УДК 76.03/.09:378.147:37.012.3:7.021.22

ЗАСТОСУВАННЯ CASE STUDY ПРИ ФОРМУВАННІ ПОРТФОЛІО ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНЕРА

БОРИСОВА Світлана
ДЗ «Луганський національний університет ім. Т. Шевченка», Полтава, Україна
svitlana.borysova@gmail.com

Подано результати аналізу потенціалу застосування case study при формуванні портфоліо графічного дизайнера. Узагальнено, що case study є ефективною маркетинговою стратегією зміцнення довіри, притаманною для різних сфер діяльності, що зосереджена на внутрішніх процесах, як на проблемі, так і на споживачеві. Case study розглядається як вид презентації в портфоліо виконаних графічним дизайнером проєктів для демонстрації потенційному клієнту шляху вирішення проблеми під час проєктування об'єкту дизайну, зі зміщенням акценту з візуалізації кінцевого результату проєктування на сам процес досягнення мети і аргументацією причин прийняття рішень. Розглянуто структурні компоненти case study, переваги і недоліки, характерні для тематичного дослідження.

Ключові слова: case study*, тематичне дослідження, портфоліо, графічний дизайнер, дизайн-проєктування, проєктування об'єктів дизайну.*

ВСТУП

Графічний дизайн за останні десятиліття зазнав змін, відійшовши від формального креслення або створення загального естетичного враження від об'єктів графічного дизайну. Зміст діяльності графічних дизайнерів знаходиться в залежності від низки чинників, якими неможливо знехтувати: тенденцій ринку графічного дизайну, глобального і локального; невпинного збільшення кількості користувачів засобів комунікації; потреб ключових стейкхолдерів; розвитку технічних засобів і цифрових технологій, що забезпечують професійну діяльність фахівців галузі; розширення номенклатури об'єктів графічного дизайну, розробка яких є основою щоденної проєктної діяльності графічних дизайнерів [1, с. 52].

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Численні дослідження дизайн-проєктування вказують на певну етапність при вирішенні завдань проєктування з використанням специфічної мови графічного дизайну, підкреслюючи складність окремих процесів. До таких процесів відносять, зокрема, генерацію ідеї [2, с. 462], що передбачає інтерпретацію даних, отриманих від замовника, а отже, продукування ідей фактично може вважатися ітераційним дослідженням проблем дизайну з застосуванням різноманітних за типом інструментів і стратегій, сукупністю особистих рішень графічного дизайнера, шляхом від вивчення виокремленої проблеми до творчої діяльності зі створення візуальних ідей, які після селекції

презентуються замовнику. Оцінюючи потенціал графічного дизайнера доволі часто недостатньо переглянути результати попередніх виконаних дизайнером проєктів. Для розуміння практики використання інструментів досягнення мети проєкту, аналізу діяльності, що призвела до результату, застосовується перегляд оформленого тематичного дослідження, case study, в якому акцент зміщено з об'єкту дизайну на використані для проєктування інструменти як посередників між графічним дизайнером і метою проєктування.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Case study є перевіреною часом ефективною маркетинговою стратегією зміцнення довіри, що зосереджена як на проблемі, так і на споживачеві, з одночасною демонстрацією шляхів, завдяки яким досягався результат у вирішенні проблеми клієнта [3]. Для маркетингових цілей case study може бути форматом презентації, документом, який окреслює проблеми, з котрими стикається клієнт (може містити цитати клієнтів), презентує рішеннями, подані компанією для їх вирішення, занурюється в процес вирішення проблеми від початку до кінця, доповнюється реальними прикладами, розповідає історії успіху проєкту. Загалом case study може уявлятися: як метод дослідження; як розповідь, звіт про виконаний проєкт; як документ, в якому досліджуються окремі особистості, групи людей, події, операції; та в будь-якому разі case study пов'язується з розумінням внутрішніх процесів діяльності. Подібні тематичні дослідження застосовуються в різних сферах: в бізнесі, медицині, психології, епідеміології, галузях науки, для суспільно-політичної роботи тощо.

Так само case study є потужним інструментом у творчих індустріях, що забезпечує вдосконалення навичок проєктної та маркетингової діяльності. А в такій галузі, графічний дизайн [4], що характеризується високим ступенем конкурентності між фахівцями, може стати рушійною силою портфоліо, доказом експертності. Case study можна адаптувати до опису процесу розробки різних об'єктів дизайну, в якому організувати необхідну інформацію навколо спільних категорій різних видів дизайн-проектів, від досліджень UI/UX дизайну до дизайну поліграфічної продукції, візуальної ідентичності тощо.

Не варто ототожнювати поняття портфоліо і case study, оскільки портфоліо є способом продемонструвати власні напрацювання як результат проєктування, без заглядання «за лаштунки» процесу. Портфоліо відповідає за прийняття рішення при швидкому визначенні, чи зможе дизайнер виконати певний вид робіт у визначеному стилі. Застосування case study у портфоліо графічного дизайнера підвищує ефективність впливів останнього, надає аргументи на користь дизайнера в очах тих замовників, яким необхідні ясність, впевненість, довіра досвіду вирішення проблем дизайнером більше, ніж ефектність або естетичність зображень в портфоліо.

Case study може набувати різних форм, але зазвичай складається зі схожих за завданнями, що вирішуються в розповіді-звіті, розділів. Кількість структурних компонентів тематичного дослідження, що пропонується різними фахівцями, різниться і становить від 4-5 до 7-8 розділів. Так, мінімальний набір змістових складових становить чотири [5], в яких розглянуто: *проблему*, яку потрібно біло вирішити; розроблений *план* вирішення проблеми; деталізовану

реалізацію стратегії з описом процесу; кінцевий *результат*. Змістово у підготовці та написанні case study також виділяють чотири відправні точки, що мають знайти відображення у дослідженні: *націлювання* (відбір ідеального проєкту для висвітлення); *перспективу* (опис, що відбувається з точки зору клієнта), *розповідь* (історія, подорож проєктом має бути цікавою, не офіційно безбарвною); *дані* (наявність фактів і цифр).

J. Kowalski пропонує для case study застосовувати структуру з п'яти складових: короткої *вступної частини* з характеристикою залучених сторін; пере/*формулювання проблеми* і опису брифу; *пояснення підходу* до вирішення проблеми (має містити ескізи, чернетки, описи проблем у пошуках, причини прийняття рішень тощо); *демонстрації кінцевого результату*, готового дизайн-проєкту (його фотографії, мокапи, скріншоти, прототипи); *висновків* щодо перспектив розширення або покращення проєкту (може містити відгуки, коментарі, пропозиції) [6]. Експерт у галузі дизайну A. Puzic [7] рекомендує при написанні case study поділити дослідження на 8 частин: представлення *клієнта*; презентація *завдання* проєктування; подання власної *ролі* у виконуваному проєкті; опис розроблених дизайнером *рішень*; представлення кроків процесу *проєктування*; опис отриманих *результатів*; привернення уваги до *ключових напрацювань* у проєкті; надання коротких *висновків*.

При всіх позитивних характеристиках застосування case study у портфоліо графічного дизайнера, варто зважати на потенційні недоліки, які можуть бути присутніми в тематичних дослідженнях: *завеликий обсяг* презентованого дослідження: при тому, що дизайнер може вважати за потрібне максимально детально презентувати шлях виконання проєкту, оптимально, якщо case study може бути переглянуто впродовж кількох хвилин, а для скорочення основного змісту детальні документи можна подати у вигляді посилань всередині опису; *завелика кількість* запропонованих в портфоліо *проєктів*, в тому числі оформлених у вигляді case study, без селекції їх з позиції якості, віддаленості виконання у часі, актуального рівня компетентностей дизайнера у професійній сфері, тобто портфоліо як сховище всіх попередніх проєктів надає зайву для опрацювання потенційним клієнтом інформацію; *нечітке окреслення ролі* графічного дизайнера при виконанні командного, зокрема, міждисциплінарного, проєкту, що, як наслідок, може сформувати хибні очікування у користувача case study; *зазначення* в case study *інформації, яка не має міститися* в професійному документі (відомості, які порушують майнові права або права інтелектуальної власності, розголошують конфіденційну інформацію, складні стосунки між членами команди проєкту, суперечливі пояснення щодо прийнятих або відкинутих концепцій тощо.

ВИСНОВКИ

Отже, case study, по суті, є форматом презентації, передачі інформації про шлях від постановки проблеми до кроків із вирішення проблеми, подання отриманого досвіду проєктної діяльності у логічній послідовності. В графічному дизайні case study може бути ефективним способом покращення портфоліо, що може мати як переваги у порівнянні з простою візуальною демонстрацією

результатів дизайн-проєктування, так і недоліки, пов'язані з формуванням текстового вмісту case study. Структура case study може змінюватися, в залежності від сфери реалізації проєкту, проєктованого об'єкту дизайну, але зміст тематичного дослідження завжди має розкривати відповіді на питання що, чому і як було розроблено при виконанні проєкту.

ЛІТЕРАТУРА

1.Борисова С. В. Модифікація контент-аналізу оголошень праці як засобу врахування вимог стейкхолдерів-роботодавців при оновленні змісту професійної підготовки майбутніх графічних дизайнерів. *Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького*. Серія: «Педагогічні науки». 2023. № 4. С. 51−60. DOI: 10.31651/2524-2660-2023-4-51-60. URL: https://ped-ejournal.cdu. edu.ua/article/view/4969.

2.Tan S., Melles G. An activity theory focused case study of graphic designers' tool-mediated activities during the conceptual design phase. *Design Studies*. 2010. № 31. С. 461−478. DOI: 10.1016/j.destud.2010.05.002.

3.Mohan R. How to Write a Case Study [+ Design Tips]. *Venngage*. 2021. URL: https://venngage.com/blog/case-study/

4.An Expert's Guide to Creating Graphic Design Case Studies. *Shutterstock*. URL: https://www.shutterstock.com/blog/how-to-graphic-design-case-study

5.Portfolio vs Case Study: Which One Does Your Business Need? *Evielutions Design*. URL: https://evielutions.com/portfolio-vs-case-study-which-one-does- your-business-need/

6.Kowalski J. B. An Introduction to Case Studies for Designers. *Medium*. 2020. URL: https://medium.com/tylergaid/an-introduction-to-case-studies-for-designers-80e1abc50b8f

7.Puzic A. All About Process: Dissecting Case Study Portfolios. *Toptal*. URL: https://www.toptal.com/designers/ui/case-study-portfolio

BORYSOVA S.

APPLICATION OF CASE STUDY WHEN FORMING A GRAPHIC DESIGNER'S PORTFOLIO

The results of the analysis of the potential of case study application in the formation of a graphic designer's portfolio are presented. It is summarized that a case study is an effective marketing strategy for building trust, inherent in various spheres of activity, focused on internal processes, both on the problem and on the consumer. A case study is considered a type of presentation in the portfolio of projects completed by a graphic designer to demonstrate to a potential client the way to solve a problem during the design of a design object, with a shift in emphasis from the visualization of the final design result to the very process of achieving the goal with argumentation of the reasons for decision-making. The structural components of the case study, advantages, and disadvantages characteristic of the case study are considered.

Key words: *case study, portfolio, graphic designer, design-projection, projecting of design objects.*