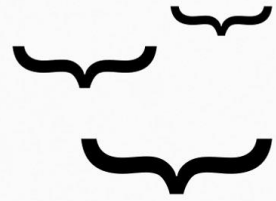


ДИЗАЙН
ТА РЕКЛАМНИЙ
СУПРОВІД
ТЕКСТОВОГО
ШРИФТУ
«WRITER TYPE»



Writer TYPE



Керівник:
Іваненко Тетяна
Олександрівна
кандидат
мистецтвознавства,
доцент кафедри
графічного дизайну.

Консультанти:
Більдер Наталя
Трифонівна
доцент ХДАДМ
Балашова Дар'я
Павлівна

Капустіна Анастасія, ГД, 4 курс, 4 група

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ
кафедра графічного дизайну

З В І Т

про виконання програми переддипломної практики

(вид практики)

студент _____ Капустіна Анастасія Василівна _____
(прізвище, ім'я, по-батькові)

група _____ ГД-19 _____
(шифр групи)

Галузь знань 02 Культура і мистецтво
Спеціальність 022 Дизайн
Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
ОПП «Графічний дизайн»

База практики

ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ

(повна назва підприємства, установи організації)

Керівник практики
від навчального закладу

доцент ХДАДМ Н. БІЛЬДЕР

(посада, прізвище, ініціали)

Керівник практики
від навчального закладу

кандидат мистецтвознавства, доц.
каф. графічного дизайну
Т. ІВАНЕНКО

(посада, прізвище, ініціали)

Звіт захищений
«06» травня 2023 р.

(Підпис)

Звіт захищений
«06» травня 2023 р.

(Підпис)

Харків 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I. АНАЛІЗ ПРОЕКТНОЇ СИТУАЦІЇ ЩОДО ДИЗАЙНУ ТЕКСТОВИХ ШРИФТІВ ТИПУ ГРОТЕСК У КНИГОДРУКАРСТВІ	5
1.1 Аналіз проєктної ситуації щодо дизайну текстових шрифтів типу гротеск у книгодрукарстві.....	5
1.1.1 Сегментування ринку шрифтового дизайну.....	5
1.1.2 Проєктна ситуація і ринок шрифтового дизайну України.....	5
1.1.3 Тенденції дизайну текстового шрифту типу гротеск у книгодрукарстві.....	6
1.1.4 Опис конкурентної ситуації на ринку шрифтового дизайну України....	7
1.2 Опис ринку споживачів цифрового текстового шрифту для друкованих видань.....	7
1.2.1 Сегментування ринку цільових споживачів шрифту «Writer Type».....	7
1.2.2 Опис потреб, які задовольнятиме цифровий шрифт «Writer Type».....	8
1.2.3 Визначення стратегії охоплення ринку продукту.....	8
1.3 Збір і аналіз 5-х аналогів текстового шрифту типу гротеск.....	9
1.3.1 Збір і опис 5-х аналогів текстового шрифту типу гротеск.....	9
1.3.2 Аналіз 5-х аналогів текстового шрифту типу гротеск.....	12
1.3.3 Вибір і обґрунтування стратегії позиціонування цифрового шрифту «Writer Type».....	14
Висновки до розділу 1	15
РОЗДІЛ II. ОПИС І ОБҐРУНТУВАННЯ ДИЗАЙН-ПРОПОЗИЦІЇ ТЕКСТОВОГО ШРИФТУ «WRITER TYPE»	16
2.1 Опис ідеї створення текстового шрифту «Writer Type».....	16
2.2 Формулювання концепції цифрового шрифту «Writer Type».....	16
Висновки до розділу 2	17
ВИСНОВКИ	19
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	21
ДОДАТКИ	25

ВСТУП

Шрифтова графіка завжди була суттєвою складовою композиції книги, важливим інструментом конструювання інформації. Під час читання книги, людина поринає в історію, наповнюється емоціями автора, пізнає нову інформацію, і останнє, що читач має помічати — як виглядає шрифт. Тому дуже важливо підібрати його так, аби він був не просто цікавим, а виконував свою головну функцію — був гарно читабельним та передавав емоцію, яку несе в собі книга, гармонійно вписуючись, за допомогою візуальної складової, у контекст книги.

Актуальність обраної теми зумовлюється тим, що читання друкованих книг було і є популярним в наш час (за статистикою 72% українців читають друковані книги) [29]. Тому поки люди будуть продовжувати читати друковані видання та використовувати знакові системи писемності, галузь шрифтового дизайну буде розвиватися та вдосконалюватися, та як відомо, кожне нове покоління суттєво різниться від попереднього та потребує пошуку і використання нових ідей та прийомів для передачі інформації.

Останнім часом у суспільстві все частіше фігурує термін «кліпове мислення». Це особливий тип мислення, котрий сформувався під впливом комп'ютерних технологій, та завдяки ЗМІ та лавиноподібному розвитку й динаміці агресивного маркетингу Інтернету, які перенавантажують сучасне покоління інформацією, надзвичайними темпами набуває масового характеру. Кліпова свідомість передбачає майже повну відсутність раціональних основ та чіткої логіки; формування фрагментарності сприйняття [6]. Фахівці, котрі вивчають даний феномен, акцентують на важливості формування вміння аналізувати інформацію, у чому може допомогти читання художньої літератури, проте людині з кліповим

мисленням досить важко зосередитись на чомусь одному [16]. Згідно з дослідженнями, проведеними В. Демидовим, було виявлено, що людина з часом пристосовується до найуживаніших шрифтових гарнітур з якими вона постійно стикається, та починає сприймати інформацію викладену знайомим шрифтом як достовірну, навіть якщо «викинути» з тексту більшу частину інформації та залишити її фрагментарною. Дослідження сприймання показало, що як і всякий процес пізнання, воно залежить від особливостей суб'єкта: його досвіду, знань, потреб, інтересів, установок, спрямованості. Так, читаючи окреме слово, людина сприймає його як цілісне після сприймання його літер, та на підсвідомому рівні вважає його достовірним, якщо слова мають накреслення вже знайомого шрифту, у той час як читання тексту з використання нового для людини шрифту викликає сумніви, що і стимулює людину до більш глибокого аналізу прочитаної інформації [8]. Тому тема є дуже актуальною в умовах сьогодення, бо новий текстовий шрифт сприятиме формуванню інтересу до читання художньої літератури, та допоможе глибше зануритися у суть викладеного тексту та його аналізу.

Об'єкт проектування: Цифровий шрифт.

Предмет проектування: Особливості дизайну та рекламного супроводу текстового шрифту типу гротеск.

Мета передпроектного дослідження: Виявити особливості дизайну та рекламного супроводу текстового шрифту типу гротеск, з метою створення дизайну цифрового текстового шрифту. Поставлена мета зумовила наступні завдання:

1. Проаналізувати фахову літературу з обраного питання.
2. Опис проектної ситуації на ринку шрифтового дизайну України.
3. Проаналізувати 5 аналогів текстового шрифту типу гротеск.

РОЗДІЛ І. АНАЛІЗ ПРОЕКТНОЇ СИТУАЦІЇ ЩОДО ДИЗАЙНУ ТА РЕКЛАМНОГО СУПРОВОДУ ТЕКСТОВОГО ШРИФТУ «WRITER TYPE»

1.1 Аналіз проєктної ситуації щодо дизайну текстового шрифту «Writer Type»

1.1.1 Сегментування ринку шрифтового дизайну

Сегментування ринку шрифтового дизайну здійснюється за такими критеріями:

- **Географічний:** український шрифтовий ринок.
- **Класифікація шрифту:** без серифів, гуманістичний гротеск.
- **Класифікація за технічним відтворенням:** набірний шрифт.
- **Призначення:** текстовий шрифт для друкованих видань.
- **Застосування у макеті:** заголовки, основний набір.
- **Кількість стилів шрифтової гарнітури:** 2 стилі (Text і Display).
- **Кількість накреслень:** 2 накреслення (Bold та Regular).
- **Системи письма:** кирилиця та латиниця.
- **Підтримка мов:** українська, англійська, мови країн центральної Європи.
- **Ціновий сегмент:** середній ціновий сегмент.

1.1.2 Проектна ситуація і ринок шрифтового дизайну України

Ринок українського шрифтового дизайну поступово набирає обертів. На це є три головні причини: 1) зростає попит на шрифти, тому що українські компанії починають все більше уваги приділяти візуальному стилю; 2) з'являються нові автори, тому що зростає попит; 3) є можливість отримати базову освіту у цій галузі [14].

Україна має великий вплив на кирилицю, рішення, які з'являються в українському дизайні, переходять в інші країни та суспільства, які теж використовують кирилицю (Рис.В.1.1). Ці українські шрифти розмовляють сучасною мовою, використовують ті візуальні та сенсові елементи, які є актуальними для сучасного глядача [14]. Також необхідно зазначити, майже

57% українців стали спілкуватися частіше або перейшли на українську мову з початку повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну 24 лютого 2022 р., та цей відсоток зростає, про це свідчить опитування, яке було проведене Суспільним. Така ситуація сприяє попиту на кирилицю, розроблену для української мови [25].

1.1.3 Тенденції дизайну текстового шрифту типу гротеск у книгодрукарстві.

Шрифти із серифами, типу Times New Roman, є більш популярними для друкованих видань, вважається що вони сприяють зручності читання та прискорюють його швидкість за допомогою серифів [4, с. 24-25]. «Проте Journal of Visual Impairment and Blindness були проведені та опубліковані 18 досліджень котрі показали, що при використанні шрифту у дрібному кеглі більш читабельними є шрифти типу гротеск. Люди вже на протязі багатьох століть читають друковані видання, дизайн яких сконструйовано за допомогою шрифтів із серифами, тому вони є дуже звичними та викликають довіру, у той час як молоде покоління краще сприймає шрифти типу гротеск, бо вони мають більш сучасний характер [26]».

Також для зручності використання шрифтової гарнітури є важливим наявність декількох накреслень, для більш чіткого вибудовування ієрархії інформації. Заголовки та підзаголовки зазвичай набирають напівжирним шрифтом, який виконує функцію візуального розділового знака, додаючи сторінці графічної різноманітності з більшим успіхом, ніж проста зміна розміру кегля, що допомагає керувати увагою читача виділяючи головну та другорядну інформацію [2, с. 18–20]. Сучасний український шрифтовий дизайн розвиває тенденцію індивідуалізації і порушення узагальнених норм та правил шрифтового дизайну. Зростає попит на нестандартні розробки шрифту з українським характером [21]. Все частіше з'являються шрифтові гарнітури, котрі переосмислюють форми, знайдені українськими майстрами

минулих століть: козацького скоропису, гарним прикладом є Шрифтова гарнітура К. Ткачова «Kolyada» (Рис.В.1.2); розробок В. Єрмілова, Г. Нарбути, гарним прикладом є шрифт Д. Растворцева «Ukrainka» (Рис.В.1.3) [9].

1.1.4 Опис конкурентної ситуації на ринку шрифтового дизайну України

На сьогодні відбувається зростання попиту на розробки українських шрифтових дизайнерів серед вітчизняних та закордонних замовників. Українські шрифти дедалі більше використовуються в міжнародних проектах та конкурсах. Цінність полягає у конкуренції, яка постійно посилюється. Чим активніше виділяється ресурс на використання локального продукту, тим більше локального продукту буде з'являтися. Тим паче, багато українських шрифтових ритейлерів, наприклад, вебсервіс Євгена Садка «Rentafont», будують свої ліцензії так, аби клієнтам з України було вигідніше купувати шрифти у себе вдома і це збільшує динаміку розвитку ринку, та призводить до збільшення кількості фахівців у цій галузі, що в свою чергу посилює конкуренцію та підвищує якість створеного продукту.

Також, на українському ринку шрифтового дизайну, окрім вітчизняних компаній, таких як словолитня Mint Type існує конкуренція від зарубіжних компаній [28]. Така конкурентна ситуація стимулює українські компанії розвиватися та постійно підвищувати якість своїх продуктів. Кількість шрифтів, зроблених на замовлення, зростає приблизно вдвічі рік від року. Схожа динаміка простежується і у ліцензійних шрифтів від українських авторів та студій [21].

1.2 Опис ринку споживачів продукту (цифрового шрифту)

1.2.1 Сегментування ринку цільових споживачів

Сегментування ринку цільових споживачів здійснюється за такими критеріями: 1) Географічні критерії (місце проживання, регіон, країна): вся

Україна (бо продукт використовується онлайн). 2) Рід занять: працівники креативної індустрії. 3) Психологічні критерії (архетип особистості, тип мислення, менталітет, інтереси, цінності): архетип творець та шукач [19]; емоційний тип мислення; українці; займаються графічним дизайном; за даними опитування проведеного соціологічною групою «Рейтинг» найбільшими цінностями для даної цільової групи є свобода, доброта, самостійність, гедонізм та фінансове благополуччя [13]. 4) Критерії використання продукту (призначення шрифту, цільове використання, системне забезпечення): текстовий шрифт; для художнього конструювання книги; працює у системі Unicode. 5) Мета використання продукту шрифту: верстка книг. 6) Стиль та характер шрифту: шрифт типу гротеск; за характером має бути сучасним, трохи грайливим, динамічним, легкий, урівноважений, мужній. 7) Розмір шрифту: має відповідати гарній читабельності у дрібному кеглі (10 – 12 пунктів). 8) Ціновий сегмент: середній ціновий сегмент.

1.2.2 Опис потреб, які задовольнятиме цифровий шрифт «Writer Type»

Цільовий споживач даного продукту (цифрового шрифту) має такі потреби: він шукає текстовий шрифт з ліцензією у середньому ціновому сегменті, котрий має відповідати гарній читабельності у дрібному кеглі та таким особливостям характеру як: сучасність, мужність, легкість, урівноваженість, легка грайливість та динамічність, котрі будуть влучними для художнього конструювання книги, написаної сучасним автором. Шрифт має мати варіації стилів: Text (для основного набору) та Display (для заголовків), а також накреслення Regular та Bold, для легкого та цікавого вибудовування ієрархії інформації.

1.2.3 Визначення стратегії охоплення ринку продукту

При розробці проекту було вирішено обрати стратегію концентрованого маркетингу, націленого на конкретний сегмент ринку (ринкову нішу), а саме на цільову аудиторію до якої відносяться працівники арт індустрії [12].

1.3 Збір і аналіз 5-х аналогів текстового шрифту типу гротеск

1.3.1 Збір і опис 5-х аналогів текстового шрифту типу гротеск

Для аналізу «аналогів» було обрано 5 текстових шрифтових гарнітур типу гротеск, які розроблені українськими дизайнерами, бо проект націлений на український шрифтовий ринок: Arsenal (А. Шевченко); Mars Type (Є. Садко); Proba Pro (словолитня Mint Type, А. Константинов); Mariupol (А. Шевченко та С. Радіонов); Frederik (К. Білоброва).

Опис «аналогів» дизайну цифрового шрифту створюється за такими критеріями, котрі були запропоновані Т. Іваненко: назва гарнітури, автор, країна, рік створення, класифікація (гротеск, антиква), наявність накреслень, призначення, пропорції та особливості графіки літер (осі нахилу овалів, апертура знаків і т. д.), характер шрифту. [3, с. 35—55].

1) Arsenal. Сімейство гарнітур, розроблене українським шрифтовим дизайнером А. Шевченко у 2012 році. За класифікацією: гуманістичний гротеск традиційних форм. Наявність накреслень: шрифт має 2 накреслення (Regular та Bold, в тому числі і курсив). Призначення: текстовий шрифт, створений для застосування у великих текстових блоках, журналах, книгах та ін. Пропорції та особливості графіки літер: пропорційний; має невеликий контраст основного та допоміжного штрихів; конструктивний; має вертикальні осі овалів; витягнута форма літер; відкрита апертура знаків; звисання і здіймання округлих літер для візуального урівноваження літер у рядку, та відсутнє звисання і здіймання у гострокінцевих літер, проте апекс та вертекс зрізані; літера «к» має досить великий контраст, а саме потоншення, руки відносно до основного штриху, через що губиться при використанні у дрібному кеглі; має потоншення штрихів у вузлах літер, що слугує оптичним компенсатором для використання у дрібному кеглі та робить літери більш естетичними (Рис.В.1.4). Характер Шрифту: м'який, діловий, світлий, делікатний [30].

2) Mars Type. Шрифтова гарнітура розроблена шрифтовим дизайнером Є. Садко у 2018-2019 році. За класифікацією: гуманістичний

гротеск, котрий зберігає геометричність. Наявність накреслень: 1 накреслення (Regular). Призначення: текстовий шрифт, створений для застосування у навігації, титрах, інструкціях, інтерфейсах у марсіанській колонії. Пропорції та особливості графіки літер: пропорційний; контраст майже відсутній; має вертикальні осі овалів, проте овали мають особливу форму (ідеальне коло зовні, «ілюмінатор» всередині) та відповідність кута нахилу деяких знаків (слеш) куту нахилу осі обертання Марсу – $25,19^\circ$; велика висота рядкових літер; відкрита апертура знаків; звисання та здіймання округлих літер, та відсутнє звисання та здіймання у гострокінцевих літер, проте апекс та вертекс зрізані; вертикальні зрізи відкритих знаків, що робить шрифт більш містким; має потоншення штрихів у вузлах літер; незвичний контраст форми зовнішнього та внутрішнього контуру, щ створює внутрішню напругу літер (Рис.В.1.5). Характер Шрифту: сучасний, статичний, стійкий, мужній, технічний, урбаністичний [24].

3) Proba Pro. Сімейство гарнітур, розроблене українською словолитнею Mint Type (шрифтовий дизайнер А. Константинов) у 2014 році. За класифікацією: геометричний гротеск зі зниженою висотою рядкових (що робить шрифт менш читабельним у дрібному кеглі), помітними виносними елементами та легким гуманістичним відтінком. Наявність накреслень: шрифт має 7 накреслень від Thin до Bold в тому числі і курсив. Призначення: текстовий шрифт, досить універсальний, створений для застосування у основному наборі, інфографіці та ін. Пропорції та особливості графіки літер: пропорційний, малий контраст основного та додаткового штрихів, має нюансну проробку форм окремих літер; конструктивний; має вертикальні осі овалів; апекс та вертекс зрізані; відкрита апертура знаків; округлі та гострокінцеві літери, такі як «А» та «О» мають звисання та здіймання для візуального урівноваження висоти усіх літер; у літері «b» відсутній шип, що робить її більш невагомою, проте менш стійкою; має потоншення штрихів у вузлах літер, що слугує оптичним компенсатором для використання у

дрібному кеглі (Рис.В.1.6). Характер Шрифту: делікатний, легкий, світлий, сучасний, невагомий [15].

4) Mariupol. Сімейство гарнітур, розроблене українськими шрифтовими дизайнерами А. Шевченко та С. Радіоновим у 2017 році. За класифікацією: геометричний гротеск. Наявність накреслень: шрифт представлено у 3-х накресленнях (Regular, Medium, Bold). Також має спеціальне накреслення з піктограмами (Symbols). Призначення: текстовий шрифт, досить універсальний, створений для застосування у основному наборі, інструкціях, журналі та ін. Пропорції та особливості графіки літер: пропорційний; майже без контрасту; конструктивний; має вертикальні осі овалів; апекс та вертекс зрізані; закрита апертюра знаків, що робить шрифт менш читабельним у дрібному кеглі; літера «а» має округлу форму, приближену до прописної, таке рішення цієї літери та закрита апертюра знаків, робить округлі літери схожими одна на одну при зменшенні, що має негативний вплив на читабельність шрифту у дрібному кеглі; округлі літери, такі як «С» та «О» мають звисання та здіймання для візуального урівноваження висоти усіх літер у рядку; хвіст літер «ц» та «щ» дуже довгий, що робить ці літери жирнішими за інші; використовує оптичні компенсатори для урівноваження форм літер, а саме — потоншення штрихів у вузлах літер (Рис.В.1.7). Характер Шрифту: сучасний, стабільний, мужній, статичний [20].

5) Frederik. Сімейство гарнітур, розроблене українською шрифтовою дизайнеркою К. Білобровою у 2019 році. За класифікацією: гуманістичний. Наявність накреслень: шрифт має 10 накреслень від Thin до Black в тому числі і курсив. Призначення: універсальний текстовий шрифт, створений для застосування у основному наборі та заголовках. Пропорції та особливості графіки літер: пропорційний, контраст майже відсутній, має нюансну проробку форм окремих літер; вертикальні осі овалів; апекс та вертекс зрізані; помірна апертюра знаків; суто вертикальні або горизонтальні закінчення штрихів, що робить шрифт більш економічним; шип літери «а» занадто вузький, що робить літеру хиткою; має потоншення штрихів у вузлах

літер, для оптичної врівноваженості форми літер (Рис.В.1.8). Характер Шрифту: делікатний, стійкий, впевнений, сучасний, грайливий [7].

1.3.2 Аналіз 5-х аналогів текстового шрифту типу гротеск.

Було проведено аналіз «аналогів» для виявлення слабких місць конкурентів, з метою формулювання вимог до розробляемого продукту (цифрового шрифту) і означитися з стратегією позиціонування власного продукту згідно до політики конкурентної переваги.

Максимальна кількість балів експертної оцінки може складати 20.

Результати аналізу представлено у таблиці:

Таблиця 1.1 Зведена таблиця результатів аналізу 3-х аналогів цифрового текстового шрифту типу гротеск.

№ з/п (аналоги)	Критерії аналізу 3-х аналогів цифрового текстового шрифту типу гротеск.
	<ul style="list-style-type: none"> • Наявність стилю Text (для великих масивів тексту) • Наявність стилю Display (для заголовків) • Накреслення Regular • Накреслення Bold • Альтернейти літер • Наявність діакритичних знаків • Підтримка кирилиці • Читабельність у дрібному кеглі (10 – 12 pt) • Наявність оптичних компенсаторів для дрібного кеглю • Наявність лігатур • Кернінг • Проробка пунктуаційних знаків • Наявність знаків валют • Підтримка мов: укр., англ., мов країн центральної Європи • Мужній за характером • Урівноважений за характером • Візуально легкий • Сучасний за характером • Динамічний за характером • Грайливий за характером
Шрифт	<ul style="list-style-type: none"> 12 1 10 12 4 10 15 11 9 5 12 9 4 10 2 8 9 6 3 8

Arsenal																				
Шрифт Mars Type	10	1	12	1	1	1	15	10	9	1	12	8	4	10	9	7	5	10	2	2
Шрифт Proba Pro	9	1	9	12	5	7	13	8	6	5	10	10	5	10	6	5	7	9	3	4
Шрифт Mariupol	12	1	12	9	7	7	15	8	8	6	12	9	5	10	9	10	7	12	2	5
Шрифт Federik	8	5	8	7	5	6	12	9	6	5	10	10	5	10	8	5	6	10	4	8

Висновок щодо того, чого бракує аналогам.

Проаналізувавши конструктивно-пластичне рішення та характер «аналогів» дизайну цифрового текстового шрифту типу гротеск, можна зазначити, що вони досить читабельні у дрібному кеглі, але деякі досить не урівноважені за гармонією пластики літер (Proba Pro, Mars Type, Federik). Аналоги також не мають альтернативного стилю «Display» для заголовків. Деякі з аналогів (Mars Type) не мають накреслення Bold, що допомагає вибудовувати чітку ієрархію інформації. Кожному з них не вистачає певних рис характеру, котрі властиві розробляемому шрифту (зазначені у брифі), що робить його більш унікальним. Наприклад, шрифту Arsenal не вистачає сучасності та мужності, через помітний контраст штрихів, котрий робить шрифт менш врівноваженим; гарнітура Mars Type досить мужня, проте не достатньо грайлива та легка за своїм характером; шрифт Proba Pro виглядає сучасно, але не достатньо мужньо, грайливо та урівноважено, за рахунок графіки деяких літер; гарнітура Mariupol досить мужня та сучасна за характером, проте не достатньо грайлива та динамічна; шрифт Federik має сучасний і грайливий характер, проте за рахунок таких літер як «а» та «р», у яких дуже потоншений шип, виглядає не урівноважено. Також аналоги мають досить невеликий спектр альтернейтів та лігатур, котрі мають дуже велике значення для економічності масивів тексту.

Тому можна зробити висновок, що у сумі «аналогів» мають усі характеристики, проте розглядаючи кожен гарнітуру окремо, бачимо, що їй

не вистачає деяких характеристик, котрі мають бути присутні у дизайні розробляемого шрифту: проблема урівноваженості пластики літер між собою; відсутність альтернативного стилю «Display», для більш ефектного вибудовування ієрархії інформації; у деяких відсутнє накреслення Bold; відсутність достатньої кількості лігатур та алтернейтів, що сприяє економічності шрифту; також не відповідність особливостям характеру розробляемого шрифту.

1.3.3 Вибір і обґрунтування стратегії позиціонування цифрового шрифту «Writer Type»

Стратегія позиціонування цифрового шрифту «Writer Type» здійснюється згідно політики конкурентної переваги та позиціонування за сферою застосування [10].

Продукт позиціонує себе як унікальний текстовий шрифт типу гротеск, що працює у системі Unicode, розроблений для художнього конструювання книг, написаних сучасними авторами, котрий націлений на цільову аудиторію до якої відносяться працівники арт індустрії.

Відповідаючи на питання чому представники цільової аудиторії будуть обирати саме цей продукт, можна зазначити що, згідно до результатів аналізу «аналогів» цифрового текстового шрифту типу гротеск було виявлено що, розробляемий шрифт вигідно відрізняється від конкурентів за рахунок: наявності декількох стилів Text (для основного набору) та Display (для заголовків), а також декількох накреслень (Regular та Bold), що дозволяє вибудовувати чітку ієрархію інформації під час конструювання книги; розширеною кількістю гліфів (розширена кирилиця та латиниця), що збільшує можливості використання шрифту у контексті дизайну книг для різних мов світу; шрифтова гарнітура є гарно читабельною у дрібному кеглі, чому сприяє використання оптичних компенсаторів для шрифтів дрібного кеглю (відкрита апертура знаків; потоншення та врізки у вузлах літер; велика висота рядкових), що перешкоджає розтіканню фарби у літерах під час друку та робить шрифт легким для створення макету у контексті вибору типу

паперу; наявність великої кількості лігатур та альтернейтів, котрі сприяють економічності шрифту у наборі, що зменшує кількість сторінок для друку книги, що є більш екологічним, через зменшення кількості використаного паперу (Рис.В.1.9). Також шрифт має особливий характер, котрий відповідає таким рисам: сучасність, мужність, легкість, урівноваженість, легка грайливість та динамічність.

Висновки до розділу 1

У першому розділі було проаналізовано проектну ситуацію щодо ринку шрифтового дизайну України та визначено тенденції дизайну текстового шрифту типу гротеск у книгодрукарстві. Було окреслено сегмент ринку дизайн продукту та проведено сегментування ринку цільових споживачів, котре показало, що цільовою аудиторією даного продукту є працівники арт індустрії. Виокремивши сегмент цільової аудиторії було виявлено, що потреби цільового споживача.

На даному етапі розробки проекту було вирішено обрати стратегію концентрованого маркетингу, націленого на конкретний сегмент ринку, а саме працівників арт індустрії, а в подальшому планується застосувати рекламний супровід для розширення охоплення ринку, котрий буде супроводжуватися створеним односторінковим сайтом-презентацією (лендінгом) шрифту, такий метод є дуже популярним та зручним для просування інтернет-проектів [17].

Було проведено збір та аналіз 5-х «аналогів» цифрового текстового шрифту типу гротеск, та виявлено що не одна з гарнітур повністю не відповідає потребам цільової аудиторії та зазначеним у брифі вимогам.

Опираючись на потреби цільової аудиторії та аналіз «аналогів» цифрового текстового шрифту типу гротеск було сформульовано вимоги до дизайну розробляемого продукту (цифрового текстового шрифту) та означено стратегією позиціонування продукту згідно до політики конкурентної переваги та позиціонування за сферою застосування.

РОЗДІЛ II. ОПИС І ОБҐРУНТУВАННЯ ДИЗАЙН-ПРОПОЗИЦІЇ ТЕКСТОВОГО ШРИФТУ «WRITER TYPE»

2.1 Опис ідеї створення цифрового шрифту «Writer Type»

На даному етапі було вирішено розробити дизайн текстового шрифту типу гротеск для використання у книгодрукарстві, а в подальшому планується доробити дизайн шрифту з тим, щоб розширити можливості його використання у дрібному кеглі, за рахунок розробки даткових варіантів накреслення шрифту.

Ідея продукту — у розробці, засобами графічного дизайну, стилістичного рішення текстового шрифту типу гротеск, для використання у книгодрукарстві, а саме для художнього конструювання книг, написаних сучасними авторами, твори яких націлені на молоду цільову аудиторію. Було вирішено розробити шрифт типу гротеск (без засічок), бо гротеск асоціюється з сучасністю, та буде більш влучним за свої сприйняттям, також шрифт має відповідати гарній читабельності у дрібному кеглі та матиме такі особливості характеру: сучасність, мужність, легкість, урівноваженість, легка грайливість та динамічність.

2.2 Формулювання концепції цифрового шрифту «Writer Type»

«Найбільш привабливі ідеї продуктів трансформують в концепції. Ф. Котлер виділяє наступні відмінності ідеї від концепції. Ідея товару — загальне уявлення про продукт, який компанія могла б запропонувати ринку. Концепція товару — пророблений варіант ідеї, виражений в значущій для споживача формі [1, с. 264 — 265]. Кожну ідею продукту (в даному випадку шрифту), можна перетворити на кілька концепцій, спираючись на те, хто буде цільовим споживачем, та які будуть мотиви споживання продукту.

Враховуючи, зазначені у брифі, бажані характерні особливості шрифту та потреби цільового споживача (в даному випадку працівників арт індустрії), з акцентом на підкреслення конкретних особливостей характеру шрифту, таких як: сучасність, мужність, легкість, урівноваженість, легка

грайливість та динамічність, було запропоновано дві альтернативні концепції конструктивно-пластичного та графічного рішення шрифтової гарнітури:

Концепція 1: Створити дизайн текстового шрифту, котрий би за класифікацією та пропорціями відносився до гуманістичних гротесків, з додаванням альтернейтів літер акцидентного характеру, що слугуватимуть сучасною інтерпретацією буквиць, з метою виділення першої заголовкової літери (зі збільшеним кеглем) на початку нової глави книги та для використання у заголовках. Такі альтернейти-буквиці з формотворчої точки зору більш декоративні, проте притримуються та ще більше посилюють характер символів основного набору. За основу для дизайну таких альтернейтів-буквиць був взятий брусковий шрифт, проте більш декоративний, побудований на великому контрасті штрихів, з використанням стрімких динамічних діагоналей на серифах, що ще більш підкреслюють характер шрифту (Рис.В.2.1).

Концепція 2: Створити дизайн текстового шрифту типу гротеск, яка матиме два накреслення Regular і Bold, та два стилі: для великих масивів тексту (Text) та альтернативну версію цього ж шрифту для заголовків (Display), котра буде зберігати усі особливості попереднього, проте буде з додаванням альтернейтів (альтернативних більш декорованих літер), таких латинських літер як: A, F, G, Q, W; та кириличних літер: Д, Ж, К, Л, М, Ц, Щ, в яких будуть додаватися декоративні елементи, та ще сильніше простежуватимуться особливості характеру (Рис.В.2.2). Також шрифтова гарнітура буде супроводжуватися розширеною кількістю лігатур, окрім базових лігатур: «fi», «fl», «AE», «OE», «Lь», «Нь», розроблені також: «NK», «NT», «LA», «NN», «ИЙ», що сприяє економічності шрифту у наборі великих масивів тексту (Рис.В.2.3).

Висновки до 2 розділу

Було сформульовано ідею створення цифрового шрифту «Writer Type». На даному етапі було вирішено розробити дизайн текстового шрифту типу

гротеск для використання у книгодрукарстві, а саме для художнього конструювання книг, написаних сучасними авторами, твори яких націлені на молоду цільову аудиторію, а в подальшому планується доробити дизайн шрифту з тим, щоб розширити можливості його використання у дрібному кеглі, за рахунок розробки даткових варіантів накреслення шрифту.

Опираючись на, зазначені у брифі, бажані характерні особливості шрифтової гарнітури та потреби цільового споживача було запропоновано дві альтернативні концепції: 1) Розробити текстовий шрифт, котрий відноситься до гуманістичних гротесків, з додаванням альтернейтів-буквиць акцидентного характеру; 2) Дизайн текстового шрифту типу гротеск, який матиме два накреслення — Regular і Bold, та два стилі — Text та альтернативну версію цього ж шрифту для заголовків — Display, котра буде зберігати усі особливості попереднього, проте буде з додаванням альтернейтів деяких літер, в яких ще ясніше простежується характер шрифту.

ВИСНОВОК

Шрифт є однією з головних складових композиції книги, тому дуже важливо підібрати його так, аби він був гарно читабельним та передавав емоцію, яку несе в собі книга, гармонійно вписуючись, за допомогою візуальної складової, у контекст книги, але при цьому читач має не відволікатися на дизайн шрифту.

Останнім часом у суспільстві все частіше фігурує такий термін як «кліпове мислення». Кліпова свідомість передбачає майже повну відсутність раціональних основ та чіткої логіки. Фахівці, котрі вивчають даний феномен, акцентують на важливості формування вміння аналізувати інформацію, у чому може допомогти читання художньої літератури. Згідно з дослідженнями проведеними В. Демидовим, було виявлено, що людина з часом пристосовується до шрифтових гарнітур з якими вона постійно стикається та починає сприймати інформацію викладену вже дуже знайомим шрифтом як достовірну, у той час як читання тексту з використання нового для людини шрифту викликає сумніви, що і стимулює людину до більш глибокого аналізу прочитаної інформації. Тому розробка дизайну нового текстового шрифту сприятиме формуванню інтересу до читання художньої літератури, та допоможе глибше зануритися у суть викладеного тексту та його аналізу.

Проаналізувавши проектну ситуацію щодо ринку шрифтового дизайну України було визначено тенденції дизайну текстового шрифту типу гротеск у книгодрукарстві. Також окреслено сегмент ринку дизайн продукту та визначено, що цільовою аудиторією даного продукту є працівники арт індустрії. Виокремивши сегмент цільової аудиторії було виявлено потреби цільового споживача. Також на даному етапі розробки проекту було вирішено обрати стратегію концентрованого маркетингу, націленого на конкретний сегмент ринку, а саме на цільову аудиторію до якої відносяться працівники арт індустрії, а в подальшому планується застосувати рекламний

супровід для розширення охоплення ринку.

Проаналізувавши 5-х «аналогів» цифрового текстового шрифту типу гротеск, було виявлено, що не одна з гарнітур повністю не відповідає потребам цільової аудиторії та зазначеним у брифі вимогам.

Опираючись на потреби цільової аудиторії та аналіз «аналогів» цифрового текстового шрифту типу гротеск було сформульовано вимоги до дизайну розробляемого шрифту та означено стратегією позиціонування продукту згідно до політики конкурентної переваги та позиціонування за сферою застосування, а також сформульовано ідею створення цифрового шрифту «Writer Type» — розробити дизайн текстового шрифту типу гротеск для використання у книгодрукарстві, а саме для художнього конструювання книг, написаних сучасними авторами, твори яких націлені на молоду цільову аудиторію, у якої переважно і простежується наявність кліпового мислення, тому сучасний гротеск буде більш влучним за своїм сприйняттям, а в подальшому планується доробити дизайн шрифту з тим, щоб розширити можливості його використання у дрібному кеглі, за рахунок розробки даткових варіантів накреслення шрифту.

Опираючись на, зазначені у брифі, бажані характерні особливості шрифтової гарнітури та потреби цільового споживача було запропоновано дві альтернативні концепції: 1) Розробити текстовий шрифт, котрий відноситься до гуманістичних гротесків, з додаванням альтернейтів-буквиць акцидентного характеру; 2) Дизайн текстового шрифту типу гротеск, яка матиме два накреслення Regular і Bold, та два стилі: для великих масивів тексту (Text) та альтернативну версію цього ж шрифту для заголовків (Display) з додаванням альтернейтів деяких літер, котра буде зберігати та посилювати особливості характеру шрифту. В подальшому планується провести тестування цих концепцій, котре буде здійснюватися за допомогою опитування проведеного за шкалою Лайкерта, яка базується на ступені згоди або не згоди з конкретними твердженнями [5, с. 187—191].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Philip Kotler. Principles of marketing. Glenview : Pearson College Div, 2007. 736 с.
2. Гальченко В.Ю. Типографіка. Основи і принципи : авторський курс по изученію дисципліни “Типографіка”. Харків : ХДАДМ, 2011. 72 с.
3. Іваненко Т.О. Шрифтовий дизайн основи : навчальний посібник. Харків : ХДАДМ, 2019. 136 с.
4. Капустіна А.В. Характеристика найуживаніших гарнітур у книгодрукарстві : зб. тез. доп. міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 7 грудня 2022 р. Харків, 2022. С. 24-25
5. Полтокар В.А. Маркетингові дослідження : навчальний посібник. Київ: центр навчальної літератури, 2003. 387 с.
6. Бахтіна Г.П. Інформатизація суспільства та проблема «кліпового мислення». 2011. URL: <https://kpi.ua/1102-7> (дата звернення: 20.04.2023)
7. Білоброва К. Frederik. 2019. URL: https://rentafont.com.ua/fonts/frederik?sample_text=%25D0%2590%25D0%2591%25D0%2595%25D0%25A2%25D0%259A%25D0%25BA%25D0%25B0%25D1%2580%25D1%2586%25D1%2589%25D0%25B2%25D1%2581%25D0%25B5%2520%25BD%25D0%25B0%25D1%2588%25D0%25B5%2520%25D1%2580%25D1%2596%25D0%25B4 (дата звернення: 01.05.2023)
8. Бойко С. Загальна характеристика сприймання. 2020. URL: <https://bookster.com.ua/zahalna-kharakterystyka-sprymannia/> (дата звернення: 21.04.2023)

9. Гдаль Б. Шрифти з українським характером. 2018. URL: <https://telegraf.design/shrifti-z-ukrayinskim-harakterom/> (дата звернення: 24.04.2023)
10. Дитяшова І. 8 переможних стратегій позиціонування бренду. 2016. URL: <https://koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/8-vyigryishnyih-strategiy-pozitsionirovaniya-brenda.html> (дата звернення: 24.04.2023)
11. Дрозд К. Kharkiv Tone Font. 2020. URL: <https://www.behance.net/gallery/105478373/Kharkiv-Tone-Font> (дата звернення: 20.04.2023)
12. Євтушенко О.М. Маркетингова стратегія. 2010. URL: <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/1327/marketingova-strategiya> (дата звернення: 25.04.2023)
13. Загородній М. Які життєві цінності важливі для українців. 2022. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2022/08/24/250154/> (дата звернення: 24.04.2023)
14. Казарян С. Нова креативна хвиля української типографії. 2022. URL: <https://telegraf.design/nova-kreatyvna-hvylya-ukrayinskoyi-typografii/> (дата звернення: 21.04.2023)
15. Константинов А. Proba Pro. 2014. URL: <https://rentafont.com.ua/fonts/proba-pro> (дата звернення: 01.05.2023)
16. Корольчук М. Чим небезпечне кліпове мислення. 2019. URL: <https://learning.ua/blog/201902/chym-nebezpechne-klipove-myslennia/> (дата звернення: 22.04.2023)

17. Міщенко С. Тихонюк Н. Як скласти маркетингову стратегію. 2022. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/kak-sostavit-marketingovuyu-strategiyu> (дата звернення: 25.04.2023)
18. Нелипа Г.П. Буквиця. 2018. URL: <https://ube.nlu.org.ua/article/%D0%91%D1%83%D0%BA%D0%B2%D0%B8%D1%86%D1%8F> (дата звернення: 03.05.2023)
19. Прохоренко М. Теорія Юнга: 12 архетипів брендів та їхні особливості. 2020. URL: <https://laba.ua/blog/1662-teoriya-yunga-12-arhetipiv-brendiv-ta-jihni-osoblivosti> (дата звернення: 24.04.2023)
20. Радіонов С., Шевченко А. Mariupol. 2017. URL: https://rentafont.com.ua/fonts/mariupol?sample_text=%25D0%2590%25D0%2591%25D0%2595%25D0%25A2%25D0%259A%2520%25D0%25BA%25D0%25B0%25D1%2580%25D1%2586%25D1%2589%25D0%25B2%25D1%2581%25D0%25B5%2520%25D0%25BD%25D0%25B0%25D1%2588%25D0%25B5%2520%25D1%2580%25D1%2596%25D0%25B4 (дата звернення: 01.05.2023)
21. Ракша Л. Як розвивається ринок шрифтів Україні: спостереження дизайнера. 2022. URL: <https://bazilik.media/iak-rozvyvaietsia-rynok-shryftiv-v-ukraini-sposterezhennia-dyzajnera/> (дата звернення: 24.04.2023)
22. Растворцев Д. DR Ukrainka typeface. 2018. URL: <https://www.behance.net/gallery/69438911/DR-Ukrainka-typeface> (дата звернення: 20.04.2023)
23. Растворцев Д. Шрифти e-Ukraine для онлайн-сервісу державних послуг «Дія». 2019. URL: <https://telegraf.design/shryfty-e-ukraine-dlya-onlajn-servisu-derzhavnyh-poslug-diya/> (дата звернення: 20.04.2023)

24. Садко Є. Перший шрифт для колонії на Марсі. 2018. URL: <https://rentafont.com.ua/blog/mars-type-pershij-shrift-dlya-koloniyi-na-marsi> (дата звернення: 01.05.2023)
25. Суспільне. 57% українців перейшли, або стали частіше спілкуватись українською з 24 лютого. 2022. URL: <https://susplne.media/299240-57-ukrainsiv-perejsli-abo-stali-castise-spilkuvatis-ukrainskou-z-24-lutogo-opituvanna-suspilnogo/?fbclid=IwAR18DXDBq6k4vF9W6TofS3lpqYPIhIp7JNYhSzpCfLASETTFLmlbIadxn5k> (дата звернення: 17.04.2023)
26. Тінькофф. Какою шрифтом краще для читання. 2022. URL: <https://ritorika.com.ua/dokument/27/kakoj-shrift-luchshe-dlja-chtenija> (дата звернення: 18.04.2023)
27. Ткачов К. Kolyada. 2013. URL: <https://rentafont.com.ua/fonts/kolyada> (дата звернення: 20.04.2023)
28. Ткачов К. Шрифти на експорт: найцікавіші українські гарнітури, про які мають знати у світі. 2022. URL: <https://chytomo.com/shryfty-na-eksport-najtsikavishi-ukrainski-harnitury-pro-iaki-maiut-znaty-u-sviti/> (дата звернення: 20.04.2023)
29. Читомо. 72% українців читають книжки. 2020. URL: <https://chytomo.com/v-ukraini-riven-chytannia-zris-do-72-doslidzhennia-info-sapiens/> (дата звернення: 17.04.2023)
30. Шевченко А. Arsenal. 2012. URL: <https://rentafont.com.ua/fonts/arsenal> (дата звернення: 01.05.2023)

ДОДАТОК А

БРИФ НА РОЗРОБКУ ШРИФТУ «WRITER TYPE»

Нельзя редактировать ответы

Бриф на розробку шрифту

Інформація для кращого розуміння який саме вам потрібен шрифт

Призначення шрифту?

Застосування у макеті?

Заголовок

Основний набір

Інфографіка

Логотип

Другое:

Де буде використовуватися шрифт?

Журнал

Плакат

Обкладинка

Інтерфейс

Субтитри

Етикетка

Книга

Акциденція (дрібні друкарські форми)

Другое:

Шрифт має включати?

- Базова латиниця
- Базова кириллиця
- Другое:

Шрифт за функцією має бути?

- Текстовий
- Акцидентний
- Декоративний
- Другое:

За емоційним сприйняттям ритмічний лад у шрифті має бути?

Те який настрій повинен передавати шрифт, або яку емоцію він має викликати

- Статичним
- Динамічним
- Урівноважений
- Легкий
- Таємничий
- Гострий
- Сучасний
- Вінтажний
- Грайливий
- Рішучий
- Мужній
- Другое:

Якщо набірний шрифт, то який?

якщо ви обирали ненабірний, то просто пропустіть це питання



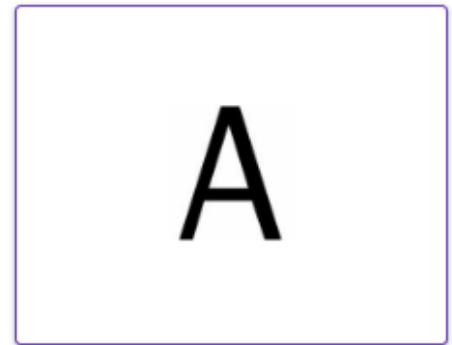
3 серифами (антиква)



3 серифами (антиква-гротеск)



Брусовий шрифт



Шрифт без серифів (гротеск)



Шрифт без серифів (стрічкова антиква)

Другое:

.....



Шрифт вільного стилю

Чи має включати додаткові гліфи?

якщо так, то вкажіть які саме

Ні

Цифри для набору дробів

Стрілочки

Альтернативні варіанти букв

лігатури

знаки пунктуації

Другое:

Підтримка мов:

Українська

Англійська

Російська

Підтримка мов країн центральної Європи

Другое:

Пропорції шрифту

Відношення ширини до висоти знаків

Вузкий

Нормальний

Широкий

Другое:

Пропорційний або моноширинний?

- пропорційний
- моноширинний

Скільки накреслень потрібно?

Потрібно 2 накреслення (Regular і Bold)

Цільова аудиторія продукту, для кого створюється шрифт?

Уявіть конкретну особу, та опишіть її: стать, вік, сімейний стан, національність, соціальний статус, освіта, дохід, упередження і тд.

Марія (22 роки): українка; не заміжня; народилася у містечку Первомайську, проте переїхала до Харкова на навчання; студентка (ХДАДМ), навчається на факультеті графічного дизайну (на відмінно); працює за спеціальністю на фрілансі (середній рівень заробітку), проте батьки частково допомагають фінансами; має гарні відносини з батьками; закінчила художню школу; цілеспрямована та впевнена у собі; комунікабельна, має багато приятелів. Мріє працювати у крутому рекламному агентстві «Банда». Їй потрібен продукт (цифровий шрифт), бо вона працює над дизайном книги на замовлення сучасного українського автора, та шукає шрифт, котрий вдало би підійшов для даної задачі.

Що саме збирається придбати покупець?

Почпець збирається придбати цифровий текстовий шрифт.

Де саме клієнт буде здійснювати покупку?

Почпець буде здійснювати покупку онлайн.

Коли дана пропозиція буде актуальна для цільового споживача?

Дана пропозиція, а саме купівля цифрового продукту (шрифту), актуальна для цільового споживача в тому випадку, коли він працює над розробкою дизайну книги на етапі підбору шрифтової гарнітури.

Навіщо цей продукт (цифровий шрифт) потрібен цільовому споживачеві?

Даний продукт потрібен цільовому споживачеві для верстки книги, її художнього конструювання.

Як споживач буде користуватися продуктом (цифровим шрифтом)?

Споживач буде користуватися продуктом за допомогою графічних редакторів, в які буде інсталюватися шрифтова гарнітура

Чому споживач буде обирати саме цей продукт (цифровий шрифт)?

- 1) Одразу окреслена задача під яку розроблена шрифтова гарнітура.
- 2) Шрифт є гарно читабельним у дрібному кеглі, чому сприяє використання оптичних компенсаторів для шрифтів дрібного кеглю, та врізки у вазлах літер, що перешкоджає розтіканню фарби у літерах під час друку та робить шрифт легким для створення макету у контексті вибору типу паперу.
- 3) Наявність розширеної латиниці та кирилиці, великої кількості лігатур та альтернейтів, котрі сприяють економічності шрифту у наборі.
- 4) Відповідний характер шрифту.

Інша важлива для вас інформація, котра була випущена.

—

ДОДАТОК Б

ГЛОСАРІЙ

Акцидентний шрифт — узагальнене поняття для нетекстових шрифтів, сукупність графічних знаків, які характеризуються своєрідним рисунком на основі символічних, образних особливостей, що мають емоційний вплив, зі спільною закономірністю формоутворення, які використовуються для позначення певного художнього задуму. Його форми реалізуються через такі аналоги, як флора і фауна, людські фігури, предмети, орнамент, каліграфія, властивості об'єму і простору, асоціативні аналоги тощо [3, с. 122].

Антиква — шрифт характеризується наявністю серифів на кінцях основних і додаткових штрихах. Розрізняють такі види антикви: старовинна антиква; перехідна антиква; нова антиква та ін [3, с. 123].

Апекс (вершина) — з'єднання двох похилих або похилого і вертикального штрихів у верхній частині букви, наприклад А, М [3, с. 123].

Апертура — ступінь відкритості форм знаків Сс, Ss, а, е тощо. Розрізняють закриті шрифти (тобто із закритою або малою апертурою, наприклад Helvetica), напівзакриті (проміжна апертура, наприклад Akzidenz Grotesk) та відкриті (або велика, апертура, наприклад Futura) [3, с. 123].

Буквиця — перша літера початкового слова книги, глави чи розділу твору, збільшена за розміром (кеглем) порівняно зі звичайною початковою літерою [18].

Вертекс — з'єднання двох похилих або похилого і вертикального штрихів у нижній частині букви, наприклад W, V, N [3, с. 124].

Гарнітура — шрифт конкретного рисунка, повний комплект знаків із характерними ознаками, які й обумовлюють його дизайн. У кожній гарнітурі шрифти можуть відрізнятися розміром (кеглем), накресленням (пряме, курсив тощо.) Гарнітура має власну назву: Calibri, Myriad Pro та ін [3, с. 124].

Гліф — конкретне зображення знаку набірного шрифту певної гарнітури і накреслення. Буває, що в одному й тому ж тексті використовується багато гліфів для однієї і тієї ж графеми, тоді їх називають алограф один одного [3, с. 124].

Гротеск — шрифт характеризується відсутністю серифів на кінцях основних і додаткових штрихах [3, с. 124].

Звисання та здіймання — частина контуру круглого або гострокінцевого знака, що виступає вниз за лінію шрифту (звисання) та/або вгору за верхню лінію (здіймання). Застосовується для оптичного вирівнювання висоти знака по відношенню до інших [3, с. 125].

Кегль або кегель — у поліграфії — розмір шрифту, а саме: висота букви і заплечики (вільний простір над і під матрицею). Вимірюється в пунктах (1 пункт = 0,3759 мм). Деякі кеглі мають назву: діамант, алмаз, перл, нонпарель та ін. [3, с. 126].

Кернінг — зміна відстані між знаками певних поєднань (кернінгові пари), наприклад: AV, ТД тощо. Кернінг може бути як позитивним (коли знаки розсуваються), так і негативним (коли знаки набігають один на інший). Служить для візуального вирівнювання апрошами [3, с. 126].

Контрастність шрифту — співвідношення (різниця) товщини основних та додаткових штрихів [3, с. 126].

Контрформа в шрифті — конфігурація, яка утворюється шляхом взаємодії внутрішніх та між буквених просвітів [3, с. 126].

Курсив — похилий шрифт, що відрізняється від прямого накреслення більш рукописною формою малих літер. Прописні знаки похилі [3, с. 126].

Лігатура — дві або три літери, поєднані в окремий знак [3, с. 127].

Лігатура — дві або три літери, поєднані в окремий знак [3, с. 127].

Моноширинний шрифт — шрифт, у якому літери мають одну й ту саму ширину (однакові кегельні майданчики) [3, с. 127].

Насиченість шрифту — характеристика шрифту, відношення товщини основних штрихів до висоти прямого знака. Зміни цих відносин утворюють над світлий, світлий, напівжирний, жирний, над жирний шрифт [3, с. 127].

Око — замкнута частина малої літери «е». Також є синоніми для внутрішнього просвіту овалу і півовалу [3, с. 127].

Петля — замкнутий елемент шрифтової форми букв, наприклад «g» та «a» [3, с. 128].

Пропорції шрифту — відношення ширини і висоти знаків шрифту. Зміни цього відношення утворюють надвузький, вузький, нормальний, широкий, надширокий шрифт (Extra Condensed, Condensed, Normal, Extended, Extra Wide) [3, с. 128].

Сериф — короткий, зазвичай перпендикулярний штрих, яким починається й закінчується основний і з'єднальний штрих знака, надає буквам завершеної, усталеної форми. Це одна з ознак, що вирізняють ту чи іншу гарнітуру [3, с. 129].

Шрифт — система букв, цифр та інших знаків, що мають загальну закономірність формоутворення, обумовлену конкретною мовною ситуацією або художньою доцільністю. У поліграфії — комплект літер, що відтворює певний алфавіт (латинський, український тощо.), а також цифри і знаки. Шрифти розрізняються за характером рисунку, нахилом (прямий, курсив, похилий), насиченістю (світлий, напівжирний, жирний), розміром [3, с. 129].

ДОДАТОК В
ВІЗУАЛЬНИЙ МАТЕРІАЛ



Рис.В.1.1 Приклади гарнітур розроблених українськими шрифтовими дизайнерами:

а) e-Ukraine (Дмитра Растворцева) [23]; б) Kharkiv Tone (Катерини Дрозд) [11].



Рис.В.1.2 К. Ткачов. Шрифтова гарнітура “Kolyada”. 2022 [27].



Рис.В.1.3 Д. Растворцев. Шрифтова гарнітур «Ukrainka». 2018 [22].

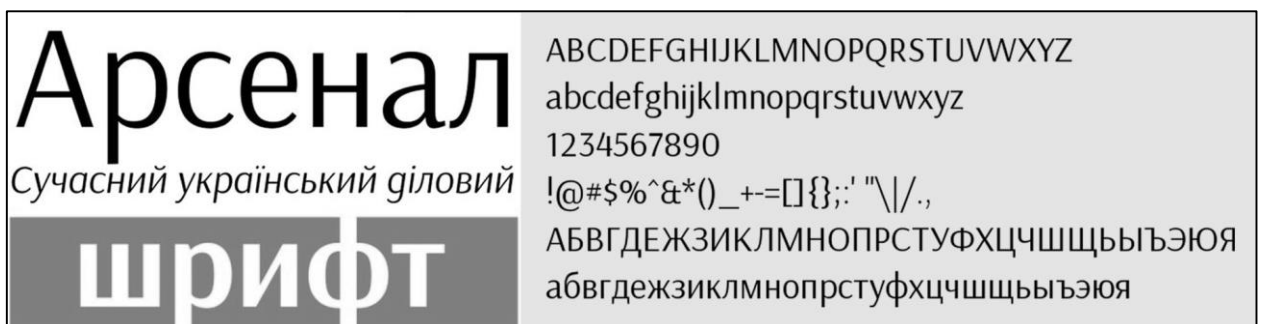


Рис.В.1.4 А. Шевченко. Шрифтова гарнітура «Arsenal». 2012 [30].



Рис.В.1.5 Є. Садко. Шрифтова гарнітура «Mars Type». 2019 [24].

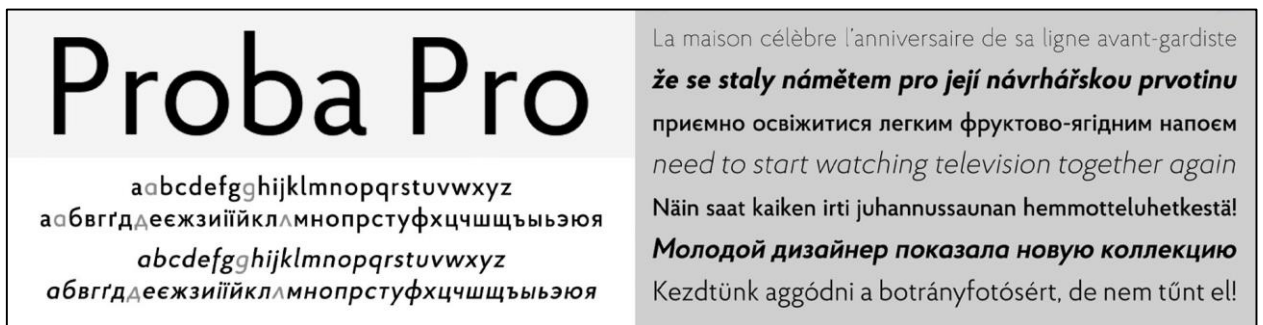


Рис.В.1.6 А. Константинов. Шрифтова гарнітура «Proba Pro». 2014 [15].

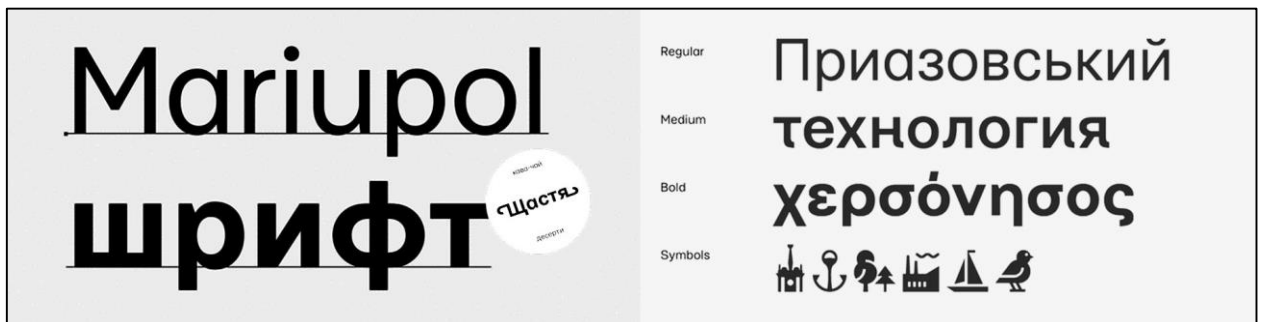


Рис.В.1.7 А. Шевченко. С. Радіонов. Шрифтова гарнітура «Mariupol». 2017 [20].



Рис.В.1.8 К. Білоброва. Шрифтова гарнітура «Frederik». 2019 [7].



Рис.В.1.9 А. Капустіна. Особливості шрифту «Writer Type». 2023.



Рис.В.2.1 А. Капустіна. Візуалізація концепції №1. 2023

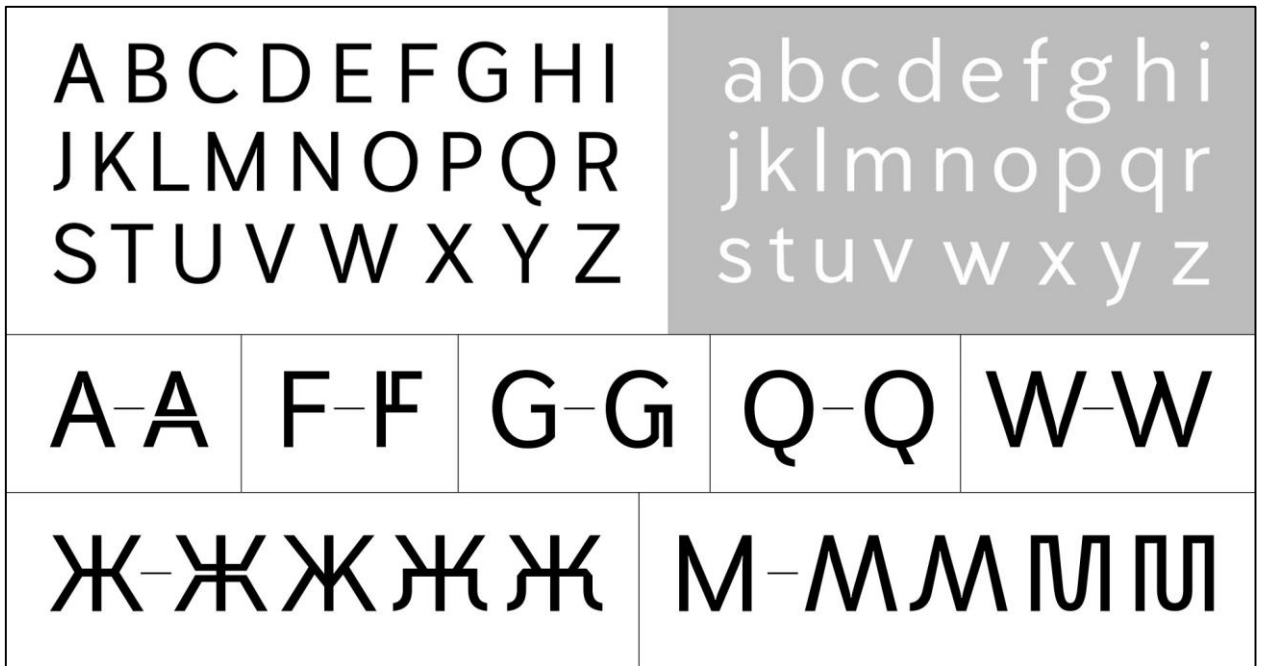


Рис.В.2.2 А. Капустіна. Візуалізація концепції №2. 2023

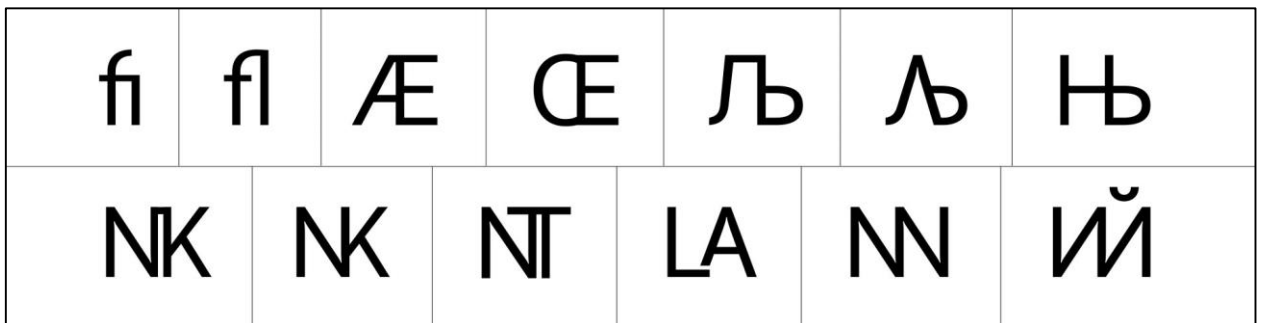


Рис.В.2.3 А. Капустіна. Візуалізація концепції №2 — лігатури. 2023