



ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ
Факультет «Дизайн»
Кафедра «Графічний дизайн»
ОПІП «Дизайн візуальних комунікацій»

Дипломна робота на здобуття СВО «Maгістр»
«ПРИНЦИПИ МЕТАМОДЕРНІЗМУ ТА НОВОЇ ШИРОСТІ У ПЛАКАТНОМУ МИСТЕЦТВІ»
Виконав: Макаров Ян Артурович
Керівник: проф. Лесняк Володимир Іванович

ВСТУП

1. СТАН НАУКОВОЇ РОЗРОБКИ ТЕМИ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Стан наукової розробки теми та огляд літератури

1.2. Методи дослідження

Висновки до розділу 1

2. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1. Від постмодернізму до метамодернізму

Висновки до розділу 2

3. ТЕОРІЯ МЕТАМОДЕРНІЗМУ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

3.1. Навини дослідження проявів метамодернізму у графічному дизайні

Висновки до розділу 3

4. МЕТАМОДЕРНІСТСЬКІ ПРИНЦИПИ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ ТА ПЛАКАТІ

4.1. Аналіз практичних прикладів метамодерністського дизайну

в айдентіці

4.1.1 Château Picaron

4.1.2 Kiskeleren

4.1.3 Maschmanns

4.1.4 Висновки щодо метамодерністських підходів в дизайні та айдентіці

4.2. Аналіз практичних прикладів метамодерністського дизайну в плакатному мистецтві

4.2.1 «Нова ширість» та «Slice of life» на прикладі «Grönländ. Alles wird anders»

4.2.2 «Human Touch» як інструмент «Нової ширості» на прикладі robit Neue Gestaltung GmbH

4.2.3 Текстури та аналогічність в роботах Джейсі Найберга

4.2.4 Приклади метамодернізму в сучасному українському плакатному мистецтві

Висновки до розділу 4

5. ПРОЄКТНА ПРОПОЗИЦІЯ

5.1. Формування візюно до проєкту

5.2. Візуальна концепція та графічне рішення проєкту

Висновки до розділу 5

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

Анотація до проєкту, об'єкту присвячено дослідженню принципів метамодернізму та «нової ширості» як актуальних інструментів сучасного плакатного мистецтва, спрямованих на подолання постмодерністської тріоти та відновлення емоційного діалогу з глядачем. Особлива увага приділяється візуальним кодам «нової ширості» (наївності, рукописності, текстурності) та їхній здатності транслювати складні психологічні стани й травматичний досвід, забезпечуючи глибший емоційний зв'язок з аудиторією в умовах сьогодення.

Актуальність теми дослідження полягає в тому, що метамодернізм та «Нова ширість» стають ключовими інструментами для створення довірливих відносин між дизайнером та аудиторією. Існує необхідність у теоретичному осмисленні та практичному застосуванні нових візуальних кодів (наївності, текстурності, рукописності), які здатні передавати складні емоційні стани та реконструювати сенси у цифровому середовищі. Дослідження цих процесів дозволить українському дизайну інтегруватися у світовий контекст, зберігаючи при цьому національну ідентичність та реагуючи на виклики часу.

Мета дослідження — вивести принципи метамодернізму та «Нової ширості» в сучасному графічному дизайні та на їх основі розробити серію плакатів, що візуалізують емоції та внутрішній стан людини в умовах війни та обстрілів, використовуючи інструментарій метамодернізму.

Об'єктом дослідження є візуальна мова сучасного графічного дизайну та плакатного мистецтва.

Предметом дослідження є принципи метамодернізму, «Нової ширості» та специфічні засоби художньої виразності (осциляції, реконструкція, тактильність) у плакатному мистецтві та графічному дизайні як такому.

Хронологічні та територіальні межі дослідження охоплюють період становлення метамодернізму (з 2010-х років по теперішній час) та розглядають досвід країн Європи та України.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що в роботі здійснено комплексний аналіз проявів метамодернізму в графічному дизайні, визначено роль «Нової ширості» як стратегії подолання постмодерністського цинізму та обґрунтовано ефективність використання «недорозкритої» естетики для комунікації травматичного досвіду в умовах повномасштабної війни в Україні.

Теоретичною базою дослідження стали праці провідних заходців та українських науковців у галузі культурології, філософії та дизайну. Фундаментом роботи є концепція метамодернізму, обґрунтована Тінкертусом Верколомом та Роббіном ван ден Ахтером, зокрема їхня теорія «осциляції» між модерністським ентузіазмом та постмодерністською іронією. Важливе місце посідають дослідження «Нової ширості» як комунікативної стратегії (Е. Сіптанен, Н. Загурська) та аналіз впливу цифрової культури на візуальну комунікацію (Н. Гайдук, М. Таранатов, Е. Батасов). Оскрему увагу приділено українському контексту та проявам метамодерної естетики у вітчизняному графічному дизайні, що висвітлені у працях Н. Світєвої.

Методи дослідження ґрунтуються на поєднанні теоретичних та практичних підходів. Застосовано історико-культурний метод для аналізу еволюції мистецьких парадигм, компаративний аналіз для зіставлення теоретичних засад із реальними кейсами, а також мистецтвознавчий образно-стилістичний аналіз для вивчення візуальної мови плаката. Емпіричну частину реалізовано методами проєктно-графічного моделювання.

У роботі проаналізовано ключові принципи метамодернізму (наївність, текстурність, рукописність) та їхній потенціал для створення емоційного резонансу. Розглянуто вплив та українські приклади використання «теплої» естетики та «Human Touch» у брендингу й плакаті. Запропоновано практичну модель — серію з шести плакатів, виконаних у техніці колажу з використанням авторського петеріну. Проєкт візуалізує психологічні стани людини під час війни та обстрілів, демонструючи, як естетика «Нової ширості» дозволяє транслювати травматичний досвід та будувати довірливий діалог з аудиторією.

Проєктна пропозиція складається з серії із шести плакатів, виконаних у техніці колажу з використанням авторського петеріну та текстур. Проєкт візуалізує психологічний стан та думки під час обстрілів міста, демонструючи практичне застосування принципів «Нової ширості» та метамодерністських принципів у плакатному мистецтві для міжнародної аудиторії.

Ключові слова: Інклюзивний дизайн, універсальний дизайн, дизайн

паківання, доступність.

