

експлуатація тощо - все це вже давно переросло з непопулярної теорії в стабільну і повсюдно застосовну практику.

В роботі було досліджено взаємозв'язок екодизайну та екологізації суспільства. Встановлено необхідність переорієнтації процесу проектування для людини-споживача на проектування для людства-споживача, з метою сповільнення негативного впливу на навколишнє середовище. Визначено, що екологічна відповідальність виробників та споживачів є важливими складовими процесу екологізації та є якісними показниками соціокультурного рівня розвитку суспільства. В подальшій роботі є перспективним дослідження екологізації вітчизняного суспільства, визначення можливих характерних рис українського екодизайну.

Література

1. Известия iz. Сделаем это по-быстрому. URL: <https://iz.ru/921239/eteri-chalandziia/ispytanie-na-razryv-industriia-mody-perezhivaet-glubokii-krizis>. (Дата останнього звернення 30.10.2019)
2. Журба І.О. Екологізація як сучасна філософія проектування одягу. Розділ «Мистецтвознавство». Вісник КНУКіМ. - №5, 2012 р.
3. Голобородько В. М., Бойчук О. В. та ін. Екологічний дизайн: генеза стратегії. Вісник ХДАДМ - №7, 2015 р., С. 15-19.

Оганесян С. В.

аспірантка

*Київський національний університет технологій та дизайну
м. Київ, Україна*

ЗНАК ТА СИМВОЛ У СУЧАСНОМУ ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

В роботі аналізуються особливості культурного явища, якими є знак та символ, їхній зв'язок із традиціями мистецтва та розглядаються

подальші інноваційні тенденції символу та знаку як креативної діяльності, що зумовлені соціальними викликами інформаційного суспільства.

Актуальність дослідження обумовлена вагомістю аналізу спадкоємності та співпричетності до давніх знаків, символів, які наразі починають використовуватись не тільки у декоративно-ужитковому мистецтві, а й в сучасному графічному дизайні. Так, останнім часом все більш популярним стає використання символів та знаків серед українських дизайнерів при розробленні ними моделей логотипів, фірмового стилю для ідентифікації національних брендів.

Розглядаємо символи та знаки у графічному дизайні, їх функціональні особливості й доводимо органічність залучення до знакової системи графічного дизайну. Використання стилізованих орнаментальних мотивів у вигляді знаків та символів дозволить формувати у сучасного споживача почуття співпричетності до ціннісних пріоритетів рідних культурних смислів й презентувати ідею використання цих значень, які наразі продовжують бути актуальними, у практиці графічного дизайну й інших дизайнерських практиках сьогодення загалом.

На основі проведеного аналізу встановлено, що символом є смислове утворення, результат духовної діяльності людини, який акумулює та транслює соціокультурний досвід людства. Символи та знаки впливають на соціальні процеси: людина живе в символічному світі, творить знаки, користується ними, вступає у спілкування за допомогою значень символів, їх нескінченних смислових перспектив.

Опановуючи символи минулого, людина розкриває себе, свої внутрішні інтенції. Постаючи основним засобом утримання та передачі культурних значень, символи та знаки відіграють особливу роль в комунікаційному діалозі минулого і сьогодення, забезпечуючи відтворення й оновлення життєво-необхідних інформаційних кодів, формуючи при цьому почуття культурної співпричетності та ідентичності. Простір символів глибоко діалогічний – це трансляція неповторних смислових

ресурсів світосприйняття крізь епохи. Вище зазначене пояснює важливість застосування у сучасних соціокультурних практиках, таких, як наприклад реклама, різні види графічного й загалом візуального дизайну, вагомих для даного культурного осередку рідних символів та знаків, які є фактично природними кодами існування народу. Нівеляція та нищення цих сакральних знань у пам'яті народу є занадто небезпечним та руйнівним соціальним фактором.

Аналіз уже існуючих творчих вирішень у поєднанні з глибинними духовними цінностями народної культури є відправною точкою успішного створення інноваційного, якісного та естетичного логотипу, фірмового стилю чи плакату. Використання простих лаконічних форм та обробка ідеї композиції сучасними засобами графічного дизайну допоможе ефективно втілити потрібну систему значень у життя. Вдале стилістичне оформлення підсилюється правильним використанням кольорової і контрастної семантики.

Орнаментоване символами та знаками дизайнерське зображення формує повідомлення, яке дозволяє подолати психологічні бар'єри, які стоять перед рекламним посиланням, і є важливою умовою ефективної візуальної комунікації при створенні виробів графічного дизайну.

Література

1. Кара-Васильєва Т.В. Декоративне мистецтво України ХХ століття. У пошуках «Великого стилю» / Тетяна Кара-Васильєва, Зоя Чегусова. – Київ: Либідь, 2005. – 274 с.
2. Лотман Ю.М. Символ в системі культури // Юрій Михайлович Лотман – Тарту, 1987. – Вып. 754. – 150 с.
3. Розин В.М. Визуальная культура и восприятие: Как человек видит и воспринимает мир / В.М. Розин. – Москва, 2009. – 269 с.
4. Царева Е. А. Символ в условиях изменения социокультурного бытия / Е.А. Царева – Курск: Курск. Гос.универ-т, 2006. – 131 с.

5. Юнг К.Г., фон Франц М.-Л., Хендерсон Дж. Человек и его символы: Пер. с англ. / К.Г. Юнг., М.-Л. фон Франц, Дж. Хендерсон. – Москва: Медков, 2008. – 351с.

Зосімчук О. І.

Студентка гр. БХТ-19

Науковий керівник канд. філос. наук, доцент Множинська Р. В.

Київський національний університет технологій та дизайну

м. Київ, Україна

ЕРАЗМ РОТТЕРДАМСЬКИЙ «ПОХВАЛА ГЛУПОТІ»

Мета роботи полягає у вивченні сатиричного трактату "Похвальне слово Глупоті" Еразма Роттердамського, як засобу боротьби з феодальним суспільством. Еразм Роттердамський — філософ, педагог, богослов, філолог. Саме він поклав початок розвитку європейського гуманізму в епоху Ренесансу.

Сатира Еразма розповсюджується на всі класи і професії, на всі пороки, що примушують рід людський забувати про розум, гідність і честь. Простежуючи життя на всіх ступенях соціальної ієрархії, Еразм викриває верхівки феодального суспільства – придворних, короля, Папу. Не проходить він і повз негативних тенденцій, пов'язаних з посиленням в суспільстві «грошового інтересу», – батожить користолюбців, лихварів і накопичувачів-скупердяїв.

Об'єктом дослідження служить твір Еразма Роттердамського "Похвала Глупоті". Безсмертна сатира «Похвала Глупоті» - найвідоміша в усьому доробку нідерландського гуманіста. Намір написати працю визрів у Еразма 1509 р. по дорозі з Італії в Англію, куди він вирушив на запрошення англійських друзів. Прізвище Мора асоціювалося в Еразма з грецьким словом «моріа» - глупота, яке становило повний контраст до глибокої мудрості, ерудиції й культури англійського друга. Таке випадкове зіставлення осяяло подорожанина думкою обрати собі за героя твору