

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.