

Специальность 07.0601.65 «Дизайн»  
Институт сервиса моды и дизайна, кафедра Дизайна  
Ст. преподаватель Вознесенская Т.В.

*Курс лекций*

## Основы шрифтовой графики

**Тема 7. Классификация букв по способу начертания.  
Характеристики шрифтов.  
Психологические особенности  
восприятия рекламного текста.**

Лекция 13. Классификация букв по способу начертания.

# Лекция 13. Классификация букв по способу начертания. Характеристики шрифтов.

Типографские шрифты в Российской Федерации стандартизованы.

Включенные в **ГОСТ 3489.1-71—3489.38-72**  
**«Шрифты типографские (на русской и латинской графических основах)»** шрифтовые гарнитурные разделены на несколько групп по двум признакам: степени контрастности и наличию или отсутствию засечек и их характеру.

# Виды классификаций.

## Классификация по ГОСТу.

Группа **медиевальных**  
(по терминологии ГОСТа;  
от ит. *medievale* —  
средневековый)

Группа **обыкновенных** шрифтов  
-- резкая контрастность и длинные  
тонкие засечки.

Группа **рубленых** - шрифты,  
лишенные контрастности и не  
имеющие засечек,  
принадлежащие к историческому  
семейству гротесков.

Группа **брусковых** - шрифты,  
лишенные контрастности, с  
прямоугольными засечками.  
Шрифты, принадлежащие к  
историческому семейству  
египетских.

**титულიно-акцидентные**  
гарнитур

Группа **новых малоконтрастных**  
**шрифтов** — с длинными  
утолщенными засечками,  
имеющими закругленные концы и  
соединенными с основными  
штрихами под прямым углом с  
небольшими закруглениями.

# Классификация типографских шрифтов.

Все типографские шрифты условно делят на:

- Текстовые
- Титульные
- Акцидентные

# Классификация типографских шрифтов.

---

**Текстовые шрифты** — шрифты, предназначенные для печатания основного текста книг, журналов и газет; это шрифты сравнительно мелких кеглей — **от 0 до 12 пунктов**.

**Титульные шрифты** — шрифты более крупных кеглей — **от 14 до 48 пунктов**, применяемые для набора титулов, обложек, рубрик, газетных заголовков и различных акцидентных работ. Многие гарнитурные содержат титульные шрифты (по кеглю), другие же являются только титульными. Шрифты мелких и крупных кеглей одной и той же гарнитуры могут быть использованы: первые — как текстовые, вторые — как титульные.

**Акцидентные шрифты** — шрифты преимущественно декоративные, имитационные, а также шрифты крупных кеглей. К акцидентным шрифтам относятся плакатные и афишные шрифты. Кегль (размер) шрифта определяется по прописной (заглавной) букве.

# Классификация компьютерных шрифтов

---

Новые технологии потребовали и новых классификационных характеристик шрифтов, обусловленных системными и фирменными различиями компьютеров и той языковой средой, в которой они создавались.

**Ю. Ярмола** приводит следующую их классификацию, принятую в системе *Microsoft Windows*:

- **Roman** – эта группа определяет шрифты с засечками (например, Таймс и Бодони);
- **Swiss** – группа рубленых шрифтов с переменной толщиной штрихов (Гельветика, Футура и др.);
- **Modern** – группа, в которую входят шрифты с постоянной толщиной штрихов (Курьер);
- **Script** – группа рукописных шрифтов;

# Классификация шрифтов по начертанию

- Прямой, наклонный, курсивный.
- Жирный, полужирный, светлый.
- Узкий, широкий

Le Monde  
*Le Monde*  
Le Monde  
*Le Monde*  
Le Monde Le Monde Le Monde Le Monde  
*Le Monde Le Monde Le Monde Le Monde*  
Le Monde Le Monde Le Monde Le Monde  
*Le Monde Le Monde Le Monde Le Monde*  
**Le Monde Le Monde Le Monde Le Monde**  
***Le Monde Le Monde Le Monde Le Monde***

Современные шрифты.  
**Характеристики шрифтов.**

---

- Художественные достоинства;*
- удобочитаемость;*
- емкость;*
- производственные возможности.*



# Современные шрифты.

## Характеристики шрифтов.

---

- Художественные достоинства гарнитуры шрифта определяются соответствием её рисунка виду и характеру оформляемого издания.*
- Удобочитаемость шрифта определяется скоростью и простотой чтения как отдельных знаков, так и текста*

# Основные требования, предъявляемые к работе над шрифтом. Параметры.

1. **начертание:** прямой, курсивный;
2. **насыщенность:** светлый, полужирный, жирный (отношение толщины штриха к ширине внутрибуквенного просвета);
3. **ширина:** нормальный, узкий, широкий, шрифт фиксированной ширины;
4. **размер (кегель)** в пунктах (1 пункт = 1/72 дюйма);
5. **чёткость;**
6. **контраст;**
7. **различимость;**
8. **удобочитаемость;**
9. **ёмкость;**

# Основные требования, предъявляемые к работе над шрифтом. Параметры.

Основными единицами типографской системы мер являются:

- ❑ 1 пункт (1 п.), равный  $1/72$  французского дюйма,
- ❑ 1 цицero (1 циц.), содержащее 12 п., и
- ❑ 1 квадрат (1 кв.), содержащий 4 циц. или 48 п.
- ❑  $1 \text{ п.} = 1/2660 \text{ м} = 0,3759 \text{ мм} \approx 0,376 \text{ мм};$
- ❑  $1 \text{ циц.} = 4,512 \text{ мм} \approx 4,5 \text{ мм};$
- ❑  $1 \text{ кв.} = 18,048 \text{ мм} \approx 18 \text{ мм}$

# Основные требования, предъявляемые к работе над шрифтом. Параметры.

При компьютерном наборе используется

- англо-американский типографский пункт (point), равный 0,3528 мм.
- Для перевода англо-американской системы измерений в типографскую пользуются соотношением: 1 points=0,9348 п.;
- 1 п.=1,0697 points.
- 1 пика (pica) равна 12 п. ( $\approx 4,22$  мм).

# Классификация шрифтов по размеру.

Название	Кегль
Бриллиант (четверть цицero)	кегль 3 п.
Диамант (полупетит)	кегль 4 п.
Перл (жемчуг)	кегль 5 п.
Нонпарель (несравненный)	кегль 6 п.
Миньон (любимый)	кегль 7 п.
Петит (маленький)	кегль 8 п.
Боргес (гражданский)	кегль 9 п.
Корпус	кегль 10 п.
Миттель (средний)	кегль 14 п.
Терция (одна треть квадрата)	кегль 16 п.
Текст	кегль 20 п.

# Психологические особенности восприятия рекламного текста.

Целевая группа (возраст, пол, социальное положение)



Время восприятия (1-5 сек)



Краткость слогана (3-7 слов)



Ясность, однозначность посылы



Читаемость шрифта



Цветовое решение



Способ воздействия (юмор, интрига, и т.д.)



Оправдание ожиданий



# Вопросы для самоконтроля.

- 1. Какие способы классификации типографских шрифтов существуют?**
- 2. Какой типографской метрической системой пользуются в России?**
- 3. Каким требованиям должен соответствовать рекламный текст?**

# Рекомендуемая литература

---

**1. Феличи, Джеймс.**

**Типографика: шрифт, верстка, дизайн [Текст] =**  
Typography / Д. Феличи ; пер. с англ. и коммент. С. И.  
Пономоренко. - СПб. : БХВ-Петербург, **2004**. - 496 с. :  
ил.

- 2. 1000 способов шрифтового дизайна [Текст] :**  
шрифты, достигшие совершенства. : пер. с англ. /  
Wilson Harvey/ Loewy; дизайн Р. Burgess, В. Wood. - М. :  
РИП-Холдинг, **2005**. - 297, [30] с. : ил. - Пер. изд.:  
Rockport Publishers, Inc., U.S., 2005



---

## Использование материалов презентации

Использование данной презентации, может осуществляться только при условии соблюдения требований законов РФ об авторском праве и интеллектуальной собственности, а также с учетом требований настоящего Заявления.

Презентация является собственностью авторов. Разрешается распечатывать копию любой части презентации для личного некоммерческого использования, однако не допускается распечатывать какую-либо часть презентации с любой иной целью или по каким-либо причинам вносить изменения в любую часть презентации. Использование любой части презентации в другом произведении, как в печатной, электронной, так и иной форме, а также использование любой части презентации в другой презентации посредством ссылки или иным образом допускается только после получения письменного согласия авторов.