



УДК 655.3:316.7

## ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ МЕТОДІВ ШРИФТОВОГО ДИЗАЙНУ В СОЦІАЛЬНОМУ ПЛАКАТІ

ГАЛЬЧИНСЬКА Ольга, ЧУПРИНА Анастасія, БАСАНЕЦЬ Юрій,  
МУСІЄНКО Володимир, ОСИПЧУК Микола  
Київський національний університет технологій і дизайну, Україна  
[galtchinska.os@knutd.com.ua](mailto:galtchinska.os@knutd.com.ua)

*Розглянуто вплив соціального плаката на суспільну думку, проаналізовані роботи японських плакатистів, в якості прикладів для наслідування дизайну плакатів. На прикладі робіт японських і українських плакатистів досліджено сучасні прийоми та методи шрифтового дизайну для реалізації соціального плаката.*

**Ключові слова:** графічний дизайн, плакат, соціальна реклама, шрифтовий плакат, мистецтво.

### ВСТУП

На сьогоднішній день соціальна реклама є інструментом аналізу виявлених соціальних проблем, її вплив обумовлює запуск механізму їх подолання: інформування суспільства, демонстрація проблем громадськості тощо [1]. Соціальна реклама грає роль одного з важливих елементів формування суспільної думки та впливу вирішення певної соціальної проблеми, яку висвітлює даний вид реклами.

Нинішня суспільно-політична ситуація в Україні, що зумовлена військовою агресією, та як наслідок піднесення патріотичних настроїв у населення ставить перед дизайнерами нові завдання – створення соціальних плакатів на актуальну тему. Однак, існує проблема часом недостатньої якості естетичного рівня сучасної реклами в Україні як форми масової комунікації. Серед деяких митців користуються популярністю прийоми та техніки, які є застарілими в сучасному інформаційному просторі. Зважаючи на те, аналітики, теоретики і практики вважають рекламу важливим ресурсом суспільства [4] і шукають інноваційні методи патріотичного виховання, сьогодні актуальним є вивчення ролі та позиції реклами у формуванні цінностей, а також дослідження її виховної функції.

### ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Мета роботи – дослідити соціальний плакат як засіб виховання у сучасному суспільстві та визначити основні методи в дизайні соціальної реклами на прикладі шрифтового плакату.

Досягнення мети роботи передбачає виконання таких завдань:

1. Дослідити значення соціального плакату в житті суспільства, його вплив на громадську свідомість.
2. Проаналізувати аналоги шрифтових плакатів.



3. Розкрити сучасні прийоми шрифтового дизайну для соціального плаката.

### **РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ**

Основним завданням соціальної реклами є привернення уваги громадськості до актуальних соціальних проблем. Соціальна реклама також розглядається як спосіб поширення національних ідей та впливу влади на свідомість громадян і їх поведінку [4]. Потенціал соціальної реклами величезний з низки причин. В першу чергу – візуальна реклама «розмовляє» з глядачем доступно, зрозумілою мовою і, таким чином, проникає в свідомість глибше за інші способи комунікації. По-друге, за рахунок циклічного повторення візуальні елементи запам'ятовуються соціумом. По-третє оригінальність і якість зображення формують певні поведінкові стереотипи, які позитивно впливають на формування соціальної думки в цілому.

Плакат – один із перших засобів соціальної реклами, і є дієвим способом впливу на суспільну свідомість. Сьогодні важко передбачити і спрогнозувати зміни тенденцій плакатного мистецтва. Однак, є висока ймовірність вважати одним з перспективних методів і принципів створення плакату – використання в дизайн-практиках шрифтових комбінацій і композицій, які мають потужний потенціал розвитку формування потужного впливу на майбутнє плакатного мистецтва. Враховуючи ці тенденції та принципи, можна зробити певні припущення щодо можливого майбутнього композиції та ідейного змісту цього художнього явища.

Роботи японських плакатистів, незважаючи на активну глобалізацію та змішання стилів, вирізняються серед інших сучасних авторів. В першу чергу вони відрізняються кольором і нестандартними ілюстраціями, задіюючи в якості нестандартного художнього прийому – використання слова як ілюстрації [2]. Оскільки, витоки ієрогліфу походять від піктограм, але, на відміну від інших писемностей, ієрогліфи зберегли свою ілюстративність. Тому в японському плакаті текст не потребує додаткової ілюстрації, фактично являючись нею.

Яскравим прикладом такої технічної можливості є плакат «Ліс» (рис.1, а), створений Еічі Ямасіро для підтримки руху за захист лісу. Єдиними символами на плакаті є піктограма та значок слова «дерево». Два ієрогліфи, що стоять поруч, означають «гай», а три дерева, розташовані поруч, означають «ліс». Ще один японський дизайнер Кентаро Накамура вирішив провести експеримент – за допомогою типографіки зобразити пейзаж парку, ієрографами показав всі розташовані об'єкти в його полі зору. Завдяки японському письму, який навіть у простому накресленні різноманітний і ілюстративний – плакат стає візуально цікавим і привабливим. З такою незвичайною типографікою цей плакат увійшов до списку найкращих плакатів Японії (рис. 1, б).

Соціальні плакати у зв'язку з труднощами завдань, які вони покликані виконувати, вимагали від сучасних художників особливих технічних прийомів і композиційного рішення, що запам'ятовується глядачем [3]. Часто, в основі таких рішень лежать фотоматеріали, рідше картини. Що стосується шрифтових плакатів, то неоднозначність тематичних питань і можливостей шрифтових ілюстрацій загалом призводить до унікальних творів мистецтва, в



яких авторські ідеї визначають все: форму, засоби, композиційні і технічні рішення тощо.

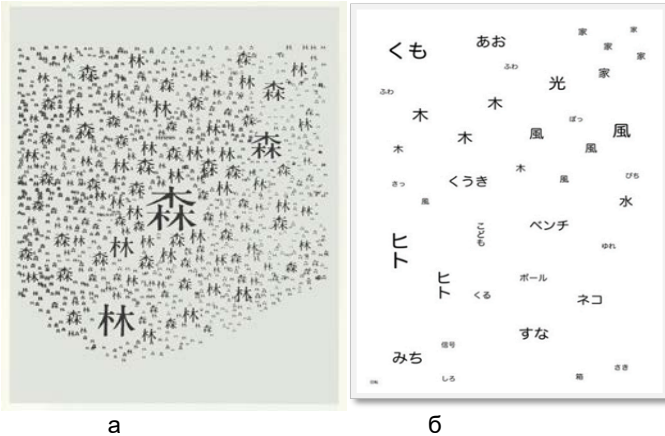


Рис. 1. Роботи сучасних японських плакатистів:  
а – «Ліс», Еічі Ямасіро; б – «Плакат», Кентаро Накамура



Рис. 2. Соціальні шрифтові плакати українських дизайнерів:  
а – «Ukraine», Микола Коваленко, 2022 р.; б – «Життя переможе смерть, а світ темряву», Сергій Ровинський, 2022 р.

Зразками сучасних соціальних плакатів українських митців стало новітнє плакатне мистецтво початку 2022 р., що зумовлено гострим соціальним запитом на якісну ілюстративну продукцію у населення (рис. 2). Українськи митці застосовують плакат, як елемент пропаганди в боротьбі з



ворогом, мотивуючи глядача, підтримуючи емоційний дух, транслюючи інформаційний заклик цільовій аудиторії шляхом застосування основних технічних прийомів графічного плакату.

Отже, основними засобами створення шрифтового плакату є: читабельність шрифту, грамотна кольорова гама, цілісність композиційного рішення, пропорційне співвідношення основних та другорядних елементів, їх баланс та єдність стилю є необхідними компонентами. Таким чином, шрифтовий плакат є сучасним засобом формування суспільної думки, а інформаційні запити суспільства диктують дизайнеру тему плаката. Графічні прийоми, через можливість комп'ютерної техніки настільки різноманітні, що дозволяють експериментувати у пошуках нової художньої мови та нових засобів виразності. Пошук для нових форм у викладі матеріалу є постійним. Графічний дизайн прагне створити образ, який запам'ятовується. За допомогою графіки можна багато що сказати, а людські емоції передати одним шрифтом.

### ВИСНОВКИ

Встановлено, що простота засобів художньої виразності та композиційних рішень соціально-політичних шрифтових художніх плакатів вже сьогодні впливає на рекламний плакат. Проведений аналіз образотворчих засобів, в арсеналі яких – художні прийоми графіки, шрифту, слова. Визначено, що можливості комп'ютерної техніки дозволяють створювати різноманітні творчі експерименти у пошуках нових композиційних рішень та засобів виразності. На прикладі японських та українських шрифтових плакатів проведений аналіз засобів впливу плакату на соціальну думку глядача. Встановлено, що за допомогою шрифтового плакату, як взірця графічного мистецтва можна транслювати будь-який задум митця.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Соціальна реклама в Україні: сучасні реалії та перспективи розвитку. URL: <https://journals.onaft.edu.ua/index.php/fie/article/view/1740/1957>
2. Типографіка в японському плакаті. URL: <https://designpub.ru/typography-in-japanese-posters-ru-89c80d53236e>
3. Андрейканіч А. І. Плакат: його види та жанри. Українська культура : минуле, сучасне, шляхи розвитку. Рівне, 2013. Вип. 19 (1). С. 121–126.
4. Демченко С. В. Масова комунікація як чинник формування громадського суспільства в незалежній Україні. Дніпропетровськ: вид-во Маковецького П.С., 2009. С. 368.

**GALCHYNSKA O., CHUPRINA A., BASANETS Y.,  
MYSIYENKO V., OSYPCHYK M.**

### **MODERN TYPE DESIGN TECHNIQUES FOR A SOCIAL POSTER**

*The influence of the social poster on public opinion is considered, the works of Japanese poster artists are analyzed, as examples for imitation of poster design. On the example of the works of Japanese and Ukrainian poster artists, modern techniques and methods of font design for the implementation of social posters are studied.*

**Key words:** *graphic design, poster, social advertising, font poster, art.*