

**Марина КОСТАНДА,**  
orcid.org/0000-0003-2677-6168  
аспірант кафедри графічного дизайну  
Харківської державної академії дизайну і мистецтв  
(Харків, Україна) [marinakosta277@gmail.com](mailto:marinakosta277@gmail.com)

## КЛАСИФІКАЦІЯ ТИПОГРАФІКИ ПОЧ. ХХІ СТ.: ТЕХНОЛОГІЧНА ПАРАДИГМА

Статтю присвячено класифікації типографіки початку ХХІ ст. з огляду на технологічні аспекти інформаційно-комунікативної культури. У роботі зазначено, що вдосконалення візуально-комунікативних процесів на кожному історичному етапі відбувалося завдяки постійному пошуку затребуваних часом і актуальних до суспільних потреб засобів інформаційного обміну. Особливу увагу у статті приділено розгляду типографіки сьогодення як невід'ємного історично сформованого елементу інформаційної культури, що відображає досягнутий рівень столітніх технологічних процесів в ефективності текстової комунікації.

У процесі дослідження відокремлено і розглянуто три напрями типографіки, які застосовуються сучасністю: класична, анімаційна, інтерактивна. Критеріями класифікації технологічної парадигми типографіки обрано: характер трансляції, спосіб трансляції, форму трансляції, об'єкти візуальної комунікації. Класична форма функціонально-технічного застосування типографіки має статичний характер трансляції лінійного тексту, спрямована на якісне збереження об'єктів даних. Об'єктами класики є друкована поліграфічна продукція та цифровий інформаційний контент. Анімаційна типографіка оперує динамічним характером інформаційної трансляції через кінетичну функцію й реалізується в таких дизайн-об'єктах, як: анімаційні ролики, відео-заставки в Інтернет і медіа-ресурси, анімаційні титри, відео-контент. Інтерактивна типографіка має спонукаючий характер трансляції через провокаційну функцію інформаційної взаємодії діалогового характеру, спрямовану на відповідні реакції, ігрові дії за певним змодельованим сценарієм взаємобміну споживача з інформаційним дизайн-об'єктом.

Отже, домінуюче положення електронної трансляції інформаційних масивів, на відміну від друкованих носіїв, потребує більш детального наукового підходу до проблеми застосування нових технологій у візуалізації текстової інформації. Оновлення інструментарію типографіки в оперуванні з новим форматом візуальної інформації – гіпертекстом – підсилюється застосуванням інтерактивних можливостей електронного простору. Визначено подальші наукові розвідки, що передбачають формування деталізованої класифікації типографіки поч. ХХІ ст. з огляду історико-культурної та контекстуальної парадигми.

**Ключові слова:** типографіка ХХІ ст., класифікація типографіки, класична типографіка, анімаційна типографіка, інтерактивна типографіка, технологічна парадигма, текстова комунікація.

**Marina KOSTANDA,**  
orcid.org/0000-0003-2677-6168  
Postgraduate Student at the Department of Graphic Design  
Kharkiv State Academy of Design and Arts  
(Kharkiv, Ukraine) [marinakosta277@gmail.com](mailto:marinakosta277@gmail.com)

## CLASSIFICATION OF TYPOGRAPHY IN THE EARLY 21st CENTURY: TECHNOLOGICAL PARADIGM

The article is devoted to the classification of typography of the early 21st century in terms of technological aspects of information and communication culture. The paper notes that the improvement of visual and communicative processes at each historical stage was due to the constant search for time-needed and relevant to public needs means of information exchange. The article pays special attention to the consideration of today's typography as an integral historically formed element of information culture, that reflects the achieved level of centuries-old technological processes in the efficiency of text communication.

There are three directions of typography used by modern times considered, such as classical, animated and interactive in the course of the research. In the research work, we chose the criteria for the classification of the technological paradigm of typography, such as the nature of the broadcast, the method of broadcast, the form of broadcast, the objects of visual communication. The classic form of functional and technical use of typography has a static nature of the translation of linear text, focused on the high-quality preservation of data volumes. The objects of the classics are printed materials and digital information content. Animated typography operates with the dynamic nature of the broadcast through the kinetic function and is implemented in such design objects as animation clips, video intros on the Internet and media resources, animation titles, video content. Interactive typography has a stimulating nature of the broadcast, through the provocative

*function of information interaction of a dialog nature, focused on response reactions, game actions according to a certain simulated scenario of consumer exchange with an information design object.*

*The results of the research support the idea that the dominant position of electronic transmission of information arrays, in contrast to printed media, requires a more detailed scientific approach to the problem of applying new technologies in the visualization of text information. Updates of typography tools in operating with a new format of visual information, it is hypertext, are enhanced by the use of interactive capabilities of electronic space.*

**Key words:** *21st century typography, typography classification, classical typography, animated typography, interactive typography, technological paradigm, text communication.*

**Постанова проблеми.** Інноваційні зміни у технологічному устрої інформаційної культури продовж історії впливали на механізми відтворення і реалізації текстової трансляції. Вдосконалення візуально-комунікативних процесів на кожному історичному етапі відбувалося завдяки постійному пошуку затребуваних часом і актуальних до суспільних потреб засобів інфообміну. Типографіка сьогодення як невід’ємний історично сформований елемент інформаційної культури відображає досягнутий рівень столітніх технологічних процесів в ефективності відтворення, збору, зберігання, обробки та використання текстової інформації людиною.

Формування класифікації сучасної типографіки за *технологічною моделлю* потребує вдумливого аналізу усіх «кризових» періодів інформаційної культури людства, що призвели до появи сьогочасних типографічних засобів і форм транслявання текстових масивів, які залишаються актуальними та вдосконалюються під впливом інновацій сьогодення. З огляду на це актуалізується питання виділення й розгляду діючих напрямів типографіки за технологічною парадигмою.

**Метою дослідження** є класифікація сучасної типографіки з погляду технологічних аспектів інформаційно-комунікативної культури. Для досягнення мети визначено завдання роботи: виокремити напрями типографіки, сформулювати критерії аналізу задля подальшого встановлення особливостей окремих розгалужень.

**Аналіз досліджень.** Існує низка теорій, які анонсують різні думки дослідників на еволюцію технологічних факторів інформаційної культури та дають загальне уявлення про чинники, що призвели до формування сучасних візуально-комунікативних засобів. Наприклад, Е. Тоффлер (Alvin Toffler) за власною концепцією виділив три «хвилі» розвитку суспільства: *аграрну хвилю* при переході до землеробства; *індустріальну* під час промислової революції; *інформаційну* при переході до мережевого суспільства. Особливу роль вчений приділяє сучасній формі суспільства, яка, на думку автора, веде до створення надіндустріальної інформаційної цивілізації (Тоффлер, 2000).

Канадським дослідником Г. Іннісом (H. Innis) запропоновано оригінальну історико-філософську концепцію, що пояснює вагомість комунікацій у становленні, розвитку і зникненні з історичної арени найбільших цивілізацій. На думку вченого, ключ до соціальних змін знаходиться в розвитку засобів комунікації, що пояснює діалектичний взаємозв’язок між суспільством і технологією: певні соціальні форми сприяють розвитку нових медіа, щоб створити новий цикл змін (Innis, 1999).

Наслідуючи думки Г. Інніса, М. Маклюен (H.M. McLuhan) у книзі «Галактика Гутенберга» (Мак-Люен, 2015) запропонував чотирьохетапну модель розвитку суспільства через призму засобів комунікації: *культуру дописемного трайбалізму, рукописну культуру, друковану культуру, електронну культуру*. Дослідник виділив здатність інформаційної комунікації швидко реагувати на зміни технологій: «світ візуальної перспективи – світ єдиного й однорідного простору», «мистецтво слова» прискорено адаптувалося до можливостей електронних технологій. М. Маклюен (McLuhan, 1994) зазначив, що оновлення інформаційних технологій, таких як мова, фонетичний алфавіт, друкарський верстат, інтернет надали значний ефект на пізнавальну здатність людини, що вплинуло на соціальну організацію: змінилися звички сприйняття і соціальної взаємодії.

Французький науковець Ж. Бодрийяр (Jean Baudrillard) визначив, що в основі інформаційної культури лежить старіння традиційних цінностей. Сучасний розвиток засобів комунікації призводить до втрати символічної основи в людському спілкуванні: на зміну індивідуальності, живій культурі спілкування приходить ритуалізованість знакового обміну. На думку дослідника, ми всі «знаходимося у світі, в якому дедалі більше інформації та дедалі менше сенсу» (Бодрийяр, 2006).

Дослідниця М. Долгих надала філософське осмислення динаміки розвитку проектної практики дизайну, включаючи аналіз сучасної ситуації, коли значна частина комунікаційних взаємодій у суспільстві здійснюється засобом інформаційних мереж (Долгих, 2015). Автор позначила переломні моменти в еволюції людства, коли нововведення

в галузі технічних досягнень, масово поширюючись, змістили пріоритетні напрями розвитку соціуму. Відокремлено авторську думку про те, що сучасний соціокультурний простір є складно організованою системою, тісно пов'язаною з активним поширенням цифрових комунікаційних технологій.

Для сучасної стадії розвитку інформаційного суспільства деякі вчені запропонували термін *мережеве суспільство*. Іспанський соціолог у сфері теорії інформаційного суспільства М. Кастельс визначає мережі як нову соціальну морфологію, а мережеве суспільство – як суспільство, де ключові соціальні структури та діяльність організовані навколо інформаційних мереж, заснованих на мікроелектронних технологіях (Castells, 2000). Дж. Ван Дейк визначає мережеве суспільство як суспільство, в якому поєднання соціальних і медійних мереж формує основний спосіб його організації (Van Dijk, 2006).

Розгляд низки наукових джерел посприяв формуванню загального бачення технологічного функціоналу сучасної інформаційної культури та обранню підґрунтям у фіксації цілісної картини розвитку типографіки та її класифікування на тлі технологічних новацій сучасності.

**Виклад основного матеріалу.** Інформаційне суспільство сьогодення є результатом кількох інформаційних революцій, що відбулися протягом історії розвитку світової цивілізації та сприяли технологічним змінам візуалізації даних. Сучасні засоби текстової комунікації суспільства доступні завдяки еволюційно вдосконаленій технології друкарства, передовим технологіям електронного середовища, а також інноваційним технологіям, серед яких інтерактивна комунікація, поповнена реальність, система штучного інтелекту тощо.

Класифікація типографіки початку ХХІ ст. згідно з технологічною парадигмою потребувала функціонального аналізу сталих і новітніх засобів відтворення текстової інформації. Згідно цього, в процесі дослідження відокремлено і розглянуто три напрями типографіки, що застосовуються сучасністю: класичну, анімаційну, інтерактивну. Критеріями класифікації цієї парадигми типографіки обрано: характер трансляції, спосіб трансляції, форма трансляції, об'єкти візуальної комунікації (рис. 1).

*Класична форма* функціонально-технічного застосування типографіки реалізується через *статичний характер* трансляції. Ця модель опирається на «відшліфовану» століттями функ-



Рис. 1. Класифікація типографіки початку ХХІ ст. за технологічною парадигмою

цію писемності у фіксації та накопиченні даних на інформаційних носіях задля інформування суспільства. Важлива особливість класичної типографіки полягає в оперуванні *лінійним текстом* – зв'язною, структурно організованою і завершеною сукупністю візуальної інформації, що має послідовну цілісність. З часу винаходу друкарства текст був обмеженим мовленнєвим утворенням із чітко вираженою монологічністю і замкнутістю, матеріал якого складено за певним порядком. Лінійні тексти мають тільки один шлях читання, який встановлюється автором. Зміст розкривається поступово від початку до кінця.

Технологічні характеристики лінійного тексту надають типографіці можливості в оперуванні *великого фіксованого об'єму інформації*. Через це перед класичною типографікою стоїть завдання коректного збору, фіксування і відображення наукових, енциклопедичних, літературних і публіцистичних текстів, що візуально відтворюють надбання суспільних аналітичних процесів. Документальний принцип класичної типографіки досягнуто завдяки *архівній функції*, що реалізується у структуруванні та збереженні об'ємів даних.

Типографіка класики сьогодення доступна в найдосконалішому вигляді в межах друкованої книги, а також завдяки електронному формату репрезентації інформації. Об'єктами класичної форми типографічного функціонування є *друкована поліграфічна продукція* (книжки, журнали, плакати тощо) та *цифровий інформаційний контент* (Інтернет-портали, онлайн бібліотеки, Інтернет-видання тощо).

Кінець XIX ст. ознаменовано появою кінематографу, що розширило технологічні можливості візуалізації статичного лінійного тексту. Діяльність братів Луї Жана й Огюста Луї Люм'єр з першого кіносеансу в 1895 р. започаткувало становлення динамічного формату подання візуальної інформації (Zimmerman). На початку в німих кінематографічних стрічках типографічні вставки виконували пояснювальну і розмежувальну роль, імітуючи звукові чи діалогові доповнення до сюжетних кадрів. Подальші технологічні інновації з колористикою й аудіальним супроводом дозволили тексту стати повноцінним сценарним елементом кінофільмів у форматі вступних і завершальних титрів.

У 50-ті рр. XX ст. американський дизайнер Сол Басс здійснив прорив в анімуванні типографіки, вивівши дизайн титрів на професійний рівень. Першопроходець у *кінетичній типографіці* (Lee, Forlizzi, Hudson) працював із видатними тоді

режисерами: Альфредом Хічкоком, Отто Премінгером, Стенлі Кубриком і Мартіном Скорсезе. Першою картиною, в титрах якої використано кінетичну типографіку, вважається фільм «The Man with the Golden Arm» (1955) за режисерством О. Премінгера. Спеціалізуючись першочергово на візуальній ідентифікації фільмів, дизайнер проектував постери до кінофільмів, які стилістично «оживали» в сюжетному ключі кінострічок. С. Басс віддавав перевагу спрощеним лаконічним формам, чистим лініям, техніці колажу й комбінації елементів.

За останні роки технологічне вдосконалення комп'ютерних процесів, розвиток 3D і миш-дизайну та широка персоналізована доступність електронних технологій кожній людині остаточно відокремили подачу лінійного тексту у статичному режимі друкованих носіїв, вивівши на перший план динамічну форму візуалізації даних через екран.

Сучасна *анімаційна типографіка* (фр. animation – оживлення) оперує *лінійним руховим текстом*, що має фіксований об'єм інформації, поданий у форматі відео- або анімованого повідомлення, де всі візуальні об'єкти узгоджені між собою за сценарієм, композиційним устроєм і змістом. Саме завдяки *кінетичній функції* типографіки електронного середовища досягається динамічний характер інформаційної подачі. Лінійна протяжність у часі та зрежисованість інформаційної оповіді – якісні відмінності динамічного тексту від статичного друкованого. На відміну від класичних об'єктів подачі текстового матеріалу, де інформація відображена в незмінній формі, може зчитуватися вибірково і в поступовій послідовності, анімаційний вид текстової трансляції має встановлений часовий проміжок інформування, протягом якого людина виступає в ролі пасивного глядача.

Донесення візуальної інформації за допомогою зміни часових проміжків є одним із найважливіших переваг анімації, що дозволяє візуально розповісти більший об'єм меншими засобами. Анімований інформаційний матеріал завдяки симбіозу тексту і кінетики стає більш змістовним і комфортним для сприйняття (Золотарев, 2012).

Серед інших позитивних чинників анімаційної типографіки відокремлено: швидкість сприйняття даних, моделювання сценарію візуальної історії, імітацію «живого» звернення, фізичних дій і контактів задля підвищення емоційного змісту тексту. Тобто суттєва особливість «рухової» динамічної подачі тексту полягає в передачі сенсу візуального повідомлення через часові параметри й емоційну

складову частину. В анімаційних роликах типографіка може підсилити емоційні якості у сприйманні візуального тексту, наприклад, через передачу тональності або графічні характеристики повідомлення. Такі типографічні прийоми, як зміна розміру, типу накреслення шрифтів можуть у межах сюжету анімаційного фільму загострювати сприйняття змісту, створювати напругу або, наприклад, візуалізувати гучність тексту або зобразити тон спокійного висловлювання.

Найбільш активне застосування анімаційної типографіки відбувається в межах цифрового середовища й реалізується в таких дизайн-об'єктах, як: анімаційні ролики, відео-заставки в різних медіа-ресурсах (веб-сайтах, телебаченні, кіноіндустрії), анімаційні титри (фільми, музичні кліпи, ігри). Анімована типографіка також є базовою моделлю створення комфортних комунікативних активів у галузі UI та UX дизайну, що дозволяє зробити інформаційний матеріал більш зрозумілим і зручним. Анімаційний контент допомагає привернути увагу й утримувати користувача на сторінці, а також сприяє поясненню інформації за частки секунди. Сучасна текстова комунікація заміщує усну мовленнєву, анімація дозволяє «оживити» спілкування.

Сьогодні існують декілька напрямів анімаційної типографіки. Типологічна модель Барбари Брауні ділить анімаційну типографіку на флюїдну (fluid typography) та моушн (motion typography), що у свою чергу підрозділяється на скролінг-типографіку і динамічну верстку (Brownie, 2008).

На початку ХХІ ст. технологічні можливості віртуального середовища посприяли вдосконаленню текстової комунікації, наділену сьогодні спроможністю імітувати живе спілкування завдяки технології інтерактивності. Як зазначає українська дослідниця Т. Іваненко, з розвитком цифрових технологій і мереж обміну інформацією виділяється таке явище, як онлайн-комунікація як четвертий етап розвитку комунікації у суспільстві, головними ознаками якої є миттєвість і відсутність фізичного контакту (Іваненко, 2017).

*Інтерактивна типографіка*, на відміну від класичної й анімаційної, оперує нелінійною формою тексту. У комп'ютерну епоху на зміну лінійному тексту виникла більш гнучка конфігурація – *гіпертекст* – форма текстової інформації, що складається з інформаційних фрагментів із певною системою зв'язків, функціонує завдяки гіперпосиланням і передбачає різноманітну послідовність зчитування. Таким чином, кожен окремих текст стає включеним у цілісну систему існуючих паралельно з ним текстів, створюючи візуальний

багатовимірний простір. Прикладами слугують веб-сайти, електронні видання, соціальні мережі, де споживання інформації відбувається за принципом не одиничного напрямку, а можливості варіативного користування медіа-ресурсами.

Найбільш вагомою характеристикою інтерактивної типографіки є двостороння *взаємодія між користувачем і транслятором інформації* – об'єктом інтерактивного дизайну, що передбачає обмін даних у діалоговому режимі. *Інтерактивна типографіка має спонукаючий характер трансляції* через застосування *провокаційної функції*, завдяки якій інформаційна взаємодія має діалоговий характер і спрямована на відповідні реакції, ігрові дії за певним змодельованим сценарієм взаємообміну споживача з інформаційним дизайн-об'єктом. Першочергово інтерактивна комунікація націлена на те, щоб зробити взаємодію людини з інформацією в межах цифрового середовища простою й ефективною, а в процесі перетворює пасивного читача в активного користувача електронного контенту.

У сучасному інформаційно та матеріально насиченому світі важлива можливість самостійного вибору, адаптації візуального вигляду інформаційного середовища під власні уподобання. Не менш суттєвим є й візуалізація взаємодії з системою, мобільність, швидкість отримання інформації. Тобто процес інтерактивного споживання в межах електронного простору оперує можливістю в адаптації типографічного оформлення відповідно до персональних вподобань користувача (Malouf, 2007).

Спеціалісти з інформаційного дизайну Рей Крістоф і Емі Сатран описують інтерактивність із погляду зосередженості на дизайні користувальницьких інтерфейсів і нових медіа. Комп'ютери та програмне забезпечення є інструментами, і їхня мета полягає в тому, щоб допомогти людям взаємодіяти з інформацією. Користувачі вибирають послідовність і темп взаємодії, а найголовніше – вирішують, на що дивитися, а що ігнорувати (Kristof, Satran, 1995).

Інтерактивні електронні технології сьогодення спрямовані на досягнення «чуттєвого» спілкування, на підсилення почуттів, формування настрою людини. Через це розробка інтерактивних дизайн-продуктів потребує визначення потреб користувача і врахування психофізичних особливостей як окремої людини під персональні дані та вподобання, так і загальні показники цільової аудиторії.

Проектний базис інтерактивної типографіки вміщує такі дизайн-об'єкти, як: багатосторінкові

видання з елементами інтерактивності, різноаспектну інтерактивну рекламну продукцію, електронні додатки, типографічні веб-сайти, шрифтові інтерактивні урбаністичні інсталяції, соціальні інтерактивні перфоманси, арт акції тощо.

Отже, інтерактивна типографіка підпорядковується формату електронного носія, роздільної здатності екранів і можливостям мультимедійного супроводу. Структурування інформаційних гіпертекстових масивів відбувається завдяки продуманій системі ймовірних дій користувача під час сеансу споживання. Завдання типографіки полягає у формуванні найбільш зручної системи віртуальних шляхів, переходів, повернень, а інколи режисерського впровадження у проектуванні інтерактивної комунікації. Завдяки типографіці можна спроектувати зручні алгоритми дій в оперуванні з інформацією, враховуючи ергономічні показники для екранної верстки і застосовуючи фактор часу.

**Висновки.** У статті зазначено, що типографіка сучасності перебуває у процесі постійного вдосконалення й оновлення інформаційних технологій, що відображено в ефективній організації та технологічному покращенні інформаційно-комунікативних процесів суспільства, а саме у підвищенні якості, оптимізації фактору часу, мінімізації енергії та матеріальних ресурсів. Сьогодні типографіка оперує технологічним надбанням п'ятсотрічних експериментів людства пошуку якісного процесу візуалізації тексту засобами машинного відтворення.

Встановлено, що основними технологічними класами типографіки початку ХХІ ст., які сьогодні повноцінно застосовуються в інформаційно-комунікативному процесі, є класична, анімаційна й

інтерактивна типографіка. Запропоновано класифікацію типографіки за технологічною парадигмою, проведено аналіз напрямів за визначеними критеріями.

Класична форма функціонально-технічного застосування типографіки має статичний характер трансляції лінійного тексту, спрямована на якісне збереження об'ємів даних. Об'єктами класичної форми є друкована поліграфічна продукція та цифровий інформаційний контент.

Анімаційна типографіка оперує динамічним характером інформаційної трансляції через кінетичну функцію й реалізується в таких дизайн-об'єктах, як: анімаційні ролики, відео-заставки в різних Інтернет і медіа-ресурсах, анімаційні титри, відео-контент.

Інтерактивна типографіка має спонукаючий характер трансляції через провокаційну функцію інформаційної взаємодії діалогового характеру, що спрямована на відповідні реакції, ігрові дії за певним змодельованим сценарієм взаємообміну споживача з інформаційним дизайн-об'єктом.

Отже, домінуюче положення електронної трансляції інформаційних масивів, на відміну від друкованих носіїв, потребує більш детального наукового підходу до проблеми застосування нових технологій у візуалізації текстової інформації. Оновлення інструментарію типографіки в оперуванні з новим форматом візуальної інформації – гіпертекстом – підсилюється застосуванням інтерактивних можливостей електронного простору і тісного взаємозв'язку з іншими медійними галузями.

Подальші наукові розвідки передбачають продовження формування деталізованої класифікації типографіки початку ХХІ ст. з погляду історико-культурної та контекстуальної парадигм.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / пер. Е.А. Самарская. Москва, 2006.
2. Долгих М.Н. Дизайн в культуре селевого общества: интерактивная природа и виртуальная жизнь : автореф. дис. ... канд. фил. Наук : Томск, 2015. 232 с.
3. Іваненко Т.О. Графічний дизайн як засіб розвитку комунікативної діяльності. *Актуальні питання мистецтвознавства: виклики ХХІ століття* : зб. тез міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 9–12 жовтня 2017 р., 2017. С. 171–172.
4. Золотарев Д.А. Дизайн печатных изданий в интерактивной среде : автореф. дис. ... канд. иск. наук. Екатеринбург, 2012.
5. Мак-Люен М. Галактика Гутенберга: становлення людини друкованої книги / пер. А.А. Галушки, В.І. Постнікова. Київ : Ніка-Центр, 2015. 388 с.
6. Тоффлер Е. Третья хвиля / перекл. А. Євса, за ред. В. Шовкуна. Київ : Видавничий дім «Всесвіт», 2000. 480 с.
7. Borzykowski G. Animated Text: More than meets the eye? In McBeath, C., Jonas-Dwyer, D. and Philips, R., eds. *Beyond the Comfort Zoe: Proceedings of the 21st ASCILITE Conference*, Perth, 5–8 December 2004, pp. 141–144. URL: <http://www.ascilite.org.au/conferences/perth04/procs/borzykowski.html>.
8. Brownie B. One Form, Many Letters: Fluid and transient letterforms in screen based typographical artifacts. *Networking Knowledge: Journal of the Me CCSA Postgraduate Network*. 1 (2). Archived from the original on April 3, 2008.
9. Castells M. *The rise of the network society: the information age: economy, society and culture*. Cambridge, MA; Oxford, UK : Wi-ley-Blackwell, 2000. 656 p.
10. Graham L. *The Principles of Interactive Design*. New York, NY, Delmar Publishing, 1999. 225 p.

11. Hillner M. Virtual Typography: Time Perception in Relation to Digital Communication, Leonardo Electronic Almanac, 2006, URL: [http://leoalmanac.org/journal/vol\\_14/lea\\_v14\\_n05-06/mhillner\\_lea140506.pdf](http://leoalmanac.org/journal/vol_14/lea_v14_n05-06/mhillner_lea140506.pdf).
12. Innis H.A. The Bias of Communication. Toronto: University of Toronto Press, 1999. pp. 34–36 URL: <http://www.media-studies.ca/articles/innis.htm>.
13. Kristof R., Satran A. Interactivity by Design: Creating & Communicating with New Media. Mountain View, CA, Adobe Press, 1995. 144 p.
14. Lee J.C., Forlizzi J., Hudson Sc. E. The Kinetic Typography Engine: An Extensible System for Animating Expressive Text. Carnegie Mellon University.
15. McLuhan, Herbert Marshall. Understanding Media: The Extensions Of Man. Reissued by MIT Press, 1994.
16. Malouf D. Foundations of Interaction Design. Boxes and arrows, 2007. URL: <https://boxesandarrows.com/foundations-of-interaction-design>.
17. Van Dijk J. The network society: social aspects of new media. London, Sage Publications, 2006, 304 p.
18. Woolman M. Type in Motion 2, London, Thames & Hudson, 2005, 256 p.
19. Zimmerman B. History of Kinetic Typography. Wiz Motions. URL: <https://www.wizmotions.com/history-kinetic-typography/>.

#### REFERENCES

1. Bodriyyar, Zh. (2006) Obshchestvo potrebleniya. Yego mify i struktury. [The Consumer Society: Myths and Structures] Per. Ye.A. Samarskaya. [in Russian].
2. Dolgikh, M.N. (2015) Dizayn v kulture selevogo obshchestva: interaktivnaya priroda i virtualnaya zhizn: avtor. dis... kand. fil. nauk: Tomsk [Design in the culture of mudflow society: interactive nature and virtual life], 232 p. [in Russian].
3. Ivanenko, T.O. (2017) Hrafichnyi dizain yak zasib rozvytku komunikatyvnoi diialnosti. *Aktualni pytannia mystetstvoznavstva: vyklyky XXI stolittia* : zb. tez mizhnar. nauk.-prakt. konf., [Graphic design as a tool for communication activities] Kharkiv, pp. 171–172. [in Ukrainian].
4. Zolotarev, D.A. (2012) Dizayn pechatnikh izdaniy v interaktivnoy srede: avtoref. dis. ... kand. isk. nauk [Design of printed publications in an interactive environment]. Yekaterinburg. [in Russian].
5. Mak-Liuen, M. (2015) Halaktyka Gutenberga: stanovlennia liudyny drukovanoi knyhy [The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man], Kyiv: Nika-Tsentr, 388 p. [in Ukrainian].
6. Toffler, E. (2000) Tretia khvyliya. [The Third Wave], Kyiv: Vsesvit, 480 p. [in Ukrainian].
7. Borzykowski, G. (2004) Animated Text: More than meets the eye? McBeath, C., Jonas-Dwyer, D. and Philips, R., eds. Beyond the Comfort Zoe: Proceedings of the 21st ASCILITE Conference, Perth, Available from: <http://www.ascilite.org.au/conferences/perth04/procs/borzykowski.html> pp. 141–144 [in English].
8. Brownie, B. (2008) One Form, Many Letters: Fluid and transient letterforms in screen based typographical arte facts. *Networking Knowledge: Journal of the Me CCSA Postgraduate Network*. 1 (2). Archived from the original on April 3. [in English].
9. Castells, M. (2000) The rise of the network society: the information age: economy, society and culture. Cambridge, MA; Oxford, UK : Wi-ley-Blackwell, 656 p. [in English].
10. Graham, L. (1999) The Principles of Interactive Design. New York, NY, Delmar Publishing, 225 p. [in English].
11. Hillner, M. (2006) Virtual Typography: Time Perception in Relation to Digital Communication, Leonardo Electronic Almanac. URL: [http://leoalmanac.org/journal/vol\\_14/lea\\_v14\\_n05-06/mhillner\\_lea140506.pdf](http://leoalmanac.org/journal/vol_14/lea_v14_n05-06/mhillner_lea140506.pdf) [in English].
12. Innis, H. A. (1999) The Bias of Communication. Toronto: University of Toronto Press, pp. 34–36. URL: <http://www.media-studies.ca/articles/innis.htm>.
13. Kristof, R., Satran, A. (1995) Interactivity by Design: Creating & Communicating with New Media. Mountain View, CA, Adobe Press, 144 p. [in English].
14. Lee, J.C., Forlizzi, J., Hudson, Sc.E. The Kinetic Typography Engine: An Extensible System for Animating Expressive Text. Carnegie Mellon University. [in English].
15. McLuhan, (1994) Herbert Marshall. Understanding Media: The Extensions Of Man. Reissued by MIT Press. [in English].
16. Malouf, D. (2007) Foundations of Interaction Design. Boxes and arrows, 2007. URL: <https://boxesandarrows.com/foundations-of-interaction-design> [in English].
17. Van Dijk, J. (2006) The network society: social aspects of new media. London, Sage Publications, 304 p. [in English].
18. Woolman, M. (2005) Type in Motion 2, London, Thames & Hudson. Second Ed., 256 p. [in English].
19. Zimmerman, Bill. History of Kinetic Typography. WizMotions. URL: <https://www.wizmotions.com/history-kinetic-typography/> [in English].