

Міністерство освіти і науки України
Черкаський державний бізнес-коледж
Черкаський художній музей



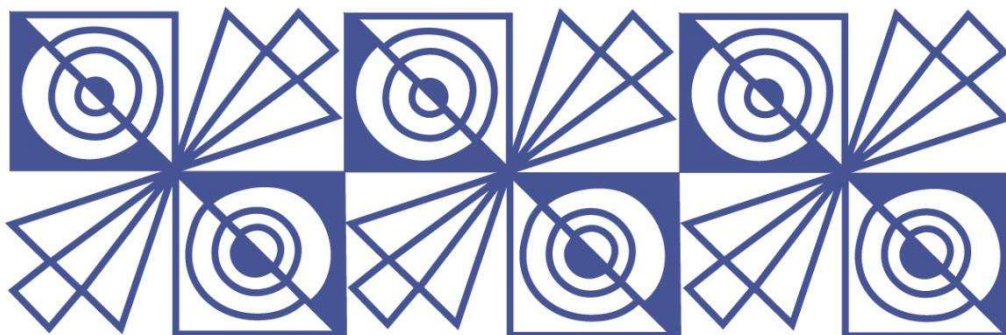
ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

(28 березня 2024 р.)

Візуальне мистецтво, соціальна культура, комунікація:

ТРАДИЦІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ

Збірник матеріалів



м. Черкаси 2024

*Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради
Черкаського державного бізнес коледжу
Протокол № 07-23/24 від 24.04.2024 р.*

Візуальне мистецтво, соціальна культура, комунікація: традиції та сучасність:
Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. (28 березня 2024 р., м. Черкаси).
– Черкаси : ЧДБК, 2024. – 137 с.

Організаційний комітет конференції

Куклін О.В. – голова, т.в.о. директора ЧДБК, д-р екон. наук, професор, заслужений працівник освіти України, депутат Черкаської обласної ради;

Азьмук Н. А. – заступник директора з навчально-методичної роботи, д-р екон. наук, доцент;

Касьян Т. К. – канд. пед. наук, доцент, завідувач кафедри дизайну та соціально-культурних дисциплін, заслужений художник України;

Музиченко В.М. – завідувач відділення дизайну;

Гладун О. Д. – канд. мистецтвознавства, доцент, заслужений діяч мистецтв України, директор Черкаського художнього музею;

Васильчук Є. О. – д-р політ. наук, доцент кафедри дизайну та соціально-культурних дисциплін;

Куксенко С. І. – канд. істор. наук, доцент кафедри дизайну та соціально-культурних дисциплін;

Іванова І. В. – канд. пед. наук, доцент, доцент кафедри дизайну та соціально-культурних дисциплін;

Пархоменко Т. О. – відповідальний секретар.

У збірнику висвітлені результати студентських наукових досліджень із соціокультурних проблем, мистецтвознавства, дизайну та комунікаційної мовної культури.

Представлені у матеріалах науково-практичної конференції тези учасників подані в авторській редакції та відображають власну наукову позицію авторів. Автори тез несуть повну відповідальність за точність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних та джерел посилання.

відповідальністю за обрання візуальних контентів для перегляду. Для сучасних умов, сформованих воєнними діями, студент-дизайнер свою спроможність контролювати візуальне сприйняття використовує як потужний інструмент у переосмисленні візуальних образів у своїй професійній діяльності, що сприяє формуванню креативних ідей, реалізації власних образно-сміслових конструктів. Як це реалізується при підготовці дизайнерів на кафедрі дизайну Черкаського державного технологічного університету, можна бачити на творчих акціях, що відбулися уже в цьому році: Всеукраїнській виставці «Молодіжна мистецька палітра» та Проекті «neveragain#2022» Міжнародної мистецької акції Вольнанова. Обидві акції проводилися у Черкаському художньому музеї. Вказані мистецькі акції сприяють підвищенню рівня як професійних компетентностей молодих дизайнерів так і громадянських. Так створюються умови, щоб кожна молода людина мала можливість реалізувати в Україні свій потенціал. І, за великим рахунком, так відбувається формування сучасної візуальної культури, що і визначає внесок дизайн-освіти у згадані процеси..

Список використаних джерел

1. В.В. Ільїн, “Презентація візуальної грамотності в навчальному процесі та її експлікація в культурі мислення”, ITLT, vol. 75, вип. 1, стор. 1–12, лютий 2020 р., doi: 10.33407/itlt.v75i1.3660.

УДК: 338

РОЛЬ ВІЗУАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ У КОНТЕКСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Вікторія МАЦУКА

к.е.н., доцент

Маріупольський державний університет, м. Київ

Візуальні дослідження – це міждисциплінарна галузь досліджень, зосереджена на соціальному впливі візуального досвіду.

Візуальний досвід не зводиться до його оптичних компонентів, але розуміється як діяльність (мультисенсорної) системи – не завжди свідомої – спрямованої на встановлення та підтримку соціальних відмінностей. Видиме – це насамперед соціальна та культурна категорія.

Об’єктом візуальних досліджень можуть бути різноманітні артефакти та практики, які, як правило, належать до поля візуальної культури. Однак навіть у цьому випадку вони не розглядаються як категорії естетики, психології чи оптики, як щось дане, а радше стають частиною генеалогічного формулювання проблеми, що розгортається в багатьох дисциплінах, таких як філософське сприйняття, теорія образів, соціологія мистецтва, соціальна антропологія, STS, семіотика, сучасна естетика та ін. Генеалогія тут має на увазі передусім увагу до процесів формування різноманітних типів і форм видимості, які можна розуміти як відносно стабільну присутність у соціокультурному просторі, насиченому афективними структурами та образами [1].

У зв’язку з цим візуальні артефакти та практики вважаються стратегіями та інструментами для боротьби за позиції в соціальному просторі – інструментами, які не завжди є явними, але стають все більш впливовими та ефективними, враховуючи багато факторів, які можуть мати вирішальний вплив на зростання нашого світу зараз та у майбутньому [3].

Ключові фактори та наскрізні візуальні дослідження, що впливають на останній та особливий статус візуальної культури відповідно.

Диверсифікація соціального та політичного дискурсу: поступове зникнення домінуючих культурних центрів (цей процес має дві фази: повільну та швидку: повільна фаза – це тривалий процес соціальної секуляризації та культуралізації, а швидка – глобалізація світової культури).

Експоненціальне зростання форм та кількість культурної продукції, кількості учасників, каналів комунікації тощо.

Змішування соціального та технічного полів: зміни характеру та форми соціальної дії; розподілена суб'єктність, що поширюється на матеріальні артефакти.

Конфлікт між персоналізацією/локалізацією соціальних образів та їх циркуляцією в глобальному комунікаційному середовищі.

Розповсюдження та сучасна тривіалізація складних форм візуальної репрезентації (підсилювальні фактори «оптичного несвідомого», сугестивний вплив образів, мультисенсорне та мультимодальне сприйняття).

Автономність і безперервність екранних матеріалів і поверхонь: сьогодні це не стільки суб'єктивно керована маніпуляція нашим оточенням, скільки передрефлексивна взаємодія з поверхнями і текстурами навколо нас, що становить нашу взаємодію з основною модальністю «зовнішнього». Таким чином, процес розпізнавання свідомості все більше доповнюється поширенням уяви та фонові роботи, часто в тому самому просторі, що й континуум естетизованих поверхонь і екранів.

Розповсюдження естетичних принципів, які організують соціальне спілкування та формують особистісну ідентичність.

Основними завданнями дослідження організаційної візуальної культури є.

Критика політичних наслідків візуалізації як практики організації та підтримки соціальних відмінностей (різних форм соціальної нерівності).

Реконструкція соціальної історії бачення: від примітивного мистецтва до повсякденних практик конструювання ідентичності за допомогою технологій.

Аналіз культурних функцій візуального досвіду: роль візуальних медіа та візуального досвіду у формуванні високодиференційованих і конфліктних сучасних культур.

Вивчення ролі візуального досвіду (візуальних медіа) у сучасній комунікації.

Візуальна культура є запорукою зростання та успіху організації лише тоді, коли вона є результатом продуманої та грамотної діяльності керівництва організації. При формуванні внутрішньої культури організації важливо розробити основні норми та цінності, які забезпечують сильну підтримку щоденної діяльності організації. Формування організаційних цінностей відбувається спонтанно через поступову кристалізацію загальних цінностей через інтерактивний досвід між співробітниками в процесі організаційного розвитку. У ході функціонування організації формулюються нові стандарти поведінки і певні установки на виробничий процес; це неминучий процес, який вимагає управління та контролю з боку керівництва організації [2].

Цінності організації розвиваються через продуману політику управління, включаючи:

1. Розробку стратегічних організаційних цінностей;
2. Пропаганду особистих та групових цінностей, використовуючи слова та дії, які не суперечать цим цінностям;
3. Надання підтримки носіям цінностей;
4. Стимулювання відтворення поведінки, яка відповідає цінностям організації.

Підвищення візуальної культури є одним із способів ефективного впливу на членів організації та важливим інструментом управління організаційною поведінкою. Ключову роль у цьому процесі відіграє менеджмент організації. Соціально-психологічна ситуація в організації залежить від її дій і поведінки, від її ставлення до інших членів організації, яке стає реальністю в певний період часу і кристалізується в ціннісній і нормативній формі. Важливо також відзначити, що менеджмент організації

буде діяти як творець цінності лише в тому випадку, якщо воно поєднує формальну позицію з утриманням лідерської позиції (як формальної, так і неформальної), тобто більшість членів організації повинні визнавати команду керівництва направляє беззастережно, висловлює повагу та довіру. За певних умов запровадження норм і цінностей не викличе відторгнення з боку інших членів організації, що є важливим фактором для підтримки балансу організації та високого ступеня інновацій. Організаційний менеджмент визначає правила поведінки всередині організації та регулює, створює та визначає існуючі норми, цінності та стандарти поведінки. Тільки в таких умовах організації можуть успішно функціонувати, змінюватися відповідно до нових виникаючих потреб соціального середовища і йти в ногу з часом.

Візуальна культура може служити гарантією існування організації; вона повинна включати норми та цінності, які поділяють члени організації, які, у свою чергу, сприяють стабільності діяльності та розвитку організації. Тільки цілі, які ставить перед собою організація, можуть визначити зміст встановлених норм і цінностей. У цьому випадку культура є помічником в управлінні організацією. Вона впливає на поведінку членів організації, їх трудову діяльність, рівень мотивації, і, отже, існуюча організаційна культура в певному сенсі допомагає в управлінні організацією. Менеджменту організації не потрібно відволікатися і витратити час, щоб підтримувати мотивацію членів організації, їх діяльність і контролювати і регулювати відносини, що складаються між ними; всього цього, і навіть більше, можна досягти шляхом розвитку візуальної культури.

Список використаних джерел

1. Візуальна культура. URL: <http://surl.li/gqrjn> (дата звернення: 17.03.2024).
2. Новий погляд: що таке візуальна культура сьогодні і як її споживати. URL: <http://surl.li/gqrjq> (дата звернення: 17.03.2024).
3. Павліченко Є. Сучасна візуальна культура як засіб репрезентації національної ідентичності. Питання культурології. 2023. 42. С. 57–65. URL: <http://surl.li/gqrjx> (дата звернення: 17.03.2024).

УДК: [37.01/.09][74]

ПЕРЕВАГИ ТА ВИКЛИКИ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДЛЯ СТУДЕНТІВ ДИЗАЙНЕРІВ

Валентина МУЗИЧЕНКО

*викладач-методист,
завідувач відділення дизайну
кафедри дизайну та соціально-
культурних дисциплін*

Ольга ВАКУЛЕНКО

*викладач кафедри дизайну та соціально-
культурних дисциплін, спеціаліст I категорії
Черкаський державний бізнес-коледж, Черкаси*

Соціальні мережі відкривають для студентів мистецького напрямку безмежні можливості виявити свої таланти, навчитися новому та знайти спільноту, що поділяє їхні інтереси. Вони є потужним інструментом для спілкування, співпраці та навчання студентів. Разом з тим, мережі можуть відривати від творчого процесу та спричинити