

ДИЗАЙН ЭЛЕМЕНТОВ КИНЕТИЧЕСКОЙ ТИПОГРАФИКИ

Т. П. БОХАНКО, О. В. ТОКАРЬ

In article results of an assessment of design of elements of kinetic typographics are reflected by a method of semantic differential. As object a caption of popular Soviet films was chosen

Ключевые слова: типографика, семантический дифференциал, титры

Цель работы — изучение дизайна элементов кинетической типографики на примере титров к советским художественным фильмам. Объект исследования — дизайн названий советских фильмов как элементов титров.

Взаимосвязь оформления текстовых элементов и содержания фильма определяется косвенно, например, через эмоционально-образную оценку графических элементов с последующим соотнесением полученных результатов с содержанием фильма, с основной идеей, которую он передает зрителю. Для определения эмоционально-образного отношения потенциального зрителя к оформлению ключевого элемента титров (названию) был привлечен метод семантического дифференциала. Семантическое пространство было сформировано на основе реплик пользователей, высказанных при просмотре начальных титров фильмов.

Было отобрано 19 советских художественных фильмов разных годов выпуска. Разброс средних значений показал, что у респондентов существует определенная дифференциация дизайна титров в зависимости от графических приемов и содержательной стороны титров. Полученные результаты были обработаны методом кластерного анализа.

Кластеризации объектов визуального дизайна на основе эмоционально-образного впечатления респондентов может быть дано логическое объяснение. На выбор респондента влияют четыре параметра: рисунок шрифта, цвет, особенности фона, ассоциации, связанные с содержанием надписи и припоминанием коллизий фильма. Например, нетипично оформленное рубленным тяжелым шрифтом название «Гараж», занимающее весь экран, составляет отдельную группу, то есть зритель испытывает эмоции, отличные от тех, которые вызывает, например, название «Девушка без адреса». В свою очередь надписи, оформленные шрифтом, имитирующим рукописный (фильмы первой группы), вызывают сходные эмоции, при этом цвет шрифта может быть как белым, так и красным, и желтым. Шрифт хоть и отдаленно напоминающий рукописный, но им не являющийся («Королева бензоколонки», «Служебный роман»), уже по-другому оценивается респондентами. Такие надписи относятся ко второй группе, где они объединены с названиями, имеющими общность в черно-белом сочетании фона и шрифта («Девушка с характером», «Девчата», «Большая семья», «Высота»). В этой группе также находится название «Формула любви», которое по сочетанию цвета фона и шрифта также является черно-белым, но рисунок шрифта тяготеет к эпохе, в которую происходят события фильма (Россия, XVIII век). Впрочем, гарнитуры такого типа достаточно распространены при оформлении различной печатной продукции и СМИ, поэтому фактор цвета оказался в данном случае сильнее фактора рисунка шрифта. Декоративные буквы, имитирующие что-то веселое и детское с помощью

приемов разноцветного выделения букв («Чародеи») и неровного набора («Операция Ы», «Усатый нянь») выделились в отдельную группу, что говорит о том, что их воздействие отличается от набора рукописным шрифтом или прямым рубленным. Последнюю группу составляет надпись «Приключения Шерлока Холмса и доктора Ватсона», хотя она выполнена белым цветом на темном фоне, однако текстовая гарнитура шрифта и исторический вид Лондона на подложке вызывал у респондентов эмоции, отличные от тех, которые возникали от надписей всех остальных групп.

Также была составлена классификация оформления заглавий к фильмам. В данном случае исполнение титров рассматривалось со стороны использования каких-либо звуков, моментального появления заголовков или же отдаленного во времени, их динамичности и оформления.