

До спеціалізованої вченої ради  
К 64.109.01  
при Харківській державній академії  
дизайну і мистецтв

**В І Д Г У К**  
**офіційного опонента**

на дисертаційну роботу МУРАШКО Маріанни Володимирівни  
«Проектно-художній інструментарій моушн-дизайну (на прикладі  
рекламного ролика)»,  
представленої на здобуття наукового ступеня кандидата мистецтвознавства  
за спеціальністю 17.00.07 – дизайн

Представлена на розгляд дисертація складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (262 найменувань), додатків; основна частина дисертації становить 176 сторінок, загальний обсяг становить 358 сторінок.

*Актуальність теми дослідження.*

В умовах суцільної морфологічної дифузії проявів художньо-проектної діяльності на сучасному етапі розвитку видається вкрай актуальною проблема визначення гнучких кордонів між певними напрямками та піднапрямами дизайну, впорядкування категоріально-понятійного апарату, дотичного до вирішення дослідницьких завдань у зазначеній сфері та обґрунтування використання конкретного проектно-художнього інструментарію у певному сегменті цієї діяльності.

Нагальна потреба у дисертаційному дослідженні, проведеному Мурашко М. В. також підтверджується відсутністю в сучасному вітчизняному мистецтвознавстві розвиненої наукової та навчально-методичної бази з питань моушн-дизайну — новітнього виду дизайнерської діяльності. Між тим, саме проектно-художній інструментарій моушн-дизайну стає найзатребованішим в практиці створення сучасних аудіовізуальних творів, зокрема, і творів рекламного характеру. В жорстких конкурентних умовах розвитку ринкових відносин, такі аудіовізуальні твори рекламного характеру (рекламні ролики), створюючи навколо певних товарів громадську

думку, тим самим потужно впливають на формування потреб сучасного споживача. Оскільки рекламні ролики можна розглядати як форму аудіовізуальної комунікації, яка намагається перевести якості товарів і послуг на мову потреб і запитів споживача, то проектно-художній інструментарій моушн-дизайну вкрай поширює можливості реалізації нестандартних творчих ідей сучасного дизайнера у цій сфері. Ось чому, обрану дисертанткою проблему варто вважати важливою як з точки зору сучасного стану мистецтвознавчої науки, так і з соціокультурних та економічних позицій.

Дисертація Мурашко М. В. засвідчує – і вельми переконливо, – що пошукувач спромігся віднайти та осмислити одну з важливіших проблем теорії дизайну, наукову розвідку якої було розпочато у межах харківської наукової школи. Таким чином, звернення до проектно-художнього інструментарію моушн-дизайну в зазначеній дисертації видається вкрай актуальним і продуктивним.

*Обґрунтованість наукових положень їх достовірність, завершеність та новизна.*

Не викликає сумнівів ґрунтовність визначення дисертантом об'єкту та предмету дослідження, його мети і науково-дослідницьких завдань. Застосування Мурашко М. В. комплексного підходу як методології дослідження справедливо обумовлено складністю об'єкту та предмету наукового аналізу. Наукова новизна дисертаційного дослідження теж не підлягає сумнівам.

Ретельний аналіз Мурашко М. В. історіографії проблеми та стану її наукової розробленості виявили складне, міждисциплінарне теоретичне підґрунтя, на якому повинне відбуватися осмислення понятійного апарату дослідження. Звернення до наукових праць з історії й теорії дизайну, мультимедіа, режисури, теорії анімації, рекламних комунікацій та інших сфер гуманітаристики, дозволили визначити певні розбіжності у трактуванні термінологічних понять, які використовуються для визначення сучасних



сегментів мультимедійного дизайну. Цілком доречним, на наш погляд, є висновок Мурашко М. В. щодо того, що поняття «моушн-дизайн» тільки проходить своє становлення, тому і вимагає уточнення й конкретизації. Важливим є і те, що в підрозділі 1.2. «Понятійний апарат. Базові терміни» автор дослідження звертає увагу і на те, що в англomовному науковому тезаурусі і у вітчизняному науковому дискурсі існують різні трактування цього поняття. Саме у цьому підрозділі автором дослідження науково уточнено поняття «моушн-дизайн» та цілком виважено визначено його місце в структурі видів дизайнерської діяльності. Доведено, що моушн-дизайн відрізняється від анімаційного дизайну більш широким спектром носіїв-об'єктів, а як напрямок мультимедійного дизайну вбирає в себе не тільки анімаційні засоби, але й аудіальні. Таким чином, завдяки інтерактивним і проєкційним можливостям, моушн-дизайн стає новітньою поліморфологічною сферою художнього проєктування, доповнюючи собою мультимедійний дизайн.

У першому розділі автор на основі проаналізованого матеріалу переконливо доводить, що моушн-дизайн — вид проєктно-художньої діяльності, який спрямований на створення аудіовізуальної продукції за допомогою засобів дизайну, аудіо- та комп'ютерної анімації, де єдність форми й змісту зумовлена рухом, з яким пов'язані всі художньо-естетичні характеристики.

У другому розділі системно розглянуті інструменти побудови композиції у моушн-дизайні, розглянуто шрифт як інформаційну складову цього виду проєктно-художньої діяльності. Значну увагу приділено дослідженню композиційно-пластичним засобам графічних складових рекламного ролика та колірно-фактурним особливостям візуального ряду у моушн-дизайні. В розділі вдосконалено класифікацію загальнодизайнерських засобів композиції за характером зв'язків між ними, виявлено характерні саме для моушн-дизайну особливості композиції — використання переважно абстрактної або спрощеної графіки з додаванням шрифтових

композицій, а також постійна зміна анімаційними засобами композиційно-пластичних і колірно-фактурних характеристик у кожній сцені. Також справедливо звернено увагу на важливість розташування об'єктів в межах кадру таким чином, щоб сфокусувати увагу споживача на «смісловому центрі» рекламної інформації. У кількох наведених схемах Мурашко М. В. ґрунтовно наводить елементи процесу роботи на композицією рекламного ролика, аналізує засоби візуалізації інфографічного рекламного ролика.

Автор дослідження на основі наукового аналізу чисельних зразків рекламної аудіовізуальної продукції встановлює головну особливість моуш-дизайну — можливість зміни комплексу засобів під час розвитку сюжету (драматургії) аудіовізуального рекламного твору й трансформації елементів як композиційного, так і колірно-фактурного характеру у часі й просторі завдяки руху. Цей висновок уможливорює систематизацію принципів взаємодії засобів проектно-художнього інструментарію для створення мультимедійних творів.

Третій розділ дисертаційного дослідження Мурашко М. В. описує процес розробки анімації елементів рекламного ролика, особливості взаємодії з аудіальним рядом і вплив новітніх технологій на створення рекламних роликів засобами моушн-дизайну. Аналізуючи основні відмінності моушн-дизайну від анімації, Мурашко М. В. уперше виводить та класифікує анімаційні засоби за типами (трансформаційні дії та швидкісні відношення) та визначає анімаційні прийоми, які використовуються у моушн-дизайні. Спираючись на аналіз класичних принципів анімації за У.Діснеєм, Мурашко М. В. вдосконалює класичну типологією власною, поділяючи ці принципи на дві групи за походженням: на пластичні (які походять з законів театру) та технологічні (які походять з законів фізичного світу). В розділі обґрунтовуються та досконало описуються етапи роботи дизайнера над анімаційною частиною рекламного ролика, визначаються домінантна роль руху у просторі для забезпечення динамізму розгортання сюжету у кадрі.



Дослідниця охоплює науковою увагою також надважливе питання озвучування реклами та приділяє значну увагу аудіальному супроводу візуального ряду в моушн-дизайні. В розділі переконливо доводиться, що синхронізація виступає головною умовою успішного суміщення відеоряду зі звуковим оформленням. Певне знання законів звукорежисури та екранної режисури дозволяє Мурашко М. В. обґрунтувати необхідність синхронізації вербального, візуального й звукового компонентів для забезпечення образної цілісності в створенні рекламної аудіовізуальної продукції. В підрозділі 3.3. автором роботи звертається увага і на загальний вплив моушн-дизайну на простір сучасного середовища. Аналізується інтерактивна складова цього впливу за кількома визначеними сценаріями взаємодії зі споживачем та проекційна складова. Мурашко М. В. доповнює існуючий науковий дискурс класифікацією двох типів сценаріїв розвитку графіки у рекламних відео-проекціях та наводить типологію візуальних прийомів у тривимірних проекціях для реклами, чим продовжує наукову традицію пошуків кафедри мультимедійного дизайну ХДАДМ.

Дослідниця вибудовує логічну, цілісну модель використання проектно-художнього інструментарію у моушн-дизайні на прикладі рекламного ролику і переконливо доводить перспективність розвитку цього виду дизайнерської діяльності у майбутньому.

Загальні висновки по дисертації вичерпно представляють отримані наукові результати; вони є об'єктивними, відповідають поставленим завданням. Наведений у додатках ілюстративний матеріал наочно підтверджує об'єктивність процесу дослідження. Схеми, використані для ілюстрації основної аргументації, вичерпно візуалізують логіку реалізації наукової концепції дослідження.

Матеріали дисертаційної роботи пройшли належну апробацію на конференціях міжнародного та всеукраїнського рівня. Впровадження окремих положень до навчального процесу підтверджується відповідними документами. Основні результати роботи висвітлено у 14 публікаціях, 6 із

яких опубліковано у фахових виданнях зі спеціальності, одна в зарубіжному збірнику.

Автореферат виконано за вимогами, що пред'являються до кандидатських дисертацій.

*Цінність результатів даного дослідження для науки та практики*

Визначення проектно-художнього інструментарію моушн-дизайну (на прикладі рекламного ролика) дозволяють оптимізувати процес проектування відповідних мультимедійних творів, урізноматніти та розширити використання специфічних засобів дизайну в суміжних видах художньої діяльності: в кінематографі, телебаченні тощо. Завдяки доведеним можливостям моушн-дизайну вбачається перспективним подальше наукове дослідження зазначеної проблематики на матеріалі інших мультимедійних продуктів. Можна прогнозувати вплив отриманих результатів на розвиток не тільки теорії, а й практики дизайну.

Виявлені в роботі термінологічні уточнення поняття «моушн-дизайн», обґрунтовані композиційні засоби проектно-художнього інструментарію, анімаційні засоби та прийоми, принципи взаємодії загально-дизайнерських та анімаційних засобів, засоби озвучування реклами та їх вплив на моушн-дизайн – разом складають вагомий внесок в сучасну вітчизняну теорію дизайну та мистецтвознавства.

Вартісним додатком до результатів роботи є словник термінів і понять, добірка ілюстрацій, що містить численні наочні приклади моушн-дизайну рекламного ролику.

В цілому робота має високий рівень опрацювання теми, самостійно отримані важливі наукові положення. Разом із тим, маємо висловити окремі зауваження:

1. На жаль, текст автореферату дисертації містить певні недоліки в друці, оскільки само поняття «моушн-дизайн» використовується у різних варіант написання.



2. У схемі 5 (стор. 100 дисертації) автор наводить ґрунтовну візуалізацію інфографічного рекламного ролика і в блоці «візуальні засоби» об'єднує «класичні» графічні засоби з фото та відео. Думається, що було б доречним фотографію та відео виділити в окремий блок.
3. У підрозділі 3.2. дисертації, незважаючи на справедливі констатації, доречним було б згадати, окрім синхронізації, про інші принципи роботи моушн-дизайнера з аудіальними засобами художньої виразності.

### *Висновок*

Дисертація «Проектно-художній інструментарій моушн-дизайну (на прикладі рекламного ролика)» МУРАШКО Маріанни Володимирівни є завершеним науковим дослідженням з мистецтвознавства. В роботі отримано науково обґрунтовані результати, які в сукупності вирішують конкретну наукову задачу, що має суттєве значення для розвитку теорії дизайну: його формотворчих засад. Робота виконана з дотриманням вимог ВАК України, що висуваються до написання кандидатських дисертацій, а її автор заслуговує присудження наукового ступеня кандидата мистецтвознавства за спеціальністю 17.00.07 – дизайн.



Алфьорова З.І.

доктор мистецтвознавства, професор  
декан факультету кіно-, телемистецтва  
ХДАК

01 березня 2017 р.



З.І. Алфьорова  
ПІДТВЕРДЖУЮ  
Зав. кафедрі  
20\_\_ р.