



УДК 7.012(=161.2):355.01(470:477)"2014/2024"

ПРОЄКТУВАННЯ І СПОЖИВАННЯ ПРОЄКТНИХ РОЗРОБОК В КОНТЕКСТІ ЕКОСИСТЕМИ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

УДРИС-БОРОДАВКО Наталя

Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна
udris.nata@ukr.net

Системний підхід обумовлює одночасне врахування різних аспектів функціонування графічного дизайну, які синергетично впливають на рівень його розвитку та авторитетності як інституції у суспільстві. Матеріал містить стислий огляд та взаємний зв'язок складових проектної діяльності (професійна базова освіта та наступна безперервна самоосвіта, комунікація з професійним осередком, дотримання законодавства у здійсненні економічної діяльності, оформленні відносин з стейхолдерами і клієнтами, використанні програмного забезпечення) та споживання проектних розробок (утилітарне, аналітично-дослідницьке та естетичне).

***Ключові слова:** графічний дизайн, системний підхід, дизайн-освіта, проектна діяльність, дизайн-підприємництво, онлайн-платформи для дизайнерів, споживання.*

ВСТУП

Ефективність будь-якого складного процесу в сучасному суспільстві багато в чому залежить від системного погляду на проблематику його внутрішньої структури та зовнішніх взаємодій з іншими явищами. Одночасне врахування різних аспектів складного процесу забезпечує його повноцінне та якісне функціонування без провалів в тих чи інших ділянках. Окрім інших сфер, системний підхід є актуальним і в контексті графічного дизайну, який посів визначне впливове місце в сучасних практиках візуалізації даних і комунікації.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Завдання полягає в упорядкуванні та цілісному представленні таких складових структурної моделі графічного дизайну, як процес проектування та процес споживання результатів проектної діяльності представниками цільових груп.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Аналітика експертних оглядів, нормативних документів, статистики і повсякденних спостережень доводить, що проектна діяльність графічного дизайнера має досить розгалужену структуру та пов'язана з такими факторами, як освіта, професійний осередок, технічне і програмне



обладнання, законодавче підґрунтя взаємин з клієнтами та зацікавленими стейкхолдерами.

Рівень процесу проєктування залежить від розвитку фахових компетентностей дизайнера, а якість проєктних розробок напряму пов'язана зі свідомим застосуванням в них комплексу знань художньої грамоти, теорії і методології дизайну, технічних інновацій, психології сприйняття людиною інформації, соціоніки та соціології індивідуальної і групової поведінки та інших дотичних до візуальної комунікації тем. Іншими словами, якість залежить від фаховості дизайнера, при цьому не лише отриманої під час базового професійного навчання, але й в результаті постійної самоосвіти. Загалом рівень графічного дизайну в країні корелюється зі співвідношенням професіоналів та аматорів, задіяних в цій галузі.

Професійні компетентності графічних дизайнерів фіксуються в різних програмних документах з розвитку креативних індустрій, наприклад [1], а також локальних галузевих документах законодавчого характеру, які при базовому міжнародному фундаменті мають свої особливості в кожній країні. Зокрема, в Україні таким є стандарт освіти за напрямом 022 (B2) Дизайн, освітніх рівнів «бакалавр» та «магістр», на основі якого розробляються унікальні освітні програми в ЗВО. Важливо, що стандарт є продуктом співпраці дизайнерів, освітян і чиновників.

Міжнародна рада дизайну стверджує, що дизайн – це професія. Відповідно до кодексу професійної поведінки графічного дизайнера, розробленого міжнародною радою ICOGRADA [2, с. 9-10], професійна діяльність пов'язана передусім із зобов'язаннями перед суспільством в цілому. Фахові дизайнери, на відміну від аматорів, усвідомлюють масштабність своєї діяльності з погляду функціонування суспільства та не обмежуються трактуванням графічного дизайну лише з позиції адаптації готових шаблонів продукції до потреб клієнтів, володіння вміннями використовувати програмне забезпечення та налаштовувати якісний друк накладу. Вважаємо одним з головних критеріїв високої професійності графічного дизайнера соціальну відповідальність, яка визначає значну кількість його рішень.

Важливим аспектом професійної дизайн-практики є виробнича етика, в рамках якої розглядаємо легалізацію індивідуальної проєктної діяльності в контексті сплати податків. Це вимагає реєстрації підприємництва з вказуванням відповідного виду економічної діяльності відповідно. В Україні з 2010 р почав діяти КВЕД (класифікація видів економічної діяльності), яка повністю узгоджена та співставлена з відповідною європейською класифікацією NACE, «визначення та пояснення до класифікаційних позицій КВЕД повністю відповідають визначенням і поняттям, встановленим ЄС для використання у NACE, а також відповідають тим, що опубліковані у Вступі до ISIC» [3]. Зокрема, введений клас 74.10 «Спеціалізована діяльність із дизайну» містить чотири складові, одна з яких чітко сформульована як «діяльність графічних дизайнерів». Результативність ведення професійної практики з погляду на економічні показники розглянути у попередньому підрозділі в контексті системної взаємодії графічного дизайну та економіки як складової



системи суспільства. Регулярне оновлення статистичних даних доступне, хоча і на частково платних умовах, на відкритому ресурсі Опендатабот.

Не менш важливим аспектом виробничої етики у продукування нових проєктів є дотриманні законодавства щодо інтелектуальної власності та використання ліцензійного програмного забезпечення. Якщо в Україні це питання стало актуальним впродовж останніх 5-7 років і пов'язано це, передусім, з інтеграцією в Євросоюз та вимогами приведення умов здійснення професійної діяльності до світових стандартів, то в країнах Європи, Америці виконання проєктів в нелегальних програмах є порушенням законодавства.

Процес споживання результатів проєктної діяльності представниками цільових груп умовно поділяємо на утилітарне, аналітично-дослідницьке та естетичне. Під утилітарним маємо на увазі використання людьми об'єктів, спроектованих графічними дизайнерами, за прямим призначенням, тобто споживання інформації або використання для будь-яких особистих та соціальних активностей. Ефективність споживання напряму залежить від рівня професійності проєктування, а результат проявляється у збільшенні зацікавленості адресатами тими процесами, про які йдеться в проєкті графічного дизайну, та/або популяризації сектору, який презентує цей проєкт.

На особливу увагу в контексті системного розвитку графічного дизайну заслуговує другий вид споживання. Він є проявом вторинного, побічного ефекту від здійснення проєктом своєї головної функції. Продукція графічного дизайну є предметом участі у професійних виставках, конкурсах та фестивалях, на яких вони також є предметом споживання, але з метою естетичного задоволення, пізнання особливих прийомів проєктування, дослідження тенденцій у візуалізації та створення образів, рівня професійної підготовки дизайнерів, стану розвитку галузі загалом. Адресатами в таких випадках є фахові дизайнери, експерти галузі, науковці, освітяни, здобувачі освіти в галузі графічного дизайну, графіки та суміжних секторів, інтелектуали культурної галузі, рідше – потенційні клієнти та бізнес-партнери.

Носіями та локаціями, що містять численну кількість зразкової та професійно створеної продукції графічного дизайну, вважаємо наступні: друковані та електронні видання з напряму дизайну, виставки і каталоги тематичних фестивалів та конкурсів, експозиції та каталоги професійних конкурсів, музеї. Цінність таких збірань в тому, що вони пройшли відбір компетентних представників сектору та відповідають високому рівню проєктування. Споживання та аналітика з боку адресатів зорієнтовані на виявлення особливостей, закономірностей та інновацій у візуальних прийомах, техніках, компонованні текстових та візуальних матеріалів, колориті, підходів до обґрунтування ідей. Скупчення високоякісних проєктів презентують загальні здобутки та рівень галузі, надають підстави для виявлення соціально і культурно-впливових можливостей графічного дизайну та формування нових місій.

З розвитком технологій утворилися професійні онлайн-платформи, де графічні дизайнери презентують свої проєкти. Вибір проєктів для оприлюднення здійснює сам дизайнер або студія, підтвердження їхнього рівня здійснюють самі адресати, які мають можливість інтерактивно відреагувати на



ті чи інші проекти, висловивши прихильність відміткою або коментарем. Ці платформи мають потужне значення у соціальній комунікації, як локальної, так і міжнародної. Сьогодні найбільш актуальні для інтерактивності між дизайнерами та глядачами уgrupовуються в дві категорії: загальноновживані (Instagram, Facebook, YouTube, TikTok, X (Twitter)) та спеціалізовані, розроблені суто під потреби дизайнерів візуальних комунікацій (Behance, Dribbble, Pinterest, UpWork, Fiverr). Кожна з цих мереж має свою специфіку та задоволення ті чи інші базові і додаткові потреби графічних дизайнерів та їх підписників [4].

Активне і комплексне використання дизайнерами соціальних мереж забезпечує поширення його персонального бренду серед потенційних адресатів та партнерів різної цільової орієнтації [5]. Інтерес до діяльності конкретного графічного дизайнера, реакції та обговорення його проектів сприяють утворенню нових соціальних груп, які об'єднують людей, різних за віком, статусом, професією, регіоном проживання. Групи фактично існують у соціальних мережах, але по суті, проявляють нові критерії сегментації в реальному житті. Представники цих груп активно демонструють свою причетність до спільноти, вступають в інформаційну взаємодію через дискусії. Саме ця активність прихильників стає одним з факторів популярності та успішності дизайнера, зростання його рейтингів та, окрім фінансової успішності, створює можливості впливу на соціокультурний стан в суспільстві.

Системні зв'язки між всіма складовими процесів проектування та споживання проектів графічного дизайну (рис. 1), а також увага до одночасного їхнього збереження, розвитку та удосконалення сприяє підвищенню рівня графічного дизайну як впливової соціокультурної інституції.

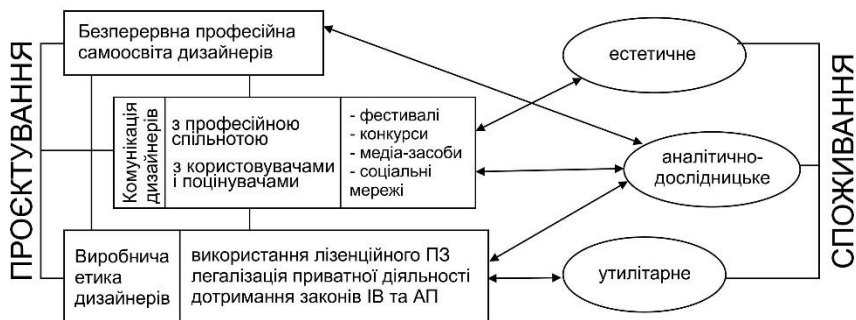


Рис. 1. Системні зв'язки процесів проектування та споживання продукції графічного дизайну.

ВИСНОВКИ

Процеси проектування та споживання продукції графічного дизайну є складовими його екосистеми, їхній рівень залежать від низки пов'язаних



факторів: базова професійна освіта дизайнерів та її продовження в системі самоосвіти, що проявлено у широкому розумінні функцій дизайну і, зокрема, соціальній відповідальності; комунікація дизайнерів з представниками професійного осередку шляхом участі у спільних подіях, акціях та розробці програмних документів; презентація своїх проєктів на фестивалях, конкурсах та онлайн-платформах, що розширює естетичне споживання поціновувачів та аналітичне споживання дослідників, викладачів і студентів; формування дизайнерами персонального бренду з оприлюдненням у соціальних мережах; виробнича етика і прозорість у використанні технічного обладнання і програмного забезпечення, легалізації приватної діяльності, договірної оформлення взаємин з клієнтами та зацікавленими стейкхолдерами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кривецька Л. Компетенції графічного дизайнера. Аналітичний матеріал. Львів: PPV.NET.UA, 2019. URL: https://ppv.net.ua/uploads/work_attachments/Graphic_Designer_Competencies_UK_Model_PPVKN_2019_UA.pdf (дата звернення: 13.03.2025).
2. ICO_ Professional Code Of Conduct For Designers Professionalism In Design. URL: https://www.theicod.org/storage/app/media/resources/ICO_Professional_Code_of_Conduct.pdf (дата звернення: 13.03.2025).
3. Наказ №396 «Про затвердження Методологічних основ та пояснень до позицій Класифікації видів економічної діяльності» <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0396832-11#Text>
4. Гордійчук Я. Сервіси репрезентації персонального бренду та соціальної інтеракції графічних дизайнерів. Український мистецтвознавчий дискурс. 2024. №3. С. 34–42. <https://doi.org/10.32782/uad.2024.3.5>
5. Удріс-Бородавко Н. Соціально-комунікативні аспекти самопрезентації як складової персонального бренду дизайнера. Art and Design. 2024. (4). С.165–179. <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2024.4.13>

UDRIS-BORODAVKO N.

PROJECTING AND CONSUMING PROJECT DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF THE GRAPHIC DESIGN ECOSYSTEM

The systematic approach requires simultaneous consideration of various aspects of graphic design functioning that synergistically affect the level of its development and credibility as an institution in society. The material provides a brief overview and interconnection of the components of design activity (professional basic education and subsequent continuous self-education, communication with the professional community, compliance with the law in conducting economic activities, formalizing relationships with stakeholders and clients, and using software) and the consumption of design developments (utilitarian, analytical, research, and aesthetic).

Key words: *graphic design, systematic approach, design education, project activity, design entrepreneurship, online platforms for designers, consumption.*