

4. Бутенко С., Ріжняк Р. Технології захоплення руху – започаткування, розвиток та комерційне застосування. *Фізико-математичний факультет Кіровоградського педуніверситету*. URL: <https://phm.cuspu.edu.ua/nauka/naukovo-populiarnipublikatsii/902-tekhnologiyi-zakhoplennya-rukhu-zapochatkuvannya-rozvytok-takomertsyine-zastosuvannya.html> (дата звернення: 22.03.2025).



УДК 1:7.012+316.7+004.9

Слободянюк Ангеліна Олександрівна

(наук. керівник – д-р філол. наук, професор Лукаш Г. П.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ПЛАКАТ ЯК ФОРМА ВІДОБРАЖЕННЯ МЕТАМОДЕРНІСТСЬКОГО СВІТОСПРИЙНЯТТЯ

Анотація. У роботі досліджено прояви метамодернізму в сучасному плакатному мистецтві з огляду на вплив цифрових технологій. Проаналізовано візуально-вербальні особливості плакатів як засобу комунікації в епоху інтернету. Простежено роль III у створенні метамодерністського візуального контенту.

Ключові слова: метамодернізм, плакат, цифрові технології, світосприйняття, III.

Метамодернізм як складний культурний феномен є реакцією на попередні епохи модернізму та постмодернізму. Інтернет і технічний прогрес сприяли формуванню метамодернізму у різних сферах, зокрема – у візуальному контенті. Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі візуально-вербальної комунікації в умовах цифровізації суспільства. Метою дослідження є аналіз проявів метамодерністського світосприйняття у сучасному плакатному мистецтві в контексті розвитку новітніх технологій.

Метамодернізм становить собою світосприйняття, сукупність філософських концепцій, мистецьких тенденцій, що є відображенням культурного, історичного, технічного розвитку людства. Термін «метамодернізм» з'явився у 1975 р. завдяки письменнику та досліднику Масуду Заварзаде. Поява терміна виникла через необхідність описати нову культурну тенденцію в американській літературі. Популярності поняття «метамодернізм» набуло після публікації статті «Notes on Metamodernism», авторами якої є голландські теоретики культури Тимотей Вермюлен та Робін ван ден Аккер. У своїй роботі дослідники проаналізували дискусію щодо занепаду постмодернізму та появу «нового модернізму» – метамодернізму [1].

У 2011 р. в інформаційному просторі з'являється «Маніфест метамодернізму». Він містить вісім постулатів, що описують концепцію метамодернізму. Зокрема, у них зазначаються такі тези: визнання коливань природного порядку світу; звільнення від інерції, яка виникла внаслідок модерністської ідеологічної наївності та цинічної нещирості; метамодернізм становить собою мінливий стан між і за межами іронії та щирості, наївності та обізнаності, оптимізму та сумніву, у прагненні до безлічі різних та невловимих горизонтів [2].

Румунська професорка літератури Олександра Думітреску охарактеризувала метамодернізм так: «Метамодернізм інтегрує уроки минулого, щоб збагатити сьогодення. Він долає національні кордони та етнічні поділи, щоб визначити детермінанти теми в двадцять першому столітті. Це поетика толерантності, вдячності та прийняття іншого з відвертістю та добротою» [3].

Розглянемо ідейну різницю метамодернізму відповідно до його попередників – модернізму та постмодернізму (табл. 1).

Таблиця 1 – Різниця між модернізмом, постмодернізмом, метамодернізмом*

Модернізм (кінець XIX – початок XX ст.)	Постмодернізм (2-га половина XX ст. – XXI ст.)	Метамодернізм (початок XXI ст.)
Прагнення до створення нового, віра у розвиток та прогрес, віра у зміну людства	Нівелювання наративів, іронія, скептицизм, релятивізм, пародія	Пошук «золотої середини» – коливання між модернізмом та постмодернізмом, створення відчуття атмосфери, увага до емоційного складника, ностальгія

*Розроблено автором на основі [4]

Розвиток метамодернізму відбувається у симбіозі з поширенням ери інтернету, цифрових технологій та штучного інтелекту. Сьогодні метамодернізм став асоціацією до образу онлайн-творця. Тобто відбувається створення та поширення в інформаційний простір нового доробка, що виник із раніше існуючого. Водночас творець «визнає» властивість людської ефемерності [4]. Також варто розрізняти метамодернізм із пасивним споживацтвом – псевдомодернізмом. На думку британського вченого Алана Кірбі, у псевдомодернізмі люди лише телефонують, клацають, натискають, переглядають, вибирають, переміщують та завантажують [5].

Плакатом є документ, що поєднує візуальні та вербальні складники: малюнки, графіку, фото, гасла тощо. Можна виокремити такі цілі його створення та експонування: привернення уваги та спонукання до дії; виклик емоцій, асоціацій; передання ідеї, повідомлення задля впливу на свідомість аудиторії.

Плакат є фізичним втіленням реакції суспільства загалом та його різних груп на історичні, ідеологічні, культурні, соціальні, політичні та технологічні зміни.

Завдяки тому, що плакат може містити різні види інформації, він має широку сферу застосування: комерційна та соціальна реклама; політика; навчання, просвітництво; соціальні, ідеологічні, політичні проблеми; культура та мистецтво. Особливостями дизайну плакату є презентабельність, читабельність і запам'ятовуваність. Також основна ідея, символи й гасла повинні сприйматися аудиторією легко та швидко [6].

Із розвитком інтернет-технологій плакат як інструмент візуально-вербальної комунікації набув поширення у цифровій формі. Порушуючи монополію галерей та музеїв, плакат, використовуючи вуличні акції чи віртуалізацію, активно змінює правила гри на ринку культурно-інформаційних послуг і в соціокультурному просторі, зокрема у соціальних мережах, у яких привернення уваги серед різноманіття контенту є ключовим для просування продуктів, послуг тощо. Це дало можливість авторам плакатів охопити широку аудиторію, яка складається із представників різних культур, викликати суспільний діалог в онлайн-режимі.

Відтепер для усе більшої кількості користувачів, які не мають поглиблених навичок у дизайні, з'явилася можливість стати «творцями» плакатів. Це відбувається завдяки доступності та різноманітності редакторів і платформ для створення візуального контенту.

Також популярності набула генерація плакатів за допомогою штучного інтелекту. ШІ-моделі навчаються на великих обсягах даних. Отже, «нові» зображення основані на вже наявних робіт, можуть поєднувати багато мистецьких напрямів. Рис. 1 містить зображення двох плакатів, згенерованих ШІ (ліворуч – Gemini, праворуч – ChatGPT) за промптом «Створи метамодерністський плакат, що буде рекламувати газований напій».



Рисунок 1 – Згенеровані ШІ рекламні плакати

Плакати відображають риси метамодерністського мистецтва та світосприйняття. Наявне поєднання естетики ретро 1980–90-х років (вінтажні шрифти, неонові кольори) із емодзі та ефектами glitch-арту. Така комбінація навіює відчуття ностальгії, символізує перехід від аналогової до цифрової ери. Плакати утворюють одне ідейне ціле, одночасно репрезентуючи різні епохи.

Отже, метамодернізм виник як відповідь на обмеження модернізму та постмодернізму, пропонуючи альтернативний спосіб сприйняття дійсності. Плакат як інструмент для візуально-вербальної комунікації є формою відображення світосприйняття в цифрову еру. Інформаційні технології дають змогу творцям експериментувати та взаємодіяти з різними стилями, відтворюючи коливання між сучасністю та минулими епохами. Межі локального та глобального стираються, що призводить до взаємодії різних культур, мистецьких течій. Метамодерністське балансування у плакаті між протилежностями репрезентує суперечливість, мінливість світу в еру цифрових технологій.

Список використаних джерел

1. Vermeulen T., van den Akker R. Notes on metamodernism. *Journal of Aesthetics & Culture*. 2010. Vol. 2, № 1. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.3402/jac.v2i0.5677> (дата звернення: 06.04.2025).

2. Turner L. Metamodernist Manifesto. *Metamodernism.org*. URL: <http://www.metamodernism.org/> (дата звернення: 07.04.2025).
3. Dumitrescu A. Metamodernism. A few characteristics. *Metamodernism.wordpress.com*. 26.12.2013. URL: <https://metamodernism.wordpress.com/2013/12/26/metamodernism-a-few-characteristics/> (дата звернення: 06.04.2025).
4. Le Cunff A.-L. An introduction to metamodernism: the cultural philosophy of the digital age. *Ness Labs*. URL: <https://nesslabs.com/metamodernism> (дата звернення: 07.04.2025).
5. Kirby A. The Death of Postmodernism And Beyond. *Philosophy Now*. 2006. № 58. URL: https://philosophynow.org/issues/58/The_Death_of_Postmodernism_And_Beyond (дата звернення: 07.04.2025).
6. Перепелицина Г. М. Плакат. *Українська бібліотечна енциклопедія*. URL: <https://ube.nlu.org.ua/article/Плакат> (дата звернення: 07.04.2025).



УДК 002.5:316.7

Токар Каріна Олександрівна

(наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Климова К. І.)

Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій, м. Київ

ДОКУМЕНТ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ ХХІ СТ.

Анотація. Проаналізовано роль і значення документа в інформаційному просторі ХХІ ст. Розкрито його функції як засобу соціальної комунікації, носія правової, історичної та культурної інформації, а також важливого елемента цифрової трансформації суспільства. Документ постає як динамічний інструмент взаємодії, регуляції та збереження знань; виконує інтегративну функцію, формуючи колективну пам'ять і соціальну ідентичність.

Ключові слова: документ, інформація, цифровізація, документообіг.

У ХХІ ст. документ стає основною одиницею існування, упорядкування та передачі знань у глобальному інформаційному просторі. Його значення виходить за межі традиційного функціоналу, охоплюючи правове, комунікаційне, соціальне, політичне та культурне поля. Сучасний документ – це не просто зафіксована інформація, а динамічний об'єкт, який водночас є носієм, каналом і результатом комунікативного процесу. Зміна носіїв, форматів, способів створення і використання документів визначає нові орієнтири в інформаційній діяльності, змінюючи як інституційні практики, так і повсякденні звички людини.

Згідно з міжнародним стандартом ISO 5127:2018, документом є «записана інформація, яка може використовуватись як одиниця в інформаційному процесі» [6]. Таке визначення дає змогу включити до документального простору не лише класичні письмові тексти, а й цифрові файли, аудіо- та відеозаписи, дописи в соціальних мережах, інфографіку, бази даних. З огляду на це інформаційний простір ХХІ ст. стає дедалі більш документалізованим і водночас фрагментованим, що зумовлює необхідність осмислення нових форм документальної комунікації.

Сучасний документ розглядається як матеріальний об'єкт, що містить інформацію, зафіксовану створенням людиною способом для її передачі у часі та прос-