

УДК 004.92

ПЛАГИАТ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

Комина М.М., студент, кафедра МСТ ХНУРЭ
Дейнеко Ж.В., к.т.н., доцент, кафедра МСТ ХНУРЭ
Бокарева Ю.С., ст. преп., кафедра МСТ ХНУРЭ

***Аннотация.** В данной работе поднимаются вопросы, что считать плагиатом и как различить схожесть стилистических решений от копирования и точного повторения ранее созданного, без претензии на собственное авторство. Проблемы плагиата в графическом дизайне – очень актуальная тема, которая неоднократно поднимается современными дизайнерами, работающими над созданием айдентики.*

***Ключевые слова:** ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН, ПЛАГИАТ, ЛОГОТИП, АЙДЕНТИКА.*

В современном мире существует огромное количество графических дизайнеров – работающих в студиях, в агентствах, и независимых freelance. И все они ежедневно создают и публикуют огромное количество работ в открытых портфолио. Подборки референсов и создание мудбордов давно стали неотъемлемым элементом дизайнерской работы. В наше время, когда «всё уже было», в ситуации открытости информации и присутствия различных «стоков» и хранилищ с работами различных авторов разница между сходством и плагиатом становится трудно различима как для заказчиков, так и для самих дизайнеров.

Плагиат – это, по сути, воровство, умышленное присвоение авторства чужого произведения искусства или изобретения. С одной стороны, вроде все понятно, однако, как оказалось, определить, где заканчивается «цитирование» и начинается собственно плагиат – дело не такое простое.

В общем случае, любая работа дизайнера теоретически должна быть понятна и близка как идейно, так и пластически, максимально большому количеству профессионалов. В этом и кроется главная опасность: работа должна быть трендовой, так и оригинальной, чем-то непохожей. В общем, всё как в жизни: нужно отличаться от других, и при этом быть похожим.

Проблема плагиата в графическом дизайне состоит из двух неравных частей.

1. Схожие, стилистически и конструктивные решения, использование распространенных модных трендов, универсальных форм, которые нельзя однозначно определить как плагиат, они создаются, и тиражируются разработчиками с безупречной профессиональной репутацией и уровнем.

2. Прямой плагиат в самом вульгарном его значении (умышленное присвоение авторства чужого произведения), который однозначно опознается, интерпретируется и связан с непрофессионализмом и мошенничеством разработчиков.

Первая часть гораздо более актуальна, и если с обычным плагиатом всё понятно, то вот со вторым типом гораздо сложнее разобраться – обозначить какие-то вещи невозможно без споров. Такого рода разногласия часто возникают в профессиональном сообществе вокруг различных проектов, в данной работе будут

проанализированы интересные случаи умышленного или неумышленного, завуалированного плагиата.

Одной из самых противоречивых студий с точки зрения воровства идей является студия Артемия Лебедева. Многие из работ данной студии подвергаются критике в связи со схожестью их проектов с проектами других авторов. Знакомый многим любителям японской кухни и японской экзотической культуры, логотип сети японских ресторанов выполнен в традиционной форме круга, с расположенным внутри стилизованным изображением журавля, которое складывается из руки, держащей палочки. Однако, разработанный студией Лебедева в сентябре 2014, логотип ресторанов «Якитория» (рис. 1), очень многим профессиональным дизайнерам и обычным пользователям напоминает знак суши-бара MANAMI в Вильнюсе (рис. 2).



Рисунок 1 – Логотип сети ресторанов «Якитория»



Рисунок 2 – Логотип ресторана MANAMI

Как можно заметить, идея изобразить руку, держащую китайские палочки, присутствует в обоих логотипах, также в проектах используются похожие по начертанию шрифты. Однако есть одно существенное отличие – это цветовое решение логотипа студии Артемия Лебедева. Благодаря немного измененной пластике руки и использованию национальных цветов в первом логотипе, рука с палочками «превратилась» в японского журавля – одного из символов Японии. Так что можно с уверенностью заявить, что данная работа не является стопроцентным плагиатом, здесь присутствует смесь двух неординарных идей. А комбинации различных идей и элементов – это один из самых распространённых способов создания новых проектов. Разработчиков можно обвинить только в том, что они не ушли далеко в разработке силуэта, не добавили различных новых элементов и деталей.

Еще одним примером плагиата является логотип города Ярославля. В 2012 году появилось данное изображение, которое до сих пор используется администрацией города, но с тех пор разработчики (студия Артемия Лебедева) получали массу критики от пользователей, из-за схожести данного проекта с логотипом американского бренда товаров Up&Up (рис. 3, 4).

Очевидно, что форма стрелок на двух изображениях очень похожа (в логотипе студии Лебедева более короткое основание стрелки). Также есть различие в цвете, так как согласно фирменному стилю цвет изображения может изменяться для различных сред. Здесь присутствует явное заимствование чужой идеи, возможно совсем немного измененной. Одно из основных отличий – на данном изображении отсутствует шрифтовой материал на самом логотипе. В логотипе Ярославля шрифт

используется внизу от основного изображения. Главный минус данного проекта, как и предыдущего, – в разработке от студии мало добавлено элементов собственной разработки к основной идее.



Рисунок 3 – Логотип города Ярославля, студия Артемия Лебедева (2012)



Рисунок 4 – Логотип американского бренда товаров для дома Up&Up (2009)

Последнее громкое и знаковое событие, которое затронуло сферу графического дизайна и вывело фигуру дизайнера в топ-чаты мировых СМИ, – это отказ оргкомитета Олимпиады-2020 в Токио от утвержденного логотипа игр после обвинений в плагиате. Примечательно, что шум вокруг этого события был разогрет в основном профессиональным сообществом. Работа для Олимпиады дизайнера Кенджио Сано оказалась похожей на логотип театра в Льеже дизайнера Оливье Дэби (рис. 5, 6).



Рисунок 5 – Логотип Олимпиады (2020)



Рисунок 6 – Логотип театра в Льеже

Конечно же, логотип Олимпиады в Токио похож на логотип театра. У каждой из этих работ есть свои внутренние предпосылки. Токийская эмблема – это явное произведение японского дизайна. Она простая и идейно наполненная, три «Т» символизируют: Tokyo, Tomorrow, Team. В знаке театра две буквы соединились в лигатуру: Theatre + deLiège. И схожесть данной эмблемы с большой вероятностью может быть простой случайностью, ведь невооруженным глазом видны отличия в начертании шрифтов, отсутствие некоторых элементов и соединений между ними. И в том, и в другом случае выбрано верное графическое решение. Если обратить внимание на фирменные стили, то в случае с театром развитие формальное и минималистичное, чего нельзя сказать про айдентику Олимпиады, которая будет совершенно другой.

Примеры, проанализированные в данной работе, являются симптоматичными и показательными – они выявляют те противоречивые процессы, которые присущи профессии графического дизайнера.

При создании нового объекта графического дизайна можно «переборщить» с оригинальностью, и тогда есть большая вероятность, что работу никто не поймет. В настоящее время проверять свою работу на вторичность и защищать от повторов

принято юридическими методами, проходя процесс регистрации товарного знака – это хорошая школа, знание этого процесса может помочь дизайнерам в дальнейшей работе. Оказываясь в сложных условиях, диктуемых заказчиком, работая с ограниченным инструментарием и пытаясь соответствовать веяниям моды и трендов, дизайнер нередко сталкивается с тем, что когда-то «уже было». В данной ситуации особенно симптоматично то, что основной информационный шум вокруг спорных ситуаций со схожестью инициирует профессиональное сообщество.

Не стоит игнорировать влияние моды, тиражирование модной волны создаёт много одинаковых, но не плагиатных решений. мода – это мощный канал распространения каких-то решений, идей, иногда очень похожих.

В данной работе затронут один из наиболее животрепещущих вопросов графического дизайна, как вдохновляясь результатами других людей для достижения собственной цели, не скатиться до плагиата или кражи чужих идей. В ходе работы были проанализированы некоторые работы дизайнеров, рассмотрены факты совпадения и предпринята попытка определить, где находится та грань, при переходе которой вдохновение чужими идеями перерастает в их воровство. Эта грань размыта, особенно, если учесть тот факт, что никто не работает в изоляции от остального мира. Серьёзному дизайнеру, у которого есть сотни или тысячи оригинальных наработок и решений, смешно думать о заимствовании или бояться случайно повторить что-то потому, что и его собственные наработки часто кто-то ненароком копирует. Большинство дизайнеров, ученых и писателей для того и делают своё дело, чтобы распространять свои идеи.

Литература.

1. Сходство или плагиат: Дизайн в эпоху, «когда всё уже было». – Режим доступа: <https://vc.ru/p/design-plagiarism>. – 01.04.2017. – Загл. с экрана.
2. Плагиат в дизайне. Часть 2. – Режим доступа: <http://polit.ru/article/2013/06/26/plagiat/> – 01.04.2017. – Загл. с экрана.
3. Совпадение или плагиат: 3 громких дела о копировании брендов. – Режим доступа: <https://godesigner.ru/posts/view/334>. – 01.04.2017. – Загл. с экрана.
4. Плагиат в дизайне (на примере территориального брендинга). – Режим доступа: <http://www.prdesign.ru/text/2013/plagiatindesign.html>. – 01.04.2017. – Загл. с экрана.
5. Дурняк Б. В. Стандарти в поліграфії та видавничій справі: довідник / Б. В. Дурняк, В. П. Ткаченко, І. Б. Чеботарьова // Львів: Українська академія друкарства, 2011. – 320 с.
6. Lyashenko, V. V., Matarneh, R., & Deineko, Z. V. (2016). Using the Properties of Wavelet Coefficients of Time Series for Image Analysis and Processing. *Journal of Computer Sciences and Applications*, 4(2), 27-34.