

ОСНОВИ

ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН

02

Ніл Леонард
Гевін Емброуз

Дизайнерське дослідження

ПОШУК УСПІШНИХ КРЕАТИВНИХ РІШЕНЬ

Переклали з англійської Марія Мельник і Вероніка Пугач



Київ · 2019

ArtHuss 

УДК 7.012:766]:001.891(076)
Л47

Леонард Н., Емброуз Г. Основи. Графічний дизайн 02: Дизайнерське дослідження /
Ніл Леонард, Гевін Емброуз; пер. з англ. Мельник М., Пугач В.
Київ: ArtHuss, 2019. 192 с. (Серія «Креативна кар'єра»)

Перекладено за виданням:

Neil Leonard, Gavin Ambrose. Basics. Graphic Design 02: Design Research.
Investigation for successful creative solutions. AVA Publishing SA 2011.

Крім таланту, вмінь і натхнення, сучасний дизайнер ніяк не може обійтися без розуміння основних дослідницьких методів та підходів, а також принципів їх застосування. Щоб зусилля, які ви вкладаєте в роботу над проектом, були доцільними й працювали на результат, на кожному етапі треба збирати інформацію, правильно інтерпретувати її та враховувати.

Ніл Леонард і Гевін Емброуз запропонували огляд видів і форматів дослідження, які насамперед будуть корисні в дизайнерській практиці, даючи змогу заглибитися в контекст, вивчити вподобання та зрозуміти сподівання клієнта й аудиторії, і нарешті обрати відповідний спосіб донести творчі ідеї дизайнера. Для закріплення знань у кінці кожного розділу ви знайдете практичні вправи. А для натхнення — інтерв'ю з відомими дизайнерами та найкращі зразки їхніх робіт.



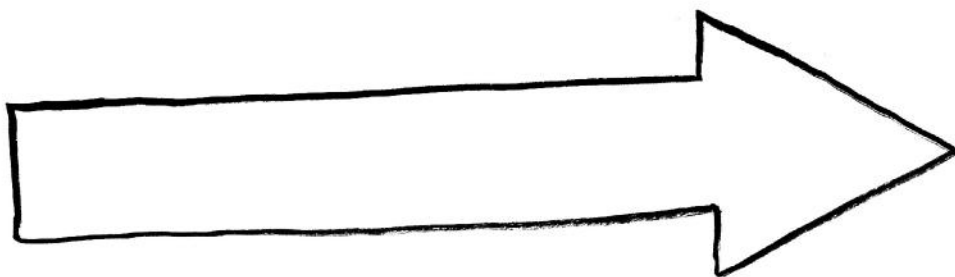
Усі права захищено, жодну частину цього видання не можна відтворювати, зберігати в пошуковій системі або передавати в будь-якій формі та будь-якими засобами: електронними, механічними, фотокопіювальними чи іншими — без попереднього письмового дозволу власників авторських прав.

© Neil Leonard, Gavin Ambrose, 2011
© AVA Publishing SA, 2011
© Марія Мельник, Вероніка Пугач, переклад, 2019
© ArtHuss, 2019

ISBN 978-617-7799-00-8

➤ **Твоя думка хибна,
бо я тебе ненавиджу**
**Ганна Річардс (студентка
університету Брайтона,
Велика Британія)**
На формування відчуття
стилю та впевненості
у своїй роботі знадобиться
якийсь час. Ця зворушлива
епіграма — «Ось шлях до
того, що ти так прагнув
побачити, хоча я детально
тобі все описала» —
одна з серії робіт Ганни,
представленої на с. 138.

THIS IS THE WAY
TO THE THING
YOU INSISTED YOU
NEEDED TO SEE
EVEN THOUGH I
HAVE DESCRIBED IT
TO YOU IN GREAT
DETAIL



ЗМІСТ

Розділ 1 – Основи дослідження	8
Навіщо проводити дослідження?	10
Із чого почати	12
Первинне, вторинне і третинне дослідження	18
Ключова термінологія	26
Студійне інтерв'ю: <i>Емілі Гейл</i>	32
Вправа: <i>Підготовка до дослідження</i>	34



Розділ 2 – Розуміння контексту	36
Аудиторія та соціальні контексти	38
Контексти дизайну	50
Теоретичне підґрунтя	60
Студійне інтерв'ю: <i>Ендрю Гассі</i>	64
Вправа: <i>Первинне дослідження</i>	66



Розділ 3 – Планування роботи	68
Бриф	70
Аудиторія	76
Джерела та надійність	78
Запис і документування	82
Студійне інтерв'ю: <i>Браян Рі</i>	90
Вправа: <i>Аудиторія</i>	92



Розділ 4 — Проведення дослідження	94
Дослідження аудиторії	96
Дослідження ринку	106
Польові дослідження	112
Дослідження, орієнтовані на процес	120
Студійне інтерв'ю: <i>Джейн Трастрем</i>	122
Вправа: <i>Продукт і користувач</i>	124



Розділ 5 — Як використовувати зібрані дані	126
Осмислення зібраних даних	128
Реакція на зібрані дані	134
Студійне інтерв'ю: <i>Underware</i>	152
Вправа: <i>Класифікування</i>	154



Розділ 6 — Презентація отриманих даних	156
Презентація дослідження	158
Завершення роботи	176
Студійне інтерв'ю: <i>Теннер Крістенсен</i>	182
Вправа: <i>Представлення статистики</i>	184



Подяки	186
Рекомендована література	188
Показчик	190

Вступ

Проект графічного дизайну можна розглядати як послідовність виборів — і що усвідомленіший вибір на кожному етапі, то кращий результат. Дослідження — це інструмент, за допомогою якого можна глибоко вивчити предмет, і вже на основі здобутого знання обирати серед можливих варіантів і ухвалювати вдалі та обґрунтовані рішення.

Дослідження — тривалий процес, починається він із первинного пошуку даних на основі запитів брифу, а потім через дослідження аудиторії веде до розробки та синтезу ідей — і аж до кінцевого тестування матеріалів, процесів та рішень.

Ваші робочі процеси можуть бути структурованими чи інтуїтивними, але до дослідження загалом треба підходити неупереджено. Можна почати з дуже чіткої методології, що послідовно вестиме вас від одного етапу до іншого, а можна обрати низку експериментів, і вже на основі отриманих результатів вирішувати, яким буде наступний крок. У кожному разі — будьте відкриті до того, що вам покаже дослідження.

Ця книжка стане вашим путівником, ознайомить вас із основними поняттями і термінологією та допоможе отримати максимум користі із дослідницької роботи. Ви отримаєте найнеобхіднішу інформацію про різні методи дослідження, навчитесь визначати й вивчати свій цільовий ринок та ухвалювати вдалі й компетентні дизайнерські рішення. Книжка допоможе вам реалізувати власні ідеї, плануючи та структуруючи роботу так, щоб отримувати найкращі результати й відкривати нові горизонти креативності.

«Дослідження — це бачити те, що бачили всі решта, і думати так, як не думав ще ніхто».

Альберт Сент-Дьорді

➔ The Blight of Natural Catastrophe / Стихійне лихо Том Клогосі Коул

Це гуашева ілюстрація для університетського проекту, у межах якого було досліджено вигадану страхову компанію.

Том пояснює: *«Я підходжу до досліджень по-різному. Коли у мене виникає ідея, я люблю обговорювати її з якомога більшою кількістю людей. Я вважаю ідеї та рекомендації інших безцінним ресурсом і для розробки задуму, і для розвитку основної роботи, адже вони часто вказують шляхи, якими я сам би не пішов».*



THE
BLIGHT
OF
NATURAL
CATASTROPHE



Розділ 1

Основи дослідження

Підготовлений дизайнер розуміє необхідність дослідження, знає техніки його проведення та можливості, які дає кожна техніка.

У цьому розділі поговоримо про перші етапи дослідження, розглядаючи вихідні пункти, які визначають подальшу роботу. Ви ознайомитеся з основною термінологією, що використовується для опису різноманітних типів дослідження, та прикладами, як ці типи можна застосувати у ваших проектах. Потім перейдемо до вивчення складнішої термінології з урахуванням її зв'язку з відповідними допоміжними теоріями.

Навіщо проводити дослідження?

Дослідження — рушій дизайнерського проекту: воно допомагає вам обрати відповідний напрям і сфокусуватися, а також дуже впливає на якість результатів. Графічний дизайн — це форма вирішення проблеми, а інструменти, необхідні для того, щоб знайти рішення, ви отримуєте через проведення дослідження. Простіше кажучи, гарне дослідження — гарний дизайн.

Розглядаючи різні типи дослідження, описані в цій книжці, ви зможете визначити, яким чином кожен із них можна використати на різних етапах у ваших проектах — від первинного спостереження до розуміння аудиторії, тестування матеріалів, процесів та ідей. Ключова річ у будь-якому дослідженні — виявляти активність протягом усього процесу та дозволяти результатам виводити вас за межі того, що ви й так знали. Є кілька шляхів, якими можна піти: ваше дослідження може базуватися на практиці, експериментах або теорії, і це все однаково прийнятно.

Найкраще дослідження — це коли ви ставите себе на місце аудиторії, взаємодієте з групою та ознайомлюєтеся з контекстом проекту якомога детальніше. Цей рівень дослідження потребує від вас активності та відкритості до напрямів дослідження, що їх можуть запропонувати люди, із якими ви взаємодієте.

Дослідження також допоможе вам визначити найкращий спосіб, у який можна виготовити продукт із вашим дизайном. Після ретельного вивчення особливостей використання та ціни матеріалів дизайнеру часто вдається запропонувати найкращі рішення — не тільки якісні, а й рентабельні.

«Проводити дослідження — це ходити провулками, поглядаючи, чи не ведуть вони у глухий кут».

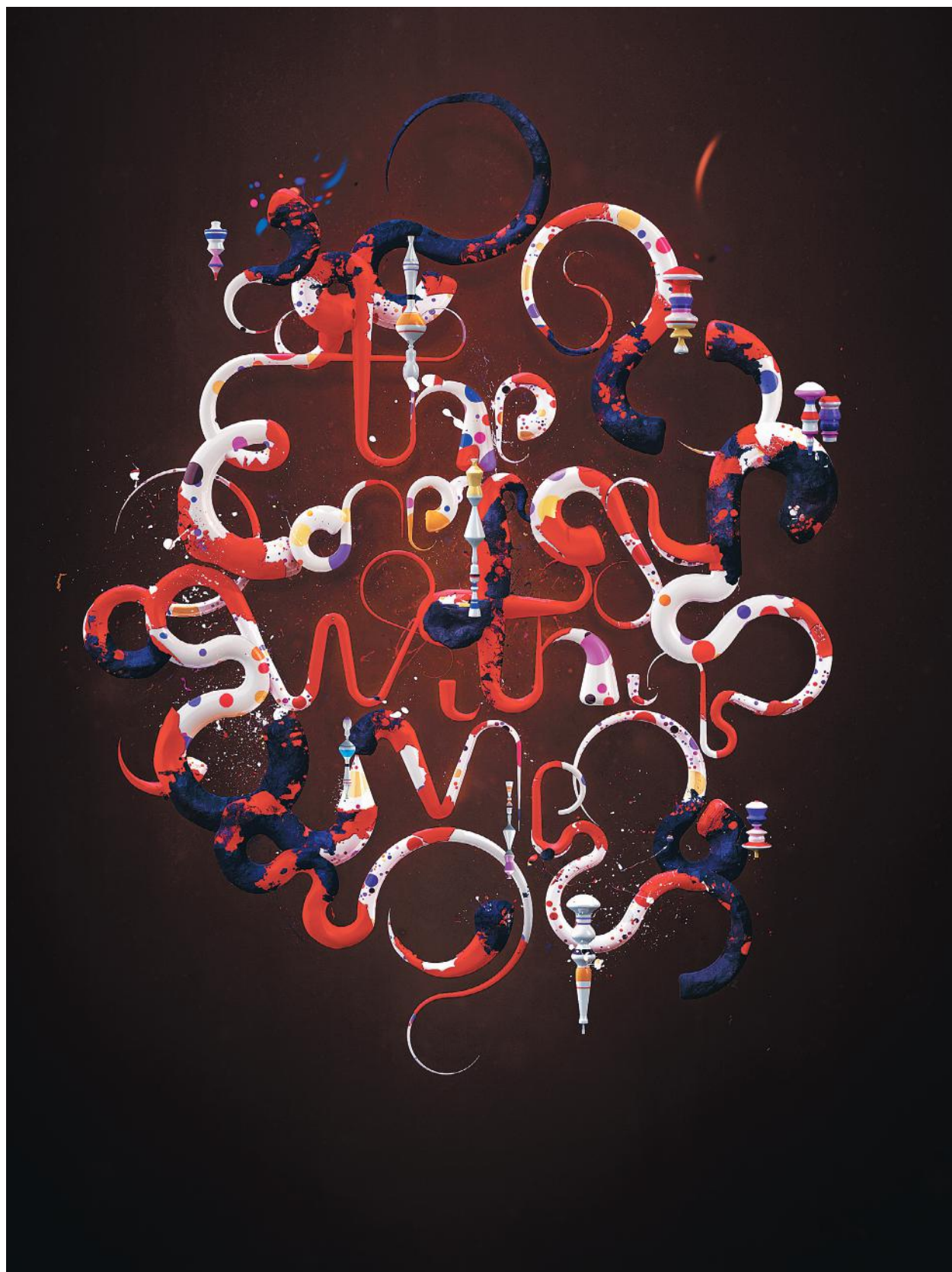
*Плутарх**

➔ The Energy Within Me / Енергія всередині мене *StudioKxx*

Підхід *StudioKxx* до типографії відображає тренди кіно та культури. Ця студія-першопроходець визначає тренди на майбутнє. Приклад, що на сторінці праворуч, було створено на заклик *Coca Cola* до митців по всьому світу — запропонувати оригінальну інтерпретацію фрази «Energizing refreshment» («Свіжість, що заряджає»). У фінальному варіанті типографічної роботи, яку виконав дизайнер Пьотр Бучковські, поєднано кілька шарів типографічних рішень. Передпроектне дослідження включало пошук прикладів виразних типографічних рішень, зокрема серед знахідок були роботи *Psyop* та *Grandpeople*, а також вивчення типографічної виразності й експериментування з нею.

*

Цю цитату приписують також кільком іншим особам (*прим. пер.*).



Із чого почати

Головні риси, які потрібні кожному дизайнеру, — це допитливість і прагнення покращувати. Підвищувати загальну обізнаність із ідеями, продуктами й послугами, постійно впроваджуючи інновації та знаходячи такі нові рішення старих проблем, що відповідатимуть вимогам сучасності, — це і є робота дизайнера. Питання, із якими доводиться стикатися дизайнерові в роботі з різними проектами, дуже різноманітні, тому дослідження просто життєво необхідні, аби дизайнер міг бути певен, що він цілком зрозумів проблему й запропонував найкраще з можливих рішень.

Коли починаєте дослідження для проекту, поміркуйте, де можна знайти відповідну інформацію, на яку ви спиратиметеся в ухваленні своїх дизайнерських рішень. Є чимало потенційних джерел, а завдяки інтернету тепер можна отримати безпосередній доступ до величезного обсягу інформації щодо будь-якого предмета.

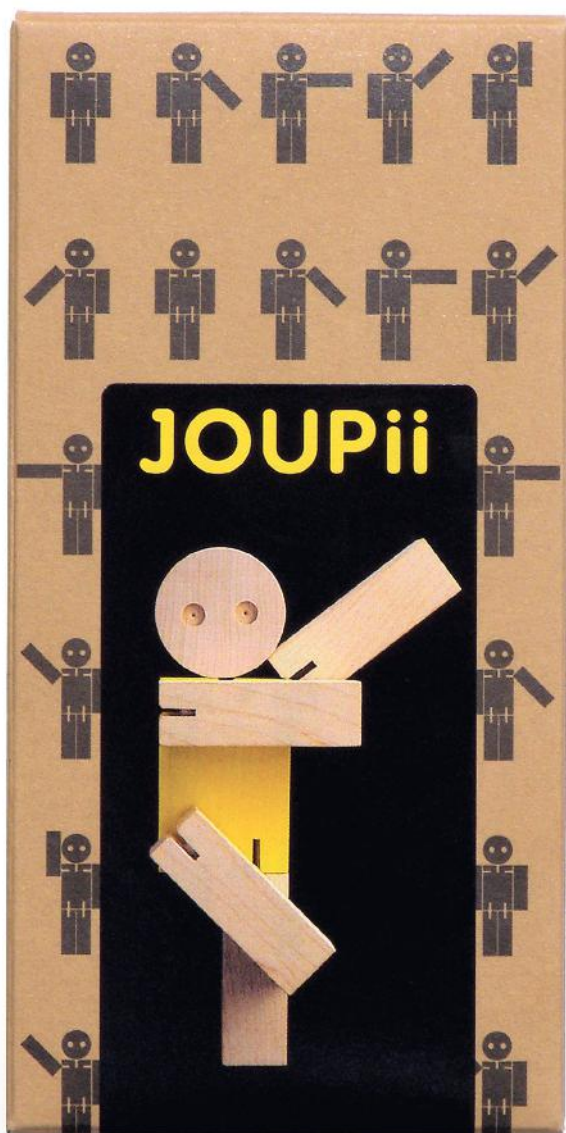
Якщо ви збираєте фактологічну та статистичну інформацію, найнадійніше джерело — усе-таки бібліотека. У більшості бібліотек є сучасні періодичні видання, бази даних та доступ до великих архівів академічних текстів, газет і книг. У багатьох архівах газет зберігаються, у друкованому вигляді чи на мікроплівці, статті, яким понад сто років. Чимало такої історичної інформації не оцифровано, тож часто бібліотека — єдиний спосіб отримати до неї доступ.

Місцева влада зберігає цінну інформацію про місцеве населення — щодо міграції, прибутків, а також демографічної статистики. Відповідну інформацію загальнонаціонального рівня можна знайти на державних вебсайтах, і це забезпечить вам ширшу перспективу та дозволить робити порівняння з будь-якою таргетованою групою, яку ви досліджуєте.

➤ Jourii

Webb & Webb

Jourii — це високоякісна дерев'яна іграшка, що з'явилася в 1960-х. Спершу її вручну виготовляв швейцарець Неф Шпіле, а тепер Jourii випускає італійська компанія *Il Leccio*. Джеймс Вебб пояснює процес, який стоїть за дизайном: «Упаковка Jourii мусила бути такою ж гарною, виготовленою з природних матеріалів і простою, як і сама іграшка. Надрукований чорним на високоякісному італійському картоні силует Jourii демонструє різні пози, яких може прибирати іграшка. Єдиний кольоровий елемент із використанням фото — наліпка — вказує на колір тіла іграшки (червоний, жовтий, зелений чи синій), і її легко замінити. Логотип Jourii підкреслює найвиразніші особливості іграшки — це кругла голова та очі».



Підготовче дослідження

Можна дуже по-різному підходити до дослідження залежно від типу та масштабності проекту. Великі роботи можуть потребувати глибшого дослідження, тоді як для менших, рутинних робіт буває достатньо наявних знань. Зазвичай дизайнер міркує про це під час *пітчінгу на роботу* та розбиває загальний час дослідження на години, потрібні для виконання окремих завдань.

Коли з'являється пропозиція щодо роботи, варто відразу вивчити інформацію про клієнта — ще до отримання брифу. Це допоможе вам визначитися, чи зможете ви виконати цю роботу, а також побачити контекст сподіваного результату. Другий крок — перегляньте базу клієнтів замовника. Знов-таки, це допоможе знайти підхід до брифу та, можливо, вкаже на набір критеріїв, від потенційної престижності та масштабу роботи до використання матеріалів і вибору процесів.

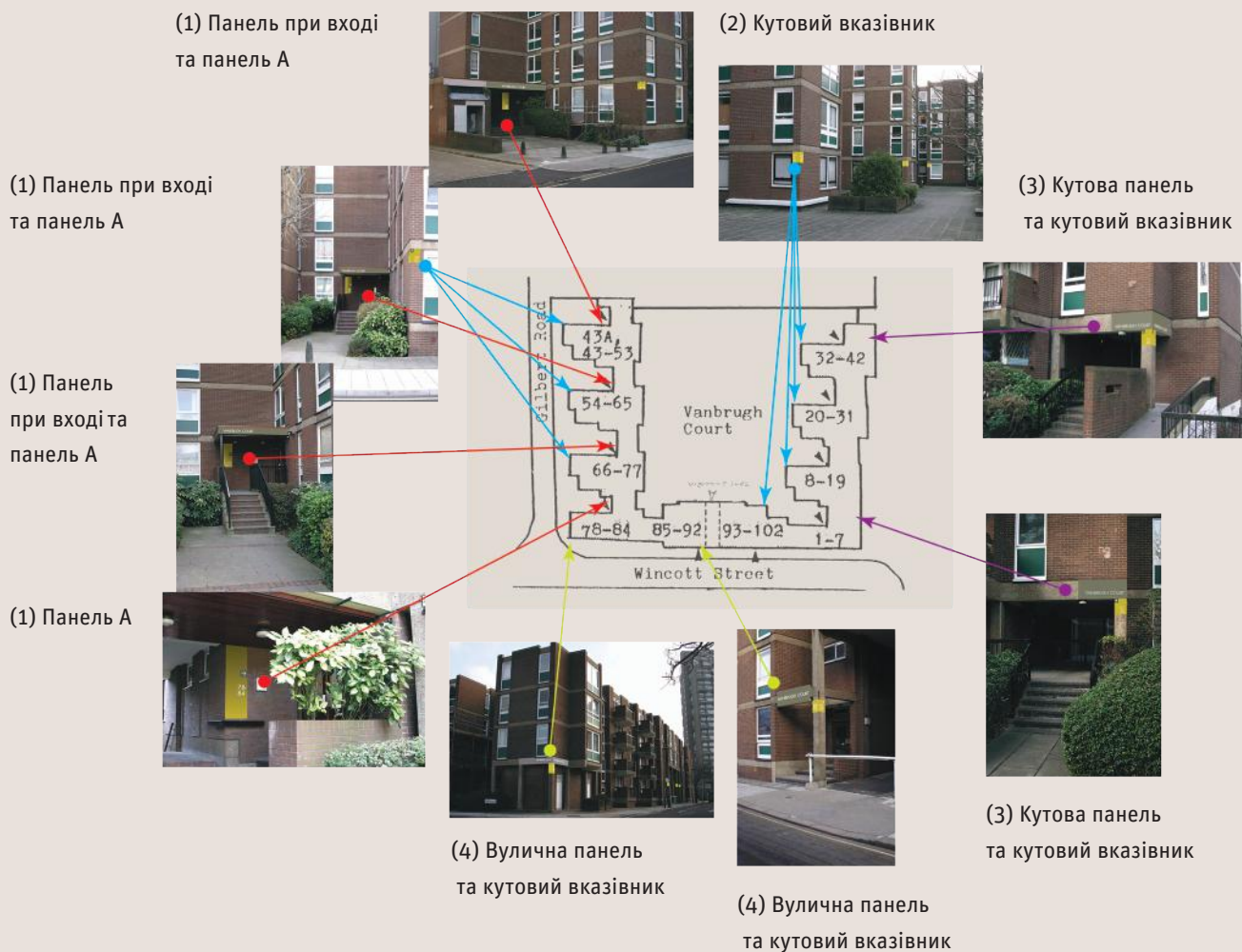
Огляд і спостереження

Найперше, що ви можете зробити, аби скласти загальне уявлення про новий проект на початку роботи, — це переглянути те, що вже було створено в царині вашого дослідження. Звертаючись по натхнення до робіт інших людей, почніть здалеку — а потім визначте, що з цього найбільш актуальне. У вас може виникнути спокуса почати з розгляду роботи, із якою ви вже знайомі, але краще подивитися, де буде використовуватися ваш остаточний дизайн, і взяти цей контекст за основу для розвідки. Коли знайдете щось корисне — дізнайтеся, хто автор, пошукайте інші його роботи, поцікавтеся, який вплив вони справили. Огляд зразків дизайну, що використовуються у сфері вашої майбутньої роботи, важливий, адже він дає змогу виявити параметри чи елементи, які ви можете покращити.

Спостереження — ще один підготовчий дослідницький метод, який використовують, щоб сформулювати первинне розуміння предмета. Це може бути активний процес чи умоглядний, але до нього треба ставитися серйозно. Початкові спостереження часто формують основу нашого підходу й можуть у подальшому впливати на вибір методології.

Пітчінг на роботу

Рідко дизайнеру одразу пропонують роботу. Як правило, клієнт просить кількох дизайнерів подати свої ідеї виконання брифу — це називається пітчем. Щоб зробити успішний пітч, доведеться витратити чимало часу й енергії, адже від нього багато що залежить.



➤ Ванбра Корт

Studio AS

Ванбра Корт — це житловий комплекс, збудований у три етапи в 1970-х роках у Кеннінгтоні, Лондон. Після консультацій щодо потреб мешканців там було переглянуто принципи доступу й безпеки. Як результат, виникла потреба в нових вказівниках, що допомагають орієнтуватися відвідувачам і службам доставки. Після виїзду на місце в супроводі клієнта було проведено фотоаудит, щоб визначити маршрути відвідувачів і затвердити підходи до навігації відповідно до особливостей архітектури.