Э.Г. ГАПРИНДАШВИЛИ
Магистрант АНО ВО «Национальный институт дизайна»
e-mail: ela-ga@yandex.ru

О.Г. ЯЦЮК
Доктор искусствоведения, профессор АНО ВО «Национальный институт дизайна»
e-mail: olga.grig.prof@gmail.com

E.G. GAPRINDASHVILI
Master's degree from the National Institute of Design.
e-mail: ela-ga@yandex.ru

O.G. YATSYUK
Doctor of Art, Professor at the National Institute of Design.
e-mail: olga.grig.prof@gmail.com

ЭВОЛЮЦИЯ КИНЕТИЧЕСКОЙ ТИПОГРАФИКИ: ОТ РУКОПИСНЫХ КИНОТИТРОВ ДО МОУШН-ДИЗАЙНА

THE EVOLUTION OF KINETIC TYPOGRAPHY: FROM HANDWRITTEN MOVIE CAPTIONS TO MOTION PICTURE DESIGN

Технологии передачи с помощью видоизменяемого наборного текста смысла и настроения экранного сообщения развивались на протяжении столетия. Современные кинотитры — это не только средство трансляции вербальной информации, но и ярчайшие образцы моушн-дизайна. Они способствуют погружению в атмосферу кинокартины, усиливают ее художественную выразительность, а зачастую воспринимаются как самостоятельное произведение дизайна.

The art and transmission technologies of conveying the meaning and mood of a film through dynamic printed text has developed over the centuries. Modern cinema titles are not only a means of transmitting verbal information, but also the brightest examples of cin-

ematic design. They contribute to immersion in the atmosphere of the film, enhance its artistic expression and are often perceived as an independent design work.

Ключевые слова: кинематограф, титры, типографика, анимация, моушн-дизайн.
Keywords: cinematography, film captions, typography, animation, motion design.

За пять веков своей истории искусство оформления печатного текста прошло долгий путь эволюционных преобразований. На рубеже XIX–XX веков кинематограф — «Великий немой» — совершил в этой сфере революцию, поставив перед текстовым набором принципиально новые задачи. В результате поисков приемов транслирования буквенной информации с экрана часть диктуемых типографским станком требований утратила свою значимость. При этом техника открыла новые возможности: статичные строки «научились» двигаться, растворяться, модифицироваться в графические образы. Появился новый вид типографики — кинетическая, и кинотитры оказались в центре художественных экспериментов и дизайнерских изысканий.

К концу XX века возможности цифровых редакторов радикально изменили и визуально усложнили презентацию титров. Сегодня экранная анимация текстовых строк является показателем качества фильма и профессионализма его создателей, а находки и открытия авторов кинотитров стали базой и катализатором развития моушн-дизайна.

Для формирования научной базы исследования моушн-дизайна необходима ретроспектива эволюции кинетической типографики. Это позволит обратить внимание на лучшие образцы экранных надписей прошлых лет, поможет проследить динамику развития анимационного графического дизайна и выявить его тенденции.

История технологических приемов создания титров

История титров неразрывна с историей кинематографа буквально с первых его шагов. Изначально надписи делали на стеклянных диапозитивах и проецировали с помощью фантаскопа (проекционного аппарата) на маленьком экране, помещавшемся рядом с основным. В конце XIX века появились текстовые вставки между кадрами — интер-

титры (лат. inter — «между»). Они содержали комментарии, реплики и диалоги героев (1). Позже появились титры-заголовки (франц. titre от лат. titulus — «название», «заголовок»).

Принято считать, что впервый экранный заголовок был создан в 1903 году для фильма «Ограбление поезда». В 1906 году режиссер Дж.Стюарт Блэктон, создавая фильм «Юмористические фазы смешных лиц», создал движущийся заголовок. Это был не только один из первых анимационных фильмов, но и один из первых фильмов с анимированным вступительным титулом. С 1911 года титры стали сообщать имена создателей кинокартины, появились заключительные титры: «Конец фильма».

При пленочной технологии кинопроизводства наложение титров на изображение было процессом сложным и долгим, использовались фотонаборные автоматы, комбинированная печать и трюкмашина (2).

Для производства титульных карточек (текстовых заставок) к различным фильмам крупнейшие киностудии начали нанимать наборщиков, которые вместе с художниками создавали специальные стилизованные шрифты, такие как Pastel (BB&S, 1892), National Old Style (ATF, 1916) и Photoplay (Студия Самуэля Вело, 1927).

В 50-е режиссеры стали больше обращать внимание на качество титров. Шрифты стали сложнее и интереснее, получило дальнейшее развитие анимирование титров.

Особенности типографики титров

Изготовление титров при оптической технологии кинопроизводства считалось одним из наиболее трудоемких процессов, поскольку требовало высокого качества шрифтовых работ.

Графическое оформление титров имело особенности. Так, в первых европейских фильмах, для улучшения читаемости проецируемого на экран текста, использовались белые буквы на черном экране. Художники по надписям предпочитали простые буквы или символы с маленькими засечками, характерные для наборного шрифта. Для большей выразительности и эмоциональной окраски передаваемых слов применяли разнорегистровые шрифты. Если актер кричал — использовались гарнитуры с большими округлыми буквами, если говорил шепотом — с маленькими.

В советском немом кинематографе, в период активного внедрения интертитров для художественной выразительности передава-

емой сцены, в шрифтовых композициях использовалась упрощенная каллиграфия кириллицы. В 1918 году В.Мейерхольд писал: «Надписи должны вставляться не только для пояснения (должен быть минимум надписей, надо, чтобы публика понимала всё из игры и постановки), а для того, чтобы зазвучало слово, которое в искусстве так чарует. Но, давая отдохнуть от картины, должно давать очарование смысла фразы» [1, с. 284].

К концу 1910-х годов возросшие объемы текстовой информации стали заглушать выразительность сцены в кадре. Вместо игры актеров зрители видели текстовые строки с малозначащим смыслом.

Режиссеры-авангардисты сократили текст и оставили только фразы со смысловой емкостью. Пример — прекрасные образцы немого кино «Броненосец Потёмкин» С.Эйзенштейна (1925 г.) и «Мать» В.Пудовкина (1926 г.).

Несмотря на осознание необходимости кинотитров, к типографике текстового сопровождения долго относились как к скучной, рутинной работе. Только в 20-е годы появилась должность «художник по тирам», и в 1929 г. Американская академия киноискусства на первой церемонии награждения вручила Джозефу Фарнэму премию «Оскар» за лучшие тиры к немой картине (3).

В течение 30-х годов европейское кино находилось под сильным влиянием модернизма. Визуальная эстетика кинотитров того времени была экспортирована из Европы в США кинематографистами, которые бежали от нацистов. Работающие в Европе и Голливуде студии все чаще создавали титры, в которых применялись разнообразные техники появления на экране, чтобы передавать эмоциональную окраску фильма. Шрифты Blackletter в технике «выездки» в начальных титрах использовались, чтобы вызвать тревогу перед предстоящим просмотром киноленты в жанре триллер. В романтических комедиях и мелодрамах «цветочные» динамичные надписи создавали лирическое настроение.

В дальнейшем к художественному оформлению интертитров и титров стали подходить более обдумано и стилистически направленно. Для нужного эмоционального настроя художники титров стали вводить цвет, простую анимацию, добавлять дополнительные графические элементы — рамки, линейные рисунки и т.д.

Появление звука затормозило художественное развитие титров, все внимание стало уделяться синтезу звука и кино-картинки, но

процесс не остановился. Параллельно с игровым кинематографом развивается направление анимационного фильма и мультипликации, которая в некоторых моментах опережала кино в своем художественном и звуковом выражении. Появление анимированных фильмов стало фундаментом для зарождения новой формы графического дизайна — моушн-графики.

Кино-типографика начала особенно активно развиваться после Второй мировой войны. Поскольку искусство кино становились все более популярным, совершенствовалось и художественное оформление тиров новых фильмов. Кроме того, кинопродюсеры иногда прибегали к «ремонту» старых кинолент и их титров. В послевоенную эпоху художник по тирам Ральф Спенс был самым высокооплачиваемым «доктор титров» в отрасли.

В 60-е титры становятся мощным коммуникатором между кино и зрителем. Посмотрев титры в начале просмотра, зритель (кроме того, что узнает служебную информацию о фильме) примерно определяет жанр, атмосферу, настроение фильма.

Титры стали важным элементом визуальной системы фильма. Сегодня мы привыкли к тому, что ведущие кинокомпании используют индивидуальное графическое оформление, шрифты, логотипы. Титры аккумулируют в себе образы кинокартины, стилизуют их, воспроизводят в графическом, ясном, легко запоминающемся и легко читаемом, порой ироничном или иносказательном виде.

Мастера кинетической типографики и их работы

Анимация титров получила стремительное развитие во второй половине XX века благодаря таким дизайнерам, как Сол Басс, Фриц Фреленг, Морис Биндер, Пабло Ферро, Кайл Купер, Ричард Алан Гринберг [2].

Режиссер и графический дизайнер Сол Басс — наиболее яркий мастер титров. Его по праву можно считать основоположником моушн-дизайна. Во второй половине XX века он заложил основу создания анимированных титров и популяризовал моушн-графику в кино.

Начиная с 1954 года, Басс работает с такими режиссерами, как Отто Премингер, Альфредом Хичкоком, Джоном Франкенхаймером, Мартином Скорсезе и др. Разнообразные подходы к созданию анимированных титров Басс демонстрируют непосредственную связь с сюжетом и атмосферой фильмов.

В работах Басса чувствуется влияние стиля Баухауз: поиск новых приемов формообразования и демонстрация «нового единства искусства и техники».

Басс трудился в своей сфере 40 лет. Он останется в истории великим графическим дизайнером, создавшим, помимо кинотитров, множество известных логотипов и констант фирменных стилей. В его динамических работах скорее первичен полиграфический проектный «брендинговый» подход, а анимация вторична. Движения в его моушн-графике очень простые и лаконичные. Самыми сильными его сторонами остаются концепция, узнаваемый почерк, часто встречающиеся характерные рисованные шрифты и иллюстрации [3].

Совсем другой подход, в котором главным средством становится рисованная персонажная анимация, мы можем увидеть в работе Фрица Фреленга — создателя знаменитых титров мультипликационных заставок к детективному фарсу «Розовая пантера», который выпустил в 1963 г. Блейк Эдвардс. В титрах к «Розовой пантере» персонаж «взаимодействует» с типографикой, да и сами буквы становятся в некотором смысле персонажами: они двигаются, дрожат и сжимаются от страха, выскакивают, крутятся, деформируются, как резиновые, в характерной для американских мультфильмов преувеличенной комической манере. «Розовая пантера» быстро становится иконой поп-культуры. В дальнейшем на ее «фундаменте» создадут известный мультсериал.

Еще один выдающийся мастер моушн-графики — Морис Биндер, известный как создатель титров к фильмам о Джеймсе Бонде (и многим другим). Большинство фильмов бондианы открываются традиционной заставкой, снятой через дуло пистолета. В своем последнем интервью, записанным перед смертью в 1991 году, Морис Биндер рассказывает о том, что эту заставку он придумал очень быстро, за несколько минут. Заставка стала своеобразной торговой маркой фильма. Этот прием используется до настоящего времени как узнаваемый элемент в рекламе, в пародиях.

Еще один влиятельный мастер титров — уроженец Кубы Пабло Ферро, начинавший работать в одно время с Солом Бассом. Его руке принадлежат титры к фильмам «Доктор Стрейнджлав» или «Как я перестал бояться и полюбил бомбу» (1964, реж. Стэнли Кубрик), «Афера Томаса Крауна» (1968, реж. Норман Джюисон), «Буллит» (1968, реж. Питер Йетс), «Соломенная вдова» (1964, реж. Бэзил Дерден), «Заводной апельсин»

(1971, реж. Стэнли Кубрик), «Будучи там» (1979, реж. Хэл Эшби), «Умереть во имя» (1995, реж. Гас Ван Сэнт) и многим другим.

Титры к фильму «Доктор Стрейнджлав», принесшие известность Пабло Ферро, содержат видео самолета, заправляющегося в воздухе, и авторскую рисованную типографику — тонкие длинные буквы, написанные «слегка дрожащей рукой».

В титрах к фильму «Афера Томаса Крауна» Пабло Ферро придумал прием, который сегодня используется повсеместно в теле-дизайне и коммерческой рекламе — split-screen (разделенный экран). Экран в титрах разделяется на несколько частей, в которых содержится разное видео с разной скоростью, комбинируются крупные и мелкие планы, что создает ощущение одновременного полного разностороннего восприятия действия, эффект присутствия. И, как во всех качественных работах, здесь важен не только сам прием, но и уместное его применение. Из отдельных кусочков складывается общая картина, как из цепи мелких событий образовывается единое масштабное действо — перед нами убедительная метафора хитросплетенной аферы.

Помимо титров, Пабло Ферро занимался телевизионным дизайном и коммерческой рекламой, в которых новаторски использовал такие приемы, как клиповый монтаж, рисованная типографика и анимация, суперкрупные планы, разделенный экран, наслоения и т.д.

Дизайнер Кайл Купер, выросший на работах Сола Басса и Пабло Ферро, прославился созданием сделанными полностью на компьютере титрами к триллеру «Семь» (1995, реж. Дэвид Финчер). В графическом решении титров явно чувствуется стиль Дэвида Карсона с его радикальными приемами: причудливыми нечитаемыми шрифтами, использованием шрифта как фактуры, экспериментальными фотографиями и иллюстрациями. Чрезвычайно напряженные атмосферные «страшные» титры, очень точно настраивающие зрителя на восприятие триллера, немедленно привлекли внимание публики и профессионального сообщества.

От титров — к моушн-дизайну

Анализ работ выдающихся разработчиков титров может быть продолжен в отдельном исследовании. В данном контексте важно отметить, что прорыв в создании кинотитров не остался незамеченным: графические дизайнеры начали постепенно внедрять и использовать моушн-графику не только в кино, но и в других видеопродуктах.

На сегодняшний день моушн-дизайн весьма востребован и является значимым элементом мультимедиа. Интерес к нему усиливает повсеместное распространение компьютеров и интернета, и чем быстрее человечество осваивает компьютерные технологии, тем быстрее идет его развитие.

Начиная с 2000 года, моушн-дизайн выходит за рамки видеоиндустрии и внедряется в медиа, шоу-бизнес, в игровую индустрию. Рамки использования моушн-дизайна с каждым годом становятся все условнее, область распространения увеличивается. Моушн-дизайн присутствует везде, где есть анимационный графический контент, и направлен на изобретение новых путей передачи информации [4].

Производство моушн-роликов становится настолько масштабным явлением в графической среде, что зачастую теряется индивидуальный характер создателя продукта. Создание моушн-графики — в большей степени коллективный труд. Для повышения производительности формируются команды и студии по созданию моушн-контента, в которых каждый дизайнер имеет узконаправленную задачу по созданию элементов моушн-графики (специалист по созданию материалов, по созданию модели, по композитингу, ригингу и т.д.)

Новостные, развлекательные, обучающие порталы часто используют моушн-дизайн для создания коротких и привлекательных видеороликов. Museum of Science + Industry (музей науки и индустрии) использует графику движения и видео на главных разделах сайта и в выставочных залах, чтобы проиллюстрировать каждую активную выставку. Яркими реальными и запоминающимися примерами работ моушн-дизайна можно назвать заставку телеканала National Geographic.

С помощью моушн-графики создают обучающие программы, используя анимацию для предоставления информации, разъяснения сложных идей и тем. Один из примеров качественного образовательного проекта, полностью построенного на моушн-дизайне, — ютуб-канал Kurzgesagt — In a Nutshell, который в коротких роликах объясняет научные вопросы. Интересны презентационные рекламные ролики, разработанные в рамках Master Program New Media Design в Tilburg University (Нидерланды), Syracuse University (США, штат Нью-Йорк), Academy of Art University Endtag (США, Сан-Франциско). Хорошо зарекомендовали себя и российские вузы, такие как РУДН, Британская Школы Дизайна, Дальневосточный Федеральный Университет, Высшая Школа Экономики.

Сфера применения моушн-дизайна сегодня все больше расширяется. Это титры, заставки, оформление трейлеров и тизеров, перебивки, любая видео-реклама на телевидении и в интернете, презентационные ролики товаров и услуг, инфографика для сайтов и конференций, промоматериалы, наружная LED реклама в виде анимационной инфографики.

Очевидно, что у моушн-дизайна большие перспективы, поэтому исследования этого феномена будут открывать новые имена, технические приемы работы и художественные возможности.

Примечания:

1. Интертитры используются и сейчас, но чаще это художественный прием. Для пояснения сюжета, в частности, при демонстрации выпускаемых без дублирования кинокартин на иностранных языках, внизу экрана помещают внутрикадровые надписи — субтитры.

2. Трюкмашины использовались не только для впечатывания титров, но и для совмещения разных изображений и для осуществления монтажных переходов между соседними кадрами, таких как «шторка», «наплыв» и «затемнение».

3. Номинация «За лучшие титры» больше ни разу не звучала на оскаровских церемониях.

Список литературы:

1. *Цивьян Ю.Г.* Историческая рецепция кино. Кинематограф в России 1896–1930. — Рига: Зинатне, 1991. — 492 с.

2. *Чулюскина Т.Н.* Титры как основной жанр дизайн-анимации — история, язык, техники титров // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда» / Вестник МГХПА. — 2011. — № 1. — С. 193–200.

3. *Эфендиев Ф.* Икона эпохи: Сол Басс / Онлайн журнал «Lookatme». — URL: http://www.lookatme.ru/mag/people/icon/195835-saul-bass) (дата обращения: 10.02.2020).

4. *Шаповалова С.* Волшебство в движении: что такое моушн-дизайн. — URL: https://spark.ru/startup/netology/blog/28490/volshebstvo-v-dvizhenii-chto-takoe-moushn-dizajn (дата обращения: 10.02.2020).