

УДК 376.1

## СУТНІСТЬ І КРИТЕРІЇ КРЕАТИВУ В ДІЯЛЬНОСТІ ДИЗАЙНЕРА

кандидат педагогічних наук, Дяченко А.В.

Мистецький інститут художнього моделювання та дизайну імені Сальвадора Далі, Україна, Київ

*У статті розглянуті сутність і критерії поняття «креатив» у діяльності дизайнера (на прикладі робіт сучасних українських дизайнерів). Креатив визначено як комерційну творчість, спрямовану на створення креативного товару. Проаналізовані особливості діяльності українських дизайнерів та їхня відкритість для суспільства. Розкрито своєрідні здібності оригінальних задумів та реалізації їх відтворень, вміння творчо вирішувати технічні завдання, їх звернення до традицій та власного досвіду. Досліджені критерії креативу: зв'язок з природою, натхнення від мистецтва, гуманізація, соціологізація, ідентифікація та філософія.*

*Ключові слова: креативність, креатив, критерії креативу, дизайн, дизайнер, діяльність дизайнера.*

*кандидат педагогических наук, Дяченко А.В. Сущность и критерии креатива в деятельности дизайнера / Институт искусств художественного моделирования и дизайна имени Сальвадора Дали, Украин, Киев*

*В статье рассмотрены суть и критерии понятия «креатив» в деятельности дизайнера (на примере работ современных украинских дизайнеров). Креатив определено как коммерческое творчество, направленное на создание креативного товара. Проанализированные особенности деятельности украинских дизайнеров и их открытость для общества. Раскрыты*

*своеобразные способности оригинальных замыслов и реализации их отображений, умение творчески решать технические задачи, их обращение к традициям и собственного опыта. Исследованы критерии креатива: связь с природой, вдохновение от искусства, гуманизация, социологизация, идентификация и философия.*

*Ключевые слова: креативность, креатив, критерии креатива, дизайн, дизайнер, деятельность дизайнера.*

*PhD in Pedagogic, A. Dyachenko Criteria essence and creative activity in the designer / Art Institute art and design, modeling named Salvador Dali, Ukraine, Kiev*

*In the articles considered essence and criteria of concept “creation” are in activity of designer (on the example of works of the modern Ukrainian designers). The analyzed features of activity of the Ukrainian designers and their openness are for society. To the Ukrainian designers peculiar abilities to develop original after designer intention and implementation creations, creatively to decide composition, technical tasks, appeal to traditions and creative experience as to the home artistic culture. Professional mastery, that appears in ability to recreate at the help of drawing tools an authorial idea, design-suggestion, distinguishes the Ukrainian designers also, performer of experimental standards. A designer creates a high-quality product, able to influence on forming public, gladly renders a methodical and professional help to the productive enterprises, organizations, can cooperate with the creative workers of culture and art. Investigational criteria of creation: connection with nature, inspiration from an art, humanizing, socialized, authentication and philosophy.*

*Keywords: creativity, criteria of creation, design, designer, activity of designer.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.** В сучасних умовах проблема розуміння сутності та критеріїв креативу в діяльності дизайнера особливо важлива. Більшість вітчизняних вишів, які готують фахівців з дизайну, виходять з того, що в процесі навчання вирішального значення набувають не стільки здобуття необхідних знань та вмінь, скільки здатність до їх інтеграції на високому професійному рівні. В стрімкому суспільстві, яке розвивається, спостерігаються зміни, що потребують не тільки постійного поповнення фахових знань і вдосконалення вмінь, а також їх оптимального засвоєння та організації робочого часу, місця, технічних процесів, виявлення креативу в діяльності дизайнера.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми.** Вивчення сутності та критеріїв креативу в діяльності дизайнера започатковано в працях О.О. Фурси «Розвиток дизайн- освіти в Україні і зарубіжжі: історико-порівняльний аспект» (2011), «Професійна підготовка дизайнерів у контексті неперервної освіти» (2014), Єршової О.М. «Генезис підготовки фахівця-дизайнера» (2012), Камінської А.В. «Організаційно-педагогічні засади підготовки майбутніх дизайнерів у вищих навчальних закладах України» (2013) та інших. Однак вивченню сутності та критеріїв креативу в діяльності дизайнера не приділено належної уваги.

**Мета статті** – дослідити сутність і критерії поняття «креатив» у діяльності дизайнера (на прикладі роботи сучасних українських дизайнерів).

**Завдання** – розглянути значення та вивчити критерії поняття «креатив» у діяльності дизайнера.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Загальновідомо, що дизайнер (англ. designer від design – проектувати, спеціаліст з художнього проектування естетичного вигляду промислових виробів) є фахівцем з дизайну. Термін «дизайн» тлумачиться як «художньо-конструкторська діяльність, спрямована на створення нових видів і типів виробів, які б відповідали вимогам суспільства (корисності, зручності в експлуатації, краси і т. ін.) [1, с. 11]. Дизайнер уподібнюється до художника: так само безпосередньо вчиться у природи відчуттю матеріалу, архітектоніці, гармонії й доцільності форм. Українським дизайнерам властиві вміння розробляти оригінальні за дизайнерським задумом та виконанням витвори, творчо розв'язувати композиційні, колористичні й технічні задачі, апелювати до традицій та творчого досвіду як вітчизняної художньої культури. Вирізняє українських дизайнерів також професійна майстерність, що виявляється у здатності відтворювати за допомоги образотворчих засобів авторську ідею, дизайн-пропозицію, розвиненість навичок проектанта, конструктора, макетувальника, виконавця експериментальних зразків. Дизайнер створює високоякісний продукт, уміє впливати на формування громадської думки, охоче надає методичну та фахову допомогу виробничим підприємствам, проектно-конструкторським службам, організаціям (він відкритий до спілкування), може співпрацювати з творчими працівниками культури і мистецтва, вільно орієнтується у різноманітті сучасних творчих та культурно-історичних процесів, має життєве кредо і неухильно слідує йому, постійно розвивається як творчий суб'єкт культури, використовує культуротворчі чинники (таблиця 1).

Таблиця 1.

## Сучасні українські дизайнери

№ пор.	Прізвище, ім'я	Особливості фахової діяльності	Відкритість для суспільства
1	2	3	4
1	Серж (Сергій) Смолін (1970)	бездоганність, міцність і довговічність характеризують роботи дизайнера. На створення колекції «Поєдинок» дизайнера надихнув енергійний ритм аргентинського танго. В новій капсулі використовує мускулісті кольори: темно-синій, криваво-червоний, аспідно-чорний, графітовий – у поєднанні зі світлими відтінками бежевого. Комбінує різні текстури тканини: трикотаж і перфоровану шкіру, хутро і оксамит, пайетки і вовну, що підкреслює силу духу і емоційність колекції. Образ чоловічої колекції доповнюють головні убори – фетрові капелюхи. Життєве кредо: «Крім людей і подорожей, натхнення завжди там, де мистецтво, я всюди відвіую музеї»	бренд чоловічого одягу IDoL, представлений двома лініями одягу: 1) унікальні чоловічі костюми, створені за індивідуальними лекалами, з урахуванням усіх анатомічних особливостей будови тіла, на які йде 80 годин ручної праці; 2) колекції чоловічого одягу ready - to – wear
2	Ірина Каравай (1978)	створює одяг для відкритих і допитливих людей, розробляє також корпоративний стиль для великих компаній. Відмітні риси речей – тонкі стилістичні рішення та висока якість виконання, використання передових	Бренд Nota Bene & Karavay випускає 4 колекції одягу на рік

		технологій, унікальність ручного декору. Особливу увагу приділено кольорам і деталям. Життєве кредо: «Важливо не те, що ти робиш, а те, як ти це робиш»	
3	Andre Tan (Андрій Тищенко) (1982)	один з найбільш комерційно успішних дизайнерів України і постійний учасник Українського тижня мод. Створив і запатентував власний напрям «інтелектуальної моди», особливий стиль Smart Couture	відкрив школу, де навчаються стилісти, дизайнери, менеджери модної індустрії, бере участь у зйомках телепередачі «Велике перевтілення», відкрив ресторан «Andre Tan Concept Bar»
4	Саша (Олександр) Каневський (1983)	дизайнер «нового покоління», поєднує спортивний та casual стилі, віддає перевагу високоякісним і природним матеріалам (бавовна, льон). Сполучає складний крій і легкість силуету, додавши до цього найнеймовірніші ідеї. Переконаний, що одяг має бути зручним. Життєве кредо: «Мій одяг в Україні купують люди творчих професій, у яких є гроші. Нікчемний відсоток. Я вважаю, що мої клієнти ще ходять до школи»	Luxuniform виконує комерційні замовлення – розробляє лекала і моделі уніформи та шиє корпоративний одяг; лінія базового одягу Übernormal: футболки, тренувальні брюки, товсточки, шапки; марка чоловічого одягу prêt-à-porter sasha.kanevski
5	Анастасія Іванова (1988)	«королева жіночних суконь», працює тільки з високоякісними тканинами. Звертає увагу на якість вивороту наряду, бо переконана, що виворіт – це душа виробу. Життєве кредо: «Я людина творча і	створює 4 колекції pret-à-porter на рік. Бренд є максимально доступним для українських покупців

		намагаюся думати, як змінити цей світ на краще». Кожне творіння наповнює особливою філософією кольору, головна ідея якої – легкість, позитивні думки, істинна краса.	
--	--	--	--

Як видно з таблиці, сучасним українським дизайнерам притаманна креативність: вони вміють творчо мислити, самостійно переносять засвоєні знання й набуті вміння в нову ситуацію, всебічно розглядають проблему, вивчають структуру об'єкта, його можливу нову функцію, здатні альтернативно розв'язувати проблему. Слово «креативність» походить від англ. to create – творити і має два значення. 1. Творча спрямованість, готовність до формулювання, прийняття і створення принципово нових ідей та рішень, що відрізняються від традиційних або загальноприйнятих. 2. розм. Кмітливість, винахідливість, нестандартність [2]. Отже, «креативність» тотожна «творчості», що вживається також у двох значеннях. 1. Діяльність людини, спрямована на створення духовних і матеріальних цінностей. 2. Те, що створено внаслідок такої діяльності, сукупність створеного кимось. Проте відмінність все ж є, оскільки креативність стосується комерційної творчості, тобто слово вужче за значенням. Вживаючи слово «креатив» (від англ. create – зробити, створити щось нове або оригінальне) ми підкреслюємо, що йдеться про виробництво творчої (комерційної) ідеї. Розрізняють два значення слова «креатив»: 1) результат або процес роботи і 2) методи отримання креативних ідей. Креатив (комерційна творчість) спрямований на створення креативного товару, призначеного для продажу. Успіх креативного товару, як і будь-якого іншого товару або послуги, ґрунтується на задоволенні споживчих очікувань, емоційних, духовних, естетичних потреб, залежних від точки зору і системи цінностей споживчої

аудиторії. До креативних товарів можна віднести одяг, який є результатом комерційної творчості дизайнера. Цінність популярного креативного товару визначається його комерційним успіхом. Наприклад, весняна пропозиція Icon Mania: «На вулиці все ще холодно, тому доречною буде довга сукня до підлоги з асиметричними лініями від бренду Icon Mania – вона зробить Ваш образ витонченим і злегка загадковим. Яскравий варіант повсякденного образу, який підкреслить Вашу фігуру, а натуральна тканина даруватиме Вашому тілу лише комфорт», – має на меті створення чарівного образу жінки, яка цінує турботу про неї (захист від холоду, м'який дотик натуральної тканини, яскравий колір сукні на тлі сірого березня). Сутність креативу дизайнера виявляється у філософії – визначити головне в одязі весняної колекції, що обумовлене глибинними зв'язками з природою й тенденціями розвитку моди (довжина сукні, асиметричні лінії) і пізнається на рівні теоретичного мислення, спрямованого на створення витонченого і загадкового образу жінки. Критерії (ознаки, взяті за основу класифікації) креативу в діяльності дизайнера, на наш погляд, можна визначити в такий спосіб (рисунок 1):



**Рис.1. Критерії креативу**

*Джерело: Власна розробка.*



Зв'язок з природою (1). Дизайнер, як правило, створює чотири колекції одягу на рік, що відповідає одній з чотирьох пір року. Звідти беруть кольори (час буяння трав, цвітіння квітів, дозрівання плодів і ягід, падолисту). Матеріали відповідають порі року: зимовий сезон є найхолоднішою порою року, тому пропонують вироби з хутра, вовни, кашеміру тощо. Гармонія природи обумовлює дивовижну гармонію форм і кольорів дизайнерських моделей одягу. Натхнення для колекції одягу до Лії Сін прийшло від природи, а саме: від квітучих дерев і тендітних білих квітів. Дизайнер запропонувала жіночні сукні з шовку, мережива і трикотажу виконаних у ніжно-зелених, бежевих, білих кольорах. Натхнення від мистецтва (2). Всі види мистецтва надихають на створення колекцій одягу, тому природним для дизайнера є відвідування музеїв, галерей, концертів, використання музики під час показів. Народний одяг у краєзнавчому музеї може надихнути на створення сорочок, суконь і костюмів, оздоблених вишитим орнаментом. Картина Т. Яблонської «Ранок» надихнула дизайнера Тетрадзе Бічолу на створення сукні синього кольору, як ранок у перші години дня. Гуманізація (3). Поняття походить від лат. *human* – людина, тлумачиться як «олюднення». Дизайнерський одяг відповідає інтересам людини, є зручним для неї. На думку Камінської А. В., дизайнеру притаманні гуманітарне світобачення, висока загальна та екологічна культура, почуття моральної відповідальності, естетичне чуття, розвинена просторово-часова уява, вільне володіння засобами відображення ідей та інформації [3]. Соціологізація (4). Являє собою процес входження дизайнера в суспільство, встановлення соціальних зв'язків та інтеграції в сучасне суспільство. Дизайнер Оксана Муха створює весільні сукні, задовольняючи потреби дівчат у красивому вбранні для проведення урочистого обряду одруження, а також святкування з цієї нагоди за народним

звичаєм. В. Анісімов пропонує для чоловіків, у яких в пріоритеті спортивна статура, речі-трансформери та мілітарі. Ідентифікація (5). Дизайнер ототожнює себе з певним етносом, його культурою. Роксолана Богуцька поєднує в своїх колекціях одягу сучасний крій та українські етнічні елементи декору. Лія Сін створила колекцію суконь різної довжини у нейтральній, земляній палітрі кольорів, які контрастують із червоними шкіряними деталями, що нагадують традиційний шведський костюм. Федір Возіанов постійно експериментує, намагаючись відтворити світосприйняття сучасної людини, пропонує різноманітні сукні: класичну з одним швом, просту і водночас елегантну квадратну. Філософія (6). Дизайнери дотримуються власної філософії життя, що розглядає питання смислу, мети створення і значення одягу в житті людини, прагнуть «зрозуміти життя з нього самого». Вікторія Гресь створює інтелектуальний одяг, відчуває всі тенденції моди і вміло їх поєднує з різними історичними епохами, її покази схожі на вистави. Наприклад круїзна колекція, для якої дизайнер використала батист, бавовну, шифон, декоровані мереживом ручної роботи. Сукні й костюми вдало доповнювала біжутерія у вигляді довгого намиста з перлів, гаптованих браслетів. Наприкінці показу моделі запустили в повітря паперові літачки, що нагадували білих чайок, які кружляли над морем. «Колекція про жінок, про кохання – про все те, чого так не вистачає і що так потрібне нинішньому суспільству», – підсумовує В. Гресь [4]. Оксана Караванська постійно експериментує. Основою показу нової колекції «Український Haute Couture» стали вишиванки, які вишивали найкращі майстри Західної України. Її героїнями стали: королева Франції Анна Ярославна, оперна співачка Соломія Крушельницька та матір митрополита Андрія Шептицького – Софія Фредро-Шептицька. Дизайнер акцентує увагу на збереженні традицій,

переконана, що «важливо передавати знання майбутнім поколінням», яким адресована «Стильна книжка для панянки». О. Караванська дотримується філософії, згідно з якою: «Мода – це коктейль електричних вітрів, змішаних у шейкері часу» [5, с. 7]. Кожна створена модельєром колекція одягу, відповідно, новий коктейль часу, джазу тощо.

**Висновки з дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку.** Поняття «креатив» є похідним від «креативність». Креатив розуміємо як комерційну творчість, спрямовану на створення креативного товару, призначеного для продажу. В діяльності дизайнера можна виокремити такі критерії креативу: зв'язок з природою, натхнення від мистецтва, гуманізація, соціологізація, ідентифікація та філософія.

Перспективи подальших розвідок у даному напрямі пов'язані з аналізом методів отримання креативних ідей сучасними українськими дизайнерами, оскільки зараз у Європі та Америці є великий попит на вітчизняні бренди, які довели свою якість на світовому ринку. Українська вишиванка є окрасою світових подіумів. Дизайнери широко використовують у своїх колекціях футболки, сукні та костюми, оздоблені вишитим орнаментом.

### **Література:**

1. *Академічний тлумачний словник української мови в 11 т. К., 1980. Т. 11. С. 678.*
2. *Словник іншомовних слів. [Електронний ресурс]. URL: [www.jnsm.com.ua/ures/book](http://www.jnsm.com.ua/ures/book) (Дата звернення: 06.03.2017).*
3. *Камінська А.В. Організаційно-педагогічні засади підготовки майбутніх дизайнерів у вищих навчальних закладах України. [Електронний ресурс]. URL: [nvd.luguniv.edu.ua/archiv](http://nvd.luguniv.edu.ua/archiv) (Дата звернення: 06.03.2017).*

4. *20 років по тому...* Вікторія Гресь. [Електронний ресурс]. URL: <http://varosh.com.ua> (Дата звернення: 06.03.2017).

5. Караванська О. *Стильна книжка для панянки*. Львів: Вид-во Старого Лева, 2015. 144 с.

**References:**

1. *Academic Dictionary of the Ukrainian language in 11 v. K.*, 1980. Т. 11. S. 678.

2. *The dictionary of foreign words*. [Electronic resource]. URL: [www.jnsm.com.ua/ures/book](http://www.jnsm.com.ua/ures/book) (Date of appeal: 06/03/2017).

3. Kaminska A. *Organizational and pedagogical principles of training future designers in higher educational institutions of Ukraine*. [Electronic resource]. URL: [nvd.luguniv.edu.ua/archiv](http://nvd.luguniv.edu.ua/archiv) (Date of appeal: 06/03/2017).

4. *20 years later ... Victoria Gres*. [Electronic resource]. URL: <http://varosh.com.ua> (Date of appeal: 06/03/2017).

5. *A. Karavanska book for stylish ladies*. Lviv: Izd Old Lion, 2015. 144 p.