

**Віталій ПРОКОПЧУК,**

*orcid.org/0000-0002-8143-9626*

аспірант кафедри дизайну

Київського національного університету культури і мистецтв

(Київ, Україна) *lmars11994@gmail.com*

## ОБ'ЄКТ МОУШН-ДИЗАЙНУ У КІНО, ЙОГО ЖАНРОВІ СУБСТРУКТУРИ ТА ТИПОЛОГІЯ

*Статтю присвячено аналізу основ і типології та жанрових субструктур моушн-дизайну у кіно. Автор має на меті проаналізувати у світлі сучасних мультимедійних технологій, культурологічних досліджень процеси, пов'язані з пошуком нових засобів образної виразності у кінематографі, зокрема, в одній з його моделюючих систем – моушн-дизайні. Оскільки кінематограф є чудовим джерелом для культурологічних досліджень, вважається, що аналіз такого типу може викликати нові дискусії про те, яким може бути кіно завдяки новим мультимедійним засобам, котрі придатні не лише для оздоблення візуального ряду, а і для створення нових форм відображення навколишнього світу, переосмислення простору на екрані.*

*Автор пише, що оскільки моушн тепер повністю інтегрований в аудіовізуальний простір, він поступово з декоративного елемента, котрий придатний лише для оздоблення, декорації, доповнення об'єктів моушн-дизайну, створення поверхні обертання попередньо визначених моделей, переходить в інший діалектичний модус, трансформуючи свої можливості, свій вплив на смислову одиницю кіно – кадр. Проектно-художній інструментарій, окрім кольору, форми, композиції, збагачується наявністю драматургічної цілісності в контексті кінотвору та особливою естетикою, поетикою, притаманною фільму. Автор акцентує увагу, що подібний підхід до створення об'єктів моушн-дизайну залежить від контексту, від середовища, в котрому продукується об'єкт моушн, та спирається на його поетику, естетику і образний інструментарій. Будь-який елемент вводиться у світ моушн-дизайну в момент його трансформації, анімації, простіше кажучи, руху, так само як графічні форми під час анімації здатні створити абсолютно новий дизайн у гармонії з його новим характером, його темпом і ритмом. Проводячи аналогію з кінематографом, можна зазначити, що моушн-дизайн є справді цілісністю, бо так само, як і кіно, він використовує всі можливі засоби його образного інструментарію, але не завжди є завершеністю.*

*Тож у цій статті автор розглядає проблематику типології та розділення на жанрові субструктури моушн у кіно і як елемента цілісної структури, і як складника формотворчої системи.*

**Ключові слова:** моушн-дизайн, моушн, типологія, жанр, кіно, дизайн, образний інструментарій.

**Vitalii PROKOPCHUK,**

*orcid.org/0000-0002-8143-9626*

Graduate Student at the Department of Design

Kyiv National University of Culture and Arts

(Kyiv, Ukraine) *lmars11994@gmail.com*

## THE OBJECT OF MOTION DESIGN IN CINEMA, ITS GENRE SUBSTRUCTURES AND TYPOLOGY

*The article dedicated to the analysis of the foundations, typology and genre substructures of motion design in cinema. The author has learned about the analysis of modern multimedia technologies, cultural studies, as well as the processes of connecting new ones with imaginative differences in cinematography, zooms in the depths of the models of a single model. So as a cinematographer a miraculous core for cultural studies, it seems like an analysis of this type can make a new debate about those who can be a cinematographer and a new multimedia device, which is not deprived of the form, reappraisal of space on the screen.*

*The author writes that since motion was being integrated into the audiovisual space, it gradually moves from a decorative element, which is suitable only for decoration, decoration, complementing objects of motion design, creating a surface of rotation of predefined models to another dialectical mode, transforming its capabilities, its influence on the meaning-bearing unit of cinema – the frame. The design - artistic and instrumental surroundings of the color, form, and composition reflected in the drama in the context of the cinema, that special aesthetics, poetics, invented film. The author emphasizes that the idea of motion design lies in the context of the middle in which the object of motion design and spirals into poetics, aesthetics and imaginative instruments. Whether element is introduced in the light motion design at moment of its transformation, animation, simply it seems to the rudder the same graphic form during the animation of the building, creating a new design in harmony with its new character; its tempo and rhythm. Conduct an analogy with a cinematograph, motion design is true to the point of view, as well as cinema, used all his abilities with this figurative instrument, but do not expect it to be completed.*

*In conclusion, in this topic, the author considers the problems of typology and division into genres of substructures of motion in cinema, as an element of the warehouse central structure, as well as a formwork system*

**Key words:** motion design, motion, typology, genre, cinema, design, figurative tools.

**Постановка проблеми.** Отже, досвід моушн-дизайну свідчить про те, що ми починаємо вже новими окулярами, новим поглядом, навіть новою оптикою дивитися на простір і час культури, зокрема, починаємо розшукувати і зненацька знаходимо і в фото, і в німому кіно, і в музичному кінематографі, і в постмодерному риси моушн-дизайну або системи моушн, яка є поліфонічною, строкатою, окультивною і водночас агресивно драматургічною. М. Моженко пише: «Ми доходимо висновку, що альтернативний підхід до розробки моушн-графіки у кіно важливий, швидко розвивається і потребує спеціальних досліджень як тренд сучасної художньої культури, який у майбутньому буде впливати як на кіноіндустрію, так і на арт-ринок». (Моженко 2018: 23). Дослідник відзначає, що моушн вже виходить за рамки просто декоративного інструменту і стає впливовим елементом кінематографу. Можемо сказати, що моушн – це естетична реальність зі своєю поетикою. Якщо це так, то варто визначити передусім конституативні ознаки типології та жанрових субструктур моушн-дизайну, побачити рецидив його втілення в кінематографі. Відтак у системі моушн виникають нові медіатори, а не кінематографічні атракціони з класикою тяжеловісної поетики руху камери, монтажу.

**Аналіз досліджень** та наукових джерел показав, що окреслена проблематика не підіймалась у науковому дискурсі і розглядається вперше, до цього підіймалась лише тема декоративно-прикладного призначення моушн-дизайну в відео, рекламі, кіно. Створення відеоролику з елементами 3D анімації на прикладі музичного кліпу, за допомогою технічних засобів мультимедійного дизайну розбирає Л. Сухорукова у своїй роботі «Засоби художньої виразності в мультимедійному дизайні». Формування рекламного ролику за допомогою проектно-художніх засобів моушн-дизайну розглядається у дисертаційному дослідженні М. Мурашко «Проектно-художній інструментарій моушн-дизайну» (на прикладі рекламного ролику) (Мурашко, 2017). Авторка розбирає основні проектно-художні засоби дизайну елементів, об'єктів моушн у рекламних роликах. М. Моженко у статті «Титри та анімована графіка в кіно та на телебаченні» розглянув титри як основний елемент моушн-дизайну у кіно та телебаченні, однак як суто декоративний, дотичний елемент, хоча вже з паростками своєї естетики та поетики.

**Мета статті** – зробити типологічний аналіз та визначити жанрові субструктури моушн у кіно. Необхідним є виявити у кінотворі риси, притаманні моушн-дизайну, системі моушн або поетиці

моушн, також диференціювати кожен із типів, жанрів і надати їм дефініцію і визначити доцільність використання системи моушн у контексті кінофільму.

**Виклад основного матеріалу.** Щодо типів і жанрових знаків моушн-дизайну, то їх часто плутають та визначають некоректно. Ми спробуємо за допомогою аргументованого підходу надати своє власне визначення поняття «моушн-дизайн», адже метою цієї статті є, власне, показати, що моушн-дизайн, моушн-система та моушн-поетика – це, по суті, три різних феномени. Дизайн більш орієнтований на дію, поетика – на власне роблення твору, а система – на естетичну цілісність поетичної і дизайнерської реальності. Отже, із всіх типів моушн-дизайну варто відмітити достатньо цікаві, гострі і однозначно естетичні номінації, які ввів в колообіг Арсен Гулига. У своїй книзі «Мистецтво у вік науки» він пише, що категорія «тип» має три сфери свого самовизначення. (Гулига, 1978: 100). У першій сфері це незмінний зразок, який повторюється. В творі це зазвичай описується прикметником «типовий». В архітектурі, зокрема, таким незмінним зразком виступали елементи, з яких складалась стіна, – це цегла, а в залізобетонній архітектурі вже типового домобудівництва – це панелі, з яких набиралась певна серія. Це незмінний, абсолютно табуований елемент, який в архітектурі і був засадничим принципом повтору, моделювання, варіювання. Власне, цей аспект вказує на об'єктні складники формотворення. І цей аспект надзвичайно важливий, бо він найтісніше пов'язаний з субстратом, з матеріалом, з тим, з чим працює художник, а в нашому разі – дизайнер моушн. Це зображувальна структура у вигляді візуальної реальності, сформованої як віртуальна реальність, на основі зображувальної, анімаційної конфігурації, або на основі відео, яке може бути по-різному транспортованим і трансформованим: відео – як факт чи документ, відео – як гострий монтаж, відео – як вже оброблений і транспортований в комп'ютерних версіях контент. Тут виникає цілий ряд категорій, які описуються в межах того категоріального апарату, який стосується синтезу мистецтв та твору мистецтва зокрема як об'єктної даності, орієнтованої на інформаційне ціле, на контент, на зображення передусім. Це реалії достатньо визначені – час, простір, рух, ритм, групування, форма та інші. З одного боку, вони є універсальними природи, а з іншого боку, вони оброблені вже в кожній культурі згідно з світоглядним розумінням часу і простору. Визначають циклічний час, час вічності і час трілу. Циклічний належить давнім цивілізаціям, час вічності –

античності, час тріланж – це середньовічний образ. Теж саме і з простором: птолемейська модель світу, Галілея і вже модель світу за Ейнштейном. Реальність за Сергієм Ейзенштейном – це сирий матеріал: «Кінематограф цікавий, оскільки він – “маленький експериментальний Всесвіт”, за яким можна вивчати закони явищ, набагато більш цікавих і значних, ніж картинки, що бігають» (Ейзенштейн, 1931: 5). Він – митець, режисер – оперує нею (реальністю), як архітектор за допомогою цегли зводить будинок, створює з одиниць – “цеглин”, номенів, істинну єдність, нову естетичну цілісність. Це вже зовсім інші всесвіти і зовсім інший простір. Тобто об'єктні засади, субстанційні, субстратні, є надзвичайно важливі, і вони описують тип, як незмінний, важливий, фундаментальний, засадничий принцип, який є характерним для тої чи іншої діяльності – творчої, художньої, будь-якої. В цьому разі у нас моушн-дизайн. Наступна конфігурація типології описується прикметником «типовий» російською. В українській мові немає адекватного зразка, можна охарактеризувати, як образно визначений контекст, що поєднує в собі різні аспекти відображення реальності. Тобто те, що визначається російською мовою як «типовий», формується як образ, збирається на підставі чуттєвого образного узагальнення різних рис реальності. Так, зокрема, той самий Арсеній Гуліга говорить про образ зайвих людей і родичинців, які виникали як вільнодумці, яким було не потрібно суспільство, їх просто об'єднували в групу зайвих. Це суб'єктний за формою активності, надзвичайно вольовий тип, де образ узагальнює сутність як естетичну реальність, і ця сутність, так чи інакше, породжує можливість міметизму уподібнення, або навпаки – одивнення, виходу із цієї реальності, небажання приєднуватись до цього світу. От цей світ, він є, власне, художнім, і художній образ тут трансформується від тотальної ідентичності, що дається віртуальною реальністю у мімітичному натуральному кінематографі, або натуральному театрі, театральних системах, які походять від Станіславського, до системи дивнення, які в театрі, це система Брехта, епічного театру, системи Пітера Брука, система Меєрхольда та інших. А в кіно те ж саме. Є натуральне кіно – літописательське – це всі мильні опери, які важко назвати кінематографом, але це видовище для так званого середнього класу. І кіно інтелектуальне, одивнене, яке несе в собі потребу ідентифікувати себе із естетичним етичним ідеалом. Це кіно Тарковського, Ейзенштейна, Параджанова, Довженка, Лені Рінфеншталь, кіно великого кінематографу. Власне типовий образ,

він спонукає до таких ідеограм, які виникають як вольовий імпульс наслідування, і відразу ж – як гострий монтаж атракціонів, що можна побачити у Ейзенштейна в німому кіно, у Довженка, і Лені Рінфеншталь в її кінофільмах, де кіно вже зовсім не німе, але зберігає цю поетику монументалізму, гігантизму і мегаломанії. За цим суб'єктним виміром стоїть активний поезис роблення кадру, орієнтація на трансформацію почуттів, на монтаж, це те, що утворює несподівану конфігурацію, все те, що не дає заснути перед екраном, що тримає буквально не шляхом страху, жажіття, а тримає як інтелектуальна насолода, як естетичне почуття прекрасного. І наступний тип, або наступна реальність типології, за А. Гулігою, це типологічний, тобто існує певний інваріант, на основі якого утворюється певна цілісність. Це, власне, більше дизайн архітектурний, кінематографічний. Типологічний інваріант, типологічна структура надзвичайно широко використовується в моушн-дизайні. Це певна сітка, матриця, яка трансформується, вигинається, фрагментується, дефрагментується, утворює різні конфігурації, але ця матриця є тим кубиком-рубиком, тим гештальтом, або образним просторовим конструктором, який є породжуючою моделлю, структурним ядром формоутворення. Тут є такі категорії, як композиція, деконпозиція, деконструкція і генетичний алгоритм.

Композиція – це єднання позицій, диспозитив, транспозитив. Михайло Ромм зазначає: «...композиція його (кадру) може бути статичною чи динамічною, фронтальною чи діагональною, вона може зосереджувати увагу глядача у центрі кадру чи в якомусь кутку, заспокоїти глядача чи вести його кудись» (Ромм, 1975: 166). Він акцентує увагу на тому, що увагу реципієнта можна утримати, керувати нею, вводити споживача в потрібний емоційний стан, дотримуючись прийомів композиції. Але глядач з часом зникає до такого «подразника», і його реакція погладжується, тоді і потрібно, немов монтаж атракціонів за Ейзенштейном, струснути адресата засобами деконпозиції.

Деконпозиція – це вже розкладання композиції на частини і представлення її як складника, як конгломерату, як певної застиглої реальності, яка монтується вже на підставах іншої темпоральності, що відбувається, власне, в моушн-продукції. Деконструкція – перекомбіновка цих елементів композиції, виявлення іншої домінанти і формування більш гострої поетики. Це фактично вже постмодерний тип мислення. Так, в архітектурі деконпозиція орієнтована на працю з реаліями авангарду, архітектурних авангардних проєктів, які трансформуються і, можна сказати, риторично



переутворюють простір проєкту. Так, наприклад, береться проєкт Казимира Малевича і на його підставі створюється інтер'єр, де розфарбування в чисті кольори виглядає анахронізмом і неприродним, але для постмодерної поетики це надзвичайно важливий принцип формотворення. Генетичний алгоритм – це розшук цієї типологічної інваріантної реальності, яка, як алгоритм, є засадничим, генетичним алгоритмом. Це ті типи, які в архітектурному моделюванні, на основі дигітальних технологій формуються на основі зондування креативної лабораторії природи. Вони пов'язані з тим, що утворюються певні медіакомпонентні проєкти, програми, які поєднують в собі можливість стрибків, можливість відхилень і можливість всіх тих креативних реалій природного формотворення, які пов'язані з приформізмом, тобто трансформацією східного ядра, пов'язані з найголовнішим принципом, який не можна побачити в творчості людини, цей принцип визначається, як долання стахастичності шляхом переходження в іншу модальність, в інший образний світ, в іншу конфігурацію. Всі ці реалії опікуються в царині мікробіологічних досліджень і шляхом інтерпретації, комп'ютерної інтерпретації, і переходу от цих всіх лактацій із розряду природних у розряд вже візуальних, утворюється своєрідний образний тезаурус. У кіно не дійшли до таких прямих запозичень, але генетичний алгоритм, алгоритмізація, розшук так званої фрактальної мікроструктури, тих дрібних цеглинок, які є інваріантами, незмінними, але не настільки формотворчо активними, щоб тут же формувати форму, потребують певної медіаконструкції, візуальної конструкції, це вже новітні принципи. Тобто ми бачимо, що от така типологія за суб'єктом, де домінує образна цілісність, об'єктом – де домінує предметна субстрактна цілісність, і за цілісністю синтетичного типу, суб'єктно-об'єктною, або медіальною, яка і виникає завдяки цим пристроям, дигітальним технологіям, завдяки трансформативності чогось, завдяки посередникам, а це можуть бути коди, образні стилі, все, що завгодно, і створює цілий ряд синтезів, які дають можливість уявити собі реальність формотворення як тип формотворення за домінантою об'єктного, суб'єктного і суб'єктно-об'єктного медіального типу формотворення. Якщо зануритися в психологічні конструкції суб'єктного типу, то стає зрозуміло, що типологія, тобто образні узагальнення, будується на основі інтероцепції, зондування підсвідомого і всього досвіду набуття художньої цілісності в тій чи іншій культурній сфері. А підсвідоме тут визначається не просто за Фрейдом, або колективно безсвідоме – за Юнгом,

а як те, що не доступне іншим, те, що належить художній свідомості. Зондування власного досвіду, зондування суб'єктності як такої утворює свої конфігурації, свої типи, які ми зараз спробуємо описати. Далі йде екстероцепція. Це ще більш орієнтований на глибинну, фундаментальну реальність моделювання простору у вигляді модельних конструкцій. Цей вимір суб'єктності цілком тяжіє до володарювання об'єктом. Він стає надзвичайно поліморфним, текучим. Так, у постмодерні всі об'єкти, зокрема і люди, і актори, є лише візіями для упаковки в символи, знаки, які утворюють певну нескінченність знакових конотацій. От такий підхід, звичайно, свідчить про те, що суб'єктна реальність є агресивною, активною і модельно конструктивною, або реконструктивною, якщо йдеться про орієнтацію на минуле і на якісь культурні синтези. Суб'єктно-об'єктний підхід поєднує в собі ці дві реалії і він є найбільш рефлексивним типом, орієнтованим на медіальність, на медитацію і на цінність переживання естетичного досвіду. Цей тип більш культурно означений і більш визначений інтелектуально, рефлексивно. Будь-яка деконструкція неможлива за умови того, що людина не ознайомлена з головними принципами композитиву, тобто композиції і декомпозиції, як розборки її на елементи, які перекомбінуються вже в нову цілісність. Також і генетичний алгоритм неможливий без того, щоб сформувати певний інваріант, логістичну модель. Навіть більше, модель верифікації реальності, яка сприймається в новітню реальність, тобто той рефлексивний міф за Роланом Бартом, де виникає новий контент і новий контекст взаємодії денотату і сигніфікату (Барт, 1994: 111). Таким чином, ми бачимо, що вже сам тип, сама типологія, це є суб'єктно-об'єктна реальність, яка категоріально визначається на об'єктному рівні тими категоріями, які за тим же Шмідтом є і природними, і культурними одночасно. А уже в суб'єктно-об'єктному вимірі ці категорії групуються в принцип дії, як композиція, декомпозиція, деконструкція і генетичний алгоритм. Якщо говорити про жанри, то це дія художня, ближче до специфіки матеріалу, предмета дії, конфігурації. Жанри взагалі породжуються як самовизначення типів у контексті вже художньої, специфічної реальності.

Так, у телебаченні є жанр, пов'язаний з донесенням інформації, так звані новини, розважальний жанр, ігрові жанри, пригодницькі жанри тощо. Зараз вже не вживають слово «жанр», частіше всього для визначення ТБ продукції вживають слово «формат». Але формат – це більш соціологічний термін і, власне, для наших потреб він не

є адекватним, бо формат – це більше реальність об'єктного типу. В кінематографі форма характеризує формат екрану, формат кадру тощо. Тому можна говорити про певну диспозицію типу і жанру, тобто їх протиставлення, де жанр виникає як форма, породжена від типу, і звичайно він специфікує тип і моделює суб'єктність, об'єктність, медіальність у межах тієї чи іншої художньої діяльності, зокрема діяльності моушн-дизайну, моделює на основі тих системних складників, з яких складається система дизайну моушн. Це рефлексія, це мистецькі ознаки, це ознаки конструкції, ознаки менеджменту і маркетингу. Всі ці конфігурації мають свою типовість, типічність, типологічність і мають свої типові жанрові конфігурації. Спробуємо їх перерахувати і охарактеризувати як певний симбіоз, або певний диспозитив типу і способу узагальнення реальності, який вже потім формується в специфічний жанр моушн-дизайну.

Тож визначають комунікативні типи, або вже жанри моушн-дизайну, які характеризуються як той відеоролик, експлейнер, що продається. Це своєрідний продукт, який сам стає товаром або послугою. Він є товаром залежно від того, наскільки він самостійний. Послуга – залежно від того, наскільки він з'єднується з іншим товаром, який продається. Зокрема, моушн у кінематографі – це більше послуга, ніж товар. Продуктовий маркетинг – це маєтись на увазі той продукт моушн-дизайну, який здійснюється як самостійна візуальна одиниця і є частиною от цього першого підрозділу продажу образних інсталяцій. Анімація інтерфейсів – це фактично всі можливості, які додає рух до зображувальної конфігурації: від простої, елементарної анімації, яка відома ще із шестидесятих років, пов'язаної з мультиками, з тим, що художники малюють цілу купу картинок і потім їх пов'язують в кінематичну конфігурацію, до вже візуальних реалій, які формуються як новітній арт продукт, що використовує анімацію набагато ширше. Для іконографічного складника презентації інформації часто використовують іконки, зображувальні ікони і будь-які піктограми, які є певними логоцентричними зображувальними системами, тобто на основі слова здійснюється зображувальний тип. В більш чистому вигляді, тобто в більш завершеному, ця іконка перетворюється на логотип. Цей тип дизайну вже стає композитним, стає, скажімо, суб'єктно-об'єктним, медіальним. Він орієнтований на єднання слова і зображення, на певну композицію, а логотип – на своєрідну презентацію фірми в слові, або слогані, що є коротким, стислим іменем тієї чи іншої фірми, того чи іншого консорціуму або кластеру діяль-

ності. Також можна визначити жанр, паралельний кінематографу, – це короткометражні фільми. Вони виникають суто як рекламний світ і певною мірою є стислими, як ми вже казали, своєрідними, перед діями до входу в розширений, широкий образ мистецького твору кінематографу. Титри – це теж цікавий феномен, який часто не має жанру, типологічного опису. Але титри, на наш погляд, – це медіативні логотипи, або своєрідні інваріанти, які прописуються по відомству генетичного алгоритму. Саме вони породжують сенс, саме вони породжують комунікацію. Вони стають головним медіумом. Титри, починаючи з німого кіно, до вже останнього постмодерного кіно, стають одним із важливіших носіїв сенсу і слова. Титри, як і логотип, як і всі презентативи сенсу, так чи інакше пов'язані з комунікацією. Інфографіка – це широкий контекст графічного простору, де важливість інформації представляється не прямо, а в інтерактивній формі застосування зображення у вигляді анімації, у вигляді гострого монтажу конфігурацій. Можна також говорити про продакт-дизайн, графіку дискурсивного захоплення простору, або графіку повідомлення. Це аналог новин на ТБ, аналог, який здійснюється на спортивних заходах, і він теж породжує ще один жанровий вимір, який свідчить про можливість паралельного донесення інформації у вигляді вербального дискурсу, але він є невіддільною частиною моушн-продукції. Формат “GIF” – це один із цікавих феноменів графіки руху, це не обов'язково моушн-дизайн, але це обов'язково є віртуальна технологія. Ці технології так чи інакше пов'язані з кіберпростором і дають більш енергійний інформаційний і комунікативний простір. Можна сказати, що така невеличка палітра розгортається більш широко в дефініціях, які більш специфікують простір фільму. Ми про це будемо говорити, але між такою комунікативною суб'єктно-об'єктною реальністю жанрових конфігурацій звичайно важливо побачити проміжну ідеальну платформу, або конструкцію, яка і є засадою цієї кінематики як специфікації моушн-дизайну власне в кінематографі.

Отже, ця специфікація залежить від того, наскільки важлива сама темпоральність цього ролика моушн-продукції. Якщо це реклама, вона може стискуватись до тридцяти секунд. Якщо відеокліп, то його діапазон є ширшим: від тридцяти секунд до трьох хвилин. Якщо це відео, то тут теж має бути діапазон надзвичайно поліфонічний, але невеликий. Презентація у вигляді 3D-маппінгу – це лазерні шоу, весь той контент, який так чи інакше вже працює на межі між телебаченням, кінематографом, архітектурою, навколишнім середовищем.

Власне, інтерактивний дизайн – це та ж платформа, яка свідчить про те, що це своєрідний простір, який говорить про те, що суб'єкт, як продуцент і рецепієнт, як той, хто отримує інформацію, стає не просто амбівалентно протилежним, а інколи поєднується з об'єктом, тобто виникає симультанна фігура, яка поєднує в собі продукування і рецепцію. Тобто легко створити іконку, передати її іншому. Виникають мікроблоги як взаємодія в мережевому вимірі, оздоблення і оформлення кейсів, презентацій. Все це приклад от такого інтерактивного дизайну чисто комунікативного типу. Отже, далі можна говорити, що формуються більш гострі програмні реалії, які не пов'язані з такими технологіями, як After Effects, який дає можливість анімації логотипів, анімації персонажів, 3D-композиціонування, моушн-трекінг, відслідковування руху, наближення або віддалення об'єктів, створення роликів щодо презентацій і освіти, ефектів симуляції інформації. Також створення анімаційних слайд-шоу, кінематичної типографіки і візуальних ефектів. Можна говорити, що це вже більш специфічні дії, які орієнтовані на

створення специфічного продукту, який доречний у тій чи іншій конфігурації його застосування.

**Висновки.** Отже, можна стверджувати, що типологія і жанрова специфікація моушн-дизайну, який працює в кіно, залежить від двох факторів: суб'єктно-об'єктного виміру творчого підходу і від того, наскільки ці фактори є конститутивними для формування образних структур моушн для того чи іншого кіно-продукту. Якщо це постмодерний конгломерат образів, тут всі засоби можливі, і тут взагалі не працюють ніякі жанрові дефініції, навіть і типологія може виглядати зайвою, тому що суб'єкт і об'єкт міняються місцями, і сенс пливе, як екранна стрічка, і, власне, самі субструктури виглядають суто технологічним інструментарієм. От ця міра конструктивізму ознаки кадру, технології орієнтації на ту чи іншу дигітальну реальність характеризує цю мікрофактуру, мікроструктуру жанрових дефініцій у моушн-дизайні. Наскільки вони технологічно доцільні і наскільки вони несуть інструментарій дигітальних технологій, це вже на розсуд автора.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гулига А. В. Искусство в век науки. Издательство «Наука». Академия наук СССР. 1978. С. 183.
2. Эйзенштейн С. М. Из письма Эсфири Шуб в: Эйзенштейн С. М. Монтаж. Музей кино. Москва. 1931. С. 37.
3. Моженко М. В. Титри та анімована графіка в кіно та на телебаченні. Мистецтвознавчі записки. Вип. 33. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mz\\_2018\\_33\\_43](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mz_2018_33_43). 2018. С. 330-337.
4. Мурашко М. В. Проектно-художній інструментарій моушн-дизайну (на прикладі рекламного ролика) : автореф. дис. канд. мистецтвознав. Харків : ХДАДіМ. 2017. С. 23.
5. Ромм М. И. Беседы о кинорежиссуре. Москва : Союз кинематографистов СССР. 1975. С. 286.
6. Сухорукова Л. А. Засоби художньої виразності в мультимедійному дизайні (на прикладі музичного кліпу з елементами 3d- анімації) : автореф. дис. канд. мистецтвознав. Харків : ХДАДіМ. 2015. С. 20.

#### REFERENCES

1. Guliga, A.V. Art in the age of science. [Iskusstvo v vek nauki]. Nauka Publishing House. Academy of Sciences of the USSR, 1978, pp. 183 [in Russian].
2. Eisenstein, S.M. From a letter Esther Schub to: Eisenstein S.M. Editing. [Iz pisma Esfiri Shub v: Eyzenshteyn S.M. Montazh]. Cinema Museum, Moscow, 1931, pp. 37 [in Russian].
3. Mozhenko, M.V. Captions and animated graphics in film and television. [Tytry ta animovana hrafika v kino ta na telebachenni]. Art notes, - № 33. Access mode: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mz\\_2018\\_33\\_43](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mz_2018_33_43), 2018, pp. 330-337 [in Ukrainian].
4. Murashko, M.V. Design and artistic tools of motion design (on the example of a commercial). [Proektno-khudozhnii instrumentarii moushn-dyzainu (na prykladi reklamnoho rolyka)]. Author's ref. dis. PhD. Kharkiv, KSADA, 2017, pp. 20 [in Ukrainian].
5. Romm, M.I. Conversations about film director. [Besedi o rejisjuri]. Moscow, Union of Cinematographers of the USSR, 1975, pp. 286 [in Russian].
6. Sukhorukova, L.A. Capture artistic variety in multimedia design (on the application of a musical library with elements of 3-D animation). [Zasobi khudojnoj viraznosti v multemedijnomy dizayni (na prykladi muzichnoho klipy z elementami 3-d animacii)]. Autoref. PhD, Kharkiv, KSADA, 2015, pp. 20 [in Ukrainian].