

Аверченко Елена Владимировна,

педагог,

ФГБОУ ВО «Гжельский государственный университет»,

Художественная школа № 4,

г. Бронницы, Московская область, Россия

ВНЕДРЕНИЕ СВЕДЕНИЙ О ТИПОГРАФИКЕ В ПРОГРАММЫ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ШКОЛ

Аннотация. Обучающиеся художественных школ не знают, что такое типографика и то, что она является основным элементом графического дизайна. В статье изучены и обобщены сведения из современной литературы о типографике в дизайне. Рассмотрены понятия и составляющие типографики. Данная статья предназначена для педагогов и обучающихся художественных школ.

Ключевые слова: типографика, гарнитура, кегль, интерлиньяж, кернинг, трекинг, рубрикация, графема, глиф, удобочитаемость, заметность, различимость, принцип сближенности, принцип выравнивания, принцип повторения, принцип контраста, виды шрифтов.

Elena V. Averchenko,

teacher,

FSBEI of HE «Gzhel State University»,

School of Art № 4,

Bronnitsy, the Moscow Region, Russia

TYPOGRAPHICS INFORMATION IMPLEMENTING IN ART SCHOOLS EDUCATIONAL PROGRAMS

Abstract. Students of art schools do not know anything about typography and about its importance for graphic design. The research reviews modern literature on typography in design. The author considers the terms and structure of this subject. This article is targeted at teachers and students of art schools.

Keywords: typography, garniture, font size, line-spacing, character spacing, tracking, rubrication, grapheme, glyph, legibility, noticeability, identifiability, closeness principle, leveling out principle, frequency principle, contrast principle, font types.

В настоящее время в учебных программах многих художественных школ отсутствуют дисциплины дизайнерской направленности, хотя ребята задают

много вопросов и интересуются этой темой. Приходится в частном порядке рассказывать о каких-то особенностях дизайна, расшифровывать определённые темы, термины и т.д. Следовательно, перед педагогами возникает проблема внести изменения в рабочие программы, позволяющие проводить ознакомительный курс по дизайну для учащихся художественных школ, где отсутствуют программы по дизайну. Из собственного опыта: в работе часто приходится сталкиваться с тем, что обучающиеся интересуются дизайном, а именно их интересует графический дизайн, фирменный стиль, так как в наше время очень развита рекламная деятельность.

Опираясь на современную литературу, обучающимся необходимо объяснить на занятиях композиции и компьютерной графики основные термины, используемые в типографике. В литературе говорится, что типографика – это свод графических законов, правил оформления текстов. Типографика важна не только в вёрстке книг, газет, журналов, а также играет важную роль в создании печатной рекламы, дизайна сайта, баннера, наружной рекламы. Является одним из инструментов в построении композиции. К составляющим элементам в типографике относятся: гарнитура, кегль, интерлиньяж, кернинг, трекинг, рубрикация, графема, глиф. Для того чтобы обучающиеся усвоили некоторые типографические термины, нужно расшифровать их значение, например:

- Гарнитура – это шрифт, несколько шрифтов, выполненных в едином стилистическом начертании.

- Кегль – это высота букв в тексте, включает в себя как верхние, так и нижние выносные элементы. Под выносными элементами в типографике понимается часть строчной буквы, выходящей выше линии строчных знаков – это будет верхний выносной элемент. Или часть строчной буквы, выходящей ниже базовой линии шрифта – это будет нижним выносным элементом.

- Интерлиньяж – это межстрочный интервал в тексте или расстояние между строками. Интерлиньяж измеряется в типографических пунктах.

- Кернинг – это расстояние между буквами. Применяется для лучшей читаемости текста. В программах верстки расстояние между буквами задается в процентах. Кернинг делится на положительный и отрицательный. При использовании положительного кернинга расстояние между буквами увеличивается, а при использовании отрицательного кернинга расстояние между буквами уменьшается.

- Трекинг. Трекингом называются межбуквенные пробелы, которые применяются к такой группе символов, как слово, строка или абзац. Трекинг применяется для разрежения или уплотнения набора текста, а также для изменения количества набираемых строк.

- Рубрикация – это такая система, применяемая для деления текста, при которой соподчиненные заголовки различного уровня взаимосвязаны и соподчинены возглавляемым частям, таким как рубрики, главы, разделы и т.д.

- Графема – это базовая форма знака, которая позволяет отличить один знак от другого знака независимо от художественного исполнения.

- Глиф – это графическое исполнение графемы. Следовательно, при использовании в тексте нескольких глифов для одной графемы данные глифы называются аллографами относительно друг друга.

Также обучающиеся должны знать, что существуют определенные виды чтения в типографике, такие как сплошное и выборочное.

Под сплошным чтением подразумевается долгое размеренное чтение большого связного текста. Под выборочным чтением подразумевается чтение вырванных частей из контекста большого объемного по содержанию текста.

В современной литературе по типографике говорится, что шрифты и тексты имеют свои характеристики. Так, например, текст в книге, статья в газете или журнале имеют достаточно большой объем, и они подразумевают сплошное чтение напечатанной информации. Для наружной рекламы необходимо использование наименьшего объема текста для привлечения внимания и вкратце изложенных важных моментов, которые необходимо

донести до аудитории потребителей. Рекламный слоган обычно состоит из одной или нескольких фраз для большей запоминаемости.

Изучив с обучающимися основные типографические термины, нужно обратить внимание на следующие характеристики, применяемые в оформлении шрифтов и текстов.

- Удобочитаемость – эта характеристика, применяемая для простоты восприятия текста. В основном применяется в текстах, где подразумевается сплошное чтение. Шрифты применяются нейтральные в наборе текстов.

- Заметность – эта характеристика применяется для какого-либо важного текста, который должен бросаться в глаза. В отличие от удобочитаемого текста, заметный текст сначала видят, а затем читают. Превратить текст в заметный можно, используя крупный кегль, выделением жирным или курсивным шрифтом, использованием различных цветовых решений, как самих букв, так и фона.

- Различимость – данная характеристика является наиболее важной для чтения информации в условиях недостаточной видимости или для получения информации за короткий промежуток времени. Используется в создании наружной рекламы. Для создания наибольшей различимости текста используется чётко отличающиеся буквы, кегль используется крупный, цвета букв и фона выбираются наиболее контрастирующие.

В типографике существует и определённая система ориентирования, которая включает в себе пиктографические и текстовые элементы, помогающие найти в большом объеме текста необходимую информацию, такую, как глава, раздел, страница. В книгах это колонтитулы, колонцифры. В интернете на сайтах используются гипертекстовые ссылки и пиктограммы.

Дизайнеры всего мира на протяжении нескольких десятилетий пользуются в типографике принципами, разработанными Робин Уильямс, такими как: принцип сближенности, принцип выравнивания, принцип повторения и принцип контраста. Обучающихся необходимо познакомить с каждым из них.

- Принцип сближенности говорит о том, что связанные элементы нужно группировать, так как близкое расположение подразумевает взаимосвязь. Когда несколько элементов расположены близко относительно друг друга, они начинают представлять собой один визуальный элемент, то есть становятся взаимосвязанными. При такой группировке схожих элементов в один элемент происходит упорядочивание страницы.

- Принцип выравнивания. Данный принцип гласит о том, что никакие элементы на странице не должны располагаться произвольно. Каждый объект должен иметь визуальную связь с остальной страницей. Этот принцип очень важен при разработке визиток, буклетов и так далее. Выравнивание бывает по центру, по левому краю, по правому краю. Так выравнивание по центру придает официальный вид тексту, что делает его скучным, неинтересным. Наиболее удачным выравниванием будет выравнивание по правому краю или левому краю в сочетании с грамотным использованием принципа сближенности. При разработке дизайна бланков, буклетов следует обращать особое внимание на выравнивание. Выравнивание по центру уместно, когда строгий текст бросается в глаза на фоне других более ярких элементов. Таким образом, выравнивание играет важную роль в создании дизайна страницы. Целостность является важной концепцией в дизайне. Цель принципа выравнивания заключается в создании цельной и организованной страницы.

- Принцип повторения. Этот принцип заключается в повторении определённых аспектов дизайна на протяжении всего проекта. Например, повторяющимся элементом в типографике может быть использование определенного шрифта в различных местах страницы, что позволяет управлять взглядом читателя. Также повторение обеспечивает создание целостности страницы. Для создания бизнес – пакета, состоящего из визитки, фирменных бланков, конвертов, используется повторение таким образом, чтобы между документами прослеживалась взаимосвязь. Следовательно, повторение, как сближенность и выравнивание, организует информацию на странице. В повторении может участвовать какой-либо интересный объект, как

графический элемент или декоративный шрифт, буква. У простого элемента в повторении можно изменять цвет, размер и так далее, не нарушая их взаимосвязь.

- Принцип контраста. Этот принцип позволяет сделать страницу более выразительной. Контраст элементов используется для привлечения внимания к странице. Контраст достигается путём противопоставления крупного шрифта мелкому, тонких линий жирным, тёплого цвета холодному, гладкой текстуры рельефной, горизонтальных элементов вертикальным. Принцип контраста позволяет превратить скучный дизайн в эффектный.

Ученики должны усвоить такие понятия как: шрифт, пробел, кавычки, апострофы, тире, среднее тире, длинное тире, дефис, специальные символы, диакритические символы, прописные буквы, подчеркивание. Шрифты бывают гармоничными, конфликтными и контрастными. Итак:

- Шрифт – это основа печатной страницы.
- Гармоничные шрифты – это использование шрифта одного стиля, что делает страницу официальной и унылой.
- Конфликтные шрифты – это похожие шрифты, но разные по стилю.
- Контрастные шрифты – это использование шрифтов, отличающиеся друг от друга, что сильно привлекает внимание.

Кроме того, шрифты делятся на:

- Старостильные
- Новостильные
- Брусковые
- Рубленые
- Рукописные
- Декоративные

Старостильные шрифты имеют диагональную ось наплыва, засечки, скругленные засечки, засечки строчных букв расположены под углом, умеренный переход в изогнутых линиях.

Новостильные шрифты имеют вертикальную ось наплыва, засечки строчных букв располагаются горизонтально, нет скругления засечек, радикальный переход в изогнутых линиях.

Брусковые шрифты имеют вертикальную ось наплыва, засечки строчных букв похожи на бруски и располагаются горизонтально. Очень слабый переход или контраст, либо вообще его отсутствие.

Рубленые шрифты не имеют наплыва, потому что отсутствует переход, засечки тоже отсутствуют.

Рукописные шрифты выглядят так, будто выведены от руки с помощью пера, либо кисти. Делятся на шрифты с соединительными штрихами, без соединительных штрихов, похожие на ручную печать, имитирующие каллиграфические стили.

Декоративные шрифты – это неформальные шрифты.

Обучающиеся должны понимать, что в зависимости от характера разрабатываемого дизайна нужно учитывать все вышеперечисленные характеристики шрифтов.

Таким образом, проблему нехватки дисциплин по изучению дизайна в системе дополнительного художественного образования можно решить с помощью внедрения информации о дизайне в такие общепринятые предметы, как композиция, история искусств и компьютерная графика. В данной статье рассмотрены основные термины, характерные для графического дизайна. Изучена современная литература по графическому дизайну. Данная статья будет полезна педагогам и обучающимся художественных школ.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1. Глейзер Дж., Найт К. Дизайн. Разработка проектов. Разбуди свое вдохновение! – Спб.: Питер, 2014. – 248 с.: ил.*
- 2. Годин А.М. Брендинг: Учебное пособие / А.М. Годин. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во «Дашков и К», 2013. – 184 с.*
- 3. Его величество бренд // Искусство управления. Аналитический журнал. – 2004. – № 6(30).*
- 4. Международный профессиональный журнал PR в России. – № 4(140)/12-13.*

5. Робин Уильямс. Дизайн. Книга для недизайнеров. – 4-е изд. – Спб.: Питер, 2016. – 240 с.:
ил.