

Поторій К. В., магістр

Київський національний університет технологій та дизайну

**КОНЦЕПЦІЯ АВТОРСТВА. ДИЗАЙНЕР
ЯК АВТОР, МИТЕЦЬ АБО ВИКОНАВЕЦЬ**

Анотація. У статті проаналізовано роль і позицію графічного дизайнера. Первинне дослідження включає в себе спостереження за графічними дизайнерами в науково-навчальному та робочому просторі. Висвітлено постать дизайнера в ролі автора, ініціатора ідей і виконавця. Під час вторинного дослідження зроблено огляд роботи на подібну тему. Виявлено, що графічний дизайнер завжди обирає певну позицію – виступати в ролі автора, творця ідей або ж залишатися анонімом, який займається комерційною діяльністю. Указано, в чому полягає різниця між дослідником і виконавцем. Наголошено, що дизайн – це стрімкий процес прогресу та розвитку, в якому дизайнер є центральною фігурою.

Ключові слова: графічний дизайнер; графічний дизайн; автор; концепція авторства; митець; виконавець; ідея.

Potorii K.

Kyiv National University of Technologies and Design

**THE CONCEPT OF AUTHORITY. DESIGNER
AS AUTHOR, ARTIST OR PERFORMER**

Abstract. The article analyzes the role and position of the graphic designer. The primary research includes observation of graphic designers in academic and working spaces. The figure of the designer in the role of author, initiator of ideas and executor is highlighted. During secondary research, a review of work on a similar topic was made. It was found that a graphic designer always chooses a certain position – to act as an author, creator of ideas or to remain anonymous, engaged in commercial activities. It is indicated what is the difference between a researcher and an executor. It is emphasized that design is a rapid process of progress and development in which the designer is the central figure.

Keywords: graphic designer; graphic design; author; concept of authorship; artist; idea.

Вступ. У своїй діяльності графічний дизайнер застосовує різні навички, як-от: створення різної графіки, поліграфія, розробка фірмового стилю, плакатів, брошур. Також він може займатися створенням інтерфейсів, веденням акаунтів соціальних мереж, розробкою анімацій. Його головне завдання полягає у візуальному оформленні різної інформації. Це здійснюється задля того, щоб споживачеві було легше сприймати та запам'ятовувати її. «Автор, авторка, тобто той, хто творить, створює» [1]. Це тлумачення можна співставити з дизайнерами» .

Графічних дизайнерів у науково-професійних колах переважно розглядають як авторів, але в роботі з клієнтами вони постають як виконавці. Графічний дизайнер як автор може пропонувати зовсім нові підходи до виконання певного завдання та повністю відрізнитися цим від виконавця. Також автор несе певну ідею та повідомлення до суспільства, піднімає важливі теми, висвітлює соціально-політичні, екологічні проблеми у свої творах. Щоправда, питання про те, як дизайнери стають авторами, є складним. Роль дизайнера-автора та сутність авторського дизайну повністю залежить від трактування цих понять і певних критеріїв.

Постановка завдання. Мета нашого дослідження полягає в характеристиці графічних дизайнерів як авторів, творців та комерційних виконавців. Досягнення мети нашого дослідження передбачає переосмислення ролі дизайнера, виявлення різниці між

дизайнером-дослідником і дизайнером-виконавцем та висвітлення ролі дизайнера, який є центральною фігурою творчого процесу. Результатами дослідження допомогти спеціалістам визначити їх роль. Розглянути нові підходи та цілі в роботі та в процесі дизайну. З метою самоідентифікації майбутніх фахівців.

Основні результати. Відповідно до класичної концепції авторства, кожен витвір мистецтва або текст обов'язково має свого автора – людину, яка його створила. Якщо твір не має автора, то він, не вважається авторським. Крім того, класична концепція авторства носить яскраво виражений індивідуалістичний характер. Уважається, що в кожного тексту в строгому значенні слово «автор» тільки одне. Зрозуміло, існує велика кількість робіт, створених у співавторстві. Звичайно, їхні творці можуть бути щиро переконані в тому, що твір написаний ними разом від першої й до останньої букви. Насправді, це конкатенація, тобто поєднання безлічі частин, фрагментів, кожен з яких був написаний кимось одним. У традиційній концепції автором виступає людина, яка не лише сама творить сенс, закладає ідею, але й матеріально втілює її. У такому випадку твір створюється певним автором від початку й до кінця [2].

Серед науковців по-новому переглянув роль автора філософ Роланд Барт. Він запропонував «концепцію смерті автора». У різні епохи неоднаково сприймали роль і місце автора у створенні мистецького продукту.

Видалення Автора (услід за Брехтом тут можна говорити про справжнє «очуження» – Автор стає меншим на зріст, як фігурка в самій глибині літературної «сцени») – це не просто історичний факт чи ефект листа: їм повністю перетворюється весь сучасний текст, або, що те саме, нині текст створюється і читається таким чином, що автор на всіх його рівнях усувається [6].

Уже в ХХ столітті центральне місце займає духовно-біографічний досвід художника. Панувала дегуманізація мистецтва, тобто позбавлення людських рис творчості, відсторонення від особи автора. Роланд Барт вважав, що творчість – це як гра, яка приносить задоволення автору. Існувало переконання, що великі твори художника натхненні божественними силами. Суть «концепції смерті автора» полягає в ідеї автономного (діяльного незалежно від чогось чи когось) існування незалежно від особи автора. Роланд Барт стверджує, що після смерті автора твір живе своїм життям у свідомості кожної окремої людини. Інакше кажучи, головним виступає читач, споживач мистецького продукту, оскільки завдяки йому твори мистецтва «живуть». Така концепція звільняє від питань «що хотів показати автор?», «у чому полягає головна ідея твору?», бо людина має справу з твором мистецтва, а не з його автором. Споживач має повне право трактувати сенс так, як йому підходить. Автор вже не може назвати себе «автором», оскільки мозок генерує ідеї на основі попереднього досвіду. Автора не існує – є тільки читач і твір. Р. Барт зіштовхнув автора та читача, внаслідок чого останній «поглинув» автора, звів його роль до незначущої складової. Уважаємо, що «концепція смерті» позбавляє автора мистецького твору від відповідальності. Ідея втрачає свою силу, коли за нею не стоїть автор, який відстоює свої задуми, вкладені значення, а безликий споживач наділяється правом витлумачувати.

Праця автора наштовхує на думки, що чудова техніка та стиль самі по собі не роблять дизайнера автором і творцем ідей та сенсів, бо варто шукати більш глибокі значення. Це породжує певну складність, адже графічний дизайнер, який виявляє ідейний замисел, повинен шукати проекти, які відповідають його баченню. У той же час дизайнер-виконавець буде тільки технічно підходити до виконання завдань і матиме більшу кількість клієнтів.

Графічні дизайнери відрізняються способами реалізації своїх мистецьких потреб. Можемо розділити дизайнерів-авторів, які виступають творцями, та дизайнерів-

виконавців, що є реалізаторами проєктів. Виявлено, що дедалі частіше дизайнери прагнуть заявити про себе, як про митців, творців й авторів, а не просто як про виконавців. Вони хочуть виділитися, а не бути в ролі безіменних виконавців, без будь якої ідентичності. У замовників дизайнер часто сприймається як утілювач і виконавець ідей, але не виступає авторитетом в їхньому створенні. У дизайнерів все частіше з'являється потреба у висловленні та вираженні. Ми можемо побачити підтвердження цієї потреби на приклади плакатів та ілюстрацій дизайнерів, художників, присвячених темі повномасштабного вторгнення росії в Україну. Автори цих робіт погоджуються, що росія - країна терорист, і візуальними висловлюваннями привертають увагу людства до цієї трагедії. (рис. 1–3).

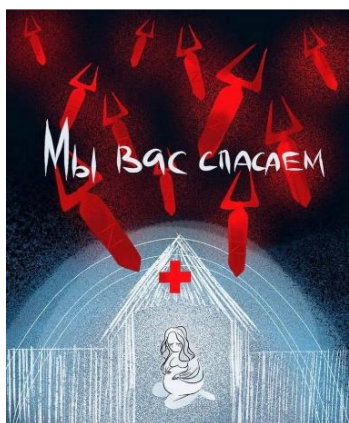


Рис. 1



Рис. 3



Рис. 3

Графічний дизайнер може використовувати тривожні провокативні зображення на соціально-політичні теми, щоб підвищити обізнаність людей про глобальні проблеми. Зараз митці України почали краще усвідомлювати свою роль. Вони впливають на суспільні думки через візуальні роботи. Для дизайнера-автора важливо визначити особисту етичну позицію, оскільки вона матиме вплив на суспільну думку, підхід до клієнтів, проєктів та замовників. Слід зазначити, що, спираючись на свої морально-етичні цінності, дизайнер може створювати мистецькі продукти, які привернуть увагу до проблем експлуатації тварин, тероризму, сімейного насилля, екологічних проблем, расизму та багатьох інших. Можемо стверджувати, що для графічних дизайнерів як творців, авторів, комунікаторів, а інколи навіть й інфлуенсерів, неймовірно важливо мати гуманну позицію. Графічні дизайнери, мають певну силу та владу, але разом із цим – велику соціальну відповідальність. Інакше кажучи, дизайнер може виступати не просто виконавцем, а митцем, який викликає емоції, має можливість переконувати через свої твори. У цьому криється велика сила справжнього умілого автора, на якого покладена важлива місія. Своїми творами митець проникає у найвіддаленіші місця людської свідомості й нашоухує на певні роздуми. Цінність дизайнера-автора полягає в змісті його робіт. Імануїл Кант стверджував, що «думки без змісту порожні, чуття без сенсу сліпі» [7, с.34]. Інакше кажучи, дизайн заради дизайну порожній, він не може стати цінним без авторської ідеї та продуманої концепції.

Графічний дизайнер й артдиректор Пол Ренд розглядав питання сприйняття дизайну та розділив його на два типи. Зовнішній (асоціативний) формується суб'єктивно з урахуванням звичок, поглядів та чужих думок. Він не стосується мистецтва, сприймається за змістом на основі психологічних, соціальних, політичних та інших поглядів. Внутрішній (формальний) належить до візуальної складової роботи. Естетика та краса – незмірні якості. Кожен сприймає їх по-різному. Це залежить від рівня ерудиції,

смаку й досвіду особистості. Автор каже, що неестетичний функціональний продукт нічим не гірший за красивий, але такий, що не функціонує. Інакше кажучи, вони однаково погані. В обох випадках проявляється неповага до споживача. Красива робота без ідеї – лише картинка, яка не взаємодіє із клієнтом, нічого не транслює. Формула якісного дизайну – комбінація ідеї та форми. «Дизайн – це спосіб поєднати форму та зміст. Дизайн, як і мистецтво, має багато визначень - єдиного простого не існує. Дизайн може бути мистецтвом. Дизайн може бути естетикою. Дизайн такий простий – і тому такий складний», – пише Пол Ренд. [5] «Форма йде за функцією – це якесь непорозуміння. Форма та функція мають бути єдиним цілим, їх поєднано духовним зв'язком» – Френк Лойд Райт. [8, с.91].

Узагальнюючи слова автора, можемо відрізнити якісний авторський дизайн від поганого за комбінацією ідеї та форми. На нашу думку, дизайнер-автор та дизайнер-виконавець, об'єднавши зусилля, можуть створити достойний мистецький продукт. Авторство може висувати нові підходи до процесу створення дизайн-проектів, які переважно асоціюються з візуальним втіленням, ніж із створенням певного повідомлення. Проте в теорії авторства потрібно підкорятися встановленим вимогам та стратегіям, а проявлення авторських волінь може призвести до певних консервативних підкріплень щодо виробничого дизайну, обмеженості культурної обізнаності клієнтів і їхнього суб'єктивного вподобання. На нашу думку, графічному дизайнеру доволі часто «зв'язують руки», не даючи вільно висловлювати та просувати свої авторські ідеї.

Дизайнери, які вважають себе авторами, повинні нести відповідальність за свої дії. Це забезпечить більш тісний зв'язок із творінням і можливість досліджувати індивідуальні теми. Графічний дизайнер, який виходить за межі традиційної комерційної діяльності й не тільки надає класичні послуги, але й займається особистими проектами, відрізняється від дизайнера-виконавця. Такий унікальний і творчий підхід має вищу мету. Можемо сказати, що в процесі наукових досліджень дизайнер працює індивідуальний стиль. Грамотне використання кольорів, орнаментів, типографії дозволяє передати складні сенси, ідеї та інформацію через візуальне рішення. У роботах начитаного дизайнера можна побачити складні рішення й різноманітні метафори. Дизайнер-митець добре ознайомлений з минулими епохами та стилями.

Реакція на потяг до незвідної теорії дизайну добре задокументована. Принаймні сучасні дизайнери переходили від неавторського наукового тексту (в якому непорушні візуальні принципи були ретельно розкриті шляхом обширних візуальних досліджень) до більш текстової позиції, в якій дизайнер міг претендувати на певний рівень власності на повідомлення. Проте деякі з базових, інституційних особливостей практики дизайну часто заплутуються в завзятих спробах самовираження. Ідея децентрованого повідомлення не обов'язково підходить для професійних стосунків, у яких клієнт платить дизайнеру за передачу конкретної інформації чи емоцій. Окрім того, більшість дизайну виконується в певній формі співпраці або в рамках стосунків із клієнтом, або в контексті дизайн-студії, яка використовує таланти багатьох творчих людей. Таким чином, походження будь-якої конкретної ідеї затьмарюється, а постійний тиск технологій та електронних комунікацій лише ще більше каламутить воду [3].

Висновки і можливі шляхи застосування дослідження. Унаслідок проведеного дослідження виявлено, що графічний дизайнер завжди обирає певну позицію. Він може виступати як автор, творець ідей або ж як утілювач, тобто тихий анонім, який займається комерційною діяльністю. Обидва способи реалізації є невід'ємними процесами дизайну. Можна втілювати чийсь задуми, а можна їх створювати. Кожен дизайнер може обрати для себе ту чи іншу форму реалізації, обидві є важливими та значущими. Варто підкреслити, що не так важливо, яку роль для себе він обере: постане автором чи

втілювачем ідей. Найважливішим є те, щоб творець мав право вибору й розумів різницю між роллю дослідника й виконавця.

Відкрито нове бачення цієї професії. Це наукове дослідження дасть змогу краще підібрати комфортну роль і місце дизайнеру. Багато комерційних графічних дизайнерів не робить власного вибору. Так, це значно спрощує діяльність таких дизайнерів, але в їхніх роботах простежується індивідуальний стиль, який дає змогу говорити про унікальність створених ними проєктів. Розгляд дизайнера як автора допоміг нам переосмислити процес створення нового продукту і зрозуміти, що з теоретичним підґрунтям така робота матиме велику мистецьку цінність.

Виявлено, що графічний дизайнер – це один із небагатьох спеціалістів, який поліпшує світ. На його плечі лягає відповідальність функціонально та естетично оформлювати різного роду продукцію. Безперечно, висококласний спеціаліст розуміє значущість теорії, тому його діяльність завжди є органічним синтезом теоретичних знань і практичних навичок. Таке поєднання дозволяє творцеві виходити на вищий мистецький рівень. Дизайн – це стрімкий процес активного прогресу й розвитку, а дизайнер – невід’ємна його частина.

Результати нашого дослідження можуть бути застосовані в роботі зі студентами. Вони сприятимуть полегшенню їхньої самореалізації шляхом самовизначення. Ототожнюючи себе з конкретною групою людей із такими ж інтересами, студент буде більш ефективно засвоювати нову інформацію, оскільки зможе обрати для себе чітку роль дизайнера-виконавця чи дизайнера-автора. Стаття може посприяти мотивації до навчання та викликати зацікавлення до дослідницької діяльності.

Список використаної літератури

1. Автор. *Науково-виробниче підприємство «Видавництво „Наукова думка“ НАН України»*. 2022. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Автор> (дата звернення: 02.11.2022).
2. Малков С. Концепции авторства и задачи системы образования. 2012. URL: https://iphras.ru/uplfile/root/biblio/chel/ch_4/3.pdf (дата звернення: 03.11.2022).
3. Michael R. Designer as Author. 1996. URL: <https://2x4.org/ideas/1996/designer-as-author/> (дата звернення: 03.11.2022).
4. Gavin A., Nigel A. Basics Graphic Design 01: Approach and Language. 2011. 200 p.
5. Paul R. Design Form and Haos. Yale University Press, 1993. 224 p.
6. Ролан Б. Смерть Автора. 1994. URL: <https://lingvotech.com/barthes-94e> (дата звернення: 05.11.2022).
7. Гевін Е., Ніл Л. Основи. Графічний дизайн 02: Дизайнерське дослідження. Київ: ArtHuss, 2019. 192 с.
8. Гевін Е., Ніл Л. Основи. Графічний дизайн 03: Генерування ідей. Київ: ArtHuss, 2019. 192 с.