

Артем САХ,

orcid.org/0009-0004-9018-9675

аспірант кафедри дизайну і технологій

Київського національного університету культури і мистецтв

(Ірпінь, Україна) sakh.ph@gmail.com

ТИПОГРАФІКА УКРАЇНСЬКОГО ПЛАКАТА: ІСТОРИЧНА РЕТРОСПЕКТИВА ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ

Стаття присвячена комплексному дослідженню розвитку типографіки українського плаката в історичному та сучасному аспектах. Висвітлено етапи еволюції шрифтових рішень у плакатному мистецтві України від кінця XIX ст. до сьогодення, проаналізовано культурно-історичні чинники, що впливали на формування плакатної типографіки (національно-визвольні рухи, війни, суспільно-політичні зміни), а також визначено актуальні тенденції 2020-х років. Метою дослідження є історико-стилістичний аналіз української плакатної типографіки та виявлення її характерних рис на різних етапах, включно із сучасністю. Методологія базується на історико-порівняльному підході: використано методи стилістичного, типологічного та джерелознавчого аналізу плакатів різних періодів; залучено наукові праці, каталоги виставок і фонди музеїв плаката. Наукова новизна роботи полягає у тому, що вперше здійснено цілісне узагальнення еволюції української плакатної типографіки, введено до наукового обігу нові факти про сучасний шрифтовий плакат та визначено його особливості в контексті світових тенденцій графічного дизайну. Основні результати: виокремлено ключові історичні етапи розвитку плакатного шрифту (модерн кінця XIX ст., авангард 1920-х, соцреалізм радянської доби, експерименти 1980-х) та показано їхній вплив на сучасну практику; встановлено, що типографіка плаката відображала суспільні процеси (піднесення національної свідомості, ідеологічний тиск, лібералізацію та новітні виклики війни 2022 р.). Сучасний український плакатний дизайн характеризується патріотичною, сміливою та інноваційною типографікою, яка інтегрована у глобальний контекст і водночас зберігає унікальні національні риси. Встановлено, що у 2020-х роках типографіка українського плаката поєднує звернення до історичної шрифтової спадщини (використання національних символів у літерних композиціях) з освоєнням найновіших технологій (генеративний дизайн, змінні шрифти, AR-ефекти), що забезпечує високий рівень його виразності на світовій арені.

Ключові слова: український плакат, типографіка, шрифт, дизайн, історія, тенденції.

Artem SAKH,

orcid.org/0009-0004-9018-9675

PhD student at the Department of Design and Technologies

Kyiv National University of Culture and Arts

(Irpin, Ukraine) sakh.ph@gmail.com

TYPOGRAPHY OF THE UKRAINIAN POSTER: HISTORICAL RETROSPECT AND MODERN TRENDS

The article presents a comprehensive study of the development of typography in Ukrainian poster art from a historical retrospective to current trends. It outlines the evolutionary stages of typographic design in Ukrainian posters from the late 19th century to the present and analyzes the cultural and historical factors that influenced poster typography (national liberation movements, wars, socio-political changes). The research aims to conduct a historical and stylistic analysis of Ukrainian poster typography and identify its characteristic features at different stages, including the current state. The methodology is based on a historical-comparative approach: methods of stylistic, typological, and source analysis are applied to poster examples of various periods; scholarly works, exhibition catalogs, and museum collections of posters are used as sources. The scientific novelty lies in providing, for the first time, an integral generalization of the evolution of Ukrainian poster typography, introducing new factual material on contemporary typographic posters into scholarly circulation, and determining the unique features of Ukrainian poster type design in the context of global trends in graphic design. Key findings: key historical stages of the development of poster lettering (Art Nouveau of the late 19th century, the avant-garde of the 1920s, Soviet socialist realism, and the experimental era of the late 1980s) have been distinguished and their influence on modern practice demonstrated; it is shown that poster typography reflected social processes (the rise of national consciousness, ideological pressure, liberalization, and the latest challenges of the 2022 war). Modern Ukrainian poster design is characterized by patriotic, bold, and innovative typography that is integrated into the global context while preserving unique national features. It is established that in the 2020s, Ukrainian poster typography combines a revival of historical lettering heritage (such as incorporating national symbols into letterforms) with the adoption of cutting-edge technologies (generative design, variable fonts, AR effects), which ensures a high level of expressiveness on the global stage.

Key words: Ukrainian poster, typography, type design, graphic design, history, trends.

Актуальність теми. Український плакат – один із ключових жанрів графічного дизайну, що поєднує образні та типографічні засоби для впливу на масову свідомість (Прищенко, 2020: 100). Типографіка плаката, тобто художнє використання шрифтових елементів у його композиції, відіграє особливу роль у комунікації змісту та формуванні стилістики плакатного мистецтва.

Постановка проблеми. Незважаючи на значну кількість праць з історії українського мистецтва та графічного дизайну, комплексних досліджень, присвячених саме типографіці українського плаката, небагато. Окремі аспекти – наприклад, радянський соціальний плакат або авангардні експерименти 1920-х – висвітлені у працях мистецтвознавців, однак цілісна картина розвитку шрифтових рішень в українському плакаті потребує додаткової уваги. Як відзначає О. Мудаліге, сьогодні спостерігається дефіцит ґрунтовних досліджень шрифтового плаката, особливо сучасного, а також бракує робіт про еволюцію міжнародного шрифтового плаката. Таким чином, актуальним є огляд історичних етапів формування типографічного стилю українських плакатів та аналіз сучасних тенденцій у порівнянні зі світовими процесами (Мудаліге, 2023: 81).

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є проведення історико-стилістичного аналізу розвитку типографіки українського плаката з кінця XIX століття до 2025 року та виявлення сучасних тенденцій у цій сфері. Для досягнення мети поставлені такі завдання: (1) простежити етапи еволюції українського плаката та особливості використання шрифту на кожному етапі; (2) проаналізувати вплив культурно-історичних чинників (війни, визвольні рухи, політичні події, соціальні явища, культурні проекти) на типографічні рішення в плакатах; (3) порівняти українські типографічні тенденції з європейськими і світовими – зокрема в контексті авангарду, конструктивізму та сучасного експериментального дизайну; (4) визначити характерні риси сучасного українського плаката у сфері шрифтового дизайну та окреслити напрямки його розвитку.

Методологія дослідження. Дослідження ґрунтується на історико-порівняльному підході, який дозволяє розглянути плакати різних епох у їхньому часовому контексті та зіставити типографічні стилі. Застосовано методи стилістичного та типологічного аналізу – для визначення художніх особливостей шрифтових композицій (стиль шрифту, його композиційне розміщення, взаємодія з образними елементами) на різних зразках плакатів. Також використано джерелознавчий

аналіз графічних матеріалів: зокрема, опрацьовано репродукції плакатів зазначених періодів та проведено їх порівняльний розгляд. Базою слугували як наукові праці українських та зарубіжних авторів, так і каталоги виставок (наприклад, трієнале «4-й Блок») та музейні колекції плаката, зокрема, Національного художнього музею України, Музею театрального, музичного та кіномистецтва України, Харківського художнього музею. Такий комплексний підхід дозволяє виявити як послідовність змін, так і спадкоємність традицій у типографіці українського плаката. У загальносвітовому контексті дослідження типографіки візуальної комунікації дають праці, такі як (Severyna, 2019: 68), що дозволяє розглядати український плакат у порівнянні з глобальними тенденціями.

Аналіз попередніх досліджень. Питання типографіки в українському плакатному мистецтві лише нещодавно почали привертати увагу дослідників. О. Мудаліге (2024) констатує брак системних праць, присвячених шрифтовим рішенням у плакатному дизайні, зокрема в аспекті сучасного шрифтового плаката (Мудаліге, 2024). Зміни типографічної мови в екологічному плакаті розглянуто у статті Мудаліге та Іваненко (2023), де акцент зроблено на використанні шрифту як носія смислового навантаження в соціальній графіці (Мудаліге, Іваненко, 2023). Автори наголошують на трансформації ролі шрифту у зв'язку з актуальними соціальними викликами.

І. Яремчук (2013) у своєму дослідженні запропонувала типологію шрифтових плакатів в межах поліграфічного дизайну, що стало основою для подальших студій про еволюцію шрифту як художнього елементу (Яремчук, 2013). Тарасов та Шевченко (2017) у розвідці про авторський плакат кінця 1980-х років підкреслюють символічне навантаження шрифту, розглядаючи його як засіб ідентифікації соціальних змін (Тарасов, Шевченко, 2017).

На міжнародному рівні важливим джерелом є праця Meggs (2012), яка дозволяє зіставити етапи розвитку типографіки у світовому графічному дизайні з українськими аналогами (Meggs, 2012). Польський досвід типографічного плаката періоду боротьби за незалежність досліджує Kochanowska (2018), показуючи роль шрифтових елементів у формуванні національного стилю через афішну продукцію (Kochanowska, 2018).

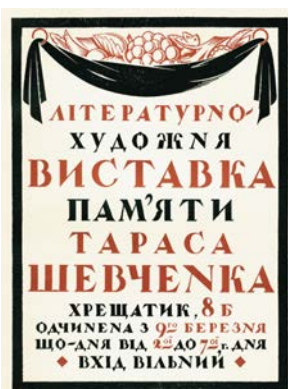
Таким чином, хоча в українському контексті ґрунтовні розвідки з цієї теми ще формуються, наявні публікації створюють підґрунтя для осмислення типографіки плаката як засобу національної ідентифікації та художнього вислову.

Історичний аналіз типографіки українського плаката

Кінець XIX – початок XX ст.: зародження українського плаката. Поява плаката як масового візуально-типографічного явища наприкінці XIX ст. була пов'язана з розвитком літографії та урбанізацією, що зумовили попит на рекламну афішну продукцію. В Європі 1890-х років «плакатна лихоманка», очолена митцями модерну – Жюлем Шере, Тулуз-Лотреком, Мухом – сприяла перетворенню плаката на мистецький жанр із декоративними шрифтами та яскравими композиціями (Прищенко, 2020: 101). В Україні, розділеній між Російською та Австро-Угорською імперіями, перші плакати – переважно театральні афіші – з'являються наприкінці століття. Польський досвід того часу також демонструє пошуки національної стилістики, хоч шрифтовий компонент не завжди мав виразну специфіку (Kochanowska, 2018: 84).

У Наддніпрянщині використання української мови обмежувалося цензурою (Емський указ 1876 р.), тому афіші часто друкувались російською. Натомість у Галичині плакати театру «Руська Бесіда» та трупи Садовського активно використовували українську мову й інколи включали народні мотиви або декоративні шрифти (Садовський. Театр і місто, 2025).

На зламі століть з'являються графіки, які формують національний стиль шрифту. Визначальним став Георгій Нарбут, що у своїх роботах, зокрема у «Плакаті виставки пам'яті Тараса Шевченка» (1920), поєднував барокові традиції зі стилем модерн, перетворюючи літери на елементи візуального коду національної ідентичності.



Ілюстрація № 1: Георгій Нарбут, плакат виставки пам'яті Тараса Шевченка, 1920, НХМУ. Декоративний шрифт із національними елементами

Під час революції 1917–1921 рр. український шрифт уперше масштабно з'явився в агітаційних

плакатах УНР та Української Держави. Художники як-от Василь Кричевський та Антін Середя експериментували з композицією та стилістикою – від стилізованого під стародруки письма до лаконічного гротеску.

Таким чином, на початку XX ст. українська типографіка формувалась у межах пошуку національного стилю, що пізніше надихне авангардистів 1920-х років.

1920–1930-ті роки: авангард і конструктивізм. У 1920-х роках з утвердженням радянської влади в Україні авангардні пошуки стали рушієм розвитку плаката. Цей період позначився радикальними експериментами: шрифт перетворився на центральний елемент композиції, як відзначав С. Прищенко (Прищенко, 2020: 102). Гротески без засічок, геометрична чіткість, асиметрія – все це формувало нову типографіку.

Український плакат епохи авангарду розвивався поряд із російським та західноєвропейським, водночас шукаючи національну форму. Українські дизайнери засвоювали принципи Чихольда й конструктивістів, але адаптували їх, акцентуючи на літерних особливостях кирилиці: «г», «є», «ї». Це надавало шрифтам унікального характеру, відмінного від імперських моделей.

Серед прикладів авангардного підходу – кіно- та театральні плакати 1920-х. Тоді в Україні активно розвивається кіноіндустрія (ВУФКУ), яка залучає провідних художників до створення афіш. Саме тоді формується стиль видовищного плаката: динамічна композиція, шрифтові експерименти, фотомонтаж і діагональне компонування тексту.

Василь Єрмілов, харківський майстер конструктивізму, працював із рубаними геометричними шрифтами, стилізованими під Баухауз, доповнюючи їх українськими етномотивами. Його підхід вплинув на візуальні стандарти модернізму в українському дизайні (Іваненко, 2019: 92).

Поняття «шрифтового плаката» – коли текст стає образотворчим елементом – утвердилося саме тоді (Тарасов, 2017: 119). Яскравий приклад – афіша виставки Гуртка діячів українського мистецтва (1926) Володимира Січинського: декоративний шрифт, архітектурні та історичні елементи творять єдину композицію, синтезуючи типографіку та ілюстрацію.

В авангардних плакатах 1920-х простежується і вплив українського футуризму. Поети-футуристи (Михайль Семенко та ін.) експериментували зі словом на обкладинках збірок своїх поезій, руйнуючи традиційні композиції. Ці експерименти формували підґрунтя для «конкретної поезії» і вплинули на графічний дизайн плаката.



Ілюстрація № 2: Афіша виставки Гуртка діячів українського мистецтва. Володимир Січинський, 1926, Львів



Обкладинка збірки Михайла Семенка «Європа і ми». Памфлети і вірші (1928–1929). Харків: Книгоспілка, 1930.

Ілюстрація № 3: обкладинка збірки Михайла Семенка «Європа і ми». Памфлети і вірші (1928–1929). Харків: Книгоспілка, 1930

Попри культурний підйом 1920-х, наприкінці десятиліття радянська влада взяла курс на уніфікацію й ідеологічний контроль мистецтва. З 1930-х авангардні пошуки згортали на користь соціалістичного реалізму. Багато митців зазнали репресій або були змушені змінити стиль. Типографіка теж уніфікується: замість експериментів запроваджується стандартизований заголовний шрифт, прямолинійна композиція. Український плакат втрачає самобутність, підпорядковуючись загальносоюзним канонам. Проте спадщина авангарду збереглась і була частково переосмислена наприкінці XX ст., у період відродження конструктивної естетики.



Ілюстрація № 4: плакат до виставки «Книга і преса України», створений Василем Єрміловим у 1927 році з нагоди 10-річчя Жовтневої революції. Плакат є яскравим прикладом українського конструктивізму та візуальної типографіки 1920-х років

1940–1950-ті роки: воєнний плакат і соцреалізм. Плакат воєнних років. Під час Другої світової війни (1939–1945) плакат став ключовим інструментом агітації. На території України, поділеній між СРСР і нацистською Німеччиною, його використовували обидві сторони. Радянські військові плакати були максимально лаконічними: великі, прості рубані шрифти без прикрас забезпечували швидке сприйняття гасел типу «Все для фронту!». Естетика типографіки поступилася ефективності: шрифт мав мобілізувати, а не прикрашати (Прищенко, 2020: 99).

Паралельно діяло українське підпілля (ОУН, УПА), що створювало власну агітаційну продукцію. Типографіка цих плакатів була інша: рукописні шрифти з національними мотивами. Відомий художник Ніл Хасевич, автор підпільних графічних матеріалів, створював літери вручну, використовуючи етнічні елементи – трипільські орнаменти, княжі символи – для надання типографіці національного звучання.



Ілюстрація № 5: Дереворит «Воля народам, воля людині». Проект і виконання Ніла Хасевича



Ілюстрація № 6: Генерал Роман Шухевич – «Тарас Чупринка». Дереворит Ніла Хасевича, 1950 рік
<https://www.radiosvoboda.org/a/nil-khasevych-holovny-khudozhnyk-upa/31263521.html>



Ілюстрація № 7: підпільний плакати УПА 1940-х рр.

Плакат післявоєнного періоду (1945–1950-ті). Після війни в СРСР утверджується соціалістичний реалізм як єдиний художній метод. Плакати набувають офіційно-помпезного вигляду з урочистими гаслами на честь партії та відбудови. Використовують строгі великі літери, зокрема гарнітуру «радянський афішний гротеск» – високі, подовжені, читабельні шрифти. Композиція проста й центрована, кольори – червоний і чорний на світлому тлі.



Рем Багаутдінов. Плакат. Київ, 1962 р. (НБУ ім. В. Вернадського)

Ілюстрація № 8: Рем Багаутдінов. Плакат. Київ, 1962 р. (НБУ ім. В. Вернадського)

У двомовних плакатах український текст дублював російський, часто в меншому кеглі. Обидві версії набиралися уніфікованим шрифтом, що підкреслювало ідеологічну єдність.

З 1956 року, у період «відлиги», спостерігаються обережні зміни: з'являються каліграфічні шрифти, зокрема в культурних плакатах. Але політична типографіка залишалася стриманою до 1980-х.

1960–1980-ті роки: розвиток радянського плаката і передумови новаторства. Період 1960–80-х років у УРСР позначений співіснуванням двох напрямів плакатного мистецтва: офіційного (держпропаганда, соціальні кампанії) та поступово зростаючого авторського плаката.

Офіційний плакат 1960–70-х продовжував лінію соцреалізму, однак із певним стилістичним оновленням. У соціальних темах (праця, здоров'я, екологія) переважали мінімалістичні рішення: лаконічні гасла контрастним шрифтом, іноді з ілюстративним елементом. Застосовували як стандартні, так і стилізовані афішні шрифти.



Ілюстрація № 9: К. Кудряшова. Юнаки й дівчата! Складайте норми нового комплексу ГПО! 1955.
 Джерело: <https://antikvar.ua/ukrainskij-sovetskij-plakat/> (дата звернення: 23.05.2025)

Культурний та художній плакат. У 1960–80-х роках афіші культурних подій (театр, кіно, виставки) стали полем для вільнішого самовираження (Будник, 2022: 36); Прищенко, 2020: 100). В Українській РСР сформувалися локальні школи плаката: львівська – під впливом польської метафоричної традиції, київська й харківська – на засадах авангарду та конструктивізму. Театральні афіші часто містили оригінальні леттерингові заголовки.

Наприкінці 1980-х, із послабленням ідеологічного тиску, починається «зоряний час» авторського плаката (Тарасов, 2017: 85). Молоді дизайнери експериментують зі шрифтами, з'являються іронічні композиції, колажі та цитати з історичних стилів – впливи постмодернізму стають очевидними (Будник, 2021: 37).



Ілюстрація № 10: Афіша Полтавського державного музично-драматичного театру ім. М.В. Гоголя до постановки «Наталка Полтавка» 1980-ті роки мала назву п'єси, написану шрифтом, схожим на орігамі чи стрічку загнуту в літери

Дослідники відзначають, що у плакатах переломної доби відбулося «звільнення шрифту»: його більше не сприймали як нейтральний носій слів, а наділяли власним характером, образністю. Це заклало основу для бурхливого розвитку шрифтового дизайну в незалежній Україні (Мудаліге, 2023: 80).

Сучасні тенденції в типографіці українського плаката. 1990-ті роки: становлення плаката незалежної України. З проголошенням незалежності України у 1991 році плакат втрачає централізоване замовлення і звільняється від ідеологічних обмежень. Натомість у нових умовах ринку дизайнери шукають нові формати, а типографіка стає ключовим засобом візуальної ідентичності.

У перші роки багато плакатів ще використовували радянські шрифти, однак швидко починається експериментування: з'являються західні впливи, відроджується інтерес до дореволюційної традиції. Абетки Нарбута перевидаються, на їх основі створюють нові українські гарнітури.



Ілюстрація № 11: Агітаційний плакат до Всеукраїнського референдуму. 1 грудня 1991 р. Джерело: <https://tsdavo.gov.ua/gmedia/33-270-1-124-4-jpg/?> (дата звернення: 23.05.2025)

У комерційних плакатах 1990-х дизайнери масово використовували новітні комп'ютерні шрифти. З поширенням ПК і програм верстки стали доступними сотні латинських гарнітур. Через брак якісних кирилиць шрифти часто адаптували вручну – комбінуючи латиницю з намальованими кириличними знаками. Ця еклектика сприяла народженню перших українських цифрових гарнітур і появи локальних шрифтових студій.

Тематика плакатів змінилася: політичні – до виборів і громадських акцій, соціальні – за підтримки міжнародних організацій, культурні – на тлі фестивального буму. Типографіка варіювалася: від інфографіки до псевдо-кириличних або рукописних стилізацій.

Показовою стала трієнале «4-й Блок» (Харків, 1991), де українські дизайнери вперше презентували себе світу. Роботи вирізнялися експериментальною типографікою, як емблема Векленка – слово «Блок» у формі атома (Іваненко, 2021: 10; Мудаліге, 2024: 72; Тарасов, 2017: 83; Meggs, 2012: 46).

1990-ті стали часом пошуку ідентичності в українському плакаті. Типографіка вийшла з-під стандартизації, збагатившись національними та глобальними впливами. Вже наприкінці десятиліття почав формуватись власний стиль.



Іл. 1.

Ілюстрація № 12: Олег Векленко. Емблема першої виставки екологічного плакату «4-й Блок». Україна. 1991. Джерело: https://www.ksada.org/wp-content/uploads/2025/03/hudprom_2023_1.pdf (дата звернення: 23.05.2025)

2000–2010-ті роки: інтеграція світових стильових впливів. На межі тисячоліть український графічний дизайн, у тому числі плакатний, все більше інтегрується в глобальний контекст. 2000-ні роки характеризуються професіоналізацією галузі: відкриваються спеціалізовані кафебри дизайну (у Києві, Харкові, Львові та ін.), з'являються дизайн-студії, формується ринок комерційного дизайну.

Основні тенденції 2000-х:

- Неоавангард і модерністське відродження. На початку 2000-х спостерігається нова хвиля інтересу до авангарду 1920-х: конструктивізм, Баухауз, геометричні шрифти. В Україні виходять альбоми про Єрмілова, Косарева (Будник, 2021: 193; Мудаліге, 2023: 82) у дизайні повертаються діагоналі, асиметрія, червоно-чорна палітра.

- Міжнародний стиль і мінімалізм. Українські дизайнери активно беруть участь у міжнародних конкурсах (Мудаліге, 2024: 69), орієнтуючись на швейцарську школу: сітки, гротески на кшталт Helvetica (Meggs, 2012: 49). У комерційній графіці – простота, багато повітря, нейтральні шрифти. У культурних плакатах з'являються абетки, де шрифт – головний декоративний елемент.

- Експериментальні шрифтові плакати. У 2010-х активізується арт-плакат: шрифт трансформується у зображення, інсталяцію, стає носієм ідей. Фестивалі («Книжковий Арсенал», «ГогольFest») сприяють експериментам. Літери виконуються з будь-яких матеріалів, розміщуються в довільних композиціях (Мудаліге, 2024: 72).

- Цифровий вплив. Плакат переходить у соцмережі, що впливає на шрифти: з'являються глітч, неонові ефекти, пікселізація. Кирилиця набуває нових форм – наприклад, шрифт у стилі кодування на клубних афішах 2018–2019 рр. створює враження кіберпанку.

За цей період український плакат міцно став частиною світового процесу. Свідченням є і активна участь наших дизайнерів у міжнародних конкурсах (зокрема, роботи українців не раз отримували нагороди на Трнаві, Лахті, Пекіні), і проведення в Україні великих дизайн-форумів.



Ілюстрація № 13: Цей плакат був створений у 2012 році для виставки “AVRAMENKO: A Legacy of Ukrainian Dance”, яка проходила в Gallery Oseredok (Oseredok Ukrainian Cultural and Education Centre) у Вінніпезі, Манітоба, Канада. Автором дизайну плаката є канадський дизайнер українського походження Марко Ткачук (Marko Tkachuk)

2014–2025 роки: новий патріотизм і експериментальна типографіка. Останнє десятиліття – час потрясінь (Майдан, війна, вторгнення 2022), що вплинули на графічний дизайн. Плакат знову став інструментом спротиву, а шрифт – засобом емоційного впливу. Сучасні плакати поєднують патріотичну типографіку з інноваціями та національними кодами.

Плакат і війна. Під час Майдану й після 2014 р. активно створювались волонтерські постери – для мітингів, соцмереж, благодійності. Типографіка лаконічна: великі рубані літери, рукописні гасла типу «Героям слава!», часто без зображень. Такі плакати поширювались як у друці, так і як цифрові меми.

Історична символіка. У 2014–2022 рр. дизайнери включають у шрифти тризуб, використовують напис «ВОЛЯ» у формі герба, а також шрифти на основі кириличної в'язі, що створює відчуття історичної тягlostі.

Технологічний прорив. Одночасно розвивається експериментальна типографіка: генеративні шрифти, 3D, AR. Плакат з 2021 року може взаємодіяти з глядачем через доповнену реальність. Це новий формат типографіки, пристосований до різних носіїв (Скляренко, 2022: 121).

Національний акцент. У нових форматах зберігається українська ідентичність: кирилиця використовується як елемент дизайну. Приклад – проєкт «Синтетика» (2024), що об'єднує типографіку, технології та національну стилістику.



Ілюстрація № 14: обкладинка журналу «Синтетика» 2024, Projector Publishing

Науковці підтверджують: український плакат поєднує глобальні тренди з власною візуальною мовою. За Мудаліге та Іваненко (2023), сучасна типографіка фокусується на ефективності й емоційності, особливо в екологічних і соціальних темах. У шрифтах відображаються фактури

природи або деформації, що передають травму (наприклад, у плакатах проти насильства) (Вежбовська, 2019: 184; Мудаліге, 2024: 71; Скляренко, 2022: 122; Тарасов, 2017: 86).

Після 2022 року українська типографіка стала символом боротьби за свободу. Її активно цитують західні видання, бренди замовляють логотипи з унікальним українським стилем.

Сучасна типографіка українського плаката – це синтез патріотизму, інновацій та сили образу. Літера стала не просто елементом дизайну, а носієм ідеї, що акумулює досвід понад століття розвитку – від модерну до постмодерну.



Ілюстрація № 15: плакат 2022 року із гаслом «Be Brave Like Ukraine» (кампанія з просування іміджу України за кордоном). На ньому фраза набрана сміливим конденсованим гротеском. Аналіз цього зразка показує синтез: англomовне гасло, кирилична стилістика, патріотична символіка, сучасна форма – все це свідчить про вихід українського плаката на новий рівень комунікації

Висновки. Аналіз розвитку типографіки українського плаката дозволяє зробити кілька ключових висновків:

- Історична спадкоємність. Кожен етап – від модерних афіш до шрифтової експресії кінця XX ст. – формував стиль наступників. Сучасні дизайнери переосмислюють ці стилі в актуальних проєктах.

- Вплив суспільно-політичного контексту. Типографіка реагувала на історичні події: визвольні рухи стимулювали шрифтові пошуки, війни – функціональність, а періоди свободи – експерименти. Війна 2022 року повернула шрифт у центр візуального спротиву.

- Національна ідентичність. Пошук українського стилю проходить через орнаментику Нарбута, етнографізм Хасевича, сучасні символи. Унікальні кириличні гарнітури вийшли на міжнародний рівень і зберігають національний код.

- Міжнародний контекст. Україна інтегрувалася у світовий дизайн, але адаптує тренди під власні виклики (двомовність, нові технології). Наші автори опановують VR/AR, екодизайн, AI на рівні з провідними країнами (Мудаліге, 2024: 74).

- Сучасні виклики. Плакатна типографіка має стати адаптивною до нових медіа та платформ. Завдання – утримати цінність кирилиці в глобальному світі. Шрифтові дизайнери відіграють тут ключову роль.

Типографіка українського плаката – це дзеркало епох, що говорить мовою літер. Її вивчення збагачує історію дизайну та надихає майбутні покоління.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Будник А. В. Вплив українського кіноплакату 1920–1930-х рр. на сучасний графічний дизайн. – Культура і мистецтво у сучасному світі. – 2021. – № 22. – С. 185–198. DOI: 10.31866/2410-1915.22.2021.235912.
2. Будник А. В., Купрієнко Є. М., Пилипенко І. Я. Плакат у творчості Віктора Петровича Бистрякова (1943–2021). – Art and Design. – 2022. – № 4(20). – С. 31–42. DOI: 10.30857/2617-0272.2022.4.3.
3. Будник А. В., Сенєга Л. М. Київська школа плаката часів Перебудови: візуальна мова і змістовне наповнення. – Art and Design. – 2021. – № 1(13). – С. 30–42. DOI: 10.30857/2617-0272.2021.1.3.
4. Вежбовська Л., Солан І. Специфіка візуальної системи у соціальних плакатах на тему домашнього насильства. – Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну. – 2019. – Т. 2, № 2. – С. 178–189. DOI: 10.31866/2617-7951.2.2.2019.189718.
5. Іваненко Т. О. Шрифтовий дизайн: основи. – Харків : ХДАДМ, 2019. – 143 с.
6. Іваненко Т., Мудаліге О. Шрифтовий плакат: творчий метод дизайнерів різних культурних регіонів алфавітної системи писемності (за матеріалами колекції «4-й Блок: музей, архів, лабораторія»). – Вісник ХДАДМ. – 2021. – № 1. – С. 5–12. DOI: 10.33625/visnik2021.01.005.
7. Мудаліге О. Стан дослідження проблематики сучасного шрифтового плаката в науковому дискурсі. – Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну. – 2024. – Т. 7, № 1. – С. 67–77. DOI: 10.31866/2617-7951.7.1.2024.300923.
8. Мудаліге О. І., Іваненко Т. О. Сучасні тенденції в дизайні шрифтового плакату екологічного спрямування. – Український мистецтвознавчий дискурс. – 2023. – № 5. – С. 79–86. DOI: 10.32782/uad.2023.5.8.
9. Прищенко С. В. Візуальна семантика і художня образність плаката. – Культура і сучасність. – 2020. – № 1. – С. 97–103.
10. Садовський. Театр і місто. – Local History. URL: <https://localhistory.org.ua/rubrics/book/sadovskii> (дата звернення: 22.05.2025).
11. Скляренко Н. В., Колосніченко О. В., Єжова О. В. та ін. Розробка рекламного плаката як актуального засобу адаптивної візуалізації соціальних проблем. – Art and Design. – 2022. – № 3(19). – С. 120–139. DOI: 10.30857/2617-0272.2022.3.10.

12. Тарасов В. В., Шевченко В. Я. Авторський плакат кінця 1980-х – початку 1990-х років у площині історичного джерела: проблема аналізу та інтерпретації. – Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. – 2017. – № 2. – С. 83–90.
13. Яремчук О. Шрифтовий плакат в системі поліграфічного дизайну. – Українська академія мистецтва. – 2013. – Вип. 20. – С. 114–122.
14. Kochanowska A. The Great War and Polish Independence: The Cultural Legacy of War Posters. – The Poster. – 2018. – Vol. 5, № 1–2. – P. 75–93.
15. Meggs P. B. Meggs' History of Graphic Design. – 5th ed. – Hoboken : John Wiley & Sons, 2012. – 624 p.
16. Severyna O. E. Ekologichnyy plakat: stanovlennia ta rozvytok (za materialamy mizhnarodnykh triennale «4-j Blok») : dys. kand. myst. – Kharkivska derzhavna akademiia dyzainu i mystetstv, 2019. – 307 s.

REFERENCES

1. Budnyk A. V. (2021). Vplyv ukrainskoho kinoplakata 1920–1930-kh rr. na suchasnyi hrafichnyi dyzain [The influence of Ukrainian film posters of the 1920s–1930s on modern graphic design]. *Kultura i mystetstvo u suchasnomu sviti*, 22, 185–198. <https://doi.org/10.31866/2410-1915.22.2021.235912>. [in Ukrainian].
2. Budnyk A. V., Kupriienko Ye. M., Pylypenko I. Ya. (2022). Plakat u tvorchosti Viktora Petrovycha Bystriakova (1943–2021) [Poster art of Viktor Petrovych Bystriakov (1943–2021)]. *Art and Design*, 4(20), 31–42. <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2022.4.3>. [in Ukrainian].
3. Budnyk A. V., Seneha L. M. (2021). Kyivska shkola plakata chasiv Perebudovy: vizualna mova i zmistovne napovnennia [The Kyiv School of Poster during Perestroika: Visual language and content]. *Art and Design*, 1(13), 30–42. <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2021.1.3>. [in Ukrainian].
4. Vezhbovska L., Solan I. (2019). Spetsyfika vizualnoi systemy u sotsialnykh plakatakh na temu domashnoho nasylstva [Visual system in social posters on the topic of domestic violence]. *Demiurh: idei, tekhnolohii, perspektyvy dyzainu*, 2(2), 178–189. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.2.2.2019.189718>. [in Ukrainian].
5. Ivanenko T. O. (2019). Shryftovi dyzain: osnovy [Font design: fundamentals]. Kharkiv: KhDADM, – 143. [in Ukrainian].
6. Ivanenko T., Mudalihe O. (2021). Shryftovi plakaty: tvorchyi metod dyzaineriv riznykh kulturnykh rehioniv alfavitnoi systemy pysemnosti (za materialamy koleksii “4-y Blok: muzei, arkhiv, laboratorii”) [Typographic poster: creative methods of designers from different script-based cultures]. *Visnyk KhDADM*, 1, 5–12. <https://doi.org/10.33625/visnyk2021.01.005>. [in Ukrainian].
7. Mudalihe O. (2024). Stan doslidzhennia problematyky suchasnoho shryftovoho plakata v naukovomu dyskursi [State of research on contemporary typographic poster in academic discourse]. *Demiurh: idei, tekhnolohii, perspektyvy dyzainu*, 7(1), 67–77. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.7.1.2024.300923>. [in Ukrainian].
8. Mudalihe O. I., Ivanenko T. O. (2023). Suchasni tendentsii v dyzaini shryftovoho plakatu ekologichnoho spriamuvannia [Current trends in the design of ecological typographic posters]. *Ukrainskyi mystetstvoznavchyi dyskurs*, 5, 79–86. <https://doi.org/10.32782/uad.2023.5.8>. [in Ukrainian].
9. Pryshchenko S. V. (2020). Vizualna semantyka i khudozhnia obraznist plakata [Visual semantics and artistic imagery of the poster]. *Kultura i suchasnist*, 1, 97–103. [in Ukrainian].
10. Sadovskiy. Teatr i misto [Theatre and the City]. *Local History*. Retrieved from <https://localhistory.org.ua/rubrics/book/sadovskii> (accessed: 22.05.2025). [in Ukrainian].
11. Skliarenko N. V., Kolosnichenko O. V., Yezhova O. V. et al. (2022). Rozrobka reklamnoho plakata yak aktualnoho zasobu adaptivnoi vizualizatsii sotsialnykh problem [Development of an advertising poster as a relevant means of adaptive visualization of social issues]. *Art and Design*, 3(19), 120–139. <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2022.3.10>. [in Ukrainian].
12. Tarasov V. V., Shevchenko V. Ya. (2017). Avtorskyi plakat kintsia 1980-kh – pochatku 1990-kh rokiv u ploshchyni istorychnoho dzherela: problema analizu ta interpretatsii [Author's posters of the late 1980s – early 1990s as historical sources: challenges of analysis and interpretation]. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv*, 2, 83–90. [in Ukrainian].
13. Yaremchuk O. (2013). Shryftovi plakaty v systemi polihrafichnoho dyzainu [Typographic poster in the system of print design]. *Ukrainska akademiia mystetstva*, 20, 114–122. [in Ukrainian].
14. Kochanowska A. (2018). The Great War and Polish Independence: The Cultural Legacy of War Posters. *The Poster*, 5(1–2), 75–93.
15. Meggs P. B. (2012). Meggs' History of Graphic Design. 5th ed. Hoboken: John Wiley & Sons. 624 p.
16. Severyna O. E. (2019). Ekologichnyy plakat: stanovlennia ta rozvytok (za materialamy mizhnarodnykh triennale “4-j Blok”) [Ecological Poster: Formation and Development (based on materials of the international triennial “4th Block”)]. PhD thesis. Kharkivska derzhavna akademiia dyzainu i mystetstv. 307 s. [in Ukrainian].