

**ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»**

ФАКУЛЬТЕТ ДИЗАЙНУ

КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

Гончарова Вероніка Сергіївна

КВАЛІФІКАЦІЙНА ВИПУСКНА РОБОТА

на тему:

**ДИЗАЙН-РОЗРОБКА СЕРІЇ ШРИФТОВИХ ПЛАКАТІВ
(АКЦИДЕНТНІ ШРИФТИ)**

Група ІК-9-22-БІГрД(4.0д)-Г-1

Спеціальність: 022 «Дизайн»

Спеціалізація: «Графічний дизайн»

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

*Дипломна робота містить результати власних досліджень. Використання
ідей, результатів, текстів інших авторів мають посилання на відповідне
джерело*

Дипломант:

Гончарова В.С.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Науковий керівник:

Доцент кафедри дизайну, доктор філософії
(посада, науковий ступінь, вчене звання)

(підпис)

Каменецька Ю.В.
(прізвище та ініціали)

Допущено до захисту перед ЕК:

Завідувач кафедри,

Доктор наук, професор
(посада, науковий ступінь, вчене звання)

(підпис)

Павельчук І.А.
(прізвище та ініціали)

Київ 2026

АНОТАЦІЯ

У кваліфікаційній випускній роботі розглянуто теоретичні основи шрифтової композиції та акцидентної типографіки. Розглянуто що таке типографіка та еволюцію її розвитку починаючи з XV століття. Досліджено історію розвитку шрифтових плакатів у графічному дизайні. Проведено аналіз акцидентних шрифтів, виявлено характерні риси, якими вони наділені. Проведені дослідження щодо класифікації акцидентних шрифтів за способом створення та формоутворення шрифту, а також класифікація за образами та асоціаціями. Виявлено процес створення акцидентних шрифтів від ідеї до практичної реалізації у житті. Розглянуто функції акцидентних шрифтів, сфери застосування та їх призначення, а також які деталі слід враховувати при використанні шрифтів такого типу. Також розглянуто наступні принципи вдалої типографічної композиції у плакаті: вирівнювання, контраст, акцент, рух, масштаб, близькість, ритм, повторення, баланс, ієрархія у тексті, читабельність та вільний простір.

Проведено аналіз візуальних прикладів шрифтових плакатів, як українських так і світових, а саме: які основні функції виконує типографіка в плакаті, основні складові шрифтового плаката та основні принципи шрифтових плакатів. Розглянуто приклади шрифтових плакатів, виявлено методи їх виразності та сучасні тенденції, а також помилки яких варто уникати при створенні шрифтових плакатів. Визначено концептуальні ідеї серії плакатів та формоутворення стилістичної системи серії.

Виконана проєктна розробка серії шрифтових плакатів, розроблені макети шрифтових плакатів та композиційних рішень із використанням власно розроблених акцидентних шрифтів, вирішені технічні аспекти їх реалізації у життя, в тому числі формат, матеріали та друк. Обґрунтовано ефективність та художньо-композиційний аналіз результату.

Дослідження спрямоване на розробці серії шрифтових плакатів, а саме розробці макетів плакатів та композиційних рішень, технічних аспектах реалізації, а також обґрунтування ефективності та художньо-композиційний

аналіз результату.

Ключові слова: шрифтовий плакат, акцидентні шрифти, історія розвитку типографіки, типографічна композиція, серія плакатів, стилістична система серії, концептуальна ідея, художньо-композиційний аналіз.

SUMMARY

The theoretical foundations of font composition and incidental typography are considered in the qualifying thesis. What is typography and the evolution of its development since the 15th century is considered. The history of the development of font posters in graphic design has been traced. An analysis of incidental fonts was carried out, the characteristic features with which they are endowed were revealed. Studies have been conducted on the classification of incidental fonts according to the method of creating and forming the font, as well as classification by images and associations. The process of creating incidental fonts from idea to practical implementation in life has been revealed. The functions of incidental fonts, the scope and purpose of their application, as well as what details should be taken into account when using fonts of this type are considered. The following principles of a successful typographic composition in a poster are also considered: alignment, contrast, accent, movement, scale, proximity, rhythm, repetition, balance, hierarchy in the text, readability and free space.

An analysis of visual examples of font posters, both Ukrainian and world, was carried out, namely: what are the main functions of typography in a poster, the main components of a font poster and the main principles of font posters. Examples of font posters were considered, methods of their expressiveness and modern trends were identified, as well as errors that should be avoided when creating font posters. The conceptual ideas of the poster series and the formation of the stylistic system of the series are defined.

The project development of a series of font posters was carried out, mock-ups of font posters and compositional solutions were developed using self-developed incident fonts, the technical aspects of their implementation were resolved, including format, materials and printing. The effectiveness and artistic and compositional analysis of the result are substantiated.

The research is aimed at the development of a series of font posters, namely the development of poster layouts and compositional solutions, technical aspects of

implementation, as well as justification of effectiveness and artistic and compositional analysis of the result.

Keywords: font poster, incidental fonts, history of typography development, typographic composition, series of posters, stylistic system of the series, conceptual idea, artistic and compositional analysis.

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ.....	2
SUMMARY.....	4
ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ШРИФТОВОЇ КОМПОЗИЦІЇ ТА АКЦИДЕНТНОЇ ТИПОГРАФІКИ.....	9
1.1 Історія розвитку шрифтового плаката у графічному дизайні.....	9
1.2 Акцидентні шрифти: класифікація, функції та сфери застосування.....	15
1.3 Принципи типографічної композиції у плакаті.....	32
Висновки до розділу 1.....	42
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВІЗУАЛЬНИХ ПРИКЛАДІВ ТА ФОРМУВАННЯ ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦІЇ.....	45
2.1 Аналіз світових та українських зразків шрифтових плакатів.....	45
2.2 Визначення концептуальної ідеї серії плакатів.....	63
2.3 Формування стилістичної системи серії.....	67
Висновки до розділу 2.....	73
РОЗДІЛ 3. ПРОЄКТНА РОЗРОБКА СЕРІЇ ШРИФТОВИХ ПЛАКАТІВ.....	73
3.1 Розробка макетів плакатів та композиційних рішень.....	78
3.2 Технічні аспекти реалізації: формат, матеріали, друк.....	84
3.3 Обґрунтування ефективності та художньо-композиційний аналіз результату.....	86
Висновки до розділу 3.....	89
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	91
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	95
ДОДАТОК А (Ілюстрації).....	106
ДОДАТОК Б (Творчий проект).....	132

ВСТУП

Актуальність

Кваліфікаційна випускна робота є актуальною в теперішній час, так як типографіка є важливим і невід'ємним елементом графічного мистецтва, адже шрифти використовуються практично в усіх сферах візуальної комунікації. Особливе місце серед засобів вираження займає шрифтовий плакат, який виступає одним із найефективніших і найвпливовіших носіїв інформації. Завдяки використанню акцидентних шрифтів такі плакати набувають підвищеної виразності та здатності привертати увагу навіть без залучення фотографій чи ілюстрації, а також одразу формують настрій і характер повідомлення. Акцидентні шрифти дозволяють створювати унікальний візуальний образ і виступають самостійним засобом художньої виразності, навіть без використання ілюстрації чи фотографій.

Водночас розробка серії шрифтових плакатів потребує не лише креативності, але й чіткої системності: важливо забезпечити стилістичну єдність, узгодженість усіх елементів та впізнаваність кожного плаката в межах єдиної серії.

Методи дослідження

У кваліфікаційній випускній роботі використано комплекс теоретичних і емпіричних методів дослідження. Зокрема, здійснено збір і узагальнення фактичного матеріалу щодо акцидентних шрифтів та шрифтового плаката загалом. Проведено аналіз світових і українських зразків шрифтового плакату у графічному дизайні, а також їх порівняння з метою виявлення спільних і від'ємних рис стилістичних підходів і засобів виразності.

До основних методів дослідження належать аналіз і синтез теоретичних джерел, порівняльний метод візуального аналізу, а також системний підхід, що дозволив розглянути шрифтовий плакат як цілісну систему комунікації.

Мета дослідження

Метою дослідження є розробка актуальної серії шрифтових плакатів на основі власно розроблених акцидентних шрифтів, що відзначаються виразністю,

пізнавальністю та стилістичною цілісністю. Важливим завданням є створення не окремих візуальних рішень, а саме цілісної системи плакатів, об'єднаних спільною ідеєю, єдиними принципами побудови та узгодженими виразними засобами.

У межах дослідження передбачається сформулювати авторський підхід до використання акцидентних шрифтів як основного інструменту візуальної комунікації, визначити принципи серійності, варіативності та впізнаваності, а також розробити стилістичну систему що забезпечує єдність усіх елементів серії. особливо увага приділяється створенню акцидентних шрифтів які формують емоційний та образний зміст плакатів.

Обсяг

Загальна структура цієї наукової роботи включає вступ, три розділи, 12 підрозділів, список використаних джерел та додатки, у яких розглядається актуальність дослідження та визначається його мета, матеріали і методи, що будуть використовуватись для досягнення цієї мети. Обсяг основного тексту 105 сторінки, загальний обсяг тексту 139 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ШРИФТОВОЇ КОМПОЗИЦІЇ ТА АКЦИДЕНТНОЇ ТИПОГРАФІКИ

1.1 Історія розвитку шрифтового плаката у графічному дизайні

Типографіка - це не просто шрифт, це своєрідне мистецтво, яке відображає розвиток людини, різних культур та технологічного розвитку. Розвиток типографії безпосередньо пов'язаний з розвитком людства та його постійним прагненням вдосконалюватися, розвиватися та передавати інформацію ефективно та виразно. Таким чином типографіка значно розвинулася від глиняних знаків у Стародавній Месопотамії до сучасних цифрових шрифтів. [64]

Від самого початку друкарства до сучасних цифрових підходів, типографіка неодноразово змінювалася і вдосконалювалася. З розвитком індустріалізації у XIX-XX століттях, роль типографіки значно зросла і стала невід'ємним елементом формування бренду. Так, починаючи з XX століття, вибір шрифту визначався не лише його читабельністю, але й здатністю передавати настрій, емоції та мету. [25]

Історія розвитку шрифтового плакату починається ще з давніх часів, приблизно з XV століття, коли у Західній Європі стають популярним надруковані оголошення. Історія створення плакатів пов'язана з розвитком міст, безпосередньо з розвитком культури, соціума та політики. Так само цей процес продовжується і до сьогодення, адже з кожним запитом комунікації іде розвиток дизайну та комп'ютерних технологій. [23]

У XV столітті друковані оголошення були малого розміру, схожими на сторінки книг, але саме вони стали поштовхом розвитку історії шрифтового плаката. До того ж, вони зробили шрифт більш функціональним, повністю прибравши недоліки рукописного шрифту, який часто створював зайвий шум і ускладнював читання.

Найпершим плакатом вважається плакат 1477 року, який виступав в якості реклами і був підписаний Уільямом Кекстоном, який був першим друкарем Англії, в цьому плакаті було перераховано переваги термальних вод. Таким

самим прикладом плаката є плакат того ж 1477 року, в нього рекламували молитовник для священиків у Солзбері, що на заході Англії. Вільям Кекстон був першим, хто почав заробляти на життя друкарством. [26]

До XIX століття подібних плакатів було чимало, але всі вони лише частково були схожими на плакат сьогодення. Проте саме вони показали важливість та ефективність плакатів, завдяки цьому плакатне мистецтво продовжило свій розвиток.

З початком індустріальної революції та розвитком міст, плакати стали одним з найефективніших і бюджетних способів комунікації з народом. Тоді плакати почали створювати і у кольорі. Так почали з'являтися плакати змішаного типу, де були присутні як текст так і ілюстративна частина.

Перші плакати були шрифтові, переважно рекламні, які слугували афішами та створювалися з тодішніх газет та книжок. Перші такі плакати почали з'являтися у Європі, у другій половині XIX століття. Перші афіші були схожими, не надто цікавими та виконувалися на найтоншому папері, максимум у двох кольорах. Шрифти так само були прості, не цікаві, нічим не відрізнялися від набірного тексту. У книжках та газетах шрифти використовували переважно великого кеглю та розташовували по всій площині. І тільки згодом на шрифтових плакатах такого типу починають другорядні графічні елементи невеликого розміру, наприклад орнаменти. З часом графічні елементи починають використовуватися у більшому форматі, і навіть стають головними у композиції.

Великий вклад у сфері друку плакатів зробив обдарований інженер та художник, Жуль Шере, у 1860-х роках. Він поліпшив процес літографії, так почали друкувати плакати всіма кольорами веселки і при цьому використовуючи лише три "камені". У підсумку, друк став набагато дешевим, що слугувало їх широкому поширенню. В той же час, він не просто зробив друк бюджетним, але і підняв цінність плаката у мистецтві, надихаючись такими митцями, як Хокусая та Хірошіге. Крім того, він активно почав використовувати зображення жінок у своїх плакатах, що зробила їх більш

привабливими. Загалом, Шере створив понад 1000 плакатів, починаючи з афіші 1866 року до комедії "La Biche aux Bois". В Ніцці, 1928 року навіть було відкрито музей Шере, а його плакати й досі високо цінуються. [2]

Початок Першої Світової війни розгорнув таку сферу з застосування плакатів, як Пропаганда. За допомогою плакатів вербували солдатів, підіймали патріотичний настрій, та посилювали гнів на ворога. Успіх таких плакатів мав вражаючий результат, його навіть взяли за приклад більшовики, та використовували у боротьбі з інакодумцями. З того часу, плакат став найкращою зброєю у конфліктах.

Під час революції 1917-1921 років український шрифт став широко використовуватися в агітаційних плакатах УНР та Української держави. Василь Кричевський і Антін Середа експериментувала з композицією та стилістикою плакатів, були як плакати виконані під стародавній друк, так і з використанням стриманого гротеску. Як результат, на початку ХХ століття, українська типографіка було в пошуку національної ідентичності.

У 1920-х роках, із приходом радянської влади, ключове значення розвитку плакатного мистецтва почали відігравати авангардні тенденції. Це був період сміливих рішень та експериментів: шрифт став головним елементом композиції; класичні гротескні гарнітури без зачісок засічок, геометрична форма та асиметрія набули популярності.

В той же час активно розвивається кіноіндустрія (ВУФКУ), яка агітувала художників до створення афіш. Тоді формується видовищний плакат із визначальною динамікою, експериментами зі шрифтом, фотомонтажем та діагональним розташуванням тексту на плакаті. Саме тоді з'являється таке поняття як "шрифтовий плакат".

На плакатах 1920-х років починає простежуватися і український футуризм. Поети-футуристи, такі як Михайло Семенко, почали експериментувати зі словом і формою, таким чином порушуючи вже звичні принципи композиції. У 1930-х роках, авангардні пошуки почали припинятися, даючи свій початок

соціалістичному реалізму. У той час український плакат в якійсь мірі втрачає свою оригінальність, не дивлячись на напрацювання авангарду.

Під час Другої світової війни так само стався сплеск пропагандистського плакату. У 1940-1950-х роках, плакати знову були переважно агітаційними. Радянські військові плакати відрізнялися простотою та мінімалізмом: великі рубані шрифти без декорації забезпечували швидке сприйняття гасел. У цей час типографіка мала бути у першу чергу ефективна, естетична сторона була другорядною. Українське підпілля (ОУН, УПА) створювали агітаційну продукцію з використанням рукописних шрифтів.

У післявоєнний час, 1945-1950 роки, у плакатах переважали подовжені, чіткі, та добре читабельні шрифти. Композиція була простою, кольорова гама складалася переважно з червоного та чорного кольорів на білому тлі. [13]

У період відлиги, починаючи з 1956 року, у плакатах культурного плану починають використовуватися рукописні шрифти. Проте у політичних плакатах, шрифти залишаються стриманими до 1980-х років.

Літографію замінив дешевий друк, а туристичні плакати - буклети з фотографіями. На щастя, швейцарська школа плаката зі своєю великою поліграфічною базою встояла під тиском, і разом з тим розвинула мінімалістичний дизайн, який чудово вписувався у повоєнний глобальний ринок, та до 1970-х років був головним стилем у світі.

Рекламний ринок буквально захопила фотографія, радіо, та телебачення,. Разом з тим, літографія стала надто дорогою, неможливою для тиражного друку, що змусило відмовитися від цього на користь дешевого, але на такому барвистому офсетного трафаретного друку. В результаті цього, плакат губить свою популярність до 1960-х років.

Проте у другій половині XX століття цікавість значно посилюються, відбувається своєрідне відродження. Одним із головних осередків стала Італія, де наприкінці 1950-х - початку 1960-х років, активно формувалася кіноафіша. В той період з'являються роботи Альфредо Капітані, Луїджі Мартінаті, Ансельмо

Бальєстер та Ерколо Бріні, які заклали впізнавальний візуальний стиль італійського плаката. [2]

В той же час у США виникає психоделічний плакат, пов'язаний із музичною культурою. Наприкінці 1960-х років розповсюдження набули роботи Уеса Вілсона, які відзначалися складною типографією та яскравими кольорами. Одночасно відбувається міксування художніх стилів.

Подібні плакати спостерігалися і у європейських країнах. У Польщі, в 1960-1970 роках навіть була створена школа, в якій працювали над створенням плакатів для кіно та театрів. В своїй більшості вони були кольорові та яскраві, з елементами сюрреалізму.

У Сан-Франциско та Нью-Йорку почався розвиток музичного плакату, який з часом поширився по всьому світу. Згодом він став одним з передових інструментів промотування музичних подій та альбомів. Цей напрям відновив інтерес до плакатного надбання кінця XIX століття, а саме до антикварних французьких афіш.

Завдяки розвитку поліграфії і фототехнології, у 1960-1980 роках плакатні висловлювання стають лаконічніші та зрозумілі. У створенні плакатів починають використовувати чіткі геометричні композиції з фотоколажами; короткі та зрозумілі заклики, написані контрастними шрифтами; рідко використовувалися декоративні елементи.

Саме тоді шрифт перестали сприймати нейтрально, почали наділяти його характером. Це дало основу для подальшого активного розвитку шрифтового мистецтва в Україні.

В другій половині XX століття почалося масове тиражування плакатів, яке було пов'язане з розвитком офсетного друку та великим попитом на широкоформатний друк. Унаслідок, плакат став одним із найзатребуваніших видів графічного мистецтва. Разом з тим почали часто проводитися міжнародні виставки та конкурси у цьому напрямку. [17]

До того ж, важливим етапом розвитку сучасного плакатного мистецтва стала поява персонального комп'ютера, коли у 1984 році компанія "Apple" розпочала випуск комп'ютерних Macintosh з графічним інтерфейсом. [17]

Використання растрової та векторної графіки, а також електронних шрифтів, помітно змінила варіативності створення плакатного макета і підготовки його до друку. Все це призвело до збільшення друкованої реклами в містах.

Масова поява плаката наприкінці XIX століття була пов'язано з розвитком літографії та урбанізацією. В Україні, яка на той час була розділена між Російською та Австро-Угорською імперіями, першими плакатами виступали театральні афіші.

У Наддніпрянщині, за Емським указом 1876 року, використання української мови обмежувалося цензурою, тому афіша друкувалася переважно російською. Але у Галичині плакати театру "Руська бесіда" та трупи Садовського були виконані саме на українській мові з використанням народних декоративних шрифтів. [13]

Починаючи з 1991 року починає формуватися українська типографіка з використанням елементів візуальної ідентичності. Форми шрифтів відходять від інфографічних рішень, стають псевдокриличними і рукописними.

У 2010-х роках починається розвиток арт-плаката, шрифти починають перетворюватися на літери, починають створюватися з різних матеріалів, композиції стають довільними.

З 2014 року у плакатах застосовують патріотичні шрифти з новими підходами та національними символами. Отже, сучасна типографіка орієнтується одночасно як на функціональність, так на емоції що викликає той чи інший шрифт. У плакатах застосовують природні фактури та текстури; шрифти можуть деформувати, щоб передати стан напруги та війни. [13]

З 2022 року українська типографіка відображає боротьбу за свободу. Сучасні плакати переважно патріотичні, шрифти стають передовими носіями ідей, що містять досвід столітнього розвитку від модернізму до постмодернізму.

1.2 Акцидентні шрифти: класифікація, функції та сфери застосування

Будь-який шрифт являє собою єдину систему, єдиний організм, де розмір, форма, ритм та простір утворюють тісні, взаємозалежні та неподільні зв'язки. [10]

Шрифт, як графічна форма письма, становить систему знаків— букв, цифр, символів, розділових знаків та ін., що мають загальну закономірність формоутворення, обумовлену конкретною мовною ситуацією або художньою доцільністю. [10]

Акцидентний шрифт, що є за своєю суттю графічним знаком, з'явився, як і будь-який геометричний знак, символ, орнамент, внаслідок стилістичної еволюції натуралістичного зображення [11]

Поняття «акцидентний» етимологічно походить від латинського слова «accidentia» – випадковий, виконаний за особливим замовленням, для конкретного випадку. Розраховані для набору акцидентних форм, шрифти будь-яких кеглів, що мають малюнок, який не придатний для відтворення суцільного тексту, почали називатися акцидентними (наприклад, пальміра, каліграфічна гарнітура тощо). [11] (іл.1, іл. 2)

М. Різник поділяє друкарський акцидентний шрифт на декілька підгруп:

- жирна антиква з надзвичайно потовщеними штрихами;
- гротескні шрифти без зарубок з однаковими за товщиною штрихами;
- гротескні з зарубками – єгипетські, що мають прямокутні зарубки;
- шрифти, орнаментовані різними елементами оздоблення;
- друкарські шрифти, що імітують тип рукописних шрифтів.

Також акцидентні роботи можна поділити на три основні групи:

- акциденція малих форм (бланки, атестати, дипломи, грамоти, посвідчення, цінні папери, візитні картки тощо);
- акциденція афішно-плакатна (афіші, плакати, аншлаги, оголошення тощо);
- акциденція книжкова (обкладинки, обгортки, титули, заставки, ініціали, колонтитули, кінцівки). [11]

В акцидентному наборі, разом з акцидентними шрифтами, часто

застосовуються гарнітури текстових і титульних шрифтів. Текстові шрифти повинні задовольняти не лише естетичні вимоги, але і суто практичні – бути легкими для читання, економними, технологічними тощо. [11]

Акцидентні шрифти (англ. display typefaces, нім. Akzidenzschriften) — шрифти, призначені для виділення (акциденції). Використовуються в основному в заголовках. На відміну від текстових шрифтів — акцидентні спроектовані таким чином, що вони малопридатні для використання в шпальтовому складанні та верстанні текстів, які довші за кілька слів. Слово «акцидентний» походить від лат. *accidentia*, що означає «випадковість». [3]

Акцидентні шрифти походить від таких слів як випадок, випадковість. Це шрифти, які використовують для певних, цілей вони направлені на привертання уваги та виклик тих чи інших емоцій у глядача. В основному їх використовують в заголовка. В порівнянні з текстовими шрифтами, акцидентні майже непридатні для набору довгих текстів. (іл. 9)

Акцидентний шрифт як унікальний вид графічного мистецтва тісно пов'язаний з історією розвитку письмового знаку. Одним з найдавніших проявів сучасного акцидентного шрифту є т. з. «картинне письмо», або «пиктографія». [11]

Акцидентні шрифти є найхарактернішими у типографії. Основне завдання таких шрифтів - це максимальне привертання уваги до повідомлення та формування незабутнього враження на глядача. Їх особливостями є висока експресивність і виразна художність.

Акцидентні шрифти сформувалися у XIX столітті, одночасно із розвитком рекламних технологій та поширенню друку. Дизайнери почали створювати та використовувати такі види шрифтів з ціллю виокремлення та привертання уваги до своєї роботи навіть на відстані. Саме в цей період з'являються брузкові шрифти, які поклали початок акцидентної типографії.

В. Тоотс наголошував, що робота зі шрифтом потребує тривалого навчання, практики та досвіду. Вивчення неможливо без звернення до історії, адже саме воно є джерелом форм і рішень, які розвиваються в сучасній творчості. Без

розуміння історичного контексту складно досягнути сутність шрифтового мистецтва і створювати нові гарнітури. [9]

Розвиток цифрових технологій дало поштовх акцидентним шрифтам. Вони почали бути різноманітними, від врівноважених мінімалістичних до складних рукописних і художніх. Це розширило їх спектр використання у дизайнерських роботах.

Акцидентний шрифт, виконаний за допомогою комп'ютера, має свої переваги, пов'язані, в основному, з легкістю виконання і процесом його розповсюдження. В той же час створюється враження про «недушевність», деяку його відчуженість. Проектуючи в комп'ютері акцидентний шрифт, що імітує, наприклад, техніку пера з широким кінцем, виникає парадоксальність самого процесу: відбувається копіювання властивостей одного інструменту за допомогою іншого, більш технологічного. Серед зразків наголошується різноманітна тематика цих шрифтів, звертання до стилів минулих епох, а також сучасних категорій. Наприклад, в основу предметних шрифтів покладено речі, поняття, донедавна навіть невідомі. Слід зазначити, що у візуальному ряді акцидентних шрифтів можна практично безпомилково визначити, які з них виконані повністю вручну, які – оцифровані і «допрацьовані» чи ж повністю виконані за допомогою комп'ютера. [11]

Букви і цифри як частини графічного зображення часто сприймаються як крапки. Буква та буквосполучення, подібно до крапки, можуть піддаватися формальним графічним перетворенням, змінюватися за розміром, щільністю, насиченістю. [11]

Акцидентні шрифти наділені певними характерними рисами, які роблять їх виразними при створенні ефектних дизайнів:

- Контраст і насиченість. Так як шрифти створені для привертання уваги глядача, в них прослідковується помітний контраст товщини штрихів.
- Декоративність. Вони часто оздоблені дрібними деталями, такими як орнамент та нетипічними для шрифтів формами, що ще більше підсилює інтерес.

- Виразність. Акцентних шрифтів є велике різноманіття: від геометричних до рукописних. Це дає великі можливості при створенні дизайну.
- Обмеженість використання. Такі шрифти зазвичай не використовуються для набору великого обсягу текстів через складність форм і велику декоративність.

У акцидентному шрифті існують такі форми, які «прагнуть» до максимальної простоти. Однак «простота ефективна лише у тому випадку, коли вона використовує багатство досвіду, а не позбавляється його і не намагається опинитися в обіймах убогої стриманості», – помічає Р. Арнхейм. [11]

Правильне квадрат сприймається легше і зрозуміліше, ніж неправильний трикутник. Літера повинна зберігати свою графемну основу не втрачаючи індивідуальності, але й водночас залишаючись простою за формою. Загалом об'єкт сприймається як простий, якщо він складається з невеликої кількості характерних елементів, які можна описати через відстані та кути між ними. (іл. 22)

До акцидентних шрифтів відносять великий спектр шрифтів, які можна розділити за ступенем експресивності: від фантастичних до імітаційних, орнаментованих, об'ємних та рукописних. Так само до цієї групи відносяться і шрифти, що складно піддаються класифікації через нестандартність форм. До них відносяться і шрифти з надто вираженим характером: занадто тонкі чи зажирні, химерні, експресивні та неординарні. (іл. 19-20, іл. 21, іл. 27-28)

Сприйняття формується на основі структурних характеристик. Око людини здатне швидко охоплювати загальну побудову букви, тому в акцидентній типографіці часто використовується зворотній ефект: глядач сам добудовує відсутні елементи, таким чином пізнаючи ту чи іншу літеру. Так формуються цілісний образ.

У шрифтах велике значення мають пропорція та форма. Так, за допомогою тих чи інших деталей - масивних чи навпаки повітряних, викликаються ті чи інші емоції: стабільність, хаос, страх та інші. Формувати характер шрифту

допомагає і співвідношення між середньою висотою літер та виносними елементами.

В основі форми букв лежать геометричні фігури: квадрат, прямокутник, коло, півколо. Тому вони легко укладаються в рамки пропорційних гармонійних відносин. Проте підпорядкувати форму певній системі пропорційності ще не означає створити шедевр мистецтва. [11]

Класифікація акцидентних шрифтів (за способом створення та формоутворення шрифта)

1. Варіаційні - це шрифти що зберігають базову форму літери, але змінюється в межах традиційної класифікації.

- Шрифти надто великого розміру, занадто жирні чи тонкі, надто контрастні, занадто широті чи зависокі. (іл.3)
- Декоровані: з використанням дрібних орнаментальних елементів. (іл.5, іл. 36)
- Деформовані: із видозміненим контуром, тощо. (іл. 23, іл. 24, іл. 29, іл. 31, іл. 33, іл. 34)

2. Імітаційні шрифти: шрифти, що нагадують реальні рукописні або стародавні способи письма.

- Рукописні: імітують почерк від руки, каліграфічне письмо або шрифти виконані такими інструментами як олівець чи навіть знаряддя праці. Часто рукописні шрифти поділяють на формальні та казуальні. [22]

Формальними вважаються рукописні шрифти XVII-XVIII століття . Нарис таких шрифтів нагадує письмо пером. Такі шрифти, в більшості, використовують у запрошених на весілля та грамотах, пакуваннях товарів ручної роботи, книжках, портфоліо, і навіть у логотипа. Це додає дизайну ще більше крафтовості.

Шрифти казуального типу вирізняються вільним нарисом. Вони мають невимушену форму, як і наш почерк. Довгий час цього підтипу існувало зовсім небагато, так як приблизно до XX століття його створення було складним в технологічному плані. Проте в 1950-х роках, з появою фото-композиції та

цифрових програм, створення шрифтів спростилося у рази і кількість рукописних шрифтів значно зросла. [5]

Акцентні шрифти часто протиставляються класичним і рукописним формам адже їхня форма безпосередньо відображає ідею та характер повідомлення. Вони є важливою складовою рекламної комунікації, де виступають не лише носієм тексту, але й елементам візуальної композиції та організації простору. Саме у сфері реклами, акцентні шрифти найчастіше стають об'єктом експериментів, вирізняючись оригінальністю, майстерністю виконання та яскравої легко пізнаваною формою.

- Стилiстичні: шрифти, які нагадують накреслення того чи іншого стилю, наприклад у стилі модерн, постмодерн, тощо. Це вінтажні накреслення що викликають певні відчуття ностальгії. В наші часи такі шрифти доволі часто використовуються у сфері моди, при оформленні музичних фестивалів, пакувань у спокійному, більш класичному стилі та навіть барбершопах. (іл.15)
 - Технічні: імітують трафарет, фотографії, пікселі, тощо.
3. Інші: шрифти які не піддаються класифікації за динамікою та власністю, наявністю засічок, тощо. (іл.16)
- Геометричні: шрифти зібрані з певних геометричних форм, в переважності це доволі мінімалістичні шрифти, що використовуються для логотипів, та брендінгу техніки. Наприклад, мобільних телефонів чи додатків; при оформленні портфоліо у певному стилі. (іл. 25, іл. 26, іл. 30, іл. 35, іл. 32)
 - Предметні: літери створюється з різних предметів або фігур - гілок квітів, мотузок чи навіть людських силуетів. У таких випадках шрифт переходить від абстрактної форми до зображувальної, виконуючи ще й розважальну функцію. Він одночасно читається і розглядається, що ускладнює його сприйняття через надлишок додаткових смислів. (іл. 4, іл. 13)
 - Комбіновані: шрифти зібрані з знаків в певному стилі. (іл. 12, іл. 18)

- Випадкові: шрифти, які не мають певної побудови, що прослідковується від літери до літери, наприклад мальовані. (іл. 10)

Е. Лесняк виділяє кілька типів акцидентних шрифтів, залежно від їхніх особливостей і функцій. Вони можуть бути:

- Стильними, тобто такими що відповідають певному історичному або художньому стилю.
- Асоціативними, коли форма шрифту викликає зв'язок зі змістом слова через графіку, історію, використання чи навіть назву.
- Образотворчими, якщо літера імітують або візуально відтворюють певні об'єкти чи образи.
- Парадоксальними, коли шрифт немає прямого смислового чи декоративного навантаження але завдяки нестандартним рішенням підкреслює власну унікальність.
- Модними, тобто актуальними в певний період і ефективними за умови вдалого використання сучасних тенденцій..
- Національними, що базується на традиціях народного мистецтва та культурної спадщини.

Одним з сучасних напрямів у формуванні акцидентного шрифту є використання непрофесійної шрифтової творчості в професійній типографіці. Народний дизайн, поєднуючи непокероване, додає до шрифтового дизайну спонтанності, мимовольності, непередбачуваності як головних стилеутворюючих чинників.[11]

На думку дослідника, шрифт є водночас і найбільш доступною і найбільш вишуканою сферою графічного дизайну. В Україні, шрифтовий дизайн ще немає глибокої історії, проте поступово з'являються дизайнери, які приділяють йому значну увагу, що підвищує його значущість і престиж.

В акцидентному шрифті конкретне зображення стає знаком і символом ідей за допомогою зорової форми зображення понять. [11]

Класифікація акцидентних шрифтів (за образами та асоціаціями)

1. Біоморфні (до них відносяться зооморфні та флоральні шрифти)

Біоморфні шрифти - це шрифти створення на основі форми і закономірностей запозичених із природи. Вони наслідують вигляд із структури живих організмів, природних текстур або в процесів розвитку, завдяки чому набувають органічного та живого характеру. Такий підхід гарантується на використанні природних рішень для створення дизайнерських об'єктів. (іл. 8, іл. 14)

У процесі розробки біоморфних шрифтів дизайнери можуть орієнтуватися на симетрію, ритм росту, самоорганізація та інші властивості притаманні природі.

Це дозволяє створювати не лише візуально привабливі, але і гармонійні та виразні шрифти. Сучасні технології допомагають адаптувати форму літер, змінюючи їх пропорцію, кривизну та інтервали, імітуючи процеси природної еволюції.

У результаті, такі шрифти виглядають більш пластичними та динамічними, можуть краще підлаштовуватися під різні дизайн-задачі, поєднуючи естетику природи з можливостями цифрового дизайну.

2. Антропоморфні

Це шрифти, яким приписують людські риси, дії чи поведінку. Водночас, чітко визначити що саме вважається антропоморфізмом не завжди просто, і навіть серед науковців можуть виникати розбіжності цього приводу.

3. Декоративні

До декоративних шрифтів відносяться орнаментальні, каліграфічні, об'ємно-просторові і асоціативні шрифти. [11]

Орнамент є надзвичайно потужним і універсальним інструментом. Він охоплює майже всі формули оздоблення за винятком внутрішньо-тестових ілюстрацій. Сфера його застосування дуже широка як різноманіття форм і видів. Орнамент може мати як образотворча і так абстрактний характер а між цими полюсами знаходяться візерунки - композиції з різним рівнем узагальнення реальних форм і мотивів. (іл. 6, іл. 11)

Важливу роль у повсякденному житті людини відіграє каліграфія. Каліграфічні шрифти містять у собі весь багатий досвід каліграфії, який, на жаль, не так вже часто використовують. Роботи сучасних дизайнерів-графіків доводять, що принципи каліграфії продуктивно застосовуються під час створення акцидентного шрифту. [11]

Такі акцидентні шрифти, як об'ємно-просторові, створюються на основі геометрії. «Об'ємна буква дуже предметна», – писав В. Фаворський. У процесі її створенні художник працює з площинами, гранями фігур, застосовуючи ефекти перспективи і простору. [11] (іл. 7, іл. 17)

Асоціативні шрифти співвідносяться зі словом за графічними ознаками, історією вживання, назвою. [11]

Шрифт, побудований на асоціаціях, може безпосередньо не виражати ні смислової, ні декоративної ідеї, його функцію підкреслюють власні шрифтові переваги. [11]

4. Образотворчі

Образотворчі шрифти щось імітують, нагадують, відображають. До них можна віднести ілюстративні, предметні і сюжетні шрифти. Основу ілюстративних шрифтів складають візуальні образи, що допомагають розкрити суть слова, фрази. Наприклад, образотворчий шрифт застосовується для заголовків деяких дитячих журналів, що дозволяє відобразити характер цих видань. [11]

Високий ступінь зображальності мають шрифти, в яких букви складаються з яких-небудь предметів (сучкуватих гілок, квіткових, гірлянд, дощечок, мотузки) або людських фігур. Таке переведення шрифту з абстрактної форми в образотворчу здійснюється заради його цікавості. [11]

Сюжетні акцидентні шрифти беруть свій початок від аналогічного типу ініціалів, що зустрічаються в рукописних книгах минулих часів, на жаль, досить рідко. У сюжетних шрифтах простежується історичний контекст, в його основі може лежати як існуючий історичний факт або біблійський сюжет, так і казкова історія, до того ж у кожній букві відбувається розвиток своєї історії.

Часто в таких шрифтах використовуються антропоморфні мотиви, що поєднують одночасно декілька прийомів зображення. Таким чином, стилізація в акцидентному шрифті ґрунтується на біоморфних і антропоморфних аналогах, на зображальності, що характеризується ілюстративністю, сюжетністю і предметністю тематики акцидентного шрифту, а також на декоративності, яка визначається орнаментальністю, каліграфією, ефектами «об'єму» і «простору» та асоціаціями. [11]

Створення шрифту – процес, під час якого дизайнер-графік приймає велику кількість рішень щодо деталей, конструкції, контрастності всього, що з цим пов'язано. Всі ці рішення пов'язані з вибором між безліччю альтернатив і параметрів, характерних для такої ситуації. Ці рішення, прийняті дизайнером, залежать від досвіду, переваг, поставлених завдань, часу. Поєднання персональних, специфічних ознак і рішень робить акцидентний шрифт оригінальним, у цьому його суть. Це також служить безперечним підтвердженням прав інтелектуальної власності дизайнерів на їх шрифти. Аналог, який обирає дизайнер, цікавить його особливостями зовнішньої форми, внутрішньою структурою або специфікою функціонування. [11]

Процес формоутворення акцидентного шрифту можна подати таким чином:

- процес формоутворення акцидентного шрифту починається з ідеї, яка визначається замовленням на його розробку або творчою потребою;
- ідея акцидентного шрифту встановлює пошук аналога, на основі якого має відбутися розробка всього алфавіту або окремої букви. [11]

Цей пошук зумовлюється типом задуманого акцидентного шрифту (біоморфний, антропоморфний, декоративний, ілюстративний);

- як аналоги використовуються прямі, непрямі та асоціативні аналоги, а також акцидентні шрифти, присвячені цій тематиці;
- на наступному етапі процесу формоутворення акцидентного шрифту відбувається вивчення властивостей вибраного об'єкта. Цей етап

проводиться на основі обробки реального, непрямого або асоціативного зображення. [11]

В процесі аналізу зразків акцидентного шрифту може бути застосований метод реконструкції їх створення; [11]

- наступний етап характеризується формуванням проектного образу, який візуалізується за допомогою ескізної графіки від загальних начерків до детального промальовування. На цьому етапі також може здійснюватися вибір композиційних і графічних засобів; [11]

- проводиться адаптація зображення до графеми (відбувається процес «накладення» аналога на «скелет» букви);- виконується графічна обробка реального зображення в літері або його стилізація, залежно від початкового задуму. Стилізація аналога в букві може бути доведеною до лаконізму графічного знаку; [11]

- процес остаточного оформлення літери реалізується у процесі вибору оптимального варіанту зображення. [11]

Цей процес не є стабільним, відповідно до задуму окремі його етапи можуть бути виключені або змінені. [11]

Форма (графічні взаємозв'язки) виражається в єдиному рисунку, загальній ідеї елементів, їхньому характері, типах з'єднань одного елемента з іншими тощо. у той же час поява повторення елементів у деяких буквах може привести до певної монотонності шрифту в цілому. Тому для поживлення враження від загальної форми шрифту в рисунок деяких елементів букв вносяться корективи, не порушуючи при цьому графічної єдності букв, адже це необхідна й важлива умова його художньої та практичної цінності.[10]

Функції акцидентних шрифтів

Основна функція шрифту полягає передусім не в досягненні художнього ефекту, а фіксація та передача інформації. Водночас шрифт завжди має естетичну складову, особливо коли йдеться про акцидентні гарнітури. Вплив шрифту на глядача формується завдяки багатьом чинниками, таким як: форма знаків, їх розмір, характер виконання, взаємозв'язок між окремими літерами та

всім написом загалом, а також відповідності шрифту до змісту повідомлення. Саме в цьому поєднанні і виникає художній ефект, де комунікативна функція може відходити на другий план. [9]

Сьогодні відбувається етап осмислення психологічної дії шрифту і усвідомлення, подібно до того, як вітальне повідомлення автовідповідача або мелодія виклику мобільного телефону характеризують систему цінностей їх власника, так і вибір шрифту в різних контекстах сам по собі призводить до передачі певної самостійної інформації. Шрифт є формою соціального кодування, виявляючи приналежність людини до тих чи інших класів і груп. Людина «... зайнята тим, що за допомогою мови, писемності або радіо розвиває той чи інший орган чуття так, що це впливає на решту його відчуттів і здібностей», – пише М. Мак-Люен. Візуалізація і вираження відчуттів, або мова, мовлення – це теж «інструмент», завдяки якому «для людини стало можливим накопичувати досвід і знання у формі, що дозволяла їх легко передавати і максимально ефективно використовувати». Пізнавальний інтерес до шрифту як до носія певної інформації в наш час зростає. Проте слід врахувати також наступне міркування: сучасна людина є не лише споживачем інформації, але й її творцем. [11]

Комп'ютерна технологія надає можливість зануритися в потоки вільної творчості не тільки проектувальнику високопрофесійних шрифтів, але й дає цілковите право будь-якому непрофесіоналу взяти участь у поповненні шрифтового асортименту. Це торкається і акцидентних шрифтів разового використання, і універсальних шрифтових гарнітур. [11]

Як зазначав А. Карп, шрифт не лише читають як носій тексту, але й сприймають на естетичному рівні. Навіть якщо це не усвідомлюється, він здатен викликати асоціації та передавати певний настрій: здаватися енергійним або м'яким, діловим чи особистісним. Загалом шрифт оцінюють за трьома ключовими характеристиками: красою, зручністю читання та виразністю. Дослідник підкреслював необхідність комплексного підходу до вивчення шрифту, адже

його роль виходить далеко за межі дизайну - він впливає на комунікацію освіти, психологію та навіть ідеологію.

Хоча акцидентні шрифти покликані викликати емоційний відгук, у дослідженнях Тоотса ця тема розкрита недостатньо, він більше зосереджувався на декоративності шрифту, пов'язуючи її з орнаментом і підкреслюючи багатство його художніх можливостей. У своєму історичному аналізі він також звертав увагу на появу великої кількості декоративних алфавітів у другій половині XVI століття, які існували як самостійні графічні твори.

Акцентні шрифти в більшості випадків застосовують у сфері реклами. Їх основною функцією є привертання уваги глядача до продукту та підсилення ієрархії в дизайні, передачі настрою. Вони дають змогу бути дизайну незабутнім. Завдяки своїй неординарності, дизайни залишаються в пам'яті надовго. Так як з часом шрифт перестає дивувати аудиторію, стає вже звичним, його змінюють. Такі шрифти виконують свою функцію до тих пір, доки він стане популярним, так як він перестає виділятися.

Акцидентний шрифт не призначений для набору суцільного тексту, але його художньо-образні особливості використовуються для ілюстрації тексту, його смислу. Акцидентний шрифт може грати роль «ай-стопера», тобто того, що привертає увагу людини незвичайністю друкарського тексту. [11]

Не менш важливою функцією акцидентних шрифтів є їх виконання у певній стилістиці історичних часів, напрямів або культури. Вплив такого акцидентного шрифту зростає тоді коли чітко прослідковується і пізнається закладена в нього концепція.

Ще однією функцією є виклик певної емоції: радість, гнів, елегантність, тощо. Таким чином такі шрифти є виразними і функціональними.

Таким чином, виразність акцидентного шрифту і його емоційний вплив на людину виникає на основі послідовної низки асоціацій, викликаних колишніми переживаннями, а також гармонійним поєднанням перцептивних властивостей: рівноваги, простоти, умовності, значення, виразності, простору і

кольору. На емоційний стан людини впливає безпосередньо ідея акцидентного шрифту, образ, втілений у букві за допомогою графічних засобів. [11]

Сфера застосування акцидентних шрифтів:

Для привертання уваги глядача ми маємо використовувати шрифти ефективно. Вони створюються для привертання уваги, не просто задля декорування. Частіше за все використовується у великому розмірі, а саме:

- У заголовках: привертають увагу та доносять основний меседж, наприклад на сайтах, плакатах, газетах, журналах, книгах, та інших носіях реклами.
- У логотипах та брендингу: шрифт очі логотипи та айдентика з використанням цікавої типографіки.
- Пакування продукції: цікавий та незвичний дизайн привертає увагу покупця швидше.
- Оформлення соціальних мереж: цікава типографія доволі швидко привертає увагу глядача та закарбовується у пам'яті.
- Вулична реклама: плакати, великі білборди, та інші носії реклами стають цікавішими з використанням акцидентних шрифтів.
- Запрошення на події: використовуючи акцидентні шрифти, можна одразу викликати ті чи інші емоції. Це може бути запрошення на день народження, весілля, тощо. [28]

Потрібно зважати на емоції що має викликати та чи інша реклама, товар, тощо; на яку цільову аудиторію воно направлено. Це все допомагає підібрати шрифт вдумливо, що буде не тільки виглядати доречно, але й створювати ефектне враження, а отже і виконувати свою основну функцію призначення.

Кожна буква акцидентного шрифту може існувати окремо як самостійний графічний знак. [11]

Шрифт може стати дуже ефективним інструментом для комунікації за умови його правильного вибору. Головним критерієм вибору шрифту є його функція, призначення. Утилітарна функція шрифту — інформаційно-сміслова, головною умовою виступає незмінність форми графем. Інша функція —

художньо-естетична. Саме призначення шрифту є первинною умовою проєктування й реалізації форми букв. [10]

Які деталі треба враховувати при використанні акцидентних шрифтів:

- Надмірне використання створює хаос, так як вони є занадто виразними. Не потрібно використовувати більше одного шрифту такого типу в одному дизайні, щоб не було перевантаження. Шум буде створювати зворотні враження та відволікати від основного заголовку, викликати суперечливі емоції.
- Важливо гармонійно поєднувати шрифти. Тут важливий баланс, потрібно вміти поєднувати акцидентні шрифти із звичними мінімалістичними, добре читабельними, не акцидентними так, щоб вони пасували один одному та створювали гармонійний естетично привабливий дизайн, доповнювали один одного у кінцевому результаті. Наприклад, якщо ми використовуємо масивний акцидентний шрифт у заголовках, але поєднуємо його не з мінімалістичним, а декоративним рукописним шрифтом в основному масиві тексту, це скоріш за все буде викликати незрозумілість, не буде видно характеру бренду.
- Розуміння цільової аудиторії продукту. Це завжди потрібно враховувати при створенні дизайну. Те що буде працювати з молодшою аудиторією не спрацює з людьми похилого віку, і навпаки. Так як акцидентні шрифти наділені певним характером, треба враховувати які емоції вони мають викликати у аудиторії. [27]

Буква може бути маленькою або великою, широкою або вузькою, «стрункою» і «натхненною», «статною», «симпатичною», «діловою», «благородною», «огидною». Розгляд об'єкта – це водночас і порівняння з тими образами, що сприймалися раніше та збереглися в пам'яті, спогади про минулі оптичні явища накладаються на те, що спостерігається в даний момент. Цей процес, який повністю звертається до практики, стихійність реакції були життєвою необхідністю для людини докласового суспільства; він властивий

людині і сьогодні. Схожий на цей процес має також істотне значення і в плані естетичних взаємозв'язків. [11]

Букви акцидентного алфавіту можна конструювати, видозмінювати згідно з творчим задумом, використовуючи при цьому один або декілька мотивів, і засобом для досягнення цілісності структури маємо основні елементи, що визначають зовнішню форму букви: крапка, лінія, пляма.

Головними засобами гармонізації акцидентного шрифту є пропорції, ритм, текстура і контраст. Пропорції у процесі формоутворення акцидентного шрифту визначають основні його розмірності. У певних випадках для досягнення необхідного результату.

Використовується навмисне «порушення» пропорції, при цьому не порушується гармонійність структурних елементів у формі акцидентної букви. Ритм в акцидентному шрифті підкреслює його образно-асоціативну виразність. Текстура в акцидентному шрифті використовується для досягнення певних візуальних ефектів: глибини, об'ємності, фактурності, асоціативності і емоційності. Одним з найбільш виразних засобів створення образу в акцидентному шрифті є контраст, який проявляється через різноманітність використання ліній, плям, кольору, поєднаннях різних форм. Особливості формоутворення акцидентного шрифту якнайповніше виявляються у процесі проектування таких об'єктів графічного дизайну, як знаки-логотипи, знаки-символи, оскільки саме в цих об'єктах можливо ефектно відобразити художньо-образні особливості акцидентного шрифту.

Таким чином, аналіз особливостей формоутворення акцидентного шрифту показав, що основними засобами втілення ідеї акцидентного шрифту є засоби гармонізації його форми, а також об'ємно-просторова композиція шрифту, візуальне співвідношення графічних елементів і площини аркуша, силует (характер контуру, форми і фону). При цьому використовуються такі графічні засоби візуалізації, як фактура, контраст, ефект контрформи, трансформація площини. Під час проектування акцидентного шрифту цілісність його структури залишається визначальною

рисом у синтезі композиційних засобів, що показано на прикладі формоутворення знаків-логотипів. [11]

1.3 Принципи типографічної композиції у плакаті

Гарно продуманий макет дизайну привертає увагу глядача та підсилює зміст, допомагає ефективно передати повідомлення. Без розуміння базових принципів типографіки, неможливо створити гарний дизайн.

У сучасному розумінні, типографіка - це мистецтво і технології організації тексту, що спрямовані на забезпечення його читабельністю, зручності сприйняття та естетичної привабливості. Воно охоплює вибір шрифту, його налаштування, і розміщення тексту в просторі. Основною задачею типографіки є гармонійне поєднання текстових і графічних елементів, створення виразного дизайну, формування ієрархії, акцентів та спрямування уваги глядача.

Грамотно побудована композиція забезпечує не лише візуальну стабільність, але і формує настрій та впорядковує простір, запобігаючи хаосу. Дизайнери використовують композиційні принципи щоб занурити глядача у візуальне середовище яке одночасно є гармонійним і динамічним.

Композиційні принципи є основою, що допомагають, а не обмежують. Створенні єдиної композиції є доволі складною задачею, проте дизайнери мають не лише розробити композицію, але й зрозуміло донести як вона буде працювати в системі надалі, як її використовувати та адаптувати під інші формати.

• Вирівнювання

Вирівнювання - це впорядкування тексту та усіх графічних елементів в межах композиції за верхнім, нижнім, правим, лівим краєм або центром. У дизайні воно базується на сітці, яка задає структуру розміщення елементів і визначає положення текстових блоків, відповідно до колонок.

У шрифтовій композиції горизонтальне вирівнювання може бути лівостороннє (вирівнювання за лівим краєм), правостороннє (за правим), по

центру, та по ширині. Вертикальне вирівнювання, як правило співпадає з умовною лінією вертикалі, на якій розміщується шрифт. Наразі для цього використовується сітка, що значно полегшує чіткість організації тексту вирівнювання по лівому краю найлегше для читання. Вирівнювання по правому краю використовується не так часто, проте робить композиція більш динамічною. Вирівнювання по центру використовується в коротких текстах та заголовках. Заголовки повинні відповідати вирівнюванню основного блоку тексту, щоб уникати візуального хаосу. Підписи можуть бути розташовані, як по центру, так і вирівняний по лівому краю. Але важливо обрати один варіант в межах певної композиції і використовувати його послідовно. [31]

- **Контраст**

Контраст є важливим візуальним інструментом, який підсилює відмінності між елементами та робить композиція більш виразною. Завдяки йому створюється акценти, формуються фокус, дизайн набуває динамічності та багатовимірності. Саме через контраст легше сприймати різницю між об'єктами.

Вивчаючи характерні способи впливу кольору, І. Іттен виділив наявність семи видів контрастних виявів:

- 1 – контраст за кольором;
- 2 – контраст світлого і темного;
- 3 – контраст холодного і теплого;
- 4 – контраст додаткових кольорів;
- 5 – симультанний контраст;
- 6 – контраст за насиченістю;
- 7 – контраст площі колірних плям. [11]

Особливого значення має колірний контраст, адже він допомагає підсилити композицію, виділити ключові елементи за допомогою кольору та вибудувати ієрархію. Водночас, контраст може проявлятися і в типографіці, наприклад у поєднанні антикви та гротеску. Якщо контраст зменшується, елементи стають подібними між собою, а композиція втрачає виразність.

У мистецтві створення акцидентного шрифту дизайнери-графіки вживають вираз «компонувати в кольорі». В акцидентному шрифті це означає розташувати поряд два або декілька кольорів таким чином, аби їх поєднання було надвиразним. Для спільного вирішення колірної композиції має значення вибір кольорів, їх вплив один на одного, місце і напрямок у межах цієї композиції, конфігурація форм, симультанні зв'язки, розміри колірних плям і контрастні взаємовпливи загалом. Характер і дія кольору визначаються його розташуванням по відношенню до паралельно вживаних йому кольорів. Колір ніколи не буває самотнім, він завжди сприймається через інші кольори. Гармонізовані в своїх розмірах колірні плями вражають спокоєм і усталеністю. [11]

Для спільного вирішення колірної композиції має значення вибір кольорів, їх вплив один на одного, місце і напрямок у межах цієї композиції, конфігурація форм, симультанні зв'язки, розміри колірних плям і контрастні взаємовпливи загалом. Характер і дія кольору визначаються його розташуванням по відношенню до паралельно вживаних йому кольорів. Колір ніколи не буває самотнім, він завжди сприймається через інші кольори. Гармонізовані в своїх розмірах колірні плями вражають спокоєм і усталеністю. [11]

Колір має потужний вплив на емоційний стан людини. Його дія на людину здійснюється двома шляхами: через свідоме сприйняття та підсвідомість, активізуючи глибинні асоціації, що сформувалися.

Колір ефективно працює як засіб акцентування, але його слід використовувати обережно. Не слід покладатися лише на колір, особливо у схемах і графіках; доцільно доповнювати його формами, лініями та продуманим розташуванням елементів. Загалом, колір краще застосовувати як підсилювач контрасту, поєднуючи його з різними накресленнями або декоративними шрифтами. Важливо також забезпечити достатній контраст між текстом і фоном: на світлому тлі краще виглядає темний текст, а на насиченому або кольоровому -максимально контрастні відтінки. Використання тексту на

складних зображеннях чи фактурних фонах небажане. оскільки це суттєво погіршує читабельність і ускладнює сприйняття.

I. Іттен говорить про три напрями, за якими можуть бути вивчені естетичні аспекти дії кольору:

- чуттєво-оптичний (імпресивний);
- психічний (експресивний);
- інтелектуально-символічний (конструктивний). [11]

Біле і чорне в усьому протилежні, але між ними розташовується область сірих тонів. Два або більше кольорів становлять гармонію, якщо після їхнього змішування отримуємо нейтральний сірий колір. [11]

Кількість відтінків сірого кольору, яку можна сприйняти через зір, залежить від чутливості ока та від межі сприйняття глядачем. Сірий одноманітний колір, його «млява» поверхня може набути таємничої активності за допомогою найтонших модуляцій тіні. [11]

• Акцент

Акцент - це ключовий елемент композиції, який привертає увагу глядача ще до ознайомлення з усім змістом. Він формується через виокремлення головного об'єкта то його розміщення в зоні, куди природно спрямовується погляд. Для підсилення ефекту, акцент доцільно поєднувати з іншими композиційними принципами, зокрема: контрастом, ритмом, рухом. Акцент тісно пов'язаний із ієрархією, часто вони разом структурують інформацію, визначають головне та допомагають керувати увагою глядач. Значущість елементів визначається такими параметрами, як колір, розмір, інтенсивність, форма, розташування та взаємодія з іншими складовими композиції

У тексті навіть незначний акцент може ефективно виділити важливі частини. Водночас, надмірне його використання шкодить сприйняттю: достатньо одного, максимум двох акцентів, застосованих доречно. Перенасичення акцентами знижує їхню ефективність і розмиває фокус. Для створення акценту використовують різні прийоми. Курсив дає м'яке виділення, але не завжди є доречним. Напівжирне накреслення більш виразне і добре підходить для

підкреслення ключових моментів. Колір також є сильним інструментом, особливого в поєднанні з іншими засобами. Підкреслення зазвичай застосовується для позначення посилань. Не рекомендується змінювати гарнітуру шрифту лише задля виділення, адже це може порушити цілісність композиції.

Умовність дозволяє акцентувати, виділити характерні явища, передати саме основний зміст подій, що відбуваються, не обов'язково копіюючи і повторюючи життя. Символізація потрібна для виразнішого, більш наочного зображення цього акцентованого змісту; вона дозволяє, образно кажучи, «уявити те, чого не можна уявити, співвіднести те, що співвідносити не можна. [11]

- **Рух**

Ефект руху в композиції досягається через створення візуальної напруги або неврівноваженості. Наприклад, за допомогою розмиття елементів. Такий прийом легко сприймається, адже розмиття на напівсвідомому рівні асоціюється з рухом.

Водночас, існують і інші способи передати передачі динаміки у дизайні. Рух також можна задати через продумане розташування елементів. Наприклад, діагональні лінії створюють відчуття руху вгору або вниз. Динамічність також виникає при накладанні площин чи перекритті текстових блоків, що формує ілюзію глибини, хоча, водночас може ускладнювати читабельність тексту.

Ще один прийом - це передача перспективи через поступове зменшення об'ємів і зниження їхньої насиченості або яскравості, що створює ефект віддалення. Подібні експерименти з композицією та типографікою активно застосовував Девід Карсон у своїх роботах. [32]

- **Масштаб**

Масштабування є одним із ключових принципів типографічної композиції. Воно не лише покращує візуальне сприйняття, але і робить дизайн більш виразним і динамічним, допомагає структурувати інформацію за рівнем важливості. Зміна масштабу може стати основою всієї композиційної ідеї.

Порушення звичних пропорцій привертає увагу глядача та дозволяє досягти несподіваного візуального ефекту.

Незначні відмінності розмірів майже не відчуються, тоді як різні різкі контрасти створюють сильний і драматичний акцент. Рівень таких відмінностей варто підбирати відповідно до задуму. Виразні масштабні контрасти добре працюють у динамічних і емоційних проектах, тоді як стриманні доречні у більш формальних і корпоративних рішеннях.

Розмір відноситься до метричних взаємозв'язків, які відповідають за загальні для всіх букв одного шрифту величини: висота прописних і рядкових (окремо прямих і круглих, ширина основних і сполучних штрихів, контрастніша. [10]

- **Близькість**

Принцип близькості є частиною гештальт-теорії, сформованої німецьким психологом у 1920-х роках. Сам термін “гештальт” означає цілісність і відображає здатність людини сприймати окремі елементи як єдину систему.

Суть підходу полягає в тому, що наше сприйняття автоматично організовує візуальну інформацію, тому композиція побудована на гештальт-принципах визначає взаємодію елементів у просторі ще на етапі проектування. Зокрема, об'єкти, розташовані близько один до одного, сприймаються як пов'язані між собою, незалежно від їхніх характеристик.

До базових принципів гештальту належать подібність, безперервність, замкненість, близькість, взаємодія фігури та фону, а також симетрія і порядок.

Важлива роль відіграє принцип подібності: елементи, що мають спільні риси, форму, колір, розмір чи текстури - сприймаються як група або частина певної структури. Це дозволяє формувати цілісні образи з окремих компонентів. Чим більше спільних характеристик, тим сильніше відчуття єдності, і навпаки - зменшення подібності послаблює цей ефект.

- **Ритм і повторення**

Ритм є одним із ключових елементів композиції, адже він задає темп і формує відчуття впорядкованості. Він виникає через повторення елементів або

мотивів, що створює динаміку та наповнює дизайн енергією. Водночас, ритм виступає основою, на якій будуються інші складові композиції.

Ритм (ритмічні взаємозв'язки) обумовлюють певні ясності шрифту, які допомагають із різних графем створити цілісний зоровий образ шрифту. [10]

Повторення своєю чергою забезпечує цілісність і впізнаваність візуальної мови. Воно проявляється у використанні однакових стилів заголовків, типографіки, декоративних елементів або композиційних рішеннях у межах певної серії плакатів, формуючи єдину дизайн-систему. Однак надмірна повторюваність можна зробити композицію одноманітною та нецікавою. Щоб цього уникнути, важливо закладати можливості варіації: змінювати кольори, деталі, композицію. Якщо ж повторення є необхідними, варто додавати вільний простір, це допомагає зберегти баланс і утримати увагу.

Для легкості сприйняття напису (букв, слів, рядків) у шрифті використовуються певні закономірності, що впливають на ритм букв алфавіту. а також на ритм рядків і всієї композиції. [10]

За емоційним сприйняттям ритмічний лад у шрифті може бути простим і складним, статичним і динамічним, Урівноваженим і неспокійним. Порушення ритмічних зв'язків призводить до враження подрібненості, випадковості, втрати цілісності композиції. [10]

- **Баланс**

Баланс і симетрія є базовими принципами типографічної композиції у дизайні, які часто використовують у плакатах, де важливо викликати довіру під час взаємодії. Порушення балансу може створювати відчуття напруги та ускладнювати сприйняття основного змісту. Тому симетричні композиції найкраще підходить для стриманого, офіційного або стабільного контенту.

Водночас, не всі завдання потребують спокою та врівноваженості. Коли необхідно підсилити динаміку, напругу або привернути увагу, використовується асиметрія. Цей підхід активно розвивається вже понад 100 років і продовжує залишатися актуальним. Асиметрична композиція не має жодних правил, але ґрунтується на візуальному балансі між різними

елементами. Воно будується через контраст і протиставлення: великі форми можуть врівноважуватися меншими, а насичені кольори нейтральними, саме це робить її більш жвавою, динамічною та емоційно насиченою.

- **Ієрархія**

Ієрархія є важливим принципом топографічній композиції. У композиціях ієрархія може бути як складною й структурованою, так і більш вільною та експериментальною. Вона формується через варіації основних параметрів, а саме: розміру, кольору, розташування, контрасту, тональності та інших характеристик.

Ієрархія не є обов'язковою в усіх випадках. В деяких випадках навмисно відмовляється від чіткої структури, створюючи хаотичні композиції. Такий підхід допомагає порушувати традиційні правила та формувати нові візуальні мови.

Особливо важливою є типографічна ієрархія, вона вибудовується через систему рівнів: заголовки, підзаголовки, текстові блоки та допоміжні елементи. Ієрархія зазвичай формується через поєднання подібності та контрасту. Більш важливі елементи виділяються розміром, насиченістю або положенням. Менш значущі виглядають дрібнішими та більш спокійними. Надмірна кількість рівнів ускладнює сприйняття та розмиває структуру, тому оптимально використовувати обмежену кількість ступенів. Найбільш ефективною вважається трирівнева система топографічної ієрархії: заголовок привертає увагу та задає загальний зміст; підзаголовок уточнює інформацію та допомагає структурувати її; текстовий блок містить основний зміст, він має бути добре читабельним. Зазвичай інформація подається від загального до конкретного, від заголовка до детального тексту.

Ієрархія допомагає структурувати текст, спрощує навігацію та підсилює сприйняття інформації. Без чіткої ієрархії всі елементи виглядають однаково і не привертають увагу, що робить дизайн менш ефективним і складним для читання. [31]

- **Читабельність**

Читабельність і ступінь легкості сприйняття тексту визначається тим, настільки швидко та без зусиль читач може зрозуміти зміст. Тому під час оформлення шрифтового плаката, важливо враховувати низку факторів, що впливають на комфорт читання, щоб покращити сприйняття тексту.

Розпізнавання букви в акцидентному шрифті є необхідною (але не першочерговою) умовою, тобто він повинен бути легким для читання. Проте слід розмежувати терміни: читаність, читабельність, легкість для читання. Читаність (йдеться про пізнаваність) можна віднести і до одного знаку. Читабельність швидше за все відноситься до слова, тобто можна говорити про читабельність слова, напису, гарнітури. Легкість для читання або «комфорт» читання залежить від багатьох різних факторів, починаючи від ширини рядка і закінчуючи освітою того, хто читає. [11]

Варто уникати рішень, які ускладнюють читання або створюють візуальний дискомфорт. До таких рішень належать: відцентроване вирівнювання абзаців; надто великі рядки тексту; висячі рядки; початкові або кінцевий фрагмент абзацу, що залишається окремо; нерівні рвані, криві тексту, які відволікають увагу, світлий текст на темному фоні для основних абзаців, розміщення тексту на перевантажених зображеннях або текстурах; низький контраст між текстом і фоном; підкреслення, як основний спосіб виділення. Краще використовувати інші засоби акценту. [33]

Для того, щоб упізнати букву, необхідно максимально абстрагуватися від приватних індивідуальних особливостей написання цієї букви і бачити в її зображенні лише узагальнені риси. Конкретне сприйняття перешкоджає виділенню істотних ознак і пізнаванню літери. [11]

Суцільний верхній регістр у довгих фрагментах допустим лише для коротких заголовків; тіні під текстом або інші декоративні елементи знижують чіткість; деформація або розтягування шрифту/вертикальне розташування тексту; надто декоративні, складні для читання шрифти, наприклад рукописні, ігрові, надмірно орнаментовані елементи/списки порушують логіку та

структуру. Дотримання цих принципів допомагає зробити текст зрозуміли, охайним і комфортним для читача, що є важливим у плакатах.

- **Вільний простір**

Не варто намагатися заповнити весь простір плаката. Навпаки, якісний плакат часто виграє наявністю вільних ділянок. Використання білого простору робить композиція більш гармонійною та зручною для сприйняття.

Білий простір - це порожні зони навколо та між елементами дизайну, включаючи поля, відступи та незаповнені області. Саме він полегшує читання та допомагає швидше орієнтуватися в структурі, підтримує візуальну ієрархію, покращує баланс і загальне сприйняття інформації.

Простір в акцидентному шрифті обумовлюється в основному його структурною основою. Сприйняття букви, ніби вона двовимірна чи об'ємна, залежить від того варіанту, за допомогою якого утворюється простіша форма. Чинників, що сприяють відчуттю площинності або глибини, досить багато, і всі вони відрізняються один від одного. [11]

Простір (просторові взаємозв'язки) визначає єдиний просторовий лад усього алфавіту. Важливо зберігати однакове відношення букв до поверхні аркуша. [10]

Поля - це відстані між текстом і краями плаката або іншими елементами. Частою помилкою є надто щільне розміщення тексту біля країв або зображень. Рекомендується залишати достатній зовнішній відступ та проміжки між текстовими колонками для кращої читабельності.

Внутрішній відступ - це простір усередині текстового блоку. Якщо текст розміщений в рамці чи на кольоровому фоні, важливо залишати достатньо простору між текстом і межами форми. Також варто збільшувати відступ між заголовком і основним текстом, щоб зробити структуру більш зрозумілою та візуально відокремити елементи. Міжрядковий інтервал - це відстань між рядками текстового блоку. Його збільшення робить текст більш легким для читання та підвищує комфорт сприйняття великих текстових блоків.

Висновки до 1 розділу

Типографіка є значно ширшим явищем, ніж просто оформлення тексту вона відображає історичний розвиток людства, культурні зміни та технологічний процес. Від найдавніших форм письма до сучасних цифрових шрифтів вона постійно еволюціонувала, поєднуючи в собі функціональність, естетику, здатність передавати зміст і емоції.

Розвиток шрифтового плаката тісно пов'язаний із суцільними процесами, а саме: урбанізацією, розвитком друкарства, індустріалізації та появою новітніх технологій. Від перших друкованих оголошень XV століття до сучасних цифрових рішень плакат трансформувався з простого носія інформації у самостійний вид мистецтва та ефективний інструмент комунікації. Особливу

роль він набув у період соціальних і політичних змін, коли виконував агітаційну функцію.

Типографіка в плакаті поступово перестала бути нейтральним засобом передачі тексту та у XX столітті шрифт почав виконувати не лише інформативну, а й емоційно-образну функцію, ставши важливим елементом брендингу та візуальної ідентичності.

У сучасному дизайні він здатен формувати настрій, викликати асоціації та підсилювати зміст повідомлення. Український шрифтовий плакат розвивався у контексті світових тенденцій, водночас формуючи власну унікальну візуальну мову. Від перших афіш кінця XIX століття через авангардні експерименти 1920-х років, періоди ідеологічного впливу та мінімалізму, до сучасних інноваційних рішень, типографіка в Україні відображає як культурно-ідентичні, так і історичні виклики. Вона стала потужним засобом вираження національної ідеї та соціальної позиції. Таким чином сучасна типографіка - це синтез традицій, новаторства, де шрифт є не лише носієм інформації а й повноцінним засобом художнього висловлювання. Вона продовжує розвиватися разом із технологіями та суспільством, відкриваючи нові можливості для візуальної комунікації.

Акцидентний шрифт застосовується у ключових візуальних елементах дизайну: заголовках, плакатах, та інших носіях реклами. Його головна функція - це миттєво привернути увагу та сформулювати виразний образ, що передає характер і унікальність. Такі шрифти допомагають створити впізнаваний візуальний стиль, можуть транслювати різний настрій - від стриманого до експресивного.

Сприйняття акцидентного шрифта базується на взаємодії форми та змісту, які разом викликають емоційну реакцію. Його специфіка полягає у поєднанні практичної та естетичної функції: візуальна форма не лише прикрашає, але й утримує увагу, підсилюючи запам'ятовування інформації. Шрифт виступає як цілісна система, де всі елементи: пропорція, ритм, форма і простір дійсно взаємопов'язані.

Типографіка в дизайні - це значно більше не просто вибір шрифту, це система принципів що визначає структуру тексту, його ієрархію та зручність сприйняття. Працюючи над плакатом важливо оцінювати наскільки текст читабельний, чи витримане єдина стилістика та чи логічно вибудована візуальна ієрархія. Хоча візуальні образи привертають увагу першими, саме текст передає основний зміст. Перевантаження композиції або складність можуть відштовхнути аудиторію

При виборі акцидентного шрифту слід враховувати емоції, які має викликати дизайн, а також характеристики цільової аудиторії. Усвідомлений підхід дозволяє підібрати гарнітуру, яка не лише виглядатиме доречно, але й ефективно виконуватиме свою комунікаційну функцію.

Акцидентні шрифти поділяються на різні типи, а саме на: біоморфні, антропоморфні, образотворчі та декоративні. Їх форма часто базується на асоціаціях із природою, людськими рисами, предметами чи однометальними мотивами. Завдяки цьому вони набувають образності та здатності передавати ідеї через візуальні метафори.

Розробка шрифту передбачає створення виразного характеру кожної літери при збереженні цілісності всієї гарнітури. Важливо досягти балансу між індивідуальністю окремих знаків та узгодженістю алфавіт. Часто застосовують повторювані елементи, які формують єдину композиційну систему.

Формування акцидентного шрифту ґрунтується на таких композиційних принципах, як пропорції, ритм, баланс, силует і взаємодія з фоном. Основними графічними засобами виступають лінія, пляма, текстура та контраст. Ритм забезпечує візуальну єдність, об'єднуючи окремі літери в цілісний образ. Він може змінюватися за характером - бути динамічним або статичним, складним або простим. Не менш важливим є простір який визначає взаємне розташування всіх елементів і створює відчуття глибини або площинності.

Попри стилізацію, літери мають залишатися впізнаваними, зберігаючи свою графічну основу. Важливо розпізнавати читанність (розпізнавання окремого знаку) та читабельність (сприйняття слова чи тексту), а також

комфорт читання, який залежить від організації тексту.

Колір у типографіці виконуючи не лише декоративну функцію, але й впливає на емоційне сприйняття. Він діє як на свідомому рівні, так і через асоціації, що закріпилися підсвідомо.

У результаті, акцидентний шрифт виступає як складний інструмент візуальної комунікації. Його вплив ґрунтується на асоціаціях, композиційних закономірностей і взаємодії елементів, таких як простір, ритм і колір.

Сучасні цифрові технології значно спростили процес створення шрифтів і зробили його масовим. Проте це водночас підвищило вимоги до якості: сьогодні важливо сприймати шрифт не як допоміжний елемент, а як повноцінний засіб виразності та ключовий інструмент у дизайні.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВІЗУАЛЬНИХ ПРИКЛАДІВ ТА ФОРМУВАННЯ ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦІЇ

2.1 Аналіз світових та українських зразків шрифтових плакатів

Шрифтові плакати базуються на тексті ключовому візуальному елементі. Замість використання зображень чи ілюстрації, основне повідомлення передається через шрифт, композицію та ритм розміщення елементів. У такому підході типографіка одночасно виконує ролі і змісту, і форми. Дизайнери

активно працюють із контрастом, балансом та вирівнюванням, експериментують із масштабом, насиченістю та розташуванням тексту, щоб керувати увагою глядача. Тут кожне рішення має значення, адже саме структура визначає, як сприймається інформація. (іл. 38)

Типографіка - це мистецтво організація тексту з урахуванням вибору шрифту, кегля, довжини рядка та інтервалів. Ще з давніх часів вона використовувалася як засіб передачі змісту. Типографіка здатна перетворюватися на подушний інструмент візуального вираження. В основі будь-якої композиції лежить потреба донести повідомлення. Не дивлячись на те, зображення часто справляється із цим дуже ефективно, типографіка залишається не менш сильним засобом, особливо коли вона виходить за межі простого тексту і стає візуальним образом. Вигляд шрифту змінюється залежно від настрою, теми та контексту використання. Приклади такого плану можуть слугувати джерелом натхнення та демонструвати настільки експресивними та гнучкими можуть бути шрифтові плакати. (іл. 40, іл.41, іл.42, іл.43, іл.44, іл.45, іл.46)

Типографіка - це не лише оформлення тексту, а продумана система організації шрифтових елементів, яка забезпечує читабельність, зрозумілість, візуальну привабливість у графічному дизайні. Вона відповідає за ефективну подачу інформації та формує візуальну ієрархію, що допомагає легко орієнтуватися в композиції. Аналіз топографічних плакатів передбачає розгляд основних елементів, прийомів і принципів, які роблять композицію помітною та змістовною.

Своєї максимальною виразності типографіка досягає коли виходить за межі функції носія тексту, стає самостійним зображенням. Вона здатна передавати сенс не менш потужно, ніж ілюстрація, а інколи навіть сильніше, створюючи глибший емоційний відгук.

Її унікальність полягає в тому, що вона працює одночасно, як текст і образ. Завдяки цьому виникає більш прямий і емоційний контакт із глядачем, що й пояснює довговічність та впізнаваність багатьох типографічних плакатів.

Формування топографічного плакату відбувається під впливом різних дизайнерських течій: від раціональних і чітких рішень швейцарського міжнародного стилю, до сміливих експериментів сучасності. Цей напрям постійно змінювався, зберігаючи головне: здатність спілкуватися з глядачем через шрифт.

Типографічні плакати також грають роль розміщення в реальному світі. Навколишнє середовище стає частиною дизайну. Якщо розглядати його в контексті на стінах, вікнах чи вулицях, повідомлення набуває ще одного рівня значення. [35]

Значний вплив на розвиток топографічного мистецтва мав Баухаус, який запропонував інтегрувати шрифт із геометричними формами та використовувати асиметрію як засіб створення візуальної напруги і динаміки. Сьогодні шрифтовий плакат продовжує розвиватися, поєднуючи історичну спадщину з можливостями цифрових технологій. Нові інструменти відкрили простір для експериментів, що дозволило шрифту остаточно вийти за межі допоміжного елементу і стати повноцінним засобом художнього вираження.

Перш ніж переходити до детального аналізу шрифтових плакатів, варто підкреслити ключову роль типографіки. Шрифтовий плакат є візуальним засобом комунікації, який має швидко привернути увагу та донести інформацію, залишивши гарне враження. Сама типографіка значною мірою визначає його ефективність: вдало підібраний шрифт робить плакат виразним і запам'ятовуваним, тоді як невдалий - знижує його комунікативну силу.

Типографіка в плакаті виконує кілька основних функцій:

1. Комунікативну - забезпечує чітку і зрозумілу передачу змісту.
2. Естетична - формує візуальну привабливість композиції.
3. Емоційна - створює настрій і викликає відповідну реакцію у глядача.

Основні складові шрифтового плаката:

- Підбір шрифту

Шрифт визначає загальний характер і настрій плаката. Шрифти із засічками створюють відчуття класичності та витонченості, без засічок - сучасності і

простір, рукописні варіанти додають індивідуальність, а декоративні застосовуються для створення виразних акцентів.

- Візуальна ієрархія

Ієрархія визначає, у якій послідовності глядач сприймає інформацію. Найважливіші частини виділяються розміром, насиченістю або кольором, щоб одразу привернути увагу.

Вирівнювання тексту

Спосіб розташування текстових блоків впливає на зручність читання та загальний вигляд композиції. Семестрія додає впорядкованості, асиметрія створює відчуття руху і динаміки. Сітки та інтервали допомагають впорядкувати композицію. Свідомо порушення цієї структури може створювати напругу.

Чітка сітка здатна підтримувати навіть хаотичну топографіку, а продумана організація елементів підкреслює найменшу зміну форми. Через ці інструменти дизайнери досліджують, як шрифт може передавати зміст не лише через слова, але й через візуальну виразність.

- Колір

Колір формує емоційне сприйняття то допомагає виділити важливі елементи. Яскраві відтінки передають енергію, більш спокійні - стриманість і гармонійність. Важливим є також і правильний контраст між текстом і фоном.

- Контрастні

Сильний контраст між текстом і фоном підвищує читабельність, тоді як слабший контраст може використовуватися для створення делікатних і художніх ефектів.

- Типографічні інтервали

До основних видів інтервалів належить трекінг (загальна відстань між літерами в тексті), керлінг (інтервал між окремими символами) та інтерліньяш (відстань між рядками).

Основні принципи шрифтових плакатів:

1. Ієрархія та масштаб.

Одним з ключових принципів створення топографічного шрифтового плакату є формування чіткої візуальної ієрархії через використання масштабу. Співвідношення різних розмірів шрифтів створює впорядковану систему сприйняття, яка спрямовує погляд глядача та задає послідовність ознайомлення з інформацією. Контраст масштабів виконує кілька функцій, а саме: підкреслює важливість окремих елементів, форму акценти та визначає ритм усієї композиції.

Ефективна робота з масштабом часто базується на виразних контрастах. Наприклад, один великий напис або символ може виступати домінантою, тоді як менші блоки тексту доповнюють його, уточнюючи зміст. Такий підхід дозволяє швидко привернути увагу та водночас забезпечує можливість більш детального сприйняття інформації при тривалому розгляді плаката.

2. Порожній простір

Білий простір - це повноцінний інструмент дизайну який безпосередньо впливає на сприйняття композиції та ефективність типографіки. Гарне використання негативного простору допомагає зробити акцент на слові, роблячи його більш виразним. Якщо ж простору недостатньо, навіть гарно підібраний шрифт може виглядати перевантаженим і втратити читабельність.

У шрифтових плакатах білий простір виконує роль повноцінного композиційного елементу. Його пропорції та розташування формують баланс, задають ритм і можуть нести смислове навантаження. Часто саме сміливе використання порожнього простору робить плакат більш виразним і запам'ятовуваним, інколи не менш сильний, ніж виразна графіка.

3. Композиція, як цілісне зображення.

Найсильніші шрифтові плакати виходять за межі буквального прочитання тексту, перетворюючи літери на повноцінні візуальні образи. У таких випадках важливим стають не лише слова, але й їхні формальні характеристики, а саме: форма, лінія, фактура, насиченість. Спочатку глядач сприймає композицію, як зображення, потім - як текст.

Щоб досягти цього ефекту, використовують різні прийоми: трансформацію

форм літери, їх деформацію, поєднання його з графічними елементами. Текст може вибудовуватися у вигляді фігур, які підсилюють зміст повідомлення. (іл. 37) Шрифти часто інтегруються з фотографіями або іншими компонентами, утворюючи єдину цілісну композицію.

Типи шрифтових плакатів:

- **Мінімалістичні шрифтові плакати**

Мінімалістичні плакати досягають виразності завдяки обмеженню засобів і чіткості рішень. У таких плакатах використовують стриману кольорову гаму, малу кількість шрифтів і продуманий білий простір. Їхня сила полягає у лаконічності та здатності точно передавати ідею без зайвих елементів.

Такий підхід потребує глибокого розуміння шрифтів, адже за таких умов кожне рішення - від виборів гарнітури до розміщення тексту - стає визначальним. Вдалі мінімалістичні шрифтові плакати доводять, що стриманість може бути не менш ефективною, ніж складність композиції, забезпечуючи чіткість і зрозумілість повідомлення.

- **Експериментальні та концептуальні плакати**

Експериментальні шрифтові плакати спрямовані на пошук нових форм і способів вираження. У них часто використовуються нестандартні підходи до шрифту, такі як: деформація, абстрактні форми, незвичні композиції, які змінюють звичне уявлення про текст.

Такі плакати будуються на ідеї та смисловій грі. Вони часто використовують метафори, асоціації, візуальний хаос, де форма шрифту безпосередньо підсилює зміст. Зазвичай вони розраховані на уважного глядача і запам'ятовуються завдяки нестандартному підходу до подачі інформації.

- **Плакати з акцентними шрифтами**

Цей тип плакатів базується на використанні виразних шрифтів, які одразу привертають увагу. Основний акцент робиться саме на формі літер: їхньому масштабі, товщині та розташуванню на композиції, а інші елементи лише доповнюють або підкреслюють типографіку.

Часто поєднують класичні принципи з актуальними тенденціями.

Використання градієнтів, експериментальних форм літер розширюють візуальні можливості шрифту, при цьому зберігаючи головну функцію - ефективну комунікацію.

Як проаналізувати шрифтовий плакат :

- Оцінка композиції

Спочатку слід розглянути загальну структуру плаката. Важливо зрозуміти, чи виглядає він впорядковано і логічно, чи навпаки - перевантажена та хаотично. Обидва варіанти можуть бути ефективними залежно від концепції плаката.

- Аналіз вибору шрифту.

Варто звернути увагу на шрифт та його відповідність темі. Слід зрозуміти, чи передає шрифт потрібний настрій - сучасний, класичний або декоративний. Наприклад, для подій із музикою часто використовують сміливі та виразні шрифти, тоді як благодійні проекти зазвичай потребують м'яких і спокійних рішень.

- Візуальна Ієрархія.

Слід визначити, який елемент є головними у композиції. Правильно створений плакат одразу виділяє ключову інформацію за допомогою розміру, насиченості та розташування тексту.

- Вирівнювання елементів

Треба проаналізувати спосіб розміщення тексту: симетричні композиції створюють відчуття стабільності та порядку, тоді як асиметрія додає динаміки та візуальної цікавості.

- Колірне рішення

Колір впливає на емоційне сприйняття плакату: яскраві відтінки передають енергію та активність, стримані кольори створюють відчуття спокою та елегантності.

- Контраст і інтервали

Варто перевірити наскільки легко читається текст. Достатній контраст між фоном в шрифтом є критично важливим для читабельності, також слід оцінити інтервали - чи вони забезпечують комфортне сприйняття тексту.

Сучасні тенденції в шрифтових плакатах

- Використання 3D шрифтів

Об'ємні шрифти стали однією з ключових тенденцій в сучасному плакатному дизайні. Об'ємні літери перетворюються із плоских знаків на майже скульптурні форми. Це дозволяє працювати зі світлом, тінями та просторовими зв'язками, розширюють можливості шрифту.

Методи створення 3D шрифтів можуть бути різними: від простого витягування форми до складних рендерів. Часто дизайнери створюють фізичні об'єкти і фотографують їх, інші досягають подібного результату цифровими засобами. Все залежить від задуму та технічних ресурсів.

- Інтерактивна типографіка

Не дивлячись на те, що зазвичай шрифтові плакати є статичні, сучасні дизайнери активно інтегрують у нього відчуття руху. Цей ефект досягається через композицію, ритм, повтори або візуальні ефекти, які створюють ілюзію динаміки. Такий підхід відображає вплив цифрового середовища. Навіть без реальної анімації плакат може передавати енергію та напруження, характерні для такого типу графіки.

- Варіативні шрифти

Технологія варіації шрифтів відкрила новий рівень гнучності в роботі з типографікою, в одній композиції можуть поєднуватися рівні варіації товщини та стилю, що дозволяє плавно змінювати вигляд літер. Це дає можливість створювати більш складні композиції, де переходи між стилями виглядають природно. Такий підхід також підходить для серії плакатів або адаптивного дизайну.

- Експериментальні форми у літерах

Сучасні шрифти активно виходять за межі традиційних форм. Ми можемо змінювати структуру літер, поєднуючи елементи різних гарнітур або створювати абсолютно нові системи. Такі експерименти можуть виконувати різні функції: привертати увагу, передавати ідеї через форму або

демонструвати авторський стиль. В результаті літери перестають бути лише носієм тексту і стають самостійними обраними одиницями.

Приклади шрифтових плакатів:

➤ Концертні плакати.

У таких плакатах зазвичай застосовують жирні та виразні шрифти з високим рівнем контрастів і насиченою кольоровою гамою. Це допомагає передати динаміку, енергію та емоційність події.

➤ Плакати корпоративних заходів.

Для цього типу плакатів характерні прості шрифти без засічок, стримана кольорова палітра, чітко структурований макет. Такі плакати підкреслюють професійність і офіційний характер події.

➤ Плакати художніх виставок.

У цих плакатах часто використовується експериментальні декоративні шрифти, нестандартна композиція та оригінальні кольорові поєднання, що дозволяє передати творчу свободу та художній задум.

Помилки, яких варто уникати при створенні шрифтових плакатів:

➤ Надмірна складність

Однією з найпоширеніших проблем є перевантаження плаката великою кількістю елементів. Коли все привертає увагу одночасно, жоден елемент не стає головним і повідомлення втрачає чіткість. Вдалий шрифтовий плакат завжди має ієрархію: одні елементи домінують, інші підпорядковуються, підтримуючи загальну композицію. Використання великої кількості шрифтів, кольорів та складних рішень часто призводить до хаосу.

➤ Проблеми з читабельністю

Експерименти з формою у літерах не повинні шкодити основній функції плаката, а саме перешкоджати передачі інформації. Якщо тест складно прочитати або зрозуміти комунікація руйнується. Важливо знайти баланс між виразністю та зрозумілістю, щоб глядач міг швидко читати зміст без зайвих зусиль.

➤ Відсутність візуальної ієрархії у тексті

Без чіткої структури плакат втрачає логіку сприйняття. Глядач не розуміє з чого почати і як рухатися по композиції, усі елементи мають бути пов'язані між собою через систему акцентів: головне виділяється, другорядно підтримується. Формування ієрархії передбачає свідомий вибір: що є ключовим, а що допоміжним. Саме це забезпечує зрозумілу і ефективно комунікацію із глядачем.

Аналіз світових шрифтових плакатів:

Плакати Баухаусу посідають визначальне місце у становленні сучасного плакату. Створення переважно в освітньому середовищі вони сформували нову візуальну мову що базується на абстрагуванні та логічній організації форми. Їхня мета була не в декоруванні, а в структурованні та до несенні інформації.

Характерними рисами таких плакатів є використання чітких ліній стриманої кольорової палітри та використання гротескних шрифтів. Кольорова гама зазвичай обмежувалася використанням червоного, синього та жовтого кольорів у поєднанні з чорним і білим. У результаті виникають лаконічні та концептуальні композиції. (іл.47)

Форми літер виконують функцію повноцінних елементів побудови, а не лише носія тексту. Динаміка композиції організовується через кола, діагоналі та симетрії, які витісняють традиційні принципи симетричної композиції. Орієнтир спрямовується не на естетику, а структурне прочитання. м і білим. У результаті виникають лаконічні та концептуальні композиції.

Типографіка розглядається як просторовий інструмент: домінують контраст, чітка організація інтервалів і раціональна побудова композиції. Дуже часто текст розміщується під кутом або зі зміщенням, що змушує глядача сприймати площину композиції як сконструйовану систему.

У багатьох роботах шрифт виконував подвійну функцію: інформаційну та візуальну. Літери можуть трансформувати, змінювати пропорції чи накладатися одна на одну, формуючи складну композиційну структуру. Така інтеграція форми і функції є однією з ключових характеристик типографіки епохи Баухаусу.

В той же час, доволі не всі плакати Баухаусу підпорядковувалися раціоналізму, частина з них включає колажні прийоми, ручну графіку та експериментальні візуальні рішення, що свідчили про важливість пошуку та варіативності в межах школи. До процесу були залучені як провідні митці, так і студенти, що підтримувало відкритість до нових форм і постійного оновлення візуалу.

Технології високого друку та літографії стали підґрунтям формування функціональної топографіки наприкінці 1920-х років. У період 1920-1940-х років, провідним напрямом у швейцарському плакаті був плакат, орієнтований на досягнення максимальної візуальної виразності. Його основною характерною рисою стала акцентування на зображенні предмета, що подавався з підкресленою точністю, часто поєднуючись з мінімалістичною типографікою, або взагалі без тексту. Такий підхід передбачав майже фотографічну реалістичність.

На розвиток Швейцарського плакату суттєво вплинули ідеї Баухаусу 1920-х років, зокрема експерименти в галузі фотографії та графічного дизайну. М. Матер досягав кольорових ефектів через фотохімічне тонування окремих елементів. Такі методи започаткували в 1930-х роках нову візуальну мову, що включала вихід зображення за межі формату та активне використання форми, масштабу, експресивне розміщення шрифтів. [46]

Ці тенденції вплинули на формування шрифтових плакатів. Починаючи з 1940 років утверджують у плакаті принципи строго геометричної абстракції.

Повоєнний період, а саме в 1950 -1960-х роках формується міжнародний швейцарський стиль, що стає провідним у графічному дизайні. Його основою є використання модульної сітки, шрифтів без засічок та відмова від ілюстративності. Такі плакати вирізняються чіткою структурою, логічністю та точністю. Продумане поєднання форм, площин та ліній забезпечило швейцарському дизайну міжнародне визнання.

Постмодернізм визначається синтезом масової культури, що суттєво вплинуло на розвиток плаката як засоба візуальної комунікації. У цей період

відбувається відмова від стилістичних підходів і утвердження індивідуальних авторських рішень, у межах яких кожен дизайнер формує власний візуал. Це позначається на шрифті, який стає більш різноманітним, експериментальним та змістовно насиченим.

З 1980-х років плакат дедалі більше відходить від стандартної комунікації. Текст у таких плакатах не обмежується функцією передачі інформації, набуваючи інтерпретаційного характеру, спонукає глядача до активного прочитання та осмислення. В деяких випадках навіть порушується традиційна вимога до читабельності. (іл. 50)

У плакатах постмодерну активно використовується принцип багат шаровості, де текст і зображення взаємодіють через систему культурних відсилань та цитат. В результаті формується композиція, в якій типографіка стає невід'ємною частиною загальної концепції. Текст може змінювати масштаб, орієнтації або форму, взаємодіяти із іншими графічними елементами. [47]

Аналіз українських шрифтових плакатів:

Аналіз українських шрифтових плакатів варто розпочинати з осмислення того, чи існують у культурі такі форми шрифту, що здатні викликати емоційний відгук і асоціюватися з національною традицією. Естетика письма в українському контексті формується під впливом низки чинників, серед яких важливу роль відіграють історичні особливості розвитку букви та їхня образна виразність.

Український характер шрифтів часто проявляється на рівні деталей: у динамічних формах літер, специфічних конструкціях окремих знаків, варіативності штрихів та їх пластичності. Для неї притаманні риси, що поєднують елементи уставного письма та декоративного курсиву, асиметричні засічки, виразний контраст, наявність петель, вигинів і певна графічна свобода, яка іноді виходить за межі традиційної читабельності. (іл. 40)

Починаючи з XIX століття і протягом усього XX століття українська типографіка розвивалася в умовах постійного пошуку між протилежними полюсами - від сирової геометрії до складної орнаментальності, натхненною

народними мотивами та рукописною традицією. Водночас модерністські тенденції, що з'явилися у міському середовищі та книжковій графіці початку XX століття, органічно інтегрувалися в український культурний простір, трансформуючись під впливом локальної орнаментики та образності.

Попри загальноєвропейські модерністські процеси, український графічний дизайн зберігав власну ідентичність: кожний регіон і окремий твір відображали унікальне поєднання глобальних тенденцій і місцевих традицій. Графічна мова цього періоду вирізняється м'якістю, пластичністю та більшою свободою, порівняно з реалістичними підходами інших шкіл. Зв'язок із фольклорною культурою та декоративністю не дозволив українській типографіці повністю прийняти естетику різкого дисонансу чи навмисної грубості. У шрифтових плакатах це проявляється у виразності літер які не лише передають інформацію, але й формують емоційний настрій. Шрифти набувають характеру, взаємодіють між собою в композиції та створюють складну візуальну розмову. Такі рішення підсилюють емоційний вплив, надаючи плакатам відчуття динаміки та енергії. Шрифтовий український плакат має свої історичні витоки. Одними із його прототипів вважається німецька гравюра XVI століття, що створювалися під час селянської війни. Такого роду гравюри виконували насамперед пропагандистську функцію та використовувалися як листівки, які поширювали інформацію серед населення.

Безпосередню роль у формуванні шрифтового плаката відіграв театр. У країнах західної Європи афіші вистав стали поштовхом до розвитку театрального плакату, як окремого напрямку графічного дизайну. Спочатку вони були суто інформаційними, але з певним часом стали більш виразними та художніми.

Розвиток плаката розпочався у XIX столітті з появою літографії ця технологія дозволила поєднати тексти і зображення в єдину композицію що значно підвищили ефективність візуального впливу. Подальший розвиток кольорової літографії сприяв формуванню яскравих та емоційних зображень. У цей період плакати активно починають використовуватися як у рекламних, так

і у культурних сферах.

Наприкінці XIX століття плакат переживає період активного піднесення та перестає сприйматися як другорядне ремесло, привертає увагу провідних художників Європи та США, що сприяє утвердженню плакати як самостійного виду графічного мистецтва.

Перші плакати уявляли собою великі односторонні, монохромні аркуші, де шрифт був головним і єдиним засобом візуальної виразності. Ранні шрифтові плакати характеризувалися використанням масивних і контрастних шрифтів, які забезпечували високу помітність і привертали увагу глядача. Основними функціями такого роду плакатів були реклама та пропаганда, що були ефективним інструментом масової комунікації.

З розвитком технологій відбувся поступовий процес переходу від суцільно шрифтового плаката до плаката з поєднанням тексту і зображення. Саме тоді почала формуватися обмежена, проте достатньо виразна кольорова палітра; почали з'являтися прості графічні елементи, що підсилювали загальний візуал композиції плаката [8].

Аналіз ранніх зразків показує, що наприкінці XIX століття поєднання простих шрифтів з обмеженою кольоровою гамою дозволяло досягти високої ефективності. Мінімалізм у композиції забезпечував виразність навіть без складних декоративних елементів.

У період модернізму формуються нові принципи побудови плаката, де першочергову роль відіграє ієрархія, геометричні форми та активне використання позитивного та негативного простору.

Плакати середини XX століття демонструють функціональний підхід до дизайну, в межах якого типографіка виконує не лише інформаційну, але й емоційну роль. Швейцарський стиль вирізняється стриманими кольорами, домінуванням шрифтів та балансом між простотою та складністю. (іл.49, іл.49)

Експериментальні плакати та плакати епохи постмодерну характеризуються змішуванням стилів, варіативністю і відходом від класичних композиційних правил.

На території сучасної України розвиток плакату активізується на межі XIX-XX століть. До його створення були долучені художники, які працювали в області графіки, живопису та книжкової ілюстрації. Безпосередній вплив мали європейські тенденції, що поширювалися через виставкову діяльність. У 1897 році в Києві відбулася виставка, де були представлені роботи європейських майстрів плаката, що сприяло його популяризації.

У XX столітті блакитно буває нового значення, перетворюючись на потужні інструмент впливу. Це проявляється в радянський період, коли він активно використовується як засіб агітації та пропаганди. У періоди історичних потрясінь та глибоких змін плакат набуває особливої ваги, як засіб візуальної комунікація та формування громадської думки. Перші політичні плакати були переважно шрифтовими: інформація передавалася у вигляді гасел і закликів, візуальна власність досягалася через композицію шрифтів та декоративних елементів. Такі плакати були виразними, контрастними, спрямованими на формування певних установ і цінностей у суспільстві. Були характерні динамічні рішення та чітка символічна система. Масове тиражування забезпечувало його широке поширення та вплив на різні верстви населення.

Структура плаката базувалася на коротких та чітких зверненнях, які безпосередньо взаємодіяли із глядачем та формували відчуття причетності та відповідальності. Прямі формулювання та заклики підсилювали емоційний ефект і залученість аудиторії. У більшості випадків саме текст виступав основою плаката, зображення виконувало допоміжну функцію. Текстові повідомлення адаптувалися до різних соціальних груп, що підвищувала їхню ефективність. Саме шрифтові елементи - гасла, заклики та шрифтові блоки були основою композиції.

Радянський плакат був безпосередньо залучений до основних історичних етапів країни, включаючи революційні події, індустріалізацію, колективізацію, воєнні конфлікти, а також післявоєнну відбудову. У кожен період він змінював функціональні завдання та художні засоби відповідно до суспільного запиту.

Найвищої виразності та емоційності плакат досяг у період Другої світової

війни. Саме у той період він почав поєднувати в собі героїчні, сатиричні та психологічно насичені образи. Візуальна мова стала бути побудованою на символах, контрастах і емоційному напруженні. Доволі часто використовувалися образи ворога та героя, що значно підсилювали пропаганду. У воєнний період особливого розвитку набули агітаційні плакати, спрямовані на мобілізацію населення та підтримку армії, формування патріотичних настроїв.

Провідну роль відігравали гасла, заклики та короткі повідомлення, що вирізнялися чіткістю та лаконічністю. Зображення в таких композиціях мало здебільшого другорядний характер, підтримуючи і підсилюючи композицію.

Для воєнного плакату характерне поєднання змістової та формальної виразності, де тексту виступав центральним елементом у композиції. Шрифтові рішення використовувалися як засіб емоційного впливу ритм рядків, контрастні співвідношення, різноманітність шрифтових форм створювали відчуття напруженості та безпосереднього звернення до глядача. У той час активно застосовувалося звернення які імітували прямий діалог із кожним глядачем. Завдяки стислим формулюванням і повторюваності гасел забезпечувалася легке сприйняття та запам'ятовування плакатів.

Після завершення війни акцент зміщувався на відбудову економіки та зображення праці є ключової цінності у тодішньому суспільстві. Плакат починає фіксувати не лише сюжети, але й повсякденний труд, підкреслюючи його значення у загальному розвитку держави. У той період формується образ людини.

У 1950-х роках відбуваються подальша трансформація образної системи плакатах. Основна увага переноситься на людину, що дозволяє розкрити її характер, енергію та професійність. Починають поширюватися зображення реальних людей.

У наступні десятиліття тематика значно розширюється, охоплюючи виробничу, соціальну та ідеологічну проблематику. В тому числі освоєння космосу, будівництва та міжнародних відносин.

В період соціалістичного реалізму спостерігається поступовий перехід від складних образів до більш стриманий, символічно-узагальнених. Підсилюється тенденція до умовності та знаковості, активізується пошук нових засобів вираження що було помітно у сфері театру та фестивалів.

Після 1990-х років український плакат зазнає суттєвих змін: трансформується його функції, структура та візуальна мова. Він поступово виходить за межі традиційного друкованого формату та переходить у цифровий середовище, що сприяє появі нових форм візуальної комунікації, зокрема медіа простора та інфографіки. [8]

Протягом тривалого періоду часу процес створення і тиражування плакатів в Україні контролювався державою, тому це безпосередньо вплинуло на змістове наповнення. Наприкінці 1980-х - початку 1990-х років відбувається суттєві зміни: виникає система приватних замовлень, яка розширює можливості творчого самореалізації, але й водночас робить їх залежними від запитів і смаків замовників. [8]

У цей час змінюється і характер змісту плакатів: від ідеологічних гасел він переходить до більш узагальнених і відкритих висловлювань. Текст перестає виконувати тільки агітаційну функцію і починає звертатися до глядача, стимулюючи роздуми та формулюючи питання. Відповідно і трансформується візуальна мова, розширюється поле для інтерпретації.

Згодом плакати з пропагандою втрачають домінуючу роль, поступаючись більше складній взаємодії зображення і текстових блоків.

Після здобуття незалежності, український плакат розвивається під впливом нових соціальних, політичних і культурних умов, що спричиняє зміну стилістики появи нових візуальних підходів і активне освоєння міжнародних тенденцій. В той же час формується своєрідна специфіка, яка проявляється у підвищеній емоційності та насиченості, в тісній взаємодії тексту і графічної частини.

Безпосередньо важливим напрямом стає осмислення національної ідентичності. Український плакат функціонує на перетині різних культурних і

історичних контексті - глобального, європейського, національного та пострадянського, що визначає особливості його типографіки та візуалу.

У сучасному українському плакаті широко застосовується національні та етнічні мотиви, що формують впізнавану систему культурних кодів.

Соціальний плакат ХХІ століття відіграє велику роль у суспільних трансформаціях. Його структура часто ґрунтується на текстових повідомленнях, які можуть інформувати про загрози, утверджувати цінності або закликати до дії. У порівнянні з попереднім етапами тематика плакатів стає більш загостреною, водночас образною та метафоричною. Це відображається в типографічних рішеннях: текст набуває більшої виразності, а його подача глибшого смислового навантаження.

Важливою тенденцією є створення некомерційного плаката. У плакатах такого типу шрифт часто функціонує не лише як засіб передачі інформації, але і як повноцінний художній інструмент, що формує індивідуальну стилістику та ідею.

Сучасний шрифтовий плакат характеризується поєднанням національності та художньої експресії: з одного боку зберігається орієнтація на чіткість лаконічність і структурованість, з іншого - активно розвивається експериментальні підходи, у який текст інтегруються в складні візуали. До ключових ознак таких плакатів належать асиметрична композиція, домінування тексту та чітка візуальна ієрархія. Водночас всі принципи часто поєднуються з багат шаровістю та вільним трактуванням форми.

Суттєво вплинув на розвиток шрифтового плакату постмодернізм, відкривши можливості для поєднання різних стилів і використання цитат. У результаті шрифт стає не лише засобом комунікації, але й і носієм культурних асоціацій.

У сучасній Україні плакат займає важливе місце в інформаційному просторі. Його тематика безпосередньо пов'язана з актуальними суспільними процесами, а активність залежить від вдалого поєднання ідейного змісту, візуальних образів і професійних графічних рішень.

Сучасні плакати можна умовно поділити на три типи: візуально-графічні, де домінують зображення; комбіновані, що поєднують текстову і графічну частини та шрифтові, у яких композиція будується переважно на типографіці. [8]

2.2 Визначення концептуальної ідеї серії плакатів

Серія плакатів є дієвим способом привертання уваги та передачі інформації. Якісно розроблені плакати не лише виділяються, але й чітко доносять переконливе повідомлення, яке відповідає очікуванням цільової аудиторії. Водночас, створення плакатів потребує продуманості, адже необхідно поєднати естетичну виразність із комунікативною ефективністю.

Перед початком розробки слід визначити мету та завдання: що саме плакати мають повідомити і на яку цільову аудиторію спрямовані. Чітке розуміння цільової аудиторії, а саме: її інтересів, цінностей і соціальних характеристик - дозволяє обрати відповідні візуальні текстові засоби. Це дає змогу адаптувати плакати до конкретного контексту та підвищити їх вплив. На цьому ж етапі встановлюється тип майбутнього плаката. Далі відбувається безпосередня генерація ідей.

Формування переконливої ідеї для серії плакатів базується на розумінні того, що візуальна комунікація не створює зміст самостійно, а радше репрезентує вже сформовану концепцію у зрозумілій і виразній формі. Серія плакатів виступає як інструмент цілісного подання ідеї та спосіб привертання до неї уваги.

Не менш важливим є формування основного повідомлення та цілей серії плакатів. Чітко визначений зміст і наявність заклику до дії допомагають зосередитися на ключовій інформації та уникнути перевантаження. У результаті створюється лаконічна та зрозуміла композиція, яка ефективно комунікує із глядачем. Важливу роль у формуванні серії плакатів відіграє типографіка. Вибір шрифту впливає на читабельність та загальний настрій плакатів, тому доцільно використовувати шрифти, що відповідають змісту і добре сприймається здалеку.

Кольорова гама також має значення, оскільки кольори формують емоційне сприйняття і підсилюють зміст повідомлення. Вдале використання контрасту допомагає розставити акценти та спрямувати увагу глядача.

Завдяки візуальній ієрархії - через розмір, колір і розташування елементів - визначається порядок сприйняття. Використання сіткових систем сприяє впорядкованості та балансу композиції.

Зображення та графічні елементи доповнюють зміст плаката, підсилюють його візуальну виразність. Водночас, варто застосовувати їх вдумливо, щоб уникнути перевантаження та зберегти чіткість повідомлення.

Серед основних принципів у серії плакатів є баланс і вирівнювання, які забезпечують гармонійність композиції. Контраст і акцент допомагають виділити головне. Повторення та послідовність формують цілісність. Близькість і групування полегшують сприйняття інформації.

Додатковим інструментом впливу є заклад до дій, який мотивує глядача до конкретних кроків. Чітко сформульований і виділений заклик підвищує комунікативну результативність плаката.

Розробка серії починається з формування узагальненого концепту, який надалі деталізується в окремих плакатах. Кожна з них має розвивати ключові аспекти, а саме: задум, його значущість і механізм реалізації. Завдяки цьому серія плакатів сприймається як єдина система, що послідовно аргументує та візуально підкріплює ідею.

Так як плакат є візуальним способом комунікації особливе значення має взаємодія тексту і зображення. Короткі та змістовні слогани разом із виразними візуальними образами мають чітко передавати основний зміст. Доволі часто основне зображення часто відіграє провідну роль, адже навіть спрощення графічної форми можуть ефективно доносити складні ідеї.

Серія плакатів дозволяє не лише презентувати концепцію, але й окреслити її розвиток у перспективі та сформувати певні бачення майбутнього. Послідовне розкриття теми сприяє глибшому залученню глядача та кращому сприйняттю ідеї.

У процесі проектування важливо розрізняти два рівні дизайну: безпосередньо продукту як об'єкт розробки та плакат як форми його презентації. У контексті серії плакатів основна увага зосереджується саме на дизайні, який визначає спосіб візуальної комунікації.

Виокремлюють кілька парадигм, які формують систему цінностей і визначають підходи до створення та оцінювання візуалів. Однією з парадигм є концепція "форма слідує функції", де пріоритет надається функціональному призначенню, а формоутворення безпосередньо підпорядковується змісту та завданню об'єкта.

Також існує підхід "форма слідує емоції", що виник як реакція на домінування суто функціонального мислення. У межах цієї парадигми увага зосереджується на емоційному та естетичному впливі, а плакат розглядається не лише як інформаційний носій, але й як спосіб формування образу та чуттєвого сприйняття змісту.

Також виділяється когнітивно-орієнтований підхід, у якому дизайн розглядається через призму процесів, сприйняття то обробки інформації. У цьому випадку ефективність плаката залежить від того, наскільки логічно та структуровано організований візуал, що забезпечує його швидке та інтуїтивне зчитування й інтеграцію.

Процес створення включає визначення основного задуму, розробку назви та слогану, формулювання короткого концептуального опису, а також його візуальне втілення через образи або схеми. Важливо також забезпечити стилістичну єдність і логічну послідовність усієї серії.

Розробка серії плакатів зазвичай починається з генерації великої кількості ідей. Хоча існує багато підходів до цього етапу, значно менше уваги приділяється наступним важливим кроком: фіксації, обміну та оцінювання цих ідей.

Ідеї часто мають попередній, не чітко сформульований характер і можуть по-різному інтерпретуватися різними учасниками процесу. Вибір найкращих рішень часто здійснюється інтуїтивно, без достатньої аналітичної основи, що

ускладнює процес ухвалення рішень і може призводити до перевантаження інформацією.

Можна виділити три ключові етапи роботи з ідеями: їх фіксація, представлення та збір зворотнього зв'язку, а також оцінювання і відбір найбільш перспективних варіантів. Не всі ідеї можуть бути реалізовані, тому необхідно здійснювати їх аналіз.

Процес визначення концептуальної ідеї серії плакатів розпочинається з етапу генерації ідей, під час якого формується широкий спектр можливих напрямів. З усього масиву обирають найбільш чіткі концепції, які мають потенціал для подальшої розробки. Серія має мати чітку концептуальну структуру та логіку передачі інформації, що дозволяє глядачеві послідовно сприймати зміст і вибудовувати цілісне розуміння теми.

Обов'язково потрібно виділити центральну ідею або основне повідомлення, яке визначає характер усієї серії. Навколо цього вибудовується допоміжні візуальні елементи, що підсилюють загальну концепцію.

Наступним кроком є створення попередніх ескізів що відображають основні візуальні елементи та композиційні рішення майбутніх плакатів. Ці ескізи мають узагальнений характер і слугують для первинної візуалізації ідеї.

Після цього відбувається перехід до безпосереднього відтворення концепції, де уточнюється деталі та відбувається деталізація. На основі отриманих коментарів здійснюється подальше доопрацювання серії плакатів, що сприяє вдосконаленню їх візуалу та змісту. Завершальним етапом є рефлексія, яка передбачає аналіз процесу розробки та оцінку результатів, що дозволяє сформулювати цілісну та обґрунтовану концепцію серії плакатів [49].

2.3 Формування стилістичної системи серії

Формування стилістичної системи серії плакатів передбачає розробку цілісної візуальної мови, що забезпечує єдність усіх елементів. Це результат стратегії, творчого підходу та готовності експериментувати. На цьому етапі визначається загальний стиль, кольорова гама, типографічне рішення,

підбираються зображення, формуються основні композиційні принципи.

Важливою складовою є створення ескізів, які дозволяють перевірити та уточнити візуальні рішення. На цьому етапі досліджують тематичні напрямки, метафори та стилістичні рішення. Для опрацювання різних варіантів концепції використовуються також мудборти. Попередні начерки допомагають знайти оптимальне поєднання елементів і забезпечують узгодженість між окремими плакатами серії.

Наступним кроком є розробка макета у межах якого формується основна композиція: визначається розташування усіх елементів і забезпечується цілісність візуального образу. Безпосередня увага приділяється типографіці, ієрархії, інформації та загальній структурі. Типографіка у композиції відіграє ключову роль у формуванні ефективного плаката. Підбираються шрифти, що передають відповідний настрій повідомлення; текст організовується так, щоб він залишався читабельним і візуально виглядав виразно. Важливим є встановлення чіткої ієрархії, яка дозволяє виділити основні інформаційні аспекти. Колір застосовують як інструмент емоційного впливу та підсилення візуальної ідентичності.

Завершальним етапом є доопрацювання на основі аналізу та зворотнього зв'язку, що дозволяє вдосконалити стилістичні рішення та досягти максимально узгодженості серії. Перед фіналом дизайнер оцінює композицію з точки зору чіткості, балансу та загального впливу, за потреби вносить корективи на основі зворотнього зв'язку від клієнтів або колег. Це дозволяє досягти максимальної відповідності поставленим цілям. Після затвердження фінальної версії виконується підготовка файлу до друку.

Узгодженість серії плакатів є одним з ключових принципів дизайну що забезпечує візуальну концептуальну єдність усіх плакатів у межах однієї серії. Такий підхід передбачає, що кожен окремий плакат зберігає індивідуальні риси, але водночас залишається частиною цілісної системи завдяки спільним візуальним елементам, типографіці, кольоровій гамі і композиційним прийомам.

Принцип узгодженості сформувався ще на початку XX століття і сьогодні

є важливою складовою візуальної комунікації. Досягнення узгодженості базується на використанні єдиної сітки, що організовує цілісність композиції, кольорову палітру для формування впізнаваності, узгоджену типографічну ієрархію, яка забезпечує читабельність і підтримує ідентичність, а також повторюваних графічних елементів, що об'єднують серію.

Важливим є баланс між стандартизацією та варіативністю. Важливо дотримуватися єдиних правил щодо відступів, пропорцій і структури, але також допускаються і творчі відмінності задля уникнення монотонності.

Узгодженість серії підсилює ефект візуального повідомлення. Так вона краще впізнається, запам'ятовується та формує сильніший комунікативний ефект, порівняно з окремими не пов'язаними між собою плакатами.

Єдність у формуванні стилістичної системи серії плакатів визначає, чи сприймається композиція як випадковий набір елементів, чи як завершений і цілісний візуал. Єдність є одним із основних принципів дизайну. По-перше вона формує відчуття професійності та довіри, цілісний дизайн виглядає продумано та структуровано. По-друге, єдність покращує комфорт сприйняття. також вона підсилює чіткість і зрозумілість повідомлення. Вона поєднує складові плаката: кольори, шрифти, форми та інтервали в узгоджену систему, де всі складові працюють разом.

Принцип єдності тісно пов'язаний з акцентом, адже разом вони допомагають спрямовувати погляд глядача та вибудовувати логіку сприйняття. Проте єдність не обов'язково передбачає симетрію, її суть полягає у гармонійному поєднанні всіх елементів композиції.

Всі складові мають відповідати спільній ідеї, стилю та кольоровій гамі, інакше загальне враження буде викликати дисгармонію. На відміну від інших принципів дизайну, вона не має жорстких правил, а скоріше виступає чинником, який об'єднує всі дизайн-рішення. Без цього принципу композиція втрачає свій професійний вигляд.

Для досягнення візуальної єдності може застосовуватися практична система, яка охоплює кольорові рішення, типографіку, інтервали та

вирівнювання. Одним з найпоширеніших підходів в роботі з кольором є правило 60-30-10, що дозволяє створювати збалансовані та гармонійні композиції. Згідно цього правила, 60% композиції займає домінантний колір, який зазвичай виконує роль фону і забезпечує візуальний простір та нейтральність. Приблизно 30% займає додатковий колір, який підтримує основну палітру та використовується для ключових елементів, наприклад для заголовків. 10% припадає на акцентний колір що застосовується для виділення важливих деталей, зокрема закладів до дії. Він забезпечує візуальний контраст та концентрує фокус уваги.

Для створення професійного плакату рекомендується використовувати не більше ніж два шрифти, що дозволяє уникнути візуального перевантаження та забезпечує кращу читабельність. Один шрифт застосовується для заголовків або акцентних елементів. Він може бути виразним, але при цьому залишатися зручним для сприйняття. Також можна використовувати різні начертання. Другий шрифт використовується для основного тексту та допоміжної інформації, головне він має бути читабельним. Два шрифти мають гармонійно поєднуватися між собою, підтримуючи загальну типографічну систему.

Також слід використовувати модульну систему відступів, де основною одиницею є 8 пікселів. Усі інші значення формуються шляхом множення цієї величини на цілі числа, що дозволяють створити логічну структуру інтервалів.

Для забезпечення візуального порядку слід обрати одну стратегію вирівнювання і дотримуватися його. Узгоджене вирівнювання полегшує сприйняття інформації і формує єдину композиції в межах серії. Вирівнювання по лівому краю є найпоширенішим, воно створює чітку візуальну вісь та відповідає природному напрямку читання, легко адаптується до різних форматів. Центральне вирівнювання формує більш формальне та симетричне враження, доречне для коротких текстових повідомлень та малих заголовків. Сіткова система є найбільш універсальною та професійною. Сітка у композиції базується на структурі колонок до якої прив'язується всі елементи, що забезпечує гнучність і логічну організацію. Також слід уникати змішування

різних типів вирівнювання без чіткої логіки, оскільки це порушує цілісність, знижуючи читабельність.

Візуальна єдність забезпечує сприйняття композиції, концептуальна - гарантує послідовність і зрозумілість. Візуальна єдність ґрунтується на узгодженні елементів композиції, зокрема форм, кольорів та шрифтів. Концептуальна єдність зосереджується на змісті та ідеї, забезпечується через використання дизайнерських елементів таким чином, щоб вони підтримували і підсилювали основну концепцію. Основний принцип єдності полягає в тому, що він не додає нові елементи, а інтегрує вже наявні. Таким чином принцип єдності підсилює і інші принципи: баланс, контраст та рух. Вона виступає базовим принципом дизайну, оскільки визначає рівень узгодженості та ефективної взаємодії всіх інших рішень в межах композиції.

Гештальт-єдність поєднує теорію сприйняття з практикою візуального дизайну. Ці закономірності використовуються для створення цілісної композиції :

- Близькість: елементи, що розташовані поруч сприймаються як пов'язані між собою. Це один із найпростіших способів об'єднати об'єкти в єдину композицію.
- Подібність: схожі за формою, кольором або розміром елементи об'єднуються в єдину систему.
- Продовження: зір природно рухається вздовж лінії чи напрямків, завдяки цьому елементи вирівняні по спільній осі сприймаються як пов'язані, навіть якщо вони різні.
- Замикання: мозок людини домальовує відсутні частини форми, формуючи цільний образ. Саме тому мінімалістичні рішення можуть виглядати завершеними без деталізації.

Проте надмірна єдність може призвести до візуальної одноманітності. Експериментальний підхід та впровадження нових рішень рідко стають основою для інноваційного дизайну, що виходить за межі усталених правил і розширює можливості. Якщо всі елементи виглядають однаково, жоден із них

не отримає достатнього акценту, тому важливо досягати балансу між цілісністю та варіативністю. Послідовна візуальна мова формує впізнаваність і зміцнює ідентичність.

Типографіка є одним із ключових елементів візуальної комунікації, адже вона визначає як швидко та точно сприймається інформація та формує перше враження. У процесі створення стилістичної системи плакатів рішення щодо типографії набувають системного характеру та працюють як інструмент організації змісту.

Узгоджене використання типографічних елементів забезпечує цілісність серії та сприяє формуванню єдиної візуальної мови. В той же час відсутність чіткої структури у текстових блоках ускладнює сприйняття та порушує логіку композиції. Послідовна та придумана система створюють відчуття впорядкованості, гармонії та ритму.

Важливою складовою є ієрархія, яка визначає порядок сприйняття інформації та допомагає орієнтуватися в композиції. Завдяки цьому текст не лише читається, але і структурується. Принцип послідовності, що реалізується через повторюваність шрифтів, інтервалів і стилістичних прийомів сприяє формуванню впізнаваності всієї серії.

Шрифтова система будується на чітко визначених параметрах: розмірі шрифту, пропорціях, міжрядкових інтервалах та узгоджених співвідношеннях. Використання модульного підходу до масштабування тексту дозволяє створити логічні зв'язки між різними рівнями інформації.

Важливим принципом є поєднання контрасту з гармонією, що дозволяє створити виразну цілісну систему. В основі якісної типографіки лежить зрозумілість: вона повинна визначати, які елементи є головними, а які - другорядними. Типографіка не функціонує ізольовано, вона завжди взаємодіє з композицією та змістом [51].

Висновки до 2 розділу

Типографіка є одним із ключових елементів дизайну, особливо у створенні виразних і ефективних плакатів. Це не просто підбір шрифтів, це складний процес, що поєднує гарнітури, кеглі, інтервали та кольорові рішення для чіткої і переконливої передачі змісту.

Типографіка - це мистецтво гармонійного поєднання слова і візуальної форми. Вона відіграє важливу роль у графічному дизайні, адже дозволяє створювати шрифтові плакати, що не лише привертають увагу, але й ефективно доносити інформацію до аудиторії. Шрифтові плакати є особливим напрямом, який поєднує креативне мислення, навички роботи зі шрифтами і уважність до деталей. Тут важливо враховувати всі етапи роботи - від розуміння основ типографіки до проектування і подальшої реалізації плаката.

Ефективний шрифтовий плакат ґрунтується на гармонійному поєднанні виразності та зрозумілості. Успішні роботи демонструють вміння працювати з базовими принципами успішні роботи демонструють вміння працювати з базовими принципами у плакаті: ієрархією масштабам ритмом і порожнім простором. Різні підходи до побудови композиції можуть бути однаково результативними: мінімалізм досягається через стриманість і точність, а насичені та складні рішення працюють за рахунок багат шаровості та візуальної інтенсивності. Вибір стилю перш за все має визначатися метою комунікації.

Важлива роль відіграє і підбіг шрифту він повинен відповідати змісту мати потрібний емоційний характер залишатися у різних масштабах і гармонійно поєднуватися з іншими елементами на композиції. Не менш значущим є негативний простір, який виступає не як порожнеча, а як активний засіб організації. Він підсилює сприйняття та дозволяє типографіці максимально ефективно взаємодіяти з глядачем.

Якість шрифтового плаката значною мірою визначається увагою до деталей. Чітке налаштування міжлітерних інтервалів і керлінгу дозволяє досягти візуальної гармонії та підвищує загальний рівень дизайну.

Використання професійних інструментів відкриває можливості для створення унікальних форм і більш гнучкого опрацювання композиції.

Вибір шрифтів має бути змістовно обгрутований: шрифт має не лише відповідати ідеї повідомлення, але і мати необхідні формальні характеристики для ефективної побудови композиції. Колір і контраст відіграють безпосередню роль у формуванні візуальної комунікації - вони допомагають структурувати інформацію, виділяти головне та створювати емоційний акцент.

Аналіз шрифтових плакатів полягає у розумінні того, як кожне рішення - від вибору шрифту до інтервалів і композиції - впливає на ефективність візуального повідомлення. Опанування цих принципів дає змогу створювати або оцінювати плакат, який чітко передає зміст і привертає увагу глядача, залишаючи гарне враження. Вміння аналізувати типографіку у плакатах допомагає глибше зрозуміти мистецтво та науку візуальної комунікації. Типографічні рішення можуть відкрити значно більше ніж здається на перший погляд.

Під час аналізу шрифтових плакатів важливо звертати увагу не лише на вдалі рішення, але й на помилки, які знижують ефективність дизайну. Серед них - надто малий контраст між текстом і фоном, через що інформація стає важкою для сприйняття; перевантаженість елементами або надмірна щільність тексту, що ускладнює візуальне читання композиції; порушення ієрархії, коли ключові елементи не виділені належним чином і основне повідомлення втрачається. Уникнення цих помилок є важливою умовою створення зрозумілих, збалансованих і ефективних шрифтових плакатів

Плакати Бухаузу перебувають на перетині мистецтва, архітектури та комунікації і виступають центральним вираженням ідей школи. Вони демонструють як дизайн може поєднувати функціональну чіткість і концепцію. Їхній вплив зберігається і в сучасному дизайні, де активно використовуються принципи мінімалізму і модульної побудови композиції.

У постмодерністському шрифтовому плакаті текст трансформується з суто інформаційного елементу до повноцінного художнього, який формує складну багат шарову композицію.

У сучасному дизайні типографіка стає динамічною: використовує різні масштаби, насиченість і розташування елементів, створюючи складний візуальний простір і нові способи комунікації з глядачем.

Радянський плакат є важливим в історії розвитку плаката, що поєднує художні, соціальні та ідеологічні функції. Протягом всього розвитку він виконував агітаційну роль, використовувався для формування масової свідомості та відображення державної політики, суттєво впливав на систему цінностей суспільства.

Еволюція плаката пов'язана з ключовими історичними етапами розвитку держави - від революції та індустріалізації до воєнного та післявоєнного часів. На кожному з цих етапів змінювалися функції плаката, система образів та візуальні засоби відповідно до потреб суспільства.

Свого найвищого рівня виразності плакат у радянські часи досяг у період Другої світової війни, коли сформувалася максимальна емоційність та символічна насиченість. У післявоєнний період акцент був на темі праці та відбудови. Таким чином радянський плакат на території України розвивався під культурним та історичним впливом. Еволюція плаката відображає основні трансформації суспільства та дозволяє досліджувати історичні процеси.

У воєнному плакаті шрифт виходить за межі допоміжної функції і перетворюється на самостійний засіб формулювання змісту. Український плакат періоду Другої світової війни зберігає власні особливості, а саме: емоційність та орієнтованість на зрозумілу та доступну комунікацію.

Становлення українського плакату відбувалося у тісному взаємозв'язку із загальноєвропейськими художніми процесами, водночас зберігаючи виразні національні риси. Український плакат формувался в умовах історичних потрясінь, а саме: воїн, революції та глибоких соціальних змін, які безпосередньо впливали на характер.

Еволюцію українського плаката неможливо розглядати поза суспільно-історичними та культурними змінами. Його розвиток відображає основні мистецькі етапи ХХ століття - від модерну та авангарду до соціалістичного реалізму та постмодернізму. Кожен з цих етапів по-своєму вплинув на його стиль і способи візуального вираження.

Український плакат є мистецьким феноменом, у якому поєднуються історичні, соціальні та художні виміри. Його розвиток відзеркалює ключові трансформації візуальної культури України та дозволяє простежити еволюцію в контексті суспільних змін.

Сучасний український шрифтовий плакат поєднує раціональність і емоційність, світові тенденції та національну специфіку, формуючи складну систему візуальної комунікації.

У сучасній Україні соціально-політичний плакат займає важливе місце в інформаційному просторі. Його тематика безпосередньо пов'язана з актуальними суспільними процесами, а ефективність залежить від даної композиції.

Створення ефективної серії плакатів передбачає поєднання концептуального мислення, дизайнерських принципів і технічних навичок. Тільки збалансоване використання цих компонентів дозволяє створити візуал, який не лише привертає увагу, але й досягає поставленої мети.

Серія плакатів є ефективним засобом концептуальної візуальної комунікації, що поєднує стратегічне мислення та образну виразність, забезпечуючи цілісне та переконливе представлення ідеї.

Концептуальна ідея серії плакатів формується поєднанням функціонального, емоційного та когнітивного підходів, що забезпечує цілісну, структуровану та змістовну комунікацію.

Визначення концептуальної ідеї серії плакатів є поетапним процесом, що охоплює генерацію та відбір ідей, їх первинну візуалізацію, подальшу розробку і удосконалення на основі зворотнього зв'язку. Завершальним етапом виступає

рефлексія, яка дозволяє узагальнити результати та сформувати цілісну обґрунтовану концепцію серії плакатів.

Узгодження серії плакатів є базовим принципом дизайну, що забезпечує сприйняття всіх робіт як єдиної цілісної системи. Вона об'єднує візуальні та концептуальні елементи у гармонійну структуру, де кожен плакат зберігає індивідуальність, але підпорядковується спільній системі. Узгодженість не обов'язково передбачає симетрію гарантується на гармонійному поєднанні всіх складових. Єдність виступає інтегруючим чинником, який формує цілісні серії плакатів і забезпечує її професійне та виразне сприйняття.

Типографія виступає не лише засобом передачі тексту але й важливим чинником формування цілісної стилістичної системи серії плакатів. Типографічні стилі існують у межах певних візуальних сценаріїв і структур, що забезпечує їх практичну доцільність. Типографічна система визначається не набором шрифтів, а чіткою організацією, повторюваністю елементів і зрозумілістю подачі інформації.

РОЗДІЛ 3. ПРОЄКТНА РОЗРОБКА СЕРІЇ ШРИФТОВИХ ПЛАКАТІВ

3.1 Розробка макетів плакатів та композиційних рішень

В основі розробки серії шрифтових плакатів лежить ідея створення плакатів з власно розроблених акцидентних шрифтів, що присвячені безпосередньо темі дизайну, так як ця тема близька мені та ідентифікує мене як графічного дизайнера. Ідея розробки акцидентних шрифтів полягає у створенні їх з тих основних дизайнерських шрифтових інструментів, що я використовують у роботі майже всіх задач. Серія складається з чотирьох плакатів, кожен з яких демонструє певний шрифт.

Робота над процесом розробки серії шрифтових плакатів починалася з дослідження та аналізу як акцидентних шрифтів, так і шрифтових плакатів загалом, а саме: їх побудові, варіативності, виразності, відповідності певній тематиці. На основі аналізу я прийшла висновку, що майже не має акцидентних шрифтів, які б були добре читабельними, присвячені темі дизайну, тих які б хотілося використавувати для заголовків та акцентів у портфоліо; пакуванні техніки для дизайнерів, художників, архітекторів, спеціалістів у сфері ІТ та SMM; при оформленні книжок даних галузей, тощо. Ідеєю було створення серії шрифтів, які будуть зрозумілими і близьким кожній людині, причетній до сфери дизайну. Так почався пошук певних асоціацій, невід’ємних цифрових інструментів, а також дослідження на просторах інтернету. На етапі дослідження було відкинуто використання таких візуальних форм як олівець, пензлі, фарби, тощо. Ці асоціації є загальними, близькими як до дітей, так і до професійних художників та дизайнерів, а також є доволі банальними, першочерговими, тими що лежать на поверхні, а метою є створення шрифтів, що дійсно несуть в собі певний сенс. Так почалася робота зі створення ескізів, а разом з тим і пошуку цікавих форм для певних літер, при тому шрифт має бути

дійсно добре читабельним та користуватися попитом у суспільстві.

Метою створення шрифтових плакатів є демонстрація власно розроблених акцидентних шрифтів. Всі шрифти є повноцінними, складаються з повного українського алфавіту, цифрових знаків від 0 до 9, а також основних розділових знаків, таких як: кома, крапка, знак оклику та питання. Настрій плакатів базується на передачі його безпосередньо за допомогою шрифтів, так як вони є акцидентним і вже в собі несуть певний характер, викликають емоції, а також за допомогою варіативного розташування, трансформації певних літер. Одночасно, в плакатах мають бути присутні логіка, структура та певна система в середині як кожного плаката так і шрифтів загалом. Створення шрифтів і макетів шрифтових плакатів відбувається у професійному графічному редакторі “Illustrator”.

Розробка шрифтів була направлена саме на розробку акцидентних шрифтів, так як вони вже є акцентними, призначені для набору не великого масиву тексту, можуть як доповнювати той чи інший дизайн, так і бути самостійним візуальним об'єктом, що не потребує додаткового доповнення. Такі шрифти в собі вже несуть певний характер. Таким чином в серії шрифтових плакатів вони виступають ключовими і єдиними елементами, що створюють візуальну композицію. Вони не лише виконують функцію передачі інформації, але й формують композицію, створюють ритм, ієрархію, контраст та єдність.

Деякі букви на плакатах виступають домінантами, навколо яких вибудовується композиція. Таким чином увага зосереджена безпосередньо на шрифті, на його характері, настрої, формі. Шрифт не існує окремо, а безпосередньо формує композицію. Букви є основою, головними і єдиними елементами у композиції.

Кожен шрифт створений з певного цифрового інструменту без якого не можливо уявити роботу дизайнера, тих інструментів, які використовуються щоразу. Таким чином, серія шрифтових плакатів не тільки висвітлює візуальні рішення створених шрифтів, але й власну ідентичність мене безпосередньо як

дизайнера.

Кольорова гама будується на використанні 3-х кольорів у кожному плакаті: червоного, білого, а також сірого або чорного. Ця кольорова гама є доволі класичною, доволі яскравою, гарно вписується в тему дизайну та привертає до себе увагу.

Такий обмежений спектр кольорів дозволяє досягти виразності та цілісності композиції. Обмежене використання кольорів дозволяє побудувати композицію на основі типографіки без візуального перевантаження, допомагає зосередити увагу на структурній побудові літер, їх варіативності та ритмі елементів з яких складаються букви. Таким чином, колір підсилює сприйняття шрифту.

Червоний колір є акцентним, він привертає основну увагу глядача, додає ритму та динаміки композиції. За рахунок своєї яскравості та насиченості він є домінантним, керує поглядом глядача у композиції.

Білий колір є доволі контрастним, що забезпечує читабельність шрифтів, не перевантажує композицію та робить її сприйняття більш легким, він гармонійно врівноважує використання червоного кольору.

Сірий та чорні кольори використовуються у якості тла у композиції, вони є достатньо контрастними, що підтримує читабельність, проте нейтральними, що не відволікають від основного повідомлення.

Таким чином кожний колір в композиції виконує свою функцію: червоний додає акценту у композицію, білий врівноважує дію червоного, чорний або сірий стабілізують та підтримують візуальну композицію на плакатах.

В основі першого плаката лежить шрифт **"Quiet Display"**, що буквально перекладається як "тихий акцидентний шрифт", Так як він акцидентний, достатньо цікавий, але в той же час стриманий. В основі створення лежить ідея використання такого інструмента як "монтажна область", так як кожна робота починається із створення білого порожнього простору, а отже зі створення

монтажної області певного розміру, з якої і народжується дизайн що в подальшому побачить світ. (іл. Б1)

Кожна літера в цьому шрифті розміщується в своєрідному аркуші, монтажній області. Самі собою букви мають геометричний характер, створені за єдиною системою та логікою, з однаковими відступати та виносними елементами, розроблені за певною сіткою. Товщина штрихів літер є однаковою, літери виконані більш жирним накресленням чим монтажна область, задля акцентуванні уваги на головному - безпосередньо літерах. Даний шрифт є моноширинним акцидентним шрифтом, так як ширина у всіх літер є незмінна за рахунок використання незмінної основи - монтажної області навколо кожної букви. У побудові прослідковується певна логіка та повторюваність основних елементів від букви до букви, що є однакової будови за способом утворення.

В основі композиції, в якості головної домінанти виступає велика червона буква "Ч" та менші, проте так само домінуючі червона "Я" та білі "К", "С", на яких і будується вся композиція. Таким чином вибудовується ієрархія у композиції. Весь алфавіт продемонстровано у меншому розмірі білого кольору, що так само трансформується. Літери масштабуються від менших до більших, що додає композиції ритму. Розташовуються літери у середні головних, домінантних літер, а також навколо них. У плакаті присутній вільний простір, таким чином шрифтовий плакат не є перевантаженим, але інформаційний та добре читабельний. (іл. Б5)

В основі другого плаката лежить шрифт "**Air Ink**", що в перекладі означає "повітряні чорнила", так як шрифт є повітряним, легким, не перенапружений, "чорнила" так як в побудові використовується "перо". Ідея створення даного шрифту ґрунтується безпосередньо на створенні його з інструментарію, без якого не можливо уявити роботу у такому графічному редакторі як "Illustrator". В основі шрифту лежить "перо" та "криві" - дуги з "вусиками", що використовуються в роботі дизайнером. З кривих складається кожний об'єкт, проте їх не видно в кінцевому результаті, з ними знайомі виключно дизайнери. Перо є залитим, домінантним елементом у побудові

даного шрифту, що виступає основою “прямих”, основних елементів побудови букви, з дук утворюються кругові елементи, що можуть використовуватися як цілі дуги так і половини з “вусиками”, а також окремо “вусики”, що додає динаміки та цікавості до шрифту. Дуги з “вусиками” є витонченими елементами побудови шрифту. (Іл. Б2)

Композиція побудована на умовній горизонтальній та вертикальній сітці. У композиції присутня ієрархія та баланс, яка створена за допомогою трансформування великої червоної букви "Я" у правому нижньому куті з більшими "О", "К" та "Г", "Ш" у лівому верхньому куті. Всі інші букви підпорядковуються основній композиції та розміщені між ними горизонтальними довільними рядами з певним однаковими відступами. Цифри розташовані у довільному порядку у верхній частині плаката, що додає композиції ритму та динаміки. Акцентними кольором виступає червоний, основний алфавіт продемонстровано білим кольором. Композиція виконана на сірому тлі, що підтримує читабельність шрифту. (Іл. Б6)

В основі третього плаката лежить ідея розробки шрифту "**Quiet Orbit**", що в перекладі є “тиха орбіта”. В основі даного шрифту лежить важливий та необхідний інструмент “поворот”. Саме за допомогою цього інструменту ми зіставляємо окремі об'єкти між собою так, щоб це виглядало гармонійно, прокручуючи той чи інший об'єкт, частинки цілого чи збираючи композицію в кінцевому результаті. У цьому шрифті так само простежується певна логіка побудови композиції. Допоміжним елементом у створенні шрифту виступає прямокутних у якості основи побудови “прямих” букв. Також можуть використовуватися окремо як стрілка поворот та штрихи від зображення цього інструмента, так і цілий інструмент загалом. (Іл. Б3)

Композиція умовно поділена на дві частини по вертикалі - праву та ліву. Головною домінантою виступає червона буква “З”, у верхній правій частині плаката, по ліву сторону у верхній частині менша буква “М” білого кольору та у нижній буква “Ю” на “виліт” червоного кольору. Таким чином зберігається баланс. Присутній негативний, вільний простір, що додає композиції “повітря”.

Цифри у малому кеглі розташовані по крайній частині букви “З” по праву сторону зверху у п’ять рядів з однаковими відступами, в кожному по дві букви. Алфавіт продемонстровано більшим кеглем, під певним нахилом по ліву сторону, та перпендикулярно по іншу. Композиція є ефектною, яскравою, цікавою, добре читабельною. Тло чорне, що додає композиції додаткового контрасту. (іл. Б7)

Останній, четвертий плакат демонструє шрифт **"Checker Grid"**, що в перекладі означає “сітка шахів”, так як побудований шрифт на основі модульної сітки, що використовується при створенні майже кожного дизайну, побудова якої нагадує ігрове поле гри в шахи. Наприклад, при рівнянні тих чи інших елементів за певною логікою, сіткою. Також використовуємо модульну сітку для створення єдиної системи побудови композиції. Сітка є невід’ємним інструментом у роботі дизайнера. У побудові букв використано доволі щільну сітку, за допомогою якої утворюються “прямокутники”, тобто “модулі” з певними однаковими проміжками між ними.

З цих модулів за сіткою і складається буква. Сітка є достатньо тонкою, в порівнянні з самими модулями, що додає шрифту контрасту на експресії. Цей шрифт є моноширинним, так як будуються всі букви за певною однаковою та незмінною, від букви до букви, модульною сіткою. (Іл. Б4)

Композиція є центральною, будується на основі єдиної домінанти, в якості якої виступає буква "Д". Використана у якості домінанти саме буква "Д", так як шрифт присвячений роботі дизайнера, “Д” - перша літера у слові “Дизайн”. Літера розташована по всій площині аркуша, посередині. Буква є білою, сітка червона, “на виліт”. Тло є сірим, що підтримує читабельність шрифту та композицію загалом. Алфавіт розміщений у довільному, шахматному порядку навколо домінанти, а також у середині букви “Д”, за алфавітом. Цифри розташовані у нижній частині плаката, розділові знаки вписані в букву сірим кольором. Композиція є виразною, цікавою, з вільним простором навкруги, що вибудовується з модульної сітки. (іл. Б8)

У плакатах простежується серійність за допомогою єдиній тематиці та

кольоровій гамі. Задля не перевантаженого вигляду чотирьох плакатів разом використовується чергування чорного та білого тлу в основі композиції. На кожному шрифтовому плакаті є домінанти, що задають ритм та динаміку композиції, навколо яких продемонстровано весь алфавіт. В той же час є динаміка, так як побудова композиції на всіх плакатах є різною. Отже, серія шрифтових плакатів побудована на певній системі, проте присутня варіативність.

3.2 Технічні аспекти реалізації: формат, матеріали, друк

У процесі розробки серії шрифтових плакатів технічні аспекти відіграють важливу роль, так як вони безпосередньо впливають на кінцевий результат, який побаче глядач. При виборі розміру плаката, перш за все зверталася увага на зручність сприйняття інформації аудиторією як зблизька так і на відстані. Занадто малий плакат не буде привертати увагу, занадто великий буде займати надто багато місця

Було обрано класичний форматі A1, що має розміри: 594 на 841. Цей формат є ідеальним для демонстрації акцидентних шрифтів (іл. Б1, іл. Б2, іл. Б3, іл. Б4), оскільки він дозволяє висвітлити їх так, щоб можна було легко простежити пластичність форм літер та їх варіативність, а також присутньо достатньо простору щоб створити ефектну композицію. Він зберігає в собі баланс між практичністю та гарним сприйняттям. Даний формат буде помітним як у вільному просторі, так і у приміщенні. Цей розмір дозволяє розгледіти що зображено на постері (іл. Б5, іл. Б6, іл. Б7, іл. Б8) навіть з далеку, що є великим плюсом. Для детального ознайомлення зі шрифтами на меншому форматі знадобилось би набагато більше часу, а отже частина цільової аудиторії не звернула б на нього увагу.

Для реалізації серії шрифтових плакатів виконано цифровий друк на стандартному глянцевому щільному папері із щільністю 300 г/м², що забезпечує якісну передачу кольору без втрати форми виробу під час транспортування або зберігання. Глянцевий папір додає композиції саява,

блиску, що є чудовим рішенням для привертання уваги глядача. Заздалегідь проведено дослідження щодо вимог друкарень, файл відредагований згідно їх вимог.

Дизайн виконаний та переданий до друку з роздільною здатністю 300 dpi, у кольоровій моделі CMYK, переданий до друкарні у PDF форматі, закладено відступи під обрізку по 5 мм з кожного боку під виліт та по 2 мм безпечної зони для елементів що не мають виходити за рамки постеру та обрізатися. Всі шрифти переведено у криві, задля уникнення проблем з розпізнавання того чи іншого шрифтах друкарнею. Друк чорного кольору виставлений за схемою C60 M40 Y40 K100, так як значення 100% K у друці є не припустимим. Значення відповідають всім вимогам підготовки файлів до друку та забезпечують їх друк без втрати якості. Також виставлено точну модель червоного кольору, що буде зберігати насиченість без спотворення кольору. Для впевненості у якісному кінцевому результаті виконані кольоропроби. Отже, серія шрифтових плакатів (іл. Б5, іл. Б6, іл. Б7, іл. Б8) відповідає всім вимогам та не втрачає читабельність.

3.3 Обґрунтування ефективності та художньо-композиційний аналіз результату

Розроблена серія шрифтових плакатів (іл. Б5, іл. Б6, іл. Б7, іл. Б8) є ефективною та зрозумілою, демонструє ефективність власно розроблених акцидентних шрифтів. Досягнення відтворення ідеї та реалізацією мети є художньо-композиційні характеристики, а також вплив плакатів на глядача.

Ефективність шрифтових плакатів (іл. Б5, іл. Б6, іл. Б7, іл. Б8) визначається привертанням уваги глядача, що виконана за допомогою використання гармонійної кольорової гами, де усі кольори поєднуються між собою, є достатньо яскравою, але водночас приваблює, а не відлякує глядача своєю.

В даній серії плакатів дуже добре простежується основна мета плакатів, а саме: демонстрація власно створених шрифтів. (іл. Б1, іл. Б2, іл. Б3, іл. Б4) На шрифті побудована вся композиція, що є цікавим, не типовим, доволі рідко

поширеним рішенням побудови композиції у плакатах. На шрифтах тримається вся композиція, вони формують образ плакату, його візуальний вигляд. За допомогою цього тримається чіткий візуальний акцент. Не дивлячись на те, що кожен шрифт є акцидентним, а отже вже несе в собі певний характер та викликає ті чи інші емоції, грамотна та гармонійна побудова композиції у кожному плакаті додає шарму та посилює характер шрифтів, підсилює їх характер та настрій.

Унікальністю даної серії шрифтових плакатів є ефектна побудова їх суцільно на шрифтах (іл. Б1, іл. Б2, іл. Б3, іл. Б4) без допоміжних елементів, за допомогою таких методів досягнення виразності як: вирівнювання кожної окремої композиції; ієрархії у тексті; контрастам: за формою та розміром, створений симультанний контраст, контраст за насиченістю, світлого та темного, а також площею кольорових плям; створенні акцентів у композиції; руху; масштабу; близькості між елементами композиції; ритму та повторенню тих чи інших елементів, балансу, що досягнувся за допомогою симетрії чи асиметрії у побудові цілісної композиції. Не дивлячись на складність композиції не втрачено її читабельність. Шрифти виступають основними домінантами, на яких тримається вся композиція, що створює ієрархію, ритм баланс та контраст. Баланс досягається через гармонійне розташування домінант та основного масиву текста. За допомогою певного розташування елементів простежується ритм у композиції. Контраст досягається за допомогою поєднання малих та великих літер, а також за допомогою кольорних плям та безпосередньому розташуванню елементів.

В той же час, на кожному плакаті присутній вільний простір, що додає композиції ще більшої гармонійності та робить її більш зручною для сприйняття. Порожні поля полегшують сприйняття дизайну, поліпшують читання, візуально підтримують ієрархію та покращують баланс і загальне сприйняття композиції виконаних шрифтових плакатів. Між літерами у композиції також зберігається достатній простір внутрішніх відступів і міжрядковий інтервал. Це також облегшує сприйняття цілісної композиції,

запобігає перевантаженню та полегшуючи комфорт читання, простежується гарне розпізнавання окремих елементів.

В даній серії (іл. Б5, іл. Б6, іл. Б7, іл. Б8) присутні узгодженість, що будується на основі кольорової палітри для формування пізнаванності, узгоджено ієрархію певних елементів у плакаті, що забезпечує читабельність та підтримує ідентичність, що підсилює візуальне повідомлення та краще сприйняття.

При споглядання на плакати одразу відчувається єдина система серії плакатів. Це простежується не тільки за допомогою використання обмеженої кольорової гами, що забезпечує високий контраст, серійність та цілісність. В той же час використано загальну єдину систему побудови композиції. Простежується єдина ідейність як серії шрифтових плакатів, так і акцидентних шрифтів загалом. Всі вони об'єднані між собою логікою, що прослідковується у збиранні шрифтів за допомогою певних дизайнерських інструментів без яких не можливо уявити роботу дизайнера.

Типографіка в даній серії шрифтових плакатів виконує не тільки інформаційну роль, але й образотворчу, так як літери (іл. Б1, іл. Б2, іл. Б3, іл. Б4) є єдиними графічними формами, на яких і будується вся композиція.

У плакатах присутня варіативність, вони не є однаковими, проте не розвалюються, простежується єдиний розвиток ідеї, в основі якої лежить демонстрація створення дизайну, основних процесів та інструментів дизайнера у щоденній роботі: при створенні буквально кожного дизайну, не залежно від того проектуєш ти пакування, створюєш плакат, макет журналу чи газети. Все це відбувається від створення безпосередньо порожньої монтажної області, створенні об'єктів за допомогою інструмента "перо", їх редагування за допомогою "вусиків", трансформацією, поворотом об'єктів у єдину композицію до завершальної побудови композиції за певною модульною сіткою.

Власно розроблені шрифти (іл. Б1, іл. Б2, іл. Б3, іл. Б4) актуальні не тільки для дизайнерів, але й художників, працівників що працюють в області ІТ та СММ, а також архітекторів. Вони можуть бути використані при оформленні

власних проєктів, пов'язаних безпосередньо із професійною діяльністю, наприклад портфоліо. А також при розробці/ребрендингу айдентики магазинів дизайнерського напрямлення або у сфері ІТ та архітектури, магазинів техніки, при розробці макетів пакування наступної техніки: комп'ютери, ноутбуки, графічні планшети, стінуси, тощо. Використання розроблених акцидентних шрифтів в наведених випадках додасть дизайну цікавості та неповторності, таким чином дизайн буде гарно запам' ятовуватися.

Висновки до 3 розділу

Розроблена серія шрифтових плакатів виконана на основі власно розроблених акцидентних шрифтів. Дана серія присвячена темі дизайна, що висвітлює основний інструментарій дизайнера, без якого майже не можливо уявити створення якісного дизайну.

Метою було створено саме розробку акцидентних шрифтів, так як вони вже несуть у собі певний характер та емоції. Таким чином в серії шрифтових плакатів вони виступають основними та єдиними елементами побудови композиції.

Деякі букви у створенні композиції виступають домінантами, навколо яких будується вся композиція.

В процесі розробки серії шрифтових плакатів було виконано дослідження та аналіз існуючих акцидентних шрифтів присвячених дизайну, а також існуючи шрифтових плакатів. Було визначено не типічні асоціації, що будуть пов'язані в першу чергу з дизайном. В той же час будуть впізнаваними та зрозумілими. Так було обрано основний інструментарій з якого будуть складатися певні шрифти: монтажна область, перо з "вусиками", інструмент

"поворот" та модульна сітка.

Таким чином було спроектовано чотири шрифти: **"Quiet Display"**, **"Air Ink"**, **"Quiet Orbit"**, **"Checker Grid"**, з назв яких одразу зрозуміла логіка побудови літер у шрифті.

Серія виконана з обмеженого набору кольорів, а саме: червоного, білого, сірого та чорного кольорів. Даний набір кольорів дозволив досягти виразності та цілісності у композиції.

Червоний колір виступає акцентом, білий забезпечує читабельність та додає простору у композицію, чорний та сірий слугують тло, тому підтримують візуал на читабельність.

У плакатах простежується серійність, за допомогою використання єдиної кольорової гами та тематиці, але в той же час присутня і варіативність.

Серія шрифтових плакатів відтворено на класичному форматі A1, що є ідеальним для демонстрації акцидентних шрифтів, так як такий формат дозволяє простежити пластичність та власну будову літер.

Файл було підготовлено до друку згідно всіх вимог, що уточнювалися безпосередньо у друкарні. Дизайн виконано у кольоровій моделі СМІК, всі шрифти переведено у криві, закладено відступи під обрізку та на виліт. Дизайн передано на друк у PDF форматі. Виконано цифровий друк на папері щільністю 300 г/м².

Розроблена серія шрифтових плакатів є ефективною та зрозумілою. Композиція побудована на шрифтах, що є основними та єдиними графічними елементами, на яких будується вся композиція.

Виразність досягнуто за допомогою ієрархії, балансу, руху, масштабу, близькості та ритму. В той же час на кожному плакаті присутній вільний простір, що додає композиції гармонійно ті та робить зручною для сприйняття. Власно розроблені шрифти є актуальним як для дизайнерів, так і художників, архітекторів, ілюстраторів, тощо. Використання цих шрифтів додасть дизайну цікавості, завдяки чому дизайн буде добре запам'ятовуватися.

Отже ідея та мета концепції серії шрифтових плакатів повністю досягнуто, що полягала у демонстрації серії власно розроблених акцидентних шрифтів. Створена єдину впізнавану серію шрифтових плакатів, що складається з чотирьох плакатів.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Типографіка це значно більше, ніж просто оформлення тексту. Від найдавніших форм письма до сучасних шрифтів вона постійно еволюціонувала, поєднуючи в собі функціональність, естетику, здатність передавати зміст і емоції.

Розвиток шрифтового плаката тісно пов'язаний із суспільними процесами, а саме: урбанізацією, розвитком друкарства, індустріалізації та появою новітніх технологій.

У сучасному дизайні шрифт здатен формувати настрій, викликати асоціації та підсилювати зміст повідомлення. Сучасна типографіка - це синтез традицій, новаторства, де шрифт є не лише носієм інформації а й повноцінним засобом художнього висловлювання.

Акцидентний шрифт застосовується у ключових візуальних елементах дизайну: заголовках, плакатах, та інших носіях реклами. Його головна функція - це миттєво привернути увагу та сформулювати виразний образ, що передає

характер і унікальність. Його специфіка полягає у поєднанні практичної та естетичної функції: візуальна форма не лише прикрашає, але й утримує увагу, підсилюючи запам'ятовування інформації.

При виборі акцидентного шрифту слід враховувати емоції, які має викликати дизайн, а також характеристики цільової аудиторії. Усвідомлений підхід дозволяє підібрати гарнітуру, яка не лише виглядатиме доречно, але й ефективно виконуватиме свою комунікаційну функцію.

Акцидентні шрифти поділяються на різні типи, а саме на: біоморфні, антропоморфні, образотворчі та декоративні. Їх форма часто базується на асоціаціях із природою, людськими рисами, предметами чи одноментальними мотивами.

Розробка шрифту передбачає створення виразного характеру кожної літери при збереженні цілісності всієї гарнітури. Важливо досягти балансу між індивідуальністю окремих знаків та узгодженістю алфавіта.

Попри стилізацію, літери мають залишатися впізнаваними, зберігаючи свою графічну основу. Колір у типографіці виконує не лише декоративну функцію, але й впливає на емоційне сприйняття. Він діє як на свідомому рівні, так і через асоціації, що закріпилися підсвідомо.

Ефективний шрифтовий плакат ґрунтується на гармонійному поєднанні виразності та зрозумілості. Різні підходи до побудови композиції можуть бути однаково результативними: мінімалізм досягається через стриманість і точність, а насичені та складні рішення працюють за рахунок багат шаровості та візуальної інтенсивності.

Якість шрифтового плаката значною мірою визначається увагою до деталей.

Вибір шрифтів має бути змістовно обґрунтований: шрифт має не лише відповідати ідеї повідомлення, але і мати необхідні формальні характеристики для ефективно побудови композиції.

Під час аналізу шрифтових плакатів важливо звертати увагу не лише на вдалі рішення, але й на помилки, які знижують ефективність дизайну.

Уникнення цих помилок є важливою умовою створення зрозумілих, збалансованих і ефективних шрифтових плакатів

Плакати Баухаузу перебувають на перетині мистецтва, архітектури та комунікації і виступають центральним вираженням ідей школи. Вони демонструють як дизайн може поєднувати функціональну чіткість і концепцію.

У постмодерністському шрифтовому плакаті текст трансформується з суто інформаційного елементу до повноцінного художнього, який формує складну багатопланову композицію.

Радянський плакат є важливим в історії розвитку плаката, що поєднує художні, соціальні та ідеологічні функції. Протягом всього розвитку він виконував агітаційну роль.

Еволюція плаката пов'язана з ключовими історичними етапами розвитку держави - від революції та індустріалізації до воєнного та післявоєнного часів. На кожному з цих етапів змінювалися функції плаката, система образів та візуальні засоби відповідно до потреб суспільства.

У воєнному плакаті шрифт виходить за межі допоміжної функції і перетворюється на самостійний засіб формулювання змісту. Український плакат періоду Другої світової війни зберігає власні особливості, а саме: емоційність та орієнтованість на зрозумілу та доступну комунікацію.

Еволюцію українського плаката відображає основні мистецькі етапи XX століття. Кожен з етапів по-своєму вплинув на його стиль і способи візуального вираження.

Сучасний український шрифтовий плакат поєднує раціональність і емоційність, світові тенденції та національну специфіку, формуючи складну систему візуальної комунікації.

Серія плакатів є ефективним засобом концептуальної візуальної комунікації, що поєднує стратегічне мислення та образну виразність, забезпечуючи цілісне та переконливе представлення ідеї.

Концептуальна ідея серії плакатів формується поєднанням функціонального, емоційного та когнітивного підходів, що забезпечує цілісну, структуровану та змістовну комунікацію.

Визначення концептуальної ідеї серії плакатів є поетапним процесом, що охоплює генерацію та відбір ідей, їх первинну візуалізацію, подальшу розробку і удосконалення на основі зворотнього зв'язку. Завершальним етапом виступає рефлексія, яка дозволяє узагальнити результати та сформувати цілісну обґрунтовану концепцію серії плакатів.

В результаті розроблена серія шрифтових плакатів, яка виконана на основі власно розроблених акцидентних шрифтів. Дана серія присвячена темі дизайна, що висвітлює основний інструментарій дизайнера.

Метою було створено саме розробку акцидентних шрифтів, так як вони вже несуть у собі певний характер та емоції.

В процесі розробки серії шрифтових плакатів було виконано дослідження та аналіз існуючих акцидентних шрифтів присвячених дизайну, а також існуючи шрифтових плакатів. В результаті було обрано основний інструмент дизайнера, з якого будуть складатися певні шрифти: монтажна область, перо з "вусиками", інструмент "поворот" та модульна сітка.

Таким чином було спроектовано чотири шрифти: "Fit Type", "Curve Type", "Spin Type", "Module Type", з назв яких одразу зрозуміла логіка побудови літер у шрифті.

Серія виконана з обмеженого набору кольорів, а саме: червоного, білого, сірого та чорного кольорів. Даний набір кольорів дозволив досягти виразності та цілісності у композиції.

Серія шрифтових плакатів відтворено на класичному форматі A1, що є ідеальним для демонстрації акцидентних шрифтів, так як такий формат дозволяє простежити пластичність та власну будову літер.

Файл було підготовлено до друку згідно всіх вимог, що уточнювалися безпосередньо у друкарні. Дизайн виконано у кольоровій моделі СМІК, всі шрифти переведено у криві, закладено відступи під обрізку та на виліт. Дизайн

передано на друк у PDF форматі. Виконано цифровий друк на папері щільністю 300 г/м².

Розроблена серія шрифтових плакатів є ефективною та зрозумілою. Композиція побудована на шрифтах, що є основними та єдиними графічними елементами, на яких будується вся композиція.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Українські джерела (друковані та електронні)

1. Шрифтовой плакат. Studfile.net. URL: <https://studfile.net/preview/9851394/page:3/> (дата звернення: 22.03.2026).
2. Коротка історія плакату. Zoko. URL: <https://zoko.com.ua/blog/kоротка-istoriya-plakatu> (дата звернення: 22.03.2026).
3. Акцидентні шрифти. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BA%D1%86%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BD%D1%96_%D1%88%D1%80%D0%B8%D1%84%D1%82%D0%B8 (дата звернення: 23.03.2026).
4. Лекція 5. Форма та шрифт у композиції // Форма та шрифт у композиції. Потрашкова Л.В..

5. Класифікація шрифтів. cases. 18.02.2020. URL: https://cases.media/en/article/anatomiya-shriftu-ch-2-klasifikaciya-shriftiv?srsltid=AfmBOopIcATwS6azisq2_LMOZqa9CVD3FSTLZLY0kHAKVta0GFkDnnD0 (дата звернення: 23.03.2026).
6. Історія мовою плаката (1941-1991 роки). Museum. 12.01.2016. URL: https://www.museum.dp.ua/uk/article_2015_41/? (дата звернення: 03.04.2026).
7. Dubrivna A., Zavhorodnia A., Basanets O. MODERN ASPECTS OF UKRAINIAN POSTER. IV Міжнародна науково-практична конференція «АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ». 2022. С. 23–25. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/21080/1/APSD_2022_V2_P023-025.pdf (дата звернення: 08.04.2026).
8. Zalevskaya O. «EUREKA: Social and Humanities». UKRAINIAN POSTER OF THE 1990'S–2010'S: HISTORICAL AND ART-STUDY ASPECT. 2018. С. 3–9.
9. Іваненко Т. О. ЕМОЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АКЦИДЕНТНОГО ШРИФТУ. ВІСНИК ХДАДМ. 2011. С. 14–16. URL: <https://visnik.org.ua/pdf/v2011-04-04-ivanenko.pdf> (дата звернення: 23.04.2026).
10. Іваненко Т. Шрифтовий дизайн: основи. Харків : ХДАДМ, 2019.
11. Іваненко Т. Художньо-образні особливості формоутворення акцидентного шрифту. Харків : ХДАДМ, 2005.
12. Антонович Є. Народне образотворчестество і дизайн (мистецтвознавчо-педагогічний аспект). Реклама і дизайн ХХІ сторіччя: освіта, культура, економіка. Вісник наукових праць Інституту підприємництва, права і реклами, 2001. С. 73–76.
13. Артем Сах. ТИПОГРАФІКА УКРАЇНСЬКОГО ПЛАКАТА: ІСТОРИЧНА РЕТРОСПЕКТИВА ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ. Актуальні питання гуманітарних наук. Т. 3. URL: https://www.aphn-journal.in.ua/archive/87_2025/part_3/10.pdf.
14. Гладун О. УКРАЇНСЬКИЙ ПЛАКАТ: ЕТАПИ РОЗВИТКУ ВІЗУАЛЬНОПЛАСТИЧНОЇ МОВИ. СУЧАСНЕ МИСТЕЦТВО. URL: <file:///C:/Users/%D0%A1%D1%82%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%8>

2/Downloads/152212-

%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0
%D1%82%D1%82%D1%96-333464-1-10-20190108.pdf (дата звернення:
05.04.2026).

15. Гладун О. УКРАЇНСЬКИЙ ПЛАКАТ ДРУГОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ: ЗМІСТ І
ФОРМА. С. 39–43. URL: <https://mystukr.mari.kyiv.ua/article/view/152366/152294>
(дата звернення: 08.04.2026).

16. Горошко А. Головне про шрифти. Create.vista. 30.03.2021. URL:
https://create.vista.com/uk/blog/golovne_pro_shryfty/ (дата звернення: 23.03.2026).

17. Коваль Н. С. Технічна естетика, дизайн та мистецтвознавство. ВІСНИК
КНУТД 2014 №3. 2014. URL:
<https://www.knutd.edu.ua/publications/pdf/Visnyk/2014-3/37.pdf> (дата звернення:
22.03.2026).

18. Пилипенко І. Види та характеристистики шрифтів. Типографські одиниці
вимірювання. Основи технічного редагування та оформлення тексту. URL:
<https://ru.scribd.com/document/818248220/%D0%A3%D1%80%D0%BE%D0%BA-3-%D0%92%D0%B8%D0%B4%D0%B8-%D1%82%D0%B0-%D1%85%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B8%D1%82%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B8-%D1%88%D1%80%D0%B8%D1%84%D1%82%D1%96%D0%B2-%D0%A2%D0%B8%D0%BF%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%81%D1%8C%D0%BA%D1%96-%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%96-%D0%B2%D0%B8%D0%BC%D1%96%D1%80%D1%8E%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F> (дата звернення: 23.03.2026).

19. Сах А. ТИПОГРАФІКА УКРАЇНСЬКОГО ПЛАКАТА: ІСТОРИЧНА
РЕТРОСПЕКТИВА ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ. Актуальні питання
гуманітарних наук. 2025. Т. 3. С. 52–59. URL: https://www.aphn-journal.in.ua/archive/87_2025/part_3/10.pdf (дата звернення: 07.04.2026).

20. Струс А. С., Мельник О. Я. СТРАТЕГІЇ ВІЗУАЛЬНОГО ВПЛИВУ В ДИЗАЙНІ ПОЛІТИЧНОГО ПЛАКАТУ ПЕРІОДУ І СВІТОВОЇ ВІЙНИ. Український мистецтвознавчий дискурс. 2023. С. 98–103. URL: <https://ukrainianartscience.in.ua/index.php/uad/article/view/198/166> (дата звернення: 06.04.2026).
21. Черниш М., Житеньова Н. ЕТАПИ РОЗРОБКИ ГРАФІЧНИХ ПЛАКАТІВ. Professional Art Education. 2024. С. 83–92. URL: file:///C:/Users/%D0%A1%D1%82%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82/Downloads/Maksim+Chernysh_Natalya+Zhytienova_83-92.pdf (дата звернення: 15.04.2026).
22. Шмига Ю., Леонтьєва Т. Типологізація шрифтів: розуміння їх функціональної ролі у комунікації. 2023. С. 60–68. URL: https://www.researchgate.net/publication/372732360_Tipologizacia_srifitiv_rozumin_na_ih_funkcionalnoi roli_u_komunikacii (дата звернення: 25.03.2026).
23. Яремчук О. українська академія мистецтва. Випуск 20. Шрифтовий плакат у системі поліграфічного дизайну. URL: https://www.academia.edu/69531847/%D0%A8%D1%80%D0%B8%D1%84%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9_%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D1%82_%D1%83_%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D1%96_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%96%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D0%B4%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD%D1%83 (дата звернення: 22.03.2026).

Іноземні джерела (друковані та електронні)

24. The Evolution of Typography: From Past to Present. Visual soldiers. Design. 27.06.2024. URL: <https://visualsoldiers.com/the-history-and-evolution-of-typography-design/> (дата звернення: 20.03.2026).
25. Type Through Time: A Brief History of Typography In Branding (and the Logos It Quietly Shaped). Logo Design.net. 03.09.2025. URL:

- <https://www.logodesign.net/blog/history-of-typography/> (дата звернення: 22.03.2026).
26. History of the Poster: Centuries of Visual Communication. Domestika. URL: <https://www.domestika.org/en/blog/4884-history-of-the-poster-centuries-of-visual-communication> (дата звернення: 22.03.2026).
27. Understanding Display Fonts: Impactful Typography for Bold Designs. Superside. URL: <https://www.superside.com/knowledge/display-fonts> (дата звернення: 23.03.2026).
28. Display Fonts. fontfabric. URL: https://www.fontfabric.com/blog/what-are-display-fonts/?srsltid=AfmBOop3KPhCL1wn34tvECtRy_oAw68m_ROe09GWDGb-OBPqoxSEF9Br (дата звернення: 23.03.2026).
29. What Are Display Fonts? Types, Uses, and How to Choose the Right One for Your Brand. Kulokale. 20.06.2025. URL: <https://kulokale.com/display-fonts-types-uses-choosing-right-one/> (дата звернення: 25.03.2026).
30. Display Fonts. Fontfabric. 03.06.2025. URL: https://www.fontfabric.com/blog/what-are-display-fonts/?srsltid=AfmBOop3KPhCL1wn34tvECtRy_oAw68m_ROe09GWDGb-OBPqoxSEF9Br (дата звернення: 26.03.2026).
31. What is Typography in Graphic Design: Key Concepts, Principles, and Examples. Typetype. 16.10.2025. URL: <https://typetype.org/blog/what-is-typography-in-graphic-design-key-concepts-principles-and-examples/> (дата звернення: 25.03.2026).
32. 3.3 Compositional Principles — Strategies for Arranging Things Better. BCcampus. Chapter 3. Design Elements, Design Principles, and Compositional Organization. URL: <https://opentextbc.ca/graphicdesign/chapter/3-3-compositional-principles-strategies-for-arranging-things-better/> (дата звернення: 28.03.2026).
33. Thoughtful typography. NC STATE. Research posters Thoughtful typography. URL: <https://ggscholars.org/thoughtful-typography/> (дата звернення: 28.03.2026).
34. Biomimetic Methods in Font Design: Inspiration from Natural Organisms. World Scientific Connect. URL:

- https://www.worldscientific.com/doi/abs/10.1142/S0129156425404632?download=true&journalCode=ijhses&srsltid=AfmBOoqWU_mxr8aFW9oU1TcZS2Apb6KaZu8tMdROA0pn68DU41KC79W6 (дата звернення: 30.03.2026).
35. 21 Creative Typographic Posters with Visual Structure. IDevie. 05.08.2025. URL: <https://idevie.com/resources/21-creative-typographic-posters-with-visual-structure?> (дата звернення: 30.03.2026).
36. The Art of Typographic Posters: A Comprehensive Guide. FRANETIC. 14.06.2025. URL: <https://franetic.com/the-art-of-typographic-posters-a-comprehensive-guide/> (дата звернення: 30.03.2026).
37. Breathtaking Typographic Posters. DigitalThrive. URL: <https://digitalthriveai.com/en-us/resources/web-design/breathtaking-typographic-posters/> (дата звернення: 30.03.2026).
38. Typography and the Poster. MoMA. URL: https://www.moma.org/calendar/exhibitions/443?utm_ (дата звернення: 30.03.2026).
39. Learn typography poster analysis. Typeforyou. 09.01.2024. URL: <https://typeforyou.org/learn-typography-poster-analysis/>.
40. 26 Inspirational Typographic Posters Examples. Theme Surface. 22.10.2017. URL: <https://themesurface.com/inspiration/typographic-posters-examples/> (дата звернення: 01.04.2026).
41. Discover 13 Historical Posters. Domestika. URL: <https://www.domestika.org/en/blog/11565-discover-13-historical-posters?> (дата звернення: 01.04.2026).
42. History of the poster and poster art of Ukraine. Violity. 22.06.2023. URL: <https://violity.com/en/publication/2960-history-of-the-poster-and-poster-art-of-ukraine.html?> (дата звернення: 03.04.2026).
43. The Artistic and Functional Elegance of Bauhaus Style Posters. Encyclopedia.design. URL: <https://encyclopedia.design/2020/06/28/bauhaus-style-poster-exhibition-poster-1923/?> (дата звернення: 07.04.2026).
44. Bauhaus Posters: Graphic Design as Applied Art, Pedagogy, and Public Communication. Encyclopedia.design. URL:

- <https://encyclopedia.design/2025/12/31/bauhaus-posters-graphic-design/> (дата звернення: 08.04.2026).
45. Excerpts from "The SwissPoster: Art of 10 Masters" at Holstra University, 2002. Curator and Author Bez Ocko. Graphic design history. URL: https://www.designhistory.org/Poster_pages/SwissPoster.html? (дата звернення: 08.04.2026).
46. Typography, photographic posters and the 'Swiss Style'. Vintage poster art. URL: <https://artifich.com/en/poster-history/typography-photographic-posters-and-the-swiss-style/?> (дата звернення: 08.04.2026).
47. SWISS POSTER HISTORY. Galerie123. URL: <https://www.galerie123.com/en/poster-history/swiss-poster-history/> (дата звернення: 10.04.2026).
48. A Comprehensive Guide to Poster Design That Gets Noticed. Isupply. 01.06.2023. URL: <https://isupply.ie/a-comprehensive-guide-to-poster-design-that-gets-noticed/> (дата звернення: 10.04.2026).
49. Concept Poster. A presentation format illustrating the main points of a new idea. Luma institute. URL: <https://www.luma-institute.com/concept-poster/> (дата звернення: 10.04.2026).
50. Design Composition: Principles, Techniques, and Examples for Graphic Designers. Design Force. URL: <https://designforce.co/blog/design-composition-principles-techniques-and-examples-for-graphic-designers/> (дата звернення: 20.04.2026).
51. Graphic Design Principles: Contrast, Balance, and More. Magipik. URL: <https://magipik.com/blog/graphic-design-principles-contrast-balance-and-more> (дата звернення: 21.04.2026).
52. Poster Design: The Fusion of Creativity, Strategy, and Communication in Graphic Design. UGI packaging. URL: <https://www.ukugi.com/poster-design/> (дата звернення: 21.04.2026).

53. Introduction to Typography Principles. Zeenesia studio. URL: <https://zeenesia.com/2025/12/16/typography-principles-a-complete-guide-to-better-design-and-readability/>? (дата звернення: 21.04.2026).
54. Typography in Design Systems. Uxcel. URL: <https://uxcel.com/lessons/typography-systems-020> (дата звернення: 21.04.2026).
55. Typography Fundamentals That Actually Matter. The Crit. URL: <https://thecrit.co/resources/typography-principles-guide> (дата звернення: 21.04.2026).
56. More than just fonts: the anatomy of Typography in Design Systems. Designsystems.surf. 07.07.2025. URL: <https://designsystems.surf/articles/more-than-just-fonts-the-anatomy-of-typography-in-design-systems> (дата звернення: 21.04.2026).
57. Tradition and design in international society. Outline of panel discussion of the 3rd JAGDA General Meeting. Graphic Design.. 1981. Tokyo: Kodansha ltd. С. 88.
58. Identity/Integrity. An Icograda Conference. Brussels : Icograda Secretariat, 2002. 32 с.
59. Ideas that matters. Sappi European Awards 2000. Brussels : Sappi Fine Paper Europe, 2001. 39 с.
60. Huygen F. British Design. Image & Identity. London : Thames and Hudson, 1989. 203 с.
61. Alkhanil.M. A dynamic history. Icograda Board Message. Brussels, 2000. С. 6.
39. Anchongphakdy P. Noong oon, kinim. Icograda Board Message. Brussels : 2002.
62. Chekal O. The Poetics of Ukrainian Typography and Graphic Image of KHUDPROM: 100 years of Search. Rentafont. 06.01.2022. URL: <https://rentafont.com/blog/Poetics-of-Ukrainian-Type-and-Graphic-Image-of-KHUPROM-100-years-of-Search> (дата звернення: 01.04.2026).
63. Dahley A. Unleashing Ideas: Visualize and share concepts with Posters. LinkedIn. 26.02.2024. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/unleashing-ideas-visualize-share-concepts-posters-andrew-dahley-ao3yc/> (дата звернення: 12.04.2026).

64. Ddc Team. The Evolution of Typography: A Journey Through Time, Culture, and Craftsmanship. DDC. 04.03.2025. URL: <https://www.darjeelingdesignco.com/blog/the-evolution-of-typography-a-journey-through-time-culture-and-craftsmanship> (дата звернення: 17.03.2026).
65. Dr. Maryam Bolouri. DESIGNING POSTERS. Strategies for Communicating Scientific Projects. URL: https://www.researchgate.net/publication/339314528_DESIGNING_POSTERS_Strategies_for_Communicating_Scientific_Projects (дата звернення: 14.04.2026).
66. Ekuan K. Philips design manual. Graphic Design. Tokyo : Kodansha ltd, 1974. С. 35–42.
67. Erjavec A. Postmodernizm i kondycja postsocjalistyczna. Sztukai estetyka po awangardzie a filozofia postmodernistyczna. Warszawa : Instytut Kultury, 1994. С. 85–105.
68. Fenisg B. Annals of Design (1). Forces and Philosophies. Communication Arts Magazine. Palo Alto : Coyne & Blanchard, 1983. С. 90–95.
69. Fischer M., Abedi M. Debating Muslims: Cultural Dialogues in POstmodernity and Tradition.. Madison : The University of Wisconsin, 1990. 564 с.
70. Fukano T. Hong Kong/Japan Design Exhibition. Graphic Design. Tokyo : Kodansha ltd, 1980. С. 35–50.
71. Glasser M. Design and Business: the New War is Over. Looking Closer 2. Critical Writings on Graphic Design. New York : Allworth Press, 1997. С. 180.
72. Gromala D. BioMorphic typography. ACM Digital Library. 21.07.2002. URL: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/1242073.1242164> (дата звернення: 28.03.2026).
73. Hall E. The Silent Language. New York : Anchor Press, 1981. 104 с.
74. Heller S. Introduction. A Closer Look at Looking Closer. Looking Closer 2. Critical Writings on Graphic Design. New York : Älworth Press, 1997. С. 1–5.
75. Heller S., Chwast S. Graphic Style from Victorian to Post-Modern. London : Thames and Hudson, 1988. 239 с.
76. Heller S., Pomeroy K. Design Literacy. Understanding Graphic Design. New York : Allwvorth Press, 1997. 277 с.

77. Hillmann H. Rozmowa z Redakcją. Projekt. Warszawa : Prasa- Książka-Ruch, 1974. C. 30–31.
78. Hirohashi K. Package design in Japan. A continuation of tradition. Graphic Design. Tokyo : Kodansha ltd, 1976. C. 2–10.
79. Johnson D. Poster Series Consistency. Design+Encyclopedia. URL: <https://design-encyclopedia.com/?T=Poster+Series+Consistency> (дата звернення: 16.04.2026).
80. Kai Tomboc. The Principle of Design Unity: A Guide with Examples and Tips. Piktochart. URL: <https://piktochart.com/blog/principles-unity-design/> (дата звернення: 20.04.2026).
81. Kaplan M. Doo Kim Internationalizes Corporate Korea. Graphis. New York, 1999. C. 38–49.
82. Kasuya A. Postmedia i Pamięć. Gendai. Współczesna Sztuka Japonii - Pomiedzy Ciałem i Przestrzenią. Warszawa : Centrum Sztuki Współczesnej, 2000. C. 107–113.
83. Katsube A. Japanese emblems in history. Graphic Design. Tokyo : Kodansha ltd, 1971. C. 47–54.
84. Katsumi A. Global New Waves in 70s - Europe. Graphic Design. Tokyo : Kodansha ltd, 1978. C. 27–38.
85. Katsumie M. Tanaka ikko's poster kingdom. Graphic Design. Tokyo : Kodansha ltd, 1979. C. 11–26.
86. Katsumie M. Japan Style- Yesterday, Today and Tomorrow. Japan Style. Tokyo : Kodansha International ltd, 1980. C. 6–11.
87. Katsumie M. Japan Style Exhibition. Graphic Design. Tokyo : Kodansha ltd, 1980. C. 11.
88. Katsumie M. Giulio Confalonieri and Esso Standard Italiana. Graphic Design. Tokyo : Kodansha ltd, 1971. C. 43–50.
89. Katsumie M. Doré E. Talks on pictograms. Graphic Design. Tokyo : Kodansha ltd, 1981. C. 55–61.
90. Katsumie M. Design policy for Munich Olympic Games 1972. Graphic Design. Tokyo : Kodansha ltd, 1972. C. 19–42.

91. Katzumie M. 24 Messages. Graphic Design. Tokyo : Kodansha ltd, 1986. C. 80–89.
92. Keene D. Estetyka Japońska. Estetyka Japońska. Antologia.. Kraków : Universitas, 2001. C. 49–61.
93. Kissick J. Art. Content and Criticism. Bristol : Brown&Benchmark, 1993. 463 c.
94. Kluszczyński R. Społeczeństwo informacyjne. Cyberkultura. Sztuka multimedialna. Kraków : Rabid, 2001. 219 c.
95. Koberstein H. What style for graphic symbols?. Glyphs - newsletter 4,. Tokyo : Kodansha ltd, 1971.
96. Lgarashi T. Greg Thomas - an American typographer of the Swiss school. Graphic Design. Tokyo : Kodansha ltd, Icograda Board. C. 29–40.
97. Liprandi G. Fighting for a place in the sun!. Message. Brussel, 1999–2001. C. 16.
98. Lupton E. Miller A. Design. Writing. Research. Writing on Graphic Design. London : Phaidon, 1999. 211 c.
99. Matsui M. Horyzont Krytycyzmu. Gendai. Współczesna Sztuka Japonii - Pomiedzy Ciatem i Przestrzenią.. Warszawa : Centrum Sztuki Współczesnej, 2000. C. 88–106.
100. Mauger'S, Schaer-Vance M. New Zealand graphic design. Graphic Design. Tokyo : Kodansha ltd, 1985. C. 80–82.
101. McDermott C. 20 wiek. Sztuka projektowania.. Bennington-Olszanica : Prowincja, 1998. 400 c.
102. Looking Closer 2. Critical Writings on Graphic Design. / Michael Bierut ta in. New York : Allworth Press, 1997. 273 c.
103. Mitsukuni Yoshida. Japan Style. Tokyo : Kodansha International ltd, 1980. 148 c.
104. Miura K. On my logotype works. Graphic Design. Tokyo : Kodansha ltd, 1982. C. 77–84.
105. Saiki M.K. Ahn Sang Soo: Going Home. Graphis. New York, 2000. C. 30–49.

106. Sandu B. What Is Unity in Graphic Design? A Complete Guide. Design Your Way. 23.01.2026. URL: <https://www.designyourway.net/blog/what-is-unity-in-graphic-design/> (дата звернення: 20.04.2026).
107. Shawn Weng. Poster Series. Communication Design Fundamentals: Project 4. Medium. 29.03.2019. URL: <https://medium.com/@slweng/poster-series-4fab47ad5cc9> (дата звернення: 15.04.2026).
108. Tokarski S. Westernizacja, esternizacja, globalizacja - trudno ści reorientacji w nOwej czasoprzestrzeni kulturowej. Kultury Pozaeuropejskiej Globalizacja.. Warszawa : Dom Wydawniczy ELIPSA, 2000. C. 31–47.
109. Turkington T. The African Experience. Report and Presentation at Icograda Educational Symposium.
110. Wojciechowski J. Przedmow. Polska szkota plakatu w latach 1956 - 1965. Warszawa : Muzeum Plakatu w Wilanowie, 1988. C. 1–5.
111. Zdanowski J. Globalizacja - pytania i niepokoje. Kultury Pozaeuropejskie Globalizacja.. Warszawa: Dom Wydawniczy ELIPSA, 2000. C. 5–22.

ДОДАТОК А (ІЛЮСТРАЦІЇ)



Борзунова Тетяна. м. Харків
 Акцидентний шрифт "Сдаем жилье".
 2003 рік; офсет.

Антонов Олександр. м. Харків
 Акцидентний шрифт "Constellation".
 2003 рік; офсет.

Іл. 1. Акцидентні шрифти

Взято з джерела: https://www.ksada.org/wp-content/uploads/2026/01/t.-ivanenko_shd_posibnyk.pdf



Кошкіна Світлана. м. Київ
 Акциденція "Трикветра".
 Срібний диплом.
 2004 рік; принт; 90 x 60 см.

Кошкіна Світлана. м. Київ
 Акциденція "Такса".
 Срібний диплом.
 2004 рік; принт; 90 x 60 см.

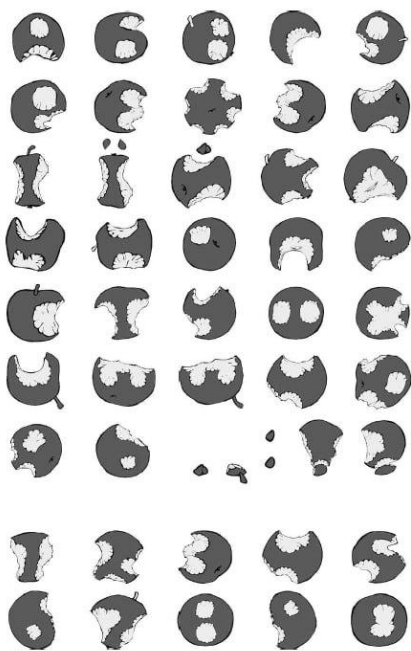
Іл. 2. Акцидентні шрифти

Взято з джерела: https://www.ksada.org/wp-content/uploads/2026/01/t.-ivanenko_shd_posibnyk.pdf



Іл. 3. Акцидентні шрифти

Взято з джерела: https://www.ksada.org/wp-content/uploads/2026/01/t.-ivanenko_shd_posibnyk.pdf



Вештак Катерина, м. Київ
Акциденція "Яблука".
Срібний диплом.
2003 рік; принт; 90 x 60 см.

Кошкіна Світлана, м. Київ
Акциденція "Кавун".
Срібний диплом.
2004 рік; принт; 90 x 60 см.

Іл. 4. Акцидентні шрифти

Взято з джерела: https://www.ksada.org/wp-content/uploads/2026/01/t.-ivanenko_shd_posibnyk.pdf

АБВГДЕЖ
 ЗИЙКАМНО
 ПРСТУФХЦ
 ЫЩЬЫІЮЯ

0123456789[]=:?!

Яковицька Світлана, м. Харків
 Акцидентний шрифт "Листва".
 Спеціальний приз від Всеукраїнського
 товариства "Просвіта".

АБВГДЕЖ
 ЗИЙКАМНО
 ПРСТУФХЦ
 ЫЩЬЫІЮЯ
 0123456789[]=:?!

Соколенко Олена, м. Харків
 Акцидентний шрифт "Писанка".
 Срібний диплом..
 2003 рік; офсет.

Іл. 5. Акцидентні шрифти

Взято з джерела: https://www.ksada.org/wp-content/uploads/2026/01/t.-ivanenko_shd_posibnyk.pdf

АБВГДЕЖ
 ЗИЙКАМНО
 ПРСТУФХЦ
 ЫЩЬЫІЮЯ
 0123456789[]=:?!

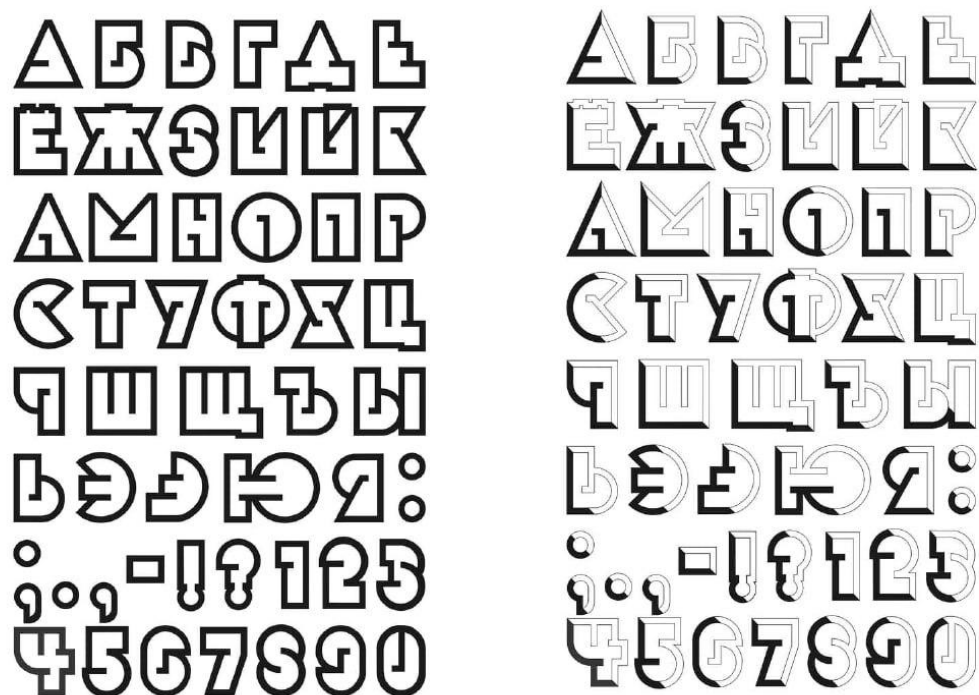
Царенко Каріна, м. Харків
 Акцидентний шрифт "Етно".
 2003 рік; офсет.

АБВГДЕЖ
 ЗИЙКАМНО
 ПРСТУФХЦ
 ЫЩЬЫІЮЯ
 0123456789[]=:?!

Царенко Каріна, м. Харків
 Акцидентний шрифт "Етно".
 2003 рік; офсет.

Іл. 6. Акцидентні шрифти

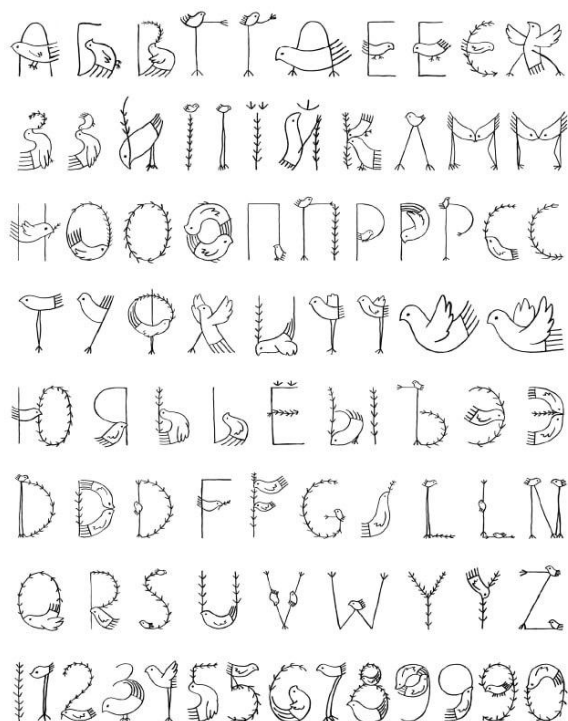
Взято з джерела: https://www.ksada.org/wp-content/uploads/2026/01/t.-ivanenko_shd_posibnyk.pdf



Іл. 7. Акцидентні шрифти

Взято з джерела: https://www.ksada.org/wp-content/uploads/2026/01/t.-ivanenko_shd_posibnyk.pdf

Чорна Ганна,
м. Харків, ХДАДМ.
Керівник –
проф. Лесняк В.І.
Акцидентний
шрифт "Пташка".
Срібний диплом.
2004 рік; папір,
мішана техніка.



Іл. 8. Акцидентні шрифти

Взято з джерела: https://www.ksada.org/wp-content/uploads/2026/01/t.-ivanenko_shd_posibnyk.pdf



Іл. 9. Акцидентні шрифти

Взято з джерела: https://www.ksada.org/wp-content/uploads/2026/01/t.-ivanenko_shd_posibnyk.pdf



Ульянова (Ольга) Ольга, М. Харин
Акцидентный шрифт "ZZ". Сербий дитина.
2001 рік, оригінал

Іл. 10. Акцидентні шрифти

Взято з джерела: https://www.ksada.org/wp-content/uploads/2026/01/t.-ivanenko_shd_posibnyk.pdf



Проект асоціативного шрифту «Воля». Туш, папір. Виконала
А. Долуда, керівник Т. Іваненко. 2017 р.

Іл. 11. Акцидентні шрифти

Взято з джерела: https://www.ksada.org/wp-content/uploads/2026/01/t.-ivanenko_shd_posibnyk.pdf



Проект акцидентного шрифту за мотивами твору «Космічна
Одіссей 2001». Вектор. Виконав О. Порохняк, керівник
В. Шашкова. 2018 р.

Іл. 12. Акцидентні шрифти

Взято з джерела: https://www.ksada.org/wp-content/uploads/2026/01/t.-ivanenko_shd_posibnyk.pdf



Проект рисованого шрифту «Попелюшка» за мотивом однойменного твору братів Грім. Туш, гуаш, папір. Винонала С. Ткачук, керівник В. Шашкова. 2018 р.

← Переглянути у кольорі

Іл. 13. Акцидентні шрифти

Взято з джерела: https://www.ksada.org/wp-content/uploads/2026/01/t.-ivanenko_shd_posibnyk.pdf



Проект флорального шрифту «Квітень». Вектор. Винонала Є. Мікуцька, керівник Т. Іваненко. 2014 р.

Іл. 14. Акцидентні шрифти

Взято з джерела: https://www.ksada.org/wp-content/uploads/2026/01/t.-ivanenko_shd_posibnyk.pdf

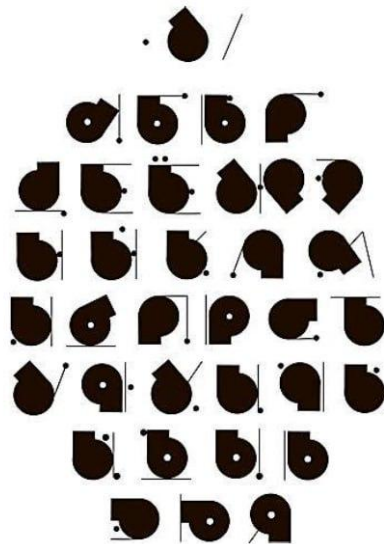


Рисований алфавіт. Гуаш, папір. Виконала
В. Поклад, керівник Т. Іваненко. 2018 р.
Переглянути у кольорі →



Іл. 15. Акцидентні шрифти

Взято з джерела: https://www.ksada.org/wp-content/uploads/2026/01/t.-ivanenko_shd_posibnyk.pdf



Вправа «Пляма». Вектор.
Виконала С. Лейнер, керівник Т. Іваненко. 2017 р.

Іл. 16. Акцидентні шрифти

Взято з джерела: https://www.ksada.org/wp-content/uploads/2026/01/t.-ivanenko_shd_posibnyk.pdf



CASSANDRE

P.I. × UKRTEKA

Лл. 17. Акцидентні шрифти

Взято з мережі інтернет



Проект асоціативного шрифту «Африка». Туш, гуаш, папір.
Виконала А. Філіпенко, керівник Т. Іваненко. 2016 р.

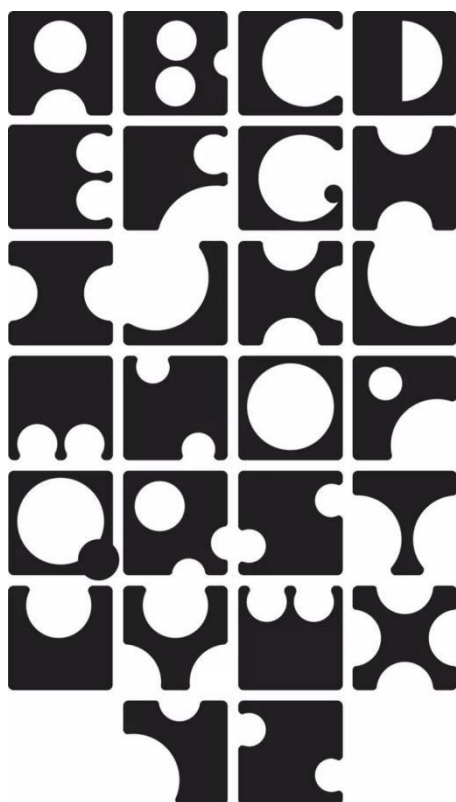
Лл. 18. Акцидентні шрифти

Взято з джерела: https://www.ksada.org/wp-content/uploads/2026/01/t.-ivanenko_shd_posibnyk.pdf



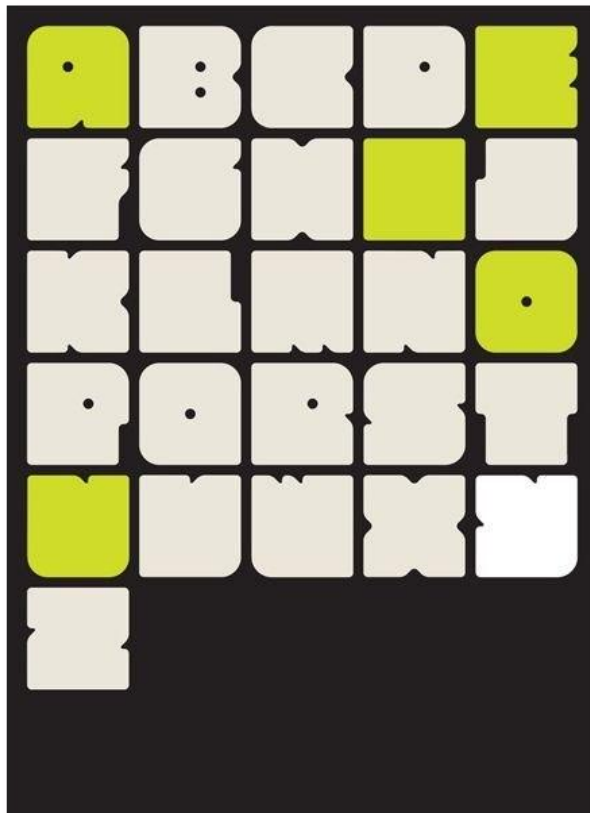
Іл. 19. Акцидентні шрифти

Взято з мережі інтернет



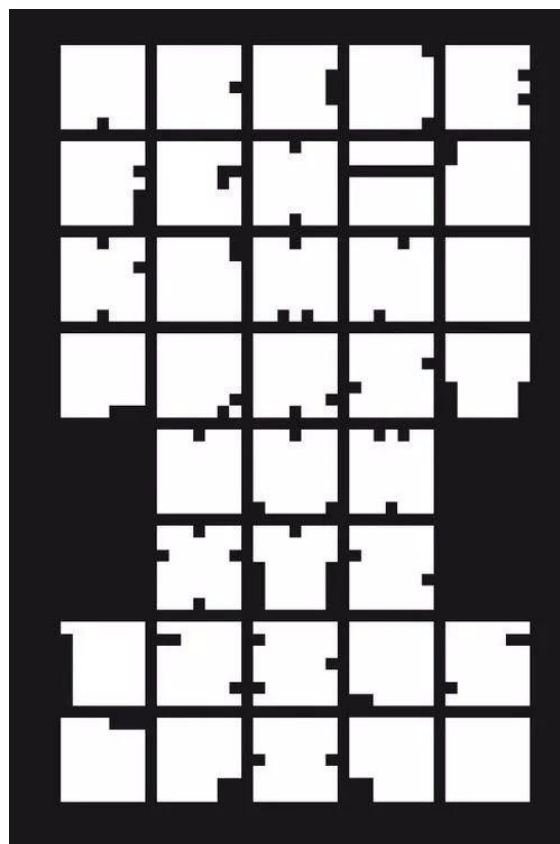
Іл. 20. Акцидентні шрифти

Взято з мережі інтернет



Іл. 21. Акцидентні шрифти

Взято з мережі інтернет



Іл. 22. Акцидентні шрифти

Взято з мережі інтернет



Іл. 23. Акцидентні шрифти

Взято з мережі інтернет

SKRAA #01



SKRAA #01
DESIGN BY LINE OTTO
MAY 2012
HATERSWILL

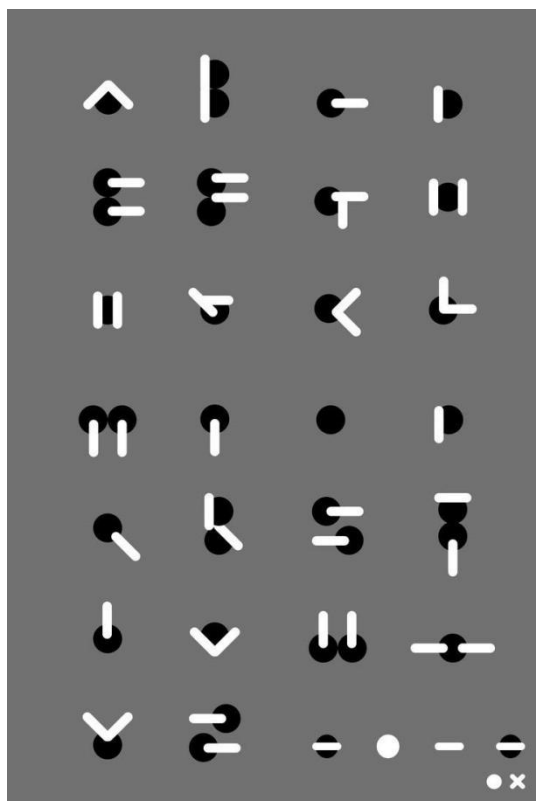
Іл. 24. Акцидентні шрифти

Взято з мережі інтернет

A B C D
 E F G H I
 J K L M N O P
 Q R S T U
 V W X Y Z :

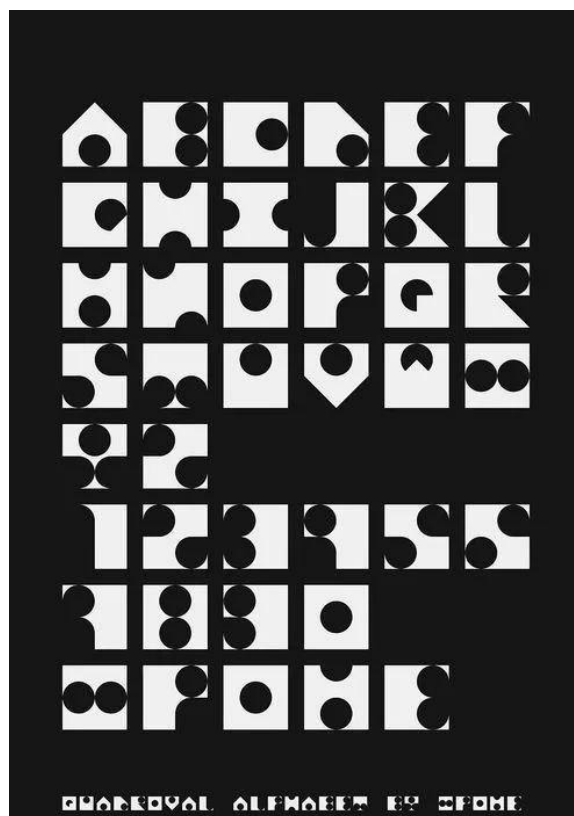
Іл. 25. Акцидентні шрифти

Взято з мережі інтернет



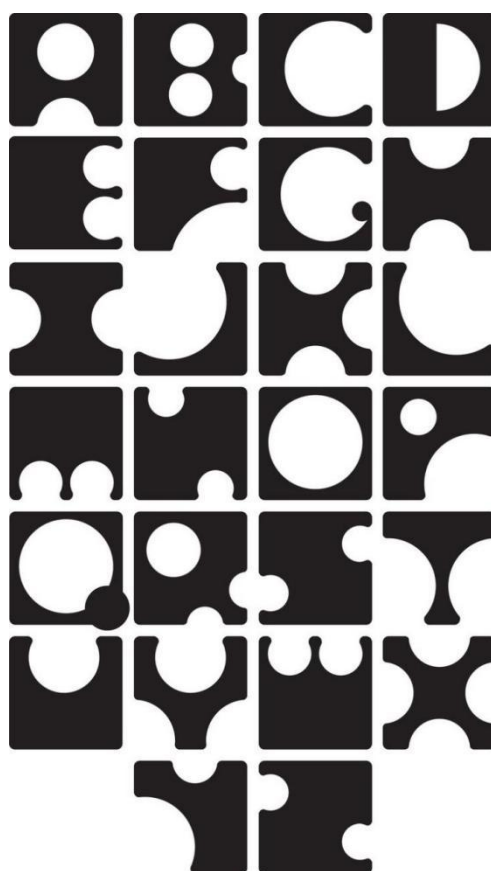
Іл. 26. Акцидентні шрифти

Взято з мережі інтернет



Іл. 27. Акцидентні шрифти

Взято з мережі інтернет



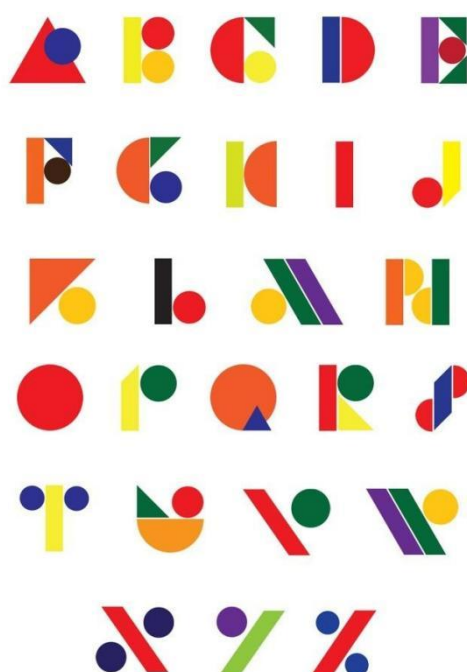
Іл. 28. Акцидентні шрифти

Взято з мережі інтернет



Іл. 29. Акцидентні шрифти

Взято з мережі інтернет



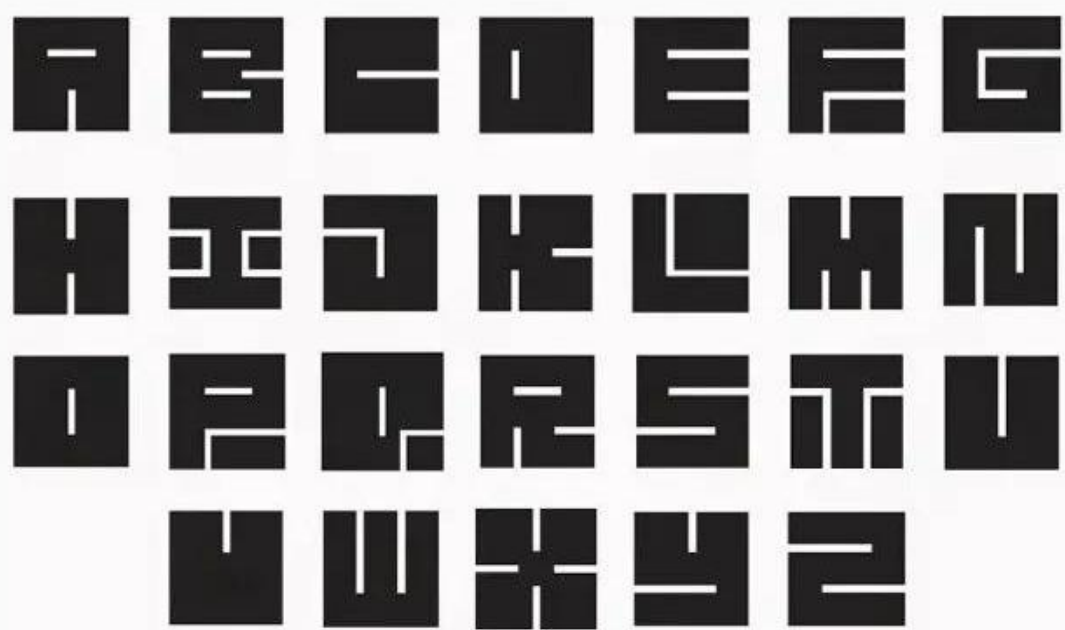
Іл. 30. Акцидентні шрифти

Взято з мережі інтернет



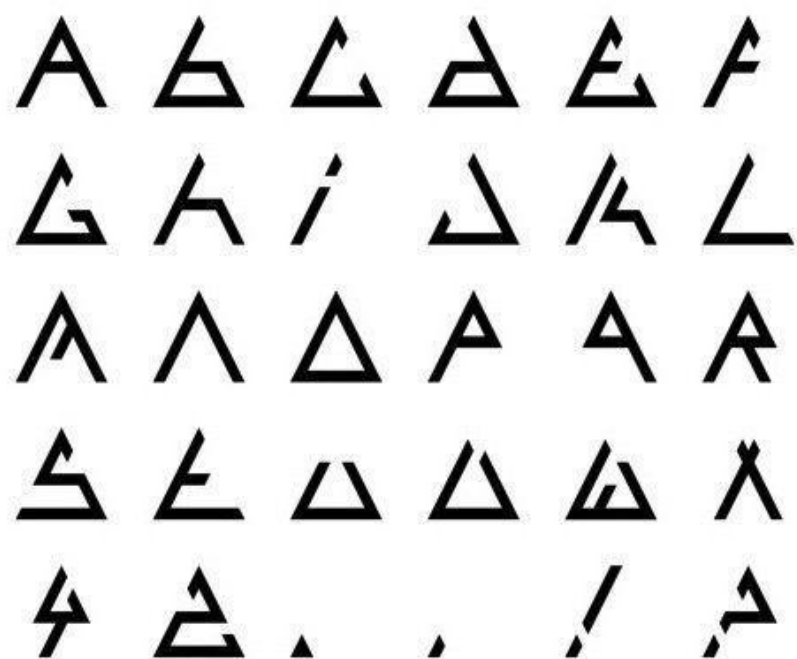
Іл. 31. Акцидентні шрифти

Взято з мережі інтернет



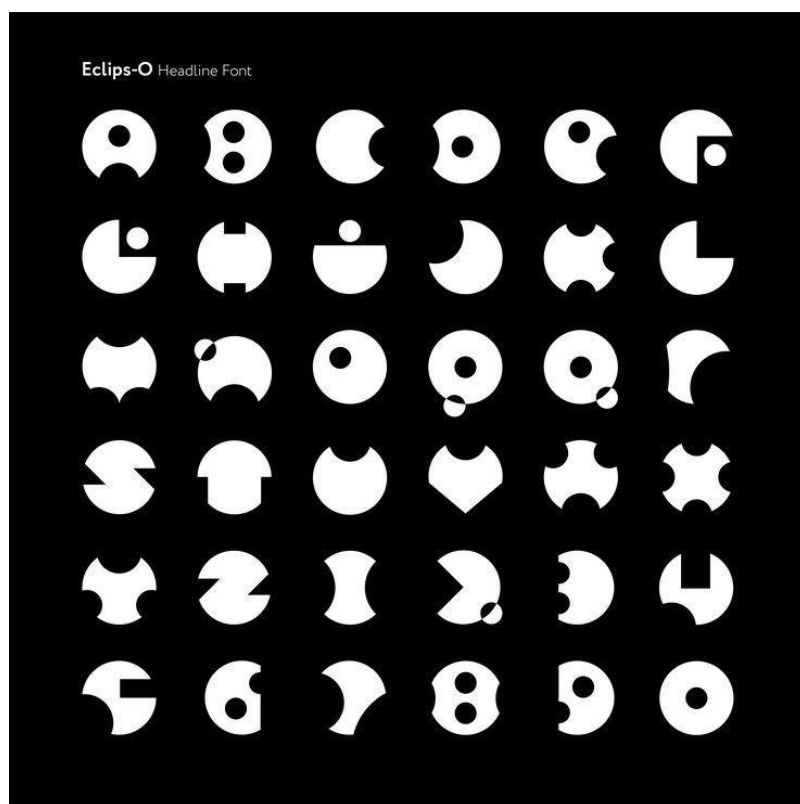
Іл. 32. Акцидентні шрифти

Взято з мережі інтернет



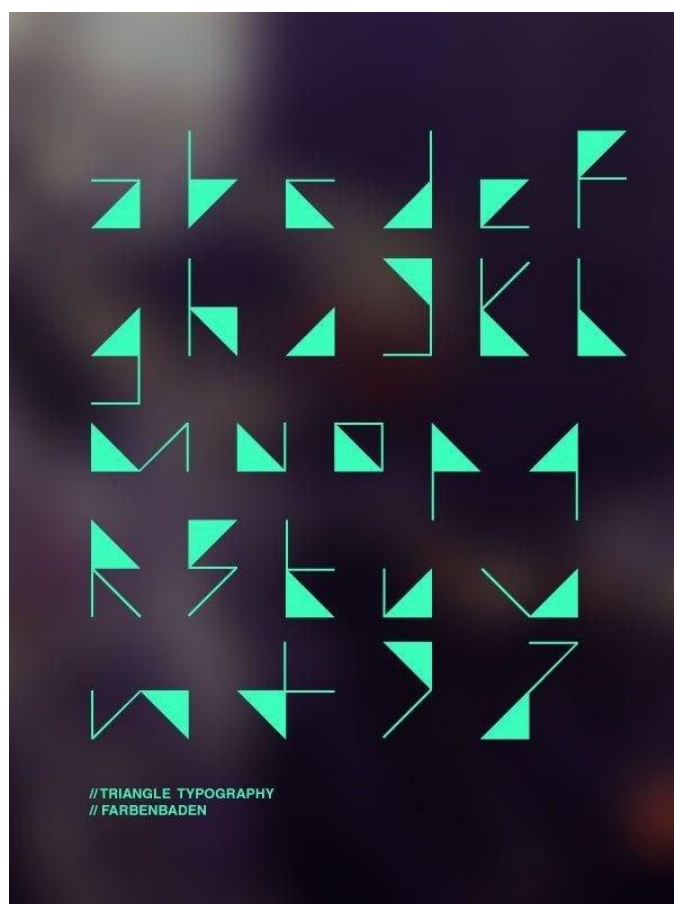
Іл. 33. Акцидентні шрифти

Взято з мережі інтернет



Іл. 34. Акцидентні шрифти

Взято з мережі інтернет

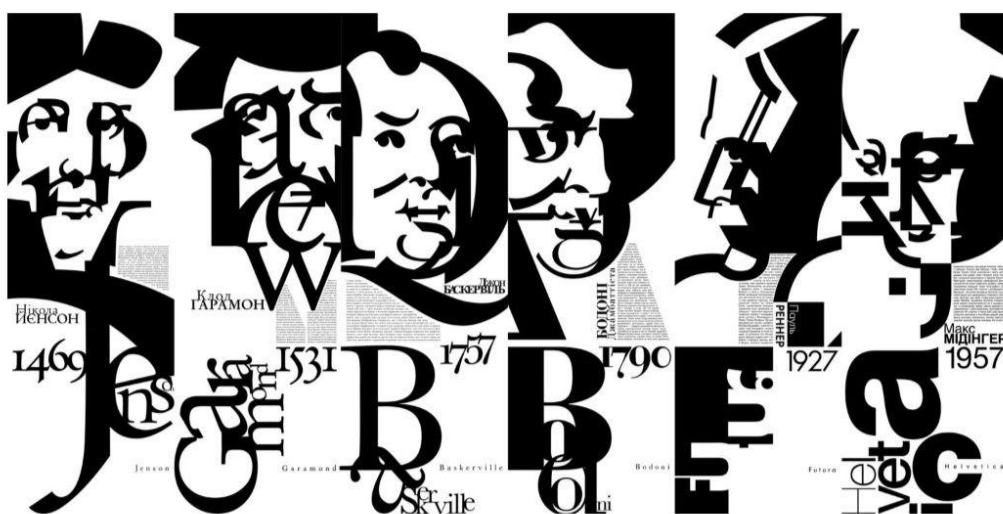


Іл. 35. Акцидентні шрифти
Взято з мережі інтернет



Проект рисованого шрифту «Спіраль» на основі завдання
з буквиць. Туш, папір. Виконав Д. Авраменко, керівник
Т. Іваненко. 2014 р.

Іл. 36. Акцидентні шрифти
Взято з мережі інтернет



Серія шрифтових плакатів «Видатні дизайнери шрифту. Час і форма». Папір, цифровий друк, 180X60см. 2008

Іл. 37. Серія шрифтових плакатів

Взято з джерела: <https://naoma.edu.ua/akademiya/struktura/fakultety-ta-kafedry/fakultet-obrazotvorchogo-mystecztva-ta-restavracziyi/kafedra-dyzajnu/stadnychenko-dmytro-sergijovych/>



Іл. 38. Серія шрифтових плакатів

Взято з мережі інтернет



Іл. 39. Серія шрифтових плакатів

Взято з мережі інтернет



Іл. 40. Шрифтовий плакат

Взято з мережі інтернет



Іл. 41. Шрифтовий плакат

Взято з мережі інтернет



Іл. 42. Шрифтовий плакат

Взято з мережі інтернет



7

TYPOGRAFIE WILTZER NR. 34

Ил. 43. Шрифтовий плакат

Взято з мережі інтернет



Ил. 44. Шрифтовий плакат

Взято з мережі інтернет



Іл. 45. Шрифтовий плакат

Взято з мережі інтернет



Іл. 46. Шрифтовий плакат

Взято з мережі інтернет



Іл. 47. Плакати Баухаусу

Взято з мережі інтернет



Іл. 48. Плакат швейцарського стилю (1930 р.)

Взято з мережі інтернет



Іл. 49. Плакат швейцарського стилю (1966 р.)

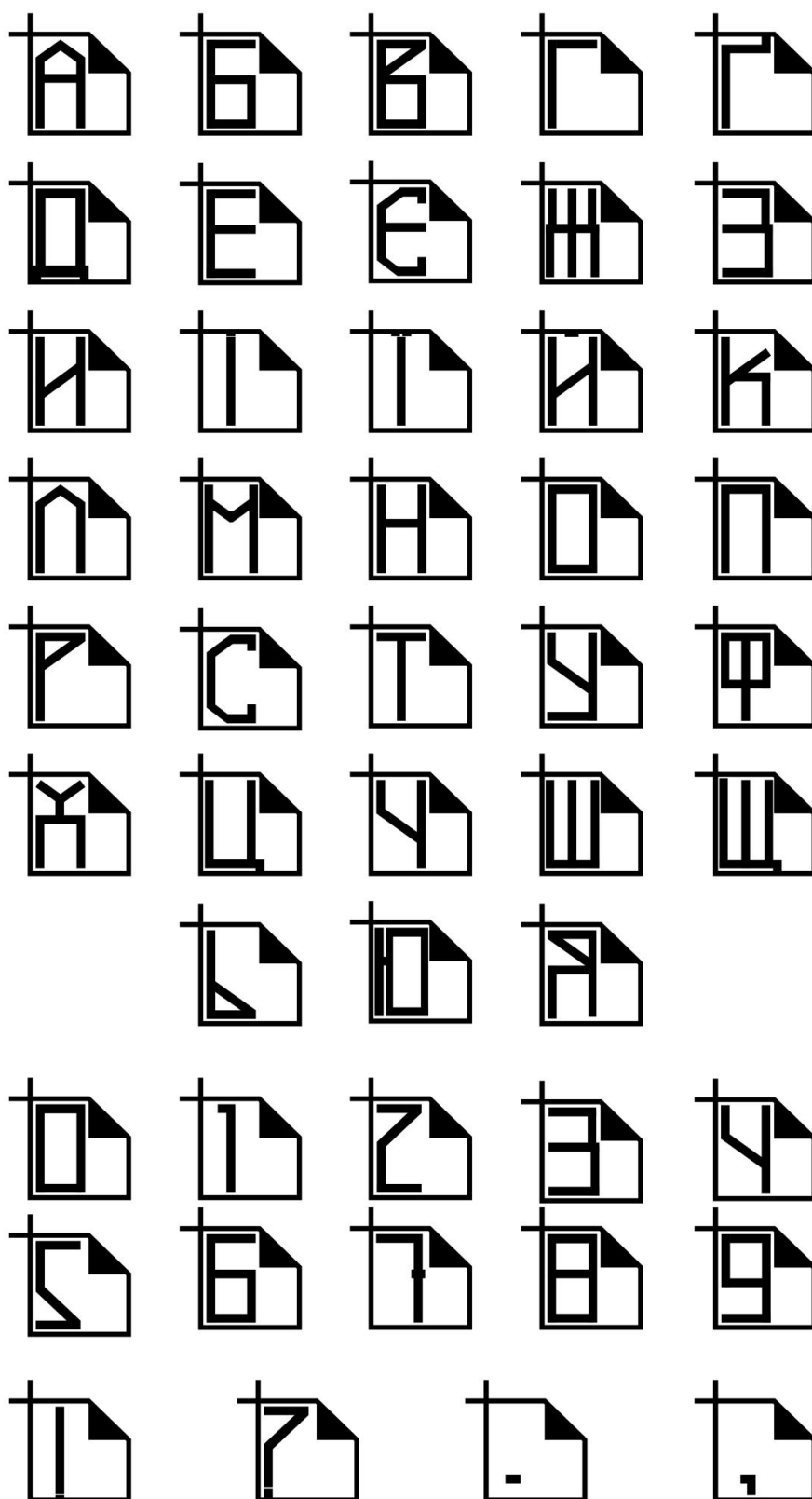
Взято з мережі інтернет



Іл. 50. Плакат постмодернізму (1988 р.)

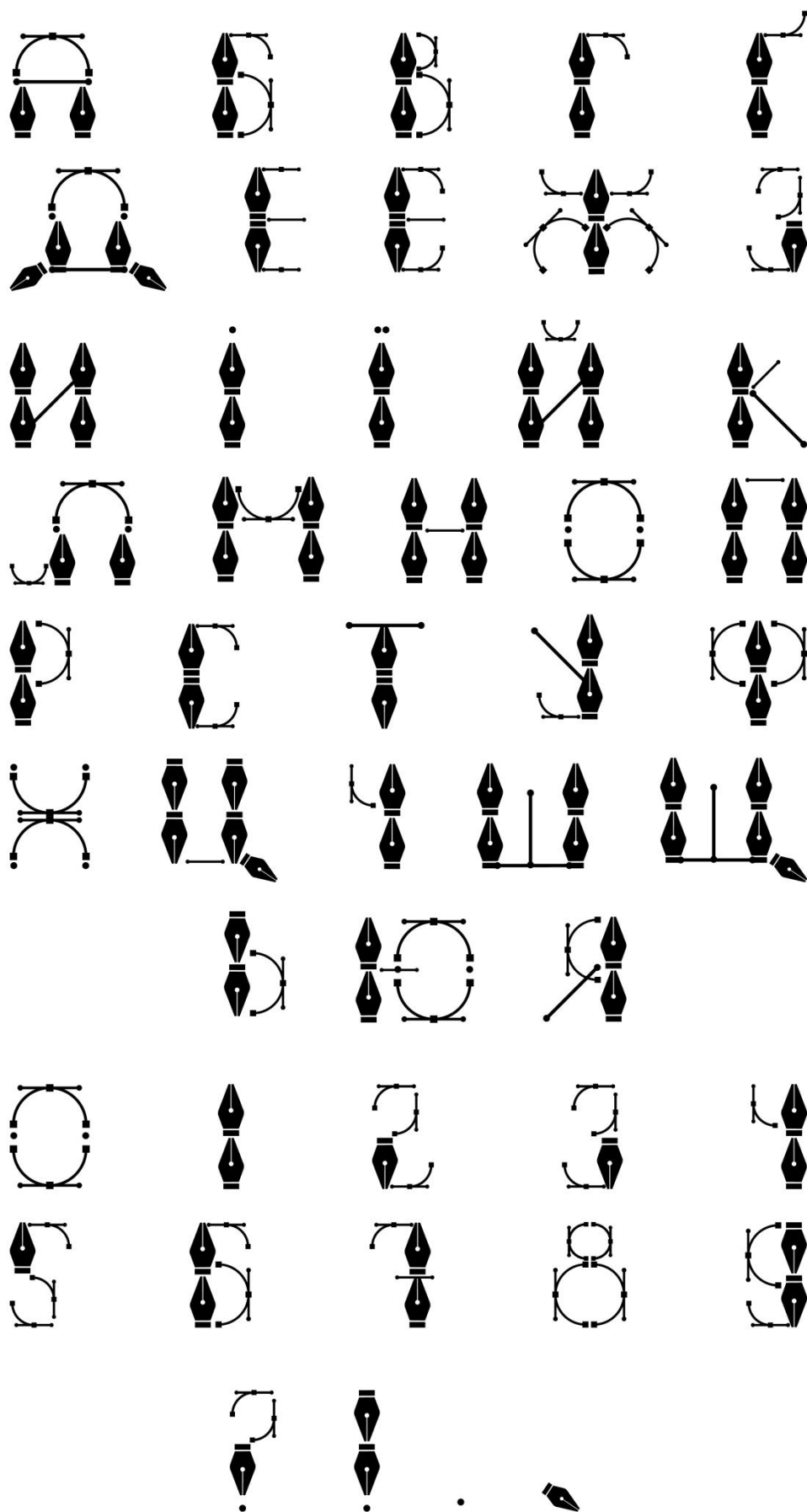
Взято з мережі інтернет

ДОДАТОК Б (ТВОРЧИЙ ПРОЕКТ)



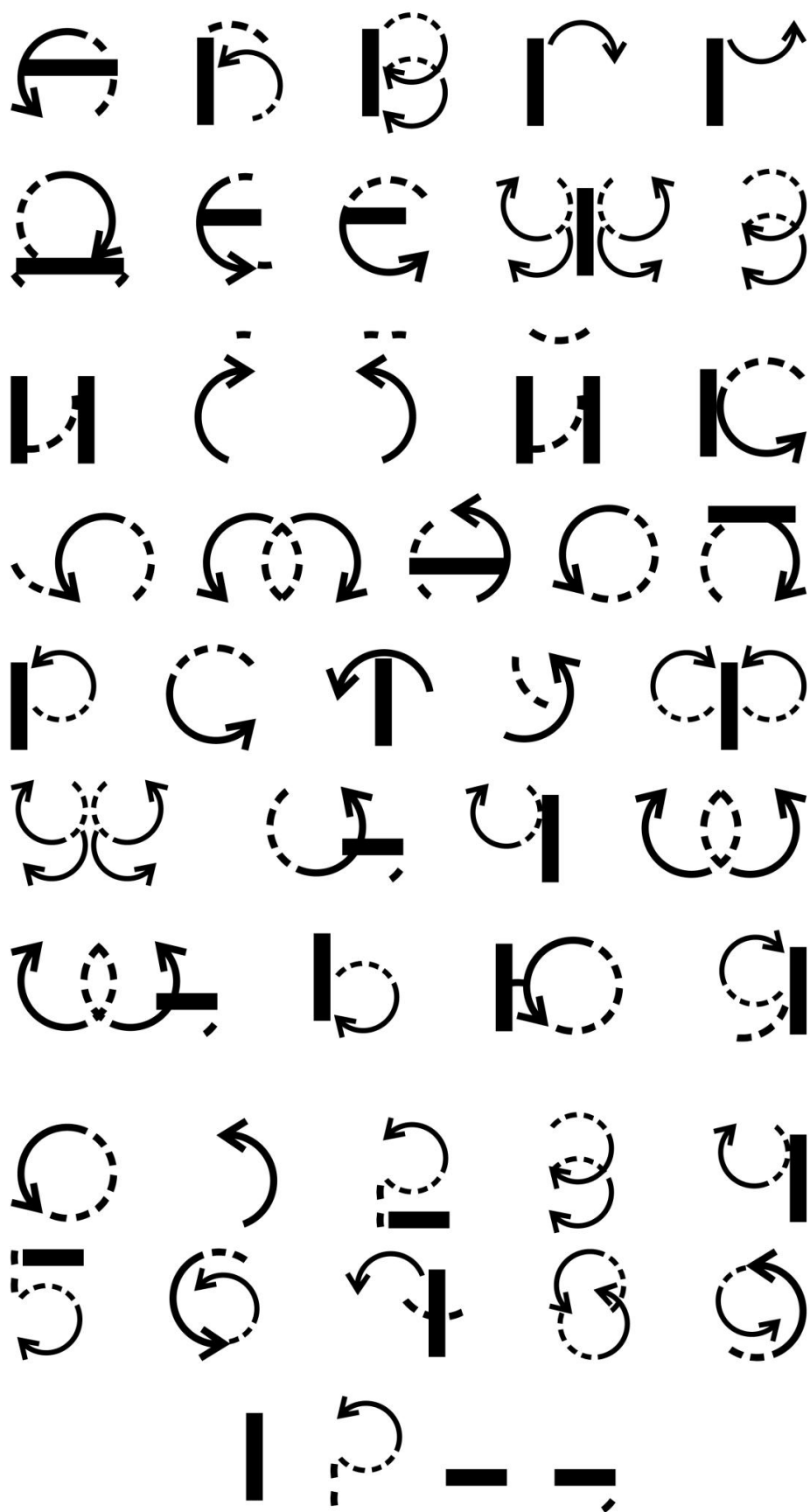
Іл. Б1

Автор: Гончарова В.С. 2026



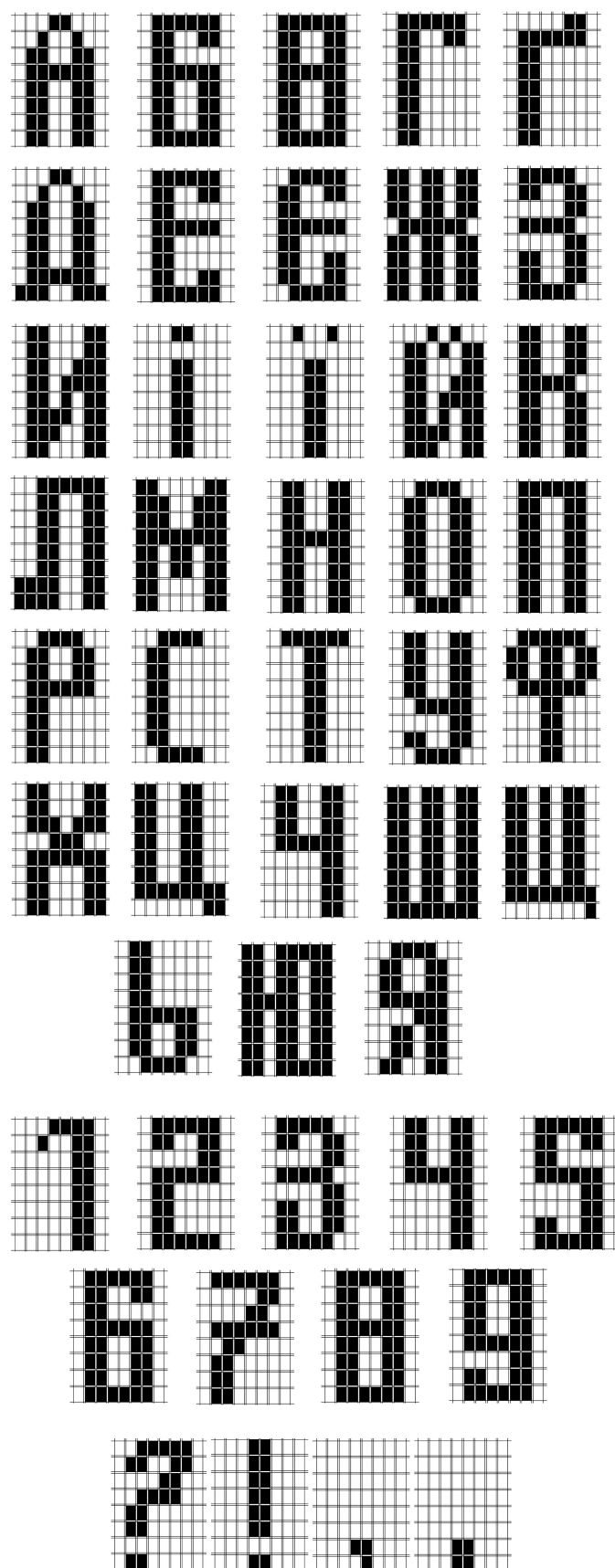
Л. Б2

Автор: Гончарова В.С. 2026



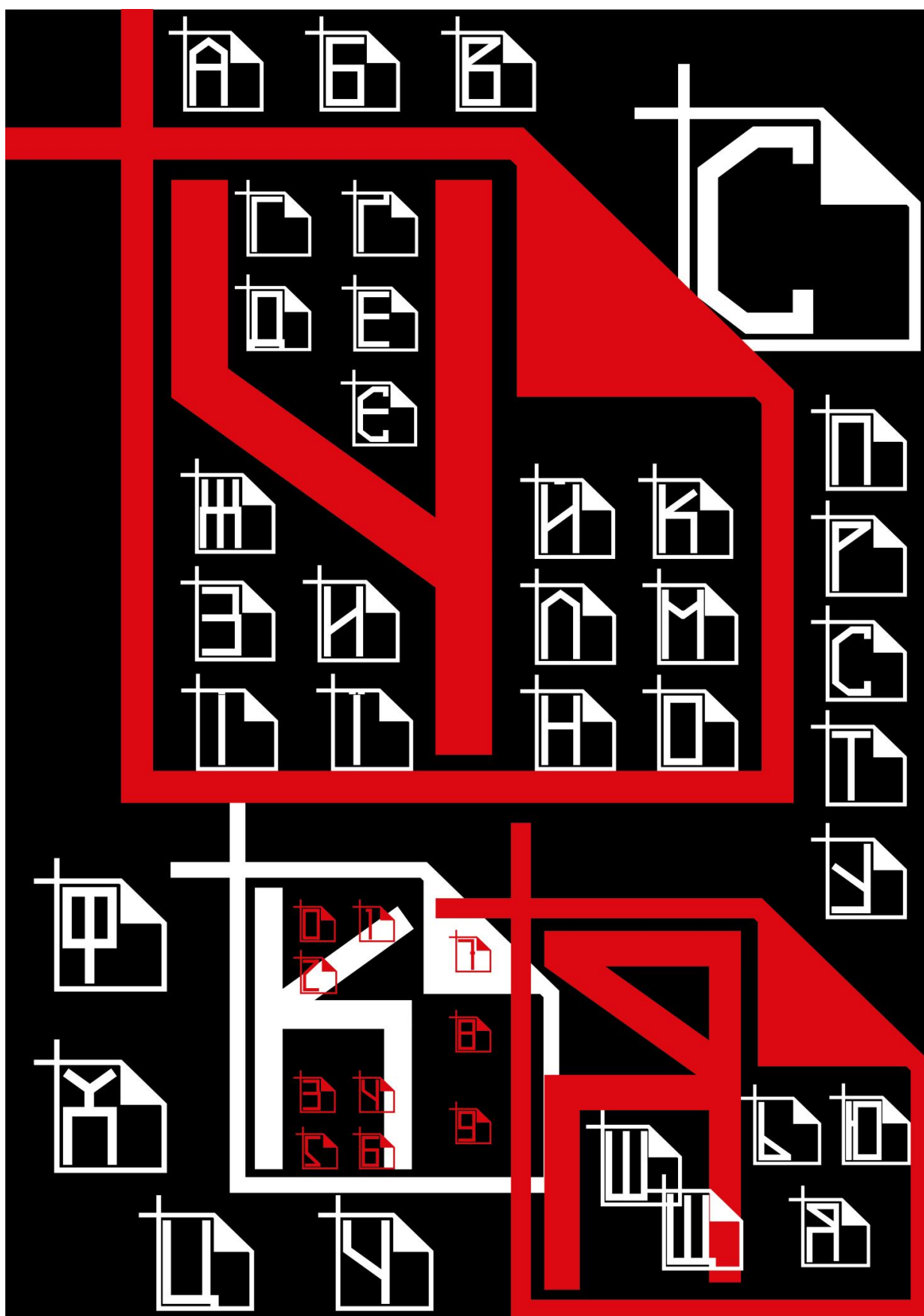
Ил. БЗ

Автор: Гончарова В.С. 2026



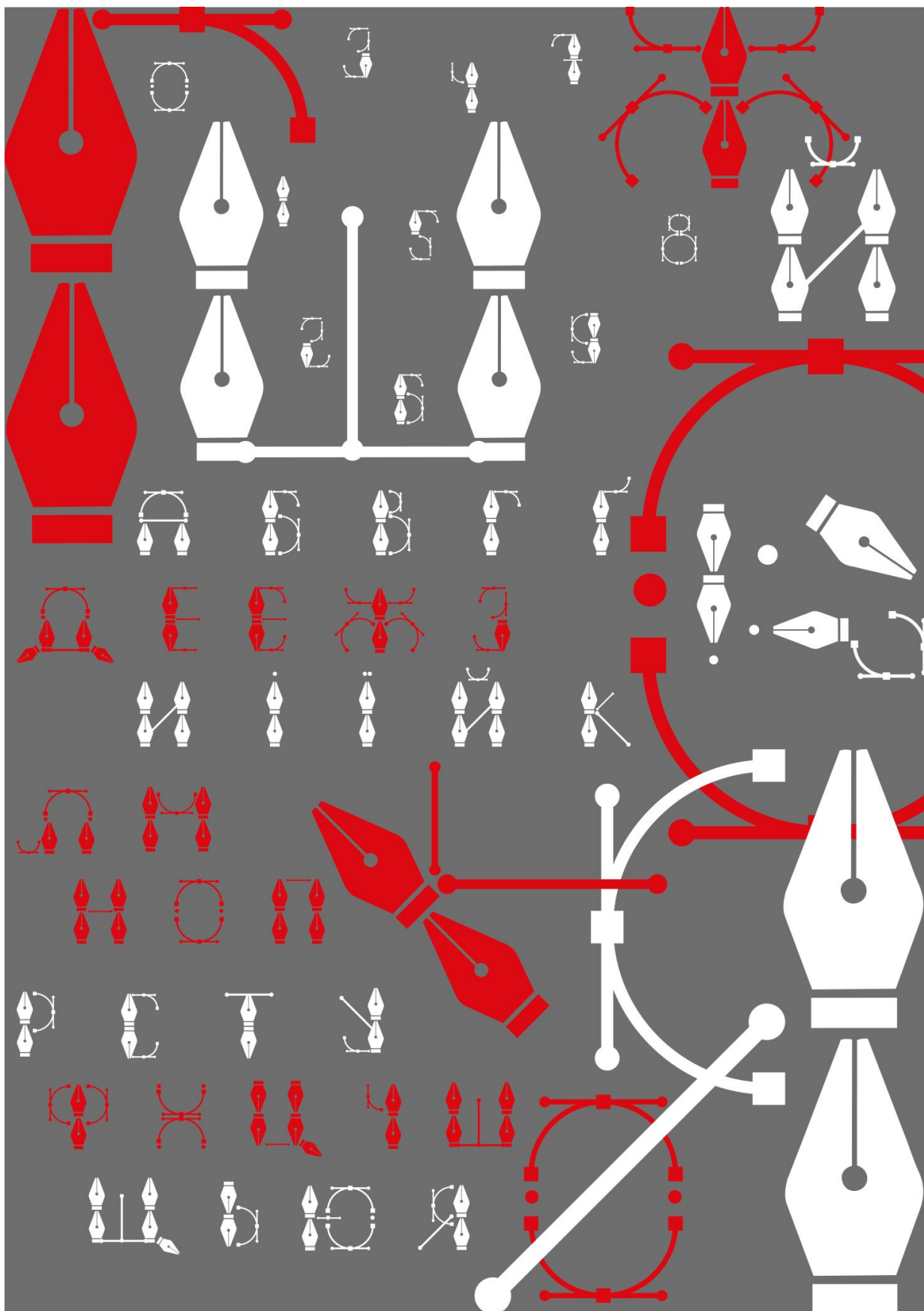
Ил. Б4

Автор: Гончарова В.С. 2026



Ил. Б5

Автор: Гончарова В.С. 2026



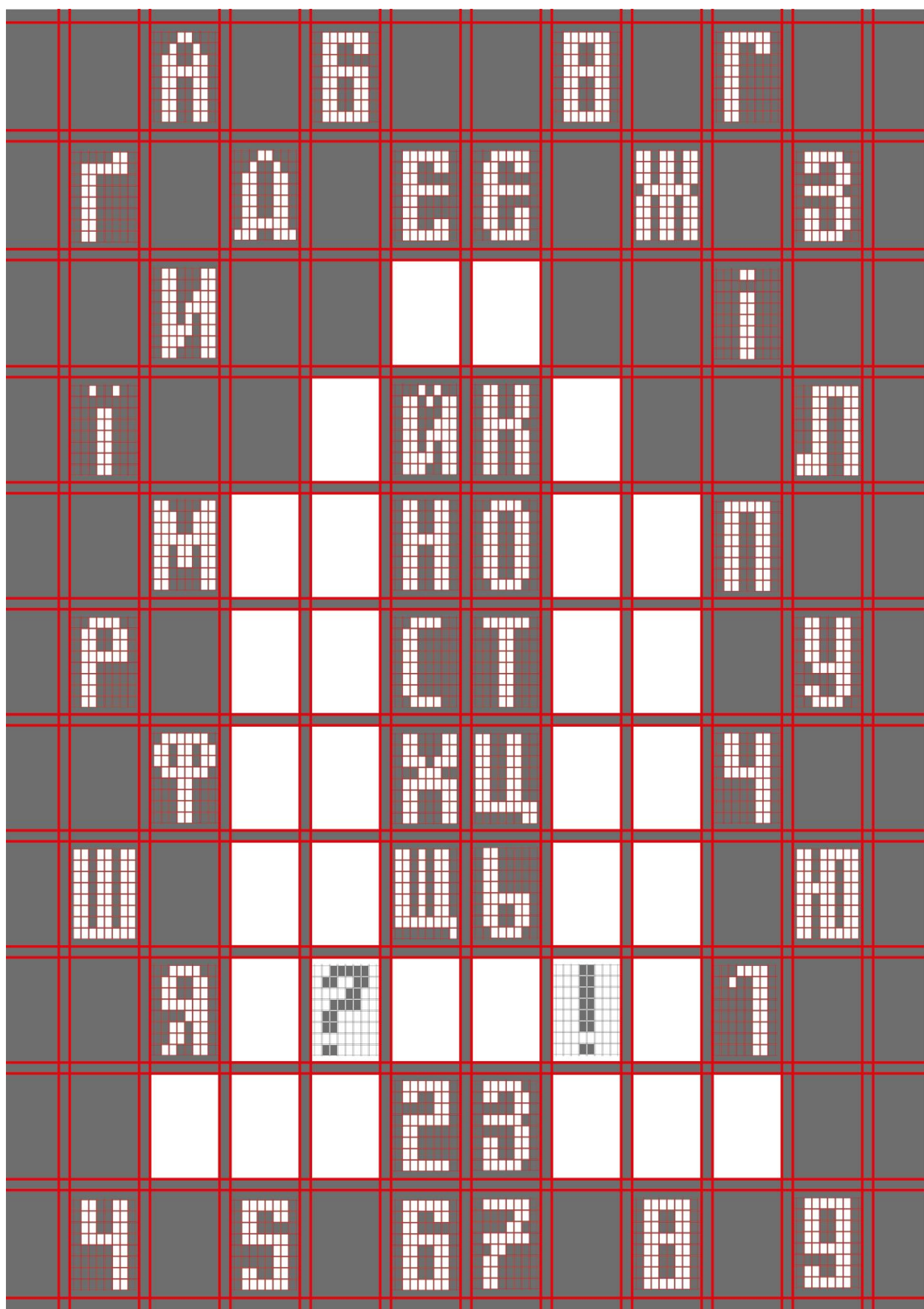
Ил. Б6

Автор: Гончарова В.С. 2026



Ил. Б7

Автор: Гончарова В.С. 2026



Ил. Б8

Автор: Гончарова В.С. 2026