Структурний підрозділ «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну»
ВНЗ «КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ»

МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС
З ДИСЦИПЛІНИ
«**Типографіка і шрифти**»

для студентів спеціальності 022 «Дизайн»
ОПП «Графічний дизайн»

Київ-2024

Укладач **Шестерікова Людмила Олександрівна**, художник-графік, графічний дизайнер, аспірантка Інституту професійної освіти НАПН України, викладач спец. дисциплін дизайнерського профілю, комп'ютерна графіка.

Методичний комплекс з дисципліни розглянуто та затверджено на засіданні педагогічної ради Структурного підрозділу «Міжнародний фаховий коледж моді і дизайну» ВНЗ «Київська Академія прикладних мистецтв».



Структурний підрозділ «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну»
ВНЗ «КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ»

Робоча навчальна програма
З ДИСЦИПЛІНИ
«**Типографіка і шрифти**»

для студентів спеціальності 022 «Дизайн»
ОПП «Графічний дизайн»

Київ-2024

ЗМІСТ

1. Пояснювальна записка……5
2. Тематичний план ……..……..7
3. Зміст дисципліни……10
4. Список використаних джерел……..….16
5. Питання до іспиту……..19
6. Конспект лекцій……..22
7. Додатки……76

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Курс ставить за **мету** - формування у студентів знань за допомогою різноманітних поліграфічних технічних засобів, принципів створення та монтування поліграфічного продукту, а також навичок виконання оригінальних творів, розвиток творчого мислення, здатності до абстрагування; розвиток художнього смаку, без якого неможлива творча діяльність майбутнього графічного дизайнера.

Завдання навчальної дисципліни полягає у формуванні навичок виконання оригінальних графічних творів як художнього, так і рекламного характеру, а саме у діяльності фахівця, що працює в області графічного дизайну. Знання теорії шрифтової графіки і засобів композиції в типографіці надають можливість студенту набувати навички професіоналізму шрифтової спрямованості. Курс «Типографіка» передбачає як теоретичні, так і практичні заняття. Багато теоретичні питання, що стосуються професійної термінології, засобів виразності у побудові друкованих видань, методів виконання шрифтових носіїв для дизайн -продуктів на прикладах кращих історичних стилів і сучасних поліграфічних творів. Даний курс має розвинути образне і логічне мислення, виховуючи при цьому високі професійні, естетичні вимоги до поліграфічних і рекламним виданням.

«Загальнонаукова» компетенція проявляється в тому, що студент здатний зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій.

«Загальнокультурна» компетенція проявляється у тому, що студент здатний генерувати нові ідеї (креативність), виявляти, ставити та вирішувати проблеми в професійній діяльності.

«Громадянська» компетенція проявляється у тому, що студент здатний планувати та управляти процесом виконання дизайнерського завдання; здатний вибирати техніки та/або технології створення об’єктів дизайну у відповідних матеріалах, розуміючи екологічні наслідки своєї професійної діяльності та обґрунтовувати свій вибір.

Міжпредметні зв’язки

Під час вивчення курсу «**Типографіка і шрифти**» застосовано принцип системності, тобто (продовжено викладання шкільного курсу/формується база для формування професійних компетенцій/поглиблюються та розширюються знання зі спеціальності). Викладач застосовує міжпредметні зв’язки з іншими навчальними дисциплінами, спираючись на знання, здобуті студентами під час вивчення «Типографіка і шрифти» вивчається паралельно з дисциплінами («Основи теорії дизайну», «Технологія обробки текстової та графічної інформації», «Комп’ютерна графіка», «Ескізна графіка») має передувати іншим обов’язковим, нормативним, гуманітарним дисциплінам, таким як «Переддипломна практика», «Дипломне проектування».

За результатами вивчення навчальної дисципліни студент повинен

Знати:

- засоби і закономірності композиції в типографіці як головних інструментів для втілення дизайнерських ідей по створенню творів поліграфії;
- властивості носіїв та різницю між ними;
- переваги та недоліки цифрових макетів;
- властивості світла та кольору щодо поліграфічних технік;
- поняття якості та розміру;
- основні положення в галузі теорії та історії шрифту, друку, художнього аналізу в друкованих виданнях,
- сучасний стан і перспективи розвитку поліграфії.

Уміти:

- виконувати композиційне розміщення шрифту;
- виконувати ілюстративно-шрифтову композицію;
- вільно володіти верстанням макету;
- створювати поліграфічну рекламну продукцію;
- виконувати макети WEB типографіки;
- організовувати самостійний професійно-творчий процес.

Шкала оцінювання навчальних досягнень: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
100-90	A	відмінно	зараховано
89-82	B	дуже добре	
82-75	C	добре	
74-65	D	задовільно	
64-50	E	достатньо	
49-35	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано
35-0	X	не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	



Тематичний план з дисципліни
«Типографіка і шрифти»
Для студентів Структурного підрозділу «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну» вищого навчального закладу «Київська Академія прикладних мистецтв»
Галузь знань: 02 Культура та мистецтво. Спеціальність: 022 “Дизайн”
Освітньо-професійна програма:
“ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН”
Кваліфікація - фаховий молодший бакалавр
Денна форма навчання. Навчання на основі повної загальної середньої освіти

№ з/п	***Назва теми***	***Кількість годин***				
		Всього	***Теорет. заняття***	***Семінар. заняття***	***Самос. роботи***	***Форма контролю***
	5 семестр	**56**	**36**	**20**	**7**	**Залік**
1.	Вступ. Основні поняття типографіки і шрифтів		3	2		Опитування
2.	Історія розвитку шрифту.		3	2		Опитування
3.	Загальні відомості про шрифт		3	2		Опитування
4.	Шрифтові дизайнери		3	2	1	Опитування
5.	Анатомія шрифту		3	2	1	Опитування
6.	Шрифт як елемент дизайну		3	2	1	Опитування
7.	Якості шрифтів та їх застосування у дизайні		4	2	1	Опитування
8.	Класифікація шрифтів		4	2	1	Опитування
9.	Види шрифтів в залежності від креслень.		4	2	1	Опитування
10.	Типи шрифтів у сучасній комп’ютерній технології: растрові, векторні, контурні.		4	2	1	Опитування
	Модульний контроль		2			Контрольна робота
	6 семестр	**72**	**32**	**40**	**9**	**Залік**
11.	Основи типографіки		4	5	1	Опитування
12.	Типографія шрифту		4	5	1	Опитування
13.	Система і одиниця виміру типографських шрифтів		4	6	1	Опитування
14.	Взаємозв'язок малюнків букв із змістом тексту.		4	6	1	Опитування
15.	Шрифти в оформленні видань		4	6	1	Опитування
16.	Розробка шрифту		5	6	2	Опитування

17.	Верстка тексту		5	6	2	Опитування
	Модульний контроль		2			Контрольна робота
	7 семестр	**30**	**10**	**20**	**6**	**Залік**
18.	Шрифти у рекламном дизайні.		1	2		Опитування
19.	Поняття стилю в шрифтовій поліграфії		1	3	1	Опитування
20.	Шрифт в рекламі і на плакаті		1	3	1	Опитування
21.	Колір як засіб художньої виразностішрифтовій композиції.		1	3	1	Опитування
22.	Смислове акцентування в шрифтовій композиції.		1	3	1	Опитування
23.	Сучасна шрифтова культура		1	3	1	Опитування
24.	Летирінг. Каліграфія і фірмовий стиль.		2	3	1	Опитування
	Модульний контроль		2			Контрольна робота
	Всього:	**158**	**78**	**80**	**22**	**180**



Тематичний план з дисципліни
«Типографіка і шрифти»
Для студентів Структурного підрозділу «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну» вищого навчального закладу «Київська Академія прикладних мистецтв»
Галузь знань: 02 Культура та мистецтво. Спеціальність: 022 “Дизайн”
Освітньо-професійна програма:
“ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН”
Кваліфікація - фаховий молодший бакалавр
Денна форма навчання. Навчання на основі базової середньої освіти

№ з/п	***Назва теми***	***Кількість годин***				
		Всього	***Теорет. заняття***	***Семінар. заняття***	***Самос. роботи***	***Форма контролю***
	4 семестр	**30**	**10**	**20**	**45**	**Залік**
1.	Вступ. Основні поняття типографіки і шрифтів		1	2	4	Опитування
2.	Історія розвитку шрифту.		1	2	4	Опитування
3.	Загальні відомості про шрифт		1	2	4	Опитування
4.	Шрифтові дизайнери		1	2	4	Опитування
5.	Анатомія шрифту		1	2	4	Опитування
6.	Шрифт як елемент дизайну		1	2	5	Опитування
7.	Якості шрифтів та їх застосування у дизайні		1	2	5	Опитування
8.	Класифікація шрифтів		1	2	5	Опитування
9.	Види шрифтів в залежності від креслень.		1	2	5	Опитування
10.	Типи шрифтів у сучасній комп’ютерній технології: растрові, векторні, контурні.		1	2	5	Опитування
	Модульний контроль	2				Контрольна робота
	5 семестр	**60**	20	40	**45**	**Залік**
11.	Основи типографіки		1	3	3	Опитування
12.	Типографія шрифту		1	3	3	Опитування
13.	Система і одиниця виміру типографських шрифтів		1	3	3	Опитування
14.	Взаємозв'язок малюнків букв із змістом тексту.		1	3	3	Опитування
15.	Шрифти в оформленні видань		1	3	3	Опитування
16.	Розробка шрифту		1	3	3	Опитування

17.	Верстка тексту		1	3	3	Опитування
18.	Шрифти у рекламном дизайні.		1	3	3	Опитування
19.	Поняття стилю в шрифтовій поліграфії		1	3	3	Опитування
20.	Шрифт в рекламі і на плакаті		1	3	3	Опитування
21.	Колір як засіб художньої виразностішрифтовій композиції.		2	3	3	Опитування
22.	Смислове акцентування в шрифтовій композиції.		2	3	3	Опитування
23.	Сучасна шрифтова культура		2	2	3	Опитування
24.	Летирінг. Каліграфія і фірмовий стиль.		2	2	6	Опитування
	Модульний контроль		2			Контрольна робота
	Всього:	**90**	**30**	**60**	**90**	**180**

ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1: Вступ. Основні поняття типографіки і шрифтів

Типографіка – це мистецтво оформлення набірного тексту. Його розташовують на папері або екрані, налаштовують відступи та інтервали, підбирають шрифт таким чином, щоб опрацьований матеріал виглядав лаконічно та приємно, легко читався та відчувалась гармонія.

Завдання для самостійної роботи: напишіть конспект лекції про типографіку.

Питання до семінару:

1. Що таке типографіка?
2. Які основні види гарнітур існують?
3. Що таке ганітура?

Використані джерела та література:

1. Бережна О.Б., Андрющенко Т.Ю. Типографіка: навч. посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2021. 125 с.
2. Різник М. П. Письмо і шрифт: підручник. Київ: Вища школа, Голов. видавництво. 1978.

Тема 2: Історія розвитку шрифту

Використання рисунків з метою фіксування і пере-давання інформації сягає у часи розквіту первісного суспільства. Зачатки піктографії (рисункового письма) більшість фахівців пов'язує з мисте-цтвом палеоліту, надаючи їм пізнавальні, естетичні та художні функції. На відміну від первісного мистецтва, піктограми не мали на меті створення конкретних художніх образів. Тому піктографічні малюнки по-рівняно легко стають схематичними, а потім і умовними зображеннями, не втрачаючи, проте, основного змісту переданої за їх допомогою ін-формації..

Завдання для самостійної роботи: Підготуйте презентацію на тему: Історія розвитку шрифту.

1. У чому полягає відмінність між піктографічним та ієрогліфічним письмом?
2. Чи можна ієрогліфи вважати більш прогресивним письмом, ніж піктограми?
3. У яких сучасних сферах діяльності доцільно застосовувати пікто-грами?
4. Які основні винаходи зробив Йоганн Гутенберг?

Використані джерела та література:

1. Бережна О.Б., Андрющенко Т.Ю. Типографіка: навч. посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2021. 125 с.
2. Різник М. П. Письмо і шрифт: підручник. Київ: Вища школа, Голов. видавництво. 1978.

Тема 3: Загальні відомості про шрифт

Розглядаються основи типографії, зокрема поняття кегля та його роль в дизайні шрифтів, описуючи, як визначається висота літер і відстань між рядками. Обговорюється важливість ширини символів і їхня вплив на читаємість тексту, а також зростання рядкових літер і використання різних типів шрифтів. Окремо згадується вплив зарубок на сприйняття шрифтів і їх роль у розпізнаваності

символів. Також пояснюються різні системи вимірювання шрифтів та їх класифікація за розмірами для різних цілей.

Завдання для самостійної роботи: Виберіть два шрифти — один з зарубками, інший без зарубок (гротеск). Порівняйте їх за наступними критеріями: читаємість, естетичний вигляд, використання в дизайні. Напишіть коротке есе (200-300 слів) про те, коли та в яких випадках кожен з цих шрифтів буде доречний.

Питання до семінару:

1. Що таке кегль, і яку роль він відіграє в дизайні шрифтів?
2. Як визначається висота рядкових літер та чому важливо враховувати зростання рядкових символів?
3. Яку роль відіграють зарубки в шрифтах і як вони впливають на сприйняття тексту?
4. Які основні відмінності між шрифтами із зарубками та без зарубок (гротесками)?
5. Які системи вимірювання шрифтів існують і чим вони відрізняються одна від одної?

Використані джерела та література:

1. Бережна О.Б., Андрющенко Т.Ю. Типографіка: навч. посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2021. 125 с.
2. Різник М. П. Письмо і шрифт: підручник. Київ: Вища школа, Голов. видавництво. 1978.

Тема 4: Шрифтові дизайнери

Шрифтові дизайнери — це фахівці, які спеціалізуються на створенні та вдосконаленні шрифтів, поєднуючи художні та технічні аспекти типографіки. Їхня робота включає розробку нових шрифтів, адаптацію існуючих до різних мов та культур, а також забезпечення їхньої сумісності з різними медіа та технологіями. Шрифтовий дизайнер спеціалізується на створенні букв, це різновид графічного дизайнера. Два основних напрямки, з якими працює шрифтовий дизайнер — розробка шрифтових гарнітур і розробка логотипів. Крім них можуть бути вужчі напрямки, пов'язані з дизайном обкладинок або окремими написами.

Завдання для самостійної роботи: Підготовка презентації на тему: «сучасні шрифтові дизайнери».

1. Хто такий шрифтовий дизайнер?
2. Перелічіть відомих шрифтових дизайнерів
3. Яка роль шрифтових дизайнерів?

Використані джерела та література:

1. Назаркевич М. А., Лотошинська Н. Д. Типографіка та редагування. Навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2022. 328 с
2. Різник М. П. Письмо і шрифт: підручник. Київ: Вища школа, Голов. видавництво. 1978.

Тема 5: Анатомія шрифту

Щоб ми сприймали символи у шрифтах як частину загальної системи, вони мають містити ряд спільних рис та конструктивних особливостей. Зокрема вони можуть бути пов'язані з окремими елементами конструкції шрифту.

Завдання для самостійної роботи: Підберіть шрифт, що найкращий для дрібного кегля, і опишіть його характеристики.

Питання до семінару:

1. З яких елементів складаються букви?
2. Які основні характеристики шрифтів?
3. Що таке лінія шрифту та середня лінія?
4. Яка роль зарубок? Для чого застосовують шрифти із зарубками?

Використані джерела та література:

1. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну: підручник. 2-ге вид., випр. і доп. Київ: Кондор. 2007. 492 с.
2. Назаркевич М. А., Лотошинська Н. Д. Типографіка та редагування. Навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2022. 328 с
3. Різник М. П. Письмо і шрифт: підручник. Київ: Вища школа, Голов. видавництво. 1978.

Тема 6: Шрифт як елемент дизайну

Шрифти відіграють найважливішу роль у дизайні: створюють настрій, вселяють емоції, допомагають сприйняттю образу ще до прочитання тексту. Це таємні агенти візуальної комунікації, які працюють з підсвідомістю глядача.

Завдання для самостійної роботи: Створіть логотип для вигаданого бренду, використовуючи різні шрифти. Виберіть шрифти так, щоб вони відповідали іміджу бренду (наприклад, для еко-бренду, технологічної компанії або розважального проекту). Обґрунтуйте вибір шрифтів.

Питання до семінару:

1. Як шрифти впливають на сприйняття дизайну та настрій бренду чи продукту?
2. Чому важливо створювати власну колекцію шрифтів для дизайнерської роботи?
3. Які правила поєднання шрифтів слід дотримуватися для досягнення гармонійного вигляду на сторінці?
4. Які шрифти вважаються "поганими" для використання в дизайні, і чому їх не рекомендується використовувати?

Використані джерела та література:

1. Назаркевич М. А., Лотошинська Н. Д. Типографіка та редагування. Навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2022. 328 с.
2. Різник М. П. Письмо і шрифт: підручник. Київ: Вища школа, Голов. видавництво. 1978.

Тема 7: Якості шрифтів та їх застосування у дизайні

Шрифти відіграють важливу роль у дизайні, допомагаючи створювати настрій, емоційно впливати на глядача та покращувати сприйняття тексту. Вони використовуються в різних сферах: від логотипів і веб-дизайну до поліграфії та реклами. Вибір шрифтів залежить від контексту, і важливо дотримуватися кількох простих правил для досягнення гармонії в дизайні. Створення власної колекції шрифтів спрощує роботу, а правильне поєднання шрифтів дозволяє зробити текст більш виразним. Важливо уникати занадто заїджених або невідповідних шрифтів, щоб не зіпсувати сприйняття дизайну.

Завдання для самостійної роботи: Створіть презентацію на тему: «Якості шрифтів та їх застосування у дизайні».

Питання до семінару:

1. Як шрифт може впливати на емоційне сприйняття тексту та бренду?
2. Чому важливо створювати власну колекцію шрифтів для дизайну?
3. Як правильно поєднувати шрифти для створення гармонійного вигляду сторінки?
4. Які шрифти слід уникати при роботі над дизайном і чому?

Використані джерела та література:

1. Бережна О.Б., Андрющенко Т.Ю. Типографіка: навч. посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2021. 125 с.
2. Різник М. П. Письмо і шрифт: підручник. Київ: Вища школа, Голов. видавництво. 1978.

Тема 8: Класифікація шрифтів

Класифікація шрифтів є складним і багатогранним процесом, що включає різні критерії, такі як конструктивні особливості, історичний контекст і застосування. Шрифти можна поділити на кілька категорій: з зарубками, без зарубок, брускові, заголовкові та рукописні. Шрифти з зарубками (антиквени) виникли в період Раннього Відродження і базуються на римському маюскульному шрифті. Шрифти без зарубок (гротески) з'явились через необхідність виділятися на фоні зарубкових шрифтів і стали популярними в друкарстві. Брускові шрифти, які відрізняються виразними зарубками, використовуються для заголовків та рекламних матеріалів.

Завдання для самостійної роботи: Створіть дизайн 3 рекламних постерів, використовуючи один шрифт з кожної категорії: з зарубками, без зарубок і брусковий. Поясніть, чому ви обрали ці шрифти для різних елементів постера, як кожен шрифт допомагає підсилити його емоційний вплив і сприйняття.

Питання до семінару:

1. Як виникли шрифти з зарубками і чому вони називаються антиквенними?
2. Чому шрифти без зарубок спершу отримали негативне сприйняття, але з часом стали популярними?
3. Яка головна особливість брускових шрифтів і в чому їх перевага?
4. Чому важливо класифікувати шрифти за різними критеріями, як-от конструктивними особливостями чи контекстом використання?

Використані джерела та література:

1. Бережна О.Б., Андрющенко Т.Ю. Типографіка: навч. посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2021. 125 с.
2. Різник М. П. Письмо і шрифт: підручник. Київ: Вища школа, Голов. видавництво. 1978.

Тема 9: Види шрифтів в залежності від креслень

Заголовкові шрифти використовуються для великих розмірів тексту, таких як заголовки, плакати та рекламні матеріали. Рукописні шрифти імітують рукописні стилі та поділяються на формальні й казуальні, часто використовуються в декоративних контекстах. Існує три основних типи шрифтів: растрові, векторні та контурні, кожен з яких має свої особливості у використанні та зберіганні. Растрові шрифти складаються з пікселів і зручні для швидкого відображення, але важко масштабується без втрати якості. Векторні й контурні шрифти дозволяють зберігати точність при зміні розміру і використовуються для друку й креслень.

Завдання для самостійної роботи: Створіть текстовий документ із використанням різних типів шрифтів (растрових, векторних та контурних) для різних частин тексту. Порівняйте їх вигляд та зручність використання в різних розмірах.

Питання до семінару:

1. Які основні відмінності між заголовковими шрифтами і рукописними?
2. Чому растрові шрифти не підходять для використання на великих розмірах?
3. Як векторні шрифти забезпечують масштабування без втрати якості?
4. У чому перевага контурних шрифтів перед растровими в контексті друку?

Використані джерела та література:

1. Бережна О.Б., Андрющенко Т.Ю. Типографіка: навч. посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2021. 125 с.
2. Різник М. П. Письмо і шрифт: підручник. Київ: Вища школа, Голов. видавництво. 1978.
3. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну: підручник. 2-ге вид., випр. і доп. Київ: Кондор. 2007. 492 с.

Тема 10: Типи шрифтів у сучасній комп’ютерній технології: растрові, векторні, контурні

Шрифти поділяються на растрові, контурні та векторні. Растрові шрифти складаються з пікселів і використовуються для швидкого відображення на екрані, але потребують великих обсягів пам'яті та не підтримують масштабування. Векторні шрифти описують символи за допомогою геометричних примітивів і дозволяють легко змінювати розміри без втрати якості. Контурні шрифти поєднують переваги растрових і векторних шрифтів, дозволяючи масштабування без спотворень, при цьому швидше за векторні. Для високої якості виведення часто використовують як растрові, так і контурні шрифти залежно від пристрою.

Завдання для самостійної роботи: Порівняйте відображення одного й того ж тексту за допомогою растрових, векторних і контурних шрифтів на екрані

комп'ютера та на принтері. Уважно зверніть увагу на якість зображення при різних масштабах.

Питання до семінару:

1. Які основні типи шрифтів існують і в чому їхні особливості?
2. Чому растрові шрифти не підходять для масштабування на різних роздільних здатностях?
3. Як векторні шрифти вирішують проблему масштабування?
4. Яка різниця між контурними та векторними шрифтами?

Використані джерела та література:

1. Бережна О.Б., Андрющенко Т.Ю. Типографіка: навч. посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2021. 125 с.
2. Різник М. П. Письмо і шрифт: підручник. Київ: Вища школа, Голов. видавництво. 1978.

Тема 11: Основи типографіки

Гармонійний набір забезпечує правильний баланс між пропусками в тексті, включаючи міжрядкові, міжлітерні та абзацні відступи. Кернінг дозволяє коригувати пропуски між символами для забезпечення оптичної рівноваги. У класичній типографіці використовуються різні види пропусків, що створюють комфорт для читання, такі як апроші та інтерліньяж. Інтерліньяж визначає відстань між рядками і має бути більшим за міжсловні пропуски для гармонії набору. Тонші пропуски використовуються в специфічних випадках, наприклад, між ініціалами або цифрами.

Завдання для самостійної роботи: Проаналізуйте різні типи шрифтів в умовах різних міжрядкових інтервалів. Визначте оптимальний інтерліньяж для тексту з різними шрифтами і розмірами, щоб забезпечити найкраще сприйняття та комфорт для читача.

Питання до семінару:

1. Як кернінг впливає на вигляд тексту?
2. Що таке апроші і як вони використовуються в наборі тексту?
3. Як інтерліньяж впливає на зручність читання?
4. Як правильно визначити відстань між рядками в наборі?

Використані джерела та література:

1. Бережна О.Б., Андрющенко Т.Ю. Типографіка: навч. посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2021. 125 с.
2. Різник М. П. Письмо і шрифт: підручник. Київ: Вища школа, Голов. видавництво. 1978.

Тема 12: Типографія шрифту

Контраст шрифтів визначається різницею між товщинами основних і другорядних штрихів, де сильний контраст зустрічається в антиквенних шрифтах. Динамічність шрифту залежить від нахилу осей симетрії овальних літер, що робить шрифт більш виразним або статичним. Вага шрифтів визначається товщиною штрихів, і шрифти з великою вагою використовуються для заголовків і реклами.

Ширина шрифтів може бути вузькою, нормальною або широкою, що впливає на їх сприйняття в залежності від контексту. Моноширинні шрифти мають однакову ширину для всіх символів і часто використовуються для програмного коду.

Завдання для самостійної роботи: Підготовка презентації на тему: «Типографіка шрифту».

Питання до семінару:

1. Як контраст шрифтів впливає на їх сприйняття?
2. Чим відрізняються динамічні та статичні шрифти?
3. Як вага шрифта змінює його вигляд та застосування?
4. У яких випадках використовуються моноширинні шрифти?

Використані джерела та література:

1. Бережна О.Б., Андрющенко Т.Ю. Типографіка: навч. посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2021. 125 с.
2. Різник М. П. Письмо і шрифт: підручник. Київ: Вища школа, Голов. видавництво. 1978.

Тема 13: Система і одиниця виміру типографських шрифтів

Типометрія — це система мір для шрифтів, що дозволяє створювати елементи друкованих форм заданих розмірів, використовуючи типографські пункти та піки. Системи вимірювання Дидо та Піка відрізняються розмірами пунктів, що впливає на точність виведення тексту. Шрифти мають різні типи пробілів (напівкегельний, тонкий, цифровий), які використовуються для точного вирівнювання та створення гармонійної верстки. Кегль — це базовий розмір шрифтів для книжкових та заголовкових шрифтів, що впливає на їх пропорції та читабельність. У сучасному дизайні шрифти часто мають рекламний характер і навмисно спотворюються для привертання уваги.

Завдання для самостійної роботи: Розробити рекламний постер з креативною типографікою.

Питання до семінару:

1. Що таке типометрія і для чого вона використовується?
2. Які відмінності між системами вимірювання Дидо та Піка?
3. Як різні типи пробілів впливають на верстку?
4. Що таке кегль і як він впливає на розбірливість шрифтів?

Використані джерела та література:

1. Бережна О.Б., Андрющенко Т.Ю. Типографіка: навч. посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2021. 125 с.
2. Різник М. П. Письмо і шрифт: підручник. Київ: Вища школа, Голов. видавництво. 1978.

Тема 14: Взаємозв'язок малюнків букв із змістом тексту

Типографічний стиль букв може впливати на емоційне сприйняття тексту, створюючи асоціації та настрій. Форми букв (гострі, округлі) можуть викликати різні емоції, такі як агресивність або дружелюбність. Шрифт має відповідати

контексту тексту, наприклад, офіційні документи вимагають строгих шрифтів, а дитячі книги – м'яких. Занадто складні шрифти можуть ускладнювати сприйняття тексту, що важливо враховувати при виборі. Вибір шрифтів у логотипах, книгах та рекламі має значення для передачі емоцій і підкреслення характеру компанії чи теми..

Завдання для самостійної роботи: Зробіть презентацію на тему: «Взаємозв'язок малюнків букв із змістом тексту»

Питання до семінару:

1. Як типографічний стиль може впливати на емоційне сприйняття тексту?
2. Які емоції викликають гострі та округлі форми букв?
3. Чому важливо вибирати шрифт відповідно до контексту тексту?
4. Як неправильний вибір шрифта може вплинути на сприйняття тексту?

Використані джерела та література:

1. Бережна О.Б., Андрющенко Т.Ю. Типографіка: навч. посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2021. 125 с.
2. Різник М. П. Письмо і шрифт: підручник. Київ: Вища школа, Голов. видавництво. 1978.

Тема 15: Шрифти в оформленні видань

Правильний вибір шрифту впливає на легкість читання, зокрема на розбірливість тексту. Прямі шрифти із зарубками зазвичай легші для читання, ніж курсивні, хоча важлива звичка читача. Гарнітури епохи ренесансу і барокко підходять для художньої літератури завдяки своїй елегантності. Напівжирний шрифт використовують для заголовків, а курсивний — для виділення термінів чи назв. Для кольорового тексту важливо враховувати контраст і точність друку, оскільки погано надрукований шрифт може стати нечітким..

Завдання для самостійної роботи: Виберіть шрифт для книги в жанрі науково-фантастичної літератури, зважаючи на читабельність і естетичні характеристики шрифту. Розробіть макет обкладинки видання.

Питання до семінару:

1. Як вибір шрифта впливає на легкість читання?
2. Які шрифти вважаються найкращими для художньої літератури?
3. Чому для заголовків часто використовують напівжирний шрифт?
4. Як кольоровий текст може вплинути на читабельність?

Використані джерела та література:

1. Бережна О.Б., Андрющенко Т.Ю. Типографіка: навч. посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2021. 125 с.
2. Різник М. П. Письмо і шрифт: підручник. Київ: Вища школа, Голов. видавництво. 1978.

Тема 16: Верстка тексту

Перед створенням шрифта важливо визначити його цілі, такі як для конкретного проєкту чи для загального використання. Почніть з малюнків на папері, створивши базові символи, дотримуючись правильних пропорцій і відстаней. Використовуйте

спеціальне програмне забезпечення для створення шрифта, яке дозволяє редагувати і малювати літери. Після створення символів зверніть увагу на їхній вигляд у загальному контексті і на відстань між ними. Не забувайте перевіряти шрифт на папері, щоб помітити всі можливі помилки.

Завдання для самостійної роботи: Розробка власний шрифт у програмі Illustrator.

Питання до семінару:

1. Чому важливо визначити цілі перед створенням шрифта?
2. Які символи необхідно створити для повного набору шрифта?
3. Як програмне забезпечення допомагає в процесі створення шрифта?
4. Чому важливо перевіряти шрифт на папері?

Використані джерела та література:

1. Бережна О.Б., Андрющенко Т.Ю. Типографіка: навч. посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2021. 125 с.
2. Різник М. П. Письмо і шрифт: підручник. Київ: Вища школа, Голов. видавництво. 1978.

Тема 17: Верстка тексту

Вибір одиниць вимірювання важливий для успішної реалізації дизайнерського проєкту, і типографи часто використовують пункти або піки замість міліметрів та сантиметрів. Кегль – це базова одиниця вимірювання, яка визначає висоту площадки шрифта, і використовується для вимірювання шрифтів, абзаців і міжрядкових відступів. Пункт є стандартною одиницею вимірювання, дорівнює 1/72 дюйма (0,0138 дюйма). Відносні одиниці змінюються пропорційно з розмірами об'єктів, забезпечуючи зручність для масштабування. Кегельна шпація (em) є відносною одиницею, яка дорівнює розміру кегля і використовується для визначення ширини та відступів між елементами.

Завдання для самостійної роботи: Зверстайте розворот тексту з використанням декоративного шрифту.

Питання до семінару:

1. Що таке кегль і чому він важливий для типографії?
2. Яка одиниця вимірювання дорівнює 1/72 дюйма?
3. У чому різниця між відносними та абсолютними одиницями вимірювання?
4. Що таке кегельна шпація і як вона використовується в типографії?

Використані джерела та література:

1. Бережна О.Б., Андрющенко Т.Ю. Типографіка: навч. посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2021. 125 с.
2. Різник М. П. Письмо і шрифт: підручник. Київ: Вища школа, Голов. видавництво. 1978.

Тема 18: Шрифти у рекламному дизайні

Дизайн у рекламі сприяє просуванню товару та формуванню іміджу бренду, при цьому важливу роль відіграє шрифт як засіб візуалізації інформації. Шрифт у рекламі створює асоціації та емоції, які підсилюють сприйняття продукту чи послуги. Для рекламного дизайну важливо правильно вибирати шрифт за кеглем,

кольоровим рішенням та типом накреслення, залежно від товару. Використання шрифтів з різними характеристиками допомагає підсилити потрібні асоціації, наприклад, витончені шрифти для ексклюзивних товарів. Параметри шрифту, такі як кегль, трекінг, кернінг та кольорова комбінація, важливі для ефективного сприйняття рекламного повідомлення.

Завдання для самостійної роботи: Виберіть рекламний продукт і розробіть кілька варіантів його шрифтового оформлення, враховуючи емоційний вплив та асоціації, які повинні бути передані через вибір шрифта та кольору.

Питання до семінару:

1. Як дизайн шрифта впливає на сприйняття рекламного повідомлення?
2. Які шрифти краще використовувати для ексклюзивної продукції, а які для простих товарів?
3. Як кольорове рішення шрифту та фону може вплинути на сприйняття реклами?
4. Які параметри шрифтів впливають на швидкість сприйняття інформації?

Використані джерела та література:

1. Бережна О.Б., Андрющенко Т.Ю. Типографіка: навч. посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2021. 125 с.
2. Різник М. П. Письмо і шрифт: підручник. Київ: Вища школа, Голов. видавництво. 1978.

Тема 19: Поняття стилю в шрифтовій поліграфії

Типографічний стиль у дизайні використовує літерну назву бренду як основний елемент, що має відображати ідею компанії. Цей стиль підкреслює інноваційність, креативність і допомагає запам'ятовуванню бренду. Типографічний стиль виник у 1940-х роках, акцентуючи на мінімалізмі та функціональності дизайну. Такий стиль підходить для бізнесів, де важливі чіткість і індивідуальність, але не для всіх типів компаній. При використанні шрифтів важливо зберігати читабельність і забезпечити достатньо вільного простору між літерами.

Завдання для самостійної роботи: Розробити серію шрифтових постерів з продукцією в одній стилістиці.

Питання до семінару:

1. Які переваги типографічного стилю у дизайні?
2. Для яких видів бізнесу типографічний стиль підходить найкраще?
3. Які фактори важливі при виборі шрифтів для типографічного стилю?
4. Чому важливо перевірити, чи потребує назва компанії перекладу при виході на міжнародний ринок?

Використані джерела та література:

1. Бережна О.Б., Андрющенко Т.Ю. Типографіка: навч. посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2021. 125 с.
2. Різник М. П. Письмо і шрифт: підручник. Київ: Вища школа, Голов. видавництво. 1978.

Тема 20: Шрифт в рекламі і на плакаті

Типографічний стиль затребуваний у графічному дизайні, зокрема для обкладинок книг, афіш та рекламних постерів. Він також популярний у фірмових стилях, особливо для компаній, що хочуть уникнути зайвих зображень, використовуючи лише текст. Логотипи типографічного стилю часто базуються на варіаціях шрифтів, змінюючи розміри, кольори, форми літер і використовуючи метафори. В упаковці товарів типографічний стиль допомагає передавати настрій продукту, оформлюючи упаковки для кави, напоїв та косметики. Унікальні шрифтовані елементи, як негативний простір і різні розташування літер, посилюють ефективність типографії в дизайні.

Завдання для самостійної роботи: Розробити шрифтовий логотип та оформити фірмову продукцію, використавши розроблений логотип.

Питання до семінару:

1. Для яких видів продукції найчастіше використовується типографічний стиль?
2. Які типи шрифтів використовуються в типографічних логотипах?
3. Які особливості має дизайн упаковки в типографічному стилі?
4. Як типографічний стиль впливає на сприйняття бренду чи продукту?

Використані джерела та література:

1. Бережна О.Б., Андрющенко Т.Ю. Типографіка: навч. посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2021. 125 с.
2. Різник М. П. Письмо і шрифт: підручник. Київ: Вища школа, Голов. видавництво. 1978.

Тема 21: Колір як засіб художньої виразності шрифтовій композиції

Колір у шрифтова композиції є важливим елементом для створення емоційного забарвлення тексту та підкреслення значення слів. Психологічний вплив кольорів може змінювати сприйняття тексту: червоний викликає емоції, а синій — спокій і довіру. Контрастність кольорів підвищує читабельність тексту і робить його виразнішим. Колір допомагає створювати ієрархію в тексті, виділяючи важливі елементи. У брендингу колір шрифта є частиною корпоративної ідентичності та візуального стилю компанії.

Завдання для самостійної роботи: Виконайте презентацію на тему: «Колір як засіб художньої виразності шрифтовій композиції».

Питання до семінару:

1. Як колір впливає на емоційне сприйняття тексту?
2. Які кольори можуть створювати відчуття спокою і довіри?
3. Як контрастність кольорів впливає на читабельність тексту?
4. Як колір допомагає створювати ієрархію в шрифтова композиції?

Використані джерела та література:

1. Бережна О.Б., Андрющенко Т.Ю. Типографіка: навч. посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2021. 125 с.

2. Різник М. П. Письмо і шрифт: підручник. Київ: Вища школа, Голов. видавництво. 1978.

Тема 22: Смислове акцентування в шрифтовій композиції

Смислове акцентування у шрифтова композиції допомагає виділити ключові елементи тексту, використовуючи різні техніки, такі як шрифт, розмір, стиль і колір. Різні шрифти, наприклад, жирний або курсив, використовуються для підкреслення важливих частин тексту. Розмір шрифта та його правильне використання створюють чітку структуру тексту і допомагають виділити головні ідеї. Колір шрифта і міжрядковий простір також важливі для акцентування, сприяючи кращому сприйняттю тексту. Правильне застосування смислового акцентування покращує структуру тексту, робить його зрозумілим і привабливим для читача.

Завдання для самостійної роботи: Виконайте презентацію на тему: «Смислове акцентування в шрифтовій композиції».

Питання до семінару:

1. Які техніки використовуються для смислового акцентування в шрифтова композиції?
2. Як колір шрифта може допомогти акцентувати важливі елементи тексту?
3. Яким чином розмір шрифта допомагає створити чітку структуру тексту?
4. Як можна використовувати міжрядковий і міжбуквений простір для акцентування?

Використані джерела та література:

1. Бережна О.Б., Андрющенко Т.Ю. Типографіка: навч. посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2021. 125 с.
2. Різник М. П. Письмо і шрифт: підручник. Київ: Вища школа, Голов. видавництво. 1978.

Тема 23: Сучасна шрифтова культура

Сучасна шрифтова культура активно розвивається, поєднуючи класичні традиції типографії з новими технологіями та вимогами дизайну. Цифрові технології сприяли демократизації створення шрифтів, що дозволило створювати різноманітні стилі шрифтів для веб-дизайну та інших сфер. Шрифти відіграють важливу роль у брендингу, створюючи унікальний імідж і підкреслюючи цінності компаній. Інклюзивність та доступність шрифтів стали важливими аспектами, щоб забезпечити комфортне сприйняття інформації для всіх користувачів, зокрема з обмеженими можливостями.

Завдання для самостійної роботи: Виконайте презентацію на тему: «Сучасна шрифтова культура».

Питання до семінару:

1. Як цифрові технології вплинули на розвиток сучасної шрифтової культури?

2. Які важливі зміни відбулися в веб-дизайні завдяки появі нових шрифтів?
3. Як шрифт може вплинути на брендинг компанії?
4. Які фактори визначають інклюзивність шрифтів у сучасному дизайні?

Використані джерела та література:

1. Бережна О.Б., Андрющенко Т.Ю. Типографіка: навч. посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2021. 125 с.
2. Різник М. П. Письмо і шрифт: підручник. Київ: Вища школа, Голов. видавництво. 1978.

Тема 24: Летирінг. Каліграфія і фірмовий стиль

Леттеринг – це малювання букв для створення унікальних написів, що відрізняються від друкованих шрифтів. На відміну від каліграфії, леттеринг дозволяє вільно змінювати форми літер, додаючи декорації та експерименти. Леттеринг часто використовується для логотипів, реклами, постерів та інтер'єрного дизайну, щоб привернути увагу. Існує безліч стилів леттерингу, таких як омбре, вінтажний, графіті, 3D та інші, кожен з яких має свою унікальність. Леттеринг став популярним не лише в дизайні, а й у масових кампаніях, таких як рекламні кампанії та логотипи великих брендів.

Завдання для самостійної роботи: Створіть малюнок або логотип, використовуючи техніку леттерингу.

Питання до семінару:

1. Яка основна різниця між леттерингом і каліграфією?
2. Для яких цілей найчастіше використовується леттеринг?
3. Які стилі леттерингу можна використовувати для створення унікальних написів?
4. Чим леттеринг відрізняється від використання готових декоративних шрифтів?

Використані джерела та література:

3. Бережна О.Б., Андрющенко Т.Ю. Типографіка: навч. посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2021. 125 с.
4. Різник М. П. Письмо і шрифт: підручник. Київ: Вища школа, Голов. видавництво. 1978.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Бережна О.Б., Андрющенко Т.Ю. Типографіка: навч. посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2021. 125 с.

2. Криштопайтіс В.В. Класична типографіка друкованих видань. Харків, 2010.

3. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну: підручник. 2-ге вид., випр. і доп. Київ: Кондор. 2007. 492 с.

4. Люблинська А.Д. Латинска палеографія. Київ. 1969.

5. Мітченко В. С. Естетика українського рукописного шрифту : підручник. Київ: Грамота. 2007. 208 с.

6. Різник М. П. Письмо і шрифт : підручник. Київ: Вища школа, Голов. видавництво. 1978.

7. Методичні рекомендації до виконання лабораторних робіт модулю "Типографіка" з навчальної дисципліни "Технологія підготовки та виробництва мультимедійних видань (типографіка)" для студентів напряму підготовки "Видавничо-поліграфічна справа" усіх форм навчання / уклад. О. Б. Бережна, В. В. Браткевич. Харків : Вид. ХНЕУ, 2011. 50 с.

8. Назаркевич М. А., Лотошинська Н. Д. Типографіка та редагування. Навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2022. 328 с

9. Шевченко В. Я. Композиція плаката: Навч. Посіб. 2-ге вид., доп. Харків: Колорит, 2007. 133с.

Структурний підрозділ «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну»
ВНЗ «КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ»

Питання до іспиту (заліку)
З ДИСЦИПЛІНИ
«**Типографіка і шрифти**»

для студентів спеціальності 022 «Дизайн»
ОПП «Графічний дизайн»

Київ – 2024

ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ (ЗАЛІКУ)

4. Що таке типографіка?
5. Які основні види гарнітур існують?
6. Що таке антиква?
7. Що таке гротеск?
8. Що означає поняття "рукописний шрифт"?
9. Які елементи входять до складу типографіки?
10. Що таке кернінг і для чого він використовується?
11. Які існують види вирівнювання тексту?
12. Що таке ієрархія у типографіці та навіщо вона потрібна?
13. Яких основних правил слід дотримуватися під час розміщення тексту?
14. Як правильно обирати розмір, колір шрифту та фон для нього?
15. Що таке декоративний текст?
16. Що означає термін "міжрядковий інтервал"?
17. Як правильно вибрати шрифт для тексту?
18. Скільки різних гарнітур доцільно використовувати в одному проєкті?
19. Що таке щільність набору та подача текстової інформації?
20. Навіщо потрібно варіювати розмір символів у тексті?
21. Які існують основні закони оформлення тексту?
22. Як правильно підбирати колір шрифту?
23. Що таке монограма та які її основні види?
24. Що таке структуризація тексту і як її реалізувати?
25. Як можна виділити прості та складносурядні заголовки?
26. Що таке абзац і які існують його види?
27. Що означає поняття "рвані краї" текстового блоку і як можна це виправити?
28. Які правила існують для вживання прийменників і переносів у тексті?
29. Що таке інтерліньяж і яку роль він відіграє в типографіці?
30. Які існують класифікації шрифтів і за якими критеріями вони розподіляються?
31. Як сприйняття тексту залежить від форми шрифту?
32. Що таке лігатури у шрифтовому дизайні та для чого вони використовуються?
33. Як впливає контрастність шрифту на читабельність тексту?
34. Які особливості використання шрифтів у веб-дизайні?
35. Що таке оптичне вирівнювання та чому воно важливе?
36. Які помилки найчастіше трапляються під час вибору та використання шрифтів?
37. Як правильно поєднувати різні гарнітури в одному тексті?
38. Що таке надрядкові та підрядкові знаки, і яка їхня роль у типографіці?
39. Як особливості шрифту впливають на емоційне сприйняття тексту?
40. Які є основні принципи роботи зі шрифтами в друкованій продукції?
41. Що таке альтернативні символи у шрифті та де їх доцільно використовувати?
42. Як адаптувати шрифти для людей із вадами зору?
43. Які основні тренди у типографіці сьогодні?

Структурний підрозділ «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну»
ВНЗ «КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ»

Конспект лекцій
З ДИСЦИПЛІНИ
«**Типографіка і шрифти**»

для студентів спеціальності 022 «Дизайн»
ОПП «Графічний дизайн»

Київ - 2024

ТЕМА 1
Вступ. Основні поняття типографіки і шрифтів

Поняття типографіки

Типографіка – це мистецтво оформлення набірного тексту. Його розташовують на папері або екрані, налаштовують відступи та інтервали, підбирають шрифт таким чином, щоб опрацьований матеріал виглядав лаконічно та приємно, легко читався та відчувалась гармонія.

Процес підбору шрифтів, інтерліньяжу, керлінгу, розположення тексту та ілюстрацій - називається верстkою. Правильно підібрані параметри, гармонійне розташування, баланс та композиція - дозволяють зробити макет привабливим та візуально цілісним.



Знання і розуміння типо-графіки перетворюють текст в інструмент побудови композиції, роблять його живим, надають характер і здатність передати ідею не тільки за допомогою змісту, а й графічно.

Шрифт - це графічний малюнок накреслень літер і знаків, які складають єдину стилістичну та композиційну систему, набір символів визначеного розміру і малюнка. У вузькому друкарському сенсі шрифтом називається комплект друкарських літер, призначених для складання тексту.

Найчастіше термін «шрифт» пов’язують з буквено-звуковою або алфавітною системою письма, де кількість букв – знаків, що позначають звуки слів, вкладається у межі кількох десятків, а разом зі знаками пунктуації, цифрами і найчастіше вживаними символами не перевищують, як правило, сотні. Хоча іноді слово «шрифт» застосовують і до різновидів ідеографічної (логографічної) системи письма, в якій кількість ієрогліфів – знаків, що позначають цілі слова або їхні кореневі частини з уточнюючими детермінантами, сягає кількох десятків тисяч, наприклад в китайському ієрогліфічному письмі їх близько 50 тис. Після виникнення друкарських технологій XX ст. графіка таких систем зазнала впливів дизайнерського оформлення алфавітних шрифтів, що змовилося не лише розповсюдженою модою, а й необхідністю візуального узгодження двомовних текстів з розташуванням межах однієї шпальти знаків буквено-звукової системи і ієрогліфів. Тим не менш, основою ієрогліфічного письма, у том числі його сучасних типографських та цифрових варіантів, лишаються традиції, пов’язані зі

стародавньою східною каліграфією, яка є одночасно письмом, мистецтвом і філософією.

Група шрифтів різних видів і кеглів, що мають єдиний стиль і оформлення, називається **гарнітурою.** Шрифтом називають окреме накреслення гарнітури.

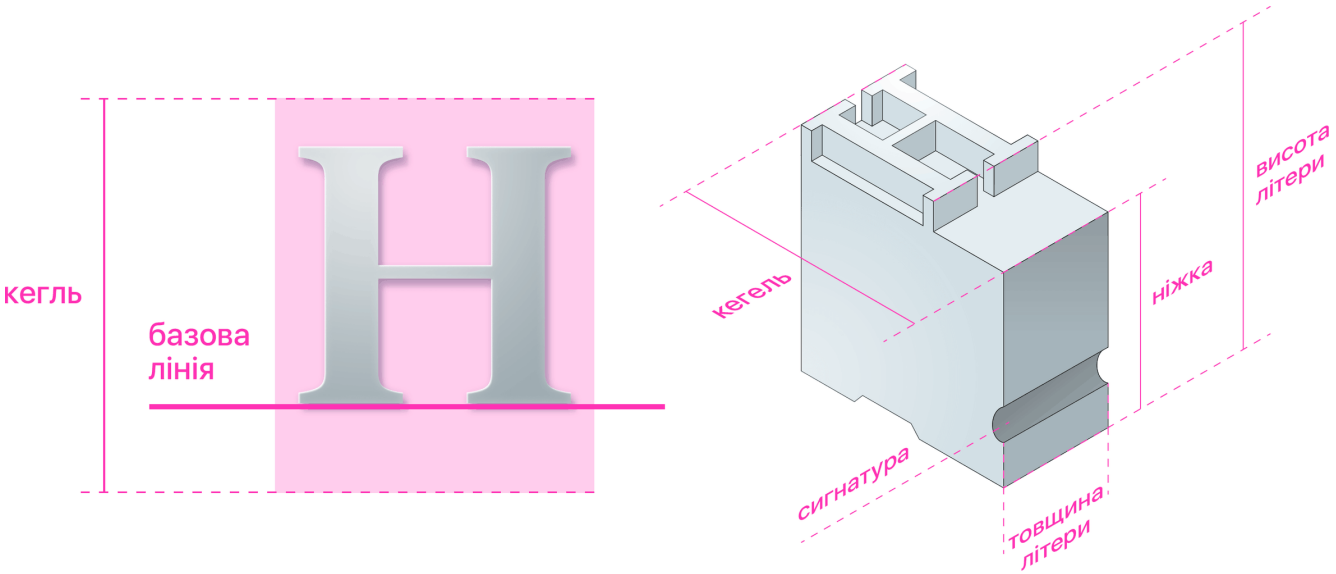


Adobe Caslon Pro
гарнитура

Adobe Caslon Pro Bold Italic
шрифт

Слово «кегель» походить від німецького слова Kegel, яке означає буквально — кегля або об’єкт конусоподібної форми.

В типографії кегель — це, по суті, розмір шрифту. Будь-який символ знаходиться в межах умовного прямокутника — на кегельному майданчику. Тепер він умовний, але колись був цілком справжнім.



Кожна літера «стоїть» на так званій базовій лінії. Вона є невидимою, але саме по ній пишуться слова. У деяких літер (наприклад, у рядкової літери «у») є елементи, що розташовані нижче цієї лінії. А у деяких літер висота дещо більша, ніж в інших літер — наприклад, в прописної літери «Ї» через дві крапки. Тож на кеглі був додатковий простір під літерою і над літерою. Тож, говорячи про розмір шрифту, ми кажемо не «розмір» літер, а саме «розмір кеглю».

Вимірювався цей розмір у пунктах.

Пункт — це розмір шрифту в міліметрах, помножених на коефіцієнт 0,3759. Такий стандарт запропонував представник паризької видавничої династії, на ім’я Франсуа-Амбруаз Дідо, вона базувалась на французькому футі, що дорівнює 0,37593 м.

Шрифти розміром від 3 до 12 пунктів називаються текстовими. Шрифти від 14 до 64 пунктів — заголовковими. А всі розміри понад 72 пункти — плакатними.

До речі, різним розмірам шрифтів відповідали не лише числові значення, але й назви. Наприклад, шрифт розміром в 7 пунктів називають ще міньйон, шрифт розміром в 12 пунктів — цицеро, а 16 пунктів — це терція.



ТЕМА 2
Історія розвитку шрифту

Виникнення писемності

Піктограми. Використання рисунків з метою фіксування і пере-давання інформації сягає у часи розквіту первісного суспільства. Зачатки піктографії (рисункового письма) більшість фахівців пов'язує з мисте-цтвом палеоліту, надаючи їм пізнавальні, естетичні та художні функції. На відміну від первісного мистецтва, піктограми не мали на меті створення конкретних художніх образів. Тому піктографічні малюнки по-рівняно легко стають схематичними, а потім і умовними зображеннями, не втрачаючи, проте, основного змісту переданої за їх допомогою інформації.

Згодом за кожним рисунком закріплювався строго визначений зміст, тобто зображення ставало однозначним; вироблявся єдиний спосіб накреслення малюнка в межах множини піктографічних позначень, якими користувалося плем'я.

Вищі форми розвитку піктографії можна відшукати в рукописах ацтеків. Це серії багатоколірних малюнків, майстерно виконаних на оленячій шкірі або на тканині з лубу агави. Малюнки передавали поняття, а не звуки мови, причому важливу роль відігравали дати та інші чисельні позначення. Велике значення мала символіка кольорів, які застосову-валися для створення піктограм. Таким чином, піктографічні знаки кожного разу придумувалися заново авторами послань. Впізнаваність знаків як об'єктів реального світу дозволяла зрозуміти сенс повідомлення. Чим частіше повторювали об'єкт в піктограмі, тим простіше ставала його форма. Для добре впізнаваного знака постійно розширювався зміст (наприклад, піктограма "сонце" згодом стала означати "день").



Сучасні піктограми – це стилізоване, легко впізнаване графічне зображення, спрощене для полегшення візуального сприйняття. Сфера їх застосування: на екрані ПК, на сайтах, в презентаціях, замість табли-чок на вулицях і в приміщеннях, у транспорті, на упаковці, на картах тощо.

Ієрогліфи. Наступним кроком у розвитку писемності стало вико-ристання ієрогліфів.

Єгипетські ієрогліфи – система письма, яка використовувалася в Стародавньому Єгипті, що виникла понад 5 300 років тому. Ієрогліфічні надписи збереглися у вигляді різьблень на стінах староєгипетських храмів і в папірусних текстах.



Окремий ієрогліф може означати як предмет чи деяке абстрактне поняття ("совість", "жах"), так і певний приголосний звук, що дозволило записувати власні імена, географічні назви тощо.

Згодом знак в ієрогліфічному письмі почав втрачати зв'язок з пред-метом, спрощуватись. Набір символів складав кілька тисяч знаків, тому вивчення писемності було дуже складним.

З'явилися лігатури – комбіновані з декількох знаків символи зі стій-ким змістом.

Літери. Вищою формою писемності, що склалася в II тисячолітті до н. е., стала алфавітна система з літер, в якій знаки позначали не пред-мети, а склади, звуки та графічно передавали окремі звукові позначення. Перше алфавітне письмовинайшли фінікійці. Фінікійське письмо було покладено в основу давньогрецького, а також арамейського письма, від якого пізніше виникли індійська, перська, арабська системи писемності.



До переваг алфавітного письма можна віднести:

компактність алфавіту (до 100 знаків);

абстрактність рисунка букв;

літери прості за графікою і легко розпізнаються;

можна зменшувати розмір букв, економлячи місце;

знаки позначають певний звук (або поєднання звуків).

Писемність як можливість зберігання, нагромадження і переда-вання знань стала найважливішим стимулом для прискорення розвитку духовної культури та визначальною передумовою становлення науки.

Виникнення друкарства

Однією з причин стрімкого розповсюдження знань у XV – XVI ст. став розвиток промисловості та винайдення друкарського станка, що при-вело до появи друкованих книг.

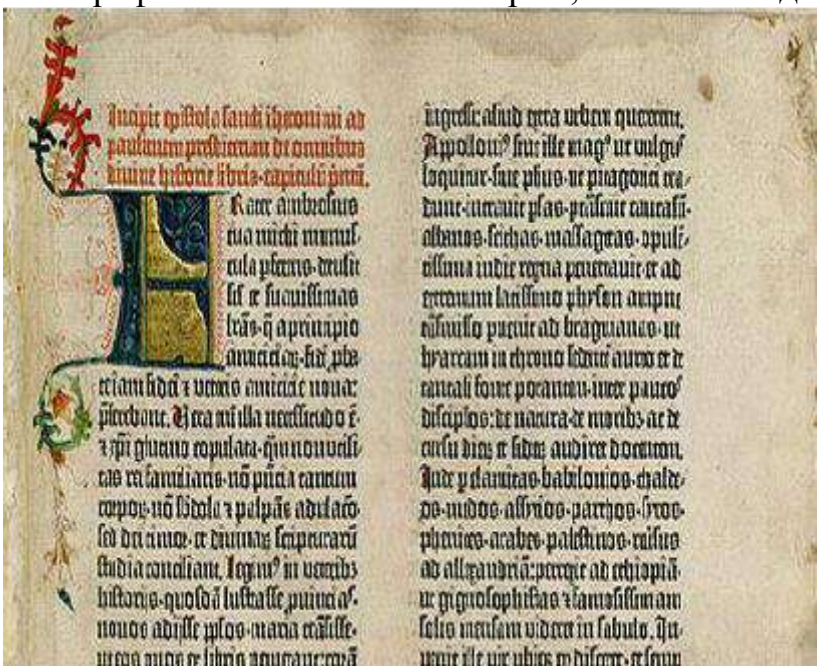
Книгодрукування виникло в середині XV ст. (1440 р.); засновником вважається Йоганн Гутенберг, який винайшов не тільки спосіб друку-вання. Серед його доробку є:

спосіб виготовлення друкарської форми за допомогою набору текс-ту окремими літерами;

словолитний станок, за допомогою якого окремі літери відливалися з металу;

друкарський станок (або, як його ще називали, друкарський прес), на якому відтискався текст із набору, складеного з окремих літер, на-мащених фарбою;

друкарська фарба, що мала суттєві відмінності від використову-ваної для гравюр і ксилографічних книг як за кольором, так і за складом.



Особливості перших друкованих книг Гутенберга:

жирні літери;

відсутність великих літер;

заголовні букви, ініціали малювалися окремо, за формою могли сильно відрізнятися від текстового шрифту;

слова розділяли не пробілом, а жирною крапкою;

рядки вирівнювали як по лівому, так і по правому краю;

літери складаються з рівномірних вертикальних ліній; строго гори-зонтальних штрихів практично немає; тонкі сполучні лінії йдуть під кутом 45 градусів.

Особливості старовинної антикви:

незначний контраст між основними та сполучними штрихами;

похила вісь в округлих формах;

похилі або вигнуті зарубки, які спрямовані назовні у верхній частині великої літери "I" та великої літери "R".

З середини XV ст. для текстового шрифту використовується ан-тиква, що легко читається; досить суворо дотримується принцип форма-тування рядків; рівномірність інтерліньяжу; використовують абзацний відступ як засіб членування тексту.

У 1494 р. відомий венеціанський друкар і видавець Альдо Мануцій створив книжкове видання із зразками друкованих шрифтів. Він перший в своїй галузі застосував і задав у обіг курсивний шрифт. Водночас А. Мануцій запровадив малий

формат (1/8 і 1/12 аркуша) для книжкових видань, тобто створив перші у світі кишенькові видання.

Розвиток типографіки

На початку XVI ст. типографіка розвивалася в стилі Французького Ренесансу. Розвивається композиція титульної сторінки; широко засто-совуються виконані в техніці дерев'яної гравюри ілюстрації та орнамен-тальні бордюри; стає витонченим шрифтове оформлення. Шрифт про-довжує втрачати схожість з рукописним, його рисунок стає суворішим. В оформленні книжкових видань широко використовують курсив для роз-становки акцентів.

Серед майстрів шрифту виділявся К. Гарамон, творець знаменитої ренесансної антикви.

У другій половині XVI ст. провідні позиції в книговиданні належали Нідерландам, куди емігрувало багато французьких друкарів. Розмахом діяльності виділяється Антверпенське видавництво К. Плантена. Його видання відрізняються насиченістю декору та тонально-живописним характером ілюстрацій, виконаних у техніці різцевої гравюри.

У середині XVIII ст. яскравою подією типографіки стала діяльність француза П'єра Фурньє, видання якого відрізнялися вишуканістю витяг-нутих пропорцій і щільністю набору рядків. У 1773 р. він видав "Типо-графське керівництво", яке пропонувало єдину систему визначення роз-мірів шрифтів за допомогою кеглів.

Великий внесок у типографіку, книгодрукарство та розроблення нових шрифтів у стилі перехідної антикви вніс Джон Баскервіль, який працював в Англії в 1750 – 1770-ті рр. Відмовившись від застосування книжкового орнаменту, Баскервіль став основоположником "чистої" типографіки, заснованої тільки на шрифтовому оформленні. Він удо-сконалив практично всі аспекти друкарської справи:

розробив новий, більш білий, гладкий та блискучий веленевий папір;

удосконалив друкарський верстат;

винайшов більш чорну та швидковисихаючу фарбу;

створив нові друкарські шрифти у стилі перехідної антикви.

На рубежі XIX – XX ст. помітний слід у типографіці залишив стиль модерн з його прагненням до експресії органічних форм. Контрастне по-єднання рослинного орнаменту, декоративно-силуетних ілюстрацій і за-гостреної геометрії лінійного обрамлення багато в чому визначало спе-цифіку вигляду книжкової смуги у виданнях, оформлених у дусі модерну. Модерн спровокував пошук нових шрифтових рисунків, що використовують гнучку, обтічну лінію і отримали застосування головним чином в акци-денції (О. Екман, П. Беренс).

Приблизно до того ж періоду відносять появу експресивної типо-графіки, котра прагнула відтворити образність авторської мови шляхом зміни шрифтових кеглів і накреслень, активізації незадрукованого фону, а часом і уподібнення складальної смуги якомусь зображенню. Помітним внеском у царину експресивної типографіки відзначено творчість пред-ставників конструктивізму 1920 – 30-х рр. (П. Зварт, Х. Байєр, Я. Чи-хольд, Е. Лисицький, А. Родченко, В. Степанова, С. Телінгатер та ін.). Їх основні досягнення належать до сфери рекламної типографіки, акциденції, а також до типографіки ділових і періодичних видань. Для конструктивізму

характерні переважання гротесків з їх простотою шрифто-вого рисунка, відмова від орнаментації, посилення активності заголовків, широке застосування жирних ліній з метою членування і акцентування тексту, порушення традиційної симетрії.

У 1930 р. розвивалася і типографіка неокласичного стилю, голов-ними рисами якої є легкість читання знака та тексту в цілому, простота та звичність шрифтового рисунка, врівноваженість пропорцій шрифту та складальної смуги, відсутність виклику й екстравагантності. Лідерами неокласичної типографіки були: Я. Чихольд, який з середини 1930-х рр. працював у Швейцарії і Великобританії; С. Морисон (Англія); Г. Цапф (Німеччина).

У 1940 – 1960 рр. провідну роль у світовій типографіці посіла Швейцарія, де склалася строго функціональна система художнього проєктування творів друку. На відміну від конструктивізму, типографіка післявоєнної швейцарської школи має підкреслено діловий характер. Упорядкування книжкової композиції, приведення до єдиного модуля всіх візуальних елементів книги – її відмінні риси. Водночас роль компо-зиційного каркаса відіграє математично розрахована модульна сітка, що складається з рівних прямокутників і просвітів між ними. Параметри модульної сітки витримуються у виданнях від першої до останньої сто-рінки. У швейцарській школі переважає використання шрифтів-гротесків (особливо Гельветики, спроєктованої М. Мідингер у 1956 р.), фото-графій.

У 1970 – 80 рр. американський експресіонізм, уособлений у твор-чості Х. Любаліна, Е. Пеколіка, М. Віньєллі та інших, вніс у графічну структуру видань свого роду ігровий початок і візуальне спілкування з читачем. Було надано імпульс розвитку фігуративної типографіки, в якій буква може виявитися зображенням предмета, а зображення – буквою.

Значна роль у розробленні шрифтів і в об'єднанні їх проєктуваль-ників належить Міжнародній шрифтовій корпорації (ITC), заснованій в 1970 р. у Нью-Йорку Х. Любаліном і А. Бернсом.

Сучасні шрифти

У XX столітті розроблено безліч нових шрифтів, включаючи такі відомі, як Футура, Пеньо, Ербар-Гротеск та Гілл-Гротеск. Сучасні шрифти використовуються в різних сферах, від друкованих видань до веб-дизайну.

ТЕМА 3
Загальні відомості про шрифт

Основні характеристики шрифтів

- **гарнітура**;
- **за начертанням** – прямий, курсивний;
- **за насиченістю** (відношення товщини штриха до ширини внутрішньолітерного просвіту) – світлий, напівжирний, жирний;
- **за шириною** – нормальний, вузький, широкий;
- **за розміром** (кеглем) в пунктах (1 пункт = 1/72 дюйма);
- **за наявністю і формою зарубок.**

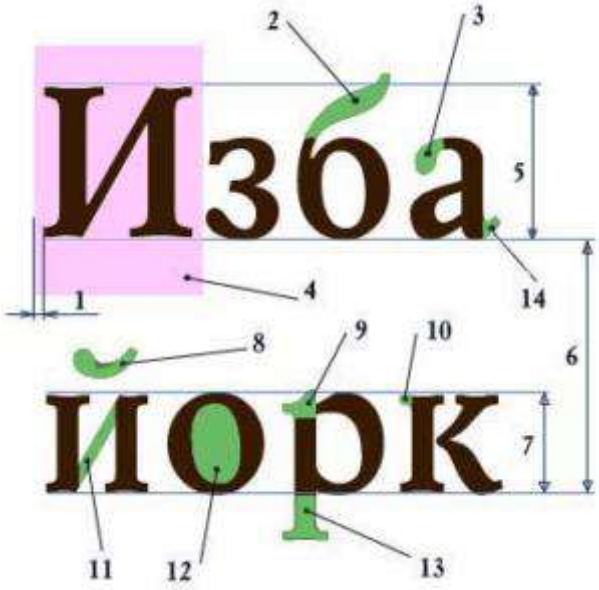
Ключовим поняттям дизайну шрифту є **кегль**. Він служить основою для цілого ряду відносних одиниць вимірювання. Ширина символів звичайно виражається в тисячних частках кегля. В металевому наборі кеглем називали висоту майданчика кегля літери. В комп'ютерному наборі матеріальної літери не існує. Приблизно висота майданчика кегля рівна сумі висоти рядкових літер та верхніх і нижніх виносних елементів. Висота рядкових складає в середньому половину висоти майданчика кегля.

В рядках звичайного тексту всі букви розташовуються на невидимій лінії – **лінії шрифту**. Для того, щоб різні шрифти можна було суміщати на одному рядку, положення лінії шрифту в межах майданчика кегля визначається з кодів шрифтового файлу.

Відстань між рядками або **інтерліньяж** виражається в пунктах і вимірюється від лінії шрифту одного рядка до лінії шрифту попереднього рядка. Крім того, лінія шрифту першого рядка сторінки є початковою точкою, від якої починається розміщення решти тексту даної колонки (полоси набору).

Розмір рядкових букв шрифту визначається як відстань від лінії шрифту до вершини рядкової букви «х» і називається **зростом рядкових символів**. Лінія, проведена на цій висоті і паралельна лінії шрифту, називається **середньою лінією**.

В процесі історичного розвитку зростання рядкових літер неодноразово мінялося. Вважається, що шрифт з крупним очком букв читається легше, а на екрані монітора додавання навіть 1 пікселя до зростання рядкових букв підвищує їх розбірливість.



1. Напівапрош.
2. Верхній виносний елемент.
3. Каплевидний елемент.
4. Майданчик кегля.
5. Висота прописної літери.
6. Інтерліньяж.
7. Висота рядкової літери.
8. Діактричний знак, акцент.
9. Зарубка.
10. Сериф.
11. Сполучний штрих.
12. Внутрішньолітерний просвіт.
13. Нижній виносний елемент.
14. Кінцевий елемент.

Зарубками називають розчерки на кінцях основних штрихів, що зазвичай злегка розширяються. Шрифти діляться на шрифти із зарубками (серіфамі) (serif) і без зарубок (рубані) (sans serif – без штрихів). У поліграфії шрифти без зарубок також називають **гротесками**. Зарубки – не тільки декоративні елементи. Вони грають важливу роль в сприйнятті шрифту, допомагаючи відділити один символ від іншого і виявити окремі букви. Вони упорядковують горизонтальну текстуру шрифту. Шрифти із зарубками більш розбірливі, їх легше сприймати і розпізнавати, значить, текст швидше і легше читається.

Насиченість шрифту визначається товщиною основних штрихів букв. Насиченість може змінюватися в різних майстер-зразках, щоб компенсувати візуальні зміни в буквах залежно від кегля. Більш дрібні букви повинні бути трохи насиченішими. Насиченість шрифту може визначатися історичними, практичними або естетичними причинами. Більш-менш світлі варіанти насиченості книжкового шрифту називають нормальним (regular), середнім (medium) або книжковим (book).

Шрифт, чия насиченість відмінна від середньої, називають наджирним, жирним, напівжирним, світлим або надсвітлим.

Нахил (постановка очка). У прямих шрифтів основні штрихи таких букв, як «Т» і «І», перпендикулярні лінії шрифту. За іронією долі, перший прямий шрифт (*roman* – «прямий» з англ.) з'явився в 15 столітті в Римі.

Ширина символів. Відносна ширина у різних символів сильно відрізняється. Шрифт із збільшеною шириною літер, званий широким (extended, expanded) використовується для виділення, а не для набору тексту, оскільки широкі букви нелегкі для читання. Шрифт з вузьким зображенням може називатися вузький (narrow), звужений (condensed), тонкий (thin), стислий (compressed), дуже вузький (extra condensed), ультра вузький (ultra condensed). Шрифти за роллю на сторінці бувають текстові або набірні (text); акцидентні (display); декоративні (decorative).

Для кількісної оцінки літери існує дві системи вимірювання:

1.**типометрична** (типографська або Дідо). В основі величина франц. дюйма=27,1мм. Існує додаткова одиниця виміру — квалрат=48п.=18мм.

2.**англо-американська**. В основі англ.дюйм=25,4мм. Одиниця виміру — пункт. Додаткова одиниця 1пайка=12п. В Word все в англо-америк.

За розміром шрифти можна розділити на три великі групи:

- текстові;
- титульні (заголовні);
- афішні.

До текстових шрифтів відносяться шрифти, що мають кегль від 3 до 12п. У доком'ютерну епоху всі вони мали назви: діамант – шрифт, кегль якого рівний 3 п., діамант 4, перл 5, незрівнянний 6, міньон 7, петит 8, боргес 9, корпус 10, цицеро 12.

ТЕМА 4
Шрифтові дизайнери

Шрифтові дизайнери — це фахівці, які спеціалізуються на створенні та вдосконаленні шрифтів, поєднуючи художні та технічні аспекти типографіки. Їхня робота включає розробку нових шрифтів, адаптацію існуючих до різних мов та культур, а також забезпечення їхньої сумісності з різними медіа та технологіями. Шрифтовий дизайнер спеціалізується на створенні букв, це різновид графічного дизайнера. Два основних напрямки, з якими працює шрифтовий дизайнер — розробка шрифтових гарнітур і розробка логотипів. Крім них можуть бути вужчі напрямки, пов'язані з дизайном обкладинок або окремими написами.

Сьогодні замовники можуть приходити з абсолютно різних галузей. Шрифти дозволяють підкреслити індивідуальність компанії або продукту. Частіше за все мова йде про шрифти для брендингу. Нерідко розробляю шрифти та логотипи комп'ютерних ігор.

Роль шрифтових дизайнерів:

- **Розробка нових шрифтів:** Створення унікальних шрифтів, які відповідають сучасним вимогам та естетичним стандартам.
- **Адаптація шрифтів:** Модифікація існуючих шрифтів для підтримки різних мов, включаючи кирилицю, латиницю та інші алфавіти.
- **Оптимізація для різних медіа:** Підготовка шрифтів для використання в друкованих виданнях, веб-дизайні, мобільних додатках та інших цифрових платформах.

Відомі шрифтові дизайнери:

- **Іван Федоров:** Український друкар, який вважається одним із засновників українського шрифтового дизайну.
- **Василь Хоменко:** Єдиний з українських шрифтових дизайнерів 1960–1980 років, хто створив набірний шрифт.
- **Марія Вайнштейн:** Шрифтова дизайнерка з України, засновниця групи «Шрифтові Знадібки». Її роботи включають шрифти, такі як Deviless та Monofontis.
- **Тетяна Іваненко:** Шрифтова дизайнерка з Харкова, відома своїми роботами, такими як IT Gaby Black та IT Gaby Play.
- **Геннадій Заречнюк:** Шрифтовий дизайнер зі Львова, автор шрифтів Skoropys17 та Rutenia.

Розвиток українського шрифтового дизайну:

В Україні шрифтовий дизайн має багатий історичний контекст, зокрема завдяки таким діячам, як Іван Федоров. Сучасні українські дизайнери активно працюють над створенням нових шрифтів, що поєднують традиційні мотиви з сучасними тенденціями. Наприклад, шрифт Kyiv Region був створений для брендингу Київської області.

Сучасні українські дизайнери шрифтів активно поєднують традиційні мотиви з сучасними тенденціями, досліджуючи автентичні стародруки та рукописи. Це дозволяє створювати унікальні шрифти, які відображають національну ідентичність та культурну спадщину України.

Розвиток українського шрифтового дизайну є важливим аспектом культурної ідентичності та візуальної культури країни, сприяючи збереженню та популяризації національних традицій у сучасному світі.

ТЕМА 5
Анатомія шрифту

Будова символів у шрифті

Щоб ми сприймали символи у шрифтах як частину загальної системи, вони мають містити ряд спільних рис та конструктивних особливостей. Зокрема вони можуть бути пов'язані з окремими елементами конструкції шрифту. Давайте тепер спробуємо розібратись із ними.

Основу будови частини літер складають штрихи.

Вони можуть бути:

- вертикальними (їх ще часто називають стемами),
- діагональними (а також зворотними діагональними),
- горизонтальними (їх ще називають перекладини, і часто вони мають меншу товщину, ніж основні штрихи).



Інші важливі поняття будови шрифту

Але не всі літери можна побудувати, використовуючи суто прямі лінії.

Деякі літери можуть містити **овали, напівовали, петлі та унікальні поєднання**, такі які спина — штрих, з якого будується латинська s.

А ще у літер є власні руки, ноги та хвіст. Прямо як у старому мультфільмі.

Загалом, чимало складових елементів шрифтів мають власні назви. Для зручності ми зобразили їх на загальній схемі.



На додачу до базової лінії, на якій слова «стоять», є ще:

- лінія нижніх виносних елементів,
- висота малих (рядкових) літер — це уявна лінія, яка визначає верхню межу рядкових літер,
- висота прописних літер — це уявна лінія, що визначає верхню межу прописних літер і деяких верхніх виносних елементів малих літер.

Нижнім виносним елементом називають частини літер, що опущені нижче базової лінії, а верхнім виносним елементом — ті, що виступають над лінією висоти малих знаків.

У деяких літер є внутрішні отвори, їх називають просвітами. А маленькі отвори, як у літер «е», «в» або «а» ще називають очима.

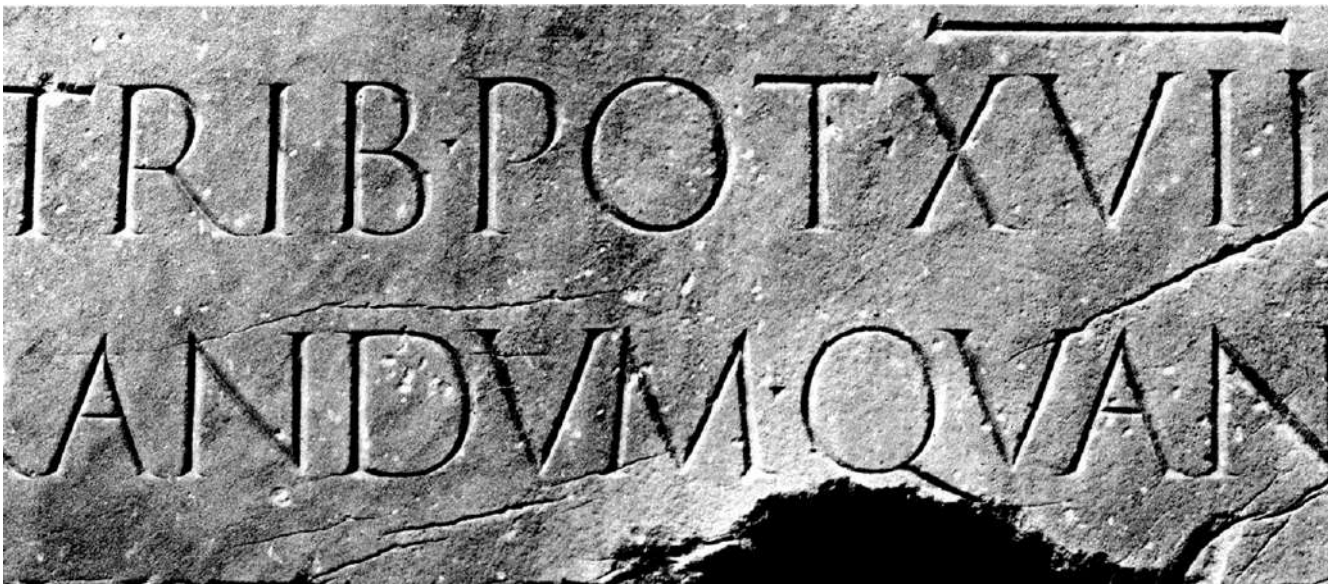
Є ще декілька специфічних термінів, які також корисно знати:

- апертура — означає ступінь відкритості зазору входу у відкритий внутрішній просвіт літери,
- термінал — це кінець будь-якого штриха, що не має зарубки,
- лігатура — це дві та більше літери, поєднані в один символ; лігатури здебільшого мали декоративне значення.

Зарубки

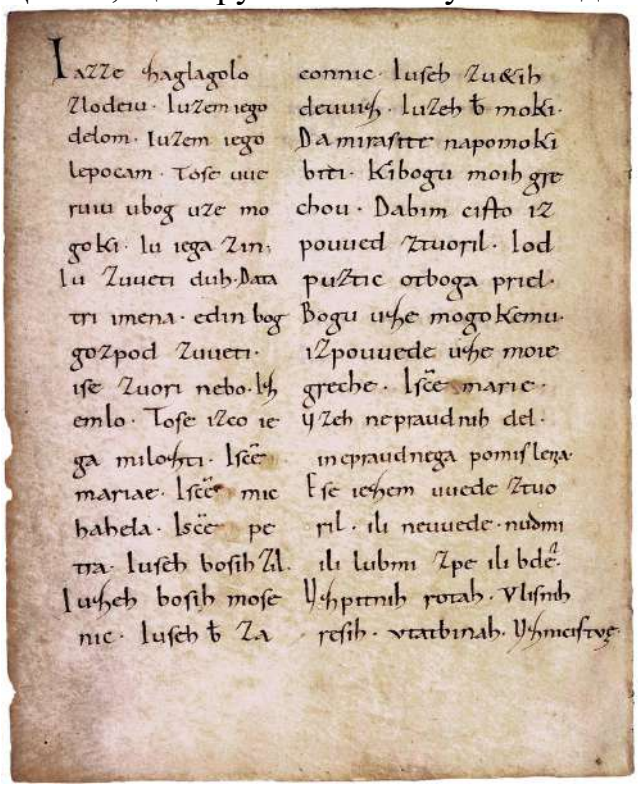
Особливим конструктивним елементом в будові шрифтів є так звані зарубки. Вони є вкрай важливими для вивчення шрифтів.

Зарубки — це елементи на закінченнях вертикальних та горизонтальних штрихів. Вони були складовою частиною шрифтів історично. Їх можна помітити ще на перших романських маюскульних шрифтах, якими висікали написи на пам’ятниках архітектури Римської імперії.



Вони там з’явились через технологічний процес: при висіканні написів на камені спочатку пробивалися вузькі смужки під основні штрихи, а вже потім, робились завершення літер. Без цих зарубок було не уникнути розстріскувань на камені на кінцях цих літер.

Цікаво, що зарубки також були складовою частиною літер і при писанні пером.





Тут вони також були наслідком технічного процесу. За допомогою зарубок на закінченнях літер писарі уникали додаткових рухів, через які чорнила, що накопичувались на кінці пера, могли б залишити ляпку.

В типографії зарубки з’явились зокрема тому, що творці перших друкарських шрифтів навмисне намагались наслідувати стиль та естетику рукописних книг. Наприклад, перша книга — Біблія Гутенберга — була набрана так званою текстурою, різновидом готичного письма.

ТЕМА 6
Шрифт як елемент дизайну

Шрифти відіграють найважливішу роль у дизайні: створюють настрій, вселяють емоції, допомагають сприйняттю образу ще до прочитання тексту. Це таємні агенти візуальної комунікації, які працюють з підсвідомістю глядача. У цьому посібнику показано які шрифти варто використовувати для різних індустрій, і як навіть найменші шрифтові деталі змінюють ставлення до написаного.

Шрифт використовується в:

- Логотипах – для створення впізнаваного образу бренду.
- Веб-дизайні – для покращення користувацького досвіду.
- Поліграфічній продукції – у книгах, журналах, афішах.
- Рекламі – для привернення уваги та формування іміджу.

Вибираємо шрифти для дизайну: 5 простих правил

Правило №1. Аналізуйте контекст та настрій

На додачу до вищесказаного хочемо порадити завжди враховувати «настрій» бренду, сторінки або навіть звичайної листівки. Сприйняття залежить від кожної деталі - тип шрифту та його зображення, розмір, використання великих літер і так далі.

Правило №2. Створюйте власну колекцію

Якщо ви активно працюєте або плануєте працювати у сфері дизайну, радимо збирати свою колекцію шрифтів. Це спростить і прискорить подальшу роботу, позбавивши вас необхідності кожного разу шукати «той самий». І не доведеться годинами ламати голову, як підібрати шрифт для логотипу, візитки, веб-сторінки або програми.

Правило №3. Намагайтеся поєднувати різні шрифти

Не використовуйте один шрифт усюди на сторінці. Як мінімум варто виділяти заголовки, підзаголовки, цитати тощо. Але й перетворювати сторінку на коктейль зі шрифтів теж не варто. Оптимально – 2, які добре узгоджуються між собою. Максимум — 3, та й то із застереженням, що третій використовується мінімально.

Правило №4. Відмовтеся від «поганих» шрифтів

Роздрукуйте наступний список та прикріпіть на стіні біля комп'ютера з позначкою «Не використовувати навіть під "дулом пістолета": Times New Roman, Comic Sans, Courier, Souvenir, Brush Script, Arial. Не всі ці шрифти погані. Деякі просто надто «заїжджені» та «попсові».

Правило №5. Шукайте натхнення у професіоналів

Це не означає, що треба «витягувати» шрифти зі сторінок та бездумно їх використати. Потрібно дивитися на поєднання, розміри, зображення, кольори і т. д. Так ви розвиватимете почуття хорошого смаку. Пам'ятайте: нагляд у веб-дизайні важливий так само, як у фотографії або живопису.

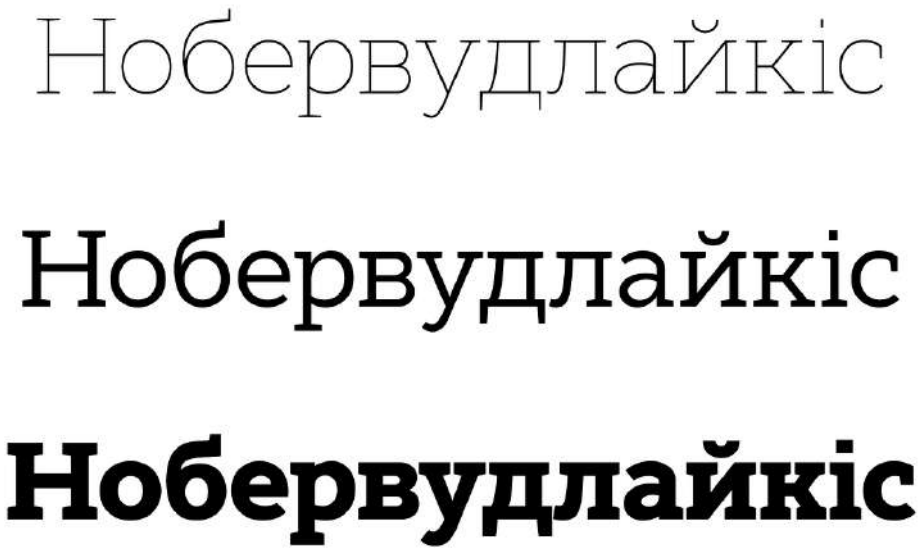
Шрифт є потужним інструментом у руках дизайнера. Його правильний вибір і використання допомагають ефективно комунікувати з аудиторією, створювати емоційний зв’язок і підвищувати якість дизайну. Розуміння основ типографіки

дозволяє дизайнеру краще передавати повідомлення та створювати візуально гармонійні роботи.

ТЕМА 7
Якості шрифтів та їх застосування у дизайні

1. Насиченість

Жирність (Weight) шрифту ми помічаємо у першу чергу та у будь-яких умовах. Основні типи насиченості: світлий, нормальний і жирний. Нормальні накреслення (Regular) емоційно нейтральні, на них найменше впливають оптичні викривлення чи погана чіткість зображення. Найкраще розпізнається графема, тому нормальна насиченість ідеальна для читання. Справжнє емоційне значення мають світлі та жирні накреслення, які передають гаму відчуттів від боязкої делікатності до наполегливої грубості.



Тонкі накреслення (Thin, Light) приємно розглядати як лінійний рисунок. Такий напис не приверне уваги, якщо ви самі цього не захочете, його можна «вимкнути» просто відвівши погляд. Звідси відчуття делікатності та дбайливості. Не дивно, що такі накреслення поширені у косметичній галузі та у всьому, що є близьким до тіла, від білизни до носимих гаджетів.

Напівжирні накреслення (Semibold) містять максимум унікальності форми, зберігають читабельність і додають значущості тексту. Тому їх використовують для виділень у тексті, а також у логотипах.

Жирні накреслення (Bold) створені для привертання уваги до коротких написів. Читати їх не дуже зручно, але у вас немає вибору.) Адже приділивши багато уваги предмету, ваш мозок дізнається про нього якомога більше.

Наджирні шрифти (Black) створюють відчуття ваговитості, потужності та підсилюють власні якості шрифту, для передачі яких більш нейтральним накресленням не вистачало ваги. Такі накреслення провокують швидкий емоційний відгук, тому їх часто застосовують: в іграх, рекламі, шоу-бізнесі.

2. Ширина

Ширина (Width) знаків шрифту, як і насиченість, розрізняється миттєво і сильно впливає на читабельність та помітність напису. Накреслення нормальної

ширини оптимальні для читання, а інші варіанти: вузькі та широкі дуже специфічні та мають виразне емоційне забарвлення.







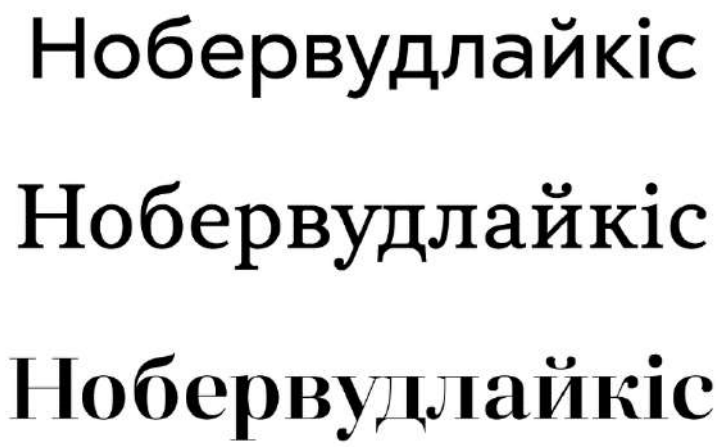
Трохи завужені накреслення теж можуть бути читабельними. Компактні версії текстових шрифтів використовуються там, де потрібно вмістити багато тексту у невеликий рядок. Але цей прийом створює легке відчуття тісноти й економності.

Надвузькі накреслення мають цікавіші особливості. На них дуже легко звернути увагу через вертикальні лінії, що починають переважати у написі. Здається, що хтось високий вліз на трибуну та підбурює натовп. Через низьку читабельність вузьких літер такий шрифт може передавати лише короткі слова виняткової важливості. Тому надвузькі шрифти органічно виглядають там, де потрібен стоп-ефект: в оголошеннях, газетних заголовках, агітації.

Широкі та надширокі накреслення сильно змінюють сприйняття тексту. У широких шрифтів форма літер змінюється, з'являється більше горизонталей. Навіть коротке слово починає читатися повільно, стає важливим та надовго запам'ятовується. Усе навколо напису здається рясним і значущим. Широкі накреслення чудово читаються під кутом або під час швидкісного руху бо перспектива нормалізує пропорції. Тому, такі шрифти часто використовують виробники авто, літаків та спортивних товарів.

3. Контраст

Різниця товщини основних і додаткових штрихів називається контрастністю шрифту. Контраст визначає положення шрифту на шкалі читабельність / естетичність. Слабкий та середній контраст допомагає при тривалому читанні і не завжди створює особливий настрій, тоді як граничні значення: нульовий та сильний контраст, формують виразні художні образи.

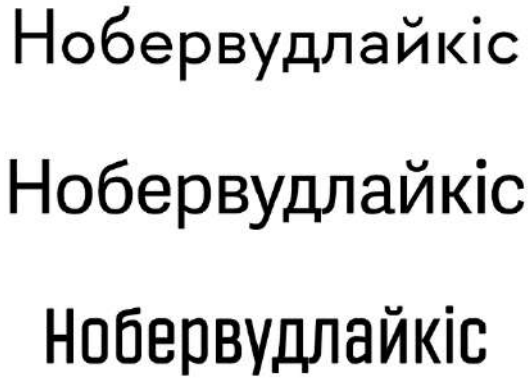


При повній відсутності контрасту напис виглядає просто і лаконічно, іноді навіть примітивно. Неконтрастні шрифти розривають зв'язок набору із ручним письмом, спираючись на індустріальну та постіндустріальну міську естетику в будь-яких її проявах, від паличних шрифтів до неонових вивісок. Ці особливості роблять неконтрастні шрифти відмінним рішенням для всіх, хто хоче виглядати сучасно та прогресивно.

Дуже сильний контраст — художній прийом, характерний для шрифтів романтизму та класицизму. Контрастні шрифти жертвують читабельністю заради краси титульного аркуша обкладинки або плакату. Чергування товстих і тонких ліній нагадує драматичне протистояння сили та слабкості, льоду та полум'я, а поєднання різних контрастних форм створює витончений силует і ритм, що нагадує музику або хореографію. Логічно, що контрастні шрифти так добре підходять для театру, моди та розкоші.

4. Висота рядкових

Висота рядкових літер (X-height), відносно заголовних та власних виносних елементів — один з основних ознак шрифту, що визначають його застосування. Також від висоти рядкових залежить настрій та характер повідомлення.



При середньому відношенні (від 2/3 до 3/4) літери верхнього та нижнього регістру зберігають баланс схожості та відмінності, що дозволяє легко знаходити

початок речення, але не відволікає від читання. Ця помірність, разом з іншими властивостями, робить шрифт зручним для роботи у тексті.

Маленька висота рядкових (1/2 і менше) створює серйозну відмінність між літерами у межах одного шрифту. Шрифт стає удвічі різноманітнішим та цікавішим, ніж його аналог із середнім значенням. Чим більше ця різниця, тим краще передається екстраверсія, музичність, артистизм. Ці якості чудово підходять для невеликих особистих чи художніх текстів: віршів, привітань, запрошень, афіш.

Високі рядкові (Більше 3/4) роблять шрифт більш однорідним (великі та маленькі літери схожі між собою), таким шрифтом можна набрати більше тексту. За рахунок дрібіших заголовних та незначних виносних елементів, рядки тексту мало взаємодіють з навколишнім простором. Це шрифти-інтроверти, що несуть відчуття стабільності, захищеності, але їм іноді не вистачає приязностіі.

5. Округлення кутів

Перетини та з'єднання штрихів неминуче утворюють кути. Прямі, як у **T**, **H**, **E**, або гострі, як у **A**, **V**, **Z**, **N**. Також кінець кожного штриху має свій обрис: загострений, прямокутний або округлений. Кути, перетини та краї є природними візуальними подразниками. Кожен кут потрібно помітити та сфокусуватися, без цієї навички наші предки постійно натикалися би на гострі камені та гілки. Тому, чим гостріше кути у написі, тим легше вона привертає увагу.





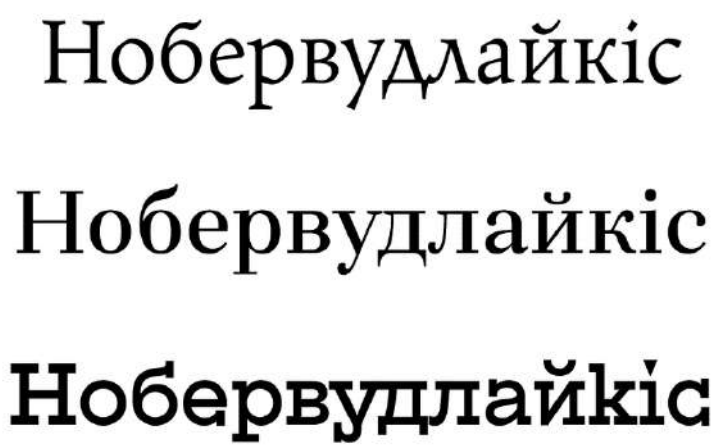


Заміна звичних, очікуваних кутів літер на округлення зменшує зорове напруження та асоціюється із гладенькими, приємними на дотик поверхнями. Це викликають позитивні емоції та почуття комфорту. Також округлі літери працюють з нашими первісними інстинктами, адже округлості — основа бебішейпу, тобто форми дитинча. Тому жирні та округлені шрифти так пасують до дитячого харчування, шампунів, підгузників. А ще округлення, у поєднанні з деякою рукотворністю робить шрифт схожим на їжу: булочки, морозиво, фрукти тощо.

Загострення кутів та країв штрихів привертає підвищену увагу, створює напругу і навіть дискомфорт. Але це може стати у нагоді, якщо ви продаєте «гострі відчуття», дивуєте, шокуєте. Тому «колючі» шрифти так часто зустрічаються у підліткових товарах, атрибутиці металістів та інших субкультур.

6. Зарубки та бруски

Наявність зарубок (Serif) у шрифту — найважливіша ознака у будь-якій класифікації шрифтів. Форма зарубки залежить від загальної логіки побудови шрифту, а ця логіка розвивалася із Стародавнього Риму до наших днів. Через давнє походження шрифти з зарубками називають антиквами. Шрифти із зарубками можна насолоджуватися, як добрим вином, на цю тему пишуть книги, а тут мова піде про те, у чому сенс зарубок взагалі і як їх правильно використовувати.



У текстових шрифтів, таких як Times New Roman або його аналогів, зарубки на краях штрихів допомагають очам швидше ковзати по рядку. Навіть при слабкій чіткості зарубка не дає оптичному викривленню вкоротити вертикальний штрих, тому базова лінія рядку та висота літер зберігається. Тому шрифти з зарубками найчастіше використовуються в об'ємних текстах художньої, наукової чи освітньої тематики.

У великому ж розмірі шрифти з зарубками стають історичним костюмом на персонажі, відправляють глядача в потрібний час і місце. Венеціанська антиква, Італо-Французька антиква, Англійська антиква, Класицистична антиква — все це портали у певну країну та історичну епоху. Чим вище рівень культурної обізнаності глядача, тим точніше він переміститься. Навіть масовий споживач, який не знає тонкощів, вирішить, що перед ним класичний, історичний шрифт, а ці асоціації викликають довіру. Усі шрифти з зарубками, крім брускових, в тій чи іншій мірі несуть пафос їх Великого предка — римського капітального шрифту з колони Траяна. Це розуміють голлівудські продюсери та їх наслідувачі, тому Trajan є найпоширенішим шрифтом у кіно.



Шрифт Trajan у кіно

Бруски сильно відрізняються від інших форм зарубок, тому для брускових шрифтів часто виділяють окреме місце у класифікації. Зарубка вважається бруском, якщо вона досить рівна, прямокутна і має товщину, порівняну із основним штрихом шрифту. Такі літери незручно писати каліграфічними інструментами, їх краще креслити, штампувати або вирізати. Така форма не сприяє комфортному читанню, але може переносити глядача у різні місця, від Дикого Заходу до Німеччини 1930-х років. Головна риса брускових шрифтів — чоловіча суворість, тому вони органічно виглядають у заводських цехах, магазинах інструментів або стейк-хаусах.

7. Курсив та нахил

Курсивні та нахилені накреслення часто зустрічаються у сучасних шрифтових родинах у додаток до прямих. При цьому вони мають різні функції та зміст.

воного ґрунту зник, перед ними пост
ення бобра з дерев'яною балкою в лапа
ей момент *Нобервудлайкіс* промовив
ин, а просто створює новий світ.» І з
ення бобра з дерев'яною балкою в лапа
ей момент *Нобервудлайкіс* промовив п
вин, а просто створює новий світ.» І з
щодня кожен прибулець до Маріуполіса

Курсивні накреслення (Italic) відрізняються від прямих більш рукописної формою, тому що вони походять від поширеного італійського почерку епохи Відродження. З XVI століття і до наших днів, італік використовується для виділень у тексті. Нахил вказує на зміну інтонації при читанні. Крім того, у рукописній формі літер менше прямих ліній та більше витончених вигинів, що надає виділеній фразі приємний ввічливий характер. Усе, що нагадує почерк, здається більш особистим і довірчим, ніж прямі «друковані» літери, тому в більшості привітань та запрошень використовуються рукописні шрифти або близькі до рукописним курсивні накреслення шрифтів із зарубками.

Нахилені накреслення (Oblique) робляться шляхом скосу прямих літер та служать переважно для додавання напису відчуття швидкості, але іноді також для виділень у тексті. Після скосу усі вертикальні лінії стають косими, навіть круглі форми під нахилом втрачають частину унікальності. Більш монотонний напис, мов би похилений від вітру, сприймається як щось швидке та стрімке. Тому нахилені шрифти — вдалий вибір для спортивної або автомобільної тематики.

8. Геометрія

У цифрових шрифтів кожна літера побудована за геометричною формулою. Але ця формула має різне значення для функції та образу шрифту. У декоративних шрифтів, що імітують почерк, плями або мазки, геометрія відкидається, їх форма ніби спонтанна. Але більшість шрифтів широкого застосування, створених з початку книгодрукування до наших днів, чітко прораховані та мають або гуманістичні, або геометричні пропорції.

Гуманістична побудова шрифту означає, що в його основі лежить форма почерку гуманістів епохи Відродження, звідси і назва. Це красиві та комфортні для читання шрифти, доведені до досконалості. У них відкриті разноширинні літери з явною відмінністю висоти заголовних та рядкових, з нахиленими осями напливу. У гуманістичних шрифтах геометрія лише сприяє вдосконаленню форми, не створюючи конкретних образів. Вони зручні для більшості людей і практично універсальні. Тому гротески з гуманістичними пропорціями так часто зустрічаються у масових комунікаціях, наприклад, міській навігації.

Нобервудлайкіс

Нобервудлайкіс

Нобервудлайкіс

Геометрична побудова з нуля, всупереч досвіду і традиції, характерна для XX століття. Перші геометричні шрифти з'явилися у 1920-ті роки під впливом конструктивізму. Усі літери будувалися з простих геометричних форм: кола, квадрата, трикутника. Найчастіше це були шрифти без зарубок, чи зарубки замінювалися брусками. Сьогодні їх називають геометричні гротески та геометричні брускові.

Ідеї наукового прогресу, стандартизації, спрощення, неминуче призвели до створення нової форми шрифту. Просте креслення здатне повністю замінити рукописну та словоливарну спадщину, навіть загальноприйняті обриси літер (графеми) можуть змінитися. Наприклад, круглі **O**, **C**, **D** можуть стати квадратними, навіть увесь шрифт може будуватися з універсальних модулів. При цьому форма літер втратить вплив на читабельність та образ. Усе буде залежати від форми модуля: дуги, багатокутника, квадрата. Наприклад, модульні шрифти епохи Зоряних Воєн, Термінатора та Робокопа, своєю нерукотворної формою уособлюють фантастичне майбутнє, з космічними польотами, розумними машинами та іншими технологіями, якими так захоплювалися люди з середини XX століття.

Вибір геометричного шрифту працює як машина часу. Можна перенести глядача у ранній Радянський Союз (прямокутники, палиці, трикутники), довоєнну Німеччину (прямокутники, кола, дуги), Америку епохи джазу (трикутники, кола, тонкі лінії), або у початок комп'ютерної епохи (оквадрачені літери, пікселі, матриці).



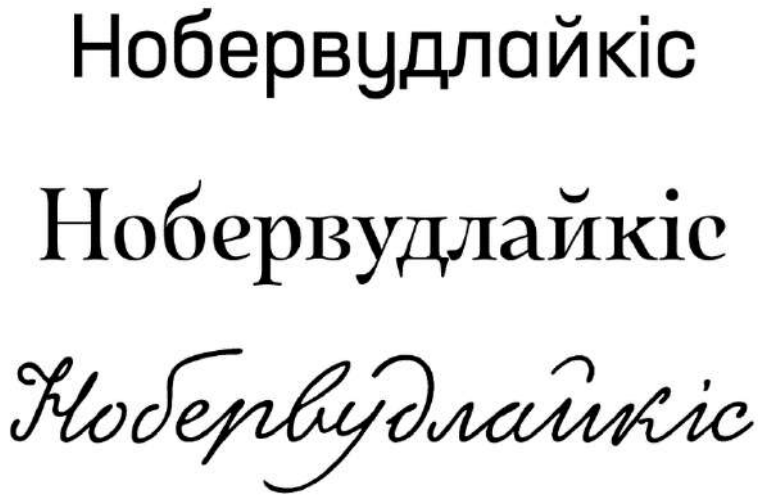
Геометричні гротески типу Gotham у сучасних логотипах

Геометричні гротески актуальні і сьогодні, візьмемо хоча б логотип Google 2015 року. Шрифтова культура 2010-х повторно звертається до досвіду модернізму, переосмислюючи його. Повертається мода на геометричні шрифти, які, завдяки високій роздільній здатності екранів та гладкості паперу, виглядають ідеально

точними, лаконічними і навіть читабельність зберігається. Такі шрифти добре вирішують завдання глобальних корпорацій, ЗМІ та навіть великої політики.

9. Статика і динаміка

Рисунок літер шрифту може бути статичним або динамічним. Чим більше горизонтальних та вертикальних ліній у рядку, тим статичнішим є шрифт. А лінії та дуги, що не співпадають із горизонталлю рядка, надають шрифту динамічності. На динаміку впливають: нахил осі напливу у літер **o**, **e**, **c**, **p**, **b**, **d**, нахил поперечини **e**, закінчення штрихів літер **s**, **c**, **a** та форма зарубок. Усі ці елементи можуть бути прямими, діагональними або скривленими. Курсивне або нахилене накреслення робить зображення ще динамічнішим.

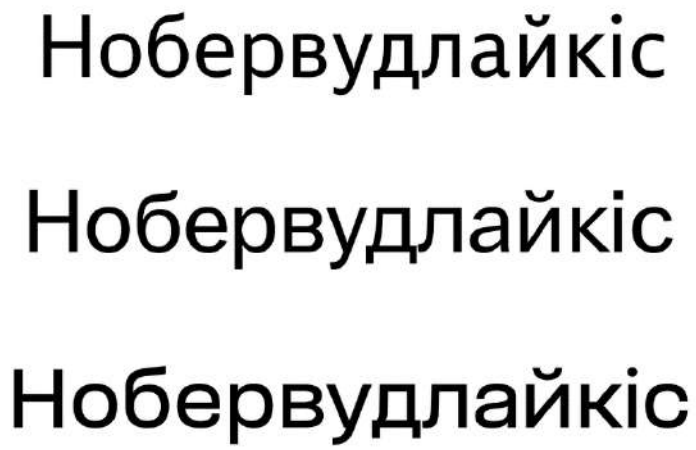


Статичність шрифту сприймається як ознака спокою та впорядкованості. Не випадково Helvetica, задумана як універсальний нейтральний шрифт, є статичною. А якщо шрифт має більше прямих, ніж зазвичай, наприклад через випрямлення овалів, то він буде асоціюватися із суворим порядком, доведеним до автоматизму. Це чудово підходить для режимних об'єктів: точного виробництва, залізниці, електростанцій тощо.

Динамічний малюнок, не очевидний, як в курсиві, а у прямому накресленні, є родзинкою, яку приємно помічати. Ця необов'язкова риса викликає інтерес до напису. Прихована складність — ознака справжнього мистецтва. Тому динамічні шрифти пасують до усього естетичного та оригінального.

10. Відкритість

Розімкнені літери, наприклад **c**, можуть бути сильно відкриті, помірно відкриті, або практично закриті. Відкритість (апертура), впливає на форму літер **c**, **a**, **e**, **s**, **з**, **e**, **є**. Дуже відкриті літери компактніші, ніж закриті, від їх ширини багато в чому залежить місткість шрифту. Частотний аналіз мов показує, що літери **e**, **a**, **s**, **c** становлять понад 30% англійської мови, а літери **e**, **a**, **c**, **з** — це майже 25% російської та близько 20% української. Тому, за рахунок більшої апертури та легкого випрямлення овальних елементів: **o**, **p**, **d**, **b**, **q** можна отримати дуже компактний шрифт, який не виглядатиме стисненим та збереже добру читабельність, наприклад як PT Sans.



Помірна відкритість сама по собі не створює настрою, але напівзакриті літери найкраще розпізнаються при швидкому читанні, наприклад на дорожніх покажчиках або номерних знаках.

Дуже відкриті шрифти при наборі невеликих написів мають власний характер. І це насправді відкритий для світу, екстравертний характер. Відкритість асоціюється з комфортом та передає відчуття простого і чесного спілкування. Такі шрифти часто зустрічаються у виборчих кампаніях політиків, які просувають ідеї свободи та демократії, а також у рекламі чогось зручного і простого, на кшталт розумного будинку або легкого ноутбуку.

У закритих шрифтів характер теж відповідає апертурі. Ці самодостатні інтроверти створюють відчуття стабільності, надійності та захищеності. Тому в політиці їх часто використовують консерватори і протекціоністи, а в рекламі вони незамінні для усього, що ґрунтується на безпеці та захисті.

Підсумки

Кожна ознака шрифту впливає на людину на рівні оптики, стародавніх інстинктів та культурного досвіду. Ці приховані повідомлення можуть допомагати вашому дизайну працювати, але можуть і заважати, тому, вибір шрифту необхідно співвідносити з повідомленням що передається, цінностями бренду та уподобань цільової аудиторії. Краще використовувати мінімум якостей, налаштувавши їх максимально точно, ніж десять раз потрапити «в молоко». Тоді дизайн буде зрозумілим для цільової аудиторії, корисним для замовника, та цікавим для інших дизайнерів.

Якщо зібрати усі шрифтові якості в одному списку, то вийде щось на зразок меню у голландському барі:

1. **Насиченість** впливає на рівень примусу до контакту: від ніжної делікатності (Thin) до грубої наполегливості (Black).
2. **Ширина** впливає на терміновість повідомлення: від кричущого заголовку (Extra-Condensed) до довгоочікуваної появи з-за обрію (Extra-Expanded).

3. **Контраст** регулює рівень артистизму висловлювання: від машинного синтезатора мови (Нульовий контраст) до солістки Гранд Опера (Максимальний контраст).

4. **Висота рядкових** пов’язана із бажанням вразити глядача: від любовного листа (дрібні рядкові) до байдужою таблички “Перерва” (великі рядкові).

5. **Округлення кутів** впливає на рівень ніжності: від сплячих немовлят (Сильне округлення) до галасливих підлітків (Загострення).

6. **Зарубки та бруски** створюють культурний контекст: від ідеалізму вічної класики (Зарубки) до прагматизму заводського штампування (Бруски).

7. **Курсив та нахил** просить хвилинку уваги: щоб ввічливо уточнити (Italic) або терміново повідомити (Oblique).

8. **Геометрія** відображає життєві цінності: від поваги до особливостей людини (Гуманістичні шрифти) через естетичні експерименти (Геометричні шрифти) і до захоплення футуристичними машинами (Модульні шрифти).

9. **Статика і динаміка** передають індивідуальність та багатство внутрішнього світу: від нейтральної Гельветики (Статичні шрифти) до старостильних антикв, що містять пафос свого часу і країни (Динамічні шрифти).

10. **Відкритість** впливає на комуникабельність та прогресивність: від ліберального екстраверта (Відкриті шрифти) до консервативного захисника кордонів (Закриті шрифти).

Окрім перерахованих внутрішніх якостей, у шрифтів є й зовнішні. Взаємодія літер, слів, рядків, текстових смуг між собою та з навколишнім простором називається типографією. Про її вплив на глядача я напишу в наступних статтях.

ТЕМА 8
Класифікація шрифтів

Класифікація шрифтів завжди була і понині залишається полем для дискусії. І не дивно, адже майже неможливо зробити класифікацію за якимось одним критерієм — конструктивними особливостями, історичним періодом чи контекстом їх використання.

На додачу до цього, формуючи актуальну систему класифікації шрифтів, корисно озиратись на суто практичну складову. Наприклад, зважати на системи класифікацій, що використовуються в онлайн-каталогах, з яких сучасним графічним та цифровим дизайнерам доводиться обирати шрифти.

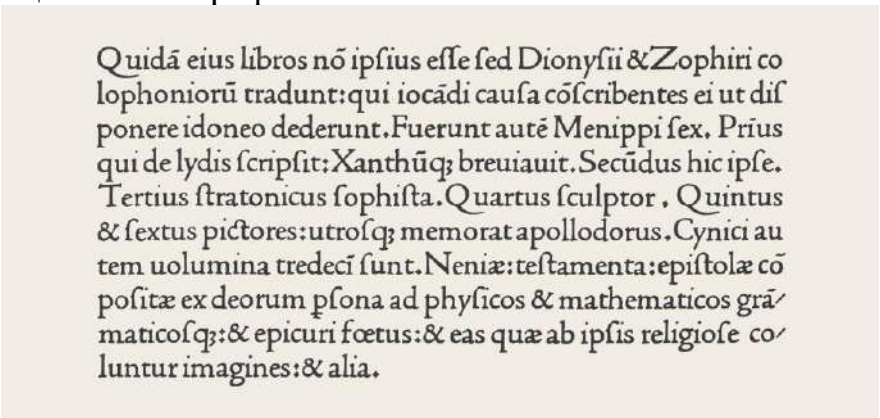
- шрифти з зарубками,
- шрифти без зарубок,
- брускові шрифти,
- заголовкові шрифти,
- рукописні шрифти.

Шрифти з зарубками	Шрифти без зарубок	Брускові шрифти	Заголовкові шрифти	Рукописні шрифти
Serif	Sans	Slab	FONT	*Script*
Інші назви: — Романські шрифти, — Антиквенні шрифти, — Антикви.	**Інші назви:** — Гротескні шрифти, — Гротески, — Рубані.	**Інші назви:** — Механістичні, — Єгипетські.	**Інші назви:** — Плакатні шрифти, — Акцидентні шрифти, — Декоративні шрифти.	**Інша назва:** — Каліграфічні шрифти.
Назва англійською мовою: — Serif fonts.	**Назва англійською мовою:** — Sans-serif.	**Назва англійською мовою:** — Slab-serif.	**Назва англійською мовою:** — Display.	**Назва англійською мовою:** — Script, — Handwritten (іноді).

Шрифти з зарубками

Їх також називають антиквенними шрифтами або просто антиквами. Ця варіація назви походить від латинського слова antīqua, тобто «стародавній».

Одні з перших шрифтів цього типу з'явились ще в XV столітті. Але стародавніми вони називаються з іншої причини. Період появи цих шрифтів прийшовся на Раннє Відродження. В цей період пробуджувався інтерес до античності, і зокрема — серед писців та типографів.


Quidā eius libros nō ipſius eſſe ſed Dionyſii &Zophiri co
lophoniorū tradunt:qui iocādi cauſa cōſcribentes ei ut diſ
ponere idoneo dederunt.Fuerunt autē Menippi ſex. Prīus
qui de lydis ſcripſit:Xanthūq; breuiauit.Secūdus hic ipſe.
Tertius ſtratonicus ſophiſta.Quartus ſculptor . Quintus
& ſextus pictores:utroſq; memorat apollodorus.Cynici au
tem uolumina tredecī ſunt.Neniæ:teſtamenta:epiſtolæ cō
poſitæ ex deorum ꝑſona ad phyſicos & mathematicos grā
maticoſq;:& epicuri fœtus:& eas quæ ab ipſis religioſe co
luntur imagines:& alia.

Будова та зовнішній вигляд цих шрифтів чимало особливостей запозичили в римського маюскульного шрифту. Того, яким в Римській імперії висікались написи на храмах та пам’ятниках. Через таке походження цю групу шрифтів ще іноді називають романськими, тобто римськими.

Але на відміну від справжніх римських шрифтів, в антиквенних шрифтах з’явились рядкові літери.

В період з XV по початок XIX століття більшість друкованих видань та плакатів створювались саме з використанням антиквенних шрифтів. Їх будова протягом століть зазнавала певні зміни — в міру розвитку друкарських технологій та через зміну актуальної моди — але загальні конструктивні принципи зберігались.

Різновиди	Шрифти старого стилю	Перехідна антиква	Нова антиква
Представники	Centaur Golden Type Garamond	Baskerville Caledonia Times Roman	Bodoni Didot Fenice
Коли з’явились	XV століття	XVIII століття	XVIII століття

Назва англійською — serif fonts. Serif — це буквально «зарубки».

Шрифти без зарубок

Тривалий час зарубки в шрифтах були технічною необхідністю. При висіченні написів на камені без них було майже неможливо уникнути розтріскувань, а при писанні пером — розтікань чорнил.

Але в міру розвитку друкарської справи, вдосконалення друкарських станків та технології виготовлення паперу, зарубки перестали бути справжньою необхідністю. З часом вони перетворились на своєрідний рудиментарний елемент будови шрифту та виконували радше декоративну функцію.

При цьому, оскільки більша частина написів складалась саме зі шрифтів із зарубками, позбавлений від них шрифт, був майже приречений виділятись на їх фоні.

Вважається, що одним з перших шрифтів цієї групи став Єгипетський шрифт Кезлона (англ. Caslon’s Egyptian), створений Вільямом Кезлоном IV на початку XIX століття.



Тоді новий шрифт прийняли погано. Його називали «гротескним» та «готичним».

Саме слово «гротеск» походить від французького слова grotesque, яке можна перекласти як «чудернацький», тож в ній відбиваються одночасно декілька сенсів: незвичність будови шрифту відносно традиційної та здатність шрифту привертати увагу своїм виглядом.

Власне, певний час саме з метою привернення уваги набрані цим шрифтом написи і використовувались — в заголовках, плакатах, рекламі. Але з часом гротескні шрифти почали використовуватись і в якості основних при верстці книг.

Якщо перші гротески наслідували деякі конструктивні особливості антикв, то з плином часу їх будова ставала все більш автентичною, самостійною, актуальною. Тепер ці шрифти часто використовуються в логотипах, навігації, інтерфейсах мобільних застосунків.

Різновиди	Старі гротески	Геометричні гротески	Гуманістичні гротески	Нові гротески
Представники	Franklin Gothic Grotesque	AvantGarde Gothic Futura	Frutiger Lucida Sans Gill Sans	Helvetica Univers
Коли з'явились	Перша половина XIX століття	1930-і роки	1920-і роки	1950-і роки

Назва англійською — sans-serif fonts. Sans-serif перекладається як «беззарубкові» або «без зарубок».

Брускові шрифти

Інша назва брускових шрифтів — єгипетські.

Як і у випадку з антиквенними шрифтами, назва тут дещо оманлива. В будові єгипетських шрифтів немає нічого єгипетського. Просто період їх появи збігається з періодом захоплення давньоєгипетською культурою, що спалахнув з новою силою після єгипетського походу Наполеона в період з 1798 по 1801 рік.

Існує гіпотеза, відповідно до якої форма перших брускових шрифтів була подібна до шрифту іменних написів французьких кораблів, що брали участь у цій кампанії. Правда це чи лише здогадка, тепер вже важко визначити, але вплив захоплення Єгиптом позначився, зокрема, на назвах деяких брускових шрифтів — «Каїр» (Cairo), «Карнак» (Karnak) та «Мемфіс» (Memfis).



Брускові шрифти можна було б віднести до групи шрифтів із зарубками, але їх форма була суттєво відмінною від зарубок антиквенних шрифтів.

В антикві зарубки мали другорядну роль стосовно основних штрихів, що підкреслювалось їх тонким нарисом. А от в брускових шрифтах зарубки та основні штрихи були врівноважені. А в деяких підгрупах брускових шрифтів, — їх ще називають італійськими брусковими шрифтами, — вони навіть були товстішими, ніж стем (таку особливість будови у шрифтах ще називають зворотним контрастом, про те, що таке контраст шрифту ми докладніше розповімо в наступному матеріалі).

Перші брускові шрифти з'явились як спосіб виділяти окремі написи, адже через власну форму вони виглядали більш помітно в заголовках, на вивісках, плакатах, вітринах та у рекламі. Втім згодом стали з'являтись модифікації брускових шрифтів, якими можна було комфортно набирати значні масиви текстів.

Їх безумовною перевагою було те, що вони добре зчитувалися майже в будь-якому масштабі, і через виразні зарубки робили й набрані ними тексти більш виразними. Через таку якість, зокрема, їх використовували для друкарських машинок, а згодом і для редакторів програмного коду.

```
<!DOCTYPE html>
<html>
<head>
    <meta charset='utf-8'>
    <meta name="viewport">
    <title>Creative Cloud</title>
</head>
<body class="coral--light">
    <h1></h1>
</body>
</html>
```

І хоч в брускових шрифтів була менш тривала історія, ніж в антиквенних, вони теж пройшли власну еволюцію, і форма цього типу шрифтів змінювалась з часом.

Різновиди	Антиквенні брускові шрифти	Кларендонівські *(похідні від шрифту «Кларендон»)*	Італійські брускові шрифти *(французький «Кларендон»)*	Друкарські брускові шрифти	Геометричні брускові шрифти	Гуманістичні брускові шрифти *(створені на основі гуманістичних гротесків)*
Представники	Antique	Clarendon Egyptienne	French Clarendon SHERIF	Courier Prestige Elite	Rockwell Memfis	ITC Officina Serif
Коли з'явились	Перша половина XIX століття	Орієнтовно в 1820-х рр. в Англії	Перша половина XIX століття	Друга половина XIX століття	Орієнтовно в 1920-1930х рр.	Друга половина XX століття

Назва англійською — slab-serif fonts. Slab-serif — це «брускові зарубки».

ТЕМА 9
Види шрифтів в залежності від креслень

Заголовкові шрифти

Ще одна група шрифтів — так звані заголовкові (їх також називають плакатні або декоративні шрифти). Ця група дещо відмінна від попередніх, головним чином тому, що об’єднує шрифти не за конструктивним принципом, а за призначенням.

Заголовковими називали шрифти, що мали використовуватись у великому розмірі — власне, в якості газетних чи журнальних заголовків, для вивісок, на плакатах чи рекламних білбордах.

Ще одна їх назва — акцидентні шрифти. Вона походить від слова акциденція, яким називали малі наборні форми — візитівки, обкладинки книг та рекламні макети.

Звісно, такий контекст використання певним чином впливав і на будову. Часто у заголовкових шрифтів були товстіші основні штрихи та в цілому більш виразний нарис.

Перші подібні шрифти, що з’явились в XVIII столітті, виготовлялись більшими кеглями чи взагалі — окремими друкарськими формами. Піонерами в створенні заголовкових шрифтів вважаються англійські друкарі, такі як Томас Котрелл та Вільям Кезлон II.

Але розмір та виразний нарис повною мірою не описують принципів приналежності шрифтів до групи заголовкових. Деякої додаткової плутанини додає ще й те, що шрифти інших груп часто можна знайти в каталогах в якості одночасно заголовкових і, скажімо, брускових.

Це легко пояснити. Річ у тому, що брускові шрифти на момент своєї появи використовувались саме в якості заголовкових. Подібна ситуація можлива і з гротескними, і з рукописними шрифтами: значна їх частина може використовуватись в цій якості.

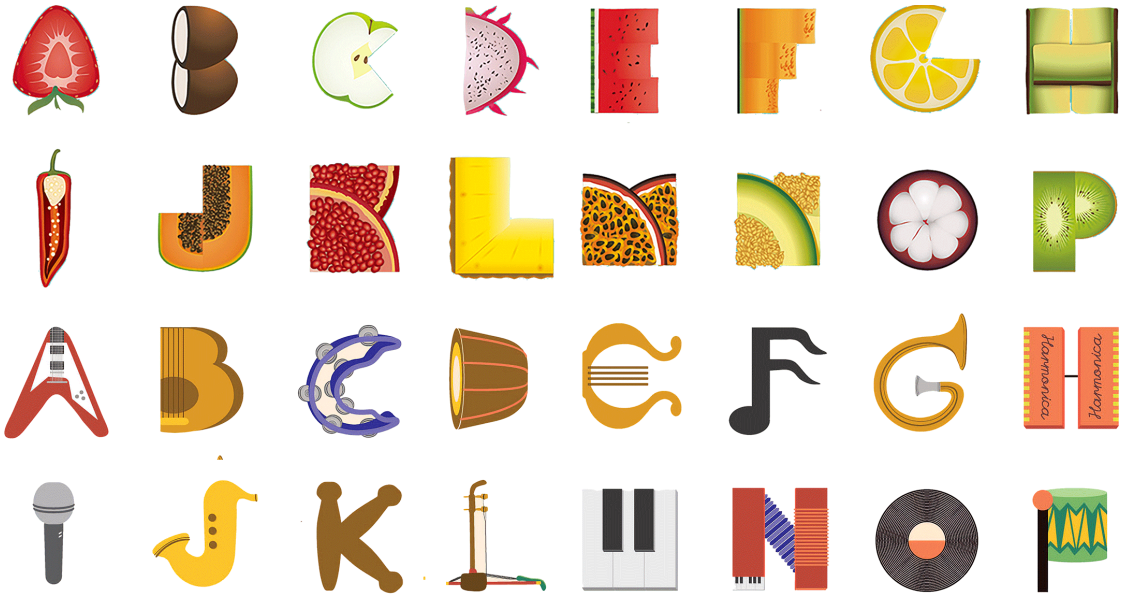


Разом із тим, до заголовкових шрифтів відносяться не лише шрифти інших груп, що органічно сприймаються в рекламі, заголовках чи на вивісках. В багатьох ситуаціях перед написами заголовковими шрифтами стоїть умова мати більш виразну естетику, ніж решта написів. Тому вони можуть бути наділені й додатковими декоративними рисами:



Через це заголовкові шрифти ще іноді називають декоративними. Ступінь декоративності може бути незначним — наприклад, це можуть бути дрібні модифікації базового нарису.

А може бути сильно вираженим, настільки, що плакатний шрифт майже перетворюється на ілюстрацію



Рукописні шрифти

Остання група шрифтів, які ми розглянемо, — рукописні, точніше, такі, що відтворюють рукописні нариси. Іноді їх ще називають каліграфічними шрифтами.

Сьогодні ці шрифти здебільшого використовуються в декоративному контексті або в якості заголовкових, адже в більшості випадків сприймати значний обсяг текстів в такому нарисі некомфортно.

Але хоч ми й розглядаємо групу рукописних шрифтів останніми насправді перша друкована «Біблія» Гутенберга була створена саме рукописним шрифтом, що мав назву «Текстура».



Часто рукописні шрифти поділяють на формальні та казуальні.

Формальними називають рукописні шрифти, засновані на формі літер, характерних для каліграфів XVII та XVIII століть, таких як Джордж Бікхем, Джордж Шеллі та Джордж Снелл.

Нарис цих шрифтів нагадує письмо пером. Одним із перших шрифтів такого типу є Union Pearl, також до нього відносяться Kuenstler Script, Palace Script, Propisi.

Такі шрифти часто використовувались для запрошень (наприклад, на весілля) та грамот. Та й тепер теж використовуються.



Шрифти казуального типу мають більш вільний нарис. Певною мірою, можна сказати, що вони мають настільки ж довільну і норовливу форму, як і наш власний почерк.

Тривалий час шрифтів цього підтипу існувало не так вже й багато, адже до XX століття процес їх створення був технологічно складним. Але з появою фотокомпозиції в 1950-х роках, а пізніше і з появою цифрових редакторів шрифтів їх створення значно спростилось, і число казуальних рукописних шрифтів, відповідно, суттєво збільшилось.

До представників даного сімейства шрифтів можна віднести Brush Script, Decor, Kaufmann, Art Script, Corrida, Freestyle, Kaliakra, Parsek, Mistral.

Серед українських шрифтів цього типу можна виділити, наприклад, шрифт «Кобзар», створений дизайнерами Дмитром Растворцевим, Лук'яном Турецьким та Генадієм Заречником та заснований на почерку Тараса Григоровича Шевченка.



Назва англійською — Script, Handwritten.

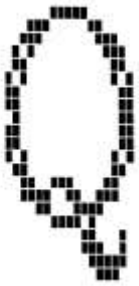
ТЕМА 10

Типи шрифтів у сучасній комп'ютерній технології: растрові, векторні, контурні

Усі шрифти можна розділити на векторні, контурні та растрові.

Растрові шрифти. Альтернативним способом формування зобра-ження є його виведення "рядок за рядком", за принципом телевізійного растра. Тому, власне, спосіб відрядкового формування зображення з окремих мікроелементів (крапок, або пікселів – від англійського pixel) і нази-вають растровим.

Растрова побудова зображення використовується в сучасних дисплеях, принтерах і пристроях лазерного експонування фотоформ і офсетних форм.



У растровому зображенні кожна точка двовимірної матриці рядків і стовпців забарвлюється в один з допустимих кольорів. Кількість кольо-рів залежить від конкретного пристрою. У лазерному принтері зазвичай використовується два кольори (один з них, як і в решті випадків, є кольо-ром фону або основи – паперу, неекспонованої фотоплівки, люмінофора кінескопа, що не світиться), у високоякісному моніторі – 777 216 відтінків.

Структура даних, що містить усю інформацію, необхідну для виве-дення растрового зображення, має вигляд прямокутної таблиці, що на-зивається його бітовою картою (bitmap). Кожен її елемент відповідає точці зображення. Строго кажучи, bitmap дійсно складається з бітів тільки для монохромних (чорно-білих) вивідних пристроїв. Для кольорових зображень кожному пікселю в бітовій карті відповідає не один, а кілька бітів – залежно від числа кольорів.

Зберігання зображень у вигляді бітових карт вимагає значних об-сягів пам'яті та великих витрат часу на їх оброблення. Растровий опис важко піддається масштабуванню за незмінної роздільної здатності або зі зміною роздільної здатності за незмінних розмірів. І те, й інше вима-гають перерахунку бітової карти на інше число елементів – ресемплінга (від англ. sample – відлік, замір). Ресемплінг, особливо у бік збільшення розмірів bitmap, призводить або до створення грубих сходинок на краях елементів рисунка, або до появи нерізкості, розмитості, розпливчатості зображення. Проте для виведення на растровий пристрій інформацію можна подати тільки у вигляді бітових карт.

Зображення символів шрифту (як і будь-яке інше) на екрані дис-плея є растровим зображенням, тобто складається із забарвлених у різні кольори точок, або пікселів. Bitmap-шрифт є найбільш зручним для відображення на екрані з погляду швидкості відтворення і витрат ресурсів комп'ютера на оброблення. Проте розміри символів на екрані можуть змінюватися; отже, для однієї гарнітури необхідні bitmap-шрифти

кількох розмірів. Зберігання шрифтів усіх можливих розмірів вимагатиме значного обсягу пам'яті (як дискової, так і оперативної). Тому розробники розділу підтримки шрифтів у операційних системах пішли на компроміс: для найбільш використовуваних кеглів (розмірів) створюються окремі bitmap-шрифти, для проміжних розмірів бітова карта кожного символу будується безпосередньо перед відображенням на підставі bitmap з най-ближчого за розміром шрифту тієї ж гарнітури.

Чим більше для виведення тексту використовується пікселів, тим більш чітким і реалістичним стає зображення.

Рекомендації з використання растрових шрифтів для уникнення спотворення:

рекомендується використовувати їх у заданому спочатку кеглі (або у кеглі, що кратний 8);

не вирівнювати написи по центру;

не змінювати масштаб готового напису;

рекомендується використовувати роздільну здатність сторінки (Resolution) 72 ppi.

Попри повільне переведення бітових карт "на інший розмір" і неви-соку якість відображення проміжних розмірів символів на екрані, bitmap-шрифтів для виведення тільки на екран і лише прямих символів достат-ньо. Проблеми виникають, коли текст потрібно повернути і (або) вивести на "тверду копію". Таким чином, для відображення шрифту певного діа-пазону кеглів на моніторі, принтері та фотоавтоматі буде потрібна не одна сотня растрових шрифтових файлів. Тому зараз растрові шриф-ти застосовують тільки для виведення на екран. Для вирішення цієї проблеми шрифтові символи описали як сукупність контурів.

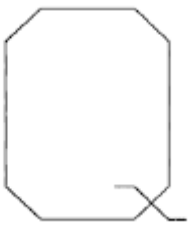
Векторні шрифти. Можливим вирішенням проблеми масштабу-вання шрифту на високу роздільну здатність є використання векторних шрифтів. Ці шрифти визначають зображення символів для пристроїв типу лазерних або струменевих графічних пристроїв (плоттерів), здатних безпосередньо відтворювати на носії прямі або криві лінії. У векторних шрифтах кожен символ поданий у вигляді сукупності геометричних примітивів – зазвичай відрізків прямих і дуг кола, заданих своїми коор-динатами щодо "точки прив'язки" (origin point) символу.

Векторні описи шрифтів мають такі переваги:

компактність (малий розмір опису);

простота редагування (кожен елемент зображення може редагу-ватися окремо; для значної зміни розмірів або форми об'єкта достатньо малого коректування параметрів його опису або кількох простих команд);

легкість масштабування (зміна масштабу в разі побудови зобра-ження за векторним описом ніяк не позначається на якості побудованого зображення).

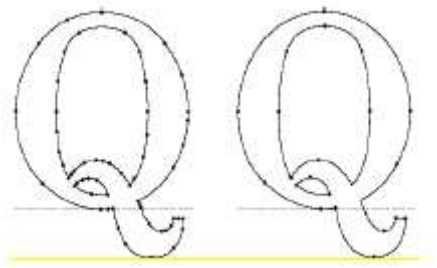


На жаль, для більшості технічних пристроїв таке "безпосереднє" виконання команд векторного опису зображень є дуже складним. Для цього необхідно забезпечувати точне переміщення паперу (або іншого носія) і пера (або іншого "малюючого" елемента) в довільних напрямах один щодо одного. Крім того, побудова складних зображень шляхом по-слідовного відтворення елементів безпосередньо на папері або плівці у багатьох випадках дуже вповільнена. Формування зображень шляхом окремого відтворення кожного вектора використовується в планшетних і рулонних графічних пристроях (плоттерах) і фотоплоттерах.

Масштабування векторного шрифту проводиться простим множен-ням усіх координат на відповідний множник. Проте для відтворенння шрифтів з якістю, придатною для поліграфії, у векторних шрифтах необ-хідна велика кількість елементів, що створюють контур букв із змінною товщиною; ці контури довелося б "набирати" з безлічі тонких ліній. На-разі векторні шрифти використовують тільки в деяких програмах, пов'я-заних з підготовкою креслень.

Контурні шрифти. Для усунення недоліків були розроблені так звані контурні (outline) шрифти, які з часом також стали називати векторними. Це допустимо, якщо виключена плутанина з уже розглянутими шриф-тами: замість запам'ятовування бітових карт, змінних із зміною кегля шрифту, запам'ятовуються тільки контури символу.

Контурні шрифти зберігають рисунки символів у вигляді контурів, що математично подають сукупністю відрізків прямих і криволінійних сегментів (рис. 5.3). Їх застосовують для відображення тексту як на ек-рані, так і для друку (але якщо контурний шрифт має растровий варіант, то для екрану він легший для читання). Контури можна масштабувати без спотворення форми і пропорцій знаків. Потім контури заповнюються колірними точками, що створюються пристроєм виведення з роздільною здатністю близько 100 dpi для монітора, від 300 до 600 для принтерів і значно більше 1 000 – на фотонабірних автоматах.



За необхідності відобразити на тому або іншому пристрої символ якогось конкретного розміру бітова карта для даного символу та даного кегля будується шляхом "заповнення" контурів букви точками, розмір яких відповідає роздільній здатності пристрою виведення.

Недоліком outline-шрифтів у порівнянні з bitmap (причому PostScript більшою мірою, чим TrueType) є значні витрати часу на формування зображення. Тому в комплекті шрифтів присутні зазвичай як bitmap-шриф-ти для швидкого виведення на екран, так і контурні – для виведення на принтер, фотонабірний автомат або для відтворення символів на ек-рані за великих збільшень. Векторних шрифтів також

потребують про-грами, що безпосередньо обробляють контури букв, – такі, як Adobe Illustrator, Adobe Photoshop або Macromedia FreeHand.

ТЕМА 11
Основи типографіки

Сучасні уявлення про гармонійний і легкий для читання набір уособ-лює прямокутник, що сприймається на деякому віддаленні по тону рівно-мірно сірим. Абзацні, міжрядкові та міжлітерні пропуски не настільки малі, щоб не виконувати свою функцію, і не настільки великі, щоб привертати до себе увагу. У дуже дрібних кеглях пробіли повинні збільшуватися.

Коли букви з'єднуються в слово, гармонія досягається за рахунок оптичного балансу внутрішньолітерних просвітів і міжлітерних пропусків, (особливо якщо слово подане окремо від тексту), в заголовках, в акци-дентних написах. Тоді класична типографіка використовує прописні букви, які слід набирати врозрядку, яка візуально врівноважує внутрішньо-літерні та міжлітерні відстані.

У сучасному наборі можна виділити різноманітні види пропусків. Це **спуск** – відступ зверху на початку великого смислового фрагмента; пропуск, що позначає **абзац** – звичайно відступ; відстань між рядками – **інтерліньяж**; міжсловні та міжлітерні пропуски – **апроші**.

Існує велика кількість варіацій абзацного відступу (виступу, про-пуску). Більшість з них можна зустріти вже в інкунабулах (перших друко-ваних книгах, виданих в Європі від початку книгодрукування до 1 січня 1501 року). Його головною якістю є стриманість і неагресивність. У сучас-них виданнях, як правило, використовують абзацний відступ, за шири-ною наближений до ширини трьох літер.

Кернінгом називають зміну величини пропуску (апроша) між двома символами в порівнянні із стандартними установками. Це необ-хідно, коли полуапроші двох літер складаються в пропуск, який візуально відрізняється від більшості інших. Кернінг вимірюється в сотих частках від пропуску в 1 круглу (em space), який в стандартному значенні дорів-нює кеглю, а в альтернативному (alternate em space) – ширині двох нулів.

Міжлітерні пропуски називають за традицією апрошами (від франц. approche – підхід, наближення). У металевому наборі вони були фіксовані від крайньої бічної стінки літери до крайньої бічної точки її вічка. Кожний апрош складається з двох таких відстаней – напівапрошів сим-волів, що стоять поряд.

Класична естетика" апрошів. Естетичний принцип більшої час-тини шрифтів: пропуски між буквами гармонійно чергуються з внутріш-ньобуквеними пропусками та співрозмірені з ними. Шрифти подібної естетики апрошів забезпечують найкращий комфорт для читання і за-стосовуються в наборі більшості сучасних видань.

З погляду апрошів ми маємо принципово підкреслений контраст між- та внутрішньолітерних пропусків.

Міжсловні пропуски. У доцифрову еру пропуск дорівнював напів-круглій шпації (1/2 кегля), що спричиняло проблему вертикальних кори-дорів у наборі, але було зручно для людей з погіршеним зором. За дуже великої відстані між словами в рядку або дуже маленькому інтерліньяжі виникають коридори – вертикальні або діагональні "дірки", випадкові зв'язки збіжних або близько розташованих один під

іншим міжсловних пропусків у суміжних рядках. Західна традиція вживає більш тонкий про-пуск, наближений до третини шпації (1/3 кегля).

Проявом доброго смаку вважається використання в наборі тонших пропусків (thin space) між ініціалами та прізвищем, між порядками цифр (3 000 000) і в скороченнях типу "і т. д.", "і т. п.". У технічних моноширин-них шрифтах міжсловний пропуск відповідає ширині всієї решти символів.

Інтерліньяж. "Золоте правило" класичної типографіки: відстань між рядками повинна бути більшою, ніж між словами. Це забезпечує гармонійний баланс між лінійним характером окремих рядків і площин-ним ефектом усього набору.

Інтерліньяж у сучасному наборі визначають як відстань між базо-вими лініями двох сусідніх рядків, яку комп'ютерні програми дозволяють робити будь-якою, у тому числі наближеною до нуля. До зменшення інтерліньяжу підштовхує відсутність у кириличному алфавіті достатньої кількості виносних елементів у рядкових буквах. Таке рішення підвищує місткість полоси набору, але з погляду зручності читання є крайнім за-ходом. У цілому можна сформулювати прямо пропорційну залежність інтерліньяжу від ширини рядка.

ТЕМА 12
Типографія шрифту

Контраст шрифту

В лекції про виразні засоби композиції ми говорили, що контраст — це суттєва відмінність двох елементів між собою.

У випадку шрифтів під контрастом розуміється відмінність між товщинами основних та другорядних штрихів. Нагадаємо, що основними в шрифтах є вертикальні штрихи (стеми) та діагональні штрихи, а другорядними — зворотні діагональні штрихи та перекладини.



Якщо товщини цих штрихів рівні, це значить, що в такого шрифту контраст відсутній. А якщо відмінність товщин суттєва, шрифт має сильний контраст.

Ось ще декілька прикладів шрифтів з сильним контрастом



Історично, контраст сильніше виражений в антиквенних шрифтах. Набагато слабше він проявляється в брускових шрифтах і ранніх гротесках. Для геометричних гротесків характерна відсутність контрасту.

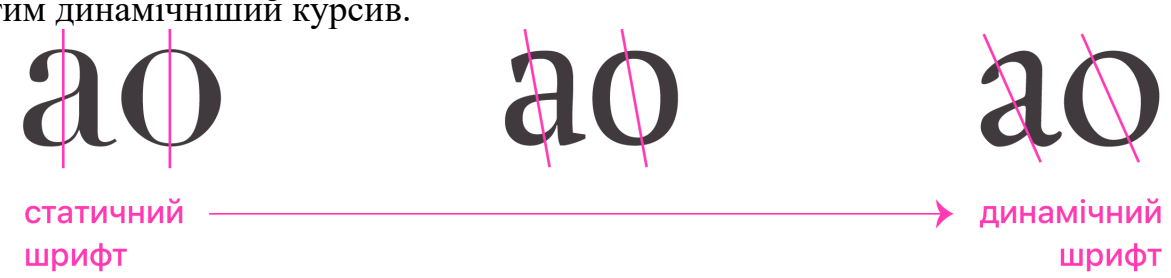


Динаміка шрифту

Як і композиції, шрифти можна поділити на статичні та динамічні.

Щоб оцінити динамічність шрифту, необхідно звернути увагу на осі симетрії в овалах та напівовалах літер. Чим сильніший буде нахил цих осей відносно стемів, тим сильнішою буде динаміка шрифту.

Якщо ж така вісь є паралельною до стему, ми кажемо, що даний шрифт є статичним. В курсивних нарисах стеми є нахиленими за замовчуванням. В них також слід звертати увагу на кут овалів відносно стемів. Чим сильніша відмінність, тим динамічніший курсив.





Абсолютна більшість брускових шрифтів та гротески є статичними. Серед антиквенних шрифтів статичним можна вважати шрифт «Дідо» (Didot), адже всі осі в ньому суто вертикальні.

Didot has no dynamics to it

Didot Bold

А ось декілька прикладів динамічних антиквенних шрифтів:

Garamond is dynamic typeface.

Garamond Pro

Vollkorn is another one.

Vollkorn

Spectral is almost there.

Spectral

Динамічність та статичність шрифту — це суто конструктивна особливість. А от якщо ви хочете передати емоційну динамічність, можна використати нахилену версію шрифту.

При цьому слід розрізняти курсивні нариси — їх ще часто називають італіками (italic) — та похилі нариси шрифту (їх ще називають oblique). Формально, обидві ці варіації шрифту додають йому динаміки, але роблять це по-різному.

Курсив — це похила варіація шрифту, що тяжіє до рукописного нарису. Вона, зокрема, присутня у сімействі Times New Roman.



Її легко відрізнити від похилого нарису формою рядкової літери «а» — в курсиві вона більше подібна до рукописної. Як правило, геометрія курсивної варіації шрифту сприймається більш органічно і є більш довершеною за будовою, адже при її розробці по суті вибудовується нова геометрія шрифту.

Похилий нарис, як правило, є менш органічною варіацією шрифту. В ньому змінюється нахил осі шрифту, і одночасно з цим — нахил основних штрихів. Більшість графічних редакторів дають нам змогу модифікувати майже будь-який шрифт подібним чином. Але часто похилий нарис сприймається менш органічно і дещо вимушено. Особливо це помітно при застосуванні його в контексті гротескних та брускових шрифтів.









Вага шрифту (насиченість)

Ще один важливий параметр шрифту — його вага (цей параметр ще називають насиченість шрифту).

Вага — це співвідношення товщини стема до ширини символу. Простіше кажучи — чим більшою є товщина штрихів шрифту, тим більшою є його вага. Найліпше її визначати за графемами латинської літери «N» або кириличної «П».



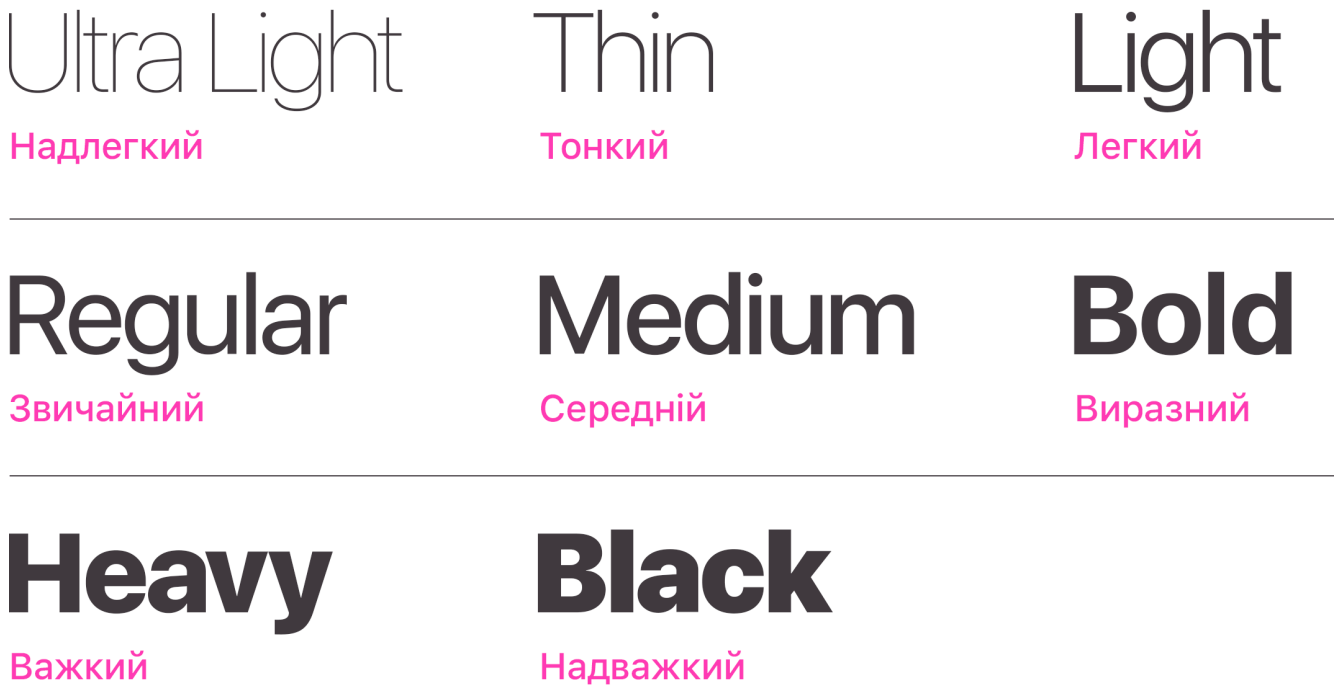
Нормальним нарисом вважають такий, в якому в білий простір літери можна розмістити 3-4 основних штрихи. Його так і називають — regular, тобто в перекладі з англійської «звичайний».



Як правило, шрифти зі збільшеною вагою використовуються для написів, що мають ліпше зчитуватись здалека: для газетних чи журнальних заголовків, для вивісок, для зовнішньої реклами тощо. Тобто, можна сказати, що товсті нариси шрифтів є дотичними до заголовкових шрифтів.

Зазвичай розрізняють такі модифікації шрифту в контексті збільшення його ваги:

- надлегкий — Ultra Light,
- тонкий — Thin,
- легкий — Light,
- звичайний — Regular,
- середній — Medium,
- виразний — Bold,
- важкий — Heavy,
- надважкий — Black.



Слід зауважити, що далеко не кожне сімейство шрифтів містить такий широкий діапазон нарисів. Це пов'язано з тим, що для досягнення гармонійності та збалансованості нового нарису дизайнеру шрифту часто доводиться суттєво його переосмислювати, по суті, створити повноцінний додатковий шрифт. Тому в більшості сімейств шрифтів присутні лише декілька нарисів.

Щоб відчути, наскільки суттєво змінюється сприйняття шрифту разом з нарисом, можна подивитись на сімейство Helvetica Neue.

Ширина шрифту

Нарешті, останній параметр шрифту, який ми розглянемо в цій статті — так звана ширина шрифту.

Інколи цей параметр може збивати з пантелику, тому що насправді під ним розуміють не ширину символу у шрифті, як таку, а співвідношення ширини до висоти символу.

Форма символу відтак може бути наближеною до одного з трьох станів:

Високого прямокутника — в такому випадку ми кажемо, що даний шрифт є вузьким.

Квадрату — такий шрифт має нормальну ширину.

Широкого прямокутника — шрифти з подібним співвідношенням ми вважаємо широкими.



Саме шрифти з нормальною шириною ми найбільш комфортно сприймаємо, коли читаємо значні масиви тексту.

Вузькі (а також надвузькі) та широкі (і відповідно, надширокі) шрифти добре підходять для плакатних написів, газетних заголовків, реклами тощо — там, де масиви слів незначні.

В таких контекстах вони можуть мати позитивний візуальний ефект, адже через незвичну форму добре привертають до себе увагу.



А от для читання значних масивів тексту (навіть речення чи двох), вони не надто добре підходять.

Саме через таку їх якість, вузькі шрифти часто використовують для різних обов’язкових написів в зовнішній рекламі.



При цьому окремі символи всередині шрифту можуть мати відмінну ширину. Наприклад, літера «Ж» часто ширша за «І».

В шрифтових каталогах виділяють в окрему групу шрифти, в яких всі символи мають однакову ширину. Вони називаються моноширинними й, як правило, використовуються в контекстах, де рівність текстових рядків важлива. Наприклад, для набору програмного коду.

ТЕМА 13
Система і одиниця виміру типографських шрифтів

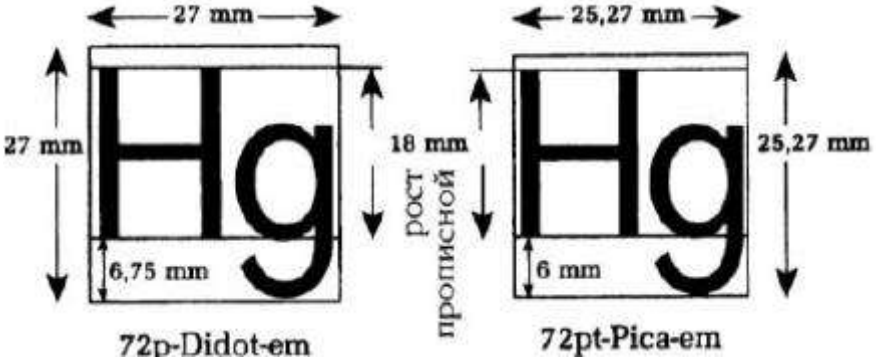
Типометрія – типографська система мір для шрифтів і скла-дальних матеріалів, що дозволяє створювати з них смуги й елементи друкованих форм заданих розмірів, розраховувати в оригіналі розміри таблиць, формул та інших складних елементів.

За основу вимірів у типографській системі взята система Дидо, яка прийнята в Європі та в Україні, та англо-американська система Піка. Для обох систем основною одиницею вимірювання є типографський пункт, який у системі Дидо дорівнює 0,376 мм, а в системі Піка – 0,352 мм.

Отже, 1 піка (пайка) = 12 пунктів = 4,216 7 мм. Набір тексту – це насамперед мистецтво управління пробілами, тому для всіх шрифтових інструментів найістотнішим є точність вимі-рювань.

Піки та пункти використовуються для вимірювання розмірів сто-рінки та її елементів. Наприклад, у піках (або в піках і пунктах) зазвичай вимірюють ширини колонок, полів, положення ілюстрацій та інших еле-ментів верстки. Тільки в пунктах зазвичай вимірюють більш дрібні еле-менти. Абзацний відступ, наприклад, частіше виражають у пунктах, на-віть якщо їх значення перевищує піку. Про відступ краще сказати, що він дорівнює 18 пунктам, ніж складає 1 піку і 6 пунктів, або півтори піки. Інтерліньяж, або відстань між рядками, також виражається в пунктах і ніколи – в піках.

Порівняти лінійні розміри літер одного шрифту відповідно у систе-мах Дидо та Піка можна за допомогою:



Типи пробілів. На кегельній (em) орієнтовані інші відносні пробіли. Напівкегельний пробіл (enspace або en) дорівнює половині пробілу шири-ною в кегельну шпацію (і це необов'язково пов'язано з шириною букви "N"). Тонкий пробіл (thinspace) часто визначається як половина напів-кегельного пробілу (або як чверть кегельного). Цифровий пробіл (figurespace) дорівнює ширині цифр даного шриф-ту (для зручності вертикального вирівнювання в таблицях ширина всіх цифр зазвичай однакова). Такий пробіл використовується для створення порожніх знакомісць. Оскільки цифри в різних гарнітурах мають різні ширини (хоча більшість дорівнює саме 1 en), то і ширина цифрового пробілу змінюється від гарнітури до гарнітури.

Пробіли між словами. Відстань між словами залежить від обраного шрифту та накреслення. Розробник гарнітури має визначити ши-рину міжсловного пробілу та

зафіксувати цей показник у шрифтовому файлі. Розмір пробілів між словами можна редагувати також для більш гармонійної та коректної верстки рядків і сторінок.

Верстальники ще у минулі століття придумали професійні назви для різноманітних кеглів, ця термінологія і сьогодні зустрічається у професійній літературі. Ширина рядка формату полоси набору також задавалась раніше у таких одиницях вимірювання, як цицеро чи корпус.

Найменування і співвідношення різних кеглів

Одиниця вимірювання	Співвідношення	
	з одиницями типографської системи	з міліметром у наборі
Пункт	1/48 квадрата	0,353
Нонпарель	6 пунктів	2,15
Петит	8 пунктів	2,82
Корпус	10 пунктів	3,53
Цицеро	12 пунктів	4,24
Квадрат	48 пунктів	16,96

Розроблення контурів шрифтових рисунків для кожної літери здій-снюється у так званому базовому кеглі. Якщо річ іде про книжкові шрифти, що призначені для набору основного тексту, то за базовий кегль приймають розмір у 10 пунктів, який збільшують у двадцять разів.

Для проєктування шрифтів металевого набору використовували кілька базових кеглів і розробляли щонайменше два варіанти шрифтових на-борів: використовували розмір 6 пунктів для дрібних шрифтів від 5 до 8 пунктів і кегль 10 пунктів для шрифтів від 9 до 12 пунктів.

Кілька базових кеглів для наборних шрифтів потрібні через те, що пропорції шрифтів дрібного та крупного кеглю відрізняються. Для полегшення розбірливості літер шрифти дрібних кеглів роблять досить насиченими, жирними, неконтрастними, з більш крупним вічком. Якщо шрифти проєктувалися для заголовків або реклами та мали використо-вуватися для великих кеглів, то для них застосовували базові кеглі роз-міром 24 пункти або 36 пунктів із десятикратним збільшенням.

Згодом шрифтові дизайнери перейшли до проєктування гарнітур для фотонабору, а пізніше – для комп'ютерних шрифтів. Базові кеглі почали використовувати тільки два – один для книжкових шрифтів і один для заготівкових. Пізніше вирішили обмежитися лише одним базовим кеглем, що стало причиною погіршення розбірливості тексту, набраного дрібним кеглем. Текст крупного кеглю почав "розсипатися" через неод-накові відстані між знаками та став нагадувати розріджений шрифт. Для того щоб це якось згладити, у фотонаборі почали змінювати розмір напівапрошів (лівих і правих полів знаку), а для комп'ютерного набору довелося регулювати розмір пробілів між буквами за допомогою трекінгу.

У сучасному суспільстві, насиченому різними повідомленнями, інформація повинна оформлюватись таким чином, щоб привертати увагу саме своєї цільової аудиторії, до якої вона звернена. Через це розроб-лювані шрифти часто мають акцидентний, рекламний характер. Для того щоб звернути увагу аудиторії, шрифти

навіть навмисно спотворюють, роблять важкочитанними. Виходом є розстановка системи акцентів та різного оформлення елементів текстової ієрархії, які дозволяють ви-ділити рівень підпорядкування і важливості складових рекламних проєктів.

ТЕМА 14
Взаємозв'язок малюнків букв із змістом тексту

Малюнки букв, або типографічний стиль, можуть значно впливати на сприйняття змісту тексту. Шрифт не тільки передає інформацію, але й допомагає встановити настрій, викликати певні асоціації та підсилити сенс написаного.

Візуальне вираження змісту через шрифт

Форма букв: гострі, рубані або округлі форми можуть викликати різні емоції (гострі – агресивність, округлі – м'якість, дружелюбність).

Вплив типографіки на читача

Психологія сприйняття: деякі шрифти можуть викликати довіру, інші – настороженість.

Контекст: шрифт має відповідати тематиці тексту (наприклад, офіційні документи потребують строгих гарнітур, тоді як дитячі книжки можуть містити грайливі форми букв).

Читабельність: занадто складні або декоративні шрифти можуть ускладнювати сприйняття тексту.

Приклади відповідності малюнка букв змісту

Логотипи: використання унікальних шрифтів для брендингу (наприклад, шрифти в логотипах Coca-Cola чи Google, які підкреслюють характер компанії).

Книги та журнали: вибір шрифту для оформлення жанру (жахи – гострі та ламані шрифти, романтичні історії – плавні, курсивні шрифти).

Реклама: використання помітних і стильних шрифтів для привернення уваги.

Малюнок букв має важливе значення у передачі змісту тексту. Вибір шрифту впливає на емоційний відгук читача, формує настрій та може посилити або, навпаки, спотворити сприйняття інформації. Дизайнерам і авторам варто ретельно підходити до вибору типографіки, щоб забезпечити ефективну комунікацію.

ТЕМА 15
Шрифти в оформленні видань

Вимоги до шрифтів.

Правильний вибір шрифту та його використання впливають на лег-кість читання, починаючи з елементарної розбірливості.

Вибір шрифту для основного тексту. Деякі шрифти читаються легше, ніж інші. Тривалий час вважалося, що шрифти із зарубками чи-тати легше, ніж без зарубок. Прямі шрифти вважаються більш легкими для читання, ніж курсивні. Після спеціальних досліджень виявилося, що швидкість читання залежить від звички читача до того або іншого типу шрифту. Звичайно, це стосується тільки набірних, а не акцидентних або декоративних шрифтів. У масовому дизайні та поліграфічній про-дукції зазвичай використовують для книг, газет і журналів прямі шрифти із зарубками; поступово звикаючи, читачі краще сприймають саме їх.

Є гарнітури широкого застосування, сучасні, а також гарнітури з багатовіковою практикою використання. Наприклад, Times, яка відріз-няється офіційністю і підвищеною легкістю читання. Популярними є гар-нітури з характерними рисами стилю і пластики певних епох – гарнітура Garamond, відома грацією і елегантністю.

Вибір гарнітури для видання серйозної художньої літератури визначатиметься не тільки найкращою читанністю символів, але і їх естетич-ними особливостями. Традиційно вважаються найлегшими для читання гарнітури епох ренесансу і барокко, а також зроблені за їх мотивами. Наприклад, одні фахівці віддають перевагу антиквам; дехто пов'язує їх із стилем ампір, завдяки особливостям пластики вважаючи такими, що вимагають збільшеного кегля в наборі (12 – 14 пунктів). Проте їх не треба застосовувати в газетному наборі та в разі друку на неякіс-ному папері.

Газетні гарнітури XIX ст. для видання в белетристиці застосову-ються рідко, як і гротески, зате вони більш застосовні в наборі тексту в "складних умовах". Західні фахівці відзначають велику вживаність і нейтральність гротесків, зроблених в "теплих ренесансних пропорціях". Рідко застосовуються єгипетські шрифти та близькі до них за пластикою шрифти друкарських машинок та інших технічних пристроїв. Шрифт дру-карської машинки, що з'явився в XIX ст., – це скоріше стиль каліграфії сторіччя XX.

Для суцільного тексту, як правило, застосовують старовинну та перехідну антикви: шрифти із зарубками і зменшеною контрастністю між тонкими та товстими штрихами.

Шрифтові гарнітури відрізняються різними ширинами символів. На рис. 6.1 приведено перелік популярних гарнітур для набору тексту. У набірних шрифтів є зарубки, схожі пропорції і однаковий контраст між основними та допоміжними штрихами.



Напівжирний і курсивний шрифти. Заголовки та підзаголовки звичайно набирають напівжирним шрифтом, який виконує функцію візу-ального розділового знака, додаючи сторінці графічної різноманітності з більшим успіхом, ніж проста зміна розміру кегля.

Для виділення в межах основного тексту більш доречний курсивний шрифт, ніж напівжирний. Загальноприйнятий виняток – попередження про небезпеку в керівництві користувача і т. п.; у них естетика типо-графіки приноситься в жертву безпеці та здоров'ю. Ще один виняток – застосування напівжирного шрифту в посиланнях на номери сторінок в основному тексті.

Курсивом звичайно виділяють:

заголовки книг;

назви витворів мистецтва, музичних композицій;

назви фільмів, п'єс, газет і журналів;

терміни, у тому числі технічні, за їх першої згадки в тексті;

окремі букви, що позначають самі себе ("розставити крапки над "і");

іноземні слова та фрази, що не стали літературною нормою (від-сутні у словнику);

розділові знаки після слів або букв, набраних курсивом, включаючи крапки, коми, двокрапки, крапки з комою (але не лапки).

Стислі та розтягнуті шрифти. Стислі зображення іноді використо-вуються для підписів під рисунками, виносок, розтягнуті – для виділення.

Стиснення шрифтів із зарубками (антиква) може призвести до спо-творення пропорцій, тому більшість стислих шрифтів і майже всі роз-тягнуті є гротесками; вони використовуються для підкреслення контрасту з іншими накресленнями тієї ж гарнітури. Якщо шрифт стискується (роз-тягується) за допомогою комп'ютерної програми – текстового процесора або програми верстки, то така зміна повинна бути мінімальною, менше 10 % нормальної ширини знака (наприклад, для вгонки довгого заголовка в рядок). Інакше букви втратять початкові пропорції, оскільки товщина вертикальних штрихів змінюється, а горизонтальних – ні.

Декоративні шрифти звичайно використовуються в рекламі; вони відрізняються оригінальністю, швидко входять в моду і застарівають. У декоративних шрифтах потрібно контролювати відстань між парами сусідніх букв, оскільки через їх оригінальність відстані від букв до бічних меж площадки кегля можуть бути нерівномірними.

Кольоровий текст. Усі сучасні набірні шрифти спроєктовані для відображення чорною фарбою на білому папері, причому форма, про-порції і товщина штрихів

отримують максимальний контраст. Якщо вжи-вати шрифт для друку кольором або на забарвленому фоні (наприклад, червоний шрифт на білому фоні), він звичайно стає нечітким, потрібно зробити шрифт крупнішим і (або) насиченішим. Гротескові шрифти в ко-льорі виглядають краще, ніж шрифти із зарубками (антиква), оскільки в них немає волосяних ліній, дрібних деталей, тонких штрихів, характер-них для шрифтів із зарубками.

Крім контрасту, кольоровий шрифт для поліграфічного друку, особ-ливо на кольоровому фоні, повинен бути точно розрахований. Колір під час друку звичайно синтезується поєднанням 3 – 4 фарб, накладених одна на одну з особливою точністю, щоб не було бахроми у однієї або декількох фарб. Крім того, фон друкується з дірками замість шрифту, а кольоровий шрифт задруковується в ці порожні місця. Це вимагає ви-сокоточного друку, інакше щонайменше неспівпадіння зробить шрифт нерізким, змазаним і навіть строкатим.

Виворотка – відтиснення, в якому фарбу накладають на фон, а не на фігуру. Цим способом закривають дефекти набору, додається зоровий блиск рядовим композиціям; букви здаються тоншими. Під час друкарського процесу на папері низької якості тонкі елементи букв мо-жуть розриватися на рихлому, грубому або гігроскопічному папері (на-приклад, на газетному) розтікається фарба; близько розташовані букви можуть зливатися.

Для друку вивороткою потрібно правильно вибирати гар-нітуру та кегль шрифту – переважно із приглушеним контрастом (товсті штрихи перешкоджають розривам) і напівжирні шрифти. Курсивні букви застосовувати не рекомендується, вони більш схильні до розривів, ніж прямий шрифт із зарубками. Слід збільшити інтервали між буквами (тре-кінг), щоб перешкодити злипанню букв. Можна також збільшити експо-зицію фотонабірного автомата для більш точного відображення крапок і зменшення затікання чорного в області білого (уникати недотримування шрифту).



Гротескові шрифти дають кращий результат за друку вивороткою, ніж шрифти із зарубками. Бажано перевіряти вигляд шрифту на проб-ному відтиску перед тим, як почати процес друку.

В акцидентних написах більш важливий розмір букви, ніж вишука-ність пропорційного співвідношення рядкових і прописних. З другого боку, зростання рядкового символу підвищує легкість сприймання до певної межі; для зручності читання в довгих текстах важливі також пропуски між рядками, які зі збільшенням рядкової теж мають зростати. Збільшена рядкова підвищує комфорт читання у лаконічних текстах (наприклад, у повідомленні на екрані комп'ютера або статті в енциклопедії). Тому ви-сота знака "х" теж характеризує акцидентний характер гарнітури.

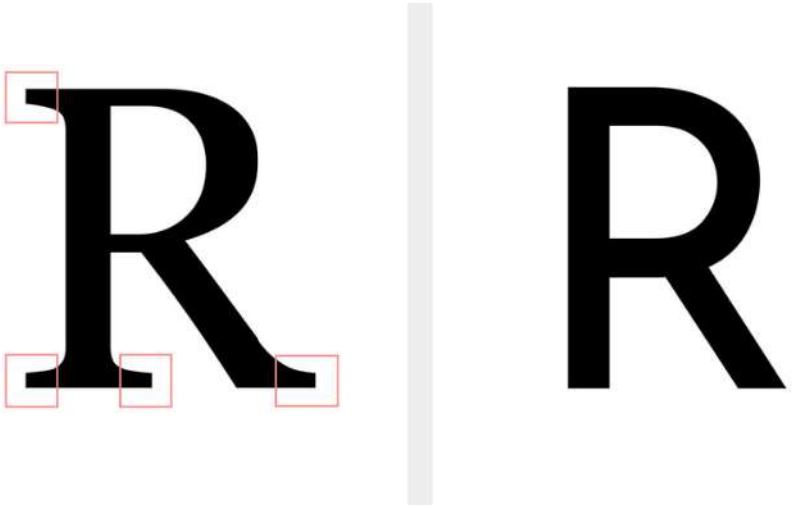
ТЕМА 16
Розробка шрифту

Покрокова інструкція зі створення власного шрифту

Зробіть бриф

Як і у випадку з будь-яким іншим проєктом, найголовніше при створенні шрифту - визначити цілі. Перед початком роботи необхідно відповісти на кілька питань. Це допоможе вам зробити продуманий короткий опис:

1. Ви хочете створити шрифт для певного проєкту або для широкого використання?
2. Розмір шрифту - великий чи маленький?
3. З засічками чи без ?
4. Які шрифти надихнули вас створити власний шрифт?



Почніть робити замальовки на папері

Коли професійний дизайнер створює новий шрифт, він найчастіше розвиває для нього певні альтернативні набори, наприклад, курсив. Однак цей крок не є обов'язковим. Якщо ви створюєте свій перший шрифт, вам слід зосередитись на базі.

Візьміть олівець і папір, намалюйте основні лінії (поки що не потрібно малювати всі літери, почніть з так - зведених "керівних символів": "H", "n", "o" і "y"). Важливо, щоб лінії були ідеально прямими. Зверніть увагу на інтервали та відстежуйте дотримання пропорцій. Немає конкретних рекомендацій щодо того, яким має бути співвідношення між висотою малих та головних літер. Спробуйте різні варіанти, поки не знайдете ідеальне рішення.

Радимо спочатку намалювати окремі символи на аркуші паперу вручну. Забудьте про правила та вимірювання: Використовуйте свій почерк або схематично накресліть форми букв і знайдіть ті, що вам найбільше подобаються.

Після цього намалюйте всі 26 літер у верхньому та нижньому реєстрі, щоб побачити, як буде виглядати повний набір. Пізніше ви можете використовувати ці літери як шаблон. Переконайтесь, що ви не забули про спеціальні символи, такі як цифри та знаки пунктуації (коми, вигук та знаки запитань).

Виберіть та встановіть програмне забезпечення

Є багато додатків за допомогою яких ви можете створити власний шрифт (деякі були перераховані вище). Зручна програма з широкою функціональністю значно спростить процес розробки.

Почніть створювати шрифт

Тепер, коли ви закінчили ескізи та встановили програмне забезпечення, можна приступати до розробки. З яких кроків слід почати, напряму залежить від вибраного додатка: ви можете почати з нуля, завантажувати фотографію своїх ескізів або власний почерк як шаблон або завантажити готовий шрифт для редагування.



Коли всі літери будуть готові, ви можете почати малювати номери, знакові знаки та інші необхідні символи. Перш ніж зробити вибір, рекомендуємо прочитати опис характеристик кожної програми, щоб отримати повне уявлення про те, на що вона здатна.

Винесіть отриманий набір символів

У процесі створення шрифту важливо зосередитись на кожному окремому символі. Але вам також, але не забудьте про цілісний вигляд шрифту. Ось декілька порад на цю тему:

- Зверніть увагу на відстань між літерами та кернінгу - поєднуйте літери над якими ви працюєте
- Експериментуйте з персонажами та вибирайте найуспішніші рішення. Це особливо важливо, якщо ви хочете, щоб букви були широкими.
- Всі невеликі помилки простіше побачити на папері, тому ми настійно рекомендуємо вам не тільки дивитись на персонажів на комп’ютері, а й час від часу віддруковувати їх.

ТЕМА 17
Верстка тексту

Визначення точного розміщення, розмірів, позиціонування усіх об'-єктів макету і для друкованих, і для електронних видань має велике значення в успішній реалізації будь-якого творчого проєкту.

Вибір одиниць вимірювання визначається особливостями розроб-люваного проєкту. Тому замість звичних та широко відомих міліметрів, сантиметрів і дюймів деякі дизайнери та типографи використовують пункти (points) або піки (picas).

Головним поняттям, з яким певним чином пов'язані інші параметри типографіки та дизайну, є кегль. Він виступає базою відліку для множини відносних одиниць вимірювання.

Наприклад, ширина символів зазвичай задається у тисячних част-ках кегля. У минулі сторіччя у металевому наборі кеглем називали ви-соту площадки друкарського знаку. Для комп'ютерного набору тексту матеріальної літери не існує. Висота площадки кегля приблизно дорів-нює сумі висоти рядкових літер і верхніх і нижніх виносних елементів. Висота рядкових складає в середньому половину висоти площадки кегля.

У свою чергу, розмір кегля визначається в пунктах. Кегль (кегельна шпація чи кегельна кругла) – це величина площадки, на якій розміщу-ється літера (буква). У пунктах вимірюють розмір шрифту, абзацні від-ступи та відстань між рядками (інтерліньяж). Одиниці вимірювання, які використовуються щодня, належать до фіксованих (fixed) або абсолютних (absolute) одиниць. Це означає, що дюйм завжди – дюйм, а метр завжди – метр. У шрифтів є власні ва-ріанти абсолютних одиниць – піки (pica) і більш дрібні долі пік – пункти (point). Пункт є абсолютною одиницею вимірювання і дорівнює 0,013 8 або 1/72 дюйма. Це так званий американський пункт. Такий підхід умож-ливив точний перерахунок з типометричної в англійську вимірювальну систему, давши зручний коефіцієнт переведення. Відносні одиниці вимірювання (relativeunits) не отримують фіксова-них значень в абсолютних одиницях – таких, як піки, дюйми або мілі-метри. Відносні одиниці пропорційно змінюються в міру того, як об'єкти, які вони визначають, збільшуються або зменшуються. Такі одиниці зручні для розмірних співвідношень між об'єктами, фактичні розміри яких можуть змінюватися. Визначаючи один об'єкт висотою в 9 відносних одиниць, а сусідній – в 10 відносних одиниць, ви можете бути впевнені, що в будь-якому однаковому масштабуванні перший об'єкт завжди за-лишиться на 10 % менше другого. Якщо позначати їх в абсолютних оди-ницях, то математичний вираз для збереження їх відносних розмірів ускладнюється. Шпація. У типографіці відносною одиницею є кегельна (кругла) шпація (em), або просто кегельна. Найширша літера даного шрифту на-зивається "em". Значення кегельної завжди

дорівнює розміру кегля, яким набира-ється текст. Якщо, наприклад, кегль шрифту дорівнює 11 пунктам, то і кегельна дорівнює 11 пунктам. Незважаючи на свою назву (em), кегельна аж ніяк не дорівнює ширині літери ("М"), і дійсно, дуже рідко ця буква повністю заповнює кегельний майданчик.

ТЕМА 18
Шрифти у рекламному дизайні

Призначення рекламної продукції – це, з одного боку, просування товару, з іншого – посилення іміджу бренда. Яку роль у цьому відіграє дизайн? Яке місце в комунікаційних процесах відведене шрифту як за-собу візуалізації вербальної інформації? Щодо місця у рекламному дизайні шрифтового оформлення, то обраним шрифтовим гарнітурам та їх параметрам призначена роль складових у процесі їх взаємодії, що підкоряється специфічним законам і правилам. Якщо рекламне по-відомлення буде оформлено відповідно до вимог психології, з урахуван-ням потреб цільової аудиторії, то ефективно спрацює рекламний про-дукт, чинячи потрібний психологічний вплив на споживачів.

Для результативного використання шрифтової графіки у рекламній продукції потрібно знати характеристики й асоціації, що викликають шрифти, їх потенційні можливості в організації комунікації, засоби підви-щення виразності та впливу на споживачів.

Інформаційна компонента у рекламному повідомленні зазвичай дуже стисла, формулюється кількома словами, які мають донести до ці-льової аудиторії значущість і цінність продукту чи послуги. Дизайнер-рекламіст повинен надати змісту та формі рекламної інформації певні позитивні асоціації. Із цього випливає, що шрифтове оформлення має створювати позитивний візуальний образ, переводячи свідоме сприйняття рекламного повідомлення на рівень підсвідомлення, належним чином налаштовуючи користувача.

Розробляння фірмових шрифтів або гарнітур спеціально для пев-ного закладу, організації або для певної продукції суттєво працюють на поліпшення та укріплення іміджу замовника. Іміджева функція шрифту в рекламному дизайні покликана формувати плодотворні та позитивні асоціації, сприяти запам'ятовуванню. На продуктивне забезпечення іміджe-вої функції впливають як правильний вибір гарнітури, так і вдале кольорове рішення для шрифту та фону, що подають логотип або товарний знак як цілісний образ.

Головною компонентою любого рекламного проєкту є інформаційна, текстова. Застосування комбінації шрифтів, що добре сприймаються поруч і дозволяють оформити елементи тексту за ієрархії, покликане створити певний образ, асоціації у цільової аудиторії, посилити позитивні враження.

Розглянемо деякі рекомендації.

Для заголовку зазвичай використовують крупний кегль, що виділя-ється на сторінці на фоні основного тексту. Досить часто для заголовку в електронній рекламі використовують або шрифт із зарубками, що кон-трастує із основним

текстом, або оригінальну гарнітуру, що привертає увагу. Наприклад, такими шрифтами можуть бути Dotum, Century Gothic або різні акцидентні шрифти.

Цитати часто оформлюють шрифтом більш дрібного (на 1 – 2 пункти) кегля, ніж основний текст, з використанням додаткових інтервалів. Для шрифту невеликого кегля зарубки заважатимуть сприйняттю інформації, тому краще обрати шрифти без зарубок (скажімо, Roboto, Helios). Оскільки шрифт досить дрібний, то краще скористатися шрифтами без зарубок (Helios, Helvetica, Arial, Tahoma). Часто для цитат і власних назв використовують курсивне накреслення, яке додатково привертає увагу.

Завдання вибору шрифтового оформлення – пошук оптимального варіанта. Цей серйозний процес потребує досвіду та смаку, а також знання тенденцій сучасних трендів і моди. З одного боку, шрифтове оформлення має привабити читача, виділити рекламу на загальному фоні, з іншого – обраний шрифт має сприяти запам'ятовуванню інформації, принаймні найбільш серйозних і значущих тез, які потрібно акцентувати.

Шрифт у рекламі має викликати певні асоціації і емоції, які підсилюють сприйняття продукту чи послуги, що рекламуються. Якщо загальні обриси та контури шрифтового рисунку надають рекламному повідом-ленню відповідний характер та емоції, це підвищує інтерес до реклами. Наприклад, використавши витончені шрифти з великою кількістю завитків і розчерків, стилізованих під рукописні, можна натякнути на ексклюзив-ність продукції, немасовий характер виробництва, hand made. Часто такі шрифтові рішення застосовують або для цінної, коштовної продукції, або для товарів, призначених для жіноцтва.

Використання шрифтів без зайвих елементів, досить простих і суворих форм доречне для реклами товарів і послуг, де важливими характеристиками є саме простота форми, безпека використання, якість і надійність.

рифти більш простого рисунка, з прямокутним контуром букв до-цільні для набору текстів, в яких рекламується простота форми, міцність, надійність.

Насичені та жирні шрифти викликають відповідні асоціації у рекламі великих, громіздких товарів (наприклад, морозильних камер або парканів).

Контрастні, легкі шрифти відповідають характеру реклами витончених парфумів, танцювальних курсів, мережива, квітів тощо.

Під час читання споживач зчитує не поодинокі символи, а сукуп-ності символів. Особливість нашого зору сприймати водночас певну кількість букв на рядку залежно від його довжини впливає на швидкість засвоєння інформації і є чинником, що прискорює або вповільнює чи-тання. Окрім правильного вибору шрифтової гарнітури, на сприйняття текстової компоненти впливають такі параметри шрифтового оформ-лення, як: кегль шрифтів, розмір трекінгу та

кернінгу, інтерліньяж, шири-на рядків і полів, розміщення рекламного повідомлення відносно інших елементів і багато інших чинників.

Важливим чинником є вибір кольорового рішення і комбінації кольору тексту та фону. Якщо проєктується реклама для друку вивороткою (тобто світлі літери на темному фоні), потрібно проконтролювати якість і розбірливість повідомлення. Шрифти для такого оформлення мають бути з великим внутрішньолітерним простором, щоб букви не злипалися; відстань між буквами збільшена; контури досить насичені, жирні, без волосних елементів. Правильний підбір кольорів необхідний для поси-лення емоційної дії рекламного тексту на читача. Поєднання кольорів шрифту та фону має бути контрастним, але потрібно регулювати ступінь яскравості, тому що яскраві літери на яскравому фоні втомлюють читача і заважають сприймати рекламне повідомлення.

ТЕМА 19
Поняття стилю в шрифтовій поліграфії

Суть типографічного стилю як одного з нових трендів у дизайні полягає у креативному використанні літерної назви як основний елемент. Це непросте завдання, оскільки поряд з оригінальним зовнішнім виглядом, що запам'ятовується, такий дизайн повинен передавати основну ідею і цінності компанії-замовника.

Але якщо довірити завдання професіоналам своєї справи, то вони допоможуть вам домогтися того, щоб у ваших потенційних клієнтів з першого погляду на фірмовий стиль формувалося потрібне враження про товари чи послуги, що надаються вами.

Переваги типографічного стилю в дизайні :

- показує інноваційність та креативність бренду;
- дозволяє розкрити практично будь-які корпоративні цінності компанії;
- посилює запам'ятовування бренду.

Історія виникнення типографічного стилю

Типографічний стиль з'явився і почав розвиватися у 1940-х роках, коли у графічному дизайні виникла ідея мінімізації декоративності та підвищення функціональності дизайну. На якість останнього впливало максимальне значення навантаження кожної деталі, а всі несуттєві елементи повністю відкидалися. Логотипи в типографічному стилі, що розкриває суть компанії через шрифт, стали основою подібної ідеології.

Особливості типографічного стилю, для якого бізнесу можна використовувати

Незважаючи на те, що типографічний стиль характеризується використанням мінімуму візуальних елементів, подібні рішення досить часто найкраще запам'ятовуються аудиторією. Але майте на увазі, що при значному збільшенні типографічного логотипу його сприйняття може змінюватися.

Фірмовий стиль із використанням назви вашого бренду підходить далеко не всім видам бізнесу: він має відповідати вашій діяльності. Наприклад, це відмінне рішення для медичної лабораторії або компанії з продажу сировини для перук. А ось більш солідним компаніям не варто вибирати типографічний стиль, особливо якщо в ньому є надмірна «гра з літерами».

Основні моменти та поради щодо використання типографічного стилю

Центральним елементом типографічного стилю є шрифти . Цю авторську деталь дизайну намагаються зробити максимально яскравою та креативною (за допомогою літер різної висоти та розміру тощо).

Але щоб зберегти читабельність назви бренду/компанії та не перешкоджати нормальній комунікації зі споживачем, між літерами має бути достатньо вільного простору . При цьому навіть композиція зі сміливими друкарськими, що обмежує себе порожнім простором і текстом, може виглядати авантюрно.

Важливий нюанс: якщо ви плануєте розширювати свою діяльність шляхом виходу на міжнародний ринок, радимо переконатися в тому, що назва вашої

компанії, яка використана в логотипі, не вимагає перекладу або додаткового пояснення.

ТЕМА 20
Шрифт в рекламі і на плакаті

Типографічний стиль у графічному дизайні та ілюстраціях

Сучасний графічний дизайн із мальованою друкарнею затребуваний при створенні обкладинок для книг (особливо дитячих) та ілюстрацій на сторінках.

Також друкарський стиль, що легко читає, добре виглядає в дизайні плакатів, афіш і рекламних постерів. Увагу міських жителів привертають до себе вивіски магазинів, ательє, перукарень із елементами друкарні.

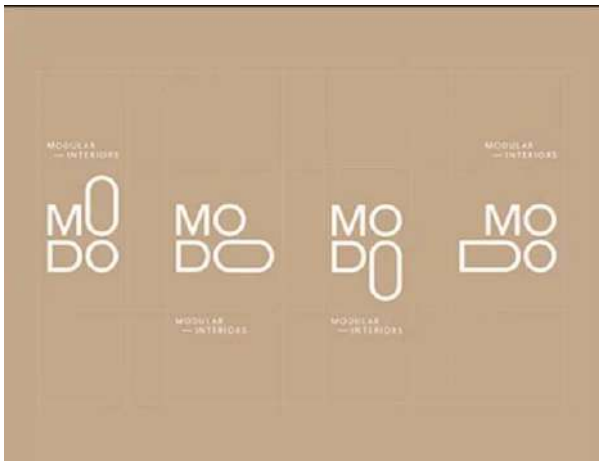




Тоді як мінімалістські тенденції досить сильні, потрібно ще більше персоналізувати зв'язок з аудиторією. Результатом стає створення шрифтових дизайнів із індивідуальним підходом. А це сприяє появі таких тенденцій, як графічні інтеграції в типографіці або дизайни, що повністю настроюються, на основі шрифтів.

Типографічний стиль в айдентиці: логотип та фірмовий стиль

Логотип у типографічному стилі - найкраще рішення для компанії, яка не хоче перевантажувати свій фірмовий знак зайвими зображеннями. Кожен із логотипів у стилі, про який йдеться, поєднує в собі фірмове зображення-символ та назву компанії, виконані в нестандартній манері.





При створенні друкарського логотипу виділяють основне посилання, яке необхідно передати вашому потенційному клієнту, та аналізують можливі об'єкти та метафори, які відображають це поняття.

Види типографічних логотипів:

Засновані на варіаціях шрифтів . Базуються на буквеному написанні з різними варіаціями шрифтів, розмірів літер та кольорів. Такі логотипи можуть використовувати рукописні шрифти, курсив, лінійні літери, шрифти із засічками та без, літери різного розміру, ретро написи, спотворені шрифти, стилізовані під 3D зображення.

Видозмінені літери . До таких елементів, що надають логотипам декоративності, відносяться крапки, лінії, рисочки, завитки. Також з метою підвищення запам'ятовуваності фірмового знака дизайнери часто вдаються за допомогою до прийому використання негативного простору або обрізки/усічення букв або всього логотипу.

З різним розташуванням . Поряд з класичним горизонтальним логотипом існують і такі варіації, як фірмовий знак під нахилом, розгорнутий логотип, літери, що накладаються/перетинаються/відбиті.

Інші варіанти . Як фірмовий знак можуть бути використані й інші варіації шрифтових логотипів: одно- або дволітерна монограма, окремий символ,

метафори, формування слова у фігуру, комбінація літер та ілюстрацій, з'єднання шрифту та геометричної фігури.

Типографічний стиль в упаковці товарів

Типографічний стиль у дизайні упаковки сьогодні популярний, як ніколи. Адже при правильному підборі та розміщенні дизайнерських елементів він дозволяє доступно передати настрій того чи іншого продукту.

Дизайном у друкарському стилі оформлюють упаковки з кавою, пляшки з алкогольними та безалкогольними напоями, баночки з косметичними засобами, упаковки з молочною продукцією, коробки для взуття.

Окремо варто згадати про одноразовий посуд, зокрема, одноразові стаканчики з химерними написами. З одного боку, це самостійний товар, а з іншого – приваблива «упаковка» для кави або інших напоїв «з собою».





ТЕМА 21
Колір як засіб художньої виразності шрифтовій композиції

Колір є одним з найважливіших елементів художньої виразності у шрифтова композиції. Він здатен надавати тексту емоційного забарвлення, підкреслювати або змінювати значення слів, а також формувати загальну атмосферу дизайнерського рішення. Важливість кольору в шрифтова композиції не можна недооцінювати, адже правильно обрані кольори здатні значно підвищити ефективність передачі повідомлення та візуальну привабливість.

Психологічний аспект кольору в шрифтова композиції

Колір має сильний психологічний вплив на людину, тому його вибір для певного тексту повинен бути ретельно обдуманим. Наприклад, червоний колір зазвичай асоціюється з емоціями, такими як енергія, пристрасті чи небезпека, в той час як синій може створювати відчуття спокою, довіри та стабільності. Використання цих кольорів у шрифтова композиції може підсилити основний меседж тексту або навіть змінити його сприйняття.

Кольорова контрастність і композиція

Одним із основних принципів роботи з кольором у шрифтова композиції є контрастність. Контраст між кольорами дає змогу створювати чітке відокремлення елементів тексту, що сприяє кращій читабельності. Вибір контрастних кольорів може зробити текст більш виразним та динамічним. Наприклад, комбінація чорного шрифту на білому фоні або ж яскраво-червоний текст на темному фоні створює сильний візуальний ефект, який привертає увагу і підсилює важливість повідомлення.

Кольорові акценти та ієрархія

У шрифтова композиції колір також допомагає створювати ієрархію та структуру. З допомогою кольору можна виділити важливі елементи тексту, такі як заголовки, підзаголовки, цитати чи ключові фрази. Наприклад, заголовки можуть бути виконані в яскравих кольорах, що привертають увагу, в той час як основний текст буде виконаний у більш стриманих відтінках. Це допомагає читачеві швидко орієнтуватися в тексті та сприймати його структуру.

Колір як частина брендингу та стилістики

У сучасному дизайні шрифтова композиція часто є невід’ємною частиною корпоративної ідентичності або брендингу. Колір шрифту може бути частиною логотипу або загальної кольорової палітри бренду, що забезпечує впізнаваність та формує візуальний стиль. Наприклад, компанія, що асоціюється з інноваціями, може використовувати яскраві, неонові кольори для своєї шрифтова композиції, а консервативна фінансова організація, навпаки, обиратиме стримані, класичні кольори.

Колір є потужним інструментом у шрифтова композиції, здатним впливати на сприйняття тексту та його ефективність. Він дозволяє підкреслити емоційне забарвлення, створювати чітку ієрархію та візуальну привабливість, а також є невід’ємною частиною візуальної ідентичності брендів. Важливо пам'ятати, що

колір не повинен бути випадковим — його вибір має відповідати загальній концепції та меті, яку переслідує дизайнер.

ТЕМА 22
Смислове акцентування в шрифтовій композиції

Смислове акцентування в шрифтова композиції є важливим інструментом для підкреслення основних ідей та змісту тексту. Це процес виділення ключових елементів за допомогою різних технік шрифтова оформлення, таких як вибір шрифта, його розмір, стиль, колір, а також інтерлінія та міжбуквений простір. Смислове акцентування допомагає направити увагу читача на найважливіші частини тексту, створюючи чітку ієрархію і забезпечуючи зрозумілість та ефективність комунікації.

Роль шрифтів у смисловому акцентуванні

Одним із основних способів акцентування є використання різних шрифтів. Використання контрастних шрифтів — це класичний прийом, що дозволяє виділити важливі елементи тексту. Наприклад, жирний шрифт може привертати увагу до важливих фактів або ключових слів, в той час як курсив часто застосовується для позначення цитат, назв або для виділення важливих думок. Підкреслення також використовується для акцентування, однак його слід використовувати обережно, адже надмірне застосування цього елементу може спричинити втрату ефективності.

Вибір розміру шрифту та його вплив

Розмір шрифта є важливим чинником смислового акцентування. Великі розміри шрифта, як правило, привертають увагу до заголовків, підзаголовків або основних ідей, тоді як менші розміри використовуються для основного тексту. Таке виділення через розмір допомагає читачеві зрозуміти, яка інформація є найбільш важливою, що створює чітку структуру та полегшує сприйняття тексту. Дуже важливо, щоб розмір шрифта був збалансований і не порушував загальний естетичний вигляд композиції.

Колір як інструмент акцентування

Колір шрифта є потужним засобом смислового акцентування в шрифтова композиції. Яскраві кольори, такі як червоний, оранжевий або жовтий, можуть використовуватися для виділення важливих слів або фраз. Це допомагає привернути увагу до певних частин тексту і сприяє їх кращому сприйняттю. Водночас варто пам'ятати, що занадто багато різних кольорів може спричинити хаос і зробити текст важким для сприйняття. Найкраще використовувати контрастні кольори для виділення ключових елементів і забезпечити гармонію між основним текстом і акцентованими частинами.

Міжрядковий і міжбуквений простір

Міжрядковий та міжбуквений простір також можуть бути використані для смислового акцентування. Збільшення міжрядкового інтервалу надає тексту легкості та дозволяє виділити окремі фрагменти. Зменшення міжрядкового простору, навпаки, може створювати більш компактний вигляд і підкреслювати важливість інформації. Міжбуквений простір може бути змінений для створення певної ритмічної композиції, що може акцентувати важливі слова або фрази в тексті.

Лінійна ієрархія та акцентування

Важливим аспектом смислового акцентування є створення лінійної ієрархії через різні стилі шрифтів. Заголовки, підзаголовки та основний текст мають бути розрізнянні не лише за розміром, але й за стилістичними властивостями шрифта. Таке розрізнення створює чітку структуру, що дозволяє читачеві швидко орієнтуватися в тексті і визначати, яка частина є найважливішою.

Смислове акцентування в шрифтова композиції є необхідним інструментом для того, щоб ефективно передати ідею або послання тексту. Використовуючи різні техніки акцентування, такі як вибір шрифта, розміру, кольору та простору, дизайнер може створити чітку ієрархію та структуру, що полегшує сприйняття і забезпечує максимальну ефективність комунікації. У результаті, добре продумана шрифтова композиція не лише надає тексту естетичної привабливості, але й допомагає точно донести його зміст до аудиторії.

ТЕМА 23
Сучасна шрифтова культура

Сучасна шрифтова культура є важливим аспектом графічного дизайну та візуальної комунікації. Вона відображає еволюцію шрифтів, їхнє місце в дизайні та роль у сучасному світі. У сьогоднішньому інформаційному суспільстві шрифти стали не лише інструментом передачі тексту, але й потужним засобом виразності, емоційного впливу і брендингу. Шрифтова культура постійно розвивається, враховуючи нові технології, зміни в естетичних уподобаннях та вплив глобалізації на дизайн.

Вплив цифрових технологій на сучасну шрифтова культуру

З розвитком цифрових технологій шрифтова культура зазнала суттєвих змін. Поява комп'ютерних програм для створення та редагування шрифтів, таких як Adobe Illustrator, FontForge та інших, зробила можливим створення шрифтів будь-якої складності за допомогою лише кількох натискань миші. Цифрові шрифти стали доступними не лише професійним дизайнерам, а й аматорам, що призвело до демократизації процесу дизайну шрифтів. У результаті з'явилося велике різноманіття стилів шрифтів, які відповідають найрізноманітнішим вимогам користувачів.

Однією з важливих змін стало поширення веб-шрифтів. Раніше шрифти, призначені для використання в інтернеті, обмежувалися лише кількома стандартними варіантами, такими як Arial або Times New Roman. Сьогодні ж веб-дизайнери можуть використовувати шрифти, які надають сайту індивідуальність, в тому числі за допомогою таких сервісів, як Google Fonts або Adobe Fonts, що дозволяє легко інтегрувати різноманітні шрифти на веб-сторінки.

Відродження класичних шрифтів і поява нових стилів

Незважаючи на технічні досягнення, сучасна шрифтова культура не обходиться без повернення до класичних стилів. Наприклад, у світі типографії спостерігається повернення до класичних гарнітур, таких як Garamond, Bodoni, Times або Helvetica. Вони використовуються не лише в книжкових виданнях, а й у сучасному брендингу, рекламних кампаніях і веб-дизайні. Водночас активно розвиваються нові стилі шрифтів, які відповідають вимогам швидко змінюваного світу.

Наприклад, у сучасних шрифтах часто використовуються нестандартні форми, що поєднують риси геометричних і рукописних шрифтів, а також шрифти з імітацією ручного письма, які додають персоналізованого, творчого вигляду. Крім того, нові стилі шрифтів часто мають елементи мінімалізму, що відповідає загальним тенденціям в дизайні, спрямованим на спрощення форм та акцент на чіткість. Брендинг та шрифти в сучасному дизайні

Однією з основних тенденцій сучасної шрифтова культури є їх активне використання в брендингу. Вибір шрифту став важливим елементом побудови корпоративної ідентичності, оскільки шрифт може створити унікальний імідж бренду та підсилити його ідеї. Наприклад, у логотипах багатьох великих компаній шрифт стає таким самим важливим елементом, як і кольори або символи. Бренди

часто використовують власні шрифти або модифіковані варіанти стандартних шрифтів для того, щоб підкреслити свою індивідуальність.

Простота й чіткість шрифтів у брендингу стають важливими аспектами, адже сучасний споживач звертає увагу на деталі. Наприклад, такі глобальні бренди, як Apple, Google, Coca-Cola, використовують шрифти, які з одного боку є легкими для сприйняття, а з іншого — підкреслюють стиль і цінності компанії.

Інклюзивність та універсальність шрифтів

Сучасна шрифтова культура також визнала важливість інклюзивності та доступності. Веб-дизайнери та розробники шрифтів все більше звертають увагу на створення шрифтів, які можуть бути зрозумілими і доступними для всіх користувачів, включаючи людей з обмеженими можливостями. Для цього використовуються шрифти з більшими міжлітерними відстанями, чітким контуром літер, а також спеціальні шрифти для людей із зором чи dyslexia. Такий підхід дозволяє забезпечити доступність інформації для широкої аудиторії.

Міжнародні тенденції та глобалізація

Сучасна шрифтова культура активно взаємодіє з глобалізацією. Шрифти, створені в одній частині світу, швидко поширюються в інших країнах завдяки цифровим платформам та онлайн-ресурсам. Це призводить до виникнення універсальних шрифтів, що відповідають міжнародним стандартам і дозволяють використовувати їх у різних мовах та культурах. Проте кожна культура вносить свої корективи в типографічний стиль, зберігаючи унікальність місцевих шрифтів.

Сучасна шрифтова культура є багатогранним і динамічним процесом, що поєднує класичні традиції типографії з новітніми технологічними досягненнями. Вона вражає різноманіттям стилів і підходів, орієнтуючись на індивідуальність, зручність сприйняття та інклюзивність. Шрифти стали не лише інструментом для передачі тексту, але й важливим елементом дизайну, що має величезний вплив на сприйняття брендів, реклами та культурних явищ у світі.

ТЕМА 24
Летирінг. Каліграфія і фірмовий стиль

Летерінг

Леттерінг – це малювання букв. За допомогою цієї техніки можна створювати унікальні написи: на папері, дошці, стіні чи комп'ютері — у будь-якому графічному редакторі.

У леттеринг літери малюються лише один раз і тільки для певного контексту. Це головна його відмінність від друкарні, де в різних словах одна буква пишеться абсолютно однаково.

Каліграфія вимагає єдиного стильового напряму та хорошої читабельності тексту. Леттерінг – це ілюстрація словами. Підсумковий варіант не завжди легко читається.

У каліграфії використовують великі літери, які нічим не доповнюють. Леттерінг навпаки прикрашається додатковими лініями, малюнками, елементами. Леттерінг любить експерименти.

Каліграфію найчастіше використовують для створення текстів великого обсягу в заданій стилістиці – листи, грамоти, змістовні листівки. Леттеринг зазвичай застосовують у логотипах, на обкладинках, як графіті або татуювання

Приклад, який багатьом знайомий — леттеринг, зроблений крейдою на дошці. У ресторанах та магазинах його часто використовують для оголошень про акції, презентацію меню або просто прикраси інтер'єру.

Виходить, це те саме, що каліграфія?

Ні. Каліграфія – це коли літери пишуть пером, пензлем чи маркером. Начебто школяр у зошиті, тільки ще красивіший. Форма літер у каліграфії залежить від розміру та форми пишучого інструменту, його нахилу та натиску на папір.

Леттерінг - це не лист, а малювання букв у прямому розумінні. Для цього можна взяти олівець із лінійкою, накреслити потрібну форму на папері та заштрихувати маркером. Або зробити все те саме у векторному редакторі за допомогою графічного планшета.

Каліграфія – складніше мистецтво. Рівний і красивий напис потрібно зобразити з першого разу, або доведеться починати заново. Займаючись леттерингом, форму літери можна багато разів виправляти, вимірювати лінійкою, зафарбовувати і як завгодно міняти штрихування. Тут не потрібні такі тонкі навички, як у каліграфії.

Бувають такі декоративні шрифти із завитками та контурами… Це теж леттеринг?

Ні. Готові шрифти можна використовувати для набору будь-яких текстів, але пропорції літер, зображення та інтервали між ними залишаються незмінними. А ось за допомогою леттерінгу створюються унікальні букви для конкретного напису. Якщо для краси композиції потрібно зробити їх різного розміру, товщини або з іншим нахилом, саме так і роблять.

Так морочитися заради єдиного напису! Навіщо взагалі потрібний цей леттеринг?

Щоб люди звернули увагу на повідомлення. Опцій, закладених у шрифті, буває недостатньо для стилізації тексту, і завжди обмежені заданими параметрами букв. Скажімо, зібрати зі слів фігуру кота із використанням звичайних готових шрифтів навряд чи вдасться. Зробити це за допомогою леттерингу без проблем.

Тобто літери можуть бути абсолютно будь-якими?

Майже. Важливо, щоб вони були в одній стилістиці, підкорялися загальній логіці. Щонайменше, в одному слові літери намагаються малювати в одному стилі. Якщо напис довгий, для різних слів можуть використовуватись різні графічні прийоми. Але щось спільне має бути у всій композиції. Наприклад, часто намагаються дотримуватися єдиних пропорцій букв — співвідношення їх ширини та висоти.

Але якщо чітких правил немає, чому написи леттерінг часто схожі?

Тому що текст має залишатися розбірливим. У хорошому леттерингу мальовані літери зазвичай таки схожі на свої друковані чи рукописні варіанти. Будь-які експерименти в леттеринг хороші до тих пір, поки напис можна прочитати. Нечитабельний текст, як мінімум, не доносить до людини жодної інформації. Як максимум, він викликає роздратування у тих, кому адресований. Тому форму шрифту не можна кардинально змінити, інакше букви перестануть бути собою.

Ще можна сказати, що леттерінг, як і декоративні шрифти, схильний до моди. Завжди є голосні чи негласні тренди, яким випливає більшість, тому сучасні написи чимось схожі. А застарілі одразу впадають у вічі.



Леттеринг — це ж новий винахід у дизайні?

Ні. Мода на леттеринг розпочалася кілька років тому, але він існував набагато раніше. Можна згадати леттеринг на плакатах Альфонса Мухи або Тулуз-Лотрека наприкінці XIX століття, коли афіші були мальованими. Або ближчий приклад — радянські книги, листівки та вивіски: мальовані літери в їхньому оформленні використовувалися дуже часто.

А де зараз використовують леттерінг?

Буквально скрізь. Нерідко унікальні написи створюють для фірмового стилю. Наприклад, саме леттеринг використаний у логотипах Coca-Cola та Disney. Якщо написати назву компанії загальнодоступним шрифтом, завтра той самий шрифт можуть взяти і конкуренти. А з леттерингом напис точно буде єдиним і неповторним. У рекламі цю техніку теж часто застосовують: можна згадати нашу кампанію Reebok про «голку чоловічого схвалення», там були цікаві мальовані написи.

Але леттерінг – не лише інструмент впізнаваності. Іноді це просто красиво. Мальованими літерами оформляють листівки та сувеніри, книжки та заставки фільмів. В інтер'єрах житлових та комерційних приміщень використовують постери з леттерингом, малюють букви прямо на стінах або наносять їх крейдою на дошки.

Мабуть, це дуже складно! Щоб малювати літери, чи потрібно бути художником?

Шрифти ґрунтуються на простих формах, і зовсім необов'язково вміти малювати голову Аполлона, щоб зробити гарний напис. А ось основи друкарні розуміти важливо: щоб зображати літери, варто знати, як вони влаштовані та які є способи їхнього накреслення. Також знадобиться розуміння основ композиції та колористики – щоб створювати цікаві довгі кольорові написи. Зазвичай леттерінг належать до компетенцій графічного дизайнера.

1. Омбре

Головна особливість – плавна зміна кольору. Це можуть бути як відтінки одного кольору, так і різні кольори, які плавно перетікають один в одного. Напрямок переходу також можна вибирати за смаком: знизу вгору, зліва направо, від букви до букви.

2. З опрацюванням фону

Той випадок, коли фон має менше значення, ніж символи поверх. Це може бути яскрава пляма, малюнок, накладення на інший матеріал.

3. З опрацюванням деталей

У цьому випадку акцент також зміщується з літер, але тепер на декорації. Текст можна доповнювати квітами, предметами, унікальними завитками. Саме полотно з леттерингом можна обіграти предметами та живими прикрасами, щоб композиція виглядала привабливішою.

4. Об'ємний, 3D

Один із найскладніших прийомів, т.к. потрібно детальне опрацювання та розуміння перспективи.

5. Вінтажний

Той тип, про який ви можете подумати «Так, таке могло бути на американських плакатах в 19-20 столітті». Йому характерні особливі кольори, засічки, текстура та декоративність.

Щоб освоїти цей стиль, не обов'язково вигадувати щось нове. Достатньо знайти приклади в тому ж Pinterest, відібрати деталі, копіювати та комбінувати у різних варіантах.

6. Графіті

Графіті це ціла субкультура, яка відокремлює від себе інші стилі. Але варто малюнку в стилі графіті потрапити на папір за допомогою ручки, фломастера чи олівця, результат можна сміливо називати леттерингом. Більше прикладів графіті шрифтів дивіться тут.

7. Готичний

Похмурий стиль з посиланням на середньовіччя. Раніше він був стилем у каліграфії, але все частіше його використовують у леттерингу. А якщо ви шукаєте більше шрифтів у готичному стилі, читайте статтю «Готичний шрифт: 100 варіантів російською та англійською».

8. Укладений у малюнок / силует

Той варіант, коли спочатку ви малюєте чіткі межі для літер, а потім намагаєтеся вмістити слова в силует.

9. Змішування стилів

Коли перше слово нагадує друкований шрифт, друге на рукописний, третє на графіті, а четверте на каліграфію. Або будь-які інші поєднання у будь-якому іншому порядку.

10. З явною комп'ютерною обробкою

Часто мальовані скетчі залишаються без обробки, або в подібному вигляді перетворюються на векторну графіку. Ті ж скетчі можна до невпізнання обробити у фотошопі або іншому додатку. Або спочатку створювати роботу на комп'ютері або планшеті.