

УДК 741.6:659.4(477):008

DOI <https://doi.org/10.32782/facs-2025-1-59>

Юрій СОСНИЦЬКИЙ

кандидат мистецтвознавства, доцент, член спілки художників України, доцент кафедри образотворчого мистецтва та дизайну факультету архітектури, дизайну та образотворчого мистецтва, Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, вул. Маршала Бажанова, 17, м. Харків, Україна, 61002

ORCID: 0000-0003-2463-6903

Scopus-Author ID: 57367669600

Бібліографічний опис статті: Сосницький, Ю. (2025). Типографіка як інструмент соціальної комунікації в українському плакатному мистецтві. *Fine Art and Culture Studies*, 1, 422–429, doi: <https://doi.org/10.32782/facs-2025-1-59>

ТИПОГРАФІКА ЯК ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В УКРАЇНСЬКОМУ ПЛАКАТНОМУ МИСТЕЦТВІ

Мета роботи спрямована на аналіз ролі типографіки як інструменту соціальної комунікації в українському плакатному мистецтві. Основна увага приділена виявленню закономірностей використання шрифтових рішень у формуванні ефективних соціальних меседжів, їх впливу на емоційне сприйняття аудиторією та підтримку когнітивного розуміння інформації. Дослідження охоплює еволюцію типографічних рішень у соціальних плакатах, простежуючи їхню трансформацію під впливом історичних подій, соціально-політичних змін, культурних наративів та технологічного прогресу. Розглянуто шрифтові стилі, їхню семантику, емоційний вплив та функціональність у контексті плакатної комунікації. У статті систематизовано основні категорії типографічних рішень у соціальних плакатах: агресивні, ніжні, динамічні та ретро-шрифти, визначено їхню роль у передачі емоційних та ідеологічних меседжів. Проаналізовано взаємозв'язок між типографікою, кольоровими рішеннями та композиційною структурою плакатів, що формують візуальну ритміку й сприяють ефективності соціальної мобілізації. Методологія дослідження ґрунтується на міждисциплінарному підході, який поєднує мистецтвознавчий, культурологічний, семіотичний та когнітивний аналіз. Це дозволило визначити типографіку не лише як графічний елемент, а й як знакову систему, що впливає на сприйняття та інтерпретацію соціальних меседжів. Використано порівняльний аналіз історичних і сучасних соціальних плакатів, що дало змогу виявити тенденції розвитку шрифтових стилів та їхню адаптацію до нових медіаформатів. Наукова новизна дослідження полягає у визначенні типографіки як автономного і впливового засобу соціальної комунікації, здатного формувати культурні коди, мобілізувати громадську думку, створювати візуальні наративи та сприяти формуванню національної ідентичності. Окремлено сучасні тенденції використання типографіки у цифрових медіа, включаючи інтерактивні та анімовані шрифти, які змінюють способи сприйняття соціальних плакатів. Висновки підкреслюють важливість інтеграції типографічних прийомів із візуальними стратегіями для створення ефективних соціальних меседжів. Результати дослідження можуть бути використані у сфері графічного дизайну, соціальної реклами та мистецтвознавства для глибшого розуміння ролі типографіки у візуальній комунікації.

Ключові слова: соціальний плакат, типографіка, шрифтовий дизайн, соціальна комунікація, візуальна культура, когнітивний вплив, культурна семантика.

Yurii SOSNYTSKYI

PhD in Art, Associate Professor, member of the Union of Artists of Ukraine, Associate Professor at the Department of Fine Arts and Design, Faculty of Architecture, Design, and Fine Arts, O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv, 17 Marshal Bazhanov Str., Kharkiv, Ukraine, 61002

ORCID: 0000-0003-2463-6903

Scopus-Author ID: 57367669600

To cite this article: Sosnytskyi, Yu. (2025). Typohrafika yak instrument sotsialnoi komunikatsii v ukrainskomu plakatnomu mystetstvi. [Typography as a tool of social communication in Ukrainian poster art]. *Fine Art and Culture Studies*, 1, 422–429, doi: <https://doi.org/10.32782/facs-2025-1-59>

TYPOGRAPHY AS A TOOL OF SOCIAL COMMUNICATION IN UKRAINIAN POSTER ART

The article explores the role of typography as a key tool for social communication in Ukrainian poster art from 1918 to 2025. The research focuses on the analysis of typographic solutions that shape effective social messages, enhance emotional impact on audiences, and support cognitive perception of information. The study examines the aesthetic, semiotic, and functional aspects of typographic design, highlighting its role in establishing a strong text-visual interaction that underpins effective social communication. Through the historical and contemporary evolution of Ukrainian social posters, the research reveals how typographic practices have transformed under the influence of socio-political changes, cultural shifts, and technological advancements. Particular attention is given to the use of aggressive, delicate, dynamic, and retro-inspired fonts, each of which conveys specific emotional and ideological messages, influencing public perception and social mobilization. The methodology of the research is based on an interdisciplinary approach, integrating art criticism, cultural studies, semiotic analysis, and cognitive psychology. This comprehensive framework enables the identification of key typographic patterns and their role in reinforcing the emotional expressiveness and communicative power of social posters. The study includes a comparative analysis of historical and modern posters, content analysis of typographic elements, and the interpretation of fonts as cultural codes that reflect collective identities and values. By examining the interaction between typography, color schemes, and visual compositions, the research provides insights into how typographic choices can evoke emotional responses, shape cognitive associations, and enhance the effectiveness of social messaging. The scientific novelty of the study lies in defining typography as an independent and influential means of social communication capable of shaping cultural narratives, mobilizing public opinion, and fostering national identity. The conclusions emphasize the importance of integrating typographic techniques with visual strategies to create impactful social messages that resonate emotionally with audiences, promote civic engagement, and contribute to the formation of social consciousness. The findings highlight the need for further exploration of the psychological and cultural dimensions of typographic design in social posters, particularly in the context of modern digital communication and global socio-political challenges.

Key words: social poster, typography, typographic design, social communication, visual culture, cognitive impact, cultural semantics.

Актуальність проблеми. У сучасному українському плакатному мистецтві типографіка виступає не просто засобом передачі текстової інформації, а трансформується в потужний інструмент соціальної комунікації, здатний впливати на суспільну свідомість, формувати ціннісні орієнтири та активізувати громадську думку. В умовах глобалізації інформаційних потоків та посилення ролі візуальної культури в комунікаційних процесах, саме типографічні елементи набувають особливого значення для конструювання національної ідентичності, мобілізації соціальних рухів і підтримки культурної пам'яті. Зважаючи на те, що українське плакатне мистецтво розвивалося в умовах різних історичних, політичних і культурних контекстів, важливим завданням є аналіз еволюції типографічних рішень, які не лише відображають естетичні тенденції свого часу, а й слугують індикаторами соціальних трансформацій та ідеологічних наративів.

Мета дослідження полягає у виявленні ролі типографіки як інструменту соціальної комунікації в українському плакатному мистецтві, що дозволяє простежити, яким чином шрифтові рішення впливають на ефективність соціальних меседжів, сприяють їх емоційній виразності та когнітивному сприйняттю. Осо-

бливу увагу приділено аналізу типографічних прийомів у їх історичній динаміці, що охоплює період від 1918 до 2025 року, коли плакат виступав не лише художнім, а й політичним і соціокультурним феноменом, здатним реагувати на виклики часу.

Методологія дослідження ґрунтується на міждисциплінарному підході, що інтегрує мистецтвознавчий, культурологічний, семіотичний та когнітивний аналіз, що дає змогу розглядати типографіку не тільки як елемент дизайну, а й як важливу складову візуальної комунікації. Аналіз здійснюється на основі контентного дослідження значної кількості українських соціальних плакатів різних історичних періодів, що дозволяє виявити закономірності у використанні шрифтових стилів, їхню взаємодію з іншими візуальними елементами, а також вплив на формування емоційно-змістовного навантаження. Порівняльний аналіз історичних і сучасних плакатів дає змогу простежити трансформацію типографічних практик під впливом соціально-політичних змін і технологічних інновацій. Застосування семіотичного підходу дозволяє інтерпретувати шрифтові елементи як знакові системи, що формують культурні коди, а когнітивний аналіз сприяє розумінню того, як типографіка впливає на емоційні

реакції аудиторії та ефективність сприйняття соціальних меседжів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Ця стаття є продовженням дослідження щодо питання ролі типографіки у соціальній комунікації українського плакатного мистецтва (Сосницький Ю., 2025). Типографіка як складова текстоно-візуальної взаємодії соціального плаката є важливим інструментом для формування соціальних наративів, стимулювання суспільних дискусій та впливу на когнітивне сприйняття. Це підтверджується дослідженням Ісмайлової М. (2019), яка акцентує увагу на впливі шрифтового дизайну на сприйняття повідомлень у соціальних плакатах, розглядаючи типографіку як інструмент культурного вираження.

Значення шрифтових експериментів для створення ефективних плакатів, що привертають увагу до соціально важливих тем, підкреслюється у роботі «Використання сучасних методів шрифтового дизайну в соціальному плакаті» (Гальчинська О., Чупріна А., Басанець Ю., Мусієнко В., Осипчук М., 2022). Дослідники аналізують взаємозв'язок між естетикою та функціональністю шрифтового оформлення, наголошуючи на необхідності досягнення балансу для забезпечення ефективно-візуальної комунікації.

Важливість історичного контексту у формуванні типографічних рішень демонструє дослідження Яремчук О. (2013) «Шрифтовий плакат у системі поліграфічного дизайну», де розглянуто еволюцію шрифтових стилів в українських соціальних плакатах від радянських часів до сучасності. Авторка аналізує вплив соціально-політичних змін на трансформацію типографіки.

Вплив сучасних технологій на формування новітніх шрифтових рішень у соціальних і політичних плакатах досліджено у роботі «Типографічна еволюція в контексті сучасних соціальних викликів» (Мудаліге К., 2023), де автор акцентує увагу на використанні експериментальних шрифтів, які підсилюють комунікаційний ефект завдяки візуальній метафоричності та емоційній виразності.

Значення взаємозв'язку між типографікою та колористикою у створенні сильних візуальних меседжів розкрито у дослідженні «Колір і шрифтовий дизайн в українських плакатах

XXI століття» (Локтіонов С., 2024). Автор підкреслює важливість мінімалістичних рішень і контрастної палітри для посилення емоційного впливу плакатів.

Таким чином, сучасні дослідження підтверджують, що типографіка у соціальних плакатах виконує не лише інформаційну функцію, але й стає важливим засобом емоційного та культурного впливу, сприяючи формуванню національної ідентичності, соціальної мобілізації та ефективній візуальній комунікації.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Шрифтовий дизайн у соціальних плакатах є невід'ємним елементом соціальної мобілізації, оскільки поєднує естетичну привабливість, емоційний вплив і семантичну насиченість. Від історичних зразків до сучасних цифрових плакатів шрифтовий дизайн слугує мостом між повідомленням і аудиторією, створюючи умови для рефлексії, солідарності та дії. Завдяки своїй здатності викликати емоційний і когнітивний відгук, типографіка у плакатах залишається ефективним інструментом соціальної комунікації в різних культурних і соціальних контекстах. Типографіка у сучасних українських плакатах виконує складні і багатофункціональні завдання, поєднуючи естетичний, емоційний і когнітивний вплив, формуючи текстоно-візуальну взаємодію, яка є основою ефективного соціального послання. Інтеграція емоційного впливу, читабельності, контрасту, семантики та соціальної мобілізації у шрифтовому дизайні забезпечує успіх сучасних українських плакатів у їхній комунікації з аудиторією.

На основі ретельного аналізу значного обсягу історичних та сучасних соціальних українських плакатів було створено таблицю під назвою «Типографіка в соціальних комунікаціях: історичний і сучасний підходи». В цій таблиці систематизовано чотири ключові аспекти типографіки – емоційний вплив, функціональність і читабельність, контраст і динаміка, а також інтерактивність і культурна семантика. Для кожного з аспектів визначено їх основні характеристики та засоби реалізації, диференційовані відповідно до використання в історичних і сучасних соціальних плакатах. Така структура дозволяє простежити еволюцію типографічних прийомів у соціальній рекламі, виявити специфіку типографіки як засобу текстоно-візуальної взаємодії, а також глибше зро-

зуміти роль типографіки у формуванні естетичного, когнітивного та емоційного впливу на аудиторію. Таблиця слугує не лише інструментом порівняльного аналізу, але й методологічним підґрунтям для подальших досліджень типографіки в соціальних комунікаціях.

Порівняльний аналіз типографіки в соціальних українських плакатах показав, що її використання суттєво змінювалося залежно від історичного періоду, соціокультурного контексту та технологічних можливостей. Виявлено, що історичні плакати, створені в періоди індустріалізації, політичних змін або соціальних потрясінь, вирізняються більшою стандартизацією та функціональною спрямованістю. В них домінували прості, легко читаемі шрифти, які підкреслювали ідеологічний зміст повідомлень. Вони слугували для широкого поширення інформації, часто серед аудиторії з різним рівнем освіти, тому ключовими характеристиками типографіки були читабельність і чіткість. Прості кольорові палітри акцентували увагу на ключових текстових елементах, що сприяло швидкому сприйняттю інформації.

Водночас, сучасні соціальні плакати демонструють розширення типографічних засобів,

відображають глобальні тренди та адаптацію до цифрових форматів комунікації, орієнтовані на багатошарову комунікацію, яка враховує розмаїття платформ і медіа. Вони інтегрують більш складні типографічні рішення, в яких задіяні варіативні шрифти, контрастні комбінації кольорів і динамічні макети тексту. Виявлено, що в сучасних плакатах часто застосовуються інтерактивні елементи (QR-коди), що дозволяють тексту виконувати не лише інформативну, а й інтерактивну функцію, адже такі підходи відображають нові вимоги цифрової епохи, де плакат виконує роль інструменту миттєвого залучення уваги аудиторії.

Історичні засоби акцентували на функціональності типографіки, мінімалізмі та чіткому логічному розташуванні тексту, що забезпечувало гармонію між текстовими й візуальними елементами. Сучасні плакати, навпаки, надають перевагу експресивності, грайливості шрифтів і поєднанню різних стилів для створення унікального емоційного впливу: контрастність сучасних плакатів досягається через сміливі шрифтові рішення, які підсилюють динаміку композиції. Порівняння також виявило зміни в культурній семантиці типографіки. У минулому текст часто базувався на архетипічних

Таблиця 1

Типографіка в соціальних комунікаціях: історичний і сучасний підходи

№ з/п	Аспект	Характеристики	Засоби	
			історичні плакати	сучасні плакати
1.	Емоційний вплив	Викликає емоційний відгук, підсилює ідеологічне або соціальне повідомлення. Впливає на когнітивну реакцію аудиторії через форму та шрифт.	чіткі та масивні шрифти для передачі сили та важливості (плакати радянської епохи); однотонні або контрастні кольори, що підсилюють драматичний ефект.	Авангардні та гнучкі шрифти для створення емоційного контексту. Інтерактивні елементи (QR-коди) для посилення емоційної прив'язки.
2.	Функціональність і читабельність	Забезпечує зручність сприйняття тексту. Орієнтований на інформативність.	Строгий поділ текстових блоків, використання капіталізації. Простий і чіткий шрифт, зручний для читання на великих відстанях.	Використання модульних сіток для розміщення тексту. Інтеграція цифрових шрифтів, які адаптуються під різні платформи.
3.	Контраст і динаміка	Створення візуального напруження або гармонії через контраст елементів. Динамічні форми для привернення уваги.	Контраст між шрифтами; акцент на кольоровому контрасті між текстом і фоном.	Динамічні анімаційні шрифти в цифрових плакатах. Контраст розмірів і форм для створення фокусних точок.
4.	Інтерактивність і культурна семантика	Адаптація до культурних асоціацій і символів. Інтерактивні елементи для підвищення взаємодії.	Апеляція до культурно-історичних архетипів через текст. Знайомі шрифти для зміцнення ідеологічного повідомлення.	Інтерактивна типографіка, що реагує на дії користувача. Врахування мультикультурних контекстів через універсальні шрифти.

Джерело: сформовано на основі досліджень автора.

ідеях, зрозумілих для конкретного соціального середовища. В сучасних плакатах типографіка більш глобалізована, із тенденцією до використання універсальних символів, що адаптуються до різних культурних контекстів. Це відкриває можливості для залучення ширшої аудиторії, однак може втрачати певну локальну специфіку. Таким чином, проведений аналіз показав, що типографіка в українських соціальних плакатах демонструє значну трансформацію від строгої функціональності до гнучкої адаптивності. Як було визначено, шрифти є не лише технічним елементом дизайну, але й потужним засобом комунікації, що здатен формувати стиль, настрій і навіть змінювати сенс повідомлення, тому доцільно розглянути *типи шрифтів* у соціальних плакатах. Правильний вибір шрифтів дозволяє підсилити смислове навантаження тексту, зробити акцент на певних аспектах повідомлення та викликати у глядача необхідні емоції. Типографіка стає інструментом, який не лише передає інформацію, але й сприяє створенню емоційного зв'язку між плакатом і аудиторією.

Усі проаналізовані плакати доводять, що шрифт є не лише технічним, а й семіотичним інструментом, виконує роль посередника між зображенням і текстом, сприяючи передачі емоційного та ідеологічного посилу. Використання шрифту дозволяє художнику втілити концептуальний задум, підсилюючи його вплив через гармонію форми, кольору й змісту. Шрифт виступає як візуальний знак, який може посилити або навіть замінити інші елементи графічного дизайну, передаючи емоційний тон та семантичний зміст.

Усі аналітичні спостереження бузуються на ґрунтовному аналізі великої кількості українських соціальних плакатів, створених у період з 1918 до 2025 року. Дослідження, що охоплює різні історичні епохи – від доби Української Народної Республіки, крізь радянський період і пострадянські трансформації до сучасних глобальних викликів, – дозволило виявити сталі візуальні патерни та закономірності у використанні шрифтів. Ці закономірності не лише відображають естетичні тенденції свого часу, але й слугують індикаторами соціально-політичних настроїв, що змінювалися під впливом історичних подій, культурних трансформацій і технологічних новацій, формуючи унікальну

типографічну мову українського соціального плакату.

Агресивні шрифти, що нерідко стають візуальним еквівалентом гучного заклику чи тривожного сигналу, активно використовуються для привернення уваги до критично важливих соціальних проблем, попереджень або закликів до негайної дії. Їхня естетика ґрунтується на різких, чітко окреслених лініях, значному контрасті між елементами літер і потужній візуальній масі, що разом створює ефект напруги та відчуття невідворотної загрози. У контексті плакатного мистецтва, особливо на теми війни чи насильства, такі шрифти не лише акцентують увагу на драматичності зображуваного, але й підсвідомо спонукають глядача до рефлексії й активних дій, формуючи відчуття невідкладності. Поєднання з кольоровими акцентами, такими як червоний чи чорний, поглиблює цей ефект, оскільки ці кольори мають потужний символічний заряд, асоціюючись із небезпекою, агресією або ультимативністю висловлювання.

Ніжні шрифти, навпаки, виступають візуальним кодом м'якості, підтримки й турботи, втілюючи емоційний комфорт через плавність контурів, округлість форм і гармонійність ліній. Такі типографічні рішення, які часто зустрічаються в соціальних плакатах, присвячених питанням охорони здоров'я, благодійності чи психологічної підтримки, створюють атмосферу довіри та емпатії. Використання пастельної палітри – ніжних блакитних, рожевих або теплих кремових відтінків – посилює відчуття затишку, надаючи тексту не лише інформативної, а й емоційно підтримувальної функції. У поєднанні з легкими, рукописними або витонченими лаконічними шрифтами такі композиції формують візуальну мову, що промовляє до глядача з м'якістю, запрошуючи до роздумів і співпереживання.

Динамічні шрифти, своєю чергою, відображають ідею руху, змін і життєвої енергії, часто стаючи ключовим елементом у візуальних стратегіях, орієнтованих на мотивуючі або спортивні теми. Їхні нахилені форми, експресивні деталі, асиметричність і ритмічна нерівномірність створюють ефект постійної дії, немовби текст перебуває у стані руху разом із глядачем, що споглядає плакат. Яскраві кольорові акценти, що супроводжують такі шрифти, під-

креслюють відчуття енергії, оптимізму й рішучості, формуючи образи, які закликають не лише спостерігати, а й діяти. У цьому випадку типографіка стає не просто носієм інформації, а живою частиною наративу, що взаємодіє з емоційним полем глядача, змушуючи його відчувати імпульс змін.

Ретро-шрифти або стилізовані під певну епоху форми можуть використовуватись для створення асоціацій із конкретним історичним чи культурним контекстом, що дозволяє підкреслити ідею зв'язку з традиціями, історичною пам'яттю та національною ідентичністю. У плакатах, що апелюють до національної спадщини, такі шрифти стають не лише естетичним елементом, а й інструментом, здатним викликати в глядача відчуття належності до певної історичної спільноти. Вони формують візуальні коди, які, навіть без додаткових зображень, можуть викликати асоціації з певними епохами, політичними рухами чи культурними феноменами.

Вибір шрифтів у соціальних плакатах не є випадковим і значною мірою залежить від їхньої взаємодії з іншими елементами композиції. У випадках, коли текст виконує домінуючу функцію, шрифт має бути водночас виразним і читабельним, забезпечуючи баланс між емоційним впливом і точністю передачі інформації. Якщо ж текст інтегрується в загальну візуальну структуру, він може бути менш акцентованим, проте все одно залишатися важливим для підтримання емоційної тональності. Таким чином, шрифт стає не просто графічною формою, а семіотичним маркером, здатним встановлювати глибокий емоційний зв'язок із глядачем. Шрифт може виконувати різні функції: бути основою концептуального образу, підкреслювати національний контекст, акцентувати увагу на головному меседжі або інтегруватися в загальну композицію як емоційний підсилувач. Його роль може змінюватися залежно від поставленої комунікативної мети: інколи він виступає домінуючим елементом, інколи — невидимим «посередником» між зображенням і глядачем.

Нейтральні шрифти без декоративних елементів дозволяють сконцентрувати увагу на змісті повідомлення, мінімізуючи візуальний шум. Вони створюють ефект легкості, забезпечують зручність читання та водночас залиша-

ють достатньо простору для взаємодії з графічними компонентами. У той час як декоративні або стилізовані шрифти можуть підкреслювати емоційний характер тематики, надаючи плакату глибини та змістовності.

Шрифт також може виступати культурним містком, інтегруючи традицію та сучасність. Такі типографічні рішення створюють діалог між минулим і сучасним, де історичні форми набувають нового змісту в актуальному контексті. Це дозволяє не лише зберігати культурну спадщину, але й переосмислювати її через сучасні візуальні практики.

Недбалий, рукописний характер шрифтів здатен передавати особистий, емоційний посыл, створюючи ефект чесності та відкритості, що викликає довіру в аудиторії. Залучення великих, нерівних шрифтів сприяє персоналізації звернення, активізуючи емоційний зв'язок між текстом і глядачем. Акценти кольором можуть додатково підкреслювати ключові слова, залучаючи читача до особистої участі та формуючи відчуття діалогу.

Поєднання декоративних шрифтів із графічними елементами дозволяє створити легкість і позитивний настрій, підкреслюючи простоту або важливість певної дії. Контрастні поєднання кольорів посилюють енергетичний вплив повідомлення, роблячи його більш виразним і запам'ятовуваним. Така типографіка здатна не лише інформувати, а й мотивувати до дій, апелюючи до емоційних аспектів сприйняття.

Шрифти з грубими або неохайними лініями передають драматичний і напружений тон, акцентуючи увагу на терміновості або важливості проблеми. Використання агресивних кольорів, таких як червоний, у поєднанні з подібними шрифтами створює потужні емоційні тригери, що викликають відчуття тривоги, протесту або заклику до негайної дії. Такі шрифти ефективно працюють у контексті соціальних кампаній, орієнтованих на проблематику насильства, війни чи соціальної несправедливості.

Класичні шрифти з чіткими, врівноваженими лініями передають відчуття впевненості, стабільності та традиційності. Вони сприяють створенню довіри до повідомлення, підкреслюючи його авторитетність і важливість. Гармонійне поєднання шрифту з кольоровою гамою підтримує позитивний або нейтральний тон,

що актуально для інформаційних або освітніх плакатів.

Сучасні геометричні шрифти із чіткими, прямими лініями створюють ефект різкості, що може викликати емоції протесту, неспокою або виклику. Їхнє використання часто супроводжується контрастними кольорами, які підсилюють агресивність або напруженість композиції. У поєднанні з графічними символами вони здатні транслювати ідеї спротиву, мобілізації чи соціального конфлікту.

Коміксові шрифти додають динаміки та енергії до візуального послання. Їхні загострені форми й акцентовані лінії створюють відчуття руху та емоційної напруги, підкреслюючи драматизм або агресивність меседжу. Яскраві кольорові елементи в тексті можуть посилювати цей ефект, фокусуючи увагу на ключових аспектах повідомлення.

Таким чином, шрифт у соціальному плакаті є не просто засобом передачі текстової інформації, а потужним інструментом візуальної комунікації, здатним формувати емоційний настрій, підсилювати змістове навантаження та впливати на сприйняття аудиторією. Його вибір і стилістичне оформлення визначають ефективність плакату, забезпечуючи гармонію між візуальними й текстовими елементами та досягаючи бажаного комунікативного ефекту. На основі детального аналізу текстово-візуальної комунікації у соціальних плакатах різних тематик, а також із врахуванням сучасних наукових підходів і досліджень, було створено таблицю 2, яка систематизує використання шрифтів як важливого елемента графічного дизайну. Таблиця демонструє, як стиль шрифту визначає емоційний вплив та сприйняття тексту в різних тематичних напрямках, підкреслюючи

ключову роль шрифтів у посиленні основного меседжу плакату, враховуючи їхню адаптацію до соціального контексту та специфіки комунікації. Ця систематизація слугує основою для подальшого вивчення ролі типографіки у візуальних медіа

Висновки і перспективи подальших досліджень. У результаті проведеного дослідження було встановлено, що типографіка в українському плакатному мистецтві виступає не лише технічним елементом графічного дизайну, а й потужним інструментом соціальної комунікації, здатним формувати емоційний, когнітивний та культурний вплив на аудиторію. Аналіз соціальних плакатів, створених у період з 1918 до 2025 року, дозволив виявити еволюцію типографічних рішень під впливом соціально-політичних трансформацій, технологічного прогресу та змін у культурних наративах. Встановлено, що типографіка є важливим засобом візуальної експресії, здатним передавати соціальні меседжі з високою емоційною насиченістю, підсилюючи ідеологічний та інформаційний вплив плакатів. Особливу увагу було приділено взаємозв'язку між типографікою, кольоровими рішеннями та композиційною побудовою, що дозволяє досягти максимальної ефективності у сприйнятті соціальних меседжів. Агресивні, ніжні, динамічні та ретро-шрифти виявились не просто стилістичними засобами, а складовими частинами культурного коду, які забезпечують вплив на емоційну сферу глядача та сприяють формуванню суспільних настанов.

Перспективи подальших досліджень полягають у поглибленому аналізі психологічних аспектів сприйняття типографічних елементів у соціальних плакатах, зокрема щодо вивчення

Таблиця 2

Шрифти як елемент текстово-візуальної комунікації

№ з/п	Стиль шрифту	Роль та вплив	Тематика
1.	Агресивні	почуття тривоги, напруги або попередження; привернення уваги до серйозних / небезпечних тем.	Антивоєнні кампанії, соціальні вади, права людини
2.	Ніжні	підтримка, ніжність або спокій; довіра та емпатія; підкреслення позитивного настрою.	Соціальний захист, медична допомога, культурний розвиток.
3.	Ретро	звернення до традицій або минулого; підкреслення історичного або культурного контексту, зв'язок із певною епохою.	Національна ідентичність, культурний розвиток, історичні події.
4.	Динамічні	відчуття руху, енергії та активності; підкреслення динаміки та закликів до дії.	Заклики до дій, екологічна свідомість, молодіжні ініціативи.

Джерело: сформовано на основі досліджень автора.

впливу шрифтових рішень на зміну поведінкових моделей аудиторії. Важливим напрямом є дослідження інтерактивної типографіки у цифрових медіа, що відкриває нові можливості для соціальної комунікації в умовах глобальної цифровізації. Окрім того, доцільним є порівняльний аналіз типографічних практик в українському та міжнародному контекстах,

що дозволить виявити універсальні тенденції та локальні особливості у використанні шрифтів для формування соціальних меседжів. Подальші дослідження можуть також охоплювати аналіз впливу культурної семантики типографіки на різні соціальні групи, враховуючи регіональні, національні та глобальні контексти.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Гальчинська О., Чупріна А., Басанець Ю., Мусієнко В., Осипчук М. Використання сучасних методів шрифтового дизайну в соціальному плакаті // Актуальні проблеми сучасного дизайну: зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 27 квітня 2022 р.). Т. 2. Київ : КНУТД, 2022. С. 58–61. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/21089/1/APSD_2022_V2_P058-061.pdf.
2. Ісмайлова М. С. Візуально-образна мова типографіки у дизайні поліграфічних видань періоду раннього модернізму : автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства : 17.00.07 / Харківська державна академія дизайну і мистецтв. Харків, 2019. 24 с.
3. Локтіонов С. Колір і шрифтовий дизайн в українських плакатах XXI століття // Актуальні проблеми гуманітарних наук. 2024. Вип. 71, ч. 2. С. 98–104. URL: https://www.aphn-journal.in.ua/archive/71_2024/part_2/18.pdf.
4. Мудаліге К. Типографічна еволюція в контексті сучасних соціальних викликів // Художня промисловість і дизайн. 2023. Вип. 1. С. 27–50. URL: <https://visnik.org.ua/pdf/HUDPROM-1-2023-MUDALIGE-27-50.pdf>.
5. Сосницький Ю. О. До питання ролі типографіки у соціальній комунікації українського плакатного мистецтва // Матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. «Science in the Modern World: Innovations and Challenges» (23–25 січня 2025 р., Торонто, Канада). Toronto : Perfect Publishing, 2025. С. 436–440. ISBN 978-1-4879-3790-4.
6. Яремчук О. Шрифтовий плакат у системі поліграфічного дизайну // Українська академія мистецтва. 2013. Вип. 20. С. 114–117. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LIN&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&S21P03=FILA=&S21STR=Uam_2013_20_17.

REFERENCES:

1. Halchynska, O., Chuprina, A., Basanets, Yu., Musiienko, V., & Osypchuk, M. (2022). Vykorystannia suchasnykh metodiv shryftovoho dyzainu v sotsialnomu plakati [Application of Modern Typographic Design Methods in Social Posters]. In Actual Problems of Modern Design: Proceedings of the IV International Scientific and Practical Conference (Kyiv, April 27, 2022) (Vol. 2, pp. 58–61). Kyiv : Kyiv National University of Technologies and Design. Retrieved from https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/21089/1/APSD_2022_V2_P058-061.pdf.
2. Ismailova, M. S. (2019). Vizualno-obrazna mova typografiky u dyzaini polihrafichnykh vydan periodu rannoho modernizmu [Visual-Imagery Language of Typography in Print Design of the Early Modernism Period]: Author's abstract of the Ph.D. thesis in Art Studies: 17.00.07. Kharkiv : Kharkiv State Academy of Design and Arts. 24 p.
3. Loktionov, S. (2024). Kolir i shryftovyi dyzain v ukrainskykh plakatakh XXI stolittia [Color and Typographic Design in Ukrainian Posters of the 21st Century]. Actual Problems of the Humanities, (71, Part 2), 98–104. Retrieved from https://www.aphn-journal.in.ua/archive/71_2024/part_2/18.pdf.
4. Mudalige, K. (2023). Typografichna evoliutsiia v konteksti suchasnykh sotsialnykh vyklykiv [Typographic Evolution in the Context of Contemporary Social Challenges]. Art Industry and Design, (1), 27–50. Retrieved from <https://visnik.org.ua/pdf/HUDPROM-1-2023-MUDALIGE-27-50.pdf>.
5. Sosnytskyi, Yu. O. (2025). Do pytannia roli typografiky u sotsialnii komunikatsii ukrainskoho plakatnoho mystetstva [On the Role of Typography in Social Communication of Ukrainian Poster Art]. In Proceedings of the V International Scientific and Practical Conference “Science in the Modern World: Innovations and Challenges” (Toronto, Canada, January 23–25, 2025) (pp. 436–440). Toronto : Perfect Publishing. ISBN 978-1-4879-3790-4.
6. Yaremchuk, O. (2013). Shryftovyi plakat u systemi polihrafichnogo dyzainu [Typographic Poster in the System of Print Design]. Ukrainian Academy of Arts, (20), 114–117. Retrieved from http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&S21P03=FILA=&S21STR=Uam_2013_20_17.