УДК 76.01:7.037:766

ШРИФТ ЯК ЗАСІБ СТВОРЕННЯ АВТЕНТИЧНОГО ВІЗУАЛЬНОГО ОБРАЗУ

Вячеслав БОРИСОВ – доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри дизайну, Державний заклад «Луганський національний університет ім. Т. Шевченка», Полтава
https://orcid.org/0000-0002-3117-2118
https://doi.org/10.35619/ucpmk.51.1092
borysow13@gmail.com
Світлана БОРИСОВА – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри образотворчого мистецтва, дизайну та методики їх навчання, Тернопільський національний педагогічний університет ім. В. Гнатюка, Тернопіль
https://orcid.org/0000-0003-0610-644X
svitlana.borysova@gmail.com

Метою дослідження є науково-аналітичне осмислення шрифту як візуального коду, притаманного сучасній графічній культурі, виявлення семіотичних, культурологічних та дизайн-комунікативних механізмів його функціонування на підґрунті застосування принципів структурного аналізу візуальних кодів, контент-аналізу шрифтових форм, герменевтичної інтерпретації візуальних повідомлень у національному комунікаційному контексті. Виявлено, що сучасні українські шрифти є складовою візуального коду, що трансформує історичні та етнічні наративи у сучасні графічні форми. Здійснено порівняння українських локальних шрифтів. Проаналізовано функціонування шрифтів у культурній та суспільній комунікації. Запропоновано комплексний міждисциплінарний підхід до аналізу шрифтів з акцентом на семіотику та культурологію; виокремлено три ключові функції, які реалізує українська типографіка при створенні автентичного візуального образу. Подане порівняння українських локальних шрифтів може слугувати методологічним орієнтиром для дизайнерів при створенні візуальних комунікацій з національним культурним контекстом, удосконаленні айдентики культурних інституцій, державних проєктів і брендів, що потребують автентичного візуального образу.

Ключові слова: шрифт, авторська гарнітура, візуальний образ, тенденції, типографіка, культурна репрезентація, дизайнер, дизайн-комунікація.

Постановка проблеми. Попри активне використання шрифтів у сучасній візуальній комунікації, їхня позиція як маркерів культурної ідентичності залишається недостатньо рефлексованою в академічному полі. Шрифт, хоч і є одним із базових інструментів у графічному дизайні, здебільшого розглядається як формальний або технічний елемент композиції. Однак його статус як феномена, що одночасно функціонує на рівнях естетики, семіотики, культури й комунікації, досі залишається фрагментарним і неінтегрованим у більш широкий дискурс дослідження візуальної ідентичності при створенні автентичного візуального образу. У фаховій дизайнерській спільноті шрифт нерідко сприймається як нейтральне графічне рішення, позбавлене історичного, соціокультурного або політичного змісту. Подібна редукція унеможливлює виявлення глибших кореляцій між формальними характеристиками типографіки та національними наративами, які шрифт може успішно транслювати. Варто зауважити, що в історії дизайну є численні приклади, коли саме шрифт відігравав роль візуального коду політичного, ідеологічного або етнокультурного характеру (від конструктивістської типографіки 1920-х років до сучасних гарнітур, створених у відповідь на виклики війни та гібридної інформаційної агресії).

Сучасні культурні трансформації (глобалізація, цифровізація, візуальний шум, конкуренція між глобальними і локальними візуальними практиками) додатково ускладнюють завдання збереження та трансляції автентичного візуального образу. У цьому контексті шрифт виступає не лише медіатором сенсів, але й засобом фіксації національного стилю, естетичної відмінності, графічної самоідентифікації. Тому він потребує уваги як носій функціональної інформативності, як семіотичний конструкт, здатний кодувати пам’ять, мову, колективні уявлення про красу, ритм, пропорції та структуру.

Слід також наголосити, що типографічний компонент візуальної культури значно менш репрезентований у сучасних міждисциплінарних дослідженнях, аніж, скажімо, колористика, візуальні метафори або композиційні моделі. Зокрема, у вітчизняних дослідженнях продемонстровано спроби теоретизації типографіки в контексті національного культурного коду.

Огляд наявної літератури засвідчує відсутність системного підходу до аналізу шрифтових тенденцій саме як відображення культурних архетипів, символічних традицій, мовних структур, візуальних парадигм, притаманних певній спільноті. У фокусі окремих сучасних досліджень [3, 5, 6, 8, 10, 13] знаходиться потенціал шрифту як коду візуальної ідентичності. Проте у роботах відзначається

© Борисов В., Борисова С., 2025 р.
Стаття поширюється на умовах ліцензії CC BY 4.0

відсутність верифікованої типології сучасних шрифтів у контексті їхньої національної маркованості, не опрацьовані методики аналізу шрифту як культурного носія, майже не досліджується когнітивний вплив графічної структури літер на процес національної самоідентифікації в дизайні медіа, реклами, освіти, соціальної навігації. Тому парадигма розуміння типографіки потребує оновлення, переходу від прикладного ремесла до концептуального засобу дизайну, що забезпечує соціокультурне моделювання.

Не менш важливою є проблема невизначеності критеріальних параметрів візуального коду в полі графічного дизайну. У проєктах національного брендингу, державної айдентики, публічних комунікацій шрифт відіграє ключову роль, однак теоретичне осмислення цих рішень поки не має належної наукової інтерпретації. Відсутність уніфікованих підходів до ідентифікації національних ознак у типографіці знижує якість стратегічних дизайнерських рішень, а також обмежує потенціал шрифту як інструменту культурної дипломатії, освітньої політики й історичної візуалізації.

Таким чином, існує потреба в системному дослідженні шрифтів як елементів візуального коду. Необхідно поєднати методи дослідження, притаманні галузі дизайну, семіотики, когнітивної науки та культурології, аби створити багаторівневу аналітичну модель, здатну пояснити механізми формування, трансляції та зчитування ідентичності, автентичності візуального коду через типографіку. Такий підхід дозволить не лише переосмислити роль шрифту у візуальних комунікаціях, а й запропонувати науково обґрунтовані критерії формування шрифтової політики як частини стратегії культурної безпеки та національної візуальної самореалізації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У сучасному суспільстві, де переважає візуальна комунікація, шрифт набув універсального характеру, охоплюючи всі сфери соціального життя. Він функціонує не лише як засіб передавання інформації, а й постає як самодостатня форма мистецтва та важливий елемент культурної парадигми. «Культура шрифту – це невід'ємна й важлива частина загальної художньої культури свого народу, свого часу, свого стилю. Кожний новий шрифт створюється дизайнером саме для задоволення мінливих потреб художньої культури» [11; 38]. У сучасних наукових розвідках, присвячених графічному дизайну, дедалі частіше актуалізується тема візуальної ідентичності [2] як багаторівневої структури, в якій шрифт фігурує не лише як інструмент вербального представлення, а як код, що оперує на рівні символічних і культурних конструктів [4; 16]. Разом із тим, попри формальне визнання типографіки як вагомого чинника формотворення, вона часто залишається на периферії фахового наукового аналізу, поступаючись увагою загальнішим візуальним компонентам (кольору, композиції, зображенням тощо).

У низці праць фіксуються спроби переосмислення типографіки в контексті візуальної комунікації. Так, у дослідженні М. Воробчук-Калитюк і Н. Скляренко «Код як засіб створення образу в дизайні візуальних комунікацій» аргументовано, що шрифт є не лише засобом репрезентації тексту, а культурною формою, здатною конденсувати соціокультурні наративи, інтерпретувати історичні коди, символізувати належність до певного простору або ідеології [3]. Така інтерпретація дозволяє поглибити уявлення про типографіку як частину національного візуального ландшафту. Фіксуються спроби теоретичного окреслення типових візуальних категорій у дизайні. Зокрема, у дослідженні В. Косіва «Національні моделі і глобалізація графічного дизайну другої половини XX ст.» [7] порушено тему трансформації шрифтових рішень під впливом цензури, мовної політики та культурної адаптації, а шрифт аналізується у взаємозв'язку з ідеологічною та політичною стилістикою відповідного часу (плакатах, книжковій графіці, опакованні), де типографіка є частиною більшого символічного комплексу.

Варто зауважити, що окремі дослідники розглядають типографіку переважно в аспекті стилістичних відмінностей, класифікації та технічної організації композиції [12]. Така ситуація призводить до того, що увага фіксується лише на візуальному рівні аналізу, залишаючи поза увагою когнітивний, ідеологічний, наративний потенціал типографіки. Н. Скринник [15], спираючись на наявні дослідження та зразки сучасного шрифтового дизайну України, визначила аспекти формування національної моделі сучасного українського шрифту та зауважила, що шрифт як об'єкт проєктування потребує переосмислення, а національний вектор має бути пріоритетом.

Приорітетність національного вектору, питання практичного застосування типографіки у розробці логотипів і брендів фіксується не лише в теоретичних дослідженнях, а й діяльності дизайнерських студій і об'єднань. Шрифт постає як інструмент візуальної диференціації, що забезпечує зчитуваність, емоційний контекст та культурну релевантність. Водночас, відсутність систематизованої теоретичної основи, що пояснювала б механізми семіотичного навантаження гарнітур, знижує евристичну цінність практичних кейсів у академічному контексті. Водночас вважаємо, що шрифт і типографічну композицію доцільно розглядати у взаємозв'язку з поняттям

гармонії – не як формального балансу, а як культурної відповідності, візуального ритму, символічної рівноваги. Це дозволяє наблизитися до осмислення типографіки як носія концептуальних візій, а не лише як естетичної структури [1]. Отже, аналіз актуального наукового доробку засвідчує наявність низки важливих концептуальних підходів до осмислення шрифту як елемента візуального дизайну. Проте недостатня систематизація, слабка типологізація національних шрифтів, відсутність узагальненої аналітичної моделі, що дозволила б інтерпретувати типографіку як візуальний код у контексті постглобалізованого культурного середовища, створює підґрунтя для подальших міждисциплінарних досліджень, які поєднують дизайн-аналіз, семіотику, когнітивні науки та візуальну антропологію.

Метою даного дослідження є системне науково-аналітичне осмислення шрифту як візуального коду, притаманного сучасній графічній культурі, виявлення семіотичних, культурологічних та дизайн-комунікативних механізмів його функціонування на підґрунті застосування принципів структурного аналізу візуальних кодів, контент-аналізу шрифтових форм, герменевтичної інтерпретації візуальних повідомлень у національному комунікаційному контексті.

*Виклад основного матеріалу дослідження. Д*ослідження шрифту як візуального коду, притаманного сучасній графічній культурі, вимагає поєднання семіотичних, естетичних та когнітивно-комунікативних підходів. У сучасному дискурсі поняття гармонії у контексті застосування шрифта або створення шрифтової композиції виступає не тільки як формальний баланс композиції, але й як індикатор відповідності візуальної структури культурному семантичному полю. Концепт гармонія у дизайні розглядається як форма культурної конвенції, ритмічного узгодження елементів ідентичності, включно зі шрифтовими рішеннями [13]. В актуальному науковому середовищі типографіка часто опиняється поза фокусом естетичних дискусій, оскільки домінує увага до форми, кольору, зображень. Попри це шрифт, як візуальний знак, має багаторівневий сенс (графемний, семантичний, культурний), він синтезує уявлення про національну історію, ментальність, традиції [3].

Тенденція повернення до рукотворності підкреслює прагнення культурної спільноти до індивідуального виразу та автентичності візуального коду [14; 17]. При цьому рукотворні гарнітури збагачують національну графічну палітру, формуючи унікальний дискурс, що контрастує з уніфікованими цифровими шрифтами. Прикметно, що наразі, під час розробки графічними дизайнерами логотипів, айдентики увага фокусується на типографічній специфіці: динаміці знаку, багатошаровості образу, емоційних акцентах через форму літер. Проте, попри практичну ефективність, на думку С. Оганесян і О. Колісник відсутність методологічного пояснення механізмів семантичного навантаження форм знижує наукову диференціацію таких кейсів [10].

Враховуючи напрацювання В. Косіва, підкреслимо, що типографіка для української культури неодноразово виступала як інструмент вираження влади, ідеології та культурної самоідентифікації. Виконаний автором аналіз плакатної графіки 1945–1989 років засвідчує, що графічна мова шрифту того періоду слугувала не тільки інформаційній, а й емоційно-ідеологічній функції [7]. Відповідно зауважимо, що сучасні наукові дослідження [6; 10] фіксують підвищений інтерес до культурної ідентифікації через шрифт, зокрема, через імпліцитні коди в логотипах, графічних патернах, ідентичності брендів.

Зважаючи на гармонію, як культурну конвенцію і формоутворюючий принцип, можемо виокремити базові компоненти для аналізу шрифтів як механізму моделювання автентичного візуального образу, а саме: характер літер, ритм простору, масштаб, цифрову структурованість, ручний жест, стилістичну семантику [1; 13]. Таким чином, дослідницька модель шрифту як засобу створення автентичного візуального образу складається з наступних ключових блоків: *семіотична ідентифікація* – виявлення архетипних знаків у формах літер, їх культурної інтерпретації; *естетико-когнітивний аналіз* – оцінка впливу графічної структури на сприйняття, емоційну реакцію, меморіальність; *соціально-історичне контекстування* – зіставлення шрифтових рішень із важливими культурними подіями, політичними трансформаціями, ідеологічною парадигмою; *практичний компонент* – виявлення стратегій формотворення та практичних патернів у логотипах, айдентики, державних систем навігації; *методологічна інтеграція* – обґрунтування процедур, модальностей, критеріїв типології шрифтів, їх семантичного та стильового аналізу.

Сучасний стан графічного дизайну потребує референцій на типографіку як фундаментального інструменту культурного втілення. Можна констатувати, що трансформація методологічних підходів до вивчення шрифту (від суто формального аналізу до комплексного наративного, когнітивного та семіотичного осмислення) формує підґрунтя для глибшого інтерпретування автентичного візуального образу.

Розглянемо конкретні кейси українських шрифтів, що ілюструють функціонування шрифту як втілення автентичного візуального образу (Рис. 1).

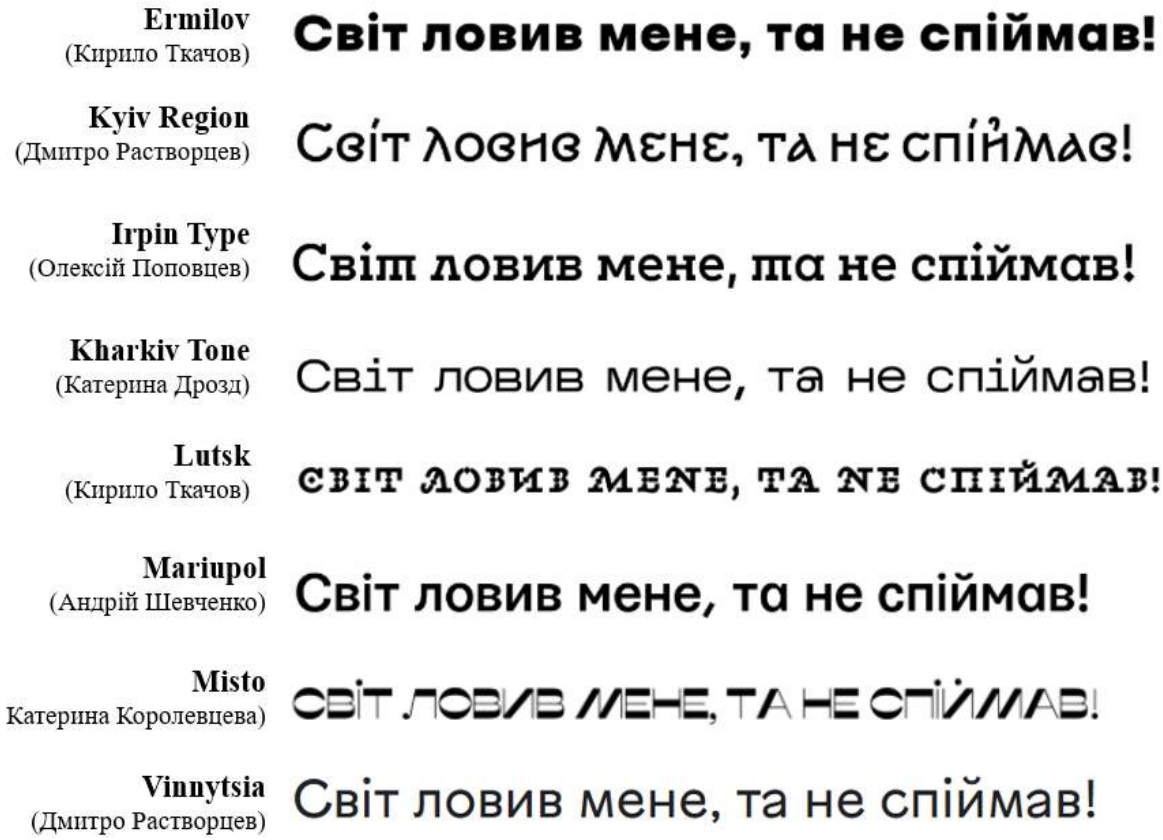

Рис. 1. – Зразки панграм шрифтів, пов'язаних із територіальною ідентичністю

Українська типографіка при втіленні автентичного візуального образу реалізує три ключові функції: *ідентифікаційну* (формує національну, локальну впізнаваність); *культурно-репрезентативну* (транслює історичні й етнічні смисли) і *когнітивну* (впливає на сприйняття, пам'ять, емоції). У сучасному українському графічному дизайні локальні шрифти дедалі більше постають не лише як інструмент візуальної комунікації, а як засіб створення візуального образу з метою репрезентації ідентичності [9]. Їх поява пов'язана з потребою віднайти баланс між універсальністю міжнародних типографічних практик та унікальністю локальних наративів, що відтворюють певні історії та сприяють збереженню історичної пам'яті, реакцією на сучасні урбаністичні трансформації.

Шрифт *Ermilov* Кирила Ткачова є показовим прикладом шрифту, де конструктивістські засади поєднуються з функцією глобального брендингу. Цей шрифт розроблено для офіційного бренду України «Ukraine now». Його геометричність та архітектонічна логіка створюють ефект стабільності й впорядкованості, що відповідає стратегічному завданню позиціонування України у міжнародному просторі.

Натомість шрифт *Kyiv Region*, розроблений студією White Studio Design (Дмитро Растворцев), демонструє синтез барокових традицій та модерністської геометрії. Тут виявляється механізм «візуальної пам'яті через стилізацію», коли минуле інтегрується в сучасний дизайн без прямої імітації. Шрифти *Irpin Type* Олексія Поповцева тяжіють до концепції «сучасної реконструкції», де чітка сітка й округлі форми втілюють образ міста, що водночас зберігає історичну спадщину та формує нові когнітивні коди після руйнувань під час війни. Особливу увагу привертає шрифт *Kharkiv Tone* Катерини Дрозд, який навмисно руйнує канони гармонійності, апелюючи до агресивної експресії та ритмічної фрагментарності. Цей шрифт працює як візуальний аналог протесту, демонструючи роль типографіки у формуванні соціально-культурного дискурсу. А шрифти *Lutsk* Кирила Ткачова, з його готичними та ренесансними алюзіями, та *Mariupol* Андрія Шевченка, побудований на монолітній масивності форм, виявляють психо-візуальні механізми стабілізації та пам'яті. Якщо у першому випадку йдеться про відтворення історичної вертикалі міста, то у другому – про фіксацію незламності як ключової колективної цінності.

Шрифт *Misto* Катерини Королевцевої, натхненний музейною вивіскою, репрезентує ідею локального кодування простору: кожен елемент є відображенням матеріального середовища, що

робить шрифт носієм урбаністичного «підпису» міста. Нарешті, шрифт *Vinnytsia* Дмитра Растворцева тяжіє до принципів відкритості та дружності, що досягається через м'які лінії та адаптивність форм. Це приклад шрифту, зорієнтованого на багатофункціональність та цифрове середовище, де відбувається формування «нової візуальної демократичності». Отже, українські локальні шрифти можна трактувати як медіатори культурної пам'яті й актуальних ідентичностей. Вони діють не лише на рівні комунікаційної функції, а й як психо-візуальні механізми керування увагою та інтерпретацією, створюючи у глядача ефект причетності до локального середовища. З позиції теоретико-методологічного аналізу важливо підкреслити, що ці шрифти функціонують не лише як інструмент комунікації, а й як репрезентативний механізм культурного кодування локальних ідентичностей.

Варто підкреслити, що кожен із зазначених шрифтів є візуальним артефактом – він акумулює історичні, локальні та емоційні маркери, властиві певній територіальній спільноті. Прикметно, що всі ці шрифти відповідають актуальним світовим тенденціям у дизайні візуальної ідентичності, зокрема, принципам адаптивності, гнучкості в цифровому середовищі, а також семіотичної зрозумілості. На наш погляд, особливу цінність мають ті шрифти, що розроблені на основі переосмислення історичних стилів, адже вони дозволяють з'єднати минуле з сучасністю, утворюючи зв'язки між втраченими традиціями та новими формами їх візуалізації.

Отже, типографіка в українському графічному дизайні – це не лише форма, а смислове навантаження, маркер приналежності та культурної автентичності.

Висновки. На наш погляд, дослідження сучасного графічного дизайну в контексті культурної ідентичності, національного візуального коду та типографічної спадщини України потребує не лише глибокого історико-теоретичного осмислення, а й переорієнтації дизайнерської практики на принципи семіотичної точності, контекстуального вкорінення та стилістичної виваженості. Графічний дизайн в умовах культурного відновлення виконує не лише естетичну чи комунікаційну функцію, а й – що принципово важливо – ідентифікаційну, репрезентативну, наративну. Відповідно, проєктування візуального середовища має ґрунтуватися на методологіях, що враховують як локальну семантику, так і глобальні виклики візуальної стандартизації.

Визначним стає аналіз і переосмислення візуальних кодів через шрифтові системи, образні структури та символічні маркери, які формують національну візуальну мову. Фіксується потреба переосмислення графічного дизайну як міждисциплінарної практики, в якій поєднуються візуальні, антропологічні, лінгвістичні та семіотичні аспекти. Гармонійність у графічному дизайні є не лише категорією композиційного балансу, а й узгодження значень і сенсів: шрифт має резонувати з культурним простором, із національними травмами, пам'яттю, історією. З цієї позиції доцільно говорити про шрифт і текст як форму культурного письма, що формує сенсовий і метафоричний зміст простору.

Типографіка в актуальних дизайн-практиках українських графічних дизайнерів виконує функцію концептуального маркера: шрифт не лише візуалізує інформацію, а й структурує ідеологічну, емоційну та ідентифікаційну складові візуального образу. Осмислення вітчизняного досвіду крізь призму візуального кодування набуває особливого значення. Дизайнерська практика має бути зорієнтована не на копіювання західних моделей, а на формування нових візуальних систем, що опираються на українські знакові структури, типографічну традицію, етнічні наративи. При цьому важливим є не лише історичний бекграунд, але й інноваційне переосмислення цих візуальних ресурсів у нових форматах: web-дизайні, AR/VR-комунікаціях, брендингу, цифровій айдентиці.

Отже, результати проведеного дослідження підтверджують, що український графічний дизайн є не лише частиною креативної індустрії, а й інструментом стратегічного культурного конструювання, що спроможний актуалізувати національну ідентичність в умовах глобалізованого візуального простору.

Перспективи подальших досліджень варто пов'язувати із розробкою моделей інтерпретації національного візуального спадку, поглибленим аналізом семіотичних характеристик української типографіки та формуванням освітніх стратегій, здатних виховувати нове покоління дизайнерів-інтерпретаторів.

Список використаної літератури:

1. Борисов В. Феномен речі у дизайні. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. № 41 (1). С. 48–54. DOI: https://doi.org/10.24919/2308-4863/41-1-8.

2. Борисова С. В. Візуалізація територіальної ідентичності у поштових листівках. *Зб. мат-в IV Міжнар. наук.-практ. конф. «Актуальні проблеми сучасного дизайну»*. Київ : КНУТД, 2022. Т. 2. С. 42–45.

3. Воробчук-Калитюк М., Скляренко Н. Код як засіб створення образу в дизайні візуальних комунікацій.

Грааль науки. 2021. № 1. С. 545–547. DOI: https://doi.org/10.36074/grail-of-science.19.02.2021.116.

4. Дубрівна А. П., Дороніна С. О. Український шрифт: витоки, етапи формування, стилістичні особливості. *Мистецтвознавчі зап*. 2021. № 40. С. 10–14. https://doi.org/10.32461/2226-2180.40.2021.250317.

5. Іваненко Т. О. *Художньо-образні особливості формоутворення акцидентного шрифту*: автореф. дис. … канд. миств.: 05.01.03. Харків, 2006. 22 с.

6. Ісмайлова М. С. Типографіка як інструмент рішення функціональних та естетичних аспектів у дизайні поліграфічної рекламної продукції раннього модернізму (1910–1935). *Вісник ХДАДМ*. 2015. № 6. С. 61–70.

7. Косів В. М. *Національні моделі і глобалізація графічного дизайну другої половини XX ст.*: дис. … канд. миств.: 05.01.03. Харків, 2003. 397 с.

8. Криштопайтіс В. В. *Класична типографіка друкованих видань в умовах цифрового набору: функціональні та естетичні аспекти*: автореф. дис. … канд. миств.: 17.00.07. Харків, 2012. 20 с.

9. Кухаренко Л. 15 українських шрифтів, про які ви могли не знати. *Weblium Блог*. 2023. URL: https://ua.weblium.com/blog/15-ukrayinskih-shriftiv.

10. Оганесян С. В., Колісник О. В. *Знаково-символічні засоби візуальної ідентифікації бренду*: монографія. Київ : КНУТД, 2024. 212 с.

11. Осадча А. Стилістика шрифтів, логотипу та товарного знака. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. № 42 (2). DOI: https://doi.org/10.24919/2308-4863/42-2-6.

12. Поліщук А. А. *Теорія та практика графіки*: навч. посібник. Київ : Ун-т. ім. Б. Грінченка, 2015. 212 с.

13. Поліщук О. Гармонія як поняття дизайну, естетики, дизайн-освіти і мистецької освіти: теоретичний та методологічний аспекти. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку: наук. зб*. 2025. № 50. С. 437–443. DOI: https://doi.org/10.35619/ucpmk.50.997.

14. Рутенія. Графіка української мови. URL: https://abetkarutenia.com.ua

15. Скринник Н. В. Аспекти формування національної моделі сучасного українського шрифту. *Вісник ХДАДМ*. 2015. № 7. С. 60–64.

16. Чабайковська М. Становлення українського рукописного шрифту. *Педагогічний часопис Волині*. 2019. № 2 (13). С. 52–58.

17. Чупріна Н. В., Кротова Т. Ф., Струмінська Т. В. Графічні особливості та комунікаційна специфіка презентаційних плакатів мистецьких та культурних заходів. *Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі*: монографія. Київ : КНУТД, 2022. С. 91–109.

References

1. Borysov V. Fenomen rechi u dyzaini. [Phenomenon of speech in designs]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk [Current issues in the humanities]*, 2021. (41) 1. P. 48–54. doi.org/10.24919/2308-4863/41-1-8 [in Ukrainian].

2. Borysova S. Vizualizatsiia terytorialnoi identychnosti u poshtovykh lystivkakh. [Visualization of territorial identity in postcards]. Zb. mat-v IV Mizhn. nauk.-prakt. konf-yi «Aktualni problemy suchasnoho dyzainu» [Current issues of modern design]. Kyiv : KNUTD, 2022. (2). P. 42–45 [in Ukrainian].

3. Vorobchuk-Kalytiuk M., Skliarenko N. Kod yak zasib stvorennia obrazu v dyzaini vizualnykh komunikatsii [Code as a means of creating an image in visual communications design]. *Hraal nauky [The Grail of Science]*, 2021. (1), 545–547. https://doi.org/10.36074/grail-of-science.19.02.2021.116 [in Ukrainian].

4. Dubrivna A., Doronina S. Ukrainskyi shryft: vytoky, etapy formuvannia, stylistychni osoblyvosti. [Ukrainian font: origins, stages of formation, stylistic features]. *Mystetstvoznavchi zapysky [Art history notes]*, 2021. (40), 10–14. https://doi.org/10.32461/2226-2180.40.2021.250317 [in Ukrainian].

5. Ivanenko T. Khudozhno-obrazni osoblyvosti formoutvorennia aktsydentnoho shryftu [Artistic and figurative features of the formation of an accidental font]: avtoref. dys. … kand. mystv.: 05.01.03. Kharkiv, 2006 [in Ukrainian].

6. Ismailova M. Typohrafika yak instrument rishennia funktsionalnykh ta estetychnykh aspektiv u dyzaini polihrafichnoi reklamnoi produktsii rannoho modernizmu (1910–1935). [Typography as a tool for solving functional and aesthetic aspects in the design of printed advertising products of early modernism (1910–1935)]. *Visnyk KhDADM [KhDADM Bulletin]*, 2015. (6). P. 61–70 [in Ukrainian].

7. Kosiv V. Natsionalni modeli i hlobalizatsiia hrafichnoho dyzainu druhoi polovyny XX st. [National models and globalization of graphic design in the second half of the 20th century]: dys. … kand. mystv.: 05.01.03. Kharkiv, 2003 [in Ukrainian].

8. Kryshtopaitis V. Klasychna typohrafika drukovanykh vydan v umovakh tsyfrovoho naboru: funktsionalni ta estetychni aspekty [Classical typography of printed publications in the context of digital typesetting: functional and aesthetic aspects]: avtoref. dys. … kand. mystv.: 17.00.07. Kharkiv, 2012 [in Ukrainian].

9. Kukharenko L. 15 ukrainskykh shryftiv, pro yaki vy mohly ne znaty [15 Ukrainian fonts you might not know about]. *Weblium Bloh*, 2023. https://ua.weblium.com/blog/15-ukrayinskih-shriftiv [in Ukrainian].

10. Ohanesian S., Kolisnyk O. Znakovo-symvolichni zasoby vizualnoi identyfikatsii brendu [Symbolic means of visual brand identification]: monohrafiia. Kyiv : KNUTD, 2024 [in Ukrainian].

11. Osadcha A. Stylistyka shryftiv, lohotypu ta tovarnoho znaka. [Stylistics of fonts, logo and trademark]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk [Current issues in the humanities]*, 2021. (42) 2. P. 37–43. doi.org/10.24919/2308-4863/42-2-6 [in Ukrainian].

12. Polishchuk A. Teoriia ta praktyka hrafiky [Theory and practice of graphics]: navch. posibnyk. Kyiv : Un-t im. B. Hrinchenka, 2015 [in Ukrainian].

13. Polishchuk O. Harmoniia yak poniattia dyzainu, estetyky, dyzain-osvity i mystetskoi osvity: teoretychnyi ta metodolohichnyi aspekty. [Harmony as a concept of design, aesthetics, design education and art education: theoretical and methodological aspects]. *Ukrainska kultura: mynule, suchasne, shliakhy rozvytku [Ukrainian culture: the past, modern ways of development]*, 2025. (50). P. 437–443. https://doi.org/10.35619/ucpmk.50.997 [in Ukrainian].

14. Ruteniia. Hrafika ukrainskoi movy [Ruthenia. Ukrainian language graphics]. https://abetkarutenia.com.ua [in Ukrainian].

15. Skrynnyk N. Aspekty formuvannia natsionalnoi modeli suchasnoho ukrainskoho shryftu [Aspects of the formation of the national model of the modern Ukrainian font]. *Visnyk KhDADM [Bulletin of the KhDADM]*, 2015. (7). P. 60–64 [in Ukrainian].

16. Chabaikovska M. Stanovlennia ukrainskoho rukopysnoho shryftu. [The formation of the Ukrainian handwritten font]. *Pedahohichnyi chasopys Volyni [Volyn Pedagogical Journal]*, 2019. (2) 13. P. 52–58 [in Ukrainian].

17. Chuprina N., Krotova T., Struminska T. Hrafichni osoblyvosti ta komunikatsiina spetsyfika prezentatsiinykh plakativ mystetskykh ta kulturnykh zakhodiv. [Graphic features and communication specifics of presentation posters for artistic and cultural events]. *Hrafichnyi dyzain v informatsiinomu ta vizualnomu prostori [Graphic design in the information and visual space]:* monohrafiia. Kyiv : KNUTD, 2022. 91–109 [in Ukrainian].

UDC 76.01:7.037:766

FONT AS A MEANS OF CREATING AN AUTHENTIC VISUAL IMAGE

Viacheslav BORYSOV – Doctor of Pedagogy, Professor, Professor at the Department of Design, Luhansk Taras Shevchenko National University, Poltava

Svitlana BORYSOVA – Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Fine Arts, Design and Methods of their Teaching, Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University, Ternopil

The purpose of the article is a systematic, scientific, and analytical understanding of the font as a visual code of the nation in the context of modern graphic culture, as well as identifying semiotic, culturological, and design-communicative mechanisms of its functioning.

Research methodology. The study is based on an interdisciplinary approach that combines art history, culturological, semiotic, and design-analytical analysis. The methodological framework is determined by the principles of structural analysis of visual codes, content analysis of font forms, as well as hermeneutic interpretation of visual messages in the national communication context.

Results. It was found that modern Ukrainian fonts are a component of the visual code of the nation, which transforms historical and ethnic narratives into modern graphic forms. A comparison of Ukrainian local fonts was made. The functioning of fonts in cultural and social communication was analyzed, which contributes to the strengthening of national identity.

Scientific novelty. A comprehensive interdisciplinary approach to the analysis of fonts as a visual code of the nation, with an emphasis on semiotics and culturology, is proposed; three key functions are identified that Ukrainian typography implements as a visual code of the nation.

Practical significance. The practical significance of this research is that its results provide a comparison of Ukrainian local fonts, which can serve as a methodological guide for designers when creating visual communications with a national cultural context. The data obtained will contribute to improving the identity of cultural institutions, state projects, and brands that require an authentic visual image.

Key words: font, author’s typeface, visual image, trends, typography, cultural representation, designer, design communication.

Стаття отримана 26.02.2025
Стаття прийнята 26.03.2025
Стаття опублікована 22.12.2025