

УДК [004.928:004.912]:7.012

DOI <https://doi.org/10.32782/2415-8151.2025.37.30>

КІНЕТИЧНА ТИПОГРАФІКА В ПРОФЕСІЙНОМУ ТА КОРИСТУВАЦЬКОМУ КОНТЕНТІ ЦИФРОВИХ МЕДІА

Єнчев Михайло Михайлович

аспірант кафедри дизайну,

Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна,

e-mail: mi hail. enchev1984@gmail.com, orcid: 0009-0000-5494-6641

Анотація. Мета статті – виявити особливості формування та розвитку кінетичної типографіки в контексті еволюції медіа, а також концептуалізувати практику її використання в сучасних цифрових медіа на прикладі професійного та користувацького контенту.

Методологія. У дослідженні застосовано метод теоретичного аналізу; типологічний метод, завдяки якому уточнено основні характеристики кінетичної типографіки; історико-культурний метод, застосування якого зумовлено важливістю розгляду формування кінетичної типографіки в історичній ретроспективі; метод компаративного аналізу, що посприяв виявленню особливостей використання кінетичної типографіки в різних видах візуального контенту цифрових медіа; метод мистецтвознавчого та композиційного аналізу та ін.

Результати. За результатами дослідження виявлено, що кінетична типографіка може розглядатися як репрезентація інформації за допомогою тексту в русі протягом певного періоду часу, форма, що здатна передавати емоції через динамічну візуалізацію тексту. Кінетична типографія посилює комунікативні властивості тексту, сама стаючи каталізатором виразної сили. Узагальнюючи теоретичні матеріали, представлені в науковій літературі та на основі аналізу сучасного контенту цифрових медіа, можна запропонувати таку типологізацію кінетичної типографіки: за типом контенту (професійна та користувацька); за типом аудіовізуальних форм (кінетична типографіка для художніх фільмів, телевізійних серіалів, телепрограм, трейлерів, спойлерів, рекламних відеороликів, музичних відеокліпів, малих екранних форм соціальних медіа (коротких відео – Instagram Reels, YouTube Shorts, TikTok Story та ін.)); за типом руху («послідовна», або «серійна», презентація та «динамічна презентація» (поділяється на глобальну та локальну)).

Наукова новизна. Уперше з мистецтвознавчих позицій розглянуто кінетичну типографіку професійного та користувацького контенту цифрових медіа. Запропоновано авторське визначення поняття «кінетична типографіка» та типологізацію. Уведено на наукового обігу невідомі та маловідомі мистецтвознавчі праці закордонних дослідників, що пов'язані з питанням кінетичної типографіки в нових медіа.

Практична значущість. Результати дослідження процесу розвитку кінетичної типографіки в контексті еволюції медіа і на сучасному етапі крізь призму специфіки професійного та користувацького контенту цифрових медіа можуть стати основою для подальших мистецтвознавчих досліджень означеної проблематики. Окремі положення можуть бути використані під час написання посібників та включені до курсів лекцій із графічного дизайну.

Ключові слова: кінетична типографіка, графічний дизайн, кіно, реклама, вебсайт, шрифт, цифрові медіа, соціальні мережі.

ВСТУП

Кінетична типографіка завдяки здатності привертати увагу і в цікавій, захопливій формі доносити повідомлення до адресанта на сучасному етапі розвитку цифрових медіа широко використовується в професійному та користувацькому контенті – від трейлерів, художніх фільмів, розважальних телепроектів та рекламних відеороликів до навчальних відео та постів у соціальних мережах. Завдяки поєднанню анімованого тексту з анімаційною графікою, аудіовізуальним та іншими елементами кінетична типографіка дає змогу створити динамічний візуальний досвід. Незважаючи на популярність кінетичної типографіки в практиці цифрових медіа, теоретична база цього сучасного напрямку графічного дизайну перебуває на етапі розроблення, що актуалізує тему дослідження.

АНАЛІЗ ПОПЕРЕДНІХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Історіографічний аналіз дає змогу констатувати, що серед закордонних учених означеному питанню присвячено праці А. Грушинські [10], Дж. Хельфанд [11], Х.-Дж. Лі та С. Пак [14], Н. Локнар, Д. Братич та А. Агич [15], Л. Маркуші [16], Ш. Вадіарш та Р. Рош [20] та ін. У сучасному українському науковому вимірі проблематика кінетичної типографіки перебуває на початковому етапі дослідження. Серед небагатьох досліджень та публікацій, що присвячені аналізу того чи іншого аспекту кінетичної типографіки, – стаття І. Здольник, І. Довженко та С. Потаніна [2], у якій досліджено особливості створення кінетичної типографіки; перспективи розвитку шрифту в мультимедіа розглянуто у розвідці Н. Дядюх-Богатко та Я. Куць [1]; художні особливості кінетичної типографіки, зокрема аспект інтегративних шрифтів, розглядають Н. Стребіж та Н. Дядюх-Богатко [4]; дослідженню еволюції та широкого застосування кінетичної типографіки, «форми моушн-дизайну, яка анімує текст для створення динамічних візуальних ефектів» присвячено статтю В. Ходосова [5]; етапи розвитку анімованої типографіки в моушн-дизайні аналізують М. Опалев та К. Саввіна [3]; типографічний аспект анімованих титрів у кінематографі початку цифрової доби – предмет дослідження публікації О. Чуєвої та М. Чолій [6] та ін. Важливі для розуміння та осмислення особливостей кінетичної типографії, праці названих вище науковців, на жаль, не дають чіткого уявлення ані про процес її виникнення та розвитку, ані про специфіку використання у цифрових медіа на сучасному етапі.

МЕТА

Виявити особливості формування та розвитку кінетичної типографіки в контексті еволюції медіа, а також концептуалізувати практику її використання в сучасних цифрових медіа на прикладі професійного та користувацького контенту.

РЕЗУЛЬТАТИ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

У сучасному науковому вимірі кінетична типографіка визначається як: «форма моушн-дизайну, яка анімує текст для створення динамічних візуальних ефектів (...) поєднує у собі принципи традиційної типографіки, анімації та кінематографу, що надає нові можливості для візуальної комунікації та креативного самовираження» [5, с. 521]; «текстові методи побудови, які поєднують візуальні та письмові форми в одному контенті і являють собою поліморфні викривлення, що ілюструють значення слова на основі ритму – швидкості та переходів, контурів та деформацій слів» [12, с. 275]. Тобто в широкому розумінні кінетична типографіка – це техніка анімації, що поєднує рух із текстом; анімація, у якій зазвичай єдиним візуальним елементом композиції є типографіка. Це робить її не лише одним із елементів вербальної, а й візуальної комунікації. Варто зазначити, що у науковій літературі також досить поширеними є терміни «типографіка руху» та «рухомий текст», що використовуються як тотожні поняття «кінетична типографіка» [7]. Великою мірою відсутність усталеного термінологічного словника пояснюється тим, що його розроблення базується на традиційному розумінні природи типографіки як статичної, оскільки друкований шрифт – фіксований. Завдяки інноваційним можливостям медіа розширилися і характеристики шрифту. Як стверджують науковці, сучасні медіа дають змогу шрифту функціонувати та розвиватися: «реактивний» шрифт, яким він з'являється на екрані, «драматизується»; одна форма може представляти кілька букв засобами процесу морфінгу, обертання або деконструкції, а кілька форм можуть представляти одну букву засобами процесу реорганізації [10, с. 49].

У закордонному науковому вимірі одним із поширених теоретичних підходів до кінетичної типографіки є підхід Б. Брауні. Науковець пропонує розрізняти кінетичну типографіку двох типів: «типографію в русі» – у тексті слова та/або букви динамічно переміщуються відносно один одного та «рідку типографію» – текст може видозмінюватися засобами перетікання з однієї форми в іншу, залишаючись на одному місці [8].

Персоніфікований засобами кінетичної типографіки текст набуває образної форми, що сприяє створенню сенсорного наповнення поза межами семантики слова. Закордонні дослідники наголошують на тому, що художньо-естетичні принципи типографіки задають певний спосіб читання (шрифти, спрямовані на полегшення або ускладнення процесу сприйняття) і слідує тим самим «концептуальним стандартам, що визначають текстовий жанр» [12, с. 276]. Різноманітні маніпулювання текстом та його перетворення за допомогою руху дають можливість акцентувати на необхідних аспектах, передати певні емоції, генерувати виникнення нових ідей та зробити з тексту наповнене глибинними сенсами повідомлення, що сприяє розширенню «вербального універсуму як цінності смислу у візуальному всесвіті» [13, с. 132]. Процес створення кінетичної типографіки базується на основах композиції, що сприяє досягненню необхідного візуального ефекту: «текстова композиція може утворювати оптичні ілюзії, бути оформленою у певну візуальну форму, що асоціюється із певним явищем, об'єктом чи поняттям» [4, с. 108].

Темпоральність надає типографіці можливість посилити комунікаційні та експресивні можливості, завдяки цьому кінетична типографіка відповідає сучасним технологічним та соціокультурним вимогам.

Варто зазначити, що на початку ХХ ст. представники художніх рухів здійснювали спроби використання кінетичної типографіки. Так, наприклад, звернення футуриста Ф. Марінетті до кінетичної типографіки було зумовлено прагненням створити відчуття швидкості та руху; кубіст Г. Аполлінер позиціював типографіку дуально – як елемент вербального та візуального, оскільки людина спочатку бачить текст і лише потім його читає [11, с. 83]. Проте формування кінетичної

типографіки у її сучасному розумінні пов'язане з еволюцією медіа.

На думку дослідників, перше використання кінетичної типографіки належить французькому кінорежисеру Ж. Мельєсу, який широко застосовував ефект кадрової зйомки. У 1898–1899 рр. він використав схожі прийоми в процесі анімування серії алфавітних блоків для реклами дитячої іграшки, створивши ілюзію руху неживих предметів [9]. Із подальшим розвитком кіно еволюціонує і кінетична типографіка, що спочатку обмежувалася титрами – двовимірними поверхнями, на яких діалоги, оголошення, повідомлення та новини писалися від руки до, під час або в кінці фільму. Одним із піонерів типографіки в медіа є Д.В. Гріффіт, який включив титри у свої фільми «Народження нації» (1915 р.) та «Нетерпимість» (1916 р.) – в останньому Д.В. Гріффіт використовує серію титрів як важливі компоненти фільму. Кожна сцена містить композицію статичних літер, накладених на фотографічне тло, що представляє історичний період, який буде представлено у фільмі (рис. 1).

У 30–50-ті роки ХХ ст. вступні титри використовувалися з метою занурення глядача в історію, що зараз почнеться на екрані, – таким чином передбачалося викликати емоційну реакцію, яка посилює враження. Показовим прикладом є американський фільм «Кінг-Конг» (режисери М.К. Купер, Е.Б. Шодсак, 1933 р.): величезне листя джунглів забезпечує повільний перехід між таємничою природою та типографікою, представленою монументальним шрифтом (рис. 2).

У фільмі «Дещо з іншого світу» (режисери К. Найбі, Г. Гоукс, 1951 р.) темне тло горить полум'ям, крізь яке проявляють літери (назва фільму) з променями світла, створюючи, таким чином, ефект саспенсу [9] (рис. 3).

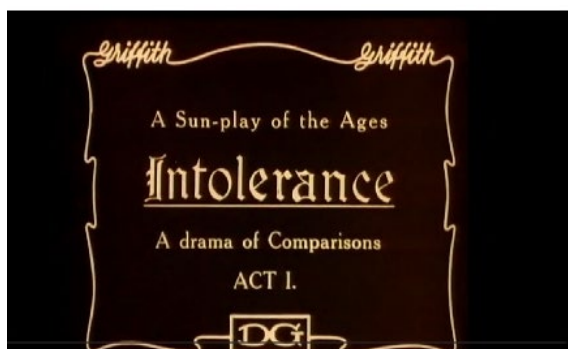


Рис. 1. Використання кінетичної типографіки в німому кіно. Кадри з фільму «Нетерпимість», режисер Д.В. Гріффіт, 1916 р.

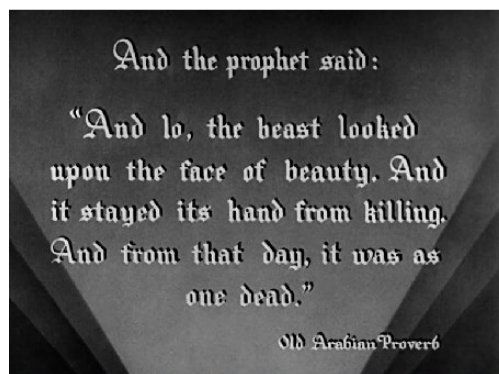
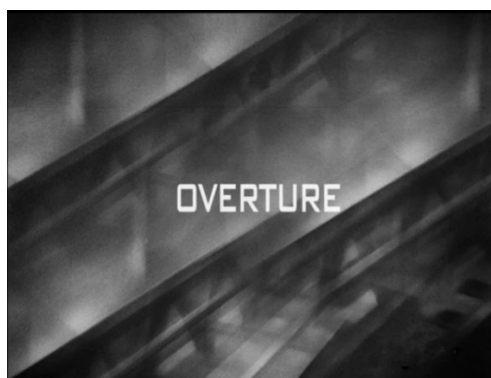


Рис. 2. Використання кінетичної типографіки у титрах фільму «Кінг-Конг», режисери М.К. Купер, Е.Б. Шодсак, 1933 р.



Рис. 3. Використання кінетичної типографіки у титрах фільму «Дещо з іншого світу», режисери К. Найбі, Г. Гоукс, 1951 р.

Новий рівень кінетичної типографіки в дизайні титрів для фільмів і серіалів пов'язаний із творчістю С. Басса. У новаторській заставці з використанням кінетичного шрифту у художньому фільмі А. Хічкока «На північ через північний захід» (1959 р.) титри переміщуються вгору-вниз, створюючи захопливий ефект (рис. 4).

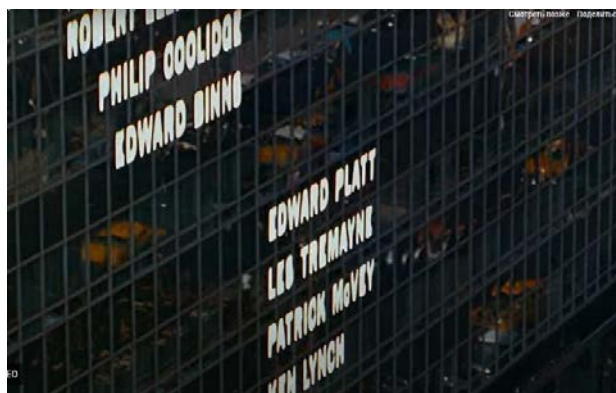


Рис. 4. Кінетична типографіка у фільмі «На північ через північний захід», режисер А. Хічкок, дизайнер С. Басс, 1959 р.

Із розвитком медіа кінетична типографіка починає активно використовуватися в різноманітних контентах, наприклад рекламних відеороліках та музичних відеокліпах. У 1961 р. Н. Макларен вивів анімовані літери у центр уваги в рекламі, замовлений Канадською радою з туризму. Н. Макларен використав вирізані літери в анімаційній послідовності покадрового руху, показаного на Таймс-сквер, Нью-Йорк, на анімаційному електричному екрані Sony Eroch. Це був 720-футовий знак, що складався з тисяч лампочок.

На сучасному етапі кінетична типографіка в титрах до таких аудіовізуальних форм, як художні фільми, телесеріали, а також малих екранних форм – трейлерів, спойлерів та ін. перетворилася на самостійну форму мистецтва, що створює знакові та унікальні приклади анімованих типографічних композицій. Серед класичних прикладів використання кінетичної типографіки з метою ознайомлення глядача з тоном та захопливим сюжетом – вступні титри фільму «Піймай мене, якщо зможеш» (режисер С. Спілберг, графічний дизайнер П. Ферро, 2002 р.) (рис. 5): назва стрічки та титри, для яких дизайнер вибрав стиль графічного дизайну 1960-х років для демонстрації особливостей тогочасної епохи, динамічно анімуються, взаємодіють із фоновими сценами.

Дослідники наголошують на тому, що станом на середину 2020-х років кінетична типографіка активно використовується у вебдизайні, рекламі, музичних відео, мобільних додатках, віртуальній та доповненій реальності [5, с. 524]. Кінетична типографія зазвичай створюється за допомогою стандартних програмних додатків, таких як Adobe Flash, Adobe After Effects, або мов програмування. У класичній кінетичній типографії існує два основні типи структур: монтаж і колаж. Монтажні

структури включають планування, складання та редагування багатокадрової послідовності для створення наративу, який може розгортатися як причинно-наслідкова подія або безперервна серія подій, зазвичай із початком, серединою та кінцем. У цих випадках літерні форми виконують як вербальні, так і візуальні функції. Колаж, з іншого боку, – це більш імпресіоністична збірка окремих кадрів у послідовності без фіксованого порядку подій. Тут форми літер не завжди призначені для читання, але більшість із них завжди є компонентами для візуального ефекту або типографського сюжету. Заморожування послідовності колажу розкриває окрему, «автономну» композицію, подібну до плаката чи картини. Протягом останніх років спостерігається розвиток нових форм анімації шрифтів та тексту загалом, що базується на постійній еволюції технологічних інструментів, що безпосередньо змінюють сам дизайн шрифтів, усе частіше надаючи динамічному та анімованому тексту завдання спокушати та дивувати.

Цифрові медіа пропонують унікальний часовий вимір, у якому форми літер можуть рухатися та змінюватися. М. Вортінгтон наголошує: «У часовому середовищі шрифт має додаткові виразні якості, додаткові шари

значення» [14, с. 9] та додаткові виміри, які неможливо відтворити у друці. Серед професійного контенту особливе місце займає кінетична типографіка, що використовується в дизайні бренду, особливо вебсайту. У цьому контексті рух – це не випадкова анімація, а інструмент, що стратегічно і ритмічно посилює основне уявлення про бренд. У разі якщо тон бренду – холодні чорні технології, кінетична типографіка зазвичай є акуратною та чистою, а якщо ключовою особливістю бренду є стиль handmade, анімація типографіки може бути плавним градієнтом, що текстурований як ручна робота. Так, наприклад, кінетична типографіка вебсайту поставника послуг бізнес-інновацій Citanex використана для підвищення авторитету та довіри до бренду. Ефект плавного компонування в повідомленні на головній сторінці підкреслює ключові послуги та переваги Citanex. Додавання анімованого тесту з градієнтом, що контрастує з колірною палітрою тла, підкреслює професійність компанії, робить зрозумілою, цікавою та доступною для всіх користувачів. У цьому разі кінетична типографіка контролює свій ритм і точно відповідає тону та візуальній лексиці бренду (рис. 6).

Одним із протилежних прикладів використання кінетичної типографіки у вебсайті бренду

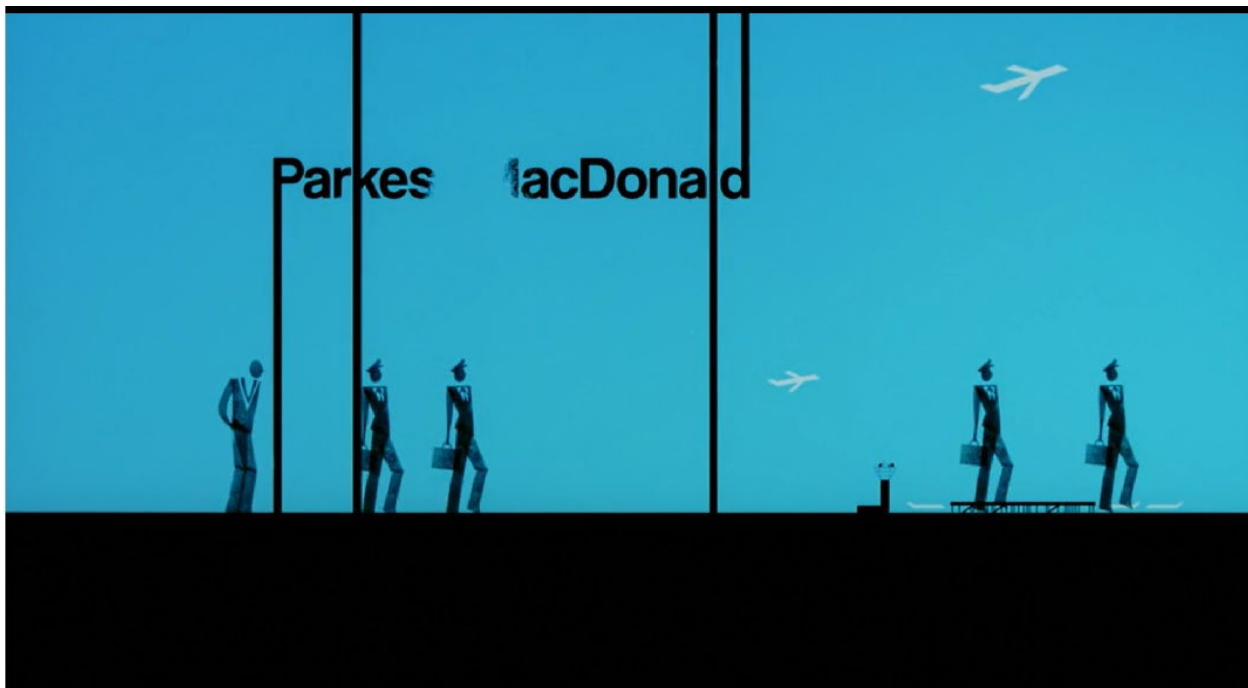


Рис. 5. Кінетична типографіка у фільмі «Піймай мене, якщо зможеш», режисер С. Спілберг, дизайн П. Ферро, 2002 р.



Рис. 6. Кінетична типографіка головної сторінки вебсайту бренду Citanex

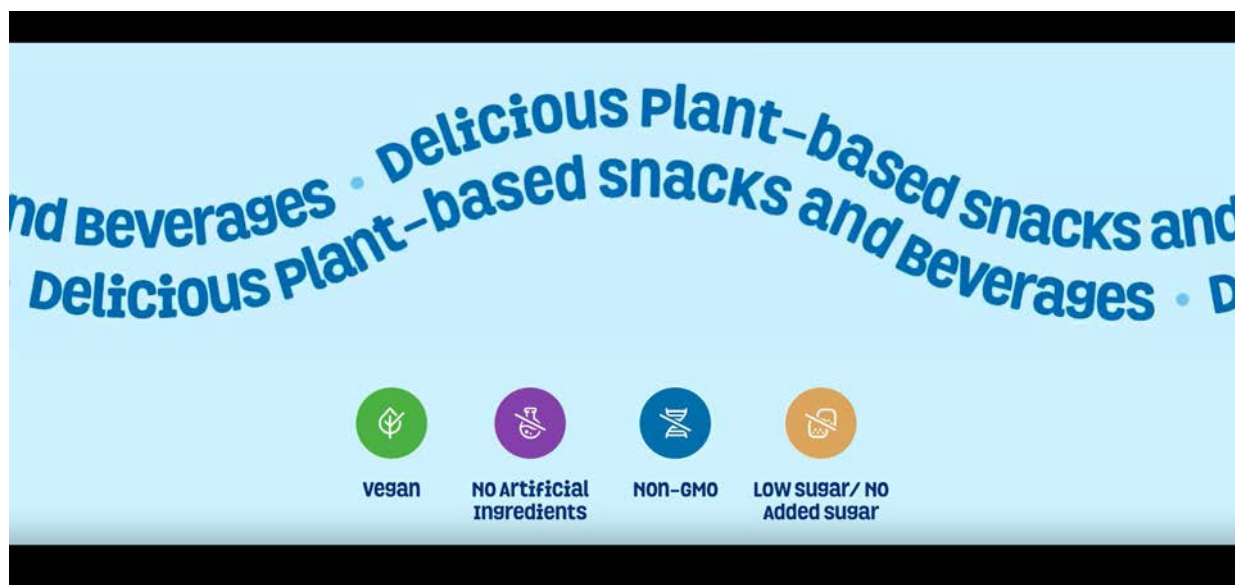


Рис. 7. Кінетична типографіка вебсайту бренду Buddha Brands

є Buddha Brands – постачальник екологічних харчових продуктів та напоїв із грайливим та захопливим фірмовим стилем. Вебдизайнерами було створено рухому хвилю тексту (верхній ряд рухається зліва направо, нижній – навпаки), що накладена на синє тло головної сторінки (рис. 7).

Протягом останнього десятиліття у зв'язку зі зростанням популярності цифрових медіа виробництво та поширення відеоконтенту безпосередньо користувачами суттєво активізувалися. Відеоконтент переважно включає у себе відео та аудіо, і для того щоб допомогти користувачам зрозуміти його і викликати інтерес, у доповнення до основних засобів використовуються субтитри. Субтитри зазвичай відображаються на відео шляхом перетворення дій, рухів, голосів та звуків персонажів або об'єктів, що з'являються у відео, на текст або графіку (рис. 8). Так, наприклад, основними аудіовізуальними формами соціальних медіа TikTok, Instagram та YouTube, у яких активно

використовується кінетична типографіка, є: Instagram Reels, YouTube Shorts та TikTok Story.



Рис. 8. Використання кінетичної типографіки в соціальних мережах

Кінетична типографіка у цифрових медіа має часовий вимір, трансформуючись із часом, репрезентуючи розмаїття зображень або композицій. У професійному та користувацькому контенті представлено кінетичну типографіку, яку можна поділити на кілька типів (за М. Вулманом та Дж. Беллантоні) [15, с. 30]:

– «послідовна», або «серійна», презентація: текст репрезентовано статично і послідовно в часі; шрифт не рухається і не змінюється, він розташований та відображається так само, як у друкованому варіанті; характерним є створення низки кінематографічних переходів (наприклад, поступове згасання між двома різними статичними кадрами або витирання, за якого наступний кадр показано так, ніби він прихований за попереднім), що створюють враження динаміки тексту – таким чином, у цьому типі кінетичної типографіки у статичних текстових композиціях застосовано лише кінетичні переходи між кадрами;

– «динамічна презентація»: текст може рухатися і трансформуватися будь-яким чином.

Своєю чергою, «динамічний» тип поділяється на два підтипи: глобальний (зміни загального розташування тексту на екрані) та локальний (зміна тексту в межах окремих буквених форм, тобто трансформація форми тексту).

У кінетичній типографіці акцент зазвичай робиться на ключових словах, оскільки інші елементи використовуються лише як допоміжна графіка для основної інформації. Переходи служать для підкреслення завершення дії та взаємозв'язку. Найбільш ефективно в анімаціях з кінетичною типографікою, що представлена в контенті сучасних цифрових медіа, використовуються ефекти згасання, стирання, вирізання та масштабування.

ВИСНОВКИ

Кінетична типографія – це репрезентація інформації за допомогою тексту в русі протягом певного періоду часу, форма, здатна викликати історії через динамічну візуалізацію письма. Завдяки своїй здатності передавати емоції кінетична типографіка посилює комунікативні властивості тексту, сама стаючи каталізатором виразної сили. Поява цифрових технологій радикально змінила концептуальний та операціональний сценарії сучасного графічного дизайну. У сучасних цифрових медіа представлено два типи контенту – професійний та користувацький. Станом на початок третього десятиліття XXI ст. завдяки бурхливому розвитку вебдизайну та зростанню швидкості широкопasmового Інтернету користувачі отримали широкі можливості для

створення та використання вражаючої анімаційної типографіки. Узагальнюючи теоретичні матеріали, представлені в науковій літературі та на основі аналізу сучасного контенту цифрових медіа, можна запропонувати таку типологізацію кінетичної типографіки: за типом контенту (професійна та користувацька); за типом аудіовізуальних форм (кінетична типографіка для художніх фільмів, телевізійних серіалів, телепрограм, трейлерів, спойлерів, рекламних відеороликів, музичних відеокліпів, малих екранних форм соціальних медіа (коротких відео – Instagram Reels, YouTube Shorts, TikTok Story та ін.)); за типом руху («послідовна», або «серійна», презентація та «динамічна презентація» (поділяється на глобальну та локальну)).

ЛІТЕРАТУРА

- [1] Дядюх-Богатько Н.Й., Куць Я.Й. Шрифт у мультимедіа – перспективи розвитку. *Вісник ХДАМ. Серія «Дизайн, дизайн-освіта»*. 2013. № 1. С. 30–32. URL: <https://visnik.org/pdf/v2013-01-07-dyadyuh-bogatko.pdf>
- [2] Здольник І.Г., Довженко І.Б., Потанін С.Є. Дослідження особливостей створення кінетичної типографіки. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Технічні науки*. 2016. № 6(104). С. 230–235.
- [3] Опалев М.Л., Саввіна К.С. Етапи розвитку анімованої типографіки в моушн-дизайні. *Вісник ХДАДМ*. 2014. № 8. С. 78–80.
- [4] Стребіж Н.О., Дядюх-Богатько Н.Й. Художні особливості кінетичної типографіки у студентських роботах кафедри графічного мистецтва та мистецтва книги Української академії друкарства. *Наукові записки Міжнародного гуманітарного університету*. 2021. Вип. 35. С. 106–110. URL: <http://www.sci-notes.mgu.od.ua/archive/v35/28.pdf>
- [5] Ходосов В. Ретроспекція розвитку кінетичної типографіки та її застосування в дизайні. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2024. Вип. 49. С. 521–526.
- [6] 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.
- [7] Barnhart B. Kinetic typography: the what, why, and how. 2024. URL: <https://www.linearity.io/blog/kinetic-typography/>
- [8] Brownie B. One Form, Many Letters: Fluid and transient letterforms in screen-based typographic artefacts. *Networking Knowledge: Journal of the MeCCSA Postgraduate Network*. 2007. Vol. 1(2). URL: <https://ojs.meccsa.org.uk/index.php/netknow/article/view/20/20>
- [9] Ciaponi F. Tutta la storia della tipografia cinetica. *Artribune*. 2020. URL: <https://www.artribune.com/arti-visive/2020/11/storia-tipografia-cinetica/>
- [10] Gruszynski A.C. A imagem da palavra: retórica tipográfica na pós-modernidade. Teresópolis, RJ: Novas Ideias, 2007. 152 p.
- [11] 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. pp. 49–53.

[12] Horak J.-Ch. Saul Bass: anatomy of film design. Lexington: University Press of Kentucky, 2014. 232 p.

[13] Lee J., Forlizzi J. Hudson S. The Kinetic Typography Engine: An Extensible System for Animating Expressive Text. CHI Letters: UIST'02, 2002. V: 4, Issue: 2. P. 81-90. URL: http://johnnylee.net/kt/dist/files/Kinetic_Typography.pdf

[14] Lee H.-J., Park S. What drives the learning benefits of moving text? A theoretical discussion for learning implications of kinetic typography. *Humanities and Social Sciences Communications*. 2023. Vol. 10. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01646-6>

[15] Loknar N., Bratić D., Agić A. Kinetic typography - figuration and technology/ 2020. pp. 719-723. <https://doi.org/10.24867/GRID-2020-p81>

[16] Marcuschi L.A. Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital. In: Marcuschi L.A., Xavier A.C. (Org.). *Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido*. Rio de Janeiro: Ed. Lucerna, 2005. pp. 13-67.

[17] Matté V.A., Rodrigues M.A., Robson R., Brod M. Junior et al. «Princípios da tipografia cinética: um novo olhar». In: *Anais do 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design* [= *Blucher Design Proceedings*, v. 1, n. 4]. São Paulo: Blucher, 2014. P. 274-285.

[18] Oliveira G.R. de Tipografía cinética: imágenes de la escritura en el contexto de la multimedialidad. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. 2024. Vol. 23. P. 131-142.

[19] Urssi N.J. A linguagem cenográfica. 2006. 122 p. URL: <http://centrotecnicotca.blog.br/wp-content/uploads/2015/03/A-Edgar-and-Sedgwick-CENOGRAFICA.pdf>

[20] Vadiraj Sh., Rosh R. Kinetic Typography in Digital Media. *European Journal of Arts, Humanities and Social Sciences*. 2024. No. 1. pp. 61-66. 10.59324/ejahss.2024.1(4).05.

[21] Woolman M., Bellantoni J. *Moving Type*, Singapore, Rotovision, 2000.

REFERENCES

[1] Diadiukh-Bohatko, N.I., & Kuts, Ya.I. (2013). Shryft v multymedia – perspektyvy rozvytku [Font in multimedia – development prospects]. *Visnyk KhDAM. Seriya «Dyzain, dyzain-osvita»*. № 1. pp. 30-32. Retrieved from: <https://visnik.org/pdf/v2013-01-07-dyadyuh-bogatto.pdf> [in Ukrainian].

[2] Zdolnyk, I.H., Dovzhenko, I.B., & Potanin, S.Ye. (2016). Doslidzhennia osoblyvosti stvorennia kinetychnoi typohrafiky [Research on the features of creating kinetic typography]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnolohii ta dyzainu. Tekhnichni nauky*. № 6 (104). pp. 230-235 [in Ukrainian].

[3] Opaliev, M.L., & Savvina, K.S. (2014). Etapy rozvytku animovanoi typohrafiky v moushn-dyzaini [Stages of development of animated typography in motion design]. *Visnyk KhDAM*. № 8. pp. 78-80 [in Ukrainian].

[4] Strebizh, N.O., & Diadiukh-Bohatko, N.Y. (2021). Khudozhni osoblyvosti kinetychnoi typohrafiky u studentskykh robotakh kafedry hrafichnoho mystetstva ta mystetstva knyhy Ukrainskoi akademii drukarstva [Artistic features of kinetic typography in student works of the Department of Graphic Arts and Book Art of the Ukrainian Academy of Printing]. *Naukovi zapysky Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu*. pp. 106-110. Retrieved from: <http://www.sci-notes.mgu.od.ua/archive/v35/28.pdf> [in Ukrainian].

[5] Khodosov, V. (2024). Retrospektsiia rozvytku kinetychnoi typohrafiky ta yii zastosuvannia v dyzaini [Retrospection of the development of kinetic typography and its application in design]. *Ukrainska kultura: mynule, suchasne, shliakhy rozvytku*. Vyp. 49. pp. 521-526 [in Ukrainian].

[6] Chuieva, O., Cholii, M. (2019). Typohrafichnyi aspekt animovanykh tytriv u kinematohrafii pochatku tsyfrovoy doby [Typographic aspect of animated titles in cinema of the beginning of the digital age]. *Demiurh: idei, tekhnolohii, perspektyvy dyzainu*. Vol. 2. № 1. pp. 67-80 [in Ukrainian].

[7] Barnhart, B. (2024). Kinetic typography: the what, why, and how. 2024. Retrieved from: <https://www.linearity.io/blog/kinetic-typography/> [in English].

[8] Brownie, B. (2007). One Form, Many Letters: Fluid and transient letterforms in screen-based typographic artefacts. *Networking Knowledge: Journal of the MeCCSA Postgraduate Network*. Vol. 1(2). Retrieved from: <https://ojs.meccsa.org.uk/index.php/netknow/article/view/20/20> [in English].

[9] Ciaponi, F. (2020). Tutta la storia della tipografia cinetica [The entire history of kinetic typography]. *Artribune*. Retrieved from: <https://www.artribune.com/arti-visive/2020/11/storia-tipografia-cinetica/> [in Italian].

[10] Gruszynski, A.C. (2007). A imagem da palavra: retórica tipográfica na pós-modernidade [The image of the word: typographic rhetoric in postmodernity]. Teresópolis, RJ: Novas Ideias [in Portuguese].

[11] Helfand, J. (1997). Electronic Typography: The New Visual Language. In Beirut, M. et al eds. *Looking Closer 2: Critical Writings on Graphic Design*: Canada: Allworth Press. pp. 49-53 [in English].

[12] Horak, J.-Ch. (2014). Saul Bass: anatomy of film design. Lexington: University Press of Kentucky [in English].

[13] Lee, J., Forlizzi, J., & Hudson, S. (2002). The Kinetic Typography Engine: An Extensible System for Animating Expressive Text. CHI Letters: UIST'02. Vol. 4. Issue: 2. pp. 81-90. Retrieved from: http://johnnylee.net/kt/dist/files/Kinetic_Typography.pdf [in English].

[14] Lee, H.-J., & Park, S. (2023). What drives the learning benefits of moving text? A theoretical discussion for learning implications of kinetic typography. *Humanities and Social Sciences Communications*. Vol. 10. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01646-6> [in English].

[15] Loknar, N., Bratić, D., & Agić, A. (2020). Kinetic typography - figuration and technology. pp. 719-723. <https://doi.org/10.24867/GRID-2020-p81> [in English].

[16] Marcuschi, L.A. (2005). Gêneros textuais emergentes no contexto da tecnologia digital [Emerging textual genres in the context of digital technology]. In: Marcuschi L.A., Xavier A.C. (Org.). *Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção de sentido*. Rio de Janeiro: Ed. Lucerna. pp. 13-67 [in Portuguese].

[17] Matté, V.A., Rodrigues, M.A., Robson, R., & Brod, M. Junior et al (2014). Princípios da tipografia cinética: um novo olhar [Principles of kinetic typography: a new look]. In: *Anais do 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design* [= *Blucher Design Proceedings*, v. 1, n. 4]. São Paulo: Blucher. pp. 274-285 [in Italian].

[18] Oliveira, G.R. (2024). de Tipografía cinética: imágenes de la escritura en el contexto de la multimedialidad [from Kinetic Typography: Images of writing in the context of multimedia]. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. Vol. 23. pp. 131-142 [in Italian].

[19] Urssi, N.J. (2006). A linguagem cenográfica [The scenographic language]. 122 p. Retrieved from: <http://centrotecnicotca.blog.br/wp-content/uploads/2015/03/A-Edgar-and-Sedgwick-CENOGRAFICA.pdf> [in Italian].

[20] Vadiraj, Sh., & Rosh R. (2024). Kinetic Typography in Digital Media. *European Journal of Arts, Humanities and Social Sciences*. No. 1. pp. 61–66. 10.59324/ejahss.2024.1(4).05 [in English].

[21] Woolman, M., Bellantoni, J. (2000). *Moving Type*, Singapore, Rotovision [in English].

ABSTRACT

Yenchev M. Kinetic typography in professional and user content of digital media.

The purpose of the article is to identify the features of the formation and development of kinetic typography in the context of media evolution, as well as to conceptualize the practice of its use in modern digital media using the example of professional and user content.

Methodology. The study uses the method of theoretical analysis; the typological method, thanks to which the main characteristics of kinetic typography were clarified; the historical and cultural method, the application of which is due to the importance of considering the formation of kinetic typography in historical retrospect; comparative analysis method, which contributed to the identification of the features of the use of kinetic typography in various types of visual content of digital media; method of art history and compositional analysis, etc.

Results. According to the results of the study, it was found that kinetic typography can be considered as a representation of information using text in motion over a certain period of time, a form capable of conveying emotions through dynamic visualization of the text. Due to its ability, kinetic typography enhances the communicative properties of the text, itself becoming a catalyst for expressive power. Summarizing the theoretical materials presented in the scientific literature and based on the analysis of modern content of digital media, the following typology of kinetic typography can be proposed: by type of content (professional and user); by type of audiovisual forms (kinetic typography for feature films, television series, TV programs, trailers, spoilers, advertising videos, music videos, small screen forms of social media (short videos – Instagram Reels, YouTube Shorts, TikTok Story, etc.); by type of movement («sequential» or «serial presentation» and «dynamic presentation» (divided into global and local).

Scientific novelty. For the first time, kinetic typography of professional and user content of digital media is considered from an art historical perspective. The author's definition of the concept of «kinetic typography» and typology are proposed. Unknown and little-known art historical works of foreign researchers related to the issue of kinetic typography in new media are introduced into scientific circulation.

Practical relevance. The results of the study of the process of development of kinetic typography in the context of media evolution and in modern stage, through the prism of the specifics of professional and user content of digital media can become the basis for further art-historical research of the indicated issues. Individual provisions can be used when writing manuals and included in courses of lectures on graphic design.

Keywords: kinetic typography, graphic design, cinema, advertising, website, font, digital media, social networks.

AUTHOR`S NOTE:

Yenchev Mykhailo, Postgraduate Student at the Department of Design, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine, e-mail: mihail.enchev1984@gmail.com, orcid: 0009-0000-5494-6641.

Стаття подана до редакції 28.07.2025 р.
Стаття прийнята до опублікування 01.09.2025 р.
Стаття опублікована 30.10.2025 р.