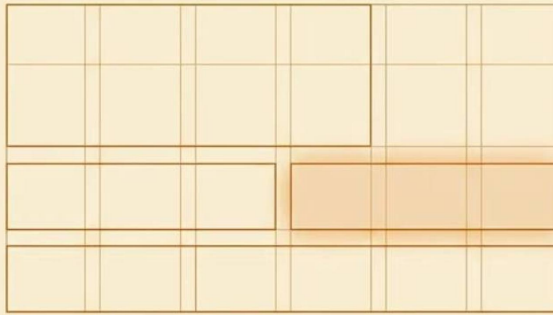
ИИ С НУЛЯ

Промты для дизайнеры

60 готовых запросов к нейросети



Виктория Коханистая

Виктория Коханистая

Claude - Промты для дизайнера - 60 готовых запросов к нейросети

https://litres.ru/74433053
SelfPub; 2026

Аннотация

Шестьдесят готовых промтов под работу дизайнера: брифы и вводные, исследование и референсы, концепция и обоснование решения, тексты в интерфейсе, презентация и защита работы, правки и согласования, генерация изображений, портфолио и деньги. Каждый промт — готовый текст: подставьте своё в квадратных скобках и отправьте.

Текстовая модель не умеет делать дизайн. Зато она умеет всё, что дизайн окружает и съедает половину времени: снять бриф, задать заказчику вопросы, которые вы забыли задать, собрать структуру презентации, сформулировать, почему макет именно такой, разобрать сумбурный список правок. Обычно это делается в последний момент и плохо — здесь этому отданы двенадцать разделов.

Генерация изображений вынесена отдельно, и риск там не в качестве, а в правах: что можно взять в коммерческий проект,

решают лицензия и юрист, а не языковая модель. Пособие честно говорит, где у неё нет ответа.

Семь шаблонов и чек-лист перед показом работы. Ни одного «сделай красиво».

Содержание

Введение 5
Раздел 1. Что поручать нейросети, а что нельзя 8
Раздел 2. Права, чужое и данные 14
Раздел 3. Как устроен промт дизайнера 20
Раздел 4. Бриф и вводные 27
Конец ознакомительного фрагмента. 30

Виктория Коханистая Claude - 60 рабочих промтов, пособие для дизайнера

Введение

Прочитайте это до первого промта

У дизайнера с нейросетью два разных инструмента и два разных риска.

Текстовая модель — та, с которой вы разговариваете, — не умеет делать дизайн. Она умеет то, что у дизайнера отнимает половину времени и не приносит удовольствия: снимать бриф, задавать правильные вопросы заказчику, структурировать презентацию, писать тексты в интерфейсе, формулировать обоснование решения, разбирать правки. Это и есть основная часть пособия.

Генерация изображений — отдельная история, и там главный риск не в качестве, а в правах. Что можно использовать в коммерческом проекте, что нельзя, что происходит с изоб-

ражением, похожим на чужой стиль или содержащим узнаваемого человека, — регулируется лицензией сервиса и законом, различается по странам и меняется. Раздел 10 об этом честно говорит и не даёт ответов, которых у модели нет.

И общее: решения принимаете вы. Модель не скажет, какой макет лучше, — она не видит контекста, аудитории и того разговора с заказчиком, который был вчера.

Где проходит граница

Нейросети — слова вокруг дизайна: бриф, вопросы заказчику, структура презентации, обоснование решения, тексты в интерфейсе, разбор правок, письма, документация.

Вам — сам дизайн: идея, композиция, типографика, решение задачи, вкус и ответственность за результат.

Первое съедает у дизайнера больше времени, чем второе, — и именно оно обычно делается в последний момент и плохо.

Разделы 1–3 читаются по порядку: там граница, права и устройство промта. Дальше берите под текущий проект.

Как устроено пособие

Каждый раздел начинается с блока «Какие проблемы решаем» — вашими словами.

Промты полные: скопировали, подставили своё в квадратных скобках, отправили.

После промтов, где легко получить красивую пустоту, — блок что проверить в ответе.

В конце раздела — чек-лист и задание на 10–15 минут на своём проекте.

Три честных ограничения

Первое. Пособие не сделает за вас дизайн и не заменит насмотренность. Оно снимает всё, что вокруг: слова, документы, согласования.

Второе. Обоснование решения, написанное моделью, — это форма для вашей мысли. Если мысли нет, получится убедительная пустота, и на защите это выяснится.

Третье. Права на изображения и материалы — к юристу и в лицензию сервиса. Здесь этого нет намеренно.

Раздел 1. Что поручать нейросети, а что нельзя

Два разных инструмента, две разные пользы и одна граница.

Какие проблемы решаем в этом разделе

«Все говорят, что дизайнеров заменит ИИ, а я не понимаю, чем он мне вообще полезен».

«Генерирую картинки, получается красиво и бесполезно — в проект не вставить».

«Заказчик приносит сгенерированный макет и просит “сделать так же, только нормально”».

Почему модель не делает дизайн

Дизайн — это решение задачи в ограничениях: у этой аудитории, на этих устройствах, с этим контентом, в этой системе, при этом бюджете и этих сроках. Модель не знает ни одного из этих ограничений и не может их узнать. Она выдаёт то, что статистически похоже на дизайн: композицию, где всё на месте, и ни одного решения, которое из чего-то следует.

Отсюда узнаваемое ощущение от сгенерированного макета: выглядит нормально, а работать с ним нельзя. Нет сетки, нет системы, нет причин, почему именно так. Довести его до рабочего состояния дольше, чем сделать заново.

Модель отвечает на вопрос «как обычно выглядит такое». Дизайнер отвечает на вопрос «что здесь нужно». Это разные вопросы, и второй никуда не делся.

Зато у дизайнера есть огромный пласт работы, который состоит из слов: снять бриф, вытащить из заказчика настоящую задачу, объяснить решение, написать текст на кнопке, ответить на правку «сделайте повеселее», собрать презентацию, описать компоненты, оформить кейс. Это отнимает половину времени, делается обычно ночью и плохо — и здесь модель действительно помогает.

Четыре зоны работы дизайнера

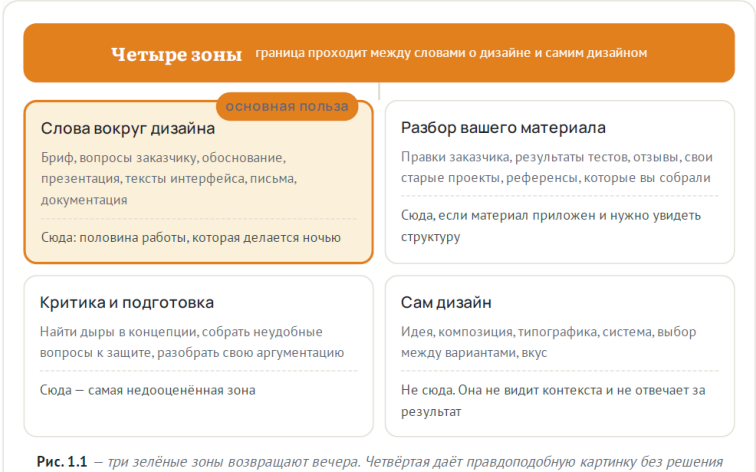


Рис. 1.1 — *три зелёные зоны возвращают вечера. Четвёртая даёт правдоподобную картинку без решения*

Что реально экономит время

Задача	Как обычно	С нейросетью
Снять бриф так, чтобы потом не переделывать	Полчаса разговора и всё равно неполно	Список вопросов за 10 минут
Обоснование решения для презентации	Час на каждый экран, ночью	20 минут на правку черновика
Тексты в интерфейсе: кнопки, ошибки, пустые состояния	Придумываются на ходу и остаются как есть	Час на весь продукт
Разбор пакета правок от заказчика	Час раздражения	15 минут и понятный список
Ответ на правку, с которой вы не согласны	Три переписанных письма	15 минут
Описание компонентов для разработки	Откладывается до последнего	Час
Кейс в портфолио	Не пишется годами	Вечер

Четыре запрета

Не поручайте

Выбирать между вашими вариантами. Она не видит контекста и выберет то, что похоже на привычное. Спрашивать «какой макет лучше» бессмысленно.

Придумывать содержание проекта. Данные, цифры на дашборде, названия, тексты о продукте — если это не заглушки, они должны быть настоящими.

Отвечать на вопросы о правах. Можно ли использовать это изображение, шрифт, фотографию, стиль — к юристу и в лицензию.

Оценивать вашу работу «как эксперт». Полезна критика по вашим же критериям, а не «профессиональное мнение», которого у неё нет.

Самая недооценённая зона

Попросите модель сыграть заказчика и разнести вашу концепцию до презентации. Неудобные вопросы, которые она задаст, — это те же вопросы, которые задаст живой человек, только на день раньше и бесплатно.

Чему вы научились

Понимать, почему сгенерированный макет нельзя довести до рабочего

Различать три рабочие зоны и одну запретную

Видеть, что половина работы дизайнера состоит из слов

Использовать модель как критика перед защитой

В следующем разделе: права, чужое и данные — корот-

кий, но важный раздел.

Чек-лист раздела 1

- [ ] Выписал задачи недели по зонам
- [ ] Запомнил четыре запрета
- [ ] Попробовал репетицию защиты

Задания

Посчитайте, сколько времени за неделю ушло на слова: письма, обоснования, брифы, правки. Обычно больше, чем на макеты.

Дайте модели свою концепцию и попросите разнести её в роли скептичного заказчика.

Раздел 2. Права, чужое и данные

Короткий раздел про то, что стоит дороже всего остального в пособии.

Какие проблемы решаем в этом разделе

«Сгенерировала иллюстрации для клиента и не знаю, можно ли их использовать».

«Заказчик просит сделать “в стиле такого-то художника”».

«Загрузила макеты клиента в сервис, чтобы получить варианты. Потом задумалась».

Три вопроса, ответы на которые нельзя брать у модели

Можно ли использовать сгенерированное изображение в коммерческом проекте. Ответ зависит от лицензии конкретного сервиса, от того, что именно изображено, и от юрисдикции. Условия сервисов различаются и меняются. Читайте лицензию сервиса, которым пользуетесь, и при сомнениях спрашивайте юриста — особенно если работа идёт по договору с ответственностью.

Можно ли использовать чужой стиль, шрифт, фотографию, фрагмент. Это вопрос авторских прав и лицензий. Модель ответит уверенно и, возможно, неверно.

Что делать с изображением, где узнаётся реальный человек или бренд. Отдельная и чувствительная тема. Не решается в чате.

Не делайте

Не генерируйте «в стиле» ныне живущего художника или конкретной студии — и не соглашайтесь на такой запрос заказчика, не разобравшись

Не используйте изображения с узнаваемыми людьми, если нет их согласия

Не вставляйте в работу логотипы и фирменный стиль чужих брендов вне контекста, который это допускает

Не берите изображения из поиска — «нашлось без подписи» не означает свободного использования

Не загружайте макеты и материалы клиента без его согласия, особенно под NDA

Не загружайте незапущенные продукты, брендбуки и всё, что клиент ещё не показал миру

Не загружайте персональные данные: скриншоты с реальными пользователями, данные тестов с именами

Не выдавайте сгенерированное за нарисованное вами, если заказчик рассчитывает на второе

Что стоит проговорить с заказчиком заранее

Использование ИИ в работе — вопрос, который лучше обсудить на старте, а не после сдачи. Часть заказчиков категорически против, часть требует раскрытия, часть просит наоборот. Одна фраза в переписке в начале проекта снимает будущий конфликт целиком. Промт 2 поможет её сформулировать.

Промт 1. Вопросы юристу

Ты помогаешь подготовиться к консультации с юристом.

Чем я занимаюсь: [опишите — фриланс / студия / инхаус, какие проекты]. Как использую ИИ: [перечислите — генерация изображений, тексты, что ещё]. Как оформлены отношения с заказчиками: [договор / без договора]. Что меня беспокоит: [перечислите].

Задача: собери вопросы юристу.

Ограничения: не отвечай на них сам и не давай правовых оценок; вопросы формулируй с описанием конкретной ситуации, а не «законно ли это»; сгруппируй по темам — права на сгенерированное, использование чужих материалов, изображения с людьми, что писать в договоре об использовании ИИ, ответственность перед заказчиком, передача прав

клиенту; отметь, ответ на что нужно получить письменно; добавь вопросы, которые обычно возникают у дизайнеров и о которых я могла не подумать.

Формат: вопросы по группам, ниже — «получить письменно».

Промт 2. Договорённость с заказчиком об ИИ

Ты помогаешь сформулировать вопрос заказчику об использовании ИИ в проекте.

Проект: [какой]. Что я планирую делать с помощью ИИ: [честно — например: черновики текстов, генерация фонов, варианты для обсуждения]. Что точно делаю руками: [что].

Задача: сформулируй, как это обсудить с заказчиком.

Ограничения: не оправдывайся и не рекламируй ИИ — это рабочий вопрос, а не спор; спроси прямо, есть ли у него ограничения и требования; предложи формулировку для переписки, короткую и деловую; предусмотри три ответа заказчика — «без разницы», «нельзя», «можно, но с раскрытием» — и что я делаю в каждом; не формулируй правовых положений для договора — отметь [для юриста]; не обещай того, чего не смогу проконтролировать.

Формат: текст для переписки, три сценария ответа, «для юриста».

Промт 3. Проверка работы перед сдачей

Ты проверяешь проект перед сдачей на очевидные риски.

Что в проекте использовано: [перечислите — изображения и их источники, шрифты и лицензии, иконки, фото, сгенерированные элементы, фрагменты чужих работ]. Где будет использоваться: [сайт, печать, реклама, продукт].

Задача: составь список того, что нужно проверить до сдачи.

Ограничения: не давай правовых оценок и не говори, законно это или нет; по каждому элементу напиши, какой документ или лицензию нужно найти и что в ней проверить; отметь элементы, которые точно требуют внимания юриста; отметь, где лицензия для одного вида использования не покрывает другой; отметь, что нужно передать заказчику вместе с работой — источники и лицензии; не предлагай обходных путей.

Формат: таблица — элемент, что проверить, где искать, к юристу или нет. Ниже — «передать заказчику».

Чему вы научились

Знать три темы, где ответ модели опасен

Обсуждать использование ИИ с заказчиком на старте

Проверять состав проекта перед сдачей
Готовить конкретные вопросы юристу
В следующем разделе: устройство промта дизайнера.

Чек-лист раздела 2

Лицензия сервиса, которым пользуюсь, прочитана
Вопрос об ИИ проговорён с заказчиком в начале проекта
Материалы клиента под NDA не уходят в чат

Задания

Прочитайте лицензию сервиса, которым генерируете. Пятнадцать минут, которые стоит потратить один раз.

Добавьте вопрос об ИИ в свой стартовый список вопросов заказчику.

Раздел 3. Как устроен промт дизайнера

Почему ответ выходит как статья с курсов и какие ограничения это чинят.

Какие проблемы решаем в этом разделе

«Обоснование выходит про “визуальную иерархию” и “пользовательский опыт” — вода».

«Отдала текст на правку — вернулся в стиле корпоративного блога».

«Каждый раз объясняю проект с нуля».

Проблема — жанр «статьи о дизайне»

На просьбу обосновать решение модель выдаёт то, что видела в тысячах статей и кейсов на портфолио-платформах: «мы использовали воздушную сетку, чтобы создать ощущение лёгкости», «акцентный цвет направляет внимание пользователя». Это красиво, ничего не значит и мгновенно опознаётся заказчиком как вода — особенно если заказчик умный.

Настоящее обоснование звучит иначе: «кнопка внизу, по-

тому что на этом экране люди в 80% случаев приходят с уведомления и им нужно одно действие; всё остальное мы убрали в меню, потому что в тестах его открывали дважды за сессию». Такие вещи знаете вы. Модель их не знает — но отлично собирает из них текст.

Обоснование стоит ровно столько, сколько в нём фактов о задаче. «Чтобы улучшить пользовательский опыт» — не обоснование, а вежливая форма отказа объяснять.

Промт 4. Блок ограничений дизайнера

Ограничения:

— опирайся только на то, что я рассказала о задаче, продукте и аудитории; ничего не додумывай;

— не пиши общих фраз о дизайне: визуальная иерархия, воздух, лёгкость, современный стиль, улучшение пользовательского опыта, интуитивно понятный — каждое такое утверждение заменяй на конкретную причину из моих данных или помечай [нужна причина];

— не ссылайся на исследования, законы восприятия, статистику и «принято считать» — если нужна ссылка, ставь [источник];

— не приводи цифр, которых я не давала;

— не оценивай мою работу и не хвали;

— не предлагай решений, требующих того, чего нет в проекте: контента, данных, разработки — если предлагаешь, от-

меть это отдельно;

— пиши так, чтобы понял заказчик без дизайнерского образования, но без упрощения до неверного;

— не смягчай неудобные места — если решение спорное, так и скажи;

— если моих данных не хватает на обоснование, скажи прямо, а не заполняй общими словами;

— в конце — список того, что ты сформулировала сама, и «нужна причина».

Про метку «нужна причина»

Это самый полезный элемент. Каждое такое место — решение, которое вы приняли интуитивно и не можете объяснить. Их не должно быть много: одно-два в макете — нормально, десять — сигнал, что решение не додумано и на защите будет больно.

Промт 5. Шесть формулировок второго хода

Это текст с курсов по дизайну. Убери всё, что можно написать про любой проект, и покажи, что осталось.

Ты объясняешь через общие принципы. Объясни через мою задачу и мою аудиторию.

Слишком длинно для заказчика. Одна мысль на решение,

максимум два предложения.

Ты смягчила спорное место. Скажи прямо, что здесь компромисс и чем мы за него платим.

Покажи, где ты придумала обоснование, а где взяла из моих данных.

Перепиши так, чтобы это можно было сказать вслух на встрече, а не прочитать со слайда.

Промт 6. Постоянный контекст проекта

Контекст проекта, учитывай во всех ответах:

Продукт: [что это]. Кто пользуется: [кто, в какой ситуации, с какого устройства]. Что человек приходит сделать: [задачи]. Что мешает сейчас: [проблемы, по данным или наблюдениям].

Ограничения: [технические, контентные, сроки, что нельзя менять].

Что заказчик считает важным: [его слова]. Что заказчик уже отверг: [что и почему].

Как я работаю: [пишу коротко / не люблю дизайнерский жаргон / что ещё].

Всегда: опирайся только на этот контекст; общих фраз о дизайне не пиши; цифр и исследований от себя не приводи; в конце — что сформулировала сама и где нужна причина от меня.

Промт 7. Вытащить из меня обоснование

Ты — интервьюер, который помогает дизайнеру сформулировать, почему он сделал именно так.

Решение: [опишите, что вы сделали]. Контекст проекта: [вставьте].

Задача: задай мне вопросы, ответы на которые станут обоснованием.

Ограничения: не предлагай обоснований сам и не подсказывай ответы; спрашивай про задачу, аудиторию, данные и ограничения, а не про эстетику; обязательно спроси: что было бы, если сделать наоборот, и почему это хуже; обязательно спроси, чем мы платим за это решение — что стало хуже; не больше семи вопросов; отметь вопросы, на которые я, скорее всего, не смогу ответить, — это места, где решение принято интуитивно.

Формат: вопросы, ниже — «вероятно, интуитивные решения».

Промт 8. Критика моего промта

Ты — редактор, проверяющий задание перед передачей исполнителю.

Мой запрос: [вставьте].

Задача: скажи, что исполнитель домыслит.

Ограничения: сам запрос не выполняй; отдельно отметь места, где исполнитель напишет общие слова о дизайне вместо конкретики; предложи ограничение, которое это закроет; укажи, каких данных о задаче и аудитории не хватает, чтобы ответ был содержательным.

Формат: список — цитата, что домыслит, какое ограничение, каких данных не хватает.

Чему вы научились

Понимать, почему обоснование выходит водой, и чинить это

Держать блок ограничений с запретом на дизайнерские общие места

Использовать метку «нужна причина» как диагностику своих решений

Вытаскивать обоснование из себя вопросами

В следующем разделе: бриф и вводные.

Чек-лист раздела 3

Контекст проекта записан и вставляется в начало чата

Блок ограничений дописывается ко всем запросам об обосновании

Метки «нужна причина» разобраны, а не проигнорированы

Задания

Прогоните промт 7 по решению, которое вам нравится, но объяснить его вы не можете. Список интуитивных мест бывает неожиданным.

Запишите контекст текущего проекта. Дальше он экономит по три сообщения в каждом чате.

Раздел 4. Бриф и вводные

Вопросы, без которых проект переделывается три раза.

Какие проблемы решаем в этом разделе

«Бриф — три строки и слово “современно”».

«На третьей итерации выясняется, что у них есть брендбук».

«Заказчик сам не знает, чего хочет, а спрашивать неловко».

Промт 9. Вопросы заказчику

Ты помогаешь снять бриф.

Что заказчик сказал: [его формулировка, как есть]. Тип проекта: [сайт / приложение / айдентика / что ещё]. Что я уже знаю о них: [что].

Задача: составь вопросы.

Ограничения: спрашивай про задачу бизнеса и про людей, которые будут пользоваться, а не про предпочтения в цветах; обязательно спроси: что должно измениться после проекта и как они это увидят; что уже пробовали и почему не сработало; кто принимает решение и кто ещё будет смотреть; что

нельзя менять — существующие системы, брендбук, ограничения; какой контент есть в реальности, а не в планах; какие сроки и от чего они зависят; отдельно спроси про примеры, которые им нравятся и не нравятся, — и почему именно; не больше двенадцати вопросов; отметь три, без ответов на которые начинать нельзя.

Формат: вопросы по блокам, ниже — «без этого не начинать».

Что проверить в ответе

Есть ли вопрос про реальный контент. Проект, нарисованный под несуществующие тексты и фотографии, переделывается целиком.

Есть ли вопрос «кто ещё будет смотреть». Незамеченный участник согласования — причина большинства переделок.

Промт 10. Разбор того, что сказал заказчик

Ты разбираешь запись или заметки со встречи с заказчиком.

Материал: [приложите обезличенно].

Задача: разложи, что он сказал.

Ограничения: отдели факты от пожеланий и от оценок; выпиши дословно формулировки, которые он использовал,

— они пригодятся в презентации; отметь противоречия в его словах — прямо, с цитатами; отметь места, где он говорит о вкусе, а где о задаче; отметь вопросы, которые я задала и на которые не получила ответа; отметь ограничения, которые прозвучали вскользь, — они самые опасные; не додумывай, чего он хотел; не предлагай решений.

Формат: факты, пожелания, оценки, противоречия с цитатами, «без ответа», «прозвучало вскользь».

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.