

УДК 7.012:655.411

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/89-2-13>

Ігор КОСТЕНКО,

orcid.org/0009-0006-3846-462x

кандидат технічних наук,

доцент кафедри графічного дизайну

Київської державної академії декоративно-прикладного мистецтва та дизайну

імені Михайла Бойчука

(Київ, Україна) *iokostenko3@gmail.com*

Олександра МАКОВСКА,

orcid.org/0009-0000-9642-2395

старший викладач кафедри графічного дизайну

Київської державної академії декоративно-прикладного мистецтва та дизайну

імені Михайла Бойчука

(Київ, Україна) *makovska_o@kdidpmd.edu.ua*

ТИПОГРАФІКА У КОМПОЗИЦІЙНІЙ СТРУКТУРІ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ СУЧАСНИХ МЕДІА

В інформаційному середовищі типографіка не лише передає зміст, а й формує структуру візуального повідомлення. У цифрових і друкованих медіа шрифт дедалі частіше виконує функцію композиційного каркасу, визначаючи ієрархію, логіку сприйняття, ритм і акценти в межах дизайн-об'єкта. Актуальність дослідження зумовлена необхідністю осмислення ролі шрифтових рішень у побудові візуальної структури, особливо в умовах цифрової трансформації медіа. Метою роботи є з'ясування ролі типографіки як композиційного засобу у формуванні візуального повідомлення та визначення принципів її ефективного застосування в дизайні сучасних медіасередовищ. У рамках дослідження проаналізовано приклади практичного використання типографіки у медіаформатах різного типу (вебсайти, журнали, афіші, айдендика) з метою виявлення закономірностей її впливу на композиційну організацію та візуальну логіку. Методологія дослідження ґрунтується на поєднанні візуального аналізу, контент-аналізу, та моделюванні. Проаналізовано приклади вітчизняного й міжнародного медіадизайну. У ході дослідження підтверджено, що типографіка є визначальним чинником композиційної організації візуального повідомлення: саме шрифтові рішення формують інформаційну ієрархію, ритм і логіку сприйняття. Виявлено поширені помилки дизайнерської практики (хаотичне поєднання гарнітур, відсутність акцентів, ігнорування сітки) та наведено успішні приклади, де типографіка виконує конструктивну і смислову функцію в межах цілісної композиції. Наукова новизна дослідження полягає у комплексному аналізі типографіки як активного композиційного елементу, що не лише оформлює, а й структурно організовує візуальне повідомлення. Сформульовано методичні підходи до типографічного структурування макетів у сучасному дизайні з урахуванням медіаспецифіки. Визначено типографіку як ключовий елемент композиції, виявлено чинники її ефективного використання, узагальнено принципи типографічного проєктування у медіа. Практична значущість дослідження полягає в можливості використання отриманих результатів у професійній дизайнерській діяльності, освітніх програмах, видавничих практиках і розробці візуальних комунікацій для цифрових платформ. Перспективи подальших досліджень охоплюють вивчення динамічної та адаптивної типографіки у цифрових інтерфейсах, а також розвиток національного шрифтового стилю як складової візуальної ідентичності.

Ключові слова: типографіка, композиція, візуальне повідомлення, графічний дизайн, медіадизайн, структура, шрифт.

Ihor KOSTENKO,

orcid.org/0009-0006-3846-462x

Candidate of Technical Sciences,

Associate Professor at the Department of Graphic Design

Mykhailo Boichuk Kyiv State Academy of Decorative Applied Arts and Design

(Kyiv, Ukraine) iokostenko3@gmail.com

Olexandra MAKOVSKA,

orcid.org/0009-0000-9642-2395

Senior Lecturer at the Department of Graphic Design

Mykhailo Boichuk Kyiv State Academy of Decorative Applied Arts and Design

(Kyiv, Ukraine) makovska_o@kdidpamid.edu.ua

TYPOGRAPHY IN THE COMPOSITIONAL STRUCTURE OF VISUAL COMMUNICATION IN CONTEMPORARY MEDIA

In the information environment, typography not only conveys meaning but also shapes the structure of the visual message. In both digital and print media, type increasingly serves as a compositional framework, establishing hierarchy, perception logic, rhythm, and emphasis within a design object. Typography is often overlooked as a form-defining element of composition. The relevance of this study stems from the need to comprehend the role of typographic solutions in constructing visual structure, especially in the context of digital media transformation.

The purpose of this article is to clarify the role of typography as a compositional tool in the formation of visual messages and to define principles for its effective application in the design of contemporary media environments. The study analyzes practical examples of typography usage in various media formats (websites, magazines, posters, identity design) to identify patterns of its impact on compositional organization and visual logic.

The research methodology is based on a combination of visual analysis, content analysis, and modeling. Both domestic and international media design cases are analyzed. The findings confirm that typography is a key factor in the compositional organization of visual communication: typographic decisions determine the information hierarchy, rhythm, and perception logic. Common design errors are identified, such as chaotic font combinations, lack of emphasis, and ignoring grid systems. In contrast, successful examples are presented where typography fulfills both structural and semantic roles within a cohesive composition.

The scientific novelty of the study lies in a comprehensive analysis of typography as an active compositional element that not only decorates but structurally organizes the visual message. Methodological approaches for typographic layout structuring in modern design are formulated, taking into account the specificity of different media. Typography is defined as a key compositional component, its effective use factors are identified, and the principles of typographic design in media are summarized.

The practical significance of the study lies in the applicability of the obtained results in professional design practice, educational programs, publishing processes, and the development of visual communications for digital platforms. Future research prospects include the exploration of dynamic and adaptive typography in digital interfaces, as well as the development of a national typographic style as a component of visual identity.

Key words: typography, composition, visual message, graphic design, media design, structure, typeface.

Постановка проблеми. У сучасному візуальному просторі типографіка посідає одне з центральних місць у системі візуальної комунікації. Особливої ваги набуває здатність типографіки формувати композиційну структуру дизайну де текст, колір, ритм, простір і графічні акценти взаємодіють у єдиній візуальній системі. Проблематика полягає у відсутності чітких засад поєднання типографічних елементів із загальною композицією, що призводить до фрагментарного, а іноді й хаотичного використання шрифтів, яке знижує ефективність візуального повідомлення. Композиція у медіадизайні визначає структуру подачі контенту, забезпечує ієрархію, зчитування й навігацію візуального простору. Типографіка як невід'ємний елемент цієї композиції вико-

нує роль структуротворчого чинника, який задає ритм, масштаби, напруження та акценти. Водночас у багатьох сучасних цифрових проєктах типографіка відокремлюється від загальної композиційної логіки, зводячись лише до носія інформації або стилістичного елементу. Це свідчить про недостатнє усвідомлення її потенціалу як повноцінного композиційного інструмента. У науковому контексті типографіка часто розглядається окремо як технічний чи стилістичний компонент дизайну, що обмежує її значення у формуванні цілісного візуального образу. Водночас актуальні дослідження в галузі дизайну, підтверджують важливість інтеграції типографічних прийомів у загальну композиційну стратегію. Проблема полягає у виявленні теоретичних і практичних засад

гармонійного поєднання типографіки з композиційними принципами дизайну медіаповідомлень. Необхідним є формування методичних підходів до типографічного проєктування як засобу структурування інформації, управління увагою, емоційного впливу та формування ідентичності медіа-контенту.

Аналіз попередніх досліджень. Типографіка як засіб візуальної комунікації та композиції активно досліджується в контексті графічного дизайну, зокрема у зв'язку зі зростанням впливу інтернет медіа. У науковій та професійній літературі останніх років простежується тенденція до осмислення типографіки як повноцінного композиційного елемента, що впливає на сприйняття інформації, структурування контенту та формування візуальної ідентичності.

У праці Р. Брінгхерста зазначено, що типографіка – це не просто передача змісту, а створення візуального тону тексту, який організовує простір сторінки та підсилює логіку повідомлення (Брінгхерст, 2016). Брінгхерст наголошує на важливості типографічного ритму, масштабу та контрасту як елементів композиційної структури, що формують читацький досвід. Е.Лютон розглядає типографіку як базовий інструмент візуального проєктування. Увага акцентується на здатності задавати ієрархію та створювати візуальну логіку контенту (Lupton, 2019). В роботі надається вдалий приклад типографічного дизайну мобільного застосунку Headspace, де використання варіативного шрифту, простору між літерами та модульної сітки створює комфортну навігацію для користувача. У протиположному цьому аналізується проєкт інформаційної панелі з надмірним застосуванням декоративних шрифтів, який ускладнює сприйняття інформації та порушує композиційний баланс. У дослідженнях Яна Чіхольда (Чіхольд, 2020; Tschichold, 1991) типографіка розглядається як дисципліна, що має наслідувати принципи композиції, закладені ще в класичному мистецтві: симетрію, пропорції, ритміку. Критикується довільне комонування шрифтів, наголошуючи, що відсутність логіки в розміщенні типографічних елементів знижує рівень читацької взаємодії та створює візуальну плутанину. В українських дослідженнях ґрунтовні напрацювання щодо типографіки у контексті композиції представлені у працях Г. С. Кривенка, який аналізує синтез шрифту та просторових характеристик макета. Автор доводить, що ефективна типографічна композиція забезпечується логічною побудовою шрифтової ієрархії, узгодженням розмірів, інтерліньяжу, кегля та гарнітури (Кривенко, 2021). Позитивним прикладом є макети

видань із чіткою шрифтовою ієрархією, тоді як негативним – постери з хаотичним поєднанням шрифтів, що руйнують композиційну цілісність. (Landa, 2013). У статті (Poorn, 2022) проаналізовано візуальні практики медіа та звернута увага на те, що типографіка часто використовується за шаблоном, без урахування композиційної логіки. Застосування шрифтів без належної гармонізації з іншими елементами верстки призводить до втрати акцентів, розмиття повідомлення та зниження візуальної цілісності (Rahardja A., Adiwijaya D., 2014). В роботі (McLean, 1980), розглядається типографіка як інструмент дизайну, що дозволяє збалансувати візуальні елементи на площині. Наводяться приклади друкованої реклами, де вдала типографіка посилює композиційну динаміку, на протиположні випадкам, у яких її конфлікт із графікою спричиняє інформаційне перевантаження. В попередніх дослідженнях підкреслюється, що типографіка є не лише носієм тексту, а й ключовим композиційним інструментом, здатним структурувати повідомлення, формувати емоційне враження та підтримувати візуальну цілісність дизайну. У реальній дизайнерській практиці дотримання типографічних принципів нерідко виявляється фрагментарним, що засвідчує необхідність їх більш глибокого аналізу та інтеграції в структуру композиційного мислення. Тому, ігнорування композиційних принципів, навіть за наявності креативного задуму, знижує ефективність візуальної комунікації. Ефективне типографічне рішення ґрунтується на знанні композиційних принципів, шрифтової узгодженості та семантики тексту (Hostetler, 2010).

Метою дослідження є обґрунтування ролі типографіки як повноцінного композиційного засобу у формуванні візуального повідомлення в дизайні сучасних медіа. Для реалізації поставленої мети передбачено проаналізувати терміни «типографіка» та «композиція» в контексті медіадизайну; дослідити типографічні засоби, що визначають структурну організацію візуального простору; виявити закономірності взаємодії типографіки та композиції у цифрових і друкованих форматах; систематизувати дизайнерські стратегії використання шрифту як композиційного елемента в сучасних практиках візуальної комунікації.

Методологія дослідження. У дослідженні застосовано методи аналізу та синтезу для вивчення наукових джерел з типографіки, композиції, візуальної комунікації та медіадизайну, що дозволило виокремити ключові підходи та систематизувати знання у сфері шрифтового проєктування. Порівняльний метод використовувався для

зіставлення ефективних і неефективних типографічних рішень у різних медіаформатах, що сприяло виявленню характерних недоліків і переваг у композиційному застосуванні шрифтів. Візуальний аналіз зосереджувався на детальному дослідженні композиційної структури вибраних зразків медіадизайну з акцентом на типографіку як структуроутворювальний компонент, зокрема на ритмі, контрасті, масштабі, ієрархії та взаємодії текстових і графічних елементів у візуальному полі. Контент-аналіз охоплював актуальні дизайнерські практики через вивчення онлайн-портфоліо, проєктів студій та візуального наповнення вебресурсів ЗМІ і культурних платформ. Метод моделювання доповнив методологію, узагальнивши виявлені закономірності у вигляді практичних рекомендацій щодо типографічної ієрархії, модульних сіток, поєднання шрифтів та адаптації до різних медіаформатів.

Виклад основного матеріалу. Згідно з обґрунтованою методологією, акцент було зроблено на якісний аналіз візуального матеріалу з подальшим його теоретичним осмисленням. Основною метою емпіричної частини стало виявлення взаємозв'язків між типографічними характеристиками (гарнітура, кегль, інтерліньяж, розміщення, кольорова взаємодія) та композиційною організацією медіа об'єктів (структура, ієрархія, баланс, акценти). До вибірки увійшли комунікаційні продукти таких категорій: вебсайти провідних ЗМІ та культурних платформ (The New York Times, Serpentine Galleries, NOWNESS, Awwwards); постери та афіші сучасних українських і міжнародних подій, включно з графічними плакатами, фестивальними афішами та обкладинками; макети друкованих журналів, зокрема Kinfolk, Monocle та інші, а також зразки айдентики й брендбуки культурних і комерційних організацій, зокрема Studio Feixen, Bureau Borsche та Banda Agency. Відбір прикладів здійснено за такими критеріями: домінування шрифтового компонента в композиції; різноманіття цифрових і друкованих форматів, а також варіативність стилістичних підходів, включно з мінімалізмом, експериментальною типографікою та класичною структурою.

На почутку було проведено контент-аналіз зібраних зразків, у межах якого досліджувалися кількість та гармонійність використаних шрифтів, структура типографічної ієрархії (заголовки, підзаголовки, основний текст), прив'язка шрифтових блоків до композиційної сітки, а також застосування кольору, контрасту і масштабу для формування акцентів. Крім того, аналізувалося співвідношення текстових та візуальних елемен-

тів у загальній композиційній структурі макету. Далі за допомогою порівняльного аналізу було зіставлено вдалі й невдалі приклади. Приклади вдалого використання типографіки як композиційного інструменту можна побачити у цифрових продуктах глобальних брендів. Вебсайт The New York Times демонструє високу типографічну культуру: ієрархія заголовків, збалансовані міжрядкові інтервали, контрасти шрифтів і модульна сітка створюють логічну, комфортну структуру, яка не лише інформує, а й візуально організовує зміст. Ефективний типографічний підхід демонструє айдентика Serpentine Galleries, де шрифт із змінною товщиною, великим інтерліньяжем і нестандартним центруванням формує динамічний, впізнаваний образ бренду й забезпечує композиційну рівновагу (Serpentine Galleries, 2025). Також варто відзначити швейцарське бюро Studio Feixen (Studio Feixen, 2025), яке демонструє, як типографіка може ставати не просто текстовим, а повноцінним графічним і композиційним елементом. В проєктах студії шрифт використовується як патерн, вектор руху, центр візуального тяжіння – завдяки чіткому розумінню ритму, балансу та масштабу. Невдалі приклади на кшталт попередньої версії сайту “Platfor.ma”, до редизайну 2021 року, чи афіш “ТогольFest” (2018–2020) свідчать про те, що надмірна шрифтова варіативність і порушення ієрархії можуть ускладнювати візуальне сприйняття. Візуальний аналіз було використано з позиції композиційної організації: визначалися центри візуальної ваги, ритмічні ряди, акцентні зони, симетрія/асиметрія та зорові лінії скерування погляду. Це дало змогу оцінити, наскільки типографіка сприяє чи шкодить формуванню візуального повідомлення. Також було проведено кейс-аналіз брендових і культурних проєктів, які стали зразками ефективної типографічної композиції. У процесі аналізу було визначено ключові принципи композиційної організації – від модульної сітки до шрифтових стратегій. Передусім, доцільним є використання модульної сітки як засобу впорядкування простору та забезпечення структурної цілісності композиції. Вибір шрифтів має ґрунтуватися на принципах формальної та функціональної сумісності, з урахуванням ієрархічної організації текстових елементів. Обґрунтоване застосування акцидентних шрифтових рішень дозволяє підсилити семантичну виразність і підтримати візуальну ідентичність проєкту. Кількість шрифтів у межах одного носія доцільно обмежувати до мінімально необхідної, що сприяє візуальній узгодженості та знижує когнітивне навантаження на реципієнта. Інтеграція типогра-

фічних елементів у композиційну систему має відбуватись із дотриманням принципів ритму, масштабу та візуального балансу. Важливим аспектом є адаптація типографічних рішень до специфіки медіасередовища, що забезпечує ефективне сприйняття контенту в умовах цифрових і друкованих платформ. На завершальному етапі дослідження застосовано метод моделювання, який дозволив узагальнити типові композиційні схеми з інтегрованими типографічними елементами.

Проведене дослідження підтвердило гіпотезу про те, що типографіка у медіадизайні відіграє не лише інформативну, а й конструктивну, композиційно-структурну роль. Візуальний та контент-аналіз продемонстрував, що якісна шрифтова організація суттєво впливає на візуальну ієрархію, акценти, сприйняття інформації та естетичне сприйняття медіаповідомлення. У переважній більшості випадків композиційна структура безпосередньо формувалася під впливом типографічних параметрів – ритму, масштабу та кольорового контрасту текстових елементів, що свідчить про їх визначальну роль у побудові візуальної організації. Високий рівень ефективності продемонстрували роботи з чітко вибудованою шрифтовою ієрархією де логічна послідовність заголовків, підзаголовків і основного тексту забезпечує зрозумілу навігацію та логіку прочитання. Разом з тим було виявлено роботи, у яких недотримання принципів типографічної організації спричинило візуальний дисбаланс. Зокрема, у низці афіш локальних подій та архівних версій онлайн-видань спостерігається перевантаження декоративними шрифтами, невиправдане змішування великої кількості гарнітур і відсутність логічної структури, що ускладнює сприйняття та знижує комунікативну ефективність. Композиційна цілісність визначається не кількістю графічних елементів, а узгодженістю типографічної структури: шрифтові елементи повинні органічно інтегруватися у модульну сітку або зорову логіку медіаоб'єкта. Особливу увагу приділено специфіці типографічних рішень залежно від медіаформату. У цифровому середовищі особливо важливим є врахування адаптивності шрифтів, зручності читання на різних екранах, гнучкості композиції та динамічної зміни структури контенту (van Leeuwen, 2006). Це вказує на необхідність стратегічного підходу до шрифтового проєктування, який враховує технічні, семіотичні та композиційні вимоги сучасної візуальної комунікації. Наукова новизна дослідження полягає в комплексному аналізі типографіки не як окремої графічної одиниці, а як структуротворчого композиційного

елементу, що визначає логіку подачі візуального повідомлення у цифрових і друкованих медіа. Типографіку розглянуто у контексті її взаємодії з композиційною організацією простору, а не лише у функціонально-інформаційному аспекті. Типологія типографічних рішень, класифікованих за основними композиційними функціями – акцентування, ієрархізація, ритмізація та балансування – є актуальною відповіддю на виклики, пов'язані з необхідністю впорядкованої та структурно злагодженої подачі інформації в умовах надлишку візуального контенту. Така класифікація дає змогу цілеспрямовано аналізувати й застосовувати типографічні засоби з урахуванням конкретного функціонального завдання в межах дизайну медіаповідомлення. Використання шрифту як інструменту акцентування, засобу побудови логічної ієрархії, елементу ритмічної організації та чинника візуальної рівноваги забезпечує структурну цілісність і підвищує ефективність сприйняття повідомлення. На основі типології обґрунтовано низку принципів інтеграції шрифтових рішень у композиційну систему медіаоб'єкта, які мають як теоретичне, так і прикладне значення. Принципи візуальної ієрархії, контекстуальної відповідності, ритмічної організації, модульної сітки та стилістичної єдності сприяють оптимізації композиційної структури, підвищенню читабельності, зниженню візуального шуму та формуванню естетичної гармонії. Застосування цих принципів дозволяє не лише досягти високого рівня візуальної якості, а й забезпечити ефективну комунікацію в межах цифрових і друкованих форматів. Практична значущість дослідження полягає в можливості впровадження його результатів у професійну діяльність дизайнерів, артдиректорів, викладачів і студентів у сфері дизайну.

Висновки. У результаті проведеного дослідження типографіку обґрунтовано як ключовий композиційний інструмент сучасного медіадизайну, що визначає структурну організацію, візуальну логіку й ефективність комунікаційного повідомлення. Теоретичний аналіз понять «типографіка» та «композиція» у контексті візуальної комунікації дозволив встановити закономірності їхньої взаємодії, а також сформулювати концепцію шрифту як формотворчого та семіотично насиченого елементу композиції. Здійснене емпіричне дослідження на основі візуального й порівняльного аналізу українських і міжнародних практик дало змогу ідентифікувати ефективні шрифтові рішення, типові помилки (відсутність ієрархії, порушення сіткової структури, шрифтові конфлікти), а також описати базові параметри типо-

графіки – масштаб, ритм, інтерліньяж, колір, просторове розміщення – як чинники побудови композиційного каркасу.

На основі узагальнення результатів сформульовано підходи до типографічного проектування, які охоплюють принципи побудови шрифтової ієрархії, гармонізації з графічними елементами, інтеграції у модульні структури з урахуванням специфіки носія (цифрового чи друкованого). Встановлено, що типографіка задає ритм і акценти, структурує візуальну інформацію, формує логіку сприйняття та забезпечує естетичну й комунікативну цілісність. Окремо зафіксовано кореляцію між якісними типографічними рішеннями та емоційно-психологічним впливом на аудиторію, що підкреслює роль типографіки не лише як естетичного, а й комунікативного ресурсу.

Систематизовано сучасні підходи до типографіки як до інтегративної візуально-композиційної практики, що поєднує функціональність, адаптивність, естетичну довершеність і змістову насиченість. Отримані результати мають теоретичну цінність для подальших наукових розвідок у сфері дизайну, а також практичне значення для фахової діяльності, освітніх програм і стандартів візуальної комунікації.

Перспективи подальших досліджень полягають у поглибленому вивченні адаптивної типографіки в контексті UX/UI дизайну з урахуванням принципів інклюзивності та доступності, аналізі впливу шрифтових рішень на когнітивне та емоційне сприйняття, а також осмисленні національних шрифтових традицій як складової візуальної ідентичності сучасного медіапростору.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Брінгхерст Р. Основи стилю в типографіці. Львів : Видавництво Старого Лева. 2016. 400 с.
2. Кривенко Г. С. Типографіка: теорія і практика : навч. посіб. Київ : КНУКіМ. 2021. 212 с.
3. Чіхольд Я. Про типографіку Київ. Основи, 2020. 192 с.
4. Hostetler S. Enhancing visual communication in typographic design: arranging forms, formatting grids, utilizing spaces, and creating rhythms. *Design Principles and Practices*. 2010. Vol. 4, № 4. P. 251–261. DOI: <https://doi.org/10.18848/1833-1874/CGP/v04i04/37942>
5. Landa R. *Graphic Design Solutions* (5th ed.). Boston. Cengage Learning, 2013. 484 P.
6. Lupton E. *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students*. New York. Princeton Architectural Press, 2014. 224 P.
7. McLean R. *The Thames and Hudson Manual of Typography*. London Thames and Hudson, 1980. 224 P.
8. Poon S. Typography design's new trajectory towards visual literacy for digital mediums. *Studies in Media and Communication*. 2022. Vol. 9, № 1. P. 1–15. DOI: <https://doi.org/10.11114/smc.v9i1.5071>
9. Rahardja A., Adiwijaya D. Seni bicara lewat typeface dekoratif dan komposisi. *Humaniora*. 2014. Vol. 5, № 2. P. 710–718. DOI: <https://doi.org/10.21512/humaniora.v5i2.3126>
10. Serpentine Galleries. Website by Studio Makgill & OK-RM. Вебсайт : <https://www.serpentinegalleries.org> (дата звернення 04.07.2025)
11. Studio Feixen. Portfolio вебсайт: <https://www.studiofeixen.ch> (дата звернення 04.07.2025)
12. Tschichold J. *The Form of the Book: Essays on the Morality of Good Design*. Vancouver. Hartley & Marks, 1991. 180 P.
13. van Leeuwen T. Towards a semiotics of typography. *Information Design Journal*. 2006. Vol. 14, № 2. P. 139–155. DOI: <https://doi.org/10.1075/idj.14.2.06lee>

REFERENCES

1. Brinkerherst, R. (2016). *Osnovy styliu v typografitsi* [The Elements of Typographic Style] (O. Roh, Trans.). Lviv: Vydavnytstvo Staroho Leva, 400 [in Ukrainian]
2. Kryvenko, H. S. (2021). *Typografika: teoriia i praktyka* [Typography: Theory and Practice]. Kyiv: KNUKIM. [in Ukrainian]
3. Tschichold, J. (2020). *Pro typografiku* [On Typography] (L. Kononovych, Trans.). Kyiv: Osnovy. [in Ukrainian]
4. Hostetler, S. C. (2010). Enhancing visual communication in typographic design: Arranging forms, formatting grids, utilizing spaces, and creating rhythms. *Design Principles and Practices*, 4(4), 251–261. <https://doi.org/10.18848/1833-1874/CGP/v04i04/37942>
5. Landa, R. (2013). *Graphic design solutions* (5th ed.). Boston: Cengage Learning.
6. Lupton, E. (2014). *Thinking with type: A critical guide for designers, writers, editors, & students* (2nd ed.). New York: Princeton Architectural Press.
7. McLean, R. (1980). *The Thames and Hudson manual of typography*. London: Thames and Hudson.
8. Poon, S. T. F. (2022). Typography design's new trajectory towards visual literacy for digital mediums. *Studies in Media and Communication*, 9(1), 1–15. <https://doi.org/10.11114/smc.v9i1.5071>
9. Rahardja, A., & Adiwijaya, D. R. (2014). Seni bicara lewat typeface dekoratif dan komposisi. [The art of speaking through decorative typefaces and composition] *Humaniora*, 5(2), 710–718. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v5i2.3126> [in Indonesian]
10. Serpentine Galleries. (n.d.). Website by Studio Makgill & OK-RM. Retrieved July 14, 2025, from <https://www.serpentinegalleries.org>
11. Studio Feixen. Portfolio. URL: <https://www.studiofeixen.ch>
12. Tschichold, J. (1991). *The form of the book: Essays on the morality of good design*. Vancouver: Hartley & Marks.
13. van Leeuwen, T. (2006). Towards a semiotics of typography. *Information Design Journal*, 14(2), 139–155. <https://doi.org/10.1075/idj.14.2.06lee>