

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

УДК 008 : 312.421
(Культурологія)

Рудий Андрій Романович

МОУШН-ДИЗАЙН В СИСТЕМІ ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

034 – культурологія

Дисертація

на здобуття наукового ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Науковий керівник:

Доктор філософських наук, професор

Барна Наталія Віталіївна

Київ – 2026

АНОТАЦІЯ

Рудий А.Р. Моушн-дизайн в системі візуальних комунікацій. – Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 034 – Культурологія. Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля (Київ). – 2026.

Дисертаційне дослідження присвячене розгляду інформаційно-комунікативних аспектів функціонування моушн-дизайну в системі візуальної культури ХХ століття. На межі ХХ-го – ХХІ-го століття надзвичайно актуалізується проблема визначення світоглядних, художніх констант комунікативної реальності, де простір взаємодії суб'єктів комунікації реалізується як надзвичайно складний і проблемний стан того поля культури, яке, з одного боку, пов'язує з глобалізацією, інтегративними та дезінтегративними тенденціями в суспільстві, з іншого – з перманентними процесами трансформації культурних практик, які все більше і більше беруть на себе інтегративний тягар керування свідомістю людини, яка залучається до культуротворчості.

Втрата великих наративів, що підживлювали культуру протягом багатьох століть, була завершена з тоталітарним та посттоталітарним простором, реалізується як новітній консенсус, який можна зазначити як дигітальний. Навіть переосмислюється концепт *digitus*: за суто англійським зразком – це переважно цифрові технології, а за латинським – це вказуючий перст. В дигітальних технологіях визначається естетичний виток, тобто орієнтований на сугестію, керування, вплив, на самоздійснення персоніфікації інформації.

Всі ці переоцінки і трансформації інформаційно-комунікативного середовища мають відображення в тих реаліях, якими обіймається дизайнер сьогодення, зокрема дизайнер моушн (*motion*). *Motion* («рух», англ.) – це новітня термінологія, яка виникає в 70-ті роки ХХ-го століття і стає

надзвичайно актуальною, прогресивною з точки зору модифікаційних трансформерів передання інформації в культурі.

Якщо нагадати визначення культури, за Роланом Бартом, культурного поля, то це код предметних артефактів, візуальних і вербальних. Отже, мушн- стає носієм того, що Ролан Барт визначає як трансформер, перемикач, що дає можливість перейти від предметних артефактів до візуальних і до вербальних. Барт бачить генеративний виток у вербальному, наративному вимірі, изначає його як риторичний. Але візуальний код, пов'язаний з графічним дизайном та широким медіа-контекстом, трансформує цей наратив в систему візуального повороту, систему іконічного, дигітального, сугестивного впливу на людину, де ідентичність реципієнта і контенту відбувається автоматично, майже без зусиль, формується все те, що можна зазначити як консенсус легітимації образного простору, в якому надзвичайно гостро реалізується синтез предметного контенту, орієнтованого на онтологічні предикації формотворення візуального, що пов'язано з контент-презентативними формами медіа, та вербального, що визначається як локус логодизайну. Феномен логодизайну є теж достатньо пізнім, орієнтований на конструкцію вербальних реалій, які входять в простір комунікації.

Дослідження присвячене аналізу взаємодії візуальних, предметних, об'єктно визначених артефактів і вербальних констант художнього мислення в контексті мушн-дизайну. Відбувається інтенсифікація того, що пов'язується з візуальною інтеракцією комунікативного простору, визначення тотальних детермінант віртуального зразка, медіалізація візуального контенту. Все це спонукає до комплексного міждисциплінарного дослідження.

Зрештою, варто орієнтуватися на весь комплекс досліджень, які присвячені комунікації. Це філософський вимір, який походить від німецької практичної філософії, зокрема К.-О. Апеля і Ю. Габермаса, де головним

провідним концептом стає ідеальна або трансцендентальна прагматика, дискурсивний аналіз, який зазначає, що дискурс як система артикуляції тих чи інших практик реалізується в системі комунікативних відносин. З розвитком комп'ютерних технологій, зокрема інтернету, телебачення, а також інтерактивних взаємодій, що репрезентують віртуальне середовище в цілому, дизайн стає одним із головних акторів своєрідного не лише оформлення, а і режисури телеефіру, здійснення візуальних контентів, ефектів, відео- і кінофільмів, рекламних роликів, комп'ютерних ігор, музичних кліпів, інформаційної графіки і іншого.

Моушн-дизайнер стає однією з цікавих постатей генеративного типу, яка обіймає в собі системні ознаки дизайнера – рефлексивний вимір, художньо-естетичний, конструктивно-будівний, менеджмент і маркетинг. Дослідження М. Опалева, М. Муженка, О.Васильєвої, М. Мурашко також розкривають ці реалії в контексті визначення типографіки, телебачення, кінематографа та ін. Р. Вільямс, Ф.Хитрук піднімають проблеми візуальних технологій, зокрема технологій моушн-дизайну.

Наукова новизна дисертаційного дослідження полягає в тому, що вперше здійснене дослідження феномену презентації візуального простору з позиції анімації, кінематики, екранних патернів та гештальтів в системі моушн-дизайну як сучасного фактору взаємодії видів мистецтв: кінематографу, реклами, медіа в цілому. Наукова новизна отриманих результатів розкривається в наступних положеннях, що виносяться на захист.

Визначені поняття:

- моушн система, моушн-дизайн, візуальна кінематика, візуальна сцена, візуальний оперативний простір. Розкритий сенс категорії дизайн-система. В рамках функціонального структурного методу ця система орієнтована на однозначне передання інформації та на адаптацію дизайн-систем, зокрема візуальної і віртуальної продукції, до комунікативного середовища; в системі віртуальних технологій, зокрема дигітальних презентацій;

- наголошена на латинському полі *digitus*, як в системі суто естетичній, орієнтованій на сугестію, реальність впливу на реципієнта. Дизайн-система охарактеризована в плані системності дизайну як рефлексія, мистецтво, як конструктивно-будівна діяльність, як менеджмент і маркетинг;

- надається розгорнутий аналіз медійного, семіотичного та візуального поворотів як засад наукового аналізу *motion* дизайну. Медійний визначає широкий пресинг медіа, орієнтованих на пошук посередників трансформації і орієнтації потоків інформації. Семіотичний – реалізацію і структуруацію контенту в планах семіозу, тобто дії знаків. Це досвід, орієнтований на французьку школу дискурсивного аналізу, твори Мішеля Фуко, Ролана Барта, Цветана Тодорова, Жака Дерріда і інших. Візуальний поворот, пов'язаний з останніми інноваціями, де мистецтво в цілому визначається як *vision*, як система візуальних практик комунікації. Всі ці патерни і гешталти поворотів задіяні як рефлексивний контекст і контент, що сприяє визначенню *motion* як певної цілісності культурних практик.

- охарактеризовані дигітальні виміри еволюції *motion*-дизайну в контексті естетичних презентацій, сутності інформаційно-комунікативного повідомлення в рамках формотворення, які визначаються в контексті культурних практик, зокрема в кінематографі, медіа, рекламі. Охарактеризована графематика зі зчиткою інформації на краї, морфологія, «візуальний і віртуальний рельєф», і синтагматика, розбивка на зони арт-об'єктів *motion*-дизайну, що дають можливість структурувати арт-простір комунікації *motion*;

- презентовано і охарактеризовано віртуальні патерни *motion*-дизайну, зокрема композитинг – колажний тип нашарування інформації, композиторинг – функціональна композиційна стратегія передбачення майбутнього в проєкті *motion*-дизайну, де зондуються можливості новітніх інновацій;

- надається характеристика інфографіки в моушн-дизайні як адресної інформації щодо її презентації в різних контекстах: у віртуальному, недійному, орієнтованому на естетичне комунікативне середовище;

- здійснений системний аналіз логодизайну в системі моушн, який охарактеризований як повна система утворення і самоздійснення наративів вербальних супроводжуючих конструкцій, які існують в контексті візуальних трансформацій, починаючи від здійснення легенд, наміряних історій, які вводять в систему фентезі, і закінчуючи однозначними інструментами типографіки;

- доведено, що інтенсифікація проєктних технологій в контексті моушн-дизайну повинна мати адекватні механізми інтегративного поля культурно-історичного потенціалу екранних мистецтв в цілому.

Уточнено:

- візуальне мистецтво в системі моушн-продукування є додатковою модифікаційною стратегією, орієнтованою на комунікативні сценарії інтенсифікації інформаційно-комунікативного простору. Віртуальна специфіка образних інтроверсій моушн-дизайну реалізується в контексті візуальної і віртуальної реальності, орієнтованої на гратуал, тобто єдність форми, що породжує візуальну реальність, та кіберпростір, де існують модельні конфігурації, які стають або симулякрами, або реаліями трансформації предметних об'єктних реалій реальності (це ті істоти, які не мають смертної форми існування, так звані кіборги);

- визначена карнавальна, святкова стихія екранної події, моушн-роліків, які перетворюють комунікацію на своєрідний експеримент, орієнтований на фентезі, фензіни, моушн-кліпи і інше.

Дістало подальший розвиток:

- твердження, що інституалізація дигітальних технологій моушн-дизайну є процесом, який є синтетичним, орієнтованим на наслідування і

передання інформації, зокрема письмової, піктографічної, логографічної і всієї системи інфографіки.

Робота може бути використана для формування навчальних програм, візуальної культури в цілому, утворення візуальної бази методичного забезпечення з таких дисциплін, як естетика дизайну, анімаційна графіка, motion-графіка, мультимедійний дизайн та інше, а також може бути корисною для проведення лекційних занять з історії мультимедійного дизайну.

Ключові слова: Україна, культура, глобалізація, візуальні комунікації, дизайн, моушн-дизайн, графіка, анімація, естетосфера, арт-об'єкт.

ABSTRACT

Rudy A. Motion design in the system of visual communications. –

Dissertation for the degree of Doctor of Philosophy in the specialty 034 - Cultural Studies. Open International University of Human Development “Ukraine”. 2026.

The dissertation research is devoted to the consideration of informational and communicative aspects of the functioning of motion design in the system of visual culture of the twentieth century. On the verge of the 20th and 21st centuries, the problem of determining the ideological and artistic constants of communicative reality is extremely relevant, where the space of interaction of communication subjects is realized as an extremely complex and problematic state of the field of culture, which, on the one hand, is associated with globalization, integrative and disintegrative tendencies in society, on the other - with permanent processes of transformation of cultural practices, which more and more take on the integrative burden of controlling the consciousness of a person who is involved in cultural creativity.

The loss of great narratives that fueled culture for many centuries was completed with the totalitarian and post-totalitarian space, and is realized as a new consensus, which can be noted as digital. Even the concept of digitus is being

rethought: according to the purely English model, it is mainly digital technologies, and according to the Latin one, it is the index finger. In digital technologies, an aesthetic turn is defined, that is, oriented towards suggestion, control, influence, and self-realization of information personification.

All these reassessments and transformations of the information and communication environment are reflected in the realities that today's designer embraces, in particular the motion designer. Motion is the newest terminology that emerged in the 1970s and became extremely relevant and progressive in terms of modification transformers of information transmission in culture.

If we recall the definition of culture, according to Roland Barthes, as a cultural field, then it is the code of objective artifacts, visual and verbal. Thus, motion becomes the carrier of what Roland Barthes defines as a transformer, a switch that makes it possible to move from objective artifacts to visual and verbal ones. Barthes sees the generative turn in the verbal, narrative dimension, and defines it as rhetorical. But the visual code, associated with graphic design and a broad media context, transforms this narrative into a system of visual turn, a system of iconic, digital, suggestive influence on a person, where the identity of the recipient and the content occurs automatically, almost effortlessly, everything that can be noted as a consensus of legitimation of the figurative space is formed, in which the synthesis of objective content, oriented towards the ontological predications of the formation of the visual, which is associated with the content-presentational forms of the media, and verbal, which is defined as the locus of logo design, is extremely acutely realized. The phenomenon of logo design is also quite recent, oriented towards the construction of verbal realities that enter the space of communication.

The study is devoted to the analysis of the interaction of visual, objective, object-defined artifacts and verbal constants of artistic thinking in the context of motion design. There is an intensification of what is associated with the visual interaction of the communicative space, the definition of the total determinants of

the virtual sample, the medialization of visual content. All this encourages complex interdisciplinary research.

Ultimately, it is worth focusing on the entire complex of studies devoted to communication. This is a philosophical dimension that comes from German practical philosophy, in particular K.-O. Apel and J. Habermas, where the main leading concept is ideal or transcendental pragmatics, discursive analysis, which notes that discourse as a system of articulation of certain practices is implemented in the system of communicative relations. With the development of computer technologies, in particular the Internet, television, as well as interactive interactions that represent the virtual environment as a whole, design becomes one of the main actors of a kind of not only design, but also the direction of television, the implementation of visual content, effects, video and film, commercials, computer games, music videos, information graphics and more.

The motion designer becomes one of the interesting figures of the generative type, which encompasses the systemic features of the designer - the reflexive dimension, artistic and aesthetic, constructive and building, management and marketing. The research of M. Opalov, M. Muzhenko, O. Vasilyeva, M. Murashko also reveals these realities in the context of defining typography, television, cinema, etc. R. Williams, F. Khitruk raise the problems of visual technologies, in particular motion design technologies.

The scientific novelty of the dissertation research lies in the fact that for the first time the study of the phenomenon of presentation of visual space from the position of animation, kinematics, screen patterns and gestalts in the motion design system as a modern factor of interaction of the arts: cinema, advertising, media in general is carried out. The scientific novelty of the obtained results is revealed in the following provisions, which are submitted for defense.

The following concepts are defined:

- a characteristic of infographics in motion design is given as targeted information regarding its presentation in various contexts: in a virtual, inactive, oriented towards an aesthetic communicative environment;

- a systematic analysis of logo design in the motion system is carried out, which is characterized as a complete system of formation and self-realization of narratives of verbal accompanying structures that exist in the context of visual transformations, starting from the realization of legends, dream stories that are introduced into the fantasy system, and ending with unambiguous typography tools;

- it is proved that the intensification of design technologies in the context of motion design must have adequate mechanisms of the integrative field of the cultural and historical potential of screen arts as a whole.

Clarified:

- visual art in the motion-production system is an additional modification strategy focused on communicative scenarios of intensification of the information and communicative space. The virtual specificity of figurative introversions of motion design is realized in the context of visual and virtual reality, oriented towards the gratual, that is, the unity of form that generates visual reality, and cyberspace, where there are model configurations that become either simulacra or realities of transformation of objective object realities of reality (these are those beings that do not have a mortal form of existence, the so-called cyborgs);

- a certain carnival, festive element of the screen event, motion-rollers that transform communication into a kind of experiment oriented towards fantasy, fanzines, motion-clips, etc.

Further development has been made:

- the statement that the institutionalization of digital technologies of motion design is a process that is synthetic, oriented towards imitation and transmission of information, in particular written, pictographic, logographic and the entire system of infographics.

The work can be used to form curricula, visual culture in general, to create a visual base for methodological support in such disciplines as animation graphics, motion graphics, multimedia design, etc., and can also be useful for conducting lectures on the history of multimedia design.

Key words: Ukraine, culture, globalization, visual communications, design, motion design, graphics, animation, aesthetosphere, art object.

ЗМІСТ

Анотація.....	2
Вступ.....	13
Розділ I. Теоретико-методологічні засади дослідження	
1.1. Історіографія проблеми.....	23
1.2. Моушн-дизайн як комунікативна система.....	40
1.3. Медійний, семіотичний та візуальний повороти як засади наукового аналізу моушн-дизайну.....	54
Висновки до першого розділу.....	67
Розділ II. Дигітальні виміри еволюції моушн-дизайну	
2.1. Digitus моушн як інформаційно-комунікативна цілісність.....	69
2.2. Моушн-дизайн в системі культурних практик (кінематограф, медіа, реклама).....	82
2.3. Графематика, морфологія, синтагматика арт-об'єктів моушн-дизайну..	98
Висновки до другого розділу.....	112
Розділ III. Візуальні патерни моушн-дизайну	
3.1. Поетика композитингу в моушн-дизайні.....	114
3.2. Віртуальна графіка як арт-об'єкт.....	134
3.3. Логодизайн в системі моушн.....	148
Висновки до третього розділу.....	164
Висновки.....	167
Список використаних джерел.....	171
Додатки.....	190

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. На межі XX-го – XXI-го століття надзвичайно актуалізується проблема визначення світоглядних, художніх і інших констант комунікативної реальності, де простір взаємодії різних суб'єктів комунікації реалізується як надзвичайно складний і проблемний стан того поля культури, яке, з одного боку, пов'язує з глобалізацією та інтегративними, дезінтегративними тенденціями в суспільстві, з іншого – з перманентними процесами трансформації культурних практик, які все більше і більше беруть на себе інтегративний тягар керування свідомістю людини, яка залучається до культуротворчості. Втрата великих наративів, що підживлювали культуру протягом багатьох століть, була завершена з тоталітарним та посттоталітарним простором, реалізується як новітній консенсус, який можна зазначити як дигітальний. Навіть переосмислюється концепт *digitus*: за суто англійським зразком – це переважно цифрові технології, а за латинським – це вказуючий перст. В дигітальних технологіях визначається естетичний виток, тобто орієнтований на сугестію, керування, вплив, на самоздійснення персоніфікації інформації.

Всі ці переоцінки і трансформації інформаційно-комунікативного середовища, звичайно, мають відображення в тих реаліях, якими обіймається дизайнер сьогодення, зокрема дизайнер *motion. Motion* («рух», англ.) – це новітня термінологія, яка виникає в 70-ті роки XX-го століття і стає надзвичайно актуальною, прогресивною з точки зору тих модифікаційних трансформерів, які існують в культурі.

Якщо нагадати визначення культури, за Роланом Бартом, культурного поля, то це код предметних артефактів, візуальних і вербальних. Отже, *motion* і стає носієм того, що Ролан Барт визначає як трансформер, перемикач, або те, що дає можливість перейти від предметних артефактів до візуальних і до вербальних. Барт бачить генеративний виток у вербальному, наративному вимірі, він його визначає як риторичний. Але візуальний код,

пов'язаний з графічним дизайном і з широким медіа-контекстом, трансформує цей наратив в систему візуального повороту, систему іконічного, дигітального, сугестивного впливу на людину, де ідентичність реципієнта і контенту відбувається автоматично, майже без зусиль, формується все те, що можна зазначити як консенсус легітимації образного простору, в якому надзвичайно гостро реалізується синтез предметного контенту, орієнтованого на онтологічні предикації формотворення візуального, що пов'язано з контент-презентативними формами медіа, і вербального, що визначається як локус логодизайну. Сам феномен логодизайну є теж достатньо пізнім, орієнтований на конструкцію вербальних реалій, які входять в простір комунікації.

Отже, дослідження присвячене аналізу взаємодії візуальних, предметних, об'єктно визначених артефактів, і вербальних констант художнього мислення в контексті моушн-дизайну. Відбувається інтенсифікація того, що пов'язується з візуальною інтеракцією комунікативного простору, визначення тотальних детермінант віртуального зразка, медіалізація візуального контенту. Все це спонукає до комплексного міждисциплінарного дослідження.

Зрештою, варто орієнтуватися на весь комплекс досліджень, які присвячені комунікації. Це філософський вимір, який походить від німецької практичної філософії, зокрема К.-О. Апеля і Ю. Габермаса, де головним провідним концептом стає ідеальна або трансцендентальна прагматика, дискурсивний аналіз, який зазначає, що дискурс як система артикуляції тих чи інших практик реалізується в системі комунікативних відносин. З розвитком комп'ютерних технологій, зокрема інтернету, телебачення, а також інтерактивних взаємодій, що репрезентують віртуальне середовище в цілому, дизайн стає одним із головних акторів своєрідного не лише оформлення, а і режисури телеефіру, здійснення візуальних контентів,

ефектів, відео- і кінофільмів, рекламних роликів, комп'ютерних ігор, музичних кліпів, інформаційної графіки і іншого.

Отже, дизайн технології – це не є лише технології суто технічного зразка, це складний симбіоз загально-дизайнерських і специфічних проєктних засад, які формуються в рамках інших видів мистецтв. Тобто професійний інструментарій сучасного motion дизайну несе в собі ознаки театралізації середовища: митець стає творцем легенд, своєрідних логінів, логотипів, логографій фірм і тих акторів, які здійснюють і просувають інформацію на ринок; стає комунікантом, менеджером, маркетологом; а також здійснює ідентифікацію інформаційного поля і поля рецепції, яке презентується різними акторами сприйняття інформації. Так званий універсальний дизайн в своїх семи принципах орієнтований на максимально демократичний і відкритий спосіб поширення і споживання інформації.

Весь цей локус, звичайно, потребує осмислення в рамках тих модифікаційних стратегій, які формуються в рамках motion графіки, оперативно-мобільного інструментарію формування і здійснення екранної інформації. А сам принцип і можливості взаємодії з комп'ютерними технологіями не лише збільшують можливості здійснення проєктного контенту і ідей інформаційної графіки та іншого, але і дають можливість достатньо гострого, однозначного, навіть клішованого формату, де утворюється свій достатньо визначений стиль презентації інформації. Отже, сама по собі реальність motion дизайну, яка формується в індустрії медіа, в рекламі, в системі всіх екранних засобів презентації інформації, так чи інакше презентує можливість більш активного залучання реципієнтів, що пов'язано з технологіями, орієнтованими на імерсивні технології, відкриті до інтерактивних взаємодій комунікантів.

Отже, можна стверджувати, що всі ці процеси так чи інакше пов'язані з пошуком найбільш ефективних засобів регенерації, трансформації інформації, з відкритим процесом сучасної індустрії інформаційно-

комунікативного простору. Навіть сама поетика (від грецького «поезіс» («ποίησις») – «створення») орієнтована на композиційний, композитний, симбіотичний потенціал застосування всіх реалій формотворення, які формуються в історії культури. Із авторів, які звернули увагу на всі ці трансформації, звичайно, варто назвати Р. Барта, А. Базена, В. Беньяміна, Ж.Дерріда, Ж. Лакана, Гі Дебора, М. Шапіро, Дж. Т. Мітчелла, Ж. Бодрійяра, тощо.

Можна стверджувати, що власне система, яка визначається в рамках системи ідентичності, спрощення інформації, її клішованого і однозначного системотворення, реалізується в новинах, в інформаційних повідомленнях, у всьому тому процесі, який описується як певний ритуал ТБ-медіа. Варто звернути увагу на дослідження З. Баумана, П. Бергера, Ф. Джеймсона, Т.Лукмана, М. Фуко і інших. З українських дослідників цій темі присвячені праці О. Бойчука, В. Даніленка, Л. Сухорукової, Т. Челюскіної.

В англomовних публікаціях важливо визначити цілий напрям досліджень, присвячених моушн, – це публікації Д. Краснера і інших.

Можна зазначити, що моушн-дизайнер стає однією з цікавих постатей генеративного типу, яка обіймає в собі системні ознаки дизайнера – рефлексивний вимір, художньо-естетичний, конструктивно-будівний, менеджмент і маркетинг. Дослідження М. Опалева, М. Муженка, О.Васильєвої, М. Мурашко також розкривають ці реалії в контексті визначення типографіки, телебачення, кінематографа та ін. Р. Вільямс, Ф.Хитрук піднімають проблеми візуальних технологій, зокрема технологій motion дизайну.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційне дослідження здійснено згідно з цільовою комплексною програмою наукових досліджень Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (Філософія культури та сучасні стратегії гуманітарного знання) темою науково-дослідної роботи кафедри

господарсько-правових та суспільно-політичних дисциплін «Трансдисциплінарні дослідження трансформацій концептосфери особистості та сучасного суспільства. Поетика культури», (zareestrovana v UKrINTEI, derzhavnyi reestratsiynnyi nomer: 0120U104741) a takozh planami i temami naukovo-doslidnoi roboty kafedri pedagogiki, zhurnalistiki ta mizhkulturnykh komunikatsiy . Tsiley stalogo rozvytku Ukrainy na period do 2030 r., zatv. Ukazom Prezidenta Ukrainy vid 30.09.2019r. № 722; Konceptsiyi strategiyi povoiennogo vidnovlennya ta rozvytku Ukrainy, tosho.

Мета дослідження. Визначити проєктну специфіку модельних трансформацій моушн-дизайну в сучасному системному вимірі взаємодії різних практик культури, зокрема фото, кінематографу, реклами, медіа. Досягнення поставленої мети передбачає вирішення наступних питань:

- надати аналіз стану формування системного контексту і контенту з проблеми візуальної культури, орієнтованого на моушн-дизайн;
- охарактеризувати медійний, семіотичний та візуальний повороти в системі рефлексій сучасного наукового дискурсу як засади аналізу motion дизайну;
- надати аналіз дигітальних вимірів еволюції моушн-дизайну, зокрема охарактеризувати estesis моушн-дизайну як інформаційно-комунікативну цілісність формотворення;
- описати моушн-дизайн в системі культурних практик (кінематограф, медіа, реклама);
- визначити графематику, морфологію, синтагматику арт-об’єктів моушн дизайну як структурно-функціональних і оперативних реалій дигітальних технологій;
- надати аналіз логодизайну в системі моушн як розгорнутих систем нарацій сучасних практик медіа-індустрії.

Об’єкт дослідження. Візуальна культура як екранна реальність комунікативного простору.

Предмет дослідження. Естетична, художня та проєктна специфіка діяльності дизайнера моушн в системі сучасних культурних практик.

Теоретико-методологічні засади дослідження. У роботі використано компаративний підхід, що дає можливість порівняльного аналізу системи композиційного та художньо-модельного підходу щодо motion дизайну в різних видах і жанрах мистецтва, а також системний і полісистемний підхід, орієнтований на визначення цілісності системного типу. Полісистемний підхід реалізує можливість визначити предмет дослідження в контексті різних систем, орієнтованих на жанрові, стильові і інші конфігурації формотворення. Використовується історико-культурний і реконструктивно-модельний метод, а також метод аналогових порівнянь, що сприяє розкриттю можливості формотворення на підставі взаємодії рефлексивного і арефлексивного, власне художнього підходу. На відміну від широковідомих наукових методів: аналізу і синтезу теоретичного і практичного матеріалу, а також дедукції та індукції, надається системний підхід щодо систематики інформативного потоку за обраною тематикою, яка дає можливість розглянути об'єкт дослідження в його сингулярних, орієнтованих на окремі елементи, реаліях. Застосовано метод систематизації і верифікації інформації щодо даних дигітальних технологій, що пов'язані з технічними реаліями, які швидко змінюються і трансформуються. Також надається широкий аналіз поняттєво-аналітичного інструментарію для визначення понять motion дизайну як певного типу деформації і трансформації комунікативних презентацій інформації.

Наукова новизна дисертаційного дослідження полягає в тому, що вперше здійснене дослідження феномену презентації візуального простору з позиції анімації, кінематики, екранних патернів та гештальтів в системі motion дизайну як сучасного фактору взаємодії видів мистецтв: кінематографу, реклами, медіа в цілому. Наукова новизна отриманих результатів розкривається в наступних положеннях, що виносяться на захист.

Визначені поняття:

- моушн система, моушн-дизайн, візуальна кінематика, візуальна сцена, візуальний оперативний простір. Розкритий сенс категорії дизайн-система. В рамках функціонального структурного методу ця система орієнтована на однозначне передання інформації та на адаптацію дизайн-систем, зокрема візуальної і віртуальної продукції, до комунікативного середовища; в системі віртуальних технологій, зокрема дигітальних презентацій;

- наголошена на латинському полі *digitus*, як в системі суто естетичній, орієнтованій на сугестію, реальність впливу на реципієнта. Дизайн-система охарактеризована в плані системності дизайну як рефлексія, мистецтво, як конструктивно-будівна діяльність, як менеджмент і маркетинг;

- надається розгорнутий аналіз медійного, семіотичного та візуального поворотів як засад наукового аналізу *motion* дизайну. Медійний визначає широкий пресинг медіа, орієнтованих на пошук посередників трансформації і орієнтації потоків інформації. Семіотичний – реалізацію і структуруацію контенту в планах семіозу, тобто дії знаків. Це досвід, орієнтований на французьку школу дискурсивного аналізу, твори Мішеля Фуко, Ролана Барта, Цветана Тодорова, Жака Дерріда і інших. Візуальний поворот, пов'язаний з останніми інноваціями, де мистецтво в цілому визначається як *vision*, як система візуальних практик комунікації. Всі ці патерни і гешталти поворотів задіяні як рефлексивний контекст і контент, що сприяє визначенню *motion* як певної цілісності культурних практик.

- охарактеризовані дигітальні виміри еволюції *motion* дизайну в контексті естетичних презентацій, сутності інформаційно-комунікативного повідомлення в рамках формотворення, які визначаються в контексті культурних практик, зокрема в кінематографі, медіа, рекламі. Охарактеризована графематика зі зчиткою інформації на краї, морфологія, «візуальний і віртуальний рельєф», і синтагматика, розбивка на зони арт-

об'єктів моушн дизайну, що дають можливість структурувати арт-простір комунікації моушн;

- презентовано і охарактеризовано віртуальні патерни моушн дизайну, зокрема композитинг – колажний тип нашарування інформації, композиторинг – функціональна композиційна стратегія передбачення майбутнього в проєкті моушн дизайну, де зондуються можливості новітніх інновацій;

- надається характеристика інфографіки в моушн-дизайні як адресної інформації щодо її презентації в різних контекстах: у віртуальному, недійному, орієнтованому на естетичне комунікативне середовище;

- здійснений системний аналіз логодизайну в системі моушн, який охарактеризований як повна система утворення і самоздійснення наративів вербальних супроводжуючих конструкцій, які існують в контексті візуальних трансформацій, починаючи від здійснення легенд, намірених історій, які вводять в систему фентезі, і закінчуючи однозначними інструментами типографіки;

- доведено, що інтенсифікація проєктних технологій в контексті motion дизайну повинна мати адекватні механізми інтегративного поля культурно-історичного потенціалу екранних мистецтв в цілому.

Уточнено:

- візуальне мистецтво в системі моушн-продукування є додатковою модифікаційною стратегією, орієнтованою на комунікативні сценарії інтенсифікації інформаційно-комунікативного простору. Віртуальна специфіка образних інтроверсій motion дизайну реалізується в контексті візуальної і віртуальної реальності, орієнтованої на гратуал, тобто єдність форми, що породжує візуальну реальність, та кіберпростір, де існують модельні конфігурації, які стають або симулякрами, або реаліями трансформації предметних об'єктних реалій реальності (це ті істоти, які не мають смертної форми існування, так звані кіборги);

- визначена карнавальна, святкова стихія екранної події, моушн-роліків, які перетворюють комунікацію на своєрідний експеримент, орієнтований на фентезі, фензіни, моушн-кліпи і інше.

Дістало подальший розвиток:

- твердження, що інституалізація дигітальних технологій motion дизайну є процесом, який є синтетичним, орієнтованим на наслідування і передання інформації, зокрема письмової, піктографічної, логографічної і всієї системи інфографіки.

Теоретичні і практичні засади значення одержаних результатів полягають в тому, що дослідження дає цілісне наукове бачення і обґрунтоване уявлення про проєктно-художню діяльність проєктанта motion продукції.

Робота може бути використана для формування навчальних програм, візуальної культури в цілому, утворення візуальної бази методичного забезпечення з таких дисциплін, як анімаційна графіка, моушн-графіка, мультимедійний дизайн та інше, а також може бути корисною для проведення лекційних занять з історії мультимедійного дизайну.

Результати, які знайшли визначення в художньому інструментарії моушн дизайну як системної цілісності, можуть бути використані фахівцями у практичній діяльності.

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійною науковою працею, в якій висвітлені власні ідеї і розробки автора, що дозволили вирішити поставлені завдання. Робота містить теоретичні та методичні положення і висновки, сформульовані дисертантом особисто. Використані в дисертації ідеї, положення чи гіпотези інших авторів мають відповідні посилання і використані лише для підкріплення ідей здобувача.

Апробація результатів дослідження. Основні положення і результати дисертаційного дослідження обговорювалися на методичних семінарах і на засіданнях кафедри педагогіки, журналістики та міжкультурних комунікацій

та кафедри господарсько-правових та суспільно-політичних дисциплін Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. Окремі висновки роботи знайшли відображення у міжнародному науково-педагогічному стажуванні на тему «Culture in the era of cataclysms and crises: problems of the national cultural space as a socio-cultural phenomenon» у Вищій теолого-гуманістичній школі (м. Підкова Лешна, Польща, 01.02.2024-10.03.2024) та доповідях на наукових конференціях, зокрема: Міжнародна науково-практична конференція студентів та молодих вчених «Молодь. Освіта. Наука. Духовність», 20 травня 2022 року, Київ; XIV міжнародна науково-практична конференція студентів і молодих вчених «Масово-комунікаційні процеси у сучасному світі», 29 травня 2023 р., м. Київ; Міжнародна науково-практична конференція «КУЛЬТУРА В ЧАСИ СОЦІАЛЬНИХ КРИЗ І КОНФЛІКТІВ» 22 листопада 2024 року, м. Варна (Болгарія); Міжнародна науково-практична конференція студентів та молодих вчених «Сучасний міжкультурний дискурс: мова – туризм - медіа», 29 травня 2025 року, м.Київ; Міжнародна науково-практична конференція «Освіта України в умовах війни та повоєнної відбудови: глобальні тенденції та національні виклики», 26 травня 2026 року, м.Київ

Основні положення та висновки дослідження знайшли відображення у 5 наукових публікаціях, з них 1 одноосібна стаття у закордонному періодичному виданні, 3 у фахових періодичних виданнях України, у тому числі 1 стаття у виданнях, внесених до міжнародних наукометричних баз, а також 5 – у збірниках матеріалів наукових конференцій.

Структура та обсяг дисертації

Структура та обсяг дисертації зумовлені специфікою її предмета та логікою розкриття теми, а також поставленою метою й завданнями дослідження. Дисертаційна робота складається із вступу, трьох розділів, що включають у себе дев'ять підрозділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг дисертації – 197 сторінок, з них 170 сторінки

основного тексту. Список використаних джерел становить 18 сторінок і налічує 226 найменувань, з них 54 – іноземними мовами.

Розділ І. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Історіографія проблеми

Сутність проєктних реалій, пов'язаних з дизайном моушн-продукту, стосуються дуже багатьох вимірів культуротворення, зокрема, це візуальна культура в цілому. Тому, якщо говорити про проблеми, які виникають як генеза формування системи моушн, то генетично її треба прослідкувати від фото, кінематографу і взагалі медіакультури як такої, така культурно-історична реконструкція буде здійснюватися в окремих розділах дослідження. Історіографія проблеми – це історіографія випробувань системи моушн в її зародку, розвитку, в тому стані формотворення візуальної інформації, в якому вона розкриває свій культурно-історичний потенціал.

Візуальна культура як цілісність є тим широким підґрунтям, яке дає можливість реалізації моушн-дизайну. Цілісність, трансформативність візуальної культури в сьогоdnішньому часові надзвичайно багатовимірні: з одного боку, motion перетворюється на шоу, театралізується; з іншого – формується певна диференційна культура, коли картинка заміщує текст, а сама система ідентичності продуцента і реципієнта візуальної інформації реалізується в різних засобах масової комунікації як дизайн-текст. Текст в традиційному розумінні стає гештальтом, образом, що можна визначити як консенсус візуальних практик дизайну. Утім референт як предметно-об'єктний означуваний контент усувається, і замість нього з'являється картинка, якою маніпулюють, яку трансформують, в неї вірять. Все це відбулося в 60-70-ті роки ХХ-го століття. Але втрата референцій не означає онтологічну втрату об'єкта дослідження.

Окуляцентризм, довіра до картинки, стає самодостатньою, і більше того, унікальною системою візуалізації культури в цілому. Людина більше вірить в картинку, ніж в те, що існує поза нею, а сама ця довіра стає майже новітньою сакральністю квазиреальністю. В системі рефлексії над зображувальною культурою утворюється принцип інтерпретації, що можна зазначити як достатньо складний феномен, який за часи Е. Гуссерля був охарактеризований як «назад до речей». Гуссерль не зміг це зробити; підмінив речі ноуменом, тобто поняттям про річ. Кантівська феноменологія дає феномен наявного буття, ноумен, презентований в ідеї, і річ як така, яка існує поза світом, річ в собі, стає проблемою для сучасного простору комунікативних спільнот. Ці спільноти теж стають певною проблемою. Утім окуляцентризм – це не проста констатація наївного, примітивного факту ідентичності людини і картинки; це підсумок візуальної культури, який має свої технологічно означені детермінанти. Одною із таких детермінант є моушн-дизайн.

Моушн-дизайн – одна із модифікаційних стратегій формотворення, вмонтована в такі фундаментальні практики, як фото, кінематограф, системи відео, медіа, телебачення тощо. Треба визначити, як бачили теоретики цю матрицю міждисциплінарних досліджень візуальної культури, що формувалися протягом ХХ-го століття. Результат невтішний, за Гі Дебором, сучасна культура є культурою спектаклю, тобто масовим театром, імерсивним видом [189], де відміняються всі настанови, пов'язані з режисурою Г. Крега, Л. Курбаса, Вс. Мейєрхольда та інших. Виникає досить складна проблема: як побачити цей загальний контент і контекст культуротворення в плані культурологічної рефлексії, яка здійснюється протягом ХХ-го і на початку ХХІ-го століття.

Тобто йдеться про те, що культура в цілому, візуальна культура, зокрема трансформуються від вміння переробляти природні артефакти (це відомий позитивістський контент) до феноменологічного визначення

культури – визначення того, в чому дається світ людини. Твори Р.Барта, М.Фуко, Ж. Бодрійяра продовжують генеалогічно завданий маршрут культурологічної рефлексії, формують свою надкультуру структуральної поетики, яка зазначається як дискурс, як культура, що розуміється як низка співскладених дискурсів, семіотичний об'єкт [179; 180; 185]. Тобто визначається чисто об'єктний вимір культури, де культура трансформується на рівні предметних означуваних і рівень суб'єктний, що презентується образними модельними трансформаціями проєкту.

З культурологічних розвідок київської філософської школи назвемо імена В. Шинкарука, С. Кримського, В. Поповича, які надали горизонт осмислення культури як світоглядно-феноменологічної цілісності [163; 78;121].

Отже, моушн-дизайн реалізує ту синтетичну реальність, яка поєднує об'єктний і суб'єктний контекст культуротворення. Vision, візуальна реальність, не розуміється як позбавлена від психології, від людських пристрастей. Вона характеризується як своєрідний завданий концепт, який дає можливість здійснювати широку масштабну реальність наведення онтологічних меж між предметно-об'єктним світом, світом зображення і світом вербальних конотацій. Все це, як відомо, описав Ролан Барт, зокрема в його диференційних дослідженнях, присвячених моді [180]. Це так званий вестіментарний код. Шифтери, або перемикачі, які перекладають з одного коду на інший: мову предметності на мову зображення, мову зображення на мову вербальну, – це міжсистемні модифікаційні структури, до яких відноситься і дизайн-моушн. Це модифікаційний конфігуративний спосіб самоздійснення інтеграції, презентації інформації, завдяки її трансформації у вигляді перекладання тексту з одної мови на іншу.

Дослідження, які здійснюються в цьому напрямку, є досить різними. структурує свої можливості презентації інформації як певного системотворчого продукту презентації інформації [91]. Відома критика

масової культури Х. Ортега-і-Гассета, Т. Адорно, М. Хоркхаймера зустрічається з апологетикою масової культури М. Маклуена, який створює достатньо легітимний простір осмислення того, що здійснилося [44; 212]. Онтологія масової культури є достатньо розгорнутою реальністю комунікації. Отже, і франкфуртська школа, як і весь негативний пафос, реалії рефлексії, пов'язані з німецькою школою практичної герменевтики (зокрема, це роботи К.-О. Апеля, Ю. Габермаса) свідчать про трансцендентальну (ідеальну) прагматику комунікації, де визначається ідеальний суб'єкт дії [35; 36]. Проблема ідеального суб'єкту дії буде наскрізною в нашому дослідженні, зокрема стане головним епіцентром розуміння системи дизайн-менеджменту.

Але зараз потрібно зазначити, що образ цього мегасуб'єкта, або універсального суб'єкта дії, який є посередником і комунікантом одночасно, корелює з багатьма номінаціями комунікативних досліджень, які орієнтовані на надання послуг. Так, дослідження Д.Белла, М. Кастельса, спрямовані на інтерпретацію культури як послуги послуг, за тим же Беллом, піддаються гострій критиці Ф. Вебстером [29; 21; 65]. Усуваються об'єкт, суб'єкт, залишаються послуги – послуги заради послуг. І тут виникає проблема візуальних та віртуальних технологій.

В дослідженнях Дж. Сторі масова культура розуміється як порожній проспір, пуста форма. Можна стверджувати, що це так і є [148]. Але за цим стоїть величезний простір художніх реляцій і художньо-конструктивних конструкцій, які виникають в просторі ХІХ-го і ХХ-го століть. За моделлю психологічно детермінованого простору, це твір А.Гільдебранда «Проблема форми в зображувальному мистецтві», зокрема [192], формується теорія композиційного розуміння мистецького твору. Адольф Гільдебранд намагається субстантивізувати образ, і, звертаючись на культури, визначити його як дотичний, рушинно-дотичний, далекий [192]. Таким чином, відбувається натуралізація картинки, контенту, і, власне, те, що

формується на екрані сприйняття, розуміється як сама реальність. Наскільки це актуально зараз? Як все те, що можна зазначити як культурно-історичну спадщину.

В дослідженнях Ю. Легенького, зокрема, це робота «Культурологія зображення (досвід композиційного синтезу)» здійснюється культурно-історичний аналіз зображувальних систем [87]. В роботі «Дизайн: культурологія та естетика» визначається проблема віртуального і візуального контенту [88]. В дослідженні останніх років («Соціальний дизайн: образ і документ в часові і просторі культури») надається аналіз об'єктивації та суб'єктивації інформації в просторі культури [91]. В останній роботі цього автора («Compositio. Загальна теорія композиції») широко презентується система композиції як композитинг і композиторинг [92]. Композитинг – це нашарування планів, монтаж, а композиторинг – це передбачення майбутнього проєкту з позиції композиційної цілісності.

Отже, реалізується достатньо складний, серйозний і насичений світ, який, з одного боку, ґрунтується на семіологічній школі (зокрема, це дослідження М. Фуко, Ж. Дерріда, Ф. де Соссюра), а також на дослідженнях художників-практиків (К. Малевич, В. Кандинський і інші теоретики) [188; 184; 219]. Здається, що сама ця реальність звернення до культурних практик є надзвичайно продуктивною. Відтак, моушн як перемикач, комунікативна стратегія переходу від візуального до вербального коду, є надзвичайно важливим щодо презентації композиційних реалій культурних практик. Це короткочасне, орієнтоване на стислу інформацію бачення, що презентує модель культур як генеалогічно редукований код передання інформації.

Можна стверджувати, що, власне, Е. ідеї А. Тоффлера з його широкою маніфестацією трьох хвиль стають конститутивно визначним горизонтом культурологічної дескрипції. Перша хвиля – це орієнтація на ресурси природного значення, друга хвиля – на технологію, третя хвиля –

комунікацію [153]. Хотіли б ми, не хотіли, ми зараз знаходимося у стадії третьої хвилі, яка достатньо складно і насичено реалізує програму самоздійснення культурних практик, зокрема, дизайн-моушн.

Дизайн як квінтесенція проєктного простору реалізується в дослідженнях Ю. Легенького, В. Даниленка, Г. Лоли та інших [89; 49; 206]. Надзвичайно важливими для нашого дослідження є констатації Г. Лоли щодо культурної анімації [206]. Вона розуміє анімацію як одушевлення предмету, як своєрідний логос, або наратив, або легенду, яку здійснює та чи інша фірма, щоб легітимізувати свій продукт.

Отже, всі ці стратегії так чи інакше орієнтовані на майбутнє. А майбутнє орієнтоване на ту теорію візуальності, що відкриває парадигму новітнього оптикуму, який як соціальний феномен розкривається в системі арт-феноменів архітектури, графічного дизайну, реклами тощо []. Виникають такі категорії, як «патерн», який замінюється генеральним образом – гештальтом, а процесуальне втілення гештальту визначається як імагінація. Таким чином реалізується конструкція, яку В. Беньямін і Сюзанна Зонтаг визначають як конструювання візуальної реальності, що здійснює певну селекцію образів, призводить до тих сингулярностей, тобто індивідуальних особливих атомарних одиниць візуального досвіду, які реалізуються як відкриті проєкти [62; 63; 181].

Дослідження З. Кракауера, Р. Барта і інших, зокрема С. Зонтаг, пов'язують з метафізичними засадами віртуального образу [179; 201]. Зокрема це фото, той візуальний зліпок, який має засади буття, орієнтованого на негатив (навіть існують архіви негативів, які ніколи не були надруковані, це скляні матриці, і це вражає). Тобто в культурі існує система адекватності візуальної інформації, де фото як найбільш глибинний, фундаментальний прообраз моушн-дизайну стає засадою, з одного боку, визначення документування реальності, а з іншого боку, його заперечення. Про це пише Р. Барт, що бачать сутність реальності традиційної культури в

контексті візуальних змагань, трансформації, деформації, більше того, реалізації можливих і неможливих артефактів фото проєкту як негативних і позитивних наслідків цих змагань.

Тобто можна говорити, що соціум і оптикум, соціум і картинка, соціум і окуляцентризм реалізують свою можливість бути онтологією квазіпредметного світу. Моушн тут стає «перемикачем», більше того, цвяхом, якщо згадати, що давні греки визначали гармонію як цвяхи, які вбивали в кораблі, тобто зв'язкою між системами. Моушн стає певною зв'язкою, яка допомагає визначити реальність культуротворення. Ця реальність є надзвичайною традиційною, складною, потребує свого бачення в контексті вже достатньо визначених елементів візуальних практик.

Такими елементами є кадр як елемент, формат як частинка фотореальності, яка в кінематографі перетворюється на шматочок кінострічки, а потім вже трансформується континуально в систему просторово-часового континууму – кінофільму. Про це говорять і М. Ромм, і С. Ейзенштейн, і багато інших. Виникає система так званого вертикального монтажу. Що ж монтується? Монтуються своєрідні, готові, завершені системи, які С. Ейзенштейн визначає як «атракціони».

Тобто атракціон – це єдність елементів, які мають сенсоутворюючий епіцентр, завершену структуру, яка корелює з субструктурою фільму. На відміну від атракціонів, виникає система атракторів. Це вже горизонтально визначені системи зон, в яких реалізується гармонійний процес єднання людини і світу, формуються певні рекреації, які свідчать про те, що відбувається артизація реальності. Виникає проблема арт-терапії і всього іншого, що є, по великому рахунку, спекуляцією над проблемою художнього сенсу культури як такої.

Отже, можна зазначити, що власне культуротворчий, системотворчий контекст візуальної культури є досить складним, орієнтованим на багато різних підходів інтерпретації. Загальною рамкою осмислення цих проблем

стає глобалізація. Хотіли б ми, не хотіли, але режим глобалізації свідчить про те, що людина знаходиться в системі, з одного боку, гомогенізації, спрощення комунікативних форматів та інформаційних одиниць спілкування, з іншого боку, вона розширює ступені свободи і виходить за межі традиційного досвіду культуротворчості.

Утім феномен глобалізації варто визначити, бо він важливий для системотворчості моушн. Р. Робертсон фактично задав парадигму, і в 80-ті роки цей термін став широко визнаним. Фактично, інтернет став моделлю того комунікативного поля, яке здійснило цей полісемантичний контент глобалізаційної трансформації свідомості людини. Адже сам термін глобалізації є полісемантичним і в технологічних, і в комунікативних, і в естетичних, і навіть в економічних реаліях. Якщо в економічних достатньо чітко визначається, що одна фірма може отримувати капітал, який дорівнює країні, то в естетичних абсолютно розмиті означення, а у художніх взагалі все виглядає метафорами. Тобто можна стверджувати, що феномен глобалізації, тоталізації є достатньо традиційним. Він пов'язаний з давніми експансіями культуротворення, починаючи з перших імперій, а потім великих релігійних установ, а зараз перетворюється на експансію капіталів, утворення нового інформаційно-комунікативного універсалу [38].

Все це так чи інакше потребує своїх модераторів, модифікаторів, зокрема моушн-дизайну. Утім моушн-дизайн виглядає служкою в цьому контексті мультіверсуму візуальної культури, де генерований глобальними процесами субпродукт стає інформативним гешталтом. А. Толстоухов пише: «Глобалізація являє собою новий етап інтеграційних процесів у світі. Про глобалізацію говорили тоді, коли глибина і масштаби цих процесів, джерела, які треба шукати в більш віддаленому минулому, придбали якісно новий характер, істотним і навіть радикальним чином змінили різні сторони життєдіяльності людини в глобальному масштабі» [152, с. 9].

Йдеться про те, що такі перебільшення позначкою глобальних масштабів, свідчать про те, що зі зміною комунікативних конфігурацій змінюються в більшості, власне, шифери, за Роланом Бартом, перемикачі (зокрема, моушн-дизайн), які регулюють перехід з одного онтологічного плану в інший, з предметного в зображення, вербальне поле комунікації.

Отже, система самоздійснення дизайн-менеджменту реалізується в контексті холізму і антихолізму. Холізм – це домінант системи, антихолізм – домінанта частини. Теоретик великих систем Едгар Морен пише, що важливо вийти за межі ідеї цілого. «Важливо вийти за межі чисто глобалізуючої і охоплюючої ідеї цілого. Ціле не є проста емерджентність, воно має, як ми згодом побачимо, складне обличчя, і тут стає справжньою необхідною ідеєю макрокосму, або концептуального погляду, котра дозволяє нам сприймати та сягати, описувати цілісні форми» [215]. Едгар Морен, теоретик екосистемного виміру культуротворчості, хто обіймається великими системами, свідчить, що ані тотальна систематизація, ані контрфракційні реалії антихолізму не реалізують, власне, ту емерджентність, системний продукт, який виникає на виході системи. Вхід і вихід, системотворення, самоорганізація і природовимірність презентації інформації стають екологічно зазначеними континуальними гіперструктурами.

Е. Морен констатує: «Системний або організаційний принцип прив'язує пізнання частини до пізнання цілого. При цьому здійснюється маятниковий рух від частин до цілого і від цілого до частин. Ідея системи означає, що ціле „більше суми частин”. Від атомів до зірок, від бактерії до людини і суспільства, організація цілого призводить до виникнення у нього нових якостей або властивостей по відношенню до частин, розглянутих в їх відокремленості. Нові якості – це емерджентності. Так, організація живого єства веде до появи нових якостей, які не проглядалися на рівні фізико-хімічних складових» [215].

Хаос, система нескінчених аберацій, інтроверсій стають тими мутагенними і креативними винаходами, які підштовхують до реалізації

моушн. Моушн має балансувати, знайти свою межу. Ця межа знаходиться в культурі, суть естетична традиція, як *digitus*, вказуючий перст, за латинською традицією, де, власне, естетичний феномен дигіталізації стає домінативним, пріоритетним, важливим і надзвичайно цікавим.

Отже, інформація, з одного боку, баналізується, доводиться до ритуальних кліше, дизайн-менеджмент стає ідентифікатором форматів комунікації, але він стає режисером шоу, де ці формати трансформуються і утворюють певні ігрові атракціони. Моушн-дизайн є творцем легенд, логотипу, логографу, навіює стереотипи образного консенсусу. Дизайнер стає комунікантом, менеджером і маркетологом.

Актуалізується код ритуалу як цілеспрямована діяльність, розгорнута система повторювання інформаційних повідомлень. Виникає певний формат, жанр, стиль, який усвідомлюється як норматив, а сама роль моушн-дизайнера полягає в тому, щоб цей формат репрезентувати. Виникає тотальна імагінація системи політичних, ідеологічних і інших констеляцій, які пронизують культуру, особливо сьогоdnішнього часу, де дизайн-менеджмент орієнтований на те, щоб створити достатньо толерантну композитну сутність.

Так чи інакше масовість, публічність як розгорнута комунікативність потребує все більшого і більшого втручання тих, хто може модифікувати, передавати інформацію, переформатовувати із системи предметної, візуальної, віртуальної і вербальної реальності в той контекст, який можна зазначити як ментальним, як інтегративний гештальт. І тут є дуже важливим термін констеляції, який використовує Карл Юнг і інші. Це образні конотації, які виникають в плані здійснення всіх реалій формотворення у візуальній культурі.

Відтак, моушн як рух дизайн-продукту і як процес проєктування утворює своєрідну реальність, яку традиційно визначають як систему анімаційної графіки або складову графічного дизайну в контексті

кіновиробництва і всіх інших медіа. Хотіли Такий графіко-системний підхід дає багато для того, щоб зазначити власне складові моушн. Це типографіка, все, що пов'язане з алфавітним кодом презентації інформації, вербальної зокрема. Це інфографіка, весь логографічний простір, орієнтований на піктограми, на логографіку і на систему іконографіки, здійснення нових ікон, вербальних, віртуальних, зокрема таких, які стають гештальтами.

Принцип моушн реалізується в контексті здійснення фільмів, реклами, відеоігор, мобільних додатків, телебачення і іншого, а моушн-дизайнер стає тим генеральним конструктором, який здійснює ці програми. Які ж програми використовує моушн-дизайнер? Ми про них будемо говорити окремо в спеціальному розділі, але вони цілком прозорі і не дають ніяких нових визначень до простору *virtus*. Можна лише стверджувати, що моушн-дизайн реалізується як квазі-індустріальна інженерія і реальність опосередкування інформації.

Як можна описати модифікаційну реальність моушн-дизайну? Р. Барт постулює ноєму або епістему так званого нульового ступеню письма. Це та банальна інформація, яка стає засадою для трансформації. Якщо її трансформувати, вникає поетичний приріст і естетичні нові якості, які дають можливість естетичного задоволення.

Барт пише: «Тепер я повинен був погодитись на з'єднання двох голосів: голосу банальності (говорити про те, що всі і так бачать і знають) і голосу сингулярності (підняти цю банальність на поверхню у пориві почуття, що належить винятково мені). Це було все одне що шукати визначення дієслова, яке позбавлене інфінітиву і має тільки час і спосіб. По-перше, я мав зрозуміти і по можливості висловити (навіть якщо це нескладно) те, чим Референт Фотографії відрізняється від референтів інших систем зображення. «Фотографічним референтом» я називаю не річ факультативно реальну, до якої відсилає образ чи знак, але річ реальну

необхідно та розташовану перед об'єктивом, ту річ, без якої не було б фотографії. Живопис здатний вигадати реальність без того, щоб її побачити. Дискурс комбінує знаки, які, звичайно, мають референти, але ці останні можуть виявитися і найчастіше виявляються «химеричними». У випадку Фотографії не можна, на відміну від всіх інших видів імітації, заперечувати, що річ там була. У ній має місце накладення реальності та минулого. А оскільки подібне обмеження відноситься тільки до неї, його потрібно вважати її сутністю, ноемою Фотографії. Іntenціоналізоване мною у фото (не будемо поки що говорити про кіно) не є Мистецтвом або Комунікацією, це – Референція, яка становить основу Фотографії» [14].

Такий великий пасаж свідчить про те, що Ролан Барт відсилає до метафізичних засад. Ніякий моушн-дизайн, ніяка система перемикування культурних кодів, системи єднання предметного, візуального, вербального не можуть позбутися онтології присутності реальності, яка існувала перед фото-оком. Фото-око є одним із конститутивних, будемо сказати, реальних конструкцій моушн-дизайну. Хотіли б ми, не хотіли, ніякий кінематограф з його ідеальною системою трансформації руху не може змінити ту глибинну реальність, яка за Р. Бартом визначається як ноема «це-було» [14].

Отже, ті ознаки фото-образу, які зазначає Барт, є достатньо проблемними з точки зору механізму інтерпретації фото-образу. З одного боку, фото-образ розглядається як документація реальності, з іншого – це екзистенціальна сутність справжнього ідеального життя людини, яке або закінчене, або ще існує, це певні патерни, тобто візуальні конструкції, копії почуттів людини. Тобто ми маємо справу з семіозом фото як дії знаків. Так, семіологічна модель Фердинанда де Соссюра свідчить про те, що Франц Brentano, який казав, що у свідомості знаходяться ідеальні об'єкти, які навіюють нам реальність бачення, фактично стали запорукою виникнення всіх інших філософських течій, зокрема феноменології Гуссерля. Франц Brentano явно повторює середньовічні інтенції ідеального об'єкта в

свідомості, їх же намагається субстанціалізувати Едмунд Гуссерль у вигляді ноєми.

Ноєма конститує (не конструє, а конститує) світ, і в цьому конституюванні виникає все те, що визначається як семіотичний універсум. Вся ця конструкція була настільки приваблива, що і семіологія Умберто Еко, і семіологія Чарльза Пірса, і семіологія Олексія Лосєва, Гюстава Шпета так чи інакше були проникнуті ідеалом ідеального об'єкта в свідомості. Фактично, це і є той проєктний образ, проєктний образ моушн-дизайну, коли ідеальний об'єкт існує, є запланована, багатоваріантова система рефлексії як художні системи, конструктивно-будівна діяльність, менеджмент-проєкт в реальності дизайнера-проєктанта.

Всі ці конотації і конструкції, звичайно, важко втиснути в якісь окремі ознаки визначення візуальної реальності. Ми зазначимо лише твори Романа Якобсона, який говорить про поетичну функцію, систему трансформації реальності на підставі того, що їй додається поетична функція [195]. Ми будемо говорити про світ, який визначається в реаліях Ролана Барта. Це його контекст подвійного міфодизайну: другий міф має конструкт або концепт, який конститує або утворює реальність на підставі первинного міфу. Знак розкадровується і стає міфотворчим. Все це або структуралізм, або постструктуралізм, це вже важко зазначити, кому що ближче.

Але щодо осмислення фото можна звернутися до З. Кракауера, який пише: «В XIX-му столітті фотографія слугувала в кращому випадку підмогою для художників, які прагнули зберегти вірність природи, зображувати її у стійких і освячених віками традиціях. А протягом першого двадцятиліття нашого століття наукові фотодокументації перетворилися для художників в джерело натхнення і послужили поштовхом до зламу цих традицій. Як це ні парадоксально, однак з усіх виразних засобів саме реалістична фотографія сприяла розвитку абстракціонізму» [201, с. 85].

Можна сказати, що це достатньо суб'єктивне ствердження. Але те, що фото інсталювало, підняло на п'єдестал все, що зветься патерн, зображення, з тим, щоб з ним стали працювати дизайнери і створювати анімацію (спочатку це просте, елементарне поєднання двох артефактів, які динамізуються, а потім вже перетворюються на квазі-пресинг технології, де фото існує як метафізичний залишок протоформ всіх цих реалій.

Тобто можна говорити про технологічно-маніпулятивний екзерсис театралізації і формування дигітальних образів, де фото утворює свій потенціал, повертаючись із кінема само в себе, і створюється кінема-фото, створюється фотомонтаж, який по суті є медіальною формою моушн-дизайну. Це реальність між фото і кінема, це реальність, яка утворює образ фото-трансформацій, який реалізується як протомонтаж, фотомонтаж, який стає частиною фото і одночасно частиною кінема. Тобто ми бачимо кінопоетику, фотопоетику, які реалізуються як складний і динамічний універсум самоздійснення поетики моушн-дизайну.

Кінематограф радикалізує поетику фото, фотореальність перетворюється на кінематичний ефект. Кінематограф ранніх часів був суто вульгарним, комерційним, але потім набуває тої поетики, яка визначається в кінообразі як достатньо глибинні реалії культуротворчості. Так, якщо звернутися до унікального кінофільму «Земля» Олександра Довженка, то вже перші кадри починаються з певної великої диспозиції, майже космоцентричного бачення землі: дивний ландшафт, земля губиться в цих химерних, будемо казати, сферичних абераціях, які відомі з часів прадавніх культур. Багато режисерів пройшли через спокусу бачення «Землі», зокрема Андрій Тарковський. Його яблука, коні – це буквально цитати із творів Олександра Довженка.

Що ж тут грає роль? Грає роль те, що це німий кінематограф, що тут читаються титри, що тут логодизайн як «вбивання в голову» інформації досягає більшості людей тим, що спочатку глядач ковтає картинку, а потім

починає прочитувати титри. Чорно-біла поетика, небуттєвість кіно, кіно, в якому реалізується глибинний сценарій самоздійснення сутнього як єдності глибинних, животворних інтенцій, вражає.

О. Довженко писав у сценарії до «Землі»: «Не знаю, справді так воно було, чи то мені приснилось, чи, може, сні переплелись із спогадами і спогадами про спогади, – вже не пригадую. Пам'ятаю тільки, що дід був дуже старий і що скидався він на образ одного з богів, які охороняли й прикрашали нашу стару хату.

І куди, було, в садку не глянеш – десь поміж яблунь, груш, кущів порічок й агрусу неодмінно біліла і його ясна борода.

І ще пам'ятаю: був гарний літній день, і все навколишнє здавалось прекрасним: сад, город, соняшники, й мак, і ниви за городом. А в саду, якраз коло погребні, під яблунею, серед яблук і груш, на білому стародавньому рядні, в білій сорочці, весь білий і прозорий від старості й доброти, лежав мій дід Семен, колишній чумак.

Років йому було сто чи, може, трохи й менше, але приємно чомусь думати, що саме сто, бо се було давно й красиво. І лежав він, немовби на картині, – теж красиво. Здавалось, він якось трохи ніби сяяв, а коли й не сяяв, то так видавалось, бо він посміхався, і була ще неділя і якесь-то свято» [51].

Можна сказати, що це своєрідна пострефлексія, що це опис того, що здійснено, що це справжній, унікальний, цікавий, і можна сказати, геніальний кінематограф (сценарій загинув підчас другої світової війни, режисер оновив його як певний ретросинтез). Якщо говорити про моушн, він тут не виступає служкою. Титри легко прочитуються і залишаються десь ніде.

Телебачення відкриває інший світ, світ повсякденної обрядовості, ритуалу, коли люди сідають за стіл і намагаються бачити рутинну інформацію ТБ, так звані теленовини. Вже в 68-му році Всеволод Вільчек

визначив найголовнішу функцію телебачення як ритуалізуючу та компенсаторну.

Звичайно, потрібен буде модифікатор в соціокультурному просторі, який компенсує, ритуалізує і позбавляє життя катастрофічних, непередбачених імпульсів. Фактично, телебачення і є великий моушн, якщо так можна його охарактеризувати з позиції соціокультурної функції. Тут і всі ознаки ритуальності, і фольклор, і все разом свідчить про те, що реалізуються контент і консенсус самодостатнього перебування перед екраном.

Отже, із тих, хто безпосередньо звертався до проблем моушн і візуальної культури власне в рамках визначеної проблематики, зазначимо дослідження З. Алфьорової «Візуальне мистецтво кінця XX-го – початку XXI-го століття», автореферат дисертації, де ми можемо побачити розгорнутий аналіз цього явища [3]. Можна зазначити твір С.Безклубенко «Відеологія: основи теорії екранних мистецтв» [18]. М. Близнюк, «Інформаційні технології в мистецтві та дизайні: освітній аспект» [25]. Ця стаття також присвячена власне технологічним реаліям комунікацій. Васильєва О., «Інфографічні складові моушн-дизайну. Актуальні проблеми сучасного дизайну» [29]. Ця робота орієнтована на інфографіку як своєрідний інформаційний контент моушн.

Надзвичайно важливим є дослідження Г. Вишеславського «Сучасне візуальне мистецтво України періоду постмодернізму. Нариси з історії образотворчого мистецтва України XX-го століття», де дається широкий контекст візуалізації образної презентації візуального мистецтва [33]. Вже нагадувані дослідження Ю. Габермаса, зокрема переведені українською мовою «Структурні перетворення у сфері відкритості: дослідження категорії «громадянське суспільство», стають необхідним підґрунтям для бачення ідеальної прагматики [35].

Дослідження Д. Гелда, Е. МакГрю, Д. Голдблатта, Д. Перратона «Глобальні трансформації» в перекладі з англійського В. Курганського – це величезний цікавий екскурс в проблему глобальних трансформацій культури творчості [38]. Не менш важливим, як ми вже визначали, є дослідження Г. Дебора «Суспільство спектаклю» [189].

Можна стверджувати, що такі епізодичні і інколи непередбачені зустрічі, які формуються у вигляді статей (зокрема, Д. Горбачов має зустрічі з генієм дизайну: йдеться про Василя Єрмилова) відкривають нам нову сторінку не лише моушн, але і графічного дизайну в цілому [43]. Надзвичайно актуальними є роботи Г. Лоли, де визначається сутність культурної анімації [206]. Важливими є робота В. Михайленко, М.Яковлева «Основи композиції», де визначаються геометричні аспекти художнього формотворення [107]. Не менш важливою є робота М. Моженко «Титри та анімована графіка в кіно та на телебаченні» [108], дослідження М.Мурашко «Шрифт як виразний засіб передачі інформації у відеорекламі», де є ще один аспект бачення інфографіки [110]. Дослідження Дж. Пітерса «Слова на вітрі» піднімає аспекти діалогу культур та розсіювання [117].

Актуальними є дослідження В. Прокопчука, його роботи є надзвичайно важливими у плані визначення моушн-графіки в системі кінематографу [124; 125; 126]. Робота Н. Сбітнєвої «Тенденції розвитку сучасного графічного дизайну: повернення до рукотворності» свідчить про ретроархаїзуючий напрям в дизайні [140]. Робота О. Чуєвої, М. Чолій «Типографічний аспект анімованих титрів у кінематографі початку цифрової доби» свідчить про важливий контекст розвитку типографіки [162].

З англомовних дослідників слід назвати дослідження М. Франца «Зміна з часом. Майбутнє анімаційної графіки», 2003-й рік [186]. Робота присвячена генеральним проблемам іконографіки. Л. Манович, «Мова нових медіа»,

Гамбург, 2001-й рік, орієнтована на семіологічний контекст презентації інформації [209]. Н.Мірзоев, «Вступ до візуальної культури», Лондон, 1990-й рік, реалізує широку програму візуалізації культури в цілому [208].

В.Дж. Т. Мітчелл, «Теорія зображення. Все про візуальне та вербальне уявлення», Чикаго, 1994-й рік, – це робота одного з фундаторів візуальних досліджень [213]. М.Маклуен «Гаряче та холодне», Нью-Йорк, 1967-й рік, розвиває тему масової культури [212]. Робота Дж. Краснер. «Дизайн руху та художня анімація: принципи та практика» детальному аналізу інфографіки [202]. Дж. Краснер, «Рухомий графічний дизайн. Прикладна історія та естетика», 2008-й рік [203], – теж величезне дослідження, присвячене іконографії моушн-дизайну.

Дослідження Т. Леонга «Суперграфіка. Візуальний путівник по всесвіту коміксів» і «Star Wars Super Graphic. Візуальний путівник по далекій-далекій галактиці» – це сучасні видання, орієнтовані на масового споживача [204].

Отже, ми надали достатньо приблизний список літератури, який не вичерпує всієї зазначеної проблематики, але дає її загальний контекст в просторі візуальної культури, у вимірі всього того, що можна сформулювати як реальність моушн-дизайну.

1.2. Моушн-дизайн як комунікативна система

Власне комунікація в системі моушн визначається в двох рівнях: в іманентному, проєктно-конструктивному, який здійснюється всередині творчого колективу, і в просторі загальному, де комунікація реалізується як простір взаємодії реципієнта і продуцента.

Орієнтація на системність спонукає до презентації двох реалій проєктного процесу. З одного боку, це система моушн-дизайну як проєктна діяльність, де варто визначити компонентний, структурно-функціональний та інтегративний аспекти, – це загальні системні конфігурації будь-якої системи. Компонентний аспект визначається Ю. Легеньким як дизайн-

рефлексія, яка підрозділяється на рефлексію зсередини практики – це рефлексія художників-дизайнерів, які здійснюють продукт; рефлексія над практикою – це пост-дискурс, який орієнтований на реальність оцінювання здійсненої інформації; рефлексія в інше, коли визначається пріоритетний наратив, пріоритетні гештальти і патерни в дизайні-моушн, що стають привабливими і модними; рефлексія в себе, коли дизайнер реалізує весь набір здійснених парадигм в контексті свого проєктного досвіду [91]. Такий підхід, звичайно, реалізує надзвичайно важливу наскрізну систему рефлексивності, яка існує в моушн-дизайні, у всіх жанрових, стильових і інших конфігураціях motion.

Потрібно також визначити структурно-функціональний аспект, який реалізується в плані того, що дизайн як проєктування, як безпосередня жива діяльність, зазначається за такими субструктурами: це, власне, жива діяльність, атрибутивні характеристики якої є вміння, майстерність, творчість; суб'єкт проєктної діяльності, засоби проєктної діяльності, предмет проєктної діяльності. Важливо зазначити, що після таких субстанційних реляцій реалізується суб'єктна конфігурація комунікації, яка категоріально визначається як мета або ціль проєктування, засоби проєктної діяльності і результат проєктної діяльності, мотивація цього проєктного процесу [88].

Системний підхід зазначається як компонентний, структурно-функціональний і процесуальний, що призводить до того, щоб зазначити таку систему комунікації, як моушн-дизайн, в більш широкому просторі. Його можна визначати по-різному – комунікативний, композиційний аспекти є пріоритетними; але ми орієнтуємося на теорію функціональних систем, яка здійснена в проєкті П. Анохіна і цілого ряду дослідників, що обіймаються власне біологічними дослідженнями функціональних систем. Чому це актуально, і чому ми звертаємося до біології? Тому що зараз весь проєктний процес екологічно детермінований і зорієнтований на натурфілософію дизайну, яка реалізується як системотворчий контент, орієнтований на

біфуркації, набір проєктних детермінант, пов'язаний з популяціями природних системних ознак дизайн-систем, які стають пріоритетними для аналогових моделей культуротворення.

Відтак, можна стверджувати, що функціональна система моушн-дизайну як проєктний досвід в її компонентному аспекті складається з рефлексій, мистецтва, культурно-будівної діяльності, менеджменту і маркетингу []. Всі ці складові так чи інакше стають домінантними в контексті тих культурних практик, де реалізується моушн-дизайн, так зокрема, в рекламі стають домінантними менеджмент і маркетинг. Сутність мистецької конфігурації є наскрізною. Це все те, що визначає походження моушн-дизайну від фотодизайну, кінематичного простору, який поки що не став кінематографом, відеопростору, медіа в широкому сенсі. Рефлексивна наскрізна настанова стає всеузагальнюючим принципом здійснення всіх жанрів системотворчості. Культурно-будівна діяльність теж є наскрізною настановою, яка реалізується в кожному жанровому контексті, власне, за предметом, на який орієнтована діяльність дизайнера.

Важливо зазначити, що суб'єкт діяльності тут є універсальний актор, достатньо абстрактна постать, яка реалізує засоби моушн-дизайну, які так чи інакше відповідають предмету діяльності, визначаються феноменом цілепокладання, який призводить до цілездійснення. Така систематика, звичайно, фіксує той факт, що системний підхід є достатньо структурним і конструктивним. Але цього замало. Ми можемо побачити, що в контексті моушн-дизайну реалізується декілька рівнів деконструкції або структурування інформації як продукуючого комунікативного контенту, що тим чи іншим засобом реалізує проблему комунікації як певного опосередкування за допомогою такої модифікаційної стратегії, як *motion*.

Якщо говорити про дигітальні системи, які на відміну від просто функціональних систем, реалізовані на адаптацію до комунікативного простору і здійснюють свій проєкт, то тут треба визначити феномен

дигітального (digitus), вказуючий перст за латинською номінацією, – це передусім естетичний феномен спонуки, сугестії, весь набір естетичних реалій, які здійснюються шляхом віртуального композитингу, тобто монтажу та єднання різних реалій формотворення. Суб'єкт моушн-дизайну реалізується як складна особистість, яка орієнтована на те, що стає ідентифікатором презентації інформації в її простих і ясних форматах. Це феномен кожного дня ТБ і цифрових технологій, коли не потрібно ніяких образних конфігурацій, потрібно лише своєчасно додати інформаційне ціле комунікативного процесу.

Цей суб'єкт стає інформаційним актором, який здійснює синтез або синкрезу образних і інформаційних констант, які реалізуються в різних жанрах (інформаційних, змагальних жанрах, шоу та ін.). Суб'єкт стає режисером шоу, естетичних трансформацій, які формуються як своєрідна програма проєкту, що визначається в шоу-бізнесі, моушн-конструкціях, які допомагають в здійсненні шоу-бізнесу. Це суб'єкт-аніматор, який максимально задіює концепт анімації (anima). З одного боку, це одушевлення дизайн-продукту, коли дизайнер творює певні легенди творчого процесу, створює квазі-продукт фірм, які не мають історії, але вписуються в конгломерат того культурно-історичного поля і тих фірм, які мають цю історію. Тобто моушн-дизайнер стає автором логографів, логотипів, які поєднують в собі вербальний наратив, образ легенди і образ проєктного культурно-історичного потенціалу фірми. Моушн-дизайнер виступає як комунікант, хто опосередковує будь-яку інформацію як менеджер, керівник проєктів, маркетолог, що характеризує можливості просування дизайн-продукту на ринок.

В контексті digitus-дизайну система реалізує абсолютно інші реалії – від абстрактного контенту і контексту продування інформації суб'єктом проєктної дії, який зазначає діяльність проєкту до кінематики motion, що розбивається на певну системотворчу реальність функцій, які визначають

суб'єкта моушн-дизайну як колектив, або як особистість, яка стає актором синтетичного бачення реальності. З іншого боку, відбувається баналізація інформації, що потрібно для її однозначного донесення, а також формуються інноваційні зміни, які візуальна кінематика motion привносить у внутрішню трансформацію інформації, а інколи переводять її на зовсім інший рівень. Здійснюється своєрідна програма ігрових трансформацій motion, які поєднують в собі постмодерні конфігурації іронії, розіграшу, шоу та ін.

Тобто формати, жанри і стилі як конфігурації комунікативного середовища в моушн-дизайні обігруються таким чином, що моушн-дизайн засобами своїх презентацій реалізує максимум орієнтації на побажання смаків споживача інформації, на формат реципієнтів. Також цей вимір орієнтований на рефлексію, імагінацію і своєрідну культурацію тих реалій, які оточують реципієнта в контексті всіх інших дизайн-продуктів.

Утім реалізується певна програма дигіталізації системотворчості моушн-дизайну, де суб'єкт діяльності реалізується як синтетичний актор. Засоби дизайн-проектування (технічні, віртуальні детермінанти і жанрові) реалізуються як спосіб донесення інформації, а власне проєктна діяльність розуміється як певний результат, який орієнтований на простоту, доступність і всезагальність презентації культурно-історичного потенціалу комунікації. Тотожність цілепокладання і цілездійснення реалізується як сугестивний вплив digitus, ситуація презентації інформації в контексті різних форматів, які визначаються жанрами ТБ і інших способів візуальної комунікації.

Можна сказати, що тут найважливішим є темпоритм, або фактор, який реалізується як акт комунікації. Зрештою, звернемося до статті зі словнику Патріса Паві «Актантна модель», де він свідчить про те, що акт є системна, структурна і завершена цілісність просторово-часового єднання дискурсивних процесів трансформації інформації. В цій статті Патріс Паві пише про те, що власне актантна модель – це проблема елементаризації визначення акту як культурно-історичного хронотопу або коду, схеми, що

утворюється в семіотичному просторі комунікації. Ми далекі від того, щоб проєктувати театральні моделі на всю культуру в цілому, але він задіяв надзвичайно багато авторів – це, наприклад, теорії Б. Проппа, В. Суріо, Г.Греймаса і ін. [114].

Можна стверджувати, що в системі презентації інформації, яку визначає Патріс Паві, відбувається певна селекція суб'єктів акту: актанти – це ті чинники, які здійснюють вплив на акт, вони є суб'єктами, бо впливають і діють на реальність (суб'єкт розуміється в найширшому проєктно-модельному розумінні); актори, які власне здійснюють акт і приймають участь у творенні продукту (в даному контексті менеджмент-продукту або моушн-продукту); це ті продуценти дії, що можна пов'язати з комунікантами, які допомагає здійснити функцію комунікації. Це протагоністи в Давній Греції, це промоутери сьогоdnішнього ринку кінема, театру, ТБ, реклами тощо. Тобто, за моделлю Г. Греймаса, яка поєднує функції відношення адресанта, відправника інформації, до адресата, – перед ним виникає об'єкт, тобто матеріальний конденсат цієї інформації, який трансформується в те, що адресант не може сам реалізувати цю інформацію. Виникає допоміжна система – помічник, суб'єкт інформаційного повідомлення, і суперник. Хотіли б ми, не хотіли, а такий спосіб свідчить про те, що власне комунікація визначається контрфрактичною, діалектичною, як діалог між адресантом і адресатом, де є певні ознаки цілепокладання та цілездійснення.

«Вісь «суб'єкт – об'єкт» окреслює траєкторію дії, пошук головного героя чи протагоніста. Тут чимало перешкод, які суб'єкт мусить долати для досягнення мети. Це вісь волі. Вісь «помічник – суперник» або полегшує, або ускладнює комунікацію. Вона продукує обставини та чинники дії і не обов'язково є представленою у дійових особах. Помічники і суперники іноді тільки проєкціями прагнення діяти і уявним опором самого суб'єкта» [114, с. 31]. Це об'єктний спосіб опосередкування передання інформації.

«А. Юберсфельд модифікує цю конструкцію і на основі моделі Греймаса змінює місця членів пари «суб'єкт – об'єкт». Тут суб'єкт є функцією, визначеною в парі «адресант – адресат», а об'єкт – функцією у співвідношенні «помічник – суперник». Ця деталь значно змінює функцію згаданої моделі. Справді, у Греймаса вихідним пунктом відповідно до адресанта є не суб'єкт, свідомо поданий адресатом. Тут суб'єкт буде визначений тільки в кінці розвитку дії та відповідно до пошуку об'єкта» [114, с. 31].

Можна стверджувати, що така суб'єктно-об'єктна-диспозиція, суб'єкт, вмонтований в дискурс – це зовсім інший суб'єкт, ніж натуральний комунікант, який втручається в дію презентації інформації. Далі, як ми бачимо, автор свідчить про труднощі та можливе удосконалення ефективних актантних схем. Він говорить про те, що такі загальні адресати, як Бог, люди, суспільство, ерос, влада і інше є непередбаченими, але втручаються в процес комунікації, і слід розуміти, що комунікацію не можна звести до простого однолінійного структурного акту.

Автор так визначає суб'єктів дії комунікації:

«Актанти і актори. А. Теорія рівнів існування дійової особи.

Рівень 1. Рівень елементарних структур значення. Відносини протилежності, протиріччя, імплікації між різними універсумами сенсу утворюють логічний квадрат (семіотичний квадрат) Греймаса.

Рівень 2. Рівень актантів, загальних сутностей, не антропоморфних та не фігуративних (приклад: Світ, Ерос, Політична влада). Актанти існують лише теоретично та логічно в логічній системі дії чи наративності.

Рівень 3. Рівень акторів (у технічному сенсі терміну, але не в значенні «виконавець»). Одиниці індивідуалізовані, фігуративні, реалізовані в п'єсі (*grosso modo*: персонаж у традиційному сенсі).

Проміжний рівень між другим і третім рівнем. Рівень ролі, фігуративні одиниці, одухотворені, але загальні та повчальні (наприклад, Фанфарон,

Благородний батько, Зрадник). Роль одночасно бере участь у глибинній наративній структурі (наприклад, зрадник не завжди Х) та в текстовій поверхні (Тартюф – безумовно точний тип зрадника).

Рівень 4. Рівень режисури, акторів (у значенні виконавців). Це інший рівень, зовнішній стосовно рівня персонажа» [114, с. 32].

Хоча цей, будемо казати, принцип дефініції акторів є суто сценічним, він надає дуже багато. Сцена в широкому сенсі трансформується в комунікативний феномен: з онтологічного образ помосту, піднятого над землею, стає арт-сценою, рок-сценою, панк-сценою тощо. Актори, актори і продюсери – це ті комуніканти, які мають одне обличчя комунікативної системи, яку варто зазначити як *digitus*, тобто впливовий естетичний сенс реалізації того естетизму і синкретизму дійових осіб, що реалізуються в контексті акту, орієнтовано, з одного боку, на персоніфікацію інформації, а з іншого боку, на реальність самоздійснення творчості.

Можна стверджувати, що тут допомагають дві можливості, визначені в цій творчості, які теж визначає Патріс Паві в цій статті.

«За Проппом, визначаються певні детермінанти чарівної казки, які як певний семіоз або дія знаків визначають такі суб'єкти дії:

- лиходій (чинить зло);
- дарувальник (дарує магічні предмети та силу);
- помічник (допомагає головному героєві);
- принцеса (надихає героя на подвиг з обіцянкою вийти заміж);
- замовник завдань (відправляє головного героя на завдання);
- головний герой (дійова особа, з якою відбуваються різні перипетії);
- хибний герой (узурпує на деякий час роль справжнього героя).

Важливо, що, крім цього, В. Пропп визначає функції дійових осіб: «Змінюються назви (а з ними і атрибути) дійових осіб, не змінюються їхні дії чи функції». Звідси висновок, що казка нерідко приписує однакові події

різним персонажам. Це дає нам можливість вивчати казку, виходячи з функцій дійових осіб» [114, с. 29 – 30].

Проте, повернемося до розуміння моушн-системи в контексті дигітальних технологій. Сама орієнтація на цифру занурює в контекст шифрування герметичного топосу, який свідчить про те, що це недоступно іншим людям. Тобто цифровий простір підсилює семантику закритості аналогової специфіки шифру, приховує, як дигітальність рухає думку у напрямі демонстрації інших можливостей.

Важливо, що власне англійське «digit» походить від латинського «пальця» – «digitus». Цікаво, що сам по собі термін «digitus» забувається, вимивається з контексту системотворчості. Важливо зазначити, що цей семіотично-трансформативний естетичний факт є найголовнішим: тут розкривається сутність реальності дигітальних технологій.

Отже, такий лапідарний аналіз дихотомія двох вимірів digitus, дигітальності, віртуальності, звичайно, орієнтує на те, щоб визначити систему як загально-функціональну і як суто дигітальну, орієнтовану на естезис, спонуку, весь комплекс синтетичних вимірів міжкультурних, міжхудожніх взаємодій в плані комунікації. Орієнтуючись на системогенез як на певну реальність гетерохронії (часову багато вимірність), коли кожна з підсистем живе в своєму часові, важливо зазначити, за П. Анохіним, певні системотворчі елементи.

«Насамперед виявляється можливим як всю діяльність системи, так і її всілякі зміни уявити цілком у термінах результату, що ще більше підкреслює його вирішальну роль у поведінці системи. Ця діяльність може бути повністю виражена у питаннях, що відображають різні етапи формування системи:

- 1) який результат має бути отримано?
- 2) коли саме має бути отриманий результат?
- 3) якими механізмами має бути отриманий результат?

4) як система переконується у достатності отриманого результату?» [Цит. за: 90, с. 70].

Цілепокладання визначається як цілездійснення, а результат стає маркером його ефективності. П. Анохін стверджує: «З точки зору фізіологічної функціональна система має одну чудову властивість. На основі відомих фізіології закономірностей (іrrадіація, «рекрутування», гальмування і т.д.) функціональна система набуває внутрішню регулятивність, тобто вона може вибирати, перебирати і комбінувати кількість структур, що беруть у ній участь. Вона може динамічно змінювати характер процесів, що протікають в ній, розширюючи його в бік інших, що не належать до даної системи структур організму до тих пір, поки організм як ціле не отримає пристосувального ефекту» [Цит. за: 90, с. 133].

Цей достатньо, будемо казати, красномовний факт свідчить про те, що система як функціональна єдність, що зорієнтована на гетерохронію, де кожна з підсистем живе в своєму часові і інтегративно визначає локуси, модули розвитку системогенезу, орієнтована на те, що відбувається внутрішній консенсус, який не заперечує цілісності цієї системи.

Отже, моушн-дизайн як функціональна система є напружене ціле, орієнтоване на модифікацію системи даних за домінантою рефлексії, яка є наскрізною у всіх жанрах моушн-дизайну; за домінантою мистецьких адекватій, які теж є наскрізними у всіх жанрах можливості мистецьких номінацій; за домінантою конструктивно-будівної діяльності, яка визначається жанрами і предметами дії – графічний дизайн, реклама і інше; а також менеджмент і маркетинг, які стають домінантними в контексті рекламних адекватій моушн.

Можна стверджувати, що власне така функціональність, звичайно, відкриває перспективи до іншого простору, який ми визначили як дигітальний і який можна ширше конструювати і конституювати як простір самоідентичності і саморозгортання проєктів в полі *digitus*, в полі

естетичного впливу, навіювань, навіть міфотворчості, всього того, що пов'язано з дигітальним дизайном в цілому. Суб'єкт такого пошуку стає універсальним. Це може бути колектив, може бути одна людина, але за ним стоїть досить серйозний, глибинний феномен інтеграції всіх культурно-історичних вимірів культуротворчості.

Едгар Морен розширює теорію функціональності і визначає її достатньо складний системний організаційний консенсус. «Об'єкти уступають місце системам. Замість сутностей і субстанцій – організація; замість простих елементарних одиниць – складні одиниці; замість скупчень елементів, що формують тіла – системи систем систем. Об'єкт не є більше формою-сутністю та/або матеріальною речовиною. Не існує більше зразкової форми, через яку за допомогою зовнішнього впливу висікається ідентичність об'єкта. Ідея форми зберігається, але видозмінюється: форма – це цілісність складноорганізованого утворення, яка виявляє себе як ціле у просторі та часі; форма як гештальт є продуктом катастроф, взаємозв'язків/взаємодій між елементами внутрішньої організації, умов, тисків, обмежень оточуючого середовища. Форма перестає бути ідеєю сутності, стаючи ідеєю існування та організації» [215].

Ми бачимо своєрідний маніфест від субстанціалізму: від форми як застиглого протообразу, протовірця, системний підхід уходить в бік діалогу форм, їх можливих і неможливих констеляцій. Констеляція – це психологічний термін, що означає образні адекватії, які реалізуються в системі імагінації, образних реконструкцій культури в цілому.

Отже, як на основі такої широкої платформи побудувати систему і самодостатність системи комунікації моушн-дизайну? Радикальним і фундаментальним кроком до цього є розуміння рекурсії. «Ідея петлі не означає лише ретроактивне підсилення процесів самих по собі. Вона означає, що кінець процесів напитує його виток, завдяки поверненню кінцевого стану циклу на його початковий стан і висхідний стан; кінцеве існування стає в

певному роді висхідним становищем, не припиняючи бути кінцевим, а висхідне становище стає кінцевим, залишаючись разом з тим висхідним. Окрім того, це означає, що петля є процесом, в котрому продукти і кінцеві результати стають висхідними елементами і властивостями. Це дійсно рекурсивний процес, тобто такий процес, кінцеві становища або результати котрого продукують висхідні стани або причини» [215].

Е. Морен постулює систему ювеналізації, оновлення, де принцип оновлення як системогенезу полягає в тому, що опрацьовується метафізична конструкція висхідного стану системи. Як їх визначити? Тільки шляхом рефлексії і саморефлексії. Більше того, інколи до цього залучається віра, теогенез і національні системи пам'яті. Наша проблема полягає лише в тому, щоб вказати, що власне моушн в ситуації регенерації і трансформації своїх можливостей, звичайно, орієнтується на фотодизайн, кінематограф, простір кадру як кінема-елементу, реалізує анімацію як самодостатню систему візуальних популяцій.

«Тому я визначаю тут, – пише Е.Морен, – як рекурсивний будь-який процес, у ході котрого активна організація виробляє елементи або ефекти, які необхідні для її власної генерації або існування, циклічний процес, у якому продукт або кінцевий результат стає висхідним елементом і першопричиною» [215].

Отже, циклічність є основою і функціональної системи, і всіх екосистем, які Едгар Морен опрацьовує як синергетичний мегапростір. Від кібернетики він відходить і постулює так звану «сибернетику», де зворотний процес дії в контексті петлі рекурсії, стає синергійним, енергетично орієнтованим на активну дію. Це фактично зазначає й активну систему цілепокладання, яка орієнтована на моушн-продукт, на моушн-дизайн.

«Ідея рекурсії, – пише Е. Морен, – підсилює і прояснює ідею активної цілісності. Вона означає, що ізольовано ніщо не є породжуючим (і навіть не є програмою); лише процес, взятий в його цілісності, визначається як

породжуючий за тих умов, що він замикається на самого себе. В той же час загальні дії залежать від дій кожного фрагменту або кожного окремого елементу, що розвіює туманну і містичну ідею тотальності» [215].

Хотіли б ми, не хотіли, але ідея тотальності виникає як процес регенерації, проєктування, конструювання минулого і майбутнього, як морфогенез, системогенез, виникнення тих стаціонарних станів motion, де, з одного боку, все зводиться до клішованих примітивних форматів, а з іншого – розгортається в просторі непередбачених змін. Екологічні імплікації і взагалі орієнтація на збереження культурно-історичного потенціалу, на спрощення відношень продуцента і реципієнта свідчать про відкритість і закритість систем. Можна стверджувати, що власне відкритість є домінантною, а петля рекурсії – це вже закритість, обмеження і орієнтація на власний потенціал культуротворчості. Породжуючий принцип як своєрідна детермінація в творчості реалізується в контексті того, що Едгар Морен характеризує як «вихор можливості бути». Виникає та проблема, яка характеризується як тоталогія культуротворчості.

Тобто моделюються перехідні процеси, метаморфози міжкультурних, міжхудожніх і інших взаємодій. Це і є власний простір дії моушн-дизайну. Так, формується пошук системності як тоталогія, орієнтована на реальність комунікації, яка може керувати і досягати ефективних системотворчих реалій передання інформації засобами інтегративного простору motion. Все це так чи інакше орієнтовано на екосистемний, регенеративний процес, де, по суті, екологія стає самовизначенням регенерації можливості бути культурі, людині, комунікації. Цей аспект в моушн-системному підході є надзвичайно важливим.

«Продуктивне переосмислення змісту усталених і водночас полісемантичних термінів «життя», «природа», «людина», – пише М.Кисельов, – яке здійснюється в царині сучасної метаекології, є необхідною передумовою формування адекватної екологічної свідомості нашого

сучасника. Сама екологія є відкритою системою, яка знаходиться на перехресті цілого масиву наукових дисциплін і тому має яскраво виражений інтегративний характер. Вона демонструє потяг до глобального прагнення, до єдності і збалансованого бачення світу. Її проблематика є надзвичайно актуальною і досить повно реалізує найпріоритетніші напрями сучасного наукового дослідження. Екологічна компонента стає надзвичайно вагомою у формуванні світогляду людини третього тисячоліття» [67, с. 27].

Відтак, система як функціональна, дигітальна, естетична система моушн-дизайну в своїй основі в рамках реальності культури XXI-го століття стає екосистемою, що орієнтована на регенерацію цілісності культуротворення, допомагає побачити цілісність людини в будь-яких комунікативних актах. Це дає можливість засвідчити, що ця цілісність може бути трансформативною, більше того, мобільною, і ще більше того, неоднозначною. Так чи інакше, всі ці ознаки конституюються в рамках достатньо серйозних і визначених чинників.

Так, М. Кисельов визначає п'ять таких факторів:

«1) здатність суспільства свідомо сприймати екологічну аргументацію, що детермінується рівнем освіченості населення;

2) певні цінності орієнтації суспільства, що визначають сприйнятливність до наукового знання;

3) ступень довіри до різних джерел інформації, готовність слідувати рекомендаціям державних інституцій;

4) усвідомлення ціни і вартості нехтування попереджувачими знаннями і визначення суб'єкта, який буде платити, визначення втрат на реалізацію заходів до реалізації рекомендацій, попереджувачі знання, і знову ж таки питання про джерело фінансування;

5) якість аргументації на рівень наукових розробок і спосіб подачі їх результатів суспільству» [67, с. 21].

Екосистемний підхід реалізує парадигму системотворчості, яка так чи інакше накладається на широкий пресинг комунікативних реалій, орієнтованих на модифікаційний простір. Одним із дискурсивних вимірів цього простору і є моушн-дизайн. Адже весь наведений попередній аналіз свідчить про те, що суб'єкт такої інтеграції і трансформації може бути досить і досить різним: шаблованим, простим і ясним ідентифікатором, актором інспірацій і ігрових видовищ, або філософом, орієнтованим на знавців, людей, які мріють про майбутнє.

1.3. Медійний, семіотичний та візуальний повороти як засади наукового аналізу моушн-дизайну

Комунікативність і відкритість моушн-проектів свідчать про те, що ця реальність потребує сучасного наукового дослідження. Медійний, семіотичний та візуальний повороти – це зазначена реальність філософської, культурологічної і мистецтвознавчої рефлексії, яка так чи інакше впливає на визначення констант і провідних формотворчих засад моушн-дизайну.

Можна стверджувати, що медійний поворот (media turn) є одним із фундаментальних і глобальних в сьогоdnішньому просторі комунікації. Він є одним із складових в тій черзі поворотів, які здійснилися; їх визначають по-різному: антропологічний, онтологічний, лінгво-семіотичний і ін. Але головне, що media turn, або медійний поворот, є своєрідна система звернення до глибинних ознак мови і промови в комунікації, яка орієнтована на все те, що ми намагалися зазначити як акт комунікації. Важливо, що кульмінацією всіх цих реалій стає, власне, те, що формується прамова, метамова, яка формує цілу низку дискурсів медіальності, які потребують свого самовизначення.

Сутність медіального повороту пов'язана з усвідомленням того, що медіа стають певним альтер-его метафізичних конструкцій мови. Медіа створюють свою мову, а ця деперсоналізація мови реалізується як певний

консенсус поза, будемо казати, персонального визначення комунікації. Якщо в свій час Генріх Вельфлін намагався здійснити програму характеристики історії мистецтв без імен, на підставі лінійного і пластичного засобів формотворення, то *media turn* так само спрощує цю проблематику. Іконічний поворот, тобто вся реальність візуальності в системі медіа, реалізується як своєрідна інверсія, інтроверсія і достатньо гостро трансцендентна, тобто існуюча за межами сьогодення, реальність *motiön*(моушн).

Можна сказати, що все є медіа в сучасному світу, і можна сказати, що медіа є ніщо. Воно все може, і воно нічого не може, бо настає той момент, коли людина хоче втекти від цивілізації, забути всі гештальти і реалізувати своє «Я» на одинці, сам на сам з природою. Вся ця конструкція *media turn*, звичайно, є надзвичайно гостро онтологічною моделлю, де визначаються такі медіа як безперервний, багатовимірний потік інформації. Медіа є єдність різнорідних і достатньо складних обставин комунікації. Воно поєднує в собі логоцентризм і арефлексивність.

Медіа володіє світом, власне, тому, що, по-перше, охоплює всі доступні і недоступні локуси комунікації, а по-друге, в ньому формуються формати взаємодії людини і іншої людини, людини і Всесвіту. Фактично, виникає те, що можна зазначити як медіа-інструменталізм, медіа-фундаменталізм, медіа-універсальність, що зазвичай потребує певних визначень. Ці визначення так чи інакше реалізуються в контексті тих попередників, тих непомітних скріплень, переведення предметного коду у візуальний і візуального у вербальний, чим фактично і займається моушн.

Отже, моушн в контексті медіаповороту – це рефлексія, орієнтована на самоздійснення можливостей визначити контекст і контент буття, адже ця реальність аж ні в якій мірі не дає можливості підтвердити, що вона є справжньою. Сама система верифікації відсувається, існує за межами палімпсесту, нашарування дискурсів. А фундаментальний поворот медіа як певної медіафілософії свідчить про те, що дух часу і дух культури не може

бути перманентним образом межі: або перед межею, або після межі. Межа як така не є конститутивним фактором медіа.

Про всі ці реалії говорять багато філософів і культурологів. Є, зокрема, позиція Р. Марґрайтера, де він свідчить про те, що «медіафілософія є сьогодні формою «першої філософії» («prima philosophia») в аристотелевському сенсі, що відповідає духу часу. І це дає можливість назвати сучасну інтелектуальну та культурну ситуацію таким же радикальним розривом з попередньою традицією, яким був лінгвістичний поворот («linguistic turn»), а сьогоднішню, завершальну, представити як наступний ряд: кантівська критика пізнання, яка потім переходить через «linguistic turn», як у наступному через «symboli/semiotic turn», і зрештою «media turn» [211].

Таким чином, можна побачити, що повороти, які зазначаються як медіа, семіотичний, іконологічний або візуальний поворот, існують паралельно, разом, корелюючи своїми висхідними конотаціями. Позиція Р.Марґрайтера – це орієнтація на семантику, на радикальність повороту, який свідчить про те, що змінюється досить багато: предмет заміщується зображенням, а зображення тут же віртуалізується і потребує метамови, тобто повернення до вербального дискурсу.

Всі ці реалії визначають проблемне поле моушн, де реальність медіа і реальність конституювання, конструювання медіа-конструкцій стає можливістю того перехідного драматичного періоду, який реалізується як дещо, яке виникає на межі. Медіа і є межова інтуїція і інституція, яка реалізується як своєрідна реальність формотворення. Отже, спіритуалізм, окультизм, новітні паранормальні реалії, все це раптом зібралося до купи, і ми намагаємося зазначити їх констеляції, образні конотації медіа-проєкту суть складові медіумного повороту. Чи можливий він, чи він здійснився? Чи це фантом рефлексії сучасних дослідників? Ми не будемо відповідати на ці питання, але сутність полягає в тому, що здійснюється достатньо гостра

аберація свідомості культуролога, філософа, художника, зокрема дизайнера, які орієнтовані на формотворення, реалізація форм візуальної культури визначає систему їх співвідношень. А система їх співвідношень – це і є *media turn*, медіаповорот.

Чому *media turn*, медіаповорот є пріоритетним? Тому, що це метафізична засада комунікації, до якої тяжіють філософи і культурологи з давніх часів. Можна стверджувати, що сама по собі реальність медіалізації і проблема медіа-трансформації інформації так чи інакше продукує ті реалії, які в диференційних практиках культуротворення, зокрема в системі моушн-дизайну, визначаються як інноваційний принцип медіа-структурування інформації. Що це таке? А це те, що не можна інформацію просто передавати від споживача до комуніканта: обов'язково має бути посередник.

Цей посередник вмонтований в дискурс, це або натуралізований суб'єкт комунікації, що так чи інакше реалізує медіальність як форму трансформації інформації, або текстуальний механізм комунікативного дискурсу. І тут, власне, ми бачимо, що моушн-дизайн реалізує свої права. Він стає режисером медіа-конструкцій, які реалізуються в дискурсі як субструктури, що презентують інформацію, – це логодизайн, логотипи, вся інформаційна даність інфографіки. І, зрештою, медіалізація комунікації реалізується як відкрита система, яку не можна задовольнити об'єктним підходом, яка всеї час шукає іншого реципієнта, іншого суб'єкта дії. Утім таким альтер-его проєктної дії стає достатньо банальний споживач інформації.

Виникає ідея так званого тотального дизайну, або універсального дизайну, де ми бачимо майже попсові визначення універсальності. Універсальний дизайн за визначенням американських продуцентів визначається як адаптивний принцип формування інформаційних конструктів для всіх. Вже в 1970-му році американський архітектор Майкл Біднер висловив думку про функціональний потенціал кожної людини, яка так чи інакше має реалізувати свій можливий образ буття. Але фактично

універсальний дизайн перетворився на менеджмент-маркетинговий хід, де всі проєктні конфігурації були усунуті, а проблемою обговорення стали предмети або об'єкти, створені дизайнерами.

Отже, визначають сім принципів універсального дизайну:

- 1) рівень та доступність використання;
- 2) гнучкість використання;
- 3) простота і інтуїтивність використання;
- 4) доступно викладена інформація;
- 5) терпимість до помилок;
- 6) малі фізичні зусилля;
- 7) наявність необхідного розміру, місця і простору комунікації [155].

Здається, що такий підхід задає програму моушн програмних конструкцій, які можна зазначити як суто функціональні. Але, якщо говорити про дещо більше, про поетику моушн, то це вже інший аспект.

Можна сказати, що нові медіа – це рефлексивний *media turn*, який визначається як своєрідна демаркація можливостей передання інформації, їх презентації і синтетичного впровадження в реальність. Власне, тут моушн-дизайн стає тим необхідним посередником, який реалізує всі ці контексти в системі медіа, реклами, аудіо- і візуальних контентів, всього того, що дає можливість охарактеризувати самодостатність форми і реальність медіаповороту.

Важливо, що здійснюється фундаментальний акт дизайнерського відношення людини і речі. Г. Лола констатує, що відносини людини і речі були проблематизовані [206].

На перший план виходить масова культура, реклама з її системою *product placement*, тобто хижацьких вставок в контекст тексту, який продукується на екрані, – це один з надзвичайно гострих медійних ходів, який потребує певної гармонізації. Гармонізаційні атрактори виникають у вигляді певних пояснень, логотипів, логограм і усвідомлень того, що без

такої жорстокої верифікації *reclame*, заперечення ідентичності людини високого культурного рівня і людини побутової, медіа-дизайн не є можливим.

Отже, реклама обіграє, експлуатує проблеми ідентичності, які реалізуються як достатньо складний контекст самоздійснення реальності. Можна стверджувати, що суть диференціації, синтезу всіх можливих реалій медіа-контенту свідчить про те, що реалізується те, що можна зазначити в реаліях глобалізації культури як інтегративний процес: реконструкція, презентація втрачених форматів, формул і схем, а також всіх тих образів комунікації, які є традиційно усталеними. Мультикультуралізм, полісценізм, метахудожня реальність визначають сутність медіаповороту, яка реалізується як достатньо гострий і завершений образ сучасної культури.

Семіологічний поворот, або все те, що пов'язано з лінгво-семіотичним підходом як інтерпретативною парадигмою, коли граматологія стає одним із визначників культуротворчості, найбільш гостро було зазначено Роланом Бартом в його дослідженнях про фото [14]. Для нас це дуже важливо, бо фото є генетично першим феноменом *моушн*. Всі здобутки семіології намагаються визначити фото як своєрідний документ, певний технообраз, що виникає як реальність фіксації буття. Але фотообраз завжди існує як екзистенційна реальність, як те, що переживається, трансформується в системі життя людини. Семіологічна модель фото Р. Барта залежить від моделі Фердинанда де Соссюра, який говорить про те, що існує єдність означуваного та означального. Але означуванним у нього не є предметна реальність, а поняттєвий конструкт, означальним – чуттєвий. Єдність поняття і почуття утворює семіологічну реальність [14].

Можна сказати, що, власне, мало що змінилось в цих констеляціях, коли на арену приходить *моушн*-дизайн. Він теж визначає предмети як поняттєві конструкції, а їх презентацію – як чуттєву еквівокацію. І сама ця двоосмисленість, предметно-поняттєва і чуттєва, звичайно, і дає можливість

говорити про те, що формується радикальний спосіб, який у феноменології визначається як можливість досягти сенсу речей без глибоких розмислів і всього того, що було пов'язано з класичною філософією. Адже в історії культури, мистецтва семіотичний рух надзвичайно гостро був визначений в архітектурі, де проблема іншого, реалізація на іншого і діалог «Я» і «Ти» радикалізував і усвідомлював загальну думку, спільне почуття того, що можна зазначити як сутність речей.

Умберто Еко, який викладав семіологію в архітектурному інституті, Р.Барт, Ц. Тодоров, орієнтований на риторичні імплікації, Юлія Кристева по-різному вбачають семіотичний універсам тексту, адже всіх їх об'єднує те, що центральною фундаментальною категорією стає текст. Текст теж розуміється досить і досить по-різному, адже текст є певний дискурс, в який вбудовані суб'єкти дії. Можна сказати, що методологічно моушн з його конструкцією метафізики переходу в рамках семіологічних імплікацій вбудовується в дискурс. Він стає суто об'єктним реліктом імплікацій комунікації, про що ми вже говорили, коли приводили актантну модель, за П. Паві. Але фотообраз спонукає до того, що виникає багатовимірний, етичний, естетичний і епістемологічний контекст. Це, з одного боку, сенсуалістські і суто наукові презентації, з іншого боку, це та реальність, яка стосується кожного. Можна стверджувати, що звернення до фото обертається поразкою: не можна елементи фото вирвати з контексту і далі піддати їх семіологічній системі реляції, тобто візуальній апроксимації руху, що визначається як анімація. Щось знищується по великому рахунку, втрачається контекст, фотообраз як цілісність.

Отже, ми знаходимося в ситуації, коли виникає проста і ясна конструкція автентичного інформаційного донесення змісту і його забарвлення поетичними конотаціями. Тобто, за Романом Якобсоном, виникає поетична функція. Ця трансформативна поетика в семіологічному варіанті є надзвичайно гострою. У Р. Барта вона визначається як дихотомія

двох семіотичних конструкцій: міф перший і міф другий. Міф є протореальність, яка визначається як засаднича в контексті другого міфу, що її трансформує, перетворює на означальне, на модифікаційний простір. Друга реальність стає протореальністю.

Така інверсія, підхід утворення міфодизайну надзвичайно впливає на моушн. Моушн в контексті семіозу і дії знаків стає деміургом самоздійснення міфогенних репрезентацій реальності. Можна побачити, як цей контекст дає багато засобів презентації інформації. Формується нова реальність, яка продукується як чудо, як диво, яку варто якось описати. Описуючи її в рамках традиційної семіології, традиційного контент-аналізу, ми потрапляємо в пастку: вона туди не вписується. А якщо її описати в рамках вже новітньої міфореальності дизайну, за тим же самим Р. Бартом, то вона універсалізується і втрачає свої конститутивні риси. Утім семіотичні конструкції дають можливість говорити про те, що реалізується дещо більше, ніж презентація інформації.

Якщо говорити про метафізичні засади фотореальності, то краще всього звернутися до Р. Барта, який пише: «В пошуках сутності фотографії я дещо запозичив у феноменологічного проєкту та мови феноменології» [14]. Він тут же говорить, що ноема фото, тобто конститутивний елемент, є «це-було». Звичайно: ми натиснули кнопку фотоапарата, виникає технообраз як післядія реальності натиснення спуску затвора. Але чи варто так захоплюватися феноменологією натиснення? Фотографія є достатньо складний фантом, який свідчить про те, що життя знаходиться в динаміці, русі, тут фрагментується, і в більшості, на відміну від кінообразу, стає динамічним фантомом презентації реальності метафізичного плану.

Одно з найважливіших осмислень фотографій робить З. Кракауер: «В XIX-му столітті фотографія служила в кращому випадку підмогою для художників, які прагнули зберегти вірність природі, зображувати її у стійких і освячених віками традиціях. А протягом першого двадцятиріччя нашого

століття наукові фотодокументації перетворилися для художників на джерело натхнення та послужили поштовхом до зламу цих традицій. Як не парадоксально, однак, з усіх виразних засобів саме реалістична фотографія сприяла розвитку абстракціонізму» [201].

Цього достатньо, щоб зрозуміти, що орієнтація на документ, факт, ікон, на те, що презентується як підоснова (а це абсолютно чітко визначається в фотореальності), реалізується як багатовекторний континуум, орієнтований на майбутні екзистенційні осмислення зображення як такого.

Тобто поетика фото і поетика моушн розходяться: вони не мають якихось однозначних кореляцій, не можна сказати, що моушн буквально використовує фото образ, працює з ним. Фотообраз може усунути будь-який моушн-дизайн, а може, навпаки, надати йому надзвичайно важливі важелі креативних асоціацій і формотворень. Тобто той естетичний феномен, який здійснює фотообраз, реалізує все те, що можна охарактеризувати як певну технологію презентації реальності в рамках між образом, документом і тимчасовістю фіксації візуального феномену.

Де ж пролягає демаркація, сутність симультанної реальності? Її не можна знайти. Вона знаходиться в кожному окремому випадку в творі і формується художником. В цьому і полягає суть презентації метафізичних засад фото-техно-образу як певної медіареальності, яка здійснює фотореальність і програмує універсум можливих зрушень.

Відтак, можна зазначити, що фотографія як продукт діяльності фотографа – це реальність медіа, опосередкування баченням фото-ока тої візуальної конструкції, яка формується в дизайн-продукті. І тут втручання моушн, додання необхідних комунікативних елементів є дуже важливим. Це і написи на зворотному листку фотографії, це і буквально написи на фото, як ми бачимо на багатьох фотографіях відомих художників, поетів, які свідчать про те, що існує присутність *estesis*, вплив сутестії на час і простір. Тобто фото оживає в контексті цих ремарок віртуальних і вербальних імплікацій,

що реалізують самодостатність фото як документу. Документ стає екзистенційним, відкритим, формується на рівні макро- і мегаструктур, які зазначають сутність медіа як реальності комунікації.

Отже, поетика фотообразу, поетика кінообразу, поетика всього того, що реалізується як самодостатня конструктивна реальність візуальних імплікацій – це суть семіоз, образ самоздійснення і реалізації фотографії як метафізичного підґрунтя, яке можна зазначити як моушн-дизайн.

Візуальний поворот – це остання інновація кінця ХХ-го століття, де зростання інформаційних повідомлень в умовах тотального пресингу передання інформації реалізує потребу в тому, щоб формувати достатньо гнучкі системи трансформації цієї інформації. Глобалізація як експансивна стратегія культурного пресингу і гуманізації знаходить альтернативний проєкт, який реалізується як дещо більше, ніж реальність культурної геополітики. Можна стверджувати, що сутність, яку визначають як «агресія, війна, ідея війни всіх проти всіх», тут же розбивається об достатньо прозорі конотації Конрада Лоренца: «Саме знання того, що агресія є справжнім інстинктом – первинним, спрямованим на збереження виду, – дозволяє нам зрозуміти, наскільки вона небезпечна. Головна небезпека інстинкту полягає у його спонтанності. Якби він був лише реакцією на певні зовнішні умови, що припускають багато соціологів і психологів, то становище людства було б не так небезпечно, як в реальності... Самостійне значення агресії першим розпізнав Фрейд. Він вказав на те, що недостатність соціальних контактів та особливо їх зникнення («втрата любові») відносяться до сильних факторів, що сприяють агресії» [207].

Цього достатньо, щоб побачити, що будь-яка агресія в медіа і в реаліях візуальних інсталяцій є своєрідна, за Фрейдом, ситуація усунення протиріч на поверхню, що визначає фактор сталості системи. Дизайн-моушн реалізує цю стратегію. Агресія візуальних логотипів, їх агломерації, композитинг, – все це разом утворює надзвичайно складну сферу естетики без меж.

Медіакультура концентрує в собі можливості передавання інформації і водночас стає посередником в контексті метакультурних, метажудожніх і інших реалій. Юрген Вільке пише: «Протягом років, наприкінці ХХ-го і на початку ХХІ-го століття, канали комунікації, структури медіа зазнали докорінних змін. Ці зміни сталися в багатьох державах світу, передусім, у високорозвинених країнах, таких, як республіка Німеччина. Цьому сприяли технологічні інновації, на які вплинули попередні революції в історії медіа та комунікації. Далі відбувається злиття засобів комунікації, які досі були розрізненими. Як позначення цього явища, закріпився термін мультимедіа» [34, с. 451].

Тобто мультимедіа – це феномен допоміжних модифікаційних скріплень, гармонізацій комунікативних процесів. «Основоположною технічною передумовою, – зазначає Вільке, – є сучасні революції в комунікації, особливо цифрові технології. Електронні сигнали більше не потрібно передавати в аналоговій формі відповідною амплітудою коливань. Тепер їх можна перетворити на набір бінарних знаків – 0 та 1. Це уможливорює передавання інформації без перешкод, що підвищує якість приймання звуку і зображення. Крім того, оцифрування відкриває шанс зменшення кількості переданих сигналів. Можна ігнорувати неважливі сигнали, наприклад, ті, які не приймає людське око, або ті, що залишаються в частоті кадра, які є надлишковими або непотрібними для людського сприймання. Таким чином, можливе стиснення даних, яке істотно зменшує потребу в ємкості та пам'яті обладнання для передавання даних до 95%» [34, с. 451 – 452].

Так, німецький теоретик визначає функціональні сутності комунікативних систем, де нові технології, цифрова реальність і інше дають можливість як збільшення інформації, так і її баналізації, бо виникає контент-провайдер, що утворює певні формати, які здійснюють селекцію передавання інформації. Х. Кепплінгер пише: «Межа між глобальними гравцями і

численними невеликими агентствами з обмеженою пропозицією, зі сферою поширення, є розмитою. У проміжній сфері поширюються групи регіонального міжнародного значення. Внаслідок великих експансій та посилення глобалізації економіки і політики кількість значень цієї групи агентств зростає» [66, с. 514].

Тобто виникають кластери, агломерації, міжнаціональні культурні угруповання, де, як ніколи, потрібно знайти певні перемикачі, комунікативні кластери, модулі співвідношення одної мови і іншої, одного контенту і іншого. І все це намагається здійснити моушн-дизайн.

Можна стверджувати, що автори, які вказують на феномен візуальної інтернаціоналізації, і, будемо сказати, деперсоналізації інформації, свідчать про те, що це та реальність, де всі медіа служби, зокрема моушн-дизайн, стають провідними акторами, які орієнтовані на сегментацію інформації, на її презентацію і на певний тезаурус подання дискурсу в темпоритмі того чи іншого медіаконтексту.

Відтак, візуальний і віртуальний дискурс комунікації за допомогою моушн-дизайну стає більш гнучким, ефективним і трансформативним. Важливо визначити, що та спільність акторів, яка виникає на підставі віртуальних комунікацій (так звані віртуальні суспільства), є основою онлайн-презентації інформації, де власне презентація, розподіл і селекція інформації є надзвичайно актуальними. Віртуальні суспільства розсіюються, збираються, трансформуються, але існує певна технологія їх єднання, ця система єднання є композитною, адекватною художнім реаліям дизайну, що, власне, і здійснює моушн-дизайн. Тобто ми бачимо, наскільки моушн-дизайн вписується в контекст сучасного інформаційно-комунікативного універсуму і реалізує можливості самоздійснення віртуального світу в цілому як цілісності, яка реалізує тотальність формотворення всезагальних сутностей людського існування, які можна зазначити як наслідування, як катарсис, як діалектику.

Ю. Легенький пише: «Інтегрувати поняття зображення в поняття культури означає надати експлікацію зображення як природнього, докультурного в смислі даності людини її сутнісних сил як феномену візуального. Далі слід описати механізм окультурювання, обробку природних засад зображення, а вже потім слід вичерпати горизонт формотворення культури в якості зображувального світу, щоб вийти на межі культури, межі цього світу, з тим, щоб вписати його в добудову зображення. Добудова світу зображення до бажаної повноти і дає адекватний образ культури» [87, с. 20]. Цей контекст зазначає, що креативний вимір зображення, який здійснюється шляхом модифікаційних стратегій, за Ю.Легеньким, характеризує зображення як певну добудову цілого в патерні, гештальті, є системним виміром повноти і сутності конфігурацій дизайн-продукту.

Здається, що сама реальність реалізується як своєрідна тотальність зображувальної системи самоздійснення. Ю. Легенький пише: «Культурологію зображення можна визначити як реконструкцію наступних актів: творчість як рух від предмета до образу і продукту діяльності; зображення як рух від зображення до нового образу; рух від наявної реальності і образності до нової реальності образу; трансформація станів засобами зображення. Зображувальний світ в якості агенту стає ціннісно розфарбованим і програмує ті чи інші реакції. Почуття глядача, трансформація норм поведінки, табу, символи, пантоміма, танок, ритуал, предметно значуща реальність завжди несуть певну програмність етосу, культури, трансформацію діяльнісних актів (інструкція з пожежної справи, технологічна схема, імплікація діяльності великих систем, програма засвоєння середовища, проекти міста, дизайн-програми і інше); програмують універсум діяльності культури, екзистенційну етику буття, закріплення в пам'яті значущих зорових слідів, образів, картин буття: посмішка дитини, смерть близьких, прощання, зустрічі і ін. Містичний досвід: бачення, галюцинації, гіпнотичні впливи, картини і ін. Практичний досвід:

мнемосхеми поведінки, діяльність, зорова цілісність, операції виготовлення предметів в ремісничому виробництві, художньої творчості і ін. Магічний досвід: використання зорових агентів від образу до предмета в якості посередників впливу на значущу реальність» [87, с. 25 – 26].

Отже, цього достатньо, щоб побачити, що моушн-дизайн реалізується в контексті зображувальних практик візуальної культури, у вимірі медіаконтексту, семіозу як певне узагальнення знакових структур, як сутність, яка підлягає осмисленню в більш диференційованій реальності проєкування.

Висновки до першого розділу

Теоретико-методологічні засади дослідження – це складний перетин осмислення моушн-дизайну як системи метакомунікативної, метахудожньої і метаконструктивної реальності. Власне, тут реалізується системотворчість як функціональна реальність донесення інформації, яка задовольняє всіх і не потребує ніяких додаткових конфігурацій. Виникає інша реальність, яку пов'язують з *digitus*, з дигітальними трансформаціями, орієнтованими на естетичну сугестію. Історіографія проблеми показала, що моушн-дизайн досліджувався епізодично, з точки зору, власне, засобів його структурування, про які буде йти мова в наступних розділах.

Якщо ж йдеться про системний підхід моушн-дизайну як комунікативної системи, то, звичайно, тут треба посилатися на реалії функціональної системи в біологічному контексті, де провідним автором є П. Анохін і західні науковці. Якщо йдеться про системотворчість з точки зору *digitus*, тобто естетичного віртуального простору, то тут важко визначити диференційний, окремий контекст. Ми намагалися охарактеризувати компонентний, системно-функціональний, інтегративний аспекти моушн-дизайну, які визначаються як дизайн-рефлексія, дизайн-мистецтво, дизайн-конструктивно-будівна діяльність і дизайн як менеджмент і маркетинг.

В процесуальному предметному вимірі простір проекту характеризується як жива проектна діяльність, де суб'єкт є загальним продуцентом; цей суб'єкт характеризується як носій цілездійснення і цілепокладання як проектного формування цієї реальності. Всі ці контексти потребують більш широкого і загального узагальнення. Медійний, семіотичний та візуальний повороти як засада наукового аналізу моушн-дизайну стають константами для того, щоб побачити цілісність моушн в реаліях сучасних комунікативних конфігурацій формотворення. Все це дає можливість приступити до наступного розділу, який відкриває можливості дигітальних вимірів еволюції моушн-дизайну.

РОЗДІЛ II.

ДИГІТАЛЬНІ ВИМІРИ ЕВОЛЮЦІЇ МОУШН-ДИЗАЙНУ

2.1. Digitus моушн як інформаційно-комунікативна цілісність формотворення

Ми визначили неологізм «digitus моушн» як такий, що дозволяє розширити категорію дигітального до естетичного, і визначити моушн-дизайн як спонуку, як одну із сфер не просто технологічно визначеної анімації або динаміки зображень, а як цілісність інформаційно-комунікативного простору.

Формування digitus моушн – це формотворення суто естетичні, орієнтовані на вплив, сугестію, на керування потоків інформації і на увагу реципієнта. Цей аспект мало визначається в моушн-дизайні, і він в певній мірі анігілюється, тобто не помічається. Якщо говорити про власне технічні інструменти здійснення моушн-дизайну, то вони достатньо відомі, але вони не визначають власне феномену digitus моушн. Комп'ютерні програми, які продукують рух як візуальну субструктуру в віртуальному просторі – це Adobe After Effects, що орієнтований на зміну графічних елементів в певному реальному часові, Adobe Premiere Pro – це інструмент моушн-дизайну, де відеоредактори реалізують систему створення відеороликів. Фактично, відеоролики, починаючи від 30-секундних і в більш широкому діапазоні – це сконцентрована інформація, яка дає можливість акцентувати і презентувати інформацію найбільш активно. Програма Motion від Apple Inc. лише формується як пакет Final Cut Studio 2. Це той програмний елемент, який дає можливість генерувати інформацію. Програма Cinema 4D має вбудовані інструменти для створення продукту моушн-дизайну, наприклад, плагіни MoGraph, Advanced Render, MOCCA і інші.

Цього достатньо, щоб побачити, наскільки гостро і багатовимірно розгортається технічний парк застосування сучасних технологій в анімаційній графіці, веб-дизайні, в рекламі. Програмні забезпечення

використовуються досить насичено, дизайнер, який володіє цими програмами, розширює діапазон своїх формотворчих можливостей: здійснює відеомонтаж, анімацію, розгортає якості зображення в системі віртуального візуального поля. Здійснюється певний рендеринг. Рендери – це вже обробка відео і його удосконалення. Це той продукт, який формується в системі Media Encoder.

Можна сказати, що власне дизайн-моушн фактично був генеалогічно відкритим і сформувався набагато раніше, ніж всі технічні системи його продукування. Сама історія умовно починається з 1980-х років, коли були сформовані і вже винайдені перші анімаційні пристрої. Вважається, що батьками-засновниками моушн-дизайну є Сол Басс, Пабло Ферро і Джон Вітні, хто фактично першими стали робити флешбуки і здійснили в певній мірі перетворення анімації на комп'ютерну систему самоздійснення можливостей програмного забезпечення, яке працює з рушійними об'єктами. Утім рушійні об'єкти мають два виміри: експліцитний, тобто це фізичний візуальний рух, та імпліцитний, коли рух відбувається перцептивно, як внутрішня динаміка перцепції в системі кадру, формату, або іншого носія інформації. Як відомо, кадр належить кінематографу, формат – графічним засобам презентації інформації, але так чи інакше все це орієнтує на те, що реалізується внутрішня динаміка, яку надзвичайно гостро моделюють такі психологи, як Р. Арнхейм [9].

Отже, Сол Басс фактично культивував рушійність об'єктів. Одною із самих популярних його робіт стала заставка до фільму Отто Премінгера «Людина з золотою рукою». Він також робив титри для інших кінофільмів, наприклад, «Вестсайдська історія», «До Півночі через північний захід» і інших. Але ця типографіка, робота з титрами, фактично в певній мірі генеалогічно походить від німого кінематографу. Якщо поглянути на історію формування реальності перцептивної динаміки зображення, яку досконало описує Рудольф Арнхейм в його роботі «Мистецтво і візуальне сприйняття»,

посилаючись на школу гештальт-психології, то можна сказати, що цей інструментарій імпліцитної динаміки, орієнтований на психологію сприйняття, є підосновою визначення вже більш пізніх динамічних візуальних конфігурацій [9].

Принципи типографіки і використання шрифтів лежать в основі багатьох творів моушн-дизайну. Особливо це характерне для реклами, з її логодизайном, з її іграми в словесні блоки, їх перестановка, монтаж. Отже, стиль шрифту, його розмір, характерний нарис, більше того, деформація начерку дають можливості для привернення уваги до тексту і акцентуації словесно визначеного вербального контенту. Можна стверджувати, що всі програми, які мають значення для моушн-дизайну (Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe After Effects, Adobe Premiere Pro), дають можливість ефектно переструктурувати, розшаровувати інформацію, здійснювати певний палімпсест у візуальному просторі, де перцептивна динаміка формується як рух об'єктів до центру або від центру, до кутів, до краю, вихід за межі умовної рамки або формату. Це достатньо широко визначені механізми, які задіяні в формуванні моушн-продуктів. Тобто все те, що спочатку реалізувалося в мультфільмі як намальований рух і його трансформації у вигляді анімації за допомогою кінема, переходить в систему автоматичної кінематики, яку здійснюють програми.

Можна стверджувати, що сам по собі такий трансформер, як сучасні програми, мало змінюють реальність моушн, вона потребує естетичного осмислення. Чисто генеалогічно все походить від фото, але вже Ортега-і-Гассет писав, що в Дагері бачили нового месію, але помилилися. Він був не месією, а банальним імітатором реальності. Ролан Барт ще більш радикально говорить, що фото є безум, фото екзистенційно укорінене в бутті людини, фактично, його не можна сприймати як документ, хоча документальне фото – це розгорнутий жанр документування інформації.

Те ж саме відбувається з віртуальністю. Новий міф, нова віртуальність, новий візуальний простір – все це орієнтовано на гратуал, тобто усталений гештальт, самообраз, але згодом гратуал перетворюється на інгратуал. І сама по собі віртуальна реальність як екранний феномен походить від більш давніх культурних коренів (за римським визначенням, це «доблесний, кращий, завершений»), але згодом її стали розуміти суто як техногенну екранну даність зображення. Те ж саме відбувається і з моушн. Моушн походить від ранніх ластівок, відкритих листів, які розсилалися з текстом, який можна було прочитати будь-кому. Частіше всього тексти були банальними і шаблонними. Але така відкритість, широта спілкування, комунікативний пресинг відкритого простору, звичайно, дає можливість формування вже більш специфічних моушн-продуктів.

Також важливо зазначити, що той досвід, який акумулювало фото, театральний, живописний, графічний досвід формотворення, потім переходить в кінематограф, зокрема кінематограф високого штибу, а не комерційний, що здійснює Голівуд і інші фірми виготовлення масового продукту. Моушн в системі таких фільмів стає достатньо класичним і затребуваним продуктом, який дає можливість адаптувати високу поетику класики до глядача, який не завжди може оцінити поетичний і кінематографічний образ як такий.

Так, виникає багато різних конотацій, починаючи від раннього німого кінематографу до кінематографу тоталітарних часів, де використовуються заставки і закладки з емблемами, які є легко впізнаними маркерами країни. Чого варта, наприклад, вставка скульптури «Робітник і колгоспниця» в усіх кінофільмах радянської доби; чого варта вставка в кінофільмах Третього рейху зі всім відомим орлом, який тримає в лапах земну кулю. Ці типові маркери, вставки, стають не лише визначенням динаміки, а й презентативами – гештальтами, що презентують час, культуру і легко наводять кореляцію між політичною, естетичною, художньою реальностями фільму.

Digitus як вказуючий перст в системі моушн – це естетична сугестивна реальність спонуки, яка орієнтована на акторів, акторів і реципієнтів в широкому сенсі, що споживають дизайн-продукцію, продукцію кінематографічну, фотографічну і іншу. Надамо матеріал з латинського словника:

«DIGITUS – це

1) палець (руки чи ноги)

d. pollex Cs - великий палець

d. index H (salutaris Su, gustator Hier) - вказівний палець

d. medius Q (medianus Veg, infamis Pers, impudicus M, Is) - середній палець

d. anularis Is (medicus Is, medicinalis та minimo vicinus i proximus Macr) - безіменний палець

d. minimus AG (auricularis Is, brevissimus Macr) - мізинець

digito se caelum attingere putare погів. C - бути на сьомому небі, блаженствувати

digitum tollere C - піднімати палець (на торгах, при голосуванні)

computer digitis Pl, PM (numerare per digitos O) — рахувати на пальцях

novi digitos tuos C - знаю, що ти майстер рахувати

ne digitum quidem porrigere погів. C - не поворухнути пальцем (нічого не зробити)

proferre digitum C - порушитися, приступати до справи

pugnare (concurrere M) ad digitum Q — боротися доти, доки одна зі сторін не підніме пальця (тобто не визнає себе переможеною)

digito orbem temperare Su - пальцями вдаряти в бубон або керувати світом (гра слів)

insistere (summis) digitis O, CC, Sen - ставати навшпиньки

2) клешня (cancrī Vr)

3) (у птахів) кіготь Vr etc.

4) сучок РМ

5) палець, перст, міра довжини = 18,5 мм (римський дюйм)» [185].

Моушн – це та стратегія, образ переходу із одної системи в іншу, де фактично *digitus* стає симбіозом культурних практик – синтез мистецтв і технологій, рефлексії і осмислення гострої логоцентричної позиції, логістики і конструкції, візуальної конструкції, патернів. Це своєрідний атракціон, завершений образ дії, атрактор, втеча в світ візуальних рекреацій, які дають можливість зазначити сутність того чи іншого екранного образу. Отже, можна стверджувати, що *digitus* в моушн, тобто активний впливовий естетичний феномен, є системою-посередником, комунікантом, орієнтованим на метакультурний, метахудожній простір взаємодії.

Говорячи про феномен глобалізації, уніфікації і певної контрфракційної реальності ніщівіння культури і колонізації одних культур іншими, важливо зазначити, що «в ХХІ-му столітті ми станемо свідками конкуруючих, антагоністичних і лише інколи комплементарних процесів між культурами, що заявили про себе вже в кінці ХХ-го століття і продовжують свій розвиток сьогодні, – відмічає Едгар Морен в його роботі «До прірви?» [181].

При цьому слід визначити наступні факти:

- 1) розповсюдження по всій планеті нових сфер мистецтва, літератури, філософії;
- 2) розвиток процесів гомогенізації, стандартизації, деградації, втрати багатовимірності, антагоністичних і в той же час комплементарних відносин між масовим промисловим виробництвом і індивідуальною творчістю;
- 3) розгортання планетарного фольклору;
- 4) розвиток великих транснаціональних трендів, тенденцій, змішення рас і етносів, нового синтезу, нової багатовимірності світу;
- 5) повернення до джерел, відновлення культурної своєрідності» [181, р. 102].

Такий широкий горизонт спонукає до того, що комунікація має бути керованою, впливовою і орієнтованою на вказуючий перст, як її і проводять великі бренди, корпорації, ті фірми, які набули ваги в системі культуротворчих маркетингових ланцюгів і зазначили свій пріоритет. Тобто система motion орієнтована на частини, на сингулярності, на нескінченне поле систем взаємодії, і водночас на шаблонні формати коридорів передання інформації. Такий парадокс єднання гомогенізації, спрощення, редукції і універсалізації, поширення комунікативного поля потребує ефективного засобу керування інформацією, проєктами інформаційно-комунікативних повідомлень, володіння логікою їх передання та сприймання. Дизайн-менеджмент виконує цю функцію на правах модифікаційної стратегії широких комунікативних взаємовпливів між інформаційно-комунікативними системами моушн.

Отже, в 70-х роках на горизонті дизайну з'явилася так звана нова хвиля в графічному просторі, яка зазначила себе як міжнародний швейцарський стиль. Його визначають по-різному: говорять, що це панк-стиль, говорять, що він дав чисту і ясну мову класики, інколи вже верхні ешелони його трансформації пов'язують з кіберпанком, тобто з дигітальними інсталяціями (типографіки переважно). Винахідниками і родоначальниками нового стилю стають Вольфганг Вайнгарт і Армін Хофманн. Останній дуже активно займався викладацькою діяльністю, сформував свій принцип точки як композитний епіцентр растрових структур. Ідеї модульних сіток, регулярних картезіанських субструктур, на основі яких формується кадр візуалізації інформації як вербальний, так і зображувальний стали засадою нового принципу модуляції інформаційного цілого.

Вайнгарт створив так званий швейцарський панк, особливістю якого є руйнування традиційних рамок, вибух і надзвичайно гострий протест проти всього того, що прийшло у вигляді модульних сіток і растрових субструктур. Майстер звернув увагу на перцептивну мікродинаміку, «мікроорганізми»

візуальної конструкції, систему побудування зображення, і водночас вихід за межі конструкцій картезіанського простору, що радикально змінює топологію, розмірність регулярного типу. Фактично, типографіка, здійснена Вайнгарттом, легко адаптувалася в будь-яку систему моушн, була орієнтована на технологізований геометричний контекст і пов'язувалася з трансформацією комп'ютерного простору проєктування.

Вайнгарт писав: «Сорок п'ять років тому я був дуже нецивілізованим. Я не знав про Баухауз або Чихольді. Я жив в своєму власному світі, працюючи сім днів на тиждень. Цікавитися історією я почав лише в 70-х і поступово багато дізнався про багато історичних вразливих типографічних робіт. Про ці дні я хочу розповісти всім студентам, котрі нічого не знають про типографіку. Я знаю, що ми завжди повинні рухатися до майбутнього з великою увагою до минулого. У мене до сих пір дуже серйозно стоїть завдання забезпечити високу якість для всіх, хто переходить в мої класи. Я впевнений, що це потрібно і для всіх моїх колег в Базелі. Якщо ви закінчите нашу школу, ви повинні знайти свій власний шлях і мрію. Це моє головне напуття студентам. Структура зображень змінилася, але концепції існують ще сьогодні. В 1968-му році моя робота була повною протилежністю швейцарській типографіці. Я був повстанцем із Базеля. В середині 70-х років багато дизайнерів скопіювали базельський підхід і створили так звану нову хвилю. Але я ніколи не хотів створювати фіксований стиль, і моє коло діючої типографії до сих пір є широким» [191].

Отже, система протестного руху, яка знайшла свої визначення в молодіжних рухах панку, хіппі, яппі і інших, поступово переходить і в практики дизайну. Виникає кіберпанк, формується система візуальних і віртуальних графічних образів, які утворюють вже нову класику. Інколи вона стає відверто симулятивною, але по суті орієнтована на те, щоб керувати увагою, захопити глядача, орієнтована на імагінацію інформації, широкий пресинг завдяки нетрадиційним структурам графіки, яка реалізується в

нелінійному просторі. Д. Фрідман, один із дизайнерів Базеля, пише: «Я являю собою радикальний модернізм як перегляд модернізму скрізь призму спадщини поруч з новими реаліями нашої культурної цивілізації, визнаючи важливість більш гуманістичних цілей» [187].

Отже, нова хвиля – це той образ, який реалізується як достатньо складний імагінативний простір. Ми можемо побачити обкладинку журналу «Типографіка» 1971-го року, де букви буквально розлітаються поверх міського ландшафту, і традиційне модерністське подання в розробці плакату стає достатньо проблемним. Той образ, який утворюється як моністичний і достатньо субструктурно коректний, – це плакат для Йельського симфонічного оркестру, створений в 1973-му році, де літера «В» доповнюється ідеограмами ноти і іншими графічними вставками, має дрібну структуру насичення простору і прошивається по вертикалі і горизонталі своєрідними візуальними конструкціями. Це нам нагадує нотний лист, дає асоціації з музикою, і водночас відкривається простір переходу із одної стихії в іншу, простір формування достатньо гострого відкритого плакатного виміру.

Варто звернути увагу і на більш пізні роботи Фрідмана, де можна побачити колаж із ножиць, фізіономії жінки внизу, силуети якихось технічних пристроїв, начебто розбитого комп'ютера, і водночас чіткий розподіл на дві зони – світлу і темну; на темному подаються білі плями візуальних конструкцій, на білому написано чорним; напис «Spase» визначає фактично те, що це робота явно призначена для утілітарного інформаційного повідомлення. Тобто роботи цього автора цілком автентичні в плані екології і системотехніки формування комунікативного простору типографіки і моушн-дизайну, який реалізується в плані графічних інсталяцій.

Отже, радикальний модернізм, система презентації інформації орієнтована на контраст, вибух, на панк, протест, на деконструкцію. Це все ті прийоми, які приходять в графічний дизайн. Зокрема, їх всі асимілює так

званий швейцарський міжнародний стиль. Недарма виникає стильова ознака як генеративна парадигма формотворчості в графічному просторі. Стиль – це образ доби, стиль – це образ людини, стиль – це система норм, правил, розташування об’єктів і непохитна конфігурація композиції, яка вказує на певну синтагматику, тобто розбивку на зони, на верх-низ, ліво-право, на форми презентації цієї інформації.

50-ті роки наслідують досвід 30-х, в післявійськові роки професія дизайнер стає дуже затребуваною. Моушн стає арт-продуктом, 60-ті, 70-ті роки реалізують культурно-історичний потенціал швейцарського міжнародного стилю. Самі композиції досить прості. Так, афіша «Beethoven» для концертного залу в Цюріху, виконана Мюллер-Брокманном в 1955-му році, є зрізане коло з перцептивним рухом до центру, а в центрі подається шрифтова інформація. Такий концентрований і геометрично сповнений артистизм центрованого простору є класичним.

Мюллер-Брокманн використовує активні засоби лінійності, де дискурс розгортається як лінійне нашарування. Так, зокрема, його шрифти, які написані в Akzidenz-Grotesk, являють собою певний компроміс для швейцарських дизайнерів, де функціоналізм поєднується з гротеском. Формується панк-стиль, дигітальний панк, digitus-панк стає панком в системі компромісних перехідних форм, за домінантою ясних і чітких субструктур, оптичних ходів, які легко прочитуються і вживаються як однозначна інформація.

Можна сказати, що всі роботи, які виходять і структуруються в той час, поєднують в собі гостру кінематику і динаміку зображення: шрифт, інколи гротескний, інколи звичайний, класичний, реалізується системний простір трансформації візуального і вербального. Все це можна охарактеризувати як своєрідний хід колажного типу, який реалізує можливості, з одного боку, натуралізації фотомонтажу, а з іншого – абстрактних систем композиційних імплікацій, де спрацьовує логіка прямого куту, логіка центрування, а також

розподіл на зони, які чітко визначають сфери уваги і сфери візуальних конструкцій візуального-інформаційного поля.

Не можна не вказати на особливу роль дизайн-менеджменту як своєрідної дигітальної системи моушн в контексті орієнтації візуальних потоків і керування увагою на таких великих форумах, як всесвітні виставки. Опрацьовується ряд іконок, візуальних патернів, які дають можливість легко зчитати інформацію і керувати увагою глядача, реалізувати його можливості сприймання інформації. Особливі ігрові шоу, візуальні і віртуальні конструкції, високотехнологічні медіа, кінофільми з використанням сучасних відеоефектів стають одним із інструментаріїв відеоефектів в світових виставках. Можна говорити, що технології стають достатньо гостро візуально і віртуально визначеними. Так, цифрові стіни із води були створені студентами Массачусетського технологічного інституту (виставка Експо-2008).

Інтегровані медіа-технології, які в експозиційному просторі дають можливість утворення своєрідних візуальних рекреацій, які теж потрібно комунікативно оснастити системою моушн, – все це є той сегмент, де виставковий простір перетворюється на своєрідний атракціон, атрактор, цілу низку розвинутих реалій керування увагою, більше того, дигіталізації, тобто сутестії, яка виникає у того, хто потрапляє на цю виставку. Інтерактивне середовище формується як звуковий, візуальний і вербальний графічний контент.

Тут легко з'єднується екранна реальність з предметно-натуральною. Людина, яка проходить повз екрану, бачить своє відображення на екрані і легко вступає у візуальні взаємодії з іншими зображеннями, але не як натуралізований суб'єкт-реципієнт, а як суб'єкт віртуального дискурсу. Така інсталятивна реальність є новою композитною системою, яка утворює своєрідну медіалізацію інформації.

Виникають навіть своєрідні гібриди, медіа-музеї, новітні експозиції, медіа-архіви. Це цілком відкритий архів, де користувач може актуально засвоїти незчислену кількість інформаційних даних. Тобто система медіа-музеїв як один із своєрідних метакультурних і метахудожніх атракторів потребує свого моушн-продукту, який реалізується як синтетичний конструкт, вказуючий перст, що буквально орієнтує в складних реаліях музеєфікації, дигіталізації, і водночас віртуалізації інформації.

Визначають стратегії презентації інформації: прецедент, баланс і менеджмент. Прецедент – це коли кожен елемент медіа-технології стає новітньою концепцією передання інформації, яка загострює її комунікативну сутність. Баланс – це знаходження гомеостазу, рівноваги між різними комунікативними потоками. Менеджмент – керування проєктами, керування потоками технологічно здійснених інформаційних субструктур. Тут використовуються всі ефекти, які дають експодизайн майбутнього, орієнтований на феномен шоу, трансформацію культури в цілому, на широкий емоційний вибух, *digitus* як своєрідний сталкер, що проводить глядача через складні обставини візуальних випробувань сприймання інформації.

Отже, виникає новітня топологія, просторова розмірність, реалізується дигітальний маршрут як орієнтація в просторовому лабіринті *virtus*. Якщо згадати, що топологія – це розділ математики, що вивчає властивості фігур, розмірність, зв'язність, які залишаються інваріантними при безперервних перетвореннях, то топологічна структура – це певна суміш розрізнянь, яка трансформується у своєрідний порядок, завданий маршрутом огляду. Ці маршрути здійснює *digitus* моушн, реалізує його як складну архітектоніку.

Можна стверджувати, що моушн виходить за межі екранних технологій, виходить за межі графіки і за межі всього орієнтованого на віртуальний світ контексту, стає своєрідним способом орієнтації в архітектурному просторі, коли архітектура зокрема здійснена новітніми технологіями нелінійних

систем, де теж активно задіяний кіберпростір, потребує свого маршруту огляду, своїх систем бачення. Такими новітніми системами стають, музей Гуггенхайма в Більбао (архітектор Френк Гері), де в середині формується простір, який нагадує інопланетний корабель, а система орієнтації і задіяні інформаційні презентативи маршруту огляду музею стають моушн-конструкціями. Також надзвичайно цікавою є система Arts Center, художня школа для міського університету в Цинциннаті (архітектор Пітер Ейзенман). Цей простір надзвичайно вибуховий і надзвичайно динамічний, з точки зору його презентації.

Система моушн як комунікативна реальність реалізується в контексті дигітальних технологій як певний принцип комунікації опосередкування просторових, візуальних, інформативних і комунікативних потоків інформації. Мова, якою здійснюється цей маршрут опосередкування, може бути досить різною, починаючи від фото, кінематографа, типографіки як інформаційного шрифтового заповнення формату презентації інформації, до широких візуальних констеляцій виставок, навіть візуальних і віртуальних музеїв сучасності, до сучасної архітектури, побудованої в системі нелінійної стратегії формотворення. Все це потребує свого вказуючого перста, потребує свого digitus моушн, який імпліцитно реалізується як певна карто-схема, як певна система комунікації.

Отже, digitus моушн – це система, орієнтована на естетичний феномен катарсису, на зняття напруги, досягнення рекреативного простору, який можна визначити як атрактор, на все те, що, з одного боку, підвищує динаміку візуальних комунікацій, з іншого боку, дає спокій, рівновагу і гомеостаз. Ця єдність динаміки і спокою, гомеостаз, рівновага стають головними гармонізуючими епіцентрами, які можна зазначити як digitus моушн, або як дигітальні технології моушн-дизайну, який реалізується в плані естетизації і гуманізації комунікативного простору в цілому. Цей аспект є провідним.

Після такого самовизначення місії, ролі і значення дигітальних технологій, які не можна звести до суто технічних, техноматичних інновацій (а вони є, як ми вже показали, суто естетичними), варто перейти до жанрових конкретик моушн-дизайну в контексті кінематографа, медіа, реклами і інших культурних практик.

Важливо вказати на особливу роль моушн-дизайну і роль дигітальних технологій, яка зводяться до компенсації неусталеного стану естетичного напруження реципієнта, до пошуку системи гармонізації рецепції, і водночас до своєрідного цифрового і контекстуально здійсненого у віртуальних ознаках простору, який реалізується як віртуальна реальність. Ця місія комунікації моушн є найважливішою, реалізується як головна надмета, наскрізна функція всіх дигітальних реалій моушн-дизайну.

Відтак, моушн-дизайн як функціональна система орієнтована на однозначну комунікативну конструкцію, яка презентується в контексті передання інформації. Дизайн як естетична реальність, як дигітальна система, яка дає можливість активного, інколи контрфактичного, вибухового самоздійснення новітніх реалій, – зокрема ми їх зазначили як панк, як своєрідний кіберпанк, дигітальний панк, описують ті періоди формування дизайну, які ще не мають усталених форм. Але тяжіння до однозначності, класики, до завершеного гармонійного масиву в графічній комунікативної реальності, і водночас до простору комунікації в архітектурі, медіа, – це складний і розгорнутий в часові і просторі процес.

2.2. Моушн-дизайн в системі культурних практик (кінематограф, медіа, реклама)

Ми підійшли до цікавого пункту наших міркувань щодо моушн як системи культуротворення, коли виникає проблема диференціації культурних практик. Зокрема, це кінематограф, а перед цим фото, медіа в цілому (відео-арт, ТБ і все інше), реклама як широкий дискурс, який зараз

входить в усі сфери діяльності. Знову виникає проблема дигіталізації культурних практик за допомогою моушн. Ми намагаємося дигіталізацію визначити як естетизацію напередусім, охарактеризувати практику моушн як комунікативний атрактор, посередник, комунікант між системами, а більш чітко – стратегію посередництва, а ще більш чітко – модифікаційний простір формотворення в системі дизайн-проектування як один із важливих факторів розуміння образу кінема, образу всього того, що породило візуальний рух зображень. Фактично, моушн – це один із додатків кінема, один із реліктів кінема, але не реліктів кінематографу.

Отже, ми можемо стверджувати, що образ моушн як гештальт, патерн, тобто зображувальна конструкція в цілому, реалізує синтези, що поєднують генеалогію фото, кінема, медіа і реклами. Більше того, це образ синтетичний; це образ як гештальт, який продукує і презентує, власне, те, що можна зазначити як надзвичайно актуальну формотворчу дійсність.

Кінематограф розпочався від кінематики фото, це німий кінематограф, класичний і посткласичний, який доходить вже до втрати своїх конститутивних рис. Кіно показують на площі, на будинках домів, і все те, що це зветься «титри», моушн, виписується на бруцатці площі або на фасадах домів. Медіа в широкому сенсі – це телебачення, напередусім, відео-арт, всі системи відеоінсталяцій, боді-арт, ленд-арт і інше, все це в тій чи іншій мірі реалізує стратегію персоніфікації інформації. Якщо споживач ТБ-новин сідає в крісло, то він очікує, що його зустрине один і той же комунікант, постать, яка розповідає про щось. Ці постаті змінюються протягом десятиліть; кращі чи гірші, але до них звикають. Клішovaná дистант-рецепція, де комунікант є «близький друг», є надзвичайно важливою реальністю медіа-арту.

Якщо взяти інтернет і всі інші практики, які реалізують знеособлену, нескінчену низку інформацій, то тут зберігається той же самий принцип донесення інформації під кутом зору маски. Маска як комунікант, який

приходить у ваш дім, і ви без нього жити не можете стає одним із принципів щеплення *estesis* як своєрідного способу презентації інформації та її персоніфікації. Якщо говорити про рекламу, про її динаміку еволюції, то тут нас зустрічає ціла купа несподіваних персонажів. Це балаган, балаганний дід, це кінема, це цікава *camera obscura*, замаскована під кінематограф балаганного типу; це глашатаї на площі, які вигукують слогани і змагаються в тому, щоб перекричати один одного. Це весь цікавий простір рекламації, тобто заперечення всіх суперників, які вступають в комунікативний дискурс реклами, а також все те, що здійснює свою формотворчу місію.

Моушн-дизайн як культурно-історична реальність акумулює в собі досвід фото і кінема, медіа і реклами, в синтагматичному, тобто зонально визначеному просторі трансформацій конфігурацій комунікації, реалізує досвід всіх цих практик. Важливо зазначити, що це синтетичний досвід зонування, селекції, моделювання культурних практик, несе в собі їх єднання, синтез. Синтэзи і синкрези реалізують, власне, єдиний, можливий в цей час і в цьому просторі патерн, тобто зображувальну конструкцію, яка стає актуальною і впевнює, що вона є найкращою. Як ми про це дізнаємося? З часом. Коли проходить час, ми бачимо, як здійснюється історія формотворення кінема і інших систем медіа.

Отже, можна стверджувати, що моушн-дизайн як згорнутий код – це міфодизайн, код імені, це код, за Лосєвим, презентації імені, а ім'я несе в собі все, що може бути найбільш широко визнаним, як феномен презентації сутнього. Моушн-дизайн як діакронія, акумуляція всіх ознак культурно-творчих вимірів фото, кінема, медіа, реклами ще не вивчений і потребує достатньо серйозних осмислень.

Якщо йдеться про кінематографічний досвід, звичайно, це досвід логодизайну, тобто словесного коду, наративу кінематографу. Це досвід вставок, достатньо релевантний змісту кінофільму, який утворює моушн-продукт всередині візуального продукту кіно, і це все те, що реалізується як

поняття «культурна анімація», одушевлення продукту. Динаміка втомлює, до неї звикають. Якщо раніше вас зустрічали листівки з дівчатами, які підморгують вам, бо там існував певний вставний візуальний елемент, то зараз ви бачите фото, які за допомогою редукції відео починають «оживати» і презентують квазі-живу реальність. Утім натуральність і от таке «підморгування» мало що дає.

Культурна анімація — це достатньо складна реальність. Її описує Г.Лола. Вона говорить про своєрідні естетичні реалії дизайн-коду: це аура, наративний кокон, культурна анімація і інше. Фактично, починається з того, що людина, суб'єкт моушн-дизайну, має здійснити привабливу форму найбільш загального сприйняття арт- і дизайн-продукту, і цей, будемо говорити, актор, звичайно, намагається утворити наратив, який нагадує легенду, казку, все те, що зазначив Патріс Паві як своєрідні конструкції казкового наративу. Йдеться про те, що сама по собі суть анімації є своєрідна паралельна реальність, де виникають рефрейми, тобто допоміжні фрейми, образні структури, моушн-конструкції, які реалізують те, що компенсує відсутність душевності у відносинах людини.

Втілення душі в предметний простір (метафора, звичайно, походить від християнської культури, коли Бог втілює душу в Адама), — це все є надзвичайно важливим фактором. Культурна анімація надзвичайно гостро реалізується в різних контекстах, зокрема в кіно, в театрі. Якщо звернутися до театральних інспірацій і відео-арту, то тут цікавим є досвід презентації опери «Ніс», яка відбулася на початку у Франції, а потім в Америці, де в екранному просторі здійснюється своєрідний римейк втілення інфографіки або тексту в простір безпосередньої дії. Наскільки це є зручним, важко сказати, але афроамериканець, молода людина, яка ось так подала оперу «Ніс», раптом став культовою персоною. Культурна анімація, одушевлення тексту, одушевлення ляльок, всього того, що пов'язувалося з метафориною опери «Ніс», яку Шостакович презентував як прихований анти- або

контрреальний мотив, орієнтований на боротьбу з тоталітаризмом, був реалізований достатньо гостро. З точки зору технічних засобів, на екрані писалися достатньо предметні і примітивні тексти, які і виглядали посередниками трансформації інформації. Тобто мушн-дизайн виглядав як вставка, достатньо локальна і досить неорганічна. Її можна порівняти зі всіма цими рекламними вставками, хоча це і не реклама.

Контекст анімації розширюється і саме це спонукає до визначення кінема, рушійності, всіх віртуальних істот, які не мають смертних форм існування, – куди вони рухаються, звідки взялись? Чому вони є, звідки виникає душа, що намагається втілитися в ці можливі і неможливі конфігурації кіборгів? Їх можна описувати як панк, digitus, рух в інше буття, як завгодно, але сама по собі ця реальність так чи інакше формує достатньо гострі трансформації зчитування інформації, коли мнемотехніка екрану, візуальна графематика реалізується як своєрідний експеримент, починаючи з перших вимірів. Ми вже згадували дизайнера Сола Басса, який робить своєрідний скетч, тобто мушн-продукт, для фільму Отто Премінгера «Людина з золотою рукою», де можна побачити літери і назву фільму, які перетворилися на силует руки головного злодія. Фінальний кадр, де рука злодія в контексті цієї анімаційної стратегії визначається як постер до кінофільму, вражав тогочасного глядача і потребував співучасті в цих всіх контекстах, естезису [Додаток 1/1].

Але потім комп'ютерна графіка досягає більших можливостей, і фактично така простота і ясність конфронтації, яка відома ще від німого кінематографу, трансформується в деякі інші стани. Комп'ютеризовані титри, застосовані в кінофільму Річарда Доннера «Супермен», а також всі інші додаткові ефекти в контексті 3D-зображення, здійснюють динамічну, бадьористу і достатньо неординарну композицію, яка приваблює і водночас бентежить. Цей стилізований, органічний, поєднаний з фільмом контекст мушн вже несе в собі весь завершений і здійснений епізод [Додаток 1/2].

Ще один кінофеномен – це стрічка Джорджа Лукаса «Зоряні війни», епізод 4, «Нова надія» (1977-й рік). Ми бачимо достатньо гострий контрпроцес, де кіносага розгортається як драматургія, яка викидає на поверхню динаміку кольорів – жовтого, темно-синього. Шрифт не відрізняється від того, що є банальним простором типографіки тих часів, але його своєрідний наплив так чи інакше демонструє, що перед нами відкривається перспектива іншого часу, який здійснює композитність того найважливішого епізоду, який визначається як фентезі, злам мислення, мотив звернення до всього всесвіту, намагання відкрити межі надії і спитати цей всесвіт, а що ж буде завтра [Додаток 1/3]. В таких вимірах, звичайно, кінематоушн виявляє себе як своєрідна ситуація контрфрактичних і, навпаки, гармонійно здійснених артефактів, які в своїх титрових компіляціях і композиціях поєднують класичні принципи монтажу, а також реалізують можливість презентації змісту через окремий локальний вимір самоздійснення інструментів графіки.

Комп'ютерна анімація в кінема стає достатньо гострою і презентативною, що позначається в кінофільмі «Супермен» (1978-й рік), де Річард Грінберг вперше застосував комп'ютеризовані титри. Фактично, нічого нового не відбулося, але відбулася система автоматизації того, що ми звемо перспективою, того, що ми звемо візуальним простором, того, що ми звемо композицією. Потім Грінберг продовжив опрацьовувати свої підходи у роботі над фільмами «Чужий» (1979-й рік), «Інші іпостасі» (1980-й рік), «Мертва зона» (1983-й рік), «Недоторкані» (1989-й рік). Можна сказати, що цей автор своєрідно вписався в систему анімації, яку він визначав як переддію, як певний крок до всіх тих складних інверсій долі, трансформації сюжетів, що були задіяні в фільмі «Зоряні війни» і інших [Додаток 1/3].

Отже, тут виникає те, що феномен чуда, душі, кінематична система волі, яка відривається від примітиву буденності, продукує зовсім інший простір, який потребує додаткових адекватних систем презентацій. Як їх знайти? Або

повністю баналізувати шрифт, щоб на нього не звертали увагу, або зробити його актуально і синтагматично впізнаним, тобто, наприклад, орієнтуватися на шрифт готичний, на нескінчений візуальний трансформатизм, що відповідає візуальним трансформативам кіно; або, навпаки, дати просту і ясну схему, яка не буде заважати, власне, логіці прочитання фабули фільму. Автор обирає останню стратегію. Чому ж ця гротескна логіка готичних шрифтів усувається? Тому що вони стають настільки активними, що вбивають весь метаморфоз фільму.

Середньовіччя є більш широким, динамічним і глибинним осередком міфодії, ніж ці всі примітивні міфотворчі нарації, які здійснюються в кінема останніх зразків. Можна сказати, що моушн-реальність або стає служкою, або в певній мірі корелює і стає партнером образним інноваціям в кінема. І те, що моушн все ж таки є суб'єкт-об'єктним виміром синтезу фото, кінема, медіа і реклами, свідчить про те, що він виживає у всіх цих контекстах. Більше того, реалізує свою програмну стратегію, яка так чи інакше трансформує можливості самоздійснення культуротворення в рамках кінема.

Більш складно трансформується кінематика відеореалій, а також образу комунікативних відносин продуцента і реципієнта в контексті медіа в широкому сенсі: це телебачення, інтернет, всі засоби опосередкування інформації. Можна стверджувати, що тут виникає все те, що характеризує дві тенденції. З одного боку, утворюються віртуальні спільноти, які гуртуються навколо певних концептуальних програм, які задають ті чи інші модулі, тисячі інших акторів продукування інформації, які ритуально повторюють мантри цих достатньо примітивних, а насправді, з великими претензіями користувачів; з іншого боку, виникають суспільства дифузні, які розсіюються, збираються на певний час і тут же зникають. Немає ніякого мейнстріму, а є лише маргінальний простір неусталеної конфігуративності спілкування.

Як виживає моушн? Ніяк. Він просто орієнтується або на тоталітарну місію продукту тотальних мейнстрімних спільнот, або на маргінальний етос маньєристичного і розкритого дискурсу відео і комунікативних модифікацій. Віртуальна реальність лише визначається як натуралізм, більше того, квазі-реальність, яка поєднується з життєвим досвідом людини. Можна прочитати в гуглі про такі номінації, як «доповнена реальність», але це все за межами наукових конструкцій. *Virtus* як самодостатній завершений світ має свою естетичну ауру, свій естетичний контекст і контент, і ніякої доповненої реальності до нього доєднати не можна, якщо віртуальність не розуміти суто примітивно, як екранну картинку натурального типу. Адже потреба баналізувати інформацію і звести до натуральної картини реалізується досить і досить неоднозначно.

Ю. Легенький намагається охарактеризувати естетичний і телеологічний виміри *virtus*, пише: «Зображення здійснюється в діалектиці культуротворчості і людинотворення. Зображувати означає знаходитися в зображувальній культурі. Людина не може вийти з культури, а якщо б така можливість була, то докорінним чином змінилось б само зображення як універсальний варіант культуротворчості. Око – інваріантний орган у всіх високорозвинутих організмів. Орган цей налаштований на світло, універсальний носій інформації. Однак лише у людини око веде до бачення безперервності, континуальності світу, що є виразом міцї людської свідомості. Співпадіння онтологічних ліній світу і зображення має засади континуальності бачення людською формою універсального міметизму» [87, с.19].

Віртуальна реальність дає можливість показати інше буття людини, яка презентує зображення як ікон, як носій інформації, гештальт, що фактично свідчить про *digitus*, впливовий контекст образності на людину. Така можливість модифікації, добудови, реальність реалізується як переведення в образ того, що презентується як навколишній світ. Ми потрапляємо в

ситуацію, коли весь широкий світ медіа потребує достатньо складних осмислень реалій зображувальної культури як такої.

Ю. Легенький констатує: «Культурологію зображення можна визначити як реконструкцію наступних актів: творчість як рух від предмета до образу і продукту діяльності, як рух від зображення до нового образу, рух від наявної реальності і образності до нової реальності образу, трансформацію станів засобами зображення. Зображувальний світ в якості агента стає ціннісно розфарбованим і програмує ту чи іншу реакцію, почуття глядача, трансформацію норм поведінки, табу, символи; пантоміму, танок, ритуал, предметно-значущої реальності, яка несе в собі програмний етос культури; трансформацію діяльнісних актів (інструкція по пожежній справі, технологічні схеми, експлікація діяльності великих систем, програми засвоєння середовища, проєкти міст, дизайн-програми і інше). Програмують універсум діяльності культури, екзистенційну ейдетику буття, закріплення в пам'яті значущих зорових слідів, образів, картин буття – посмішка дитини, смерть близьких, прощання, зустріч і інше. Містичний досвід бачення – галюцинації, гіпнотичні впливи, картини і інше. Практичний досвід – мнемосхеми поведінки і діяльності, зорова цілісність, операції виготовлення предметів в ремісничому виробництві, художньої творчості і інше. Магічний досвід – використання зорових агентів від образу до предмету в якості посередників впливу на значущу реальність. Філософське узагальнення реальності – трансформація картини світу в якості супутнього феномену рефлексії у вербальному тексті, наукове узагальнення реальності зображення як експлікант, інтуїтивна картина, інсайд, посередник передання знань і інше. Художнє узагальнення реальності – зображення як презентація художнього образу (ескіз, проєкт, макет і інше)» [87, с. 25 – 26].

Такий великий пасаж допомагає осмислити панораму зображувальної конкретики, якої не може уникнути жоден жанр і жодна система сучасних культуротворчих реалій. Ми можемо лише зазначити, що власне медіа-

конструкції презентують зображення в плані системних деформацій і презентацій, які реалізуються як своєрідний завершений і трансформативний дискурс.

Найбільш широкою агломерацією, яка поєднує всі зображувальні конотації, є інтернет. В інтернеті утворюються сервери, що перерозподіляють інформацію, формати, певні коридори спілкування, комунікації, а також формують ті норми взаємодії, які визначаються як прийнятий і релевантний код комунікації. Ті корпорації, які обслуговують всю цю реальність, швидко набувають легітимного статусу керівника інформаційного повідомлення, але це зовсім не так. Інформація нікому не належить, вона лише трансформується певними трансформерами, які дають можливість її відкритості, доступу до реалізації в тому чи іншому веб-сайті, які орієнтовані на споживачів інформації.

Інституалізація інтернету, визначення допоміжних функцій, систем іконізації, систем маркетингізації, орієнтації послуг, стає достатньо ясною і опрацьованою системою. Це електронна пошта, конференції, які поєднують в мережі користувачів; це певна електронна демократія, яка пов'язана з голосуванням в системі інтернету; це весь контекст онлайн-служб і ігор, які орієнтовані не лише на вербальний, але і на онтологічний дискурс комунікації в системі реального часу. Можна стверджувати, що особливість цих сайтів і їхні потреби поляризуються. З одного боку, це рутинна інформація і інформаційні повідомлення, орієнтовані на інфографіку, з іншого боку, це розіграний і доповнений цією системною реальністю інформації розважальний контекст. Вся ця система процедур інформативності і розважальності достатньо опрацьована.

Г. Голубнича пише про те, що формується достатньо структурний і визначений термін – «інфотейнмент». «Це слово є симбіозом понять «інформація» та «інтертейнмент» (розвага). Відповідно, інфотейнмент слід розуміти як форму активності з властивостями отримання уваги до інтересу

аудиторії або діяльності, що приносить задоволення. Як розвага може бути представлена певна ідея або завдання. Інфотейнмент – це міждисциплінарний термін, що охоплює поєднання розваг і журналістики у різних медіа-жанрах. Він являє собою лінгвістично-візуальне поєднання інформації та розваг, які можна розглядати як два взаємопов’язаних процеси: новини стають більш розважальними, і розважальні програми починають висвітлювати політичні теми. Таким чином, розважальний контент не є окремим жанром новин, а загальним терміном для ряду жанрів, що пропонують полегшену форму політичної комунікації через поєднання інформації та розваг в одному каналі» [42, с. 56 – 57].

Ця авторка дослідила інформативний пресинг в контексті його структурування. Вона виводить систему інфографіки на медіа-контентні конструкції і характеризує весь той стиль графічного дизайну, який є достатньо складним і інформативно-продуктивним. Продуктивність заснована на розважальності, а розважальність потребує інформативності. Утім така квазі-амбівалентність є достатньо хиткою, але вона стає основою системотехніки моушн-дизайну в контексті медіа.

Можна стверджувати, що власне ключовими ознаками реалізації міждисциплінарних пошуків гібридизації різних культурних практик стає термін «сторітелінг». «У загальному розумінні сторітелінг – це соціокультурний процес обміну історіями, що може включати елементи імпровізації, театральності та гіперболізації. Кожна культура має свої унікальні історії, які передаються з метою розваги, просвіти, збереження та розвитку культури, а також для прищеплення моральних та естетичних цінностей. Ключовими елементами сторітелінгу є сюжет, персонажі та оповідна думка. У вузькому значенні цей термін стосується безпосередньо обміну усними історіями, в ширшому – способу презентації та розкриття фабули, оповіді в різних медіа. Сторітелінг є засобом обміну досвідом та його подальшої інтерпретації. Оповідь вважається універсальним

інструментом, здатним подолати соціальні, культурні, мовні та вікові відмінності», – відзначає Г. Голубнича [42, с 58].

Можна стверджувати, що ця авторка визначила декілька конститутивних рис, які допомагають осмислити сьогоднішні процеси існування медіа-реальності. «Всесвітнє павутиння, – визначає Ю. Вільке, – відрізняється від звичайних мас-медіа багатьма суттєвими рисами. Серед них варто згадати не лише мультимедійність, а і можливість постійного оновлення. Таким чином, ламається принцип періодичності, який притаманний медіа. В цифровому світі також утвердилися нові структури тексту. Йдеться про такий принцип організації тексту, як гіпертекст, який поєднує фонди даних, що зберігаються на численній кількості комп'ютерів. Перехресні посилання, гіперпосилання відкривають доступ до подальших документів. Таким чином, зникає лінійна послідовність тексту, викристалізуються нові форми селекції та сприйняття інформації. Посилання, за допомогою яких з'єднані сайти, можуть мати різне оформлення. Поверхневі посилання вказують лише на домашню сторінку іншого референта, початкову сторінку іншого веб-сайту. Навпаки, глибокі посилання, оминаючи іншу домашню сторінку, вказують на сторінку іншого референта в інтернеті. Вбудоване посилання включає іншу сторінку непомітним для користувача способом, тобто без його участі у власне веб-сайті» [34, с. 456].

Такий достатньо великий фрагмент статті варто було надати, щоб показати, наскільки посилання на посилання, знак знака знака, конотація знакових спільнот і семіотичних реалій призводить до того, що формується один синкретичний актор, суб'єкт-об'єкт, який продукує інформацію і тут же її сприймає. І ця симульальність, звичайно, є актуальною. Вона є активною формою інтеракції в контексті медіа, реалізує образний контекст мушн як відкритий, незавершений і формально доступний всім для взаємодії.

Відтак, сам принцип функціонування телекомпаній, їх відкритість, багатоакторність, реалізує той безмежний простір, який в інтернеті потребує

орієнтації. І тут моушн-дизайн стає не просто служкою, але елементарною технікою презентації інформації. Її не можна описати в двох-трьох словах, вона кожен раз орієнтована на ту чи іншу специфіку подання інформації, характерної для кожного сектору медіасистем інтернету, має своє значення як презентатив, як те, що дає можливість вказати, орієнтувати і по-різному осмислити поданий контекст. Тут вже виникає проблема маніпуляції свідомістю. Звичайно, вона є загальним негативним контекстом, і сам ритм її не сприяє інтеграції дискурсивних стратегій комунікації.

Медіа в контексті інтернету стає певною моделлю квазі-комунікативного соціуму. «Квазі» – тому що це гіперактивний і гіпердисфункціональний соціум, в якому модель культури самовизначає себе як акти саморегенерації тих суб'єктних засад, які пов'язані з поведінкою, моральними нормами, діяльністю, власне переданням інформації, з чуттєвим сприйняттям всіх інформаційних повідомлень. Виникає питання: а що ж поєднує всі ці сегменти такої складної напруженої реальності медіа? Поєднує катарсис, можливість відчувати радість від того, що ти зустрічаєш кожен раз можливість людського сучасного буття в сегменті інтернету.

Надзвичайно цікавим є феномен рекультурації і гармонізації системи моушн в системі реклами. Чому ми говоримо «рекультурації»? Тому що реклама є достатньо полівалентною системою. Вона зберігає амбівалентний код первинних глибинних міфопоетичних інтуїцій, і водночас трансформує їх в систему менеджмент-проєкту. Основою реклами є фольклор, який трансформується в системі різних культурних практик. Це масове видовище, це весь контекст, який достатньо гостро зазначається вже в системі рекламних інспірацій Давнього Риму. Так, Октавіан Август пише текст, який був висічений на камені: «Тричі я давав гладіаторські ігри від свого імені й п'ять разів від імені моїх синів і онуків, – хвалився Август у власному життєписі під промовистою назвою «Res Gestae Divi Augusti» – «Діяння божественного Августа» [68, с.216]. Ми бачимо надзвичайно експресивний

памфлет, який свідчить про те, що реклама, видовище, цирк, амфітеатр, площа, – всі вони організовували єдине ціле *reclamare*.

В Середньовіччі все це доповнюється літургійною драмою, містеріями, формується те, що можна назвати певний релігійний театр розважання і водночас літургійна драма, яка нагадує або водевіль, або містерію.

«Торгашу, дай оці рум'яна,
я ними щічки нарум'яню,
щоб чоловіка спокусити,
а то краса моя пов'яне».

Це говорить дівчина, яка зображує Марію Магдалину на площі, і в контексті явно визначеного рекламного дискурсу програмує свою красу. Мався і наспів:

«Поглянь на мене, чоловік,
мене полюбиш ти навік!»

Карнавальна культура, єднання верху і низу, сам принцип деструкції, деформації, єднання башт і підземель дають реалії, що допомагають зазначити те, що, по суті, цей процес, – рекламні глашатаї, ті, що вигукують, перекикують один одного, – дає сутність життя.

«Добродії, я вас вітаю,
Я тут потрібен, вірно знаю!
Будь ти старий або дівиця,
Вам лікар точно знадобиться!
Гей, де ви, хворі, де ви тут?
Лікую будь-яку з простуд,
Подагру, кашель, лихоманку,
Похмілля після гучній п'янки,
І біль зубний, і чорну кров,
І нерозділену любов!
Врятую легко всіх, хто хворий,

Я від проносів і запорів,
 Я можу і кишки промити,
 І сечу можу вам пустити!
 І все це швидко зробить лікар
 За плату зовсім невелику!
 А що я свою справу знаю,
 От грамоту й печатку маю!»

Ми бачимо, що перед нами своєрідна особа – дипломований доктор, який є насправді блазнем з п'єски, яку грають на Масляну. І він тут, на площі, разом з продажем всього, що можна продати, от так лікує людей.

«Карати людей жорстоко
 За їхні мерзенні пороки
 Той тільки має право,
 Хто має праведника славу,
 А то дочекається скоро
 Сорому і позору,
 І нагадує сам
 Ганс Сакс про все це вам!»

Йдеться про куплети Ганса Сакса під заголовком «Абатиса, штани і молода монахиня». Це певний перифраз комедійного жанру, де виникають своєрідні аберації верху і низу. Все це досягає достатньо розгорнутого кінема в лубку, мистецтві, яке приходить з Німеччини, дуже швидко поширюється і стає достатньо гострим механізмом трансформації моральної і естетичної культури. Ранній кінема, кінематограф як своєрідний фольклорний жанр реалізується в тому балаганному жанрі братів Люм'єр, що демонстрували на Всеросійській виставці-ярмарці в Нижньому Новгороді в 1986-му році свою продукцію.

Тобто реклама, кінематограф, фольклор, виставкова естетика, вивіски, як і вся суть реклаमाції, заперечення тих, хто поруч перекрикує тебе,

феномен вигукування і надлишкового дискурсу, – все це здійснюється як реальність моушн, як той, хто наслідує еволюцію і систематику реклами. Реклама сакралізується, стає елементом культу, елементом вивіски як своєрідного арт-продукту. І все це приходить в арт-культуру ХХ-го століття, стає новим диханням авангарду і презентує глибинний фольклорний пошук.

Коли з'являється кінема, ресурс реклами зберігається і реалізується в кіноплакаті. Перший фільм «Прибуття потягу» братів Люм'єр ілюстрований в контексті плакатного мистецтва художником Жюлем Шере. Але плакатисти працюють в тісному співтоваристві з кінопродюсерами і підприємцями. Можна сказати, що, власне, виникає новий жанр, який поєднує в собі ретро-інсталяцію, занурення в глибинні метаморфози, який прекрасно визначив в свій час італійський режисер Фелліні в творі «Амаркорд» – «глибинні дитячі гръози».

Виникає певна демістифікація, коли фольклор утворює модерну, абсолютно новітню констеляцію. Це вже формується в рамках об'єднання світу мистецтв і згодом перетворюється на жахливі експерименти Марселя Дюшана. Вже в 1918-му році він робить свій шокуючий об'єкт ready-made «Фонтан» (пісуар), представлений на виставці Анонімної спілки художників. Це фантом, це загадка, це нова реальність; сюрреалізм трансформує цю реальність і дає їй новітні інтонації. Так, формується ряд, який організується в своєрідний континуум, що поєднує натуральні об'єкти, ready-made, об'єкти сновидінь, асамбляж тощо.

Рене Магрітт починає містифікувати звичайні предмети, які визначаються як ігрові: звичайна люлька стає своєрідним квазі-шоу, і рекламним, і художнім, і метахудожнім об'єктом. Навіть Сальвадор Далі грався в цю гру псевдокультурних і рекламних інсталяцій. Один із магів і чаклунів поп-арту, Енді Воргол (1928-й –1978-й роки), українець за походженням, здійснив багато різних ідеаційних конструкцій, які

реалізувалися і в контексті реклами, і в контексті вже здійсненого ним арт-простором поп-арту, популярного мистецтва.

Але сама популярність обертається досить складними реаліями. У пострадянському просторі це соц-арт, а згодом це асоціації різних художників, які шукають свої унікальні ходи. Зокрема, Хрісто здійснюють артефакти із завернутих в тканини об'єктів – Тріумфальна арка в Римі, статуї в Мілані, навіть, як не дивно, в Німеччині замотується в тканину свята святих, їхній головний будинок Рейстаг, де прийшов до влади Гітлер.

Це своєрідний виклик, скандал, провокація, це та популярність, яка приходить як протест, як виклик нормальному сенсу. Ця паранормальна реальність свідчить про те, що бунт андерграунду є достатньо монетизованим, створює архетип квазі-реальності, де всі реалії пов'язані з фензінами, альтернативними виданнями, орієнтованими на комерційний успіх.

Отже, естетична реальність моушн реалізує свій генеральний образний контекст і контент як гештальт, більш структуровано у патерні як зображувальній конструкції. Власне, цими реаліями ми займемося у наступних наших підрозділах.

2.3. Графематика, морфологія, синтагматика арт-об'єктів моушн-дизайну

Ми орієнтуємося на лінгво-семіологічний підхід, опрацьований Фердинандом де Соссюром, який починає описувати складові мовного простору з фонетики, потім дає аналітику графем, морфем, синтагм і синтаксису. Але, так як моушн-дизайн жанрово вписаний в контекст того чи іншого виду діяльності, у ньому редукується синтактична і фонетична складові. Така парадоксальність свідчить про те, що моушн-дизайн є не самостійним арт-об'єктом, а лише комунікантом. Він фактично примушує всі свої структури дублювати синтаксис, тобто закономірність побудови того

жанру, в якому працює, будь то кінематограф, будь то медіа, реклама і інше. Фонетичний контекст редукований тому, що моушн-дизайн – це переважно візуальна субструктура, а якщо є кореляції зі звуковими артефактами, то вони існують як тло.

Звернемося до того підходу, який визначається як композиційний. Композиція (від слова «com», корінь «com», «єднання позиції») в моушн-дизайні презентується позиціюванням субструктур, транспозицією і диспозицією. Тобто транспозитив, суть переходу з одного феномену на інший, реалізує контекст, який можна зазначити як сутність арт-об'єктів моушн-дизайну.

Першим дав аналітику на рівні розгорнутого аналізу німецький скульптор Адольф Гільдебранд в його роботі «Проблеми форми в зображувальному мистецтві», де він описує образ композиції як той, що формується на недалекій відстані, на близькій відстані – так званий дотичний; тактильний досвід включається сюди, і ми бачимо композицію як певний монтаж проекцій (це типовий код єгипетської культури). Далекий образ, де є достатня відстань, і образ сприймається як оптична цілісність. І посередня субструктура образу як єдність далекого образу і дотичного. Виникає своєрідний кінематичний об'єкт, який можна інтерпретувати як перехідну базу [192].

А. Гільдебранд вводить поняття візуального рельєфу. Це не просто рельєф скульптури, а рельєф як площина, яка має глибину, де всі нижні точки площини дають їй вимір візуального образного презентативу. Такий підхід засвоєний художниками, зокрема, його з великим інтересом реалізує Володимир Фаворський, який в своїх роботах про композицію теж структурує сутність як певний візуальний рельєф. Втім, Фаворський йде далі: окрім широкого культурно-історичного виміру образу композиції, він вводить поняття «суб'єкта дії композиції». Суб'єкт дії реалізується за тим сценарієм, як формується образ. Це дотичний суб'єкт, суб'єкт далекий,

оптичний, і суб'єкт дотично-далевий. Для моушн-дизайну, який реалізується як композиційна система комунікації, звичайно, такий підхід дає багато для осмислення власне презентації діяльності дизайнера.

А. Гільдебранд пише: «Так як сутність рельєфного сприйняття полягає в тому, щоб кубічне сформувати в одне ціле зорове враження, то рельєфне сприйняття завжди необхідно вступає в силу там, де об'єктом художнього оформлення служить кубічний образ. Отже, найбільше в архітектурі, в меблях і т.д. Справа завжди полягає в тому, щоб отримати чітке відчуття зовнішньої поверхні і читати всі окремі форми як заглиблення зовні всередину» [192]. Такий підхід, психологізований і розгорнутий, будемо казати, в структуралізмі на рівні графем, зчитки інформації на краї, морфології побудови структури (будь то речення або візуальна фраза, візуальний об'єкт), синтагматики (розподіл на зони), реалізує образність арт-об'єктів в моушн-дизайні.

Звернемося до сайту Art of the Title, який презентує дизайнерів студії, і де надається ціла низка об'єктів моушн-дизайну з відомих популярних кінофільмів. Порекомендуємо деякі з них, а також будемо цитувати статті, які частково презентують інформацію щодо кінематографу.

Так, зокрема, фільм «Людина з золотою рукою» (1954-й рік) має розгорнуту систему активних графічних артефактів об'єктів моушн, які динамічно і структурно презентують як логіку системи побудови фільму, так і його внутрішню сутність.

Пат Кіркхем пише про титри до фільму «Людина з золотою рукою»: «В 1954-му році Премінгер знов кинув виклик принципам виробничого кодексу, адаптуючи потужний роман Нельсона Олгрена про наркоманію, табуйовану тему в Америці середини століття. Перед Солом постало завдання створити символ, який передав драматичну інтенсивність фільму, не перетворюючи його на сенсаційність. Він створив приголомшливе зображення скаліченої відірваної руки. Напіваабстрактна форма допомогла дистанціювати

зображення від суворих реалій стрільби, хоча вони і маються на увазі в самій системі зображення. Окрім того, що чорна рука відділена від тіла, вона виглядає навіть скам'янілою, трансформованою в дещо інше, так само, як персонаж Сінатри в фільмі трансформується під впливом своєї залежності». [Додаток1/1].

Якщо поглянути на анімаційні титри, то тут подаються чітко блокові конструкцій – це смуги білого на чорному, титри вербально варіюють ці блокові конструкції. Так, прикріплена біла смуга вгорі і титри буквально всередині дають образ усталеної рівноваги. Потім з'являються чотири смуги, і ця рівновага потроху розхитується. Наступна субконструкція реалізується тим, що ці смуги вже створюють логіку прямого куту, де титри зростають, і їх горизонтальний дискурс розташування допомагає активізувати динаміку руху білих плям. Ще одна конфігурація показує рух білих смуг, де синтагматика позначає розташування тексту зверху і знизу. Текст буквально дотикається до смуг, що свідчить про динаміку анімаційної графіки. Ще один тип кінематики смуг і білий спокійний розподіл тексту допомагає стабілізувати і визначити ці субструктури. Фінальні титри заставки реалізують вже прикріплення блоків білого знизу і розташування тексту справа, що врівноважується пустотою зліва. Потім центрований простір блоку ігри білих смуг і зліва і справа. І закінчується деструктурованою рукою, яка буквально вихоплює із кадра титри. Ось така достатньо енергійна, графічна, лаконічна гра з динамікою шрифту і візуальних субструктур допомагає показати, наскільки сам фільм стає символічним, що відкриває можливості не прямого, а асоціативного, семантичного осмислення, як боротьбу з наркотиками, так і боротьбу героя зі своїм станом [Додаток 1/1].

Дизайн титрів до короткометражного фільму Річарда Грінберга «Супермен» (1978-й рік) здійснений в іншій манері – манері візуального руху, як розкриття субструктур, які виходять із середини екрану і розчиняються за межами кадру, і навпаки, починаються за кадром і

вписуються в екран. Динамічний візуальний простір актуалізує колажність, де ми бачимо, що графічні субструктури зі зчиткою інформацією на краї реалізуються як зіркові колажні реалії, які і дають субтитрам динаміку, котра активно підтримується спокійним звуковим супроводженням. Такий прийом є достатньо активним і фактично проходить через багато схожих реалій застосування типографіки. Грінберги продовжили опрацьовувати свої знахідки в фільмах «Чужий», «Інші іпостасі», «Мертва зона» і таке інше. Власне, дизайнер титрів Річард Грінберг і директор R/GA (R/Greenberg Associates) Роберт Грінберг в інтерв'ю розповідають про свою роботу над «Суперменом». Зачитуємо декілька уривків із цієї промови.

«Як Ви перейшли до роботи з більш великими назвами фільмів?

Роберт: Нам подзвонив Стів Франкфурт, який в той час був президентом Young & Rubicam Advertising. Він відкрив підрозділ з просування повнометражних фільмів і дав нам можливість працювати над «Суперменом».

І ви це зробили?

Річард: Ні, ми поняття не мали, як це зробити! Близько двох тижнів ми намагалися це зрозуміти. Потім ми зрозуміли, що потрібно дати Oxberry бігти і поставити перед ним чорну картку, щоб закінчити смугу. Смуга була створена шляхом поєднання негативного та позитивного Kodalith разом із синім гелем між ними. Синій гель пропускав достатньо світла, щоб створити цю смугу. «Супермен» був першим фільмом за коміксами з акторами А-класу, такими, як Марлон Брандо. Тому ідея полягала в тому, щоб розповісти про їхню долю казковим способом. Ми думали, що це буде дещо відволікати, якщо будуть показані реальні кадри. Ось що ми зробили, і це було розроблено для рекламних матеріалів, а потім доопрацьовано для назви» [Додаток 1/2].

Такий доступний і достатньо ефектний хід структурує візуальність як нескінчену віртуальну реальність титрів в русі.

«Тобто титри «Супермена» отримали великий відклик і надали вам впевненості? – задає питання інтерв'юер.

Річард: Людям це сподобалося! Я ніколи раніше не був на показі, і ми були в гігантському театрі Зігфельда у Нью-Йорку, з усіма нью-йоркськими знаменитостями, і люди аплодували після титрів» [Додаток 1/2].

Моушн-дизайн титрів до відомого серіалу «Зоряні війни» (1977-й рік) реалізований в імпозантній манері, де зіркове небо, і титри уходять в нескінченість, і утворюється складна конфігурація інвертованої перспективи. Чому вона інвертована? Тому що все одно текст читається достатньо структурно, від першого плану до останнього. А візуальна динаміка, коли текст шляхом такої зчитки інформації уходить в це зіркове небо, виглядає такою заставкою, що актуалізує саму нескінченність як загальне тло. Джордж Лукас так описує початкові титри в своєму сценарії: «Величезне море зірок служить фоном для головної назви. Бойові барабани луною звучать у небесах, а титри, що рухаються знизу вверх, повільно уходять в нескінченність» [Додаток 1/3].

«Натхненний науково-фантастичними серіалами, такими, як «Бак Роджерс» і «Флеш Гордон», а також давно забутим вестерном, фрагмент пояснювального тексту створює сцену, висвітлюючи певні імена і місця великими літерами, щоб підкреслити їх важливість для оповідання. Як і решта сценарію, цей текст пройшов через незліченну кількість ітерацій, перш ніж можна було його додати до фільму (хоча принаймні одна альтернативна версія титрів була зроблена для чорнового монтажу). Студія Фокс спочатку виступала проти ідеї початкових титрів взагалі, вважаючи, що розмовник міг би передати ту ж інформацію більш ефективно. Але студія пом'якшала після того, як друг Лукаса, режисер Брайан Де Пальма, допоміг сценаристу-режисеру переписати і спростити достатньо складне оповідання» [Додаток 1/3].

Тобто ми бачимо достатньо такий складний і простий хід: парад зірок, пряма перспектива, далекий образ все далі і далі відсуває і розгортає атмосферу такої події.

Надамо також фрагмент бесіди з режисером Деном Перрі.

«Як ви вперше потрапили у світ «Зоряних війн»?

Ден: «Часто режисери рекомендували розробників титрів іншим режисерам. В такому випадку пост-продакшн був настільки складним (він ніколи не був таким поганим в жодному фільмі), що мого старого друга, Джима Нельсона, який був звуковим редактором і редактором зображень світового рівня, наняли для пост-продакшну «Зоряних війн». Він був тим, кого зараз звичайно називають керівником пост-продакшну. Я орендував у нього приміщення багато років тому, тому ми добре знали один одного, і він часто просував мене на роботах, над якими працював. Він порекомендував мене Джорджу Лукасу» [Додаток 1/3].

Ми навели таку достатньо делікатну справку, важливу, щоб побачити, як формується колективний суб'єкт дизайн-моушн у сучасному кінематографі. Це складні і відкриті відносини, які реалізуються в системі виникнення прийомів і системи подання інформації.

Фільм «Барбарелла» (1968-й рік) достатньо цікавий з точки зору використання прийомів моушн (дизайнер заголовків і титрів Моріс Біндер). Тут ми бачимо достатньо цікавий віртуальний сюжет, де літери грають своєрідну роль одягу для еротичної космонавтки, що роздягається в кадрі, і літери буквально вилітають із елементів її костюма космонавта, і починають танок навколо її фігури, інколи просто вступають в паритетні відносини еротичного змісту з її тілом.

Таким чином, фактично реалізується драматургія віртуального світу, де текст вже пишеться в іншому, абсолютно танкоподібному ритмі, який структурується в рамках такого колажного динамічного пресингу, який цікавий з позиції того, як автор знайшов хід, де літери стають, з одного боку,

організуючим дискурс горизонтальним підходом зчитки інформації, з іншого боку, їх вихрові ігри з тілом еротичного гатунку реалізують своєрідний образ такої космічної поп-культури, де міжгалактична льотчиця Джейн Фонда скидає з себе космічний костюм у системі невагомості і примушує глядача буквально споглядати за рухом всіх елементів кадру.

Рух достатньо відкритий, танцювальний, динамічний. В принципі, титри тут створені так, що, з одного боку дається чітка назва, а з іншого боку, вони вводять цю синтагматику зонування, де сама невагомість, втрата ваги, реалізується як достатньо гарно темперований горизонтальний дискурс, сформований системами типографіки. Це супроводжується музичною композицією групи Durand-Durand «I'll do things to you that are beyond all known philosophies». Отже, можна стверджувати, що така філософія невагомості, філософія танку, і відразу ж чітка структурність горизонтальної зчитки інформації дає опору, і літери і стають одягом, і здійснюють танок, і вступають у своєрідний конфлікт з еротичним об'єктом – жіночим тілом [Додаток 1/4].

В фільмі «Бразилія» (1985-й рік) дизайнер титрів Річард Моррісон опрацював систему інтерактивних ігрових реальностей, де візуальність формується разом з екранною подією. «Оптичні ефекти в «Бразилії» мають достатньо позачасову якість, – пише Річард Моррісон. – Я не ставив перед собою свідому мету створити щось довговічне, це був, скоріше, випадок. Террі Гілліам – дуже практичний режисер, він підкидає вам ідеї та дійсно залучається. Отже, у цьому випадку створення послідовності було свого роду процесом. Я ніколи не знав, чого очікувати, поки не побачив кінцевий результат і не подумав: «Так, це воно!». Зазвичай так все і виглядає, коли ви працюєте з дуже яскравими візуально режисерами. Вони вже матимуть власні ідеї та просто намагатимуться працювати зі мною, щоб їх втілити. І тому, якщо ви працюєте на когось, хто візуально надихає, він, як правило, дає вам більшу свободу дій. Хоча це хороший досвід, тому що він підживлює

вашу творчість і дивним чином перетворює її на щось нестаріюче, просте та унікальне, як в «Бразилії» [Додаток 1/5].

Можна стверджувати, що такий достатньо гострий підхід гарно структурується з гострим начерком, де графіка має характер вже не чітко структурованих по горизонталі субструктур, а певного візерунку, скоріше всього, орнаментальність шрифту, який і візуально розфарбований, і залучає графіку подвійної скануючої лінії, червоної і синьої. І коли на екрані ми бачимо напливи, трансформації, вибухи, плавні мізансцени, то цей шрифт допомагає відкрити ще один план, який можна зазначити як начерк, ескізність, зліт фантазії [Додаток 1/5].

В фільмі «Похований» (2010-й рік, автор титрів Джордж Кальво) можна побачити, як реалізується логіка графічних допоміжних засобів презентації фільму. Вона нагадує складні єднання 2D-анімації, ілюстрації з головними заголовками, здійснені в ретро-стилі. Обіграється асоціативний образ дошки, а також певна мнемо-схема (або карта-схема) руху, де логіка без логіки і саме поховання як певна містифікація реалізуються в своєрідній креативній системі реальності, яка презентує систему, яка теж сама не може бути зрозумілою без того, щоб не визначити тло.

На відміну від «Зоряних війн», де тлом був нескінченний простір всесвіту, тут тло — це універсальний хтонізм, земля, на якому вимальовується один, другий, третій лабіринт, які прокреслюються як своєрідні мнемо-карти або мнемо-схеми візуального руху субсистем, де поруч з титрами, з блоками, які несуть в собі певну візуальну інформацію, реалізується те, що і формує контекст.

Автор титрів пише: «Відносно титрів для мого наступного фільму, він про хлопця, похованого під землею, він проведе там весь фільм, ми не бачимо нічого, окрім того, що відбувається в труні майже в реальному часу. Але я забув: перші дві хвилини – чорний екран у повній тиші! Я поправив

свій сценарій, насправді, я і сам монтую титри, чому не так-то і складно навчитися» [Додаток 1/6].

Можна стверджувати, що цей фільм – теж своєрідна фантастика, і ця фантастика спонукає до неординарних ігрових конфігурацій, які є паралельними сюжету: тиша, чорний екран, звуки хлопця, який прокидається в труні. На відміну від тої еротичної зіркової леді, яка розкидає, як із рогу достатку, титри, то титри тут працюють по вертикалі і по горизонталі, і дають такі відсилки, де кожен блок асоціативно є тією труною, хоча героя ми майже і не бачимо.

«Які були початкові етапи проєктування? – запитують дизайнера. – Скільки різних концепцій ви перебрали?

Джордж: Я все думав про те, як спускаєшся нижче і нижче. Цей парень все глибше і глибше занурюється в лайно. Але оскільки всі ці образи продовжували носитися у мене в голові, я почав працювати над музикою. Я звичайно так і роблю, музика – це базова і первинна річ, і вона так багато дає для образу (або забирає)! Зазвичай я спочатку працюю над аудіочастиною своїх проєктів, а потім працюю з образом поверх музики» [Додаток 1/6].

Ми бачимо достатньо цікавий колаж, де реалізується така синтагматика, яку можна назвати: забивання цвяхів в дошку, або витягування цих цвяхів із дошки. Єдине, що дошки ці не прості, а складові труни, і ця труна вже знаходиться під землею.

«Джордж: Мені подобається працювати з речами з реального фільму, але нічого не розкриваючи. Тільки після того, коли ви побачите весь фільм цілком і пару разів переглянете титри, ви зрозумієте, як розгортається дія. Це як розповідати історію, не усвідомлюючи цього. Наприклад, я використовую зображення ліхтарика в титрах, тому що персонаж Райана має такий у фільмі (це не та ж сама модель, це не про те, щоб бути буквальним)» [Додаток 1/6].

Отже, асоціативність, напливи, карти-схеми, занурення в підсвідоме, гра з планами свідчить, що моушн-дизайн реалізується як своєрідна фантастика.

Тобто ми бачимо, що в цих роботах в певній мірі все зорієнтовано на інший світ: під землю, в небо, в стан левітації, де втрачається гравітаційність. Все це примушує реалізувати різні графічні прийоми, різну поведінкову модель, як літери поводять себе в просторі того культурного антуражу і того візуального ландшафту, який здійснюють разом і режисер, і креативний директор, і дизайнер моушн.

Цікавим є дизайн титрів і той елемент моушн, який здійснений в фільмі «Мис страху» (1991-й рік), котрий є певним римейком екранізації роману Джона Д. Макдональда «Кати», знятої Дж. Лі Томпсоном у 1962-му році. Ми бачимо складну проекцію підсвідомого на детективну гру, де головний герой Макс Кейді, соціопат (його грає Роберт Де Ніро), намагається помститися окружному прокурору Сему Боудену за те, що він приховав дані щодо зґвалтування, за яке Кейді відсидив чотирнадцять років. Можна сказати, що це сама по собі складна драматургія, де і підсвідоме, і детективні версії, і занурення в широкий контекст сучасного дизайну титрів, який реалізує досить просту схему. Пливуть фантомні зображення передчуттів, що модифікують тло, або систему цієї соціопатії, і на них просто накладаються вставки логодизайну в простій і ясній манері.

«Кінорежисер Мартін Скорсезе фактично задав програму, яку реалізують всі інші майстри формування як дизайну титрів, так і всього антуражу, який робить фільм напруженим і складається з цілої низки символів, епізодів і загальної дії. Як і у випадку з титрами Басса для фільмів «Кармен Джонс» та «Центр шторму», котрі в 90-х роках стали стандартом дизайну титрів, титри фільму «Мис страху» представляють собою коктейль зі змішаних символів і метафор, поєднуючи чотири центральні теми фільму:

- 1) акватичність – як фізичне середовище і моральний плинний пісок;
- 2) очі та лінії очей – спостереження, судження, але також людський зв'язок;
- 3) червоний колір або кров – лють, жертва і жертвність як така;

4) хижа альфа-поведінка – проявляється як образ яструба в заставці і як Кейді в фільмі» [Додаток 1/7].

Тобто разом всі ці символи представляють собою неоднозначний портрет морального компасу фільму, не даючи чіткого позначення жодному з цих елементів. Замість цього вони змішуються як серія синхронізованих переходів від дня до ночі, створюючи суміш протилежних емоційних повідомлень, відображаючи мотиви центральних персонажів фільму. Тут «Басси» не пропонують жодних особистих упереджень, а лише знайомлять глядача з темами, в яких розгортається дія фільму, і обрамляють нуарний відтінок його презентації» [Додаток 1/7].

Відтак, така достатньо складна система паралелізмів, напливів і асоціативності чітко передається цим словом, яке використав автор цієї статті – «коктейль». Тобто все реалізується як нашарування планів, і як ця акватичність, де фактично різного червоного, зеленого, темного типу плями на воді заповнюють екран, на якому структуруються написані курсивом повідомлення, і ці повідомлення достатньо чітко підкреслюють цю стрімкість, діагональність, рушійність течії і переплетення мотивів. Своєрідний орнаменталізм і локальність цих вставок, які мають суто знаковий момент в своїх повідомленнях білим на темному, і дає нам цей дизайнер моушн-конфігурації.

Моушн-дизайн для фільму «Злови мене, якщо зможеш» (2002-й рік) є достатньо оригінальним з позиції того, що це типова ретроархаїзуюча структура, орієнтована на рукотворний підхід, де графіка – це силуети зі зчиткою інформацією на краї, але чорні-білі силуети, колажність чорного-білого, вертикальна партитура, яка проходить через всі субструктури моушн, свідчать про те, що шрифт делікатно вписується, він теж гротескний, з такими високими виносками, засічками, поєднує в собі відкритість і закритість, і вносить додатковий акцент, який можна назвати архітектурно-модифікуючим. Сюжет тут теж достатньо простий і авантюрний: герой

Леонардо Ді Капріо, молодий талановитий шахрай, тікає від поліції за допомогою підроблених документів та власної винахідливості. Фактично, весь ігровий момент – це своєрідна транспозиція, яка реалізує ігровий спосіб єднання ненав'язливого джазу, а також цю інформаційну систему графіки, яка є відверто ретроархаїзуючою: плавний шрифт, плавні лінії. Джаз, ігрова площадка для цієї погоні, яскравий світ реактивних літаків, створених за допомогою анімації, – все це реалізує перехрестя ретроархаїки і вже заперечення новітніх віртуальних технологій.

Ми бачимо цікавий образ, який реалізується як своєрідна система римейку, яка транспортує дизайн Сола Басса; і виконані вручну силуети, і анімаційна графіка в їх такому динамічному стилі є достатньо ефектним образом. Тому наведемо декілька уривків з інтерв'ю з Флоренсом Дейгасом і Олівером Кунцелем, креативними директорами, які фактично реалізували цей проєкт.

«Флоренс: Олівер закінчив Вищу національну школу прикладних мистецтв і ремесел, потім почав працювати в рекламних агентствах в якості арт-директора, але незабаром його захопило створення творчих завдань для себе, в більш незалежних умовах. Я закінчив Gobelins L'Ecole de L'image (школу візуальних комунікацій і мистецтв в Парижі), вивчав анімаційні фільми. Моя школа була зовсім не теоретична, що мене цілком влаштовувало. Після вивчення театру та роботи ілюстратором-самоучкою мені потрібно було навчитися справжнім навичкам, навчитися користуватися деякими інструментами. Теоретичну сторону я вважав за краще вивчати самостійно.

Концепція послідовності естетика Сола Басса явно служила відправною точкою. Це режисери фільму запропонували вам цю тему «захоплення Бассом», чи ви самі запропонували це режисерам? Чи були і інші концепції?

Флоренс: Дуже цікаво спостерігати, як багато людей говорять про можливий вплив Сола Басса в заставці, яку ми створили для «Злови мене,

якщо зможеш». В якомусь сенсі ми дуже пишаємося тим, що нас оцінюють на такому високому рівні. Якщо ви відкриєте будь-який журнал «Graphis» з 1960-го по 1970-й рік, ви будете вражені, побачивши, як багато графічних дизайнерів створили робіт, котрі можна було би оцінити як «це в стилі Сола Басса» [Додаток 1/8].

Отже, ми бачимо достатньо системно опрацьований силуетний підхід. Вже в начерках, перших окресленнях, опрацьовується партитура горизонтальної і вертикальної систем зчитки інформації, де вертикаль буквально прошиває весь екран скрізь, і завжди є структуруючою віссю. Вертикальна синтагматика і формування зображень у вигляді чітко структурних силуетів і дає такий ясний, простий лаконічний образ, що має свою систему тяжіння.

Завершимо цей невеличкий похід в систему синтетичного бачення суб'єкта моушн-дизайну і водночас реалізації сучасного колективного проєкту з орієнтацією на різні технології моушн – віртуальні, візуальні, архайзовані, спрощені і розгорнуті в різні системи, цікавою графікою з фільму «Доктор Ноу» (1962-й рік). Вся система візуального дизайну орієнтована на прості і ясні асоціативні ходи, які походять від швейцарського дизайну і композиції растрового коду, який започаткував Армін Хофманн. Це точка, це об'єднання конфігурацій в регулярні фігури, ледве не трикутники, їх плавне сканування і розташування по екрану з включенням титрів, які несуть організаційну моделюючу функцію. Титри теж прості, і фактично ця система є достатньо локальною і орієнтованою на класику.

Основний дизайн заголовку – Моріс Біндер, анімація – Тревор Бонд. Суть 2D анімації, де живі події, танок, чергування силуетів, накладання їх один на одного, кольорових, білих, зелених, червоних, і сама чітка система локалізації вже несе в собі іншу оптику. Починається з пострілу начебто міфогенного, міфологічного фото-ока, і далі даються ці структури анімації, які реалізуються як конструкції, де Джеймс Бонд, головний герой, реалізує

себе як супермен, як певний áктор цієї достатньо простої і привабливої реальності, яка, можна з впевненням сказати, має своєрідну відсилку до швейцарської графічної школи в її класичному варіанті з додатком панк-стилю, що визначається в своєрідності гри і непередбачених трюків, які мають візуальні артефакти.

Синтагматика кадру досить складна. Це і спіраль, де око з силуетом людини, який раптом вистрілює в бік глядача. Це достатньо складна конфігурація пірамідального топосу шрифту великих літер. І це матрична система набору колоподібних елементів, на які накладається, або уходить в їхню структуру, або підходить близько, білий шрифт, який має закруглені краї і в певній мірі теж відсилає до базельської школи. Фінальні сцени з танком, де присутні силуети чоловіка і жінки, теж стають буквально цитатами з «Танку» Анрі Матісса і теж складаються у своєрідний динамічний колаж, на який накладаються чіткі горизонтальні субструктури шрифтових композицій [Додаток 1/9].

Висновки до другого розділу

Digital моушн – це складна інформаційна і комунікативна цілісність, яка реалізується як певний соціокод комунікації і системного презентативного комплексу інформаційних повідомлень. Digitus, за латинським позначенням – це керуючий перст. І ця система керування, направлення руху і інформації по вертикалі, горизонталі, шляхом чергування і тактичного монтування графем, морфем, синтагм, інфографіки і кінематики як класична анімаційна плоска 2D-медіа конфігурація, так і реалізація відкритого простору, проєктуються досить і досить по-різному.

В моушн-дизайні культурних практик (кінематограф, медіа, реклама) реалізується синтетичний код. Фактично, моушн-дизайн генерує в собі ностальгічний підхід фото з його відкритою системою фіксації фотокадру; кінема раннього періоду, пізнього, і вже кінема останнього, де кінематограф

проектується не на екран, а на місто, на фасади домів, на площі і майже входить всередину предмета, утворюючи новітню візуальну кінематографічну систему бачення.

Медіа в широкому опосередкуючому розумінні – це не лише жанри, пов'язані з ТБ, відео і іншими системами гілок комунікації, такими, як інтернет і інше, а це система, яка реалізує велику завершену конфігурацію історії опосередкування інформації. Моушн-дизайн і є прямим посередником без власного синтаксису: він реалізує синтаксис того жанру, в контексті якого працює. Реклама дає можливість моушн для відкриття нових можливостей, які пов'язані з її історією. Це реклаमाція, заперечення промов глашатаїв, перекрикування на площі, це код ігрового гротескного типу, це інверсія зображувальної культури в цілому, орієнтація на прості і ясні потреби, це гостра візуальна кінематика, стиснута до тридцятисекундного ролика, і навпаки, розтягнута на просторі цих великих рекламних систем, які здійснюються в сучасному урбанізованому арт-об'єкті, архітектурі, інколи протягом кілометрів.

Власне, лінгвістичний код прочитування арт-об'єктів моушн-дизайну дає багато: відкриває все нові і нові можливості ручної роботи в системі артизації зображення, системі редукованих технологічних інновацій, коли певний арт-хаус стає цікавим образом подання інформації. Проаналізовані декілька систем для кінофільмів дають можливість паритетності фабули, сюжету, синтаксису просторових рушійних об'єктів і синтаксису, який презентує моушн-дизайнер. Невеличкі інтерв'ю моушн-дизайнерів і креативних директорів (інколи вони поєднують в собі те і інше) дають можливість побачити глибину мислення і сучасний підхід щодо єдності кінематичного елементу, керівного елементу і системно-конструктивного дискурсу.

РОЗДІЛ III.

ВІЗУАЛЬНІ ПАТЕРНИ МОУШН-ДИЗАЙНУ

3.1. Поетика композитингу в моушн-дизайні

Цей розділ буде орієнтований на обґрунтування власної проєктної діяльності автора, який орієнтується на композиційний підхід в моушн-дизайні.

Власне, поняття «композиторинг» стає достатньо вже випробуваним. Ю. Легенький пише: «З індустріалізацією композитної складений з окремих блоків простір композиції, що в візуальному дизайні визначається, як композитинг, від латинського «compositing» – компонування, створення цілісного зображення шляхом поєднання двох і більше шарів відзнятого матеріалу, а також створення комп'ютерних об'єктів анімації. Згодом це поняття універсалізується і виходить за межі візуального асамбляжу. Ним описують будь-який результат єднання, компонування в ціле» [92, с. 70].

Можна стверджувати, що композитинг – це своєрідна композиційна платформа для проєктування об'єктів моушн, і вона адаптує в собі технології хромакею, трекінгу, motion capture, ray tracing та інших. Ю. Легенький відмічає: «Операції компоновки поєднуються в так звані ноди. Вхідні ноди надають інформацію, але не мають жодних виходів. Ноди обробки мають входи, можуть перетворювати інформацію, що надходить до двох перелічених типів нодів і виводить фінальне зображення. Весь цей інструментарій свідчить про моніторинг системи постійного спостереження за явищами і процесами, що входять в композитний склад явища, та прогноз їх майбутніх змін завдяки компоновці, що нами позначається як композиторинг, передбачення композиційних змін системогенезу мистецького твору» [92, с. 71].

Ю. Легенький в роботі «Compositio. Загальна теорія композиції» визначає категорії композиції за Ф. Шмітом, яких всього шість:

- 1) ритм, що є фундаментальною категорією циклізму і пристосування будь-яких систем до навколишнього середовища;
- 2) форма, вже семантично зазначений контекст графеми;
- 3) групування, характерне для переважно ранніх цивілізацій (Єгипту, Месопотамії, Ірану і інших);
- 4) рух, який засновує і започатковує культура античності;
- 5) простір, що характеризує величезний об'єм часопростору нового часу;
- 6) час як постмодерна темпоральність [92].

Більше того, такий підхід до категорії композиції має універсальний характер: ці ж категорії є і категоріями природи, і категоріями культури. Федір Іванович Шмідт вписав їх в рамку або в модулі. Він їх називає циклами культурогенезу мистецтва. Ю. Легенький визначає три диспозитиви, які характеризують композитинг сучасної культури.

Вертикаль поєднує ритм і рух. На схемі Ф. Шміта це той диспозитив, який презентує єдність палеоліту і античності.

Наступний диспозитив – це єднання форми і простору; неоліт і Новий час, за Ф. Шмітом. Ми бачимо, що таким чином поєднуються достатньо близькі категоріальні гіперструктури – ритм і рух, форма і простір.

І останній – час і групування, що фактично теж свідчить про такий диспозитив, який усуває всі катаклізми, всі складності *compositio* за межі гармонії. Гармонія є наскрізною і універсальною категорією композиції як цілісності будь-якої художньої, дизайнерської і інших структур [92].

Такий підхід структурується в рамках достатньо опрацьованих методологій і визначає можливості реалізувати програму, яку зазначають як композитинг, що стає не просто асоціацією різних вподобань, як ми описували в попередніх моушн-розробках для кінофільмів (сама по собі така методика є асоціоністською і ні до чого не зобов'язує, а просто характеризує той чи інший художній хід), а ревну художню логіку формотворення. Композиція може бути контрфракційною до поезики, жанру, який описує,

презентує моушн, або, навпаки, нейтральною, синкретичною, синтетичною, з'єднуватися з цією поетикою.

Головне не те, як здійснюються паралелізми, асоціативні ходи, а щось інше. Це щось інше набуло в теорії дизайну ознак візуальних конструкцій або патернів. Візуальні конструкції потрібно реконструювати в просторі дизайну і побачити, як вони структуруються. До візуальної конструкції близька категорія «гештальт». Але якщо патерн — це матеріальний артефакт, зафіксований у вигляді тих чи інших графічних структур, то гештальт — ідеальний образ. Він не фіксується у вигляді завершеного, сталого, матеріального, закритого часопростору, а відображує цей часопростір.

Ю. Легенький подає у вступі цілий ряд теорій композиції, які були визначені в історії культури.

«Кінець XIX-го – початок XX-го століття, означений домінантою серед дисциплін гуманітарного корпусу асоціативної психології. Саме дефініція, психологія, диференційна психологія стає генеративним ресурсом всіх рефлексивних настанов культурних практик, статичних і динамічних мистецтв: архітектури, скульптури, живопису, графіки, театру, дизайну, реклами тощо. Г. Еббінгауз, Т. Ціген, Т. Рібо, І. Тен пропонували уявити складні психічні процеси як комбінацію елементарних асоціацій – відчуттів, уявлень і найпростіших почуттів. Ф. Brentano вже намагається позбутися елементаризму та постулює феномен інтенціональності, посиляючись на навчання схоластичної філософії про ментальні іманентні об'єкти свідомості. Так, Brentano вважав, що образ як іманентний об'єкт формується всередині свідомості, постулює певну внутрішню свідомість як субстанцію псюхе (Ψυχή)» [92, с. 5].

Також надається аналіз концепції художньої форми О. Лосева, О.Г.Шпета, семіології Ф. де Соссюра. Гештальтістська система композиції описана в роботах М. Вертгеймера, К. Коффки, В. Келера. Курт Коффка і Вольфганг Келер запропонували визначення психіки як певної системи

гештальтів, цілісних перцептивних структур. Рудольф Арнхейм продовжив цей контекст, але А. Гільдебранд, В. Фаворський структурували вже більш культурологічний, системно дієвий, орієнтований на дизайн концепт, що презентує дотичного, далевого і дотично-далевого суб'єкта формотворення.

В контексті риторики композиція опрацьована в роботах Р. Якобсона, де метонімія визначається як засаднича метабола поезісу. Б. Ейхенбаум визначає теорію повільного читання тексту, Л. Виготський – теорію катарсису, В. Мейєрхольд – теорію біомеханіці події. Група неориторики, так звана «Група Мю» (фр. Groupe µ), Ж. Дюбуа, Ф. Пір, А. Трінон структурують всезагальний проєкт риторики, який королює з поетикою. О. Веселовський постулює культурно-історичну модель поетики. О. Потебня – міфологічну школу поезісу. Щодо теорії композиції, то тут широке різноманіття, починаючи від архітектуроцентристських концепцій дизайну В. Гропіуса, теорії субстанційного ядра в архітектурі О. Габричевського, де оболонки є маркерами розподілу простору.

Проєктний процес як дивергенція, трансформація, конвергенція, що презентують суб'єкти проєктування як «чорний» і «прозорий ящики» і самоорганізуючу систему, опрацьований Дж. К. Джонсом. Дж. Нельсон презентує переважно функціоналістський підхід до проєктування. В системі, яка реалізувалася в теорії композиції дизайну в СРСР, це твори Г.Щедровицького, В. Глазичева, та ін. Варто вказати на широкого плану космогонічні теоретичні нотатки О. Архипенка, О. Богомазова, К. Малевича.

Отже, суть композиційного підходу визначається тим, що композиція не є теорією, не є практикою, не є єдністю теорії і практики, як її намагаються представити, а є спосіб мислення, де композитинг (сама система єднання в ціле) і композиторинг (програмування або проєктування цього єднання) складають епіцентр, який визначає формотворення дизайну, зокрема, моушн-дизайну.

В реконструкції патернів дизайну моушн ми будемо спиратися на ґрунтовне дослідження Вільяма Боумена «Графічна комунікація». Автор в передмові пише: «Один рисунок вартує тисячі слів. І це дійсно так, але лише за умовою того, що рисунок хороший. Різниця між словами і рисунками полягає в тому, що за допомогою слів розповідають, а за допомогою рисунків показують. Ця книга призначена для тих, кому доводиться в своїй діяльності вдаватися до показу: для автора наукової або технічної книги, який відчуває необхідність в використанні наочних образів, котрі допомогли б йому донести до читача його ідеї, для художника-ілюстратора і графіка, котрі намагаються втілити ці образи в придатні форми, для редактора і видавця, які оцінюють графічний матеріал і керують його виготовленням» [182].

Такий романтичний пафос підкріплюється тим, що автор дає феноменологічну за логікою теорію мови зорових образів. Візуальна мова визначається як певний словник форм, граматика простору, ідіома перспективи, побудова візуальної фрази. Графічні оповідання здійснюються як певний код-vision. Конструювання графічного повідомлення, редагування рисунку, репродукування стають системою опори на те, що він зве «рисунок».

Далі автор визначає чотири позиції свого підходу:

«Як показувати «що». Зовнішній вигляд, структура, організація.

Як показувати «як». Рух, система, процес.

Як показувати «скільки». Розмір, кількість, тенденція, розподіл.

Як показувати «де». Місце (область), розташування, положення» [182].

Реалізується поетапний підхід, починаючи від онтології щойності до характеристики якості зображення, кількісної характеристики і синтагматики, де є прив'язка до певного формату, території (це може бути тло, як ми бачили в цих роликах моушн-дизайну, присвячених тим же «Зоряним війнам» і іншим кінофільмам), – все це дає систему відмірювання координат, яка і презентує доцільність застосування тих чи інших реалій.

Ми не будемо входити в усі конотації і визначення цього автора. Він досить ретельно обстежує роботу бінокулярного зору, пише про візуальний язик, певну систему, словник форм і діаграм. Все це достатньо опрацьований матеріал, і такі ознаки, як лінія, фігура, плоска форма, стають носіями інформаційного повідомлення. Тон, колір – все це композиційні реалії, які визначають те, що автор називає «граматикою простору».

«Якою би не була форма фігури, – пише Вільям Боумен, – для її існування необхідна певна поверхня або площина рисунку. Фізично площина рисунку – це просто плоска поверхня листа, на який наноситься рисунок, але в зоровому сприйнятті вона функціонує як тривимірний простір, що слід враховувати в процесі художнього конструювання» [182].

ГраMATика і є фактично ті системи, які складають перехід від плоского зображення до об'ємного. Це прямолінійність, безперервність, приєднання елементів, асоціація паралельності, однакові розміри, що поєднує їх в групу, однакова різкість, рівномірна текстура і система поєднання. Така достатньо проста і ясна система поєднується з трансформацією цього простору.

«Багатопланове зображення розбиває форму фігури на дві (або більше) окремі площини. Одна з них — це площина рисунка, інша — вторинна площина, що розташована позаду площини рисунку паралельно їй. Таким чином, одна площина здається розташованою ближче до ока, тобто такою, що знаходиться перед іншою площиною.

Для створення враження про розміщення плоских фігур в різних площинах використовуються наступні прийоми:

- 1) накладання або перекриття форм;
- 2) асоціація відстані;
- 3) надання нерівних розмірів;
- 4а) надання різної ваги (товщини);
- 5) кольоровий контраст;
- 6) різна різкість зображень;

- 7) накладання контрастуючих текстур;
- 8) композиційне роз'єднання елементів форми.

Вже ці, починаючи зі світлотону, системи визначають безперервність цієї багатоплановості, що створюють об'ємне по своїй природі формотворення» [182].

Отже, ця достатньо проста і ясна конфігурація приводить до певного алгоритму. Боумен говорить про ідіоми перспективи як застосування можливості відображення форми.

«Паралельна перспектива (або перспектива з одною точкою збігу) – така, в котрій два виміри об'ємної фігури (фронтальна площина) паралельні площині рисунку, третій ж вимір направлений до фокальної точки, яка в даному випадку виконує функцію точки збігу» [182].

«Кутова перспектива (або перспектива з двома точками збігу) – така, в котрій два зображення об'ємної фігури знаходяться під кутом до площини рисунку, і тільки третє (вертикальний вимір) залишається паралельним їй» [182].

Перспектива тут подається не в плані апробованих моделей прямої перспективи і перспективи зворотної, а як системи подання інформації.

«Перспектива нахилу – така, в котрій всі три виміри фігури знаходяться під кутом до площини рисунку. Вся фігура розташовується значно вище або нижче лінії горизонту» [182].

Ми бачимо ті точки зору і ту систему структурування об'єкта, яка реалізується з точки зору подання перспективи. Сама система побудови візуальної фрази реалізується як диференціація візуальних зв'язків, патернів або конструкцій зображення.

«Зв'язок (спорідненість) елементів рисунку відноситься до графічних засобів, за допомогою котрих елементи форми візуально асоціюються одним з іншим так, що сприймаються спорідненими за змістом» [182]. Автор визначає такі механізми *compositio*:

1) фізична подібність в основній структурі форми, яка переважає розрізняннями в деталях;

2) подібність по кольоровому тону, що пов'язує між собою елементи рисунку, як подібні, так і різні по структурі їхньої форми;

3) організаційне об'єднання шляхом вибудовування елементів у ряд;

4) кількісна подібність пов'язаних елементів по масі або по розміру;

5) подібність, що виявляється просторовою безперервністю в сенсі розміщення елементів в одній площині;

6) об'єднання шляхом використання подібних текстур;

7) зв'язування різних елементів шляхом обрамлення їх загальною зовнішньою формою;

8) виявлення зв'язку через функціональне єднання елементів за допомогою вторинних форм, тобто проміжних форм» [182].

Така графематика і система візуального єднання конфігурацій має достатньо визначену систему – систему уподібнення.

«Система диференціації стосується способів графічного роз'єднання елементів форми по сутнісним або функціональним ознакам:

1) фізичне розрізняння в основній структурі форми, як зовнішнє, так і внутрішнє;

2) розрізняння по кольоровому тону в межах групи структурно пов'язаних елементів. Ці розрізняння в той же час можуть служити шкалою наголосів;

3) організаційне роз'єднання за положенням елементів та відстані між ними;

4) кількісне розрізняння по вимірам або розмірам;

5) просторове роз'єднання шляхом взаємного накладання елементів форми, що знаходяться в різних площинах;

6) розрізняння в характері текстури;

7) розподіл груп елементів шляхом їх обрамлення роздільними зовнішніми формами;

8) розрізняння, що виявляється символічною функцією форми; наприклад, через рух у протилежних напрямках» [182].

Відтак, механізми диференціації і зв'язку схожі, схожі їх описи, але результат є досить різним. Цікавим є визначення так званого наголосу, або домінанти, що відноситься до графічних засобів, за допомогою котрих елементи форми визначають динамічну роль, а також роль, що підкреслює її залежність, що відображається в їх відносинах, а не лише їх розрізнянні. Всі ознаки мають свої певні пояснення у вигляді рисунку.

«1) фізична домінантність шляхом поєднання маси і єдності (середня з трьох фігур на рисунку);

2) домінантність кольорового тону (середня з трьох фігур);

3) фокальна домінантність центру відносно кругової форми;

4) привернення уваги кількісною перевагою;

5) просторова близькість фронтальної площини фігури при перспективі;

6) більш чітке визначення текстури;

7) визначення важливих елементів шляхом обрамлення;

8) функціональний наголос через символічну дію форм; на рисунку справа за допомогою форми, що рухається, підкреслюється значення кінцевого елементу» [182].

Ми навели весь, будемо казати, інструментарій артикуляції графічного редактора, він достатньо простий, системний, дає можливість перейти до конструювання графічного повідомлення. Фактично, це і є створення зовнішнього вигляду візуальної конструкції або патерну.

Автор у вигляді куба описує візуальну структуру зображення як організаційну, композиційну реальність, рух як композиційну систему презентації інформації, системність як цілісність на основі уподібнення, процесуальність, розмірність, а також кількісні і якісні тенденції визначення

лінійності, розподілу і визначення місць зображення, тобто синтагм, за Фердинандом де Соссюром. Розташування елементів в просторі є одна із важливих характеристик об'єкта. Положення елементів у графічному просторі має векторну систему і реалізується системою орієнтації.

Отже, цього достатньо, щоб побачити, що такий практичний інструментарій дизайнера, графіка, орієнтований на лінію, точку, площину, об'єм, текстуру, колір, динаміку, візуальну динаміку, на формотворення як визначення чинників розподілу, і, навпаки, уподібнення елементів. Такий характер загального міметизму свідчить лише про формальні умовні артефакти структури, патерни. Але весь цей інструментарій Вільяма Боумена є суто інструктивно-структурним. Він ще не свідчить про композиційність, гармонію, яка реалізується з позиції не стільки інструментарію, скільки над-інструментарного, будемо говорити, коду взаємовпливів елементів *compositio*.

Ю. Легенький в роботі «*Compositio* (загальна теорія композиції)» в розділі «Поетика композиції» звертається до його попередніх ідей, які були розгорнуті ще у 2000-му році в книзі «Дизайн, культурологія, естетика», і, спираючись на теорію Рудольфа Арнхейма, надає модель силового поля площини. Це прямокутник або квадрат, прошитий вертикаллю і горизонталлю по центру, діагоналі з'єднують кути, виявляється зона тяжіння до центру, до країв і до кутів [92, с. 448].

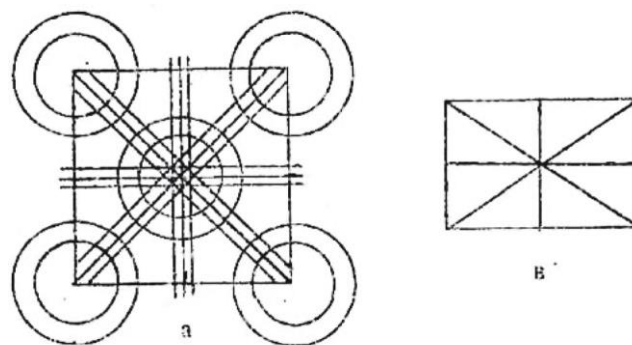


Рис.1.

Дизайн площини будується таким чином. «Завдання перше – здійснити візуальну реконструкцію розташування арт-об’єкту в форматі. Вимоги щодо завдання – визначити арт-об’єкт як точку за методикою майстра швейцарської школи графічного дизайну А. Хофманна зі структурним заповненням її простору. Це може бути біонічний об’єкт: зріз кабачка, огірка, перцю тощо, або графема семантичного простору неоліту, фрагмент орнаментальної фрази. Визначити формат рамки в просторі листка А4, товщину лінії, розмір рамки і її знаходження в просторі листка. Визначити позицію об’єкта в форматі, де існують такі крайні точки, точки, що сприймаються на великій відстані, з висоти пташиного польоту, і фрагменти. Визначити позицію рівноваги точки і тла та позицію дотику точки до краю» [92, с. 448].

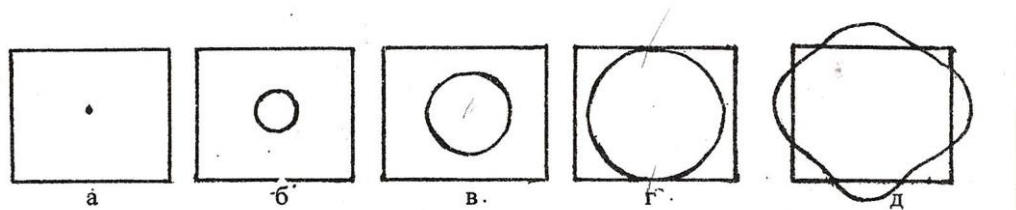


Рис.2.

Такий підхід, який спирається на теорію композиції, де домінує точка зору, відомий ще з часів початку ХХ-го століття. Він актуалізується у Гільдебранда, Фаворського, Успенського і інших теоретиків. Хофманн дає модель патерну достатньо абстрактно, на основі швейцарської школи дизайну, де маленька крапка, завдяки її замкненості, невагомості, правильній формі, є більш гнучким та здатним до маневрування елементом, а фактично є будівним елементом навчання композиції.

Згодом конструкція розгортається в більш широку систему, яка визначає візуальний рух всередині формату. «Завдання 2. Здійснити візуальну реконструкцію візуальної динаміки арт-об’єкта в форматі. Вимоги щодо завдання – визначити арт-об’єкт як точку згідно першого завдання. Визначити позицію візуальної динаміки точки у форматі: тяжіння до куту, до краю, рівновага точок навколо центру. Визначити позицію візуальної

динаміки точок у форматі як групування точок навколо більшої точки, що має демонструвати рівновагу та гармонійне розташування у форматі. Визначити позицію візуальної динаміки точки у форматі як групування точок навколо трьох більших точок, що має демонструвати рівновагу та гармонійне розташування у форматі. Визначити позицію візуальної динаміки точок у форматі як групування точок навколо чотирьох більших точок, що має демонструвати нерівновагу та розташування у форматі. Визначити позицію візуальної динаміки точок у форматі як групування точок навколо кута, що має демонструвати рівновагу та гармонійне розташування у форматі» [92, с. 450].

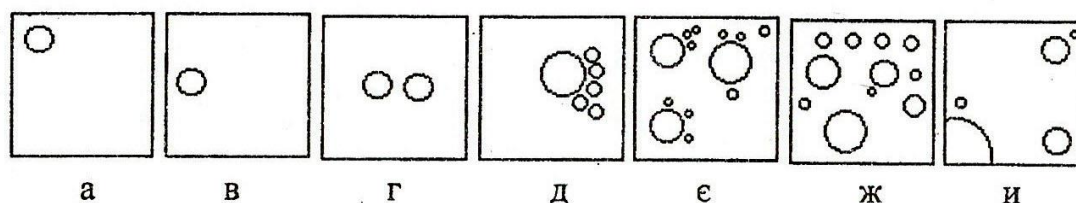


Рис 3.

Всі ці вправи подаються в схемах, і ми маємо моделі побудови композиції не просто центрованої, а вже візуальної динаміки до куту, до краю, до центру, єднання більшого елемента і меншого, групи з великих і маленьких елементів, які вписуються в зону тяжіння, і вже інша композиція, яка є наскрізною, хаотичною, і де більший елемент прив'язується до куту. Це активні артефакти і активні форми групування композиції. Їх можна використовувати в форматі реалізації графічного проєкту моушн-дизайну. Але всі ті об'єкти, які ми бачили для кінофільмів, не мають подібної розгорнутої динаміки, не мають навіть конфігурацій, зазначених тут за допомогою гештальтистської теорії, розгорнутої Рудольфом Арнхеймом.

Нараховується до 12-ти елементів формотворення. Кожний із прийомів визначається і зводиться окремо на кальку, і таким чином дається розкадровка системи формотворення. Вона зводиться до простих різних елементів. Вертикальне штрихування, горизонтальне, діагональне вже

трансформує висхідну форму. Відтушовка до краю дає активний модулятор формотворення, так званий розріз. Відтушовка до двох країв вигинає пласт. Відтушовка до центру прогинає пласт (мається на увазі візуальний пласт). Відтушовка до лінії на центрі деформується і презентується як своєрідний мотив входження в глибину. Лінія як смуга: якщо вона прив'язується до країв, вона може виступати і бути фронтально визначеним елементом, якщо пов'язана з верхнім і нижнім краєм, вона прорізає візуальну площину. Відтушовка до краю не форми, а вже формату, ще більш активний і гнучкий прийом деформації. Вм'ятини, моделювання відтушовок, прокол, лінійні конфігурації як єднання групи ліній і як оточення силуету цим лінійним єднанням навколо силуету, – все це подається Арнхеймом, тобто він теж надає цілу партитуру здійснення візуального патерну формотворення [92, 452–453].

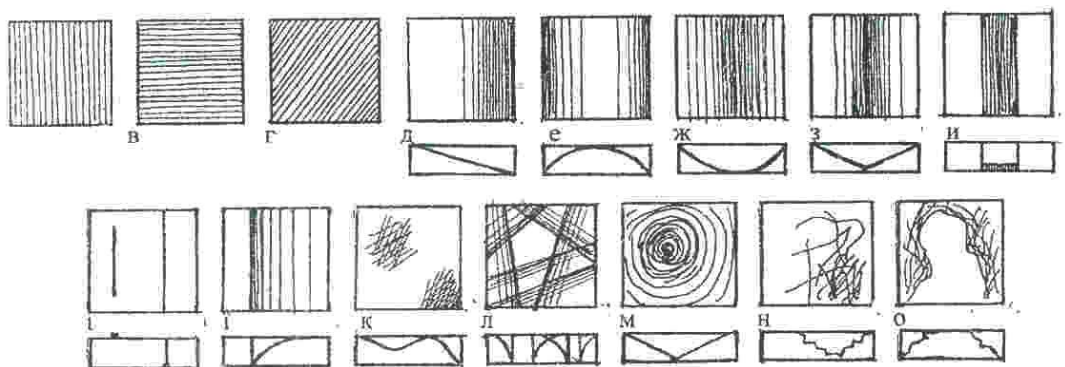


Рис.4.

Можна стверджувати, що такий підхід зчитки інформації є не інструментально-міметичним, як у Боумена, але композиційним, орієнтованим на те, що визначається дизайн закритої і відкритої форми. Відкрита форма розгортає своє формотворення назовні, а закрита втягує в себе. Все це теж моделюється на рівні макетів, і таким чином пропонується змодельовати в педагогічному процесі набір цих формотворчих елементів як певний композитинг.

Отже, звернемось до інструментарію презентативності інформації в патерні як візуальної конструкції. В розділі «Як показувати «що?» В. Боумен

пише: «Що являє собою той чи інший об'єкт – це питання про його зовнішній вигляд, структуру або організацію його частин відносно цілого. Ясно, що всі ці три аспекти показу пов'язані між собою за смисловим значенням. Зовнішній вид може бути зрозумілий як організація реального об'єкта в зоровий образ, структура об'єкта може розумітися як його внутрішній вид, а організація об'єкта – як його абстрактна структура» [182].

Далі дається топонімія і топографіка презентації зовнішнього вигляду: фізичний, формалізований, поверхневий (за визначенням структури), прозорий, з оточенням і композиційний (складається із множини об'єктів). Така система демаркації дає можливість презентації інформації, або здійснювати інфографіку патерну на підставі презентації тої чи іншої домінанти.

«Фізичний зовнішній вигляд на рисунку – певна зорова ілюзія, яка відображає природні властивості об'єкта. При створенні реалістичного зображення важливими факторами є перспективна просторова організація, використання світлотіні і детальний візуальний опис. Елементи об'єкта, що заважають або не є потрібними (такі, як фон), можуть часто усуватися для надання більшої виразності основним фізичним характеристикам» [182].

Цього достатньо, щоб побачити, як структурується система. Формалізований зовнішній вигляд застосовує проєкції, застосовує можливості спеціальних трансформацій різних систем презентації. Цей детальний інструментарій ми не будемо описувати, хоча він достатньо цікавий з точки зору застосування техніки графічні прийоми формотворення.

Композиційний підхід – це графічний прийом показу основних елементів об'єкта з боків, їх фізичних характеристик і взаємних функціональних зв'язків. Елементи графічно пов'язуються в одне ціле завдяки їх поєднанню в розміщенні.

Наступний підрозділ присвячений організації у вигляді певних логограм, дерев, графів. Елементарна структура, де із одного виходять дві подібних.

Символічна – те ж саме, але фігури вже мають різні якості. Зі зв'язками, де оточуючий контур поєднує три конфігурації. Безперервна моделюється своєрідною конфігурацією, яка поєднує три елементи. З системою видалення, складна, композитна, де різні елементи моделюють елементарну систему. З групуванням, де елементи теж різні, але утворюють різні групи єднання. З підрозділом, де системи теж різні і підрозділяються на елементні конфігурації. Ми не будемо продовжувати. Цей інструментарій моделює систему графу. Дерево, яке має висхідний пункт, частіше всього малюється вгорі, і від нього відходять гілочки, які розподіляються по-різному. Елементарне зображення схеми організації таке, в котрому елементи або прості об'єкти зображення визначаються в абстрактній формі, у вигляді блоків, в котрі можуть бути поміщені надписи, і ці блоки поєднуються в систему, що показує характер їх взаємозв'язку. Цей тип інфографіки елементарний, ми не будемо на ньому зупинятися.

Система диференціації, поставлення акцентів – це вже, власне, будемо казати, субструктура, яка презентує, зробить акцент в цьому деревовидному графу.

Як показувати «як»? Цей аспект цікавий з точки зору, бо тут вже виникає система мнемотехніки, або технеми донесення інформації в русі. «Рух може бути фіксованим, поступовим, кругоподібним від входу до виходу, спонтанним і іншим. І все це достатньо гостро презентується у вигляді субструктур, які мають чітко визначену логіку графічної презентації інформації» [182].

Можна стверджувати, що ця технічна інструментовка «як» свідчить про те, що опрацьовується маршрут (про що вже йшлося), і фактично, це і є цей *digitus*, розподіл на елементи, акценти і керівні вузли проведення цього маршруту, а також про презентацію кількісних характеристик об'єкта. Кількість і якість утворюють певну процесуальну цілісність, де регулярний ритм, диференційований, з системою диференціації, наголосів, складний,

взаємодоповнений, фазовий і з кількісними характеристиками. Всі ці схеми гарно презентують систему подання інформації.

Лінійний ланцюг поєднання інформації і зчитки інформації, ланцюг колоподібний, зигзагоподібний і структурно нерегулярний, – все це дає достатньо цікавий словник, який орієнтує на технічне в більшості графічне проєктування. Кількість зазвичай визначається об'ємним, плоским і існуючим в зональному вимірі контекстом. Тобто все це так чи інакше визначається діаграмами, графіками, і порівняння горизонтальних і вертикальних смуг і визначає їх розподіл і домінанти. Сюди ж включається знаходження домінанти, провідна характеристика і інше.

Тобто ми побачили, як складно, презентативно і структурно реалізується інфографіка в контексті щойності: що показувати, як показувати і де показувати. Зона – «де показувати» – звичайно, є найбільш складною, бо вона більше орієнтована на вибір тла, на вибір елементу, на точку зору і на композиційну реальність мислення, яка залежить від суб'єкта проєктування в більшості, а не від об'єкта і його розташування.

Отже, наведені дані дали можливість здійснити авторські роботи, які ми описуємо в даному підрозділі як підхід, що можна визначити як композитинг. Перший присвячений київським графіті, починаючи від сакрального простору графіті Софії Київської, де світські і релігійні розписи мають на собі надписи. Надписи робили тайком, видряпували цвяхом. Зафіксовано більше 7000 цих графіті, їх вивчають багато дослідників (зокрема, тритомник В. Корнієнко, в якому можна побачити широкий контекст самоздійснення такого інформативного простору) [71]. Ці дослідження дають можливість відкрити очі на графіті, які зараз заповнили місто Київ, починаючи з 2008-го року, і їх вже більше ста по всіх районах правого і лівого берегу.

На стінах багатоповерхівок і архітектури, яка має нежитловий характер, малюються графіті, присвячені як політичним лідерам, так і певним реаліям

суспільного життя. Ці два аспекти, два контрпозиційних виміри – один глибинний, історичний, культурний, а інший попсовий (вуличні графіті), який досягає своєї межі вульгаризму на парканах, де англійською мовою пишуться балончиками сучасні салогани молоді, – все це своєрідна реальність нашого часу.

Автор зробив проєкт, де поєднав ці два виміри. Це своєрідні візуальні екскурсії Києвом, починаючи з Софії Київської і закінчуючи якимись ударними графіті, які презентують основні віхи, якщо так можна сказати, творчості «вуличного графічного дизайну». Його можна по-різному оцінювати – як вуличний, як молодіжний, як вандалізм, як що завгодно; це залежить від позиції тих, хто оцінює цю систему, але вона існує. І важливо її демонструвати, показати, зробити своєрідний відеоролик, де моушн-дизайн і виконує роль такого провідного адаптера.

Для матеріалу використовувалися натурні зйомки автора, а також ті графічні матеріали, які подані в книгах, зокрема, В. В. Корнієнко, «Корпус графіті Софії Київської, XI-те – початок XIII-го століття», том перший, частина сьома, «Західна зовнішня галерея».

Це фундаментальне дослідження. Ми лише фрагментарно процитуємо і побачимо, як автор підійшов до цього наукового дослідження. Здійснюється порядковий номер кожному графіті, що полегшує його подальший пошук. Описується система розташування: де, в які точці площини стіни, розміщене графіті; публікації, в якій частині і ким була здійснена попередня публікація графіті. Надається опис, тобто коротко стан збереженості артефакту, і презентація власне систематики подання інформації. Важливо, що надписи здійснені ще глаголицею, потім кирилицею – це давньоруська, давньоукраїнська мова.

Малюнки мають цілу низку монограм – це хрести, монограми та теонімограми, що включають в себе хрести різноманітної форми, христогограми, монограми Богородиці, складові підписи «Ісус Христос» та

«Ніка». Зображення ангелів та святих, куди вносять малюнки, які достеменно можуть бути визначені як святі образи, мають німб і підпис. Символи, пов'язані з частинами людського тіла, до якого зараховуються малюнки: руки, жести благословення, відкритих долонь, голів тощо, для номенклатури предметів і інше. Усього чотирнадцять груп номінацій, ми не будемо всіх перераховувати [72, с.8], лише наведемо декілька зображень цих графіті.

Це фото, де спочатку дається фото артефакту, а потім білим на чорному презентується надпис, тобто фотографія, де прорисовані графіті презентують цей артефакт. Це і надписи «Господі, поможи рабу своєму», і хрести різних нарисів. Все це, звичайно, приваблює тим, що це справжня глибинна культура. Культура настільки зберегла свою автентичність, що вона є носієм духовності в такій згорнутій максимально графічній формі, яку важко зазначити, як граф дерева і якусь певну інфографіку. Це не інфографіка, це топографіка, тобто просторове письмо, спонтанне накреслення почуттів людини, її вражень від зображення. Фактично, весь цей набір таблиць дає можливість продемонструвати, наскільки цікавими є графеми як архетипи, що забуті в нашій культурі і не входять ні в які системи моушн.

На основі зробленої розробки В. Корнієнка відбувається своєрідна реконструкція культурно-історичного коду і культурно-історичної пам'яті як графем зазначеного періоду. Вони сокровенні, глибинні, це сакральність світського типу, бо графеми писалися інколи потайки, на фресках. Така презентація є глибинним зачином осмислення, куди ми йдемо, що нас чекає на вулиці, що це за новітній сленг, якою мовою він фіксується, і що це за мова взагалі. Отже, дослідження В'ячеслава Васильовича Корнієнка «Корпус графіті Софії Київської» – це своєрідна карто-схема архетипів, які задають масштаб духовності, і якими можна описати і сьогодення, з яким зустрічається автор на вулицях вічного міста Києва.

Для реконструкції графемного і графематологічного простору зображень на фасадах будинків Києва використовуються статті з Вікіпедії. Київські

мурали, або стінописи – настінні розписи на архітектурній площині будівель в Києві, створені українськими та іноземними художниками-муралістами. Упродовж 2008-го – 2022-го років в місті з’явилося понад 170 муралів. Над ними працювали художні з України, Австралії, Аргентини, Бельгії, Бразилії, Великої Британії, Ізраїля, Іспанії, Канади, Німеччини, Польщі, Португалії, Пуерто-Ріко, США, Франції та інших країн. Еволюція вуличного мистецтва починається з графіті, видряпаних різними мовами на стінах церкви Спаса на Берестові, а потім вже їх можна побачити і в добре відомому просторі Софіївського собору, описаного і В. Кирієнком, і іншими.

Сучасні графіті зародилися в 60-х роках в США. Жан Бодрійяр визначив, що поява і масове поширення графіті стало результатом бунтарського духу в умовах перетворення міст на суцільне гетто знаково-кодових систем. Можна казати, що виникає ціла типологія графіті. Графіті-райтинг – підліткова субкультура написання власних прізвиськ (ніків) або назв графіті-команд. В 1970-х – 1980-х роках стрит-арт пережив трансформацію. Графіті відтоді визнають не лише частиною молодіжної культури, а справжнім мистецтвом.

Хотіли б ми, не хотіли, цей ресурс існує, він має свою історію, історію вулиці, кітчеву, орієнтовану на поп-культуру, масову культуру, де урбанізм і дезурбанізм в 2000му – 2013-му роках і пізніше дає можливість побачити те, що можна охарактеризувати як певний графічно-дескриптивний синтез, коли відбувається опис сучасної історії і його оспівування в таких наративах. Це розповідь в певному казковому дискурсі, що вражає інколи своєю вульгарністю і непристойністю. «Мавпа з барабаном» на вулиці Шота Руставелі, 24, – це достатньо складна напівкарикатурна реальність, яка доводить, що перед нами певна фантасмагорія. Відбувається навіть фестиваль «Muralissimo» в галереї «Лавра» в 2009-му році. Це фестиваль урбаністичного мистецтва, в якому взяли участь графітери Донецька,

Луганська, Харкова і Берліна. Їм віддали стіни галереї, які перетворилися на єдиний арт-об'єкт [Додаток 1/10].

Можна сказати, що сама система артизації культури за допомогою графіті має еклектично-невпорядкований характер, де поєднуються оптичні ілюзії, просторові ходи, які зовсім далекі від дисциплінарної матриці, описаної Вільямом Боуменом. Ми бачимо певну систему сновидінь, підсвідомого. На вулиці Вадима Гетьмана, 30, так і намальований фантом сновидіння; це певний сюрреалізм, помножений на масштаби архітектурного простору. Це своєрідний комікс, оповідання, яке достатньо нагадує шифри, які гарно розшифровані в цій статті, але не можна впевнювати, що ця розшифровка є автентичною.

«Кохання» – наратив, здійснений теж своєрідно, з цитатами з робіт Марії Приймаченко. Стріт-артер повідомив, що він зазвичай використовує яскраві фарби, щоб подарувати людям радість». От такі життєрадісні стріт-артери настільки вже заповнили Київ цим візуальним брудом, що важко рятуватися в цій достатньо неопорядкованій ситуації безладу.

Революція Гідності в 2014-му році, розстріл Небесної Сотні, вторгнення Росії в Крим, російсько-українська війна – все це здійснило глибокі тектонічні зміни в людському суспільстві. І вони тут же були викинуті на фасади. Виникають певні ікони революції: Шевченко в масці, Франко і інші. Це своєрідні колажні декомпозиції трагедії, яка здійснює певну графематику. «Ікони Революції» – це найвідоміші графіті Революції Гідності, створені на фасаді будинку по вулиці Михайла Грушевського, 4, під час акцій протесту. Художник під псевдонімом #Sociopath у ніч проти 10 лютого 2014 року аерозольними фарбами за допомогою підготовленого трафарету наніс на стіну триптих. Композиція складається з портретів культових українських діячів, зображених у вигляді учасників Революції Гідності, і цитат з їхніх творів: «Вогонь запеклих не пече» (Тарас Шевченко), «Хто визволиться сам, той буде вільний» (Леся Українка), «Наше все життя – війна» (Іван Франко).

Такий Sturm und Drang і арт-об'єкти, як і стерті з лиця землі графеми з сивої давнини, утворюють нові реалії, які можна назвати складним компромісним арт-об'єктом. З одного боку, це постмодерн, але без будь-якої іронії трагічний і по-своєму відкритий в перспективу. Можна стверджувати, що Київ заповнюється складними муралами, де виникають певні шифри. Якщо політична реальність легко прочитується, і вона достатньо дохідлива, то інші сюрреалістичні теми і мотиви потребують декодування. Виникає ціла криптографія, коли «розшифрувальники» дешифрують всі ці контексти.

Можна стверджувати, що сама по собі реалізація фотодискурсу, коли політичні діячі, такі, як Михайло Грушевський, Павло Скоропадський, Семен Петлюра, Іван Франко зображуються у вигляді власних сучасних героїв, і цей образ переходить в систему постмодерної деконструкції архітектури в цілому, яка втрачає свою тектоніку, – це теж своєрідний ефект, який потребує уваги, який потрібно доносити до глядача. Задіяна графіка, цитати, – це, власне, композитинг. Скрізь реалізуються документальні артефакти, їх презентація дає можливість показати в такому візуальному мандруванні містом Київ цікавий графічний літопис, починаючи від давніх часів до останніх.

3.2. Віртуальна графіка як арт-об'єкт

Цей підрозділ буде стосуватися артизації культурних практик, зокрема задіяння поетики в мушн-контексті візуальних презентацій. Але центральним визначником цього розділу буде категорія «патерн», яка є поки що достатньо невизначеною: ми її презентували лише як візуальну конструкцію.

Поглянемо декілька інтерпретацій за статтями з інтернет-видань. Отже, патерн – це запозичене слово (від англійського «pattern» – «взірець», «зразок», «маска», «шаблон») – об'єкт, з якого робляться копії або набори повторюваних об'єктів. Слово «патерн» використовується як термін в

кількох західних дисциплінах і технологіях, звідки воно і проникло в наше мовне середовище.

«Сенс терміну «патерн» завжди вищий, ніж просто «зразок», і варіюється залежно від галузі знань, які використовуються. Можна відносити до патерну:

- повторний елемент різних сфер життя, переважно в природі та дизайні;
- патерн-інформатика – ефективний спосіб вирішення характерних задач проєктування, зокрема проєктування комп'ютерних програм;
- патерн-психологія – набір стереотипних поведінкових реакцій або послідовностей; об'єднання сенсорних стимулів, які належать одному класу об'єктів» [116].

Ми не будемо цитувати подальші визначення. Суть в тому, що патерн все ж таки – це достатньо неусталений, так би мовити, розмитий термін.

Надамо ще один кластер специфікації терміну «патерн», який презентується в статті Аліни Малишко «Що таке патерн? Маленький секрет великого успіху». Знову бачимо констатацію: патерн – термін, який має кілька значень, категорія «багатозначні терміни». Отже, ми бачимо, що ми потрапляємо в категорію безвиході.

«Що таке патерн? Чим патерни відрізняються від ритму та повторення? Як використовувати патерн у дизайні? Основні базові елементи патернів. Патерн у дизайні українських брендів. Як створити патерн самостійно? Патерн – проєктування онлайн редактором» [99]. Цей перелік дається як своєрідний надлишковий композитний вклад, який мало про що свідчить, наступає розчарування.

«Патерн – це малюнок, що складається з чергування дрібних елементів без помітних кордонів, що створює видимість нескінченного орнаменту. У перекладі з англійської «pattern» означає – шаблон, модель, візерунок, зразок, структуру. Його використання робить сайт динамічним, дозволяє сформувати індивідуальний фірмовий стиль, надати бренду впізнаваності» [99].

Ось така шаблонізація, невідповідність за інформативне повідомлення, де патерн – і абстрактний, літерно-цифровий, геометричний, рослинний візерунок, і цілісний компонент, і відразу ж спосіб утворення ефективних композицій. Здається, що це некоректно.

Що ж включається в ситуацію, яка визначається в патерні? Авторка запитує: «Чим патерні відрізняються від ритму та повторення? Повторення привертає увагу користувача тим, що елементи зображення, маючи спільні риси, все ж таки відрізняються. Його застосовують для створення фону, в цьому випадку велике «полотно» створюється з менших фрагментів, які дуже схожі, проте є автономними та унікальними. Межі стиків практично непомітні, ненав'язливі, але є. Картинка виглядає гармонійною за рахунок параметрів, що об'єднують (кольори, форми, текстури)» [99].

Ритм визначається не менш еклектично, це поняття «інтуїтивно зрозуміле, коли говорять про звуки, але у візуальному застосуванні дещо інакше. Мається на увазі розставляння предметів з певними інтервалами. Існує кілька різновидів ритму в дизайні:

1. Випадковий – хаотичний інтервал розташування елементів із збереженням гармонії.
2. Регулярний – чітке дотримання послідовності, звичне та просте для сприйняття.
3. Чергуючий – елементи розміщуються з дотриманням закономірності, але з періодичним використанням декількох різних інтервалів, що відводить дизайн від нудного статичного малюнку.
4. Прогресивний – komponування різної відстані між елементами, використання світлотіні дозволяє імітувати рух.
5. Плавний – лінія хвилі, що простежується у розташуванні предметів» [99].

Ця класифікація дуже нагадує класифікацію Борхеса із китайської системи єднання всього і вся. І зрештою, визначається дев'ять принципів патерну. Тільки вдумайтеся:

«1. Асиметричний – елементи дизайну розташовуються у хаотичній послідовності, але при цьому цілісне зображення виглядає гармонійним.

2. Симетричний – дзеркальне розташування (від простого до складного) створює чітко збалансовану картинку.

3. Сітка – утворюється шляхом накладання один на один однакових за формою та розташуванням чотирикутників. Такий дизайн виглядає лаконічно і добре утримує увагу того, хто дивиться.

4. Лінійний – чудовий варіант, що дозволяє підкреслити головне. Лінії, розташовані вздовж важливої інформації, автоматично спрямовують до неї погляд глядача.

5. Централізований – цінний контент знаходиться в оточенні візерунка, периферія відтіняє центр.

6. Спіральний – елементи дизайну утворюють колообіг нескінченних повторень, що створює легку гіпнотичну дію. Спіраль асоціюється з рухом і може наголосити на розвиток компанії, її зростання.

7. Кластеризація – групи елементів створюють частину візерунка, а частини складаються у цільне зображення. Загальний вид патерну створюється з багатьох кластерів.

8. Фрактальний – дрібні деталі дизайну симетрично повторюються, з'єднуючись між собою, утворюючи масштабні одиниці. Наприклад, ланцюг складається з окремих, скріплених між собою ланок.

9. Радіальний – також створений на основі кола, але на відміну від спірального, у ньому елементи не закручуються у напрямку центру, а відходять із середини, як пелюстки квітки із серцевини чи кола на воді від кинутого каменю» [99].

Утім така «поетика» виглядає абсолютно некоректною, абсолютно не науковою і еkleктичною. Далі авторка фантазує ще більше і запитує: «Як використовувати патерн у дизайні? Завдяки тому, що послідовність безшовного малюнку здатна простягатися нескінченно на всі боки, патерни ідеально підходять для сучасних сайтів з «гумовою» версткою, але також їх застосовують для:

- оформлення презентацій;
- дизайну робочого одягу;
- надання унікальності офісному інтер'єру;
- розробки етикеток, упаковок;
- оформлення сторінок у соціальних мережах, корпоративних сайтів;
- створення фірмового стилю» [99].

Можна стверджувати, що такий примітив, який подається у вигляді наукової продукції, абсолютно ні за що не відповідає. Ба більше: «Базові елементи патернів: круги, овали, еліпси; лінії; трикутники; квадрати, прямокутники, ромби; ламані лінії, зигзаги» [99]. Але ж легко зрозуміти, звідки їх насправді взяли: це так звані платонові тіла, які відомі давно, адже вони абсолютно не можуть претендувати на базові ознаки патернів. Патерн має більш серйозну мотивацію, ніж геометричну простоту. Зрештою, говориться про патерн українських брендів. Ви вже почули, наскільки виглядає некоректною і абсолютно неавтентичною систематика патерналізації дизайн-простору як арт-об'єкта.

Сам по собі патерн – це відкрита конструкція, але за нею ховається ситуація, коли людина як дизайнер, як продуцент інформації, як творець взагалі, не може бути завершеною системою: він завжди відкритий для змін. Але будь-які композиційні субструктури мають свою міру завершеності, конфігуративності і гармонійності зчитки інформації.

Отже, віртуальна графіка як арт-об'єкт, як патерн – це достатньо проблематичний вузол, який, на наш погляд, презентує композитинг і

композиторинг вже в контексті не однозначних індуктивних схем передання інформації, за В. Боуменом, а дає можливість побачити сутність патерналізації як одної складної і динамічної системи презентування відкритих, динамічних, формотворчих можливостей проєктування.

Ю. Легенький в роботі «Compositio (загальна теорія композиції)» пише, що сам принцип відкритої системи презентує ідею non-finito. «Non-finito – принципово незавершений проєкт. Звідки це починається? Ментально – з Платона, сократичних діалогів, маєвтики, спонуки шукати істину. Починається з скульптур Мікеланджело, які висічені наполовину з мармуру, вони начебто виходять з каменю, начебто змагаються з каменем, але даремно. Взагалі, довго сперечалися: «Раби» – це завершена скульптура чи ні. Всі звикли, що скульптура кругла, завершена, відполірована, виблискує. А тут оброблена троянкою, без очистки фактури» [92, с. 73].

Також він засвідчує, що проблема non-finito гостро постає в культурі ХХ-го століття, реалізується в еклектиці, стилі модерн, авангарді. Проблематика відкритого простору, звичайно, стає важливим фактором реалізації відкритості візуальної структури як системи, яка може долати гіперідентичність хаосогенного середовища і знаходить власні атрактори, зони спокою і гармонії.

«Ми сприймаємо все в політизованому, заангажованому, сформованому на екрані вигляді, – пише Ю. Легенький. – І системогенез як проєкт опрацьовується, коли виникає цілепокладання, коли виникає тотожність цілепокладання і цілездійснення, адже мета усувається. Ми чекаємо чуда. Відкрита система – це завжди чудо. Атрактори як гармонізуючі системні якості виникають зненацька, раптом, як своєрідний кураж. Наприклад, у видовищному просторі, де закладені вертикальні і горизонтальні субструктури, щотижня змінюється вертикальний простір. Виникає певний лабіринт, що презентує то виставку творів кераміки, то виставку електроніки, то художніх творів, то виставки косметики. Ми бачимо модифікаційний,

гостро трансформативний простір видовищного простору як відкритої системи, що здійснений в Шанхаї. Це тимчасова модифікаційна система, орієнтована на експрес-інформацію, на те, що ми не можемо звикнути до цих змін, і ці зміни затягують, ми хочемо нового, нового, нового. «Хочу-хочу-хочу, сам не знаю, чого хочу» [92, с. 77].

Отже, така система наскрізної відкритої системи і гострих трансформацій, стильових, образних, візуально-імагінативних, – все визначає те, що система реалізується як складний механізм, з одного боку, наслідування, про що говорить В. Боумен, а з іншого – засвідчує те, що презентація відміняється в шаблонному, рутинному повторенні чинників, які В. Боумен структурує як розташування, структурні, функціональні, фактурні, кольорові і інше. Це підхід, який можна зазначити як абстрактно-номінативний. В просторі, де формується система імагінації як культурно-історична цілісність, ця графічна композитність виглядає суто структурною агломерацією.

Ігор Стравінський ще в 30-ті роки XX-го століття писав: «Ми живемо в такий час, коли умови людського існування відчують глибокі потрясіння. Сучасна людина поступово втрачає уявлення про цінності і почуття відносин речей. Ця втрата основних понять дуже серйозна. Вона невблаганно веде нас до порушення фундаментальних законів людської рівноваги. В області музики це веде до наступного. З одного боку, намагаються відволікти дух від того, що я назвав вищою музичною математикою, і звести музику до рабського стану, і поляризувати її, примушуючи задовольняти вимоги примітивного утилітаризму. З іншого боку, оскільки дух сам по собі є хворим, музика нашого часу, особливо музика, що іменує себе чистою, несе собі ознаки патологічних вад і розповсюджує насіння нового первородного гріха. Первородний гріх, якщо можна так казати, є передусім гріхом невизнання істини і тих законів, що витикають з неї, котрі ми звемо фундаментальними» [221].

Відтак, можна засвідчити, що така констатація говорить про те, що арт-об'єкт є проблемним не лише в дизайні, а і в музиці, і в архітектурі, і взагалі у всіх інших видах мистецтва. Фактично, тут і виникає весь той контрфрактичний простір, який складає сучасну дилему відкритого і закритого, завершеного і незавершеного, трагічного і комічного тощо. Сутність цієї контрпозиції не долається шляхами дизайн-проектування, але проблематизується. Найголовніша категорія конструювання патернів моушн-дизайну – визначити проблемне поле як можливість бути гармонійним, презентувати гармонію з позиції можливого розгорнутого естетизму.

«Естетизм як інтенція – це чутливість до краси, – пише Ю. Легенький, – художніх норм, почуття краси як такої. Це надмірна пристрасть до зовнішніх форм у мистецтві, заперечення змісту, соціальних догматів, які надаються як соціальне замовлення. Це заперечення набуває негативних ознак: формалізм, буржуазний естетизм, міщанський естетизм тощо. Всі ці, будемо казати, неадекватні терміни, які прийшли до нас з радянською естетикою, потрібно переглянути в контексті ескапізму. Найгірше, що прийшло як принцип інтерпретації відносин людини. Воно полягає в тому, що все є відношення, але це не так. Людина може не відноситися ні до кого, існувати сама в собі, переживати лише свої почуття, зрештою тікати в себе, в своє тіло, як відомий чеховський герой з «Палати №6» [92, с. 290].

Ми стикаємося з головною і фундаментальною категорією ескапізму – втечею від реальності, тіло – останній бастіон цієї втечі. Коли тікати вже немає куди, людина тікає в своє тіло, переживає соматичні рефлексії як найголовніші, позитивні явища, і формується те, що можна зазначити як втечу, як релаксацію, як артистизм і все, що хочете. Але виникає певна ситуація: «Гедонізм пов'язаний з використанням цінностей. Утилітаризм презентує нівеляцію духовного за рахунок тимчасових потреб, коли мистецтво працює, власне, на те, щоб зберігати функціональні цінності соціуму. Уніфікація – спрощення. Колись був такий принцип: «Національне

– по формі, інтернаціональне – за змістом». Це радянська естетика. Примат змісту над формою – теж радянська естетика. Естетичне відношення – теж радянська естетика: все є відношення, обмін, товар. Тоді як той же самий Кант зазначав, що, навпаки, відношення похідне від почуття, мотивації, яка спонукає до будь-якої комунікації», – констатує Ю. Легенькій [92, с. 293].

Отже, ми підійшли до межі, до демаркації, коли треба відійти від загальних естетичних проблем, відійти від проблем схематизму поетики презентацій просторово-часових реалій, графології або графематики презентацій дії і події в моушн-дизайні, і знайти щось посереднє. Це посереднє визначається як патерн, як надзвичайно еклектична конструкція, яка, з одного боку, психологічно-генеративна, а з боку дизайну поєднує в собі всі можливі і неможливі композиційні і некомпозиційні варіанти структурування інформації. Такий згорнутий універсум, елементарна всеїдність свідчать про те, що, звичайно, будь-який дослідник потрапляє в ситуацію – як конструювати патерн, як знайти для нього межі? В чому полягає суть цієї структурної поетики?

Можна знайти різні конструктиви. Один з них – це типографіка, мистецтво оформлення друкованого продукту, зокрема тексту, що базується на певних принципах набору, верстки, трансформації інформації. Типографіка, з одного боку, це вузький процес верстки і всіх систем веб-реальності. Типографія як більш глибинний формотворчий базовий елемент виникає на базі «τύπος» – «удар» (от «τυπω» – «б'ю», «відбиток») і «γράφειν», «γράφω» – «пишу». Така система позначок, кореляції до вбивання, набивання, дуже схожа на категорію бренду, який етимологічно визначає випалювання, таврування і пригнічення в ситуації можливих формотворчих елементів.

Але типографіка, яка реалізується позалітерним вбиванням і формуванням блоків літерних типографічних конструкцій, утворює інші формотворчі реалії, які свідчать про те, що вони вже стають більш

релевантними, розгортаються в віртуальному просторі. І сам віртуальний дизайн патерну, як іконографічний, як типографічний, як шрифтовий, орієнтований на дискурс і на систему графічного розшарування інфографіки, в системі типографіки стає елементарним способом презентації інформації. Шрифт, його влаштування, взагалі всі керівничі органи типографіки орієнтують на те, що відбувається апроксимація, спрощення, і більше того, певна редукція формотворчих елементів текстуального тезаурусу донесення інформації. Про це свідчить багато. Всі автори так чи інакше говорять про можливість орієнтації на достатньо гострий і серйозний простір комунікації. Зрештою, вишенькою на торті у пошуках адекватності патерності є фрактальна система адекватності у моушн-продуктах.

Важливо, що всі ці зазначені імплікації допомагають підняти проблему творчих робіт, які вже були зазначені як реалізація проєкту, або патернізація як візуальна конструкція в контексті ідеї нездійсненого проєкту, відкритого проєкту, його культурологічної цілісності в рамках блтш широкого цілого, яке визначається як музеєфікація, архів, як певний бібліографічний сенс еміграції, єднання і презентації візуальної інформації. Патерн розглядається як певна дигітальна конструкція простору, своєрідна світлова модифікація архітектурно визначеного контенту, де графічний люмінізм доводиться до відчаю і реалізується в двох проєктах.

Перший проєкт – це кліп до виконавців, зокрема Григорія Ткаченка і інших кобзарів, що присвячений презентації музею кобзарського мистецтва в Переяславі. Другий кліп орієнтований на сутність відтворення образності і самоздійснення проєкту як цілісності українського шляху в музеї сухопутного транспорту Середньої Наддніпрянщини України. І той, і інший проєкт, і той, і інший музей був здійснений під впливом проєктної діяльності Юрія Легенького, де він створив панно і зробив концепцію оформлення простору музеїв.

Тобто патерн розуміється, як логограф, своєрідний алгоритм, дигітальна межа для презентації руху, як своєрідний топологічний інваріант цього руху в контексті всіх можливих і неможливих графів, дерев регулярних, нерегулярних, і фрактальних реалій.

Ми почнемо з музею кобзарського мистецтва. Валерій Мормель, отримавши посаду директора цього музею, віддав багато сил щодо вивчення шляху кобзарів. Він так і назвав свою статтю в книзі «Культура як синтез мистецтв і ремесел» : «Шляхами кобзарів».

«Український шлях проходить червоною ниткою крізь народну культуру. Шлях цей не можна уявити без Кобзаря, без курганів, козацьких могил. Шлях – це доля нашого народу. Естетичний феномен кобзарства виникає як ритмічне забарвлення, інтонування шляху-долі, як тихий спів, як дума. Споконвіку курними шляхами України йшли кобзарі. І за кожним з них, мов марево, степовими шляхами тягнулися низки легенд. Повиті легендою не тільки віддалені роками імена кобзарів і майстрів, – будь то Недбайло, чи Федорів, Шут, Остап Вересай, Гриценко-Холодний, Кравченко-Крюковський, Хоткевич, чи Кабачок, не тільки віддалені кілометрами імена кобзарів зарубіжжя, як то Кистаті, чи Бажул, Антон Чорний, чи Ємець, Мішало, Блюс чи Гончаренко, але й такі сьогоденні та домашні Григорій Ткаченко, Андрій Бобир, Микола Будник, Петро Супрун, чи Григорій Гриштопа, Скотаренко чи Литвин» [81, с. 173–174].

Така досить патетична розповідь свідчить про те, що ця людина, закохана в кобзарську культуру пише про бандуру як своєрідний епіцентр формування української ментальності. Всім відомий з'їзд кобзарів, коли їх зібрали і потім всіх розстріляли. Ю. Легенький присвятив цьому жахливому «епізоду» окрему частину свого триптиху, де всередині жахливий синедріон більшовицької еліти проводить нищення, буквально удушення селянства України; зліва Катерина Шевченка, а справа дівчинка з цим невідомим кібермутантом, тваринкою, чи то невідомо ким, цим лоша, яке має вісім ніжок.

«Історія кобзарства мало вивчена. Про його виникнення, походження, джерела сьогодні можна ставити питання лише на рівні попередніх згадок, гіпотез, що виникнення кобзарства як соціального явища не тільки хронологічно, але й генетично пов'язане з козацтвом. На нашу думку, першими кобзарями ставали козаки, котрі в силу якихось обставин не могли вже служити ні Збройній Україні, ні вірі Христовій та Січовому товариству, не могли осісти для спокою на хуторах та зимівниках. Частіше все це були старші за віком козаки, що вже не могли тримати зброю в руках, або ж ті, хто за невдачу спробу втечі з неволі бусурманської або з каторги турецької був осліплений. Вони створили думи, започаткували кобзарський цех, стали родоначальниками того явища, що через віки пронесло ідеали та історичну пам'ять народу, берегло у найчорніші часи його духовність. Кобзарі ранньої козачої доби – старші за віком та життєвим досвідом козаки – несуть власний життєвий досвід і притаманні козацтву життєві цінності», – відзначає Мормель [81, с.139].

Утім саме по собі кобзарство як збуджуючий, породжуючий чинник здійснилося як феномен культуротворчості. Григорій Ткаченко, архітектор-ландшафтник, диригент-симфоніст А. Бобир, хімік Б. Жеплинський і багато інших були захоплені ідеєю кобзарства, як і Леся Українка, Квітка-Осов'яненко, Михайло Лисенко. Вони розшукують репертуар, а всім відомий художник, графік і архітектор О. Сластіон, який займався українським модерном, здійснює історію кобзарських портретів і презентує їх унікальний досвід. Можна сказати, що, по суті, власне методика кобзарського мистецтва втрачена, але і Григорій Ткаченко, Микола Будник – це останні з могікан, які заклали підвалини для майбутнього.

В чому полягає сенс цієї відеозбірки, цього, будемо так говорити, своєрідного римейку кобзарської культури? В кадрі звучать музичні твори Григорія Ткаченка, Миколи Будника, і подається колаж із атрибутів музею кобзарського мистецтва. Це блискучі кобзи різних століть, зокрема, два

панно (автор Ю. Легенький), одне присвячено козацькій добі, інше більш пізній, і ці дві констеляції дають багато для осмислення саме розвитку кобзарства [Долаток1/11].

Побудова патерну формується як шлях із середини назовні. Відкриття зворотної перспективи – це Середньовіччя, це шлях, це доля, це нескінчений простір самореалізації людини, це самоцінність людського існування. Монтується елемент з панно, автор шляхом відеоінсталяції наїжджає, відкриває, показує фрагменти. Далі даються тексти, а він нічого не дає, тут нема ніякої авторської графіки, графіка вся написана – це блискучі козацькі скорописи. Ці дві роботи цікаві тим, що тут не потрібно було нічого добудовувати. Такий, будемо говорити, патерн, як реалізований завершений проєкт скоропису XVII-го – XVIII-го століття і відкритий в сьогодення, вражає своєю потребою бути. Можна стверджувати, що це одна з цікавих реалій нашого часу [Долаток1/11].

Презентація інформації полягає в тому, що цей образ швидше є кліп, він невеликого часу, і тут вся інфраструктура тексту у супроводженні співу Григорія Ткаченка і інших реалізується як додаткова інформація презентації музею. Ми все ближче і ближче бачимо імена кобзарів, бачимо їх в описі антуражу барочного типу, за панно Ю. Легенького, і в надписах козацького скоропису, яким блискуче володів Богдан Хмельницький, який в Переяславі залишив багато документів козацької доби. Це культурно-історична реконструкція, яка дає можливість показати сутність доби не як протиставлення, як ми намагалися показати в попередньому розділі, двох вимірів графоманії – одної манії дряпати на дошках, на фресках, а іншої – дряпати на стінах і заповнювати їх непотребом. Тут виникає культурний контекст людей, які свідомо залишились і хочуть підняти риси культури, художньої реальності як такої.

Ще один проєкт – це теж реконструкція, візуальний путівник по музею народного сухопутного транспорту Середньої Наддніпрянщини. Ми

спираємося на статтю Михайла Жама, який пише: «Відома картина Жемчужнікова зображує навіть головні риси українського космосу: безкінечну далечінь шляху, сліпого кобзаря з хлопчиком, далекий силует подорожуючого шарабану і безкрай неба. Душа цього космосу – Кобзар, його напружене тіло, міцна могутня діяльність, рух транспорту». Слово «транспорт» мало про що каже мешканцю великих міст. Він так звик до таких буденних вже тролейбусів, автобусів, метро. Людина сучасна вже втомилася від транспортних засобів, від безконечного шуму і гомону доріг. Але мова йде про зовсім інше явище культури» [81,с. 183].

Далі він пише, що Чумацький шлях – це небо, вкинуте вгору, як пил солі, як солоний присмак дороги. І вся доля правобережної України свідчить про те, що «найбільш відомий був Чорний шлях, що простягся між Дніпром і Бугом. Як писав Т. Г. Шевченко, «Чорний шлях виходив од Дніпра між гирлами річок Сокорівки і Носачівки, і біг через степи Запорізькі, через воєводства Київське, Подільське і Волинське – на Червону Русь до Львова. Чорним названий тому, що по ньому татари ходили в Польщу і своїми табунами вибивали траву» [81, с. 184].

Сам музей – це блискуча добірка експонатів, які збиралися протягом півстоліття. Спеціально прийнятий автором прийом: починається з інструментарію оздоблення: цвяхи, ковадла і весь інструментарій підковування створює тло, на якому і відбувався шлях української вдачі як обґрунтований, підкований і здійснений образ мандрів.

«Майже до ХІХ-го століття шляхів у повному розумінні цього слова не було, – пише Михайло Жам. – Про них можна говорити лише, як про напрями, що проходили по водорозділах великих річок: Дніпра, Дністра, Буга. Більшість з них в ХІХ-му столітті – на початку ХХ-го зникли, забулися, або змінили свої назви і напрями. Одним із таких, найбільших важливих для Лівобережної України, шляхів був Муравський, або Соляний шлях, що простягався по водорозділах річок Дніпра і Дону» [81, с. 184].

Автор здійснює фактографічну візуальну розвідку щодо опису музею, фотографує реалії представлених експонатів, починаючи від саней, тобто макетних розробок довізантійського періоду, і до останніх шарабанів. Далі презентуються панно Ю. Легенького. Це вставки, їх багато, за мотивами українських пісень, зокрема, велика фреска, де Катерина з дитиною, і навколо все те, що можна описати, як такий ляльково-просторовий симбіоз реалізується як образ культури України.

Відбувається презентація і певна ситуація якщо не реклами, то в усякому разі культурно-історичної реконструкції, музеєфікації певного досвіду, який реалізувався в двох музеях. Головний патерн – це музеєфікація, це фотографізація, відкритий проєкт – нескінченність і документально зачинений простір артефактів, які презентують свою цнотність [Додаток 1/12].

Можна було б говорити про багато інших музеїв, але нам важливо було зазначити ці дві культуровизначні ситуативні конструкції, які дають можливість показати, що композитинг, модифікація, монтаж планів реалізується як конфігуративна сутність самотуття української культури.

3.3. Логодизайн в системі моушн

Сама назва «логодизайн» як система праці зі словом є суто західним витвором, який ще недостатньо адаптований для простору пострадянських країн. У нас традиційно вживаються категорії «логотип», інколи «логограф» (надзвичайно рідко). Але логодизайн, будь-яка побудова слова, його архітектоніки, його структури, та ще і в різних контекстах, зокрема в системі моушн, – це достатньо складна проблема. Складна тому, що слово розуміється набагато більш поліфонічно, ніж візуальна конструкція, зокрема патерн. Хоча ми бачили вже, що патерн інтерпретують досить і досить по-різному.

Олександр Потебня вважав, що слово несе в собі весь потенціал речення як системи мислення. Густав Шпет пішов ще далі: він романтично, з великим пафосом говорить, що слово – це всесвіт людини. Як відомо, біблійний Логос створював світ, словом створений світ, Логос розумівся не лише як суб'єкт дії, а як само божество. І остання номінація, яка просто всіх приводить в шокуючий стан – це Павич в його романі «Хазарський словник», де він замість «слово стало плоттю» говорить: «слово стало м'ясом». І цей жорстокий, страшний вислів буквально роздирається зараз на складові. Вся постмодерна графіка, як ми вже побачили зокрема в системі графіті, які заповнили всі урбанізовані міста Європи і вже прийшли в Київ, так чи інакше орієнтована на підсвідоме, на сюрреалізм, на наміряні системи візуального *virtus*, які намагаються адекватно описати графіті і в зображувальному, і у вербальному вимірі, хоча ця адекватність виглядає досить і досить проблематичною.

Завдання цього підрозділу (а це останній підрозділ нашої роботи), полягає в тому, щоб окреслити перспективи побудови архітекτονіки слова в системі моушн і побачити сам механізм застосування широкого контексту логодизайну як морфологію слова, бо слово вже несе в собі членорозподільну цілісність: корінь, префікси і завершення, морфологію слів у візуальному дискурсі, синтагматику слова, яка має свою систему горизонтальної розбивки на зони (так, прописні літери піднімаються вище). Зокрема, це актуалізується в скорописі, де вертикальна партитура багатьох літер знаходиться в двох горизонтальних ярусах. Наприклад, літери «с», «р» і інші можуть бути написаними в двох горизонтальних зонах лінійної розгортки інформації. Слово подається в традиційному шрифтовому, прийнятому нейтральному контексті. Ми знаємо стилі напису: це устав, півустав, скоропис. Слово реалізується як ім'я, суть висловлення Олексія Лосева, який говорить, що слово рухає народами, засвідчує (і ми вже приводили цю його думку), що слово несе в собі міф. Згорнуте ім'я є міф.

Така широка палітра інтерпретації логодизайну призводить до того, що моушн потрапляє в систему комунікативних відносин слова як феномен поліфонічного семантичного контексту і контенту, який презентує можливість комунікації в культурно-історичному вимірі, в естетичному, художньому, функціонально-комунікативному і інших, є проблемою побудови синтетичного моушн-речення.. Адже наше завдання спрощується, коли ми шукаємо архітекtonіку слова в контексті літерних або літерно-буквенних конфігурацій. Можна сказати, що словом творився світ, а слово твориться літерою. І сама літерність як формотворчий елемент є засадою типографіки, засадою напису. Праця з літерою і її архітекtonікою походить з часів бароко. Можна вже в Григорія Сковороди побачити його роботу, яка має назву «Словник світу».

Логодизайн частіше всього презентується в графіці, в сучасній графічній продукції як логотип (від «λόγος» – «слово» і «τύπος» – «друк») – графічний знак, емблема або символ, який використовується як ознака презентації комерційних підприємств, організацій. Інколи це монограма приватних осіб, якими вони маркують книги (так, відома монограма Альбрехта Дюрера і багатьох інших). Логотип – це ім'я сутності, з якою він ідентифікується у вигляді певних стилізованих літер або ідеограм. Таким чином, можна стверджувати, що цей дизайн-продукт достатньо складно входить в культуру.

Спочатку логотип був елементарним прийомом єднання літер і визначався як лігатура, єднання двох або трьох літер. «Ligare» («єднання») стає засадою певного блоку літер. Відомо, що в типографіях літери набиралися в блоки і таким чином друкувалися з матриці, яка здійснювала відбиток на папері. Але вже згодом логотип стає своєрідним символом, який з суто технічного переходить в ранг символічного, більше того, реєструється у вигляді своєрідних товарних знаків. Так, широко відома історія, що пиво «Bass» було зареєстровано в 1876-му році під номером один. І фактично, така

реєстрація брендів згодом, які мали свій логотип, стає нормою: «Coca-Cola», 1886-й рік, «Gebrüder Thonet» (меблі з гнутої деревини), 1859-й рік, і інші.

Можна стверджувати, що промислова графіка стала використовувати логотип як бренд, як ідентифікаційну символічну конструкцію, яка презентує компанію, усталений, завершений актор комунікації. Тобто це графічні товарні знаки, реквізити, елементи фірмового стилю, які стають поєднаними в так званий фірмовий блок. Це вже достатньо відома конструкція, якою займаються в XX-му столітті досить давно, і цей елемент ні в кого не викликає ніякого інтересу. Інтерес до нього виникає тоді, коли логотип стає логографом. Логограф – це вже більш культурно-історична реконструкція типу єднання літер. Він стає носієм достатньо великих систем культурно-історичної реальності формотворення, зокрема, моушн.

Якщо поглянути на еволюцію формування всього того, що ми називаємо «письмо», то воно починається з давніх так званих чертів і резів – зарубок, засічок, які залишалися на деревах, на камені, які були простими ідентифікаторами, засобами комунікації. Згодом виникає розгорнуте оповідання у вигляді піктографічного письма. Спочатку піктографічне письмо до його інституалізації у великих цивілізаціях, зокрема в Єгипті і інших, мало суто кодовий характер, тобто зміст повідомлення передавався у вигляді коду, який презентувався в зображенні. Якщо цей код був відомий, то легко прочитувався й зміст повідомлень.

Ми бачимо багато картинних субструктур. Так, зокрема, існують зразки піктограм, що дають можливість зображувально передати складний зміст. Наприклад, існує піктографічний запис умов обміну тридцяти вбитих на полюванні (знак рушниці) бобрів на бізона, морську видру і вівцю. Всі вони зображені, і ми бачимо, що прочитується достатньо складний картинний код, який презентує комунікативну систему повідомлень. Ще одна цікава піктограма – піктографічне письмо індійських племен президенту США – прохання про дозвіл поселитися в районах трьох озер. Лінії, з'єднуючі голови

і серця тварин, вказують на єдність думок і почуттів племен. Зображуються тваринки, які справді поєднані лініями.

Можна стверджувати, що кодове піктографічне послання дуже швидко втратило свою функціональну єдність і сьогодні не вживається, але в системі реконструкції культурно-історичної пам'яті, культурно-історичних реалій комунікації може бути реактуалізованим і здійсненим у вигляді не банального логотипу, простого і ясного символу, знаку, до якого всі звикли, а постмодерного складного речення, яке використовує зображення у вигляді піктограм.

Можна і далі продовжувати описи цих піктограм, але багато зразків первинного живопису так і не розшифровані. Вони лише свідчать про те, що люди використовували зображення у вигляді комунікації, але розшифрувати їх не вдається. Існують образки оріньякської, солютрейської, мадленської культури епохи верхнього палеоліту, епохи мезоліту і інші. Зображення оригінальні, графічно досконалі і цілком можуть бути використані, адаптовані для сьогоdnішнього графічного дизайну, як певний соціокод, певна культурна матриця.

Але згодом виникає система напису так званого логографічного письма. Логографічне письмо спрощує ситуацію і дає можливість більш універсально, однозначно передавати інформацію, застосовуючи складні коди. Логограф – це система входження зображення в систему слова і презентації частин слова. Можна побачити складові знаки у майя, які були розшифровані, і складають достатньо цікаву картину фонетичного образу, який ще є долітерним письмом, і є достатньо оригінальними за своєю ідіоматикою [95].

В давніх печатках можна побачити ідіоми, де слово і зображення достатньо складно трансформуються. Існує так званий Розетський камінь з текстом, зробленим єгипетським ієрогліфічним написом вгорі, демотичним посередині, і грецьким письмом внизу. Ми бачимо, що грецький більш

економний, більш стислий, літерне письмо дає зовсім іншу систему передання інформації. Цікаво, що система консонантного письма, коли вживалися суто приголосні літери, а голосні або позначалися титлом, або взагалі елімінувалися, ще більше уніфікує і стискує інформативність. Консонантне письмо стає в багатьох культурах основою літерно-буквенного письма, яке реалізується в досить і досить складній системі, яку потрібно розшифровувати. Весь цей код, апарат логодизайну або вимивається із культури, або забувається, сучасний дизайнер його просто не використовує.

Якщо говорити про кирилицю, то це надзвичайно гнучка система, всі системи кирилиці (раніше неї була глаголиця) теж потребують свого уважного культурно-історичного застосування і розгляду, щоб показати колорит, національні традиції, і, особливо в контексті утворення новітніх фірм, робити їх не суто функціональними торговими марками, а логографами, розгорнутим оповіданням, яке свідчить про історію культури.

Саме слов'янське письмо складно трансформувалося, і вже наведені графіті Софії Київської показують, як воно визначало свої графічні атрибути. Найдавніші кирилично-глаголичні надписи знайдені також в Болгарії і свідчать про цікаву органічну ідіоматику. Якщо знову згадати устав, півустав і скоропис, треба відмітити, що скоропис стає суто функціональним письмом; устав все ж таки урочистий, строгий нарис, начерк; півустав більш динамізований, більше використовувався для релігійних книг. Так, сторінка з Остромирова Євангелія (1056-го – 1057-го року) написана уставом з картинними вставками, і несе собі блискучий код, відомий ще з Візантії, де в заставці у вигляді великих буквиць і вгорі прекрасно намальована мініатюра, яка має по кутам рослинні елементи, образи раю. Всі ці коди забуті, більше того, їх просто не знають. Глаголичний рукопис і вся безподібна система напису глаголицею вийшла з вжитку, стає лише атрибутом музеєфікації і архівації підсвідомого культури, як би визначився Карл Юнг.

Отже, виникає питання: як робити щось, як робити нарис слова в контексті всього того, що ми звемо моушн-дизайном, в системі гострої відкритої комунікації, яка піднімає багато слоїв – художний, культурно-історичний, естетичний і інші. Перше питання, яке ставить перед собою дизайнер, пов'язане з начерком літери. Це може бути просте плоске зображення, або біле на чорному, або чорне на білому, де зчитка інформації на краї здійснює відомий характерний силует літери. Це може бути об'ємна презентація літери у вигляді так званої кутової перспективи, за Вільямом Боуменом. Може бути більш розгорнута систематика, де об'єм літери стає прозорим, ми бачимо всередині субструктуру, яка заповнює цю літеру.

Літера стає носієм інформації всередині міжлітерного, будемо казати, або всередині літерного об'єму. Туди може бути поміщено будь-що, навіть місто з величезними хмарочосами може увійти в літеру і презентувати певний гіперсимвол, гіперболізований образ літери. Такі літери в моушн-дизайні можуть бути надзвичайно активними, особливо в рекламних цілях.

Внутрішній простір літери може мати текстуру, мати ознаки композитності, які ми описували у вигляді вертикальної, горизонтальної, діагональної штриховки, засобів трансформації, підтушовки до краю, до двох країв і інші. Можуть мати внутрішні літерні конфігурації, тобто об'єми літери всередині, певний колір, більше того, цілу палітру кольорів. Літери перетворюються в своєрідну галерею, перетворюються в макропростір, який несе в собі ще один макропростір – слово. Вся ця «механіка» або синтагматика літери в системі Вільяма Боумена («як показувати щось») просто не реалізується: вона не вживається, а типографіка зводиться до плоских літерних конструкцій.

Формування літери на підставі певного занурення в глибини архаїки, визначення вертикальної осі, обертання навколо цієї осі літери, і потім вичленування об'ємів з бажанням заглянути всередину цієї форми, що виникла, заповнити її цікавою інформацією, – це цілком технологічний

комп'ютерний хід, який може бути здійснений в системі 3D-анімації. Можна стверджувати, що сама побудова літери і літерних конфігурацій ще мало актуалізує свій потенціал в плані системи графічних можливостей. Більше того, він цілком належить 2D, тобто двовимірній графіці, а зчитка інформація на краї є загальноприйнятою комунікативною функціональною системою.

Щоб розширити можливості літери, треба зробити її архітектурним об'єктом, показати її прорізи, вікна, портал, двері, відчинити їх і показати інтер'єр. Умовно, так, можна здійснити певну метафоризацію логодизайну як своєрідну архітектоніку такої незвичайної комунікації. Тобто слово стало плоттю, слово стає формою архітектурного взірця. Ми потрапляємо в досить цікаву ситуацію, яку варто вживати в контексті постмодерних імплікацій логодизайну, потрапляємо в царину надзвичайно широких можливостей, які дозволяє собі дизайнер, здійснюючи нові рекламні, візуальні, комунікативні системи логодизайну.

Жан-Люк Нансі, один із постмодерних філософів Франції, починає свій трактат «Corpus» відомою латинською цитатою: «Nos est enim corpus meum». Це трохи перекручена літургічна формула «Nos est corpus meum» («Це є тіло моє», Мф, 26:26; Мк, 14:22 і інше) [196]. Нансі задає парадигму. Він стверджує, що тіло в метафоричному розумінні, як і слово, яке задіяне в контексті біблійної традиції, стає гіперметафорою.

«Ми належимо тій культурі, в котрій цю ритуальну формулу невпинно повторювали мільйони священнослужителів мільйонів культів. У рамках цієї культури (при)знають її всі, незалежно від того, чи сповідують вони християнство, чи іншу віру. Якщо йдеться про християн, то для одних ця формула виражає реальне освячення: ось воно тут, тіло Бога, а для інших – це символ, якому причащаються ті, хто ототожнює себе з Богом, з тілом Бога» [196].

Нансі проблематизує онцепт тіла. Він пише: «Тілам не властиві «повнота», заповнення простору (простір всюди заповнений): тіла суть

простір відкритий, тобто у певному сенсі простір саме просторий, а не космічний, або те, що можна назвати ще місцем. Тіла суть місця існування, і немає існування без місця, без тут, без певного «саме тут», «ось» в якості сього. Тіло-місце не наповнене і не порожнє, у нього немає ні зовнішнього, ні внутрішнього, немає у нього ні частин, ні цілого, ні функцій, ні доцільності» [196]

Тобто ми бачимо так звану детериторізацію. Її описали також Дельоз і Гваттарі як певну декалькоманію, ми бачимо мапу, і намагання знайти корпус, тіло слова, яке впирається в те, що ми називаємо місцем, в тисячі плато побудови літери. Літери будуються на тлі зоряних війн, на тлі неба, будуються на тлі землі (коли дизайнери починають описувати цей фантастичний фільм «Похований»), на тлі акватичному, яке занурює в підсвідомість. Тобто тіло як те, що реалізує тілесність як так входить в культуру на підставі різного розуміння тілесності. Ця універсалізація тіла здійснюється по-різному, психологізуються, стає екзистенційними трансформерами, реалізуються як своєрідний код підсвідомого. Все це так чи інакше говорить про психіатричне тіло, про шизофренальне тіло (Дельоз і Гваттарі піднімають цю проблему), про тіло як сутність комунікації, бо людина несе в собі глобальний код відношення тіла до тіла.

Навіть Іван Михайлович Сеченов, вчений-фізіолог, говорив, що темне м'язове почуття реалізується мацалами, які викидають із ока енергію і вони намагаються оточуючий світ. Така тілесність і продукуючий принцип співбуття Бцтя дає можливість розширити поняття комунікації і зробити моушн більш проблемним, системним і більш сучасним, а не зводити його до функції аранжування картинки і прикраси.

«Це не означає, що тіло передує змісту на кшталт його темної передісторії чи доонтологічного свідчення. Ні, воно дає йому місце, абсолютним чином, – пише Нансі. – Немає тіла «взагалі», немає дотику «взагалі», як немає «взагалі» та *res extensa*. Є те, що є: створеність світу,

техне тіл, безмежна суміш сенсу, топографічний corpus, географія ектопій, що примножуються, – і ніякої у-топії» [196].

Такий підхід, будемо казати, «отіліснювання», коли тілом стає все створене, свідчить про нове бачення і нову драматургію комунікації. Можна сказати, що такий підхід, така філософія, ще не задіяні ані в графічному дизайні, ані в системі моушн. Це абстрактні, на перший погляд, конструкції, які потребують свого підходу і своїх глибинних імплікацій.

Вільям Боумен допомагає побудувати архітектуру літери, а Жан-Люк Нансі допомагає визначити її як корпус, як тіло. Але важливо сказати, що людина не народжується в тілі, тіло є суто соціальним феноменом. Так само і архітектура літери, архітектура слова не народжується анонімно, абстрактно, у вигляді певного типографічного шрифту і всіх тих прийомів типографіки. Це є соціокультурний код, який як раз і відкриває тайну підсвідомого комунікації, що потребує своїх графіті, своїх нових маркерів візуальності, заходить всередину простору літери, робить її макрооб'єктом, і навпаки, мікротекстурним системним елементом. Всі ці коливання навколо літери, літерно-буквенний код як такий, свідчать про те, що така проблематизація стає необхідною і достатньою системою реалізації художнього задуму і образних конструкцій систем побудови моушн-дизайну як логодизайну.

Отже, варто вказати на жанрові особливості масової культури, в якій працює переважно моушн-дизайнер, і визначити певні домінанти можливості презентації літерної системи логодизайну. Масова культура, за тим же Беньяміном і іншими, – це своєрідна система створення міфів, іміджів, стереотипів, які орієнтують людину в реальності; більше того, це створення певного анонімного індивіду, фабрикивання мрій, фабрикивання системи цінностей, машини бажань.

Масова культура включає в себе кіно, поп-музику, відеокліпи, шоу-бізнес, цирк і багато інших (зокрема спортивних) розваг. Поглянемо на деякі

з них і спробуємо здійснити певну культурно-історичну реконструкцію системи логодизайну в бажаних моушн продуктах презентації цих жанрів.

Комікс (походить від англійського слова «comic» – «смішний»). Він оголює саму сміхову культуру, робить її достатньо насиченою, і вся система анімаційної графіки на початку, а потім вже графіки комп'ютерної, здійснюють певні оповідання в картинках, що стають своєрідною розкадровкою певної історії. Цей історичний контекст може бути зовсім різним по хронології графічної презентації, від маленьких історій до величезних графічних романів на інтернет-сайтах.

Серійність і унікальність графічного дизайну поєднуються, а кіч, масовий рівень такого залучення в солодко-гнітючий простір дитинства, ювеналізації, включає багато різних можливостей і багато різних умов презентації картинної інформації. Тут можна побачити все, різні системи, але найбільш вдалою все-таки виглядає традиційна ручна анімація, силуетна графіка з певною віртуалізацією руху плоских зображень.

Фантастика і фентезі – це жанр, який зараз заповнює нескінченний простір різних можливостей презентації інформації. Універсалізація фантастичних особливостей, де і людина-павук, і останній герой, і чудесні поетичні ляльки, які оживають, перетворюються в квазі-об'єкт бажань, використовують будь-яку приховану і неприховану еротику. Фактично, все це реалізується як певний міфотворчий глибинний простір, де можна працювати в досить і досить необмеженому діапазоні логодизайну.

Так, наприклад, можна здійснити наступне – ми кажемо «можна», бо це імовірніше моделювання, яке ні до чого не зобов'язує, а лише показує можливість аналогій з тою архітектонікою літерно-буквенного простору слова і світом фентезі, який може бути реалізованим у світі моушн-дизайну. Архітектура літери може розростатися, власне в самій літері поміщується вертикальний об'єкт, по якому рухається людина-павук, людина може вистрибнути з цієї літери, висунути руку, здійснити будь-які непередбачені

жести. Це збагачує світ фентезі не лише візуальними ефектами, але і несподіваними графічними реаліями, які ще не здійснювалися раніше.

Ми звикли до казкових сюжетів, до фантастичного суб'єкта, який не обмежений в своїх можливостях, але він ще не існував всередині літери, не існував всередині ляльки, яку знайшли на смітнику, пофарбували, зрештою вона стала віртуально-сакральним об'єктом бажань, який тут же показує її всередині, живий світ кохання і мрій. Така ювеналізація лялькових персонажів, які презентують достатньо гнітючий контекст еротики (варто згадати японські системи лялькових анімацій, які маскують порнографію у вигляді на перший погляд безвинних лялькових об'єктів) – це своєрідне оживлення манекенів, ляльок, яке потребує свого моушн-дизайну, свого логодизайну.

Це не просто лялька, яка знаходиться в відомій позі, її оточують графічні японські ієрогліфи, її груди пластично презентовані, і геніталії, і все інше. Це смітник арт-ринку, візуальна порнопродукція. Потрібно піти далі, показати глибинну суть підсвідомого світу ляльки, яка є живим арт-об'єктом, що може мати свої слова, мати свій дискурс. Але до цього далеко в реаліях графічних анімацій. Інтимність, чуттєвість, насолода усереднюються, функціональна сексуальність, комерційний ерос перетворюються на своєрідний ерзац-продукт, який і в графічному дизайні, і зокрема в моушн, виглядає досить і досить масовою продукцією.

Тобто той код тілесності, про який пише Жак-Люк Нансі, має бути розгорнутий в системі тисячі плато, тисячі можливостей входження слова в тіло і тіла в слово, будемо казати, отіліснювання слова, яке стає плоттю, а не м'ясом, за М. Павичем. Хоча він вивів такого персонажа свого «Лексикону», який зробив штучну людину, що не відрізнялась від людини нештучної і мала всі властивості людської тілесності, і насолоду, і навіть кохання. Цей жорстокий постмодерний роман сповнений якихось несамовитих енергій, емоцій, де головним автором є сатана, якому набридло жити в одному пеклі,

тому він знайшов людину, яка його пристрелила, потрапив в інше пекло, із пекла християнського в мусульманське, а з мусульманського – в іудейське.

От такі мандри із одного пекла в інше, фактично, і створюють систему сьогоденної естетики масової культури, яку мало хто помічає. Вона втягує, до неї звикають, адаптуються, як адаптуються до жорстокості, до інформаційного дискурсу, сповненого війн, крові, всього іншого. Але Барбі, яка захопила весь світ, вразила не тим, що це ще одна лялечка, а це лялька, яка стала гіперсимволом. Діти не просто мають ляльки і граються в них: у Барбі мають бути десятки нарядів. І батьки не знають, що, купивши таку безвинну лялечку, вони примушені потім заходити в борговий котел і купляти все більше і більше нарядів для ляльки їх доньки, бо подружка доньки має більше нарядів для Барбі. Тобто ми маємо певний соціум ляльок, де і Барбі, і діти, і батьки стають ляльками в театрі арт-бізнесу, який утворювався ще в Давній Греції: боги смикали за нитки, реалізувався.

Логодизайн і систематика формотворення націлена на два модуси: культурно-історичну логіку презентації графічних артефактів, письма або кириличного, або латиниці, або грецького, або якогось іншого, в якому працює моушн-дизайнер; оновлення кодів з забутими і стертими комбінаціями, які відносять до кодування інформації у вигляді піктограм, здійснення нових кодів, нових графем, які розшифровує глядач і отримує від цього насолоду, наче розшифровує ребуси. І цей, будемо казати, знаково-ребусний код деконструкції є суто постмодерним, важливим як не просто використання, а естетична реконструкція культурно-історичного потенціалу втрачених кодів комунікацій. Без цього моушн перетвориться на декорум і на функціональний композитинг, єднання візуальних функцій в реальності комунікативних систем, в контексті графічної інформації.

Ми закінчимо цей підрозділ описом проєкту автора, присвяченого київському періоду Михайла Врубеля. Це своєрідний відеофільм, здійснений на підставі реконструкції Михайла Врубеля як художника за часи київських

мандрів, переживань і тої трагедії, яка тут була здійснена. Тут помер його син, тут він фактично втратив розум, і тут почалась та хвороба, яка звела художника в могилу. Свій шлях на Голгофу він пройшов через київські стежини.

В двадцять вісім років Михайло Врубель був запрошений Праховим для реконструкції втрачених фрагментів Кирилівської церкви, за рекомендацією Чистякова, улюбленим учнем якого був Михайло Врубель. Робота в Кирилівській церкві вражає тим, як швидко сформувався талант художника. Його грандіозна фреска «Зішестя Святого Духа на апостолів» вражає своєю екзистенційною драмою. Це нібито ті пацієнти психушки, що існувала поруч з Кирилівською церквою, які стали апостолами. Тут ми бачимо передбачення художником своєї трагічної долі.

Потім він розписав ангелів у барабані Софії Київської і здійснив прекрасний іконостас для Кирилівської церкви. Але виникла одна, будемо казати, перешкода: Врубель закохався в дружину свого патрона, Емілію Львівну Прахову, яка була старшою за нього на кілька років і вже мала двох дітей. Окрім посмішки, це кохання нічого не викликало. Прахов сподівався, що Врубель поїде в Венецію і там напише іконостас, надав йому важкі дошки із цинку, щоб він там отримав грижу через те, що переносив їх. Але грижі не сталося, а сталася ще одна трагедія. Мадонна була зображена в вигляді Емілії Львівни. Всіх це вразило, і вже про розписи для Володимирського собору мова не йшла.

Єдине, що Врубель ще зробив – він допомагав братам Сведомським зробити картони для цих розписів. Це абсолютно такі, будемо говорити, ремісничі підробки, які навіть на рівень нижчі, ніж твори Васнецова. Володимирський собор, яким так пишаються сучасні «богоносні» постаті різних конфесій, є по суті пустим храмом. Богоматір тут – це Оленушка з васнецовських картин, на стовпах намальовані богатирі васнецовських картин, Страшний Суд – теж рефрен васнецовського інструментарію

оздоблювати інтер'єри храму. Можна стверджувати, що не пощастило Володимирському собору з росписами. Єдина перлина – це іконостас М.Нестерова, який вражає своєю одухотвореністю. І ще малопомітні дві роботи в бокових наосах під вікнами – орнаменти Врубеля. От туди Прахов назначив цього генія, і там він здійснив ці роботи. Коли О. Бенуа їх побачив, то сказав, що це своєрідний жест богоборства, це заперечення іконописання, своєрідна орнаментация сутнього, повернення в ранню Візантію. Якщо б так були здійснені всі роботи, це був би геніальний твір. Ескізи Врубеля для собору вражають своєю містичною відвертою щирістю, їх не можна сприймати без високих нот екстазу і піднесеного захоплення.

В той час Врубель ще написав прекрасний твір «Дівчина на тлі персидського килима» (це донька одного із банкірів), абсолютно вражаюча робота. Прекрасний фільм поставив Леонід Михайловича Осика «Етюди про Врубеля», де Врубеля грає грузинський актор. Актор абсолютно несхожий на Врубеля, але темперамент, сама манера поведінки, артистизм вражають контрфракційною і разом синестезійною синхронією з образом. Можна стверджувати, що цей фільм якоюсь мірою відкрив ще раз Врубеля, забутого генія, кого в Києві просто не бачать і не знають.

У автора виникла ідея зробити своєрідний відеофільм, монтаж з ескізів, начерків Врубеля, структурувати до нього моушн-дизайн у вигляді певних логограм. Що ж стало основою цього логодизайну? Основою став елементарний, здійснений самим Михайлом Врубелем, напис свого імені. Це настільки динамічний, настільки оригінальний красивий логограф, будемо так говорити, де кожна літера живе в своєму окремому просторі. Автор проєктує здійснити реконструкцію літер шляхом анімації, не плоскої, а навпаки, в системі 3D.

В літері визначена вісь і здійснене обертання навколо цієї осі. Виникає складна форма. Шляхом опрацювання силуету знаходиться декілька варіантів надпису в літерах В, Р, У, Б, Е, Л, Ї. Коли виник такий задум, то,

звичайно, захотілося накласти ці літери в комп'ютерній системі композитингу на орнаменти, здійснені у Володимирському соборі. Якщо зараз підійти до них, вони закриті приставними іконостасами. Це абсолютна дикість, нікому до Врубеля немає справи. Ось така наша сучасна культура – масовий присмак примітиву і забутий геній, який здійснив блискучі роботи і своєю долею довів те, що український модерн реалізувався насправді геніально, фантастично, красиво.

Коли говорять, що Врубель – суто російський геній, всі забувають, що він виріс в Одесі. Католик за вірою, він зробив певну систему іконографії візантійського зразка і пішов глибше в своїх орнаментах Володимирського собору, занурився в українську міфологію. Відомий міф, що Ангел Смерті мав декілька очей, коли він прилітав до людини і бачив, що людина ще не готова до того, щоб забрати її, то додавав їй додаткові очі, щоб вона більше бачила перед смертю. В орнаментах Врубеля оживають лабриси Ангела Смерті, птахи давньої трипільської культури ожили поруч з рослинними системами, стають українським полем, де оживає праміф. І у автора з'явилося бажання оживити ці орнаменти і надати таку архітектоніку літер, як своєїрідної архітектури, в якій би зазвучали, як в своєїрідній рамці, в своєїрідній судині орхідеї Врубеля, його квітки, його блискучі акварельні нариси, начерки, які вмонтовані в цей орнамент. Цей проєкт ще не завершений, але є сподівання, що він буде втілений.

Ми намагалися показати, що логодизайн – це остання крапка моушн-системи, моушн-дизайн реалізується власне з концепцією логодизайну. Але логіка презентації змістовного контексту теми примусила поставити цю проблему в кінці, щоб актуалізувати виток як систему логістики, задіяну за домінантою слова.

Висновки до третього розділу

Візуальні патерни моушн-дизайну реалізуються в системі поетики композитингу як певне нашарування інформації, що можна зазначити як палімпсест, колаж, єднання елементів в ціле. Поетика, за давньогрецьким визначенням «*poesis*», несе в собі онтологічний аспект, що піддається єднанню: щойність несе в собі естетичний аспект, що визначає, в якому чуттєвому континуумі реалізується комунікація, як реалізується цілісність композитингу як певного віртуального і художнього цілого.

Всі ці аспекти знайшли своє визначення в плані широко відомих досліджень Вільяма Боумена. Це майстер графіки 70-х років в Америці. В той час був зліт дизайну – як відомо, фактично був реалізований так званий *staff*-дизайн, диференційований дизайн, дизайн фірм, дизайн інтер'єрів, дизайн меблів, дизайн графічний. Графіка у Боумена стала об'єктом дослідження. Він достатньо гостро визначив систему, де охарактеризував проблему графічного простору: як робити щось, що робити і де робити; застосував систему поетапного зчитування інформації від об'ємних тіл до плоских (це фактично повторення композитингу, або системи композиції, ще від Гільдебранда і Фаворського, хоча ці автори тут не нагадуються); визначив свою систему презентування інформації, яка досягла свого графічного еквіваленту в певних графах передання інформації в комунікативному ланцюгу. Активно застосовуються категорії «форма», «текстура», «колір» і інші.

Віртуальна графіка як арт-об'єкт презентована концептом патерну. Патерн несе в собі еволюцію від дизайну класичного до дизайну нелінійних субструктур, реалізованого в комп'ютерній графіці. Патерн, особливо в графіці, реалізує широку палітру, яка пов'язується з потенціалом класичного швейцарського дизайну базельської школи, з розробками структурних модульних сіток, растрових конфігурацій, а потім в системах нелінійного

простору, де літерний простір розгортається в складному контексті взаємодії літери, тла і тих силуетів, які презентують композицію.

Логодизайн в системі моушн презентований буквенно-літерним еквівалентом слова, як система, яка відома в візуальному наповненні або симбіозі з візуальними конструкціями, це переважно логотип, реконструйований в більш широкому контексті як логограф, як культурно-історичний контекст, який поєднує в собі коди піктограм, занотовані в вигляді певної системи передання інформації. Піктограми вже інституалізовані, логографія, консонантне письмо і літерне письмо, алфаветний код — все це призвело до ідеї побудови архітекτονіки словесного вимовлення, або інформації у вигляді архітекτονіки літери, яка теж за моделлю В. Боумена трансформується в об'єм.

Її можна змодельовати на комп'ютері навколо обертання вертикальної осі. Якщо відриватися від схеми моделей типографіки, де відомі шрифти, а це вся систематика, починаючи від античності і закінчуючи полум'яніючою готикою, гротеском в XIX-му столітті, в XX-му столітті реалізується досить ясно, просто як шрифтові композиції. Це в основному плоскі конструкції. Отже, підхід до об'ємного бачення літери є достатньо новітнім. Він може реалізуватися в різних жанрах, зокрема в фентезі, в жанрах масової культури, де потрібна певна внутрішня іронічна демаркація між тим, що здійснює сучасна екранна інформація, і всім тим контекстом, який є більш широким за своїм духовним взірцем, ніж масова культура в цілому.

Автор здійснив декілька авторських проєктів. Це його розвідка щодо графіті Києва, де він опрацював свою модель моушн-дизайну, здійснив певну інформацію в контексті моушн-дизайну щодо візуальних імплікацій двох музеїв в Переяславському національному історико-етнологічному заповіднику. Це музей кобзарства і музей сухопутного транспорту середньої Наддніпрянщини. Також намагається здійснити проєкт, присвячений творчості Михайла Врубеля в Києві, тут системна літерна атрибуція моушн-

дизайну почалася з авторського нарису, напису «Врубель» рукою художника. Ці літери будуть опрацьовані на комп'ютері і представлені як модельні об'ємні артефакти, які мають внутрішній об'єм, в який нібито включені об'єкти акварелей Михайла Врубеля. Це переважно квітки, акварелі, які здійснені просто бездоганно красиво і геніально.

ВИСНОВКИ

Здійснене дослідження показало, що дигітальні технології в моушн-дизайні визначається суто технічно, в рамках віртуальних комунікацій, переважно в контексті графічного дизайну. Але графічний дизайн є лише одною із важливих і водночас генеративних систем комунікацій моушн.

1. Графічний дизайн реалізується в більш широких контекстах, як певна система графематики, система письма, система, яка відслідковується в давніх графіті, починаючи з Софії Київської, Церкві Спаса на Берестові, досягає сьогоденішнього, будемо казати, апогею масової культурної реальності в сучасних графіті великих урбанізованих міст. Зокрема в місті Києві вже здійснено біля ста сімдесяти графіті, які реалізовані в своєрідних фензінах, написаних на парканах (це англомовні слогани, які ні про що не говорять). Руйнується система великих завданих норм, нормативів, формується інший комунікативний простір, де потрібно визначити моушн-дизайн як систему комунікації.

2. Медійний, семіотичний та візуальний повороти як засади наукового дослідження довели, що власне медіа в широкому сенсі як опосередкування інформації є засадою сучасних семіотичних і візуальних конструкцій моушн. Семіотичний поворот пов'язаний з широким пресингом структуралізму та постструктуралізму, з системою аналізу культури, культурних практик, зокрема моушн-дизайну в контексті так званих знакових, і ще більш конкретно – дискурсивних систем презентації інформації.

Візуальний поворот в певній мірі дезавуював цей дискурсивний хід інтерпретації культури і став більш орієнтований на те, що зветься «картинка» або «інформаційна екранна реальність», яка зазначена в контексті так званого окуляцентризму. Довіра до картинки, безпосередні системи ідентифікації інколи втрачають те, що виникло в культурі як системи умовності, естетичних норм. Такий розмитий простір поєднує в собі складнощі комунікації, де все потрібно зводити до посередника, комуніканта,

який або вмонтований в дискурс у вигляді суб'єкту, або є живим носієм інформації, опосередкування інформації.

Семіотичний поворот інтерпретує культуру як знакові системи, єдність означуваного і означального як дискурс. Але відбувається складна метаморфоза: якщо сценічний вимір передання інформації, коли театралізація, екранна презентація ідентичності людини і картинки деонтологізуються (все стає картинкою), то виникає компенсаторний механізм: дискурси, навпаки, онтологізуються, стають активними носіями не лише інформаційно-комунікативних повідомлень як таких, але і всіх засад культуротворення.

3. Дигітальний простір і сам феномен *digitus* реалізується досить і досить по-різному. З одного боку, це цифровий простір, орієнтований на моделювання інформації в системі 2, 3, 4D, а з іншого боку, *digitus* за латиницею, це «вказуючий перст», сугестивний засіб естетичного впливу, керування інформаційними потоками, вбудований в дискурс, в комунікативну конструкцію. Цей аспект не розкритий в дослідженнях, і автор вперше його визначає як системотворчий.

Digitus моюшн як інформаційно-комунікативна цілісність – це керуючий, організуючий і інформативно-трансформативний контекст, який буквально наводить маршрути в лабіринтах сучасних хаосогенних комунікацій середовища, в ланцюгу інформативних повідомлень інтернету, в новинах різного типу, якими оточена людина в віртуальному просторі. *Digitus* моюшн – це своєрідний естетичний посередник, який несе в собі вольову суб'єктну функцію презентації інформації у вигляді керівного і комунікативного епіцентру формування інформації у вигляді патернів, візуальних структур, що презентується як екранна змодельована продукція, як графічний дизайн, як цілісність презентації інформації.

4. Моушн-дизайн в контексті культурних практик несе в собі єдність кінематографічних, медійних і рекламних констант. Їх не можна зазначити

окремо, як жанри. Моушн неможливий без анімації в 2D, здійсненої руками руху зображень, і вже технологічно-трансформативних засобів віртуальної анімації. Моушн неможливий без анімації як певного одушевлення арт-продукту, стає суб'єктом комунікації, дії. Будь-яка картинка стає активним медіа-агентом, актором комунікації. В рекламі особливо важлива гіпербола, всі риторичні засоби приходять з історією рекламних повідомлень. Це і глашатаї на площі, це і змагання дискурсів, слогани, широка культура ярмарків, балаганів, що мають своє відлуння в сучасних видовищах і своєрідних ретроархаїзуючих контентах рекламних акцій.

5. Графематика, морфологія, синтагматика арт-об'єктів в моушн-дизайні несе в собі обов'язкову прив'язку до того жанру, в якому реалізується діяльність моушн. Графематика в більшості орієнтована на зчитку інформації на краї. Морфологія – на візуальний рельєф, за визначенням А. Гільдебранда, В. Фаворського, в якому реалізується антропоморфний вимір комунікації. Синтагматика – це розподіл на зони: верх – низ, ліве – праве, де задіяні такі структуруючі елементи, як симетрія, десиметрія, рівновага, динаміка об'єкта всередині рамки або формату, або завданого об'єму комунікації. Фактично, арт-об'єкти моушн є системи артизації, де лінгвістичний код, графемний, морфологічний і синтагматичний контексти візуального повідомлення стають самодостатніми. Синтаксис як цілісність кодів передання інформації в дизайн-моушн редукується, бо синтаксис належить тому жанру, в якому реалізується моушн-діяльність.

Візуальна центрація графематики, морфології і синтагматики, де зчитка інформація на краї, певний об'єм інформації і зонування цієї інформації стають засадою презентації арт-об'єкту моушн-дизайну як своєрідного комунікативного цілого. Візуальні патерни моушн-дизайну реалізуються в системі поетики композитингу, що означає композиційну єдність елементів, їх своєрідний колаж або палімпсест, а також реалізує в собі складну систему трансформацій реалій композитингу в системі завданих координат.

Віртуальна графіка як арт-об'єкт – це переважно сьогоденні інтерпретації патерну, або візуальних конструкцій, або тих об'єктів комунікації, які є суб'єкт-об'єктним простором одночасно. Вони спонукають до комунікації, вони несуть в собі програму дії і реалізують контекст формотворення.

6. Логодизайн розуміється в широкому контексті як конструкція слова в його морфологічному, семантичному і естетичному вимірі. Фактично, логодизайн все більше інтерпретується як логотип, як система презентатив фірм, товарних знаків і всіх інших інформаційних конструкцій. Адже логодизайн в цілому орієнтований на систему побудови архітекτονіки слова в системі моушн. Ще мало задіяний контекст літерного графематичного аналізу і архітекτονіки літери. Всі ці аспекти реалізують систему моушн-дизайну як арт-об'єкт, цілісність комунікації, як феномен, що пов'язаний з дигітальними технологіями, системою культурних практик за домінантою кінематики, медіа і реклами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аза Л.А. Особливості процесу міжетнічної культурної взаємодії в українському суспільстві. *Українське суспільство на порозі третього тисячоліття* / Під ред. М.О. Шульги. Київ : Інститут соціології НАН України”, 1999. С. 607 – 622.
2. Алішер А.А. Художній простір театральної вистави. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2020. №2 .С. 115–119.
3. Алфьорова З. І. Візуальне мистецтво кінця ХХ – початку ХХІ століття : автореф. дис. ... д-ра мистецтвознавства : спец. 26.00.01. Харків, 2008. 40 с.
4. Андрос Є. І. Всезагальне та індивідуальне в культурі за умов глобалізації. *Людина і культура в умовах глобалізації*. Київ : Парапан, 2003. С. 85–93.
5. Аренд Х. Між минулим і майбутнім / пер. з англ. Київ : Дух і Літера, 2002. 321 с.
6. Арєф’єва А.Ю. Синтез мистецтв в європейській культурі ХХ століття. Київ : Український державний університет імені Михайла Драгоманова, 2023. 307 с.
7. Арєф’єва А.Ю. Українська культура в контексті глобалізаційних процесів сучасності. «Університет Україна», 2018. 132 с.
8. Арєф’єва Є. Ю. Екосистемний підхід щодо визначення синтезу мистецтв. *Синтез мистецтв і ремесел*. Київ–Переяслав : Нац. історико-етнограф. заповідник «Переяслав». 2022. С. 6–19.
9. Арнхейм Р. Мистецтво і візуальне сприйняття: Психологія творчого бачення. Київ: ArtHuss, 2019. 384 с.
10. Арто А. Театр і його Двійник / пер з франц. Романа Осадчука. Київ: видавництво Жупанського, 2021, 280 с.
11. Афанасьєв В.А. Федор Иванович Шмит. Киев : Наукова думка, 1992. 218 с.

12. Бабушка Л.Д. Фестивація як комунікативний апропріатор глобалізаційних інтересів у культуротворчому просторі : монографія. Київ : Лисенко М. М., 2020. 269 с.
13. Барна Н. Дизайн в контексті художньої культури XX–XXI століть. Київ : «Університет Україна»., 2015. 353 с.
14. Барт Р. Camera Lucida. Нотування фотографії. Київ: MOKSOP, 2022. 176 с. URL: <https://moksop.org/product/rolan-bart-camera-lucida-notuvannia-fotohrafii/>
15. Башляр Г. Избранное: поэтика пространства : пер. с фр. Москва : РОССПЭН, 2004. 376 с.
16. Бауман Зигмунт. Глобалізація. Наслідки для людини і суспільства / пер. з англ. І. Андрущенко. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 109 с.
17. Безклубенко С. Телевізійне кіно. Київ : 1974 с.
18. Безклубенко С. Відеологія: Основи теорії екранних мистецтв. Київ : Альтапрес, 2004. 238 с.
19. Безклубенко С. Українське кіно: начерк історії. Київ : Альтерпрес, 2004. 234 с.
20. Белл Д. Прихід постіндустріального суспільства. *Сучасна зарубіжна соціальна філософія*. Київ : Либідь, 1996. С.194–251.
21. Белл Д. Культурні суперечності капіталізму. *Сучасна зарубіжна соціальна філософія*. Київ : Либідь, 1996. С. 251–275.
22. Білий О. Національна держава, влада й усталення інфрамистецтва. *Contemporary art – Нові території*. Київ : Eidos, 2006. С.118 – 148.
23. Білий О. Новітні метаморфози радянського „новоязу”. *Політологія посткомунізму*. Київ : Політична думка, 1995. С. 86 – 88.
24. Бистрицький Е. Посткомуністична філософія посткомуністичної доби. *Політологія посткомунізму*. Київ: Політична думка, 1995. С. 13 – 67.

25. Близнюк М. Інформаційні технології в мистецтві та дизайні: освітній аспект. *Вісн. Харків. держ. акад. дизайну і мистецтв* : зб. наук. пр. Харків, 2002. Вип. 6. С. 58–61.
26. Богущкий Ю. П., Андрущенко В. П., Безвершук Ж. О, Новохатько Л. М. Українська культура в європейському контексті. Київ : Знання, 2007. 679 с.
27. Богущкий Ю. Самоорганізація культури: онтологія. Динаміка. Перспективи. Київ : Веселка, 2008. 199 с.
28. Брехт Б. Про мистецтво театру / пер. з нім., упоряд. О. С. Чирков. Київ: Мистецтво, 1977. 365 с.
29. Васильєва О. Інфографічні складові motion-дизайну. *Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (20 квітня 2018 р., м. Київ) : у 2-х т.* Київ : КНУТД, 2018. Т. 2. С. 19–22.
30. Васкяліте В.Й. Синтез мистецтв в дизайні. *Актуальні питання гуманітарних наук.* Вип. 70, том 1, 2023. С. 78–82.
31. Васкяліте В.Й. Модерні синтези в дизайні початку ХХ століття. *Актуальні питання гуманітарних наук.* Вип. 71, том 1, 2024. С. 77–82.
32. Видовище. *Великий тлумачний словник сучасної української мови.* Київ : Перун, 2004. С. 93.
33. Вишеславський Г. Сучасне візуальне мистецтво України періоду постмодернізму. *Нариси з історії образотворчого мистецтва України ХХ століття.* Київ : Інтертехнологія, 2006. Кн.2. С. 424–482.
34. Вільке Ю. Мультимедіа та онлайнові медіа. *Публіцистика. Масова комунікація: Медіа-енциклопедія.* Київ : Академія Української преси. 2007. С.451 – 475.
35. Габермас Ю. Структурні перетворення у сфері відкритості. Дослідження категорії громадянське суспільство : пер. з нім. Львів, 2000. 265 с.

36. Габермас Ю. Дії, мовленнєві акти, мовленнєві інтеракції та життєвий світ. *Комунікативна практична філософія* / А. М. Ермоленко. Київ : Лібра, 1999. С. 287–324.
37. Гейзінга Й. Homo Ludens / пер. з англ. О. Мокроволаського. Київ: Основи, 1994. 250 с.
38. Гелд Д. МакГрю Е., Голдблатт Д., Перратон Д. Глобальні трансформації / пер. з англ. В.Курганського, В. Сікори. Київ. : Фенікс, 2003. 548 с.
39. Глобалізація і безпека розвитку : монографія / . Г. Білорус, Д. Г. Лук'яненко та ін. ; кер. авт. колективу і наук. ред. О. Г. Білорус. Київ : КНЕУ, 2001. 733 с.
40. Глобалізація. Регіоналізація. Регіональна політика : хрестоматія з сучасної зарубіжної соціології регіонів / уклад. І. Ф. Кононов, В. П. Бородачов, Д. М. Топольськов. Луганськ : Альма Матер–Знання, 2002. 664 с.
41. Головаха Є. Соціальна паталогія посткомуністичного суспільства. *Політологія посткомунізму*. Київ : Політична думка, 1995. С.227 – 242.
42. Голубнича Г. В. Дизайн гендерної інфографіки: визначники та тенденції розвитку. Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 022 «Дизайн». Київ, 2024. 207 с.
43. Горбачов Д. Мої зустрічі з генієм дизайну. 2011. URL: <https://artukraine.com.ua/ukr/a/moi-vstrechi-s-geniem-dizayna/#.ZexDenZBzIU>
44. Горкгаймер М. Критика інструментального розуму / пер з нім. М.Култаєвої. Київ : Український філософський фонд, 2006. 282 с.
45. Грег Е. Г. Про мистецтво театру. Київ: Мистецтво, 1974. 319 с.
46. Гриценко О., Стріха М., Солодовник В., Кононенко Є., Різник О. Нариси української популярної культури. Український центр культурних досліджень; Інститут культурної політики. Київ, 1998. 760с.
47. Гундорова Т. І. Кітч і література. Травестії. Київ : Факт, 2008. 284 с.

48. Джеймісон Ф. Постмодернізм або логіка культури пізнього капіталізму / пер. з англ. Петра Дениска. Київ : Курс, 2008. 504 с.
49. Дизайн: Словник-довідник / Ін-т проблем сучасн. мист-ва НАМ України; за ред. М. І. Яковлева; Упоряд. : Ю. О. Іванченко, О. І. Ваврик, О. Г. Бросаліна та ін. ; Редкол. : В. Д. Сидоренко (голова), І. Д. Безгін, Г. І. Веселовська та ін. Київ : Фенікс, 2010. 384 с.
50. Ділі Д. Основи семіотики / пер. з англ. А. Карася. Львів : Арсенал. 232 с.
51. Довженко. Земля. Щоденник. Київ : Андронум, 2021.
https://www.yakaboo.ua/ua/zemlja-schodennik.html?srsltid=AfmBOorb-KMv_N2ZScMDLGRHtjBGMO9fYtndbvXtT3aE-LAavAk6CBSA
52. Єрмоленко А. М. Соціальна етика та екологія. Київ : Лібра, 2010, 416 с.
53. Єрмоленко А. М. Комунікативна практична філософія. Київ : Лібра, 1999, 488 с.
54. Єрмоленко А.М. Взаємодія стратегічної та комунікативної раціональності за умов глобалізації. *Людина і культура в умовах глобалізації*. Київ : ПАРАПАН, 2003. С. 71 – 79.
55. Жанр. *Великий тлумачний словник сучасної української мови*. Київ : Ірпінь: ВТФ Перун, 2004. 1440 с.
56. Зайцев В. П. Режисура естради та масових видовищ. Київ : Дакор, 2006. 252 с.
57. Звиняцьківська З. Ми були людьми з СРСР, «совками», а зараз стали тими, ким є. URL: <https://elle.ua/ludi/interview/mi-buli-lyudmi...>
58. Звиняцьківська З. «Хіпстери вічні». 2015. URL: <https://zbruc.eu/node/37904>
59. Зеленін В. Основи міфодизайну. Психотехнології керування медіареальністю. Навчально - методичний посібник. Київ : Вид-во «Гнозис», 2017. 168 с.

60. Зернецька О.В. Нові засоби масової комунікації (соціокультурний аспект). АН України. Ін – т світової економіки й міжнародних відносин. Київ : Наукова думка, 1993. 131с.
61. Зінкевич О.С. Дискусійні питання мультикультурних процесів. *Часопис Національної музичної академії України імені П.І. Чайковського*. Науковий журнал. № 1. 2008. С.82 – 89.
62. Зонтаг С. Про фотографію. Київ : Основи, 2002.
63. Зонтаг С. Проти інтерпретації та інші есе. Львів : Кальварія, 2006.
64. Ісаєв В. Соціальні перетворення – оцінка соціально-політичних змін. *Українське суспільство на шляху перетворень: західна інтерпретація*. Київ : Видавничий дім „КМ академія”, 2004. С. 9 – 29.
65. Кастельс М. Інтернет-галактика. Міркування щодо інтернету, бізнесу і суспільства. Київ, 2007. 306 с.
66. Кепплінгер Х.М. Вплив насильства у мас-медіа. *Публіцистика. Масова комунікація: Медіа-енциклопедія*. Київ : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2007. С. 475–502.
67. Кисельов М.М., Деркач В.Л., Канак Ф.М., Гардашук Т.В., Толстоухов А.В. Концептуальні виміри екологічної свідомості. Київ : Парапан, 2003. 312 с.
68. Клековкин О. Античний театр : Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів культури і мистецтв III-IV рівнів акредитації. Видання друге, доповнене і перероблене. Київ: «АртЕк», 2007. 328 с.
69. Константинов В., Соколюк Л., Нікуленко С. Сторінки історії. *75 років вищої художньої школи Харкова*. Харків : Харківський художньо-промисловий інститут, 1996. 146 с.
70. Копиленко О.Л. Влада інформації. Київ : Україна, 1991. 108 с.
71. Корнієнко В. Корпус графіті Софії Київської (XI – початок XVIII ст.). Київ : Горобець, 2010. Ч. 7, т. 1: Західна зовнішня галерея. Київ, 2016. 240 с.

72. Корнієнко Н. М. Запрошення до хаосу. Київ : Наук. центр театр. мист. Ім. Леся Курбаса, 2008. 246 с.
73. Костенко Н. Культурні парадигми та перспективи українських мас-медій. *Політологія посткомунізму*. Київ: Політична думка, 1995. С. 82 – 85.
74. Котлер Ф. Десять смертних гріхів маркетингу : Ознаки і методи вирішення. /пер. з англ. І. П.Гусан, А.Ю.Гусан. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2006. 144 с.
75. Крейг Р. Інтернет-журналістика. Робота журналіста і редактора у нових ЗМІ / пер. з англ. А.Іщенко. Київ : Вид.дім „Києво-Могилянська академія”, 2007. 324 с.
76. Кримський С. Б. Запити філософських смислів. Київ : ПАРАПАН, 2003. 240 с.
77. Кримський С. Дім. Поле. Храм. *Синтези. Часопис з питань культури*. 1994. № 1. С.6 – 9.
78. Кримський С. Б. Під сигнатурою Софії. Київ: ВД «Києво-Могилянська академія», 2008. 367 с.
79. Крівенко О. Мас-медіа в Україні. *Політологія посткомунізму*. Київ : Політична думка, 1995. С. 85 – 86.
80. Крістева Ю. Полілог / пер. з фр. П. Таращука. Київ : Юніверс. 2004. 480 с.
81. Кулік В. Дискурс українських медій: ідентичності, ідеології, владні стосунки. Київ : Часопис Критика”, 2010. 656 с.
82. Курбас О. С. Березіль: Із творчої спадщини; Під ред. М.Н. Москаленко; Упорядн. Та автор приміток: М. Г. Лабінський. К.: Дніпро, 1988. 518 с.
83. Курбас Лесь. Філософія театру; Упоряд. М. Лабінський. К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2001. 917 с.
84. Лагутенко О. А. Українська графіка першої третини ХХ століття: загальноєвропейські тенденції та національні особливості розвитку: дис... д-

ра мистецтвознав.: 17.00.05 / Нац. акад. Образотвор. мистецт-во. і архіт. Київ, 2008. 429 с.

85. Лагутенко О. А. Graphien Графіки: нариси з історії української графіки ХХ століття. Київ: Грані-Т, 2007. 168 с.: іл.

86. Ламах В. Книги схем : в 2 томах. Т. 1. Київ : Арт Книга, 2015. 456 с.

87. Легенький Ю.Г. Культурология изображения (опит композиционного синтеза). Киев ГАЛПУ, 1995. 420 с.

88. Легенький Ю.Г. Дизайн: культурологія та естетика. Київ : КНУТД, 2000. 272 с.

89. Легенький Ю.Г. Історія дизайну. Київ : ДАКККіМ, 2006. 560 с.

90. Легенький Ю.Г. Українська національна мода ХХ століття: образ і міф». Київ : Університет «Україна», 2022. 456 с.

91. Легенький Ю.Г. Соціальний дизайн: образ і документ в часові і просторі культури. Монографія. Київ-Переяслав-Ніжин: Видавець Лисенко М.М. 2023. 383 с.

92. Легенький Ю. Compositio (загальна теорія композиції). Київ-Ніжин : Видавець Лисенко М.М., 2025. 602 с.

93. Лісовий В. С. Культура – ідеологія – політика. Київ : Вид-во ім. Олени Теліги, 1997. 352с.

94. Лобас В.Х., Легенький Ю.Г. Українська та зарубіжна культура. Київ : ВІПОЛ, 1997. 272 с.

95. Логографія. URL: <https://809.slovaronline.com/Логографія>

96. Лях В.В. Трансформації соціокультурної сфери в інформаційному суспільстві. *Культура в сучасних трансформаційних процесах*. Київ : Аспект-Поліграф, 2011. С. 6 – 31.

97. Макаров А. Світло українського бароко. Київ : Мистецтво, 1994. 288 с.

98. Малахов В. Етика спілкування. Київ : Либідь, 2006. 339 с.

99. Малишко А. Що таке патерн? URL:

<https://rocketmen.com.ua/ua/article/pattern>

100. Мартен Д., Мецжер Ж.-Л., П'єр Ф. Соціологія глобалізації / перекл. з фран. Є. Марічева. Київ : «КМ Академія», 2005. 302 с.
101. Масуда Й. Гіпотеза про генезис Homo intelligens. *Сучасна зарубіжна соціальна філософія*. Київ : Либідь, 1996. 335 – 362.
102. Мащенко І. Г. Лики і лиця телерадіопростору. Київ : ГО „Українська Межіа Спілка”, 2003. 400 с.
103. Мащенко І. Радіо і телебачення: від джерел – до космічних висот. Київ : Миколаїв: Тетра, 2003. 416 с.
104. Мащенко І. Г. Телебачення України. Київ : Тетра, 1998. Т. 1: Телебачення de facto, 1998. 511 с.
105. Мащенко І. Г. Телебачення України. Київ : Тетра, 1998. Т. 2 . Телебачення, 2000. 528 с.
106. Мирошніченко, Ю. С. Типографіка електронних видань: скерування естетичних орієнтирів. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*, 2014. №2, 25–28.
107. Михайленко В. С., Яковлев М. І. Основи композиції (геометричні аспекти художнього формотворення): Навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів. Київ : Каравела, 2004. 304 с.
108. Моженко М. В. Титри та анімована графіка в кіно та на телебаченні. *Мистецтвознавчі записки*. 2018. Вип. 33. С. 330-337. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mz_2018_33_43
109. Мудрак М., Чечик В., Т. Павлова Т. Борис Косарев. Харківський модернізм 1915–1931, Київ: Родовід, 2011. 214 с.
110. Мурашко М. В. Шрифт, як виразний засіб передачі інформації у відео-рекламі. *Вісн. Харків. держ. акад. дизайну і мистецтв* : зб. наук. пр. Харків, 2015. Вип. 5. С. 26–35.
111. Нагорна Л. П. Регіональна ідентичність: український контекст. Київ : ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2008. 405 с.

112. Найден. О.С. Фольклор і модернізм. Спільне і відмінне. Три нариси на задану тему. Київ : Стилос, 2023. 256 с.
113. Омеляненко Ю.І. Телерадіомовлення України: Шляхи становлення і розвитку. Київ : Раритет, 1997. 100 с.
114. Паві П. Словник театру. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2006. 640 с.
115. Павлова Т., Чечик В. Борис Косарєв. 1920-ті роки: від малярства до театро-кіно-фото. Київ : Родовід, 2009. 285 с.
116. Патерн. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Патерн> (значення)
117. Пітерс Дж. Д. Слова на вітрі: історія ідей комунікації / пер. з англ. А. Іщенко. Київ : Вид. дім «КМ Академія», 2004. 302 с.
118. Пономаренко Ю.В. Артизація культурних практик як феномен сучасної культури автореф. дис. ... наує. ступеня кандидата культурології : спец. 26.00.01 «Теорія та історія культури». Київ, 2019. 16 с.
119. Попович Мирослав Володимирович. Раціональність і виміри людського буття. Київ : Сфера, 1997. 290с.
120. Попович М. В. Європа - Україна - праві і ліві. Київ : Київське братство, 1997. 108с.
121. Попович М. В. Червоне століття. КИЇВ : АртЕк, 2005. 888 с.
122. Почепцов Г.Г., Чукут С.А. Інформаційна політика. Київ : Знання, 2008. 663 с.
123. Прокопчук В.В. «Моуш-графіка титрів, як елемент художньої виразності кінофільму». *Альманах науки*. Видав. К. Європейський центр освіти, 2018, №12/2(21), С. 8–15.
124. Прокопчук В. Об'єкт моушн-дизайну як засіб утримання уваги глядача на прикладі найкасовішого фільму у світі. *Scientific Collection «InterConf», (38): with the Proceedings of the 1st International Scientific and Practical Conference «Science, Education, Innovation: Topical Issues and Modern Aspects»* (December 16-18, 2020) in Tallinn, Estonia; pp. 772–775

125. Прокопчук В. Розвиток елементів моушн-дизайну на прикладі найкасовіших фільмів у світі. *Scientific Collection «InterConf», (37): with the Proceedings of the 1st International Scientific and Practical Conference «Recent Scientific Investigation»* (December 6-8, 2020) in Oslo, Norway; pp. 644–649
126. Прокопчук В. (2020). Особливості розвитку кінематики кадру в фото та кінематографі. *Scientific Collection «InterConf», (36): with the Proceedings of the 7th International Scientific and Practical Conference «Challenges in Science of Nowadays»* (November 26-28, 2020) in Washington, USA; pp. 907–910.
127. Прокопчук В. «Моуш-графіка титрів, як елемент художньої виразності кінофільму». *Альманах науки. Видав. К. Європейський центр освіти*, 2018, №12/2 (21). С.8–15.
128. Прокопчук В.В. Вплив «візуального повороту» на елементи моушн-графіки у жанрі історичного кіно. *Альманах. Видав. К. Європейський центр освіти*, 2019, №12(33). С.20–25.
129. Робертсон Р. Глокалізація: часопростір і гомогенність-гетерогенність / пер. з англ. *Глобальні модерності*. Київ : Ніка-центр, 2008. С. 48–72. 147.
130. Розумний М. Національна ідея та її самозаперечення. *Сучасність*. 1996. № 3. С. 58—63.
131. Руденко Т. Авангардний дизайн Вадима Меллера. *Деміург : ідеї, технології, перспективи дизайну*, 2020. № 3(1). С. 116–128.
132. Рудий А.Р.
133. Рудий А.Р.
134. Рудий А.Р.
135. Рудий А.Р.
136. Рудий А.Р.
137. Рудий А.Р.
138. Рябчук М. Спокуса „третього шляху”: Україна на цивілізаційному роздоріжжі. *Українська культура*. 2008. № 7. С. 4–5.

139. Самчук Т. Василь Єрмилов: митець і система. URL: <https://cutt.ly/KnsxnvE> (дата звернення: 14.12.2016).
140. Сбітнєва Н.Ф. Тенденції розвитку сучасного графічного дизайну: повернення до рукотворності. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. 2005. № 4. С. 60–66.
141. Сидоренко В. Мрії театральних художників. Київ : Фенікс, 2011. 84 с.
142. Скляренко Г. Українське мистецтво другої половини 1980 – 2000-х років: події, явища, спрямування. *Нариси з історії образотворчого мистецтва України ХХ ст.* кн II. Київ : Інтертехнологія, 2006. С. 353 – 393.
143. Скубашевська Т.С. Роль мовних стратегій у міжкультурній комунікації. *Мультиверсум. Філософський альманах*. Київ : Центр духовної культури, 2004. № 43. С.177–182.
144. Скуратівський В., В. Трощинський, С. Чукут. Гуманітарна політика в Україні. Київ : Міленіум, 2002. 262 с.
145. Смирна Л. Століття нонконформізму в українському візуальному мистецтві: Монографія. ІПСМ НАМ України. Київ: «Видавництво Фенікс», 2017. 480 с.
146. Соколюк Л. Графіка бойчукістів. Часопис «Березіль». Харків, Нью-Йорк, 2002. 224 с.
147. Станіславська К. І. Мистецько-видовищні форми сучасної культури : монографія. Київ : НАККіМ, 2016. 352 с.
148. Сторі Дж. Теорія культури та масова культура / пер. з англ. С.Савченка. Київ : Акта, 2005. 257 с.
149. Судакова В. Функціональна специфіка соціальних медіа в процесах культуротворення. *Культурологічна думка*. 2016. № 9. С. 155–163.
150. Табачковський В. Полісутнісне homo: філософсько-мистецька думка в пошуках «неєвклідової рефлексивності Київ : Парапан, 2005. 432 с.

151. Табачковський В. Г. Світоглядно-антропологічні колізії процесу глобалізації. *Людина і культура в умовах глобалізації*. Київ : ПАРАПАН, 2003. С. 22–34.
152. Толстоухов А. В. Глобалізація. Влада. Еко-майбутнє. Київ : Парипан, 2003. 308 с.
153. Тоффлер О. Третя хвиля. *Сучасна зарубіжна соціальна філософія*. Київ : Либідь, 1996. С. 275 – 335.
154. Трач Ю. В. Динаміка сучасної культури: наукова і технікотехнологічна детермінація : монографія. Київ : Ліра-К. 2021. 484 с.
155. Універсальний дизайн. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/ Універсальний дизайн](https://uk.wikipedia.org/wiki/Універсальний_дизайн). 2021.
156. Фуко М. Наглядати й карати / пер. з фран. П. Таращук. Київ : Основи, 1998. 392 с.
157. Хьюїтінга Й. Homo Ludens. Досвід визначення ігрового елемента культури / пер. з англ. О.Мокровольського. Київ: «Основи», 1994. 250 с.
158. Чепелик В. Український архітектурний модерн. Київ : КНУБА, 200. 378 с.
159. Черкашин Р., Фоміна Ю. Ми – березильці: Театральні спогади-роздуми. Київ : Акта, 2008. 336 с.
160. Чернецький В. Картографуючи посткомуністичні культури. Київ : Критика, 2013. 432 с.
161. Чернова М. В. Борис Васильович Косарєв : Нарис життя і творчості. Київ : Мистецтво, 1969. 67 с.
162. Чуєва О., Чолій М. Типографічний аспект анімованих титрів у кінематографі початку цифрової доби. Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну. 2019. Т. 2, № 1. С. 67–80. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ditpd_2019_2_1_8.
163. Шинкарук В. І. Вибрані твори: У 3 т. Київ : Український Центр духовної культури, 2003. Т 1. 392с.

164. Шлемкевич М. Загублена українська душа. Київ : Фенікс, 1992. 158 с.
165. Шмит Ф. И. Искусство – его психология, его стилистика, его эволюция. Харьков : Союз, 1919. 338 с.
166. Шнаппер Д. Спільнота громадян. Про модерну концепцію нації. / пер. з франц. Р. В. Мардер. Харків : Фоліо, 2007. 223 с.
167. Шульга Р.П. Мистецтво і аудиторія: територія сучасних відносин. *Contemporary art – Нові території*. Київ : Eidos, 2006. С.187 – 206.
168. Юдкін І.М. Урбанізація та проблема цілісності культури. *Культурологічні проблеми української музики (наукові дискурси пам'яті академіка І.Ф.Ляшенка)*. Київ:НМАУ ім.П.І Чайковського, 2002. С. 62 – 69.
169. Юдова-Романова К. В. Технічні засоби оформлення сценічного простору. Київ : КНУКіМ. 2017. 314 с.
170. Юр'єв Ф. Музика кольору. Наука і життя. 1962. № 1. С. 7–9.
171. Яців Р. Українське мистецтво ХХ століття. ідеї, явища, персоналії: зб. ст. / НАН України, Ін-т народознавства. Львів: [б.в.], 2006. 351 с.
172. Яковець А.В. Телевізійна журналістика. Київ : Києво – Могилянська академія, 2007. – 240 с.
173. Allen S. From Object to Field. *Architectural Design*. 997. V. 67. N 25–6. P. 24–31.
174. Ando T-, Pare R. The Colours of Light. London: Phaidon Limited Press, 1996. 260 p.
175. Architecture in transition: between deconstruct!on and new modernism. – Munich: Prestel; New York, 1991. 157 p.
176. Arnheim R. Art and Visual Perseption. 2d ed. Berkeley: Univ. of California Press. 1984.
177. Arnold Schoenberg / Wassily Kandinsky: Letters, Pictures and Documents Paperback – January 1, 1984. by Jelena Hahl-Koch (Editor). URL:

- https://archive.org/details/arnoldschoenberg0000scho_i9h6/page/n7/mode/2up
178. Bakhtine M. Les genres du discours, dans Esthétique de la création verbale, Paris, Gallimard, 1984. 408 p.
URL: <https://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD/Bibliotheque-des-Idees/Esthetique-de-la-creation-verbale>
179. Barthes R. L'aventure sémiologique, Paris : Seuil, 1985. 358 p. URL: [https://archive.org > details](https://archive.org/details/arnoldschoenberg0000scho_i9h6/page/n7/mode/2up)
180. Barthes R. Système de la mode , Editions du Seuil: Paris. 1967.
181. Baudrillard Jean. L'échange symbolique et la mort. Par Jean Baudrillard. Année : 2017; Pages : 426 p. URL: [https://shorinprint.com > product > l-e-change-symbol....](https://shorinprint.com/product/l-e-change-symbol...)
182. Bowman William J. Graphic communication. John Wiley & Sons, New York – London – Sydney. 1968. 210 p. URL: https://archive.org/details/graphiccommunica0000unse_f0p5/page/n5/mode/2up
183. De Landa M. Deleuze and the Use of Genetic Algorithm. *Architectural Design*. 2002. V. 72. № 1. P.8-12.
184. Derrida J. Trace et archive, image et art; Suivi de Pour Jacques Derrida. Paris, Institut National de l'Audiovisuel (coll. Collège iconique), 2014.
185. Digitus. Латинско-русский словарь. 1986. URL: <https://la-rus-dict.slovaronline.com/21200-digitus>
186. Frantz M. Changing Over Time: The Future of Motion Graphic. 2003. URL: <http://www.mattfrantz.com/>
187. Friedman D. URL: [http:// www.yale.edu/opa/art-ybs/v34.n6/story14.htm/](http://www.yale.edu/opa/art-ybs/v34.n6/story14.htm/)
188. Foucault M. L'herméneutique du sujet, Paris, Hautes Études/Gallimard/Seuil, 2001, 540 p
189. Guy Debord La Société du Spectacle Les Éditions Gallimard, Paris, 1992, 3e édition, collection Folio, 224 pages, publication originale : Les Éditions Buchet Chastel, Paris, 1967. 132 p. URL:

https://web.archive.org/web/20190427195354id_/http://classiques.uqac.ca/contemporains/debord_guy/societe_du_spectacle/societe_du_spectacle.pdf 6.

190. Heidegger M. Der Ursprung des Kunstwerkes. URL:

URL: <http://download.klostermann.de/leseprobe/9...>

191. Heller, S. Wolfgang Waingart: Maring tne Young Generation Nyts. URL:

https://www.hellerbooks.com/pdfs/voice_wolfgang_weingart.pdf

192. Hildebrand Adolf von. The Problem of Form in Painting and Sculpture.

URL:

https://books.google.com.ua/books/about/The_Problem_of_Form_in_Painting_and_Scul.html?id=iZuRAAAAIIAJ&redir_esc=y.

193. Ho M.-W. The New Age of Organism. Architectural Design. 1997. V.67. № 9/10. P.47–51.

194. Hofmann S. Geschichte des Medienbegriffs. Hamburg: Felich Meiner, 2002. S 24–25.

195. Jacobson R. Linguistics and Poetics. In T. Sebeok (Ed.), Style in Language (pp. 350-377). Cambridge: Massachusetts Institute of Technology Press. 1960.

196. Jean-Lus-nansu. Corpus. Editions. Metnailie, Paris. 2000. URL:

https://monoskop.org/File:Nancy_Jean_Luc_Corpus_2000.pdf

197. Jensen K. B. Media Convergence. The Three Degrees of Network, Mass and Interpersonal Communication. London : Routledge, 2010. 208 p.

198. Jonts J, Christorher. Desidn mtthods. Seeds jf human futurec. WILEY-INTERSCIENCE a division of John Wiley@ Sons Ltd. London New York Sydnty Toronto. 1972. 407 p. URL:

<https://www.scribd.com/document/24290630/Design-Methods-seeds-of-human-futures>

199. Kandinsky V. Punkt und Linie zu Flacne Munich : Langen. 1928.

200. Kassirer E. The Philosophy of Symbolic Forms, Volume 1: Language. New York Yale University PressTaylor & Francis. 2023.

201. Krakauer Z. History. The Last Things Before the Last. New York, 1969.

202. Krasner J. Motion graphic design & fine art animation: principles and practice. Focal Press, 2004. 386 p.
203. Krasner J. Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetics. Taylor & Francis, 2008. 407 p.
204. Leong T. Super Graphic: A Visual Guide to the Comic Book Universe Paperback. Chronicle Books, 2013. 196 p.
205. Leong T. Star Wars Super Graphic: A Visual Guide to a Galaxy Far, Far Away Paperback, 2017. 176 p.
206. Lola G. & Aleksandrova T. To the new methodology of design consciousness for the futures. *The Design Journal An International Journal for All Aspects of Design*. 06 Sep 2017.
URL: https://www.researchgate.net/publication/319533041_The_Design_Journal
- Charles Jencks Critical Modernism – Where is Post Modernism going, Wiley Academy, London, 2017.
207. Lorenz, K. Das sogenannte Böse. Zur Naturgeschichte der Aggression. Wien, 1963 by Verlag Dr Borothea-Schoeler, Vienna, Austria. Konrad Lorenz. On Aggression. Translated by Marjorie Kerr Wilson with a foreword by Julian Huxley. London and New York. 1983. URL:
<https://translate.google.com/?hl=ru&sl=en&tl=uk&text=Das%20Sogenannte%20B%C3%B6se%2C%20Zur%20Naturgeschichte%20der%0AAggression%20first%20published%201>
208. Maldonado T. Digitale Welt und Gestaltung: Ausgewählte Schriften zur Gestaltung. Birkhäuser Basel-Boston-Berlin, 2007.
209. Manovich L. The Language of New Media. Cambridge : MIT Press , Massachusetts London, 2001. 400 p.
210. Manovich L. Software Takes Command. New York : Bloomsbury Academic, 2013.

211. Margreiter R. Medien/Philosophie:EinKippbild. Medienphilosophie: Beträge zur Klärung eines Begriffs / hrsg. von S. Munker. Frankfurt am Main: Fischer-Taschrnbuch-Vert., 2003. S 151.
212. McLuhan: Hot & Cool. NY : The New American Library Inc, 1967.
213. Mirzoeff N. An Introduction to Visual Culture. London : Routledge, 1999. 274 p.
214. Mitchell T. The Language of Images. 1980.
https://monoskop.org/images/9/96/Mitchell_WJT_The_Language_of_Images.pdf
215. Morin E. Method: towards a study of humankind. New York; Berlin, Bern; Frankfurt/M.; Paris; Wien; Lang, 1992 Vol.1. The nature of nature / transl. and introd. by J. L. Roland Belanger.-1992 (American university studies: Ser. 5, Philosophy. URL: URL:
https://monoskop.org/images/a/ad/Morin_Edgar_Method_vol_1_The_Nature_of_Nature.pdf
216. Morin E. Vers L' abime? Editionsde L'Herne. 2010. 181 p.
217. Panofsky E. Idea. A Concept in Art Theory (1924) / Trans, by J. S. Peake. New York: Harper & Row, 1968. – XIII, 268 p.
218. Rubinstein Sergei. Principios de psicología general. Editorial Pueblo y Educación, 1969. 767 p.
219. Saussure F., de. Course in general linguistics. New York : Philosophical library, 1959. 264 p.
220. Savchuk V. Die postinformationelle Gesellschaft: von der Totalität zur Lokalisierung. *Globale Wirtschaft und humane Gesellschaft. Ost-, West- und Südprobleme* / Hrg. von Rudolf Hermeier, Mark M. Huessy, Valerij Ljubin. Münster. 2006. S. 93 — 96.
221. Stravinsky I. Poetia Musicl. Nacid en Oraniesbaum, (Gan Petexsbuxgo, Rasa) el 18 de junio de 1882. URL:
https://monoskop.org/images/e/ee/Stravinsky_Igor_Poetica_musical.pdf

222. Spengler O. Der Untergang des Abendlandes. Munchen. 1924. Bd.1.
223. Urry, J. In: Environment and Planning D: Society and Space. 22, 1, p. 27-37. 11 p. Journal article. Enacting the social. Law, J., Urry, J. 2004.
224. Wagner R. Kunstwerk der Zukunft. URL:
[https://books.google.de/books?id=tuxAAAAAcAAJ&dq=inauthor:
"Richard+Wagner"&hl=de&pg=PR1#v=onepage&q&f=false](https://books.google.de/books?id=tuxAAAAAcAAJ&dq=inauthor:Richard+Wagner)
225. Williams R. The Animators Survival Kit. London : Faber & Faber, 2007. 352 p.
226. Wölfflin Heinrich. Kunstgeschichtliche Grundbegriffe: Das Problem der Stilentwicklung in der neueren Kunst. Bruckmann, München 1915,, OCLC 8405625 (2-ге видання 1917 онлайн). URL:
<https://digi.ub.uni-heidelberg.de/diglit/woelfflin1915>

ДОДАТОК

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ:

Підготовка публікацій у наукових фахових виданнях:

1. Рудий А. // МЕДІЙНИЙ, СЕМІОТИЧНИЙ ТА ВІЗУАЛЬНИЙ ПОВОРОТИ ЯК ЗАСАДИ АНАЛІЗУ МОУШН-ДИЗАЙНУ 2025. Культурологічний альманах. Випуск 3 (15), 2025
2. Rudyi Andrii. MOTION DESIGN AS A COMMUNICATION SYSTEM // Фахове видання з культурології Інституту балканістики Болгарської академії наук, 2025. <https://balkanstudies.bg/bg/biblioteka/monografii-i-sbornici.html>
3. Рудий А. DIGITUS МОУШН ЯК ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНА ЦІЛІСНІСТЬ ФОРМОТВОРЕННЯ. Фахове видання Fine Art and Culture Studies, Волинський національний університет імені Лесі Українки. Випуск № 32(7), 2025.
4. МОУШН-ДИЗАЙН В СИСТЕМІ ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ «Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку» Збірник наукових праць РДГУ, Випуск № 49(5), 2026.
5. Барна Н., Рудий А. та інші SOCIAL-CULTURAL UNITY OF DESIGN, FASHION, ADVERTISING AS AN ALTERGLOBALIZATION PROJECT <https://www.magnanimitas.cz/ad-alta-journal-of-interdisciplinary-research> (Web of Science)

Наукові праці, в яких засвідчено апробацію матеріалів дослідження:

6. Рудий А.Р. . Культурологічний вимір інформаційної культури: внесок українських дослідників. Міжнародна науково-практична конференція студентів та молодих вчених «Молодь. Освіта. Наука. Духовність» , 12-13 травня 2021 року, Київ.
7. Рудий А.Р. Україна у стані війни, нескорені та незламні. XIV міжнародна науково-практична конференція студентів і молодих вчених «Масово-комунікаційні процеси у сучасному світі», 29 травня 2023 р., м. Київ
8. Рудий А.Р. Соціокультурна ідентичність людини крізь призму глобалізаційних процесів в сучасній Україні/ Sociocultural identity of a person through the prism of globalization processes in modern Ukraine. Міжнародна науково-практична конференція “КУЛЬТУРА В ЧАСИ СОЦІАЛЬНИХ КРИЗ І КОНФЛІКТІВ” 22 листопада 2024 року, м. Варна (Болгарія).
9. Рудий А.Р. Моушн-дизайн як феномен сучасної культури. Міжнародна науково-практична конференція студентів та молодих вчених «Сучасний міжкультурний дискурс: мова – туризм - медіа», 29 травня 2025 року, м. Київ.
10. Рудий А.Р. Медіаосвіта в умовах війни: формування нового типу українського в контексті європейської інтеграції. Міжнародна науково-практична конференція «Освіта України в умовах війни та повоєнної

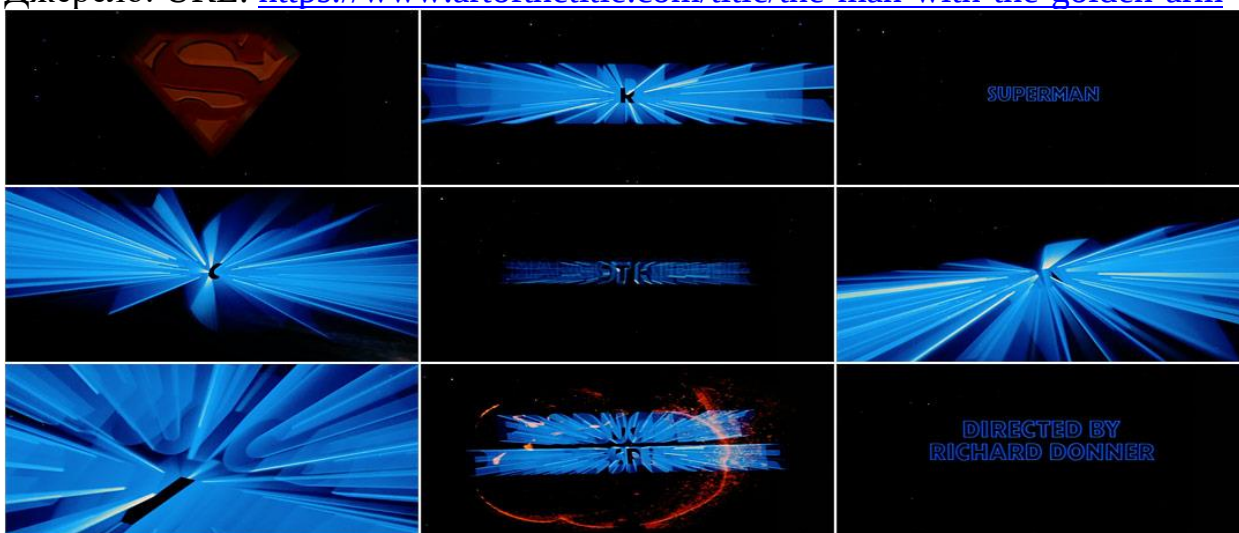
відбудови: глобальні тенденції та національні виклики», 26 травня 2026 року, м.Київ

ДОДАТКИ



1. Моушн-дизайн до кінофільму «The man with the golden arm» (1955).

Джерело: URL: <https://www.artofthetitle.com/title/the-man-with-the-golden-arm>



2. Моушн-дизайн до кінофільму «Superman» (1978). Режисер Річард Доннер.

Джерело: URL: <https://www.artofthetitle.com/title/superman>



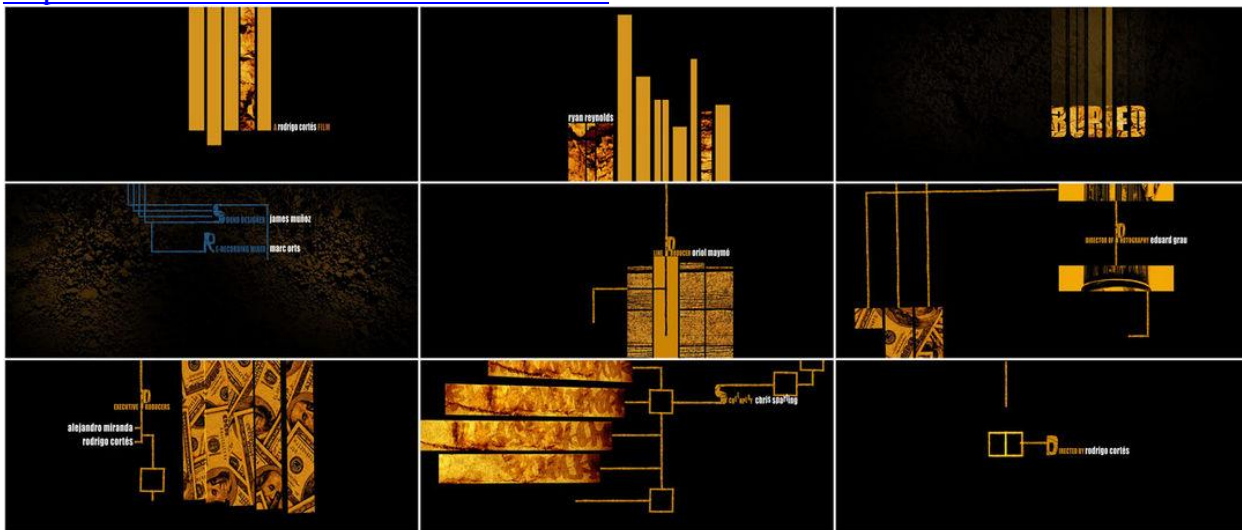
3. Моушн-дизайн до кінофільму «Star Wars» (1978). Джерело: URL:
<https://www.artofthetitle.com/title/star-wars>



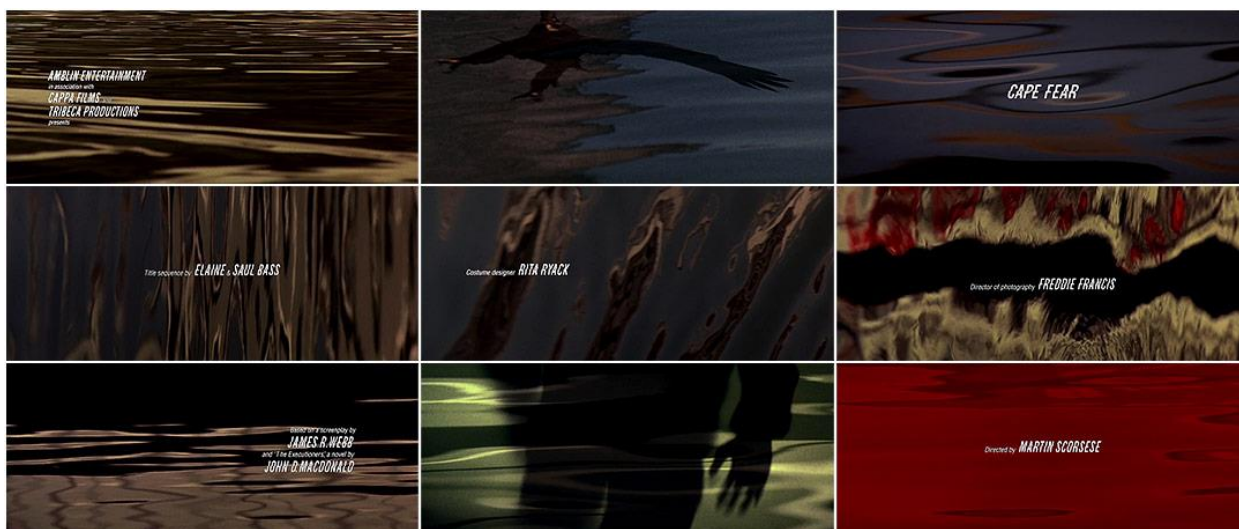
4. Моушн-дизайн до кінофільму «Barbarella» (1968). Джерело: URL:
<https://www.artofthetitle.com/title/barbarella>



5. Моушн-дизайн до кінофільму «Brazil» (1985). Джерело: URL:
<https://www.artofthetitle.com/title/brazil>



6. Моушн-дизайн до кінофільму «Buried» (2010). Джерело: URL:
<https://www.artofthetitle.com/title/buried>



7. Моушн-дизайн до кінофільму «Cape Fear» (1991). Джерело: URL: <https://www.artofthetitle.com/title/cape-fear>



8. Моушн-дизайн до кінофільму «Catch Me If You Can» (2002). Джерело: URL: <https://www.artofthetitle.com/title/catch-me-if-you-can>



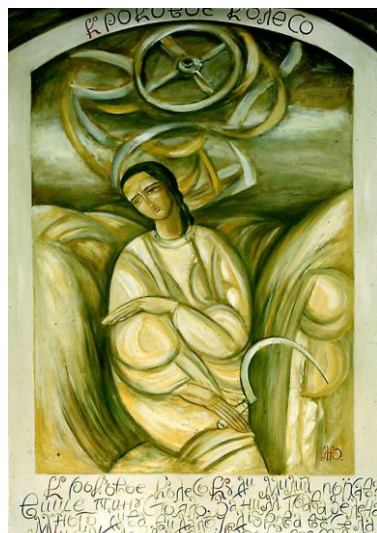
9. Моушн-дизайн до кінофільму «Dr. No» (1962). Джерело: URL:
<https://www.artofthetitle.com/title/dr-no>



10. Моушн-дизайн до відеофільму «Київські графіті».



11. Моушн-дизайн до відеофільму «Музей кобзарства».



12. Моушн-дизайн до відеофільму «Музей сухопутного транспорту Середньої Наддніпрянщини»