используют референсы для своих работ.

Дмитрий Барцевич

Варианты. Гармония рождается в вариантах. Не останавливайте свой творческий процесс на первом видении – и вам откроются ваши неожиданные возможности.

Полина Чакур

Веб-дизайнер должен хорошо разбираться во всех областях современного дизайна. Веб-дизайн – это не отдельная изолированная сфера, он следует тем же тенденциям, что и дизайн интерьеров, мода, фотография, брендинг. Это можно сравнить с начитанностью у писателей. Без хорошей базы прочитанных книг вряд ли получится написать бестселлер. И поверьте, это тот самый случай, когда количество переходит в качество.

Недостаточно знать и уметь применять одну-две программы. Чем больше инструментов у вас в арсенале, тем проще и быстрее вы работаете.

Не бойтесь копировать! Смело повторяйте лучшие современные работы, ведь так вы учитесь у сильнейших.

Павел Бендин

Два ваших лучших друга – Практика и Критика. Дизайн – это ремесло, и, чтобы освоить его, как и любое другое ремесло, надо очень много практиковаться! Невозможно стать первоклассным поваром за неделю, придётся приготовить и выбросить немало блюд, прежде чем достичь успеха. Любите критику и не бойтесь ошибок, именно они подскажут вам, на верном ли вы пути.

Екатерина Иванова

Никогда не останавливайтесь на одном варианте дизайна, будь то композиция целой страницы или цвет и стиль одной кнопки. Бывает, долго смотришь на то, что получилось, перебирая в голове альтернативы, но только нарисовав и увидев воочию все возможные варианты (даже заведомо провальные), можно найти самый лучший.

Максим Осичка

Делайте что-то, за что люди, которые не знают вас и которых не знаете вы, смогут вам сказать спасибо. Что-то, что не просто украсит одно лишь ваше портфолио, но и облегчит жизнь другим, – бесплатные векторные мокапы новых девайсов, free for use наборы иконок, красивые календарные сетки, статьи, помогающие другим разобраться в секретах... Бесплатно. Просто так. Это то, что изменит вас и изменит вашу работу.

Анна Ладутько

Перед тем как идти в дизайн, надо помнить, что это в первую очередь история не про творчество, а про коммерцию. И неважно, граф это, моушн или интерфейсы, – ваша работа должна продавать, а весь ваш успех измеряется в цифрах. А творческая жилка позволит вам делать успешные кейсы, не выгорать и кайфовать от своей работы.

Никита Азаров

1. Идея – источник вдохновения. Найдите идею, и она станет генератором ваших достижений.

2. В дизайне правил нет – есть закономерности. Изучайте закономерности, не ограничивайте себя правилами, и, возможно, именно вы скажете новое слово в сфере дизайна.

3. Дизайнер – это тот, кто делает дизайн. Хотите быть дизайнером – практикуйтесь в дизайне.

4. Хороший дизайн работает. Основная цель дизайна не достигнута, если проект красив, но не работает.

Когда проект работает, пусть он даже и не красив, основная цель дизайна достигнута.

5. В обучении копируйте работы профессиональных дизайнеров. Это проверенный и эффективный способ освоить тонкости ремесла.

Андрей Борисевич

Чем круче инструменты, тем больше возможностей для реализации идеи. Не стоит останавливаться на освоенном, продолжайте изучение инструментария и расширяйте свой профессиональный стек. Но также важно не позволить форме превзойти содержание. Всё, что мы делаем, мы делаем для того, чтобы донести идею наиболее выразительными средствами, и чем больше инструментов в нашем арсенале, тем больше свободы мы имеем в самовыражении.

Наталья Лапковская

*Выходите из зоны комфорта,
Развивайтесь, не будьте аморфны,
Не сдавайтесь, цените критику,
Изучайте всегда аналитику*

Дмитрий Потапов

Часто ко мне приходят молодые дизайнеры и говорят, что у них скучная работа и они не могут проявить свои способности, так как приходится рисовать только таблички. Я же всегда начинаю задавать уточняющие вопросы.

– Из каких компонентов состоит табличка?

– Имя, фамилия, должность...

– Хорошо, кто является пользователями продукта?

– Люди от 18 до 26 лет.

– Так, а что им нравится?

– Что-то прикольное.

Я прошу подумать над вопросами, а потом говорю:

– Так можно же сделать прикольные карточки с тенюшками, добавить фото, левел скилов и т. д.

– О, так клиент не согласится.

На что я улыбаюсь и спрашиваю:

– Сколько времени займёт нарисовать прототип?

– 30 минут.

– А сколько времени ты недоволен продуктом? Правильно, всегда!

Собирайте факты, пробуйте выходить за рамки, тестируйте и продавайте свою работу как пользу, а не как красивую картинку. И поверьте, тогда вы будете делать самые полезные дизайны, которые будут нравиться не только вам, но и тем, для кого вы творите.

Смотрите шире и не бойтесь! Делайте и экспериментируйте! Делайте не только красиво, но и полезно!

Виталий Новиков

На любом из этапов проектирования и дизайна старайтесь смотреть на задачи новым, свежим взглядом, как будто делаете это в первый раз, даже если это не так. Такой подход расширит воображение и приведёт к интересным и нетривиальным решениям.

Вадим Тюрин

Учитесь общаться и аргументировать свои решения. Мало сделать хороший прототип или макет – важно прийти к единому мнению с командой, учесть все технические особенности и ограничения продукта.

Александра Шкурат

Держите руку на пульсе, не останавливайтесь и всё время развивайтесь.

Не бойтесь пробовать себя в разных областях дизайна и найти ту сферу, которая по душе.

И не сравнивайте свои работы (начинающего) с работами профессионалов, а только свои работы год назад – с тем, что получается на текущий момент.

Татьяна Бортник

Если вы стали на путь дизайна, то запаситесь каской, ведь шишек вы набьёте много. Но не расстраивайтесь, ведь часть из них помогут отразить книги и постоянное саморазвитие. Удачи вам в познании профессии, которая делает мир лучше!

Анастасия Лозицкая

Делайте. Не поддавайтесь заблуждению, что, если дело даётся с трудом – оно «не моё». Чтобы достичь цели, нужно идти. Делайте и ещё раз делайте – и результат обязательно будет.

Юлия Гайдук

Помните, что любая плохая работа – это недоделанная хорошая работа.

Ольга Тригубович

Приложение 2. Чек-лист дизайнера-новичка

Чтобы вам было проще отслеживать собственный прогресс, я вынес наиболее важные рекомендации в отдельный список. Этот чек-лист сделает процесс вашего развития более наглядным, а также повысит мотивацию. Отмечайте выполненные пункты – и вы всегда будете знать, на каком этапе находитесь и что ещё необходимо сделать.

- Полностью прочитать эту книгу.
- Сделать первый шаг в дизайне.
- Изучить интерфейс любой дизайнерской программы методом тыка.
- Изучить tutorial по программе.
- Пройти не менее 10 уроков по программе.
- Выучить горячие клавиши.
- Освоить не менее 2 дополнительных программ.
- Сделать первый дизайн-проект.
- Сделать проект по заданию с фриланса.
- Сделать проект для конкурса.
- Принять участие в дизайн-челлендже и пройти его до самого конца.
- Принять участие в стартапе.
- Принять участие в хакатоне.
- Сделать проект для родственников, друзей или знакомых.
- Зарегистрироваться на [behance.net](https://www.behance.net) и подписаться минимум на 25 авторов.
- Зарегистрироваться на dribbble.com и подписаться минимум на 25 авторов.
- Вступить минимум в 10 дизайнерских групп в каждой социальной сети, которой вы пользуетесь.
- Создать собственную коллекцию хороших примеров дизайна.
- Попробовать трендовый продукт, который раньше вы игнорировали.
- Посетить выставку или галерею.
- Скопировать чужой дизайн.
- Воспроизвести чужой дизайн по памяти.
- Сделать дизайн, используя метод творческой переработки.
- Сделать дизайн в чужом стиле.
- Создать дизайн в собственном стиле с нуля.
- Прочитать минимум 5 книг о дизайне (не считая этой) и законспектировать основные тезисы.
- Пройти минимум 3 курса по дизайну (в любом формате).
- Устроиться на стажировку.
- Найти ментора.
- Устроиться вторым пилотом.
- Принять участие в дизайнерском воркшопе или тренинге.
- Посетить дизайнерский митап.
- Посетить дизайнерскую конференцию.
- Посетить многопрофильную конференцию.
- Создать портфолио минимум из 5 работ.
- Показать своё портфолио минимум 5 другим дизайнерам, получить обратную связь и внести корректировки.
- Указать контакты в своём портфолио.
- Сделать посты со ссылками на свои работы в соцсетях.
- Разместить ссылку на портфолио у себя в соцсетях.

- Изучить требования минимум в 50 вакансиях по вашей специализации.
 - Изучить минимум 10 резюме других дизайнеров.
 - Разместить резюме минимум на 3 сайтах по поиску работы.
 - Создать резюме в виде отдельного файла.
 - Создать и заполнить профиль на LinkedIn.
 - Напрямую прислать резюме минимум 5 компаниям, в которых вы хотели бы работать.
 - Разработать собственный логотип.
 - Сделать дизайн собственной визитки и напечатать минимум 100 штук.
 - Познакомиться вживую минимум с 10 дизайнерами из вашей сферы.
 - Познакомиться вживую минимум с 10 дизайнерами из других сфер.
 - Познакомиться вживую минимум с 20 представителями других профессий из вашей сферы.
 - Посетить нетворкинг-встречу.
 - Прокачать свои страницы во всех соцсетях.
 - Добавить в контакты в социальных сетях минимум 500 человек из вашей профессиональной области, включая рекрутеров.
 - Откликаться на вакансии 2 раза в день, пока не устроитесь на свою первую работу.
 - Устроиться на свою первую работу дизайнером.
 - Успешно пройти испытательный срок.
 - Сменить работу на более перспективную и высокооплачиваемую – можно в той же компании.
 - Зарегистрироваться в качестве исполнителя как минимум на 1 бирже фриланса.
 - Разместить на фрилансе заказ и изучить отклики.
 - Получить минимум 10 положительных отзывов на бирже фриланса.
 - Подписаться минимум на 10 групп с фриланс-заказами в социальных сетях и мессенджерах.
 - Наладить постоянное сотрудничество как минимум с 3 клиентами.
 - Сделать SWOT-анализ своей текущей ситуации.
 - Разработать стратегию собственного развития и следовать ей.
- В оформлении обложки использованы иллюстрации Натальи Гапаньковой.