

Михалевич Н.В., студ. гр. 408 ФЗО

БГУКИ

Научный руководитель – Орешко Т.Д.,
ст. преподаватель

ШРИФТ КАК ОСНОВНОЙ ЭЛЕМЕНТ ДИЗАЙНА ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Шрифт— графический рисунок начертаний букв и знаков, составляющих единую стилистическую и композиционную систему, набор символов определенного размера и рисунка [2].

Современная компьютерная техника дает почти неограниченные возможности самовыражения. Тип выбранного шрифта имеет непосредственное отношение к восприятию информации. Дизайнер может обратить на себя внимание за счет употребления необычного шрифта, или будет придерживаться существующих норм и правил. При выборе шрифта учитывается, для издания какого типа (книги, газеты, журнала, и т.д.), для произведения какого вида литературы (художественной, научной и т.д.) и для какого элемента издания (текста, заголовков и т. д.) данный шрифт предназначается. Влияние на рисунок шрифта также оказывает и техника его воспроизведения (технология печати). Наряду с производственно-техническими и эстетическими требованиями к шрифту также предъявляются требования экономические — шрифт должен быть не только удобочитаемым и декоративным, но и емким.

Современные шрифты образуются на базе исторических видов, так финикийско-греческие римские буквы и индийско-арабские цифры стали по воле судьбы элементом нашего повседневного бытия, следовательно, сохраняя такие знаки, формируется будущее шрифта. Выбор шрифта в различных контекстах сам по себе приводит к передаче некой самостоятельной информации. Шрифт служит формой социального кодирования, обнаруживая принадлежность человека к тем или иным

классам или группам. Также важную роль играет размер шрифта, относительно мелкий шрифт создаёт ощущение большей доверительности и важности информации.

На практике применение того или иного шрифта, можно рассмотреть на примере вёрстки глянцевого журнала. Перед тем как заняться вёрсткой полиграфической продукции следует определить аудиторию, на которую будет направлен текст. В этом будет заключаться основательная часть успеха продукции. Журнал, который верстал автор, ориентирован в основном на мужскую аудиторию, исключением являются странички с новостями в сфере информационных технологий для женщин и развлекательная страничка для детей. Обложка журнала состоит из фона и графических элементов созданных с помощью программы Photoshop. Шрифты для обложки были выбраны, таким образом, чтобы заинтересовать целевого покупателя, т.е. использовались шрифты с большим размером кеглей и цвета относящиеся к теме статей.

Выбор шрифта зависит от многих факторов, таких как: гарнитура (засечки), высота строчных букв, расстояние между буквами, ширина букв, неперфорированное расстояние (внутри буквы). Шрифт для журнала был выбран Palatino Linotype. Такой шрифт относится к семейству антиквенных шрифтов, также как Times, Times New Roman и другие, так как он сочетает мужскую авторитарность с органичным, гуманистическим стилем, более притягательным для женщин. Palatino — это большое семейство шрифтов основанных на рисунках (почерках) итальянских мастеров периода ренессанса. Своеобразная форма букв отражает каллиграфическую природу их появления — буквы рисовались с помощью пера. Шрифты названы в честь итальянского каллиграфа 16 века Джамбатисто Палатино (Giambattista Palatino). Размер кеглей выбран 10 pt, т.к. считается, что для нормально взрослого человека текст набранный 9, 10 кеглем наиболее удобочитаем. Следовательно если мы ориентируемся на сознательную взрослую аудиторию, это будет важным фактором.

1-ая страница журнала посвящена новостям в сфере компьютерных технологий, следовательно такая информация будет интересна для мужчин. Для мужского пола считаются более подходящими строгие, прямолинейные шрифты, обладающие «машинными», «техническими» качествами, однако нестандартные шрифтовые решения для заголовков, несомненно, привлекают внимание читателей мужского пола, выбиваясь из общего стилевого оформления журнала. Обычно на каждый номер приходится только один такой заголовок, и его начертание продиктовано исключительно содержанием статьи, поэтому не вписывается в общий стиль оформления издания. Таким образом, для заголовка на одной из страниц журнала был использован шрифт JD LED3, который соответствует теме статьи о новинках в компьютерном мире. Для женского журнала такой ход непозволителен, так как женщины, более склонные к порядку, сочтут такое смешение стилей безвкусицей. Таким образом, на женской странице для заголовков были выбраны шрифты с более округлыми и пышными формами, так называемые с выраженными «хвостиками» и выделенные яркими цветами. Последняя страничка в журнале посвящена детям и новым компьютерным играм для детей школьного возраста. Таким образом, данная страничка отличается от других страниц журнала, тем что ориентирована на детей и следовательно шрифт нужно выбирать более удобочитаемый для детей школьного возраста. Детская страничка отличается ярким заголовком и большим размером кегль. Шрифт для заголовков использовался Bestioles, такой шрифт красочный и сразу заинтересует ребёнка. Шрифт статей был оставлен Palatino, для общего фона журнала, однако размер кегль был увеличен до 14. Для того чтобы определить удобочитаемость шрифта для детей нужно определить к какой возрастной группе будет относиться читатель журнала. В нашем случае это дети продвинутых родителей, которые любят и уже умеют играть в компьютерные игры, примерный возраст читателя 7-12 лет.

Удобочитаемость шрифта для детей и учащихся начальной и средней школы определяется следующими возрастными группами: дети дошкольного

возраста — до 7 лет; дети младшего возраста (7-9 лет) 1-го и 2-го классов, у которых только вырабатываются навыки чтения; дети младшего возраста (10-11 лет) 3-го и 4-го классов, у которых навыки чтения в основном уже выработались; дети среднего и старшего возраста (12-17 лет) 5-11-ых классов, у которых навыки чтения выработаны полностью. Для дошкольников, уже начинающих читать, рекомендуется шрифт размером в 20 или 16 пунктов. Лучшей из существующих гарнитур для детей младшего возраста (1-го и 2-го классов) является школьная гарнитура размером 16 и 14 пунктов для 1-го класса (кроме букваря), 14 и 12 — для 2-5 классов [1].

Также в журнале присутствует большое количество рекламы и каждая компания рекламируя свой продукт задумывается как же сделать рекламу более заметной покупателям. Для этого используется множество факторов, к которым также относится шрифт. Чтобы правильно подобрать шрифт для сочетания его с иллюстрациями, профессиональные дизайнеры советуют отвлечься на время от функциональности шрифта, не пытаться его «читать», а рассмотреть шрифт как картинку. Подобно тому, как изображение содержит свои характерные черты (например, толщина и жесткость кисти), буквы шрифта тоже можно рассматривать как подобный рисунок. Анализируя отличительные черты стиля изображения следует подобрать шрифт похожего начертания. Если картинка состоит только из прямых горизонтальных или вертикальных линий, то и шрифт ей подбирается такой же «прямолинейный». Если наоборот, рисунок весь живой, плавный и «рукописный», то и шрифт к нему подбирается такой, который имитирует рукописный почерк.

Таким образом, для каждого вида полиграфической продукции шрифт помогает подчеркнуть стилевые особенности изданий, придать им выразительность и привлечь читательскую аудиторию.

Список использованной литературы:

1. Буковецкая, О. А. Дизайн текста: шрифт, эффекты, цвет / О.А. Буковецкая. — М.: Харвест, 1999. — 278с.

2. Дубина, Н. Шрифт в оформлении книги и другой печатной продукции /Н.Дубина// Размышления о дизайне и типографике [Электронный ресурс]: <http://www.i-type.ru/fontbook6.html>. — Дата доступа: 15.08.2011.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ