ПРОФЕССИЯ: ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙНЕР

18+

Антон Золотавин

Антон Золотавин

Профессия: Графический дизайнер

https://litres.ru/74622118
SelfPub; 2026

Аннотация

Как превратить интерес к дизайну в профессиональный навык и начать искать первые заказы? Эта книга поможет пройти путь от основ композиции, типографики и цвета до разработки айдентики для бизнеса.

Вы научитесь разбирать задачу заказчика, создавать логотипы, выбирать шрифты, собирать палитру и оформлять печатные и цифровые материалы. Пошаговые задания помогут разработать учебный проект для портфолио: визуальную систему мастерской, прайс, визитку, памятку и шаблоны публикаций.

Наглядные схемы, разборы ошибок и заполненные образцы документов объяснят, как проверять макеты, готовить файлы к передаче, обсуждать правки и рассчитывать стоимость работы. Отдельные разделы посвящены ИИ-инструментам, оформлению кейсов и поиску первых клиентов.

Практикум для тех, кто хочет освоить графический дизайн с нуля и создавать понятные, аккуратные материалы, нужные бизнесу.

Содержание

Введение. Работа, которую можно показать 6
Глава 1. Что покупает заказчик 8
Сообщение, носитель и действие 8
Логотип, айдентика и бренд 10
Где работает дизайнер 12
Практика. Карта будущей работы 14
Глава 2. Учебный заказ и границы проекта 15
Знакомство с мастерской «Лад» 15
Бриф, который помогает решить задачу 17
Рабочий бриф для сквозного проекта 19
Как фиксировать неизвестное 21
Практика. Письмо после разговора 22
Глава 3. Инструменты и порядок в файлах 23
Растр, вектор и вёрстка 23
Минимум действий перед первой работой 25
Папки, версии и резервная копия 26
Практика. Технический пробный лист 27
Глава 4. Исследование и визуальное направление 28
Сначала наблюдение 28
Как изучать конкурентов без копирования 30
Мудборд и его подписи 31
Критерии вместо вкусового спора 32
Практика. Две концепции и один выбор 33

Глава 5. Композиция и управление вниманием 34
Сначала содержание 34
Иерархия без лишних эффектов 36
Выравнивание и оптическая поправка 39
Сетка 42
Пространство и группировка 45
Ритм, баланс и повторение 48
Практика. Три версии одного сообщения 49
Глава 6. Типографика для русского текста 50
Шрифт, гарнитура и начертание 50
Проверка кириллицы 51
Роли и ограниченный набор 52
Размер и расстояние между строками 55
Кернинг и трекинг 58
Знаки, числа и переносы 61
Практика. Типографический лист 64
Глава 7. Цвет как система ролей 65
Что именно задаёт цвет 65
Тон, насыщенность и светлота 66
Палитра и роли 67
Конец ознакомительного фрагмента. 68

Антон Золотавин Профессия: Графический дизайнер

Профессия: Графический дизайнер

Антон Золотавин

Введение. Работа, которую можно показать

Вы открываете сообщение от владельца небольшой мастерской. Ему нужны логотип, прайс и оформление страницы. Название уже есть, фотографии сделаны на телефон, а пожелание звучит так: «Хочется современно, чтобы вызывало доверие». В такой ситуации полезно уметь рисовать и владеть редактором. Но сначала нужно разобраться, что именно предстоит сообщить людям, где они увидят материалы и по каким признакам заказчик сможет принять работу.

Эта книга посвящена пути от такого сообщения до подготовленного проекта. Вы научитесь превращать расплывчатые пожелания в понятную задачу, выстраивать композицию, выбирать шрифты с кириллицей, назначать цветам роли и собирать айдентику — согласованный набор визуальных признаков бизнеса. Затем примените систему на разных носителях, проверите файлы, подготовите презентацию и оформите кейс для портфолио.

Сквозной проект — вымышленная мастерская ремонта мебели «Лад». Все её данные, цены, диалоги и обстоятельства придуманы для обучения. Мы не будем приписывать этому бизнесу реальную выручку или заявлять, что созданный дизайн повысил продажи. В портфолио такой проект

следует прямо назвать учебным. Отсутствие коммерческого заказчика не мешает показать работу с ограничениями и объяснить решения.

Работайте в отдельной папке проекта. Сохраняйте исходные материалы, промежуточные версии и результаты проверок. Для каждого упражнения создавайте собственный файл: чтение объяснений не заменяет работу с макетом. Когда предлагается сравнить варианты, меняйте один существенный параметр и записывайте наблюдение. Вы постепенно накопите доказательства, из которых позже получится убедительный кейс.

В книге нет обещания определённого заработка после последней страницы. Доход зависит от рынка, навыков, скорости, специализации и умения организовать работу. Здесь вы получите более управляемую основу: проект, набор проверок и способы обсуждать задачи с заказчиком. Этого достаточно, чтобы осмысленно двигаться к первым заказам и понимать, какие навыки ещё нужно развивать.

Глава 1. Что покупает заказчик

Сообщение, носитель и действие

Графический дизайнер организует визуальную информацию. Это может быть название на вывеске, система упаковок, многостраничный каталог, рекламный баннер или набор шаблонов для сотрудников. У этих задач разный масштаб, но в каждой есть сообщение, человек, который его получает, и ситуация чтения.

Рассмотрим прайс мастерской. Его задача — помочь человеку найти нужную услугу, понять порядок расчёта и связаться с мастером. Если документ выглядит эффектно, но цена потерялась среди декоративных элементов, задача решена плохо. Если прайс читается, но производит впечатление случайной таблицы, это тоже повод для улучшения: оформление влияет на восприятие аккуратности и последовательности бизнеса. Оба качества нужно проверять на конкретном материале.

Полезный вопрос перед работой звучит так: что человек должен заметить, понять и сделать? На вывеске он должен распознать мастерскую и найти вход. В посте — понять услугу и способ обращения. В инструкции — выполнить шаги без ошибки. Не каждому макету нужен призыв купить. Ино-

гда хорошим результатом становится меньше вопросов или понятнее организованная информация.

Разделяйте непосредственный результат дизайна и общий результат бизнеса. Дизайнер может проверить читаемость, корректность файлов и удобство шаблона. Продажи зависят также от цены, качества услуги, сезона, рекламы и работы менеджеров. Если заказчик хочет связать дизайн с заявками, заранее договоритесь, какие данные он будет собирать и что ещё меняется одновременно. Сама по себе красивая картинка не доказывает причинную связь.

Логотип, айдентика и бренд

Логотип — визуальное обозначение организации или продукта. Он может состоять из надписи, знака или их сочетания. Айдентика включает правила использования логотипа, цвет, шрифты, изображения, композицию и другие узнаваемые элементы. Бренд шире: это представления людей о бизнесе, его обещания, опыт взаимодействия и репутация. Дизайнер участвует в формировании этих представлений, но не управляет ими единолично.

Заказ «сделать бренд» часто скрывает несколько разных работ. Одному человеку нужен знак для аватара. Другому — название, позиционирование, упаковка и система коммуникации. Третьему — обновление существующих материалов без смены логотипа. Прежде чем оценивать срок, перечислите конкретные результаты: какие файлы и документы заказчик получит, сколько носителей будет разработано, какие решения уже существуют.

Брендбук обычно описывает более широкую систему бренда, чем инструкция по логотипу. Небольшому бизнесу нередко достаточно компактного руководства по айдентике. Размер документа не служит показателем качества. Если сотрудник может по инструкции собрать новый прайс и не нарушить основные правила, руководство выполняет полезную функцию. Десятки страниц абстрактных рассуждений такую

задачу не заменяют.

Где работает дизайнер

В штате компании дизайнер поддерживает визуальные материалы одного бизнеса или группы продуктов. В агентстве он переключается между заказчиками и работает в общей проектной команде. На фрилансе к дизайну добавляются поиск клиентов, расчёт стоимости, договорённости, учёт денег и организация графика. В типографии важную часть дня могут занимать подготовка макетов и исправление технических ошибок.

Названия вакансий не всегда точно отражают обязанности. Под «графическим дизайнером» могут искать специалиста по упаковке, карточкам товаров, презентациям или рекламным материалам. Читайте перечень задач и требования к портфолио. Если работа предполагает сложную допечатную подготовку, три эффектных баннера не покажут нужные навыки. Если речь о ежедневном выпуске цифровых материалов, важны шаблоны, скорость и организация исходников.

На странице профессии hh.ru при проверке 14 октября 2026 года была выбрана Москва; в ней отображались разные показатели зарплат, включая медиану 71 016 рублей и отдельный диапазон 55–60 тысяч рублей. Периоды и основания этих блоков не следует смешивать. Это наблюдение за конкретной страницей, а не оценка дохода всех дизайнеров России [1]. Для своего города составьте небольшую выбор-

ку актуальных вакансий и сохраните дату, задачи, опыт, зарплатную вилку и указание «на руки» либо «до вычета налогов».

Не делите выручку фрилансера на месяцы и не называйте полученное число зарплатой. Из выручки оплачиваются программы, техника, налоги и время, которое не удалось продать. Сравнивайте сопоставимые данные: одинаковую занятость, регион, уровень ответственности и состав задач.

Практика. Карта будущей работы

Выберите один начальный набор услуг: например, айдентика для локального бизнеса или печатные материалы. Это учебное решение, его можно изменить. Найдите десять вакансий или проектных заданий в этой области. Не собирайте объявления с заведомо разными обязанностями только ради красивой средней суммы.

Запишите для каждого задания основной результат, обязательные программы, технические требования и способ проверки. Затем выделите три навыка, которые повторяются чаще всего. Отдельно отметьте требования, которые пока не понимаете: «препресс», «развёртка», «компоненты», «пакетирование». Вернитесь к списку после соответствующих глав.

Соберите результат упражнения на одной странице. В ней должны быть выбранные задачи, необходимые навыки и два образца работы, которыми вы могли бы подтвердить готовность. Формулировка «хочу заниматься дизайном» слишком широка. Формулировка «хочу проектировать прайсы и базовую айдентику для сервисных компаний» уже помогает выбирать упражнения.

Глава 2. Учебный заказ и границы проекта

Знакомство с мастерской «Лад»

«Лад» ремонтирует и обновляет деревянную мебель. Мастерская работает в условном российском городе с населением около трёхсот тысяч человек. В команде два мастера и администратор. Клиенты приносят небольшие вещи или присылают фотографии крупных предметов. Окончательную стоимость ремонта рассчитывают после оценки состояния и объёма работ.

Название «Лад» выбрано как учебное, его доступность для регистрации и коммерческого использования не проверена. В реальном заказе проверка названия и прав на обозначение — отдельная задача. Дизайнер не должен обещать возможность регистрации товарного знака только потому, что не нашёл похожий логотип в обычном поиске.

Мастерская хочет выглядеть аккуратной и современной, сохранив ощущение человеческой работы. Её аудитория — владельцы мебели, которым важно понять, можно ли восстановить вещь, сколько это примерно займёт и как согласовать ремонт. Условное обещание сервиса: «Обсудим состояние

вещи и план ремонта до начала работ». Оно отражает процесс, который бизнес должен действительно выполнять.

Для проекта разработаем логотип, набор типографических ролей, палитру, графический элемент, прайс А4, памятку по передаче мебели, визитку, аватар и три цифровых шаблона. Также подготовим руководство и кейс. Создание сайта, фотосъёмка, регистрация обозначения и полная рекламная стратегия в этот набор не входят.

Бриф, который помогает решить задачу

Бриф — согласованное описание исходной ситуации и ожиданий. Он полезен не количеством вопросов, а тем, что снижает неопределённость. Вопрос «какой цвет вам нравится?» иногда помогает понять предпочтения, но не заменяет сведения о носителях, аудитории и обязательной информации.

Начните с бизнеса. Что он продаёт? Чем услуга отличается от альтернатив? Как человек делает заказ? Какие сомнения возникают до обращения? Затем выясните носители: где дизайн появится первым, в каком размере, кто будет обновлять материалы. Наконец, обсудите ограничения: название, существующие цвета, срок, бюджет, лицензии, требования типографии и ответственного за приёмку.

Если заказчик отвечает «наша аудитория — все», предложите конкретную ситуацию. Для «Лада» это может быть владелец старого стула, который хочет понять, оправдан ли ремонт. Другая ситуация — кафе, которому нужно обновить десять столов без долгого простоя. Сообщение, аргументы и носители для этих людей будут различаться. На начальном этапе выберите основную ситуацию, затем проверьте, где потребуется адаптация.

Просите материалы с их происхождением. Недостаточно

получить папку фотографий: нужно знать, кто снимал, разрешено ли использование и можно ли публиковать изображения. Для текстов выясните, кто подтверждает цены, адрес, часы работы и обещания. Дизайнер может улучшить структуру, но не должен самостоятельно придумывать условия обслуживания и выдавать их за утверждённые.

Рабочий бриф для сквозного проекта

Цель проекта: создать узнаваемую визуальную систему и понятные материалы для первого обращения. Основная аудитория: частные владельцы мебели, которые выбирают между ремонтом и покупкой новой вещи. Главный вопрос аудитории: «Что можно сделать с моей мебелью и как узнать стоимость?»

Первые точки контакта: цифровая страница, аватар, пост об услуге и печатный прайс. Основное действие: отправить фотографию и кратко описать проблему. Тон: спокойный, конкретный, без демонстративной роскоши и образов «антикварного салона». Обязательные тексты: название, описание услуги, способ обращения и оговорка об индивидуальном расчёте.

Результаты: перечисленный выше комплект. Проверки: читаемость названия в малом размере, наличие кириллицы в шрифтах, контраст текста, возможность обновления прайса сотрудником, корректный экспорт для выбранного назначения. Два содержательных раунда правок предусмотрены как учебная модель процесса; в реальном договоре их состав и порядок определяют отдельно.

Решение принимает условный владелец. Администратор проверяет удобство шаблонов, мастер подтверждает фактические сведения об услугах. Если у проекта несколько со-

гласующих, нужен человек, который собирает общий ответ. Иначе дизайнер получит взаимоисключающие сообщения и не сможет определить, какой вариант утверждён.

Как фиксировать неизвестное

Не заполняйте пробелы выдуманными фактами. Создайте список вопросов со статусами «получено», «нужно уточнить», «принято как учебное допущение». Например, реальный адрес мастерской в упражнении не нужен; в цифровом макете можно написать «Адрес согласуется» только в рабочей версии. В итоговом учебном кейсе лучше удалить адресный блок, чем оставлять заглушку, похожую на забытый текст.

Если неизвестны характеристики бумаги, продолжайте композиционную работу, но не объявляйте файл готовым к печати. Если не утверждён текст, используйте явно отмеченную рабочую версию и получите согласование до технического экспорта. У каждого допущения должна быть точка проверки.

Практика. Письмо после разговора

Составьте короткое письмо заказчику. В начале назовите задачу и комплект. Далее запишите сроки этапов, исходные материалы и человека, который принимает результат. Завершите перечнем открытых вопросов. Не отправляйте длинную стенограмму: письмо должно помогать проверить договорённость.

Учебный образец: «Разрабатываем базовую айдентику “Лада” и перечисленный комплект носителей. Сначала согласуем визуальное направление, затем логотип и систему, после этого применим её на материалах. До начала макетов нужны подтверждённые тексты услуг и требования печати. Общий ответ по этапу собирает владелец. Цены и сведения об услугах подтверждает мастерская».

Проверьте собственное письмо по трём вопросам. Можно ли понять, что именно будет сделано? Можно ли заметить, какая информация ещё нужна? Можно ли определить, кто принимает решение? Если нет, уточните формулировки. Это первый документ будущего кейса.

Глава 3. Инструменты и порядок в файлах

Растр, вектор и вёрстка

Растровое изображение состоит из пикселей. Оно подходит для фотографий, текстур и сложной ретуши. При увеличении сверх исходной детализации становится заметна структура изображения или размытие. Вектор описывает формы математически: линии, кривые, заливки. Его удобно использовать для логотипов, пиктограмм и элементов, которым нужны разные размеры.

Векторный файл может содержать растровые вставки, а растровый редактор — текст и контуры. Название расширения не гарантирует характер всех объектов. Перед передачей логотипа проверьте, что основной знак действительно построен векторными объектами, а не представляет собой картинку внутри SVG или PDF.

Программа вёрстки организует страницы, текстовые потоки, стили и связанные изображения. Для многостраничного каталога она обычно удобнее, чем сборка каждой страницы как отдельной картинки. Выбор инструмента определяется характером результата. Не нужно осваивать все известные

программы до первого упражнения.

Для учебного проекта подходит связка векторного редактора, растрового редактора и средства вёрстки. Среди доступных самостоятельных программ есть Inkscape, GIMP и Scribus. Проверяйте системные требования и скачивайте установочные файлы с официальных сайтов. Для командной работы может использоваться другой набор, определённый работодателем.

В отрасли встречаются Adobe Illustrator, Photoshop, InDesign и другие программы. Adobe объявила об остановке новых продаж в России в марте 2022 года [2]. Историческое заявление не заменяет проверку текущих условий доступа и лицензирования. Не стройте учебный план на предположении, что любая зарубежная подписка обязательно доступна вашему аккаунту. Принципы этой книги можно отрабатывать в законно доступном ПО.

Минимум действий перед первой работой

В векторном редакторе научитесь создавать документ заданного размера, рисовать фигуры, изменять заливку и обводку, группировать объекты, выравнивать их и редактировать узлы. Узел — точка, которая участвует в построении контура. Кривая может иметь направляющие, определяющие её изгиб. Слишком много узлов затрудняет правку и часто создаёт неровный контур.

В растровом редакторе освоите слои, выделение, маску и изменение размера. Слой позволяет держать части изображения отдельно. Маска управляет видимостью без обязательного удаления исходных пикселей. В типичной маске белый показывает, чёрный скрывает, серый даёт частичную прозрачность; конкретное поведение проверяйте в программе [3]. Перед рисованием убедитесь, что активна маска, а не сама фотография.

В вёрстке нужны текстовые блоки, стили абзацев, направляющие, страницы и экспорт. Стиль объединяет параметры оформления. Когда все подзаголовки связаны с одним стилем, вы можете изменить их согласованно. Если каждый оформлен вручную, исправление превращается в обход десятков блоков.

Папки, версии и резервная копия

Создайте структуру: brief, sources, working, review, delivery. В brief хранятся договорённости, в sources — исходные материалы и сведения о лицензиях, в working — редактируемые файлы, в review — версии для обсуждения, в delivery — утверждённые результаты. Названия папок могут быть русскими: важнее понятный порядок и совместимость с рабочей средой.

Имя файла должно сообщать проект, объект, версию и назначение. Например: lad_price_v03_review.pdf. При утверждении используйте статус approved и дату, если это помогает команде. Слова «финал», «финал2» и «самыйфинал» не показывают, какой файл действительно принят. Не перезаписывайте согласованную версию без сохранения предыдущей.

Резервная копия должна пережить потерю рабочего устройства. Копия в соседней папке на том же диске защищает от случайной правки, но плохо помогает при поломке диска. Используйте второй независимый носитель или подходящее облачное хранилище с учётом требований заказчика к данным. Периодически проверяйте, что файл действительно восстанавливается.

Практика. Технический пробный лист

Создайте документ A4. Нарисуйте квадрат и круг, выровняйте их по общей оси. Добавьте строку «Мастерская Лад», измените начертание и размер. Постройте простой контур из нескольких узлов и исправьте его без добавления новых. Импортируйте фотографию, сохранив ссылку либо встроив её осознанно.

Экспортируйте PDF и PNG. Откройте их вне редактора. Проверьте размер страницы, наличие текста, качество фотографии и отсутствие случайных объектов. Увеличьте векторную часть: её край должен сохранять чёткость. Затем вернитесь к исходнику, измените одно слово и экспортируйте новую версию.

Если не получается выполнить действие, найдите соответствующий раздел официальной документации, а не устанавливайте случайный плагин. Запишите последовательность своими словами. Вам нужен рабочий навык, который повторяется без подсказки, а не просмотренный урок.

Глава 4. Исследование и визуальное направление

Сначала наблюдение

Исследование малого проекта не обязано быть многомесячным. Его задача — собрать достаточно сведений для выбора направления и заметить очевидные риски. Для «Лада» изучите несколько мастерских, мебельных сервисов и локальных компаний, связанных с ремонтом. Смотрите, как они объясняют услуги, показывают процесс, оформляют цены и предлагают первый контакт.

Не считайте количество подписчиков доказательством качества айдентики. На аудиторию влияют возраст бизнеса, реклама, расположение и характер публикаций. Из наблюдаемого макета можно сделать вывод о его структуре, читаемости и повторяемости элементов. Нельзя достоверно узнать его влияние на продажи без данных.

Заполняйте карточку наблюдения: название компании, дата, ссылка, основные носители, шрифтовый характер, цветовые роли, содержание первого экрана и способ обращения. Отделяйте наблюдение от оценки. «Название набрано узким гротеском» — описание. «Мне кажется слишком холодным»

— интерпретация, которую нужно объяснить через задачу.

Как изучать конкурентов без копирования

Полезно обнаружить повторяющиеся решения категории. Если все мастерские используют коричневый цвет, текстуру дерева и изображение рубанка, читатель быстро узнаёт отрасль, но компании трудно различить. Это не означает, что такие признаки запрещены. Нужно решить, какой из них действительно помогает и чем система будет отличаться.

В «Ладе» можно сохранить спокойную материальность через фотографии и тёплый светлый фон, отказавшись от буквального инструмента в логотипе. Отличие получится из композиции, формы знака и ясного языка. Не создавайте странный образ только ради непохожести: человек должен распознать предложение.

Сходство проверяйте по общей конструкции, а не только по цвету. Два знака разного оттенка могут выглядеть почти одинаково. Сравните силуэт, сочетание геометрических элементов, размещение надписи и характер букв. Если идея возникла после одного особенно запомнившегося референса, расширьте поиск и вернитесь к исходной задаче.

Мудборд и его подписи

Мудборд — подборка изображений, которая помогает обсудить визуальное направление. Он не является готовой айдентикой. Включайте примеры типографики, композиции, фотографий и материалов: направление должно охватывать всю систему. Возле каждого изображения напишите, что именно используется как ориентир: «крупное название», «спокойный свет», «сочетание открытого пространства и плотного блока».

Сохраните источник изображения. Для внутреннего исследования и публикации чужой работы действуют разные условия; не считайте найденное в интернете изображение свободным для коммерческого использования. В итоговый публичный кейс лучше включать собственные материалы и разрешённые иллюстрации, а референсы описывать без заимствования чужих макетов.

Для «Лада» рассмотрим два направления. Первое: геометрический знак, уверенный гротеск, спокойный тёмный цвет и светлый фон. Второе: выразительная надпись, более заметные исторические ассоциации и декоративная графика. По брифу выбираем первое: мастерская занимается обычной мебелью, а образ антикварного салона может неверно сообщить о специализации и цене.

Критерии вместо вкусового спора

Оцените направление по четырём вопросам: объясняет ли оно характер услуги, подходит ли первым носителям, можно ли развить его в систему, можно ли реализовать в пределах ресурсов. Не суммируйте баллы так, будто получилась объективная научная оценка. Это способ организовать обсуждение и заметить слабое место.

Например, декоративная надпись может хорошо смотреться на большой вывеске, но плохо помещаться в аватаре. Если цифровой контакт важен, нужен компактный вариант или другое решение. Направление, которому требуются дорогие фотографии на каждом носителе, может оказаться неудобным для маленькой команды.

Практика. Две концепции и один выбор

Соберите две небольшие подборки по шесть–восемь референсов. Для каждой напишите три конкретных признака и один риск. Затем создайте черновой лист: название, цветовые роли и общий принцип расположения информации. Не тратьте время на декоративные мокапы до обсуждения направления.

Выберите концепцию по брифу. Запишите решение в трёх предложениях: кому она предназначена, какое впечатление поддерживает и как будет работать на первых носителях. Сохраните вторую подборку в архиве. Позднее она поможет объяснить выбор, но не должна превращаться в дополнительную случайную стилистику внутри утверждённой системы.

Глава 5. Композиция и управление вниманием

Сначала содержание

Композиция — организация элементов в пределах выбранного формата. Начинайте её с содержания. Выпишите текст и разделите его по назначению: основное сообщение, пояснение, условия и контакт. Если информации слишком много, макет не спасёт её одним уменьшением шрифта. Иногда нужно сократить текст, разбить сообщение на несколько материалов или изменить формат.

В посте «Лада» основное сообщение: «Вернём устойчивость вашему стулу». Пояснение: «Оценим соединения и предложим план ремонта». Действие: «Отправьте фотографию и опишите проблему». Это учебная редакционная заготовка, которую в реальном проекте должен подтвердить бизнес. Изображение показывает предмет или процесс ремонта, а не случайный красивый интерьер.

Не все сообщения нужно превращать в громкий рекламный заголовок. Для прайса важнее название услуги, единица расчёта и условия оценки. Для памятки — последовательность действий. Когда цель меняется, меняется и компози-

ционная иерархия.

Иерархия без лишних эффектов

Иерархия показывает порядок чтения. Её создают размер, насыщенность, положение, цвет, пространство и группировка. Если все элементы крупные и яркие, приоритетов нет. Выберите один главный акцент, затем несколько подчинённых уровней.

Проверьте макет в уменьшении. Если сразу видны пять равносильных блоков, спросите, действительно ли читатель должен увидеть их одновременно. Уберите фоновые украшения и временно сделайте всё чёрно-белым. Когда структура становится яснее, проблема была в конкуренции выразительных средств.

Для цифрового поста «Лада» можно сделать заголовок самым крупным, фотографию — следующим заметным элементом, пояснение — спокойным текстовым блоком, контакт — отдельной строкой. Логотипу необязательно быть крупнейшим объектом. Узнаваемость можно поддерживать постоянным местом, цветом и графическим элементом.

01 Конкуренция акцентов

Проблема

Вернём устойчивость

ЛАД

Оценим состояние

Отправьте фото

Заголовок, обозначение и действие получили сопоставимый вес.

Вариант исправления

Вернём устойчивость

ЛАД

Оценим состояние

Отправьте фото

Оставьте один первый акцент; второстепенные сведения поддерживают его.

Проверка: Посмотрите на макет в уменьшении и назовите первое сообщение.

Учебная схема. Условия применения проверяются отдельно.

Конкуренция акцентов. Посмотрите на макет в уменьше-

нии и назовите первое сообщение.

Выравнивание и оптическая поправка

Общая линия помогает объединить элементы. В простом макете выберите левый край для заголовка, текста и контакта. Если фотография начинается по другой линии, должно быть понятно, почему: например, она занимает полную ширину, а текст — ограниченный блок. Случайные небольшие смещения создают ощущение небрежности.

Математическое равенство не всегда выглядит равным. Круг и квадрат одинаковой высоты могут восприниматься по-разному. Буква с круглым краем иногда нуждается в небольшом выступе за линию, чтобы визуально не выглядеть меньше. Такая поправка называется оптической. Делайте её после геометрической настройки и проверяйте в целевом размере.

Не оправдывайте словом «оптически» любое отклонение. Сначала задайте измеримую основу: ось, край или базовую линию. Затем сравните варианты рядом. Поправка должна устранять конкретную зрительную проблему, а не создавать новое случайное смещение.

02 Общий край

Проблема

Вернём устойчивость

Оценим состояние

Оценим состояние

Оценим состояние

Каждый блок начинается на своей случайной линии.

Вариант исправления

Вернём устойчивость

Оценим состояние

Оценим состояние

Оценим состояние

Текстовые блоки объединены общим левым краем.

Проверка: Проверьте, какие элементы действительно требуют отдельной оси.

Учебная схема. Условия применения проверяются отдельно.

Общий край. Проверьте, какие элементы действительно

требуют отдельной оси.

Сетка

Сетка — набор направляющих для размещения информации. У неё могут быть колонки, промежутки, поля и горизонтальные модули. Она нужна для согласованности, особенно когда материалов много. Сетка не обязывает заполнять каждую ячейку.

У прайса А4 ширина страницы 210 мм. При полях по 18 мм рабочая ширина равна 174 мм. Если сделать две колонки с промежутком 6 мм, каждая будет шириной 84 мм: (174 – 6) / 2. Но арифметически удобная сетка может оказаться неудобной для длинных названий услуг. После расчёта вставьте реальный текст и проверьте переносы.

Для прайса «Лада» выберем одну широкую колонку описаний и узкую колонку ориентировочной цены или отметки «после осмотра». Это соответствует содержанию лучше, чем две равные колонки. Если цены не утверждены, не вставляйте придуманные числа в публичный макет. Учебные значения должны быть обозначены в кейсе.

03 Колонки и промежуток

Проблема

Услуга 1	Оценка
Услуга 2	Оценка
Услуга 3	Оценка
Услуга 4	Оценка

Равные колонки не всегда соответствуют содержанию.

Вариант исправления

Услуга 1	Оценка
Услуга 2	Оценка
Услуга 3	Оценка
Услуга 4	Оценка

Широкая область — описание, узкая — условие расчёта.

Проверка: Вставьте самое длинное название прежде, чем утверждать сетку.

Учебная схема. Условия применения проверяются отдельно.

Колонки и промежуток. Вставьте самое длинное название

прежде, чем утверждать сетку.

Пространство и группировка

Близость показывает связь. Название услуги и её пояснение располагают ближе друг к другу, чем соседние услуги. Если между названием и пояснением расстояние больше, чем до следующего блока, возникает неверная группировка. Читатель вынужден заново выяснять, что к чему относится.

Выберите несколько размеров отступов и назначьте им роли. Например, небольшой — между строками одной группы, средний — между пунктами, большой — между разделами. Эти числа не обязаны быть кратны универсальному модулю. Важно, чтобы система была различима и её можно было повторить.

Свободное пространство помогает отделять и выделять. Но огромные поля не компенсируют слабое содержание. Если читателю приходится листать несколько экранов ради короткого условия, уменьшите разрывы. Пространство полезно ровно настолько, насколько облегчает чтение.

04 Расстояние показывает связь

Проблема

Укрепление

Стулья и табуреты

Укрепление

Стулья и табуреты

Пояснение ближе к следующей услуге, чем к собственному названию.

Вариант исправления

Укрепление

Стулья и табуреты

Укрепление

Стулья и табуреты

Связанные строки объединены, соседние услуги отделены.

Проверка: Прочитайте страницу без линий и проверьте группировку.

Учебная схема. Условия применения проверяются отдельно.

Расстояние показывает связь. Прочитайте страницу без

линий и проверьте группировку.

Ритм, баланс и повторение

Повторяющиеся элементы делают материал предсказуемым. В прайсе одинаково оформленные строки позволяют сравнивать услуги. В серии постов одинаковый контактный блок помогает быстро найти способ обращения. Повторение становится проблемой, если заставляет все сообщения иметь неподходящую форму.

Баланс связан с распределением зрительного веса. Тёмный маленький объект может привлекать больше внимания, чем большая светлая область. Фото с контрастным лицом или яркой деталью влияет на равновесие сильнее нейтрального фона. Оценивайте реальные элементы, а не только прямоугольники-заготовки.

Ритм появляется из последовательности размеров, промежутков и акцентов. Если каждый блок оформлен новым способом, материал выглядит как сборник несвязанных объявлений. Ограничьте набор решений, затем добавьте различия там, где они обозначают смысл.

Практика. Три версии одного сообщения

Сделайте три макета с одинаковым текстом. В первом главный акцент — заголовок, во втором — предметная фотография, в третьем — короткая цитата мастера, явно обозначенная как учебная. Не меняйте текст одновременно с композицией: иначе будет трудно понять причину различия.

Покажите варианты в размере, близком к реальному просмотру. Попросите человека назвать первое замеченное сообщение и действие, которое предлагается выполнить. Не спрашивайте только «какой красивее». Запишите ошибки чтения. Если контакт не замечают, измените его положение или группировку, а не сразу увеличивайте все буквы.

Выберите один макет и проведите второй тест после исправления. Сохраните обе версии. В будущем кейсе этот небольшой эксперимент покажет, что вы проверяли структуру на человеке, а не просто выбрали понравившуюся картинку. Малый тест не является исследованием рынка, но полезен для выявления явных проблем.

Глава 6. Типографика для русского текста

Шрифт, гарнитура и начертание

Гарнитура — семейство шрифтов с общим рисунком. Начертание — его вариант: например, обычный, полужирный или курсивный. В повседневной речи всё это часто называют шрифтом. Перед выбором для проекта проверьте состав семейства: есть ли нужные начертания, кириллица, цифры и знаки.

Гротески обычно не имеют засечек, антиквенные шрифты имеют характерные окончания штрихов. Внутри обеих групп очень много различий. Нельзя выбрать подходящую гарнитуру только по правилу «гротеск современный, антиква старомодная». Смотрите на пропорции, плотность, контраст штрихов и поведение в вашем тексте.

Наберите пробную строку: «Мастерская “Лад”. Ремонт мебели: 1 250 #». Добавьте слова с буквами Д, Ж, Л, Ф, Щ и строчными д, л, т. Проверьте кавычки, тире, рубль и цифры. Если часть символов взята из другого шрифта, это может быть незаметно в коротком названии, но проявиться в документе.

Проверка кириллицы

Наличие кириллического набора не гарантирует его удачное сочетание с латиницей. Посмотрите на формы букв и равномерность строки. В некоторых гарнитурах кириллица может выглядеть заметно иначе по ширине или характеру. Оценивать её нужно на русском тексте, а не по латинскому рекламному образцу.

Для «Лада» выберите семейство с несколькими рабочими начертаниями и лицензией, которая позволяет нужное использование. Простой учебный выбор — открытая гарнитура с полноценной кириллицей. Но не называйте любой бесплатный файл свободным: условия использования могут ограничивать коммерцию, встраивание или передачу.

Сохраняйте вместе с проектом источник скачивания, название версии и текст лицензии. Для гарнитур под SIL Open Font License допускается использование в графических работах; распространение самих файлов шрифта сопровождается отдельными условиями лицензии [4]. Передача логотипа в кривых и передача файла гарнитуры — разные действия.

Роли и ограниченный набор

Назначьте типографические роли: название, заголовок, подзаголовок, основной текст, подпись, цена. Роль определяет размер, начертание, интерлиньяж и иногда цвет. Не создавайте отдельную новую настройку для каждой строки.

В малом проекте часто достаточно одного семейства и двух–трёх начертаний. Две гарнитуры могут быть полезны, если у них различимые функции. Например, выразительная для заголовков и спокойная для длинного текста. Сочетание должно выдерживать русский набор и реальные размеры, а не только один эффектный заголовок.

В «Ладе» основная система строится на гротеске. Название получает отдельную конструкцию, заголовки — полужирное начертание, основной текст — обычное. Подписи могут быть немного меньше, но не должны терять читаемость. Для цены важны заметность и возможность сравнения, поэтому можно использовать табличные цифры, если они доступны.

08 Типографические роли

Проблема

Укрепление стульев и табуретов

Оценка состояния до начала работы

Размер заголовка почти не отделяет его от пояснения.

Вариант исправления

Укрепление стульев и табуретов

Оценка состояния до начала работы

Заголовок, пояснение и подпись получили устойчивые роли.

Проверка: Замените содержание и проверьте, сохраняется ли порядок чтения.

Учебная схема. Условия применения проверяются отдельно.

Типографические роли. Замените содержание и проверь-

те, сохраняется ли порядок чтения.

Размер и расстояние между строками

Кегль — номинальный размер шрифта. Два шрифта одного кегля могут выглядеть разными по величине из-за пропорций строчных букв. Поэтому выбор размера нужно проверять на бумаге или устройстве, где материал будут читать.

Интерлиньяж — расстояние между базовыми линиями строк. Слишком плотный набор затрудняет переход на следующую строку, слишком свободный разрывает абзац. Начните с умеренного значения, затем меняйте его на реальном тексте. Для короткого заголовка и длинного абзаца обычно нужны разные настройки.

Не используйте единственный процент интерлиньяжа как закон для всех форматов. Влияние имеют длина строки, гарнитура, кегль, количество абзацев и контраст. Текст памятки может потребовать большего расстояния, чем название на этикетке. Если изменение интерлиньяжа помогает только потому, что вы компенсируете слишком длинную строку, исправьте ширину блока.

05 Плотность абзаца

Проблема

Состояние мебели
Состояние мебели
Состояние мебели
Состояние мебели
Состояние мебели
Состояние мебели
Состояние мебели
Состояние мебели

Строки сближаются и затрудняют переход взгляда.

Вариант исправления

Состояние мебели

Состояние мебели

Состояние мебели

Состояние мебели

Состояние мебели

Состояние мебели

Состояние мебели

Состояние мебели

Расстояние уточнено на реальном тексте.

Проверка: Печатайте в целевом размере, не оценивайте только увеличение.

Учебная схема. Условия применения проверяются отдельно.

Плотность абзаца. Печатайте в целевом размере, не оце-

нивайте только увеличение.

Кернинг и трекинг

Кернинг регулирует расстояние между отдельными парами символов. Трекинг меняет плотность группы или всей строки. В логотипе и крупном заголовке пары становятся особенно заметными. Расстояние между буквами оценивают по визуальному пространству, а не по равенству чисел.

Наберите «ЛАД» крупно и сравните промежутки. После наклонной буквы пространство может выглядеть шире. Настройте пару, затем уменьшите надпись до размера визитки. То, что хорошо выглядит в большом масштабе, может стать тесным в маленьком.

Не раздвигайте строчный основной текст ради «дорогого вида». Это может ухудшить чтение и увеличить переносы. Особенно внимательно проверяйте искусственное растяжение или сжатие символов. Лучше подобрать другую гарнитуру или размер, чем менять пропорции букв без ясной причины.

06 Пространство между буквами

Проблема

Л А Д

Избыточный трекинг разрывает короткую надпись.

Вариант исправления

ЛАД

Надпись собрана плотнее; расстояния проверяют зрительно.

Проверка: После крупного просмотра уменьшите надпись до визитки.

Учебная схема. Условия применения проверяются отдельно.

Пространство между буквами. После крупного просмотра

уменьшите надпись до визитки.

Знаки, числа и переносы

Русский текст требует обычной редакторской аккуратности. Используйте согласованный вид кавычек, отличайте тире от дефиса, не оставляйте двойные пробелы. Короткие предлоги и число с единицей измерения при необходимости связывайте неразрывным пробелом, если программа это поддерживает.

В прайсе удобно писать «1 250 #», сохраняя число и обозначение валюты вместе. Время можно оформить «10:00–19:00», а перечень условий — полноценными короткими предложениями. Не смешивайте несколько способов записи одной и той же информации внутри документа.

Переносы не должны искажать названия и важные короткие сообщения. Не вставляйте дефис вручную посреди слова ради текущего макета: после изменения ширины он может остаться в неверном месте. Используйте переносы программы либо измените текстовый блок. Проверяйте одиночные короткие строки в начале и конце абзаца.

07 Числа и условия

Проблема	Вариант исправления
900 ₽	900 ₽
1 250 ₽	1 250 ₽
12 800 ₽	12 800 ₽
Цены разъезжаются из-за пробелов и разной структуры.	Столбец выровнен, единица сохраняется рядом с числом.

Проверка: Добавьте самое длинное число и проверьте предел ширины.

Учебная схема. Условия применения проверяются отдельно.

Числа и условия. Добавьте самое длинное число и про-

верьте предел ширины.

Практика. Типографический лист

Возьмите одну страницу текста об услугах «Лада». Сделайте вариант с одной гарнитурой и вариант с двумя. Назначьте каждому элементу роль и подпишите её в рабочем файле. Сохраните значения размеров и интерлиньяжа.

Распечатайте оба варианта без масштабирования, если они предназначены для печати. Прочитайте текст на обычном расстоянии, проверьте самые мелкие строки. Отметьте места, где взгляд возвращается назад из-за плохого переноса или неясного разделения. Для цифрового материала проведите проверку на телефоне.

После выбора создайте стили. Замените длинное название услуги ещё более длинным. Если система развалилась, предусмотрите правило переноса или ограничения текста. Хорошая типографика работает с реальным изменением содержания.

Глава 7. Цвет как система ролей

Что именно задаёт цвет

Цвет может выделять, объединять и помогать распознаванию. Но смысл зависит от контекста. Один и тот же зелёный встречается у финансовой организации, аптеки и садового магазина. Не обещайте заказчику, что определённый оттенок автоматически вызовет доверие или увеличит покупки.

Для «Лада» выберем тёмный зелёный как рабочий цвет названия и крупных текстовых акцентов, тёплый светлый — как фон, охристый — как дополнительный акцент. Это авторское решение учебного проекта, а не универсальная формула мебельного бизнеса. Материальность поддержат фотографии, а не только палитра.

Пример цифровых значений: тёмный #173B32, светлый #F4F0E6, акцент #C78632. Эти значения относятся к RGB-представлению. Их нельзя без проверки объявить готовой рецептурой для любой печати. Для печатного применения потребуется согласованный профиль и проба.

Тон, насыщенность и светлота

Тон различает семейства цветов: красный, зелёный и другие. Насыщенность связана с интенсивностью цветового ощущения, светлота — с тем, насколько цвет воспринимается светлым или тёмным. В разных цветовых моделях эти параметры выражаются по-разному. Для начинающего полезнее видеть их влияние на макете, чем запоминать множество числовых систем.

Сделайте акцент менее насыщенным и посмотрите, остаётся ли он заметным. Затем сохраните насыщенность, но осветлите его. Это разные изменения. Если два блока различаются только тоном, они могут стать почти одинаковыми в оттенках серого или для человека с особенностями цветового восприятия.

Проверка в оттенках серого помогает увидеть различие светлоты, но не заменяет полноценную оценку доступности. Она не моделирует все виды нарушений цветовосприятия. В важных обозначениях добавляйте подпись, форму или положение, чтобы смысл не зависел только от оттенка.

Палитра и роли

Укажите, где используется каждый цвет. Тёмный — текст и логотип на светлом фоне. Светлый — фон печатных и цифровых материалов. Акцент — небольшая плашка, декоративный фрагмент или выделение, где он не ухудшает чтение. Для мелкого текста акцентный охристый на светлом фоне не подходит без проверки; в выбранной учебной паре используйте тёмный текст.

Полезно ограничить сочетания. Например, белый текст на тёмном разрешён, тёмный на светлом разрешён, акцентный мелкий текст на светлом требует отдельной проверки. Если оставить все комбинации допустимыми, сотрудники начнут выбирать их по случаю, и система потеряет согласованность.

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.