

індустрій України, яка дозволяє адаптуватися до сучасних викликів, реагувати на соціальні трансформації та відігравати важливу роль у процесі культурної та економічної відбудови країни.

Література:

1. Дерман Л.М, Вовк А. А. Технологічна освіта дизайнерів в умовах війни. *Технологічна освіта: сучасні реалії та перспективи розвитку*: матеріали XIII Міжнарод. наук.-практ. конф., присвяч. пам'яті академіка Д. Тхоржевського (Київ, 23 лютого 2024 р.). Київ: УДУ імені Михайла Драгоманова, 2024. С. 73–76
2. Дерман Л.М, Вовк А. А. Цифрові тренди. Виклики та можливості для України та світу. *Цифрові трансформації та інноваційні технології в економіці*: матеріали Міжнарод. наук.-практ. інтернет-конф., (Ломжа – Харків, 14 березня 2024). Ломжа – Харків, 2024. С. 124–128
3. Комар В. О. Тенденції розвитку культурно-креативних індустрій в Україні першої чверті XXI століття. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2024. № 4. С. 111–117.
4. Мазур О., Квітка С. Вплив цифрової трансформації на розвиток креативних індустрій. *Public administration aspects*. 2024. № 12(1). С. 121–128.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-500-9-46>

МИСТЕЦЬКА АКЦІЯ ВОЛЬНАНОВА: ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ, КОНЦЕПТИ

Гладун О. Д.

кандидат мистецтвознавства, доцент,

директор

Комунальна установа «Обласний художній музей»

Яковець І. О.

доктор мистецтвознавства, професор,

завідувач кафедри дизайну

Черкаський державний технологічний університет

м. Черкаси, Україна

З початком повномасштабної російсько-української війни в українському культурному просторі виникла нагальна потреба у створенні, утвердженні та широкому розповсюдженні актуальних

світоглядних ідей, а також у їх подальшому поширенні серед європейської і світової спільноти.

Організаторами такої Акції (назва ВОЛЬНАНОВА), яка на початку війни згуртувала навколо себе українських художників та дизайнерську молодь, стали: Олексій Роготченко – провідний науковий співробітник Інституту проблем сучасного мистецтва України (ІПСМУ), професор – ініціатор Акції (!); Костянтин Чернявський, голова Національної спілки художників України (НСХУ), доцент; Інна Яковець – завідувачка кафедри дизайну Черкаського державного технологічного університету (ЧДТУ), професор; Ольга Гладун – директорка Черкаського обласного художнього музею (ЧОХМ), доцент.

Назва ВОЛЬНАНОВА утворена з двох слів за Заповітом Тараса Шевченка «і мене в сім'ї великій, в сім'ї ВОЛЬній, НОВій...». Робота мистецької акції розпочалася у березні 2022 р. Прикладання творчих зусиль здійснювалося за двома основними напрямками – Арт і Дизайн. Організаторами Акції було визначено основні завдання: формування національної ідентичності України; висвітлення проблеми сприйняття трагедії геноциду українського народу; увічнення героїзму й жертвовності українців; збагачення історичної культурної пам'яті про захисників та загиблих під час російсько-української війни; візуалізація образів майбутнього розквіту та відродження України. Як одне із важливих завдань Акції декларовано підтримку інформаційної політики ворога та послаблення моральних сил країни-агресора.

Метою Акції було створення нових художніх образів (Арт) та актуальних візуальних меседжів (Дизайн), які б висвітлювали ідеї свободи нації, право на її самоідентифікацію, відстоювання справедливого миру. Акція передбачала виконання культурним фронтом своєї професійної місії і на початку війни мала великий терапевтичний вплив на її учасників.

Наразі усі організаційні завдання Акції реалізуються на науковій базі кафедри дизайну ЧДТУ та виставковій платформі музею (ЧОХМ), у спільних творчих проєктах, де «концептуально розкривається тема особливостей сучасної української культури у стані «війна» та екзистенційні проблеми людини, яка зіштовхнулася з новими цивілізаційними викликами» [1, с.328].

Початково, беручи до уваги агітаційну роль плаката часів Другої світової війни, на дизайнерів-графіків покладалося завдання підтримки високого морального духу українського народу і можливість висловити подяку збройним силам України та воїнам-героям, захисникам Батьківщини.

Однак, по мірі надходження до оргкомітету плакатів-проєктів ставало зрозумілим, що візуальна мова «класичного плаката» виглядає застарілою, не суголосною сучасному візуальному контенту. У відповідальних за дизайнерський аспект осіб інколи виникало відчуття невідповідності і, навіть, неоднозначності візуального виразу, запропонованого молодими дизайнерами. Маємо зазначити, що питання

невідповідності у номінації Арт не виникало. Вочевидь, живописне мистецтво володіє більш широким пластично-часовим ресурсом, його візуальні образи за рахунок пластичності матеріалу виконання і складності й глибини образу виглядають переконливо.

Маємо зауважити, що плакатне мистецтво теж може бути і глибоким, і тим більш – переконливим. Однак, глибина і переконливість плакатної мови має виключно коротку дію. Оскільки концепти, які створює образотворче мистецтво, як правило, більш ускладнені, емоційно розгорнуті у просторі і часі, чого не можна сказати про плакат, який діє за принципом міні-максі (мінімум засобів – максимум виразності).

Плакат – це короткий, чітко сформульований вербально-візуальний меседж, який не передбачає сумнівів і недовомовленостей. Інтрига, провокація, сумніви у плакаті можливі лише тоді, коли останні передбачено, навмисне заплановано дизайнером-проектантом. Якщо живописний, графічний станковий твір мистецтва сприймається-прочитується більш уповільнено, вдумливо то, плакат – навпаки – має «говорити» чітко, влучно, зрозуміло і гостро-емоційно. Старі плакатні прийоми уже не викликають емоцію. Як відомо, саме емоційне сприйняття інформації забезпечує комунікацію з реципієнтом.

Зважаючи на кардинальну зміну ціннісної парадигми, прийшло розуміння необхідності нового візуально-мовного ресурсу: формування нових образів, символів, знаків, композиційних конструктів, відповідно до сучасного сприйняття світу та технологічного інструментарію. А на тлі повномасштабної війни – кардинальних ціннісних гуманітарних змін – про нові проблеми маємо говорити адекватною часу (ною) мовою.

На тлі масиву отриманих проєктів-плакатів і з'явилося розуміння необхідності формування актуальної (нової) візуально-пластичної виразності, що складається з нових знаків, символів, оновлених архетипів, а за великим рахунком – нових візуальних концептів.

Необхідність їх розробки надихнула до створення на кафедрі дизайну Черкаського державного технологічного університету дисципліни «Концептуальне проєктування» за освітньою програмою магістратури «Дизайн і візуальна культура». Викладачами та студентами курсу, на основі попередніх досліджень, було актуалізовано новий напрям, адже сучасні реалії «потребують нових форматів меседжів, де Україна фігурує не тільки як країна у війні, а як країна, яка має демократичні цінності, великий потенціал та чисельні здобутки» [2, с. 97].

Візуальні стереотипи швидко старіють, втрачають актуальність, за давньою... Сучасний графічний дизайн є виробником нових візуальних стереотипів. Тому кафедра працює над проєктуванням, створенням нових символів та знаків. Відповідно, особливу увагу звернено на глибинні пласти культури, трипільські мотиви, руни, язичницькі слов'янські символи.

Одним із аспектів, простим і тим, що легко сприймається, стало звернення до знакових, відомих у світі персон. Оновлено та введено до

масового візуального обігу образи постатей історичних, політичних, культурних діячів України, які так чи інакше вплинули на формування української державності.

Важливим є розуміння того, що ми працюємо не лише для української громади, контексти впливу є ширшими. Промоція українських гуманістичних цінностей є важливим інструментом впливу на світову аудиторію.

Окремим аспектом прикладання зусиль стала актуалізація сучасних знакових іміджевих постатей українців, які зробили визначний внесок у розвиток світової культури, науки, спорту.

По мірі зростання надісланих творів (на сьогодні прийнято в роботу понад 500 одиниць) відкриваються нові теми та напрями роботи Акції.

Усі вони апробуються на теоретико-методологічному рівні кафедри дизайну ЧДТУ у процесі викладання дисципліни «Концептуальне проєктування».

Література:

1. Пушонкова О. Філософія сучасної війни і місія музею. Матеріали міжнародного круглого столу «Музейна педагогіка в умовах воєнного стану» 26 травня 2022 року / За ред. С. Довгого. Київ: Національний центр «Мала академія наук України». С.327-331.

2. Яковець І., Гладун О., Луговський О. Міжнародна мистецька акція **ВОЛЬНАНОВА** як динамічна система: проєкт «neveragain#2022*»//Візуальне мистецтво у контексті сучасних культурних практик. Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції (23-24 листопада). Черкаси, Вертикаль. ФОП С. Кандич. С. 96-97.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-500-9-47>

ІНКЛЮЗИВНІ ІГРАШКИ ДЛЯ ДІТЕЙ ІЗ ПОРУШЕННЯМИ КОЛЬОРОСПРИЙНЯТТЯ: ПРИНЦИПИ РОЗРОБКИ ТА ПРАКТИЧНІ РІШЕННЯ

Дерман Л. М.

*кандидат філософських наук, доцент,
завідувач кафедри дизайну*

*Український державний університет імені Михайла Драгоманова
м. Київ, Україна*

Сприйняття кольорів відіграє важливу роль у процесі гри, навчанні та соціалізації дітей з порушенням колірної сприйнятливості. Однак для таких осіб, стандартні іграшки можуть стати джерелом труднощів та