

СОВЕТЫ ПРОФЕССИОНАЛА

МИФОТВОРЧЕСТВО: ожидаемое и действительное

Миф_1: «ДИЗАЙН – ЭТО КОГДА ПРОСТО КРАСИВО»

Как часто мы произносим слово «дизайн»? Довольно часто...

«Недавно друг купил мебель, какой дизайн!!!» или: «Что это за автомобиль? Никакого дизайна!» Все знают, когда ОН ЕСТЬ, и все угадают, когда ЕГО НЕТ. Но кто укажет, ПЛОХОЙ он или ХОРОШИЙ? Опять спросим друг у друга? Один друг скажет:

«Мне нравится», а другой: «А мне не нравится», – и оба будут правы.

Но, покупая мебель в свою кухню или зимние ботинки, вы так или иначе придете в согласие с самим собой, сделаете свой выбор и совершите покупку. Но каким должен быть дизайн «каталога продукции» Вашей фирмы? Кому он должен «нравиться», Вам или Вашим друзьям? Может быть, ни тем и не другим? К сожалению, часто подобные вопросы возникают с большим опозданием: дизайн-макет готов, тираж напечатан, деньги уплачены, а продукт НЕ ПРОДАЕТСЯ. Почему? Ведь мы с легкостью определили критерии отбора – «Всё так красиво!» А ошибка закралась с самого

начала. Мы ели много красивых мужских ботинок, но 32-ого размера. Красота спасет Ваши туфли, но только в том случае, если их все-таки купят в качестве сувенира. Вы продадите ТОЛЬКО дизайн, но много ли найдется ценителей обуви «от кутюр» в обычном обувном магазине? Вы готовы на подобные риски – дизайн ради дизайна, искусство ради искусства?

Никакой, даже самый высокооплачиваемый дизайн не решает ВСЕ рекламные задачи. Дизайн решает только одну – качество визуальной подачи рекламной информации.

Совет:

Прежде чем размещать свой заказ в дизайн-студии, обратитесь к помощи маркетингового агентства. Грамотный анализ рынка и программа продвижения – это львиная доля успеха любого бизнеса. Но если подобная услуга Вам пока не по карману, попробуйте составить техническое задание самостоятельно. Создайте словесный портрет потенциального ПОТРЕБИТЕЛЯ продукта, который собираетесь рекламировать. Соберите аналоги, на которые Вам бы хотелось ориентировать будущего изготовителя, не пренебрегая теми «шедеврами», которые Вам откровенно не нравятся. Опишите, чем продукт, выпускаемый Вами, выгодно от-

личается от продукции конкурентов. Структуру подобного бриф-листа Вы всегда можете запросить у дизайн-студии.

Миф_2: «Я ЗНАЮ, ЧТО ТЫ ЗНАЕШЬ, ЧТО Я ЗНАЮ»

Если Вы обратились в дизайн-студию, это значит, что Вы победили страх перед стоматологом и признаете, что наружные мази уже не помогут от кариеса. Но... все же... «я знаю, что ты знаешь, что я знаю...» Я пришел в дизайн-студию, но я догадываюсь..., я подозреваю..., мне кажется..., я не уверен..., что вы... сможете...

Никто, кроме Вас, не знает столько о Вашем бизнесе, сколько знаете о нем Вы, но КАК превратить эту информацию в визуальный ряд, который качественно выделит ВАШ ТОВАР на рынке, знает дизайнер.

Совет:

Не терзайтесь, а требуйте! Требуйте разговора, требуйте дизайн-портфолио, требуйте полиграфических воплощений этого самого дизайна. Задавайте вопросы и требуйте ответов! Обратите внимание на постановку задачи для дизайн-студии на предыдущих заказах и результирующем продукте на выходе. Это подтвердит или развеет ваше мнение о профессионализме студии. Ваше обращение – это вопрос доверия, так что не спешите и не ленитесь. Но даже если после просмотра работ нескольких дизайн – студий, Вы все же сомневаетесь и не готовы остановить свой выбор на какой-то одной, назначьте тендер. В этом случае Вы не только ознакомитесь с разнообразием палитры всевозможных дизайн-предложений, но и обязательно остановите свой выбор на чем-то одном.

Миф_3: «ДИЗАЙН – ЭТО ТВОРЧЕСТВО, ДИЗАЙНЕР – ТВОРЕЦ, А КОМПЬЮТЕР ДЕЛАЕТ ВСЕ САМ...»

На первый взгляд, в нелегком труде дизайнера творчества и фантазии на порядок больше, чем в нелегком труде фрезеровщика, но так ли велика разница между двумя ТВОРЦАМИ? Каждому из них требуется заготовка, каждому – инструмент, каждый создает нечто НОВОЕ, руководствуясь принятыми стандартами, и каждый из них, создавая, прежде всего задумывается о том, а будет ли это работать, а вовсе не о том: «А сделаю-ка я что-нибудь эдакое!» Так кто же из них более ТВОРЕЦ, а кто более КОНСТРУКТОР? И кто же такой дизайнер? Андроинное строение этой профессии объясняется уже на этапе перевода: дизайнер (от англ.) – делать, творить, конструировать, создавать.

Но бойтесь, бойтесь не творческих людей, но творцов! В чем привлекательность этого мифа и отчего он так живуч? Почему лирика и романтика парадного портрета ТВОРЦА грозит обернуться гротеском и пафосом карикатуры? Чего ожидаем мы от нашего картонного героя в шелковом шарфе и бархатном берете? Полета фантазии, круглосуточного вдохновения, неугасающей работоспособности, многогранности, необыкновенного чуда в рекордные сроки? А как хочется ожидать! Но оборотная сторона этого мифического заблуждения абсолютно реальна: полет фантазии грозит обратиться «полным улетом», круглосуточное вдохновение в творческий кризис, неугасающая работоспособность – нервным срывом, многогранность – серийностью, и чуда не выйдет. В итоге Вы будете вынуждены обратиться к следующей прославленной творческой единице, не получите дизайн в срок, получите, но не то, а, как известно, бизнес не прощает подобной беспечности.

Но кто от этого застрахован?

Беспорные преимущества перед «прекрасным, но невыносимым» одиноком ТВОРЦОМ имеет дизайн-студия. И вот почему.

Менеджер заказа проследит за качеством и сроками из-

готовления печатных образцов, рекомендует Вам оптимальное полиграфическое решение к сразу нескольким дизайн-предложениям;

Арт-директор поможет Вам определиться в выборе направления и стилистике создаваемого дизайн-продукта, грамотно сформулирует задачи для дизайнера, проследит за точностью их выполнения, произведет необходимый качественный отбор работ, поможет Вам разобраться в нюансах и деталях предлагаемых вариантов дизайн-макетов: «что», «почему», «зачем» сделано именно так, а не иначе. Да и дизайн-предложений вы получите на порядок больше, а это значит, что результат возрастет и качественно, и количественно.

Особый акцент хотелось бы сделать на парке необходимого оборудования. Сквозная калибровка и профилирование всех устройств, участвующих в процессе создания полиграфического продукта, а это: сканеры, мониторы, устройства вывода цветопроб и пленок, печатные машины и копирующие аппараты – задача дорогостоящая и зачастую непосильная для профессионала-одиночки. И даже если Вам изготовят дизайн-макет, который Вас устроит, совсем не обязательно, что его будет возможно напечатать. И никто не даст Вам гарантий, что «именно ту картинку», которую Вы вчера видели на цветной распечатке, Вы получите тиражом 2000 экземпляров. Но если дизайн-студия постоянно сотрудничает с несколькими типографиями, как, например, дизайн-студия НП ПРИНТ, это требование выполняется автоматически. Более детально эта тема будет раскрыта на страницах «Профессионала» в ближайших номерах.

Совет: не бойтесь заплатить в 2 раза больше, но бойтесь заплатить 3 раза по столько же. Берегите свои силы, экономьте время и деньги.

Миф_4: «ПРОФИ ВСЕГДА СМОЖЕТ ИЗ «НИЧЕГО» СДЕЛАТЬ «НЕЧТО».

Одно из самых трогательных заблуждений. Как мы уже выяснили, чудес не бывает. Некогда прекрасной «девички с голубыми волосами» можно сделать зубы белее, ресницы чернее, но разве вернешь былой блеск в её глазах? Ответственные или наличие некачественных фотоматериалов заставляет нас идти на множество компромиссов: использование различных компьютерных фильтров, несоизмеримые затраты на ретушь – все это некорректные способы решения одной простой проблемы – ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ФОТОСЪЕМКА. Слабой надеждой на успех является и возможность пользоваться различными фото-библиотеками. Но здесь основной подход заключается в том, что, разместив прекрасную девушку на рекламе элитных ботинок вашей фирмы сегодня, завтра вы можете увидеть ее на рекламе средства для чистки унитазов. Можно построить дом из соломки, но долго ли он простоят? И выдержит ли первый легкий ветерок конкуренции?

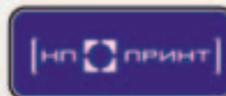
Как бы неожиданно это ни прозвучало, но мы вынуждены констатировать тот факт, что дизайн – это производство. Высокотехнологичное, тонкое, филигранное, и дизайн-студия – это все-таки мастерская, а не храм. Никто не посмеет отрицать, что вдохновение – материя божественная, но дизайн-продукт – абсолютно материальная и, более того, вторичная. Первичен ВСЕГДА продукт или услуга, которые необходимо продать, дизайн же – это средство, стилизирующее эту функцию – функцию продажи. ■

Ёлшина Екатерина,
арт-директор дизайн-студии НП ПРИНТ

ИЗМАЙЛОВСКИЙ ПР., 29
(812) 324-65-15
DESIGN@NPPRINT.COM
DOLEV@NPPRINT.COM

УЛ. ЛЬВА ТОЛСТОГО, 7,
ОФИС 101 / (812) 380-16-20
AVANTRA@NPPRINT.COM

ДИЗАЙН
ВЕРСТКА
СКАНИРОВАНИЕ
РЕТУШЬ
ФОТОВЫВОД



ПЕЧАТЬ
БРОШЮРОВКА
ПЕРЕПЛЕТ

НАБ. ОБВОДНОГО КАНАЛА, 14
ТЕЛ. (812) 325-22-97
NPPRINT@COMSET.NET

УЛ. ЛЬВА ТОЛСТОГО, 7,
ОФИС 101 / (812) 380-16-21
PRINT@NPPRINT.COM

