ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ

ФАКУЛЬТЕТ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

МАТЕРІАЛИ

IX Міжнародної науково-практичної конференції

«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО ТА ЗАРУБІЖНОГО МИСТЕЦТВ: КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ, МИСТЕЦТВОЗНАВЧИЙ, ПЕДАГОГІЧНИЙ АСПЕКТИ»

24–26 травня 2024 року

Львів – Торунь
Liha-Pres
2024

УДК 7((477)+(100))(062.552)
А 43

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Андрущенко Віктор Петрович – доктор філософських наук, професор, член-кореспондент НАН України, академік НАПН України, заслужений діяч науки і техніки України, ректор Українського державного університету імені Михайла Драгоманова;

Цьось Анатолій Васильович – доктор наук з фізичного виховання і спорту, професор, заслужений діяч науки і техніки України, ректор Волинського національного університету імені Лесі Українки;

Охманюк Віталій Федорович – кандидат мистецтвознавства, професор, заслужений діяч мистецтв України, декан факультету культури і мистецтв Волинського національного університету імені Лесі Українки;

Хаціньский Ярослав – PhD, професор, завідувач кафедри музичного мистецтва Поморської академії у Слупську (Польща);

Русаков Сергій Сергійович – кандидат філософських наук, доцент, в.о. директора Навчально-наукового інституту філософії та освітньої політики Українського державного університету імені Михайла Драгоманова;

Федоришин Василь Ілліч – доктор педагогічних наук, професор, заслужений діяч мистецтв України, декан факультету мистецтв імені Анатолія Авдієвського Українського державного університету імені Михайла Драгоманова;

Розова Тамара Вікторівна – доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри філософської антропології, філософії культури та культурології Навчально-наукового інституту філософії та освітньої політики Українського державного університету імені Михайла Драгоманова;

Прокопович Тетяна Анатоліївна – кандидат психологічних наук, доцент, заступник декана факультету культури і мистецтв з наукової роботи Волинського національного університету імені Лесі Українки;

Каленюк Ольга Миколаївна – кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри образотворчого мистецтва Волинського національного університету імені Лесі Українки;

Авраменко Дмитро Костянтинович – кандидат мистецтвознавства, доцент, завідувач кафедри дизайну Волинського національного університету імені Лесі Українки;

Зарицький Андрій Олександрович – заслужений артист України, доцент, завідувач кафедри музичного мистецтва Волинського національного університету імені Лесі Українки;

Козачук Олег Дмитрович – заслужений працівник культури і мистецтв України, доцент кафедри хореографії Волинського національного університету імені Лесі Українки;

Москвич Ольга Дмитрівна – кандидат філософських наук,доцент, завідувач кафедри культурології Волинськогонаціонального університету імені Лесі Українки;

Віхляєв Михайло Юрійович – доктор юридичних наук, професор, директор Центру українсько-європейського наукового співробітництва.

А 43 **Актуальні проблеми розвитку українського та зарубіжного мистецтв: культурологічний, мистецтвознавчий, педагогічний аспекти :** матеріали IX Міжнародної науково-практичої конференції (с. Світязь Шацького району Волинської області, 24–26 травня 2024 року) ; Волинський національний університет імені Лесі Українки. Львів – Торунь : Liha-Pres, 2024. 296 с.

ISBN 978-966-397-390-6

УДК 7((477)+(100))(062.552)

ISBN 978-966-397-390-6

© Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2024
© Українсько-польське наукове видавництво «Liha-Pres», 2024

7. Nicholas, H. The Impact of Education on Cultural Identity. *Nusantara Science and Technology Proceedings*. 2023, 36 (Dec. 2023), 155-165. DOI:https://doi.org/10.11594/nstp.2023.3720.
8. Hall, S. The Question of Cultural Identity. S.Hall, D.Held and T.McGrew (Eds.). Modernity and Its Futures. Cambridge: Open University Press. 1992. P. 273-316.
9. Schwartz, S. J., Zamboanga, B. L., Rodriguez, L., & Wang, S. C. (2007). The Structure of Cultural Identity in an Ethnically Diverse Sample of Emerging Adults. *Basic and Applied Social Psychology*, *29*(2), 159–173. https://doi.org/10.1080/01973530701332229

DOI https://doi.org/10.36059/978-966-397-390-6-24

ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ПРОСУВАННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ У СОЦІАЛЬНОМУ ПЛАКАТІ

Цимбал В. Р.
студент 1 курсу магістратури
факультету технологій та дизайну

Дерман Л. М.
кандидат філософських наук, доцент,
завідувач кафедри дизайну
Український державний університет імені Михайла Драгоманова
м. Київ, Україна

Соціальний плакат − це графічний засіб комунікації, який призначений для впливу на громадську думку та усвідомлення певних соціальних питань. Він є формою візуального мистецтва, що спрямований на поширення ідеї, спонукання до дії або підтримки конкретного соціального або культурного змісту.

Соціальний плакат в контексті збереження, розвитку та усунення дискримінації української мови має велике соціокультурне значення. Він може виконувати функції: просвітницьку, мобілізаційну, емоційну або емпатичну, культурну та соціально-політичну.

Соціальні плакати можуть надавати інформацію про важливість української мови, її роль у національному самовизначенні та збереженні культурної спадщини [4].

Вони можуть мотивувати громадськість до захисту мовних прав та боротьби з дискримінацією шляхом публічних заходів, підпису петицій тощо.

Плакати можуть викликати емоційну реакцію та викликати співчуття до тих, хто стикається з дискримінацією за використання української мови.

Соціальні плакати можуть сприяти утриманню та поширенню української мови як складової частини національної ідентичності та культурного розвитку.

Вони можуть відображати соціальні проблеми та нерівності, пов'язані з використанням мови, і закликати до соціальної справедливості та рівності у цьому питанні.

Отже, соціальні плакати є важливим інструментом для формування громадської свідомості, мобілізації громадськості та сприяння побудові справедливого та рівноправного суспільства, що поважає мовні права кожного індивіда.

Соціальний плакат може наголошувати на важливості збереження та розвитку української мовної культури для майбутніх поколінь. Такий плакат має демонструвати важливість, багатство та різноманітність мовного доробку, що зберігається в культурі кожної нації.

Мова відіграє важливу роль у формуванні та вираженні культурної, історичної та ідентичності кожної нації. Таким чином, візуальне зображення даної теми, підкреслює, що мова є не лише засобом комунікації, але й основою для передачі традицій, цінностей та унікального способу мислення кожного народу.

Плакат, який підкреслює цю ідею, може стати інструментом для підвищення свідомості та підтримки зусиль збереження, розвитку та дискримінації мови. Він може викликати почуття гордості за свою мову та культуру [1].

Концепція та візуальна частина плакату може показувати мовні звичаї, що передаються з покоління в покоління. Наприклад, соціальний плакат може показувати дітей, які вивчають та відтворюють мовні звичаї.

Соціальний плакат, який популяризує українську мову, може бути використаний на різних платформах та в різних контекстах для досягнення цілей підвищення усвідомлення та зацікавленості громадськості у використанні української мови [2].

Для розповсюдження соціального плакату можна долучати такі платформи як: освітні заклади, громадські місця, соціальні мережі, масові заходи, медійні ресурси,

Плакати можна розміщувати у школах, університетах, мовних центрах та інших освітніх закладах для стимулювання вивчення та використання української мови серед студентів та викладачів.

Плакати можна встановлювати у громадських місцях, таких як бібліотеки, кав'ярні, культурні центри, молодіжні центри та інші місця, де люди збираються, щоб привернути їхню увагу до важливості використання української мови.

Плакат може бути доданий як графічний контент до постів на соціальних мережах, таких як Facebook, Instagram, Twitter тощо. Він може стати обкладинкою події або сторінки.

Плакат може бути використаний під час масових заходів, таких як культурні фестивалі, конференції, мовні заходи тощо. Він може бути встановлений на стендах або розповсюджуватися як роздавальний матеріал.

Плакат може бути використаний у друкованих та електронних медійних ресурсах, таких як газети, журнали, веб-сайти тощо, для підвищення усвідомлення про важливість української мови серед широкої аудиторії.

Загальний план полягає в тому, щоб використовувати соціальний плакат як засіб для привертання уваги громадськості до проблеми популяризації української мови та залучення її підтримки та участі [3].

Соціальний плакат, спрямований на популяризацію української мови серед російськомовних громадян України, може мати такий вигляд:

Для прикладу, головною частиною плакату може бути ілюстрація, що відображає сили і красу української мови та культури. Наприклад, це може бути зображення красивого пейзажу України, на якому виділяється напис українською мовою. Або ж це може бути сполучення графічного зображення з потужним слоганом, що може підкреслити важливість української мови та її вплив на ідентичність та культурне спадщину. Наприклад: «Українська мова −ключ до нашої національної душі».

Також плакат може включати порівняльні дані, які показують переваги використання української мови порівняно з російською. Наприклад, це може бути порівняння кількості слів, які виражають певні концепції, або кількості літер української та російської абеток.

Важливою частиною плакату можуть бути цитати відомих українських письменників, політиків чи громадських діячів, що підкреслюють значення української мови. Також можна включити статистичні дані про розповсюдження та використання української мови.

Плакат повинен містити заклик до російськомовних громадян переходити на українську мову. Це може бути виголошено в одному короткому, але впливовому реченні, наприклад: «Приєднуйтесь до мови своєї держава або мови предків −говоріть українською!». [5]

При розробці та художньому рішенні соціального плакату, спрямованого на збереження та популяризацію української мови, потрібно дотримуватися етичних та психологічних питань. Плакат повинен відображати повагу до всіх мовних спільнот, уникати негативного або дискримінаційного ставлення до інших мов чи мовців. Зображення та повідомлення на плакаті мають бути об’єктивними та не викликати неправдивих асоціацій чи стереотипів, що можуть бути образливими для інших мовних груп. Плакат повинен створювати позитивну атмосферу та сприяти конструктивному спілкуванню між представниками різних мовних спільнот, уникати провокативних чи конфліктних зображень. Художнє оформлення повинно бути зрозумілим, привабливим та естетичним, але при цьому не відволікати увагу від основного повідомлення плакату. Важливо враховувати

психологічний вплив зображень та слів на сприйняття аудиторії, створюючи мотивуючу та позитивну атмосферу, що спонукає до активної підтримки мовної різноманітності. Плакат також повинен враховувати культурні традиції та особливості аудиторії, щоб забезпечити відчуття ідентифікації та співпраці [1].

Дотримання цих аспектів допомагає створити соціальний плакат, який буде ефективним і водночас морально та етично прийнятним для різних груп населення.

Отже, соціальний плакат, присвячений популяризації української мови серед російськомовних громадян, має бути виразним, переконливим та привабливим, щоб здійснити ефективний вплив на свідомість та поведінку цільової аудиторії.

Література:

1. Гладун, О. «Соціальний плакат: нові завдання.» Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв 11 (2008): 26-31.

2. Мельник, Богдан. «Зображення соціальних тем в українському плакатному мистецтві URL: http://masters. kubg. edu. ua/index. php/art/article/view/316#. W9HCkHszbI.

3. Остапенко, Наталія, Анна Грошева, and Анастасія Антонюженко. «Соціальний плакат як культурно-ціннісний орієнтир.» Актуальні проблеми сучасного дизайну. Київський національний університет технологій та дизайну, 2021.

4. Руденко, Є. В., et al. «Роль соціального плакату у розвитку суспільства.» Технології та дизайн 3 (2017).

5. Скляренко, Н. В., et al. «Розробка рекламного плакату як актуального засобу адаптивної візуалізації соціальних проблем.» Art and Design (2022).