



УДК 7.012(=161.2):355.01(470:477)"2014/2024"

ДИНАМІКА РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО ДИЗАЙНУ ПІД ЧАС ВІЙНИ

УДРІС-БОРОДАВКО Наталя

Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна
udris.nata@ukr.net

Для сучасного українського дизайну домінантним соціальним контекстом є війна, яка зараз триває в Україні. Необхідність боротьби за збереження свого життя та ідентичності нації спонукає українських дизайнерів проявляти високий рівень соціальної відповідальності та ініціативи. За 10 років з початку війни під впливом соціального контексту відбулося стійке зростання ресурсного та дві хвилі активізації культурного, завдяки чому український дизайн набув високого професійного рівня та унікальності.

Ключові слова: український дизайн, дизайн-освіта, бренд, видання про дизайн, глокальний дизайн.

ВСТУП

Після відновлення незалежності у 1991 році Україна переживає постійні трансформаційні процеси. Вони проявляються в усіх сферах, втім нас цікавить дизайн як впливова галузь, розуміння значущості якої сьогодні значно розширилося. Сьогодні стан розвитку дизайну, його місце в соціокультурному, економічному, освітньому житті суспільства є важливим маркером прогресивного еволюціонування цього суспільства.

Український дизайн як соціокультурне явище формується під впливом соціального, культурного, ресурсного та природного контекстів. Всі складові екосистеми дизайну, які з початку відновленої незалежності отримали потенціал розвитку, впродовж останнього десятиріччя стрімко набувають потужності. Час від часу виникає потреба в упорядкуванні та узагальненні окремих результатів для формування загальної картини системного розвитку.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Головна задача цього мікродослідження – на основі ретроспективного огляду основних подій у розвитку екосистеми українського дизайну за період 2014-2024 років виявити динаміку та причини кількісних та якісних змін.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Не важко помітити, що останні 10 років – це період війни та повномасштабного вторгнення. Українські дизайнери і стейкхолдери дотичних секторів безпосередньо вбудовані в її досвід і цей факт корегує як їхню індивідуальну проектну діяльність, так і розвиток системи дизайну в цілому.

Суттєвих якісних змін зазнав ресурсний контекст інституції дизайну, зокрема, в сфері освітньої складової. Попри війну і трансформації на всіх



рівнях після Революції гідності (листопад 2013 – лютий 2014), території тилу були сповнені можливостей оновлень на фоні емоційного піднесення від близькості до демократичного західного світу. З 2014 р. в доповнення до державних закладів освіти з дизайну відкрилися ключові на сьогодні осередки неформальної освіти. Вони суттєво підвищили рівень підготовки та можливості підвищення кваліфікації дизайнерів: Kyiv Academy of Media Arts (кінець 2013), Projector (2015), European Design School (2019), Skvot (2019), також продовжила своє функціонування School of Visual Communication, заснована ще у 2006 р. Оскільки всі ці освітні осередки мають онлайн-форму навчання, вони охоплюють дизайнерів різних областей України.

В секторі формальної освіти підсилився контроль за якістю надання освітніх послуг завдяки діяльності НАЗЯВО. Вимоги контролюючого органу, зокрема, щодо проведення спільних засідань для обговорення освітніх програм за участі здобувачів, освітян та працедавців, постійне коригування змісту ОП в бік відповідності сьогоденню та майбутнього приносять позитивні результати. Поступово виконання вимог позбавляється ознак формальності і стає необхідною практикою навчальних закладів. Навчальні заклади дизайн-освіти також розширюють міжнародні контакти спільними проектами та грантовими програмами. Наприклад, КНУКІМ впродовж 2022 і 2023 рр. провів низку заходів у партнерстві з викладачами та студентами Ягеллонського університету.

З початком війни значно зростає кількість публікацій про дизайн з розрахунку на широкий фаховий загал. До цього періоду, ніша знань про дизайн заповнювалася переважно науковими дослідженнями у вигляді статей в наукових журналах, дисертаціями, монографіями. За кількістю примірників та стилем викладення матеріалу вони були доступні обмеженій кількості людей. В 2014 році почало функціонувати видавництво Art Huss, яке визначає своєю місією заповнення українського інформаційного простору актуальною міжнародною літературою з мистецтва і дизайну в українському перекладі з якісною поліграфією. Його орієнтир – нон-фікшн, тобто фахова література про дизайн, але в доступній і привабливій для широкого загалу формі. З 2016 р. онлайн-інститут Projector започаткував функціонування онлайн-журналу *Telegraf.Design* – українське медіа про дизайн, креативні і технічні індустрії з різнобічними та актуальними статтями. У 2023 році Projector в рамках свого новоствореного видавництва розпочав видавати паперові тематичні номери, з питань українського дизайну. В 2024 р. вийшов перший номер журналу «Літопис українського дизайну» від дизайн-бюро *Spiilka*. Разом з видавничою діяльністю збільшується кількість подкастів з інтерв'юванням впливових дизайнерів, активність в соціальних мережах з обговоренням поточних проектів та векторів на майбутнє. Це говорить, з одного боку, про суттєві покращення умов для підвищення якості дизайнерів як фахівців. З іншого боку, - про насичення інформаційного поля темами дизайну та, як наслідок, зростання його популярності як фахового явища серед широкого загалу та збільшення впливовості на громадське і соціокультурне життя.

З 2014 року починає свою діяльність більшість впливових сьогодні дизайн-студій і брендів, що пов'язані з дизайном інтер'єрів та предметним



дизайном (меблі, текстиль, об'єкти освітлення, декор), наприклад: WOO (2015), FAINA (2016), Art & Design by Kristina Gaidamaka (2016), NOOM (2017), GNIZDO (2017), GUSHKA (2017), Gomingir (2019). Ці бренди представляють Україну на міжнародних тижнях дизайну в столицях Європи та великих містах Америки. Особливість проєктів цих брендів, передусім, в тому, що вони несуть різнохарактерні складові української глокальності [1] – через природний матеріал, форму, колірні сполучення, деякі елементи декорування, стилізовані мотиви культурних артефактів. В 2016 р. запустився проєкт Всі. Свої, який містить кілька крамниць і відкритих приміщень для проведення ярмарків українських дизайнерів, а також інтернет-магазин.

Не в останню чергу така активізація взаємопов'язана з тим, що дизайн є складовою креативних індустрій, які у 2018 р. визначено в Україні на законодавчому рівні. Це вид економічної діяльності, яка є складовою культури, сферою застосування новітніх технологій, створення і поширення інтелектуального капіталу, потенційною галуззю генерування прибутку, наявності робочих місць та експортної продукції, вирішення соціальної проблематики, сферою сприяння культурному розмаїттю та людському розвитку.

Важливим вектором активності дизайнерів та менеджерів дизайну є презентація автентичності і загального рівня українського дизайну на міжнародних професійних заходах. В зазначене десятиріччя стрімко зростає кількість отриманих переможних місць українського дизайну у міжнародних конкурсах та фестивалях. Це стосується і дизайну інтер'єрів, і дизайну одягу та аксесуарів, і сфери візуальних комунікацій. Для прикладу, в 2018 році Україна вперше здобула нагороду найпрестижнішого конкурсу креативу Канські леви в категорії «Дизайн» (креативне агентство VandaAgency та дизайн-студія Republique за брендинг Євробачення-2017); подальше продовження цей рух отримав у 2022 р. за брендинг острова Хортиця (креативна агенція Bickerstaff.734) та Чорнобильської зони (VandaAgency). А в 2023 р. проєкт Be Brave Like Ukraine потрапив до шорт-листів у 5ти категоріях.

Активну презентацію українського дизайну на фахових заходах можна трактувати як «культурну дипломатію». Саме підчас війни в Україні започатковано проведення тижнів дизайну, що є поширеною практикою в світі. У серпні-вересні 2023 р., за організації ГО «Design4Ukraine» вперше було проведено Kyiv Design Week на кшталт Paris DW, Milan DW, London DW та подібних тижнів в інших столицях. Особливістю цього заходу було те, що більшість експозиційних площ було задіяно на території Цюриха, в рамках Цюрих Design Week, там проходили і заходи. Київ був задіяний впродовж трьох днів на локальні заході. Багатотисячна аудиторія глядачів у Цюриху, які відвідують подібні заходи, побачили потужність українського дизайну та силу і моральну витримку українців, які попри війну презентують не лише фаховість, але і креативність у своїй глокальності. У 2023 р. в Києві започатковано, а у 2024 р. продовжено проведення Тижня українського дизайну та інновацій (Ukrainian Design and Innovation Week, UDIW).



Після 24 лютого 2022 р. досвід позитивної динаміки розвитку дизайну перейшов на новий рівень, хоча і в умовах обмежень. Обмеження стосуються, передусім, фінансового ресурсу та, меншою мірою, кадрів, оскільки в економічній кризі воєнного часу замовлення на проекти всіх напрямів дизайну різко скоротилися, а частина фахівців мігрувала в межах країни або виїхала за кордон. Втім, це не зупинило проектну діяльність дизайнерів, оскільки соціальний катаклізм активізував фактор соціальної відповідальності. Дизайнерам вдалося перетворити страх перших днів повномасштабного вторгнення на дію, причому у більшості випадків на добровольчих засадах з нульовими бюджетами. Всі дизайн-акції та ініціативи, пов'язані безпосередньо з військовою агресією на території, ми угрупуємо в такі напрями:

- дизайн для Збройних Сил України;
- дизайн для захисту цивільного населення від військової агресії та подолання наслідків;
- дизайн для привернення уваги міжнародної спільноти та підтримки України;
- дизайн для збереження пам'яті.

Повномасштабна агресія РФ, – це той соціальний контекст, який змінює сценарії виробництва, логістики та комунікації дизайн-брендів одягу, прикрас, меблів, елементів декору інтер'єрів та додає нових завдань для дизайнерів візуальної інформації. Умови соціального катаклізму для багатьох брендів стали каталізатором активних пошуків розвитку і перевели їх на новий якісний рівень, що видно, наприклад, в матеріалах журналістських досліджень [2]. Сьогодні, після двох років після початку повномасштабного вторгнення, деякі з брендів продовжують спеціалізацію на продукції для військових, але більшість повернулася до обраних раніше напрямів та активно позиціонує себе за кордоном, підтримуючи лінію презентаційної комунікації України в сфері дизайн-бізнесу.

2014 р. та 2024 р. можна визначити точками біфуркації у розвитку дизайну, при чому в точці змін завжди наявні різні варіанти розвитку системи. Дизайн мав ризик занепасти через зневіру та суттєве зниження ресурсності для його існування. Втім навіть такий стислий ретроспективний огляд демонструє зворотнє. Ми вбачаємо причину і в особистому потенціалі української нації, і в характері війни проти неї. На основі аналізу думок українських наукових гуманітаріїв, представлених, зокрема, стенограмою круглого столу «Війна як соціокультурний феномен» в журналі «Філософська думка» [3] дозволимо собі узагальнене розуміння війни в Україні, актуальне для українців як суб'єктів воєнних дій: війна, яка триває в Україні – це «національно-визвольна народна війна України, яка є боротьбою не лише за етнос, але і за політичну націю із загальнолюдськими цінностями» [3, С.13], оскільки зорієнтована з боку агресора на знищення «чужого» як носія іншої культурної ідентичності. Це боротьба проти ресентимента РФ по відношенню до України як до ворога-винуватця своїх невдач і промахів [3, С.25], тому «засадовим критерієм української перемоги може бути лише збереження і розвиток цивілізаційної суб'єктності» нашої держави [3, С.40]. Війна як «пульсуюча совість» [3, С.37] проявляє синергетичний ефект від соціальної



відповідальності кожного українця (більшій чи меншій, постійній чи періодичній) в загальний тривалий супротив агресору.

І хоча такі характеристики війни сформульовані нами на основі доповідей 2022 року, саме таке розуміння ситуації домінувало серед інтелектуальної та креативної спільноти ще з 2014-го. Саме така інтерпретація подій 2014 р. та, особливо, 2024 р. спонукала до пошуку ідентичності через дизайн та презентації всієї країни засобами дизайну у міжнародному просторі.

ВИСНОВКИ

Стрес 2014-го року на фоні піднесення після Революції Гідності стимулював українських дизайнерів та інших дотичних до дизайну фахівців до активації високого рівня соціальної відповідальності кожного та її загальної синергії у важливих проєктах, що проявилось у пошуках ними шляхів боротьби проти агресорів в професійному секторі дизайну. Перехід українського дизайну на новий якісний рівень проявляється у зміцненні потенціалу проєктної діяльності та презентації своїх робіт у світовому професійному колі. Наступний етап – перехід на новий організаційний рівень, робота над створенням єдиної системи, яка має голос у вирішенні багатьох проблем суспільства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Удріс-Бородавко Н. Глокальний дизайн як міждисциплінарна модель проєктної діяльності. *Деміург: ідеї, технології і перспективи дизайну*: наук. журнал. Т. 7. № 1. 2024. С. 8-23
2. Поляк А. 8 українських дизайнерів про другий рік повномасштабної війни для модної індустрії. URL: <https://elle.ua/moda/fashion-blog/ukrainski-dizayneri-pro-drugiy-rik-povnomasshtabnoi-viyni-dlya-modnoi-industrii/>
3. Філософські дискурси війни. *Філософська думка = Philosophical thought* : укр. наук.-теорет. часоп. Нац. акад. наук України, Ін-т філос. ім. Г. С. Сковороди. Київ : Академперіодика, 2022. № 3. С.7-58.

UDRIS-BORODAVKO N.

DYNAMICS OF UKRAINIAN DESIGN DEVELOPMENT DURING THE WAR

The war in Ukraine is the dominant social context for contemporary Ukrainian design. The need to fight for the preservation of their lives and the nation's identity encourages Ukrainian designers to show a high level of social responsibility and initiative. In the 10 years since the beginning of the war, the social context has influenced a steady increase in the resource and two waves of cultural context activation, which has helped Ukrainian design to acquire a high professional level and uniqueness.

Key words: *Ukrainian design, design education, brand, design publication, glocal design.*