УДК [004.928:004.912]:7.012

КІНЕТИЧНА ТИПОГРАФІЯ ЯК РІЗНОВИД МОУШН-ДИЗАЙНУ: СПЕЦИФІКА СТВОРЕННЯ ВІЗУАЛЬНОГО ВПЛИВУ В МЕДІА

Михайло ЄНЧЕВ – здобувач освітньо-наукового ступеня,
Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ,
https://orcid.org/0009-0000-5494-6641
https://doi.org/10.35619/ucpmk.51.1095
mihail.enchev1984@gmail.com

Стаття присвячена дослідженню особливостей кінетичної типографії в контексті моушн-дизайну та аналізу специфіки створення візуального впливу в традиційних медіа. Уточнено поняття «кінетична типографія» та наголошено на доцільності її розгляду як мистецтва та техніки анімації тексту, для вираження/репрезентації ідей, або виклику певних емоцій динамічним та часовим способом, що поєднує короткі тексти, анімацію, фотографії, відео, графіку, музику та закадровий голос з метою побудови ідеї чи емоції. *З'ясовано*, що у традиційних та нових медіа кінетична типографія дозволяє створювати нелінійне оповідання, додаючи візуальний вимір до оповіді. Завдяки анімації ключових слів можна зробити акцент та сфокусувати увагу глядача, що сприяє розумінню та впливу повідомлення; створювати певні тони та атмосферу, доповнюючи розповідь рухом та стилем. *Наголошено*, що створення кінетичної типографії залежить від таких аспектів, як: вибір шрифту (має відповідати тону повідомлення та залишатися розбірливими навіть під час анімації); аудіовізуальна синхронізація (анімація повинна бути синхронізована з ритмом та структурою відео, створюючи безшовне враження) та візуальна узгодженість (узгоджений стиль анімації типографії створює професійний вигляд).

Кінетична типографія отримала широке застосування у кіноіндустрії, на телебаченні (об'єднує весь контент та гомогенізує імідж каналу), у створенні рекламних роликів (посилює емоційний вплив та робить рекламу більш ефективною), музичних відеокліпів (анімація літер синхронізується з музикою, що додає додаткові візуальні виміри та посилює враження від аудіального елементу), титрах до різноманітних великих і малих екранних форм (у фільмах та відео кінетична типографія використовується для представлення титрів та переходів*). Констатовано*, що кінетична типографія в найближчому майбутньому має значені перспективи для динамічного розвитку, завдяки провідним методам анімаційної графіки, віртуальної реальності та доповненої реальності.

Ключові слова: кінетична типографія, моушн-дизайн, анімація, текст, шрифт, колір, медіа.

Постановка проблеми. У сучасному моушн-дизайні особливу роль відіграє кінетична типографія, специфіка якої полягає в здатності поєднувати естетику типографського дизайну з принципами кіно та анімації. У цьому симбіозі морфологія та хореографія анімованого тексту сходяться не лише для передачі інформації, але й для додавання емоційної глибини та виклику якостей, властивих кіно, телебаченню та сутності усного слова. Кінетична типографія в медіа – ефективний інструмент перетворення літер на екрані на емоційно насичений візуальний досвід. Актуальним для теорії сучасного дизайну є дослідження кінетичної типографії та особливості її використання у моушн-дизайні традиційних медіа в контексті створення вражаючих візуальних ефектів.

Мета статті – розглянути особливості кінетичної типографії в контексті моушн-дизайну та проаналізувати специфіку створення візуального впливу в традиційних медіа.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значний науковий інтерес до різноманітних аспектів кінетичної типографії, що виник у вітчизняних науковців, пояснюється динамікою її розвитку в першій чверті XXI ст. та використанням у багатьох галузях діяльності. Так, наприклад, виявленню провідних тенденцій розвитку типографії у вебдизайні та спробі проаналізувати її вплив на формування креативного мислення і творчого потенціалу фахівців у галузі візуальної комунікації присвячено статтю І. Костенка [3]. Спробу розглянути художні особливості кінетичної типографіки, зокрема аспект інтегративних шрифтів здійснюють Н. Стребіж та Н. Дядюх-Богатько [5]. М. Опалєв та К. Саввіна [4] аналізують етапи розвитку анімованої типографіки в моушн-дизайні. Дослідженню особливостей створення кінетичної типографіки та розгляду перспектив розвитку шрифту в мультимедіа присвячено розвідку Н. Дядюх-Богатько та Я. Куць [1]. В. Ходосов [5] досліджує еволюцію та варіативність застосування кінетичної типографії, «форми моушн-дизайну, яка анімує текст для створення динамічних візуальних ефектів». Спробу окреслити особливості типографічного аспекту анімованих титрів у кінематографі початку цифрової доби здійснюють О. Чуєва та М. Чолій [7] і ін. Проте на основі історіографічного аналізу, можна констатувати, що загалом проблематика кінетичної типографії лишається малодослідженою і вимагає подальших наукових розробок з мистецтвознавчих позицій.

Виклад матеріалу дослідження. Протягом останньої чверті століття людство перебуває під владою зображень, телебачення, відео, інтернету, що призвело до переходу від буквального сприйняття до візуального, а суспільство зробило набагато більш залежним від зображень, ніж будь-коли раніше в

© Єнчев М., 2025 р.
Стаття поширюється на умовах ліцензії CC BY 4.0

історії. Цей феномен розпочався з кіно, яке поступово зайняло свою позицію лідера в мистецтві, а з середини XX ст. новим медіаресурсом, що позиціюється як один із найбільших поширювачів інформації, стало телебачення, яке проникло в людську культуру і перетворилося на засіб комунікації за найширшим обхватом. Інтернет та мобільні ресурси в перші десятиліття XXI ст. сприяли впровадженню візуального аспекту в буденне життя, зробивши зображення одним із найважливіших ресурсів комунікації. Дослідники акцентують увагу на тому, що з середини XX ст. очевидною стало постійна присутність форми комунікацій, заснованої на аудіовізуальній мові [14; 22]. Цей новий спосіб комунікації відомий під різними назвами: аудіовізуальний дизайн, відеодизайн, 4D-дизайн, телевізійна графіка та, в першу чергу, анімація або моушн-дизайн.

Анімація (motion graphics) – англійський термін, що перекладається з «рухома графіка». Зазвичай motion graphics – це короткий відеофрагмент, що поєднує аудіовізуальні техніки з графічним дизайном, який з початку був статичним. Незважаючи на те, що техніка не нова, протягом останніх років вона отримала широку популяризацію і динамічно розвивається під впливом різноманітних технік. Існують деякі види motion graphics, що також можна комбінувати для створення нових результатів. До них належить кінетична/анімаційна графіка – поєднання тексту та графічного дизайну, що взаємодіють один з одним під музичний супровід.

У сучасній науковій літературі немає єдиного загальноприйнятого визначення кінетичної типографії – погоджуючись в певних загальних рисах, зокрема в анімації тексту в часі, створенні динамічних візуальних ефектів з метою здійснення емоційного впливу на реципієнта, українські та закордонні науковців розходяться у структурному визначенні, пропонуючи трактувати кінетичну типографіку як: різновид моушн-дизайну [6; 521], техніку анімації [8], вид анімації [2; 320], «мистецтво, рухому типографіку, яка не потребує додавання ілюстрованого матеріалу чи навіть простих геометричних фігур» [5; 110] та ін.

Найбільш доцільним убачається позиціювання кінетичної типографії як мистецтва та техніки анімації тексту, для вираження/репрезентації ідей, або виклику певних емоцій динамічним та часовим способом, що поєднує короткі тексти, анімацію, фотографії, відео, графіку, музику та закадровий голос із метою побудови ідеї чи емоції. Кінетичну типографію, зазвичай, використовують для виділення основного повідомлення контенту, створення більш захопливого враження для читача/глядача та додавання рівня цікавості та динамізму, який статичний текст не може запропонувати.

Ця техніка все частіше використовується в цифрових медіа, таких як Інтернет, що використовується для поширення реклами, політичних, ідеологічних та освітніх повідомлень, новин, історій тощо за допомогою відеокліпів. Джерела кінетичної типографії можна знайти в дизайні вступних титрів для фільмів у 1960-ті рр. Візуальна мова стає дедалі поширенішою та домінантнішою, особливо в інтернеті, і тенденція полягає в тому, що зображення мають дедалі більшу вагу, навіть у письмових текстах [9]. У широкому розумінні кінетична типографія – це рухомий текст, що зазвичай супроводжується звуком, в якому голос озвучує букви. Це ефективно доносить повідомлення, оскільки звук підкріплює текст. Покадрова зйомка (покадровий монтаж) використовує цю техніку, що проклала шлях до створення кінематографу. На думку М. Бохоркеса, моушн-графіка являє собою конвергенцію графічного дизайну, кіно, відео та фототехнологій [10]. Науковець зазначає, що в кіно моушн-графіка – це не лише один з аспектів послідовного графічного вираження. Він наголошує на тому, що моушн-графіка передбачає два напрями досліджень: з одного боку – проблеми конструювання сенсу, а з другого – аудіовізуальний дизайн як форма комунікації [10]. Різні характеристики означника у фільмі мають прямі еквіваленти у графічному дизайні у своїй гетерогенності, полівалентності та комбінаторній природі [10]. У всіх продуктах графічного дизайну різні типи зображень та комунікаційні ресурси, специфічні для аудіовізуального світу, перетинаються, що передбачає артикуляцію інструментів та елементів у кінцевому результаті.

Розвиток анімаційної графіки розпочався з дизайну титрів та інтертитрів у кіно, а пізніше, у 1950-ті рр., отримав поштовх завдяки роботам таких кінематографістів як С. Басс. До свого повного розвитку у світі аудіовізуальних засобів використовувалися графічні ресурси, ближчі до дизайну плакатів, ніж до аудіовізуальної мови. Крім того, на експресивному рівні, її історичними попередниками є мультфільми, експерименти з абстрактним експресіонізмом та зачатки кіно як техніки, мови та соціального явища. Одним із показових прикладів є титри до фільму «Впіймай мене, якщо зможеш», розроблені О. Кунцелем та Ф. Дейгас – зображення рухомих силуетів, ліній, що утворюють слова, плоских кольорів та цілих декорацій, створених за допомогою двовимірних геометричних фігур. Ця послідовність дуже влучно підсумовує весь фільм. Титри віддають шану С. Бассу, графічному дизайнеру та одному з піонерів у впровадженні дизайну титрів та титрів, а також створенні багатьох найважливіших корпоративних ідентичностей у США.

Телебачення – ще одна важлива платформа для анімаційної графіки, також відома як пакет телевізійного мовлення або пакет телевізійної ідентичності. Цей пакет розробляє корпоративний імідж для телебачення, який включає не лише типові характеристики корпоративного іміджу бренду, але й наративні концепції. До них належать аспекти так званого четвертого виміру, вважаючи концепцію графічного сторітелінгу

фундаментальною. Пакет передбачає, що зображення формується програмуванням, зв'язком між візуальними та аудіоматеріалами, і приділяє пильну увагу сегментам, які глядачі можуть лише чути, але не бачити. Це призводить до набагато складнішого корпоративного іміджу [15; 200]. Наразі більшість аудіовізуальних медіаканалів використовують техніки анімаційної графіки, все частіше використовуючи їх та надаючи глядачам зображення, багатше на концептуальні, графічні та естетичні ресурси. Кіно та телебачення у своїх спецефектах, дизайні титрів, відеоінфографіці, в Інтернеті, рекламі та всіх аудіовізуальних продуктах, що поширюються на цифрових пристроях, містять велику кількість прикладів анімаційної графіки, що робить її важливим сучасним візуальним комунікаційним ресурсом, широкомасштабним передавачем повідомлень [12; 34].

Проєктування анімаційної графіки, як стверджують дослідники, є проєктуванням у чотирьох вимірах (довжина, ширина, глибина, час). Дж. Коста стверджує, що відмінності в проєктуванні для екрану ґрунтуються на технологічній трансформації та онтологічних характеристиках аудіовізуального середовища [11; 42]. Аналогічно, це передбачає різний спосіб мислення у двох та трьох вимірах завдяки включенню графіки та звуку в аудіовізуальну часовість, що утворює глобалізацію, графічне повідомлення на основі ідентичності.

Чіткість кінетичних текстів виходить за рамки традиційного зв'язку між розміром шрифту, міжлітерним інтервалом, інтерліньяжем та контрастом фону. До цих критеріїв додаються два ключові виміри: а) час, протягом якого текст залишається видимим, перш ніж зникнути, та б) характер руху, враховуючи як швидкість, так і траєкторію. Типографічний зв’язок, ефективний на статичному носії, такому як папір, може втратити свою ефективність або значення, коли додається рух. Наприклад, тексти з великим розміром шрифту можуть стати монотонними, якщо їхня тривалість на екрані тривала та повільна. Аналогічно, жирні типографічні зв’язки з щільним інтервалом або нерегулярним інтервалом між літерами можуть знизити їхню розбірливість в анімаціях зі складними текстурами або швидкими рухами.

Рух не лише впливає на розбірливість, але й є потужним інструментом для захоплення та спрямування уваги глядача. З точки зору перцептивної та когнітивної психології, стимули з різким початком, як правило, привертають увагу. Таким чином, час і ритм анімації можна регулювати для генерування різних рівнів уваги. Аналогічно, рухомий об’єкт, як правило, привертає увагу, особливо якщо він рухається до певної точки. Плавні рухи та зміщення можуть спрямовувати увагу з однієї точки на екрані до іншої [13; 51]. У сфері дискурсу кінетична типографія досліджує взаємодію між часом та текстовою виразністю. За допомогою анімації можна викликати широкий спектр емоцій. Вибирається не лише шрифт, розмір, насичення та контраст, але й такі часові елементи, як швидкість, тривалість та ритм, також можна маніпулювати, щоб відобразити такі характеристики, як тон, гучність та темп мовлення. Незначні зміни, такі як варіації розміру тексту або легкі вібрації, можуть передавати емоції від хвилювання до гніву.

Кінетична типографія служить не лише для передачі емоцій, але й для представлення персонажів та діалогів у розповіді. Якщо є кілька голосів, кожен з них можна представити, присвоївши йому відмінні візуальні типографічні атрибути, просторові положення та моделі руху. Однак важливо визнавати обмеження кінетичної типографії. Хоча вона може встановити та посилити емоційний тон тексту, вона зазвичай не може змінити емоційний зміст, властивий значенню повідомлення. Іншими словами, кінетична типографія може посилювати або нюансувати існуючі емоції, але вона не може повністю змінити їхню природу.

У часовій типографії важливо розрізняти внутрішні характеристики типографської форми, такі як тип шрифту та колір, та ті, що пов'язані з її поведінкою, такі як її рухові якості. Іншими словами, важливо відокремити зовнішній вигляд від дії [2; 232].

Кінетичну типографію можна аналізувати такими критеріями, як тип руху (варіюється від лінійного до обертального або експансивного руху, швидкість (анімація може бути швидкою, повільною або мати переходи прискорення та уповільнення), послідовність (слова та літери з'являються та зникають у дизайні), інтерактивність (певні кінетичні шрифти адаптуються або змінюються залежно від взаємодії з користувачем), наратив (чи розповідає анімація певну історію, чи просто зосереджується на досягненні руху для власної естетичної привабливості) [13; 50]. Складність кінетичної типографії полягає в тому, що естетичні та емпіричні умови тексту постійно оновлюються, коли форми переходять з одного стану в інший протягом часової послідовності, завдяки своїй властивій динамічній природі.

На композиційному рівні анімація дозволяє посилити просторове сприйняття у візуальних презентаціях. На відміну від традиційних двовимірних обмежень, де композиційні елементи рухаються горизонтально та вертикально, анімація дозволяє пропонувати рух вперед та назад, створюючи відчуття глибини. Зміна розміру об’єктів, використання шарів різної глибини та гра з текстурами та прозорістю – це деякі з використовуваних методів. Крім того, використання тривимірних ефектів, що пропонуються плагінами або спеціалізованим програмним забезпеченням, посилює цю ілюзію. Застосування таких методів, як ефекти світла та тіні, коригування фокуса, розмиття, паралакс та інші візуальні обробки, збагачує просторовість, створюючи враження об'єму та глибини на екрані, який, по суті, є плоским.

Надзвичайно важливою є роль кінетичної типографії в комунікаційній стратегії телебачення, зокрема у процесі створення безперервності, як її найважливішого елементу, того, що об'єднує весь контент та гомогенізує імідж каналу.

Дизайн телевізійної безперервності складається з аудіовізуальних елементів, що відповідають корпоративному стилю каналу: він включає ідентифікатори каналів, попередні перегляди програм, заставки та кінцеві титри. Ідентифікатори каналів – це анімовані послідовності, що супроводжуються музикою, за допомогою яких телеканал представляє себе, просуваючи свій імідж та графічну ідентичність. Самопромоушн – це елементи, що відображають інформацію про майбутні програми. Вони можуть містити інформацію про часовий інтервал, конкретну програму, що транслюватиметься, або спеціальну трансляцію, важливу для телевізійної мережі з точки зору аудиторії. Заставки – це дуже короткі графічні анімації, тобто перехід між рекламними роликами та програмами, що повинні підтримувати загальний стиль. Нескінченні заставки – це заставки, в яких дія розгортається в циклі, щоб адаптуватися до різних вимог щодо тривалості. Вони використовуються для полегшення підключення у разі збоїв [12; 34]. Безперервність охоплює всі аудіовізуальні вирази, що відображаються в кожному з продуктів каналу, надаючи йому загальної сили та, отже, зміцнюючи його корпоративну ідентичність.

Висновок: Кінетична типографія отримала широке застосування у кіноіндустрії, на телебаченні (об'єднує весь контент та гомогенізує імідж каналу), у створенні рекламних роликів (посилює емоційний вплив та робить рекламу більш ефективною), музичних відеокліпів (анімація літер синхронізується з музикою, що додає додаткові візуальні виміри та посилює враження від аудіального елементу), титрах до різноманітних великих і малих екранних форм (у фільмах та відео кінетична типографія використовується для представлення титрів та переходів). У традиційних та нових медіа кінетична типографія дозволяє створювати нелінійне оповідання, додаючи візуальний вимір до оповіді. Завдяки анімації ключових слів можна зробити акцент та сфокусувати увагу глядача, що сприяє розумінню та впливу повідомлення. Кінетична типографія може створювати певні тони та атмосферу, доповнюючи розповідь рухом та стилем. Створення вражаючої кінетичної типографії залежить від кількох аспектів: вибору шрифту: вони мають відповідати тону повідомлення та залишатися розбірливими навіть під час анімації; аудіовізуальна синхронізація: анімація повинна бути синхронізована з ритмом та структурою відео, створюючи безшовне враження; візуальна узгодженість: узгоджений стиль анімації типографії створює професійний вигляд.

Провідні методи анімаційної графіки, віртуальна реальність та доповнена реальність можуть ще більше розширити межі можливого за допомогою кінетичної типографії.

Список використаної літератури:

1. Дядюх-Богатько Н. Й., Куць Я. Й. Шрифт в мультимедіа – перспективи розвитку. *Вісник ХДАМ. Серія «Дизайн, дизайн-освіта»*. 2013. № 1. С. 30–32.

2. Здольник І. Г., Довженко І. Б., Потанін С. Є. Дослідження особливостей створення кінетичної типографіки. *Вісник Київ. нац. ун-ту технологій та дизайну. Технічні науки*. 2016. № 6 (104). С. 230–235.

3. Костенко І. Варіативні шрифти та кінетична типографія у вебсередовищі. *Теорія і практика дизайну*. 2025. Вип. 36. С. 260-267 https://doi.org/10.32782/2415-8151.2025.36.24

4. Опалєв М. Л., Саввіна К. С. Етапи розвитку анімованої типографіки в моушн-дизайні. *Вісник ХДАДМ*. 2014. № 8. С. 78–80.

5. Стребіж Н. О., Дядюх-Богатько Н. Й. Художні особливості кінетичної типографіки у студентських роботах кафедри графічного мистецтва та мистецтва книги Української академії друкарства. *Наук. зап. Міжнар. гуманіт. ун-ту.* 2021. Вип. 35. С. 106-110. URL : http://www.sci-notes.mgu.od.ua/archive/v35/28.pdf

6. Ходосов В. Ретроспекція розвитку кінетичної типографіки та її застосування в дизайні. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку:* наук. зб. / за ред. проф. В. Виткалова. Рівне : РДГУ, 2024. Вип. 49. С. 521–526.

7. 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.

8. Barnhart B. Kinetic typography: the what, why, and how. Published 25 March 2024. URL linearity.io/blog/kinetic-typography/.

9. Bethencourt I. Web. La tipografía cinética, un recurs textual que s'estén a Internet. 2010. URL: http:// beatcat.blogspot.com/2010/10/latipografia-cinetica-un-recurs.html.

10. Bohórquez M. La construcción de sentido en diseño audiovisual. 2007. URL: http://www. disenoiberoamericano.com/ node/170.

11. Costa J. Identidad Televisiva en 4D. La Paz: Grupo Editorial Design. Disponible en: google books Joan Costa-Identidad Televisiva en 4D, 2005.

12. Ertan İ. Graphic design in television decor. İstanbul Gelişim Üniversitesi Yayınları, 2017. 112 p.

13. Helfand J. Electronic Typography: The New Visual Language. In Beirut, M. et al eds.Looking Closer 2: Critical Writings on Graphic Design: Canada : Allworth Press, 1997. P. 49–53.

14. Pachar A. F. P. Diseño y producción de un producto audiovisual desarrollado con técnicas actuales de video narración y motions graphics aplicado a un programa de TV. Universidad de Cuenca 2015. 56 p. URL : https:// dspace-test.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/21927/1/TESINA%20.pdf

15. Wagih E. The Role of Graphic Design in Enhancing The Visual Identity of Advertising breaks on TV Channels. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية. 2022. Vol. 7(6). P. 194-215. doi: 10.21608/mjaf.2022.127826.2692

References

1. Dyadyukh-Bogatko N. Y., Kuts Y. Y. Font in multimedia – development prospects. *Bulletin of KhDAM. Series «Design, design education»*. 2013. No. 1. P. 30–32 [in Ukrainian].

2. Zdolnyk I. G., Dovzhenko I. B., Potanin S. Ye. Research on the features of creating kinetic typography. *Bulletin of the Kyiv National University of Technologies and Design. Technical Sciences*. 2016. No. 6 (104). P. 230–235 [in Ukrainian].

3. Kostenko I. Variant fonts and kinetic typography in the web environment. Theory and practice of design. 2025. Issue. 36. P. 260-267 [in Ukrainian].

4. Opalev M. L., Savvina K. S. Stages of development of animated typography in motion design. *Bulletin of the KhDADM*. 2014. No. 8. P. 78–80 [in Ukrainian].

5. Strebizh N. O., Dyadyukh-Bogatko N. Y. Artistic features of kinetic typography in student works of the Department of Graphic Art and Book Art of the Ukrainian Academy of Printing. Scientific Notes of the International Humanitarian University. 2021. Issue. 35. P. 106-110 [in Ukrainian].

6. Khodosov V. Retrospection of the development of kinetic typography and its application in design. *Ukrainian culture: past, present, development paths*. 2024. Issue 49. P. 521–526 [in Ukrainian].

7. Chueva O., Choliy M. Typographic aspect of animated titles in cinema of the beginning of the digital age. Demiurge: ideas, technologies, design prospects. 2019. T. 2. No. 1. pp. 67–80 [in Ukrainian].

8. Barnhart B. Kinetic typography: the what, why, and how. Published 25 March 2024. URL : https://www.linearity.io/blog/kinetic-typography/ [in English].

9. Bethencourt I. Web. La tipografía cinética, un recurs textual que s'estén a Internet. 2010. URL: http://beatcat.blogspot.com/2010/10/latipografia-cinetica-un-recurs.html [in Spanish].

10. Bohórquez M. La construcción de sentido en diseño audiovisual. 2007. URL: http://www.disenoiberoamericano.com/ node/170 [in Spanish].

11. Costa J. Identidad Televisiva en 4D. La Paz: Grupo Editorial Design. Disponible en: google books Joan Costa-Identidad Televisiva en 4D, 2005 [in Spanish].

12. Ertan İ. Graphic design in television decor. İstanbul Gelişim Üniversitesi Yayınları, 2017. 112 p. [in English].

13. Helfand J. Electronic Typography: The New Visual Language. In Beirut, M. et al eds.Looking Closer 2: Critical Writings on Graphic Design: Canada : Allworth Press, 1997. P. 49–53 [in English].

14. Pachar A. F. P. Diseño y producción de un producto audiovisual desarrollado con técnicas actuales de video narración y motions graphics aplicado a un programa de TV. Universidad de Cuenca 2015. 56 p. URL : https:// dspace-test.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/21927/1/TESINA%20.pdf [in Spanish].

15. Wagih E. The Role of Graphic Design in Enhancing The Visual Identity of Advertising breaks on TV Channels. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية. 2022. Vol. 7 (6). P. 194-215. doi: 10.21608/mjaf.2022.127826.2692 [in English].

UDC 7[004.928:004.912]:7.012

KINETIC TYPOGRAPHY AS A VARIETY OF MOTION DESIGN: SPECIFICITIES OF CREATING VISUAL IMPACT IN MEDIA

Mykhailo YENCHEV – PhD student, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

The purpose of the article is consider the features of kinetic typography in the context of motion design and analyze the specifics of creating visual impact in traditional media.

Research methodology. The method of theoretical analysis, the system method, the typological method were applied, thanks to which the place and role of kinetic typography in the general system of modern design were clarified and its main characteristics were clarified; the historical and cultural method, which contributed to the consideration of the process of evolution of kinetic typography in a historical retrospective; the method of comparative analysis, in order to identify the specifics of the use of kinetic typography in various types of audiovisual content, as well as the method of compositional, formal-stylistic and art-historical analysis.

Scientific novelty. The concept of «kinetic typography» is clarified and the feasibility of considering it as an art and technique of text animation is emphasized.The features of using kinetic typography in motion design in the process of creating media products are revealed. It was found that kinetic typography has been widely used in the film industry, television (unifies all content and homogenizes the image of the channel), in the creation of commercials (enhances the emotional impact and makes advertising more effective), music videos (animation of letters is synchronized with music, which adds additional visual dimensions and enhances the impression of the audio element), titles for various large and small screen forms (in films and videos, kinetic typography is used to present titles and transitions). It was found that kinetic typography in the near future has significant prospects for dynamic development, thanks to leading methods of animated graphics, virtual reality and augmented reality.

Practical significance. Certain aspects and conclusions of the study can be used in the further scientific development of the problem of using kinetic typography in media design.

Key words: kinetic typography, motion design, animation, text, font, color, media.

Стаття отримана 14.03.2025
Стаття прийнята 14.04.2025
Стаття опублікована 22.12.2025