

## ПРОБЛЕМА ПЛАГИАТА В ДИЗАЙНЕ

**А. П. Богданович**

*Белорусский государственный университет, г. Минск;*

*ania.bogdanovitch@yandex.ru;*

*науч. рук. – Н. Ю. Фролова, доцент*

Проблема плагиата очень актуальна в современном мире, поскольку она проникает во все области творческой деятельности: музыку, искусство, дизайн, рекламу и многое другое. Появления интернета открыло для плагиата новые возможности: он распространяется стремительно и подчас анонимно. Целью исследования стало рассмотрение понятия «плагиат», изучение актуальности проблемы плагиата, нахождение разницы между плагиатом, копированием и заимствованием, а также способы борьбы с ним. Выводом стало утверждение, что о плагиате нужно говорить и в академической среде, обсуждать эту тему со студентами, чтобы будущие специалисты уважали свой и чужой интеллектуальный и творческий труд.

**Ключевые слова:** проблема плагиата в дизайне, дизайн, плакат, авторство в дизайне.

В современном мире дизайна проблема плагиата стоит довольно остро. Современные возможности тиражирования и массового производства, глобализация и открытость культурного пространства – все это рождает возможности для нечестного заимствования чужих авторских работ и идей. И речь идет не только о продуктах дизайна. Сложная ситуация с использованием и заимствованием чужого авторского труда касается и других видов деятельности, таких как: литература, музыка, изобразительное искусство и т. д. Кроме того, массовое распространение глобальных сетей и способность находиться в них инкогнито позволило человеку практически безнаказанно использовать интеллектуальную собственность других людей.

Что же такое плагиат? Плагиат – это незаконное присвоение и кража и публикация чужого «языка, мыслей, идей или выражений» и использование их как своего собственного оригинального произведения. Обязательным признаком плагиата является присвоение себе авторства, так как неправомерное использование, опубликование, копирование произведения, защищенное авторским правом, само по себе не является плагиатом, а другим видом нарушения авторского права, часто называемый «пиратством».

Актуальность проблемы плагиата заключается в том, что очень важными критериями на рынке среди дизайнеров становятся новизна и оригинальность. Проблема маркетинговых коммуникаций затрагивает не только уровень подготовленности и профессионализма разработчиков, но также затрагивает «язык коммуникации», выраженный в визуально-графических формах.

Вместо поиска и выявления причин и условий плагиата, его обычно рассматривают в качестве филолого-юридических разбирательств, целью которых является обвинение кого-либо в некорректных заимствованиях или же, наоборот, защита от таких обвинений. Плагиат всегда воспринимается как угроза принятым моделям авторства.

Проблема защиты авторских прав в сфере дизайна актуализировалась только с середины XX века. Однако после появления интернета проблема защиты своих авторских прав стала и более глобальной и более сложно выполнимой. Предполагается, что интернет был замешан в увеличении случаев и попыток плагиата среди молодых дизайнеров и студентов. В эпоху информационной перегрузки, пронизанной бесконечными цифровыми копиями, концепцию «оригинала» становится трудно идентифицировать. Идея авторства и оригинальности начинает растворяться.

Надо сказать, что подражание, пародия, заимствование идей (без точного копирования конкретных технических решений или фрагментов произведения, т.к. сами идеи не могут быть объектом авторского права) и цитирование – это не является плагиатом. Также следует отличать от плагиата соблюдение канонов и традиций, а также работу в рамках стилистических стандартов и использование шаблонов. С плагиатом не следует путать идейную, художественную или научную преемственность, развитие или интерпретацию произведений творчества или интеллектуальной деятельности. Нужно понимать, что все произведения науки и искусства в той или иной степени основаны на ранее созданных произведениях.

Для иллюстрации проблемной ситуации можно обратиться к знаменитому плакату плакат Дмитрия Моора «Ты записался добровольцем?» (рис.1), созданный в 1920 году для красной армии, который стал эталоном как агитационного искусства, так и плакатным шедевром. Прототипы этого произведения появились на шесть лет раньше в других странах и такой композиционный прием использовался около 9 раз в разных странах. Все они очень похожи между собой: какие-то больше, какие-то меньше: только лицо или человек во весь рост, но один жест остается неизменен: человек смотрит перед собой, даже можно сказать наблюдает из плаката и показывает на него смотрящего пальцем. У всех этих плакатов цель одна: призвать добровольцев воевать. И люди, видя эти плакаты, эти взоры, безоговорочно записывались, им становилось стыдно не идти воевать. Успех был не во всех агитационных акциях, но советский плакат, безусловно, стал успехом призыва записываться в добровольцы.

Считается, что данную художественную схему впервые использовал Альфред Лит в 1914 г. в Великобритании. Сверлящий взгляд и указывающий перст министра Великобритании лорда Китченера, да еще и в перчатке! (Рис.2)



(Рис.1)

(Рис. 2)

(Рис. 3)

Один из самых успешных плакатов такого рода: плакат «Дядюшка Сэм» (Рис. 3), 1916 года художника Джеймса Монтгомери Флэгга стал один из самых популярных плакатов в мире. За годы войны в США выпустили 4 миллиона плакатов, а художник прославился как автор самого знаменитого постера в мире.

Проблему плагиата можно рассмотреть с двух ракурсов.

В-первых, понимание плагиата в самом вульгарном значении, т.е. его однозначно возможно определить как использование чужой идеи; он связан с непрофессионализмом и мошенничеством.

Во-вторых, это использование схожих стилистических и пластических решений, однако переработанных по своему. Как правило, используются распространённые тренды, универсальные формы, тиражирование композиционные схемы и т. д. В таком случае гораздо сложнее разобраться, так как определить авторство становится практически невозможным, особенно если такую работу делал профессионал.

Можно сказать, что идея становится не защищена, а может быть защищена форма и все потому, что форма всегда конкретна. Идея сама по себе довольно абстрактная, ее можно наполнить различным содержанием в нескончаемых вариантах. Вот если повторить существующую форму, то тогда авторское право вступает в силу. Но и здесь существуют свои нюансы защиты авторского права. Если художник использует форму какого-то другого художника, тогда он должен ее так преобразовать в своей работе, что проявление «прототипа» было погашено, чтобы он уходил на второй план, как некая деталь. А впечатление от новой работы было бы, по сути, другим.

Так чем же плагиат отличается от копирования и заимствования? Плагиат – это выдача чужого произведения за свое или незаконное опубликование чужого произведения под своим именем; копирование –

это внешнее подражание (допустим в знак уважения либо памяти великим художникам); заимствование – творческая переработка вдохновившимся материалом другого дизайнера.

Очень широко обсуждается тема: как же всё-таки бороться с плагиатом? Существует масса предложений:

- регистрация своего проекта, чтобы не было вопросов с авторскими правами, если вдруг вашу работу украдут;
- обсуждение темы в научной среде;
- административные наказания в виде штрафов;
- развитие общей культуры профессиональной дизайн-деятельности;
- общественное обсуждение примеров плагиата.

Отдельное внимание хочется обратить на то, чтобы академическое сообщество, так как оно формирует ценностные установки будущих специалистов. Важно обсуждать эту проблему во время учебы будущих дизайнеров, показывая примеры и объясняя разницу между плагиатом и авторской переработкой идеи. Главной задачей подготовки будущих специалистов становится формирование профессионального подхода к своей деятельности и воспитание ответственности перед обществом.

Современный дизайн неизбежно связан с решением проблем плагиата, поэтому важно принять меры в образовательной и профессиональной среде. Кроме того, необходимо воспитывать будущих дизайнеров быть этичными и ответственными в своей деятельности. Ведь: «подлинность для дизайнера – это качество, возникающее из попыток понять, как дизайн создает ощущение искренности...» [1, с. 18] и при правильной реализации таких действий, будущие дизайнеры станут более ответственными в управлении проектными работами.

#### **Библиографические ссылки**

1. Суджич Д. В. как Bauhaus: Азбука современного мира / Пер. С англ. – М.: Strelka Press, 2017. – 400 с.
2. Plagiarism in Graphic Design [Electronic resource] – 2 Art and Design International Conference 2016 (AnDIC 2016) – [https://www.researchgate.net/publication/318815041\\_Plagiarism\\_in\\_Graphic\\_Design](https://www.researchgate.net/publication/318815041_Plagiarism_in_Graphic_Design) [14.05.2019, 19:38]
3. THE PROBLEM WITH PLAGIARISM [Electronic resource] / Inge ECONOMOU – the Sixth International DEFSA Conference Proceedings, 2011 – <http://www.defsa.org.za/sites/default/files/downloads/2011conference/Economou.pdf> [14.05.2019, 18:12]