

ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН. ТИПОГРАФІКА – НАЙСИЛЬНІШИЙ ЧИННИК СТИЛЮ

Типографічність – це не просто присутність шрифту, але й серйозне, значуще, емоційне вираження образу. Плюс, звичайно, те, наскільки композиційно шрифтовий нарис інтегровано в ціле.

Типографіка – найсильніший чинник стилю, сильніший чим характер зображення. Це означає, що стиль речі в цілому, приміром, плакату, в особливій мірі знаходиться в залежності від побудови і положення напису, нехай навіть невеликого і кількісно не переважного. У свою чергу, стильовий вигляд самого шрифтового елемента обумовлюється насамперед композицією, а не характером шрифту. З появою персональних комп'ютерів і перших настільних видавничих систем у типографіці сталося тектонічне зрушення, наслідки якого стають помітними у сьогоденні. Це далеко не перша глобальна зміна в типографіці, існували також і інші. Досить згадати час, коли машини індустріального світу отримали перемогу над ремісниками.

Масове виробництво і прибуток стали важливішими за красу шрифтів. Кількість означала більше ніж властивість. Знамениті майстри припинили створювати новітні шрифти – для друку книг підходили і ті, що були раніше. Ремісники, якими б фахівцями вони не були, залишилися без діла і стали частиною технологічного процесу. Проте перемога індустріалізму зовсім не означала, що великі майстри зникли з появою друкарських верстатів. Ці два світи продовжували існувати незалежно один від одного – друкарі визнавали талант ремісників, а ті, у власну чергу, усвідомлювали, що прогрес не зупинити.

Професійні дизайнери повинні володіти основними принципами типографіки, і крім того ретельно спостерігати за новими трендами в цій сфері. Постійно виникають нові технології, стилі типографіки і бізнес-моделі, тому встигати за змінами буває нелегко.

1. Геометричні шрифти. Численні дизайнери в захваті від Creative Bloq з простими геометричними формами – кругами, квадратами і трикутниками. Цей шрифт активно застосовують і для обкладинок, і для логотипів. Сьогодні геометричні шрифти особливо популярні. Pepsi, Virgin Atlantic і Adidas застосовують з метою формування відчуття надійності і чесності у власному брендингу. За останні роки з'явилися нові шрифти в геометричному стилі FS

Lucas від Fontsmith, Publica Sans від Marcus Sterz, шрифт від Hey Studio для ESPN і шрифт Pentagram для фестивалю Resonate.

Проте геометричний шрифт, як і будь-який інший, треба застосовувати у правильному контексті.

2. Шрифти призначені для користувача.

З виникненням значної кількості новітніх платформ логічно, що технічні компанії почали активно створювати шрифти призначені для користувача. Наприклад, Amazon представив Bookerly – шрифт із зарубками, створений Dalton Maag для читання в Kindle, який допомагає зменшити напругу на очі. Apple активно поширює новий шрифт San Francisco, що дебютував в Apple Watch і пізніше з'явився в платформах MacOS, iOS, watchOS і tvOS. А Google застосовує власний шрифт Product Sans.

Тренд освоюють не лише компанії зі світу технологій. Призначені для користувача шрифти застосовувалися навіть на виборах. Так у квітні 2019 року був створений Unity – шрифт спеціально для Хіларі Клінтон. А у жовтні BuzzFeed і Font Bureau об'єдналися для створення BF Tiny Hand – шрифту для Дональда Трампа, що повторює його почерк. Сьогодні створювати призначені для користувача шрифти стало просто як ніколи завдяки таким програмам, як Prototypo and FontArk або Adobe's Project Faces.

3. Адаптивна типографіка.

Інноваційні технологічні процеси дають можливість формувати шрифти призначені для користувача які використовують на різних пристроях. Для цього дизайнерам потрібно по-іншому підходити до своєї роботи. Всім відомо про створення адаптивного веб-дизайну, який підлаштовується під різні екрани. Останнім часом величезною популярністю користується адаптивна типографіка, завдяки застосуванню якої підвищується читабельність текстів на різних пристроях. Адаптивна типографіка – не новий винахід, але знадобився час, щоб вона стала трендом. Це напрям, який тільки розвивається, тому в ньому немає чітких правил. Наприклад, шрифт може адаптуватися не лише під розмір екрану, але і покращувати читабельність іншими методами.

4. Варіативні шрифти.

Коли Apple, Google, Microsoft і Adobe об'єднуються з метою діяльності над загальним проектом, поза сумнівом, що це буде щось колосальне. У вересні 2019 року на конференції ATypI у Варшаві компанії представили варіативні шрифти – майбутнє типографіки. Це всього один файл шрифту, який здійснює функції відразу декількох шрифтів. Доступною нова технологія стала завдяки поліпшенню специфікації файлу шрифтів OpenType,

яка дозволяє дизайнерам використати до 64 000 варіацій гліфів і визначати специфічні позиції в просторі.

Почати створювати дизайн за допомогою варіативних шрифтів ми зможемо тільки через деякий час, проте це дуже перспективна розробка.

5. Нові бізнес-моделі.

Оскільки конкуренція у сфері дизайну тільки збільшується, нестримно росте і число нових сервісів типографіки. Тому сьогодні дизайнерам стало набагато простіше перевіряти шрифти у браузерях і в проєкті перед тим, як придбати.

Наприклад, в серпні 2019 року був представлений так званий "iTunes для типографіки" – Fontyou. Це хмарний менеджер, який дає можливість виявляти і тестувати шрифти. А інструмент Tгу. typography. com від Hoefler&Co дозволяє вибрати будь-який шрифт з каталогу і протестувати його в різних варіаціях. Є також інші схожі сервіси. Шрифтові форми наділені характером, душею і індивідуальністю. Типографи навчаються розпізнавати ці риси впродовж довгих років безпосередньої роботи з шрифтами, вивчаючи і порівнюючи роботи дизайнерів сьогодення та минулого. При ретельному аналізі шрифти можуть дати багато інформації про своїх творців, про епоху, в якій вони жили, про їх характер і навіть про національність і релігійні погляди. Шрифти, вибір яких визначений цими міркуваннями, швидше за все, допоможуть добитися значиміших результатів, ніж шрифти, застосовані завдяки своїй доступності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Брингхерст, Роберт. Основы стиля в типографике [Текст] / Роберт Брингхерст. – М.: Издатель Дмитрий Аронов, 2013. – 480 с.
2. Королькова, А. Живая типографика [Текст] / А. Королькова. – М.: ИндексМаркет, 2007. – 224 с.
3. Королькова, А. Живая типографика [Текст] / А. Королькова. – М.: ИндексМаркет, 2011. – 214 с.
4. Кричевский, Владимир. Кое-что о шрифте в типографике [Текст] / Владимир Кричевский. – М.: Шрифт, 2015. – 308 с.
5. Лаптев, Владимир. Типографика. Порядок и хаос. [Текст] / Владимир Лаптев. – М.: АВАТАР, 2015. – 224 с.
6. Чихольд, Ян. Новая типографика. Руководство для современного дизайнера: [пер. с нем. Л. Якубсона] [Текст] / Ян Чихольд. – М.: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2011. – 244 с.: 130 ил.