

## СПЕЦИФІКА ДИЗАЙНУ ВСТУПНИХ ТИТРІВ ДО ФІЛЬМІВ ЖАНРУ «ДРАМА-КОМЕДІЯ»

Софія Книжникова,  
<https://orcid.org/0000-0003-0293-5507>  
аспірантка,  
Київський національний університет  
культури і мистецтв,  
Київ, Україна  
[sofia.knyzhnykova@gmail.com](mailto:sofia.knyzhnykova@gmail.com)

## DESIGN SPECIFICS OF OPENING TITLES FOR "DRAMA-COMEDY" GENRE FILMS

Sofia Knyzhnykova,  
<https://orcid.org/0000-0003-0293-5507>  
PhD Student,  
Kyiv National University of Culture and  
Arts,  
Kyiv, Ukraine  
[sofia.knyzhnykova@gmail.com](mailto:sofia.knyzhnykova@gmail.com)

### Анотація

**Мета дослідження** полягає у з'ясуванні особливостей дизайну вступних титрів до фільмів, які належать до жанру драма-комедія. Дослідження спрямоване на визначення впливу візуальних і текстових елементів титрів на сприйняття глядачами фільмів, розкриття їхньої ролі у створенні ключового настрою стрічки та вираженні основних емоцій жанру, а також – на виявлення загальних та відмінних рис дизайну титрів у цьому специфічному кінематографічному жанрі. **Методологія дослідження** базується на аналізі візуальних елементів, емпіричному методі та порівняльному аналізі. **Наукова новизна** полягає у висвітленні особливого аспекту кіноіндустрії, а саме у визначенні способів і можливостей впливу візуальних і текстових елементів титрів на сприйняття глядачами фільмів. Зокрема, стаття пропонує комплексний аналіз дизайну титрів, включаючи використання кольорів, шрифтів, образів, символіки, анімації та тексту. **Висновки.** У результаті дослідження доходимо висновку, що візуальні та текстові елементи вступних титрів впливають на створення настрою та передачу емоцій глядачам. Сукупністю візуальних елементів, – кольорів, шрифтів, образів та символів, – титри здатні підсилити жанрову приналежність кінострічки: насичені та яскраві кольори допомагають створити

### Abstract

**The purpose of the study** is to find out the peculiarities of the design of opening titles for films belonging to the drama-comedy genre. The study is aimed at determining the impact of visual and textual elements of titles on the audience's perception of films, revealing their role in creating the key mood of the film and expressing the main emotions of the genre, as well as identifying common and distinctive features of title design in this specific cinematic genre. **The research methodology** is based on the analysis of visual elements, empirical method and comparative analysis. **The scientific novelty** lies in highlighting a special aspect of the film industry, namely, in determining the ways and possibilities of influencing the visual and textual elements of titles on the perception of films by viewers. In particular, the article offers a comprehensive analysis of title design, including the use of colours, fonts, images, symbols, animation and text. **Conclusions.** As a result of the study, we conclude that visual and textual elements of opening credits influence the creation of mood and the transmission of emotions to viewers. Through a combination of visual elements: colours, fonts, images and symbols, titles can reinforce the genre of a film: rich and bright colours help to create a comedic atmosphere, while more restrained colours indicate the dramatic aspect of a film. Empirical research has shown that

комедійну атмосферу, тоді як більш стримані кольори вказують на драматичний аспект фільму. Емпіричні дослідження виявили, що цей аспект безпосередньо впливає на сприйняття аудиторією. Порівняльний аналіз титрів до різних фільмів жанру «драма-комедія» засвідчив загальні тенденції та відмінності в їхньому підході до дизайну, зокрема, дозволив виявити, як різні фільми використовують дизайн титрів для вираження свого унікального стилю та жанру. Сучасні титри до фільмів жанру «драма-комедія» вдало відображають синергію цього жанру. Вони використовують креативні підходи для передачі багатогранності фільму.

**Ключові слова:**

дизайн титрів, вступні титри, візуальні елементи, кінематографічний дизайн.

this aspect directly affects the audience's perception of the film. A comparative analysis of the titles of different films in the drama-comedy genre has shown common trends and differences in their approach to design, in particular, it has revealed how different films use title design to express their unique style and genre. Modern drama-comedy film titles successfully reflect the synergy of this genre. They use creative approaches to convey the versatility of the film.

**Keywords:**

title design, opening titles, visual elements, cinematographic design.

**Вступ** **1**

Дизайн титрів до фільмів визначає перше враження глядача та відіграє ключову роль у становленні атмосфери фільму. Створюючи унікальні візуальні образи, титри вказують на жанр фільму та передають його емоційну спрямованість. Завданням даної статті є дослідження дизайну вступних титрів до фільмів, які відзначаються унікальним жанровим злиттям драми і комедії. Стаття має дати відповідь на питання – як саме дизайн титрів може впливати на сприйняття глядача та передавати динамічне поєднання протилежних емоцій. За нашими припущеннями, розглядаючи приклади вдалих дизайнерських рішень, які передають жанрову суперечність фільму, – інколи комічних, інколи трагічних, – можна підійти до визначення теоретичних концепцій про вплив візуальних елементів на емоційну реакцію глядача в контексті фільмів, де гумор і сміх переплітаються з драматичними моментами.

**Мета дослідження** **2**

Метою наукової статті є виявлення особливостей впливу сукупності візуальних елементів вступних титрів на сприйняття глядача, а також з'ясування можливих способів відтворення жанрової суперечності фільмів за допомогою дизайну титрів. Для досягнення поставленої мети застосовується аналіз дизайну вступних титрів до драми-комедії і його вплив на глядача в контексті жанрового синтезу.

Для проведення наукового дослідження було використано метод аналізу візуальних елементів, емпіричний метод та порівняльний аналіз. За допомогою аналізу візуальних елементів досліджувалася специфіка кольорів, шрифтів та образів у титрах до фільмів українського виробництва. Емпіричний метод дозволив оцінити вплив візуальних елементів на реакцію глядачів. Порівняльний аналіз дозволив ідентифікувати спільні й відмінні риси у титрах фільмів жанру драми і жанру комедії, а також виявити особливості поєднань цих рис у титрах до фільмів жанру «драма-комедія».

Застосування цих методів дозволило провести комплексне дослідження впливу дизайну титрів на сприйняття та емоційну реакцію глядачів фільмів жанру «драма-комедія».

Науковим підґрунтям даної статті є ряд наукових праць, у яких досліджується дизайн титрів у кінематографі з особливою увагою до аспектів кольору, шрифту, ефектів руху та образно-асоціативного ряду. Зокрема, важливою щодо дослідження кольору в титрах до фільмів різних жанрів є праця, в якій увага акцентується на колірній гамі титрів, на ролі яскравості і контрастності кольорів. Автори доходять висновку, що для жанрів драми й комедії характерна приблизно однакова контрастність та яскравість, і тому вони їх виокремлюють в окрему підгрупу, протиставляючи фільмам жахів та фентезі (Chen et al., 2012). Важливим для нашої статті є проведений Н. Редферном компаративний аналіз колірних розкадрувань фільмів, які автор досліджував на зразках дев'яти різних жанрів. У такий спосіб дослідник виявив характерні для кожного жанру ступені яскравості, контрасту і частки кожного кольору (Redfern, 2021).

Багато дослідників акцентують увагу на актуальності ефекту руху у титрах. Зокрема, такий ефект досягається за допомогою анімації та моушн-дизайну. Так, М. Моженко (2018), досліджуючи тему у поєднанні з анімацією, зазначає, що титри в кіно є важливою складовою режисерського задуму і, окрім суто інформаційної функції, поступово стають носіями емоційних і смислових асоціацій у візуальному ряді кінофільмів, відіграючи роль своєрідної графічної увертюри. Такого впливу титри досягають, зокрема, через залучення анімованої графіки.

У результатах досліджень типографіки анімованих титрів цифрової доби О. Чуєва та М. Чолій (2019) доходять висновку, що діяльність дизайнера у розробці анімованих титрів для кінострічок вимагає певних теоретичних орієнтирів, хоча абсолютних правил для вибору і поєднання різних видів шрифтових гарнітур та зображень не існує.

Щодо моушн-дизайну, в останніх наукових дослідженнях автори звертають увагу на все більше зближення цієї інновації із сферою кінемагорафу й інтерактивного дизайну (Храмо-

ва-Баранова & Зайцева-Дячок, 2019). А. В. Прокопчук (2020) доводить, що елементи моушн-дизайну, такі як інтро і титри у кінофільмі, важливі для створення визначного, інтернаціонального візуального твору, для інтеграції глядача у світ віртуальних взаємовідносин.

В. Музиченко (2020) звертає увагу на роль у титрах типографічної композиції у поєднанні з моушн-дизайном, надаючи їй самостійного творчого значення як засобу самовираження. На думку автора, завдяки великій кількості виразних засобів, прийомів і технологій, анімована типографіка – це чудове поле для художніх експериментів із формами, композицією і навіть матеріалами. Більшість таких експериментів впливає на свідомість глядача на абстрактному рівні та має потужний емоційний вплив.

Застосування моушн-дизайну у титрах також важливе й з огляду на те, що його головною особливістю є можливість зміни комплексу засобів під час розвитку сюжету ролика завдяки руху й перетворенням елементів у часі і просторі, як зауважує у своїй праці В. Черкас (2018).

Ці та інші наукові праці важливі для розкриття аспекту, який досі не був предметом окремого дослідження у вітчизняній науці, а саме – дизайну титрів до фільмів жанру «драма-комедія».

## Результати дослідження **4**

Вступні титри у фільмах є важливою частиною кінематографії, і вони виконують кілька ключових функцій. Перша й основна роль вступних титрів – встановити тон та атмосферу фільму. Вони допомагають глядачам зрозуміти, в якому жанрі вони опиняються – у драмі, комедії, жахах, науковій фантастиці чи чомусь іншому. Кольори, шрифт, образи та звуковий супровід можуть швидко передати жанровий контекст. На другому місці можна визначити функцію вступних титрів служити засобом передачі важливої інформації, яка може стосуватися сюжету, локацій, персонажів або історичного контексту фільму. Ця інформація допомагає глядачам краще зрозуміти, що саме відбувається на екрані і готує їх до подальшого перегляду. Третє й не менш важливе значення вступних титрів – ідентифікація творчого колективу: вони повідомляють про режисера, продюсера, сценариста, акторський склад тощо. Це надає фільму значущості і дозволяє глядачам дізнатися про внесок конкретних талановитих людей у створення кінострічки. Четвертим значенням вступних титрів можна назвати створення настрою та емоційної залученості глядача за допомогою різноманітних візуальних та аудіальних засобів. Музика, звукові ефекти, графічні рішення в кадрі можуть зробити аудиторію більш прихильною до сприйняття фільму через призму певних емоцій. І шостим, однаково важливим функціональним значенням варто назвати створення ідентичності

фільму: вступні титри є важливою частиною його брендування. Вони можуть містити логотипи, унікальний стиль, що стає впізнаваним для глядацької аудиторії, а також елементи, які вказують на основну тему чи ідею фільму.

Узагальнюючи, можна сказати, що вступні титри – це не просто візуальні елементи, а важлива навігаційна, емоційна та ідентифікаційна складова фільму. Вони стають для глядача вихідний пунктом у їхній кіноподорожі і створюють підґрунтя для сприйняття фільму у всій його складності. Важливу роль у цьому процесі відіграють візуальні складові: образи-асоціації з притаманним для них набором графічних елементів, колір, композиція, шрифт, ефекти руху тощо. На потребі акцентувати увагу на подібних складових у різних продуктах графічного дизайну наголошують й інші науковці (Тарасенко & Гавриш, 2022).

У роботі проаналізовано зразки дизайну титрів до фільмів вітчизняного виробництва, що надалі дає можливість відстежити тенденції певних візуальних пріоритетів у різних жанрах та провести певну систематизацію.

Передусім звернемо увагу на *образно-асоціативні прийоми* у титрах фільмів різних жанрів з метою їх порівняння.

Дизайн титрів до комедійних фільмів має свої особливості, оскільки його завдання полягає в розважанні глядачів від перших секунд перегляду. Тому в даному разі титри можуть відтворювати ключові жартівливі моменти та сюжетні перипетії фільму, часто містять графічні елементи, які викликають сміх або створюють комічний контекст: це можуть бути відповідні комічні символи, малюнки, карикатури або анімаційні ефекти. Також може бути застосована гумористична гра зі словами та іменами в контексті сюжету кінострічки. Такі особливості дизайну титрів допомагають створити комедійну атмосферу та викликати сміх у глядачів ще до початку фільму.

Дизайн титрів до драматичних фільмів також має свої власні особливості, оскільки його завдання полягає у підсиленні емоційної глибини та серйозності фільму. Тому характерними тут є візуальні образи, символи та алегорії, притаманні драматичним сюжетам: трагічні образи та конфлікти, загибель і смерть, споглядальні образи. Це допомагає створити психологічний зв'язок з аудиторією. Важливим також є акцент за допомогою титрів на іменах акторського складу. Таким чином, у дизайні титрів до драматичних фільмів відбувається візуальне підсилення емоційної напруги, водночас аудиторія у такий спосіб готується до сприйняття важливих історій та переживань персонажів.

Для дизайну титрів до драми-комедії характерний збалансований стиль, що підтримує рівновагу між серйозністю й гумором. Наприклад, шрифт та кольори можуть бути стримані та класичні, але з додаванням жартівливих деталей або комічних

символів. Окрім того, у титрах можуть бути використані символи або образи, які одночасно відображають серйозну і гумористичну сторони фільму. Ефективним рішенням у дизайні титрів цього жанру може бути застосування інтриги, яка у певних образах та символах натякатиме про обидві сторони сюжету. Наприклад, застосовуються символи, які вказують на драматичні обставини сюжету, але представлені в гумористичному контексті. Ці прийоми можна спостерігати у титрах до фільмів «Дике поле» (Лодигін 2018), «Мої думки тихі» (Лукіч, 2019), «Люксембург, Люксембург» (Лукіч, 2022).

Важливо враховувати, що у вступних титрах вже можуть міститися слогани чи фрагменти фраз з обох жанрових складових фільму. Це можуть бути фрази, які на ідейно-емоційному рівні поєднують комічне з трагічним, наприклад, «Люксембург, Люксембург» (Лукіч, 2022).

Наступним кроком звернемось до аналізу *колірної палітри* у дизайні вступних титрів. За спостереженням дослідників, лише колір може передати тепле чи холодне середовище; підкреслити настрій; відобразити пору року; надати об'єму; стати позитивним чи негативним оптичним подразником; привернути увагу, розслабити чи навіть роздратувати (Садимака, 2023). Дослідники кольору акцентують увагу на важливих його аспектах у відео, сприйняття якого змінюється залежно від культури, статі, віку, сфер діяльності тощо (Asarkar & Phatak, 2020).

За нашими спостереженнями, дизайн титрів до комедійних фільмів відзначається використанням яскравих та живих кольорів. Це широка палітра, яка асоціюється із веселощами, гумором і життєрадісністю. Наприклад, червоний, жовтий, синій, помаранчевий та зелений часто використовуються для створення жартівливого настрою.

Натомість, на нашу думку, дизайн титрів до драматичних фільмів найчастіше має стримані, приглушені кольори, такі як синій, блідий бежевий, сірий тощо. Це допомагає створити атмосферу серйозності та глибини.

Що стосується фільмів жанру «драма-комедія», в дизайні титрів використовуються прийоми, які притаманні як драмі, так і комедії, за рахунок чого і відбувається поєднання протилежних жанрів, наприклад, приємні для ока пастельні тони розбавляються яскравими чи жартівливими елементами.

Також звернемо увагу на наявність *руху і анімації* у титрах. Так, для титрів до жанру комедії характерні цікаві анімаційні переходи, персонажі в дії. Яскраві візуальні ефекти можуть створювати позитивну атмосферу. Водночас дизайн титрів до драматичних фільмів не передбачає залучення анімації. Титри можуть бути статичними, щоб підкреслити стійкість та незмінність. Втім, може бути застосовано ефект повільного руху ка-

дрів на тлі титрів. Щодо драми-комедії, титри можуть вдало поєднувати обидва підходи (як у фільмі «Ван-Гог не винен», Яковенко, 2008).

Важливою складовою в дизайні титрів є *шрифт і стиль тексту*. Комедійний жанр передбачає застосування креативного шрифту і стилю тексту. Вступні титри до комедійних фільмів часто містять анімаційні ефекти з гумористичним забарвленням.

У титрах драматичних фільмів – перевага за класичними шрифтами і серйозним стилем. Шрифт зазвичай має бути читабельним і стриманим. Використання складних чи прикрашених шрифтів може відволікати від серйозної атмосфери.

Для дизайну титрів драми-комедії більш характерним видається поєднання шрифтів різних стилів для підсилення сприйняття обох жанрів. Наприклад, один шрифт може бути класичним, а інший – акцидентним чи декоративним (наприклад, титри до фільму «Люксембург. Люксембург», Лукіч, 2022).

Наступним кроком нашого дослідження є спроба виявити зазначені ознаки в дизайні фільмів жанру «драма-комедія» вітчизняного виробництва. Відразу зазначимо, що особливість титрів до цього жанру полягає у поєднанні не обов'язково всіх охарактеризованих нами ознак, але часом достатньо вдалого поєднання лише кількох складових. Так, у фільмі «Ван Гог не винен» (Яковенко, 2008) виробництва «Файно-Компані» на тлі вступних титрів плавно рухаються пейзажі безкраїх полів та лісів, що заспокоює та створює напругу водночас. Такий прийом притаманний у застосуванні до драматичних фільмів. Натомість яскраві декоративні шрифти у титрах, які за мить хаотично розбиваються та розлітаються у просторі, притаманні комедійним фільмам. Тому в даному разі вдалий дизайн залежав від кількох «драматичних» складових, пов'язаних із рухом титрів (нюансове застосування зелених відтінків також належить драмі) у поєднанні з характерним для комедійних фільмів шрифтовим рішенням.

Асоціативно-образна складова є вирішальною у дизайні титрів до фільму «Політ золотої мушки» (Кравчишин, 2015) кінокомпанії «Трембіта-кіно». Титри починаються із звукового образу дзюрчання води на фоні килиму із зображенням дитячого малюнку: будиночок, пагорб та ялинки. Написи імен людей, задіяних у виробництві кінострічки, формуються із парашутиків кульбаби, які тремтять від вітру. «Летючі» титри повільно рухаються по килиму і переходять на пейзаж та на акторів фільму (рис. 1).

Титри до українсько-нідерландсько-швейцарського фільму «Дике поле» (Лодигін, 2018) кінокомпаній Limelite та Film Brut, являють собою кадри із буденного життя українців. Колірна гама стримана, окремі сцени додають візуальному ряду іронічності. Але занадто яскравий, стиснутий, напружений шрифт поверх комедійних мізансцен підсвідомо викликає напругу (рис. 2).



Рис. 1. Дизайн титрів до кінострічки «Політ золотої мушки» (Кравчишин, 2015).

Fig. 1. Title design for the film "Flight of the Golden Fly" (Kravchyshyn, 2015).



Рис. 2. Дизайн титрів до фільму «Дике поле» (Лодигін, 2018).

Fig. 2. Title design for the film "The Wild Fields" (Lodyhin, 2018).

На початку фільму «Мої думки тихі», трагікомедії 2019 р. від Toy Сinema, камера повільно «спостерігає» за роботою дантиста: рентген, зняття зліпків із зубів, виготовлення протезів тощо; церковний католицький спів на тлі кадрів уже викликає цікавість, змішану з нерозумінням – «що відбувається?». А коли з'являються майже непомітні титри, наче «нашкрябані» рукою знервованої людини по твердій поверхні, все стає ще незрозумілішим, майже абсурдним. Такий підхід відразу інтригує глядача і відкидає його уявлення із звичного ряду очікувань (рис. 3).



Рис. 3. Дизайн титрів до фільму «Мої думки тихі» (Лукіч, 2019).

Fig. 3. Title design for the film "My Thoughts Are Silent" (Lukich, 2019).



Стрічка «Люксембург, Люксембург» (Лукич, 2022) – повнометражний фільм від компаній Limelite і ForeFilms, представляє нові тенденції у розвитку кінематографа, що підтверджено номінаціями та нагородами на міжнародних та вітчизняних кінофестивалях. На тлі кадрів з промисловим пейзажем провінційного міста з'являються титри, набрані так званим «готичним шрифтом» з графічним акцентом у вигляді соняшникового лушпиння і у звуковому супроводі закадрових коментарів від головних героїв і ретро-шлягера від популярної диско-групи на додачу. В такий спосіб вже з перших кадрів з'являється очікування непередбачуваного. Наступна поява на екрані «готичних» титрів також викликає посмішку – повний дисонанс відеоряду зі шрифтовою гарнітурою і додатковими графічними елементами (рис. 4).



Рис. 4. Титри до фільму «Люксембург, Люксембург» (Лукич, 2022).

Fig. 4. Title design for the film "Luxembourg, Luxembourg" (Lukich, 2022).

Таким чином, у результаті проведеного аналізу можемо виявити особливості психологічного впливу на глядача візуальних елементів у вступних титрах до фільмів (див. Таблицю 1). Наприклад, яскраві кольори і жартівливий шрифт можуть негайно викликати посмішку та веселощі у глядачів, водночас темні кольори та стриманий стиль можуть підготувати їх до більш серйозного враження від фільму. Тому саме від поєднань кольору, композиції, шрифтів, анімації та графічних образів залежить формування настрою у глядача на початку перегляду фільму. У такий спосіб візуальні елементи вступних титрів формують перше враження від фільму. Глядач сприймає їх на психологічному рівні, і це впливає на його увагу та інтерес до подальшого перегляду. Якщо титри цікаві, естетично приємні та відповідають смакам глядача, він схильний бути більш залученим до фільму.

Окрім того, вступні титри можуть налаштовувати глядачів на сприйняття того, що відбудеться далі. Наприклад, загадкові або надихаючі зображення можуть підсилювати цікавість щодо сюжету фільму та розпалювати бажання дізнатися біль-

ше про історію та персонажів. У цьому випадку варто говорити про роль дизайну вступних титрів у формуванні очікувань глядача перед переглядом фільму.

Таб. 1. Психологічний вплив візуальних елементів у вступних титрах.

Tab. 1. Psychological impact of visual elements in opening titles.

Психологічний вплив візуальних елементів у вступних титрах	
Формування настрою у глядача	Візуальні складові, такі як колір, композиція, шрифт, анімація та графічні образи, мають потужну здатність передавати настрій та емоційну інформацію. Наприклад, яскраві кольори і жартівливий шрифт можуть негайно викликати посмішку та веселощі у глядачів, водночас темні кольори та стриманий стиль можуть підготувати їх до більш серйозного враження від фільму.
Залучення уваги і ефект першого враження	Візуальні елементи вступних титрів формують перше враження від фільму. Глядач сприймає їх на психологічному рівні, і це впливає на його увагу та інтерес до подальшого перегляду. Якщо титри цікаві, естетично приємні та відповідають смакам глядача, він схильний бути більш залученим до фільму.
Формування очікувань і антиципація	Вступні титри можуть налаштувати глядачів на сприйняття того, що відбудеться далі. Наприклад, загадкові зображення можуть підсилювати цікавість щодо сюжету фільму та розпалювати бажання дізнатися більше про історію та персонажів.
Психологічний зв'язок з героями та історією	Візуальні елементи можуть створювати психологічний зв'язок між глядачами, героями та історією. Наприклад, символи або образи в титрах можуть надавати специфічних конотацій, які спонукають глядачів асоціювати їх із ключовими аспектами фільму.
Підсилення сюжетних та емоційних аспектів	Дизайн вступних титрів може підсилювати сюжетні та емоційні аспекти фільму. Наприклад, анімація чи монтаж можуть передавати конфліктність або швидкість дій у фільмі, а колір може підсилити відчуття драматизму чи комедійності.

Також за допомогою титрів встановлюється психологічний зв'язок між глядачами, героями та історією. Наприклад, символи або образи в титрах можуть надавати специфічних конотацій, які спонукають глядачів асоціювати їх із ключовими аспектами фільму. І насамкінець важливо зазначити, що дизайн

вступних титрів може *підсилювати сюжетні та емоційні аспекти фільму*. Наприклад, анімація чи монтаж можуть передавати конфліктність або швидкість дій у фільмі, а колір може підсилити відчуття драматизму чи комедійності.

Усі ці психологічні аспекти дизайну вступних титрів мають велике значення для формування емоційного стану для сприйняття кінострічки та прогнозування реакції на фільм ще до фактичного розвитку сюжету.

**Наукова новизна та практична значимість дослідження**

**5**

Наукова новизна статті полягає у висвітленні особливого аспекту кіноіндустрії, а саме у визначенні способів і можливостей впливу візуальних і текстових елементів титрів на сприйняття глядачами фільмів. Зокрема, стаття пропонує комплексний аналіз дизайну титрів, включаючи використання кольорів, шрифтів, образів, символіки, анімації та інших ефектів руху у титрах.

В статті систематизовано психологічні аспекти впливу вступних титрів на глядача; виявлено, як дизайн титрів може створювати синергію між різними жанрами і надавати фільму додаткової глибини, роблячи його більш привабливим і цікавим для аудиторії. Вивчення цієї специфіки дизайну титрів дасть змогу краще зрозуміти важливу роль візуальних складових кіноіндустрії та їх вплив на сприйняття кінострічок.

**Висновки**

**6**

У результаті дослідження доходимо висновку, що візуальні та текстові елементи вступних титрів впливають на створення відповідного настрою глядача на початку перегляду фільму. Сукупністю візуальних елементів, – кольорів, шрифтів, образів та символів, – титри здатні підсилити жанрову приналежність кінострічки: насичені та яскраві кольори допомагають створити комедійну атмосферу, тоді як більш стримані кольори вказують на драматичний аспект фільму.

Сучасні титри до драматично-комедійних фільмів вдало відображають синергію цього жанру. Вони використовують креативні підходи для передачі багатогранності фільму, часто містять різноманітні аудіовізуальні складові елементи, які також вказують на обидві сторони сюжету. Шрифт титрів, у свою чергу, може бути як максимально простим, так і акцидентним, що підкреслює гнучкість жанру.

Завдяки сучасним технологіям і креативності дизайнерів, титри стають справжнім мистецтвом, що може впливати на гармонійне поєднання протилежних емоцій. Такі титри створюють передумови для цікавого та непередбачуваного перегляду фільму, де драма й комедія доповнюють одна одну.

## Список бібліографічних посилань

- Кравчишин, І. (Режисер). (2015). *Політ золотої мушки* [Фільм]. Трембіта-кіно.
- Лодигін, Я. (Режисер). (2018). *Дике поле* [Фільм]. Limelite; Film Brut.
- Лукич, А. (Режисер). (2019). *Мої думки тихі* [Фільм]. Toy Cinema.
- Лукич, А. (Режисер). (2022). *Люксембург, Люксембург* [Фільм]. Limelite; ForeFilms.
- Моженко, М. В. (2018). Титри та анімована графіка в кіно та на телебаченні. *Мистецтвознавчі записки*, 33, 330–337.
- Музиченко, В. (2020, 9–11 вересня). «Motion design» у контексті розвитку графічного дизайну. В *Екологія мистецтва: дискурс ракурсів* [Матеріали конференції] (с. 82–84). Херсонський національний технічний університет.
- Прокопчук, В. (2020, 6–8 грудня). Розвиток елементів моушн-дизайну на прикладі найкасовіших фільмів у світі. В *Recent Scientific Investigation* [Матеріали конференції] (с. 644–649). InterConf.
- Садимака, М. А. (2023). *Психологія кольору у сприйнятті реклами магазину сумок* [Бакалаврська робота, Сумський державний університет]. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/92555>
- Тарасенко, К., & Гавриш, Ю. (2022). Вплив інтернет-реклами на поведінку споживача. В *B2B marketing* [Матеріали конференції] (с. 39–41). Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського».
- Храмова-Баранова, О., & Зайцева-Дячок, В. (2018, 30 листопада). Асоціативна ілюстрація як засіб графічної виразності моушн-дизайну. В *Традиції та новітні технології у розвитку сучасного мистецтва* [Матеріали конференції] (с. 137–139). Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького.
- Черкас, В. (2018, 26–27 квітня). Особливості творення моушн-графіки в сучасній медіа-сфері: до постановки проблеми. В *Наукові розробки молоді на сучасному етапі* [Матеріали конференції] (Т. 1, с. 384–385). Київський національний університет технологій та дизайну.
- Чуєва, О., & Чолій, М. (2019). Типографічний аспект анімованих титрів у кінематографі початку цифрової доби. *Деміурґ: ідеї, технології, перспективи дизайну*, 2(1), 67–80.
- Яковенко, В. (Режисёр). (2008). *Ван Гог не винуват* [Фільм]. FILM.UA Group; Файно-компани.
- Asarkar, S. V., & Phatak, M. V. (2020). Effects of color on visual aesthetics sense. In S. Bhalla, P. Kwan, M. Bedekar, R. Phalnikar, & S. Sirsakar (Eds.), *Proceeding of International Conference on Computational Science and Applications* (pp. 181–194). [https://doi.org/10.1007/978-981-15-0790-8\\_19](https://doi.org/10.1007/978-981-15-0790-8_19)
- Chen, I.-P., Wu, F.-Y., & Lin, C.-H. (2012). Characteristic color use in different film genres. *Empirical Studies of the Arts*, 30(1), 39–57. <https://doi.org/10.2190/EM.30.1.e>
- Redfern, N. (2021). Colour palettes in US film trailers: a comparative analysis of movie barcode. *Umanistica Digitale*, 10, 251–270. <https://doi.org/10.6092/issn.2532-8816/12468>

## References

- Asarkar, S. V., & Phatak, M. V. (2020). Effects of color on visual aesthetics sense. In S. Bhalla, P. Kwan, M. Bedekar, R. Phalnikar, & S. Sirsakar (Eds.), *Proceeding of International Conference on Computational Science and Applications* (pp. 181–194). [https://doi.org/10.1007/978-981-15-0790-8\\_19](https://doi.org/10.1007/978-981-15-0790-8_19) [in English].
- Chen, I.-P., Wu, F.-Y., & Lin, C.-H. (2012). Characteristic color use in different film genres. *Empirical Studies of the Arts*, 30(1), 39–57. <https://doi.org/10.2190/EM.30.1.e> [in English].

- Cherkas, V. (2018, April 26–27). Osoblyvosti tvorennia moushn-hrafiky v suchasni media- sferi: do postanovky problemy [Peculiarities of creating motion graphics in the modern media sphere: before posing the problem]. In *Naukovi rozrobky molodi na suchasnomu etapi* [Scientific development of youth at the current stage] [Conference proceedings] (Vol. 1, pp. 384–385). Kyiv National University of Technologies and Design [in Ukrainian].
- Chuieva, O., & Cholii, M. (2019). Typohrafichnyi aspekt animovanykh tytriv u kinematohrafi pochatku tsyfrovoy doby [Typographical aspect of animated titles in cinematography of the early digital era]. *Demiurge: ideas, technologies, perspectives of design*, 2(1), 67–80 [in Ukrainian].
- Khramova-Baranova, O., & Zaitseva-Diachok, V. (2018, November 30). Asotsiatyvna iliustratsiia yak zasib hrafichnoi vyraznosti moushn-dyzainu [Associative illustration as a means of graphic expressiveness of motion design] [Conference proceedings]. In *Tradytzii ta novitni tekhnologii u rozvytku suchasnoho mystetstva* [Traditions and the new technology in the development of contemporary art] [Conference proceedings] (pp. 137–139). The Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy [in Ukrainian].
- Kravchyshyn, I. (Director). (2015). *Polit zolotoi mushky* [Flight of the golden fly] [Film]. Trembita-kino [in Ukrainian].
- Lodyhin, Ya. (Director). (2018). *Dyke pole* [Wild field] [Film]. Limelite; Film Brut [in Ukrainian].
- Lukich, A. (Director). (2019). *Moi dumky tykhi* [My thoughts are quiet] [Film]. Toy Cinema [in Ukrainian].
- Lukich, A. (Director). (2022). *Liukseburh, Liukseburh* [Luxembourg, Luxembourg] [Film]. Limelite; ForeFilms [in Ukrainian].
- Mozhenko, M. V. (2018). Tytry ta animovana hrafika v kino ta na telebachenni [Titles and animation graphics in movies and on TV]. *Notes on art Criticism*, 33, 330–337 [in Ukrainian].
- Muzychenko, V. (2020, September 9–11). "Motion design" u konteksti rozvytku hrafichnoho dyzainu ["Motion design" in the context of the development of graphic design]. In *Ekolohiia mystetstva: dyskurs rakursiv* [The ecology of art: Angle discourse] [Conference proceedings] (pp. 82–84). Kherson National Technical University [in Ukrainian].
- Prokopchuk, V. (2020, December 6–8). Rozvytokelementivmoushn-dyzainunaprykladinaikasovishykh filmiv u sviti [The development of elements of motion design on the example of the highest-grossing films in the world]. In *Recent Scientific Investigation* [Conference proceedings] (pp. 644–649). InterConf [in Ukrainian].
- Redfern, N. (2021). Colour palettes in US film trailers: a comparative analysis of movie barcode. *Umanistica Digitale*, 10, 251–270. <https://doi.org/10.6092/issn.2532-8816/12468> [in English].
- Sadymaka, M. A. (2023). *Psykhologhiia koloru u spryiniatti reklamy mahazynu sumok* [The psychology of color in the perception of handbag store advertising] [Bachelor's thesis, Sumy State University]. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/92555> [in Ukrainian].
- Tarasenko, K., & Havrysh, Yu. (2022). Vplyv internet-reklamy na povedinku spozhyvacha [The influence of Internet advertising on consumer behavior]. In *B2B marketing* [Conference proceedings] (pp. 39–41). National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute" [in Ukrainian].
- Yakovenko, V. (Director). (2008). *Van Gog ne vinovat* [It's not Van Gogh's fault] [Film]. FILM.UA Group; Faino-kompani [in Russian].