

реакцією серед 732 респондентів – українців з різних регіонів України. Повторне дослідження у січні 2021 р. показало той самий результат реакція **Інтернет** з'являється 33 рази у 300 осіб і є найбільш повторюваною в асоціативному полі. Таким чином, на прикладі двох психолінгвістичних експериментів можемо вважати, що Інтернет є домінуючим засобом масової інформації у формуванні медіакартини світу українців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.lingvo.ua/uk>
2. Денисевич О. В. Психолінгвістичний аналіз асоціативного поля слова-стимулу ІНТЕРНЕТ. *Образ : науковий журнал* / за ред. Н. Сидоренко, В. Садівничого. Суми ; Київ, 2019. – Вип. 1 (30). – С. 45-51.

Олена Поліщук

*доктор філософських наук, професор,
(Житомирський державний університет імені Івана Франка)*

Віталій Лоскучеравий

*здобувач вищої освіти,
(Житомирський державний університет імені Івана Франка)*

ФОЛЬКЛОРНО-МІФОЛОГІЧНИЙ СЮЖЕТ ЯК ОСНОВА РОЗРОБКИ ДИЗАЙНУ КАРТ

У всі часи духовно-практична складова займає вагоме та необхідне місце у суспільстві. Проте в когось більше, а у когось менше, для когось мистецтво – це просто естетично привабливо прикрашена стіна в будинку за допомогою картини, а для когось створення інновацій у галузі культури та мистецтва – це сенс життя чи ж «покликання душі». У наш час стрімко розвиваються прикладні галузі, для яких важливі творчі професії, серед них зокрема й дизайн.

Графічний дизайн – це не просто вид сучасного дизайну, який полягає в створенні графічних об'єктів (листівки, візитки, логотипи тощо) за допомогою різних графічних редакторів. Головною його ідеєю є поєднання естетичних принципів і функціональних завдань в одному виконанні. У сучасності продукція графічного дизайну проглядається всюди і це не дивно, адже так хочеться мати стильні і унікальні візитівки, плакати, логотипи, обкладинки до музикальних треків, ілюстрації до книг, журналів та ін. Тому все, що нас оточує як результат візуальних комунікацій, можна сказати, є результатом роботи графічних дизайнерів. Одним із плідних напрямів послуг сучасних

графічних дизайнерів є розробка дизайну карт (ігрових, колекційних, для ворожіння і т. д.), враховуючи їх популярність.

Тож прагнемо, як мету дослідження, дослідити доцільність використання фольклорно-міфологічного сюжету, як основи при розробці дизайну карт.

Треба вказати, що найпопулярнішими на сьогоднішній день, особливо для молоді, є онлайн гра «GWENT: The Witcher Card Game», розроблена компанією «CD Project Red» за мотивами міфологічно-фантазійних творів польського письменника Анджея Сапковського – «Відьмак». І для дизайну цих персонажів було задіяно надзвичайно багато графічних дизайнерів, цифрових художників. Застосування міфологічного, фантазійного, фольклорного сюжетів у роботах графічних дизайнерів, CG художників, традиційних художників є досить розповсюдженим явищем, адже те, що нове і невідоме (наприклад вигаданий, фантазійний світ) буде привертати увагу своєю незвичністю та спонукати до придбання даного товару. Варто враховувати, що міфологічний жанр – напрям із створення мистецьких інновацій, сюжети й образи якого запозичено з міфології певного народу, регіону чи періоду (зокрема античної, біблійної чи національних міфологій). Мавка, русалка, нявка, водяник – ось не повний перелік міфічних істот із нашої міфології [1; 3]. Так, міфологічний сюжет наявний в українському мистецтві з давніх давен [2]. І він привертав і привертає увагу багатьох митців, скажімо свого часу до нього звернуто було увагу І. Котляревського чи ж Лесі Українки. Зараз його використання фіксується не тільки в дизайнерських розробках чи образотворчому мистецтві, а ще й в музичному мистецтві, кіно мистецтві, а також часто застосовується в творах письменників. Надзвичайно влучно міфологічний жанр використав у своїх роботах Dominik Mayer. Цей ілюстратор малює різних міфічних істот у своєрідній техніці і призначення його робіт є широким. Зокрема він використав свій талент і знання міфології для малювання карт з неперевершеними створіннями, а ще додавши до середовища декілька узорів, він зробив свою роботу ще більш атмосферною і містичною, і такий хід у творчості робиться для більшого привертання уваги публіки до його розробок. А фольклор чи «народні знання» можна розглядати як колективну усну поетичну творчість, що в довершеній художній формі відображає людське повсякденне життя, працю, побут, історію, прагнення й погляди та ін. Звісно, сучасні українські митці та дизайнери використовують цей сюжет як основу для своїх напрацювань і результат є достойним. Серед українських його прихильників у графічних розробках, наприклад, є Маргарита Журунова, яка розробила артбук на міфологічну тематику. Ілюстрації створювалися нею у техніці «офорт» і потім під пресом переносилися на аркуш. Роботи є унікальні, із дотриманням однієї стилістики. (Як перший том артбуку, так і другий зберігаються в Вінницькому обласному краєзнавчому музеї, а виставка продубльованих листів із книги відбувалася 2020 року). Вона

створила цікаві ілюстрації з міфічними істотами, як видається, і її графічні розробки є вагомим внеском в розвиток української культури.

Отже, міфологія була, є і має бути сповнена дивовижними історіями, легендами і міфами про незвичних істот, духів природи та ін. Завдяки переказам і записам предків така інформація передавалася від поколінь до поколінь, а потім її використовували в різних наукових та мистецьких цілях. І звісно ж дизайнери почали використовувати міфологію як ідейне джерело для роботи над власними проектами. Серед можливого застосування міфологічних сюжетів чи персонажів вбачаємо їх використання для розробки дизайну гральних карт та карт Таро, що використовуються сучасниками в індустрії розваг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

2. Український бестиарій, URL: <https://vezha.ua/domovyk-blud-ta-misyachnyk-u-vinnytsi-prezentuvaly-knygu-pro-mifichnyh-istot-ukrayinskyj-bestiarij-fotoreportazh/>
3. Українська міфологія, URL: <https://www.yakaboo.ua/ua/ukrainska-mifologija.html>
4. 10 найвідоміших українських міфічних істот, URL: <https://vsviti.com.ua/ukraine/77661>

Ірина Вітюк

*кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри педагогічних технологій та мовної підготовки,
(Державний університет «Житомирська політехніка»)*

Кристина Левківська

*кандидат наук, старший викладач кафедри педагогічних технологій та мовної підготовки,
(Державний університет «Житомирська політехніка»)*

МЕМИ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ ЯК КУЛЬТУРНО-ЛІНГВІСТИЧНЕ ЯВИЩЕ

Війна, розв'язана росією на території України, ще до повномасштабного вторгнення 24 лютого 2022 р. отримала статус «гібридної», тобто такої, що ведеться із застосуванням «традиційних і нетрадиційних стратегій, ресурсів, засобів, методів підривної діяльності» [4]. Ще з перших днів після 24 лютого медіапростір активно долучився до нетрадиційних методів ведення боротьби, одним із яких стали інтернет-меми. Феномен Інтернет-мемів, які вже давно стали невід'ємним явищем сучасної діджитал-культури [15], є окремим проявом одного з найефективніших методів мобілізації проти ворога – сміху,