

УДК 741.67:659.127.4(477)"20"

DOI <https://doi.org/10.32782/uad.2025.4.13>

**Сбітнева Надія Федорівна,**

кандидат мистецтвознавства, професор,

професор кафедри графічного дизайну

Харківської державної академії дизайну і мистецтв

ORCID ID: 0000-0001-9590-5109

sbitnieva.nadiia@ksada.org

## МЕТАМОДЕРН В УКРАЇНСЬКОМУ ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ (НА ПРИКЛАДІ КОРПОРАТИВНОЇ АЙДЕНТИКИ)

*Мета статті – на прикладі корпоративної айдентики розглянути прояви метамодерну у сучасному графічному дизайні України; простежити трансформацію принципів створення знакової графіки, запозичених у модернізму та постмодернізму; виявити нові якості метамодерної айдентики, що сформувались як реакція на осциляцію метамодерну та віртуалізацію графічного дизайну. Методика дослідження ґрунтується на історичному та системному підходах і поєднує теоретичні методи порівняльного, комплексного аналізу й екстраполяції з прийомами емпіричного мистецтвознавчого образно-стилістичного й композиційного аналізу. Наукова новизна роботи полягає в екстраполяції теоретичних знань про загально культурне підґрунтя метамодерну на сучасну практику графічного дизайну. Уперше приклади корпоративної айдентики розглянуто у контексті специфіки метамодерну, а саме використання окремих методів і прийомів попередніх парадигм (модернізму та постмодернізму). Зроблено висновки щодо важливих аспектів метамодерну та їх проявів у галузі корпоративної айдентики. У висновках підсумовано, що знакова графіка є найбільш динамічною галуззю графічного дизайну, в якій найяскравіше відбиваються найпрогресивніші тенденції дизайнерського проектування. Зокрема, констатовано, що сучасна корпоративна айдентика розвивається завдяки запозиченню найяскравіших рис модернізму (детермінованість проєктних рішень, системний підхід, чітка конструктивна побудова) та постмодернізму (емоційна глибина, відкритість простору до адаптації розробок до різних носіїв та контексту, здатність до анімації тощо. Також зазначено, що важливими специфічними рисами метамодерної айдентики є просування національної ідеї. Все це дозволяє стверджувати, що сучасна корпоративна графіка демонструє високий рівень проєктних розробок та потужний потенціал для її подальшого розвитку.*

**Ключові слова:** графічний дизайн, метамодернізм, постмодернізм, модернізм, корпоративна айдентика.

### **Sbitnieva Nadiia. METAMODERNISM IN UKRAINIAN GRAPHIC DESIGN (ON THE EXAMPLE OF CORPORATE IDENTITY)**

*The purpose of the article is to examine the manifestations of metamodernism in contemporary Ukrainian graphic design through the example of corporate identity; to trace the transformation of principles for creating iconic graphics borrowed from modernism and postmodernism; and to identify new qualities of metamodern identity that have emerged as a reaction to the oscillation of metamodernism and the digitalization of graphic design. The research methodology is based on historical and systemic approaches and combines theoretical methods of comparative and complex analysis, as well as extrapolation, with empirical art studies methods of figurative-stylistic and compositional analysis. The scientific novelty of the work lies in the extrapolation of theoretical knowledge about the general cultural foundations of metamodernism onto the contemporary practice of graphic design. For the first time, examples of corporate identity are examined in the context of the specifics of metamodernism, namely the use of certain methods and techniques of previous paradigms (modernism and postmodernism). Conclusions have been drawn regarding key aspects of metamodernism and their manifestations in the field of corporate identity. The study concludes that iconic graphics are the most dynamic area of graphic design, where the most progressive design trends are most vividly reflected. In particular, it is stated that contemporary corporate identity develops through the adoption of the most striking features of modernism (determinacy of design solutions, systemic approach, clear constructive structure) and postmodernism (emotional depth, openness of space for adaptation across different media and contexts, the ability for animation, etc.). It is also noted that an important specific feature of metamodern identity is the promotion of the national idea. All this makes it possible to assert that contemporary corporate graphics demonstrate a high level of design solutions and possess strong potential for further development.*

**Key words:** graphic design, metamodernism, postmodernism, modernism, corporate identity.

**Вступ.** На початку нового тисячоліття активізувалися загально культурні процеси, що свідчили про деактуалізацію концепції постмодернізму. Так само, як свого часу постмодернізм виник внаслідок кризи модернізму з його уніфікацією і тоталітаризмом, наприкінці ХХ ст. «ера постмодерну дійшла до свого логічного завершення» [1, с. 39], йому на зміну прийшов метамодернізм. Зміна парадигм спричинила наукову дискусію щодо особливостей метамодерну як нового типу світосприйняття, як мистецького напрямку та його проявів в окремих галузях творчої діяльності; навіть щодо варіантів терміну, який мав «позначити нові епохальні зрушення у культурі» [2, с. 26]. Але згодом учасники обговорень погодилися з назвою «метамодерн», запропонованою двома нідерландськими вченими: теоретиком медіа Тімотеусом Вермюленом і філософом Робіном ван ден Аккером. Термін був не новий, але Т. Вермюлен і Р. ван ден Аккер першими почали його використовувати у сучасному розумінні. У своїй концептуальній праці «Нотатки про метамодернізм» (Notes on Metamodernism, 2010 р.) дослідники заявили, що «на зміну постмодернізму приходить метамодернізм, який стосується майбутнього без майбутнього і заміщує реальне на сюрреалістичне» [3, с. 12].

**Матеріали дослідження.** Розвідку проведено на прикладі сучасних зразків корпоративної айдентики, що якнайкраще ілюструють характерні риси метамодерну у графічному дизайні, зокрема, поєднання модерних і постмодерних засад.

**Методика дослідження** ґрунтується на історичному та системному підходах і поєднує теоретичні методи порівняльного, комплексного аналізу й екстраполяції з прийомами емпіричного мистецтвознавчого образно-стилістичного й композиційного аналізу.

*Історичний підхід* важливий для сприйняття метамодерну у контексті хронологічної послідовності: модернізм – постмодернізм – метамодернізм. Застосування *системного підходу* дозволило розглянути корпоративну айдентичу з точки зору метамодерних принципів і засад, та водночас як дизайнерський об'єкт з узгодженим функціонуванням усіх його

елементів, естетичних та утилітарних складових. *Метод комплексного аналізу* у процесі вивчення об'єкту дослідження уможливив врахування сукупності факторів художньої і позахудожньої сфер. *Метод екстраполяції* сприяв виявленню характерних рис знакової графіки з позиції загальних дизайнерських принципів метамодерну. Застосування *емпіричних методів* (образно-стилістичного й композиційного аналізу) дозволило схарактеризувати дизайнерські об'єкти з точки зору використання принципів проєктування, що належать до конкретної парадигми.

**Аналіз досліджень.** Науковим підґрунтям роботи стали дослідницькі праці, в яких було зроблено перші спроби теоретичного обґрунтування метамодернізму та осмислення процесу трансформації постмодернізму в метамодернізм, зокрема, «Нотатки про метамодернізм» (2010) Т. Вермюлена і Р. ван ден Аккера [3], а також «Маніфест метамодерніста» (2011) Л. Тернера [4]. Так, саме Т. Вермюлен і Р. ван ден Аккер першими використали термін «метамодернізм» для опису «поточної структури відчуттів» та запропонували розгойдування «між модерністською прихильністю та постмодерністською відчуженістю» вважати осциляцією [3]. Концепцію осциляції підхопив і Л. Тернер, який проголосив: «метамодерн буде визначений як мінлива умова між і понад іронією та щирістю, наївністю та обізнаністю, релятивізмом та істиною, оптимізмом та сумнівом – у пошуках множинності розрізнених і невловимих горизонтів. Ми повинні вирушати вперед і осцилювати!» [4].

Серед сучасних вітчизняних наукових розвідок варто згадати дисертацію А. Савиної «Металітература в контексті метакритики: персонаж, наратив, дискурс», захищену на здобуття ступеня доктора філософії [1], в якій подано цілісне осмислення тенденцій і закономірностей переходу від постмодернізму до метамодернізму. Незважаючи на те, що, аналізуючи метамодерні принципи, дослідниця мала на увазі насамперед літературу, її висновки й міркування цілком доречні і точні стосовно характеристики метамодерну в цілому, що дозволяє їх екстраполювати на розуміння

сучасних процесів в інших галузях, що частково стосується також графічного дизайну. Дослідниця зазначає: «...метамодернізму <...> притаманні саморефлексивні тенденції, що виявляють себе практично в усіх мистецьких сферах на різних рівнях і в різних пропозиціях» [1, с. 42].

Культурні аспекти метамодерну як інструменту соціальної та економічної корекції суспільства розглядає професор А. Артеменко, зокрема, акцентує на проблемі вразливості категорії естетичного у метамодерній культурі [2, с. 27].

Систематизації та узагальненню попередніх знань про метамодернізм як культурний феномен ХХІ століття присвячено наукові розвідки Н. Гайдук [5], В. Мірошніченко [6], Н. Голя [7]. Так, Н. Гайдук у статті «Феномен метамодернізму як переосмислення модернізму та концептуальне продовження постмодернізму» [5] багато уваги приділила впливу цифровізації та соціальних мереж на розвиток метамодерну, зокрема, зазначила: «Реалізується метамодернізм, в основному, завдяки виникненню віртуальної реальності, він здебільшого існує у віртуальному просторі нашого життя, що стало доступним лише з появою соціальних мереж» [5, с. 29]. Дослідниця доходить цінного висновку: «метамодернізм як новий контекстуальний мистецький маркер реалізується і існує, в основному, завдяки виникненню віртуального простору нашого життя» [5, с. 30].

В. Мірошніченко, аналізуючи особливості метамодернізму у статті «Метамодернізм, осциляція, інтерпеляція», висловлює важливу для даного дослідження думку: «метамодернізм більше асоціюється з візуальним мистецтвом, з великою долею ймовірності можна стверджувати: починаючи з 2000-х рр., завершується <...> ера слова, яку змінює ера візуального <...>, не слово виражає емоцію, а смайл [6, с. 115]. Т. Голей у статті «Українська музична культура та метамодернізм: виклики та можливості інтеграції» зазначає: «Однією з перших на зміни у глобальних світоглядних системах реагує мистецька сфера» [7, с. 60]. Серед способів, через які метамодернізм може проявлятися у мистецтві,

дослідник називає головні: інтертекстуальність, просторові та часові зміщення, примирення суперечностей [7, с. 60].

Ґрунтовною працею з дослідження культурно-ідеологічних передумов появи метамодернізму, його суті та проявів у сучасній культурі (зокрема, літературі) є стаття В. Пахаренка «Метамодернізм як художній напрям: роздуми про новий тип світосприйняття» [8]. Автор аналізує перехід від модерної епохи до постмодерну, далі від постмодерну до метамодерну і підсумовує, що «метамодернізм – тип світосприймання, мистецький напрям, що тільки набуває сил, має у своїй основі потужний творчий потенціал і тому може претендувати на довголітній вельми продуктивний розвиток» [8, с. 68].

Отже, розглянуті наукові розвідки в основному присвячені процесу культурних трансформацій постмодерну та його перетворенню на метамодерн. Автори ретельно аналізують прояви метамодернізму в окремих галузях культурної діяльності, виявляють вплив модерністських та постмодерністських настанов як прояв осциляції. Та водночас досліджень щодо реалізації метамодернізму в конкретних галузях проектної діяльності, зокрема, графічного дизайну, не виявлено.

**Результати.** Одним із найважливіших чинників, що посприяв зміні парадигм і значною мірою визначив специфіку метамодерну, став технічний прогрес. Стрімкий розвиток інформаційних технологій, цифровізація всіх сфер життя суспільства, починаючи з політики, економіки й культури та закінчуючи повсякденним спілкуванням, вивели комунікаційні процеси на новий, більш високий рівень, який потребував іншого теоретичного підґрунтя й нових практичних підходів. Настав час, коли постмодернізм з його іронічним ставленням до всього, намаганням зруйнувати усталені норми, розмити кордони і перетворити все на жарт і гру, заважав рухатися далі, бо не давав опори для подальшого розвитку. «Сучасна метамодерністська людина явно стомилася від тотальної іронії, пародіювання, гри, маскараду», – зауважив В. Пахаренко [8, с. 11]. За таких умов у мистецтві та дизайні актуалізувалася концепція обережної, але послідовної і наполегливої реконструкції

світу, «відновлення космосу, сенсу, увага до серйозного, справжнього, повернення до універсальних істин і цінностей» [8, с. 6].

Важливо, що подальший розвиток культури і дизайну на початку XXI століття демонстрував не лінійний характер розвитку постмодерних засад, не заперечення базових основ і принципів попередніх етапів і не спіралеподібну форму їх переосмислення на більш високому рівні, а коливався від модернізму до постмодернізму, вбираючи у себе їх найважливіші й найцікавіші риси. «Естетика метамодернізму визначається хитанням маятника: з одного боку, ми повертаємося до відчуттів оптимізму й утопізму, модерністських теорій/концепцій, серйозності, елітарності, історичних кодів і міфологічних алюзій, а з іншого, – відмовляємося від них, рухаючись до іронії, карнавалізації, масової культури і згодом, очевидно, повертаємося назад, перебуваючи у замкненому колі» – зазначила А. Савина [1, с. 40]. Цей маятникоподібний рух (oscillation) став визначальною ознакою метамодерну й відбився у всіх галузях проєктної і творчої діяльності, зокрема, й у графічному дизайні. Розглянемо його прояви на прикладі знакової графіки, де відносна простота форм та обмежена палітра засобів дозволяють більш наочно простежити формотворчі принципи метамодерну.

Проєкт Ukraine NOW (Україна зараз) був розроблений у 2018 році креативною агенцією Banda Agency на замовлення українського уряду. Метою проєкту було брендування України та формування її позитивного іміджу у світі задля залучення інвестицій і покращення туристичного потенціалу. Складне й відповідальне завдання зі створення бренду, «який продемонструє привабливість України для туризму, культурної взаємодії та бізнесу» [9], передбачало гранично широку цільову аудиторію, бо мало максимально охоплювати адресатів як всередині країни, так і поза її межами. Тому агенція Banda запропонувала універсальну та зрозумілу для великої кількості груп споживачів візуальну мову. Логотип побудовано на поєднанні трьох елементів: англійської назви держави «Ukraine», англійського слова «NOW» на жовтій прямокутній

плашці, та національного домена «UA» на круглій синій плашці, що «за формою нагадує сповіщення, які ми бачимо в соцмережах. Це символ чогось нового, того що привертає увагу» [9] (іл. 01). Тож, стилістично дизайн логотипу орієнтований на сучасну, «діджиталізовану» людину, для якої візуальна естетика соціальних мереж і месенджерів є звичною і зрозумілою.



Іл. 01. Banda Agency. Логотип Ukraine NOW, 2018. URL: <https://i-p.rmcdn.net/548b08371f7e672525803aeb/494397/upload-bf43be30-51d2-11e8-a187-b9f1a8b05563.jpg?e=webp> (дата звернення 21.08.2025)

Побудований виключно на типографіці (іл. 02), логотип сприймається як стилістично нейтральний, але водночас він є багатозначним і символічним. Спеціально створений для цього проєкту геометричний гротеск Yermilov Bold (дизайнер Кирило Ткачов), з одного боку, є функціональним і зручним для читання, а з іншого – цей шрифт має «родзинку» – оригінальні скоси у кутах літер, які пом'якшують шрифт, надають йому самотності й теплоти. У поєднанні з відповідними кольорами (жовтий, синій + додатковий чорний) цей мінімалістичний логотип без будь-яких додаткових атрибутів та символів



Іл. 02. Banda Agency та Кирило Ткачов. Шрифт Ermilov bold, 2018. URL: <https://i-p.rmcdn.net/548b08371f7e672525803aeb/494397/upload-9f826270-52c4-11e8-a9c0-9758af5955dd.png?e=webp&nll=true> (дата звернення 21.08.2025)

здатний безпомилково ідентифікувати нашу країну. Крім того, Ukraine NOW – це не просто гарний і виразний логотип із глибоко національним сенсом, – орієнтований на багатоканальний формат, він легко й зручно адаптується до будь-якого носія: від зовнішньої реклами (іл. 03, 04), й поліграфічних об'єктів

і мерчу (іл. 05–07) до різних форм онлайн-комунікації.

Отже, логотип Ukraine NOW, створений «у кращих традиціях міжнародного типографічного стилю», поєднує притаманні модернізму у графічному дизайні раціональний підхід, функціональну простоту й детермінованість



Іл. 03, 04. Banda Agency. Зовнішня реклама під брендом Ukraine NOW, 2018.  
URL: <https://i-p.rmcdn.net/548b08371f7e672525803aeb/494397/upload-923e4fb0-5301-11e8-8926-37fb560e90ac.jpg?e=webp> (дата звернення 25.08.2025)



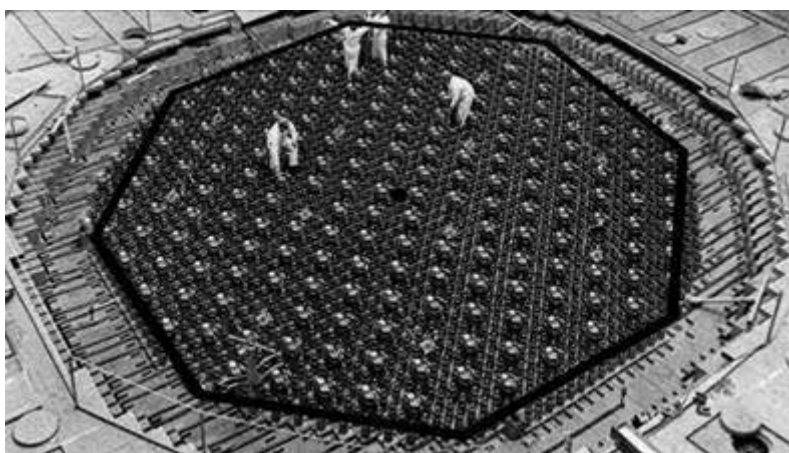
Іл. 05–07. Banda Agency. Мерч із символікою бренду Ukraine NOW, 2018.  
URL: <https://i-p.rmcdn.net/548b08371f7e672525803aeb/494397/upload-23f466f0-9ae8-11e8-ab23-652fc9922d16.jpg?e=webp> (дата звернення 25.08.2025)

кожної складової з рисами, характерними постмодерним практикам, а саме: гнучкістю й відкритістю форми, де є простір для адаптації, взаємодії і багатозначності, емоційною складовою та глибоко національним змістом.

Також чудовим прикладом метамодерністського підходу у графічному дизайні є знак CHORNOBYL.TODAY, створений у межах брендингу Зони відчуження креативною агенцією Vanda за підтримки Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів (2021 р.). «Нам потрібно було знайти сильний візуальний образ, який змусить людей замислитися. І зрозуміли, що стандартний логотип не буде мати достатньої сили: статична піктограма не в змозі вмістити в собі таке важливе повідомлення. Так ми створили перший у світі невичний логотип», – розповіли розробники [10].

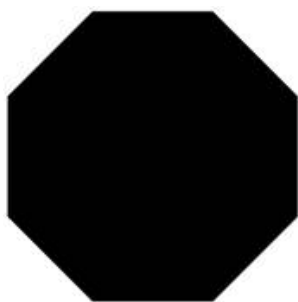
Отже, в основу концепції покладено ідею не статичного й незмінного логотипу (як за часів модернізму), і не хаотичного, вільного від будь-яких обмежень (як у постмодерні), а такого, який мав змінюватися рік за роком, зберігаючи впізнаваність, але водночас створюючи відчуття плину часу та відновлення.

Базовою формою знаку став правильний вісьмикутник поверхні реактора, що його можна побачити з висоти пташиного польоту (іл. 08), у поєднанні з гротесковим шрифтом. «Це відправна точка існування лого, наче це логотип Чорнобиля'86. Із кожним роком зображення змінюється та поступово зникає. Кінцева точка існування лого – 2064 рік, коли Чорнобильську електростанцію буде повністю виведено з експлуатації», – зазначили представники агенції [10] (іл. 09, 10). Важливо, що «процесуальність»

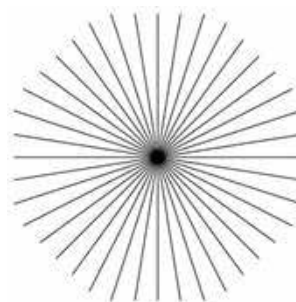


Іл. 08. Фото реактора Чорнобильської АЕС (вид зверху).

URL: [https://cdn.prod.website-files.com/5fe0d92bbc950c2267f450c4/60313f1482a0b82000be5ca\\_a\\_2021-02-20%2018.55.31.jpg](https://cdn.prod.website-files.com/5fe0d92bbc950c2267f450c4/60313f1482a0b82000be5ca_a_2021-02-20%2018.55.31.jpg) (дата звернення 25.08.2025)



CHORNOBYL  
1986



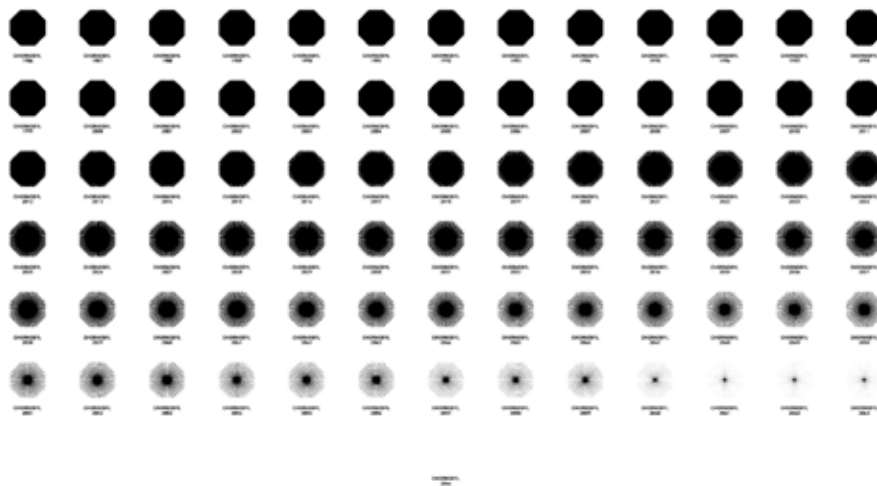
CHORNOBYL  
2061

Іл. 09, 10. Vanda Agency. Знак CHORNOBYL.TODAY (Іл. 09 – фрагмент CHORNOBYL 1986, Іл. 10 – CHORNOBYL 2061), 2021. URL: <https://i.pinimg.com/originals/ce/cf/1f/cecf1ff9aec4d1e92a2317f9a1e83ca9.gif> (дата звернення 25.08.2025)

знаку, тобто його здатність наочно показати процес, передано не за рахунок його динамічної побудови, – статичний і симетричний у своїй основі, він має оригінальну просторову побудову й представлений системою об'єктів, що візуалізує плин часу через поступові зміни, що відбуваються з кожним роком у роботі реактора. Знак складається з 78 елементів – етапів, які конструктивно повторюють структуру один одного, але трансформуються у тональному відношенні (іл. 11, 12). Логічність побудови, геометрична точність і мінімалізм розробки викликають довіру, у той час як поступовий перехід від насиченого до максимально світлого накреслення,

такого, що ніби розчиняється у просторі, захоплює, створює motion-ефект.

Отже, знак CHORNOBYL.TODAY поєднує конструктивну точність з психологічною інтригою. Науково-обґрунтований підхід, детермінованість всіх елементів дизайну, чітка побудова й системність демонструють використання кращих рис модернізму, викликають повагу та довіру. Але на відміну від емоційно нейтральних, відсторонених від глядача модерністських знаків, айдентика для Зони відчуження викликає глибокий емоційний відгук, залучає глядача до роздумів, заохочує до співпереживання, що властиве розробкам



Іл. 11. Banda Agency. Знак CHORNOBYL.TODAY, 2021. URL: <https://i-p.rmcdn.net/548b08371f7e672525803aeb/494397/upload-215d0db0-4358-4368-a4ed-fd97dd946611.jpg?e=webp> (дата звернення 25.08.2025)



Іл. 12. Banda Agency. Мерч з айдентикою бренду CHORNOBYL.TODAY, 2021. URL: <https://i-p.rmcdn.net/548b08371f7e672525803aeb/494397/upload-dd0fa744-075e-4c3b-97f0-9ea3e4c1eab8.jpg?w=2050&e=webp&cX=0&cY=236.5112195121951&cW=5616&cH=3270.97756097561> (дата звернення 25.08.2025)

постмодерної доби. Знак має яскраве емоційне забарвлення, він нагадує про трагедію Чорнобиля, бентежить та інтригує, підштовхує до роздумів, викликає надію й водночас сум. У метамодерні ці дві протилежні емоції співіснують без іронії, так само як раціоналізм поєднується з емоційним сприйняттям. Метамодерністське трактування Чорнобильської трагедії завдяки CHORNOBYL.TODAY трансформоване в наратив, спрямований у майбутнє, такий що дає підстави для оптимізму.

**Висновки та перспективи подальших розвідок.** Глобальний культурний процес, що на початку XXI століття охопив усі галузі мистецької і художньо-проектної діяльності на фоні деактуалізації постмодернізму, має характер коливання між засадами модернізму й постмодернізму, з одного боку критикуючи модернізм за сухість, безальтернативність і космополітизм, а постмодернізм – за безкінечну іронію та песимізм, а з іншого боку – свідомо використовуючи засадничі принципи обох парадигм. Метамодернізм відбився у всіх галузях графічного дизайну, але його найяскравіші прояви демонструє знакова графіка як найбільш динамічна галузь графічного проектування, де відносна простота проектного інструментарію та обмеження палітри засобів дозволяють наочно простежити актуальні тенденції.

Корпоративна айдентика метамодерну поєднує найважливіші й найцінніші риси як модернізму, так і постмодернізму. Від модернізму успадковано ґрунтовність, чітку конструктивну побудову та зваженість проектних рішень, раціональний і функціональний підхід, що забезпечує утилітарну цінність розробок і викликає довіру. Та водночас, на відміну від емоційно нейтральних, дистанційованих від глядача й уніфікованих знакових рішень модерністської доби, розробки метамодерну, завдяки впливу постмодерних принципів, викликають глибокий емоційний відгук, залучають глядача до роздумів, заохочують до співпереживання,

залишають простір для особистого тлумачення дизайнерської розробки. Під впливом постмодерних ідей знакова графіка метамодерну набуває багатозначності, гнучкості й відкритості форми, здатної адаптуватися до різних контекстів, носіїв та інтерпретацій, принципово неможливих за часів модернізму.

Швидкий розвиток інформаційних технологій визначив тенденцію до віртуалізації графічного дизайну, зокрема, у галузі корпоративної айдентики. Це проявляється не лише у створенні динамічних розробок, – навіть статичні логотипи часто сприймаються як motion-об'єкти та зазвичай передбачають можливість їх анімації, що, на думку замовників, часто є обов'язковою вимогою. Віртуалізація у графічному дизайні метамодерну є уособленням синтезу дизайну з технологіями.

На відміну від космополітичних розробок модерної доби, так само як глобалізаційних тенденцій постмодернізму, метамодерні знакові розробки демонструють повернення до національної культури: не заперечуючи мультикультуралізму у світі, вони делікатно, але наполегливо просувають глибоко національний зміст. У нашій країні цей процес співзвучний з актуалізацією патріотичних настроїв на фоні війни, але є сподівання, що навіть після закінчення війни він не згасне. Осциляція у графічному дизайні метамодерну проявляється як постійне коливання між протилежними станами – іронією та щирістю, між минулим і майбутнім, між реальним і віртуальним. Вона є способом мислення, що дозволяє одночасно використовувати суперечливі підходи, запозичені як у модернізму, так і у постмодернізму. Завдяки цьому метамодерн формує гнучку естетику, яка свідчить про величезний потенціал для подальшого успішного розвитку не лише у галузі корпоративної айдентики, але і графічного дизайну в цілому.

Подальші наукові розвідки полягатимуть у вивченні проявів метамодерну в інших галузях графічного дизайну.

#### Література:

1. Савина А.Ю. Металітература в контексті метакритики: персонаж, наратив, дискурс. : дис. ... докт. Філософ. : 035 «Філологія». Житомир, 2024. 231 с.
2. Артеменко А.П. Логіка розуміння культури епохи метамодерну. *Проблеми методології сучасного мистецтвознавства та культурології* : матеріали IV міжнар. наук. конф., м. Київ, 16–17 листопада 2022 р. С. 26–27.



3. Vermeulen T., Van den Akker R. Notes on metamodernism. *Journal of Aesthetics and Culture*. 2010. Vol. 2, № 1. P. 1–14. DOI: <https://doi.org/10.3402/jac.v2i0.5677> (дата звернення 17.08.2025)..
4. Turner L. Metamodernist Manifesto. 2011. URL: <http://www.metamodernism.org> (дата звернення 17.08.2025).
5. Гайдук Н.А. Феномен метамоде́рнізму як переосмислення модернізму та концептуальне продовження постмодернізму. *Вісник Маріупольського державного університету*. Серія: філософія, культурологія, соціологія, 2021, Вип. 21, С. 24–30.
6. Мірошніченко В.С. Метамоде́рнізм, осциляція, інтерпеляція. *Культура України*. Серія: Культурологія, 2017. Т. 55, С. 109–117.
7. Голей Н. Українська музична культура та метамоде́рнізм: виклики та можливості інтеграції. *Творчий універсалізм у культурі, мистецтві, освіті: ідентифікаційний, комунікаційний, синергетичний виміри* : матеріали Міжнар. науково-практ. конф., м. Івано-Франківськ, 24–25 травня 2024 р. С. 26–27.
8. Пахаренко В. Метамоде́рнізм як художній напрям: роздуми про новий тип світосприйняття. *Українська мова та література*. 2021. № 7–8. С. 56–68. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/> (дата звернення 17.08.2025).
9. Ukraine NOW: Новий брендинг України. URL: <https://banda.agency/ukrainenow/> (дата звернення 25.08.2025).
10. Чорнобиль. Невічний логотип. URL: <https://banda.agency/chornobyl/> (дата звернення 25.08.2025).

### References:

1. Savyna, A. Yu. (2024). Metaliteratura v konteksti metakrytyky: personazh, naratyv, dyskurs [Metaliterature in the context of metacriticism: character, narrative, discourse] (Doctoral dissertation, 035 “Philology”). Zhytomyr. [in Ukrainian].
2. Artemenko, A. P. (2022). Lohika rozuminnia kultury epokhy metamodernu [The logic of understanding the culture of the metamodern era]. *Problemy metodolohii suchasnoho mystetstvovnavstva ta kulturolohii [Problems of Methodology in Contemporary Art Studies and Cultural Studies] : Materialy IV mizhnarodnoi naukovo konferentsii*, Kyiv, 16–17 lystopada 2022. pp. 26–27. [in Ukrainian].
3. Vermeulen, T., & Van den Akker, R. (2010). Notes on metamodernism. *Journal of Aesthetics and Culture*, 2(1), pp. 1–14. <https://doi.org/10.3402/jac.v2i0.5677> (retrieved august 17, 2025).
4. Turner, L. (2011). Metamodernist manifesto. Retrieved from <http://www.metamodernism.org> (retrieved august 17, 2025).
5. Haiduk, N.A. (2021). Fenomen metamodernizmu yak pereosmyslennia modernizmu ta kontseptualne prodovzhennia postmodernizmu [The Phenomenon of Metamodernism as a Rethinking of Modernism and a Conceptual Continuation of Postmodernism]. *Visnyk Mariupolskoho derzhavnoho universytetu*. Serii: filosiifia, kulturolohii, sotsioloohii – *Bulletin of Mariupol State University. Series: Philosophy, Cultural Studies, Sociology*, 21, pp. 24–30.
6. Miroshnychenko, V.S. (2017). Metamodernizm, ostsylatsiia, interpeliatsiia [Metamodernism, oscillation, interpellation]. *Culture of Ukraine. Series: Culturology*, 55, pp.109–117. [in Ukrainian].
7. Holei, N. (2024). Ukrainska muzychna kultura ta metamodernizm: vyklyky ta mozhlyvosti intehratsii [Ukrainian Musical Culture and Metamodernism: Challenges and Opportunities for Integration]. *Tvorchiy universalizm u kulturi, mystetstvi, osviti: identyfikatsiinyi, komunikatsiinyi, synerhetychnyi vymiry – Creative Universalism in Culture, Art, and Education: Identification, Communication, and Synergetic Dimensions*. Materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii (pp. 26–27). Ivano-Frankivsk.
8. Pakharenko, V. (2021). Metamodernizm yak khudozhnii napriam: rozdumy pro novyi typ svitospriyniattia [Metamodernism as an artistic trend: Reflections on a new type of worldview]. *Ukrainska mova ta literatura – Ukrainian Language and Literature*, 7–8, pp. 56–68. Retrieved from <https://lib.iitta.gov.ua/> (retrieved august 17, 2025). [in Ukrainian].
9. Ukraine NOW: Novyi brendynh Ukrainy [The New Branding of Ukraine]. Retrieved August 25, 2025, from: <https://banda.agency/ukrainenow/>
10. Chornobyl. Nevichnyi logotype [Chornobyl. The Eternal Logo]. Retrieved August 25, 2025, from <https://banda.agency/chornobyl/>

Стаття надійшла: 26.08.2025  
Прийнято: 11.09.2025  
Опубліковано: 10.10.2025